

คู่มือ

การเรียนรู้การสอน รู้เท่าทัน



สื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในสถานศึกษา

"จิวตาไว" รู้เท่าทันสื่อ



สนับสนุนโดย
กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์



 ⁺ "ลิวชาไว" รู้เท่าทันสื่อ 

“จิตตาไว” รัฐเท่าทันสื่อ

โครงการเครือข่าย อัย.น้อย สร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์รัฐเท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

พิมพ์ครั้งแรก ธันวาคม 2562

ออกแบบและพิมพ์ที่

ศิแอนนท์ พรินตอ้ง

126 หมู่ 14 ตำบลสันปูเลย อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ 50220

โทรศัพท์ : 095-451-7799, 095-328-5911

จำนวนพิมพ์ 200 เล่ม

คณะจัดทำเอกสารข้อมูล

1. ญ.นันทิณี วัฒนวรานันต์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่
2. ญ.เบญจมาศ บุตดาววงศ์ โรงพยาบาลโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ
3. ญ.รุ่งนภา กวงวงษ์ โรงพยาบาลวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี
4. นางธนมมณ ฝิโลศิลป์ โรงเรียนหางดงรัฐราษฎร์อุปถัมภ์ อ.หางดง จ.เชียงใหม่
5. นางวันวิสา นวพงศ์ไพบูลย์ โรงเรียนบ้านปาง อ.หางดง จ.เชียงใหม่
6. นางอรทิน เมืองมูล โรงเรียนบ้านริมใต้ อ.แม่อริม จ.เชียงใหม่
7. นางสาวปวิษฐา มุลทานิช นักจัดรายการวิทยุ และทีมงาน Love OK Click 96.75

จัดพิมพ์และเผยแพร่

กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

10 ถนนสุเทพ ตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200

โทรศัพท์ : 053 894742 โทรสาร : 053 894379

E-mail : fd Chiangmai@gmail.com

Facebook : FDA Chiangmai

สนับสนุนโดย กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

<http://www.thaimediafund.or.th>

กิตติกรรมประกาศ



คู่มือการเรียนการสอน รู้เท่าทันสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในสถานศึกษา **“จิวตาไว รู้เท่าทันสื่อ”** เป็นบทสรุปของความรู้และแนวทางการดำเนินงาน และการพัฒนาต่อยอดของ “โครงการเครือข่าย อย.น้อย สร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์รู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ” ซึ่งได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยได้รับความร่วมมือในการดำเนินงานจากทุกภาคส่วน ทำให้การดำเนินงาน ประสบผลสำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ กล่าวคือสามารถสร้างแกนนำเยาวชนที่มีทักษะความรู้ รู้เท่าทันการบริโภค ยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการโฆษณาโอ้อวด หลอกหลวง ตลอดจนสามารถผลิตสื่อ รณรงค์ประชาสัมพันธ์ในกลุ่มเยาวชนในโรงเรียนจนส่งผลให้เกิดการพัฒนาต่อยอดกิจกรรมที่เหมาะสมใน แต่ละโรงเรียน การบูรณาการความรู้เข้ากับหลักสูตรการเรียนการสอน การสร้างนวัตกรรมด้านเกมหรือการละเล่น ที่ส่งเสริมความรู้ด้านสื่อสร้างสรรค์ เป็นต้น

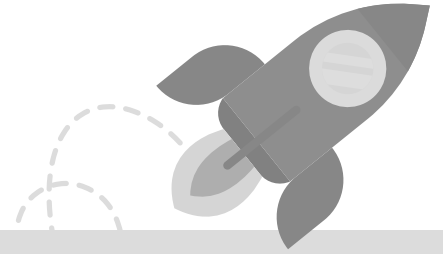
ผู้จัดทำโครงการขอขอบคุณ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัด เชียงใหม่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขระดับอำเภอ ครู นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการทั้ง 50 โรงเรียน ตลอดจนที่ปรึกษา โครงการที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงาน ให้คำปรึกษา และเข้ามาร่วมเป็นหนึ่งในทีมดำเนินงาน นิเทศงานติดตาม ถอดบทเรียนแลกเปลี่ยนเรียนรู้การดำเนินงาน และขอขอบคุณภาคีเครือข่ายจากภาคส่วนต่างๆ ได้แก่ ผศ.ภญ.ดร.สุนทรี ท.ชัยสัมฤทธิ์โชค และ ผศ.ดร.ภญ.ภุชิตา เวียงทอง ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำจัดทำแบบสอบถามความรู้ก่อน และหลังการอบรมเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ พร้อมทั้งชี้แนะแนวทางการประเมินโครงการตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดโครงการ ภญ.เบญจมาศ บุตดาววงศ์ เกสัชกร โรงพยาบาลโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ ที่มาร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้การดำเนินงาน รู้เท่าทันสื่อในนักเรียน พร้อมทั้งสรุปเนื้อหาเป็นข้อมูลเอกสารวิชาการในคู่มือ ภญ.รุ่งนภา กงวงษ์ เกสัชกร โรงพยาบาลวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ที่ร่วมกิจกรรมการส่งต่อข้อมูลโดยใช้แอปพลิเคชันตาไว (Tawai for Health) นางสาวนัทฤทัย ทวีฤทธิกุล และทีมงาน Love Ok Click 96.75 ที่ให้การอบรมความรู้ด้านการ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสนับสนุนการเผยแพร่ความรู้ทางสถานวิทยุกระจายเสียงคลื่น 96.75 เมกกะเฮิร์ต วิทยากรทุกท่าน ที่ให้ความรู้และเป็นวิทยากรกลุ่มในกิจกรรมการอบรมนักเรียนแต่ละครั้ง

หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือ “จิวตาไว อย.น้อยรู้เท่าทันสื่อ” จะเป็นแนวทางหนึ่งในการเรียนการสอนรู้เท่าทันสื่อ ในโรงเรียน ส่งเสริมให้นักเรียน ได้เรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เกิดความรอบรู้ด้านสุขภาพ (Health literacy) และ การรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) โดยใช้กระบวนการของโครงการ การผลิตสื่อ การเผยแพร่ การเฝ้าระวัง สื่อโฆษณาและการส่งต่อข้อมูลเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหา เป็นการปลูกฝังการรู้เท่าทันสื่อและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ตั้งแต่ยังเป็นเยาวชน สำหรับผู้ที่ศึกษาคู่มือนี้หากมีความสนใจ สามารถนำความรู้ และแนวทางการดำเนินงาน มาปรับใช้ตามบริบทของโรงเรียนหรือเครือข่ายของท่านต่อไป

นางสาวนัทธินี วัฒนวรราชันดี
หัวหน้าโครงการ



คำนำ



ปัจจุบันการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น อาหาร ยา เครื่องสำอาง มีการจำหน่ายมากมาย สามารถซื้อขายได้ง่ายไม่ว่าจะเป็นการสั่งซื้อทางเว็บไซต์ โทรศัพท์ วิทยุ โทรทัศน์ ก็สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ได้โดยง่าย ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จึงมีกลยุทธ์ในการแข่งขันทางการตลาดเพื่อสร้างยอดขาย บางผลิตภัณฑ์ลักลอบใส่สารอันตรายเพื่อหวังผลลัพท์ระยะแรก ทำให้ผู้บริโภคหลงกลใช้สินค้าทำให้เป็นอันตรายต่อสุขภาพ บางรายร้ายแรงถึงขั้นเสียชีวิต

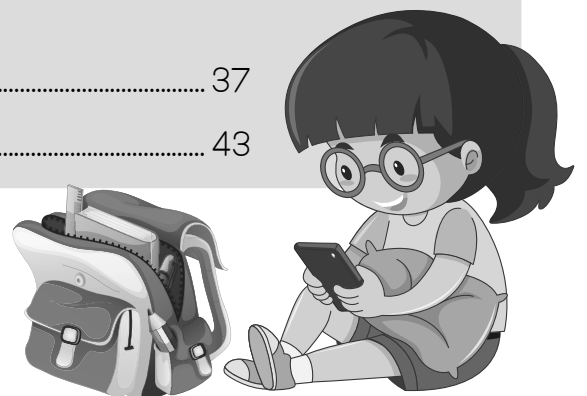
การกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพของภาครัฐได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องแต่ไม่สามารถหยุดการกระทำผิดที่ฝ่าฝืนกฎหมายให้ลดลงได้ การรู้เท่าทันสื่อ จึงเป็นกลไกสำคัญที่จะป้องกันตัวเองไม่หลงเชื่อโฆษณา กลุ่มเยาวชนเป็นกลุ่มหนึ่งที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพเนื่องจากเป็นกลุ่มวัยที่อยากรู้อยากเห็นชื่นชอบบุคคลที่น่าสนใจ จึงมีพฤติกรรมเรียนแบบอยากสวยอยากทดลองใช้สินค้าที่โฆษณาตามบุคคลผู้ที่ตนชื่นชอบ หากไม่มีเกราะป้องกันตัว คิดก่อนซื้อ ก็อาจทำให้ตกเป็นเหยื่อโฆษณาสินค้าได้ง่าย จึงได้จัดทำโครงการเครือข่ายอย.น้อยสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์รู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ดำเนินการในปี พ.ศ. 2562 สนับสนุนโดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินกิจกรรมในกลุ่มเยาวชนกลุ่มเป้าหมาย 50 โรงเรียน นักเรียน 200 คน อายุระหว่าง 10-17 ปี (ประถมศึกษาปีที่ 5- มัธยมศึกษาปีที่ 5) ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างเกราะป้องกันรู้เท่าทันสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในกลุ่มเด็ก เยาวชน โดยหลักการดำเนินงานแบ่งเป็น 3 กิจกรรมหลักได้แก่

1. การให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพและหลักการผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น สปอตวิทยุ, มันทิมิเดีย
2. การจัดกิจกรรมของเยาวชนที่ผ่านการอบรม ได้แก่ การผลิตสื่อ การรณรงค์ การเฝ้าระวัง การส่งต่อข้อมูล และขยายเครือข่าย
3. การติดตาม การให้คำแนะนำ การจัดการปัญหาในพื้นที่

คู่มือเล่มนี้เป็นการถอดบทเรียนและสรุปประเด็นเนื้อหากิจกรรมในการดำเนินงาน **“รู้เท่าทันสื่อ”** ในโรงเรียนทั้งระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา หวังว่าการดำเนินการตามแนวทางกิจกรรมโครงการจะทำให้ นักเรียนมีทักษะชีวิตมีความรู้ เข้าใจ เลือกใช้ และสามารถบอกต่อ ไม่หลงเชื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพไปตลอดช่วงอายุ นอกจากนี้การที่ได้มีส่วนร่วมในการเป็นเครือข่ายเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เฝ้าระวัง หลอกลวงจะสร้างความภาคภูมิใจให้กับเยาวชนที่เป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาสังคม ผู้จัดทำหวังว่าคู่มือเล่มนี้ จะเป็นแนวทางให้ผู้สนใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินการรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มเยาวชนต่อไป

สารบัญ

กิตติกรรมประกาศ	1
คำนำ	2
สารบัญ	3
นิยาม รู้เท่าทันสื่อ	5
แนวทางการดำเนินงาน	9
ระยะที่ 1 การอบรมความรู้.....	10
ระยะที่ 2 การดำเนินงานในโรงเรียนตามกิจกรรม “จิวตาไว”.....	11
1. การผลิตสื่อ.....	11
2. เผยแพร่สื่อ.....	12
3. ฝึกระวังสื่อ.....	13
4. การส่งต่อข้อมูล.....	18
5. การสร้างเครือข่าย ขยายสมาชิกในโรงเรียน.....	19
ระยะที่ 3 การบูรณาการในรายวิชา.....	21
ระยะที่ 4 การประเมินผล.....	28
เนื้อหาสาระความรู้	29
1. ความรู้ด้านการโฆษณา.....	30
2. ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ.....	32
3. ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อภาพ.....	33
4. ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อเสียง.....	34
5. การส่งต่อข้อมูล ตัวอย่าง Application ตาไว.....	36
ภาคผนวก	
ตัวอย่างแบบรายงานกิจกรรมการดำเนินงานในโรงเรียน.....	37
ทีมงานและคณะจัดทำ.....	43



จิวตาไวโตขึ้นจะเป็นผู้ใหญ่ที่รัฐสิทธิผู้บริโภค และ “รู้เท่าทันสื่อ”

ตามกฎหมาย 5 ประการ ดังนี้

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการโฆษณาหรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริงและปราศจากพิษภัยแก่ผู้บริโภค รวมตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับทราบ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้องและเพียงพอที่จะไม่หลงผิด ในการซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยไม่เป็นธรรม
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วยความ สม่ัครใจของผู้บริโภค และปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการ ที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว
4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ
5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดใช้ค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามข้อ 1, 2, 3 และ 4 ดังกล่าว



นิยาม



รู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) คือความสามารถในการเข้าถึง รับรู้และเข้าใจ ความหมายของสื่อที่มีหลากหลายรูปแบบ สามารถคิดวิเคราะห์ ประเมินแยกแยะข้อเท็จจริง ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการ สร้างและโต้ตอบสื่อ บนพื้นฐานคุณธรรม และจริยธรรม และความเป็น ประชาธิปไตย (นิยามโดย :Center for Media Literacy (CML)

โดยการรู้เท่าทันสื่อต้องมีทักษะที่สำคัญอยู่ 5 ทักษะ

1. ทักษะการเข้าถึง
2. ทักษะการวิเคราะห์
3. ทักษะการประเมินสื่อ
4. ทักษะการสร้างสรรค์
5. ทักษะการมีส่วนร่วม

ทักษะการเข้าถึง (Access Skill) หมายถึง ความสามารถของนักเรียน เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและ พฤติกรรมที่นักเรียนแสดงออกถึงการสร้างโอกาสให้ตนได้รับสื่อ ประเภทต่างๆ อย่างเต็มที่ รวดเร็ว สามารถรับ รู้เข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ ได้อย่างเต็ม ความสามารถ มีการแสวงหาข่าวสารได้จากสื่อหลายประเภทและ ไม่ถูก จำกัดอยู่กับสื่อประเภทใด ประเภทหนึ่งมากเกินไป มีความสามารถในการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็น ประโยชน์ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอ่านเนื้อหาจากสื่ออื่นๆ และทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ จดจำและเข้าใจความหมายของคำศัพท์ สัญลักษณ์ และเทคนิคที่ใช้ในการสื่อสาร สามารถ พัฒนากลยุทธ์เพื่อหาตำแหน่งที่มาของข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่หลากหลาย และสามารถเลือกกรอง ข้อมูล ประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze Skill) หมายถึง ความสามารถของนักเรียนเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมที่นักเรียนแสดงออกถึงการบอกหรืออธิบายเพื่อ แยกแยะข้อเท็จ ข้อจริง ข้อเสนอเกินจริง ความคิดเห็น ข้อดี ข้อเสีย และการโน้มน้าวใจจากการ นำเสนอของสื่อ รวมถึงสามารถทบทวนผลดี ผลเสีย และผลกระทบที่มีต่อตนเองและผู้อื่นจากการ เลือกรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ และสามารถบอกหรืออธิบาย เกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลัก และ วัตถุประสงค์แฝงของสื่อในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง ครอบคลุมครบถ้วน รวมถึงสามารถให้ เหตุผลสนับสนุนได้อย่างสมเหตุสมผล

ทักษะการประเมินสื่อ (Evaluate Skill) หมายถึง ความสามารถของนักเรียนเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมที่นักเรียนแสดงออกถึงการตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อ เลือกรับหรือปฏิเสธข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ที่บุคคลเปิดรับ และได้ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ เพื่อแยกแยะสารสนเทศที่สร้างสรรค์และมีประโยชน์ต่อตนเอง และผู้อื่นตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้ เพื่อนำไปสู่การตีความและแปลความหมายของข้อมูลข่าวสารที่สื่อต้องการ นำเสนอ หรือแอบแฝงมาใน ลักษณะต่างๆ โดยสามารถตัดสินคุณค่า ความถูกต้อง เหมาะสม และคุณภาพ ของสารสนเทศที่ ได้รับจากสื่อบนพื้นฐานของประสบการณ์เดิมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และหลักการ ประชาธิปไตย

ทักษะการสร้างสรรค์ (Create Skill) หมายถึง ความสามารถของนักเรียนเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมที่นักเรียนแสดงออกถึงการออกแบบเพื่อนนำเสนอ ข้อมูลสารสนเทศ องค์ความรู้ และความคิดเห็นของตนผ่านสื่อที่ผ่านการเลือกอย่างเหมาะสมและ หลากหลายรูปแบบได้อย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมา และ อยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจริยธรรมของตนเอง มีความสามารถในการเป็นผู้ผลิตสื่อที่ผ่านการวางแผน เขียนบท และค้นคว้า ข้อมูลเนื้อหาเพื่อนำมาประกอบตามเทคโนโลยีของสื่อหรือรูปแบบของสื่อแต่ละประเภทได้อย่างเหมาะสม ทำให้ได้สื่อที่จะสามารถสื่อสารได้ตามวัตถุประสงค์ของตน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ของสื่อเพื่อแก้ไข และเผยแพร่สารได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการแสดงความเห็นและเสนอแนะความคิดของตนอย่างสร้างสรรค์ในการวิพากษ์วิจารณ์ต่อข้อมูลสารสนเทศ ค่านิยม ความเชื่อ ความคิดเห็น ข้อเท็จจริง การโน้มน้าวใจ การโฆษณาชวนเชื่อ และข้อเสนอเกินจริงที่นำเสนอหรือแฝง มากับสื่อที่ตนเองได้เปิดรับ

ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) หมายถึง ความสามารถของนักเรียนเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมที่นักเรียนแสดงออกถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมใน การวิพากษ์ แสดงความคิดเห็น ทำงานร่วมกัน และ ใช้ประโยชน์จากสื่อของผู้อื่นเพื่อนำไปสู่เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารในลักษณะต่างๆ ที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ในการวิพากษ์ และแสดงความคิดเห็นต่อสื่อต่างๆ อย่างเปิดเผยบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและ จริยธรรม รวมถึงการเปิดโอกาสให้บุคคลอื่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวิพากษ์ แสดงความคิดเห็น ทำงานร่วมกัน และใช้ประโยชน์จากสื่อของตนอย่างเหมาะสม

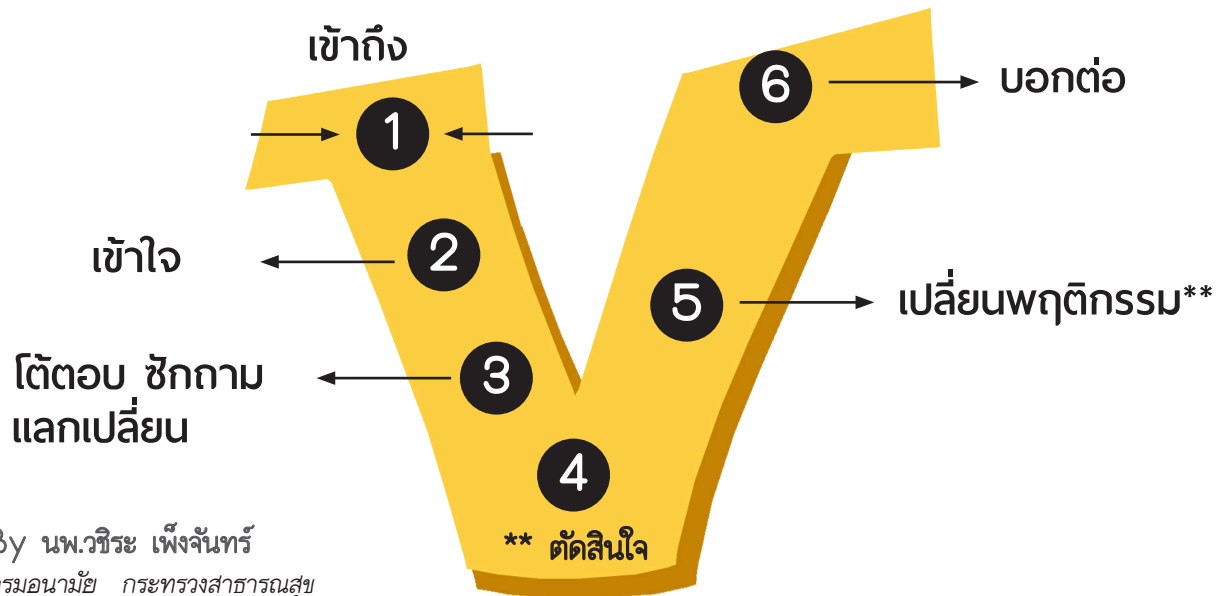
(อ้างอิงจาก: โครงการวิจัย การวิจัยและพัฒนาแบบวัดทักษะในศตวรรษที่ 21 ด้านการรู้เท่าทันสื่อ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา The Research and Development of the Measurement Instruments of the Media Literacy Skills in the 21st Century for Secondary Students, ปกรณ์ ประจันบาน และอนุชา กอนพวง)

“รู้เท่าทันสื่อ” คือ ทักษะ หรือความสามารถในการ “ใช้สื่ออย่างรู้ตัว” และ “ใช้สื่ออย่างตื่นตัว” คำว่า “การใช้สื่ออย่างรู้ตัว” สามารถอธิบายหรือขยายความได้ว่าสามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ สามารถโต้ตอบกับมันได้อย่างมีสติและรู้ตัว สามารถตั้งคำถามว่าสื่อถูกสร้างขึ้นได้อย่างไร เช่น ใครเป็นเจ้าของสื่อ ใครผลิต และผลภายได้ข้อจำกัดใด ควรเชื่อหรือไม่ หรือมีค่านิยมความเชื่ออะไรที่แฝงมากับสื่อ นั้น พวกที่ผลิตสื่อหวังผลอะไรจากเรา คำว่า “การใช้สื่ออย่างตื่นตัว” สามารถอธิบายหรือขยายความได้ว่า แทนที่เราจะเป็นฝ่ายตั้งรับอย่างเดียว เราก็จะต้องเปลี่ยนมาเป็นฝ่ายรุกบ้าง โดยการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เข้าถึงสื่อที่หลากหลายและมีคุณภาพ สามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ มีส่วนร่วมที่พัฒนาสื่อต่างๆ ให้ดีขึ้น เช่น ท้วงติงหรือร้องเรียนเมื่อพบสื่อที่ไม่เหมาะสม เรียกร้องสิทธิในฐานะเป็นผู้บริโภคสื่อ ฯลฯ

อ้างอิงจาก <http://bcp.nbtc.go.th/th/detail/2017-01-24-23-12-51>
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
(สำนักงาน กสทช.)



กรอบคิด Health Literacy ของกรมอนามัย



“การรู้เท่าทันด้านสุขภาพ” ในภาษาไทยที่หลากหลาย เช่น สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข ใช้คำว่า “ความแตกฉานด้านสุขภาพ” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ใช้คำว่า “การรู้เท่าทันด้านสุขภาพ” สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษาภายใต้การ สนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ใช้คำว่า “ความฉลาดทางสุขภาพ” ส่วนกองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ใช้คำว่า “ความรอบรู้ด้านสุขภาพ” กองสุศึกษา ให้ความหมายของ “ความรอบรู้ด้านสุขภาพ” (Health literacy) คือ ความสามารถและทักษะในการเข้าถึงข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ เพื่อวิเคราะห์ ประเมินการปฏิบัติและการจัดการตนเอง รวมทั้งสามารถชี้แนะเรื่องสุขภาพส่วนบุคคล ครอบครัว และชุมชนเพื่อสุขภาพที่ดี **ความรอบรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy)** คือ ความรอบรู้และความสามารถด้านสุขภาพของบุคคล ในการที่จะกลั่นกรอง ประเมินและตัดสินใจที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เลือกใช้บริการ และผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสม” (มติการประชุม WM สธ. 8 ก.พ. 2560)

องค์ประกอบของความรอบรู้ด้านสุขภาพ

1. การเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพ (Access skill) หมายถึง การใช้ความสามารถใน เลือกแหล่งข้อมูล วิธีการในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตน และตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่ง จนข้อมูล มีความน่าเชื่อถือ
2. ความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive skill) หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับ แนวทางการปฏิบัติ ตี

3. **ทักษะการสื่อสาร (Communication skill)** หมายถึง ความสามารถในการกำหนด เป้าหมาย วางแผน และปฏิบัติตามแผนการปฏิบัติพร้อมทั้งมีการทบทวนวิธีการปฏิบัติตามเป้าหมาย เพื่อนำมาปรับเปลี่ยนวิธีปฏิบัติตนให้ถูกต้อง
4. **ทักษะการจัดการตนเอง (Self-management skill)** หมายถึง ความสามารถในการกำหนดทางเลือกและ ปฏิเสธ/หลีกเลี่ยงหรือเลือกวิธีการปฏิบัติ โดยมีการใช้เหตุผลหรือวิเคราะห์ผลดี-ผลเสียเพื่อการปฏิเสธ/หลีกเลี่ยง พร้อมแสดงทางเลือกปฏิบัติที่ถูกต้อง
5. **ทักษะการตัดสินใจ (Decision skill)** หมายถึง ความสามารถในการกำหนดทางเลือกและปฏิเสธ/ หลีกเลี่ยงหรือเลือกวิธีการปฏิบัติ โดยมีการใช้เหตุผลหรือวิเคราะห์ผลดี-ผลเสียเพื่อการปฏิเสธ/หลีกเลี่ยง พร้อมแสดงทางเลือกปฏิบัติที่ถูกต้อง
6. **การรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy skill)** หมายถึง ความสามารถในการตรวจสอบความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่สื่อนำเสนอ และสามารถเปรียบเทียบวิธีการเลือกรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น กับสุขภาพของตนเองและผู้อื่น รวมทั้งมีการประเมินข้อความสื่อเพื่อชี้แนะแนวทางให้กับชุมชน และสังคม

(ข้อมูลจาก หนังสือ การเสริมสร้างและประเมินความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560 กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข)



สไลด์โดย นพ.วชิระ เพ็งจันทร์
อธิบดีกรมอนามัย



การสร้างเสริมสุขภาพและประเมินความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพ

แนวทางการดำเนินงาน

แบ่งการดำเนินงานกิจกรรมแบ่งเป็น 4 ระยะ

ระยะที่ 1 การรวบรวมความรู้

ระยะที่ 2 การดำเนินงานในโรงเรียนตามกิจกรรม “จิวตาไว”

1. ผลิตสื่อ
2. เผยแพร่สื่อ
3. ฝึกะวังสื่อ
4. การส่งต่อข้อมูล
5. การสร้างเครือข่าย ขยายสมาชิกในโรงเรียน

ระยะที่ 3 การบูรณาการในรายวิชา

ระยะที่ 4 การประเมินผล

ภาคผนวก

- ตัวอย่างใบงาน
- รายชื่อทีมงาน

การอบรมความรู้

แนวทางที่ 1

โรงเรียนสามารถดำเนินการได้โดยการจัดอบรมแกนนำนักเรียน หรือนักเรียนในชั้นเรียนต่างๆ ตามความเหมาะสมของกิจกรรมजूतावा (ประถมศึกษาชั้นปีที่ 5 - มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5) ระยะเวลาจัด 2 วัน โดยมีเนื้อหาหัวข้อการอบรม

1. ความรู้พื้นฐานด้านการโฆษณา
2. ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพโดยเน้นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มักพบการโฆษณาโอ้อวดหลอกลวงหรือมีสารอันตราย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ลดความอ้วน, ผลิตภัณฑ์ทำให้ขาว, ผลิตภัณฑ์เพิ่มสมรรถภาพทางเพศ และผลิตภัณฑ์ลดปวดหรือรักษาโรคเรื้อรัง
3. ความรู้พื้นฐาน การผลิตสปอต การผลิตสื่อคลิปวิดีโอ
4. การเฝ้าระวังโฆษณา การวิเคราะห์เนื้อหา
5. การส่งต่อข้อมูลเมื่อพบการโฆษณาที่ไม่ถูกต้อง

ทั้งนี้ หัวข้อที่ 5

ในกรณีที่โรงเรียนโดยครูผู้รับผิดชอบสามารถนำข้อมูลการเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพจากนักเรียนมาวิเคราะห์ทราบแหล่งที่มา สามารถส่งต่อข้อมูลเป็นการแจ้งเบาะแสให้กับเจ้าหน้าที่ในการดำเนินการด้านกฎหมาย โดยติดต่อเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เช่น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพสต) โรงพยาบาลชุมชน สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ และ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เป็นต้น

แนวทางที่ 2

โรงเรียนวางแผนการเรียนการสอนโดยเป็นนโยบายของโรงเรียนผู้อำนวยการเห็นชอบ

1. ประชุมครูผู้สอน ที่สอนรายวิชาที่สามารถสอดแทรกกิจกรรมรู้เท่าทันสื่อ เช่น วิชาสุขศึกษา วิชาคอมพิวเตอร์ วิชาภาษาไทย วิชาวาดรูป ชมรมออย.น้อย เป็นต้น
2. โรงเรียนสามารถเชิญวิทยากรภายนอก เช่น เภสัชกรโรงพยาบาล อบรมเรื่องโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อเป็นฐานความรู้เบื้องต้น หรือให้นักเรียนสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องน่าเชื่อถือ เช่น

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา <http://www.fda.moph.go.th>

ออย.น้อย <http://www.oryornoi.com>

กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ <http://alert.dmsc.moph.go.th/>

ศูนย์วิชาการเฝ้าระวังและพัฒนาระบบยา <http://www.thaidrugwatch.org/>

ศูนย์วิชาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ <http://www.thaihealthconsumer.org/>

ระยะที่ 2

การดำเนินงานในโรงเรียน ตามกิจกรรม “จิวตาไว”



1. ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
2. รณรงค์เผยแพร่สื่อในโรงเรียน / ชุมชน
3. เครื่องถ่ายเฟิร์มแวร์ส่งสื่อโฆษณาและผลิตภัณฑ์สู่สภาพ
4. การส่งต่อข้อมูล
5. การสร้างเครือข่าย ขยายสมาชิกในโรงเรียน

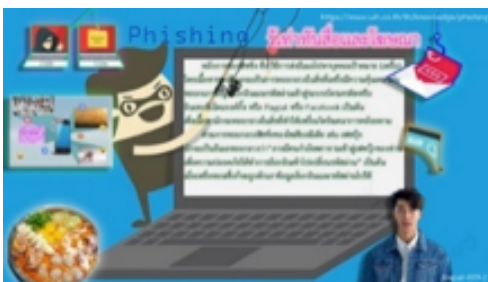
กิจกรรมที่ 1 ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ : จิวตาไว คำนคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ต้องการ เพื่อนำมาผลิตสื่อต่างๆ การผลิตสื่อจะเป็นกิจกรรมเสริมสร้างให้นักเรียนได้เรียนรู้ค้นคว้าหาข้อมูลที่ต้องการ และการจัดทำเองเป็นการย้ำความรู้ซ้ำๆ หลายๆ ครั้ง จะทำให้นักเรียนเข้าใจและรับรู้ได้

สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่ออย่างง่าย นักเรียนระดับประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษาสามารถทำได้ การใช้กลวิธีแข็งขันก็จะสร้างทีมและกระตือรือร้นในการจัดทำ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ บอร์ดความรู้

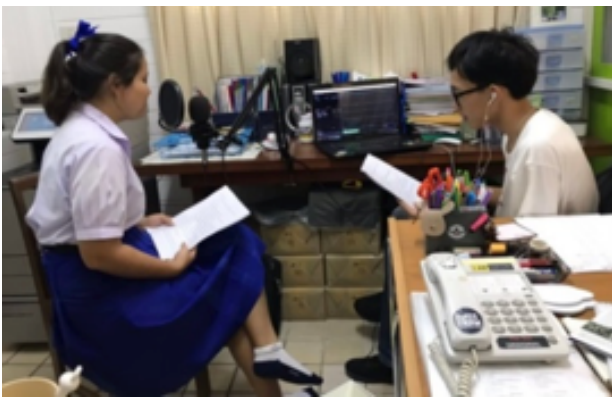
สื่อเสียง เป็นสื่อที่สามารถขยายเผยแพร่ได้ในวงกว้าง สามารถจัดรายการเสียงตามสาย หรือออกกรายการวิทยุ ซึ่งนักเรียนได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูล จัดทำเป็นบทความที่ง่ายและฟังเข้าใจได้ การพูดซ้ำๆ ก็จะเป็นการย้ำเตือนและเกิดการเรียนรู้ได้ นอกจากนี้การผลิตสื่อบรอดคาสติ้งเป็นการเรียนรู้และสร้างความสนุกกับการจัดทำโรงเรียนสามารถจัดการแข่งขันประกวดการจัดทำสื่อบรอดคาสติ้งได้เช่นกัน ทำให้กิจกรรมรู้เท่าทันสื่อไม่น่าเบื่อมีความน่าสนใจและสร้างความสนุกกับการเรียน และยังสามารถนำมาเผยแพร่เสียงตามสายได้จริง

สื่อคลิปวิดีโอ เป็นสื่อการแสดง ที่นักเรียนจะได้ออกแบบบทละคร และการถ่ายทำคลิปแม้ว่าจะเป็นกิจกรรมที่ต้องมีอุปกรณ์มือถือ เครื่องคอมพิวเตอร์ หากมีการออกแบบกิจกรรมแล้ว สามารถจัดทำเป็นกลุ่ม และครูหรือนักเรียนรุ่นพี่ที่เรียนคอมพิวเตอร์หรือใช้มือถือถ่ายตัดต่อผ่านแอปพลิเคชัน เช่น VivaVideo เป็นคลิปอย่างง่ายที่สามารถผลิตเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียได้ เกิดความคิดสร้างสรรค์และสนุกกับการเรียน ทางโรงเรียนสามารถเผยแพร่คลิปที่เหมาะสมผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากครู เผยแพร่ผ่าน YouTube หรือเพจ facebook ของโรงเรียนได้



กิจกรรมที่ 2 รณรงค์เผยแพร่สื่อ ในโรงเรียน/ชุมชน

วัตถุประสงค์ : จิวตาไว ฝึกทักษะการพูด กล้าแสดงออก เกิดความคิดสร้างสรรค์ เกิดความภาคภูมิใจที่ได้มอบความรู้ด้านสุขภาพแก่ เพื่อน ครอบครัว ชุมชน ซึ่งกิจกรรมการเผยแพร่สื่อเป็นกลวิธีที่ทำให้นักเรียน ฝึกทักษะด้านการออกเสียง การแสดง การอยู่ร่วมกันของสังคมแข่งขันกันจากความรู้ที่ตนเองมี สามารถส่งผ่านความรู้ให้กับผู้คนรอบข้างได้ การรณรงค์เผยแพร่สื่อในโรงเรียน เช่นเสียงตามสาย การให้ความรู้หน้าเสาธง หน้าชั้นเรียน ฟังสอนน้อง การแจกแผ่นพับความรู้ สามารถทำได้ทั้งในโรงเรียน รอบโรงเรียน ผู้ปกครองที่มารับนักเรียน หรือในชุมชน ตลาด กิจกรรมการแจกเอกสารแผ่นพับความรู้นักเรียนต้องเข้าไปในสื่อที่ตนเองแจกก่อนว่ามีข้อมูลอะไรที่น่าสนใจสามารถอธิบายสรุปประเด็นได้ เป็นการฝึกความเข้าใจความรอบรู้ในเรื่องที่จะสื่อสารให้กับประชาชน สื่อออนไลน์โซเชียลมีเดียก็เป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถเผยแพร่เข้าถึงกลุ่มวัยเดียวกันได้ หากมีการผลิตสื่อที่ดี สนุกเข้าใจง่ายเช่น คลิปสามารถเผยแพร่ทาง Youtube หรือ Facebook เป็นการเผยแพร่ความรู้ต่อสาธารณชนได้เช่นกัน



กิจกรรมที่ 3 เครือข่ายเฝ้าระวังโฆษณา/ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ

วัตถุประสงค์ : จิวตาไว เรียนรู้จากการปฏิบัติจริง การเฝ้าระวังทางสื่อต่างๆ ค้นหาข้อมูลโฆษณาจะพบว่ามีโฆษณาที่
โอ้อวดหลอกลวงมากมายในชีวิตประจำวัน เมื่อนำมาศึกษาวิเคราะห์ จะทำให้เกิดเรียนรู้ **“รู้เท่าทันสื่อ ไม่หลงเชื่อง่าย”**
ส่วนในการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ กิจกรรมเบื้องต้น คือ การสอนอ่านฉลากสินค้า และการตรวจสินค้าเข้าข่ายอันตราย
ต่อสุขภาพ (4 สงสัย : อ้วน ขาว ชีงปัง ลดปวด)

ตัวอย่างกิจกรรม

1. ให้นักเรียนตรวจสอบผลิตภัณฑ์รอบโรงเรียน ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ในบ้าน ส่งข้อมูลตามใบงาน
เฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพ
2. ให้นักเรียนเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางสื่อต่างๆเช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย
โทรทัศน์ วิทยู เป็นต้น ส่งข้อมูลตามใบงานเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ
3. นำข้อมูลเฝ้าระวังโฆษณามาวิเคราะห์เนื้อหา ในกลุ่มนักเรียนระดับประถม ครูอาจจะ
มีตัวอย่างโฆษณาเช่น กาแฟลดความอ้วน, หุ่นผมได้ภายใน 7วัน สูงได้เร็วผิวขาวได้
 เป็นต้น โดยเตรียมเนื้อหาให้นักเรียนและให้วิเคราะห์ร่วมกันเป็นกลุ่ม ร่วมกับครูก็ได้
เพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน



ส่วนนักเรียนระดับมัธยมศึกษาสามารถให้นักเรียนค้นหาข้อมูลโฆษณาโอ้อวดเองได้ เช่นวิทยู โทรทัศน์ เว็บไซต์
facebook IG Line เป็นต้น แล้วให้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง มีการโฆษณาโอ้อวดหรือไม่ และพิจารณาส่งต่อ
หน่วยงานที่ดูแล เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเพื่อดำเนินการต่อไป



ตัวอย่างแบบฟอร์ม

เพื่าระวังโฆษณา / ผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ใบงานนักเรียน เพื่อระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้าข่ายไม่ถูกต้อง

ชื่อ-สกุล..... ชั้น.....

ลำดับ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์ ระบุเลข (ถ้ามี)			แหล่งที่พบ	วันที่พบ	เหตุผลที่รายงาน (ความผิดปกติ ที่พบ/สงสัย)
		อาหาร (อย.)	ยา (ทะเบียนยา)	เครื่องสำอาง (เลขที่ใบรับแจ้ง)			

แหล่งที่พบ ในโรงเรียน / บริเวณโรงเรียน / ในบ้าน / ชุมชนเช่น ตลาด, ร้านชำ

ผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เข้าข่าย/น่าสงสัย เช่น อาหารแปรรูปไม่มีเลขอย, ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดความอ้วนหรือเพิ่มพลังเพศ อาหารเสริมที่มีการโฆษณาอ้างรักษาโรค เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ยา ที่เข้าข่าย/น่าสงสัย เช่น ยาชุด, ยาไม่มีฉลากภาษาไทย, ยาลูกกลอน, ยาสมุนไพรที่ไม่มีทะเบียนยา เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ที่เข้าข่าย/น่าสงสัย เช่น เครื่องสำอางที่ฉลากไม่มีภาษาไทย, ไม่มีเลขที่ใบรับแจ้ง, มีการโฆษณาการรักษาโรค หรือทำให้หน้าขาวรักษาฝ้า เป็นต้น

ใบงานนักเรียนพิจารณาผลิตภัณฑสุภาพที่เข้าข่ายน่าสงสัย/ไม่ถูกต้อง

ชื่อ-สกุล..... ชั้น.....

แหล่งข้อมูล	ข้อมูลการสำรวจ				ข้อความเนื้อหาโฆษณา /เอกสารแนบอื่นๆ ถ้ามี
	ชื่อแหล่งสื่อ / คลื่นอะไร / ช่องทีวี / อินเทอร์เน็ต	วันที่พบ	โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้าข่ายน่าสงสัย/ไม่ถูกต้อง		
อินเทอร์เน็ต - Facebook - Line - IG - YouTube - เว็บไซต์					
วิทยุ					
โทรทัศน์					
สิ่งพิมพ์					
อื่นๆ					

กิจกรรมที่ 4 การส่งต่อข้อมูล

วัตถุประสงค์ : จีวตาไว มีส่วนร่วมสืบค้นข้อมูล โฆษณาไอ้อวดหลอกกลาง หรือพบผลิตภัณฑ์ต้องสงสัยสามารถส่งต่อให้หน่วยงานภาครัฐดำเนินการแก้ไข ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา กิจกรรมการส่งต่อข้อมูลจะต้องผ่านครูที่ปรึกษาตรวจสอบแหล่งข้อมูลก่อนเพื่อคัดกรองเบื้องต้น ทั้งนี้ กิจกรรมการส่งต่อ เบื้องต้นควรประสานงานร่วมกับรพสต.,เภสัชกรโรงพยาบาลชุมชน หรือสำนักงานสาธารณสุขอำเภอก่อน เพื่อสร้างความเข้าใจในการส่งต่อข้อมูล สามารถเป็นสมาชิกTaWai หรือส่งต่อแบบเอกสารได้เช่นกัน โดยมีกรอบแนวทางคือ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร เช่น

ใคร = facebook ชื่ออะไร

ทำอะไร = โฆษณาว่ามีผลิตภัณฑ์ลดความอ้วนได้ภายใน 7 วัน

ที่ไหน = สั่งซื้อได้ที่ไหนเบอร์ติดต่อ ที่อยู่ผู้ชาย

เมื่อไหร่ = พบข้อความโฆษณา วันเดือนปีอะไร

อย่างไร = ข้อความโฆษณาว่าอย่างไร



ให้คัดลอก หรือแคปหน้าจอโฆษณานั้นๆ ไว้เป็นหลักฐาน
print หน้าจอที่พบการกระทำต้องสงสัย เป็นเอกสารส่งเจ้าหน้าที่

TAWAI FOR HEALTH

เครื่องมือ และ ระบบการจัดการความปลอดภัย ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการโฆษณา ที่ดำเนินการร่วมกันระหว่างภาคส่วนประชาชน และ หน่วยงานของรัฐ โดยอาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัยพันธกิจในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อผู้บริโภคให้มีความปลอดภัยจากการ ใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพมุ่งเน้นพัฒนาเครื่องมือ ฐานข้อมูล เครือข่าย และการสื่อสาร เพื่อให้เกิดกลไกใหม่ในการจัดการปัญหาด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีประสิทธิภาพร่วมกับหน่วยภาครัฐเพื่อความชัดเจนในการดำเนินกิจกรรมขององค์กรไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. พัฒนาเครื่องมือและกลไกการจัดการความปลอดภัยด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพและการโฆษณา
2. เป็นส่วนขับเคลื่อนและสนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน
3. สื่อสารองค์ความรู้ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคสู่ภาคประชาชนเพื่อสร้างความตระหนักรู้อย่างทั่วถึง

TAWAI FOR HEALTH เป็นเครือข่ายการทำงานเพื่อผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ดำเนินงานมาตั้งแต่ปี 2559 โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เช่น ศูนย์วิชาการเฝ้าระวังและพัฒนาระบบยา (กพย.) ศูนย์เฝ้าระวังความปลอดภัยด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Health Product Vigilance Center Thailand) เขตบริการสุขภาพที่ 10 และเขตบริการสุขภาพที่ 12 ทั้งนี้ในปี 2561 โครงการ TaWai for Health ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยและดำเนินการจาก สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (บูรณาการ) จึงได้ก่อตั้งเป็นหน่วยวิจัยและพัฒนาวัตกรรมเพื่อผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ สังกัดคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

กิจกรรมที่ 5 การสร้างเครือข่าย ขยายสมาชิกในโรงเรียน

วัตถุประสงค์ : จิวตาไว เรียนรู้การทำงานเป็นทีม มีสมาชิกชมรม มีส่วนร่วมเรียนรู้และถ่ายทอดเผยแพร่ ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมกันเฝ้าระวังโฆษณาและผลิตภัณฑ์สุขภาพอันตราย เป็นการเรียนรู้ให้นักเรียนได้ทำงานเป็นทีมเกิดความสามัคคี และได้ผลงานที่ทำร่วมกัน สร้างความภาคภูมิใจ โรงเรียนที่มีชมรมอย.น้อยอยู่แล้ว สามารถเสริมกิจกรรมในการดำเนินงานของอย.น้อยได้โดยเสริมความรู้ในด้านการผลิตสื่อ เผยแพร่สื่อ เฝ้าระวังสื่อ ส่งต่อข้อมูล ให้กับชมรมอย.น้อยดำเนินการโดยเฉพาะเรื่องโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ หรือโรงเรียนที่ยังไม่มีชมรม อย.น้อย สามารถดำเนินการได้โดยจัดตั้งชมรม หรือสอดแทรกในรายวิชาโดยแบ่งกลุ่มนักเรียนร่วมกันจัดทำกิจกรรม



ใบงานนักเรียน การขยายผล ขยายเครือข่าย

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ชั้น	บทบาทหน้าที่	หมายเหตุ

บทบาทหน้าที่ เช่น ฝ่ายผลิตสื่อ / ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เช่น พูดเสียงตามสาย พูดในที่สาธารณะ หน้าเสาธง / ฝ่ายเฝ้าระวัง / อื่นๆ.....ระบุ

การบูรณาการในรายวิชา

กิจกรรมรู้เท่าทันสื่อ ในโรงเรียนเป็นสาระวิชาเรียนหนึ่งในโรงเรียน

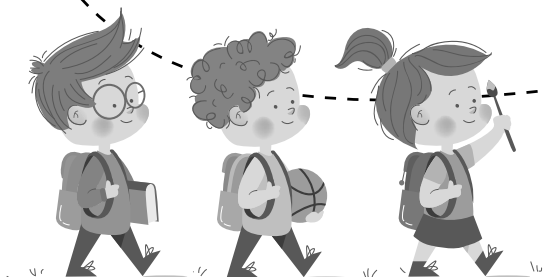
ซึ่งแต่ละโรงเรียนมีแนวทางการเรียนการสอนที่แตกต่างกันในด้านการนำสอดแทรกในรายวิชาต่างๆ เช่น วิชาสุขศึกษา ภาษาไทย, วาดรูป, คอมพิวเตอร์ กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยีตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน เป็นต้น คู่มือเล่มนี้ นอกจากกิจกรรม จิวตาไว 5 กิจกรรม (ผลิตสื่อ เผยแพร่สื่อ ใฝ่ระวังสื่อ/ผลิตภัณฑ์ ส่งต่อข้อมูล ขยายเครือข่าย) แล้วนั้น จะนำเสนอรูปแบบที่มีการบูรณาการ รู้เท่าทันสื่อ ในรายวิชาต่างๆ เพื่อเป็นแนวทาง ตัวอย่างให้กับโรงเรียนสามารถนำไปใช้ในการเรียนการสอนได้

ตัวอย่าง

โรงเรียนหางดงรัฐราษฎร์อุปถัมภ์ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

นำกิจกรรม จิวตาไว เป็นกิจกรรมใน รายวิชาสุขศึกษา พ 31101 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ทุกห้อง บูรณาการกับกิจกรรม จิวตาไว

1. หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 เรื่อง อิทธิพลของสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพเพื่อการเลือกบริโภค
2. ใบงานที่ 1 ใบงานที่ได้รับจาก โครงการ ให้นักเรียนทุกคนทำเป็นงานส่ง รายบุคคล
ใบงานที่ 2 ใบงานที่มอบหมายงานกลุ่ม แบ่งห้องละ 5 กลุ่ม แบ่งให้ 5 หัวข้อ จับฉลากเลือก กลุ่มละ 1 หัวข้อ จัดทำ ดังนี้
 - 2.1 จัดทำแผ่นพับ เนื้อหาที่กลุ่มได้รับ
 - 2.2 นำเนื้อหาจากแผ่นพับ มาทำสคริปต์ บทพูดและอัดเสียง
 - 2.3 นำเสียงอัดในข้อ 2.2 มาทำภาพเคลื่อนไหว (VDO)
3. ครูจัดทำใบงาน รู้เท่าทันสื่อโฆษณา ให้นักเรียนหาฉลากผลิตภัณฑ์มาติดและอธิบายตามใบงาน (งานรายบุคคล) ด้านหลังใบงานนี้ให้นักเรียน สรุปความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาป้ายนิเทศ และการจัดทำป้ายไวเนลที่ครูให้นักเรียนแต่ละห้อง ออกแบบป้ายไวเนลในกระดาษ เอ4 แล้วครูนำส่งให้ร้านจัดทำไวเนลตามที่นักเรียนออกแบบ นำมาเดินรณรงค์ นำมาประชาสัมพันธ์ให้ความรู้กิจกรรมอื่นๆ ที่ปฏิบัติหน้าจะคล้ายๆ กัน
4. สำหรับกิจกรรมอื่นๆ ดำเนินงาน ในคาบ ชุมนุมพยาบาลน้อย ักพูดรุ่นเยาว์ อย.น้อย/เสียงตามสาย กิจกรรมหน้าเสาธง/จดหมายข่าว/การเผยแพร่ผ่านครูที่ปรึกษาผ่านนักเรียนถึงผู้ปกครอง ซึ่งเป็นงานที่ปฏิบัติเป็นประจำ



ใบงานที่ ๑

การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพและสื่อโฆษณาที่เข้าข่ายนำสงสัย/ไม่ถูกต้อง

สถานที่เฝ้าระวัง โรงเรียนเทศบาลวัดอู่ตะเภา

(✓) ตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพในโรงเรียน และบริเวณรอบโรงเรียน 1 สังกภาพพร้อมผลิตภัณฑ์ที่ตรวจ

() อาหาร ไม่ถูกต้อง.....รายการ

() ยา ไม่ถูกต้อง.....รายการ

(✓) เครื่องสำอาง ไม่ถูกต้อง 1 รายการ

() อื่นๆ

() ตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพในครอบครัว.....สังภาพ พร้อมผลิตภัณฑ์ที่ตรวจ

() อาหาร ไม่ถูกต้อง.....รายการ

() ยา ไม่ถูกต้อง.....รายการ

() เครื่องสำอาง ไม่ถูกต้อง.....รายการ

() อื่นๆ

(✓) ตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพในชุมชน.....สังภาพ พร้อมผลิตภัณฑ์ที่ตรวจ

() อาหาร ไม่ถูกต้อง.....รายการ

() ยา ไม่ถูกต้อง.....รายการ

() เครื่องสำอาง ไม่ถูกต้อง.....รายการ

(✓) อื่นๆ ครีมหนวอกตัว ไม่ถูกต้อง 1 รายการ

() เฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพใน สื่อวิทยุ.....แนบรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ไม่ถูกต้อง

จำนวนสถานีวิทยุที่เฝ้าระวัง คลื่น พบโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้าข่ายไม่ถูกต้อง.....คลื่น

() เฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพใน สื่อโทรทัศน์.....แนบรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ไม่ถูกต้อง

จำนวนช่องโทรทัศน์ที่เฝ้าระวัง ช่อง พบโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้าข่ายไม่ถูกต้อง.....ช่อง

() เฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพใน สื่ออินเทอร์เน็ต.....แนบรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ไม่ถูกต้อง

() Facebook จำนวนFacebook..... รายการ พบโฆษณาไม่ถูกต้อง รายการ

() Line จำนวน Line..... รายการ พบโฆษณาไม่ถูกต้อง รายการ

() IG จำนวน IG..... รายการ พบโฆษณาไม่ถูกต้อง รายการ

() YouTube จำนวนYouTube..... รายการ พบโฆษณาไม่ถูกต้องรายการ

() เว็บไซต์ จำนวนเว็บไซต์..... รายการ พบโฆษณาไม่ถูกต้องรายการ

() เฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพใน สื่ออื่นๆ

ชื่อ ค้ำจักษ์ นามสกุล คุณ ชั้น ม.๔/๑ เลขที่ ๑๗

๑. ให้นักเรียนอธิบายหลักการพิจารณาเพื่อการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพจากภาพที่กำหนดให้
หาภาพการโฆษณาขายสินค้ามาติดในกรอบที่กำหนดให้

สื่อโฆษณานี้เป็นสื่อทางบกหรือทางลป
เพราะเหตุใด
จวบปาก เพราะผู้แทนผู้ร่วมขอส่วนให้
ดูภาพ ชนิด และ เป็นสินค้าใหม่ ที่ใหญ่ ที่เรารู้จัก
ซึ่งเป็น สารสกัดจาก ฮอวานธิต

สื่อโฆษณานี้ เชื่อถือได้หรือไม่เพราะเหตุใด
ไม่ได้ เพราะ ผู้กรโฆษณาน่าไว้วางใจ
สินค้าใหม่ เกษตรกรที่นำเอา สินค้า

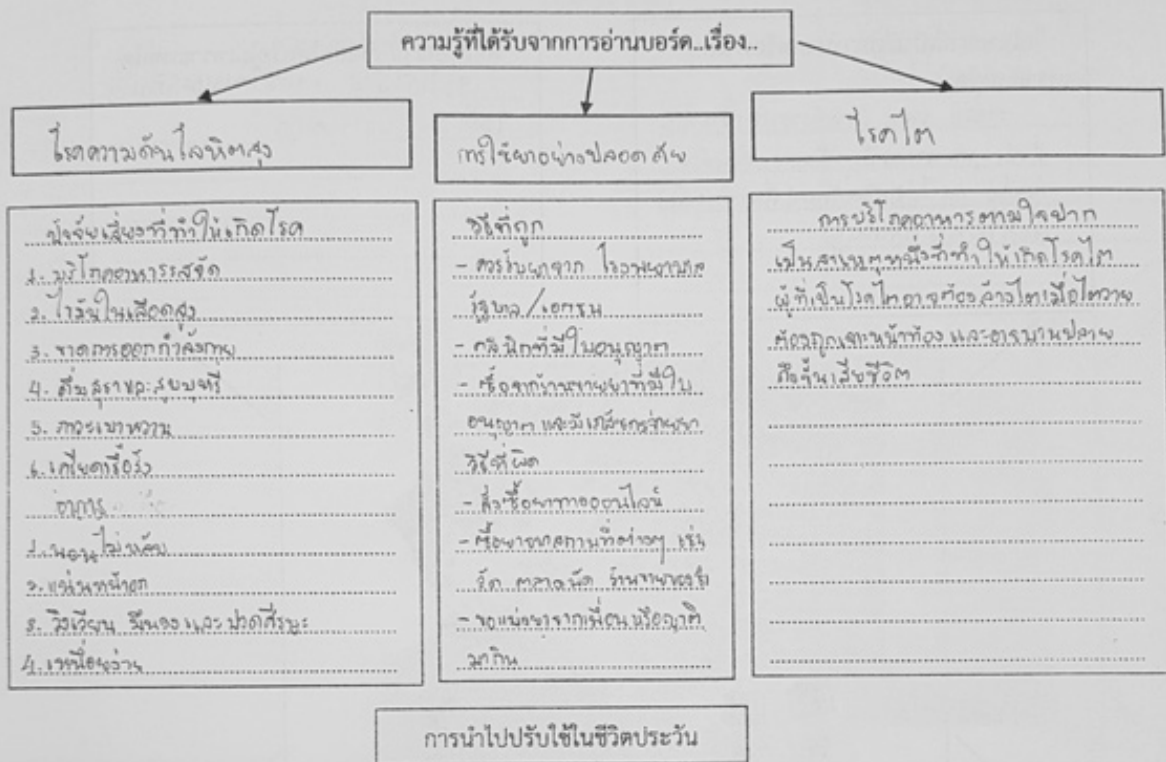


นักเรียนจะเลือกบริโภคสินค้านี้หรือไม่
เพราะเหตุใด
ไม่ เพราะจากวันที่โฆษณานี้เกิด แล้ว
และ อยุ่จัด ไม่รู้กันเท่าที่ ซึ่ง อาจ ระวัง ไม่ให้เสียได้

นักเรียนมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสื่อโฆษณานี้
- สินค้าใหม่ อยุ่
- สินค้าใหม่ ระวัง ระวัง เป็นสินค้านี้
- สินค้าที่โฆษณาน่าสนใจ

ชื่อ น.ส. กัญจนา นามสกุล พันธุ์ ม.๔ / เลขที่ ๒๒

๒. ให้นักเรียนไปศึกษาความรู้ เรื่องการใช้ยา จากบอร์ดบริเวณลานสันผักหวานและสรุปความรู้ที่นักเรียนได้รับ และการจะนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน



1. งดสูดดมสารพิษ
2. งดสูดดมสารพิษ
3. งดสูดดมสารพิษ
4. งดสูดดมสารพิษ

ป้ายไว้นิสัยที่นักเรียนอยากปรับใช้ เขียนไว้ว่าอย่างไร

งดสูดดมสารพิษ งดสูดดมสารพิษ งดสูดดมสารพิษ งดสูดดมสารพิษ งดสูดดมสารพิษ

โรงเรียนบ้านปาง อำเภอกหางดง จังหวัดเชียงใหม่

เกมบันไดงู ออกแบบแผ่นเกม ใบคำถาม และจัดพิมพ์เป็นขนาดใหญ่เพื่อเดินเล่นบนแผ่นเกมได้ จะเพิ่มความสนุกกับการเล่นของนักเรียน หรือจัดทำเป็นบอร์ดเกมแบบนั่งเล่นแล้วใช้ตัวเดิน ทอยลูกเต๋าก็ได้ โดยใบคำถาม คำสั่งสามารถเปลี่ยนได้ตามระดับชั้นเรียนสามารถออกแบบคำถามที่เกี่ยวข้องต่างๆ เช่น ยกตัวอย่าง คำโฆษณาที่โอ้อวด ความรู้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ การอ่านฉลากบริโภค ฯลฯ



๕๒ บอลปริศนาคำโฆษณาชวนเชื่อของผลิตภัณฑ์สุขภาพ
แนวข้อสอบ
 - วาดภาพบรรยายพฤติกรรมสุขภาพวัย 3-5 ปี
 - อ่านบัตร 10 บัตร ระบาย 7 สี
 - ใช้สื่อภาพโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพของผลิตภัณฑ์

๕๓ สานฝันนิรันดร์ ที่ถักถักทอไปเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่อร่อยจากความรัก
สมมติ
 - วิเคราะห์ ออกแบบ นิยามได้ ๒๐๐๐๐๐๐

๕๔ บอลปริศนาคำของการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ
แนวข้อสอบ
 - ไม่กดซื้อสินค้าโฆษณาในสื่อสังคม
 - ไม่กดไปซื้อสินค้ากับคนที่ไม่ได้ตรวจสอบเจตนาให้ดี
 - ไม่กดโฆษณาที่ไว้วางใจ

๕๕ ร้อง เล่น เต้น ระบำ
 ตัวเลขสองที่หน้าห้าถึง
 หัวใจความเกี่ยวกับ "ความสุข"

โรงเรียนบ้านริมใต้ อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

สามารถนำมาบูรณาการในกลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยีตามหลักสูตรแกนกลาง การศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยใช้แนวทางจิตตาวุจัดกิจกรรมต่างๆ 4 กิจกรรม เนื่องจากเป็นโรงเรียนระดับ ประถมศึกษา การส่งต่อข้อมูลอาจจะยังไม่เหมาะสม เป็นการสร้างความตระหนักเบื้องต้น แยกแยะ ข้อมูลโฆษณาไอ้อวดหลอกกลาง



กิจกรรมเสริม อื่นๆ เช่น การประกวดในโรงเรียน สร้างจินตนาการ สนุกกับการเรียนรู้ ในการผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆ ด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหาร ยา เครื่องสำอาง การรู้เท่าทันสื่อ โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ เป็นต้น หรือแสดงละครในงานกิจกรรมในโรงเรียน เช่น วันสุนทรภู่ งานกีฬา ออกค่ายลูกเสือ

- การประกวดคลิปวิดีโอ
- การประกวดทำสปอต
- การประกวดเพลง
- การประกวดสื่อการสอน power point
- การประกวดวาดรูป
- การประกวดคำขวัญ หรือบทความ

ตัวอย่าง สปอต / คลิปวิดีโอ ดูได้ที่ Facebook และ YouTube จีวตาไว



Facebook จีวตาไว



YouTube จีวตาไว

การประเมินผล

ในการประเมินผลการดำเนินงานสามารถออกแบบได้หลากหลายแนวทาง โดยประเมินตามกลุ่มนักเรียน เช่น กลุ่มนักเรียนชมรม อย.น้อย ที่ดำเนินการตามโครงการโดยตรง และอีกกลุ่มคือผู้รับสาร (นักเรียนทั่วไป) หากออกแบบกิจกรรมเป็นการบูรณาการในการเรียนการสอนในชั้นปีต่างๆ เช่นนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 5 สามารถประเมินในกลุ่มนักเรียนทั้งชั้นเรียน “นักเรียนมีทักษะรู้เท่าทันสื่อจริงหรือไม่” โดยนำ Media literacy มาประเมิน 5 องค์ประกอบ มาวิเคราะห์กลุ่มนักเรียนว่าสามารถดำเนินการได้หรือไม่ ได้แก่

- 1. ทักษะการเข้าถึง :** นักเรียนสามารถเข้าถึงข้อมูล ค้นหาความรู้ได้จากสื่อแหล่งใดบ้าง มีข้อมูลอะไรบ้างมีแหล่งข้อมูลใดน่าเชื่อถือแหล่งใดโอ้อวดหลอกลวง เช่น กรณีศึกษา ยาลดความอ้วน นักเรียนสามารถสืบค้นได้จากแหล่งใด
- 2. ทักษะการวิเคราะห์ :** นักเรียนสามารถแยกแยะข้อเท็จจริง ข้อเสนอกเกินจริง ความคิดเห็น ข้อดี ข้อเสีย และการโน้มน้าวใจจากการ นำเสนอของสื่อ รวมถึงสามารถทบทวนผลดี ผลเสีย และผลกระทบที่มีต่อตนเองและผู้อื่นอย่างไร ยกตัวอย่าง กรณี ครีมลดสิวลดฝ้า ทาหายภายใน 7 วัน นักเรียนสามารถวิเคราะห์ข้อมูล ความน่าเชื่อถือ ประเด็นสาเหตุ กลุ่มเป้าหมายของโฆษณาชิ้นนี้ อย่างไร
- 3. ทักษะการประเมินสื่อ :** การหาตัวอย่างโฆษณาหลากหลายรูปแบบทั้งโฆษณาเกินจริง โฆษณาแบบให้ข้อมูลวิชาการ หรือข้อมูลจากรายการ “ข่าวร้อนแซ่” เพื่อประเมินความสามารถของนักเรียนเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมที่นักเรียนแสดงออกถึงการตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อ เลือกรับหรือปฏิเสธข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ นั้นอย่างไร
- 4. ทักษะการสร้างสรรค์ :** การผลิตสื่อต่างๆที่เป็นการรณรงค์ ให้ความรู้ สร้างความตระหนัก เกี่ยวกับโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ แก่ เพื่อน ครอบครัว ชุมชน อย่างไร แบ่งกลุ่มนักเรียนช่วยกันออกแบบเป็นผู้ผลิตสื่อที่ผ่านการวางแผน เขียนบท และค้นคว้า ข้อมูลเนื้อหาเพื่อนำมาประกอบตามเทคโนโลยีของสื่อหรือรูปแบบของสื่อ เช่นบอร์ดความรู้ แผ่นพับ เสียงตามสาย สปอต คลิปวิดีโอ แต่ละประเภทได้อย่าง เหมาะสม และการเผยแพร่สื่อแต่ละประเภทเหมาะสมกับผู้รับสื่อกลุ่มใด รวมถึงการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะความคิดของตนอย่างสร้างสรรค์
- 5. ทักษะการมีส่วนร่วม :** เปิดให้นักเรียนทุกกลุ่มได้แสดงความคิดเห็น วิพากษ์ ผลงานของผู้อื่นที่ผลิตกล้าแสดงความคิดเห็นและยอมรับความคิดเห็นผู้อื่น เพื่อปรับปรุงแก้ไขสื่อที่ผลิตออกมาสามารถนำความรู้เผยแพร่ในวงกว้างได้ รวมถึงกิจกรรม ฐิติทิพย์บริโภค และการไม่นั่งนอนเฉยเมื่อพบการกระทำผิดเช่นพบโฆษณาที่โอ้อวดหลอกลวง อาจจะให้ผู้อื่นหลงเชื่อเกิดอันตรายได้ เมื่อรู้ช่องทางกรร้องเรียน เช่นแจ้งเบาะแส 1556 หรือทำงานร่วมกับเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในการส่งต่อข้อมูลเพื่อดำเนินการแก้ไข ระงับสื่อ ป้องกันผู้อื่นไม่หลงเชื่อได้

เนื้อหาสาระความรู้

1. ความรู้ด้านการโฆษณา
2. ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพและการสืบค้นข้อมูล
3. ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อภาพ
4. ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อเสียง
5. การส่งต่อข้อมูล ตัวอย่าง Application ทีวี

ความรู้ด้านการโฆษณา

กระบวนการสื่อสาร การโฆษณาและการโฆษณาชวนเชื่อ

กระบวนการสื่อสารจะเกิดจากผู้ส่ง (Sender) เป็นผู้เริ่มส่งข้อมูล ข่าวสาร (Message) ไปยังผู้รับ (Receiver) ที่อาจเป็นคนเดียว กลุ่มคนหรือคนจำนวนมากก็จะเข้าลักษณะการสื่อสารมวลชน ทั้งนี้ข้อมูลที่ส่งจะเป็นข้อเท็จจริง ความรู้สึกและทัศนคติของผู้ส่งสาร จากนั้นผู้รับจะส่งข้อมูลกลับไปยังผู้ส่ง กระบวนการรับ-ส่งสารจะดำเนินไปจนกว่าจะเข้าใจข่าวสารอย่างเต็มที่หรือพอใจ

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารของผู้ส่งสาร เพื่อแจ้งให้ทราบ เพื่อให้การศึกษา เพื่อชักจูง เพื่อสร้างความพอใจ หรือให้ความบันเทิง

วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร เพื่อทราบ เพื่อเรียนรู้ เพื่อตัดสินใจ เพื่อความสนุกสนาน

ประเภทของการสื่อสาร

- สื่อสารทางเดียว เป็นการส่งข้อมูลทางเดียวหรือทิศทางเดียว เช่นการกระจายเสียงของสถานีวิทยุ
- สื่อสารสองทางครึ่งอัตรา ข้อมูลสามารถส่งได้ทั้งสองสถานีแต่ต้องผลัดกันส่งผลัดกันรับ เช่นวิทยุสื่อสารของตำรวจ
- สื่อสารสองทางเต็มอัตรา ทั้งสองสถานีสามารถรับ-ส่งได้ในเวลาเดียวกัน เช่นการสนทนาทางโทรศัพท์

การโฆษณา (Advertising)

ส่วนใหญ่จะหมายถึงการโฆษณาสินค้าและบริการ เป็นการใช้ประโยชน์จากสื่อต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันมีอยู่หลายช่องทางโดยเฉพาะสื่อใหม่ (New Media) ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและบริการต่อสาธารณชน ซึ่งต้องมีกลยุทธ์ในการจูงใจผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้มีพฤติกรรมเห็นคล้ายตาม อาจใช้ร่วมกับกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การลดแลกแจกแถม เป็นต้น การโฆษณาสินค้าและบริการผู้ประกอบการจะต้องใช้สื่อต่างๆให้เข้าถึงผู้บริโภค เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้น นำเสนอภาพลักษณ์ที่น่าสนใจ การนำเสนอชื่อและคุณประโยชน์ ตลอดจนการนำบุคคลที่ได้รับความนิยมมาเป็นแบบโฆษณา การใช้ข้อความ หรือคำพูดเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดการจดจำ เพื่อให้สินค้าและบริการเป็นตัวเลือกแรกในความคิดของผู้บริโภค แต่การโฆษณาผู้ประกอบการจะมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อโฆษณาต่างๆ ให้เหมาะสมกับต้นทุนการผลิตโดยรวมของสินค้าและบริการนั้น

การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)

การโฆษณาชวนเชื่อเป็นเครื่องมืออันสำคัญยิ่งของการปฏิบัติการจิตวิทยา เกิดขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ.1622 โดยผู้นำศาสนาโรมันคาทอลิก เป็นการมาประชุมกันเพื่อประกาศเผยแพร่พระศาสนา ดังนั้นการโฆษณาชวนเชื่อจึงเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น ความเชื่อ ลัทธินิยม จิตวิญญาณ แม้ในสงครามทางการทหารก็นำมาใช้ตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 1 เพื่อปลุกกระดมหรือข่มขวัญข้าศึก การโฆษณาชวนเชื่อจึงกลายเป็นความหมายในทางไม่ดี ในทางการการเมืองก็เช่นกันมักใช้การโฆษณาชวนเชื่อเพื่อสร้างกระแสทางการเมือง ให้ผู้รับสารเห็นคล้ายและปฏิบัติตามหรืออาจเรียกว่าการปลุกกระดม ส่วนใหญ่จะมีความหมายในเชิงลบ

การโฆษณาให้หลงเชื่อ

วิธีการนี้ผู้ประกอบการมักนำมาใช้ในการโฆษณาสินค้าและบริการ เพื่อหวังผลกำไรจากยอดขาย ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอโอ้อวดเกินจริง ทั้งสรรพคุณ คุณประโยชน์ การรับรองมาตรฐานสินค้าจากหน่วยงานรัฐ และการกระหน่ำลดราคาอย่างเหลือเชื่อ เพื่อให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ และตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้น ซึ่งในปัจจุบันมีเผยแพร่ตามสื่อต่างๆเป็นจำนวนมากมีทั้งดีและไม่ดี ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องรู้เท่าทันสื่อและใช้วิจารณญาณ อย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจซื้อ

.....

ขอขอบคุณ ข้อมูลจาก
คุณอภิชัย มัทวพันธุ์

ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ข้อมูลความรู้ด้านการเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ และ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ



คู่มือการตรวจสอบเฝ้าระวัง
โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ



ความรู้เรื่องอาหาร



ความรู้เรื่องเครื่องสำอาง



ความรู้เรื่องยา



การสืบค้นข้อมูล



ขอขอบคุณ ข้อมูลจาก

ภญ.พรรณนภา ศรีสวัสดิ์
ภญ.เบญจมาศ บุคดาวงศ์
ภก.พิสณฑ์ ศรีบัณฑิต

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดศรีสะเกษ
โรงพยาบาลโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อภาพ

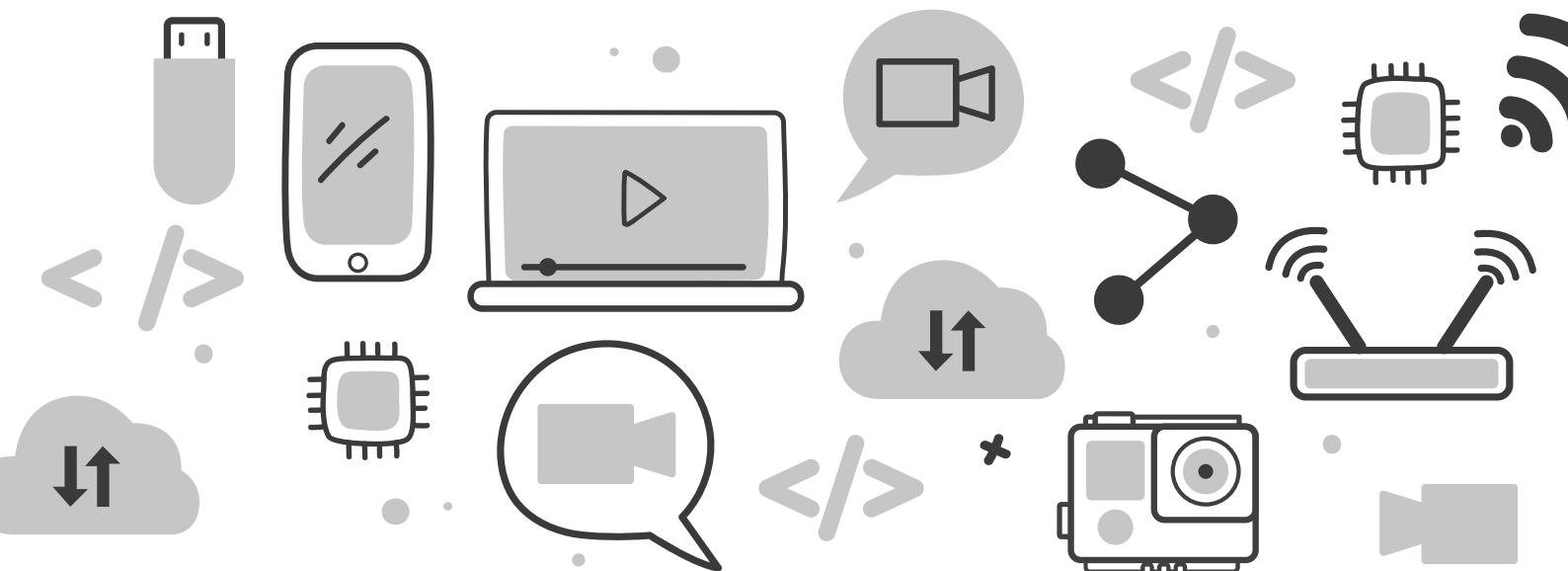


สื่อสิ่งพิมพ์

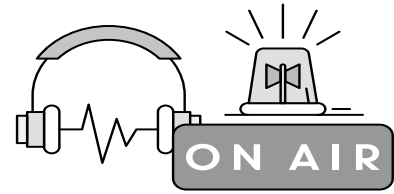
สามารถผลิตสื่อใหม่หรือนำสื่อเดิมมาจัดตกแต่งในบอร์ดความรู้ เป็นสื่อที่สามารถทำได้ทุกโรงเรียน การผลิตสื่อใหม่ จะเป็นการทำให้นักเรียนมีความคิดสร้างสรรค์และ จดจำได้มากกว่าสื่อที่ผลิตสำเร็จมาแล้ว เช่น ให้นักเรียน ออกแบบแผ่นพับ, การนำปฏิทินเก่ามาใช้ใหม่โดยการนำความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพมาปะ ตกแต่ง การทำไว้นิล วรรณรงค์ หรือเกมบันไดงู เป็นต้น

สื่อคลิปวิดีโอ

ปัจจุบันสามารถทำได้ง่ายโดยใช้มือถือในการถ่ายทำแทนอุปกรณ์กล้อง รวมถึงตกแต่งภาพ ข้อความบนมือถือ ได้ เช่นโปรแกรม Vivavidio, Open camera, Cinema FV-5 Lite เป็นต้น ซึ่งนักเรียนสามารถเรียนรู้และ สนุกกับการจัดทำ โดยคลิปวิดีโอ เป็นกระบวนการหนึ่งที่ทำให้นักเรียนกล้าแสดงออก มีการเตรียมบทละคร การถ่ายทำ จัดมุมกล้อง โดยจัดทำไม่เกิน 3 นาที และการนำสื่อที่ผลิตมาวิเคราะห์และเผยแพร่ก็สามารถเป็นสื่อการเรียนรู้ได้ ทั้งนี้ โรงเรียนสามารถเชิญวิทยากร ผู้ผลิตสื่อ หรือ อาจารย์มหาวิทยาลัยที่มีการเรียนการสอน ด้านการผลิตสื่อต่างๆ มาสอนขั้นตอนการผลิตสื่อและการแสดงเบื้องต้นก็ได้ กิจกรรมนี้เหมาะสมกับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาจะมีความเข้าใจ ได้เร็วกว่าระดับประถมศึกษาหรือการถ่ายทำเป็นครูผู้จัดทำให้ และนักเรียนเป็นผู้แสดงตามบทละคร ก็จะเกิดความสนุก ในการเรียนเช่นเดียวกัน ส่วนการถ่ายภาพและวิดีโอที่มือถือทำแล้ว ยังมีโปรแกรมในคอมพิวเตอร์มีทั้งแบบฟรีและ เสียเงิน ซึ่งโรงเรียนที่มีคอมพิวเตอร์ ครูที่สอนด้านนี้สามารถร่วมกิจกรรมได้เช่นเดียวกัน



ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อเสียง



สื่อเสียง

เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้ในวงกว้าง นักเรียนสามารถจัดรายการเสียงตามสายของโรงเรียน ออกรายการวิทยุ การพูดหน้าเสาธง พิธีสอนน้องในห้อง เป็นต้น ซึ่งนักเรียนจะได้ฝึกการออกเสียง การพูด ได้ค้นคว้าข้อมูลความรู้ต่างๆ จัดทำเป็นบทความที่ง่ายและฟังเข้าใจได้ การพูดซ้ำๆ เป็นการย้ำเตือนและเกิดการเรียนรู้ได้ นอกจากนี้กิจกรรมการผลิตสื่อสปรอดเป็นการเรียนรู้ที่สร้างความสนุกด้วยการใช้ภาษาที่กระชับ สอดแทรกความรู้ ในกับการจัดทำสปรอด จะทำให้กิจกรรมรู้เท่าทันสื่อไม่น่าเบื่อมีความน่าสนใจ และยังสามารถนำมาเผยแพร่เสียงตามสายได้จริง

หลักกว้าง ๆ ในการเตรียมตัวผู้พูดต่อหน้าประชุมชน มีดังนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายของการพูด ให้ชัดเจนทั้งจุดมุ่งหมายทั่วไปและจุดมุ่งหมายเฉพาะเรื่อง
2. วิเคราะห์ผู้ฟัง ควรวิเคราะห์ผู้ฟังในด้าน จำนวน เพศ วัย สถานภาพทางสังคมอาชีพ ความรู้ ความสนใจ ตลอดจนทัศนคติที่ผู้ฟังมีต่อเรื่องที่จะพูดหรือตัวผู้พูด
3. การกำหนดขอบเขตของเรื่องที่จะพูด ส่วนประกอบของเรื่องที่จะพูดคือ การกล่าวนำเนื้อเรื่องการสรุปแต่ละส่วนให้เหมาะสมแก่เวลา
4. การรวบรวมเนื้อหาที่จะพูด อาจทำได้จากการอ่าน การสัมภาษณ์ ควรจดบันทึกข้อความที่รวบรวมลงในบัตรบันทึกให้เป็นระเบียบ ควรรู้จักเลือกใช้สื่อทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ ประกอบการพูดด้วย
5. การทำเค้าโครงเรื่องลำดับเรื่องที่จะพูด จัดเป็นประเด็นที่สำคัญให้ชัดเจนเพื่อการพูดได้เป็นไปตามลำดับเนื้อเรื่องไม่สับสน
6. การเตรียมวิธีในภาษา ใช้คำกะทัดรัด เข้าใจง่าย ให้ละเว้นคำหยาบโหล่น
7. การซักซ้อมการพูด ควรซักซ้อมทั้งวันภาษาและอวัจนภาษา อวัจนภาษาทำให้การพูดประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น เช่น ลักษณะท่าทาง การใช้เสียง การใช้สายตา เป็นต้น

การผลิตสปรอดวิทยุกระจายเสียง มีหลักการดังต่อไปนี้

1. หาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ หรือเรื่องที่เราได้รับมอบหมาย อ่านทำความเข้าใจในเรื่องราวเหล่านั้น
2. นำจุดเด่นของสินค้าและบริการ หรือหัวข้อเรื่องสำคัญ เขียนเป็นคำหรือวลีสั้นๆ ให้ได้ครอบคลุมความหมายมากที่สุด
3. นำวลีสั้นๆ เหล่านี้ มาเรียบเรียงเป็นประโยคโดยใช้คำเชื่อม หรือหลักการคำคล้องจองมาช่วยได้ เพื่อให้ภาษาสละสลวย เพราะการผลิตสปรอดวิทยุกระจายเสียง ฟังหนึ่งครั้งต้องติดหูเลยทีเดียว
4. Concept (แนวคิด) เรื่องนี้สำคัญลำดับต้นๆ ของการสร้างสรรค สินค้าและบริการจะโดนใจหรือไม่ขึ้นอยู่กับสคริปที่ใช้ทำสปรอดวิทยุ ตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ลุ่มเสี่ยงต่อการโฆษณา ถ้าเราสามารถคิด Concept เชิงสร้างสรรค์ก็จะทำให้ผู้ฟังพิจารณาได้อย่างถ่วงถี้ เช่น ใช้ Concept กีฬา ตัวสินค้าได้โปรโมทแบรนด์ “สแตนเชียร์พร้อม 3, 4 สดชื่น (ชื่อสินค้า) สดใส (ชื่อสินค้า) ใส่ใจคุณ (ชื่อสินค้า) สดชื่น สดใส ใส่ใจตัวคุณเองวันนี้ด้วย (ชื่อสินค้า)” เป็นต้น

5. เสียงประกอบ (Sound) เป็นตัวช่วยสำคัญที่จะเสริมให้สปอตวิทยุสมบูรณ์ที่สุด การเลือกเสียงประกอบเป็นศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อทางเสียง ดังนั้น การผลิตสปอตแต่ละครั้งจะฟังหรือจะฟัง ต้องเลือกเสียงประกอบให้เหมาะสม
6. เสียงผู้อัดสปอตก็ต้องเลือกให้เหมาะสมกับสินค้าและบริการนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นเสียงหญิง เสียงชาย เสียงที่ทำให้เศร้า เสียงที่ทำให้ตื่นเต้นเร้าใจ เสียงที่ทำให้ฮึกเหิม เสียงที่สร้างพลังบวก เสียงที่ผ่อนคลาย ฯลฯ ต่างๆ เหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อสปอตวิทยุ
7. ขั้นตอนการผสมผสานระหว่างเสียงคนกับเสียงดนตรี ข้อนี้สำคัญไม่แพ้ข้ออื่น เพราะนั่นหมายถึงความพอดีของคุณภาพเสียงในการออกอากาศ ต้องให้ผู้เชี่ยวชาญที่แนะนำ นั่นก็คือ ทีมเทคนิคที่มีทักษะการฟังเป็นเยี่ยม สามารถแยกแยะความหนักเบาของสปอตวิทยุได้ดี ถ้าเราจะต้องผลิตสปอตวิทยุเอง ทักษะและการฝึกฝนจะทำให้เราสามารถเป็นมืออาชีพได้ในอนาคต

นี่เป็นเพียงหลักการอย่างง่ายเท่านั้น ผู้อ่านทุกท่านสามารถศึกษาข้อมูลจากหลากหลายแหล่งสื่อ เพื่อนำมาประกอบการผลิตสปอตวิทยุ สิ่งสำคัญที่ฟังตระหนักก็คือ การรับผิดชอบต่อสังคม เพราะผู้ฟังคือคนที่เรารัก และคนที่รักเรา

แนะนำ การจัดทำสปอต ไม่ควรเกิน 60 วินาที ส่วนสื่อบท ความรู้ ไม่เกิน 120 วินาที

.....

ขอขอบคุณข้อมูลจาก
 นางสาวปวิษฐา มุลทานิช นักจัดรายการวิทยุ
 Love OK Click 96.75



รายละเอียดอื่นๆเพิ่มเติมเทคนิคการผลิตและการผลิตสื่อเสียง

การส่งต่อข้อมูล Application TaWai for health



ขั้นตอนแนวทางส่งข้อมูลเพื่อจัดการปัญหาหากพบผลิตภัณฑ์ต้องสงสัยอันตรายหรือโฆษณาเกินจริง ผ่าน Application TaWai for Health แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

- ขั้นตอนการค้นหาค้นหาปัญหา :** นักเรียนสามารถเป็นเครือข่ายค้นหาปัญหา โดยผ่านการอบรมความรู้เกี่ยวกับ การตรวจสอบฉลาก การตรวจสอบสารปนเปื้อน การสืบค้นข้อมูลการขออนุญาต เลขสารบบ (อย.) ผลิตภัณฑ์อาหาร เลขทะเบียนยา เลขที่ใบรับแจ้งผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง หรือส่งใบงานให้ครูส่งข้อมูล
- ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล** โดย Admin อำเภอหรือจังหวัด โดยดูรายละเอียดข้อมูลที่มาและพื้นที่ พร้อมตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูล 3 ประเด็นหลัก ได้แก่
 - 1) ความถูกต้อง/ความน่าเชื่อถือของข้อมูล
 - 2) ความสมบูรณ์ของข้อมูลและ
 - 3) ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นซึ่งพิจารณาจากการกระจาย/การระบาดและความรุนแรงที่กระทบต่อสุขภาพเพื่อกำหนดความเร่งด่วนในการจัดการปัญหา ทั้งนี้หากข้อมูลไม่ถูกต้องไม่น่าเชื่อถือจะไม่นำข้อมูลเข้าสู่ระบบ พร้อมทั้งแจ้งเหตุผลให้ผู้รายงานทราบทุกครั้ง แต่หากข้อมูลไม่ครบถ้วนประสานผู้รายงานเพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติมกับผู้แจ้งข้อมูล
- ขั้นตอนการจัดการปัญหา** แบ่งออกเป็น
 - 1) สามารถจัดการปัญหาได้โดยพื้นที่ วิธีการตามบริบทของพื้นที่นั้นๆ
 - 2) ไม่สามารถจัดการปัญหาได้โดยพื้นที่ต้องส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่นสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์หากต้องการส่งตัวอย่างเพื่อตรวจวิเคราะห์เพิ่มเติม ทั้งนี้ผลลัพธ์ในการจัดการปัญหาต้องสรุปเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ในฐานข้อมูลระบบ Tawai for Health โดย Admin อำเภอ
- ขั้นตอนการสื่อสารปัญหาและแนวทางป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับประชาชน** โดยต้องพิจารณาว่าจะสื่อสารปัญหาเฉพาะในพื้นที่ หรือนอกพื้นที่ ทั้งนี้กระบวนการสื่อสารข้อมูลสิ่งสำคัญต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ให้ชัดเจนว่าต้องการสื่อสารกับกลุ่มใด เพื่อจะได้ผลิตสื่อที่เหมาะสมตรงกับกลุ่มเป้าหมายและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดมากที่สุด



ขอขอบคุณข้อมูลจาก ญญ.รุ่งนภา กงวงษ์ โรงพยาบาลวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

ตัวอย่างใบงาน

ตัวอย่างใบงานที่ 1

กรณีการโฆษณา

ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ได้รับการประสานจาก อสม.ว่ามีกลุ่มรถเร่มาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชน มีหลายผลิตภัณฑ์ พร้อมกับมีคู่มือแนะนำสินค้าต่างๆ พอลงไปดูพื้นที่พบว่ามีการเกณฑ์ชาวบ้านมาฟังที่ศาลาประชาคมหมู่บ้าน พบกำลังบรรยายสรรพคุณอาหารเสริมนั้นพอดี คนขายผลิตภัณฑ์บอกว่า เขาขายมาตลอด ขายมาหลายพื้นที่แล้ว ทำได้ไม่มีใครว่า อยากทราบว่าทำไมถึงขายที่นี่ไม่ได้ ภาพอาหารเสริมในโบรชัวร์



วิเคราะห์ปัญหาร่วมกัน

1. กลุ่มท่านเคยเจอกรณีคล้ายกันนี้หรือไม่ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในกลุ่ม ยกกรณีตัวอย่าง

.....

.....

.....

2. ปัญหาในเหตุการณ์นี้ที่เกี่ยวกับงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านยา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ

คือ.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ไขปัญหาและจะสื่อสาร

ให้.....

.....

.....

ตัวอย่างใบงานที่ 2

กรณีเครื่องสำอาง

กลุ่มเด็กวัยรุ่น ใช้เครื่องสำอางแล้วมีอาการหน้าเป็นผื่นเป็นขึ้น จึงได้พากันมาตรวจที่ โรงพยาบาล โดยที่นำตัวอย่างเครื่องสำอางที่ใช้มาด้วย ให้ข้อมูลว่าซื้อจากตลาดนัด เป็นครีมที่ขายดีมาก และมีเพื่อนกำลังจะเป็นตัวแทนมาขายในโรงเรียนอีกด้วย โดยมีตัวอย่างเครื่องสำอาง



ขอให้ค้นข้อมูลเพิ่มเติมเมจิกสกิน 257 รายการ ที่ อย. เพิกถอน

วิเคราะห์ปัญหาร่วมกัน

1. กลุ่มท่านเคยเจอกรณีคล้ายกันนี้หรือไม่ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในกลุ่ม ยกกรณีตัวอย่าง

.....

.....

.....

2. ปัญหาในเหตุการณ์นี้ที่เกี่ยวกับงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านยา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ คือ.....

.....

.....

3. แนวทางแก้ไขปัญหาและจะสื่อสารให้.....

.....

.....

ตัวอย่างใบงานที่ 3



การเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์สุขภาพและสื่อโฆษณาที่เข้าข่ายน่าสงสัย/ไม่ถูกต้อง

สถานที่เฝ้าระวัง.....

- () ตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพในโรงเรียน และบริเวณรอบโรงเรียน (แนบเอกสาร/ข้อมูล/ซีดี)
 - () อาหาร ไม่ถูกต้อง.....รายการ
 - () ยา ไม่ถูกต้อง.....รายการ
 - () เครื่องสำอาง ไม่ถูกต้อง.....รายการ
 - () อื่นๆ
- () ตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพในครอบครัว(แนบเอกสาร/ข้อมูล/ซีดี)
 - () อาหาร ไม่ถูกต้อง.....รายการ
 - () ยา ไม่ถูกต้อง.....รายการ
 - () เครื่องสำอาง ไม่ถูกต้อง.....รายการ
 - () อื่นๆ
- () ตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุขภาพในชุมชน(แนบเอกสาร/ข้อมูล/ซีดี)
 - () อาหาร ไม่ถูกต้อง.....รายการ
 - () ยา ไม่ถูกต้อง.....รายการ
 - () เครื่องสำอาง ไม่ถูกต้อง.....รายการ
 - () อื่นๆ
- () เฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในสื่อวิทยุ
จำนวนสถานีวิทยุที่เฝ้าระวัง.....คลื่น พบโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้าข่ายไม่ถูกต้อง.....คลื่น
- () เฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในสื่อโทรทัศน์
จำนวนช่องโทรทัศน์ที่เฝ้าระวัง.....ช่อง พบโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้าข่ายไม่ถูกต้อง.....ช่อง
- () เฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในสื่ออินเทอร์เน็ต
 - () Facebook จำนวน Facebook.....รายการ พบโฆษณาไม่ถูกต้อง รายการ
 - () Line จำนวน Line.....รายการ พบโฆษณาไม่ถูกต้อง รายการ
 - () IG จำนวน IG.....รายการ พบโฆษณาไม่ถูกต้อง รายการ
 - () YouTube จำนวนYouTube.....รายการ พบโฆษณาไม่ถูกต้อง รายการ
 - () เว็บไซต์ จำนวนเว็บไซต์.....รายการ พบโฆษณาไม่ถูกต้อง รายการ
- () เฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในสื่ออื่นๆ.....

ชื่อ..... นามสกุล..... ม..... เลขที่.....

ตัวอย่างใบงานที่ 4

1. ให้นักเรียนอธิบายหลักการพิจารณาเพื่อการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพจากภาพที่กำหนดให้หาภาพการโฆษณาขายสินค้ามาติดในกรอบที่กำหนดให้

สื่อโฆษณานี้เป็นสื่อทางบวกหรือทางลบ
เพราะเหตุใด

สื่อโฆษณานี้ เชื่อถือได้หรือไม่เพราะเหตุใด

นักเรียนจะเลือกบริโภคสินค้านี้หรือไม่
เพราะเหตุใด

นักเรียนมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ
สื่อโฆษณานี้

ชื่อ..... นามสกุล..... ม..... เลขที่.....

2. ให้นักเรียนไปศึกษาความรู้ เรื่องการใช้ยา จากบอร์ดบริเวณลานสนพักผ่อนและสรุปความรู้ที่นักเรียนได้รับ และการจะนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

ความรู้ที่ได้รับจากการอ่านบอร์ด.....
เรื่อง.....

↓	↓	↓
[]	[]	[]
.....

การนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

.....
.....
.....
.....

ป้ายไว้นิสัยที่ห้องนักเรียนออกแบบไว้

เขียนไว้ว่าอย่างไร.....

.....

ขอขอบคุณ

โรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ เครือข่าย อข.น้อย สร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ รู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ (จิวตาไว) ทั้ง 50 โรงเรียน

ลำดับ	ชื่อโรงเรียน	อำเภอ	จังหวัด
1	โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่	เมือง	เชียงใหม่
2	โรงเรียนสารสาสน์วิเทศเชียงใหม่	เมือง	เชียงใหม่
3	โรงเรียนวัดชะจาว	เมือง	เชียงใหม่
4	โรงเรียนวชิรวิทย์ เชียงใหม่	เมือง	เชียงใหม่
5	โรงเรียนคำเที่ยงอนุสรณ์	เมือง	เชียงใหม่
6	โรงเรียนพุทธธิโสภณ	เมือง	เชียงใหม่
7	โรงเรียนหอพระ	เมือง	เชียงใหม่
8	โรงเรียนเทศบาลวัดท่าสะต๋อย	เมือง	เชียงใหม่
9	โรงเรียนเชียงใหม่คริสเตียน	เมือง	เชียงใหม่
10	โรงเรียนพระหทัย จังหวัดเชียงใหม่	เมือง	เชียงใหม่
11	โรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย	เมือง	เชียงใหม่
12	โรงเรียนเทศบาลวัดเชียงยืน	เมือง	เชียงใหม่
13	โรงเรียนบ้านริมใต้	แม่ริม	เชียงใหม่
14	โรงเรียนนวมินทราชูทิศ พายัพ	แม่ริม	เชียงใหม่
15	โรงเรียนศึกษาสงเคราะห์เชียงใหม่	แม่ริม	เชียงใหม่
16	โรงเรียนสันกำแพงคันธอนุสรณ์	สันกำแพง	เชียงใหม่
17	โรงเรียนบ้านแม่ปูดคา	สันกำแพง	เชียงใหม่
18	โรงเรียนสันทรายหลวง	สันทราย	เชียงใหม่
19	โรงเรียนดอยสะเก็ดวิทยาคม	ดอยสะเก็ด	เชียงใหม่
20	โรงเรียนแม่คือวิทยา	ดอยสะเก็ด	เชียงใหม่
21	โรงเรียนบ้านป่าเส้า	ดอยสะเก็ด	เชียงใหม่
22	โรงเรียนวชิราลัย	สารภี	เชียงใหม่
23	โรงเรียนสิบนทีธรรม	สารภี	เชียงใหม่
24	โรงเรียนวัดท่าตันกวาง	สารภี	เชียงใหม่
25	โรงเรียนสารภีพิทยาคม	สารภี	เชียงใหม่

ลำดับ	ชื่อโรงเรียน	อำเภอ	จังหวัด
26	โรงเรียนจอมทอง	จอมทอง	เชียงใหม่
27	โรงเรียนบ้านห้วยทราย	จอมทอง	เชียงใหม่
28	โรงเรียนอรุโณทัยวิทยาคม	เชียงดาว	เชียงใหม่
29	โรงเรียนศึกษาสงเคราะห์เชียงดาว	เชียงดาว	เชียงใหม่
30	โรงเรียนเจ้าฟ้าอุบลรัตน์	เชียงดาว	เชียงใหม่
31	โรงเรียนบ้านน้อยห้วยรินวิทยา	ดอยเต่า	เชียงใหม่
32	โรงเรียนสันป่าตองวิทยาคม	สันป่าตอง	เชียงใหม่
33	โรงเรียนสันป่าตอง (สุวรรณราษฎร์วิทยาคาร)	สันป่าตอง	เชียงใหม่
34	โรงเรียนบ้านทุ่งเสี้ยว (นวรรัฐ)	สันป่าตอง	เชียงใหม่
35	โรงเรียนสองแคววิทยาคม	ดอยหล่อ	เชียงใหม่
36	โรงเรียนจ้อยเชียงใหม่	ฝาง	เชียงใหม่
37	โรงเรียนฝางชนูปถัมภ์	ฝาง	เชียงใหม่
38	โรงเรียนพร้าววิทยาคม	พร้าว	เชียงใหม่
39	โรงเรียนชุมชนบ้านโป่ง	พร้าว	เชียงใหม่
40	โรงเรียนบ้านแม่เหิยะ	พร้าว	เชียงใหม่
41	โรงเรียนบ้านแจ่งกู๋เรือง	พร้าว	เชียงใหม่
42	โรงเรียนสันป่าตองวิทยาคม	แม่แตง	เชียงใหม่
43	โรงเรียนแม่วินสามัคคี	แม่วาง	เชียงใหม่
44	โรงเรียนบ้านห้วยตอง	แม่วาง	เชียงใหม่
45	โรงเรียนชุมชนบ้านคายน	แม่อาย	เชียงใหม่
46	โรงเรียนสะเมิงพิทยาคม	สะเมิง	เชียงใหม่
47	โรงเรียนบ้านปาง	หางดง	เชียงใหม่
48	โรงเรียนบ้านสันป่าสัก	หางดง	เชียงใหม่
49	โรงเรียนหางดงรัฐราษฎร์อุปถัมภ์	หางดง	เชียงใหม่
50	โรงเรียนฮอดพิทยาคม	ฮอด	เชียงใหม่

ขอขอบคุณ

โรงเรียนที่มีการดำเนินงาน “จิตตาไว” ดีเด่น
ที่เป็นต้นแบบในการดำเนินงานและครูอาจารย์ทุกท่านเพื่อจัดทำคู่มือฉบับนี้

ลำดับ	ชื่อโรงเรียน	อำเภอ	จังหวัด
1	โรงเรียนบ้านริมใต้	ประถมศึกษาปีที่ 6	แม่ริม
2	โรงเรียนวัดชะจาว	ประถมศึกษาปีที่ 6	เมือง
3	โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่	ประถมศึกษาปีที่ 6	เมือง
4	โรงเรียนเทศบาลวัดท่าสะต๋อย	มัธยมศึกษาปีที่ 3	เมือง
5	โรงเรียนบ้านปง	มัธยมศึกษาปีที่ 3	หางดง
6	โรงเรียนบ้านป่าเส้า	มัธยมศึกษาปีที่ 3	ดอยสะเก็ด
7	โรงเรียนเชียงใหม่คริสเตียน	มัธยมศึกษาปีที่ 6	เมือง
8	โรงเรียนนวมินทราชูทิศ พายัพ	มัธยมศึกษาปีที่ 6	แม่ริม
9	โรงเรียนฝางชนูปถัมภ์	มัธยมศึกษาปีที่ 6	ฝาง
10	โรงเรียนพร้าววิทยาคม	มัธยมศึกษาปีที่ 6	พร้าว
11	โรงเรียนวชิรวิทย์ เชียงใหม่	มัธยมศึกษาปีที่ 6	เมือง
12	โรงเรียนสองแคววิทยาคม	มัธยมศึกษาปีที่ 6	ดอยหล่อ
13	โรงเรียนสารภีพิทยาคม	มัธยมศึกษาปีที่ 6	สารภี
14	โรงเรียนหอพระ	มัธยมศึกษาปีที่ 6	เมือง
15	โรงเรียนหางดงรัฐราษฎร์อุปถัมภ์	มัธยมศึกษาปีที่ 6	หางดง
16	โรงเรียนสออดพิทยาคม	มัธยมศึกษาปีที่ 6	สออด

ทีมที่ปรึกษา

- | | | |
|-------------------------------------|--|--|
| 1. นางนฤมล ชันดีกุล | เภสัชกรชำนาญการพิเศษ | สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ |
| 2. นายพิสนธ์ ศรีบัณฑิต | เภสัชกรชำนาญการ | สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ |
| 3. นางสาวรุ่งนภา กวงวงษ์ | เภสัชกรชำนาญการ | โรงพยาบาลวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี |
| 4. นางเบญจมาศ บุคดาวงศ์ | เภสัชกรชำนาญการพิเศษ | โรงพยาบาลโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ |
| 5. นางทิวาพร เขาสุเมรุ | เภสัชกรชำนาญการ | โรงพยาบาลดอยสะเก็ด |
| 6. ผศ.ภญ.ดร.สุนทรี ท.ชัยสัมฤทธิ์โชค | อาจารย์คณะเภสัชศาสตร์ | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 7. ผศ.ดร.ภญ.ฐริดา เวียนทอง | อาจารย์คณะเภสัชศาสตร์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 8. นายมนเอนรมย์ สินธพอาชากุล | เภสัชกรชำนาญการ | สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ |
| 9. นายภาณุโชติ ทองยัง | เภสัชกรชำนาญการพิเศษ | สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรสงคราม |
| 10. นายวัชรระ เจริญเรือง และทีมงาน | คณะสื่อสารมวลชน | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 11. นางสาวนันทฤทัย ทวีฤทธิกุล | ประธานชมรมผู้ประกอบการวิสาหกิจกระจายเสียงเขต 9 | เชียงใหม่ |
| 12. นายอภิชัย มัทวพันธ์ | นักจัดรายการวิทยุ | |

ผู้จัดทำเอกสารข้อมูล

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. ภญ.นันทินี วัฒนวรานันต์ | สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ |
| 2. ภญ.เบญจมาศ บุคดาวงศ์ | โรงพยาบาลโนนคูณ จังหวัดศรีสะเกษ |
| 3. ภญ.รุ่งนภา กวงวงษ์ | โรงพยาบาลวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี |
| 4. นางธนมน พลโลศิลป์ | โรงเรียนทางดงรัฐราษฎร์อุปถัมภ์ อ.ทางดง จ.เชียงใหม่ |
| 5. นางวันวิสา นวพงศ์ไพบูลย์ | โรงเรียนบ้านปาง อ.ทางดง จ.เชียงใหม่ |
| 6. นางอรทิน เมืองมูล | โรงเรียนบ้านริมใต้ อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่ |
| 7. นางสาววิรัชญา มุลทานิช | นักจัดรายการวิทยุ และทีมงาน Love OK Click 96.75 |



กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

10 ถนนสุเทพ ตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ : 053 894742 โทรสาร : 053 894379