

สื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐

โดย

นางยุพา ทวีวัฒนะกิจบวร
รองปลัดกระทรวงวัฒนธรรม

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๒
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๖๒ – ๒๕๖๓

หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง “สื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐” ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยา ของ นางยุพา ทวีวัฒนะกิจบวร เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๒ ประจำปีการศึกษาพุทธศักราช ๒๕๖๒ - ๒๕๖๓

พลโท

(พิสิทธิ์ ปฐมอม)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

บทคัดย่อ

เรื่อง สื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐

ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยา

ผู้วิจัย นางยุพา ทวีวัฒนะกิจบวร หลักสูตร วปอ. รุ่น ๖๒

ในยุค ๔.๐ ซึ่งมีการพัฒนาเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารอย่างรวดเร็ว โดยมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ตที่เข้าถึงประชาชนทั่วไปซึ่งสามารถเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสื่อได้อย่างทั่วถึง ดังนั้น การพัฒนาประเทศให้เหมาะสมกับบริบทที่ผันแปรของโลกได้อย่างยั่งยืนนั้น จะต้องพัฒนาทั้งด้านวัตถุและจิตใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารจัดการสื่อในยุค ๔.๐ ให้ส่งเสริมวัฒนธรรมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑. ศึกษาเกี่ยวกับบริบทของสื่อในยุค ๔.๐ ๒. ศึกษาผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทย และ ๓. จัดทำข้อเสนอแนะซึ่งสามารถนำไปสู่การปฏิบัติในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยได้อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ระยะเวลา ๗ เดือน (ม.ค.-ก.ค. ๖๓) โดยมุ่งเน้นศึกษาผลของสื่อในยุค ๔.๐ ที่มีต่อวัฒนธรรมของไทยเท่านั้น โดยได้การศึกษาปัญหาและความสำคัญของปัญหา การศึกษาเอกสาร/ข้อมูล ที่เกี่ยวข้อง และได้ใช้การสัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อและวัฒนธรรมในสังคมไทย จำนวน ๙ คน จากการวิเคราะห์ผล ผู้วิจัยได้เสนอตัวแบบองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ประกอบด้วย ๑. เนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยได้อย่างเหมาะสมกับช่วงเวลา ๒. รูปแบบและช่องทางของสื่อ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ตในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยซึ่งสอดคล้องกับยุคสมัยของเทคโนโลยีและการแพร่ระบาดของโควิด-19 ๓. กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนทั่วไป และ ๔. เครือข่าย ได้แก่ ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยตัวแบบองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ซึ่งผลจากการวิจัยสรุปได้ว่า สื่อที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ส่งผลดีต่อการพัฒนาวัฒนธรรมไทย สำหรับข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ได้แก่ ๑. ควรพัฒนาองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ในทุกด้านอย่างเหมาะสม ๒. ควรมีการให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปในการรับและส่งสื่อในยุค ๔.๐ ๓. ควรมีระบบกลไกการเฝ้าระวัง และการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือสื่อสาร เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อนำไปประเมินปัญหาและปรับปรุงแก้ไขในการพัฒนาวัฒนธรรมไทยโดยใช้สื่อในยุค ๔.๐ ๔. ส่งเสริมจริยธรรมสื่อมวลชน ๕. สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการส่งเสริมสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยและป้องกันผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทย ๖. ควรมีการใช้สื่อในยุค ๔.๐ เพื่อเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างรายได้ (E-Commerce) ๗) ควรส่งเสริมให้มี E-Library และ Virtual museum อย่างหลากหลาย เพื่อเป็นแหล่งค้นคว้าความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย

ผู้วิจัยได้จัดทำตัวแบบข้อเสนอแนะในการพัฒนาวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อในยุค ๔.๐ ได้แก่ ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนเพื่อนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และข้อเสนอแนะในการเฝ้าระวัง ดังนี้

๑. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการกำกับทิศทางและขยายผล ได้แก่ ควรมีหน่วยงานหรือบอร์ดกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และติดตามกำกับดูแล

๒. ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนเพื่อนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ได้แก่ ควรสร้างความรู้ความเข้าใจ และการสื่อสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย โดยใช้สื่อ Social Media ควรส่งเสริมการใช้ E-Commerce ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ควรส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมสื่อใหม่ ๆ ในการเรียนการสอน การส่งเสริมวัฒนธรรมไทย

๓. ข้อเสนอแนะในการเฝ้าระวัง ได้แก่ ควรมีหน่วยงานและระบบกลไกการเฝ้าระวังหรือช่องทางในการกลั่นกรอง ติดตาม และการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือสื่อสาร รวมทั้งควรมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

ABSTRACT

Title Media and Thai Culture in 4.0 Era

Field Social-Psychology

Name นางยุพา ทวีวัฒนะกิจบวร **Course** NDC **Class** 62

In 4.0 era, modern information and communication technology has been rapidly developed. Social media and internet can easily reach all citizen who can be both media receiver and media sender. In order to sustainably develop country in such rapid global change, not only material but also physiological improvement should be performed. Thai culture which is intangible or physiological root cause of tangible or material improvement should be promoted by suitable media management.

The objectives of the research were 1) to investigate the context of media in 4.0 era, 2) to investigate the impact of media on Thai culture in 4.0 era, and 3) to suggest for the improvement of Thai culture through media in 4.0 era. Qualitative research was investigating during January, 2020 – May, 2020. This study focused on the effects of media in 4.0 era on Thai culture. This research explored the problem and the significance of the problem and the literature review. An interview was conducted to collect the data from 9 peoples. The validity of the qualitative data was analyzed by the data triangulation method or the use of multiple sources of data (official documents and related participants)

This study contributes to the literature by theoretically developing a conceptual model and then empirically examining the relationship between media and Thai culture in 4.0 era. The creative cultural media model consists of four parts which are 1) content (time-related promoting cultural content) 2) type and channel of media (social media and internet) to promote Thai culture in modern technology era and the Covid-19 outbreak 3) target of media (all Thai citizen) and 4) network (collaborative participation). The suggestions for sustainable growth of Thai culture through media in 4.0 era are 1) using the creative cultural media model as a guideline for improvement 2) knowledge management for Thai citizen to properly use media in 4.0 era and creatively improve Thai culture, 3) management system to communicate, evaluate and manage media in 4.0 era for Thai cultural improvement, 4) promoting media ethics, 5) creating collaboration of all sectors to promote Thai culture through media in 4.0 era, 6) supporting e-Commerce for local Thai culture and 7) creating cultural e-Library and virtual museum for Thai cultural studying.

The researchers have formulated a model of 3 recommendations for the development of Thai culture through media in Thailand 4.0 era, including the policy recommendations for directing and development, the recommendation for driving the policies into action and the recommendation for surveillance.

1. The policy recommendation for directing and development: there should be agencies or boards to set up policies, strategies, relevant plans and monitor.

2. The recommendation for driving the policies into action: building up the knowledge and understanding and create the communication to publicize information about Thai culture through social media, promote the use of e-commerce to increase economic value, and promote the creation of new innovative media in teaching and promoting Thai culture.

3. The recommendation for surveillance: there should be surveillance agencies and systems or other channels to analyze, monitor, and set up the interaction or communication as well as serious law enforcement.

คำนำ

การวิจัยเรื่อง “สื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐” ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์และผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ เพื่อการศึกษาหาแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบของสื่อ และเสนอแนวทางในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์ต่อวัฒนธรรมไทย เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย ๔.๐ ตามนโยบายรัฐบาลและเป็นไปตามยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ซึ่งเป็นกรอบการพัฒนาประเทศของหน่วยงานทุกภาคส่วน

ผู้วิจัยขอขอบคุณคณะอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้คำแนะนำรวมถึงสนับสนุนให้ผลงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุคปัจจุบัน การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประชาชนรู้จักการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ เป็นประโยชน์ต่อการรักษาและปกป้องวัฒนธรรมไทยอันดีงาม เพื่อนำประเทศไทยไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน สืบไป

(นางยุพา ทวีวัฒนะกิจบวร)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๖๒

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ค
คำนำ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญแผนภาพ	ซ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๓
ขอบเขตของการวิจัย	๓
วิธีดำเนินการวิจัย	๔
ข้อจำกัดของการวิจัย	๔
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๕
คำจำกัดความ	๕
บทที่ ๒ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	๘
โลกยุค ๔.๐	๘
สื่อในยุค ๔.๐	๙
วัฒนธรรมไทย ๔.๐	๑๒
การพัฒนาสื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐	๑๖
นโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อ และวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐	๑๗
กรอบแนวคิดของการวิจัย	๒๔
สรุป	๒๕
บทที่ ๓ สถานการณ์ของสื่อในยุค ๔.๐	๒๘
การเก็บรวบรวมข้อมูล	๒๘
สรุป	๔๗
บทที่ ๔ ผลการศึกษาวิจัย	๕๑
การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	๕๑
สรุป	๖๗
บทที่ ๕ สรุปและข้อเสนอแนะ	๖๘
สรุป	๖๙
ข้อเสนอแนะ	๗๑

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	๗๔
ภาคผนวก	๗๘
แบบสอบถาม	๗๙
ประวัติย่อผู้วิจัย	๘๑

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
๒ - ๑ กรอบแนวคิดของการวิจัย	๒๕
๔ - ๑ ตัวแบบองค์ประกอบของสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค 4.0	๖๖
๕ - ๑ องค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค 4.0	๖๙
๕ - ๒ ตัวแบบข้อเสนอแนะทางในการพัฒนาวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อในยุค 4.0	๗๓

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี เป็นการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาของทุกภาคส่วนให้ขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน ตามวิสัยทัศน์ของประเทศไทยที่ว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมียุทธศาสตร์ชาติด้านที่เกี่ยวข้องกับสื่อและวัฒนธรรม คือ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ ที่มุ่งเน้นพัฒนาให้คนไทยเป็นคนดี คนเก่ง มีคุณภาพพร้อมสำหรับวิถีชีวิตในศตวรรษที่ ๒๑ และสังคมไทยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อและสนับสนุนต่อการพัฒนาคนตลอดช่วงชีวิต ซึ่งมีประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ที่มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคม ร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดยบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษาและสื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็น “วิถี” การดำเนินชีวิต และมุ่งเน้นให้เกิดการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม

โดยมีแผนขับเคลื่อนภารกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้องกับสื่อและวัฒนธรรม ดังนี้

๑. แผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีประเด็นการปฏิรูปสื่อสารมวลชนให้เป็นเสมือนโรงเรียนของสังคม ในการให้ความรู้แก่ประชาชน ปลูกฝังวัฒนธรรมของชาติ และปลูกฝังทัศนคติที่ดี เพื่อช่วยพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

๒. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ที่มุ่งพัฒนาให้คนไทยทุกช่วงวัย เป็นคนที่สมบูรณ์ เป็นคนที่สมบูรณ์ มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย ค่านิยมที่ดี มีจิตสาธารณะ และมีความสุข โดยมีสุขภาวะและสุขภาพที่ดี ครอบครัวอบอุ่น เป็นคนเก่งที่มีทักษะความรู้ความสามารถและพัฒนาตนเองได้ต่อเนื่องตลอดชีวิต

นอกจากนี้ รัฐบาลได้ตระหนักถึงอิทธิพลของสื่อต่อการเรียนรู้และพฤติกรรมของเด็กและเยาวชนมากขึ้น สื่อที่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชนมีจำนวนน้อย การผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีข้อจำกัดหลายประการ ทั้งไม่เป็นที่นิยมของผู้ผลิตและผู้สนับสนุนการผลิตสื่อ ทำให้ขาดเงินทุนในการผลิตและการเผยแพร่สื่อที่มีคุณภาพ จึงกำหนดให้มีพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘ ขึ้นเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนในการดำเนินการดังกล่าว

ด้วยกระแสแห่งโลกาภิวัตน์ในยุค ๔.๐ ซึ่งเป็นยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม ๔.๐ (The Fourth Industrial Revolution) หรือสังคมแห่งความรู้ (Knowledge-based Society) ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงทางเทคโนโลยี (Technology Disruption) การติดต่อสื่อสารมีความรวดเร็ว โดยทุกประเทศในโลกต่างเชื่อมต่อกันอย่างไร้พรมแดนในทุกมิติ มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

มีการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สมาร์ททีวี โทรทัศน์ดิจิทัล ผู้ให้บริการ Platform จากต่างประเทศ อาทิ Facebook Youtube Line Twitter และสังคมออนไลน์ต่าง ๆ รวมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้บริโภคสื่อกลายเป็นผู้ผลิตสื่อ โดยเป็นทั้งผู้รับ และเป็นผู้คิดหรือสื่อสารส่งต่อข้อมูลออกไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้ส่งผลกระทบต่อผู้คนในสังคมที่บริโภคสื่อและข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย โดยไม่จำกัด เพศ อายุ การศึกษาและช่วงวัย ทั้งนี้ การพัฒนาของสื่อต่าง ๆ มีความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในสังคม เนื่องจากข้อมูลข่าวสารที่ถ่ายทอดผ่านสื่อ หรือเครื่องมือสื่อสาร ที่ได้รับความนิยมในแต่ละยุคสมัย ย่อมมีอิทธิพลต่อความคิด วิถีชีวิต พฤติกรรมของบุคคล และเป็นปัจจัยที่กำหนดกรอบความคิด และแนวทางในการมองโลกของบุคคลเหล่านั้นและสังคม รวมทั้งส่งผลต่อกระบวนการเรียนรู้ของคนในสังคม ตลอดจนแนวทางการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมของสมาชิกในแต่ละสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

จากการที่วัฒนธรรมซึ่งเป็นนามธรรม มีการเรียนรู้และถ่ายทอดกันทางสังคมระหว่างสมาชิกเพื่อเป็นกฎหรือแนวทางในการประพฤติปฏิบัติโดยมีผลต่อคุณลักษณะและพฤติกรรมที่แสดงออกอย่างเป็นรูปธรรม โดยการติดต่อสื่อสารเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งต่อการปลูกฝังและส่งเสริมวัฒนธรรมของชาติ ทั้งนี้ ประเทศที่มีวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งจะมีผลต่อการดำเนินนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการ ในการสนับสนุนการบรรลุวัตถุประสงค์หลักและวิสัยทัศน์ของประเทศ ในอดีต การปลูกฝังเรื่องวัฒนธรรมของไทยเริ่มจากสถาบันครอบครัว บ้าน วัด และโรงเรียน ซึ่งเป็นสังคมที่เข้มแข็ง โดยมีหลักศาสนาเป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ แต่สภาพสังคมในปัจจุบันมีการแพร่กระจายของสิ่งใหม่ ๆ จากสังคมหนึ่งหรือประเทศหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่งหรืออีกประเทศหนึ่งได้อย่างรวดเร็วด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้มีการแพร่กระจายวัฒนธรรม ประเพณี คุณธรรม จริยธรรม ของแต่ละประเทศไปสู่ประเทศใกล้เคียง โดยการหล่อหลอมกลมกลืนทางสังคมจากบ้าน วัด และโรงเรียนเปลี่ยนแปลงไปจากการพบปะพูดคุยและความใกล้ชิดสนิทสนมมาสู่การใช้เทคโนโลยี การติดต่อสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ จะเห็นได้ว่า ปรากฏการณ์ในเชิงลบที่สังคมไทยกำลังเผชิญอย่างเด่นชัด คือ ความแปลกแยกขัดแย้งทางความคิดของคนในสังคม ความผูกพันในครอบครัวลดลงเยาวชนปฏิเสธวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเอง ขาดระเบียบวินัย ไม่พอเพียง เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน ปัญหาทุจริตรวมทั้งการเกิดวิกฤตความเสื่อมถอยด้านคุณธรรมและจริยธรรมของคนไทย

ประเทศไทยต้องการวางรากฐานการพัฒนาประเทศไทยระยะยาวด้วยการส่งเสริมให้คน ชุมชน และสังคมมีคุณธรรม ตามนโยบายของรัฐบาล คือ โมเดลประเทศไทย ๔.๐ เป็นประเทศพัฒนาแล้วและสร้างความสุขของคนไทยให้สังคมมีความมั่นคงเสมอภาคและเป็นธรรม จากการที่ปัจจัยสำคัญในการรับมือกับกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลงในระดับโลก ได้แก่ ทุนทรัพยากรมนุษย์ในสังคมไทย คือ “คนไทย ๔.๐” ที่ต้องมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นประเทศไทย ๔.๐ โดยภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องร่วมกันพัฒนากำลังคน ด้วยการปรับเปลี่ยนกรอบความคิด (Mindset) ทักษะ (Skill-Set) และพฤติกรรม (Behavior Set) ของคนไทยทั้งระบบ ให้มีการปรับเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านการพัฒนานวัตกรรมและการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ในการหล่อหลอมกลมกลืนทางสังคม มีแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายในมิติชีวิต ศาสนาและวัฒนธรรม นำมาสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เป็นพลเมืองที่ดีมีจิตสาธารณะ จิตอาสา เสียสละและมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม ทั้งนี้ ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต ควบคู่กับ

การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดยบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษาและสื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทย ให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็น “วิถี” การดำเนินชีวิต รวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม โดยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม นอกจากนี้ ยังตระหนักถึงพหุปัญญาของมนุษย์ที่หลากหลาย โดยการพัฒนาและส่งเสริมพหุปัญญา ผ่านครอบครัว ระบบสถานศึกษา สภาพแวดล้อม รวมทั้งสื่อ ซึ่งแผนการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ต้องการพัฒนาให้คนไทยมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปสู่การมีจิตสาธารณะเพิ่มขึ้น โดยมีสื่อที่ทำหน้าที่เป็นโรงเรียนของสังคมในการให้ความรู้แก่ประชาชนอย่างมีจรรยาบรรณ การปลูกฝังทัศนคติที่ดี และการปลูกฝังวัฒนธรรมของชาติ

จากสภาพการของปัญหาและความจำเป็นในยุค ๔.๐ ซึ่งสื่อต่าง ๆ ได้ส่งผลกระทบสูงต่อวัฒนธรรมไทยได้อย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้างดังกล่าว รัฐบาลและภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคมได้พยายามพัฒนาแนวทางในการพัฒนาสื่อเพื่อนำไปสู่การเสริมสร้างวัฒนธรรมอันดีงามของไทย ซึ่งเปรียบได้กับกระจกที่สะท้อนถึงความเจริญรุ่งเรืองทางจิตใจของคนในชาติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับบริบทของสื่อในยุค ๔.๐ และศึกษาเกี่ยวกับผลของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ เพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการปฏิบัติในการพัฒนาสื่อเพื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย ๔.๐

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาสถานการณ์และผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐
๒. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์ต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐
๓. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์ต่อวัฒนธรรมไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย ๔.๐

ขอบเขตของการวิจัย

๑. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้เน้นการศึกษาวิเคราะห์ผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยเพื่อนำไปสู่การนำเสนอแนวทางในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์ต่อวัฒนธรรมไทย เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย ๔.๐ เท่านั้น

๒. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวน ๑๔ คน ประกอบด้วย

- ๒.๑ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม
- ๒.๒ ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม
- ๒.๓ กรรมการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชนเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ๒.๔ ผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
- ๒.๕ ผู้แทนกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

- ๒.๖ ผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการ
- ๒.๗ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)
- ๒.๘ ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
- ๒.๙ นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน
- ๒.๑๐ ผู้ขับเคลื่อนงานด้านการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์
- ๒.๑๑ ผู้นำศาสนา
- ๒.๑๒ ผู้แทนภาคประชาสังคม
- ๒.๑๓ สื่อมวลชน
- ๒.๑๔ เด็กและเยาวชน

๓. ขอบเขตด้านระยะเวลา : การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บข้อมูล ใช้ระยะเวลา ๗ เดือน ตั้งแต่ มกราคม – กรกฎาคม ๒๕๖๓

วิธีดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

๑. การรวบรวมข้อมูล

๑.๑ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือข้อมูลที่ได้จากเอกสารทางวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๑.๒ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In depth interview) แบบเลือกเฉพาะเจาะจง โดยการสัมภาษณ์แบบเห็นหน้า (Face to face) และผ่าน Video Conference : Zoom

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามการสัมภาษณ์ในลักษณะคำถามเปิด

๒. การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการโดยใช้วิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบและสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่าง ๆ

๓. การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์นำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ จากการวิจัย

ข้อจำกัดของการวิจัย

๑. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มุ่งศึกษาเชิงลึกโดยใช้การวิจัยเอกสารและการวิจัยคุณภาพจากการศึกษาในสื่อออนไลน์และการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย ในยุค ๔.๐ ดังนั้น หากต้องการทราบความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น อาจใช้วิธีการทำ Focus Group รวมทั้งควรทำการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กันไปด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่

ครอบคลุมมากที่สุด และยังสามารถได้แง่มุมอื่น ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย ในยุค ๔.๐ เพิ่มเติม อันจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในอนาคต

๒. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาการพัฒนาการจัดการสื่อและวัฒนธรรมไทย ในยุค ๔.๐ ที่ครอบคลุมในแบบองค์รวม อย่างไรก็ตาม การศึกษาต่อยอด โดยศึกษาจำแนกตามประเภทของวัฒนธรรม อาจนำมาซึ่งผลงานวิจัยที่ลึกซึ้งและสมบูรณ์เพิ่มขึ้นได้เป็นอย่างดี

๓. งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาผลของสื่อในปัจจุบันซึ่งอยู่ในยุค ๔.๐ ที่มีต่อวัฒนธรรม โดยศึกษาเฉพาะวัฒนธรรมของไทยเท่านั้น ดังนั้น หากศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่แตกต่าง หลากหลายของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคหรือในโลก จะทำให้ได้องค์ความรู้ที่กว้างขวางและ สอดคล้องกับบริบทของโลกที่เป็นหมู่บ้านโลกเดียวกันยิ่งขึ้น

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. ได้ทราบถึงสถานการณ์และผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐
๒. ได้ทราบถึงปัญหาที่เกิดจากผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐
๓. ได้แนวทางในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์ต่อวัฒนธรรมไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ ประเทศไทย ๔.๐

คำจำกัดความ

สื่อ (Media)	หมายถึง	คำที่มาจากภาษาละตินว่า "medium" แปลว่า "ระหว่าง" หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่บรรจุ ข้อมูลเพื่อให้ผู้ส่งและผู้รับ สามารถสื่อสารกันได้ตรงตามวัตถุประสงค์ คำว่า "สื่อ" ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ ได้ให้ ความหมายของคำนี้ไว้ดังนี้ "สื่อ (กริยา) หมายถึง ติดต่อให้ถึงกัน เช่น สื่อความหมาย, ชักนำให้รู้จักกัน สื่อ (นาม) หมายถึง ผู้หรือสิ่งที่ติดต่อให้ถึงกันหรือชักนำ ให้รู้จักกัน เช่น เขาใช้จดหมายเป็นสื่อติดต่อกัน, เรียกผู้ที่ทำหน้าที่ชักนำให้ชายหญิงได้แต่งงานกันว่า พ่อสื่อ หรือ แม่สื่อ; (ศิลปะ) วัสดุต่าง ๆ ที่นำมาสร้างสรรค์งานศิลปกรรม ให้มีความหมายตามแนวคิด ซึ่งศิลปินประสงค์แสดงออก เช่นนั้น เช่น สื่อผสม"
สื่อมวลชน (Mass Media)	หมายถึง	เครื่องมือทางเทคนิคที่ถูกผลิตเพื่อใช้ในกระบวนการ สื่อสารมวลชน (Mass communication) โดยสามารถใช้ สื่อสารถึงกลุ่มคนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็วและเป็น เครื่องมือสาธารณะ ที่ทุกคนในสังคมสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารเหล่านั้นได้ ประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ รวมถึง

สื่อใหม่ (New media) อาทิ สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) และสื่อสังคม (social media)

นอกจากนั้น สื่อมวลชนยังหมายถึงสถาบัน/องค์กรของสังคมที่ทำหน้าที่นำเสนอข่าวสาร รายงานความเคลื่อนไหวของสังคม รวมถึงให้ความรู้และความบันเทิงแก่ประชาชนในสังคม มีกระบวนการในการติดต่อสื่อสาร มีขั้นตอน มีองค์ประกอบในการสื่อสาร มีเครื่องมือ และมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานที่ชัดเจน และเป็นแบบแผนสากล และมีวัตถุประสงค์ในการทำงานเพื่อประชาชนและสังคมเป็นสำคัญ ลักษณะที่สำคัญของสื่อที่จัดว่าเป็นสื่อมวลชน มีดังนี้

๑) เข้าถึงผู้รับสารเป็นจำนวนมากได้ในเวลารวดเร็ว เนื่องจากเครื่องมือสำคัญของการสื่อสารมวลชน คือ สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือเทคนิคที่มีความสามารถในการกระจายข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ได้ในเวลาอันรวดเร็ว และเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก ๆ ได้พร้อมกัน เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ เป็นต้น

๒) ผู้รับสารเป็นบุคคลหลากหลายประเภท ข่าวสารข้อมูลจากการสื่อสารมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารทุกเพศ ทุกวัย ในเวลาเดียวกัน รวมถึงยังสามารถเลือกใช้สื่อเพื่อนำเสนอเนื้อหาเฉพาะกลุ่มได้ เช่น สื่อนิตยสาร

๓) มุ่งให้ความรู้และข่าวสารอันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในสังคมเป็นสำคัญ

๔) เป็นกิจกรรมสาธารณะโดยข่าวสารจากการสื่อสารมวลชนจะต้องเป็นข้อมูลที่เปิดเผยและมีความชัดเจนเสมอ

๕) สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของสาธารณชน เนื่องจากสื่อมวลชนมีจิตวิทยาในการกระตุ้นและสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์สื่อสังคม จึงมีความสามารถในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร คือ สาธารณชน หรือคนทั่วไปในสังคมได้ การติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้น โดยมีกระบวนการขั้นตอนและรูปแบบเป็นทางการเสมอ มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอข่าว ข้อมูลความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมให้ประชาชนในสังคมได้รับรู้ โดยมี สื่อมวลชน เป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการสื่อสาร

การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) หมายถึง

วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง

ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงามของสังคม ความเจริญนั้นแสดงออกได้ด้วยความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว ก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชน (สำนักงาน

ราชบัณฑิตยสภา) แบบแผนของสมมติฐานพื้นฐานซึ่งกลุ่มคนได้สร้างขึ้น ค้นพบ หรือพัฒนาจากการเรียนรู้เพื่อรับมือหรือจัดการกับปัญหาในการปรับตัวให้สอดคล้องกับภายนอกและการบูรณาการภายใน (Schein,1992) อาจกล่าวได้ว่าวัฒนธรรม คือ ความเชื่อพื้นฐาน (Belief) และ ค่านิยมร่วม (Shared Values) ของสมาชิกที่คงอยู่ในสังคมเป็นเวลานาน และมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิก รวมทั้งวิถีหรือวิธีการในการกระทำของคนในสังคม หรือรูปแบบของสมมติฐาน (Assumption) ซึ่งพัฒนาจากกระบวนการทางสังคมที่เป็นธรรมชาติ โดยกลุ่มคนในสังคมพัฒนาผ่านประวัติความเป็นมาภายในสังคมและได้รับการยอมรับว่า เป็นวิธีการที่ถูกต้อง ในการทำให้สังคมสามารถปรับตัวให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายนอกได้เป็นอย่างดี จึงมีความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสาร เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนรุ่นต่อ ๆ ไป

บทที่ ๒

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “สื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อ วัฒนธรรม และผลของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมในยุค ๔.๐ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจและแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในกรอบความคิดของการวิจัย โดยศึกษาจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑. ยุค ๔.๐
๒. สื่อในยุค ๔.๐
๓. วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐
๔. การพัฒนาสื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐
๕. นโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อและวัฒนธรรมไทย ในยุค ๔.๐
๖. กรอบแนวคิด
๗. สรุป

โลกยุค ๔.๐

ในบริบทที่ผันแปรอย่างเป็นพลวัตของโลกทำให้ทุกประเทศในโลกต่างเชื่อมต่อกัน อย่างไม่ไร้พรมแดนในทุกมิติเป็นหมู่บ้านโลกเดียวกัน (O’Leary and Van Slyke, 2014) จากการที่โลก มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา นั้น ได้มีผู้แบ่งยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงของโลก ออกเป็น ๔ ยุคด้วยกัน โดยยุคที่ ๔ เป็นยุค ๔.๐ หรือยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม ๔.๐ (The Fourth Industrial Revolution) ซึ่งประเทศต่าง ๆ มีการเผชิญทั้งโอกาสและปัญหาภัยคุกคามต่าง ๆ ร่วมกัน ทั้งนี้ การบริหารจัดการอย่างเหมาะสมจะทำให้ได้รับประโยชน์จากโอกาสและป้องกันหรือลดภัย คุกคามได้ ตัวอย่างภัยคุกคามที่พบในประเทศต่าง ๆ อาทิ สถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ที่รุนแรง เศรษฐกิจตกต่ำ สังคมผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานสากลและกฎหมายระหว่าง ประเทศ ปัญหาขยะ มลพิษ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภาวะโลกร้อนและภัยพิบัติ ทางธรรมชาติ โรคระบาดใหม่ ปัญหายาเสพติด การก่อการร้าย และภัยคุกคามรูปแบบใหม่ต่าง ๆ โดยมีภัยคุกคามที่สำคัญได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมปัญหาทุจริต ขาดศีลธรรมและคุณธรรม เช่น การกราดยิงผู้บริสุทธิ์ และภัยคุกคามต่าง ๆ ทางไซเบอร์หรือการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่าง ไม่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ในยุค ๔.๐ หรือยุคดิจิทัลหรือยุคของเทคโนโลยีพลิกโฉมฉับพลันซึ่งสังคม โลกเป็นสังคมแห่งความรู้ (Knowledge-based Society) ประเทศต่าง ๆ ได้รับโอกาสจากการพัฒนา เทคโนโลยีและการที่สังคมโลกเป็นสังคมนวัตกรรมที่มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยการทำการจัดการ ความรู้จะทำให้เกิดความรู้ใหม่และนวัตกรรมซึ่งจะช่วยเสริมพลังในการพัฒนาคนทั้งด้านวัตถุและด้าน จิตใจ (ปราณี มุขลาย, ๒๕๖๒; Pranee Mooklai, 2014) นอกจากนี้ ในศตวรรษที่ ๒๑ วัฒนธรรม ต่าง ๆ ในสังคมโลกจะเปลี่ยนแปลงไป อาทิ วัฒนธรรมของการดำรงอยู่ชุดใหม่ เพื่อการดำรงชีวิตให้

อยู่รอด จะเกิดจากพลังแห่งการแบ่งปันความรู้ (Power of Shared Knowledge) และวัฒนธรรมของการเรียนรู้ชุดใหม่ จะมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม โดยมีการเปิดเผยข้อมูลความรู้เพิ่มมากขึ้นและมีนวัตกรรมจากเทคโนโลยีพลิกโฉมฉับพลัน (Disruption of Technology and Innovation) นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมของการทำงานชุดใหม่ ที่สามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา (Anytime, everywhere) จากการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยี ซึ่งทำให้สามารถทำกิจกรรมหลาย ๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน (Multiplexing) โดยมีการเชื่อมโยงต่อกันเป็นเครือข่ายและมีการทำงานบนแพลตฟอร์มในระบบเปิดมากขึ้น อีกทั้ง ลักษณะงานยังมีการประสานและร่วมมือกัน (Collaboration) รวมทั้งมีลักษณะของการแลกเปลี่ยนแบ่งปันกันมากขึ้น (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, ๒๕๖๐)

ผู้วิจัยสรุปว่า บริบทของโลกในยุค ๔.๐ เป็นทั้งโอกาสและภัยคุกคาม ซึ่งต้องมีการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถได้รับประโยชน์จากโอกาส รวมทั้งหลีกเลี่ยง ป้องกันหรือลดภัยคุกคาม ทั้งนี้ ภัยคุกคามที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาการใช้โลกไซเบอร์อย่างไม่เหมาะสมและปัญหาด้านจิตใจและวัฒนธรรม ในขณะที่โอกาสจากยุค ๔.๐ ซึ่งเป็นยุคดิจิทัลและสังคมแห่งความรู้ ดังนั้น การใช้เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารที่ทันสมัยในยุค ๔.๐ อย่างเหมาะสม จะช่วยสร้างพลังแห่งความรู้และนวัตกรรมในการพัฒนาคนในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านจิตใจและวัฒนธรรม

สื่อในยุค ๔.๐

ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ การใช้สื่อในยุค ๔.๐ ได้แก่ สื่อดิจิทัลหรือสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในชีวิตประจำวันของทุกคน เนื่องจากความสามารถในการใช้งานที่ง่ายหรือเป็นมิตร (Friendly) และความมีประสิทธิภาพ (Zaw, 2018) นอกจากนี้ในยุค ๔.๐ สื่อใหม่ (New Media) และสื่อสารมวลชนใหม่ (New Mass Media) มีผลต่อวัฒนธรรมและสังคม (Ravi, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lowisz (2020) ที่กล่าวว่า Social Media มีผลกระทบสูงอย่างมีนัยสำคัญต่อวัฒนธรรมในยุคปัจจุบันซึ่งรวมทั้งทัศนคติในการมองโลก โดยผู้ชมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ของโลก (Global Social Network) ได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมากในโลกดิจิทัล ทั้งนี้ ผู้นำทางความคิดต่างใช้ Web ในการเผยแพร่แนวคิดเนื่องจากโลกออนไลน์มีอิทธิพลสูงในการโน้มน้าวผู้ชม อาจกล่าวได้ว่า Social Media เป็นโอกาสในการสร้างอิทธิพลทั้งในด้านบวกและด้านลบต่อโลกของเรา ซึ่งในแต่ละวันมีข้อมูลจำนวนมากที่หลั่งไหลเข้ามาและมีผลต่อความคิดของผู้คนในสังคม (Lowisz, 2020) จากการใช้เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางและรูปแบบที่แตกต่างหลากหลาย ทั้ง Internet, Cell Phones, Multimedia, Gaming, Animation และ Portals นอกจากนี้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศยังได้ทำให้เกิดรูปแบบใหม่ของสื่อที่เรียกว่า สื่อสารมวลชนแบบร่วมมือ “Collaborative Mass Media” ซึ่งผสมผสานระหว่างกระแสการไหลของข้อมูลข่าวสารจากหนึ่งกระแสไปสู่หลายกระแส (One-to-many Information Flow) และการสนทนาแบบร่วมมือจากหลายการสนทนาไปสู่หลายการสนทนา (Many-to-many Cooperative Dialogue) (Ravi, 2012) นอกจากนี้ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมยังสามารถสร้างความจงรักภักดีหรือดึงดูดให้ผู้ชมมาชมซ้ำโดยไม่ต้องใช้สิ่งของรางวัล จากการใช้ที่ผู้คนสามารถใช้ Internet ในการค้นหาข้อมูลความรู้หรือติดตามข่าวสารแบบ Online จาก Social Media ต่าง ๆ

ซึ่งได้แก่ Facebook, Twitter, YouTube, Google เป็นต้น แทนการอ่านหนังสือพิมพ์ หรือวารสาร หรือแหล่งข่าวที่เป็นทางการต่าง ๆ เช่นในอดีต ทั้งนี้ การติดต่อสื่อสารได้มีเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย จากเดิมที่เป็นการติดต่อสื่อสารทางเดียว ได้แก่ จดหมาย โทรเลข โทรสาร ปัจจุบันใช้การติดต่อสื่อสารสองทางผ่าน Social Networking Technology หรือ Social Media และ Internet ซึ่งทุกคนสามารถเป็นได้ทั้งผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ (Publisher) และในขณะเดียวกัน ก็สามารถเป็นผู้แสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารที่มีการเผยแพร่ด้วย (Georgetown University, 2010) โดยใช้การสนทนาผ่านสื่อในยุค ๔.๐ เช่น Social Media ที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ในระดับโลก และมีผลกระทบสูงต่อวัฒนธรรมทั้งในด้านบวกและลบ ตัวอย่างเช่น ๑. การรายงานข้อมูลข่าวสารในด้านบวก ทุกคนสามารถเป็นผู้รายงานข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว แต่ในด้านลบ ผู้รายงานข้อมูลข่าวสารมือสมัครเล่นอาจมีการใช้ถ้อยคำที่ไม่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่คำนึงถึงคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งต่างไปจากมืออาชีพที่ต้องมีจรรยาบรรณของวิชาชีพ ๒. การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนฝูงและธุรกิจผ่าน Social Media ทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม Social Media ทำให้การพบปะกันลดลง ขาดการพูดคุยกันแบบ Face-to-Face หรือขาดปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ๓. การบังคับใช้กฎหมาย โดย Social Media ช่วยให้จับกุมคนร้ายได้รวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น การส่งรูปถ่ายคนร้ายผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ๔. การช่วยเหลือและระดมทุนในกรณีต่าง ๆ เช่น ภัยธรรมชาติ ในด้านลบ อาจมีการหลอกลวงให้โอนเงิน ๕. การศึกษา ใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ทางการศึกษา อย่างไรก็ตาม นักศึกษาที่ติดเกมอาจมีผลการเรียนที่ลดลง (Lowisz, 2020) ๖. การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) ๗. การปรับตัวทางวัฒนธรรม (Cultural Adaptation Process) เช่น การไปอยู่อาศัยในชุมชนใหม่ซึ่งมีวัฒนธรรมที่แตกต่าง (Zaw, 2018) และอื่น ๆ จากการที่ Internet เป็นสื่อแรกที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่หลากหลาย (Many-to-many Medium) ซึ่งเครื่องคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่องที่เชื่อมโยงกับ Internet สามารถเป็นได้ทั้งสถานีถ่ายทอดโทรทัศน์และกระจายเสียง (Broadcasting Station, Internet Radio and TV Stations) สำนักพิมพ์ (Publishing House) หอศิลป์ (Art Gallery) เวทีประชุม (Discussion Forums, Electronic Conferences) โครงการความร่วมมือ (Collaborative Projects, Networking, Cross-border Co-operation) และอื่น ๆ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับทักษะและความตั้งใจของเจ้าของหรือผู้ผลิตสื่อ นอกจากนี้ยังช่วยในการรับส่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นไปสู่สากลหรือหมู่บ้านโลก ทั้งนี้ สื่อใหม่ทำให้เกิดวัฒนธรรมใหม่ในสังคมที่มีการเปลี่ยนผ่านในยุค ๔.๐ ของโลกซึ่งมีเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายการติดต่อสื่อสารที่เชื่อมโยงกันด้วย Internet ซึ่งอาจเรียกว่าเป็นวัฒนธรรมจากสื่อใหม่ (New Media Culture) (Krekovic, 2003)

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างรุนแรง (Technology Disruption) ส่งผลกระทบต่อสื่อของประเทศไทยเช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะการเข้ามาของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สมาร์ทโฟน สมาร์ททีวี โทรทัศน์ดิจิทัลตลอดจนแพลตฟอร์มหลักจากต่างประเทศ อาทิ เฟซบุ๊ก ยูทูบ โลกออนไลน์ อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ ซึ่งที่ผ่านมา ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลประสบปัญหาการแข่งขันในธุรกิจทีวีดิจิทัลอย่างรุนแรงจากจำนวนช่องที่มีมากเกินไป ขณะที่เม็ดเงินโฆษณากลับมีการหดตัวลงอย่างมาก ธุรกิจทีวีดิจิทัลยังได้รับผลกระทบจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ชมที่หันไปรับชมรายการต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งให้บริการผ่านช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น ทำให้

ผู้ประกอบการที่วิถีดิจิทัลหลายรายต้องแบกรับปัญหาการขาดทุนอย่างต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี ติดต่อกัน อย่างไรก็ตาม สื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักสำคัญของครอบครัวไทย ทั้งนี้ จากข้อมูลผลสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในปี ๒๕๖๒ พบว่า ประเทศไทยติดอันดับ ๑ ใน ๒๐ ประเทศที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุดมาโดยตลอด จากการสำรวจประชากรไทย ๖๖.๔ ล้านคน สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ๔๗.๕ ล้านคน คิดสัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกว่า ร้อยละ ๗๐ ของประชาชนไทย ซึ่งมีอัตราเติบโตสูงขึ้นทุกปี โดยคนไทยใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย ๑๐ ชั่วโมง ๒๒ นาทีต่อวัน โดยแบ่งช่วงวัยคนไทยที่ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย ดังนี้ ๑. Baby Boomer ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย ๑๐ ชั่วโมงต่อวัน ๒. Gen x ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย ๙ ชั่วโมง ๔๙ นาทีต่อวัน ๓. Gen Y ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย ๑๐ ชั่วโมง ๓๖ นาทีต่อวัน ๔. Gen Z ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย ๑๐ ชั่วโมง ๓๕ นาทีต่อวัน ซึ่งเห็นได้ว่า Gen Y ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ต่อมาเป็นผลการสำรวจอาชีพกับชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต จากการสำรวจทั้งหมด ๖ อาชีพ พบว่าอาชีพที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดอันดับแรก คือ ๑. นักเรียน นักศึกษา ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ต ๑๐ ชั่วโมง ๕๐ นาที ๒. พ่อบ้านแม่บ้าน ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ต ๑๐ ชั่วโมง ๓๘ นาที ๓. เจ้าของกิจการ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ต ๑๐ ชั่วโมง ๓๔ นาที ๔. ว่างาน ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ต ๑๐ ชั่วโมง ๓๒ นาที และ ๕. อาชีพอิสระ ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ต ๑๐ ชั่วโมง ๓๐ นาที จากข้อมูลเห็นได้ทุกอาชีพล้วนใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตเกิน ๑๐ ชั่วโมงต่อวันทั้งสิ้น ซึ่งมีกิจกรรมออนไลน์ยอดนิยมของคนไทย ดังนี้ ๑. ใช้ Social media ๒. ดูหนัง ฟังเพลง ๓. ค้นหาข้อมูลออนไลน์ ๔. รับส่งอีเมล ๕. ชำระสินค้าและบริการ ๕. อ่านหนังสือทางออนไลน์ ๖. ซื้อสินค้าและบริการ ๗. ติดต่อสื่อสารออนไลน์ ๘. เล่นเกมออนไลน์ และ ๑๐. ใช้แอปพลิเคชันถ่ายทอดสด จากการสำรวจพบว่าช่องทางที่คนไทยใช้ติดต่อสื่อสารออนไลน์มากที่สุดมี ดังนี้ ๑. แอปพลิเคชัน Line ร้อยละ ๙๘.๕ ๒. แอปพลิเคชัน Facebook Messenger ร้อยละ ๘๙.๙ ๓. แอปพลิเคชัน Facetime ร้อยละ ๑๓.๗ ๔. แอปพลิเคชัน WhatsApp ร้อยละ ๗.๘ เห็นได้ว่าสื่อใหม่มีความสำคัญยิ่งขึ้น และมีจำนวนผู้ใช้งานและสัดส่วนเวลาการรับชมเนื้อหาต่าง ๆ ของผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้นในทุกปี จึงทำให้สื่อออนไลน์เป็นหนึ่งในช่องทางหลักสำหรับการบริโภคเนื้อหาของผู้รับสาร ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบัน สื่อมีการหลอมรวมและการสื่อสารมีการผสมผสานทั้งสื่อดั้งเดิม อาทิ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์กับสื่อใหม่ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยมีการสื่อสารผ่านช่องทางใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น ทั้งการสื่อสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และการเปิดรับสื่อหลายช่องทางพร้อมกันในคราวเดียวผ่านทางเครื่องมือที่หลากหลาย (Multi –screen Consumers) เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต มากกว่าการเปิดรับสื่อผ่านทางสื่อโทรทัศน์และวิทยุ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, ๒๕๖๒)

การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับสื่อในยุค ๔.๐ ของประเทศไทยดังกล่าว จะเห็นได้ว่า สื่อเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมของคนในสังคมทั้งด้านบวกและลบ และมีความศักยภาพในการสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ในวงกว้าง นอกจากจะช่วยให้ช่วยเพิ่มช่องทางในการติดต่อและรับข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคแล้ว ในขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้บริโภค โดยประชาชนได้รับข่าวสารจากทุกทิศทาง รวมทั้งโลกออนไลน์เอื้อให้ผู้รับสารสามารถเป็นผู้ส่งสารที่เผยแพร่ข้อมูล ความคิด ทัศนคติของตนเองสู่สาธารณชน โดยมีบทบาทเป็นทั้งผู้รับ

ข่าวสาร (Receiver) และเป็นผู้ส่งสาร (Sender) ทำให้ข่าวสารถูกรับและส่งต่อกันอย่างรวดเร็ว ทั้งโดยถูกต้องและไม่ถูกต้อง สร้างสรรค์และไม่สร้างสรรค์ ก่อให้เกิดประโยชน์และเสียประโยชน์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้องได้อย่างมากมาย บางครั้งเกิดปัญหาเพราะขาดการตรวจสอบ ขาดจรรยาบรรณในการนำเสนอ และกระทบสิทธิของผู้เกี่ยวข้อง จากสถานการณ์ดังกล่าว ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารมีความหลากหลาย มีทั้งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เป็นแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญา แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่า ข้อมูลจำนวนมากไม่น้อยมีลักษณะที่บิดเบือน และเป็นอันตรายที่อาจส่งผลร้ายต่อผู้รับสาร และสังคม จากการศึกษาประเทศไทยยังขาดระบบการวัดคุณภาพเนื้อหาของสื่อที่นำเสนอต่อสังคม และระบบวัดคุณภาพของสื่อที่ใช้ในอุตสาหกรรมสื่อปัจจุบันเป็นการวัดการเปิดรับสื่อของผู้ชมผู้ฟังในเชิงปริมาณเท่านั้น ส่งผลให้ระบบการคัดกรองสื่อไม่สามารถทำได้อย่างครอบคลุม จึงทำให้เกิดสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์เป็นจำนวนมาก เช่น สื่อที่นำเสนอข้อมูลที่เป็นเท็จ โฆษณาเกินจริง สื่อที่นำเสนอความรุนแรง และสร้างค่านิยมที่ผิด การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สื่อลามก อนาจาร เป็นต้น สื่อเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อผู้รับสารที่ขาดวิจารณญาณในการรับข้อมูลข่าวสาร (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, ๒๕๖๒)

ผู้วิจัยสรุปว่า สื่อในยุค ๔.๐ เป็นสื่อที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยในการติดต่อสื่อสารสองทางที่เชื่อมโยงกันได้ในระดับโลก ได้แก่ สื่อดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ สื่อใหม่ สื่อสารมวลชนใหม่ สื่อสารมวลชนแบบร่วมมือ สื่อผสม สื่อหลอมรวมและผสมผสานทั้งสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่ โดยใช้รูปแบบต่าง ๆ ของสื่อในยุค ๔.๐ ได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร การพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์ ภาพยนตร์ ดนตรี ศิลปะการแสดง ภาพ Infographic วิดีทัศน์ (VDO), เกมส์ (Gaming), การ์ตูน, Sticker Line, Gaming, Animation เป็นต้น ผ่านช่องทางเครื่องมือติดต่อสื่อสารและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้แก่ ซอฟต์แวร์และคอมพิวเตอร์ วิทยุ โทรทัศน์ สมาร์ททีวี โทรทัศน์ดิจิทัล สมาร์ทโฟน, Cell Phones, Internet, Web, Facebook, Twitter, YouTube, Google เป็นต้น โดยกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนไม่จำกัด เพศ ช่วงวัย อาชีพและระดับการศึกษา ซึ่งต่างได้รับข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ จากทุกทิศทางได้อย่างเท่าเทียมกัน โดยมีบทบาทเป็นทั้งผู้รับข่าวสารและผู้ส่งสาร รวมทั้งมีการใช้เครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ พฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่ออาจแตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่า สื่อในยุค ๔.๐ มีผลกระทบสูงทั้งในด้านบวกและด้านลบต่อพฤติกรรมของคนไทยและวัฒนธรรมไทย

วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐

วัฒนธรรมมีการเรียนรู้และถ่ายทอดกันทางสังคมระหว่างสมาชิกภายในสังคมเป็นกฎในการประพฤติปฏิบัติ หรือเป็นแนวทางเพื่อให้สมาชิกทราบว่า อะไรเป็นสิ่งที่ต้องทำ และไม่ต้องทำ อาจกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมเป็นโครงสร้างที่ลึกซึ้งของสังคม ซึ่งหยั่งรากลึกอยู่ในค่านิยม ความเชื่อและสมมติฐานของสมาชิกในสังคม (Denison, 1996) วัฒนธรรม ยังหมายรวมถึง ความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ คุณธรรม กฎหมาย ขนบธรรมเนียมประเพณี และความสามารถอื่นๆ ที่สมาชิกของสังคมจำเป็นต้องมี (Taylor, 1871) นอกจากนี้ วัฒนธรรม คือ ความเชื่อพื้นฐาน (Belief) และค่านิยมร่วม (Shared Values) ที่คงอยู่ในสังคมเป็นเวลานานและมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิก อาจกล่าวได้ว่า วัฒนธรรม เป็นแบบแผนของสมมติฐานพื้นฐานซึ่งกลุ่มคนได้สร้างขึ้น ค้นพบ หรือพัฒนาจาก

การเรียนรู้เพื่อรับมือหรือจัดการกับปัญหาในการปรับตัวให้สอดคล้องกับภายนอกและการบูรณาการภายใน (Schein, 1992) โดยวัฒนธรรมและการติดต่อสื่อสารเป็นปรากฏการณ์ที่ต่อเนื่องกัน (Zaw, 2018)

นักวิชาการได้แบ่งมิติทางวัฒนธรรม (Hofstede's Cultural Dimensions) เป็น ๕ มิติ ดังนี้ (Hofstede, 2001)

๑. Power Distance หมายถึง มิติด้านอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันในสังคมที่มีสายการบังคับบัญชาสูง เป็นสถานการณ์ที่สมาชิกที่มีอำนาจน้อยกว่าต้องยอมรับสมาชิกที่มีอำนาจสูงกว่า ซึ่งมีการกระจายอำนาจอย่างไม่เท่าเทียมกัน

๒. Individualism/Collectivism หมายถึง มิติด้านปัจเจกนิยม มีความเป็นอิสระ เน้นการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก ส่วนมิติด้านพึ่งพากลุ่ม การตัดสินใจมักต้องขึ้นกับครอบครัว กลุ่ม หรือสังคม

๓. Masculinity/Femininity หมายถึง มิติด้านนามธรรมซึ่งเปรียบเทียบกับเพศ ซึ่งวัฒนธรรมในลักษณะของเพศหญิง เช่น ความอ่อนโยน ความเป็นห่วงใย ความร่วมมือ ความสมดุล ระหว่างงานและชีวิต ส่วนลักษณะของเพศชาย เช่น พลังอำนาจ การแก่งแย่งแข่งขันชิงความ ได้เปรียบ

๔. Uncertainty Avoidance หมายถึง มิติด้านความอดทนของสังคมต่อความไม่แน่นอน ความเสี่ยงและความแตกต่าง ซึ่งสังคมที่ต้องการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนสูง จะเน้นกฎระเบียบแบบแผน ในขณะที่บางสังคมมีความอดทนสูงต่อความไม่แน่นอนและความแตกต่างที่เกิดขึ้น

๕. Long-term/Short-term Orientation หมายถึง มิติด้านการปรับตัวทางวัฒนธรรม ในระยะยาวและในระยะสั้น ซึ่งมิติด้านการปรับตัวทางวัฒนธรรมในระยะยาว ได้แก่ ประเพณี ความจงรักภักดี พันธะผูกพัน ความซื่อสัตย์สุจริต ส่วนมิติด้านการปรับตัวทางวัฒนธรรมในระยะสั้น ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ และวิธีการคิดในรูปแบบใหม่ ๆ เป็นต้น

นอกจากการอธิบายวัฒนธรรมด้วยมิติทางวัฒนธรรมแล้ว นักวิชาการได้เสนอตัวแบบที่ใช้อธิบายวัฒนธรรม ตัวแบบแรกได้แก่ ตัวแบบภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg Model) โดยส่วนยอดของภูเขาน้ำแข็งแสดงถึงวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมซึ่งสามารถมองเห็นได้ ตัวอย่างเช่น ดนตรี ภาพยนตร์ การเต้นรำ การแต่งกาย สถาปัตยกรรม อาหาร ภาษา ศิลปะและพฤติกรรม เป็นต้น ส่วนภูเขาน้ำแข็งที่อยู่ใต้น้ำแสดงถึงวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมซึ่งไม่สามารถมองเห็นได้ ตัวอย่างเช่น ความเชื่อทางศาสนา มุมมองที่มีต่อโลกหรือกระบวนทัศน์ กฎหรือแนวทางในการมีความสัมพันธ์ต่อกัน แนวทางในการเลี้ยงดูของครอบครัว แรงจูงใจ ความอดทนต่อการเปลี่ยนแปลง ทศนคติต่อกฎระเบียบ เป็นต้น ทั้งนี้ ส่วนที่อยู่ใต้น้ำของภูเขาน้ำแข็งมีความสำคัญมากกว่าส่วนยอดของภูเขาน้ำแข็ง โดยวัฒนธรรมซึ่งเป็นนามธรรมที่ไม่สามารถมองเห็นจะถูกแสดงออกมาในรูปของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นรูปธรรมที่สามารถมองเห็นได้ (Rothlauf, 2012)

ตัวแบบที่ใช้อธิบายวัฒนธรรมตัวแบบที่สอง ได้แก่ ทฤษฎีสามระดับ ซึ่งเสนอโดย Edgar H.Schein โดยในระดับแรก เป็นส่วนของวัฒนธรรมที่มองเห็นได้ ซึ่งเรียกว่า Artefacts เป็นวัฒนธรรมวิธีการดำรงชีวิต ตัวอย่างเช่น ดนตรี ภาพยนตร์ การเต้นรำ การแต่งกาย สถาปัตยกรรม อาหาร ภาษา ศิลปะและพฤติกรรม เป็นต้น ระดับที่สอง ได้แก่ ความเชื่อ ค่านิยมและทัศนคติ ซึ่งฝัง

รากลึกอยู่ภายในจิตใจของสมาชิกที่มีวัฒนธรรมเดียวกัน โดยผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกอาจมองไม่เห็นหรือไม่เข้าใจ ส่วนระดับที่สาม ได้แก่ สมมติฐานพื้นฐาน (Basic Assumptions) มีความสำคัญที่สุดและอยู่ภายใต้จิตสำนึกซึ่งยากต่อการทำความเข้าใจ เช่น การดำรงอยู่ของมนุษย์ ความสัมพันธ์ ความเป็นจริง และความซื่อสัตย์ (Schein, 2010) ตัวแบบที่สามที่ใช้อธิบายวัฒนธรรม ได้แก่ ตัวแบบลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of Needs Model) ซึ่งเป็นทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์ ที่เสนอโดย Abraham Maslow ในการอธิบายแรงจูงใจของมนุษย์ โดยมีสมมติฐานว่า ความต้องการของมนุษย์ในลำดับขั้นที่เป็นพื้นฐานต้องได้รับการตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจขึ้นไปก่อนที่จะตอบสนองความต้องการที่อยู่ในลำดับขั้นที่สูงขึ้นไปจนถึงลำดับขั้นสูงสุด ได้แก่ ความต้องการในลำดับขั้นพื้นฐานซึ่งเป็นความต้องการทางร่างกายหรือปัจจัยสี่ ความปลอดภัย การได้รับความรัก ชื่อเสียงและความต้องการในลำดับสูงสุดเป็นความสุขจากการตระหนักรู้ตนเองจากความสำเร็จหรือความสมบูรณ์ในชีวิต (Maslow, 1943)

นอกจากนี้ วัฒนธรรมยังแบ่งได้เป็น ๓ ประเภท ได้แก่

๑. มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) หมายถึง ผลงานทุกแขนงของศิลปินที่แสดงออกถึงจิตวิญญาณของชาติและแก่นสารทางค่านิยมที่ทำให้ชีวิตมีความหมาย ทั้งผลงานที่มองเห็นและสัมผัสจับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) กับผลงานที่ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้ (Intangible Cultural Heritage) โดยผ่านทางภาษา พิธีกรรม ศรัทธา ความเชื่อ โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดี งานด้านวรรณกรรม ผลงานทางศิลปกรรม งานจดหมายเหตุ และหอสมุด เป็นต้น

๒. วัฒนธรรมวิถีชีวิต (Living Culture) หมายถึง วัฒนธรรมที่ได้รับการสืบทอดต่อกันมา มีการปรับปรุงพัฒนาและปฏิบัติกันอยู่ในวิถีชีวิตปัจจุบัน ได้แก่ วัฒนธรรมพื้นบ้านของท้องถิ่น ขนบธรรมเนียมประเพณี มารยาททางสังคม ค่านิยม คุณธรรม จริยธรรม เป็นต้น

๓. วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ (Cultural Creativity) หมายถึง วัฒนธรรมร่วมสมัยท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการพัฒนาไปตามความต้องการของสังคมสมัยใหม่ โดยนำคุณค่าและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาประยุกต์พัฒนาหรือสร้างสรรค์ในมิติเชิงพาณิชย์ งานผลิต/บริการด้านสื่อทุกสาขา ได้แก่ ภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ ดนตรี ศิลปะการแสดง การพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์ ซอฟต์แวร์และคอมพิวเตอร์ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อผสม (Multimedia) เช่น เกมส์ การ์ตูน Animation เป็นต้น (วีระ โรจน์พจนรัตน์, ๒๕๕๑)

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมทำให้เกิดความยึดเหนี่ยวและการหลอมรวมทางสังคมซึ่งส่งผลดีต่อการพัฒนาประเทศชาติอย่างยั่งยืน การพัฒนาประเทศให้ทัดเทียมนานาชาติอารยประเทศได้อย่างเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของโลกได้อย่างยั่งยืน จะต้องพัฒนาทั้งเศรษฐกิจและสังคมควบคู่ไปด้วยกัน ไทยมีทุนทางสังคม ได้แก่ วัฒนธรรมซึ่งเป็นผลรวมของสิ่งที่ตั้งงมที่มีอยู่ในสังคม ซึ่งเกิดจากการสั่งสม ต่อยอดและพัฒนาาร่วมกันของคนในสังคมขึ้นมาเป็นมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ศาสนา วิถีชีวิต และภูมิปัญญา โดยเป็นทั้งอัตลักษณ์ของความเป็นไทยและอัตลักษณ์ของภูมิภาค จากการที่ประเทศไทยตั้งอยู่ตรงศูนย์กลางของภูมิภาคและรับความหลากหลายและความแตกต่างทางวัฒนธรรม นำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างกลมกลืนและเหมาะสม ซึ่งเป็นจุดแข็งและโอกาสของไทยในการพัฒนาประเทศด้วยมิติทางวัฒนธรรม

ดังกล่าวที่ว่า “ประเทศที่มีวัฒนธรรมย่อมสร้างความเจริญมั่งคั่งได้ หากรู้จักการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ” (วิระ โรจน์พจนรัตน์, ๒๕๕๑) ทั้งนี้ วัฒนธรรมของไทยมีการติดต่อสื่อสารสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ดังจะเห็นได้จาก เทศกาลต่าง ๆ ของไทยรวมทั้งประเพณีที่เก่าแก่ของไทยที่ปฏิบัติสืบมาแต่โบราณ มักให้ความสำคัญกับเพื่อนมนุษย์ในสังคมและสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน เช่น ความกตัญญู ความโอบอ้อมอารี ความเอื้ออาทรต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ วิชาศีลธรรมในหลักสูตรการศึกษาของไทยช่วยพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมให้แก่เด็กไทยมาทุกยุคทุกสมัย โดยใน พรบ.การศึกษาแห่งชาติ ๒๕๔๒ ได้กล่าวถึงเป้าหมายการพัฒนาคนแบบองค์รวมไว้ว่า การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, ๒๕๕๙)

ในปัจจุบันซึ่งเป็นยุค ๔.๐ การหล่อหลอมกลุ่มเกลาทางสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต หากครอบครัวมีปัญหา ย่อมก่อให้เกิดปัญหาสังคมอื่น ๆ ตามมา จากลักษณะวิถีชีวิตครอบครัวที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน หนุ่มสาวจากต่างจังหวัดมุ่งหน้าเข้าเมืองเพื่อหางานทำ พ่อแม่แก่ชราจำเป็นต้องเลี้ยงหลาน บางครอบครัวในเมือง พ่อแม่ต้องทำงานหนักจนไม่มีเวลาอบรมสั่งสอนลูกหลาน ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ในครอบครัวซึ่งสร้างปัญหาต่าง ๆ ในสังคม (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, ๒๕๕๙) นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม ประสบการณ์การเรียนรู้ของคนแต่ละรุ่นนั้นแตกต่างกันจากสื่อและสภาพแวดล้อมทางสังคม จะเห็นได้ว่า คนรุ่นก่อนซึ่งเป็นคนสูงวัย รุ่นพ่อแม่ นั้นมีการใช้สื่อน้อยมาก โดยการเรียนรู้มาจากประสบการณ์ของผู้คนในชีวิตจริงร่วมกัน แต่คนรุ่นหลังจะใช้สื่อมากและเรียนรู้ประสบการณ์จากจอของสื่อมากกว่าคนรุ่นก่อน ด้วยประสบการณ์การเรียนรู้จากสองโลกที่แตกต่างกันนี้เองทำให้โลกทัศน์การเรียนรู้โลกของคนแต่ละรุ่นแตกต่างกันไปด้วยจะเห็นว่าคนแต่ละรุ่นได้รับข่าวสารที่แตกต่างกัน เกิดประสบการณ์ ความคิดความเชื่อที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมและระดับความเท่าทันต่อข้อมูลข่าวสารที่หลั่งไหลเข้ามาแตกต่างกัน (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, ๒๕๖๒) อย่างไรก็ตาม ศิลปะและวัฒนธรรมอันดีงาม คือ กระจกสะท้อนให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองทางจิตใจของคนในชาติ โดยกลไก “บวร” บ้าน วัด โรงเรียน จะเสริมสร้างให้คนไทยมีความรู้คู่คุณธรรม ครอบครัวเป็นสถาบันทางสังคมที่ช่วยสร้างและพัฒนาคุณภาพมนุษย์ทำให้สังคมไทยเข้มแข็งโดยน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, ๒๕๕๙)

ผู้วิจัยสรุปว่า วัฒนธรรมซึ่งฝังรากลึกอยู่ในจิตใจ ได้รับการพัฒนามาจากกระบวนการหล่อหลอมกลุ่มเกลาทางสังคม ผ่านประวัติความเป็นมา และมีผลต่อพฤติกรรม ที่แสดงออกและวิธีการในการกระทำของคนในสังคมซึ่งได้รับการยอมรับว่า เป็นวิธีการที่ถูกต้องในการปรับตัวให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายนอกได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ด้วยบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมในยุค ๔.๐ ที่สำคัญ ได้แก่ เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสารและการหล่อหลอมกลุ่มเกลาทางสังคมของไทยที่เปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของไทย ทั้งในด้านบวกและด้านลบ ดังนั้นจึงมีความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาวัฒนธรรมไทยเพื่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมวิถีชีวิตอันดีงามของไทยให้คงอยู่และสืบทอดต่อไปในระยะยาว และเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมวัฒนธรรมร่วมสมัยท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่มี

การพัฒนาไปตามความต้องการของสังคมสมัยใหม่ โดยนำเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยมาประยุกต์ใช้ในการสร้างคุณค่าและมูลค่าได้อย่างทันสมัยในระดับสากล

การพัฒนาสื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลกที่รวดเร็วและไม่สามารถคาดเดาได้นั้น ประเทศต่าง ๆ ซึ่งรวมทั้งประเทศไทยต่างพยายาม “ปรับ” ประเทศให้มีความทันสมัยและรู้เท่าทันต่อภัยคุกคามต่าง ๆ รวมทั้งเตรียมพร้อมรับมือกับอนาคตซึ่งเต็มไปด้วยความไม่แน่นอนและวิกฤตในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม กฎหมายและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งภัยคุกคามจากสื่อใหม่และวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลายรวมทั้งปัญหาด้านคุณธรรมจริยธรรม ประเทศไทยต้องการจึงพัฒนาเชิงรุกให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง โดยรัฐบาลมีนโยบายในการนำโมเดลไทยแลนด์ ๔.๐ หรือประเทศไทย ๔.๐ ไปใช้ในการพัฒนาประเทศไปสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) ที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยมีการบูรณาการในทุกภาคส่วนและบูรณาการกันระหว่างเทคโนโลยีดิจิทัลร่วมกับกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อให้มีความสามารถในการปรับเปลี่ยนได้ฉับไวและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยมีการนำระบบเครื่องจักรอัตโนมัติมาใช้อย่างครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประเทศรายได้สูงที่ขับเคลื่อนด้วยฐานขององค์ความรู้ เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม รวมทั้งจะมีการวิจัยและพัฒนาเชิงบูรณาการตามกลุ่มเทคโนโลยีโดยใช้แนวทางสหวิทยาการและเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นหัวใจสำคัญในการสื่อสารและการเปลี่ยนแปลง ตัวอย่างกลุ่มสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ใช้การออกแบบการให้บริการ (Service Design) ในการสร้างมูลค่า (Creative and Culture - High Value Services) เช่น เทคโนโลยีการออกแบบ ธุรกิจไลฟ์สไตล์ เทคโนโลยีการท่องเที่ยว และการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ เป็นต้น (สุวิทย์ เมษินทรีย์, ๒๕๖๐) ทั้งนี้การพัฒนาสังคมไทยในยุค ๔.๐ มุ่งสู่ “สังคมไทย ๔.๐” ซึ่งเป็นสังคมที่มีความหวัง (Hope) เปี่ยมสุข (Happiness) และมีความสมานฉันท์ (Harmony) มีความพอเพียง โดยมีความเท่าเทียมกันในสังคม รวมทั้งมีสิ่งแวดล้อมและสุขภาพที่ดี จากการที่ปัจจัยสำคัญในการรับมือกับกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลงในระดับโลก ได้แก่ ทุนทรัพยากรมนุษย์ในสังคมไทย ซึ่งต้องมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นประเทศไทย ๔.๐ โดยภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องร่วมกันพัฒนากำลังคน ตามพิมพ์เขียวประเทศไทย ๔.๐ ที่กำหนดไว้ว่า หัวใจที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย ๔.๐ คือ “คนไทย ๔.๐” ทั้งนี้ ทักษะที่มีความสำคัญมากขึ้นและต้องการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในศตวรรษที่ ๒๑ ที่สำคัญได้แก่ ทักษะดิจิทัล ความฉลาดในการสื่อสาร ความสามารถในการบริหารจัดการ ความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ความฉลาดทางอารมณ์ ความยืดหยุ่นทางความคิด ทักษะการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน และการคิดวิเคราะห์แยกแยะ เป็นต้น ดังนั้น การเตรียม “คนไทย ๔.๐” จึงเป็นการปรับเปลี่ยนกรอบความคิด (Mindset) ทักษะ (Skill-Set) และพฤติกรรม (Behavior Set) ของคนไทยทั้งระบบ เพื่อให้ “คนไทย ๔.๐” เป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการเปลี่ยนผ่านสู่ “Thailand 4.0” ที่มีความมั่นคง มั่นคง และยั่งยืน ได้อย่างแท้จริง โดย “คนไทย ๔.๐” จะได้รับโอกาสทางการศึกษาที่มีคุณภาพดีและได้รับสวัสดิการทางสังคมที่เหมาะสมตลอดทุกช่วงชีวิต เป็นคนทันโลก ทันเทคโนโลยี สามารถอยู่บนเวทีโลกได้อย่างภาคภูมิใจ และสามารถมี

ส่วนร่วมกับนานาชาติ เพื่อให้โลกดีขึ้น น่ายุติขึ้น อาจกล่าวได้ว่า “คนไทย ๔.๐” ซึ่งเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ในศตวรรษที่ ๒๑ คือ คนไทยที่มีปัญญาที่เฉียบแหลม (Head) มีทักษะที่เห็นผล (Hand) มีสุขภาพที่แข็งแรง (Health) และมีจิตใจที่งดงาม (Heart) ซึ่งการปรับเปลี่ยนกระบวนการเรียนรู้ของคนไทยทั้งระบบ เริ่มจากการเสริมสร้างให้เกิดการเจริญเติบโตในตัวคนไทย (Growth for People) ผ่านการสร้างสังคมแห่งโอกาสในการเติมเต็มศักยภาพ โดยปรับเปลี่ยนจากการเรียนรู้ในห้องเรียน ในโรงเรียน และในระบบเป็นการเรียนรู้นอกห้องเรียน นอกโรงเรียน และนอกระบบ มุ่งเน้นการเรียนรู้เพื่อส่วนรวม (Mindful Learning) มีการปลูกฝังจิตสาธารณะ ยึดประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, ๒๕๖๐)

นโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐

๑. ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

เป็นการวางแผนและกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะยาว เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาของทุกภาคส่วนให้ขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน ตามวิสัยทัศน์ของประเทศไทยที่ว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และทำให้ประเทศไทยพัฒนาไปสู่อนาคตที่พึงประสงค์ตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ มีการถ่ายทอดแนวทาง การพัฒนาสู่การปฏิบัติในแต่ละช่วงเวลาอย่างต่อเนื่องและมีการบูรณาการสร้างความเข้าใจถึงอนาคตของประเทศไทยร่วมกัน และเกิดการรวมพลังของทุกภาคส่วนในสังคม ทั้งประชาชน เอกชน และประชาสังคม ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อการสร้างและรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์แห่งชาติ คนไทยมีความสุข อยู่ดีกินดี สังคม มีความมั่นคง เสมอภาคและเป็นธรรม โดยยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อและวัฒนธรรม มีดังนี้

1.1 ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์

เพื่อให้คนไทยเป็นคนดี เก่ง มีคุณภาพ พร้อมสำหรับวิถีชีวิตในศตวรรษที่ ๒๑ และสังคมไทยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อและสนับสนุนต่อการพัฒนาคนตลอดช่วงชีวิต โดยคนไทยมีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่ดีรอบด้านและมีสุขภาพะที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มั่นยัสต์ อดออม โอบอ้อมอารี มีวินัย รักษาศีลธรรม และเป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะ ที่จำเป็นในศตวรรษที่ ๒๑ มีทักษะสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาที่สามและอนุรักษภาษาท้องถิ่น มีนิสัยรักการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต สู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง โดยมีสัมมาชีพตามความถนัดของตนเอง

ประเด็นยุทธศาสตร์ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคม ร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดยบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษาและสื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็น “วิถี” การดำเนินชีวิต

เป้าหมาย คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมที่ดีงาม มีความรักและภูมิใจ ในความเป็นไทยมากขึ้น นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิต สังคมไทยมีความสุขและเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศมากขึ้น

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ดัชนีคุณธรรม ๕ ประการ ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์ สุจริต การมีจิตสาธารณะ การเป็นอยู่อย่างพอเพียง การกระทำอย่างรับผิดชอบ ความเป็นธรรมทางสังคม

การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมผ่านการเลี้ยงดูในครอบครัว โดยส่งเสริมให้ครอบครัวมีความอบอุ่น ดำเนินชีวิตโดยยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม มัชยสถ์ อดออม ซื่อสัตย์ และแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

การบูรณาการเรื่องความซื่อสัตย์ วินัย คุณธรรม จริยธรรม ในการจัดการเรียน การสอนในสถานศึกษา รวมถึงการรักษาขนบธรรมเนียมและประเพณีอันดีงาม การสร้างความเข้มแข็งในสถาบันทางศาสนา เพื่อเผยแผ่หลักธรรมคำสอนทาง ศาสนาที่ดีงามและสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตที่เข้าใจง่ายให้แก่ประชาชน

การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน โดยการพัฒนาผู้นำ ชุมชนให้เป็นต้นแบบของการมีคุณธรรม จริยธรรม การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในการจัดกิจกรรม สาธารณะประโยชน์ และการนำเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม

การสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่พึงประสงค์จากภาคธุรกิจ โดยกระตุ้นให้ภาค ธุรกิจ มีการบริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล พัฒนาสร้างความรู้สึกรับผิดชอบต่อสังคม ปรับเปลี่ยน ทัศนคติให้คำนึงถึงต้นทุนทางสังคม ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคม

การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคน ในสังคม โดยส่งเสริมให้สื่อและสื่อสารมวลชนปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่ออย่างเคร่งครัด พัฒนาสื่อ สร้างสรรค์ โดยจัดเวลาและพื้นที่ออกอากาศให้แก่สื่อสร้างสรรค์ในช่วงเวลาที่ผู้ชมมากที่สุด รวมทั้ง ส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ นำเสนอตัวอย่างของการมี คุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสาธารณะ เพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ สร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาท สิทธิ และหน้าที่การเป็นพลเมืองที่ดี ให้กับประชาชนทั่วไป

การส่งเสริมให้คนไทยมีจิตสาธารณะและมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม โดยสร้างความตระหนักให้ประชาชนรู้จักหน้าที่ของตนเอง การตรงต่อเวลา การยอมรับความ หลากหลาย เห็นคุณค่าและความสำคัญในการประกอบสัมมาอาชีพหรือมีงานทำ เน้นการพึ่งพา ตนเอง และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น และเป็นพลเมืองที่ดี และส่งเสริมให้มีวัฒนธรรม การทำงานเพื่อส่วนรวม สนับสนุน ส่งเสริม เป้าหมายของประเทศและยุทธศาสตร์ชาติ

1.2 ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

ประเด็นยุทธศาสตร์ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว เน้นการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรม รวมทั้งการบริหารจัดการสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงการผลักดันให้เมืองประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศิลปะให้ได้รับ

การยอมรับในเวทีสากล พร้อมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวตามฤดูกาล การท่องเที่ยววิถีชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยววิถีพุทธ

1.3 ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

ประเด็นยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างพลังทางสังคม โดยสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสร้างสรรค์ เพื่อรองรับสังคมยุคดิจิทัล พัฒนาระบบโครงสร้างเครือข่ายด้านข้อมูลเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องทันสมัยได้อย่างรวดเร็ว ส่งเสริมเสรีภาพของสื่อสาธารณะ ควบคู่ไปกับมาตรการสร้างความรับผิดชอบของสื่อต่อสังคม รวมถึงส่งเสริมบทบาทขององค์กรที่เกี่ยวข้องในการให้ความรู้เรื่องสิทธิเพื่อคุ้มครองการใช้เทคโนโลยีและสื่อตามมาตรฐาน ความปลอดภัยและกฎหมาย ตลอดจนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ทั้งในเชิงเนื้อหา และการสร้างความตระหนักและภูมิคุ้มกันของผู้เสพสื่อ

๒. แผนการปฏิรูปประเทศ

ตามที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา ๖๕ กำหนดให้รัฐจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติ เพื่อเป็นเป้าหมายระยะยาวในการพัฒนาประเทศ ประกอบกับมาตรา ๒๕๗ และมาตรา ๒๕๙ กำหนดให้ทำการปฏิรูปประเทศเพื่อวางรากฐานการพัฒนาไปสู่ประเทศที่มีความสามัคคีปรองดอง มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและมีความสมดุลประชาชนในสังคมมีโอกาสทัดเทียมกันและมีคุณภาพชีวิตที่ดี รวมทั้งมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ และการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข โดยมีแผนการปฏิรูปด้านที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

๒.๑ แผนปฏิรูปประเทศ ด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ

เป้าหมายรวม

๒.๑.๑ การมุ่งเน้นการสร้างดุลยภาพระหว่างเสรีภาพของการทำหน้าที่ของสื่อ บนความรับผิดชอบต่อการใช้พื้นที่ดิจิทัลเพื่อความชอบธรรม และการใช้พื้นที่ดิจิทัลเพื่อการสื่อสารอย่างมีจรรยาบรรณ ดำรงรักษาเสรีภาพของการแสดงออก การรับรู้ของประชาชน ด้วยความเชื่อว่าเสรีภาพของการสื่อสารคือเสรีภาพของประชาชนตามแนวทางของประชาธิปไตย

๒.๑.๒ สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม ในการให้ความรู้แก่ประชาชน ปลุกฝังวัฒนธรรมของชาติและปลูกฝังทัศนคติที่ดี

ประเด็นการปฏิรูปที่ ๑ การปฏิรูปการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน มีการดำเนินงานที่สอดคล้องสำคัญ คือ การพัฒนาแนวทางเพื่อสร้างและสนับสนุนการรู้เท่าทันสื่อและเฝ้าระวังสื่อ สนับสนุนให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านสื่อระหว่างภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน ทั้งเครือข่ายวัฒนธรรม หน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม เอกชน และหน่วยงานรูปแบบอื่น ๆ มีการรณรงค์เพื่อสร้างวัฒนธรรมในการใช้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ และคนพิการ รวมถึงศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อ การเฝ้าระวังและพฤติกรรมการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ของประชาชนทุกกลุ่ม

ประเด็นการปฏิรูปที่ ๒ แนวทางการส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อ มีการดำเนินงานที่สอดคล้องสำคัญ คือ การสนับสนุนให้มีการพัฒนาประมวลจริยธรรม และแนวปฏิบัติที่ดีของสื่อแต่ละแขนง ซึ่งรวมถึงเสรีภาพในกาแสดงความคิดเห็น และการส่งเสริมหรือจูง

ใจให้สื่อสร้างจรรยาบรรณทางวิชาชีพ เป็นมาตรฐานกลางขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ ส่งเสริมให้ผู้ผลิตสื่อมีองค์ความรู้ในการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สร้างแรงจูงใจในการผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อคุณภาพอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับสื่อที่มีความหลากหลาย และครอบคลุมทุกพื้นที่

๒.๒ แผนการปฏิรูปด้านสังคม

ประเด็นการปฏิรูปที่ ๑ การจัดการข้อมูลและองค์ความรู้ด้านสังคม เพื่อช่วยให้หน่วยงานภาครัฐทราบความต้องการของประชาชนได้อย่างชัดเจน รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บข้อมูลและเกิดการบูรณาการข้อมูลด้านสังคมระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นการปฏิรูปที่ ๒ การส่งเสริมการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ การรับรู้ และการส่งเสริมกิจกรรมทางสังคม เพื่อให้สังคมเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Social Cohesion) ยอมรับในความแตกต่างและมีความเอื้ออาทรกัน ให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกสาธารณะของประชาชนผ่านกิจกรรมทางสังคมบนพื้นที่สร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อช่วยขับเคลื่อนสังคมให้เป็นสังคมคุณภาพ ดังนี้ ๑. การสร้างพลังจิตอาสา เพื่อพัฒนาชุมชนในทุกจังหวัด ๒. การสร้างพลังแผ่นดิน เพื่อดำเนินกิจกรรมจิตอาสาในด้านต่าง ๆ ทั้งการศึกษา สุขภาพ กีฬา วัฒนธรรมท้องถิ่น ๓. การสร้างพลังสร้างสรรค์ โดยสร้างและพัฒนาพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้ทักษะชีวิต ในรูปแบบโรงเรียนผู้สูงอายุ ยุกระดับศูนย์พัฒนาเด็กเล็กให้เป็นพื้นที่ฟื้นฟูและกล่อมเกลาคเด็ก และขยายเครือข่ายวิทยุชุมชน เพื่อช่วยเหลือสาธารณะ ๔. การสร้างพลังภูมิคุ้มกัน โดยจัดทำมาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์ ระบบตรวจสอบข้อมูลข่าวสารบน Smart Phone และโครงการ Citizen Watchdogs โดยสร้างระบบดิจิทัลในการเฝ้าระวังทางสังคมในชุมชน

๓. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

มุ่งเน้นการปฏิรูปประเทศ โดยการพัฒนาวินัยศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม คุณภาพคนและแรงงาน สร้างธรรมาภิบาล พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์ ปรับปรุงกฎระเบียบ พัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจ และใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือภูมิภาค เพื่อรับมือกับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและแก้ปัญหา พื้นฐานที่สั่งสมมายาวนาน เช่น ความเหลื่อมล้ำในสังคม การเข้าสู่สังคมสูงวัยและการลดลงของประชากรวัยแรงงาน ความเสื่อมโทรมร้อยละของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการภาครัฐด้วยประสิทธิภาพ ขาดความโปร่งใส และปัญหาคอร์รัปชัน เป็นต้น

วัตถุประสงค์ เพื่อวางรากฐานให้คนไทยเป็นคนที่สมบูรณ์ มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัยค่านิยมที่ดี มีจิตสาธารณะ และมีความสุข โดยมีสุขภาพและสุขภาพที่ดี ครอบครัวอบอุ่น ตลอดจนเป็นคนเก่งที่มีทักษะความรู้ความสามารถและพัฒนาตนเองได้ตลอดชีวิต

เป้าหมาย คนไทยมีลักษณะเป็นคนไทยที่สมบูรณ์ มีวินัย มีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม มีความเป็นพลเมืองตื่นรู้ มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและทำประโยชน์ต่อส่วนรวม มีสุขภาพกายและใจที่ดี มีความเจริญงอกงามทางจิตวิญญาณ มีวิถีชีวิตที่พอเพียง และมีความเป็นไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพมนุษย์
เป้าหมาย คนไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม
ตัวชี้วัด ประชากรอายุ ๑๓ ปีขึ้นไปมีกิจกรรมการปฏิบัติตนที่สะท้อนการมีคุณธรรม
จริยธรรมเพิ่มขึ้น

แนวทางการพัฒนา ปรับเปลี่ยนค่านิยมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย
จิตสาธารณะ และพฤติกรรมที่พึงประสงค์ จัดสรรเวลาและพื้นที่ออกอากาศให้แก่สื่อสร้างสรรค์
ที่ส่งเสริมการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมและค่านิยมอันดีโดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุด
และส่งเสริมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาทสิทธิ และหน้าที่การเป็น
พลเมืองที่ดี

๔. แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

โลกในปัจจุบันเข้าสู่ยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลที่เทคโนโลยีหลอมรวมเข้ากับวิถี
ชีวิตคนอย่างแท้จริง ประเทศไทยจึงต้องเร่งพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อใช้ขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ
และตอบปัญหาความท้าทายใหม่ๆ เช่น สิทธิประโยชน์การเข้าถึงข้อมูล และการพัฒนาศักยภาพของคน
เป็นต้น ทั้งนี้ แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ตามแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ
พุทธศักราช ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕ ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้
ผลักดันให้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งรวมถึงการ
ปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ทางความคิดในทุกภาคส่วน การปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารราชการ
แผ่นดิน และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ได้แก่

ยุทธศาสตร์ สร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล จะมุ่งสร้าง
ประเทศไทยที่ประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเกษตรกร ผู้ที่อยู่ในชุมชน ห่างไกล ผู้สูงอายุ
ผู้ด้อยโอกาส และคนพิการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากบริการต่าง ๆ ของรัฐผ่านเทคโนโลยี
ดิจิทัล มีข้อมูล องค์กรความรู้ทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่น ในรูปแบบดิจิทัลที่ประชาชนสามารถ
เข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยง่ายและสะดวก และมีประชาชนที่รู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร
และมีทักษะในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีแผนงาน
เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ได้แก่ การสร้างสื่อ คลังสื่อ และแหล่งเรียนรู้ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต
ที่ประชาชนเข้าถึงได้อย่างสะดวก ผ่านทางระบบโทรคมนาคม ระบบแพร่ภาพ กระจายเสียง และสื่อ
หลอมรวม

๕. แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีบทบาทการทำงานเพื่อขับเคลื่อนสังคม
ตามที่กำหนดในมาตรา ๕ แห่งพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๕๘
กองทุนจึงกำหนดพันธกิจ ดังนี้

๕.๑.๑ ส่งเสริม สนับสนุน ภาครัฐเครือข่ายทุกภาคส่วนในการผลิต และพัฒนาสื่อ
ปลอดภัยและสร้างสรรค์

๕.๑.๒ ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึง เข้าใจ และใช้ประโยชน์ จากสื่อปลอดภัยและ
สร้างสรรค์อย่างทั่วถึง

๕.๑.๓ ส่งเสริมให้ประชาชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และครอบครัว มีทักษะในการรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ

โดยมีแผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕ เพื่อขับเคลื่อนพันธกิจ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อและนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดกลไกและกระบวนการคัดกรอง เฝ้าระวัง และรู้เท่าทันสื่อ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมและพัฒนาช่องทางเพื่อสื่อสารกับสังคมให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคี

กระทรวงวัฒนธรรม มีหน่วยงานในสังกัดและภารกิจ ดังนี้

๑. สำนักงานรัฐมนตรี มีภารกิจเกี่ยวกับราชการทางการเมือง เพื่อสนับสนุนภารกิจของรัฐมนตรี ประสานนโยบายระหว่างกระทรวง

๒. สำนักงานปลัดกระทรวง มีภารกิจเกี่ยวกับการเป็นศูนย์กลางการบริหารของกระทรวง พัฒนายุทธศาสตร์ แปลงนโยบายเป็นแผนปฏิบัติ จัดสรรทรัพยากร และการบริหารราชการทั่วไป การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ งานความร่วมมือความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมกับต่างประเทศ งานด้านกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ กำกับ เร่งรัด ติดตาม ประเมินผล และประสานการปฏิบัติราชการของส่วนราชการในสังกัด รวมทั้งการประชาสัมพันธ์เผยแพร่การดำเนินงานของกระทรวง

๓. กรมศิลปากร มีภารกิจเกี่ยวกับการคุ้มครอง ป้องกัน อนุรักษ์ บำรุงรักษา ฟื้นฟู ส่งเสริม สร้างสรรค์ เผยแพร่ ค้นคว้า วิจัย พัฒนา สืบทอดศิลปะและทรัพย์สินมรดกทางศิลปวัฒนธรรมของชาติ เพื่อธำรงคุณค่าและเอกลักษณ์ของความเป็นชาติ อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของสังคมไทยและความมั่นคงของชาติ

๔. กรมการศาสนา มีภารกิจเกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐด้านศาสนา โดยการทำนุบำรุง ส่งเสริมและให้ความอุปถัมภ์คุ้มครองกิจการด้านพุทธศาสนาและศาสนาอื่น ๆ ที่ทางราชการรับรอง ตลอดจนส่งเสริมพัฒนาความรู้คู่คุณธรรม ส่งเสริมความเข้าใจอันดี และสร้างความสมานฉันท์ระหว่างศาสนิกชนของทุกศาสนา รวมทั้งดำเนินการเพื่อให้คนไทยนำหลักธรรมของศาสนามาใช้ ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้เป็นคนดีมีคุณธรรม

๕. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม มีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริม บำรุง รักษาวัฒนธรรมไทย โดยการศึกษา ค้นคว้า วิจัย ฟื้นฟู พัฒนา เผยแพร่ และส่งเสริมหน่วยงานของรัฐ เอกชน และประชาชน ที่ดำเนินงานด้านวัฒนธรรม รวมทั้งดำเนินการเกี่ยวกับการประสานงานแลกเปลี่ยน ด้านวัฒนธรรม

๖. สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย มีภารกิจเกี่ยวกับการดำเนินการส่งเสริม สนับสนุน และเผยแพร่กิจกรรมสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อเพิ่มพูนพัฒนาภูมิปัญญาและการประยุกต์ใช้ในสังคม

๗. สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ มีภารกิจเกี่ยวกับการศึกษา วิจัยและส่งเสริมวิชาการ ตั้งแต่ระดับพื้นฐานวิชาชีพถึงวิชาชีพชั้นสูง ด้านนาฏศิลป์ ดุริยางค์ศิลป์ คีตศิลป์ ช่างศิลป์ ทั้งไทยและสากล รวมทั้งศิลปวัฒนธรรมระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

หน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม มีดังนี้

๑. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) มีภารกิจเกี่ยวกับการศึกษา ค้นคว้า วิจัยทางวิชาการด้านมานุษยวิทยา และการให้บริการทางวิชาการโดยเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ แหล่งข้อมูล และเป็นจุดเชื่อมต่อเครือข่ายข้อมูลด้านมานุษยวิทยาของประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นแกนนำของเครือข่ายวิชาการด้านมานุษยวิทยาในระดับชาติและระดับสากล

๒. หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) มีภารกิจเกี่ยวกับการแสวงหา รวบรวม อนุรักษ์ ภาพยนตร์และสิ่งเกี่ยวเนื่องกับภาพยนตร์ รวมทั้งภาพเคลื่อนไหวอื่น ๆ เพื่อให้บริการ เป็นประโยชน์ทางการศึกษา ค้นคว้า วิจัย

๓. ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) มีภารกิจเกี่ยวกับ

๓.๑ ดำเนินการจัดประชุมสมัชชาคุณธรรม และพัฒนาความรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้วยการพัฒนากระบวนการจัดหาความรู้รูปแบบต่าง ๆ

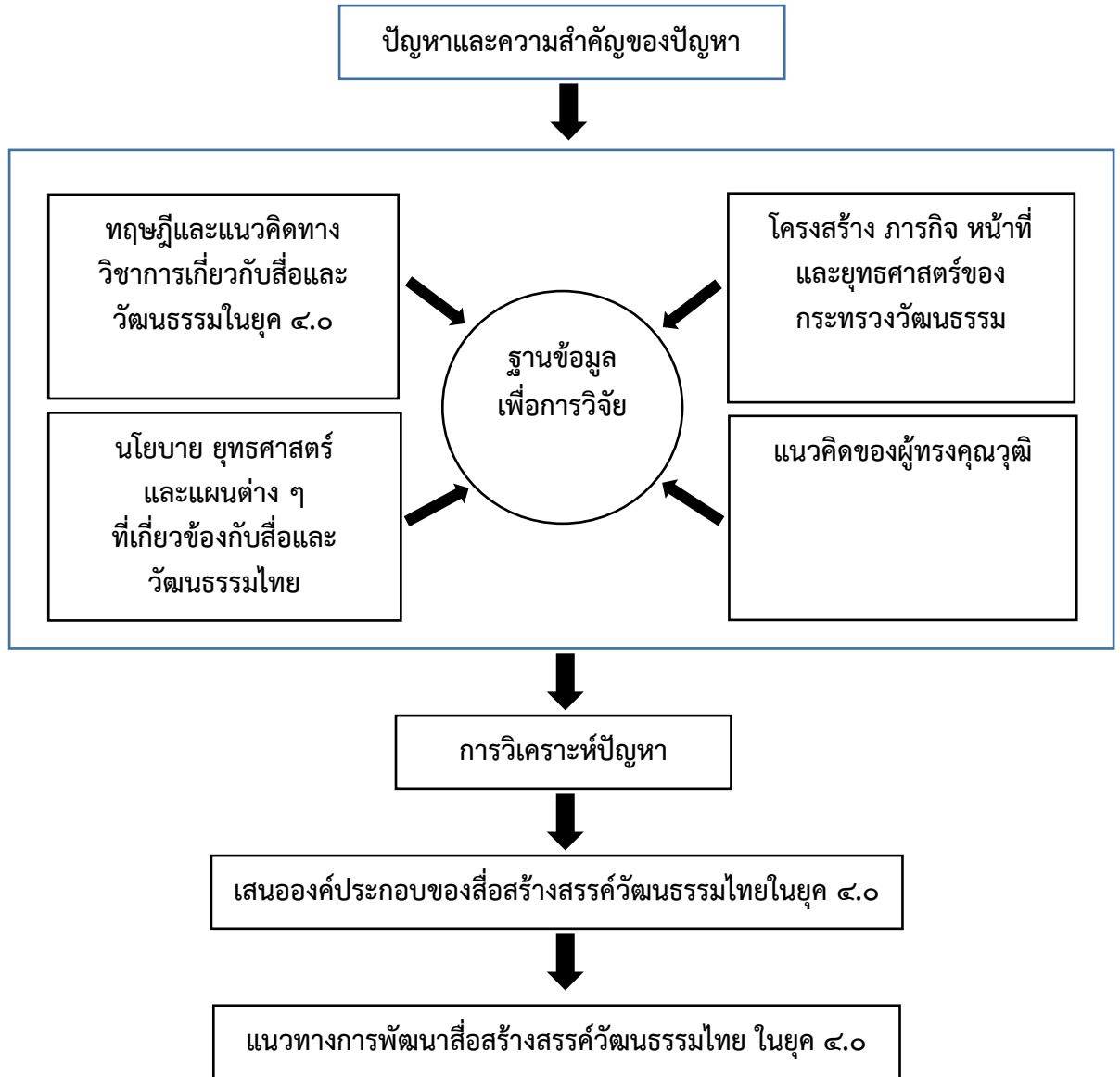
๓.๒ ส่งเสริมสนับสนุนเครือข่ายองค์กรภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องให้มีความเข้มแข็งทางวิชาการและนวัตกรรม และการประสานความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการรวมพลังของกลุ่มหรือเครือข่ายทางสังคมเพื่อพัฒนาคุณธรรมความดีที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย (กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๖๓)

๔. กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีภารกิจในการสนับสนุนและกระตุ้นให้เกิดสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สร้างนวัตกรรมสื่อแบบต่าง ๆ สร้างการมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาชน กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนโดยสร้างรูปแบบการประสานงานให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืน และเป็นแหล่งทุนเพื่อการสร้างสังคม “รู้เท่าทันสื่อ” ให้แก่เด็ก เยาวชนและครอบครัวเป็นสำคัญ พร้อมทั้งมีบทบาทหน้าที่ในการเฝ้าระวังสื่อที่ค้ำึงถึงการตรวจสอบแบบกัลยาณมิตร สร้างฐานข้อมูล สร้างนวัตกรรม ทำงานเชิงประเด็นและมีกลุ่มเป้าหมายหลากหลาย

สรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงของโลกยุค ๔.๐ หรือยุคดิจิทัล ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ ในโลกมีการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ซึ่งเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้เปลี่ยนแปลงโลก และชีวิตประจำวันของมนุษย์ได้อย่างพลิกโฉมฉับพลัน อย่างไรก็ตาม ประเทศที่พัฒนาในด้านเศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นพื้นฐานโดยปราศจากการพัฒนาด้านวัฒนธรรม จะไม่สามารถพัฒนาประเทศได้อย่างยั่งยืน หากประเทศไทยสามารถพัฒนาการบริหารจัดการของภาครัฐได้อย่างเหมาะสมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการพัฒนาสื่อและวัฒนธรรมไทยให้เหมาะสมสอดคล้องกับยุค ๔.๐ ตามยุทธศาสตร์ นโยบาย แผนต่าง ๆ และภารกิจของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยการสร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่ม อาชีพ ช่างวัย เพศ การศึกษา สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ที่ถูกต้องทันสมัยได้อย่างรวดเร็ว ส่งเสริมเสรีภาพของสื่อสาธารณะ ควบคู่ไปกับการมาตรการสร้างความรับผิดชอบของสื่อต่อสังคม โดยใช้สื่อในยุค ๔.๐ เป็นโรงเรียนของสังคมในการให้ความรู้แก่ประชาชน ในการพัฒนาวัฒนธรรมอันดีงามของไทย เพื่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและ

วัฒนธรรมวิถีชีวิตอันดีงามของไทยให้คงอยู่และสืบทอดต่อไปในระยะยาว และเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมวัฒนธรรมร่วมสมัยท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการพัฒนาไปตามความต้องการของสังคมสมัยใหม่ โดยนำเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยมาประยุกต์ใช้ได้อย่างทันสมัยในระดับสากล ทำให้คนไทยให้เป็นคนดีที่มีความสุข เป็นคนเก่งที่มีความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงในยุค ๔.๐

กรอบแนวคิดของการวิจัย



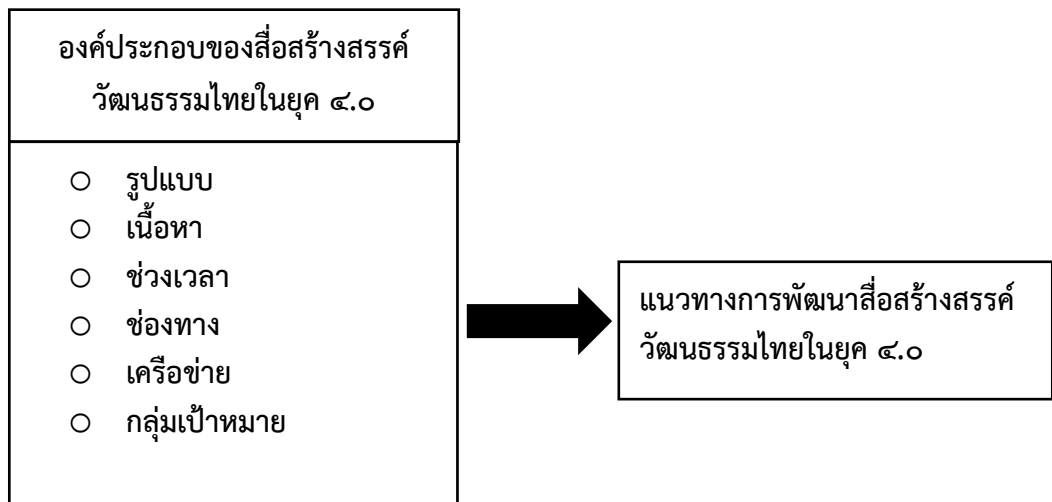
ในบทนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมรวมทั้งยุทธศาสตร์ นโยบาย แผน และภารกิจของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเสนอองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ เพื่อสร้างความสมบูรณ์และชัดเจนให้กับกรอบแนวคิดของการวิจัย ซึ่งจะนำไปใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจะมีการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ อย่างชัดเจนเป็นรูปธรรมต่อไป

สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมรวมทั้งยุทธศาสตร์ นโยบาย แผน และภารกิจของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ต้องค้ความรู้เกี่ยวกับสื่อและวัฒนธรรมในยุค ๔.๐ สรุปได้ว่า สื่อในยุค ๔.๐ มีผลกระทบสูงทั้งด้านบวกและลบต่อวัฒนธรรมไทย ซึ่งการวิจัยนี้ต้องการศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับสื่อและผลของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ รวมทั้งเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ โดยได้เสนอองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ (ดังแผนภาพที่ ๒-๒) เพื่อให้กรอบความคิดของการวิจัยตามที่ได้เสนอไว้ในแผนภาพที่ ๒-๑ มีความสมบูรณ์และชัดเจนยิ่งขึ้น รวมทั้งเพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ได้แก่ สื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ และตัวแปรตาม ได้แก่ การพัฒนาวัฒนธรรมไทย

แผนภาพที่ ๒ - ๑ สมมติฐานองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐



ผู้วิจัยได้บูรณาการข้อมูลจากยุทธศาสตร์ชาติ นโยบาย แผนและภารกิจของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งการวิจัยเอกสาร ในการจัดทำองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ซึ่งประกอบด้วย

๑. รูปแบบของสื่อในยุค ๔.๐ ได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร การพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์ ภาพยนตร์ ดนตรี ศิลปะการแสดง ภาพ Infographic ภาพเคลื่อนไหว วีดิทัศน์ (VDO), เกมส์ (Gaming), การ์ตูน, Sticker Line, Gaming, Animation เป็นต้น

๒. ช่องทางเครื่องมือติดต่อสื่อสารและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้แก่ ซอฟต์แวร์และคอมพิวเตอร์ วิทยุ โทรทัศน์ สมาร์ททีวี โทรทัศน์ดิจิทัล สมาร์ทโฟน, Internet , Web, Facebook, Twitter, YouTube, Google เป็นต้น

๓. กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนทุกเพศ ช่วงวัย อาชีพและระดับการศึกษา

๔. เครือข่าย ได้แก่ เครือข่ายความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม เครือข่ายสถาบันทางสังคม ได้แก่ ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา และสื่อ รวมทั้งเครือข่ายการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

๕. การรักษามรดกทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมวิถีชีวิตอันดีงามของไทยให้คงอยู่และ สืบทอดต่อไปในระยะยาว เพื่อธำรงคุณค่าและเอกลักษณ์ของความเป็นชาติ อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของสังคมไทยและความมั่นคงของชาติ ได้แก่

๕.๑ หลักธรรมคำสอนทางศาสนาที่ดีงามและสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตที่เข้าใจ ง่าย เพื่อให้คนไทยนำหลักธรรมของศาสนาไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้เป็นคนดี รักษาศีลธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต

๕.๒ คุณธรรม จริยธรรม ระเบียบวินัย หลักคิดที่ถูกต้อง ค่านิยมที่ดี ทักษะคติและ พฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม จิตสาธารณะ ความรับผิดชอบและทำประโยชน์ต่อส่วนรวม ความเป็นธรรมทางสังคมและธรรมาภิบาล การยอมรับความแตกต่างหลากหลาย ความเป็นอันหนึ่ง อันเดียวกันและความโอบอ้อมอารี เอื้ออาทรกัน เพื่อให้คนไทยเป็นคนที่สมบูรณ์และมีความสุข มี สุขภาพกายและใจที่ดี มีความเจริญงอกงามทางจิตวิญญาณ มีครอบครัวที่อบอุ่นและเป็นพลเมืองดี ของชาติ

๕.๓ ความเป็นไทย วิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณีอันดีงาม ความ รักและภูมิใจในความเป็นไทย การอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น การพึ่งพาตนเอง ความเป็นอยู่อย่างพอเพียง หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มัธยัสถ์ อดออม การประกอบสัมมาอาชีพหรือการมีงานทำ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวตามฤดูกาล การท่องเที่ยววิถีชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยววิถีพุทธ รวมทั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

๖. การสร้างสรรค์นวัตกรรมวัฒนธรรมร่วมสมัยท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่มี การพัฒนาไปตามความต้องการของสังคมสมัยใหม่ โดยนำเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยมาประยุกต์ ใช้ได้อย่างทันสมัยในระดับสากล ผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรม เน้นความเป็นไทยร่วมสมัยและสอดคล้องกับการดำรงตน ของประชาชนในสังคมไทยและสังคมโลกอย่างผู้มีอารยธรรม

๗. ช่วงเวลาวางแผนและจัดช่วงเวลาในการนำเสนอสื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหา ตามกิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่าง ๆ ในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมวิถีชีวิต อันดีงามของไทย รวมทั้งการสร้างสรรค่นวัตกรรมวัฒนธรรมร่วมสมัย เช่น

๗.๑ วันธรรมสวนะและวันสำคัญทางศาสนา มีการนำเสนอสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ หลักธรรมคำสอนทางศาสนา ความเป็นมาและความสำคัญ บทสวดมนต์และคำแปล เป็นต้น โดยใช้ สื่อที่มีรูปแบบที่เหมาะสมกับความสนใจของคนในยุค ๔.๐ เช่น ภาพ Infographic, VDO, Animation ผ่านช่องทางเครื่องมือติดต่อสื่อสารและแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Line และ Smart Phone ซึ่งต้องใช้เวลาสั้นๆในการนำเสนอ

๗.๒ ช่วงเทศกาลและประเพณีต่างของไทย มีการนำเสนอสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ความเป็นมาและความสำคัญของเทศกาลและประเพณี การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดสร้างสรรค์ที่เน้นความเป็นไทยร่วม สมัย โดยใช้สื่อที่มีรูปแบบที่เหมาะสมกับความสนใจของคนในยุค ๔.๐ เช่น ข้อมูลข่าวสาร ภาพยนตร์

ดนตรี ศิลปะการแสดง, Sticker Line ผ่านช่องทางเครื่องมือติดต่อสื่อสารและแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ดิจิทัล สมาร์ทโฟน YouTube, Google, Web, Facebook ในยุค ๔.๐ มีการนำเสนอสื่อต่าง ๆ ทั้ง สื่อที่เป็น “น้ำดี” เพื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย และ สื่อที่เป็น “น้ำเสีย” เพื่อทำลายวัฒนธรรมไทย ทั้งโดยตั้งใจหรือโดยไม่รู้เท่าทัน อย่างไรก็ตาม การพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยอย่างมีทิศทางและเป็นระบบ โดยการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการติดต่อสื่อสารอย่างเหมาะสมรวมทั้งบูรณาการพลังความร่วมมือในทุกภาคส่วนโดยเฉพาะอย่างยิ่งพลังของภาคประชาชน ที่มีบทบาทเป็นทั้งผู้รับสื่อและผู้ส่งสื่อจะทำให้สื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยแก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกันในสังคมแห่งความรู้ได้อย่างมีปริมาณและคุณภาพรวมทั้งมีความทันสมัยเหมาะสมกับกาลเวลา เปรียบเหมือน “น้ำดี” ที่จะช่วยทำให้ “น้ำเสีย” ลดบทบาทความสำคัญในการทำลายวัฒนธรรมไทย และช่วยพัฒนาวัฒนธรรมอันดีงามของไทยให้คงอยู่ต่อไปและสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยร่วมสมัยให้สอดคล้องกับโลกยุค ๔.๐

บทที่ ๓

สถานการณ์ของสื่อในยุค ๔.๐

การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการศึกษาความเป็นจริงที่เกิดขึ้นด้วยมุมมองจากภายใน (From the inside out) (Flick, 2009) และการตีความ (Interpretation) โดยชนิด (Type) หรือวิธี (Method) ของการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ มีหลายวิธี ได้แก่ ๑. การสัมภาษณ์ (Semi-structural interview) โดยมีคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ๒. การอภิปรายกลุ่มเล็ก ๆ ในประเด็นที่เฉพาะ (Focus groups) ๓. การสังเกต (Observation) และ ๔. การวิเคราะห์จากเอกสารต่าง ๆ (Documentary analysis) เป็นต้น (Dahlberg and McCaig, 2010) สำหรับแนวคิดในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) มีหลายแนวคิด ตัวอย่างวิธีที่ได้รับความนิยม ได้แก่ การใช้กลุ่มตัวอย่างที่สะดวกในการเข้าถึง (Convenience) (Bryman, 2008) ทั้งนี้ การวิจัยเชิงคุณภาพต่างจากการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งต้องการจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำนวนมาก แต่การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการศึกษาอย่างเจาะลึก (Indepth) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่มาก เพื่อให้ได้ข้อมูลความรู้ที่แท้จริงตามเป้าหมายของการวิจัย

การศึกษารุ่นนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารต่าง ๆ ซึ่งเป็นข้อมูลในเชิงทฤษฎีวิชาการ และข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งเป็นข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่แสดงปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นจริง โดยใช้การสังเกต (Observation) และรวบรวมความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อและวัฒนธรรมในสังคมไทยที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตรวมทั้งการสัมภาษณ์ (Interview) เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกที่แท้จริงแล้วนำมาตีความ (Interpretation) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ต่อจากนั้นทำการประมวลและวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลเชิงวิชาการจากเอกสารกับข้อมูลเชิงลึกจากปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นจริง เมื่อได้ผลทั้งหมดแล้ว นำมาสรุปผลในประเด็นสำคัญและปรับกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และปัญหาในการวิจัย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สมบูรณ์และนำไปจัดทำข้อเสนอแนะ ซึ่งการดำเนินการมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์สื่อและผลกระทบของสื่อต่อวัฒนธรรม แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาจากผลกระทบของสื่อ และแนวทางเสนอแนะในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

๑. ข้อมูลจากการรวบรวมความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องที่ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ซึ่งสืบค้นได้จากอินเทอร์เน็ต มีดังนี้

๑.๑ ผศ. ดร. กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว รองผู้อำนวยการศูนย์คอมพิวเตอร์ ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สืบค้นได้จาก :

(sites.google.com/site/socialproblemup/social-media-laea-phlk-ra-thb-khxng-so-cheiy-lmi-deiy-tx-sangkham-thiy, 2563) เสนอว่า สำหรับในยุคนี้ เราคงจะหลีกเลี่ยงหรือหนีคำว่า Social Media ไปไม่ได้ เพราะไม่ว่าจะไปที่ไหน ก็จะต้องพบเห็นมันอยู่ตลอดเวลา ซึ่งหลายๆ คนก็อาจจะยังสงสัยว่า “Social Media” คืออะไร

คำว่า “Social” หมายถึง สังคม ซึ่งในที่นี้จะหมายถึงสังคมออนไลน์ ซึ่งมีขนาดใหญ่โตมากในปัจจุบัน

คำว่า “Media” หมายถึง สื่อ ซึ่งก็คือ เนื้อหา เรื่องราว บทความ วีดีโอ เพลง รูปภาพ เป็นต้น

ดังนั้น คำว่า Social Media จึงหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พุดง่าย ๆ ก็คือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้นั่นเอง

พื้นฐานการเกิด Social Media ก็มาจากความต้องการของมนุษย์หรือคนเราที่ต้องการติดต่อสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กัน จากเดิมเรามีเว็บในยุค ๑.๐ ซึ่งก็คือเว็บที่แสดงเนื้อหาอย่างเดียว บุคคลแต่ละคนไม่สามารถติดต่อหรือโต้ตอบกันได้ แต่เมื่อเทคโนโลยีเว็บพัฒนาเข้าสู่ยุค ๒.๐ ก็มีการพัฒนาเว็บไซต์ที่เรียกว่า web application ซึ่งก็คือเว็บไซต์มีแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมต่าง ๆ ที่มีการโต้ตอบกับผู้ใช้จำนวนมากขึ้น ผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถโต้ตอบกันได้ผ่านหน้าเว็บ ซึ่งในยุคปัจจุบัน Social Media คือสื่อยุคใหม่ที่กำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกวงการทั้งชีวิตประจำวัน และการทำงาน โดยประเทศไทยมีการใช้โซเชียลมีเดียเป็นอันดับแรก ๆ ของโลก

ตัวอย่างการใช้ Social Media

Facebook เป็นโซเชียลมีเดียยอดนิยมอันดับหนึ่งที่มีผู้ใช้มากที่สุด ใเอเดียสำหรับการใช้เฟซบุคในการทำงานก็คือ การสร้างกลุ่มสังคมเครือข่ายในที่ทำงาน เพื่อการทำงานร่วมกันเป็นทีม แลกเปลี่ยนไอเดียความคิดเห็นในเรื่องงาน การสอบถามปัญหาในงานกับเพื่อนร่วมงานหรือผู้รู้ การนำเสนอผลงานที่ต้องการพิดแบค เป็นต้น

Twitter เหมาะสำหรับการรายงานสถานะความเคลื่อนไหวในการทำงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เรื่องที่ต้องการจะประกาศให้ทราบ แจ้งข่าวสารกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เพื่ออัปเดตความเป็นไปให้ทราบเป็นระยะ ๆ

Skype เอาไว้ใช้งานเวลามีประชุมทางไกล ออนไลน์แบบเห็นหน้ากันเรียลไทม์ ต้นทุนต่ำแต่ระดับปฏิสัมพันธ์สูง นอกจากนี้ยังประยุกต์ใช้ในการนัดหมายสัมภาษณ์งานทางไกลได้ด้วย ทั้งผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ต้องมีอุปกรณ์และเวลาที่ตรงกัน จำลองสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมให้เหมือนเจอตัวจริงกัน

Line มีอัตราการเติบโตเร็วกว่า Facebook และ Twitter ประเทศไทยมีการใช้ Line เป็นอันดับสองของโลกรองจากประเทศญี่ปุ่น และคนไทยชอบใช้ Sticker ที่ดาวนโหลดฟรี ผลกระทบในแง่บวก

การสื่อสารข้อมูลไปสู่ผู้คนจำนวนมากทำได้รวดเร็ว สะดวกและง่าย

ช่องว่างในการสื่อสารระหว่างบุคคลต่าง ๆ เช่น บุคคลที่มีชื่อเสียงและบุคคล

ทั่วไปลดลง

การรวมตัวทำกิจกรรมที่ดีต่าง ๆ ทำได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น
สามารถใช้ในการเรียนการสอนได้

ผลกระทบในแง่ลบ

ไม่มีวิธีการตรวจสอบได้ง่ายว่า ข้อมูลที่ได้รับนั้นเป็นจริงหรือเท็จ

มีการโพสต์ข้อความที่ไม่สุภาพ เป็นเท็จ สร้างความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น

ตัวอย่างทั้งหมดนี้ เป็นเพียงไอเดียส่วนหนึ่งที่สามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการทำงานได้อย่างไม่ต้องกลัวว่าจะเสียงาน สามารถลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ด้วยการใช้ Social Media ในการทำงานหรือการจัดการเรียนรู้ นั่นคือ ควรอนุญาตให้ใช้ในขอบเขตที่ควบคุมได้

๑.๒ Thiptanya Suwannachart สืบค้นได้จาก :

(<https://sites.google.com/site/thiptanyaswc/social-media>, 2020) แสดงความคิดเห็นว่า Social Media มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวัน เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร แหล่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผู้สอนสามารถนำ Social Media มาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจของผู้เรียนได้เป็นอย่างดีเพราะปัจจุบัน Social Media เป็นเทคโนโลยีที่นับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้เรียนไปแล้ว ซึ่งผู้เรียนให้ความสนใจและเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี

ปัจจุบันสื่อ Social Media เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มนักเรียน นักศึกษามีการใช้ติดต่อสื่อสารกันอย่างแพร่หลาย และยังมีบทบาทกับระบบการศึกษาด้วย ผู้สอนจะสามารถ ประยุกต์ใช้ Social Media กับการศึกษา นำมาเป็นช่องทางในการจัดการเรียนการสอนอย่างมีระบบและมี ประสิทธิภาพเพื่อให้ทันต่อยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างไร จะทำให้นักเรียน นักศึกษาเหล่านี้สนใจกับการ เรียนการสอนของผู้สอนเพิ่มขึ้นได้อย่างไร มาทำความรู้จักกับสิ่งเหล่านี้กัน

สื่อ Social Media เป็นสื่อแห่งสังคมเครือข่าย (Networked Communities) ความนิยมของการใช้สื่อ Social Media นั้นคงสืบเนื่องมาจากประสิทธิภาพของผู้ใช้เว็บทางคอมพิวเตอร์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพที่ดีกว่ารวดเร็วกว่า และสร้างความเชื่อมั่นได้มากของสังคม ไม่ว่าจะเป็นผู้เรียน ผู้เล่นเกม นักวิชาชีพ หรือแม้แต่ผู้ใช้ทั่ว ๆ ไป ที่พวกเขาสามารถที่จะสร้างความเชื่อมโยงเครือข่ายไปได้ ทุกหนทุกแห่งทั้งกลุ่มเพื่อนสนิท กลุ่มเพื่อนบ้าน คณะทำงาน หรือเพื่อนร่วมชั้นเรียน/โรงเรียน ก่อให้เกิดสัมพันธ์ภาพแห่งความเป็นมิตรที่แนบแน่นทางสื่อ Social Media ดังกล่าว นอกจากนี้ยังเป็นสื่อแห่งการสร้างสัมพันธ์ภาพข้ามมิติ (Intercrossing Relationships) สภาพการณ์ทางสังคมในยุคปัจจุบันมีความแตกต่างหลากหลายในมิติต่าง ๆ ทั้งเชิงสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต คุณธรรม จริยธรรม โดยเฉพาะผลที่เกิดกับการศึกษาเรียนรู้ที่ต้องสร้างความเข้มแข็งและความพร้อมในทักษะความรู้ที่พึงประสงค์ให้เกิดกับผู้เรียน ซึ่งสื่อ Social Media จะช่วยเสริมสร้างทักษะความรู้และโอกาสที่ดีเหล่านั้นได้หากกล่าวในเชิงโครงสร้างของความสัมพันธ์ของสื่อ Social media ภายใต้อิทธิพลของสื่อสังคมหรือ Social Media เป็นสื่อที่มีแหล่งกำเนิดของการใช้ประโยชน์ในเบื้องต้นที่เกิดจากจุดมุ่งหมายของการสร้างเพื่อความบันเทิง การสื่อสารและการมีส่วนร่วมในสังคมในรูปแบบของสื่อดิจิทัลประเภทต่าง ๆ เช่น การถ่ายภาพ วิดีโอ การส่งข้อความ ฯลฯ ซึ่งปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านี้ได้ขยายวงกว้างในการสร้างประโยชน์ ใช้สอย โดยผ่านทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็วใน

ยุค Web 2.0 ในปัจจุบัน จนกลายเป็นการสร้างสังคมแห่งเครือข่าย (Networking) ซึ่งพัฒนาการเหล่านี้ได้เริ่มวิวัฒนาการมาตั้งแต่นั้นปี ค.ศ. ๑๙๙๐ เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน

โซลเซียลมีเดียเพื่อการศึกษาที่ใช้งานกันในปัจจุบันแบ่งออกเป็นหลายประเภท โดยสรุปเป็นประเภทใหญ่ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอน แบ่งออกเป็น ๕ ประเภท ได้แก่ ๑. Blog ๒. Social Networking ๓. Microblog ๔. Media Sharing ๕. Social News and Bookmarking

๑. Blog มาจากคำเต็มว่า Weblog บางครั้งอ่านว่า Weblog, Web Log ซึ่ง Blog ถือเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ใช้งานบนเว็บไซต์ มีลักษณะเหมือนกับเว็บบอร์ด ผู้ใช้ Blog สามารถเขียนบทความของตนเองและเผยแพร่ลงบนอินเทอร์เน็ตได้โดยง่าย Blog เปิดโอกาสให้บุคคลที่มีความสามารถในด้านต่าง ๆ เผยแพร่ความรู้ด้วยการเขียนได้อย่างเสรี ตัวอย่างเว็บไซต์ที่เป็น Blog เช่น Learners, GotoKnow, wordpress, blogger เป็นต้น

๒. Social Networking หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคมในอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ใช้เขียนและอธิบายความสนใจหรือกิจกรรมที่ทำเพื่อเชื่อมโยงความสนใจและกิจกรรมกับผู้อื่นในเครือข่ายสังคม ด้วยการสนทนาออนไลน์ การส่งข้อความ การส่งอีเมล การอัปโหลดวิดีโอ เพลง รูปภาพ เพื่อแบ่งปันกับสมาชิกในสังคมออนไลน์ เป็นต้น เครือข่ายสังคมที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เช่น Facebook, Instagram และ Google+ เป็นต้น

ตัวอย่างการใช้ Facebook ในการจัดการเรียนการสอน Facebook (เฟซบุ๊ก) คือ บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ผู้ใช้สามารถสร้างข้อมูลส่วนตัว เพิ่มรายชื่อผู้ใช้อื่น ในฐานะเพื่อนและแลกเปลี่ยนข้อความ ติดต่อสื่อสาร ตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความหรือบล็อก สนทนาแบบโต้ตอบทันที นอกจากนี้ผู้ใช้ยังสามารถรวมกลุ่มความสนใจส่วนตัว จัดระบบตามสถานที่ทำงาน โรงเรียน มหาวิทยาลัย หรืออื่น ๆ และสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ที่มีอยู่มากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเพิ่มเติมขึ้นอย่างต่อเนื่อง การใช้งานเฟซบุ๊ก ผู้ใช้จะคอยอัปเดตแบ่งปันข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ทั้งกลุ่มที่อยู่ในเฟซบุ๊กหรือ แม้แต่ผู้ใช้เว็บไซต์อื่นที่เชื่อมต่อกับเฟซบุ๊ก ยังสามารถสื่อสารส่งต่อหรือแบ่งปันข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทำให้สังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายที่กว้างขวางและเข้มแข็งมาก ในการนำเฟซบุ๊กมาใช้เพื่อกิจกรรมการเรียนการสอนนั้น สามารถนำเฟซบุ๊กมาใช้ในการแบ่งปันเรื่องราว ความรู้ แง่คิด ประสบการณ์ ทำให้เราเรียนรู้เรื่องราวชีวิตของผู้อื่น สามารถนำสิ่งที่ได้มาปรับใช้ได้ การเรียนรู้ร่วมกันผ่านเฟซบุ๊กทำได้โดยสร้างกลุ่มเพื่อการเรียนรู้เรื่องที่สนใจร่วมกัน และสามารถนำเฟซบุ๊กไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน โดยใช้เป็นกิจกรรมหลัก หรือการเสริมบทเรียน โดยการสร้างเป็นกลุ่มเรียนแล้วนำเสนอสื่อการสอนในรูปแบบของเนื้อหา บทความ สื่อมัลติมีเดีย การนำเสนอผลงาน ผลงาน ฯลฯ ทำให้เกิดความน่าสนใจ เรียนรู้ได้ตลอดเวลา ครูและนักเรียนสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ผ่านการพูดคุย แสดงความคิดเห็น การสอบถาม การให้คำแนะนำและคำปรึกษา ได้โดยไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การเรียนรู้เกิดขึ้นตลอดเวลา ผู้ที่มีโอกาสเรียนรู้มากย่อมได้เปรียบ จะเห็นได้ว่าเฟซบุ๊กสามารถสร้างประโยชน์โดยเป็นแหล่งเรียนรู้ได้อีกช่องทางหนึ่ง

๓. Micro Blog เป็นรูปแบบหนึ่งของ Blog ที่จำกัดขนาดของข้อความที่เขียนผู้ใช้สามารถเขียนข้อความได้สั้นๆ ตัวอย่างของ Micro Blog เช่น Twitter, Pownce, Jaiku และ tumblr เป็นต้น โดย Twitter เป็น Micro Blog ที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุด กล่าวคือสามารถเขียนข้อความแต่ละครั้งได้เพียง ๑๔๐ ตัวอักษร โดยแรกเริ่มเดิมที ผู้ออกแบบ Twitter ต้องการให้ผู้ใช้ เขียนเรื่องราวว่า คุณกำลังทำอะไรอยู่ในขณะนี้ (What are you doing?) แต่กิจการต่าง ๆ กลับนำ Twitter ไปใช้ในทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างการบอกต่อเพิ่มยอดขาย สร้าง Brand หรือเป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) ทั้งนี้เรายังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์บทความใหม่ ๆ บน Blog ของเราได้ด้วย Twitter นั้นเป็นนิยมขึ้นมากอย่างรวดเร็ว จนทำให้เว็บไซต์ประเภท Social Network ต่าง ๆ เพิ่ม Feature ที่ให้ผู้ใช้สามารถบอกได้ว่าตอนนี้กำลังทำอะไรกันอยู่ นั่นก็คือการนำ Microblog เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งด้วยนั่นเอง

ตัวอย่างการใช้ Twitter ในการจัดการเรียนการสอน Twitter (ทวิตเตอร์) คือเว็บไซต์ที่ให้บริการ blog สั้น หรือที่ภาษาอังกฤษเรียกกันว่า Micro-Blog ซึ่งสามารถให้ผู้ใช้ส่งข้อความของตนเองให้ผู้อื่นที่ติดตามทวิตเตอร์ของผู้เขียนอยู่นั้น สามารถอ่านได้และผู้เขียนเองสามารถอ่านข้อความของเพื่อน หรือคนที่กำลังติดตามผู้เขียนอยู่ได้ ซึ่งทวิตเตอร์ก็ถือว่าเป็นเว็บไซต์ประเภท Social Media ด้วยเช่นกัน ในรูปแบบของทวิตเตอร์นี้ที่เรียกว่าเป็น blog สั้นก็เพราะว่าทวิตเตอร์ให้เขียนข้อความได้ครั้งละไม่เกิน ๑๔๐ ตัวอักษร ซึ่งข้อความนี้ เมื่อเขียนแล้วจะไปแสดงอยู่ในหน้า Profile ของ ผู้เขียน และจะทำการส่งข้อความนี้ไปยังสมาชิกที่ติดตามผู้เขียนคนนั้นอยู่ (follower) โดยอัตโนมัติโดยสามารถ ใช้ได้จากคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลหรือจากโทรศัพท์มือถือซึ่งทวิตเตอร์จัดอยู่ในกลุ่มไมโครบล็อก

๔. Media Sharing เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้สามารถอัปโหลดรูปภาพ แฟ้มข้อมูล เพลง หรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับสมาชิก หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ตัวอย่างเว็บไซต์ที่เป็น Media Sharing เช่น Youtube, Flickr และ 4shared เป็นต้น

ตัวอย่างการใช้ Youtube ในการจัดการเรียนการสอน Youtube เป็นเว็บไซต์ที่มีลักษณะเปิด ให้ใครก็ได้นำคลิปวิดีโอที่ตนมีอยู่ไปฝากไว้โดยใช้ระบบการให้บริการโดยใช้โปรแกรม Adobe Flash เรียบเรียงเนื้อหาบนเว็บไซต์รวมไปถึงไฟล์วิดีโอต่าง ๆ และสามารถนำ ฟังก์ชันต่าง ๆ ที่เว็บสร้างขึ้นมาไปช่วยในการเผยแพร่คลิปนั้น ๆ โดยมีเครื่องมือที่สำคัญคือ Embed Code ที่ใช้สำหรับแพร่กระจายคลิปต่าง ๆ ไปยังเว็บไซต์ต่าง ๆ ทั่วโลก โดยผู้ใช้สามารถใส่ภาพวิดีโอเข้าไป เปิดดูภาพวิดีโอที่มีอยู่และแบ่งปันภาพวิดีโอให้ผู้อื่นดูได้ ใน YouTube จะมีข้อมูลเนื้อหา รวมถึงคลิปภาพยนตร์สั้น ๆ และคลิปที่มาจากรายการโทรทัศน์ มิวสิกวิดีโอ และวิดีโอบล็อกสั้น (ซึ่งเป็นการสร้างบล็อกโดยมีส่วนของข้อมูลที่เป็นภาพ วิดีโอ เป็นส่วนประกอบด้วย โดยเฉพาะเป็นภาพวิดีโอที่เกิดจากมือสมัครเล่นถ่ายกันเอง) โดยไฟล์วิดีโอที่เผยแพร่อยู่บนเว็บไซต์ส่วนใหญ่ เป็นเพียงไฟล์คลิปสั้น ๆ เท่านั้น ความยาวเพียงไม่กี่นาที ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าชมได้ง่าย โดยมีการแบ่งประเภทและจัดอันดับไฟล์วิดีโอ ไม่ว่าจะเป็นไฟล์ล่าสุด ไฟล์ที่มีผู้ชมมากที่สุด ไฟล์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพื่อให้ผู้ชมสามารถเลือกชมได้อย่างสะดวก และยังมีบริการที่สามารถดูวิดีโอได้ที่ละเฟรม โดยเลือกดูส่วนใดของวิดีโอก็ได้

ในการนำ Youtube มาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน สามารถทำได้ดังนี้

๑. ใช้เป็นสื่อประกอบการเรียนการสอน เช่น สาธิตวิธีการทำอาหารเพื่อให้ผู้เรียนเห็นภาพจริงสามารถนำไปปฏิบัติได้ หรือสอนภาษาอังกฤษ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เรียนและผู้เรียนสามารถนำไปต่อยอดการเรียนรู้ได้

๒. ผู้สอนสร้างกลุ่มของผู้เรียนแต่ละกลุ่มจากนั้นใช้ Youtube ในการเผยแพร่ผลงานของผู้เรียน โดยให้ผู้เรียน จัดทำผลงาน จากนั้นนำเสนอผลงานผ่านทาง Youtube จากนั้นแบ่งปันให้เพื่อนสามารถเข้าไปดูผลงานได้

๓. ผู้เรียนใช้เป็นแหล่งสืบค้นข้อมูล ความรู้ ข่าวสาร เพิ่มเติมจากในห้องเรียน

๔. Social News and Bookmarking เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและสามารถให้คะแนนและเลือกบทความหรือเนื้อหาที่น่าสนใจที่สุดได้ ผู้ใช้สามารถ Bookmark เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ชื่นชอบได้ รวมทั้งยังแบ่งปันให้กับผู้อื่นได้ด้วย

ตัวอย่างการใช้ Social News and Bookmarking ในการจัดการเรียนการสอน

Social News เป็นเว็บไซต์กลุ่มข่าวสารที่ผู้ใช้สามารถส่งข่าว โดยผสม Social Bookmarking บล็อกและการเชื่อมโยงเนื้อหาเว็บเข้าด้วยกัน และมีการกรองคัดเลือกเนื้อหาในลักษณะการร่วมลงคะแนนที่ทุกคนเท่าเทียมกัน เนื้อหาข่าวและเว็บไซต์จะถูกส่งเข้ามาโดยผู้ใช้ จากนั้นจะถูกเลื่อนให้ไปแสดงที่หน้าแรกผ่านระบบการจัดอันดับโดยผู้ใช้ ซึ่งข่าวอาจอยู่ในรูปแบบของสิ่งพิมพ์การกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต การบอกเล่าเรื่องราวของ บุคคลอื่น หรือกลุ่มคน Social Media ชนิดนี้เป็นเครื่องมือในการบอกต่อและสร้างจำนวนคนเข้ามายังที่เว็บไซต์ ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น Current TV , หนังสือพิมพ์ออนไลน์ เป็นต้น

Social Bookmarking เป็นบริการบนเว็บไซต์สำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยการแบ่งปันการค้นคว้าบนเว็บไซต์ผู้ใช้ให้บริการ เพื่อรวบรวม จัดเก็บ แบ่งหมวดหมู่ สืบค้น และโดยเฉพาะเพื่อการแบ่งปันเว็บไซต์หรือเนื้อหาบนเว็บไซต์แก่คนอื่น ๆ ที่สนใจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Social News เช่น Digg เป็นต้น

ในการนำ Social News และ Social Bookmarking มาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน ผู้สอนอาจใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมเนื้อหา หรือนำเนื้อหาในข่าวมาเป็นประเด็นคำถาม ในการเรียนเพื่อฝึกให้ผู้เรียนได้คิดวิเคราะห์เหตุการณ์ต่าง ๆ โดยอาจทำได้หลายวิธี เช่น ผู้สอนเป็นผู้นำข่าวมาเป็นประเด็นให้ผู้เรียนตอบ ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกันหาเนื้อหาแล้วนำมาอภิปรายร่วมกัน หรือให้ผู้เรียนจัดกลุ่มแล้วช่วยกันเลือกประเด็นแล้วอภิปรายภายในกลุ่ม โดยใช้ Social Bookmarking เป็นแหล่งในการรวบรวมความรู้และจัดเก็บข้อมูลจากการสืบค้นของกลุ่มเพื่อแบ่งปันให้เพื่อนในห้อง เป็นต้น

สื่อสังคม หรือสื่อ Social Media เป็นสื่อทางการศึกษาเรียนรู้ในยุคแห่งสังคมออนไลน์ที่กำลังก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วในการปรับใช้ในวงการศึกษา ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายต้องตระหนักและมองเห็นความสำคัญต่อสื่อดังกล่าวรวมทั้งการกำหนดแนวทางของการปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ทางสังคมในปัจจุบัน ซึ่ง Social Media ในหลากหลายประเภทที่กล่าวถึง

ในเบื้องต้นนั้นคงเป็นสื่อการศึกษาที่ต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการศึกษาเรียนรู้ในสังคมอย่าง
แน่นอนจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ทุกฝ่ายต้องตระหนักและเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

๑.๓ นายปรเมศวร์ มินศิริ ผู้บริหาร สืบค้นได้จาก : Kapook.com

(<https://scbfoundation.com>, 2563) ให้ความเห็นว่า “หัวใจสำคัญแท้จริงของสื่อกับ
สังคมไทย คือ “สาร” หากใครมี Content ดี มีข่าวสารดี และทำให้คนสนใจได้ ก็คือ ผู้ได้เปรียบ”

๑.๔ นายธาม เชื้อสถาปนศิริ นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน สืบค้นได้จาก :
(<https://scbfoundation.com>, 2563) ให้ความเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์สื่อของไทยในปัจจุบันว่า “ขณะนี้
สังคมไทยเกิดสื่อใหม่ (New Media) โดยใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้าถึงผู้เสพสื่อโดยง่าย หรือเรียกง่าย ๆ ว่า
เข้าสู่สภาวะสื่อยุคหลอมรวม จึงทำให้คน ๆ เดียว สามารถทำงานได้ทั้งกองบรรณาธิการ ในลักษณะที่
เรียกว่า Personal Broadcast โดยสื่อใหม่ใช้ทรัพยากรน้อยกว่า คุ่มค่ากว่า และยังรวบรวมข้อมูล
มหาศาลมาอยู่ในสมาร์ตโฟนเพียงเครื่องเดียว”

๑.๕ ผศ.ดร. วิลาสินี พิพิธกุล รอง ผอ.ส.ส.ท. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) สืบค้นได้
จาก : (<https://scbfoundation.com>, 2563) กล่าวว่า “ผู้ผลิตสารต้องสร้าง Trust ให้กับประชาชน
และคนรุ่นใหม่ต้องฝึกทักษะของการรับ การย่อย การผลิตซ้ำ การผลิตใหม่ ขยายแชร์ ให้อยู่บน
พื้นฐานของความจริงที่เชื่อถือได้ โดยกลุ่มประชาชนทั่วไปที่เป็นทั้งผู้ผลิตสื่อและผู้เสพสื่อ อาจตกเป็น
เหยื่อของสื่อยุคหลอมรวม”

๑.๖ นายพิภพ พานิชักดิ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านสื่อสารมวลชนของกองทุน
พัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สืบค้นได้จาก : (<https://scbfoundation.com>, 2563)
ให้ความเห็นว่า “สื่อต้องทำให้สังคมได้พบกับความจริง และมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร อาจเปรียบ
ผู้ผลิตสารว่า ทำหน้าที่เป็น Watch Dog ที่ส่งสัญญาณเตือนและเฝ้าระวังเหตุการณ์ในสังคม”

๑.๗ รศ.ดร. จุลณี เทียนไทย อาจารย์ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สืบค้นได้จาก : (<https://www.chula.ac.th>, 2563) กล่าว
ว่า “สื่อสังคมออนไลน์สร้างการดำเนินชีวิตรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า Mobile Life หรือ พลวัตวิถี ที่ทำ
ให้ข้อจำกัดด้านเวลา และสถานที่หายไป ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารและการใช้งานต่าง ๆ สามารถทำ
ได้ทุกที่ทุกเวลา และส่งผลกระทบต่อสังคมไทย โดยทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งความคิดและ
พฤติกรรมของคนในสังคม เนื่องจากโลกออนไลน์ได้สร้างพื้นที่ใหม่ในการนำเสนอตนเอง และมี
ปฏิสัมพันธ์กับคนแปลกหน้าได้เป็นปกติ รวมทั้งมีการสร้างและใช้คำศัพท์ใหม่ๆ ในหลายรูปแบบ
นอกจากนี้ ยังมีกรกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ในสังคมไทย (Cyber/Internet Bullying) ซึ่งควรมีการ
เรียนรู้และป้องกันปัญหาตามกลไกวัฒนธรรมของไทย”

๑.๘ นายอิทธิพล ปรีดีประสงค์ สืบค้นได้จาก : (www.gotoknow.org, 2563)
นักวิชาการ กล่าวเกี่ยวกับการมองวัฒนธรรมผ่านสื่อว่า “เรามักจะมอง ดู ชม วัฒนธรรมต่าง ๆ ผ่าน
สื่อในรูปแบบต่าง ๆ เช่น วาไรตี้ สารคดี ข่าว การ์ตูน เกมโชว์ ละคร ซึ่งสามารถแบบแรกมักจะสะท้อน
วัฒนธรรมอย่างตรงไปตรงมา ในขณะที่สามารถแบบหลัง เป็นการสะท้อนวัฒนธรรมที่มีการปรุงแต่งซึ่ง
ต้องใช้วิจารณญาณ นอกจากนี้ จากการใช้สื่อใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต เกม คอมพิวเตอร์ จึงต้องเร่ง
สร้างวัฒนธรรมใหม่โดยใช้ระบบ ICT ในเชิงสร้างสรรค์และรื้อฟื้นวัฒนธรรมเก่าขึ้นมา ในการเรียนรู้
ร่วมกันของคนในครอบครัวไปพร้อม ๆ กัน”

๑.๙ นายดิฐพงษ์ ประเสริฐไพฑูรย์ สืบค้นได้จาก : (multied. Sri.cmu.ac.th, 2562) นักวิชาการ กล่าวเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ว่า “พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการสื่อสารเรื่องราวทั่วไป และใช้เป็นพื้นที่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ สามารถสื่อสารกันได้อย่างไร้พรมแดน นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการสื่อสารวัฒนธรรมท้องถิ่นในโลกออนไลน์ เช่น การถ่ายทอดการทำพิธีตามความเชื่อตามวัฒนธรรมท้องถิ่นลงในเครือข่ายสังคมออนไลน์ และยังให้ความรู้เกี่ยวกับประเพณีและวัฒนธรรมไทย รวมทั้งสามารถถ่ายทอดความรู้แก่ลูกศิษย์ทั้งในโลกออนไลน์และโลกความจริง”

๑.๑๐ นายวัชรินทร์ ยอดคำเหลือ ศิลปินดนตรีพื้นบ้านล้านนา สืบค้นได้จาก : (<https://www.thaipostnet>, 2561) กล่าวเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยว่า “อิทธิพลของสื่อออนไลน์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือสื่ออื่น ๆ มีผลกับคนในสังคมมาก ทั้งในความคิด พฤติกรรม การใช้ชีวิต อีกทั้งบทบาทของผู้ผลิตสื่อก็มีการเปลี่ยนแปลง เพราะทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตสื่อได้เอง ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ขาดการคัดกรองเนื้อหาหรือความเหมาะสมในการเผยแพร่สู่สาธารณชน โดยเฉพาะสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออนุรักษ์และการสื่อสารให้คงอยู่ต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การเป่าปี่จุม ควรมีการอบรมพัฒนาองค์ความรู้ด้านดนตรีพื้นบ้านล้านนา โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ได้รับการเผยแพร่มากขึ้น ให้ได้เป็นที่รู้จักและได้รับการอนุรักษ์ จึงได้นำมาเผยแพร่โดยทำคลิปวิดีโอ ลงในยูทูป เพื่อเป็นสื่อหนึ่งในการเผยแพร่ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี”

๑.๑๑ นายदनัย หวังบุญชัย ผู้จัดการแผนงานทุนอุปถัมภ์เชิงรุกเพื่อสื่อศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรมสร้างสรรค์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สืบค้นได้จาก : (thaihealth.or.th, 2554) กล่าวว่า “เราจะนำพื้นที่บ้านที่มีอัตลักษณ์แท้ของชุมชนของคนในพื้นที่มาสร้างความมีส่วนร่วม รวมทั้งสื่อศิลปวัฒนธรรม ทำกระบวนการรื้อฟื้น สืบค้นที่เป็นรากเหง้าทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาในชุมชน เอาเด็กมาเป็นตัวแทนสืบสาน ขยายผล โดยการทำงานจะเน้นเชิงบูรณาการ มีศิลปินที่เด็กชื่นชอบเข้ามาร่วมทำงาน มีสถาบันวิชาการ และสถานศึกษาเข้ามาร่วมวิจัยและประเมินผล มีนักวิชาการมาเป็นพี่เลี้ยง และชุมชนส่วนท้องถิ่นเข้ามาร่วมทำงาน เพื่อเป็นตัวแม่แบบขยายผลไปยังพื้นที่ต่าง ๆ”

๑.๑๒ นางสาวภาวิวรรณ นรพัลลภ รองกงสุลใหญ่ ณ นครเฉิงตู ประเทศจีน สืบค้นได้จาก : (thaiembassy.org/Chengdu/th/news, 2559) กล่าวเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อออนไลน์ว่า “การจัดกิจกรรมนี้ทำให้ชาวเฉิงตูสามารถเข้าถึงศิลปวัฒนธรรมไทยได้อย่างลึกซึ้ง และเกิดความชื่นชอบวัฒนธรรมไทยในแขนงต่าง ๆ รวมทั้งมีทัศนคติที่ดีต่อคนไทยและวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์มิตรระหว่างประชาชนและนครเฉิงตูต่อไป”

๑.๑๓ นางสาววาสนา สองสี สืบค้นได้จาก : (worldculturee.wordpress.com, 2558) กล่าวเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแต่งกายของวัยรุ่นไทยว่า “เมื่อเทคโนโลยีได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ทั้งโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และอื่น ๆ จึงทำให้การติดตามข่าวสารในเรื่องเหล่านี้ทำได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น ทำให้วัยรุ่นซึมซับวัฒนธรรมเหล่านั้นมาโดยไม่รู้ตัว สื่อและเทคโนโลยีต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตถือเป็นตัวนำหลักของการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านการแต่งกายที่ชัดเจนมากที่สุด เพราะฉะนั้น ควรมีการปลูกฝังค่านิยมการแต่งกาย โดยภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามา

ช่วยเหลือ รวมทั้งดูแลเรื่องสื่อและเทคโนโลยีต่าง ๆ ด้วย เช่น การรณรงค์การแต่งกายให้มิดชิด โดยสื่อสาธารณะ ดารา นักร้อง นักแสดง ควรเป็นกลุ่มตัวอย่าง และขณะเดียวกัน ควรแสดงถึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยด้วย ส่วนพ่อแม่ผู้ปกครองควรต้องคอยดูแลลูกหลานของตนเอง และต้องเป็นแบบอย่างให้กับเด็ก ๆ ด้วย และวัยรุ่นเองควรป้องกันอันตรายด้วยการสร้างจิตสำนึกแก่ตนเองเช่นกัน ทั้งเยาวชน ผู้ปกครอง ภาครัฐ ภาคเอกชน และสังคมต้องช่วยกันดูแล จึงจะทำให้สังคมไทยสามารถคงความเป็นไทยให้ลูกหลานได้เรียนรู้วัฒนธรรมอันดีงามของชาติต่อไป”

๑.๑๔ นางสาวนจรักษ์ สุขเจริญ มุลนิธิศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ในพระบรมราชูปถัมภ์ สืบค้นได้จาก : (dltv.ac.th, 2561) ได้กล่าวถึงสาระสำคัญและความคิดรวบยอดเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยว่า “วัฒนธรรมไทยมีผลต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมไทย” ได้ใช้สื่อวิดีโอและเพลงประกอบการสอนในการออกอากาศ

๑.๑๕ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี กล่าวคำปรารภเนื่องในโอกาสจัดพิมพ์หนังสือ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญา ว่า “หนังสือเล่มนี้เป็นการบันทึกองค์ความรู้ของวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญาที่มีความหลากหลายของไทยไว้เพื่อเป็นหลักฐานมรดกวัฒนธรรมทางภูมิปัญญา อันเป็นการสืบสานและถ่ายทอดไปยังอนุชนรุ่นหลัง เพื่อสร้างความภูมิใจในความเป็นชนชาติไทยตลอดไป” สืบค้นได้จาก : (www.culture.go.th, 2559)

๑.๑๖ คุณวัชชีรา บุรณสิงห์ ห้องปฏิบัติการวิจัยเทคโนโลยีภาษาธรรมชาติและความหมาย ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (www.bia.or.th, 2563) ได้กล่าวเกี่ยวกับวัฒนธรรมดิจิทัลว่า เป็นการวิจัยและพัฒนากระบวนการแปลงข้อมูลเป็นสาระดิจิทัล (Digitization) เพื่อจัดทำกระบวนการแปลงข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมชาติพันธุ์ และประวัติศาสตร์ของประเทศไทย ให้อยู่ในรูปสาระดิจิทัล โดยประเภทของข้อมูลที่จะนำมาจัดทำกระบวนการแปลงข้อมูลเป็นสาระดิจิทัล ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว ภาพถ่าย และสไลด์ต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลเชิงเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ ๑) การส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกของชาติ ก่อให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีของชาติ ๒) การส่งเสริมการศึกษา ก่อให้เกิดสะสมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการเข้าถึงได้โดยง่าย ๓) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว โดยใช้เรื่องราวประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีเป็นสิ่งดึงดูด”

๒. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่อและด้านวัฒนธรรม มีดังนี้

๒.๑ คุณอิทธิพล คุณปลื้ม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม เห็นว่า ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น รวมทั้งผู้บริโภคสื่อสามารถเป็นทั้งผู้เสพ ผู้ผลิต และผู้นำเสนอสื่อไปพร้อมกันได้ โดยใช้ Platform ผู้ให้บริการจากต่างประเทศเป็นหลัก อาทิ Facebook Youtube Line และ Twitter ซึ่งข้อมูลและเนื้อหาสาระที่เผยแพร่อยู่บน Platform ดังกล่าว ไม่มีผู้กำกับดูแลและบริหารจัดการ อาจทำให้มีการเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่เหมาะสมให้กับประชาชน โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ซึ่งส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมที่ดีของชาติ

ดังนั้น แนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จึงควรมีการพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานหลักในการร่วมมือกำกับดูแลสื่อออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มปริมาณการใช้งานสื่อออนไลน์ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในอนาคต รวมทั้งเป็นศูนย์ประสานงานในภาวะวิกฤติ อาทิ กรณีเกิด

อุบัติเหตุ หรือกรณีเกิดโรคระบาดร้ายแรง โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนหน่วยงานที่ประสานงานกับ ผู้บริการสื่อออนไลน์ และพัฒนากลไกการเฝ้าระวัง การกำกับดูแลสื่อสารมวลชนบนพื้นฐานของ จริยธรรมที่ดีและมีความเหมาะสมเป็นไปตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยที่ผ่านมากกระทรวงวัฒนธรรม ได้ผลักดันให้เกิดกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อเป็นแหล่งทุนให้แก่ผู้ผลิตที่ต้องการ สร้างสรรค์นวัตกรรมสื่อขั้นสูงสังคมไทย ส่งเสริมและสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อปลอดภัยและ สร้างสรรค์ รวมถึงการสร้างระบบกลไกการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์

เนื่องด้วยสื่อมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมไทยอย่างมาก กระทรวงวัฒนธรรมจึงได้ จัดทำศูนย์ข้อมูลด้านวัฒนธรรม เพื่อเป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลด้านวัฒนธรรมที่มีปริมาณมหาศาล จากหน่วยงานภายในกระทรวงวัฒนธรรม โดยใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำเสนอ ในรูปแบบที่น่าสนใจและเปิดเผยสู่ประชาชน ให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ทั้งยังจะบูรณาการ ข้อมูลด้านวัฒนธรรมจากแหล่งต่าง ๆ ภายนอกกระทรวงวัฒนธรรม เพื่อให้เป็นระบบศูนย์ข้อมูล วัฒนธรรมระดับชาติ

๒.๒ นายกฤษฎพงษ์ ศิริ ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม เห็นว่า สื่อมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อวิถี ชีวิตของคนในปัจจุบันทั่วโลก ทั้งในส่วนของ การสื่อสารระหว่างบุคคล กลุ่ม องค์กร การสร้าง การรับรู้ การสร้างความรู้ ความเข้าใจ การถูกโน้มน้าวให้เกิดความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การใช้เป็นกลไกทางการตลาด ตลอดจนการปลุกกระตม เพื่อสร้างความแตกแยก อันนำไปสู่ปัญหา ระดับประเทศ

ดังนั้น สื่อจึงเป็นกลไก ที่ผู้คนนิยมนำมาใช้ เพราะเข้าถึงง่าย แพร่หลาย สร้าง การรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อในยุค ๔.๐ ที่คน ๆ เดียวสามารถเป็นทั้งผู้ผลิต และผู้เสพสื่อ

จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน สื่อ มีทั้งที่เป็นคุณและโทษ มีทั้งที่เป็นข้อเท็จจริง และ หลอกลวง ผู้บริโภคสื่อจึงต้องใช้วิจารณญาณ ตรวจสอบข้อมูลว่าเป็นจริงตามมีการนำเสนอหรือไม่ และบ่อยครั้งที่มีการนำเสนอสื่อในทางที่ไม่เหมาะสม กระทบต่อวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ จนต้องมีการบังคับใช้กฎหมาย

แต่ในทางกลับกัน หากรู้จักการเลือกรับปรับใช้สื่อ ในทางสร้างสรรค์ สื่อจะ เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้การขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมบรรลุวัตถุประสงค์ทั้งในด้านการอนุรักษ์ ส่งเสริม พัฒนา ต่อยอด และนำไปเป็นต้นทุนในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอีกด้วย

ปัจจุบันกระทรวงวัฒนธรรม ใช้สื่อเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงาน เพื่อสร้าง การรับรู้ เข้าใจ สร้างเสริมค่านิยม คุณธรรม จริยธรรมอันดี การเผยแพร่องค์ความรู้ต่าง ๆ และการพัฒนาไปสู่การสร้างนวัตกรรมเพื่อให้งานวัฒนธรรมมีความทันสมัย รองรับกับเทคโนโลยี และการก้าวเข้าสู่ประเทศไทย ๔.๐ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งขณะนี้กระทรวงวัฒนธรรม มีกองทุน พัฒนา สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นหน่วยสนับสนุนเพื่อสร้างผู้ผลิตสื่อดี เนื้อหาดี และสร้าง เครือข่าย ตลอดจนส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเด็ก เยาวชน ประชาชน และ ส่งเสริมให้คนในสังคมไทย มีค่านิยมที่ดีและร่วมกันรักษามรดกภูมิปัญญาของชาติไว้ ภายใต้กระแส การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี แต่วัฒนธรรม จะต้องยังคงดำรงรักษาไว้

๒.๓ นางสาวลัดดา ตั้งสุภาชัย ผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และกรรมการปฏิรูปประเทศ ด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่า สื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยโดยปัจจุบันประเทศไทยได้พัฒนาและเปลี่ยนแปลงสังคมเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ ๔.๐ ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาประเทศในมิติที่ “ร้อน แรง เร็ว” กว่าพัฒนาประเทศในอดีตที่ผ่านมา รวมถึงการเปิดรับวัฒนธรรมข้ามชาติอย่างเสรีไร้ขีดจำกัด ในขณะที่คนไทยจำนวนไม่น้อยยังขาดความตระหนักรู้และความเข้าใจรากเหง้าวัฒนธรรมไทย และยังต้องปรับตัวเรียนรู้วัฒนธรรมข้ามชาติเพื่อปะทะสังสรรค์และเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมธุรกิจกับนานาประเทศในฐานะผู้สื่อสารและผู้รับสาร (ผู้บริโภค) สำหรับประชาชนที่ตกเป็นผู้ใช้เครื่องมือสื่อ

สารในธุรกิจต่าง ๆ จนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ซึ่งพบว่าไม่เพียงแต่ประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการที่ร้อนแรงและรวดเร็ว จากการแข่งขันทางการตลาดของผู้ประกอบการแล้ว ยังได้ถูกรอบงำให้ตกอยู่ในกับดักของทุนนิยม วัตถุนิยม สุขนิยมและบริโภคนิยม ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงค่านิยมทางวัฒนธรรมไทยอย่างสิ้นเชิง

โดยเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา คือ การสื่อสารรณรงค์และสร้างความตระหนักรู้ เรื่องการรู้เท่าทันสื่อ รวมถึงการปลูกฝังค่านิยมเรื่องหลักในการดำเนินชีวิต “เศรษฐกิจพอเพียง” ให้กับประชาชนทั้งระบบของสังคมโดยไม่ทิ้งใครอยู่ข้างหลัง

และเห็นว่าปัจจุบันประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิกของประชาคมโลก มีความร่วมมือกับประเทศต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี ซึ่งสื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อนำพาซึ่งประโยชน์และความสำเร็จในมิติต่าง ๆ ในปัจจุบันซึ่งประเทศไทยกำลังพัฒนานำพาประเทศในยุค ๔.๐ หากสื่อ(Sender) ในฐานะผู้ส่งสาร และประชาชน (Receiver) ขาดความตระหนักรู้เรื่องวัฒนธรรมและเป็นพลเมืองที่อ่อนแอไม่ร่วมกันปกป้องและส่งเสริมวัฒนธรรมที่ดีงามของชาติก็ย่อมจะส่งผลกระทบต่อการรักษาความเป็นชาติที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อประเทศที่เป็นเอกราชที่มีวัฒนธรรมอันดีงามที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน

๒.๔ นายวรัญญู ครุจิต ผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และกรรมการปฏิรูปประเทศ ด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ เห็นว่าสถานการณ์สื่อในปัจจุบันอยู่ในยุคที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เกิดสื่อช่องทางใหม่ขึ้นมามากมาย โดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์ แต่จำนวนผู้ชมยังไม่ได้เพิ่มขึ้นตามด้วย จึงเกิดการแข่งขันกันอย่างมากและทำให้เกิดผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อสังคม โดยเฉพาะในมิติของวัฒนธรรมที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากความเปลี่ยนแปลงของสื่อ เนื่องจากสื่อมีความใกล้ชิดกับวัฒนธรรมของสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ผลกระทบที่เห็นได้อย่างชัดเจน จากการแข่งขันของสื่อ และจากความสามารถของผู้ใช้สื่อที่กลายเป็นผู้ส่งสารได้ คือ การเกิดเนื้อหาที่ขัดต่อวัฒนธรรมไทย ที่ทั้งสื่อและผู้ใช้นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หรือขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรมอันดีของไทย ทั้งเรื่องเพศ ภาษา ความรุนแรง การสร้างภาพตอกย้ำ เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชน และเกิดการแพร่หลายอย่างรวดเร็วและอาจก่อให้เกิดการเลียนแบบ โดยเฉพาะกับเด็กและเยาวชน

นอกจากนั้น เนื้อหาที่เกิดขึ้นอาจจะไม่ได้ขัดต่อวัฒนธรรมไทยโดยตรง แต่มีผลที่ทำให้วัฒนธรรมไทยเปลี่ยนแปลงไป เช่น การตีความเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในมุมมองส่วนตัว

ที่ต่างออกไป ซึ่งอาจจะไม่ถูกต้อง สร้างความเข้าใจผิด หรือส่งเสริมแนวความคิดที่ขัดกับการพัฒนาประเทศในยุค ๔.๐ เช่น การส่งเสริมความเชื่อทางโหราศาสตร์ ไสยศาสตร์

โดยเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหา เป็นหน้าที่ของทุกคนในสังคม ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ที่จะต้องช่วยกันปกป้องและรักษาวัฒนธรรมที่ดีของประเทศไว้ จำเป็นต้องมีระบบเฝ้าระวัง แก้ไขสิ่งที่ไม่เหมาะสม ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมทั้งรณรงค์ส่งเสริมวัฒนธรรมที่ดีให้คงอยู่ ให้เกิดการรับรู้ จิตสำนึกในการรักและหวงแหนวัฒนธรรม ภาครัฐต้องเห็นความสำคัญและจัดให้การรักษาวัฒนธรรม และป้องกันผลกระทบจากสื่อเป็นวาระสำคัญของประเทศ และกำหนดนโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ ที่จะช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

นอกจากการป้องกันและเฝ้าระวังแล้ว ยังควรจะต้องมีการส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจ ความรู้เท่าทันสื่อ ความตระหนักถึงจริยธรรมสื่อ และความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ เอกชน องค์กรสื่อ บุคลากรสื่อมวลชน และประชาชนผู้ใช้สื่อ ในการใช้สื่อและสร้างเนื้อหาที่เหมาะสม ส่งเสริมวัฒนธรรมไทย และไม่ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมไทยด้วย และสิ่งที่สำคัญอีกประการคือ การจัดการกับผลกระทบของสื่อต่อวัฒนธรรมนี้ จำเป็นมีกลไก เครื่องมือ นวัตกรรม และแนวทางใหม่ ๆ ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสื่อและประชาชน ที่สามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับประชาชน ในกลุ่มต่าง ๆ เกิดพื้นที่ในการพัฒนาให้การเผยแพร่และรักษาวัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพ และกว้างขวางมากขึ้น

และเห็นว่าสื่อมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัล ในหลากหลายบทบาท เช่น ผู้ส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural Supporter): สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ทำให้เกิดความนิยม แก้ไขผลกระทบเชิงลบ ผู้สร้างปัญหาทางวัฒนธรรม (Cultural Trouble-Maker): สร้างเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ก่อให้เกิดวัฒนธรรมที่ผิดเพี้ยน ผู้สร้างการรับรู้ทางวัฒนธรรม (Cultural Broadcaster): เป็นผู้ช่วยเหลือการดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้างต่อสาธารณะ ซึ่งอาจจะเป็นทั้งการรับรู้ในทางบวกหรือทางลบก็ได้ ผู้ตั้งวาระทางวัฒนธรรม (Cultural Agenda-Setter) : จัดตั้งวาระทางวัฒนธรรม ด้วยการเผยแพร่ข้อมูล เนื้อหาทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดกระแสความนิยม ทั้งในทางบวกและทางลบ โดยในยุค ๔.๐ นั้น บทบาทของสื่อในแต่ละด้านนั้นเกิดอย่างรวดเร็วและพลิกผัน (disruptive) จึงมีศักยภาพในการสร้างสรรค์อย่างยิ่ง แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นความเสี่ยงอย่างยิ่งเช่นกัน

๒.๕ ดร. ภูเวียง ประคำมินทร์ รองปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เห็นว่า วัฒนธรรมในยุค ๔.๐ การสื่อสารแบบบุคคลด้วยการพูดลดน้อยลงอย่างชัดเจน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ ซึ่งทำให้เกิดการเบี่ยงเบนใจความและความเข้าใจที่ตรงกันเป็นอย่างมาก เพราะการสื่อสารด้วยภาษาพูดจะทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันมากกว่าภาษาเขียน น้ำเสียงและจังหวะท่าทางที่เกิดจากการพูด ทำให้การสื่อสารสัมผัสได้ในหลายมิติ นั่นคือวัฒนธรรมการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลในครอบครัว ประกอบกับการไหลของข่าวสารและการเข้าถึงอย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้าง ทำให้วัฒนธรรมการคิดไตร่ตรองถดถอยลง ได้รับข้อมูลแล้ว share ต่อ โดยขาดการพิจารณาอย่างรอบคอบ นอกจากนี้ ยังส่งผลกระทบต่อ วัฒนธรรมการใช้ชีวิตอีกด้วย life style เปลี่ยนไป

สื่อ ต้องนำเสนอแต่ความจริง มีจรรยาบรรณ หลีกเลี่ยงการถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ไม่เหมาะสม ต้องมีหน่วยงานควบคุม ติดตาม และเห็นว่าสื่อมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยอย่างมาก สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ มีการไหลของข้อมูลข่าวสารรวดเร็วมาก มีหลากหลายรูปแบบ ช่วยการกระตุ้น จูงใจ และเข้าถึงได้เร็ว ทุกมิติ ทุกที่ ทุกเวลา และสามารถสื่อสารได้ ๒ ทาง นอกจากนี้สารที่ส่งออกไปย่อมถึงผู้รับในหลายระดับ

๒.๖ นายธน วังษ์จินดา ผู้ตรวจราชการกระทรวงศึกษาธิการ เห็นว่า ปัจจุบันวิถีชีวิตของคนไทยเริ่มเปลี่ยนไปสู่ชีวิตดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีที่เพิ่มมากขึ้น จำนวนคนไทยรุ่นใหม่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ในชีวิตประจำวันเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และในยุคที่สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้คนไทยเสพสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามเพศและวัย โดยสื่อสังคมออนไลน์สร้างการดำเนินชีวิตรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า Mobile Life หรือพลวัตวิถี ทำให้ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่หายไป ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารและการทำงานต่าง ๆ สามารถทำได้ในทุกที่ทุกเวลา ผลกระทบที่เป็นลักษณะเด่นในบริบทของสังคมไทย คือ สื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ามานั้นก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งทางความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคม เนื่องจากโลกออนไลน์ได้สร้างพื้นที่ใหม่ในการนำเสนอตนเองได้มากขึ้น

โดยเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่สำคัญ คือ การแชร์สิ่งที่ไม่เป็นความจริง โดยเฉพาะการแชร์เพราะความสงสาร การอยากช่วยเหลือมากเป็นพิเศษ กลุ่มผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ถูกหลอกลวงง่ายที่สุด เพราะวัยนี้มีความเห็นอกเห็นใจ ชอบทำบุญ ประกอบกับประสบการณ์ในการรู้เท่าทันของการใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่าวัยอื่น ๆ จึงถูกหลอกได้ง่าย ดังนั้นเราจึงควรให้ความสำคัญกับสังคมผู้สูงอายุในด้าน Internet literacy คือ การให้ความรู้ในเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างถูกต้องและถูกทาง นอกจากนี้การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ในสังคมไทย (Cyber/Internet Bullying) เกิดขึ้นในสังคมตะวันตกมานานแล้ว ในส่วนของสังคมไทยยังเกิดขึ้นน้อยมาก แต่ปัจจุบันกลับพบว่ามีมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นถ้าเราเรียนรู้จากสังคมตะวันตก และป้องกันปัญหาการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ตามกลไกวัฒนธรรมของเรา รู้ว่าควรจะเรียนรู้และป้องกันอย่างไร ปัญหาเรื่องนี้จะเกิดขึ้นน้อยลง

และเห็นว่าสื่อมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ทำให้การเริ่มต้นสร้างความสัมพันธ์ได้ง่ายขึ้นกว่าการพบเจอกันบนโลกความจริงในสังคมไทย เนื่องจากคนไทยมีความเกรงใจ เินอาย และมักไม่ค่อยพูดคุยกับคนแปลกหน้า แต่เมื่อมีสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้นทำให้การปฏิสัมพันธ์กับคนแปลกหน้าเป็นเรื่องปกติ คำศัพท์และรูปแบบของภาษาในสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น เพศหญิง และเพศทางเลือก มีการสร้างและใช้คำศัพท์ใหม่ในหลากหลายรูปแบบ เช่น การเขียนย่อคำ การตั้งใจสะกดผิด หรือการนำภาษาต่างประเทศมาใช้ เป็นต้น นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อการรวมตัวทางการเมืองในสังคมไทย โดยเฉพาะการสนับสนุนกลุ่มทางการเมืองที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งทำได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางเมื่อเปรียบเทียบกับการเมืองในอดีตที่ยังไม่มีสื่อสังคมออนไลน์

๒.๗ นายตรี บุญเจือ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เห็นว่า ประเทศไทย ๔.๐๐ อดัย การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม องค์ความรู้ และการบริหารจัดการ โดยใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารและ

สารสนเทศสร้างมูลค่า เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ให้หลุดพ้นจากกับดักความไม่สมดุล กับดักความเหลื่อมล้ำ และกับดักรายได้ปานกลาง ซึ่งสถานการณ์สื่อก็มีความเปลี่ยนแปลงไปมาก ทั้งช่องทางและแนวทางในการสื่อสารดิจิทัล ในยุค ๔.๐

สถานการณ์สื่อในยุค ๔.๐ มีความเปลี่ยนแปลงในเชิงช่องทาง จำนวน และรูปแบบการนำเสนอ รวมถึงการใช้สื่อ โดยในยุค ๔.๐ ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อได้สะดวก รวดเร็ว และทุกคนสามารถผลิตและนำเสนอข้อมูลข่าวสาร แสดงความคิดเห็น สร้างเนื้อหาได้ ซึ่งนอกจากจะมีผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นในลักษณะ "ภัยออนไลน์" ไม่ว่าจะเป็นข่าวปลอม ข่าวลวง การกลั่นแกล้งทางออนไลน์ การพนันออนไลน์ การล่อลวงทางอินเทอร์เน็ต เด็กติดเกม การถูกล่วงละเมิดทางเพศ ฯลฯ ก็มีผลกระทบเชิงวัฒนธรรมด้วย เพราะสื่อทำให้เกิดการรับรู้ เปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมจาก “ความคุ้นชิน” ที่พบได้บ่อย ทั้งในสื่อดั้งเดิมที่มีการแข่งขันสูงมากขึ้น ต้องสร้างความนิยมโดยบางส่วนขาดความยั้งคิด คำนึงถึงผลเสียต่อคนและสังคม และในสื่อออนไลน์ที่ทุกคนสามารถผลิตสื่อได้ด้วยตัวเอง ซึ่งมีบางส่วนที่ขาดการกลั่นกรองความถูกต้อง นำเสนอด้วยความสะใจ รวมไปถึงผู้ใช้สื่อที่กดถูกใจ กดแชร์ หรือละเลยความเห็นโดยไม่คำนึงถึงว่าจะส่งผลกระทบต่อทางจิตใจผู้อื่น ต่างเป็นผลกระทบที่เกิดจากการใช้สื่อต่อวัฒนธรรม โดยเฉพาะเรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องทางเพศ และภาษา

โดยเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาสื่อที่ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรม คือ ประการแรกจำเป็นต้องมีกระบวนการสร้างความตระหนักของสื่อมวลชน และคนผลิตเนื้อหาในสื่อออนไลน์ ตระหนักถึงผลกระทบ มีความเข้าใจในหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเอง ต่อคนอื่นและสังคมด้วย ในขณะที่เดียวกัน ภาคส่วนต่าง ๆ ก็อาจใช้สื่อเองในการส่งเสริม พัฒนาวัฒนธรรมไทย เพื่อให้เป็นฐานรากของสังคม เพราะถ้าวัฒนธรรมไทยไม่แข็งแรงพอ การขับเคลื่อนประเทศไทย ๔.๐ ก็ขาดความสมดุลระหว่างมูลค่า กับคุณค่า

และเห็นว่าการใช้สื่อส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ เป็นการแปลงคุณค่าเป็นมูลค่า คุณค่าของสังคมไทยคือวัฒนธรรม โดยทำให้มีลักษณะเป็นวงจรที่เสริมซึ่งกันและกัน สื่อสามารถสร้างส่งเสริมให้คนไทย ๔.๐ มีวัฒนธรรม ๔.๐ เป็นสังคมที่มีความรู้ ทักษะและความสามารถสูง และคนไทยที่รับผิดชอบต่อสังคม มีจิตสาธารณะ ซึ่งหลายประเทศก็ใช้สื่อในการส่งเสริมวัฒนธรรมใหม่ ไม่ว่าจะเป็นเกาหลีใต้ อังกฤษ ออสเตรเลีย ฯลฯ ซึ่งประเทศไทยเราก็น่าจะใช้ประโยชน์จากสื่อในการทำงานเดียวกัน

๒.๘ นายธนกร ศรีสุขใส ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เห็นว่า สภาพการณ์ ของสื่อในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านรูปแบบ และเนื้อหาอันเนื่องมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี กล่าวคือ ในด้านรูปแบบ เกิดการเปลี่ยนแปลงของช่องทางการสื่อสาร หรือช่องทางการนำเสนอเนื้อหา (Platform) จากเดิมที่รูปแบบการสื่อสารเน้นการสื่อสารทางเดียว (One way communication) ภายใต้วงที่จำกัดอยู่เฉพาะสื่อดั้งเดิมประเภทสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ไปเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นการสื่อสารสองทาง หรือการสื่อสารแบบกลุ่ม (Two way or group communication) ผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Line เป็นต้น

สภาพการณ์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปดังกล่าวข้างต้นนี้ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างสำคัญต่อสังคมและวัฒนธรรมไทย ดังนี้

๑. การกำกับดูแลการกลั่นกรองเนื้อหาทำได้ยาก เนื่องจากในแต่ละวันมีการผลิตเนื้อหาสื่อขึ้นเป็นจำนวนมากจากทั่วทุกมุมโลกโดยที่เนื้อหาเหล่านี้มีการแพร่กระจายไปยังผู้รับอย่างรวดเร็ว ขณะที่การกำกับดูแล หรือการกลั่นกรองเนื้อหาทำได้ยาก มาตรการทางกฎหมายมีข้อจำกัดเพราะสื่อมีลักษณะไร้พรมแดน

๒. เนื้อหาสื่อโดยส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่ความสนใจของคนจำนวนมากโดยละเลยคุณค่าหรือผลกระทบทางสังคม ทำให้มีสื่อที่เนื้อหาไม่เหมาะสมมีมาก ขณะที่สื่อที่มีเนื้อหาเชิงบวกมีน้อย สังคมไทยซึ่งเปิดกว้างต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทำให้คุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมที่เคยเป็นรากฐานทางสังคมมานานถูกกระทบ ทำลาย และสั่นคลอนด้วยวัฒนธรรมใหม่

๓. ผลกระทบประการหนึ่ง คือการที่สังคมไทยในปัจจุบันมีช่องว่างทางความคิดระหว่างคนไทยกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน และความแตกต่างดังกล่าวนี้มีโอกาสที่จะนำไปสู่ความขัดแย้งในอนาคต

โดยเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังนี้

๑. เชื่อมประสานคนไทยด้วยประเด็นทางวัฒนธรรม โดยนำประเด็นทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้าง “จุดร่วม” ระหว่างคนไทยทุกกลุ่มให้เข้ามาร่วมกิจกรรมด้วยกัน เช่น งานเทศกาลต่าง ๆ การฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ ทำให้วัฒนธรรมชุมชนเติบโตควบคู่กับวัฒนธรรมแห่งชาติเพื่อให้วัฒนธรรมเป็นเรื่องของคนไทยทุกกลุ่ม การยกระดับศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านให้สามารถส่งออกไปยังภายนอกหรือไปยังต่างประเทศ เพื่อให้แต่ละภูมิภาคมีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในชุมชนของตนเอง

๒. รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรมในฐานะที่กำกับดูแลกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้กำกับให้กองทุนพัฒนาสื่อฯ ขับเคลื่อนภารกิจการรณรงค์ส่งเสริมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการจำกัดบทบาทของ “สื่อร้าย” ด้วยมาตรการการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ ภายใต้การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนให้เป็นพลเมืองคุณภาพที่มีองค์ความรู้ในการเปิดรับและรู้เท่าทันสื่อ

และเห็นว่าสื่อมีบทบาทสำคัญต่อความคิดความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมของคนในสังคม กล่าวอีกนัยหนึ่งสื่อมีผลกระทบโดยตรงแบบแผนการดำเนินชีวิต หากสังคมใดมีสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ สังคมนั้นก็ย่อมเป็นสังคมที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วยเช่นเดียวกัน แต่ด้วยเหตุที่ประเทศไทยในปัจจุบันสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีน้อย เนื่องจากสื่อส่วนใหญ่อยู่ภายใต้ระบบตลาดและการประกอบการเชิงพาณิชย์ การส่งเสริมวัฒนธรรมในยุคประเทศไทย ๔.๐ จึงจำเป็นต้องมุ่งเน้นที่การสร้างนวัตกรรมสื่อที่นำไปสู่การเปิดพื้นที่ให้กับสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การส่งเสริมผู้ผลิตหน้าใหม่ให้สามารถผลิตและสร้างสรรค์สื่อที่สร้างมูลค่าได้หลากหลายมิติทั้งทางสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ รวมตลอดถึงการสนับสนุนสร้างสื่อที่นำสังคมไทยไปสู่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน”

๒.๙ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยรังสิต เห็นว่าสถานการณ์สื่อนับตั้งแต่การเปิดประมูลคลื่นทีวีดิจิทัลใน

ปี ๒๕๕๖ จำนวน ๒๔ ช่อง เป็นจุดเปลี่ยนของสื่อไทยทั้งด้านเทคโนโลยีและเนื้อหา โดยรายได้หลักคือโฆษณาจากสินค้าและบริการต่าง ๆ ในจำนวนเท่าเดิม ถูกแบ่งส่วนจากจำนวนช่องที่เพิ่มขึ้นถึง ๖ เท่า อีกทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใช้เวลาไปกับช่องทางอย่างยูทูบซาแนล รวมถึงการถ่ายทอดรายการผ่านเฟซบุ๊ก ทำให้สื่อในปัจจุบัน ต้องผลิตเนื้อหาเพื่อเน้นเรตติ้งให้ยูทูบเป็นที่มาของสภารายการที่เน้นการสร้างควมหวือหวา การเล่นเกมที่เน้นอารมณ์ ไร้ความสนใจจนเกินควร การผลิตรายการที่เต็มไปด้วยโฆษณาแฝง กำลังสร้างวัฒนธรรมที่เน้นการบริโภคทุนนิยมเต็มรูปแบบ

โดยเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาว่า สื่อควรมีบทบาทในการให้ความรู้ เป็นเทียนแห่งปัญญาให้สังคม สื่อจะรักษาบทบาทนี้ได้ ต้องอยู่รอดได้ในทางธุรกิจเสียก่อน โดยภาคธุรกิจอาจช่วยเหลือด้วยการสนับสนุนสื่อที่พิสูจน์มาแล้วว่านำเสนอสาระและสร้างสรรค์ รวมถึงภาครัฐอาจเข้าไปมีบทบาทในการสนับสนุนสถานี หรือรายการที่ช่วยสร้างสังคมด้วยเช่นกัน

และยกกรณีตัวอย่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการสร้างชาติด้วยการใช้สื่อ เช่น ญี่ปุ่น ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สอง , เกาหลี ในทศวรรษ ๑๙๙๐ และ จีนในทศวรรษ ๒๐๐๐ ทั้ง ๓ ประเทศนี้ ใช้สื่อในการสร้างวัฒนธรรมของคนในชาติ การสร้างสรรค์เนื้อหา ที่ทำให้เกิดความฮึกเหิม การนำเสนอถึงตัวอย่างของ 'บุคคล' 'ชุมชน' 'องค์กร' 'โครงการ' ฯลฯ ที่ประสบความสำเร็จ และสามารถส่งต่อแรงบันดาลใจให้สังคมโดยรวม ก่อพลังที่เป็นจุดเปลี่ยน (จุดคานงัด) ทำให้คนในสังคมเกิดความภาคภูมิใจในความเป็นชาติ การขับเคลื่อนสิ่งเหล่านี้ จะสำเร็จได้ต้องอาศัยพลังของสื่อที่นำเสนอด้วยกลวิธีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ และนำเสนออย่างต่อเนื่องยาวนานหลายปี

๒.๑๐ นางรัตนากร ทongsารานู อนุกรรมการเกี่ยวกับการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ เห็นว่า ปัจจุบันสื่อกระแสหลักมีบทบาทน้อยลง เนื่องจากคนในสังคมไม่จำเป็นต้องรอข้อมูลข่าวสารจากสื่อกระแสหลักอีกต่อไปเพราะโลกออนไลน์ทุกคนสามารถเป็นผู้ส่งสารและรับสารได้ตลอดเวลา ประการสำคัญสื่อกระแสหลักมักนำเสนอประเด็นที่เป็นกระแส และถูกกำหนดไว้เพื่อสนองนโยบายภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ ข่าวสารสื่อสารเพื่อสังคมยังเป็นข่าวที่เราและกระตุ้นความรู้สึกร่วมกันเฉพาะเหตุการณ์เชิงไม่สร้างสรรค์และไม่เกิดประโยชน์ต่อสังคม เมื่อเป้าหมายการนำเสนอไม่ชัดเจน จึงทำให้การตีความของคนในสังคมมีความหลากหลายและไม่ดำเนินไปในทิศทางที่ควรจะเป็นครรลองของวัฒนธรรมไทย

โดยเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาว่า การสื่อสารควรมีวางเป้าหมายภาพใหญ่ของสังคมว่าต้องการให้คนในสังคมมีศักยภาพด้านใด เพื่อช่วยสนับสนุนและเป็นกระจุกสะทอนคนในสังคมให้มีคุณภาพในการรับ ส่ง ข่าวสาร รวมไปถึงการคิด วิเคราะห์ แยกแยะข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น ซึ่งเป้าหมายสามารถแบ่งได้เป็นทั้งเป้าหมายหลัก เป้าหมายรอง เป้าหมายย่อยตามลำดับความสำคัญของช่วงเวลานั้น ๆ เช่น ปัญหาข่าวปลอม หรือการใช้ hatespeech หรือ การbully เราควรวางเป้าหมายและวิธีการรับมือกับปัญหาในหลายมิติ อาทิ องค์ความรู้ในการคิด วิเคราะห์ แยกแยะของทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารเพื่อพัฒนาทักษะในการกรองข้อมูลของคนในสังคมไทยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

และเห็นว่าสื่อมีบทบาทในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ เป็นอย่างมาก ในปัจจุบันการแบ่งกลุ่มเป้าหมายของสื่อแต่ละประเภทแตกต่างกัน จึงต้องจัดการข้อมูลให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้รับสารในสื่อแต่ละประเภท ประการสำคัญในทุกสื่อต้องนำเสนอเนื้อหาสาระที่

นำเสนอข่าวทั้งสองด้าน เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจประเด็นข่าว และยอมรับข้อมูลที่สื่อนำเสนอ ไปจนถึง การให้ความร่วมมือและปฏิบัติตาม

๒.๑๑ พระครูปลัดสัมพิพัฒน์ธีรราชจารย์ (พระมหาวีรพล วัดยานนาวา) เห็นว่า สถานการณ์ สื่อในปัจจุบันเป็นยุคการสื่อสารสมัยใหม่ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงการสื่อสารได้อย่าง การนำเสนอเป็น รูปแบบของการสามารถโต้ตอบกัน มีการแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ได้อย่างอิสระ ไม่จำกัด เฉพาะสื่อมวลชนหลัก แต่ทุกคนเป็นผู้ผลิตเนื้อหาและนำเสนอได้อย่างทันที และในสังคมพหุ วัฒนธรรม มีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณีปฏิบัติที่แตกต่างกัน โดยการอยู่ ร่วมกันในสังคมจะมีการแสดงถึงอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นหรือความนิยมพื้นถิ่น

ส่วนการเชื่อมโยงติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกมากขึ้น จึงทำให้วัฒนธรรมจะ สร้างการรับรู้และเรียนรู้ร่วมกันได้ เช่น วัฒนธรรมการศึกษาที่มีศาสตร์ทางด้านตะวันตกเป็นเครื่องมือ ในการพัฒนาการศึกษา วัฒนธรรมการท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจไทย รูปแบบ ด้านสิ่งบันเทิงที่มาพร้อมกับการนำเสนอวัฒนธรรมต่างประเทศเข้าด้วยกัน

และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ก็มีการปรับตัวทางด้านวิถีชีวิตที่ต้องระมัดระวังเรื่องความปลอดภัยด้านสุขภาพมากขึ้น เช่น การเข้า วัดทำบุญ การเว้นระยะห่างการทำกิจกรรมทางสังคม รวมทั้งกิจกรรมการนำเสนอการแสดง ศิลปวัฒนธรรม ที่เป็นผลกระทบต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีจำนวนลดลง แต่ก็สามารถปรับตัวนำเสนอผ่าน ออนไลน์ การศึกษาข้อมูลจากระยะไกล

ส่วนปัญหาของสื่อที่ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมไทยมาจากหลายปัจจัย ดังนี้

๑. ปัจจัยด้านการเมือง ประวัติศาสตร์ เชื้อชาติ การสื่อสารที่ต้องมีความ ระมัดระวังเป็นพิเศษต่อผลกระทบซึ่งมีปัจจัยมาจากการเมืองบ้าง วิถีชีวิตที่สืบทอดกันเฉพาะพื้นที่ เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะเรื่องเชื้อชาติ เพศ ต้องมีการนำเสนออย่างเท่าเทียม

๒. ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ประเพณีและวัฒนธรรมไทย จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงบางอย่างจากความมุ่งหมายเดิม เพราะมีการผสมผสานมากมาย หลากหลายขึ้นจากวัฒนธรรมอื่น การนำเสนอของสื่ออาจมุ่งไปไม่ตรงกับมุ่งหมายเดิมมากนัก เพราะการ เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

๓. ปัจจัยด้านวิทยาการและความเจริญของบ้านเมืองวัฒนธรรมประเพณี สามารถส่งต่อและนำเสนอเข้าสู่ระดับโลกได้จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

๔. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการค้า การแต่งเติมการบริการและสินค้าเป็นการเพิ่ม มูลค่าให้กับวัฒนธรรม แต่ก็ควรกระตุ้นให้รักษาคุณค่าเดิมแท้ไว้ด้วยเช่นกัน

๕. ปัจจัยด้านความนิยม การให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมไทยบางอย่างที่เป็น ความดีสามัญพื้นฐาน อาจไม่ได้รับความนิยมหรือไม่อยู่ในกระแส สื่อมวลชนหรือสื่อสารธารณะจึงมุ่ง ประเด็นที่ได้รับความนิยมมากกว่า

โดยมีข้อเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ดังนี้

๑. วางแผนการพัฒนาเพื่อการสื่อสารเป็นมาตรฐานทางวัฒนธรรม

๒. สร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจร่วมกัน รับฟังมุมมองและทัศนคติของผู้รู้ และมวลชนที่มีประเด็นที่ก่อกวน

๓. ประสานความร่วมมือ ส่งเสริมและเผยแพร่ข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับ
ด้านวัฒนธรรม ศีลธรรม ค่านิยมที่ดีงาม

๔. สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม

๕. ศึกษา วิจัย สืบค้น และตรวจสอบด้านนโยบายต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูล ในการปรับปรุง
นโยบายและแผนงาน

๖. พัฒนาเครื่องมือหรือนวัตกรรมให้วัฒนธรรมไทยเป็นที่แพร่หลายไปทั่ว

โดยเสนอแนวทางในการพัฒนาสื่อเพื่อขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมในยุค ๔.๐ ดังนี้

๑. การสื่อสารผ่านเครือข่าย การเข้าไปใช้เครื่องมือระยะไกลในการจัดกิจกรรม
เพื่อการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่

๒. สร้างนวัตกรรมและนำเทคโนโลยี การผสมผสานแนวคิดใหม่ของเทคโนโลยี
วัฒนธรรม การดำรงชีวิต เพื่อมูลค่าความเป็นไทย และอนาคตอัตลักษณ์ของไทย

๓. ส่งเสริมอุตสาหกรรม ส่งเสริมการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถทางด้าน
ภูมิปัญญา การมีจิตสาธารณะ สร้างพื้นที่ เพื่อความสร้างสรรค์ ให้สอดคล้องกับโลกยุคดิจิทัล

๒.๑๒ นายชินต ภูภาณจน์ สื่อมวลชน เห็นว่า ยุค ๔.๐ เป็นยุคของเทคโนโลยีที่เกิด
ขึ้นอย่างรวดเร็ว และแปรเปลี่ยนพัฒนาไปอย่างรวดเร็วเช่นกัน วัฒนธรรม เป็นความมั่งคั่งของ
วิถีชีวิตของมนุษย์อันเป็นที่ยอมรับของคนหมู่มาก ดังนั้น วัฒนธรรมจะเจริญงอกงาม หรือ คงอยู่ได้
จะต้องพึ่งพาอาศัยสื่อของมวลชนเป็นตัวกระจาย เผยแพร่ และสร้างศรัทธาความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นใน
กลุ่มชนส่วนใหญ่ จึงกล่าวได้ว่า สื่อของมวลชนคือหัวใจ ที่จะทำให้วัฒนธรรมเด่นอยู่ได้ตลอดไปแบบไม่
มีวันหยุดหรือ สูญสลาย

สื่อในยุค ๔.๐ เป็นสื่อที่เกิดขึ้นเร็วเปลี่ยนแปลงเร็ว มีผลทำให้พฤติกรรมของ
ผู้บริโภคสื่อ ต้องเร็วตามไปด้วย ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภคในสังคมมนุษย์จึงเปลี่ยนแปลงออกมา
อย่างเห็นได้ชัด อาทิ นิยมความรวดเร็วของสื่อ การเสพสื่อในลักษณะสั้น ๆ และกระชับ จึงทำให้ขาด
วิจรรณญาณเกิดความผิดพลาดมากขึ้น เป็นเหตุทำให้ ความจริงที่น่าเชื่อถือของสื่อที่เกิดขึ้นมาอย่าง
รวดเร็ว และไม่ขยายความให้เข้าใจเกิดการผิดพลาด แปรเปลี่ยนไปจนถึงระดับที่สร้างความเชื่อมั่นให้
เกิดขึ้นในสังคม อย่างยากที่จะตัดสินได้ว่า อะไรถูก อะไรผิด และสิ่งนี้เองคือ มหันตภัยอันร้ายแรงที่สุด
ที่จะมาเป็นตัวทำลายวัฒนธรรมให้ขาดความเชื่อถือ และควรค่าแก่การสืบทอด

โดยเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาว่า ผลย่อมเกิดจากเหตุ ในเมื่อสื่อยุค ๔.๐
มาเร็ว เคลมเร็ว ดังนั้น องค์การทางด้านวัฒนธรรม ต้องหลีกเลี่ยง และส่งเสริมสื่อประเภท มาเร็ว
เคลมเร็ว เพราะวัฒนธรรมเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่เชื่อมโยงผูกพันอยู่กับจิตและวิญญาณของมนุษย์
ทุกอย่างที่ จะได้รับการยอมรับ และได้รับการเผยแพร่ออกมาสู่มวลชนจะต้องผ่านการพิจารณาศึกษา
และเมื่อสื่อออกไปยังมวลชนแล้ว ต้องกระจ่างชัดเจนเคลียร์ชัดทุกขั้นตอน

และเห็นว่าสื่อมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย ในยุค ๔.๐
โดยแยกสื่อในยุค ๔.๐ ออกมาให้ชัดเจนเสียก่อนว่า ในยุคนี้แวดวงสื่อจะมีลักษณะปรากฏออกมาใน
สองมิติ คือ มิติที่หนึ่ง เป็นสื่อดั้งเดิมที่มีรูปแบบมั่นคง มาตรฐาน ผ่านการพิสูจน์วิเคราะห์มาแล้ว
จากนักวิชาการว่า ได้มาตรฐานควรค่าแก่การยอมรับอีกมิติ เป็นสื่อที่เกิดใหม่ เกิดมาพร้อมกับ
ความเจริญก้าวหน้าของ เทคโนโลยียุค ๔.๐ สื่อในมิตินี้ จึงมีลักษณะ รูปแบบ เช่นเดียวกัน

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ที่มุ่งเน้น ความสะดวกสบาย รวดเร็ว ทันใจ ด้วยคุณสมบัติของสื่อทั้งสองมิติ จึงเห็นได้อย่างชัดเจนว่า เมื่อวัฒนธรรม เป็นเรื่องของการชี้ นำ จิตและวิญญาณของมวลชน ดังนั้น องค์การทางด้านวัฒนธรรม จึงต้องอย่าหลงระเริงไปกับความก้าวหน้าของยุค ๔.๐ แต่ต้องคำนึงถึงความถูกต้อง สมบูรณ์ ที่สุดต่อชาวทุกชาวที่ปรากฏออกมาสู่สังคม ภายใต้การนำเสนอของสื่อมวลชน โดยวิธีการรู้ทันสื่อว่า ควรใช้สื่อมิติที่ ๑ ในสถานการณ์อย่างไร และควรใช้สื่อมิติที่สอง ในสถานการณ์อย่างไร เพราะในตรรกะของความจริงแล้ว สื่อคือหัวใจของการเผยแพร่และคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมของมวลมนุษยชาติ

๒.๑๓ ดร.ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนะอนุเนก ผู้แทนภาคประชาสังคม เห็นว่า สถาบันสื่อเป็นสถาบันที่มีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิต และการรับรู้และเข้าใจความเป็นไปในสังคม และมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้คน ผ่านการรับรู้และเข้าใจเรื่องราวที่สื่อสารกันผ่านสื่อเป็นอย่างดี โดยเฉพาะผลจากการรับรู้ที่กระทบต่อวิถีชีวิตของผู้คน ซึ่งเรียกอีกอย่างหนึ่งคือ วัฒนธรรมในสังคม

พฤติกรรมในวิถีชีวิตของคนในสังคมไทยทุกวันนี้ ซึ่งเรียกว่าไทยแลนด์ ๔.๐ มีทั้งมิติความเร็ว ความรุนแรง ความเสี่ยง และความเปราะบาง เพราะสื่อทำให้มีการสื่อสารกันอย่างรวดเร็ว ขาดการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารว่าถูกต้องครบถ้วนหรือไม่ ทั้งยังมีการใช้ภาษาที่รุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้ภาษาที่มีคำหยาบปะปนอยู่เป็นจำนวนมาก และหมิ่นเหม่ต่อการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล อาจเข้าข่ายหมิ่นประมาท และก่อให้เกิดความขัดแย้งแตกแยกกันได้โดยง่าย ซึ่งอาจนำไปสู่ความเสี่ยงที่จะเกิดความรุนแรงในหลายระดับชั้นในสังคม และโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นที่เปราะบาง อ่อนไหวต่อความรู้สึกของผู้คน และทำทลายบรรทัดฐานเดิมของสังคม เหล่านี้ อาจก่อให้เกิดปัญหาที่แทรกซึมฝังลึกอยู่ในสังคมไทยได้ในระยะยาว

ดังนั้น แนวทางในการแก้ไข หรือบรรเทาปัญหาที่เกิดขึ้นต่อวิถีชีวิต หรือวัฒนธรรมในสังคมไทยในยุคนี้ หรือวัฒนธรรมไทย ๔.๐ คือ จะต้องร่วมทำงานกันในหลายระดับ ทั้งระดับนโยบายที่ต้องใช้ทั้งอำนาจเชิงกฎหมายที่จะธำรงความถูกต้องในการไม่ให้เกิดการละเมิดกฎหมาย และสนับสนุนส่งเสริมให้ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และประชาชนในทุกกลุ่ม มีกิจกรรมที่จะสร้างความเข้าใจต่อผลกระทบของปัญหาการสื่อสารผ่านสื่อที่เกิดขึ้น และแสวงหาแนวทางร่วมกันที่จะสร้างสรรค์กิจกรรมที่ก่อให้เกิดความรัก ความอบอุ่น ความเห็นอกเห็นใจ พร้อมทั้งสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยี หรือ Media Information and Digital Literacy ให้เกิดแก่ประชาชนในวงกว้างให้ได้มากที่สุด

๒.๑๔ นายธนวัฒน์ พรหมโชติ รองประธานสภาเด็กและเยาวชน เห็นว่า ในสถานการณ์ปัจจุบันภายในประเทศไทยขณะนี้เรื่องที่กำลังน่าสนใจและเป็นประเด็นจะเป็นในเรื่องของสิทธิและเสรีภาพในการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันนักเรียน นักศึกษา หรือเด็กและเยาวชน แม้กระทั่งประชาชนทั่วไปได้ออกมาเรียกร้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน โดยภาพรวมเห็นว่าประชาชนในประเทศได้ตระหนัก เข้าใจ และรักษาถึงสิทธิของตนเอง และด้านต่างประเทศในตอนนี้คงต้องพูดถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ซึ่งปัจจุบันได้ส่งผลกระทบในหลาย ๆ ด้าน และมีการรายงานว่าขณะนี้ได้กลับมาแพร่ระบาดอีกครั้ง ซึ่งเห็นได้ว่าการแพร่ระบาดครั้งนี้ได้เปลี่ยนการใช้ชีวิตของมนุษย์ไปอย่างสิ้นเชิง

จากการเข้าถึงสื่อได้ง่ายและรวดเร็วมาก จึงทำให้วัฒนธรรมต่างชาติเข้ามามีอิทธิพลในการใช้ชีวิตของคนไทย โดยเฉพาะวัยรุ่นได้ให้ความสนใจกับสื่อต่างชาติมากกว่าของประเทศไทย ทำให้ทัศนคติต่าง ๆ รวมถึงแนวคิดเปลี่ยนไปจนลึ้มวัฒนธรรมอันดีงามของไทย ประกอบกับการนำเสนอสื่อเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยยังไม่เป็นที่น่าสนใจ ทำให้คนไทยยังไม่เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมไทยมากนัก ค่านิยม วัฒนธรรมไทยต่าง ๆ ยังไม่มีการปรับให้เข้ากับยุคสมัย ยังยึดถือกับอะไรเดิม ๆ ที่ไม่สามารถใช้ได้ในปัจจุบันได้

โดยเห็นว่าการแก้ไขปัญหามาจากดังกล่าว ควรปรับการนำเสนอสื่อเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยให้น่าสนใจ น่าศึกษา และปรับให้เข้ากับยุคสมัยเปิดกว้างในการนำเสนอหรือแสดงออก อีกทั้งยังการนำวัฒนธรรมแฝงเข้าไปในสื่อต่าง ๆ ในระยะยาวที่ทำให้ประชาชนตระหนัก และรู้คุณค่าของวัฒนธรรมไทย โดยกระทรวงวัฒนธรรมควรปรับการวางแผนยุทธศาสตร์การนำเสนอเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยที่น่าสนใจ ละเป็นที่ดึงดูดกับประชาชนยุคใหม่ และปรับให้เปิดกว้างในการนำเสนอต่าง ๆ อีกทั้งยังร่วมกับกระทรวงดิจิทัล เศรษฐกิจเพื่อสังคมในการออกแบบสื่อ หรือหาวิธีการนำเสนอสื่อในระบบโทรคมนาคม หรือสื่ออินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย ให้ประชาชนตระหนักถึงคุณค่าเป็นแบบการนำเสนอวัฒนธรรมแฝงและเป็นที่น่าจดจำ

สรุป

๑. การตีความและสรุปข้อมูลสถานการณ์และผลกระทบของสื่อในยุค ๔.๐

จากข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากการสังเกตและรวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้เกี่ยวข้องที่เกี่ยวกับสื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ตีความโดยใช้วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ในการจับประเด็นของเนื้อหาแล้วนำประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน ซึ่งสามารถสรุปผลของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ได้ดังนี้

๑.๑ สถานการณ์ของสื่อในปัจจุบัน

สภาพการณ์ของสื่อในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหาอันเนื่องมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เกิดสื่อช่องทางใหม่ขึ้นมามากมาย โดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์ มีความเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงช่องทาง จำนวน และรูปแบบการนำเสนอ รวมถึงการใช้สื่อ กล่าวคือ ในด้านรูปแบบ เกิดการเปลี่ยนแปลงของช่องทางการสื่อสาร หรือช่องทางการนำเสนอเนื้อหา (Platform) จากเดิมที่รูปแบบการสื่อสารเน้นการสื่อสารทางเดียว (One way communication) ภายใต้อุปกรณ์ที่จำกัดอยู่เฉพาะสื่อดั้งเดิมประเภท สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ไปเป็นสื่อสังคมออนไลน์ ที่เป็นการสื่อสารสองทาง หรือการสื่อสารแบบกลุ่ม (Two way or group communication) ผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Line เป็นต้น

สถานการณ์สื่อของไทยนับตั้งแต่การเปิดประมูลคลื่นทีวีดิจิทัลในปี ๒๕๕๖ เป็นจุดเปลี่ยนของสื่อไทยทั้งด้านเทคโนโลยีและเนื้อหา อีกทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใช้เวลาไปกับช่องทางอย่างยูทูปชานแนล รวมถึงการถ่ายทอดรายการผ่านเฟซบุ๊ก ทำให้สื่อในปัจจุบัน ต้องผลิตเนื้อหาเพื่อเน้นเรตติ้งให้อยู่รอด เป็นที่มาของสภาพรายการที่เน้นการสร้างควมหวือหวา การเล่นข่าว

ที่เน้นอารมณ์ ไร้ความสนใจจนเกินควร การผลิตรายการที่เต็มไปด้วยโฆษณาแฝง เป็นการสร้างวัฒนธรรมที่เน้นการบริโภคทุนนิยมเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันสื่อกระแสหลักมีบทบาทน้อยลง เนื่องจากคนในสังคมไม่จำเป็นต้องรอข้อมูลข่าวสารจากสื่อกระแสหลักอีกต่อไปเพราะโลกออนไลน์ ทุกคนสามารถเป็นผู้ส่งสารและรับสารได้ตลอดเวลา โดยในยุค ๔.๐ ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อได้สะดวก รวดเร็ว และทุกคนสามารถผลิตและนำเสนอข้อมูลข่าวสาร แสดงความคิดเห็น สร้างเนื้อหาได้ นอกจากนี้ปัจจุบันวิถีชีวิตของคนไทยเริ่มเปลี่ยนไปสู่ชีวิตดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีที่เพิ่มมากขึ้น จำนวนคนไทยรุ่นใหม่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ในชีวิตประจำวันเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และในยุคที่สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้คนไทยเสพสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามเพศและวัย โดยสื่อสังคมออนไลน์สร้างการดำเนินชีวิตรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า Mobile Life หรือพลวัตวิถี ทำให้ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่หายไป ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารและการใช้งานต่าง ๆ สามารถทำได้ในทุกที่ทุกเวลา

ยุค ๔.๐ เป็นยุคของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นมาอย่างรวดเร็ว และแปรเปลี่ยนพัฒนาไปอย่างรวดเร็วเช่นกัน วัฒนธรรม เป็นความงอกงามของวิถีชีวิตของมนุษย์อันเป็นที่ยอมรับของคนหมู่มาก ดังนั้น วัฒนธรรมจะเจริญงอกงาม หรือ คงอยู่ได้จะต้องพึ่งพาอาศัยสื่อของมวลชนเป็นตัวกระจาย เผยแพร่ และสร้างศรัทธาความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นในกลุ่มชนส่วนใหญ่ จึงกล่าวได้ว่า สื่อของมวลชนคือหัวใจ ที่จะทำให้วัฒนธรรมเด่นอยู่ได้ตลอดไปแบบไม่มีวันหยุดหรือ สูญสลายโดยเฉพาะอย่างยิ่ง รูปแบบสื่อในยุค ๔.๐ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ผ่านช่องทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เข้าถึงผู้เสพสื่อได้ง่าย โดยประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อได้สะดวก รวดเร็ว และทุกคนสามารถผลิตและนำเสนอข้อมูลข่าวสาร แสดงความคิดเห็น สร้างเนื้อหาได้ ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารและการใช้งานต่าง ๆ สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา โดยใช้ทรัพยากรน้อยกว่า คุ่มค่ากว่า และยังรวบรวมข้อมูลมหาศาลมาอยู่ในสมาร์ตโฟนเพียงเครื่องเดียว ทำให้มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง

๑.๒ ผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในปัจจุบัน

สื่อในปัจจุบันทำให้เกิดผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อสังคม โดยเฉพาะในมิติของวัฒนธรรมที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากความเปลี่ยนแปลงของสื่อ เนื่องจากสื่อมีความใกล้ชิดกับวัฒนธรรมของสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ผลกระทบที่เห็นได้อย่างชัดเจน จากการแข่งขันของสื่อ และจากความสามารถของผู้ใช้สื่อที่กลายเป็นผู้ส่งสารได้ คือ การเกิดเนื้อหาที่ขัดต่อวัฒนธรรมไทย ทั้งสื่อและผู้ใช้นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หรือขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรมอันดีของไทย ทั้งเรื่องเพศ ภาษา ความรุนแรง การสร้างภาพตอกย้ำ เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชน และเกิดการแพร่หลายอย่างรวดเร็ว และอาจก่อให้เกิดการเลียนแบบ โดยเฉพาะกับเด็กและเยาวชน นอกจากนั้น เนื้อหาที่เกิดขึ้นอาจจะไม่ได้ขัดต่อวัฒนธรรมไทยโดยตรง แต่มีผลที่ทำให้วัฒนธรรมไทยเปลี่ยนแปลงไป เช่น การตีความเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในมุมมองส่วนตัวที่ต่างออกไป ซึ่งอาจจะไม่ถูกต้อง สร้างความเข้าใจผิด หรือส่งเสริมแนวความคิดที่ขัดกับการพัฒนาประเทศในยุค ๔.๐ เช่น การส่งเสริมความเชื่อทางโศกลาง ไสยศาสตร์

นอกจากนี้ ผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นในลักษณะ "ภัยออนไลน์" ไม่ว่าจะเป็นเป็นข่าวปลอม ข่าวลวง การกลั่นแกล้งทางออนไลน์ การพนันออนไลน์ การล่อลวงทางอินเทอร์เน็ต

เด็กติดเกม การถูกล่วงละเมิดทางเพศ ฯลฯ ก็มีผลกระทบเชิงวัฒนธรรมด้วย เพราะสื่อทำให้เกิดการรับรู้ เปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมจาก “ความคุ้นชิน” ที่พบได้บ่อย ทั้งในสื่อดั้งเดิมที่มีการแข่งขันสูงมากขึ้น ต้องสร้างความนิยมโดยบางส่วนของชาตความยิ่งคิด คำนึงถึงผลเสียต่อคนและสังคม และในสื่อออนไลน์ที่ทุกคนสามารถผลิตสื่อได้ด้วยตัวเอง ซึ่งมีบางส่วนที่ขาดการกลั่นกรองความถูกต้อง นำเสนอด้วยความสะใจ รวมไปถึงผู้ใช้สื่อที่กดถูกใจ กดแชร์ หรือละเลยความเห็นโดยไม่คำนึงถึงว่าจะส่งผลกระทบต่อจิตใจผู้อื่น ต่างเป็นผลกระทบที่เกิดจากการใช้สื่อต่อวัฒนธรรม โดยเฉพาะเรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องทางเพศ และภาษา

ผลกระทบที่เป็นลักษณะเด่นในบริบทของสังคมไทย คือ สื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ามาในก่อนทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งทางความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคม เนื่องจากโลกออนไลน์ได้สร้างพื้นที่ใหม่ในการนำเสนอตนเองได้มากขึ้น และเห็นว่าสื่อมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ทำให้การเริ่มต้นสร้างความสัมพันธ์ได้ง่ายขึ้นกว่าการพบเจอกันบนโลกความจริงในสังคมไทย เนื่องจากคนไทยมีความเกรงใจ เขินอาย และมักไม่ค่อยพูดคุยกับคนแปลกหน้า แต่เมื่อมีสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้นทำให้การปฏิสัมพันธ์กับคนแปลกหน้าเป็นเรื่องปกติ คำศัพท์และรูปแบบของภาษาในสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น เพศหญิง และเพศทางเลือก มีการสร้างและใช้คำศัพท์ใหม่ในหลากหลายรูปแบบ เช่น การเขียนย่อคำ การตั้งใจสะกดผิด หรือการนำภาษาต่างประเทศมาใช้ เป็นต้น

สภาพการณ์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปดังกล่าวข้างต้นนี้ได้ส่งผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรมไทย ดังนี้

๑. การกำกับดูแลการกลั่นกรองเนื้อหาทำได้ยาก เนื่องจากในแต่ละวันมีการผลิตเนื้อหาสื่อขึ้นเป็นจำนวนมากจากทั่วทุกมุมโลกโดยที่เนื้อหาเหล่านี้มีการแพร่กระจายไปยังผู้รับอย่างรวดเร็ว ขณะที่การกำกับดูแล หรือการกลั่นกรองเนื้อหาทำได้ยาก มาตรการทางกฎหมายมีข้อจำกัดเพราะสื่อมีลักษณะไร้พรมแดน จาการที่สื่อในยุค ๔.๐ เป็นสื่อที่เกิดขึ้นเร็วเปลี่ยนแปลงเร็ว มีผลทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อ ต้องเร็วตามไปด้วย ดังนั้น พฤติกรรมการบริโภคในสังคมมนุษย์จึงเปลี่ยนแปลงออกมาอย่างเห็นได้ชัด อาทิ นิยมความรวดเร็วของสื่อ การเสพสื่อในลักษณะสั้น ๆ และกระชับ จึงทำให้ชาตวิจรรย์ญาณเกิดความผิดพลาดมากขึ้น เป็นเหตุทำให้ ความจริงที่น่าเชื่อถือของสื่อที่เกิดขึ้นมาอย่างรวดเร็ว และไม่ขยายความให้เข้าใจเกิดการผิดพลาด แปรเปลี่ยนไปจนถึงระดับที่สร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นในสังคม อย่างยากที่จะตัดสินได้ว่า อะไรถูก อะไรผิด และสิ่งนี้เองคือ มหันตภัยอันร้ายแรงที่สุด ที่จะมาเป็นตัวทำลายวัฒนธรรมให้ขาดความเชื่อถือ และควรค่าแก่การสืบทอด

๒. เนื้อหาสื่อโดยส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่ความสนใจของคนจำนวนมากโดยละเลยคุณค่าหรือผลกระทบทางสังคม ทำให้มีสื่อที่เนื้อหาไม่เหมาะสมมีมาก ขณะที่สื่อที่มีเนื้อหาเชิงบวกมีน้อย สังคมไทยซึ่งเปิดกว้างต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทำให้คุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมที่เคยเป็นรากฐานทางสังคมมานานถูกรักษา ทำหาย และสั่นคลอนด้วยวัฒนธรรมใหม่

๓. ผลกระทบประการหนึ่ง คือการที่สังคมไทยในปัจจุบันมีช่องว่างทางความคิดระหว่างคนไทยกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน และความแตกต่างดังกล่าวนี้มีโอกาสที่จะนำไปสู่ความขัดแย้งในอนาคต

ดังนั้น เนื้อหาของสื่อในยุค ๔.๐ ได้แก่ “สาร” หรือ Content ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญแท้จริงในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ โดยผู้ผลิตสารต้องสร้างความเชื่อถือไว้วางใจรวมทั้งส่งสัญญาณเตือนและเฝ้าระวังเหตุการณ์ในสังคม ทำให้สังคมได้พบกับความจริงและมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

ในบทนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับสื่อในยุค ๔.๐ และวัฒนธรรมในบริบทของสังคมไทย และนำมาตีความโดยวิเคราะห์เนื้อหาและลดทอนข้อมูล ซึ่งสรุปได้ว่า สื่อในยุค ๔.๐ มีผลดีต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย ในบทต่อไป ผู้วิจัยประมวลและวิเคราะห์ผลและนำเสนอผลการวิจัย โดยสรุปผลในประเด็นสำคัญและปรับกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และปัญหาในการวิจัย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สมบูรณ์และนำไปจัดทำข้อเสนอแนะต่อไป

บทที่ ๔

ผลการศึกษา

จากสภาพการของปัญหาและความจำเป็นในยุค ๔.๐ ซึ่งสื่อต่าง ๆ ได้ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมไทยได้อย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อและผลของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ เพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปสู่การปฏิบัติในการพัฒนาสื่อเพื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมอันดีงามของไทยให้เจริญยั่งยืนต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับสภาพของสื่อในยุค ๔.๐ และศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ รวมทั้งเพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ เพื่อมีส่วนช่วยในการตอบโจทยปัญหาในการพัฒนาประเทศ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาข้อมูลทั้งในเชิงทฤษฎีหรือเชิงวิชาการจากเอกสารและข้อมูลในเชิงปฏิบัติหรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคมไทย มีการประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ และใช้ข้อมูลจากการวิจัยเอกสารในเชิงทฤษฎีมาอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคม การวิเคราะห์ทำโดยนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่ (Category) แล้วทำการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytical Induction) ได้แก่ การใช้การตีความสร้างข้อสรุปจากปรากฏการณ์ที่พบเห็นและข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นรูปธรรมที่เก็บรวบรวมมาได้ โดยยึดหลักแนวคิดเชิงทฤษฎีหรือเชิงวิชาการในการอธิบายบริบทหรือปรากฏการณ์ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคม เพื่อให้ได้แนวคิดที่เป็นนามธรรมเพื่อนำไปใช้ในการอธิบายและให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

ทุกประเทศในโลกต่างเชื่อมต่อกันอย่างไร้พรมแดนในทุกมิติเป็นหมู่บ้านโลกเดียวกัน ในบริบทที่ผันแปรอย่างเป็นพลวัตของโลก (O'Leary and Van Slyke, 2010) จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมต่าง ๆ ในสังคมโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเทคโนโลยีพลิกโฉมฉับพลัน (Disruption of Technology and Innovation) นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมของการทำงานชุดใหม่จากการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยี ซึ่งทำให้สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา (Anytime, everywhere) โดยมีการเชื่อมโยงต่อกันเป็นเครือข่ายและร่วมมือกัน (Collaboration) จากการที่ยุค ๔.๐ เป็นยุคสังคมฐานความรู้ โดยมีการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ทันสมัยในยุค ๔.๐ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ (Social media)

Social Media หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งก็คือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ ซึ่งในยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุค ๔.๐ Social Media คือสื่อยุคใหม่ที่กำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกวงการทั้งชีวิตประจำวัน และการทำงาน โดยประเทศไทยมีการใช้โซเชียลมีเดียเป็นอันดับแรก ๆ ของโลก ตัวอย่างการใช้ Social Media ได้แก่ Facebook เป็นโซเชียลมีเดียยอดนิยมอันดับหนึ่ง

ที่มีผู้ใช้มากที่สุด Twitter, Skype, Line ซึ่งมีอัตราการเติบโตเร็วกว่า Facebook และ Twitter โดยประเทศไทยมีการใช้ Line เป็นอันดับสองของโลก และคนไทยชอบใช้ Sticker ที่ดาวนโหลดฟรี

สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในชีวิตประจำวันของทุกคน (Zaw, 2018) มีการใช้สื่อต่าง ๆ ในการเผยแพร่วัฒนธรรม ทำให้ทั่วโลกได้รับรู้มากขึ้นและทำให้คนในท้องถิ่นมีโอกาสเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น (Haviland et al, 1970) นอกจากนี้ การพัฒนาเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วทั่วโลกทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมข้ามชาติ (เจษฎา ไชยพงษ์, ๒๕๕๒) รวมทั้งมีการข้ามพรมแดนสื่อ จากการที่ Social Media สามารถเชื่อมโยงกันได้ในระดับโลกและมีผลกระทบสูงต่อวัฒนธรรมทั้งในด้านบวกและลบ เช่น การรายงานข้อมูลข่าวสารโดยทุกคนทำได้อย่างรวดเร็ว แต่อาจมีการใช้ถ้อยคำที่ไม่ถูกต้องเหมาะสม การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ผ่าน Social Media ทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว แต่ทำให้การพบปะกันลดลง ขาดการพูดคุยกันแบบ Face-to-Face หรือขาดปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ (Zaw, 2018) สอดคล้องกับวัชรินทร์ ยอดคำเหลือง (๒๕๖๑) ที่เสนอว่า สื่อในยุค ๔.๐ มีผลกับคนในสังคมมาก ทั้งในความคิด พฤติกรรม การใช้ชีวิต อีกทั้งบทบาทของผู้ผลิตสื่อก็มีการเปลี่ยนแปลง เพราะทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตสื่อได้เอง ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ขาดการคัดกรองเนื้อหาหรือความเหมาะสมในการเผยแพร่สู่สาธารณชน โดยเฉพาะสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม ซึ่งอาจส่งผลต่อการอนุรักษ์และการสื่อสารให้คงอยู่ต่อไปในอนาคต จะเห็นได้ว่า สื่อใหม่ทำให้เกิดวัฒนธรรมจากสื่อใหม่ (New Media Culture) ในยุค ๔.๐ ซึ่งมีเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายการติดต่อสื่อสารที่เชื่อมโยงกันด้วย Internet (Krekovic, 2003) ทั้งนี้ สื่อในยุค ๔.๐ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม (Lowisz, 2020; Ravi, 2012)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) มีผลกระทบทั้งในแง่บวกและแง่ลบ (กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว, ๒๕๖๓) ตัวอย่าง ผลกระทบในแง่บวก ได้แก่

๑. การสื่อสารข้อมูลไปสู่ผู้คนจำนวนมากทำได้รวดเร็ว สะดวกและง่าย
๒. ช่องว่างระหว่างการสื่อสารระหว่างบุคคลต่าง ๆ เช่น บุคคลที่มีชื่อเสียงและบุคคลทั่วไป

ลดลง

๓. การรวมตัวทำกิจกรรมที่ดีต่าง ๆ ทำได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น
๔. สามารถใช้ในการเรียนการสอนได้

ตัวอย่างผลกระทบในแง่ลบ ได้แก่

๑. ไม่มีวิธีการตรวจสอบได้ง่ายว่า ข้อมูลที่ได้รับนั้นเป็นจริงหรือเท็จ
๒. มีการโพสต์ข้อความที่ไม่สุภาพ เป็นเท็จ สร้างความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น

สื่อในยุค ๔.๐ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของสังคมไทย (จุลณี เทียนไทย, ๒๕๖๓) โดยการแปลงข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และประวัติศาสตร์ของประเทศไทย ให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว ภาพถ่าย และสไลด์ต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลเชิงเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ ๑. การส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกของชาติ ก่อให้เกิดความความตระหนักในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของชาติ ๒. การส่งเสริมการศึกษา ก่อให้เกิดสะสม การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการเข้าถึงได้โดยง่าย ๓. การส่งเสริมการท่องเที่ยว อนุรักษ์ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว

โดยใช้เรื่องราวประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีเป็นสิ่งดึงดูด (วัชชีรา บุรณสิงห์, ๒๕๖๓) ตัวอย่างการใช้สื่อในยุค ๔.๐ ในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับประเพณีและวัฒนธรรมไทยในโลกออนไลน์และโลกความจริง (ดิฐพงศ์ ประเสริฐไพฑูรย์, ๒๕๖๓) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น คลิปวีดีโอ ลงในยูทูป เพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านให้ได้เป็นที่รู้จักและได้รับการอนุรักษ์ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี (วัชรินทร์ ยอดคำเหลือง, ๒๕๖๑) การใช้สื่อวีดีโอและเพลงประกอบการสอนทางไกลผ่านดาวเทียมเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย (นจรัล สุขเจริญ, ๒๕๖๑) โครงการศูนย์ข้อมูลด้านวัฒนธรรม (Digital Culture) ของกระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นช่องทางอย่างครบวงจรในการสื่อสารกับประชาชนในลักษณะของบริการผู้ช่วยอัจฉริยะ หรือ AI Chatbot บน Facebook และ Website และเป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลด้านวัฒนธรรมที่มีปริมาณมหาศาลจากหน่วยงานภายในกระทรวงวัฒนธรรม โดยใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจและเปิดเผยสู่ประชาชน ให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ โดยบูรณาการข้อมูลด้านวัฒนธรรมจากแหล่งต่าง ๆ ภายนอกกระทรวงวัฒนธรรม เพื่อให้เป็นระบบศูนย์ข้อมูลวัฒนธรรมระดับชาติ ทั้งยังเอื้อให้ประชาชนทั้งในระบบการศึกษาและนอกระบบการศึกษา สามารถค้นหาข้อมูลความรู้ได้อย่างกว้างขวาง และสามารถนำไปต่อยอดใช้ประโยชน์ในลักษณะต่าง ๆ ได้ตามที่ต้องการ (อิทธิพล คุณปลื้ม, ๒๕๖๓) นอกจากนี้ ชาวต่างประเทศสามารถเข้าถึงศิลปวัฒนธรรมไทยได้อย่างลึกซึ้ง และเกิดความชื่นชอบวัฒนธรรมไทยในแขนงต่าง ๆ รวมทั้งมีทัศนคติที่ดีต่อคนไทยและวัฒนธรรมไทย (ภาวิวรรณ นรพัลลภ, ๒๕๕๙) ทั้งนี้ การใช้สื่อต่าง ๆ ในการบันทึกองค์ความรู้ของวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญาที่มีความหลากหลายของไทยไว้เพื่อเป็นหลักฐานมรดกวัฒนธรรมทางภูมิปัญญา เป็นการสืบสานและถ่ายทอดไปยังอนุชนรุ่นหลัง เพื่อสร้างความภูมิใจในความเป็นชนชาติไทยตลอดไป (พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา, ๒๕๕๙)

พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการสื่อสาร และใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ได้อย่างไร้พรมแดน ส่งผลต่อสังคมไทยเป็นอย่างยิ่ง โดยทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมทั้งความคิด พฤติกรรมและการใช้ชีวิตของคนในสังคม โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่มีสาระดิจิทัลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยได้ถูกนำมาใช้ในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย จากข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพจากการวิจัยเอกสารและการวิจัยจากการสังเกตที่ผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์ผลดังกล่าว พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ สื่อในยุค ๔.๐ ส่งผลดีต่อการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย

ในบทที่ ๒ จากตัวแบบของการวิจัยที่ได้เสนอไว้ โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งตัวแบบองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ประกอบด้วย ๑. ด้านรูปแบบ, ๒. ด้านเนื้อหา, ๓. ด้านช่วงเวลา, ๔. ด้านช่องทาง, ๕. ด้านเครือข่าย และ ๖. ด้านกลุ่มเป้าหมาย ในบทที่ ๔ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากรวบรวมและวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ข้อมูลจากการสังเกตในบทที่ ๓ มาทบทวน จัดหมวดหมู่และวิเคราะห์และปรับตัวแบบองค์ประกอบของสื่อที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยประกอบด้วย ๑. เนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยได้อย่างเหมาะสมกับช่วงเวลา ๒. รูปแบบและช่องทางของสื่อ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และอินเทอร์เน็ต, ๓. กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนทั่วไป, ๔. เครือข่าย ได้แก่ ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ดังต่อไปนี้

๑. เนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยอย่างเหมาะสมกับ

ช่วงเวลา

ผู้นำทางความคิดต่างใช้สื่อในยุค ๔.๐ ในการเผยแพร่แนวคิดเนื่องจากโลกออนไลน์มีอิทธิพลสูงในการโน้มน้าวผู้ชม อาจกล่าวได้ว่า Social Media เป็นโอกาสในการสร้างอิทธิพลทั้งในด้านบวกและด้านลบต่อโลกของเรา ซึ่งในแต่ละวันมีข้อมูลจำนวนมากที่หลั่งไหลเข้ามาและมีผลต่อความคิดของผู้คนในสังคม (Lowisz, 2020) โดยหัวใจสำคัญแท้จริงของสื่อกับวัฒนธรรมไทยคือ สาร (Content) (ปรเมศวร์ มินศิริ, ๒๕๖๓) โดยเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเภทต่าง ๆ ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) วัฒนธรรมวิถีชีวิต (Living Culture) และวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ (Cultural Creativity) (วีระ โรจน์พจนรัตน์, ๒๕๕๑) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีตัวแบบภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg Model) รวมทั้งทฤษฎีสามระดับ โดยส่วนยอดของภูเขาน้ำแข็งแสดงถึงวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมซึ่งสามารถมองเห็นได้ ทั้งนี้ วัฒนธรรมซึ่งเป็นนามธรรมที่ไม่สามารถมองเห็นจะถูกแสดงออกมาในรูปของวัฒนธรรมซึ่งเป็นรูปธรรมที่สามารถมองเห็นได้ (Rothlauf, 2012; Schein, 2010) เนื้อหาที่อยู่ในสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมในยุค ๔.๐ ครอบคลุมมิติด้านการปรับตัวทางวัฒนธรรมในระยะยาว ได้แก่ ประเพณี ความจงรักภักดี พันธะผูกพัน ความซื่อสัตย์สุจริต และมีมิติด้านการปรับตัวทางวัฒนธรรมในระยะสั้น ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ และวิธีการคิดในรูปแบบใหม่ ๆ เป็นต้น (Hofstede, 2001)

อีกทั้งวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมซึ่งสามารถมองเห็นได้ ตัวอย่างเช่น ดนตรี ภาพยนตร์ การเต้นรำ การแต่งกาย สถาปัตยกรรม อาหาร ภาษา ศิลปะและพฤติกรรม เป็นต้น รวมทั้งวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมซึ่งไม่สามารถมองเห็นได้ ตัวอย่างเช่น ความเชื่อทางศาสนา มุมมองที่มีต่อโลกหรือกระบวนการทัศน์ กฎหรือแนวทางในการมีความสัมพันธ์ต่อกัน แนวทางในการเลี้ยงดูของครอบครัว แรงจูงใจ ความอดทนต่อการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติต่อกฎระเบียบ เป็นต้น ทั้งนี้ วัฒนธรรมซึ่งเป็นนามธรรมที่ไม่สามารถมองเห็นจะถูกแสดงออกมาในรูปของวัฒนธรรมซึ่งเป็นรูปธรรมที่สามารถมองเห็นได้ (Rothlauf, 2012) อาจกล่าวได้ว่า ส่วนของวัฒนธรรมที่มองเห็นได้ ซึ่งเรียกว่า Artefacts เป็นวัฒนธรรมวิถีการดำรงชีวิต ตัวอย่างเช่น ดนตรี ภาพยนตร์ การเต้นรำ การแต่งกาย สถาปัตยกรรม อาหาร ภาษา ศิลปะและพฤติกรรม เป็นต้น ระดับที่สอง ได้แก่ ความเชื่อ ค่านิยมและทัศนคติ ซึ่งฝังรากลึกอยู่ในจิตใจของสมาชิกที่มีวัฒนธรรมเดียวกัน โดยผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกอาจมองไม่เห็นหรือไม่เข้าใจ ส่วนระดับที่สาม ได้แก่ สมมติฐานพื้นฐาน (Basic Assumptions) มีความสำคัญที่สุดและอยู่ภายใต้จิตสำนึกซึ่งยากต่อการทำความเข้าใจ เช่น การดำรงอยู่ของมนุษย์ ความสัมพันธ์ ความเป็นจริง และความซื่อสัตย์ (Schein, 2010)

สำหรับเนื้อหาที่ใช้ในสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ครอบคลุมทั้ง ๑. มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ซึ่งหมายถึง ผลงานทุกแขนงของศิลปินที่แสดงออกถึงจิตวิญญาณของชนชาติและแก่นสารทางค่านิยมที่ทำให้ชีวิตมีความหมาย ทั้งผลงานที่มองเห็นและสัมผัสจับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) กับผลงานที่ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้ (Intangible Cultural Heritage) โดยผ่านทางภาษา พิธีกรรม ศรัทธา ความเชื่อ โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดี งานด้านวรรณกรรม ผลงานทางศิลปกรรม งานจดหมายเหตุและหอสมุด เป็นต้น ๒. วัฒนธรรมวิถีชีวิต (Living Culture) หมายถึง วัฒนธรรมที่ได้รับการสืบทอดต่อ ๆ

กันมา มีการปรับปรุงพัฒนาและปฏิบัติกันอยู่ในวิถีชีวิตปัจจุบัน ได้แก่ วัฒนธรรมพื้นบ้านของท้องถิ่น ขนบธรรมเนียมประเพณี มารยาททางสังคม ค่านิยม คุณธรรม จริยธรรม เป็นต้น ๓. วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ (Cultural Creativity) หมายถึง วัฒนธรรมร่วมสมัยท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการพัฒนาไปตามความต้องการของสังคมสมัยใหม่ โดยนำคุณค่าและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาประยุกต์พัฒนาหรือสร้างสรรค์ในมิติเชิงพาณิชย์ งานผลิต/บริการด้านสื่อทุกสาขา ได้แก่ ภาพยนตร์วีดิทัศน์ ดนตรี ศิลปะการแสดง การพิมพ์และสิ่งตีพิมพ์ ซอฟต์แวร์และคอมพิวเตอร์ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อผสม (Multimedia) เช่น เกมส์ การ์ตูน Animation เป็นต้น (วีระ โรจน์พจนรัตน์, ๒๕๕๑)

ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มของเนื้อหา โดยใช้หลักทางวิชาการตามมิติทางวัฒนธรรม (Hofstede's Cultural Dimensions)(Hofstede, 2001) ได้แก่ Long-term/Short-term Orientation หมายถึง มิติด้านการปรับตัวทางวัฒนธรรมในระยะยาว และมิติด้านการปรับตัวทางวัฒนธรรมในระยะยาวและในระยะสั้น ซึ่งมิติด้านการปรับตัวทางวัฒนธรรมในระยะยาว ได้แก่ ประเพณี ความจงรักภักดี พันธะผูกพัน ความซื่อสัตย์สุจริต ส่วนมิติด้านการปรับตัวทางวัฒนธรรมในระยะสั้น ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ และวิธีการคิดในรูปแบบใหม่ ๆ เป็นต้น โดยเนื้อหาแบ่งเป็น การรักษามรดกทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมวิถีชีวิตอันดีงามของไทยให้คงอยู่และสืบทอดต่อไปในระยะยาว และการสร้างสรรค์นวัตกรรมวัฒนธรรมร่วมสมัยท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการพัฒนาไป ตามความต้องการของสังคมสมัยใหม่ ดังนี้

๑.๑ เนื้อหาในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมวิถีชีวิตอันดีงามของไทยให้คงอยู่และสืบทอดต่อไปในระยะยาว

การรักษามรดกทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมวิถีชีวิตอันดีงามของไทยให้คงอยู่ และสืบทอดต่อไปในระยะยาว เพื่อธำรงคุณค่าและเอกลักษณ์ของความเป็นชาติ อันจะนำไปสู่ การพัฒนาที่ยั่งยืนของสังคมไทยและความมั่นคงของชาติ ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และภารกิจของกระทรวงวัฒนธรรม ดังนี้

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการพัฒนาและเสริมสร้าง ทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้คนไทยเป็นคนดี เก่ง มีคุณภาพ พร้อมสำหรับวิถีชีวิตในศตวรรษที่ ๒๑ และสังคมไทยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อและสนับสนุนต่อการพัฒนาคนตลอดช่วงชีวิต โดยคนไทย มีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่ตีรอบด้านและมีสุขภาพที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มัธยัสถ์ อดออม โอบอ้อมอารี มีวินัย รักษาศีลธรรม และเป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ ๒๑ มีทักษะสื่อสาร ภาษาอังกฤษและภาษาที่สามและอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น มีนิสัยรักการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต สู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง โดยมีสัมมาชีพตามความถนัดของตนเอง ใน ประเด็นยุทธศาสตร์ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝัง ค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดยบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษาและ สื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็น “วิถี” การดำเนินชีวิต โดยมีเป้าหมาย คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมที่ดีงาม มีความรักและภูมิใจในความเป็นไทยมากขึ้น นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิต สังคมไทยมีความสุขและเป็นที่ยอมรับ

ของนานาประเทศมากขึ้น และมีตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย ดัชนีคุณธรรม ๕ ประการ ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์สุจริต การมีจิตสาธารณะ การเป็นอยู่อย่างพอเพียง การกระทำอย่างรับผิดชอบ ความเป็นธรรมทางสังคม มุ่งเน้น ๑) การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมผ่านการเลี้ยงดูในครอบครัว โดยส่งเสริมให้ครอบครัวมีความอบอุ่น ดำเนินชีวิตโดยยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม มัธยัสถ์ อดออม ซื่อสัตย์ และแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ๒) การบูรณาการเรื่องความซื่อสัตย์ วินัย คุณธรรม จริยธรรม ในการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษา รวมถึงการรักษาขนบธรรมเนียมและประเพณีอันดีงาม ๓) การสร้างความเข้มแข็งในสถาบันทางศาสนา เพื่อเผยแผ่หลักธรรมคำสอนทางศาสนาที่ดีงามและสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตที่เข้าใจง่ายให้แก่ประชาชน ๔) การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน โดยการพัฒนาผู้นำชุมชนให้เป็นต้นแบบของการมีคุณธรรม จริยธรรม การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนในการจัดกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ และการนำเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นยุทธศาสตร์ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว เน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรม รวมทั้งการบริหารจัดการสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงการผลักดันให้เมืองประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศิลปะได้รับการยอมรับในเวทีสากล พร้อมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวตามฤดูกาล การท่องเที่ยววิถีชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยววิถีพุทธ

แผนปฏิรูปประเทศ ด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้กำหนดเป้าหมายไว้ ดังนี้ ๑. การมุ่งเน้นการสร้างดุลยภาพระหว่างเสรีภาพของการทำหน้าที่ของสื่อบนความรับผิดชอบต่อการใช้พื้นที่ที่มีความชอบธรรม และการใช้พื้นที่ดิจิทัลเพื่อการสื่อสารอย่างมีจรรยาบรรณ ดำรงรักษาเสรีภาพของการแสดงออก การรับรู้ของประชาชน ด้วยความเชื่อว่าเสรีภาพของการสื่อสารคือเสรีภาพของประชาชนตามแนวทางของประชาธิปไตย ๒. สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม ในการให้ความรู้แก่ประชาชน ปลูกฝังวัฒนธรรมของชาติและปลูกฝังทัศนคติที่ดี

โดยมุ่งเน้นการปฏิรูปการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน มีการดำเนินงานที่สอดคล้องสำคัญ คือ การพัฒนาแนวทางเพื่อสร้างและสนับสนุนการรู้เท่าทันสื่อและเฝ้าระวังสื่อ สนับสนุนให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านสื่อระหว่างภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน ทั้งเครือข่ายวัฒนธรรม หน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม เอกชน และหน่วยงานรูปแบบอื่น ๆ มีการรณรงค์เพื่อสร้างวัฒนธรรมในการใช้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ และคนพิการ รวมถึงศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อ การเฝ้าระวังและพฤติกรรมการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ของประชาชนทุกกลุ่ม และกำหนดแนวทางการส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อ มีการดำเนินงานที่สอดคล้องสำคัญ คือ การสนับสนุนให้มีการพัฒนาประมวลจริยธรรม และแนวปฏิบัติที่ดีของสื่อแต่ละแขนง ซึ่งรวมถึงเสรีภาพในกาแสดงความคิดเห็น และการส่งเสริมหรือจูงใจให้สื่อสร้างจรรยาบรรณทางวิชาชีพ เป็นมาตรฐานกลางขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการผลิตและพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ ส่งเสริมให้ผู้ผลิตสื่อมีองค์ความรู้ในการผลิตและเผยแพร่สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สร้างแรงจูงใจในการผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อคุณภาพอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อรวมทั้งศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับสื่อที่มีความหลากหลายและครอบคลุมทุกพื้นที่

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อวางรากฐานให้คนไทยเป็นคนที่สมบูรณ์ มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัยค่านิยมที่ดี มีจิตสาธารณะ และมีความสุข โดยมีสุขภาพและสุขภาพที่ดี ครอบครัวอบอุ่น ตลอดจนเป็นคนเก่งที่มีทักษะความรู้ความสามารถและพัฒนาตนเองได้ตลอดชีวิตมีเป้าหมายเพื่อให้คนไทยมีลักษณะเป็นคนไทยที่สมบูรณ์ มีวินัย มีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม มีความเป็นพลเมืองที่ตื่นรู้ มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์ มีความรับผิดชอบและทำประโยชน์ต่อส่วนรวม มีสุขภาพกายและใจที่ดี มีความเจริญงอกงามทางจิตวิญญาณ มีวิถีชีวิตที่พอเพียง และมีความเป็นไทย โดยยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพมนุษย์ มีเป้าหมาย เพื่อให้คนไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม

ภารกิจของกระทรวงวัฒนธรรมและหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแล อาทิ

กรมศิลปากร มีภารกิจเกี่ยวกับการคุ้มครอง ป้องกัน อนุรักษ์ บำรุงรักษา พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ส่งเสริม สร้างสรรค์ เผยแพร่ ค้นคว้า วิจัย พัฒนา สืบทอดศิลปะและทรัพย์สินมรดกทางศิลปวัฒนธรรมของชาติ เพื่อธำรงคุณค่าและเอกลักษณ์ของความเป็นชาติ อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของสังคมไทยและความมั่นคงของชาติ

กรมการศาสนา มีภารกิจเกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐด้านศาสนา โดยการทำนุบำรุง ส่งเสริมและให้ความอุปถัมภ์คุ้มครองกิจการด้านพุทธศาสนาและศาสนาอื่น ๆ ที่ทางราชการรับรอง ตลอดจนส่งเสริมพัฒนาความรู้คุณธรรม ส่งเสริมความเข้าใจอันดี และสร้างความสมานฉันท์ระหว่างศาสนิกชนของทุกศาสนา รวมทั้งดำเนินการเพื่อให้คนไทยนำหลักธรรมของศาสนาไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้เป็นคนดีมีคุณธรรม

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม มีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริม บำรุง รักษาวัฒนธรรมไทย โดยการศึกษา ค้นคว้า วิจัย พัฒนา เผยแพร่ และส่งเสริมหน่วยงานของรัฐ เอกชน และประชาชน ที่ดำเนินงานด้านวัฒนธรรม รวมทั้งดำเนินการเกี่ยวกับการประสานงานแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรม

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย มีภารกิจเกี่ยวกับการดำเนินการส่งเสริม สนับสนุน และเผยแพร่กิจกรรมสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อเพิ่มพูนพัฒนาภูมิปัญญา และการประยุกต์ใช้ในสังคม

สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ มีภารกิจเกี่ยวกับการศึกษา วิจัยและส่งเสริมวิชาการ ตั้งแต่ระดับพื้นฐานวิชาชีพถึงวิชาชีพชั้นสูง ด้านนาฏศิลป์ ดุริยางค์ศิลป์ คีตศิลป์ ช่างศิลป์ ทั้งไทยและสากล รวมทั้งศิลปวัฒนธรรมระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) มีภารกิจเกี่ยวกับการศึกษา ค้นคว้า วิจัยทางวิชาการด้านมานุษยวิทยา และการให้บริการทางวิชาการโดยเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ แหล่งข้อมูล และเป็นจุดเชื่อมต่อเครือข่ายข้อมูลด้านมานุษยวิทยาของประเทศไทย และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นแกนนำของเครือข่ายวิชาการด้านมานุษยวิทยาในระดับชาติและระดับสากล

หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) มีภารกิจเกี่ยวกับการแสวงหา รวบรวม อนุรักษ์ภาพยนตร์และสิ่งเกี่ยวเนื่องกับภาพยนตร์ รวมทั้งภาพเคลื่อนไหวอื่น ๆ เพื่อให้บริการ เป็นประโยชน์ทางการศึกษา ค้นคว้า วิจัย

ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) มีภารกิจเกี่ยวกับ การดำเนินการจัดประชุม สมัชชาคุณธรรม และพัฒนาความรู้ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้วยการพัฒนากระบวนการจัดหาความรู้ รูปแบบต่าง ๆ และการส่งเสริมสนับสนุนเครือข่ายองค์กรภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องให้มีความเข้มแข็ง ทางวิชาการและนวัตกรรม และการประสานความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการรวมพลังของ กลุ่มหรือเครือข่ายทางสังคมเพื่อพัฒนาคุณธรรมความดีที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีภารกิจในการสนับสนุนและ กระตุ้นให้เกิดสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ สร้างนวัตกรรมสื่อแบบต่าง ๆ สร้างการมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาชน กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน โดยสร้างรูปแบบการประสานงานให้เกิดประสิทธิภาพ และยั่งยืนและเป็นแหล่งทุนเพื่อการสร้างสังคม “รู้เท่าทันสื่อ” ให้แก่เด็ก เยาวชนและครอบครัว เป็นสำคัญ พร้อมทั้งมีบทบาทหน้าที่ในการเฝ้าระวังสื่อที่ค้ำึงถึงการตรวจสอบแบบกัลยาณมิตร สร้างฐานข้อมูล สร้างนวัตกรรม ทำงานเชิงประเด็นและมีกลุ่มเป้าหมายหลากหลาย

อาจกล่าวได้ว่า เนื้อหาที่ใช้ในสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ เพื่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมวิถีชีวิตอันดีงามของไทยให้คงอยู่และสืบทอดต่อไป ในระยะยาว ประกอบด้วย

๑. หลักธรรมคำสอนทางศาสนาที่ดีงามและสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตที่ เข้าใจง่าย เพื่อให้คนไทยนำหลักธรรมของศาสนามาใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้เป็นคนดี รักษา ศีลธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต

๒. คุณธรรม จริยธรรม ระเบียบวินัย หลักคิดที่ถูกต้อง ค่านิยมที่ดี ทักษะคิด และพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม จิตสาธารณะ ความรับผิดชอบและทำประโยชน์ ต่อส่วนรวม ความเป็นธรรมทางสังคมและธรรมาภิบาล การยอมรับความแตกต่างหลากหลาย ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและความโอบอ้อมอารี เอื้ออาทรกัน เพื่อให้คนไทยเป็นคนที่มีบุรณ และมีความสุข มีสุขภาพกายและใจที่ดี มีความเจริญงอกงามทางจิตวิญญาณ มีครอบครัวที่อบอุ่น และเป็นพลเมืองดีของชาติ

๓. ความเป็นไทย วิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณีอันดีงาม ความรักและภูมิใจในความเป็นไทย การอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น การพึ่งพาตนเอง ความเป็นอยู่ อย่างพอเพียง หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มัชยัสถ์ อดออม การประกอบสัมมาอาชีพหรือ การมีงานทำ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวตามฤดูกาล การท่องเที่ยววิถี ชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยววิถีพุทธ รวมทั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

๑.๒ เนื้อหาในการสร้างสรรค์นวัตกรรมวัฒนธรรมร่วมสมัยในยุค ๔.๐ หรือยุค ดิจิทัลหรือยุคของเทคโนโลยีพลิกโฉมฉบับพลันซึ่งสังคมโลกเป็นสังคมแห่งความรู้ (Knowledge-based Society)

ประเทศต่าง ๆ ได้รับโอกาสจากการพัฒนาเทคโนโลยีและการที่สังคมโลกเป็น สังคมนวัตกรรมที่มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยวัฒนธรรม เป็นแบบแผนของสมมติฐานพื้นฐานซึ่งกลุ่ม

คนได้สร้างขึ้น ค้นพบ หรือพัฒนาจากการเรียนรู้เพื่อรับมือหรือจัดการกับปัญหาในการปรับตัวให้สอดคล้องกับภายนอกและการบูรณาการภายใน (Schein, 1992) ซึ่งเป็นมิติด้านการปรับตัวทางวัฒนธรรมในระยะสั้น (Short-term Orientation) ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ และวิธีการคิดในรูปแบบใหม่ ๆ เป็นต้น (Hofstede, 2001) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ ๔.๐ หรือประเทศไทย ๔.๐ ไปใช้ในการพัฒนาประเทศไปสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) ที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยมีการบูรณาการในทุกภาคส่วนและบูรณาการกันระหว่างเทคโนโลยีดิจิทัลร่วมกับกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อให้มีความสามารถในการปรับเปลี่ยนได้ฉับไวและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยมีการนำระบบเครื่องจักรอัตโนมัติมาใช้อย่างครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประเทศรายได้สูงที่ขับเคลื่อนด้วยฐานขององค์ความรู้ เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม รวมทั้งจะมีการวิจัยและพัฒนาเชิงบูรณาการตามกลุ่มเทคโนโลยีโดยใช้แนวทางสหวิทยาการและเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นหัวใจสำคัญในการสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการพัฒนาไปตามความต้องการของสังคมสมัยใหม่ โดยนำเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยมาประยุกต์ใช้ได้อย่างทันสมัยในระดับสากล ผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรม เน้นความเป็นไทยร่วมสมัยและสอดคล้องกับการดำรงตนของประชาชนในสังคมไทยและสังคมโลกอย่างผู้มีอารยธรรม ตัวอย่างกลุ่มสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ใช้การออกแบบการให้บริการ (Service Design) ในการสร้างมูลค่า (Creative and Culture - High Value Services) เช่น เทคโนโลยีการออกแบบ ธุรกิจไลฟ์สไตล์ เทคโนโลยีการท่องเที่ยว และการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ เป็นต้น (สุวิทย์ เมษินทรีย์, ๒๕๖๐)

เนื้อหาซึ่งเป็นหัวใจที่สำคัญในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยจะต้องมีความเหมาะสมกับช่วงเวลา ได้แก่ วันธรรมสวนะและวันสำคัญทางศาสนา และช่วงเทศกาลและประเพณีต่างของไทย โดยมีการวางแผนและจัดช่วงเวลาในการนำเสนอสื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหาตามกิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่าง ๆ ในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมวิถีชีวิตอันดีงามของไทย รวมทั้งการสร้างสรรค์นวัตกรรมวัฒนธรรมร่วมสมัย เช่น

วันธรรมสวนะและวันสำคัญทางศาสนา มีการนำเสนอสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักธรรมคำสอนทางศาสนา ความเป็นมาและความสำคัญ บทสวดมนต์และคำแปล เป็นต้น โดยการสร้างนวัตกรรมและนำเทคโนโลยี การผสมผสานแนวคิดใหม่ของเทคโนโลยีกับวัฒนธรรมการดำรงชีวิต เพื่อมูลค่าความเป็นไทยและอนาคตอัตลักษณ์ของไทย (พระครูปลัดสัมพิพัฒนธีรจารย์ , ๒๕๖๓) โดยใช้สื่อที่มีรูปแบบที่เหมาะสมกับความสนใจของคนในยุค ๔.๐ เช่น ภาพ Infographic, VDO, Animation ผ่านช่องทางเครื่องมือติดต่อสื่อสารและแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Line และ Smart Phone ซึ่งต้องใช้เวลาสั้น ๆ ในการนำเสนอ

ช่วงเทศกาลและประเพณีต่างของไทย มีการนำเสนอสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นมาและความสำคัญของเทศกาลและประเพณี การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดสร้างสรรค์ที่เน้นความเป็นไทยร่วมสมัย โดยใช้สื่อที่มีรูปแบบที่เหมาะสมกับความสนใจของคนในยุค ๔.๐ เช่น ข้อมูลข่าวสาร ภาพยนตร์

ดนตรี ศิลปะการแสดง, Sticker Line ผ่านช่องทางเครื่องมือติดต่อสื่อสารและแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ, สมาร์ทโฟน YouTube, Google, Web, Facebook

ผู้วิจัยสรุปว่า เนื้อหาของสื่อ เป็นส่วนสำคัญที่แท้จริงของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย ประกอบด้วย เนื้อหาในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมวิถีชีวิตอันดั้งเดิมของไทยให้คงอยู่และสืบทอดต่อไปในระยะยาว และเนื้อหาในการสร้างสรรค์นวัตกรรมวัฒนธรรมร่วมสมัย ทั้งนี้เนื้อหาซึ่งเป็นหัวใจที่สำคัญในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยจะต้องมีความเหมาะสมกับช่วงเวลา

๒. รูปแบบและช่องทางของสื่อ

รูปแบบและช่องทางของสื่อ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และอินเทอร์เน็ตรูปแบบของสื่อในยุค ๔.๐ ซึ่งส่งเสริมวัฒนธรรมไทย ได้แก่ สื่อใหม่ (New Media) (Ravi, 2012) สื่อดิจิทัลหรือสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) (Zaw, 2018) หรือสื่อยุคหลอมรวม (รวม เชื้อสถาปนศิริ, ๒๕๖๓) เนื่องจาก สื่อสังคมออนไลน์ทำให้บุคคลสามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ทั่วโลก เช่น Facebook, Twitter, Skype, Line, Blog, Social Networking, Microblog, Media Sharing, Social News and Bookmaking, Application ซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ข้อมูลข่าวสาร การพิมพ์ และสิ่งตีพิมพ์ ภาพยนตร์ ดนตรี ศิลปะการแสดง ภาพ Infographic ภาพเคลื่อนไหว วิดีทัศน์ (VDO) เกมส์ (Gaming) การ์ตูน Sticker Line คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ วิทยุ สื่อผสม (Multimedia) เป็นต้น (วีระ โรจน์พจนรัตน์, ๒๕๕๑; Ravi, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๙) ที่มุ่งเน้นการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม โดยส่งเสริมพัฒนาสื่อสร้างสรรค์รวมทั้งส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ที่ส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมในการสร้างสื่อ คลังสื่อ และแหล่งเรียนรู้ดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่ประชาชนเข้าถึงได้อย่างสะดวก ผ่านทางระบบโทรคมนาคม ระบบแพร่ภาพ กระจายเสียง และสื่อหลอมรวม

ช่องทางเครื่องมือติดต่อสื่อสารและแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยใช้เครือข่ายการติดต่อสื่อสารที่เชื่อมโยงกันด้วยอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดวัฒนธรรมจากสื่อใหม่ (New Media Culture) (Krekovic, 2003) โดยช่องทางเครื่องมือติดต่อสื่อสารและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ถือเป็นตัวนำหลักของการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (วาสนา สองสี, ๒๕๕๘) เช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยมีการสื่อสารผ่านช่องทางใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น ทั้งการสื่อสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และการเปิดรับสื่อหลายช่องทางพร้อมกันในคราวเดียวผ่านเครื่องมือที่หลากหลาย (Multi-screen Consumers) เช่น โทรศัพท์แท็บเล็ต (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, ๒๕๖๒) ในการค้นหาข้อมูลความรู้หรือติดตามข่าวสารแบบ Online จาก Social Media ต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ Facebook, Twitter, YouTube, Google เป็นต้น (Georgetown University, 2010) จากการที่ Internet สามารถเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่หลากหลาย (Many-to-many Medium) โดยสามารถเป็นได้ทั้งสถานีถ่ายทอดโทรทัศน์และกระจายเสียง (Broadcasting Station, Internet Radio and TV Stations) สำนักพิมพ์ (Publishing House) ห้องศิลปะ (Art Gallery) เวทีประชุม (Discussion Forums,

Electronic Conferences) โครงการความร่วมมือ (Collaborative Projects, Networking, Cross-border Co-operation) และอื่น ๆ (Krekovic, 2003)

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างรุนแรง (Technology Disruption) ส่งผลกระทบต่อสื่อของประเทศไทยเช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะการเข้ามาของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สมาร์ทโฟน สมาร์ททีวี โทรทัศน์ดิจิทัลตลอดจนแพลตฟอร์มหลักจากต่างประเทศ อาทิ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์ อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ จากข้อมูลในปี ๒๕๖๒ พบว่า ประเทศไทยติดอันดับ ๑ ใน ๒๐ ประเทศที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุดมาโดยตลอด โดยคนไทยใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย ๑๐ ชั่วโมง ๒๒ นาทีต่อวัน และพบว่าช่วงวัยคนไทยที่ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยมากที่สุด คือ Gen Y มีจำนวนผู้ใช้งานและสัดส่วนเวลาการรับชมเนื้อหาต่าง ๆ ของผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้นในทุกปี จึงทำให้สื่อออนไลน์เป็นหนึ่งในช่องทางหลักสำหรับการบริโภคเนื้อหาของผู้รับสาร (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ องค์การมหาชน, ๒๕๖๒)

ในยุค ๔.๐ มีการเปลี่ยนแปลงของช่องทางการสื่อสาร หรือช่องทางการนำเสนอเนื้อหา (Platform) จากเดิมที่รูปแบบการสื่อสารเน้นการสื่อสารทางเดียว (One way communication) ภายใต้ช่องที่จำกัดอยู่เฉพาะสื่อดั้งเดิมประเภท สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ไปเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นการสื่อสารสองทาง หรือการสื่อสารแบบกลุ่ม (Two way or group communication) รวมทั้งผู้บริโภคสื่อสามารถเป็นทั้งผู้เสพ ผู้ผลิต และผู้นำเสนอสื่อไปพร้อมกันได้ โดยใช้ Platform ผู้ให้บริการจากต่างประเทศเป็นหลัก ผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Line เป็นต้น (นายธนกร ศรีสุขใส, ๒๕๖๓; ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ , ๒๕๖๓; นางสาวลัดดา ตั้งสุภาชัย, ๒๕๖๓) ทั้งนี้ ปัจจุบันสื่อกระแสหลักมีบทบาทน้อยลง เพราะโลกออนไลน์ทุกคนสามารถเป็นผู้ส่งสารและรับสารได้ตลอดเวลา (นางรัตนกร ทองสำราญ, ๒๕๖๓) โดยสามารถเข้าถึงสื่อได้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้ปัจจุบันวิถีชีวิตของคนไทยเริ่มเปลี่ยนไปสู่ชีวิตดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีที่เพิ่มมากขึ้น โดยสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้คนไทยเสพสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามเพศและวัย โดยสื่อสังคมออนไลน์สร้างการดำเนินชีวิตรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า Mobile Life หรือพลวัตวิถี ทำให้ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่หายไป ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารและการทำงานต่าง ๆ สามารถทำได้ในทุกที่ทุกเวลา (นายธนุ วงษ์จินดา, ๒๕๖๓) ดังนั้น องค์การทางด้านวัฒนธรรม จึงต้องอย่าหลงระเหิงไปกับความก้าวหน้าของยุค ๔.๐ แต่ต้องคำนึงถึงความถูกต้อง สมบูรณ์ ที่สุดต่อชาวทุกช่วงวัยที่ปรากฏออกมาสู่สังคม (นายชินตโร ภู่กาญจน์ ,๒๕๖๓)

อาจกล่าวได้ว่า รูปแบบสื่อในยุค ๔.๐ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ผ่านช่องทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เข้าถึงผู้เสพสื่อได้ง่าย โดยประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อได้สะดวก รวดเร็ว และทุกคนสามารถผลิตและนำเสนอข้อมูลข่าวสาร แสดงความคิดเห็น สร้างเนื้อหาได้ ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารและการทำงานต่าง ๆ สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา โดยใช้ทรัพยากรน้อยกว่า คุ่มค่ากว่า และยังรวบรวมข้อมูลมหาศาลมาอยู่ในสมาร์ทโฟนเพียงเครื่องเดียว ทำให้มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง

ผลกระทบของสื่อในปัจจุบันสื่อในปัจจุบันทำให้เกิดผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อสังคม โดยเฉพาะในมิติของวัฒนธรรมที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากความเปลี่ยนแปลงของสื่อ เนื่องจากสื่อมีความใกล้ชิดกับวัฒนธรรมของสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น สื่อจึงมีอิทธิพลอย่างยิ่ง

ต่อวิถีชีวิต ทั้งในส่วนของสื่อสารระหว่างบุคคล กลุ่ม องค์กร การสร้างการรับรู้ การสร้างความรู้ ความเข้าใจ การถูกโน้มน้าวให้เกิดความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การใช้เป็นกลไกทาง การตลาด ตลอดจนการปลุกกระตม เพื่อสร้างความแตกแยก อันนำไปสู่ปัญหาในระดับประเทศ (ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๖๓) ผลกระทบที่เห็นได้อย่างชัดเจน จากการแข่งขันของสื่อ และจาก ความสามารถของผู้ใช้สื่อที่กลายเป็นผู้ส่งสารได้ทำให้เกิดสื่อที่มีเนื้อหาที่ขัดต่อวัฒนธรรมไทย ที่ทั้งสื่อ และผู้ใช้สื่อนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หรือขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรมอันดีของไทย ทั้งเรื่องเพศ ภาษา ความรุนแรง การสร้างภาพตอกย้ำ เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชน และเกิดการแพร่หลาย อย่างรวดเร็ว และอาจก่อให้เกิดการเลียนแบบ โดยเฉพาะกับเด็กและเยาวชน นอกจากนี้ เนื้อหาที่ เกิดขึ้นอาจจะไม่ได้ขัดต่อวัฒนธรรมไทยโดยตรง แต่มีผลที่ทำให้วัฒนธรรมไทยเปลี่ยนแปลงไป เช่น การตีความเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในมุมมองส่วนตัวที่ต่างออกไป ซึ่งอาจจะไม่ถูกต้อง สร้างความเข้าใจผิด หรือส่งเสริมแนวความคิดที่ขัดกับการพัฒนาประเทศในยุค ๔.๐ เช่น การส่งเสริม ความเชื่อทางไสยศาสตร์ ไสยศาสตร์ (นายวรวิทย์ คุรุจิต, ๒๕๖๓) นอกจากนี้ อาจมีการเผยแพร่ข้อมูล และเนื้อหาสาระที่ไม่เหมาะสมให้กับประชาชน โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ซึ่งส่งผลกระทบต่อ วัฒนธรรมที่ดีของชาติ (นางสาวลัดดา ตั้งสุภาชัย, ๒๕๖๓) รวมทั้ง ผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้น ในลักษณะ “ภัยออนไลน์” ไม่ว่าจะเป็นข่าวปลอม ข่าวลวง การกลั่นแกล้งทางออนไลน์ การพนัน ออนไลน์ การล่อลวงทางอินเทอร์เน็ต เด็กติดเกม การถูกล่วงละเมิดทางเพศ ฯลฯ ก็มีผลกระทบ เชิงวัฒนธรรมด้วย เพราะสื่อทำให้เกิดการรับรู้ เปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมจาก “ความคุ้นชิน” ที่พบได้บ่อย ทั้งในสื่อดั้งเดิมที่มีการแข่งขันสูงมากขึ้น ต้องสร้าง ความนิยมโดยบางส่วนของขาดความยั้งคิด คำนึงถึงผลเสียต่อคนและสังคม และในสื่อออนไลน์ที่ทุกคน สามารถผลิตสื่อได้ด้วยตัวเอง ซึ่งมีบางส่วนที่ขาดการกลั่นกรองความถูกต้อง นำเสนอด้วยความสะใจ รวมไปถึงผู้ใช้สื่อที่กดถูกใจ กดแชร์ หรือละเลยความเห็นโดยไม่คำนึงถึงว่าจะส่งผลกระทบทางจิตใจ ผู้อื่นต่างเป็นผลกระทบที่เกิดจากการใช้สื่อต่อวัฒนธรรม โดยเฉพาะเรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องทางเพศ และภาษา (นายตรี บุญเจือ, ๒๕๖๓)

ผลกระทบที่เป็นลักษณะเด่นในบริบทของสังคมไทย คือ สื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ามา นั้นก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งทางความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคม เนื่องจากโลกออนไลน์ ได้สร้างพื้นที่ใหม่ในการนำเสนอตนเองได้มากขึ้น และเห็นว่าสื่อมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริม วัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ทำให้การเริ่มต้นสร้างความสัมพันธ์ได้ง่ายขึ้นกว่าการพบ เจอกันบนโลกความจริงในสังคมไทย เนื่องจากคนไทยมีความเกรงใจ เเขินอาย และมักไม่ค่อยพูดคุย กับคนแปลกหน้า แต่เมื่อมีสื่อสังคมออนไลน์เกิดขึ้นทำให้การปฏิสัมพันธ์กับคนแปลกหน้าเป็นเรื่อง ปกติ คำศัพท์และรูปแบบของภาษาในสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น เพศหญิง และเพศ ทางเลือก มีการสร้างและใช้คำศัพท์ใหม่ในหลากหลายรูปแบบ เช่น การเขียนย่อคำ การตั้งใจสะกดผิด หรือการนำภาษาต่างประเทศมาใช้ เป็นต้น (นายธนู วงษ์จินดา, ๒๕๖๓) ประกอบกับการไหลของ ข่าวสารและการเข้าถึงอย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้าง ทำให้วัฒนธรรมการคิดไตร่ตรองถดถอยลง ได้รับ ข้อมูลแล้ว share ต่อ โดยขาดการพิจารณาอย่างรอบคอบ นอกจากนี้ ยังส่งผลกระทบต่อ วัฒนธรรม การใช้ชีวิตอีกด้วย life style เปลี่ยนไป (ดร. ภูเวียง ประคำมินทร์, ๒๕๖๓)

จากสภาพการณ์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปดังกล่าวข้างต้นนี้ ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างสำคัญต่อสังคมและวัฒนธรรมไทย ดังนี้ (นายธนกร ศรีสุขใส, ๒๕๖๓)

๑. การกำกับดูแลการกลั่นกรองเนื้อหาทำได้ยาก เนื่องจากในแต่ละวันมีการผลิตเนื้อหาสื่อขึ้นเป็นจำนวนมากจากทั่วทุกมุมโลกโดยที่เนื้อหาเหล่านี้มีการแพร่กระจายไปยังผู้รับอย่างรวดเร็ว ขณะที่การกำกับดูแล หรือการกลั่นกรองเนื้อหาทำได้ยาก มาตรการทางกฎหมายมีข้อจำกัด เพราะสื่อมีลักษณะไร้พรมแดน จากการที่สื่อในยุค ๔.๐ เป็นสื่อที่เกิดขึ้นเร็วเปลี่ยนแปลงเร็ว มีผลทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อ ต้องเร็วตามไปด้วย ดังนั้น พฤติกรรมการบริโภคในสังคมมนุษย์จึงเปลี่ยนแปลงออกมาอย่างเห็นได้ชัด อาทิ นิยมความรวดเร็วของสื่อ การเสพสื่อในลักษณะสั้น ๆ และกระชับ จึงทำให้ขาดวิจารณญาณเกิดความผิดพลาดมากขึ้น เป็นเหตุทำให้ ความจริงที่น่าเชื่อถือของสื่อที่เกิดขึ้นมาอย่างรวดเร็ว และไม่ขยายความให้เข้าใจเกิดการผิดพลาด แปรเปลี่ยนไปจนถึงระดับที่สร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นในสังคม อย่างยากที่จะตัดสินได้ว่า อะไรถูก อะไรผิด และสิ่งนี้เองคือ มหันตภัยอันร้ายแรงที่สุด ที่จะมาเป็นตัวทำลายวัฒนธรรมให้ขาดความเชื่อถือ และควรค่าแก่การสืบทอด

๒. เนื้อหาสื่อโดยส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่ความสนใจของคนจำนวนมากโดยละเลยคุณค่าหรือผลกระทบทางสังคม ทำให้มีสื่อที่เนื้อหาไม่เหมาะสมมีมาก ขณะที่สื่อที่มีเนื้อหาเชิงบวกมีน้อย สังคมไทยซึ่งเปิดกว้างต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทำให้คุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมที่เคยเป็นรากฐานทางสังคมมานานถูกกระทบ ทำลาย และสั่นคลอนด้วยวัฒนธรรมใหม่

๓. ผลกระทบประการหนึ่ง คือการที่สังคมไทยในปัจจุบันมีช่องว่างทางความคิดระหว่างคนไทยกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน และความแตกต่างดังกล่าวนี้มีโอกาสที่จะนำไปสู่ความขัดแย้งในอนาคต

ผู้วิจัยสรุปว่า รูปแบบและช่องทางของสื่อในยุค ๔.๐ ซึ่งส่งเสริมวัฒนธรรมไทย ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจาก สื่อสังคมออนไลน์ทำให้บุคคลสามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ทั่วโลก เช่น Facebook, Twitter, Skype, Line, Blog, Social Networking, Microblog, Media Sharing, Social News and Bookmaking, Application และ ซอฟต์แวร์ต่าง ๆ เป็นต้น โดยช่องทางเครื่องมือติดต่อสื่อสารในยุค ๔.๐ ที่ช่วยสร้างสรรควัฒนธรรมไทย ได้แก่ ช่องทางเครือข่ายการติดต่อสื่อสารที่เชื่อมโยงกันด้วยอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถเข้าถึงและเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่หลากหลายได้โดยง่าย ใช้ทรัพยากรน้อยกว่า คุ่มค่ากว่า และยังรวบรวมข้อมูลมหาศาลมาอยู่ในสมาร์ทโฟนเพียงเครื่องเดียว

๓. กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนทั่วไป

จากการที่กลุ่มประชาชนทั่วไปเป็นทั้งผู้ผลิตสื่อและผู้เสพสื่อ (วิลาลินี พิพิธกุล, ๒๕๖๓) โดยทุกคนสามารถเป็นได้ทั้งผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ (Publisher) และในขณะเดียวกันก็สามารถเป็นผู้แสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารที่มีการเผยแพร่ด้วย (Georgetown University, 2010) นอกจากนี้ จากการที่สื่อในยุค ๔.๐ ที่ช่องทางเครื่องมือติดต่อสื่อสารและแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่ใช้อินเทอร์เน็ต สามารถสื่อสารกันได้อย่างไร้พรมแดน นอกจากนี้ยังรวมถึงการสื่อสารวัฒนธรรมท้องถิ่นในโลกออนไลน์ (ดิฐพงศ์ ประเสริฐไพฑูรย์, ๒๕๖๒) ทำให้ชาวต่างประเทศที่สนใจวัฒนธรรมไทยสามารถเข้าถึงวัฒนธรรมไทยได้อีกด้วย (ภาวิวรรณ นรพัลลภ, ๒๕๕๙) สอดคล้องกับ (Lowisz, 2020) ที่เสนอว่า ผู้ชมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ของโลก (Global

Social Network) ได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมากในโลกดิจิทัล โดยกระทรวงวัฒนธรรมควรปรับการวางแผนยุทธศาสตร์การนำเสนอเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยที่น่าสนใจ ละเป็นที่ดึงดูดกับประชาชนยุคใหม่ และปรับให้เปิดกว้างในการนำเสนอต่าง ๆ อีกทั้งยังร่วมกับกระทรวงดิจิทัล เศรษฐกิจเพื่อสังคมในการออกแบบสื่อ หรือหาวิธีการนำเสนอสื่อในระบบโทรคมนาคม หรือสื่ออินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย ให้ประชาชนตระหนักถึงคุณค่าเป็นแบบการนำเสนอวัฒนธรรมแฝงและเป็นที่น่าจดจำ (นายธนวัฒน์ พรหมโชติ, ๒๕๖๓)

จากการที่สื่อในยุค ๔.๐ และเว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Network Sites) ทำให้เกิดการสื่อสารไปยังคนในสังคมทุกกลุ่มทุกเพศวัยและอายุ ทุกอาชีพ ได้อย่างเท่าเทียมกัน มีการลดช่องว่างระหว่างอำนาจ (Power of Distance) (Hofstede, 2010) ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งทำให้ความแตกต่างทางวัฒนธรรมลดลง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมที่จะมุ่งสร้างประเทศไทยที่ประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเกษตรกร ผู้ที่อยู่ในชุมชนห่างไกล ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส และคนพิการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากบริการต่าง ๆ ของรัฐผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล มีข้อมูล องค์ความรู้ทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่น ในรูปแบบดิจิทัลที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยง่ายและสะดวก และมีประชาชนที่รู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร และมีทักษะในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ผู้วิจัยสรุปว่า จากการที่สื่อในยุค ๔.๐ ทำให้เกิดการสื่อสารไปยังคนในสังคมทุกกลุ่มทุกเพศวัยและอายุ ทุกอาชีพ ได้อย่างเท่าเทียมกัน โดยสามารถเผยแพร่ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารที่มีการเผยแพร่ด้วย นอกจากนี้ สื่อในยุค ๔.๐ ยังลดช่องว่างในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยโดยใช้สื่อในยุค ๔.๐ ได้แก่ประชาชนทั่วไป

๔. เครือข่าย ได้แก่ ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

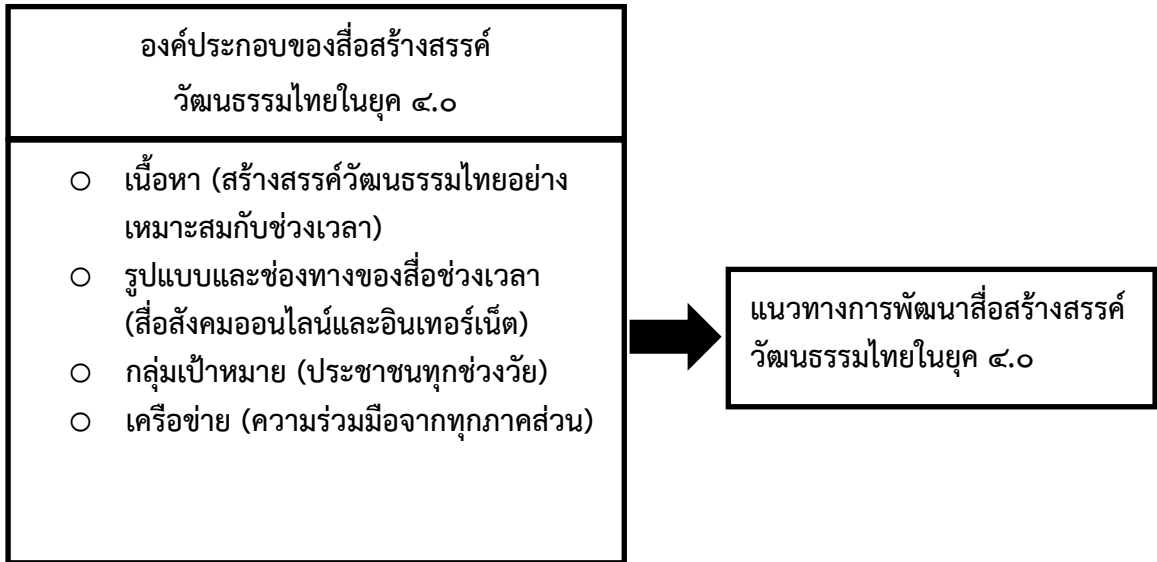
ในยุค ๔.๐ มีการเชื่อมโยงการทำงานต่อกันเป็นเครือข่ายและมีการทำงานบนแพลตฟอร์มในระบบเปิดมากขึ้น อีกทั้ง ลักษณะงานยังมีการประสานและร่วมมือกัน (Collaboration) รวมทั้งมีลักษณะของการแลกเปลี่ยนแบ่งปันกันมากขึ้น (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, ๒๕๖๐) ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๗๙) ที่มุ่งเน้นรวมพลังของทุกภาคส่วนในสังคม ทั้งประชาชน เอกชน และประชาสังคม ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อการสร้างและรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์แห่งชาติ อีกทั้ง แผนการปฏิรูปประเทศ ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ การรับรู้ และการส่งเสริมกิจกรรมทางสังคม เพื่อให้สังคมเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Social Cohesion) ยอมรับในความแตกต่างและมีความเอื้ออาทรกัน ให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกสาธารณะของประชาชนผ่านกิจกรรมทางสังคมบนพื้นที่สร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อช่วยขับเคลื่อนสังคมให้เป็นสังคมคุณภาพ ด้วยการสร้างพลังจิตอาสา การสร้างพลังแผ่นดิน การสร้างพลังสร้างสรรค์ และการสร้างพลังภูมิคุ้มกัน รวมทั้งการที่กระทรวงวัฒนธรรมผลักดันให้เกิดกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่เป็นหน่วยสนับสนุนเพื่อสร้างผู้ผลิตสื่อดี เนื้อหาดี และสร้างเครือข่าย ตลอดจนส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเด็ก เยาวชน ประชาชน และส่งเสริมให้คนในสังคมไทย มีค่านิยมที่ดีและร่วมกันรักษามรดกภูมิปัญญาของชาติไว้

ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และธำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดีงาม (ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๖๓) มุ่งเน้นความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน โดยการส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวาง จะทำให้เกิดการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, ๒๕๖๓) โดยให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝังวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดยบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษาและสื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทย ใช้กลไก “บวร” บ้าน วัด โรงเรียน ทำให้สังคมไทยเข้มแข็ง (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, ๒๕๕๙) ทั้งนี้ เพื่อให้มีการเรียนรู้ร่วมกันของคนในครอบครัวไปพร้อม ๆ กัน (อิทธิพล ปรีดีประสงค์, ๒๕๖๓) และต้องร่วมทำงานกันในหลายระดับ ทั้งระดับนโยบายที่ต้องใช้ทั้งอำนาจเชิงกฎหมายที่จะธำรงความถูกต้องในการไม่ให้เกิดการละเมิดกฎหมาย และสนับสนุนส่งเสริมให้ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และประชาชนในทุกกลุ่ม มีกิจกรรมที่จะสร้างความเข้าใจต่อผลกระทบของปัญหาการสื่อสารผ่านสื่อที่เกิดขึ้น และแสวงหาแนวทางร่วมกันที่จะสร้างสรรค์กิจกรรมที่ก่อให้เกิดความรัก ความอบอุ่น ความเห็นอกเห็นใจ พร้อมทั้งสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยี หรือ Media Information and Digital Literacy ให้เกิดแก่ประชาชนในวงกว้างให้ได้มากที่สุด (ดร.ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนอะเนก, ๒๕๖๓)

ผู้วิจัยสรุปว่า การพัฒนาในยุค ๔.๐ เน้นการเชื่อมโยงการทำงานต่อกันเป็นเครือข่าย มีการประสานงานและร่วมมือกัน รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันกัน มุ่งเน้นการรวมพลังของทุกภาคส่วนในสังคม ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม มีการบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษาและสื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทย ใช้กลไก “บวร” บ้าน วัด โรงเรียน เพื่อให้มีการเรียนรู้ร่วมกันของคนในครอบครัวโดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย

ผู้วิจัยได้เสนอตัวแบบองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ประกอบด้วย ๑) รูปแบบและช่องทางของสื่อ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต , ๒) กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนทั่วไป, ๓) เครือข่าย ได้แก่ ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และ ๔) เนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยอย่างเหมาะสมกับช่วงเวลา โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งได้แก่ สื่อที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ กับการพัฒนาวัฒนธรรมไทย ดังแผนภาพที่ ๔.๑

แผนภาพที่ ๔-๑ ตัวแบบองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐



แนวทางการเสนอแนะการพัฒนาสื่อในยุค ๔.๐ เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมไทย

จากสถานการณ์ของสื่อและผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในปัจจุบัน ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวทางการเสนอแนะการพัฒนาสื่อในยุค ๔.๐ เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมไทย ดังนี้

๑. พัฒนาศักยภาพของหน่วยงานหลักในการร่วมมือกำกับดูแลสื่อออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มปริมาณการใช้งานสื่อออนไลน์ โดยการสร้างและส่งเสริมให้มีระบบกลไกหรือนวัตกรรมในการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่เหมาะสมที่ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมที่ดี เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีผลต่อวัฒนธรรมไทย ซึ่งนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ในยุค ๔.๐ เพื่อนำไปประเมินปัญหาและปรับปรุงแก้ไขในการพัฒนาวัฒนธรรมไทยโดยใช้สื่อในยุค ๔.๐

๒. ส่งเสริมให้ประชาชนทุกช่วงวัยเกิดความเข้าใจการรู้เท่าทันสื่อ และเทคโนโลยีสารสนเทศ การให้ความรู้แก่ประชาชนทุกช่วงวัยที่เป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสื่อ เพื่อให้มีความรู้เท่าทันสื่อสามารถคิดวิเคราะห์ แยกแยะข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัญหา เช่น ปัญหาข่าวปลอม การใช้ hatespeech หรือการ bullying ตระหนักและคำนึงถึงผลกระทบต่าง ๆ ทั้งต่อตนเอง สังคม และวัฒนธรรมไทยในการรับและส่งสื่อในยุค ๔.๐

๓. ส่งเสริมให้สื่อมวลชนมีความตระหนักถึงจริยธรรมสื่อ เพื่อให้สื่อมวลชนมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมในการผลิตและเผยแพร่สื่อที่มีเนื้อหาที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์บนพื้นฐานที่ให้สื่อมวลชนต้องอยู่รอดทางธุรกิจเสียก่อน โดยภาคธุรกิจอาจช่วยเหลือด้วยการสนับสนุนสื่อที่พิสูจน์มาแล้วว่านำเสนอสาระและสร้างสรรค์ รวมถึงภาครัฐ อาจเข้าไปมีบทบาทในการสนับสนุนสื่อสารมวลชนที่ช่วยสร้างสังคม

๔. สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการส่งเสริมให้สื่อเป็นโรงเรียนของสังคมและร่วมกันป้องกันผลกระทบจากสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมที่ดี ในยุค ๔.๐ โดยการนำประเด็นทาง

วัฒนธรรมที่สามารถสร้างจุดร่วมระหว่างคนไทยทุกกลุ่มให้เข้ามาร่วมกิจกรรม เพื่อให้วัฒนธรรมเป็นเรื่องของคนไทยทุกกลุ่ม เกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในชุมชนของตนเอง

จากการที่พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการสื่อสาร และใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ได้อย่างไร้พรมแดน จึงส่งผลกระทบต่อสังคมไทย โดยทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งความคิด พฤติกรรมและการใช้ชีวิตของคนในสังคม ทั้งนี้ สื่อในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีสาระดิจิทัลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยได้ถูกนำมาใช้ทั้งในรูปแบบที่ตรงไปตรงมา และในรูปแบบที่มีการปรุงแต่งซึ่งต้องใช้วิจารณญาณ โดยการสื่อสารวัฒนธรรมไทยในโลกออนไลน์ ตัวอย่างเช่น ศูนย์ข้อมูลด้านวัฒนธรรม (Digital Culture) มีส่วนช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกของชาติ การศึกษาและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า สื่อในยุค ๔.๐ ส่งเสริมวัฒนธรรมไทย

สื่อสังคม หรือสื่อ Social Media เป็นสื่อที่สำคัญในการส่งเสริมวัฒนธรรมในยุค ๔.๐ ซึ่งเป็นยุคแห่งสังคมออนไลน์ที่กำลังก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ต้องตระหนักและมองเห็นความสำคัญต่อสื่อดังกล่าวรวมทั้งการกำหนดแนวทางของการปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ทางสังคมในปัจจุบัน ซึ่ง Social Media ต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการศึกษารเรียนรู้วัฒนธรรมไทยในสังคมอย่างแน่นอนจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ทุกฝ่ายต้องตระหนักและเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

๑. ควรมีการอบรมพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ได้รับการเผยแพร่มากขึ้น ให้ได้เป็นที่รู้จักและได้รับการอนุรักษ์เพิ่มมากขึ้น จากการที่มีสื่อใหม่มีการใช้ระบบ ICT ดังนั้น จึงต้องเร่งสร้างวัฒนธรรมใหม่โดยใช้ระบบ ICT ในเชิงสร้างสรรค์ และรื้อฟื้นวัฒนธรรมเก่าขึ้นมา ในการเรียนรู้ร่วมกันของคนในครอบครัวไปพร้อม ๆ กัน

๒. จากการที่ทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตสื่อได้เอง ซึ่งอาจทำให้ขาดการคัดกรองเนื้อหาหรือความเหมาะสมในการเผยแพร่สู่สาธารณชน โดยเฉพาะสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม ซึ่งอาจส่งผลต่อการอนุรักษ์และการสื่อสารให้คงอยู่ต่อไปในอนาคต ดังนั้น ประชาชนทั่วไปควรต้องฝึกทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การผลิตสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของสื่อยุคหลอมนวม โดยควรมีการเรียนรู้และป้องกันปัญหาตามกลไกวัฒนธรรมของไทย

สรุป

จากการประมวลและวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้ข้อมูลจากเอกสารและจากการสังเกตได้ผลการวิจัยว่า สื่อที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ส่งผลดีต่อการพัฒนาวัฒนธรรมไทย โดยมีองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ประกอบด้วย ๑. เนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยได้อย่างเหมาะสมกับช่วงเวลา ๒. รูปแบบและช่องทางของสื่อ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และอินเทอร์เน็ต, ๓. กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนทั่วไป, ๔. เครือข่าย ได้แก่ ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ซึ่งผู้วิจัยจะนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ในสรุปผลการวิจัยและจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ในบทที่ ๕ ต่อไป

บทที่ ๕

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากสภาพการณ์ของปัญหาและความจำเป็นในยุค ๔.๐ ซึ่งสื่อต่าง ๆ ได้ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมไทยอย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้าง เพื่อมีส่วนช่วยในการตอบโจทยปัญหาในการพัฒนาประเทศ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์ของสื่อในยุค ๔.๐ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับสื่อในยุค ๔.๐ และศึกษาเกี่ยวกับผลของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐

ผู้วิจัยได้ใช้เวลาในการวิจัยรวม ๗ เดือน ตั้งแต่ ม.ค.- ก.ค. ๖๓ และได้ดำเนินการวิจัยตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งได้แก่ การศึกษาปัญหาและความสำคัญของปัญหา การศึกษาเอกสาร/ ข้อมูล ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีและแนวคิดทางวิชาการเกี่ยวกับยุค ๔.๐ สื่อ และวัฒนธรรม นโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อและวัฒนธรรมไทย โครงสร้าง ภารกิจ หน้าที่ และยุทธศาสตร์ของกระทรวงวัฒนธรรมและได้ใช้การศึกษาจากอินเทอร์เน็ตและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อและผลของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทย และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสื่อและผลของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ในการศึกษาข้อมูลทั้งในเชิงทฤษฎีหรือเชิงวิชาการจากเอกสารและข้อมูลในเชิงปฏิบัติหรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคมไทย โดยมีการประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกตรวมทั้งการสัมภาษณ์และรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ และใช้ข้อมูลจากการวิจัยเอกสารในเชิงทฤษฎีมาอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคม การวิเคราะห์ทำโดยนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่ (Category) แล้วทำการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytical Induction) ได้แก่ การใช้การตีความ สร้างข้อสรุปจากปรากฏการณ์ที่พบเห็นและข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นรูปธรรมที่เก็บรวบรวมมาได้ โดยยึดหลักแนวคิดเชิงทฤษฎีหรือเชิงวิชาการในการอธิบายบริบทหรือปรากฏการณ์ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคม เพื่อให้ได้แนวคิดที่เป็นนามธรรมเพื่อนำไปใช้ในการอธิบายและให้ข้อเสนอแนะแนวทางที่ชัดเจน สามารถนำไปแปลงเป็นแผนปฏิบัติได้จริงในการพัฒนาสื่อสำหรับคนไทยโดยไม่จำกัด เพศ อายุ การศึกษาและช่วงวัย เพื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยอันดีงามในยุค ๔.๐ ได้ต่อไป

จากการวิเคราะห์ผล ผู้วิจัยได้เสนอตัวแบบองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ประกอบด้วย ๑. เนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยได้อย่างเหมาะสมกับช่วงเวลา ๒. รูปแบบและช่องทางของสื่อ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และอินเทอร์เน็ต, ๓. กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนทั่วไป และ ๔. เครือข่าย ได้แก่ ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยตัวแบบองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ สื่อที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ กับการพัฒนาวัฒนธรรมไทย

และผลการวิจัยสรุปได้ว่า สื่อที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ส่งผลดีต่อการพัฒนาวัฒนธรรมไทย

ในบทนี้ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยและจัดทำข้อเสนอแนะ เพื่อให้เกิดประโยชน์จากการวิจัยทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติสอดคล้องกับประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยที่เสนอ ได้แก่

๑. เชิงทฤษฎี การวิจัยนี้ช่วยเพิ่มองค์ความรู้เกี่ยวกับสื่อและผลของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐
๒. เชิงปฏิบัติ จากหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ช่วยเป็นข้อมูลรองรับในการให้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ อย่างมีเหตุผลและเป็นรูปธรรมชัดเจน รวมทั้งสามารถนำไปสู่การปฏิบัติในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมของไทยในยุค ๔.๐ นอกจากนี้ ยังได้เสนอข้อจำกัดในการวิจัยเพื่อให้ประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในอนาคตต่อไป

สรุป

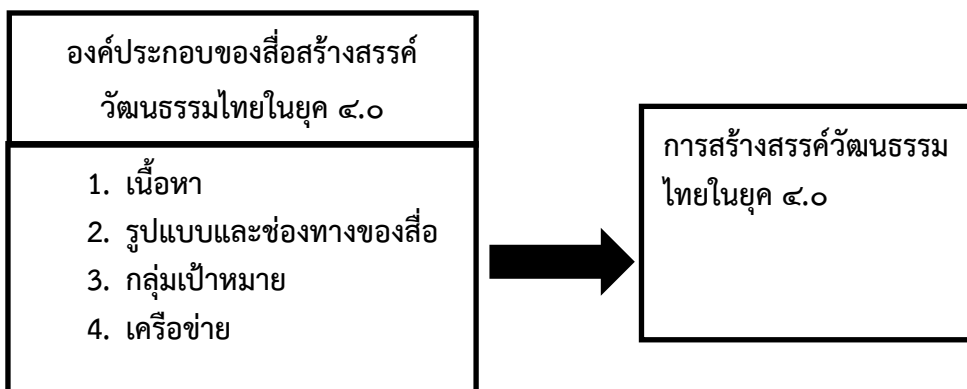
๑. องค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐

ในยุค ๔.๐ เป็นยุคสังคมฐานความรู้โดยมีการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ทันสมัย ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ทุกคนสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ โดยประชาชนทั่วไปนิยมใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารข้อมูลไปสู่ผู้คนจำนวนมาก เนื่องจากความง่าย สะดวกและรวดเร็ว สามารถลดในการสื่อสารระหว่างบุคคลลงได้ โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยได้ถูกนำมาใช้ในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในช่วงเวลาต่าง ๆ โดยใช้เครือข่ายความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม

จากข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพจากการวิจัยเอกสารและการวิจัยจากการสังเกต และการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์ผลดังกล่าว พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ สื่อในยุค ๔.๐ ส่งผลดีต่อการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย

ผู้วิจัยได้เสนอองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแบบองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ดังรูปที่ ๕.๑ ประกอบด้วย ๑) เนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยได้อย่างเหมาะสมกับช่วงเวลา ๒) รูปแบบและช่องทางของสื่อ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต ๓) กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนทั่วไป ๔) เครือข่าย ได้แก่ ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และ ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ ๕-๑ ตัวแบบองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐



๑.๑ เนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยอย่างเหมาะสมกับช่วงเวลา เนื้อหาของสื่อ เป็นส่วนสำคัญที่แท้จริงของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย ประกอบด้วย

๑.๑.๑ เนื้อหาในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมวิถีชีวิตอันดีงามของไทยให้คงอยู่และสืบทอดต่อไปในระยะยาว ได้แก่

๑.๑.๑.๑ หลักธรรมคำสอนทางศาสนาที่ดีงามและสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตที่เข้าใจง่าย

๑.๑.๑.๒ คุณธรรม จริยธรรม ระเบียบวินัย หลักคิดที่ถูกต้อง ค่านิยมที่ดี ทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม จิตสาธารณะ ความรับผิดชอบและทำประโยชน์ต่อส่วนรวม ความเป็นธรรมทางสังคมและธรรมาภิบาล การยอมรับความแตกต่าง หลากหลาย ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและความโอบอ้อมอารี เอื้ออาทรกัน

๑.๑.๑.๓ ความเป็นไทย วิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณีอันดีงาม ความรักและภูมิใจในความเป็นไทย การอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มัชยสังคัม อุดมคติ การประกอบสัมมาอาชีพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยววิถีชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยววิถีพุทธรวมทั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

๑.๑.๒ เนื้อหาในการสร้างสรรค์นวัตกรรมวัฒนธรรมร่วมสมัย

โดยนำความหลากหลายทางวัฒนธรรมของสากลมาประยุกต์ใช้ได้ อย่างกลมกลืนและเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทยและยังดำรงรักษาอัตลักษณ์ของความเป็นไทยให้คงอยู่

ในยุค ๔.๐ ซึ่งเป็นสังคมแห่งความรู้ สังคมนวัตกรรมที่มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยมีการปรับตัวทางวัฒนธรรมพัฒนาจากการเรียนรู้เพื่อรับมือหรือจัดการกับปัญหาในการปรับตัวให้สอดคล้องกับภายนอกและการบูรณาการภายใน โดยใช้วิธีการคิดในรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ ๔.๐ ที่มีการสร้างนวัตกรรม รวมทั้งมีการวิจัยและพัฒนาเชิงบูรณาการโดยใช้แนวทางสหวิทยาการและเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นหัวใจสำคัญในการสื่อสารและพัฒนาไปตามความต้องการของสังคมสมัยใหม่ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์โดยนำเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยมาประยุกต์ใช้ได้อย่างทันสมัยในระดับสากล ผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรม เน้นความเป็นไทยร่วมสมัยและสอดคล้องกับการดำรงตนของประชาชนในสังคมไทยและสังคมโลก

ทั้งนี้ เนื้อหาซึ่งเป็นหัวใจที่สำคัญในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยจะต้องมีความเหมาะสมกับช่วงเวลา ได้แก่ วันธรรมสวนะและวันสำคัญทางศาสนา และช่วงเทศกาลและประเพณีต่างของไทย

๑.๒ รูปแบบและช่องทางของสื่อ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต

สถานการณ์ของสื่อในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหาอันเนื่องมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เกิดสื่อช่องทางใหม่ขึ้นมามากมาย โดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์ มีความเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงช่องทาง จำนวน และรูปแบบการนำเสนอ โดยรูปแบบและช่องทางของสื่อในยุค ๔.๐ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจาก สื่อสังคมออนไลน์ทำให้บุคคลสามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้ต่อกันได้ทั่วโลก เช่น Facebook, Twitter, Skype, Line, Blog, Social

Networking , Microblog, Media Sharing, Social News and Bookmaking, Application และ ซอฟต์แวร์ต่าง ๆ เป็นต้น โดยช่องทางเครื่องมือติดต่อสื่อสารในยุค ๔.๐ ได้แก่ ช่องทางเครือข่ายการติดต่อสื่อสารที่เชื่อมโยงกันด้วยอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถเข้าถึงและเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่หลากหลายได้โดยง่าย ใช้ทรัพยากรน้อยกว่า คุ่มค่ากว่า และยังสามารถรวบรวมข้อมูลมหาศาลมาอยู่ในสมาร์ตโฟนเพียงเครื่องเดียว

ในยุคที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อออนไลน์ในยุค ๔.๐ เช่น เทศกาลสงกรานต์ รดน้ำผู้ใหญ่ผ่าน VDO Call หรือ social media และล่องกระทงออนไลน์ เป็นต้น

๑.๓ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนทั่วไป

จากการที่สื่อในยุค ๔.๐ ทำให้เกิดการสื่อสารไปยังคนในสังคมทุกกลุ่มทุกเพศทุกวัย และอายุ ทุกอาชีพ ได้อย่างเท่าเทียมกัน โดยประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อได้สะดวก รวดเร็ว และทุกคนสามารถผลิตและนำเสนอข้อมูลข่าวสาร แสดงความคิดเห็น สร้างเนื้อหาได้ สามารถเผยแพร่ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารที่มีการเผยแพร่ด้วย นอกจากนี้ สื่อในยุค ๔.๐ ยังลดช่องว่างในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยโดยใช้สื่อในยุค ๔.๐ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป

๑.๔ เครือข่าย ได้แก่ ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

การพัฒนาในยุค ๔.๐ เน้นการเชื่อมโยงการทำงานต่อกันเป็นเครือข่าย มีการประสานงานและร่วมมือกัน รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันกัน มุ่งเน้นการรวมพลังของทุกภาคส่วนในสังคม ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม มีการบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษาและสื่อ” ในการหล่อหลอมคนไทย ใช้กลไก “บวร” บ้าน วัด โรงเรียน เพื่อให้มีการเรียนรู้ร่วมกันของคนในครอบครัวโดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย

ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยได้ศึกษาข้อมูลจากการเอกสารและการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ถึงปัญหาในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์ต่อวัฒนธรรมไทย มีดังนี้

๑. การผลิตสื่อที่สร้างสรรค์และเหมาะสมมีข้อจำกัดหลายประการ อีกทั้งไม่เป็นที่นิยมของผู้ผลิตและผู้สนับสนุนการผลิตสื่อ
๒. ขาดเงินทุนในการผลิตและการเผยแพร่สื่อที่มีคุณภาพและเหมาะสม
๓. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อไม่ทันต่อสถานการณ์ และไม่สามารถบังคับใช้ได้
๔. ขาดหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพหลักในการกำกับ ดูแลจริยธรรมของสื่อและสื่อมวลชนที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อออนไลน์
๕. ประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนยังขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ และมีความนิยมในการเลือกใช้สื่อที่ไม่เหมาะสมอันส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมที่ดีงาม
๖. ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานในการแก้ไขปัญหาและผลกระทบจากสื่อ

จากการวิเคราะห์ปัญหาที่ได้กล่าวไว้ ผู้วิจัยจึงเสนอข้อเสนอแนะแนวทางการเฝ้าระวัง ป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรม และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐

๑. ข้อเสนอแนะแนวทางการเฝ้าระวัง ป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรม

๑.๑ หน่วยงานภาครัฐควรร่วมกับภาคเอกชนในการทำข้อตกลงร่วมกันที่จะไม่ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ผลิตหรือสื่อมวลชนที่ขาดจริยธรรมในการผลิตและเผยแพร่สื่อที่ไม่เหมาะสม เพื่อให้สื่อมวลชนตระหนักถึงจริยธรรมสื่อ และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

๑.๒ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการให้ความรู้แก่ประชาชนทุกช่วงวัยที่เป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสื่อ เพื่อให้มีความรู้เท่าทันสื่อ ตระหนักและคำนึงถึงผลกระทบต่าง ๆ ทั้งต่อตนเอง สังคม และวัฒนธรรมไทยในการรับและส่งสื่อในยุค ๔.๐

๑.๓ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีระบบกลไกการเฝ้าระวังหรือช่องทางในการกลั่นกรอง ติดตาม และการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือสื่อสาร เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีผลต่อวัฒนธรรมไทย ซึ่งนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ในยุค ๔.๐ เพื่อนำไปประเมินปัญหาและปรับปรุงแก้ไขในการพัฒนาวัฒนธรรมไทยโดยใช้สื่อในยุค ๔.๐

๒. ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐

หน่วยเกี่ยวข้องควรพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ โดยพัฒนาองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ในทุกด้านอย่างเหมาะสม ได้แก่

๒.๑ รูปแบบและช่องทางของสื่อ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ (e-Commerce) และส่งเสริมให้มี e-Library และ virtual museum อย่างหลากหลาย เพื่อเป็นแหล่งค้นคว้าความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย

๒.๒ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนทุกช่วงวัยที่เป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสื่อ

๒.๓ เครือข่าย ได้แก่ ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และภาคประชาสังคม

๒.๔ เนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยได้อย่างเหมาะสมกับช่วงเวลา เพื่อให้สามารถบริหารจัดการสื่อในยุค ๔.๐ ให้ส่งเสริมวัฒนธรรมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓. ตัวแบบแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อในยุค ๔.๐

ผู้วิจัยได้จัดทำตัวแบบแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อในยุค ๔.๐ ได้แก่ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนเพื่อนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และข้อเสนอแนะในการเฝ้าระวัง ดังนี้

๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการกำกับทิศทางและขยายผล ควรมีหน่วยงานหรือบอร์ดกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และติดตามกำกับดูแล

๓.๒ ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนเพื่อนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ควรสร้างความรู้ ความเข้าใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย โดยใช้สื่อ Social Media ส่งเสริมการ

ใช้ e-commerce ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมสื่อใหม่ ๆ ในการเรียนการสอน และการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมไทย เช่น สื่อภาพ Infographic, Animation เป็นต้น

๓.๓ ข้อเสนอแนะในการเฝ้าระวัง ควรมีหน่วยงานและระบบกลไกการเฝ้าระวังหรือช่องทางในการกลั่นกรอง ติดตาม และการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือสื่อสาร รวมทั้งควรมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เพื่อไม่ให้เกิดการเบี่ยงเบนของสื่อ หรือการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นเท็จ เป็นต้น

แผนภาพที่ ๕-๒ ตัวแบบแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อในยุค ๔.๐



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

วารสารและหนังสือพิมพ์

ประยุทธ์ จันทร์โอชา, พลเอก. “จากใจนายกรัฐมนตรี”, จดหมายข่าวรัฐบาลเพื่อประชาชน. ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒๓, ๑ เมษายน ๒๕๕๙. หน้า ๑-๒.
สุวิทย์ เมษินทรีย์. “นโยบาย Thailand 4.0 คืออะไร”, ไทยคู่ฟ้า. เล่มที่ ๓๓ มกราคม - มีนาคม ๒๕๖๐. หน้า ๔-๑๗.

สัมภาษณ์

กฤษฎพงศ์ ศิริ, ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม. สัมภาษณ์. ๕ มิถุนายน ๒๕๖๓.
ชินิตร ภู่อานุกูล, สัมภาษณ์. ๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๓.
ตรี บุญเจือ, ผู้อำนวยการสำนักบริหารเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช. สัมภาษณ์. ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๓.
ธนกร ศรีสุกใส, ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. สัมภาษณ์. ๒๐ กรกฎาคม ๒๕๖๓.
ธนวัฒน์ พรหมโชติ, รองประธานสภาเด็กและเยาวชน. สัมภาษณ์. ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๓.
ธน วงษ์จินดา, ผู้ตรวจราชการกระทรวงศึกษาธิการ. สัมภาษณ์. ๑๗ มิถุนายน ๒๕๖๓.
ธีรารัตน์ พันทวี วงศ์ชนะอเนก, สัมภาษณ์. ๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๓.
พระครูปลัดสัมพิพัฒน์ธีรารจารย์. สัมภาษณ์. ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๓.
ภูเวียง ประคัมรินทร์, รองปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. สัมภาษณ์. ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๓.
รัตนกร ทองสำราญ, อนุกรรมการที่เกี่ยวกับการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ สัมภาษณ์. ๑๗ มิถุนายน ๒๕๖๓.
ลัดดา ตั้งสุภาชัย, กรรมการปฏิรูปประเทศ ด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ. สัมภาษณ์. ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๓.
วรรษชัย คุรุจิต, ผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. สัมภาษณ์. ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๓.
สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยรังสิต. สัมภาษณ์. ๒๐ กรกฎาคม ๒๕๖๓.
อิทธิพล คุณปลื้ม, รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม. สัมภาษณ์. ๑ มิถุนายน ๒๕๖๓.

บรรยาย

วีระ โรจน์พจนรัตน์, ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม. บรรยายเรื่อง “การจัดการวัฒนธรรมกับความเจริญของประเทศ”. ณ โรงแรมมิราเคิลแกรนด์ คอนเวนชั่น. ๒๐ สิงหาคม ๒๕๕๑.

เอกสารไม่ตีพิมพ์

ยุทธศาสตร์ชาติ, คณะกรรมการ. “ยุทธศาสตร์ชาติ พุทธศักราช ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐”. ๒๕๖๑.
 สถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สำนักงาน. “แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ
 ราชการ พุทธศักราช ๒๕๖๓ – ๒๕๖๕”. ๒๕๖๓.
 สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. “สรุปสาระสำคัญของแผนการปฏิรูปประเทศ”.
 ๒๕๖๒.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว . “โซเชียลมีเดียและผลกระทบของโซเชียลมีเดียต่อสังคมไทย”.
 (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [sites.google.com/site/socialproblemup/social-
 media-laea-phlk-ra-thb-khxng-so-cheiy-lmi-deiy-tx-sangkhm-thiy](https://sites.google.com/site/socialproblemup/social-media-laea-phlk-ra-thb-khxng-so-cheiy-lmi-deiy-tx-sangkhm-thiy), ๒๕๖๓.
 กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. “แผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและ
 สร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
<http://www.thaimediafund.or.th/>. ๒๕๖๒.
 จุณี เทียนไทย. “ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมไทย”.
 (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.chula.ac.th>. ๒๕๖๓.
 เจษฎา ไชยพงษ์. “สังคมไทยกับกระแสวัฒนธรรมข้ามชาติ”. สารศูนย์เฝ้าระวังทางวัฒนธรรม.
 ๒๕๕๒.
 ดิฐพงศ์ ประเสริฐไพฑูรย์. “วัฒนธรรมท้องถิ่นในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
[multied. Sri.cmu.ac.th](http://multied.sri.cmu.ac.th). 2562.
 ดนัย หวังบุญชัย. “สื่อวัฒนธรรมสร้างสรรค์ นำพาเยาวชนสู่การเรียนรู้”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
thaihealth.or.th, ๒๕๕๔.
 ธานี เชื้อสถาปนศิริ. “สถานการณ์ “สื่อ” กับ “สังคมไทย” ถึงเวลาฉลาดใช้สื่อ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้
 จาก : <https://www.scbfoundation.com>. ๒๕๖๓.
 นจรงค์ สุขเจริญ. “วัฒนธรรมไทย”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : dltv.ac.th. ๒๕๖๑.
 บริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, กอง. “พิมพ์เขียว Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อน
 ประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่นคง และยั่งยืน”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
libarts.up.ac.th, ๒๕๖๐.
 ประยุทธ์ จันทร์โอชา, พลเอก. “คำปรารภเนื่องในโอกาสจัดพิมพ์หนังสือ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และ
 ภูมิปัญญา”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : www.culture.go.th, ๒๕๕๙.
 ประเมศวร์ มินศิริ. “สถานการณ์ “สื่อ” กับ “สังคมไทย” ถึงเวลาฉลาดใช้สื่อ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้
 จาก : <https://www.scbfoundation.com>. ๒๕๖๓.
 ปราณี มุขลาย, นาวาอากาศเอกพิเศษหญิง. การสร้าง “คน ทอ. ๔.๐”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
[http://person.km.rtaf.mi.th/CoPs/ContentDetail/179?contentID=21373&co
 ntentID=21373&co
 ntentType=Forum](http://person.km.rtaf.mi.th/CoPs/ContentDetail/179?contentID=21373&contentID=21373&contentType=Forum). ๒๕๖๒.

- พิภพ พานิชภักดิ์. “สถานการณ์ “สื่อ” กับ “สังคมไทย” ถึงเวลาฉลาดใช้สื่อ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.scbfoundation.com>. ๒๕๖๓.
- พัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), สำนักงาน. “สำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี ๒๕๖๒”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.eta.or.th>, ๒๕๖๒.
- ภาวิวรรณ นรพัลลภ. “กิจกรรมกงสุลใหญ่ : โครงการกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อออนไลน์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : thaiembassy.org/Chengdu/th/news. ๒๕๕๙.
- วัชชีรา บุรณสิงห์. “วัฒนธรรมดิจิทัล”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : www.bia.or.th, ๒๕๖๓.
- วัชรินทร์ ยอดคำเหลือง. “สื่อสร้างสรรค์ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.thaipost.net>, ๒๕๖๑.
- วัฒนธรรม, กระทรวง. โครงสร้างและพันธกิจของกระทรวงวัฒนธรรม (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : www.m-culture.go.th, ๒๕๖๓.
- วิลาสินี พิพิธกุล. “สถานการณ์ “สื่อ” กับ “สังคมไทย” ถึงเวลาฉลาดใช้สื่อ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.scbfoundation.com>. ๒๕๖๓.
- วาสนา สองสี. “วัฒนธรรมการแต่งการของวัยรุ่นไทย”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : worldculturee.wordpress.com. ๒๕๕๘.
- อิทธิพล ปรีดิประสงค์. “มองวัฒนธรรมผ่านสื่อ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.gotoknow.com>. ๒๕๖๓.

ภาษาต่างประเทศ

Books

- Bryman, A. Social Research Methods, 3rd ed. Oxford : Oxford University Press, 2008.
- Dahlberg and McCaig, Practical Research and Evaluation: A Start-To-Finish Guide For Practitioners , 1st ed. Sage Publications Ltd, 2010.
- Flick, U. An Introduction to Qualitative Research. 4th ed. London: Sage. 2009.
- Haviland, W. A., Prins, H. E. L., Walrath, D., and McBride, B. Cultural anthropology: The human challenge. 12th Ed., CA: Thomson Higher Education, 1970.
- Hofstede, G. Culture’s Consequences: Comparing Values, Behaviours, Institutions and Organizations across Nations. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001.
- Schein, E.H. Organizational Culture and Leadership. 2nded. San Francisco, Josey-Bass. 1992.
- Schein, Edgar H. Organizational Culture and Leadership. 4th ed. Joesey-Bass. 2010. p. 23.

Journal and Newspapers

- Denison, D. R. “What Is the Difference Between Organizational Culture and Organizational Climate? A Native’s Point of View on a Decade of Paradigm Wars”. Academy of Management Review, 21(3), 1996. p.619–654.
- Georgetown University. Bridging Babel: New Social Media and Interreligious and Intercultural Understanding. Washington DC: Georgetown University. 2010.
- Krekovic, “New Media Culture: Internet as a Tool of Cultural Transformation in Central and Eastern Europe”. In Crossing Boundaries: From Syria to Slovakia. Jakelic, S. and Vienna, J. V. Ed.: IWM Junior Visiting Fellows' Conferences, Vol. 14. 2003.
- Maslow, A. A theory of human motivation. Psychological Review, 1943. p. 394
- O’Leary, R. and Van Slyke, D.M. Introduction to the Symposium on the Future of Public Administration in 2020. Public Administration Review. (Special Issue, December) 2014. p. 5-10.
- Rothlauf, J. Interkulturelles Management. 2nded. Oldenbourg. 2012. p. 31.
- Ravi, B.K. New Media, Culture and Society. Academic Research International. Vol. 2, No. 2, March 2012.
- Taylor, E. B. Primitive Culture (Vol. 1). Mineola, NY: Dover Publication. 1871.

Research, Report and Thesis

- Pranee Mooklai. Knowledge Management Practices and Organizational Performance: A Case of the Royal Thai Air Force. Doctoral Dissertation of Public Administration, School of Public Administration, National Institute of Development Administration. 2014.

Electronic Data Base

- Lowisz, S. “The Influence of Social Media in Today’s Culture”. (Online). Available : www.stevelowisz.com, 2020.
- Thiptanya Suwannachart. “Social Media”. (Online). Available <https://sites.google.com/site/thiptionyaswc/social-media>, 2020.
- Zaw, H. T. “The Impact of Social Media on Cultural Adaptation Process: Study on Chinese Government Scholarship Students”. Advances in Journalism and Communication, 6, 75-89. (Online). Available : <https://doi.org/10.4236/ajc.2018.63007>, 2018.

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์

การวิจัยเรื่อง สื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐

ผู้วิจัย: นางยุพา ทวีวัฒนะกิจบวร หลักสูตร ว.ป.อ. รุ่น ๖๒

๑. ท่านคิดว่า ในยุค ๔.๐ สื่อมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมไทยหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

๒. ท่านคิดว่า สื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ ควรมีองค์ประกอบ อย่างไร

๒.๑ ด้านรูปแบบของสื่อ

.....

.....

.....

๒.๒ ด้านเนื้อหาของสื่อที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย เช่น ศาสนา ประเพณี และวิถีชีวิต
ท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับช่วงเวลา ได้แก่ วันธรรมสวนะ และเทศกาลสำคัญในรอบปี เป็นต้น

.....

.....

.....

๒.๓ ด้านช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเผยแพร่สื่อ

.....

.....

.....

๒.๔ ด้านช่องทางในการเผยแพร่สื่อที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่

.....

.....

.....

๒.๕ ด้านเครือข่ายบูรณาการในการจัดทำและเผยแพร่สื่อ

.....

.....

.....

๒.๖ ด้านกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้รับสื่อ

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

๒.๗ ด้านอื่น ๆ

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

๓. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ อย่างไร

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

๔. ท่านมีข้อเสนอแนะในการเฝ้าระวัง ป้องกันสื่อที่ไม่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค ๔.๐ อย่างไร

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

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางยุพา ทวีวัฒนกิจบวร
วัน เดือน ปีเกิด	๒ ตุลาคม ๒๕๐๘
การศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (สาขาเทคโนโลยีการศึกษา) ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (สาขาบริหารธุรกิจ) ปริญญาเอก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (สาขาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม)
ประวัติการทำงาน	๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑ – ปัจจุบัน รองปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ๒๐ มีนาคม ๒๕๖๐ – ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑ ผู้ช่วยปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ๒๖ มีนาคม ๒๕๕๖ – ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๐ ผู้อำนวยการสำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม ๑๑ ธันวาคม ๒๕๕๑ – ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม
ตำแหน่งปัจจุบัน	รองปลัดกระทรวงวัฒนธรรม

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยา

เรื่อง สื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค 4.0

ผู้วิจัย นางยุพา ทวีวัฒนะกิจบวร

หลักสูตร วปอ.

รุ่นที่ 62

ตำแหน่ง รองปลัดกระทรวงวัฒนธรรม

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุค 4.0 ซึ่งเป็นการพัฒนาเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารอย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน โดยมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ตที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างง่ายดาย และเปลี่ยนจากผู้รับสื่อเพียงอย่างเดียวกลับกลายเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสื่อในคนเดียวกัน ดังนั้น การพัฒนาประเทศให้เหมาะสมกับบริบทที่ผันแปรของโลกได้อย่างยั่งยืนนั้น จะต้องพัฒนาทั้งด้านวัตถุและจิตใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านวัฒนธรรมไทย ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาสังคมในทุกด้าน ดังนั้น การบริหารจัดการสื่อในยุค 4.0 ได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านที่เกี่ยวข้องกับสื่อและวัฒนธรรม ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมีประเด็นการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม และมุ่งเน้นให้เกิดการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม

จึงจำเป็นต้องมีแผนขับเคลื่อนภารกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้องกับสื่อและวัฒนธรรม ดังนี้ 1. แผนการปฏิรูปประเทศ ด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีประเด็นการปฏิรูปสื่อสารมวลชน ในการปลูกฝังวัฒนธรรมของชาติ และปลูกฝังทัศนคติที่ดี เพื่อช่วยพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ 2. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่มุ่งพัฒนาให้คนไทยทุกช่วงวัย เป็นคนที่สมบูรณ์ มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย ค่านิยมที่ดี มีจิตสาธารณะ และมีความสุข รวมทั้ง รัฐบาลยังได้กำหนดให้มีพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. 2558 ทั้งนี้ การติดต่อสื่อสารหรือการใช้สื่อได้อย่างเหมาะสมกับยุคปัจจุบันมีความสำคัญยิ่งต่อการปลูกฝังและส่งเสริมวัฒนธรรมของชาติ โดยประเทศที่มีวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งจะมีผลต่อการดำเนินนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน และโครงการ ในการสนับสนุนการบรรลุวัตถุประสงค์หลักและวิสัยทัศน์ของประเทศ

จากสภาพการของปัญหาและความจำเป็นในยุค 4.0 ซึ่งสื่อ ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างมาก ต่อความรู้ ความเข้าใจ ในบทบาทของวัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ และการเคารพเทิดทูนในสถาบันหลักของชาติ รัฐบาลและภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคมได้พยายามพัฒนาแนวทางในการพัฒนาสื่อ เพื่อนำไปสู่การเสริมสร้างวัฒนธรรมอันดีงามของไทย ซึ่งเปรียบได้กับกระจกที่สะท้อนถึงความเจริญรุ่งเรืองทางจิตใจของคนในชาติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับบริบทของสื่อในยุค 4.0 และศึกษาเกี่ยวกับผลของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค 4.0 เพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการปฏิบัติในการพัฒนาสื่อเพื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์และผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค 4.0
2. เพื่อศึกษาปัญหาในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์ต่อวัฒนธรรมไทย
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์ต่อวัฒนธรรมไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบถึงสถานการณ์และผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค 4.0
2. ได้ทราบถึงปัญหาในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์ต่อวัฒนธรรมไทย
3. ได้แนวทางในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์ต่อวัฒนธรรมไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้เน้นการศึกษาวิเคราะห์ ผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยเพื่อนำไปสู่การนำเสนอแนวทางในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์ต่อวัฒนธรรมไทย เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เท่านั้น

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ มีจำนวน 12 คน ประกอบด้วย

- 2.1 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม
- 2.2 ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม
- 2.3 กรรมการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชนเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 2.4 ผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
- 2.5 ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

2.6 ผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการ

2.7 ผู้แทนกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

2.8 ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

2.9 ผู้ขับเคลื่อนงานด้านการเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์

2.10 นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

2.11 สื่อมวลชน

2.12 ผู้แทนจากภาคประชาสังคม

2.13 ผู้นำศาสนา

2.14 เด็กและเยาวชน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา : การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บข้อมูล ใช้ระยะเวลา 7 เดือน

วิธีดำเนินการวิจัย

ศึกษาปัญหาและความสำคัญของปัญหา ศึกษาเอกสาร/ข้อมูล ที่เกี่ยวข้อง สังเกตและรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อและวัฒนธรรมในสังคมไทยโดยใช้การสัมภาษณ์จำนวน 12 คน ประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งจากเอกสารและจากการศึกษาจากการสังเกต การสัมภาษณ์เพื่อยืนยันความถูกต้อง นำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่แล้วทำการวิเคราะห์โดยใช้การตีความ สร้างข้อสรุปจากปรากฏการณ์ที่พบเห็นและข้อมูลต่าง ๆ ที่เก็บรวบรวมมาได้ เพื่อให้ได้แนวคิดในการอธิบายองค์ประกอบของสื่อที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค 4.0 และให้ข้อเสนอแนะแนวทางที่ชัดเจนในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค 4.0

การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือข้อมูลที่ได้จากเอกสารทางวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In depth interview) แบบเลือกเฉพาะเจาะจง โดยการสัมภาษณ์แบบเห็นหน้า (Face to face) และผ่าน Video Conference : Zoom รวมทั้งการศึกษาด้วยการสังเกตทางอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามการสัมภาษณ์ในลักษณะคำถามเปิด

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการโดยใช้วิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบและสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่างๆ

3. การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์นำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ จากการวิจัย

ผลการวิจัย

สถานการณ์และผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมไทยในยุค 4.0

สถานการณ์สื่อในปัจจุบันอยู่ในยุคที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เกิดสื่อช่องทางใหม่ ขึ้นมามากมาย โดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์ จึงเกิดการแข่งขันกันอย่างมาก และทำให้เกิดผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อสังคม โดยเฉพาะในมิติของวัฒนธรรมที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากความเปลี่ยนแปลงของสื่อ เนื่องจากสื่อมีความใกล้ชิดกับวัฒนธรรมของสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ผลกระทบที่เห็นได้อย่างชัดเจน จากการแข่งขันของสื่อ และจากความสามารถของผู้ใช้สื่อที่กลายเป็นผู้ส่งสารได้โดยใช้ Platform ผู้ให้บริการจากต่างประเทศเป็นหลัก อาทิ Facebook Youtube Line และ Twitter ซึ่งข้อมูลและเนื้อหาสาระที่เผยแพร่อยู่บน Platform ดังกล่าว ไม่มีผู้กำกับดูแลและบริหารจัดการ ทำให้เกิดเนื้อหาที่ขัดต่อวัฒนธรรมไทย ที่ทั้งสื่อและผู้ใช้สื่อนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หรือขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรมอันดีของไทย ทั้งเรื่องเพศ ภาษา ความรุนแรง

การสร้างภาพตอกย้ำ เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชน และเกิดการแพร่หลายอย่างรวดเร็ว และอาจก่อให้เกิดการเลียนแบบ โดยเฉพาะกับเด็กและเยาวชน

ปัญหาในการพัฒนาสื่อที่สร้างสรรค์ต่อวัฒนธรรมไทย

1. การผลิตสื่อที่สร้างสรรค์และเหมาะสมมีข้อจำกัดหลายประการ อีกทั้งไม่เป็นที่นิยมของผู้ผลิตและผู้สนับสนุนการผลิตสื่อ
2. ขาดเงินทุนในการผลิตและการเผยแพร่สื่อที่มีคุณภาพและเหมาะสม
3. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อไม่ทันต่อสถานการณ์ และไม่สามารถบังคับใช้ได้
4. ขาดหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพหลักในการกำกับ ดูแลจริยธรรมของสื่อและสื่อมวลชนที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อออนไลน์
5. ประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนยังขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ และมีความนิยมในการเลือกใช้สื่อที่ไม่เหมาะสมอันส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมที่ดีงาม

6. ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานในการแก้ไขปัญหาและผลกระทบจากสื่อ

จากข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพจากการวิจัยเอกสารและการวิจัยจากการสังเกต และการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์ผลดังกล่าว พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ สื่อในยุค 4.0 ส่งผลดีต่อการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย

ผู้วิจัยได้เสนอองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแบบองค์ประกอบของสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค 4.0 ประกอบด้วย

1. เนื้อหา ได้แก่ เนื้อหาที่สร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยได้อย่างเหมาะสมกับช่วงเวลาประกอบด้วย

1.1 เนื้อหาในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรมวิถีชีวิตอันดีงามของไทยให้คงอยู่และสืบทอดต่อไปในระยะยาว ได้แก่ หลักธรรมคำสอนทางศาสนา ระเบียบวินัย ค่านิยมทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคม จิตสาธารณะ ความรับผิดชอบและทำประโยชน์ต่อส่วนรวม วัฒนธรรมความเป็นไทย ขนบธรรมเนียมและประเพณีอันดีงาม และหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น

1.2 เนื้อหาในการสร้างสรรค์นวัตกรรมวัฒนธรรมร่วมสมัย โดยนำความหลากหลายทางวัฒนธรรมของสากลมาประยุกต์ใช้ได้อย่างกลมกลืนและเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทยและยังดำรงรักษาอัตลักษณ์ของความเป็นไทยให้คงอยู่

2. รูปแบบและช่องทางของสื่อ ได้แก่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ตให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การระบาดของโควิด-19 และใช้เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ (e-Commerce) และส่งเสริมให้มี e-Library และ virtual museum อย่างหลากหลาย เพื่อเป็นแหล่งค้นคว้าความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย

3. กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จากการที่สื่อในยุค 4.0 ทำให้เกิดการสื่อสารไปยังคนในสังคมทุกกลุ่มทุกเพศวัยและอายุ ทุกอาชีพ ได้อย่างเท่าเทียมกัน โดยประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อได้สะดวก รวดเร็ว และทุกคนสามารถผลิตและนำเสนอข้อมูลข่าวสาร แสดงความคิดเห็น

สร้างเนื้อหาได้ สามารถเผยแพร่ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลข่าวสารที่มีการเผยแพร่ด้วย นอกจากนี้ สื่อในยุค 4.0 ยังลดช่องว่างในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล

4. เครือข่าย ได้แก่ ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยการพัฒนาในยุค 4.0 เน้นการเชื่อมโยงการทำงานต่อกันเป็นเครือข่าย มีการประสานงานและร่วมมือกัน รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันกัน มุ่งเน้นการรวมพลังของทุกภาคส่วนในสังคม ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม มีการบูรณาการร่วมระหว่าง “ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษาและสื่อ”

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้จัดทำตัวแบบข้อเสนอแนะในการพัฒนาวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อในยุค 4.0 ได้แก่ ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนเพื่อนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และข้อเสนอแนะในการป้องกันและเฝ้าระวัง ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการกำกับทิศทางและขยายผล ได้แก่ ควรมีหน่วยงานหรือคณะกรรมการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และติดตามกำกับดูแล

2. ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนเพื่อนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ได้แก่ ควรสร้างความรู้ความเข้าใจ และการสื่อสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย โดยใช้สื่อออนไลน์ เช่น social media ควรส่งเสริมการใช้ e-commerce ในการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ควรส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมสื่อใหม่ ๆ ในการเรียนการสอน การส่งเสริมวัฒนธรรมไทย เช่น สื่อภาพ Infographic, animation เป็นต้น

3. ข้อเสนอแนะในการป้องกันและเฝ้าระวัง ได้แก่ ควรมีหน่วยงานและระบบกลไกการเฝ้าระวัง หรือช่องทางในการกลั่นกรอง ติดตาม และการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือสื่อสาร รวมทั้งควรมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เพื่อไม่ให้เกิดการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นเท็จ และป้องกันผลกระทบของสื่อที่ส่งผลต่อการเบี่ยงเบนทางทางวัฒนธรรม เป็นต้น

ข้อจำกัดของงานวิจัย

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เสนอข้อจำกัดของงานวิจัยเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในอนาคต ได้แก่

1. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มุ่งศึกษาระบบกลไกการเฝ้าระวังหรือช่องทางในการกลั่นกรอง ติดตาม และการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือสื่อสาร การศึกษาเชิงลึกโดยใช้การวิจัยเอกสาร และการวิจัยคุณภาพจากการศึกษาในสื่อออนไลน์และการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค 4.0 ดังนั้น หากต้องการทราบความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น อาจใช้วิธีการทำ Focus Group รวมทั้งควรทำการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กันไปด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุด และยังสามารถได้แง่มุมอื่นๆ เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทยในยุค 4.0 เพิ่มเติม อันจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในอนาคต

2. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาการพัฒนาการบริหารจัดการสื่อและวัฒนธรรมไทยในยุค 4.0 ที่ครอบคลุมในแบบองค์รวม อย่างไรก็ตาม การศึกษาต่อยอด โดยศึกษาจำแนกตามประเภทของวัฒนธรรม อาจนำมาซึ่งผลงานวิจัยที่ลึกซึ้งและสมบูรณ์เพิ่มขึ้นได้เป็นอย่างดี

3. งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาผลของสื่อในปัจจุบันซึ่งอยู่ในยุค 4.0 ที่มีต่อวัฒนธรรมโดยศึกษาเฉพาะวัฒนธรรมของไทยเท่านั้น ดังนั้น หากศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลายของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคหรือในโลก จะทำให้ได้องค์ความรู้ที่กว้างขวางและสอดคล้องกับบริบทของโลกที่เป็นหมู่บ้านโลกเดียวกันยิ่งขึ้น