THAI MEDIA FUND newsletter

VOL. 04 | April 2023

MEDIA VALUE

จดหมายข่าวสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

Extra
สื่อปลอดภัย
ไม่ทำเงิน จริงหรือ?

Decode
ถอดรหัสวิธีคิด
เพื่อลงทุนผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

Spotlight
Soft Power & Creativity
คุณค่าและมูลค่าที่ประเมินไม่ได้

CON-TENTS

VOL. 04 APR 2023

01 TMF Talk

02 Announce

03 Knowledge
สำรวจรายได้ของ YouTuber

04 Extra
สื่อปลอดภัย ไม่ทำเงิน จริงหรือ?

08 Decode
ถอดรหัสวิธีคิด
เพื่อลงทุนผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

10 Spotlight
Soft Power & Creativity
คุณค่าและมูลค่าที่ประเมินไม่ได้

16 Fun Fund
How to Check ‘นวัตกรรม
สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์’

EDITOR'S TALK

ดร.ธนกร ศรีสุชใส
ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

“สื่อน้ำดีไม่มีคนดู” เรามักได้ยินคนในแวดวงสื่อปรารภในเรื่องนี้ แต่กองทุนพัฒนาสื่อฯ มีความเชื่อมั่นเสมอมาว่าสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นสื่อน้ำดีที่มีผู้ชม และเป็นสื่อที่ควรได้รับการเผยแพร่ออกไปในวงกว้าง การสนับสนุนทุนให้กับผู้ผลิตสื่อที่มีความเชี่ยวชาญ และมีไอเดียสร้างสรรค์ คือการยืนยันความเชื่อมั่นดังกล่าว

หลายโครงการและหลายกิจกรรมภายใต้การสนับสนุนของกองทุนพัฒนาสื่อฯ สามารถต่อยอดสร้างรายได้ให้กับผู้รับทุน แต่เหนือสิ่งอื่นใด คุณค่าทางสังคมที่เกิดขึ้นจากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์หากคิดออกมาเป็นมูลค่าถือว่าเป็นการใช้เงินที่เกินคำว่า “คุ้มทุน” ไปมาก และผลกำไรที่เกิดขึ้นก็ตกอยู่กับสังคมของเราทุกคน

คณะผู้จัดทำจดหมายข่าวสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

บรรณาธิการบริหาร
นายธนกร ศรีสุขใส
ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
กองบรรณาธิการ
นางสาวพัชรพร พงษ์ทัดศิริกุล
นางสาวธัญญลักษณ์ ทองสวัสดิ์
นางสาวจิตติ วิสัยพรม
นางสาวชนิดาภา เจริญสุข
นายเชาวน์ปวิธ เวชทวี
นายณัฐพล ศุภสิทธิ์
นางสาวบุษกร ธนโชติวรพงศ์
นายภูริต ต้นติดิษย์
นางสาวมนัญญา ทิพาบุณคเนศ
นางสาวคีตฌาณ์ ลอยเลิศ
นางสาวแก้วใจ จิระวงศ์อร่าม
นางสาววรรณภา ฤทธิรักษา
ฝ่ายศิลป์
นางสาวญาณชาติ นารถไทยวัฒนา
นางสาวจารุวรรณ ศกุลโสภณเมธี
ถ่ายภาพ
นายประสิทธิ์ เอนกอนันตพันธุ์
พิสูจน์อักษร
นางสาวน้ำทิพย์ ลัพธวรรณ

สำนักงาน
กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
เลขที่ 388 อาคาร เอส.พี. (ไอบีเอ็ม)
อาคารเอ ชั้น 6
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 0 2273 0116-9
โทรสาร 0 2273 0120
อีเมล: contact@thaimediafund.or.th
เว็บไซต์: www.thaimediafund.or.th

12.04.2566
MOU เปิดหลักสูตรเท่าทันสื่อ

ดร.ธนกร ศรีสุขใส ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และ รศ.เกศินี วิฑูรชาติ อธิการบดีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างกองทุนพัฒนาสื่อฯ และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ต่อยอดความร่วมมือทางวิชาการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ และกิจกรรมบริการสังคม เตรียมเปิดหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล (MIDL) เป็นวิชาพื้นฐาน โดยมีนายประดิษฐ์ เรืองดิษฐ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ในฐานะประธานอนุกรรมการส่งเสริมการมีส่วนร่วม ร่วมลงนามเป็นสักขีพยานด้วย

20.04.2566
อบรมทักษะรู้เท่าทันสื่อกีฬา

สมาคมผู้สื่อข่าวกีฬาออนไลน์ ร่วมกับ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ แถลงข่าวปิดโครงการ “อบรมทักษะรู้เท่าทันสื่อกีฬา” หลังประสบความสำเร็จในการจัดอบรมให้ความรู้สื่อมวลชน 4 ครั้ง ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยมี ดร.ชาญวิทย์ ผลชีวิน รองประธานคณะกรรมาธิการการกีฬาวุฒิสภา เป็นประธาน พร้อมด้วย นายวันกล้า ขวัญแก้ว นายกสมาคมผู้สื่อข่าวกีฬาออนไลน์ นายวีระพงษ์ กังวานนวกุล ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและขับเคลื่อนสังคม กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ รวมทั้งวิทยากรและสื่อมวลชนร่วมแถลงข่าว

25.04.2566
TMF จับมือ ARIRANG TV หนุนสร้างคอนเทนต์ปลอดภัยสร้างสรรค์

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และสถานีโทรทัศน์ Arirang TV ร่วมจัดงาน 2023 International Broadcasting Leadership Program Media Forum in Thailand: “Irreplaceable Asian Content” ระหว่างวันที่ 25 - 27 เมษายน 2566 โดย Arirang TV ได้จัดคณะวิทยากรผู้เชี่ยวชาญมาถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการที่มาจากหน่วยงานต่าง ๆ ในประเทศไทยจำนวน 80 คน โดยนายอิทธิพล คุณปลื้ม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม รองประธานกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อฯ ได้กล่าวปาฐกถาและเป็นสักขีพยานในการลงนามความร่วมมือระหว่างกองทุนพัฒนาสื่อฯ กับ Arirang TV ส่งเสริมการผลิตคอนเทนต์ปลอดภัยและสร้างสรรค์ด้วย

สำรวจรายได้ของ YouTuber

subscribe

ปัจจุบัน YouTuber หรือ Creator บนแพลตฟอร์ม YouTube เป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้บนช่องทางออนไลน์จากการผลิตคอนเทนต์เพื่อให้ผู้อื่นรับชม ทั้งในรูปแบบ Live คลิปวิดีโอแบบสั้น หรือวิดีโอแบบยาว โดยสามารถเริ่มต้นสร้างรายได้ได้เมื่อเจ้าของช่องอยู่ในโปรแกรมพาร์ตเนอร์ YouTube (YPP) ซึ่งจะต้องมีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์การมีสิทธิ์อย่างใดอย่างหนึ่ง

รายได้ที่ YouTuber ได้รับทั้งหมดเรียกว่า RPM (Revenue Per Mile) เกิดจากผลรวมของช่องทางรายได้จากรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

- **มีผู้ติดตาม 1,000 คนและมีเวลาในการรับชมวิดีโอสาธารณะที่เข้าเกณฑ์ 4,000 ชั่วโมงในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา**
- **มีผู้ติดตามครบ 1,000 คนพร้อมด้วยยอดดู Shorts สาธารณะที่เข้าเกณฑ์ 10 ล้านครั้งในช่วง 90 วันที่ผ่านมา**

รายได้จากโฆษณา: จะได้รับเมื่อมีผู้เข้าชมโฆษณา โดยคำนวณอัตรารายได้ต่อการแสดงผลโฆษณา 1,000 ครั้งบน YouTube หรือCPM (Cost Per 1,000 Impressions) โดยผู้ชมโฆษณาจะต้องใช้เวลาในการดูโฆษณานั้น ๆ ขั้นต่ำ 30 วินาที จึงจะนับเป็น 1 ครั้ง และอัตรา CPM Rate ของแต่ละประเทศระบุไว้แตกต่างกัน สำหรับประเทศไทยค่า CPM Rates ปี 2566 อยู่ที่ 0.30 USD หรือ 10.13 บาท (อัตราแลกเปลี่ยนเมษายน 2566)

ค่าสมัครสมาชิกช่อง (Membership): สมาชิกจะชำระเงินตามรอบแบบรายเดือน เพื่อแลกกับสิทธิพิเศษที่ YouTuber มอบให้ โดย YouTuber ได้รับรายได้ 70% ของยอดค่าสมัคร ทั้งนี้ หาก YouTuber เข้าร่วม MCN (Multi-Channel Network) หรือเป็นเครือข่ายแบบหลายช่องทาง รายได้ที่ได้รับอาจถูกหักค่าดำเนินการเพิ่มเติม

Super Thanks, Super Chat และ Super Stickers: แฟน ๆ จะชำระเงินเพื่อไฮไลต์ข้อความหรือภาพเคลื่อนไหวของตนเองในแช็ตของสตรีม โดย YouTuber ได้รับรายได้ 70% ของยอดการส่งแต่ละครั้ง หาก YouTuber เข้าร่วม MCN รายได้ที่ได้รับอาจถูกหักค่าดำเนินการเพิ่มเติม

YouTube Shopping: ระบบสร้างร้านค้าบนคลิป ปัจจุบันประเทศไทยไม่ได้อยู่ในประเทศ/ภูมิภาคที่เข้าร่วมเงื่อนไขนี้

Premium

รายได้จาก YouTube Premium: รับค่าบริการส่วนหนึ่งจาก YouTube Premium เมื่อสมาชิกที่สมัคร YouTube Premium รับชมเนื้อหา โดย YouTube Premium จะแบ่งค่าธรรมเนียมเป็นรายได้อิงตามจำนวนสมาชิกที่ดูเนื้อหาของช่อง

การมียอดผู้ติดตามช่อง (subscriber) สูง หรือยอดเข้าชมสูง แต่ผู้ติดตามไม่ได้ชมโฆษณาบนคลิปวิดีโออย่างน้อย 30 วินาที หรือคลิกลิงก์โฆษณา จะไม่สามารถนำมาคำนวณเป็นรายได้ได้ แต่จำนวนผู้รับชมและจำนวนยอดผู้ติดตามสูงก็อาจนำไปสู่การสร้างรายได้ตามข้อ 2 - 5 ได้ อีกทั้งคอนเทนต์ที่ดี มีผู้รับชมสูง ยังสามารถดึงดูดสปอนเซอร์ ให้จ้าง YouTuber ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย เป็นรายได้อีกทางที่มูลค่าสูงไม่แพ้กันแทน

สื่อปลอดภัย ไม่ทำเงิน จริงหรือ?

หลายคนมักตั้งข้อสงสัยว่า ‘สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์’ สามารถสร้างแรงดึงดูดใจและสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตได้จริงหรือ เมื่อปัจจุบันกระแสสื่อบันเทิงประเภทดราม่าและข่าวฉาว สามารถส่งอิทธิพลต่อความคิดของผู้คนจำนวนมาก ทั้งยังเรียกยอดไลก์และยอดเข้าชมได้สูงกว่า

เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันและไม่ติดกับดักวาทกรรม ‘คนไทยชอบดราม่า’ และ ‘สื่อสาระดีมักไม่ทำเงิน’ คอลัมน์ Extra ฉบับนี้ จึงชวนทุกท่านลองทบทวน วิเคราะห์ และทำความเข้าใจข้อเท็จจริงนี้ ผ่านนิยามของคำ ‘สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์’ ไปพร้อมกัน

คำว่า ‘สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์’ หมายถึง สื่อที่มีเนื้อหาส่งเสริมศีลธรรม จริยธรรม วัฒนธรรมและความมั่นคง ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การเรียนรู้ทักษะการใช้ชีวิตของประชาชนโดยเฉพาะเด็กและเยาวชน และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัวและสังคม รวมถึงการส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามัคคีและสามารถใช้ชีวิตในสังคมที่มีความหลากหลายได้อย่างเป็นสุข (พระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ. 2558, 2558)

ดังนั้น หากกล่าวถึงสื่อที่ได้รับความนิยม มียอดไลก์ยอดเข้าชมสูง และมีความสามารถสร้างรายได้ ไม่ว่าสื่อนั้นจะเข้าข่ายสื่อปลอดภัยหรือไม่ สื่อทุกประเภทล้วนมีความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างรายได้อย่างเสมอภาคทัดเทียมกัน เพราะปัจจัยสำคัญสำหรับสร้างความนิยมในการรับชมอยู่ที่วิธีการนำเสนอ หรือการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้งาน กล่าวคือ แม้เรื่องราวและประเด็นที่นำเสนอจะเป็นเรื่องเชิงวิชาการที่เข้าใจยาก หากผู้ผลิตสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์มาพลิกแพลง สรุปเนื้อหาให้เข้าถึงง่ายและน่าสนใจ ก็สามารถสร้างไวรัลเข้าถึงคนหมู่มาก สร้างความประทับใจ และส่งสารที่ต้องการสื่อไปถึงผู้บริโภคได้เช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ หากพิจารณาเปรียบเทียบในแง่เส้นทางการสร้างรายได้ ผู้ผลิตที่นำเสนอเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อสังคมยังได้รับการชื่นชม ซึ่งถือเป็นต้นทุนเครดิตที่ช่วยดึงดูดให้ลูกค้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และแบรนด์สินค้าต่าง ๆ สนใจติดต่อเพื่อขอเป็นสปอนเซอร์ หรือบางกรณีอาจติดต่อให้เป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์อีกด้วย เนื่องจากมีภาพลักษณ์ดี ช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ไปในเชิงบวก

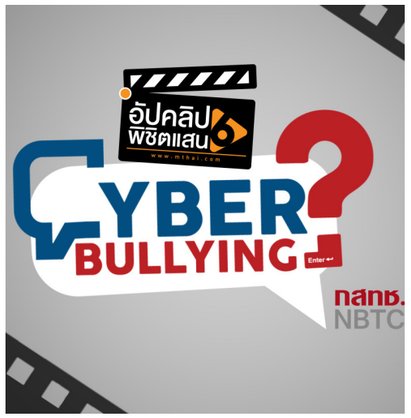
สื่อดีกวักเงินได้ทางไหนบ้าง

แน่นอนว่าเมื่อทราบความเป็นไปได้ด้านการสร้างรายได้จากสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แล้ว สิ่งที่ไม่ควรพลาดต่อมาคือกลไกและช่องทางการสร้างรายได้ผ่านการผลิตสื่อ โดยเฉพาะบนโลกดิจิทัล เพราะปัจจุบันแพลตฟอร์มต่าง ๆ เอื้อประโยชน์ให้ทุกคนไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตสื่อแบบสมัครเล่นหรือผู้ผลิตสื่อมืออาชีพสามารถสร้างรายได้ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. จำหน่ายลิขสิทธิ์บนแพลตฟอร์ม Streaming เช่น การผลิตสื่อและขายลิขสิทธิ์รายการ ภาพยนตร์ หรือซีรีส์แก่ Netflix ผู้ผลิตสื่อจะได้รับรายได้มาจากการซื้อขาดลิขสิทธิ์ (Fixed Fee) เพื่อฉายบนแพลตฟอร์มในช่วงเวลาหนึ่ง หรือกรณีผลิตสื่อรูปแบบ Netflix original ผู้ผลิตจะได้รับการสนับสนุนทุนการผลิตจาก Netflix พร้อมกำไรอีกจำนวนหนึ่ง
2. รับคอมมิชชั่นจากการผลิตสื่อแนวรีวิว นำเสนอประสบการณ์หรือความรู้การใช้งานสินค้าและบริการด้วยคลิปสั้นหรือบทความ จากนั้นนำลิงก์โปรโมตสินค้าวางไว้บนหน้าโปรไฟล์ เป็นกระแสการตลาดปัจจุบันที่เรียกว่า Affiliate Marketing ซึ่งผู้รีวิวจะได้รับรายได้ในรูปแบบ Passive Income วิธีการพิจารณาค่าคอมมิชชั่นเป็นไปตามเงื่อนไขของแพลตฟอร์มนั้น ๆ โดยมากมักคำนวณขึ้นจากปริมาณของผู้ที่คลิกลิงก์ที่แปะเพื่อเข้าถึงเว็บไซต์หรือกดซื้อสินค้าและบริการ
3. รายได้จากระบบสมัครสมาชิก ระบบการให้ของขวัญ ระบบการชมโฆษณา รายได้นี้มาจากผู้ผลิตสื่อที่ทำหน้าที่เป็น Creator สร้างช่องบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ อาทิ YouTube Twitch หรือ TikTok ซึ่งบนแพลตฟอร์มเหล่านี้มักมีกลไกการสร้างรายได้ที่ใกล้เคียงกัน
4. รายได้จากการว่าจ้างในฐานะ Influencer รายได้ส่วนนี้มักไม่ได้มาจากการผลิตสื่อโดยตรง แต่เป็นงานรับจ้างซึ่งเป็นผลพลอยได้หลังผู้ผลิตสื่อสามารถสร้างสื่อคุณภาพที่มีกระแสนิยม มีผู้ติดตามสูง ทำให้นักการตลาดแต่ละแบรนด์สนใจติดต่อว่าจ้าง
5. ขายสื่อความรู้ ขายคอร์สออนไลน์ สำหรับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญสามารถผลิตสื่อความรู้และรายการต่าง ๆ ในรูปแบบ exclusive สามารถผลิตสื่อที่ต้องสมัคร ลงทะเบียน เพื่อเข้าถึง โดยการนำเสนออาจอยู่ในรูปแบบคลิป หรือขายคอร์สเพื่อเข้าเรียนในรูปแบบ Live

อย่างไรก็ตาม นอกจากการใช้เงินทุนตัวเองในการผลิตสื่อ เพื่อนำมาหารายได้ในช่องทางรายรับ 5 รูปแบบข้างต้น ซึ่งเป็นวิธีที่ผู้ผลิตสื่อส่วนใหญ่ทำอยู่ ในบางกรณีผู้ผลิตสื่อที่มีความสามารถและต้องการผลิตสื่อปลอดภัยที่มีรายละเอียดขั้นตอนซับซ้อนหรือมีต้นทุนการผลิตสูง แต่ขาดเงินทุนในการผลิต ภาครัฐและภาคเอกชนหลายองค์กรมอบโอกาสโดยให้การสนับสนุนผ่านการจัดตั้งโครงการต่าง ๆ ช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการผลิตสื่อไทยคุณภาพเข้าสู่สังคม

ตัวอย่างหน่วยงานการสนับสนุนภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) รับสมัคร “นักท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” ให้เงินสนับสนุนกว่า 5 แสนบาท พร้อม Voucher ท่องเที่ยว และของรางวัลอื่นๆ เพื่อเป็นงบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวและผลิตคอนเทนต์ โดยผู้สมัครที่รับคัดเลือกต้องมีคุณสมบัติในการผลิตสื่อทั้งรูปแบบการเขียนคอนเทนต์ ถ่ายภาพหรือผลิตคลิปวิดีโอและมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์คอนเทนต์ไม่จำกัดแพลตฟอร์ม



บางการสนับสนุนก็อยู่ในรูปแบบของการชิงรางวัล เช่น สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ร่วมกับเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม จัดทำโครงการ “อัปคลิปพิชิตแสน” โครงการประกวดคลิปหรือภาพยนตร์สั้น เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้นักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ได้แสดงความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการผลิตคลิปหรือหนังสั้นเชิงส่งเสริมสังคมถึงการใช้สื่อออนไลน์ โดยผู้ชนะเลิศจะได้รับรางวัลทุนการศึกษา จำนวน 100,000 บาท

ตัวอย่างการสนับสนุนร่วมกันระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐ เช่น SCG SCGC สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และเครือข่ายจัดโครงการประกวดคลิปวิดีโอ ‘หนูน้อยกู้โลก’ สำหรับโรงเรียนอนุบาล-ประถมศึกษาทั่วประเทศ ให้ผลิตคลิปวิดีโอนำเสนอแนวคิดสุดเจ๋งและสร้างสรรค์ในการจัดการถุงนมโรงเรียนใช้แล้ว ผู้ชนะจะได้รับรางวัลทุนการศึกษากว่า 100,000 บาท

สำหรับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เป็นองค์กรที่มีภารกิจสำคัญในการรณรงค์ ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สู่สังคม ผ่านการจัดสรรทุนสำหรับการผลิตสื่อโดยตั้งแต่ปี 2560 - 2565 กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ จัดสรรทุนสนับสนุนไปทั้งสิ้นกว่า 700 โครงการ รวมเป็นงบประมาณกว่า 1,700 ล้านบาทและยังคงดำเนินการจัดสรรทุนต่อเนื่องเพิ่มเติมเป็นประจำทุกปี

สื่อทุกชิ้นที่สร้างสรรค์โดยโครงการที่ได้รับการสนับสนุนทุนจากกองทุนพัฒนาสื่อฯ ล้วนผ่านการคัดกรองแล้วว่าเป็นสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ผู้ผลิตสามารถสร้างรายได้ ซึ่งเป็นมูลค่าทางสังคมและเศรษฐกิจ และมีคุณค่าต่อสังคมไทย ปัจจุบันกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ยังคงมุ่งให้การสนับสนุนจัดสรรทุนตามวัตถุประสงค์การจัดตั้ง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการผลิตสื่อน้ำดีสู่สาธารณะเสมอมา โดยทุกท่านสามารถเยี่ยมชมและติดตามผลงานสื่อต่าง ๆ ที่สนใจได้ผ่านช่องทางเว็บไซต์ https://www.thaimediafund.or.th/

“โครงการผู้เฒ่ากับดาวรุ่ง”

โครงการ ‘ผู้เฒ่ากับดาวรุ่ง’ เป็นโครงการผลิตสื่อสารคดี จำนวน 12 ตอน ที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ดำเนินการผลิตโดย บริษัท ป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด เผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ ดิจิทัลทีวี หรือ ALTV ได้แก่ Facebook เกษตรไทยไอดอล Facebook คนหัวใจแกร่ง และ Thai PBS และ ALTV

สื่อสารคดีผู้เฒ่ากับดาวรุ่ง มุ่งเน้นการลดปัญหาช่องว่างระหว่างวัย โดยมีอาชีพหรือนวัตกรรมเป็นตัวกลางในการเล่าเรื่อง นำผู้ชมย้อนไปดูเหตุการณ์หลายอย่างที่เป็นปัญหาของคนสองรุ่น ซึ่งมีผลต่อเส้นทางสายอาชีพของพวกเขา และนำเสนอความคิดเห็นที่แตกต่างต่างของคนที่มีวัยแตกต่างกัน

ผลลัพธ์ที่ได้หลังการนำเสนอรายการ ไม่เพียงผู้ชมให้ความสนใจรับชมจำนวนมาก แต่ยังเกิดความสนใจในอาชีพ หรือนวัตกรรมของ ‘ดาวรุ่ง’ หรือคนรุ่นใหม่ ทั้งยังสนใจซื้อมาใช้ บริโภค และสนใจอยากลงมือทำ โดยวัดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นจากการจำหน่ายทั่วไปอย่างชัดเจน สื่อสารคดีชุดนี้ทำงานในฐานะซอฟต์พาวเวอร์และมีส่วนส่งแรงกระเพื่อมสร้างความสนใจในระดับนโยบายของหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะงานภาคการเกษตรให้เห็นนวัตกรรมอาชีพใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อให้เกิดการส่งเสริม อบรม ให้ความรู้กับประชาชนนำไปสู่การสร้างรายได้เพิ่มขึ้นในอนาคต

ถอดรหัสวิธีคิด
เพื่อลงทุนผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

แม้ “กำไร” จะเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่สำคัญของการดำเนินกิจกรรมโดยทั่วไป แต่สำหรับการผลิตสื่อนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยเชิงสังคมที่เกี่ยวข้องร่วมด้วยเสมอ เพราะสื่อมีอิทธิพลสำคัญทางความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ และสามารถชี้นำสังคมได้ ดังนั้น การประเมินมูลค่าของผลผลิตสื่อที่มีคุณภาพจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม หรือ SROI ควบคู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน ซึ่งมีผลต่อการเรียนรู้และพัฒนาการในมิติต่าง ๆ ของเด็ก วันนี้เราจะชวนมาทำความเข้าใจวิธีประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อถอดรหัสฐานคิดในการให้ทุนสนับสนุนโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของกองทุนฯ ให้เกิดความคุ้มค่าต่อเศรษฐกิจและสังคมมากที่สุด

รู้จัก SROI

Social Return on Investment - SROI คือ ผลตอบแทนทางสังคม หมายถึง การนำผลลัพธ์ด้านสังคม (Social Impact) มาคำนวณหา “มูลค่า (Monetized Value)” เป็นตัวเงิน แล้วเปรียบเทียบกับมูลค่าทางการเงินของต้นทุนที่ใช้ไปในการดำเนินกิจการ เพื่อดูว่ากิจการสร้างผลลัพธ์ทางสังคมคิดเป็นมูลค่าเท่าไร ต่อเงิน 1 บาทที่ลงทุนไป

สูตรการคำนวณ SROI

$$SROI = \frac{\text{มูลค่าทางเศรษฐกิจ + มูลค่าทางสังคม}}{\text{งบประมาณของโครงการ}}$$

ตัวชี้วัดผลลัพธ์ด้านสังคม 4 มิติ

- มิติด้านประสิทธิภาพ
- มิติด้านประสิทธิผล
- มิติด้านคุณภาพการให้บริการ
- มิติด้านการพัฒนาองค์กร

มูลค่าตอบแทนทางสังคม

จากการให้ทุนโดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ประเภท Open Grant 14 โครงการ

ทุกโครงการมี SROI อยู่ระหว่าง 42.25 - 227.37 บาท

มูลค่า SROI สูงสุด 3 โครงการแรก ได้แก่

โครงการรายการโทรทัศน์ชุด ฉงน ฉงาย สองควายช่างสงสัย

1 บาท = 227.37 บาท

โครงการผลิตสื่อแอนิเมชันเพื่อเยาวชนบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างเหมาะสม

1 บาท = 171.59 บาท

โครงการ “ระนาดเอกทางเปลี่ยน” ภาพยนตร์เพื่อสร้างโรงเรียนที่สร้างคนให้ “คิดเป็น มีทักษะ มีหิริโอตตัปปะ”

1 บาท = 150.77 บาท

ประเภท Strategic Grant 16 โครงการ

ทุกโครงการมี SROI อยู่ระหว่าง 27.27 - 140.58 บาท

มูลค่า SROI สูงสุด 3 โครงการแรก ได้แก่

โครงการหนังสั้นเพื่อรณรงค์การหยุด Bully ในโลกออนไลน์ “หยุดระรานผ่านออนไลน์”

1 บาท = 140.58 บาท

โครงการเมื่อโลกไซเบอร์ธิงแกฉัน: ผลกระทบและการป้องกันในเยาวชนผ่านสื่อสร้างสุข

1 บาท = 129.54 บาท

โครงการสื่อสร้างสรรค์การศึกษาและการเรียนรู้ ก้าวสู่การเป็นพลเมืองคุณภาพ ในศตวรรษที่ 21

1 บาท = 102.85 บาท

คลายฉงนเรื่องผลกำไร Case Study “ฉงน ฉงาย สองควายช่างสงสัย”

คลายฉงนเรื่องผลกำไร Case Study “ฉงน ฉงาย สองควายช่างสงสัย” มูลค่า SROI จากโครงการรายการโทรทัศน์ชุด ฉงน ฉงาย สองควายช่างสงสัย

ประโยชน์ที่ได้จากการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเรียน

(คำนวณจากจำนวนชั่วโมงเรียนฯ จำนวนนาทีออกอากาศ จำนวนผู้ชม เป็นต้น)

18,614,666.67 บาท

ผลตอบแทนทางอ้อมที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว

(ระยะเวลาการศึกษาของเด็กอายุ 4-14 ปี อัตราผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาของเด็กประถมฯ เป็นต้น)

663,481,774.63 บาท

งบประมาณที่ใช้ในโครงการ

3,000,000.00 บาท

$$SROI = \frac{\text{มูลค่าทางเศรษฐกิจ + มูลค่าทางสังคม}}{\text{งบประมาณของโครงการ}}$$

$$SROI = \frac{682,096,441.30}{3,000,000.00}$$

SROI มีค่าเท่ากับ **227.37**

เงิน 1 บาทที่ใช้ดำเนินโครงการ เกิดมูลค่าขึ้นเท่ากับ 227.37 บาท

6 ปัจจัย สู่ความสำเร็จ

“ฉงน ฉงาย สองควายช่างสงสัย”

- ผู้ผลิตเชี่ยวชาญผลิตรายการโทรทัศน์มากกว่า 26 ปี
- ผ่านการประเมินจากนักวิชาการเฉพาะด้านว่าเป็นสื่อที่ดีสำหรับเด็กปลอดภัย และสร้างสรรค์
- มีบุคลากร อุปกรณ์ และงบประมาณเพียงพอ ใช้งบประมาณมีประสิทธิภาพน้อยกว่าที่ตั้งไว้
- ยอดผู้ชมมากกว่าเป้าหมาย ตั้งเป้า 1 ล้านคน ผู้เข้าชม 1.2 ล้านคน
- เผยแพร่ทางทีวีที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกว้างขวาง ครอบคลุมทั่วประเทศ
- ออกอากาศซ้ำทางช่อง ALTV และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสจ้างผลิตรายการต่อเนื่องอีก 1 ชุด จำนวน 50 ตอน เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ YouTube และ Facebook มียอดผู้ชมรวมมากกว่า 50,000 คน

การประเมินมูลค่าของผลผลิตสื่อที่มีคุณภาพ ต้องใช้วิธีการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมควบคู่ไปด้วย หากมองแค่มิติเชิงมูลค่าตัวเงิน โดยไม่ได้คำนึงถึงการรวมผลตอบแทนทางสังคม อาจทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสังคม

ที่มา: ผลการศึกษาโครงการจ้างดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และถอดบทเรียนผลงานสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน โดยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

SOFT POWER & CREATIVITY

คุณค่าและมูลค่าที่ประเมินไม่ได้

ภาษา ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เอกลักษณ์ไทยที่บ่งบอกความเป็นชาติไทยอย่างชัดเจน ล้วนมีประวัติศาสตร์ยาวนาน เป็นรากฐาน “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่ทรงคุณค่า และสามารถสร้างสรรค์เพิ่มมูลค่า เป็น Soft Power ของไทย ที่มูลค่ามหาศาล

คอลัมน์ Spotlight ฉบับนี้ ชวนไปรู้จัก 4 โครงการ ภายใต้การสนับสนุนของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่ส่งเสริม “ความคิดสร้างสรรค์” ผนวกกับ “Soft Power” ของไทย ด้วยมุมมองใหม่ ๆ ให้ลงตัว กลมกล่อม พร้อมเผยแพร่สู่สายตาชาวโลกอย่างเต็มภาคภูมิ

- **ฤดูใหม่ ไทยเดิม:** เพลงไทยเดิม แสนไพเราะ Soft Power ของไทยที่นำมาเล่ารูปแบบใหม่ผ่านดนตรีสากล 3 ฤดูกาล ร้อน หนาว ฝน เพื่อให้เข้าถึงไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ที่ฟังได้ง่ายขึ้น
- **ถักทอวัฒนธรรม:** การพัฒนางานศิลปะร่วมสมัยที่ผสานอัตลักษณ์วัฒนธรรมพื้นถิ่นอีสานและศิลปะอิสลามที่วิจิตรบรรจงถักทอบนผืนผ้า ร่วมผลักดันแฟชั่นจากผืนผ้าท้องถิ่นสู่ตลาดสากลกับแบรนด์ “เลอค่านิส”
- **พุทธธรรม พุทธศิลป์ พุทธคุณ ค้ำจุนโลก:** สารคดีถ่ายทอดความงามผ่านพุทธธรรม พุทธศิลป์ พุทธคุณ เรียนรู้เสน่ห์แห่ง “วัตถุมงคล” ที่ชักนำสร้างพลังบวกนำทางชีวิต ที่แม้แต่ชาวต่างชาติยังให้ความสนใจ
- **รายการข่าโง่:** รายการที่ให้สาระและบันเทิง พร้อมเตือนภัยชาวบ้านให้รู้เท่าทันมิจฉาชีพ ด้วยการนำเสนอแง่กฎหมายง่าย ๆ จากทนายดัง “สงกาญ์ อัจฉริยะทรัพย์”

ฤดูใหม่ ไทยเดิม กับคนรุ่นใหม่

เพลงไทยเดิม “ลาวเสี่ยงเทียน” ถูกนำมาประกอบละครพระลอ สาวเครือฟ้าและอื่น ๆ อีกมาก ด้วยทำนองคุ้นหู ถูกนำมาเรียบเรียงทำใหม่ โดย นายท้าย-บทละคร จันทร์เรือง หัวหน้าโครงการฤดูใหม่ ไทยเดิม (Thaiderm in Season) โครงการที่ได้รับทุนประเภทเปิดรับทั่วไป (Open Grant) ส่งเสริมและสนับสนุนเด็กและเยาวชน ที่มีวัตถุประสงค์ให้เพลงไทยเดิมเข้าถึงไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ง่ายขึ้น

แรงบันดาลใจมาจากที่สมัยยังเด็กได้เรียนและลองเล่นดนตรีไทย แต่เมื่อเข้าไปเรียนในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยศิลปากร ก็หันมาสนใจกีตาร์ Jazz และรู้สึกว่าเพลงไทยเดิมค่อย ๆ หายไป เช่นเดียวกับที่วัยรุ่นรู้สึกว่า ดนตรีไทยต้องฟังที่วัด หรือในงานพิธีการ เมื่อเริ่มทำโครงการฯ จึงได้กลับมาฟังดนตรีไทยอย่างลึกซึ้ง และค้นพบว่า “ดนตรีไทยสวยงามกว่าที่คิดไว้มาก” จึงอยากทำให้ดนตรีไทยเข้าถึงคนทุกเพศทุกวัยกว้างขวางขึ้น สามารถฟังเพลงไทยได้ทุกเวลาในชีวิตประจำวัน จึงลองนำดนตรีไทยมาสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ที่เข้าถึงคนฟังได้ง่ายกว่าเดิม

“ดนตรีไทยไม่ใช่ของขึ้นหิ้ง แต่เป็นสิ่งจับต้องได้ วัยรุ่นเล่นดนตรีไทยก็เท่ได้ แม้จะมีมาแต่โบราณ แต่เรานำแก่นของดนตรีมาปรับให้เข้ากับสิ่งที่เราสนใจหรือยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ให้ดนตรีไทยเติบโตไปในทิศทางปัจจุบัน พัฒนาไปให้ชาวต่างชาติเห็น ซึ่งไม่ได้เป็นรูปแบบเดิมเท่านั้น แต่สร้างสรรค์มากขึ้น ฟังง่ายและเปี่ยมไปด้วยสุนทรีย์”

สำหรับผลงานในโครงการฯ นี้ ได้นำผลงานของหลวงประดิษฐ์ไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง) อันถือเป็นต้นตระกูลของครอบครัว นำมาทำดนตรีใหม่ 5 บทเพลง ผ่านท่วงทำนอง 3 ฤดูกาล คือ ร้อน หนาว ฝน โดยเลือกบทเพลงมาสร้างคอร์ดใหม่ อิงจาก Melody ไทยเดิม แต่ไม่ได้ใช้ทั้งเพลง เลือกท่อนที่เหมาะกับสไตล์ของเพลงบรรเลง โดยใช้กีตาร์ Jazz เป็นเครื่องดนตรีหลัก และมีองค์ประกอบของเครื่องดนตรีไทย ระนาด ฉิ่ง เล่าเรื่องประกอบ Visual Arts เป็นคลิปวิดีโอเผยแพร่ทางช่องทาง Thaiderm in Season

“ผลตอบรับดีมาก เป็นที่ชื่นชอบและชื่นชมของครูดนตรีไทย บทเพลงสามารถเล่าเรื่องส่งต่อสุนทรียะไปสู่คนฟัง นอกจากนี้ ได้จัดคอนเสิร์ตเมื่อปลายปี 2565 มีผู้เข้ามาชมจำนวนมาก ทุกคนสนับสนุนให้ทำโครงการต่อยอดเพราะดนตรีไทย เพลงไทย เป็นซอฟต์พาวเวอร์ที่สามารถนำมาต่อยอดและสร้างสรรค์ มีคุณค่าในตัวเอง ไม่แพ้ชาติอื่นใด”

ติดตามผ่านช่องทางยูทูบ

5 บทเพลง ฤดูใหม่ ไทยเดิม

1. **เสี่ยงเทียน** บทเพลงฤดูร้อน ความอบอุ่นที่มากับท่วงทำนองแฝงความเศร้าของเพลงไทยเดิมต้นฉบับ
2. **โหมโรงกระแตไต่ไม้** เพลงฤดูร้อน ความสนุก ๆ แบบไทย ด้วยเสียง ฉิ่ง ฉับ กรับ โหม่ง เล่าถึงความสนุกสนาน และการออกไปใช้ชีวิต
3. **ชมแสงจันทร์** เพลงฤดูหนาว บทเพลงรักที่ฟังง่ายและรู้สึกถึงความสุขที่สุดในบรรดาทุกเพลง
4. **กรวญหา** เพลงฤดูหนาวที่เป็นฤดูแห่งความเหงา ให้รู้สึกถึงความต้องการบางสิ่งเพื่อคลายเหงา
5. **แสนคำนึง** เพลงฤดูฝน บอกเล่าเรื่องราวที่ซ่อนแม้กาลเวลาจะผ่านไป แทนความรู้สึกเศร้าแต่มีความหวัง

ถักทอวัฒนธรรมผ้า “อีสาน-มุสลิม”

นับเป็นครั้งแรกของโลกในการค้นหาจุดบรรจบร่วมกันระหว่างสองวัฒนธรรม โดยใช้ศิลปะอิสลามมาเชื่อมร้อยเป็นงานทางวัฒนธรรมในมิติใหม่ที่มีมูลค่าและคุณค่าเป็นอย่างยิ่ง

ผ้าทออีสาน: จากวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ในตลาดมุสลิม เป็นอีกหนึ่งโครงการที่กองทุนพัฒนาสื่อฯ สนับสนุนการขับเคลื่อนซอฟต์พาวเวอร์ ทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นไทย โดยสุวัยบ๊ะห์ ประพฤติชอบ หัวหน้าโครงการฯ บอกถึงที่มาว่า เกิดจากความชื่นชอบวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน ซึ่งตนเองเป็นมุสลิมที่อาศัยอยู่ที่จังหวัดอุดรธานี มีไอเดียว่าอยากทำให้พี่น้องมุสลิมทั่วประเทศได้รู้จัก “อีสาน” มากขึ้น จึงทำหน้าที่เหมือนเป็นสะพานเชื่อมวัฒนธรรม 2 กลุ่ม ผ่านการค้าขาย ภายใต้แนวคิด สันติสุข I มั่นคั่ง I ยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการทำโครงการฯ เพื่อนำเสนอต้นทุนภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมให้ชาวมุสลิมได้รู้จักเกี่ยวกับผ้าไทย ซึ่งแสดงจุดร่วมความเป็นไทย ส่วนผ้าบาติกเป็นการแสดงจุดร่วมวัฒนธรรมของอินโดมาเลย์ที่ผนวกกับศิลปะอิสลาม เป็นการดึงดูดให้มุสลิมหันมาใส่ผ้าไทย โดยนำศิลปะอิสลามมาออกแบบประยุกต์ลวดลายใส่ในผ้าไทย

การทำงานเป็นรูปแบบเชิงวิจัยและพัฒนา ค้นคว้าหาความรู้ พัฒนาผู้ประกอบการผ้าทอในพื้นที่ภาคอีสานจนเกิดการพัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ โดยได้ปราชญ์ชาวบ้านเป็นผู้ถอดรหัสออกแบบลายผ้า 20 แบบ จากผ้าทออีสาน 5 จังหวัดที่มีความโดดเด่นต่างกัน ได้แก่ อุดรธานี สกลอุดร ขอนแก่น กาฬสินธุ์ และหนองคาย จากนั้นชักชวนให้ช่างทอผ้าทดลองทอผ้าตามลวดลายที่ถอดแบบออกมา ผ้าทอที่ออกมาสวยงาม จึงรวมกลุ่มฝึกอบรมรุ่นแรก จำนวน 60 คน

นอกจากเรียนรู้ลายผ้าใหม่ ๆ ยังอบรมเรื่องการตลาดออนไลน์ Fashion Design สำหรับมุสลิม ควบคู่กับการถ่ายคลิปวิดีโอเพื่อไม่ให้ความรู้ตกหล่น ออกมาเป็นสื่อสารคดีสั้น 10 ตอน นำเสนอภาพลักษณ์และความสวยงามของทุนวัฒนธรรมไทยที่มีในท้องถิ่นอีสาน ให้สามารถเข้าถึง จับต้องได้ และสร้างรายได้กลับคืนสู่ชุมชน โดยมีบริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ร่วมถอดบทเรียนและขยายผลเผยแพร่คลิปวิดีโอ ผ่านรายการคนค้นคน และกองทุนพัฒนาสื่อฯ

“เปิดตัวครั้งแรกที่งานแสดงสินค้าและการประชุมสัมมนานานาชาติด้านฮาลาล 2565 (World HAPEX Thailand 2022) ทุกคนไม่นึกว่า ผ้าทออีสานจะสามารถออกแบบลวดลายอย่างศิลปะมุสลิมได้สวยงาม สำหรับลวดลายตัวผ้าเป็นลายเชิงผ้าทางวัฒนธรรม ผนวกกับลายใหม่ที่เป็นศิลปะมุสลิม ให้ความรู้สึกผ้าถูกทอมาเพื่อพวกเราชาวมุสลิม”

ไม่เพียงเท่านั้น โครงการฯ ได้ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ หาโอกาสที่จะนำผ้าไทยอีสานสู่ตลาดตะวันออกกลาง ซึ่งมีกำลังซื้อและพร้อมอุดหนุนสินค้าไทย เพื่อพัฒนาทุนวัฒนธรรมให้เกิดเป็นมูลค่าที่จับต้องได้จริง โดยเปิดตัวแบรนด์ “LE'KANIS” เพื่อการเข้าถึงการตลาดมุสลิมอีกด้วย สามารถติดตามความเคลื่อนไหวของโครงการได้ที่ www.lekanis.com หรือ facebook.com/lekanis.th สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ทาง 081-537-5779

ชมสารคดีสั้นเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างคนสองวัฒนธรรม
https://www.youtube.com/@Tvburabhaofficial

พุทธธรรม พุทธศิลป์ พุทธคุณ ค้ำจุนโลก

นิตยสาร อนุรักษ์

พระพุทธศาสนาเป็นศาสนาประจำชาติไทยมีประวัติศาสตร์สืบต่อเนื่องกันมา ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของชาติส่วนใหญ่มีพื้นฐานมาจากพระพุทธศาสนา ด้วยความเลื่อมใสศรัทธาในพระธรรม คำสอน เรื่องราวของพุทธศิลป์ และพุทธคุณอันเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจชาวพุทธมาช้านาน

อาภาภรณ์ โกศลกุล หัวหน้าโครงการสารคดีพุทธธรรม พุทธศิลป์ พุทธคุณ ค้ำจุนโลก ผู้ก่อตั้งนิตยสารอนุรักษ์ และคอลัมนิสต์ไทยรัฐ สนามพระวิภาวดีโดยสีกาอ่าง บอกเล่าที่มาของโครงการฯ ว่า ด้วยความที่คลุกคลีกับวงการพระเครื่องเมืองไทยมาอย่างยาวนาน เมื่อศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้งได้พบปฏิปทาของหลวงพ่อผู้สร้างวัตถุมงคลทั้งหลาย กลายเป็นพลังบวกที่นำพาจิตใจไปในทิศทางที่ดี จึงอยากทำสารคดีนี้ขึ้น

"วัตถุมงคลชิ้นหนึ่งมิใช่เพียงสิ่งเคารพบูชา แต่มีคุณค่าทางศิลปะ โบราณคดี ประวัติศาสตร์ ในแง่พุทธคุณที่บอกเล่าวิธีการสร้างวัตถุมงคล ที่มาของมวลสารต่าง ๆ เช่น น้ำจากใจกลางมหาสมุทร ดินจากที่ประสูติของพระพุทธเจ้า ทุกอย่างมีความหมาย ดังนั้น การสร้างวัตถุมงคล ถือเป็นกุศโลบายที่ชักนำให้คนทำความดี"

สำหรับโครงการนี้ ได้รับทุนสนับสนุนประเภทเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Grant) กลุ่มการสร้างมูลค่าจากประเด็นเชิงวัฒนธรรม (ซอฟต์พาวเวอร์) โดยผลิตสารคดีครอบคลุมเนื้อหาด้านวัตถุมงคล ซึ่งมีที่มาที่ไป ประวัติศาสตร์ ศิลปะ โบราณวัตถุ ภูมิปัญญา คุณค่าทางจิตใจ ความเชื่อ ความศรัทธา จัดทำเป็นคลิปวิดีโอ 10 ตอน เผยแพร่บทความเชิงวิชาการ 10 เรื่อง หลากหลายช่องทาง ทั้งแท็บลอยด์ นิตยสารอนุรักษ์ (Anurak Magazine) และสื่อออนไลน์ Facebook YouTube รวมยอดชม 8 แสนวิว และยังมีการถ่ายทอดออกมาถึง 3 ภาษา ทั้งภาษาไทย จีน อังกฤษ

"เราเลือกเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ทรงคุณค่า ทั้งด้านพุทธธรรม พุทธศิลป์ พุทธคุณ อย่างสุดยอดพระเครื่องชุดเบญจภาคี ที่สูงด้วยคุณค่าและมูลค่าซึ่งหายาก ในแง่มุมประวัติศาสตร์ภูมิปัญญาไทย เช่น การสร้างพระในสมัยโบราณโดยใช้ชันโรง ดินกากยายักษ์ที่มีสีดำสนิทเบี้ยแก้ การลงรักปิดทอง ซึ่งเป็นภูมิปัญญาไทยและมีหลักฐานอ้างอิง ส่วนบุคคลที่เป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวในแต่ละตอนก็ล้วนเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ"

โครงการฯ ได้จัดทำสารคดีสั้น ความยาว 8 นาที ทั้งสิ้น 10 ตอน และจัดทำคำบรรยาย 3 ภาษา ได้แก่ ไทย อังกฤษ และจีน เพื่อให้ชาวต่างชาติเข้ามาชมได้ด้วย นอกจากนี้ยังได้ทำ Focus Group อีก 3 ครั้ง ทั้งแบบออนไลน์ และลงพื้นที่พบปะแลกเปลี่ยน โดยชวนผู้คนหลายช่วงวัย รวมถึงชาวต่างชาติให้มาร่วมรับชมสารคดี และสะท้อนถึงสิ่งที่เขาได้รับ

"เบญจภาคี" สุดยอดพระเครื่อง

ประกอบด้วย พระสมเด็จวัดระฆัง พระรอดพระนางพญา พระผงสุพรรณ และพระซุ้มกอ เชื่อกันว่ามีพุทธคุณสูง คุ้มครองแคล้วคลาด ปลอดภัย ค้าขายร่ำรวย เจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานและเมตตามหานิยม

หลังชมสารคดีดังกล่าว ซึ่งคนไทยจะรู้สึกหวงแหน อยากอนุรักษ์ภูมิปัญญาและศิลปะไทยไว้ ส่วนชาวต่างชาติต่างเกิดความสนใจและอยากรู้เรื่องต่าง ๆ มากขึ้นอีก นับเป็นซอฟต์พาวเวอร์ที่ทรงพลังอย่างมาก

"ความเชื่อด้านวัตถุมงคลมีทุกชาติทุกภาษา สามารถอยู่ยั้งยืนมาได้จวบจนปัจจุบัน เพราะเป็นเรื่องดี เป็นของดี วัตถุมงคลหรือสิ่งเคารพบูชาเป็นสิ่งที่สามารถรวมใจ รวมพลัง มาสู่จุดเดียวกัน สร้างการยอมรับ นับถือซึ่งกันและกันได้ ฉะนั้นวัตถุมงคลคือสิ่งที่เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจของแต่ละชนชาติ และมีเรื่องราวของแต่ละชาติแฝงอยู่"

สแกนชมสารคดีที่นี่

ฆ่าโง่ เท่าทันเล่ห์เหลี่ยมมิจฉาชีพ

รายการ "ฆ่าโง่" รายการที่ดูแล้ว "คุณจะไม่เสียค่าโง่" หนึ่งในโครงการผลิตสื่อส่งเสริมการรู้ทันกลโกงหลอกลวงและการนำไปสู่การแก้ไขปัญหาด้วยกฎหมายอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผลงานผู้รับทุนประเภทเปิดรับทั่วไป (Open Grant) ประจำปี 2565 ที่สนับสนุนโดยกองทุนพัฒนาสื่อฯ

ปริญ เพชรมนต์ ผู้รับผิดชอบโครงการฯ เล่าถึงจุดเริ่มต้นในการทำงานว่า กฎหมายเป็นเรื่องเข้าใจยาก โดยเฉพาะภาษาด้านกฎหมายที่คนทั่วไปตีความได้ยาก หรือตีความผิดได้ จึงนำเอาเรื่องราวทางกฎหมายมาย่อยข้อมูลให้เข้าใจง่าย และใช้ละครสั้นจำลองการใช้ชีวิตประจำวันมาบอกเล่า โดยใช้นักแสดงเป็นดาราตลก และผู้ดำเนินรายการเป็นทนายสงกาญ์ อัจฉริยะทรัพย์ ซึ่งมีความความรู้ทางกฎหมาย แต่สามารถพูดคุยได้อย่างสนุกสนาน ทำให้สื่อน่าติดตาม สนุก และได้ประโยชน์ไปพร้อม ๆ กัน

แรงบันดาลใจอีกเรื่องมาจากการที่บริษัท เทโร เอ็นเทอร์เทนเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตรายการ "ฆ่าโง่" ได้ผลิตรายการถกไม่เถียง ที่จะมีผู้ร้องทุกข์เข้ามาในรายการค่อนข้างมาก ทำให้ทีมงานได้คลุกคลีกับปัญหาทุกข์ของชาวบ้านค่อนข้างลึก ข้อร้องทุกข์ในหลาย ๆ เรื่อง จึงนำมาสู่การให้ความรู้ด้านกฎหมายในรายการฆ่าโง่

"การดำเนินชีวิตในแต่ละวันล้วนเกี่ยวข้องกับกฎหมาย บางครั้งอาจเกิดกรณีพิพาทขึ้นในสังคมเพียงเพราะประชาชนไม่รู้กฎหมาย เช่น การใส่เครื่องปรุงในอาหารปริมาณมาก จนเหลือทิ้งและทำให้ร้านเสียหาย สัตว์เลี้ยงขึ้นไปบนรถของเพื่อนบ้าน การซื้อนกไปปล่อยเมื่อไปทำบุญแล้วถูกเรียกเก็บเงินจำนวนมาก การซื้อของออนไลน์ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้หากประชาชนได้รับความรู้ที่ถูกต้องก็จะทำให้ไม่ถูกหลอก สังคมเกิดความสุขสงบขึ้น การให้ความรู้ เป็นการเพิ่มภูมิคุ้มกันสังคมได้"

ปริญบอกอีกว่า รายการฆ่าโง่ยังได้ขยายผลการรับชม โดยมีการจัดกิจกรรมร่วมกับคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม นำนักกฎหมายและนักวิชาการไปร่วมตอบคำถามนักศึกษาในประเด็นปัญหาทางกฎหมายต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชน และตระหนักรู้เรื่องทางกฎหมายให้มากยิ่งขึ้น

รายการฆ่าโง่ ผลิตละครสั้นให้ความรู้ทางกฎหมายจำนวนทั้งสิ้น 40 ตอน ตอนละ 4 นาที ออกอากาศทางโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ มีการ live บนช่องทาง Facebook YouTube TikTok โดยมีผู้ติดตามรวม ๆ กันอยู่ที่ประมาณ 35 ล้านผู้ติดตาม ถือว่าได้รับความสนใจตอบรับที่ดีมาก ผู้ชมสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างสบาย ๆ

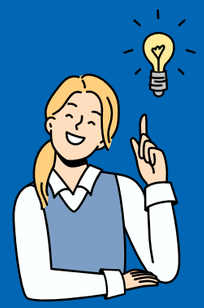
ในปี 2566 มีการปรับเวลาใหม่ และเพิ่มเวลาเป็น 10 นาที ต่อยอดจากเสียงตอบรับที่ดี

สแกนเพื่อดูย้อนหลัง

HOW TO CHECK

‘นวัตกรรมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์’

จดหมายข่าว TMF ฉบับนี้ เราคุยกันถึงเรื่อง ‘สื่อปลอดภัยก็มีมูลค่าได้ด้วยพลังแห่ง Creativity’ จึงอยากชวนผู้อ่านมาเช็กคุณลักษณะของ ‘นวัตกรรมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์’ ที่นอกจากเนื้อหาต้องมีคุณสมบัติ 4 ข้อ คือ 1. น่าติดตาม 2. ปลอดภัย 3. แปลกใหม่ 4. มีคุณค่า แล้ว ‘นวัตกรรมสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์’ ยังต้องคุณลักษณะดังนี้



เกิดจากการสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ หรือต่อยอดจากสิ่งเดิม

เป็นแบบอย่างที่ดี มีคุณค่า และนำไปใช้ประโยชน์ต่อสาธารณะได้จริง

มีเนื้อหาที่เหมาะสมต่อสังคมน่าสนใจ และกลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้โดยง่าย

ไม่มีลักษณะของการเป็นสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์

ลักษณะของสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ มี 5 ประเภท

1. สื่อที่มีเนื้อหาขัดต่อศีลธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมอันดีของสังคม หรือส่งผลกระทบทางลบต่อจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน ครอบครัว ชุมชน และสังคมอย่างร้ายแรง
2. สื่อที่มีเนื้อหาก่อให้เกิดความแตกแยก ยั่วยุ และสร้างความเกลียดชังต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจนอาจก่อให้เกิดผลกระทบร้ายแรง ไม่ว่าจะเป็นทางร่างกายหรือจิตใจ
3. สื่อที่มีเนื้อหาส่งเสริมการละเมิดสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
4. สื่อที่มีเนื้อหาขัดต่อกฎหมาย
5. สื่อที่มีเนื้อหาขัดต่อหลักจรรยาบรรณสื่อ หรือแนวปฏิบัติของวิชาชีพสื่อนั้น ๆ

ที่มา :
- *หนังสือการสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยคณะอนุกรรมการส่งเสริมสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์*
- *ประกาศคณะกรรมการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เรื่อง กำหนดลักษณะของสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ พ.ศ. 2561*

กองทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและสร้างสรรค์ THAI MEDIA FUND
Thai PBS for KIDS and Family

DINO-ALPHA

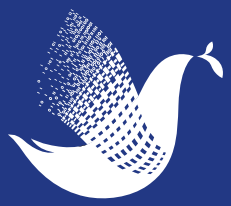
จะเกิดอะไรขึ้นถ้าเด็ก Gen Alpha ผู้เกิดมาในยุคอินเทอร์เน็ต มีผู้ปกครองเป็นพ่อแม่ยุคไดโนเสาร์ พบกับเรื่องของเด็ก Gen Alpha ซึ่งอยู่ในครอบครัวพ่อแม่ไดโนเสาร์ การเติบโตมาในโลกที่แตกต่างกันทำให้พวกเขาเต็มไปด้วยความขัดแย้ง พวกเขาจะหาทางอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขได้อย่างไร

ณ โลกซึ่งไม่เคยถูกอุกกาบาตพุ่งชน ไดโนเสาร์จึงมีวิวัฒนาการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมนุษย์และไดโนเสาร์อยู่ร่วมกันในสังคม "เอพี" มนุษย์เด็กชายคนหนึ่ง อายุ 7 ขวบ อาศัยอยู่กับพ่อและแม่ซึ่งเป็นไดโนเสาร์ เนื่องจากพ่อแม่มนุษย์ของเขาเสียชีวิตไปตั้งแต่เขายังเล็กมาก "เอพี" เป็นเด็ก Gen Alpha ซึ่งเกิดมาในโลกที่อินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่ 5 ของสิ่งมีชีวิต เขาชอบทดลองและสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์แต่มันก็มักมีข้อผิดพลาดเสมอเพราะความใจร้อนและไม่รอบคอบของเขา "เอพี" ต้องการให้พ่อแม่ชาวไดโนเสาร์เข้าใจโลกของเขา โลกซึ่งมนุษย์มีศักยภาพใหม่ ๆ ที่ต่างไปจากไดโนเสาร์แต่พ่อของเขายังยึดติดอยู่ในโลกใบเก่าในยุคที่ไดโนเสาร์ครองโลก เกิดเหตุการณ์ที่ "เอพี" และพ่อต้องใช้คุณสมบัติที่มีคุณค่าของพ่อยุคไดโนเสาร์ และทักษะใหม่ ๆ ของลูกยุคปัจจุบัน เพื่อช่วยกันแก้ปัญหาและเขาก็ได้เรียนรู้ว่า ความรักคือสิ่งที่เชื่อมโลกแต่ละใบเข้ามาไว้ด้วยกัน

ติดตาม การ์ตูน "Dino-Alpha" เรื่องของ "เอพี" หนุ่มน้อยที่อาศัยอยู่กับเผ่าไดโนเสาร์กับเรื่องวุ่น ๆ ได้

ทุกวันศุกร์ เวลา 07.00 น. ทาง Thai PBS Kids
ตั้งแต่วันที่ 26 พฤษภาคม - 28 กรกฎาคม 2566

www.youtube.com/@Dino-Alpha



กองทุนพัฒนาสื่อ
ปลอดภัยและสร้างสรรค์
THAI MEDIA FUND

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
เลขที่ 388 อาคาร เอส.พี. (ไอบีเอ็ม) อาคารเอ ชั้น 6 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 0 2273 0116-8 **โทรสาร** 0 2273 0119 **อีเมล:** contact@thaimediafund.or.th **เว็บไซต์:** www.thaimediafund.or.th