



# THAI MEDIA newsletter

FUND

VOL. 11 | November 2023

## SOCIAL MEDIA COMMUNITIES



จดหมายข่าวสื่อพลอดักและสร้างสรรค์

### Extra

Social Media Communities  
บนโลกดิจิทัลเราพบกัน

### Decode

Explore Communities in the Online World  
สำรวจ Community ในโลกออนไลน์

### Spotlight

Social Trends in Community  
พลังขับเคลื่อนสังคมสื่อสร้างสรรค์

# CON- TENTS

VOL. 11 NOV 2023



01

TMF Talk

02

Announce

03

Knowledge

รู้จัก Cell Broadcast  
ระบบเตือนภัยผ่านมือถือ

04

Extra

Social Media Communities  
บนโลกดิจิทัลเราพบกันได้อย่างไร

08

Decode

Explore Communities in the Online  
Worldสำรวจ Community ในโลกออนไลน์

10

Spotlight

Social Trends in Community  
พลังขับเคลื่อนสังคมสื่อสร้างสรรค์

16

Fun Fund

มัดรวม Social Media  
Community ดีต่อใจ

EDITOR'S

# TALK»



ดร.รณกร ศรีสุขใส  
ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ในโลกออนไลน์มีการใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกัน และในหลายพื้นที่ในโลกอินเทอร์เน็ตกลายเป็น “ชุมชนออนไลน์” มีการสื่อสารตอบโต้เรื่องที่ชอบหรือสนใจเหมือนกัน สมาชิกในชุมชนร่วมกันค้นหาสิ่งที่ต้องการ แบ่งปันประสบการณ์ หรือแม้แต่ออกไปพบปะกันในชีวิตจริง เพื่อขับเคลื่อนในเรื่องนั้น ๆ ด้วยกัน ชุมชนออนไลน์บนโลกเสมือนจึงเป็นหนึ่งในสถานที่สำหรับคนที่ชื่นชอบในเรื่องเดียวกันได้มาพบปะกัน และพวกเราทุกคนสามารถใช้ชุมชนออนไลน์ร่วมกันสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ให้กับสังคมได้อีกด้วย

## คณะผู้จัดทำจดหมายข่าวสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

### บรรณาธิการบริหาร

นายรณกร ศรีสุขใส  
ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์  
กองบรรณาธิการ  
นางสาวพัชรพร พงษ์ศักดิ์ศิริกุล  
นางสาวธัญญลักษณ์ ทองสวัสดิ์  
นางสาวจิตติ วิสัยพรหม  
นางสาวชนิตาภา เจริญสุข  
นายเชาวนภิวิช เวชทวี  
นายณัฐพล ศุภสิทธิ์  
นายภูริต ดันติศิษฐ์

นายรณกร สาแก้ว  
นางสาวศิตมาณ ลอยเลิศ  
นางสาวแก้วใจ จิระวงศ์อร่าม  
นางสาววรรณภา ฤทธิรักษา  
ฝ่ายศิลป์  
นางสาวญาณชาติ นารถไทยวัฒนา  
นางสาวจารุวรรณ ศกุลโสภณเมธี  
ถ่ายภาพ  
นายประสิทธิ์ เอนกอนันตพันธุ์  
พิสูจน์อักษร  
นางสาวน้ำทิพย์ ลิ้มวรรณ

### สำนักข่าว

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](mailto:contact@thaimediafund.or.th)  
เว็บไซต์: [www.thaimediafund.or.th](http://www.thaimediafund.or.th)



## 9-12.11.2566

### K-EXPO THAILAND 2023

กองทุนพัฒนาสื่อฯ จับมือ KOCCA แห่งสาธารณรัฐเกาหลี จัดงานมหกรรมอุตสาหกรรมด้านสื่อสร้างสรรค์สุดยิ่งใหญ่ “K-EXPO THAILAND 2023” เฉลิมฉลองความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-สาธารณรัฐเกาหลี ครบรอบ 65 ปี รวมไฮคูล คิลปิน K-Pop และ T-Pop และผู้นำอุตสาหกรรมสื่อชั้นนำไทย-เกาหลีร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อยกระดับศักยภาพการผลิตสื่อสู่เวทีระดับโลกกว่า 150 บริษัท โดยเสริมศักดิ์ พงษ์พานิช รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม เข้าร่วมงาน ภายใต้แนวคิด “BE YOUR NEXT K” ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพฯ ระหว่างวันที่ 9-12 พฤศจิกายน 2566



## 8.11.2566

### สววยหัวใจยังเวิร์ก

กองทุนพัฒนาสื่อฯ จัดงานมอบประกาศนียบัตรเครือข่ายรุ่นเก่า พร้อม Digital Buddy จากโครงการสววยหัวใจยังเวิร์ก ปี 2 โดยกองทุนพัฒนาสื่อฯ ดำเนินโครงการสววยหัวใจยังเวิร์กเป็นปีที่ 2 ภายใต้แนวคิด “สื่อเปลี่ยน ผู้สูงอายุปรับ ผลิตสื่อได้ ใช้สื่อเป็น เห็นค่าในตนเอง สร้างประโยชน์ให้กับสังคม” พร้อมจัดงานมอบประกาศนียบัตรแก่ผู้สูงอายุที่ผ่านการอบรมทักษะผลิตสื่อดิจิทัล โดยมี ดร.ธนกร ศรีสุขใส ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อฯ เทนพันธ์ แพนสมบัติ ผอ.ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาสื่อสำหรับประชาชน พร้อมด้วยผู้แทนผู้สูงอายุ มัทนา เสดมี และสมเกียรติ จิตรวุฒิ โชติ และน้อง ๆ Digital Buddy เข้าร่วมงาน ณ โรงแรมโอบิส สไตล์ กรุงเทพฯ รัชดา

## 4.11.2566

### รู้จัก รู้ใช้ รู้กับสื่อ เพื่อการขับเคลื่อนสังคม

กองทุนพัฒนาสื่อฯ จัดโครงการเสวนาการส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อ 5 ภูมิภาค เพื่อเปิดพื้นที่ให้มีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และรับฟังข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันและเฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ ใน 5 ภูมิภาค โดยมีผู้แทนจากกองทุนพัฒนาสื่อฯ และผู้แทนเครือข่ายในพื้นที่ อาทิ เยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้ผลิตสื่อ ผู้แทนสื่อท้องถิ่น ฯลฯ ร่วมหารือ พร้อมกิจกรรม Workshop “สร้างแนวร่วม สานพลังเครือข่าย เฝ้าระวังสื่อ ด้วยกระบวนการ ELTC (Experiential Learning Theory Cycle) วงจรการเรียนรู้จากประสบการณ์” ณ โรงแรมเซนทารา หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

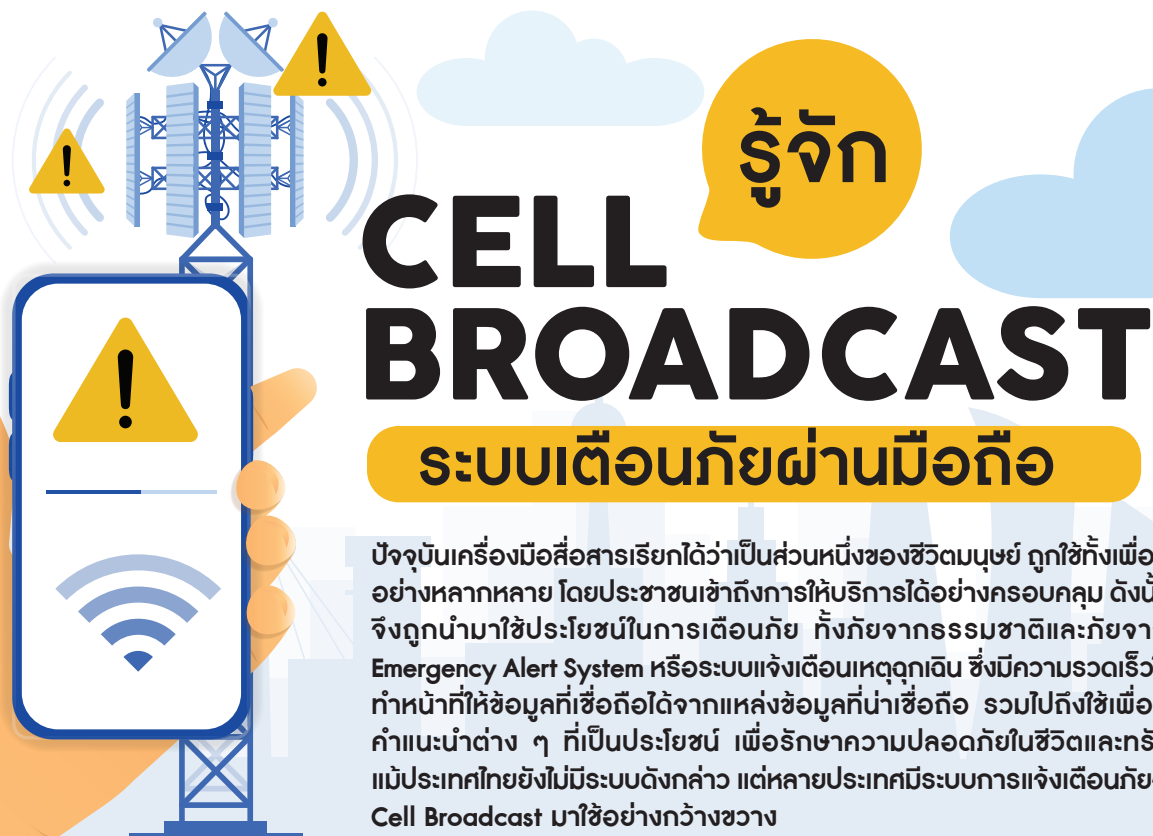


## 18.11.2566

### เวทีขับเคลื่อนและพัฒนาเครือข่าย สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

กองทุนพัฒนาสื่อฯ จัดเวทีสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อร่วมขับเคลื่อนและพัฒนาเครือข่ายสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาค ปี 2566 ครั้งที่ 1 เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือและประสานงานระหว่างส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานอื่นของรัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ในการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ยกกระตือรือร้นการขับเคลื่อนงานเครือข่าย “ร่วมเรียนรู้” (Common Perception) “ร่วมสร้างวิสัยทัศน์” (Common Vision) และ “เสริมพลังสัมพันธ์ภาพด้วยการเรียนรู้” (Complementary Relationship by Learning) โดยมีผู้แทนกองทุนพัฒนาสื่อฯ เข้าร่วมงาน ณ โรงแรมเลอ แคสเซีย จังหวัดขอนแก่น





ปัจจุบันเครื่องมือสื่อสารเรียกได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ ถูกใช้ทั้งเพื่อความรู้และความบันเทิงอย่างหลากหลาย โดยประชาชนเข้าถึงการให้บริการได้อย่างครอบคลุม ดังนั้นเทคโนโลยีการสื่อสารจึงถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการเตือนภัย ทั้งภัยจากธรรมชาติและภัยจากมนุษย์ ที่เรียกกันว่า Emergency Alert System หรือระบบแจ้งเตือนเหตุฉุกเฉิน ซึ่งมีความรวดเร็วในการส่งข้อมูลข่าวสารทำหน้าที่ให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ รวมไปถึงใช้เพื่อแจ้งข้อควรปฏิบัติหรือคำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ เพื่อรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนในสังคม แม้ประเทศไทยยังไม่มีระบบดังกล่าว แต่หลายประเทศมีระบบการแจ้งเตือนภัยฉุกเฉิน โดยนำเทคโนโลยี Cell Broadcast มาใช้อย่างกว้างขวาง

### Cell Broadcast คืออะไร?

Cell Broadcast (CB) คือระบบส่งข้อความแจ้งเหตุฉุกเฉินบริเวณพื้นที่ที่กำหนดจากเสาสัญญาณไปสู่มือถือโทรศัพท์มือถือ โดยใช้ช่องทางพิเศษแยกจากช่องทางสัญญาณปกติ ทำให้มีความเสถียรและส่งข้อมูลได้ไม่ติดขัด ปัจจุบันเปิดใช้งานแล้วกว่า 30 ประเทศทั่วโลก เช่น ออสเตรเลีย แคนาดา ชิลี ประเทศในสหภาพยุโรป อิหร่าน ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ โอมาน ฟิลิปปินส์ ซาอุดีอาระเบีย เกาหลีใต้ ศรีลังกา ตุรกี ยูเออี สหราชอาณาจักร และสหรัฐฯ



### Cell Broadcast ทำงานอย่างไร?

หน่วยงานรัฐส่ง  
แจ้งเตือนข้อมูล



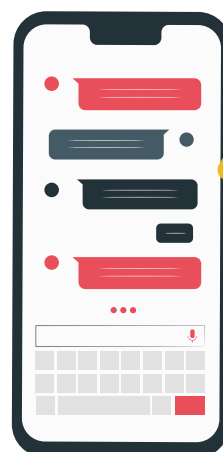
เสาสัญญาณส่งข้อความ  
แจ้งเตือนผ่านคลื่นวิทยุ  
ไปยังพื้นที่รอบ ๆ



มือถือรับข้อความ  
แจ้งเตือน

### 6 จุดเด่นของ Cell Broadcast

1. รองรับการให้บริการครบทุกคลื่นความถี่ 2G, 3G, 4G, 5G
2. ส่งข้อความได้ยาวสูงสุด 1,395 ตัวอักษร
3. สามารถส่งข้อความได้คราวละมากกว่า 1 ล้านเลขหมาย ภายในระยะเวลาเพียง 10 วินาที
4. การส่งไม่ต้องระบุหมายเลขผู้รับ และผู้รับไม่ต้องเสียค่าบริการ
5. สามารถรับข้อความได้โดยไม่ต้องติดตั้งแอปพลิเคชัน
6. หน่วยงานรัฐสามารถส่งข้อมูลตรงได้เลยถึงโทรศัพท์มือถือของประชาชน โดยไม่ต้องผ่านผู้ให้บริการเครือข่ายมือถือ





# SOCIAL MEDIA COMMUNITIES

## บนโลกดิจิทัลเราพบกัน

ในอดีตการสื่อสารระหว่างชุมชนมักจำกัดด้วยขอบเขตด้านภูมิศาสตร์ เวลาและสถานที่ ทำให้เกิดข้อจำกัดสำหรับสมาชิกที่ต้องการติดต่อสื่อสารกัน บ่อยครั้งเราจึงไม่สามารถแบ่งปันความรู้สึก ความสนใจ หรือคำถามที่มีกับคนรอบข้างได้ กระทั่งวันที่อินเทอร์เน็ตเข้ามา ชุมชนใหม่บนโลกดิจิทัล (Social Media Communities) ขยายขอบเขตและทำให้เรากลายเป็นพลเมืองโลกที่สามารถแบ่งปันความสนใจร่วมกันช่วยเหลือกันและไม่โดดเดี่ยวอีกต่อไป



John Hagel และ Arthur Armstrong ผู้เชี่ยวชาญด้านการให้คำปรึกษาบริษัท McKinsey & Company แบ่งประเภทของชุมชนโลกเสมือนตามการตอบสนองความต้องการของสมาชิกด้านต่าง ๆ เป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1. ด้านความสนใจ (Interests) เป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกตามความสนใจหรือความเชี่ยวชาญของสมาชิก
- 2. ด้านการสร้างความสัมพันธ์ (Relationship Building) เป็นการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่มีประสบการณ์คล้ายคลึงกัน มีโอกาสสร้างความสัมพันธ์ที่ตรงระหว่างกัน
- 3. ด้านการทำธุรกรรม (Transactions) เป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้า
- 4. ด้านจินตนาการ (Fantasies) เป็นการรวมกันของสมาชิกที่เปิดโอกาสให้แบ่งปันจินตนาการและความบันเทิงด้วยกัน



เมื่อผู้ใช้งานเลือกสังกัดในชุมชนโลกเสมือนตามความสนใจแล้ว ทุกคนจะได้รับประโยชน์จากการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ซึ่งกันและกัน สอบถามข้อมูลที่สงสัย หรือเป็นพื้นที่ที่สามารถบอกเล่าประสบการณ์ มุมมองของตนเองผ่านข้อความ ภาพ หรือวิดีโอในกลุ่มนั้น การสื่อสารปฏิสัมพันธ์ผ่านจอที่มีผู้คนจริงใช้งานอยู่เบื้องหลัง ไม่แตกต่างจากการสื่อสารกับกลุ่มสังคมในชีวิตจริง ที่สำคัญความสัมพันธ์เหล่านี้ยังขยายประโยชน์มาสู่โลกออฟไลน์ได้ เช่น การแจ้งเตือนภัยในกลุ่มชุมชนผู้ให้บริการ Grab กรณีเหตุการณ์ภัยภายในห้างสรรพสินค้ากลางกรุงที่สมาชิกภายในกลุ่มรับรู้ข้อมูลก่อนผู้ที่อยู่ในพื้นที่ หรือแพลตฟอร์มชุมชนมืออาชีพ (LinkedIn) ที่เป็นสื่อกลางการพบปะระหว่างบริษัทและผู้สมัครงานเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล สร้างสัมพันธ์ ต่อยอดเส้นทางสร้างโอกาสการตกลงร่วมงานกันในอนาคต เป็นต้น

### ทำไมการสานสัมพันธ์ชุมชนโลกเสมือนจึงแข็งแกร่ง

แม้ผู้คนส่วนใหญ่อาจมองว่าการสานสัมพันธ์ผ่านจอจับต้องไม่ได้ และขาดความน่าเชื่อถือ แต่แท้จริงแล้วเบื้องหลังชุมชนโลกเสมือนมีหลายปัจจัยที่สนับสนุนการสร้างควมภาคภูมิใจของสมาชิกหลายประการ อ้างอิงงานศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภาคภูมิใจต่อชุมชนเสมือนจริง: กรณีศึกษากลุ่มถามตอบปัญหาเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ Facebook ประเทศไทย (ธนา รุระกิจ, 2560) สรุปได้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของผู้ดูแลชุมชนเสมือนจริง (Admin's Role) ที่ทำหน้าที่ดูแลให้คำแนะนำแก่สมาชิกในกลุ่มอย่างทั่วถึง ขณะเดียวกันยังทำหน้าที่จัดการกับสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดูแลกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อให้สมาชิกทุกคนปฏิบัติตามข้อตกลงร่วมกันที่เหมาะสมกับชุมชน

2. คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ได้แก่ ข้อมูลข่าวสาร ที่ถูกต้องสมบูรณ์ ทันสมัย น่าเชื่อถือ ง่ายต่อการเข้าถึง กระชับ และปราศจากอคติ
3. คุณภาพของระบบสารสนเทศในชุมชนเสมือนจริง (System Quality) ที่สามารถตอบสนองการใช้งานของสมาชิกได้ทันเวลา ระบบมีความทันสมัย ยืดหยุ่น แม้มีส่วนต้องซ่อมบำรุงก็สามารถตอบสนองสมาชิกได้
4. การจัดกิจกรรมเพื่อให้สมาชิกในชุมชนเข้าร่วม สร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเสมือนจริง (Sense of Belonging) อีกทั้งวิธีนี้ยังกระตุ้นการเพิ่มจำนวนสมาชิกหน้าใหม่ให้เข้ามาร่วมชุมชนได้มากขึ้น



### 3 Subcultures ยอดฮิตในไทย

ปัจจุบันโลกดิจิทัลเป็นพื้นที่สำคัญสำหรับการแสดงออกของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ซึ่งไม่เพียงสร้างการรับรู้เท่านั้นแต่หลายครั้งวัฒนธรรมย่อยยังพัฒนามาสู่กระแสหลักได้ เช่นเดียวกับ 3 วัฒนธรรมย่อยสุดฮิตที่กำลังเติบโตในไทยขณะนี้



## E-SPORT

คือกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนามาจากเกมออนไลน์ การกีฬาแห่งประเทศไทยได้รับรองให้ E-Sport เป็นชนิดกีฬาและจัดตั้งสมาคมอย่างเป็นทางการ ทุกวันนี้กล่าวได้ว่า E-Sport เป็นอีกอาชีพในฝันของคนยุคใหม่เพราะเป็นอาชีพที่มีโอกาสเติบโตและสร้างรายได้สูง นอกจากนี้ การเติบโตของวงการ E-Sport ยังมีผลต่อการพัฒนาธุรกิจทั้งระบบนิเวศ (Ecosystem) เช่น การเติบโตของอุตสาหกรรมเกมที่มีผู้พัฒนา ผู้รับจ้างผลิต ผู้จัดจำหน่าย รวมทั้งกรณีการสร้างรายได้ธุรกิจภาคส่วนอื่นจากผู้สนับสนุน โฆษณา ฯลฯ



## ART TOY

คือของเล่นที่ออกแบบโดยศิลปิน ผลิตในจำนวนจำกัดและมักไม่ผลิตซ้ำ เดิม Art Toy จำกัตัวผู้สนใจเฉพาะกลุ่มและมีมูลค่าสูง แต่ปัจจุบันด้วยลักษณะเฉพาะของ Art Toy ที่มีความเป็นลูกครึ่งระหว่างของเล่นและศิลปะ ผนวกการปรับตัวของผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าที่กระตุ้นความต้องการทั้งรูปแบบกล่องสุ่ม หรือกำหนดช่วงราคาที่เข้าถึงได้เริ่มต้นตั้งแต่หลักร้อย จึงดึงดูดให้ผู้คนหันมาบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการหรือเลือกสะสมเพื่อสร้างผลกำไรในอนาคต ปัจจุบันนักสะสมและนักออกแบบ Art Toy ทั่วโลกจึงเพิ่มจำนวนมากขึ้น ส่วน Art Toy ฝีมือคนไทยที่โด่งดังในระดับสากลคือ Cry Baby ผลงานของมด - นิสา ศรีคำดี

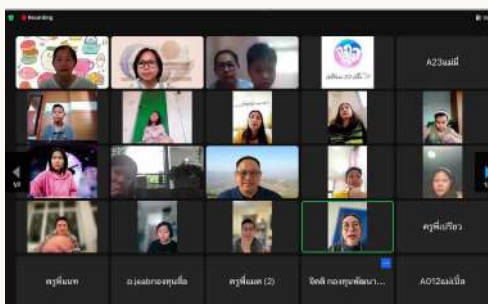


## COSPLAY

คือวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มวัยรุ่นไทยที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น เป็นการรวมตัวของกลุ่มคนที่ชื่นชอบการแต่งกายและสวมบทบาทตามคาแรกเตอร์การ์ตูน เกมและตัวละครในภาพยนตร์ จุดเริ่มคอสเพลย์ในไทยเกิดขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2525 ในรูปแบบของการจัดประกวดการแต่งกายตัวการ์ตูน จากนั้นกระแสคอสเพลย์ในไทยเริ่มได้รับความนิยมและนำไปสู่การจัดอีเวนต์งานการ์ตูน งานเกม ดนตรี ฯลฯ ประโยชน์ของการคอสเพลย์ ไม่เพียงเป็นช่องทางทางการแสดงออก แต่ยังทำให้ผู้เข้าร่วมได้ทักษะด้านการตัดเย็บ การแต่งหน้า เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ ได้พบปะเพื่อนใหม่ ๆ รวมถึงสร้างอาชีพในฐานะ Cosplayer ได้

ไม่ว่าวันนี้คุณจะเป็นส่วนหนึ่งของ 3 ชุมชนข้างต้น หรือชุมชนอื่นใดบนโลกเสมือน อีกมุมที่ไม่ควรมองข้ามในฐานะพลเมืองดิจิทัลคือการรู้เท่าทันอยู่เสมอว่าพฤติกรรมการใช้งานบนโลกออนไลน์ มีส่วนสัมพันธ์กับระบบอัลกอริทึมที่พยายามปรับการแสดงผลตามความสนใจเพื่อให้เราใช้เวลาหน้าจอนานขึ้น ดังนั้น หากขาดวิจารณญาณ ไม่ระวังด้านการรับข้อมูลข่าวสาร อาจตกหลุมพรางข่าวเท็จ หรือหลงเชื่อข้อมูลตึงตืดใจที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อและการตัดสินใจจาก Echo Chamber (ห้องเสียงสะท้อน) กลายเป็นกับดักความคิดที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตจริงได้

นอกจากการนำเทคโนโลยีมาตอบสนองความต้องการเชิงปัจเจกที่พาคนห่างไกลมาใกล้ชิดกันแล้ว การใช้งานเทคโนโลยียังสามารถนำมาประยุกต์แก้ไขปัญหาคอนเทนต์ให้เข้าใจกันยิ่งขึ้นได้ โดยหนึ่งในประเด็นไม่เบียดเบียนที่พบเสมอแทบทุกครอบครัวอย่างปัญหาการสร้างความรู้เข้าใจเรื่องการจัดสรรเวลาหน้าจอรหว่างเด็กและผู้ปกครองที่มักมีมุมมองขัดแย้งกัน กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ได้เล็งเห็นความสำคัญของประเด็นดังกล่าวและสำรวจความเป็นไปได้ในการหาแนวทางใหม่กระชับความสัมพันธ์ จึงสนับสนุนโครงการพัฒนากระบวนการสื่อสารเชิงบวกเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว เปลี่ยนจอบใจ ปีที่ 2 โครงการที่ใช้อย่างเชื่อมโยงใจ เพียงพลิกวิธีการสื่อสารทุกอย่างก็ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป



## โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารเชิงบวกเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว เปลี่ยนจอบใจ ปีที่ 2

โครงการพัฒนาระบบการสื่อสารเชิงบวกเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว เปลี่ยนจอบใจ ปีที่ 2 เป็นโครงการที่จัดทำโดย ศรุตยา เจริญพรพานิชกุล นักจิตวิทยา โรงพยาบาลน่าน และคณะทำงานผู้เชี่ยวชาญด้านเด็กและเยาวชน มีเป้าหมายเพื่อสร้างกระบวนการสื่อสารเชิงบวกในครอบครัวจากการจัดกิจกรรมเสวนาผ่านระบบออนไลน์ (Zoom) โดยนำหลักการบำบัดรักษาทางจิตสังคมมาประยุกต์ใช้ กิจกรรมแบ่งออกเป็น 4 ครั้ง ดำเนินการต่อเนื่องตลอด 4 สัปดาห์ มีตัวแทนครอบครัวจากทั่วประเทศเข้าร่วมทั้งสิ้น 21 ครอบครัว

รูปแบบของการจัดอบรมช่วงแรกใช้วิธีแบ่งห้องออกเป็นห้องย่อย 2 ห้อง ได้แก่ ห้องเด็กและห้องผู้ปกครอง เพื่อให้ทุกคนได้เริ่มต้นทำการรู้จักตนเองโดยปราศจากกำแพงอคติ ฝึกทักษะการสื่อสารเชิงบวก รับฟังเพื่อสร้างความเข้าใจ จากนั้นจึงพัฒนาไปสู่การวางแนวทางสร้างกติการ่วมกันในการใช้จอและในกิจกรรมสุดท้ายทั้งเด็กและผู้ปกครองจะได้พบกันเพื่อสื่อสารเผยความในใจแก่อีกฝ่ายในเชิงบวก จนเกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ตลอดการจัดกิจกรรมจะมีนักจิตวิทยาเป็นผู้ร่วมดำเนินกิจกรรมทุกครั้งเพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการทุกอย่างเป็นไปอย่างถูกต้องเหมาะสม

ผลลัพธ์การดำเนินกิจกรรมครั้งนี้ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ครอบครัวสามารถสานความเข้าใจและบริหารเวลาหน้าจอกันได้เหมาะสมทุกคนในครอบครัวได้ ผู้ดำเนินโครงการจึงถอดรหัสแนวทางการสื่อสารเชิงบวกจัดทำเป็นสื่อออนไลน์เผยแพร่เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะให้บุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถนำไปปรับใช้ได้ ครอบครัว หากคุณสนใจการบริหารความสัมพันธ์ไปพร้อมการบริหารเวลาหน้าจอ สามารถติดตามได้แล้ววันนี้ทาง Facebook Fanpage: Children Mind ศิลปะสัมผัสใจ - เปลี่ยนจอบใจ

อ้างอิงข้อมูล:

- ธนา รุระกิจ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลทำให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อชุมชนเสมือนจริง: กรณีศึกษา กลุ่มถามตอบปัญหาเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ Facebook ประเทศไทย. (วิทยาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารเทคโนโลยี)). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวิทยาลัยนวัตกรรม, สืบค้นจาก [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU\\_2017\\_5323032085\\_3345\\_5728.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5323032085_3345_5728.pdf)
- ภควัต เจริญลาภ. (2560). ศึกษาคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของกีฬาอีสปอร์ต. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิต และการผลิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะนิเทศศาสตร์. สืบค้นจาก [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3001/3/phakawat\\_char.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3001/3/phakawat_char.pdf)
- รัชกร พุทธิสุขา. 2561). ทำความรู้จักกลุ่ม Cosplay ในสังคมไทย ผู้เลือกรับ Japanese pop culture. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.museumsiam.org/km-detail.php?CID=177&CONID=3188>
- Hagel, J. and A. Armstrong (1997). Net gain: Expanding markets through virtual communities, Harvard Business Press.

# EXPLORE COMMUNITIES IN THE ONLINE WORLD

สำรวจ Community  
ในโลกออนไลน์



## Facebook Group ยอดนิยม

ข้อมูลจาก Sellcourses Online ระบุว่า ในปี 2020 มี Facebook Group เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มถึง 1.8 พันล้านบัญชี และมีผู้คนเข้าร่วมทุกวัน โดยกลุ่ม Facebook Group ยอดนิยมได้แก่

### กลุ่มสาธารณะ



งานบ้านที่รัก

สมาชิก 1.3 ล้านคน



คนรักบุฟเฟต์ (Buffet Lovers)

สมาชิก 1.1 ล้านคน



หนังสือควรอ่าน ก่อนอายุ 30

สมาชิก 9 แสนคน



NETFLIX THAI CLUB

สมาชิก 6 แสนคน



แต่งห้องกินโต๊ะ

สมาชิก 9.7 หมื่นคน

### กลุ่มส่วนตัว



โยกย้าย มาสายสะโพกโยกย้าย (ออกกำลังกาย)

สมาชิก 1.1 ล้านคน



## โปรแกรม CommunityAccelerator ปี 2022-2023

โครงการภายใต้แพลตฟอร์ม Facebook สนับสนุนการฝึกอบรม ให้คำปรึกษา และจัดหาเงินทุน เพื่อสนับสนุนผู้นำชุมชนในการสร้างชุมชนของพวกเขาให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน และเกิดความเข้มแข็ง



คนดีไซน์

สมาชิก 1.3 ล้านคน พื้นที่แลกเปลี่ยนแนวคิด การออกแบบที่สร้างสรรค์ ข้อมูลการก่อสร้าง ต่อเติมและการรีโนเวท



insKru ครูปล่อยของ

สมาชิก 1.1 แสนคน พื้นที่รวบรวมไอเดีย กิจกรรม สื่อ เทคนิคการสอน ที่แบ่งปัน โดยคนในกลุ่ม



เด็กพิการเรียนไหนดี

ผู้ติดตาม 1 หมื่นคน กลุ่มส่วนตัวมีสมาชิก 1.4 พัน เพจแนะนำการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความต้องการ พิเศษทุกประเภท



Local Alike

ผู้ติดตาม 1.2 แสนคน พื้นที่เพื่อพัฒนา ส่งเสริม และเชื่อมต่อชุมชนการท่องเที่ยวไทย สู่ระดับสากล



Ooca

ผู้ติดตาม 9.5 หมื่นคน พื้นที่ให้คำปรึกษาจาก จิตแพทย์และนักจิตวิทยา โดยไม่ต้องระบุตัวตน

## หมวดหมู่ Group Chat ยอดนิยมของไทย

ผลสำรวจจาก LINE ประเทศไทย ในงาน LINE Conference Thailand 2023 หรือ LCT23 จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในปี 2562 จนถึงปัจจุบัน เพิ่มขึ้นมากกว่า 8 ล้านคนจนทำให้ปัจจุบันมีสมาชิกเกือบ 18 ล้านคน

82%

กลุ่มเพื่อน

80%

ครอบครัว

77%

ที่ทำงาน

27%

โรงเรียน

ผู้ใช้งานกว่า 77% ระบุว่า Group Chat ช่วยให้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างช่วงวัยมากขึ้น ในขณะเดียวกัน Group Chat ยังสามารถช่วยให้กระบวนการทำงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและง่ายขึ้น

## หลากหลาย LINE OpenChat

การเงิน & ธุรกิจ

ท่องเที่ยว

แฟนคลับ

งาน

เทคโนโลยี

แฟนชั่น

อนิเมะ และการ์ตูน

อาหาร



ที่มา: ข้อมูลจาก LINE Conference Thailand 2023 หรือ LCT23

- <https://techsauce.co/news/line-openchat-insight-fandom-2023>
- <https://marketeeronline.co/archives/321644>
- <https://www.zipeventapp.com/blog/2023/03/20/facebook-group/>
- <https://www.facebook.com/community/accelerator/>
- <https://marketeeronline.co/archives/321644>



# SOCIAL TRENDS IN COMMUNITY

## พลังขับเคลื่อนสังคมสื่อสร้างสรรค์

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) สร้างการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนทั่วโลก รวมถึงคนไทย โดยมีการแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นตัวเร่ง ความห่างที่ไม่เจอหน้ากันทำให้เกิด Social Community รูปแบบใหม่ ๆ ตอบสนองต่อความต้องการของคนในโลกออนไลน์ เชื่อมต่อ สร้างพื้นที่ เปิดโอกาสให้คนคอยตัวกันได้พบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนกัน

Spotlight ฉบับนี้ ชวนให้รู้จักกับ 4 โครงการ ที่เป็นพลังขับเคลื่อนสังคมสื่อสร้างสรรค์ จนเกิดเป็นชุมชน และวัฒนธรรมย่อยเฉพาะกลุ่ม (Subculture) รวมถึงเกิดการต่อยอดอย่างยั่งยืน



## จิตตะxเลมี้ กับภารกิจแห่งโลกเมต้าเวิร์ส

โครงการ Data Science Quest Based Learning ด้วยสื่อผสมเสริมการเรียนรู้สำหรับเยาวชน เพราะเชื่อว่าการเรียนรู้เป็นเรื่องสนุกได้ และช่วยเพิ่มพูนศักยภาพเด็กไทย กลายเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ที่ไร้ขีดจำกัด

## “อินฟลูเอนเซอร์สูงวัย” หัวใจยังเวิร์ก

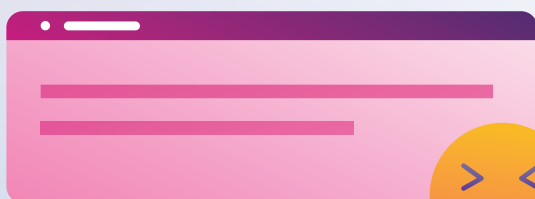
โครงการให้ความรู้ทักษะทางดิจิทัลสำหรับผู้สูงอายุ อบรมผลิตสื่อสร้างสรรค์ แบบติดตามผล ทำได้จริง เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดี และมีส่วนร่วมกับครอบครัว ชุมชน และสังคม

## กชก OR กินข้าวค่ะ

โครงการที่จะช่วยส่งเสริมให้พ่อแม่ผู้ปกครองที่มีลูกอายุ 1-3 ปี สามารถสร้างพัฒนาการของลูกให้ถูกต้องสมบูรณ์ และเหมาะสมตามช่วงวัย เพื่อเตรียมต่อยอดการเรียนรู้ทักษะต่าง ๆ ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## คนเล็กเปลี่ยนโลก

โครงการของเพชยอดมุนษย์...คนธรรมดา ซึ่งนำเสนอเรื่องราวของ 30 บุคคลผู้สร้างสังคมที่ยั่งยืน และช่วยกันสร้างคุณค่าสำคัญที่จะช่วยพลิกฟื้นประเทศ ท่ามกลางวิกฤตโรคระบาด ในรูปแบบ 30 บทความ 10 คลิปวิดีโอ และ 2 งานกิจกรรมที่สร้างแรงบันดาลใจ





โครงการสื่อผสมการเรียนรู้ Data Science

จิตตะxเลมี  
กับการกิจแห่งโลกเมต้าเวิร์ส



## จิตตะxเลมีกับการกิจแห่งโลกเมต้าเวิร์ส

การเรียนการสอนที่น่าเบื่อ เน้นท่องจำ วัดผลด้วยการสอบ ขาดแรงบันดาลใจในการเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ แม้ข้อมูลรอบตัวมากมายเข้ามาโดยไม่รู้วิธีการรับมือหรือจัดการอย่างเหมาะสมเป็นปัญหาการเรียนรู้ของเด็กยุคดิจิทัล

ตติยะ ศรียะพันธ์ หัวหน้าโครงการ Data Science Quest Based Learning ด้วยสื่อผสมเสริมการเรียนรู้สำหรับเยาวชน จิตตะxเลมี การกิจแห่งโลกเมต้าเวิร์ส จากบริษัท สกาแล็บ จำกัด เชื่อมั่นว่าการเรียนรู้ Data Literacy ด้วยความสนุกสนานสามารถเพิ่มพูนศักยภาพในการจำแนก วิเคราะห์ แยกแยะ การเข้ามาของข้อมูลจำนวนมากมหาศาลในปัจจุบัน และเป็นภูมิคุ้มกันที่สำคัญในการรับมือสื่อไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ โครงการนี้ยังสอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมซอฟต์แวร์และการศึกษาของภาครัฐอีกด้วย

“Quest Based Learning ด้วยสื่อผสมเสริมการเรียนรู้ ในบ้านเราอาจเป็นเรื่องใหม่ แต่ในต่างประเทศการใช้ Game Story Reward นำมาประกอบการเรียนรู้เป็นสื่อใหม่ที่ใช้กันมานานนับปี เดิมผมทำการดูให้เด็กได้เข้าถึงเด็กได้ยากก็ใช้แนวคิดนี้ เหมือนสมัยที่หนังสือเรียนภาษาไทย มานะ มานี เป็นตัวละครที่เล่าเรื่องสอดแทรกการสอนต่าง ๆ ซึ่งเราก็มีตัวละครชุดใหม่ อย่าง ‘จิตตะ’ การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) และ ‘เลมี’ การศึกษาด้าน Data Science การเรียนรู้แยกแยะข้อมูล ‘เกลน’ ที่เก่งด้านหุ่นยนต์ การสร้างรถแข่ง และ ‘สะเต็ม’ ที่บูรณาการความรู้ระหว่าง 4 สาขาวิชา ได้แก่ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์ เป็นการดูที่เน้นการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ เนื้อหาแบบฝึกหัดทางวิทยาศาสตร์ การใช้ข้อมูลในรูปแบบของเกม มีสตอรี่ของตัวละคร ‘ไม่มี’ การลงโทษหากทำผิด แต่ทำถูกได้เร็วจะได้รางวัล” เป็นจุดเริ่มต้นที่ตติยะบอกว่าช่วยเปิดประตูสู่การเรียนรู้ของเด็ก

สำหรับเนื้อหาทั้งหมด 7 ตอน เป็นการดูที่มีความรู้สอดแทรก วัดผลด้วยแบบฝึกหัด 30 ตอน ทดลองนำร่องใน 3 โรงเรียน เมื่อปล่อยสู่สาธารณะได้ผลตอบรับที่ดีมาก สอดรับกับโลกปัจจุบันที่เด็กกำลังเจอกับข้อมูลจำนวนมาก แต่ต้องเรียนรู้ใช้งานจากข้อมูลเหล่านี้ สร้างภูมิคุ้มกัน แยกแยะข้อมูลได้ด้วยตัวเอง โดยเฉพาะ Data Literacy และ Data Design ซึ่งทำให้เด็กมีอิสระในการเลือกคัดกรองสื่อออนไลน์ มีภูมิคุ้มกันรับมือกับโลกใหม่แห่งข้อมูลมหาศาลที่จะมีข้อมูลมากกว่านี้อีกหลายเท่าตัว



“เรามีความตั้งใจมากให้ทุนสนับสนุนที่ได้รับตอบใจของทุนพัฒนาสื่อฯ และเกิดประโยชน์กับสังคม ซึ่งการทำงานเรื่องนี้เป็นเรื่องยาก คนไม่ค่อยเข้าใจ ผมอยากเปลี่ยนให้สังคมไทยสนุกสนานกับความรู้สามารถออกแบบสื่อการสอนรูปแบบใหม่ลดภาระผู้ปกครอง ส่งเสริมศักยภาพเด็กโดยไม่ต้องกดดันลูกให้เรียนพิเศษ ต่อจากนี้อยากให้รูปแบบสื่อการสอนลักษณะนี้นำไปประยุกต์ใช้กับวิชาอื่น ๆ ให้เป็นกระแสหลักของการศึกษาของไทย” ตติยะทิ้งท้าย



Scan QR Code  
เพื่อติดตามข้อมูลเพิ่มเติม



## “อินฟลูเอนเซอร์สูงวัย” หัวใจยังเวิร์ก

สูงวัยหัวใจยังเวิร์ก คอมมูนิตีของวัยเก๋า การรวมกลุ่มเป็นชุมชนออนไลน์ สร้างพื้นที่การพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของคนต่างวัย ระหว่างเด็กยุคใหม่ที่เติบโตมากับโลกดิจิทัล และวัยเก๋า 50 บวก ๆ ที่มากด้วยประสบการณ์ มาพัฒนาทักษะและเพิ่มโอกาสการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลเพื่อให้ตอบสนองต่อกิจกรรมการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น พร้อมก้าวสู่การเป็น “อินฟลูเอนเซอร์หน้าใหม่” ในโลกโซเชียล

เท็นพันธ์ แพนสมบัติ ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาสื่อสำหรับประชาชน กองทุนพัฒนาสื่อฯ บอกว่า จุดเริ่มและแรงบันดาลใจของโครงการสูงวัยหัวใจยังเวิร์ก มาจากการที่กองทุนพัฒนาสื่อฯ มองว่า ในยุคดิจิทัลสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ต้องหาวิธีการสร้างสังคมสูงวัยอย่างฉลาด จึงริเริ่มทำโครงการนี้เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเสริมสร้างในการใช้ชีวิตประจำวัน ส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดี และมีส่วนร่วมกับครอบครัว ชุมชน และสังคม สามารถปรับตัวนำเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมาเสริมสร้างคุณภาพชีวิต สร้างรายได้ และสร้างผลผลิตให้สังคมได้

“เราพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุให้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างรู้เท่าทัน โดยรับสมัครเด็กรุ่นใหม่มาเป็น ‘Digital Buddy’ สอนการใช้สื่อดิจิทัลและร่วมเป็นผู้ผลิตสื่อให้กับผู้สูงวัยเข้าใจและนำไปใช้ได้จริง เปลี่ยนทัศนคติของเด็ก เกิดนวัตกรรมเชิงกระบวนการ เปิดโอกาสเรียนรู้วิธีคิด แลกเปลี่ยนประสบการณ์ชีวิตซึ่งกันและกัน ช่วยลดช่องว่างระหว่างวัย ซึ่งผู้สูงอายุบางคนพอใช้สื่อดิจิทัลเป็นอยู่แล้ว บางคนไม่เป็นเลย ประสบการณ์ 2 ปี ที่ผ่านมา ชัดเจนว่า ผู้สูงอายุจำนวนไม่น้อย อยากได้รับความรู้เพื่อเปลี่ยนไปสู่ยุคดิจิทัล อย่างน้อยใช้สื่อสารพูดคุยกับลูกหลานได้ ไม่โดนหลอก หรือใช้ทำธุรกรรมทางการเงินได้” ผอ.ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาสื่อสำหรับประชาชน อธิบาย

สำหรับอินฟลูเอนเซอร์วัยเก๋า หลายคนผลักดันตนเอง สามารถทำคอนเทนต์ นำข้อมูลความรู้ประสบการณ์ไปโพสต์ได้รับความสนใจ ประสบผลสำเร็จมีผู้ติดตามจำนวนมาก บางคนถึงหลักแสน อย่างไรก็ตาม ยอดไลก์และยอดแชร์เป็นเพียงส่วนหนึ่ง แต่สำหรับผู้สูงอายุที่ได้รับความสนใจ สามารถนำองค์ความรู้ที่มีสะสมไปถ่ายทอดในสื่อสังคมออนไลน์แล้วมีคอนแชร์ข้อมูลออกไปเป็นเรื่องที่ดี และหากต่อยอดขายของได้ก็เป็นผลพลอยได้ ในขณะเดียวกันคนรุ่นใหม่สามารถนำประสบการณ์ที่ได้รับไปใช้กับญาติพี่น้องต่างวัย รู้จักการบริหารความสัมพันธ์ บอกต่อคนในครอบครัว ลดปัญหาความไม่เข้าใจผู้สูงอายุได้

หลักสูตรที่อบรม 4 ทักษะ ได้แก่ YOLD Creator นักผลิตสื่อวัยเก๋า อบรมการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อลงบนแพลตฟอร์มออนไลน์, YOLD Digital Marketer นักขายออนไลน์วัยเก๋า, YOLD Online Tutor ครูออนไลน์วัยเก๋า การเปลี่ยนความรู้และทักษะให้เป็นรายการด้วยการสอนออนไลน์ และ YOLD Digital Literacy รู้ทันสื่อดิจิทัล ต่อต้านข่าวลวง ข่าวปลอม

“น้อง ๆ Digital Buddy จะสอนตั้งแต่การตั้งกล้องแบบไหน ไม่ควรโฟกัสอย่างไร หรือจะขายอะไร รวมถึงหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ รู้กลไกโซเชียลมีเดีย แก๊งคอลเซ็นเตอร์ ซึ่งกระแสการตอบรับความสนใจเข้าร่วมอบรมของผู้สูงอายุมีความตื่นตัวสูงมาก บางคนเข้ามาเรียนรู้ต้องการเอาสื่อที่เรียนรู้ไปทำข้อมูลให้กับในครอบครัว เราเห็นผู้สูงอายุมีเรื่องไปคุยกับลูก กับหลาน ความสัมพันธ์ในครอบครัวดีขึ้น ดังนั้น โครงการนี้จะมีการพัฒนาต่อยอดและหลักสูตรอบรมก็จะปรับเปลี่ยน ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่อไป”



ติดตามข้อมูลได้ที่

Facebook: สูงวัยหัวใจยังเวิร์ก

TikTok: สูงวัยหัวใจยังเวิร์ก



# คอร์ส "กขค OR กินข้าวค่ะ"



## กขค OR กินข้าวค่ะ

พ่อแม่ผู้ปกครองจำนวนมาก มักสอนเด็กวัย 1-3 ปี ให้ท่อง ก ไข่ ถึง ฮ นกฮูก หรือท่อง ABC หรือตัวเลข 1-10 หรือแม้แต่คำศัพท์บางประเภท แล้วคิดว่า การท่อง กขค หรือ ตัวเลขได้ หรือร้องเพลงได้ เป็นเด็กที่มีพัฒนาการทางภาษาที่ดี ถือเป็นความเข้าใจผิด ๆ

ปริญญ์ โอฬารวัฒนกุล นักแก้ไขการพูด (Speech-Language Pathologist) หนึ่งในทีมงานผู้ร่วมดำเนินโครงการได้พบเห็นปัญหานี้มากับตัว เป็นที่มาและแรงบันดาลใจของ โครงการ กขค OR กินข้าวค่ะ ที่ อภิลักษณ์ บัวทอง หัวหน้าโครงการฯ บอกว่า ไม่ว่าเหตุการณ์นี้จะเกิดจากความไม่รู้ หรือความเข้าใจผิดต่อ ๆ กันมา ในมุมมองเชิงวิชาการของนักแก้ไขการพูดอยากบอกว่า ประเภทของศัพท์ที่พ่อแม่ควรจะสอนหรือใช้สื่อสารกับลูกที่มีอายุในช่วง 1-3 ปี ควรจะเป็นคำศัพท์ที่ใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน (Functional Word) จะเกิดประโยชน์กับตัวเด็กมากกว่า และจะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่สร้างพัฒนาการที่ดีให้กับเด็ก ทั้งพัฒนาการทางภาษา การพูด และการสื่อสาร รวมถึงพัฒนาการอารมณ์ ทักษะการคิด พัฒนาการการเข้าสังคม และพัฒนาการด้านอื่น ๆ ได้อีกในอนาคต

"โครงการ กขค OR กินข้าวค่ะ จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และวางรากฐานความเข้าใจในเรื่องการส่งเสริมพัฒนาการทางภาษาและการสื่อสารที่ถูกต้องให้กับพ่อแม่ผู้ปกครองและหวังเป็นอย่างยิ่งว่า โครงการนี้จะช่วยสร้างรากฐานเล็ก ๆ แต่แสนสำคัญนี้ให้กับเด็กไทยทั่วประเทศ"

อภิลักษณ์กล่าวว่า การส่งเสริมและสนับสนุนให้เด็กไทยมีพื้นฐานของพัฒนาการทางภาษาที่ถูกต้อง ด้วยการให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่พ่อแม่ผู้ปกครอง ว่าหากอยากให้เด็กสามารถสื่อสารความต้องการของตัวเองได้ถูกต้อง และมีรากฐานพัฒนาการทางด้านภาษาและการสื่อสารที่เหมาะสม ควรเริ่มสอน Functional Language ก่อน แทนการสอน ABC หรือ กขค โดยมีเป้าหมายเป็นการสร้างการตระหนักรู้ของพ่อแม่ผู้ปกครองทั้งประเทศไทย เรื่องหลักการพัฒนาการทางภาษาของเด็กเล็กอย่างถูกต้องด้วย Functional Communication เพื่อให้เด็กมีทักษะการสื่อสารที่เหมาะสมกับช่วงวัย อย่างน้อย 2,000 คน ดังนั้น โครงการ กขค or กินข้าวค่ะ มีการผลิตสื่อหลัก ๆ อยู่ 2 อย่างคือ 1. คอร์สออนไลน์เนื้อหาเกี่ยวกับ Functional Word และ 2. หนังสือนิทานเรื่อง "คุยกันนะ" ซึ่งเป็นนิทานภาพที่นำเสนอตัวอย่างของ Functional Word ที่เด็กช่วงอายุ 1-3 ปี จะได้ใช้บ่อย ๆ ในชีวิตประจำวันของเด็ก ๆ และยังเป็นแบบฝึกหัดของพ่อแม่ให้ฝึกคิดและพูดสื่อสารกับลูกด้วย Functional Word



เสียงตอบรับของโครงการได้รับความนิยมสูงจากพ่อแม่ผู้ปกครองที่มีลูกอายุ 1-3 ปี เป็นอย่างดี โดยมีผู้สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการมากกว่า 2,000 คน และมีผู้ที่สมัครเข้าร่วมโครงการ สามารถเรียนเนื้อหาจนจบและได้รับหนังสือนิทานภาพ และใบประกาศนียบัตรครบถ้วนตามเป้าหมายของโครงการ



คอร์สออนไลน์โครงการ  
กขค OR กินข้าวค่ะ





## คนเล็กเปลี่ยนโลก ยอดมนุษย์...คนธรรมดา

จุดเริ่มต้นของ “คนเล็กเปลี่ยนโลก” เริ่มมาจากการที่ ปณิษฐ์ พุ่มริ้ว และ สุทธิโชค จรรยาอังกูร สองหนุ่มเพื่อนสนิทนักเรียน มีความสนใจเรื่องเกี่ยวกับ คนเหมือนกันตั้งแต่สมัยเรียน เขาเปิดเพจเฟซบุ๊ก ยอดมนุษย์...คนธรรมดาขึ้น เล่าเรื่องที่เชื่อว่าคนธรรมดาทุกคนต่างมีความเป็นยอดมนุษย์อยู่ในตัว ในหลากหลายสาขาอาชีพ

ปณิษฐ์ พุ่มริ้ว หัวหน้าโครงการคนเล็กเปลี่ยนโลก เล่าว่า แรงบันดาลใจจริง ๆ ของโครงการ มาจากการที่เราได้รู้จัก เอ-ปกรณ์ รุจิระวิไล ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดสงขลาแต่ไปอยู่ กทม. กลับมาซื้อบ้านเก่าที่สงขลาบุกเบิกทำ a.e.y.space เพื่อเป็นพื้นที่ส่งเสริมงานศิลปะ จัดนิทรรศการ ฉายภาพยนตร์ จากนั้นต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำเพื่อชุมชน คิดถึงส่วนรวม ที่เราจำเป็นต้องได้ เป็นคนธรรมดาที่มี Passion ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนสงขลาน่าอยู่มากขึ้น แต่นึกไม่ออกจะเล่าเรื่องแบบไหน เมื่อกองทุนพัฒนาสื่อฯ เปิดรับโครงการ คาบเกี่ยวกับช่วง COVID-19 เรามองเห็นว่า ชุมชนกำลังมีปัญหา ไม่มีรายได้ แต่หากมีคนที่มีแนวคิดแบบเอ-ปกรณ์ มาช่วยฟื้นฟูหลังวิกฤตน่าจะดี ถือเป็นความหวังของอีกหลายคนทำงานเพื่อความยั่งยืน

“พอพูดถึงความยั่งยืน เราก็นึกถึงการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) 17 ข้อ ของสหประชาชาติ จึงอยากใช้ประเด็นนี้มาเล่าในแง่มุมที่หลากหลาย เช่น ภาณุ. ดร.กฤษณา ไกรสินธุ์ เจ้าของฉายา ‘เภสัชกรยิปซี’ หรือคนรุ่นใหม่อย่าง ศ. นพ.เกียรติ รักษ์รุ่งธรรม ผู้พัฒนาวัคซีน COVID-19 ซึ่งเราเขียนบทความขนาดยาว จำนวน 30 คน คัดเลือก 10 คนมาทำคลิปวิดีโอ ความยาว 5 นาที และจัดกิจกรรมเล็ก ๆ 2 ครั้ง ที่ทำให้ได้เจอกับคนเล็กเปลี่ยนโลก สร้างแรงบันดาลใจต่อผู้ เป็นคอมมูนิตี้เล็ก ๆ ที่ทำให้รู้ว่า พวกเขา มองโลกนี้อย่างไรเพื่อส่วนรวม คนที่ได้อ่าน ได้ฟัง ก็อาจนำวิธีคิดบางสิ่งไปใช้ได้” ปณิษฐ์เล่า

สุทธิโชคเสริมว่า เรื่องราวของแต่ละคนไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ กว่าจะไปถึงความยั่งยืน เปลี่ยนโลกแบบพลิกฝ่ามือ ต้องอาศัยการวางรากฐานที่ดี สิ่งเหล่านี้สำคัญและจำเป็น ซึ่ง สุดท้ายตรงนี้เป็นเหมือนพื้นที่ในการเรียนรู้ ได้กลับมาถามตัวเอง ทุกคนมีคุณค่า สิ่งสำคัญ คือ ทุกคนมีพลังในการเปลี่ยนโลกด้วยตัวเอง ไม่ต้องรอรับความช่วยเหลือจากใคร มีศักยภาพ สร้างสิ่งดี ๆ ให้กับโลกได้

ดังนั้น สิ่งที่ยากหอดไม่ได้วัดจากแค่ยอดโลก ยอดแชร์ แต่เป็นการร่วมแสดงความคิดเห็น ต่อประเด็นทางสังคม เกิดคอมมูนิตี้ย่อย ๆ ที่มีการแลกเปลี่ยน เราไม่ได้เป็นแค่คนเล่าเรื่อง แต่เป็นการช่วยแชร์ประสบการณ์บางอย่าง มีความเป็นชุมชน และแม้เป็นคนเล็ก ๆ ก็สร้างความเปลี่ยนแปลงได้ ทำให้เราเห็น ความหวัง ที่จะทำให้สังคมนี้ดีขึ้นได้อย่าง ยั่งยืน พวกเขาคือแบบอย่างในการขับเคลื่อน สังคม ซึ่งอาจเป็นคำตอบที่ช่วยรับมือกับ ความเปลี่ยนแปลงหลังวิกฤตได้อย่างแท้จริง



บทความและรับชมวิดีโออื่น ๆ ของเพจ  
ยอดมนุษย์...คนธรรมดา



# มัดรวม SOCIAL MEDIA COMMUNITY ดีต่อใจ

Social Media Community หรือ กลุ่มสังคมโลกออนไลน์ แสดงพลังของการสื่อสารเชื่อมต่อกับผู้คนในสังคมให้ก้าวผ่านวิกฤตในช่วงเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ให้เห็นมาแล้ว จากนั้นเกิดกลุ่มก้อนต่าง ๆ มากมายบนโลกออนไลน์ทั้ง Website, Facebook, LINE และในอีกหลากหลายแพลตฟอร์ม LINE OpenChat กลายเป็นแพลตฟอร์มยอดนิยมขนาดใหญ่ที่รวมผู้คนที่น่าสนใจ และมีความชอบในเรื่องเดียวกันมาพูดคุยแบ่งปันได้ตลอด 24 ชั่วโมง ตอบโจทย์ทุกความสนใจที่หลากหลาย ขณะที่ Facebook ก็มี Facebook Group ทั้งแบบสาธารณะ และแบบปิด กลุ่ม Community ทั้งหลายนี้ กลายเป็นพื้นที่ที่มีอิทธิพลในการสื่อสารอย่างมาก

คอลัมน์ Fun Fund ขอแนะนำ Social Media Community ที่ดีต่อใจ ปลอดภัย และสร้างสรรค์มาฝาก จะมีกลุ่มไหนโดนใจเพื่อน ๆ กันบ้างลองไปดูกัน...



## กลุ่มwingไนด์

Wingnaidee กลุ่มสาธารณะ ที่มีสมาชิก 3.4 แสนคน กลุ่มนี้เป็นพื้นที่พูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์การวิ่งจึงเป็นกลุ่มที่รวบรวมเทคนิคการวิ่งในรูปแบบต่าง ๆ หรือจะเป็นเรื่องอุปกรณ์รองเท้าเสื้อผ้าให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ของเพื่อน ๆ สมาชิกที่หลากหลาย รวมไปถึงมีการแนะนำสถานที่วิ่งให้เพื่อน ๆ สมาชิกได้ไปเปลี่ยนบรรยากาศในการวิ่งด้วย



## YOUNGHAPPY

กิจการเพื่อสังคม Community ของผู้สูงอายุในประเทศไทยและทั่วโลก สำหรับยังแปปปีถือเป็นพื้นที่ที่สร้างความสุขให้กับคนวัยเก๋าสนุก มีคุณค่า พึ่งพาตัวเองได้ ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยมีกิจกรรมที่เป็นมิตรให้ผู้สูงอายุได้เข้าร่วมมากมายสามารถเข้าถึงได้ทุกแพลตฟอร์มไม่ว่าจะเป็น YouTube, Facebook, TikTok



## กลุ่มคนหนีเที่ยว Sneak out หนีเที่ยว

กลุ่มที่สร้างขึ้นมาจากเพจท่องเที่ยว Sneak out ปัจจุบันมีสมาชิกมากถึง 5.5 แสนคน กลุ่มสาธารณะ ที่เปิดให้สมาชิกเข้ามาแชร์ประสบการณ์ท่องเที่ยวของตัวเองในสถานที่ต่าง ๆ พร้อมมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารของสถานที่สมาชิกคนอื่นได้ไปตามรอย ถือว่าตอบโจทย์ผู้ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวอย่างมาก



## หนังสือควรอ่าน ก่อนอายุ 30

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เอาไว้แลกเปลี่ยนหนังสือดี ๆ ที่เราควรอ่านก่อนอายุ 30 ช่วงอายุที่เราค้นหาประสบการณ์ ตามหาตัวเอง รู้จักตัวตนข้างใน และสนุกสนานกับชีวิต กลุ่มสาธารณะนี้ มีสมาชิกมากถึง 9 แสนคน มักแชร์หนังสือหมวดต่าง ๆ ที่น่าสนใจ หรือจะเข้ามาโพสต์หาหนังสือหมวดที่อยากอ่าน หนังสือที่อ่านแล้วเป็นพลังบวก นิยาย วรรณกรรม หรือหนังสือสร้างแรงบันดาลใจ



## insKru ครูปล่อยของ

แม้จะมีสมาชิกเพียง 1.1 แสนคน แต่ insKru เปิดโอกาสอย่างกว้างขวางสำหรับครู นักศึกษาฝึกสอน ผู้ที่ทำงานสอน หรือคนที่มีความสนใจด้านการศึกษา พูดคุย-แลกเปลี่ยน-เรียนรู้ ผ่านการโยนไอเดีย แลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน เพื่อเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการสอน จัดการเรียนรู้ให้สร้างสรรค์ ร่วมสร้างชุมชนที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับครู และช่วยให้ครูเติบโตต่อไปในฐานะพันธมิตรการเรียนรู้ของเด็ก ๆ



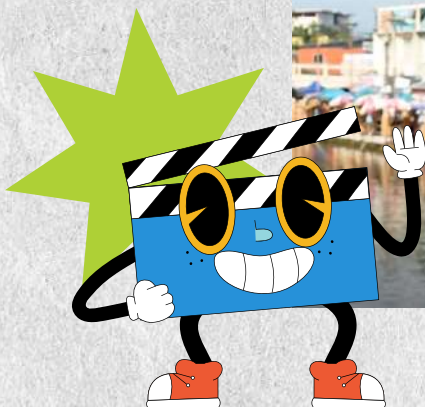
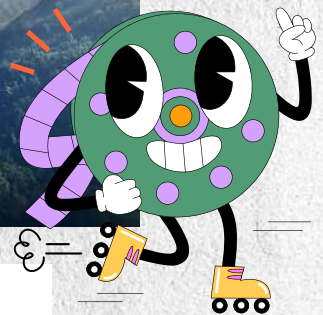


กองทุนพัฒนาสื่อ  
ปลอดภัยและสร้างสรรค์  
THAI MEDIA FUND



# ONE DAY

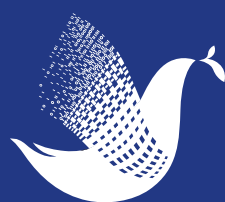
หนึ่งวันมหัศจรรย์ชุมชน



ONE DAY หนึ่งวันมหัศจรรย์ชุมชน รายการที่จะพาคุณท่องเที่ยวไปกับชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย กับสองพิธีกร เต๋ย-ธนิกย์ เอื้ออมรรัตน์ และ ชิม-พิทธรณญส์ กาญจนพันธ์ ร่วมสัมผัสกับการท่องเที่ยววิถีชาวบ้าน รู้จักกับสินค้าวัฒนธรรม ที่สร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจจนเกิดเป็น Soft Power ที่ทำให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก สามารถรับชมได้ทุกวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 14.00 น. – 14.30 น. ทาง Nation TV ช่อง 22



รับชมย้อนหลังได้ที่  
YouTube: Thai Media Fund



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](mailto:contact@thaimediafund.or.th) เว็บไซต์: [www.thaimediafund.or.th](http://www.thaimediafund.or.th)

