



UTCC

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

0.80

University of the Thai Chamber of Commerce Journal

Humanities and Social Sciences

ISSN 0125-2437

ปีที่ 36 ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน - มิถุนายน 2559

บทความวิจัย

- 1 รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย
นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤๅษี และ อธิษฐกร วรบำรุงกุล
- 20 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในรูปแบบเครือข่ายคุณภาพการผลิตยางพารา
นนทยา อธิธิชินบัญญัติ
- 40 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเฉพาะของกิจการกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทจดทะเบียนที่มีรายชื่อหลักทรัพย์ในดัชนี SET100
พรพัตรา เอี้ยวประดิษฐ์ และ ศิลปพร ศรีจันทเพชร
- 55 เมืองสื่อสร้างสรรค์: ตัวชี้วัดเพื่อการพัฒนาเยาวชน
เกศินี ประทุมสุวรรณ
- 70 คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร
ศิริลักษณ์ ทองพูน
- 84 การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการทำวิจัยในชั้นเรียนตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
เอกชัย เนาวนิช
- 96 กระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มประเภทไม่มีแอลกอฮอล์ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี
นิตินพ ทองวาสนาส่ง
- 107 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดงานเทศกาลประเพณีจูลงจิ้น
ชวัลนุช อุทยาน
- 121 การเปรียบเทียบความแม่นยำในการพยากรณ์อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ระหว่างแบบจำลอง ARIMA - GARCH และ ARIMA - EGARCH
อรรถพล สืบพงศกร และ สุพัตรา วิสาการ
- 136 อิทธิพลของการอบรมเลี้ยงดูแบบเอาใจใส่และการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อพฤติกรรมเอื้อต่อสังคม โดยมีความร่วมมือกันเป็นตัวแปรส่งผ่านในระดับอุดมศึกษา
ดุลยา จิตตะยโสธร

บทความวิชาการ

- 157 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร: แนวคิดและประสบการณ์
เกษภา นกน้อย
- 170 บริจาคอย่างไรให้ถูกหลักภาษีอากร
ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์
- 190 เส้นทางสายไหมตอนใต้กับยุทธศาสตร์ One Belt and One Road กับโอกาสทางการค้าของไทย
ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร
- 210 ระบบสารสนเทศการบริหารห่วงโซ่อุปทานเพื่อการจัดกรงานวิจัยในสถาบันอุดมศึกษา
อรรถพล จันทร์สมุด
- 222 บทบาทของการบริหารทรัพยากรมนุษย์: ปรับกลยุทธ์รับมือ AEC
นิภา วิริยะพัฒน์

L

เมืองสื่อสร้างสรรค์: ตัวชี้วัดเพื่อการพัฒนาเยาวชน

Creative Media City: The Indicators for Youth Development

- เกศินี ประทุมสุวรรณ
- สาขาวิชานิเทศศาสตร์
- คณะวิทยาการจัดการ
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
-
- Kesinee Pratumswan
- Department of Communication Arts
- Faculty of Management Science
- Nakhon Pathom Rajabhat University
- E-mail: kkesinee@hotmail.com

บทคัดย่อ

เมืองสื่อสร้างสรรค์ หมายถึง ชุมชนท้องถิ่นที่คนทุกกลุ่มมีโอกาสในการเข้าถึงสื่อดี พื้นที่สร้างสรรค์ มีความรู้เท่าทันสื่อ และสามารถเจริญปัญญาได้ วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ คือ การพัฒนาตัวชี้วัดของการเป็นเมืองสื่อสร้างสรรค์ โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อันประกอบด้วย นักวิชาการ นักพัฒนา ผู้นำชุมชนท้องถิ่น และเยาวชนในพื้นที่นำร่อง 3 จังหวัด คือ แม่ฮ่องสอน สุรินทร์ และเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่า เมืองสื่อสร้างสรรค์ควรยึดหลักการ 3 ดี คือ สื่อดี พื้นที่ดี และภูมิดี เพราะการมี “สื่อดี” เปรียบเหมือน “ต้นน้ำ” ที่ก่อให้เกิดกระบวนการของการออกแบบ และจัดการ “พื้นที่” ทำให้เกิด “พื้นที่ดี” อันเปรียบได้กับกลางน้ำ และท้ายที่สุดทั้งสื่อดีและพื้นที่ดีก็จะทำให้คนมีภูมิปัญญาที่เป็นภูมิคุ้มกัน ซึ่งเป็น “ปลายน้ำ” ในทางกลับกัน การที่บุคคลและชุมชนมีภูมิปัญญาและภูมิคุ้มกันที่ดี พวกเขา ก็จะเป็นผู้สร้างสรรค์นวัตกรรมที่ทำให้เกิด “สื่อดี” และ “พื้นที่ดี” ต่อไป องค์ประกอบหลักของตัวชี้วัด ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านกิจกรรม ด้านปัจจัยแวดล้อม และด้านผลลัพธ์ ส่วนการขับเคลื่อนชุมชนสู่การเป็นเมืองสื่อสร้างสรรค์

นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากสถาบันหลักต่าง ๆ ในชุมชน ผลลัพธ์สุดท้าย ก็คือ การที่ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อและเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ทั้งพฤติกรรมการสื่อสาร พฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมสังคม

คำสำคัญ: สื่อสร้างสรรค์ เมืองสื่อสร้างสรรค์ ตัวชี้วัด

Abstract

A creative media city refers to a local community where all groups of people have opportunities to access good media and space, gain media literacy and can develop their own wisdom. This research objective was to develop a creative media city conceptual framework and indicators. It was researched from relevant documents, focus group discussions and in-depth interviews with key informants comprising academics, developers, community leaders and juveniles in three prototype provinces: Mae Hong Son, Surin and Phetchaburi. From the study it was found that a creative media city should hold to three good principles; good media, good space and good wisdom. As a matter of fact, good media can be like a virtual 'upstream water' source that consequently produces a good design and management process of space that results in a "good space" that can be compared to the 'middle stream.' And finally, both good media and good space can generate wise people who act as the immunity at the 'downstream' section. And vice versa, the intellectual people and community with good immunity can further create innovation that results in cyclic "good media" and "good space". The main indicator components include activity, environment and result components. The implementation of a community driven to be a creative media city requires cooperation of various principal institutes in the community. The final outcome is that people in the community can change and be enlightened. They are aroused to modify their own behaviors despite communication, consumption and social behaviors.

Keywords: Creative Media, Creative Media city, Indicator.

บทนำ

เด็กและเยาวชนที่สำคัญที่จะต้องในช่วงวัย การติดต่อยาวชนในด้านต่อมาโดยตลอด แต่เท่าทันกับสถาน "เชิงรุก" ยังไม่มีประสิทธิภาพเชิงรุกในมิติขอท้องถิ่น" เพื่อที่เหมาะสม ทั้งบริโภค และพ

จากการศึกษาไทย (สำนักงานสภาพ, 2555) โทรทัศน์ คุยในวันละกว่า 8 ชั่วโมงในสามของชีวิต การทำกิจกรรมการเล่นกีฬา กับครอบครัวมากกว่าเรื่องการใช้ผลกระทบทาง โดยเฉพาะสื่อความรุนแรง ๕

ดังนั้นจึงที่เกิดขึ้นในสังคมรุนแรง อาชญากรรมทั้งการมีเพศสัมพันธ์นี้จากการศึกษา

บทนำ

เด็กและเยาวชนเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสำคัญที่จะต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงวัย การติดตามปัญหาและพฤติกรรมของเด็กและเยาวชนในด้านต่าง ๆ เป็นเรื่องที่สังคมให้ความสนใจโดยตลอด แต่นั่นก็เป็นเพียง “การตั้งรับ” เพื่อการเท่าทันกับสถานการณ์เท่านั้น ในขณะที่การพัฒนา “เชิงรุก” ยังไม่อาจเข้าถึงเด็กและเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมืองสื่อสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาเชิงรุกในมิติของ “สื่อ” และในมิติของ “ชุมชนท้องถิ่น” เพื่อการหล่อหลอมและปมเพาะพฤติกรรมที่เหมาะสม ทั้งพฤติกรรมสื่อสาร พฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมสังคม

จากการศึกษาพฤติกรรมของเด็กและเยาวชนไทย (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2555) พบว่า เด็กไทยใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ คุยโทรศัพท์ และเล่นอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยวันละกว่า 8 ชั่วโมง การที่เด็กส่วนใหญ่ใช้เวลาถึงหนึ่งในสามของชีวิตไปกับสื่อเหล่านี้เป็นผลให้มีเวลาในการทำกิจกรรมอื่น ๆ ลดน้อยลง ทั้งเรื่องการเรียนรู้ การเล่นเกม การพักผ่อน และการสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัวและเพื่อน หากที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าเรื่องการใช้เวลาอย่างมีคุณค่า ก็คือ การได้รับผลกระทบทางลบจากการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะสื่อที่ปลุกฝังค่านิยมผิด ๆ ทั้งในเรื่องเพศ ความรุนแรง และการบริโภค

ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจกับปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมทุกวันนี้ เช่น การทะเลาะวิวาท ความรุนแรง อาชญากรรมที่เกิดจากเด็กและเยาวชน รวมทั้งการมีเพศสัมพันธ์และการตั้งครมภ์ก่อนวัยอันควร ทั้งนี้จากการศึกษาของ ชาตรี บัวคลี่ (2557) พบว่า

สื่อ โดยเฉพาะเครือข่ายสังคมออนไลน์และภาพยนตร์ เป็นปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญต่อการนำเสนอเนื้อหาเรื่องเพศอย่างไม่สร้างสรรค์ และเยาวชนก็ใช้สื่อเหล่านี้เป็นช่องทางในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม ขณะเดียวกันข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556) ระบุว่า มีนักสูบและนักดื่มหน้าใหม่ในสถานศึกษาเพิ่มมากขึ้นด้วยอายุที่น้อยลง ส่วนสถิติการสูบบุหรี่และการดื่มแอลกอฮอล์ของผู้หญิงก็เพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน โดยผู้หญิงมีพฤติกรรมการดื่มสุรามากกว่าสูบบุหรี่ (ทิพพรรณ ไชยปัทมภ์, 2556) ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการที่เด็กและผู้หญิงได้กลายเป็นเป้าหมายหลักของการโฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อมที่แฝงมากับสื่อต่าง ๆ การบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมจึงเป็นเสมือน “ต้นน้ำ” ของการแสดงออก หรือการมีพฤติกรรมที่สร้างปัญหา ความเดือดร้อนและความทุกข์ให้แก่ตนเอง ครอบครัวและชุมชน

แม้ว่าในโลกความเป็นจริง สื่อทุกประเภทที่แพร่หลายอยู่ในสังคมจะมีทั้งสื่อที่ดี สื่อสร้างสรรค์ และสื่อที่ไม่เหมาะสมปะปนกันไป หากก็เป็นไปได้ยากที่รัฐบาลหรือผู้เกี่ยวข้องจะสกัดกั้นมิให้เด็กและเยาวชนเข้าถึงสื่อที่ไม่เหมาะสม ดังนั้นครอบครัว ชุมชน และสังคม จึงจำเป็นต้องสร้างภูมิคุ้มกัน ให้เด็กและเยาวชนได้เท่าทันสื่อ รวมถึงอาจต้องใช้กฎหมายเข้ามากำกับดูแลด้วย (วัลลภ ตั้งคณานุรักษ์, 2557) ทางเลือกและทางออกของปัญหานี้ จึงอยู่ที่การพัฒนาให้เด็กและเยาวชนมี “ความรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) ในขณะเดียวกันก็ต้องโน้มนำให้สังคมตระหนักถึงความสำคัญของการผลิตสื่อและการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ ตลอดจนสนับสนุนให้ทุกชุมชนมีพื้นที่หรือกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับเด็ก เยาวชน และคนทุกเพศวัย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ตั้งแต่ฉบับแรกจนถึงฉบับปัจจุบัน พบว่า นโยบายระดับชาติเกี่ยวกับการพัฒนาเด็กและเยาวชนทวีความเข้มข้นมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันรัฐก็ให้ความสำคัญกับบทบาทของครอบครัว สถานศึกษา ชุมชน และการมีส่วนร่วมของพลังทางสังคมจากทุกภาคส่วนมากขึ้น นอกจากนี้ ในยุทธศาสตร์ระดับชาติ ด้านการพัฒนาเด็กตามแนวทาง “โลกที่เหมาะสมสำหรับเด็ก” (พ.ศ. 2550-2559) ก็ได้ระบุยุทธศาสตร์ด้าน “สื่อมวลชนกับเด็ก” อยู่ด้วย (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2550) โดยให้มีการรณรงค์กับสื่อมวลชนทุกรูปแบบให้มีความรู้ความเข้าใจ และนำเสนอข่าวสารโดยไม่ละเมิดสิทธิเด็ก และส่งเสริมให้เด็กเข้าถึงสื่อมวลชนที่สร้างเสริมสติปัญญา อารมณ์ สังคม และจริยธรรม นั้นหมายความว่า ปัญหาการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสม และอิทธิพลทางลบของสื่ออันส่งผลกระทบต่อสุขภาพของเด็ก ครอบครัว และสังคมนั้น เป็นเรื่องที่รัฐให้ความสำคัญ และพยายามที่จะทำงานเชิงรุกเพื่อป้องกันและแก้ไขอยู่แล้ว แต่ความเป็นจริงอีกด้านหนึ่ง ก็คือรัฐไม่อาจสกัดกั้นสื่อที่ไม่เหมาะสมได้ ในขณะเดียวกันก็ไม่มีมาตรการสนับสนุนการสร้างสรรค์สื่อดี สื่อมอมเมา ยั่วยุ หรือสื่อสีเทาจึงมีมากและเข้าถึงได้ง่าย ในขณะที่สื่อสีขาวหรือสื่อสร้างสรรค์ และสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาศักยภาพของเด็กและเยาวชน ยังมีน้อยและเข้าถึงได้ยาก

การสร้างสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนที่เหมาะสม โดยความร่วมมือร่วมใจของชุมชนจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ แนวคิดเรื่อง “เมืองสื่อสร้างสรรค์” ได้ปรับประยุกต์มาจากโครงการ “เมืองสุขภาวะ” (Healthy City) ขององค์การอนามัยโลก ซึ่งได้เริ่ม

มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1986 ในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น แคนาดา สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และหลายประเทศในยุโรป กระทั่งราวปี ค.ศ. 1994 จนถึงปัจจุบัน ประเทศที่กำลังพัฒนาหลายประเทศก็ได้นำมาใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนสังคมสุขภาวะ และมีการประสานงานกันเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง จุดมุ่งหมายสำคัญของเมืองสุขภาวะ คือ การสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน ซึ่งสิ่งสำคัญไม่ได้อยู่ที่โครงสร้างพื้นฐาน แต่อยู่ที่การให้คำมั่นสัญญาที่จะปรับปรุงสิ่งแวดล้อมของเมือง และความมุ่งมั่นที่จะสานสายใยและเครือข่ายทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมให้ไปในทิศทางเดียวกัน (World Health Organization, 2014) ทั้งนี้ ปัจจัยความสำเร็จในการขับเคลื่อนเมืองสุขภาวะ สำหรับศตวรรษที่ 21 คือ การติดตามและประเมินโครงการ โดยจะต้องเน้นที่กระบวนการมากกว่าผลลัพธ์ (Kenzer, 2000: 286)

เมืองสื่อสร้างสรรค์จึงเป็นบริบทใหม่ในการทำงานเชิงรุกของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่ได้เข้าไปหนุนเสริมให้ภาคีเครือข่ายในชุมชนท้องถิ่น ใช้สื่อเป็นทั้งเครื่องมือและเป้าหมายของการพัฒนา เพื่อสร้างสรรค์ “ต้นแบบ” ที่ดี “เมืองสื่อสร้างสรรค์” ในที่นี้จึงหมายถึง ชุมชนต้นแบบของการมีสื่อดีและมีการใช้สื่อเป็นเครื่องมือเพื่อสุขภาพของคนทุกกลุ่ม ซึ่งในช่วงหลายปีของการพัฒนาที่ผ่านมา ภาคีเครือข่ายของ สสส. ในหลายพื้นที่ได้แสดงให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ชัดถึงความสำคัญและศักยภาพของสื่อหลากหลายประเภท ที่สามารถนำไปใช้การพัฒนาคนและขับเคลื่อนชุมชน สังคมได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม ในแง่ของการประเมินความเป็นเมืองสื่อสร้างสรรค์ โดยระบุว่าชุมชนใดหรือท้องถิ่น

ใดเป็นเมืองสื่อสร้าง นั้น จำเป็นต้องมีตัวที่จะบ่งชี้ชัดอย่างเบื่ ดังกล่าวนี้ก็ควรจะถูก การดำเนินงานไปสู่เยาวชนด้วย โดยผู้ท้องถิ่น ประชาชน ประเมินตนเองได้ กำลังเดินอยู่ในแล้ว และจุดใดจะเป็น

คำถามการวิจัย

ในการบ่งชี้ สร้างสรรค์อย่างเบื่ โดยมีความสอดคล้อง การเมือง แครจะจะมีตัวชี้วัดอะ

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนา อาศัยกระบวนการ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ กระบวนการมีส่วน ในพื้นที่ คือ นัก ร่วมเป็นคณะทำงาน เดือนกันยายน 2'

พื้นที่ดำเนิน แม่ฮ่องสอน สุริ เฉพาะเจาะจง โต พื้นที่ กับ สสส. โด

ใดเป็นเมืองสื่อสร้างสรรค์หรือไม่ หรืออยู่ในระดับใด นั้น จำเป็นต้องมีตัวชี้วัดหรือกรอบเกณฑ์บางประการที่จะบ่งชี้ชัดอย่างเป็นกาวีลย ในขณะเดียวกันตัวชี้วัดดังกล่าวนี้ก็ควรจะถูกนำมาใช้เป็น “เครื่องมือ” ของการดำเนินงานไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาเด็กและเยาวชนด้วย โดยผู้เกี่ยวข้องทั้งนักพัฒนา ผู้นำชุมชนท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน ฯลฯ สามารถนำไปใช้ในการประเมินตนเองได้ตลอดเวลา อันจะทำให้ทราบว่าการกำลังเดินอยู่ในเส้นทางหรือไม่ เดินไปถึงจุดใดแล้ว และจุดใดจะเป็นเป้าหมายต่อไป

คำถามการวิจัย

ในการบ่งชี้และวัดระดับความเป็นเมืองสื่อสร้างสรรค์คืออย่างไรที่ประจักษ์ชัดและเป็นรูปธรรม โดยมีความสอดคล้องและกลมกลืนกับบริบททางสังคม การเมือง และวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นนั้น ควรจะมีตัวชี้วัดอะไรบ้าง อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดเมืองสื่อสร้างสรรค์โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนาภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยมีภาคีในพื้นที่ คือ นักพัฒนาหรือแกนนำในชุมชนท้องถิ่นร่วมเป็นคณะทำงาน ใช้เวลาในการศึกษา 1 ปี ตั้งแต่เดือนกันยายน 2555 ถึงสิงหาคม 2556

พื้นที่ดำเนินการ ประกอบด้วย 3 จังหวัด คือ แม่ฮ่องสอน สุรินทร์ และเพชรบุรี ซึ่งเลือกอย่างเฉพาะเจาะจง โดยการตกลงใจร่วมกันระหว่างภาคีในพื้นที่ กับ สสส. โดยแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

แผนงานสร้างเสริมวัฒนธรรมการอ่าน และแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ

วิธีการวิจัย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง 2) การสนทนากลุ่ม และ 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยนำผลจากการศึกษาบทเรียน และประสบการณ์การทำงานของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมาประมวล วิเคราะห์ และสังเคราะห์ ในลักษณะ “สามเส้า” คือ สามเส้าของวิธีการ และสามเส้าของการปะทะสังสรรค์ทางความคิดของคนสามกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย 1) นักวิชาการ 2) นักพัฒนา/นักกิจกรรม/ ผู้นำชุมชน/ ผู้บริหารท้องถิ่น และ 3) เด็กและเยาวชนผู้ได้รับประโยชน์จากการวิจัย

1. การศึกษาเอกสาร เป็นการศึกษาเอกสาร โดยการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเด็กและเยาวชนบุคคล สื่อและสังคม รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ของ สสส. และตัวชี้วัดของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อและการพัฒนาคน โดย “สื่อ” ในที่นี้หมายถึง สื่อทุกประเภท ทั้งสื่อมวลชน สื่อใหม่ สื่อพื้นบ้านหรือสื่อศิลปวัฒนธรรมชุมชน สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม ผลจากการศึกษาเอกสาร ทำให้เกิดการแยกแยะ จัดประเภทหมวดหมู่ของข้อมูล และได้ภาพกว้าง ๆ ของประเด็นตัวชี้วัด อันนำไปใช้ในการกำหนดประเด็นการสนทนากลุ่ม

2. การสนทนากลุ่ม มีทั้งหมด 4 เวที ดังนี้

- **เวทีที่ 1 เวทีเตรียมความพร้อมในระดับพื้นที่** เพื่อทำความเข้าใจกับคณะผู้ร่วมวิจัยในแต่ละพื้นที่ ทั้งในเรื่องคำถามวิจัย วัตถุประสงค์ และประโยชน์ที่จะได้รับ จากนั้นจึงได้ร่วมกันกำหนดวิธีการ

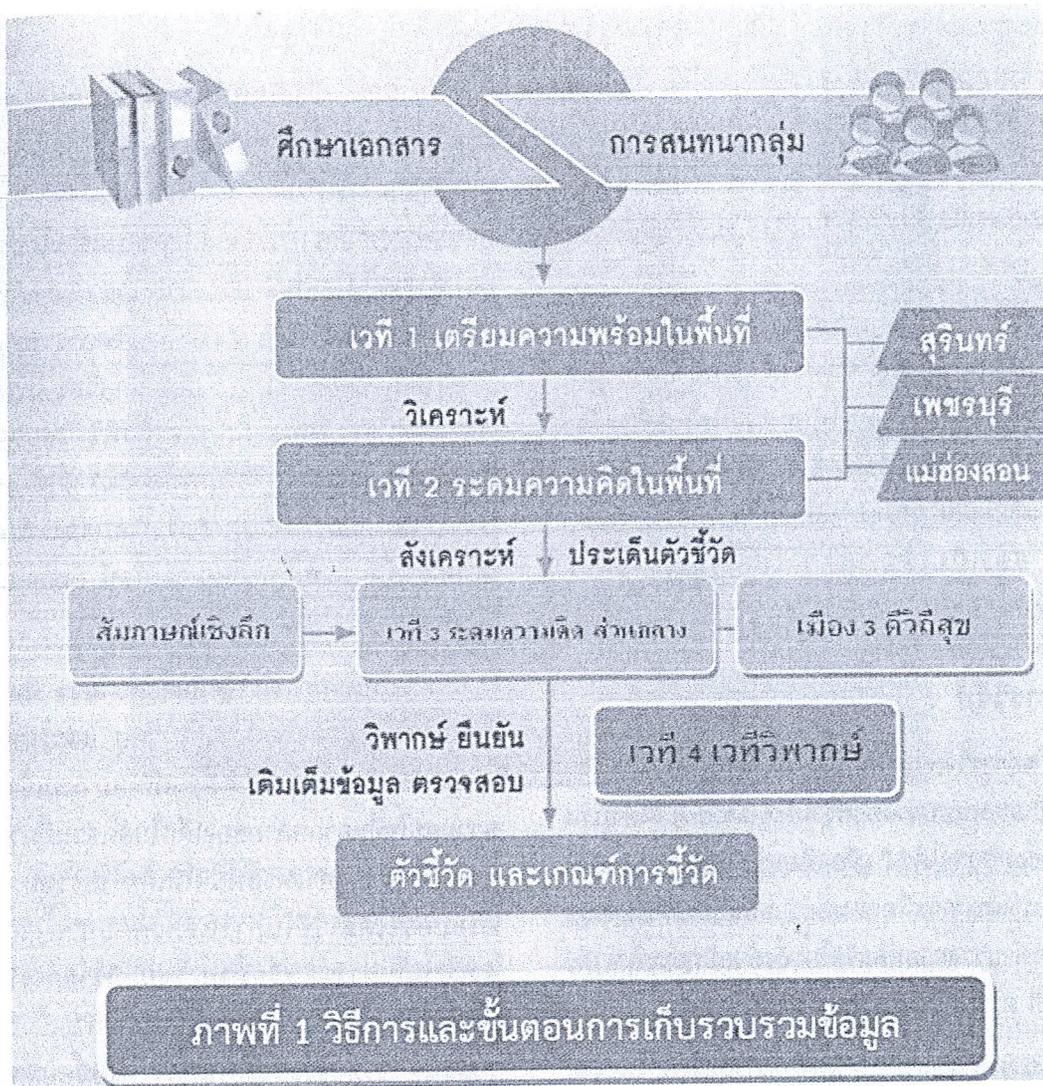
ดำเนินงาน ประเด็นการวิจัย การคัดเลือกบุคคล เข้าร่วมระดมความคิด โดยจัดพื้นที่ละ 1 ครั้ง รวม 3 ครั้ง

- **เวทีที่ 2 เวทีระดมความคิดในระดับพื้นที่** เพื่อระดมความคิดตามประเด็นการวิจัยจากผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย 1) นักวิชาการ 2) นักกิจกรรม/ นักพัฒนา/ แกนนำชุมชน/ ผู้บริหารท้องถิ่น และ 3) เด็กและเยาวชนหรือผู้ได้รับประโยชน์จากการวิจัย ในแต่ละเวทีเริ่มจากการอ่าน และวิเคราะห์บทกวี “ก้านไม้กวาด” ของ จ่าง แซ่ตั้ง และชวนคิดชวนคุยเกี่ยวกับความหมายของบทกวีและให้ช่วยกันแสดงความคิดเห็น จากนั้นต่อด้วยการจินตนาการถึงความหมายและความคาดหวังที่มีต่อ “เมืองสื่อสร้างสรรค์” ในชุมชนท้องถิ่นของตนเอง รวมถึงกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่จะใช้เป็นกรอบการ ชีวัด โดยจัดพื้นที่ละ 1 ครั้ง รวม 3 ครั้ง แต่ละพื้นที่มีผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มประมาณ 20-30 คน

จากนั้นคณะผู้ร่วมวิจัยได้ร่วมกันประมวลข้อมูลทั้งหมดและนำมาสังเคราะห์เป็น “ตัวชี้วัดฉบับร่างที่ 1” เพื่อส่งกลับไปให้ผู้เข้าร่วมระดมความคิดเห็นในแต่ละพื้นที่ แกะไขปรับปรุง เพิ่มเติม และให้ข้อเสนอแนะ จากนั้นก็ได้นำข้อคิดเห็นต่าง ๆ มาพิจารณาและปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งหนึ่งให้เป็น “ตัวชี้วัดฉบับร่างที่ 2”

- **เวทีที่ 3 เวทีระดมความคิดในส่วนกลาง** เพื่อระดมความคิดต่อ “ตัวชี้วัดฉบับร่างที่ 2” โดยคณะผู้ร่วมวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เข้าร่วมสัมมนา “เมือง 3 ดีวิถีสุข” ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา จากนั้นจึงนำมาประมวลเข้ากับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และปรับเป็น “ตัวชี้วัดฉบับร่างที่ 3” โดยคณะผู้ร่วมวิจัย

- **เวทีที่ 4 เวทีวิพากษ์** เป็นเวทีของการยืนยัน เติมเต็ม ตรวจสอบ และวิพากษ์ “ตัวชี้วัดฉบับร่างที่ 3” โดยคณะผู้ร่วมวิจัยและคณะที่ปรึกษาโครงการ



ภาพที่ 1 วิธีการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประมวลข้อมูล
วัดฉบับร่างที่
ความคิดเห็นใน
ข้อเสนอแนะ
พิจารณาและ
ตัวชี้วัดฉบับ
ในส่วนกลาง
ครั้งที่ 2" โดย
ร่วมสัมมนา
การประชุม
เข้ากับข้อมูล
ข้อมูลสำคัญ
ยคณะผู้ร่วม
วันเวทีของ
าษ "ตัวชี้วัด
ณะที่ปรึกษา

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยการเลือกอย่างเฉพาะเจาะจงจากเกณฑ์ต่างๆ อย่างใดอย่างหนึ่ง คือ 1) เป็นผู้มีผลงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาตัวชี้วัด 2) เป็นผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และ/หรือสถาบันครอบครัว และ 3) เป็นนักคิด นักเขียน นักวิเคราะห์ นักวิจารณ์ ประเด็นการสัมภาษณ์หลัก ประกอบด้วย จินตนาการที่มีต่อเมืองสื่อสร้างสรรค์ และการวิพากษ์ตัวชี้วัด

ฉบับร่างที่ 2 โดยพิจารณาทั้งกรอบเกณฑ์การชี้วัดความเป็นไปได้ ความเหมาะสม หลักฐาน และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มี 7 ท่าน ประกอบด้วย ดร.อมรรวิชัย นาครทรรพ ที่ปรึกษาสถาบันรามจิตติ นายแพทย์สุริยเดว ทรีปาตี ผู้อำนวยการสถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล นางชมัยกร แสงกระจ่าง (โพลิน รุ่งรัตน์) นักเขียนและผู้จัดการสำนักพิมพ์คมบาง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิวกานท์ ปทุมสูติ ผู้อำนวยการศูนย์เรียนรู้ทุ่งสักอารม นายชิน วิสาสะ (ครูชิน) นักเขียน และนักเล่านิทาน ดร.ภาสกร อินทุमार อาจารย์ประจำคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และนายพรชัย แลนยะมูล (กุดจี่) นักเขียน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ตัวชี้วัดเมืองสื่อสร้างสรรค์ จะเป็น “เครื่องมือ” ของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาคนโดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ที่จะช่วยกระตุ้นให้ชุมชนท้องถิ่นหันมาตระหนักถึงความสำคัญของการมีสื่อดี พื้นที่ดี ภูมิดี และเป็นเจ้าภาพหลักในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นโดยมีคนเป็นศูนย์กลาง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยและพัฒนาตัวชี้วัดเมืองสื่อสร้างสรรค์สรุปเป็นภาพแบบจำลองความคิด (Model) ได้ดังภาพที่ 2 ซึ่งอธิบายได้ว่า เมืองสื่อสร้างสรรค์ หมายถึงเมืองแห่งสุขภาวะที่ทุกคนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ทั้งด้วยปัญญาที่เข้าถึงความดี ความงาม และความจริง

การเข้าสู่การเป็นเมืองสื่อสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะ เป็นในระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล หรือชุมชนท้องถิ่นเล็ก ๆ ต้องเริ่มด้วยหลักการ 3 ดี อันประกอบด้วย

1) สื่อดี 2) พื้นที่ดี และ 3) ภูมิดี

1. สื่อดี เป็นสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์สำหรับทุกคน นั้นหมายความว่า ทุกคนในชุมชนจะต้องได้รับและได้ใช้สื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนาในแต่ละช่วงวัย เด็ก เยาวชน และครอบครัวมีโอกาสในการเข้าถึงได้โดยไม่จำกัดโอกาส เวลา และสถานที่ โดย สื่อดี ในที่นี้ หมายถึง การจัดการระบบการสื่อสารและสื่อทุกประเภท ทั้งสื่อหลัก (วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์) สื่อท้องถิ่น (เคเบิลทีวี วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น) สื่อพื้นบ้าน (โนรา ลิเก หุ่นกระบอก เพลงพื้นบ้าน ฯลฯ) สื่อใหม่ (อินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมออนไลน์ เกมออนไลน์ โทรศัพท์ ฯลฯ) และสื่อกิจกรรม

ภายใต้หลักการนี้ จึงหมายความว่า สื่อหลักและสื่อท้องถิ่น ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ควรจะต้องมีรายการหรือคอลัมน์ที่เหมาะสมสำหรับความสนใจที่หลากหลายของเด็กในสัดส่วนที่มากพอ ทั้งจะต้องมีช่องทางหรือพื้นที่ให้เด็ก เยาวชน และครอบครัวได้มีเวทีในการแสดงศักยภาพ และมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อด้วย เช่น มีรายการวิทยุ/โทรทัศน์ที่เด็ก เยาวชน และครอบครัวได้ร่วมเป็นพิธีกรร่วมผลิต ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหา หรือมีคอลัมน์ให้เด็กแสดงผลงานในรูปแบบของงานเขียนหรือศิลปะต่าง ๆ เป็นต้น

2. พื้นที่ดี

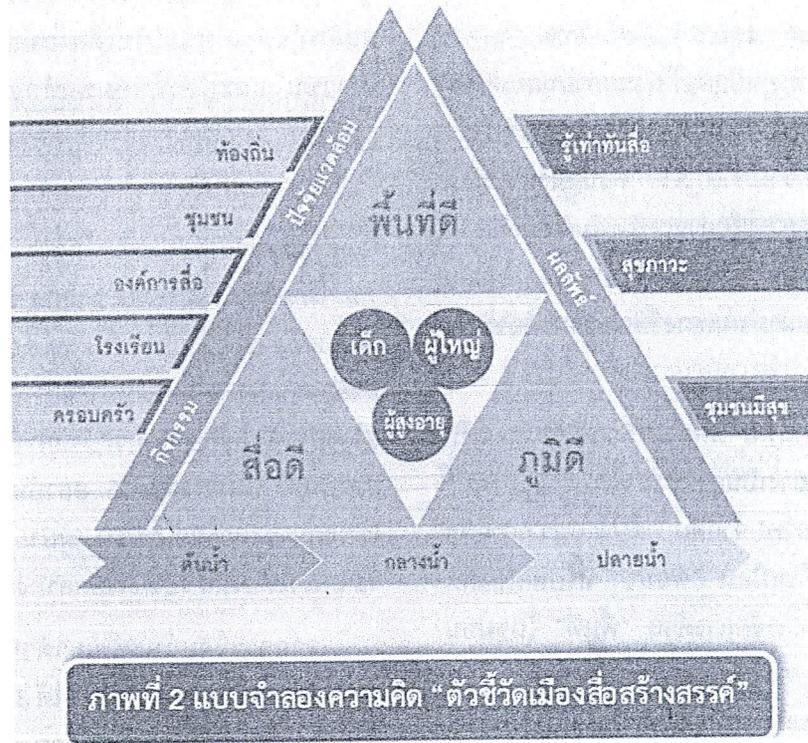
ที่ทุกคนในชุมชนใช้ประโยชน์ร่วมสถานสร้างควา “พื้นที่ดี” ในที่นี้ ภายภาพ และที่

2.1 ที่

พื้นที่สาธารณะ บุคคลหรือกลุ่ม ในการจัดกิจกรรม สวนหย่อมให้ ลานวัดเป็น “ล สนามกีฬาเป็น ห้องสมุด ให้ บอกล่าเรื่อง

สร้างสรรค์
 ในชุมชนจะ
 ารพัฒนาใน
 ัวมีโอกาสใน
 และสถานที่
 การระบบการ
 วิทยุ โทรทัศน์
 วิทยุชุมชน
 สื่อพื้นบ้าน
 ฯลฯ) สื่อใหม่
 เกมออนไลน์

ว่า สื่อหลัก
 และโทรทัศน์
 ะสมสำหรับ
 ่วนที่มากพอ
 ภาพ และมี
 ายการวิทยุ/
 วมเป็นพิธีกร
 มีคอลัมน์ให้
 ศิลปะต่าง ๆ



ภาพที่ 2 แบบจำลองความคิด "ตัวชีวิตเมืองสื่อสร้างสรรค์"

2. พื้นที่ดีหรือพื้นที่สร้างสรรค์ หมายถึง พื้นที่
 ที่ทุกคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการออกแบบ และ
 ใช้ประโยชน์ร่วมกัน ทั้งในด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้
 สานสร้างความสัมพันธ์ เสริมพลังซึ่งกันและกัน
 "พื้นที่ดี" ในที่นี้ อาจเป็นได้ทั้งพื้นที่สร้างสรรค์ทาง
 กายภาพ และพื้นที่สร้างสรรค์ทางความคิด

2.1 พื้นที่สร้างสรรค์ทางกายภาพ หมายถึง
 พื้นที่สาธารณะที่มีความปลอดภัย เป็นพื้นที่ที่จัดให้
 บุคคลหรือกลุ่มบุคคลมาใช้ประโยชน์ร่วมกัน หรือใช้
 ในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์เป็นประจำ เช่น การจัด
 สวนหย่อมให้เป็น "พื้นที่ออกกำลังกาย" การจัด
 ลานวัดเป็น "ลานแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม" การจัด
 สนามกีฬาเป็น "ตลาดนัดอาหารปลอดภัย" การจัด
 ห้องสมุด ให้เป็น "แหล่งเรียนรู้" หรือ พิพิธภัณฑที่
 บอกเล่าเรื่องราวของท้องถิ่น ซึ่งบุคคลในชุมชนและ

บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงและ ใช้ร่วมกันได้อย่างไม่มี
 ข้อจำกัดในด้านโอกาสและเวลา รวมถึงการมีอาคาร
 หรือภูมิสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์

2.2 พื้นที่สร้างสรรค์ทางความคิด หมายถึง
 การจัดให้มีเวทีเพื่อการแลกเปลี่ยนทางความคิด ทั้ง
 อย่างเป็นทางการ เช่น การประชุมหารือเป็นวาระ
 ประจำ และอย่างไม่เป็นทางการ เช่น สภาภาพแพ
 เป็นต้น เพื่อให้บุคคลหลากหลายได้มาแลกเปลี่ยน
 ความคิดเห็นต่อสถานการณ์ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น
 ในชุมชน ตลอดจนแลกเปลี่ยนแนวทางการแก้ไข
 ปัญหาอันเอื้อต่อความสุขและการพัฒนาของทุกคน

3. ภูมิดี หมายถึง การที่เด็ก เยาวชน ครอบครัว
 และชุมชนในพื้นที่ มีภูมิคุ้มกัน รู้เท่าทันตนเอง เท่าทัน
 สื่อ และเท่าทันสังคม มีทักษะในการคิด วิเคราะห์
 อย่างมีวิจารณญาณ มีความรู้และความซาบซึ้ง

ภาษาถิ่น ตลอดจนภูมิปัญญาอันเป็นอัตลักษณ์และ รากเหง้าของตนเอง โดยการบ่มเพาะของครอบครัว ผู้นำทางศาสนา ครูภูมิปัญญา ผ่านสถาบันการศึกษา ทุกระดับ กระทั่งสามารถถ่ายทอดเรื่องราวของท้องถิ่น แก่ผู้อื่นได้ด้วยความรู้ความภาคภูมิใจ ทั้งนำมาประยุกต์ ดัดแปลง และจัดการได้อย่างเหมาะสมกับวิถีชีวิตใน ปัจจุบัน อันเป็นหนทางหนึ่งของการปกป้อง สืบสาน อนุรักษ์ และพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ให้คงอยู่สืบไป

หลักการสามดีนี้ มีความเกี่ยวข้อง สอดรับ และสัมพันธ์กันอย่างเป็นองค์รวม ทั้งเป็นปฏิสัมพันธ์ ที่มีความเป็น “พลวัต” จากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ กล่าวคือ การมี “สื่อดี” ก็เหมือน “ต้นน้ำ” ที่ไปทำให้เกิด กระบวนการของการจัดการด้าน “พื้นที่” ในชุมชน หรือสังคมนั้น ๆ จนทำให้เกิด “พื้นที่ดี” อันเปรียบ ได้กับกลางน้ำ และท้ายที่สุด ทั้งสื่อดีและพื้นที่ดีก็ ทำให้ผู้คนมีภูมิปัญญาที่เป็นดังภูมิคุ้มกัน ซึ่งเปรียบได้ กับ “ปลายน้ำ” และในทางกลับกัน การที่บุคคลและ ชุมชนมีภูมิปัญญาและภูมิคุ้มกันที่ดี พวกเขา ก็จะเป็น “นวัตกรรม” หรือผู้สร้างสรรค์นวัตกรรมที่ทำให้เกิด “สื่อดี” และ “พื้นที่ดี” ต่อไป

เมืองสี่สร้างสรรค์ จึงเป็นเมืองหรือชุมชน ที่รองรับความต้องการการสื่อสารและวิถีชีวิต ที่แตกต่างหลากหลายของคนทุกกลุ่ม ทุกประเภท ครอบคลุมทั้งสามวัย คือ เด็กและเยาวชน คนวัย ทำงาน และผู้สูงอายุ กล่าวคือ คนทั้งสามวัยนี้สามารถ ที่จะสื่อสารกันเองได้เป็นอย่างดี มีโอกาสในการเข้าถึง สื่อดี พื้นที่สร้างสรรค์ และเจริญปัญญาได้ตามความ ต้องการ ความถนัด และความสนใจ

การมีสื่อดี พื้นที่ดี และภูมิดี จะก่อให้เกิด “ผลลัพธ์” และ “ผลกระทบ” ที่ดีตามไปด้วย นั่น คือ การรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อ

และการใช้ประโยชน์ การเข้าใจ และการสร้างสรรค์ ผลลัพธ์นี้สังเกตและวัดได้จากพฤติกรรมของเด็ก เยาวชน และผู้คนในชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ ส่วน ผลกระทบสังเกตได้จากการที่บุคคลมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีการสื่อสารที่ดีต่อกัน และชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างมี ความสุข

ผลลัพธ์ที่ดี ย่อมมาจากกระบวนการที่ดี “กระบวนการ” ในที่นี้ ประกอบด้วย กิจกรรมและ ปัจจัยแวดล้อม อันหมายความว่า การสร้างเมืองสี่ สร้างสรรค์ ต้องอาศัยกระบวนการที่ดำเนินการโดย สถาบันหลักที่เกี่ยวข้อง 5 สถาบัน คือ ครอบครัว โรงเรียน องค์กรสื่อ ชุมชน (ผู้นำ/ ประชาชนชาวบ้าน ฯลฯ) และท้องถิ่น (องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น)

จากการวิจัยและพัฒนาตัวชีวิตนี้ สามารถ จำแนกประเภทของตัวชีวิตออกได้ 3 กลุ่ม คือ ตัวชีวิต ด้านกิจกรรม ด้านปัจจัยแวดล้อม และด้านผลลัพธ์

ตัวชีวิตด้านกิจกรรม เป็นตัวชีวิตที่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ของครอบครัว ชุมชนและ ท้องถิ่น ประกอบด้วย 2 ตัวชีวิตหลัก 6 ตัวชีวิตย่อย กล่าวคือ ทุกครอบครัวควรจะต้องมีกิจกรรม สร้างสรรค์ที่สมาชิกทุกคนทำร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ ส่วนในโรงเรียนหรือในพื้นที่สาธารณะก็ควรมีการจัด กิจกรรมร่วมกัน โดยคนในชุมชนได้ช่วยกันออกแบบ และบริหารจัดการ

ตัวชีวิตด้านปัจจัยแวดล้อม เป็นตัวชีวิตที่ เกี่ยวกับการสร้างสรรค์บริบทของชุมชนให้เอื้อต่อ การพัฒนา ประกอบด้วย 4 ตัวชีวิตหลัก 12 ตัวชีวิต ย่อย กล่าวคือ ในชุมชนจะต้องมีสื่อสร้างสรรค์ มีพื้นที่ แห่งการเรียนรู้ มีครูภูมิปัญญาและผู้นำที่เข้มแข็ง มีจิตสาธารณะ และมีความมุ่งมั่น รวมทั้งได้รับการ สนับสนุนด้านงบประมาณและทรัพยากรจากองค์กร

ปกครองส่วน
ใกล้ชิดกับชุมชน

ตัวชีวิต
ผลิต ผลลัพธ์
ประกอบด้วย 4
อีกนัยหนึ่งได้
ดังกล่าวจะต่อ
ชุมชนอย่างเป็
เข้าถึงสื่อดี การ
กันทำกิจกรรม

ปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์กรของรัฐที่อยู่ใกล้ชิดกับชุมชนมากที่สุด

ตัวชี้วัดด้านผลลัพธ์ เป็นตัวชี้วัดที่เกี่ยวกับผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบที่ต้องการให้เกิดขึ้น ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัดหลัก 7 ตัวชี้วัดย่อย ซึ่งกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า จากกิจกรรมและปัจจัยแวดล้อมดังกล่าวจะต้องนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงบุคคลและชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การรู้เท่าทันสื่อ การเข้าถึงสื่อดี การเข้าใจในอิทธิพลของสื่อ และการรวมตัวกันทำกิจกรรมสร้างสรรค์

โดยสรุป หลักการของการเป็นเมืองสื่อสร้างสรรค์คือ หลัก 3 ดี อันประกอบด้วย สื่อดี พื้นที่ดี และภูมิดี แต่การที่จะระบุว่าชุมชนท้องถิ่นใด มีความเป็น “เมืองสื่อสร้างสรรค์” ตามหลักการหรือไม่ ในระดับใดนั้น อาจพิจารณาได้จากตัวชี้วัดต่าง ๆ ซึ่งจำแนกได้ 3 ด้าน คือ ด้านกิจกรรม ด้านปัจจัยแวดล้อม และด้านผลลัพธ์ รวม 10 ตัวชี้วัดหลัก 25 ตัวชี้วัดย่อย โดยที่ตัวชี้วัดแต่ละตัวจะถูกกำกับด้วยสถาบันเจ้าภาพหลัก ซึ่งจะต้องจัดกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จโดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ดังรายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

สร้างสรรค
รมของเด็ก
นั้น ๆ ส่วน
ภาพชีวิตที่ดี
วมกันอย่างมี
บวนการที่ดี
กิจกรรมและ
ร้างเมืองสื่อ
เนินการโดย
ว ครอบครัว
เชญ์ชาวบ้าน
ท้องถิ่น)
นี้ สามารถ
คือ ตัวชี้วัด
ด้านผลลัพธ์
ัดที่เกี่ยวกับ
ชุมชนและ
ตัวชี้วัดย่อย
มีกิจกรรม
างสม่าเสมอ
จวรมีการจัด
กันออกแบบ
ในตัวชี้วัดที่
นให้เอื้อต่อ
12 ตัวชี้วัด
รรค์ มีพื้นที่
าที่เข้มแข็ง
ังได้รับการ
จากองค์กร

ตารางแสดงตัวชี้วัดเมืองสี่สร้างสรรค์จำแนกตามองค์ประกอบ

องค์ประกอบ	ตัวชี้วัด	สถานที่หลัก
กิจกรรม	1. กิจกรรมสร้างสรรค์ของครอบครัว	
	1.1 ความบ่อยครั้งของการใช้เวลาว่างและการทำกิจกรรมสร้างสรรค์	ครอบครัว
	1.2 ระยะเวลาของการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ร่วมกันในแต่ละครั้ง	ครอบครัว
	1.3 ความบ่อยครั้งของการทำกิจกรรมนันทนาการนอกบ้านด้วยกัน	ครอบครัว
	2. กิจกรรมสร้างสรรค์ในโรงเรียนและในพื้นที่สาธารณะ	
	2.1 ลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนในการทำกิจกรรมสร้างสรรค์	ชุมชน/ท้องถิ่น
	2.2 ความบ่อยครั้งของการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ในโรงเรียนและในพื้นที่สาธารณะ	โรงเรียน/ ชุมชน
	2.3 ความหลากหลายของกิจกรรมสร้างสรรค์ในโรงเรียนและในพื้นที่สาธารณะ	โรงเรียน/ ชุมชน
	3. พื้นที่สร้างสรรค์	
	3.1 การมีภูมิสถาปัตยกรรมที่สวยงาม คงความเป็นเอกลักษณ์	ชุมชน/ ท้องถิ่น
3.2 การกระจายตัวของพื้นที่สร้างสรรค์	ชุมชน/ ท้องถิ่น	
3.3 การกระจายตัวของแหล่งเรียนรู้	ชุมชน/ ท้องถิ่น	
ปัจจัยแวดล้อม	4. สื่อสร้างสรรค์	
	4.1 ร้อยละของสื่อท้องถิ่นที่เป็นสื่อสร้างสรรค์	องค์กรสื่อ
	4.2 ร้อยละของสื่อท้องถิ่นที่ให้เด็ก เยาวชนและครอบครัวมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต	องค์กรสื่อ
	4.3 การมีรูปแบบการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ของเมืองและเรื่องเล่าที่หลากหลาย	โรงเรียน/ ชุมชน
	4.4 ลักษณะการนำใช้หลักสูตรท้องถิ่นเกี่ยวกับสื่อสร้างสรรค์	โรงเรียน/ ชุมชน
	5. ทรัพยากรบุคคล	
	5.1 ระดับความมุ่งมั่นของผู้นำชุมชนในการพัฒนาการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์	ชุมชน
	5.2 จำนวนครูภูมิปัญญา ปราชญ์ท้องถิ่น ศิลปินพื้นบ้านที่มีบทบาทต่อการพัฒนาการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์	ชุมชน
	6. งบประมาณและทรัพยากร	
	6.1 ร้อยละของงบประมาณของท้องถิ่นที่ใช้ในการพัฒนาการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์	ท้องถิ่น
6.2 งบประมาณและทรัพยากรของท้องถิ่นที่สนับสนุนแผนงาน/ โครงการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ภาคประชาชน	ท้องถิ่น	
6.3 จำนวนนโยบายสาธารณะในประเด็นการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์	ชุมชน/ ท้องถิ่น	
ผลลัพธ์	7. การฉลาดรู้เรื่องสื่อ : การเข้าถึงสื่อและการใช้ประโยชน์	
	7.1 จำนวนชั่วโมงต่อวันที่เด็กและเยาวชนใช้ในการบริโภคสื่อ	ครอบครัว
	7.2 โอกาสการเข้าถึงนวัตกรรม/ศูนย์เรียนรู้หรือต้นแบบสื่อสร้างสรรค์ของเด็กและเยาวชน	ชุมชน/ ท้องถิ่น
	8. การฉลาดรู้เรื่องสื่อ : การเข้าใจ	
	8.1 ระดับของความตระหนักในอิทธิพลของสื่อ ประโยชน์และการเลือกรับ เลือกใช้	โรงเรียน
	8.2 ร้อยละของเด็กและเยาวชนที่บอกเล่าเรื่องราวของท้องถิ่นได้ด้วยความภาคภูมิใจ	โรงเรียน
	9. การฉลาดรู้เรื่องสื่อ : การสร้างสรรค์	
	9.1 จำนวนชมรมหรือกลุ่มเด็กและเยาวชนที่รวมตัวกันทำกิจกรรมสร้างสรรค์	ชุมชน/ ท้องถิ่น
	9.2 ระดับความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง	ชุมชน/ ท้องถิ่น
	10. ความสุขของชุมชน	
ระดับความพึงพอใจต่อการมีสื่อดี พื้นที่ดีและภูมิดี	ชุมชน/ ท้องถิ่น	

สรุปและอภิ

ผลการวิ
ดั่งกล่าวข้าง
ประมวลข้อมูล
ส่วนร่วมนั้น
พื้นที่เพื่อเป็น
กระบวนการ
ส่วนร่วม เพราะ
ประเด็นการวิ
ตั้งเป็นที่ประจ
ปราชญ์ชาวบ
ตระหนักถึงค
ได้ในการร่วม
สร้างสรรค์ อ
เยาวชน ครอง
ได้เริ่มจาก “ทุ
ไปค้นหาหาก
ภูมิปัญญา แ
เกิดความตระ
หวงแหน แ
เหล่านั้นมาอี
สื่อสารอย่าง
อัตลักษณ์แล
วัด โรงเรียน
ปกครองส่วน

ผลผลิต
ครอบครัวที่ค
คือ การรู้เท่า
การสื่อสาร
การมีความ

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยและพัฒนาตัวชี้วัดเมืองสี่สร้างสรรค์ดังกล่าวข้างต้นอันเกิดจากกระบวนการคิด การประมวลข้อมูล วิเคราะห์ และสังเคราะห์อย่างมีส่วนร่วม นั้น ชี้ให้เห็นว่าการเลือกเฟ้นภาคีในแต่ละพื้นที่เพื่อเป็นผู้ร่วมวิจัยนั้น เป็นกลไกสำคัญของกระบวนการศึกษาและวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพราะบุคคลเหล่านี้เป็นผู้ที่สามารถเชื่อมโยงประเด็นการวิจัยเข้ากับบริบทของพื้นที่ได้เป็นอย่างดี

ดังเป็นที่ประจักษ์ว่า แกนนำชุมชน ผู้บริหารท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน และผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ดำเนินการตระหนักถึงความสำคัญของสื่อ ทั้งเห็นความเป็นไปได้ในการร่วมสร้างให้ชุมชนของตนมีสื่อดีและพื้นที่สร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การพัฒนาสุขภาวะของเด็ก เยาวชน ครอบครัวและคนทั้งชุมชน โดยแต่ละชุมชนได้เริ่มจาก “ทุนทางสังคม” ของตนเอง หรือ การกลับไปค้นหารากเหง้า ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และเรื่องราวดี ๆ ในทุกแง่มุม เพื่อให้เกิดความตระหนักรู้ และซึมซับ จนกลายเป็นความหวงแหน และความภาคภูมิใจ แล้วนำเรื่องราวเหล่านั้นมาอธิบาย ขยายความ ต่อยอด สืบสาน และสื่อสารอย่างสร้างสรรค์และต่อเนื่อง จนกลายเป็นอัตลักษณ์และความภูมิใจ โดยอาศัยฐานของบ้าน วัด โรงเรียน องค์กรสื่อ ผู้นำชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลผลิตและผลลัพธ์สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวที่ควรเป็นเป้าหมายอันดับแรก ๆ มี 3 เรื่อง คือ การรู้เท่าทันสื่อ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทั้งด้านการสื่อสาร การบริโภค และพฤติกรรมสังคม และการมีความสุขจากการเข้าถึงความดี ความงาม

ความจริง ส่วนสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับประชาชนชาวบ้าน/ ศิลปินพื้นบ้าน/ครูภูมิปัญญาในชุมชน คือ ความสุขที่เกิดจากการได้แบ่งปัน การได้ถ่ายทอดภูมิปัญญา และการได้รับการยอมรับ ในขณะที่ชุมชนท้องถิ่นก็จะมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ซึ่งอาจจะเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป แต่ที่สำคัญคือ ทุกคนและทุกครัวเรือนมีสุขภาวะและความสุข

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมจะไม่เปลี่ยนแปลงเลย ถ้าเด็ก เยาวชน และครอบครัวไม่เท่าทันสื่อ ครอบครัวจึงต้องเป็นหน่วยทางสังคมหน่วยแรกที่พัฒนาการเท่าทันสื่อโดยเด็ก เยาวชน และครอบครัวจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้กับกลุ่มองค์กรสื่อและองค์กรชุมชนต่าง ๆ ตลอดจนมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อและเฝ้าระวังสื่อ

ข้อเสนอแนะ

ในการนำตัวชี้วัดเมืองสี่สร้างสรรค์ไปใช้จริงในแต่ละพื้นที่ เพื่อติดตามและประเมินความเป็น “เมืองสี่สร้างสรรค์” นั้น อาจจำเป็นต้องแยกแยะก่อนว่า อะไรบ้างที่ควรจะเป็นตัวชี้วัดร่วมของทุกพื้นที่ และอะไรบ้างที่ควรจะเป็นตัวชี้วัดเฉพาะ เนื่องจากสถานการณ์และบริบทในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน ส่วนการเก็บข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณ คือ การสำรวจ และในเชิงคุณภาพโดยวิธีการต่าง ๆ นั้น วิธีการที่ดีและประหยัดที่สุด คือ การให้สถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่เป็นผู้ดำเนินการ ส่วนข้อมูลใดที่มีการเก็บอยู่แล้วโดยหน่วยงานอื่น ๆ ก็อาจนำมาใช้ได้เลย โดยความสำเร็จของเมืองสี่สร้างสรรค์นี้จะต้องวัดออกมาเป็นระดับได้อย่างสะท้อนความเป็นจริง

สถาบันหลัก
ครอบครัว
ครอบครัว
ครอบครัว
ชุมชน/ท้องถิ่น
โรงเรียน/ชุมชน
โรงเรียน/ชุมชน
ชุมชน/ท้องถิ่น
ชุมชน/ท้องถิ่น
ชุมชน/ท้องถิ่น
องค์กรสื่อ
องค์กรสื่อ
โรงเรียน/ชุมชน
โรงเรียน/ชุมชน
ชุมชน
ชุมชน
ท้องถิ่น
ท้องถิ่น
ชุมชน/ท้องถิ่น
ครอบครัว
ชุมชน/ท้องถิ่น
โรงเรียน
โรงเรียน
ชุมชน/ท้องถิ่น
ชุมชน/ท้องถิ่น
ชุมชน/ท้องถิ่น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยนี้ ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และภาคีนักพัฒนาในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมในงานวิจัยทุกท่าน

บรรณานุกรม

Buaclee, Chatree. 2014. "Media Influence on the Teen Mother and Student Pregnancy Phenomenon." **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 34, 3: 104-115. (in Thai).

ชาติรี บัวคลี่. 2557. "สื่อที่มีอิทธิพลต่อปรากฏการณ์แม่วัยรุ่นท้องวัยรุ่นเรียน." **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 34, 3: 104-115.

Chaiyupatham, Thipphan. 2013. **Liquor, Cigarettes, Tax and Economy** [Online]. Available: www.cdd.go.th/cddwarehouse/pdf/ana_04.pdf (in Thai).

ทิพพรรณ ไชยูปถัมภ์. 2556. **เหล้า บุหรี่ ภาษีและเศรษฐกิจ** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: www.cdd.go.th/cddwarehouse/pdf/ana_04.pdf

Kenzer, M. 2000. "Healthy Cities: A Guide to the Literature." **Public Health Reports** 115, 2-3: 279-289.

Thai Health Promotion Foundation. 2012. **Report on Children and Juveniles Situation of Thailand** [Online]. Available: <http://hfocus.org/content/2012/07/879> (in Thai).

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. 2555. **รายงานสถานการณ์เด็กและเยาวชน**

ไทย [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://hfocus.org/content/2012/07/879>

Thailand. Bureau of Legal Affairs. The Secretariat of the Senate. 2013. **Bill on Fund for Safe and Creative Media B.E.** Bangkok: Publishing Affairs Group, Bureau of Publishing. (in Thai).

สำนักกฎหมาย สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. 2556. **ร่างพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พ.ศ.** กรุงเทพมหานคร: กลุ่มงานการพิมพ์ สำนักการพิมพ์.

Thailand. Ministry of Social Development and Human Security. 2007. **National Policy and Strategy on Child Development according to Appropriate World for Children (2007-2016)** [Online]. Available: <http://www.suphanburi.m-society.go.th/html/16.pdf> (in Thai).

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. 2550. **นโยบายและยุทธศาสตร์ระดับชาติด้านการพัฒนาเด็กตามแนวทาง "โลกที่เหมาะสมสำหรับเด็ก"** (พ.ศ. 2550-2559) [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://www.suphanburi.m-society.go.th/html/16.pdf>

Thailand. National Statistical Office. 2013. **Revelation that Thai Alcoholic and Smoking People are in Worldly Topmost Rank** [Online]. Available: <http://healthandspace.wordpress.com/> (in Thai).

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556. **เผยคนไทยติดอันดับนักดื่มและนักสูบบุหรี่** [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก: <http://healthandspace.wordpress.com/>

Tungkananurak, Wanlop. 2014. **Fund for Safe**

Media
Unsuit
http://
Conter

วัลลภ ตั้งคณ



ปีที่ 36 ฉบับที่

://hfocus.org/

he Secretariat
on Fund for
ia B.E.
roup, Bureau

ตีสภา. 2556.
าสื่อปลอดภัย
งเทศมหานคร:
พ์.

opment and
ional Policy
evelopment
World for
]. Available:
ociety.go.th/

คองของมนุษย์.
าร์ระดับชาติ
าง “โลกที่
2550-2559)
tp://www.
.ml/16.pdf

fice. 2013.
oholic and
ly Topmost
e: http://
(in Thai).
ทยติดอันดับ
เข้าถึงจาก:
.com/
d for Safe

Media Can Prevent Thai Children from Unsuitable Media [Online]. Available: <http://www.thaihealth.or.th/partnership/Content/25930> (in Thai).

วัลลภ ตั้งคณานุรักษ์. 2557. กองทุนสื่อปลอดภัย

ช่วยเด็กไทยเท่าทันสื่อร้าย [ออนไลน์]. เข้าถึง
จาก: <http://www.thaihealth.or.th/partnership/Content/25930>

World Health Organization. 2014. **Types of Healthy Settings: Healthy Cities** [Online]. Available: http://www.who.int/healthy_settings/types/cities/en/



Kesinee Pratumsuwan earned her Ph.D. in Integrated Science from Thammasat University, and a Master's Degree in Development Communication from Chulalongkorn University. She is now an Assistant Professor in the Department of Communication Arts, Faculty of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University. Her main interests include community development and social communication.