

บทที่ ๙

การสื่อสารทางสังคมในยุคความปกติใหม่ (New Normal)

รศ.ฉวีวรรณ สุวรรณภา

ผศ.ดร.อรอนงค์ ววงค์

วัตถุประสงค์การเรียนรู้ประจำบท

เมื่อศึกษาเนื้อหาในบทนี้แล้ว ผู้ศึกษาสามารถ

๑. อธิบายความหมาย ของสังคมยุคความปกติใหม่ (New Normal) ได้
๒. วิเคราะห์การดำรงชีวิตในยุคความปกติใหม่ (New Normal) ได้
๓. อธิบายแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางสังคมได้
๔. นำแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางสังคมไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารทางสังคมได้

ขอช่วยเนื้อหา

- สังคมยุคความปกติใหม่ (New Normal)
- การดำรงชีวิตของมนุษย์ในยุคความปกติใหม่ (New Normal)
- แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางสังคม
- การสื่อสารทางสังคมยุคความปกติใหม่ (New Normal)

๙.๑ ความนำ

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาก มีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคล และมีความรู้และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น เป็นกระบวนการที่ทำให้สังคม เจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์สามารถสืบทอดพัฒนา เรียนรู้และรับรู้วัฒนธรรมของตนเองและสังคมได้ การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่ชุมชน และสังคมในทุกด้าน

การสื่อสารเกิดขึ้นได้จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะยุคปัจจุบันจะเป็นการสื่อสารทางสังคมในยุคความปกติใหม่ (New Normal) เป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งส่วนพฤติกรรมส่วนบุคคล ครอบครัว สังคม รวมไปถึงสภาพแวดล้อม อย่างฉับพลัน อันเนื่องมาจากโรคอุบัติใหม่ การสื่อสารไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการทำงาน การเรียน การติดต่อค้าขาย จึงจำเป็นต้องใช้รูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของการสร้างและการเผยแพร่ข้อมูล ปัจจุบันกระแสการใช้งานอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟน และอุปกรณ์พกพา เช่น แท็บเล็ต ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน องค์กร หรือกลุ่มบุคคลได้นำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ประโยชน์ทั้งในการสื่อสารติดต่อกันภายในหน่วยงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารกับประชาชนมากขึ้น

ในยุคความปกติใหม่ (New Normal) การทำงาน การเรียนการสอน ก็จะเป็นแบบ Work Form Home ต้องอาศัยช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารกัน สื่อสารทางสังคมในยุคความปกติใหม่ มีทั้งข้อดี-ข้อเสียของสื่อสังคมออนไลน์

๙.๒ สังคมยุคความปกติใหม่ (New Normal)

๙.๒.๑ ความหมายของสังคมยุคปกติใหม่ (New Normal)

ยุคที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งส่วนพฤติกรรมส่วนบุคคล ครอบครัว สังคม รวมไปถึงสภาพแวดล้อมอย่างฉับพลัน อันเนื่องมาจากโรคอุบัติใหม่ ในยุคปัจจุบันคนในสังคมคงจะเริ่มคุ้นเคยกับศัพท์คำว่า **New Normal** กันแล้ว คำนี้ได้เกิดขึ้นมานานแล้ว และการเรียนรู้วิถีชีวิตใหม่เพื่อป้องกันตนเองและผู้อื่น ที่สำคัญเพื่อการปรับตัวดำเนินชีวิตเป็นปกติบนพื้นฐาน **New normal**

ราชบัณฑิตยสภา^๑ ได้บัญญัติศัพท์ "New Normal" เพิ่มเข้ามา โดย รศ.มาลี บุญศิริพันธ์ คณะกรรมการบัญญัติศัพท์นิเทศศาสตร์ราชบัณฑิตยสภา ได้อธิบายคำนี้ผ่านทางเฟซบุ๊ก Malee Boonsiripunth เอาไว้ว่า **New Normal** แปลว่า ความปกติใหม่ ฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและ

^๑ ข่าวไทย PBS NEWS, รู้จัก New Normal ฉบับราชบัณฑิต ๖ พฤษภาคม ๒๕๖๓ <https://news.thaipbs.or.th/content/๒๙๒๑๒๖> ๒๓ วันอาทิตย์ที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๔ ,

แนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย

รูปแบบวิถีชีวิตใหม่นี้ ประกอบด้วยวิธีคิด วิธีเรียนรู้ วิธีสื่อสาร วิธีปฏิบัติและการจัดการ การใช้ชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงและรุนแรงอย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบันมากกว่าจะดำรงรักษาวิถีดั้งเดิมหรือวนหาถึงอดีต

๙.๒.๒ ความเป็นมาของสังคมยุคปกติใหม่ New Normal

New Normal ถูกนำมาใช้ครั้งแรกโดยบิลล์ กรอส (Bill Gross) ผู้ก่อตั้งบริษัทบริหารสินทรัพย์ชาวอเมริกัน โดยตอนนั้นเขาใช้อธิบายถึงสถานะเศรษฐกิจโลก หลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ ในสหรัฐฯ ช่วงระหว่างปี ๒๐๐๗-๒๐๐๙ สาเหตุที่ต้องใช้คำว่า “New Normal” เพราะเดิมทีวิกฤติเศรษฐกิจจะมีรูปแบบค่อนข้างตายตัวและเป็นวงจรเดิม คือเมื่อเศรษฐกิจเติบโตไปได้ช่วงระยะหนึ่ง จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดเป็นวิกฤติทางเศรษฐกิจ และหลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ไม่นานเศรษฐกิจก็จะเริ่มฟื้นตัว แล้วก็กลับมาเติบโตได้อีกครั้ง สิ่งเหล่านี้คือสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นปกติ จนเรียกได้ว่าเป็น ‘เรื่องปกติ’ (Normal) ก็ได้

แต่หลังจากการเกิดวิกฤติแฮมเบอร์เกอร์ หลายคนมองว่าเศรษฐกิจโลกจะไม่สามารถกลับไปเติบโตได้ดีเหมือนเดิม ด้วยปัจจัยต่างๆ เช่น การพยายามกระตุ้นเศรษฐกิจมากเกินไป ทั้งที่หลายประเทศมีหนี้สาธารณะสูงมาก การยืมเงินจากอนาคต เพื่อแลกกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในวันนี้ จะส่งผลให้เติบโตได้ลดลงในอนาคต ดังนั้นคำว่า “New Normal” จึงถูกนำมาใช้เพื่อพูดถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ถดถอยลงและคาดว่าจะไม่กลับมาเติบโตในระดับเดิมได้อีกต่อไป

๙.๒.๓ พฤติกรรมแบบ New Normal กับวิถีชีวิตใหม่ของคนไทย

มีข้อมูลจากเว็บไซต์ธรรมนิติ ได้เผยแพร่ข้อมูลการสำรวจของซูเปอร์โพลและนำเสนอแนวทางวิถีชีวิตใหม่ของคนไทยไว้ มีดังนี้คือ^๒

๑. การใช้เทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีควบคู่กับอินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีบทบาทกับการใช้ชีวิตมากขึ้น ที่จากเดิมมีมากอยู่แล้ว แต่ในสังคมยุค New Normal สิ่งเหล่านี้จะเข้าไปอยู่ในแทบทุกจังหวะชีวิต ไม่ว่าจะเป็น การเรียนออนไลน์ การทำงานที่บ้าน การประชุมออนไลน์ การซื้อสินค้าออนไลน์ การทำธุรกรรม และการเอ็นเตอร์เทนชีวิตรูปแบบต่างๆ อย่างดูหนัง ฟังเพลง

๒. การเว้นระยะห่างทางสังคม ผู้คนในสังคมจะเห็นความสำคัญของการเว้นระยะห่างที่เป็นแนวทางการใช้ชีวิตช่วงวิกฤติโควิด-19 และจะดำเนินชีวิตแบบนั้นต่อไป โดยรักษาระยะห่างทางกายภาพเพิ่มขึ้น และใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการสื่อสารและการใช้ชีวิต ลดการปฏิสัมพันธ์ การไปในสถานที่สาธารณะ และเน้นการทำกิจกรรมที่บ้านมากขึ้น

๓. การดูแลสุขภาพทั้งตัวเองและคนรอบข้าง โดยเกิดความคุ้นชินจากช่วงวิกฤติโควิด-19 ที่ต้องดูแลสุขภาพและความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อ ดังนั้นพฤติกรรมการใช้หน้ากาก

^๒ กรมสุขภาพจิต. <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=๒๒๘๘, ๒๐ เมษายน ๒๕๖๔>

อนามัย เจลแอลกอฮอล์ และการล้างมืออย่างถูกวิธี และหมั่นสังเกตตัวเองเมื่อไม่สบายจะยังคงมีต่อไป รวมถึงการหันมาใส่ใจสุขภาพ การออกกำลังกาย และการทำประกันสุขภาพจะมีแนวโน้มมากขึ้น

๔. การสร้างสมดุลชีวิต การมีโอกาสดำรงชีวิตที่บ้าน ลดจำนวนวันการเข้าออฟฟิศ หรือการลดการพบปะผู้คนในสังคม แล้วหันมาใช้ชีวิต และทำงานที่บ้าน ทำให้ผู้คนมองเห็นแนวทางที่จะสร้างสมดุลชีวิตระหว่างอยู่บ้านมากขึ้น และจะเป็นแนวทางในการปรับสมดุลชีวิตระหว่างเวลาส่วนตัว การทำงาน และสังคมให้สมดุลมากยิ่งขึ้น

๙.๓ การดำรงชีวิตของมนุษย์ในยุคความปกติใหม่ (New Normal)

ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal)^๓ เป็นแนวทางที่หลายๆ คนจะต้องปรับเปลี่ยนชุดพฤติกรรมในช่วงไวรัสตัวนี้ออกมาระบาดแล้วเปลี่ยนชีวิตเราไปอีกนาน ทำให้เราต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลก จากที่เราเคยออกจากบ้าน เพื่อไปทำงาน ไปโรงเรียน เราต้องหันมาทำทุกอย่างที่บ้าน หากมีความจำเป็นต้องออกจากบ้านไปซื้อของ หรือแม้กระทั่งไปพบแพทย์ เราต้องใส่หน้ากากเพื่อป้องกันโรค ต้องเว้นระยะห่างสำหรับบุคคล ล้างมือบ่อยๆ นาน ๒๐ วินาที เช็ดมือด้วยแอลกอฮอล์ รวมถึงการปรับเปลี่ยนทางด้านธุรกิจและบริการต่างๆ ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน จึงต้องปรับเปลี่ยนไปสู่การเปิดระบบลงทะเบียนออนไลน์ การใช้ระบบซื้อขายและบริการทางออนไลน์ สิ่งนี้เกิดเป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งเมื่อเราจำต้องปฏิบัติกันเป็นปกติต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่งจนเกิดเป็นความพอใจ ในที่สุดทั้งหมดนี้ก็ได้กลายเป็น New Normal ในสังคมของเราท่านไปนั่นเอง

การดำรงชีวิตของมนุษย์ในช่วงของ New Normal ที่เกิดขึ้นในสังคมในช่วงนี้ มีประเด็นดังนี้

๑. การ Work From Home การอยู่บ้าน พร้อมทำงานทำกิจกรรมต่างๆ ภายในที่อยู่อาศัยของตนเอง ส่งผลต่อความต้องการที่พักอาศัยที่เปลี่ยนไปจากเดิม ที่อาศัยในพื้นที่ที่มีขนาดเล็กอาจจะไม่เพียงพอ จำเป็นต้องการมีพื้นที่ที่สามารถทำอะไรได้หลายหลากมากยิ่งขึ้น

๒. การดำเนินการทางธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ Online Business ด้วยพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง จนส่งผลทำให้ระบบการสั่งซื้อสินค้าและบริการ ระบบการขนส่งระยะสั้นและการจัดส่งแบบรวดเร็ว จะเป็นที่ต้องการ และสำคัญมากยิ่งขึ้น ซึ่งหลังจากนี้ การขอรับบริการจากผู้บริโภคจะเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพมากยิ่งขึ้น ระบบบริการต้องสร้างความมั่นใจมากขึ้นว่าสินค้าหรือบริการจะต้องมีมาตรฐาน ปลอดภัย และมีความสะอาด คาดว่า เราน่าจะเห็นการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการลงทุนของภาคเอกชน ห้างร้านต่างๆ หันมาจริงจังกับการทำธุรกิจ online กันมากขึ้น

๓. การเรียน Online Learning/Entertainment การอยู่บ้าน สิ่งสำคัญในการพัฒนาและการค้นหาตัวตน สิ่งหนึ่งก็คือ การหาความรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพของตัวเอง ด้วยการเรียนรู้ ซึ่งสามารถเลือกเรียนในช่วงเวลาที่สะดวกได้ตามต้องการ สามารถย้อนกลับ เพื่อทบทวนเนื้อหาและทำความเข้าใจใหม่ได้ และประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การท่องเที่ยวใหม่

^๓ สถาบันส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (องค์การมหาชน), กระทรวงแรงงาน, <http://www.tosh.or.th/covid-19/index.php/new-normal> ๒๐ เมษายน ๒๕๖๔.

รูปแบบออนไลน์ เช่น การชมพิพิธภัณฑ์เสมือน (Virtual Museum) การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ออนไลน์ (virtual exhibition) และการเข้าชมแกลอรีชื่อดังต่างๆ (Virtual Gallery) เป็นต้น

๔. การแพทย์และสาธารณสุข (ที่ปรึกษา) Online Medical Consulting ให้ความสำคัญกับการลงทุนทางด้านสาธารณสุขของประเทศมากกว่าเดิม ระบบสาธารณสุขจะมีแพลตฟอร์มด้านสุขภาพเป็นบริการพื้นฐาน และการป้องกันความเจ็บป่วยจะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น โครงสร้างพื้นฐานของเมือง อาคาร บ้านจะต้องมีบริการสุขภาพและสุขภาพจิตรองรับด้วยการให้คำปรึกษา

๕. การ Deglobalization เพื่อพึ่งพาการผลิตในประเทศมากขึ้น เนื่องจาก อุตสาหกรรมฐานการผลิตต่างๆ ของประเทศต้องหยุดชะงัก รวมไปถึงการขนส่งต่างๆ ด้วย อีกทั้งการนำเข้าจากอุตสาหกรรมหลายแห่งในต่างประเทศที่เป็นฐานการผลิต จึงหยุดชะงักตามไปด้วยเช่นกัน

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 หรือโคโรนาไวรัสช่วงปลาย พ.ศ. ๒๕๖๒ ถึง พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงจนแพร่กระจายไปในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ผู้คนเจ็บป่วยและล้มตายจำนวนมาก จนกลายเป็นความสูญเสียอย่างใหญ่หลวงอีกครั้งหนึ่งของมนุษยชาติ มนุษย์จำเป็นต้องป้องกันตนเองเพื่อให้มีชีวิตรอดด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดำรงชีวิตที่ผิดไปจากวิถีเดิม ๆ

โดยสร้างเสริมปรับวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อควบคู่ไปกับการพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจและธุรกิจ นำไปสู่การสรรค์สร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ มีการปรับแนวคิด วิสัยทัศน์ วิธีการจัดการ ตลอดจนพฤติกรรมที่เคยทำมาเป็นกิจวัตร เกิดการบ่อบนออกจากความคุ้นเคยอันเป็นปกติมาแต่เดิมในหลายมิติ ทั้งในด้านอาหาร การแต่งกาย การรักษาสุขอนามัย การศึกษาเล่าเรียน การสื่อสาร การทำธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งสิ่งใหม่เหล่านี้ได้กลายเป็นความปกติใหม่ ๆ จนในที่สุด เมื่อเวลาผ่านไปจนทำให้เกิดความคุ้นชินก็จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของผู้คนในสังคม

๙.๔ แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางสังคม

เมื่อสิ่งมีชีวิตที่เรียกว่า “มนุษย์” อุบัติขึ้นในโลกพร้อมมีวิวัฒนาการทางสติปัญญา มีการสร้างภาษา มีการประดิษฐ์คิดค้นอุปกรณ์สื่อสาร พร้อมๆ กับการมีการรวมกลุ่มเป็นสังคม การสื่อสารก็ทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และดำรงความสำคัญเช่นนั้นตลอดมา นับเวลาหลายพันปี

เมื่อถึงปี ค.ศ. ๒๐๑๙ เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่คาดว่าจะเกิดการระบาดแรกเริ่มในจีน ก่อนจะแพร่ไปในหลายทวีป คร่าชีวิตประชากรโลกไปจำนวนมาก การสื่อสารของมนุษย์ก็ได้มาถึงจุดเปลี่ยนไปอีกขั้นหนึ่ง เกิดวิถีใหม่ของการใช้ชีวิตและการสื่อสาร

วิถีชีวิตใหม่ที่ทำให้มนุษย์ใช้ชีวิตผิดไปจากเดิมนั้นปรากฏให้เห็นชัดเจนอย่างยิ่งในต้นปี ค.ศ. ๒๐๒๐ โดยมีบางคนเชื่อว่า การมาของโรคโควิด-19 ช่วยผลักดันให้มนุษย์หวนกลับไปใช้ชีวิตแบบเรียบง่ายอีกครั้ง เช่น ควรกลับไปสู่ชนบท อยู่ห่างๆ เมืองใหญ่ ไปให้ไกลจากคนหมู่มาก มีการรักษา

๔ สารรังสิต ONLINE, ฉลองรัฐ เณรมาลย์ชลมารค, next normalกับวิถีใหม่แห่งการสื่อสาร ๑๔ Aug ๒๐๒๐ <https://www.rsu.ac.th/sarnrangsit-online-detail/CommArts-Article๑๔> [๒๔ เมษายน ๒๐๒๑]

ระยะห่างจากคนอื่น สนใจติดต่อสื่อสารเฉพาะกับคนสนิทและเครือญาติ จะช่วยทำให้มนุษย์ปลอดภัยจากโรค ชีวิตเป็นสุขแบบเรียบง่ายคล้ายอดีตนี้ คือวิถีชีวิตแบบใหม่ ซึ่งหลายคนสนใจ และเลือกเดินเส้นทางสายนี้

อย่างไรก็ดี มีชีวิตวิถีใหม่อีกรูปแบบหนึ่ง ที่คนส่วนมากยอมรับและพร้อมปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตให้สอดคล้องไปกับสถานการณ์ปัจจุบัน นั่นคือ การปฏิบัติตามกฎกติกาใหม่ บนพื้นฐานเรื่องการรักษาชีวิตรอดจากโรคระบาดที่อาจจะอยู่กับมนุษย์ไปอีกระยะ

ชีวิตวิถีใหม่ของประชากรโลกในยุคป้องกันการระบาดของโควิด-19 มีแนวโน้มจะต้องดำเนินไปอย่างไร เมื่อพิจารณาเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร

๑. การสื่อสารเพื่อการศึกษา จะพัฒนาไปสู่ระบบการเรียนระยะไกล ผู้สอนอยู่ทางหนึ่ง ผู้เรียนอยู่อีกทางหนึ่ง สองฝ่ายไม่ต้องมาเจอกัน แต่สื่อสารทั้งด้านบทเรียนหรือการทำแบบทดสอบต่างๆ จะผ่านอุปกรณ์ที่เชื่อมระบบออนไลน์ ข้อดีของระบบนี้คือ การตัดขาดหนทางแพร่เชื้อโรคระหว่างกันเป็นไปได้ด้วยดี แต่ข้อเสียก็มีมาก เช่น ผู้ขาดอุปกรณ์จะหลุดจากการศึกษาระบบนี้ไป ซึ่งคนกลุ่มนี้มีไม่น้อยในสังคม ภาครัฐอาจต้องหาทางสนับสนุนอันเหมาะสมเพื่อให้การสื่อสารเพื่อการศึกษาเล่าเรียนเกิดขึ้นได้อย่างเท่าเทียม การเล่าเรียนแบบออนไลน์นี้ แม้มีข้อด้อยอยู่บ้าง แต่ระบบการศึกษาลักษณะนี้จะขยายตัวเพิ่มขึ้นแน่นอน แม้ผ่านพ้นภัยโควิด-19 ไปแล้วก็ตาม

๒. การสื่อสารการตลาด จะขยายตัวแบบทวีคูณ แต่จะขยายตัวในภาคการตลาดออนไลน์ สังเกตจากยอดขายออนไลน์ช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พบว่า มนุษย์เกือบทั้งโลก ซื้อขายเลือกซื้อ ตัดสินใจ บนข้อมูลออนไลน์อย่างกว้างขวาง ร้านค้าออนไลน์ต่างขายสินค้าได้เพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวมากกว่าปกติ แม้หลังผ่านพ้นการระบาดของโรคโควิด-19 ไปแล้ว แต่หลายฝ่ายคาดการณ์กันว่าจะมีคนสนใจการสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์กันมากขึ้นอย่างแน่นอน จะมีคนสนใจศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้านการสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์กันมากขึ้นด้วย แต่ผู้สนใจเล่าเรียน อาจสนใจหลักสูตรระยะสั้นมากเป็นพิเศษ

๓. การสื่อสารเพื่อความบันเทิง จะมีการปรับตัวมาพึ่งพิงระบบออนไลน์กันมากขึ้นอย่างแน่นอน โดยสถานการณ์ก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 ผู้ประกอบการจำนวนมากของโลก รวมถึงของไทย มีการใช้พื้นที่ออนไลน์ เพื่อสื่อสารด้านความบันเทิงกันอย่างแพร่หลายอยู่ก่อนแล้ว ยิ่งมาเจอภัยโรคระบาด ที่ทำให้ประชาชนจำต้องอยู่แต่บ้าน ความบันเทิงผ่านสื่อออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้คนใช้หย่อนใจกันไม่น้อย การสตรีมมิ่งความบันเทิงผ่านระบบออนไลน์ได้เฟื่องฟูขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ผู้ประกอบการเจ้าของคอนเทนต์ความบันเทิงต่างมีรายได้หรือลูกค้าเพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีการคาดการณ์กันว่า บรรดาผู้ผลิตคอนเทนต์จำพวกภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ การแสดงดนตรี ฯลฯ น่าจะเติบโตกันไปอีกยาวนานทีเดียว เพราะเมื่อผ่านพ้นภาวะโรคระบาดไปแล้ว ผู้คนก็น่าจะติดใจในความสะดวก การเข้าถึงง่ายของสื่อออนไลน์กันอย่างกว้างขวางนั่นเอง

๔. แต่ไหนแต่ไรมา นักทฤษฎีด้านการสื่อสารต่างมีความเชื่อร่วมกันที่ว่า การสื่อสารเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตลอดเวลา แต่อาจปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยี ซึ่งการระบาดของโรคโควิด-19 ได้สะท้อนให้เห็นอย่างดีว่า คำกล่าวดังกล่าวนี้เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้จริง เพราะสภาพแวดล้อมใหม่ (อันเกิดจากโรคโควิด-19) ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวกันขนานใหญ่จริงๆ โดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวช่วยที่สำคัญมากๆ ส่วนในอนาคต เมื่อเราสามารถผ่านพ้นวิกฤติโควิด-19 ไปได้แล้ว วิถีใหม่ หรือ New

Normal ที่เราเรียกขานกันในปี ค.ศ. ๒๐๒๐ ก็จะกลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาในอนาคตอันใกล้ เพราะมนุษย์คงจะปรับตัวจนเคยชินกับ **New Normal** ได้อย่างไม่ยากนัก ทั้งนี้เพราะมนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่ปรับตัวเก่งมาก และมนุษย์ไม่เคยหยุดปรับตัวเรื่องการสื่อสารด้วย ดังนั้นหากกล่าวถึง **New Normal** แล้ว มนุษย์อย่างเราจึงไม่ควรถูกกลัวหรือวิตกไป แต่ควรหันมาปรับตัวและอยู่ร่วมกับมันแทน เพราะอีกในไม่ช้า **New Normal** ก็จะกลายเป็นวิถีชีวิตปกติรูปแบบหนึ่งเท่านั้นเอง

๙.๔.๑ ทฤษฎีการสื่อสาร

ทฤษฎีการสื่อสารก็คือ^๕ การอธิบายการสื่อสารในด้านความหมาย กระบวนการองค์ประกอบ หลักการ วิธีการ บทบาทหน้าที่ ผล อิทธิพล การใช้การควบคุม ปรัชญาการณที่เกี่ยวกับการสื่อสาร สภาพปัญหา และแนวโน้มในอนาคต รวมทั้งการอธิบายแนวคิดของศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นการสร้างเครือข่ายแห่งการเรียนรู้ร่วมกัน^๖ บทบาทของการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความเข้มแข็ง สู่การพัฒนาอย่างไม่สิ้นสุด โดยมีการติดต่อสื่อสารต่อกัน มีการเอื้อเฟื้อต่อกัน มีการเรียนรู้ร่วมกัน และมีการจัดการที่ดี และได้มีการสร้างแนวคิดทางทฤษฎีอธิบายความพันธ์ต่างๆ ไว้อย่างหลากหลายโดยได้นำนักวิชาการด้านการสื่อสารได้ค้นพบและอธิบายทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่สำคัญดังนี้

๑. ทฤษฎีของแดเนียล เลินเนอร์ จำแนกได้ ๒ ระดับคือ ระดับสังคม (Societal Level)

เรียกว่าการพัฒนาประเทศ และระดับบุคคล (Individual Level) เรียกว่า การทำให้คนทันสมัย โดยเลินเนอร์ได้เสนอขั้นตอนการพัฒนาของสังคมมนุษย์ว่าจะเริ่มจากสังคมโบราณผ่านสังคมที่กำลังเปลี่ยนรูปไปสู่สังคมสมัยใหม่ (Modern Society) และชี้ให้เห็นว่าระบบการสื่อสารในสังคมโบราณและสังคมสมัยใหม่มีลักษณะแตกต่างกัน ซึ่งในสังคมโบราณนั้นระบบการสื่อสารเป็นการติดต่อโดยอาศัยปากเปล่า (Oral Communication) การแลกเปลี่ยนข่าวสารจำกัดอยู่เฉพาะภายในกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องเพียงส่วนน้อย เนื้อหาข่าวสารส่วนใหญ่เป็นเรื่องของระเบียบข้อบังคับความประพฤติของสมาชิกภายในกลุ่ม และผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารมักเป็นผู้ที่มีตำแหน่งทางสังคมสูง ส่วนในสังคมสมัยใหม่นั้น ระบบการติดต่อสื่อสารเป็นในรูปแบบการติดต่อสื่อสารโดยอาศัยสื่อกลาง (Mediated Systems) การแลกเปลี่ยนข่าวสารจึงขยายขอบเขตกว้างขวางครอบคลุมไปถึงกลุ่มชนต่างๆ ที่กระจัดกระจายกันอยู่ เนื้อหาข่าวสารมักเป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกกลุ่มชน และผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการสื่อสารมักเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกอบรมและมีความชำนาญในด้านนี้โดยตรง ทั้งนี้เลินเนอร์ได้กล่าวถึงขั้นตอนการพัฒนาการสื่อสารว่าจะเริ่มจากปากเปล่า (Oral) ในสังคมโบราณไปสู่ระบบสื่อกลาง (Media) ในสังคมสมัยใหม่ ดังนั้น การพัฒนาระบบการสื่อสารจึงขนานเคียงคู่ไปกับการพัฒนาสังคมด้วย

ประเด็นสำคัญตามข้อเสนอของเลินเนอร์ คือ การพัฒนาระบบการสื่อสารถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบสังคมส่วนรวมทั้งหมด และมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาส่วนอื่นๆ ในสังคม

^๕ ทฤษฎีการสื่อสาร, <http://elearning.psu.ac.th/courses/๓๙/Communication%๒๐Theory%20Three.pdf>, ๒๓ เมษายน ๒๕๖๔

^๖ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, “แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา” ใน เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ ๑-๘. (นนทบุรี: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๕), หน้า ๔๓-๗๒.

ด้วยอันได้แก่ การพัฒนาเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม เลินเนอร์กล่าวว่า “ระบบการสื่อสารเป็นทั้งเครื่องชี้ (Index) และตัวแทน (Agent) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระบบสังคมใหญ่ทั้งหมด แต่ทั้งนี้มิได้หมายถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (Causality) ระหว่างปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกันที่กระบวนการพัฒนาเริ่มต้น ดังเช่น ไก่กับไข่ต่างก็เป็นสาเหตุ (Cause) ซึ่งกันและกัน”

๒. ทฤษฎีการมีส่วนร่วมทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนา การศึกษาทฤษฎีการมีส่วนร่วมทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เป็นการศึกษาทฤษฎีที่เน้นให้เห็นว่าในทุกขั้นตอนของการพัฒนา ควรเน้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่การกำหนดนโยบายจนถึงขั้นตอนการปฏิบัติ เพราะการมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา มีขอบเขตทั้งในระดับแนวตั้งและในระดับแนวนอน เน้นประชาชนที่เป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนา การเสริมสร้างอำนาจแก่ประชาชน โดยเฉพาะในระดับรากหญ้าเพื่อนำไปสู่สังคมแบบประชาธิปไตยอย่างแท้จริง

๓. ทฤษฎีการกำหนดวาระ เป็นทฤษฎีที่เน้นว่าสื่อมวลชนควรทำหน้าที่ในการเสนอข้อเท็จจริงและข่าวสารที่จำเป็นและมีประโยชน์ทางด้านการเมืองแก่ประชาชน เพราะยังสื่อเลือกเสนอประเด็นใด ประเด็นนั้นก็ได้รับความสนใจว่าเป็นประเด็นสำคัญ เสมือนผู้เข้าร่วมประชุมย่อมที่จะรับทราบหรือตระหนักถึงปัญหาหรือประเด็นปัญหาต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ในวาระนั้นๆ ซึ่งก่อให้เกิดผลที่ตามมาคือ ประชาชนจะคิดและปฏิบัติตามสื่อมวลชนกำหนดไว้เช่นเดียวกับการประชุมทั่วไป

๔. ทฤษฎีการสื่อสารของลาสเวลล์ (Lesswell) ฮาโรลด์ ลาสเวลล์^๗ (Harold Lasswell) ได้ทำการวิจัยในเรื่องการสื่อสารมวลชนไว้ในปี พ.ศ. ๒๔๙๑ และได้คิดสูตรการสื่อสารที่ถึงพร้อมด้วยกระบวนการสื่อสารที่สอดคล้องกัน โดยในการสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้คือ

ใคร	→	พูดอะไร	→	โดยวิธีการและช่องทางใด	→	ไปยังใคร	→	ด้วยผลอะไร
ผู้ส่งสาร	→	สาร	→	สื่อ	→	ผู้รับ	→	ผล

รูปภาพที่ ๙.๓ เปรียบเทียบสูตรการสื่อสารของลาสเวลล์กับองค์ประกอบของการสื่อสาร

ในการที่จะจัดให้การเรียนการสอนเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพตานั้น เราสามารถนำสูตรของลาสเวลล์มาใช้ได้เช่นเดียวกับการสื่อสารธรรมดา คือ

๑. ใคร (Who) เป็นผู้ส่งหรือทำการสื่อสาร เช่น ในการอ่านข่าว ผู้อ่านข่าวเป็นผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้ฟังที่บ้าน ในสถานการณ์ในห้องเรียนธรรมดาก็เช่นเดียวกันย่อมเป็นการพูดระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน หรือการที่ผู้เรียนกลายเป็นผู้ส่งโดยการตอบสนองกลับไปยังผู้สอน แต่ถ้าเป็นการสอนโดยใช้ภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ ตัวผู้ส่งก็คือภาพยนตร์หรือโทรทัศน์นั้น

๒. พูดอะไร ด้วยวัตถุประสงค์อะไร (Says what, with what purpose) เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับ เนื้อหาข่าวสารที่ส่งไป ผู้ส่งจะส่งเนื้อหาอะไรโดยจะเป็นข่าวสารธรรมดาเพื่อให้ผู้รับทราบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ในแต่ละวัน หรือเป็นการให้ความรู้โดยที่ผู้สอนจะต้องทราบว่า

^๗กิดานันท์ มลิทอง, เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม, (กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๓),

จะสอนเรื่องอะไร ทำไมจึงจะสอนเรื่องนั้น สอนเพื่อวัตถุประสงค์อะไร และคาดว่าจะได้รับการตอบสนองจากผู้เรียนอย่างไรบ้าง

๓. โดยใช้วิธีการและช่องทางใด (By what means, in what channel) ผู้ส่งทำการส่งข่าวสารโดยการพูด การแสดงกริยาท่าทาง ใช้ภาพ ฯลฯ หรืออาจจะใช้อุปกรณ์ระบบไฟฟ้า เช่น ไมโครโฟน หรือเครื่องเล่นวีซีดีเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสารให้ผู้รับรับได้โดยสะดวก ถ้าเป็นในการเรียนการสอน ผู้สอนอาจจะสอนโดยการบรรยายหรือใช้สื่อการสอนต่าง ๆ เพื่อช่วยในการส่งเนื้อหาบทเรียนไปให้ ผู้เรียนรับและเข้าใจได้อย่างถูกต้องทำให้เกิดการเรียนรู้ขึ้น

๔. ส่งไปยังใคร ในสถานการณ์อะไร (To whom, in what situation) ผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปยัง ผู้รับเป็นใครบ้าง เนื่องในโอกาสอะไร เช่น การอ่านข่าวเพื่อให้ผู้ฟังทางบ้านทราบถึงเหตุการณ์ประจำวัน หรือแสดงการทักทายให้กลุ่มแม่บ้านชม ผู้ส่งย่อมต้องทราบว่าผู้รับเป็นกลุ่มใดบ้างเพื่อสามารถเลือกสรรเนื้อหาและวิธีการส่งให้เหมาะสมกับผู้รับ การเรียนการสอนก็เช่นเดียวกัน การสอนผู้เรียนอายุ ๘ ปีกับอายุ ๑๕ ปีต้องมีวิธีการสอนและการใช้สื่อการสอนต่างกัน ผู้สอนต้องทราบถึงระดับสติปัญญาความสามารถและภูมิหลังของผู้เรียนแต่ละคนว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง ตลอดจน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการเรียน เช่น มีสื่อการสอนอะไร ที่จะนำมาใช้สอนได้บ้าง สภาพแวดล้อมห้องเรียนที่จะสอนเป็นอย่างไร ฯลฯ

๕. ได้ผลอย่างไรในปัจจุบัน และอนาคต (With what effect, immediate and long term ?) การส่งข่าวสารนั้นเพื่อให้ผู้รับฟังผ่านไปเฉย ๆ หรือจดจำด้วยซึ่งต้องอาศัยเทคนิควิธีการที่ต่างกัน และเช่นเดียวกันกับการเรียนการสอนที่จะได้ผลนั้น ผู้สอนจะต้องตระหนักอยู่เสมอว่าเมื่อสอนแล้ว ผู้เรียนจะได้รับความรู้เกิดการเรียนรู้มากน้อยเท่าใด และสามารถจดจำความรู้ที่ได้รับนั้นได้นานเพียงใด โดยที่ผู้เรียนอาจได้รับความรู้เพียงบางส่วนหรือไม่เข้าใจเลยก็ได้ การวัดผลของการถ่ายทอดความรู้นั้นอาจทำได้ยากเพราะบางครั้งผู้เรียนอาจจะไม่แสดงการตอบสนองออกมา และบางครั้งการตอบสนองนั้นก็อาจจะวัดผลไม่ได้เช่นกัน

๔. ทฤษฎี SMCR ของเดวิด เค. เบร์โล (David K. Berlo) ทฤษฎี S M C R ประกอบด้วย

๔.๑. ผู้ส่ง (source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การเข้ารหัส” (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้ที่ดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

๔.๒ ข้อมูลข่าวสาร (message) เกี่ยวข้องด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร

๔.๓ ช่องทางในการส่ง (channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสาร ข้อมูลโดยผ่านประสานสัมผัสทั้ง ๕ หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

๔.๔ ผู้รับ (receiver) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การถอดรหัส” (decode) สาร เป็นผู้มีทัศนคติ ระดับความ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรม เช่น เดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งจึงจะทำให้การสื่อสารความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล

ตามลักษณะของทฤษฎี S M C R นี้ มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและรับที่จะทำการสื่อสารความหมายนั้นได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด ได้แก่

๑. ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) หมายถึง ทักษะซึ่งทั้งผู้ส่งและผู้รับ ควรจะมีความชำนาญในการส่งและการรับการเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันได้อย่างถูกต้อง เช่น ผู้ส่งต้องมีความสามารถในการเข้ารหัสสาร มีการพูดโดยใช้ภาษาพูดที่ถูกต้อง ใช้คำพูดที่ชัดเจนฟังง่าย มีการแสดงสีหน้าหรือท่าทางที่เข้ากับการพูด ท่วงทำนองลีลาในการพูดเป็นจังหวะ น่าฟัง หรือการเขียนด้วยถ้อยคำสำนวนที่ถูกต้องสละสลวยน่าอ่าน เหล่านี้เป็นต้น ส่วนผู้รับต้องมีความสามารถในการถอดรหัสและมีทักษะที่เหมือนกันกับผู้ส่งโดยมีทักษะการฟังที่ดี ฟังภาษาที่ผู้ส่งพูดมารู้เรื่อง หรือสามารถอ่านข้อความที่ส่งมานั้นได้ เป็นต้น

๒. ทัศนคติ (attitudes) เป็นทัศนคติของผู้ส่งและผู้รับซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับ มีทัศนคติที่ดีต่อกันจะทำให้การสื่อสารได้ผลดี ทั้งนี้เพราะทัศนคติย่อมเกี่ยวข้องไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับด้วย เช่น ถ้าผู้ฟังมีความนิยมชมชอบในตัวผู้พูดก็มักจะมีความเห็นคล้อยตามไปได้ง่าย แต่ในทางตรงข้าม ถ้าผู้ฟังมีทัศนคติไม่ดีต่อผู้พูดก็จะฟังแล้วไม่เห็นชอบด้วยและมีความเห็นขัดแย้งในสิ่งที่พูดมานั้น หรือถ้าทั้งสองฝ่ายมีทัศนคติไม่ดีต่อกันท่วงทำนองหรือนำเสียงในการพูดก็อาจจะห้วนห้าวไม่น่าฟัง แต่ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อกันแล้วมักจะพูดกันด้วยความไพเราะอ่านหวานน่าฟัง เหล่านี้เป็นต้น

๓. ระดับความรู้ (knowledge levels) ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้เท่าเทียมกันก็จะทำให้การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดี แต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกันย่อมจะต้องมีการปรับปรุงความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่งในเรื่องความยากง่ายของภาษาและถ้อยคำสำนวนที่ใช้ เช่น ไม่ใช่คำศัพท์ทางวิชาการ ภาษาต่างประเทศ หรือถ้อยคำยาว ๆ สำนวนสลับซับซ้อน ทั้งนี้เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อความเข้าใจ ตัวอย่างเช่น การที่หมอรักษาคนไข้แล้วพูดแต่คำศัพท์การแพทย์เกี่ยวกับโรคต่าง ๆ ย่อมทำให้คนไข้ไม่เข้าใจว่าตนเองเป็นโรคอะไรแน่หรือพัฒนาการจากส่วนกลางออกไปพัฒนาหมู่บ้านต่าง ๆ ในชนบทเพื่อให้คำแนะนำทางด้านการเกษตรและเลี้ยงสัตว์แก่ชาวบ้าน ถ้าพูดแต่ศัพท์ทางวิชาการโดยไม่อธิบายด้วยถ้อยคำภาษาง่าย ๆ หรือไม่ใช้ภาษาท้องถิ่นก็จะทำให้ชาวบ้านไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้ หรือในกรณีของการใช้ภาษามือของผู้พิการทางโสต ถ้าผู้รับไม่เคยได้เรียนภาษามือ มาก่อนทำให้ไม่เข้าใจและไม่สามารถสื่อสารกันได้ เหล่านี้เป็นต้น

๔. ระบบสังคมและวัฒนธรรม (socio - culture systems) ระบบสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติ สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกัน เช่น การให้ความเคารพต่อผู้อาวุโส หรือวัฒนธรรมการกินอยู่ ฯลฯ ดังนั้น ในการติดต่อสื่อสารของบุคคลต่างชาติต่างภาษา จะต้องมีการศึกษาถึงกฎข้อบังคับทางศาสนาของแต่ละศาสนาด้วย

๙.๕ การสื่อสารทางสังคมยุคความปกติใหม่ (New Normal)

สมัยก่อนถ้าเรามองดูฟิอาร์ในยุคก่อนก็จะพบว่า มีนักประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชน มีผู้รับข่าวสาร พอโลกดิจิตอลมา สื่อดั้งเดิม (Conventional Media) ก็ยังคงอยู่ แต่ขณะเดียวกันจะมีการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ๆ มากมาย สื่อภาคประชาชนก็ดี หรือว่าสื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และ

โทรศัพท์ที่อพยพจากแพลตฟอร์มเดิมสู่แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น แต่สิ่งที่ยังคงสำคัญตลอดและต่อเนื่องคือการจัดการเนื้อหา ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารจะเป็นช่องทางใด สิ่งสำคัญที่สุดก็คือเนื้อหา ยุคนี้ผู้คนสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์มากขึ้น คนมีส่วนร่วมกับการบริโภคข่าวสารมากขึ้นซึ่งต่างจากเดิม อาจจะมีข่าวเรื่องของการจัดการเรื่องการกระตุ้นเศรษฐกิจ แต่เดิมคนอาจสนใจเฉพาะกลุ่ม แต่ตอนนี้มันกระทบกับทุกคน คนบริโภคข่าวสารก็จะมีจำนวนมากขึ้น การบริหารจัดการเนื้อหาให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้รับจึงมีความสำคัญเหมือนเดิม เพียงแต่รูปแบบจะต้องเร้าใจมากขึ้น ดึงดูดคนมากขึ้น เข้าใจง่ายมากขึ้น และเป็นทางการน้อยลงแบบนี้ เป็นต้น

ที่ผ่านมาประเทศไทยประสบปัญหาและสถานการณ์หลายอย่างที่เกิดขึ้นกระทันหัน^๔ การเปลี่ยนโลกธุรกิจ ได้ก่อให้เกิดความหลากหลายเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางสภาพสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภค นำมาซึ่งผลประโยชน์ที่แตกต่างกันในการติดต่อดำเนินธุรกิจ และบ่อยครั้งก็ก่อให้เกิดความขัดแย้งขึ้นได้อยู่เสมอ ความขัดแย้งต่างๆ เหล่านี้ได้พัฒนากลายเป็นประเด็นปัญหาและลูกลามาจนทำให้เกิดภาวะวิกฤต ไม่ว่าจะเป็น เหตุการณ์วางระเบิดใจกลางเมือง ณ สีแยกราชประสงค์ เหตุการณ์น้ำท่วมในปี ๒๕๕๔ เหตุการณ์ ภัย ๑๓ ชีวิตที่มโหฬารป่าติดถ้ำหลวง เป็นต้น

และในปัจจุบันนี้ประเทศไทยกำลังเผชิญ กับโรคไวรัสตัวร้ายภัยคุกคามโลก “COVID 19” ที่กำลังแพร่ระบาด มีผลกระทบอย่างมากต่อวิถีชีวิตของผู้คนจำนวนมาก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีคิด วิธีการทำงาน และวิธีการซื้อขาย ของผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ เป็นหนึ่งในความท้าทายที่สุดในเวลานี้สำหรับธุรกิจ ในแวดวงการตลาดและการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือเรื่อง การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต หรือ Crisis Communication Management ที่ในหลายๆหน่วยงานได้นำเทคนิคในด้านการสื่อสารมาประยุกต์ใช้กับเครื่องมือต่างๆ ขึ้นตอนวิธีการวางแผนการสื่อสาร รวมถึงการใช้กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการจัดการในภาวะวิกฤตอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตอย่างรอบด้าน

ดร. ดนัย จันทรเจ้าฉาย ประธานที่ปรึกษา บริษัท ดีซี คอนซัลแทนส์ แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง คอมมูนิเคชันส์ จำกัด ธุรกิจให้บริการด้านการปรึกษางานประชาสัมพันธ์แนวหน้าของเมืองไทย กล่าวว่า “บริษัทฯ เราเป็น PR Agency ที่ได้รับผลกระทบเหมือนกันกับธุรกิจอื่นๆ แต่อาจจะแตกต่างกันในบริบทของธุรกิจ ซึ่งในวิกฤตสถานการณ์ช่วงนี้ อันดับแรกเราให้ความสำคัญและทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาที่ดีให้กับลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของการจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตโรคไวรัสโควิด-19 ที่จะต้องตั้งรับ ปรับปรุงให้ลูกค้าได้มีความเข้าใจอย่างเท่าทันในเรื่องของการรับมือรวมถึงแนวทางการสื่อสารที่จำเป็นเพื่อนำไปปรับประยุกต์ใช้จริง”

แม้ในช่วงวิกฤตนี้ ประเทศไทย ได้ประกาศ ใช้ พ.ร.ก.ฉุกเฉินห้ามบุคคลออกนอกเคหสถานทั่วประเทศ รวมถึงการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) หนึ่งมาตรการลดการแพร่ระบาดของเชื้อที่ติดต่อทางละอองฝอยหรือการสัมผัส ที่หลายๆองค์กรได้มีมติให้พนักงาน Work From Home ในทางกลับกันเราก็ได้พลิกวิกฤตนี้ให้เป็นโอกาสสำหรับลูกค้าได้รับความรู้และผลประโยชน์ใน

^๔ Nopparat Malalum, ๓ เทคนิคการจัดการสื่อสารที่นักสื่อสารยุค COVID-19 ต้องมี, ๒๔ เมษายน ๒๕๖๔.

เรื่องการจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤต โดยจัดการอบรมออนไลน์ให้กับลูกค้าในรูปแบบ VDO Conference นำร่องหน่วยงานแรก “กรมสรรพากร” เราได้แชร์แนวคิด เทคนิคการสื่อสาร รวมไปถึงกลยุทธ์ของการสื่อสารในภาวะวิกฤตที่ผู้เข้าอบรมครั้งนี้นำไปต่อยอดและสามารถปรับใช้ได้จริง

ดร.ดนัย แนะนำให้ลูกค้าในการอบรมออนไลน์รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ได้ยึดหลักสำคัญในการสื่อสารในภาวะวิกฤต ๓ ประการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าการปฏิบัติงานจะเป็นไปอย่างต่อเนื่อง คือ

๑. ต้องวางแผนการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรในภาวะวิกฤต ควรวางแผนรองรับเหตุฉุกเฉินหรือ **disruption** ต่างๆ ให้ครอบคลุมทั้งแผนการสื่อสารเชิงรุกและเชิงรับ ให้มีความสำคัญกับความปลอดภัยและความโปร่งใส พร้อมทั้งกำหนดทีมงาน ผู้มีส่วนในการตัดสินใจ รวมถึงมีการสื่อสารในองค์กรล่วงหน้าให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจตรงกันเกี่ยวกับมาตรการต่างๆ เตรียมการทุกด้านที่เกี่ยวข้องให้พร้อม สามารถนำไปปฏิบัติได้ทันทีอย่างมีประสิทธิภาพ

๒. การสื่อสารอย่างโปร่งใส ด้วยความฉับไวทันท่วงที มีความยืดหยุ่นและจริงใจ คือหัวใจสำคัญในการเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาส และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้น องค์กรต้องใส่ใจทุกคนในองค์กรรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างทั่วถึง เริ่มต้นจากการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการแพร่ระบาดและการดูแลสุขภาพอนามัยของบุคลากรภายในองค์กรทั้งหมด รวมทั้งการเพิ่มมาตรการป้องกันการแพร่เชื้อ เพื่อให้กระบวนการทำงานมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ต้องขจัดความเชื่อและความเข้าใจที่ผิดด้วยการให้ข้อมูลที่ถูกต้องอย่างรวดเร็ว ต้องก้าวทันสถานการณ์และพร้อมชี้แจงแนวทางการรับมือ ด้วยข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน

๓. แยก **Fact vs. Fake News** ปกป้องความสับสนของข้อมูลข่าวสาร และพร้อมตอบสนองต่อสถานการณ์ได้ทันที ไม่ว่าจะทำงานจากที่บ้านหรือทำงานในออฟฟิศ ทุกฝ่ายจะต้องวางแผนและเตรียมการรองรับสถานการณ์ที่คาดไม่ถึงต่างๆ เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องไม่ติดขัด เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบน้อยที่สุด ซึ่งในยุคนี้มีเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่เข้ามาช่วยในการสื่อสารกับสื่อมวลชนและประชาชนทั่วไป รวมถึงการสื่อสารภายในองค์กร เช่น การแถลงข่าวออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ หรือการประชุมและจัดการอบรมผ่านแอปพลิเคชันที่มีให้เลือกมากขึ้นตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของโลก

๙.๕.๑ ทักษะความเป็นพลเมืองดิจิทัล

ก่อนจะทราบถึงทักษะด้านดิจิทัล^๙ ขอให้คำนิยามความหมายของประโยคที่ว่า "ความเป็นพลเมืองดิจิทัล" ที่ทุกประเทศทั่วโลกคาดหวังให้เกิดขึ้นในประชากรของตน คือ "พลเมืองผู้ใช้งานสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์อย่างเข้าใจบรรทัดฐาน ของการปฏิบัติตัวให้เหมาะสม และมีความรับผิดชอบในการใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารในยุคดิจิทัลเป็นการสื่อสารที่ไร้พรมแดน จำเป็นต้องมีความฉลาดทางดิจิทัล (DQ: Digital Intelligence) "

^๙ ทักษะดิจิทัลก้าวสู่พลเมืองในศตวรรษที่ ๒๑, ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://www.ops.go.th/main/index.php/knowledge-base/article-pr/1355-goto-citizens21st>, [๒๓ เมษายน ๒๕๖๔]

ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient : DQ) คือ กลุ่มของความสามารถทางสังคม อารมณ์ และการรับรู้ ที่จะทำให้นักคนหนึ่งสามารถเผชิญกับความท้าทายบนเส้นทางของชีวิตในยุคดิจิทัล และสามารถปรับตัวให้เข้ากับชีวิตดิจิทัลได้ ความฉลาดทางดิจิทัลครอบคลุมทั้งความรู้ ทักษะ ทศนคติและค่านิยมที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตในฐานะสมาชิกของโลกออนไลน์ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ทักษะการใช้สื่อและการเข้าสังคมในโลกออนไลน์



อ้างอิงข้อมูล : เวสต์ดีโคโนมิคฟอรัม
เรียบเรียงโดย : สสค.

ที่มา อ้างอิงข้อมูล : เวสต์ดีโคโนมิคฟอรัม เรียบเรียงโดย : สสค.

ดังนั้น พลเมืองดิจิทัล จึงหมายถึง สมาชิกบนโลกออนไลน์ ที่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ อายุ ภาษา และวัฒนธรรม ดังนั้น พลเมืองดิจิทัลทุกคนจึงต้องมี ‘ความเป็นพลเมืองดิจิทัล’ ที่มีความฉลาดทางดิจิทัลบนพื้นฐานของความรับผิดชอบ การมีจริยธรรม การมีส่วนร่วม ความเห็นอกเห็นใจและเคารพผู้อื่น โดยมุ่งเน้นความเป็นธรรมในสังคม ปฏิบัติและรักษาไว้ซึ่งกฎเกณฑ์ เพื่อสร้างความสมดุลของการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

การเป็นพลเมืองดิจิทัลนั้น มีทักษะสำคัญ ๘ ประการ ที่ควรบ่มเพาะให้เกิดขึ้นกับพลเมืองดิจิทัลทุกคนในศตวรรษที่ ๒๑ ดังนี้

๑. ทักษะในการรักษาอัตลักษณ์ที่ดีของตนเอง (Digital Citizen Identity) ต้องมีความสามารถในการสร้างสมดุล บริหารจัดการ รักษาอัตลักษณ์ที่ดีของตนเองไว้ให้ได้ ทั้งในส่วนของโลกออนไลน์และโลกความจริง โดยตอนนี้ประเด็นเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ถือเป็นปรากฏการณ์ใหม่ ที่ทำให้บุคคลสามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวตนต่อสังคมภายนอก โดยอาศัยช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมในการอธิบายรูปแบบใหม่ของการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการแสดงออกเกี่ยวกับตัวตนผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมต่างๆ

๒. ทักษะในการรักษาข้อมูลส่วนตัว (Privacy Management) ดุลพินิจในการบริหารจัดการข้อมูลส่วนตัว โดยเฉพาะการแชร์ข้อมูลออนไลน์เพื่อป้องกันความเป็นส่วนตัวทั้งของตนเองและผู้อื่น

เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องประกอบอยู่ในพลเมืองดิจิทัลทุกคน และพวกเขาจะต้องมีความตระหนักในความเท่าเทียมกันทางดิจิทัล เคารพในสิทธิของทุกคน รวมถึงต้องมีวิจารณญาณในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลตนเองในสังคมดิจิทัล รู้ว่าข้อมูลใดควรเผยแพร่ ข้อมูลใดไม่ควรเผยแพร่ และต้องจัดการความเสี่ยงของข้อมูลของตนในสื่อสังคมดิจิทัลได้ด้วย

๓. ทักษะในการคิดวิเคราะห์ที่มีวิจารณญาณที่ดี (Critical Thinking) ความสามารถในการวิเคราะห์แยกแยะระหว่างข้อมูลที่ถูกต้องและข้อมูลที่ผิด ข้อมูลที่มีเนื้อหาดีและข้อมูลที่เข้าข่ายอันตราย รู้ว่าข้อมูลลักษณะใดที่ถูกส่งผ่านมาทางออนไลน์แล้วควรตั้งข้อสงสัย หากคำตอบให้ชัดเจนก่อนเชื่อและนำไปแชร์ ด้วยเหตุนี้ พลเมืองดิจิทัล จึงต้องมีความรู้ความสามารถในการเข้าถึง ใช้สร้างสรรค์ ประเมิน สังเคราะห์ และสื่อสารข้อมูลข่าวสารผ่านเครื่องมือดิจิทัล ซึ่งจำเป็นต้องมีความรู้ด้านเทคนิคเพื่อใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ได้อย่างเชี่ยวชาญ รวมถึงมีทักษะในการรู้คิดขั้นสูง เช่น ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ที่จำเป็นต่อการเลือก จัดประเภท วิเคราะห์ ตีความ และเข้าใจข้อมูลข่าวสาร มีความรู้และทักษะในสภาพแวดล้อมดิจิทัล การรู้ดิจิทัลโดยมุ่งให้เป็นผู้ใช้ที่ดี เป็นผู้เข้าใจบริบทที่ดี และเป็นผู้สร้างเนื้อหาทางดิจิทัลที่ดี ในสภาพแวดล้อมสังคมดิจิทัล

๔. ทักษะในการจัดสรรเวลาหน้าจอ (Screen Time Management) ทักษะในการบริหารเวลากับการใช้อุปกรณ์ยุคดิจิทัล รวมไปถึงการควบคุมเพื่อให้เกิดสมดุลระหว่างโลกออนไลน์และโลกภายนอก นับเป็นอีกหนึ่งความสามารถที่บ่งบอกถึง ความเป็นพลเมืองดิจิทัล ได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นที่รู้กันอยู่แล้วว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ขาดความเหมาะสมย่อมส่งผลต่อสุขภาพโดยรวม ทั้งความเครียดต่อสุขภาพจิตและเป็นสาเหตุก่อให้เกิดความเจ็บป่วยทางกาย ซึ่งนำไปสู่การสูญเสียทรัพย์สินเพื่อใช้รักษา และเสียสุขภาพในระยะยาวโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์

๕. ทักษะในการรับมือกับการคุกคามทางโลกออนไลน์ (Cyberbullying Management) จากข้อมูลทางสถิติล่าสุด สถานการณ์ในเรื่อง Cyber bullying ในไทย มีค่าเฉลี่ยการกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยโลกอยู่ที่ 47% และเกิดในรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ การด่าทอกันด้วยข้อความหยาบคาย การตัดต่อภาพ สร้างข้อมูลเท็จ รวมไปถึงการตั้งกลุ่มออนไลน์กีดกันเพื่อนออกจากกลุ่ม ฯลฯ ดังนั้น ว่าที่พลเมืองดิจิทัลทุกคน จึงควรมีความสามารถในการรับรู้และรับมือการคุกคามข่มขู่บนโลกออนไลน์ได้อย่างชาญฉลาด เพื่อป้องกันตนเองและคนรอบข้างจากการคุกคามทางโลกออนไลน์ให้ได้

๖. ทักษะในการบริหารจัดการข้อมูลที่ถูกใช้งานทั้งไว้บนโลกออนไลน์ (Digital Footprints) มีรายงานการศึกษาวิจัยยืนยันว่า คนรุ่น Baby Boomer คือ กลุ่ม Aging ที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๔๘๗ – ๒๕๐๕ มักจะใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้อื่น และเปิดใช้งาน WiFi สาธารณะ เสร็จแล้วมักจะละเลย ไม่ลบรหัสผ่านหรือประวัติการใช้งานถึง ๔๗% ซึ่งเสี่ยงมากที่จะถูกผู้อื่นสวมสิทธิ ขโมยตัวตนบนโลกออนไลน์ และเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลได้อย่างง่ายดาย ดังนั้น ความเป็นพลเมืองดิจิทัล จึงต้องมีทักษะความสามารถที่จะเข้าใจธรรมชาติของการใช้ชีวิตในโลกดิจิทัล ว่า จะหลงเหลือร่องรอยข้อมูลทิ้งไว้เสมอ รวมไปถึงต้องเข้าใจผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้น เพื่อการดูแลสิ่งเหล่านี้ อย่างมีความรับผิดชอบ

๗. ทักษะในการรักษาความปลอดภัยของตนเองในโลกออนไลน์ (Cybersecurity)

Management) ความสามารถในการป้องกันข้อมูลด้วยการสร้างระบบความปลอดภัยที่เข้มแข็งและป้องกันการโจรกรรมข้อมูลไม่ให้เกิดขึ้นได้ ถ้าต้องทำธุรกรรมกับธนาคารหรือซื้อสินค้าออนไลน์ เช่น เสื้อผ้า ชุดเดรส เป็นต้น ควรเปลี่ยนรหัสบ่อยๆ และควรหลีกเลี่ยงการใช้คอมพิวเตอร์สาธารณะ และหากสงสัยว่าข้อมูลถูกนำไปใช้หรือสูญหาย ควรรีบแจ้งความและแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทันที

๘. ทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม (Digital Empathy) ความสามารถในการเห็นอกเห็นใจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นบนโลกออนไลน์ พลเมืองดิจิทัลที่ดีจะต้องรู้ถึงคุณค่าและจริยธรรมจากการใช้เทคโนโลยี ต้องตระหนักถึงผลพวงทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมที่เกิดจากการใช้อินเทอร์เน็ต การกดไลค์ กดแชร์ ข้อมูล ข่าวสาร ออนไลน์ รวมถึงรู้จักสิทธิและความรับผิดชอบออนไลน์ อาทิ เสรีภาพในการพูด การเคารพทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น และการปกป้องตนเองและชุมชนจากความเสี่ยงออนไลน์ เช่น การกลั่นแกล้งออนไลน์ ภาพลามกอนาจารเด็ก สแปม เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การจะเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ดีนั้น ต้องมีความฉลาดทางดิจิทัล ซึ่งประกอบขึ้นด้วยชุดทักษะและความรู้ทั้งในเชิงเทคโนโลยีและการคิดขั้นสูง หรือที่เรียกว่า “ความรู้ดิจิทัล” (Digital Literacy) เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในโลกไซเบอร์ รู้วิธีป้องกันตนเองจากความเสี่ยงต่างๆ ในโลกออนไลน์ เข้าใจถึงสิทธิ ความรับผิดชอบ และจริยธรรมที่สำคัญในยุคดิจิทัล และใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการมีส่วนร่วมทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ที่เกี่ยวกับตนเอง ชุมชน ประเทศ และพลเมืองบนโลก ได้อย่างสร้างสรรค์

สรุปท้ายบท

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาก มีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคล และมีความรู้และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น การสื่อสารเกิดขึ้นได้จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะยุคปัจจุบันจะเป็นการสื่อสารทางสังคมในยุคความปกติใหม่ (New Normal) เป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งส่วนพฤติกรรมส่วนบุคคล ครอบครัว สังคม รวมไปถึงสภาพแวดล้อม อย่างฉับพลัน อันเนื่องมาจากโรคอุบัติใหม่ การสื่อสารไม่ว่าเป็นเป็นในเรื่องของการทำงาน การเรียน การติดต่อค้าขาย จึงจำเป็นต้องใช้รูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ในช่วงของ New Normal ที่เกิดขึ้นในสังคม มีประกอบด้วย

๑. การ Work From Home การอยู่ในบ้าน
๒. การดำเนินการทางธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ Online Business
๓. การเรียน Online Learning/Entertainment การอยู่บ้าน
๔. การแพทย์และสาธารณสุข (ที่ปรึกษา) Online Medical Consulting ให้มีความสำคัญกับการลงทุนทางด้านสาธารณสุขของประเทศมากกว่าเดิม
๕. การ deglobalization เพื่อพึ่งพาการผลิตในประเทศมากขึ้น

သို့မဟုတ်

คำถามท้ายบท

๑. จงอธิบายความหมายของคำว่า “New Normal” ให้ชัดเจน
๒. การสื่อสารด้วยทฤษฎี SMCR ประกอบด้วยอะไรบ้าง
๓. การดำเนินชีวิตในสังคมยุคความปกติใหม่ (New Normal) มีความแตกต่างจากยุคที่ผ่านมาหรือไม่อย่างไร จงอธิบาย
๔. จงวิเคราะห์ความเป็นอยู่หรือดำรงรงชีวิตในยุคปกติใหม่ ว่ามีของสังคมไทยในยุคปัจจุบันเป็นอย่างไร
๕. ท่านมีแนวคิดอย่างไรเกี่ยวกับการสื่อสารทางสังคมในยุคปกติใหม่จงอธิบาย
๖. การสื่อสารทางสังคมบนโลกออนไลน์ท่านคิดว่า พลเมืองดิจิทัลมีความสำคัญอย่างไร กับการสื่อสารทางสังคมโลกออนไลน์ จงอธิบาย

เอกสารอ้างอิงประจำบท

- กิดานันท์ มลิทอง. เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม, กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๓.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. “แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา” ใน เอกสารการ
สอน ชุด วิชา การสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ ๑-๘, นนทบุรี: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรร
มาธิราช, ๒๕๕๘.
- Nopparat Malalum, ๓ เทคนิคการจัดการสื่อสารที่นักสื่อสารยุค COVID-19 ต้องมี, ๒๔ เมษายน
๒๕๖๐
- Roger, Everett M. Communication of Innovations : A Cross-Culture Approach.
New York. : The Free Press, 1971.
- Roger, Everett M. Diffusion of Innovation. Third Edition. New York : The Free Press.
1983.
- กรมสุขภาพจิต. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=๒๒๘๘>,
[๒๐ เมษายน ๒๕๖๔]
- ข่าวไทย PBS NEWS. รู้จัก New Normal ฉบับราชบัณฑิต ๖ พฤษภาคม ๒๕๖๓ [ออนไลน์],
แหล่งที่มา: <https://news.thaipbs.or.th/content/๒๙๒๑๒๖> ๒๓ [๒๕ เมษายน ๒๕๖๔]
- ทฤษฎีการสื่อสาร. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://elearning.psu.ac.th/courses/๓๙/Communication%๒๐Theory_Three.pdf [๒๓ เมษายน ๒๕๖๔]
- ทักษะดิจิทัลก้าวสู่พลเมืองในศตวรรษที่ ๒๑. ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
สำนักงาน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม [ออนไลน์], แหล่งที่มา:
<https://www.ops.go.th/main/index.php/knowledge-base/article-pr/1355-goto-citizens21st> [๒๓ เมษายน ๒๕๖๔]
- สถาบันส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (องค์การมหาชน),
กระทรวงแรงงาน. <http://www.tosh.or.th/covid-19/index.php/new-normal> [๒๐
เมษายน ๒๕๖๔]
- สารรังสิต ONLINE, ฉลองรัฐ เณรมาลย์ชลมารค, next normal กับวิถีใหม่แห่งการสื่อสาร ๑๔ Aug
๒๐๒๐ [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www๒.rsu.ac.th/sarnrangsit-online-detail/CommArts-Article๑๕> [๒๔ April ๒๐๒๑]