



รายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์

กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว
กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

ชื่อโครงการ: การพัฒนาและส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในสังคมไทย:
โครงการย่อยที่ 2: สื่อสร้างสรรค์กับบทบาทส่งเสริมพฤติกรรม
ด้านความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว
รหัสโครงการ: 4367632

โดย

หัวหน้าโครงการ: นางสาว พรหมณี พุ่มอิม
คณะผู้วิจัย: ดร.โกสุม โอมพรนุวัฒน์
นาย นิราวุฒิ สกกุลแก้ว

เดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2567

งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566
จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม

(ฉบับปรับปรุง ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2567)

สื่อสร้างสรรค์กับบทบาทส่งเสริมพฤติกรรมด้านความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว
Creative Media and Its Role in Promoting Gender Equality Behavior in Families

นางสาว พรหมณี พุ่มอัม
ดร.โกสุม โอมพรนุวัฒน์
นาย นิราวุฒิ สกกุลแก้ว

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว
กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

รหัสโครงการ: 4367632

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย)

การพัฒนาและส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในสังคม

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาอังกฤษ)

The Development and Promotion of Gender Equality in Society

โครงการย่อยที่ 2

(ภาษาไทย) สื่อสร้างสรรค์กับบทบาทส่งเสริมพฤติกรรมด้านความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

(ภาษาอังกฤษ) Creative Media and Its Role in Promoting Gender Equality Behavior in Families

คณะผู้วิจัย และสัดส่วนในการทำวิจัย

หัวหน้าโครงการ: นางสาว พรหมณี พุ่มอิม

คณะผู้วิจัย: ดร.โกสุม โอมพรนุวัฒน์

นาย นิราวุฒิ สกุลแก้ว

แหล่งทุนวิจัย

กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กองทุนส่งเสริม ววน.)

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

การศึกษาวิจัย เรื่อง สื่อสร้างสรรค์กับบทบาทส่งเสริมพฤติกรรมด้านความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวฉบับนี้ ได้ข้อสรุปที่สำคัญ ดังนี้

1. บทนำและความสำคัญของการใช้สื่อสร้างสรรค์

ในปัจจุบัน ความเสมอภาคระหว่างเพศเป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ โดยเฉพาะในบริบทของการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งรวมถึงประเทศไทยที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อนำไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ซึ่งปัญหาความไม่เสมอภาคระหว่างเพศมีรากเหง้ามาจากทัศนคติแบบปิตาธิปไตยและการลดทอนคุณค่าความเป็นเพศหญิง การใช้สื่อสร้างสรรค์และกลไกครอบครัวในการส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศเป็นวิธีที่สำคัญในการลดปัญหาสังคมที่เกิดจากทัศนคติเหล่านี้

การวิจัยนี้มุ่งเน้นที่การใช้สื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือหลักในการส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว โดยใช้กระบวนการทบทวนวรรณกรรม การบูรณาการข้อมูลจากการศึกษาปัจจัยและอุปสรรคในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว การเสวนากลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงปฏิบัติการร่วมกับนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม วิเคราะห์ถึงสถานการณ์ปัจจุบัน ผลกระทบของสื่อในครอบครัว และเสนอแนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

2. สถานการณ์ปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อ

การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อในประเทศไทยจากสื่อดั้งเดิมไปสู่สื่อดิจิทัลมีผลกระทบที่สำคัญต่อวิถีชีวิตของครอบครัวไทย โดยในปัจจุบัน สมาชิกในครอบครัวโดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กและเยาวชน สามารถเข้าถึงสื่อดิจิทัลได้ง่ายและสะดวกขึ้น ส่งผลให้การบริโภคสื่อมีความเข้มข้นและซับซ้อนมากขึ้น สมาชิกในครอบครัวสามารถใช้สื่อได้ทุกที่ทุกเวลา การเปลี่ยนแปลงนี้นำไปสู่การลดลงของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว และเกิดผลกระทบในเชิงลบ เช่น การเลียนแบบพฤติกรรมรุนแรงจากสื่อ การเกิดภาวะซึมเศร้า และการเสพติดสื่อที่ไม่เหมาะสม

ในขณะเดียวกัน การใช้สื่อดิจิทัลยังส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสื่อและข้อมูลข่าวสารระหว่างครอบครัวที่มีสถานะทางเศรษฐกิจแตกต่างกัน ครอบครัวที่มีกำลังทรัพย์น้อยอาจประสบกับข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อและข้อมูล ซึ่งสะท้อนถึงความไม่เท่าเทียมในการพัฒนา และการเข้าถึงโอกาสต่าง ๆ

3. ประเด็นปัญหาความไม่เสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

ประเด็นปัญหาความไม่เสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวเป็นปัญหาที่ฝังรากลึกในสังคมไทย ซึ่งยังคงยึดถือความเชื่อและค่านิยมดั้งเดิมที่ส่งเสริมระบบปิตาธิปไตย ผู้ชายถูกมองว่าเป็นผู้นำและผู้มีอำนาจในครอบครัว ขณะที่ผู้หญิงมักถูกกำหนดบทบาทให้เป็นผู้ดูแลบ้านและสมาชิกในครอบครัว ซึ่งสถานการณ์นี้ไม่เพียงแต่จำกัดโอกาสและอำนาจของผู้หญิงในการตัดสินใจเท่านั้น แต่ยังส่งผลให้เกิดการแบ่งงานและบทบาทที่ไม่เท่าเทียมภายในครอบครัว

1) นิยามของครอบครัวในปัจจุบัน

ความหมายของ "ครอบครัว" ในสังคมปัจจุบันได้ขยายและเปลี่ยนแปลงไปจากรูปแบบดั้งเดิม ครอบครัวในสมัยนี้อาจประกอบด้วยพ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว ครอบครัวที่มีสมาชิกหลายรุ่น หรือครอบครัวที่มีพ่อแม่เป็นคู่รักเพศเดียวกัน ในมุมมองนี้ ความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องให้ความสำคัญ เพราะครอบครัวควรเป็นพื้นที่ที่สมาชิกทุกคนรู้สึกปลอดภัยและได้รับการสนับสนุนทางอารมณ์อย่างเหมาะสม

2) ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงโอกาสและอำนาจในการตัดสินใจ

ในครอบครัว ความคาดหวังและบทบาททางเพศที่ไม่เท่าเทียมกันมักเริ่มต้นจากการแบ่งงาน และการตัดสินใจที่เป็นหน้าที่ของผู้ชาย เช่น การตัดสินใจในเรื่องสำคัญ ๆ ของครอบครัว ผู้หญิงมักถูกลดทอนอำนาจในเรื่องเหล่านี้ และต้องยอมรับบทบาทที่ถูกกำหนดมา เช่น การดูแลบ้าน การเลือกซื้อของใช้ การดูแลลูก เป็นต้น ซึ่งบทบาทเหล่านี้ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางเพศในครอบครัวอย่างชัดเจน

3) การแบ่งงานและความรับผิดชอบที่ไม่เท่าเทียม

การแบ่งงานในครอบครัวมักถูกกำหนดตามเพศ ผู้หญิงถูกคาดหวังให้ทำงานบ้าน ขณะที่ผู้ชายมีบทบาทเป็นผู้หาเลี้ยงหลัก แม้ในสังคมปัจจุบันที่ทั้งสองเพศต่างต้องทำงานเพื่อสนับสนุน ครอบครัว การแบ่งงานบ้านก็ยังคงเป็นหน้าที่ของผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งทำให้เกิดความไม่เสมอภาคในเรื่องการรับผิดชอบภายในครอบครัว

4) การเลือกปฏิบัติต่อสมาชิกที่เป็น LGBTQ+

การเลือกปฏิบัติในครอบครัวต่อสมาชิกที่เป็น LGBTQ+ ยังคงเป็นปัญหาที่พบได้ในหลายครอบครัว โดยเฉพาะในครอบครัวที่มีทัศนคติแบบดั้งเดิม การไม่ยอมรับความแตกต่างทางเพศนี้มักนำไปสู่ความรุนแรง และการกดดันให้สมาชิกเหล่านี้ต้องเปลี่ยนแปลงตัวเองเพื่อให้ตรงกับเพศที่สังคมคาดหวัง การไม่ยอมรับนี้ไม่เพียงแต่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ในครอบครัวเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงความขาดความเข้าใจและการเคารพในความเป็นมนุษย์ของกันและกัน

5) ความรุนแรงในครอบครัว

ความรุนแรงในครอบครัวไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการทำร้ายร่างกาย แต่ยังครอบคลุมถึงการละเมิดสิทธิเหนือเนื้อตัวร่างกายของเด็กและผู้หญิง การขาดความตระหนักในสิทธิเหล่านี้มักนำไปสู่การปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมในครอบครัว นอกจากนี้ ความรุนแรงยังได้รับการส่งเสริมผ่านสื่อและวรรณกรรมที่นำเสนอภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนเกี่ยวกับการใช้ความรุนแรงในครอบครัว การแก้ไขปัญหานี้จำเป็นต้องอาศัยการสร้าง ความเข้าใจที่ถูกต้อง และการตระหนักในสิทธิและความเสมอภาคทางเพศในสื่อและสังคม

การสร้าง ความเสมอภาคทางเพศในครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเพศในสังคม การส่งเสริมการสื่อสารที่เท่าเทียมกัน การเคารพในความแตกต่างทางเพศ และการเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในครอบครัวจะเป็นหนทางสำคัญในการสร้างครอบครัวที่มีคุณภาพและความเท่าเทียม ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างสังคมที่เป็นธรรมและมีความปลอดภัยสำหรับทุกคน

4. แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

การส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวผ่านการผลิตสื่อสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่ต้องการการวางแผนและการออกแบบที่ละเอียดอ่อนเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายในการระดมความคิดเห็นจากนักวิชาการและนักวิชาชีพหลากหลายสาขา พบว่า กลุ่มเป้าหมายหลักที่ควรให้ความสำคัญประกอบด้วยเด็กวัยเรียน พ่อแม่และผู้ดูแลเด็ก รวมถึงผู้ผลิตสื่อและหน่วยงานการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน ซึ่งมีแนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์ตามกลุ่มเป้าหมายดังนี้:

1) กลุ่มเด็กวัยเรียน

สื่อที่ผลิตสำหรับกลุ่มนี้ควรมุ่งเน้นการเรียนรู้และการพัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศและเพศสภาพ โดยแนะนำให้ใช้สื่อในรูปแบบการ์ดเกมที่สามารถเล่นได้ทั้งในโรงเรียนและครอบครัว เนื้อหาควรครอบคลุมถึงการเข้าใจเพศสรีระ ความหลากหลายของเพศสถานะ การเคารพและให้เกียรติกลุ่มหลากหลายทางเพศ รวมถึงการใช้ภาษาที่ไม่เหยียดเพศหรือสร้างความรู้สึกแบ่งแยก เช่น การหลีกเลี่ยงคำว่า "ชายจริงหญิงแท้" หรือ "รักร่วมเพศ" เนื่องจากคำเหล่านี้สามารถสะท้อนทัศนคติที่ไม่เป็นกลางและสร้างภาพลบต่อบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ

2) กลุ่มพ่อแม่และผู้ดูแลเด็ก

การผลิตสื่อสำหรับกลุ่มนี้ควรมุ่งเน้นการนำเสนอความรู้และแนวคิดเกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวผ่านสื่อที่เข้าถึงง่าย เช่น วิดีทัศน์สั้นแบบ Shot Video ในรูปแบบกราฟิกเคลื่อนไหว (Motion Graphic) ซึ่งสามารถนำเสนอเนื้อหาได้อย่างกระชับและชัดเจน ขั้นตอนการผลิตควรเริ่มจากการทำความเข้าใจความหลากหลายของครอบครัว เช่น ครอบครัวที่มีคู่รักเพศเดียวกัน และการกำหนดบทบาทของสมาชิกในครอบครัวให้เท่าเทียมกันในทุกมิติ นอกจากนี้ยังควรพัฒนาสื่อในรูปแบบแอปพลิเคชัน (Application) เพื่อให้ความรู้และตอบคำถามเกี่ยวกับเพศวิถีและความหลากหลายทางเพศในครอบครัว รวมถึงการผลิตสื่อบันเทิงที่เน้นการเล่าเรื่องและการสร้างอารมณ์ร่วม เช่น ละคร และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ที่มีเนื้อหาเชิงวิชาการที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

3) ผู้ผลิตสื่อและสถาบันการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์:

การให้ความรู้และการส่งเสริมทัศนคติเกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างเพศในหมู่ผู้ผลิตสื่อและนิสิตนักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์เป็นสิ่งจำเป็น เนื้อหาสื่อควรเน้นการส่งเสริมความเป็นทีม การยอมรับความแตกต่างและการเคารพสิทธิและเกียรติของกันและกัน นอกจากนี้ควรระมัดระวังไม่ให้สื่อนำเสนอเนื้อหาที่อาจก่อให้เกิดการเหยียดเพศหรือสร้างภาพจำที่ไม่เหมาะสม เช่น การแสดงภาพความรุนแรงทั้งทางกายและวาจา และการใช้อวัจนภาษาที่ไม่เหมาะสม รวมถึงการหลีกเลี่ยงการสื่อสารทัศนคติที่อาจส่งผลในเชิงลบ เช่น การกระทำความรุนแรงระหว่างเพศหรือระหว่างสมาชิกในครอบครัว

พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับแนวคิดความเสมอภาคระหว่างเพศจะช่วยเสริมสร้างสังคมที่มีความเข้าใจและยอมรับความหลากหลายอย่างแท้จริง และส่งเสริมให้ครอบครัวเป็นพื้นที่ปลอดภัยและเป็นที่ยอมรับสำหรับทุกคนในสังคม

5. ข้อเสนอเชิงนโยบายในการส่งเสริมการผลิตและการใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเจตคติ ความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

การส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวเป็นภารกิจที่สำคัญซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อการสร้างความเข้าใจและการเคารพในสิทธิมนุษยชนในระดับสังคม การผลิตและการใช้สื่อสร้างสรรค์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถนำมาใช้เพื่อสร้างเจตคติที่ดีต่อความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การใช้สื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน จำเป็นต้องมีการวางนโยบายและการดำเนินการอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1) การสนับสนุนการพัฒนาและผลิตสื่อสร้างสรรค์

รัฐควรให้การสนับสนุนทั้งในเชิงนโยบายและเชิงงบประมาณ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการผลิตสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว โดยเน้นการผลิตสื่อที่มีคุณภาพสูง สามารถเข้าถึงได้ง่าย และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้งนี้ รัฐควรจัดตั้งกองทุนหรือโครงการสนับสนุนการผลิตสื่อที่มุ่งเน้นเนื้อหาด้านความเสมอภาคระหว่างเพศ โดยมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรคเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในการรณรงค์และการศึกษาในระดับครอบครัว นอกจากนี้ ควรมีการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และทรัพยากรในการผลิตสื่อ

2) การจัดการอบรมและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อ

เพื่อให้ผู้ผลิตสื่อสามารถผลิตเนื้อหาที่มีความรับผิดชอบและส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ ควรมีการจัดการอบรมและพัฒนาศักยภาพให้กับผู้ผลิตสื่อทั้งในระดับวิชาชีพและระดับชุมชน โดยการอบรมควรมุ่งเน้นไปที่การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นความเสมอภาคทางเพศ รวมถึงการตระหนักถึงผลกระทบของสื่อที่อาจมีต่อเจตคติของผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ผลิตสื่อมีความรู้และทักษะในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการสร้างสรรค์สื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) การจัดทำคู่มือและแนวปฏิบัติในการผลิตสื่อสร้างสรรค์

รัฐควรจัดทำคู่มือและแนวปฏิบัติในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่เน้นการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว โดยคู่มือดังกล่าวควรประกอบด้วยแนวทางการออกแบบเนื้อหาที่ส่งเสริมเจตคติที่ดีต่อความเสมอภาคระหว่างเพศ การเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสม และการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ไม่สร้างความเหลื่อมล้ำระหว่างเพศ นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดมาตรฐานด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้ผลิตสื่อ เพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาที่ถูกผลิตและเผยแพร่ออกไปจะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อเจตคติของสังคม

4) การใช้สื่อสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

รัฐควรส่งเสริมให้มีการนำสื่อสร้างสรรค์มาใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว เช่น การจัดการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การสัมมนา และการสร้างชุมชนออนไลน์ที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์เกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศ นอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมการใช้สื่อสร้างสรรค์ในสถานศึกษา โดยเฉพาะในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา เพื่อปลูกฝังเจตคติที่ดีต่อความเสมอภาคระหว่างเพศตั้งแต่วัยเยาว์

5) การติดตามและประเมินผลการใช้สื่อสร้างสรรค์

ควรมีการจัดตั้งระบบการติดตามและประเมินผลการใช้สื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวอย่างต่อเนื่อง โดยการติดตามควรครอบคลุมทั้งในระดับผู้ผลิตสื่อและระดับผู้บริโภคสื่อ เพื่อประเมินผลกระทบและความสำเร็จของสื่อในการเปลี่ยนแปลงเจตคติของสังคม และควรมีการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ นอกจากนี้ ควรมีการสนับสนุนการวิจัยเพื่อศึกษาแนวโน้มและทิศทางของการใช้สื่อในอนาคตเพื่อปรับปรุงนโยบายให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม

6. สรุปและข้อเสนอแนะ

การใช้สื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวและสังคม การดำเนินการตามนโยบายจะช่วยสร้างความเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกให้กับสังคมไทย การผลิตสื่อที่มีคุณภาพ การสนับสนุนการใช้สื่อในครอบครัว และการติดตามผลของการดำเนินการจะช่วยให้สื่อสร้างสรรค์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนความเสมอภาคระหว่างเพศ ทั้งนี้ การวิจัยชี้ให้เห็นว่า สื่อสร้างสรรค์มีศักยภาพที่จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงของสังคมไปในทิศทางที่ดีขึ้น หากได้รับการสนับสนุนอย่างเหมาะสม การส่งเสริมการใช้สื่อสร้างสรรค์ในครอบครัวจึงเป็นสิ่งที่ควรได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมในวงกว้าง เพื่อสร้างสังคมที่มีความเสมอภาคและเท่าเทียมกันในทุกมิติ

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง “สื่อสร้างสรรค์กับบทบาทส่งเสริมพฤติกรรมด้านความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว” นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว โดยการใช้สื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดทอนทัศนคติแบบปิตาธิปไตยและความไม่เท่าเทียมทางเพศที่ฝังรากลึกในสังคมไทย การวิจัยประกอบด้วยการทบทวนวรรณกรรม การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของภูมิทัศน์สื่อในประเทศไทย รวมถึงการจัดเสวนากลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์ปฏิบัติการร่วมกับนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ ความเสมอภาคระหว่างเพศ ครอบครัว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากหลากหลายภาคส่วน ทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน

ผลการศึกษาพบว่าความไม่เสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวยังคงเป็นปัญหาในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งหน้าที่การงานภายในบ้านที่ส่วนใหญ่ผู้หญิงมักถูกคาดหวังให้ทำงานบ้าน งานดูแลมากกว่าผู้ชาย การตัดสินใจในครอบครัวที่มักถูกควบคุมโดยบุคคลที่เป็นเพศชาย การเข้าถึงโอกาสและการจัดสรรทรัพยากรภายในครอบครัว ปัญหาความรุนแรงในครอบครัว และการเลือกปฏิบัติต่อสมาชิกที่มีอัตลักษณ์ทางเพศที่แตกต่าง เช่น สมาชิกครอบครัวที่เป็น LGBTQ+ ซึ่งประสบกับการไม่ยอมรับหรือการกดดันให้ปรับตัวตามแบบแผนเพศดั้งเดิม

ในด้านการส่งเสริมเจตคติความเสมอภาค พบว่าสื่อสร้างสรรค์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างเพศมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ชมได้ โดยเฉพาะเมื่อเนื้อหานั้นถูกออกแบบมาให้เหมาะสมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้สื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทของผู้หญิงในครอบครัว การนำเสนอเรื่องราวของครอบครัวที่มีสมาชิกเป็น LGBTQ+ ที่ได้รับการยอมรับและสนับสนุนจากครอบครัว และการเน้นย้ำคุณค่าแห่งความเสมอภาคในทุกบทบาททางเพศ

จากผลการศึกษา การวิจัยนี้เสนอข้อเสนอเชิงนโยบายในการผลิตและใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศในครอบครัว ประกอบด้วยแนวทางสำคัญดังนี้:

1. การสนับสนุนการผลิตสื่อสร้างสรรค์: ควรมีการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการผลิตสื่อที่มีเนื้อหาส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศและสนับสนุนให้เกิดการเผยแพร่เนื้อหาที่ส่งเสริมบทบาทที่เท่าเทียมกันระหว่างเพศในครอบครัว สื่อเหล่านี้ควรเป็นสื่อที่มีคุณภาพและมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกในสังคมไทย
2. การกำหนดแนวทางการใช้ภาษาที่เหมาะสมในสื่อ: ควรมีการสร้างมาตรฐานในการใช้ภาษาที่ไม่กีดกันหรือแบ่งแยกเพศ เพื่อให้เนื้อหาสื่อไม่ส่งเสริมทัศนคติปิตาธิปไตยและการเลือกปฏิบัติทางเพศ โดยควรเน้นการใช้ภาษาที่ส่งเสริมความหลากหลายทางเพศและเคารพในอัตลักษณ์ของบุคคลทุกเพศ
3. การอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ผลิตสื่อ: ควรมีการจัดอบรมให้แก่ผู้ผลิตสื่อเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในประเด็นเรื่องความเสมอภาคทางเพศ รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาที่ท้าทายค่านิยมทางเพศแบบเดิม และการสร้างสรรค์เนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย

4. การประเมินผลกระทบของสื่อ: ควรมีการพัฒนาระบบการประเมินผลกระทบของสื่อที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ เพื่อให้สามารถวัดผลและประเมินความสำเร็จของนโยบายและโครงการต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างความเปลี่ยนแปลงทางสังคม

คำสำคัญ: สื่อสร้างสรรค์, ความเท่าเทียมทางเพศ, ความเสมอภาคระหว่างเพศ, ความเท่าเทียมระหว่างเพศ, ความไม่เท่าเทียมทางเพศ, เจตคติความเสมอภาค, ครอบครัวไทย, ความรุนแรงในครอบครัว

Abstract

The research titled “Creative Media and Its Role in Promoting Gender Equality Behavior in Families” aims to explore the role of creative media in promoting gender equality attitudes within Thai families, focusing on the use of media as a key tool in reducing patriarchal views and deeply rooted gender inequality in Thai society. The research involves a comprehensive literature review, an analysis of the current media landscape in Thailand, and a series of focus group discussions and workshops with academics, media experts, gender equality specialists, family experts, and stakeholders from both public and private sectors.

The findings reveal that gender inequality within families remains an issue in several dimensions, such as the unequal distribution of household duties, where women are typically expected to handle more domestic work and caregiving responsibilities than men, male-dominated decision-making in families, unequal access to opportunities and distribution of family resources, domestic violence, and discrimination against family members with diverse gender identities. For instance, LGBT+ family members often experience rejection or pressure to conform to traditional gender norms.

Regarding the promotion of gender equality attitudes, creative media content focusing on gender equality has the potential to change viewers' perceptions, especially when such content is designed to suit the social and cultural contexts of the target audience. Examples include using media to highlight the role of women in families, portraying stories of LGBT+ family members who are accepted and supported by their families, and emphasizing the value of equality across all gender roles.

Based on the study's findings, the research proposes several policy recommendations for the production and use of creative media to promote gender equality within families:

1. Supporting the production of creative media: A dedicated fund should be established to support the creation of media content that promotes gender equality and fosters the dissemination of content that encourages equal gender roles in families. These media should be of high quality and aim to shift deeply ingrained societal attitudes.

2. Guidelines for appropriate language use in media: There should be standards for the use of non-discriminatory and inclusive language to ensure that media content does not perpetuate patriarchal attitudes or gender discrimination. The focus should be on language that supports gender diversity and respects individuals of all genders.

3. Training and educating media producers: Media producers should receive training to deepen their understanding of gender equality issues, equipping them to produce content that challenges traditional gender norms and meets the needs of diverse audiences.

4. Evaluating the impact of media: A system should be developed to assess the impact of media on promoting gender equality, enabling the measurement of success and evaluation of policies and projects aimed at using media as a tool for social change.

Keywords: Creative Media, Gender Equality, Gender Inequality, Equality Attitudes, Thai Family, Domestic Violence.

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)	ก
บทคัดย่อ	ฉ
Abstract	ซ
สารบัญ	ต
สารบัญตาราง	น
สารบัญแผนภูมิ	น
สารบัญภาพประกอบ	น
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	2
1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 กรอบแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 การใช้สื่อในครอบครัว	4
2.1.1 สื่อในชีวิตครอบครัว	4
2.1.2 ผลกระทบของสื่อต่อ(ความสัมพันธ์)ในครอบครัว	5
2.2 แนวโน้มการใช้สื่อของเด็ก	5
2.3 อิทธิพลและผลกระทบของสื่อ	6
2.3.1 กระบวนการขัดเกลาทางสังคม (socialisation)	6
2.3.2 ผลกระทบของภาพเหมารวมต่อผู้ชม	7
2.3.3 การระบุเชื่อมโยงตัวตน (identification)	8
2.3.4 การบ่มเพาะมโนภาพบทบาททางเพศ	8
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	10
3.1 วิธีดำเนินการวิจัย	10
3.1.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	10
3.2 กลุ่มตัวอย่าง	11
3.2.1 กลุ่มตัวอย่าง	11
3.2.2 การแจกแจงรายละเอียดกลุ่มตัวอย่าง	11
3.2.3 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	12
3.3 วิธีพิทักษ์สิทธิอาสาสมัครวิจัย	13

	หน้า
บทที่ 4 สถานการณ์การใช้สื่อในครอบครัวและผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติ ความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว	14
4.1 ความหมายของครอบครัว	14
4.2 ภาพรวมสถานการณ์ความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว	18
4.3 ภูมิทัศน์สื่อไทย การเปลี่ยนผ่านจากสื่อดั้งเดิมสู่สื่อดิจิทัล	23
4.4 สถานการณ์การใช้สื่อในครอบครัว	25
4.5 ผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติในครอบครัว	27
4.6 สรุป	31
บทที่ 5 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ ในครอบครัว	32
5.1 บทบาทของสื่อในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว	32
5.2 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์	35
5.3 เนื้อหาที่ควรนำเสนอเพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศ ในครอบครัว	51
5.4 ข้อควรคำนึงในการผลิตสื่อสร้างสรรค์	53
5.5 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาค ระหว่างเพศในครอบครัว วิเคราะห์ตามกรอบแบบจำลองการสื่อสาร	54
5.6 แนวทางการสื่อสารและการใช้สื่อสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มเป้าหมาย ที่หลากหลาย	64
5.7 การพัฒนาสื่อต้นแบบเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ: ข้อเสนอแนะจากการระดมความคิดเห็น	66
5.8 สรุป	67
บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	68
6.1 บทสรุป	68
6.2 อภิปรายผล	69
6.3 ข้อเสนอแนะแนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์	69
6.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายและกลยุทธ์การสนับสนุนการใช้และการผลิตสื่อ สร้างสรรค์	71
รายการอ้างอิง	73

หน้า

ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก แนวคำถามสำหรับการประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบ
ของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวเครื่องมือ
การวิจัย

78
- ภาคผนวก ข แนวคำถามสำหรับการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย
ในการใช้สื่อสร้างสรรค์ ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศ
ของสมาชิกในครอบครัว: การประชุมเชิงปฏิบัติการ ประเมินร่างข้อเสนอ
เชิงนโยบายการใช้สื่อสร้างสรรค์ฯ (ร่างที่ 1)

79
- ภาคผนวก ค แนวคำถามสำหรับการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย
ในการใช้สื่อสร้างสรรค์ ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศ
ของสมาชิกในครอบครัว: การประชุมเชิงปฏิบัติการ ประเมินร่างข้อเสนอ
เชิงนโยบายการใช้สื่อสร้างสรรค์ฯ (ร่างที่ 2)

80
- ภาคผนวก ง รายการการประชุมและรายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุม
โครงการสื่อสร้างสรรค์กับบทบาทส่งเสริมพฤติกรรมด้านความเสมอภาค
ระหว่างเพศในครอบครัว

81
- ภาคผนวก จ ภาพการประชุมโครงการสื่อสร้างสรรค์กับบทบาทส่งเสริม
พฤติกรรมด้านความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

93

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.2.2 การแจกแจงรายละเอียดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง	11
ตารางที่ 5.5 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศ ในครอบครัว วิเคราะห์ตามกรอบแบบจำลองการสื่อสาร	56
ตารางที่ 5.6 แนวทางการสื่อสารและการใช้สื่อสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย	65
ตารางที่ 6.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายและกลยุทธ์การสนับสนุนการผลิตและใช้สื่อสร้างสรรค์	72

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 4.3 ประเภทโซเซียลมีเดียแพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้มากที่สุดในประเทศไทย ปี 2567	24

สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
ภาพประกอบที่ 5.2.1 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์: กลุ่มที่ 1 นักวิชาการและหน่วยงานภาครัฐ	35
ภาพประกอบที่ 5.2.2 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์: กลุ่มที่ 2: นักวิชาการและตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ	37
ภาพประกอบที่ 5.2.3 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์: กลุ่มที่ 3 นักวิชาการและตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ	39
ภาพประกอบที่ 5.2.4 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์: กลุ่มที่ 4 นักวิชาการและตัวแทนองค์กรภาครัฐ	42
ภาพประกอบที่ 5.2.5 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์: กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญ ตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน และภาคเอกชน	44
ภาพประกอบที่ 5.2.6 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์: กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญ ตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน และภาคเอกชน	47
ภาพประกอบที่ 5.2.7 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์: กลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญ ตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน และภาคเอกชน	49

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ความเสมอภาคระหว่างเพศเป็นประเด็นที่ประชาคมโลกให้ความสำคัญ จะเห็นได้จากการที่ประชาคมโลกได้ร่วมรับรองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยการรับรองวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 (Sustainable Development Goals – SDGs) เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2558 เป้าหมาย คือ ลดความเหลื่อมล้ำโดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง โดยประเด็นความเสมอภาคระหว่างเพศ ได้รับการบรรจุเป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน เป้าหมายที่ 5 การบรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศ และเสริมพลังของผู้หญิงและเด็กหญิงทุกคน ซึ่งประเทศไทยได้มีแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เป็นแผนหลักในการพัฒนาประเทศ ที่กำหนดกรอบทิศทางการจัดทำแผนพัฒนาด้านต่าง ๆ ให้มีความสอดคล้องและบูรณาการร่วมกันโดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และกำหนดที่จะบรรลุเป้าหมายในปี 2580 ซึ่งยุทธศาสตร์ชาติฯ มีเป้าหมายและประเด็นการพัฒนา ดังนี้

- 1) ความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและสังคมไทย
- 2) ชีตความสามารถในการแข่งขันการพัฒนาเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้
- 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ
- 4) ความเท่าเทียมและความเสมอภาคของสังคม
- 5) ความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ
- 6) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเข้าถึงการให้บริการของภาครัฐ

ประเทศไทยให้ความสำคัญประเด็นความเสมอภาคระหว่างเพศอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มแนวทางในการพัฒนากลุ่มเป้าหมายสตรีเป็นครั้งแรก ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515 – 2519) และได้มีการจัดทำแผนพัฒนาสตรีในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่าง ๆ และในปัจจุบันได้พัฒนามาเป็นแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาสตรี ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) โดยประเด็นการปรับเปลี่ยนเจตคติของคนในสังคมให้เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และความเสมอภาคระหว่างเพศเป็นประเด็นที่ได้รับความสำคัญอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปัญหาความไม่เสมอภาคระหว่างเพศ มีรากเหง้ามาจากปิตาธิปไตยหรือชายเป็นใหญ่ ซึ่งเกิดขึ้นจากกระบวนการขัดเกลาทงสังคมทั้งจากครอบครัวและสังคม โดยครอบครัวเป็นสถาบันแรกในการขัดเกล่าและปลูกฝังเจตคติและค่านิยมของคนในสังคม การเริ่มสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว เป็นองค์ประกอบสำคัญ ที่จะนำสังคมไปสู่ความเสมอภาคระหว่างเพศ การศึกษาความเชื่อโยงประเด็นและปัจจัยต่าง ๆ ของครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคระหว่างเพศ จะทำให้กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ซึ่งเป็นหน่วยประสานงานกลางทั้งในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ และการเสริมสร้างสถาบันครอบครัวให้เข้มแข็ง สามารถกำหนดทิศทางนโยบายและการขับเคลื่อนให้เกิดผลในทางปฏิบัติ เพื่อบรรลุสร้างสังคมไทยให้มีความเสมอภาคระหว่างเพศ โดยเริ่มที่ครอบครัว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาของประเทศ และระหว่างประเทศ

การส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศ โดยใช้สื่อสร้างสรรค์และกลไกครอบครัวจะช่วยลดปัญหาสังคมที่มีรากเหง้าจากทัศนคติแบบปิตาธิปไตย (Patriarchal Attitudes) และการลดทอนคุณค่าความเป็นเพศหญิง (femininity devaluation) ได้แก่ ความรุนแรงในครอบครัว (Domestic Violence) ความรุนแรงที่มีเหตุจากเพศสภาพ (Gender-based Violence) การเลือกปฏิบัติเพราะเพศสภาพ ทั้งในเชิงสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

- 1) วิเคราะห์พฤติกรรมการรับสื่อและบทบาทของสื่อแต่ละประเภทในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว
- 2) บูรณาการข้อมูลจากโครงการย่อยที่ 1 ปัจจัยและอุปสรรคต่อการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวและการขับเคลื่อนการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว และข้อมูลจากวัตถุประสงค์การวิจัย 1 และพัฒนาเป็นแนวปฏิบัติการผลิตเนื้อหาสื่อสร้างสรรค์ที่มีหลากหลายรูปแบบ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายทั้งเพศสภาพ วัย ระดับการศึกษา และสถานะทางเศรษฐกิจ
- 3) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

- 1.3.1 การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและบทบาทของสื่อในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว ใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาเอกสารงานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อและบทบาทของสื่อในบริบทครอบครัว และโดยการสนทนากลุ่ม (focus group) ในการประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวจำนวน 2 ครั้ง ครั้งที่ 1 มีกลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ เด็ก และครอบครัว นักวิชาการด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว จำนวน 22 คน และครั้งที่ 2 มีกลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน ภาคเอกชนอื่น ๆ ผู้เชี่ยวชาญ และนักกิจกรรมที่ทำงานในประเด็นที่เกี่ยวข้องสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว จำนวน 23 คน การสนทนากลุ่มมีขอบเขตเนื้อหาที่ครอบคลุมถึงสถานการณ์การใช้สื่อในครอบครัว ผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว และแนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อใช้ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว

1.3.2 การพัฒนาแนวปฏิบัติการผลิตเนื้อหาสื่อสร้างสรรค์ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว เป็นการบูรณาการข้อมูลจากโครงการย่อยที่ 1 ปัจจัยและอุปสรรคต่อการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวและการขับเคลื่อนการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว และข้อมูลจากวัตถุประสงค์การวิจัย 1 การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและบทบาทของสื่อในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว มาวิเคราะห์และจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้สื่อสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว มีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสนทนากลุ่ม (focus group) ในการประชุมเชิงปฏิบัติการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว ร่างที่ 1 และร่างที่ 2 รวมจำนวน 3 ครั้ง มีกลุ่มตัวอย่างผู้ประเมินเป็นนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว นักกิจกรรมที่ทำงานในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ตัวแทนภาครัฐ ผู้ใช้นโยบาย ผู้ผลิตสื่อ จำนวน 49 คน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัวแนวปฏิบัติการผลิตเนื้อหาสื่อสร้างสรรค์ที่มีหลากหลายรูปแบบเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ที่มีความหลากหลาย ทั้งเพศสภาพ วัย ระดับการศึกษา และสถานะทางเศรษฐกิจ

แนวปฏิบัติการผลิตเนื้อหาสื่อสร้างสรรค์นี้ สามารถเป็นคู่มือที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน นักกิจกรรม ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสิทธิสตรี ความเสมอภาคทางเพศ และการเสริมพลังครอบครัว ใช้เป็นแนวทางในการผลิตเนื้อหาสื่อที่สามารถใช้ในการรณรงค์ ขับเคลื่อน เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคทางเพศโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของครอบครัว รวมถึงไปถึงสื่อมวลชน ผู้ผลิตเนื้อหาสื่อออนไลน์ (content creator) สามารถใช้ประโยชน์ได้จากคู่มือนี้เช่นกัน

บทที่ 2

กรอบแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2 นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อในครอบครัว โดยจะกล่าวถึงบทบาทของสื่อในชีวิตประจำวันของครอบครัว อิทธิพลของสื่อที่มีต่อความสัมพันธ์ในครอบครัว แนวโน้มการใช้สื่อของเด็ก และผลกระทบที่เกิดขึ้น ทั้งในแง่การขัดเกลาทางสังคม และการสร้างภาพเหมารวม เนื้อหาในบทนี้ครอบคลุมประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการใช้สื่อในครอบครัวในยุคดิจิทัล ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการกำกับดูแล การสร้างปฏิสัมพันธ์ภายในครอบครัว ตลอดจนการพัฒนาแนวคิดและทัศนคติของเด็กในด้านต่าง ๆ นอกจากนี้ บทนี้ยังนำเสนอการวิเคราะห์แนวโน้มการใช้สื่อของเด็กที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย รวมถึงอิทธิพลของภาพเหมารวมที่ปรากฏในสื่อ ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของผู้ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กและเยาวชนที่กำลังพัฒนาทัศนคติและมุมมองทางสังคม

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทนี้ จะช่วยสร้างความเข้าใจที่ครอบคลุมเกี่ยวกับบทบาทของสื่อในบริบทครอบครัว รวมถึงการพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการวิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการการใช้สื่อในครอบครัวต่อไป

2.1 การใช้สื่อในครอบครัว

ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้สื่อต่อโครงสร้าง หน้าที่ และวิถีคิดของครอบครัว ครอบครัวมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการใช้อุปกรณ์สื่อสารของเด็ก ทั้งสอดส่องเรื่องความปลอดภัย และเพิ่มโอกาสการเรียนรู้ที่เด็กจะได้รับจากการเปิดรับสื่อ สร้างสภาพแวดล้อมและแบบแผนการบริโภคสื่อ รวมไปถึงปลูกฝังทัศนคติของเด็กต่อการใช้อุปกรณ์สื่อสาร ในทางกลับกัน สื่อก็มีอิทธิพลต่อชีวิตครอบครัว คุณภาพและปริมาณของการใช้เวลาร่วมกันในครอบครัว รวมไปถึงการใช้พื้นที่ภายในบ้านของสมาชิกครอบครัว (Mascheroni et al., 2018 cited in Nikken, 2022: 338)

2.1.1 สื่อในชีวิตครอบครัว

การบริโภคสื่อภายในบริบทครอบครัวเปลี่ยนแปลงไปอย่างยิ่งในช่วง 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา ปัจจุบันเด็กทุกช่วงวัยต่างเข้าถึงอุปกรณ์การสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งอุปกรณ์เคลื่อนที่ติดตัวไปได้ และมีความเป็นส่วนตัว อย่างเช่น โทรศัพท์มือถือ อีกทั้งเนื้อหาสื่อมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ผลก็คือเด็กใช้เวลาไปกับสื่อมากขึ้น การบริโภคสื่อของเด็กไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในบริบทของครอบครัว เด็กเข้าถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายในห้องนอน ทั้งคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ เกมส์ (Ofcom, 2017; Rideout, 2019) และยังใช้โทรศัพท์มือถือนอกบ้านด้วย อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ไม่เปลี่ยนแปลง คือไม่ว่าจะเป็นการรับชมสื่อภาพและเสียงผ่านโทรทัศน์แบบดั้งเดิมหรือผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การรับชมเนื้อหาสื่อภาพและเสียง (audio-visual content) ยังคงเป็นสื่อหลักของเด็กในทุกช่วงวัยในหลาย ๆ ประเทศ

2.1.2 ผลกระทบของสื่อต่อ(ความสัมพันธ์ใน)ครอบครัว

การศึกษาวิจัยตั้งแต่เริ่มมีสื่อโทรทัศน์ในต้นปีทศวรรษ 1950 ชี้ว่าโทรทัศน์ทำให้ปฏิสัมพันธ์ภายในครอบครัวหยุดชะงักลง ทั้งการพูดคุย หยอกล้อ โต้เถียง ถามไถ่ประสบการณ์ที่แตกต่างกันของสมาชิกในครอบครัวแต่ละคน (Bronfendrenner, 1973; Maccoby, 1951 cited in Kubey et al., 2012) “เมื่อเปิดโทรทัศน์ สมาชิกในครอบครัวอาจมารวมตัวกัน แต่ต่างคนก็ต่างให้ความสนใจสิ่งที่อยู่ในจอ ยิ่งกลายเป็นประสบการณ์ส่วนบุคคลที่แยกออกจากกัน” (Maccoby, 1951, pp. 428-429) นอกจากนี้ นักวิชาการจากสำนักแฟรงก์เฟิร์ต (Frankfurt School) ยังสนับสนุนว่าบทบาทการขัดเกลาทางสังคมของครอบครัวถูกแทนที่ด้วยสื่อมวลชน นักโฆษณา และคนดัง (Horkheimer & Adorno, 1972; Marcuse, 1964) นั่นคือ บทบาทของครอบครัวในการปลูกฝังคุณค่าและพฤติกรรมตามมาตรฐานทางจริยธรรมถูกอุตสาหกรรมสื่อช่วงชิงไป โดยแรงจูงใจของอุตสาหกรรม คือ เพื่อปลูกฝังค่านิยมผู้บริโภค

ในอีกด้านหนึ่ง สื่อก็ทำให้สมาชิกครอบครัวใกล้ชิดกัน นักวิชาการค้นพบมานานแล้วว่าโทรทัศน์มีผลต่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของครอบครัว โดยสื่อทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมความสัมพันธ์สมาชิกในครอบครัววัยต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน (Riley, Cantwell & Ruttiger, 1949) ผู้ที่ต้องการเพิ่มการปฏิสัมพันธ์ในครอบครัวมักเลือกใช้สื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อประเภทอื่น (Friedson, 1953) งานวิจัยในยุคต่อมา ยังคงยืนยันว่าการดูโทรทัศน์เป็นกิจกรรมยามว่างที่พบได้มากที่สุด (Beck & Arnold, 2009; Turtainen, Karvonen, & Rahkonen, 2007) ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันในครอบครัวอาจเพิ่มขึ้นได้จากการมีปฏิสัมพันธ์และการสนทนาระหว่างการดูโทรทัศน์

อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อโทรทัศน์ในบริบทครอบครัวมีความซับซ้อนเกินกว่าข้อโต้แย้งระหว่างผลกระทบในเชิงลบที่ทำให้ครอบครัวห่างเหินกัน หรือผลกระทบในเชิงบวกที่ทำให้ครอบครัวมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน โทรทัศน์ได้รับคำชื่นชมว่าอาจช่วยเพิ่มประสบการณ์และความสนใจร่วมกันให้กับสมาชิกในครอบครัว

2.2 แนวโน้มการใช้สื่อของเด็ก

ฮาเซบริงก์ และพอส-ฮาเซบริงก์ (Hasebrink and Paus-Hasebrink, 2022, 41-45) ได้วิเคราะห์แนวโน้มการใช้สื่อของเด็กในสังคมตะวันตก พบว่า เด็กใช้สื่อในลักษณะของการอ่าน การรับชมสื่อภาพและเสียง การฟังสื่อเสียง การเล่นเกมส์ และการสื่อสารด้วยสื่อดิจิทัล เด็กใช้สื่ออย่างผสมผสานและสร้างเป็นแบบแผนการใช้สื่อของตนเอง มีการผสมผสานระหว่างการใช้ “สื่อเก่า” และ “สื่อใหม่” เช่น เด็กอาจใช้เวลากับสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือเล่นเกมส์ออนไลน์ แต่ในขณะเดียวกันเด็กก็ยังคงอ่านหนังสือ ฟังเพลง และดูโทรทัศน์

การวิเคราะห์ของฮาเซบริงก์ และพอส-ฮาเซบริงก์ (Hasebrink and Paus-Hasebrink, 2022, 45-47) ชี้ให้เห็นว่า แนวโน้มการใช้สื่อของเด็ก ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ได้แก่ 1) ความพร้อมของบริการสื่อที่มี เช่น การเพิ่มขึ้นของอุปกรณ์สื่อในห้องนอนของเด็กในห้องต่าง ๆ

ภายในบ้าน บริการสื่อใหม่ ๆ ที่ขยายตัวออกไป เด็กมีทางเลือกในการใช้สื่อเพิ่มมากยิ่งขึ้น 2) ปริมาณการใช้สื่อที่เพิ่มมากขึ้นเป็นผลมาจากการขยายตัวของสื่อดิจิทัล (digitalization) เด็กใช้เวลาอยู่กับสื่อมากขึ้นกว่าในอดีต และ 3) รูปแบบการใช้งานข้ามสื่อ อุตสาหกรรมสื่อพัฒนากลยุทธ์การให้บริการแบบข้ามสื่อ การเพิ่มช่องทางและแพลตฟอร์มในการเผยแพร่ เนื้อหาสื่อ เช่น เนื้อหาสื่อสำหรับเด็กเรื่องเดียวกัน อาจเป็นทั้งเกมส์ ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ การ์ตูน หรือแม้แต่หนังสือ มีการทำการตลาดและเข้าถึงเนื้อหาสื่อเดียวกันนี้ได้ผ่านหลากหลายแพลตฟอร์ม

ด้วยแนวโน้มการใช้สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป จึงจำเป็นต้องปรับมุมมองเกี่ยวกับเด็ก จากเด็กในฐานะผู้ที่กำลังจะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ เป็นผู้ที่มีความสามารถและมีกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมด้วยตนเอง เป็นผู้เลือกและหล่อหลอมพัฒนาการของตนเองอย่างอิสระ วัยเด็กมีแนวโน้มเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เด็กกำหนดได้ด้วยตนเอง และเป็นวัยเด็กที่ได้รับอิทธิพลจากการตลาด รูปแบบการใช้สื่อของเด็ก มีแนวโน้มว่า จะเป็นอิสระจากอิทธิพลของผู้ปกครองมากยิ่งขึ้น ทั้งเป็นผลมาจากการมีอุปกรณ์สื่อในห้องนอนเด็ก แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์หรือเกมส์ดิจิทัลที่เด็กเข้าถึงได้ตามลำพัง นอกจากนั้น การที่ผู้ปกครองขาดความรู้ เกี่ยวกับสื่อดิจิทัล ทำให้เด็กเลือกใช้สื่อได้ตามอำเภอใจ ผู้ปกครองไม่สามารถส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อให้กับเด็ก และป้องกันเด็กออกจากการเข้าถึงสื่อที่อาจส่งผลในเชิงลบ (Hasebrink and Paus-Hasebrink, 2022, 45-47)

2.3 อิทธิพลและผลกระทบของสื่อ

2.3.1 กระบวนการขัดเกลาทงสังคม (Socialization)

กระบวนการขัดเกลาทงสังคม (Socialization) เป็นวิธีที่ผู้คนเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของตนเอง และโอปรับคุณค่า ความเชื่อ มุมมอง และบรรทัดฐานทางสังคม การขัดเกลาทงสังคมเป็นกระบวนการต่อเนื่อง เราผ่านการขัดเกลาสังคมซ้ำแล้วซ้ำเล่าตลอดชีวิต โดยทั่วไปแล้ว พ่อแม่ เพื่อน ครู และพระ เป็นผู้ทำหน้าที่หลักในการขัดเกลาทงสังคม อย่างไรก็ตาม การศึกษาจำนวนมากพบว่าสื่อมวลชนมีความสำคัญในกระบวนการขัดเกลาทงสังคม (Berry & Mitchell-Kernan, 1982; Roberts & Bachen, 1981; Roberts & Maccoby, 1985 cited in Signorielli, 2012: 323)

สื่อโทรทัศน์มีบทบาทสำคัญในฐานะผู้กระทำการขัดเกลาทงสังคม (agent of socialization) ผ่านการผลิตและผลิตซ้ำภาพเหมารวม (stereotypes) ทั้งนี้ ภาพเหมารวมเป็นมโนภาพ (images) หรือมโนคติ (conceptions) ที่รับรู้โดยทั่วไป แต่มักเป็นการนำเสนอภาพเพียงด้านเดียวไม่ทราบที่มาที่ไปที่ชัดเจน ภาพเหมารวมนี้มักมาจากฐานความคิดที่มีอคติและความเข้าใจผิด รายการโทรทัศน์มีเวลาจำกัดในการพัฒนาตัวละคร จึงมักใช้ภาพเหมารวมในการนำเสนอตัวละคร และชีวิตผู้คน ข้อกังวลคือผู้ชมโดยเฉพาะเด็ก ที่ได้รับอิทธิพลจากบทบาทแบบตายตัวที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องอาจพัฒนาแนวคิดและการรับรู้เกี่ยวกับผู้คนที่สะท้อนภาพเหมารวมที่ให้เห็นในสื่อ (Signorielli, 2012: 323)

กระบวนการขัดเกลาทักษะสังคมของสื่อแตกต่างจากกระบวนการขัดเกลาทักษะสังคมแบบดั้งเดิม การขัดเกลาทักษะสังคมของสื่อไม่มีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแบบตัวต่อตัว ขาดอำนาจในการหลอกล่อหรือบังคับอย่างตรงไปตรงมา ต่างจากผู้กระทำกรอื่น ๆ เช่น พ่อแม่ ครู ที่สามารถใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นเครื่องมือ (Wright, 1986 cited in Signorielli, 2012: 323) กระบวนการขัดเกลาทักษะสังคมผ่านสื่ออาศัยการสังเกตและการเรียนรู้ทางสังคม

ทฤษฎีการสังเกตหรือการเรียนรู้ทางสังคม (social or observational learning theory) (Bandura & Walters, 1963 cited in Signorielli, 2012: 323) ศึกษาบทบาทของตัวแบบพัฒนาทางสังคมของเด็ก ทฤษฎีนี้วางอยู่บนสมมติฐานที่ว่าผู้ชมโดยเฉพาะเด็ก เลียนแบบพฤติกรรมของตัวละครโทรทัศน์ในลักษณะเดียวกับที่พวกเขาเรียนรู้ทักษะทางสังคมและการรับรู้ โดยการเลียนแบบพ่อแม่ พี่น้อง และเพื่อน (Lefkowitz & Huesmann, 1980) ภาพเหมารวมที่นำเสนอในสื่อโทรทัศน์มีความเหมาะสมอย่างยิ่งกับกระบวนการของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม เนื่องจากภาพเหมารวมให้รูปแบบพฤติกรรมกลยุทธ์ และกฎเกณฑ์ที่เรียบง่าย มิติเดียว ปรากฏซ้ำ ๆ เป็นประจำในรายการประเภทต่าง ๆ

ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะ (cultivation theory) เป็นอีกทฤษฎีหนึ่งที่อธิบายบทบาทของสื่อในฐานะผู้กระทำกรในกระบวนการขัดเกลาทักษะสังคม (Morgan, Shanahan, & Signorielli, 2009) ทฤษฎีนี้มีสมมติฐานว่า ยิ่งผู้ชมใช้เวลาอยู่กับโทรทัศน์มากเท่าใด วิธีคิดเกี่ยวกับโลกและผู้คนในโลก ก็จะมีสะท้อนสิ่งที่พวกเขาเห็นในโทรทัศน์มากขึ้นเท่านั้น ดังนั้น เพื่อให้เข้าใจถึงผลกระทบของโทรทัศน์ต่อทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม จึงต้องศึกษาสื่อโทรทัศน์ในฐานะของสภาพแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ แหล่งรวมของสารที่มีรูปแบบหรือโครงสร้างที่เป็นสูตรสำเร็จตายตัวจำนวนมากมาย โฆษณานำเสนอโลกทัศน์แบบทั่วไปที่ผู้คนคุ้นชิน รวมไปถึงภาพเหมารวมต่าง ๆ ผ่านชุดภาพและข่าวสารที่มีอยู่อย่างจำกัดซึ่งนำเสนออยู่ในทุกรายการในทุกช่องสถานีโทรทัศน์

2.3.2 ผลกระทบของภาพเหมารวมต่อผู้ชม

ในการทำความเข้าใจบทบาทของสื่อโทรทัศน์ในสังคม สิ่งสำคัญประการแรกคือ การอธิบายให้ได้ว่าภาพและเนื้อหาที่ปรากฏในโทรทัศน์เป็นเช่นไร จึงจะสามารถประเมินผลกระทบของสื่อได้ ทั้งนี้ สิ่งที่ผู้ชมโดยเฉพาะเด็ก ได้รับชมในสื่อโทรทัศน์มักปรากฏเป็น ภาพตายตัวในรูปแบบของภาพเหมารวม (stereotyped images) ตัวอย่างเช่น ทอมป์สันและเซอร์บิโน (Thompson and Zerbino, 1997) พบว่าเด็กได้รับรู้ได้ถึงลักษณะของตัวละครในการ์ตูนที่เป็นภาพตายตัว เช่น เด็กผู้ชายกระตือรือร้นและรุนแรง ในขณะที่เด็กผู้หญิงกังวลเรื่องรูปร่างหน้าตาและมักพบเห็นในฉากภายในบ้าน เช่นเดียวกับ การศึกษาของวโรบลวสกีและฮัสตัน (Wroblewski and Huston, 1987) ที่พบว่าเด็กได้รับรู้ได้ถึงบทบาทอาชีพที่เป็นภาพเหมารวมในรายการโทรทัศน์ ยิ่งไปกว่านั้น แม้กระทั่งเด็กเล็กระดับอนุบาลยังสามารถรับรู้ได้ถึงภาพเหมารวมตามเพศสภาพที่ปรากฏอยู่ในรายการโทรทัศน์ เด็กสามารถเดาได้ว่าผู้ชายหรือผู้หญิง เด็กชายหรือเด็กผู้หญิง จะพบได้ในบทบาทหรือกิจกรรมใดในโทรทัศน์ (Durkin & Nugent, 1998) การศึกษาที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่า ผู้ชมโดยเฉพาะเด็กได้รับรู้ได้ถึงภาพเหมารวมทางเพศในโทรทัศน์

ซินยอเรลลี (Signorielli, 2012: 329) เสนอว่า ภาพเหมารวมทางเพศมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชม ผ่านการระบุเชื่อมโยงตนเองกับตัวละครในโทรทัศน์ (identification with television characteristics) และการบ่มเพาะทัศนคติบทบาททางเพศ (cultivation of gender-role attitudes)

2.3.3 การระบุเชื่อมโยงตนเอง (identification)

การระบุเชื่อมโยงตนเอง (identification) กับตัวละครในสื่อได้รับอิทธิพลจากภาพเหมารวมบทบาททางเพศ เด็กเชื่อมโยงตนเองกับตัวละครในโทรทัศน์ เด็กผู้ชายมีแนวโน้มจะบอกชื่อตัวละครโปรดของตนเป็นตัวละครเพศชาย ในขณะที่เด็กผู้หญิงระบุชื่อตัวละครโปรดเป็นทั้งตัวละครเพศชายและตัวละครเพศหญิงพอ ๆ กัน (Reeves & Greenberg, 1977) นอกจากนั้น ฮอฟฟ์เนอร์ (Hoffner, 1996) ได้เสนอแนวคิดการระบุเชื่อมโยงตนเองกับสิ่งที่ปรารถนา (wishful identification) คือ ความต้องการเป็นเหมือนตัวละคร โดยเฉพาะตัวละครที่ประสบความสำเร็จหรือหน้าตาดี เด็กผู้หญิงเลือกตัวละครโปรดเพศหญิงเพราะรูปร่างหน้าตาสวยงาม เด็กผู้ชายเลือกตัวละครโปรดเพศชายที่มีความชาญฉลาดหรือมีลักษณะความเป็นชายที่มีความแข็งแกร่งของร่างกาย

การระบุเชื่อมโยงตัวเองยังคงมีอยู่ในวัยรุ่น เช่น การศึกษาของเบห์ม-โมราวิตซ์และมาสโตร (Behm-Morawitz & Mastro, 2008) พบว่า นักศึกษาที่รับชมภาพยนตร์วัยรุ่นมากจะระบุเชื่อมโยงตัวเองกับตัวละครในภาพยนตร์มากกว่า[วัยรุ่นที่รับชมภาพยนตร์น้อยกว่า] นอกจากนั้น นักศึกษาหญิงที่ตอบว่าตนเองระบุตัวตนกับตัวละครฮีโร่หญิง เชื่อว่าตนเองมีคุณลักษณะ เช่น ความมั่นใจ ความกล้าหาญ เช่นเดียวกันกับตัวละครฮีโร่หญิง นักศึกษาหญิงยังรับรู้ว่าตัวละครฮีโร่หญิงฉลาด มั่นใจ มีอำนาจ และสวย (Greenwood, 2007)

2.3.4 การบ่มเพาะมโนภาพบาททางเพศ (cultivation of gender-role images)

อิทธิพลของสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อวิถีชีวิตเกี่ยวกับบทบาททางเพศเป็นประเด็นการวิจัยสำคัญ การวิจัยอิทธิพลของสื่อนี้แตกต่างจากการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้บทบาททางเพศ (การรับรู้ภาพเหมารวม) ในรายการโทรทัศน์ หรือการระบุเชื่อมโยงตนเองกับตัวละคร (หรือความปรารถนาที่จะเป็นเหมือนตัวละคร) เพราะการวิจัยอิทธิพลของสื่อศึกษาว่า สื่ออาจปรับมุมมองของผู้ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็ก ที่มีต่อมุมมองการเป็นผู้หญิงหรือการเป็นผู้ชายอย่างไร

การวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับชมโทรทัศน์และการมีความคิดแบบเหมารวมเกี่ยวกับบทบาททางเพศ การวิเคราะห์ทอสมัน (meta-analyses) สนับสนุนความสัมพันธ์นี้ (Signorielli, 2012) แฮร์เรตต์-สเกลล์มและอัลเลน (Herrett-Skjellum and Allen, 1996) วิเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโทรทัศน์และภาพเหมารวมบทบาททางเพศ เป็นงานวิจัยที่ไม่ใช่การวิจัยเชิงทดลอง 19 เรื่อง และการวิจัยเชิงทดลอง 11 เรื่อง พบว่า มีค่าผลกระทบเฉลี่ยขนาด .101 แฮร์เรตต์-สเกลล์มและอัลเลนพบความสัมพันธ์เชิงบวกทั้งหมดและไม่มีรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับอายุ สรุปได้ว่าการวิจัยเหล่านี้ โดยเฉพาะการศึกษาที่ไม่ใช่การวิจัยเชิงทดลอง บ่งชี้ว่าการรับชมโทรทัศน์มีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับมุมมอง

วิธีคิดเกี่ยวกับอาชีพร เช่นเดียวกับการวิเคราะห์ทัศนคติของ มอร์แกนและชานาแฮน (Morgan and Shanahan, 1997) จากงานวิจัยทั้งหมดที่ใช้ทฤษฎีการบ่มเพาะของสื่อ (cultivation theory) มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาททางเพศ 14 เรื่อง พบขนาดผลกระทบของสื่อโดยเฉลี่ย .102 แฮโรลด์ (Hearold, 1986) วิเคราะห์งานวิจัย 230 เรื่อง พบว่า การรับชมโทรทัศน์ส่งผลอย่างยิ่งต่อการรับรู้ภาพเหมารวมทางเพศ ออพพลิเกอร์ (Oppliger, 2007) วิเคราะห์งานวิจัยที่ไม่ใช่งานวิจัยเชิงทดลอง 31 เรื่อง พบความสัมพันธ์เชิงบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างการเปิดรับภาพเหมารวมบทบาททางเพศกับทัศนคติ/พฤติกรรมที่เป็นไปตามภาพเหมารวมทางเพศ ทั้งในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กและผู้ใหญ่ ยิ่งไปกว่านั้น สหสัมพันธ์นี้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งเพศชายและเพศหญิง กล่าวโดยสรุป ในภาพรวม การวิเคราะห์ทัศนคติงานวิจัยที่ผ่านมาสนับสนุนทฤษฎีที่ว่ามโนภาพในสื่อมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ชม โดยเฉพาะการรับรู้ของเด็กเกี่ยวกับบทบาททางเพศ (Signorielli, 2012: 330-331)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 สามารถสรุปได้ว่า สื่อมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและโครงสร้างครอบครัวในยุคดิจิทัล สื่อไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือที่สมาชิกในครอบครัวใช้ในการสื่อสารหรือรับข้อมูลเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อรูปแบบการใช้ชีวิต การสร้างปฏิสัมพันธ์ และความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว สื่อสามารถเป็นทั้งปัจจัยที่ทำให้ครอบครัวเกิดความใกล้ชิดหรือเกิดความห่างเหินกันได้ ขึ้นอยู่กับวิธีการใช้สื่อและบริบทของครอบครัวนั้น ๆ

ในส่วนของเด็ก การเข้าถึงสื่อที่เพิ่มขึ้นและการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มการใช้สื่อทำให้เด็กมีความเป็นอิสระในการเลือกและบริโภคสื่อมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ปกครองมีบทบาทในการกำกับดูแลที่ซับซ้อนมากขึ้น นอกจากนี้ สื่อยังมีอิทธิพลในการสร้างและตอกย้ำภาพเหมารวมทางสังคม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของเด็ก โดยเฉพาะในเรื่องบทบาททางเพศ การระบุเชื่อมโยงตนเองกับตัวละครในสื่อและการบ่มเพาะแนวคิดเกี่ยวกับบทบาททางสังคมที่เกิดขึ้นจากการรับชมสื่อ ทำให้เด็กพัฒนาทัศนคติที่อาจมีอคติหรือเป็นไปตามแบบแผนที่สื่อนำเสนอ

โดยสรุป การใช้สื่อในครอบครัวและผลกระทบของสื่อที่มีต่อพัฒนาการของเด็กเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและต้องพิจารณาในหลายมิติ ทั้งนี้ การทำความเข้าใจบทบาทของสื่อ และผลกระทบต่อครอบครัวและเด็กจะเป็นประโยชน์ในการออกแบบแนวทางการใช้สื่อที่เหมาะสมในบริบทครอบครัว รวมถึงการสร้างมาตรการที่สามารถสนับสนุนการใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัยต่อไป

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการย่อยที่ 2 สืบสร้างสรรค์กับบทบาทส่งเสริมพฤติกรรมด้านความเสมอภาคระหว่างเพศ ในครอบครัว เป็นการวิจัยในช่วงพัฒนาต้นแบบ (Prototype development) เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว แนวปฏิบัติการผลิตเนื้อหาสื่อสร้างสรรค์ที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย ทั้งเพศสภาพ วัย ระดับการศึกษา และสถานะทางเศรษฐกิจ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ

3.1.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

โครงการย่อยที่ 2 มีวิธีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 1) ศึกษาเอกสาร งานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการรับสื่อและบทบาทของสื่อในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิก ในครอบครัว
- 2) จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่องสถานการณ์การใช้สื่อในครอบครัว และผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว และระดมสมองแนวทาง การผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อใช้ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว โดยมีการจัดประชุม 2 ครั้ง ครั้งที่ 1 มีกลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ เด็ก และครอบครัว นักวิชาการด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว จำนวน 22 คน และครั้งที่ 2 มีตัวอย่างเป็นตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน ภาคเอกชน ผู้เชี่ยวชาญ และนักกิจกรรมที่ทำงานในประเด็นที่เกี่ยวข้องสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว จำนวน 23 คน
- 3) นำข้อมูลที่ได้จากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาเอกสาร และการประชุมเชิงปฏิบัติการ ทั้ง 2 ครั้ง มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ จัดทำเป็นร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว
- 4) จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ ประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว (ร่างที่ 1) มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว นักกิจกรรมที่ทำงานในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ผู้ใช้นโยบาย ผู้ผลิตสื่อ จำนวน 23 คน
- 5) ปรับแก้และจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายฯ (ร่างที่ 2)

- 6) จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ ประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว (ร่างที่ 2) จำนวน 16 คน
- 7) จัดทำ (ร่าง) รายงานโครงการวิจัยฯ
- 8) จัดประชุมนำเสนอ (ร่าง) รายงานโครงการวิจัยฯ
- 9) จัดทำรายงานโครงการวิจัยฯ ฉบับสมบูรณ์
- 10) จัดทำคู่มือแนวปฏิบัติในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ และผลิตสื่อต้นแบบในรูปแบบของ info-graphic เผยแพร่ในรูปแบบ E-book

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย ดังนี้

- 3.2.1.1 กลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ประกอบด้วย นักวิชาการด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว เจ้าหน้าที่ของรัฐ เอกชน ตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ผู้เชี่ยวชาญและนักกิจกรรมที่ทำงานด้านการส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศ ครอบครัว รวม 45 คน
- 3.2.1.2 กลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว ประกอบด้วย นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว นักกิจกรรมที่ทำงานในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ตัวแทนภาครัฐ ผู้ชำนาญการ ผู้ผลิตสื่อ รวม 49 คน

3.2.2 การแจกแจงรายละเอียดกลุ่มตัวอย่าง

การแจกแจงรายละเอียดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง มีดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2.2 แสดงการแจกแจงรายละเอียดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)
1)	การประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ครั้งที่ 1	
	1.1) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ	7
	1.2) นักวิชาการด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว	15
	รวม	22

	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)
2) การประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ครั้งที่ 2		
	2.1) ตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ผู้เชี่ยวชาญ นักกิจกรรม และภาคเอกชนอื่น ๆ	23
3) การประชุมเชิงปฏิบัติการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว (ร่างที่ 1)		
	3.1) นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว นักกิจกรรม ที่ทำงานในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ตัวแทนภาครัฐ ผู้ใช้นโยบาย ผู้ผลิตสื่อ	23
4) การประชุมเชิงปฏิบัติการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว (ร่างที่ 2)		
	4.1) นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว นักกิจกรรม ที่ทำงานในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ตัวแทนภาครัฐ ผู้ใช้นโยบาย ผู้ผลิตสื่อ	16

3.2.3 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2.3.1 นักวิชาการ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จากฐานข้อมูลอาจารย์และนักวิจัยในสถานศึกษา ใช้เกณฑ์การคัดเลือกนักวิชาการที่มีผลงานด้านสตรีศึกษาและเพศภาวะศึกษา ความเสมอภาคทางเพศ การเสริมพลังครอบครัว รวมไปถึงอาจารย์และนักวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ที่มีผลงานเกี่ยวข้องกับประเด็นสตรีศึกษาและเพศภาวะศึกษา

3.2.3.2 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) และใช้วิธีการแนะนำโดยการบอกต่อ (snowball sampling) โดยเน้นการเชิญเจ้าหน้าที่ภาครัฐรับผิดชอบงานในกลุ่มงานด้านสิทธิสตรี ความเสมอภาคทางเพศและการเสริมพลังครอบครัวในกระทรวงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ รวมไปถึง gender-task force ของแต่ละหน่วยงานภาครัฐ

3.2.3.3 ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) และภาคเอกชนอื่น ๆ คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ผู้ทำงานในองค์กรพัฒนาเอกชน และองค์กรภาคเอกชนอื่น ๆ ที่ขับเคลื่อนงานด้านการส่งเสริมสิทธิ ความเสมอภาคทางเพศ การเสริมพลังครอบครัว

- 3.2.3.4 ผู้เชี่ยวชาญและนักกิจกรรม คัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) และใช้วิธีการแนะนำโดยการบอกต่อ (snowball sampling) ใช้เกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญและนักกิจกรรมที่ทำงานด้านการส่งเสริมสิทธิสตรี ความเสมอภาคทางเพศการเสริมพลังครอบครัว การผลิตหรือการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ อาจสังกัดหรือไม่สังกัดองค์กรใดก็ได้ เป็นผู้ที่ทำงานต่อเนื่องด้านนี้มาไม่น้อยกว่า 5 ปี
- 3.2.3.5 นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว นักกิจกรรมผู้ชำนาญ ผู้ผลิตสื่อ คัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) และใช้วิธีการแนะนำ โดยการบอกต่อ (snowball sampling) โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการผลิต และการใช้สื่อเพื่อการรณรงค์และเปลี่ยนแปลงเจตคติ

3.3 วิธีการพิทักษ์สิทธิอาสาสมัครวิจัย

3.3.1 วิธีการปกป้องความลับหรือข้อมูลส่วนตัวของอาสาสมัครวิจัย

- 3.3.1.1 คณะผู้วิจัยมีสถานที่ที่เหมาะสม เป็นสัดส่วน เฉพาะในการขอความยินยอมและมีสถานที่เหมาะสมเป็นสัดส่วนในการดำเนินการศึกษาวิจัย
- 3.3.1.2 ข้อมูลของอาสาสมัครจะมีการบันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์ส่วนตัว ที่มีรหัสป้องกันบุคคลอื่น ไม่ให้สามารถเปิดได้ สำหรับเอกสารและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถเก็บในตู้หรือลิ้นชักที่มีกุญแจล็อก โดยผู้ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้มีเพียงคณะผู้วิจัยเท่านั้น
- 3.3.1.3 หลังจากงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์แล้ว จะมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลไว้ 2 ปี และเมื่อเสร็จสิ้นการวิจัยจะมีวิธีการทำลายข้อมูลด้วยการลบไฟล์เสียงจากอุปกรณ์สำหรับบันทึกและคอมพิวเตอร์ ใช้เครื่องทำลายเอกสารทำลายข้อมูลลายลักษณ์อักษรที่อยู่ในกระดาษ

3.3.2 กระบวนการให้คำยินยอม

- 3.3.2.1 อาสาสมัครทุกคน จะได้รับใบแสดงรายละเอียดสำคัญของงานวิจัย ที่ระบุชื่อโครงการวัตถุประสงค์ วิธีวิจัย การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์
- 3.3.2.2 ผู้วิจัยจะขออนุญาตเก็บข้อมูลจากอาสาสมัคร โดยการให้อาสาสมัครลงลายมือชื่อยืนยันการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และแจ้งสิทธิของอาสาสมัครทราบว่าอาสาสมัครสามารถถอนตัวจากโครงการวิจัยนี้ได้ทุกเมื่อ โดยให้ยืนยันเป็นลายลักษณ์อักษร
- 3.3.2.3 ข้อมูลส่วนบุคคลจากอาสาสมัคร ในการประชุมเชิงปฏิบัติการและการประชุมประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการด้านเพศสภาพศึกษาด้านสื่อสารมวลชน ด้านเด็กและครอบครัว เจ้าหน้าที่ของรัฐ เอกชน และผู้ปฏิบัติงานในองค์กรพัฒนาเอกชน ที่ทำงานด้านสิทธิสตรี ความเสมอภาคทางเพศ การเสริมพลังครอบครัว จะต้องได้รับการยืนยันจากเจ้าตัวก่อนว่า อนุญาตให้เปิดเผยรายละเอียดดังกล่าวเนื่องจากเป็นข้อมูลที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับครอบครัว หรือความสัมพันธ์ส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล จึงไม่มีความอ่อนไหว หรือมีความเสี่ยงต่อร่างกายหรือจิตใจของผู้ให้ข้อมูล

บทที่ 4

สถานการณ์การใช้สื่อในครอบครัวและผลกระทบของสื่อ ต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

4.1 ความหมายของครอบครัว

นิยามของ "ครอบครัว" สามารถเข้าใจได้หลายมิติ ขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และมุมมองของแต่ละบุคคล นิยามครอบครัวแบบภววิสัย (Objective Definition) มักอ้างอิงจากหน่วยงาน หรือวิชาการ โดยครอบครัวถูกมองว่าเป็นกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิต หรือผูกพันกันทางกฎหมาย เช่น พ่อ แม่ ลูก หรือบุตรบุญธรรม นิยามนี้เน้นความสัมพันธ์ที่ชัดเจนตามบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่ใช้ในการกำหนดนโยบายและแผนงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว ในทางกลับกัน นิยามครอบครัวแบบอัตวิสัย (Subjective Definition) เป็นมุมมองของแต่ละบุคคลซึ่งอาจมองครอบครัวในรูปแบบที่ยืดหยุ่นกว่า อาจรวมถึงเพื่อนสนิท หรือบุคคลที่ไม่ได้มีความสัมพันธ์ทางสายเลือด แต่เกิดจากความผูกพันและประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละคน (รศรินทร์ เกรย์ และกาญจนา ตั้งชลทิพย์, 2564, หน้า 15 – 16)

นิยามครอบครัวแบบภววิสัย อาทิจ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 นิยามคำว่า “ครอบครัว” ว่าหมายถึง

[ครอบครัว] น. “สถาบันพื้นฐานของสังคมที่ประกอบด้วยสามีภรรยาและหมายความรวมถึงลูกด้วย”
(พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554)

นอกจากนั้น ในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาสถาบันครอบครัว พ.ศ. 2560-2564 กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ได้ทบทวนนิยามและประเภทครอบครัว ตามมติเห็นชอบในการประชุมคณะกรรมการนโยบายและยุทธศาสตร์ครอบครัว (กยค.) ครั้งที่ 2/2562 เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2562 นิยามว่า

“ครอบครัว” คือ “บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่ใช้ชีวิตร่วมกันฉันสามีภรรยา หรือมีความผูกพันทางสายโลหิต หรือทางกฎหมาย หรือเกี่ยวข้องเป็นเครือญาติ ซึ่งสมาชิกในครอบครัวต่างมีบทบาท หน้าที่ต่อกัน และมีความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกัน”
(กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2562)

กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว (2562) ได้จำแนกประเภทครอบครัวออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) จำแนกตามโครงสร้าง และ 2) จำแนกตามลักษณะเฉพาะ

ประเภทครอบครัว

ครอบครัวตามโครงสร้าง: ครอบครัวทั่วไปครอบครัวทั่วไปเมื่อจำแนกประเภทตามโครงสร้าง แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. **ครอบครัวเดี่ยว** (Nuclear family) คือ ครอบครัวที่ประกอบด้วยบุคคลที่ใช้ชีวิตร่วมกันฉันสามีภริยาอาจมีหรือไม่มีบุตร พ่อหรือแม่อยู่กับบุตร หรือพี่น้องหรือญาติไม่เกินสองรุ่นใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน
2. **ครอบครัวขยาย** (Extended family) คือ ครอบครัวที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สามรุ่นขึ้นไป หรือครอบครัวเดี่ยวสองครอบครัวขึ้นไปที่มีความผูกพันทางสายโลหิตหรือเกี่ยวข้องเป็นเครือญาติ ซึ่งมีความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกัน และอาศัยอยู่ในบ้านหรือบริเวณเดียวกัน

ทั้งนี้ ครอบครัวตามโครงสร้างดังกล่าว อาจมีบางครอบครัวที่มีลักษณะเฉพาะที่มีความต้องการช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุนที่แตกต่างกัน เพื่อพิจารณาจากข้อมูลและแนวโน้มสถานการณ์ สามารถ**จำแนกครอบครัวตามลักษณะเฉพาะ**ที่มีนัยสำคัญได้ 6 ลักษณะ ดังนี้

- 1) **ครอบครัวพ่อหรือแม่เลี้ยงเดี่ยว** (Single parent family) คือ ครอบครัวที่พ่อหรือแม่ต้องเลี้ยงดูบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะโดยลำพัง
- 2) **ครอบครัวข้ามรุ่น** (Skipped generation family) คือ ครอบครัวที่มีปู่ ย่า ตา ยาย อยู่กับหลานตามลำพัง
- 3) **ครอบครัวที่ผู้สูงอายุอยู่ด้วยกันตามลำพัง** คือ ครอบครัวที่ประกอบด้วยสมาชิกอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ตั้งแต่สองคนขึ้นไป อยู่ร่วมกันโดยไม่มีสมาชิกช่วงวัยอื่นอาศัยอยู่ด้วย
- 4) **ครอบครัวคู่รักเพศเดียวกัน** คือ ครอบครัวที่มีบุคคลเพศเดียวกันใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันฉันท์สามีภริยา
- 5) **ครอบครัวผสม** คือ ครอบครัวที่ชายหญิงฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือทั้งสองฝ่ายมีบุตรติดตาม และได้สมรสหรืออยู่กินกันฉันท์สามีภริยาเป็นครอบครัวใหญ่ และบุตรนั้นอยู่ด้วยกัน
- 6) **ครอบครัววัยรุ่น** คือ ครอบครัวที่มีชายและหญิงมีอายุต่ำกว่า 20 ปีใช้ชีวิตร่วมกันฉันท์สามีภริยา

(กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2562)

นิยามครอบครัวแบบอัตวิสัย คือการนิยามครอบครัวตามมุมมองและประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างจากนิยามแบบภววิสัยที่ให้ความหมายตามบรรทัดฐานสังคม และกฎหมาย การนิยามครอบครัวในลักษณะนี้เน้นความรู้สึกร่วมกันและการสนับสนุนทางใจระหว่างบุคคล แม้ว่าอาจไม่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิตหรือทางกฎหมาย การนิยามครอบครัวแบบอัตวิสัยนี้สะท้อนถึงความซับซ้อนของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคมปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งครอบครัวอาจไม่จำเป็นต้องยึดถือเพียงแค่ความสัมพันธ์ตามสายเลือด แต่รวมถึงการสร้างความเป็นครอบครัวด้วยการเลือกและประสบการณ์ในชีวิต (รศรินทร์ เกรย์ และกาญจนา ตั้งชลทิพย์, 2564, หน้า 7)

ทั้งนี้ นิยามครอบครัวแบบอัตวิสัยมีคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ การแยกครอบครัวออกจากครัวเรือน ซึ่งหมายถึงบุคคลอาจนับสมาชิกครอบครัวที่ไม่ได้อาศัยอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัว เช่น ญาติพี่น้องที่อยู่นอกบ้าน แต่ยังคงมีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ในขณะที่บางคนอาจไม่นับรวมบุคคลที่อาศัยอยู่ด้วยกันหากไม่มีความผูกพัน เช่น พ่อเลี้ยงที่อาศัยร่วมกันแต่ไม่ถูกนับเป็นครอบครัว นอกจากนี้ ยังมีความแตกต่างในมุมมองของสมาชิกแต่ละคนในครอบครัว เช่น แม่เลี้ยงเดี่ยวอาจไม่นับพ่อของลูกเป็นครอบครัว แต่ลูกยังคงนับพ่อเป็นครอบครัวของตนเองแม้ไม่ได้อยู่ร่วมกัน อีกทั้ง การนับรวมบุคคลที่ไม่มีความสัมพันธ์ทางสายเลือดหรือกฎหมาย เช่น เพื่อนสนิท หรือแม้แต่สัตว์เลี้ยงที่ใกล้ชิด ลักษณะเหล่านี้แสดงถึงความยืดหยุ่นในการกำหนดความหมายของครอบครัว ตามประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละคน (รศรินทร์ เกรย์ และกาญจนา ตั้งชลทิพย์, 2564, หน้า 25-27)

“ผมคิดว่าครอบครัวที่ดีในอุดมคติ
ควรจะสนทนากันได้ทุกเรื่องในประเด็นที่ sensitive [อ่อนไหว]”
(เอกชน มั่นปาน, สนทนากลุ่ม 7 มีนาคม 2567)

ในการประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติเรื่องความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว มีผู้เข้าร่วมที่ประกอบด้วยนักวิชาการจากหลากหลายสาขา เช่น สื่อ เพศภาวะ และครอบครัว รวมทั้งตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศเด็ก และครอบครัว นอกจากนี้ยังมีผู้แทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน ภาคเอกชน และนักกิจกรรมที่ทำงานด้านสื่อ และเพศภาวะมาร่วมระดมความคิดในกิจกรรมสนทนากลุ่ม

กิจกรรมสนทนากลุ่มนี้มีเป้าหมายในการนิยามความหมายของคำว่า "ครอบครัว" ในบริบทของความเสมอภาคทางเพศ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่านิยามของครอบครัวมีความหลากหลาย และมักถูกนิยามอย่างอัตวิสัย (subjective definition) โดยผู้เข้าร่วมได้นำเสนอข้อมูลที่สะท้อนจากประสบการณ์ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการทำความเข้าใจมุมมองที่แตกต่างกันของผู้คนในเรื่องครอบครัว

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ในบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป นิยามของครอบครัวได้ขยายและหลากหลายมากขึ้นจากรูปแบบดั้งเดิม ครอบครัวในอุดมคติที่เคยประกอบด้วยพ่อแม่ และลูก มีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความเป็นจริงของสังคมที่หลากหลาย ทั้งในด้านโครงสร้างและบทบาทของสมาชิกในครอบครัว

ประการแรก สมาชิกในครอบครัวไม่จำกัดอยู่เพียงพ่อ แม่ และลูก แต่รวมถึงครอบครัวเลี้ยงเดี่ยว และครอบครัวที่มีสมาชิกจากหลากหลายรุ่น การเลี้ยงดูเด็กโดยผู้ปกครองเพียงคนเดียว เป็นเรื่องที่พบเห็นได้มากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งผู้ปกครองนั้นอาจไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ให้กำเนิดแต่เป็นบุคคลที่มีบทบาทในการเลี้ยงดู และสนับสนุนเด็กให้เติบโตอย่างมีความสุข

ประการที่สอง ความสัมพันธ์ในครอบครัวเป็นองค์ประกอบสำคัญที่กำหนดนิยามของครอบครัว ความสัมพันธ์ดังกล่าวควรสร้างความปลอดภัยและความอบอุ่นให้กับสมาชิกในครอบครัว แต่ในบางกรณีครอบครัวกลับไม่สามารถเป็นพื้นที่ปลอดภัยได้ ซึ่งอาจเป็นจุดเริ่มต้นของปัญหาหลาย ๆ ประการ ดังนั้น การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและการให้การสนับสนุนทางอารมณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญ

ประการที่สาม ความหลากหลายของครอบครัวสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิต และวัฒนธรรม การรับรู้และยอมรับความหลากหลายนี้จำเป็นต้องใช้ความเข้าใจและการเปิดใจ การใช้สื่อในครอบครัวก็มีส่วนต่อการเปลี่ยนแปลงนี้เช่นกัน สื่อสังคมออนไลน์ทำให้แต่ละคนมีอุปกรณ์สื่อของตนเอง ทำให้การดูทีวีร่วมกันน้อยลง แต่การใช้สื่อเหล่านี้สามารถส่งเสริมความใกล้ชิด และการสื่อสารระหว่างสมาชิกในครอบครัวได้

ในมุมมองเชิงสังคม ครอบครัวมีบทบาทในการสร้างพื้นที่ปลอดภัยสำหรับสมาชิก ไม่ว่าจะเป็นครอบครัวที่มีพ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว หรือครอบครัวที่มีพ่อแม่เป็นคู่รักเพศเดียวกัน ครอบครัวที่ดีควรเป็นพื้นที่ที่สมาชิกสามารถรู้สึกปลอดภัยทั้งทางร่างกายและจิตใจ รวมถึงมีการสนับสนุน และการพัฒนาที่ดีในด้านต่าง ๆ

ท้ายที่สุด การสร้างนิยามของครอบครัวในปัจจุบันจำเป็นต้องมองในมิติที่กว้างขวาง และหลากหลาย ครอบครัวไม่จำเป็นต้องสมบูรณ์แบบตามภาพจำเดิม ๆ แต่ควรเป็นที่ที่สมาชิกทุกคนสามารถเติบโต และพัฒนาไปด้วยกัน โดยมีการสนับสนุนและความเข้าใจกันอย่างแท้จริง

กล่าวโดยสรุป ในบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป นิยามของครอบครัวได้ขยายตัว และมีความหลากหลายมากขึ้นจากรูปแบบดั้งเดิม ครอบครัวในอุดมคติที่เคยประกอบด้วยพ่อ แม่ และลูก ซึ่งเป็นภาพจำของครอบครัวในสังคมยุคก่อน ได้ถูกปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความเป็นจริงของสังคมที่ซับซ้อน และหลากหลายมากขึ้น ทั้งในด้านโครงสร้างและบทบาทของสมาชิกในครอบครัว การยอมรับรูปแบบครอบครัวที่หลากหลาย เช่น ครอบครัวเพศเดียวกันหรือครอบครัวที่ไม่มีลูก เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลให้สมาชิกในครอบครัวมีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างออกไป เช่น การที่ผู้หญิงเข้ามามีบทบาทในตลาดแรงงานมากขึ้น หรือการยอมรับบทบาทของพ่อในการดูแลลูก ในหลายสังคม

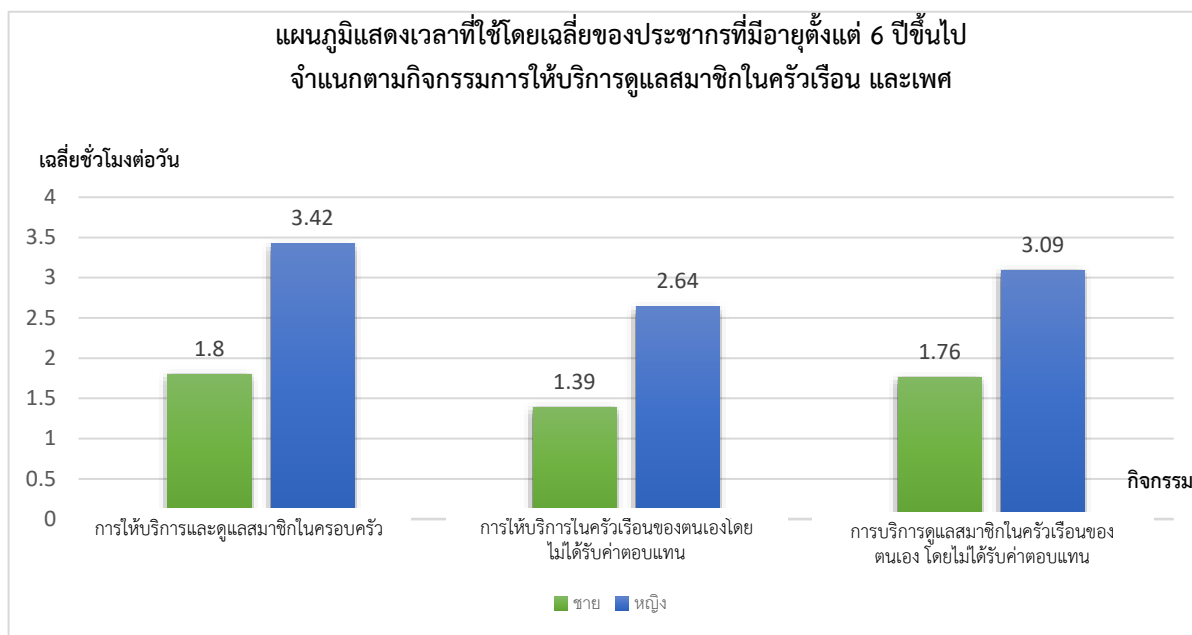
4.2 ภาพรวมสถานการณ์ความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

ผลการสำรวจความคิดเห็นของนิต้าโพล (2564) เรื่อง “เจตคติของประชาชนด้านความเสมอภาคทางเพศ” ซึ่งให้เห็นว่าเจตคติของประชาชนมีแนวโน้มไปในทิศทางที่สอดคล้องกับ ความเสมอภาคทางเพศ อาทิ ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างเพศด้านการปฏิบัติในครอบครัว ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย (70.72%) กับข้อความว่า “การดูแลพ่อแม่ของตนเองและพ่อแม่สามีเป็นหน้าที่หลักของผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย” และผู้ตอบแบบสำรวจเกือบทั้งหมดเห็นด้วย (92.01%) กับข้อความว่า “ทั้งลูกชายและลูกสาวต้องช่วยกันทำงานบ้าน” อย่างไรก็ตาม มีผู้เห็นด้วย (57.53%) และไม่เห็นด้วย (42.47%) ในสัดส่วนพอ ๆ กัน กับข้อความว่า “ในครอบครัวที่ทั้งชาย และหญิงต่างทำงานหาเลี้ยงชีพทั้งคู่ ผู้หญิงต้องไม่บกพร่องในการทำงานบ้าน และดูแลลูก ส่วนผู้ชายต้องทำหน้าที่ดูแลซ่อมแซมสิ่งของที่ชำรุดในบ้าน”

ถึงแม้ว่าผลการสำรวจเจตคติของประชาชนด้านความเสมอภาคทางเพศเกี่ยวกับการปฏิบัติในครอบครัวซึ่งไปในทิศทางที่สนับสนุนความเสมอภาคหญิงชายในการทำหน้าที่ดูแลบ้านและคนในครอบครัว อย่างไรก็ตาม ผลการสำรวจการใช้เวลาของคนไทย โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2558)¹ ซึ่งให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำทางเพศในการใช้เวลาของผู้หญิงและผู้ชายในประเทศไทย ข้อมูลการใช้เวลาแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของเวลาที่หญิงและชายใช้ไปกับงานด้านการดูแลและงานบ้าน โดยผู้หญิงมีความรับผิดชอบมากกว่าอย่างมีนัยสำคัญ

ในรายงานเรื่อง งานดูแลและงานบ้านที่ไม่ได้รับค่าจ้างของหญิงไทยและผลกระทบต่อการจ้างงานที่มีคุณค่า โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (2565) ได้วิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจการใช้เวลาของคนไทย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558) และสรุปว่า ประชากรทั้งชายและหญิงในประเทศไทยกำลังเผชิญกับ “ภาวะยากจนทางเวลา” (time poverty) หรือ “ภาวะขาดแคลนเวลา” (time deficits) เพราะต้องใช้เวลามากไปกับการทำงานทั้งในตลาดแรงงานในระบบและนอกระบบ พร้อมภาระหน้าที่ต่อครอบครัวและชุมชน โดยเฉพาะผู้หญิงที่ต้องแบกรับภาระเพิ่ม เนื่องด้วยความคาดหวังต่อบทบาทตามเพศของผู้หญิงในการทำงานดูแลและงานบ้านที่ไม่ได้รับค่าจ้าง

¹ สำนักงานสถิติแห่งชาติจัดทำการสำรวจการใช้เวลาของคนไทย ทุกห้าปี ผลการสำรวจล่าสุดเผยแพร่ในปี พ.ศ. 2558 เป็นการสำรวจครั้งที่ 4 โดยเลือกประชากรตัวอย่างที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไปทั้งสิ้น 83,880 ตัวอย่าง ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน การสำรวจการใช้เวลาของประชากร พ.ศ. 2558 (กรกฎาคม 2557 – มิถุนายน 2558)



ที่มา: การสำรวจการใช้เวลาของประชากร พ.ศ. 2558 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558)

การให้บริการและดูแลสมาชิกในครัวเรือน “เป็นการทำกิจกรรมต่าง ในครัวเรือนหรือการทำกิจกรรมให้สมาชิกในครัวเรือน โดยไม่ได้รับค่าตอบแทน” พบว่า ประชากรใช้เวลาให้บริการและดูแลสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ยวันละ 2.83 ชั่วโมง เพศหญิงใช้เวลาเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย (3.42 และ 1.80 ชั่วโมง ตามลำดับ) โดยเป็นการดูแลสมาชิกในครัวเรือนของตนเอง (เช่น การดูแลเด็ก ผู้ป่วย ผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นสมาชิกของครัวเรือน) เฉลี่ยวันละ 2.65 ชั่วโมง การให้บริการครัวเรือนของตนเอง (เช่น การทำงานบ้าน การจ่ายซื้อของเพื่อใช้ในครัวเรือน การดูแลสัตว์เลี้ยง) เฉลี่ยวันละ 2.21 ชั่วโมง ซึ่งทั้งสองกิจกรรมนี้ เพศหญิงใช้เวลาเฉลี่ยมากกว่าเพศชายวันละ 1.33 และ 1.25 ชั่วโมง ตามลำดับ

“ความเท่าเทียมในครอบครัว คือ การให้เกียรติกัน... ถ้าทุกคนให้เกียรติกันมันก็จะเสมอภาคกัน อยากให้สื่อปลูกฝังการให้เกียรติซึ่งกันและกัน ในฐานะที่เป็นมนุษย์เหมือนกัน อย่างนี้แล้วจะไม่มองว่าคุณเป็นผู้หญิงหรือผู้ชายหรือเพศอะไร”

(จิตาภา เสมาเพชร, สนทนากลุ่ม 7 มีนาคม 2567)

“ความเท่าเทียมหรือความเสมอภาคมันดูเป็นนามธรรม ถ้าเปลี่ยนเป็นการเคารพให้เกียรติและเข้าใจน่าจะดีกว่า ในครอบครัวให้เกียรติและเคารพในความเป็นลูก ถ้าเขาอยากเป็นอะไรในเรื่องเพศวิถี รวมทั้งค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรมใด ถ้ายอมรับและให้เกียรติสนับสนุนกัน ... มีหลายครอบครัวที่มองข้ามไปว่าผู้ชายต้องเป็นฝ่ายทำงาน ถ้าเรามองข้ามค่านิยมเก่า ๆ ทุกคนต่างเป็นลมใต้ปีกของกันและกัน เรามองว่าเป็นครอบครัวที่ขับเคลื่อนไปอย่างเท่าเทียม”

(อุษาวดี สุนทรเกตุ, สนทนากลุ่ม 7 มีนาคม 2567)

ความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวเป็นประเด็นสำคัญในการสร้างสังคมที่เป็นธรรมและสมดุล การศึกษาปัจจัยและอุปสรรคในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว รวมถึงการศึกษาสถานการณ์ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเพศในครอบครัวภายใต้โครงการวิจัยการพัฒนาและส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในสังคม ได้สรุปประเด็นหลักของความไม่เสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวไว้หลายด้าน ซึ่งสามารถสังเกตได้จากบทบาทและหน้าที่ที่ได้รับการกำหนดตามเพศบทบาทในการตัดสินใจทางครอบครัว และการเข้าถึงทรัพยากร ดังนี้:

4.2.1 ความเหลื่อมล้ำทางเพศในครอบครัว: การเข้าถึงโอกาสและอำนาจในการตัดสินใจ

การวิเคราะห์เรื่องความเหลื่อมล้ำทางเพศในครอบครัวสามารถเริ่มต้นจากการพิจารณากระบวนการทางสังคมที่มีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมบทบาทและโอกาสของสมาชิกในครอบครัว กระบวนการนี้มักจะทำให้เกิดความคาดหวังและข้อจำกัดที่แตกต่างกันระหว่างเพศ โดยเฉพาะในกรณีของผู้หญิง ที่มักถูกกลต้อนโอกาสและอำนาจในการตัดสินใจในเรื่องสำคัญ ๆ การตัดสินใจในครอบครัวส่วนใหญ่มักตกอยู่ที่ผู้ชาย เช่น พ่อที่มักจะเป็นผู้ตัดสินใจในเรื่องใหญ่ ๆ ขณะที่บทบาทของผู้หญิงมักจะถูกจำกัดอยู่ในขอบเขตที่จำกัด เช่น การตัดสินใจเรื่องภายในบ้าน เช่น การซื้อของใช้ภายในครัว เป็นต้น

แม้ว่ากฎหมายและนโยบายทางสังคมบางประการจะเปิดโอกาสให้ผู้หญิงสามารถมีบทบาทและตำแหน่งที่สูงขึ้นในสังคม เช่น การเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) หรือแม้กระทั่งตำแหน่งนายกรัฐมนตรี แต่ทัศนคติทางสังคมที่ยังรากลึกยังคงมีอิทธิพลต่อการจำกัดบทบาทของผู้หญิง ตัวอย่างเช่น อัตราการเป็นส.ส.หญิงในประเทศไทยยังคงอยู่ในระดับต่ำเพียง 14% เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำทางเพศที่ยังคงมีอยู่ในระดับสังคมวงกว้าง

การสร้างความเสมอภาคในการแสดงความคิดเห็นและการรับฟังซึ่งกันและกันภายในครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเพศ เมื่อพ่อแม่เปิดโอกาสให้ลูกแสดงความคิดเห็นและให้การรับฟังอย่างจริงจัง การสนทนาในครอบครัวจะเป็นไปอย่างเท่าเทียม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องใดก็ตาม ทั้งนี้ การเปิดโอกาสให้สมาชิกในครอบครัวได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จะส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของและความเท่าเทียมในครอบครัว ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างครอบครัวที่มีคุณภาพ

อย่างไรก็ตาม การเข้ามาของสื่อโซเชียลมีเดียในชีวิตประจำวันได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารในครอบครัว การใช้เวลาร่วมกันในครอบครัวน้อยลงทำให้การสนทนาและการแชร์ความคิดเห็นระหว่างสมาชิกในครอบครัวลดลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเข้มแข็งและคุณภาพของครอบครัว ในหลายกรณี พ่อแม่ยังคงยึดมั่นในบทบาทที่เป็นผู้นำและผู้รู้มากกว่า ทำให้เกิดการตัดสินใจและการแสดงความคิดเห็นที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างสมาชิกในครอบครัว

ดังนั้น การเริ่มต้นสร้างความเท่าเทียมทางเพศในครอบครัวจึงจำเป็นต้องเริ่มจากการเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ทั้งนี้ การสร้างครอบครัวที่เข้มแข็งและมีคุณภาพเป็นพื้นฐานสำคัญในการส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศในระดับสังคมในวงกว้าง

4.2.2 ความคาดหวังต่อบทบาทและการแบ่งงานกันทำในครอบครัวอย่างไม่เท่าเทียม

ในบริบทของครอบครัวไทย ความคาดหวังและการแบ่งงานที่ไม่เท่าเทียมระหว่างเพศ เป็นประเด็นที่สะท้อนให้เห็นถึงระบบปิตาธิปไตยที่ยังคงมีอิทธิพลอย่างมาก ผู้หญิงมักถูกคาดหวังให้แบกรับภาระทั้งงานบ้านและงานนอกบ้าน ขณะที่ผู้ชายมักได้รับการยอมรับและสนับสนุนให้มีบทบาทเป็นผู้นำและผู้หาเลี้ยงหลักของครอบครัว อย่างไรก็ตาม สภาพสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันบีบบังคับให้ทั้งผู้หญิงและผู้ชายต้องทำงานร่วมกันเพื่อสนับสนุนครอบครัว แต่ภาระงานบ้านยังคงเป็นหน้าที่หลักของผู้หญิงซึ่งสังคมยังคงคาดหวังว่าผู้หญิงจะต้องทำ

การแบ่งงานที่ไม่เท่าเทียมนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงการแบ่งแยกบทบาทตามเพศ ซึ่งยังคงมีอิทธิพลแม้ในบริบทของการเมือง ผู้หญิงที่เข้ามามีบทบาทในแวดวงการเมืองยังคงต้องเผชิญกับกำแพงแก้วที่จำกัดโอกาสและอำนาจในการตัดสินใจ บทบาทของพวกเธอในแวดวงการเมืองมักจะถูกมองผ่านเลนส์ของความเป็นเมียเป็นแม่ หรือเป็นลูกสาว ซึ่งเป็นผลมาจากระบบความคิดที่ผู้ชายเป็นใหญ่

ในแง่ของการแบ่งงานภายในครอบครัว การมีบทบาทของพ่อแม่ สามีภรรยา และลูกชายลูกสาวยังคงแสดงให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมกัน ลูกชายมักไม่ได้รับการคาดหวังให้มีบทบาทช่วยเหลืองานบ้านมากเท่ากับลูกสาว สื่อมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของสังคมโดยการแสดงให้เห็นว่าผู้ชายก็สามารถทำงานบ้านได้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างความเท่าเทียมทางเพศภายในครอบครัว

นอกจากนี้ ความคาดหวังที่ไม่เท่าเทียมยังสามารถเห็นได้จากการแบ่งบทบาทระหว่างพี่น้อง โดยเฉพาะในกรณีพี่สาวถูกคาดหวังให้เสียสละและดูแลน้อง ซึ่งสร้างความน้อยใจและความไม่เท่าเทียมในครอบครัว การสร้างความเท่าเทียมทางเพศในครอบครัวต้องเริ่มจากการเคารพความเป็นมนุษย์ของกันและกัน การเคารพความเป็นมนุษย์นี้จะทำให้เราไม่แบ่งแยกบทบาทตามเพศ และยอมรับว่าทุกคนมีความสามารถและสิทธิเท่าเทียมกันในการทำงานและการตัดสินใจ

ความเสมอภาคทางเพศในบริบทของการทำงานและในครอบครัวเป็นเรื่องที่ต้องถูกคลี่คลายและพัฒนา การแบ่งงานและหน้าที่อย่างเท่าเทียมในครอบครัว การสนับสนุนซึ่งกันและกัน และการให้เกียรติในบทบาทของแต่ละคนเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างครอบครัวที่มีคุณภาพและความเท่าเทียม การที่ครอบครัวสามารถเคารพและสนับสนุนกันได้โดยไม่ยึดติดกับค่านิยมเก่า ๆ จะทำให้ครอบครัวมีความเข้มแข็งและสามารถขับเคลื่อนไปอย่างเท่าเทียม ไม่ว่าจะเป็นในบทบาทของพ่อแม่ที่ทำงานนอกบ้านหรือในบทบาทของพ่อบ้านที่ดูแลลูกและสนับสนุนครอบครัว การเคารพและสนับสนุนซึ่งกันและกันเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างครอบครัวที่เข้มแข็งและมีความสุข

4.2.3 การเลือกปฏิบัติต่อบุตรและสมาชิกในครอบครัวที่เป็น LGBT+

การเลือกปฏิบัติในครอบครัว โดยเฉพาะต่อสมาชิกที่เป็น LGBT+ เป็นปัญหาที่สะท้อนถึงความไม่เข้าใจและการขาดความเคารพในความแตกต่างทางเพศ การเลียดบุตรชายและบุตรสาวอย่างแตกต่างกัน หรือการเลือกปฏิบัติต่อบุตรที่เป็น LGBT+ มักนำไปสู่ความรุนแรงในครอบครัวและการกดดันให้สมาชิกเหล่านั้นต้องกลับไปสู่เพศสภาพเดิม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการไม่เข้าใจเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ

การเปิดประเด็นเรื่อง LGBT+ ในครอบครัวเป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้เราเข้าใจทัศนคติของครอบครัวต่อความเสมอภาคในครอบครัว คำถามเกี่ยวกับการยอมรับสมาชิกในครอบครัวที่เป็น LGBT จะช่วยให้เห็นภาพชัดเจนเกี่ยวกับความคิดของสมาชิกครอบครัวว่ามีการยอมรับและสนับสนุนความแตกต่างทางเพศอย่างไร การที่ครอบครัวมีความเสมอภาคทางเพศ ไม่เพียงแต่ต้องยอมรับเพศชายและเพศหญิงเท่านั้น แต่ต้องยอมรับและเคารพในความแตกต่างทางเพศทั้งหมด

การเลือกปฏิบัติต่อสมาชิกในครอบครัวที่เป็น LGBT+ ยังแสดงให้เห็นถึงปัญหาที่ลึกซึ้งในระดับครอบครัว ความยากลำบากที่สมาชิก LGBT+ เผชิญในการพูดคุยเรื่องส่วนตัวกับพ่อแม่ บ่งชี้ถึงความยากลำบากในการสื่อสารและการขาดความเข้าใจในครอบครัว การยอมรับและสนับสนุนสมาชิกในครอบครัวที่เป็น LGBT เป็นเรื่องที่ยังคงพบได้ยาก โดยเฉพาะในครอบครัวรุ่นเก่า

การเปลี่ยนแปลงในยุคใหม่เริ่มเห็นความเข้าใจและการยอมรับในเรื่องสิทธิและกฎหมายที่เกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศมากขึ้น แต่ยังคงมีความท้าทายในการสร้างความเสมอภาคทางเพศในครอบครัว ความเสมอภาคทางเพศในครอบครัวต้องเริ่มจากการยอมรับความแตกต่างหลากหลายทางเพศ และการเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนได้พูดและแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี

การสร้างความเสมอภาคทางเพศในครอบครัวต้องมาจากการยอมรับและเคารพในความเป็นมนุษย์ของสมาชิกทุกคน การเคารพในความแตกต่างและการสนับสนุนซึ่งกันและกันเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างครอบครัวที่เข้มแข็งและมีความสุข การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการเปิดใจยอมรับความหลากหลายทางเพศในครอบครัวจะนำไปสู่การสร้างสังคมที่มีความเท่าเทียมและเคารพในสิทธิของทุกคน

4.2.4 ความรุนแรงในครอบครัว

แม้ว่ากฎหมายจะมีบทบาทในการคุ้มครองผู้ถูกกระทำความรุนแรงในครอบครัว แต่ในทางปฏิบัติ การคุ้มครองเหล่านี้ยังไม่เป็นรูปธรรมและไม่ได้รับการบังคับใช้อย่างเต็มที่ ผู้หญิงที่ตกเป็นเหยื่อความรุนแรงในครอบครัวมักพบว่า การเรียกร้องความช่วยเหลือและการปกป้องคุ้มครองจากกฎหมายเป็นเรื่องที่ยากลำบาก สังคมยังขาดความเข้าใจและการยอมรับในเรื่องความเสมอภาคทางเพศ ซึ่งทำให้การปฏิบัติทางกฎหมายในกรณีความรุนแรงในครอบครัวยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสิทธิของเหยื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความรุนแรงในครอบครัวไม่ได้จำกัดเฉพาะการทำร้ายร่างกายระหว่างคู่สมรสเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการละเมิดสิทธิเหนือเนื้อตัวร่างกายของเด็กและผู้หญิงอีกด้วย การที่สมาชิกครอบครัวผู้ชายหรือผู้ใหญ่กระทำต่อเด็กหรือสมาชิกเพศหญิงโดยไม่ตระหนักถึงการละเมิดสิทธิเหล่านี้ สะท้อนถึงการขาดความตระหนักรู้ในสิทธิและเนื้อตัวร่างกาย ปัญหานี้ยังคงเป็นเรื่องที่พบเห็นได้ทั่วไปในหลายครอบครัว

ความรุนแรงในครอบครัวยังได้รับการส่งเสริมผ่านสื่อและวรรณกรรม ที่สร้างภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนเกี่ยวกับการข่มขืนและการทำร้ายในครอบครัว ตัวละครในนวนิยายและสื่อบันเทิงมักถูกนำเสนอในลักษณะที่ทำให้ผู้ชมยอมรับหรือเข้าใจผิดเกี่ยวกับการข่มขืนและการใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิง การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและการส่งเสริมการตระหนักรู้ในสิทธิและความเสมอภาคทางเพศในสื่อต่าง ๆ จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ

นอกจากความรุนแรงทางกายภาพแล้ว การเลือกปฏิบัติต่อบุตรที่เป็น LGBT ยังเป็นรูปแบบหนึ่งของความรุนแรงในครอบครัว การที่พ่อแม่ทำร้ายบุตรเพื่อให้กลับมามีเพศตรงกับเพศกำเนิด แสดงถึงการขาดความเข้าใจและการยอมรับในความหลากหลายทางเพศ การสร้างครอบครัวที่เคารพและสนับสนุนความแตกต่างทางเพศของสมาชิกทุกคนจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างสังคมที่มีความเสมอภาคทางเพศ

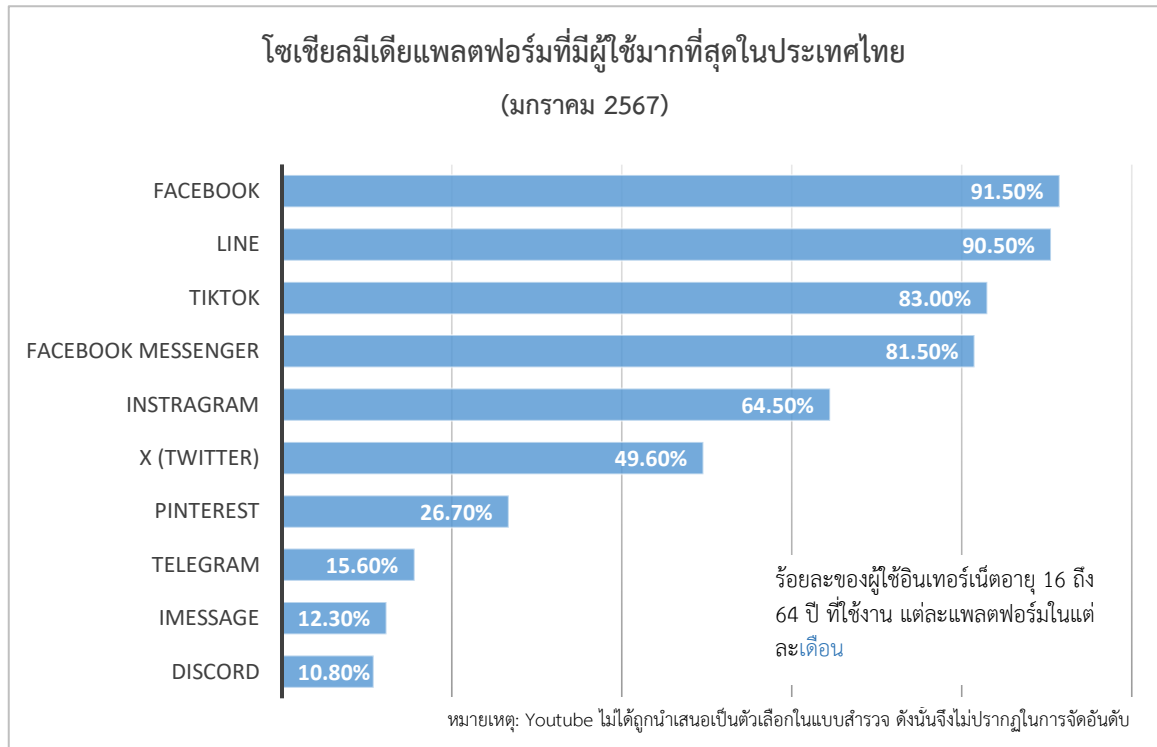
การต่อสู้กับความเหลื่อมล้ำทางเพศและความรุนแรงในครอบครัวต้องเริ่มจากการสร้างความตระหนักรู้และการยอมรับในความเสมอภาคทางเพศทั้งในระดับครอบครัวและสังคมโดยรวม การคุ้มครองทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพ การให้การศึกษาเกี่ยวกับสิทธิและความเสมอภาคทางเพศ และการส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องในสื่อ เป็นกุญแจสำคัญในการสร้างสังคมที่มีความเสมอภาคและปลอดภัยสำหรับทุกคน

4.3 ภูมิทัศน์สื่อไทย การเปลี่ยนผ่านจากสื่อดั้งเดิมไปสู่สื่อดิจิทัล

ในปัจจุบัน สื่อดั้งเดิมเช่นโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มีความนิยมลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับอดีต แม้ว่าสื่อเหล่านี้จะยังคงมีบทบาทอยู่ในบางส่วนของสังคม แต่การเติบโตของการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการใช้งานผ่านสมาร์ทโฟน ได้เปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อไทยอย่างสิ้นเชิง จากการสำรวจ *Digital 2024 Thailand* ของ We Are Social ข้อมูล ณ เดือนมกราคม พ.ศ. 2567 พบว่า ประชากรไทยใช้อินเทอร์เน็ตถึง 63.21 ล้านคน คิดเป็น 88.0% ของประชากรทั้งหมด การใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์หลักในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 61.21 ล้านคน มีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมด 49.10 ล้านคน คิดเป็น 68.3% ของประชากรทั้งหมด²

² ดูรายละเอียดเพิ่มเติม Digital 2024: Thailand, 23 February 2024, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand>

แผนภูมิที่ 4.3 แสดงประเภทโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในประเทศไทย ปี 2567



ที่มา: *Digital 2024: Thailand* คนไทยยังนิยมใช้ Facebook มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งถึง 91.5% ตามมาด้วย Line ที่ 90.5% และ Entertainment Platform อย่าง TikTok อยู่อันดับ 3 ที่ 83.0% Facebook Messenger อยู่ในอันดับที่ 4 ที่ 81.5% ส่วน Instagram อยู่ในอันดับที่ 5 ที่ 64.5% และ X อยู่อันดับที่ 6 ที่ 49.6%

การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ง่ายและรวดเร็วทำให้ผู้คนเข้าถึงแหล่งข้อมูล ข่าวสาร และบันเทิงได้ตลอดเวลา สื่อดิจิทัลกลายเป็นแหล่งข้อมูลหลักในชีวิตประจำวันของผู้คน สื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook, YouTube, Instagram และ TikTok ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แพลตฟอร์มเหล่านี้มีผู้ใช้งานจำนวนมากในประเทศไทย และมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลและเนื้อหาต่าง ๆ การสร้างและแชร์เนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้งานเอง (user-generated content) เป็นที่นิยมอย่างมาก ทำให้มีเนื้อหาที่หลากหลายและตรงกับ ความสนใจของผู้ชม ผู้ชมสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาของตนเองและเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ได้ง่าย ๆ ซึ่งทำให้การสื่อสารและการแบ่งปันข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็วและทั่วถึง บริการสตรีมมิ่ง เช่น Netflix, Disney+, และ LINE TV ก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเช่นกัน ผู้ชมสามารถเลือกดูเนื้อหาที่ต้องการได้ ในเวลาที่สะดวก การดูเนื้อหาแบบออนดีมานด์ทำให้ไม่ต้องรอกตามกำหนดการที่สื่อดั้งเดิมกำหนด การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่หลากหลายและตรงกับความสนใจได้ง่ายขึ้น

4.4 สถานการณ์การใช้สื่อในครอบครัว

“ในฐานะที่เป็นคนทำสื่อเพื่อครอบครัว มีปรากฏการณ์ที่พ่อแม่เลี้ยงลูกด้วยสื่อดิจิทัล ไม่ว่าจะไปที่ไหน พ่อแม่ก็จะให้ลูกใช้มือถือ ใช้ไอแพด เพราะว่าเป็นความสะดวกสบายของพ่อแม่... พ่อแม่ขาดการชี้แนะหรือเรียนรู้เรื่องโทษของการเลี้ยงลูกด้วยการใช้สื่อดิจิทัล ในวงวิชาการก็พูดกันเรื่องการใช้สื่อดิจิทัลกับเด็กเล็ก มีผลต่อสมอง ต่อความคิดของเด็ก ฉะนั้น ตรงนี้จึงเป็นเรื่องน่าเป็นห่วง”

(ผาณิต บุญมาก, สนทนากลุ่ม 7 มีนาคม 2567)

4.4.1 การเปลี่ยนแปลง: เนื้อหาสื่อ (ภาษาต่างประเทศ)

การใช้สื่อในครอบครัวมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน โดยมีการรับชมสื่อภาษาต่างประเทศเพิ่มขึ้น จากเดิมที่ผู้ปกครองเปิดรายการโทรทัศน์ภาษาไทยให้เด็กดูในตอนเช้า ปัจจุบันนี้ส่วนใหญ่เปลี่ยนไปรับชมสื่อผ่านทาง YouTube ที่มีการ์ตูนสองภาษาแทน ข้อดีคือ เด็กสามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยตนเอง ผ่านการเข้าถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตาม การรับชมสื่อจากต่างประเทศ นอกจากเรื่องของการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศแล้ว ยังมีเรื่องของการรับค่านิยม วัฒนธรรม และอุดมการณ์ ตัวอย่างเช่น สำหรับครอบครัวเชื้อสายมลายูใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มักไม่รับชมรายการโทรทัศน์ไทย แต่รับชมสื่อจากประเทศอินโดนีเซีย และประเทศมาเลเซียผ่านทาง YouTube ทำให้เด็กได้รับแบบอย่างทางความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเพศที่มีลักษณะอำนาจนิยมและค่านิยมปิตาธิปไตยมากขึ้น

4.4.2 การเปลี่ยนแปลง: ใช้สื่อได้ทุกที่ ใช้สื่อในปริมาณเพิ่มมากขึ้น

การรับชมสื่อในครอบครัวสามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่ จากเดิมที่เคยรับชมสื่อเฉพาะที่บ้าน ปัจจุบันการบริโภคสื่อเกิดขึ้นในทุกที่ เช่น ครอบครัวที่มีฐานะสามารถติดจอทีวีในรถ เด็กนั่งคาร์ซีทดูสื่อตั้งแต่บ้านจนถึงโรงเรียน การใช้สื่อมีความเข้มข้นมากขึ้นในครอบครัวระดับกลาง เนื่องจากการเข้าถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ง่ายขึ้นเพราะมีราคาถูกลง สมาชิกในครอบครัวต่างมีอุปกรณ์ของตนเองในการบริโภคสื่อ พ่อแม่และลูกต่างคนต่างใช้สื่อในช่องทางที่ชื่นชอบ พ่อแม่มักให้ลูกใช้โทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ตเพื่อความสะดวกสบาย ทำให้การเลี้ยงลูกด้วยสื่อดิจิทัลกลายเป็นเรื่องปกติ การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและการปรับตัวของครอบครัวในยุคดิจิทัล เนื่องด้วยสื่อในปัจจุบันมีความหลากหลาย สมาชิกในครอบครัวแต่ละช่วงวัยสามารถเลือกสื่อที่ตรงกับความต้องการของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง ไม่มีที่สิ้นสุด โดยไม่ต้องใช้ระยะเวลาในการรอคอยเฉกเช่นเดียวกับการรอชมรายการจากโทรทัศน์ในอดีต นอกจากนี้ การที่แต่ละบุคคลมีอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีส่วนตัวทำให้ความสัมพันธ์ในครอบครัวเปลี่ยนแปลงไป ทั้งในทางบวกและทางลบ ในทางบวก การมีอุปกรณ์ส่วนตัวช่วยลดความขัดแย้งจากการแย่งชิงพื้นที่หน้าจอโทรทัศน์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีต แต่ในทางลบ การใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีส่วนตัวกลับทำให้สมาชิกในครอบครัวมีความเป็นปัจเจกมากขึ้น และเมื่ออุปกรณ์ทางเทคโนโลยีนั้นถูกนำไปเชื่อมต่อกับหูฟังส่วนตัว การสื่อสารในเรื่องราวต่าง ๆ ภายในบ้านก็ลดความสำคัญลงเช่นเดียวกัน

4.4.3 เด็กใช้สื่อตามลำพัง ปราศจากการสอดส่องดูแล

การที่เด็กใช้สื่อตามลำพัง ปราศจากการสอดส่องดูแลโดยพ่อแม่ ผู้ปกครอง เป็นประเด็นที่น่าเป็นห่วงอย่างยิ่ง การเลี้ยงเด็กด้วยสื่อมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน เช่น จากเดิมที่พ่อแม่อาจให้ลูกดูโทรทัศน์ขณะที่ผู้ใหญ่ทำกิจกรรมอย่างอื่น ซึ่งเด็กยังสามารถอยู่ในสายตาและกำกับดูแลได้ ปัจจุบันพ่อแม่มักให้ลูกใช้โทรศัพท์มือถือแทน และเด็กสามารถใช้โทรศัพท์มือถือได้อย่างเชี่ยวชาญ ทำให้เด็กสามารถเข้าถึงเนื้อหาสื่อต่าง ๆ ได้เอง โดยปราศจากการควบคุมดูแล ผู้ปกครองอาจมีความไว้วางใจสื่อมากเกินไป ส่งผลให้เด็กซึมซับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถืออย่างรวดเร็ว สื่อออนไลน์มีพลังสูงมากและสามารถเข้าถึงได้อย่างอิสระ โดยเฉพาะเด็กที่ไม่ได้อาศัยอยู่กับพ่อแม่ ตามข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติและองค์การยูนิเซฟ พบว่าเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 25 ไม่ได้อยู่กับพ่อแม่ ซึ่งสะท้อนถึงการขาดการดูแลที่เหมาะสม แม้ว่าเด็กจะอยู่กับพ่อแม่ ก็อาจถูกปล่อยปละละเลยให้เข้าถึงสื่อได้ด้วยตนเอง ผู้ดูแลเด็กอาจไม่ใช่พ่อแม่ แต่เป็นผู้ที่ยุ่งกับการทำงานบ้าน จึงให้โทรศัพท์มือถือเด็กดูเพื่อลดภาระ ปัจจุบันนี้พ่อแม่ไม่ได้เลี้ยงลูกเอง ครอบครัวข้ามรุ่นเป็นปรากฏการณ์ที่พ่อแม่เลี้ยงเดี่ยวหรือส่งลูกไปอยู่กับปู่ย่าตายาย และชดเชยด้วยการให้มือถือเพื่อลดภาระในการดูแลเด็ก ซึ่งเป็นจุดที่น่าห่วงใยในสังคมปัจจุบัน

4.4.4 ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสื่อและข้อมูลข่าวสาร

การเข้าถึงสื่อในครอบครัวมีความไม่เท่าเทียมกันระหว่างครอบครัวที่มีสถานะทางเศรษฐกิจต่างกัน ครอบครัวที่มีกำลังทรัพย์พอสามารถครอบครองอุปกรณ์การสื่อสารและอุปกรณ์ทางเทคโนโลยี และเข้าถึงบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้มากกว่า ในขณะที่ครอบครัวที่มีกำลังทรัพย์น้อยกว่าอาจประสบกับข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อและข้อมูล ซึ่งสะท้อนถึงความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงสื่อและข้อมูล การสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงสื่อโดยเฉพาะสำหรับเด็กหญิงจากครอบครัวยากจนเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้พวกเขามีโอกาสใช้สื่อในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและอาชีพ การให้ความรู้และการสนับสนุนในการใช้แอปพลิเคชันที่เป็นประโยชน์ เช่น แอปพลิเคชันที่เกี่ยวกับสวัสดิการสังคม จะช่วยลดความเหลื่อมล้ำและเพิ่มโอกาสให้กับเด็กหญิงในครอบครัวยากจน

4.4.5 แนวโน้มการใช้สื่อในอนาคต

ในอนาคต แนวโน้มการใช้สื่อในครอบครัวคาดว่าจะมีความหลากหลายและมีบทบาทสำคัญยิ่งขึ้นในการกำหนดกระแสต่าง ๆ ในสังคม โดยสื่อจะเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อเหตุการณ์และการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับชั่วโมงและนาที เนื่องจากการเข้าถึงสื่อที่หลากหลายและรวดเร็ว ทำให้ผู้คนสามารถติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ทันที ตัวอย่างเช่น สถานการณ์ที่กระตุ้นให้เกิดการถกเถียงหรือการแบ่งฝ่ายในเรื่องต่าง ๆ เช่น การเมือง การศึกษา หรือสังคมบันเทิง ซึ่งข้อมูลที่หลากหลายและมีข้อเท็จจริงที่แตกต่างกันในเรื่องเดียวกันสามารถสร้างความขัดแย้งและการตอบสนองที่รวดเร็วมากกว่าในอดีต นอกจากนี้ การที่บุคคลสามารถเข้าถึงข้อมูลอย่างต่อเนื่องทำให้มีความรู้สึกเชื่อมโยงและร่วมรับรู้กับเหตุการณ์ต่าง ๆ แม้ว่าสิ่งที่เกิดขึ้นอาจไม่เกี่ยวข้องกับตนเองโดยตรง

ปัญหาที่น่ากังวลอีกประการหนึ่งคือผลกระทบต่อสุขภาพจิตจากการรับข้อมูลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น การติดตามข่าวเหตุการณ์ที่สำคัญหรือข่าวของคนดังที่มีความดราม่าสามารถทำให้บุคคลรู้สึกเหมือนตนเองเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์นั้น ซึ่งเมื่อรวมกับความตึงเครียดจากการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น ปัญหาทางการเงินหรือความขัดแย้งในครอบครัว อาจส่งผลให้เกิดปัญหาทางจิตใจโดยที่บุคคลไม่รู้ตัว ดังนั้น การรับรู้และจัดการกับผลกระทบทางจิตใจที่เกิดจากการใช้สื่ออย่างต่อเนื่องและหลากหลายจะเป็นสิ่งสำคัญเพื่อป้องกันภัยที่อาจเกิดขึ้นทั้งต่อตนเองและผู้อื่นในสังคม

4.5 ผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติในครอบครัว

“ปัจจุบันนี้ ในครอบครัวทุกคนจะใช้มือถือ และทุกคนจะมี react [มีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ] กับมือถือเท่านั้น และก็ใช้กับเพื่อน ๆ ในสังคมอีกแบบนี้ ... มันคือต่างคนต่างอยู่ ทุกคนเข้าถึงสื่อด้วยตัวเอง อย่างเช่นสื่อออนไลน์ ดังนั้น การที่ครอบครัวจะมาปฏิสัมพันธ์มันน้อยต่างคนต่างไปในโลกที่ตัวเองต้องการ ยุคนี้ความสัมพันธ์ในครอบครัวไม่มีอยู่จริง”

(สุไลพร ชลวิไล, สนทนากลุ่ม 7 มีนาคม 2567)

4.5.1 ผลกระทบต่อความสัมพันธ์ในครอบครัว

การเสพสื่อในบริบทครอบครัวมีแนวโน้มที่จะเป็นปัจเจกบุคคลมากขึ้น ส่งผลให้การใช้เวลาร่วมกันของสมาชิกในครอบครัวลดลง เดิมทีการรวมตัวกันดูโทรทัศน์หรือพูดคุยระหว่างมื้ออาหารเป็นกิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันการเสพสื่อมีลักษณะเป็นปัจเจกบุคคลมากขึ้น การมีพื้นที่ส่วนตัวในการใช้สื่อทำให้สมาชิกในครอบครัวไม่ทราบถึงกิจกรรมการใช้สื่อของกันและกัน ซึ่งอาจทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในครอบครัวลดลง

การใช้เทคโนโลยีส่วนบุคคล เช่น โทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต ทำให้แต่ละคนสามารถเข้าถึงสื่อที่ต้องการได้ตามความสนใจของตนเอง นอกจากนั้น ยังพบกรณีที่เด็กใช้เครื่องมือสื่อสารที่เป็นของผู้ใหญ่เพื่อเข้าถึงเนื้อหาสื่อ ซึ่งมีอัลกอริทึมการแนะนำที่เฉพาะตัว ทำให้เด็กสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่อาจไม่เหมาะสมกับเด็กได้ง่าย การติดโทรศัพท์มือถือและโซเชียลมีเดียของทั้งเด็กและผู้ใหญ่ส่งผลให้ไม่มีเวลาที่จะใช้ร่วมกันอย่างมีคุณภาพ การเรียนรู้ของเด็กจึงเปลี่ยนแปลงไป โดยที่เด็กได้รับข้อมูลจากสื่อออนไลน์มากขึ้นแทนที่จะเรียนรู้จากพ่อแม่ ผู้ปกครอง

ในสภาวะปัจจุบัน สมาชิกในครอบครัวมักใช้โทรศัพท์มือถือและมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อดิจิทัลเท่านั้น ส่งผลให้ปฏิสัมพันธ์ในครอบครัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ครอบครัวจึงขาดเวลาคุณภาพในการทำกิจกรรมร่วมกัน เด็กถูกส่งเข้าสู่ระบบการศึกษาอย่างรวดเร็ว เช่น การเรียนที่เนอสเซอรี่หรือสถานอนุบาล ทำให้พ่อแม่มีเวลาน้อยลงในการดูแลลูกอย่างใกล้ชิด

ในปัจจุบัน สมาชิกในครอบครัวใช้สื่อออนไลน์ตามความสนใจของตนเอง ส่งผลให้ความสัมพันธ์ในครอบครัวลดลง การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนถึงความท้าทายในการรักษาความสัมพันธ์และการปฏิสัมพันธ์ที่มีคุณภาพในยุคดิจิทัล

4.5.2 ผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน: พฤติกรรมการใช้ความรุนแรง

การบริโภคสื่อที่มีเนื้อหารุนแรงอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เด็กมีแนวโน้มที่จะเลียนแบบพฤติกรรมที่เห็นในสื่อ ทำให้การกระทำความรุนแรงกลายเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับเด็กและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและการพัฒนาทางจิตใจของเด็ก การแพร่กระจายของสื่อในครอบครัวในปัจจุบันมีลักษณะที่รวดเร็ว รุนแรง และชัดเจนมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การที่คนมีชื่อเสียงฆ่าตัวตายและมีผู้เลียนแบบตามมา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลกระทบที่รุนแรงของสื่อ คนทั่วไปไม่ตระหนักถึงวิธีคิดทางลบที่สื่อสร้างขึ้น กรณีการรุมโทรมเด็กวัยรุ่นซี้ให้เห็นว่าผู้กระทำการมองว่าการกระทำของตนเป็นเรื่องปกติและยอมรับได้ เช่นเดียวกับกรณีเด็กวัยรุ่นซี้ที่ยังคนที่พารากอนที่ซี้ให้เห็นถึงปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการกระทำความรุนแรง รวมถึงการเข้าถึงอาวุธได้ง่ายและความสัมพันธ์ในครอบครัวที่ไม่สมดุล การที่เด็กใช้สื่อเพื่อแสดงความเป็นตัวตนของเขา ก่อนเกิดเหตุการณ์รุนแรงยังชี้ให้เห็นว่าผู้คนมองข้ามพฤติกรรมที่เป็นอันตรายที่แสดงออกในสื่อ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องควบคุมการบริโภคสื่อของเด็กอย่างใกล้ชิด สอนจริยธรรมและความรับผิดชอบในการบริโภคสื่อ และสร้างสรรค์สื่อที่มีคุณภาพเพื่อลดผลกระทบของสื่อรุนแรงในระยะยาว

4.5.3 ผลกระทบต่อพัฒนาการของเด็ก

ผลกระทบของสื่อดิจิทัลต่อพัฒนาการของเด็กเล็กและสมองเป็นประเด็นที่น่าห่วงอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้ปกครองขาดการชี้แนะหรือความรู้เกี่ยวกับโทษของการใช้สื่อดิจิทัลในการเลี้ยงดูเด็กเล็ก นักวิชาการหลายคนชี้ให้เห็นว่าการใช้สื่อดิจิทัลกับเด็กเล็กส่งผลกระทบต่อสมองและความคิดของเด็กในทางที่ไม่ดี ซึ่งเป็นเรื่องที่คนทำสื่อครอบครัวต้องตระหนักถึง นอกจากนี้ ในกรณีของเด็กที่เป็นออทิสติกเทียมเมื่อได้รับชมสื่ออย่างต่อเนื่องโดยขาดการดูแล พบว่าเด็กมีปัญหาด้านการสื่อสาร เมื่อตระหนักถึงปัญหานี้ ผู้ปกครองได้เปลี่ยนวิธีการเลี้ยงดูโดยลดการใช้สื่อและเน้นการสื่อสารโดยตรง เช่น การเล่านิทานและพูดคุยกับเด็กอย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์ที่ได้คือเด็กมีพัฒนาการที่ดีขึ้นในเวลาอันสั้น การนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารและการใช้เวลาอย่างมีคุณภาพกับเด็ก มากกว่าการปล่อยให้เด็กใช้เวลาอยู่กับสื่อเพียงลำพัง นอกจากนี้ การที่ผู้ปกครองไม่ใช้เวลาอยู่กับเด็กเพียงพอยังส่งผลให้เด็กไม่ได้รับการพัฒนาทางจิตใจอย่างเต็มที่ ทำให้เด็กขาดทักษะในการสร้างความสัมพันธ์และการสื่อสารในอนาคต ความสำคัญของการใช้สื่ออย่างเหมาะสมและการสอนจริยธรรมผ่านสื่อยังเป็นประเด็นสำคัญที่ควรได้รับการพิจารณา ผู้ปกครองควรมีความรู้ทางจิตวิทยาเพื่อเข้าใจพฤติกรรมของเด็ก และสามารถสอนให้เด็กเรียนรู้ที่จะใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และมีความรับผิดชอบ เมื่อครอบครัวมีการสื่อสารที่ดีและมีการใช้สื่ออย่างเหมาะสม เด็กจะมีพัฒนาการที่ดีและสามารถเผชิญกับสังคมที่มีความซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.5.4 ผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน: สุขภาพจิตและภาวะซึมเศร้า

เด็กส่วนใหญ่ยังขาดความตระหนักรู้เกี่ยวกับการเลือกรับสื่อที่ถูกต้อง เนื่องจากวัฒนธรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หากไม่มีการชี้แนะและการสอนให้เด็กสามารถเลือกรับสื่ออย่างเหมาะสม การบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบในทางลบได้อย่างมาก การที่เด็กอยู่กับสื่อออนไลน์คนเดียว โดยไม่มีการดูแลหรือแนะนำจากผู้ปกครอง ทำให้เด็กมีแนวโน้มที่จะติดเกม ซึ่งเป็นปัญหาที่หลายฝ่าย

ได้กล่าวถึง นอกจากนี้ การใช้เวลาอยู่กับสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่องและขาดการเชื่อมต่อทางสังคมอาจนำไปสู่ภาวะซึมเศร้าในเด็กได้ การเรียนรู้และการจินตนาการไปกับสื่อออนไลน์เป็นเรื่องที่สำคัญ แต่หากไม่มีการควบคุมที่เหมาะสมก็อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตของเด็กได้ หนึ่งในสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดอาการซึมเศร้า คือ ความคาดหวังที่ไม่สมหวังและการที่ไม่สามารถรอคอยได้ สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่าการที่เด็กใช้เวลาอยู่กับสื่อออนไลน์มากเกินไป โดยไม่มีการเชื่อมโยงกับโลกภายนอก สามารถทำให้เด็กมีความคาดหวังที่ไม่สมจริง และเมื่อไม่สามารถรอคอยหรือสมหวังตามที่ต้องการ อาการซึมเศร้าก็อาจเกิดขึ้นได้

4.5.5 ผลกระทบของการใช้สื่อดิจิทัลต่อเด็กและเยาวชน

เด็กส่วนใหญ่ยังขาดความตระหนักรู้และความสามารถในการเลือกรับสื่อที่ถูกต้อง เนื่องจากวัฒนธรรมการใช้สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การที่เด็กอยู่กับสื่อออนไลน์เพียงลำพังสามารถนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ เช่น การติดเกมและภาวะซึมเศร้า เด็กที่ใช้เวลามากเกินไปกับสื่อออนไลน์อาจพบว่าตนเองมีปัญหาด้านจินตนาการและการรับรู้ที่บิดเบือน

จากการทำงานร่วมกับเด็กและเยาวชน ปัญหาหลักที่พบจากการสำรวจโดยสมัชชาเด็กและเยาวชนซึ่งรวบรวมข้อมูลจากทั่วประเทศประมาณ 30,000 ชุด คือ การใช้สื่อออนไลน์ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและสภาพจิตใจของเด็กและเยาวชน ประเด็นแรกที่พบคือการกลั่นแกล้งรังแกออนไลน์ (cyberbullying) และการล้อเลียนที่ส่งผลกระทบต่อความรุนแรงทางจิตใจ ข้อมูลนี้ได้รับการยืนยันจากการสำรวจโดยสมัชชาเด็กและเยาวชนที่พบว่าเด็กกว่า 53% ประสบปัญหานี้ ปัญหาอื่น ๆ ที่สำรวจพบคือการพนันออนไลน์และการติดเกม ซึ่งสะท้อนถึงความรุนแรงที่เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชนจากการใช้สื่อออนไลน์ ปัญหาเหล่านี้ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของเด็ก แต่ยังสามารถนำไปสู่การเสพติดและปัญหาทางจิตที่รุนแรงขึ้นในอนาคต ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งที่เชื่อมโยงกับการใช้สื่อออนไลน์คือการคุกคามทางเพศ ซึ่งเป็นปัญหาที่มีผลกระทบในวงกว้างต่อเด็กและเยาวชนทั่วประเทศ การใช้สื่อออนไลน์โดยไม่มีการควบคุมหรือแนะนำที่เหมาะสมทำให้เด็กและเยาวชนเสี่ยงต่อการถูกคุกคามทางเพศมากขึ้น

4.5.6 เนื้อหาสื่อผลิตซ้ำเจตคติความไม่เสมอภาคระหว่างเพศ

เนื้อหาของสื่อมวลชน โดยเฉพาะในช่วงที่สื่อยังเป็นระบบอนาล็อก เช่น ช่อง 3, 5, 7 และ 9 มักนำเสนอข่าวที่ขาดคุณภาพและไม่ได้สร้างความเข้าใจเชิงลึกต่อสังคม ตัวอย่างเช่น เมื่อรายงานข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงที่ถูกข่มขืนหรือประสบความรุนแรงทางเพศ มักเกิดคำถามว่าทำไมเหยื่อไม่หลีกเลี่ยงสถานการณ์เหล่านั้น ทำให้ขาดการอธิบายเชิงเหตุผลว่าทำไมเหตุการณ์ดังกล่าวถึงเกิดขึ้น การรายงานเช่นนี้ไม่ได้ช่วยสร้างความรู้หรือเปลี่ยนแปลงเจตคติของสังคม แต่กลับไปส่งเสริมค่านิยมเชิงวัฒนธรรมที่ตีตราผู้หญิงในทางลบ นอกจากนี้ เมื่อมีข่าวที่แม่ทิ้งลูก มักใช้คำว่า "แม่ใจยักษ์" โดยที่ไม่อธิบายสาเหตุเชิงลึกที่ทำให้ผู้หญิงตัดสินใจเช่นนั้น

นอกจากนี้ ละครโทรทัศน์ยังคงผลิตซ้ำภาพเหมารวมบทบาทของผู้หญิงและผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) เช่น ภาพผู้หญิงที่ทำร้ายกันเพื่อแย่งชิงผู้ชาย หรือภาพของกะเทยที่ต้องเป็นตัวตลก โดยเฉพาะละครที่เนื้อหาเน้นไปที่เรื่องชิงรักหักสวาทและการตบตีแย่งชิงผู้ชาย ทำให้เห็นว่าละครส่วนใหญ่ยังไม่พัฒนาไปจากเดิม แม้จะมีละครบางเรื่องเช่น "มาตาลดา" ที่มีเนื้อหาค่อนข้างเชิงบวก แต่ละครส่วนใหญ่

ยังคงยึดติดกับภาพเก่า ๆ นอกจากนี้ ผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศยังถูกนำเสนอในบทบาทที่จำกัด และมักเป็น ตัวเด่นเฉพาะในละครที่สร้างมาเพื่อพวกเขาเท่านั้น

การยอมรับเรื่องความเท่าเทียมทางเพศในครอบครัวมีมากขึ้น แต่ด้วยความที่สื่อมีความรวดเร็ว มากขึ้น การเสพสื่อเร็วมากขึ้น บางครั้งทำให้การยอมรับและการส่งเสริมเรื่องความเท่าเทียมทางเพศเกินขอบเขต จนกลายเป็นปัญหา เช่น ในด็กต็อกที่พ่อแม่สนับสนุนลูกที่เป็น LGBT ในการทาลิปสติกและใส่ชุดเดินแบบ ซึ่งบางครั้งอาจเกินความพอดี ความพอดีในการส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศจึงเป็นเรื่องที่ควรพิจารณา อย่างรอบคอบ เพื่อไม่ให้เกิดความเหยียดหรือการส่งเสริมที่เกินขอบเขต

4.5.7 ผลกระทบในเชิงบวกของสื่อต่อเด็กและครอบครัว

การใช้สื่อออนไลน์มีผลกระทบในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์ ในครอบครัวและการเรียนรู้ของเด็ก หนึ่งในประโยชน์สำคัญคือการเพิ่มความใกล้ชิดและการสื่อสารระหว่าง สมาชิกในครอบครัว สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, LINE, Instagram, Twitter และ TikTok ช่วยให้สมาชิก ในครอบครัวสามารถติดต่อและแบ่งปันความทรงจำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น การใช้ Facebook ไม่เพียงแค่ว่าเพื่อติดตามข่าวสารเท่านั้น แต่ยังใช้เพื่อแบ่งปันความทรงจำกับครอบครัว ทำให้ความสัมพันธ์ ในครอบครัวแน่นแฟ้นขึ้น

การใช้ LINE กลุ่มภายในครอบครัวยังช่วยให้สามารถสื่อสารและแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ได้อย่างรวดเร็ว การสื่อสารในกลุ่ม LINE ทำให้สมาชิกในครอบครัวสามารถสนทนาและแบ่งปันเรื่องราว ประจำวันกันได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความเข้าใจและความใกล้ชิดระหว่างสมาชิกในครอบครัวมากขึ้น นอกจากนี้ การที่พ่อแม่หรือผู้ใหญ่ส่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้ลูกผ่าน Facebook หรือ LINE ยังช่วยเสริมสร้าง การเรียนรู้และการสนทนาในครอบครัว ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการเรียนรู้ร่วมกัน

ในด้านการเรียนรู้ การใช้สื่อออนไลน์ช่วยให้เด็กสามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษและพัฒนาทักษะ ทางภาษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ การติดตามข่าวสารและข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เด็กสามารถฝึกฝน การอ่านและการเข้าใจเนื้อหาภาษาอังกฤษได้ดีขึ้น ตัวอย่างเช่น การใช้ Twitter เพื่ออ่านข่าวสาร แม้ว่าจะไม่ แสดงความคิดเห็น แต่การอ่านเนื้อหาภาษาอังกฤษจะช่วยเสริมสร้างทักษะการอ่านและการเข้าใจภาษา นอกจากนี้ การใช้ Instagram เพื่อเก็บรูปภาพความทรงจำและการใช้ TikTok เพื่อคลายเครียดยังช่วยให้เด็ก มีการผ่อนคลายและสร้างสมดุลในชีวิตประจำวัน

การที่เด็กได้รับคำแนะนำในการอ่านหนังสือจาก Twitter และต่อมาไปซื้อหนังสือมาอ่าน ยังเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้นอกห้องเรียนและการพัฒนานิสัยการอ่าน การอ่านหนังสือช่วยเสริมสร้างความรู้ และทักษะในการคิดวิเคราะห์ ซึ่งเป็นทักษะสำคัญในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง

สรุปได้ว่า การใช้สื่อออนไลน์ไม่เพียงแต่มีผลกระทบในเชิงบวกต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์ ในครอบครัว แต่ยังช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้และพัฒนาทักษะต่าง ๆ ของเด็ก การใช้สื่ออย่างมีสติและการได้รับ การแนะนำที่เหมาะสมจากผู้ปกครองทำให้สื่อออนไลน์กลายเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์และสร้างสรรค์สำหรับเด็กและครอบครัว

4.6 สรุป

บทที่ 4 ของงานวิจัยนี้ว่าด้วยสถานการณ์การใช้สื่อในครอบครัวและผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ได้วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อจากสื่อดั้งเดิมไปสู่สื่อดิจิทัลที่มีบทบาทสำคัญในครอบครัวไทย การเข้าถึงสื่อดิจิทัลที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในเด็กและเยาวชน ทำให้เกิดทั้งผลกระทบทางบวกและลบต่อการสื่อสารภายในครอบครัว การใช้สื่ออย่างเหมาะสมสามารถช่วยสร้างความเข้าใจและการเคารพต่อความเสมอภาคทางเพศได้ ในขณะที่การใช้สื่ออย่างไม่เหมาะสมอาจส่งผลให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่ดี รวมถึงการก่อให้เกิดความรุนแรงและความขัดแย้งในครอบครัว

การใช้สื่อที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างครอบครัวที่มีสถานะทางเศรษฐกิจต่างกันยังเป็นปัจจัยที่เพิ่มความเหลื่อมล้ำในสังคม การผลิตสื่อที่ส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศจึงต้องคำนึงถึงการเข้าถึงของทุกครอบครัวอย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบครอบครัวในสังคมปัจจุบัน เช่น ครอบครัวที่มีพ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว ครอบครัวที่มีคู่รักเพศเดียวกัน หรือครอบครัวที่มีสมาชิกหลายรุ่น อาจทำให้การใช้สื่อในครอบครัวมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น การออกแบบสื่อที่คำนึงถึงความหลากหลายของรูปแบบครอบครัวจึงมีความสำคัญ เพื่อให้แน่ใจว่าสื่อที่ใช้จะสามารถเข้าถึงและตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกทุกคนในครอบครัวได้อย่างเท่าเทียมและมีประสิทธิภาพ

บทที่ 5

แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

สื่อสร้างสรรค์ (Creative Media) หมายถึง สื่อที่ถูกออกแบบและสร้างขึ้นโดยเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นหัวใจหลักในการสื่อสาร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารในทางบวก ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการใช้ศิลปะหรือความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการใช้นิทรรศการที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับบริบทของสังคม เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักรู้ในประเด็นสำคัญทางสังคม สื่อสร้างสรรค์จึงเป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือหลักในการผลักดันการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ส่งเสริมความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ และสร้างความตระหนักรู้ในวงกว้างโดยสื่อเหล่านี้อาจรวมถึงสื่อภาพยนตร์ แอนิเมชัน วิดีโอคลิป การรณรงค์ออนไลน์ หรือเกม ที่นำเสนอเนื้อหาผ่านวิธีการที่น่าสนใจ แปลกใหม่ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

สื่อสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว โดยการนำเสนอเรื่องราวที่ทำลายขนบธรรมเนียมและค่านิยมเดิม ๆ เปิดโอกาสให้เกิดการตั้งคำถาม การเรียนรู้ และการสนทนาเกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศ สื่อสร้างสรรค์ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ในการสื่อสาร แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยนำเสนอเนื้อหาที่มีความเป็นกลาง สร้างความเข้าใจ และเคารพในความแตกต่างหลากหลายทางเพศ วัฒนธรรม และสังคม การใช้สื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศจึงเป็นการใช้พลังของสื่อในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความเท่าเทียมทางเพศ การยอมรับความหลากหลาย และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว สื่อสร้างสรรค์นี้ยังสามารถกระตุ้นให้เกิดการพูดคุยในครอบครัวอย่างสร้างสรรค์และเคารพซึ่งกันและกัน นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญและยั่งยืนในสังคม

5.1 บทบาทของสื่อในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

สื่อมีบทบาทสำคัญในการสร้างทัศนคติและแนวทางปฏิบัติในสังคม ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ในยุคดิจิทัลที่การเข้าถึงข้อมูลมีความสะดวกสบายและรวดเร็ว สื่อมีอิทธิพลต่อการพัฒนาค่านิยมและทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคทางเพศมากยิ่งขึ้น ดังนั้นสื่อจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างแบบอย่างที่ดี การให้ความรู้ การกระตุ้นการสนทนา การลดทอนอคติ และการเลือกปฏิบัติ รวมถึงการสร้างความรู้เรื่องบทบาทของเพศในครอบครัว

5.1.1 การสร้างแบบอย่างที่ดีและเท่าเทียม

มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศในครอบครัว โดยการนำเสนอภาพลักษณ์ที่เท่าเทียมกันของบทบาทผู้หญิงและผู้ชายในทุกด้าน เช่น การทำงาน การเลี้ยงดูครอบครัว และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะ การสร้างแบบอย่างที่ดีในสื่อสามารถช่วยให้ครอบครัวเห็นภาพที่ชัดเจนของความเท่าเทียม และนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ ตัวอย่างเช่น รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอครอบครัว

ที่ทั้งพ่อและแม่แบ่งหน้าที่กันในการดูแลลูกหรือทำงานบ้านอย่างเท่าเทียม จะช่วยเปลี่ยนทัศนคติและค่านิยมในครอบครัวที่มองว่าหน้าที่เหล่านี้เป็นของเพศใดเพศหนึ่งโดยเฉพาะ นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น แพลตฟอร์มที่แบ่งปันประสบการณ์จากผู้ปกครองที่แสดงบทบาทที่เท่าเทียมกันในการเลี้ยงดูลูกหรือการทำงาน สามารถเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้บริโภคนำแนวคิดนี้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตาม การผลิตสื่อเหล่านี้ต้องคำนึงถึงการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและไม่เสริมสร้างค่านิยมที่กดทับหรือสร้างความไม่เท่าเทียมทางเพศ การใช้สื่อที่สร้างสรรค์และมีเนื้อหาที่เหมาะสม จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในครอบครัว พร้อมทั้งสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมที่ส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศในระยะยาว

5.1.2 การให้ความรู้และเสริมสร้างความเข้าใจ

สื่อมีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้และเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศแก่ครอบครัวผ่านการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ ซึ่งครอบคลุมถึงสิทธิเสรีภาพของเพศที่แตกต่างกัน การจัดการความขัดแย้งภายในครอบครัว และการส่งเสริมบทบาทที่หลากหลาย ตัวอย่างเช่น รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเรื่องราวของครอบครัวที่สนับสนุนความเสมอภาคในการแบ่งหน้าที่ดูแลบ้านและลูก ระหว่างผู้ปกครองทั้งชายและหญิง โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่สมาชิกในครอบครัวมีการสนทนาอย่างเปิดเผยเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของตนในครอบครัว นอกจากนี้ สื่ออย่างภาพยนตร์หรือซีรีส์ที่มีการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงและผู้ชายที่เป็นผู้นำในที่ทำงาน รวมถึงการรับผิดชอบหน้าที่ในบ้านร่วมกัน ก็ช่วยลดทอนความเชื่อเรื่องบทบาทที่จำกัดของเพศได้เช่นกัน การให้ความรู้ในลักษณะนี้ทำให้สมาชิกในครอบครัวมีความเข้าใจลึกซึ้งขึ้น และส่งเสริมให้พวกเขาปฏิบัติต่อกันด้วยความเคารพและเท่าเทียมในชีวิตประจำวัน

5.1.3 การกระตุ้นให้เกิดการสนทนาในครอบครัว

สื่อมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดบทสนทนาในครอบครัว ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ ผ่านการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับปัญหาความเสมอภาคทางเพศ สื่อสามารถเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการเปิดประเด็นที่อาจเป็นเรื่องยากหรือซับซ้อนในการพูดคุยภายในครอบครัว เช่น การนำเสนอเรื่องราวที่สะท้อนถึงประสบการณ์ของบุคคลที่เผชิญกับความไม่เท่าเทียมทางเพศ หรือการรายงานข่าวสารเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวเพื่อสิทธิสตรีและเพศทางเลือกในสังคม ตัวอย่างเช่น การ์ตูนแอนิเมชันของไทยที่เน้นความสำคัญของบทบาทผู้หญิงในครอบครัวและสังคม หรือการจัดรายการวิทยุที่เชิญผู้เชี่ยวชาญมาพูดคุยเกี่ยวกับการจัดการความขัดแย้งในครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับบทบาททางเพศ เนื้อหาเหล่านี้สามารถกระตุ้นให้สมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการสนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแบ่งปันประสบการณ์กันได้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความเคารพซึ่งกันและกันในมิติของเพศและบทบาทในครอบครัวอย่างมีนัยสำคัญ

5.1.4 การลดทอนอคติและการเลือกปฏิบัติทางเพศ

สื่อมีบทบาทสำคัญในการลดอคติและการเลือกปฏิบัติทางเพศ โดยสามารถทำได้ผ่านการนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนถึงความหลากหลายทางเพศและการปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม การเลือกใช้ภาษาที่เคารพและไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกด้อยค่าในเนื้อหา เช่น การใช้คำที่เป็นกลางทางเพศ หรือการหลีกเลี่ยงคำพูด ที่มีนัยเชิงลบเกี่ยวกับเพศใดเพศหนึ่ง สามารถช่วยลดอคติในสังคมได้ นอกจากนี้ การนำเสนอเรื่องราวที่แสดงถึงความสำเร็จและบทบาทสำคัญของทุกเพศ ทั้งในเรื่องการทำงาน ความสัมพันธ์ในครอบครัว หรือการมีส่วนร่วมในสังคม ยังสามารถทำให้ผู้ชมเห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้นว่า ทุกคนมีศักยภาพและคุณค่าที่เท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นเพศใด การลดอคติและการเลือกปฏิบัติผ่านสื่อเหล่านี้ช่วยส่งเสริมให้ครอบครัวและสังคมมีทัศนคติที่เปิดกว้างและยอมรับความแตกต่างได้ดียิ่งขึ้น เช่น สารคดีที่นำเสนอชีวิตของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในหลากหลายสาขา ไม่ว่าจะเป็นเพศสภาพหรือรสนิยมทางเพศใดก็ตาม จะทำให้ผู้ชมเห็นถึงความสามารถและคุณค่าของคนทุกคนโดยไม่มองผ่านกรอบของเพศ ซึ่งช่วยให้ครอบครัวที่รับชมมีมุมมองที่เปิดกว้างและปรับทัศนคติให้สอดคล้องกับหลักความเท่าเทียมทางเพศได้มากขึ้น

5.1.5 การสร้างความตระหนักรู้เรื่องบทบาทของเพศในครอบครัว

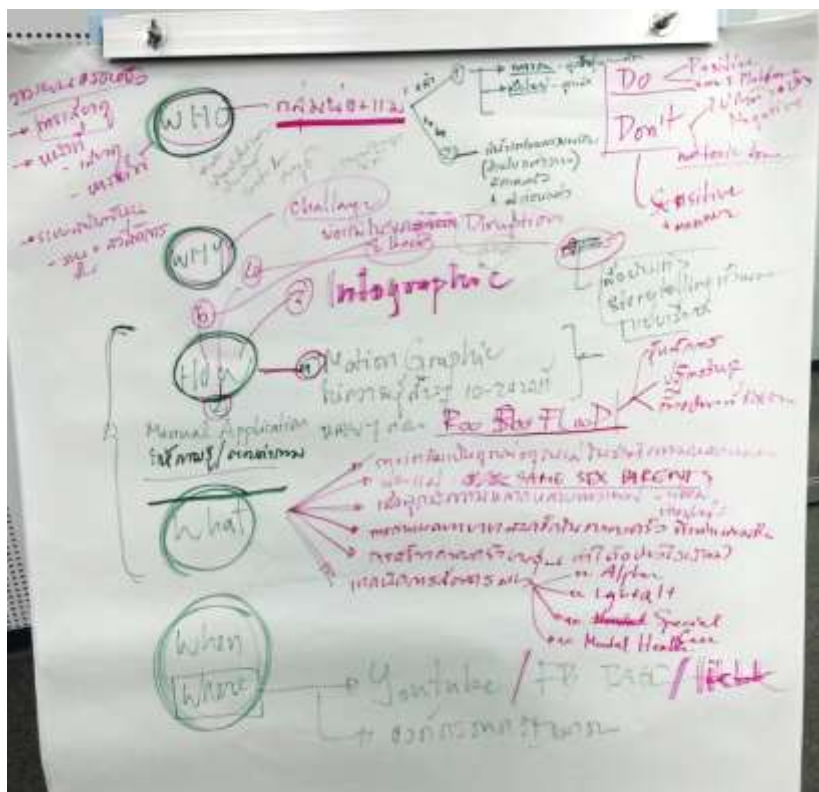
การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับบทบาทของเพศในครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมให้สมาชิกทุกคนเข้าใจและรับรู้ถึงบทบาทที่แตกต่างกันของเพศในสังคม การที่ครอบครัวจะมีความเท่าเทียมและยุติธรรมในเรื่องบทบาทและหน้าที่นั้นจำเป็นต้องเริ่มจากการมีความรู้และการตระหนักถึงความสำคัญของบทบาทเหล่านี้ สื่อสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความตระหนักรู้นี้ได้โดยนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนถึงการแบ่งบทบาททางเพศอย่างเท่าเทียม ตัวอย่างเช่น สื่อที่นำเสนอเรื่องราวของครอบครัวที่แบ่งหน้าที่การทำงานบ้านและการเลี้ยงดูบุตรอย่างเสมอภาค ไม่ยึดติดกับบทบาททางเพศที่เคยเป็นมา เช่น พ่อที่มีบทบาทในการดูแลลูกอย่างใกล้ชิด หรือแม่ที่มีอาชีพการงานที่ประสบความสำเร็จ สื่อเหล่านี้สามารถส่งเสริมให้เห็นว่าการแบ่งบทบาทและความรับผิดชอบไม่จำเป็นต้องยึดติดกับเพศใดเพศหนึ่ง นอกจากนี้ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นการทำงานบ้าน การตัดสินใจในครอบครัว หรือการสนับสนุนกันในด้านอาชีพและการศึกษา จะช่วยให้ครอบครัวเข้าใจถึงคุณค่าของการทำงานร่วมกัน และการสนับสนุนกันอย่างเท่าเทียม ซึ่งในระยะยาวจะนำไปสู่การจัดการบทบาทและความรับผิดชอบในครอบครัวได้อย่างเหมาะสมและยุติธรรม

การใช้สื่อในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวเป็นการสร้างสังคมที่มีความเข้าใจและเคารพในความแตกต่างทางเพศ การผลิตสื่อที่มีคุณภาพและมีความรับผิดชอบจะช่วยสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีในครอบครัวและสังคมโดยรวม

5.2 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์

ในการประชุมเชิงปฏิบัติการที่มุ่งศึกษาผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติเรื่องความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว มีผู้เข้าร่วมประกอบด้วยนักวิชาการด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว ตลอดจนตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ เด็ก และครอบครัว นอกจากนี้ยังมีตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน ภาคเอกชน ผู้เชี่ยวชาญ และนักกิจกรรมที่ทำงานเกี่ยวกับสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว รวม 40 คน เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มย่อยระดมความคิดแนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศในครอบครัว โดยมีประเด็นการอภิปรายหลัก ได้แก่ ลักษณะของสื่อที่ส่งเสริมความเสมอภาค เนื้อหาที่ควรและไม่ควรนำเสนอ กลุ่มเป้าหมายที่ควรเน้น เนื้อหา วิธีการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบของสื่อที่เหมาะสม รวมถึงปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ เพื่อให้สามารถตอบโจทย์การส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการระดมความคิดใน 7 กลุ่มย่อย สามารถสรุปและอภิปรายถึงแนวทางการพัฒนาสื่อที่สามารถสร้างความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวได้อย่างชัดเจน ได้ดังนี้

5.2.1 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์: กลุ่มที่ 1 นักวิชาการและตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ



ภาพประกอบที่ 5.2.1: กลุ่มที่ 1 นักวิชาการและหน่วยงานภาครัฐ

ในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศในครอบครัว มีกรอบแนวคิดหลักที่น่าสนใจในการวางโครงร่างเนื้อหาตามหลักการ "Who, Why, How, What, When, Where" ซึ่งครอบคลุมทุกมิติที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและส่งมอบสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

1) Who: กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลักคือพ่อแม่ แบ่งออกเป็นสองกลุ่มย่อย ได้แก่ (1) พ่อแม่ที่มีบุตรวัยรุ่นถึงวัยโต และ (2) พ่อแม่เมื่อใหม่ที่มีบุตรเล็ก รวมถึงกลุ่มคนที่กำลังเตรียมตัวจะเป็นพ่อแม่ โดยยังครอบคลุมถึงครอบครัวรูปแบบพิเศษ เช่น Single mom/dad, ครอบครัวที่มีพ่อแม่เพศเดียวกัน และครอบครัวที่มีลูกเป็นกลุ่ม LGBTQ+ หรือเด็กที่มีความต้องการพิเศษ

2) Why: ความสำคัญและประโยชน์

ความท้าทายในการเลี้ยงดูบุตรในยุคดิจิทัลส่งผลกระทบต่อพ่อแม่ในหลายมิติ ทั้งการแบ่งสรรบทบาทหน้าที่ภายในครอบครัวที่ไม่เท่าเทียม ปัญหาการจัดสรรเวลาในการดูแลบุตร และการรับมือกับภาวะการเปลี่ยนแปลงโดยฉับพลัน (Disruption) เช่น การใช้สื่อออนไลน์และเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทอย่างมาก ปัญหาดังกล่าวไม่เพียงเกี่ยวข้องกับความเท่าเทียมทางเพศ แต่ยังส่งผลกระทบต่อสวัสดิภาพครอบครัวและคุณภาพชีวิตคู่

3) What: ประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจ

เนื้อหาที่สำคัญได้แก่ การวางแผนครอบครัว การเลี้ยงดูบุตร การจัดสรรหน้าที่ในครอบครัวอย่างเท่าเทียม การเตรียมตัวเป็นพ่อแม่ในบริบทความหลากหลายทางเพศ การสนับสนุนครอบครัวรูปแบบต่าง ๆ และการรับมือกับปัญหาด้านสุขภาพจิต รวมถึงการสร้างความเข้าใจและการสื่อสารกับลูกที่มีความต้องการเฉพาะ เช่น เด็กในกลุ่ม LGBTQ+, เด็กที่มีภาวะออทิสติก, และเด็กที่เผชิญความกดดันจากการคาดหวังในสังคม

4) How: รูปแบบการผลิตสื่อ

การผลิตสื่อเน้นการใช้รูปแบบกราฟิกเคลื่อนไหว (Motion Graphic) ที่เข้าถึงง่ายและกระชับ โดยแบ่งเนื้อหาเป็นตอนสั้น ๆ หลายตอน (EP) เพื่อความต่อเนื่องในการเรียนรู้ อาจมีการพัฒนาแอปพลิเคชันเฉพาะกลุ่มเพื่อให้ข้อมูลและตอบคำถามที่เจาะจงในแต่ละครอบครัว นอกจากนี้ ยังสามารถสกัดเนื้อหาเป็นอินโฟกราฟิกสำหรับเผยแพร่ในสถานที่ต่าง ๆ เช่น โรงเรียน รวมถึงการผลิตสื่อบันทึกที่สอดแทรกเนื้อหาสร้างสรรค์ผ่านการเล่าเรื่อง (Storytelling) พร้อมด้วยการทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) และสื่อออนไลน์เพื่อกระจายความรู้ไปยังแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น YouTube, Facebook Fanpage และ Tiktok

5) When & Where: ช่วงเวลาและสถานที่ในการเผยแพร่สื่อ

การเผยแพร่สื่อสามารถทำได้ทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยเน้นการสื่อสารที่ไม่ก่อให้เกิดผลลบ (Non-toxic tone) และนำเสนอเนื้อหาในท่าทีเชิงบวกที่สามารถสร้างความเข้าใจและแนวทางในการแก้ปัญหาภายในครอบครัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางดังกล่าวมุ่งเน้นให้พ่อแม่สามารถเข้าใจและปรับใช้สื่อในการเลี้ยงดูอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างสภาพแวดล้อมในครอบครัวที่เท่าเทียม และสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของทุกคนในครอบครัวอย่างยั่งยืน

2) กลุ่มเป้าหมายและการออกแบบเนื้อหาให้เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย

กลุ่มเป้าหมายหลักถูกแบ่งออกเป็น 4 ช่วงวัย ได้แก่

- ช่วงเตรียมความพร้อมก่อนแต่งงาน: เน้นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ที่เท่าเทียมกันในชีวิตคู่ เพื่อป้องกันการเกิดความไม่เสมอภาคระหว่างเพศ ตั้งแต่เริ่มต้นสร้างครอบครัว
- ช่วงเตรียมพร้อมเมื่อมีบุตร: มุ่งให้ความรู้เกี่ยวกับการแบ่งสรรหน้าที่ในการเลี้ยงดูบุตรอย่างสมดุล
- ช่วงวัยรุ่น: เน้นการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ และการเคารพสิทธิส่วนบุคคล
- ช่วงผู้สูงวัย: เน้นการใช้สื่อดั้งเดิมที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ เช่น วิทยุหรือละครคุณธรรม

3) การออกแบบสื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย

ในการออกแบบสื่อเพื่อสื่อสารกับแต่ละช่วงวัย ความท้าทายอยู่ที่การเลือกช่องทางและรูปแบบการนำเสนอที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อของแต่ละกลุ่ม ตัวอย่างเช่น:

- ผู้สูงวัย: มักชื่นชอบสื่อที่มาในรูปแบบของละครโทรทัศน์หรือรายการวิทยุ
- วัยรุ่นและวัยทำงาน: มักเสกสื่อผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น YouTube, TikTok หรือพอดแคสต์ (Podcast)
- เด็กเล็ก: การใช้สื่อที่เป็นนิทาน การ์ตูน หรือเพลงที่มีเนื้อหาสอดแทรกคุณธรรม

นอกจากนี้ ความคุ้มค่าของการผลิตสื่อก็เป็นปัจจัยสำคัญ เช่น การผลิตละครคุณธรรมที่สามารถนำไปปรับใช้ในพอดแคสต์หรือรายการวิทยุ เพื่อลดต้นทุนในการผลิต แต่ยังคงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

4) การเลือกผู้เสนอสื่อที่มีอิทธิพลและสร้างแรงบันดาลใจ

การเลือกผู้เสนอสื่อที่มีประสบการณ์ตรงหรือเป็นที่น่าเชื่อถือในสังคม ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น การเลือกผู้ที่เคยประสบปัญหาทางครอบครัวและสามารถผ่านพ้นปัญหาเหล่านั้นได้จริง เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและเป็นแนวทางให้กับผู้รับสาร

5) การบูรณาการสื่อและการเชื่อมโยงในบริบทครอบครัว

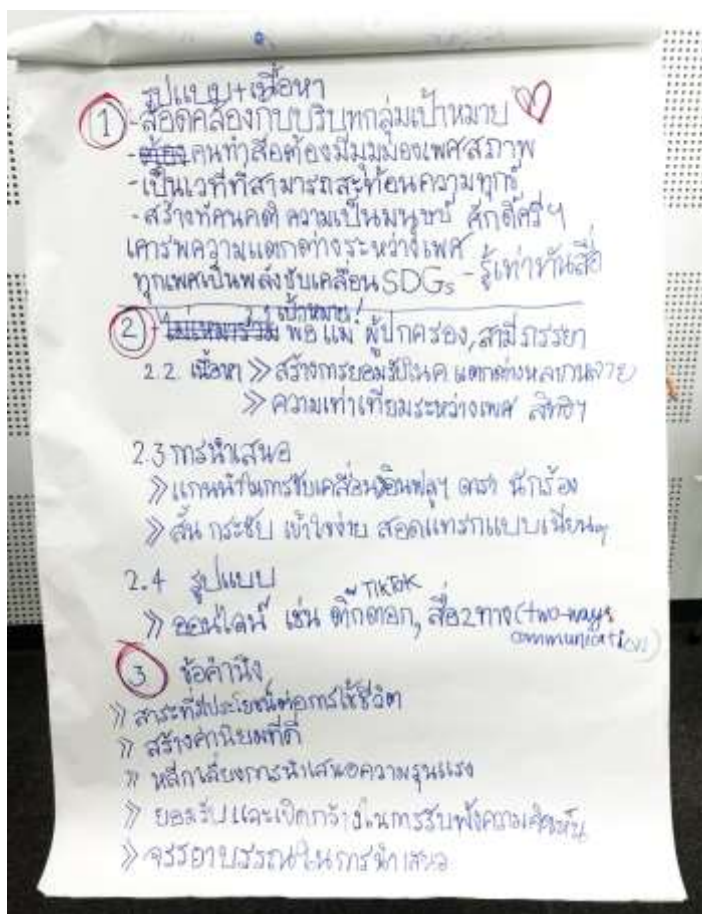
การผลิตสื่อควรมุ่งเน้นการบูรณาการระหว่างสื่อหลายรูปแบบ เพื่อให้สมาชิกในครอบครัวที่มีช่วงวัยต่างกันสามารถมีประเด็นร่วมกันในการสนทนา ตัวอย่างเช่น การใช้หัวข้อเดียวกันในการสร้างเนื้อหาสำหรับสื่อต่าง ๆ แม้ว่าจะอยู่ในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น วัยรุ่นอาจเสกสื่อผ่าน TikTok ขณะที่ผู้สูงวัยอาจรับสารเดียวกันผ่านวิทยุ การเชื่อมโยงเหล่านี้ช่วยลดช่องว่างระหว่างวัย และช่วยสร้างความเข้าใจร่วมกันในครอบครัว

6) ความทันสมัยและความยืดหยุ่นในการนำเสนอเนื้อหา

การเกาะกระแสสังคมและการออกแบบเนื้อหาที่ทันสมัยเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้สื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น โดยเฉพาะในยุคที่สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญ การปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม จะช่วยให้เนื้อหา มีความน่าสนใจและเกิดผลลัพธ์ที่ต้องการ

การสรุปทั้งหมดนี้สะท้อนถึงการออกแบบและผลิตสื่อที่มุ่งเน้นความครอบคลุม ความคุ้มค่า และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยไม่ละเลยถึงความแตกต่างและความหลากหลายของผู้รับสารในสังคม

5.2.3 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์: กลุ่มที่ 3 นักวิชาการและตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ



ภาพประกอบที่ 5.2.3: กลุ่มที่ 3 นักวิชาการและตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ

การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศต้องพิจารณาในหลายมิติ ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา รูปแบบ และข้อควรคำนึง โดยเน้นความสอดคล้องกับบริบทของผู้รับสื่อและแนวคิดในการสร้างสรรค์ที่มีมุมมองเพศสภาพ (Gender Lens) ดังนี้:

1) กลุ่มเป้าหมาย

การระบุกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนช่วยให้การออกแบบสื่อมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยพิจารณาถึงความแตกต่างในด้านเพศ วัย และบทบาทในครอบครัว ซึ่งประกอบด้วย:

- พ่อแม่และผู้ปกครอง: กลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างค่านิยมและการเรียนรู้ของบุตรหลาน การเน้นเนื้อหาที่สอนเรื่องการยอมรับความหลากหลายทางเพศ การเคารพสิทธิของสมาชิกในครอบครัว และการแบ่งหน้าที่ที่เท่าเทียมในชีวิตครอบครัว จึงเป็นสิ่งสำคัญ
- คู่สมรส (สามี/ภรรยา): การสร้างความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ในชีวิตคู่ที่ไม่ยึดติดกับเพศ การส่งเสริมความเคารพซึ่งกันและกัน และการแบ่งภาระหน้าที่อย่างเป็นธรรมจะช่วยลดปัญหาความไม่เท่าเทียมทางเพศในระดับครอบครัว
- วัยรุ่นและเยาวชน: กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เปิดรับความคิดใหม่ ๆ และยังอยู่ในช่วงการพัฒนาทัศนคติ การเน้นเนื้อหาที่เสริมสร้างความเข้าใจในเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ และการเคารพความแตกต่าง จะช่วยปลูกฝังค่านิยมที่ดีต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมที่หลากหลาย

2) เนื้อหา

เนื้อหาที่มีคุณภาพต้องสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และควรคำนึงถึงประเด็นสำคัญต่อไปนี้:

- สร้างการยอมรับในความแตกต่างหลากหลายทางเพศ: เนื้อหาควรนำเสนอให้เห็นว่าทุกคนไม่ว่าจะเป็นเพศไหนมีศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ที่เท่าเทียมกัน การให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิส่วนบุคคลและความหลากหลายทางเพศเป็นหัวใจสำคัญในการสื่อสารเรื่องความเท่าเทียม
- เชื่อมโยงกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs): การพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนต้องการการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นผู้ชาย ผู้หญิง หรือบุคคลที่มีเพศทางเลือก เนื้อหาควรชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากขาดการสนับสนุนจากทุกเพศและวัย
- ส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ: การให้ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาสื่อช่วยให้ผู้รับสารมีความตระหนักรู้และไม่ตกเป็นเหยื่อของการสื่อสารที่อาจบิดเบือนหรือสร้างความเข้าใจผิด

3) รูปแบบการนำเสนอ

การเลือกใช้รูปแบบสื่อต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและเข้าถึงง่ายตามกลุ่มเป้าหมาย:

- แพลตฟอร์มดิจิทัลและสื่อออนไลน์: การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มยอดนิยม เช่น TikTok, YouTube และพอดแคสต์ เหมาะสำหรับกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยการสื่อสารควรสั้น กระชับ และตอบสนองความสนใจที่เปลี่ยนแปลงเร็วของกลุ่มเป้าหมายนี้

- การใช้ผู้มีอิทธิพลในการสื่อสาร (Influencers): การเลือกใช้อินฟลูเอนเซอร์ ดารา หรือนักรื่องที่มีอิทธิพลในการสื่อสารสามารถช่วยขยายการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น นอกจากนี้ การนำเสนอเรื่องราวจากบุคคลที่มีประสบการณ์ตรง เช่น ผู้ที่เคยประสบ ปัญหาความรุนแรงหรือการกดขี่ทางเพศ ช่วยสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ และการมีส่วนร่วมของผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การนำเสนอเนื้อหาอย่างแนบเนียน และไม่ตรงไปตรงมา: การสอดแทรกเนื้อหาในลักษณะ ที่ไม่ได้เน้นการสอนหรือบังคับ เช่น การใช้ละครสั้น เรื่องเล่า หรือการเล่าเรื่องที่ทำให้ผู้รับสาร สามารถเข้าใจประเด็นได้โดยไม่รู้สึกถูกบังคับ จะช่วยให้เนื้อหาถูกยอมรับมากขึ้น

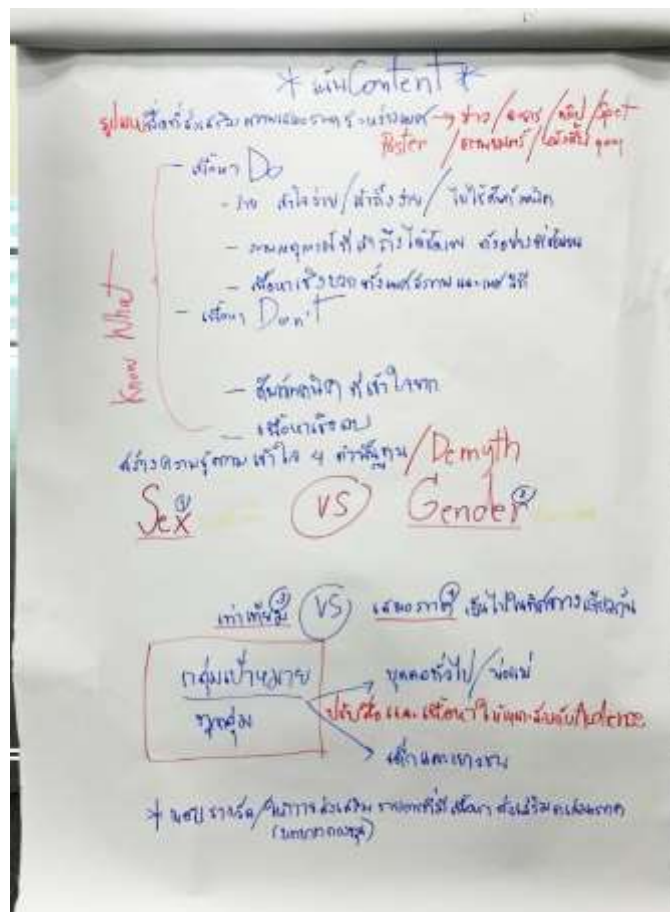
4) ข้อควรคำนึง

การผลิตสื่อที่มีคุณภาพต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีข้อควร คำนึงหลัก ๆ ดังนี้:

- เนื้อหาที่เป็นประโยชน์และสร้างค่านิยมที่ดี: สื่อต้องเน้นประเด็นที่เป็นประโยชน์ และส่งเสริมการใช้ชีวิตที่ดี เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ที่เท่าเทียม ในครอบครัว การให้ความรู้เรื่องสิทธิและศักดิ์ศรีของทุกคนในสังคม
- หลีกเลี่ยงการนำเสนอความรุนแรงและการสร้างความขัดแย้ง: สื่อควรเลี่ยงการสร้าง เนื้อหาที่กระตุ้นความขัดแย้งทางความคิดหรือการนำเสนอที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง การให้ความสำคัญกับทัศนคติที่เป็นบวกและส่งเสริมความสามัคคีในสังคมเป็นสิ่งสำคัญ
- การเปิดกว้างในการรับฟังความคิดเห็น: สื่อต้องเปิดพื้นที่ให้กับความเห็นที่หลากหลาย การสร้างสังคมที่ยอมรับความแตกต่างและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาประเด็นเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ
- จรรยาบรรณในการสื่อสาร: ผู้ผลิตสื่อต้องเคารพสิทธิของผู้เข้าร่วมและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ในการเล่าเรื่อง การไม่ใช้ข้อมูลหรือประสบการณ์ของบุคคลเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ ทางการค้าหรือสร้างกระแสโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อบุคคลนั้นเป็นสิ่งที่ควรระวัง

แนวทางนี้เน้นให้สื่อที่ถูกลผลิตขึ้นสามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ อย่างแท้จริง สร้างความเข้าใจและการยอมรับในความหลากหลายทางเพศ พร้อมทั้งเสริมสร้างค่านิยมที่ดีในสังคม อย่างยั่งยืน

5.2.4 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์: กลุ่มที่ 4 นักวิชาการและตัวแทนองค์กรภาครัฐ



ภาพประกอบที่ 5.2.4: กลุ่มที่ 4 นักวิชาการและตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ

แนวทางการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวควรเน้นการบูรณาการเนื้อหา รูปแบบ และการนำเสนออย่างสอดคล้องกัน โดยไม่แยกประเด็นเหล่านี้ออกจากกัน เนื่องจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องอาศัยความเข้าใจในทุกมิติอย่างลึกซึ้ง และควรนำเสนอในรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้:

1) เนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารที่สอดคล้องกัน

การผลิตสื่อต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบเนื้อหาและรูปแบบที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมและกลุ่มเป้าหมาย โดยเนื้อหาควรเน้นความเข้าใจง่าย ไม่ใช้ศัพท์เทคนิคที่ซับซ้อนเกินไป ซึ่งอาจสร้างความสับสนให้กับผู้รับสาร สื่อควรเป็นภาษาที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ง่าย เช่น การใช้ภาษาที่เป็นกันเอง หรือภาษาชาวบ้าน เพื่อให้เนื้อหาสามารถเข้าถึงคนทั่วไปได้อย่างครอบคลุม

ในส่วนของรูปแบบ ควรเลือกใช้สื่อที่หลากหลาย เช่น ข่าว ละคร ภาพยนตร์ หนังสือ โปสเตอร์ และสื่อดิจิทัล เช่น คลิปวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น การประกวดสื่อสร้างสรรค์โดยกองทุนส่งเสริมความเสมอภาค

ระหว่างเพศ ที่เน้นผลงานในรูปแบบหนังสือ คลิปวิดีโอ และโปสเตอร์ ซึ่งเน้นการสื่อสารเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และเข้าถึงได้ทุกคน

2) การสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ถูกต้องในประเด็นเพศสภาพ

การสื่อสารเรื่องความเสมอภาคระหว่างเพศควรมุ่งเน้นการสร้างทัศนคติที่เคารพในคุณค่าความเป็นมนุษย์ ศักดิ์ศรี และความแตกต่างระหว่างเพศ เนื้อหาควรเชื่อมโยงไปยังความเข้าใจเรื่องเพศสภาพ (gender) และเพศวิถี (sexual orientation) ในเชิงบวก การนำเสนอในลักษณะที่สะท้อนปัญหาและความทุกข์ที่เกิดจากความไม่เท่าเทียมทางเพศเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อสร้างพื้นที่ให้ผู้คนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเล่าเรื่องราวประสบการณ์ส่วนตัว

การสื่อสารประเด็นที่ซับซ้อน เช่น ความแตกต่างระหว่าง "sex" (เพศทางชีววิทยา) และ "gender" (เพศทางสังคมวัฒนธรรม) ควรนำเสนออย่างชัดเจนและตรงประเด็น เนื่องจากในทางวิชาการ การแยกความหมายเหล่านี้มีความสำคัญ อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี เช่น การประกวดสื่อ กองทุนอาจยืดหยุ่นเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

3) การนำเสนอผ่านรูปแบบที่หลากหลายและสร้างความน่าสนใจ

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพไม่จำเป็นต้องเน้นการนำเสนอที่เป็นเชิงวิชาการเท่านั้น แต่ควรใช้รูปแบบการนำเสนอที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย และสอดแทรกเนื้อหาอย่างแนบเนียน การเลือกใช้ผู้มีอิทธิพล (influencer) ดารา นักร้อง หรือผู้ที่เคยประสบปัญหาจริง ๆ มาเป็นตัวแทนในการสื่อสาร จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจและความตระหนักรู้ การผสมผสานระหว่างสื่อดิจิทัลและสื่อดั้งเดิม เช่น การเล่าเรื่องผ่านละครสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์หรือการใช้เทคนิคภาพยนตร์แบบมินิซีรีส์ จะช่วยให้เนื้อหาสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้นและสร้างการมีส่วนร่วมมากขึ้น

4) ข้อควรคำนึงในการผลิตสื่อ

การผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยประเด็นที่ควรพิจารณา ได้แก่:

- เนื้อหาที่ส่งเสริมค่านิยมที่ดี: สื่อควรมีสาระประโยชน์ที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิและศักดิ์ศรีของทุกคน การส่งเสริมความเท่าเทียมในครอบครัว และการสร้างค่านิยมที่เคารพความแตกต่างทางเพศ
- หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เทคนิคที่ซับซ้อน: การใช้ศัพท์เทคนิคเกี่ยวกับเพศสภาพอาจสร้างความสับสนให้กับผู้รับสาร การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและเป็นมิตรกับผู้รับสารทุกคน จะช่วยทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง
- การเปิดกว้างและการยอมรับความคิดเห็นที่หลากหลาย: สื่อต้องเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนมุมมองที่หลากหลาย การรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างและการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นกลางช่วยลดความขัดแย้งและเสริมสร้างความเข้าใจในสังคม

1) การสร้างความเข้าใจเรื่องเพศในมุมมองที่เป็นปกติ

ปัจจุบันเรื่องเพศเริ่มเป็นหัวข้อที่สามารถพูดถึงในที่สาธารณะได้ แต่ยังคงมีการมองเรื่องเพศในเชิงลบหรือไม่เปิดกว้างพอ สื่อสร้างสรรค์จึงควรนำเสนอเรื่องเพศในลักษณะที่เป็นเรื่องปกติและสามารถสนทนากันได้อย่างเปิดเผย โดยเฉพาะการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเพศศึกษา ซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายวัยเรียนสนใจ แต่กลับไม่กล้าค้นหาข้อมูลหรือพูดถึง เนื่องจากค่านิยมของสังคมไทยที่ยังคงมองเรื่องเพศเป็นสิ่งต้องห้าม การทำให้เรื่องเพศเป็นหัวข้อที่ทุกคนสามารถเรียนรู้ได้อย่างปลอดภัยและเป็นธรรมชาติ จึงเป็นหัวใจสำคัญของการผลิตสื่อในประเด็นนี้

2) การเลือกกลุ่มเป้าหมายและวิธีการนำเสนอที่เหมาะสม

กลุ่มเป้าหมายหลักที่ควรมุ่งเน้นคือเด็กในวัยเรียน โดยเฉพาะเด็กประถม เนื่องจากเด็กในวัยนี้ยังคงได้รับความสนใจจากผู้ปกครองมากกว่าวัยรุ่น ๆ การใช้สื่อในรูปแบบของการ์ดเกมหรือบอร์ดเกมเป็นตัวเลือกที่เหมาะสม เนื่องจากสามารถสร้างการเรียนรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับครูหรือผู้ปกครองได้อย่างมีประสิทธิภาพ การนำเสนอเนื้อหาเรื่องเพศตั้งแต่วัยอนุบาลหรือประถมศึกษา เช่น การรู้จักร่างกายและการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้กับเด็ก เมื่อเด็กมีความเข้าใจและยอมรับในความหลากหลายทางเพศได้ตั้งแต่เนิ่น ๆ พวกเขาจะมีความสามารถในการปรับตัวและควบคุมตนเองได้ดีขึ้นเมื่อเผชิญกับสังคมภายนอก

3) การออกแบบสื่อเพื่อสร้างความเข้าใจในความหลากหลายทางเพศ

เนื้อหาที่สอนให้เด็กเข้าใจเรื่องเพศและความหลากหลายทางเพศควรครอบคลุมทั้งการรู้จักร่างกาย ความเข้าใจเรื่อง gender และการแสดงออกทางเพศ (gender expression) สื่อในรูปแบบของภาพปลายเปิดที่ชวนให้เด็กคิดและสนทนาร่วมกับครูเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพ การ์ดเกมและบอร์ดเกมเป็นเครื่องมือที่สามารถเจาะกลุ่มเด็กประถมได้ดี เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สามารถนำไปใช้ในห้องเรียนและครอบครัวได้ การสอนเรื่องเพศควรเริ่มต้นด้วยการให้เด็กเรียนรู้และรู้จักตัวเอง จากนั้นจึงค่อยให้เด็กตกผลึกความคิดในเวลาที่เหมาะสม

4) ข้อควรคำนึงในการผลิตสื่อ

การผลิตสื่อเพื่อสอนเรื่องเพศในเด็กต้องระมัดระวังเรื่องการแบ่งแยกบทบาทตามเพศ เช่น ความคิดที่ว่าผู้ชายไม่ควรทำงานเย็บปักถักร้อย หรือผู้หญิงขับรถไม่เก่ง สิ่งเหล่านี้เป็นค่านิยมที่ควรถูกทลายลงเพื่อไม่ให้เกิดการด้อยค่าหรือแบ่งแยกเพศในสื่อ การผลิตสื่อในปัจจุบันมักแฝงความคิดเชิงลบเกี่ยวกับเพศไว้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องระมัดระวังอย่างยิ่ง

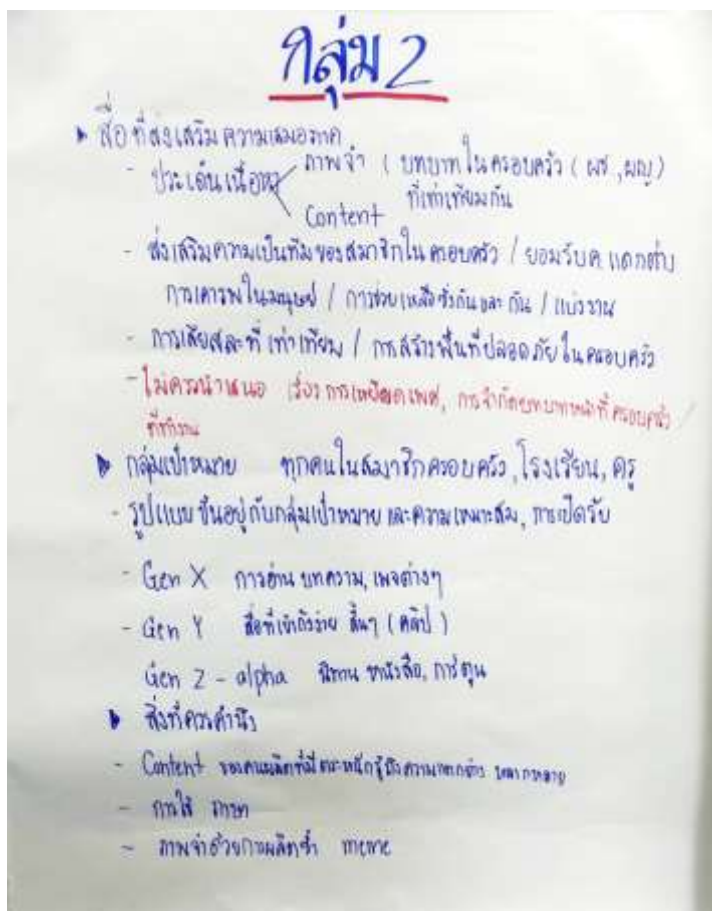
นอกจากนี้ การสื่อสารเรื่องความหลากหลายทางเพศยังควรหลีกเลี่ยงการใช้คำที่อาจสร้างการตีตราหรือลดทอนคุณค่าของบุคคล เช่น คำว่า "ชายจริงหญิงแท้" หรือ "เพศที่ 3" คำเหล่านี้สะท้อนถึงการมองว่าความหลากหลายทางเพศเป็นสิ่งแปลกปลอม การใช้ภาษาที่เคารพในความเป็นปัจเจกของแต่ละบุคคลจึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญ

5) การบูรณาการสื่อเพื่อสร้างความเข้าใจในครอบครัว

การผลิตสื่อที่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งในโรงเรียนและในครอบครัวจะช่วยสร้างความยอมรับในระดับครอบครัวและส่งเสริมการสนทนาในเรื่องเพศ การ์ดเกมและบอร์ดเกมเป็นสื่อที่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งสองสถานที่ การสร้างหลักสูตรที่ช่วยให้เด็กเรียนรู้เรื่องเพศและเคารพความหลากหลายควรได้รับการสนับสนุนในระดับประเทศ เพื่อลดปัญหาการไม่เข้าใจหรือการมองเรื่องเพศในเชิงลบ

แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวควรเน้นการสร้างความเข้าใจเรื่องเพศให้เป็นเรื่องปกติ สามารถสนทนาได้อย่างเปิดเผย โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กวัยเรียน การใช้สื่อในรูปแบบของการ์ดเกมและบอร์ดเกมเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างการเรียนรู้ที่เหมาะสม นอกจากนี้ การระมัดระวังการใช้คำที่อาจสร้างการตีตราและลดทอนคุณค่าของบุคคลเป็นสิ่งสำคัญ รวมถึงการส่งเสริมให้ครอบครัวและโรงเรียนร่วมมือกันในการปลูกฝังความเข้าใจในเรื่องเพศและความหลากหลายทางเพศ

5.2.6 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์: กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญ ตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน และองค์กรเอกชนอื่น ๆ



ภาพประกอบที่ 5.2.6: กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญ ตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน และภาคเอกชน

การส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวผ่านการผลิตสื่อสร้างสรรค์จำเป็นต้องพิจารณาองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การสร้างภาพจำที่ดี เนื้อหาที่สนับสนุนการยอมรับความแตกต่าง และการออกแบบสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยแนวทางนี้สามารถแยกออกเป็นสองส่วนหลักดังนี้:

1) ภาพจำที่ควรนำเสนอ (Positive Representation)

ภาพจำที่สื่อนำเสนอมีอิทธิพลต่อการสร้างเจตคติของสังคมอย่างมีนัยสำคัญ การสร้างภาพจำในสื่อที่ส่งเสริมบทบาทที่เท่าเทียมกันของทุกเพศในครอบครัวจึงเป็นสิ่งสำคัญ ภาพจำเหล่านี้ควรสะท้อนถึงบทบาทของผู้ชาย ผู้หญิง และเพศอื่น ๆ ในครอบครัวอย่างเท่าเทียม โดยไม่จำกัดบทบาทหน้าที่ตามเพศสภาพ การนำเสนอสามารถทำได้ผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น ละครโทรทัศน์ ซีรีส์ หรือภาพยนตร์ ที่แสดงให้เห็นถึงการร่วมมือ การแบ่งปันความรับผิดชอบ และการเคารพความแตกต่างในครอบครัว ภาพจำที่ดีควรเน้นถึงความสำคัญของการทำงานร่วมกันในฐานะมนุษย์ที่มีศักดิ์ศรีและคุณค่าเท่าเทียมกัน โดยไม่แบ่งแยกตามเพศสภาพหรือบทบาทที่ถูกสังคมกำหนด

2) เนื้อหาที่ควรส่งเสริม (Content Development)

เนื้อหาสื่อควรสนับสนุนการยอมรับความแตกต่างและส่งเสริมความเป็นทีมของสมาชิกในครอบครัว การนำเสนอเนื้อหาควรมุ่งเน้นไปที่การสร้าง ความเข้าใจในบทบาทที่เท่าเทียมของทุกคนในครอบครัว โดยไม่จำกัดการแบ่งหน้าที่ตามเพศสภาพ ตัวอย่างเช่น การสอนให้สมาชิกในครอบครัวเข้าใจว่าการแบ่งงาน และการเสียสละเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน ไม่ใช่หน้าที่ของใครคนใดคนหนึ่งเพียงอย่างเดียว การลดทอนวาทกรรมที่ว่าพี่ต้องเสียสละให้น้อง หรือการกำหนดบทบาทตามเพศเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างครอบครัวที่เท่าเทียมและมีความเคารพซึ่งกันและกัน

นอกจากนี้ การสร้างพื้นที่ปลอดภัยในครอบครัวเป็นเนื้อหาที่ควรได้รับการส่งเสริมพื้นที่ปลอดภัยในครอบครัวหมายถึงสภาพแวดล้อมที่สมาชิกทุกคนสามารถสื่อสารความรู้สึกและความคิดของตนได้ โดยไม่รู้สึกรู้สึกตัดสิน ครอบครัวแต่ละครอบครัวอาจมีพื้นที่ปลอดภัยที่แตกต่างกันไป เช่น ในบางครอบครัวลูกอาจรู้สึกสบายใจที่จะพูดคุยกับแม่ ในขณะที่บางครอบครัวพ่อแม่อาจแบ่งปันความกังวลกับลูก การส่งเสริมให้ครอบครัวทุกคนมีส่วนร่วมในการสื่อสารและแก้ไขปัญหาาร่วมกันอย่างเปิดเผยเป็นวิธีหนึ่งในการสร้างความเสมอภาคและความร่วมมือในครอบครัว

3) เนื้อหาที่ควรหลีกเลี่ยง

การผลิตสื่อควรระมัดระวังในการนำเสนอเนื้อหาที่อาจสร้างการแบ่งแยกหรือเหยียดเพศ เช่น การจำกัดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในครอบครัวตามเพศสภาพ เช่น การนำเสนอว่าผู้ชายต้องเป็นผู้หาเลี้ยงครอบครัวและผู้หญิงต้องทำงานบ้านเท่านั้น ค่านิยมเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการยึดติดกับบทบาทที่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดความเสมอภาค นอกจากนี้ ควรหลีกเลี่ยงการนำเสนอภาพที่ผลิตซ้ำภาพลักษณ์เชิงลบ เช่น การนำเสนอว่าผู้ชายมีอำนาจเหนือผู้หญิง หรือเพศหญิงต้องเป็นผู้รับภาระในบ้านเสมอ การนำเสนอเช่นนี้ควรถูกแทนที่ด้วยภาพที่แสดงถึงความเท่าเทียมในการแบ่งปันภาระหน้าที่และการทำงานร่วมกัน

4) กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience)

การผลิตสื่อที่มีประสิทธิภาพต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ซึ่งรวมถึงสมาชิกในครอบครัวทุกวัย ตลอดจนผู้ที่มีบทบาทในระบบการศึกษา เช่น ครูและผู้บริหารโรงเรียน โดยกลุ่มเป้าหมายหลักสามารถแยกออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ตามลักษณะการเปิดรับสื่อ ดังนี้:

- Gen X: เป็นกลุ่มที่ยังคงนิยมการอ่าน การนำเสนอเนื้อหาผ่านบทความหรือเพจที่ให้ความรู้ พร้อมทั้งเสนอข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปปรับใช้ได้ จะมีประสิทธิภาพมากที่สุด
- Gen Y: กลุ่มนี้นิยมสื่อที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย การนำเสนอเนื้อหาผ่านคลิปวิดีโอสั้น หรือ Podcast ที่สะดวกในการรับฟังและจบเร็วจะตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มนี้ได้ดี
- Gen Z และ Gen Alpha: กลุ่มเป้าหมายวัยเยาว์เหมาะกับสื่อประเภทนิทาน หนังสือการ์ตูน หรือ Animation ที่มีเนื้อหาส่งเสริมความเสมอภาคและถูกออกแบบมาให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ในวัยเด็ก สื่อเหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างการเรียนรู้ แต่ยังสร้างความสนุกสนานและส่งเสริมการพัฒนาทัศนคติในทางบวก

5) รูปแบบการใช้ภาษาและการสื่อสาร (Language and Communication)

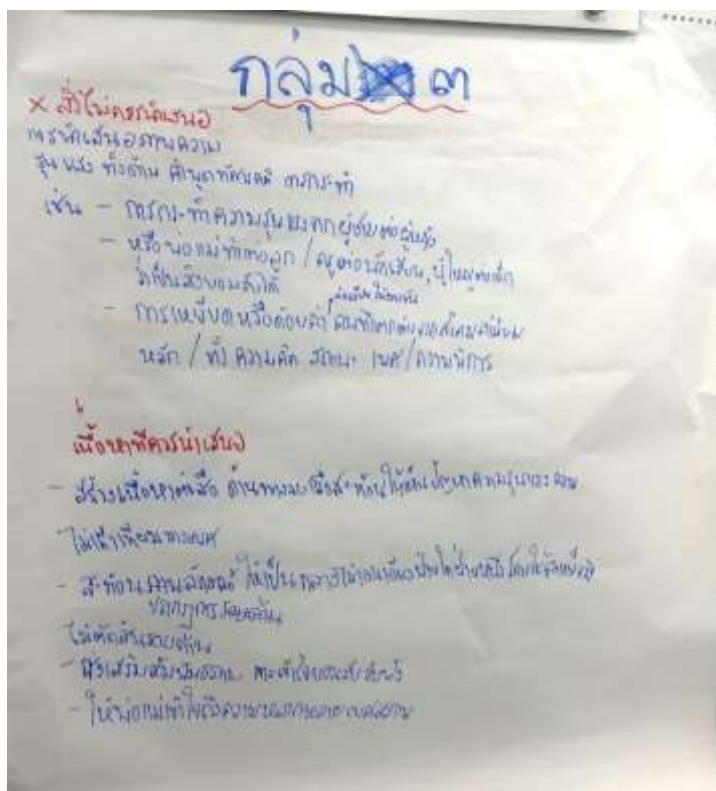
การใช้ภาษาที่เหมาะสมในการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากภาษามีอิทธิพลต่อการรับรู้ และทัศนคติของผู้รับสาร ภาษาที่ใช้ควรเป็นมิตร เข้าใจง่าย และไม่ก่อให้เกิดการตีตราหรือความรู้สึกแบ่งแยก การใช้คำที่สะท้อนถึงความเคารพในความหลากหลายทางเพศเป็นสิ่งที่ควรได้รับการใส่ใจ การใช้สัญลักษณ์ อวัจนภาษา และภาพประกอบที่สอดคล้องกับหลักการความเสมอภาค ควรออกแบบให้มีความสอดคล้อง และสื่อสารได้ชัดเจน นอกจากนี้ ควรหลีกเลี่ยงการใช้ภาพที่ผลิตซ้ำภาพลักษณ์เชิงลบหรือส่งเสริมพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น ความรุนแรงในครอบครัวหรือการลดทอนคุณค่าของเพศใดเพศหนึ่ง

6) การสร้างภาพจำ (Reproduction of Positive Representation)

การสร้างภาพจำที่ดีในสังคมสามารถทำได้ผ่านการผลิตซ้ำเนื้อหาหรือแนวคิดที่ส่งเสริมความเสมอภาคในสื่อ เช่น การนำเสนอภาพครอบครัวที่ทำงานร่วมกันอย่างเท่าเทียม การเคารพซึ่งกันและกัน และการยอมรับความแตกต่าง การผลิตซ้ำภาพลักษณ์เชิงบวกผ่านสื่อช่วยสร้างความเข้าใจและสร้างเจตคติที่ดีในสังคม ในทางกลับกัน ควรหลีกเลี่ยงการผลิตซ้ำภาพที่แผ่กระจายความรุนแรงหรือภาพลักษณ์ที่ส่งเสริมการแบ่งแยกเพศในทางลบ

การผลิตสื่อที่ส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างภาพจำที่ดี การออกแบบเนื้อหาที่สนับสนุนการยอมรับความแตกต่าง และการเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสม การคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและการออกแบบรูปแบบสื่อที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของแต่ละกลุ่ม จะช่วยให้การส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคในครอบครัวเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ การผลิตซ้ำภาพลักษณ์เชิงบวก และการสื่อสารที่เคารพในความหลากหลายจะช่วยสร้างสังคมที่ยอมรับและเคารพในความแตกต่างอย่างแท้จริง

5.2.7 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์: กลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญ ตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน และองค์กรเอกชนอื่น ๆ



ภาพประกอบที่ 5.2.7: กลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญ ตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน และภาคเอกชน

การผลิตสื่อที่ส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศในครอบครัวควรมีลักษณะดังนี้:

1) เนื้อหาที่ไม่ควรนำเสนอ

สื่อควรหลีกเลี่ยงการนำเสนอภาพที่สะท้อนความรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นทางคำพูดหรือการกระทำ เช่น การใช้ความรุนแรงระหว่างผู้ชายกับผู้หญิง ผู้หญิงกับผู้ชาย พ่อแม่กับลูก หรือครูกับนักเรียน การนำเสนอเนื้อหาที่แสดงให้เห็นว่าการกระทำเหล่านี้เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ เช่น การตีกันระหว่างครูกับเด็กเพื่อเป็นการสั่งสอน ถือเป็นสิ่งที่ไม่ควรนำเสนอ นอกจากนี้ การเหยียดหรือด้อยค่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง การล้อเลียนหรือทำให้ความแตกต่างเป็นเรื่องตลก โดยใช้ค่านิยมทางสังคม เช่น ความแตกต่างทางความคิด ฐานะ รูปลักษณ์ หรือความบกพร่อง ควรถูกตัดออกไปจากการนำเสนอ

2) เนื้อหาที่ควรนำเสนอ

สื่อควรเน้นการสร้างเนื้อหาที่สะท้อนว่าปัญหาความรุนแรงเป็นสิ่งที่ไม่ดีและต้องได้รับการแก้ไข โดยการนำเสนอควรเป็นไปอย่างเป็นกลาง ไม่เข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่ให้เป็นข้อเท็จจริงที่รอบด้าน ปราศจากอารมณ์หรือทัศนคติส่วนตัว เพื่อให้ผู้รับสารสามารถตัดสินใจได้เอง นอกจากนี้ การส่งเสริมสัมพันธภาพที่ดีในครอบครัว ผ่านการยอมรับและรับฟังกันระหว่างสมาชิกในครอบครัว เป็นอีกแนวทางที่ควรนำเสนอ รวมถึงการส่งเสริมให้พ่อแม่เข้าใจและยอมรับความหลากหลายทางเพศที่มีอยู่ในสังคม

3) ลักษณะของสื่อที่ส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

สื่อควรมีความหลากหลายในรูปแบบและช่องทางการนำเสนอ โดยสื่อออนไลน์เป็นช่องทางที่เข้าถึงได้รวดเร็วและกว้างขวาง อย่างไรก็ตาม สื่อแบบดั้งเดิม เช่น ละคร เพลง หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ยังมีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง

4) กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายควรครอบคลุมทุกเพศทุกวัย แต่เน้นไปที่กลุ่มผู้ใหญ่ เช่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง ครู รวมถึงผู้กำหนดนโยบาย เนื่องจากกลุ่มนี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างเจตคติที่ดีต่อเด็กและเยาวชน แม้ว่าเด็กและเยาวชนมีความเปิดกว้างในการรับสื่อมากกว่า แต่กลุ่มใหญ่นี้นั้นยังคงต้องได้รับการเสริมสร้างความเข้าใจและการยอมรับในเรื่องความเสมอภาคทางเพศ

5) แนวทางในการนำเสนอเนื้อหา

เนื้อหาที่นำเสนอควรมุ่งเน้นการเคารพสิทธิ ความเท่าเทียม และการให้เกียรติซึ่งกันและกัน เช่น การเคารพสิทธิในเนื้อตัวร่างกาย การไม่ล่วงละเมิดโดยไม่ได้รับการยินยอม และการเข้าใจสิทธิของความหลากหลายทางเพศ การนำเสนอควรใช้ช่องทางที่หลากหลาย เช่น Social Media (เช่น TikTok) ซึ่งเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงได้ง่าย

6) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการระดมความคิด

ในการพัฒนาสื่อ เช่น การ์ดเกมหรือบอร์ดเกม ที่สามารถใช้สอนเรื่องเพศศึกษาให้กับเด็กในโรงเรียน อาจต้องคำนึงถึงการขอความยินยอมจากผู้ปกครองที่อาจมีทัศนคติอนุรักษนิยม ดังนั้น การพัฒนาอาจต้องคำนึงถึงจุดนี้และพิจารณาใช้สื่อดิจิทัลที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายมากขึ้น ข้อเสนอแนะและแนวคิดเหล่านี้สามารถนำไปประมวลและเสนอเป็นข้อเสนอเชิงนโยบาย หรือพัฒนาเป็นสื่อต้นแบบต่อไป

สรุปแล้ว การผลิตสื่อที่ส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศในครอบครัวควรพิจารณาทั้งเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงการเคารพสิทธิ ความเสมอภาค และการยอมรับความหลากหลายเพื่อสร้างสังคมที่เปิดกว้างและเท่าเทียมในทุกมิติ

5.3 เนื้อหาที่ควรนำเสนอเพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

จากการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์ สามารถสรุปได้ว่า เนื้อหาที่ควรนำเสนอเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวนั้น ควรมีความครอบคลุมและตอบสนองต่อความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเข้าใจ และพฤติกรรมของสมาชิกในครอบครัวอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีรายละเอียดที่สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้:

1) การแบ่งปันหน้าที่ในครอบครัวอย่างเสมอภาค

การนำเสนอเรื่องการแบ่งปันหน้าที่และความรับผิดชอบในครอบครัวควรเน้นที่การส่งเสริมความเข้าใจว่าหน้าที่ต่าง ๆ ในครอบครัว เช่น งานบ้าน การดูแลบุตร หรือการจัดการการเงิน ไม่ควรยึดติดกับเพศใดเพศหนึ่ง แต่ควรเป็นความรับผิดชอบที่แบ่งปันอย่างเท่าเทียม การเสนอเนื้อหาสามารถทำผ่านเรื่องเล่าหรือกรณีศึกษาที่แสดงให้เห็นครอบครัวที่มีการจัดสรรหน้าที่อย่างยุติธรรม เช่น การแสดงให้เห็นว่าผู้ชายสามารถทำงานบ้านได้ และผู้หญิงสามารถเป็นผู้ดูแลการเงินในบ้านได้เช่นกัน

2) การเคารพความแตกต่างและความหลากหลายทางเพศในครอบครัว

การนำเสนอประเด็นนี้ควรเน้นที่การสร้าง ความเข้าใจและการยอมรับในครอบครัวต่อสมาชิกที่มีความหลากหลายทางเพศ เช่น LGBT+ เนื้อหาสามารถนำเสนอผ่านเรื่องราวที่แสดงถึงการสนับสนุน และการยอมรับจากครอบครัวต่อสมาชิกที่มีเพศสภาพแตกต่าง การสร้างบทสนทนาในครอบครัวที่เปิดกว้าง และเต็มไปด้วยความเข้าใจจะช่วยเสริมสร้างความรู้สึกเป็นที่ยอมรับและความรักในครอบครัว

3) การสร้างพื้นที่ปลอดภัยในการพูดคุยและการแสดงออกในครอบครัว

ครอบครัวควรมีพื้นที่ที่สมาชิกทุกคนรู้สึกปลอดภัยในการแสดงความคิดเห็นหรือพูดคุยในเรื่องต่าง ๆ โดยไม่มีการตัดสิน เนื้อหาควรสื่อถึงการสร้างวัฒนธรรมในครอบครัวที่ส่งเสริมการฟังอย่างเปิดกว้าง เช่น การที่พ่อแม่ฟังลูกโดยไม่กดดัน หรือการที่สมาชิกครอบครัวสามารถแสดงออกถึงความรู้สึกและความคิดเห็นของตนเองได้อย่างอิสระโดยไม่ถูกตัดสินหรือลงโทษ

4) การทำลายภาพจำเกี่ยวกับบทบาททางเพศที่ไม่เท่าเทียม

เนื้อหาควรเน้นการตั้งคำถามต่อภาพจำและกรอบความเชื่อเดิม ๆ เกี่ยวกับบทบาททางเพศ เช่น ความเชื่อว่าผู้หญิงต้องเป็นแม่บ้านหรือผู้ชายต้องเป็นผู้นำ เนื้อหาสามารถนำเสนอผ่านเรื่องราวที่แสดงให้เห็นว่าผู้ชายและผู้หญิงสามารถมีบทบาทหลากหลายได้ เช่น ผู้ชายที่เลือกทำงานบ้านหรือผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้าน และเป็นผู้นำในครอบครัว การแสดงให้เห็นว่าทุกคนสามารถเลือกบทบาทของตนเองได้ตามความถนัดและความสนใจจะช่วยทำลายภาพจำเก่า ๆ และส่งเสริมการยอมรับในครอบครัวที่มีความเท่าเทียม

5) การสร้างความเข้าใจเรื่องสิทธิมนุษยชนและการเคารพกันในครอบครัว

เนื้อหาควรเน้นการให้ความรู้เรื่องสิทธิมนุษยชนพื้นฐาน เช่น สิทธิในการแสดงออก สิทธิในความเป็นส่วนตัว และสิทธิในการกำหนดเพศสภาพของตนเอง การสื่อสารเรื่องสิทธิในครอบครัว จะช่วยให้สมาชิกครอบครัวเข้าใจว่าทุกคนมีคุณค่าและควรได้รับการปฏิบัติอย่างเสมอภาค การนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับสิทธิในการตัดสินใจในเรื่องสำคัญของชีวิต เช่น การศึกษา การทำงาน หรือการแต่งงาน จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในเรื่องสิทธิมนุษยชนในบริบทครอบครัว

6) การสอนเรื่องการแสดงออกทางเพศอย่างเคารพและปลอดภัย

การพูดคุยเรื่องเพศในครอบครัวไม่ควรเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยง เนื้อหาควรสื่อถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับการแสดงออกทางเพศที่เคารพและปลอดภัย เช่น การสอนเรื่องการยินยอม (consent) การเคารพสิทธิของผู้อื่นในเรื่องร่างกาย และการป้องกันการล่วงละเมิด การพูดคุยเรื่องนี้อย่างเปิดเผยจะช่วยให้เด็กและเยาวชนเข้าใจและสามารถปกป้องตนเองจากสถานการณ์ที่ไม่ปลอดภัย

7) การเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวที่มีความเท่าเทียม

เนื้อหาควรเน้นการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวที่ทุกคนมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็น และการตัดสินใจร่วมกัน เนื้อหาอาจนำเสนอผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันในครอบครัว เช่น การวางแผนทริป การจัดงานบ้าน หรือการตัดสินใจเรื่องสำคัญในครอบครัว ที่ทุกคนมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจอย่างเท่าเทียม

8) การเน้นการส่งเสริมการเสียสละที่เท่าเทียมในครอบครัว

การเสียสละและการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในครอบครัวไม่ควรถูกผูกมัดด้วยกรอบเพศ เนื้อหาควรส่งเสริมความคิดที่ว่าทุกคนในครอบครัวสามารถเสียสละและช่วยเหลือกันได้โดยไม่จำกัดเพศ เช่น การสอนว่าพี่น้องทั้งชายและหญิงควรช่วยเหลือกันในการทำงานบ้าน การเลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัว หรือการรับฟังและช่วยแก้ไขปัญหาของกันและกันอย่างเท่าเทียม

เนื้อหาที่ส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวควรครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันหน้าที่ การเคารพความหลากหลายทางเพศ การสร้างพื้นที่ปลอดภัย การลบล้างภาพจำเกี่ยวกับบทบาททางเพศ การให้ความรู้เรื่องสิทธิและการแสดงออกอย่างปลอดภัย รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่เสมอภาคในครอบครัว การนำเสนอเนื้อหาเหล่านี้ควรทำอย่างสร้างสรรค์ เข้าใจง่าย และตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกในสังคม

5.4 ข้อควรคำนึงในการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

1) ความละเอียดอ่อนในการนำเสนอประเด็นทางเพศ: การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความเสมอภาคระหว่างเพศควรคำนึงถึงความละเอียดอ่อนทางวัฒนธรรม ความเชื่อ และค่านิยมในสังคมไทย สื่อควรหลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำ ภาพ หรือสัญลักษณ์ที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือสร้างความรู้สึกไม่ดีต่อกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ

2) การสร้างความเข้าใจและส่งเสริมการยอมรับในความแตกต่าง: เนื้อหาควรสื่อถึงการยอมรับและเคารพความแตกต่างในด้านเพศสภาพ เพศวิถี และบทบาททางเพศในครอบครัว โดยควรเน้นการสร้าง ความเข้าใจว่าแต่ละคนสามารถมีบทบาทและหน้าที่ในครอบครัวได้โดยไม่ยึดติดกับกรอบทางเพศแบบเดิม

3) การใช้ภาษาที่เป็นมิตรและไม่ก่อให้เกิดการตีตรา: การเลือกใช้คำและภาษาที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญ ควรหลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์ที่มีความหมายเชิงลบหรือสร้างการตีตรา เช่น การใช้คำว่า “เพศที่สาม” หรือ “ผิดเพศ” ซึ่งอาจก่อให้เกิดความรู้สึกด้อยค่าแทนที่จะส่งเสริมการยอมรับความหลากหลาย

4) การผลิตสื่อที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย: การผลิตสื่อต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เช่น การสื่อสารกับเด็กเล็กควรเน้นผ่านสื่อภาพ การ์ตูน หรือเพลงที่เข้าใจง่าย ส่วนการสื่อสารกับวัยรุ่นควรใช้แพลตฟอร์มที่พวกเขานิยม เช่น Social Media คลิปวิดีโอสั้น หรือ Podcast

5) การสร้างพื้นที่ปลอดภัยในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น: สื่อควรเปิดโอกาสให้สมาชิกครอบครัวทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความรู้สึกได้อย่างเสมอภาคและเป็นมิตร โดยไม่มีการตัดสินหรือตีกรอบความคิดตามเพศสภาพ

6) การหลีกเลี่ยงการผลิตซ้ำภาพจำเชิงลบหรือบทบาททางเพศที่ไม่เท่าเทียม: สื่อควรหลีกเลี่ยง การผลิตซ้ำภาพจำเชิงลบ เช่น การนำเสนอว่าผู้หญิงต้องทำงานบ้าน ผู้ชายต้องเป็นผู้นำครอบครัว หรือการแสดง บทบาทที่ยึดติดกับค่านิยมเดิม ๆ ควรเน้นการนำเสนอครอบครัวที่มีบทบาทและความรับผิดชอบร่วมกัน โดยไม่แบ่งเพศ

7) การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและรอบด้าน: การนำเสนอเนื้อหาควรเน้นข้อเท็จจริงและข้อมูลที่ถูกต้อง โดยไม่เอนเอียงไปในด้านใดด้านหนึ่งมากเกินไป การให้ข้อมูลที่รอบด้านช่วยให้ผู้รับสารสามารถ ตัดสินใจและเข้าใจประเด็นความเสมอภาคระหว่างเพศได้อย่างลึกซึ้งและเป็นกลาง

8) การสร้างความร่วมมือระหว่างสื่อต่าง ๆ: การผลิตสื่อที่ส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ ควรมีความหลากหลายและครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย การสร้างความร่วมมือระหว่างสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์ หรือสื่อการศึกษา จะช่วยให้เนื้อหาถูกกระจายไปสู่ผู้รับสารได้อย่างกว้างขวางและมีผลกระทบ ที่ดีขึ้น

9) การคำนึงถึงจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคม: การผลิตสื่อควรมีจรรยาบรรณ และความรับผิดชอบในการสื่อสารเรื่องเพศ ไม่ว่าจะเป็นการเคารพความเป็นส่วนตัวของบุคคลที่เกี่ยวข้อง การไม่ใช้ข้อมูลเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว และการนำเสนอเนื้อหาอย่างสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างสังคม ที่มีความเท่าเทียมและยุติธรรม

การผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวควรคำนึงถึงความละเอียดอ่อนทางวัฒนธรรม การสื่อสารอย่างเป็นมิตร การสร้างความเข้าใจที่แท้จริงต่อความหลากหลาย และการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างเท่าเทียม สื่อควรหลีกเลี่ยงการผลิตซ้ำภาพจำเชิงลบและให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลที่รอบด้านและถูกต้อง พร้อมทั้งคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสาร

5.5 แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว วิเคราะห์ตามกรอบแบบจำลองการสื่อสาร

แบบจำลองการสื่อสาร SMCR (Source-Message-Channel-Receiver)³ ถือเป็นเครื่องมือพื้นฐานที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในศาสตร์การสื่อสาร เนื่องจากช่วยในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจถึงกระบวนการสื่อสารอย่างเป็นระบบ แบบจำลองนี้มีประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ในหลากหลายบริบท ทั้งในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำแบบจำลอง SMCR มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มและการประชุมเชิงปฏิบัติการกลุ่มย่อย สามารถช่วยให้การวิเคราะห์เข้าใจถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการรับรู้และการตอบสนองของผู้รับสารอย่างละเอียดมากขึ้น

การใช้แบบจำลองนี้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มและการประชุมเชิงปฏิบัติการกลุ่มย่อยไม่เพียงแต่ช่วยให้สามารถระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของการสื่อสารในบริบทนั้น ๆ ได้ แต่ยังช่วยในการพัฒนาแนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศ การที่สามารถออกแบบสื่อสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสม และเข้าใจถึงการตีความของผู้รับสาร ทำให้การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศมีประสิทธิภาพสูงสุด

³ แบบจำลองการสื่อสาร SMCR (Source-Message-Channel-Receiver) เป็นหนึ่งในแบบจำลองพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสาร ถูกพัฒนาขึ้นโดย David K. Berlo ในปีค.ศ. 1960 แบบจำลองนี้มุ่งเน้นที่องค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร/ผู้ผลิต (Source) สาร/เนื้อหา (Message) ช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) โดยมุ่งเน้นถึงการวิเคราะห์แต่ละส่วนเพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการสื่อสารได้อย่างลึกซึ้ง

ผู้ส่งสาร (Source): ผู้ส่งสารคือบุคคลหรือองค์กรที่ต้องการส่งสาร ข้อความ หรือข้อมูลไปยังผู้รับสาร ความน่าเชื่อถือ ความรู้ ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล และทักษะในการสื่อสารของผู้ส่งสารมีผลอย่างมากต่อความสำเร็จของกระบวนการสื่อสาร

ข้อความ (Message): ข้อความคือเนื้อหาที่ถูกส่งผ่านจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร การเลือกคำ การจัดโครงสร้างของข้อความ และการใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น ภาษาพูด ภาษาเขียน หรือภาพ มีผลต่อความเข้าใจของผู้รับสาร

ช่องทาง (Channel): ช่องทางคือวิธีการที่ข้อความถูกส่งผ่านจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร อาจเป็นช่องทางทางกายภาพ เช่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ หรืออินเทอร์เน็ต หรืออาจเป็นช่องทางทางจิตวิทยา เช่น อารมณ์หรือทัศนคติที่มีผลต่อการรับสาร

ผู้รับสาร (Receiver): ผู้รับสารคือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับข้อความจากผู้ส่งสาร ผู้รับสารจะทำการแปลความหมายของข้อความตามประสบการณ์ ความรู้ ทัศนคติ และวัฒนธรรมของตน การที่ผู้รับสารมีทักษะในการรับสารและการแปลความหมายมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการสื่อสาร

แบบจำลอง SMCR เน้นที่การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร โดยคำนึงถึงความซับซ้อนของกระบวนการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการแปลความหมายของผู้รับสาร การเข้าใจแบบจำลองนี้มีประโยชน์ในการวางแผนและประเมินผลการสื่อสารในบริบทต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ หรือการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Berlo, 1960)

ตารางที่ 5.5: แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว วิเคราะห์ตามกรอบแบบจำลองการสื่อสาร

ผู้ผลิตสื่อ (Sender/Producer)	กลุ่มเป้าหมายที่ควรสื่อสารถึง (Receiver/Target Audience)	เนื้อหาที่ควรผลิตและสื่อสาร (Message)	รูปแบบสื่อที่ควรผลิต/ รูปแบบการนำเสนอที่ควรใช้ (Channel)	กลยุทธ์การสื่อสาร
หน่วยงานภาครัฐ เอกชน องค์กรไม่แสวงหากำไร และ กลุ่มผู้สนับสนุนสิทธิมนุษยชน	ผู้ใหญ่ในครอบครัว: พ่อแม่ ผู้ปกครอง และผู้สูงอายุ ในครอบครัว ซึ่งมีบทบาท สำคัญในการปลูกฝังค่านิยม และทัศนคติต่อสมาชิกคน อื่น ๆ ครูและผู้บริหารสถานศึกษา: เป็นกลุ่มที่มีบทบาท ในการส่งเสริมและเผยแพร่ ความเข้าใจเรื่องความเสมอ ภาคทางเพศในโรงเรียน ผู้กำหนดนโยบายและ หน่วยงานรัฐ: กลุ่ม ที่มีอำนาจในการกำหนด นโยบายสาธารณะและ สนับสนุนกฎหมายหรือ	การสร้างความเข้าใจในเรื่อง ความเสมอภาคทางเพศและ บทบาทในครอบครัว: เนื้อหาที่ส่งเสริมการแบ่งปัน หน้าที่ในครอบครัวอย่าง เสมอภาค การเคารพสิทธิ ซึ่งกันและกัน และการยอมรับ ความหลากหลายทางเพศ การให้ความรู้และสร้าง ทัศนคติที่เปิดกว้าง: การผลิตสื่อที่เน้นให้ความรู้ เรื่องสิทธิมนุษยชน สิทธิ ทางเพศ และการป้องกัน ความรุนแรงในครอบครัว การส่งเสริมพื้นที่ปลอดภัย ในครอบครัว: การสร้างสื่อ	บทความและสารคดีเชิงลึก: สำหรับกลุ่มผู้ใหญ่ ผู้กำหนด นโยบาย และผู้เชี่ยวชาญ โดยเน้นการให้ความรู้ และการวิเคราะห์ในเชิงลึก วิดีโอสั้นและคลิปในสื่อสังคม ออนไลน์ (social media): สำหรับกลุ่มวัยรุ่น และเยาวชน โดยเน้น การสื่อสารที่กระชับ เข้าใจง่าย และน่าสนใจ เช่น การเล่าเรื่องผ่าน ภาพเคลื่อนไหว และ แอนิเมชัน (animation) คู่มือหรือหลักสูตรการเรียนรู้ การสอน: สำหรับครูและ	การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในแต่ละช่วงวัยและสังคม: ผู้ผลิตสื่อควรพิจารณา ช่องทางการสื่อสาร ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้ Facebook หรือ YouTube สำหรับ ผู้ใหญ่ และการใช้ TikTok หรือ Instagram สำหรับ วัยรุ่น การปรับเนื้อหาและรูปแบบ ให้สอดคล้องกับบริบท สังคมและวัฒนธรรม: การผลิตสื่อควรคำนึงถึง ความแตกต่างในเรื่องบริบท ทางสังคม เช่น การปรับใช้

ผู้ผลิตสื่อ (Sender/Producer)	กลุ่มเป้าหมายที่ควรสื่อสารถึง (Receiver/Target Audience)	เนื้อหาที่ควรผลิตและสื่อสาร (Message)	รูปแบบสื่อที่ควรผลิต/ รูปแบบการนำเสนอที่ควรใช้ (Channel)	กลยุทธ์การสื่อสาร
	มาตรการที่ส่งเสริม ความเสมอภาค วัยรุ่นและเยาวชน: กลุ่มที่กำลังเติบโต และต้องการความเข้าใจ เรื่องเพศและความเท่าเทียม เพื่อสร้างสังคมที่ยอมรับ ความหลากหลายทางเพศ	ที่สนับสนุนการสื่อสาร ภายในครอบครัวอย่างเปิด กว้าง ให้ทุกคนสามารถ แสดงความคิดเห็นได้ โดยไม่ถูกตัดสิน	ผู้บริหารสถานศึกษา โดยมุ่งเน้นการฝึกอบรม และการให้เครื่องมือที่ช่วย ในการเผยแพร่ความเข้าใจ ในเรื่องความเสมอภาค ระหว่างเพศในโรงเรียน การรณรงค์ออนไลน์และ การใช้อินฟลูเอนเซอร์ (influencer): การใช้ บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือ ผู้ที่มีอิทธิพลในสื่อสังคม ออนไลน์ เพื่อสื่อสาร ประเด็นความเสมอภาค ระหว่างเพศ	ภาษาที่เหมาะสม การนำเสนอเรื่องราว ที่เป็นกลาง และการส่งเสริม ค่านิยมที่ดีในสังคม การสร้างการมีส่วนร่วม ผ่านกิจกรรมออนไลน์ และออฟไลน์: ผู้ผลิตสื่อ ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วม ของผู้รับสารผ่านกิจกรรม เชิงปฏิบัติการ การจัด สัมมนา การรณรงค์ออนไลน์ และการสร้างเครือข่าย ในชุมชน
สื่อมวลชนกระแสหลัก ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนด เจตคติและค่านิยมของสังคม รวมถึงการสร้างภาพจำ	-	การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับ บทบาทของสมาชิกใน ครอบครัวที่เท่าเทียมกัน: ควรสื่อสารถึงบทบาท	รายการสารคดีและละคร โทรทัศน์: ควรผลิตเนื้อหา ที่เล่าเรื่องของครอบครัว ที่มีความเท่าเทียมกัน	การปรับเปลี่ยนภาพจำที่ผลิต ซ้ำมานาน: สื่อมวลชนควร ลดการนำเสนอภาพที่ตอกย้ำ บทบาททางเพศแบบเดิม ๆ

ผู้ผลิตสื่อ (Sender/Producer)	กลุ่มเป้าหมายที่ควรสื่อสารถึง (Receiver/Target Audience)	เนื้อหาที่ควรผลิตและสื่อสาร (Message)	รูปแบบสื่อที่ควรผลิต/ รูปแบบการนำเสนอที่ควรใช้ (Channel)	กลยุทธ์การสื่อสาร
และทัศนคติเกี่ยวกับ ความเสมอภาคระหว่างเพศ ในครอบครัว		ของทุกเพศในครอบครัว อย่างเสมอภาค เช่น การแบ่งปันภาระงานบ้าน การตัดสินใจร่วมกัน และการเคารพความคิดเห็น ของทุกคน การส่งเสริมการยอมรับ ความหลากหลายทางเพศ ในครอบครัว: เนื้อหา ควรสื่อถึงความสำคัญ ของการยอมรับและเคารพ ความแตกต่างทางเพศ ภายในครอบครัว เช่น การสนับสนุนลูกที่มี ความหลากหลายทางเพศ การลดทอนภาพจำและ ทัศนคติที่เป็นพิษเกี่ยวกับ บทบาททางเพศ: สื่อควร	ในทุกด้าน รวมถึงเรื่องราว ของครอบครัวที่ยอมรับ ความหลากหลายทางเพศ เช่น การสร้างละครที่มี ตัวละครหลากหลายทางเพศ และแสดงบทบาท ในครอบครัวอย่างเสมอภาค รายการข่าวและการสัมภาษณ์: การจัดรายการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านเพศวิถี ศึกษา นักจิตวิทยา ครอบครัว หรือการรายงาน ข่าวเกี่ยวกับความเสมอภาค ทางเพศในครอบครัวโดยใช้ การสื่อสารที่เป็นกลางและ สร้างสรรค์ คอลัมน์และบทความในสื่อ สิ่งพิมพ์และออนไลน์:	เช่น การนำเสนอว่าผู้ชาย ต้องเป็นผู้นำหรือผู้หญิง ต้องเป็นผู้ดูแลบ้าน การเล่าเรื่องราวที่ทำทาย กรอบความคิดแบบเดิม จะช่วยสร้างทัศนคติใหม่ ที่เปิดกว้างขึ้น การใช้อินฟลูเอนเซอร์ (influencer) หรือบุคคล ที่มีชื่อเสียงในการรณรงค์: การนำผู้มีชื่อเสียงหรือ ผู้มีอิทธิพลในสังคม มาร่วมสื่อสารประเด็น ความเสมอภาคในครอบครัว จะช่วยดึงดูดความสนใจ และสร้างการเปลี่ยนแปลง เชิงบวกในวงกว้าง

ผู้ผลิตสื่อ (Sender/Producer)	กลุ่มเป้าหมายที่ควรสื่อสารถึง (Receiver/Target Audience)	เนื้อหาที่ควรผลิตและสื่อสาร (Message)	รูปแบบสื่อที่ควรผลิต/ รูปแบบการนำเสนอที่ควรใช้ (Channel)	กลยุทธ์การสื่อสาร
		นำเสนอเรื่องราวที่ปล้ำล้างภาพจำเก่า เช่น การตัดภาพจำที่ผู้หญิงต้องเป็นผู้ทำงานบ้านหรือผู้ชายต้องเป็นหัวหน้าครอบครัว การเสนอเรื่องราวที่ทำลายกรอบเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมความเสมอภาค การเน้นการสร้างพื้นที่ปลอดภัยในครอบครัว: สื่อควรสื่อสารถึงความสำคัญของการสร้างพื้นที่ในการพูดคุยและการสื่อสารในครอบครัวที่เปิดกว้างและเคารพกัน เพื่อให้สมาชิกทุกคนสามารถแสดงความรู้สึก	ควรมีบทความหรือคอลัมน์ที่เน้นให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาความสัมพันธ์ในครอบครัว การส่งเสริมความเสมอภาค และการยอมรับความหลากหลายทางเพศ โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและเหมาะสมกับกลุ่มผู้อ่านในวงกว้าง รายการโทรทัศน์หรือซีรีส์ที่เจาะประเด็นความเท่าเทียม: การสร้างซีรีส์หรือรายการที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับครอบครัวที่มีความหลากหลายและเท่าเทียม โดยไม่เน้นความเป็นเพศสภาพ	การเน้นการสื่อสารที่รอบด้านและไม่เอนเอียง: การสื่อสารที่เป็นกลางและเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นจากหลายฝ่ายโดยไม่เข้าข้างเพศใดเพศหนึ่ง จะช่วยให้ผู้รับสารเกิดการเรียนรู้และพิจารณาเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง การสร้างกิจกรรมการรณรงค์หรือกิจกรรมร่วมกับชุมชน: สื่อมวลชนกระแสหลักสามารถจัดกิจกรรมรณรงค์หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมความเสมอภาคในครอบครัว โดยร่วมมือกับองค์กรภาคประชาสังคม

ผู้ผลิตสื่อ (Sender/Producer)	กลุ่มเป้าหมายที่ควรสื่อสารถึง (Receiver/Target Audience)	เนื้อหาที่ควรผลิตและสื่อสาร (Message)	รูปแบบสื่อที่ควรผลิต/ รูปแบบการนำเสนอที่ควรใช้ (Channel)	กลยุทธ์การสื่อสาร
		และความคิดเห็นได้ อย่างอิสระ	แต่นั่นความเป็นมนุษย์ และการเคารพกัน	และชุมชน เพื่อขยาย ผลกระทบในวงกว้าง
ผู้ผลิตสื่อที่เป็นสื่อสังคม ออนไลน์และคอนเทนต์ครีเอ เตอร์ (content creator)	วัยรุ่นและเยาวชน: กลุ่มนี้มีความเปิดกว้าง ต่อการเรียนรู้เรื่อง ความเสมอภาคระหว่างเพศ และมีอิทธิพลในการสร้าง การเปลี่ยนแปลงในสังคม กลุ่มผู้ใหญ่และพ่อแม่รุ่นใหม่: กลุ่มนี้มีบทบาทใน การปลูกฝังค่านิยมใน ครอบครัว จึงควรได้รับ ข้อมูลที่ส่งเสริมความเสมอ ภาคและความเข้าใจ ในเรื่องเพศและบทบาท ในครอบครัว	การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับ ความหลากหลายทางเพศ และบทบาทในครอบครัว: เนื้อหาควรส่งเสริมให้เห็น ความสำคัญของการยอมรับ และเคารพความแตกต่าง ในครอบครัว เช่น การสนับสนุนสมาชิก ที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT+) และการยอมรับ บทบาทที่ไม่ยึดติดกับ กรอบเพศเดิม ๆ การสร้างพื้นที่ปลอดภัย ในครอบครัว: content creator ควรนำเสนอ เรื่องราวที่ช่วยสร้าง	คลิปวิดีโอสั้นในชื่อสังคม ออนไลน์ (social media): ใช้แพลตฟอร์ม อย่าง TikTok, Instagram Reels และ YouTube Shorts ที่เข้าถึงง่ายและ เหมาะสำหรับการสื่อสาร เนื้อหาที่กระชับ สั้น และตรงประเด็น การเล่าเรื่องผ่าน Animation หรือ Infographic: รูปแบบภาพและกราฟิก ที่เน้นการใช้ข้อมูล เชิงสร้างสรรค์ที่จะช่วย ดึงดูดความสนใจและสร้าง ความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว	การใช้การเล่าเรื่อง (Storytelling): การเล่า เรื่องผ่านเนื้อหาที่ใกล้เคียง กับชีวิตประจำวัน หรือการ เล่าผ่านประสบการณ์ ส่วนตัวจะช่วยสร้างความ เชื่อมโยงกับผู้ชม ทำให้ผู้ชม เห็นภาพและเข้าใจได้ง่ายขึ้น การใช้ผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคม ออนไลน์: การร่วมงานกับ อินฟลูเอนเซอร์ (influencer) ที่มีชื่อเสียง ในการสนับสนุนความเสมอ ภาคทางเพศ จะช่วยเพิ่ม การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้กว้างขึ้น

ผู้ผลิตสื่อ (Sender/Producer)	กลุ่มเป้าหมายที่ควรสื่อสารถึง (Receiver/Target Audience)	เนื้อหาที่ควรผลิตและสื่อสาร (Message)	รูปแบบสื่อที่ควรผลิต/ รูปแบบการนำเสนอที่ควรใช้ (Channel)	กลยุทธ์การสื่อสาร
		สภาพแวดล้อมที่ทุกคนในครอบครัวสามารถพูดคุยและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเปิดเผย โดยไม่ถูกตัดสิน การลดภาพจำและค่านิยมที่เป็นพิษเกี่ยวกับบทบาททางเพศ: เนื้อหาช่วยลดทอนภาพจำที่ส่งเสริมการแบ่งแยกบทบาททางเพศ เช่น การเชื่อว่าผู้ชายต้องเป็นผู้นำ หรือผู้หญิงต้องทำงานบ้าน เท่านั้น	Podcast หรือการสนทนาสบาย ๆ: การจัด Podcast หรือรายการสนทนาแบบไม่เป็นทางการที่เน้นการพูดคุยเรื่องความเสมอภาคทางเพศในครอบครัว จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในสังคม การรณรงค์ออนไลน์และการสร้างการมีส่วนร่วม (engagement): การสร้างการรณรงค์ออนไลน์ที่กระตุ้นให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วม เช่น การตั้งคำถามหรือการทำทายให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ	การใช้ภาษาที่เป็นมิตรและเข้าใจง่าย: content creator ควรเลือกใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ใช้ศัพท์เชิงวิชาการหรือซับซ้อน เพื่อให้เนื้อหาสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกวัย การผลิตเนื้อหาที่หลากหลาย: สื่อสังคมออนไลน์ได้เปรียบในเรื่องของความยืดหยุ่นในการผลิตเนื้อหา content creator ควรผลิตเนื้อหาหลากหลาย เช่น วิดีโอคลิป บทความ หรือโพสต์รูปภาพ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกแพลตฟอร์ม

ผู้ผลิตสื่อ (Sender/Producer)	กลุ่มเป้าหมายที่ควรสื่อสารถึง (Receiver/Target Audience)	เนื้อหาที่ควรผลิตและสื่อสาร (Message)	รูปแบบสื่อที่ควรผลิต/ รูปแบบการนำเสนอที่ควรใช้ (Channel)	กลยุทธ์การสื่อสาร
			ประเด็นความเสมอภาค ในครอบครัว	
ผู้ผลิตสื่อที่เป็นเด็กและเยาวชน ซึ่งต้องการสื่อสารกับกลุ่มเด็ก และเยาวชนด้วยกัน	เด็กและเยาวชน	การสร้างความเข้าใจในเรื่อง ความเสมอภาคและ การยอมรับความหลากหลาย ทางเพศ: เนื้อหาที่ควร สื่อสารถึงความสำคัญ ของการยอมรับและเคารพ ความแตกต่างในเพื่อน ๆ และครอบครัว เช่น การสนับสนุนเพื่อน ที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT+) และการเข้าใจ บทบาทที่ไม่ยึดติดกับ กรอบเพศเดิม ๆ การส่งเสริมความสัมพันธ์ ในครอบครัวที่เท่าเทียม: เนื้อหาควรเน้นการสร้าง	วิดีโอสั้นและแอนิเมชัน (animation): การใช้วิดีโอ สั้นที่เน้นการเล่าเรื่อง ในชีวิตประจำวันผ่าน ตัวละครที่เด็กและเยาวชน เชื่อมโยงได้ เช่น ตัวละคร ที่เผชิญกับปัญหาใน ครอบครัว หรือที่โรงเรียน และการใช้ animation ที่มีสีสันสดใสและเข้าใจง่าย มิวสิควิดีโอหรือเพลง: การสร้างเนื้อหาที่เชื่อมโยง กับดนตรีหรือการร้องเพลง ที่สื่อถึงความเสมอภาค ในครอบครัว เช่น เพลงที่ เน้นการเคารพสิทธิและ	การเล่าเรื่องผ่านประสบการณ์ ส่วนตัว: การแบ่งปัน เรื่องราวจากมุมมอง ของเด็กและเยาวชนด้วยกัน จะสร้างความเชื่อมโยง และทำให้เพื่อน ๆ เข้าใจ และสนใจเนื้อหามากขึ้น เช่น การเล่าเรื่องเกี่ยวกับ ความรู้สึกเมื่อต้องเจอกับ การแบ่งแยกหรือการถูก ตัดสินในเรื่องเพศ การใช้ภาษาที่เป็นมิตรและ ง่ายต่อการเข้าใจ: การใช้ภาษาที่สื่อสารได้ ตรงไปตรงมาและเป็นมิตร กับกลุ่มเพื่อน ๆ จะช่วยให้

ผู้ผลิตสื่อ (Sender/Producer)	กลุ่มเป้าหมายที่ควรสื่อสารถึง (Receiver/Target Audience)	เนื้อหาที่ควรผลิตและสื่อสาร (Message)	รูปแบบสื่อที่ควรผลิต/ รูปแบบการนำเสนอที่ควรใช้ (Channel)	กลยุทธ์การสื่อสาร
		ความเข้าใจว่าครอบครัว ไม่จำเป็นต้องมีบทบาท ที่ชัดเจนตามเพศ เช่น การแบ่งหน้าที่บ้านอย่าง ยุติธรรมระหว่างพี่น้อง หรือการช่วยเหลือกันใน ครอบครัวโดยไม่คำนึงถึงเพศ การสนับสนุนเพื่อนและ การสร้างพื้นที่ปลอดภัย ในกลุ่มเพื่อน: การสร้าง เนื้อหาที่สื่อสารเคารพ ความคิดเห็นและความรู้สึก ของเพื่อน ๆ การไม่ล้อเลียน หรือเหยียดหยามกัน ในเรื่องเพศสภาพ หรือการสนับสนุนเมื่อเผชิญ ปัญหาทางครอบครัว และสังคม	ความเท่าเทียมในครอบครัว และกลุ่มเพศ เกมและกิจกรรมแบบโต้ตอบ (interactive activity): การพัฒนาเกมการ์ด หรือ บอร์ดเกมที่ให้เด็ก ได้เรียนรู้ เรื่องการเสมอภาคผ่าน การเล่น เช่น เกมที่เน้น การแบ่งหน้าที่อย่างเสมอ ภาคในครอบครัว หรือ เกมที่สอนให้เคารพ ความคิดเห็นของผู้อื่น การสร้างการรณรงค์ออนไลน์ ทางสื่อสังคมออนไลน์ (social media): เยาวชน สามารถจัดการรณรงค์ (campaign) หรือ การทำทัวล (challenge)	เนื้อหาที่น่าสนใจ และเข้าถึงง่าย การสร้างการมีส่วนร่วมและ การตอบรับ: เด็กและ เยาวชนควรใช้วิธีการ สื่อสารที่เปิดโอกาส ให้เพื่อน ๆ มีส่วนร่วม เช่น การตั้งคำถามในโพสต์ หรือ การทำโพลล์ เพื่อรวบรวมความเห็น

ผู้ผลิตสื่อ (Sender/Producer)	กลุ่มเป้าหมายที่ควรสื่อสารถึง (Receiver/Target Audience)	เนื้อหาที่ควรผลิตและสื่อสาร (Message)	รูปแบบสื่อที่ควรผลิต/ รูปแบบการนำเสนอที่ควรใช้ (Channel)	กลยุทธ์การสื่อสาร
			ในแพลตฟอร์ม TikTok หรือ Instagram ที่กระตุ้น ให้เพื่อน ๆ มีส่วนร่วม ในการแบ่งปันความคิดเห็น หรือเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับ ความเสมอภาคในครอบครัว	

5.6 แนวทางการสื่อสารและการใช้สื่อสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย

การส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย ซึ่งมีวิธีการเรียนรู้และการรับรู้ที่แตกต่างกัน การผลิตสื่อเพื่อสื่อสารประเด็นความเสมอภาคระหว่างเพศ จึงต้องปรับให้เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัยและบทบาททางสังคมของกลุ่มเป้าหมาย

ตาราง 5.6 แนวทางการสื่อสารและการใช้สื่อสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย

กลุ่มเป้าหมาย	รูปแบบ	เนื้อหา
เด็กเล็ก (อายุ 3-6 ปี)	- นิทานภาพและการดูอนิเมชัน: เนื้อหาควรเล่าเรื่องผ่านภาพที่มีสีสันสดใสและตัวละครน่ารักเพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างการเรียนรู้ผ่านความสนุกสนาน - เพลงและเกมเพื่อการเรียนรู้: การใช้เพลงที่ง่ายต่อการจดจำหรือกิจกรรมในรูปแบบของเกม que เด็กสามารถเรียนรู้ผ่านการเล่น จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่เป็นธรรมชาติ	- การแนะนำบทบาทที่เท่าเทียมกัน เช่น การแสดงให้เห็นว่าทั้งเด็กชายและเด็กหญิง สามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้เหมือนกัน เช่น เล่นกีฬา ทำอาหาร หรือทำงานบ้าน - การสอนเรื่องการเคารพเพื่อนที่มีความแตกต่างในด้านเพศ และลักษณะทางกายภาพ เพื่อส่งเสริมให้เด็กเห็นว่าความหลากหลายเป็นเรื่องปกติ
เด็กประถม (อายุ 7-12 ปี)	- การ์ตูนหรือหนังสือการ์ตูน: ใช้การเล่าเรื่องผ่านการ์ตูนที่เน้นการทำงานร่วมกัน และการยอมรับความหลากหลาย เพื่อให้เด็กเข้าใจผ่านการดูและอ่าน - บอร์ดเกมและเกมการ์ด: เกมที่สอนให้เด็กเข้าใจเรื่องความเสมอภาคทางเพศผ่านการเล่นและการจำลองสถานการณ์ต่าง ๆ	- การแบ่งปันหน้าที่ในครอบครัว เช่น การสอนให้เด็กเข้าใจว่า การช่วยทำงานบ้านเป็นความรับผิดชอบของทุกคน ไม่ใช่เฉพาะเพศใดเพศหนึ่ง - การเสริมสร้างความมั่นใจในการแสดงออกและการเคารพความรู้สึกของเพื่อนร่วมที่อาจมีเพศสภาพหรือความเชื่อแตกต่างกัน
วัยรุ่น (อายุ 13-18 ปี)	- คลิปวิดีโอสั้นและ infographic บน social media: เนื้อหาต้องกระชับ เข้าใจง่าย และนำเสนอในรูปแบบที่เป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่น เช่น	- การสร้างความเข้าใจเรื่องสิทธิความหลากหลายทางเพศ และการเคารพในตนเองของผู้อื่น

กลุ่มเป้าหมาย	รูปแบบ	เนื้อหา
	TikTok Instagram และ YouTube - Podcast และรายการออนไลน์: การนำเสนอเนื้อหาเชิงลึกในรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย และสามารถรับฟังได้ขณะทำกิจกรรมอื่น ๆ	โดยเน้นเรื่องการเปิดกว้าง และการยอมรับความแตกต่าง - การสื่อถึงผลกระทบของการใช้คำพูดและพฤติกรรมที่สร้างความไม่เท่าเทียมทางเพศ และการสร้างความตระหนักในผลกระทบของการกระทำเหล่านั้นต่อสังคม
ผู้ใหญ่และผู้ปกครอง	- บทความและสารคดีสั้น: การนำเสนอเรื่องราวในชีวิตจริง หรือการสัมภาษณ์ที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงในครอบครัวที่ส่งเสริมความเสมอภาค - การรณรงค์บนสื่อสังคมออนไลน์ และการอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop): การสร้างความรู้ผ่านกิจกรรมออนไลน์ที่ให้ความรู้ในเชิงลึก และการจัดอบรมหรือสัมมนาเพื่อสร้างความเข้าใจเรื่องบทบาททางเพศในครอบครัว	- การแบ่งปันหน้าที่ในครอบครัวอย่างยุติธรรม โดยไม่ยึดติดกับกรอบความเชื่อเดิม เช่น การแบ่งบทบาทในการดูแลลูก การทำงานบ้าน หรือการตัดสินใจเรื่องสำคัญในครอบครัว - การสร้างพื้นที่ที่เปิดกว้างในการรับฟังและการพูดคุยภายในครอบครัว โดยเน้นการเคารพสิทธิ และการยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง -
ครูและบุคลากรทางการศึกษา	- คู่มือและหลักสูตรเสริม: การจัดทำคู่มือการสอนที่เน้นความเสมอภาคทางเพศ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชั้นเรียนได้ - สื่อการเรียนรู้เชิงโต้ตอบ: การใช้สื่อดิจิทัลและสื่อการเรียนรู้ที่สามารถปรับใช้ได้ตามบริบทของผู้เรียนในแต่ละพื้นที่	- การสร้างความเข้าใจเรื่องบทบาททางเพศที่เท่าเทียมในห้องเรียน และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เปิดกว้างในการเรียนรู้ และการแสดงความคิดเห็น - การเสริมสร้างความเข้าใจในสิทธิของนักเรียนทุกคนในห้องเรียน โดยไม่แบ่งแยกตามเพศสภาพ หรือภูมิหลังของครอบครัว

5.7 การพัฒนาสื่อต้นแบบเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ: ข้อเสนอแนะจากการระดมความคิดเห็น

จากการระดมความคิดเห็น การผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ ในวันที่ 26 มกราคม และ 7 มีนาคม 2567 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาร่วมแบ่งปันประสบการณ์ ทั้งสายวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ ด้านกฎหมาย ด้านเพศสถานะและเพศวิถีศึกษา และสายวิชาชีพการผลิตสื่อ ทั้งส่วนงานที่รับผิดชอบเนื้อหาด้านครอบครัว และส่วนงานผลิต รวมถึงตัวแทนจากองค์กรพัฒนาเอกชน และตัวแทนเยาวชน ผลการระดมความคิดเห็นพบว่า ส่วนใหญ่เสนอว่า การผลิตสื่อต้นแบบเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ ควรเริ่มจาก 3 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มเด็กปฐมวัย กลุ่มพ่อแม่และคนดูแลเด็กเล็ก และกลุ่มองค์กรด้านสื่อสารมวลชน เมื่อคณะผู้วิจัยนำข้อมูลต่าง ๆ กลับมาวิเคราะห์เพื่อคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายเดียวเพื่อผลิตสื่อนำร่อง พบว่า ควรเริ่มจากกลุ่มผู้ปกครอง ทั้งพ่อแม่มือใหม่ พ่อแม่ที่มีลูกตั้งแต่วัย 0-6 ขวบ ปู่ย่าตายายที่ช่วยดูแลหลาน ฯลฯ รวมถึงคนดูแลเด็กเล็ก ครูอนุบาล เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลในการถ่ายทอด และปลูกฝังความคิดความเชื่อให้กับเด็ก ๆ

สำหรับการผลิตสื่อต้นแบบ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้เรื่องเพศ ความหลากหลายทางเพศ และอัตลักษณ์ที่ทับซ้อน ครอบครัวหลากหลาย บทบาทหน้าที่ในครอบครัวที่เหมาะสม เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่ มีความคิดและค่านิยมเดิมอยู่แล้ว หลายครั้งที่ยอมรับความเสมอภาคระหว่างเพศตามกระแสสังคม แต่ยังไม่เข้าใจอย่างแท้จริง เมื่อเผชิญกับความหลากหลายในครอบครัว อาจรับมือไม่เหมาะสม เกิดความขัดแย้งภายในครอบครัว โดยเฉพาะพ่อกับลูก หรือบางครั้งมีการใช้ความรุนแรงระหว่างสามีกับภรรยา

เมื่อคณะผู้วิจัยสรุปว่า จะผลิตสื่อต้นแบบสำหรับกลุ่มผู้ปกครองและคนดูแลเด็ก ก่อนกลุ่มอื่น ๆ ก็ได้มีการแสดงความคิดเห็นในการประชุมออนไลน์กับกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ครู อาสาสมัครชุมชน พนักงานภาครัฐส่วนภูมิภาคที่ทำงานช่วยเหลือผู้หญิงในด้านกฎหมาย ซึ่งก็เห็นพ้องต้องกัน โดยผู้ร่วมประชุมได้แสดงความเห็นเพิ่มเติมว่า การผลิตสื่อสำหรับกลุ่มนี้ควรทำเป็นวิดีโอสั้น เผยแพร่ทางโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะ TikTok ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา ที่ระบุว่า กลุ่มผู้เล่น TikTok มากที่สุด อยู่ในช่วงอายุ 18-44 ปี ซึ่งมีมากกว่า 82.3% นอกจากนี้ ยังได้เสนอว่า การเผยแพร่สามารถขอความร่วมมือกับโรงเรียนอนุบาลและประถมศึกษาร่วมด้วยได้ เนื่องจากปัจจุบันผู้ปกครองจะเป็นสมาชิกกลุ่มไลน์ของห้องเรียนลูก การส่งสารใด ๆ จากครูประจำชั้นไปยังผู้ปกครองจึงมีประสิทธิภาพมาก

ด้านเนื้อหาสื่อต้นแบบ คณะผู้วิจัยวางแผนไว้ใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1. ประเด็นการแบ่งบทบาทหน้าที่ในครอบครัวอย่างเสมอภาค ทั้งระหว่างสามีกับภรรยา พ่อแม่กับลูก พี่กับน้อง รวมถึงแนวคิดเรื่องการให้และเสียสละอย่างเท่าเทียม บทบาทหน้าที่ต่าง ๆ ไม่ควรใช้เพศเป็นตัวกำหนดแบบตายตัว 2. ประเด็นความเสมอภาคระหว่างเพศสถานะและครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศ เพื่อลดอคติทางเพศ สร้างนิยามครอบครัวใหม่ ที่กว้างกว่าเดิมไม่ยึดโยงอยู่เฉพาะความสัมพันธ์ทางสายเลือด หรือวาทกรรมเรื่องเพศ ที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนกันใหม่ เช่น คำว่าเพศที่สาม

ซึ่งมีนัยถึงการแบ่งลำดับชั้น 3. การไม่เลือกปฏิบัติด้วยเหตุแห่งเพศ เช่น คนที่มีความหลากหลายทางเพศ จะไม่ถูกกีดกันในด้านการทำงาน หรือถูกบังคับในเรื่องการแต่งกายที่ไม่มีเหตุผล

จึงสรุปได้ว่า สื่อต้นแบบที่คณะวิจัยวางแผนไว้หลังการศึกษาในครั้งนี้ คือ การทำวิดีโอสั้น ที่มีความสนุก มีหลายหลากหลายในด้านรูปแบบ ทั้งงาน motion graphic และการแสดงบทบาทสมมติ เนื้อหาเน้นด้านบทบาทหน้าที่ในครอบครัว ความเสมอภาคระหว่างเพศ และการไม่เลือกปฏิบัติด้วยเหตุแห่งเพศ เผยแพร่ผ่านช่องทาง TikTok และทำงานร่วมกับโรงเรียน เพื่อให้โรงเรียนช่วยเผยแพร่อีกทางหนึ่ง

5.8 สรุป

การผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว เป็นกระบวนการที่ต้องการการวางแผนและการออกแบบที่ละเอียดอ่อน เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายอย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์นั้นมีความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่เท่าเทียมระหว่างเพศในสังคมไทย โดยเน้นการสร้างสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้ชมในกลุ่มต่าง ๆ ตั้งแต่เด็ก วัยรุ่น ไปจนถึงพ่อแม่และผู้ดูแลเด็ก

เนื้อหาสื่อควรสอดคล้องกับการสร้างความเข้าใจเรื่องความหลากหลายทางเพศ การลดอคติทางเพศ และการส่งเสริมการสื่อสารที่เท่าเทียมในครอบครัว สื่อที่เหมาะสม ได้แก่ การ์ดเกมเพื่อการศึกษา วิดีโอสั้นในรูปแบบ Motion Graphic และแอปพลิเคชันที่ให้ความรู้เกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศ นอกจากนี้ การผลิตละครและหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-books) ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงบทบาททางเพศจะช่วยสร้างความรู้สึกร่วมกันอันหนึ่งอันเดียวกันภายในครอบครัว และสังคม

การผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพสูงและสอดคล้องกับแนวคิดความเสมอภาคระหว่างเพศนี้ จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในประเด็นทางเพศในสังคมไทย และลดปัญหาความรุนแรงในครอบครัว ที่เกิดจากการเลือกปฏิบัติทางเพศ

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อและบทบาทของสื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ได้รับการสนับสนุนอย่างกว้างขวางในระดับนโยบาย โดยเฉพาะในบริบทของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีของประเทศไทย ความสำคัญของการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวนั้น เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการพัฒนาสังคมไทยให้มีความเป็นธรรมทางเพศและลดการเลือกปฏิบัติต่อสมาชิกในครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศ นอกจากนี้ การวิจัยนี้ยังมุ่งพัฒนาแนวปฏิบัติในการผลิตเนื้อหาสื่อสร้างสรรค์ที่หลากหลายรูปแบบเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่าง ทั้งในด้านเพศสภาพ วัย ระดับการศึกษา และสถานะทางเศรษฐกิจ รวมทั้งนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

6.1 บทสรุป

การวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า สื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศ การนำสื่อมาใช้ในครอบครัว โดยเฉพาะสื่อที่ออกแบบมาเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารอย่างเปิดเผยในครอบครัว มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความไม่เท่าเทียมทางเพศ สื่อสร้างสรรค์สามารถช่วยลดอิทธิพลของค่านิยมแบบปิตาธิปไตยที่เป็นรากฐานของปัญหาความไม่เสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวไทย

ในยุคที่สื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทมากขึ้น สมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสื่อต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น ดังนั้นการผลิตและนำสื่อสร้างสรรค์มาใช้เพื่อสนับสนุนเจตคติที่เท่าเทียมกันระหว่างเพศจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง นอกจากนี้ การใช้สื่อในครอบครัวยังมีศักยภาพในการส่งเสริมให้สมาชิกครอบครัวเกิดการสื่อสารและแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผยและเท่าเทียมกัน การสร้างวัฒนธรรมครอบครัวที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องสำคัญภายในครอบครัวจะช่วยลดการแบ่งแยกบทบาทระหว่างเพศ

นอกจากนี้ การส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวสามารถลดปัญหาความรุนแรงในครอบครัวได้ โดยเฉพาะความรุนแรงที่เกิดจากการไม่ยอมรับความแตกต่างทางเพศและการปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมต่อสมาชิกในครอบครัวที่มีเพศวิถีที่หลากหลาย การส่งเสริมการสื่อสารที่เปิดกว้างในครอบครัวจะช่วยลดปัญหาการเลือกปฏิบัติและการกีดกันทางเพศ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดความรุนแรงในครอบครัว นอกจากนี้ยังพบว่าเมื่อสมาชิกครอบครัวมีความเข้าใจและเคารพสิทธิและเสรีภาพของกันและกันมากขึ้น ความสัมพันธ์ภายในครอบครัวก็จะดีขึ้นตามไปด้วย

6.2 อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ได้ยืนยันว่า การใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศมีความสำคัญและมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติของสมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาถึงความเปลี่ยนแปลงในภูมิทัศน์ของสื่อในปัจจุบัน การผลิตสื่อสร้างสรรค์ควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เช่น เด็ก วัยรุ่น พ่อแม่ และผู้ดูแลเด็ก การนำเสนอสื่อในรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น วิดีโอสั้นหรือแอปพลิเคชัน จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้

ในการอภิปรายผลของการวิจัย การใช้สื่อสร้างสรรค์ในครอบครัวมีผลในการส่งเสริมเจตคติที่เท่าเทียมกันระหว่างเพศ สื่อที่ออกแบบมาให้สอดคล้องกับแนวคิดความเสมอภาคระหว่างเพศสามารถช่วยลดอคติที่มีต่อบทบาททางเพศภายในครอบครัว เช่น การที่ผู้ชายเป็นผู้นำ และผู้หญิงเป็นผู้ดูแลบ้าน การลดทอนค่านิยมปิตาธิปไตยที่ยังคงฝังแน่นในสังคมไทยจะช่วยให้เกิดการแบ่งปันบทบาทและความรับผิดชอบที่เท่าเทียมกันมากขึ้น ทั้งนี้การสนับสนุนให้สื่อสร้างสรรค์มีบทบาทในการสร้างเจตคติที่เคารพความหลากหลายทางเพศและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของสมาชิกทุกคนในครอบครัวจะนำไปสู่การสร้างสังคมที่มีความเป็นธรรมทางเพศและเท่าเทียมมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม การวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า การใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศในครอบครัวต้องอาศัยการวางแผนและการดำเนินงานอย่างรอบคอบ การออกแบบสื่อควรคำนึงถึงความซับซ้อนของปัญหาความไม่เท่าเทียมระหว่างเพศ ซึ่งมักเกี่ยวข้องกับการแบ่งงาน และบทบาททางเพศที่ไม่เท่าเทียมกัน นอกจากนี้ การคำนึงถึงความหลากหลายของครอบครัวในปัจจุบัน เช่น ครอบครัวที่มีพ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว ครอบครัวที่มีคู่รักเพศเดียวกัน หรือครอบครัวที่มีสมาชิกหลายรุ่น ถือเป็นสิ่งที่จำเป็นในการออกแบบสื่อให้เข้าถึงและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ

อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือ ความท้าทายในการสร้างสื่อที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์และไม่ก่อให้เกิดการตอกย้ำภาพเหมารวมทางเพศ สื่อที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศควรหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาหรือภาพที่อาจสื่อถึงการเลือกปฏิบัติหรือการลดทอนคุณค่าของเพศหญิงหรือเพศอื่น ๆ นอกจากนี้ การสร้างสื่อที่เน้นการเคารพในสิทธิและเสรีภาพของทุกคนโดยไม่คำนึงถึงเพศภาวะหรือเพศวิถียังถือเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยส่งเสริมเจตคติที่ดีต่อความเสมอภาคทางเพศในครอบครัว

6.3 ข้อเสนอแนะแนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์

การวิจัยนี้แนะนำแนวทางในการใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศในครอบครัวอย่างมีประสิทธิภาพ การออกแบบและผลิตสื่อควรมุ่งเน้นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้งในด้านเพศ วัย และภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม นอกจากนี้การใช้สื่อสร้างสรรค์ควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนผ่านการจัดตั้งกองทุนหรือโครงการส่งเสริมการผลิตสื่อที่มีคุณภาพสูงและเข้าถึงได้ง่าย

เพื่อให้การใช้สื่อสร้างสรรค์ในครอบครัวมีผลลัพธ์ที่ยั่งยืน ควรมีการติดตามและประเมินผลการใช้สื่ออย่างต่อเนื่อง เพื่อประเมินว่าการใช้สื่อดังกล่าวมีผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกในครอบครัวอย่างไร และควรมีการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ การจัดการอบรมและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อ รวมถึงการจัดตั้งคู่มือแนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่เน้นความเสมอภาคทางเพศจะช่วยให้การใช้สื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมเจตคติที่ดีต่อความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวเกิดผลอย่างยั่งยืน

แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์

1. สื่อสำหรับเด็กวัยเรียน: การผลิตสื่อที่มุ่งเน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศแก่เด็กวัยเรียน เช่น การ์ดเกมเพื่อการศึกษา ซึ่งเด็กสามารถเล่นได้ทั้งในโรงเรียนและในครอบครัว การ์ดเกมเหล่านี้ควรมีเนื้อหาที่ครอบคลุมการเรียนรู้เกี่ยวกับเพศวิถี ความหลากหลายทางเพศ และการใช้ภาษาที่ไม่สร้างความรู้สึกแบ่งแยก เน้นการเข้าใจในความแตกต่างของเพศสภาพอย่างละเอียดลึกซึ้ง เพื่อปลูกฝังทัศนคติที่เปิดกว้างและเคารพต่อเพศอื่น ๆ ตั้งแต่วัยเด็ก

2. สื่อสำหรับพ่อแม่และผู้ดูแลเด็ก: สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ สื่อที่เหมาะสมควรเป็นวิดีโอสั้นที่กระชับและเข้าถึงง่าย เช่น วิดีทัศน์แบบกราฟฟิกเคลื่อนไหว (Motion Graphic) ซึ่งนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศในครอบครัวอย่างเข้าใจง่าย วิดีโอเหล่านี้ควรนำเสนอวิธีการจัดการกับบทบาททางเพศในครอบครัว การเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในครอบครัวอย่างเท่าเทียม รวมถึงการสนับสนุนความเข้าใจในเรื่องความหลากหลายของครอบครัว เช่น ครอบครัวที่มีคู่รักเพศเดียวกัน หรือครอบครัวที่มีสมาชิกหลายรุ่น

3. แอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้: สื่อในรูปแบบแอปพลิเคชันสามารถพัฒนาเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างเพศและเพศวิถีในครอบครัว ซึ่งแอปนี้สามารถตอบคำถามและให้ข้อมูลที่ทันสมัยเกี่ยวกับประเด็นความหลากหลายทางเพศ นอกจากนี้ยังสามารถสร้างเนื้อหาที่ให้สมาชิกครอบครัวมีปฏิสัมพันธ์ในการเรียนรู้เรื่องเพศที่เปิดกว้างและไม่ถูกจำกัดด้วยกรอบทางสังคมดั้งเดิม แอปพลิเคชันดังกล่าวสามารถใช้เพื่อให้ความรู้เชิงวิชาการในรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย

4. การผลิตละครและหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-books): สื่อบันเทิง เช่น ละครที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างเพศ สามารถสร้างอารมณ์ร่วมและสะท้อนปัญหาความไม่เท่าเทียมในสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ เนื้อหาควรนำเสนอวิธีการแก้ไขปัญหาภายในครอบครัวที่สะท้อนถึงความเคารพในความหลากหลายทางเพศและความเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-books) ที่มีเนื้อหาวิชาการเชิงลึกจะช่วยสนับสนุนการศึกษาค้นคว้าความเสมอภาคระหว่างเพศในเชิงลึก โดยเนื้อหาควรครอบคลุมตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงบทบาททางเพศไปจนถึงการสนับสนุนให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ในครอบครัวที่สร้างความเท่าเทียมกัน

5. การฝึกอบรมและการพัฒนา: การผลิตสื่อสร้างสรรค์ควรได้รับการสนับสนุนผ่านการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อให้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นความเสมอภาคระหว่างเพศ การอบรมนี้จะช่วยให้ผู้ผลิตสื่อสามารถผลิตเนื้อหาที่ไม่เพียงแต่สร้างความเข้าใจในเรื่องความเสมอภาคทางเพศเท่านั้น แต่ยังช่วยหลีกเลี่ยงการใช้เนื้อหาหรือภาพลักษณ์ที่อาจสร้างความเหลื่อมล้ำทางเพศ เช่น การแสดงภาพความรุนแรงในครอบครัวหรือการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม

6.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายและกลยุทธ์การสนับสนุนการผลิตและใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

ข้อเสนอเชิงนโยบายในการผลิตและใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวนี้ เสนอต่อกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการผลิตและการใช้สื่อที่สร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายและความจำเป็นในการพัฒนาเจตคติที่เท่าเทียมในครอบครัวไทย การกำหนดนโยบายเหล่านี้จะเน้นการปรับเปลี่ยนทัศนคติ ความเข้าใจ และพฤติกรรมของสมาชิกในครอบครัวให้สอดคล้องกับหลักการความเสมอภาคทางเพศ นโยบายและกลยุทธ์ที่นำเสนอมีความครอบคลุม ทั้งในด้านการผลิตสื่อ การสนับสนุนผู้ผลิต การกำกับดูแลเนื้อหา การเผยแพร่สื่อ และการวิจัยเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน และเป็นบวกในสังคมไทยในระยะยาว

ตารางที่ 6.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายและกลยุทธ์การสนับสนุนการผลิตและใช้สื่อสร้างสรรค์

ข้อเสนอเชิงนโยบาย	กลยุทธ์
1. การสนับสนุนการผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทุกช่วงวัย	1.1 สร้างความร่วมมือระหว่างกรมกิจการสตรีฯ กับหน่วยงานการศึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อเด็กและครอบครัว เพื่อพัฒนาเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่วงวัย 1.2 สนับสนุนทุนในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ผ่านการประกวดหรือโครงการสร้างสรรค์เนื้อหา 1.3 จัดทำสื่อในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น นิทานภาพ การ์ตูน เพลง วิดีโอสั้น และสารคดี เพื่อตอบสนองต่อวิธีการรับรู้ของแต่ละกลุ่ม
2. การสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อ	2.1 สนับสนุนการจัดการอบรมสำหรับผู้ผลิตสื่อ ทั้งสื่อมวลชน นักการตลาดดิจิทัล และผู้สร้างสื่อออนไลน์ เพื่อให้เข้าใจหลักการความเสมอภาคระหว่างเพศ และวิธีการนำเสนอที่เหมาะสม

ข้อเสนอเชิงนโยบาย	กลยุทธ์
	2.2 พัฒนาหลักสูตรการอบรมที่เน้นเรื่องการใช้ภาษาที่เหมาะสม การเลือกภาพประกอบและการออกแบบเนื้อหาที่ไม่ผลิตซ้ำอคติทางเพศ 2.3 สนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ผลิตสื่อที่มุ่งเน้นการผลิตสื่อที่ส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์
3. การกำกับดูแลและสนับสนุนการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ	3.1 ส่งเสริมการจัดการประกวดและการมอบรางวัลให้กับผลงานที่ผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ผลิตสื่อมุ่งเน้นเนื้อหาที่มีคุณภาพ 3.2 ส่งเสริมการสร้างมาตรฐานทางจริยธรรมในการผลิตสื่อ โดยกำหนดหลักเกณฑ์การผลิตเนื้อหาที่เคารพสิทธิความเป็นมนุษย์และไม่ส่งเสริมการใช้ความรุนแรง หรือด้อยค่าทางเพศ
4. การเผยแพร่และขยายผลสื่อสร้างสรรค์เพื่อความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว	4.1 พัฒนาช่องทางการเผยแพร่สื่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์มออนไลน์ และแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง 4.2 ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการจัดกิจกรรมเผยแพร่สื่อที่ส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในระดับชุมชนผ่านการจัดนิทรรศการ การอบรมเชิงปฏิบัติการ และการรณรงค์ต่าง ๆ 4.3 จัดทำโครงการเผยแพร่สื่อในโรงเรียนและสถาบันการศึกษา เพื่อปลูกฝังค่านิยมเรื่องความเสมอภาคระหว่างเพศตั้งแต่เด็ก
5. การวิจัยและประเมินผลเพื่อพัฒนาสื่ออย่างต่อเนื่อง	5.1 สนับสนุนทุนวิจัยในการศึกษาผลกระทบของสื่อที่ผลิตขึ้นในการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ โดยเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย 5.2 ร่วมมือกับสถานศึกษาในการจัดทำงานวิจัยและประเมินผลการใช้สื่อในครอบครัวและชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปปรับปรุงนโยบายได้ 5.3 พัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลการเผยแพร่สื่อ โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ใช้สื่อและกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและสามารถนำไปพัฒนาการผลิตสื่อในอนาคต

รายการอ้างอิง

- กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2562). *นิยามและประเภทครอบครัว*. กรุงเทพฯ: กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2566). *แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาสตรี พ.ศ. 2566 – 2570*. กรุงเทพฯ: กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- กฤษริน รักษาแก้ว และนันทิยา ดวงภูมิเมศ. (2560). อิทธิพลของรายการในสื่อใหม่ที่มีต่อมุมมองต่อโลกของเด็ก และเยาวชน. *Veridian ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(3): 152-169.
- กั้วาฬ พองแก้ว. (2560). *สื่อเพื่อการเปลี่ยนแปลง: การทำงานร่วมกับสื่อในประเด็นเพศวิถี อัตลักษณ์ทางเพศสถานะ และการแสดงออกและอัตลักษณ์ทางเพศในประเทศไทย*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ. (2562). *ทนรับแต่ไม่ยอมรับ: รายงานผลการสำรวจเรื่องการเลือกปฏิบัติและทัศนคติทางสังคมต่อผู้มีความหลากหลายทางเพศในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ.
- โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ. (2565). *งานดูแลและงานบ้านที่ไม่ได้รับค่าจ้างของหญิงไทย และผลกระทบต่อการทำงานที่มีคุณค่า*. กรุงเทพฯ: โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ.
- นิด้าโพล. (2564). *รายงานผลการสำรวจความคิดเห็น เรื่อง เจตคติของประชาชนด้านความเสมอภาคทางเพศ*. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2567, จาก https://library.dwf.go.th/library_v2/pdf/เจตคติประชาชนด้านความเสมอภาคระหว่างเพศ.pdf
- บุหงา ชัยสุวรรณ และพรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2558). พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่นอายุระหว่าง 10-19 ปี. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า*, 1(1): 31-57.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (2563). *ครอบครัว*. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2567, จาก <https://dictionary.orst.go.th/>
- พรสุรีย์ วิภาศรีนิมิต. (2560). แนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนให้เป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยม. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 11(2): 113-143.
- มูลนิธิเครือข่ายเพื่อนกะเทยเพื่อสิทธิมนุษยชน. (ม.ป.ป.). *คู่มือการปฏิบัติงานสื่อในการนำเสนอประเด็นความหลากหลายทางเพศ*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิเครือข่ายเพื่อนกะเทยเพื่อสิทธิมนุษยชน

และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

รณภูมิ สามัคคีคารมย์, อัจฉราภรณ์ ทองแฉล้ม, โอปอล ประภาวดี. (2564). *คู่มือผู้ปกครองในการดูแลบุตรหลานหลากหลายเพศ*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิเครือข่ายเพื่อนกะเทยเพื่อสิทธิมนุษยชน.

รศรินทร์ เกรย์ และกาญจนา ตั้งชลทิพย์ (บรรณาธิการ). (2564). *นิยามประเภทครอบครัว และดัชนีชี้วัดครอบครัวอยู่ดีมีสุข: การทบทวนวรรณกรรม*. นครปฐม: โครงการการสร้างเสริมครอบครัวอบอุ่นและมีสุขเพื่อคนทำงานองค์กร สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์. (2562). พฤติกรรมการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์กับลักษณะเนื้อหา และรูปแบบที่เหมาะสม สำหรับเด็กและเยาวชนไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์*, 13(1): 375-403.

ราณี วงศ์คงเดช และคณะ. (2561). พฤติกรรมการใช้สื่อของเด็กยุคศตวรรษที่ 21. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์ นคร ลำปาง*, 7(2): 26-36.

ลักษมี คงลาภ. (2555). พฤติกรรมการเปิดรับและความต้องการของเด็กและเยาวชนที่มีต่อรายการสำหรับเด็กและเยาวชนทางสถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะไทยพีบีเอส. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์*, 6(2): 113-143.

สภาเด็กและเยาวชนแห่งประเทศไทย. (2566). *รายงานสมัชชาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ ประจำปี 2566*. กรุงเทพฯ: สภาเด็กและเยาวชนแห่งประเทศไทย.

สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2552). *มาตรฐานและตัวชี้วัดความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และโครงการสตรีและเยาวชนศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Beyens, I. & Valkenburg, P. M. (2022). Childhood's Media Use and Its Relation to Attention, Hyperactivity and Impulsivity. In D. Lemish (Ed.), *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media*, 2nd ed., pp. 202-210. Oxon: Routledge.

Comstock, G. & Scharrer, E. (2012). The Use of Television and Other Screen Media. In D. G. Singer & J. L. Singer (Eds.), *Handbook of Children and the Media*, 2nd ed., pp.13-44. London: Sage Publications.

Coulter, N. (2021). Child Studies Meets Digital Media: Rethinking the Paradigms. In L. Green, et.al., (Eds.). *The Routledge Companion to Digital Media and Children*, pp. 19-27. New York: Routledge.

- Davies, J. & Gentle, D. A. (2012). Responses to Children's Media Use in Families With and Without Siblings: A Family Development. *Family Relations*, 61(3): 410-425.
- Fam, J. Y. et.al. (2023). Is Parental Mediation Negatively Associated with Problematic Media Use Among Children and Adolescents? A Systematic Review and Meta-Analysis. *Canadian Journal of Behavioural Sciences*, 55(2): 89-99.
- Feilitzen, C.V. (2012). Children's Media Use in a Global Perspective. In D. G. Singer & J. L. Singer (Eds.), *Handbook of Children and the Media*, 2nd ed, pp.379-394. London: Sage Publications.
- Geurts, S. M. et.al. (2022). A Qualitative Study on Children's Digital Media Use and Parents' Self-interest. *Journal of Child and Family Studies*, 31: 2015-2026.
- Green, L. et.al. (2021). Introduction: Children and Digital Media. In L. Green, et.al., (Eds.). *The Routledge Companion to Digital Media and Children*, pp. 1-14. New York: Routledge.
- Hasebrink, U & Paus-Hasebrink, I. (2022). Long-term Trends in Children's Consumption of Media. In D. Lemish (Ed.), *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media*, 2nd ed., pp. 41-48. Oxon: Routledge.
- Horst, H. A. & Gaspard, L. (2021). Platforms, Participation and Place: Understanding Young People's Changing Digital Media World. In L. Green, et.al., (Eds.). *The Routledge Companion to Digital Media and Children*, pp. 38-47. New York: Routledge.
- Kubey, R.; Banerjee, S. C. & Donovan, B. W. (2012). Media and the Family. In D. G. Singer & J. L. Singer (Eds.), *Handbook of Children and the Media*, 2nd ed, pp.341-361. London: Sage Publications.
- Lemish, D. (2015). *Children and Media: A Global Perspective*. Oxford: Wilby Blackwell.
- Lemish, D. (2022). Feminist Theory Approaches to the Study of Children and Media. In D. Lemish (Ed.), *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media*, 2nd ed., pp. 57-64. Oxon: Routledge.
- Lemish, D. (2022). Introduction to the Second Edition: Children, Adolescents, and Media: Creating a Shared Scholarly Arena. In D. Lemish (Ed.), *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media*, 2nd ed., pp. 1-12. Oxon: Routledge.

- McLeod, D. M.; Wise, D. & Perryman, M. (2017). Thinking about the Media: A Review of Theory and Research on Media Perceptions, Media Effects, and Their Consequences. *Review of Communication Research*, 6: 35-83.
- Nathanson, A. I. (2013). Media and the Family Context. In D. Lemish (Ed.), *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media*, pp. 299-306. Oxon: Routledge.
- Nikken, P. (2022). Media and the Family Context. In D. Lemish (Ed.), *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media*, 2nd ed., pp. 339-346. Oxon: Routledge.
- Signorielli, N. (2012). Television's Gender-Role Images and Contribution to Stereotyping. In D. G. Singer & J. L. Singer (Eds.), *Handbook of Children and the Media*, 2nd ed., pp.321-329. London: Sage Publications.
- Singer, D. G. & Singer, J. (2012). Why a Handbook on Children and the Media. In D. G. Singer & J. L. Singer (Eds.), *Handbook of Children and the Media*, 2nd ed, pp.1-6. London: Sage Publications.
- Sun, X. and Subrahmanyam, K. (2017). Media Use and Youth Well-being. In L. Reinecke & M. B. Oliver (Eds.). *The Routledge Handbook of Media Use and Well-being*, pp. 371-383. New York: Routledge.
- Vandewater, E. A. & Lee, S. (2009). Measuring Children's Media Use in the Digital Age: Issues and Challenges. *American Behavior Science*, 52(8): 1152-1176.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แนวคำถามสำหรับการประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อ ต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวเครื่องมือการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย: นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว และนักกิจกรรม
ที่ทำงานในประเด็นที่เกี่ยวข้อง จำนวน 40 คน แบ่งเป็นการประชุมเชิงปฏิบัติการ
2 ครั้ง ครั้งละ 20 คน

ช่วงที่ 1: การระดมสมองแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เรื่องสถานการณ์การใช้สื่อในครอบครัว
และผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

- สถานการณ์การใช้สื่อในครอบครัวเป็นอย่างไร? (สมาชิกในครอบครัวแต่ละคน เพศ วัย
ประเภทของสื่อที่เปิดรับ เนื้อหา การใช้เวลา อิทธิพลต่อความสัมพันธ์ในครอบครัว)
 - เปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตอย่างไร?
 - แนวโน้มการใช้สื่อในครอบครัวในอนาคต?
- สื่อส่งผลกระทบต่อเจตคติของคนสมาชิกในครอบครัว (โดยเฉพาะเด็ก) อย่างไร?
- สถานการณ์ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเพศในสังคมไทยเป็นอย่างไร?
- หากพิจารณาเฉพาะในบริบทความเหลื่อมล้ำทางเพศในครอบครัว มีประเด็นใดบ้าง
- ครอบครัวที่มีความเสมอภาคระหว่างเพศมีลักษณะอย่างไร?
- หากต้องการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ควรทำงานในประเด็นใดบ้าง?
- ในการทำงานของท่านเอง หรือ มีองค์กร/หน่วยงานใดบ้าง ที่ทำงานขับเคลื่อนเรื่อง
ความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว? ทำงานในประเด็นใดบ้าง? ขับเคลื่อนอย่างไร?
มีการผลิตและใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนบ้างหรือไม่ อย่างไร?
- สื่อสามารถทำหน้าที่ส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวได้อย่างไร?

ช่วงที่ 2: การแบ่งกลุ่มย่อยเพื่อระดมสมอง แนวทางการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อใช้ในกิจกรรมส่งเสริม
เจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว

- สื่อที่ส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัวควรมีลักษณะอย่างไร? เนื้อหาใดบ้าง
ที่ควรนำเสนอ? เนื้อหาใดบ้างที่ไม่ควรนำเสนอ?
- ในการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อใช้ในกิจกรรมส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิก
ในครอบครัว
 - ควรเน้นกลุ่มเป้าหมายใด?
 - ควรมีเนื้อหาในเรื่องใดบ้าง?
 - มีการนำเสนอเนื้อหาอย่างไร?
 - รูปแบบของสื่อที่ผลิตควรเป็นอย่างไร?
- ในการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อใช้ในกิจกรรมส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิก
ในครอบครัวควรคำนึงถึงเรื่องใดบ้าง?

ภาคผนวก ข

แนวคำถามสำหรับการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์
ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว:
การประชุมเชิงปฏิบัติการ ประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้สื่อสร้างสรรค์ฯ (ร่างที่ 1)

กลุ่มเป้าหมาย: นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว นักกิจกรรมที่ทำงาน
ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ผู้ใช้นโยบาย ผู้ผลิตสื่อ จำนวน 20 คน

- ในภาพรวมท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์
ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว
 - จุดเด่น / จุดที่ควรปรับปรุง
- ขอให้ท่านประเมินสาระสำคัญของร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ฯ
 - **ความเหมาะสม:** ข้อเสนอเชิงนโยบายและองค์ประกอบของข้อเสนอเชิงนโยบาย
มีความเหมาะสมกับบริบทของการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศ
ของสมาชิกในครอบครัว หรือไม่ อย่างไร?
 - **ความเป็นไปได้:** ข้อเสนอเชิงนโยบายและองค์ประกอบของข้อเสนอเชิงนโยบายสามารถ
นำไปใช้ในการปฏิบัติได้จริง ทำให้เกิดประสิทธิผลหรือ ผลสำเร็จ เกิดความคุ้มค่าและ
การยอมรับต่อองค์กร/หน่วยงานที่จะนำนโยบายไปนำลงปฏิบัติ หรือไม่ อย่างไร?
 - **ความสอดคล้อง:** ข้อเสนอเชิงนโยบายและองค์ประกอบของข้อเสนอเชิงนโยบายมีความ
สอดคล้อง กับเป้าหมายของการส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศ มีแนวทาง
นำไปสู่การผลิตและใช้สื่อเพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกใน
ครอบครัว หรือไม่ อย่างไร?
 - **ความเป็นประโยชน์:** ข้อเสนอเชิงนโยบายและองค์ประกอบของข้อเสนอเชิงนโยบายมี
ความสอดคล้องต่อความต้องการ ความสนใจ มีคุณค่า และเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน/
องค์กรที่จะนำสื่อสร้างสรรค์ไปใช้เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของ
สมาชิกในครอบครัว หรือไม่ อย่างไร?
 - **ความถูกต้อง:** ข้อเสนอเชิงนโยบายมีความถูกต้องตามแนวคิดทฤษฎีทางวิชาการ มีความ
น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานที่ชัดเจนต่อการใช้อำนาจ
เพื่อส่งเสริมเจตคติเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว
หรือไม่ อย่างไร?
- ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

ภาคผนวก ค

แนวคำถามสำหรับการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์
ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว:
การประชุมเชิงปฏิบัติการ ประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้สื่อสร้างสรรค์ฯ (ร่างที่ 2)

กลุ่มเป้าหมาย: นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ เพศภาวะ และครอบครัว นักกิจกรรมที่ทำงาน
ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ผู้ใช้นโยบาย ผู้ผลิตสื่อ จำนวน 20 คน

- ในภาพรวมท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์
ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว
 - จุดเด่น / จุดที่ควรปรับปรุง
- ขอให้ท่านประเมินสาระสำคัญของร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์ฯ
 - **ความเหมาะสม:** ข้อเสนอเชิงนโยบายและองค์ประกอบของข้อเสนอเชิงนโยบาย
มีความเหมาะสมกับบริบทของการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศ
ของสมาชิกในครอบครัว หรือไม่ อย่างไร?
 - **ความเป็นไปได้:** ข้อเสนอเชิงนโยบายและองค์ประกอบของข้อเสนอเชิงนโยบายสามารถ
นำไปใช้ในการปฏิบัติได้จริง ทำให้เกิดประสิทธิผลหรือ ผลสำเร็จ เกิดความคุ้มค่า
และการยอมรับต่อองค์กร/หน่วยงานที่จะนำนโยบายไปนำลงปฏิบัติ หรือไม่ อย่างไร?
 - **ความสอดคล้อง:** ข้อเสนอเชิงนโยบายและองค์ประกอบของข้อเสนอเชิงนโยบาย
มีความสอดคล้อง กับเป้าหมายของการส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศ
มีแนวทางนำไปสู่การผลิตและใช้สื่อเพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศ
ของสมาชิกในครอบครัว หรือไม่ อย่างไร?
 - **ความเป็นประโยชน์:** ข้อเสนอเชิงนโยบายและองค์ประกอบของข้อเสนอเชิงนโยบาย
มีความสอดคล้องต่อความต้องการ ความสนใจ มีคุณค่า และเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน/
องค์กรที่จะนำสื่อสร้างสรรค์ไปใช้เพื่อส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศ
ของสมาชิกในครอบครัว หรือไม่ อย่างไร?
 - **ความถูกต้อง:** ข้อเสนอเชิงนโยบายมีความถูกต้องตามแนวคิดทฤษฎีทางวิชาการ
มีความน่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานที่ชัดเจนต่อการ
ใช้สื่อเพื่อส่งเสริมเจตคติเพื่อส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว
หรือไม่ อย่างไร?
 - ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

ภาคผนวก ง

รายการการประชุมและรายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุม

โครงการสื่อสารสร้างสรรค์กับบทบาทส่งเสริมพฤติกรรมด้านความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว

1. การประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ครั้งที่ 1 วันศุกร์ที่ 26 มกราคม 2567 เวลา 9.30 – 16.30 น. ณ ห้องประชุมจันทร์กะพ้อ ชั้น 19A กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
2. การประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ครั้งที่ 2 วันพฤหัสบดีที่ 7 มีนาคม 2567 เวลา 9.30 – 16.30 น. ณ ห้องประชุมจันทร์กะพ้อ และห้องประชุมจำปีสิรินธร ชั้น 19A กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
3. การประชุมประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้สื่อสารสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว ครั้งที่ 1 (ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์) วันจันทร์ที่ 25 มีนาคม 2567 เวลา 13.30 – 16.30 น. ผ่านระบบ Zoom Meeting
4. การประชุมประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้สื่อสารสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว ครั้งที่ 2 (ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์) วันพฤหัสบดีที่ 25 มีนาคม 2567 เวลา 13.30 – 16.30 น. ผ่านระบบ Zoom Meeting
5. การประชุมทีมวิจัยและผู้เกี่ยวข้อง โครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาและส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว โครงการย่อยที่ 2 สื่อสารสร้างสรรค์กับบทบาทส่งเสริมพฤติกรรมด้านความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ครั้งที่ 2 วันศุกร์ที่ 17 พฤษภาคม 2567 เวลา 14.00 – 16.30 น. ณ ห้องประชุมจันทร์กะพ้อ ชั้น 19A กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
6. การประชุมประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการใช้สื่อสารสร้างสรรค์ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว ครั้งที่ 3 (เพิ่มเติม) วันศุกร์ที่ 31 พฤษภาคม 2567 เวลา 9.30 – 16.00 น. ณ ห้องประชุมจันทร์กะพ้อ ชั้น 19A กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

การประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อ
ต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ครั้งที่ 1
วันศุกร์ที่ 26 มกราคม 2567 เวลา 09.30-16.30 น.
ณ ห้องประชุมจันทร์กะพ้อ ชั้น 19A กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/องค์กร
คณะนักวิจัย		
1	พรมณี พุ่มอ้อม	ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว
2	ดร.โกสุม โอมพรนุวัฒน์	ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3	นิราวุฒิ สกุลแก้ว	สาขาวิชาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		
4	ผศ.ดร.จเร สิงห์โกวิท	คณบดีคณะพัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การบริหาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
5	ผศ.ดร.พัทธธีรา นาคอุไรรัตน์	สถาบันสิทธิมนุษยชนและสันติศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล
6	พญ.เบญจมาศ พฤษภานนท์	แพทย์ทรงคุณวุฒิ ที่ปรึกษากรมสุขภาพจิต และ ผู้ช่วยอธิบดีกรมสุขภาพจิต
7	ผศ.ดร.โสธยา งามสนิท	ประธานสาขานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
8	ผศ.ดร.วิสาชา เทียนลม	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
9	รศ.ดร.มาตาลักษณ์ เสรมะชากุล	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
10	ผศ.เบญจมาศ โอฬารรัตน์มณี	ภาควิชาการพยาบาลกุมารเวชศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
11	ดร.มณฑาดี ครุฑมีชัย	วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
12	จิรวาส พูลทรัพย์	ผู้อำนวยการกองบริหารจัดการระบบสถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ
13	นงลักษณ์ ไงวิวัฒน์ชัย	ผู้อำนวยการกองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ
14	เชิดพงษ์ วาณิชยานนท์	คณะพัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การบริหาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/องค์กร
15	อ.นภัสรพี สุนทรธินันท์	อาจารย์ประจำหลักสูตร Creative Commercial Communication คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
16	อ.วริณัฐ พิทักษ์วงศ์วาน	สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
17	อ.พิมพ์จี เย็นอุรา	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
18	รสวันต์ วรรณกะลัศ	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ภาคเอกชน		
19	นรินทร์ กรินชัย	มูลนิธิศูนย์ฮอตไลน์ สถาบันจิตวิทยาฮอตไลน์
กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กองส่งเสริมสถาบันครอบครัว		
20	นวลทิพย์ สานุกุล	ผู้อำนวยการกลุ่มเลขานุการ คณะกรรมการนโยบายและยุทธศาสตร์ครอบครัวแห่งชาติ
21	สุกานดา ศรีเจริญชัยกุล	นักพัฒนาสังคมชำนาญการพิเศษ กลุ่มมาตรการและกลไก
กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กองส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ		
22	สุชาดา รุ่งเรืองศักดิ์	ผู้อำนวยการกลุ่มบริหารกองทุนส่งเสริมความเท่าเทียมระหว่างเพศ
23	ยุวันดา สุขประเสริฐ	นักพัฒนาสังคมชำนาญการ กลุ่มมาตรการและกลไก
24	ภัทรพร เพชรชำ	เจ้าหน้าที่ช่วยปฏิบัติงานนักพัฒนาสังคม
กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กองคุ้มครองและพัฒนาอาชีพ		
25	ปรียากร บ้านคร้อ	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน กลุ่มมาตรการและกลไก

การประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อ
ต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ครั้งที่ 2
วันพฤหัสบดีที่ 7 มีนาคม 2567 เวลา 09.30-16.30 น.
ณ ห้องประชุมจันทร์กะพ้อ และห้องประชุมจำปีสิรินธร
กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/องค์กร
ผู้บริหารกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว		
1	กฤษิณ สิงห์น้อย	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านสตรี
คณะนักวิจัย		
2	พรมณี พุ่มอัม	ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว
3	ดร.โกสุม โอมพรนุวัฒน์	ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
4	นิราวุฒิ สกุลแก้ว	สาขาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
กองยุทธศาสตร์และแผนงาน		
5	มนต์ริสสา โรจน์วดีภิญโญ	ผู้อำนวยการกลุ่มวิจัยและติดตามประเมินผล
6	นฤเดช แก้วศรีโพธิ์	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ
7	ปิยนุช ประทุมคำ	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ
8	สุชาดา สิทธิบรรเจิด	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ
ผู้เข้าร่วมประชุม ภาครัฐ		
9	ผศ.ดร.จเร สิงห์โกวินท์	คณบดีคณะพัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การบริหาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
10	เชิดพงษ์ วาณิชยานนท์	คณะพัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การบริหาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้เข้าร่วมประชุม ภาคเอกชน		
11	เอกชน มั่นปาน	รองผู้อำนวยการโรงเรียนอนุบาลยอดไม้งาม
12	ณิชากุล วิทิตวรกุล	บริษัท รักลูกกรุ๊ป จำกัด
13	ภาวนา อร่ามฤทธิ์	บรรณาธิการ บริษัท รักลูก ฮิวแมน แอนด์ โซเชียล อินโนเวชั่น จำกัด

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/องค์กร
14	พลอยไพลิน ถิ่นกาญจน์	ผู้จัดการโครงการมูลนิธิฟรีดริค เอแบร์ท ประจำประเทศไทย (FES Thailand)
15	สินีนานู เพทบุญ	ครีเอทีฟและโปรดิวเซอร์งานโทรทัศน์และวิดีโอ บริษัท ฟิน-แลนด์ สตูดิโอ จำกัด
16	กฤติกา โกศากร	กรรมการสมาคมครูเพศวิถีศึกษา (ประเทศไทย)
17	อโนรชา เพิ่มวิกรานต์	ผู้ผลิตสื่อด้านเด็กและครอบครัวอิสระ
18	อุษาวดี สุนทรเกตุ	กระบวนการจัดกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้อิสระ
19	สุไลพร ชลวิไล	นักวิชาการอิสระ กลุ่มทำทาง
20	ศิริระ จันทร์เจือมาศ	เจ้าหน้าที่ประสานงาน แผนงานสุขภาวะผู้หญิง และความเป็น ธรรมทางเพศ
21	นดา บินร่อหิม	ประธานสภาเด็กและเยาวชนแห่งประเทศไทย
22	ผาณิต บุญมาก	นักเขียน/นักวิชาการด้านเด็กและครอบครัว
23	จิตาภา เสมาเพชร	นักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
24	ธณกร รัตนวรชาติ	นักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
25	กชมน ธนโชคเดชพล	นักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้เข้าร่วมประชุมภาครัฐ (เพิ่มเติม)		
26	จิราพร ยืนยงกุล	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญการ
27	ธิดารัตน์ พวงเพชร	เจ้าพนักงานธุรการปฏิบัติงาน
28	ธรรมสินี บรรเทาแสง	เจ้าพนักงานธุรการปฏิบัติงาน
29	กนกพร ชื่นกรมรักษ์	นักพัฒนาสังคม
30	อภัสนันท์ ปัญญามูลวงศา	นักพัฒนาสังคมชำนาญการ
31	นิลเนตร บุบผากัณฑ์	นักพัฒนาสังคมชำนาญการ

การประชุมประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์
ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว ครั้งที่ 1
ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ZOOM Meeting)
วันจันทร์ที่ 25 มีนาคม 2567 เวลา 13.30-16.30 น.

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/องค์กร
1	ดร.โกสุม โอมพรนุวัฒน์ (ผู้ร่วมวิจัย)	ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2	นิราวุฒิ สกุกแก้ว (ผู้ร่วมวิจัย)	สาขาวิชาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3	ผศ.ดร.จเร สิงห์โกวินท์	คณบดีคณะพัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การบริหาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
4	เชิดพงษ์ วาณิชยานนท์	คณะพัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การบริหาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
5	มนตรีสุสา โรจน์วดีภิญโญ	ผู้อำนวยการกลุ่มวิจัยและติดตามประเมินผล กองยุทธศาสตร์และแผน กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว
6	ณฐกมล ศิวะศิลป์	กรรมการวินิจฉัยการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ
7	กฤติกา โภคากร	สมาคมครูเพศวิถีศึกษา (ประเทศไทย)
8	อ.วริณารัฐ พัทธ์วิวงศ์วาน	สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
9	สินีนานู เทพบุญ	ครีเอทีฟและโปรดิวเซอร์งานโทรทัศน์และวิดีโอ บริษัท ฟิน-แลนด์ สตูดิโอ จำกัด
10	รัตนภรณ์ รักษายศ	อาสาสมัครสาธารณสุข
11	อภัสนันท์ ปัญญามูลวงศา	นักพัฒนาสังคมชำนาญการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
12	ปิยนุช ประทุมคำ	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
13	จิราพร ยืนยงกุล	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญการ กองยุทธศาสตร์ และแผนงาน

การประชุมประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์
 ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว ครั้งที่ 2
 ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ZOOM Meeting)
 วันที่ 28 มีนาคม 2567 เวลา 13.30-16.30 น.

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/องค์กร
1	ดร.โกสุม โอมพรนุวัฒน์ (ผู้ร่วมวิจัย)	ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2	นิราวุฒิ สกุลแก้ว (ผู้ร่วมวิจัย)	สาขาวิชาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3	เชิดพงษ์ วาณิชยานนท์	คณะพัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การบริหาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
4	รัตนภรณ์ รักษายศ	อาสาสมัครสาธารณสุข
5	กฤติกา โมคการ	สมาคมครูเพศวิถีศึกษา (ประเทศไทย)
6	อ. วริณัฐ พิทักษ์วงศ์วาน	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
7	คณิดา ไสภีร์	บ้านครูส้มบ้านร่วมพัฒนาเด็กมูลนิธิเด็กอ่อนในสลัม
8	อามีนะ การ์มัน	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศรีและครอบครัวภาคกลาง จ.นนทบุรี
9	กิตติธัช สงวนศิริ	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศรีและครอบครัวภาคกลาง จ.นนทบุรี
10	เรวดี ศรีตุนนท์	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศรีและครอบครัว จ.ชลบุรี
11	วันดี แบ้กระโทก	สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
12	อิสริยา ธนกิจบรรกุล	กลุ่มมาตรการและกลไก กองส่งเสริมสถาบันครอบครัว
13	นาถลดา ชาศะวิทยากุล	สนง.พมจ.สงขลา
14	ปรียาภัทร์ จงรักจินโรจน์	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศรีและครอบครัว จ.ลำพูน
15	รสวันต์ วรรณกะลัศ	สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
16	กิงดาว มะโนวรรณ	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศรีและครอบครัว จ.เชียงราย
17	นพ.กิตต์กวี โพธิ์โน	กรมสุขภาพจิต / โรงพยาบาลสวนปรุง
18	พีรดา ดุลยพิริตติส	UN Women
19	พยุดา แยมกลิ่น	ศูนย์เรียนรู้ฯ รัตนากา จ.ขอนแก่น
20	วิรัชพัชร ยี่สุน	ศูนย์เรียนรู้ฯ รัตนากา จ.ขอนแก่น
21	ปรารธนา ชัยมงคล	ศูนย์เรียนรู้ฯ รัตนากา จ.ขอนแก่น
22	อิศรา คันธรัักษ์	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศรีและครอบครัวภาคเหนือ จ.ลำปาง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/องค์กร
23	นันทภรณ์ แสนคำฟู	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวภาคเหนือ จ.ลำปาง
24	ปิยพรรณ จันทรศรีเมือง	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวภาคเหนือ จ.ลำปาง
25	ณัฐนิชา พอใจ	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวภาคเหนือ จ.ลำปาง
26	กฤษณา ดวงแก้ว	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวภาคเหนือ จ.ลำปาง
27	ศิริมาศ ไชยบุญเรือง	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวภาคเหนือ จ.ลำปาง
28	ปภาวรินทร์ พลหาญ	กองส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ กมก.
29	ศิริพร พรหมราช	กองส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ กมก.
30	วิลาวัลย์ ธรรมนาม	สำนักงานสถิติแห่งชาติ
31	วิภาณันท์ สะพรม	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวรัตนภา จ.ขอนแก่น
32	ปิยาภรณ์ หล้าธรรม	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวรัตนภา จ.ขอนแก่น
33	อภิษฐา ทิพย์พิมพ์วงศ์	สำนักงานสถิติแห่งชาติ
34	ภัทราภรณ์ กิจมี	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัว จ.ชลบุรี
35	สัณห์ไชย พลรักษ์	สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.)
36	ภาวิณี ช่วยประคอง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
37	กัณฑ์วี คำปน	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวภาคเหนือ จ.ลำปาง
38	รัชดาภรณ์ ดอนมอญ	ศูนย์เรียนรู้ จ.ชลบุรี
39	สุจิตรา สิงหาปัด	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวรัตนภา จ.ขอนแก่น
40	กมลวรรณ แสนพรหม	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัว จ.เชียงราย
41	รัตนลักษณ์ พุดัย	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัว จ.เชียงราย
42	จิรภา พุดสี	กทพ./กสพ./สค.
43	ว่าที่ร้อยตรีพิชญ์ดนัย พรหมเวค	กองส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ
44	จิรพัฒน์ โสภากย์วิจิตร	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวภาคกลาง จ.นนทบุรี
45	เอวิกา สุดเสียง	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวภาคกลาง จ.นนทบุรี
46	มรกต รัตนศิริวรรณ	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวภาคกลาง จ.นนทบุรี
47	นงนุช บุญยัง	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวภาคกลาง จ.นนทบุรี
48	เกตุม์ประภาวดี ทิพย์ปรีชา	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวภาคกลาง จ.นนทบุรี
49	ทองลักษณ์ พันธุมมา	ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศตริและครอบครัวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จ.ศรีสะเกษ
50	มนตรีสสา โรจน์วดีภิญโญ	กลุ่มวิจัยและติดตามประเมินผล กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว

การประชุมทีมวิจัยและผู้เกี่ยวข้อง
 โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาและส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศในสังคม
 โครงการย่อยที่ 2 สื่อสร้างสรรค์กับบทบาทส่งเสริมพฤติกรรม
 ด้านความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ครั้งที่ 2
 วันที่ 17 พฤษภาคม 2567 เวลา 14.00-16.30 น.
 ณ ห้องประชุมจันทร์กะพ้อ ชั้น 19A กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/องค์กร
1	พรมณี พุ่มอิม	ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว
2	ดร.โกสุม โอมพรนุวัฒน์ ผู้ร่วมวิจัย โครงการย่อยที่ 2	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3	นิราวุฒิ สกุลแก้ว ผู้ร่วมวิจัย โครงการย่อยที่ 2	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
4	ผศ.ดร.จเร สิงห์โกวิทท์ ผู้ร่วมวิจัย โครงการย่อยที่ 1	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
5	เชิดพงษ์ วาณิชยานนท์ ผู้ร่วมวิจัย โครงการย่อยที่ 1	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
6	ดวงสุดา เมืองวงษ์	ข้าราชการบำนาญ เกษียณอายุราชการ ในตำแหน่งพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
7	ดร.ชีรา ทองกระจาย	อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
8	พนิดา หันสวัสดิ์	ข้าราชการบำนาญ กรณีลาออกจากราชการเหตุสูงอายุ ขณะดำรงตำแหน่งนักพัฒนาสังคมชำนาญการพิเศษ กลุ่มคณะกรรมการวินิจฉัยการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรม ระหว่างเพศ กองส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ
9	ทัศนลักษณ์ วงศ์สุริยศักดิ์	กรมกิจการเด็กและเยาวชน กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
10	ว่าที่ร้อยตรีธินวัฏ พรสัจจะ	นักพัฒนาสังคมชำนาญการ ศูนย์ปฏิบัติการกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว
11	สุชาดา รุ่งเรืองศักดิ์	ผู้อำนวยการกลุ่มบริหารกองทุนส่งเสริมความเท่าเทียม ระหว่างเพศ กองส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/องค์กร
12	มนต์ริสสา โรจน์วาทิบุญโญ	ผู้อำนวยการกลุ่มวิจัยและติดตามประเมินผล กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
13	นฤเดช แก้วศรีโพธิ์	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
14	ปิยนุช ประทุมคำ	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
15	สุชาดา สิริธิบรรเจิด	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
16	กัณตพร จิตนุ้ม	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
17	ว่าที่ร้อยตรีพิชญ์ดนัย พรหมเวช	นักพัฒนาสังคมชำนาญการ กองส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ
18	ธรรมสินี บรรเทาแสง	เจ้าพนักงานธุรการปฏิบัติงาน กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
19	วราภรณ์ พะวรรณย์	นักพัฒนาสังคม
20	จารุกิตต์ คงพุกา	นักพัฒนาสังคมชำนาญการ
21	นิลเนตร บุษผากัณท์	นักพัฒนาสังคมชำนาญการ

การประชุมประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการใช้สื่อสร้างสรรค์
ในกิจกรรมส่งเสริมเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศของสมาชิกในครอบครัว (ครั้งที่ 3) เพิ่มเติม
วันที่ 31 พฤษภาคม 2567 เวลา 09.30-16.00 น.
ณ ห้องประชุมจันทร์กะพ้อ ชั้น 19A กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/องค์กร
คณะนักวิจัย		
1	พรมณี พุ่มอิม	ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว
2	ดร.โกสุม โอมพรนุวัฒน์	ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3	นิราวุฒิ สกุลแก้ว	สาขาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้เข้าร่วมประชุม		
4	ผศ.ดร.จเร สิงห์ไกรวิทย์	คณบดีคณะพัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การบริหาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
5	เชิดพงษ์ วาณิชยานนท์	คณะพัฒนาสังคมและยุทธศาสตร์การบริหาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
6	ผศ.ศรัญญูทิศา ชนะชัยภูวนันต์	ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
7	จารุวรรณ มณทิราข	ผู้อำนวยการกลุ่มขับเคลื่อนการเรียนรู้ตลอดชีวิต สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
8	รสวันต์ วรรณกะลัศ	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
9	วันดี แบ้กระโทก	นักวิชาการคอมพิวเตอร์ชำนาญการ สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
10	บัณฑิตา แก้วบุตตา	นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ กองส่งเสริมสิทธิและเสรีภาพ กรมคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ
11	นรินทร์ กรินชัย	มูลนิธิศูนย์ฮอตไลน์ สถาบันจิตวิทยาฮอตไลน์
12	สินีนานู เทพบุญ	ครีเอทีฟและโปรดิวเซอร์งานโทรทัศน์และวิดีโอทัศน์ บริษัท ฟิน-แลนด์ สตูดิโอ จำกัด
13	อโนรชา เพิ่มวิกรานต์	ผู้ผลิตสื่อด้านเด็กและครอบครัวอิสระ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/องค์กร
14	ศราเทพ กันหมุด	ผู้จัดการ บริษัท สุขสมอารมณ์หมาย จำกัด
15	อ.วริณัฐ พิทักษ์วงศ์วาน	สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
16	คณิตา โสมภีร์	ครูส้อม ผู้ก่อตั้ง “บ้านครูส้อม” บ้านร่วมพัฒนาเด็กของมูลนิธิเด็กก่อน ในสลัม
17	ณัฐภูมิ พรหมสอน	คณะกรรมการที่ปรึกษาเยาวชนยูนิเซฟ ประธานสภาเด็กและ เยาวชนอำเภอสมเด็จ ประเด็นสภาเด็กและเยาวชนเทศบาลตำบล แซงบาดาล และตัวแทนสมาชิกในครอบครัว
18	อ.นภัสรพี สุนทรธินันท์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
19	เบญญารัตน์ จันทร์เปล่ง	นักจิตวิทยาคลินิกปฏิบัติการ กองส่งเสริมและพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต
20	อิสริยา ธนกิจบรรกุล	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ กองส่งเสริมสถาบันครอบครัว
21	สุจิตรา กาวิชัย	นักพัฒนาสังคมชำนาญการ กองส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ
22	มนต์ริสสา ไรจน์วดีภิญโญ	ผู้อำนวยการกลุ่มวิจัยและติดตามประเมินผล กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
23	นฤเดช แก้วศรีโพธิ์	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
24	ปิยนุช ประทุมคำ	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
25	สุชาดา สิทธิบรรเจิด	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
26	กัณตพร จิตนุ้ม	นักพัฒนาสังคมปฏิบัติการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

ภาคผนวก จ

ภาพจากการประชุม

โครงการสื่อสารสร้างสรรค์กับบทบาทส่งเสริมพฤติกรรมด้านความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว



การประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ครั้งที่ 1
วันศุกร์ที่ 26 มกราคม 2567 ณ ห้องประชุมจันทร์กะพ้อ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์



การประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ครั้งที่ 2
วันพฤหัสบดีที่ 7 มีนาคม 2567 ณ ห้องประชุมจันทร์กะพ้อ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

การประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อ
ต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ครั้งที่ 1
วันศุกร์ที่ 26 มกราคม 2567



การประชุมเชิงปฏิบัติการศึกษาผลกระทบของสื่อ
ต่อการสร้างเจตคติความเสมอภาคระหว่างเพศในครอบครัว ครั้งที่ 2
วันพฤหัสบดีที่ 7 มีนาคม 2567

