

การบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียโดยบูรณาการหลักกาลามสูตร ของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*

INFORMATION MANAGEMENT IN THE SOCIAL MEDIA AGE

BY KALAMA SUTTA' INTEGRATION OF MINISTRY OF

DIGITAL ECONOMY AND SOCIETY

ธำรงเกียรติ อุทัยสง, บุญทัน ดอกโรสง, เกียรติศักดิ์ สุขเหลือ่ง

Thamrongkiat Uthaisang, Boonton Dockthaisong, Kiattisak Suklueang

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Corresponding Author E-mail: thamrongkiatu@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียโดยบูรณาการหลักกาลามสูตรของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี

ผลวิจัยพบว่า 1. การบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดีย พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) 2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดีย พบว่า การขับเคลื่อนการดำเนินงาน และหลักกาลามสูตร ส่งผลต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 3. รูปแบบการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียโดยบูรณาการหลักกาลามสูตร ได้แก่ การบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดีย 4 ด้านคือ การบริหารจัดการวินัยของสื่อ การบริหารจัดการวินัยของผู้รับสื่อ การมีกรอบกติกาที่ชัดเจน และการจัดตั้งศูนย์กลางบริหารข่าวสาร โดยมีบูรณาการหลักกาลามสูตรในการบริหารข้อมูลข่าวสาร ทั้ง 10 ด้าน อย่างหลงเชื่อในสิ่งที่คนพูดต่อ ๆ กันมา อย่างหลงเชื่อด้วยการนับถือต่อ ๆ กันมา อย่างหลงเชื่อด้วยการเล่าลือ อย่างหลงเชื่อด้วยการอ้างตำรา อย่างหลงเชื่อเพราะตรรกะ อย่างหลงเชื่อเพราะการอนุমান อย่างหลงเชื่อโดยอาการที่ปรากฏตามความรู้สึก อย่างหลงเชื่อเพราะเข้ากันได้กับทฤษฎีที่ตนยึดถือ อย่างหลงเชื่อเพราะรูปลักษณ์ภายนอก อย่างหลงเชื่อเพราะนับถือว่าเป็นครูของเรา

คำสำคัญ: การบริหารข้อมูลข่าวสาร; โซเชียลมีเดีย; การบูรณาการหลักกาลามสูตร

Abstract

This research paper aimed to study information management in the social media era by integrating the Kalama Sutta of the Ministry of Digital Economy and Society, conducted with mixed research methods.

The results showed that: 1. Information management in the social media era was at a high level ($\bar{X} = 4.20$) 2. Factors affecting information management in the social media era were found to driving operations, and the Kalama Sutra affected information management in the social media era by the Ministry of Digital Economy and Society at a statistically significant level of 0.01. 3. Information management model in the social media era by integrating the Kalama Sutra principles, including four aspects of information management in the social media era, namely media discipline management, media recipient discipline management, having a clear framework of rules, and establishing a central information management centre, with the integration of the Kalama Sutta in information management in all ten areas, namely, not to be fooled by what people say over and over. Do not be fooled by the quotes; do not be fooled by logic. Be aware of inferences. Be mindful of the symptoms that appear. Do not be fooled because it is compatible with your theory, do not be fooled by outward appearances, and do not be fooled because they are respected as our teachers.

Keyword: Information Management; Social Media; Kalama Sutta' Integrating

บทนำ

หน่วยงานหลักที่ดูแลเกี่ยวกับโซเชียลมีเดีย (Social Media) ในประเทศไทยก็คือ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ที่ผ่านมากระทรวงฯ ได้ร่วมกับศูนย์ปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (PCT) (ศปอส.ตร.) สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ระดมทุกกลยุทธ์เพื่อให้ประชาชนคนไทยรู้เท่าทันสื่อลวง ทั้งในแง่ของการจัดการกับข่าวปลอม และการปราบปรามดำเนินคดีต่อผู้กระทำความผิดตามกฎหมายโดยเน้นข่าวที่มีผลกระทบต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน 4 กลุ่มข่าว คือ กลุ่มภัยพิบัติ กลุ่มเศรษฐกิจ กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพ และกลุ่มนโยบายรัฐบาล และพบว่าตลอดระยะเวลาราว 1 ปี นับตั้งแต่จัดตั้งศูนย์ฯ (1 พ.ย. 62-30 พ.ย. 63) มีการส่งเคสเกี่ยวกับข่าวปลอมและบิดเบือน เข้าสู่กระบวนการตรวจสอบของ ศปอส.ตร.ทั้งสิ้น 660 เรื่อง และมีการดำเนินคดี

26 เรื่อง รวมผู้กระทำความผิด 61 ราย แบ่งเป็นการดำเนินคดีตาม พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ฯ 14 เรื่อง จำนวน 21 ราย และการดำเนินคดีตาม พ.ร.ก. การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน 12 เรื่อง จำนวน 40 ราย และมีจำนวนคดีที่ทำการประชาสัมพันธ์ 96 ราย รวมคดีที่ดำเนินการแล้ว 157 ราย โดยมีจำนวนเป้าหมายที่เข้าทำการตรวจค้นตามหมายศาล 53 หมาย ด้านผลการดำเนินงานช่วง 1 ม.ค.-30 พ.ย. 63 มีการจับกุมผู้โพสต์ข่าวปลอมบนสื่อสังคมออนไลน์ไปแล้ว 20 ครั้ง จำนวน 104 ราย รวมทั้งเห็นแนวโน้มการกระทำความผิดในคดีประเภทนี้เริ่มลดลง ซึ่งเป็นผลจากการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มแข็ง ดังนั้นเพื่อให้มีการใช้สื่อออนไลน์อย่างรู้เท่าทันและสร้างสรรค์ สามารถรับข้อมูลที่ถูกต้อง ผู้บริโภคควรเลือกเสพข่าวจากหลายช่องทางและใช้วิธีการ 12 ข้อดังต่อไปนี้ในการตรวจสอบข่าวปลอมได้แก่ 1) อ่านข่าวทั้งหมดโดยไม่เชื่อพาดหัวข่าวเพียงอย่างเดียว 2) ตรวจสอบ URL ของเว็บไซต์ที่นำมาเผยแพร่ 3) ตรวจสอบแหล่งที่มาตัวตนของผู้เขียน 4) ดูความผิดปกติของตัวสะกดภาษาที่ใช้หรือการเรียบเรียง 5) พิจารณาภาพประกอบข่าว 6) ตรวจสอบวันที่ของการเผยแพร่ข่าว 7) ตรวจสอบแหล่งข้อมูลที่ผู้เขียนนำมาใช้ 8) หาข้อมูลเปรียบเทียบกับเว็บไซต์อื่น 9) ตรวจสอบว่าข่าวสารที่ส่งต่อกันมามีวัตถุประสงค์ใด 10. พิจารณาความสมเหตุสมผลของข่าว 11) ตรวจสอบอคติของตนเอง และ 12) หากมีคำถามหรือข้อสงสัยควรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ (รัฐบาลไทย, 2564)

ข้อแนะนำของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สอดคล้องกับหลักธรรมในพระพุทธศาสนาที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงแก่ชาวกาลามะ ที่อาศัยอยู่ในเกสปุตตนิคม แคว้นโกศล เนื่องจากในสมัยนั้นมีผู้वादอ้างตนในคุณวิเศษกันมาก เชิดชูแต่ลัทธิของตน พุดจากระทบกระเทียบคูหมิ่นลัทธิอื่น พร้อมทั้งชักจูงมิให้เชื่อลัทธิอื่น เมื่อพระพุทธเจ้าเสด็จถึงเกสปุตตนิคมดินแดนที่เต็มไปด้วยผู้वादอ้าง ชาวกาลามะได้ทูลถามด้วยความสงสัยว่าใครพูดจริง ใครพูดเท็จ พระพุทธองค์จึงทรงแสดงกาลามสูตร ว่าด้วยวิธีปฏิบัติต่อสิ่งที่ตนสงสัยหรือหลักความเชื่อ 10 ประการ เป็นหลักตัดสิน คือ 1) อย่าปลงใจเชื่อ ด้วยการฟังตาม ๆ กันมา 2) อย่าปลงใจเชื่อ ด้วยการถือสืบ ๆ กันมา 3) อย่าปลงใจเชื่อ ด้วยการเล่าลือ 4) อย่าปลงใจเชื่อ ด้วยการอ้างตำราหรือคัมภีร์ 5) อย่าปลงใจเชื่อ เพราะตรรกะ 6) อย่าปลงใจเชื่อ เพราะการอนุমান 7) อย่าปลงใจเชื่อ ด้วยการคิดตรองตามแนวเหตุผล 8) อย่าปลงใจเชื่อ เพราะเข้ากันได้กับทฤษฎีที่พึงใจไว้แล้ว 9) อย่าปลงใจเชื่อ เพราะมองเห็นรูปลักษณะน่าจะเป็นไปได้ 10) อย่าปลงใจเชื่อ เพราะนับถือว่าเป็นครูของเรา เมื่อใดสอบสวนจนรู้ได้ด้วยตนเองว่า ธรรมเหล่านั้นเป็นอกุศลหรือมีโทษเมื่อนั้นพึงละเสีย และเมื่อใดสอบสวนจนรู้ได้ด้วยตนเองว่า ธรรมเหล่านั้นเป็นกุศลหรือไม่มีโทษ เมื่อนั้นพึงถือปฏิบัติ ดังนั้นพระสูตรนี้ท่านมิได้ห้ามมิให้เชื่อ แต่ให้เชื่อด้วยมีปัญญาประกอบด้วย มิฉะนั้น

ความเชื่อต่าง ๆ จะไม่พ้น “ความงมงาย” และไม่พึงแปลความเลยเถิดไปว่าพระพุทธเจ้าทรงสอนไม่ให้เชื่อสิ่งเหล่านี้ และให้เชื่อสิ่งอื่นนอกจากนี้ แต่พึงเข้าใจว่า แม้แต่สิ่งเหล่านี้ซึ่งบางอย่างก็เลือกเอามาแล้วว่า เป็นสิ่งที่น่าเชื่อที่สุด ท่านก็ยังเตือนไม่ให้หลงใหลเชื่อ ไม่ให้ด่วนเชื่อ ไม่ให้ถือเป็นเรื่องตัดสินเด็ดขาด ยังอาจผิดพลาดได้ต้องใช้ปัญญาพิจารณาให้ดีกว่าก่อน (สุชีพ ปุณฺณภาพ, 2515)

ดังนั้นการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียจึงสอดคล้องกับหลักกาลามสูตรดังกล่าว คือ ไม่ให้เชื่อสิ่งใดๆ อย่างงมงายโดยไม่ใช้ปัญญาพิจารณาให้เห็นจริงถึงคุณโทษและโทษ หรือดี ไม่ดี ก่อนเชื่อ แนวคิดและหลักสูตรที่สอนให้คนมีเหตุผลไม่หลงเชื่อ งมงาย ต่อเมื่อใดพิจารณาเห็นด้วยปัญญาเป็นต้น แล้วจึงควรละหรือถือปฏิบัติตามนั้น สิ่งที่ควรรู้นั้นมีเพียงง่าย ๆ นิดเดียวคือ เชื่อแต่สิ่งที่เมื่อรู้แล้วไม่ทำให้เดือดร้อน รวมถึงไม่ทำให้คนอื่นเดือดร้อน ไม่มีโทษ และจรรโลงสังคม ทำให้คนอื่นเป็นสุข เป็นกุศล และปฏิบัติหรือสัมผัสด้วยตนแล้วเป็นจริง เห็นจริงนั้นแหละเราจึงเชื่อได้อย่างสนิทใจ ดังนั้นแล้วก็ขึ้นอยู่กับว่าถึงมันอาจทำให้เราเดือดร้อนคือมีโทษแล้วแต่เราพร้อมเสี่ยงพร้อมรับผลนั้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นนั้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับ “การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียโดยบูรณาการหลักกาลามสูตรของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม” การศึกษาค้นหานี้นำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาคือหลักกาลามสูตรเข้ามาศึกษาร่วมกับศาสตร์ด้านการสื่อสารและด้านรัฐประศาสนศาสตร์ เพื่อให้เห็นถึงแนวการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียโดยใช้หลักกาลามสูตร โดยจะศึกษาเกี่ยวกับหลักกาลามสูตร การขับเคลื่อนการดำเนินงาน ว่าส่งผลต่อการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมหรือไม่ ผลจากการศึกษาค้นหานี้จะทำให้ได้องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียโดยใช้หลักกาลามสูตรของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องสามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ อันเป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษาวิจัยเชิงลึก และการพัฒนาการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียโดยบูรณาการหลักกาลามสูตรของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการวิจัยโดยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งเน้นการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) มีแบบแผนการวิจัยแบบกลุ่มเดียวศึกษาสภาวะการณ์โดยไม่มีการทดลอง

2. ประชากร กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2.1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการในสังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จำนวน 3,130 คน (ฐานข้อมูลภาครัฐ, 2564)

2.2) กลุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 355 คน

2.3) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วย กลุ่มรัฐมนตรีหรือผู้ช่วยรัฐมนตรี จำนวน 1 คน ข้าราชการระดับสูงของกระทรวง จำนวน 6 คน ข้าราชการระดับปฏิบัติการ จำนวน 6 คน นักวิชาการด้านรัฐประศาสนศาสตร์ จำนวน 3 คน นักวิชาการด้านพระพุทธศาสนา จำนวน 2 รูปหรือคน รวม 18 รูปหรือคน

3. เครื่องมือที่ใช้การวิจัย

ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือแบ่งเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคล 2) การขับเคลื่อนการดำเนินงาน 3) หลักกาลามสูตร และ 4) การบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดีย ในการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือ โดยการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้าราชการในสังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จำนวน 355 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 18 รูปหรือคน และสนทนากลุ่มเฉพาะ 9 รูปหรือคน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานใช้การวิเคราะห์การถดถอย

พหุคูณแบบปกติ (Stepwise MRA) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และศึกษาภาคสนาม ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อยืนยันผลการศึกษาเชิงปริมาณจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สภาพการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$, S.D.=0.635) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้านได้แก่ การบริหารจัดการวินัยของสื่อ ($\bar{X}=4.26$) อยู่ในระดับมาก 3 ด้านได้แก่ มีกรอบกติกาที่ชัดเจน ($\bar{X}=4.19$) การบริหารจัดการวินัยของผู้รับสื่อ ($\bar{X}=4.17$) และจัดตั้งศูนย์กลางบริหารข่าวสาร ($\bar{X}=4.17$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบผลการศึกษาดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การขับเคลื่อนการดำเนินงาน อย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ผลการทดสอบดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่ส่งผลต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ตัวแปรการขับเคลื่อนการดำเนินงาน	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.206	.173		6.983**	.000
ยุทธศาสตร์ (Go)	.339	.052	.369	6.537**	.000
โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล (In)	.163	.058	.182	2.826**	.005
การป้องกันและคุ้มครองปัจเจกบุคคล (Se)	.130	.049	.149	2.645**	.009
กำลังคน (Ma)	.089	.040	.107	2.246*	.025

Multiple R = .868^d R Square = .471 Adjusted R Square = .465 Std. Error = .465
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 1 พบว่า การขับเคลื่อนการดำเนินงานที่ส่งผลต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มี 4 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ แสดงว่า การขับเคลื่อนการดำเนินงานสามารถร่วมกันทำนายการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ร้อยละ 46.5 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ยุทธศาสตร์สามารถทำนายการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของ

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ร้อยละ 36.9 รองลงมาคือ โครงสร้างพื้นฐาน ด้านดิจิทัล สามารถทำนายได้ร้อยละ 18.2 การป้องกันและคุ้มครองปัจเจกบุคคล สามารถทำนายได้ร้อยละ 14.9 และกำลังคน สามารถทำนายได้ร้อยละ 10.7 ตามลำดับ ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.206 + .339Z_{Go} + .163Z_{In} + .130Z_{Se} + .089Z_{Ma}$$

$$Z = .369Z_{Go} + .182Z_{In} + .149Z_{Se} + .107Z_{Ma}$$

สมมติฐานที่ 2 หลักกาลามสูตร อย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ผลการทดสอบดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงหลักกาลามสูตรที่ส่งผลต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ตัวแปรหลักกาลามสูตร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.321	.137		2.346*	.020
อย่าหลงเชื่อเพราะนับถือว่าเป็น ครูหรืออาจารย์ของเรา (Dham10)	.263	.041	.303	6.486**	.000
อย่าหลงเชื่อเพราะรูปลักษณ์ภายนอก (Dham9)	.259	.049	.280	5.265**	.000
อย่าหลงเชื่อด้วยการนับถือต่อๆ กันมา (Dham2)	.175	.041	.181	4.310**	.000
อย่าหลงเชื่อโดยอาการที่ปรากฏตามความรู้สึก (Dham7)	.112	.036	.130	3.072**	.002
อย่าหลงเชื่อในสิ่งที่คนพูดต่อๆ กันมา (Dham1)	.112	.039	.113	2.895**	.004

Multiple R = .850^f R Square = .722 Adjusted R Square = .718 Std. Error = .337
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า หลักกาลามสูตรที่ส่งผลต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มี 5 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า หลักกาลามสูตรสามารถร่วมกันทำนายการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ร้อยละ 71.8 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อย่าหลงเชื่อเพราะนับถือว่าเป็นครูหรืออาจารย์ของเรา สามารถทำนายการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ อย่าหลงเชื่อเพราะรูปลักษณ์ภายนอก สามารถทำนายได้ร้อยละ 28.0 อันดับสามคือ อย่าหลงเชื่อด้วยการนับถือต่อๆ กันมา

สามารถทำนายได้ร้อยละ 18.1 อย่าหลงเชื่อโดยอาการที่ปรากฏตามความรู้สึก สามารถทำนายได้ร้อยละ 13.0 และอย่าหลงเชื่อในสิ่งที่คนพูดต่อๆ กันมา สามารถทำนายได้ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = .321 + .263Z_{Dham10} + .259Z_{Dham9} + .175Z_{Dham2} + .112Z_{Dham7} + .112Z_{Dham1}$$

$$Z = .303Z_{Dham10} + .280Z_{Dham9} + .181Z_{Dham2} + .130Z_{Dham7} + .113Z_{Dham1}$$

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 รูปแบบการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียโดยบูรณาการหลักกาลามสูตร ได้แก่ การบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดีย 4 ด้านคือการบริหารจัดการวินัยของสื่อ การบริหารจัดการวินัยของผู้รับสื่อ การมีกรอบกติกาที่ชัดเจน และการจัดตั้งศูนย์กลางบริหารข่าวสาร โดยมีบูรณาการหลักกาลามสูตรในการบริหารข้อมูลข่าวสาร ทั้ง 10 ด้าน อย่าหลงเชื่อในสิ่งที่คนพูดต่อๆ กันมา อย่าหลงเชื่อด้วยการนับถือต่อๆ กันมา อย่าหลงเชื่อด้วยการเล่าลือ อย่าหลงเชื่อด้วยการอ้างตำรา อย่าหลงเชื่อเพราะตรรกะ อย่าหลงเชื่อเพราะการอนุমান อย่าหลงเชื่อโดยอาการที่ปรากฏตามความรู้สึก อย่าหลงเชื่อเพราะเข้ากันได้กับทฤษฎีที่ตนยึดถือ อย่าหลงเชื่อเพราะรูปลักษณ์ภายนอก อย่าหลงเชื่อเพราะนับถือว่าเป็นครูของเรา

อภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สามารถอภิปรายผลได้สภาพการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้านได้แก่ การบริหารจัดการวินัยของสื่อ อยู่ในระดับมาก 3 ด้านได้แก่ มีกรอบกติกาที่ชัดเจน การบริหารจัดการวินัยของผู้รับสื่อ และจัดตั้งศูนย์กลางบริหารข่าวสาร ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ โกสิฐ นันทินบัณฑิต (2563) ที่พบว่า การบริหารการข่าวของผู้บริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ (1) การเตรียมการด้านการข่าว (2) การจัดทำประเด็นด้านการข่าว (3) การปฏิบัติการด้านการข่าว (4) การตัดสินใจสั่งการ (5) การติดตามตรวจสอบประเมินผลและรายงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรรัตน์ เตชะนอก และพันทิวา ทับภูมิ (2562) ที่พบว่า แนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการข้อมูลสารสนเทศมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาเขตขอนแก่น พบว่า แนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการข้อมูลสารสนเทศ มีผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.61$ (S.D.=0.54) และจากการตรวจสอบรายการระบบและกลไกการทำงานรูปแบบวิธีการจัดการข้อมูลสารสนเทศเพื่อการบริหาร มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ขอนแก่น โดยรวมมีผลการประเมินอยู่ในระดับพอใช้ คิดเป็นร้อยละ 66.06

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

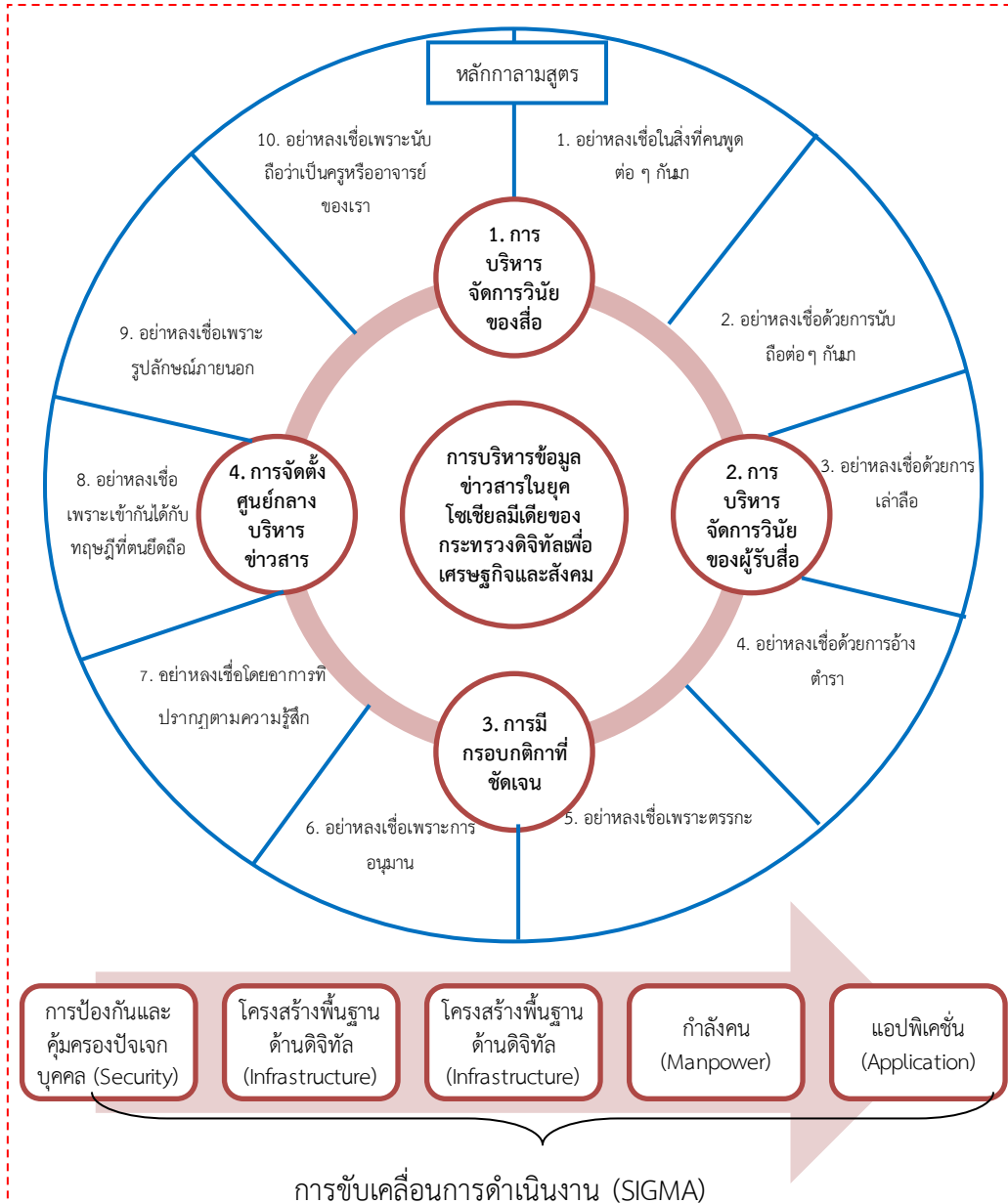
1) การขับเคลื่อนการดำเนินงานที่ส่งผลต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มี 4 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ แสดงว่า การขับเคลื่อนการดำเนินงานสามารถร่วมกันทำนุบำรุงการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ร้อยละ 46.5 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ยุทธศาสตร์สามารถทำนุบำรุงการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ร้อยละ 36.9 รองลงมาคือ โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล สามารถทำนุบำรุงได้ร้อยละ 18.2 การป้องกันและคุ้มครองปัจเจกบุคคล สามารถทำนุบำรุงได้ร้อยละ 14.9 และกำลังคน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรชัย หล้าสาคร (2562) ที่พบว่า ปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์กับการขับเคลื่อนการดำเนินงานตำบลจัดการสุขภาพจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 4) ตัวแปรที่สามารถอธิบายความผันแปรของการขับเคลื่อนการดำเนินงานตำบลจัดการสุขภาพ ได้แก่ ปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยจูงใจสามารถร่วมกันทำนุบำรุงการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ร้อยละ 24.30

2) หลักกาลามสูตรที่ส่งผลต่อการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มี 5 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า หลักกาลามสูตรสามารถร่วมกันทำนุบำรุงการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ร้อยละ 71.8 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อย่าหลงเชื่อเพราะนับถือว่าเป็นครูหรืออาจารย์ของเรา สามารถทำนุบำรุงการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ อย่าหลงเชื่อเพราะรูปลักษณ์ภายนอก สามารถทำนุบำรุงได้ร้อยละ 28.0 อันดับสามคือ อย่าหลงเชื่อด้วยการนับถือต่อ ๆ กันมา สามารถทำนุบำรุงได้ร้อยละ 18.1 อย่าหลงเชื่อโดยอาการที่ปรากฏตามความรู้สึก สามารถทำนุบำรุงได้ร้อยละ 13.0 และอย่าหลงเชื่อในสิ่งที่คนพูดต่อ ๆ กันมา สามารถทำนุบำรุงได้ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อลิษา ตรีโรจนานนท์ (2560) พบว่า พระสงฆ์นำหลักโยนีสมนสิการในการปรับฐานคิดเมื่อรับสื่อและใช้กาลามสูตรเพื่อพิจารณาความน่าเชื่อถือของแหล่งสารตลอดจนตัวสาร โดยกระบวนการทั้งหมดดำเนินบนฐานแห่งสติ ในการนี้ผู้วิจัยได้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับความรู้ทางธรรมด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ (Chi-square) พบว่า ความรู้จากการศึกษาทางโลกมีผลต่อความเข้าใจในหลักธรรม ได้แก่ พระภิกษุ สามเณรที่มีการศึกษาทางโลกสูงมีความเข้าใจในหลักธรรมสูงตามไปด้วย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ รูปแบบการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียโดยบูรณาการหลักกาลามสูตร ได้แก่ การบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดีย 4 ด้านคือ การบริหารจัดการวินัยของสื่อ การบริหารจัดการวินัยของผู้รับสื่อ การมีกรอบกติกาที่ชัดเจน และการจัดตั้งศูนย์กลางบริหารข่าวสาร โดยมีบูรณาการหลักกาลามสูตรในการบริหารข้อมูลข่าวสาร ทั้ง 10 ด้าน อย่างหลงเชื่อในสิ่งที่คนพูดต่อๆ กันมา อย่างหลงเชื่อด้วยการนับถือต่อ ๆ กันมา อย่างหลงเชื่อด้วยการเล่าลือ อย่างหลงเชื่อด้วยการอ้างตำรา อย่างหลงเชื่อเพราะตรรกะ อย่างหลงเชื่อเพราะการอนุมาน อย่างหลงเชื่อโดยอาการที่ปรากฏตามความรู้สึก อย่างหลงเชื่อเพราะเข้ากันได้กับทฤษฎีที่ตนยึดถือ อย่างหลงเชื่อเพราะรูปลักษณ์ภายนอก อย่างหลงเชื่อเพราะนับถือว่าเป็นครูของเรา สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริศ ข่ายสุวรรณ และคณะ (2560) ที่พบว่า กาลามสูตรเป็นพระสูตรแสดงหลักวิธีปฏิบัติในเรื่องที่ควรสงสัย การคัดกรองข้อมูลสื่อสาร การใช้เหตุผลมายืนยันเกี่ยวกับความเชื่อว่าจะเชื่ออย่างไร ด้วยวิธีการ 10 ประการ เป็นหลักปฏิบัติประการหนึ่งที่พระพุทธเจ้าตรัสแนะนำให้แกชาวกาลามะ และยังเอื้อประโยชน์ต่อคนในยุคสังคมดิจิทัลที่เจริญด้วยเทคโนโลยี แต่การรับรู้ข้อมูลอย่างไม่มีขีดจำกัด ทำให้เกิดปัญหาจากความเจริญเหล่านี้ คือ ผู้บริโภคข่าวสารเกิดความหลงเชื่อข้อมูลที่ได้รับไปโดยไม่รู้ตัว ขาดการพิจารณาให้ละเอียดรอบคอบ ทำให้เกิดปัญหามาตาม การประยุกต์เนื้อหาในกาลามสูตรต่อสังคมไทยปัจจุบัน เป็นการสนับสนุนความเชื่อให้เกิดประโยชน์ ก่อนที่จะเชื่อต้องพิจารณาด้วยสติและปัญญา เมื่อเกิดกรณีขัดแย้งกันในข้อมูลข่าวสาร ควรนำพระสูตรนี้ไปประกอบในการนำไปใช้ในยุคดิจิทัล เพื่อเป็นหลักส่งเสริมความเชื่อของคนในสังคมไทย โดยเฉพาะสังคมชาวพุทธให้มีความหนักแน่นในการบริโภคข้อมูลตามสื่อ และทำให้เกิดความเห็นชอบ มีความประพฤติให้สอดคล้องกับหลักศรัทธาได้อย่างถูกต้อง เมื่อแต่ละคนมีความเห็นที่ถูกต้องแล้ว จะสร้างสังคมแห่งสัมมาทิฐิ สังคมแห่งความศรัทธากำกับด้วยปัญญา มีความเชื่อประกอบด้วยเหตุมีผล ไม่ม่งมาย สามารถดำรงชีวิตในสังคมเทคโนโลยีอย่างมีความสุข และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนา (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้กิจกรรมการถอดบทเรียนตามหลักกาลามสูตรของผู้เรียนระดับอุดมศึกษา” โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือผู้เรียนระดับปริญญาเอกสาขาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร สาขาการบริหารการศึกษา ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2553 จำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยแบบสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ แบบการถอดบทเรียน และแบบรายงานตนเองเกี่ยวกับสิ่งที่ได้เรียนรู้ อันเกิดมาจากการทำกิจกรรมการถอดบทเรียนตามหลักกาลามสูตร ผลการศึกษาพบว่า การใช้กิจกรรมการถอดบทเรียนตามหลักกาลามสูตรทำให้ผู้เรียนมีการเรียนรู้ 5 ด้าน ดังนี้ 1) มีสติและสมาธิอยู่กับกิจกรรมการเรียนรู้ 2) ทบทวนบทเรียนและสรุปสาระสำคัญ 3) การศึกษาค้นคว้าและเรียนรู้ด้วยตนเอง 4) การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ วิจักษ์ญาณ และ 5) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้

องค์ความรู้

จากการวิจัยสามารถสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียโดยบูรณาการหลักกาลามสูตรของพระพุทธเจ้าเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้ตั้งแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงรูปแบบการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียโดยบูรณาการหลักกาลามสูตรของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

สรุปได้ว่า การบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ 4 ด้านคือ 1. การบริหารจัดการวินัยของสื่อ 2. การบริหารจัดการวินัยของผู้รับสื่อ 3. การมีกรอบกติกาที่ชัดเจน 4. การจัดตั้งศูนย์กลางบริหารข่าวสาร โดยมีบูรณาการหลักกลาสมสูตรในการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

1. อย่าหลงเชื่อในสิ่งที่คนพูดต่อ ๆ กันมา โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนไม่หลงเชื่อในข่าวสารที่ปัจจุบันมีความหลากหลาย ไม่หลงเชื่อในสิ่งที่คนอื่นพูดหรือแชร์ต่อ ๆ กันมา หาข้อมูลหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับข่าวสารอย่างกระจ่างชัด รู้จักคิดแยกแยะเรื่องจริงเรื่องเท็จ พิจารณาถึงความน่าเชื่อถือหรือไม่

2. อย่าหลงเชื่อด้วยการนับถือต่อ ๆ กันมา โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมต้องส่งเสริมให้ประชาชนวิเคราะห์อย่างละเอียดถี่ถ้วนในหนังสือ ตำรา สืบเสาะให้หายสงสัยว่าก่อให้เกิดประโยชน์หรือไม่ วิเคราะห์อย่างใช้เหตุผลในคำสอนของคนรุ่นเก่า พิจารณาว่าสิ่งที่เคยทำต่อ ๆ กันมาว่าเป็นประโยชน์หรือไม่ ฝึกใช้หลักการหรือวิทยาศาสตร์เสียก่อนค่อยเชื่อหรือนำไปใช้ต่อ

3. อย่าหลงเชื่อด้วยการเล่าลือ โดยมีกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนพิจารณาให้ดีเพราะเทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถตกแต่งภาพหรือบิดเบือนข้อมูลได้ ทำให้ข่าวลือ ข่าวลวงแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วต้องตรวจสอบเสียก่อน เมื่อพบเจอข่าวลือ ต้องตรวจสอบแหล่งที่มาว่าน่าเชื่อถือหรือไม่ บางครั้งเล่าลือที่ไม่รู้ต้นตอต้องตั้งสมมติฐานไว้เบื้องต้นว่าเป็นเท็จ และควรตรวจสอบหรือลองปฏิบัติให้เห็นผลก่อน

4. อย่าหลงเชื่อด้วยการอ้างตำรา โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนพิจารณาให้ดีเพราะบางข้อมูลที่เขียนไว้ในตำราก็อาจล้าหลังไปแล้ว อย่าหลงเชื่อเพราะในบางตำราก็มีการอ้างผิดหรือเป็นการหลอกลวงได้ ควรพิจารณาให้ดีเพราะบางครั้งเป็นการอ้างผลงานวิจัยเพื่อการค้า เพื่อให้ประชาชนตกเป็นเหยื่อตำราบางทีก็ถูกบางทีก็ไม่ถูก ต้องมีการอ้างอิงหลายๆ ทาง และประเมินความสมเหตุสมผลของตำราก่อน

5. อย่าหลงเชื่อเพราะตรรกะ โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนอย่าหลงเชื่อเพราะเหตุผลบางอย่างก็อาจจะถูกหรือเป็นไปตามข้อสันนิษฐาน ถ้าเรื่องใดหรือข้อมูลใดยังไม่มีคำตอบที่ชัดเจนให้สงสัยไว้ก่อนว่าเป็นเรื่องเท็จ หากมีคำถามหรือข้อสงสัยในข้อมูลข่าวสารนั้นควรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพิ่มเติม ตรวจสอบไตร่ตรองในการรับฟังข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ และพิจารณาอย่างถี่ถ้วนตามหลัก “โยนิโสมนสิการ”

6. อย่าหลงเชื่อเพราะการอนุมาน โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนให้ตรวจสอบวันที่ของการเผยแพร่ข่าวสาร ว่ามีความเป็นปัจจุบันแค่ไหน ให้ตรวจสอบแหล่งข้อมูลและผู้เขียนนำมาใช้ว่ามาจากแหล่งข้อมูลใด หาข้อมูลเปรียบเทียบกับเว็บไซต์อื่น หรือแหล่งข่าวอื่นด้วย การฝึกสติหรือสมาธิจะช่วยให้รู้เท่าทันไม่ตัดสินใจด้วยความรีบร้อน เทคโนโลยีใหม่เปลี่ยนแปลงเร็ว ต้องมีความเฉลียวใจจึงจะไม่ตกเป็นเหยื่อ

7. อย่าหลงเชื่อโดยอาการที่ปรากฏตามความรู้สึก โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนตรวจสอบว่าข่าวสารที่ส่งต่อกันมา มีวัตถุประสงค์ใด พิจารณาความสมเหตุสมผลของข่าว อย่าเอาแค่ความสนใจหรือชอบใจของตนเป็นที่ตั้ง ต้องตรวจสอบอคติของตนเองด้วยว่ามีความชอบเป็นส่วนตัวหรือไม่ อย่ารีบตัดสินใจเพราะเป็นความชอบส่วนตัวของเรา ข้อมูลที่ปรากฏตามสื่อออนไลน์ต้องตรวจให้แต่ใจอย่าหลงเชื่อ

8. อย่าหลงเชื่อเพราะเข้ากันได้กับทฤษฎีที่ตนยึดถือ โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนให้อ่านข่าวทั้งหมดโดยไม่เชื่อพาดหัวข่าวเพียงอย่างเดียว ควรตรวจสอบ URL ของเว็บไซต์ที่นำมาเผยแพร่ เพราะสื่อมวลชนหรือนักข่าวที่มีจรรยาบรรณกำกับบางครั้งก็ขาดจรรยาบรรณในการนำเสนอ ศึกษาหลายๆ ช่องทางและยอมรับความแตกต่างของข้อมูล เข้าใจ เรียนรู้สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปตามวิวัฒนาการของข่าวสาร

9. อย่าหลงเชื่อเพราะรูปลักษณ์ภายนอก โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนตรวจสอบแหล่งที่มาตัวตนของผู้เขียนก่อนอย่ามองแค่หน้าตาดี แล้วหลงเชื่อเลย ให้ดูความผิดปกติของตัวสะกดภาษาที่ใช้หรือการเรียบเรียงด้วย ให้พิจารณาภาพประกอบข่าวที่นำเสนอว่าเป็นภาพเก่า หรือภาพตัดต่อหรือไม่ อย่าหลงเชื่อเพียงเพราะว่าแต่งกายดี อย่าหลงเชื่อเพียงเพราะว่าพูดดี มีมารยาท

10. อย่าหลงเชื่อเพราะนับถือว่าเป็นครูหรืออาจารย์ของเรา โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบว่า เมื่อครู อาจารย์เล่าให้ฟังก็ต้องใช้วิจารณญาณ มีเหตุมีผล รับฟังครู อาจารย์อย่างมีเหตุผล แต่มิใช่ได้เถียงเพื่อต้องการเอาชนะคะคานหรือด้วยความก้าวร้าว ต้องนำข่าวสารจากครู อาจารย์นั้นไปพิสูจน์ และตรวจสอบข้อมูลข่าวสารด้วยตนเอง อย่าหลงเชื่อเพราะสถาบัน แต่ให้พิจารณาความคิด ความชำนาญของอาจารย์ อย่าหลงเชื่อเพียงเพราะครู อาจารย์บอกว่าถูกต้อง แต่ต้องลงมือพิสูจน์ ปฏิบัติจริง

และการบริหารข้อมูลข่าวสารในยุคโซเชียลมีเดียของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมต้องขับเคลื่อนการดำเนินงานแบบ SIGMA ประกอบด้วย การป้องกันและ

คุ้มครองปัจเจกบุคคล (Security) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล (Infrastructure) การกำหนดยุทธศาสตร์ที่ทันสมัย (Government) การจัดกำลังคนที่เพียงพอ (Manpower) และการพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) ให้ประชาชนได้ใช้งาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมควรกำหนดแผนการพัฒนาด้านการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้มีความต่อเนื่อง และทันสมัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อสร้างจุดแข็งให้กับการทำงานของกระทรวงอย่างต่อเนื่อง และเป็นเอกภาพ อันนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่กระทรวง

2. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมควรนำหลักกาลามสูตร มาเป็นแนวนโยบายให้ประชาชนให้ศึกษาและปฏิบัติตามเพื่อไม่ตกเป็นเหยื่อของสื่อไม่ดีในโลกโซเชียลมีเดีย

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมควรมีการขยายศูนย์เฝ้าระวังและรักษาความมั่นคงปลอดภัยของบุคคลทางไซเบอร์ให้ครอบคลุมทุกจังหวัด และให้ความรู้กับประชาชนในการใช้งานในโลกออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ด้วย

2. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมควรมียุทธศาสตร์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ภาคธุรกิจเพื่อช่วยให้การทำงานได้ง่ายขึ้น และส่งเสริมให้มีการยกระดับขีดความสามารถเชิงดิจิทัลของภาครัฐให้เป็นเอกภาพและเห็นผลจริง อันนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่กระทรวง

3. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมควรมีการส่งบุคลากรออกให้ความรู้แก่ประชาชนเพื่อต่อยอดคนไทยให้มีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการพัฒนาประเทศมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ว่ามีความพร้อมมากน้อยแค่ไหน และมีปัจจัยใดบ้างที่เป็นปัญหาอุปสรรคต่อการพัฒนา กระทรวงในยุคปัจจุบัน

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการจัดหลักสูตรยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลระหว่างมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาลกับมหาวิทยาลัยเอกชน ว่ามีความแตกต่างในการพัฒนาหลักสูตร และการจัดการเรียนการสอนอย่างไร เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาสถาบันการศึกษาให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่

เอกสารอ้างอิง

- โกสิฐ นันทินบัณฑิต. (2563). การบริหารการข่าวของผู้บริหารสถานศึกษา. *วารสารศิลปการจัดการ*, 4(2), 489-502.
- ฐานข้อมูลภาครัฐ. (2564). หน่วยงานในสังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. สืบค้น 6 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <http://www.oic.go.th/ginfo/page1.asp>
- รัฐบาลไทย. (2564). ดีอีเอส เผยตั้งศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม 1 ปีดำเนินคดีผู้กระทำความผิดแล้ว 61 ราย. สืบค้น 6 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.thaigov.go.th/news/ContentsDetails/37246>.
- วิศ ข่ายสุวรรณ และคณะ. (2562). กาลามสูตร : หลักความเชื่อในยุคดิจิทัล. *วารสารบัณฑิตแสงโคมคำ*, 4(2), 178-194
- วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนา. (2553). *การใช้กิจกรรมการถอดบทเรียนตามหลักกาลามสูตรของผู้เรียนระดับอุดมศึกษา* (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สรชัย หล้าสาคร. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการขับเคลื่อนการดำเนินงานตำบลจัดการสุขภาพ จังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารหัวหินสุขใจ ไกลกังวล*, 4(1), e0055
- สุชีพ ปัญญาภาพ. (2515). *พระไตรปิฎกสำหรับประชาชน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เกษมบรรณกิจ.
- อมรรัตน์ เตชะนอก และพันทิwa ทับภูมิ. (2562). การบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศเพื่อการบริหาร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น. *วารสารสถาบันวิจัยพินิตธรรม*, 6(2), 25-35.
- อลิชา ตรีโรจนานนท์. (2560). *การใช้กระบวนการทางปัญญาตามแนวพระพุทธศาสนาเพื่อการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis* (3rd. ed.). New York: Harper and Row.