

การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs)

A Synthesis of Research on Media and Sustainable Development Goals (SDGs)

รัตน์วดี นาควานิช^{1*}Rattanawadee Nakwanit^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ใน 3 ประเด็นหลักได้แก่ ระเบียบวิธีวิจัย กลุ่มเนื้อหาหรือหัวข้อวิจัย และการใช้สื่อเพื่อสนับสนุน SDGs โดยใช้วิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) รวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลวิชาการระดับนานาชาติจำนวน 296 เรื่อง ที่ตีพิมพ์ระหว่างปี ค.ศ. 2020 ถึง 2026 (มีนาคม) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและสถิติพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1.ด้านระเบียบวิธีวิจัย ภูมิภาคเอเชียมีจำนวนงานวิจัยมากที่สุด (138 เรื่อง) โดยประเทศอินโดนีเซียมีการตีพิมพ์สูงสุด ปริมาณงานวิจัยมีแนวโน้มเติบโตแบบก้าวกระโดดและสูงสุดในปี 2025 กลุ่มตัวอย่างที่ถูกศึกษามากที่สุดคือ "ผู้รับสาร" (ร้อยละ 44) โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางตามหลักการ "ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง" และเครื่องมือวิจัยที่นิยมใช้มากที่สุดคือ การสำรวจและสถิติวิเคราะห์ 2.ด้านหัวข้อการวิจัย งานวิจัยส่วนใหญ่สอดคล้องกับ SDG 3 (สุขภาวะ) มากที่สุด (ร้อยละ 30.07) รองลงมาคือ SDG 4 (การศึกษาที่มีคุณภาพ) และกลุ่มเป้าหมายด้านเศรษฐกิจ (SDG 8, 9, 12) 3. ด้านการใช้สื่อ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นประเภทสื่อที่ถูกนำมาศึกษาและใช้งานมากที่สุด (ร้อยละ 32) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม รองลงมาคือสื่อดิจิทัลและนวัตกรรมใหม่ เช่น AI และ VR (ร้อยละ 25) ซึ่งโดดเด่นในด้านการศึกษา อย่างไรก็ตาม สื่อดั้งเดิมยังคงมีความสำคัญในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาเพื่อลดช่องว่างทางดิจิทัล ผลการวิจัยชี้ชัดว่าสื่อได้เปลี่ยนบทบาทจากการเป็นเพียงเครื่องมือสื่อสารไปสู่การเป็นกลไกเชิงนโยบายและเทคโนโลยีที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับโลก

คำสำคัญ : สื่อ,การสังเคราะห์งานวิจัย,การพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs)

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

¹ Assistant Professor, School of Communication Arts, University of the Thai Chamber of Commerce

* e-mail : rattanawadee_nak@utcc.ac.th

Abstract

This research aims to review and synthesize studies concerning media and the Sustainable Development Goals (SDGs) across three primary dimensions: research methodology, content/thematic areas, and the utilization of media to support the SDGs. The study employed documentary research, analyzing 296 international research articles published between 2020 and March 2026. Data were analyzed using content analysis and descriptive statistics.

The findings are as follows 1. Research Methodology: Asia is the most active region in this field (138 articles), with Indonesia leading in research volume. Research output showed exponential growth, peaking in 2025. The most studied population was "receivers" (44%), particularly vulnerable groups, aligning with the "Leaving No One Behind" principle. Surveys and statistical analysis were the most frequently used research tools. 2. Research Themes: The majority of research focuses on SDG 3 (Good Health and Well-being) at 30.07%, followed by SDG 4 (Quality Education) and economic-related goals (SDGs 8, 9, 12) 3. Media Utilization: Social Media is the most utilized and studied medium (32%) for fostering civic engagement. Digital innovations, including AI and VR (25%), play a significant role in educational contexts. Notably, traditional media remains crucial in developing countries to bridge the digital divide. Research findings clearly indicate that media has evolved from a mere communication tool into a strategic policy and technological mechanism capable of driving structural changes to achieve global sustainability goals.

Keywords: media, research synthesis, sustainable development (SDGs)

บทนำ

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs) ทั้ง 17 ประการที่องค์การสหประชาชาติประกาศในปี ค.ศ. 2015 ถือเป็นกรอบความร่วมมือระดับโลกเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน ความเหลื่อมล้ำ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมายครอบคลุมทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ 1. ขจัดความยากจน 2. ขจัดความหิวโหย 3. สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี 4. การศึกษาที่มีคุณภาพ 5. ความเท่าเทียมทางเพศ 6. น้ำสะอาดและการสุขาภิบาล 7. พลังงานสะอาดที่ทุกคนเข้าถึงได้ 8. งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ 9. อุตสาหกรรม นวัตกรรม และโครงสร้างพื้นฐาน 10. ลดความเหลื่อมล้ำ 11. เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน 12. การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน 13. การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 14. การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน

15. การใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน 16. สันติภาพ ความยุติธรรม และสถาบันที่เข้มแข็ง และ 17. ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

สื่อเป็นกลไกการขับเคลื่อน SDGs ที่สำคัญ เนื่องจากบทบาทการสื่อสาร สร้างความตระหนักรู้และกำหนดทัศนคติของสาธารณชนต่อประเด็นความยั่งยืน ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ ปัญญาประดิษฐ์(AI) และอัลกอริทึม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการรับรู้ของประชาชน ทำให้การวิจัยด้านสื่อกับ SDGs มีความสำคัญมากขึ้น

แม้ว่างานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพิ่มขึ้นช่วง 5 ปีที่ผ่านมา คำถามคือ เราทราบอะไรบ้างเกี่ยวกับงานวิจัยซึ่งเผยแพร่ในฐานข้อมูลวิชาการระดับนานาชาติ การสรุปประเด็นจากงานวิจัยจำเป็นต้องใช้วิธีการสังเคราะห์งานวิจัย ซึ่งเป็นเทคนิคการวิจัยตามระเบียบวิธีการวิจัยที่นำผลการวิจัยจากหลายๆงานวิจัยที่ศึกษาในประเด็นปัญหาวิจัยเดียวกันมาศึกษาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ หรือวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและนำเสนอข้อสรุปอย่างมีระบบ ทำให้ได้คำตอบปัญหาวิจัยที่กว้างขวางและลึกซึ้งยิ่งขึ้น โดยการสังเคราะห์งานวิจัยมีข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญคือ งานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์แต่ละเรื่องให้ข้อค้นพบแต่ละมุมของปรากฏการณ์ที่นักวิจัยต้องการศึกษาและเมื่อนำผลการวิจัยมาสังเคราะห์รวมกัน ผลการสังเคราะห์ที่ได้รับจะมีความกว้างขวางและลุ่มลึกมากกว่าที่จะได้รับจากงานวิจัยแต่ละเรื่อง (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

การสังเคราะห์งานวิจัยด้านสื่อกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน(SDGs)จึงมีความสำคัญในหลายมิติ ได้แก่ ช่วยให้เข้าใจบทบาทของสื่อในการสนับสนุนแต่ละเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ชี้ให้เห็นช่องว่างขององค์ความรู้ที่ยังไม่ได้รับการศึกษา เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อความยั่งยืนในอนาคต ลดความซ้ำซ้อนของการวิจัยและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตองค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ผลการศึกษาสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้ง 17 ข้อ เพื่อสร้างองค์ความรู้เชิงสรุปที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนานโยบายการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในอนาคต

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้เห็นภาพรวมที่กว้างขวางและลุ่มลึกจากการสังเคราะห์งานวิจัยจำนวน 296 เรื่อง ผู้วิจัยจึงได้บูรณาการแนวคิดและทฤษฎีสำคัญ 10 ประการมาเป็นฐานในการวิเคราะห์ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่บทบาทพื้นฐานของสื่อในการพัฒนาประเทศ การแพร่กระจายนวัตกรรมสู่สังคม มิติด้านความเหลื่อมล้ำทางความรู้และการเข้าถึงเทคโนโลยี ไปจนถึงความรับผิดชอบและความชอบธรรมขององค์กรในยุคเศรษฐกิจยั่งยืน โดยแต่ละทฤษฎีจะมีบทบาทสำคัญในการอธิบายแง่มุมต่าง ๆ ของสื่อที่สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาตามวาระปี 2030 ดังนี้

1. แนวคิดสื่อเพื่อการพัฒนาของSchramm (1964) ใช้เพื่ออธิบายว่าสื่อเป็น "ตัวเร่ง" การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจในประเทศกำลังพัฒนา โดยทำหน้าที่เป็นเครื่องมือกระจายความรู้และสร้างการมีส่วนร่วมในพื้นที่ห่างไกลเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนา

2. แนวคิดพื้นที่นิยมในบริบทการพัฒนาที่ยั่งยืน ชี้ให้เห็นว่าความตื่นตัวในการขับเคลื่อน SDGs ไม่ได้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรเพียงอย่างเดียว แต่อยู่ที่ความเร่งด่วนของปัญหาในแต่ละพื้นที่ ซึ่งส่งผลต่อการเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับบริบทเฉพาะถิ่น

3. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมของ Rogers (2003) ใช้เพื่ออธิบายการบูรณาการเทคโนโลยีใหม่ (เช่น AI, Big Data) เข้ากับโครงสร้างสังคม และการใช้สื่อมวลชนสร้างความรู้เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระดับกว้างเพื่อบรรลุเป้าหมายสุขภาพ

4. แนวคิดของ Norris (2001) ใช้เพื่ออธิบาย "ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล" (Digital Divide) ที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงข้อมูลการพัฒนา ซึ่งเชื่อมโยงกับความจำเป็นที่ต้องคงการใช้สื่อดั้งเดิมในพื้นที่ที่ขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐาน

5. แนวคิดพหุนิยมทางระเบียบวิธีวิจัย (Methodological Pluralism) ใช้ส่งเสริมการบูรณาการเครื่องมือวิจัยที่หลากหลาย ทั้งเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์สังคมที่ซับซ้อนในมิติต่าง ๆ ของความยั่งยืนอย่างรอบด้าน

6. ทฤษฎีช่องว่างทางความรู้ของ Tichenor (1970) ใช้เตือนว่าสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่ต่างกันอาจทำให้การเข้าถึงสื่อดิจิทัลยิ่งขยายช่องว่างความรู้ด้านสุขภาพและการพัฒนาให้กว้างขึ้น แม้จะมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้นก็ตาม

7. แนวคิดการเรียนรู้เชิงสังคมของ Vygotsky (1978) ใช้เป็นฐานในการปฏิรูปการศึกษา (SDG 4) โดยมองว่าสื่อใหม่และเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมที่ช่วยเสริมสร้างพัฒนาการทางสติปัญญาผ่านการปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้

8. ทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อของ Buckingham (2003) ใช้เน้นย้ำความสำคัญของการเข้าใจเบื้องหลังข้อมูลและอัลกอริทึมในยุคดิจิทัล เพื่อให้ผู้รับสารสามารถประเมินความเสี่ยงและเลือกรับข้อมูลที่ถูกต้องในการขับเคลื่อนความยั่งยืน

9. ทฤษฎีทุนทางสังคมของ Putnam (2000) ใช้เพื่ออธิบายว่าเครือข่ายความสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและโซเชียมัลมีเดียสามารถแปรเปลี่ยนเป็นทรัพยากรทางเศรษฐกิจได้ ซึ่งช่วยเสริมพลังให้แก่ผู้ประกอบการที่ยั่งยืน

10. ทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory) ของ Suchman (1995) ใช้อธิบายการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน (ESG) ของภาคธุรกิจเพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าการดำเนินงานสอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคม โดยมีสื่อเป็นกลไกกระตุ้นความโปร่งใส

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสังเคราะห์ระเบียบวิธีวิจัย(ปีที่พิมพ์ พื้นที่วิจัย กลุ่มตัวอย่าง) ของงานวิจัยที่เกี่ยวกับสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs)
2. เพื่อสังเคราะห์กลุ่มเนื้อหา/หัวข้องานวิจัยที่เกี่ยวกับสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs)
3. เพื่อสังเคราะห์การใช้สื่อเพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs)

ขอบเขตการวิจัย

บทความวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะงานวิจัยสื่อและการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs) 296 เรื่องที่ตีพิมพ์ระหว่างปี ค.ศ. 2020 ถึง 2026 (มกราคมถึงมีนาคม 2569) โดยครอบคลุมงานวิจัยระดับนานาชาติจากหลายภูมิภาคทั่วโลก

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้การวิจัยเอกสาร (documentary research) โดยรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อและการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ผ่านการสืบค้นแบบ *advanced search* ใน Google Scholar และฐานข้อมูลวิชาการ (e-resources) ด้วยคำสำคัญ “media” และ “SDGs” เลือกเฉพาะบทความที่มีฉบับเต็ม และผ่านการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (peer review) ผลการสืบค้นพบงานวิจัยภาษาอังกฤษจำนวน 296 เรื่อง ในช่วงปี 2020–2026

เครื่องมือวิจัย ใช้ตารางวิเคราะห์และสังเคราะห์งานวิจัยในโปรแกรมตารางคำนวณ (spreadsheet) โดยกำหนดหัวข้อสำคัญ เช่น ปีที่ตีพิมพ์ ชื่องานวิจัย ผู้วิจัย วารสาร วัตถุประสงค์ ประเภสื่อ SDGs ที่เกี่ยวข้อง ระเบียบวิธีวิจัย กลุ่มตัวอย่าง ประเทศ เครื่องมือวิจัย และผลการวิจัย จากนั้นนำตารางไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ตรวจสอบความครบถ้วน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.68–1.00 ก่อนนำไปทดลองใช้กับงานวิจัยนอกประชากรจำนวน 5 เรื่อง และปรับปรุงให้สมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยอ่านบทความทั้ง 296 เรื่องอย่างละเอียด และบันทึกข้อมูลลงในตารางวิเคราะห์และสังเคราะห์ โดยตรวจสอบให้ครอบคลุมทุกหัวข้อที่กำหนด

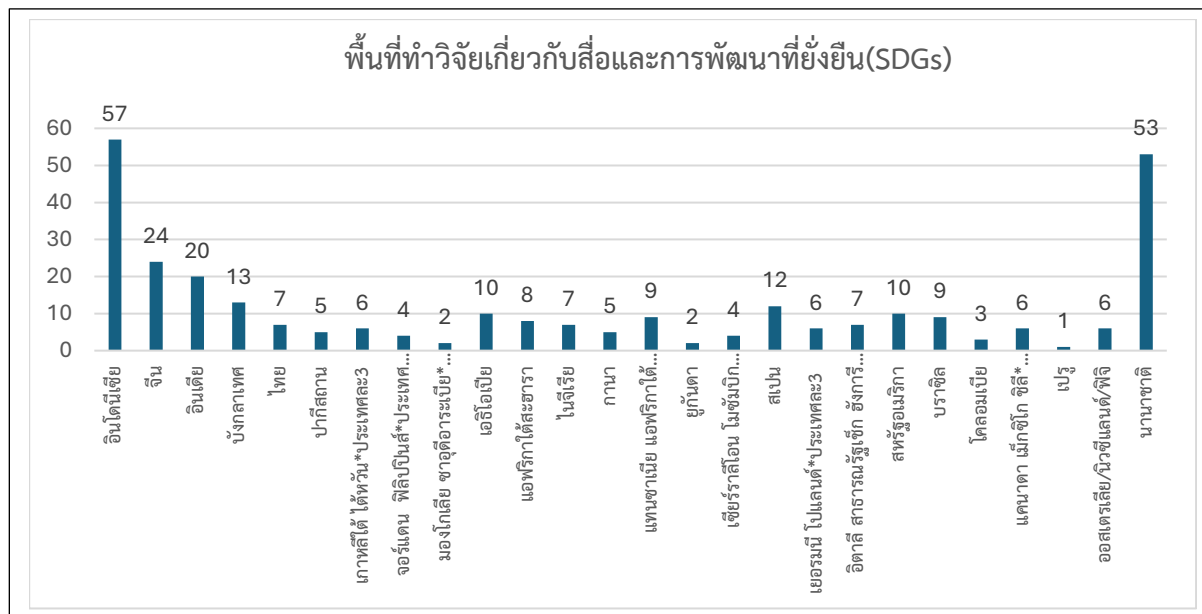
การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลจากตารางมาวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ คำร้อยละ และการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อสังเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัยด้านสื่อและการพัฒนาที่ยั่งยืน

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ประเด็น คือ 1. ระเบียบวิธีการวิจัย (พื้นที่การวิจัย ปีที่ตีพิมพ์ ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง) 2.กลุ่มเนื้อหา/หัวข้อการวิจัยที่สอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และ 3. การใช้สื่อเพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs) โดยมีผลการวิจัยดังนี้

ประเด็นที่ 1 ระเบียบวิธีวิจัย

1.1 พื้นที่การศึกษาริวิจัย จากการวิเคราะห์งานวิจัยจำนวน 296 เรื่อง พบว่ามีงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนกระจายหลายภูมิภาคทั่วโลก จำนวนงานวิจัยสะท้อนถึงความตื่นตัวในการใช้สื่อเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs) แตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละประเทศและภูมิภาค ปรากฏผลดังรูปที่ 1



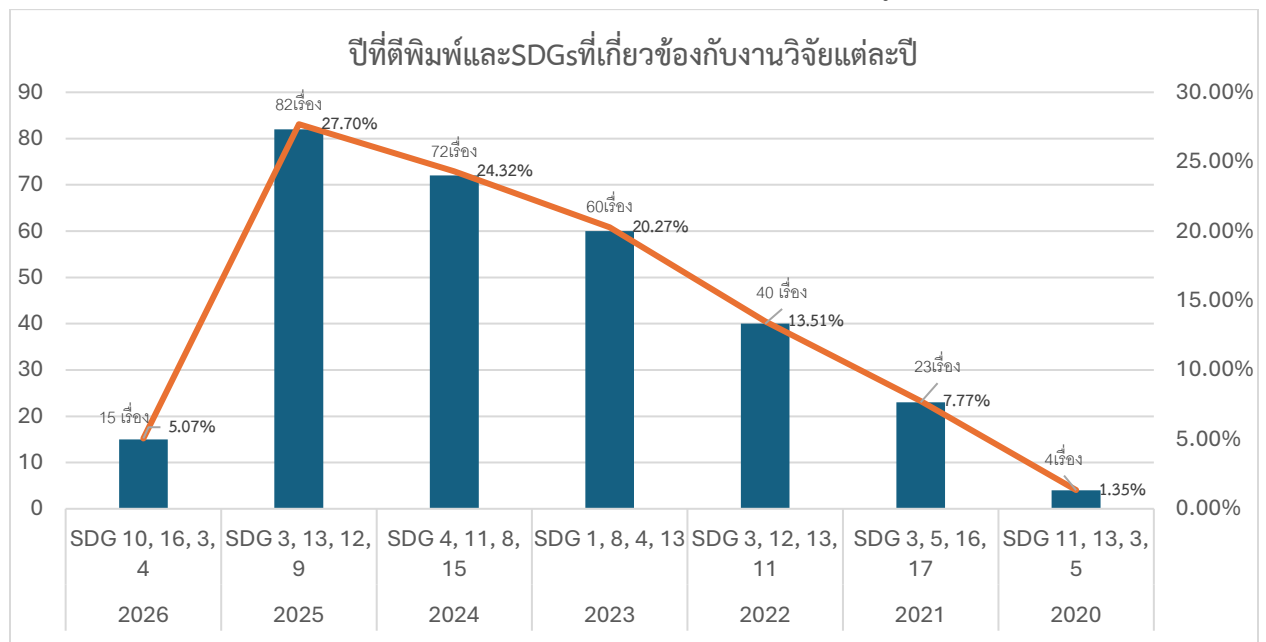
รูปที่ 1 จำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs) จำแนกตามประเทศทำวิจัย

ประเทศที่ติด 5 อันดับที่มีงานวิจัยมากที่สุด คือ อินโดนีเซียจำนวน 57 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 19.26 ของทั้งหมด งานวิจัยในประเทศนี้มุ่งเน้นสื่อดิจิทัลเพื่อสนับสนุน MSMEs และการใช้สื่อท้องถิ่นเพื่อสิ่งแวดล้อมชุมชน รองลงมาคือ ไนจีเรียประเทศเก็บข้อมูลวิจัยทั่วโลกมีจำนวน 53 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 17.91ส่วนใหญ่ศึกษาพฤติกรรมบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าใจทัศนคติร่วมของพลเมืองโลกต่อ SDGs จีนมีงานวิจัย 24 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 8.11 เน้นการจัดการปัญหาความยากจนผ่านโซเชียลมีเดียและการเปิดเผยข้อมูลตามแนวคิดธุรกิจอย่างยั่งยืน (ESG) ขณะที่อินเดียมีงานวิจัย 20 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 6.76 ให้ความสำคัญกับการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในงานด้านสาธารณสุขและโภชนาการเด็ก ส่วนบังกลาเทศมีงานวิจัย 13 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 4.39 เน้นการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาในบริบทประเทศกำลังพัฒนาที่มีรายได้น้อย

เมื่อพิจารณารายภูมิภาครายว่า เอเชียมีความตื่นตัวสูงสุดจำนวน 138 เรื่อง ตามมาด้วยงานวิจัยระดับนานาชาติ 53 เรื่อง และแอฟริกา 45 เรื่อง ซึ่งน่าสนใจว่ามีปริมาณงานวิจัยมากกว่ายุโรปเกือบเท่าตัว ตอกย้ำว่าประเทศกำลังพัฒนาให้ความสำคัญกับสื่อในฐานะเครื่องมือแก้ปัญหาพื้นฐานมากกว่าประเทศพัฒนาแล้ว

1.2 ปีที่งานวิจัยตีพิมพ์และ SDGs ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิเคราะห์งานวิจัยด้านสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ระหว่างปี 2020–มีนาคม 2026 รวมทั้งสิ้น 296 เรื่อง สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ปรากฏผลดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 จำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs) จำแนกปีที่ตีพิมพ์และSDGsที่เน้นแต่ละปี

ปี 2021 ที่จำนวนงานวิจัยเพิ่มขึ้นจาก 4 เรื่องในปี 2020 เป็น 23 เรื่อง คิดเป็นอัตราเติบโตสูงถึง 475% ซึ่งสัมพันธ์กับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 หลังจากนั้นในปี 2022–2023 งานวิจัยยังคงขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.51 และ 20.27) สะท้อนการปรับตัวของนักวิจัยที่หันมาใช้สื่อดิจิทัลและข้อมูลจากโซเชียลมีเดียมากขึ้น จุดสูงสุดของงานวิจัยปรากฏในปี 2025 มีมากถึง 82 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 27.70 ของทั้งหมด โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการวิเคราะห์บิ๊กดาต้าเพื่อขับเคลื่อน SDGs ในหลายมิติ ส่วนปี 2026 แม้ยังเป็นช่วงต้น แต่แนวโน้มบ่งชี้ว่าจะมีงานวิจัยเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนถึงความเร่งด่วนของวาระการพัฒนาปี 2030 ที่ผลักดันให้ภาควิชาการทั่วโลก

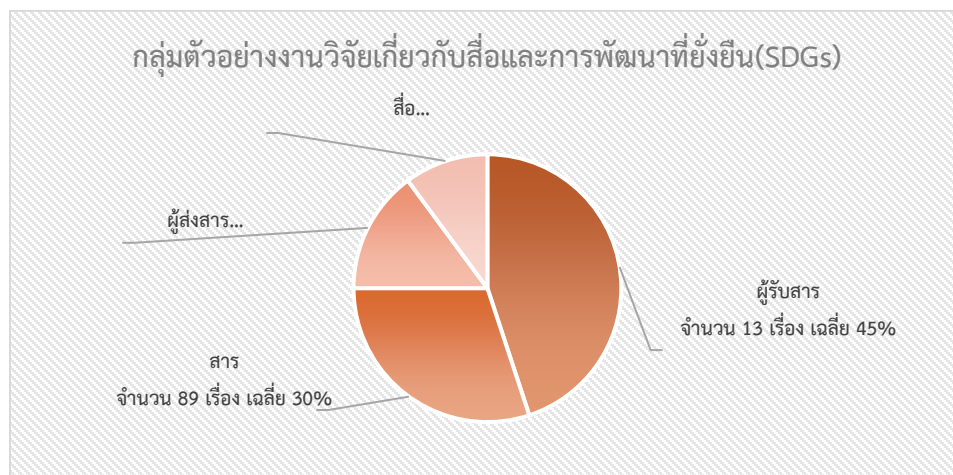
เมื่อพิจารณาเชิงเนื้อหา งานวิจัยในแต่ละช่วงเวลามีความแตกต่างตามพลวัตของสังคมโลก ปี 2020–2021 มุ่งเน้น SDG 3 (สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี), SDG 5 (ความเท่าเทียมทางเพศ) และ SDG 13 (การเปลี่ยนแปลง

สภาพภูมิอากาศ) สะท้อนผลกระทบจากวิกฤตสุขภาพโลก ปี 2022–2023 งานวิจัยหันมาใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียเพื่อสนับสนุน SDG 8 (เศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยั่งยืน) และ SDG 12 (การบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน) ปี 2024–2025 เป็นช่วงที่มีงานวิจัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52 ของทั้งหมด โดยเน้น SDG 4 (การศึกษา) และ SDG 9 (นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน) ส่วนปี 2026 แนวโน้มชี้ไปที่การใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อแก้ปัญหาคอขวดห่วงโซ่อุปทาน (SDG 10) และการคาดการณ์อนาคตเพื่อสนับสนุนหลักการ “ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง”

โดยสรุป งานวิจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าสื่อไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเป็นช่องทางการสื่อสาร แต่ได้พัฒนาไปสู่การเป็นกลไกเชิงนโยบายและเทคโนโลยีที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง เพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับโลกภายในปี 2030

1.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผลการสังเคราะห์งานวิจัยด้านสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) จากทั้งหมด 296 เรื่อง ปรากฏผลดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 จำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs) จำแนกตามกลุ่มตัวอย่าง

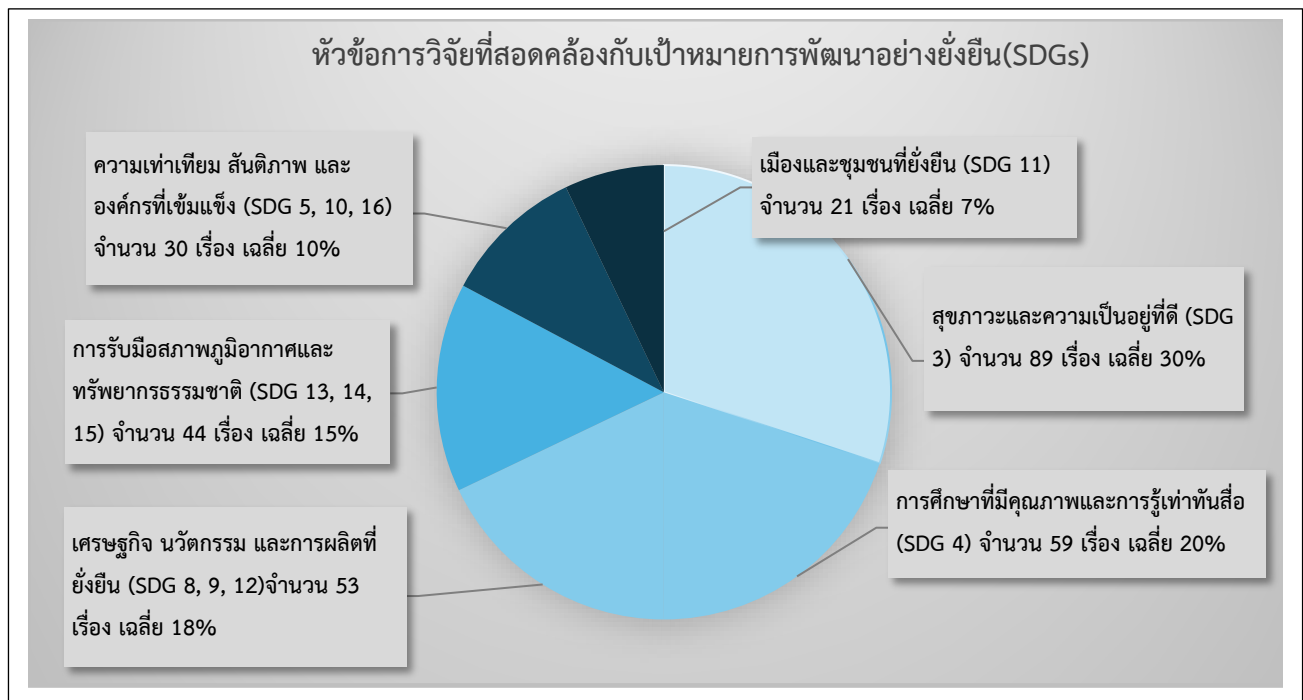
งานวิจัยส่วนใหญ่เน้นศึกษากลุ่มผู้รับสาร (receiver) มากที่สุดถึงร้อยละ 44 สอดคล้องกับหลักการ “ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” ของสหประชาชาติ โดยกลุ่มที่ถูกศึกษา ได้แก่ สตรีในแอฟริกาและเอเชียใต้ สตรีในพื้นที่ห่างไกล เยาวชนนักศึกษา เกษตรกร คริวเรือน และประชาชนทั่วไป รองลงมาคือสาร(message) คิดเป็นร้อยละ 30.07 เช่น การวิเคราะห์ทัศนคติบนโซเชียลมีเดีย (Twitter, Weibo) เพื่อวัดความพึงพอใจต่อบริการสาธารณะ

ส่วนกลุ่มผู้ส่งสาร (sender) มีเพียงร้อยละ 14.86 มุ่งศึกษาบทบาทของผู้นำองค์กร (CEOs) อินฟลูเอนเซอร์และสถาบันการศึกษาเช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าแฟชั่นยั่งยืน สุดท้ายคือกลุ่มสื่อ(medium) คิดเป็นร้อยละ 10.14 เน้นการพัฒนานวัตกรรม เช่น แอปพลิเคชันปัญญาประดิษฐ์ (AI) และสื่อเสมือนจริง (VR/AR) ซึ่งช่วยสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เท่าเทียมในยุคหลังโควิด

แม้งานวิจัยจะให้ความสำคัญกับ“ผู้รับสาร” มากที่สุด แต่ ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล ยังคงเป็นอุปสรรคใหญ่ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและค่าใช้จ่ายในการเชื่อมต่อทำให้คนยากจนในชนบทขาดโอกาส สื่อดั้งเดิมอย่างวิทยุและโทรทัศน์ยังมีข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี ดังนั้นบทบาทของสื่อในอนาคตจึงต้องเปลี่ยนจากการเป็นเพียงผู้ส่งสารไปสู่การเป็นผู้กำหนดวาระทางสังคมเชิงรุก เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

ประเด็นที่ 2 หัวข้อการวิจัยที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

การสังเคราะห์งานวิจัยทั้ง 296 เรื่อง สามารถจำแนกออกเป็น 6 กลุ่มที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ได้อย่างชัดเจน ปรากฏผลดังรูปที่ 5



รูปที่ 5 จำนวนงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs) จำแนกตาม SDGs

กลุ่มที่ 1 สุขภาวะ (SDG 3) มีจำนวนมากที่สุดถึง 89 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 30.07 งานวิจัยเน้นบทบาทของสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข้อมูลสุขภาพ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและลดอัตราการเสียชีวิตในประเทศกำลังพัฒนา

กลุ่มที่ 2 การศึกษาที่มีคุณภาพและการรู้เท่าทันสื่อ(SDG 4) จำนวน 59 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 19.93 มุ่งปฏิรูปการศึกษาโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เกมเสมือนจริงและ VR เพื่อยกระดับคุณภาพการเรียนรู้

กลุ่มที่ 3 เศรษฐกิจ นวัตกรรม และการผลิตที่ยั่งยืน (SDG 8, 9, 12) มี 53 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 17.91 สะท้อนให้เห็นว่าสื่อดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซคือหัวใจสำคัญในการสร้างงานที่มั่นคงและการผลิตที่รับผิดชอบต่อสังคม เช่น การตลาดดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจชุมชน และการส่งเสริมแฟชั่นที่ยั่งยืนผ่าน Influencer

กลุ่มที่ 4 การรับมือสภาพภูมิอากาศและทรัพยากรธรรมชาติ (SDG 13, 14, 15) มี 44 เรื่อง คิดเป็น

ร้อยละ 14.86 เน้นการใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศในการเฝ้าระวังวิกฤตภูมิอากาศและรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ เช่น การตรวจสอบการสูญเสียป่าไม้ในเมซอน และการใช้เกมเพื่อสร้างพฤติกรรมรักษโลก

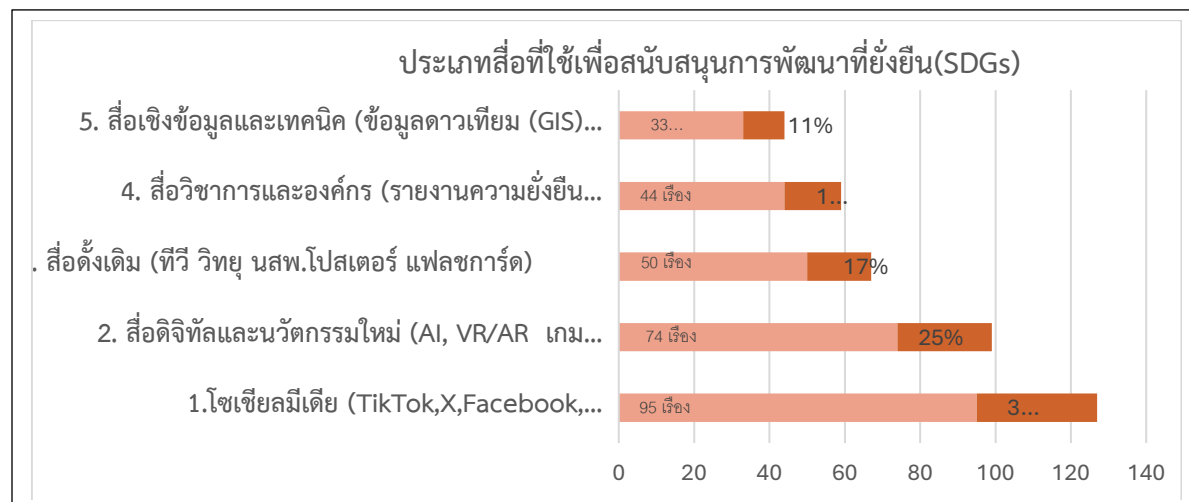
กลุ่มที่ 5 ความเท่าเทียม สันติภาพ และองค์กรที่เข้มแข็ง (SDG 5, 10, 16) มีสัดส่วน 30 เรื่อง หรือร้อยละ 10.14 มุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อความเท่าเทียมทางเพศ การตรวจสอบข่าวปลอม และบทบาทสื่อต่อประชาธิปไตยและสันติภาพ เช่น ภาพอนาคตการยอมรับ LGBTI ในปี 2030 และการเสริมบทบาทผู้หญิงในครอบครัว

กลุ่มที่ 6 เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน (SDG 11) มีน้อยที่สุด 21 เรื่อง หรือร้อยละ 7.09 ตัวอย่างเช่น การเปิดรับสื่อกับปัญหาความแออัดของที่อยู่อาศัยในเอธิโอเปีย

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของสุขภาวะและการศึกษา ขณะที่ประเด็นเมืองและชุมชนยั่งยืนยังมีสัดส่วนน้อย แต่ทุกกลุ่มล้วนแสดงให้เห็นถึงบทบาทของสื่อและเทคโนโลยีในการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างเด่นชัด

ประเด็นที่ 3 การใช้สื่อเพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs)

การสังเคราะห์งานวิจัยจำนวน 296 เรื่องเกี่ยวกับสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) พบว่าสื่อถูกนำมาใช้เพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมาย โดยสามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มสำคัญปรากฏผลดังรูปที่ 6



รูปที่ 6 จำนวนงานวิจัยสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs) จำแนกตามประเภทสื่อที่ใช้

อันดับแรก คือ สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, X (Twitter), Facebook, Instagram, Weibo และ WhatsApp ซึ่งถูกนำมาใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32 โดยเฉพาะ TikTok, X และ Facebook ที่ทำหน้าที่เป็นพื้นที่หลักในการสร้างการมีส่วนร่วมของพลเมือง และใช้วิเคราะห์ความรู้สึกของสาธารณะต่อประเด็นความยั่งยืน รองลงมา คือ สื่อดิจิทัลและนวัตกรรมใหม่ เช่น AI, VR/AR, เกม, แอปพลิเคชัน และ E-Module คิดเป็นร้อยละ 25 สื่อเหล่านี้มีบทบาทโดดเด่นใน SDG 4 (การศึกษาที่มีคุณภาพ) งานวิจัยจำนวนมากชี้ให้เห็นการใช้ AI, VR และ

Gamification เพื่อเพิ่มแรงจูงใจและประสิทธิภาพในการเรียนรู้ กลุ่มที่สาม คือ สื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ และแฟลชการ์ด แม้จะเป็นสื่อที่มีมานาน แต่ยังคงมีความสำคัญ โดยคิดเป็นร้อยละ 17 โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา สื่อเหล่านี้ถูกใช้เพื่อสื่อสารเรื่องสุขภาพแม่และเด็ก (SDG 3) และการวางแผนครอบครัว (SDG 5) เนื่องจากสามารถเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ห่างไกลที่ยังมีข้อจำกัดด้านดิจิทัลได้ดีกว่า

กลุ่มที่สี่ คือ สื่อวิชาการและองค์กร เช่น รายงานความยั่งยืน (ESG reports), เว็บไซต์องค์กร และวารสารวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 15 สื่อเหล่านี้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความโปร่งใสและการเปิดเผยข้อมูลของภาคธุรกิจ โดยเฉพาะในเป้าหมายการผลิตและการบริโภคที่รับผิดชอบ (SDG 12) และการเติบโตทางเศรษฐกิจ (SDG 8) สุดท้าย คือ สื่อเชิงข้อมูล สถิติและเทคนิค เช่น ข้อมูลดาวเทียม, GIS, แบบจำลองคอมพิวเตอร์ และ Big Data คิดเป็นร้อยละ 11 โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศและภาพถ่ายดาวเทียมในการตรวจสอบการบรรลุเป้าหมายด้านทรัพยากรธรรมชาติ เช่น SDG 15 (ระบบนิเวศบก), SDG 6 (น้ำสะอาด) และ SDG 13 (การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ) งานวิจัยในกลุ่มนี้ช่วยให้ผู้กำหนดนโยบายมองเห็นภาพรวมของการเปลี่ยนแปลง เช่น การลดลงของพื้นที่ป่าไม้และวิกฤตภูมิอากาศ

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าสื่อแต่ละประเภทมีบทบาทเฉพาะในการสนับสนุน SDGs ไม่ว่าจะเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน การยกระดับการศึกษา การสื่อสารในพื้นที่ห่างไกล การสร้างความโปร่งใสทางธุรกิจ หรือการใช้ข้อมูลเชิงเทคนิคเพื่อกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนโลกไปสู่ความยั่งยืนร่วมกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

งานวิจัยการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs) ให้ประโยชน์หลายมิติดังนี้

1. ด้านวิชาการ ช่วยให้เข้าใจบทบาทของสื่อในการสนับสนุนแต่ละเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) อย่างเป็นระบบ และชี้ให้เห็นช่องว่างขององค์ความรู้ที่ยังขาดการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางการผลิตงานวิจัยที่ไม่ซ้ำซ้อน
2. ด้านนโยบาย ผลการสังเคราะห์เป็นแนวทางสำคัญในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อความยั่งยืนในอนาคต ช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเลือกใช้สื่อและเทคโนโลยีได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
3. ด้านการปฏิบัติ สร้างองค์ความรู้เชิงสรุปที่ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่ เช่น AI, Gamification และโซเชี่ยลมีเดีย เพื่อกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชนให้สอดคล้องกับวาระปี 2030

อภิปรายผล

ประเด็นที่ 1 ระเบียบวิธีวิจัยของงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.1 พื้นที่การศึกษาวิจัยสะท้อนพลวัตของสื่อในฐานะตัวเร่งการพัฒนา กล่าวคือ การที่ภูมิภาคเอเชีย (โดยเฉพาะอินโดนีเซีย) มีความตื่นตัวสูงสุด สะท้อนถึงการนำแนวคิดสื่อเพื่อการพัฒนา (Media for Development) ของ Schramm(1964:114) มาใช้อย่างเป็นรูปธรรม โดยสื่อไม่ได้ทำหน้าที่เพียงกระจายข่าวสาร แต่เป็น "ตัวเร่ง" การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยกลับขัดแย้งกับข้อสมมติฐานเดิมที่ว่าประเทศพัฒนาแล้วจะมีความตื่นตัวทางวิชาการสูงกว่า เนื่องจากยุโรปมีงานวิจัยเพียง 24 เรื่อง ซึ่งน้อยกว่าแอฟริกาที่มีถึง 45 เรื่อง สะท้อนว่าความตื่นตัวในการขับเคลื่อน SDGs ผ่านสื่อไม่ได้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรพื้นฐานเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับความเร่งด่วนของปัญหาในพื้นที่ ตามแนวคิดพื้นที่นิคมการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.2 ปีที่งานวิจัยตีพิมพ์และSDGs ที่เกี่ยวข้อง แนวโน้มการตีพิมพ์งานวิจัยแสดงการเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะปี 2021 เพิ่มขึ้นถึง 475% และมีจุดสูงสุดในปี 2025 คิดเป็นร้อยละ 27.70 การขยายตัวนี้สอดคล้องกับวาระการพัฒนาปี 2030 ขององค์การสหประชาชาติ (United Nations, 2015: 5)

ด้านเนื้อหาพบว่าในช่วงปี 2020-2021 งานวิจัยเน้นไปที่SDG 3(สุขภาพ) เพื่อรับมือกับโควิด-19 ก่อนเปลี่ยนผ่านไปใช้ AI และBig Data ในปี 2024-2025 เพื่อตอบโจทย์ SDG 4 (การศึกษา) และ SDG 9 (นวัตกรรม)

การข้ามผ่านช่องว่างทางดิจิทัลด้วยระบบสื่อผสม ชี้ให้เห็นว่าแม้สื่อดิจิทัลและ AI จะมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในปี 2024-2025 ดังทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมของRogers(2003: 221) แต่การทำงานวิจัยยังคงให้ความสำคัญกับสื่อดั้งเดิม คิดเป็นร้อยละ 17 สะท้อนว่าแม้เครื่องมือสื่อสารจะทันสมัย แต่หากขาดโครงสร้างพื้นฐานที่เท่าเทียม สื่อก็ไม่บรรลุวัตถุประสงค์การพัฒนาได้อย่างเต็มที่ตามแนวคิดของNorris(2001: 4)

1.3 กลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ "ผู้รับสาร" (receiver) มากที่สุดถึงร้อยละ 44 โดยเน้นกลุ่มเปราะบาง เช่นสตรีในพื้นที่ห่างไกลและเกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับหลักการพื้นฐานของ SDGs คือ "การไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง" (Leaving No One Behind) ที่มุ่งเน้นความเท่าเทียม(United Nations, 2015: 12) ผลการวิเคราะห์ยังชี้ให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (digital divide) ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายในชนบทเข้าถึงข้อมูลการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ประเด็นที่ 2 กลุ่มเนื้อหา/หัวข้อการวิจัยที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(SDGs)

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์งานวิจัยจำนวน 296 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับสื่อและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) สามารถอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

2.1 ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มงานวิจัยที่สอดคล้องกับ SDG 3 (สุขภาพ) มีสัดส่วนสูงที่สุดถึงร้อยละ 30.07 เน้นการใช้สื่อเพื่อลดความเหลื่อมล้ำและอัตราการตาย สอดคล้องกับแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมของ Rogers(2003: 221) ที่อธิบายว่าสื่อมวลชนสร้างความรู้เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในประเทศกำลังพัฒนา

อย่างไรก็ตาม กลุ่มงานวิจัยที่สอดคล้องกับSDG 3 (สุขภาพ) ยังสะท้อนให้เห็นถึงทฤษฎีช่องว่างทางความรู้ (knowledge gap theory) ของ Tichenor et al. (1970:159) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าแม้สื่อดิจิทัลและ AI จะถูก

นำมาใช้เพื่อส่งเสริมสุขภาพ แต่หากกลุ่มประชากรมีสถานะเศรษฐกิจและสังคมต่างกันเข้าถึงเทคโนโลยีไม่เท่ากัน (digital divide) ทำให้ช่องว่างด้านสุขภาพกว้างขึ้น แม้มีความพยายามใช้แอปพลิเคชันและสื่อสังคมออนไลน์ก็ตาม

2.2 การปฏิรูปการศึกษาและการรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล(SDG 4) งานวิจัยร้อยละ 19.93 มุ่งเน้นไปที่การใช้ AI, VR และ Deep Learning เพื่อปฏิรูปการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้เชิงสังคม (social constructivism) ของ Vygotsky(1978: 86) ที่เน้นว่าวัฒนธรรมและเทคโนโลยีช่วยสร้างสติปัญญาผ่านการปฏิสัมพันธ์ นอกจากนี้การรู้เท่าทันอัลกอริทึมยังสอดคล้องกับทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) ของ Buckingham (2003: 45) ที่มองว่ายุคดิจิทัล ผู้เรียนไม่เพียงอ่านออกเขียนได้ แต่ต้องเข้าใจเบื้องหลังข้อมูลจากสื่อ

2.3 สื่อกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยั่งยืนและจริยธรรม(SDG 8, 9, 12) การทำงานวิจัยร้อยละ 17.91 ให้ความสำคัญกับอีคอมเมิร์ซและการเสริมพลังผู้ประกอบการหญิง สอดคล้องกับทฤษฎีทุนทางสังคม (social capital theory) ของ Putnam(2000: 19) ที่อธิบายว่าเครือข่ายความสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลสามารถแปรเปลี่ยนเป็นทรัพยากรทางเศรษฐกิจได้ ขณะที่การกดดันให้บริษัทพัฒนานวัตกรรมสีเขียวผ่านสื่อสอดคล้องกับแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (corporate social responsibility: CSR) ของCarroll (1991: 42) ที่ระบุว่าองค์กรต้องตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคมด้านจริยธรรมและสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน

2.4 การกำหนดวาระทางสิ่งแวดล้อมและวิกฤตภูมิอากาศ (SDG 13, 14, 15) งานวิจัยสื่อกับSDGด้านสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับทฤษฎีการกำหนดวาระ (agenda-setting theory) ของ McCombs และ Shaw(1972: 177) ซึ่งระบุว่าสื่อที่สื่อให้ความสำคัญกับประเด็นใดจะส่งผลให้สาธารณชนรับรู้ว่ประเด็นนั้นมีความสำคัญ โดยเฉพาะเรื่องวิกฤตภูมิอากาศและการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ

เป็นที่น่าสังเกตว่างานวิจัยด้านความเท่าเทียม สันติภาพ และเมืองยั่งยืน(SDG 5, 10, 11, 16) มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.14 และ 7.09 ตามลำดับ ซึ่งถ้อยว่าย้อนแย้งกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีความขัดแย้งและข่าวปลอม(fake news) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่ 3 การใช้สื่อเพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์งานวิจัยจำนวน 296 เรื่อง เกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) สามารถอภิปรายผลดังนี้

3.1 บทบาทของโซเชียลมีเดียกับการมีส่วนร่วมของภาคพลเมือง ผลการวิจัยที่พบว่า โซเชียลมีเดียเป็นสื่อที่ถูกนำมาศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32 โดยเฉพาะ TikTok, X และ Facebook ในฐานะพื้นที่สร้างการมีส่วนร่วมของพลเมืองและการวิเคราะห์ความรู้สึกสาธารณะ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ของ Habermas (1989: 27) ที่มองว่าพื้นที่ทางสังคมที่เปลี่ยนผ่านสู่พื้นที่ดิจิทัลเพื่ออภิปรายความต้องการของสังคม และขับเคลื่อนประเด็นความยากจน (SDG 1) และเมืองยั่งยืน (SDG 11)

นอกจากนี้ การใช้อินฟลูเอนเซอร์เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติผู้บริโภคสู่ความยั่งยืน ยังสอดคล้องกับทฤษฎีการไหลเวียนข่าวสารสองขั้นตอน (two-step flow theory) ของ Lazarsfeld, Berelson, and Gaudet (1944: 151) ที่เน้นย้ำถึงบทบาทของผู้นำทางความคิด (opinion leaders) ในการโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย

3.2 สื่อดั้งเดิมในงานวิจัยซึ่งมีส่วนถึงร้อยละ 17 ยังคงมีความสำคัญในประเทศกำลังพัฒนาเพื่อสื่อสารด้านสุขภาพแม่และเด็ก (SDG 3) และการวางแผนครอบครัว (SDG 5) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication) ของ Schramm (1964: 120) ที่มองว่าสื่อมวลชนเป็นตัวเร่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเป็นเครื่องมือกระจายความรู้สู่พื้นที่ห่างไกล และยังสะท้อนถึงการแก้ปัญหาช่องว่างทางดิจิทัล (digital divide) ตามแนวคิดของ Norris (2001: 4) ที่ชี้ให้เห็นว่าการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ไม่เท่าเทียมทำให้สื่อดั้งเดิมยังคงเป็นช่องทางหลักที่ช่วยให้ประชากรในพื้นที่ห่างไกลเข้าถึงบริการสาธารณสุขได้

3.3 สื่อวิชาการและองค์กรกับความโปร่งใสของภาคธุรกิจ การใช้รายงานความยั่งยืน (ESG) และเว็บไซต์องค์กร คิดเป็นร้อยละ 15 เพื่อเปิดเผยข้อมูลตามเป้าหมาย SDG 12 และ SDG 8 สอดคล้องกับทฤษฎีความชอบธรรม (legitimacy theory) ของ Suchman (1995: 574) ซึ่งอธิบายว่าองค์กรพยายามสร้างความเชื่อมั่นว่าการดำเนินงานขององค์กรสอดคล้องกับค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคม องค์กรต้องสื่อสารอย่างโปร่งใสมากขึ้น

พอสรุปได้ว่า การใช้สื่อเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ในปัจจุบันมีการบูรณาการทั้งมิติของเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย (AI/VR/GIS) และการใช้สื่อพื้นฐานที่เข้าถึงชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับบริบทความพร้อมทางเทคโนโลยีที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ เพื่อเป้าหมายในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการพัฒนาที่ครอบคลุมทุกกลุ่มคน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการประยุกต์ใช้ผลการสังเคราะห์บทบาทของสื่อเพื่อพัฒนางานวิชาการ การกำหนดนโยบายและการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชนสู่ความยั่งยืนดังนี้

1. การพัฒนางานวิชาการ ควรลดช่องว่างการศึกษาด้านผู้ส่งสารและสื่อ งานวิจัยในอนาคตควรเพิ่มการศึกษบทบาทของ "ผู้ส่งสารและ "สื่อ" โดยศึกษาถึงอัลกอริทึมและผลกระทบเชิงลบของ AI ต่อความยั่งยืน และมุ่งเน้นเป้าหมายที่ยังขาดแคลน ควรเพิ่มการศึกษาวิจัยในกลุ่ม SDG 10 (ลดความเหลื่อมล้ำ) SDG 11 (เมืองยั่งยืน) ซึ่งปัจจุบันมีสัดส่วนงานวิจัยค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับปัญหาสังคมในปัจจุบัน

2. การกำหนดนโยบาย ภาครัฐควรใช้ "นโยบายสื่อสองทาง" โดยคงสื่อดั้งเดิมไว้ในพื้นที่ห่างไกลเพื่อลดช่องว่างทางความรู้ ขณะที่ในพื้นที่เมืองควรส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงบริการสวัสดิการและสุขภาพ

3. การใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสู่ความยั่งยืน ควรออกแบบสารผ่านการเล่าเรื่อง (Storytelling) ควรใช้สื่อบุคคลและวิดีโอสั้นที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นในการสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เช่น การใช้ Influencers ท้องถิ่นส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศ (SDG 5) หรือการใช้ Gamification เพื่อดึงดูด

เยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้ (SDG 4) และสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy) องค์กรสื่อและสถาบันการศึกษา ต้องบูรณาการการรู้เท่าทันอัลกอริทึมและข่าวปลอมเข้ากับวิถีชีวิตประชาชน เพื่อให้ประชาชนสามารถประเมินข้อมูลความยั่งยืนได้อย่างถูกต้องและปลอดภัยจากการถูกบิดเบือน

บรรณานุกรม

- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *การสังเคราะห์งานวิจัย*. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Polity Press.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Comte, A. (1848). *A general view of positivism*. Routledge.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger & F. Lawrence, Trans.). MIT Press.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Columbia University Press.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge University Press.
- Postman, N. (1970). The reformed English curriculum. In A. C. Eurich (Ed.), *High school 1980: The shape of the future in American secondary education*. Pitman.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Schramm, W. (1964). *Mass media and national development: The role of information in the developing countries*. Stanford University Press.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). Mass media flow and differential growth in

knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2), 159-170.

United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development*.

United Nations Publishing.

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*.

Harvard University Press.