

รายงานสืบเนื่องจาก การประชุมวิชาการระดับชาติ งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ ทางนิเทศศาสตร์ ครั้งที่ 10



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ  
อภิปรายงานวิจัย

- รศ. อวยพร พานิช
- รศ. ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์
- รศ. ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ
- รศ. ดร.กฤติดา ธรรมวิทัศน์
- ผศ. ดร. กาญจนา มีศิลป์วิภักย์
- ผศ. ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง
- ผศ. รัตนา ทิมเมื่อง
- ผศ. ดร.กฤษณ์ คำนนท์
- ผศ. วรวุฒิ อ่อนน่วม

The Proceedings of the 10<sup>th</sup> Academic Conference  
on Communication Research and Creative Works

วันศุกร์ที่ 10 กรกฎาคม 2563  
เวลา 08.30 น. - 16.30 น.

นำเสนอผลงานบนระบบออนไลน์  
ผ่านแอปพลิเคชัน ZOOM



# สารบัญ

หน้า

• รายชื่อสถาบันเครือข่ายนิเทศศาสตร์ที่ร่วมจัดการประชุมงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 10_____	5
• รายชื่อคณะกรรมการผู้จัดงานประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 10_____	6
• รายชื่อสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมการประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 10_____	7
• กำหนดการการจัดงานประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 10_____	9



## กลุ่ม 1: ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รศ.ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และ ผศ.ดร.กาญจนา มีศิลป์วิกัย

## การสื่อสารในภาวะวิกฤตของเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย

• ประเมศวร์ รัมย์ยากร_____	13
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุไปปฏิบัติของกรุงเทพมหานคร	
• จักริรัตน์ ณ ลำพูน, สุรินทร กปิตถา ณ อยุธยา และวัฒนา เจริญชัยนพกุลี่_____	29
การสร้างกิจกรรมนฤศิลป์บำบัดเพื่อช่วยในการปรับตัวทางสังคมของเด็กดาวนซินโดรม กรณีศึกษา : นักศึกษาทดลองเรียน สาขาวิชาสื่อสารการแสดงผลร่วมสมัย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	
• ภัทราพร เจริญรัตน์_____	38
การศึกษาช่องทางการขายความเชื่อเกี่ยวกับวัตถุมงคลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	
• วโรชา สุทธิรักษ์_____	48
นักแคสเกม : ผู้ทรงอิทธิพลแห่งโลกไซเบอร์	
• พิทักษ์พงศ์ พงษ์พิพัฒน์_____	60
ความสัมพันธ์ระหว่างเพศวิถีกับการมีส่วนร่วมในการใช้แอปพลิเคชันจอยลดาของสาววาย ในเครือข่ายเฟซบุ๊กสาววาย	
• ยุทธนา สุวรรณรัตน์ และอนรรฆอร บุรมัธยานนท์_____	69
กระบวนการสร้างสรรค์บทละครเพลงสำหรับเด็ก เรื่อง “The wild west musical”	
• ชโลธร จันทะวงศ์_____	80
เอกลักษณ์การสร้างสรรค์ละครเวทีเชิงสังเคราะห์แนวฟิวเจอริสม์ของฟิลิปโป โทมมาสโซ มารินเนตตี	
• จุฑารัตน์ การะเกตุ_____	92

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับชม ติดตาม ช่องรายการในยูทูป ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขต กรุงเทพมหานคร	
• กัญฉกาจ ตระการบุญชัย	106
การสื่อสารระหว่างบุคคลกับผู้อยู่ในกลุ่มอาการภาวะออทิซึม	
• ชญาณี ฉลาดธัญญกิจ	120



## กลุ่ม 2 : ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รศ.อวยพร พานิช และ ผศ.รัตนา ทิมเมือง

การสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับเด็กและเยาวชนใน รูปแบบพอดแคสต์	
• จิราพร ยิ่งสุข	133
รู้ให้เท่าทัน สถานการณ์การพนันออนไลน์	
• พสุนาท สร้อยสุวรรณ	142
การถอดบทเรียนสถานการณ์การพนันและแนวทางการสื่อสารเพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรม การเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิง	
• นิภากร กاجرเมณกุล, สุเทพ เดชะชีพ, เมธาพร มุสิกะपालะ, กอปรพงษ์ กุณทียะ, • บริรักษ์ บุญยะรัตพันธุ์ และนฤวรรณ รักสกุล	153
แรงจูงใจและความพึงพอใจในการมีส่วนร่วมใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok	
• รชิตา สิริตลลธิ	165
การออกแบบโฆษณาบนเฟสบุคในยุคสื่อดิจิทัลให้โดนใจผู้บริโภค	
• เปรมินทร์ หงษ์โต	177
นวัตกรรมการสื่อสาร : ทิศทางการศึกษาไทยในอนาคตกับการเรียนออนไลน์แบบเปิด MOOC	
• ปิยณัท วงศ์ยอด, ปัญญรัตน์ วันทอง และกรกช แส่นจิตร	188
กระบวนการสร้างสรรค์จิตรกรรมชุด “บทกวีที่ร้ายร้องบนทุ่งหญ้ายามรัตติกาล”	
• สุริยะ ฉายะเจริญ	200
ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อควาร์โค้ดไทยขณะในกรณีการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	
• สุทธิ เรื่องรัตนสุนทร และชุตติภา สิงห์ศักดิ์เสรี	209
ระดับการรับรู้ข่าวสารและพฤติกรรมการแบ่งปันข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวเนื่อง จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้รับสาร 4 ช่วงวัย	
• ประกิจ อาษา, สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์, จารุณี วรรณศิริกุล และปิยะศักดิ์ • ชมจันทร์	219



### กลุ่ม 3: ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รศ.ดร.กฤษณ์ทองเลิศ, รศ.ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์

ผศ. ดร.องอาจ สิ่งหล้าพอง

การวิพากษ์ตีความบทแนวจินตสสาระ ผลงานภาพยนตร์ชุด The Anatomy 101 ของ ทอม โพรธิลิตี และ สุรชัย แสงสุวรรณ	
• เวทิต ทองจันทร์	237
Omani Consumer Online Shopping Behavior	
• Alhuda Chanitphattana, Chutimun Luangtongkum and Manaskarn Insang	258
งานสร้างสรรค์ภาพถ่ายภาชนะแก้วชุด “OUT LINE”	
• นริศ พิเชษฐพันธ์	267
การสร้างสรรค์ภาพถ่ายกลางคืน	
• ณัฐวุฒิ สิ่งหนองสง และจารุณี วรรณศิริกุล	277
นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์ผ่านรูปแบบเกมมิฟิเคชั่น	
• เมธาพร มุสิกปาละ และกันยารัตน์ วรรณัตร	288
กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารการตลาดโดยใช้จุดจูงใจด้านสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลต่อการรับรู้ทัศนคติ และการจูงใจให้เกิดพฤติกรรม ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย	
• สุวดี อรุณเรือ	302
การวิเคราะห์สัมพันธบทของซีรี่ส์เกาหลี “รอรักโรงแรมพันปี”	
• เจตน์จันทร์ เกิดสุข และลัทธสิทธิ ทวีสุข	314
เมตาในสตอปโมชัน: กรณีศึกษาของ ‘Komaneko’s First Step’	
• ศักรา ไพบูลย์	320
การบริหารประสบการณ์ลูกค้า : ความท้าทายบนระยะห่างในการเปลี่ยนผ่านสู่ฐานวิถีชีวิตใหม่	
• อีรวัฒน์ โอภาสบุตร และพลอยชนก แสนอาทิตย์	327
การวิเคราะห์เรื่องราวจากภาพยนตร์เรื่องธอร์ เทพเจ้าสายฟ้า โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้างนิทานของวลาดิเมียร์ พรอพพ์	
• สมเกียรติ ศรีเพชร และศิริชัย ศิริกายะ	338



#### กลุ่ม 4: ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

ผศ.ดร.กฤษณ์ คำนนท์ และ ผศ.วรวุฒิ อ่อนน่วม

พฤติกรรมกำรเปิดรับชมและความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในการรับชมการแข่งขัน E-SPORT ในรูปแบบการสตรีมมิ่งผ่านช่องทาง FACEBOOKของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	
• ชาศริต ธนังมาโนชญ์	349
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มสุภาพบุรุษในกรุงเทพมหานคร	
• นพรัตน์ รายภิรมย์ และจักรีรัตน์ ณ ลำพูน	360
แพลตฟอร์มเทคโนโลยีด้านการเรียนการสอนออนไลน์ในช่วงสถานการณ์โควิด-19	
• ไกรเทพ จิตตวรากุล, เอกสิริอร ประภาพรทรงสิทธิ์ และจักรีรัตน์ ณ ลำพูน	370
การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของประเทศไทย	
• เจาะไชยะ เจาะนุ และจักรีรัตน์ ณ ลำพูน	381
การใช้แอปพลิเคชัน “ไวท์ฟลิกซ์” เพื่อการเผยแพร่ศาสนาศาสนาอิสลามในประเทศไทยในยุค 4.0	
• เขากี้ ยูซูฟี และจักรีรัตน์ ณ ลำพูน	391
วิกฤตการระบาดโควิด-19 กับการเติบโตของทางการสื่อสารในด้านธุรกิจฟุตบอลเดลิเวอรี่	
• เอกสิริอร ประภาพรทรงสิทธิ์ และจักรีรัตน์ ณ ลำพูน	402
ภาพยนตร์สารนิพนธ์เรื่อง “โลกียะจาริก”	
• วิชชา วรณรัตน์ และบรรจง โกศลวัฒน์	412
การบริหารการผลิตภาพยนตร์ต้นทุ่นต่ำกรณีศึกษา ภาพยนตร์เรื่อง “โลกียะ จาริก”	
• ณัฐวุฒิ รัชตราเซนชัย	422
ผลงานสร้างสรรค์ภาพยนตร์สั้น เรื่อง “Non Happy All Happy”	
• อินทร โล่ห์แก้ว และคณะฯ	
ผลงานสร้างสรรค์ภาพยนตร์สั้น เรื่อง “My Pain”	
• สุรวิช บุญพาวัฒนา และคณะฯ	
พฤติกรรมกำรเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันฟุตบอลเดลิเวอรี่ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	
• ฐานทัตน์ ชมพพูล และเอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์	432

รายชื่อสถาบันเครือข่ายนิเทศศาสตร์ที่ร่วมจัดการประชุม  
“งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 10



- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- มหาวิทยาลัยเนชั่น
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
- มหาวิทยาลัยสยาม
- มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- มหาวิทยาลัยนเรศวร
- มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
- มหาวิทยาลัยรังสิต
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- สถาบันกัญตนา

รายชื่อสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมการประชุมวิชาการ  
“งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 10



- มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- มหาวิทยาลัยสยาม
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- สถาบันกัญตนา
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รายชื่อคณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ  
“งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 9

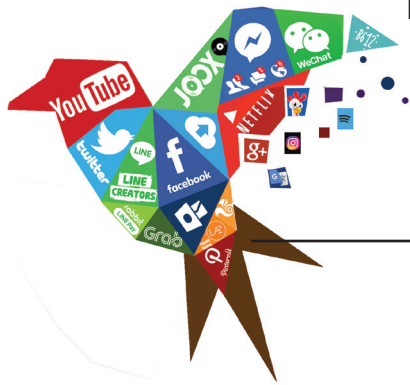
ที่ปรึกษา	รศ.ดร.ศิริชัย ศิริกายะ
อำนวยการ	ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์
บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม	สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์
ประเมินผล	ธีรวัฒน์ โอภาสบุตร
การเงิน	ณัฐวดี สิงห์หนองสง และ ชญาณี ฉลาตธัญกิจ

ฝ่ายประสานงาน

- กลุ่มที่ 1 จุฑารัตน์ การะเกตุ และชญาณี ฉลาตธัญกิจ
- กลุ่มที่ 2 ประจักษ์ อาษา, สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์ และสุทธิ เรืองรัตนสุนทร
- กลุ่มที่ 3 เวทิต ทองจันทร์ และสมเกียรติ ศรีเพ็ชร
- กลุ่มที่ 4 จารุณี วรรณศิริกุล และเอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

# กำหนดการประชุมวิชาการ“งานวิจัยและ งานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 10

The Proceedings of the 10<sup>th</sup> Academic Conference  
on Communication Research and Creative Works



## กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลปิกภัย

## กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตนา ทิมเมือง

## กลุ่มที่ 3 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ  
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิทัศน์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง

## กลุ่มที่ 4 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ คำนนท  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรวิ อ่อนน่วม



กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา มีศิลปวิกัย



เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.15 น.	ปรเมศวร์ รัมย์ยากร	การสื่อสารในภาวะวิกฤตของเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย	มหาวิทยาลัย สยาม
09.30 น. - 09.45 น.	จักรีรัตน์ ณ ลำพูน สุรินทร์ กปิตถา ณ อยุธยา วัฒนา เจริญชัยนพกุล	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนโยบายนโยบายการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุไปปฏิบัติของกรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.00 น. - 10.15 น.	ภัทรพร เจริญรัตน์	การสร้างกิจกรรมนาฏศิลป์บำบัดเพื่อช่วยในการปรับ ตัวทางสังคมของเด็กดาวน์ซินโดรมกรณีศึกษา : นักศึกษา ทดลองเรียนสาขาวิชาสื่อสารการแสดงร่วมสมัย คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.30 น. - 10.45 น.	วิโรชา สุทธิรักษ์	การศึกษาช่องทางการขายความเชื่อเกี่ยวกับวัตถุมงคล ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.00 น. - 11.15 น.	พิทักษ์พงศ์ พงษ์พิพัฒน์	นักแคสเกม : ผู้ทรงอิทธิพลแห่งโลกไซเบอร์	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
13.00 น. - 13.15 น.	ยุทธนา สุวรรณรัตน์ อนรรฆอร บุรมัธนานนท์	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศวิถีกับการมีส่วนร่วมในการใช้แอป พลิเคชันจอยลดตา ของสาววายในเครือข่ายเฟซบุ๊กสาววาย	มหาวิทยาลัย สยาม
13.30 น. - 13.45 น.	ชโลธร จันทะวงศ์	กระบวนการสร้างสรรค์บทละครเพลงสำหรับเด็กเรื่อง “The wild west musical”	มหาวิทยาลัย สยาม
14.00 น. - 14.15 น.	จุฑารัตน์ การะเกตุ	เอกลักษณ์การสร้างสรรค์ละครเวทีเชิงสังเคราะห์แนวฟิว เจอร์ริสม์ของฟิลิป โทมัสโซ มาริเนตตี	มหาวิทยาลัย สยาม
14.30 น. - 14.45 น.	กัญฉกาจ ตระการบุญชัย	ปัจจัยที่มีผลต่อการรับชม ติดตามช่องรายการในยูทูปของ กลุ่มเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัย สยาม
15.00 น. - 15.15 น.	กัญฉกาจ ตระการบุญชัย	การสื่อสารระหว่างบุคคลกับผู้อยู่ในกลุ่มอาการภาวะออทิซึม	มหาวิทยาลัย สยาม



## กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์อวยพร พานิช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา ทิมเมือง

เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.15 น.	จิราพร ยingsุข	การสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับเด็กและเยาวชนในรูปแบบพอดแคสต์	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
09.30 น. - 09.45 น.	พสุนาท สร้อยสุวรรณ	รู้ให้เท่าทัน สถานการณ์การพนันออนไลน์	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.00 น. - 10.15 น.	นิภากร กاجرเมณกุล และคณะ	การถอดบทเรียนสถานการณ์การพนันและแนวทางการสื่อสารเพื่อรณรงค์ลดพฤติกรรมการเล่นพนันในกลุ่มผู้หญิง	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.30 น. - 10.45 น.	รชิตา สิริคัลลณี	แรงจูงใจและความพึงพอใจในการมีส่วนร่วมใช้งานแอปพลิเคชัน Tik Tok	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.00 น. - 11.15 น.	เปรมินทร์ หงษ์โต	การออกแบบโฆษณาบนเฟสบุ๊คในยุคสื่อดิจิทัลให้โดนใจผู้บริโภค	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.30 น. - 11.45 น.	ปิยฉันท วงศ์ยอด ปัญญรัตน์ วันทอง กรกช แสนจิตร	นวัตกรรมการสื่อสาร : ทิศทางการศึกษาไทยในอนาคตกับการเรียนออนไลน์แบบเปิด MOOC	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
13.00 น. - 13.15 น.	สุริยะ ฉายะเจริญ	กระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมชุด “บทกวีที่ร้ายร้องบนทุ่งหญ้ายามรัตติกาล”	มหาวิทยาลัย สยาม
13.30 น. - 13.45 น.	สุทธิ เรืองรัตนสุนทร ชุตติภา สิงห์ศักดิ์เสรี	ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อคิวอาร์โค้ดไทยขณะในกรณีการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	มหาวิทยาลัย สยาม
14.00 น. - 14.15 น.	ประกิจ อาษา สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์ จารุณี วรรณศิริกุล ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์	ระดับการรับรู้ข่าวสารและพฤติกรรมการแบ่งปันข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ เกี่ยวเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ของผู้รับสาร 4 ช่วงวัย	มหาวิทยาลัย สยาม

### กลุ่มที่ 3 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิภังค์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง



เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.15 น.	เวทิต ทองจันทร์	การวิพากษ์ด้วยบทแนวจินตสาระ ผลงานภาพถ่ายชุด The Anatomy 101 ของ ทอมโพธิสิทธิ์ และ สุรัชย์ แสงสุวรรณ	มหาวิทยาลัย สยาม
09.30 น. - 09.45 น.	Alhuda Chanitphattana, Chutimun Luangtonkum Manaskarn Insang	Omani Consumer Online Shopping Behavior	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.00 น. - 10.15 น.	นริส พิเชษฐพันธ์	งานสร้างสรรค์ภาพถ่ายภาชนะแก้วชุด “OUT LINE”	มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย
10.30 น. - 10.45 น.	ณัฐวุฒิ สิงห์ทองสง จารุณี วรรณศิริกุล	การสร้างสรรค์ภาพถ่ายกลางคืน	มหาวิทยาลัย สยาม
11.00 น. - 11.15 น.	เมธพร มุสิกपालะ กันยารัตน์ วรรณิตร	นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์ผ่าน รูปแบบเกมมิฟิเคชัน	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.30 น. - 11.45 น.	สุวดี อรุณเรื่อ	กลยุทธ์การรณรงค์การสื่อสารการตลาดโดยใช้จุดจุดใจด้าน สิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ทัศนคติ และการจงใจให้เกิด พฤติกรรม ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย	สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์
13.00 น. - 13.15 น.	เจตน์จันทร์ เกิดสุข ลัทธสิทธิ์ ทวีสุข	การวิเคราะห์สัมพันธภาพของซีรี่ส์เกาหลี “รอรักโรงแรม พันปี”	มหาวิทยาลัย สยาม
13.30 น. - 13.45 น.	ศักรา ไพบูลย์	เมตาในสตอปโมชัน: กรณีศึกษาของ ‘Komaneko’s First Step’	มหาวิทยาลัย สยาม
14.00 น. - 14.15 น.	ธีรวันท์ โอภาสบุตร พลอยชนก แสนอาทิตย์	การบริหารประสบการณ์ลูกค้า: ความท้าทายบนระยะห่าง ในการเปลี่ยนผ่านสู่ฐานวิถีชีวิตใหม่	มหาวิทยาลัย สยาม
14.30 น. - 14.45 น.	สมเกียรติ ศรีเพ็ชร ศิริชัย ศิริกายะ	การวิเคราะห์เรื่องราวจากภาพยนตร์เรื่องธอร์ เทพเจ้า สายฟ้า โดยใช้ทฤษฎีโครงสร้างนิทานของวลาดิมีร์ พรอพพ์	มหาวิทยาลัย สยาม



#### กลุ่มที่ 4 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ คำนนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรวุฒิ อ่อนน่วม

เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.15 น.	ชาคริต ธนังมาโนชญ์	พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในการรับชมการแข่งขัน E-SPORT ในรูปแบบการสตรีมมิ่งผ่านช่องทาง FACEBOOK ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
09.30 น. - 09.45 น.	นพรัตน์ รวยภิรมย์ จักรีรัตน์ ณ ลำพูน	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มสุภาพบุรุษในกรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.00 น. - 10.15 น.	ไกรเทพ จิตตวรากล เอกสิริอร ประภาพรสิงห์ จักรีรัตน์ ณ ลำพูน	แพลตฟอร์มเทคโนโลยีด้านการเรียนการสอนออนไลน์ในช่วงสถานการณ์โควิด-19	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
10.30 น. - 10.45 น.	เจชะเชะ เจนะ จักรีรัตน์ ณ ลำพูน	การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของประเทศไทย	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.00 น. - 11.15 น.	เซากี ยูซูที จักรีรัตน์ ณ ลำพูน	การใช้แอปพลิเคชัน “ไวท์ฟลิกซ์” เพื่อการเผยแพร่คำสอนศาสนาอิสลามในประเทศไทย ในยุค 4.0	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.30 น. - 11.45 น.	เอกสิริอร ประภาพรสิงห์ จักรีรัตน์ ณ ลำพูน	วิกฤตการระบาดโควิด-19 กับการเติบโตช่องทางการสื่อสารในด้านธุรกิจฟู้ดเดลิเวอรี่	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
13.00 น. - 13.15 น.	วิชา วรณรัตน์ บรรจง โกศลวัฒน์	ภาพยนตร์สารนิพนธ์เรื่อง “โลกียะจาริก”	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
13.30 น. - 13.45 น.	ณัฐวุฒิ รัชตราเซนชัย	การบริหารการผลิตภาพยนตร์ต้นทุ่นต่ากรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง “โลกียะ จาริก”	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
14.00 น. - 14.15 น.	อินทร โล่ห์แก้ว และคณะฯ	ผลงานสร้างสรรค์ภาพยนตร์สั้นเรื่อง “Non Happy All Happy”	สถาบัน กัณฑ์นา
14.30 น. - 14.45 น.	สุรวิช บุญพาวัฒนา และคณะฯ	ผลงานสร้างสรรค์ภาพยนตร์สั้น เรื่อง “My Pain”	สถาบัน กัณฑ์นา
15.00 น. - 15.15 น.	ฐานทัศน์ ชมพูปล เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์	พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัย สยาม

# การใช้แอปพลิเคชัน “ไวท์ฟลิกซ์” เพื่อการเผยแพร่ คำสอนศาสนาอิสลามในประเทศไทย ในยุค 4.0

## The use of “White Flix” Application for Islamic Evangelism in Thailand in the 4.0 era

เซากี ยูซูฟี \* และจักรีรัตน์ ณ ลำพูน \*\*

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเผยแพร่คำสอนศาสนาอิสลามผ่านแอปพลิเคชัน “ไวท์ฟลิกซ์” เป็นกรณีศึกษา ผ่านการวิเคราะห์เนื้อหาจากแอปพลิเคชัน บทสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนการรวบรวมข้อมูลจากสื่อออนไลน์ต่างๆ พบว่าการเผยแพร่ศาสนาในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปมาก โดยมีการนำสื่อออนไลน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ ทีวีออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ มาใช้ในการเผยแพร่ ผู้เผยแพร่หลักคำสอนศาสนาจึงต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย และนำเทคโนโลยีต่างๆ มาปรับใช้ในการเผยแพร่ จากการศึกษาการเผยแพร่คำสอนศาสนาอิสลามผ่านแอปพลิเคชัน “ไวท์ฟลิกซ์” พบว่าการนำแอปพลิเคชันมาใช้ในการเผยแพร่หลักคำสอนศาสนาเป็นอีกช่องทางที่ทำให้คนทั่วไปเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัย นับเป็นวิธีการเผยแพร่ที่น่าสนใจ และตอบโจทย์ในยุคปัจจุบัน

**คำสำคัญ:** ศาสนาอิสลามในประเทศไทย, การเผยแพร่หลักคำสอน, แอปพลิเคชันไวท์ฟลิกซ์

### Abstract

This article is intended to study the dissemination of Islamic teachings through an application in Thailand. By using the “White Flix” application as a case study. Through content analysis from the application, Interview, As well as collecting data from various online media. Found that the current missionaries have changed a lot. Various online media such as websites, online TV and various social media are used for propagation. The doctrine missionaries have to adapt to the times. And apply various technologies to propagate. From studies of broadcasting Islamic teachings through the application “White Flix”, Found that using the application to spread the doctrine is another way for people to easily access information, Suitable for all ages. Regarded as an interesting method of propagation. And meet the needs of the present time.

\* นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร

**Keywords:** Islam in Thailand, Spreading the doctrine, White Flix Application

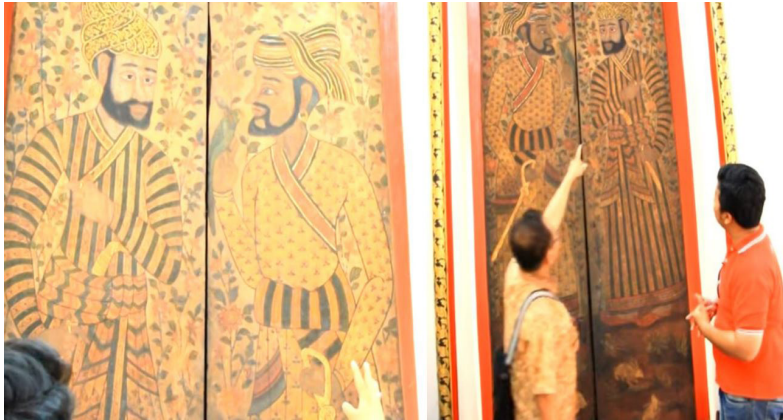
บทนำ

การพัฒนาของเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด ทำให้โลกเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว วิธีการดำเนินชีวิตจึงต้องเปลี่ยนแปลงตามความเจริญของเทคโนโลยี หนึ่งในเทคโนโลยีที่สำคัญคือ “อินเทอร์เน็ต” (Internet) ที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนเป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงจากยุค 1.0 สู่ยุค 4.0 และยังคงส่งผลกระทบต่อด้านบวกและด้านลบต่อคนทุกเพศทุกวัย และทุกแขนงวิชาชีพ รวมถึงผู้เผยแพร่หลักคำสอนของศาสนาอิสลามด้วย ศาสนาอิสลามมีอายุยาวนานกว่า 1441 ปี ผ่านกาลเวลามาตามลำดับ โดยเฉพาะเรื่องของการเผยแพร่ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากปากต่อปาก สู่การสลักบนหิน บันทึกลงกระดุก ใบไม้ และเขียนบนกระดาษ จนกลายเป็นตำราต่างๆที่ใช้ทั่วโลก มุสลิมในประเทศไทยก็ได้รับอิทธิพลจากตำราเหล่านั้น อิสลามได้แพร่ขยายเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่ยุค “ทวารวดี-ศรีวิชัย” ผ่านพ่อค้ามุสลิมจากคาบสมุทระอาหรับและเปอร์เซียที่เข้ามาค้าขายในสมัยนั้น มีพ่อค้าจากอินเดีย, อาหรับ, อิหร่าน, ฯลฯ พ่อค้าบางคนได้ตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย บางคนได้เข้ารับราชการอยู่ในวัง และสืบทอดสกุลต่อมาจนปัจจุบัน หลักคำสอนศาสนาได้ถูกส่งต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เมื่อความเจริญรุ่งเรืองเข้ามา ความเข้มข้นศาสนาเริ่มเสื่อมถอย ผู้คนห่างไกลมัสยิดและสถานที่เรียนรู้ศาสนา ศีลธรรมเริ่มเสื่อมลง ทำให้ผู้เผยแพร่ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เข้ากับยุคสมัย โดยเฉพาะยุคปัจจุบันที่เป็นยุค 4.0 ยุคที่คนทั้งโลกเชื่อมโยงกันผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และหนึ่งในสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมคือ “แอปพลิเคชัน” (Application) ดังนั้นการนำแอปพลิเคชันและเทคโนโลยีต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่คำสอนศาสนาอิสลามจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจ ผู้เขียนจึงนำแอปพลิเคชัน “ไวท์ฟลิกซ์” ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันเผยแพร่คำสอนศาสนาอิสลามแรกของประเทศไทยมาเป็นกรณีศึกษา พบว่าการเผยแพร่ด้วยแอปพลิเคชันเป็นความท้าทายที่ผู้เผยแพร่ทุกคนต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วน เพื่อที่จะให้ศาสนาอิสลามเจริญรุ่งเรืองสืบต่อไป

#### ศาสนาอิสลามในประเทศไทย

คำว่า “อิสลาม” เป็นคำภาษาอาหรับ ซึ่งหมายความว่า “อ่อนน้อม ยอมจำนน และเชื่อฟัง” ถ้าจะกล่าวถึงความหมายทางศาสนาแล้ว อิสลามหมายถึงการยอมจำนนและการเชื่อฟังอัลลอฮ์ ด้วยเหตุนี้จึงได้ชื่อว่า “อิสลาม” (เว็บไซต์ islammore) ศาสนาอิสลามมีอายุยาวนานกว่า 1441 ปี ผ่านกาลเวลามาตามลำดับ โดยเฉพาะในเรื่องของการเผยแพร่ที่มีการพัฒนาจากปากต่อปาก สู่การสลักบนหิน บันทึกลงกระดุก ใบไม้ และเขียนบนกระดาษ จนกลายเป็นตำราต่างๆที่ใช้ทั่วโลก มุสลิมในประเทศไทยก็ได้รับอิทธิพลจากตำราเหล่านั้น

ศาสนาอิสลามได้แพร่ขยายเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่ยุค “ทวารวดี-ศรีวิชัย” ผ่านพ่อค้ามุสลิมจากคาบสมุทระอาหรับและเปอร์เซียที่เข้ามาค้าขายในสมัยนั้น มีพ่อค้าจากอินเดีย, อาหรับ, อิหร่าน, ฯลฯ ใช้ “สลูบแขก” (เรือแขก) ขนสินค้ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนถึงดินแดนสุวรรณภูมิตั้งแต่คาบสมุทระ ภาคใต้ถึงลุ่มน้ำเจ้าพระยา และลุ่มน้ำโขง น่าเชื่อว่ามีพ่อค้าชาวอาหรับ, ชาวอิหร่าน มาค้าขายที่เมืองยะรัง (ปัตตานี) ด้วย มีประติมากรรมดินเผาและลายเส้นบนแผ่นอิฐ เป็นรูปชาวอาหรับ, ชาวอิหร่าน พบที่เมืองอู่ทอง (สุพรรณบุรี) กับเมืองนครชัยศรี (นครปฐม) “แขกเทศ” (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2556) และท่านกาญจนาภรณ์เขียนไว้ในหนังสือ “ภูมิศาสตร์วัดโพธิ์” ว่า “นับเพียงชั้นสุโขทัยที่เกิดศาสนาอิสลามขึ้นแล้ว...” พ่อค้าบางคนได้ตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย บางคนได้เข้ารับราชการอยู่ในวัง โดยเฉพาะในสมัยอยุธยาที่มีขุนนางหลากหลายท่านเป็นมุสลิม และตำแหน่งสูงสุดของมุสลิมในสมัยนั้นคือตำแหน่งจุฬาราชมนตรีหรือกรมท่าขวาในอดีต ซึ่งตำแหน่งนี้ยังคงสืบทอดต่อกันมา มุสลิมจึงมีความผูกพันกับประเทศไทยมาตั้งแต่โบราณกาล คอยรบเคียงข้างพระมหากษัตริย์ และรับใช้ประเทศจวบจนปัจจุบันดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 ภาพวาดมุสลิมที่ถูกประดับอยู่ตรงประตูทางเข้าอุโบสถฝั่งขวาของวันโพธิ์  
ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=Xvxuw3ucbSU>, 2556

มุสลิมคือผู้ที่ยอมจำนนต่ออัลลอฮ์เพียงองค์เดียวเท่านั้น ดังนั้นการใช้ชีวิตจึงต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ต่างๆ ที่พระองค์ทรงกำหนดไว้ โดยมุสลิมจะต้องยึดหลักศรัทธา 6 ประการ และหลักปฏิบัติ 5 ประการ และหลักจริยธรรม เป็นบรรทัดฐานในการดำเนินชีวิต สุจิตต์ วงษ์เทศ (2556) ได้กล่าวถึงมุสลิมในสมัยอยุธยาว่ามี 3 กลุ่มใหญ่ด้วยกัน ประกอบไปด้วย

(1) กลุ่มมุสลิมอินโด-อิหร่าน ได้แก่ มุสลิมเชื้อสายอาหรับ-อิหร่าน (เปอร์เซีย), ตุรกี (เติร์ก), อินเดีย เป็นกลุ่มเก่าแก่ที่สุด แล้วมีบทบาทและอิทธิพลมากสุดในราชสำนัก ทั้งทางเศรษฐกิจและการเมือง ชาวอยุธยา เรียกมุสลิมกลุ่มนี้ในชื่อต่างๆ กันว่าแขกเจ้าเซ็น, แขกมะหงน, แขกเทศ, แขกใหญ่ (พวกยุโรป เรียก “มัวร์”(Moor) หมายถึงมุสลิมอินเดีย) เป็นพ่อค้ากลุ่มสำคัญทัดเทียมคนจีน

(2) กลุ่มมุสลิมชาว-มลายู-จาม ได้แก่ มุสลิมจากหมู่เกาะต่างๆ ในอินโดนีเซีย และมาเลเซีย, คาบสมุทรมลายู, จามจากเวียดนาม และกัมพูชา มุสลิมกลุ่มนี้รวมกันแล้วมีมากที่สุด อยู่นอกเกาะเมือง ชำนาญเดินเรือทะเลค้าขายแล้วเป็นช่างฝีมือ, ชาวนา, และรับราชการ

(3) กลุ่มมุสลิมรายย่อย ได้แก่ พวกชาวจีน, พวกจุกะเลีย, พวกกลิงค์, พวกคุชราต, พวกเบงกอล

ในสมัยอดีตชาวมุสลิมจะอาศัยอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ทำให้ชุมชนมุสลิมมีความเข้มแข็ง มุสลิมทุกคนจะได้รับอิทธิพลจากสถาบันสังคมในการดำเนินชีวิต โดยมีมัสยิดและโรงเรียนสอนศาสนาหรือปอเนาะเป็นจุดศูนย์กลาง อิหม่ามจะทำหน้าที่ผู้นำชุมชน และโรงเรียนสอนศาสนาจะมี “อุस्ताส” หรือ “โต๊ะครู” ทำหน้าที่อบรมให้ความรู้แก่เยาวชน คนเหล่านี้เป็นผู้เข้าใจในคัมภีร์อัลกุรอานและวะนะของท่านนบีมุฮัมมัด คือลัทธิลัทธิอะลียะฮ์วะฮ์ลัทธิ พวกเขาจะเป็นผู้ถ่ายทอดวิชาความรู้ศาสนาแก่มุสลิมทั่วไปเพื่อเป็นหลักธรรมในการดำเนินชีวิตอย่างสงบสุข และก่อประโยชน์แก่สังคม ดังนั้นการเผยแผ่ศาสนาในอดีตจะอาศัยการเรียนการสอน การบรรยายตามมัสยิด สถานศึกษา และงานบุญต่างๆ เป็นหลัก ในหลักคำสอนศาสนาอิสลามถือว่าการศึกษาคือเรื่องจำเป็นสำหรับมุสลิมทุกคน ดังที่ท่านนบีมุฮัมมัด คือลัทธิลัทธิอะลียะฮ์วะฮ์ลัทธิ ได้กล่าวไว้ว่า “การแสวงหาความรู้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมทุกคน”(อิบนุมญาอัยฮ์, 224) การศึกษาอิสลามที่แท้จริงนั้น เป็นการจัดการศึกษาทั้งวิชาสามัญและวิชาศาสนานุกรณาการด้วยกัน โดยไม่มีการแบ่งแยก (ไมซาเราะ ซุนร็อกซ์, 2558)

มุฮัมมัดอะลี อัลคูลี (2550) ได้กล่าวถึงจุดเด่นอิสลามไว้ว่า อิสลามเป็นระบอบศาสนาที่กว้างขวางและสมบูรณ์ ซึ่งรวมถึงกฎระเบียบและทางนำ คือระบอบชีวิต และคือบรรทัดฐานในการดำเนินชีวิต มีแบบอย่างและทางนำของท่านนบีมุฮัมมัด คือลัทธิลอสู่อะลัยฮิวะซัลลัม เป็นทางนำให้แก่มุสลิมในทุกๆด้านของชีวิต โดยมีได้ปล่อยให้ประชาชนตกอยู่กับความเมตตาของประเพณีที่สืบทอดมาซึ่งแต่ละท้องถิ่นไม่เหมือนกัน โดยสิ่งเหล่านี้อาจถูกหรือผิดก็ได้ แต่อิสลามได้มอบรูปแบบของชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์แก่ประชาชนทุกคน ซึ่งจะต้องเข้าแทนที่ประเพณีและคุณค่าต่างๆของพวกเขา อันเป็นทางนำแก่ผู้ที่ศรัทธาว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไรในทุกๆด้านและทุกๆวาระโอกาส ไม่ว่าจะเป็นการทักทาย การเยี่ยมบ้าน การปฏิบัติต่อบุคคลอื่น การพูดจา การรักษาคำพูด การละหมาด และอื่นๆ และนับเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ ซึ่งทำให้ผู้ที่ได้ศึกษาทราบว่า อิสลามนั้นคือความสมบูรณ์แบบถ้านำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง อิสลามคือหนทางไปสู่ความสงบสุข

การศึกษาหลักคำสอนศาสนาอิสลามจึงเป็นหน้าที่สำหรับมุสลิมทุกคน โดยมีชุมชนคอยผลักดัน แต่การเพิ่มขึ้นของประชากรทำให้เกิดชุมชนใหม่ๆ หลายครอบครัวต้องออกไปตั้งรกรากห่างไกลมัสยิด ขาดการเรียนรู้และความผูกพันกับวิถีชีวิตอิสลาม ประกอบกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด ทำให้ผู้คนมองศาสนาเป็นเรื่องลำบากลำหลัง ต้องเสียเวลาไปศึกษาตามมัสยิดและโรงเรียนต่างๆ เมื่อมนุษย์ไม่มีหลักยึดเหนี่ยวทางใจก็จะใช้ชีวิตโดยไม่มีหลักธรรม จนเป็นเหตุแห่งความวุ่นวายในสังคม ดังภาพประกอบที่ 2



ภาพประกอบที่ 2 การเจริญเติบโตของระบบดิจิทัลในประเทศไทย

ที่มา : <https://blog.ourgreenfish.com/สถิติดิจิทัล-ของประเทศไทยจาก-digital-thailand>, 2563

ดังนั้นเป็นหน้าที่สำหรับบรรดาผู้มีความรู้ศาสนา ที่ต้องใช้ประโยชน์จากความเจริญของเทคโนโลยีในการเผยแผ่ เพื่อเข้าถึงคนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่มีชีวิตผูกติดกับเทคโนโลยี จากสถิติการเจริญเติบโตของระบบดิจิทัลในประเทศไทยจาก (Digital Thailand) ระบุว่าประเทศไทยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียมากถึง 52 ล้านคน และมีค่าเฉลี่ยการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 9 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งเป็นจำนวนที่สูงมาก สังคมออนไลน์จึงเป็นอีกสังคมที่นักเผยแผ่ทุกคนต้องให้ความสำคัญ

ทั้งนี้มีหลักศรัทธา 6 ประการ อันได้แก่ 1) ศรัทธาในความเป็นเอกของอัลลอฮ์ 2) ศรัทธาต่อบรรดาทูต (อัลมาลาอิกะฮ์) ของอัลลอฮ์ 3) ศรัทธาต่อบรรดาคัมภีร์ของอัลลอฮ์ 4) ศรัทธาต่อบรรดาศาสนทูตของอัลลอฮ์ 5) ศรัทธาในวันสิ้นโลกและวันพิพากษา และ 6) ศรัทธาในกฎกำหนดสภาวะที่อัลลอฮ์ทรงกำหนดไว้

อีกทั้งมีหลักปฏิบัติ 5 ประการ ซึ่งประกอบไปด้วย 1) การกล่าวปฏิญาณตนว่าไม่มีพระเจ้าอื่นใดนอกจากอัลลอฮ์ และมุฮัมมัด คือลัทธิลอสู่อะลัยฮิวะซัลลัม เป็นศาสนทูตของพระองค์ 2) การละหมาด 5 เวลา 3) การจ่ายซะกาต (ทานภาคบังคับ) 4) การถือศีลอดในเดือนรอมฎอน และ 5) การเดินทางไปประกอบพิธีฮัจย์หากมีความสามารถ



หลักจริยธรรมในศาสนาอิสลามเป็นหลักธรรมให้มุสลิมทุกคนดำรงอยู่ในศีลธรรมที่ติงตามแบบอย่างท่านนบี (ผู้ได้รับการแต่งตั้งจากอัลลอฮ์ให้เผยแผ่คำสอนของพระองค์) มุฮัมมัด คือลัทธิล่อลอบอะลียะฮ์ซัลลัม(แปลว่า “ขออัลลอฮ์ทรงอานวยพรและทรงประทานความสันติแด่ท่านนบีมุฮัมมัด” เป็นคำให้เกียรติและเป็นมารยาทของมุสลิมทุกคนเมื่อเอ่ยถึงนามของท่านนบีมุฮัมมัด) รู้จักหน้าที่ความรับผิดชอบต่ออัลลอฮ์ และหน้าที่ต่อตนเอง ครอบครัว และสังคม มีความเมตตา ซื่อสัตย์สุจริต กตัญญูกตเวที เป็นผู้เสียสละไม่เห็นแก่ตัว ไม่ละเมิดสิทธิผู้อื่น มีความยุติธรรม ฯลฯ ซึ่งเป็นหลักธรรมในการดำเนินชีวิต ที่ทำให้มนุษย์อยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

#### การสื่อสารกับการเผยแผ่ศาสนาในยุค 4.0

การสื่อสาร คือ วิธีการนำถ้อยคำ ข้อความ หรือหนังสือ เป็นต้น จากบุคคลหนึ่งหรือสถานที่หนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรืออีกสถานที่หนึ่ง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2552) การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตมนุษย์ทุกคนต้องติดต่อสื่อสารตลอดเวลา การสื่อสารทำให้เรามีความรู้ความเข้าใจสิ่งต่างๆ เกิดการพัฒนาตนเอง และเป็นเครื่องช่วยสานสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคม มนุษย์จึงคิดค้นและพัฒนาวิธีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ในอดีตมนุษย์ใช้ท่าทางในการสื่อสาร สู่การใช้สัญลักษณ์และภาษาต่างๆ มีการสลักบนหิน เขียนลงกระดาษ ใช้นกพิราบและม้าเร็วในการส่งสาส์น เมื่อเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรมมนุษย์เริ่มนำเทคโนโลยีต่างๆมาพัฒนาระบบการสื่อสาร จนเกิดเป็นโทรสาร โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ

การเผยแผ่ศาสนาที่ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญ เช่นเดียวกับการตลาดที่จะขาดการสื่อสารไปไม่ได้ เพราะการตลาดต้องอาศัยช่องทางการสื่อสาร การเผยแผ่ศาสนาที่ต้องอาศัยการส่งสารไปยังผู้รับสารเช่นกัน ซึ่งวิธีการส่งสารมีการพัฒนารูปแบบอยู่ตลอดเวลา หากเราพิจารณาจากการตลาดในยุคต่างๆ สามารถแบ่งเป็น 4 ยุคด้วยกัน ประกอบไปด้วย

ยุคที่ 1 คือยุค 1.0 เป็นยุคที่ผลิตภัณฑ์เป็นจุดศูนย์กลาง(Product Centric) ซึ่งอยู่ในช่วงการปฏิวัติอุตสาหกรรม(พ.ศ. 2303) เน้นรูปแบบการสื่อสารทางเดียว ผู้บริโภคไม่มีสิทธิ์เลือกเพราะผู้ผลิตมีน้อย เช่นเดียวกับการเผยแผ่คำสอนศาสนาในยุค 1.0 ที่ช่องทางการสื่อสารมีน้อย และเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ในยุคนี้ผู้รับสารจะรับความรู้ศาสนาจากสื่อสิ่งพิมพ์ โดยไม่สามารถโต้ตอบกับผู้เผยแผ่คำสอนศาสนาได้

ยุคที่ 2 คือยุค 2.0 เป็นยุคที่ยึดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง(Consumer Centric) เกิดการปฏิวัติทางสารสนเทศ(Information Revolution) เป็นยุคแรกของอินเทอร์เน็ต มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตสินค้ากับผู้บริโภคมากขึ้น คือเกิดการสื่อสารแบบสองทาง ทำให้ผู้ผลิตต้องหันมาใส่ใจลูกค้า สินค้าเริ่มหลากหลาย การเผยแผ่ศาสนาในยุค 2.0 เริ่มมีวิธีการหลากหลายมากขึ้น เช่น วิทยู โทททัศน์ มีการโต้ตอบกันผ่านโทรศัพท์ เช่น การถามตอบศาสนาผ่านรายการวิทยุต่างๆ และเป็นยุคที่อินเทอร์เน็ตเริ่มมีบทบาทมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2530 มีการเปิดตัวรายการมุสลิมทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5, ช่อง 9 และช่อง 11 โดยคุณบรรจง โชะมณี ถึงแม้ว่าจะเป็นรายการที่มีช่วงเวลาจำกัด แต่นับเป็นก้าวแรกของสื่อมุสลิมไทยที่ถ่ายทอดผ่านสถานีโทรทัศน์

ยุคที่ 3 คือยุค 3.0 เป็นยุคที่มนุษย์เป็นจุดศูนย์กลาง(Human Centric) และให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของผู้บริโภคเป็นหลัก เกิดการตลาดออนไลน์(Social Media Marketing)ขึ้น เพราะอินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิต มีการเชื่อมโยงของสังคมออนไลน์ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เรื่องราวต่างๆอย่างกว้างขวางในสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์, บล็อก, เฟสบุค, ทวิตเตอร์, ยูทูบ ฯลฯ การเผยแพร่ศาสนาอิสลามในยุคนี้เริ่มมีสถานีโทรทัศน์มุสลิม ชื่อ “ทีวีมุสลิมไทยแลนด์” ออกอากาศผ่านการเช่าสัญญาณดาวเทียม 24 ชั่วโมงเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2553 หลังจากนั้นสถานีโทรทัศน์มุสลิมเกิดขึ้นอีกหลายสถานี ซึ่งแต่ละสถานีมีรายการหลากหลายให้ผู้ชมได้ติดตาม โดยเฉพาะรายการถาม-ตอบปัญหาศาสนาที่เป็นการถาม-ตอบสดๆผ่านการโทรเข้ารายการ และได้รับความนิยมจากมุสลิมและต่างศาสนิกเป็นอย่างมาก มีการจัดทำเว็บไซต์และบล็อกเผยแพร่คำสอนศาสนาจากองค์กรศาสนาต่างๆ นอกจากนั้นยังมีการนำสื่อออนไลน์อื่นๆ เช่น เฟสบุค, ทวิตเตอร์, ยูทูบ, ไลน์, อินสตาแกรม ฯลฯ มาเผยแพร่หลักคำสอนศาสนาควบคู่ไปด้วย

ยุคที่ 4 คือยุค 4.0 เป็นยุคที่เน้นดิจิทัล(Digital Centric) ในยุคนี้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทเต็มตัว ผู้รับสารและผู้ส่งสารสามารถโต้ตอบกันได้หลายช่องทาง ยุคนี้เป็นยุคของการตลาดแบบบูรณาการ(Omni Channel) ที่จะต้องใช้ทุกช่องทางในการทำการตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ โดยเฉพาะสื่อโซเชียลมีเดีย การเผยแพร่หลักคำสอนศาสนาอิสลามในยุคนี้มีการแข่งขันกันระหว่างสถานีมุสลิมช่องต่างๆในการผลิตสื่อที่มีคุณภาพ นอกจากนั้นองค์กร มัสยิด โรงเรียน และสถาบันสอนศาสนาต่างๆได้นำเฟสบุค, ทวิตเตอร์, ไลน์, ยูทูบ, ไลน์, อินสตาแกรม และสื่อออนไลน์ทุกรูปแบบๆมาใช้ในการเผยแพร่ เช่นการไลฟ์สด, การสตรีม, การทำช่องยูทูบ และการเรียนการสอนผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น และยังเป็นยุคที่สถานีโทรทัศน์ไวท์แซนแนลเริ่มมีบทบาทในสังคมมากขึ้น เริ่มมีการผลิตสื่อที่มีคุณภาพ มีการผลิตละคร และภาพยนตร์ที่สอดแทรกหลักคำสอนศาสนาอิสลาม และล่าสุดมีการผลิตแอปพลิเคชัน “ไวท์ฟลิกซ์” เพื่อปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และคาดว่าแอปพลิเคชันนี้จะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสู่ยุค 5.0 ในอนาคตอย่างแน่นอน

### แอปพลิเคชันไวท์ฟลิกซ์ (White Flix Application)

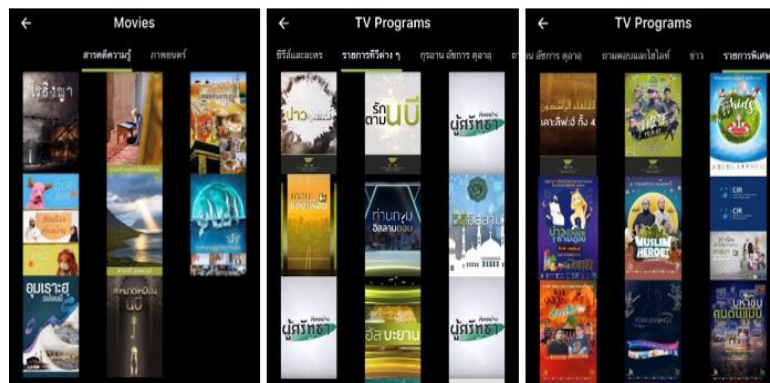


ภาพประกอบที่ 3 ไวท์ฟลิกซ์คืออะไร และมีอะไร  
ที่มา : <https://whiteflix.tv>, 2563

แอปพลิเคชันจึงเป็นโปรแกรมที่อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ที่ออกแบบมาสำหรับโมบาย (Mobile) แท็บเล็ต (Tablet) หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ที่เราใช้กัน ซึ่งในแต่ละระบบปฏิบัติการจะมีผู้พัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมามากมายเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งจะมีให้ดาวน์โหลดทั้งฟรีและจ่ายเงิน ทั้งในด้านการศึกษา ด้านการสื่อสารหรือแม้แต่ด้านความบันเทิงต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เราสามารถแบ่งแอปพลิเคชันสำหรับโมบายออกเป็น 3 ประเภทประกอบไปด้วย 1) เนทีฟ แอป คือ แอปพลิเคชันที่ถูกพัฒนามาด้วย “ไลบรารี(Library)” หรือ “เอส ดี เค(SDK)” เครื่องมือที่เอาไว้สำหรับพัฒนาโปรแกรมหรือแอปพลิเคชัน ของ โอ เอส โมบาย(OS Mobile)

นี้ๆ โดยเฉพาะ อาทิ แอนดรอยด์ (Android) ใช้ แอนดรอยด์ เอส ดี เค(Android SDK), ไอ โอ เอส (IOS) ใช้ ออปเจคทีฟ ซี (Objective C), วินโดว์ โฟน (Windows Phone) ใช้ซีชาร์ป(C#) เป็นต้น 2) ไฮบริด แอปพลิเคชัน คือ แอปพลิเคชันที่ถูกพัฒนาขึ้นมาด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการให้สามารถรันบนระบบปฏิบัติการได้ทุกโอเอส โดย ใช้เฟรมเวิร์ก (Frame Work)เข้าช่วย เพื่อให้สามารถทำงานได้ทุกระบบปฏิบัติการ และ 3) เว็บ แอปพลิเคชัน คือ แอปพลิเคชันที่ถูกเขียนขึ้นมาเพื่อเป็นบราวเซอร์(Browser)สำหรับการใช้งานเว็บเพจต่างๆ ซึ่งถูกปรับแต่งให้แสดงผลแต่ส่วนที่จำเป็น เพื่อเป็นการลดทรัพยากรในการประมวลผล ของตัวเครื่องสมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต ทำให้ โหลดหน้าเว็บไซต์ได้เร็วขึ้น อีกทั้งผู้ใช้งานยังสามารถใช้งานผ่าน อินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ต ในความเร็วต่ำได้ ดังภาพประกอบที่ 3 (เว็บไซต์: มายน์ดีเฮชพี)

ไวท์ฟลิกซ์ (White Flix) เป็นแอปพลิเคชันโมบายในรูปแบบ เนทีฟ แอป เนื้อหาต่างๆอยู่ภายใต้การดูแลของมูลนิธิมุสลิมเพื่อสันติและสถานีโทรทัศน์ไวท์แซนแนล โดยมีนายกศิน ตอเล็บ เป็นหัวหน้าควบคุมดูแล แอปพลิเคชันไวท์ฟลิกซ์เป็นอีกหนึ่งความสำเร็จของกลุ่มมุสลิมเพื่อสันติและสถานีโทรทัศน์ไวท์แซนแนล ในการสร้างแอปพลิเคชันเผยแพร่หลักคำสอนศาสนาอิสลามแรกของประเทศไทย ซึ่งแอปพลิเคชันไวท์ฟลิกซ์เป็นการรวบรวมเนื้อหาของสถานีโทรทัศน์ไวท์แซนแนลตั้งแต่เปิดสถานีจนถึงปัจจุบัน สามารถใช้งานผ่านโมบายระบบแอนดรอยด์, ไอ โอ เอส หรือจะใช้งานผ่านเว็บเพจก็ได้ เริ่มเปิดใช้เป็นทางการเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 โดยโครงสร้างของแอปพลิเคชันจะแบ่งเป็น 2 หมวดหลัก คือ มูฟวี่และทีวีโปรแกรม ดังภาพประกอบที่ 4



ภาพประกอบที่ 4 รายการประเภทต่างๆ ที่ปรากฏในแอปพลิเคชันไวท์ฟลิกซ์

ที่มา : <https://whiteflix.tv>, 2563

(1) มูฟวี่ จะแบ่งเป็น 2 หมวด คือ สารคดีและภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับหลักคำสอนศาสนาอิสลาม หมวดที่ 1 คือสารคดีความรู้ จะเป็นสารคดีเกี่ยวกับหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม ประกอบไปด้วย 8 สารคดี เช่น สารคดีละหมาดเหมือนนบี, สารคดีเหตุที่ทำให้เสียศีล, สารคดีมีอะไรในแผ่นดินฮารอม เป็นต้น และหมวดที่ 2 คือ ภาพยนตร์จะเป็นภาพยนตร์ที่สอดแทรกหลักคำสอนของศาสนาอิสลามในการดำเนินชีวิต ประกอบไปด้วยภาพยนตร์ 7 เรื่อง เช่น ภาพยนตร์มีแต่ดีกับดี, ภาพยนตร์พลังจากเบื้องหลัง, ภาพยนตร์จุดกลับใจ เป็นต้น

(2) ทีวีโปรแกรม แบ่งเป็น 6 หมวด คือ ซีรีส์และละคร, รายการทีวีต่างๆ, คุรอาน อัจการ ดูอาอ, ฎามตอบ ไอโไลท์, ข่าว และรายการพิเศษ

• ซีรีส์และละคร เป็นการรวบรวมซีรีส์และละครที่แฝงด้วยหลักคำสอนอิสลามหลายร้อยตอนไว้ในหมวดหมู่นี้ ซึ่งทำให้ง่ายต่อการค้นหาและติดตาม ประกอบไปด้วยซีรีส์และละครทั้งหมด 9 เรื่องเช่น ละครสอนคน, อิสลามกับภาคีโลกพิศวง และอนาซิดต่างๆ เป็นต้น ซึ่งแต่ละเรื่องจะแบ่งออกเป็นหลายตอน



กลุ่มมุสลิมเพื่อสันติได้มีการพัฒนาตนกลุ่มในหลายๆ ด้าน ในปี 2550 ได้มีการเตรียมความพร้อมทางการเงินด้วยการจัดตั้งสหกรณ์อิสลามอมาเนฮ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ไว้ท์แซนแนลเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งเงินทุนที่เต็มไปด้วยเงื่อนไขตามหลักการอิสลาม(เว็บไซต์: สถานีโทรทัศน์ไว้ท์แซนแนล)และในปี 2550 เช่นกัน ได้มีการจัดตั้งชมรมคุ้มครองผู้บริโภคมุสลิม(ฮิมาเยฮ์)ขึ้น เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องราวเกี่ยวกับฮาลาลทั้งที่ปกปิด และเปิดเผย นำเสนอสู่พี่น้องทั่วไป เพื่อการเลือกการบริโภคอาหารที่ถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม และการใช้บริการของผู้ให้บริการต่างๆ เป็นไปตามแบบอย่างที่ถูกต้องในศาสนาอิสลาม และทำหน้าที่แทนพี่น้องประชาชนในการตรวจสอบ สอดส่องดูแลผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในท้องตลาด เพื่อป้องกันพี่น้องมุสลิมจากการเอารัดเอาเปรียบของผู้ประกอบการ ทั้งยังอาสาเป็นตัวแทนของพี่น้อง ในกรณีที่พี่น้องไม่ได้รับความเป็นธรรมจากผู้ประกอบการฮาลาล เพื่อเรียกร้องสิทธิที่ถูกละเมิด ทำหน้าที่ให้ความรู้ ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข่าวสารให้กับพี่น้องทั่วไป เพื่อข้อมูลที่รอบด้าน ชัดเจนในการเลือกผลิตภัณฑ์ฮาลาลตามหลักการศาสนาอิสลาม โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดของนักวิชาการศาสนา ที่มากด้วยความรู้ความสามารถ เพื่อให้การดำเนินการต่างๆ อยู่ในกรอบแห่งอัล-อิสลาม (ฮิมาเยฮ์, 2563)

ในปี 2555 หลังจากการทุ่มเทของคณหนุ่มสาวกว่า 50 ชีวิต เป็นเวลาหลายเดือน ทำให้ไว้ท์แซนแนลเป็นสถานีโทรทัศน์มุสลิมช่องที่ 3 ที่มีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างจากสถานีโทรทัศน์มุสลิมช่องอื่นๆ ประกอบกับอุดมการณ์อันแน่วแน่ของคณหนุ่มสาวที่ต้องการสร้างสื่อที่เผยแพร่หลักคำสอนศาสนาอิสลาม ทำให้ไว้ท์แซนแนลได้รับความนิยมในช่วงเวลาอันสั้น โดยเฉพาะจากกลุ่มคนรุ่นใหม่

สถานีโทรทัศน์ไว้ท์แซนแนลฉายภาพครั้งแรกในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2555 จากการเริ่มต้นด้วยเงินทุน 300,000 บาท ที่รวบรวมได้จากกลุ่มผู้ฟังวิทยุ AM. รายการอิสลามอินไทยแลนด์ เป็น “ทุนต้นทาง” ไม่ใช่ทุนสนับสนุนจากภาครัฐ, ไม่ใช่เงินสนับสนุนจากอาหรับ, หรือเงินลงทุนจากกลุ่มใดๆ กล่าวได้ว่า กล้าอ่อนของไว้ท์แซนแนลแหงยอดออกจากความหวังของสังคมโดยแท้ (เว็บไซต์: สถานีโทรทัศน์ไว้ท์แซนแนล)

รูปแบบการนำเสนอของสถานีโทรทัศน์ไว้ท์แซนแนลถือเป็นการสร้างสรรค์งานการเผยแพร่ศาสนาในลักษณะใหม่ที่ไม่เฉพาะเป็นแค่การนั่งพูดคุยผ่านจอเท่านั้น หากแต่ยังเพิ่มรูปแบบใหม่ในรายการอื่นๆ ของทางสถานีเข้าไปด้วย เช่น การนำเสนอผ่านรูปแบบการท่องเที่ยว การนำเสนอรายการทำอาหาร และการนำเสนอในรูปแบบของรายการละคร รูปแบบเหล่านี้ยังถือว่าเป็นรูปแบบใหม่ในการนำเสนอของสื่อโทรทัศน์มุสลิม โดยทางสถานีโทรทัศน์ไว้ท์แซนแนล ต้องการผลิตสื่อให้มีความหลากหลายและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ที่ไม่เฉพาะกับแค่วัยหนุ่มสาวเท่านั้น แต่ยังสร้างสรรค์งานให้เข้าถึงกลุ่มคนทุกเพศ วัย ศาสนา และอาชีพ (โทรทัศน์มุสลิมสี่ช่องดาวเทียมแห่งประเทศไทย, อูตียา บินหมัดหนี)

นอกจากนี้ไว้ท์แซนแนลยังมีผลงานการผลิตภาพยนตร์อีก 7 เรื่อง และละครอีก 6 เรื่อง ที่มีเกือบ 200 ตอน ซึ่งเป็นการผลิตสื่อรูปแบบใหม่ในวงการเผยแพร่คำสอนศาสนาอิสลาม ที่แฝงไปด้วยข้อคิด ข้อเตือนใจ และคติธรรมคำสอนตามหลักการศาสนา เป็นภาพยนตร์และละครที่ปราศจากภาพหญิงสาวและเสียงดนตรี ถือเป็นการผลิตภาพยนตร์และละครที่แหวกแนวในสังคมไทยอีกด้วย

เนื่องจากจุดยืนที่แน่วแน่ของไว้ท์แซนแนลในการทำงานเพื่อสังคม และการเผยแพร่หลักคำสอนศาสนาอิสลาม ทำให้ไว้ท์แซนแนลเติบโตอย่างรวดเร็ว ภายใต้การดูแลของบอร์ดบริหาร และบอร์ดชะรีอะฮ์(บทบัญญัติอิสลาม) เป็นผู้คัดกรองคุณภาพอย่างใกล้ชิด รายการทุกรายการจึงเป็นรายการที่คุณภาพ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สบายตา และถูกต้องตามหลักจริยธรรมอิสลาม มีผู้ติดตามทั้งมุสลิมและต่างศาสนิก

ปัจจุบันไว้ท์แซนแนลมีรายการที่ออกอากาศทั้งหมด 43 รายการ แบ่งเป็น 5 รูปแบบ คือ 1) รูปแบบการบรรยายศาสนา 2)รูปแบบการเรียนการสอนศาสนา 3) รูปแบบการเสวนา 4) รูปแบบบันเทิงฮาลาล 5) รูปแบบข่าว เป็นสถานีที่ฉายภาพออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง

## หลักคำสอนศาสนาอิสลามผ่านแอปพลิเคชัน

หลักคำสอนศาสนาอิสลามเป็นหลักคำสอนที่นำสมัย กำชับในความดีงามและออกห่างจากความชั่ว มุ่งเน้นให้ผู้คนอาศัยอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น ไม่ละเมิดสิทธิกันและกัน เหมาะกับการปฏิบัติในทุกยุคสมัย การนำหลักคำสอนต่างๆมาใช้ในการดำเนินชีวิตจึงเป็นสาเหตุแห่งความสงบสุขของสังคม ไลฟ์สไตล์เป็นอีกหนึ่งสถานที่ให้ความสำคัญกับหลักคำสอนอิสลามในการเผยแพร่ พร้อมกับการผลิตสื่อคุณภาพเพื่อประโยชน์ของสังคม การนำเทคโนโลยีมาพัฒนาสื่อจึงเป็นสิ่งสำคัญ

จากการศึกษาพบว่า การนำเสนอเนื้อหาหลักคำสอนศาสนาอิสลามผ่านแอปพลิเคชันของไลฟ์สไตล์พบว่ามีรูปแบบรายการที่หลากหลาย สามารถแบ่งเป็น 5 รูปแบบ ดังต่อไปนี้ 1) รูปแบบการบรรยายศาสนา เป็นการนำเสนอเนื้อหาศาสนาอย่างเข้มข้นโดยผู้รู้ศาสนา เช่น รายการคิดอย่างผู้ศรัทธา, รายการวิถีอิสลาม และรายการอัลละฮัน เป็นต้น 2) รูปแบบการเรียนการสอนศาสนา เป็นการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิชาการจากคำภีร์อัล-กุรอาน และตำราศาสนาผ่านรายการต่างๆ เช่น รายการจงอ่าน และรายการวันละอายะฮ์ เป็นต้น และ 3) รูปแบบการเสวนา เป็นการนำเสนอเนื้อหาคำสอนศาสนาและเรื่องราวทั่วไปในรูปแบบการพูดคุยที่ไม่เป็นทางการและวิชาการเกินไป ส่วนมากจะมีพิธีกร 2 คนหรือมากกว่าร่วมกันเสวนาแบบเป็นกันเอง เช่น รายการแพทย์นับี, รายการรู้รอบด้าน, รายการข่าวตัวน้อย เป็นต้น 4) รูปแบบบันเทิงฮาลาล เป็นการนำเสนอความบันเทิงภายใต้กรอบอิสลาม พร้อมสอดแทรกหลักคำสอนอิสลามผ่านรายการท่องเที่ยว, รายการทำอาหาร นอกจากนี้ยังมีซีรีส์ ละคร และภาพยนตร์ 11 เรื่อง รวมเกือบ 200 ตอน และอนาซีด(อนาซีด” มาจากภาษาอาหรับ หมายถึง บทขับร้องที่เกี่ยวกับการศรัทธา, การทำความดี และการรักษาคุณธรรม จริยธรรม ปรากฏจากทำนองดนตรีทุกประเภท) อีก 30 กว่าอนาซีด และ 5) รูปแบบข่าว เช่น ข่าวเช้า, ข่าวค่ำ และคลิปข่าว เป็นต้น

การใช้แอปพลิเคชัน “ไลฟ์ฟลิคซ์” เผยแพร่คำสอนศาสนาอิสลามของไลฟ์สไตล์ถือเป็นมิติใหม่แห่งการเผยแพร่ศาสนาอิสลามในประเทศไทย และเป็นการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการเผยแพร่ศาสนายุค 4.0 ยุคแห่งสังคมออนไลน์ที่มนุษย์ทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อต่างๆจากทุกพื้นที่ ทำให้ผู้คนเข้าถึงคำสอนศาสนาได้ง่าย ด้วยรูปแบบที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ สามารถรับชมรายการต่างๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง เหมาะกับผู้ชมทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่มีชีวิตผูกติดกับสังคมออนไลน์

การนำหลักการศาสนาไปใช้ในการดำเนินชีวิตเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนพึงมี เพราะศาสนาเป็นบรรทัดฐานในการใช้ชีวิตในสังคม โดยเฉพาะในเรื่องจริยธรรมที่นับวันจะเริ่มเลือนหาย เมื่อมนุษย์ขาดหลักธรรมในการดำเนินชีวิตก็จะเกิดการแก่งแย่งชิงดีชิงเด่น พยายามทุกวิถีทางเพื่อให้ได้ในสิ่งที่ตัวเองต้องการโดยไม่คำนึงถึงหลักความถูกต้อง อันเป็นสาเหตุแห่งความวุ่นวายในสังคม ศาสนาจึงไม่ใช่เรื่องล้าสมัย แต่ศาสนาเป็นเรื่องที่มนุษย์ทุกยุคทุกสมัยต้องให้ความสำคัญ เพื่อความสงบสุขของสังคม

### บทสรุป

เทคโนโลยีต่างๆ เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การปรับตัวให้ทันต่อเทคโนโลยีเพื่อความอยู่รอดจึงเป็นสิ่งที่ไม่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่เว้นแม้กระทั่งวงการศาสนาที่ต้องมีการปรับวิธีการเผยแพร่หลักคำสอนต่างๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม สถานีโทรทัศน์ไลฟ์สไตล์เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างในการปรับตัวให้ทันต่อโลก ด้วยการปรับวิธีการเผยแพร่หลักคำสอนศาสนาอิสลาม และนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ซึ่งล่าสุดมีการสร้างแอปพลิเคชัน “ไลฟ์ฟลิคซ์” ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่รวบรวมเรื่องราวคำสอนศาสนาอิสลามไว้อย่างครบถ้วน สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกศาสนา และทุกอาชีพ นับเป็นอีกหนึ่งวิธีการเผยแพร่หลักธรรมคำสอนที่น่าสนใจ สามารถตอบโจทย์ในยุคปัจจุบันที่เป็นยุค 4.0 และควรได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไป

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กาญจนาศพนันธุ์ (ขุนวิจิตรมาตรา / ส่ง่า กาญจนาศพนันธุ์). *ภูมิศาสตร์วันโพธิ์*. พิมพ์ครั้งที่ 2 พ.ศ. 2516. สำนักพิมพ์ บารุงสาส์น
- การิม อับดุลเลาะห์, 2522. *คู่มือมุสลิมเบื้องต้น*. สำนักพิมพ์ส.วงศ์เสงี่ยม : กรุงเทพมหานคร.
- มุฮัมมัดอะลี อัลคูลลี. (2550). *จุดเด่นอิสลาม*. วิทยา วิเศษรัตน์. กรุงเทพฯ : ออฟเซ็ท เพรส จำกัด. ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. กรุงเทพมหานคร: ราชบัณฑิตยสถาน, พิมพ์ครั้งที่ ๖.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2552). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. กรุงเทพมหานคร: ราชบัณฑิตยสถาน
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. ปีที่ 34 ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม 2556 หน้า 75. “แขก” มุสลิม ในความเป็นไทย” *ยูติยา บินหมัดหนี่*. โทรทัศน์มุสลิมสี่ช่องดาวเทียมแห่งประเทศไทย. *วารสารรูสมิแล*. Vol. 39 No. 2 (2018):ปีที่ 39 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม) 2561
- ระบบออนไลน์
- นตนา. (มปป). ความหมายของอิสลาม. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2563. จาก: <https://www.islammore.com/view/1983>
- พิจิต วิจิตรบุญรักษ์. (มปป). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2563. จาก: [https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/oct\\_dec](https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec)
- ไมซาเร้าะ ขุนรักษ์ อารีฟ หมานระเด็น อับดุลเลาะห์ เซ็ง / วิธีการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติด้านอิสลามศึกษา (I-NET) ผ่านวิธีการดรรบียะฮ์ : กรณีศึกษาโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสงขลา 2558 (ไม่มีลิงค์เขียนไม่ได้)
- [blog.ourgreenfish.com](http://blog.ourgreenfish.com). (มปป) สถิติดิจิทัลของประเทศไทย. สืบค้น 17 มิถุนายน 63. จาก: <https://blog.ourgreenfish.com/สถิติดิจิทัล-ของประเทศไทยจาก-digital-thailand-ประจำปี-2020>
- [www.mindphp.com](http://www.mindphp.com). (2561). Application แอปพลิเคชัน คืออะไร. สืบค้น 17 มิถุนายน 2563. จาก <https://www.mindphp.com/คู่มือ/73-คืออะไร/3647-application-แอปพลิเคชัน-คืออะไร.html>
- [www.muslim4peace.net](http://www.muslim4peace.net). (มปป). รู้จักมูลนิธิมุสลิมเพื่อสันติ. สืบค้น 17 มิถุนายน 63. จาก <https://muslim4peace.net/aboutus>
- [www.whitechannel.tv](http://www.whitechannel.tv). (มปป) ทำไมต้องเรา/เพราะเราเป็นไวท์แชนแนล/เพราะเราแตกต่าง. สืบค้น 17 มิถุนายน 63. จาก <https://whitechannel.tv/aboutus/>
- [www.himayah.net](http://www.himayah.net). (มปป) เกี่ยวกับชมรมฮิมายะฮ์. สืบค้น 25 มิถุนายน 63. จาก <https://www.himayah.net/v2/node/13>