

นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง
และถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok
Creative Drama Media Innovation to Campaign the Prevention of Bullying and
Cyberbullying Behavior Among Gen Z through the Tik Tok Application

สมใจ สืบเสาะ

Somjai Subesor

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand

Corresponding Author, E-mail: somjai.sub@rmutr.ac.th

Received June 18, 2025; Revised December 19, 2025; Accepted December 22, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok 2) เพื่อเปรียบเทียบความรู้ในการป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง 3) เพื่อเปรียบเทียบความรู้ในการป้องกันพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้ง และ 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok การวิจัยนี้เป็นแบบผสมวิธี กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ จำนวน 35 คน เครื่องมือในการวิจัย 5 ชนิด ได้แก่ 1) นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ 2) แบบประเมินคุณภาพนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ 3) แบบวัดความรู้ในการป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล 4) แบบวัดความรู้ในการป้องกันพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล และ 5) แบบประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลใช้ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติค่าที

ผลการวิจัยพบว่า 1) นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok มีคุณภาพความเหมาะสมระดับมาก 2) การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความรู้ในการป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง พบว่า หลังการรับชมสูงกว่าก่อนการรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ 3) การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความรู้ในการป้องกันพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้ง พบว่า หลังการรับชมสูงกว่าก่อนการรับชมนวัตกรรมสื่อละคร

สร้างสรรค์ และ 4) ความพึงพอใจในนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

องค์ความรู้จากงานวิจัยนี้เป็นการออกแบบและพัฒนาวัตกรรมการสื่อละครสร้างสรรค์ได้ศึกษาค้นคว้าและทดลองด้วยการสร้างและผลิตเนื้อหาตามรูปแบบเทคโนโลยีบูรณาการ โดยกระบวนการนี้สามารถนำไปต่อยอดพัฒนาเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป

คำสำคัญ: นวัตกรรม; สื่อละครสร้างสรรค์; การกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล

คำขอบคุณ: ผู้วิจัยขอขอบคุณ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย

Abstract

This research aimed to: (1) develop a creative drama-based media innovation to campaign the prevention of bullying and cyberbullying among Generation Z through the TikTok application; (2) compare participants' knowledge regarding the prevention of bullying before and after exposure to the media innovation; (3) compare their knowledge regarding the prevention of bullying; and (4) examine the satisfaction toward the developed media innovation for campaigning the prevention of bullying and cyberbullying among Gen Z through the TikTok application. A mixed-methods research design was employed. The sample consisted of 35 undergraduate students from Rajamangala University of Technology Rattanakosin. Five research instruments were used: (1) the creative drama-based media innovation, (2) an evaluation form assessing the media innovation's quality, (3) a knowledge test on cyberbullying prevention, (4) a knowledge test on cyber-victimization prevention, and (5) a satisfaction questionnaire. The data were analyzed using means, standard deviations, and t-tests.

The findings revealed that (1) creative drama-based media innovation for campaigning the prevention of bullying and cyberbullying among Gen Z through the TikTok application has quality at a high level; (2) participants' knowledge regarding bullying prevention significantly increased after watching the media; (3) participants also showed improved knowledge in preventing cyber-victimization; and (4) overall satisfaction with the creative drama-based media innovation to campaign

against bullying and cyberbullying among Generation Z through the TikTok application was rated at the highest level.

The knowledge generated from this study contributes to the design and development of creative drama-based media using an integrated technological approach. This process can be further adapted and extended to future campaigns promoting awareness and prevention of other social issues.

Keywords: Innovation; Creative Drama Media; Cyberbullying

Acknowledgement: The researcher would like to thank the Research and Development Institute, Rajamangala University of Technology Rattanakosin for providing research funding support.

บทนำ

ประเด็นเรื่องการบูลลี่ (bully) กลายเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับประเทศทั่วโลกและคาดว่าจะมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงมากขึ้นเห็นได้จากรายงาน School Violence and Bullying: Global Status Report ขององค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ระบุว่า ประเด็นเรื่องการบูลลี่และความรุนแรงในโรงเรียนเกิดขึ้นทั่วโลก มีการประเมินว่าเด็กและเยาวชนมากกว่า 246 ล้านคนทั่วโลก ต้องเผชิญกับความรุนแรงในโรงเรียน จากการโดนบูลลี่หลากหลายรูปแบบ ซึ่งในโรงเรียนแต่ละประเทศก็จะมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ข้อมูลจากสถาบันสถิติศาสตร์ (UIS) ของ UNESCO ชี้ว่า เยาวชนเกือบ 1 ใน 3 ทั่วโลก มีประสบการณ์ถูกล้อเลียน รังแก แกล้ง หรือถูกบูลลี่มาก่อน เช่นเดียวกับรายงานขององค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ (UNICEF) ที่พบว่าการบูลลี่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นทั่วโลก ข้อมูลจากการสำรวจ 106 ประเทศทั่วโลก บ่งชี้ว่าวัยรุ่นอายุ 13 – 15 ปี มีประสบการณ์โดนบูลลี่มากที่สุด จากสถิติของกรมสุขภาพจิต ชี้ว่า ในปี 2563 เด็กไทยมีพฤติกรรมการกลั่นแกล้งหรือบูลลี่กัน เป็นอันดับที่ 2 ของโลก รองจากประเทศญี่ปุ่น หรือเด็กไทยโดนบูลลี่ปีละประมาณ 600,000 คน ซึ่งคิดเป็น 40% ของนักเรียนทั้งหมด โดยเครือข่ายนักกฎหมายเพื่อเด็กและเยาวชน ได้ลงพื้นที่สำรวจความคิดเห็นเรื่อง “บูลลี่ กลั่นแกล้ง ความรุนแรงในสถานศึกษา” ในกลุ่มเด็กอายุระหว่าง 10 – 15 ปี จากทั้งหมด 15 โรงเรียน พบว่า เด็กร้อยละ 91.97 เคยถูกบูลลี่ ซึ่งวิธีการที่ใช้บูลลี่มากที่สุดคือ การตบหัว (ร้อยละ 62.07) ล้อปดๆ (ร้อยละ 43.57) พูดจาเหยียดหยาม (ร้อยละ 41.78) และอื่น ๆ เช่น นินทา ด่าทอ ชกต่อย ล้อปดๆ พูดให้ร้าย เสียชื่อเสียง และกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ (Health Promotion Foundation , 2020)

ทั้งนี้นักวิชาการและนักจิตวิทยาได้กล่าวถึง การบูลลี่ (bully) เป็นพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง หรือ การข่มเหงรังแกไว้สอดคล้องกันอย่าง มาสเตอร์ (Master, 2002) กล่าวว่า พฤติกรรมการข่มเหงรังแก เป็นการแสดงออกที่ต้องการให้ผู้อื่นอยู่ในความกดดัน มีการทำร้ายผู้อื่นทั้งทางด้านร่างกาย และด้านจิตใจ ส่วนแซนเดอร์ (Sander & Phye, 2004) กล่าวว่า พฤติกรรมการข่มเหงรังแกเป็นการแสดงออกด้วยความก้าวร้าว มีการทำร้ายร่างกาย มีการพูดจาหยาบคายส่อเสียดผู้อื่น โดยบังคับให้ผู้อื่นทำสิ่งที่บุคคลนั้นไม่เต็มใจ สอดคล้องกับ Saenmai (2020) กล่าวว่า การรังแกทางไซเบอร์ (Cyberbullying) ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นจนถึงขั้นทำให้ผู้ถูกรังแกฆ่าตัวตาย เช่นในปี 2019 มีการฆ่าตัวตายในกลุ่มศิลปินวัยรุ่นของประเทศเกาหลีใต้หลายคน แม้ในประเทศไทยจะยังไม่เกิดผลกระทบถึงชีวิตต่อบุคคลที่มีชื่อเสียง แต่กลับพบว่าการรังแกทางไซเบอร์ได้ก่อผลกระทบถึงชีวิตในระดับบุคคลทั่วไปบ้างแล้ว โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชนที่การรังแกในโรงเรียนได้ย้ายช่องทางไปสู่โลกเสมือน

โดยผลการสำรวจจากฝ่ายพัฒนาคอนเทนต์และแคมเปญ ของ TikTok เปิดเผยสถิติผู้ใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา พบว่า กลุ่มผู้ใช้ส่วนใหญ่คือ Gen Z ที่มีอายุระหว่าง 17–22 ปี และปัจจุบันแอปพลิเคชัน TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่มีสถิติผู้ใช้จำนวนมากถึง 800 ล้านผู้ใช้ และยอดดาวนโหลดอยู่อันดับต้น ๆ ของสื่อสังคมออนไลน์ และมีผู้ใช้งานทั่วโลกประมาณ 500 ล้านผู้ใช้ และได้รับการยอมรับอย่างมากในประเทศแถบเอเชีย เช่น กัมพูชา ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย (Adchaklub, 2019)

ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง และถูกกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ ในกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok เป็นกระบวนการสร้างเนื้อหาป้องกันภัยทางไซเบอร์ในรูปแบบละคร โดยใช้เป็นสื่อรณรงค์เพื่อให้ข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการจัดการปัญหา และเป็นแนวทางในการรับมือกับพฤติกรรมการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ สร้างความตระหนักเพื่อป้องกันปัญหาดังกล่าวไม่ให้ขยายตัวเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกไซเบอร์กลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok
2. เพื่อเปรียบเทียบความรู้ในการป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งก่อนและหลังการรับชม
3. เพื่อเปรียบเทียบความรู้ในการป้องกันพฤติกรรมที่ถูกกลั่นแกล้งก่อนและหลังการรับชม
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกไซเบอร์กลุ่ม Gen Z แล้งผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok

สมมติฐานงานวิจัย

1. นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์ป้องกันการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ส่งผลให้ผู้รับชมสื่อมีความรู้ในการป้องกันการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลสูงกว่าก่อนการรับชมสื่อละครสร้างสรรค์
2. นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์ป้องกันการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ส่งผลให้ผู้รับชมสื่อมีความรู้ในการป้องกันการถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลสูงกว่าก่อนการรับชมสื่อละครสร้างสรรค์

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการผลิตละคร Kulkanit (2022) อธิบายกระบวนการผลิตละครและผลิตรายการโทรทัศน์ โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ

1. ขั้นตอนเตรียมงาน (Pre- production) ในขั้นตอนนี้คือจุดเริ่มต้นของการทำงาน หากมีการวางแผนเตรียมงานไว้ดีมีรายละเอียดขั้นตอน วิธีการทำงานชัดเจน แม้จะต้องใช้งบประมาณใช้เวลามากกว่า ขั้นตอนอื่น ๆ ก็คุ้มค่า เพราะจะทำให้การทำงานในขั้นตอนอื่น ๆ สะดวก รวดเร็ว ลดปัญหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี
2. ขั้นตอนผลิตหรือถ่ายทำ (Production) เมื่อถึงขั้นตอนนี้คือการนำแผนที่คิดไว้ มาปฏิบัติให้ เกิดผลเป็นรูปธรรม แม้จะไม่ตรงตามแผนที่คิดไว้ทั้งหมด แต่ก็ต้องพยายามเดินตามแผนให้ได้มากที่สุด (ยืดหยุ่นในการปฏิบัติแต่ยืนหยัดในหลักการ) ในการถ่ายทำนั้นควรเลือกใช้อุปกรณ์ให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบของรายการ

3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) เป็นกระบวนการสุดท้ายก่อนที่จะเผยแพร่สู่สาธารณชน เป็นนำเอาภาพที่ไปถ่ายทำ มาเรียบเรียงตัดต่อส่วนที่เกินหรือไม่ต้องการออก หรือเอาภาพที่ต้องการมาแทรก มีการใส่สีสันความน่าสนใจด้วยการใช้เอฟเฟ็คต่าง ๆ ใส่กราฟฟิคต่างๆ ขึ้นชื่อ ใส่ดนตรี เสียงพากย์ไตเติ้ล เมื่อตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วนำไปเผยแพร่

สรุป กระบวนการผลิตละคร หมายถึง ขั้นตอนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ละครขึ้นมา ตั้งแต่การคิดบท การคัดเลือกนักแสดง การถ่ายทำ การตัดต่อ ไปจนถึงการเผยแพร่ละครสู่ผู้ชม ซึ่งเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการทำงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ Chavengsakongkram (2015) การรณรงค์ หมายถึง โครงการที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ สร้างความตระหนัก โน้มน้าวใจ และกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายกระทำบางอย่าง หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยมี “สาร” รูปแบบต่าง ๆ ที่ถูกออกแบบขึ้นจากการกำหนดกลยุทธ์ ทิศทาง และลักษณะ

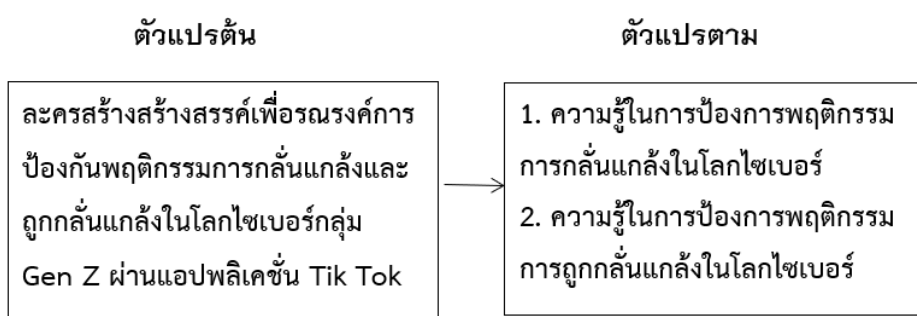
บางอย่างร่วมกัน เพื่อใช้สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงในกรอบระยะเวลาที่กำหนด โดยประยุกต์ใช้สื่อในฐานะตัวกลางระหว่าง "สาร" และ "กลุ่มเป้าหมาย" อย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการรับรู้และสร้างความสนใจ

สรุปการรณรงค์เป็นทำกิจกรรมการชักชวนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามนโยบาย หรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ลักษณะของการรณรงค์นั้นเป็นการกระตุ้น หรือโน้มน้าวใจให้เกิดความเปลี่ยนแปลง โดยเกิดความศรัทธา เชื่อถือและนำไปปฏิบัติตามในสิ่งที่ตั้งงามที่ควรปฏิบัติหรืองดการปฏิบัติ ในสิ่งที่ไม่ตั้งงามซึ่งสมควรละเว้น

แนวคิดเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ (Cyberbullying) ราชบัณฑิตสภา (Office of the Royal Thai Council, 2019) ให้คำนิยาม *Cyber Bully* ว่าเป็น "การกระทำความผิดทางไซเบอร์" Cyberbullying หมายถึง การกลั่นแกล้ง การให้ร้าย การด่าว่า การข่มเหง หรือการรังแกผู้อื่นทางสื่อสังคมต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เป็นต้นสอดคล้องกับ Robert (2008) ให้ความหมายว่าพฤติกรรมข่มเหงรังแกมีความใกล้เคียงกับพฤติกรรมการข่มขู่ การเยาะเย้ย การเลียดสี การกลั่นแกล้ง การคุกคาม แต่การแสดง พฤติกรรมต้องกระทำซ้ำ ๆ อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน

สรุป การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ คือการกลั่นแกล้งกันโดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้บนโซเชียลมีเดีย แอปแชท เกมออนไลน์ และข้อความทางโทรศัพท์มือถือ ไซเบอร์บูลลี่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างรอยแผล ความโกรธ หรือความอับอาย ต่อผู้ที่เป็นเป้าหมาย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ทั้ง 4 พื้นที่ ได้แก่ ศาลายา พื้นที่วิทยาเขตวังไกลกังวล บพิตรมุขจักรวรรดิ และวิทยาลัยเพาะช่าง จำนวน

ทั้งสิ้น 11,309 คน จากนั้นวิจัยทำการสุ่มอย่างง่ายโดยการจับฉลากพื้นที่ในการศึกษา กลุ่มตัวอย่างเพื่อหาประสิทธิภาพของนวัตกรรม คือ นักศึกษาวิทยาลัยเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ที่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2567 โดยการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 35 คน แบ่งทดลองรายบุคคลจำนวน 3 คน ทดลองกลุ่มย่อยจำนวน 7 คน และทดลองกลุ่มใหญ่ จำนวน 25 คน และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ รวมทั้งสิ้น 35 คน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ทางการออกแบบและผลิตสื่อไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 5 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง สำหรับประเมินคุณภาพความเหมาะสมของนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์ป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล กลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 5 ชนิด

1. นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นทั้งหมด 5 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 เลิกล้อ เลิกบูลลี่ ตอนที่ 2 คิดก่อนโต้ตอบ ตอนที่ 3 คนจนมีสิทธิมีเสียง ตอนที่ 4 ล้อเล่นกับคนใกล้ตัว และตอนที่ 5 ภูมิคุ้มกันรับมือบูลลี่ โดยมีผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพเนื้อหา จำนวน 3 คน และ ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพด้านการผลิตสื่อ จำนวน 3 คน และผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok จำนวน 5 คน

2. แบบประเมินคุณภาพความเหมาะสมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ทั้ง 5 ตอน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ผู้เชี่ยวชาญ 3 คนตรวจสอบได้ค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.6 ขึ้นไป

3. แบบประเมินคุณภาพการผลิตนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 3 คนตรวจสอบ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.6 ขึ้นไป

4. แบบวัดความรู้การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok จำนวน 10 ข้อ ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 5 คนตรวจสอบ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.6 ขึ้นไป

5. แบบวัดความรู้การป้องกันพฤติกรรมถูกการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok จำนวน 10 ข้อ ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 5 คนตรวจสอบได้ค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.6 ขึ้นไป

6. แบบวัดความพึงพอใจ ต่อการรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 3 คนตรวจสอบ ค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.6 ขึ้นไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดทฤษฎีการพัฒนานวัตกรรมละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok โดยการวิเคราะห์เนื้อหาและเทคนิคการผลิตสื่อเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok จำนวน 5 ตอน และให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่านประเมินคุณภาพความเหมาะสมของนวัตกรรมการเก็บข้อมูลข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น

2. ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างที่มีความสมัครใจจำนวน 25 คน ทำแบบทดสอบความรู้การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งและความรู้การป้องกันพฤติกรรมถูกการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ก่อนรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ ผ่าน Google form

3. ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างที่มีความสมัครใจจำนวน 25 ชมนวัตกรรมละครสร้างสรรค์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นผ่านช่อง SK_CHANNEL_2024 ใน แอปพลิเคชัน Tik Tok ผู้วิจัยสร้างขึ้น

4. ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างที่มีความสมัครใจจำนวน 25 คน ทำแบบทดสอบความรู้การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งและความรู้การป้องกันพฤติกรรมถูกการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok หลังรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ ผ่าน Google form อีกครั้ง

5. ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างที่มีความสมัครใจจำนวน 35 คนที่ได้รับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ ทำแบบประเมินความพึงพอใจ

6. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่าที (t-test)

ผลการวิจัย

สรุปผลการพัฒนานวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok

วัตถุประสงค์งานวิจัยที่ 1 ผลการพัฒนานวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ในภาพรวม พบว่า สื่อละครที่พัฒนาขึ้นในภาพรวมทั้งหมด 5 ตอน มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ตอนที่ 5 ภูมิใจคุ้มกันรับมือบูลลี่ ตอนที่ 4 ล้อเล่นกับคนใกล้ตัว ตอนที่

1 เลิกล้อ เลิกบูลลี่ ตอนที่ 2 คิดก่อนโต้ตอบ และตอนที่ 3 คนจนมีสิทธิมีชัย ตามลำดับ เมื่อพิจารณาภาพรวมของรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านที่มีคุณภาพความเหมาะสมมากที่สุด คือ ด้านสื่อความหมาย รองลงมาด้านเนื้อหา และด้านเทคนิค ตามลำดับ

สรุปได้ว่า นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ที่พัฒนาขึ้นทั้ง 5 ตอน มีคุณภาพความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสามารถนำไปสู่กระบวนการทดลองศึกษาและเผยแพร่ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ต่อไปได้

วัตถุประสงค์งานวิจัยที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความรู้การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล ก่อนและหลังรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันการกลั่นแกล้ง กลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ที่พัฒนาขึ้น ทั้ง 5 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 เลิกล้อ เลิกบูลลี่ ตอนที่ 2 คิดก่อนโต้ตอบ ตอนที่ 3 คนจนมีสิทธิมีชัย ตอนที่ 4 ล้อเล่นกับคนใกล้ตัว และตอนที่ 5 ภูมิคุ้มกันรับมือบูลลี่ เป็นรายชื่อโดยพิจารณาจากส่วนต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้น พบว่าคะแนนเฉลี่ยหลังการรับชมสื่อสูงกว่าก่อนการรับชมสื่อ โดยเฉพาะข้อการเปลี่ยนแปลงความรู้การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง ในข้อที่ 3 ผลกระทบจากการรังแกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล มีผลต่อร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ และในข้อที่ 5 การแสดงความคิดเห็นในรูปของเพื่อนในโลกออนไลน์ เช่น หน้าแกล่ หน้าเทา ตัวเท่าช้าง เป็นต้น ถือเป็นการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล มีการเปลี่ยนแปลงความรู้การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งเพิ่มขึ้นโดยมีส่วนต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.20 เป็นข้อที่มีคะแนนเพิ่มขึ้นสูงที่สุด

ผลการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงความรู้การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล ก่อนและหลังการรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นในภาพรวม พบว่า หลังการรับชมมีคะแนนเฉลี่ยมากกว่าก่อนการรับชม ได้ผลคะแนน t-test เท่ากับ 19.51 sig (2 tailed) เท่ากับ .000 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงความรู้การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ก่อนและหลังการรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ กลุ่มทดลองจำนวน 25 คน

แบบวัดความรู้การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok	N	ก่อนรับชมสื่อ		หลังรับชมสื่อ		t-test	Sig. (2-tailed)
		$\bar{X}_1$	S ₁	$\bar{X}_2$	S ₂		
คะแนนความรู้ในการป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล	25	35.40	2.00	46.12	1.94	19.51	.000*

เบอร์ กลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok							
---	--	--	--	--	--	--	--

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลพบว่าคะแนนเฉลี่ยการเปลี่ยนแปลงความรู้การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเบอร์กลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok หลังการรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ สูงกว่าก่อนกับรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง กลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 แสดงว่า นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้น ส่งผลให้ผู้รับชมสื่อมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบและพฤติกรรมที่ควรหลีกเลี่ยงการกลั่นแกล้งในสภาพแวดล้อมดิจิทัลมากขึ้น และมีความรู้ความเข้าใจในการป้องกันพฤติกรรมของตนเองในการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์งานวิจัยที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความรู้ในการป้องกันการพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล ก่อนและหลังรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันการกลั่นแกล้ง กลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ที่พัฒนาขึ้น ทั้ง 5 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่1 เลิกล้อ เลิกบูลลี่ ตอนที่ 2 คิดก่อนโต้ตอบ ตอนที่ 3 คนจนมีสิทธิ์มีชัย ตอนที่ 4 ล้อเล่นกับคนใกล้ตัว และตอนที่ 5 ภูมิคุ้มกันรับมือบูลลี่ เป็นรายชื่อโดยพิจารณาจากส่วนต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้น พบว่าคะแนนเฉลี่ยหลังการรับชมสื่อสูงกว่าก่อนการรับชมสื่อ โดยเฉพาะข้อการเปลี่ยนแปลงความรู้ในการป้องกันการพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งในข้อที่ 5 ไม่ควรเปิดเผยข้อมูลและตัวตนของตัวเองมากเกินไปในโลกออนไลน์เพื่อป้องกันการถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล มีการเปลี่ยนแปลงความรู้ในการป้องกันการพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งเพิ่มขึ้นโดยมีส่วนต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.40 เป็นข้อที่มีคะแนนเพิ่มขึ้นสูงที่สุด

ผลการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงความรู้การป้องกันพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล ก่อนและหลังการรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นในภาพรวม พบว่า หลังการรับชมมีคะแนนเฉลี่ยมากกว่าก่อนการรับชม ได้ผลคะแนน t-test เท่ากับ 29.38 sig (2 tailed) เท่ากับ .000 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงความรู้การป้องกันพฤติกรรมถูกกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลในกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ก่อนและหลังการรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ กลุ่มทดลองจำนวน 25 คน

แบบวัดความรู้การป้องกันพฤติกรรมถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล กลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok	N	ก่อนรับชมสื่อ		หลังรับชมสื่อ		t-test	Sig. (2-tailed)
		$\bar{X}_1$	S ₁	$\bar{X}_2$	S ₂		
คะแนนความรู้ในการป้องกันการถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok	25	33.96	1.05	45.48	1.44	29.38	.000*

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลพบว่าคะแนนเฉลี่ยการเปลี่ยนแปลงความรู้การป้องกันพฤติกรรมถูกกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลในกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok หลังการรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ สูงกว่าก่อนกับรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมถูกกลั่นแกล้ง กลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 แสดงว่า นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้น ส่งผลให้ผู้รับชมสื่อมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับพฤติกรรมตนเองที่ควรหลีกเลี่ยงและมีความรู้เกี่ยวกับวิธีรับมือหรือป้องกันตนเองเมื่อถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์งานวิจัยที่ 4 ผลความพึงพอใจต่อการรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมถูกกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลในกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok โดยภาพรวม พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยใน 3 ลำดับแรก พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด ในข้อที่ 9 ละครสร้างสรรค์ เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมถูกกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลในกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ให้ความบันเทิงและยังได้รับความรู้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน รองลงมาคือข้อที่ 8 ละครสร้างสรรค์ เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมถูกกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลในกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ทำให้ตระหนักและทบทวนพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตของตนเอง และข้อที่ 7 ละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมถูกกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลในกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok นำเสนอทำให้เข้าใจและรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันพฤติกรรมถูกกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลได้ง่ายขึ้น ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อละคร

ทั้ง 5 ตอนทีผลดีขึ้น โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ตอนที่ 5 ภูมิคุ้มกันรับมือบูลลี่ มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงคือตอนที่ 4 ล้อเล่นกับคนใกล้ตัว ตอนที่ 1 เลิกล้อ เลิกบูลลี่ ตอนที่ 2 คิดก่อนโต้ตอบ ตอนที่ 3 คนจนมีสิทธิ์มัย ตามลำดับ สรุปได้ว่าผู้รับชมมีความพึงพอใจต่อการชมวีดิกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ ที่พัฒนาขึ้นทั้ง 5 ตอน ที่พัฒนาขึ้น สามารถน่านวีดิกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นไปเผยแพร่ให้แก่เยาวชนในกลุ่ม Gen Z และประชาชนทั่วไปในประเทศได้รับฟัง เพื่อเป็นโยชน์ในการป้องกันพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ที่พัฒนาขึ้น ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล และบูรณาการพัฒนานวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตสื่อรณรงค์ และประยุกต์กระบวนการผลิตสื่อ Mpsc Model (Tonggao, 2019) เพื่อประกอบการสร้างสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล โดยละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok มีทั้งหมด 5 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 เลิกล้อ เลิกบูลลี่ ตอนที่ 2 คิดก่อนโต้ตอบ ตอนที่ 3 คนจนมีสิทธิ์มัย ตอนที่ 4 ล้อเล่นกับคนใกล้ตัว และตอนที่ 5 ภูมิคุ้มกันรับมือบูลลี่ ทั้งนี้ เนื้อหาที่น่าสนใจเรื่องเป็นบทละครเพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลนั้นเป็นเนื้อหาที่มีสาระประโยชน์และผู้คนส่วนใหญ่สามารถศึกษาหาข้อมูลตามแหล่งเอกสารทางวิชาการหรือเว็บไซต์ได้ด้วยตนเองเพียงแต่ขาดการกระตุ้นหรือปลุกเร้าให้คนสนใจเท่าที่ควร เพราะเป็นเนื้อหาความรู้ที่มีความซับซ้อน เข้าใจยาก จึงต้องนำมาดัดแปลงเป็นละครสั้นเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้นเรียกว่า เป็นการ แปลงสาร (Sarobol, 1998) การทำหน้าที่ในลักษณะ “แปลงสาร” ที่เป็นสาระ ความรู้ ข้อคิด คติเตือนใจ ซึ่งมักเป็นเรื่องยาก ซับซ้อน หรือดูไม่น่าสนใจให้มีเนื้อหาเข้าใจง่าย เห็นภาพชัดเจน และน่าสนใจ ในขณะเดียวกันก็นำเสนอสาระความรู้ดังกล่าวในรูปแบบของความบันเทิงสู่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ในรูปแบบที่เรียกว่าสื่อสาระบันเทิง (Edutainment) เป็นรูปแบบการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ที่มีทั้งความสนุกและสอดแทรกความรู้ให้กับผู้คนในสังคม สอดคล้องกับ Kamcharamenukul (2024) ได้กล่าวถึงสื่อสาระบันเทิง (Edutainment) ว่าเป็นการผสมผสานเนื้อหาที่ต้องการให้ความรู้ สาระที่เป็นประโยชน์หรือเปิดประเด็นให้ผู้คนสนใจเรื่องราวปัญหาในสังคม ตลอดจนเรื่องเกี่ยวกับนโยบายสำคัญ

ในสังคมที่ต้องการการรณรงค์เพื่อให้สังคมรับรู้ เข้าใจและเกิดการประพัตติในแนวทางที่เหมาะสมผ่านการเล่าเรื่องในลักษณะความบันเทิงของภาพยนตร์สั้น ทั้งนี้คำว่า เอดดูเทนเมนต์ คือกระบวนการดำเนินงานที่มีเจตนาผสมผสานข้อมูลข่าวสาร และสาระความรู้ในด้านต่าง ๆ เข้ากับความบันเทิง โดยมีเป้าหมายให้บุคคลได้คิดคำนึงรับรู้และมีการปฏิบัติตนในแนวทางที่พึงประสงค์ของสังคม

2. การเปรียบเทียบความรู้การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ก่อนและหลังการรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งเพิ่มมากขึ้น และเพิ่มมากที่สุดข้อที่ 3 ผลกระทบจากการรังแกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล มีผลต่อร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ และในข้อที่ 5 การแสดงความคิดเห็นได้รูปของเพื่อนในโลกออนไลน์ เช่น หน้าแก่ หน้าเทา ตัวเท่าช้าง เป็นต้น ถือเป็นการกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล มีการเปลี่ยนความรู้เพิ่มขึ้นโดยมีส่วนต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.20 เป็นข้อที่มีคะแนนเพิ่มขึ้นสูงที่สุด แสดงให้เห็นว่าหลังรับชมสื่อกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจและให้ความตระหนักเรื่องผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการรังแกกลั่นในโลกออนไลน์ สอดคล้องกับ Sirisomrutai (2018) ได้ศึกษาด้านการรับรู้ ทศนคติ และความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล ในระดับมาก โดยในส่วนการรับรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดว่า การกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ในส่วนทัศนคติต่อการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดว่า พฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลเป็นสิ่งที่สมควรกระทำ และในส่วนของความตั้งใจในการเกิดพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะไม่แสดงพฤติกรรมการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียล สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Intanon & Soemsinsri (2018) งานวิจัยเรื่อง การศึกษาวิธีป้องกันการกลั่นแกล้งทางโซเชียลของวัยรุ่น พบว่า วัยรุ่นรับรู้ว่าการกลั่นแกล้งบนโลกโซเชียลส่งผลกระทบต่อจิตใจของผู้ถูกกลั่นแกล้งทำให้ อับอาย โกรธ เสียใจและส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับเพื่อน เกิดความขัดแย้งในกลุ่ม บางกรณีรุนแรงส่งผลให้ผู้ถูกกลั่นแกล้งต้องหลีกหนีจากสังคม

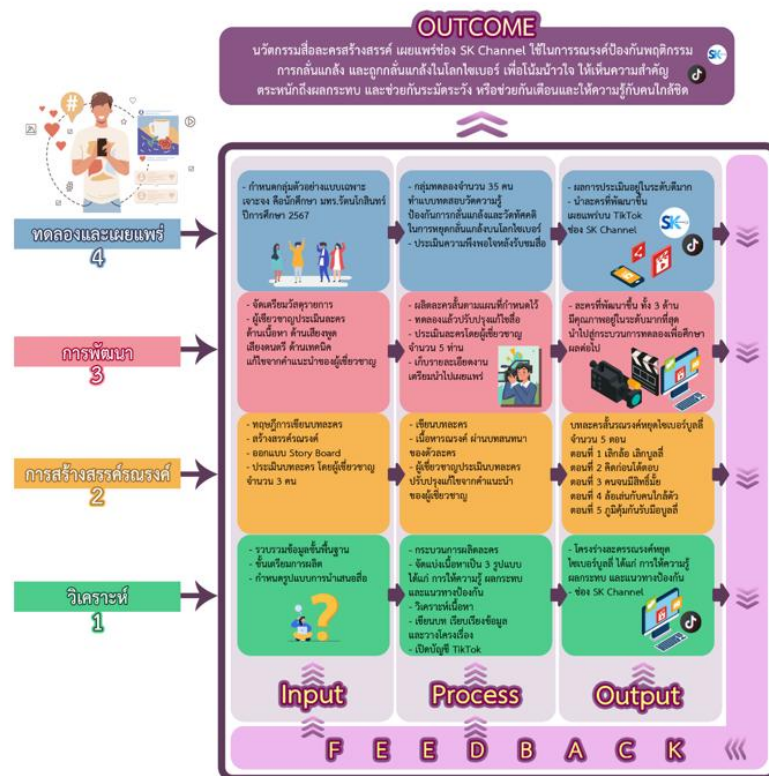
3. การเปรียบเทียบความรู้การป้องกันพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ก่อนและหลังการรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้การป้องกันพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งเพิ่มมากขึ้น และเพิ่มมากที่สุดข้อที่ 5 ไม่ควรเปิดเผยข้อมูลและตัวตนของตัวเองมากเกินไปในโลกออนไลน์เพื่อป้องกันการถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล มีการเปลี่ยนความรู้ในการป้องกันพฤติกรรมการถูกกลั่นแกล้งเพิ่มขึ้นโดยมีส่วนต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.40 เป็นข้อที่มีคะแนนเพิ่มขึ้นสูงที่สุด แสดงให้เห็นว่าหลังรับชมสื่อกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับการปกป้องตนเองระมัดระวังเพื่อป้องกันไม่ให้ถูกกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ สอดคล้องกับ Suran, Chanprasert & Suprukchaiyakul (2018) ศึกษาเรื่อง การรังแกผ่านโลกโซเชียลในมิติสังคมวัฒนธรรม: กรณีศึกษาเยาวชน

ไทยเจนเนอเรชั่น Z พบว่า เยาวชนมีการจัดการปัญหาการถูกรังแกผ่านโลกโซเชียลเบอร์ 3 แบบ คือ 1. การจัดการมุ่งตัวปัญหา(Problem base coping) 2. การจัดการด้านอารมณ์(Emotional coping) 3. การจัดการแบบหลีกเลี่ยง รักษาระยะห่าง (Avoidant coping) และยังสรุปได้ว่าสิ่งสำคัญที่ทำให้เยาวชนที่ถูกรังแกสามารถผ่านพ้นปัญหาได้ คือ การตระหนักในศักยภาพตน (Self – Efficacy) การเห็นคุณค่าในตนเอง (Self – Worth) การได้รับความรักและได้รับการยอมรับ (Love and Belonging) การเสริมกำลังใจ (Encouragement) และรู้สึกปลอดภัย (Safety)

3. การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลเบอร์กลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ที่พัฒนาขึ้นทั้งหมด 5 ตอน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 35 คน พบว่าภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด จากการศึกษาความพึงพอใจต่อการรับชมนวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ทำให้เห็นได้ว่าการสร้างสรรค์นวัตกรรมสื่อยังคงใช้เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการรณรงค์เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อการป้องกันตนเองจากภัยคุกคามทางโลกโซเชียล Pongkomol Surant and group (2018) กล่าวว่า สิ่งที่สามารถทำได้ในการป้องกันภัยที่มาจากสื่อสังคมออนไลน์ ก็คือการสร้างความตระหนักรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ให้กับวัยรุ่นไทยให้เกิดความรอบคอบและมีสติทุกครั้งในการสื่อสารและแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ คือวิธีป้องกันภัยร้ายได้เป็นอย่างดี

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมการกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลเบอร์กลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ผู้วิจัยได้บูรณาการพัฒนานวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตสื่อรณรงค์ ทฤษฎีระบบ (System Theory) และประยุกต์กระบวนการผลิตสื่อ Mpsc Model ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 2 กระบวนการพัฒนานวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรม การกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกไซเบอร์กลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นวิเคราะห์ (Analysis) รวบรวมข้อมูลขั้นพื้นฐาน (Data Gathering) ศึกษากระบวนการผลิตละครสั้น กำหนดหัวเรื่องและวางแผนการผลิตละคร เตรียมการผลิตละคร กำหนดรูปแบบการนำเสนอสื่อเป็นละครสั้นเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการป้องกันการกลั่นแกล้งในโลกไซเบอร์ของกลุ่ม Gen z กำหนดให้ TikTok เป็นแพลตฟอร์มเพื่อเผยแพร่สื่อ

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นการสร้างสคริปต์ การเขียนบทละครประกอบสร้างความหมายผ่านการเล่าเรื่อง โดยใช้สถานการณ์พื้นฐาน สร้างสคริปต์ละครสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับการป้องกันพฤติกรรม การกลั่นแกล้งและถูกกลั่นแกล้งในโลกไซเบอร์กลุ่ม Gen Z จำนวน 5 ตอน ออกแบบ Story Board และประเมินบทละคร โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นการพัฒนา (Development) ผลิตละครตามแผนที่กำหนดไว้ ทดลองแล้วปรับปรุงแก้ไข ประเมินคุณภาพสื่อละครโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน ตรวจสอบเนื้อหาให้สมบูรณ์พร้อมนำไปสู่กระบวนการขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 ขั้นการประเมินผลและเผยแพร่ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ปีการศึกษา 2567 จำนวน 35 คน ประเมินประสิทธิผลของนวัตกรรม โดยทำแบบทดสอบวัดความรู้การป้องกันพฤติกรรมกลั่นแกล้งและวัดความรู้การป้องกันพฤติกรรมถูกลั่นแกล้งในโลกโซเชียล ประเมินความพึงพอใจหลังรับชมสื่อ เผยแพร่ละครบน TikTok ของ sk_channel_2024

การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและทดลองด้วยการสร้างและผลิตเนื้อหาตามรูปแบบเทคโนโลยีบูรณาการ โดยกระบวนการนี้สามารถนำไปต่อยอดพัฒนาเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

นวัตกรรมสื่อละครสร้างสรรค์เพื่อรณรงค์การป้องกันพฤติกรรมกลั่นแกล้งและถูกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกลุ่ม Gen Z ผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ที่พัฒนาขึ้นเป็นตัวอย่างของการนำความรู้ทางวิชาการมาผสมผสานกับสื่อร่วมสมัยได้อย่างเหมาะสม ทั้งยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ต่อยอดไปสู่การรณรงค์ในประเด็นสังคมอื่น ๆ ได้อีกในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้เน้นศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชั่น Z ครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับปัญหาจากการถูกลั่นแกล้งในโลกโซเชียลกับทุกกลุ่มทุกช่วงวัย เพื่อนำขอข้อมูลมาประกอบในการทำวิจัยและนำข้อมูลมาวางแผนการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนโดย จัดลำดับก่อน-หลัง กลุ่มไหนหรือวัยใดและเรื่องอะไร
2. งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมาประกอบการอภิปรายผล

References

- Adchaklub, R. (2019). *Satisfaction and participation of challenges in TikTok application of users in Bangkok* [Master's thesis, Bangkok University].
- Chavengsaksongkram, P. (2015). *Network, campaigns and communication strategies for a Thai city farm project* [Master's thesis, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University].
- Intanon, S., & Soemsinsri, P. (2018). The study of how youth can protect themselves from cyberbullying. In *Proceedings of the 2nd UTCC Academic Day National Academic Conference and Presentation*. University of the Thai Chamber of Commerce, Bangkok.

- Kamcharamenukul, N. (2024). Short films: Edutainment media for participatory social campaigns. *Academic Conference Journal of Safe and Creative Media Development Fund*.
- Office of the Royal Society. (n.d.). *Cyber bullying*. <https://free.facebook.com/RatchabanditThai/photos/cyber-bully>
- Roberts, W. B., Jr. (2008). *Working with parents of bullies and victims*. Corwin Press.
- Saenmai, P. (2020). *Cyberbullying through online media: Causes and problem management approaches* [Master of Arts thesis, Faculty of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration].
- Sanders, C. E., & Phye, G. D. (2004). *Bullying: Implications for the classroom*. Elsevier.
- Sirisomrutai, C. (2018). *Perception, attitude, and behavioral intentions towards cyberbullying*. Bangkok University.
- Suran, P., Chanprasert, T., & Suprukchaiyakul, N. (2018). Process of cyberbullying in Thai youths: Multiple case studies. *Academic Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology*, 4(2), 61–79.
- Thai Health Promotion Foundation. (2020). *What is cyberbullying, how does it affect, and how should we deal with it*. <https://resourcecenter.thaihealth.or.th/article/cyberbully>
- Tongngao, K. (2019). *Radio broadcasting production* (3rd ed.). Triple Group Co., Ltd.