

JOURNAL OF MASS COMMUNICATION

วารสารการสื่อสารมวลชน

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ISSN: 1906-2591 (PRINT) ISSN: 2673-0545 (ONLINE)



วารสารการสื่อสารมวลชน
Journal of Mass Communication
ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2562
Vol. 7 No. 1 January – June 2019
ISSN: 1906-2591 (Print) ISSN: 2673-0545 (Online)
คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ที่ปรึกษา	Advisory Board
รองศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณฤมล คณบดีคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Associate Professor Terapatt Vannaruemol Dean of the Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
บรรณาธิการ	Editor
อาจารย์ ดร.พิมลพรรณ ไชยนันท์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Pimonpan Chainan, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
กองบรรณาธิการ	Editorial for Academic Affairs
รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนสมิagul คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	Associate Professor Komsan Rattanasimakul, Ph.D. Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ นำเจริญ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Associate Professor Narin Numjareau, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	Assistant professor Kamolnut Pholwan, Ph.D. Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant professor Kwanfa Sriprapandh, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก	Assistant professor Boonyou Khorpornprasert, Ph.D. Faculty of Liberal Arts, Krirk University, Bangkok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยากร ตีระพุดติกุลชัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	Assistant professor Busayagorn Teeraputtigunchai, Ph.D. Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University, Lampang
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา จิตตคุตตานนท์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้	Assistant professor Ladda Chittakuttanon, Ph.D. Faculty of Liberal Arts, Maejo University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	Assistant professor Arishai Akraodom, Ph.D. School of Communication Arts, Bangkok University, Bangkok
อาจารย์ ดร.วิทยา พานิชล้อเจริญ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Vithaya Panichlocharoen, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.วีระ สุทะ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	Wera Supa, Ph.D. Faculty of Communication Arts, North Bangkok University, Bangkok

ผู้ทรงคุณวุฒิ	Peer Reviewer
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	Associate Professor Kullatip Satararужи, Ph.D. Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration, Bangkok
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต	Associate Professor Grit Thonglert, Ph.D. College of Communication Arts, Rangsit University, Pathum Thani
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา เกิดดี วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต	Associate Professor Krisada Kerddee, Ph.D. College of Communication Arts, Rangsit University, Pathum Thani
รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนสิมิกุล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	Associate Professor Komsan Rattanasimukul, Ph.D. Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai
รองศาสตราจารย์ ดร.สุระชัย ชูผกา คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง	Associate Professor Surachai Chupaka, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Ramkhamhaeng University, Bangkok
รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Associate Professor Joompol Rodcomdee Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Bangkok
รองศาสตราจารย์ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Associate Professor Tiranan Anawushsiriwongse Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Bangkok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	Assistant professor Kamolnut Pholwan, Ph.D. Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรมกิตติ ธรรมโม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	Assistant professor Tammakit Tammo, Ph.D. Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก	Assistant professor Boonyou Khorpornprasert, Ph.D. Faculty of Liberal Arts, Krirk University, Bangkok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยากร ตีระพุดทิกุลชัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	Assistant professor Busayagorn Teeraputtigunchai, Ph.D. Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University, Lampang
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข ธรรมรัตน์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร	Assistant professor Poonsuk Pramoratat, Ph.D. Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University, Phitsanulok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา จิตตคุตตานนท์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้	Assistant professor Ladda Chittakuttanon, Ph.D. Faculty of Liberal Arts, Maejo University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลคำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	Assistant professor Sermsiri Nindum, Ph.D. Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถอุดม คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	Assistant professor Arishai Akraudom, Ph.D. School of Communication Arts, Bangkok University, Bangkok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปันทรานูวงศ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	Assistant professor Adchara Panthanuwong, Ph.D. Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University, Pathum Thani
อาจารย์ ดร.จักรพันธ์ ชัดชุมแสง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	Jaggapan Cadchumsang, Ph.D. Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Khon Kaen
อาจารย์ ดร.ชนัญสรา อรนพ ณ อยุธยา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	Chanansara Oranop Na Ayutthaya, Ph.D. Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, Bangkok

อาจารย์ ดร.พรรษาสิริ กุลลาบ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Phansasiri Kularb, Ph.D. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Bangkok
อาจารย์ ดร.พีรยุทธ โอพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	Peerayut Oraphan, Ph.D. Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University, Pathum Thani
อาจารย์ ดร.วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	Wichian Lattipongpun, Ph.D. Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration, Bangkok
อาจารย์ ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	Viroj Suttisima, Ph.D. School of Communication Arts, Bangkok University, Bangkok
อาจารย์ ดร.วีระ สุกะ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	Wera Supa, Ph.D. Faculty of Communication Arts, North Bangkok University, Bangkok
อาจารย์ ดร.ไวยวุฒิ วุฒิอรรถสาร คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	Waiyawut Wuthiastasarn, Ph.D. Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani
อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	Sopark Panichpapiboon, Ph.D. School of Communication Arts, University of the Thai Chamber of Commerce, Bangkok
อาจารย์ ดร.ศศิธร ยูวโกศล ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	Sasithon Yuwakosol, Ph.D. Center for Academic Services of Srinakharinwirot University, Bangkok

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน	Peer Reviewer
รองศาสตราจารย์ ดร.กรวรรณ กฤตวรกาญจน์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Associate Professor Korawan Kritworakarn, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ นำเจริญ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Associate Professor Narin Numjareau, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant professor Kwanfa Sriprapandh, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันท์สิทธิ์ กิตติวารกุล คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant professor Nantasit Kittiwarakul Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลัดดาวัลย์ อินทจักร คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant professor Laddawan Inthajakra Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุนันทา แย้มทัพ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant professor Sunanta Yamthap Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศิกันต์ ลิ้มปิติ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant professor Sasikarn Limpiti Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.จิรเวทย์ รักชาติ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Jirawate Rugchat, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร. จิระศักดิ์ สารรัตน์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Chirasak Sararat, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.ภัทมัย อินทจักร คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Phatmai Intrajakra, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai

อาจารย์ ดร. เมริสา สกุลสุทธวงศ์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Merisa Skulsuthavong, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.วิทยา พานิชล้อเจริญ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Vithaya Panichlocharoen, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร. ศิวพร สุกฤตตานนท์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Siwaporn sukittanon, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรัตน์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Supparerk Pothipairatana, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ฝ่ายจัดการวารสาร	Management Division
นางสาวเกษรี ตติยะอนันต์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Kessaree Tatiya-anan Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นายมัฆวัต พงศ์มัชวาน คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Mr. Makawat Pongmakawan Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นางสาวศศิกันต์ ศรีนรพรณ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Sasikarn Srinoraphan Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นางสาวอรอนงค์ ดุ้ยแสน คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Ornanong Tuisan Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นางสาวจิตราพรณ รัตนวงษ์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Jitrapan Rattanavong Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นางสาวธนาภา ศรีสุวรรณ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Thanapha Srisuwan Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai

วารสารการสื่อสารมวลชนฉบับนี้ รวบรวมบทความที่สะท้อนถึงการสื่อสารในบริบทของสังคมไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของสื่อสู่ยุคดิจิทัล ทำให้องค์กรสื่อในฐานะผู้ส่งสารและประชาชนผู้รับสารต้องปรับตัวรับกับเทคโนโลยีการสื่อสารด้วยกันทั้งสองฝ่าย โดยเฉพาะสื่อกระแสหลักอย่างวิทยุกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ บทบาทของสื่อในการกำหนดวาระข่าวสารต่อสาธารณะยังคงมีความสำคัญอย่างปฏิเสธไม่ได้ อันส่งผลให้งานวิจัยทางด้านการรู้เท่าทันสื่อของผู้รับสารในกลุ่มต่างๆ ยังคงเป็นงานที่นักวิชาการด้านการสื่อสารให้ความสนใจศึกษาเพื่อหาแนวทางสร้างภูมิคุ้มกันให้กับผู้รับสารในการรับมือกับข้อมูลข่าวสารที่ท่วมท้น

การปรับตัวขององค์กรสื่อถูกนำเสนอผ่านบทความของ สุณิสา เมืองแก้ว และ ธีรภัทร วรรณฤมล เรื่องการปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ โดยนำเสนอผลการศึกษารูปแบบการปรับตัวของสถานีวิทยุประเภทต่างๆ ในยุคหลอมรวมสื่อ รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถและศักยภาพขององค์กรในการปรับตัวเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร อีกบทความหนึ่งที่นำเสนอประเด็นเกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กรสื่อ คือ งานของ พิกุลทิพย์ ยุระพันธ์ และ พัทธนิ เษยจรรยา ที่ศึกษาการรับรู้ของผู้อ่านและการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส ในยุคดิจิทัล ที่พฤติกรรมของผู้รับสารในการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ลดน้อยลง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่เป็นองค์กรขนาดเล็กมีการจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างไร

บทบาทของสื่อต่อสาธารณะอีกด้านหนึ่งที่มีงานวิจัยและการศึกษาในบริบทต่างๆ ทั้งในประเทศไทยและนานาชาติอย่างต่อเนื่อง คือ บทบาทในการกำหนดวาระข่าวสาร ซึ่ง อภิภู กิตติกาธร ได้ศึกษาถึงแนวโน้มและทิศทางการศึกษาในประเด็นเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารที่มีพัฒนาการสอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อยุคดิจิทัล นำเสนอให้เห็นถึงภาพรวมของสถานภาพองค์ความรู้การวิจัย และเสนอแนะถึงช่องว่างของงานวิจัย อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจศึกษาในประเด็นดังกล่าวต่อไปในอนาคต

ในขณะที่ผลกระทบของสื่อเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยากในยุคที่ผู้รับสารถูกถาโถมด้วยปริมาณของข้อมูลข่าวสารจำนวนมากผ่านช่องทางต่างๆ ทำให้คุณภาพของสารที่ได้รับปะปนกันไปทั้งสารที่มีคุณภาพและไม่มีคุณภาพ อีกทั้งยังมีสารปลอมแปลงสารลงในรูปแบบที่อาจทำให้ผู้รับสารแยกแยะและเลือกเปิดรับได้ยาก การรู้เท่าทันสื่อ

จึงเป็นประเด็นการศึกษาที่นักวิชาการให้ความสนใจอย่างมาก และศึกษาในกลุ่มผู้รับสารที่หลากหลาย ดังเช่นงานของ อลิชา ตรีโรจนานนท์ ในบทความเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ในภาคเหนือของประเทศไทย งานของ พิชญภาพร ประครองใจ และ เกรกซ์ บัณพงษ์ ในบทความเรื่องรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลกับบทบาทของผู้บริโภค และอีกงานหนึ่งเป็นการศึกษาในกลุ่มพลเมืองผู้สูงอายุ เป็นการศึกษาที่เตรียมพร้อมประเทศไทยต่อการเป็นสังคมผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี ในบทความเรื่อง การพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุในประเทศไทย ของ พัทธ์ศักดิ์ดี ทิศาภาคย์ ชนัญสุรา อรณพ ฌ อยุธยา และ วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา

ผู้รับสารอีกกลุ่มหนึ่งที่สำคัญแต่ยังมีการศึกษาในประเด็นทางด้านการสื่อสารน้อย คือ ผู้บกพร่องทางการได้ยิน ซึ่ง วัชรพงษ์ กาหลง และ เอกวิทย์ มณีธร ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บกพร่องทางการได้ยินที่มีต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคม และพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี อันจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างหลักประกันทางสังคมที่สนับสนุนการดำเนินชีวิตที่ดีของผู้บกพร่องทางร่างกายในสังคมไทย

วารสารการสื่อสารมวลชน พยายามพัฒนาการทำงานอย่างต่อเนื่องในการเป็นพื้นที่ของการเผยแพร่ และแลกเปลี่ยนความรู้เชิงวิชาการและการวิจัยด้านการสื่อสาร และนิเทศศาสตร์ในประเด็นที่หลากหลาย กองบรรณาธิการวารสารการสื่อสารมวลชน จึงขอเชิญชวนนักวิชาการ อาจารย์ และนักศึกษา ส่งบทความมาเสนอในวารสาร เพื่อร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสื่อสารต่อไป

พิมลพรรณ ไชยนันท์

บรรณาธิการ

	หน้า
การรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ในภาคเหนือของประเทศไทย Media Literacy of Thai Monk in the Northern Region of Thailand » อลิษา ตรีโรจนานนท์	1
การปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ Adaptation of Radio Broadcast During the Media Convergence Era » สุณิสา เมืองแก้ว และธีรภัทร วรณฤมล	25
ความพึงพอใจที่มีต่อสิทธิประโยชน์ทางสังคม ของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี Satisfaction with Social Benefits of Hearing Impaired People in Chonburi » วุฒิพงษ์ กาหลง และเอกวิทย์ มณีธร	45
การรับรู้ของผู้อ่านและการจัดการองค์กร หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสในยุคดิจิทัล Reader's Perception and Organization Management "Focus Pak Tai" of Local Newspaper in The Digital Age » พิกุลทิพย์ ยุระพันธ์ และพัชนี เขยจรรยา	69

การกำหนดวาระข่าวสารในบริบทสื่อดิจิทัล: สถานภาพองค์ความรู้และทิศทางการวิจัยในอนาคต Agenda Setting in Digital Environment: State of the Art and Potential of Future Research » อภิภู กิตติกำธร	99
รู้เท่าทันสื่อดิจิทัลกับบทบาทของผู้บริโภค Digital Media Literacy: Consumer's Roles » พิชญพร ประครองใจ และเอกรงค์ ปั่นพงษ์	133
การพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุในประเทศไทย Media, Information, and Digital Literacy Indicators for Advocating Democratic Citizenship of Thai Elderly » พัทธ์ศัคดี ทิศภาคย์ ชนัญสุรา อรนพ ณ อยุธยา และวีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา	147
หลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ ในวารสารการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	A

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน และสาขาที่เกี่ยวข้อง
2. และเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย รวมทั้งการพัฒนาค้นคว้าความรู้ทางด้านการสื่อสารในสาขาวิชาต่างๆ มากขึ้น

ขอบเขตเนื้อหา

วารสารการสื่อสารมวลชน (Journal of Mass Communication) มีนโยบายรับพิจารณาบทความบทความวิชาการ บทความวิจัย บทปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

โดยขอบเขตเนื้อหาทางวิชาการด้านการสื่อสาร จะครอบคลุมเนื้อหาด้านการสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ หรือสาขาอื่นๆ ที่มีผลงานเกี่ยวเนื่องกับศาสตร์ทางด้านนี้ และผลงานนั้น จะต้องได้มาตรฐานตามที่วารสารการสื่อสารมวลชนได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ การพิจารณาจะไม่คำนึงถึงสถานที่ทำงาน สถาบันการศึกษา หรือศาสนาของผู้เขียน

กำหนดออกตีพิมพ์เผยแพร่

วารสารการสื่อสารมวลชน มีกำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ได้แก่

- ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน กำหนดเผยแพร่ในเดือน มิถุนายน
- ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม กำหนดเผยแพร่ในเดือน ธันวาคม

วารสารการสื่อสารมวลชนเผยแพร่ใน 2 รูปแบบ ได้แก่ แบบตีพิมพ์ ISSN: 1906-2591 (Print) และรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ISSN: 2673-0545 (Online) โดยเริ่มจัดพิมพ์วารสารการสื่อสารมวลชนปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (ฉบับเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม) ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2551 – ปัจจุบัน

รูปแบบการกลั่นกรองบทความก่อนลงตีพิมพ์ (Peer reviews)

รูปแบบการกลั่นกรองบทความก่อนลงตีพิมพ์ คือ ผู้พิจารณาไม่ทราบชื่อผู้แต่งและผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา (Double-blind peer review) โดย 1 บทความมีผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาประเมิน 2 ท่าน

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาบทความ

1. กองบรรณาธิการ จะไม่พิจารณาบทความหรือข้อเขียนที่ได้รับการตีพิมพ์แล้วในที่อื่นๆ โดยจะต้องเป็นบทความที่เขียนขึ้นมาใหม่ (Original article) ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน (Redundant publication) หากเป็นบทความที่เคยนำเสนอในที่ประชุมวิชาการ หรืองานสัมมนาวิชาการที่เคยที่ไหนมาก่อน หรือเป็นบทความที่เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ หรือการแปลงานจากภาษาอื่น จะต้องมีการอ้างอิงโดยระบุไว้ในเชิงอรรถ และบทความนั้นจะต้องมีการปรับแก้ให้เป็นไปตามมาตรฐานทางวิชาการ
2. ผู้เขียนบทความ จะต้องไม่ส่งบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์มากกว่าหนึ่งวารสารในเวลาเดียวกัน (Simultaneous submission)
3. จะต้องไม่เป็นบทความที่ละเมิด หรือคัดลอกผลงานของผู้อื่น (Plagiarism) รวมถึงการคัดลอกผลงานของตนเองโดยมิชอบ (Self-plagiarism)
4. กองบรรณาธิการ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดเลือกบทความที่จะเผยแพร่ โดยความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จากภายในและภายนอกคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5. กองบรรณาธิการ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาดกแต่งต้นฉบับในด้านภาษา ตัวสะกด การันต์ เพื่อให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย
6. กองบรรณาธิการ จะแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบ โดยจะไม่ส่งต้นฉบับคืน
7. จะต้องเป็นบทความที่มีการจัดรูปแบบ และจัดเตรียมข้อมูลครบถ้วนตามที่วารสารฯ ได้กำหนดไว้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

การพิจารณาคัดเลือกบทความ และการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. กองบรรณาธิการพิจารณาก่อนกรองบทความในเบื้องต้น โดยพิจารณาจากความสอดคล้องของเนื้อหาของบทความกับขอบเขตเนื้อหาของวารสาร ความน่าสนใจ การนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ และความครบถ้วนตามมาตรฐานวิชาการและจะพิจารณาความซ้ำซ้อนของบทความ โดยการนำบทความเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบการคัดลอกผลงานการเขียนทางวิชาการผ่านโปรแกรม Turnitin
2. บทความที่ผ่านการพิจารณาก่อนกรองจากกองบรรณาธิการเบื้องต้น จะถูกนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่าน พิจารณา โดยใช้รูปแบบผู้พิจารณาไม่ทราบชื่อผู้เขียน และผู้เขียนไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา (Double-blind peer review) ผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิถือเป็นที่สุด
3. กระบวนการพิจารณาบทความตามข้อ 1 และ 2 จะใช้เวลาไม่เกิน 3 เดือน โดยกองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้เขียนทราบ หากกระบวนการพิจารณาล่าช้ากว่าที่กำหนด กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนทราบ ถึงความล่าช้าดังกล่าว
4. ในกรณีที่จะต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงบทความ ให้ผู้เขียนแก้ไขบทความ และนำส่งกองบรรณาธิการภายใน 7 - 14 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับผลการพิจารณา
5. กองบรรณาธิการจะนำบทความที่ผ่านการพิจารณาและแก้ไขแล้ว เข้าสู่กระบวนการเรียงพิมพ์ และการตีพิมพ์เผยแพร่ โดยกองบรรณาธิการจะแจ้งกำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่เบื้องต้นให้ผู้เขียนทราบ และกองบรรณาธิการจะดำเนินการจัดส่งหนังสือตอบรับการตีพิมพ์ให้ผู้เขียน
6. ผู้เขียนจะได้รับวารสารการสื่อสารมวลชน จำนวน 2 เล่ม เป็นการตอบแทน โดยกองบรรณาธิการจะจัดส่งวารสารให้แก่ผู้เขียนภายใน 2 เดือน นับตั้งแต่วารสารการสื่อสารมวลชนได้รับการเผยแพร่

- ทิศนะและข้อคิดเห็นในวารสารการสื่อสารมวลชนฉบับนี้เป็นของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความโดยตรง ซึ่งกองบรรณาธิการวารสารการสื่อสารมวลชน ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย หรือร่วมรับผิดชอบใดๆ
- บทความ และข้อมูลที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารการสื่อสารมวลชน ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวารสาร หากบุคคลหรือหน่วยงานใดต้องการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในทางวิชาการ ขอให้อ้างอิงแหล่งที่มาด้วย

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงาน

Ethics and Policies

วารสารการสื่อสารมวลชน Journal of Mass Communication มุ่งมั่นที่จะรักษามาตรฐานทางจริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงาน ดังนั้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะต้องปฏิบัติตามหลักการและจริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานอย่างเคร่งครัด

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์

1. ผู้เขียนต้องรับรองว่าผลงานของผู้เขียนที่จัดส่งมานั้น เป็นผลงานใหม่ และไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน
2. ผู้เขียนต้องรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดจากการทำวิจัย ไม่บิดเบือนข้อมูล หรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
3. ผู้เขียนต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่น และต้องมีการอ้างอิงทุกครั้ง เมื่อนำผลงานของผู้อื่นมานำเสนอหรือนำมาอ้างอิงในเนื้อหาบทความของตน
4. ผู้เขียนต้องไม่นำผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่นๆ หลังจากที่ได้รับ การตีพิมพ์กับวารสารการสื่อสารมวลชน
5. ชื่อผู้เขียนที่ปรากฏในบทความ ต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในผลงานนี้จริง
6. ผู้เขียนต้องเปิดเผยแหล่งทุนสนับสนุนการจัดทำผลงานทางวิชาการ

7. ผู้เขียนต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบที่ วารสารการสื่อสารมวลชน ได้กำหนดไว้ใน “คำแนะนำสำหรับผู้เขียน”
8. ผู้เขียนต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)

บทบาทและหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาความลับ และไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความให้ผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับรู้ ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ (Confidentiality)
2. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องคำนึงถึงคุณภาพของบทความเป็นหลัก โดยพิจารณาบทความ ภายใต้หลักการและเหตุผลทางวิชาการ โดยปราศจากอคติหรือความคิดเห็นส่วนตัว และไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนใดๆ ทั้งสิ้น
3. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องตระหนักว่าตนเองมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของผลงาน ที่รับประเมินอย่างแท้จริง
4. หลังจากได้รับบทความจากบรรณาธิการวารสาร และผู้ทรงคุณวุฒิ ตระหนักว่า ตนเองอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความ เช่น เป็นผู้ร่วมโครงการ หรือรู้จักผู้เขียนบทความเป็นการส่วนตัว หรือเหตุผลอื่นๆ ที่ทำให้ไม่สามารถ ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างอิสระได้ ผู้ทรงคุณวุฒิ ควรแจ้งให้ บรรณาธิการวารสารฯ ทราบ และปฏิเสธการประเมินบทความนั้นๆ
5. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องระบุผลงานวิจัยที่สำคัญ และสอดคล้องกับบทความที่ กำลังประเมิน แต่ผู้เขียนบทความ ไม่ได้อ้างถึง เข้าไปในการประเมินบทความด้วย นอกจากนี้ หากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพบว่า บทความที่รับประเมิน เป็นบทความ ที่มีความเหมือน หรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งให้บรรณาธิการ ทราบโดยทันที
6. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่วารสาร กำหนด

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

1. การตัดสินใจของบรรณาธิการต่อการยอมรับหรือปฏิเสธบทความวิจัยเพื่อการตีพิมพ์ ควรขึ้นอยู่กับคุณภาพของบทความ ความสำคัญ ความใหม่ และความชัดเจนของบทความวิจัย ตลอดจนความเกี่ยวข้อง กับขอบเขตของและนโยบายวารสาร

2. บรรณาธิการต้องใช้เหตุผลทางวิชาการในการพิจารณาบทความทุกครั้ง โดยปราศจากอคติที่มีต่อบทความและผู้นิพนธ์ในด้านเชื้อชาติ เพศ ศาสนา วัฒนธรรม การเมือง และสังกัดของผู้เขียน

3. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียนบทความ และผู้ทรงคุณวุฒิแก่บุคคลอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ

4. บรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ไม่นำบทความหรือวารสารไปใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง

5. บรรณาธิการต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นมาแล้ว

6. บรรณาธิการต้องมีการตรวจสอบบทความในด้าน การคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) อย่างจริงจังโดยใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้ เพื่อให้แน่ใจว่าบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารไม่มีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น

7. หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่นในกระบวนการประเมินบทความ บรรณาธิการต้องหยุดกระบวนการประเมิน และติดต่อผู้เขียนบทความหลักทันที โดยขอคำชี้แจง เพื่อประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์บทความนั้นๆ

8. บรรณาธิการต้องไม่แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาบทความและผลประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงไม่ปิดกั้นหรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียน

9. บรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด และรักษามาตรฐาน ของวารสาร รวมถึงพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพและมีความทันสมัยเสมอ

10. บรรณาธิการต้องเต็มใจที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดการตีพิมพ์ การทำให้เกิดความกระจ่าง การถอดถอนบทความ และการขอภัย หากจำเป็น

รายละเอียดการจัดพิมพ์

1. การส่งบทความ ใช้โปรแกรม Microsoft Word ให้พิมพ์ลงกระดาษขนาด A4 แบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 Point ควรมีความยาวประมาณ 10-20 หน้า ระยะห่างจากขอบกระดาษ ทั้งด้านบน ด้านล่าง ด้านซ้าย และด้านขวา 2.54 เซนติเมตร และระยะห่างระหว่างบรรทัด เท่ากับ 1 (single space)
2. ควรมีความยาวตั้งแต่ 5,000 คำ แต่ไม่ควรเกินกว่า 15,000 คำ (จำนวนคำ ถือตามการนับจำนวนคำใน Microsoft Word) หรือควรมีความยาวประมาณ 10-20 หน้า
3. รูปภาพ ที่ใช้ประกอบในบทความ นามสกุล .jpg, .jpeg หรือ RAW หรือ TIFF ความละเอียด 300 Pixel / High Resolution ขนาดไฟล์ไม่ต่ำกว่า 500KB
4. การอ้างอิงให้ใช้รูปแบบ APA (American Psychological Association)

การส่งผลงานบทความ TCI Thai Journals Online (ThaiJO)

การส่งผลงานบทความ ผ่านระบบ TCI Thai Journals Online (ThaiJO) ประกอบด้วยเอกสารดังนี้

1. **แบบฟอร์มนำส่งบทความ** ซึ่งผู้เขียนรับรองว่าบทความที่นำส่งมานั้น เป็นผลงานของผู้เขียนเอง ไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างเสนอให้วารสารอื่นพิจารณา จำนวน 1 ฉบับ (ดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้ที่ <https://bit.ly/2PiqvhE>)
2. **ไฟล์ดิจิทัล 3 รูปแบบ ดังนี้**
 - (1) บทความต้นฉบับที่มีการจัดรูปแบบตามรายละเอียดที่วารสารกำหนด นามสกุล .pdf
 - (2) บทความต้นฉบับที่มีการจัดรูปแบบตามรายละเอียดที่วารสารกำหนด นามสกุล .doc หรือ .docx
 - (3) รูปภาพ ที่ใช้ประกอบในบทความ (ถ้ามี) นามสกุล .jpg, .jpeg หรือ RAW หรือ TIFF ความละเอียด 300 Pixel / High Resolution ขนาดไฟล์ไม่ต่ำกว่า 500 KB

ส่งมายังกองบรรณาธิการโดยผ่านทางระบบ TCI Thai Journals Online (ThaiJO) ของวารสารการสื่อสารมวลชนที่เว็บไซต์ <https://go.nexus.in.th/tGKml>

ทั้งนี้ การส่งบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์บทความกับทางวารสาร ไม่มีค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความ (Free of charge)

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

หน่วยบริหารงานวิจัย คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ที่อยู่ 239 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ 0-5394-2703 ต่อ 195 โทรสาร 0-5394-2704
อีเมล journalmc.cmu@gmail.com



การรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ในภาคเหนือของประเทศไทย
Media Literacy of Thai Monk in the Northern Region of Thailand

อลิชา ตรีโรจนานนท์¹ Alich Treerotchananon

Received: 26 March 2019, Revised: 13 May 2019, Accepted: 22 May 2019

บทคัดย่อ

พระสงฆ์เป็นบุคลากรทางพระพุทธศาสนาที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย มีบทบาทในการรับข้อมูลข่าวสารและสื่อสารข้อมูลข่าวสารให้กับชาวพุทธในสังคมระหว่างปฏิบัติศาสนกิจเผยแผ่ศาสนา การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นทักษะให้พระสงฆ์สามารถรับและสื่อสารข้อมูล เนื้อหาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ และสามเณรในเขตภาคเหนือของประเทศไทย โดยใช้วิธีเชิงปริมาณ การวิเคราะห์กำหนดกลุ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับบริบทของพระสงฆ์เป็นสี่กลุ่มคือ ด้านอายุ ซึ่งรวมถึงอายุพรรษาของพระสงฆ์ สถานภาพความเป็นพระหรือสามเณร การศึกษาของพระสงฆ์ รูปแบบการเข้าถึงสื่อและลักษณะของการใช้สื่อของพระสงฆ์ ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาทางโลกและความถี่ของการบริโภคสื่อจากอินเทอร์เน็ตเป็นตัวแปรสำคัญในการรู้เท่าทันสื่อ โดยพบว่า พระสงฆ์ที่มีการศึกษาทางโลกมาก มีการรู้เท่าทันสื่อสูง และพระสงฆ์ที่รับสื่อจากคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตมาก มีการรู้เท่าทันสื่อสูง

¹ผศ.อลิชา ตรีโรจนานนท์ อาจารย์ประจำ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Asst. Prof. Alich Treerotchananon, Lecturer of Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University

คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200

Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, 239, Huay Kaew Road, Muang District, Chiang Mai Thailand 50200

Corresponding Author E-mail: alich.tree@gmail.com

คำสำคัญ การรู้เท่าทันสื่อ, พระสงฆ์และสามเณร, การศึกษาทางโลกของพระสงฆ์, รูปแบบการเข้าถึงสื่อ, ลักษณะของการใช้สื่อ, ความถี่ของการใช้สื่อ

Abstract

Buddhist monks are part of the Thai society as religious personnel, who have to acquire information from media and communicate the messages to people in their community through propagations. Media literacy, therefore, is an important issue for monks. In this study, the purpose is to study the media literacy of monks and novice in the Northern part of Thailand by examining its relationship between media literacy level and determinant factors on media literacy such as monks' age, level of secular education, level of Pali education, media exposure, and media usage. Results indicate that the level of secular education and the frequency monks and novices access to content via the internet are determinants factors on media literacy level. Buddhist monks who have a higher level of secular education and who access to media via the internet regularly have a higher level of media literacy.

Keywords Media Literacy, Buddhist and Novices, Secular Education of Monks, Media Exposure of Monks, Media Usage, Frequency of Media Usage

บทนำ

การรู้เท่าทันสื่อ หรือที่ภาษาอังกฤษเรียกว่า Media Literacy คือ ทักษะและความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และผลิตสื่อได้ในหลายรูปแบบ (Potter, 2010; Şişman & Yurttaş, 2015) โดยมุ่งให้ผู้รับสื่อสามารถป้องกันตนเองจากการถูกจูงใจจากเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ สามารถใช้วิจารณ์ญาณวิเคราะห์เนื้อหา ประเมินค่าเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านสื่อและสามารถใช้ประโยชน์จากเนื้อหานั้นอย่างเหมาะสม (Aczel, 2014; Akti & Gürol, 2012) การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นหนทาง

สร้างดุลยภาพในการรับสาร เพราะเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันจากเนื้อหาในเชิงลบ โดยแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในวงการศึกษา และการหล่อหลอมทางสังคม การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นเครื่องมือสำคัญของการดำรงชีวิต ในสังคมข่าวสาร (Potter, 2010) ในหลายประเทศ ถือว่าการรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะที่ จำเป็นในระดับเดียวกับทักษะด้านการคำนวณ และการใช้ภาษา ประเทศในทางยุโรป บางประเทศได้บรรจุเนื้อหาความรู้เท่าทันสื่อในหลักสูตรของการศึกษา เช่นเดียวกับ ทักษะด้านคณิตศาสตร์ ดนตรี ศิลปะ หรือเทคโนโลยี (Aarsand & Melander, 2016; Sourbati, 2009) การศึกษาวิจัยที่ผ่านมาได้แสดงว่า การรู้เท่าทันสื่อมีความเชื่อมโยง กับรูปแบบเชิงพฤติกรรมที่แสดงในบริบทต่างๆ ในสังคม (Akti & Gürol, 2012) และการศึกษาที่ผ่านมา ได้ทดสอบกระบวนการของการรู้เท่าทันสื่อของบุคคลที่มี สถานะต่างๆ เช่น Aarsand and Melander (2016) ที่ได้ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ กับเยาวชนอายุ 7-8 ปี หรือการศึกษาของ Perryman, Fernando, and Tripathy (2016) และ Suwana and Lily (2017) ที่ได้ศึกษาประเด็นการรู้เท่าทันสื่อกับกลุ่มสตรี หรือ การศึกษาของ Harshman (2018) ที่ได้ศึกษาประเด็นการรู้เท่าทันสื่อของครู และนักเรียน อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการศึกษาวิจัยที่ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ไทย ซึ่งถือเป็นสถาบันที่มีผลต่อสังคมไทย งานวิจัยนี้จึงถือเป็นงานวิจัยแรกที่ได้ศึกษา ในประเด็นนี้

พระสงฆ์ไทยมีบทบาทเป็นผู้ส่งสารในฐานะบุคลากรทางศาสนา ที่เป็นกลไก การเผยแผ่หลักธรรมสู่สังคม ดำเนินบทบาทโดยการประกอบสร้างเนื้อหาและกระจาย เนื้อหานั้นสู่สังคมผ่านช่องทางต่างๆ ตามโครงสร้างการสื่อสาร ที่ปรากฏตั้งแต่ระดับ การสื่อสารระหว่างบุคคลในลักษณะการสนทนาธรรม บรรยายธรรม ไปจนถึงสื่อมวลชน เช่น การเป็นผู้ดำเนินรายการประเภทธรรมะ หรือแต่งหนังสือธรรมะ ตลอดจนเผยแพร่ ข้อคิดเห็น คำแนะนำสู่ผู้ศรัทธา ส่งผลต่อการสร้างความรู้ และเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ตลอดถึงการปลูกฝังความดีหรือแนวคิดเชิงคุณค่าที่สังคมรับรู้ร่วมกันในลักษณะ การขัดเกลาทางสังคม (Rodloytuk, 2007) ในขณะเดียวกัน พระสงฆ์ยังมีสถานะเป็น ผู้รับสื่อ เนื่องจากอยู่ภายใต้บริบททางสังคมเดียวกับประชาชนกลุ่มอื่นๆ พระสงฆ์จึงมี ลักษณะไม่แตกต่างจากฆราวาส คือ การเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ แต่โดยสถานภาพและวิธีการดำรงชีวิตตามสิกขาบทที่ระบุในพระวินัย ทำให้พระสงฆ์ มีข้อจำกัดในการรับสื่อที่แตกต่างกับฆราวาส ในประเทศไทยซึ่งขึ้นชื่อว่าเป็นเมือง แห่งพระพุทธศาสนา ด้วยจำนวนศาสนิกชนที่มากกว่าศาสนาอื่นๆ ได้แก่ ร้อยละ 94

ของประชากรในประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) มีจำนวนนักบวช ได้แก่ พระสงฆ์รวม 290,015 รูป และสามเณรจำนวน 54,418 รูป (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2557) ในเขตภาคเหนือ นั้น มีพระสงฆ์ที่อยู่ในเขตนี้จำนวน 27,394 รูป และสามเณรจำนวน 17,808 รูป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สามเณรในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนสูงที่สุดในประเทศไทย ทำให้เห็นว่าพระสงฆ์และสามเณรในเขตภาคเหนือ นั้น มีความสำคัญมาก

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ชัดถึงบทบาทและความสำคัญของพระสงฆ์ ที่มีต่อสังคม และเห็นได้ชัดว่าพระสงฆ์เป็นผู้รับ วิเคราะห์ และใช้สื่อ เมื่อผนวกกับความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อที่ได้เป็นประเด็นที่สำคัญของทุกคนในสังคม ผู้วิจัย จึงเห็นความสำคัญที่ต้องศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ เพื่อประเมินระดับการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ไทย รวมถึงศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ ความรู้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาความรู้ของพระสงฆ์ในด้านพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ รวมทั้งเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับบริบทของพระสงฆ์ นอกจากนี้ สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพระสงฆ์ ยังสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรให้ครอบคลุมถึงการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ เพื่อเป็นการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อในพระสงฆ์ อย่างเหมาะสม เนื่องจากความสามารถในการรับรู้ข่าวสารที่ดีนั้น เป็นปัจจัยของความสำเร็จในการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kulthida & Mega, 2017)

ในด้านวิชาการนั้น งานวิจัยนี้ถือเป็นงานวิจัยแรกที่ได้ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีความแตกต่างจากประชากรที่พบในการวิจัยอื่นที่ผ่านมา ในการศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ ความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ พระสงฆ์มีกระบวนการการศึกษาที่แตกต่างจากในทางโลก เช่น การศึกษาในโรงเรียนพระปริยัติธรรมได้บ่มเพาะให้มีความรู้ในหลักธรรมต่างๆ ในระดับลึกซึ้งกว่าคนทั่วไปที่มีการศึกษาเฉพาะทางโลก ความแตกต่างอีกประการหนึ่งที่เห็นได้ชัด คือ การที่พระสงฆ์ยึดถือพระวินัยเป็นแนวทางการดำเนินชีวิต โดยวินัยของพระนั้น ระบุครอบคลุมรายละเอียดความเป็นอยู่ ส่งผลต่อรูปแบบพฤติกรรมการแสดงออกของพระสงฆ์ให้แตกต่างไปจากบุคคลทั่วไป แต่อย่างไรก็ตาม พระก็ยังเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ต้องรับข่าวและสื่อสารแนวคิด ทั้งของตน และสื่อสารหลักธรรมให้กับสังคมตามบทบาทหน้าที่แห่งบุคลากรของศาสนา ประเด็นของปัญหาวิจัยจึงมีคำถามว่า ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตในมิติต่างๆ ของพระกับฆราวาสนั้น จะมีผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารหรือไม่

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากผู้มีสถานภาพเป็นพระสงฆ์ โดยนับรวมสามเณรในฐานะเหล่ากอแห่งสมณะ ในเขตภาคเหนือ โดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถามทั้งแบบปลายเปิดและปลายปิด การวิจัยครั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 224 รูป พระสงฆ์มีลักษณะเหมาะสมในการทดสอบการรู้เท่าทันสื่อ เพราะความเป็นพระนั้น มีกฎเกณฑ์ที่กำกับการดำเนินชีวิตที่ชัดเจน แตกต่างจากบุคคลอื่นที่เป็นฆราวาส การให้พระสงฆ์เป็นกลุ่มตัวอย่างในการทดสอบจึงเป็นเหมือนการควบคุมความแตกต่างของการรู้เท่าทันสื่อที่อาจเกิดจากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน

บทความนี้ได้แบ่งการนำเสนอออกเป็นสามหลักดังนี้ ส่วนที่หนึ่ง เป็นการกล่าวถึงความสำคัญและที่มาของการวิจัยครั้งนี้ ส่วนที่สอง กล่าวถึงทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่สาม อธิบายถึงข้อมูลและวิธีการศึกษาที่ใช้ในการวิจัย ส่วนที่สี่ แสดงผลที่ได้จากการศึกษา และส่วนที่ห้า เป็นการสรุปและอภิปรายในประเด็นสำคัญของผลที่ได้รับจากการวิจัยนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจการเปิดรับสื่อของพระสงฆ์ในภาคเหนือของประเทศไทย
2. เพื่อสำรวจการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ในภาคเหนือของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการรับสื่อกับการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ไทยในภาคเหนือ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ (media literacy)

การรู้เท่าทันสื่อ หรือที่ภาษาอังกฤษเรียกว่า Media Literacy คือ ทักษะและความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และผลิตสื่อได้ในหลายรูปแบบ (Potter, 2010; Şişman & Yurttaş, 2015) โดยมุ่งให้ผู้รับสื่อสามารถป้องกันตนเองจากการถูกงูจูงใจจากเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ สามารถใช้วิจารณญาณวิเคราะห์เนื้อหา ประเมินค่าเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านสื่อ และสามารถไขประโยชน์จากเนื้อหานั้นอย่างเหมาะสม การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นหนทางสร้างคุณภาพในการรับสารเพราะ

เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันจากเนื้อหาในเชิงลบ (Akti & Gürol, 2012) โดยแนวคิด การรู้เท่าทันสื่อได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในวงการศึกษและการหล่อหลอมทางสังคม โดยแนวคิดเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อ” (media literacy) มีความหมายเดียวกับ “สื่อมวลชนศึกษา” (media education or media study) โดยนักวิชาการและองค์กรที่เกี่ยวข้องได้ให้ความหมายแก่แนวคิดดังกล่าว ดังนี้

Potter (2010) ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นความเข้าใจลักษณะ และรูปแบบของสื่อ รวมทั้งความสามารถในการอธิบายความหมายของสิ่งที่ผู้รับสาร ได้รับรู้จากสื่อ โดยผู้รับสามารถเข้าใจลักษณะ รูปแบบของสื่อ และสามารถอธิบายความหมายของข้อมูลข่าวสารหรือเนื้อหาของสื่อได้จากฐานความรู้ที่แต่ละคนมี ซึ่งฐานความรู้นั้นต้องการเครื่องมือและวัตถุดิบในการสะสมเพิ่มพูน โดยเครื่องมือ คือ ทักษะความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ และวัตถุดิบ คือ ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ และจากโลกความจริง

Aczel (2014) ได้กล่าวถึงความหมายของการรู้เท่าทันสื่อไว้อย่างน่าสนใจว่า ความหมายที่เหมาะสมของคำว่า การรู้เท่าทันสื่อ ไม่ควรแคบหรือกว้างจนเกินไป การรู้เท่าทันสื่อ จึงไม่ได้เป็นการเผื่อระวังสื่อที่อาจเป็นอันตรายและไม่ควรถูกใช้เป็นเครื่องมือเพื่อให้เกิดอันตรายผ่านกระบวนการของสื่อ

สรุปได้ว่า “แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ” คือ แนวคิดที่สร้างเสริมความสามารถในการอ่านหรือประเมิน วิเคราะห์ข่าวสาร ข้อมูล ความคิดเห็น อารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ที่นำเสนอผ่านสื่อแขนงต่างๆ ได้ และการรู้เท่าทันสื่อทำให้บุคคลมีความเข้าใจว่า สื่อมวลชน สร้างความจริงขึ้นมาได้อย่างไร เพื่อให้สามารถบริโภคข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ อย่างมีวิจารณญาณ และสามารถตัดสินใจเพื่อเลือกเชื่อหรือไม่เชื่อข่าวสารเหล่านั้น โดยผ่านการไตร่ตรองอย่างมีเหตุผล

การรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะที่จำเป็นมากสำหรับทุกคนในยุคปัจจุบัน เพราะสื่อมวลชน เป็นสถาบันที่มีอิทธิพลต่อชีวิตของผู้คนเกือบทุกด้าน แทนที่สถาบันทางสังคมที่มีมาแต่ดั้งเดิม (อาทิ ครอบครัว โรงเรียน วัด ชุมชน) ทุกสิ่งทุกอย่างที่บุคคลรับรู้เกี่ยวกับโลก ซึ่งอยู่ไกลเกินกว่าประสบการณ์ตรงที่สามารถสัมผัสได้ ล้วนเป็นการรับรู้ผ่านสื่อทั้งสิ้น ดังนั้น ทักษะในการรู้เท่าทันสื่อจะช่วยให้ผู้รับสารเกิดความเฉลียวฉลาดในการรับสื่อ เป็นนายของสื่อ สามารถแยกแยะความคิดเห็นและความเชื่อต่างๆ ที่สอดแทรกมา กับเนื้อหาของสื่อได้ อีกทั้งสามารถจำแนกโลกแห่งความจริงกับโลกแห่งจินตนาการได้อย่างชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ การรู้เท่าทันสื่อเป็นทักษะที่ต้องได้รับการพัฒนา

อย่างต่อเนื่อง เพราะรูปแบบและเนื้อหาของสาระสื่อมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การติดตามและรู้ทันข้อมูลข่าวสารจึงกลายเป็นปัจจัยของความสำเร็จในการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Kulthida & Mega, 2017)

ในสังคมไทย แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อเป็นแนวคิดที่ค่อนข้างใหม่ ในขณะที่กลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว อาทิ ประเทศอังกฤษ สหรัฐอเมริกา และแคนาดา แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อเป็นวิชาที่ผนวกเข้าสู่หลักสูตรการเรียนการสอนตั้งแต่ชั้นมัธยม บางประเทศเริ่มสอนตั้งแต่ระดับประถมศึกษา โดยนักวิชาการได้นำแนวคิดเหล่านี้มาประมวลกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่ได้รับความสนใจอย่างมากในระยะ 30 ปีมานี้ (Aarsand & Melander, 2016)

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ

ทฤษฎีที่อธิบายถึงปัจจัยที่สัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้ คือ ทฤษฎีภาระของการตระหนักรู้ (cognitive load theory) และทฤษฎีศักยภาพ (capacity model) ของ Fisch (2000) ซึ่งอธิบายถึงปัจจัยการรับรู้สื่อของเด็กว่า ขึ้นอยู่กับปัจจัยเฉพาะตัวในการเรียนรู้และลักษณะเฉพาะของสื่อ (Sweller, 1988) สาระสำคัญของทฤษฎี คือ คำอธิบายว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้สื่อ คือ การศึกษาของผู้รับสื่อซึ่งในงานวิจัยนี้ คือ เด็กที่ผู้วิจัยใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา (Fletcher-Flinn & Gravatt, 1995)

นอกจากการศึกษาแล้ว งานวิจัยอีกกลุ่มหนึ่งยังได้ค้นพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้ของสื่อ คือ ปัจจัยในด้านของอายุ (Flavell, Flavell, Green, & Korfmacher, 1990; Mares & Pan, 2013; Sweller, 1988) งานวิจัยพบว่า เด็กที่มีอายุน้อยจะมีความสามารถในการเรียนรู้จากคอมพิวเตอร์ได้ดี ในขณะที่ Mares, Sivakumar, and Stephenson (2015) พบว่า เด็กที่มีอายุมากกว่าจะรับสื่อและเรียนรู้จากสื่อโทรทัศน์ได้ดีกว่า งานวิจัยที่ผ่านมายังพบว่า เพศ ไม่มีผลใดต่อการเรียนรู้ผ่านสื่อ (Roblyer, Castine, & King, 1988) นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาพบว่า องค์ประกอบทางครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสาร (Diergarten, Möckel, Nieding, & Ohler, 2017)

ระเบียบวิธีวิจัย

ข้อมูลและวิธีการศึกษา

แหล่งข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล ความคิดเห็น และข้อมูลพฤติกรรม ในขั้นตอนการตอบแบบสอบถาม โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 224 ตัวอย่าง โดยวิธีสุ่มเลือกแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น และใช้วิธีสืบต่อข้อมูล (snowball) จากพระภิกษุและสามเณรที่อยู่ในภาคเหนือของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยขั้นตอนนี้ เป็นพระภิกษุสงฆ์ หรือสามเณรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวนข้อมูลที่เก็บแบบสอบถามเป็นไปตามหลักการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณตามวิธีการที่เสนอโดย Zikmund et al. (2010) ซึ่งถือว่า กรณีที่ไม่ทราบประชากรที่แน่นอน เช่นในกรณีการศึกษานี้ที่มีพระภิกษุ สามเณร บรรพชาและลาสิกขาอยู่เป็นปกติ การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นไปดังนี้

$$n = \frac{P(1 - P)(Z)^2}{e^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

P คือ โอกาสที่ผู้ตอบสอบถามที่จะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย (ร้อยละ 50)

e คือ ค่าร้อยละความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง (กำหนดร้อยละ 10)

Z คือ ค่า Standard Value ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งได้ค่าในการแจกแจงตามการกระจายแบบปกติเท่ากับ 1.96

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)(1.96)^2}{0.1^2} = 96.04$$

ได้จำนวนขั้นต่ำ 96 ตัวอย่าง แต่เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์จึงใช้จำนวนตัวอย่างที่สูงขึ้นเป็น 250 ราย และเมื่อคัดกรองข้อมูลโดยการตัดข้อมูลที่ไม่เป็นปกติ ทำให้ได้ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 224 ราย

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วน ได้นำผลการเก็บข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องของคำถามอีกครั้ง โดยตัดข้อมูลที่มีค่าผิดปกติ (outlier) และตรวจสอบด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

และพบว่า ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 95% (ระดับนัยสำคัญ 5%) จึงถือได้ว่าคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามนั้นมีความเหมาะสม

วิธีการวิจัย

การศึกษาได้ใช้วิธีในเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการประเมิน การรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์และสามเณรในภาคเหนือของประเทศไทย วิเคราะห์ด้วย สมการถดถอย (regression analysis) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (ordinary least square) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สนใจในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยตัวแปร ด้านประชากรศาสตร์ ตัวแปรด้านพฤติกรรมหรือรูปแบบการใช้สื่อ และตัวแปรของการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์และสามเณร รายละเอียดของตัวแปรในการศึกษาอธิบาย ได้ดังนี้

ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์เพื่อศึกษาถึงวัตถุประสงค์ทั้งสามดังที่กล่าวข้างต้น มีตัวแปร ที่ต้องศึกษาและวัดดังต่อไปนี้

ประชากรศาสตร์ของพระภิกษุและสามเณร

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์ของพระสงฆ์จะได้ใช้เพื่อการจำแนก และเพื่อควบคุมการทดสอบในมิติต่างๆ ของการทดสอบ ซึ่งประชากรศาสตร์ของ พระสงฆ์ประกอบด้วย นิกาย ประเภทวัด อายุ อายุพรรษา ระดับของการศึกษาทางโลก ระดับของการศึกษาทางธรรม สมณศักดิ์ ตำแหน่งปกครอง

การเปิดรับสื่อของพระภิกษุและสามเณร

ข้อมูลในส่วนนี้จะใช้เพื่อการทดสอบว่า พระสงฆ์ที่แตกต่างกันตามประชากรศาสตร์ มีระดับของการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในระดับใด และสื่อประเภทใดที่พระสงฆ์สามารถ เข้าถึง รวมทั้งความถี่ของการรับข้อมูลข่าวสาร การถือครองเครื่องมือสื่อสาร ฯลฯ

การรู้เท่าทันสื่อ

ข้อมูลการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ทักษะและความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมินและผลิตสื่อ ข้อมูลการรู้เท่าทันสื่อจะถูกจำแนกเป็นกลุ่มตามระดับของ การรู้เท่าทันสื่อ คือ ระดับที่ 1 การเข้าถึงสื่อระดับที่ 2 การเข้าใจในสื่อที่ได้รับ และระดับ ที่ 3 การเข้าร่วมในสื่อในฐานะผู้ประกอบสร้างเนื้อหาและส่งต่อเนื้อหา

แบบจำลองการทดสอบความสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ตามกรอบแนวคิดข้างต้น ใช้วิธีการทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้มีสองกลุ่ม คือ กลุ่มสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ที่จะได้ใช้

เพื่อพรรณนาถึงข้อมูลของตัวแปรที่เก็บรวบรวมได้ เช่น สถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลระดับ การรู้เท่าทันสื่อของพระภิกษุสงฆ์ สถิติกลุ่มที่สอง คือ สถิติที่ใช้เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ ของตัวแปรตามสมมติฐานทั้งสองข้างต้น โดยสถิติที่ใช้เป็นสถิติที่จะใช้เพื่ออนุมานผลจาก ตัวอย่างไปสู่ประชากร (inferential statistics) และเครื่องมือที่ใช้เพื่อทดสอบ ความสัมพันธ์ คือ การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) ซึ่งมีรูปแบบ ของสมการที่คาดว่าจะใช้ทดสอบดังนี้

การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis)

การทดสอบโดยใช้สมการถดถอยเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผล ต่อการรู้เท่าทันสื่อ ได้แบ่งการทดสอบเป็น 4 แบบจำลองย่อยตามตัวแปรควบคุมที่ใช้ ดังนี้

แบบจำลองที่ 1

$$\text{การรู้เท่าทันสื่อ}_i = \alpha_0 + \alpha_1 \text{อายุ}_i + \alpha_2 \text{อายุพรรษา}_i + \varepsilon_i$$

แบบจำลองที่ 2

$$\text{การรู้เท่าทันสื่อ}_i = \alpha_0 + \alpha_1 \text{อายุ}_i + \alpha_2 \text{อายุพรรษา}_i + \alpha_3 \text{ตัวแปรหุ่นระดับการศึกษา}_i$$

แบบจำลองที่ 3

$$\begin{aligned} \text{การรู้เท่าทันสื่อ}_i = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{อายุ}_i + \alpha_2 \text{อายุพรรษา}_i + \alpha_3 \text{ตัวแปรหุ่นระดับการศึกษา}_i + \alpha_4 \text{โซเชียลมีเดีย}_i \\ & + \alpha_5 \text{ข่าว}_i + \alpha_6 \text{สารคดีหรือความรู้}_i + \alpha_7 \text{รายการบันเทิง}_i + \alpha_8 \text{โฆษณา}_i \\ & + \alpha_9 \text{ตัวแปรหุ่นช. ม. การใช้อินเทอร์เน็ต} + \alpha_{10} \text{ตัวแปรหุ่นช. ม. การชมทีวี}_i + \varepsilon_i \end{aligned}$$

แบบจำลองที่ 4

$$\begin{aligned} \text{การรู้เท่าทันสื่อ}_i = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{อายุ}_i + \alpha_2 \text{อายุพรรษา}_i + \alpha_3 \text{ตัวแปรหุ่นระดับการศึกษา}_i \\ & + \alpha_4 \text{ตัวแปรหุ่นช. ม. การใช้อินเทอร์เน็ต} + \alpha_5 \text{ตัวแปรหุ่นช. ม. การชมทีวี}_i + \varepsilon_i \end{aligned}$$

คำอธิบายตัวแปรตาม

การรู้เท่าทันสื่อ เป็นข้อมูลที่บ่งบอกถึงความรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์รูปที่ i

คำอธิบายตัวแปรอิสระ

อายุ _{i} หมายถึง อายุของพระรูปที่ i

อายุพรรษา _{i} หมายถึง อายุพรรษาของพระรูปที่ i

ตัวแปรหุ่นระดับการศึกษา _{i} หมายถึง ตัวแปรที่เท่ากับ 1 เมื่อผู้ตอบมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และเท่ากับ 0

เมื่อผู้ตอบมีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรีของพระรูปที่ i

โซเชียลมีเดีย _{i} หมายถึง ระดับความสนใจการรับสื่อผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของพระรูปที่ i

ข่าว _{i} หมายถึง ความสนใจการรับข้อมูลข่าวสารจากรายการประเภทข่าวของพระรูปที่ i

สารคดีหรือความรู้ _{i} หมายถึง ความสนใจการรับข้อมูลจากรายการประเภทสารคดีของพระรูปที่ i

รายการบันเทิง _{i} หมายถึง ความสนใจการรับข้อมูลข่าวสารจากรายการประเภทบันเทิงของพระรูปที่ i

โฆษณา _{i} หมายถึง ความสนใจการรับข้อมูลข่าวสารจากรายการประเภทบันเทิงของพระรูปที่ i

ตัวแปรหุ่นชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ต _{i} หมายถึง ตัวแปรที่เท่ากับ 1 เมื่อผู้ตอบใช้คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตตั้งแต่ 3 ชั่วโมง ขึ้นไป และเท่ากับ 0 เมื่อผู้ตอบใช้ต่ำกว่า 3 ชั่วโมง

ตัวแปรหุ่นชั่วโมงการชมทีวี _{i} หมายถึง ตัวแปรที่เท่ากับ 1 เมื่อผู้ตอบชมทีวีตั้งแต่ 5 ชั่วโมง ขึ้นไป และเท่ากับ 0 เมื่อผู้ตอบใช้ต่ำกว่า 5 ชั่วโมง

$\alpha_0 \dots \alpha_{12}$ หมายถึง ค่าคงที่ที่จะได้จากการทดสอบสมการถดถอยแบบพหุคูณ

ε_i หมายถึง ค่าความผิดพลาดเชิงสุ่มที่ได้รับจากการทดสอบสมการถดถอย

การทดสอบข้างต้น สามารถแบ่งกลุ่มลักษณะของพระและสามเณรได้เป็น 4 กลุ่ม ตัวแปร คือ ด้านอายุ การศึกษา สถานภาพความเป็นพระหรือสามเณร การใช้สื่อ (ประเภทของสื่อที่พระและสามเณรใช้ในการรับสื่อ) และความเข้มข้นในการใช้สื่อ (จำนวนชั่วโมงในการใช้สื่อ) จากสมการการทดสอบที่กำหนดไว้นั้น กำหนดสมมติฐานได้ว่า อายุและอายุพรรษาที่มากขึ้นของพระภิกษุและสามเณร มีผลที่ทำให้มีการรู้เท่าทันสื่อได้มากขึ้น ในด้านการศึกษานั้น พระและสามเณรที่มีการศึกษามากขึ้น ทั้งในทางโลกและในทางธรรม ย่อมน่าจะมีผลในทางบวกต่อการรู้เท่าทันสื่อ ในทำนองเดียวกัน ประเภทของสื่อที่ใช้อาจมีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ และความเข้มข้นในการรับสื่อย่อมส่งผลในทางบวกต่อการรับรู้สื่อได้ (Mares, Sivakumar & Stephenson, 2015)

การพัฒนาสมมติฐานเพื่อทดสอบความสัมพันธ์

การวิจัยที่ผ่านมาได้พบว่า การรู้เท่าทันสื่อโดยทั่วไปนั้น สัมพันธ์กับลักษณะโครงสร้างเชิงประชากรศาสตร์ (เช่น เพศ อายุ การศึกษา ของประชากรทั่วไปที่เป็นฆราวาส) ในทำนองเดียวกัน สำหรับพระสงฆ์แล้ว การรู้เท่าทันสื่อจึงน่าจะมีความสัมพันธ์กับประชากรศาสตร์ในมิติของพระ (อายุพรรษา ระดับการศึกษาทางธรรม หรือสมณศักดิ์) จึงกำหนดเป็นสมมติฐานได้ดังกล่าว จึงนำข้อมูลนั้นกำหนดเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H1A: กระบวนการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์กับประชากรศาสตร์ของพระสงฆ์

H2A: กระบวนการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์กับรูปแบบและพฤติกรรมการใช้สื่อ

ผลการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา

ตารางที่ 1 ลักษณะของพระภิกษุจำแนกตามอายุ และอายุพรรษา

ประเภท	ค่าเฉลี่ย	มัธยฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	จำนวน	ไม่ตอบแบบสอบถาม
อายุ	23.57	20.00	15.00	64.00	9.83	223	1
อายุพรรษา	5.78	5.00	1.00	35.00	5.01	125	99

จากตารางพบว่า พระภิกษุหรือสามเณรที่ตอบแบบสอบถามในประเด็นของอายุ มีจำนวน 223 รูป (มีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม 1 รูป) เป็นพระภิกษุหรือสามเณรที่มีอายุโดยเฉลี่ย 23.57 ปี โดยมีมัธยฐานอยู่ที่ 20 ปี ผู้ตอบที่อายุน้อยที่สุด คือ อายุ 15 ปี ตามข้อกำหนดของการศึกษา และผู้ตอบที่มีอายุมากที่สุด คือ 64 ปี ข้อมูลด้านอายุมีค่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 9.83

ในประเด็นด้านอายุพรรษานั้น พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถาม 125 รูป โดยมีผู้ไม่ตอบจำนวน 99 รูป เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของอายุพรรษาของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า มีค่าเฉลี่ยอายุพรรษา 5.78 พรรษา ค่ามัธยฐานของอายุพรรษา คือ 5 พรรษา อายุพรรษาน้อยที่สุด คือ 1 พรรษา และอายุพรรษามากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ 35 พรรษา ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบ คือ 5.01

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจังหวัดที่สังกัด

จังหวัดที่สังกัด	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่ (สะสม)	ร้อยละ (สะสม)
เชียงราย	8	3.65	8	3.65
เชียงใหม่	137	62.56	145	66.21
พะเยา	1	0.46	146	66.57
แม่ฮ่องสอน	3	1.37	149	68.04
ลำปาง	60	27.40	209	95.43
ลำพูน	10	4.57	219	100.00

หมายเหตุ: มีผู้ไม่ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 รูปในข้อนี้

ข้อมูลจากตารางที่ 2 แสดงถึงการกระจายของวัดที่เป็นสังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งในการศึกษาค้นคว้านี้ได้กระจายการเก็บข้อมูลจากพระในเขตภาคเหนือ ผลการศึกษาจากตารางที่ 2 ระบุว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังกัดวัดในจังหวัดเชียงใหม่และลำปาง และมีการกระจายไปในจังหวัดอื่นในภาคเหนือ

ตารางที่ 3 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาทางโลกที่ได้รับการจัดกลุ่มใหม่

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่สะสม	ร้อยละความถี่สะสม
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	49	21.97	49	21.97
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	76	34.08	125	56.05
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	98	43.95	223	100.00

หมายเหตุ: ผู้ไม่ตอบแบบสอบถามในประเด็นนี้ 1 รูป

ตารางที่ 3 ได้แบ่งผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับการศึกษาทางโลกได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เป็นระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า กลุ่มที่อยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. และกลุ่มที่ได้รับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า กลุ่มปริญญาตรีหรือสูงกว่ามีจำนวน 49 รูป คิดเป็นร้อยละ 21.97 กลุ่มมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. มีจำนวน 76 รูป คิดเป็นร้อยละ 34.08 และกลุ่มที่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จำนวน 98 รูป คิดเป็นร้อยละ 43.95 ในการจัดกลุ่มการศึกษาตามระดับการศึกษาทางโลกจึงสรุปว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า และรองลงมาเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาทางโลกระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.

ตารางที่ 4 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการถือครองโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน

สมาร์ทโฟน	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่ (สะสม)	ร้อยละ(สะสม)
มี	72	32.14	72	32.14
ไม่มี	152	67.86	224	100.00

ตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาร์ทโฟนมีจำนวน 72 รูป หรือคิดเป็นร้อยละ 32.14 เปรียบเทียบกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีสมาร์ทโฟนจำนวน 152 รูป หรือคิดเป็นร้อยละ 67.86 จากทั้งหมด 224 รูป

ตารางที่ 5 ความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของข่าวสารที่ได้รับ

ประเภทของข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	มัธยฐาน	สูงสุด	ต่ำสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เนื้อหาที่แชร์ต่อกันในโซเชียลมีเดีย	2.79	3.00	5.00	0.00	1.21
ข่าว	3.37	3.00	5.00	0.00	1.07
สารคดีหรือรายการความรู้	3.72	4.00	5.00	0.00	1.13
รายการบันเทิง	2.85	3.00	5.00	0.00	1.31
โฆษณา	2.23	2.00	5.00	0.00	1.23

ผลจากตารางที่ 5 แสดงว่า พระภิกษุหรือสามเณรที่ตอบแบบสอบถามสนใจรายการประเภทสารคดี หรือรายการความรู้สูงสุดในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72 ลำดับที่สองที่พระภิกษุ สามเณรสนใจรองลงมา คือ รายการประเภทข่าว ซึ่งผลจากตารางแสดงให้เห็นว่า พระภิกษุ สามเณรให้ความสำคัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ยของคะแนนความสนใจ คือ 3.37 และมีค่ามัธยฐานที่ 3.0 ส่วนรายการที่พระภิกษุสามเณรให้ความสนิใจน้อยที่สุด คือ รายการประเภทโฆษณา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความสนใจที่ 2.23 เป็นที่น่าสังเกตว่า ถึงแม้ว่ารายการประเภทบันเทิงมีพระภิกษุ สามเณรให้ความสนใจระดับน้อย (คะแนนเฉลี่ย คือ 2.85) แต่รายการประเภทบันเทิงก็มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่สูงกว่ารายการประเภทอื่น (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คือ 1.31) แสดงว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจที่แตกต่างกันมากในข่าวสารประเภทนี้

ตารางที่ 6 ค่าทางสถิติของภาพรวมและรายละเอียดของการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อ	ค่าเฉลี่ย	มัธยฐาน	ต่ำสุด	สูงสุด	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ภาพรวมการรู้เท่าทันสื่อ	3.60	3.65	0.00	4.65	0.60
ความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักธรรม	3.83	4.00	0.00	5.00	0.87
การเข้าถึง และการเข้าใจลักษณะ รูปแบบ และที่มา	2.99	3.00	0.00	4.40	0.74
การเข้าใจความหมาย ความสามารถวิเคราะห์ และประเมินเนื้อหา	3.48	3.55	0.00	4.82	0.68
การสร้างและการสื่อสารเนื้อหา	3.77	3.80	0.00	5.00	0.87

ภาพรวมของคะแนนการรู้เท่าทันสื่อนั้น แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับคะแนนในระดับมาก คือ มีค่าเฉลี่ยของคะแนนที่วัดในภาพรวมเท่ากับ 3.60 จากคะแนนเต็ม 5.00 เมื่อพิจารณาคะแนนตามประเด็นย่อยของความรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ในประเด็นที่พระภิกษุ สามเณรมีค่าเฉลี่ยความรู้เท่าทันสื่อได้น้อย คือ การเข้าถึง และการเข้าใจลักษณะรูปแบบและที่มาของสื่อ โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.99 จากคะแนนเต็ม 5.00

การวิเคราะห์เพื่อประเมินความรู้ ความเข้าใจ และความเห็นที่มีต่อการใช้
หลักธรรมของพระสงฆ์เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ ได้วิเคราะห์จากข้อคำถามที่เกี่ยวข้องจำนวน
ทั้งหมด 26 ข้อ การวิเคราะห์ทั้ง 26 ข้อ ทำให้ทราบถึงความรู้ ความเข้าใจและความเห็น
ที่มีต่อการใช้หลักธรรมของพระสงฆ์เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ ดังที่แสดงผลในตารางที่ 4.6
การวิเคราะห์ ได้แบ่งประเด็นย่อยเป็น 5 ประเด็น คือ 1) ประเด็นความเห็นที่มีต่อ
ภาพรวมของการรับข่าวสารและการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์และสามเณร 2) ประเด็น
ความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักธรรม 3) ประเด็นการเข้าถึงและเข้าใจลักษณะ รูปแบบ
และที่มา 4) ประเด็นการเข้าใจความหมาย ความสามารถวิเคราะห์และประเมินเนื้อหา
และ 5) ประเด็นการสร้างและสื่อสารเนื้อหา ในแต่ละประเด็นย่อยมีข้อความเพื่อแสดง
ความรู้ ความเข้าใจและความเห็น ดังนี้ คือ

ประเด็นความเห็นที่มีต่อหลักธรรมที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ ครอบคลุม
ข้อคำถามเพื่อชี้วัดความคิดเห็นต่อการรับข่าวสารอย่างมีสติ การเชื่อมโยงโลกนิเทศ
เข้ากับมิติทางธรรม ตลอดจนความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของพระสงฆ์ในการบ่มเพาะ
สมาชิกในสังคมให้บริโภคข่าวสารด้วยสติและเชื่ออย่างมีเหตุผล

ประเด็นความคิดเห็นต่อการรู้เท่าทันสื่อของพระภิกษุ สามเณร ประกอบด้วย
ข้อคำถามเพื่อชี้วัดการรับรู้ภูมิหลัง เจตนา และจุดยืนของผู้ผลิตสื่อ รวมถึงความคิดเห็น
ต่อภาวะอารมณ์ ความรู้สึกหลังการรับข่าวสาร

ประเด็นการเข้าถึงและเข้าใจลักษณะ รูปแบบและที่มา ประกอบด้วยข้อคำถาม
เกี่ยวกับความสามารถตีความสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสร้างความหมายผ่านสื่อ นัยทางธุรกิจ
การค้า การปลูกฝังทัศนคติ และการเปิดรับข้อมูลที่หลากหลาย

ประเด็นการเข้าใจความหมาย ความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหา
ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อที่ดี มีคุณภาพ และมีประโยชน์
การประยุกต์เนื้อหาที่ได้รับจากสื่อไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ
การยอมรับในความแตกต่างระหว่างบุคคล เชื้อชาติ ศาสนา การแสวงหาข้อมูลจากแหล่ง
ที่หลากหลาย และตรวจสอบข้อมูลก่อนเชื่อ การคัดเลือกและประเมินค่าเนื้อหาที่ได้รับ
ผ่านแหล่งข้อมูลต่างๆ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร
ได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน

ประเด็นการสร้างและสื่อสารเนื้อหา ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับความสำคัญ
ของคุณธรรม จริยธรรมที่บุคคลพึงมีต่อตนเอง ชุมชน และสังคม การแลกเปลี่ยน
ความรู้ความคิดเห็นกับเพื่อนสมณะ /สามเณร ตามแนวทางปัญญาจริยธรรมเพื่อขยาย

ความเข้าใจในหลักธรรมและหลักการทางโลกที่ตัวพระสงฆ์เข้าไปเกี่ยวข้อง หรือรับรู้ รวมถึงการสังเคราะห์หรือประกอบสร้างสาร เปลี่ยนบทบาทตนเองเป็นผู้ส่งสารอย่างมีประสิทธิภาพบนฐานแห่งกุศลจิต แนะนำหลักธรรมแก่ญาติโยมผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งการพูดคุยและการเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางอื่น เช่น โซเชียลมีเดีย เพื่อการใช้ดุลพินิจก่อนปลงใจเชื่อ

การถดถอยเชิงพหุ

การทดสอบในส่วนนี้เป็นการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ โดยใช้การถดถอยเชิงพหุ (multiple regression) สมการการทดสอบเป็นไปตามแบบจำลองที่ 1 ถึง 4 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 สมการถดถอยพหุคูณระหว่างการรู้เท่าทันสื่อและความรู้หลักธรรมในทางพระพุทธศาสนา

ตัวแปร	แบบจำลองที่			
	1	2	3	4
จุดตัด	3.185*** (16.81)	3.618*** (17.01)	3.654*** (13.47)	3.435*** (19.61)
อายุ	-0.005 (-0.68)	-0.003 (-0.59)	-0.004 (-0.62)	-0.002 (-0.26)
อายุพรรษา	0.006 (0.44)	-0.002 (-0.09)	-0.004 (-0.32)	-0.003 (-0.24)
ตัวแปรหุ่นระดับการศึกษา		0.287** (2.45)	0.330** (2.72)	0.291** (1.78)
โซเชี่ยลมีเดีย			-0.009 (-0.13)	
ข่าว			0.120* (1.68)	
สารคดี/ความรู้			-0.012 (-0.19)	

ตัวแปร	แบบจำลองที่			
รายการบันเทิง			-0.075 (-1.28)	
โฆษณา			0.048 (0.82)	
ตัวแปรหุ่น ชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต				0.284** (2.60)
ตัวแปรหุ่น ชั่วโมงการรับชมโทรทัศน์				0.284 (0.46)
F-Stat	0.16	2.11	1.70**	2.77**
Adj-R ²	1.27	2.42	4.01	6.15

หมายเหตุ : *** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, ** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ * คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1

ตารางที่ 7 เห็นได้ชัดเจนว่า ไม่ว่าจะใช้แบบจำลองใด จะพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพระในเขตภาคเหนือ คือ ระดับการศึกษาในทางโลก และในทุกแบบจำลองจะพบว่า ทั้งอายุ และอายุพรรษาของพระในภาคเหนือไม่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

ในแบบจำลองที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ทั้งอายุและอายุพรรษานั้น ไม่ได้มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ แบบจำลองที่ 2 ได้เพิ่มตัวแปรหุ่นที่เท่ากับ 1 เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป และเท่ากับ 0 เมื่อผู้ตอบมีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 5%

แบบจำลองที่ 3 ได้เพิ่มตัวแปรความสนใจการรับรู้ข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ จากโซเชียลมีเดีย รายการข่าว รายการสารคดีความรู้ รายการบันเทิง และรายการโฆษณา ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า การรู้เท่าทันสื่อสัมพันธ์กับความสนใจในการรับข้อมูลข่าวสารประเภทข่าวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 10% จึงสะท้อนให้เห็นว่า ข่าวเป็นสื่อที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของพระมากที่สุดเมื่อเทียบกับสื่อประเภทต่างๆ

และแบบจำลองที่เป็นการวิเคราะห์สมการถดถอยเพื่อควบคุมความเข้มข้นของการบริโภคข่าวสารจากคอมพิวเตอร์และจากโทรทัศน์ ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ความถี่ของการรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีผลทางบวกต่อการรู้เท่าทันสื่ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 5% แต่ความถี่ของการรับชมโทรทัศน์นั้น ไม่ได้มีผลใดๆ ต่อการรู้เท่าทันสื่อ

การทดสอบมีค่า Adjusted R-square อยู่ในช่วง 1% - 6% ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยที่นำมาใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของการรู้เท่าทันสื่อในการศึกษานี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการรู้เท่าทันสื่อได้ค่อนข้างน้อย และอาจมีปัจจัยอื่นนอกเหนือจากการศึกษานี้ แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากศึกษาครั้งนี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการใช้คาดการณ์การรู้เท่าทันสื่อ ค่า Adjusted R-Square น้อย จึงไม่ส่งผลต่อการทดสอบความสัมพันธ์

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานในการศึกษานี้ ได้ดำเนินการทดสอบโดยใช้เครื่องมือทางสถิติ คือ การทดสอบสมการถดถอยดังที่ได้กล่าวไว้ในตอนที่ผ่านมา ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 8 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	นัยสำคัญทางสถิติ
H1A	กระบวนการรู้เท่าทันสื่อ ไม่ มีความสัมพันธ์กับอายุของพระสงฆ์	
	กระบวนการรู้เท่าทันสื่อ ไม่ มีความสัมพันธ์กับอายุพระราชาของพระสงฆ์	
	กระบวนการรู้เท่าทันสื่อ มี ความสัมพันธ์กับการศึกษาของพระสงฆ์	5% Significant
H2A	กระบวนการรู้เท่าทันสื่อ มี ความสัมพันธ์กับประเภทของข่าวสารที่พระสงฆ์เปิดรับ	10% Significant
	กระบวนการรู้เท่าทันสื่อ มี ความสัมพันธ์กับระดับการใช้อินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์	5% Significant

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์นี้แสดงให้เห็นชัดเจนว่า ระดับการศึกษาที่เกี่ยวข้องในทางโลก และเนื้อหาของสื่อที่เผยแพร่ในลักษณะหรือช่องทางของการนำเสนอข่าว โดยการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พระในเขตภาคเหนือมีการรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

ในสถานะที่สังคมเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารเช่นทุกวันนี้ การรู้เท่าทันสื่อมีความสำคัญเพราะเป็นทักษะในการทำให้ผู้รับสื่อสามารถสร้างภูมิคุ้มกันทางการรับสื่อ เป็นการปกป้องตนเองจากการถูกชักจูงโดยเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ สามารถใช้วิจารณญาณวิเคราะห์เนื้อหา ประเมินค่าเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านสื่อ และสามารถใช้ประโยชน์จากเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม (Aczel, 2014; Akti & Gürol, 2012) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อมีเป็นจำนวนมาก แต่ยังไม่มียงานวิจัยใดที่กล่าวถึงการรู้เท่าทันสื่อของพระภิกษุและสามเณร ทั้งที่พระสงฆ์เป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีการรับสื่อ วิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อ และทำการสื่อสารเนื้อหาให้กับสังคมในรูปแบบต่างๆ นอกจากนั้น พระสงฆ์ยังมีลักษณะสำคัญที่แตกต่างจากบุคคลอื่นในแง่ของพฤติกรรมการดำเนินชีวิต ซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างนี้เป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่างที่ดีในการควบคุมพฤติกรรมการดำเนินชีวิต ปัญหาการทดสอบสมการถดถอยที่เกิดจากการละเลยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง (omitted variables) จึงไม่เป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้ผลที่ได้รับผิดไป

ผลจากการวิจัยได้พบว่า การศึกษาในทางโลกที่เพิ่มขึ้นทำให้การรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์และสามเณรในเขตภาคเหนือมากขึ้น ในงานวิจัยไม่พบว่า ตัวแปรกลุ่มอายุ ไม่ว่าจะเป็นอายุหรืออายุพรรษานั้น ไม่มีผลต่อการรับรู้เท่าทันสื่อ และไม่พบว่าพระสงฆ์และสามเณรมีความแตกต่างกันในการรู้เท่าทันสื่อ ข้อค้นพบสำคัญต่อมา คือ พระสงฆ์และสามเณรนั้น รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากรายการประเภทข่าวมากกว่ารายการอื่น และพบว่า การใช้เวลาในการรับข่าวจากช่องทางอินเทอร์เน็ตที่มากขึ้น มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการรู้เท่าทันสื่อ

เมื่อเปรียบเทียบผลการศึกษากับงานวิจัยอื่นๆ ที่สัมพันธ์กัน ผู้วิจัยพบงานวิจัยในต่างประเทศที่ศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ และได้พบปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการรู้เท่าทันสื่อ เช่น Kirkorian & Anderson (2009) ได้เสนอว่า ปัจจัยด้านเชาวน์ปัญญา (cognitive ability) ความรู้เดิมของเรื่องราวนั้น (prior knowledge

of content) รวมถึงโครงสร้างของเรื่องราว (story structure) มีอิทธิพลสำคัญในการรู้เท่าทันสื่อ หรืองานวิจัยของ Diergarten, Möckel, Nieding, and Ohler (2017) ที่ได้ศึกษา และพบว่าปัจจัยด้านอายุมีผลต่อการเรียนรู้ในประเด็นของข้อมูลข่าวสาร Akti & Gürol (2012) ได้พบอีกว่า สถาบันการศึกษาไม่ได้มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ ก็ไม่ได้มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อที่แตกต่างกัน

จะเห็นได้ว่า การศึกษาที่ผ่านมายังไม่มียงานใดที่ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ไทย งานวิจัยนี้สื่อให้เห็นว่า ถึงแม้พระสงฆ์จะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจากฆราวาส การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อในช่องทางต่างๆ ยังเป็นสิ่งจำเป็น ประเด็นสำคัญที่พบเมื่อเทียบกับงานวิจัยอื่น คือ ปัจจัยด้านอายุ ซึ่งสะท้อนประสบการณ์ชีวิตทางโลกและอายุพรรษา อันเป็นตัวบ่งชี้ประสบการณ์ชีวิตในบริบทนักบวชนั้น ไม่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ แต่การศึกษาทางโลก ได้แก่ การเรียนรู้ในระบบโรงเรียนแบบฆราวาส เป็นปัจจัยที่สร้างความแตกต่างของการรู้เท่าทันสื่อ จึงสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ คือ ภูมิหลังทางการศึกษาทางโลก (secular education) เนื่องจาก สื่อในความหมายของการรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่อง “ทางโลก” อันมาจากการประกอบสร้างของสังคม ด้วยเหตุนี้ จึงพบว่าการศึกษาทางโลกเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

งานวิจัยนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อความเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อเพื่อรับข้อมูลข่าวสาร และเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องในการออกแบบกระบวนการส่งเสริมให้พระสงฆ์ในเขตภาคเหนือให้มีการรู้เท่าทันสื่อ โดยอาจเชื่อมโยงกับการศึกษาเกี่ยวกับ “โลกนิเทศ” เพื่อพระสงฆ์ จะทำให้การรับสื่อ การวิเคราะห์เนื้อหา และการประกอบสร้างสื่อเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

การสำรวจการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ เป็นภาวะการณ์รู้เท่าทันสื่อในเวลาและสภาพบริบทปัจจุบัน ข้อมูลผลวิจัยมาจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเจาะจงตามสถานภาพการถือเพศบรรพชิต การใช้ข้อมูลเพื่ออ้างอิง ควรพิจารณาความเหมาะสมสอดคล้องของการเป็นตัวแทนที่มีบริบทสอดคล้อง หรือมีบริบทใกล้เคียงกัน

ผู้ใช้ผลวิจัยอาจนำไปปรับใช้เพื่อออกแบบกระบวนการวิธีส่งเสริมการรู้หนังสือ แก่กลุ่มพระสงฆ์ หรือสามเณรได้ตามความเหมาะสม เช่น ผลวิจัยที่แสดงชัดว่าพระสงฆ์ รับสื่อผ่านช่องทางที่เป็นดิจิทัล หรือออนไลน์ ดังนั้น การสร้างเนื้อหาเพื่อสื่อสารกับ กลุ่มพระสงฆ์ ควรพิจารณาออกแบบให้สอดคล้องกับความนิยมในช่องทางการรับสื่อด้วย

ควรพิจารณาส่งเสริมพระสงฆ์ในฐานะแกนนำการรู้เท่าทันสื่อ เนื่องจากพระสงฆ์ เป็นผู้มีความรู้สูงในการเป็นสื่อบุคคล

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้สนใจอาจทำการสำรวจการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ โดยทำการศึกษา เป็นช่วงเวลาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบกับบริบทการสื่อสาร ที่เปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลา

อาจขยายการสำรวจให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น เช่น ศึกษาในภูมิภาคอื่นของประเทศ และอาจทำการเปรียบเทียบผลเพื่อหาความแตกต่างรายภูมิภาค พร้อมทั้งสามารถเห็น ภาพรวมการรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ในประเทศไทย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ. (2558). *จำนวนพระภิกษุ-สามเณรทั่วประเทศ ประจำปี 2557*. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2558, จาก <http://www.onab.go.th/>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). *การสำรวจสภาวะทางสังคมและวัฒนธรรม พ.ศ.2554*. สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2558, จาก <http://www.nso.go.th/>

ภาษาอังกฤษ

- Aarsand, P., & Melander, H. (2016). Appropriation through guided participation: Media literacy in children's everyday lives. *Discourse, Context & Media*, 12, 20-31. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2016.03.002>
- Aczel, P. (2014). Reconceptualizing (new) media literacy. *Perspectives of Innovations, Economics & Business*, 14(1), 47-53. doi:10.15208/pieb.2014.06

- Akti, S., & Gürol, A. (2012). Determining the relationship between media literacy and social skills. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 64, 238-243. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.028>
- Diergarten, A. K., Möckel, T., Nieding, G., & Ohler, P. (2017). The impact of media literacy on children's learning from films and hypermedia. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 48, 33-41. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2016.11.007>
- Flavell, J. H., Flavell, E. R., Green, F. L., & Korfmacher, J. E. (1990). Do young children think of television images as pictures or real objects?. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 34(4), 399-419. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/08838159009386752>
- Fletcher-Flinn, C. M., & Gravatt, B. (1995). The efficacy of computer assisted instruction (CAI): A meta-analysis. *Journal of Educational Computing Research*, 12(3), 219-241. Retrieved from <https://doi.org/10.2190/51D4-F6L3-JQHU-9M31>
- Harshman, J. (2018). Developing global citizenship through critical media literacy in the social studies. *The Journal of Social Studies Research*, 42(2), 107-117. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.jssr.2017.05.001>
- Kirkorian Heather, L., & Anderson Daniel, R. (2009). Learning from education media. *The Handbook of Children, Media, and Development*, 188-213. doi:10.1002/9781444302752.ch9
- Kulthida, T., & Mega, S. (2017). The current state and influential factors in the development of digital literacy in Thailand's higher education. *Information and Learning Science*, 118, 235-251. doi:10.1108/ILS-11-2016-0076
- Mares, M.-L., & Pan, Z. (2013). Effects of Sesame Street: A meta-analysis of children's learning in 15 countries. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 34(3), 140-151. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2013.01.001>

- Mares, M.-L., Sivakumar, G., & Stephenson, L. (2015). From meta to micro: Examining the effectiveness of educational TV. *American Behavioral Scientist advance online publication*, 59(14), 1822-1846. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1177/0002764215596555>
- Perryman, A. A., Fernando, G. D., & Tripathy, A. (2016). Do gender differences persist? An examination of gender diversity on firm performance, risk, and executive compensation. *Journal of Business Research*, 69(2), 579-586. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.05.013>
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675-696. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/08838151.2011.521462>
- Roblyer, M. D., Castine, W. H., & King, F. J. (1988). *Assessing the impact of computer-based instruction: A review of recent research*. New York: Haworth Press.
- Rodloytuk, P. (2007). Buddhist participatory communication for rural development. *The Journal of International Communication*, 13(1), 119-136. doi:10.1080/13216597.2007.9674710
- Suwana, F., & Lily. (2017). Empowering Indonesian women through building digital media literacy. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(3), 212-217. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2016.10.004>
- Sweller, J. (1988). Cognitive load during problem solving: Effects on learning. *Cognitive Science*, 12(2), 257-285. Retrieved from https://doi.org/10.1207/s15516709cog1202_4
- Şişman, B., & Yurttaş, Ö. U. (February 12, 2015). An empirical study on media literacy from the viewpoint of media. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 174, 798-804. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.662>
- Zikmund, W. G. (2010). *Business research methods*. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.

การปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ Adaptation of Radio Broadcast During the Media Convergence Era

สุนิสา เมืองแก้ว¹ Sunisa Muangkaew
ธีรภัทร วรรณฤมล² Terapatt Vannaruemol

Received: 29 January 2019, Revised: 27 May 2019, Accepted: 30 May 2019

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ และเพื่อศึกษารูปแบบการเป็นวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยยึดหลักการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) ที่มีลักษณะตรงกับขอบเขตการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารสถานีวิทยุ และบริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุ จำนวน 4 แห่ง ประกอบด้วย บริษัท คูลลิซิม จำกัด ผู้ผลิตรายการวิทยุ COOL fahrenheit 93 (กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสถานีวิทยุประเภทบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชนในส่วนกลาง)

¹สุนิสา เมืองแก้ว (ศศ.ม. สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2560)

Sunisa Muangkaew (M.A. in Communication Studies, Chiang Mai University, 2017)

²รศ.ธีรภัทร วรรณฤมล อาจารย์ประจำ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Assoc. Prof. Terapatt Vannaruemol, Lecturer of Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University

คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200

Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, 239, Huay Kaew Road, Muang District, Chiang Mai Thailand 50200

Corresponding Author E-mail: mintsunisa310@gmail.com

บริษัท ดนตรีสีสัน จำกัด ผู้ผลิตตรายการวิทยุดนตรีสีสัน โมเดิร์น 9875 (FM 98.75 MHz.) และเฟรนด์ 105.75 (FM 105.75 MHz.) (กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสถานีวิทยุประเภทบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชนในส่วนภูมิภาค) สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (FM 101.5 MHz.) (กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาประเภทบริการสาธารณะในส่วนกลาง) และสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน (FM100 MHz.) คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาประเภทบริการสาธารณะในส่วนภูมิภาค) ผลการศึกษาพบว่า สถานีวิทยุและบริษัทผู้ผลิตตรายการวิทยุที่ทำการศึกษากว่า 4 แห่ง มีรูปแบบการปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงตามองค์ประกอบของแนวคิด Lifestyle Media ครบทุกองค์ประกอบ คือ มีช่องทางใหม่ เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน มีการปฏิสัมพันธ์เนื้อหาแบบใหม่จากรับส่ง เป็นการแลกเปลี่ยนเนื้อหาผ่านช่องทางสื่อใหม่ ก่อเกิดเป็นเนื้อหาใหม่ เช่น การโทรศัพท์ร่วมรายการ (phone-in) การแสดงความคิดเห็นในแฟนเพจเฟซบุ๊ก ตลอดจนมีการหาข้อมูลแบบใหม่ที่ไม่ได้รับฟังเฉพาะช่วงเวลาปกติ แต่มีการรับฟังรายการย้อนหลัง (radio on demand) ผ่านเว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชัน โดยที่ความสามารถและศักยภาพในการไปถึงเป้าหมายตามองค์ประกอบดังกล่าวนั้นมีปริมาณหรือจำนวนที่มากน้อยแตกต่างกันไป ตามประเภทและโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร พันธกิจและวิสัยทัศน์ขององค์กร บุคลากรทีมงาน และกลุ่มผู้ฟังรายการ ที่จะต้องพัฒนากลยุทธ์การไปถึงเป้าหมายของแต่ละสถานีต่อไป

คำสำคัญ การปรับตัว, วิทยุกระจายเสียง, หลอมรวมสื่อ, ออนไลน์

Abstract

The objective of this qualitative research is to examine decisive factors in the adaptation of radio broadcast during the media convergence era. This study uses a key informant interview to gather data, and the following four radio broadcasters represent the research population: Coolism Company Limited- COOL Fahrenheit 93, representing business radio stations from the central private sector, Don Tree Season - Don Tree

Season's Modern 98.75 (FM 98.75 MHz) and Friend 105.75 (FM 105.75 MHz), representing business radio stations from the local private sector, Chulalongkorn University Broadcasting Station (FM 101.5 MHz), representing institutional radio stations from the central public services sector, and Voice of Mass Communication (FM 100 MHz), the Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, representing institutional radio stations from the local public services sector.

The findings revealed that all four radio broadcasters adopted every element of the concept of Lifestyle Media: new media outlets—website and application, new interactive content—content exchange via new media outlets instead of traditional sending and receiving content, new content—phone-in or comments via Facebook fan page, and new searching database-radio on demand on website or application. This made the samples effectively reach their target groups, and the level of their reach was depended on their organizational structure, missions, visions, personnel, and audience bases.

Keywords Adaptation, Radio, Convergence, On Air, On Line

บทนำ

ในปัจจุบัน ระบบเทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้รูปแบบการรับสื่อของผู้คนมีความเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากเกิดช่องทางที่หลากหลายทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกและสอดคล้องกับการดำเนินชีวิต (life style) มากขึ้น จากที่ในอดีตมีการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเก่าหรือสื่อดั้งเดิม (traditional media) ดังเช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ ในขณะที่ปัจจุบัน ช่องทางที่ผู้คนส่วนใหญ่เลือกใช้กันอย่างแพร่หลาย คือ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ (smartphone) แท็บเล็ต (tablet) แอปพลิเคชัน (application) นอกจากนี้ ช่องทางของสื่อออนไลน์ก็มีบทบาทไม่น้อย อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook)

ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งการพัฒนาระบบเทคโนโลยีการสื่อสารดังกล่าว ต่างส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจริญวงศ์, 2557)

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ส่งผลให้เกิดกระแสการสิ้นสุดของยุคเทคโนโลยีการสื่อสารแบบดั้งเดิมที่ข้ามข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ โดยสื่อแรกที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ต่างทยอยปิดตัวลงไปอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความกังวลสำหรับคนทำสื่อวิทยุกระจายเสียงที่เกรงว่าอาจหมดความสำคัญและเลือนหายไปตามกาลเวลาเช่นกัน แต่ถึงกระนั้น ผู้ประกอบการในธุรกิจวิทยุกระจายเสียงต่างให้ความสนใจและปรับตัวให้เท่าทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป สถานีวิทยุหลายแห่งได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบและสร้างสรรค์เนื้อหารายการของสถานีให้มีความแปลกใหม่ มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น (พิชชาพร ติวังษ์, 2557) นอกจากนี้การปรับตัวด้านเนื้อหาแล้ว ด้านช่องทางการสื่อสารต่างมีการนำเนื้อหาเข้าสู่แพลตฟอร์ม (platform) ที่หลากหลายมากขึ้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า วิทยุกระจายเสียงมิได้เป็นเพียงการให้บริการผ่านคลื่นวิทยุดังเช่นอดีตที่ผ่านมา แต่มีการปรับตัวเพื่อประยุกต์ใช้สื่อใหม่ในการนำเสนอมากขึ้น จากวิทยุที่กระจายเสียงผ่านคลื่นในช่องทางออนแอร์ (on air) ไปสู่การกระจายเสียงและภาพ ผ่านเทคโนโลยีสื่อใหม่ในช่องทางออนไลน์ (on line) ควบคู่กันไปในลักษณะการหลอมรวมสื่อ ซึ่งถือเป็นทางเลือก ทางรอดของสื่อวิทยุในยุคปัจจุบัน ซึ่งการหลอมรวมสื่อนี้เป็นการผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารทุกอย่างทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ การผสมผสานระหว่างสื่อดิจิทัลด้วยกัน รวมถึงการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มพลังของการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ทำให้เส้นแบ่งระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้พังทลายลง

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิทยุกระจายเสียง มิได้มีเพียงการแข่งขันด้านการจัดรายการเท่านั้น ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ฟังสามารถเลือกช่องทางการรับฟังได้มากขึ้น จึงไม่ได้รับฟังเฉพาะช่องทางวิทยุเพียงช่องทางเดียว การเติบโตของช่องทางสื่อที่หลากหลาย ทำให้ตลาดการแข่งขันของธุรกิจวิทยุกระจายเสียงมีการให้บริการในรูปแบบที่เป็นลักษณะมัลติแพลตฟอร์ม (multi-platform) มากกว่าการเน้นสื่อวิทยุเพียงช่องทางเดียว ดังที่ ภัททิยา โภคาพานิชย์ (2559) ได้ศึกษากลยุทธ์การปรับตัวของคลื่นวิทยุในยุคสื่อดิจิทัลกรณีศึกษา คลื่นวิทยุ Cool fahrenheit 93 โดยให้คำนิยามยุคสื่อดิจิทัลว่า เป็นยุคที่มี

การแพร่สัญญาณเสียงออกอากาศโดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลาง เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ให้บริการการรับส่งข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการติดต่อสื่อสารได้สองทาง คือ ได้ทั้งข้อมูลภาพและเสียง รวมถึงสามารถทำให้กลุ่มผู้ใช้ ติดต่อกับสื่อสารระหว่างกันในรูปแบบของการสนทนา (chat) หรือเว็บบอร์ด (web board) ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นลักษณะการหลอมรวมสื่อที่ผสมผสานรวมช่องทางการสื่อสารมวลชนต่างๆ ทั้งภาพ เสียงและข้อความเข้าด้วยกัน ดังนั้นสถานีวิทยุกระจ่ายเสียงไม่ว่าจะเป็นทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน ต่างมีความพยายามที่จะก้าวให้ทันต่อเทคโนโลยีเพื่อช่วงชิงความเป็นหนึ่งและการได้มาซึ่งฐานผู้ฟังที่เหนียวแน่น เพื่อการดำรงอยู่ของสื่อวิทยุกระจายเสียงต่อไปในยุคของการหลอมรวมสื่อ จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่า สถานีวิทยุแต่ละประเภททั้งวิทยุบริการธุรกิจของกลุ่มธุรกิจเอกชนที่รุ่มรวยไปด้วยเทคโนโลยี และวิทยุบริการสาธารณะของภาครัฐที่มีความเข้มแข็งด้านเนื้อหาจะมีการปรับตัวอย่างไรบนเงื่อนไขของบริบทที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ว่า สถานีวิทยุมีการปรับตัวในยุคหลอมรวมสื่ออย่างไร เพื่อจะได้นำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงประโยชน์ในเชิงวิชาการให้กับผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการเป็นวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ
2. เพื่อศึกษารูปแบบการเป็นวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ

ปัญหานำการวิจัย

วิทยุกระจายเสียงมีการปรับตัวในยุคหลอมรวมสื่ออย่างไร

นิยามศัพท์เฉพาะ

การหลอมรวมสื่อ หมายถึง เครือข่ายการสื่อสารที่เกิดจากการหลอมรวมระหว่าง เครือข่ายโทรศัพท์ ซึ่งเป็นเครือข่ายสาธารณะ (public network) เครือข่ายเคเบิลทีวี ซึ่งเป็นเครือข่ายเอกชน (private network) และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นเครือข่ายประชาชน (people network) เช่น การหลอมรวมสื่อของสถานีวิทยุที่มีการเผยแพร่ เนื้อหารายการผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ร่วมกับการเผยแพร่เนื้อหารายการผ่านช่องทางสื่อดั้งเดิม คือ การส่งกระจายเสียงผ่านคลื่นวิทยุ

รูปแบบสื่อยุคใหม่ หมายถึง การนำรูปแบบการใช้ชีวิตและประสบการณ์ในการ ใช้สื่อของบุคคล (lifestyle media) มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการสื่อสาร ตามองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารแบบใหม่ ได้แก่ ช่องทางใหม่ การปฏิสัมพันธ์ เนื้อหาแบบใหม่ เนื้อหาใหม่ และการค้นหาข้อมูลแบบใหม่

สถานีวิทยุบริการสาธารณะ หมายถึง สถานีวิทยุที่ดำเนินการตาม วัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม ศาสนา สุขภาพ อนามัย กีฬา ความมั่นคงของรัฐ การประกอบอาชีพ เผยแพร่ข่าวสาร ประโยชน์ของท้องถิ่น หรือประโยชน์สาธารณะ เช่น สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย FM 101.5 MHz. และสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน FM100 MHz. คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ใช้ในการศึกษาความเป็นสื่อวิทยุกระจายเสียงในยุค หลอมรวมสื่อ ในฐานะสถานีวิทยุประเภทบริการสาธารณะ

สถานีวิทยุบริการธุรกิจ หมายถึง สถานีวิทยุที่ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ ของผู้ประกอบการเพื่อแสวงหากำไรในทางธุรกิจ เช่น บริษัท คูลิซิม จำกัด ผู้ผลิตรายการวิทยุ COOL fahrenheit 93 และ บริษัท ดนตรีสีส้ม จำกัด ผู้ผลิตรายการ วิทยุดนตรีสีส้ม ที่ใช้ในการศึกษาความเป็นสื่อวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ ประเภทบริการธุรกิจ

ออนแอร์ (on air) หมายถึง ช่องทางการกระจายเสียงดั้งเดิมของสถานีวิทยุ ที่กระจายเสียงผ่านคลื่นวิทยุ

ออนไลน์ (on line) หมายถึง ช่องทางการกระจายเสียงแบบใหม่ของสถานีวิทยุ ที่กระจายเสียงและภาพผ่านเทคโนโลยีสื่อใหม่ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อและสื่อใหม่

Burnett and Marshall (2003, อ้างถึงใน ฌวรา พิไชยแพทย์, 2553) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการโฆษณา คือ สื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่

1) สื่อดั้งเดิม (traditional media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียว โดยผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยเป็น

- สื่อทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียง หรือภาพเพียงอย่างเดียว ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรเลข สื่อวิทยุ

- สื่อทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง หมายถึง สื่อทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ภาพ และเสียงไปพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ และสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

2) สื่อใหม่ (new media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสาร และผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกัน เป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความ โดยใช้ระบบเทคโนโลยีสื่อดั้งเดิมผนวกเข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีแบบปฏิสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านระบบเครือข่าย และมีศักยภาพเป็นสื่อผสม (multimedia) ปัจจุบัน สื่อใหม่พัฒนาขึ้นอย่างหลากหลายที่เป็นที่รู้จักและนิยมมาก คือ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในอนาคต สื่อใหม่จะพัฒนายิ่งขึ้น โดยการนำเอาสื่อดั้งเดิมโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์มาผนวกรวมกับสื่ออินเทอร์เน็ต เรียกว่า สื่อโทรทัศน์แบบปฏิสัมพันธ์ สามารถทำหน้าที่ส่งสารหลายอย่างพร้อมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความ ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคชมรายการโทรทัศน์แบบเฉพาะบุคคล จะสามารถมีปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตได้ในเวลาเดียวกัน ดังนั้น สื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อดั้งเดิมหรือสื่อใหม่ เป็นพลวัตรที่ไม่หยุดนิ่ง แต่มิจดุม่งหมายเหมือนกัน คือ การนำพาข้อมูลข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยปัจจุบันรูปแบบการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนบทบาทหน้าที่กันได้ตลอดเวลา

2. แนวคิดทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด

สำหรับทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (technological determinism theory) ที่ McLuhan (1962, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล, 2555) นำเสนอนั้น เกิดขึ้นจากความสนใจในด้านที่เกี่ยวกับการพัฒนาการของเทคโนโลยี การสื่อสารที่มีผลต่อมนุษย์ในสังคม ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดนี้ มองว่าสิ่งใดหรือปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งอาจเป็นสาเหตุในการที่จะกำหนดผลต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ในด้านใดด้านหนึ่งได้ ทฤษฎีนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปในการปรับตัวของสื่อตามรูปแบบของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย โดยปราศจากเงื่อนไขในเรื่องของเวลาและสถานที่ อีกทั้งยังมีอิทธิพลต่อมนุษย์และที่สำคัญยังช่วยสร้างความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน

3. แนวคิดเกี่ยวกับการหลอมรวมสื่อ

การหลอมรวมสื่อ นั้น เป็นการนำเทคโนโลยีในรูปแบบต่างๆ มาผสมผสานเข้าด้วยกัน ในอดีต อุปกรณ์ที่ตอบสนองความต้องการ หรือความสะดวกสบายของชีวิตคนเราทั้งสามส่วนนี้ ต่างทำงานเพียงเพื่อตอบสนองหน้าที่ของตัวเอง เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ จะทำหน้าที่เป็นแค่อุปกรณ์ที่ใช้ติดต่อสื่อสารพูดคุย หากแต่ในปัจจุบันกลับสามารถทำหน้าที่ได้อย่างหลากหลาย อันเนื่องมาจากมนุษย์สามารถนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้งานร่วมกัน จนเกิดการหลอมรวมของเทคโนโลยีด้านการแพร่ภาพและการกระจายเสียงกับเทคโนโลยีโทรศัพท์ ที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถที่จะฟังเพลงหรือฟังวิทยุ หรือรับชมโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ และนอกจากนี้ ยังเกิดการหลอมรวมเกิดเป็นการบริการด้านสารสนเทศและความบันเทิง (infotainment) ทั้งนี้ หากจะวิเคราะห์ตามลักษณะของเครือข่ายแล้ว สามารถจำแนกการหลอมรวมด้านบริการตามลักษณะของเครือข่ายต่างๆ ซึ่งนอกจากจะเป็นการแปลงสภาพของเทคโนโลยีที่มีอยู่เดิมให้เกิดการผสมผสานหลอมรวมเชื่อมโยงกันเพื่อประโยชน์ในการใช้งานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นแล้ว ในด้านการสื่อสารมวลชน ได้ทำให้เกิดการผสมผสานรวมของช่องทางการสื่อสารมวลชนประเภทต่างๆ ได้แก่ การพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ เพื่อนำเสนอเนื้อหาผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต หรือสื่อใหม่ ทำให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกสบาย ซึ่งเป็นส่วนที่ทำให้พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้รับสารเปลี่ยนแปลงไป (Peerawat Ngongakow, 2559)

4. แนวคิดเกี่ยวกับ Lifestyle Media

ลักษณะของ Lifestyle Media (The Rise of Lifestyle Media, 2006 อ้างใน สุจิตรา แก้วสีนวล, ม.ป.ป.) จะทำให้ผู้รับสารหรือผู้บริโภคนั้น มีประสิทธิภาพในการผลิต ตลอดจนการใช้เวลาว่าง และสังคม อันหมายถึงรูปแบบการใช้สื่อยุคใหม่ในปัจจุบัน ซึ่งโดยหลักการก็คือ จะปราศจากข้อจำกัดทั้งปวงทั้งการเข้าถึง (untethered) การมีส่วนร่วม (participatory) การมีพลวัตร (dynamic) รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูล (hyperlinked) ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้สารหรือผู้บริโภค อาจจะกล่าวได้ว่า การสื่อสารมวลชน (mass media) หรือการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม (segmented media) นั้น ยังไม่ได้ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารโดยตรง หากแต่ Lifestyle Media สามารถตอบสนองได้เกือบทั้งหมด เนื่องจาก Lifestyle Media เป็นประสบการณ์ของผู้รับสารแบบคนจำนวนมากที่ส่งไปหาคนจำนวนมาก หรือ many-to-many สามารถส่งไปได้ในทุกแห่ง (any place) ทุกเวลา (any time) และทุกอุปกรณ์ (any device) โดยสามารถอธิบายเปรียบเทียบผู้บริโภคในแต่ละรูปแบบของการสื่อสาร คือ การสื่อสารมวลชน การสื่อสารเฉพาะกลุ่ม และการสื่อสารแบบ Lifestyle Media (สุจิตรา แก้วสีนวล, ม.ป.ป.) ทั้งนี้ การนำสื่อใหม่มาใช้ผสมผสานกับสื่อดั้งเดิม ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารมากขึ้น เป็นการก้าวข้ามข้อจำกัดด้านต่างๆ ทั้งเวลาและสถานที่ โดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจายเสียงที่มีคุณสมบัติเพียงการกระจายเสียงอย่างเดียว จะได้เพิ่มมิติทางการสื่อสารด้านอื่นๆ ทำให้การสื่อสารมีความทันสมัยและสามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้แบบสด (real time) ซึ่งการนำรูปแบบการใช้ชีวิตและประสบการณ์ในการใช้สื่อของบุคคลมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการสื่อสารตามองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารแบบใหม่ ได้แก่ ช่องทางใหม่ การปฏิสัมพันธ์เนื้อหาแบบใหม่ เนื้อหาใหม่ และการค้นหาข้อมูลแบบใหม่

5. แนวคิดทฤษฎีการบริหารองค์กรสื่อสารมวลชน

การบริหารงาน ถือเป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่เป้าหมายของการบริหารองค์กร ซึ่งธุรกิจต่างๆ จำเป็นที่จะต้องมีการบริหารงานเพื่อที่จะสามารถให้บริการตามที่สังคมต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทั่วไปแล้วการบริหารจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจต่างๆ คือ ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย คือ การมีผลกำไรโดยถือหลักประหยัดแต่ให้ผลผลิตมากที่สุด ช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน คือ การได้ประโยชน์สูงสุดและสำเร็จตามเป้าหมาย ช่วยพยุงและส่งเสริมฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศชาติ เป็นเครื่องชี้วัดที่แสดงถึงความเสื่อมหรือความเจริญขององค์กร และสังคมในอนาคต การนำหลักการบริหารมาใช้ปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพ

เนื่องจากการแข่งขันกันมากขึ้น (วันทนีย์ ภูมิภัทราคม และคณะ, 2537, น. 18) ดังนั้น การบริหารองค์กรสื่อสารมวลชน มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย โดยเฉพาะในยุคหลอมรวมสื่อ วิสัยทัศน์ของผู้นำองค์กร ในการกำหนดนโยบายต่างๆ ด้านการบริหารจัดการองค์กรต้องมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องและก้าวทันต่อสภาพการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะสถานการณ์ด้านสื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชรพร ดิวงษ์ (2559) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในวิทยุกระจายเสียงยุคดิจิทัล พบว่า เมื่อเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าเข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การรับฟังรายการวิทยุ ทำให้ปัจจุบัน ผู้ฟังสามารถรับฟังรายการวิทยุได้หลายช่องทาง เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อีกทั้งรูปแบบของวิทยุดิจิทัลกำลังจะเข้ามาสร้างปรากฏการณ์ให้ธุรกิจวิทยุกระจายเสียงเกิดการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น จากผลของการเพิ่มช่องความถี่มากกว่า 1,000 สถานีทั่วประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจวิทยุกระจายเสียงได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจวิทยุกระจายเสียงจึงต้องวางกลยุทธ์การตลาดและสร้างสรรค์รายการวิทยุให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ฟังในยุคดิจิทัล ด้วยการเลือกสรรกลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสาน โดยการใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อ เพื่อบูรณาการสื่อต่างๆ ให้เชื่อมโยงกับเนื้อหาที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของผู้ฟังในยุคดิจิทัลและเกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารมากที่สุด

ชลิดา ตรุทัศน์วินท์ (2552) ศึกษาเรื่อง การเปลี่ยนแปลงจากวิทยุเอเอ็ม เอฟเอ็มเป็นวิทยุออนไลน์ กรณีศึกษาการบริหารธุรกิจของสถานีวิทยุออนไลน์บางกอก ดอทเน็ต พบว่า การเปลี่ยนแปลงของสื่อวิทยุเดิมระบบเอเอ็ม เอฟเอ็ม มาเป็นสื่อใหม่ วิทยุออนไลน์นั้น เนื่องจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีและระบบอินเทอร์เน็ตทำให้สื่อวิทยุมีความก้าวหน้าจากอดีตไปอย่างมาก และมีประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เหนือกว่า เช่น ผู้ฟังวิทยุกระจายเสียง เอเอ็ม เอฟเอ็ม จะรับสารได้เพียงแค่เสียง แต่ผู้ฟังวิทยุออนไลน์จะรับสารได้ทั้งที่เป็นเสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และตอบโต้กับสถานีได้อย่างฉับพลันมีลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ที่มากกว่าสื่อวิทยุเดิม ผวนกับการลงทุนธุรกิจสื่อวิทยุออนไลน์ที่น้อยกว่าแต่ได้การกลับมาของผลกำไรที่สูง สื่อนี้ยังไม่มีข้อจำกัดในเรื่องต่างๆ หรือมีน้อยกว่าวิทยุแบบเดิม จึงทำให้สื่อวิทยุออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้น ตอบสนองไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ที่ชอบแสวงหาสิ่งใหม่ๆ และบริโภคสื่อที่ทันสมัย

ภัททิยา โภคาพานิชย์ (2559) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวของคลื่นวิทยุ ในยุคสื่อดิจิทัล กรณีศึกษาศลื่นวิทยุ Cool fahrenheit 93 ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การปรับตัวของคลื่นวิทยุ Cool fahrenheit 93 ในยุคสื่อดิจิทัล คือ การใช้กลยุทธ์ระดับองค์กร และระดับธุรกิจ โดยในระดับองค์กรได้มีการตั้งวิสัยทัศน์ขององค์กรอย่างชัดเจนเป็นองค์กรที่มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง และผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อให้ก้าวทันพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและมีการพัฒนาด้านบุคลากรให้เรียนรู้สื่อใหม่ กลยุทธ์ในระดับธุรกิจนั้น ทางองค์กรได้มีการปรับตัวโดยการนำสื่อใหม่คือ เฟซบุ๊ก ไลน์ แอปพลิเคชัน อินสตาแกรม เป็น 3 ช่องทางใหม่ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและช่องทางการรับฟัง ทำให้คนฟังที่มีการรับฟังผ่านช่องทางออนไลน์สามารถรับฟังได้เต็มที่ 24 ชั่วโมง โดยไม่มีขาดต้นชั่วโมงจากทางสถานีผู้ให้สัมปทานตัดคัน และเป็นการเพิ่มช่องทางในการให้สปอนเซอร์ได้ลงโฆษณามากขึ้น อีกทั้งยังเกิดการตอบโต้การสื่อสารสองทางกับผู้ฟังอย่างรวดเร็วและมากขึ้น

พิพัฒน์ สังข์แก้ว (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการสถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท.ส่วนภูมิภาค ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการบริหารจัดการสื่อวิทยุกระจายเสียง อสมท. ประกอบด้วยกิจกรรมขั้นพื้นฐานที่ผู้บริหารต้องกระทำในปัจจุบัน ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การเป็นผู้นำ และการควบคุม โดยผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท.ส่วนภูมิกานำแผนยุทธศาสตร์องค์การมาเป็นแกนหลักเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์พันธกิจ และการวางแผนการดำเนินงาน และด้านปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการสถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท. ส่วนภูมิภาค คือ ปัจจัยภายในประกอบด้วย ปัจจัยด้านบุคลากร งบประมาณ อุปกรณ์ และการบริหารจัดการ เพราะบุคลากรเป็นหัวใจสำคัญในการผลิตรายการและการหารายได้สำหรับปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม การเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ เทคโนโลยีและปัจจัยด้านคู่แข่ง โดยปัจจัยด้านคู่แข่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการสถานีวิทยุมากที่สุด เนื่องจากมีคู่แข่งในตลาดมากขึ้น ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์เพื่อเป็นผู้นำด้านธุรกิจ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาและนำมากำหนดแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบและการปรับตัวของสื่อในการเข้าสู่ยุคหลอมรวมสื่อที่จะได้วิเคราะห์ข้อมูลที่จะศึกษาต่อไป

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีการเก็บข้อมูลของงานวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลจากเอกสาร (documentary study) ของสถานีวิทยที่จะทำการศึกษา
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ผู้บริหารของสถานีวิทยที่จะทำการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวและรูปแบบการเป็นวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อของสถานีวิทย ที่ทำการศึกษาจากหนังสือ สื่อออนไลน์ต่างๆ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (depth interview) ผู้บริหารของสถานีวิทยที่ทำการศึกษา

ประชากรและกรณีศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยยึดหลักการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) ที่มีลักษณะตรงกับขอบเขตการวิจัย ด้วยการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีวิทย ประกอบด้วย

1. คุณปริญญ์ หมั่นสุกแสง กรรมการผู้จัดการ บริษัท คูลิซิม จำกัด ผู้ผลิตรายการวิทยุ COOL fahrenheit 93 (กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสถานีวิทยประเภทบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชนในส่วนกลาง)

2. คุณเยาวนา อาทิตยธรรม เจ้าของและกรรมการผู้จัดการ บริษัท ดนตรีสีสัน จำกัด ผู้ผลิตรายการวิทยุดนตรีสีสัน (กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสถานีวิทยประเภทบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชนในส่วนภูมิภาค)

3. คุณสุวรรณา สมบัติรักษาสุข ผู้จัดการ สถานีวิทยแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย FM 101.5 MHz. (กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสถานีวิทยสถาบันการศึกษาประเภทบริการสาธารณะในส่วนกลาง)

4. คุณรัตนภรณ์ สุวคนธ์ ผู้อำนวยการ สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน FM 100 MHz. คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาประเภทบริการสาธารณะในส่วนภูมิภาค)

วิธีการเก็บข้อมูล

ใช้การเก็บข้อมูลโดยวิธีการศึกษาจากเอกสารต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลข่าว บทสัมภาษณ์ของผู้บริหารผ่านสื่อรายงานประจำปี บทความวิชาการ ทั้งสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ เพื่อนำไปวิเคราะห์ผลการศึกษา ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้บริหารของสถานีวิทยุที่ทำการศึกษ โดยทำการตรวจสอบข้อมูลและหาข้อมูลสนับสนุนข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จากนั้นสร้างตารางวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งตามประเภทของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อที่ทำการศึกษา โดยแบ่งประเภทสถานีวิทยุออกเป็น 2 ประเภทที่เลือกศึกษา คือ สถานีวิทยุประเภทบริการสาธารณะ และสถานีวิทยุประเภทบริการธุรกิจ วิเคราะห์ความแตกต่างแล้วนำมาสร้างเกณฑ์รูปแบบการเป็นสถานีวิทยุในยุคหลอมรวมสื่อ

ประเด็นและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประเด็นหลักของงานวิจัยชิ้นนี้ คือ การศึกษาปัจจัยและรูปแบบของการเป็นสถานีวิทยุในยุคหลอมรวมสื่อ ทั้งสถานีวิทยุที่อยู่ในประเภทบริการสาธารณะและประเภทบริการธุรกิจ เพื่อศึกษารูปแบบการปรับตัวของสถานีวิทยุทั้งสองประเภทในยุคหลอมรวมสื่อ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีที่มีแนวคำถาม ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของสถานี เพื่อให้ทราบข้อมูลพื้นฐานของสถานี และตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารที่ได้ค้นคว้ามาประกอบ
2. นโยบายการบริหารงานของสถานี เพื่อทราบวิสัยทัศน์การบริหารงานด้านต่างๆ
3. ประเภทและลักษณะการใช้สื่อใหม่ของสถานีในปัจจุบัน
4. แนวทางการพัฒนาปรับปรุงสถานีในอนาคตเพื่อให้ก้าวทันเทคโนโลยี

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีวิทยุ มาจากแนวคิดสื่อและสื่อใหม่ แนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด แนวคิดการหลอมรวมสื่อ แนวคิดเกี่ยวกับ Lifestyle Media และแนวคิดการบริหารองค์กรสื่อสารมวลชน

ระยะเวลาในการทำวิจัย

ผู้วิจัยใช้เวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนธันวาคม 2559 – เดือนมีนาคม 2560 โดยการค้นคว้าจากเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารสถานี่ของสถานี่

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยขอรับคำปรึกษา และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากอาจารย์ที่ปรึกษา ให้พิจารณาถึงความเหมาะสมของชุดคำถามในการสัมภาษณ์ พร้อมปรับปรุงแก้ไขให้ชุดคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์มีความชัดเจนและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยก่อนนำไปใช้สัมภาษณ์จริง

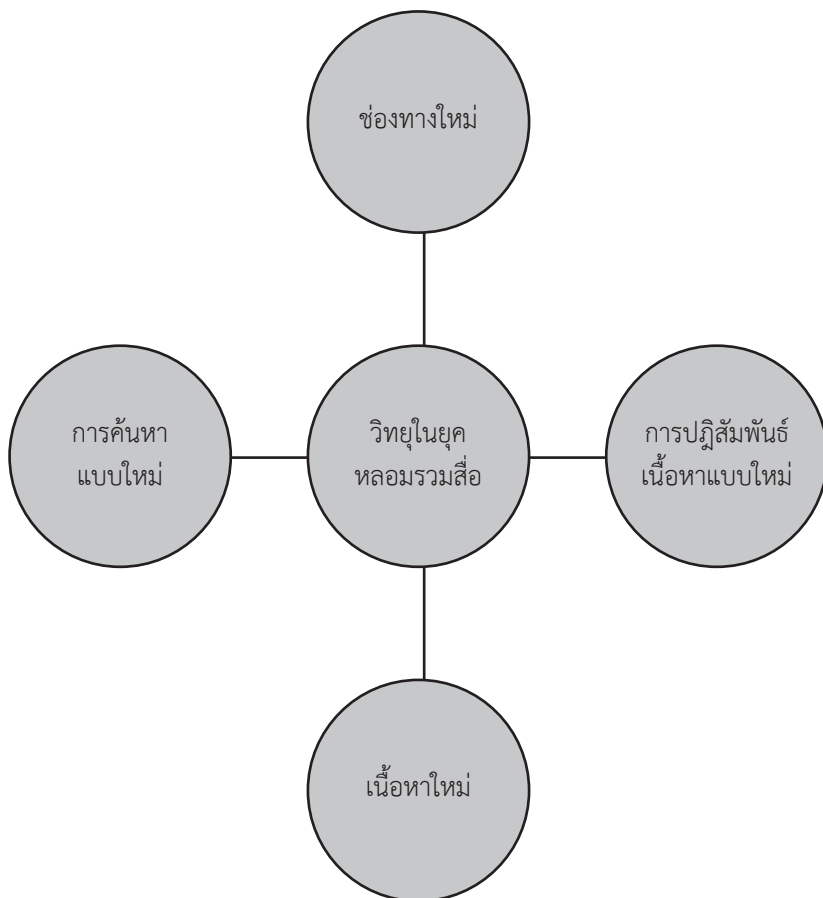
การวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผล และการนำเสนอข้อมูล

การนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานี่วิทย มาวิเคราะห์รูปแบบการปรับตัวในการเป็นวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อว่าเป็นอย่างไร โดยอ้างอิงตามแนวคิดที่เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย

ผลการวิจัย

ผลสรุปของการศึกษา รูปแบบการปรับตัวในการเป็นวิทยุกระจายเสียงตามองค์ประกอบของ แนวคิด Lifestyle Media พบว่า สถานี่วิทยุทั้ง 4 แห่ง มีครบทุกองค์ประกอบเหมือนกัน ได้แก่ 1.การมีช่องทางใหม่ เช่น เว็บไซต์ (website) แอปพลิเคชัน (application) 2. การมีการปฏิสัมพันธ์เนื้อหาแบบใหม่จากการรับส่งเป็นการแลกเปลี่ยนเนื้อหา เช่น การโทรศัพท์ร่วมรายการ (phone-in) การแสดงความคิดเห็น (comment) ผ่านช่องทางสื่อใหม่ 3. การมีเนื้อหาใหม่ เช่น เนื้อหาภาพ (video content) ผ่านการถ่ายทอดสด (live) และ 4. การมีการหาข้อมูลแบบใหม่ เช่น การรับฟังรายการสด หรือการค้นหาข้อมูล (search) เพื่อรับฟังรายการย้อนหลัง (radio on demand) พบว่า สถานี่วิทยุที่ทำการศึกษาทั้ง 4 สถานี่ มีครบทุกองค์ประกอบ ดังรูปภาพ

รูปที่ 1 รูปแบบการเป็นวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ



โดยบริษัท คูลลิซิม จำกัด ผู้ผลิตรายการวิทยุ COOL fahrenheit 93 มีรูปแบบการเป็นวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อครบตามองค์ประกอบ Lifestyle Media มีการปรับตัวทุกช่องทาง ใหม่ ทั้งเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน มีการปฏิสัมพันธ์เนื้อหาแบบใหม่ เช่น เนื้อหาภาพ (video content) โดยมีช่องยูทูบเป็นของตนเองเพื่อเผยแพร่ภาพกิจกรรมต่างๆ มีการสร้างเนื้อหาใหม่ โดยการมีส่วนร่วมในช่องทางต่างๆ เช่น ในเฟซบุ๊ก และโมบายแอปพลิเคชัน ส่วนการหาข้อมูลใหม่ เช่น การรับฟัง

รายการย้อนหลังในช่องทางใหม่ที่จัดทำขึ้น ทางสถานีไม่มีช่องทางรับฟังย้อนหลัง ON Demand ทางเว็บไซต์ เนื่องจากเป็นรายการเพลง และติดปัญหาเกี่ยวกับลิขสิทธิ์เพลง แต่ขณะเดียวกันมีเฟซบุ๊กไลฟ์ (facebook live) ที่สามารถคลิกชมย้อนหลังได้ตลอด และในอนาคตอาจจะมีการทำพอดแคสต์ (podcast) เหมือนต่างประเทศเพิ่มขึ้น

ขณะที่บริษัท ดนตรีสีสั่น จำกัด ผู้ผลิตรายการวิทยุดนตรีสีสั่น มีการปรับตัวตาม Lifestyle Media เกือบทุกช่องทาง ทั้งช่องทางใหม่ คือ มีเว็บไซต์ และโมบายแอปพลิเคชัน มีการปฏิสัมพันธ์เนื้อหาแบบใหม่ เช่น เนื้อหาภาพ (video content) โดยสามารถรับฟังรายการสด และชมรายการจากช่องทางทีวีของคลื่นทางเว็บไซต์ และช่องยูทูบ มีเนื้อหาใหม่ เช่น การโทรศัพท์ร่วมรายการ (phone-in) และการมีส่วนร่วมทางเฟซบุ๊ก ซึ่งมีการตอบรับและวัดผลได้ดี จากการที่ผู้จัดรายการตั้งประเด็นเพื่อให้ผู้ฟังเข้ามาตอบ ผ่านช่องทางสื่อใหม่ ยอดการเข้าชมมีจำนวนประมาณ 3-4 พันคน ส่วนเนื้อหาที่สามารถรับฟังย้อนหลังมีเฉพาะในช่องทางสื่อใหม่ คือ เฟซบุ๊กที่มีการถ่ายทอดสด ส่วนทางเว็บไซต์อยู่ระหว่างดำเนินการ

ด้านสถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย FM 101.5 MHz. มีการปรับตัวตาม Lifestyle Media ทุกช่องทาง ทั้งช่องทางใหม่ เผยแพร่รายการผ่านเว็บไซต์ โมบายแอปพลิเคชัน เฟซบุ๊ก ยูทูบ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ไลน์ มีการผนวกรวมด้านเนื้อหาและบุคลากรเพื่อการนำเสนอผ่านช่องทางเดิม คือ วิทยุ และช่องทางใหม่ คือ โทรศัพท์ และสื่อใหม่ประเภทต่างๆ มีการปฏิสัมพันธ์เนื้อหาแบบใหม่ โดยกลุ่มผู้ฟังหลักวัยสูงอายุมักจะมีการขอเพลงผ่านไลน์ มีการตั้งประเด็นในเรื่องที่อยากรู้ผ่านช่องทางไลน์ แต่ทั้งนี้รูปแบบการหลอมรวมสื่อของวิทยุจุฬามีมุมมองที่แตกต่างจากสถานีอื่น โดยจะไม่มีการนำกล้องมาจับเพื่อให้เห็นภาพภายในห้องออกอากาศ เนื่องจากทำให้เกิดการขัดแย้งในความรู้สึก ในลักษณะขัดแย้ง (contrast) ระหว่างเสียงและภาพ ไม่มีการทำเฟซบุ๊กไลฟ์ในวิทยุ แต่จะไลฟ์ในกรณีการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น การจัดเสวนาหรือจัดกิจกรรมเสริมความรู้ให้กับเด็กนักเรียน

และสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน FM100 MHz. มีการปรับตัวสู่ยุคหลอมรวมสื่อตามองค์ประกอบ Lifestyle Media เกือบทุกด้าน ทั้งช่องทางใหม่ มีเว็บไซต์ มีโมบายแอปพลิเคชัน ขณะที่การปฏิสัมพันธ์เนื้อหาแบบใหม่ เช่น เนื้อหาภาพ (video content) มีการเผยแพร่ภาพและเสียงในช่องทางของเฟซบุ๊กแฟนเพจ และบางส่วนถูกนำไปเผยแพร่ต่อในช่องยูทูบ แต่ยังไม่สม่ำเสมอเท่าที่ควร สำหรับเนื้อหาใหม่ เกิดเนื้อหา

ที่ถูกสร้างโดยผู้ฟัง เช่น เนื้อหาจากการโทรศัพท์ร่วมรายการในการแสดงความคิดเห็น หรือแจ้งเหตุปัญหาดังกล่าว ตลอดจนการมีส่วนร่วมในช่องทางต่างๆ เนื่องจากรูปแบบรายการของสถานีเป็นรายการสนทนาสาระ และการเปิดการมีส่วนร่วมให้กับผู้ฟังทางโทรศัพท์มาเป็นระยะเวลานานแล้ว การมีส่วนร่วมในช่องทางนี้ยังเป็นช่องทางหลัก ขณะที่ช่องทางสื่อใหม่เช่นในเฟซบุ๊กแฟนเพจ พบการมีส่วนร่วมบ้างแต่ยังมีจำนวนไม่มากนัก

อภิปรายผลการวิจัย

ความสลับซับซ้อนและความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ตลอดจนระบบและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น ก่อเกิดช่องทางที่ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการต่างๆ ที่เอื้ออำนวยความสะดวกและสอดคล้องกับลักษณะการดำเนินชีวิต (Lifestyle) อีกทั้งยังส่งผลให้สื่อต้องปรับตัวตามปัจจัยดังกล่าว โดยสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งสถานีวิทยุบริการสาธารณะของภาครัฐ และสถานีวิทยุบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชนมีการปรับตัวจากเดิมที่กระจายเสียงผ่านคลื่นวิทยุเพียงช่องทางเดียว มาเป็นการกระจายเสียงและภาพผ่านช่องทางออนไลน์ทุกรูปแบบ ดังที่งานวิจัยของ พชรพร ติวังษ์ (2557) ระบุว่า ปัจจุบันสื่อวิทยุกระจายเสียงได้พิสูจน์ให้เห็นว่า เป็นสื่อมวลชนที่จะไม่มีวันถูกกลืนหายไป ซึ่งเห็นได้จากการต่อสู้ของผู้ประกอบการในธุรกิจวิทยุกระจายเสียงที่ได้ให้ความสนใจและปรับตัวให้เท่าทันกับเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ด้วยการผลิตรายการวิทยุของสถานีวิทยุหลายแห่งได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบและสร้างสรรค์เนื้อหารายการของสถานีให้มีความแปลกใหม่ มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น อีกทั้งในอนาคตอันใกล้รูปแบบของวิทยุดิจิทัลกำลังจะเข้ามาสร้างปรากฏการณ์ให้ธุรกิจวิทยุกระจายเสียงเกิดการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น

สื่อวิทยุกระจายเสียง ไม่ว่าจะเป็นสถานีวิทยุบริการสาธารณะของภาครัฐ และสถานีวิทยุบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชน ต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาการดำเนินงานเพื่อให้องค์กรดำรงอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ดังจะเห็นได้ว่าวิทยุกระจายเสียงมิได้เป็นเพียงการให้บริการผ่านคลื่นวิทยุดังเช่นในอดีตที่ผ่านมา แต่มีการปรับตัวเพื่อประยุกต์ใช้สื่อใหม่ในการนำเสนอมากขึ้น จากวิทยุที่กระจายเสียงผ่านคลื่นในช่องทางออนแอร์ (on air) ไปสู่การกระจายเสียงและภาพผ่านเทคโนโลยีสื่อใหม่ในช่องทางออนไลน์ (on line) ควบคู่กันไปในลักษณะการหลอมรวมสื่อ

ซึ่งถือเป็นทางเลือกเพื่อการอยู่รอดของสื่อวิทยุในยุคปัจจุบัน ซึ่งการหลอมรวมสื่อนี้เป็นการผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารทุกอย่างทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ การผสมผสานระหว่างสื่อดิจิทัลด้วยกัน รวมถึงการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มพลังของการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ทำให้เส้นแบ่งระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้พังทลายลง โดยที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างสามารถควบคุม และเปลี่ยนบทบาทกันได้ตลอดเวลา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดว่า การปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ เป็นสิ่งที่จะต้องศึกษา เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยและรูปแบบ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการดำเนินงานที่มองเห็นทิศทางของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ ทั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงประเภทบริการสาธารณะของภาครัฐ และประเภทบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชนนั้น ไม่มีความแตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่มองว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญเกี่ยวเนื่องกันหมด ทั้งปัจจัยภายใน อันได้แก่ นโยบายการบริหารจัดการองค์กร งบประมาณ และบุคลากร ตลอดจนปัจจัยภายนอกในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี หรือพฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ความสามารถและศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายมากน้อยเพียงใดนั้น ยังคงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญไม่ว่าจะเป็น ประเภทและโครงสร้างการดำเนินงานของสถานี พันธกิจ และวิสัยทัศน์ขององค์กร บุคลากร ทีมงาน และกลุ่มผู้ฟังรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านนโยบายและการบริหารจัดการองค์กร สถานีวิทยุประเภทบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชน มีศักยภาพในด้านการบริหารจัดการองค์กรที่เป็นอิสระและมีความคล่องตัวมากกว่าสถานีวิทยุประเภทบริการสาธารณะของภาครัฐ ตามรูปแบบโครงสร้างการบริหารงานที่มีการแบ่งฝ่ายและขึ้นตรงกับผู้บริหารที่มีความซับซ้อนของระดับการบริหารงานที่แตกต่างกัน ประกอบกับการบริหารงานภาครัฐมีความซับซ้อนในเรื่องระเบียบของการบริหารจัดการที่มีหลายขั้นตอน อำนาจในการตัดสินใจที่ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บังคับบัญชาหลายระดับชั้น ส่งผลให้การดำเนินงานมีความล่าช้า แต่ในขณะเดียวกัน หากมองในด้านความมั่นคงของการบริหารงานแน่นอนว่าสถานีวิทยุประเภทบริการสาธารณะของภาครัฐนั้นมีความมั่นคงมากกว่าสถานีวิทยุประเภทบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชน ที่หากผลประโยชน์ประกอบไม่เป็นที่น่าพอใจหรือไม่สามารถแบกรับภาระต้นทุนที่สูงขึ้น อาจต้องมีการปิดตัวหรือล้มเลิกธุรกิจไป ในขณะที่สถานีวิทยุประเภทบริการสาธารณะของภาครัฐยังคงสามารถดำเนินงานต่อไปได้ เนื่องจากยังคงได้รับงบประมาณสนับสนุน

บางส่วนจากต้นสังกัด และถือเป็นการดำเนินงานตามพันธกิจการให้บริการวิชาการ แก่ชุมชนและสังคมที่ต้องพึงกระทำตามเป้าหมายขององค์กร และข้อกำหนดของพระราชบัญญัติประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

นอกจากนี้ รูปแบบการเป็นวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ ไม่ว่าจะเป็น สถานีวิทยุกระจายเสียงประเภทบริการสาธารณะของภาครัฐ และประเภทบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชนนั้น สิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญ คือ ความตื่นตัวต่อกระแสความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการให้ความสำคัญกับการเป็นผู้นำที่จะก้าวไปก่อนคู่แข่งขั้นเสมอ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่อง การปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ สถานีวิทยุทั้งประเภทบริการสาธารณะของภาครัฐ และสถานีวิทยุประเภทบริการธุรกิจของภาคธุรกิจเอกชน จำเป็นจะต้องพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพเรียนรู้การใช้งานสื่อใหม่ให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการดำเนินงานมากขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนองค์กรในยุคหลอมรวมสื่อ และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษารั้ครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะผู้ส่งสารซึ่งเป็นผู้บริหารสถานีวิทยุเท่านั้น ดังนั้น การศึกษารั้ต่อไปควรศึกษาข้อมูล ดังนี้

- ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ปฏิบัติงาน และสอบถามความคิดเห็นกลุ่มผู้ฟังรายการของสถานี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านมากขึ้น
- ควรมีการศึกษสถานีวิทยุประเภทบริการชุมชน เพื่อเป็นข้อมูลที่หลากหลายตามประเภทของวิทยุกระจายเสียงที่มีอยู่ในปัจจุบัน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ, และ นิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ : โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ชลิตา ตรุทัศน์วินท์. (2552). *การเปลี่ยนแปลงจากวิทยุ เอเอ็ม เอฟเอ็ม เป็นวิทยุออนไลน์: กรณีศึกษาการบริหารธุรกิจของสถานีวิทยุออนไลน์ เรดิโอบางกอกดอทเน็ต* (รายงานโครงการเฉพาะบุคคล). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณวรา พิไชยแพทย์. (2553). *การปรับกระบวนการทัศน์ของอุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรม, สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม.
- พัชรพร ตีวงศ์. (2557). *การคิดสร้างสรรค์รายการวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล สถานีวิทยุ SEED 97.5*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัชรพร ตีวงศ์. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในวิทยุกระจายเสียงยุคดิจิทัล. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(1), 217-228.
- พิพัฒน์ สังข์แก้ว (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการ สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท.ส่วนภูมิภาค* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สาขานิเทศศาสตร์.
- ภัททิยา โกคาพานิชย์. (2559). *กลยุทธ์การปรับตัวของคลื่นวิทยุในยุคสื่อดิจิทัล กรณีศึกษาศลื่นวิทยุ Cool Fahrenheit 93* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย.
- วันทนี ภูมิภัทราคม และคณะ. (2537). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : วี. เจ. พรินติ้ง.
- สุจิตตรา แก้วสินวล. *เอกสารการเรียนการสอน สด.338 เทคโนโลยีผสมผสาน*. คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.peerawich.com/dc388/dc388-CT.pdf>
- Peerawat Ngongakow. *Convergence การหลอมรวมสื่อ*. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2559, จาก <https://go.nexus.in.th/J5T8e>

ความพึงพอใจที่มีต่อสิทธิประโยชน์ทางสังคม
ของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี
Satisfaction with Social Benefits
of Hearing Impaired People in Chonburi

วัชรพงษ์ กาหลง¹ Watchaparong Kalong
เอกวิทย์ มณีธร² Ekkawit Maneethorn

Received: 29 January 2019, Revised: 4 June 2019, Accepted: 10 June 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อสิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้บกพร่องทางการได้ยินที่มีต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคมและพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขต

¹วัชรพงษ์ กาหลง (นิสิตหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานยุติธรรมและสังคม คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา)

Watchaparong Kalong (Master Student of Political Science Program in Justice and Social Administration, Faculty of Political Science and Law, Burapha University)

²ผศ. ว่าที่เรอตรี ดร.เอกวิทย์ มณีธร อาจารย์ประจำ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Asst. Prof. Acting Sub Lt. Ekkawit Maneethorn, Ph.D. Lecturer of Faculty of Political Science and Law, Burapha University

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข
อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี 20131

Faculty of Political Science and Law, Burapha University, 169 Long-Haad Bangsaen Road, Saensuk Sub-district, Muang District, Chonburi Thailand 20131

Corresponding Author E-mail: watchrp27@gmail.com

จังหวัดชลบุรี การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ เพื่อทำการวิเคราะห์และทดสอบทฤษฎี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ด้วยสถิติต่างๆ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวน (anova) ค่าสถิติ t-test รวมทั้งใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product-moment correlation coefficient) ในการวิเคราะห์ครั้งนี้

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 71.00 หรือคิดเป็น 284 คน มากกว่าเพศหญิงที่มีร้อยละ 29.00 หรือคิดเป็น 116 คน ช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 46.00 หรือคิดเป็น 184 คน และมีระยะเวลาการหูหนวกมาตั้งแต่กำเนิด ร้อยละ 71.75 หรือคิดเป็น 287 คน

ด้านการแพทย์ พบว่า ผู้บกพร่องทางการได้ยิน มีความพึงพอใจต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ด้านการบำบัด เช่น กิจกรรมบำบัด ที่มีค่าร้อยละ 3.84 และการใช้ยาผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์อื่นๆ ที่มีค่าเฉลี่ย 3.79

ด้านการศึกษา พบว่า ผู้บกพร่องทางการได้ยิน มีความพึงพอใจต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ด้านการคุ้มครองสิทธิและสนับสนุนทางการศึกษา ที่มีค่าเฉลี่ย 3.86 และโอกาสทางด้านการศึกษา ที่มีค่าเฉลี่ย 3.75

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บกพร่องทางการได้ยิน มีความพึงพอใจต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ในด้านการกู้ยืมเงินที่มีค่าเฉลี่ย 3.93 และได้รับการฝึกอบรม การพัฒนาอาชีพต่างๆ ที่มีค่าเฉลี่ย 3.84

ด้านสังคม พบว่า ผู้บกพร่องทางการได้ยิน มีความพึงพอใจต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ด้านสวัสดิการ ด้านเบี้ยยังชีพผู้พิการ ที่มีค่าเฉลี่ย 3.82 และการได้รับค่าใช้จ่ายต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีค่าเฉลี่ย 3.40

คำสำคัญ ความพึงพอใจ, ผู้บกพร่องทางการได้ยิน, สิทธิประโยชน์ทางสังคม

Abstract

The study of Satisfaction with Social Benefits of Hearing Impaired People in Chonburi has the following purposes: 1) to study the satisfaction of hearing-impaired people in Chonburi. 2) to study the relationship between satisfaction with social benefits and behaviors of using social benefits of hearing-impaired people in Chonburi. This study was quantitative research conducted by survey data collection in order to analyze and test theories by using multi-stage sampling. The samples of this study were a group of 400 hearing impaired people in Chonburi. The research instrument was a questionnaire. The data obtained were analyzed by statistics including percentage, mean, ANOVA, t-test, and the Pearson product-correlation.

The research results indicated that the majority of the sample were males in a total of 71.00% or equivalent to 284 people, followed by females in a total of 29.00% or equivalent to 116 people, people aged 21-30 years in a total of 46.00% or equivalent to 184 people, and people with congenital hearing impairment in a total of 71.75% or equivalent to 287 people.

In the medical aspect, the hearing impaired people were satisfied with perceiving benefits of treatments, such as treatment activities with a mean of 3.84% as well as using other medicines and medical supplies with a mean of 3.79.

In the educational aspect, the hearing impaired people were satisfied with perceiving benefits of rights protection and educational support with a mean of 3.86 as well as educational opportunities with a mean of 3.75.

In the occupational aspect, the hearing impaired people were satisfied with perceiving benefits of loans with a mean of 3.93 and training for career development with a mean of 3.84.

In the social aspect, the hearing impaired people were satisfied with perceiving benefits of disability living allowance with a mean of 3.82 and receiving the subsidy for facilities with a mean of 3.40.

Keywords Satisfaction, Hearing Impaired People, Social Benefit

บทนำ

ปัจจุบัน ประชาชนทุกคนในสังคมย่อมมีการได้รับสิทธิประโยชน์ต่อการได้รับความคุ้มครองของตนเองภายใต้กฎหมายของรัฐ ซึ่งกล่าวได้ว่า ทุกคนที่เกิดมาจะย่อมมีความพร้อมเกี่ยวกับสิทธิและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ที่เท่าเทียมกัน อันเป็นข้อความในมาตรา 1 ของคำปฎิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ค.ศ. 1948 ที่ได้รับการยืนยันต่อหลักการที่เกี่ยวกับมนุษย์ทุกคน คือ หลักการของความเชื่อ หรือเพศใดก็ตามย่อมมีสิทธิที่จะได้รับสวัสดิการเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และได้รับการพัฒนาด้านเสรีภาพหรือความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และการได้รับโอกาสที่เท่าเทียมกัน ซึ่งทั้งสตรีและสุภาพบุรุษ คนปกติ หรือคนพิการย่อมควรได้รับโอกาส และสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในสังคมทุกระบบได้ เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกับบุคคลทั่วไป ทางด้านขององค์การสหประชาชาติ ถือว่าสิทธิของคนพิการนั้นเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างมากที่จะต้องได้รับสิทธิการคุ้มครองภายใต้กฎหมายสากลด้วย เช่น อนุสัญญาระหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิคนพิการปี ค.ศ. 2006 (อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิคนพิการ Convention on the Rights of Personswith Disabilities (CRPD))

กล่าวได้ว่า คนพิการที่เป็นกลุ่มผู้ด้อยโอกาสทางสังคมที่ภาครัฐและเอกชนต่างเล็งเห็นถึงความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้พิการให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังนั้น คนพิการ คือ บุคคลที่ถูกจำกัดความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ หรือกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน และการมีส่วนร่วมทางสังคม เนื่องจากผู้พิการย่อมมีความบกพร่องทางการมองเห็น การได้ยิน การเคลื่อนไหว การสื่อสาร สติปัญญา และการเรียนรู้ เป็นต้น จะเห็นได้ว่า ผู้ที่พิการจะสามารถดำเนินชีวิตต่างๆ ในปัจจุบัน หรือการมีส่วนร่วมในสังคมได้อย่างเท่าเทียมกับบุคคลทั่วไป ย่อมต้องมีการพึ่งพาอาศัยหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหรือเพื่อนมนุษย์ด้วยกันที่ต้องคอยสนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

รัฐธรรมนูญไทยพุทธศักราช 2550 ได้เขียนไว้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับคนพิการที่ย่อมมีศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ที่มีสิทธิเสรีภาพ และได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายอย่างเท่าเทียมกับคนทั่วไป ดังนั้น รัฐบาลจึงต้องส่งเสริมและพัฒนาให้คนพิการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และสามารถดำเนินชีวิตของตนเองได้อย่างคุ้มค่า และสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยเฉพาะคนพิการในชนบทที่ยังถูกทอดทิ้ง ละเลย และไม่ได้รับการบริการฟื้นฟูสมรรถภาพตามสิทธิประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับอย่างสมบูรณ์และเต็มที่ ซึ่งคนพิการเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ เพียงแต่ขาดโอกาสและการส่งเสริมสนับสนุนให้มีส่วนร่วมทางสังคมเหมือนกับบุคคลทั่วไป (กมลพรรณ พันพืง, 2551) เพื่อการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นสาธารณะ และความช่วยเหลืออื่นๆ จากรัฐ ความเชื่อมั่นในความสามารถของคนพิการ ตลอดจนมีส่วนร่วมของตัวคนพิการเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคมที่เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการให้ดีขึ้น และสามารถทำให้มีการพัฒนาทางด้านจิตใจ อารมณ์ พฤติกรรมของเด็ก โดยเฉพาะกับเด็กหูหนวก เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนย่อมต้องมีสังคม มีปฏิสัมพันธ์ และมีกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับคนในสังคมของผู้ปกครองทางการได้ยินและคนปกติทั่วไป (ชนิษฐา เทวินทรภักดี, 2534 น. 23-29)

ครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญประการแรกของผู้ปกครองทางการได้ยิน ที่สามารถพัฒนาระบบทางด้านร่างกาย และจิตใจ และเป็นสถานที่เลี้ยงดูเด็กให้เป็นคนเจริญเติบโตอย่างสมบูรณ์ ซึ่งสามารถให้การอบรมแก่เด็ก ให้รู้จักระเบียบของสังคม และเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับตัวเด็ก ให้สามารถออกไปเผชิญกับสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ (อรอนงค์ สุวรรณกุล, 2525, น. 8-9) ทางด้านปัญหาการรับรู้สิทธิประโยชน์ของผู้ปกครองทางการได้ยิน ที่ไม่เท่าเทียมกับคนปกติทั่วไป ซึ่งมีผลในทางลบต่อผู้ปกครองทางการได้ยิน และความเสมอภาคในสังคม ทำให้ความพิการทางกายและอุปสรรคทางสังคมเหล่านี้ เป็นข้อจำกัดของผู้ปกครองทางการได้ยินที่ไม่สามารถเข้าโปรแกรมกิจกรรมหรือดำรงชีวิตร่วมในสังคมได้ (กรมประชาสัมพันธ์, 2538)

จะเห็นได้ว่า ผู้ปกครองทางการได้ยินมักจะประสบกับปัญหาหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของตนเอง เพื่อที่จะรักษาสีตตามกฎหมายที่กำหนดไว้อย่างถูกต้อง เพื่อสามารถอยู่ร่วมกันกับคนปกติในสังคมอย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้ปกครองทางการได้ยินเป็นบุคคลที่มีได้แสดงออกทางร่างกายว่าตนเองมีความพิการ เมื่อเทียบกับความพิการในด้านอื่นๆ

โดยเฉพาะเมื่อผู้บกพร่องทางการได้ยินไม่สามารถได้ยินเสียงพูดและเสียงต่างๆ ได้เช่นเดียวกับคนปกติทั่วไป จึงทำให้ผู้บกพร่องทางการได้ยินมักจะพบเจอกับอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวในสังคม

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้บกพร่องทางการได้ยินที่มีความแตกต่างกันระหว่างคนปกติทั่วไปทางด้านของข้อจำกัดทางร่างกาย ที่ทำให้เกิดความแตกต่างในการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ตามกฎหมายในด้านต่างๆ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ที่จะสามารถนำข้อมูลต่างๆ จากงานวิจัยครั้งนี้มาพัฒนารูปแบบการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของกลุ่มผู้บกพร่องทางการได้ยินทางด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา และด้านอาชีพ ให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่อยู่สูงสุดต่อตัวผู้บกพร่องทางการได้ยินเอง รวมทั้งสามารถทำให้การดำเนินชีวิตของผู้บกพร่องทางการได้ยินในสังคม ทั้งทางด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา และด้านอาชีพได้สะดวก ปลอดภัย ง่ายต่อการดำรงชีวิต ได้อย่างรู้เท่าทันความคับหน้าต่อเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บกพร่องทางการได้ยินเกิดความเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการดำเนินชีวิตที่กฎหมายมีการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ได้มากขึ้น และสามารถใช้ประโยชน์จากการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ตามกฎหมายทางสังคม เพื่อพัฒนาตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพให้กลายเป็นคนที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไปในอนาคต อีกทั้งภาครัฐและภาคเอกชนก็ยังสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้วางแผนเชิงการประชาสัมพันธ์ทางด้านของกฎหมาย ที่คุ้มครองสิทธิประโยชน์ของผู้บกพร่องทางการได้ยินบนสื่อโฆษณาต่างๆ หรือตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้บกพร่องทางการได้ยินโดยตรง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มผู้บกพร่องทางการได้ยินได้เข้าใจ รับรู้ได้อย่างถูกต้องและสมบูรณ์แบบอีกด้วย

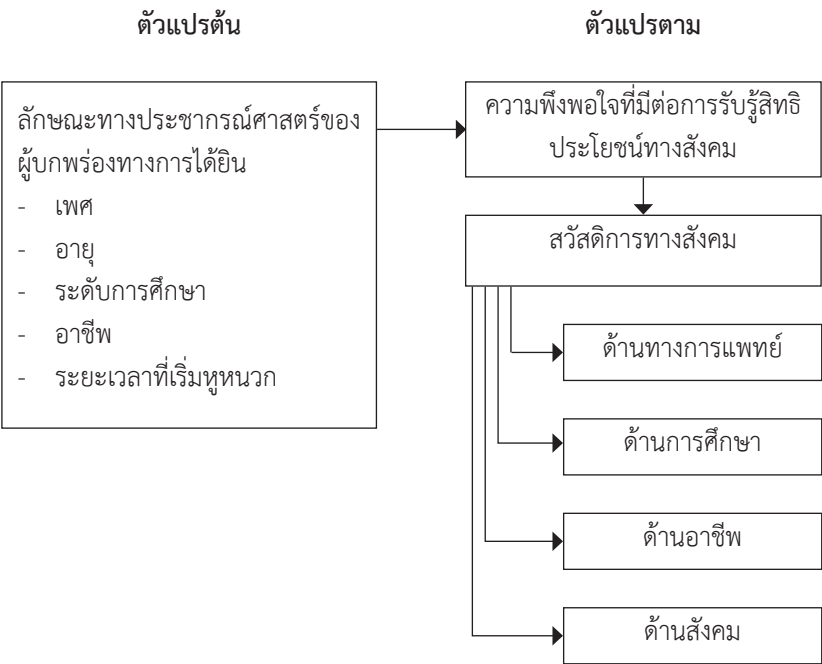
จากความสำคัญ รวมถึงคุณประโยชน์ของการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ตามกฎหมายของผู้บกพร่องทางการได้ยิน จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคม ทางด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา และด้านอาชีพ ซึ่งสิทธิประโยชน์ตามกฎหมายทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยินที่มีอยู่ในปัจจุบันนั้น ยังไม่เพียงพอต่อการคุ้มครองสิทธิผู้บกพร่องทางการได้ยิน ที่ผู้บกพร่องทางการได้ยินก็ยังไม่สามารถรับรู้ถึงสิทธิประโยชน์ทางสังคมได้อย่างเต็มที่และถูกต้อง ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความถูกต้อง ชัดเจน ความเข้าใจ และสามารถบังคับใช้ได้ถูกต้อง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยในเรื่องการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ทางสังคมที่มีต่อทางการแพทย์ การศึกษา และอาชีพของผู้บกพร่องทางการได้ยินให้มีประสิทธิภาพ

และรับประกันความเข้าใจการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมถึงการเข้าถึงสิทธิประโยชน์ในด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา และด้านอาชีพ ด้วยเช่นกัน

วัตถุประสงค์

- 1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมต่อการแพทย์ การศึกษา และอาชีพของผู้ปกครองทางการไถ่ยืมในเขตจังหวัดชลบุรี
- 2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้ปกครองทางการไถ่ยืมที่มีต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคม และพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้ปกครองทางการไถ่ยืมในเขตจังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิด



สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ผู้ปกครองทางการได้ยินที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคม ซึ่งได้แก่ ทางด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านสังคม แตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาที่เริ่มหูหนวก

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคม ซึ่งได้แก่ ทางด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านสังคม

สมมุติฐานที่ 2 ผู้ปกครองทางการได้ยินมีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคม ซึ่งได้แก่ ทางด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคม

ตัวแปรต้น คือ ความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคม ได้แก่ ทางด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านสังคม

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับสวัสดิการสังคมที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม

สวัสดิการสังคม (social welfare) หมายถึง ระบบการจัดบริการทางสังคม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการป้องกัน การแก้ไขปัญหา การพัฒนา และการส่งเสริมความมั่นคงทางสังคม เพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและพึ่งตนเองได้อย่างทั่วถึง เหมาะสม เป็นธรรม และให้เป็นไปตามมาตรฐาน ทั้งทางด้านการศึกษา สุขภาพอนามัย ที่อยู่อาศัย การทำงาน และการมีรายได้ นันทนาการ กระบวนการยุติธรรม และการบริการสังคมทั่วไป โดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิที่ประชาชนจะต้องได้รับและมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการสังคมทุกระดับ

สุวรรณ รื่นยศ (2532, อ้างถึงใน มนฤดี ศรีสุข, 2545) ได้ให้ความหมายไว้ว่า งานสวัสดิการสังคมมีความหมายครอบคลุมไปถึงการดำเนินการทุกอย่างทั้งของรัฐและ

เอกชน เพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลเพื่อนมนุษย์หรือกลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคม และผู้ที่ไม่สามารถช่วยตนเองได้ให้มีความสุขทั้งกายและจิตใจ

2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (uses and gratifications theory)

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากความต้องการ (needs) ซึ่งความต้องการของแต่ละคนจะมีที่มาจากต่างกัน ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ได้อธิบายว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่มาสโลว์ (Maslow, 1954) กล่าวไว้ คือ ความต้องการทางกายภาพ (physical needs) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) ความต้องการความรัก (love & belonging needs) ความต้องการชื่อเสียง (esteem needs) และความต้องการสมหวังในชีวิต (self-actualization needs) แล้วมนุษย์ยังมีความต้องการอย่างอื่นอีก คือ ความต้องการมีความรู้ความเข้าใจ (needs for cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมพื้นฐานด้านจิตใจของตนเอง ความต้องการที่จะรู้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บกพร่องทางการได้ยิน ที่มีอายุระหว่าง 15–40 ปี และพักอาศัยอยู่ในเขตจังหวัดชลบุรี โดยพบว่า ผู้บกพร่องทางการได้ยินในเขตจังหวัดชลบุรีมีจำนวนทั้งหมด 1,016 คน ที่มีพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคม ดังนั้น เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมในยุคสมัยนี้ จึงได้ศึกษาจากผู้พิการทางการได้ยินว่า มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ตลอดจนพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมเป็นอย่างไร เพื่อจะได้นำข้อมูลไปปรับปรุง พัฒนา และส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับผู้บกพร่องทางการได้ยิน ให้เป็นผู้ที่สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างปลอดภัย และสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นในสังคมปัจจุบัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยแบบสอบถามดังกล่าว ประกอบด้วยคำถามแบบปลายเปิด (open-ended questions) และคำถามแบบปลายปิด (close-ended questions)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งปฐมภูมิ (primary data) การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถาม พูดคุย และเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยการลงพื้นที่จัดเก็บข้อมูลในเขตจังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปกครองทางการไถ่เลี้ยง ซึ่งการเก็บแบบสอบถามด้วยวิธีดังกล่าวจะช่วยลดความโน้มเอียงของลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างได้

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน

1. **การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive statistics)** ในการอธิบายถึงลักษณะของข้อมูลตามความแตกต่างกันในลักษณะต่างๆ โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากร

2. **การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (inferential statistics)** ในการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test และ One-Way ANOVA ในการทดสอบความแตกต่างตามลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจ และการได้รับสิทธิประโยชน์ทางสังคม และใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ การรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคม และพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้ปกครองทางการไถ่เลี้ยง ในเขตจังหวัดชลบุรี

ผลการวิจัย

ข้อมูลทางประชากรของผู้ปกครองทางการไถ่เลี้ยง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นผู้ปกครองทางการไถ่เลี้ยงที่เป็นเพศชาย จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา อายุระหว่าง 15 – 20 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 โดยมีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00

รองลงมา คือ การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 และประถมศึกษาตอนปลาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ส่วนใหญ่มืออาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคืออาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และผู้บกพร่องทางการได้ยินส่วนใหญ่ มีความพิการทางการได้ยินแต่กำเนิด จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.75

ความพึงพอใจที่มีต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บกพร่องทางการได้ยินมีความพึงพอใจที่มีต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี ในภาพรวม มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เพื่อที่ต้องการทราบเหตุการณ์ ($\bar{X}=3.85$) มากที่สุด ความคาดหวังที่สามารถสนทนากับกลุ่มเพื่อน ($\bar{X}=3.73$) ถัดไป คือ ความคาดหวังที่ต้องการหาคำแนะนำความคิดเห็นเพื่อช่วยในการตัดสินใจ ($\bar{X}=3.58$) และความคาดหวังที่มีต่อความต้องการสร้างความเป็นตัวตนของตนเอง ($\bar{X}=3.50$) ตามลำดับ

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้บกพร่องทางการมองเห็น

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บกพร่องทางการได้ยินมีพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมที่มีต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี โดยจำแนก ดังนี้

จำแนกตามด้านสังคม พบว่า การได้รับสวัสดิการด้านเบี้ยยังชีพผู้พิการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.82$) รองลงมา คือ การลดหย่อนค่าโดยสารขนส่งสาธารณะสำหรับผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คือ ($\bar{X}=3.63$) การได้รับการกู้ยืมเงินทุนประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.55$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.22$)

จำแนกตามด้านการศึกษา พบว่า การคุ้มครองสิทธิและสนับสนุนทางการศึกษา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.86$) รองลงมา คือ การจัดซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการศึกษา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.79$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การกู้ยืมเงินทุนการศึกษา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.66$)

จำแนกตามด้านทางการแพทย์ พบว่า การบำบัด เช่น กิจกรรมบำบัด ศิลปะบำบัด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.84$) รองลงมา คือ การแนะแนว และการให้บริการปรึกษาต่างๆ

มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.81$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ได้รับสิทธิในการเบิกค่ารักษาพยาบาล มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.63$)

พฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคม ที่มีต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้ปกครองทางการไต่ถามในเขตจังหวัดชลบุรี

ผู้ปกครองทางการไต่ถาม มีการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคม พบว่า การรับรู้สิทธิประโยชน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=3.59$) รองลงมา คือ ด้านอาชีพ มีการรับรู้สิทธิประโยชน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=3.46$) ด้านทางการแพทย์ มีการรับรู้สิทธิประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}=3.09$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการศึกษา มีการรับรู้สิทธิประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=2.96$)

จำแนกตามด้านสังคม พบว่า การได้รับการจัดการล่ามภาษามือ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.67$) รองลงมา คือ การจัดให้มีเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ คือ ($\bar{X}=3.65$) การได้รับการกู้ยืมเงินทุนประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.58$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การได้รับสวัสดิการด้านเบี้ยยังชีพผู้พิการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.52$)

จำแนกตามด้านอาชีพ พบว่า การกู้ยืมเงินทุนประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.56$) รองลงมา คือ การเข้าร่วมการส่งเสริมอาชีพสำหรับการมีงานทำ คือ ($\bar{X}=3.46$) การจ้างงานคนพิการในสถานประกอบการหน่วยงานของรัฐ หรือสถานศึกษาเอกชน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.44$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมการส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระต่างๆ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.37$)

จำแนกตามด้านทางการแพทย์ พบว่า การเข้าร่วมการเสริมพัฒนาการเพื่อปรับสภาพร่างกาย จิตใจ อารมณ์ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.46$) รองลงมา คือ การให้ยาและเวชภัณฑ์อื่นๆ มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คือ ($\bar{X}=3.34$) การเข้าร่วมการเสริมสร้างสมรรถภาพทางร่างกายให้ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.18$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การเข้าร่วมการพัฒนาทักษะ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=2.22$)

จำแนกตามด้านทางการศึกษา พบว่า การได้รับความช่วยเหลือทางการศึกษา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.21$) รองลงมา คือ การได้รับโอกาสทางการด้านการศึกษา มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คือ ($\bar{X}=3.20$) การคุ้มครองสิทธิและสนับสนุนทางการศึกษา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.14$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การได้รับการกู้ยืมเงินทุนการศึกษา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=2.24$)

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 แสดงความทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้ปกครองทางการไถ่ในในเขตจังหวัดชลบุรีทางด้านการแพทย์

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	T	Sig.
ทางด้านการแพทย์	ชาย	284	3.62	0.715	-6.162	0.392
	หญิง	116	4.11	0.670		

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้ปกครองทางการไถ่ในในเขตจังหวัดชลบุรีทางด้านการแพทย์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.392 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย แสดงว่าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้ปกครองทางการไถ่ในในเขตจังหวัดชลบุรีทางด้านการแพทย์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 แสดงความทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้ปกครองทางการไถ่ในในเขตจังหวัดชลบุรีทางการศึกษา

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	T	Sig.
ทางด้านการศึกษา	ชาย	284	3.72	0.848	-9.64	0.996
	หญิง	116	3.82	0.856		

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านการศึกษำ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีนัยสำค้ำยทางสถิติเท่ากับ 0.996 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำค้ำยทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย แสดงว่าเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านการศึกษำ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 แสดงความทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านอาชีพ

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	T	Sig.
ทางด้านการแพทย์	ชาย	284	3.79	0.875	-.953	0.392
	หญิง	116	3.88	0.867		

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านอาชีพ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีนัยสำค้ำยทางสถิติ เท่ากับ 0.392 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำค้ำยทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย แสดงว่าเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านอาชีพ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 แสดงความทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านสังคม

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (X)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	T	Sig.
ทางด้านการแพทย์	ชาย	284	3.46	0.668	-.488	0.851
	หญิง	116	3.50	0.655		

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างระหว่างของความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านสังคม จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.851 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย แสดงว่าเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านสังคม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 แสดงความทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีทางด้านการแพทย์

(n = 400)						
แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-value	สรุปผลการทดสอบ
ระหว่างกลุ่ม	28.460	3	9.487	20.029*	0.000	แตกต่าง
ภายในกลุ่ม	187.560	396	0.474			
รวม	216.019	399				

ns หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างระหว่างของความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้ปกครองทางการไต่ถาม ในเขตจังหวัดชลบุรีทางการแพทย์ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย แสดงว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้ปกครองทางการไต่ถาม ในเขตจังหวัดชลบุรีทางการแพทย์แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 แสดงความทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้ปกครองทางการไต่ถามในเขตจังหวัดชลบุรีทางการศึกษา

(n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P -value	สรุปผลการทดสอบ
ระหว่างกลุ่ม	1.385	3	0.462	0.636ns	0.592	ไม่แตกต่าง
ภายในกลุ่ม	287.565	396	0.726			
รวม	288.949	399				

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้ปกครองทางการไต่ถาม ในเขตจังหวัดชลบุรีทางการศึกษา จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.592 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย แสดงว่าอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้ปกครองทางการไต่ถาม ในเขตจังหวัดชลบุรีทางการศึกษา ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 แสดงความทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านอาชีพ

(n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P -value	สรุปผลการทดสอบ
ระหว่างกลุ่ม	1.914	3	.638	.836ns	0.475	ไม่แตกต่าง
ภายในกลุ่ม	302.174	396	.763			
รวม	304.089	399				

ns หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างระหว่างของ ความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านอาชีพ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.475 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย แสดงว่าอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านอาชีพ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 แสดงความทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านสังคม

(n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P -value	สรุปผลการทดสอบ
ระหว่างกลุ่ม	1.209	3	.403	.914ns	0.434	ไม่แตกต่าง
ภายในกลุ่ม	174.645	396	.441			
รวม	175.854	399				

ns หมายถึง ไม่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างระหว่างของความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านสังคม จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.434 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย แสดงว่าอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรีด้านอาชีพ ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมด้านการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้ปกครองทางการไต่ถาม ในเขตจังหวัดชลบุรี จากตารางพบว่าความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมด้านการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้ปกครองทางการไต่ถาม ในเขตจังหวัดชลบุรี ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมด้านอาชีพ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้ปกครองทางการไต่ถาม ในเขตจังหวัดชลบุรี

ความพึงพอใจ ที่มีต่อสวัสดิการ ทางสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้ปกครองทางการไต่ถาม ในเขตจังหวัดชลบุรี		สรุป ความสัมพันธ์
	r	p - value	
ด้านอาชีพ	-0.371	0.000	มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้ปกครองทางการไต่ถาม ในเขตจังหวัดชลบุรี จากตารางพบว่าความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้ปกครองทางการไต่ถาม ในเขตจังหวัดชลบุรี ซึ่งยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคม ด้านสังคม และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี

ความพึงพอใจ ที่มีต่อสวัสดิการ ทางสังคม	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ กับพฤติกรรม การใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคม ของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี		สรุป ความสัมพันธ์
	r	p - value	
ด้านสังคม	-0.475	0.000	มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมด้านสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี จากตารางพบว่าความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี ซึ่งยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ผู้บกพร่องทางการได้ยินที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคม ซึ่งได้แก่ ทางด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านสังคม แตกต่างกัน

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้บกพร่องทางการได้ยินมีความพึงพอใจที่มีต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่มีประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นผู้บกพร่องทางการได้ยินที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคม มีจำนวนทั้งสิ้น 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 มากกว่า ผู้บกพร่องทางการได้ยินที่เป็นเพศหญิง มีจำนวนทั้งสิ้น 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ซึ่งมีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ประกอบอาชีพอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 และมีความพิการทางการได้ยินแต่กำเนิด จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.75 ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์ที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยินที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีราพร ดาวเจริญ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเข้าถึงสวัสดิการสังคมสำหรับบุคคลที่มีความบกพร่องทางการได้ยินในอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า บุคคลที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน ในอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรียังไม่มี ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเข้าถึงสวัสดิการสังคมรวมถึงยังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากสิทธิคนพิการตามมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 ได้ครบตามจริง แต่ต้องการขึ้นทะเบียนผู้พิการก็เพียงเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิบางประการ เช่น สิทธิการรับเบี้ยยังชีพคนพิการ 800 บาทต่อเดือน ส่วนปัญหาและความต้องการแตกต่างกันออกไปตามประเภทของการใช้สิทธิ ตามสวัสดิการสังคมนั้นๆ ตามแนวทางการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการด้านการแพทย์ การศึกษา อาชีพ และสังคม ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มคนพิการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ส่วนมากอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จึงมีการเรียนรู้ และการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคมมากขึ้น ทำให้มีความพึงพอใจที่มีต่อการรับรู้สิทธิประโยชน์ทางสังคม

สมมุติฐานที่ 2 ผู้บกพร่องทางการได้ยิน มีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคม ซึ่งได้แก่ ทางด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านสังคม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคม

ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคม ซึ่งได้แก่ ทางด้านการแพทย์มีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับมากกับพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคม สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคม โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำ ($r = 0.391$) ด้านการศึกษาโดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำ ($r = 0.025$) ด้านอาชีพ โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำ ($r = 0.371$) และด้านสังคม โดยความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.475$) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคม พบว่า ผู้บกพร่องทางการได้ยินมีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคม ทางด้านการแพทย์ ด้านการศึกษา ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคม มีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ ในขณะที่ผู้บกพร่องทางการได้ยิน มีความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการทางสังคมด้านสังคม มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการใช้สิทธิประโยชน์ทางสังคมมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อสิทธิประโยชน์ทางสังคมของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ดังนั้น เพื่อให้ได้ผลการศึกษาเชิงลึกยิ่งขึ้น อาจจะมีแนวโน้มนการศึกษาทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ร่วมด้วย เช่น การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview)
2. ควรทำวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research: PAR) เพื่อค้นหาปัญหาความต้องการในการเข้าถึงสวัสดิการสังคมที่เหมาะสมแก่ผู้พิการแต่ละประเภท ในพื้นที่ที่แตกต่างกันออกไป

ข้อเสนอแนะทางสังคม

หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ควรมีการรณรงค์และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการช่วยเหลือผู้บกพร่องทางการได้ยินอย่างถูกวิธี มีสถานที่ฝึกอบรมเกี่ยวกับการใช้สิทธิสวัสดิการทางสังคมต่างๆ และเล็งเห็นถึงการได้รับสิทธิประโยชน์ทางสังคมมากขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กมลพรรณ พันพื้ง. (2551). *ไอแอล การดำเนินชีวิตอิสระของคนพิการ*. นนทบุรี: โรงพิมพ์ยิ้มสู้ของมูลนิธิคนพิการไทย (โดยคนพิการ).
- กรมประชาสัมพันธ์. (2530). *ปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุในชุมชนดินแดง*. กรุงเทพฯ: กองสวัสดิการสังคมกระทรวงมหาดไทย.
- ชนิษฐา เทวินทรภักดี. (2534). *การดูแลบุคคลพิการ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. หน้า 23-29.
- ธีราพร ดวงเจริญ. (2559). *การเข้าถึงสวัสดิการสังคมสำหรับบุคคลที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน ในอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะวิทยาการจัดการ, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน.
- มนฤดี ศรีสุข. (2545). *การบริหารงานสวัสดิการผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดชลบุรี* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์, สาขาการบริหารทั่วไป.
- สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ. (2552). *อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิคนพิการ Convention on the Rights of Persons with Disabilities (CRPD)*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- อรอนงค์ สุวรรณกุล. (2525). *การศึกษาทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อบุตรหลายที่มีความบกพร่องทางการได้ยินด้านการศึกษา และการเลี้ยงดู*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการศึกษาพิเศษ วิทยาลัยครูสวนดุสิต.

การรับรู้ของผู้อ่านและการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
ภาคใต้โพกัสในยุคดิจิทัล
Reader's Perception and Organization Management
“Focus Pak Tai”
of Local Newspaper in The Digital Age

พิกุลทิพย์ ยूरะพันธุ์¹ Phikunthip Yurapan
พัชนี เขยจรรยา² Patchanee Cheyjunya

Received: 25 January 2019, Revised: 8 May 2019, Accepted: 30 May 2019

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม แบ่งรูปแบบการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิจัยเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส

¹พิกุลทิพย์ ยूरะพันธุ์ (ศส.ม. สาขานิเทศศาสตร์และนวัตกรรม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2560)

Phikunthip Yurapan (M.A. in Communication Arts and Innovation, National Institute of Development Administration, 2017)

²รศ.พัชนี เขยจรรยา อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Assoc. Prof. Patchanee Cheyjunya, Lecturer of Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ อาคารมาลัย หุวะนันทน์ ชั้น 8 เลขที่ 118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration, The 8 Floor Malai Huwanandana Building, 118 Moo 3, Serithai Road, Klong-chan Sub-District, Bangkok District, Bangkok Thailand 10240

Corresponding Author E-mail: phikunthip@gmail.com

จำนวน 400 คน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส โดยใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบค่าเฉลี่ย โดยความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และ 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้อำนวยการและกองบรรณาธิการที่มีบทบาทต่อการกำหนดนโยบาย และการวางแผนบริหารจัดการองค์กรร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อศึกษาลักษณะการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะของการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า

1) ผู้อ่านส่วนใหญ่รับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรและกลวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่สร้างความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งยังรับรู้จริยธรรมขององค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนในฐานะองค์กรสื่อท้องถิ่นทั้งหมดอยู่ในระดับดี เช่นเดียวกับการเปิดรับสื่อของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ภาคใต้โพกัส มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอยู่ในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

2) ลักษณะการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสในยุคดิจิทัล มีผลต่อการปรับตัวขององค์กรที่อาศัยหลักการและกระบวนการจัดการองค์กรควบคู่ไปกับการหลอมรวมสื่อ เพื่อขยายกลุ่มผู้อ่านให้กว้างขึ้นพร้อมกับการนำเสนอผ่านสื่อใหม่ ซึ่งทำให้องค์กรลดต้นทุนในกระบวนการผลิต โดยปรับเนื้อหาเสนอข่าวตามกระแสในพื้นที่สื่อออนไลน์ให้สอดคล้องการเปิดรับของกลุ่มผู้อ่านรุ่นใหม่เพิ่มขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมในท้องถิ่น ภายใต้โครงการผู้บริหารโพกัสเขตจังหวัดเพื่อเพิ่มจำนวนการตีพิมพ์ จากการสร้างธุรกิจหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นโดยให้สิทธิและส่วนการครอบครองการบริหารจัดการและการจัดจำหน่ายแก่ผู้อ่านเป็นตัวแทนขายตรง

คำสำคัญ การจัดการ, หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น, ภาคใต้, ดิจิทัล, ผู้อ่าน, องค์กร, การรับรู้

Abstract

This research used the mixed method between two approaches as the followings, 1) the quantitative research by using 400 samples from people who have read the local newspaper, Focus Pak Tai. The objectives were to study the relationships between media exposure and information perception of the local newspaper company Focus Pak Tai by using the inferential statistics to test One-Way ANOVA and to analyze Pearson's Correlation Coefficient, and (2) the qualitative research by analyzing data from the reviewed literature and in-depth interviews with directors and editorial staff who have roles in policy setting and organizational management service planning, combining with a non-participation observation to study the management of the local newspaper company Focus Pak Tai, management process by presenting the analyzed data as a descriptive analysis.

Thus, this research found that:

1) Most readers perceived the organizational brand and understood the tactics of delivering content that builds confidence towards the information they received. Also, they recognized the professional media ethics as local media providers at a good level in all criteria. The media exposure of the local newspaper, Focus Pak Tai had a positive relationship with an information perception of a local newspaper association which was significant at a low level of 0.001.

2) The characteristics of the local newspaper company, Focus Pak Tai's management in the digital age affected the adaptability of the organization which used the principles and the processes of media convergence along with the organizational management. This expanded a wider reader group with new media to decrease the production cost by re-adjusting the news' content following the mainstream trend to confirm the increasing numbers of the new readers' media exposure. It also

created interpersonal relationships, along with establishing local participation under the project supervision of Focus Pak Tai's provisional managers by franchising the local newspaper while acting as a direct agent for all provinces in the southern part as the need to maximize the number of the publications.

Keywords Management, Local Newspaper, Southern Region, Digital, Readers, Organization, Perception

บทนำ

องค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นหนึ่งในสถาบันทางสังคมและสถาบันทางเศรษฐกิจในแง่สถาบันทางสังคม หนังสือพิมพ์เป็นที่พึ่งพาของผู้ยากไร้ ผู้ที่ต้องการแสดงสิทธิและเป็นผู้ให้ความรู้ ถ่ายทอดประวัติศาสตร์ระหว่างยุคสมัย ในแง่สถาบันเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับองค์กรธุรกิจอย่างแยกไม่ออก องค์กรหนังสือพิมพ์เป็นองค์กรธุรกิจที่ต้องดำเนินธุรกิจแสวงกำไร ขณะที่ธุรกิจหนังสือพิมพ์จะคงอยู่ได้ก็ต้องอาศัยการลงโฆษณาขององค์กรธุรกิจเช่นกัน (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549) ในขณะที่วางแผนกระบวนการสื่อสารแบบบูรณาการโดยการผสมผสานการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ขององค์กรเพื่อสร้างภาพลักษณ์ และเน้นการสื่อสารแบบเป็นนัยแต่ครบเครื่อง โดยได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนทำหน้าที่แพร่กระจายข่าวสารแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ด้วยความเชื่อว่าเป็นวิธีที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้ดีกว่าการสื่อสารแบบชัดแจ้ง ยิ่งไปกว่านั้น ผลการวิจัยยังพบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรด้านการแสดงออกเพื่อสังคม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ (วรทัย ราวิณี, 2549) โดยการนำองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญขององค์กรเข้าไปสนับสนุนการแก้ไขปัญหาการจัดการองค์กร ที่ต้องอาศัยความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นปัจจัยที่ผลักดันให้องค์กรในประเทศไทยส่วนหนึ่งแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การทำตามหน้าที่และการทำเพื่อสร้างชื่อเสียงองค์กรเป็นหลัก ถึงแม้ว่าองค์กรเหล่านี้จะไม่ได้มีเจตนาหวังผลกับองค์กรฝ่ายเดียวไปเสียทั้งหมด แต่ในประเด็นดังกล่าว มองว่ากิจกรรมต่างๆ ที่ทำนั้น ยังไม่ใช่สิ่งที่จะช่วยพัฒนาสังคมได้อย่างยั่งยืน แต่เป็นงานที่ส่งผลต่อสังคม

ระยะสั้น เป็นการหวังผลในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้อ่านและผู้ถือผลประโยชน์ร่วม โดยเลือกช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงสาธารณชนได้อย่างกว้างขวาง เช่น สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ จดหมายข่าว หรือนิตยสารมากกว่าการเจาะจงไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่นเดียวกับองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในภาคใต้ก็เป็นอีกหนึ่งองค์กรที่ช่วยสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของท้องถิ่นได้อย่างมีความใกล้ชิด ทั้งยังมีผู้อ่านจำนวนมาก สังเกตได้จากการมีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้จำนวน 81 ฉบับ (ทำเนียบสื่อมวลชนสำนักงานประชาสัมพันธ์ประจำจังหวัด, 2559) และจังหวัดสงขลา ถือว่าเป็นจังหวัดที่มีจำนวนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมากที่สุดในภาคใต้

องค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสรายสัปดาห์ เป็นองค์กรสื่อท้องถิ่นที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (local newspaper) ขนาดแท็บลอยด์ (tabloid) เป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฉบับแรกของจังหวัดสงขลา ที่นำเสนอข่าวสังคม การเมือง ธุรกิจ ในพื้นที่ภาคใต้อย่างต่อเนื่องทุกสัปดาห์ ภายใต้สโลแกน “ข่าว สาระเชิงลึก และเวทีความคิดเห็น” (ภูวสิทธิ์ สุขใส, 2557) มีการจัดแบ่งการทำงานของทีมงานเป็นฝ่ายบรรณาธิการข่าว ฝ่ายการตลาด และการบริหารจัดการ เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ระดับชาติทั้งคุณภาพข่าวและมาตรฐานการทำงาน ทำให้ได้รับการยอมรับจากผู้อ่าน และผู้สนับสนุนโฆษณา แสดงบทบาทตามหน้าที่และภารกิจของสื่อ โดยการตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ นำเสนอข่าวสาร และความเคลื่อนไหวด้านความรู้ความเข้าใจของประชาชนให้เกิดการมีส่วนร่วมในท้องถิ่น ซึ่งเดิมหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสรายสัปดาห์ใช้ชื่อว่า โพกัสสงขลา เกิดขึ้นโดยนายประสาน สุขใส และคณะเคยทำงานเป็นนักข่าวในสังกัดของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ศูนย์ข่าวภาคใต้ และนักข่าวจากหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ ที่สนใจทำหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โดยในระยะเริ่มต้นได้รับการสนับสนุนจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ภายหลังหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ศูนย์ข่าวภาคใต้ได้ปิดดำเนินการ หนังสือพิมพ์โพกัสสงขลาจึงเกิดขึ้นในฉบับปฐมฤกษ์ออกเผยแพร่ เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2540 โดยทีมงานหนังสือพิมพ์โพกัสสงขลาได้ติดต่อนักเขียน นักวิชาการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้และเป็นที่รู้จักของสังคมในฐานะผู้ทำประโยชน์เพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ฯลฯ มาช่วยกันแสดงความคิดเห็นต่อทิศทางการนำเสนอ และช่วยกันเขียนเนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อสังคมในรูปแบบต่างๆ ลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์โพกัสสงขลา (เมธาวี แก้วสนิท, 2550)

ปรับใช้ การปรับตัวขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้น จะต้องใช้เวลาในการปรับตัวนาน เนื่องจากการลงทุนในระดับท้องถิ่นมีเงินลงทุนที่จำกัด และยังไม่มีแนวทางการปรับตัวที่ชัดเจนว่าองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะมีการปรับตัวไปในทิศทางใด ซึ่งทางเดียวที่สามารถตอบโจทย์การบริหารงานองค์กรสื่อท้องถิ่นได้ดีที่สุดคงหนีไม่พ้น การสำรวจการรับรู้ของผู้อ่านในท้องถิ่น เพื่อนำมาประเมินและปรับปรุงการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นให้ผ่านวิกฤติสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส เพื่อยืนยันข้อค้นพบว่า ข้อมูลพฤติกรรม的开รับสื่อกับการรับรู้ข่าวสารของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสมีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร โดยยึดหลักการและแนวคิดลักษณะการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์มาเปรียบเทียบ เพื่อให้เห็นความแตกต่าง และสามารถนำไปประเมินและปรับปรุง เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับการปรับตัวขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในยุคดิจิทัล จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลหรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นมาวิเคราะห์ โดยการตีความจากการศึกษาลักษณะองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีการจัดการอย่างไรในยุคดิจิทัล

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส
2. เพื่อศึกษาลักษณะการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส

สมมติฐาน

1. ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารภายในท้องถิ่นผ่านสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสแตกต่างกัน
2. ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารภายในท้องถิ่นผ่านสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสแตกต่างกัน
3. พฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารภายในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารภายในท้องถิ่นผ่านสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะงานประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ ด้วยสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ปรมะ สตะเวทิน (2546) ระบุลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรม ช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้อ่านของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ไว้ว่า 1) อายุ บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย เป็นต้น 2) วงจรชีวิตครอบครัว เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอน เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ทศนคติ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกัน โดยมีความสัมพันธ์กับสถานภาพทางการเงินและความสนใจของแต่ละบุคคล 3) อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าที่จำเป็น ประธานกรรมการบริษัทและภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูง เป็นต้น 4) โอกาสทางเศรษฐกิจหรือรายได้ โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจในการซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน เป็นต้น และ 5) การศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ จากแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ข้างต้น ที่กล่าวว่าปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ต่างๆ ส่งผลต่อลักษณะทางพฤติกรรมของผู้อ่านแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นตัวแปรในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะ ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้อ่านแต่ละบุคคลว่า จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอย่างไร

2. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร

การรับรู้ หมายถึง ขบวนการประมวลและตีความข้อมูลต่างๆ ที่อยู่รอบๆ ตัวที่ได้จากความรู้สึก ส่วนความรู้สึกเกิดจากการกระตุ้นอวัยวะรับความรู้สึก ซึ่งมีอยู่ 5 ชนิด คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง การรู้สึกจึงมีลักษณะง่ายตรงไปตรงมา ไม่ตกอยู่ใต้อิทธิพลของการเรียนรู้ ประสบการณ์ แรงจูงใจ อารมณ์ ฯลฯ

ในส่วนของรจรี พนเกตุ (2554) กล่าวว่า ส่วนการรับรู้จะเป็นขบวนการต่อไป คือ ตีความจากสิ่งที่ได้รับจากการรู้สึกออกมาให้มีความหมายว่า สิ่งที่เห็นอยู่คืออะไร เสียงที่ได้ยิน คือ เสียงอะไร การรับรู้จึงมีเรื่องของจิตวิทยา คือ การเรียนรู้ ประสบการณ์ แรงจูงใจ อารมณ์ ฯลฯ เข้ามามีบทบาทร่วมอยู่ด้วย

ในขณะที่ อนุสรณ์ ศิริชาติ (2558) ได้อธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลไว้ ดังนี้ 1) ความต้องการ ความรู้สึก ที่นำไปสู่จุดมุ่งหมายได้ข้อมูลข่าวสาร เป็นหนึ่งในกระบวนการเลือกทางกายและใจ เป็นตัวกำหนดการเลือกตอบสนอง ความต้องการ หรือเหตุการณ์กระทำของพฤติกรรมในระดับสูงและในระดับต่ำ 2) ทศนคติ และค่านิยมที่มีต่อสิ่งของ ความคิดมีลักษณะชอบและมีใจโน้มเอียงต่อเรื่องต่างๆ 3) เป้าหมายจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน ตัวกลางหรือพาหนะในการถ่ายทอดความรู้ 4) ความสามารถด้านการใช้ภาษาในรูปแบบต่างๆ เกี่ยวกับสื่อ โดยความสามารถมีอิทธิพลต่อมนุษย์ในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย 5) สื่อที่มีอยู่ในสังคม และเป็นสื่อที่ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบต่อปัจเจกบุคคล และต่อสังคม 6) ทักษะทางภาษาแบ่งทักษะออกเป็น 4 ทักษะ ได้แก่ ทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน 7) สภาวะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ การรู้จักผลิตภาษาขึ้นมาใช้เอง ภาษาที่มีความคิดเป็นกระบวนการหลัก เลือกตีความหมาย และเลือกจดจำข่าวสาร เหตุแห่งการดำรงชีวิต ในลักษณะนี้ และ 8) พฤติกรรมการเปิดรับเป็นขั้นตอนแรกสุดของกระบวนการรับรู้ (perception) เมื่อผู้อ่านมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแล้ว ก็จะทำให้การสนใจในตัวสาร และต่อมาจึงทำการตีความหมายสารที่ได้รับขึ้นอยู่กับประสบการณ์และนิสัยในฐานะของผู้อ่าน การศึกษาแนวคิดเรื่องการรับรู้ข่าวสาร ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของผู้อ่าน การเปิดรับข่าวสารต่างๆ เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการเรียนรู้ จากความคิดเห็นและความสนใจของผู้อ่าน ถ้าสารที่ถูกส่งมาไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นหรือความสนใจของผู้อ่าน จะทำให้เกิดกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร โดยมุ่งเน้นการศึกษานำมาอภิปรายผลจากตัวแปรตามวัตถุประสงค์ และนำมาวิเคราะห์

ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสกับการรับรู้ข่าวสารของผู้อ่าน

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อ

ผู้อ่านต้องการข้อมูลประกอบการตัดสินใจอ่านข่าวสารต่างๆ ที่เข้ามาทำให้สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี ยุพา สุภากุล (2534) ระบุว่า การเปิดรับข่าวสารต่างๆ เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการเรียนรู้จากความคิดเห็นและความสนใจของผู้อ่าน ถ้าสารที่ถูกส่งมาไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นหรือความสนใจของผู้อ่าน ผู้อ่านก็เลือกที่จะไม่รับสารนั้นๆ หรือเรียกว่า กระบวนการเลือกสรรของผู้อ่าน ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความเชื่อ หรือทัศนคติ ในขณะที่การเลือกสื่อใดนั้น ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ในการเลือกสื่อ ดังนี้ 1) เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาให้ ผู้อ่านจะเลือกรับสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก 2) เลือกสื่อที่ตนสะดวกและนิยม ผู้อ่านสามารถเลือกสื่อได้ตามที่ตนสะดวก ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร และสื่อบุคคล เป็นต้น 3) เลือกสื่อตามความเคยชิน ผู้อ่านบางคนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อใหม่ที่ตนเองไม่คุ้นชิน 4) เลือกสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ ลักษณะสำคัญของหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย สามารถให้ข่าวสารที่มีรายละเอียดได้มากกว่า มีราคาถูก และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกแห่ง มีการเติบโตไปตามภาวะความเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมและ 5) เลือกสื่อที่สอดคล้องกับตน ผู้อ่านจะเลือกรับสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติของตนเอง กล่าวโดยสรุป การเปิดรับข่าวสารจากสื่อ คือ ความถี่ในการเปิดรับสื่อ เห็นได้ว่าผู้อ่านจะเลือกเปิดรับสารและข่าวสารที่ตรงกับ ความสนใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในด้านต่างๆ การแสวงหาข่าวสาร และเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมยังเป็นการนำเอาไปใช้ประโยชน์ทางด้านอื่นๆ

4. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญต่อสังคมท้องถิ่นทั้งในด้านการสื่อสาร การพัฒนา สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ซึ่งจากบทบาทที่หลากหลายเหล่านี้ ทำให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นกลายเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนความเจริญในด้านต่างๆ ให้เกิดขึ้นภายในสังคมท้องถิ่น โดยในเรื่องบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต่อสังคมท้องถิ่นนั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านเสนอความคิดเห็นไว้อย่างน่าสนใจดังต่อไปนี้

สจวร์ต นูนันท์ (2539) สรุปบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มีหน้าที่ในการสอน ให้ความรู้ ความบันเทิง และแจ้งข่าวสาร รวมทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะต้องเป็นแรงผลักดันช่วยเสริมสร้างความสามัคคีในท้องถิ่น ช่วยปลูกฝังความคิดให้ในท้องถิ่น ช่วยกันแก้ไขปัญหา และส่งเสริมโครงการต่างๆ ของท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก็เหมือนกับสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ นอกจากนี้ ยังมี พิเศษฐ์ ขวาลาวัช (2542) กล่าวถึง บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต่อสังคมท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมและรักษาจริยธรรม คอยเตือนสติหรือเหนี่ยวนำในท้องถิ่นให้เห็นถึงภัยอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งอาจนำไปสู่ความเสียหายแก่สังคมนั้นได้ เพราะสื่อท้องถิ่นเปรียบเสมือนเครื่องมือในการตัดสินใจอันเกิดจากเจ้าหน้าที่หรือกลุ่มอิทธิพลใดก่อให้เกิดความไม่สงบสุข หรือการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ให้พิจารณาเรื่องราวเหล่านั้นอย่างรอบคอบ เที่ยงธรรม เสนอแนวทางเรื่องราวปัญหาอย่างชัดเจน เพื่อให้สาธารณชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในชะตาชีวิตหรือสังคมโดยคำนึงถึงความบริสุทธิ์ ความดีงาม และความรักในท้องถิ่นที่อยู่ และปรารถนาให้ถิ่นที่อยู่เป็นที่ทำมาหากินที่ตอบสนองความอยู่ดีกินดี

ขณะที่ McQuail (1983) ได้ประมวลคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสาร ซึ่งจะมีบทบาทในการพัฒนาแนวใหม่ คือ การสื่อสารจะเป็นไปในลักษณะหลากหลาย เป็นการสื่อสารขนาดเล็ก สามารถสร้างและใช้อยู่ในท้องถิ่นเอง โดยไม่มีลักษณะเชิงตัวยึดหยุ่นได้ การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงการกำหนดเป้าหมายพันธกิจขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการไหลของข่าวสารเพื่อถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล การทำหน้าที่ของสื่อมีความสัมพันธ์กับความต้องการทางสังคม นำมาวิเคราะห์การแสดงบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและอภิปรายลักษณะงานของการสื่อสารในองค์กรหนังสือพิมพ์ภาคใต้ไว้ว่ามีลักษณะการดำเนินงานในลักษณะใด

5. แนวคิดและทฤษฎีการจัดการองค์กร

กรอบแนวคิดที่ว่าด้วยการจัดโครงสร้าง และการออกแบบองค์กรให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ซึ่ง Daft and Lengel (1986) ได้อธิบายว่าการจัดการองค์กร หมายถึง การแปรสภาพทรัพยากรไปสู่ความสำเร็จในเป้าหมายกลยุทธ์ ซึ่งการแปรสภาพดังกล่าว จะสะท้อนการจัดการแผนงานในหน่วยงานต่างๆ อำนาจหน้าที่อย่างเป็นทางการ และระบบกลไกการประสานงานที่ชัดเจน ขณะที่ Gulick and Urnick (1937) เสนอแนวคิดภาระหน้าที่ที่สำคัญของนักบริหาร POSDCoRB

ในบทความ Paper on the Science of Administration: Notes on the Theory of Organization โดยอาศัยหลักการและแนวคิดมาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) การวางแผน (planning) คือ กระบวนการของการพิจารณาตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร ทำเมื่อไหร่ ทำที่ไหน ทำไม่ทำอะไร ทำเพื่อใคร ใครเป็นผู้รับผิดชอบ และมีการเลือกวัตถุประสงค์ นโยบาย โดยตระหนักอยู่เสมอว่าแผนงานเป็นรากฐานของการปฏิบัติงานทั้งปวงที่ใช้กำหนดสิ่งที่จะกระทำต่างๆ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ 2) การจัดองค์กร (organizing) การจัดองค์กรจะช่วยให้เกิดความราบรื่นในองค์กร โดยการจัดแบ่งงานขององค์กรในการจัดองค์กรอาจแสดงไว้ในรูปของแผนภูมิองค์กร เพื่อประสานให้ทุกฝ่ายเข้าใจได้ดี ช่วยลดความซ้ำซ้อนผู้บริหารจึงจำเป็นต้องจัดองค์กรให้มีลักษณะที่สมดุลเพื่อประโยชน์ขององค์กร 3) การจัดเข้าทำงาน (staffing) การดำเนินการบริหารงานบุคคลซึ่งเป็นกระบวนการสรรหา และคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาสู่หน่วยงาน มีการปฐมนิเทศมอบหมายงานให้ทั้งบุคคลใหม่และบุคลากรเก่า มีการพิจารณาเรื่องความดีความชอบและสวัสดิการ 4) การอำนวยการ (directing) เป็นบทบาทที่สำคัญของนักบริหาร เพราะการสั่งการและคำสั่งของผู้บริหารจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมขององค์กร หรือหน่วยงาน ซึ่งอาจจะเป็นไปตามแผนหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ก็ได้ การสั่งการเป็นการตัดสินใจของผู้บริหารในการกำหนดให้ผู้ร่วมงานในการปฏิบัติงาน 5) การประสานงาน (co-ordinating) การจัดระเบียบวิธีการทำงาน เพื่อให้งานและเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ร่วมมือปฏิบัติงาน เป็นน้ำหนึ่งใจเดียว ไม่ทำให้งานซ้ำซ้อนกัน ขัดแย้งกัน หรือเหลื่อมล้ำกัน การประสานงานระหว่างหน่วยงานหรือตำแหน่งที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร 6) การรายงาน (reporting) ได้แก่ การทำหน้าที่ในการรับฟังรายงานผลการปฏิบัติงานของบุคคลและหน่วยงานที่เป็นผู้ใต้บังคับบัญชาได้ ทั้งนี้ การรายงานถือเป็นมาตรการในการตรวจสอบและควบคุมงานด้วย 7) งบประมาณ (budgeting) การบริหารงบประมาณ ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดที่จะแปลงแผนงานให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมกำกับดูแลงานในความรับผิดชอบของตนให้มีประสิทธิภาพ ทั้งด้านการบริหารจัดการและการควบคุมต้นทุน รวมทั้งค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ขึ้นอยู่กับองค์กรธุรกิจ ด้วยการติดตามประเมินผลในช่วงเวลาที่กำหนดว่าสามารถบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการได้หรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอย่างไร และมีความจำเป็นต้องปรับปรุง หรือทบทวนแผนงาน กล่าวโดยสรุป การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงกระบวนการจัดการ

องค์กร เพื่อนำมาเป็นการตั้งคำถามปลายเปิดในสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ระเบียบวิธีวิจัย

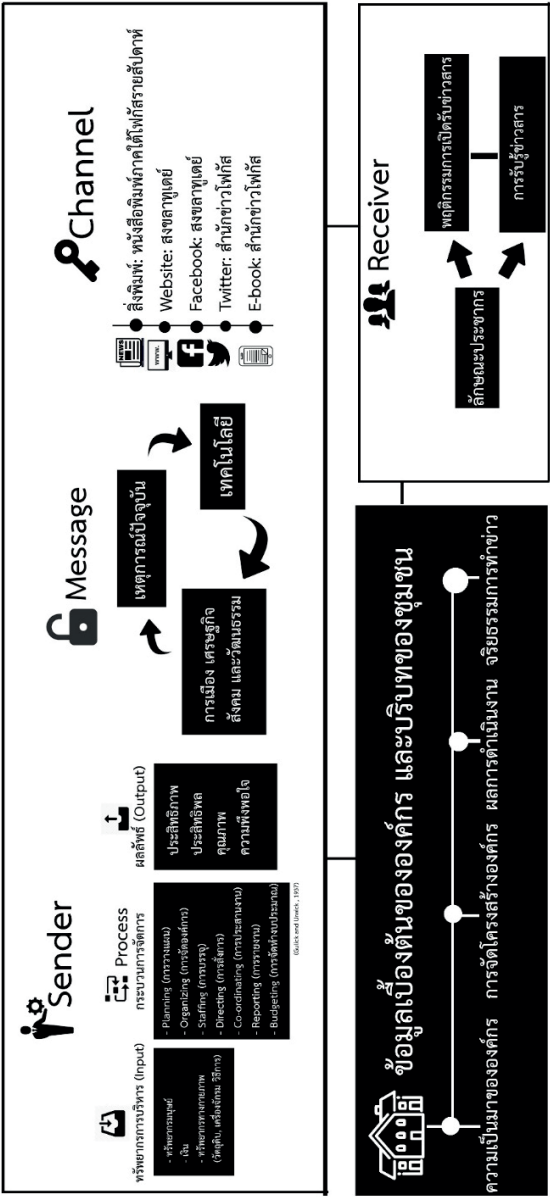
ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม แบ่งรูปแบบการศึกษาวีจยออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิจัยเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส จำนวน 400 คน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส โดยใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบค่าเฉลี่ย โดยความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อยืนยันข้อค้นพบว่า ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการรับรู้ข่าวสารของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสมีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสที่อิงผลสำรวจซึ่งมีผลต่อบทบาทในการกำหนดนโยบาย และการวางแผนบริการจัดการองค์กรให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสเป็นลำดับต่อไป และ 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้อำนวยกาและกองบรรณาธิการที่มีบทบาทต่อการกำหนดนโยบาย และการวางแผนบริการจัดการองค์กร ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อศึกษาลักษณะการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะของการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ เพื่อดูการจัดโครงสร้างและการออกแบบองค์กร ซึ่งจะสะท้อนการจัดการแผนงานในหน่วยงานต่างๆ โดยการวางแผนการปฏิบัติงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ว่าเหมือนหรือแตกต่างกันกับการเปิดรับสื่อและการรับรู้ข่าวสารของผู้อ่านขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านและการปรับตัวขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในยุคดิจิทัล ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงแนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูล

วัตถุประสงค์การวิจัย	ประเด็นที่ต้องการหาคำตอบ	วิธีการ
1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและการรับรู้ข่าวสารของผู้อ่านขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส	- การเปิดรับข้อมูลข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับผ่านสื่อต่างๆ ของผู้อ่านที่มีต่อองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส เหตุผลในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสรายสัปดาห์ ช่องทางการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส - การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสผ่านตัวแปรต่างๆ ได้แก่ 1) การรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กร 2) การรับรู้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารขององค์กร 3) การรับรู้เนื้อหาข่าวสารขององค์กร และ 4) การรับรู้จริยธรรมขององค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนในฐานะที่องค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสเป็นสื่อท้องถิ่น	- ใช้แบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมายขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสในพื้นที่ภาคใต้ที่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ภาคใต้โพกัส

2) เพื่อศึกษาลักษณะ	- ศึกษากระบวนการจัดการองค์กร	- สัมภาษณ์ผู้บริหาร
การจัดการองค์กร	ประกอบด้วย การวางแผน	ระดับสูงขององค์กร
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	การจัดองค์กร การจัดทำทำงาน	ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการ
ภาคใต้โพกัส	การอำนวยความสะดวก การประสานงาน	วางแผนนโยบาย กลยุทธ์
	การรายงาน งบประมาณ	วางแผนในการบริหาร
	- โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาเพื่อเป็น	องค์กรในยุคสื่อดิจิทัล
	แนวทางการวิเคราะห์ลักษณะการ	- มีการอุปประเด็น
	จัดการองค์กร เพื่อทำความเข้าใจ	ในการสัมภาษณ์ถึง
	กระบวนการจัดการที่มีผลต่อ	วิสัยทัศน์ในการบริหาร
	ความสำเร็จขององค์กรที่สามารถวัด	การกำหนดนโยบาย
	และประเมินผลได้ การจัดการทำให้	ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์
	การใช้ทรัพยากรมีความคุ้มค่าและ	และ การบริหาร
	เกิดประสิทธิภาพ จากการจัดการ	ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับ
	ที่ดีจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ	องค์กร เมื่อเข้าสู่ยุคสื่อ
	ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และการ	แบบดิจิทัล
	จัดการเป็นการแสวงหาวิธีการที่ดี	
	ที่สุดในการปฏิบัติงานได้อย่างไร	

กล่าวโดยสรุป การออกแบบวิธีการวิจัยเพื่อศึกษาความหลากหลายของประเด็นนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยผสมแบบคู่ขนานตลอดกระบวนการ โดยใช้ทั้งการการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพมาสนับสนุนกัน ในระยะแรกจะเป็นการเก็บข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่สำรวจแบบสอบถาม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและการรับรู้ของผู้อ่านที่มีต่อองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส พร้อมทั้งประมวลผลข้อมูล และนำผลที่ได้วิเคราะห์เพื่อยืนยันข้อค้นพบ และนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูลในพื้นที่ พูดคุยกับผู้บริหารองค์กรในเบื้องต้นแล้วจึงนำไปมาออกแบบโครงสร้างแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมเก็บข้อมูลภาคสนามอยู่ในองค์กร ในเบื้องต้นจะทำการร่วมกับการเก็บข้อมูลเอกสารและข้อมูลภาคสนามไปพร้อมกัน



ผลการวิจัย

การทดสอบสมมติฐาน

ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โฟกัสแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุและการศึกษามีการเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โฟกัสที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โฟกัสที่แตกต่างกัน สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐานจะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance: One Way ANOVA) สามารถวิเคราะห์ผลได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุกับการเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โฟกัส

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig	ทดสอบรายคู่
1) 15 - 25 ปี	2.49	0.95	5.593**	0.000	1>2,3,4,5
2) 26 - 35 ปี	2.11	0.82			
3) 36 - 45 ปี	2.04	0.78			
4) 46 - 50 ปี	2.12	0.83			
5) 51 ปีขึ้นไป	1.99	0.89			

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 1 พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสแตกต่างกัน โดยมีการทดสอบรายคู่ พบว่า ผู้อ่านที่เปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสที่มีอายุ 15-25 ปี มีการเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ภาคใต้โพกัสมากกว่าผู้อ่านที่มีอายุ 26-35 ปี, 36-45 ปี, 46-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับการเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	sig	ทดสอบรายคู่
1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.33	0.95	3.903*	0.021	1,3>2
2) ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	2.13	0.84			
3) ปริญญาโท หรือสูงกว่า	2.49	1.07			

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสที่แตกต่างกัน โดยมีการทดสอบรายคู่ พบว่า ผู้อ่านเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการเปิดรับที่แตกต่างกัน คือ การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีการเปิดรับต่ำกว่าระดับการศึกษาปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุกับการรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	sig	ทดสอบรายคู่
1) 15 - 25 ปี	3.65	0.50	6.103***	0.000	1>3,4,5 และ 2>4
2) 26 - 35 ปี	3.52	0.57			
3) 36 - 45 ปี	3.36	0.57			
4) 46 - 50 ปี	3.21	0.73			
5) 51 ปีขึ้นไป	3.37	0.60			

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 3 พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสแตกต่างกัน โดยมีการทดสอบรายคู่ พบว่า ผู้อ่านมีการรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสที่มีอายุ 15-25 ปี มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ภาคใต้โพกัสมากกว่าผู้อ่านที่มีอายุ 36-45 ปี, 46-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป เช่นเดียวกับผู้อ่านเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสที่มีอายุ 26-35 ปี มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ภาคใต้โพกัสมากกว่าผู้อ่านที่มีอายุ 46-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการรับรู้ข่าวสาร
ขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้ปกัส

สัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์	นัย สำคัญ	ลักษณะความ สัมพันธ์	ระดับความ สัมพันธ์	ทิศทาง
0.377***	0.000	ความสัมพันธ์ เชิงบวก	ความสัมพันธ์ ระดับต่ำ	เดียวกัน

หมายเหตุ: มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสื่อกับการรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อกับการรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.377 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อที่มากขึ้นจะมีการรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสมากขึ้นแต่อยู่ในระดับต่ำ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 5 แสดงสรุปผลการทดสอบลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อ และการรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสที่แตกต่างกัน ดังนี้

ตัวแปร	ลักษณะทางประชากร				
	เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
การเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส	x	✓	✓	x	x
การรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส	x	✓	x	x	x

เครื่องหมาย: ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน H1 (มีความแตกต่าง)
x หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน H0 (ไม่มีความแตกต่าง)

ตารางที่ 6 แสดงสรุปการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส

ตัวแปร	การเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส
การรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส	✓

เครื่องหมาย: ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน H1 (มีความสัมพันธ์)
x หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน H0 (ไม่มีความสัมพันธ์)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะของการบริหารงานองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส ยืนยันข้อค้นพบว่า ข้อมูลพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อกับการรับรู้ข่าวสารของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสมีผลต่อการบริหารจัดการองค์กร สะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบและลักษณะการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสที่อิงผลมาจากบทบาทการกำหนดนโยบาย และการวางแผนการจัดการองค์กรให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเปิดรับและการรับรู้สื่อของผู้อ่านมากที่สุด โดยสอดคล้องแนวคิดการบริหารงานขององค์กรหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายความหมายเกี่ยวกับลักษณะของการบริหารงานองค์กรที่จะเอื้อให้ประสบความสำเร็จในยุคดิจิทัล ได้แก่ กาญจนาก้าวเทพ. 2556; ดรุณี หิรัญรักษ์. 2530; ทศพล คุ่มสุพรรณ. 2552; บรรยงค์ สุวรรณผ่อง, อังธิดา ลิ้มปัทมปาณี, และ อติมา จันทรดา. 2552; พนม จอมอินตา. 2549; สุกัญญา บุรณเดชาชัย. 2552; สุภา ศิริมานนท์. 2523; สุรัตน์ นุมนนท์. 2539; อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. 2561 ไว้ ดังนี้

1. องค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสมีกระบวนการจัดการที่ดี มีการวางแผนสำหรับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตหรือสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นโดยปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการบริหารองค์กรบางประการก็จะสามารถควบคุมได้ จึงถือว่าเป็นการเตรียมความพร้อมขององค์กร ควบคู่ไปกับการวางแผนเพื่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพของการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน ปฏิบัติ ตรวจสอบ ปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ จะเห็นได้จากการเป็นยุคที่การสื่อสารออนไลน์เฟื่องฟูอย่างที่สุด คำว่า “โลกไร้พรมแดน” ได้เกิดขึ้นจริงผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งกลายเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ (big data) ที่มาจากหลายแหล่งหลายรูปแบบ และสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ที่สำคัญคือ ผู้อ่านสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อได้ด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มากมายที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับความสามารถในการใช้งานดังกล่าว รูปแบบสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นจากประชาชนรู้จักกันในชื่อสื่อพลเมือง (citizen Media) ข้อมูลความรู้ หรือข้อมูลส่วนบุคคล กลายเป็นสิ่งที่สามารถค้นหาได้อย่างง่ายดายและสะดวกสบาย สื่อสิ่งพิมพ์ลดจำนวนลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ขณะที่องค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสก็มีการปรับตัวเต็มรูปแบบ โดยเฉพาะการลดจำนวนการพิมพ์ เหลือเพียง 1,000 ฉบับต่อครั้ง รายสัปดาห์

(จากที่เคยสูงสุดอยู่ที่ประมาณ 5,000 ฉบับต่อสัปดาห์) และเริ่มใช้สื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก (facebook) และเว็บไซต์ (website) ควบคู่กัน เพื่อเป็นช่องทางใหม่ที่ยังคงบทบาทสื่อมวลชนท้องถิ่นต่อไป เพราะรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไม่ได้มาจากยอดจำหน่าย แต่มาจากการขายโฆษณา แต่รายได้หลักที่ขึ้นอยู่กับโฆษณาไม่สามารถส่งผลต่อลักษณะเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ได้ สอดคล้องกับ กันตภณ เชื้อสุวรรณ (2558) พบว่า กลยุทธ์และแนวทางการปฏิบัติของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอาศัยบริบททางสังคม ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 2) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และ 3) ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้ผู้บริหารองค์กรต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยแบ่งการปรับตัวขององค์กรออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหาร ด้านการผลิต ด้านบุคลากร และด้านงบประมาณ ในส่วนของด้านการบริหาร ผู้บริหารมีการปรับตัวโดยการวางโครงสร้างองค์กรใหม่ตั้งแต่การปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ซึ่งดูจากหนังสือพิมพ์ระดับประเทศเป็นหลักในการปรับตัว นำมาสู่การวางยุทธศาสตร์และปรับกลยุทธ์ใหม่ โดยมีการขยายแพลตฟอร์ม (platform) และนำสื่อโซเชียลมีเดีย (social media) มาปรับใช้ให้เกิดความชัดเจนเพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมในยุคดิจิทัลมากขึ้น แต่ในส่วนของด้านการผลิตหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก็เลือกที่จะเพิ่มแท่นพิมพ์ที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตและรองรับการขยายแพลตฟอร์ม ด้านบุคลากรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังไม่มีแผนพัฒนาบุคลากรที่ชัดเจน แต่มีการเพิ่มบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านเข้ามาดูแลในส่วนของสื่อโซเชียลมีเดียที่เพิ่มขึ้น

ในขณะที่ผู้ปฏิบัติงานบางส่วนยังขาดความรู้ความสามารถในเรื่องเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัญหาหลักที่ได้รับการแก้ไขโดยการแบ่งปันความรู้ระหว่างพนักงานด้วยตนเองเท่านั้น และด้านงบประมาณ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีการทำการตลาดเชิงรุกเพิ่มขึ้น ร่วมกับการขยายแพลตฟอร์มเพื่อดึงโฆษณา เนื่องจากองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีเงินทุนเวียนที่ทำให้หนังสือพิมพ์อยู่รอดจากการขายพื้นที่โฆษณา เพราะข่าวสารจากสื่อหลากหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ และอินเทอร์เน็ตต่างถูก “หลอมรวม” เข้ามาอยู่ในระบบเดียวกัน นั่นคือระบบดิจิทัล โดยการมีสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังก้าวเข้ามาเป็นศูนย์กลางของการรายงานข้อมูลข่าวสารเป็นไปในทิศทางเดียวกับการเปิดรับสื่อและการรับรู้ข่าวสารของผู้อ่านองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสที่เป็นกลุ่มที่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่าย และมีความสามารถในการใช้นวัตกรรมใหม่ๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์

เพราะคนกลุ่มนี้ล้วนมีความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานในโลกยุคไร้พรมแดน เช่นในปัจจุบัน และยังชอบพัฒนานตนเองอยู่เสมออีกด้วย ในขณะที่ผู้อ่านมีข้อมูล การรับรู้ต่ำสุด เป็นผลมาจากพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ที่เด่นชัดมากที่สุด ชอบอะไรง่าย ๆ ไม่เป็นทางการ ให้ความสำคัญกับเรื่องความสมตลระหว่างงานกับครอบครัว มีแนวคิด และการทำงานในลักษณะรู้ทุกอย่างทำทุกอย่างได้เพียงลำพังไม่พึ่งพาใคร สอดคล้องกับ ลักษณะการดำเนินงานขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสที่ต้องการนำเสนอ ข่าวสารบนพื้นที่ออนไลน์ในลักษณะของข่าวสารที่ตามกระแส เพราะผู้อ่านที่มีอายุ ที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัส แตกต่างกันไป สอดคล้องกับสิริพร จิตรักษ์ธรรม, ปราณีต ชะตะรัตน์, และ นิทยา จิตรักษ์ธรรม (2545) ที่มองว่า ความต้องการเนื้อหาข่าวสารของผู้อ่านมีความสัมพันธ์ กับความน่าเชื่อถือมากกว่า

2. องค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสมีการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน ที่เน้นไปที่ความเหมาะสมกับวัฒนธรรมขององค์กร โดยการกำหนดนโยบายระบุ แหล่งที่มาของพนักงานเพื่อป้องกันการเมืองภายในองค์กร เพื่อการรักษามาตรฐาน ในการคัดเลือกพนักงานเข้ามาทำงาน ผ่านกระบวนการสรรหาที่ใช้การตรวจสอบ การพิจารณา และการตัดสินใจรับพนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าทำงานร่วมกับ องค์กร พร้อมทั้งการรักษาพนักงานที่มีศักยภาพไว้ทำงานกับองค์กร เนื่องจากองค์กร หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสมีการสร้างแนวทางในการพัฒนาพนักงาน และส่งเสริม ความก้าวหน้าของพนักงาน โดยมุ่งความสนใจไปที่การพัฒนาความสามารถและ เพิ่มประสบการณ์ให้กับพนักงานมีระบบการบริหารผลงานโดยจะต้องเรียนรู้เทคโนโลยี ใหม่ ๆ อยู่เสมอ และหาเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยให้การทำงานราบรื่น และรวดเร็วขึ้น เพราะการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ เนื่องจากเป็นยุคการมาถึง ของอินเทอร์เน็ตที่กว้างขวางและเข้าถึงผู้คนมากขึ้น สอดคล้องกับการเปลี่ยน ของหนังสือพิมพ์ โดยภายนอกปรับขนาดให้เป็นแบบแทบลอยด์ ในขณะที่ภายใน ปรับเนื้อหาให้เป็นรูปแบบข่าวเชิงวิเคราะห์และสัมภาษณ์ ซึ่งไม่สามารถค้นหาอ่านได้ จากอินเทอร์เน็ต เนื่องจากประเด็นสำคัญยังคงระบุอยู่ในหนังสือพิมพ์ เพราะในยุคที่ อินเทอร์เน็ตถูกใช้เพื่อติดต่อสื่อสารและใช้งานส่วนบุคคลมากกว่าการเป็นเครือข่าย ขนาดใหญ่มีผลต่อการค้นหา และสืบค้นข้อมูลมหาศาล ทั้งนี้ สื่อสิ่งพิมพ์จึงยังคงสร้าง ความแตกต่าง ย่อมส่งผลให้การรับรู้ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ภาคใต้โพกัสที่มี ระดับการศึกษา มีการเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกัสที่

แตกต่างกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกับข้อค้นพบว่า การศึกษาที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีการเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกส์ที่แตกต่างกันด้วย สอดคล้องกับพีระ จิรโสภณ (2529) กล่าวว่า “การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจข้อมูลข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง หรือเลือกชมโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง การเลือกเปิดรับนี้ พบว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตน ทั้งนี้ เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้สึก ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว จะทำให้เกิดภาวะไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ดังนั้น การที่ลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ต้องเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน” ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี อาจจะมีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูล หรืออาจจะมีข้อจำกัดในการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารที่ถูกการขยายไปยังพื้นที่ออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า มีการเปิดรับสื่อขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกส์โดยสามารถเปิดรับสื่อที่หลากหลายช่องทางได้มากกว่า ดังที่ ประเมสตะเวทิน (2546) ได้อธิบายไว้ว่า “คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้อ่านที่ดี เนื่องจากคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มากและมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้ง”

3. องค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกส์ให้ความสำคัญกับการประสานงานอาศัยการวางแผน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้สนับสนุนให้เกิดขึ้นในระยะยาว โดยความซื่อสัตย์และความโปร่งใสขององค์กร ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารไปยังผู้สนับสนุน เพื่อสร้างความไว้วางใจและความเชื่อถือให้เกิดตามมา และทุกคนในองค์กรมองไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากลักษณะของการบริหารงานองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โพกส์ พบว่า การวางแผนขององค์กรเป็นไปตามลักษณะการวางแผนตามระยะเวลา และการวางแผนตามวัตถุประสงค์ ส่วนการแบ่งงานแบ่งตามแผนงานตามหน้าที่ เพราะต้องอาศัยรูปแบบโครงสร้างองค์กร ก่อตั้งองค์กรเป็นธุรกิจสื่อมวลชนท้องถิ่น การหารายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาบนหน้าหนังสือพิมพ์ ต้องการนำเสนอข่าวสารในท้องถิ่นและทำกำไรจากผลประโยชน์การ เนื่องจากดำเนินธุรกิจของหนังสือพิมพ์จะต้องหารายได้มาจุนเจือโดยมีรายได้จากการขายหนังสือพิมพ์และอีกทางหนึ่ง คือ จากโฆษณา ซึ่งจะเป็รรายได้ที่มีความสำคัญถึงประมาณร้อยละ 60

รายได้จากการโฆษณา นั้น บางครั้งขึ้นอยู่กับจำนวนจำหน่าย ชนิดของผู้อ่าน ซึ่งผู้โฆษณาต้องการให้ผู้อ่านชนิดใดได้อ่านโฆษณาส่วนมาก ผู้โฆษณามักต้องการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ที่มีผู้อ่านจำนวนมากๆ การแข่งขันด้านจำนวนจำหน่ายและโฆษณาเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้หนังสือพิมพ์หลายฉบับต้องรวมกิจการ ซึ่งมีการแข่งขันโฆษณาด้านวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ด้วยแล้ว ยิ่งกระทบกระเทือนต่อการผลิตหนังสือพิมพ์ เพราะการดำเนินกิจการหนังสือพิมพ์ต้องใช้เงินจำนวนมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โฟกัสการเปิดรับสื่อผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด ในขณะที่ผู้อ่านเปิดรับสื่อผ่านหนังสือพิมพ์ในจำนวนที่ลดลง องค์กรสื่อท้องถิ่นควรปรับกลยุทธ์การสื่อสาร โดยขยายช่องทางการสื่อสารไปยังสื่อใหม่ เนื่องจากเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วส่งผลทำให้เกิดรูปแบบใหม่ของสื่อที่ตั้งอยู่บนฐานของคอมพิวเตอร์สารสนเทศ เช่น เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ (social media) การสื่อสารแบบไร้สาย (wireless communication) ที่ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารในสังคม ทำให้องค์กรทุกภาคส่วนในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งที่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลบริบทแวดล้อมต่างก็ต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อสอดคล้องการเปลี่ยนแปลงทางด้านสื่อของสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยในการวางแผน การดำเนินงาน และการบริหารองค์กรให้เป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ทั้งยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กร ตลอดจนช่วยให้ทุกหน่วยงานสามารถปฏิบัติงานไปในทิศทางที่สอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร

2. จากการศึกษา พบว่า ลักษณะการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โฟกัส ปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ทำให้องค์กรขาดทุนรายได้จากโฆษณาท้องถิ่นในการบริหารงานองค์กร ผู้บริหารองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคใต้โฟกัสควรวิเคราะห์แผนธุรกิจและจัดเตรียมงบประมาณทั้งในระยะสั้น และระยะยาว (planning goals) ตลอดจนการมุ่งบรรลุวัตถุประสงค์อย่างต่อเนื่อง เพื่อควบคุมนโยบายงบประมาณสมดุล ซึ่งจะช่วยให้กิจการสามารถก้าวหน้าได้อย่างรวดเร็วและเป็นระบบ

อีกทั้งหากมีปัจจัยเสี่ยงเกิดขึ้นจะได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาให้กับองค์กร ตลอดจนกำกับดูแลงานในความรับผิดชอบของตนให้มีประสิทธิภาพ ทั้งด้านการบริหารจัดการ และการควบคุมต้นทุน รวมทั้งค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร ธุรกิจและบริหารรายจ่ายประจำปีเท่ากับประมาณการรายได้ในปีนั้นๆ ส่งผลให้การติดตามประเมินผล ปรับปรุง หรือทบทวนแผนงาน เพื่อเป็นเครื่องมือวัดผลการดำเนินงานของแต่ละส่วนได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ เพื่ออธิบายมิติการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีปัจจัยเกี่ยวข้องส่งผลต่อกระบวนการจัดการองค์กรสื่อท้องถิ่นนำมาปรับใช้กับการจัดการองค์กรส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการทำงานมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากระบวนการสื่อสารและการสร้างการยอมรับสื่อท้องถิ่นในเขตภาคใต้เพิ่มเติม เนื่องจากความหลากหลายในสังคมพหุวัฒนธรรมในเขตภาคใต้เป็นตัวแปรสำคัญในการเปิดรับสื่อ ความสนใจที่แตกต่างกันด้วยปัจจัยทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ และอัตลักษณ์ที่ถูกเชื่อมโยงกัน การศึกษาในองค์รวมของกระบวนการสื่อสารของสื่อท้องถิ่นนั้น จะสามารถสร้างการยอมรับสื่อท้องถิ่นในภูมิภาคอื่นได้อย่างไร

2. ควรศึกษากลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรสื่อท้องถิ่นที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในชุมชน เนื่องจากสื่อท้องถิ่นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเป็นกระบอกเสียงให้กับชุมชนท้องถิ่น ชี้ให้เห็นถึงผลการดำเนินงานในระดับชาติด้วยนโยบายที่บังคับใช้ทำให้เกิดพลังขับเคลื่อนจากภาคประชาสังคม ทำให้การมีส่วนร่วมในชุมชนเกิดความเข้มแข็ง เพราะการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต้องอาศัยกลไกขับเคลื่อนแนวคิดไปสู่การปฏิบัติ การทำหน้าที่ขององค์กรสื่อท้องถิ่นเข้ามาอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นได้อย่างไร

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์. (2561). *บริการข้อมูล - DBD: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า*. สืบค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2561, จาก <https://www.dbd.go.th/main.php?filename=index>
- กันตภณ เชื้อสุวรรณ. (2558). การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการท้าทายของสื่อดิจิทัล. *วารสารการสื่อสารมวลชน*, 3(2), 43-70.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ดรณี หิรัญรักษ์. (2530). *การหนังสือพิมพ์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทศพล คุ่มสุพรรณ. (2552). *ลักษณะการบริหารงานหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในเขตภาคเหนือ (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.
- ทำเนียบสื่อมวลชนสำนักงานประชาสัมพันธ์ประจำจังหวัด. (2559). *รายชื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น*. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2561, จาก <http://www.prd.go.th/main.php?filename=PR>
- ธานีธร ศิลป์จารุ. (2552). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ: บิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- บรรยงค์ สุวรรณผ่อง, อังจิตา ลิ้มปัทมปาณี, และ อติมา จันทรดา. (2552). *สถานภาพและบทบาทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย.
- ปรเม สตะเวทิน. (2546). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- พนม จอมอินตา. (2549). *การบริหารจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สาขาวิชานิติศาสตร์.
- พิศิษฐ์ ขวาลาวัช. (2542). *กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: ดับเบิลยูเอ็น พรินติ้ง.

- พีระ จิโรธณ. (2529). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน ในเอกสารสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่5)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภูวสิษฐ์ สุขใส. (2557). บทบาทของหนังสือพิมพ์ภาคใต้โพกัส ในการมีส่วนร่วมทางการเมืองท้องถิ่น อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *นิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 21(1), 177-187.
- เมธาวี แก้วสนิท. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการการเป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ประชาสังคมของหนังสือพิมพ์โพกัสภาคใต้* (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.
- ยุพา สุภากุล. (2534). *การสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้งเฮาส์.
- รจรี พนเขต. (2554). *จิตวิทยาเพื่อการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- วรทัย รวินิก. (2549). *ประสิทธิภาพของการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาการประชาสัมพันธ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2561). *ข้อมูลทางการทะเบียน*. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2561, จาก <https://www.dopa.go.th>
- สิริพร จิตรักษ์ธรรม, ปรานีต ชาติรัตน์, และ นิตยา จิตรักษ์ธรรม. (2545). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดสงขลา*. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- สุกัญญา บุรณเดชาชัย. (2552). *การสื่อสารมวลชน: แนวคิด ทฤษฎี และสถานการณ์ในประเทศไทย*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุภา ศิริमानนท์. (2523). *จริยธรรมของหนังสือพิมพ์*. กรุงเทพฯ: อักษรสาส์น.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2549). *การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ = Printed media*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: การพิมพ์.
- สุรัตน์ นุ่นนนท์. (2539). *เอกสารประกอบการสอนวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ (หน่วยที่ 1)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- อนุสรณ์ ศิริชาติ. (2558). การรับรู้ข่าวสารการเมืองและทัศนคติของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์. ใน *ประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558* (น. 2-78 – 2-90). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2561). *สื่อศาสตร์ Mediumology หลักการ แนวคิด นวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นาคร.

ภาษาอังกฤษ

- Gulick, Luther, and L. Urwick, eds. (1937). *Paper on the Science of Administration*. New York: Institute of Public Administration, Columbia University.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management science*, 32(5), 554-571.
- McQuail, D. (1983). *Mass communication theory: an introduction*. California: Sage Publications, University of California

การกำหนดวาระข่าวสารในบริบทสื่อดิจิทัล:
สถานภาพองค์ความรู้และทิศทางการวิจัยในอนาคต
Agenda Setting in Digital Environment:
State of the Art and Potential of Future Research

อภิภู กิติกำธร¹ Abhibhu Kitikamdhorn

Received: 3 February 2019, Revised: 14 May 2019, Accepted: 22 May 2019

บทคัดย่อ

จากจุดเริ่มต้นของทฤษฎีในปี ค.ศ. 1972 ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารมีการพัฒนาต่อเนื่องยาวนานกว่า 46 ปี เรียกได้ว่า งานวิจัยภายใต้ทฤษฎีนี้ก็มีการปรับแนวทางการศึกษาให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อยุคดิจิทัลซึ่งเปลี่ยนไปจากจุดกำเนิดมาก งานศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพองค์ความรู้การวิจัยในเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อในยุคดิจิทัล ตั้งแต่ยุคแนวคิดก่อนกำเนิดทฤษฎี พัฒนาทฤษฎีจนถึงปัจจุบันปี ค.ศ. 2018 โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ คือ การศึกษาเอกสาร (documentary research) ผลการศึกษาสามารถสรุปได้เป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้ 1) ผลการศึกษสถานภาพองค์ความรู้การวิจัยที่แสดงแนวทางการวิจัยหลักในภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล ในที่นี้คือ แนวทางการศึกษาการกำหนดวาระข่าวสาร

¹อภิภู กิติกำธร (นิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) Abhibhu Kitikamdhorn (PhD Student in Communication Arts, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University)

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 254 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, 254 Phayathai Road, Pathumwan, Bangkok Thailand 10330

Corresponding Author E-mail: abhibhu@hotmail.com

ข้ามสื่อ 2) ช่องว่างของงานวิจัย: 2.1) การศึกษาในมิติเชิงจริยธรรมของการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อ 2.2) การศึกษาวาระสื่อและอิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อที่ให้ความสนใจสื่อที่เกิดในโลกออนไลน์ 2.3) การศึกษาต่อยอดเพื่อหาข้อสรุปเรื่องช่วงเวลาที่ดีจากแนวทางหลัก (การเมืองการเลือกตั้ง) 2.4) การทดสอบทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร หรือการวัดผลการกำหนดวาระข่าวสารกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากร Generation Z โดยมองรุ่นอายุหรือช่วงวัยเป็นตัวแปรสำคัญ และ 2.5) การกำหนดวาระข่าวสารแบบผันกลับในบริบทสื่อสังคมออนไลน์

คำสำคัญ การกำหนดวาระ, การกำหนดวาระข่าวสาร, สถานภาพองค์ความรู้, ทบทวนวรรณกรรม, สื่อดิจิทัล

Abstract

Agenda setting theory has been constantly refined for more than 46 years since the seminal study in 1972. This paper reviews the state of theory development in the digital era to shed light on recent exploration of contemporary studies and the road less travel in the research field using qualitative method—documentary research. The review points out the current research trends—intermedia agenda setting research and gaps—ethical dimensions to intermedia agenda setting process, intermedia agenda setting focusing on online native media, time lag in centrifugal trend, and considering generation Z as a crucial factor in agenda setting process.

Keywords Agenda Setting, Agenda Setting Research, State of The Art, Literature Review, Digital Media

บทนำ

“สื่อไม่สามารถบอกให้คนคิดอะไรได้ แต่สามารถบอกให้คนคิดถึงเรื่องใดบ้างได้” (Cohen, 1963 as cited in Protess & McCombs, 1991, p. 3) คำกล่าวนี้นี้ยังคงเป็นจริงในภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล เพราะสื่อต่างปรับตัวตามโลกที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากสื่อหน้าเดิมจะย้ายแพลตฟอร์มมายังโลกออนไลน์แล้ว ยังมีสื่อหน้าใหม่ในโลกออนไลน์ที่ทำหน้าที่เสมือนสื่อมวลชนในอดีตเกิดขึ้นมากมาย กว่า 46 ปี¹ ที่ผ่านมา การศึกษาวิจัยด้านการกำหนดวาระข่าวสารก็มีการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงนี้เช่นกัน แต่ด้วยบทบาทของสื่อมวลชนที่ลดลง และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ รวมถึงมุมมองของประชากรโลกที่มีต่อสื่อเองก็เปลี่ยนไป คือ ประชากรโลกหันมารับข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ลดการเปิดรับข่าวสาร และลดความเชื่อถือสื่อดั้งเดิมลง (Nisbet & Kotcher, 2009; Turcotte, York, Irving, Scholl, & Pingree, 2015) การศึกษาวิจัยในยุคหลังการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงหันมาสู่แนวทางใหม่ มุ่งความสนใจไปยังสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ทวิตเตอร์และเว็บบล็อกที่เป็นที่นิยมในบริบทฝั่งประเทศสหรัฐอเมริกา (Aruguete, 2017) เป็นต้น แม้ว่าแนวคิดทฤษฎีนี้จะมีพัฒนาการมาอย่างยาวนาน แต่ภาพจำของงานวิจัยส่วนใหญ่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันยังคงเป็นการกำหนดวาระข่าวสารในสหรัฐฯ เพราะถือกำเนิดและเติบโตที่นั่น ทั้งที่ในความเป็นจริงยังมีงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทประเทศอื่นๆ อีกจำนวนหนึ่ง (McCombs, 2014, pp. xiii-xiv) การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้เรื่องการกำหนดวาระข่าวสาร จะทำให้ทราบถึงภาพรวมของพัฒนาการของการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารในบริบทสื่อดิจิทัลที่มาจากประเทศที่หลากหลาย และจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งวงการวิชาการและวิชาชีพ ซึ่งในเชิงวิชาการสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ต่อยอดเป็นแนวทางการศึกษา ค้นหามิติใหม่ในการวิจัยด้านนี้ต่อไป รวมถึงศึกษาเจาะลึกในแง่มุมที่ยังขาดการศึกษา

¹Maxwell E. McCombs และ Donald Shaw ได้ทำวิจัยเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นบนพื้นฐานแนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่สื่อในการคัดเลือกประเด็นสังคมเพื่อนำเสนอต่อประชาชน ซึ่งเชื่อว่าหน้าที่นั้นสามารถทำให้คนคิดและเข้าใจว่าเรื่องที่สื่อนำเสนอเป็นเรื่องสำคัญ งานวิจัยทำในช่วงการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 1968 มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข่าวสารที่สื่อนำเสนอและประเด็นที่สาธารณชนเห็นว่าสำคัญ ต่อมาได้ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 1972 ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ถือเป็นจุดกำเนิดทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Protess & McCombs, 1991, pp. 17-26)

อย่างลึกซึ้งที่ได้เสนอไว้ในบทความนี้ โดยเฉพาะในบริบทประเทศสมาชิกอาเซียน หรือในประเทศไทยเอง ที่การศึกษาในประเด็นการกำหนดวาระข่าวสารยังไม่มีมากนัก ในเชิงวิชาชีพอาจนำไปสู่ความตระหนักถึงสภาพการณ์ที่เปลี่ยนไป ทั้งในมุมมองของผู้ใช้สื่อ และสื่อด้วยกันเอง เพื่อกำหนดแนวทางดำเนินงานให้สอดคล้องกับการกำหนดวาระข่าวสาร ในภูมิทัศน์สื่อและบริบทสังคมปัจจุบันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นมา พัฒนาการ และสถานภาพองค์ความรู้งานวิจัยเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารในระดับนานาชาติ
2. เพื่อศึกษาสถานภาพองค์ความรู้งานวิจัยด้านการกำหนดวาระข่าวสารและแสดงแนวทางหลัก และช่องว่างสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ขอบเขตการศึกษา

บทความนี้มีขอบเขตการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เลือกด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง ตามวัตถุประสงค์งานวิจัยในครั้งนี้ คือ เอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร ได้แก่ บทความวิจัย บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ ดุษฎีนิพนธ์ และหนังสือเชิงวิชาการที่สามารถสืบค้นจากทรัพยากรและฐานข้อมูลที่อยู่ภายใต้เครือข่ายทรัพยากรของสำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รวมถึงที่สามารถสืบค้นผ่านระบบ Google Scholar ที่อนุญาตให้เข้าถึงบทความฉบับเต็มได้โดยไม่มีค่าธรรมเนียม

นิยามศัพท์

การกำหนดวาระข่าวสาร (agenda setting): ความหมายของคำว่า “agenda setting” หรือ “การกำหนดวาระข่าวสาร” ตามนิยามจาก Protesse และ McCombs (1991) หมายถึง การทำหน้าที่ของนักข่าวในการตัดสินใจเลือกเน้นนำเสนอข่าว ซึ่งจะส่งอิทธิพลต่อการรับรู้ของประชาชนว่าเรื่องไหนเป็นเรื่องสำคัญในวันหนึ่งๆ บ้าง ซึ่งบทบาทนี้เรียกว่า “บทบาทการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน” (Protesse & McCombs, 1991, p. 2) ต่อมาได้มีการปรับปรุงนิยามเป็น ความสามารถในการทำให้

เรื่องที่สื่อนำเสนอเป็นวาระสาธารณะได้ ซึ่งวาระสาธารณะ หมายถึง การที่สาธารณชนให้ความสนใจ คิด หรืออาจจะถึงขั้นดำเนินการบางอย่างเกี่ยวกับเรื่องนั้น (McCombs & Reynolds, 2009) นอกจากนี้ ยังมีการให้คำนิยามที่ละเอียดขึ้น คือ กระบวนการที่สื่อมวลชนนำเสนอเรื่องราวจำนวนหนึ่งด้วยการเน้นและให้ความสำคัญ ทำให้ประชาชนจำนวนมากรับรู้ว่าเป็นเรื่องที่เน้นสำคัญกว่าเรื่องอื่น กล่าวคือ ยิ่งนำเสนอมาก ยิ่งสำคัญมาก (Coleman, McCombs, Shaw, & Weaver, 2009) ในปี ค.ศ. 2014 มีการประมวณนิยามการกำหนดวาระข่าวสารว่าเป็นการกำหนดวาระข่าวสารขึ้นพื้นฐานเนื่องจากค้นพบการกำหนดวาระข่าวสารมากกว่าหนึ่งระดับ ซึ่งระดับพื้นฐานนี้หมายถึง ผลกระทบของวาระสื่อที่มีต่อวาระสาธารณะในเชิงการรับรู้ความสำคัญที่มีต่อประเด็นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นนักการเมืองหรือเรื่องอื่นๆ ที่อยู่ในความสนใจของสาธารณชน (McCombs, Shaw, & Weaver, 2014) คำจำกัดความทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารจากหนังสือที่รวบรวมและอธิบายทฤษฎีการสื่อสารมวลชน ล้วนให้นิยามไปในทางเดียวกัน คือ ทฤษฎีที่ศึกษาอิทธิพลของสื่อที่มีต่อประชาชน โดยสื่อให้ความสำคัญกับประเด็นส่งผลให้ประชาชนคิดว่าประเด็นที่สื่อรายงานสำคัญ ซึ่งทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับวาระข่าวสาร 3 รูปแบบ คือ 1) วาระสื่อ (media agenda): หัวข้อที่สื่อให้ความสนใจ 2) วาระสาธารณะ (public agenda): หัวข้อที่สาธารณชนหรือผู้รับสารเชื่อว่าสำคัญ และ 3) วาระระดับนโยบาย (policy agenda): ประเด็นที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจ (decision-makers) เชื่อว่าสำคัญ (Baran & Davis, 2012; Croucher, 2016; McCombs & Guo, 2014) โดยสรุปพื้นฐานทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร อธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดจากการทำหน้าที่ของสื่อในการเลือกให้ความสำคัญในการนำเสนอกับประเด็นสังคม ซึ่งทำได้โดยการให้เวลาและพื้นที่สื่อกับประเด็นดังกล่าว ส่งผลให้ประชาชนให้ความสนใจกับวาระสื่อ จนในที่สุดกลายเป็นวาระสาธารณะที่ประชาชนคิดและเข้าใจว่าเป็นประเด็นสำคัญในสังคม กระบวนการนี้เรียกว่า การกำหนดวาระข่าวสาร

การกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อ (intermedia agenda setting): ก่อนที่จะมีการให้นิยามคำว่า “*intermedia agenda setting*” อย่างเป็นทางการนั้น มีการกล่าวถึงอิทธิพลในการคัดเลือกข่าวของสื่อใหญ่อย่าง The New York Times และ Washington Post ต่อสื่ออื่นเพื่อนำเสนอเป็นวาระข่าวสาร (Protest & McCombs, 1991, p. 208) ต่อมาจึงมีการนิยามปรากฏการณ์นี้ว่า “*intermedia agenda setting*” และอธิบายว่า เป็นอิทธิพลและปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อหลายรูปแบบที่กำหนดวาระสื่อในภาพรวม (McCombs & Reynolds, 2009) อีกนิยามที่ใกล้เคียงกัน คือ กระบวนการ

ที่สื่อแนวหน้าส่งต่อวาระข่าวสารที่สำคัญให้สื่ออื่น (Coleman et al., 2009) นอกจากนี้ McCombs ผู้ก่อตั้งทฤษฎี ยังได้อธิบายความหมายของคำดังกล่าวไว้ในหนังสือ Setting the Agenda ด้วยว่า หมายถึง “บทบาทการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อข่าวระดับแนวหน้าที่ส่งผลกระทบต่อกรกำหนดวาระข่าวสารของสื่อข่าวอื่นๆ” (McCombs, 2014, p. 128) จากข้อมูลข้างต้น สรุปคำจำกัดความได้ว่า หมายถึง การที่สื่อชนิดหนึ่งเลือกประเด็นในสังคมมานำเสนอและส่งผลให้สื่ออีกรูปแบบ/สำนักหนึ่ง เลือกประเด็นดังกล่าวมาต่อ ยอดบนแพลตฟอร์มของตน หรือเลือกนำเสนอประเด็นเดียวกันตามมา เพราะอิทธิพลของสื่อที่นำเสนอก่อนหน้านี้

การกำหนดวาระข่าวสารระดับสอง (attribute agenda setting/second level agenda setting): มีการให้คำจำกัดความไว้ดังรายละเอียดต่อไปนี้ นิยามแรก หมายถึง การถ่ายโอนความสำคัญเฉพาะด้านหรือคุณลักษณะที่อธิบายเรื่อง คน หรือ หัวข้อที่ปรากฏในข่าว ซึ่งรวมไปถึงถ่ายโอนน้ำเสียงหรืออารมณ์ที่สื่อถ่ายทอดมาในการเล่าเรื่องนั้นๆ ด้วย ไม่ว่าจะเป็นบวก กลาง หรือลบ (Coleman et al., 2009) อีกความหมาย คือ การเลือกนำเสนอเพียงบางแง่มุมของเรื่อง ส่งผลให้ผู้รับสารตีความว่าแง่มุมดังกล่าวเป็นแง่มุมที่สำคัญของเรื่อง (Johnson, 2014; McCombs, 2014; McCombs & Reynolds, 2009) จากนิยามเหล่านี้ สรุปความหมายของการกำหนดวาระข่าวสารระดับสองได้ว่า เป็นกระบวนการที่สื่อเลือกนำเสนอโดยให้ความสำคัญกับบางแง่มุมของเรื่อง เลือกเล่าเรื่องในอารมณ์เชิงสนับสนุน ตรงข้าม หรือเป็นกลางต่อสิ่งที่ได้นำเสนอไป ส่งผลให้ผู้รับสารรับรู้แง่มุมนั้นตามอารมณ์ที่ถูกถ่ายทอดมา

การกำหนดวาระข่าวสารระดับสาม (network agenda setting/third level of agenda setting): หนึ่งในนิยามอธิบายว่า หมายถึง ผลกระทบจากเครือข่ายวาระสื่อที่มีต่อเครือข่ายวาระสาธารณะ (McCombs et al., 2014) อีกความหมาย คือ ความสำคัญที่สื่อให้กับเรื่อง และ/หรือประเด็นต่างๆ อย่างเป็นโครงข่ายที่ถูกถ่ายทอดจากสื่อไปยังสาธารณะในลักษณะโครงข่ายความจำ (McCombs & Guo, 2014) กล่าวคือ การกำหนดวาระข่าวสารของสื่อต่อเรื่องใดๆ ในหลากหลายโอกาสหลากหลายแง่มุมผ่านช่วงเวลาหนึ่งเชื่อมโยงกัน ส่งผลให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในลักษณะเป็นเครือข่าย

ความต้องการรู้ (need for orientation/NFO): นิยามหนึ่งอธิบายว่า หมายถึง ความอยากที่จะทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมใหม่หรือสถานการณ์ใหม่ๆ

ที่แต่ละคนมีต่างกัน โดยพึ่งสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการนี้ ซึ่งมีแนวคิดย่อยภายใต้ความอยากรู้อย่างจำนวนสองแนวคิด คือ ความเกี่ยวข้อง (relevance) และความไม่แน่ใจ (uncertainty) (Coleman et al., 2009) อีกคำจำกัดความบอกว่า เป็นตัวแปรเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่ออิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสาร ซึ่งมีตัวแปรย่อยจำนวนสองตัว คือ ความเกี่ยวข้อง และความไม่แน่ใจ (McCombs & Reynolds, 2009) นอกจากนี้ยังมีคำจำกัดความที่อธิบายว่าเป็นกระบวนการทำความเข้าใจระดับของผลการกำหนดวาระข่าวสารเชิงจิตวิทยาที่อธิบายการเปิดรับสื่อของผู้ใช้สื่อ และระดับความเข้มข้นของผลจากการกำหนดวาระข่าวสารที่มีต่อผู้ใช้สื่อ (McCombs et al., 2014) ในอีกบทความที่เกี่ยวข้อง ความต้องการรู้ถูกมองเป็นคำอธิบายเชิงจิตวิทยาที่อธิบายเหตุผลที่สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้รับสารที่เชื่อว่าประเด็นที่สื่อนำเสนอสำคัญ (Kim, 2014) ในภาพรวม ความต้องการรู้ หมายถึง ตัวแปรเชิงจิตวิทยาที่อธิบายกระบวนการที่ผู้ใช้สื่อให้ความสนใจประเด็นที่สื่อเสนอ เนื่องจาก ประเด็นนั้นมีความเกี่ยวข้องกับตน แต่ด้วยความไม่แน่ใจในความรู้อันมีต่อประเด็นนั้น ผู้ใช้สื่อจึงเลือกสนองความต้องการรู้ของตนโดยพึ่งพึ่งสื่อ ซึ่งกระบวนการนี้ทำให้การกำหนดวาระข่าวสารเกิดผลต่อผู้ใช้สื่อนั้น

ช่วงเวลาการกำหนดวาระ (lag time/time lag): ช่วงเวลาที่สื่อให้กับประเด็นใดๆ ก่อนที่สาธารณชนจะเข้าใจว่าประเด็นดังกล่าวเป็นประเด็นสำคัญ (Coleman et al., 2009)

การทบทวนวรรณกรรม (ความเป็นมาและพัฒนาการ):

1. ยุคก่อนเกิดทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร

ค.ศ. 1922—ในปี ค.ศ. 1922 Robert E. Park เขียนถึงหน้าที่ของสื่อในหนังสือชื่อ *The Immigrant Press and Its Control* ไว้ว่า บุคลากรด้านข่าวสารมีหน้าที่ในการคัดเลือกเรื่องจำนวนหนึ่งจากที่เกิดขึ้นมากมายในสังคมเพื่อรายงาน นั่นคือสื่อมีอำนาจในการทำให้เรื่องไหน “เกิด” หรือ “ดับ” ได้ ด้วยการเลือกหรือไม่เลือกรายงานเรื่องนั้นๆ (Park, 1922, p. 328 as cited in Dearing & Rogers, 1996)

ค.ศ. 1922—ในบทที่หนึ่งชื่อ *The World Outside and the Pictures in Our Heads* ของหนังสือ *Public Opinion* เขียนโดย Walter Lippmann นักเขียนผู้เชี่ยวชาญ

ด้านประชามติกล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนมีหน้าที่ทรงความเป็นจริงของสังคมให้ประชาชนรับทราบ ซึ่งสื่อเสมือนเป็นสะพานเชื่อมระหว่างเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมและโลกกับภาพในสมองของประชาชนเข้าด้วยกัน (Dearing & Rogers, 1996).

ค.ศ. 1948—Harold Lasswell แจกแจงบทบาทหน้าที่หลักของสื่อมวลชนไว้ และหนึ่งในหน้าที่นั้น คือ นักข่าวมีหน้าที่คัดเลือกข้อมูลที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ต่างๆ มากมายเพื่อนำเสนอให้ประชาชนในทุกระดับรับรู้พร้อมกัน และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อของประชาชนส่งผลให้ประชากรที่ต่างกันมีความเห็นใกล้เคียงกัน (McCombs & Reynolds, 2009; West & Turner, 2018).

ค.ศ. 1963—Bernard Cohen กล่าวถึงบทบาทของสื่อในการคัดเลือกเรื่องที่เกิดขึ้นเพื่อนำเสนอต่อสังคมไว้ในหนังสือชื่อ *The Press and Foreign Policy* ไว้ว่า “สื่อไม่สามารถบอกให้คนคิดอะไรได้ แต่สามารถบอกให้คนคิดถึงเรื่องไหนบ้างได้” ซึ่งวรรณคดีได้กลายเป็นวรรณคดี หรือส่วนสำคัญของทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารในภายหลัง (as cited in Protess & McCombs, 1991, p. 3)

2. ยุคกำเนิดทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร

ค.ศ. 1972—Maxwell E. McCombs และ Donald Shaw ได้ทำวิจัยโดยนำเอาแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวกับหน้าที่การคัดเลือกประเด็นสังคมของสื่อเพื่อนำเสนอต่อประชาชน มาตั้งสมมติฐานที่เชื่อว่าหน้าที่นั้น สามารถทำให้คนคิดและเข้าใจว่าเรื่องที่สื่อนำเสนอสำคัญได้ โดยทำการทดสอบสมมติฐานนี้ในการวิจัยระหว่างช่วงการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 1968 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวาระข่าวสารที่สื่อกำหนดและวาระสาธารณะ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อและสำรวจความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ที่มีสิทธิ์เลือกตั้ง แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจเลือกใคร จำนวน 100 คน ในเมือง Chapel Hill, North Carolina วิธีคือ ใช้แบบสำรวจถามกลุ่มตัวอย่างว่าเรื่องใดบ้างเป็นเรื่องสำคัญในช่วงการเลือกตั้งครั้งนี้ หากไม่นับสิ่งที่ผู้สมัครกำลังนำเสนอ ผลการศึกษาแสดงความสอดคล้องกันระหว่างสิ่งที่สื่อนำเสนอและความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยชิ้นนี้ถือเป็นจุดกำเนิดทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Protess & McCombs, 1991, pp. 17-26)

3. ยุคการขยายขอบเขตการศึกษาวิจัย

หลังการกำเนิดทฤษฎีอย่างเป็นทางการ มีการนำทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารไปใช้ในงานศึกษาวิจัยอย่างกว้างขวาง ทั้งที่เป็นประเด็นการวิจัยในและนอกบริบทการเมือง

การเลือกตั้ง ในประเทศต่างๆ และในวัตถุประสงค์งานวิจัยที่ต่างกัน “จำนวนมากกว่า 500 ชิ้นงานวิจัย” (Johnson, 2014, p. xv) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ประเด็นงานวิจัย: งานวิจัยเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารครอบคลุมประเด็นการศึกษาที่หลากหลาย อาทิ ประเด็นสาธารณะในภาพรวมในช่วงเวลาของงานวิจัย เปรียบเทียบวาระข่าวสารใน The New York Times กับวาระสาธารณะอิงจาก Gallup polls² ในที่นี้รวมถึงประเด็นเรื่องการว่างงาน ภัยพิบัตินิวเคลียร์ ความยากจน และอาชญากรรม (Eaton, 1989 as cited in Coleman et al., 2009; McCombs & Reynolds, 2009); ประเด็นสิทธิพลเมือง (Winter & Eyal, 1981 as cited in McCombs & Reynolds, 2009); ประเด็นด้านเศรษฐกิจและองค์กรธุรกิจ (Carroll & McCombs, 2003 as cited in McCombs, 2005; Hester & Gibson, 2003 as cited in McCombs & Reynolds, 2009); ประเด็นเชิงการตลาดเกี่ยวกับวงการบาสเก็ตบอล NBA (Fortunato, 2001 as cited in McCombs, 2005); ประเด็นเรื่องอาชญากรรมในสื่อบันเทิง (Gross & Aday, 2003; Holbrook & Hill, 2005 as cited in McCombs & Reynolds, 2009); ประเด็นสิ่งแวดล้อม (Salwen, 1988; Chan, 1999 as cited in Coleman et al., 2009); ประเด็นเรื่องสุขภาพ (Pratt, Ha, & Pratt, 2002; Ogata Jones, Denham, & Springston, 2006 as cited in Coleman et al., 2009); ประเด็นเรื่องการสูบบุหรี่ (Sato, 2003 as cited in Coleman et al., 2009); ประเด็นศาสนา (Harris & McCombs, 1972 as cited in Coleman et al., 2009); ประเด็นการกำหนดวาระในการเรียนการสอน (Rodriguez Diaz, 2004 as cited in Johnson, 2014, p. xvi); และประเด็นข่าวสารเฉพาะท้องถิ่น (Palmgreen & Clarke, 1977; Smith 1987 as cited in Coleman et al., 2009; Lennon, 1998 as cited in McCombs & Reynolds, 2009) เป็นต้น ทั้งนี้ แม้จะมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหลายประเด็น แต่หากมองภาพรวมแล้ว ประเด็นการเมืองการเลือกตั้งยังเรียกได้ว่าเป็นประเด็นที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

2) งานวิจัยในต่างประเทศ: นอกเหนือจากการนำทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารไปศึกษาในประเด็นที่หลากหลายแล้ว ทฤษฎีนี้ยังถูกนำไปศึกษาวิจัยในบริบทที่หลากหลายขึ้นนอกสหรัฐฯ ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของทฤษฎีด้วย เช่น ในสหภาพยุโรป

²องค์กรในประเทศสหรัฐฯ ที่มีชื่อเสียงจากการทำการสำรวจมติมหาชน หรือความคิดเห็นของประชากรโลกที่มีต่อเรื่องต่างๆ ที่มา <https://www.gallup.com/home.aspx>

(Peter, 2003 as cited in McCombs & Reynolds, 2009) ประเทศสเปน (Lopez-Escobar, Llamas, & McCombs, 1998 as cited in Coleman et al., 2009; Canel, Llamas, & Rey, 1996 as cited in McCombs, 2014; McCombs & Reynolds, 2009) ญี่ปุ่น (Takeshita, 1993 as cited in Coleman et al., 2009; McCombs, 2014) อาร์เจนตินา (Lennon, 1998 as cited in Coleman et al., 2009; Pereson, 2002 as cited in McCombs, 2014) อิสราเอล (Sheafer & Weimann, 2005 as cited in Coleman et al., 2009) เยอรมนี (Brosius & Kepplinger, 1990 as cited in Coleman et al., 2009; McCombs, 2014) และไต้หวัน (King, 1997 as cited in Coleman et al., 2009) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในภาพรวมแล้ว แม้ยุคสมัยจะเปลี่ยนไป แต่งานวิจัยส่วนใหญ่ยังคงเกาะกลุ่มอยู่ในบริบทประเทศสหรัฐฯ เป็นหลักเช่นเดิม (McCombs, 2014, p. xiii)

3) งานวิจัยในวัตถุประสงค์ต่างๆ: งานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร ได้ขยายขอบเขตการศึกษาออกไปตามวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน ได้แก่ 1) พัฒนาตัวชี้วัด/เครื่องมือวัด 2) การกำหนดวาระระดับสองและสาม และ 3) การกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อ

3.1) งานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตัวชี้วัด/เครื่องมือวัด สามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มย่อย ได้แก่ การวัดผลของอิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสาร การจัดกลุ่มหน่วยวิเคราะห์ และการวัดผลของเวลา รายละเอียดดังต่อไปนี้:

3.1.1) การวัดผล: หลายแหล่งข้อมูลกล่าวว่า หลังจากที่มีการศึกษาเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารเดินทางมาถึงจุดลงตัวที่เป็นรูปธรรมเชิงประจักษ์ เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวาระสื่อและวาระสาธารณะแล้ว ทิศทางการศึกษาวิจัยก็ได้มุ่งไปสู่การศึกษาเรื่องตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่ออิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสาร เพื่ออธิบายเหตุของการกำหนดวาระข่าวสารที่มีต่อผู้ใช้สื่ออยู่ในระดับที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งแนวทางนี้แบ่งออกเป็น 2 ทางย่อย ได้แก่ ตัวแปรในฝั่งของสื่อ และตัวแปรในฝั่งของผู้รับสาร (Coleman et al., 2009)

3.1.1.1) ตัวแปรในฝั่งของสื่อ: ตัวแปรที่ส่งผลต่อความต้องการรู้ในฝั่งของสื่อนั้น ซ่อนอยู่ในเรื่องที่สื่อนำเสนอ โดยหลายแหล่งเห็นตรงกันว่า เรื่องหรือประเด็นที่สื่อนำเสนอสามารถจำแนกได้เป็นสองจำพวก คือ ประเด็นที่ผู้รับสารมีประสบการณ์ร่วม หรือมีความเชื่อมโยงกับชีวิตของผู้รับสาร (obtrusive issue) และประเด็นที่ผู้รับสารไม่มีประสบการณ์ร่วม หรือไม่

ความเชื่อมโยงกับผู้รับสาร (unobtrusive issue) ซึ่งอิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารจะส่งผลต่อผู้รับสารในระดับที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความเกี่ยวข้อง และความไม่แน่ใจของผู้รับสาร (Coleman et al., 2009; Kim, 2014; McCombs & Reynolds, 2009)

3.1.1.2) ตัวแปรในฝั่งของผู้รับสาร: ตัวชี้วัดเชิงจิตวิทยา และตัวชี้วัดเรื่องการหน่วงเวลา ตัวชี้วัดเชิงจิตวิทยา: ข้อมูลที่เกี่ยวข้องอธิบายว่าช่วงยุคต้นของการพัฒนาทฤษฎีมีความเชื่อว่าสาเหตุที่ทำให้การกำหนดวาระข่าวสารได้ผล คือ การที่สื่อให้ความสำคัญกับประเด็น ใช้พื้นที่สื่อ และความถี่นำเสนอวาระข่าวสารทำให้วาระนั้นรับรู้ได้ง่าย ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้นึกถึงเรื่องดังกล่าวได้ง่าย เพราะเรื่องดังกล่าวถูกกระตุ้นบ่อยครั้งในสมอง (accessibility) (McCombs & Reynolds, 2009) แต่ต่อมามีการวิจัยเชิงทดลองเพื่อเปรียบเทียบการนำเสนอในเรื่องที่ต่างกันไปในกลุ่มตัวอย่าง ผลวิจัยพบว่า เนื้อหาของเรื่องมีผลต่ออิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสาร (Miller, 2007 as cited in McCombs & Reynolds, 2009) จึงมีการนำแนวคิดความต้องการรู้ภายใต้ทฤษฎีเชิงจิตวิทยา Cognitive Mapping ของ Edward Tolman เข้ามาใช้อธิบายว่า การรับรู้วาระข่าวสารของคนขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัย ได้แก่ ความเกี่ยวข้องที่เป็นปัจจัยหลัก และความไม่แน่ใจที่เป็นปัจจัยรอง โดยในขั้นแรกผู้ใช้สื่อจะพิจารณาหากเรื่องไหนมีความเกี่ยวข้องสูงก็จะให้ความสนใจประเด็นนั้นขึ้นต่อไป จะขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อเรื่องนั้น หากมีความไม่แน่ใจก็ย่อมต้องพึ่งพาข้อมูลจากสื่อ และเข้าใจไปว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอนั้นเป็นเรื่องสำคัญจึงส่งผลให้การกำหนดวาระข่าวสารได้ผล (McCombs, 2005, 2014; McCombs & Reynolds, 2009) จากแนวคิดนี้ Matthes (2006, 2007) ได้พัฒนามาตรวัดความต้องการรู้ขึ้น (Need for Orientation Scale) ผลการทดลองจากการทำวิจัยระยะยาวที่ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเดียวหลายครั้ง (panel study) ยืนยันแนวคิดนี้ (Matthes, 2006, 2007 as cited in McCombs & Reynolds, 2009)

3.1.2) การจัดกลุ่มหน่วยวิเคราะห์: จากที่ได้เห็นพัฒนาการของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นและบริบทที่หลากหลาย McCombs จึงได้เสนอรูปแบบและวิธีการจัดกลุ่มหน่วยวิเคราะห์การกำหนดวาระข่าวสาร (unit of analysis) ที่เรียกว่า Acapulco Typology ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 แบบ คือ 1) รูปแบบที่ 1 (Type I): วิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างวาระสื่อทั้งหมดกับวาระสาธารณะในภาพรวม/ทุกประเด็นที่สาธารณชนเห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญ 2) รูปแบบที่ 2 (Type II): วิเคราะห์วาระสื่อใช้วิธีวัดผลเป็นการจัดอันดับวาระสื่อโดยถามเป็นรายบุคคลถึงการจัดอันดับวาระสาธารณะ

เพื่อเปรียบเทียบกัน 3) รูปแบบที่ 3 (Type III): วิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างวาระสื่อเพียงประเด็นเดียวกับวาระสาธารณะที่มีต่อประเด็นนั้นในช่วงเวลาหนึ่ง และ 4) รูปแบบที่ 4 (Type IV): วิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างวาระสื่อเพียงประเด็นเดียวกับวาระเดียวกันในปัจเจกบุคคลด้วยวิธีการเชิงทดลอง ทั้งนี้ รูปแบบการจัดกลุ่มนี้พัฒนาขึ้นมาจากการศึกษาการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนเป็นหลัก แต่สามารถนำมาใช้ในภูมิทัศน์สื่อดิจิทัลได้ (McCombs, 2014; McCombs & Reynolds, 2009; McCombs et al., 2014)

3.1.3) ตัวชี้วัดเรื่องหน่วงเวลาของผลการกำหนดวาระ (time lag):

ในปี ค.ศ. 1975 ได้มีการพัฒนาเครื่องมือวัดผลเรื่องหน่วงเวลา Cross-lagged correlation ได้ถูกนำมาใช้เป็นวิธีคำนวณวัดความเปลี่ยนแปลงของสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากสองช่วงเวลา ผลการนำไปใช้วิจัยในตอนนั้นยังไม่ได้ข้อสรุปที่แน่นอน (McCombs, Becker, & Weaver, 1975) หลังจากงานนี้ มีงานวิจัยที่พิสูจน์เรื่องนี้จำนวนหนึ่งและสรุปได้ว่า ในภาพรวมแล้ววาระข่าวสารของสื่อจะใช้เวลาในการฟักตัวในช่วง 4-8 สัปดาห์หรือโดยเฉลี่ย 3 สัปดาห์ และจะมีผลอยู่ในความสนใจของคนในช่วง 8-26 สัปดาห์หรือ 6 เดือน (Winter & Eyal, 1981; Wanta & Hu, 1994 as cited in Coleman et al., 2009)

3.2) การกำหนดวาระข่าวสารระดับสองและสาม: หลังการคิดค้นทฤษฎีไม่นาน งานวิจัยจำนวนหนึ่งก็ได้นำมาให้ความสนใจผลอีกระดับที่เกิดจากการกำหนดวาระข่าวสาร ซึ่งก็คือ การกำหนดวาระข่าวสารระดับสอง ริเริ่มโดยงานวิจัยของ Salma Ghanem (1996) ที่ศึกษาประเด็นการกระหน่ำทำข่าวอาชญากรรมในรัฐเทกซัส ซึ่งส่งผลให้ประชาชนรู้สึกไม่ปลอดภัยจากการรับข่าวและระบุว่า รู้สึกว่าอาชญากรรมถือเป็นปัญหาระดับชาติในช่วงนั้น ทั้งที่ในความเป็นจริงอัตราการเกิดอาชญากรรมในรัฐอยู่ในช่วงลดลง (McCombs, 2005, p. 547) นิยามเป็นไปตามที่ได้ให้ความหมายไปในหัวข้อนิยามศัพท์ แต่เพื่อให้เห็นภาพชัดขึ้น จึงมีการเปรียบเทียบวาระข่าวสารเป็นสิ่งที่หนึ่งของหนึ่งขึ้นสามารถมองได้หลากหลายมุม การกำหนดวาระข่าวสารระดับสองก็เปรียบเสมือนการเลือกนำเสนอเพียงบางแง่มุมสิ่งของชิ้นนั้นเป็นประเด็นหลัก แง่มุมในบริบทนี้แบ่งเป็นสองส่วนย่อยที่เป็นส่วนประกอบหลักและรอง คือ ส่วนที่เป็นข้อมูลและส่วนที่เป็นอารมณ์ตามลำดับ อารมณ์แบ่งออกเป็นอารมณ์เชิงบวก ลบ และกลาง (Coleman et al., 2009; McCombs, 2005; McCombs & Reynolds, 2009) ในด้านหนึ่งมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งแสดงผลการศึกษาเรื่องนี้ที่เป็นที่ประจักษ์ เช่น

งานวิจัยของ McCombs Lopez-Escobar และ Llamas (2000) ที่ถูกอ้างถึงในหลายแหล่ง ผลการศึกษาพบอิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารทั้งสองระดับในช่วงการเลือกตั้งปี ค.ศ. 1996 ในสเปน และยังมีงานอื่นๆ ที่ยืนยันผลระดับสองอีกมาก (Coleman et al., 2009; McCombs, 2014; McCombs & Reynolds, 2009) เช่น ในงานวิจัยที่ศึกษาการเลือกตั้งในญี่ปุ่น ปี ค.ศ. 1993 (Takeshita & Mikami, 1995 as cited in McCombs & Reynolds, 2009) การเลือกตั้งในไต้หวัน ปี ค.ศ. 1994 (King, 1997 as cited in McCombs & Reynolds, 2009) การเลือกตั้งผู้ว่าการรัฐเท็กซัสและสมาชิกวุฒิสภาสหรัฐฯ ปี ค.ศ. 2002 (Kim & McComb, 2007 as cited in McCombs & Reynolds, 2009) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในทางตรงกันข้าม นักวิชาการจำนวนหนึ่งมองว่าแนวคิดเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารระดับสองทับซ้อนกับทฤษฎีการวางกรอบข่าวสาร (framing theory) แต่ก็มีกรชี้แจงให้ข้อมูลเพื่อแสดงความเหมือนและความต่างไว้ คือ ความหมายของการกำหนดวาระระดับสองครอบคลุมเพียงการวางกรอบหรือแนวการนำเสนอข่าวสารในแง่มุมใดมุมหนึ่ง (aspect) เป็นประเด็นหลัก (central theme) อาจทำได้โดยการเลือกแง่มุมหนึ่งและไม่เล่าอีกมุมหนึ่งของเรื่อง หรือด้วยวิธีการเล่าเรื่อง การใช้ภาพประกอบ และ/หรือองค์ประกอบอื่นๆ ในการนำเสนอร่วมกัน ซึ่งอาจจะทำโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้ เช่น บางครั้งอาจเกิดจากการเลือกนำเสนอด้วยมุมมองของผู้ผลิตข่าวโดยไม่ได้ตั้งใจขึ้นา เป็นต้น ส่วนความหมายของการวางกรอบตามทฤษฎีการวางกรอบข่าวสารนั้นเนื่องด้วยมีนิยามที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย ทั้งที่ทับซ้อนและต่างกับการกำหนดวาระระดับสองอย่างสิ้นเชิงเพราะมีนักคิดมากมายให้ความหมายไว้ภายใต้ทฤษฎีดังกล่าว ดังนั้น การจะตัดสินว่าทั้งสองเรื่องนี้ทับซ้อนกันหรือไม่ จึงขึ้นอยู่กับนิยามการวางกรอบที่เลือกมาใช้ (Coleman et al., 2009, pp. 150-151; McCombs, 2005, pp. 546-547; McCombs & Reynolds, 2009, pp. 6-8; Weaver, 2007, pp. 142-145)

นอกจากการกำหนดวาระข่าวสารระดับสองที่มีการพิสูจน์ในหลากหลายบริบทจนเป็นที่ยอมรับแล้ว การศึกษาเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารได้ขยายขอบเขตออกไปทดสอบผลในระยะยาวขึ้นอย่างการกำหนดวาระข่าวสารระดับสาม: สถานภาพงานวิจัยของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระดับนี้ยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้น กล่าวคือ มีการพัฒนาแบบจำลอง วิธีการวิจัย รวมถึงวิธีการเก็บข้อมูลขึ้นมารองรับแนวคิดนี้โดยเฉพาะแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบเชื่อมโยงคำตอบในลักษณะเป็นโครงข่าย เพื่อวัดผลการกำหนด

วาระเป็นโครงข่ายร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Guo, 2014) งานของ Kim และ McCombs (2007) รวมถึง Guo และ McCombs (2011) และงานของ Vu, Guo และ McCombs (2014) เป็นอีกจำนวนหนึ่งที่ให้นักศึกษาและยืนยันผลการกำหนดวาระข่าวสารในระดับสาม (as cited in McCombs et al., 2014)

3.3) การกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อ: อีกแง่มุมหนึ่งของการศึกษาต่อยอดเพื่อพัฒนาทฤษฎีนี้ คือ การศึกษาเจาะลึกเรื่องการกำหนดของวาระสื่อ จุดเริ่มต้นของการศึกษาเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อมาจากคำถามของนักวิชาการในช่วงต้นยุค 80s ที่ว่า “ถ้าสื่อกำหนดวาระให้สาธารณะ แล้วใครเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารของสื่อ?” (McCombs & Reynolds, 2009, p. 11) จากคำถามนี้ จึงเกิดความพยายามค้นหาคำตอบซึ่งนำไปสู่การศึกษาเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารระหว่างสื่อที่มีต่อกันเพื่อดูว่าใครเป็นผู้กำหนดวาระสื่อ หลายงานศึกษาวิจัยในประเด็นนี้เลือกใช้ The New York Times เป็นตัวอย่างในการศึกษา (Mazur, 1987; Ploughman, 1984; Reese & Danielian, 1989 as cited in McCombs & Reynolds, 2009) เนื่องจากมีการยอมรับว่าเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพล หรือถือเป็น “สื่อที่กำหนดวาระข่าวสารให้สื่ออื่นๆ เพราะสิ่งที่ปรากฏบนหน้าหนึ่งของ The New York Times ถือว่ามีคุณค่าข่าวสูง” ข้อค้นพบพิสูจน์ว่า สื่อมีการกระทำการร่วมกันในการกำหนดวาระข่าวสารเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น McCombs ได้บรรยายกระบวนการนี้เปรียบเป็นหัวหอม โดยชั้นเปลือกนอก หมายถึง แหล่งข่าวที่เป็นจุดเริ่มต้นของเนื้อหาข่าว รองลงมาเป็นชั้นของหัวหอมก่อนจะถึงแกนกลางที่สะท้อนภาพสื่อที่มีการกระทำการร่วมกันในการกำหนดวาระสื่อ ส่วนชั้นในสุด หรือแกนกลางของหัวหอม หมายถึง วาระสื่อในภาพรวมที่เกิดจากการกระทำการร่วมกัน หรือที่เรียกว่าการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อข้างต้น (McCombs & Reynolds, 2009)

การวิเคราะห์ข้อมูล (การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้ทางวิจัย)

แม้ว่างานเขียนเชิงวิชาการเกี่ยวกับทฤษฎีนี้จะมีการจัดหมวดหมู่ของงานวิจัยในหลากหลายแบบ แต่หลักการในภาพกว้างอธิบายการแบ่งแนวทางการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการกำหนดวาระข่าวสารที่กระจัดกระจายเป็น 2 แนวทางหลัก ได้แก่ แนวแกนกลาง (centripetal trend) ที่ยังคงยึดกับแนวทางดั้งเดิมในการศึกษาตามการกำเนิดทฤษฎี ในบริบทการเมืองการเลือกตั้ง และแนวออกศูนย์กลาง (centrifugal

trend) ในบริบทอื่นนอกเหนือจากแนวแกนกลาง (McCombs & Guo, 2014; McCombs et al., 2014) แต่ด้วยขอบเขตการแบ่งกลุ่มเพียง 2 กลุ่มข้างต้นที่ครอบคลุมการศึกษาที่ขยายไปอย่างกว้างขวางนั้น อาจกว้างเกินไปสำหรับการทำความเข้าใจภาพรวมของงานวิจัยเกี่ยวกับการกำหนดวาระข่าวสาร ส่วนการแบ่งแนวทางการศึกษาเป็น 5 (McCombs, 2005, p. 544) หรือ 7 หมวดหมู่ (McCombs et al., 2014, p. 782) อาจทำให้ภาพรวมแยกย่อยเกินไป เนื่องจากบางงานวิจัยทำการวิเคราะห์ประเด็นที่คาบเกี่ยวกันในกลุ่มย่อยเหล่านี้ ทำให้เกิดการทับซ้อนกันของข้อมูลขึ้น เช่น งานวิจัยที่พิสูจน์ทั้งอิทธิพลการกำหนดวาระระดับที่หนึ่ง สอง และการกำหนดวาระข้ามสื่อ ควบคู่ไปกับพิสูจน์เรื่องหน่วงเวลาด้วยในงานเดียวกัน (Bakan & Melek, 2016) เป็นต้น กล่าวคือ การแยกกลุ่มย่อยเกินไปอาจทำให้การมองทิศทางของงานวิจัยในภาพกว้างไม่ชัดเจนเท่าที่ควร บทความนี้จึงจัดกลุ่มงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้ 1) การศึกษาการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อ 2) การศึกษาการรับรู้วาระข่าวสารของสาธารณชนหรือวารสารสาธารณะ และ 3) พัฒนาการของการศึกษาแง่มุมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1. การศึกษาการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อ

การเข้ามาของเทคโนโลยียุคดิจิทัลทำให้ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารของประชากรโลกเปลี่ยนไปจากเดิมที่พึ่งพิงโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์เป็นหลัก กลายมาเป็นสื่อใหม่โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์³ จุดเริ่มต้นของการวิเคราะห์ข้อมูลในบทความนี้จึงเริ่มจากบทความที่ประมวลองค์ความรู้การวิจัยในเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารจำนวน 10 ปีที่เริ่มตั้งแต่จุดเปลี่ยนของภูมิทัศน์สื่อ (2002-2011) โดยข้อค้นพบได้ชี้ชัดว่า ทิศทางการศึกษาวิจัยได้มุ่งเน้นมาสู่การศึกษาเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อเป็นหลัก แต่เพื่อให้เห็นภาพรวมของทั้ง 3 กลุ่มงานวิจัย ข้อมูลเชิงสถิติที่เป็นประโยชน์ในการทำทำความเข้าใจภาพรวมจึงถูกแสดงไว้ในส่วนนี้ด้วย

Hai Tran (2014) เจ้าของบทความการประมวลสถานภาพองค์ความรู้งานวิจัยเรื่อง Online Agenda Setting: A New Frontier for Theory Development ได้ศึกษาบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ใน EBSCO Database รวมเป็นงานวิจัยทั้งหมดจำนวน 26 งาน ผลการศึกษาแสดงการตื่นตัวทางการวิจัยที่พุ่งสูงในช่วง 5 ปีหลังของการศึกษา (2007-2011) 73% ของบทความที่เกี่ยวข้องตีพิมพ์ในช่วงนี้ และครึ่งหนึ่งของ

³อิงจากสถิติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปี ค.ศ. 2018 ที่เผยว่าประชากรเกือบครึ่งโลก (44%) ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการเสพข้อมูลและสื่อสาร (Kemp, 2018)

บทความยังคงอยู่ในบริบทการเมืองการเลือกตั้ง (50%) และบทความส่วนใหญ่มุ่งศึกษาเฉพาะการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อ (69.2%) รองลงมาเป็นการศึกษาวาระสาธารณะ จึงทำให้การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ (content analysis) ยังคงเป็นวิธีวิจัยที่นิยมมากที่สุด ใช้ศึกษาการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อ (61.5%) นอกจากนี้ บทความส่วนใหญ่ยังคงยึดติดกับการศึกษาเพียงภายในสหรัฐฯ (77%) สื่อที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 4 กลุ่ม คือ 1) ศึกษาทิศทางของอิทธิพลระหว่างบล็อกการเมืองกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ระดับชาติ 2) สื่อออนไลน์ที่ผู้ลงสมัครเลือกตั้งใช้รณรงค์หาเสียงกับโทรทัศน์ 3) เว็บไซต์ข่าวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ระดับชาติ 4) ยูทูบ (YouTube) และกระดานข่าวออนไลน์ (bulletin board) กับสื่อกระแสหลัก นอกจากนี้ Tran ยังได้เสนอแนวทางการวิจัยสำหรับการวิจัยในอนาคตที่น่าสนใจ ดังนี้ 1) การวิจัยเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารในภูมิทัศน์สื่อเดิม ได้มีการศึกษาในเชิงจิตวิทยาถึงตัวแปรที่ส่งผลให้อิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมีผลต่อผู้ใช้สื่อต่างกัน โดยเรียกแนวคิดนี้ว่าความต้องการรู้ แต่งานศึกษาแบบนี้ยังคงขาดไปในปัจจุบัน 2) การศึกษาวิจัยที่เชื่อมโยงไปถึงมิติทางจริยธรรมของการใช้ข่าวสารจากแหล่งข่าวหน้าใหม่ หรือการใช้เทคนิคคราวด์ซอร์ซซิง (crowdsourcing) ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลกับสื่อเพื่อช่วยในกระบวนการกำหนดวาระข่าวสาร 3) การกำหนดวาระข่าวสารแบบผันกลับ หรือปรากฏการณ์ที่วาระสาธารณะมีอิทธิพลต่อการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อ (Tran, 2014)

ทั้งนี้ ผู้เขียนเล็งเห็นว่า นอกเหนือจากแนวทางในอนาคตที่ Tran กล่าวถึง ยังมีแนวทางที่อาจเป็นประโยชน์ต่ออีก คือ การวัดผลการกำหนดวาระข่าวสารกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากร Generation Z เพราะประชากรกลุ่มนี้เติบโตมากับเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ จึงพึงพิงช่องทางนี้เป็นหลัก เรียกได้ว่าการเปิดรับสื่อกระแสหลักหรือดั้งเดิมของประชากรกลุ่มนี้อยู่ในระดับน้อยมาก⁵ ซึ่งที่ผ่านมาแทบไม่มีงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการกำหนดวาระข่าวสารที่ให้ความสนใจเรื่องความต่างของรุ่น (generation) ในฐานะตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดวาระข่าวสารเลย นอกจากวิจัยที่หาคำตอบเรื่องช่วงวัยโดยเฉพาะในปี ค.ศ. 2007

⁵อิงตามข้อมูลจากงานวิจัยของ Coleman และ McCombs (2007) ที่ยืนยันว่า จากกลุ่มตัวอย่างคนอายุน้อย (18-34 ปี ข้อมูล ณ ปี ค.ศ. 2007) รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากกว่าจากสื่อดั้งเดิมและจุดประสงค์หลักในการใช้อินเทอร์เน็ตไม่ได้ใช้เพื่อรับข่าวสาร เมื่อเทียบกับอีก 2 กลุ่มตัวอย่าง จาก 2 ช่วงอายุได้แก่ 25-54 ปี และ 54 ปีขึ้นไป (Coleman & McCombs, 2007)

(Coleman & McCombs, 2007) แต่ด้วยเวลาที่ล่วงเลยไปกว่า 11 ปี จากการศึกษาครั้งนั้น การศึกษาผลการกำหนดวาระข่าวสารโดยให้ความสนใจตัวแปรเรื่องวัยในภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไปน่าจะให้คำตอบที่น่าสนใจไม่น้อย

ในทำนองเดียวกัน บทความวิชาการเรื่อง The Agenda Setting Hypothesis in the New Media Environment เขียนโดย Natalia Aruguete (2017) ได้สรุปภาพรวมของงานวิจัยที่เกี่ยวกับการศึกษาการกำหนดวาระข่าวสารในบริบทสื่อใหม่ โดยเฉพาะ ขอบเขตงานวิจัยครอบคลุมเฉพาะสื่อกระแสหลักระดับแถวหน้าของโลกกับทวิตเตอร์และเว็บไซต์ในฐานะสื่อใหม่เท่านั้น ในส่วนของงานวิจัยที่เน้นศึกษาวาระสื่อที่ Aruguete คัดมานั้น จะแสดงให้เห็นทิศทางการกำหนดวาระข้ามสื่อระหว่างเว็บไซต์หรือทวิตเตอร์กับสื่อดั้งเดิมเป็นหลัก อาทิ งานวิจัยที่ชี้ให้เห็นทิศทางของอิทธิพลจากเว็บไซต์ไปยังสื่อดั้งเดิมในประเด็นวาระหลากหลาย (Messner & Distaso, 2008 as cited in Aruguete, 2017) งานวิจัยต่อเนื่องที่พิสูจน์อิทธิพลจากเว็บไซต์กับสื่อที่เป็นห้องข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ The New York Times และ The Washington Post กับฉบับตีพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ทั้งสองไปยังบล็อกของนักข่าวพลเมืองอิสระและอิทธิพลของเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อเว็บไซต์ด้วยกันเอง (Meraz, 2009, 2011a, 2011b as cited in Aruguete, 2017) งานวิจัยที่ศึกษาและอธิบายอิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อทั้งในระดับเบื้องต้นและระดับสองจากทวิตเตอร์ของนักการเมืองที่มีต่อสื่อข่าว (Parmelee, 2014 as cited in Aruguete, 2017) แต่ไม่ใช่ทุกงานจะยืนยันอิทธิพลการกำหนดวาระข้ามสื่อเสมอไป เช่น งานของ Kushin (2010) ที่ทดสอบอิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารแบบสองทิศทางระหว่างทวิตเตอร์และ The New York Times ฉบับออนไลน์ ประเด็นที่ใช้ศึกษา คือ การบริหารงานของ Obama โดยรอบเวลาในการวิจัยถูกกำหนดไว้เพียง 7 วัน เพราะทวิตเตอร์อนุญาตให้สืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้เพียง 7 วัน แต่ผลวิจัยในภาพรวมยังไม่สามารถยืนยันอิทธิพลดังกล่าวได้ เป็นต้น (Aruguete, 2017; Kushin, 2010) จากการประมวลของ Aruguete เห็นได้ชัดว่าเนื่องจากงานส่วนใหญ่ที่ถูกเลือกมานั้น ศึกษาในบริบทประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งทวิตเตอร์และเว็บไซต์เป็นสื่อใหม่ที่ได้รับคามนิยมอย่างท่วมท้นในพื้นที่ ณ เวลานั้น ทิศทางของงานเหล่านี้ จึงมุ่งเน้นศึกษาการกำหนดวาระข่าวสารที่ปรากฏในสื่อสองชนิดนี้เป็นหลัก วิจัยที่ใช้ก็ยังคงเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Tran (2014) ฉะนั้น ข้อค้นพบจากงานเหล่านี้จึงยังไม่สามารถนำมาเป็นข้อสรุปในโซนอื่นๆ ของโลกได้ เนื่องจากในพื้นที่อื่นทวิตเตอร์และเว็บไซต์ไม่ได้มี

บทบาทสำคัญเช่นเดียวกันกับสหรัฐฯ อาทิ งานวิจัยในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่จำเป็นต้องศึกษาสื่อสังคมของจีนอย่าง Weibo เพราะจีนจำกัดการเข้าถึงสื่อสังคมชนิดอื่น (Jiang, 2014) เป็นต้น

นอกเหนือจากที่ปรากฏในบทความของ Aruguete ข้างต้น ยังมีงานวิจัยอีกจำนวนหนึ่งที่มุ่งศึกษาเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อเพื่อพิสูจน์แนวคิดนี้ในหลากหลายบริบท ข้อสังเกตที่เห็นได้ชัดจากงานเหล่านี้คือ แม้จะมีการวิจัยจำนวนหนึ่งที่พยายามศึกษาเรื่องนี้ในบริบทนานาชาติ แต่งานวิจัยส่วนใหญ่ยังคงยึดเกาะแนวทางการศึกษาที่อยู่ในบริบทการเมืองการเลือกตั้ง และยังคงศึกษาในบริบทของประเทศสหรัฐฯ เป็นส่วนใหญ่ เรียกได้ว่า ยังคงขาดการกระจายตัวของงานศึกษาวิจัยโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ งานวิจัยเปรียบเทียบการโฆษณาหาเสียงของนักการเมืองกับสื่อหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ในช่วงการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐฯ ปี ค.ศ. 1996 (Boyle, 2001 as cited in McCombs & Reynolds, 2009) งานวิจัยศึกษาอิทธิพลเว็บไซต์ของ Al Gore และ George W. Bush ในช่วงการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐฯ ปี ค.ศ. 2000 ที่ส่งผลต่อสื่อดั้งเดิม (Ku, Kaid, & Pfau, 2003) งานวิจัยที่ศึกษาอิทธิพลของโฆษณาของผู้สมัครเลือกตั้งที่มีต่อสื่อโทรทัศน์ในระดับหนึ่งและสองในระหว่างการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐฯ ปี ค.ศ. 2004 ซึ่งผลยืนยันการกำหนดวาระทั้งสองระดับและชี้ให้เห็นอิทธิพลการกำหนดวาระข้ามสื่อระหว่างโฆษณาของนักการเมืองด้วยกันเอง (Golan, Kioussis, & McDaniel, 2007) งานวิจัยที่ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างเว็บบล็อกกับสื่อโทรทัศน์ในช่วงการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐฯ ปี ค.ศ. 2004 (Sweetser, Golan, & Wanta, 2008) งานวิจัยที่วิเคราะห์อิทธิพลของกระดานข่าวออนไลน์กับสื่อดั้งเดิมเปรียบเทียบระหว่างการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐฯ ปี ค.ศ. 2008 และประธานาธิบดีเกาหลีใต้ช่วงปลายปี ค.ศ. 2007 (Jang, 2010) อีกงานเป็นวิจัยต่อเนื่องที่ยืนยันอิทธิพลการกำหนดวาระสองระดับจากสื่อใหญ่สู่สื่อที่เล็กกว่าระหว่างสื่อระดับชาติกับสื่อข่าวทางเลือกในประเทศเกาหลีใต้ (Lim, 2006, 2011) ซึ่งผลการศึกษาของงานเหล่านี้ ส่วนใหญ่ชี้ให้เห็นอิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อแบบทางเดียว คือ ในกรณีที่เป็นสื่อของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งเทียบกับสื่อชนิดอื่นนั้น สื่อของผู้ลงสมัครจะมีอิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อเหนือสื่ออื่นๆ ส่วนในกรณีอื่น ทิศทางของอิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อจะมีรูปแบบที่ชัดเจนจากสื่อใหญ่สู่สื่อที่เล็กกว่า แต่ในบางกรณี อิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อก็เป็นไปในแบบ 2 ทิศทาง ดังที่ผลของงานวิจัยที่ศึกษาการกำหนดวาระ

ข่าวสารสองระดับในประเด็นการเลือกตั้งพระสันตะปาปาครั้งที่ 266 โดยเปรียบเทียบระหว่างสื่อกระแสหลักแถวหน้าของโลกกับหัวข้อที่คนสนใจในทวิตเตอร์ (trending topics) ในระดับนานาชาติ (Bakan & Melek, 2016) สำหรับข้อสรุปในภาพรวมงานวิจัยที่กล่าวมานั้น จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่ยืนยันอิทธิพลจากสื่อกระแสหลักระดับแถวหน้าของโลก เช่น The News York Times ไปยังสื่อรูปแบบอื่นๆ และการวิเคราะห์เนื้อหายังคงเป็นวิธีวิจัยหลัก งานเหล่านี้ใช้เวลาในการศึกษาวิจัยในช่วงสั้นเท่านั้น ด้วยข้อจำกัดใหญ่ในเรื่องการเก็บข้อมูล แต่ทั้งนี้ หากมองนอกกระแสวิจัยในสหรัฐฯ แล้ว จะเห็นว่ายังมีงานวิจัยในไต้หวันของ King (1997) ที่ให้ผลต่างออกไป คือ เนื่องจากการควบคุมสื่อโดยรัฐบาลจึงไม่ปรากฏอิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อ จากผลของ King (1997) นี้ นำไปสู่ข้อสรุปไว้ว่า “ประเทศที่สื่อถูกควบคุมโดยรัฐบาลและประเทศที่มีเพียงกลุ่มอำนาจการเมืองเดียวครองประเทศอยู่ จะไม่มีการกำหนดวาระข่าวสารโดยสื่อ เพราะผลการกำหนดวาระข่าวสารต้องอาศัยความเปิดกว้างทางการเมืองและระบบสื่อพหุสมควร” (Coleman et al., 2009, p. 149) แต่หากพิจารณาผลการศึกษาเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อในสาธารณรัฐเกาหลีวิเคราะห์เปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ฉบับตีพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประเทศที่มีทั้งที่ดำเนินการโดยเอกชนและถูกควบคุมโดยรัฐบาลแล้ว จะเห็นผลแย้งได้ว่าอิทธิพลแบบสองทางสามารถเกิดขึ้นได้ในบางกรณี (Sikanku, 2008) ฉะนั้น ด้วยเวลาที่ล่วงเลยมาผนวกกับการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ ข้อสรุปนี้อาจต้องมีการพิสูจน์อีกครั้งในบริบทเดิม รวมถึงขยายขอบเขตออกไปในประเทศที่มีบริบททางการเมืองใกล้เคียงกันเพื่อหาข้อสรุปต่อไป

อย่างไรก็ตามตั้งแต่ปี ค.ศ. 2016 ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเอื้อให้เกิดงานวิจัยในมิติใหม่ บิ๊กดาต้า (big data) กลายเป็นเครื่องมือการวิเคราะห์ทิศทางการไหลของข่าวสารระดับนานาชาติด้วยข้อมูลที่มากขึ้น ครอบคลุมเวลานานขึ้น เพื่อรับมือข้อจำกัดเรื่องเวลาของการศึกษาที่พบในงานวิจัยก่อนหน้านี้ ตัวอย่างเช่นงานวิจัยที่ใช้เทคนิคการทำเหมืองเว็บ (web-mining) เป็นเครื่องมือวิเคราะห์การกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อใน 10 ประเทศเป็นเวลา 5 ปี แต่ด้วยข้อจำกัดทางเทคนิคทำให้ต้องเลือกวิเคราะห์เพียงประเทศละ 3 แหล่งข่าวเท่านั้น (Segev, 2016 as cited in Guo & Vargo, 2017) ในปีถัดมา ด้วยเทคโนโลยีที่ดีขึ้นจึงนำไปสู่งานวิจัยที่ศึกษาในระดับโลกด้วยบิ๊กดาต้า ศึกษาแหล่งข่าวจำนวน 4,708 แหล่ง ใน 67 ประเทศ โดยศึกษาข้อมูลของปี ค.ศ. 2015 ทั้งปี ผลการศึกษาเผยให้เห็นอิทธิพลของประเทศ

“ใหญ่กว่า” ต่อประเทศ “เล็กกว่า” โดยในภาพรวม สหรัฐฯ มีอิทธิพลมากที่สุด อีกทั้งงานวิจัยนี้ได้ตั้งข้อสังเกตทิ้งท้ายไว้ว่า สำหรับในบางประเทศอย่างอินเดีย สื่อหน้าใหม่ที่เกิดขึ้นในยุคออนไลน์ก็มีอิทธิพลในการกำหนดวาระข่าวสารสูง เป็นที่น่าจับตามอง (Guo & Vargo, 2017) จึงควรมีการศึกษาเรื่องนี้อย่างลึกซึ้งขึ้น แม้จะมีความพยายามศึกษาระดับนานาชาติในช่วงหลัง เนื่องจากมีเทคโนโลยีที่เอื้ออำนวย แต่ก็ยังถือว่างานที่เปิดมิติใหม่ยังคงเป็นส่วนน้อย ในภาพรวมการศึกษาวิจัยยังคงกระจุกตัวอยู่ที่ประเทศสหรัฐฯ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีหลัก และยังคงยึดติดกับ แนวแกนกลางของทฤษฎีอยู่ ด้วยภูมิทัศน์สื่อและพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารของ ประชากรโลกที่เปลี่ยนไป การศึกษาอิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อโดยเน้น วิเคราะห์สื่อออนไลน์ยักษ์ใหญ่อย่างเฟซบุ๊กที่มีผู้ใช้อยู่เกือบครึ่งโลก (Kemp, 2018) เพื่อเปรียบเทียบกับสื่อกระแสหลักในประเด็นศูนย์กลาง อาจเป็นช่องทางสำหรับการ วิจัยในอนาคตต่อไป

2. การศึกษาการรับรู้วาระข่าวสารของสาธารณชนหรือวาระสาธารณะ

สถิติในช่วงปี ค.ศ. 2002-2011 เผยว่า ประเด็นที่มีการศึกษาวิจัยจำนวน รองลงมาจากวาระสื่อ คือ การวิจัยเพื่อศึกษาวาระสาธารณะ (Tran, 2014) งานวิจัยด้าน นี้ก็มีการปรับตัวรับกับภูมิทัศน์สื่อดิจิทัลเช่นเดียวกับงานที่ศึกษาวาระสื่อ จากเดิมที่ การศึกษาวาระสาธารณะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลัก งานวิจัยจำนวนหนึ่งได้ เปลี่ยนมาใช้หลักฐานการสืบค้นข้อมูลออนไลน์เป็นตัวบ่งชี้ความคิดของผู้ใช้สื่อแทน เช่น งานวิจัยที่เปรียบเทียบวาระสาธารณะจากสถิติการสืบค้นข้อมูลออนไลน์ของคน เรื่องข่าวลือว่า Obama เป็นมุสลิมในช่วงการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐฯ ปี ค.ศ. 2008 เปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ (Weeks & Southwell, 2010 as cited in Tran, 2014) งานวิจัยที่ใช้ข้อมูลการสืบค้นออนไลน์เรื่องการแต่งงานของเพศเดียวกัน เป็นตัวชี้วัดวาระสาธารณะ โดยเทียบกับหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ทั้งระดับท้องถิ่นและ ระดับชาติ (Hester & Gibson, 2007 as cited in Tran, 2014) เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาวาระสาธารณะในมุมอื่นอีก เช่น งานวิจัยที่ศึกษาความต่างของ ผลของการกำหนดวาระข่าวสารที่มีต่อผู้ใช้สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ (Althaus & Tewksbury, 2002 as cited in Tran, 2014) งานวิจัยอีกจำนวนหนึ่งที่มองหัวข้อที่คนสนใจ (trending topics) ในทวิตเตอร์เป็นวาระสาธารณะโดยเทียบกับวาระของสื่อดั้งเดิม ได้แก่ งานวิจัยที่เทียบทวิตเตอร์กับสื่อหลักอย่าง BBC, The New York Times และ Al Jazeera (Thorndyke, 2012 as cited in Aruguete, 2017) งานวิจัยเทียบ

ทวิตเตอร์กับหนังสือพิมพ์ออนไลน์แนวหน้าของสเปน (Garcia, 2014 as cited in Aruguete, 2017) งานวิจัยที่มองทวิตเตอร์เป็นตัวแทนวาระสาธารณะในประเด็นท้องถิ่นเรื่อง Morgan Harrington⁵ (Artwick, 2012) ผลการศึกษาจากงานเหล่านี้ยืนยันแนวคิดที่ว่าทวิตเตอร์สามารถใช้เป็นตัวชี้วัดวาระสาธารณะได้ยกเว้นงานของ Thorndyke (2012)

จากตัวอย่างงานวิจัยที่ยกมาเห็นได้ชัดว่า แนวทางงานวิจัยเกี่ยวกับวาระสาธารณะในภูมิทัศน์สื่อดิจิทัลนั้น ไม่ต่างจากในฝั่งของวาระสื่อ คือ ยังคงกระจุกตัวอยู่ในสหรัฐฯ เป็นส่วนใหญ่ และเน้นศึกษาเกี่ยวกับทวิตเตอร์และการสืบค้นข้อมูลของประชาชนด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นหลัก ฉะนั้น ช่องว่างการวิจัยที่ยังขาดอยู่ คือ การศึกษาการก่อตัวของวาระสาธารณะในสื่อสังคมออนไลน์ยักษ์ใหญ่อื่นๆ นอกเหนือจากประเทศสหรัฐฯ และการศึกษาทวิตเตอร์ เช่น เฟซบุ๊กที่มีระบบการเข้าถึงผู้ใช้ที่ซับซ้อน (algorithm) (Usher-Layser, 2016) จึงเป็นแนวทางที่เรียกได้ว่ายังเปิดกว้างอยู่เนื่องจากงานศึกษาวิจัยที่ผ่านมายังไม่มีการเน้นตรงจุดนี้เท่าที่ควร

3. พัฒนาการของการศึกษาแง่มุมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

นอกจากสองประเด็นข้างต้นแล้ว การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องยังมีพัฒนาการไปในแนวทางอื่นๆ อีก ทั้งในแง่ของการพิสูจน์เรื่องของ 1) หน่วงเวลาในภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล 2) แนวทางการรวมวาระ 3) การกำหนดวาระข่าวสารแบบผันกลับ และ 4) การพัฒนาตัวชี้วัดหรือวิธีวัดผลใหม่ และอื่นๆ

1) **ตัวชี้วัดเรื่องหน่วงเวลา:** มีงานวิจัยที่ผลแสดงว่า หน่วงเวลาในภูมิทัศน์สื่อใหม่จะอยู่ที่ประมาณ 1 วัน หรือต่ำกว่านั้น และจะมีผลคงอยู่ประมาณ 2-3 วัน แต่ทั้งนี้ผลของงานวิจัยยังไม่ชัดเจน เนื่องจากการศึกษายังจำกัดอยู่ในวงแคบและประเด็นในการศึกษาที่ต่างกันก็ให้ผลต่างกัน จึงยังไม่มีข้อสรุปในเรื่องนี้ที่ชัดเจน (Robert, 2002; Weeks & Southwell, 2010 as cited in Tran, 2014; Vonbun, Königslöw, & Schoenbach, 2016) ฉะนั้น การศึกษาต่อยอดในประเด็นนี้จึงจำเป็นต้องทำเพื่อตอบคำถามข้อค้นพบที่มีอยู่หรือเสนอข้อสรุปใหม่ที่ชัดเจนขึ้น

2) **การรวมวาระข่าวสาร (agenda melding):** ความหมายคือ การประมวลหรือสร้างภาพที่รับรู้จากวาระข่าวสารต่างๆ จากหลากหลายแหล่งเข้าด้วยกัน

⁵ นักศึกษาสังกัดสถาบัน Virginia Tech ที่เป็นข่าวว่าหายตัวไปจากคอนเสิร์ต Metallica เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2552 โดยต่อมาได้พบว่าเสียชีวิตแล้วจากการทวิตข้อความเบาะแสจากประชาชนที่เกี่ยวข้อง

เพื่อทำความเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมของผู้ใช้สื่อ แนวคิดนี้ได้หยิบยกเอาแนวคิดจากสาขาวิชาจิตวิทยามาใช้ร่วมกับศาสตร์การสื่อสารเพื่ออธิบายว่า การกำหนดวาระข่าวสารเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมของคน (social learning) ผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบในระดับจิตใต้สำนึก โดยแบ่งสื่อออกเป็นสองกลุ่มหลัก คือ สื่อแนวตั้ง (vertical media) หรือสื่อมวลชนที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นมวลชนโดยมุ่งหวังให้ข่าวสารเป็นหลัก และสื่อแนวนราบ (horizontal media) ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนที่เฉพาะเจาะจงตามความสนใจ ซึ่งกลุ่มนี้มุ่งให้ข้อมูลอื่นๆ ที่สนับสนุนข้อมูลจากสื่อแนวตั้ง ในภาพรวมแล้ว กระบวนการประมวลผลของผู้ใช้สื่อจะดึงข้อมูลจากสามส่วนมารวมกัน ได้แก่ จากสื่อแนวตั้ง สื่อแนวนราบ และความพึงใจส่วนบุคคล โดยที่ความพึงใจส่วนบุคคลตั้งอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดเรื่องความต้องการรู้ แม้ว่าจะมีการสร้างแบบจำลองเพื่อศึกษาเรื่องการรวมวาระโดยเฉพาะ แต่เนื่องจากแนวคิดนี้เป็นแนวคิดใหม่ การศึกษาจึงยังคงอยู่ในขั้นเริ่มต้นทดสอบวิธีใหม่นี้เท่านั้น (McCombs, 2014; McCombs et al., 2014; Weaver, Wojdyski, McKeever, & Shaw, 2010) งานวิจัยในอนาคตอาจนำแนวคิดนี้ไปทดสอบเพื่อเพิ่มความหนักแน่นของแนวคิดในบริบทที่ต่างออกไป เช่น อาจนำไปใช้ในบริบทสื่อบันเทิงหรือในเชิงธุรกิจ การตลาด หรือในบริบทประเทศที่มีสิทธิเสรีภาพต่างจากสหรัฐฯ อย่างในประเทศไทย เป็นต้น

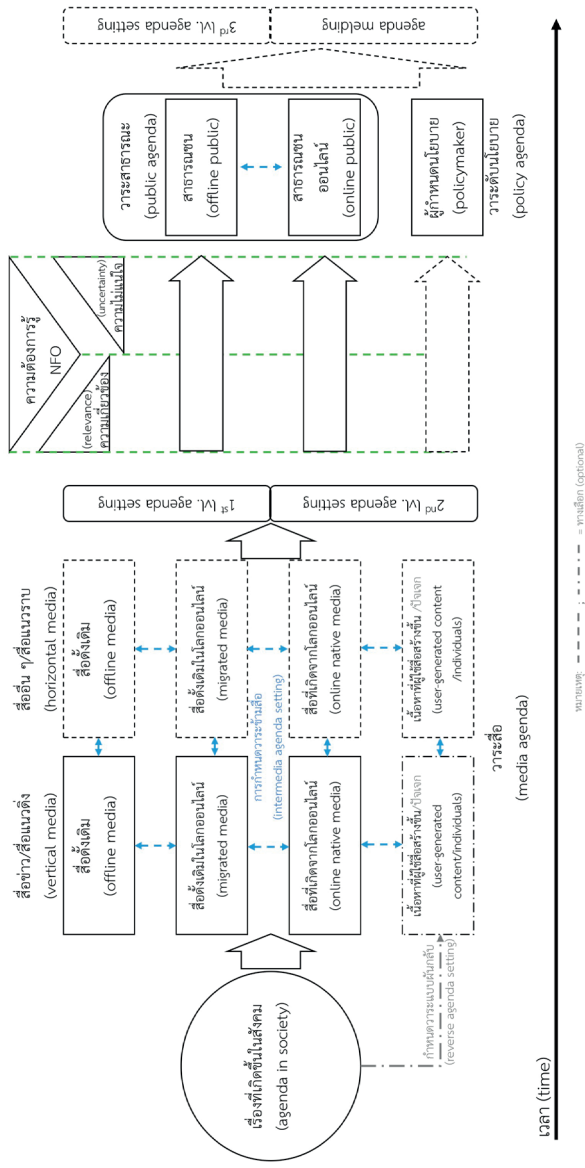
3) การกำหนดวาระข่าวสารแบบผกผัน (reverse agenda setting): ด้วยการที่สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายมาเป็นช่องทางหลักของในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสื่อสารของคน สภาพการณ์นี้เอื้อให้ประชาชนสร้างเนื้อหาและเผยแพร่ได้ด้วยตนเอง ส่งผลให้หลายครั้งที่วาระสื่อเกิดมาจากสิ่งที่ประชาชนสนใจ เรียกได้ว่า สาธารณชนเป็นผู้กำหนดวาระสื่อ ซึ่งปรากฏการณ์นี้เรียกว่า การกำหนดวาระข่าวสารแบบผกผัน งานวิจัยที่สนใจและศึกษาเรื่องนี้ในปัจจุบันยังมีจำนวนน้อย เช่น ในประเทศเกาหลีใต้ที่มีการศึกษาเรื่องนี้ในทิศทางที่เริ่มจากวาระสาธารณะในอินเทอร์เน็ตไปยังสื่อกระแสหลัก (Kim & Lee, 2006 as cited in Jiang, 2014) และในประเทศจีนที่เริ่มจาก Weibo ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่สุดในจีน ไปยังสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นตัวแทนของสื่อกระแสหลัก (Jiang, 2014) เป็นต้น การศึกษาแนวนี้จึงเป็นเหมือนเวทีที่เปิดกว้างสำหรับงานวิจัยในบริบทสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งในบริบทประเทศไทยอาจทำการศึกษาการกำหนดวาระผกผันในพื้นที่เฟซบุ๊กที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด

4) **การพัฒนาตัวชี้วัด และอื่นๆ:** นอกจากตัวชี้วัดที่ได้กล่าวไปแล้ว ที่ผ่านมามีงานวิจัยจำนวนหนึ่งพยายามที่จะเสนอตัวชี้วัดในแนวทางอื่นๆ เช่น งานวิจัยที่สนใจตัวชี้วัดเรื่องการใช้ภาพประกอบ เน้นศึกษาขนาดและรูปแบบภาพที่ส่งผลต่อผลการกำหนดวาระข่าวสาร (Wanta, 1988; Coleman & Banning, 2006; Coleman & Wu, 2006 as cited in Coleman et al., 2009) หรืองานวิจัยที่คิดค้นเทคนิคใหม่ ที่เรียกว่า “*news story approach*” เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาข่าวร่วมกับเวลา ซึ่งต่างจากเดิมที่สนใจเพียงเวลาการนำเสนอเป็นตัวชี้วัด (time-series analysis) (Harder, Sevenans, & Aelst, 2017) แต่เนื่องจากวิธีนี้เป็นวิธีใหม่ จึงยังไม่เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง นอกจากนี้ ยังมีความพยายามแย่งแนวการเก็บข้อมูลด้วย เช่น งานวิจัยที่เสนอการใช้ระดับความรู้เป็นตัวชี้วัดแทนการใช้ข้อมูลจากการบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่าง (self-report) โดยให้เหตุผลว่า มีนักวิชาการจำนวนหนึ่งยังกังขากับข้อมูลการบอกเล่า (Price & Zaller, 1993; Zaller, 1996 as cited in Lee, 2015) จึงแย้งว่า การวัดระดับความรู้เป็นวิธีการวัดที่ดีกว่า (Lee, 2015) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการนำตัวชี้วัดที่ Lee นำเสนอไปใช้ต่อยอดควบคู่กับวิธีการเดิมอาจช่วยทำให้เกิดข้อค้นพบที่แม่นยำกว่าเดิมได้ แต่ก็ยังมีตัวอย่างงานวิจัยย้อนแย้งกับแนวคิดของ Lee อยู่ เช่นงานวิจัยของ Feezell (2017) ที่ให้ความสนใจการเปิดรับข่าวสารโดยไม่ได้ตั้งใจผ่านเฟซบุ๊ก แสดงผลให้เห็นว่า แม้จะไม่ได้ตั้งใจ ผู้ใช้ที่เห็นข่าวสารการเมืองในเฟซบุ๊กจะเห็นว่าเรื่องนั้นเป็นเรื่องสำคัญ เมื่อเทียบกับผู้ใช้ที่ไม่ได้รับข่าวสารดังกล่าว อีกทั้งผลจะรุนแรงขึ้นในกลุ่มที่ไม่มี ความสนใจเรื่องการเมืองอยู่ก่อนแล้ว (Feezell, 2017) ข้อค้นพบนี้นอกจากจะแย้ง Lee แล้ว ยังแย้งแนวคิดเรื่องความต้องการรู้ที่อธิบายว่าผลการกำหนดวาระจะเกิดเมื่อ ผู้ใช้มีความต้องการรู้ แต่หากจะยืนยันแนวคิดใหม่นี้ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงทดลอง ที่ควบคุมตัวแปรต่างๆ เพื่อชี้ชัดผลการศึกษาก่อนอีกครั้ง นอกจากนี้ที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว สุดท้ายยังมีตัวอย่างกลุ่มงานวิจัยที่ให้ความสนใจมิติเชิงจริยธรรมอยู่จำนวนหนึ่งด้วย งานกลุ่มนี้สนใจศึกษาผลกระทบเชิงจริยธรรมที่เกิดจากการใช้เว็บไซต์หรือทวิตเตอร์ ในห้องข่าวและกระบวนการทำข่าว (Singer, 2005; Lasorsa et al., 2012 as cited in Aruguete, 2017)

จากการประมวลสถานการณ์ภาพองค์ความรู้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นทั้งหมด บทความนี้จึงขอเสนอแบบจำลองเพื่ออธิบายภาพรวมของแนวคิดและตัวแปรที่เกี่ยวข้อง กับทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารตั้งแต่อดีตจนถึงยุคสื่อดิจิทัล รายละเอียดดังภาพที่ 1 โดยจะเห็นได้ว่า การเกิดของกระบวนการกำหนดวาระทุกระดับจะมีจุดเริ่มต้น

จากประเด็นในสังคม (agenda in society) จากนั้น จึงเคลื่อนตัวไปยังขั้นตอนการเกิดวาระสื่อ (media agenda) ที่เกิดจากกระบวนการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อ (intermedia agenda setting) แล้วจึงเคลื่อนเข้าสู่ขั้นตอนการเกิดวาระสาธารณะ (public agenda) หรือในบางกรณีอาจเกิดวาระระดับนโยบาย (policy agenda) ได้ หากวาระมีความเกี่ยวข้องกับผู้กำหนดนโยบาย ซึ่งในขั้นตอนนี้จะมีตัวแปรคั่นกลาง คือ ความต้องการรู้ (need for orientation: NFO) ที่ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปรย่อย ได้แก่ ความเกี่ยวข้อง (relevance) และความไม่แน่ใจ (uncertainty) ที่จะส่งผลต่ออิทธิพลการกำหนดวาระ ในขั้นสุดท้าย หากเวลาล่วงเลยไปและมีการกำหนดวาระข่าวสารประเด็นใดๆ อย่างต่อเนื่อง ก็อาจส่งผลให้เกิดผลการกำหนดวาระระดับสาม (third level agenda setting) หรืออาจนำไปสู่การรวมวาระ (agenda melding) ต่อไปได้ นอกจากนี้ ภาพที่ 1 ยังแสดงให้เห็นทิศทางการกำหนดวาระแบบผกผันกลับ (reverse agenda setting) ที่มีจุดเริ่มต้นจากปัจเจกบุคคลที่นำประเด็นสังคมมานำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ หรืออาจเกิดจากผู้นำทางความคิดที่นำเสนอประเด็นของปัจเจกบุคคลผ่านสื่อสังคมของตน ส่งผลให้สื่อสนใจและนำวาระดังกล่าวไปต่อยอดจนเกิดวาระสื่อจากการกระพือข่าวข้ามสื่อ จนในที่สุดวาระนั้นได้ขยายตัวสู่สังคมวงกว้างเป็นวาระสาธารณะในที่สุด ดังภาพ

ภาพที่ 1 แสดงแบบจำลองที่อธิบายการรวมของแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารที่พัฒนาจากการศึกษาสถานการณ์องค์ความรู้ในครั้งนี



สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

หากย้อนมองการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับทฤษฎีการกำหนดวาระไปถึงรากอิงตามการแบ่งกระบวนทัศน์ของทฤษฎีการสื่อสารแล้ว จะเห็นได้ว่า วิธีการแสวงหาความรู้ภายใต้ทฤษฎีนี้ยึดรากกระบวนทัศน์จิตวิทยาสังคม (socio-psychological tradition⁶) ที่เชื่อในการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบสามารถตรวจสอบและพิสูจน์ได้ มีความสัมพันธ์เป็นเหตุและผลกัน (Griffin, 2012, pp. 21-21, 37-48) เพราะงานวิจัยแทบจะทั้งหมดที่เกี่ยวข้องเน้นศึกษาโดยอิงระบบและวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เช่น การวิเคราะห์ที่เนื้อหาผนวกกับการคำนวณทางสถิติโดยเฉพาะการหาความสัมพันธ์ (correlations) เป็นหลัก (Tran, 2014) ด้วยความที่ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารถูกพัฒนาโดยนักวิชาการผู้อยู่ภายใต้กระบวนทัศน์ปฏิฐานนิยม⁷ (positivism) จึงทำให้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตั้งอยู่บนฐานคิดที่มองการสื่อสารแบบแยกส่วน เชื่อในอิทธิพลหรือผลกระทบของสื่อต่อมนุษย์และสังคม ซึ่งผลการศึกษาวิจัยจำนวนมากที่ผ่านมาเป็นข้อยืนยันภายใต้ฐานคิดเดียวกัน ฉะนั้น จึงไม่น่าแปลกใจที่แทบจะไม่พบงานวิจัยเชิงคุณภาพหรืองานวิจัยที่ยึดกระบวนทัศน์อื่นๆ เลย แต่ก็ได้แปลว่าไม่มีงานวิจัยที่ฉีกไปจากกระบวนทัศน์รากเลยแม้แต่งานเดียว ซึ่งมีหนึ่งงานตัวอย่าง เป็นงานวิจัยในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่นำทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารไปศึกษาโดยได้เลือกใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จุดประสงค์เพื่อวิพากษ์ระบบสื่อในประเทศ (Zhang, Shao, & Bowman, 2012 as cited in Jiang, 2014) ซึ่งจากข้อมูลที่ได้นำเสนอไป จะเห็นได้ว่างานวิจัยในช่วงต้นหลังจุดกำเนิดของทฤษฎีจะเน้นการพิสูจน์อิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อในแต่ละบริบทที่แตกต่างกัน จากนั้นจึงขยายขอบเขตออกไปเรื่อยๆ

⁶ อิงการแบ่งกระบวนทัศน์ภายใต้ร่มนิเทศศาสตร์ (communication studies) ออกเป็น 7 สาย ซึ่งเป็นการแบ่งโดยอิงทฤษฎี (theory-driven) เป็นหลัก (Griffin, 2012, pp. 21-21, 37-48; Hansen & Machin, 2019, p. 2-4)

⁷ หากมองย้อนรากพัฒนาการของนิเทศศาสตร์แล้ว จะเห็นว่าศาสตร์นี้มีจุดกำเนิดจากสถาบันในสหรัฐอเมริกาที่นำเอาฐานคิดที่มองปรากฏการณ์ต่างๆ แบบแยกส่วน (reductionism) และเชื่อในหลักฐานเชิงประจักษ์ หรือที่เรียกว่าปฏิฐานนิยม (positivism) โดยภายหลังมีการแตกแขนงองค์ความรู้จากสายหลักเป็นอื่น เช่น สายที่เชื่อในทฤษฎีวิพากษ์ เป็นต้น (Fuchs & Qiu, 2018) โดยหากมองจากมุมมองนี้ ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารนับเป็นทฤษฎีที่ตั้งอยู่บนฐานคิดของกระบวนทัศน์ร่มใหญ่แบบปฏิฐานนิยมนี้

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลชี้ให้เห็นว่า ต่อมาแนวทางการศึกษาวิจัยเพื่อหาคำตอบเรื่องการก่อตัวของวาระสื่อ (การกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อ) กลายเป็นแนวทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดหลังการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อในปี ค.ศ. 2002 แต่การวิเคราะห์เนื้อหา ยังคงเป็นวิธีวิจัยหลักเช่นเคย (Tran, 2014) และด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าขึ้นอย่างมาก แนวทางนี้ได้ขยายวงกว้างออกไปจากเพียงศึกษาเฉพาะประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นระดับนานาชาติและระดับโลก (Guo & Vargo, 2017; Vargo & Guo, 2016) แต่อย่างไรก็ดี การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องก็ยังไม่หยุดชะงัก ในส่วนของวาระสาธารณะเองก็มีการใช้วิธีใหม่ในการมองวาระสาธารณะ อีกทั้งเปิดมิติใหม่เป็นแนวคิดการรวมวาระ (Weaver et al., 2010) และการกำหนดวาระแบบผันกลับ (Diakov, 2015; Herold, 2014; Jiang, 2014) แม้ว่าการรวมวาระจะเป็นเรื่องใหม่ แต่การศึกษาวิจัยก็ยังคงยึดเกาะแนวทางแกนกลาง คือ ยังคงศึกษาในบริบทการเมือง การเลือกตั้ง (Weaver et al., 2010) ทั้งนี้ หากพิจารณาในภาพรวมให้ละเอียดจะเห็นได้ว่า แม้จะมีงานวิจัยระดับนานาชาติมากขึ้นแต่ก็ยังนับเป็นส่วนน้อย งานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่ยังคงติดอยู่ในบริบทประเทศสหรัฐฯ เช่นเดิม และยังไม่ได้ให้ความสนใจกับสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายมากขึ้นเท่าที่ควร กล่าวคือ ยังคงให้ความสำคัญกับทวิตเตอร์ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงในประเทศดังกล่าวมากที่สุด

ช่องว่างงานวิจัย: สรุปลจากการศึกษาสถานภาพองค์ความรู้ในครั้งนี้นำมาแสดงให้เห็นว่า ความหลากหลายของมิติการศึกษาวิจัยที่เคยปรากฏในพัฒนาการของทฤษฎียังขาดไป ดังนั้น ประเด็นที่อาจจะเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต ได้แก่ 1) การศึกษาในมิติเชิงจริยธรรมของการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อ แม้ว่าในประเทศไทยจะมีการศึกษาในมิตินี้ในเชิงวิชาชีพแล้ว โดยสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ที่ตระหนักถึงการหยิบยกเอาข้อมูลในโลกออนไลน์ไปใช้ในการรายงานข่าวของสื่อโทรทัศน์อย่างแพร่หลายและก่อให้เกิดปัญหาข้อมูลเท็จ จึงร่วมมือกับสถาบันการศึกษาทำงานวิจัยนำร่องในเรื่องดังกล่าวเพื่อปูพื้นฐานการร่างหลักการกำกับดูแลสื่อต่อไปในอนาคต (สกุลศรี ศรีสารคาม, 2554; สกุลศรี ศรีสารคาม, สุदारัตน์ ดิษยวรรธนะ จันทราวินนากุล, และ บุญยศิษฐ์ บุญโพธิ์, 2559) แต่สำหรับในภาพรวมทั่วโลกแล้วงานศึกษาวิจัยเชิงจริยธรรมในประเทศต่างๆ แม้แต่ในสหรัฐฯ เอง ก็ยังมีจำนวนจำกัดและให้ความสนใจทวิตเตอร์และเว็บบล็อกเป็นหลัก (Singer, 2005; Lasorsa et al., 2012 as cited in Aruguete, 2017) โดยในอนาคตอาจศึกษาเพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับ

กระบวนการคัดเลือกภาวะข่าวสารของสื่อสังคมออนไลน์ทางเลือก เพราะไม่ได้ถูกกำกับด้วยจรรยาบรรณวิชาชีพเหมือนสื่อดั้งเดิมควบคู่ไปกับการคัดเลือกข่าวของสื่อกระแสหลัก เนื่องจากสื่อต่างๆ มักหยิบยกประเด็นที่เป็นกระแสนิยมในสื่อสังคมออนไลน์ไปต่อยอดบนแพลตฟอร์มของตน แต่หลายโอกาสก็พบภายหลังว่าประเด็นดังกล่าวขาดความน่าเชื่อถือ หรืออาจนำผลที่ได้จากหลากหลายประเทศมาศึกษาเปรียบเทียบกันเพื่อนำข้อค้นพบมาประยุกต์เข้ากับบริบทประเทศไทยต่อไป

2) การศึกษาอิทธิพลการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อที่ให้ความสนใจสื่อที่เกิดขึ้นในโลกออนไลน์มากขึ้น หรือสื่อสังคมออนไลน์ยักษ์ใหญ่อื่นๆ นอกเหนือจากทวิตเตอร์ เช่น เฟซบุ๊ก เป็นต้น เพราะงานวิจัยที่ผ่านมามีงานที่เน้นเรื่องนี้ค่อนข้างน้อย 3) การศึกษาต่อยอดเพื่อหาข้อสรุปเรื่องช่วงเวลาที่เกิดจากแนวแกนกลาง (การเมืองการเลือกตั้ง) ในบริบทของสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเปรียบเทียบในหลากหลายบริบทและหลายประเทศ

4) การทดสอบทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารหรือการวัดผลการกำหนดวาระข่าวสารกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากร Generation Z ที่เติบโตมากับเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตซึ่งแทบจะเรียกได้ว่า การเปิดรับสื่อกระแสหลักหรือสื่อดั้งเดิมของประชากรกลุ่มนี้นั้นอยู่ในระดับน้อย โดยศึกษากับสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นช่องทางการสื่อสารและรับข้อมูลข่าวสารหลักของคนกลุ่มนี้ ทั้งในเชิงของการมองสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งในฐานะวาระสาธารณะและมองวาระสื่อที่ได้ผลกับกลุ่มดังกล่าว และ 5) การศึกษาโดยใช้กรอบแนวคิดเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารแบบผกผันเป็นแนวทางการศึกษาทิศทาง การก่อตัวของวาระสื่อในยุคดิจิทัล

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

สกุลศรี ศรีสารคาม, (2554). *สื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว*. สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://libdoc.dpu.ac.th/research/145134.pdf>

สกุลศรี ศรีสารคาม, สุดารัตน์ ดิษยวรรธนะ จันทราวัทธนากุล, และ บุญยศิษฐ์ บุญโพธิ์. (2559). *การส่งเสริมแนวทางการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการรายงานข่าวในยุคเทคโนโลยีหลอมรวม*. สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://goo.gl/ugXjLb>

ภาษาอังกฤษ

- Artwick, C. G. (2012). *Body Found on Twitter: The Role of Alternative Sources in Social Media Agenda Setting*. Paper presented at the International Communication Association Conference, Phoenix, Arizona. Retrieved from <http://home.wlu.edu/~artwickc/artwickICA12.pdf>
- Aruguete, N. (2017). The Agenda Setting Hypothesis in the New Media Environment. *Comunicación y Sociedad*, 28, 35-58.
- Bakan, U., & Melek, G. (2016). First and Second Level Intermedia Agenda-Setting between International Newspapers and Twitter during the Coverage of the 266th Papal Election. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 26, 155-177. doi:10.31123/akil.438563
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2012). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (6th ed.). Boston, MA: Wadsworth.
- Coleman, R., & McCombs, M. (2007). The Young and Agenda-less? Exploring Age-related Differences in Agenda Setting on the Youngest Generation, Baby Boomers, and the Civic Generation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(3), 495-508. doi:10.1177/107769900708400306
- Coleman, R., McCombs, M., Shaw, D., & Weaver, D. (2009). Agenda Setting. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 147-169). New York, NY: Routledge.
- Croucher, S. M. (2016). *Understanding Communication Theory: A Beginner's Guide*. New York, NY: Routledge.
- Dearing, J. W., & Rogers, E. M. (1996). *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, TO: SAGE Publications.
- Diakov, D. (2015). *Microblogging the News: Who Sets the Agenda?* (Master of Arts in Communication, San Diego State University). Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/48497351.pdf>

- Feezell, J. T. (2017). Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era. *Political Research Quarterly*, 71(2), 482–494.
- Fuchs, C., & Qiu, J. L. (2018). Ferments in the Field: Introductory Reflections on the Past, Present and Future of Communication Studies. *Journal of Communication*, 68(2), 219–232.
- Golan, G. J., Kioussis, S. K., & McDaniel, M. L. (2007). Second-Level Agenda Setting and Political Advertising: Investigating the transfer of issue and attribute saliency during the 2004 US presidential election. *Journalism Studies*, 8(3), 432–443. doi:10.1080/14616700701276190
- Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory* (8th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Guo, L. (2014). Toward the Third Level of Agenda-Setting Theory: A Network Agenda Setting Model. In T. J. Johnson (Ed.), *Agenda Setting in a 2.0 World: A New Agendas in Communication* (pp. 112–133). New York, NY: Routledge.
- Guo, L., & Vargo, C. J. (2017). Global Intermedia Agenda Setting: A Big Data Analysis of International News Flow. *Journal of Communication*, 67(4), 499–520.
- Hansen, A., & Machin, D. (2019). *Media and Communication Research Methods* (2nd ed.). London, LDN: Red Globe Press.
- Harder, R. A., Sevenans, J., & Aelst, P. V. (2017). Intermedia Agenda Setting in the Social Media Age: How Traditional Players Dominate the News Agenda in Election Times. *The International Journal of Press/Politics*, 22(3), 275–293. doi:10.1177/1940161217704969
- Herold, L. (2014). *Influencing the Agenda: How the Latest Online Search Methods Are Changing the Way Communications Professionals Can Plan Message Strategies*. (Master of Arts, University of Minnesota). Retrieved from <https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/166760/Herold,%20Laurel.pdf;sequence=1>

- Jang, S. (2010). *Intermedia agenda setting effects between Internet bulletin boards and traditional news media in U.S. and Korean presidential campaigns*. (Doctor of Philosophy Dissertation, The University of Texas at Austin). Retrieved from <http://hdl.handle.net/2152/ETD-UT-2010-08-2014>
- Jiang, Y. (2014). 'Reversed Agenda-setting Effects' in China Case studies of Weibo Trending Topics and the Effects on State-owned Media in China. *Journal of International Communication*, 20, 2, 168-183. doi: 10.1080/13216597.2014.908785
- Johnson, T. J. (Ed.) (2014). *Agenda Setting in a 2.0 World: New Agendas in Communication*. New York, NY: Routledge.
- Kemp, S. (2018). *The State of the Internet in Q4 2018*. Retrieved from <https://wearesocial.com/blog/2018/10/the-state-of-the-internet-in-q4-2018>
- Kim, Y. (2014). Contingent Factors of Agenda-Setting Effects: How Need for Orientation, Issue Obtrusiveness, and Message Tone Influence Issue Salience and Attitude Strength. In T. J. Johnson (Ed.), *Agenda Setting in a 2.0 World: New Agendas in Communication*. New York, NY: Routledge.
- Ku, G., Kaid, L. L., & Pfau, M. (2003). The Impact of Web Site Campaigning on Traditional News Media and Public Information Processing. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(3), 528-547.
- Kushin, M. J. (2010). *Tweeting the Issues in the Age of Social Media? Intermedia Agenda Setting between The New York Times and Twitter*. (Doctor of Philosophy Dissertation, Washington State University). Retrieved from http://www.dissertations.wsu.edu/Dissertations/Spring2010/m_kushin_041510.pdf
- Lee, J. K. (2015). Knowledge as a Measure of News Reception in the Agenda-Setting Process. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(1), 22-40. doi:10.1080/08838151.2014.998225

- Lim, J. (2006). A Cross-Lagged Analysis of Agenda Setting among Online News Media. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(2), 298-312.
- Lim, J. (2011). First-level and second-level intermedia agenda-setting among major news websites. *Asian Journal of Communication*, 21(2), 167-185.
- McCombs, M. (2005). A Look at Agenda-setting: Past, Present and Future. *Journalism Studies*, 6(4), 543-557. doi:10.1080/14616700500250438
- McCombs, M. (2014). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion* (2nd ed.). Cambridge, CB2: Polity Press.
- McCombs, M., & Reynolds, A. (2009). How the News Shapes Our Civic Agenda. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (3rd ed., pp. 1-16). New York, NY: Routledge.
- McCombs, M. E., Becker, L. B., & Weaver, D. H. (1975). *Measuring the Cumulative Agenda-Setting Influence of the Mass Media*. Paper presented at the Annual Meeting of the Speech Communication Association, Houston, Texas. Retrieved from <https://eric.ed.gov/?id=ED120797>
- McCombs, M. E., & Guo, L. (Eds.). (2014). *Agenda-Setting Influence of the Media in the Public Sphere* (Vol. 1-2). West Sussex, SXW: John Wiley & Sons.
- McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. H. (2014). New Directions in Agenda-Setting Theory and Research. *Mass Communication and Society*, 17, 781-802. doi:10.1080/15295436.2014.964871
- Neuman, W. R., Guggenheim, L., Jang, S. M., & Bae, S. Y. (2014). The Dynamic of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data. *Journal of Communication*, 64(2), 193-214.
- Nisbet, M. C., & Kotcher, J. E. (2009). A Two-Step Flow of Influence? Opinion-Leader Campaigns on Climate Change. *Science Communication*, 30(3), 328-354.

- Protest, D. L., & McCombs, M. (Eds.). (1991). *Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*. New Jersey, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sikanku, E. G. (2008). *Inter-Media Agenda-Setting Effects in Ghana: Newspaper vs. Online and State vs. Private*. (Master of Science, Ames, Iowa: Iowa State University). Retrieved from <https://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=16413&context=rtd>
- Sweetser, K. D., Golan, G. J., & Wanta, W. (2008). Intermedia Agenda Setting in Television, Advertising, and Blogs During the 2004 Election. *Mass Communication and Society*, 11(2), 197-216. doi:10.1080/15205430701590267
- Tran, H. (2014). Online agenda-setting research methodology (2002-2011). In. New York, NY: Routledge.
- Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R. M., & Pingree, R. J. (2015). News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2015), 520-535.
- Usher-Layser, N. (2016). Newsfeed: Facebook, Filtering and News Consumption. *Phi Kappa Phi Forum*, 96(3), 18-21.
- Vargo, C. J., & Guo, L. (2016). Networks, Big Data, and Intermedia Agenda Setting: An Analysis of Traditional, Partisan, and Emerging Online U.S. News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(4), 1031-1055.
- Vonbun, R., Königslöw, K. K.-v., & Schoenbach, K. (2016). Intermedia Agenda-Setting in a Multimedia News Environment. *Journalism*, 17(8), 1054-1073. doi:10.1177/1464884915595475
- Weaver, D., Wojdyski, B., McKeever, R., & Shaw, D. (2010). *Vertical and or versus? Horizontal communities: Need for orientation, media use and agenda melding*. Paper presented at the Annual Convention of the World Association for Public Opinion Research, Chicago, IL. Retrieved from <https://bit.ly/2YYU65h>

- Weaver, D. H. (2007). Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming. *Journal of Communication*, 57(1), 142-147. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00333.x
- West, R. L., & Turner, L. H. (2018). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (6th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.

รู้เท่าทันสื่อดิจิทัลกับบทบาทของผู้บริโภค

Digital Media Literacy: Consumer's Roles

พิชญพร ประครองใจ¹ Phitchayaporn Prakrongjai
เอกรงค์ ปั่นพงษ์² Akkarong Punpong

Received: 4 April 2019, Revised: 4 June 2019, Accepted: 10 June 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการเรียนรู้การรู้เท่าทันสื่อตามสิทธิของผู้บริโภค ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยดำเนินการตั้งแต่ มิถุนายน 2561 – พฤษภาคม 2562 ผลการดำเนินการวิจัยพบว่า กระบวนการเรียนรู้ การรู้เท่าทันสื่อตามสิทธิของผู้บริโภค ประกอบด้วย 1) สร้างกระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรม ได้แก่ กำหนดวัตถุประสงค์กิจกรรมที่ชัดเจนและวัดผลได้ วางแผนการจัดกิจกรรมอย่างมีระบบ และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนแสดงทัศนะอย่างกว้างขวาง ดำเนินกิจกรรมที่มีเนื้อหาจากประสบการณ์/กรณีศึกษาที่น่าสนใจ และเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม และประเมินผลกิจกรรม โดยควรเป็นการวัดผลก่อน-หลังทำกิจกรรม 2) สร้างกระบวนการ

¹ผศ.พิชญพร ประครองใจ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
Asst. Prof. Phitchayaporn Prakrongjai, Lecturer of Faculty of Management Science,
Pibulsongkram Rajabhat University

²เอกรงค์ ปั่นพงษ์ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
Akkarong Punpong, Lecturer of Faculty of Management Science, Pibulsongkram
Rajabhat University

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เลขที่ 156 หมู่ 5 ตำบลพลายชุมพล
อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000

Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University. 156 Moo 5,
Plai Chumphon, Muang District, Phitsanulok Thailand 65000

Corresponding Author E-mail: alicha.tree@gmail.com

เรียนรู้ผ่านการวิเคราะห์จากกรณีศึกษา/ประสบการณ์ส่วนบุคคล ดังนี้ การตั้งคำถาม เช่น ข้อมูลนี้เชื่อถือได้หรือไม่ ข้อมูลนี้มาจากที่ใด มีวัตถุประสงค์อะไร ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลกับแหล่งข้อมูลอื่นๆ ฝึกความคิดเชิงวิพากษ์ (critical thinking) และการมีวิจารณญาณ 3) สร้างกระบวนการเรียนรู้ผ่านการเรียนการสอน ดังนี้ จัดหลักสูตรการเรียนการสอนในแต่ละระดับชั้น และจัดหลักสูตรการเรียนการสอนระยะสั้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างเสริมภูมิคุ้มกันให้แก่ผู้บริโภคสื่อดิจิทัล หรือความฉลาดทางดิจิทัล (digital intelligence) หรือ DQ

คำสำคัญ การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล, บทบาทผู้บริโภค

Abstract

The purpose of this research is to study the learning process of media literacy based on consumer rights. The researcher used qualitative research. Conducted since June 2018 - May 2019, the results of the research showed that the process of learning media literacy according to the rights of consumers consists of 1) creating learning processes through activities, including clear objectives and measurable objectives plan activities in a systematic manner and allow students to express their views widely. Conduct activities with content derived from interesting experiences/case studies and is an activity that causes participation and evaluation of activities which should be measured before - after activities 2) create learning processes through analysis from case studies / personal experiences as follows: Questioning such information is reliable or not. Where did this information come from? What is the purpose check the reliability of the data with other sources? Practice critical thinking and critical thinking 3) create learning processes through teaching and learning as follows: Provide teaching and learning courses at each grade level, and

organizing short-term teaching courses in order to enhance the immunity for digital media consumers or digital intelligence or DQ.

Keywords Digital Media Literacy, Consumer Role

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ประชากรใช้เวลาต่อวันอยู่กับอินเทอร์เน็ตมากที่สุดในโลก (รวมทุกอุปกรณ์) โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 9 ชั่วโมง 38 นาทีต่อวัน และหากวัดเฉพาะการใช้งานอินเทอร์เน็ตบนสมาร์ตโฟน ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศที่ใช้เวลาท่องอินเทอร์เน็ตต่อวันมากที่สุดในโลกเช่นกัน โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4 ชั่วโมง 56 นาที นอกจากนี้ คนไทยยังใช้เวลาในการเล่น Social Media โดยเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 10 นาทีต่อวัน และใช้เวลาไปกับการดูทีวี (broadcast, streaming, video on demand) ไม่ต่ำกว่า 4 ชั่วโมง 3 นาทีต่อวัน ปัญหาที่สำคัญในยุคที่สื่อมวลชนไม่ได้เป็นเพียงผู้เดียวที่ทำหน้าที่นำเสนอข่าวสารสู่สาธารณะ แต่ประชาชนทุกคนสามารถเป็นผู้ส่งสารได้ ด้วยเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทอย่างมาก การรับข้อมูลข่าวสารของคนในยุคนี้จึงเปลี่ยนไป มีเรื่องราวมากมายเกิดขึ้นและถูกส่งต่ออย่างอิสระบนโลกอินเทอร์เน็ตไม่มีมาตรฐานในการดูแลการรับส่งข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจน ส่งผลให้การนำเสนอข่าวสารในสื่อออนไลน์หลายๆ เรื่อง ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานความจริง หรือขาดการตรวจสอบความถูกต้อง การรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัลจึงเป็นเสมือนการทำความเข้าใจต่อการใช้งานในสภาพจริงอย่างมีสติ ไม่ว่าผู้ใช้จะอยู่ในสถานภาพของผู้รับสารที่กำลังรับเนื้อหาต่างๆ ทั้งข้อความ ภาพ เสียง วิดีทัศน์นั้น ต้องมีสติระลึกว่ากำลังรับสารจากใคร เนื้อหาสารมีความหมายอย่างไร เนื้อหาและผู้ส่งสารนั้นมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ผู้ส่งสารมีจุดประสงค์ใดในการสื่อสารนั้น ต้องการให้ใครได้รับสารบ้าง และมุ่งหวังสิ่งใดจากผู้ที่ได้รับสารเหล่านั้น

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2559) ได้กล่าวถึงบริบทของประเทศไทยในยุคดิจิทัลในแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่องการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีดิจิทัลของประชาชนและภาคสังคมไว้ว่า เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถช่วย

ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนได้ในหลากหลายมิติ เช่น การสร้างโอกาสทางการเรียนรู้ การเพิ่มรายได้ การเข้าถึงบริการของภาครัฐ กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุ 15-34 ปี และเทคโนโลยีดิจิทัลถือเป็นเครื่องมือสำคัญต่อการเรียนรู้และการศึกษา การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลมีปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากอุปกรณ์พกพา เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต สิ่งสำคัญคือการพัฒนาทักษะดิจิทัลที่จำเป็นสำหรับสังคมใหม่ ที่รวมไปถึงการคิด วิเคราะห์ แยกแยะ สื่อต่างๆ หรือที่เรียกว่าการรู้เท่าทันสื่อ และการใช้เทคโนโลยีอย่างมีความรับผิดชอบ ต่อสังคมด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาประเทศ คือ การพัฒนาทุนมนุษย์สู่ยุคดิจิทัลด้วยการเตรียมความพร้อมให้บุคลากรทุกกลุ่ม มีความรู้และทักษะที่เหมาะสมต่อการดำเนินชีวิตในยุคดิจิทัลมีความสามารถในการพัฒนาและใช้สารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ มีความตระหนัก ความรู้ ความเข้าใจ มีทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์และสร้างสรรค์

จากความสำคัญของสื่อดิจิทัลและสภาพปัญหาจากการขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่กล่าวมา นำไปสู่แนวความคิดการวิจัยครั้งนี้ โดยขยายขอบเขตเป็นการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลกับบทบาทผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญในการเป็นพลเมืองเพื่อนำองค์ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อไปเชื่อมโยงกับการปฏิบัติการสื่อสารในยุคดิจิทัล

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากระบวนการเรียนรู้การรู้เท่าทันสื่อตามสิทธิของผู้บริโภค

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษากระบวนการรู้เท่าทันสื่อตามสิทธิของผู้บริโภคเพื่อพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนและประชาชน ปรับปรุงและพัฒนาสื่อการสอนและเป็นแนวทางในการสร้างสังคมการเรียนรู้ให้เกิดการพัฒนาความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อที่เกิดขึ้นจากพื้นฐานความเชื่อที่ว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสารทางใดทางหนึ่ง ในปัจจุบัน เงื่อนไขของสังคมบริโภคนิยมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้สื่อมีส่วนในการกำหนดความคิด เจตนา นัยยะ และการใช้ชีวิต การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้บุคคลมีเครื่องมือในการป้องกันตน ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อในกระบวนการสื่อสาร แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นความสามารถที่ผู้ใช้สื่อแสดงออกถึงความตระหนักต่อผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ สามารถเข้าใจในสิ่งที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สามารถวิเคราะห์ตีความเนื้อหาสาระที่แฝงอยู่ในสาร สามารถประเมินคุณค่าสารในสื่อสังคมออนไลน์ สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม ตลอดจนสามารถนำเสนอหรือเผยแพร่ข้อมูลในมิติผู้สร้างสรรค์เนื้อหาให้ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ในยุคที่มีข้อมูลมากมายที่หลั่งไหลไปหาผู้บริโภคนั้น ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูงมากขึ้น ส่งผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของผู้บริโภค ทั้งในการทำกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการชมรายการโทรทัศน์ การอ่านข่าวสารหรือบทความ การเล่นเกม หรือแม้แต่การสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตก็มีการเติบโตขึ้นอย่างมาก (อริสรา ไวยเจริญ, 2558) โดยที่ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเดินทางออกนอกบ้าน ด้วยความสะดวกสบายที่ง่ายดายทำให้เกิดพฤติกรรมที่เรียกว่า การเสพสื่อหลายหน้าจอ (multi-screen) ในเวลาเดียวกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีสมาธิหรือจดจ่อ กับเรื่องใดเรื่องหนึ่งสั้นลงเรื่อยๆ ยิ่งถ้าเป็นการตลาดหรือโฆษณาแล้วนั้น ยิ่งมีความสนใจที่จะอยากรู้อยากดูนั้นสั้นลงไปอีก ทำให้นักการตลาดต้องปรับตัวอย่างมากและต้องหาวิธีใหม่ๆ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในยุคนี้ จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำ 3 แนวคิดดังกล่าว มาใช้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเป็นเครื่องมือสำหรับผู้รับสารในการป้องกันตนจากการตกเป็น “เหยื่อ” ในกระบวนการสื่อสาร Potter (2005) เสนอหลักการเบื้องต้นของการรู้เท่าทันสื่อสามารถสรุปใจความสำคัญได้ดังนี้

1) ทุกคนมีหน้าที่ในการเพิ่มพูนความรู้เท่าทันสื่อของตน (responsibility axiom)

2) แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวข้องกับการให้ความสนใจถึงผลกระทบที่สื่อมวลชนมีต่อผู้รับสาร (effect axiom)

3) แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องเฉพาะบุคคลของผู้รับสารในการตีความและสร้างความหมายสารในแบบฉบับของตน (interpretation axiom)

4) แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อให้ความสำคัญต่อการสร้างความหมายร่วม (share meaning) ของสังคม ภายใต้อาณัติความแตกต่างของแต่ละบุคคล

5) แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเชื่อว่าความรู้ (knowledge) ของผู้รับสารทั้งความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ตรงและความรู้จากสื่อ มีส่วนในการเสริมสร้างอำนาจ (power) ของผู้รับสาร ในฐานะผู้บริโภคข่าวสารมากขึ้น

2. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์มีความแตกต่างจากสื่อหลัก อย่างสื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ ซึ่งมีองค์กรและจรรยาบรรณวิชาชีพผู้ผลิตสื่อควบคุมอยู่บ้าง แต่การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนั้น เกิดขึ้นได้อย่างอิสระจากบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือแม้จะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจร่วมกันบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถจัดทำเนื้อหาและเผยแพร่ข้อมูลได้ทันที ทุกที่ ทุกเวลา สามารถดัดแปลง แก้ไข ปรับปรุงเนื้อหาได้ตามความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของตนเอง หรือแม้แต่บิดเบือนข้อมูลไปจากความเป็นจริง ข้อมูลต่างๆ จึงสามารถถูกนำเสนอสู่สาธารณะได้ โดยไม่ผ่านการพิจารณาถ่วงถ่วงข้อมูล ไม่มีผู้รับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากข้อมูลที่เผยแพร่ออกไป การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ จึงเป็นเสมือนการทำความเข้าใจต่อการใช้งานในสภาพจริงอย่างมีสติ ไม่ว่าผู้ใช้จะอยู่ในสถานภาพของผู้รับสารที่กำลังรับเนื้อหาต่างๆ ทั้งข้อความภาพ เสียง วิดีทัศน์นั้น ต้องมีสติระลึangkำลังรับสารจากใคร เนื้อหาสารมีความหมายอย่างไร เนื้อหาและผู้ส่งสารนั้น มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ผู้ส่งสารมีจุดประสงค์ใดในการสื่อสารนั้น ต้องการให้ใครได้รับสารบ้าง และมุ่งหวังสิ่งใดจากผู้ที่ได้รับสารเหล่านั้น ในขณะที่เดียวกันต้องรู้เท่าทันตนเองด้วยว่า จะมีปฏิกิริยาอย่างไรต่อข้อมูลที่ได้รับ รู้สึกอะไร คิดอย่างไร และจะอย่างไรกับข้อมูลเหล่านั้นอย่างมีสติ เมื่อได้วิเคราะห์และประเมินข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์อย่างรอบคอบแล้ว จะมีคำตอบที่ดีต่อการกระทำของตนเองในการแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลเหล่านั้นอย่างไร หรือจะแชร์ต่อข้อมูลเหล่านั้นให้ผู้อื่นต่อไปหรือไม่ การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์

เป็นความสามารถที่ผู้ใช้สื่อแสดงออกถึงความตระหนักต่อผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ สามารถเข้าใจในสิ่งที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สามารถวิเคราะห์ตีความเนื้อหาสาระที่แฝงอยู่ในสาร สามารถประเมินคุณค่าสารในสื่อสังคมออนไลน์ สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม ตลอดจนสามารถนำเสนอหรือเผยแพร่ข้อมูลในมิติผู้สร้างสรรค์เนื้อหาให้ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภค

วลีของ McLuhan และ Powers (1989) จากหนังสือ Understanding Media: The Extension of Man ที่กล่าวไว้ว่า “Medium is the Message” แปลความภายใต้บริบทแห่งการสื่อสารได้ว่า สื่อหรือช่องทางการสื่อสารเป็นตัวกำหนดรูปแบบการสื่อสารของมวลมนุษยชาติ ได้จุดประกายให้กับนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนทั่วโลก ให้เห็นถึงการสื่อสารในโลกไร้พรมแดน จวบจนปัจจุบันเริ่มประจักษ์ชัดถึงความหมายของประโยคดังกล่าวได้อย่างลึกซึ้งถึงเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการสื่อสาร สัมผัสได้ถึงสังคมที่ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ สอดคล้องกับคำว่า Information Society หรือ สังคมข่าวสาร และจากองค์ประกอบการสื่อสารแบบพื้นฐาน ได้แก่ ผู้ส่งสาร (sender) สาร (message) สื่อ (channel) ผู้รับสาร (receiver) จากปัจจัยด้านเทคโนโลยี “สื่อ” จึงเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญไม่น้อย เมื่อเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามารองรับ การสื่อสาร ทำให้มนุษย์มีช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพหลากหลายและรวดเร็วมากขึ้น

เมื่อช่องทางการสื่อสารเกิดการเปลี่ยนแปลง อุปกรณ์การสื่อสารถือเป็นตัวแปรที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาในรูปแบบที่แตกต่าง เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการสื่อสารใหม่ที่มนุษย์ได้พัฒนาขึ้น ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ได้รับการออกแบบให้ออกมาในรูปของสมาร์ทโฟน (smartphone) เต็มไปด้วยซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ ที่อำนวยความสะดวกให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปง่ายขึ้นและหลากหลายช่องทางมากขึ้น โทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันไม่เพียงแต่เป็นอุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้ได้เพียงการโทรศัพท์พูดคุยหรือส่งข้อความได้เท่านั้น แต่ยังสามารถรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต เพื่อเปิดช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ที่มากกว่าการโทรศัพท์ เช่น การพูดคุยผ่านการสนทนาข้อความ (chatting) การเข้าสู่เครือข่ายสังคมออนไลน์ (social networking) หรือการพูดคุยกันโดยเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต (free call)

ทำให้ไม่ต้องเสียค่าบริการโทรศัพท์ ไปจนถึงการพูดคุยแบบเห็นหน้ากัน (video call) เป็นต้น รวมถึงคอมพิวเตอร์แบบพกพา (tablet) ที่สามารถติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ด้วยโปรแกรมซอฟต์แวร์ต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงมาก นอกเหนือจากอุปกรณ์การสื่อสารที่ได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับรูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ แล้วนั้น เนื้อหาสารที่ได้รับการออกแบบให้อยู่ในรูปของดิจิทัล (digital content) ย่อมมีการพัฒนารูปแบบ และลักษณะให้มีความสอดคล้องไปกับอุปกรณ์การสื่อสารด้วย ไม่ว่าจะเป็นเพลง ภาพยนตร์ เกม การ์ตูน หนังสือ หรือนิตยสาร ถูกสร้างขึ้นให้สามารถนำไปใช้ในสื่อดิจิทัล (digital media) ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และดูเหมือนว่าจะมีทิศทางการใช้ที่เพิ่มจำนวนมาก ขึ้นเรื่อยๆ นับเป็นปรากฏการณ์ทางการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีภายใต้บริบทด้านการสื่อสารที่ช่องทางการสื่อสาร (channel) ได้รับการพัฒนาด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ จนก่อให้เกิดสื่อหรืออุปกรณ์การสื่อสาร (medium) ที่สอดคล้องไปกับเทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้น ส่งผลให้เนื้อหาสาร (message) เกิดการพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบที่สอดคล้องไปกับสื่อ หรือตัวกลางในการสื่อสารที่ได้รับการพัฒนา

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก ด้านกระบวนการเรียนรู้การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งมีโครงสร้าง (semi structured interview) สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) และการจัดเวทีเสวนาทางวิชาการเรื่องการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 กลุ่ม โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวนทั้งสิ้น 11 คน ดังนี้

(1) กลุ่มประธานหลักสูตรสาขาวิชานิติศาสตร์ เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ ภาคเหนือ 8 แห่ง จำนวน 8 คน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ชนิดกึ่งมีโครงสร้าง (semi structured interview) สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview)

(2) ภาคีเครือข่ายทำงานรู้เท่าทันสื่อประเทศไทย (คทส.) ประกอบด้วย สำนักคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.) มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย นักสื่อสารมวลชนด้านไอที และนักวิชาการ จำนวน 3 คน เก็บข้อมูลโดยการจัดเวทีเสวนาทางวิชาการเรื่องการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ นำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์และการเสวนา มาทำการวิเคราะห์โดยการจำแนกและจัดระบบข้อมูล (typology and taxonomy) เป็นการนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบ

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์และการเสวนา มาทำการวิเคราะห์โดยผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. สภาพการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภค โดยเฉพาะเยาวชนในปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่า มีลักษณะการใช้งานเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความบันเทิง เช่น การดูหนัง การดูละคร การฟังเพลง การเล่นเกม การถ่ายภาพ การสื่อสารกับกลุ่มเพื่อน การเพิ่มเพื่อนใหม่ การสร้างเครือข่ายเฉพาะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตอบสนองความต้องการด้านการศึกษา เช่น การค้นคว้าข้อมูลต่างๆ ผ่าน Google การค้นคว้าข้อมูลเพื่อทำรายงาน การค้นคว้าวิจัย การติดตามข่าวสาร ตลอดจนการตอบสนองความต้องการด้านการพาณิชย์ เช่น การสั่งซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ การขายสินค้าออนไลน์ การรีวิวสินค้าประเภทเครื่องสำอาง เสื้อผ้า เป็นต้น การใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภคยังพบว่า มีลักษณะการใช้งานไปในทิศทางที่ไม่สร้างสรรค์ กล่าวคือ ใช้เพื่อหลอกลวงหรือล่อลวง ใช้เพื่อกลั่นแกล้ง ใช้เพื่อสร้างความเกลียดชังหรือด่าทอด้วยข้อความหยาบคาย ใช้เพื่อการบันทึกภาพในกรณีฉุกเฉินกระทั่งขาดความเป็นมนุษย์ ใช้เพื่อการสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบว่าผู้บริโภคอยู่กับสื่อตลอดเวลา ดังนั้น สื่อดิจิทัลจึงมีอิทธิพลกับความคิด ความเชื่อของผู้บริโภค แต่จะอยู่อย่างไรไม่ให้เกิดอยู่ภายใต้อิทธิพลด้านลบ ซึ่งผู้บริโภคในปัจจุบันก็คือพลเมืองยุคดิจิทัล หากขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อจะใช้ชีวิตในการเรียนและการทำงานค่อนข้างลำบากเพราะการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล คือ ทักษะชีวิตอย่างหนึ่ง

นอกจากนี้ สถานการณ์การใช้สื่อในปัจจุบันผู้บริโภคทุกคนเป็นสื่อได้ แต่เมื่อทุกคนเป็นสื่อได้ก็อาจส่งกระทบต่อคนที่เป็สื่อสารมวลชนอยู่แล้ว โดยจะกระทบต่อความไว้วางใจของผู้ชมนั่นเอง เช่น เนื้อหาผ่านโทรทัศน์จะมีคณะกรรมการพิจารณาความถูกต้องและเลือกเนื้อหาแล้วว่าไม่มียันตราย มีการจัดเรตติ้งก่อนการเผยแพร่

แต่ปัจจุบันเมื่อเปิด Facebook YouTube ผู้บริโภคไม่ทราบเลยว่าสิ่งที่ปรากฏอยู่ สร้างโดยใคร สร้างเพื่ออะไร มีผลกระทบหรือไม่อย่างไร ความเสี่ยง ความน่ากลัว ของแต่กลุ่มผู้ใช้สื่อดิจิทัลจึงแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม แม้สื่อดิจิทัลมีความเสี่ยง มากขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็เพิ่มโอกาสมากขึ้น ดังนั้น การใช้ให้เกิดประโยชน์หรือให้โทษ ย่อมขึ้นอยู่กับผู้บริโภค

2. สภาพปัญหาและผลกระทบจากการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภค

จากการขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ผลการวิจัยพบว่า มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล เช่น การขาดปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและสังคม หรือที่คนทั่วไป เรียกกันว่า “สังคมก้มหน้า” หรือแม้กระทั่งการสร้างความสัมพันธ์ใหม่กับบุคคล แปลกหน้าผ่านโซเชียลมีเดียนำมาสู่ปัญหาการคุกคามทางเพศ ปัญหาด้านการบริหาร จัดการเวลาในการใช้สื่อ เช่น การใช้สื่อดิจิทัลในขณะเรียน การใช้สื่อดิจิทัลในขณะทำงาน โดยไม่จำเป็น ผลกระทบคือบกพร่องต่อหน้าที่พื้นฐาน ขาดสมาธิในการรับรู้รับฟัง

ปัญหาด้านการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เช่น การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวโดยไม่ได้รับความยินยอม การหมิ่นประมาท/ดูหมิ่น ล่อลวง/ข่มขู่ การแอบถ่ายภาพที่ไม่เหมาะสม เพื่อข่มขู่ผู้เสียหาย ผลกระทบคือการถูกวิพากษ์วิจารณ์จากสังคม (เสื่อมเสียชื่อเสียง อับอาย) ตลอดจนการหลอกลวงซื้อขายออนไลน์ นำมาสู่ความเสียหายต่อทรัพย์สิน ปัญหาด้านการกลั่นแกล้งทำร้ายกันผ่านโซเชียลมีเดีย หรือที่เรียกว่า ไซเบอร์ บูลลี่อิง (cyber bullying) ผลกระทบต่อการประเมินค่าตัวตนต่ำ สภาวะจิตใจ (เครียด กังวล ซึมเศร้า) นำไปสู่การฆ่าตัวตาย ปัญหาด้านการส่งต่อข้อมูลหรือการแชร์ข้อมูล โดยไม่ได้ คิดวิเคราะห์ ไม่ได้ตรวจสอบและไม่ทราบด้วยซ้ำว่าเรื่องราวข้อเท็จจริงเป็นอย่างไร นำมาซึ่งข้อมูลเท็จหรือข่าวปลอมในปัจจุบัน หากผู้บริโภคไม่รู้เท่าทันสื่ออาจตกเป็นเหยื่อ ของธุรกิจ ตกเป็นเหยื่อของโฆษณา หรืออาจตกเป็นเหยื่อของนักการเมืองได้เช่นกัน เพราะฉะนั้น การรู้เท่าทันสื่อ ผู้บริโภคต้องแยกให้ออกว่าข้อมูลใดจริงข้อมูลใดเท็จ

3. กระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลตามสิทธิผู้บริโภค ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคสื่อดิจิทัลจะต้องอาศัยทักษะต่างๆ เป็นองค์ประกอบในการรู้เท่าทันสื่อ ดิจิทัล ได้แก่ 1) ทักษะการเข้าถึงสื่อ (access) คือ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อดิจิทัล 2) ทักษะการวิเคราะห์สื่อ (analysis) คือ สามารถจำแนก แยกแยะสื่อ 3) ทักษะการ ประเมิน (evaluate) คือ สามารถประเมินคุณค่าของสื่อได้ และ 4) ทักษะในการสร้างสรรค์ เนื้อหา (create) คือ มีความสามารถในการผลิตเนื้อหาได้

อย่างไรก็ตาม การสร้างทักษะดังกล่าวไม่ใช่เรื่องง่ายนักสำหรับผู้บริโภคที่มีลักษณะพื้นฐานความรู้ความเข้าใจ หรือประสบการณ์ที่แตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องมีการสร้างกระบวนการเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลสำหรับผู้บริโภค หรือผู้ใช้สื่ออย่างมีสติ สามารถเข้าถึงช่องทางโดยได้รับข้อมูลข่าวสารที่ปราศจากพิษภัย วิเคราะห์และประเมินคุณค่าสาระ บันเทิง เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ตามสิทธิของผู้บริโภค ดังนี้

(1) สร้างกระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรม ได้แก่ กำหนดวัตถุประสงค์กิจกรรมที่ชัดเจนและวัดผลได้ วางแผนการจัดกิจกรรมอย่างมีระบบและเปิดโอกาสให้ผู้เรียนแสดงทัศนะอย่างกว้างขวาง ดำเนินกิจกรรมที่มีเนื้อหาจากประสบการณ์/กรณีศึกษาที่น่าสนใจ และเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและประเมินผลกิจกรรมโดยควรเป็นการวัดผลก่อน - หลังทำกิจกรรม (ความรู้/ความเข้าใจ/ทักษะ/ทัศนคติ)

(2) สร้างกระบวนการเรียนรู้ผ่านการวิเคราะห์จากกรณีศึกษา/ประสบการณ์ส่วนบุคคล ได้แก่ การตั้งคำถาม เช่น ข้อมูลนี้เชื่อถือได้หรือไม่ ข้อมูลนี้มาจากที่ใด มีวัตถุประสงค์อย่างไร ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลกับแหล่งข้อมูลอื่นๆ ฝึกความคิดเชิงวิพากษ์ (critical thinking) และการมีวิจารณญาณ

(3) สร้างกระบวนการเรียนรู้ผ่านการเรียนการสอน ได้แก่ การจัดหลักสูตรการเรียนการสอนในแต่ละระดับชั้น (ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา) และการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนระยะสั้น

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างเสริมภูมิคุ้มกันให้แก่ผู้บริโภคสื่อดิจิทัล หรือความฉลาดทางดิจิทัล (digital intelligence) หรือ DQ ซึ่งแบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ การแสดงตัวตนบนโลกดิจิทัล (digital identity) การใช้เครื่องมือและสื่อดิจิทัล (digital use) ความปลอดภัยทางดิจิทัล (digital safety) ความมั่นคงปลอดภัยทางดิจิทัล (digital security) ความฉลาดทางอารมณ์บนโลกดิจิทัล (digital emotional intelligence) การสื่อสารดิจิทัล (digital communication) การรู้ดิจิทัล (digital literacy) และ สิทธิทางดิจิทัล (digital rights)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง รู้เท่าทันสื่อดิจิทัลกับบทบาทของผู้บริโภค มีประเด็นที่ควรอภิปรายผลดังต่อไปนี้

กระบวนการเรียนรู้การรู้เท่าทันสื่อตามสิทธิของผู้บริโภค โดยภาพรวมทุกหน่วยงานให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลไปในทิศทางเดียวกันว่า กระบวนการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ประกอบด้วย (1) สร้างกระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรม ได้แก่ กำหนดวัตถุประสงค์กิจกรรมที่ชัดเจนและวัดผลได้ วางแผนการจัดกิจกรรมอย่างมีระบบและเปิดโอกาสให้ผู้เรียนแสดงทัศนะอย่างกว้างขวาง ดำเนินกิจกรรมที่มีเนื้อหาจากประสบการณ์/กรณีศึกษาที่น่าสนใจ และเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและประเมินผลกิจกรรม โดยควรเป็นการวัดผลก่อน-หลังทำกิจกรรม (ความรู้/ความเข้าใจ/ทักษะ/ทัศนคติ) (2) สร้างกระบวนการเรียนรู้ผ่านการวิเคราะห์จากกรณีศึกษา/ประสบการณ์ส่วนบุคคล ดังนี้ การตั้งคำถาม เช่น ข้อมูลนี้เชื่อถือได้หรือไม่ ข้อมูลนี้มาจากที่ใด มีวัตถุประสงค์อะไร ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลกับแหล่งข้อมูลอื่นๆ ฝึกความคิดเชิงวิพากษ์ (critical thinking) และการมีวิจารณญาณ (3) สร้างกระบวนการเรียนรู้ผ่านการเรียนการสอน ดังนี้ จัดหลักสูตรการเรียนการสอนในแต่ละระดับชั้น (ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา) และจัดหลักสูตรการเรียนการสอนระยะสั้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างเสริมภูมิคุ้มกันให้แก่ผู้บริโภคสื่อดิจิทัล หรือความฉลาดทางดิจิทัล (digital intelligence) หรือ DQ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมिता รอดประพันธ์, วิเชียร อังารโสทธิสกุล, และสายฝน วิบูลรังสรรค์ (2559) ที่ศึกษาการพัฒนาหลักสูตรเยาวชนรู้เท่าทันสื่อตามแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับมาก จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับคุณลักษณะการรู้เท่าทันสื่อและแนวทางการพัฒนาหลักสูตร ต้องการให้จัดทำหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อโดยสรุปองค์ประกอบพฤติกรรม การรู้เท่าทันสื่อได้ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) การเข้าถึงสื่อหรือการรับสื่อ (2) การวิเคราะห์สื่อ (3) การเข้าใจสื่อ (4) การประเมินค่าสื่อ และ (5) การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ และการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน พบว่า นักเรียนมีระดับการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง จึงนำข้อมูลที่ได้สร้างหลักสูตรเยาวชนรู้เท่าทันสื่อตามแนวคิด

การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ดังนี้ การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตร แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ (1) พัฒนาหลักสูตรฉบับร่าง เป็นการสร้างหลักสูตรเสริมให้สอดคล้องกับผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในขั้นตอนที่ 1 มี 10 องค์ประกอบ ได้แก่ (1.1) สภาพปัญหาและความต้องการของหลักสูตร (1.2) หลักการ (1.3) จุดมุ่งหมาย (1.4) โครงสร้าง (1.5) คำอธิบายรายวิชา (1.6) สาระการเรียนรู้ (1.7) คำอธิบายหน่วยการเรียนรู้ (1.8) แนวการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ (1.9) แนวการใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้ และ (1.10) แนวการวัดและประเมินผล (2) ตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร จากการประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของหลักสูตรฉบับร่างโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า หลักสูตรมีความเหมาะสมและสอดคล้องทุกองค์ประกอบและนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไข หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นเป็นหลักสูตรที่เน้นกระบวนการโดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ดังนี้ (2.1) ขั้นนำ เรียน รู้ เข้าใจสื่อ (2.2) ขั้นวิเคราะห์ ตีความ ตามสื่อ (2.3) ขั้นประเมินค่า ตรวจสอบคุณภาพสื่อ และ (2.4) ขั้นประยุกต์ใช้ ใส่ใจป้องกันสื่อ (3) การตรวจสอบคุณภาพของหลักสูตร โดยหาค่าดัชนีประสิทธิผลของหลักสูตรพบว่า หลักสูตรมีค่าดัชนีประสิทธิผล 0.6759 เป็นไปตามเกณฑ์

ข้อเสนอแนะ

1. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ การเท่าทันสื่อดิจิทัล ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยกำหนดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะในการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงสร้างกระบวนการเรียนรู้การผลิตสื่อสร้างสรรค์ ทั้งในบทบาทของผู้ผลิตและผู้บริโภค
2. นำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาสื่อการสอนโดยเพิ่มเนื้อหาที่เกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อและการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ให้มีความสอดคล้องกับบริบทของสังคม
3. องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนและประชาชนในสังคม และเป็นแนวทางในการสร้างสังคมการเรียนรู้ให้เกิดการพัฒนาความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). *แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- ปัทมिता รอดประพันธ์, วิเชียร อ่างโรตติสกุล, และสายฝน วิบูลรังสรรค์. (2559). การพัฒนาหลักสูตรยาวขนรู้เท่าทันสื่อตามแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 18(4), 156-170.
- อริสรา ไวยเจริญ. (2558). การโฆษณากับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์*, 9(1), 11-36.

ภาษาอังกฤษ

- McLuhan, M. & Powers, B.R. (1989). *The global village: Transformations in world life and media in the 21st century*. New York, NY: Oxford University Press.
- Potter, W. J. (2005). *Media literacy*. Thousand Oaks: Sage.

การพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุในประเทศไทย¹

Media, Information, and Digital Literacy Indicators for Advocating Democratic Citizenship of Thai Elderly

พิทักษ์ศักดิ์ ธิศาภักย์² Phithaksak Thisaphak

ชนัญสราร อรณพ ณ อุตฺตยา³ Chanansara Oranop Na Ayutthaya

วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา⁴ Weerathep Pathumcharoenwattana

Received: 19 April 2019, Revised: 22 May 2019, Accepted: 30 May 2019

¹งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งในโครงการวิจัยชุด “การพัฒนาตัวบ่งชี้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยระดับบุคคล โดยทุนสนับสนุนจากสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.)

²ผศ.ดร.พิทักษ์ศักดิ์ ธิศาภักย์ อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
Asst. Prof. Phithaksak Thisaphak, Ph.D. Lecturer of Faculty of Communication Arts,
Dhurakij Pundit University

³อาจารย์ ดร.ชนัญสราร อรณพ ณ อุตฺตยา อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
Chanansara Oranop Na Ayutthaya, Ph.D. Lecturer of Faculty of Communication Arts,
Dhurakij Pundit University

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 110/1-4 ถนนประชาชื่น แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่
กรุงเทพฯ 10210

Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, 110/1-4 Prachachuen Road,
Thung Song Hong Sub-district, Laksi District, Bangkok Thailand 10210

⁴ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา อาจารย์ประจำ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

Asst. Prof. Weerathep Pathumcharoenwattana, Ph.D. Lecturer of Faculty of Education,
Chulalongkorn University

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 254 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
Faculty of Education, Chulalongkorn University, 254 Phayathai Road, Wangmai
Sub-district, Pathumwan District, Bangkok Thailand 10330

Corresponding Author E-mail: phithaksak.thi@dpu.ac.th

วารสารการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้อาศัยวิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพอันหลากหลาย ทั้งการค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ทราบถึงสภาพการณ์การเข้าถึงและการใช้สื่อและสารสนเทศของผู้สูงอายุ ตลอดจนการสัมภาษณ์เจาะลึก และการสนทนากลุ่มกับบุคลากรที่ทำงานกับผู้สูงอายุ เพื่อกำหนดคุณลักษณะและสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ รวมถึงการประชุมเพื่อหารือและสังเคราะห์ข้อมูลกับนักวิชาการที่เกี่ยวข้องเฉพาะด้าน โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ การค้นหาและพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะด้านที่ 1 ว่าด้วยเรื่องการเข้าถึงและใช้สื่ออย่างปลอดภัย นั้น ตัวบ่งชี้สำคัญ คือ ผู้สูงอายุจำเป็นต้องรู้จักและใช้สื่อได้อย่างปลอดภัย เข้าถึงสื่ออย่างหลากหลาย และเข้าใจเบื้องหลังของอุตสาหกรรมสื่อ สมรรถนะด้านที่ 2 คือ การวิเคราะห์และวิพากษ์สื่อ ผู้สูงอายุต้องรู้จักประเมินคุณค่าและความน่าเชื่อถือได้ ต้องตระหนักถึงผลกระทบของการเผยแพร่ข้อมูล จัดการอารมณ์และจัดสรรเวลาได้ สมรรถนะด้านที่ 3 คือ การสร้างสรรค์เนื้อหา ผู้สูงอายุต้องใช้สื่อได้อย่างสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดความรู้เดิมที่มี สมรรถนะด้านที่ 4 ว่าด้วยการประยุกต์ใช้นั้น ตัวบ่งชี้สำคัญ คือ ผู้สูงอายุจำเป็นต้องมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง

คำสำคัญ การรู้เท่าทันสื่อ, การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล (MIDL), ผู้สูงอายุไทย

Abstract

This research employs various qualitative approaches in terms of data collection and analysis. The first one is documentary research. The process involves conceptualising and assessing relevant literatures in order to realize the Thai elderly's usage of media. In-depth interview and focus group discussion with scholars, community leaders, and social welfare officials are also applied for finding out the competence of media, information and digital literacy (MIDL) of the Thai elderly. The last one is public hearing with the experts to determine MIDL indicator, which is the main objective of this research project, for advocating democratic citizenship of the Thai elderly.

Findings reveals that MIDL indicators encompass four competencies concerning media usage and information consumption. The first competency is the practice allowing elderly to access media. This means using media diversely without any harm and understand the background of media industry. The second one is the practice allowing elderly to critically evaluate media. This involves the ability of inspecting the trustworthiness of the media content and becoming aware of negative effect when disseminating information. The third one, creating content, is the practice of transferring tacit knowledge to explicit knowledge. The fourth competency is the applying of such knowledge to be available on the media. The purpose of this practice is to communicate and participate with society for change which is one of the core concept of democratic citizenship.

Keywords Media Literacy, MIDL, Thai Elderly

การเริ่มต้นของศตวรรษที่ 21 เห็นได้อย่างชัดเจนว่า เทคโนโลยี คือ ปัจจัยแห่งการพลิกโฉมโลกที่สำคัญ ความก้าวหน้าด้านคอมพิวเตอร์ ระบบการสื่อสารไร้สาย นานาเทคโนโลยี และวิศวกรรม ล้วนแต่ส่งผลให้ความต้องการแรงงานคนสำหรับภาคการผลิตน้อยลง ในขณะที่ประชากรโลกกลับเพิ่มมากขึ้น มีการบริโภคมากขึ้น เกิดการแข่งขันทางการตลาดและการแข่งขันทรัพยากรในประเทศที่เสียเปรียบ นอกจากนี้ การเมืองยังได้เปลี่ยนไปสู่การรับใช้เศรษฐกิจทั้งในประเทศและระหว่างประเทศอย่างเข้มข้น เมื่อระบบการผลิตของโลกเปลี่ยน การเมืองเปลี่ยน วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนจึงเปลี่ยนตามไป ไม่เว้นแม้แต่กระบวนทัศน์ทางความคิดที่เปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน

แม้ว่ากระแสโลกาภิวัตน์จะส่งอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่ประชาชนในแต่ละประเทศ แต่ละวัฒนธรรมไม่เท่ากัน รวมถึงการเปิดรับโลกาภิวัตน์ด้วยท่าทีและความเข้าใจที่แตกต่างกันไป อันเนื่องจากผลกระทบที่มีทั้งเชิงบวก และเชิงลบ แต่กระบวนทัศน์แห่งโลกาภิวัตน์ในส่วนที่เป็นปัจจัยบวกประการหนึ่ง ได้แก่ “การมีประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม” ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ที่เข้าแทนที่ประชาธิปไตยแบบตัวแทน อันหมายถึงความต้องการพัฒนาที่มาจากประชาชน และมีผลทำให้พลเมืองเรียนรู้บทบาทและสิทธิหน้าที่ของตนแตกต่างไปจากการเป็นพลเมืองแห่งรัฐดังในอดีต ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ ที่เห็นว่าประชาชนจะต้องมีจิตสำนึกสาธารณะในการเป็นพลเมืองที่มีความกระตือรือร้น (active citizen) ที่จะลงมือปฏิบัติการเพื่อปกป้องสิทธิของตน และสิทธิชุมชนตามระบอบประชาธิปไตยให้มากขึ้น รวมถึงการตรวจสอบถ่วงดุลมิให้รัฐและนักการเมืองฉ้อฉล หรือนัยหนึ่งก็คือ ทำให้เกิดขบวนการ “การเมืองภาคประชาชน” ขึ้นนั่นเอง (สุชาติ จักรพิสุทธิ์ และคณะ, 2548) ซึ่งการเป็นพลเมืองที่กระตือรือร้นนั้น สอดคล้องกับคุณลักษณะพลเมืองประชาธิปไตยที่มีสมรรถนะในการเข้าถึง เข้าใจ วิเคราะห์ ตรวจสอบ ตีความคิดอย่างมีวิจารณญาณ ประเมินคุณค่า และสร้างสรรค์สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างอำนาจรัฐและอำนาจทุนของสื่อประเภทต่างๆ ตลอดจนการเป็นผู้ที่เคารพสิทธิและอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมที่หลากหลายได้อย่างรับผิดชอบ รวมถึงการรู้จักใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการต่อรองอำนาจ และสร้างการเปลี่ยนแปลงในฐานะพลเมืองที่กระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมโดยมุ่งเน้นความยุติธรรมทางสังคมเป็นสำคัญ เคารพในความหลากหลาย และใช้กระบวนการสันติวิธีในการ

แปลงเปลี่ยนความขัดแย้ง (สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน และเครือข่ายการศึกษาเพื่อสร้างพลเมืองประชาธิปไตย, 2559)

ทั้งนี้ ในการเสริมสร้างการเป็นพลเมืองที่มีความกระตือรือร้นดังกล่าว Aviva Silver หัวหน้าฝ่ายโครงการสื่อและการรู้เท่าทันสื่อแห่งคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน ระบุว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างเสริมพลเมืองที่มีความกระตือรือร้น มีเสรีภาพในการเข้าถึง และเลือกรับข้อมูลข่าวสารเพื่อให้มีข้อมูลที่เพียงพอต่อการใช้ชีวิตและตัดสินใจ ทั้งยังสามารถปกป้องตนเองและผู้อื่นจากข่าวสารที่เป็นอันตราย มุ่งร้ายหรือไม่พึงประสงค์ได้ (Silver, 2009) โดยการรู้เท่าทันในยุคปัจจุบันและอนาคตนั้นจะต้องเรียนรู้ที่จะเท่าทันได้ทั้งสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลทุกรูปแบบ

สำหรับสังคมไทยนั้น การเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) การรู้เท่าทันสารสนเทศ (information literacy) และการรู้เท่าทันดิจิทัล (digital literacy) เพื่อการเป็นพลเมืองที่มีความกระตือรือร้นและเพื่อการเป็นพลเมืองประชาธิปไตยนั้น ไม่สามารถที่จะส่งเสริมเพียงเฉพาะในวัยเด็ก เยาวชน หรือผู้ใหญ่วัยทำงานตอนต้นเท่านั้น แต่จะต้องให้ความสำคัญกับวัยผู้สูงอายุด้วย เนื่องจากปัจจุบันกล่าวได้ว่าเป็น “สังคมผู้สูงอายุ” เนื่องจากผู้สูงอายุทั่วโลกได้เพิ่มจำนวนขึ้นทั้งเชิงปริมาณและสัดส่วน โดยองค์การสหประชาชาติรายงานไว้ว่า ใน พ.ศ. 2552 ผู้สูงอายุทั่วโลกมีประมาณ 737 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 11 ของประชากรโลกทั้งหมด และคาดว่าจะเพิ่มจำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,963 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 22 ใน พ.ศ. 2593 โดย 2 ใน 3 ของผู้สูงอายุทั่วโลกอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะในทวีปเอเชีย (United Nations, 2009) ขณะที่ในประเทศไทย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (2553, อ้างถึงใน สุชาติา ทวีสิทธิ์ และ สวริย์บุญมานนท์, 2553) รายงานว่า พ.ศ. 2553 มีประชากรผู้สูงอายุมากกว่า 7.5 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ และคาดว่าจะเพิ่มจำนวนขึ้นเป็น 15 ล้านคน ใน พ.ศ. 2563 โดยประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุ” มาตั้งแต่ พ.ศ. 2548 และจะมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนถึง พ.ศ. 2570 ประชากรไทยจำนวน 1 ใน 4 คน จะเป็นผู้สูงอายุ ทำให้ประเทศไทยเป็น “สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องระหว่างปี พ.ศ. 2554-2559 ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อและความต้องการเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเพียงภาพกว้างหรือไม่ก็เป็นภาพที่กระจัดกระจาย

กันไปในแต่ละพื้นที่ (สมาน ลอยฟ้า, 2554; วรรณารถ ดวงอุดม, 2555; ปรีสร่า จักรแก้ว, 2556; กันตพล บันทัดทอง, 2558; ณัฐนันท์ ศิริเจริญ, 2558; ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และศุทธิดา ชวนวัน, 2558; กิรณา สมวาทสรณ์, 2559; ปิญาภรณ์ พงศ์ศาสตร์, 2559) ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลนั้น ไม่ใคร่มีงานที่สนใจการรู้เท่าทันของผู้สูงอายุโดยตรง มีเพียงงานที่มี “อายุ” เป็นตัวแปรในการหาความสัมพันธ์กับระดับการรู้เท่าทันสื่อเท่านั้น (สุภารัตน์ แก้วสุทธิ, 2553; อาชญญา รัตนอุบล และคณะ, 2554; พนม คลีฉายา, 2557; เพ็ญพักตร์ เทียวสมบูรณ์กิจ, 2557; พีระ จิรโสภณ และคณะ, 2559) ยังไม่พบงานวิจัยหรืองานทางวิชาการใดที่พัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุโดยตรง

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาตัวบ่งชี้ดังกล่าว ผ่านการศึกษาสภาพการณ์ การเข้าถึงและการใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้สูงอายุ รวมถึงศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเข้าถึงและการใช้นั้น จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เกี่ยวข้อง ในภาคส่วนต่างๆ เพื่อนำไปสู่การระบุถึงตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์เกี่ยวกับการเข้าถึงและการใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะ และสมรรถนะในการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุ
3. เพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุ

คำถามวิจัย

1. สภาพการณ์เกี่ยวกับการเข้าถึง และการใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุเป็นอย่างไร
2. คุณลักษณะและสมรรถนะในการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุเป็นอย่างไร
3. ตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุมืออะไรบ้าง

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง สมรรถนะในการใช้สื่อสารมวลชนประเภทต่างๆ ทั้งสื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการเข้าใจในรูปแบบของสื่อสารมวลชนและเทคนิควิธีต่างๆ ที่ผู้ผลิตสื่อใช้ในการสร้างผลต่อผู้รับสื่อ ตลอดจนความสามารถในการอ่าน วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างสื่อ ในหลากหลายรูปแบบได้

การรู้เท่าทันสารสนเทศ หมายถึง สมรรถนะในการเข้าถึง ประเมินความถูกต้อง และคุณค่าทางจริยธรรม รวมถึงการเลือกใช้และสื่อสารข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพในหลากหลายรูปแบบ

การรู้เท่าทันเทคโนโลยีดิจิทัล หมายถึง สมรรถนะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และเครื่องมือสื่อสารประเภทต่างๆ เพื่อค้นหาและเข้าถึงข้อมูล รวมถึงเข้าใจ ประมวลผล ประยุกต์ใช้ และสร้างสรรค์ข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบ

กรอบสมรรถนะ หมายถึง ชุดความรู้ ทักษะ และทัศนคติเพื่อใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสาร การจัดการข้อมูล สร้างและแลกเปลี่ยนข้อมูล อย่างมีประสิทธิภาพ มีประสิทธิผล และมีความรับผิดชอบ

พลเมืองประชาธิปไตย หมายถึง พลเมืองที่มีสมรรถนะในการเข้าถึง เข้าใจ วิเคราะห์ ตรวจสอบ ตีความ คิดอย่างมีวิจารณญาณ ประเมินประโยชน์และโทษ เลือกปรับ ใช้ประโยชน์ และสร้างสรรค์สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับโครงสร้างอำนาจรัฐ ทุน สื่อ ตลอดจนบริบททางสังคมและเศรษฐกิจ เป็นผู้ที่เคารพสิทธิและอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมที่หลากหลายได้อย่างรับผิดชอบ

และใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการต่อรองอำนาจ และสร้างการเปลี่ยนแปลงในฐานะพลเมืองประชาธิปไตยยุคดิจิทัลที่กระตือรือร้น ในการมีส่วนร่วมและมุ่งเน้นความยุติธรรมทางสังคมเป็นสำคัญ ในที่นี้หมายถึง มีความเชื่อมั่นในทางยุติธรรมทางสังคม มีจิตประชาธิปไตย กระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมในฐานะพลเมือง เคารพในความหลากหลาย และใช้สันติวิธีในการเปลี่ยนแปลง ความขัดแย้ง

ผู้สูงอายุ หมายถึง ประชากรไทยทั้งเพศชายและหญิง อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ข้อจำกัดในการศึกษา

1. งานวิจัยนี้เน้นการรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลของช่วงวัยผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในประเด็นการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลจากเอกสาร และงานวิจัยในอดีต อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกหลายปัจจัยภายใต้บริบทเหล่านี้ที่อายุ ไม่ใช่ตัวแปร หากแต่เป็นคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม และมิติทางสังคมของผู้สูงอายุ แต่ละบุคคล ที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อฯ นอกจากนี้ ยังไม่ได้มุ่งเน้น การวิเคราะห์ข้อมูลในมิติเชิงศาสนาและวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นมิติที่สำคัญ ประการหนึ่งสำหรับแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อในบริบทของสังคมไทย

2. งานวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อ และสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อ ของผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในภาพรวมโดยไม่ได้เจาะจง แยกย่อยไปที่ข้อมูล ด้านลักษณะทางประชากร อันได้แก่ อายุ (เช่น 60-70 ปี 70-80 ปี และ 80 ปีขึ้นไป) การศึกษา ภูมิสำเนา และความสามารถทางเทคโนโลยี ซึ่งอาจเป็นตัวแปรสำคัญที่ช่วย อธิบายเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่ผกผันกันไปกับผู้สูงอายุ แต่ละกลุ่ม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงสภาพการณ์เกี่ยวกับการเข้าถึงและการใช้สื่อ สารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุ
2. ค้นพบตัวบ่งชี้เรื่องการเท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล เพื่อสร้างความเป็นพลเมืองสำหรับวัยผู้สูงอายุ
3. นำข้อค้นพบไปใช้เป็นข้อเสนอแนะให้แก่หน่วยงานและภาคีที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลักดันประเด็นการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยสำหรับวัยผู้สูงอายุ จนเกิดการนำไปใช้อย่างเป็นรูปธรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องความหมายและตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ

ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ นั้น มีหลายองค์กรให้คำนิยามไว้ อาทิ Aspen Media Literacy Leadership Institute เริ่มนำคำว่า การรู้เท่าทันสื่อ มาใช้ในปี ค.ศ. 1992 ให้คำจำกัดความไว้ว่า “ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างสรรค์สื่อในหลายๆ รูปแบบ” (Thoman and Jolls, 2008, p. 21) และด้วยพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) พัฒนาสู่การรู้เท่าทันสารสนเทศ (information literacy) และการรู้เท่าทันดิจิทัล (digital literacy) โดยมีความแตกต่างกัน คือ “การรู้เท่าทันสื่อ” (media literacy) เน้นที่ความสามารถในการทำความเข้าใจหน้าที่ของสื่อ การประเมินว่าหน้าที่เหล่านั้นทำงานอย่างไร และเกี่ยวข้องกับสื่อเพื่อใช้ในการแสดงออกด้วยตัวเอง ส่วน “การรู้เท่าทันสารสนเทศ” (information literacy) จะเน้นที่ความสำคัญของการเข้าถึงสารสนเทศและการประเมินค่าและการใช้จริยธรรมด้านสารสนเทศ ส่วน “การรู้เท่าทันดิจิทัล” (digital literacy) นั้น เป็นสมรรถนะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เครื่องมือสื่อสาร เครือข่ายต่างๆ เพื่อค้นหาและเข้าถึงข้อมูล เข้าใจและประเมินสื่อดิจิทัล เพื่อให้สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งที่ทำและพบบนโลกออนไลน์ได้ รวมถึงประยุกต์ใช้และสร้างสรรค์ข้อมูล สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพผ่านเครื่องมือสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย (Media Smarts, n.d.)

นอกจากนี้ สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (2559) ได้ศึกษาแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัล ผสมผสานกับแนวคิดความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย และได้พัฒนารอบแนวคิด “พลเมืองประชาธิปไตย เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล” โดยระบุถึงคุณลักษณะของพลเมืองประชาธิปไตยเท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ว่าเป็นพลเมืองที่มีสมรรถนะในการเข้าถึง เข้าใจ วิเคราะห์ ตีความ ตรวจสอบและคิดอย่างมีวิจารณญาณ สามารถประเมินประโยชน์และโทษในการเลือกรับ ใช้ประโยชน์ และสร้างสรรค์สื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างอำนาจ รัฐ ทูต สื่อ ตลอดจนบริบททางสังคมและเศรษฐกิจ เป็นผู้เท่าเทียมสิทธิและอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมที่หลากหลายได้อย่างรับผิดชอบ และสามารถใช้สื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล เป็นเครื่องมือในการต่อรองอำนาจและสร้างการเปลี่ยนแปลงในฐานะพลเมืองประชาธิปไตย ยุคดิจิทัล ที่กระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมและมุ่งเน้นความยุติธรรมทางสังคมเป็นสำคัญ

ตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ

องค์กร UNESCO ได้พัฒนารอบการประเมินการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Global MIL assessment framework) (UNESCO, 2013 อ้างถึงใน พิระ จิโรโสภณ และคณะ, 2559) โดยกำหนดแนวทางการวัดออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับความพร้อมของประเทศ กับระดับสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ และได้กำหนด The MIL Competency Matrix ประกอบด้วยการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ 3 กระบวนการ ได้แก่

1. กระบวนการเข้าถึงสื่อ (access) คือ การรู้ความต้องการ มีความสามารถ ค้นหา เข้าถึง และค้นหาสารสนเทศกับเนื้อหาในสื่อได้ ประกอบด้วยสมรรถนะหรือความสามารถที่จะ

- ระบุและสื่อสารชัดเจนเกี่ยวกับธรรมชาติ บทบาท และขอบเขตของสารสนเทศ รวมถึงเนื้อหาในสื่อ ผ่านแหล่งที่หลากหลาย
- ค้นหาและระบุตำแหน่งของสารสนเทศและเนื้อหาในสื่อ
- เข้าถึงสารสนเทศ เนื้อหาในสื่อที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และถูกจริยธรรม รวมถึงการเข้าถึงผู้ให้บริการสารสนเทศ/ผู้ให้บริการสื่อด้วย
- เรียกและจัดเก็บสารสนเทศ และเนื้อหาในสื่อได้ชั่วคราวโดยใช้วิธีการ และเครื่องมือที่หลากหลาย

2. กระบวนการเข้าใจ วิเคราะห์ ตีความและประเมินเนื้อหาของสื่อ (evaluation) ประกอบด้วยสมรรถนะหรือความสามารถที่จะ

- เข้าใจความจำเป็นของผู้ให้บริการสารสนเทศ และเนื้อหาในสื่อต่อสังคม
- ประเมินค่า วิเคราะห์ เปรียบเทียบ และประยุกต์ใช้เกณฑ์ในการประเมินสารสนเทศ และเนื้อหาในสื่อ รวมถึงผู้ให้บริการสารสนเทศ และเนื้อหาในสื่อ
- ประเมินผลและพิสูจน์ความถูกต้องของสารสนเทศและเนื้อหาในสื่อ รวมถึงผู้ให้บริการสารสนเทศและเนื้อหาในสื่อ
- สังเคราะห์และจัดระบบสารสนเทศ และเนื้อหาในสื่อได้

3. กระบวนการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์และมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อ (creation) ประกอบด้วยสมรรถนะหรือความสามารถที่จะ

- สร้างและผลิตความรู้ สารสนเทศ และเนื้อหาในสื่อที่ใหม่ๆ เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งด้วยความสร้างสรรค์ และมีจริยธรรม
- สื่อสารข้อมูล เนื้อหาผ่านสื่อ ความรู้ต้องมีประสิทธิภาพบนพื้นฐานกฎหมายและจริยธรรม โดยใช้ช่องทางและเครื่องมือที่เหมาะสม
- มีส่วนร่วมกับสื่อโดยการแสดงออกความคิดเห็น การสนทนาเพื่อมีส่วนร่วมทางการเมืองและสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม ผ่านช่องทางที่หลากหลายบนพื้นฐานจริยธรรม อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
- เผื่อระวังผลกระทบของสารสนเทศ เนื้อหาในสื่อและข้อมูลความรู้ต่างๆ ที่ถูกสร้างและเผยแพร่ขึ้น รวมถึงผู้ให้บริการสารสนเทศ และเนื้อหาในสื่อด้วย

2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

ความหมายของผู้สูงอายุมีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย และเกณฑ์ในการกำหนดความเป็นผู้สูงอายุนั้น ก็มีความแตกต่างกัน ตามสภาพสังคม และระยะเวลาของผู้สูงอายุ ดังนั้น ที่ประชุมสมัชชาโลกว่าด้วยผู้สูงอายุ (World Assembly on Aging) จึงกำหนดให้ผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ถือว่าเป็นผู้สูงอายุ (elderly) และใช้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก สำหรับประเทศไทย ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิง โดยนับอายุตามปฏิทินเป็นมาตรฐานสากลในการเป็นผู้สูงอายุ ซึ่งทางราชการไทยได้กำหนดให้เป็นเกณฑ์ในการเกษียณอายุราชการของข้าราชการด้วย (อาชัญญา รัตนอุบล และคณะ, 2552)

การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของวัยผู้สูงอายุนี้ จะเป็นไปในทางเสื่อมลงอย่างเห็นได้ชัดเจน จากการศึกษางานเขียนของ สุรกุล เจนอบรม (2541); ศรีเรือน แก้วกังวาล (2549); อาชัญญา รัตนอุบล (2559); Whitbourne and Whitbourne (2014) สามารถสรุปพัฒนาการตามวัยของผู้สูงอายุได้ดังนี้

พัฒนาการทางด้านร่างกาย

ในวัยสูงอายุ ร่างกายเกิดการเปลี่ยนแปลงในทุกะบบในลักษณะเสื่อมถอย การเปลี่ยนแปลงภายนอก คือ ผมเปลี่ยนเป็นสีขาวมากขึ้น หรือที่เรียกว่าผมหงอก มีรอยเหี่ยวย่นบนใบหน้า หลังโก่ง กล้ามเนื้อหย่อน สมรรถภาพเคลื่อนไหวร่างกายช้าลง การทรงตัวไม่ดี การได้ยินเสื่อมลง การเปลี่ยนแปลงภายในร่างกายที่สำคัญ คือ ความยืดหยุ่นตัวของเส้นเลือดลดลงมีการเปลี่ยนแปลงของเซลล์ต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงของระดับฮอร์โมนในร่างกาย เป็นต้น

พัฒนาการทางด้านอารมณ์

อารมณ์ของผู้สูงอายุยังคงมีอารมณ์รักในบุคคลอันเป็นที่รัก โดยเฉพาะสมาชิกในครอบครัว ได้แก่ คู่สมรส บุตรหลาน และเมื่อเกิดการสูญเสีย ผู้สูงอายุจะมีความเศร้าโศกอย่างมาก จะมีผลกระทบต่องจิตใจ สุขภาพกาย และพฤติกรรมของผู้สูงอายุค่อนข้างมาก มีอารมณ์เหงา ว่าเหว่ บางรายอาจรู้สึกว่าคุณค่าของตนลดลง เนื่องจากต้องพึ่งพาบุตรหลานในเรื่องการประกอบกิจวัตรประจำวัน ค่าใช้จ่าย ค่ารักษาพยาบาล รู้สึกว่าตนเองเป็นภาระของคนอื่น มักแสดงอาการหงุดหงิดน้อยใจ

พัฒนาการทางด้านสังคม

ตามทฤษฎีพัฒนาบุคลิกภาพของอีริคสัน ผู้สูงอายุอยู่ในขั้นพัฒนาการขั้นที่ 8 คือ ความมั่นคงและความหมดหวัง (integrity vs. despair) เป็นวัยที่สุขุมรอบคอบ ฉลาด ยอมรับความจริง ภูมิใจในการถ่ายทอดประสบการณ์ให้บุตรหลานและคนรุ่นหลัง มีความมั่นคงในชีวิต ตรงข้ามกับผู้สูงอายุที่ล้มเหลวจะไม่พอใจในชีวิตที่ผ่านมา ไม่ยอมรับสภาพที่เปลี่ยนไป รู้สึกคับข้องใจ ท้อแท้ในชีวิต สังคมของผู้สูงอายุ คือ สังคมในครอบครัว หรือเพื่อนร่วมวัย แต่จากการที่กลุ่มเพื่อนมีการถึงแก่กรรมจากกัน หรือต่างคนต่างอยู่ในครอบครัวของตน หรือจากปัญหาสุขภาพกายทำให้ไม่สามารถติดต่อกันได้ กิจกรรมของผู้สูงอายุ จึงมักเป็นกิจกรรมการเลี้ยงดูหลาน ดูแลบ้านให้กับบุตรหลาน บางรายจะไปทำกิจกรรมที่วัด ทำบุญฟังธรรม บางรายเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน เช่น เป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ เข้าร่วมกิจกรรมของโรงเรียนผู้สูงอายุ เป็นต้น

พัฒนาการทางด้านสติปัญญา

เมื่อเข้าสู่ผู้สูงอายุ สมองจะฝ่อและมีน้ำหนักลดลง เลือดมาเลี้ยงสมองได้น้อย มีภาวะความดันโลหิตสูง เซลล์ประสาทตายเพิ่มขึ้น และจำนวนเซลล์ลดลงตามอายุ ทำให้สมองเสื่อมหรือถูกทำลายไปโดยเฉพาะส่วนที่เรียกว่า Gray Matter มักพบอาการความจำเสื่อม โดยเฉพาะความจำในเหตุการณ์ปัจจุบัน (recent memory)

และความจำเฉพาะหน้า (immediate memory) แต่ความจำในอดีต (remote memory) จะไม่สูญเสีย

อย่างไรก็ตาม มุมมองเกี่ยวกับพัฒนาการดังกล่าวสะท้อนว่า ผู้สูงอายุเป็นภาระมองไม่เห็นศักยภาพ เป็นผู้สูงอายุที่ไร้พลัง (passive ageing) และมองผู้สูงอายุเหมือนกันหมด ไม่ว่าจะแบ่งตามเชื้อชาติหรือชาติพันธุ์ เพศสภาพ ฐานะทางเศรษฐกิจ รวมทั้งสภาพแวดล้อมทางการเมือง เป็นต้น แต่มุมมองที่สำคัญ คือ การมองผู้สูงอายุว่าสามารถเป็นคนที่มีความสามารถ หรือพหุพลัง (active ageing) ได้ คุณค่าของการเข้าสู่การเป็นผู้สูงอายุเป็นเวลาแห่งการเติบโตสู่ความสมบูรณ์ทางจิตวิญญาณ เป็นเวลาของการทบทวน เข้าใจ และเข้าถึงคุณค่าของชีวิต เป็นช่วงแห่งการฟื้นฟูและเยียวยาความสัมพันธ์ทางสังคมที่ร้าวฉาน เป็นการมีชีวิตที่สะท้อนภูมิปัญญาจากประสบการณ์ที่ผ่านมาของชีวิต และเป็นการเตรียมตัวตายและการทำวาระสุดท้ายของชีวิตให้สมบูรณ์

โดยองค์การอนามัยโลก ได้กำหนดแนวคิดการเป็นผู้สูงอายุที่มีพหุพลังว่าเป็นแนวคิดที่แสดงถึงสุขภาวะที่สมบูรณ์ของผู้สูงอายุ และเป็นเป้าหมายของภาวะหรือคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุทั่วโลกที่ต้องดำเนินไปให้ถึง และได้ระบุความหมายของผู้สูงอายุที่มีพหุพลัง (active Aging) ว่าเป็นผู้สูงอายุที่คงศักยภาพของตนเองไว้โดยประกอบด้วยแนวคิด 3 ประการ (WHO, 2002, อ้างถึงใน อาชญญา รัตนอุบล และคณะ, 2553) ได้แก่

- 1) การพึ่งพาตนเองได้ หรือคงภาวะสุขภาพที่ดีที่สุดของตนเองในแต่ละช่วงชีวิตให้ได้
- 2) การมีส่วนร่วมกับสังคมให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้
- 3) การสร้างหลักประกันและความมั่นคงให้ตนเองตามอัตภาพ ซึ่งข้อนี้รัฐอาจต้องลงมามีส่วนช่วยในการสร้างหลักประกันให้กับผู้สูงอายุในท้ายที่สุด

นอกจากนี้ ประเวศ วะสี (อ้างถึงใน อาชญญา รัตนอุบล และคณะ, 2553) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการเป็นผู้สูงอายุที่ยังประโยชน์ ในประเด็นของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีว่า ต้องประกอบด้วยเรื่องของสุขภาพหรือสุขภาวะ (well being) ซึ่งแยกเป็น 4 เรื่อง คือ กาย (physical) จิต (mental) สังคม (social) และปัญญา (spirit) โดยองค์ประกอบของการเป็นผู้สูงอายุที่มีภาวะพหุพลังนั้น จะต้องพิจารณาว่าผู้สูงอายุควรเตรียมตัวด้านสุขภาพกายให้พร้อมแต่ด้วยหนุ่มสาว จิตใจต้องร่าเริงแจ่มใส ต้องรู้ว่าตัวเองมีประโยชน์มีความหมายกับคนอื่นจะได้ภูมิใจ ส่วนเรื่องสติสมาธินั้น ถ้าสามารถเจริญสติสมาธิได้ คุณภาพชีวิตก็จะสูง มีภูมิคุ้มกันมากขึ้น ด้านสังคมควรให้

ความสำคัญกับครอบครัว ครอบครัวอบอุ่นเป็นเรื่องสำคัญและการมีส่วนร่วมในชุมชน ประการสุดท้าย ผู้สูงอายุควรมีการพัฒนาทางด้านกระบวนการเรียนรู้โดยเน้นการศึกษา ตลอดชีวิตร่วมด้วย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบของคำถามการวิจัย ทั้ง 3 ข้อ ผู้วิจัยจึงแบ่งวิธีการเก็บข้อมูลเป็น 3 ระยะตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์เกี่ยวกับการเข้าถึงและการใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุ

1.1 ข้อมูลในการศึกษา

แหล่งข้อมูลในระยะที่ 1 นี้ คณะผู้วิจัยศึกษาจาก 2 แหล่ง คือ

1.1.1 ข้อมูลจากรายงานการวิจัยที่ผ่านมาทั้งโครงการส่วนบุคคล หน่วยงาน และส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่ตีพิมพ์หรือเผยแพร่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2549–2560 นอกจากนี้ยังรวมถึงบทความในวารสารวิชาการ ข้อเขียนในหนังสือพิมพ์ ตลอดจนประเด็นการพูดคุยในกระดานสนทนาทางอินเทอร์เน็ต โดยเก็บข้อมูล ใน 5 ประเด็น กล่าวคือ

- พฤติกรรมการใช้สื่อ ได้แก่ ช่วงเวลาและระยะเวลาที่ใช้ ความถี่ในการใช้ ประเภทของสื่อที่ใช้ เนื้อหา จุดประสงค์ในการเข้าถึงและการใช้สื่อ (การเป็นผู้สร้าง/ผู้รับ) และระดับความสามารถในการใช้สื่อ

- บริบทการใช้สื่อ ได้แก่ การเป็นชุมชนเมือง กึ่งเมือง หรือชนบท พื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม เพศสภาพ โครงสร้างครอบครัว ระดับการศึกษา และโอกาสในการเข้าถึง

- ปัจจัยด้านบวกที่ส่งผลต่อการใช้สื่อ ได้แก่ โอกาสในการพัฒนา และความท้าทาย

- ปัจจัยด้านลบที่ส่งผลต่อการใช้สื่อ ได้แก่ อุปสรรค ความเสี่ยง ปัญหา และข้อจำกัด

- นโยบายและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อการใช้สื่อ

1.1.2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ทรงคุณวุฒิด้านผู้สูงอายุ โดยเก็บข้อมูลในประเด็นต่อไปนี้

- การประเมินบทบาทของผู้สูงอายุไทยที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยที่จะแก้ปัญหาและพัฒนาสังคม 3 ด้าน ได้แก่ พลเมืองที่มีความรับผิดชอบ พลเมืองที่มีส่วนร่วม พลเมืองที่มุ่งเน้นความเป็นธรรมในสังคม โดยศึกษาภาพรวมว่าอยู่ในระดับใด เพราะเหตุใด

- ความแตกต่างในประเด็นใดบ้างที่ส่งผลให้กลุ่มผู้สูงอายุในประเทศไทย มีบทบาทความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยแตกต่างกัน อาทิ สถานภาพทางเศรษฐกิจ ถิ่นที่อยู่ การศึกษา อาชีพ และการเข้าถึงสื่อมวลชน การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

- การใช้สื่อ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ และออนไลน์ ของผู้สูงอายุไทย ในปัจจุบัน เป็นการใช้อย่างมีวิจารณญาณ มีประสิทธิภาพ และตระหนักถึงผลกระทบ ต่อตนเองและบุคคลอื่นมากน้อยเพียงใด

- แนวทางสำคัญที่สุดในการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุไทยมีบทบาท ความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยมากยิ่งขึ้น คืออะไร

- มีความเป็นไปได้หรือไม่ที่จะสนับสนุนให้ผู้สูงอายุไทยใช้ประโยชน์ จากสื่อทั้งวิทยุ โทรทัศน์ ออนไลน์ เพื่อสร้างความเป็นพลเมืองของผู้สูงอายุไทย ให้มากยิ่งขึ้น

1.2 วิธีการรวบรวมข้อมูล

1.2.1 การวิจัยเอกสาร โดยการวิเคราะห์เอกสาร

1.2.2 การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นทั้งผู้ทำงาน กับผู้สูงอายุในเชิงการเป็นกฎหมายไทย หรือเป็นประธานชมรมผู้สูงอายุที่ทำงานกับ ผู้สูงอายุในชุมชน และในเชิงการเป็นนักวิชาการที่ทำงานในเชิงนโยบาย และงานวิชาการ ด้านผู้สูงอายุ ด้วยข้อคำถามแบบกึ่งมีโครงสร้าง ดังรายนามต่อไปนี้

- นายสมทรง แสงตะวัน ครูภูมิปัญญาไทยด้านเกษตรกรรม ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จังหวัดสมุทรสงคราม

- นายเลี่ยม บุตรจินทา ผู้นำชุมชนบ้านนาฮีสาน อำเภอสนาบชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา

- ร้อยตำรวจเอกประกอบ อุดมสวัสดิ์ อดีตประธานชมรมผู้สูงอายุ โรงพยาบาลนวลาลัย จังหวัดสมุทรสงคราม

- คุณศิริวรรณ วัฒนไพบูลย์ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านผู้สูงอายุ
กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมฯ

- ศาสตราจารย์ศศิพัฒน์ ยอดเพชร ข้าราชการบำนาญ
คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ทั้งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์ ใช้การตีความข้อมูล
และจัดหมวดหมู่ตามประเด็นที่ศึกษา เปรียบเทียบข้อมูล และสร้างข้อสรุป

ระยะที่ 2 การศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะและสมรรถนะในการรู้เท่าทันสื่อ
สารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตย
ของวัยผู้สูงอายุ

2.1 ข้อมูลในการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่คณะผู้วิจัยใช้ในการศึกษาเพื่อกำหนดสมรรถนะในการรู้
เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตย
ของวัยผู้สูงอายุ อาศัยเอกสารหลักดังนี้

(1) Fedorov, Alexander. (2011). Levels of media competence:
Russian approach. **Acta Didactica Napocensia**. Volume 4 Number 2-3.
pp. 59-68.

(2) Mihailidis, Paul, and Thevenin, Benjamin. (2013). Media
literacy as a core competency for engaged citizenship in participatory
democracy. *American Behavioral Scientist*. Volume 57 issue 11.
pp. 1611-1622.

(3) Hobbs, Renee. (2010). **Digital and media literacy: a plan
of action**. Washington D.C.: The Aspen Institute.

โดยได้สมรรถนะในการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล
เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุ 4 ด้าน กล่าวคือ

- การเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัย
(access)

- การวิเคราะห์วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยี
ดิจิทัล (analyze & evaluate)

- การสร้างสรรค์เนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (create) และ

- การประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลง (reflect & act)

2.2 วิธีการรวบรวมข้อมูล

2.2.1 การศึกษาเอกสารเพื่อกำหนดสมรรถนะในการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุ

2.2.2 วิเคราะห์สมรรถนะหลักสำหรับสมรรถนะในการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุ รวมถึงสมรรถนะย่อยซึ่งแบ่งเป็นด้านความรู้ ด้านทักษะและด้านคุณลักษณะ โดยสกัดจากข้อมูลที่ได้รับจากการเก็บข้อมูลในระยะที่ 1

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ทั้งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์ใช้การตีความข้อมูล และจัดหมวดหมู่ตามประเด็นที่ศึกษา เปรียบเทียบข้อมูล และสร้างข้อสรุป

ระยะที่ 3 การพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุ

3.1 ข้อมูลในการศึกษา

ข้อมูลในการศึกษาระยะที่ 3 นี้ เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุ โดยแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นการวิเคราะห์เชื่อมโยงระหว่างข้อมูลจากการศึกษาสภาพการณ์เกี่ยวกับการเข้าถึงและการใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุที่ได้จากการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ตลอดจนข้อมูลคุณลักษณะและสมรรถนะในการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุที่ได้จากการศึกษาเอกสารในข้อ 2.1 ของการวิจัยในระยะที่ 2

3.2 วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านการประชุมกลุ่มของคณะผู้วิจัย การนำเสนอในที่ประชุม การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการสนทนากลุ่ม โดยมีรายละเอียดในการศึกษาตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.2.1 ผู้วิจัยร่วมกันกำหนด (ร่าง) ตั๋วบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุ ของสมรรถนะ 4 ด้าน

3.2.2 คณะผู้วิจัยนำเสนอ (ร่าง) ตั๋วบ่งชี้ขั้นต้น แก่ที่ประชุมการพัฒนาตั๋วบ่งชี้ การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตย ระดับบุคคลในแต่ละช่วงวัย (ปฐมวัย-สูงอายุ) และร่วมกันปรับตั๋วบ่งชี้ให้สอดคล้องกัน เมื่อวันที่ 13-14 มกราคม 2561 ณ โรงแรมนิวไฮ ซิตี้ กรุงเทพมหานคร

3.2.3 คณะผู้วิจัยปรับ (ร่าง) ตั๋วบ่งชี้ตามข้อเสนอแนะที่ได้จากการประชุม

3.2.4 คณะผู้วิจัยเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ การพัฒนาตั๋วบ่งชี้ การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมือง ประชาธิปไตย เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะและความเห็นที่มีต่อ (ร่าง) ตั๋วบ่งชี้ดังกล่าว ของแต่ละช่วงวัย จากนั้น ร่วมกันวิเคราะห์และทบทวน (ร่าง) ตั๋วบ่งชี้ เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2561 ณ โรงแรม นิวไฮ ซิตี้ กรุงเทพมหานคร

3.2.5 คณะผู้วิจัยปรับ (ร่าง) ตั๋วบ่งชี้ตามข้อเสนอแนะและความเห็นที่ได้ จากการประชุมเชิงปฏิบัติการและดำเนินการเตรียมข้อมูลสำหรับการประชุมใหญ่ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะต่อการปรับตั๋วบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยี ดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตย ในวันที่ 25 มีนาคม 2561

3.2.6 คณะผู้วิจัยสนทนากลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิ 1 กลุ่ม และกลุ่มผู้สูงอายุ 1 กลุ่ม (รายชื่ออยู่ในรายการอ้างอิงท้ายบทความ) ในวันที่ 25 มีนาคม 2561 ณ โรงแรม แมนดาริน กรุงเทพมหานคร เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะต่อการปรับ (ร่าง) ตั๋วบ่งชี้

3.2.7 คณะผู้วิจัยปรับตั๋วบ่งชี้ตามข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการสนทนากลุ่ม จากนั้น กำหนดน้ำหนักของตั๋วบ่งชี้ พร้อมให้เหตุผล ระบุค่าหลักสำหรับทำอภิธานศัพท์ และสรุปแนวคิดตั๋วบ่งชี้แต่ละด้านเป็นคำสำคัญ เพื่อผลิตสื่อสำหรับการสื่อสารกับสังคม ต่อไป

3.2.8 คณะผู้วิจัยเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะ ต่อการพัฒนาตั๋วบ่งชี้เพื่อให้หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้องต่างๆ นำไปสู่การปฏิบัติใช้ ที่เป็นประโยชน์ได้อย่างแท้จริง เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2561 ณ โรงแรมเซนจูรี กรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้ การดำเนินกิจกรรมการวิจัยในทุกขั้นตอนดังที่กล่าวไว้ในข้อ 3.2 มีผู้ทรงคุณวุฒิร่วมให้คำปรึกษาและให้ข้อคิดเห็น 3 ท่าน ได้แก่

- คุณเข็มพร วิรุณราพันธ์ ผู้จัดการสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน
- รศ.ดร.อุษา ปิกกินส์ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ผศ.อรรถพล อนันตวรสกุล ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยด้านการศึกษาศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รับจากการประชุม การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการสนทนากลุ่ม ใช้การตีความข้อมูล และจัดหมวดหมู่ตามประเด็นที่ศึกษา เปรียบเทียบข้อมูล และสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัย

สภาพการณ์เกี่ยวกับการเข้าถึง และการใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้สูงอายุ

จากการวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้องทำให้ทราบว่า ผู้สูงอายุไทยยังคงเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อกระแสหลัก ได้แก่ วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นหลัก ซึ่งมักติดตามรายการประเภทบันเทิง ข่าวสาร และโฆษณา (เพ็ญพักตร์ เทียวสมบุรณ์กิจ, 2557; ปิณภรณ์ พงศ์ศาสตร์, 2559; สมทรง แสงตะวัน, สัมภาษณ์, 13 ธันวาคม 2560; เลี่ยม บุตรจันทา, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2560; ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2560; ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2560) ทั้งนี้ สื่อกระแสหลัก โดยเฉพาะโทรทัศน์ และวิทยุ ถือเป็นสื่อที่มีบทบาทต่อการโน้มน้าวใจ และมีอิทธิพลต่อการดำรงชีพของผู้สูงอายุอย่างมาก (ปิณภรณ์ พงศ์ศาสตร์, 2559; สมบุรณ์ ศิริสรทริญ, 2559) สะท้อนให้เห็นว่า ผู้สูงอายุยังเข้าถึงสื่อไม่หลากหลาย ทั้งในด้านตัวสื่อและข้อมูลสอดคล้องกับข้อมูลจากการสนทนากลุ่มผู้สูงอายุและคนที่ทำงานกับกลุ่มผู้สูงอายุที่สะท้อนปัญหาหลักของการใช้สื่อในกลุ่มผู้สูงอายุว่า ขาดการเปิดรับข่าวสารที่หลากหลายช่องทาง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องส่งเสริมสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อ ด้านการเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลในประเด็นนี้

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร สื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมเริ่มเข้ามามีบทบาทต่อผู้สูงอายุมากขึ้นโดยเฉพาะตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา จากข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2555 พบว่า จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ทั่วประเทศนั้น ร้อยละ 2 เป็นประชากรในวัยผู้สูงอายุ และจากข้อมูลจากการสำรวจ การมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2554-2557 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติยังพบอีกว่า มีการขยายตัวของผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในกลุ่มผู้สูงอายุ และที่น่าสนใจมาก คือ ผู้สูงอายุมีอัตราการเปลี่ยนแปลงของร้อยละ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดถ้าเทียบกับประชากรวัยอื่น คือ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 95 ดังนั้น ผู้สูงอายุจึงเป็นชนกลุ่มใหญ่ที่กำลังมีบทบาทต่อการไหลเวียนข่าวสารในสังคมเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลจากการสนทนากลุ่มผู้สูงอายุและคนที่ทำงานกับกลุ่มผู้สูงอายุที่ระบุว่า ผู้สูงอายุใช้โทรศัพท์มือถือมากขึ้น ทั้งการโทรเข้า-ออก และการใช้แอปพลิเคชันไลน์และเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะผู้สูงอายุวัย 60-70 ปี ในขณะที่ผู้สูงอายุวัย 70 ปีขึ้นไป ยังคงใช้สื่อโทรทัศน์และวิทยุเป็นหลัก ส่วนการใช้ประโยชน์นั้น ผู้สูงอายุใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในลักษณะของการเป็นสื่อเพื่อคลายความเหงา สร้างความสุขทางใจ และสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนฝูงและลูกหลาน (ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และศุภิตา ขวณวัน, 2558)

ส่วนรูปแบบในการสื่อสารนั้น ถ้าเป็นการสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ ผู้สูงอายุที่การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่สามารถส่งข้อความและโต้ตอบด้วยข้อความได้ ถ้าสูงกว่าปริญญาตรีสามารถอ่านและตอบโต้ด้วยการกดแป้นพิมพ์ได้ รูปแบบการใช้งานที่เหมาะสม คือ การรับสายและโต้ตอบด้วยเสียงพูด (ปรีตรา จักรแก้ว, 2556) นอกจากนี้ กลุ่มผู้สูงอายุและคนที่ทำงานกับกลุ่มผู้สูงอายุที่ร่วมสนทนากลุ่มยังระบุว่า ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตนั้น ผู้สูงอายุสนใจสื่อที่เป็นรูปภาพมากกว่าตัวอักษร เพราะข้อจำกัดเรื่องสายตา รวมถึงวิถีชีวิตที่ทางยูทูปก็เป็นอีกสื่อที่น่าจะได้รับความนิยมนำขึ้นในกลุ่มผู้สูงอายุ เพราะไม่ต้องอ่าน แต่จะต้องสื่อสารอย่างชัดเจน ไม่พูดเร็วเกินไป

จากการวิเคราะห์ข้อเขียนจากหนังสือพิมพ์ไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2549-2560 ของผู้วิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุเริ่มเข้าใจเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น แต่เป็นเพียงในระดับผู้รับและใช้ประโยชน์ แต่ยังไม่เข้าใจมากพอที่จะทำให้มีความสามารถในการสร้างเนื้อหาสารสนเทศ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้ สอดคล้องกับข้อมูลจากการสนทนากลุ่มผู้สูงอายุและคนที่ทำงานกับกลุ่มผู้สูงอายุที่สะท้อนให้เห็นช่องว่างของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่รับสาร แต่ไม่ส่งสาร แต่คาดการณ์ว่าอีก 5-10 ปีข้างหน้า ผู้สูงอายุอาจมีการผลิตสื่อและเผยแพร่ผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น ดังนั้น จึงมีความจำเป็น

ในการส่งเสริมสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อด้านการเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยี ดิจิทัล รวมถึง การสร้างสรรค์เนื้อหา และข้อมูลสารสนเทศในวัยผู้สูงอายุ

อย่างไรก็ดี กลุ่มผู้สูงอายุในสังคมปัจจุบัน เป็นกลุ่มวัยที่เกิดก่อนการถือกำเนิดของสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ประกอบกับกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ของประเทศเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา และขาดทักษะทางภาษาอังกฤษ (ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม 2560; ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2560) ซึ่งในทางทฤษฎีเรื่องการแพร่กระจายนวัตกรรม จัดให้คนอายุ 60 ปีขึ้นไป อยู่ในกลุ่มล่าหลัง หรือ Laggards คนกลุ่มนี้ขาดทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ และทักษะภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นในการใช้อินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังใช้เวลานาน กว่าจะยอมรับเทคโนโลยี อีกทั้งไม่เห็นความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงาน จึงปฏิเสธการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต (ดนุวิน เจริญ, ม.ป.ป.) ในขณะที่ผู้สูงอายุที่พอจะมีฐานะ กลับขาดความกล้าลองของใหม่ เข้าใจว่าเป็นสิ่งยุ่งยาก ไม่ชิน ไม่จำเป็น ไม่สำคัญ (โพสตุเหตุย์, 30 ตุลาคม 2557, น. 1) และผู้สูงอายุบางกลุ่มก็ยังคงมีความกังวลในการใช้สื่อสมัยใหม่ด้วย (กวีพงษ์ เลิศวัชรรา และกาญจนาศักดิ์ จารุปาณ, 2555; โพสตุเหตุย์ 30 ตุลาคม 2557) สอดคล้องกับข้อมูลจากการสนทนากลุ่มผู้สูงอายุและคนที่ทำงานกับกลุ่มผู้สูงอายุที่สะท้อนปัญหาว่า ผู้สูงอายุไม่สนใจใช้เทคโนโลยี เคยชินกับระบบแบบเก่า กลัวเทคโนโลยี เว้นแต่จะถูกกระตุ้นการใช้สื่อใหม่จากหน้าที่การงานหรือจากบทบาทการเป็นผู้นำของผู้สูงอายุ ดังนั้น ปัญหาสำคัญของวัยผู้สูงอายุ คือ การมีทัศนคติที่ไม่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับได้ยากกว่าช่วงวัยอื่นๆ รวมถึง การขาดทักษะพื้นฐานที่จำเป็นในการใช้อินเทอร์เน็ต คือ ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ และทักษะภาษาอังกฤษ

นอกจากนี้ จากการประมวลผลการศึกษาที่ผ่านมาชี้ให้เห็นสภาพปัญหาจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุที่สำคัญ ได้แก่ ผู้สูงอายุใช้สื่อสารสนเทศและดิจิทัลอย่างไม่เหมาะสม เช่น ติดการใช้ไลน์จนลืมเวลา ส่งข้อความและภาพทางไลน์อย่างไม่เหมาะสม เป็นต้น (บ้านเมือง, 28 ตุลาคม 2556 น. 3; มติชน, 29 ธันวาคม 2557, น. 20; มติชน 16 กุมภาพันธ์ 2558, น. 20; มติชน, 18 พฤษภาคม 2558, น. 18) นอกจากนี้ กลุ่มผู้สูงอายุมักถูกสื่อหลอกล่อจากการปลุกเร้าตามความคิด การเสนอขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และการโฆษณาชวนเชื่อ (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2560) การสนทนากลุ่มผู้สูงอายุและคนที่ทำงานกับกลุ่มผู้สูงอายุที่สะท้อนปัญหาว่า

ผู้สูงอายุมักจะเชื่อข้อมูลที่ผู้อื่นแชร์มาทางสื่อออนไลน์ และเป็นการเชื่อแบบไม่มีเหตุผล ให้ความเชื่อถือหากเป็นข้อมูลที่ถูกแชร์มาจากคนที่รัก กลุ่มเพื่อน หรือคนที่เชื่อถือกันอยู่แล้ว ประกอบกับผู้สูงอายุมีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมน้อย ขาดการวิเคราะห์ จึงเป็นเหตุให้ได้รับผลกระทบจากข่าวลวง ข่าวหลอกได้ง่าย ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องส่งเสริมสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อลดและป้องกันปัญหาจากการใช้สื่อดังกล่าวในวัยผู้สูงอายุ

บริบทสังคมมีบทบาทในการพัฒนาผู้สูงอายุเช่นกัน ดังเช่น ปราชญ์ชาวบ้าน ศูนย์การเรียนรู้ จังหวัดสมุทรสงคราม (เลี่ยม บุตรจินทา, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2560) กล่าวว่า ลูกหลานมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้เท่าทันสื่อแก่ผู้สูงอายุ แม้จะพบว่าลูกหลานปฏิเสธการสอนให้ใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร และถูกดำเนินในความไม่รู้เรื่องซ้ำ ในขณะที่ตัวผู้สูงอายุเองก็พอใจที่จะเรียนรู้การใช้สื่อและเทคโนโลยี การสื่อสารร่วมกับเพื่อนในวัยเดียวกัน (กวิพงษ์ เลิศวัชรรา และกาญจนาศักดิ์ จารุปาน, 2555)

นอกจากนี้ กลุ่มผู้สูงอายุและคนที่ทำงานกับกลุ่มผู้สูงอายุที่เข้าร่วมสนทนากลุ่มต่างเห็นสอดคล้องกันว่า ผู้สูงอายุในปัจจุบันยังขาดสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อในด้านการประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลง ยกเว้น กลุ่มผู้สูงอายุที่มีบทบาทการเป็นผู้นำของชุมชน ซึ่งจำเป็นจะต้องดำเนินการเพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้สูงอายุในด้านนี้ด้วย

คุณลักษณะและสมรรถนะในการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยของวัยผู้สูงอายุ

สมรรถนะในการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

- ด้านที่ 1 การเข้าถึง สารสนเทศ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัย
 - ด้านที่ 2 การวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล
 - ด้านที่ 3 การสร้างสรรค์เนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศ
 - ด้านที่ 4 การประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลง
- ทั้งนี้ ในส่วนของช่วงวัยผู้สูงอายุมีรายละเอียดแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

1. สมรรถนะการเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัย

ในยุคปัจจุบันและอนาคต สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตของบุคคลทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ เพราะการมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศนั้น เป็นสมรรถนะและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการสูงอายุอย่างมีพลัง (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2561, น. 24)

อย่างไรก็ดี ในวัยผู้สูงอายุมีแนวโน้มที่จะได้รับความเสี่ยงจากการใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีสื่อใหม่ อาทิ สื่อสังคม (social media) มากกว่าวัยรุ่นและผู้ใหญ่ เนื่องจาก ประการแรก ผู้สูงอายุถูกหลอกง่าย เพราะเติบโตมากับการรับสารทางเดียว และเป็นสารที่ถูกคัดกรองแล้วโดยรัฐหรือสำนักข่าว ประการที่สอง ขาดภูมิคุ้มกันด้านการล้อเลียนหรือเสียดสี ไม่คุ้นเคยกับวัฒนธรรมเกย์ริน โดยเฉพาะการแสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผยโดยไม่ปิดเผยชื่อ ประการที่สาม รู้ไม่ทันภาพตัดต่อโดยภาพตัดต่อในอดีตนั้นเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญทำในห้องปฏิบัติการถ่ายภาพ จึงไม่แปลกที่ผู้สูงอายุเห็นภาพโฟโตชอป (Photoshop) หรือการแต่งภาพสมัยใหม่แล้วจะหลงเชื่อไปว่ามีสิ่งที่เกิดขึ้นตามภาพแต่งจริงๆ ประการที่สี่ อยู่เครือข่ายที่ถูกหลอกง่าย ทำให้มีการแพร่ความเข้าใจผิดได้อย่างกว้างขวาง เช่น ในวงไลน์ของคนวัยเดียวกัน เป็นต้น และประการที่ห้า ผู้สูงอายุมีอำนาจเงินและตำแหน่งที่จะใช้ทำตามความเข้าใจผิดเมื่อถูกหลอกหลวง เพราะว่าเป็นผู้สูงอายุอยู่ในตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบ มีคนนับถือหรือมีกำลังทรัพย์ที่สะสมมามากแล้ว เมื่อหลงเชื่อเข้าใจผิดสิ่งใด ก็พร้อมจะทุ่มเทใช้เงินทองหรืออำนาจสั่งการทำตามความคิดของตนเองโดยดื้อรั้นไม่ฟังคนทักท้วงได้ง่ายและอาจสร้างความเสียหายได้มากกว่าวัยอื่นหลายเท่า (โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์, 2559) ดังนั้น สมรรถนะในการรู้จักและใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างปลอดภัยจึงมีความสำคัญต่อผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ ปัญหาการใช้สื่อของผู้สูงอายุยังพบว่า ผู้สูงอายุเข้าถึงสื่อไม่หลากหลายทั้งในด้านตัวสื่อและข้อมูลยังคงเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อกระแสหลักได้แก่ วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นหลัก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะตามทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ที่ผู้สูงอายุจัดอยู่ในกลุ่มล่าช้า หรือ Laggards ใช้เวลานาน กว่าจะยอมรับเทคโนโลยี มีทัศนคติที่ไม่ยอมรับนวัตกรรมหรือยอมรับได้ยากกว่าช่วงวัยอื่นๆ จึงยังคงพึ่งพิงสื่อกระแสหลักที่ใช้อยู่แล้วอย่างคุ้นเคย แต่ยอมรับการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่อย่างช้าๆ ในขณะที่สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มากับการสื่อสารรูปแบบใหม่นั้น ก่อให้เกิดคุณประโยชน์ต่อผู้สูงอายุได้ สามารถช่วยตอบสนองความต้องการด้านจิตใจ

สังคม และสติปัญญาของผู้สูงอายุได้ รวมถึง ยังช่วยตอบสนองความต้องการด้านร่างกายของผู้สูงอายุได้ เช่น เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวก (assistive technology) อาทิ เทคโนโลยีบ้านอัจฉริยะ (smart home technology) ระบบการดูแลสุขภาพทางไกล (telehealth) ระบบการแพทย์ทางไกล (telemedicine) เป็นต้น ดังนั้น ผู้สูงอายุควรมีสมรรถนะในการเข้าถึงและใช้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างหลากหลายด้วย อีกทั้ง จากปัญหาการใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างไม่เหมาะสมของผู้สูงอายุ เช่น การใช้ไลน์จนลืมเวลา ส่งข้อความและภาพทางไลน์อย่างไม่เหมาะสม การถูกสื่อหลอกลอกจากการปลุกระดมความคิดสะท้อนว่า การที่ผู้สูงอายุสามารถจัดการอารมณ์และจัดการเวลาได้ก็จะเป็นสมรรถนะหนึ่งที่สำคัญในการเข้าถึงและใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้สูงอายุด้วย

กล่าวโดยสรุป สมรรถนะด้านการเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัยของวัยผู้สูงอายุมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- **รู้จักและใช้สื่อได้อย่างปลอดภัย:** รู้ลักษณะ บทบาท หน้าที่ ประโยชน์ของสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล และอันตรายในการใช้ เข้าใจกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัย
- **เข้าถึงสื่ออย่างหลากหลาย:** เข้าถึงและใช้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างหลากหลาย รู้เวลา รู้ตนเอง
- **จัดการอารมณ์และจัดสรรเวลาได้:** ใช้และเผยแพร่สารสนเทศอย่างสอดคล้องกับความต้องการ มีวิจารณญาณ จัดสรรเวลาได้ดี จัดการอารมณ์ได้ เป็นต้นแบบที่ดีของผู้อื่นของผู้ใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล

2. สมรรถนะการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล

ความสามารถในการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมิน เป็นองค์ประกอบสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นความสามารถในการตั้งคำถามได้อย่างเหมาะสมว่า มีอะไรอยู่ในสารนั้น และอะไรอยู่เบื้องหลังในการผลิตสื่อ ได้แก่ วัตถุประสงค์ เงินทุน ค่านิยม และเจ้าของ เพื่อรู้ว่าปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อเนื้อหาอย่างไร (Tallim, 2005 as cited in Elizabeth and Tessa, 2008, p. 21) อีกทั้งยังเป็นมุมมองที่บุคคลใช้อย่างกระตือรือร้นในการเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อการตีความหมาย

ของเนื้อหาที่เราเปิดรับ อันเป็นการเสริมสร้างพลังอำนาจของบุคคล ไม่ให้ตกอยู่ภายใต้การครอบงำของสื่อ (Potter, 2014, pp. 25-31)

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยผู้สูงอายุนี้ ความสามารถในการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินได้นั้น เป็นความสามารถทางสติปัญญาของบุคคล ซึ่งพัฒนาการทางสติปัญญาของผู้สูงอายุนั้น อาจมีการเสื่อมไปตามวัย แต่หากยังคงฝึกฝนและใช้งานเป็นประจำก็จะช่วยทำให้ผู้สูงอายุมีทักษะในด้านนั้น และพัฒนาสู่การเป็นผู้สูงอายุที่มีศักยภาพได้ (เอมอร์ จารุงษ์, 2558, น. 1-67) ดังนั้น สมรรถนะในด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล จึงมีบทบาทอย่างยิ่งในการสร้างผู้สูงอายุที่มีศักยภาพต่อการเป็นพลเมืองประชาธิปไตย

ประกอบกับผลการศึกษาข้างต้นที่ยังระบุว่า ผู้สูงอายุไทยในปัจจุบันยังขาดสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อ ด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ เพราะยังพบปัญหาว่ากลุ่มผู้สูงอายุมักถูกสื่อหลอกเสนอขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การโฆษณาชวนเชื่อ เชื้อข้อมูลที่ผู้อื่นส่งต่อกันมาทางสื่อออนไลน์ ตลอดจนเป็นการเชื่อแบบไม่มีเหตุผล มีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมน้อย ขาดการวิเคราะห์ จึงเป็นเหตุให้ได้รับผลกระทบจากข่าวลวงข่าวหลอกได้ง่าย อีกทั้ง ยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับเบื้องหลังการทำงานของสื่อ ขาดความตระหนักรู้ถึงผลกระทบของการเผยแพร่ต่อ ขาดความรู้ ความเข้าใจในธรรมชาติของสื่อออนไลน์ เช่น digital footprint ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องส่งเสริมสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อลดและป้องกันปัญหาจากการใช้สื่อดังกล่าวในวัยผู้สูงอายุ

กล่าวโดยสรุป สมรรถนะด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลของวัยผู้สูงอายุ มีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- **เข้าใจเบื้องหลัง:** รู้เบื้องหลังของการทำงานของสื่อทั้งในเชิงโครงสร้าง อุตสาหกรรมสื่อ วัตถุประสงค์ของสื่อสาร ความหมายแฝงของสารสนเทศ เจเนอซ การทำหน้าที่ของสื่อ รู้กฎหมายและกลไกในการกำกับสื่อ
- **ประเมินคุณค่าและความน่าเชื่อถือได้:** ตรวจสอบที่มา อธิบายปัจจัยและองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ แยกแยะ และประเมินสื่อ สารสนเทศ ที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม
- **ตระหนักถึงผลกระทบของการเผยแพร่ต่อ:** เห็นความเสี่ยงและผลกระทบทางบวกหรือลบจากการส่งต่อและการผลิตซ้ำสารสนเทศผ่านสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล

3. สมรรถนะการสร้างสรรคเนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศ

การสร้างสรรคเนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นอีกสมรรถนะหนึ่งที่สำคัญ และจำเป็นต้องทำให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในกลุ่มผู้สูงวัย เนื่องจากปฏิเสธไม่ได้ว่า ผู้สูงอายุ คือ กลุ่มคนที่มีความรู้สั่งสม และมีประสบการณ์ชีวิตที่ยาวนาน ซึ่งสามารถนำไปถ่ายทอด หรือต่อยอดให้เกิดการใช้ประโยชน์ต่อไป ส่วนคนไทยที่ว่า “อาบน้ำร้อนมาก่อน” “เดินตามหลังผู้ใหญ่ หมาไม่กัด” หรือ “หัวหงอกเดินนำ หัวดำเดินตาม” เป็นเหตุผลที่ดีที่แสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุ คือ ผู้มีคุณูปการสูง ความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านต่างๆ ที่ผู้สูงอายุนั้น ควรได้รับการเผยแพร่และนำไปใช้แก่คนรุ่นต่อไป ทั้งนี้ ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมเริ่มเข้ามามีบทบาทต่อผู้สูงอายุมากขึ้น โดยเฉพาะตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา ในลักษณะของการเป็นสื่อเพื่อคลายความเหงา สร้างความสุขทางใจ และสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนและลูกหลาน สะท้อนให้เห็นว่า ผู้สูงอายุเริ่มเข้าใจเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น แต่เป็นเพียงในระดับผู้รับและใช้ประโยชน์เท่านั้น

ทั้งนี้ จากการศึกษาเอกสารยังพบปัญหาครอบครัวที่ผู้สูงอายุเสียดสีสังคมจากกรณีที่มีผู้ใช้งานเว็บไซต์ Pantip.com เขียนปรึกษาวิธีการแก้ปัญหาพ่อ-แม่เอาแต่แซดกับแซร์ รวมถึงปัญหาผู้สูงอายุติดไลน์ ติดเกมเป็นเรื่องที่พบได้ทั่วไป เช่นเดียวกับวัยรุ่น (มติชน, 16 กุมภาพันธ์ 2558, น. 20) ต้นกลางดึกเพราะไม่ได้ปิดเสียงไลน์ (มติชน, 18 พฤษภาคม 2558, น. 18) ในประเด็นการรับข่าวสารผลจากการศึกษาเอกสารทำให้ทราบว่า ผู้สูงอายุส่วนมากจะเชื่อถือข่าวสารที่มาจากบุคคลใกล้ชิด และรับข่าวสารในช่วงเวลาที่ลูกหลานกลับมาถึงบ้าน (สมบูรณ์ ศิริสรธริรัญ, 2559, น. 65) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ได้อยู่พร้อมหน้ากัน แต่ข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ ลูกหลานปฏิเสธการสอนให้ใช้เทคโนโลยีสื่อสาร ลูกหลานตำหนิในความไม่รู้ ความเชื่องช้า (กวิพงษ์ เลิศวัชรรา, และ กาญจนศักดิ์ จารุปณ, 2555, น. 59) บางครอบครัวลูกเป็นวิศวกร หรือคนทำงานด้าน IT แต่ไม่สอนการใช้งาน หรือส่งเสริมผู้สูงอายุให้ใช้สื่อออนไลน์ ประกอบกับ “การศึกษาตามอัธยาศัยตามความสนใจ ความต้องการ โอกาส ความพร้อม และศักยภาพการเรียนรู้ของผู้สูงอายุแต่ละคน” (สมบูรณ์ ศิริสรธริรัญ, 2559, น. 65) และ “การเรียนรู้ในห้องที่มีเครื่องมือพร้อม มีผู้สอนที่เข้าใจธรรมชาติของผู้สูงอายุ มีครูผู้ช่วยสอนคอยแนะนำอย่างใกล้ชิด และได้เรียนรู้ร่วมกับเพื่อนในวัยเดียวกัน” (กวิพงษ์ เลิศวัชรรา, และ

กาญจนศักดิ์ จารุปาน, 2555) เป็นรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดของการสอนเรื่องการใช้สื่อดิจิทัล และความเข้าใจ รู้เท่าทันสารสนเทศของผู้สูงอายุ ข้อค้นพบนี้ทำให้ทราบว่า การมีทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลร่วมกับคนทั้งในวัยเดียวกัน และต่างวัย ก็เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่แสดงถึงความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยในด้านการยอมรับความแตกต่าง

นอกจากนี้ “ประสบการณ์ที่ฝังใจในชีวิต” และ “ประสบการณ์การใช้เทคโนโลยี” หากทั้งสองประเด็นนี้เป็นไปใน “ด้านบวก” จะส่งผลให้ผู้สูงอายุเกิดการทดลองใช้ และเปิดใจยอมรับเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น (กวีพงษ์ เลิศวัชร และ กาญจนศักดิ์ จารุปาน, 2555, น. 25) ทั้งนี้ ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (technology acceptance model) (กวีพงษ์ เลิศวัชร และ กาญจนศักดิ์ จารุปาน, 2555, น. 15) เป็นแนวคิดที่ใช้สำหรับการอธิบายการเชื่อมโยงกันระหว่างตัวแปร 2 โครงสร้าง คือ

- การรับรู้ว่ามีประโยชน์ และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ ซึ่งนำไปสู่
- ทัศนคติต่อการใช้ ความตั้งใจในการใช้ และการใช้จริง

เมื่อผู้สูงอายุนำประสบการณ์สั่งสมของตนเอง มาผนวกเข้ากับทัศนคติที่ดีต่อ การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารร่วมกับคนใกล้ชิด ทั้งในวัยเดียวกันและหลากหลายช่วงวัย พร้อมกับเพิ่มทักษะการแสวงหาความรู้ และทักษะการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดข้อมูล ดังนั้น สมรรถนะด้านที่ 3 ในเรื่องการสร้างสรรค์เนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศนั้น ตัวบ่งชี้ พฤติกรรมที่สำคัญ คือ

● **รู้ใช้อย่างสร้างสรรค์ ต่อยอดความรู้เดิมที่มี:** ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลร่วมกับคนทั้งในวัยเดียวกันและต่างวัยอย่างสร้างสรรค์ ใช้สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลในการแสวงหาความรู้เพื่อต่อยอดความรู้และประสบการณ์เดิมที่มี และถ่ายทอดสู่ผู้อื่นอย่างมีจริยธรรม รับผิดชอบ และเคารพความแตกต่างทางความคิด

4. สมรรถนะการประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลง

สมรรถนะการประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ เป็นสมรรถนะสำคัญของความเป็นพลเมือง แต่ผู้สูงอายุจะมีความเป็นพลเมืองมากขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับทัศนคติและความตระหนักถึงบทบาทของผู้สูงอายุเอง ที่จะเป็นผู้ใช้สื่อที่กระตือรือร้น ไม่เป็นผู้สูงอายุตามทีคนรอบข้างสร้างภาพประทับไว้ว่า ผู้สูงอายุต้องหยุดทำงาน ไม่ต้อง active มาก รวมถึงการมองตนเองในทางบวกว่า ตนเป็นภูมิปัญญาของชุมชน

ไม่คิดว่าตนเองเป็นคนล้าสมัย ดังนั้น จุดเน้นประการหนึ่งของสมรรถนะนี้ คือ การที่ผู้สูงอายุจะตระหนักถึงบทบาทของตนในฐานะพลเมือง และใช้สื่อ สารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างประโยชน์ เพื่อเสริมสร้างคุณค่าและความภาคภูมิใจในตนเอง

นอกจากนี้ ในกลุ่มผู้สูงอายุที่สังสมประการณ์มาตลอดทั้งชีวิต และได้รับการส่งเสริมให้มีบทบาทความเป็นผู้นำในชุมชนที่ผู้สูงอายุอาศัยอยู่นั้น จะสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ก็จำเป็นต้องมีสมรรถนะที่สำคัญ คือ การเลือกใช้ช่องทางและวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงด้วย เพราะในชุมชนเองก็มีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ผู้สูงอายุจำเป็นต้องรู้จักสื่อและวิธีการสื่อสารที่หลากหลายว่า จะนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ในชุมชนอย่างเหมาะสม ตรงวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้เกิดการรับรู้ และมีส่วนร่วมในการสร้างการเปลี่ยนแปลงในประเด็นปัญหาของชุมชนได้

ส่วนประเด็นการสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วม ให้สมาชิกในองค์กรหรือชุมชนนั้นๆ ได้ตระหนักว่าปัญหาของชุมชนเป็นเรื่องของทุกคน และการแก้ปัญหาต้องเอาพลังวิริยภาพของคนทุกคนมาร่วมกันแก้ อีกทั้ง ผู้นำความคิดในชุมชนนั้น จะต้องมีทักษะสำคัญ คือ ทักษะการสื่อสาร โดยเฉพาะการพูดเพื่อกระตุ้นการแสดงความคิดเห็นของสมาชิกในชุมชน รวมถึงการสื่อสารเพื่อโน้มน้าว และสร้างแรงจูงใจให้สมาชิกในชุมชน ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการพัฒนาตนเอง ครอบครัว และชุมชน ดังนั้น ผู้สูงอายุที่จะเป็นผู้นำความคิดได้ จึงต้องมีสมรรถนะในการริเริ่มและมีส่วนร่วมในการสร้าง และใช้สื่อสารสนเทศในการแก้ไขปัญหา ตรวจสอบและสร้างการเปลี่ยนแปลงในทางบวก และเป็นประโยชน์ให้เกิดขึ้นในระดับบุคคล กลุ่ม หรือสังคม เช่น การพูดคุย แลกเปลี่ยน ถกเถียงอย่างสร้างสรรค์ การใช้สื่อสารสนเทศในการแก้ไขปัญหาตรวจสอบ และสร้างการเปลี่ยนแปลง รวมถึงนำเอาสารสนเทศที่ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องแล้ว ไปสร้างการเปลี่ยนแปลงในทางบวกให้กับช่วงวัยอื่นๆ

ทั้งนี้ แนวคิดที่สนับสนุนสมรรถนะของผู้สูงอายุในการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัลในประเด็นการประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลงนั้น ได้แก่ กรอบแนวทางยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579) ซึ่งเป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 คือ วิสัยทัศน์ที่จะให้ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”

โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์ไว้ 6 ด้าน คือ (1) ด้านความมั่นคง (2) ด้านการสร้าง
ความสามารถในการแข่งขัน (3) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน (4) ด้านการ
สร้างโอกาส ความเสมอภาค และความเท่าเทียมกันทางสังคม (5) ด้านการสร้างการ
เติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (6) ด้านการปรับสมดุลพัฒนา
ระบบบริหารจัดการภาครัฐ

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2561, น. 7) ระบุว่ายุทธศาสตร์ชาติ
ระยะ 20 ปีดังกล่าว เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้สูงอายุ 2 ด้าน คือ ยุทธศาสตร์ที่ 3
การพัฒนาศักยภาพคนทุกช่วงวัย และการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ซึ่งเน้นการพัฒนา
ศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต “ผู้สูงวัยได้รับการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ
เพื่อการทำงานอย่างต่อเนื่อง อยู่อย่างมีศักดิ์ศรี สามารถพึ่งพาตนเองได้
รวมทั้งมีบทบาทในการถ่ายทอดองค์ความรู้และสืบสานภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาชุมชน
สังคม และประเทศ” และยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างโอกาส ความเสมอภาค
และความเท่าเทียมกันทางสังคมยังเน้นการ “เพิ่มโอกาสทางการศึกษาผ่านเทคโนโลยี
ดิจิทัลเพื่อการศึกษาสำหรับคนทุกช่วงวัย” สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาผู้สูงอายุ
ในระดับสากลที่องค์การอนามัยโลก (2002, อ้างถึงใน เอมอร์ จารุงษ์, 2558,
น. 165-166) ได้ตั้งเป้าหมายของผู้สูงอายุไว้ 4 ด้าน โดยสรุปความได้ดังนี้

- การเป็นผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ (active ageing) โดยมีส่วนร่วมรับผิดชอบ
และมีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมืองและมิติอื่นๆ ของวิถีชุมชน การมีส่วนร่วมนี้
นอกจากจะทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกถึงคุณค่า มีเกียรติภูมิแล้ว ยังรู้สึกถึงความเป็นผู้มี
ศักดิ์ศรี และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของบุตรหลานด้วย

- การเป็นผู้สูงอายุที่มีสุขภาพดี (healthy ageing) คือ ปราศจากโรค
และยังมีความสามารถในการใช้ร่างกายทั้งด้านกายภาพ จิตใจ และสังคมที่ได้เปลี่ยนไป
ตามกระบวนการชราที่เกิดขึ้น ให้ทำงานต่อไปได้อย่างเหมาะสม

- การเป็นผู้สูงอายุที่ประสบความสำเร็จ (successful ageing) คือ มีศักยภาพ
และพึงพอใจต่อสิ่งแวดล้อมที่ตนเองอยู่ในทุกด้าน โดยเน้นมิติทางสังคมและอารมณ์
จากความพึงพอใจในชีวิต มองเห็นคุณค่าในตนเอง การมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น
และมีกิจกรรมสร้างสรรค์

- การเป็นผู้สูงอายุที่ยังประโยชน์ (productive ageing) หมายรวมถึง
การปฏิบัติกิจกรรมทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ได้รับค่าตอบแทนหรือไม่ได้รับ

ค่าตอบแทนก็ได้ ทั้งนี้ เป็นกิจกรรมที่มีอิทธิพลทางบวกต่อสภาวะทางจิตใจหรือสภาวะ
ผู้สูงอายุที่ยังประโยชน์ จะเลือกและมีแรงบันดาลใจที่จะบำรุงรักษาศักยภาพ
เพื่อเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมอันเป็นการอุทิศตัวเพื่อครอบครัว ชุมชน และสังคม
ดังนั้น สมรรถนะที่สำคัญในด้านที่ 4 ในเรื่องการประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลง
คือ

- **มีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง:** มีส่วนร่วมในการเลือกใช้อุปกรณ์ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล ตามศักยภาพของตน เพื่อแก้ไขปัญหา ตรวจสอบ และสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคล ชุมชน และสังคม

ตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยระดับบุคคลของวัยผู้สูงอายุ

จากการพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยระดับบุคคลของวัยผู้สูงอายุ ด้วยวิธีการดังที่กล่าวมา คณะผู้วิจัยได้ตัวบ่งชี้ดังรายละเอียดต่อไปนี้ โดย (K) คือ ด้านความรู้ (A) คือ ด้านเจตคติ หรือคุณลักษณะ และ (P) คือ ทักษะ

สมรรถนะการเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และใช้เทคโนโลยีอย่างปลอดภัย

1. เข้าใจบทบาทหน้าที่ของสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล (K)
 - อธิบายบทบาทและหน้าที่ของสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล
2. เข้าใจความหลากหลายของสื่อและประโยชน์การใช้งานที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน (K)
 - จำแนกประเภทและเปรียบเทียบคุณสมบัติของสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลที่แตกต่างกันได้
 - อธิบายประโยชน์ในการใช้งานสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันได้
3. เข้าใจหลักการ และสามารถเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย (K A P)
 - อธิบายข้อดี ข้อเสีย และข้อควรระมัดระวังในการเข้าถึง ส่งต่อ และกระจายสารสนเทศให้กับผู้อื่นผ่านสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลได้

- อธิบายกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อ สารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัล
ได้

- สามารถเข้าถึง ส่งต่อ และกระจายสารสนเทศให้กับผู้อื่นผ่านสื่อ
และเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย

4. เข้าใจความต้องการของตนเองในการใช้สารสนเทศ รู้ช่องทางการเข้าถึง
การได้มาซึ่งข้อมูล เข้าถึงและเลือกใช้สารสนเทศได้สอดคล้องเหมาะสม (K P)

- เลือกใช้ช่องทางการเข้าถึงและแพร่กระจายสารสนเทศได้ตรงกับ
ความต้องการของตนเอง

- เข้าถึงและเลือกใช้สารสนเทศได้อย่างหลากหลาย และสอดคล้องกับ
ความต้องการของตนเอง

5. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในเชิงเทคนิคในการเข้าถึง ส่งต่อ และกระจายข้อมูลให้กับ
ผู้อื่นได้อย่างปลอดภัย (K A P)

- เลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีวิจารณญาณเพื่อเข้าถึง ส่งต่อ และกระจาย
ข้อมูลได้อย่างปลอดภัย

- อธิบายถึงอันตรายของการเข้าระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีได้

- สามารถป้องกันตนเองจากอันตรายของการเข้าถึง ส่งต่อ และกระจาย
สารสนเทศได้

6. รู้เท่าทันตนเองในขณะที่เปิดรับสื่อ จัดสรรเวลาการใช้สื่อ และเทคโนโลยีดิจิทัล
ได้อย่างเหมาะสม (A P)

- ใช้เวลากับสื่อให้เหมาะสมโดยรู้เวลา และระยะเวลาที่เหมาะสมในการใช้
สื่อและเข้าถึงข้อมูล

- ประเมินถึงผลทางบวกและทางลบจากการเปิดรับสื่อและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
ในชีวิตประจำวัน

- อธิบายความรู้สึกและความคิดของตนเองในขณะที่เปิดรับสื่อได้

- เท่าทันและจัดการอารมณ์จากการใช้สื่อ สารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัล
ได้

- ให้คำแนะนำในการจัดการอารมณ์และจัดสรรเวลาในการใช้สื่อ และเทคโนโลยี
ดิจิทัลแก่บุคคลอื่นได้

สมรรถนะการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยี ดิจิทัล

1. รู้และเข้าใจโครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อ (K)
 - อธิบายความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และวิเคราะห์ผลกระทบของทุนและการเมือง ที่มีต่อการทำงานของสื่อได้
 - อธิบายถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อได้
2. วิเคราะห์เงื่อนไขการทำหน้าที่ของสื่อ (K)
 - วิเคราะห์เงื่อนไขการทำหน้าที่ของสื่อในสังคมประชาธิปไตยได้
3. วิเคราะห์กลไกการกำกับติดตามสื่อในสังคมประชาธิปไตย (K)
 - วิเคราะห์กฎหมายและกลไกเกี่ยวกับการกำกับดูแลสื่อ
 - วิเคราะห์กลไกการบังคับใช้กฎหมายที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของตนเองและคนในชุมชน
4. วิเคราะห์ความแตกต่างของสื่อและเนื้อหาแต่ละประเภทตามที่มาและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร และเปรียบเทียบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์จากสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลได้ (K)
 - วิเคราะห์แหล่งที่มาของเนื้อหาสื่อและสารสนเทศได้
 - อธิบายและเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ของเนื้อหาสื่อและสารสนเทศได้
5. วิเคราะห์การประกอบสร้างของสื่อ และความหมายแฝงที่อยู่ในเนื้อหาสื่อได้ (K A)
 - วิเคราะห์การประกอบสร้างของสื่อได้
 - วิเคราะห์ความหมายแฝงที่อยู่ในสื่อ และสารสนเทศได้
 - วิเคราะห์ประเด็นสำคัญ และข้อมูลที่ได้รับจากการใช้สื่อ สารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัลได้
6. ประเมินคุณค่าและความน่าเชื่อถือของสื่อ มีวิจารณ์ญาณในการรับสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล (K A)
 - แยกแยะและประเมินสารสนเทศที่ดี/ไม่ดี มีประโยชน์/ไม่มีประโยชน์ และมีคุณค่าหรือไม่มีคุณค่า เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมได้
 - ตรวจสอบที่มาและความถูกต้องของสารสนเทศได้
 - อธิบายปัจจัยและองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือของสื่อได้

- ตีความสารสนเทศที่ได้รับจากการใช้สื่อ และเทคโนโลยีดิจิทัลได้
- 7. ตระหนักถึงผลกระทบของการเผยแพร่สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคม (K A)
 - วิเคราะห์ถึงผลกระทบจากการส่งต่อและการผลิตซ้ำสารสนเทศที่มีต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคมได้
 - ประเมินความเสี่ยง และภัยจากการเผยแพร่สารสนเทศผ่านสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัลได้

สมรรถนะการสร้างสรรค์เนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศ

1. ตระหนักถึงวัตถุประสงค์ในฐานะผู้สร้างสื่อ เผยแพร่ และส่งต่อข้อมูลสารสนเทศอย่างมีจริยธรรมและรับผิดชอบในฐานะพลเมือง (K A)
 - อธิบายวัตถุประสงค์ในการสร้างสรรค์ ถ่ายทอด หรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามความต้องการของตนเอง
 - คิดพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนเผยแพร่สารสนเทศ
 - สร้างสรรค์ และเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศอย่างมีจริยธรรม และรับผิดชอบต่อในฐานะพลเมือง โดยคำนึงถึงความน่าเชื่อถือ และลิขสิทธิ์ของผลงาน
 - แสดงออกถึงการเคารพความแตกต่างทางความคิดระหว่างสมาชิกในครอบครัวและสังคม
2. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและวิธีการอื่นๆ ในการสร้างสื่อ สารสนเทศ สังเคราะห์เป็นความรู้ จัดระบบข้อมูลสารสนเทศ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ (K A P)
 - เห็นประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และวิธีการอื่นในการสร้างสื่อ และสารสนเทศ
 - ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการออกแบบและสร้างสรรค์ข้อมูลสารสนเทศ โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อตนเอง และผู้อื่น
 - ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลร่วมกับคนทั้งในวัยเดียวกันและต่างวัยอย่างสร้างสรรค์
 - แสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากช่องทางหลากหลายเพื่อต่อยอดความรู้เดิมที่ตนเองมี
 - เรียบเรียงข้อมูลและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ของตนเองให้กับผู้อื่น

สมรรถนะการประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลง

1. ตระหนักถึงบทบาทของตนเองในการสร้างและใช้สื่อ สารสนเทศเพื่อแสดงออก
ในฐานะพลเมือง (K A)

- ปฏิบัติตนตามบทบาท หน้าที่ของตนเองในฐานะพลเมืองในการสร้าง
และใช้สื่อ สารสนเทศ

- มีส่วนร่วมหรือสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในสังคมโดยใช้ศักยภาพ
ของตนเองได้อย่างเหมาะสม

- ใช้สื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างประโยชน์
เพื่อเสริมสร้างคุณค่าและความภาคภูมิใจในตนเอง

2. เลือกใช้ช่องทาง และวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสม
กับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และบริบททางสังคมวัฒนธรรม (K A P)

- เลือกใช้ช่องทางการสื่อสาร และอธิบายได้ถึงความแตกต่างของวิธีการ
สื่อสารเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง

- ใช้วิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และบริบท
ทางสังคม วัฒนธรรมในการสร้างการเปลี่ยนแปลงในชุมชนของตนเอง

- ใช้สื่อ และช่องทางสื่อในการณรงค์ จูงใจ มีส่วนร่วม และส่งเสริมให้ผู้อื่น
มีส่วนร่วม ในฐานะสมาชิก และพลเมืองของสังคมตามวิถีประชาธิปไตย

3. ริเริ่มและมีส่วนร่วมในการสร้างและใช้สื่อ สารสนเทศในการแก้ไขปัญหา
ตรวจสอบ และสร้างการเปลี่ยนแปลงในทางบวกและเป็นประโยชน์ให้เกิดขึ้น
ในระดับบุคคล กลุ่ม หรือสังคม (K A P)

- มีส่วนร่วมและการพูดคุย แลกเปลี่ยน ถกเถียงอย่างสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่
การขับเคลื่อนชุมชนของตนเอง

- ใช้ประโยชน์สื่อ เทคโนโลยีดิจิทัล และสารสนเทศ ที่ได้รับการตรวจสอบ
ความถูกต้องและสร้างการเปลี่ยนแปลงในทางบวกให้กับบุคคล กลุ่ม หรือสังคม

การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

จากข้อค้นพบสำคัญในเรื่องคุณลักษณะและสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยระดับบุคคล ของวัยผู้สูงอายุตามที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า สมรรถนะแต่ละด้านมีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อฯ ของผู้สูงอายุไม่เท่ากัน ดังนั้น จึงได้กำหนดค่าน้ำหนักตัวบ่งชี้ของแต่ละสมรรถนะไว้ต่างกัน เพื่อประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้จริง ดังภาพที่ปรากฏต่อไปนี้



เหตุผลการกำหนดค่าน้ำหนักให้แก่สมรรถนะด้านการเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัยที่ร้อยละ 35 นั้น เนื่องจากผู้สูงอายุปัจจุบันยังขาดการรับสื่อที่หลากหลาย ทำให้พึ่งพา เชื่อถือ และเผยแพร่สารสนเทศจากแหล่งเดียว และจากช่องทางเดิมที่ใช้อยู่ประจำ ทำให้สมรรถนะที่สำคัญในด้านอื่นๆ ที่ตามมา ทั้งการวิจารณ์ ประเมิน สร้างสรรค์ และประยุกต์ใช้ไม่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผู้สูงอายุยังขาดการจัดการทางอารมณ์ และมีความคิดเห็น ความเชื่อที่ฝังใจลึกซึ้งตามสื่อที่ตนเองรับรู้เป็นประจำ ทำให้ขาดการจัดการทางอารมณ์ โดยแสดงความคิดเห็น

ที่รุนแรง และเผยแพร่ออกไปอย่างไม่เข้าใจถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ขณะเดียวกัน ศักยภาพและความสามารถในการรู้ เข้าใจ และใช้สื่ออย่างไม่หลากหลายเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อดิจิทัล และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทั้งนี้ จุดอ่อนของผู้สูงอายุ คือ ถูกหลอกลวงได้ง่ายจากคนรอบข้าง เนื่องจากช่วงวัยนี้ต้องการความมั่นคงทั้งทางสุขภาพ และการเงินในช่วงบั้นปลายของชีวิต ดังนั้น จึงตกเป็นเหยื่อจากผู้เข้ามาหาผลประโยชน์

เหตุผลการกำหนดค่าน้ำหนักให้แก่สมรรถนะด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่ร้อยละ 35 เนื่องจากพบว่า ผู้สูงอายุ ไม่รู้ และไม่เคยได้รู้ในเรื่อง “เบื้องหลังสื่อ” เช่น ความหมายแฝงการประกอบสร้าง โครงสร้างอุตสาหกรรม เงื่อนไขการทำหน้าที่ ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ กลไก การกำกับดูแล ฯลฯ แต่เมื่อได้รู้จากการอธิบายให้ทราบ จึงเห็นถึงความสำคัญ ของประเด็นเหล่านี้ ทั้งนี้ ปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นสังคม “สารสนเทศท่วมท้น” ข้อมูลมากมายรายรอบ แต่ปรากฏว่าผู้สูงอายุประเมินข้อมูลไม่เป็น และขาดความตระหนักถึงผลกระทบจากการรับ และส่งต่อข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ประกอบกับผู้สูงอายุใน “ปัจจุบัน” เป็นช่วงวัยที่มีการศึกษาน้อย และเกิดก่อนการกำเนิด ของเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ ทำให้สมรรถนะด้านที่ 2 นี้ สำคัญอย่างยิ่งยวด แต่สำหรับผู้สูงอายุใน “อนาคต” ก็จำเป็นต้องเน้นศักยภาพในด้านนี้เช่นกัน เนื่องจาก เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาขึ้นไปอีก ทั้งเรื่องของ Artificial Intelligence และ Virtual Reality ซึ่งทำให้ตัดสินใจได้ยากระหว่างมนุษย์กับคอมพิวเตอร์ หรือโลกความจริง กับโลกเสมือน

เหตุผลการกำหนดค่าน้ำหนักให้แก่สมรรถนะด้านการสร้างสรรค์เนื้อหาและข้อมูล สารสนเทศ และด้านการประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ร้อยละ 15 ซึ่งน้อยกว่า สมรรถนะอื่น เนื่องด้วยเหตุผลสองประการ กล่าวคือ

ประการแรก ผู้สูงอายุใน “ปัจจุบัน” ยังขาดทักษะการเข้าถึงและใช้เทคโนโลยี การสื่อสารสมัยใหม่ มีการศึกษาน้อย และมีความรู้ภาษาอังกฤษต่ำ

ประการที่สอง จากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของช่วงวัยนี้มีการใช้ประโยชน์ จากสื่อเพียงเพื่อคลายเหงาและเป็นช่องทางของการมีปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้างเท่านั้น ยังไม่พบการใช้สื่อเพื่อสร้างสรรค์เนื้อหา หรือประยุกต์ใช้เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง

อย่างไรก็ตาม มีความเป็นไปได้ว่าพฤติกรรมการใช้สื่อเพื่อคลายเหงา และเป็นช่องทาง ของการมีปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้างดังที่กล่าวไปนี้ยังจะเป็นอยู่ต่อไปจนถึงผู้สูงอายุ ใน “อนาคต” เนื่องจากข้อค้นพบในงานวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูง

มีความรู้ และมีศักยภาพในการสร้างสรรค์เนื้อหาและสร้างการเปลี่ยนแปลง กลับปฏิเสธการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เนื่องจากไม่เห็นความจำเป็นของการใช้

จากข้อค้นพบทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยขอเสนอวิธีการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปแบบ ดังนี้

1. พัฒนาเครื่องมือวัดการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตย ระดับบุคคลของวัยผู้สูงอายุ โดยใช้ฐานจากตัวบ่งชี้ที่สร้างขึ้น ในรูปแบบของแบบวัด แบบสัมภาษณ์ หรือแบบสังเกต เพื่อสามารถนำไปใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะของผู้สูงอายุที่ต้องคำนึงถึงสภาพร่างกาย และช่วงอายุของผู้สูงอายุ รวมทั้งบริบทของผู้สูงอายุที่มีความแตกต่างกัน เช่น อาชีพ พื้นที่อยู่อาศัย การศึกษา

2. ปรับตัวบ่งชี้ในเครื่องมือในการวัดการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยระดับบุคคลของวัยผู้สูงอายุให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่าย สอดคล้องกับบริบทที่เป็นอยู่ของผู้สูงอายุ และให้เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพที่เปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ เช่น อักษรควรมีขนาดใหญ่

3. การให้น้ำหนักของการวัดการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยระดับบุคคลของวัยผู้สูงอายุ ในแต่ละสมรรถนะ ไม่จำเป็นต้องเท่ากัน อาจให้ความสำคัญกับ 2 สมรรถนะแรก คือ สมรรถนะการเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และใช้เทคโนโลยีอย่างปลอดภัย และสมรรถนะการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจะเป็นสมรรถนะสำคัญในการพัฒนาให้สมรรถนะการสร้างสรรค์เนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศ และสมรรถนะการประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตามมา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

1. จากข้อค้นพบเกี่ยวกับสภาพการใช้สื่อของผู้สูงอายุที่ยังคงใช้สื่อดั้งเดิมในการรับข้อมูลข่าวสาร ในขณะที่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้นโดยขาดความเท่าทัน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น สำนักงาน กสทช. กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ควรเพิ่มมาตรการการดูแล และควบคุมโฆษณาบางประเภทที่เข้าข่ายหลอกลวงผู้สูงอายุ

2. หน่วยงานที่ทำงานกับผู้สูงอายุทั้งในองค์กรและชุมชน เช่น ภาครัฐ หรือภาคธุรกิจที่ทำงานกับเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ เช่น มหาวิทยาลัย วิทยาลัยชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมกิจการผู้สูงอายุ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ตลอดจนชมรมผู้สูงอายุ โรงเรียนผู้สูงอายุ และองค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานกับผู้สูงอายุในชุมชน ควรให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับผู้สูงอายุเป็นการเฉพาะ ทั้งในด้านการสร้างความรู้ การฝึกทักษะ และการปลูกจิตสำนึก โดยใช้การเรียนรู้จากการปฏิบัติและการเรียนรู้ระหว่างวัยทั้งระหว่างคนในครอบครัวและคนในชุมชน

3. การนำตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุไปใช้ ต้องปรับภาษาให้ง่ายต่อความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว และสร้างเครื่องมือในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต หรือแบบวัด โดยผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปใช้

4. ควรมีการพัฒนาคู่มือการนำตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลนี้ไปใช้ยังภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน องค์กรระดับประเทศทั้งภาครัฐและเอกชน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเพื่อสร้างและพัฒนาเครื่องมือวัดการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุในรูปแบบต่างๆ เช่น แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต หรือแบบวัด เป็นต้น

2. ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ หรือเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจากผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างและพัฒนาตัวชี้วัด การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุ ให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่แตกต่างกันในแต่ละบริบท

3. ควรมีการวิจัยเพื่อสร้างและพัฒนาแนวทางหรือกิจกรรมเสริมสร้างการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุ และทดลองใช้เครื่องมือวัดการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุ

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กวีพงษ์ เลิศวัชราร, และกาญจน์ศักดิ์ จารุปาณ. (2555). *การศึกษาปัญหาการเรียนรู้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนวัตกรรมมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กันตพล บันทัดทอง. (2558). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์.
- กิริณา สมวาทสรณ์. (2559). *การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารกับการส่งต่อข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ. ใน ประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติประจำปี 2559* (น. 14 – 26). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์. (2559). *สังคมสูงวัยในยุคดิจิทัล*. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2561, จาก <http://www.gj.mahidol.ac.th/tech/FileDownload/File/D160419155809.pdf>
- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2558). *กรณีศึกษาการใช้สื่อใหม่ผ่านโซเชียลมีเดียในโทรศัพท์มือถือเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต สำหรับผู้สูงอายุกับ สมาชิกในครอบครัว ณ ประเทศนิวซีแลนด์. Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts), 8(3), 96-117.*
- ดนุชิติน เจริญ. (ม.ป.ป.). *Digital Divide ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูล*. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2560, จาก <https://1th.me/f68R>
- ปรีสร่า จักรแก้ว. (2556). *รูปแบบการสื่อสารกับระบบอัตโนมัติผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบทั่วไปที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุไทย* (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, สาขาวิชาวิศวกรรมซอฟต์แวร์.
- ปัญญาภรณ์ พงศ์ศาสตร์. (2559). *พฤติกรรมและบทบาทการสื่อสารของผู้สูงอายุในชุมชนหมู่บ้านอีสานตอนกลาง* (ดุษฎีนิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

- พนม คลีณาฯ. (2557). การรู้เท่าทันสื่อมวลชนกระแสหลักของคนกรุงเทพมหานคร. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 32(2), 1-24.
- พีระ จิโรสถและคณะ. (2559). ความรู้เท่าทันการสื่อสารยุคดิจิทัลกับบทบาทในการกำหนดแนวทางการปฏิรูปการสื่อสาร ในสังคมไทย (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เพ็ญพักตร์ เตียวสมบูรณ์กิจ. (2557). ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไทยภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป (ดุชนิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์.
- วรรณารัต ดวงอุดม. (2555). การพัฒนาสื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและจังหวัดแพร่. *วารสารจันทร์เกษมสาร*, 18(34), 13-22.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2549). จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน และเครือข่ายการศึกษาเพื่อสร้างพลเมืองประชาธิปไตย. (2559). กรอบแนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลเพื่อสร้างพลเมืองประชาธิปไตย. ใน *เอกสารประกอบการประชุมโต๊ะกลม “การพัฒนากรอบแนวคิดและหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลเพื่อสร้างพลเมืองประชาธิปไตย”* วันที่ 22 มิถุนายน 2559. กรุงเทพฯ: โรงแรมแมนดาริน.
- สมาน ลอยฟ้า. (2554). ผู้สูงอายุกับเทคโนโลยีสารสนเทศ. *Journal of Information Science*, 29(2), 53-64.
- สมบูรณ์ ศิริสรหรือรัฐ. (2559). แนวทางการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ. *วารสารการบริหารการปกครอง*, 5(2), 60-74.
- สุชาติ จักรพิสุทธิ์ และคณะ. (2548). การศึกษาทางเลือก: โลกแห่งการเรียนรู้นอกโรงเรียน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุชาติ ทวีสิทธิ์, และ สวริย์ บุญมานนท์. (บ.ก.). (2553). *ประชากรและสังคม 2553: คุณค่าผู้สูงอายุในสายตาสังคมไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 1. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

- สุภารัตน์ แก้วสุทธิ. (2553). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การรู้เท่าทันสื่อ และพฤติกรรม การป้องกันตัวเองจากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลทางอินเทอร์เน็ต (วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์.
- สุรกุล เจนอบรม. (2541). วิสัยทัศน์ผู้สูงอายุและการศึกษานอกระบบสำหรับผู้สูงอายุ ไทย. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการศึกษานอกโรงเรียน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). เอกสาร ประกอบการประชุมเรื่องการพัฒนาผู้สูงอายุอย่างบูรณาการ. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2561). รายงานการวิจัยเปรียบเทียบเพื่อพัฒนา นโยบายเรื่องการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนัก นโยบายความร่วมมือกับต่างประเทศ สำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษา กระทรวง ศึกษาธิการ.
- อาชัญญา รัตนอุบล, ปาน กิมปี, สาริพันธ์ ศุภวรรณ, วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา, วรรัตน์ อภินันท์กุล, ญัฐลักษณ์ ศรีมีชัย, และ สุวิธิดา จรุงเกียรติกุล. (2552). การพัฒนา กิจกรรมการเรียนรู้ของผู้ใหญ่วัยแรงงานเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ในการเตรียม ความพร้อมเมื่อเข้าสู่ผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนา ผู้สูงอายุไทย และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- อาชัญญา รัตนอุบล, สาริพันธ์ ศุภวรรณ, วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา, มนัสวาสน์ โกวิทยา, วรรัตน์ ปทุมเจริญวัฒนา, ปาน กิมปี, ญัฐลักษณ์ ศรีมีชัย, สุวิธิดา จรุงเกียรติกุล, และ ระวี สัจจโสภณ. (2553). การศึกษาแนวทางการส่งเสริม การจัดการศึกษา/เรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการ สภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- อาชัญญา รัตนอุบล, ปาน กิมปี, สาริพันธ์ ศุภวรรณ, วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา, วรรัตน์ อภินันท์กุล, และ ระวี สัจจโสภณ. (2554). การศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ของผู้สูงอายุไทย. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย.
- อารี จำปากลายเป็น, ปัทมา ว่าพัฒน์วงศ์, และ กาญจนา ตั้งชลทิพย์ (บก.). (2558). ใครเป็นใครบนเครือข่ายสังคมออนไลน์: ความหลากหลายทางคุณลักษณะ และพฤติกรรม. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

เอมอร จารุงชี. (2558). “หน่วยที่ 1: แนวคิดและทฤษฎีพัฒนาการวัยผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ”. เอกสารการสอนชุดวิชา พัฒนาการวัยผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ สาขาวิชา มนุษยนิเวศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

บทสัมภาษณ์

ประกอบ อุดมสวัสดิ์. ประธานชมรมผู้สูงอายุ โรงพยาบาลนภากาศ. (13 ธันวาคม 2560). สัมภาษณ์.

เลี่ยม บุตรจันทา. ผู้นำชุมชนบ้านนาอีสาน จังหวัดฉะเชิงเทรา. (14 ธันวาคม 2560). สัมภาษณ์.

ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. ข้าราชการบำนาญ. (22 ธันวาคม 2560). สัมภาษณ์.

ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์. ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านผู้สูงอายุ กรมกิจการผู้สูงอายุ. (19 ธันวาคม 2560). สัมภาษณ์.

สมทรง แสงตะวัน. ครูภูมิปัญญาไทยด้านเกษตรกรรม จังหวัดสมุทรสงคราม. (13 ธันวาคม 2560). สัมภาษณ์.

สนทนากลุ่ม

- กลุ่มผู้สูงอายุ

จินดา น้ำดอกไม้, อายุ 61 ปี. เลขานุการ กิจกรรมในชุมชน. (25 มีนาคม 2561). สนทนากลุ่ม.

ทองศักดิ์ ด่วงเงิน, อายุ 65 ปี. ที่ปรึกษาชุมชน. (25 มีนาคม 2561). สนทนากลุ่ม.

ประทุม ภู่อรัมย์, อายุ 68 ปี. ตัวแทนจำหน่ายสินค้าศูนย์หัตถกรรม. (25 มีนาคม 2561). สนทนากลุ่ม.

สมคิด ด่วงเงิน, อายุ 77 ปี. ประธานศูนย์หัตถกรรมทองลงหิน. (25 มีนาคม 2561). สนทนากลุ่ม.

- กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ

ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. อดีตอาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (25 มีนาคม 2561). สนทนากลุ่ม.

ศิริวรรณ วัฒนไพบูลย์. ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านผู้สูงอายุ กรมกิจการผู้สูงอายุ. (25 มีนาคม 2561). สนทนากลุ่ม.

สว่าง แก้วนันทา. ผู้อำนวยการมูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ. (25 มีนาคม 2561). สทนากลุ่ม.

โสภิต หวังวิวัฒนา. นักจัดรายการวิทยุ และอดีตผู้อำนวยการสมาคมนักข่าววิทยุ และโทรทัศน์ไทย. (25 มีนาคม 2561). สทนากลุ่ม.

ข้อเขียนจากหนังสือพิมพ์

ฉลามเขียว: Line ครองประเทศไทย. (28 ตุลาคม 2556). *บ้านเมือง*, น. 3.

มองอย่างวิระศักดิ์: ทิวและแท็บเล็ตสำหรับผู้สูงอายุ. (30 ตุลาคม 2557). *โพสต์ทูเดย์*, น. 1.

ศิริพงษ์ วิทยวิโรจน์: โลกในสังคมสมัยใหม่. (29 ธันวาคม 2557). *มติชน*, น. 20.

ศิริพงษ์ วิทยวิโรจน์: สังคมเน็ตพาเพลิน. (16 กุมภาพันธ์ 2558). *มติชน*, น. 20.

โลกสองวัย: ชีวิตอยู่กับ 'ไลน์'. (18 พฤษภาคม 2558). *มติชน*, น. 18.

ภาษาอังกฤษ

Jolls, Tessa, and Thoman, Elizabeth. (2008). *Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation Guide To Media Literacy Education*. Retrieved from <https://1th.me/1HsN>

Fedorov, Alexander. (2011). Levels of media competence: Russian approach. *Acta Didactica Napocensia*, 4 (2-3), pp. 59-68. Retrieved from: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1055887>

Hobbs, Renee. (2010). *Digital and media literacy: a plan of action*. Washington, D.C.: the Aspen Institute. Retrieved from: <https://kng.ht/2lioUHt>

Media Smarts. (n.d.). *Digital literacy fundamentals*. Retrieved from: <http://mediasmarts.ca/digital-media-literacy-fundamentals/digital-literacy-fundamentals> [May 25, 2018].

Mihailidis, P., & Thevenin, B. (2013). Media Literacy as a Core Competency for Engaged Citizenship in Participatory Democracy. *American Behavioral Scientist*, 57(11.), p. 1611. Retrieved from: <http://journals.>

- sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002764213489015 [May 25, 2018]
- Potter, W. James. (2014). *Media Literacy*. (7th edition). Santa Barbara: University of California.
- Silver, Aviva. (2009). *A European Approach to Media Literacy: Moving toward an Inclusive Knowledge Society*. In: Divina Frau-Meigs and Jordi Torrent (eds.) *Mapping Media Education Policies in the World: Visions, Programmes, and Challenges*, pp. 11-13. New York, NY: The United Nations-Alliance of Civilizations in co-operation with Grupo Comunicar.
- Thoman, Elizabeth and Jolls, Tessa. (2008). *Literacy for the 21st century: An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education*. (2nd ed.). Malibu, CA: Center for Media Literacy.
- United Nations. (2009). *World population aging*. New York: Department of Economic and Social Affairs.
- Whitbourne, Susan K., and Whitbourne Stacey B. (2014). *Adult development and aging: biopsychosocial perspectives*. 5th edition. Hoboken, NJ: Wiley.

หลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ ในวารสารการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วารสารการสื่อสารมวลชน มีกำหนดออกปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน และฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม มีระบบการพิจารณาล้นกรองบทความโดยผู้ประเมิน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน โดยใช้ระบบ Double-blind peer review 1 บทความ มีผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาประเมิน 2 ท่าน

1. การพิจารณารับบทความ และขอบเขตเนื้อหาของบทความที่รับตีพิมพ์

วารสารการสื่อสารมวลชน มีนโยบายรับพิจารณาคำขอรับตีพิมพ์ หรือข้อเขียนของนักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ หรือสาขาอื่นๆ ที่มีผลงานเกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางด้านนี้ โดยผลงานนั้นจะต้องได้มาตรฐานตามที่วารสารการสื่อสารมวลชนได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ การพิจารณาจะไม่คำนึงถึงสถานที่ทำงาน สถาบันการศึกษา หรือศาสนาของผู้เขียน

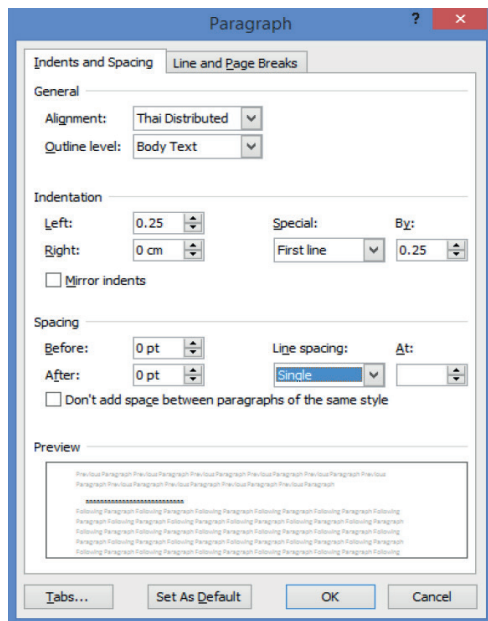
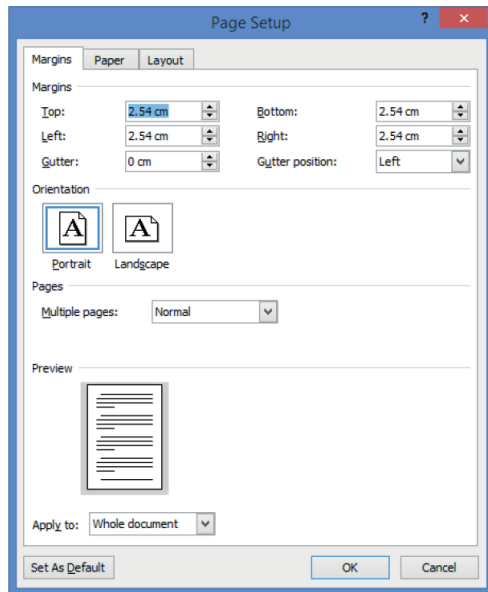
วารสารการสื่อสารมวลชน เปิดรับบทความทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ประเภทต่างๆ ดังนี้

- 1) บทความวิจัย (Research Article)
- 2) บทความวิชาการ (Academic Article)
- 3) บทความปริทัศน์ (Reviewed articles)
- 4) บทวิจารณ์หนังสือ (Book review)

ซึ่งมีเนื้อหาทางด้านการสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ หรือสาขาอื่นๆ ที่มีผลงานเกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางด้านนี้ โดยสามารถดาวน์โหลดตัวอย่างการจัดพิมพ์ได้ที่ <https://bit.ly/2CfitwM>

2. รายละเอียดการส่งบทความเพื่อขอรับพิจารณาตีพิมพ์

2.1 การส่งบทความ ใช้โปรแกรม Microsoft Word ให้พิมพ์ลงกระดาษขนาด A4 ควรมีความยาวประมาณ 10-20 หน้า ระยะห่างจากขอบกระดาษ ทั้งด้านบน ด้านล่าง ด้านซ้าย และด้านขวา 2.54 เซนติเมตร แบบอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 Point และระยะห่างระหว่างบรรทัดเท่ากับ 1 (single space)



B

วารสารการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2562

2.2 ควรมีความยาวตั้งแต่ 5,000 คำ แต่ไม่ควรเกินกว่า 15,000 คำ (จำนวนคำ ถือตามการนับจำนวนคำใน Microsoft Word) หรือควรมีความยาวประมาณ 10-20 หน้า

2.3 การอ้างอิงให้ใช้รูปแบบ APA (American Psychological Association)

ขอให้ผู้เขียนนำส่งเอกสาร/ข้อมูล ดังรายการต่อไปนี้

1) **แบบฟอร์มนำส่งบทความ** ซึ่งผู้เขียนรับรองว่าบทความที่นำส่งมานั้น เป็นผลงานของผู้เขียนเองไม่เคยตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างเสนอให้วารสารอื่นพิจารณา จำนวน 1 ฉบับ (ดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้ที่ <https://bit.ly/2PiqvHE>)

2) **ไฟล์ดิจิทัล 3 รูปแบบ ดังนี้**

(1) บทความต้นฉบับที่มีการจัดรูปแบบตามรายละเอียดที่วารสารกำหนดนามสกุล .pdf

(2) บทความต้นฉบับที่มีการจัดรูปแบบตามรายละเอียดที่วารสารกำหนดนามสกุล .doc หรือ .docx

(3) รูปภาพ ที่ใช้ประกอบในบทความ นามสกุล .jpg, .jpeg หรือ RAW หรือ TIFF ความละเอียด 300 Pixel / High Resolution ขนาดไฟล์ไม่ต่ำกว่า 500KB

ส่งมายังกองบรรณาธิการโดยผ่านทางระบบ TCI-ThaiJO ของวารสารการสื่อสารมวลชน ที่เว็บไซต์ <https://go.nexus.in.th/tGKml>

ทั้งนี้ การส่งบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์บทความกับทางวารสารไม่มีค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความ (Free of charge)

3. การจัดเตรียมต้นฉบับบทความ

3.1 รูปแบบของตัวอักษร ขอให้เขียนใช้ตัวอักษรที่มีขนาด ชนิด และการจัดรูปแบบ ดังนี้

รายการ	ภาษาไทย (TH SarabunPSK)			English (TH SarabunPSK)		
	ขนาด	ชนิด	การจัดเรียง	Size	Type	Alignment
ชื่อเรื่อง/Title	16	หนา	ตรงกลาง	16	Bold	Center
ชื่อผู้เขียน/Author (s) ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ	14	หนา	ตรงกลาง	14	Bold	Center
สังกัดผู้แต่ง/Affiliation (s) (แสดงในรูปแบบ footnote ตามตัวอย่างในแบบฟอร์มวิจัย)	12	ธรรมดา	กระจาย แบบไทย	12	Regular	Justify
หัวข้อบทความ/Abstract Title	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
เนื้อหาบทความ/Abstract	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
คำสำคัญ/Keywords	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
หัวข้อเรื่อง/Heading เว้นบรรทัด บน-ล่าง	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
หัวข้อย่อย/Sub headings	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
เนื้อหา/Article	14	ธรรมดา	กระจาย แบบไทย	14	Regular	Justify
ชื่อตารางและชื่อรูปภาพ /Table or Figure title	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
หัวตาราง/Heading row	14	หนา	กลาง	14	Bold	Center
ข้อความในตาราง หรือภาพ /text in the table or figure	14	ธรรมดา	ชิดซ้ายหรือ ขวา	14	Regular	Left or Right Alignment
เชิงอรรถ/footnote	14	ธรรมดา	กระจาย แบบไทย	14	Regular	Justify
หัวข้อเอกสารอ้างอิง/References Title	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
เอกสารอ้างอิง/References	14	ธรรมดา	ชิดซ้าย	14	Regular	Left Alignment

3.2 องค์ประกอบของบทความ

รายการ	คำอธิบาย
ชื่อเรื่อง/Title	ระบุชื่อเรื่อง ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ชื่อเรื่องไม่ควรยาวเกินไป และครอบคลุมสาระของบทความ และมีความสอดคล้องกันระหว่างภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
ชื่อผู้เขียน/Author (s)	- ระบุชื่อผู้แต่ง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ - ไม่ควรระบุตำแหน่งทางวิชาการ ยศ/ตำแหน่งทางทหาร คำนำหน้าชื่อ รวมทั้ง สถานภาพ (อาทิ นักศึกษาปริญญาเอก, อาจารย์ที่ปรึกษา, คณบดี) ทั้งที่ด้านหน้า และท้ายชื่อผู้แต่ง
สังกัดผู้แต่ง/Affiliation (s) (แสดงในรูปแบบ footnote)	- ระบุชื่อผู้แต่งบทความ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดังนี้ (ไม่ใช่คำนำหน้าชื่อ)..... (วุฒิการศึกษาที่ได้รับ เช่น ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัย....., 2558) - หากยังอยู่ในระหว่างการศึกษา ระบุดังนี้ (ไม่ใช่คำนำหน้าชื่อ)..... (นิสิตหลักสูตร.....คณะ.....มหาวิทยาลัย.....) - ระบุชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ถ้ามี) ดังนี้ ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... คณะ.....มหาวิทยาลัย..... - ระบุชื่อหน่วยงานที่ผู้แต่งสังกัดในเชิงอรรถ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เรียงจากหน่วยงานระดับต้นไปจนถึงหน่วยงานหลัก ตัวอย่าง ¹ สุนิสา เมืองแก้ว (ศศ.ม. สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2560) Sunisa Muangkaw (M.A. in Communication Studies, Chiang Mai University, 2017) ² ศ.ธีรภัทร วรรณฤมล อาจารย์ประจำ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Assoc. Prof. Terapatt Vannaruemol, Lecturer of Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, 239, Huay Kaew Road, Muang District, Chiang Mai Thailand 50200 Corresponding author e-mail:@..... .com ³ อภิภู กิตติการ (นิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตรศึกษาระดับบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) Abhibhu Kitikamdorn (PhD Student in Communication Arts, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 254 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, 254 Phayathai Road, Pathumwan, Bangkok Thailand 10330 Corresponding author e-mail:@..... .com

รายการ	คำอธิบาย
อีเมลของผู้แต่ง Corresponding author e-mail (แสดงในรูปแบบ footnote)	ระบุต่อจากชื่อหน่วยงานที่ผู้แต่งสังกัดในเชิงอรรถ <u>ระบุเฉพาะอีเมลที่ใช้ส่งบทความผ่านระบบ TCI ThaiJO</u> Corresponding Author E-mail:@..... .com
บทคัดย่อ/Abstract	จัดทำบทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ที่มีความสอดคล้องกัน และแต่ละส่วนควรมีความยาวไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ A4
คำสำคัญ/Keywords	ระบุคำสำคัญจำนวนไม่เกิน 5 คำ โดยคำสำคัญแต่ละคำ ให้แสดงทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษซึ่งมีความหมายตรงกัน
เนื้อหา/Article	- บทความวิจัย บทความวิชาการ ควรประกอบด้วยส่วนต่างๆ โดยท่านสามารถศึกษาได้จากตัวอย่างใน แบบฟอร์มบทความวิจัย หรือดาวน์โหลดได้ที่ https://bit.ly/2CfltwM - การใช้คำศัพท์เฉพาะทางวิชาการ (1) กรณีคำภาษาอังกฤษที่มีการใช้ทับศัพท์ภาษาไทยอย่างแพร่หลาย ให้เขียนเป็นภาษาไทยตามที่มีการบัญญัติศัพท์ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน โดยไม่ต้องแสดงคำศัพท์ภาษาอังกฤษประกอบ อาทิ อินเทอร์เน็ต อิเล็กทรอนิกส์ (2) กรณีคำภาษาอังกฤษที่ยังไม่มีการใช้แพร่หลาย ให้เขียนคำแปลภาษาไทยหรือคำทับศัพท์ โดยแสดงคำศัพท์ภาษาอังกฤษ และอักษรย่อ (ถ้ามี) ประกอบในวงเล็บ ทั้งนี้ การเขียนคำศัพท์ภาษาอังกฤษในวงเล็บ ให้ใช้ตัวพิมพ์เล็กทั้งหมด ยกเว้นคำที่มีอักษรย่อหรือคำเฉพาะ จึงจะขึ้นต้นคำด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ และ <u>ควรเขียนคำภาษาอังกฤษกำกับครั้งแรกเพียงครั้งเดียว ครั้งต่อไป ไม่จำเป็นต้องเขียนภาษาอังกฤษกำกับอีก</u> เช่น องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) (3) กรณีคำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีการใช้อักษรย่อ ให้ระบุคำเต็มและอักษรย่อในครั้งแรกที่มีการกล่าวถึง และครั้งต่อไปให้ใช้อักษรย่อเพียงอย่างเดียวได้ อาทิ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ครั้งต่อไปใช้ อปท., องค์การ สหประชาชาติ (United Nations: UN) ครั้งต่อไปใช้ UN - การแสดงตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ (1) ให้แสดงชื่อตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ ด้านบนตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ และใส่หมายเลขกำกับตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ โดยเรียงตามลำดับการนำเสนอในเนื้อเรื่อง (2) หากเป็นตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพที่อ้างอิงมาจากแหล่งข้อมูลอื่น ให้อ้างอิงที่มา โดยแสดงที่มาไว้ใต้ตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ (ใช้รูปแบบการอ้างอิงแบบ นามปี) และดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ (3) หากมีหมายเหตุประกอบตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ ให้ใส่หมายเหตุไว้อีกบรรทัด ได้ที่มา - เชิงอรรถ (footnote) ในเนื้อหา ใช้สำหรับการอธิบายขยายความจากในเนื้อหาเท่านั้น ไม่ใช้สำหรับการอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่อง (การอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่องใช้รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text citation))

รายการ	คำอธิบาย
การอ้างอิงเอกสารในเนื้อหา /In-text citation	ใช้รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text citation) แบบนามปี (Name-and-year system) ในระบบ American Psychological Association 6 th edition (APA6) (ดูรายละเอียดในหัวข้อ การอ้างอิงในเนื้อหาและการลงรายการเอกสารอ้างอิง)
เอกสารอ้างอิง/ References	- ให้แสดงรายการเอกสารอ้างอิงตอนท้ายของบทความ โดยใช้รูปแบบเอกสารอ้างอิงในระบบ APA โดยผู้เขียนต้องตรวจสอบข้อมูลการอ้างอิงให้ครบถ้วนสมบูรณ์ รวมทั้ง รายการเอกสารอ้างอิงจะต้องครอบคลุมรายการที่มีการอ้างอิงในเนื้อหา - ให้แสดงรายการเอกสารอ้างอิงโดยเรียงลำดับตามตัวอักษร และให้เรียงรายการเอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาไทยก่อน แล้วจึงตามด้วยรายการเอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาต่างประเทศ

3.3 การอ้างอิงในเนื้อหา และการลงรายการเอกสารอ้างอิง

3.3.1 การอ้างอิงในเนื้อหาแบบนามปี ในระบบ APA

- (1) การอ้างอิงในเนื้อหาแบบนามปี ในระบบ APA สามารถทำได้ ดังนี้
- อ้างถึงโดยชื่อผู้แต่งอยู่ในเนื้อความ เช่น

แก่ง เขียนดี (2559, น. 1) ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ...
Smith (2016) defines public policy as...

- อ้างถึงโดยลงรายการชื่อผู้แต่ง, ปี, เลขหน้าในเครื่องหมายวงเล็บ เช่น

(แก่ง เขียนดี, 2559, น. 1), (Smith, 2016, p. 1)

(2) กรณีผู้แต่ง 1 คน ผู้แต่งที่เป็นชาวไทยให้ใส่ทั้งชื่อ และนามสกุล หากผู้แต่งเป็นชาวต่างประเทศ ให้ใส่ เฉพาะนามสกุล อาทิ (แก่ง เขียนดี, 2559, น. 1), (Smith, 2016, p. 1)

(3) กรณีผู้แต่ง 2 คน ให้ลงรายการด้วยชื่อผู้แต่งทั้งสองคนทุกครั้งที่ยังอ้างอิง โดยผู้แต่งชาวไทยให้คั่นระหว่างชื่อด้วยคำว่า “และ” เช่น (แก่ง เขียนดี และชยัน อดทน, 2559) และผู้แต่งชาวต่างประเทศ ให้คั่น ระหว่างชื่อด้วย “and” เช่น Smith and Adam (2016) แต่ถ้าชื่อผู้แต่งอยู่ในวงเล็บ ใส่เครื่องหมาย “&” แทนคำว่า “and” เช่น (Smith & Adam, 2016)

(4) กรณีผู้แต่ง 3-6 คน ครั้งแรกให้ลงรายการด้วยชื่อผู้แต่งทุกคน โดยคั่นระหว่างชื่อ ด้วยเครื่องหมาย “,” และครั้งต่อไปให้ลงเฉพาะชื่อคนแรก และตามด้วยคำว่า “และคณะ” สำหรับผู้แต่งภาษาไทย และ “et al.” สำหรับผู้แต่ง ชาวต่างชาติ เช่น

ครั้งแรก (เก่ง เขียนดี, ชยัน อดทน, และมานะ พายายม, 2559, น. 1)

ครั้งถัดไป (เก่ง เขียนดี และคณะ, 2559, น. 3),

ครั้งแรก (Smith, Adam, & Potter, 2016, p. 101)

ครั้งถัดไป (Smith et al., 2016, p. 102)

(5) กรณีผู้แต่ง 7 คนขึ้นไป ให้ลงรายการด้วยชื่อผู้แต่ง คนที่ 1 และตามด้วยคำว่า “และคณะ” สำหรับ ผู้แต่งภาษาไทย และ “et al.” สำหรับผู้แต่ง ชาวต่างชาติ เช่น

(เก่ง เขียนดี และคณะ, 2559, น. 1) , (Smith et al., 2016, p. 101)

(6) สิ่งพิมพ์คนละรายการ พิมพ์คนละปี แต่มีผู้แต่งคนเดียวกัน หรือกลุ่มเดียวกัน และผู้เขียนต้องการอ้างถึงพร้อมๆ กัน ให้ลงรายการด้วยชื่อผู้แต่ง ตามด้วยปีที่พิมพ์ โดยเรียงลำดับ ปีที่พิมพ์จากเก่าไปใหม่ และคั่นระหว่างปีด้วยเครื่องหมาย “,” เช่น

(เก่ง เขียนดี, 2555, 2559), (Smith, 2014, 2016)

(7) สิ่งพิมพ์คนละรายการ พิมพ์ปีเดียวกัน แต่มีผู้แต่งคนเดียวกัน หรือกลุ่มเดียวกัน และผู้เขียนต้องการอ้างถึงพร้อมๆ กัน ให้ลงรายการด้วยชื่อผู้แต่ง ตามด้วยปีที่พิมพ์ โดยลงอักษร ก, ข, ค กำกับหลังปีที่พิมพ์สำหรับผู้แต่งคนไทย และ a, b, c สำหรับผู้แต่งชาวต่างประเทศ และคั่นระหว่างปีด้วย เครื่องหมาย “,” เช่น (เก่ง เขียนดี, 2555ก, 2555ข), (Smith, 2014a, 2014b)

(8) การอ้างถึงสิ่งพิมพ์หลายรายการ ผู้แต่งต่างกัน พร้อมกัน ให้คั่น แต่ละรายการด้วยเครื่องหมาย “;” เรียงลำดับตามตัวอักษรชื่อ (หรือนามสกุล) ผู้แต่ง เช่น (เก่ง เขียนดี, 2559; มานะ พายายม, 2558), (Adam, 2014; Smith & Potter, 2016)

(9) กรณีผู้แต่งที่เป็นหน่วยงานหรือสถาบัน ให้ลงรายการครั้งแรกด้วยชื่อเต็มของหน่วยงาน/สถาบัน และตามด้วยชื่อย่อในวงเล็บ “[...]” และการอ้างครั้งต่อไปใช้แต่ชื่อย่อ ยกเว้นการอ้างชื่อมหาวิทยาลัยให้ใส่ชื่อเต็มทุกครั้ง เช่น ครั้งแรก (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ [สสส.], 2558) ครั้งถัดไป (สสส., 2558)

(10) กรณีที่เป็นเอกสารไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง ให้แสดงรายการโดยระบุชื่อสิ่งพิมพ์นั้นแทนชื่อผู้แต่ง โดยหากเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทบทความ ให้ใส่ชื่อบทความในเครื่องหมายอัญประกาศ เช่น (“นโยบาย สาธารณะ”, 2559) หากเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ ให้ใส่ชื่อหนังสือโดยใช้ตัวเอน เช่น (มาตรฐาน การเผยแพร่ผลงานวิจัย และผลงานทางวิชาการ, 2555)

(11) กรณีการอ้างถึงสิ่งพิมพ์ที่ปรากฏในเอกสารอื่น ให้ลงรายการโดยภาษาไทยใช้คำว่า “อ้างถึงใน” และ ภาษาต่างประเทศใช้ “as cited in” เช่น (เก่ง เขียนดี, 2555 อ้างถึงใน มานะ พายยาม, 2559), (Smith, 2015 as cited in Adam, 2016) ในกรณีนี้ ให้ผู้เขียนแสดงรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความเฉพาะรายการที่ตนเองอ่านมาโดยตรง เช่น จากตัวอย่างรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ จะมีเฉพาะรายการของ “มานะ พายยาม, 2559” เท่านั้น ไม่ต้องแสดงรายการของ “เก่ง เขียนดี, 2555”

(12) การอ้างถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การติดต่อทางโทรศัพท์ หรือทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น อีเมล เว็บไซต์ ให้ใส่ตำแหน่งงาน หรือสถานะของผู้ให้ข้อมูล หรือกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลตามที่นำเสนอไว้ในการศึกษาวิจัย เช่น ประชาชน/ข้าราชการ ตามด้วยคำว่า “การสื่อสารส่วนบุคคล” สำหรับชาวไทย และ “personal communication” สำหรับชาวต่างประเทศ เช่น (ผู้บริหารคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 กันยายน 2559), (1 st student, personal communication, September 20, 2016) ทั้งนี้ หากผู้เขียนต้องการอ้างอิงชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูล โดยเปิดเผยชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้เขียนจะต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์เป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น

(13) ในกรณีที่บทความเป็นภาษาอังกฤษ และได้ทำการอ้างอิงโดยใช้เอกสารที่เป็นของคนไทย ในส่วนของเอกสารอ้างอิงจะต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษทุกรายการ โดยชื่อเรื่องจะต้องทำเป็น Thai Romanization (การถอดอักษรไทยเป็นอักษรโรมัน) และระบุชื่อเรื่องภาษาอังกฤษในวงเล็บเหลี่ยม [...] หมายเหตุ: สำหรับการ

เขียน Thai Romanization แนะนำให้ใช้โปรแกรมแปลงสํานัที่พัฒนา โดย NECTEC
เว็บไซต์ <http://164.115.23.167/plangsarn/index.php> เช่น

Kaewthep, K. (2006). *Thritsadilæ næo̊thāng kās̄uksās̄rīsān̄mūānchon*
[Theory and approach of mass communication. Bangkok: Brand Age.

3.3.2 การลงรายการเอกสารอ้างอิง ในระบบ APA

- รายการเอกสารที่ปรากฏในเอกสารอ้างอิง (Reference)
ท้ายบทความ จะต้องเป็นรายการเอกสารที่มีการอ้างอิงถึงในเนื้อหาบทความ (In-text
citation) เท่านั้น
- การลงรายการเอกสารอ้างอิงสำหรับสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท
มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทสิ่งพิมพ์	รูปแบบการลงรายการเอกสารอ้างอิง
หนังสือ/ตำรา (Book)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง./สถานที่พิมพ์./ชื่อสำนักพิมพ์.
หนังสือรวมบทความ	ชื่อผู้แต่ง (บก.)./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง./สถานที่พิมพ์./ชื่อสำนักพิมพ์. Author(s) (Ed. ถ้ามีหลายคนให้ใช้ Eds)./ (year of publication)./Book title./Place: /Publisher.
บทความในหนังสือ รวมบทความ (Chapter in book)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บก.)./ชื่อหนังสือ./ (น./เลข หน้า-เลขหน้า)./สถานที่พิมพ์./ชื่อสำนักพิมพ์. Author(s)./ (year of publication)./Article title./In/Editor/(Ed. ถ้ามีหลายคนให้ ใช้ Eds)./ Book title./ (p. ถ้ามีหลายหน้าใช้ pp./page number-page number). / Place: /Publisher.
บทความในวารสาร (Journal Article)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่/(ฉบับที่)./เลขหน้าที่ปรากฏ บทความ-เลขหน้า. Author(s)./ (year of publication)./Article title./Journal./Vol/(No)./page number -page number.
รายงานการวิจัย (Research report)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(รายงานการวิจัย)./สถานที่พิมพ์./ชื่อสำนักพิมพ์ Author(s)./ (year of publication)./title./ (Research report)./Place:/Publisher.

ประเภทสิ่งพิมพ์	รูปแบบการลงรายการเอกสารอ้างอิง
เอกสารการประชุมทางวิชาการ (Proceedings, Symposium)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อการประชุมหรือการสัมมนา/(น./เลขหน้า-เลขหน้า)./สถานที่พิมพ์./ชื่อสำนักพิมพ์. Author(s)./(year of publication)./Article title./In/Title of Conference./ (pp./page number-page number)./Place/Publisher.
ผลงานนำเสนอในงานประชุมวิชาการ	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่นำเสนอ./เดือนที่นำเสนอ)./ชื่อผลงาน./การนำเสนอในการประชุมหรือการสัมมนา./สถานที่จัดการประชุม. Author(s)./(year of publication,/month)./title./In/Title of Conference./Place.
หนังสือแปล	ชื่อผู้แต่งหนังสือต้นฉบับที่แปลเป็นภาษาไทยแล้ว./ (ปีที่พิมพ์หนังสือแปล)./ชื่อหนังสือที่แปลแล้ว/[ชื่อหนังสือต้นฉบับ]/(ชื่อผู้แปล./ผู้แปล)./สถานที่พิมพ์หนังสือแปล./ สำนักพิมพ์./ (ต้นฉบับพิมพ์/ปี/ค.ศ. หรือ พ.ศ. ที่พิมพ์ ต้นฉบับ)
วิทยานิพนธ์และปริญญาานิพนธ์ (Thesis)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อเรื่อง./ (วิทยานิพนธ์ปริญญาหมบบัณฑิตหรือปริญญาคุณภักบัณฑิต)./ชื่อมหาวิทยาลัย./ชื่อคณะ./ชื่อสาขาวิชาหรือภาควิชา. Author./ (year of published)./Doctoral dissertation or Master's thesis Title./ (Doctoral dissertation or Master's thesis)./Institute./Faculty name, / Department name or Department.
บทความจากหนังสือพิมพ์ (Newspaper)	ชื่อบทความ./ (วัน/เดือน/ปีที่พิมพ์)./ชื่อหนังสือพิมพ์./น./เลขหน้า. Article title./ (year of published,/mm/dd)./Newspaper Title,/ p./page number.
เอกสารอิเล็กทรอนิกส์หรือเอกสารจากฐานข้อมูล (Databases)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปี)./ชื่อเอกสาร./สืบค้นเมื่อ/วันที่/เดือน/ปี./จาก/URL (แบบย่อ*) หรือชื่อฐานข้อมูล. Author./ (year of published)./Title./Retrieved/mm/dd,/year,/from/URL or name of database.

หมายเหตุ: / คือ เว้นวรรค 1 ระยะ

การระบุชื่อผู้แต่ง มีรายละเอียดดังนี้

(1) ผู้แต่งชาวไทย และผู้แต่งชาวต่างประเทศ ลงรายการด้วยนามสกุล และตามด้วยชื่อแรก และชื่อกลาง ซึ่งใช้อักษรย่อ

(2) ผู้แต่ง 2 คน ให้ลงชื่อผู้แต่งทุกคน โดยใช้คำว่า “, และ” (สำหรับคนไทย) และ “, &” (สำหรับ ชาวต่างประเทศ) คั่นระหว่างชื่อ

(3) ผู้แต่ง 3-6 คน ในครั้งแรก ให้ลงชื่อผู้แต่งทุกคน คั่นระหว่างชื่อด้วยเครื่องหมาย “,” และคั่นก่อนชื่อคนสุดท้ายด้วย “, และ” ในภาษาไทย และ “, &” ในภาษาอังกฤษ ในการอ้างซ้ำครั้งต่อไป ลงเฉพาะชื่อผู้แต่งคนแรก ตามด้วยคำว่า “, และคณะ” สำหรับงานเขียนภาษาไทย หรือ “, et al.” สำหรับงานเขียนภาษาต่างประเทศ

(4) ผู้แต่ง 7 คนขึ้นไป ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก ถึงคนที่ 6 และตามด้วย “, และคณะ” หรือ “, et al.”

(5) สิ่งพิมพ์ที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง ให้ใส่ชื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือ หรือวารสาร) ด้วยตัวเอนแทนและตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น ชื่อหนังสือ./ (ปีที่พิมพ์)./ สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์.

คำย่อสำหรับการลงรายการเอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย		ภาษาอังกฤษ	
อักษรย่อ	ย่อมาจาก	อักษรย่อ	ย่อมาจาก
ม.ป.ป.	ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์	n.d.	no date
ม.ป.ท.	ไม่ปรากฏสถานที่พิมพ์	N.P.	no place
ม.ป.พ.	ไม่ปรากฏสำนักพิมพ์	n.p.	No publisher

- สิ่งพิมพ์ที่อยู่ระหว่างรอพิมพ์ ให้ใช้ข้อความ “(อยู่ระหว่างรอพิมพ์)” สำหรับภาษาไทย และ “(in press)” สำหรับภาษาอังกฤษ
 - (1) การอ้างอิงในเนื้อหา (In-text citation)

จากการทบทวนงานวิจัย (ชื่อผู้แต่ง, อยู่ระหว่างรอพิมพ์) พบว่า.....

จากการทบทวนงานวิจัย (Author, forthcoming) พบว่า.....
 - (2) การอ้างอิงในรายการเอกสารอ้างอิง (References)

ชื่อผู้แต่ง. (อยู่ระหว่างรอพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร.

Author. (forthcoming). Article title. Journal.

เอกสารอ้างอิง

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สำนักหอสมุด. (2556). *คู่มือการพิมพ์วิทยานิพนธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 8, ฉบับแก้ไขและเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Publication manual of the American Psychological Association (6th ed.). (2010). Washington, D.C.: American Psychological Association.

แบบฟอร์มบทความ

ชื่อบทความภาษาไทย.....

ชื่อบทความภาษาอังกฤษ.....

เว้น 1 บรรทัด

ชื่อเจ้าของบทความ (ไม่ใส่คำนำหน้าชื่อ) ชื่อ นามสกุล¹ Name Surname

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา (ไม่ใช่ตำแหน่งทางวิชาการ) ชื่อ นามสกุล² Name Surname.

เว้น 1 บรรทัด

TH SarabunPSK 16
Point ๗๗

14 Point
ทบทวน

เว้น 1 บรรทัด

บทคัดย่อ (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....(ไม่ควรเกิน 1หน้า กระดาษ A4).....

.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

คำสำคัญ , ,

เว้น 1 บรรทัด

Abstract (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....

.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

Keywords: , ,

เว้น 1 บรรทัด

บทนำ (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

[illegible]

.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

¹ ชื่อเจ้าของบทความ (ไม่ใช่คำนำหน้าชื่อ)..... (วุฒิการศึกษาที่ได้รับ เช่น ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัย....., 2558)

หรือหากศึกษาอยู่ ให้ระบุ (ไม่ใส่คำนำหน้าชื่อ)..... (นิสิตหลักสูตร..... คณะ..... มหาวิทยาลัย.....)

Name Surname (M.A. of / Ph.D. of, University....., Year.....)

or Name Surname (Master Student in...../ PhD Student in, Faculty of....., University.....)

² ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... คณะ..... มหาวิทยาลัย.....

Academic Positions..... Name Surname Lecturer of Faculty of..... University.....

คณะ..... มหาวิทยาลัย..... ที่ตั้งมหาวิทยาลัย.....(ไม่ใส่ด้วยย่อ เช่น ตำบล อำเภอ จังหวัด).....

Faculty of, University....., Road....., District....., Province/ Country/ Zip code.....

Corresponding Author E-mail:@..... .com

เว้น 1 บรรทัด

วัตถุประสงค์ (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....
.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....
.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

ระเบียบวิธีวิจัย (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

(ระบุประชากรและกลุ่มตัวอย่าง, กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง, เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล, การเก็บรวบรวมข้อมูล, การวิเคราะห์ข้อมูล)

.....
.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

ผลการวิจัย (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....
.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

อภิปรายผลการวิจัย (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....
.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

ข้อเสนอแนะ (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....
.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

รายการอ้างอิง (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา) (เรียงตามอักษร)

เว้น 1 บรรทัด

ภาษาไทย (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

.....
.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

ภาษาอังกฤษ (TH SarabunPSK 14 Point ตัวหนา)

.....
.....(TH SarabunPSK 14 Point ตัวปกติ).....

- 1 | การรู้เท่าทันสื่อของพระสงฆ์ในภาคเหนือของประเทศไทย
Media Literacy of Thai Monk in the Northern Region of Thailand
• อลิษา ตริโรจนานนท์ Alisha Treerotchananon
- 25 | การปรับตัวของวิทยุกระจายเสียงในยุคหลอมรวมสื่อ
Adaptation of Radio Broadcast During the Media Convergence Era
• สุณิสา เมืองแก้ว Sunisa Muangkaew และ ธีรภัทร วรรณฤมา Therapatt Vannaruemol
- 45 | ความพึงพอใจที่มีต่อสิทธิประโยชน์ทางสังคม
ของผู้บกพร่องทางการได้ยิน ในเขตจังหวัดชลบุรี
Satisfaction with Social Benefits of Hearing Impaired People in Chonburi
• วัชรพงษ์ ทาทอง Watchapamong Kalong และ เอกวิทย์ มณีธรรม Ekkawit Maneethorn
- 69 | การรับรู้ของผู้อ่านและการจัดการองค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
ภาคใต้โฟกัสในยุคดิจิทัล
Reader's Perception and Organization Management
"Focus Pak Tai" of Local Newspaper in The Digital Age
• พิภพกัญญา ยุระพันธุ์ Phikunthip Yurapan และ พัทธนิ์ เขยอรรษา Patchanee Cheyjunya
- 99 | การกำหนดวาระข่าวสารในบริบทสื่อดิจิทัล:
สถานภาพองค์ความรู้และทิศทางการงานวิจัยในอนาคต
Agenda Setting in Digital Environment:
State of the Art and Potential of Future Research
• อภิภู กิตติคำส Abhibhu Kitikamdhorn
- 133 | รู้เท่าทันสื่อดิจิทัลกับบทบาทของผู้บริโภค
Digital Media Literacy: Consumer's Roles
• พิชญพร ประครองใจ Phitchayaporn Prakrongjai และ เอกรงค์ ปันพงษ์ Akkarong Punpong
- 147 | การพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล
เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุในประเทศไทย
Media, Information, and Digital Literacy Indicators
for Advocating Democratic Citizenship of Thai Elderly
• พิทักษ์ศักดิ์ กิตติภักย์ Phithaksak Thisaphak ขนิษฐา อรณพ ณ อยุธยา Chanasara Oranop Na Ayutthaya
และ วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา Weerathep Pathumcharoenwattana