

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2562)

## ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลดำ

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

## บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสิมากุล

## ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.กรรณก นิลดำ

## กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลดำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ดร.ชิมมี อุปรา

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาลี ปรีชาปัญญากุล

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## สถานกึ่งพิมพ์

บริษัท นันทพันธ์พรินต์ติ้ง จำกัด 33/4-5 หมู่ 6 ต.แม่เหียะ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100

## ผู้ทรงคุณวุฒิประจำกองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบญจรงค์กิจ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ฝ่ายดำเนินการและจัดการงานวารสาร

อาจารย์สาวิตรี พรหมสิทธิ์

นางสาวสุรีรัตน์ ศรีทะแก้ว

## กำหนดออก

ปีละ 3 ฉบับ

(มกราคม-เมษายน, พฤษภาคม-สิงหาคม, กันยายน-ธันวาคม)

## อัตราค่าสมาชิก

ปีละ 375 บาท

เล่มละ 125 บาท

## ติดต่อส่งบทความที่ตีพิมพ์หรือขอรับวารสารได้ก็

กองบรรณาธิการ “CRRU Journal of Communication มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่”  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 80 หมู่ 9 ต.บ้านดู่ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 57100  
โทร.0-5377-6016 โทรสาร 0-5377-6057 E-mail address : CRRUJC@gmail.com และ  
Website : <http://jms.crru.ac.th/>

“CRRU Journal of Communication มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่” จัดพิมพ์ขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ “บทความวิชาการ” และ “บทความวิจัย” ทางด้านนิเทศศาสตร์ หรือสาขาอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับ บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) 2 ท่าน แล้ว ทักตะและข้อคิดเห็นของบทความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือว่าเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ



### Published by

**Asst. Prof. Sornchai Mungthaisong, Ph.D.**  
*President of Chiang Rai Rajabhat University*  
**Asst. Prof. Sermsiri Nindum, Ph.D.**  
*Dean of the Faculty of Management Science*

### Editors-in-Chief

**Assoc. Prof. Komsan Rattanasimakul, Ph.D.**

### Editors-in

**Kornkanok Nindum, Ph.D.**

### Editors

**Asst. Prof. Sermsiri Nindum, Ph.D.**  
*Chiang Rai Rajabhat University*  
**Kwanfa Sriprapan, Ph.D.**  
*Chiang Mai University*  
**Simmee Oupra, Ph.D.**  
*Chiang Rai Rajabhat University*  
**Asst. Prof. Nitta Roonkasam, Ph.D.**  
*Pranakorn Rajabhat University*  
**Asst. Prof. Walee Preechapanyakul, Ph.D.**  
*Khon Kaen University*

### Place of publication

Nuntapun Printing Co.,Ltd. 33/4-5 Moo 6, Muang District Chiang Mai 50100

### Editorial Advisory Board

**Prof. Yubol Benjarongkit, Ph.D.**  
*Dhurakij Pundit University*  
**Assoc. Prof. Kanjana Kaewthep, Ph.D.**  
*Chulalongkorn University*  
**Assoc. Prof. Somsuk Hinviman, Ph.D.**  
*Thammasart University*  
**Asst. Prof. Duang-Kamol Chartprasert, Ph.D.**  
*Chulalongkorn University*

### Operation and management of journals

**Miss Sawitree Promsit**  
**Miss Sureerat Sritakaew**

### Issue Date

Three issues per year  
(January-April, May-August, September-December)

### Subscription Rate

Member: 375 Baht a year  
Retail: 125 Baht per issue

To submit articles for publication or subscribing to the Journal, contact the following address.

"CRRU Journal of Communication, Chiang Rai Rajabhat University", Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, 80 Moo 9, Bando, Muang District, Chiang Rai, THAILAND 57100 Tel. 0-5377-6016 Fax. 0-5377-6057 E-mail address : CRRUJC@gmail.com Website : <http://jms.crru.ac.th/>

"CRRU Journal of Communication, Chiang Rai Rajabhat University" is an academic journal in the field of communication or related fields. Every published article is 2 peer reviewed. Views and opinions expressed in the journal do not necessarily reflect those of the editors.

**รายนามคณะผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความประจำ**  
**“CRRU Journal of Communication มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย”**  
(รายนามเรียงตามตัวอักษร)

**สาขาวิชานิเทศศาสตร์**

**รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ**

*คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์**

*คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*

**ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์**

*คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*

**รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสิมากุล**

*คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ขุนศรี**

*คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ขาติประเสริฐ**

*คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*

**รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิโรโสภณ**

*คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม**

*คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยุทธ วรรณอุดม**

*คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*

**ดร.มานะ ตีรยาภิวัฒน์**

*คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*

**รองศาสตราจารย์รุ่งนภา พิตรปรีชา**

*คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาลี ชันฉวาร**

*คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*

*มหาวิทยาลัยขอนแก่น*

**ดร.ศศิธร ยวโกศล**

*มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*

**รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน**

*คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน*

*มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ พงศ์กิตติวิบูลย์**

*คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลดำ**

*คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถอุดม**

*คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*

## สารบัญ

รายนามคณะผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความประจำกองบรรณาธิการ “CRRU Journal of Communication มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย”	ก
ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น ในจังหวัดเชียงราย เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์	1
“กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชารอง โครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน” อภิสรากฤตวาทินิชย์	21
การสื่อสารผ่านชุดวิถีทัศน์เพื่อส่งเสริมสุขภาวะ 60. ของนักเรียนชั้นประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ มัทนา อินไชย และ ศุภนิช จันทร์สอง	47
การกำหนดกรอบเพื่อให้ความหมายของความเป็นแม่ในละครโทรทัศน์ เรื่อง “กรงกรรม” อัญมณี ภักดีมवलชน และ คมสัน รัตนะสิมากุล	68
หลักเกณฑ์และการเตรียมต้นฉบับสำหรับการเสนอบทความ เพื่อเผยแพร่ใน “CRRU Journal of Communication มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย”	99
ใบสมัครสมาชิก	105

# ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น ในจังหวัดเชียงราย

## Relationship between Uses of Social Media and Media Literacy of Teenage of Chiang Rai Province

Received: 05/04/62

Revised: 01/05/62

Accepted: 10/05/62

เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์\*

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย (2) เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ วัยรุ่นอายุ 18-25 ปี ที่พำนักในจังหวัดเชียงราย ขนาดตัวอย่าง 400 คน ใช้แบบสอบถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจเนื้อหาจำนวน 3 ท่านพิจารณาและทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคได้ค่าความเชื่อมั่น .87 ใช้สถิติแจกแจงร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และค่าสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สันสำหรับทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า การใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย 3 อันดับแรกคือ Facebook, YouTube, Instagram มีปริมาณการใช้อยู่ในระดับมาก ส่วนการรู้เท่าทันสื่อจัดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อนำมาทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อพบว่า ส่วนใหญ่การใช้สื่อสังคมแต่ละประเภทจะมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ :** การใช้สื่อสังคม การรู้เท่าทันสื่อ วัยรุ่น จังหวัดเชียงราย

---

\* ปร.ด. (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2553) ปัจจุบันเป็น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำโปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ (การสื่อสารสื่อใหม่) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

## Abstract

The objectives of this research are to study the uses of social media, the media literacy skills, and relationship between the uses of social media and the media literacy skills of teenage of Chiang Rai Province. 400 samples attending the teenage located in Chiang Rai Province were selected Simple Random Sampling. Questionnaire was used as a research tool for gathering data. Content validity of questionnaire was examined by 3 content experts. Cronbach's alpha was also applied in a pre-test stage to measure the reliability of the research instrument. The alpha coefficient for all items was .87. Descriptive statistic was analyzed research data and Pearson's correlation was tested hypothesis.

Finding: Teenage of Chiang Rai Province used Facebook, YouTube and Instagram in high levels, media literacy skills in moderate level. In term of the relationship between the uses of social media and media literacy skills found that related at level of statistical significance of .05.

**Keywords :** Uses of Social Media, Media Literacy, Teenage, Chiang Rai Province

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

คงไม่มีใครปฏิเสธถึงบทบาทของสื่อสังคม (Social Media) ได้เข้ามามีผลต่อชีวิตประจำวันของมวลมนุษย์ในสังคมปัจจุบัน จากการรายงานสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกในปี ค.ศ. 2017 ของ We Are Social ดิจิทัลเอเจนซี และ Hootsuite ผู้ให้บริการระบบจัดการ Social Media และ Marketing Solutions ได้รวบรวมสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกพบว่า มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกมากกว่า 4,000 ล้านคน มีจำนวนประชากรกว่า 3,000 ล้านคนทั่วโลกใช้สื่อสังคม (Social Media) เป็นประจำทุกเดือน โดย 9 ใน 10 คนของผู้ใช้สื่อสังคมจะเลือกผ่านทางสมาร์โฟน (BRAND BUFFET, ออนไลน์)

สำหรับประเทศไทย We Are Social ดิจิทัลเอเจนซี และ Hootsuite ยังได้รายงานว่ามีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 57 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นผู้ใช้สื่อสังคมมากกว่าถึง 51 ล้านคน ซึ่งมีผู้ใช้งานเป็นประจำผ่านสมาร์โฟนจำนวน 46 ล้านคน นอกจากนี้คนไทยยังใช้เวลาในการเล่นสื่อสังคมโดยเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 10 นาทีต่อวัน และใช้เวลาในการดูทีวีออนไลน์ประเภท Broadcast, Streaming, Video On Demand ไม่ต่ำกว่า 4 ชั่วโมง 3 นาทีต่อวัน (BRAND BUFFET, ออนไลน์)

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าวยังได้นำเสนอว่า กลุ่มผู้ใช้ Facebook มากที่สุดในประเทศไทย คือ กลุ่มอายุระหว่าง 18-34 ปี ซึ่งเป็นผู้บริโภครุ่น Millennials ที่ใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ตามด้วยกลุ่มอายุ 35-44 ปี เป็นผู้บริโภครุ่น Gen Y- Gen X. (BRAND BUFFET, ออนไลน์) จากการรายงานผลข้างต้นได้ตอกย้ำให้เห็นถึงบทบาทที่สื่อสังคมที่มีต่อชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นที่มาถึงโครงการศึกษาการใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายมีลักษณะอย่างไร ทั้งนี้เพราะเชียงรายจัดเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของกลุ่มวัยรุ่นอายุ 18-24 ปี เนื่องจากมีสถาบันการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา อาชีวศึกษา และอุดมศึกษาหลายแห่ง อาทิ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม เชียงราย วิทยาลัยเชียงราย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการศึกษาถึงระดับการรู้เท่าสื่อ (Media Literacy) เพื่อตอบข้อสงสัยว่า เมื่อมีการใช้สื่อสังคม (Social Media) อันมิใช่เพียงเครื่องมือในการสื่อสาร แต่ยังเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของเยาวชน กระนั้นยังแฝงภัยเงียบที่มาถึงสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสารที่ผู้ใช้อาจถูกครอบงำทางความคิดได้โดยขาดความขบคิด เช่น อาจถูกโน้มน้าวใจให้ออกเล่นการพนัน ถูกล่อลวงไปกระทำเราเกิดพฤติกรรมเลียนแบบสิ่งปรากฏในสื่อสังคมอย่างขาดสติ เช่น การบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย การมีพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงเพื่อเอาชนะผู้อื่น ห้างเหินกับสังคมนอกรีต และการเข้าใช้สื่อสังคมมากเกินไปจนทำลายสมองเหมือนกับผู้คิดแอลกอฮอล์ และผู้ที่เล่นการพนัน เป็นต้น (สุวรรณี คำมั่น, 2551; ประพิมพ์พรรณ สุวรรณภู, 2552; พิระชญา วีระสุขโข, 2555; ศรีดา ดันทะ อธิพานิช, 2555) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกฤษณา พิมลแสงสุริยาและคณะ(2552) ได้ชี้ให้เห็นว่าเยาวชนไทยที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยยังมีความรู้เท่าทันสื่อไม่เพียงพอหรือยังคงถูกครอบงำทางความคิดโดยสื่อ กระนั้นสื่อสังคมยังถือว่ามีประโยชน์ต่อวงการการศึกษาเนื่องจากการนำสื่อสังคมมาใช้สำหรับการเรียนการสอน โดยการใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารระหว่างครู/อาจารย์กับนักเรียน/นักศึกษาในยามที่มีปัญหาทำให้ติดต่อกับครู/อาจารย์ได้ทันทีที่สามารถลดช่องว่างด้านความสัมพันธ์ระหว่างครู/อาจารย์และผู้เรียนลงได้ (ธนะวัฒน์ วรรณประภา, 2560)

ในขณะที่เดียวกันการศึกษาก็ยังมุ่งประเด็นไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อ เนื่องจากที่ผ่านมามีการศึกษาความสัมพันธ์ของการรู้เท่าทันสื่อ กับพฤติกรรมการป้องกันตัวเองจากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลทางอินเทอร์เน็ต (สุภารัตน์ แก้วสุทธิ, 2553) หรือความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์กับการรู้เท่าทันสื่อที่มีต่อความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศและการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักร่วมของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร (อริษา งามวุฒิวร, 2553) และการศึกษาของกฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ

(2561) มุ่งศึกษาปัจจัยด้านลักษณะทางประชากร การรู้ทันสื่อ การรู้ทันตนเองที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกา​รเปิดรับข่าว​สารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือการศึกษาของบุพผา​เมษศรีทองคำ (2555) นพพร สุนะ (2556) และณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2557) มุ่งศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของ​เยาวชนในการใช้สื่อสังคมและสื่อออนไลน์ แต่ยังไม่มียงานวิจัยที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์​ระหว่างการใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อ ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงสนใจที่จะศึกษา​ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองในเชิงสหสัมพันธ์ด้วย

จากเหตุผลข้างต้นจึงนำมาสู่โจทย์การวิจัยที่ต้องการศึกษาถึงพฤติกรรมกา​รใช้​สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายกับความสัมพันธ์ที่มีต่อการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อนำไปสู​่การวางนโยบายและการพัฒนาหลักสูตรด้านการสื่อสารต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่น​ในจังหวัดเชียงราย

## คำถามการวิจัย

1. วัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายมีการใช้สื่อสังคมอยู่ในระดับใด
2. วัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายมีวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อสังคมอย่างไร
3. วัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายมีการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับใด
4. ความสัมพันธ์ของการใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายกับการรู้เท่าทันสื่อ​เป็นอย่างไร

## สมมุติฐานการวิจัย

การใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของสื่อสังคม (Social Media)

Marketingoops (2552) อธิบายคำว่า Social Media ซึ่งในภาษาไทยตรงกับคำว่า

สื่อสังคม หมายถึง สังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร เขียนเล่าเนื้อหาเรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่น ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนผ่านทางเว็บไซต์ Social Media ที่ให้บริการบนโลกออนไลน์ ปัจจุบันการสื่อสารแบบนี้จะทำผ่านทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือเท่านั้น

Thumbsup (2554) ได้อธิบายเกี่ยวกับ Social Media ว่าหมายถึง การใช้บริการ Web-based และเทคโนโลยีทางด้าน Mobile ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารไปสู่การปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันมากขึ้น

Kaplan และ Haenlein ได้นิยาม Social Media ว่าหมายถึง กลุ่มของแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ตที่สร้างบนระบบความคิดอันเป็นรากฐานของสังคมและทางเทคโนโลยี ด้วยแนวความคิดของ web 2.0 และเปิดให้คนแลกเปลี่ยนเนื้อหาที่เกิดจากผู้ใช้ (Thumbsup, 2554)

SEO (2554) ได้อธิบายเกี่ยวกับ Social Media ว่าหมายถึง สื่อในสังคมออนไลน์ที่ในปัจจุบันนิยมใช้งานกันมากและมีการใช้งานในรูปแบบการสื่อสารสองทาง (Interactive) ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเข้าถึง Social Media ประเภทต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยผู้ใช้งานสามารถเข้ามาแบ่งปันความรู้ ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ให้แก่กันได้อย่างอิสระและสามารถโต้ตอบแสดงความคิดเห็นกันได้อย่างทันทีทันใด

วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี (2556, ออนไลน์) ได้นิยามเกี่ยวกับ Social Media ว่าเป็นรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคมสำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ตเขียนและอธิบายความสนใจ และกิจกรรมที่ได้ทำ และเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น ในบริการเครือข่ายสังคมมักจะประกอบไปด้วย การแชท การส่งข้อความ อีเมล วิดีโอ เพลง อัปโหลดรูป บล็อก

ธัญวัฒน์ กาบคำ (2553) ได้อธิบายเกี่ยวกับ Social Media ว่าหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้

จากคำอธิบายข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า สื่อสังคม (Social Media) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการทำกิจกรรมร่วมกันบนอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบของเว็บไซต์ สามารถสื่อสารได้ 2 ทาง โดยผู้ใช้เป็นผู้สื่อสารเรื่องราว รูปภาพ และวิดีโอ เชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น แบ่งปันให้ผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนได้รับรู้ ช่วยให้หาเพื่อนบนโลกอินเทอร์เน็ตได้ง่าย เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์แบบออนไลน์อีกแห่งหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถที่จะสร้างประวัติส่วนตัว เพื่อแนะนำตัวเอง และสร้าง

เครือข่ายส่วนบุคคลของคนเพื่อติดต่อกับผู้อื่น เช่น Facebook, Line, Instagram, Twitter, Google+, Youtube เป็นต้น สื่อสังคมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเว็บที่สร้างขึ้นมาเพื่อการตอบสนองความต้องการในการติดต่อธุรกิจหรือหาเพื่อนบนโลกไซเบอร์ทั้งสิ้น

### พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม

การศึกษาของปณิชา นิติพรมงคล (2554) เรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า Facebook เป็นเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่คนทำงานให้ความนิยมในการเป็นสมาชิกมากที่สุด เนื่องจาก Facebook ช่วยสร้างเครือข่ายเพื่อนเก่าและหาเพื่อนใหม่สามารถส่งข้อความแลกเปลี่ยนความสนใจซึ่งกันและกัน โดย Facebook มีการจัดรูปแบบให้สามารถสื่อสารกันได้อย่างใกล้ชิด

ผลการศึกษาของปณิชา นิติพรมงคล พบว่า คนทำงานมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนบ่อยที่สุด รองลงมาจะเข้าไปอัปเดตข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวในสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสนิยมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เข้าไปโพสต์ข้อความ เรื่องราวที่น่าสนใจ และคอมเมนต์บทความที่น่าสนใจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เข้าไปค้นหาข้อมูลข่าวสารสินค้าและบริการบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เข้าไปส่งต่อความรู้ต่าง ๆ (share) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปยังเพื่อน ๆ คลิกเข้าไปค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม เมื่อเห็นข่าวสารจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เข้าไปกด Like (ถูกใจ) หรือ (แสดงความพึงพอใจ) ข้อมูลสินค้าและบริการบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เข้าไปแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เข้าไปร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่หน่วยงานจัดขึ้น โดยพบเห็นข้อมูลกิจกรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ และนาน ๆ ครั้งจะเข้าไปสั่งซื้อสินค้าและบริการบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

นอกจากนี้ผลการศึกษาของปณิชา นิติพรมงคล ยังพบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเพศอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ โดยเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้บริการเข้าไปกด Like (ถูกใจ) หรือ แสดงความพึงพอใจสินค้าและบริการบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ทางหน่วยงานจัดขึ้น โดยพบเห็นข้อมูลกิจกรรมบนสื่อสังคม (Social Media) เข้าไปอัปเดตข้อมูล ความเคลื่อนไหวในสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสนิยมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนและเข้าไปโพสต์ข้อความ เรื่องราวที่น่าสนใจ และคอมเมนต์บทความที่น่าสนใจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

อย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนด บทบาทและกิจกรรมของหญิงชายไว้ต่างกัน จึงส่งผลให้พฤติกรรมการสื่อสารของหญิง และชายต่างกันด้วยและการศึกษาความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับการรับสารและใช้สื่อ การศึกษา ของผู้รับสารทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป โดยคนที่มีการศึกษาสูง จะเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากมีความรู้กว้างขวางในหลาย ๆ เรื่อง และสามารถเข้าใจสารได้ดี จึงส่งผลให้คนที่มิระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

### ผลที่ได้จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ในโลกยุคนี้ทุกสิ่งล้วนเป็นระบบออนไลน์ นับเป็นความสะดวกสบายพร้อม ประโยชน์เหลือหลาย ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลความรู้มหาศาล การติดต่อสื่อสารจากทั่วทุกมุมโลก จากเว็บจำพวกเครือข่ายสังคมออนไลน์ พร้อมอัปเดตข่าวสารความเคลื่อนไหวในระดับสากล การหาเพื่อน การฝึกภาษา รวมถึงความสนุกสนาน บันเทิงจากการเล่นเกม ดูหนัง ฟังเพลง เพียงแค่คลิกก็ง่ายดั่งใจ ในเมืองไทยเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ Facebook, Line, Instagram และ Twitter โดยข้อดีของเว็บเหล่านี้ เช่น ทำให้ได้พบเพื่อนใหม่ และเพื่อนเก่าเป็นช่องทางการตลาดเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน พักสมองจากความเครียด และเว็บไซต์เหล่านี้นับเป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อม ใช้เป็นพื้นฐานในการหาข้อมูล ต่างๆ ได้ทั้งจากคำบอกกล่าวของเพื่อนๆ ในนั้น การได้ดูคลิปวิดีโอ บทสัมภาษณ์ และอื่นๆ อีกมากมาย และเป็นพื้นที่ที่ผู้ใช้สามารถเสนอและแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ หรือตั้งคำถามในเรื่องต่างๆ เพื่อให้บุคคลอื่นที่สนใจหรือมีคำตอบได้ช่วยกันตอบ

### ข้อดีข้อเสียของการใช้สื่อสังคม

1. เสียเวลาในการทำกิจกรรมอื่น ถ้ารู้จักเล่นให้เป็นเวลา จะมีประโยชน์มาก แต่ถ้าเล่นแบบหัวปักหัวปำ จะทำให้เสียเวลาที่จะทำอย่างอื่นไปหลายข้อเลยทีเดียว ข้อเสียอันดับแรก คือ เรื่องของเวลา คนจะใช้เวลาในการออนไลน์มากขึ้น ฉะนั้นหลายคนที่ใช้เว็บพวกนี้มาก เวลาที่จะให้กับสื่ออื่นๆ จะลดน้อยลง อาจดูทีวี ฟังวิทยุ น้อยลง หันมาเล่นเว็บพวกนี้มากขึ้น สังคมอาจจะหายไปบ้าง เจอแต่เพื่อนในอินเทอร์เน็ต
2. สุขภาพจิตเมื่อเข้าขั้นเสพติด สำหรับมุมมองของนักจิตวิทยาจะมองว่า เมื่อคุณเล่นเว็บไซต์ใดๆ ก็ตามถึงขั้นเสพติดแล้ว ก็ยากยิ่งที่จะแก้ไข และมันจะส่งผลกระทบต่อร่างกายคุณแน่นอน ข้อเสียของเว็บพวกนี้ อาจจะเป็นแหล่งมั่วสุมของวัยรุ่นนำไปใช้ในทางที่ผิดจนเกิดผลเสียทั้งตัวเองและคนอื่น วัยรุ่นอาจจะหมกมุ่นอยู่กับเว็บเหล่านี้จนขาดความสนใจ

ที่จะออกไปเล่นกีฬาหรืองานอดิเรกอย่างอื่นที่มีประโยชน์และสร้างสรรค์ หากใช้เวลาเล่นเว็บเหล่านี้จนขาดความสนใจที่จะออกไปเล่นกีฬาหรืองานอดิเรกอย่างอื่นที่มีประโยชน์และสร้างสรรค์ หากใช้เวลาลเล่นเว็บเหล่านี้มากจนเกิดอาการติด (Facebook Addict) ไม่ว่าจะเข้า สาย บ่าย เย็น ดึก ก็ต้องเข้ามาอ่าน อัพ เม้นต์ กันตลอดเวลา ขอมมีผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน เพราะแต่ละวันวัยรุ่นจะเข้าไปเสพหรือแสวงหาความสุขในเว็บเหล่านั้น จนลืมโลกของความเป็นจริงไป อาจจะรู้สึกเศร้า เหงา ซึม โดดเดี่ยว เพราะไม่มีเพื่อนในชีวิตจริง ไม่กล้าเผชิญหน้ากับคนอื่น และขาดทักษะในการเข้าสังคม

3. อาจถูกล่อลวงได้ เห็นได้ตามหน้าข่าวหนังสือพิมพ์ที่มีข่าวการหลอกลวงโดยใช้ทั้งการแชท และการติดต่อผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งช่องทางเหล่านี้เหมือนเป็นประตูสำหรับเหล่ามิชชันนารีหรือผู้ไม่ประสงค์ดีให้มาทำความรู้จักกับเราได้ และหากผู้ใช้รู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือขาดวิจารณญาณ อาจโดนหลอกลวงผ่านอินเทอร์เน็ตหรือการนัดเจอกันเพื่อจุดประสงค์ร้าย

4. ข้อมูลส่วนตัวอาจถูกเปิดเผยเรื่องความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล บางคนให้ข้อจริงไปให้รูป ให้ข้อมูลหมดทุกอย่าง อาจทำให้คนเข้ามาเห็นข้อมูลเราได้มากขึ้น ความเป็นส่วนตัวจะน้อยลงไป คงต้องพยายามเลือกเครือข่ายที่จะเข้าไปคุย คือ คุยกันเฉพาะเพื่อน ถ้าจะคุยกับคนแปลกหน้าต้องให้ความใส่ใจกับความปลอดภัยของข้อมูล

## แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

คำว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” มาจากคำว่า Media Literacy รวมเอาคำว่า “สื่อ” (media) และคำว่า “การอ่านออกเขียนได้” (literacy) เข้าด้วยกัน หากพิจารณาความหมายของคำแรกคือ คำว่า สื่อ (media) มีความหมายถึง “ตัวสื่อ” คือ ช่องทางที่มีความหลากหลายในการสื่อสารยุคปัจจุบันทั้งสื่อที่เป็นสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต รวมไปถึงช่องทางในการสื่อสารอื่นๆ อีก เช่น สื่อบุคคล สื่อโฆษณาทางการตลาดอื่นๆ ฯลฯ ส่วนคำว่า “การอ่านออกเขียนได้” ที่มีที่มาจากคำว่า literacy นั้น ยังคงเป็นคำที่มีหลายฝ่ายให้ความหมายแตกต่างกันออกไป บางแห่งนิยามว่าเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ (knowledge) แต่ในขณะที่เดียวกันมีผู้นิยามว่าเป็นความรู้ที่เป็นทักษะ (skill) และเป็นมากกว่าเพียงแค่การรู้ หรือเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น แต่จะต้องมีความเชี่ยวชาญและความชำนาญในความรู้นั้นๆ ด้วย (Potter, 2004, pp. 54-56) เพราะที่มาของคำนี้มาจากการถ่ายทอดความรู้ในยุคโบราณของหลายวัฒนธรรมที่ใช้การสื่อสารด้วยวาจาเป็นหลักสำหรับชนชั้นทั่วไป ส่วนการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษรนั้นจะเป็นความรู้ที่ถ่ายทอดกันในกลุ่มขุนนาง พระ

หรือชนชั้นสูงของสังคม ดังนั้นผู้ที่มีความสามารถในการอ่านอักษร และเขียนอักษร คืออ่านออกเขียนได้จึงได้รับการยอมรับนับถือว่า เป็นผู้มีความรู้ (literate) มากกว่าชาวบ้านธรรมดา เมื่อนำความหมายของทั้ง 2 คำมารวมกัน คำว่า “ความรู้เท่าทันสื่อ” จึงมีความกว้างขวางครอบคลุมบริบทในชีวิตประจำวันของผู้รับสารในสังคมยุคการสื่อสาร นอกจากนี้ยังมีความแตกต่างในแต่ละมุมมองของสาขาอาชีพอีกด้วย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์และสรุปค่านิยมของคำว่า การรู้เท่าทันสื่อให้มีความชัดเจนเพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาแนวคิด ตลอดจนการเรียนการสอนให้ผู้รับสารมีความรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อมีการพัฒนาองค์ความรู้มาอย่างต่อเนื่อง มีนักวิชาการจากหลายสาขานิยาม “การรู้เท่าทันสื่อ” ในแต่ละค่านิยามนั้นมีทั้งจุดร่วมบางอย่างที่เหมือนกันและองค์ประกอบบางอย่างที่ต่างกัน ค่านิยามหลายชุดมักมีลักษณะเป็นนามธรรมสูง จากการรวบรวมข้อมูลในตารางที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน เอกสาร รวมทั้งข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ได้มีนิยามความหมาย media literacy ไว้อย่างหลากหลาย โดยมีความเชื่อมโยงกับคำว่า media education และ media study และในบางครั้งพบว่า มีการใช้คำว่า media awareness แสดงให้เห็นถึงแง่มุมทางวิชาการที่ได้รับความสนใจจากบุคคลทั้งในวงการสื่อสารและด้านอื่นๆ ทั่วโลก โดยผู้ศึกษาได้นำมารวบรวมไว้ดังนี้

นิยามที่ได้รับการอ้างถึงมากที่สุดเป็นค่านิยามที่เกิดจากการประชุมนานาชาติว่าด้วยเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ (National Leadership Conference on Media Literacy) ในปี 1992 ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสถาบันแอสเพน นักวิชาการจากหลายประเทศได้ร่วมหารือถึงสถานการณ์ด้านการรู้เท่าทันสื่อของแต่ละประเทศ โดยได้ร่วมกันนิยามความรู้เท่าทันสื่อว่า “ความสามารถของพลเมืองในการเข้าถึง วิเคราะห์ และประเมินข่าวสาร เพื่อผลลัพธ์ที่เฉพาะเจาะจง” (Baran, 2002, p.51) ผู้ศึกษาพบว่า นิยามนี้ได้รับความนิยมในการนำมาอ้างถึงมากที่สุดที่ได้ศึกษาจากตำราและข้อมูลด้านการรู้เท่าทันสื่อ เนื่องจากมีลักษณะที่กระชับและชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามนักวิชาการอีกจำนวนมากต่างได้นิยามการรู้เท่าทันสื่อไว้ในลักษณะอื่นตามมุมมองของตนเองไว้อีกด้วย

### ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

อูยา บิ๊กกินส์ (2555) ได้เสนอทักษะการรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วยทักษะ 4 รูปแบบ ได้แก่ การเข้าถึง (access) การวิเคราะห์ (analysis) การประเมิน (evaluate) และการสร้างสรรค์

(create) ซึ่งสอดคล้องกับนิยามทักษะการรู้เท่าทันสื่อของ Center for Media Literacy (2008) ที่กล่าวถึงทักษะการรู้เท่าทันสื่อแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งสามารถปรับใช้กับการเข้าถึงสื่อรับรู้ และเข้าใจความหมายของสื่อที่หลากหลายรูปแบบโดยไม่จำกัดอยู่ที่สื่อใดสื่อหนึ่ง ส่งผลต่อความสามารถคิดวิเคราะห์ แยกแยะข้อเท็จจริง ให้เหตุผลเชิงสนับสนุนผลดีผลเสียของสื่อ ประเมินสื่อในลักษณะต่างๆ ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

1. ทักษะการเข้าถึง (Access Skills) หมายถึง ความสามารถในการใช้สื่ออย่างหลากหลาย รวดเร็ว และเพิ่มความสามารถ เข้าใจความหมายของเนื้อหา สัญลักษณ์ เลือกรองข้อมูลและใช้ประโยชน์จากสื่อได้ตรงกับวัตถุประสงค์ตนเองต้องการ

2. ทักษะการวิเคราะห์ (Analysis Skills) หมายถึง ความสามารถในการแยกแยะข้อเท็จจริงของสื่อ การโน้มน้าว การเสนอสื่อเกินจริง ข้อดี ข้อเสีย และคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อตนเองและผู้อื่นที่เกิดจากสื่อ เข้าใจวัตถุประสงค์ของสื่อทั้งทางตรงและวัตถุประสงค์แฝงในรูปแบบต่างๆ จากสื่อที่หลากหลาย และสามารถให้เหตุผลสนับสนุนอย่างสมเหตุสมผล

3. ทักษะการประเมินสื่อ (Evaluate Skills) หมายถึง ความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับสื่อ เชื่อหรือไม่เชื่อ เลือกรับหรือปฏิเสธข่าวสารจากสื่อ โดยมีกระบวนการวิเคราะห์ที่สร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น ตัดสินคุณค่าความถูกต้องเหมาะสม และคุณภาพของสารสนเทศที่ได้รับจากสื่อบนพื้นฐานของประสบการณ์เดิมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และหลักการประชาธิปไตย

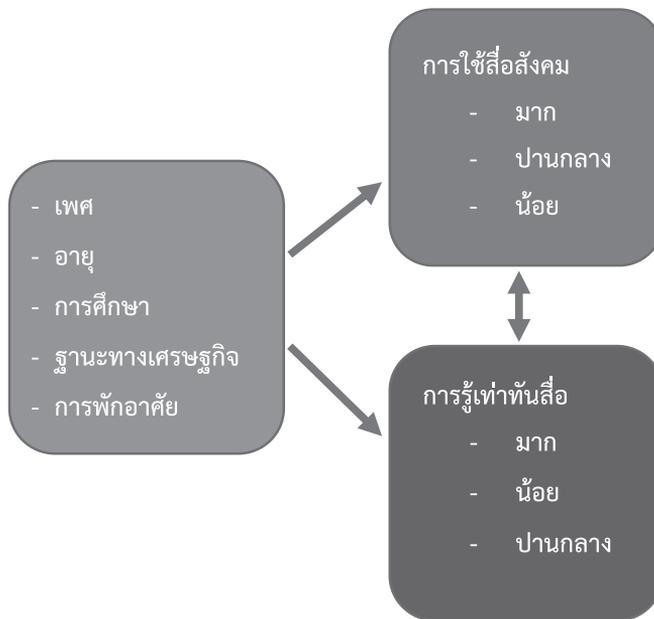
4. ทักษะการสร้างสรรค์ (Create Skills) หมายถึง ความสามารถที่แสดงออกถึงการออกแบบ วางแผน การนำเสนอข้อมูลสารสนเทศ องค์ความรู้ ความคิดเห็นของตนผ่านสื่อที่เลือกอย่างเหมาะสม มีความรับผิดชอบ มีจริยธรรม ตรงไปตรงมาตรงตามวัตถุประสงค์ของตน ใช้เทคโนโลยีในการแก้ไขและเผยแพร่สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skills) หมายถึง ความสามารถเกี่ยวกับการแสดงออกถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในการวิพากษ์ แสดงความคิดเห็น ทำงานร่วมกัน และใช้ประโยชน์จากสื่อของผู้อื่น เพื่อนำไปสู่การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะต่างๆ ที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม การเปิดเผยการแสดงความคิดเห็นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจริยธรรมรวมถึงการเปิดโอกาสให้บุคคลอื่นเข้ามามีส่วนร่วมในการวิพากษ์ แสดงความคิดเห็น ทำงานร่วมกันและใช้ประโยชน์จากสื่อของคนอย่างเหมาะสม

## กรอบการวิจัย

การศึกษานี้มีมุ่งศึกษาการใช้สื่อสังคม หมายถึง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสาร เปิดรับข้อมูลข่าวสาร สินค้าและบริการ รวมถึงสืบค้นติดตามความเคลื่อนไหวในสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสนิยมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้วยการเข้าไปกด like love sad รวมถึงการเข้าไปโพสต์ข้อความ คอมเมนต์เรื่องราวที่น่าสนใจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ รวมถึงเข้าไปส่งต่อความรู้ต่างๆ (share) บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปยังเพื่อนๆ คลิกลงไปค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม อีกทั้งเข้าไปร่วมกิจกรรมต่างๆ บนสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนการรู้เท่าทันสื่อในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง ทักษะการเข้าถึง (access) ทักษะการวิเคราะห์ (analysis) ทักษะการประเมิน (evaluate) และทักษะการสร้างสรรค์ (create)



## ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีการเชิงปริมาณซึ่งมีวิธีการดังนี้

### ประชากร

ได้แก่ วัยรุ่น อายุระหว่าง 18-25 ปี ที่มีแหล่งพำนักในจังหวัดเชียงราย

## กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่เป็นวัยรุ่นอายุระหว่าง 18-25 ปีที่พำนักในจังหวัดเชียงราย จึงใช้สูตรหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชชัชบัญชา, 2549, หน้า 74) จากการแทนค่าพบว่า ขนาดตัวอย่างคือ 384 คน เพื่อสะดวกในวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้จึงจะใช้ขนาดตัวอย่าง 400 คน โดยเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ

## เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 สืบถามข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ ตอนที่ 2 เก็บข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคม และตอนที่ 3 เก็บข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรู้เท่าทันสื่อ โดยตอนที่ 2 และ 3 มีระดับการวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด = 5 คะแนน, มาก = 4 คะแนน, ปานกลาง = 3 คะแนน, น้อย = 2, และน้อยที่สุด = 1 คะแนน

แบบสอบถามชุดนี้ได้ทำการวัดค่า IOC โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินจำนวน 3 คน ได้ค่าคะแนน .79 หมายความว่าเนื้อหาการใช้ภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถามถูกต้อง หลังจากนั้นนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อถือพบว่า มีค่า  $r = .87$

## วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ได้แก่ ค่าสถิติแจกนับ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation)

## ผลการวิจัย

การศึกษานี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 มีอายุอยู่ระหว่าง 21-23 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.00 กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.80 ได้รับค่าใช้จ่ายต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 มักจะอาศัยหอพัก/คอนโด/บ้านเช่าตามลำพังมีจำนวน 174 คิดเป็นร้อยละ 43.50 รายละเอียดแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ลักษณะเชิงประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	125	31.30
	หญิง	254	63.50
	LGBT	21	5.30
	<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
อายุ	15-17 ปี	44	11.00
	18-20 ปี	113	28.00
	21-23 ปี	216	54.00
	24- 25 ปี	27	6.80
	<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
กำลังศึกษา อยู่ในระดับ	มัธยมปลาย	43	10.80
	ปวช.	45	11.30
	ปวส.	57	14.30
	ปริญญาตรี	251	62.80
	สูงกว่าปริญญาตรี	4	1.00
	<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
ค่าใช้จ่ายที่ ได้รับต่อ เดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท	189	47.30
	5,000 – 7,500 บาท	140	35.00
	7,501 – 10,000 บาท	56	14.00
	มากกว่า 10,000 บาท	15	3.80
	<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
ลักษณะ การพักอาศัย	อาศัยอยู่ในบ้านกับบิดาและมารดา	73	18.30
	อาศัยอยู่ในบ้านอยู่กับบิดาหรือมารดา	20	5.00

ลักษณะเชิงประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
	อาศัยอยู่ในบ้านผู้ปกครองที่ไม่ใช่บิดา/มารดา	7	1.80
	อาศัยอยู่ในหอพัก/คอนโด/บ้านเช่าโดยลำพัง	174	43.50
	อาศัยอยู่ในหอพัก/คอนโด/บ้านเช่ากับเพื่อน	91	22.80
	อาศัยอยู่ในหอพัก/คอนโด/บ้านเช่ากับแฟน	35	8.80
	<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

### การใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาพบว่า การใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เฟซบุ๊ก มีผู้ใช้ 395 คนจาก 400 คน คิดเป็นร้อยละ 98.80 อันดับสอง ได้แก่ ยูทูป มีผู้ใช้ 361 คนจาก 400 คน คิดเป็นร้อยละ 90.30 และอินสตาแกรมเป็นอันดับที่สามมีผู้ใช้ 326 คนจาก 400 คนคิดเป็นร้อยละ 81.50 ทั้ง 3 แอปพลิเคชันนี้วัยรุ่นมีการใช้ในระดั้มาก ส่วนแอปพลิเคชันอื่น ๆ วัยรุ่นมีการใช้แตกต่างกัน ไปดังแสดงในตารางที่ 2

### ตารางที่ 2 การใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย

สื่อสังคม	จำนวน 400 คน มีผู้ใช้		ระดับการใช้		
	จำนวน	ร้อยละ	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
Facebook	395	98.80	4.05	1.01	มาก
YouTube	361	90.30	3.81	1.07	มาก
Instagram	326	81.50	3.45	1.20	มาก
Line	307	76.80	3.32	1.14	ปานกลาง
twitter	173	43.30	2.35	1.17	น้อย
Pantip	86	21.50	1.75	1.06	น้อยที่สุด
Pinterest	58	14.50	2.67	1.36	ปานกลาง
Snapchat	15	3.80	1.90	1.02	น้อย
LinkedIn	2	.50	1.81	1.05	น้อย
WhatsApp	4	1.00	1.77	1.05	น้อยที่สุด

### การรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาพบว่า วัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายมีทักษะการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง แต่ละองค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึงสื่อมวลชน (access) ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ (access) ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ (analysis) ความสามารถในการประเมินสื่อ (evaluate) และความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อ (create) จัดอยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย

การรู้เท่าทันสื่อมวลชน	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ความสามารถในการเข้าถึงสื่อ (access)	3.05	.87	ปานกลาง
ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ (analysis)	3.02	.87	ปานกลาง
ความสามารถในการประเมินสื่อ (evaluate)	3.02	.87	ปานกลาง
ความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อ (create)	2.78	1.04	ปานกลาง
รวม	2.97	.82	ปานกลาง

### ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อ

การศึกษาในส่วนนี้เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ว่า “การใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ” ด้วยสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson’s Correlation) ผลการศึกษา (แสดงในตารางที่ 4) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

(1) กลุ่มยอมรับสมมติฐานที่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เชิงบวก หมายความว่า การใช้สื่อสังคมมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ สื่อสังคมกลุ่มนี้ประกอบด้วย Facebook, Line, Instagram และ YouTube

(2) กลุ่มยอมรับสมมติฐานแต่ความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม เนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เชิงลบ หมายความว่า การใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม สื่อสังคมกลุ่มนี้ได้แก่ WhatsApp, Pinterest, Snapchat และ LinkedIn

(3) กลุ่มปฏิเสธสมมติฐาน หมายความว่า การใช้สื่อสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ สื่อสังคมกลุ่มนี้ คือ พบว่า Pantip และ twitter

**ตารางที่ 4** ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อด้วยค่าสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน

การรู้เท่าทันสื่อมวลชน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig. (2-tailed)
Line	.167**	.001
Instagram	.154**	.002
Pantip	-.002	.961
YouTube	.285**	.000
Twitter	.071	.154
WhatsApp	-.184**	.000
Pinterest	-.146**	.004
Snapchat	-.187**	.000
LinkedIn	-.204**	.000

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

### การอภิปรายผล

การศึกษานี้ นำมาอภิปรายผลในประเด็นดังต่อไปนี้

**การใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย**

การใช้สื่อสังคมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายที่นิยมใช้ Facebook เป็นอันดับหนึ่ง และมีการใช้ในปริมาณมากนั้น เป็นการศึกษาที่สอดคล้องกับการรวบรวมข้อมูลของ We Are Social ดิจิทัลเอเจนซี และ Hootsuite ที่กล่าวว่า ประชากรโลกและประเทศไทยมีความนิยมใช้สื่อ Facebook เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นการใช้ YouTube และ Instagram เป็นอันดับสองและสาม

**ระดับการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย**

ส่วนผลการศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงรายนั้นจัดอยู่ในระดับปานกลางสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ (2561) และณัฐนันท์ศิริเจริญ

(2557) ต่างพบว่า การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งในการอธิบายของพรทิพย์เขียนจะบอก (2552:21-25) อธิบายว่า ความสามารถในการเปิดรับสื่อ (access) เมื่อมีการเปิดรับสื่อต้องพยายามแยกความคิดและอารมณ์ออกจากกัน ไม่หลงเชื่อตามสิ่งที่สื่อชี้แนะ ด้านการวิเคราะห์สื่อ คือต้องมีความสามารถแยกองค์ประกอบในการนำเสนอสื่อได้ เช่น รู้ว่าใครคือกลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่สื่อแนะนำเสนอมีผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองอย่างไร สื่อมีรูปแบบการนำเสนออย่างไร ข้อมูลที่นำเสนอเป็นข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นและการนำเสนอของสื่ออยู่ในกรอบจรรยาบรรณหรือไม่ ด้านการประเมินค่าสื่อเป็นการตัดสินใจพิจารณาคุณภาพหรือคุณค่าของสื่อว่า สามารถทำให้เราเกิดความสนใจ ความพอใจ หรือทำให้หลงเชื่อโดยปราศจากการวิเคราะห์ และด้านการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ ต้องรู้จักนำสิ่งที่ตนวิเคราะห์ไปใช้ในการวางแผนการใช้สื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เช่น รู้จักส่งต่อข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อสังคม รู้จักการเลือกข้อมูลอย่างถูกต้องเหมาะสมเพื่อใช้ในการผลิตข้อมูลข่าวสาร ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 4 นี้กลุ่มวัยรุ่นมีความสามารถในระดับปานกลาง

#### ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงราย

เมื่อนำมาทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมกับการรู้เท่าทันสื่อ ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ พบว่า มีสื่อสังคมประเภท Facebook, Line, Instagram และ YouTube มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า การใช้สื่อสังคมในกลุ่มนี้หากใช้มากก็จะมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับสูงเช่นกัน หรือในทางกลับกัน หากมีการใช้ในปริมาณน้อยก็จะส่งผลต่อระดับการรู้เท่าทันสื่อในระดับต่ำเช่นกัน อีกทั้งผลการศึกษายังพบว่ามีการใช้สื่อสังคมประเภท WhatsApp, Pinterest, Snapchat และ LinkedIn มีความสัมพันธ์กับทักษะการรู้เท่าทันสื่อในเชิงผกผัน หมายความว่า เมื่อมีการใช้ WhatsApp, Pinterest, Snapchat และ LinkedIn ปริมาณมากก็จะส่งผลต่อทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับต่ำ ในทางกลับกันหากมีการใช้ WhatsApp, Pinterest, Snapchat และ LinkedIn ปริมาณน้อยในขณะที่มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับสูง ส่วน Pantip และ twitter ไม่มีความสัมพันธ์กับทักษะการรู้เท่าทันสื่อ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ข้างต้นมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของเพ็ญพักตร์ เดียวสมบุญกิจและณรงค์ จำวีจิตร (2559) ที่ทำการศึกษาความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไทยภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป พบว่า ผู้ชมสื่อโทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อใหม่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อสูงกว่าผู้ใช้โทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อเก่า ทั้งนี้เพราะการใช้สื่อ

โทรทัศน์ในภูมิภาคนี้สื่อใหม่มีการปรับตัวให้เป็นไปตามรูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ส่งผลต่อระดับทักษะการรู้เท่าทันสื่ออีกชั้นหนึ่ง เนื่องจากการชมโทรทัศน์ทางสื่อใหม่ ส่งผลให้เกิดการฝึกทักษะการเข้าถึง การคิด การวิเคราะห์ และการประเมิน อันเป็นองค์ประกอบของทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การวิเคราะห์ในแนวทางนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้สื่อสังคมเป็นการฝึกทักษะการเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมิน และการสร้างสรรค์ ทั้งทางตรง และทางอ้อม

ด้วยคำอธิบายข้างต้นจึงอธิบายถึงการ ใช้ Facebook, Line, Instagram และ YouTube มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่ผู้ใช้ WhatsApp, Pinterest, Snapchat และ LinkedIn มีความสัมพันธ์กับทักษะการรู้เท่าทันสื่อในเชิงผกผัน หากพิจารณาถึงระดับการใช้สื่อสังคมของทั้ง 2 กลุ่มนี้ พบว่า การรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มผู้ใช้ Facebook, Line, Instagram และ YouTube จะมีปริมาณการใช้ในระดับมาก ส่วน WhatsApp, Pinterest, Snapchat และ LinkedIn มีการใช้ในระดับน้อย จึงเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่า ปริมาณการใช้สื่อสังคมระดับมากส่งผลต่อความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนกลุ่มที่มีการใช้ในระดับน้อย จึงส่งผลต่อความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อเป็นไปในเชิงผกผัน ส่วน Pantip และ twitter ไม่พบว่ามี ความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งนี้เพราะผู้ใช้ Pantip และ twitter อยู่ในระดับน้อย และน้อยที่สุดอันหมายความว่า แทบไม่ได้ใช้สื่อสังคมทั้ง 2 ประเภทจึงทำให้ไม่พบ ความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ

## ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างจากกลุ่มวัยรุ่น เพื่อจะได้อธิบายคุณลักษณะ ประชากรกลุ่มอื่นๆ ว่ามีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมและการรู้เท่าทันสื่อได้ครอบคลุมจากการศึกษานี้
2. ควรมีการศึกษาเจาะลึกในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่แตกต่างกันโดยขยายจากการศึกษา ครั้งนี้
3. การศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อด้วยการลงรายละเอียดเป็นกรณีศึกษา เฉพาะประเด็น เพื่อจากได้อธิบายในเชิงลึกและมีมิติกว้างให้เห็นรายละเอียดของทักษะ การรู้เท่าทันสื่อในมิติอื่นๆ

## รายการอ้างอิง

- กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ. (2561). การรู้เท่าทันสื่อ การรู้ทันตนเองกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 37 ฉบับที่ 1 (มกราคม-กุมภาพันธ์ 2561). หน้า 200-213.
- กล้า ตั้งสุวรรณ. (2559) สรุปสถิติผู้ใช้ Social Media ในไทยจากงาน Thailand Zocial Awards 2016. สืบค้นจาก <https://www.it24hrs.com/2016/stat-social-media-thai-populations/> เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2560.
- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2557). การสื่อสารเพื่อการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- นพพร สุนะ. (2556). การรู้เท่าทันสื่อในการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการสื่อสารดิจิทัล. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ. (2555). มุมมองของนักศึกษานิเทศศาสตร์ต่อการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย. ใน การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ประจำปี 2555. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. หน้า 106-119.
- ประวิญ์นุช กาญจนขจรศักดิ์. (2556). การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เพ็ญพัทธ์ เตียวสมบุญณัฏกิจ และณรงค์ จำวิจิตร. (2559). ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไทยภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา. ปีที่ 9 ฉบับที่ 1. หน้า 93-105.
- สรุปสถิติผู้ใช้ Social Media ในไทยจากงาน Thailand Zocial Awards 2016. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2560 จาก <https://www.it24hrs.com/2016/stat-social-media-thai-populations/>
- ศุภารัตน์ แก้วสุทธิ. (2553). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การรู้เท่าทันสื่อ และพฤติกรรม การป้องกันตัวเองจากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลทางอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุขใจ ประเทืองสุข. (2549). การรับรู้ของคนไทยเกี่ยวกับความสำคัญของความรู้เท่าทันสื่อ

- ในยุคโลกาภิวัตน์. วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
สุนทร พรหมวงศา.(2553). พฤติกรรมการใช้และการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตตามการรับรู้  
ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดหนองบัวลำภู. วิทยานิพนธ์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ศิริพร วีระโชติ. (2552). ความรู้เท่าทันสื่อและการเปิดรับสื่อมวลชนของอาจารย์มหาวิทยาลัย  
รามคำแหงในช่วงวิกฤตการเมือง. ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2552) เครือข่ายสังคม (Social Network) กรณีศึกษา: ยูทูป  
(YouTube) วิดีโอออนไลน์สื่อเพื่อสร้างสรรค์หรือเพื่อทำลายล้าง???. สืบค้น  
เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2560 จาก <http://www.Krukad.com/drupal/node/314>.
- อริยา งามวุฒิกิจ. (2553). การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็น  
ต่อความนิยมทางเพศ และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักรัยของเยาวชน  
ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุยานี้กิ้นส์. (2555). การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- BRAND BUFFET. (2018) สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก “ไทย” เสพติดเน็ตมากสุดในโลก-  
“กรุงเทพ” เมืองผู้ใช้งาน Facebook สูงสุด. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/>
- Aristeidis Theotokis and Georgios Doukidis. (2009). **When Adoption Brings Addiction: A Use-Diusion Model for Social Information Systems**. AIS Electronic Library (AISel). <http://aisnet.org/icis2009/138>.
- Center for Media Literacy. (2008). **Literacy for the 21<sup>st</sup> Century: An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education**. (2<sup>nd</sup>ed.). Malidu. CA: Center for Media Literacy.
- His-Peng Lu and Shu-ming Wang. (2008). **The Role of Internet Addiction in Online Game Loyalty: an Eploratory Study**. Internet Research Vol.18 No.5, pp.499-519.
- Potter, James W.. (2014). **Media Literacy**. 7th Edition. SAGE: Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC.

# กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชา ของโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน

## Public relations strategies for communicating the King's philosophy of The Power of Human Energy: A Journey Inspired by the King's project

Received: 25/04/62

Revised: 13/05/62

Accepted: 19/05/62

อภิสิรา กฤตวาทินิชย์\*

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในการสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชาของโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการวิเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการ ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

**1. กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์** ผลการศึกษาพบว่าการสร้างเนื้อหาข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ครอบคลุมเนื้อหาด้านข่าวสารกิจกรรมและความเคลื่อนไหวขององค์กร เนื้อหาความรู้เกี่ยวกับศาสตร์พระราชา โดยใช้กลวิธีการสร้างสรรค์กิจกรรมหรือเรื่องราวที่สามารถตอบสนองทั้งความอยากบอกขององค์กร ความสนใจของสื่อมวลชน และความอยากรู้ของสาธารณชน **2. กลยุทธ์การบริหารประเด็น** พบว่าสื่อหนังสือพิมพ์ใช้กลวิธี “การสร้างประเด็นข่าว” โดยอิงกระแสสังคม ชีตหลักคุณค่าข่าว แพลท ใหม่ ใหญ่ คัง ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือดารานักแสดงเป็นผู้ให้ข่าว และใช้การบริหารประเด็นข่าวเพื่อสร้างกระแส **3. กลยุทธ์การออกแบบสื่อ** ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ และสื่อดิจิทัล เช่น อินโฟกราฟิก โมชันกราฟิกและวิดีโอคลิป เนื้อหาให้ความรู้เกี่ยวกับศาสตร์พระราชาโดยใช้การสร้างสรรค์เป็นภาพวาดแทนการเล่าเรื่องด้วยตัวหนังสือ สีสัน

---

\*นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนาการ) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2559), ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำโปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ (ดิจิทัลมีเดีย) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

สวยงาม เนื้อหาอ่านง่าย 4. กลยุทธ์การเล่าเรื่อง พบว่า การสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราช ผ่านรายการโทรทัศน์ใช้บุคคลเป็นตัวแทนในการเล่าเรื่องใช้กลวิธีจุดความเจ็บปวดของคน และกลวิธีใช้คำคมสั้น โดนใจ ส่วนละครโทรทัศน์ใช้กลวิธีสร้างเป็นละครเชิงสารคดี 5. กลยุทธ์การสร้างกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ การแถลงข่าว การประกวดถ่ายภาพ การจัดตลาดนัดเกษตรอินทรีย์ กิจกรรมพานักแสดงเดินสายประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชน สัญจร 6. กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคล สื่อบุคคลของโครงการแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ นักวิชาการ ราษฎรชาวบ้าน และนักแสดง กลวิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายใช้ภาษาเข้าใจง่าย เป็นกันเอง ใช้สื่อสร้างความน่าเชื่อถือ การลงพื้นที่ร่วมกับชาวบ้าน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน 7. กลยุทธ์การสร้างคนต้นแบบ ใช้การเล่าประสบการณ์ตรง และจูงใจด้วยความกลัว เครื่องมือสร้างคนต้นแบบได้แก่ สปอตโฆษณา การสัมภาษณ์ ในรายการโทรทัศน์และสื่อของโครงการ การเผยแพร่เรื่องราวในสื่อสิ่งพิมพ์

คำสำคัญ : ศาสตร์พระราชา กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

## Abstract

The research aimed to studying the public relations strategies for communicating the King's philosophy. This research is using qualitative research methods by document analysis methods and in-depth interviews a public relations project's strategic planners. The study results can be summarized as follows;

**1. Strategies for creating news content for public relations.** The results of the study revealed that the creation of news content for public relations covers the activities and movements of the organization, knowledge about the King's philosophy. By using creative activities or stories that can satisfy both the needs of the organization to communicates, media interests, and people's curiosity. **2. Strategies for managing Issues.** The results showed that the media strategy is using "Creating news issues" that based on social trends, based on the news value as a novelty or a famous person or actor as a news provider, and using news management. **3. Strategies for media design.** Specialized publications and Digital media, Infographic, Video Clip, the content provides knowledge about the King's philosophy by using creativity as a drawing or pictures instead of telling

a story with colorful text, easy to read content. **4. Strategies for storytelling.** The television media, the study indicated that the communication of the King's philosophy through television programs using personal stories, using the person's pain point hijack methods, and use pleasing short quote. While the television dramas creation is documentary drama. **5. Strategies for creating special events** are press conference, photography contest, organizing an organic market, take actor Wiring public relations with the media, and press Tour. **6. Strategies for using personal media.** The results of the research revealed that the personal media of the project is divided into 3 categories: academics, scholars and actors. The communication strategy with the target group is using language that is easy to understand, friendly, uses media to build credibility, and entering the area to exchange knowledge and experience with the villagers. **7.Strategies for Role Model.** The Strategies for creating prototypes person is to share experiences and motivate by fear. The building tools are using spots on TV, interviews, Publishing stories in print media.

**Keys word:** King's philosophy, Public relation strategy

## บทนำ

*“แม่น้ำป่าสักจะบริหารจัดการได้ยากที่สุด เพราะปริมาณน้ำไหลลงอ่างสูงมากหลายเท่าของความจุอ่าง...  
ถ้าออกจากโรงพยาบาลเมื่อไร คงช่วยได้มากกว่านี้”*

พระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร  
เมื่อวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2556 ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติ โรงพยาบาลศิริราช

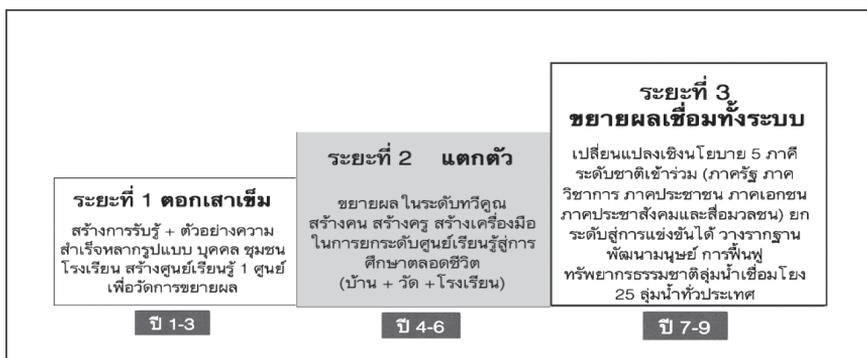
จากพระราชดำรัสที่ทรงห่วงใยปัญหาน้ำท่วมในลุ่มน้ำป่าสัก ก่อเกิดเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดโครงการ “พลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน” ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2556 โดยบริษัท เซฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด สนับสนุนกับสถาบันเศรษฐกิจพอเพียง มูลนิธิกสิกรรมธรรมชาติ และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน ได้แก่ ภาคราชการ ภาควิชาการ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และสื่อมวลชน เพื่อรณรงค์ให้ความรู้และสร้างความเข้าใจให้ประชาชนตระหนักและเห็นความสำคัญในการฟื้นฟูและพัฒนาลุ่มน้ำป่าสักด้วยแนวทางศาสตร์พระราชาและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการแก้ปัญหา “หยุดท่วม-หยุดแล้ง” ในลุ่มน้ำป่าสักอย่างยั่งยืน” ทั้งมุ่งหวังให้ลุ่มน้ำป่าสักเป็น “ต้นแบบ” ในการจัดการดิน น้ำ ป่า ให้เกิดการขยายผลไปยังลุ่มน้ำต่างๆ ทั่วประเทศอย่างยั่งยืน

## ทำไมจึงต้องให้ความสำคัญกับ “ลุ่มน้ำป่าสัก”

พื้นที่ลุ่มน้ำป่าสัก เป็นลุ่มน้ำขนาดกลาง และเป็นสาขาสำคัญของลุ่มน้ำเจ้าพระยา โดยมีพื้นที่ลุ่มน้ำประมาณ 10 ล้านไร่ ครอบคลุม 7 จังหวัด คือ เพชรบูรณ์ ฉะบuri สระบุรี นครราชสีมา เลย ชัยภูมิ และพระนครศรีอยุธยา ลุ่มน้ำแห่งนี้มีความลาดชันสูง ทำให้ในฤดูฝน กระแสน้ำไหลหลากจากด้านบนลงพื้นที่ลุ่มด้านล่างอย่างรวดเร็ว จนท่วมและทำความเสียหายให้กับเรือกสวนไร่นาเป็นประจำทุกปี ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ในบริเวณกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังเช่นที่เคยเกิดเหตุการณ์มหาอุทกภัยเมื่อปี พ.ศ. 2554

พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร จึงมีพระราชดำริให้สร้างเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ขึ้น เพื่อเก็บกักน้ำจากแม่น้ำป่าสัก โดยสามารถกักเก็บน้ำไว้ได้สูงสุด 960 ล้านลูกบาศก์เมตร ขณะที่ปริมาณน้ำฝนจะตกลงในลุ่มน้ำป่าสักเฉลี่ยปีละ 2,400-5,000 ล้านลูกบาศก์เมตร ปัจจุบันเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ประสบปัญหาตะกอนดินไหลลงมาทับถมกินพื้นที่ความจุอ่างไป อันเป็นผลมาจากการตัดไม้ทำลายป่าบริเวณป่าต้นน้ำ รวมถึงการทำเกษตรเชิงเดี่ยว ที่ทำให้น้ำฝนไม่สามารถดูดซึมเก็บไว้ได้พื้นดินได้

จากปัญหาดังกล่าว โครงการ “พลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน” จึงก่อกำเนิดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. สร้างตัวอย่างความสำเร็จการจัดการลุ่มน้ำตามศาสตร์พระราชากับภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยการบ่มเพาะความรู้และคุณธรรมตามสองเงื่อนไขของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2. สร้างต้นแบบศูนย์เรียนรู้ตลอดชีวิต และส่งเสริมการศึกษาท้องถิ่นในมิติของการผสมนบทบาทของ บ้าน วัด และ โรงเรียน (บวร) ตามแบบการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาตะวันออก ซึ่งการดำเนินการ โครงการฯ แบ่งการทำงานออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้



จากแผนภาพดังกล่าว จะเห็นได้ว่าปัจจุบัน (พ.ศ.2562) โครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน ก้าวเข้าสู่วัยที่ 7 ซึ่งเป็นช่วงระยะที่ 3 คือ การขยายผล เชื่อมโยงทั้งระบบ ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงนโยบายยกระดับสู่การแข่งขัน วางรากฐาน การพัฒนามนุษย์ พื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติเชื่อมโยง 25 กลุ่มน้ำทั่วประเทศต่อไป

ทั้งนี้ ตลอด 6 ปีของการดำเนินกิจกรรม (พ.ศ.2556-2561) โครงการฯ ประสบผลสำเร็จ ในการขยายจำนวน “คน” และ “เครือข่าย” ที่นำศาสตร์พระราชทานและภูมิปัญญาท้องถิ่น มาสู่การปฏิบัติจริง ทั้งในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำป่าสัก และขยายไปสู่พื้นที่นอกลุ่มน้ำป่าสัก ตามแนวทางหรือพลวัตรในการขับเคลื่อน คือ สร้างคน-สร้างเครือข่าย-สู่การสร้าง ศูนย์เรียนรู้ ตัวอย่างความสำเร็จมีดังต่อไปนี้

1. โครงการได้บรรลุผลในการสร้างตัวอย่างความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมในพื้นที่ จังหวัดสระบุรี ลพบุรี และเพชรบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 75 พื้นที่ ในจำนวนนี้สามารถเปิดเป็น ศูนย์เรียนรู้ให้การอบรมได้จำนวน 6 ศูนย์ โดยมีผู้ได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรม และอบรมด้านการจัดการน้ำไปแล้วกว่า 79,500 คน สำหรับการดำเนินโครงการในระยะที่ 3 (ปี 2562-2563 รวมทั้งสิ้น 2 ปี) จะขยายพื้นที่ขับเคลื่อนสู่จังหวัดเลย ชัยภูมิ นครราชสีมา และอยุธยา เพื่อขยายผลให้เต็มพื้นที่ลุ่มน้ำป่าสักต่อไป

2. เกิด “ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง” จากองค์ความรู้ที่เกิดจากการลงมือ ปฏิบัติจริงกว่า 20 ศูนย์ทั่วประเทศ อาทิ

- ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ (บวร) วัดพระบรมธาตุ ดอยผาส้ม จ.เชียงใหม่
- ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชน หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ (ค่ายเอราวัณ) ต.ท่าศาลา อ.เมือง จ.ลพบุรี
- ศูนย์การเรียนรู้ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ค่ายพ่อขุนผาเมือง ต.สะเดียง อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์
- ศูนย์เรียนรู้เกษตรพอเพียงชุมชน สวนล้อมศรีรินทร์ ต.หนองโน อ.เมือง จ.สระบุรี
- ศูนย์การเรียนรู้โลกหนองนาโมเดล หรือศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ฟังตนเองเอาชนะยาเสพติด ต.ม่วงงาม อ.เสาไห้ จ.สระบุรี เป็นต้น

3. เกิดการต่อยอดงานวิจัยเรื่องการบริหารจัดการลุ่มน้ำ โดยบริษัทเฟรอน ประเทศไทยร่วมกับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง(สจล.) จัดตั้งศูนย์บูรณาการข้อมูลเพื่อการแก้ไขปัญหาประเทศ (ITOKmitl)

โดยทำการวิจัยใน 3 พื้นที่คือ ลำปาง อุตรธานี และตาก เพื่อจัดเก็บข้อมูลที่ได้มีการออกแบบ และปรับปรุงพัฒนาพื้นที่ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่

4. จากงานวิจัยดังกล่าวเกิดการต่อยอดจากงานวิจัยผู้การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ กสิกรรมธรรมชาติ จำนวน 2 ศูนย์ อันได้แก่ ศูนย์กสิกรรมธรรมชาติมาตรฐานอินทรีย์ วิถีไทยคริสตจักรนาเรียง จ. อุตรธานี และศูนย์กสิกรรมธรรมชาติบ้านพะกอยวา จ.ตาก โดยเริ่มเปิดอบรมหลักสูตรการพัฒนาเกษตรกรรมสู่ระบบเศรษฐกิจพอเพียงให้กับเกษตรกร ของจังหวัดและชุมชนไปแล้ว จำนวน 3 รุ่น

5. ตัวอย่างความสำเร็จจากการประชาสัมพันธ์กิจกรรมเชิงปฏิบัติการในรูปแบบ ต่างๆ สามารถสร้าง “คนต้นแบบ” ขับเคลื่อนศาสตร์พระราชอาทิ ป่าเปียก หรือ บุญเลี้ยง รื่นมาลัย ได้เข้ามาร่วมกิจกรรมรณรงค์ของโครงการฯ ในปี 2556 จนเกิดแรงบันดาลใจ ให้ลงมือทำ “โลก หนอง นา โมเดล” ในพื้นที่ 3 ไร่ของตนเอง มีรายได้เฉลี่ยวันละ 300 บาท จากการขายผักบุ้ง ไข่ไก่ และผลผลิตอื่นๆ ที่ได้มาจากการทำเกษตรแบบผสมผสาน มีรายได้มากขึ้นกว่าเดิมที่ทำมาอย่างเดียว หลุดพ้นจากวงจรหนี้สิน ครอบครัวมีความสุข หรือ “ก้านันไก่” วนิดาดำรงศิษย์ นำศาสตร์พระราชามาประยุกต์ใช้จนสามารถพลิกฟื้นชีวิต ได้และนำที่ดินของตนเองมาสร้างศูนย์เรียนรู้โลกหนองนา จ.สระบุรี ซึ่งคนต้นแบบ ทั้ง 2 รายนี้ ทางรายการเดินหน้าประเทศไทย ภายใต้การกำกับดูแลของคณะรักษา ความสงบแห่งชาติ (คสช.) ออกอากาศวันที่ 12 ตุลาคม 2561 ได้นำมายกตัวอย่างการน้อมนำ ศาสตร์พระราชามา ไปใช้ในการพลิกชีวิตของเกษตรกร เพื่อจะเป็นแรงบันดาลใจให้กับ คนอื่นได้รู้ว่าศาสตร์พระราชาสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง ทั้งนี้ ปัจจุบันโครงการ สร้าง “คนต้นแบบ” ทั้งสิ้นกว่า 30 คน

6. จากการเผยแพร่ละครเฉลิมพระเกียรติฯ “เย็นศิระ น้ำพระทัย” ในปี 2556 (ซึ่งเป็นละครที่ต่อยอดมาจากโครงการรวมพลังตามรอยพ่อฯ) ทำให้พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการทหารบกได้รู้จัก โครงการฯนี้ผ่านละครที่บันทึกภาพเหตุการณ์จริง จึงเห็นความสำคัญกับการนำหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงลงสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง จึงสั่งการให้กองทัพภคชัยผลให้พื้นที่ทหาร ทั่วประเทศเปิดเป็นศูนย์การเรียนรู้ ถ่ายทอดความรู้ ให้ชุมชนทั่วประเทศ จนกลายเป็น กำลังสำคัญอีกประการหนึ่งของโครงการฯ ตั้งแต่บัดนั้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมด คือตัวอย่างความสำเร็จของโครงการ “พลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน” ในการสร้างคน สร้างเครือข่าย และสร้างต้นแบบ ศูนย์เรียนรู้ที่น้อมนำศาสตร์พระราชาสู่การปฏิบัติจริงผ่านกิจกรรมรณรงค์และ

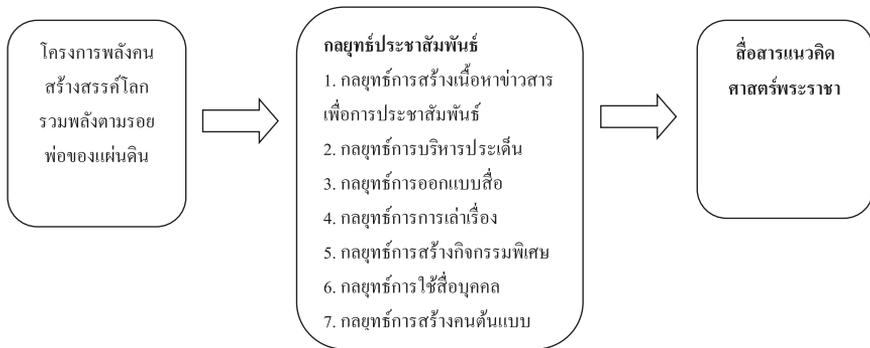
การประชาสัมพันธ์กิจกรรมเชิงปฏิบัติการในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อศึกษาว่าโครงการใช้กลยุทธ์หรือกิจกรรมอะไรบ้างจึงทำให้ประสบความสำเร็จในการขยายเครือข่ายและเกิดศูนย์เรียนรู้มากมายภายในระยะเวลาดำเนินกิจกรรมเพียง 6 ปี นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสนใจศึกษากลยุทธ์การสื่อสารแนวความคิดสรรพระราชาเรื่อง “โคก หนอง นา โมเดล” และ “หลุมขมครก” ว่าการจะสื่อสารเนื้อหาให้เข้าใจง่ายและเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายนั้นควรมีรูปแบบและกลยุทธ์อย่างไร ตลอดจนศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อทั้งสื่อสารมวลชน สื่อกิจกรรมและสื่อบุคคลเพื่อวิเคราะห์ว่าสื่อประเภทใดที่มีอิทธิพลต่อการสร้างเครือข่าย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังสนใจศึกษากลยุทธ์การสร้าง “คนต้นแบบ” ซึ่งเป็นพันธกิจหลักของโครงการในการสร้างคนต้นแบบและขยายผลเป็นเครือข่ายสู่ศูนย์เรียนรู้ศาสตร์พระราชา ตามแนวทางของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรที่ทรงให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนาคนด้วยแนวคิด “ระเบิดจากข้างใน” คือ ต้องพัฒนาคนในชุมชนให้เข้มแข็งก่อนจึงค่อยออกไปพัฒนาสังคมภายนอก ดังนั้น งานวิจัยเรื่องนี้จะถอดองค์ความรู้ออกมาเป็นกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อตัวโครงการที่จะพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างคน สร้างเครือข่าย และผลักดันให้ศาสตร์พระราชาคือทางรอดที่ยั่งยืนของคนไทย ทั้งจะเป็นต้นแบบให้โครงการอื่นๆ ที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์ขับเคลื่อนศาสตร์พระราชาในกลุ่มน้ำอื่นๆ ได้เป็นแนวทางวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในการสื่อสารแนวความคิดสรรพระราชาของโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน

## กรอบแนวคิด



## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน
2. เพื่อเป็นแนวทางนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากที่สุด
3. เพื่อเป็นต้นแบบในการขับเคลื่อนศาสตร์พระราชาด้านการอนุรักษ์ลุ่มน้ำอื่นๆ โดยนำเอาลุ่มน้ำป่าสักมาเป็นเป้าหมายหลัก

## ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้มีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์อภิปรายผล ดังนี้

## แนวคิดและทฤษฎีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

ในการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เป็นขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะกลยุทธ์เป็นกลวิธีที่จะนำข่าวสาร ไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างร่วมมือในการทำกิจกรรม ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องคิดค้นกลวิธีว่าจะสร้างสารอย่างไรให้ดึงดูดและโน้มน้าวใจ จะสร้างสรรค์กิจกรรมอะไรที่น่าสนใจ จะใช้สื่ออะไรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และจะวางแผนการสื่อสารนั้นอย่างไร เพื่อให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้นการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

มีผู้ให้นิยามกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ไว้หลากหลายดังนี้

**เสนีย์ แดงวัง (2525)** ให้ความหมายไว้ว่า “กลยุทธ์” หรือยุทธศาสตร์ (Strategy) ของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การวางแผนแบบ (Design) จัดขบวนการหรือสิ่งแวดล้อม ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วยเทคนิค รายละเอียดของวิธีการ ตลอดจน ขั้นตอนของวิธีการดำเนินการที่จะนำมาใช้ให้สัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายของแผนการ ประชาสัมพันธ์นั้น

**บุษบา สุธีธร (2530)** ให้ความหมายไว้ว่า การวางแผนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ คือการกำหนดแนวทางกว้างๆ ในการประชาสัมพันธ์ให้ไปสู่จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้กำหนดไว้และแนวทางที่จะนำไปสู่วัตถุประสงค์นั้นจะต้องมีวิธีการเฉพาะ คือ “กลวิธี” ในการไปสู่วัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นไว้ด้วย โดยบางแห่ง อาจใช้คำว่า “ยุทธศาสตร์” แทน

นอกจากนี้ ชันวรินทร์ ปฐิสังข์ (2549) ยังได้สรุปกลยุทธ์การใช้สื่อเป็น 3 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อ กล่าวคือ เป็นการกำหนดเทคนิควิธี และรายละเอียด ในการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายให้เหมาะสม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และ เกิดประสิทธิภาพตามต้องการ

2. กลยุทธ์ด้านการใช้สาร กล่าวคือ เป็นการกำหนดวิธี และรายละเอียดในการ นำเสนอเนื้อหา สาระ เรื่องราว หรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่สามารถสื่อความหมาย หรือนำไป ตีความหมาย เพื่อให้ประชาชนได้ทราบ หรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

3. กลยุทธ์ด้านคนหรือองค์กร กล่าวคือ เป็นการกำหนดเทคนิควิธี และ รายละเอียดในการเชื่อมโยงบุคคล กลุ่มบุคคลหรือองค์กร ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการ ดำเนินภารกิจร่วมกัน โดยใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงถึงกัน เพื่อการประสานงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แก้ไขปัญหา และมีส่วนร่วมสนับสนุน ซึ่งกันและกัน

ดังนั้น กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในงานวิจัยครั้งนี้จึงหมายถึง การกำหนด “กลวิธี” “เทคนิค” ที่นำมาใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์และดำเนินโครงการ โดยอาศัย การใช้สื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการอย่างมี ประสิทธิภาพ จุดมุ่งหมายก็เพื่อโน้มน้าวใจ เปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล ในสังคม

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อบุคคล

สื่อบุคคลเป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ใช้กันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลก เป็นสื่อที่ใช้กันมากในกลุ่มประชาชนทั่วไป เครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูด กริยา ท่าทาง การแสดงออกทางอากัปกิริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม สื่อบุคคลเป็นการสื่อสารที่เป็นกันเอง จึงสามารถโน้มน้าวใจผู้ฟังได้ดี เพราะสามารถเห็นหน้าคำตากันได้ และสื่อบุคคลก็สามารถมีโอกาสดังกล่าวได้ทันที แสดงความคิดเห็นได้ทันที สื่อบุคคลจึงมีประโยชน์อย่างมาก ในการให้ข่าวสารความรู้

สื่อบุคคลในสังคมประกอบไปด้วย 1. สื่อบุคคลภายในท้องถิ่น (Localite) ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็นในท้องถิ่น เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ครู พระ 2. สื่อบุคคลภายนอกท้องถิ่น (Cosmopolite) ได้แก่ นักพัฒนา เจ้าหน้าที่ส่งเสริมผู้เชี่ยวชาญ ฯลฯ ที่นำแนวคิดใหม่หรือนวัตกรรมไปเผยแพร่ในท้องถิ่น

### ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

เสถียร เขยประทับ (2525, น.149) กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจในสารก็สามารถไต่ถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว

2. สามารถที่จะจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

### ปัจจัยของสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของสื่อบุคคล

2. ความดึงดูดใจ (Attractiveness)

3. ความคล้ายคลึง (Similarity) เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ภาษา การแต่งกาย ฯลฯ

จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความคิดเห็นของผู้รับสาร

### ข้อดีของสื่อบุคคล

1. เป็นสื่อที่ทุกคนมีอยู่แล้ว ไม่ต้องสิ้นเปลืองในการซื้อสื่อ

2. ทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเห็นหน้าตา บุคลิก ลีลา ท่าทาง น้ำเสียงประกอบการพูด ซึ่งมีอิทธิพลในการชักจูงและเร้าความสนใจได้มากกว่า

3. เป็นการสื่อสารสองทาง ทั้งผู้พูดและผู้ฟังสามารถโต้ตอบกันได้ทันที

4. ผู้พูดสามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้ฟังได้ทันที

กล่าวโดยสรุป สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารศาสตร์พระราช การโน้มน้าวใจ และถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสารที่รับจากสื่อมวลชนไปสู่กลุ่มเป้าหมาย สื่อบุคคลจึงเปรียบเสมือนผู้นำทางความคิดเห็น ดังนั้น ผู้นำความคิดเห็นส่วนใหญ่จึงมัก

เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ เช่น นักวิชาการ ปรานัญชาชาวบ้าน หรือสื่อมวลชนอาจเป็นบุคคลมีชื่อเสียงที่ประชาชนให้ความสนใจ ฉะนั้นเมื่อสื่อมวลชนมีความสำคัญในการสื่อสารศาสตร์พระราชาก็ต้องนำแนวคิดเรื่องสื่อมวลชนมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์เพื่อศึกษาว่าสื่อมวลชนแต่ละประเภทมีบทบาทและเป้าหมายในการสื่อสารต่างกันอย่างไร

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับต้นแบบ (Role Model)

Bandura (1969) ได้กล่าวถึงลักษณะของตัวแบบไว้ดังนี้

1. ตัวแบบควรจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับผู้สังเกตทั้งในด้าน เพศ เชื้อชาติ และทัศนคติซึ่งการที่ตัวแบบมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับผู้สังเกตนั้น จะทำให้ผู้สังเกตมั่นใจได้ว่าพฤติกรรมที่ตัวแบบแสดงออกนั้นเหมาะสม และสามารถทำได้ เพราะบุคคลนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกับตน ซึ่งจะทำให้เขาเกิดความรู้สึกว่าเขาเองก็น่าจะทำได้เช่นกัน
2. ตัวแบบควรจะเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงในสายตาของผู้สังเกต แต่ถ้ามีชื่อเสียงมากเกินไปก็จะทำให้เขามีความรู้สึกว่าพฤติกรรมที่ตัวแบบกระทำนั้นเป็นสิ่งที่ไม่น่าจะเป็นจริงสำหรับเขาได้
3. ระดับของความสามารถของตัวแบบนั้น ควรจะมีระดับที่ใกล้เคียงกับผู้สังเกต เพราะถ้าใช้ตัวแบบที่มีความสามารถสูงมาก ก็จะทำให้ผู้สังเกตคิดว่าเขาไม่น่าจะทำได้ ทำให้เขาปฏิเสธที่จะทำตามตัวแบบนั้น
4. ตัวแบบนั้นควรจะมีลักษณะที่เป็นกันเองและอบอุ่น
5. ตัวแบบเมื่อแสดงพฤติกรรมแล้วได้รับการเสริมแรง จะทำให้ได้รับความสนใจจากผู้สังเกตมากขึ้น

### แนวคิดการจัดการนำตามศาสตร์พระราชาน้ำ

ศาสตร์พระราชาคือ องค์ความรู้ของพระราชาน้ำ (พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร) ที่ทรงช่วยเหลือปวงชนชาวไทย เป็นการวางแผนทาง แนวคิด ทฤษฎี หลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง หลักการขั้นตอนการทำงาน และโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริซึ่งมีมากกว่า 4,000 โครงการ เพื่อแก้ไขปัญหาของประชาชน ดังนั้น “ศาสตร์พระราชาน้ำ” จึงครอบคลุมทั้ง แนวคิด ปรัชญา คำสั่งสอน ตักเตือน ให้สติ และหลักการทรงงานของพระองค์ท่านตลอดระยะเวลา 70 ปี ที่ทรงครองราชย์ สำหรับโครงการ “พลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน” ได้น้อมนำ “ศาสตร์พระราชาน้ำ จากภูผาสู่มหานคร” ด้านการจัดการดิน น้ำ ป่า อย่างยั่งยืน

ที่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงศึกษา คิดค้น และวิจัย แล้วพระราชทานให้กับปวงชนชาวไทย เพื่อใช้ในการจัดการลุ่มน้ำ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ มาเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรม โดยมูลนิธิกิจกรรม ธรรมชาติได้นำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้ง่ายต่อการปฏิบัติ โดยสร้างต้นแบบที่เป็นรูปธรรม ซึ่งสามารถนำมาดัดแปลงใช้ให้เหมาะกับสภาพพื้นที่และสังคมในแต่ละท้องถิ่น ถอดบทเรียน เป็นตัวอย่างหลุมขมครกในรูปแบบ ต่าง ๆ และ โลก หนอง นา โมเดล

**หลุมขมครก** คือการนำศาสตร์พระราชา ร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาสู่ การออกแบบพื้นที่ 1 พื้นที่ จำนวนกี่ไร่ก็ได้ ให้สามารถเก็บน้ำฝนในพื้นที่นั้นๆ ไว้ให้ได้ ทั้ง 100% โดยต้องมีการคำนวณปริมาณน้ำฝนที่ตกลงมา น้ำสำหรับการบริโภค และปลูกข้าว ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของเกษตรทฤษฎีใหม่ ส่วน **โลก หนอง นา โมเดล** คือ รูปธรรมของ หลุมขมครก ซึ่งเรียกให้ง่ายต่อการจดจำ **โลก** เป็นการนำดินที่ได้จากการขุดหนอง นำมาถมเป็นโลกเพื่อสร้างที่อยู่อาศัย ปลูกผัก เลี้ยงสัตว์ รวมทั้งปลูกต้นไม้ตามแนวทางศาสตร์ พระราชา หนอง ขุดหนองให้ขอบมีความคดโค้ง เพื่อให้เหมาะสมกับการอยู่อาศัยของปลา นา คือการยกหัวคันนาให้สูง เพื่อเพิ่มพื้นที่กักเก็บน้ำไว้ในนา

ดังนั้น ศาสตร์พระราชา ในบริบทของ โครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลัง ตามรอยพ่อของแผ่นดิน จึงหมายถึง ศาสตร์ด้านการจัดการน้ำตามสภาพพื้นที่หรือภูมิสังคม เป็นแนวทางการจัดการน้ำที่เรียกว่าหลุมขมครก และ โลก หนอง นา โมเดล นั่นเอง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธันวาคม ปฏิสังข์ (2549) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผล ของโครงการ 60 ปี 60 ล้านความคิด น้อมเกล้าฯ ถวายในหลวง ผลการศึกษาพบว่า 1. กลยุทธ์ หลักของการประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าวคือ การใช้สื่อแบบผสมผสานกันและ ใช้ กลยุทธ์ในการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนร่วมกัน ทำความดีถวายเนื่องในงานเฉลิมฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี 2. ในส่วนของประสิทธิผล ของโครงการ พบว่า ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารของโครงการในระดับปานกลาง มีความรู้ เกี่ยวกับโครงการในระดับสูง มีทัศนคติต่อโครงการในระดับสูง และมีพฤติกรรมอันเกิดจาก การประชาสัมพันธ์ของโครงการในระดับปานกลาง

รุจิรา จิตต์ตั้งตรง และพัชนี เชยจรรยา (2558) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์สื่อบุคคลเพื่อสร้าง เครื่องข่ายการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนา“เกษตรอินทรีย์” ผลการวิจัยพบว่าประชาชน ชาวบ้าน บ้านชำปลาไหล ใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อพัฒนาแบบมีส่วนร่วมต่างๆ มากมาย

เพื่อให้เกษตรกรเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่าย แบ่งได้เป็น 1. กลยุทธ์การสร้างสาร 2. กลยุทธ์การใช้สื่อ 3. กลยุทธ์นำเสนอสาร

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การสร้างประเด็นข่าว สื่อบุคคลและบุคคลต้นแบบมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชายังของโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมถึงตามรอยพ่อของแผ่นดิน

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การพรรณนาถึงข้อเท็จจริงต่างๆ ด้วยการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดดังนี้

## ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือกลุ่มที่เป็นข้อมูลเอกสาร สื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมถึงตามรอยพ่อของแผ่นดิน ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2556-2561 เป็นระยะเวลา 6 ปี ซึ่งจบโครงการในระยะที่ 2 และกำลังจะก้าวเข้าสู่ระยะที่ 3 (พ.ศ.2562-2563)

## กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

1. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร (Documentary Research) ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2556-2561 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

- ข้อมูลของโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมถึงตามรอยพ่อของแผ่นดิน จากเว็บไซต์พลังคนสร้างสรรค์โลก รวมถึงตามรอยพ่อของแผ่นดินและเอกสารการประชาสัมพันธ์

- สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ข่าวที่เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร จากการรวบรวมจากคลังปีข่าวตั้งแต่ปีพ.ศ. 2556-2561 จำนวนทั้งสิ้น 648 ชิ้นข่าว และสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ คู่มือออกแบบหลุมขุมครกในแบบของคุณ คู่มือการจัดการน้ำภาคประชาชน และการ์ตูนเซฟรอนแมน ตอน โลก หนอง นา โมเดล

- สื่อโทรทัศน์ ได้แก่ รายการเจาะใจ จำนวน 6 ตอน (ปีละ 1 ตอน) ละครโทรทัศน์ 3 เรื่อง และสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ 10 เรื่อง

- สื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ และสื่อดิจิทัล ได้แก่ อินโฟกราฟิก โฆษณารูปภาพและวีดิโอคลิป

2. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) คือ กลุ่มที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ คุณปกฉัตร สุทธิวะ ผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์ คุณกวีรัตน์ คุณภัทร ศรีเอทีพีไดเร็กเตอร์ และคุณวิระดาอนุเทียนชัย ผู้จัดการประชาสัมพันธ์โครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กระบวนการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารจากหลากหลายแหล่งทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ กิจกรรมพิเศษ เป็นระยะเวลา 6 ปี เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน แล้ววิเคราะห์ออกมาเป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โดยการใช้การสังเกตควบคู่กับการซักถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 3 ท่าน เพื่อความแน่นอนว่าเหมาะสมหรือไม่

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1. การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาแนวคิดศาสตร์พระราชาสื่อของสื่อประชาสัมพันธ์ของ โครงการประเภทต่างๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556-2561 โดยผู้วิจัยนำข้อมูลจากการสังเกตมาวิเคราะห์ออกมาเป็นกลยุทธ์ แล้วใช้วิธีการพรรณนารายละเอียดเนื้อหาเพื่อสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชาดำเนินการนำเสนอของสื่อแต่ละประเภท

2. ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ท่าน เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชาสื่อของสื่อแต่ละประเภท เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structural Interview) มีขั้นตอนการสร้างและทดสอบเครื่องมือ คือ การสร้างคำถามในแบบสัมภาษณ์ตามกรอบประเด็นที่ได้วางไว้ที่เกิดจากการทบทวนตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีการตรวจสอบเครื่องมือด้วยการวิเคราะห์ความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาสื่อสารมวลชนตรวจสอบความถูกต้อง

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจะถูกนำเสนอประกอบการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อให้เห็นภาพรวมในการนำเสนอกรอบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชาดำเนินการ

### ผลการวิจัย

จากการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในการสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชาสื่อของโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน ผลการศึกษามีดังนี้

## 1. กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

การสร้างเนื้อหาข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยรวมของโครงการ “พลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน” ครอบคลุมเนื้อหาดังต่อไปนี้ 1. เนื้อหาข่าวสารกิจกรรมและเคลื่อนไหวขององค์กร อาทิ การแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ ข่าวกิจกรรม การลงพื้นที่ ข่าวกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมประกวดถ่ายภาพ 2. เนื้อหาข่าวสารที่เป็นประเด็นทางสังคม อาทิ เนื้อหาข่าวสารแสดงวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร โครงการเกี่ยวกับจุดยืนในการเผยแพร่ศาสตร์พระราชาซึ่งเป็นทิศทางของโครงการต่อสังคม (Social Content) 3. เนื้อหาตัวอย่างความสำเร็จและความรู้เกี่ยวกับศาสตร์พระราชา อาทิ การรวมพลังของกลุ่มคนตามรอยพ่อในสื่อโทรทัศน์ หรือสื่อบุคคลข่าวศาสตร์พระราชาในสื่อสิ่งพิมพ์ 4. เนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับแนวคิดและการน้อมนำศาสตร์พระราชาของบุคคล เช่น ต้นแบบศูนย์การเรียนรู้ตามศาสตร์พระราชาของนายบุญล้อม เต๋อแก้วในรายการข่าว 3 มิติ 4. เนื้อหาข่าวสารเชิญชวนร่วมกิจกรรมโดยบุคคลมีชื่อเสียง เช่น แพนเค้ก ชวนคนไทยตามรอยพ่อในสื่อบุคคลพิเศษนสพ. โพสต์ทูเดย์ เป็นต้น ทั้งนี้กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ใช้วิธีการสร้างสรรค์กิจกรรมโดยเผยแพร่ข่าวสารไปยังสาธารณชนผ่านสื่อสารมวลชนและสื่อของโครงการ กล่าวโดยสรุปการสร้างเนื้อหาข่าวสารในการประชาสัมพันธ์จะเป็นการรายงานความเคลื่อนไหวของโครงการ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมต่างๆ การณรงค์เรื่องราวของบุคคลต้นแบบ ตลอดจนการให้ข้อมูลเรื่องศาสตร์พระราชาในการจัดการนี้

## 2. กลยุทธ์การบริหารประเด็น

การบริหารประเด็นข่าวเพื่อสร้างกระแสเป็นกลยุทธ์หนึ่งของงานประชาสัมพันธ์จากการศึกษาพบว่าโครงการใช้การ “สร้างประเด็นข่าว” โดยมีกลวิธีสร้างประเด็นข่าวดังนี้ 1. สร้างประเด็นโดยอิงกระแสสังคม เช่นปี พ.ศ. 2559 ภาคกลางเกิดน้ำท่วมใหญ่ โครงการให้กลยุทธ์อิงเหตุการณ์วิกฤตน้ำท่วมแก้ไขได้ด้วยศาสตร์พระราชา เป็นการพลิกวิกฤตเป็นโอกาส ทำให้ประเด็นข่าวได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนจนขึ้นหน้าหนึ่งนสพ.ไทยรัฐ 2. สร้างประเด็นโดยยึดหลักคุณค่าข่าว แปลก ใหม่ ใหญ่ ดัง มีผลกระทบ เช่นการสร้าง “ป่าสักโมเดล” ศูนย์การเรียนรู้ตามศาสตร์พระราชาในลุ่มน้ำป่าสักที่ใหญ่ที่สุดในประเทศหรือสร้างข่าวโดยใช้ดารานักแสดง เช่น แพนเค้กชวนคนไทยตามรอยพ่อ 3. การบริหารข่าวเก็บประเด็นที่น่าสนใจนำเสนอในช่วงเวลาที่เหมาะสม คือ การ “เก็บ” และ “ปล่อย” ข่าวในเวลาที่เหมาะสม เพื่อสร้างกระแสและเป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนติดตาม

### 3. กลยุทธ์การออกแบบสื่อเพื่อสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชา

เริ่มแรก โครงการใช้สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชา ในรูปแบบของภาพวาดและการ์ตูน เช่น “คู่มือออกแบบหลุมขุมครกในแบบของคุณ” “คู่มือการจัดการน้ำภาคประชาชน” และ “การ์ตูนเซฟรอนแมน ตอน โลก หนอง นา โมเดล” มีการออกแบบเหมือนหนังสืออ่านเล่น รูปเล่มกะทัดรัดขนาดเท่าสมาร์ตโฟน สะดวกในการพกพา สีสันสวยงามใช้สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ ใช้ภาพสื่อสารแทนตัวหนังสือ รูปแบบตัวอักษรอ่านง่าย ไม่เป็นทางการ ใช้ภาพในการเปรียบเทียบ เช่น เปรียบมวลน้ำท่วมในปี 2554 ที่ไหลจากภาคเหนือลงภาคกลางเป็นปลาวาฬกำลังลงทะเล ต่อมาระยะหลังเริ่มมีการออกแบบสื่อดิจิทัลประเภทอินโฟกราฟิกและวิดีโอคลิป โดยใช้ภาพการเล่าเรื่องในรูปแบบของภาพนิ่งและโมชันกราฟิกเพื่อสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชาให้เข้าใจง่ายในเวลาเพียงไม่กี่นาที ทั้งยังมีการออกแบบคอนเทนต์ให้เหมาะกับสถานการณ์ เช่น อินโฟกราฟิกวันดินโลก การลดฝุ่นควันจากการเผาด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น กล่าวคือแนวทางการออกแบบสื่อเพื่อสื่อสารความรู้เรื่องศาสตร์พระราชาต้องอาศัยเทคนิคต่างๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจเรื่องราวได้ในเวลาอันรวดเร็ว

### 4. กลยุทธ์การเล่าเรื่อง (Storytelling)

กลยุทธ์การเล่าเรื่องในที่นี้ผู้วิจัยจะศึกษาขอบเขตการเล่าเรื่องในรายการและละครโทรทัศน์ เนื่องจากมีลักษณะแตกต่างจากการเล่าเรื่องในสิ่งพิมพ์ที่ส่วนใหญ่จะเป็นเพียงการรายงานข่าวสารทั่วไป โดยจะแบ่งเป็นการเล่าเรื่องในรายการเจาะใจ ละครโทรทัศน์ และโฆษณาทางโทรทัศน์ ผลการศึกษา มีดังนี้

- การเล่าเรื่องในรายการเจาะใจ ลักษณะเป็นการพูดคุยตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับกิจกรรม โครงการและศาสตร์พระราชา กลวิธีการนำเสนอคือกำหนดประเด็นสัมภาษณ์ตามบทบาทของตัวแทนโครงการ เช่น ดร.วิวัฒน์ ศัลยกำธร เป็นผู้เล่าเกี่ยวกับศาสตร์พระราชา ดารา นักแสดงเล่าเกี่ยวกับกิจกรรมการเอามือสามัคคียังพื้นที่ต่างๆ ส่วนตัวแทนเกษตรกรใช้การเล่าเรื่องจากประสบการณ์ตรงของคนที่เคยล้มเหลว จนมาพบทางออกอย่างยั่งยืนด้วยศาสตร์พระราชา

- การเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ ทั้ง 3 เรื่องคือ “เย็นศิระ น้ำพระทัย” “แผ่นดินนี้มีรัก” “ตามรอยพระราชา จากภูผาสู่มหานคร” มีแนวคิดหลักคือ “ศาสตร์พระราชาคือทางรอดของคนไทย” โดยสร้างเป็นรูปแบบละครเชิงสารคดี (DocuDrama) คือ ละครที่มีเค้าโครงจากเรื่องจริงของโครงการ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนดูโดยสอดแทรกศาสตร์พระราชา

ในรูปแบบละคร มีการสร้างตัวละครนำเรื่อง รวมถึงมีองค์ประกอบของการเล่าเรื่องคือ การวาง  
โครงเรื่องตั้งแต่เริ่มเรื่อง ขึ้นพัฒนาเหตุการณ์ ขึ้นภาวะวิกฤตหรือไคลแมกซ์ของเรื่อง  
ขึ้นภาวะคลี่คลาย ขึ้นยุคเรื่องราว และจบอย่างมีความสุขด้วยศาสตร์พระราชา

- การเล่าเรื่องในโฆษณาทางโทรทัศน์ พบว่าโฆษณามีแนวคิดหลักคือ “ศาสตร์  
พระราชาคือทางรอดของคนไทย” การนำเสนอสารใช้กลวิธี Slice of Life คือ การนำเสนอ  
สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงของบุคคลที่เป็นตัวแทน โดยเชื่อมโยงว่าโครงการจะเข้ามาช่วย  
แก้ไขปัญหาดังกล่าวนั้นได้อย่างไร กลวิธีจับจุดความเจ็บปวดของคน (Pain Point) ไม่ว่าจะ  
เป็นเรื่องความทุกข์ซ้ำซากจากวิกฤตน้ำ ความทุกข์จากการเป็นหนี้ ทุกข์จากครอบครัวแตกแยก  
เป็นการนำเสนอปัญหาไปแล้วเสนอทางออกด้วยศาสตร์พระราชา เร้าอารมณ์ด้วยภาพ  
เสียงดนตรี และเนื้อหา ใช้คำคมสั้น โคนใจ เช่น “ที่สุดของความสุข คือการมีกิน มีใช้และ  
ได้อยู่ใกล้ครอบครัว” “ชีวิตที่มั่งคั่ง มั่งคั่งความสุข” “ขาดแคลน+ตามรอยพ่อ=เพียงพอ”  
 เป็นต้น

### 5. กลยุทธ์การสร้างกิจกรรมพิเศษ

การใช้กิจกรรมพิเศษเป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างการรับรู้ และสร้างการมีส่วนร่วมจาก  
กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยต้องยึดหลักแปลก ใหม่ ใหญ่ ดัง การสร้างกิจกรรมพิเศษ  
มีหลากหลายวิธีการขึ้นกับความเหมาะสม สำหรับกิจกรรมพิเศษของโครงการ “พลังคน  
สร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน” ได้แก่ การแถลงข่าว การจัดประกวด  
ภาพถ่าย การจัดตลาดนัดเกษตรอินทรีย์ใจกลางเมือง กิจกรรมพานักแสดงเดินสายประชาสัมพันธ์  
และสื่อมวลชนสัญจร

คุณปกฉัตร สุศิระ ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์โครงการฯ กล่าวว่า “การจัด  
กิจกรรมพิเศษเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ได้ผล สร้างการจดจำและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย  
อย่างการแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ เรียกว่าเป็นการคิกออฟ (kick off) กล่าวคือ เป็นการ  
ป่าวประกาศให้สาธารณชนรับทราบว่ามีโครงการนี้เกิดขึ้น เป็นการสื่อสารแบบสองทาง  
ทำให้สื่อมวลชนได้พูดคุยกับแหล่งข่าว และรับรู้รายละเอียดของข่าวมากกว่าการเผยแพร่  
ด้วยการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ ส่วนการประกวดภาพถ่ายและการจัดตลาดนัดเกษตรอินทรีย์  
เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมจากประชาชน ซึ่งจากการจัดตลาดนัดทุกปีนั้นพบว่าประสบ  
ความสำเร็จอย่างสูงมีคนมาจับจ่ายใช้สอยมากมายทั้งยังเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรอีกทาง  
นอกจากนี้เรายังมีกิจกรรมเสริมอื่นๆ เช่น การพานักแสดงเดินสายประชาสัมพันธ์ และ  
สื่อมวลชนสัญจร ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโครงการกับ  
สื่อมวลชนได้เป็นอย่างดี” (ปกฉัตร สุศิระ, สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2562)

## 6. กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคล

ผู้วิจัยได้จัดประเภทของสื่อบุคคลของโครงการดังนี้ 1. นักวิชาการ ได้แก่ ดร.วิวัฒน์ ศัลยกำธร (อาจารย์ยักษ์) อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ และศาสตราจารย์ ดร.วิวัฒน์ ศัลยกำธร (อาจารย์ยักษ์) อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ และศาสตราจารย์ ดร.วิวัฒน์ ศัลยกำธร (อาจารย์ยักษ์) อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ 2. ประชาชนชาวบ้าน ได้แก่ นายบุญล้อม เต่าแก้ว 3. คารานักแสดง

กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคลเป็นการใช้ “คน” เพื่อโน้มน้าวใจ จูงใจ และสร้างความน่าเชื่อถือ จากการศึกษาพบกลวิธีการสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชาสื่อบุคคลมีดังนี้

1. การสร้างสาร ด้วยการใช้นิทานพื้นบ้าน ไม่ใช้ศัพท์ทางราชการ มีการใช้ภาษาถิ่นเพื่อความใกล้ชิด ประยุกต์สอนกับศาสนา และใช้คำคมให้แง่คิด ดังเช่น อาจารย์ยักษ์เวลาลงพื้นที่ จะใช้ภาษาต่างๆ เป็นกันเองกับชาวบ้าน เพื่อสร้างความสนิทสนม
2. การใช้สื่อ มีทั้งการใช้สื่อสารมวลชนสร้างความน่าเชื่อถือ การใช้สื่อพื้นบ้าน และการใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ เช่น นายบุญล้อม เต่าแก้ว ประชาชนชาวบ้าน มีการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างแอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารพูดคุยกับเกษตรกร
3. การนำเสนอสาร โดยบุคคลมีชื่อเสียง เช่น แพนเค้ก เขมนิจ ไปซื้อที่ดินที่จังหวัดสุรินทร์ทำเกษตรอินทรีย์ตามศาสตร์พระราชารูปแบบ พืชปลูก ไปซื้อที่ที่สระบุรีแล้วสร้างโลก หนอง นา เป็นแหล่งเรียนรู้ศาสตร์พระราชาสำหรับชุมชน ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ถูกนำเสนอออกไปอย่างกว้างขวาง เพื่อนำเสนอสารว่า “ศาสตร์พระราชามาแล้ว ใครๆ ก็ทำได้ ขอแค่เปิดใจและลงมือทำ”
4. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เป็นการถ่ายทอดความรู้แลกเปลี่ยนกันระหว่างสื่อบุคคลกับเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการในเรื่องการทำเกษตรอินทรีย์ ทั้งนี้ สื่อบุคคลแต่ละประเภทต่างมีบทบาท เป้าหมายในการสื่อสารแตกต่างกันออกไป โดยจะได้อภิปรายผลต่อไป

## 7. กลยุทธ์การสร้างคนต้นแบบ

คนต้นแบบ (Role Model) ของโครงการ คือ คนที่น้อมนำศาสตร์พระราชมามาใช้แล้วประสบความสำเร็จในชีวิต เป็น “ต้นแบบ” สร้างพลังและแรงบันดาลใจให้คนอื่น ๆ ทำตามได้ ตัวอย่างความสำเร็จจากการใช้สื่อสร้างต้นแบบขับเคลื่อนศาสตร์พระราชามาแล้ว ปีเป็ยก หรือ บุญเลี้ยง รื่นมาลัย ได้เข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์ของโครงการฯ ในปี 2556 จนเกิดแรงบันดาลใจให้ลงมือทำ “โลก หนอง นา โมเดล” ในพื้นที่ 3 ไร่ของตนเอง มีรายได้เฉลี่ยวันละ 300 บาท จากการขายผักบุ้ง ไข่ไก่ และผลผลิตอื่นๆ ที่ได้มาจากการทำเกษตรแบบผสมผสาน มีรายได้มากขึ้นกว่าเดิมที่ทำมาอย่างเดียวหลายเท่า หลุดพ้นจากวงจร

หนี้สิน ครอบครัวมีความสุข ทั้งนี้โครงการได้สร้าง “คนต้นแบบ” ทั้งสิ้นกว่า 30 คน สำหรับการสร้างคนต้นแบบเพื่อขับเคลื่อนศาสตร์พระราชาจะใช้กลวิธีเฝ้าประสบการณ์ตรงและจูงใจด้วยการนำเสนอเรื่องราวชีวิตของคนที่เคยล้มเหลว ครอบครัวแตกแยก หนี้สินสิ้นตัว แต่แล้ววันหนึ่งก็ค้นพบทางออกอย่างยั่งยืนด้วยศาสตร์พระราชา เครื่องมือสร้างคนต้นแบบมีตั้งแต่การใช้สื่อสารมวลชน เช่น สปอตโฆษณา การพูดคุยในรายการ โทรทัศน์ การเผยแพร่เนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์ การหนุนนำทั้งกระบวนการทำและกำลังคน โดยพาประชาชนและสื่อมวลชนไปช่วยกัน “ลงแขก” ยังพื้นที่ของคนต้นแบบเพื่อสร้างต้นแบบให้ชุมชนรอบข้าง รวมถึงการขยายเครือข่ายของคนต้นแบบด้วยการไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ยังพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ

## การอภิปรายผล

จากการศึกษา “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในการสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชาของ “โครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน” สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้ ตลอดระยะเวลา 6 ปีของการดำเนินกิจกรรมโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน ประสบความสำเร็จในการสร้างการรับรู้และสร้างต้นแบบ “หลุมขมหมกรก” ทั้งรูปแบบของบุคคล ชุมชน และ โรงเรียน ทั้งในและนอกกลุ่มน้ำป่าสัก เกิดศูนย์เรียนรู้ตามศาสตร์พระราชาจากองค์ความรู้ที่เกิดจากการอบรมและลงมือปฏิบัติจริงของโครงการมากมาย เกิดการขยายความร่วมมือไปยังหลายภาคส่วนทั้งภาครัฐ เอกชน และสื่อมวลชน ทั้งนี้แนวคิดสำคัญในการวางกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารแนวคิดศาสตร์พระราชาของโครงการ คือ แนวคิดการจัดการน้ำตามศาสตร์พระราชาในรูปแบบที่เรียกว่า หลุมขมหมกรกและโคก หนอง นาโมเดล

ทั้งนี้ จากการศึกษาข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556-2561 ซึ่งเป็นช่วงเปิดตัวโครงการจนจบเฟสที่ 2 นั้น พบว่าโครงการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์การสร้างเนื้อหาข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เน้นนำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กร กลยุทธ์การบริหารประเด็นซึ่งแต่ละปีจะชูแนวคิดแตกต่างกันออกไป อาทิ “พื้นฟูลุ่มน้ำป่าสัก เปลี่ยนเขาหัวโล้นเป็นเขาหัวจุก” “แตกตัวทั่วไทยเอามือสามัคคี” เป็นต้น รวมถึงกลยุทธ์สร้างกิจกรรมพิเศษที่ยังคงใช้แนวทางไม่ต่างจากเดิม ไม่ว่าจะเป็นการแถลงข่าว การจัดกิจกรรมตลาดนัดเกษตรอินทรีย์ การเสวนา หรือกิจกรรมสื่อมวลชนสัญจร ดังนั้น แนวคิด (concept) ในแต่ละปีจึงเป็น “จุดขาย” ในการประชาสัมพันธ์ โดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ เป็นตัวเสริม ข้อค้นพบอย่างหนึ่งคือระยะหลังโครงการเน้นนำเสนอเนื้อหาทางสื่อดิจิทัล เช่น อินโฟกราฟิก โมชั่นกราฟิก มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโทรทัศน์

เหมือนช่วงแรก ซึ่งข้อดีของสื่อดิจิทัลคือ ไร้ความสนใจทั้งเนื้อหา ภาพ และเสียง สื่อสาร เข้าใจง่ายในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งเหมาะกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุค 4.0 และยังสามารถสร้าง การมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยการแบ่งปันข้อมูล ซึ่งนับเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของสื่อดิจิทัล สอดคล้องกับการศึกษาของ กานนท์ คุ่มสุภา (2558) ที่ได้กล่าวหาว่าอินโฟกราฟิกเป็นเครื่องมือ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพคือ เป็นลักษณะการสื่อสารด้วยภาพจึงมีความน่าสนใจ และสร้างการจดจำได้ดี และสามารถแบ่งปันข้อมูลซึ่งเป็นหัวใจหลักของการสื่อสารผ่าน เครือข่ายออนไลน์นั่นเอง ดังนั้นเราจะเห็น โครงการสร้างสรรค์อินโฟกราฟิกเชื่อมโยง กับสถานการณ์อยู่เสมอ เช่น อินโฟกราฟิกวันสิ่งแวดล้อมโลก อินโฟกราฟิกบันได 9 ชั้นสู่ความพอเพียง เป็นต้น

อย่างไรก็ตามกลยุทธ์ที่โครงการยังคงใช้อย่างต่อเนื่องนั่นคือ กลยุทธ์การใช้สื่อ บุคคล เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ของโครงการคือ กลุ่มเกษตรกร ซึ่งการสร้าง เครือข่ายจำเป็นต้องใช้ “คน” เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนศาสตร์พระราชาลงสู่ การปฏิบัติ ฉะนั้นการสื่อสารระหว่างมนุษย์ ไม่มีอะไรจะมีประสิทธิภาพเท่ากับการใช้ “คน” ซึ่งเป็นสื่อดั้งเดิมที่สุดของมนุษยชาติ เพราะธรรมชาติของมนุษย์จะเลือกเชื่อคนที่มี ความคล้ายคลึงกับตนหรือมีประสบการณ์ร่วมกับตน กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคล จึงเป็นกลยุทธ์ หลักที่โครงการใช้ตั้งแต่ปีแรกจนถึงปัจจุบัน โดยเลือกคนที่มีภาพลักษณ์สอดคล้องกับ โครงการ มีความน่าเชื่อถือ ที่สำคัญบุคคลนั้นต้องทำจริง สื่อบุคคลที่โครงการยกเป็น แก่นนำสำคัญคือ ดร.วิวัฒน์ ศัลยกำธร หรืออาจารย์ยักษ์ อดีตรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวง เกษตรและสหกรณ์ นายกสมาคมดิน โลก และที่ปรึกษามูลนิธิกิจกรรมธรรมชาติ อดีตนายก อบจ.กาญจนบุรี อดีตนายก อบจ.สุพรรณบุรี และอดีตนายก อบจ.สุพรรณบุรี นอกจากนี้ยังมี ดร.วิวัฒน์ ศัลยกำธร หรืออาจารย์ยักษ์ อดีตรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวง เกษตรและสหกรณ์ นายกสมาคมดิน โลก และที่ปรึกษามูลนิธิกิจกรรมธรรมชาติ อดีตนายก อบจ.กาญจนบุรี อดีตนายก อบจ.สุพรรณบุรี และอดีตนายก อบจ.สุพรรณบุรี ตามเสด็จฯ ถวายงานใกล้ชิดพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร จึงเป็นหนึ่งในบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวลงสู่การปฏิบัติ ซึ่งบทบาทของ อาจารย์ยักษ์ต่อโครงการคือ เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ด้านศาสตร์พระราชานี้มน้ำใจให้คน หันมาทำเกษตรอินทรีย์

ซึ่งแนวคิดสื่อบุคคลนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชันวกรณ์ ปฏิสังข์ เรื่องกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ของโครงการ 60 ปี 60 ล้านความดี น้อมเกล้าฯ ถวายในหลวง ได้แนะนำว่า ควรจัดให้มีสื่อบุคคล เพื่อเป็นตัวแทนของโครงการ สร้างเอกลักษณ์บุคคลของโครงการ อาจเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม หรือจัดตั้งตัวแทนกลุ่มขึ้นมา ทั้งนี้สื่อบุคคลจะช่วยสร้างความรู้สึกใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และสร้างแรงจูงใจให้มาร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่โครงการจัดขึ้น

นอกจากนี้ยังมีสื่อบุคคลอีกประเภทที่มีความใกล้ชิดกับเกษตรกรมากกว่า อาจารย์ยักษ์ในฐานะนักวิชาการ นั่นคือ นายบุญล้อม เต่าแก้ว ปราชญ์ชาวบ้าน ซึ่งสื่อบุคคลประเภทนี้จะมีความคล้ายคลึงกับกลุ่มเป้าหมาย มีการใช้ภาษาถิ่นสร้างความรู้สึกร่วมกัน หรืออาจเคยประสบเหตุการณ์ที่คล้ายๆ กัน จึงทำให้สื่อบุคคลประเภทนี้จะมีประสิทธิภาพในการชักจูงใจ ซึ่งหลายครั้ง โครงการใช้ศักยภาพของปราชญ์ชาวบ้านเป็นแกนนำในการระดมคนมาร่วมกิจกรรมเอามือสามัคคี สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิรา จิตต์ตั้งตรงและพัชนี เขยจรยา (2558) ที่ศึกษาเรื่องกลยุทธ์สื่อบุคคลเพื่อสร้างเครือข่ายการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเกษตรกรอินทรีย์ผลการวิจัยพบว่าปราชญ์ชาวบ้านใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อพัฒนาแบบมีส่วนร่วมต่างๆ มากมายเพื่อให้เกษตรกรเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่าย ทั้งกลยุทธ์การสร้างสาร กลยุทธ์การใช้สื่อ และกลยุทธ์นำเสนอสาร

ทั้งนี้ อาจารย์ยักษ์จัดเป็นสื่อบุคคลในแง่ของการให้อรรถความรู้ด้านศาสตร์พระราชาสวนปราชญ์ชาวบ้านจะเป็นการเข้าไปช่วยเหลือเกื้อกูล ปรีกษาหรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านเกษตรกรรม สร้างความสนิทสนมกับชาวบ้าน แต่สื่อทั้ง 2 ประเภทยังขาดคุณสมบัติทางด้านความน่าดึงดูดใจ การใช้สื่อบุคคลประเภทดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงจึงตอบโจทย์ในเรื่องการเรียกร้องความสนใจ โครงการจึงเลือกนักแสดงที่มีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ที่ดีมาเป็นตัวแทนของโครงการเพื่อสื่อสารกับประชาชน ซึ่งสื่อบุคคลประเภทนี้มีประสิทธิภาพในเรื่อง “ความน่าดึงดูดใจ” ช่วยสร้างความเข้าใจ ด้วยหน้าตา บุคลิก ดีตา ท่าทาง น่าเสียง ประกอบการพูดซึ่งมีอิทธิพลในการชักจูงใจ สื่อบุคคลประเภทดารานักแสดงจึงมีบทบาทในด้านการ “เรียกแขก” เวลาที่ต้องลงพื้นที่ทำกิจกรรมหรือแม้กระทั่งเป็นกระบอกเสียงประชาสัมพันธ์โครงการสู่สาธารณชน ฉะนั้น จากที่กล่าวมาทั้งหมดจึงเป็นการบูรณาการการใช้สื่อบุคคลทั้งสื่อบุคคลที่เป็นนักวิชาการ ปราชญ์ชาวบ้าน และดารานักแสดง เพื่อเป้าหมายการสื่อสารที่แตกต่างกันนั่นเอง

อย่างไรก็ตามพบว่าคนเรามักจะเชื่อคนที่เหมือนเราหรือมีประสบการณ์ร่วมกับเรามีลักษณะที่คล้ายคลึงกับผู้รับสาร เช่น เป็นเกษตรกรเหมือนกัน หรือเคยเป็นคนที่มีผลพลได้ในชีวิตมาก่อนแต่รอดได้ด้วยศาสตร์พระราชานั้น กลยุทธ์การสร้าง “คนต้นแบบ” (Role Model) จึงถูกนำมาใช้สร้างคน สร้างเครือข่ายตลอด 6 ปีที่ผ่านมา ซึ่งโครงการเรียกคนเหล่านี้ว่า “คนมีใจ” Bandura (1989) ได้กล่าวถึงลักษณะของคนต้นแบบไว้ดังนี้ 1. ตัวแบบควรจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับผู้สังเกตทั้งในด้าน เพศ เชื้อชาติ และทัศนคติ ซึ่งการที่ตัวแบบมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับผู้สังเกตนั้น จะทำให้ผู้สังเกตมั่นใจได้ว่าพฤติกรรมที่ตัวแบบแสดงออกนั้นเหมาะสม และสามารถทำได้ เพราะบุคคลนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกับตน ซึ่งจะทำให้เขาเกิดความรู้สึกว่าเขาเองก็น่าจะทำได้เช่นกัน 2. ระดับของความสามารถ

ของตัวแบบนั้น ควรจะมีระดับที่ใกล้เคียงกับผู้สังเกต เพราะถ้าใช้ตัวแบบที่มีความสามารถสูงมาก ก็จะทำให้ผู้สังเกตคิดว่าเขาไม่น่าจะทำตามได้ ทำให้เขาปฏิเสธที่จะทำตามตัวแบบนั้น และตัวแบบนั้นควรจะมีลักษณะที่เป็นกันเองและอบอุ่น

จากคำนิยามของคนต้นแบบจึงถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้าง “คนต้นแบบ” หรือ “คนมีใจ” ในโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน ซึ่งปัจจุบันมีทั้งหมดกว่า 30 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้นำหรือคนในชุมชน ตัวอย่างของคนต้นแบบ เช่น ป้าเปี้ยก หรือบุญเลี้ยง รื่นมาลัย ลงมือทำ “โคก หนอง นา โมเดล” ในพื้นที่ 3 ไร่ของตนเอง มีรายได้เฉลี่ยวันละ 300 บาท จากการขายผักบุ้ง ไข่ไก่ และผลผลิตอื่นๆ ที่ได้มาจากการทำเกษตรแบบผสมผสาน มีรายได้มากขึ้นกว่าเดิมที่ทำอย่างเดียหลายเท่า หลุดพ้นจากวงจรหนี้สิน พื้นที่ทุกไร่ครอบครัวมีความสุข หรือ “ก้านันไก่อ” วนิดา คำรงค์ไชย นำศาสตร์พระราชามาประยุกต์ใช้จนสามารถพลิกฟื้นชีวิตได้และนำที่ดินของตนเองมาสร้างศูนย์เรียนรู้โคกหนองนา จ.สระบุรี ลักษณะการนำเสนอคนต้นแบบใช้กลวิธีนำเสนอสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงของบุคคลที่เป็นต้นแบบ โดยเชื่อมโยงว่าศาสตร์พระราชายาจะเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวนั้น ได้อย่างไร รูปแบบร้อยเรียงเรื่องราว (Story line) คล้ายหนังสั้น คือมีการเริ่มต้น กลางเรื่อง ตอนจบ มีการใช้จุดจูงใจด้านอารมณ์ เช่น ความทุกข์ซ้ำซากจากวิกฤตน้ำ ความทุกข์จากการเป็นหนี้ ทุกข์จากครอบครัวแตกแยก เป็นการนำเสนอปัญหาท่าก่อนแล้วเสนอทางออกด้วยศาสตร์พระราชา ทั้งนี้ลักษณะการนำเสนอต้นแบบนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Bandura (1989) ที่กล่าวถึงลักษณะของการเสนอตัวแบบไว้หลายวิธี หนึ่งในนั้นคือนำเสนอชีวิตจริงหรือตัวแบบสัญลักษณ์ ซึ่งการเสนอตัวแบบที่เป็นชีวิตจริงนั้นมีข้อดีตรงที่น่าสนใจ อีกทั้งสามารถแปรเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการแสดงออกได้ตามสภาพการณ์ สอดคล้องกับผลจากการวิจัยของสุนิศา เพ็ญใจ (2552) เรื่องกลยุทธ์บุคคลต้นแบบในการรณรงค์ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าบุคคลต้นแบบมีผลกระทบต่อ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ฯ ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้รับสาร รวมทั้งยังสร้างการรับรู้โดยพิจารณาจากตนเอง และการเปรียบเทียบทางสังคม

นอกจากนี้ กลยุทธ์การสร้าง “คนต้นแบบ” ยังสัมพันธ์กับหลักการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรในเรื่อง “การระเบิดจากข้างใน” เป็นหลักการทรงงานเพื่อพัฒนาคน และยังเป็นแนวคิดสำคัญของโครงการดังที่ ดร.วิวัฒน์ ศัลยกำธร ได้กล่าวไว้ว่าการระเบิดจากข้างใน หมายถึงต้องมุ่งพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้คนและครอบครัวในชุมชนที่เข้าไปพัฒนา ให้มีสภาพพร้อมที่จะรับการพัฒนาลีกก่อน แล้วจึงค่อยออกมาสู่สังคมภายนอก จากแนวคิดดังกล่าวโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดินได้น้อมนำ

แนวทางนี้มาปฏิบัติจนประสบผลสำเร็จในการสร้างคนมีใจเพื่อเป็น “คนต้นแบบ” และขยายผลเป็น “เครือข่าย” ผู้ “ศูนย์เรียนรู้” ต่อไป

กล่าวโดยสรุป แม้การใช้สื่อบุคคลจะเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสื่อสารแนวคิด ศาสตร์พระราชาเพื่อสร้างคน สร้างเครือข่าย และสร้างศูนย์การเรียนรู้ แต่การใช้สื่อแบบผสมผสานไม่ว่าจะเป็นสื่อสารมวลชน สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจ สื่อออนไลน์ ก็มีความสำคัญ เพราะสื่อเหล่านี้ช่วยเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหว สร้างความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย สร้างการ โน้มน้าวชักจูงใจอันนำไปสู่การขยายผลอย่างเป็นรูปธรรม ดังที่ ชันวกรณ์ ปฏิสังข์ (2549) ได้กล่าวถึงความสำเร็จของโครงการ 60 ปี 60 ล้านความดี น้อมเกล้าฯ ถวายในหลวง ว่าส่วนหนึ่งเกิดจากการใช้สื่อแบบผสมผสานกันและใช้กลยุทธ์ในการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนร่วมกัน ทำความดีถวาย ถวายในหลวง เช่นเดียวกับโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน ที่ต้องอาศัยกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่ออย่างหลากหลาย เพื่อสร้างความร่วมมือร่วมใจจากเครือข่ายทุกภาคส่วน การส่งเสริมกันและกันนี้จะช่วยให้พลังการสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น และส่งผลให้พันธกิจของโครงการบรรลุเป้าหมาย นั่นคือ “ศาสตร์พระราชายุคท้าวมยุคลั่งอย่างยั่งยืน”

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของ โครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน พบว่าการดกย้าโฆษณาทางโทรทัศน์ยังน้อยเกินไป เมื่อเทียบกับโครงการประเภทเดียวกันขององค์กรอื่น การออกอากาศอยู่ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ คือช่วงวันคล้ายวันพระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร จึงทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยรับรู้เรื่องโครงการ อีกทั้งเนื้อหายังเป็นไปในทางโฆษณาประชาสัมพันธ์ซึ่งก็ทำให้ขาดความน่าสนใจ ดังนั้น อาจต้องสร้างเอกลักษณ์การนำเสนอของโครงการให้แตกต่างจากโครงการอื่นๆ ที่ใกล้เคียงกัน

2. เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัล โครงการอาจจะต้องวางกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์มากขึ้น เช่น การสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชนออนไลน์ (Engagement) ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดการเข้าถึง การบอกต่ออย่างไรก็ตาม ศาสตร์พระราชาเป็นเรื่องเข้าใจยาก บางคนมองว่าเป็นเรื่องของเกษตรกร แต่ในความเป็นจริงศาสตร์พระราชาเป็นศาสตร์ที่ประยุกต์ใช้ได้กับคนทุกคน ทุกอายุ ทุกอาชีพ ฉะนั้นการนำเสนอสารจึงต้อง

ปรับเปลี่ยนให้คนทั่วไปเข้าถึงง่าย หรืออาจจะเปลี่ยนมาเป็นแอนิเมชัน ให้ความรู้เรื่อง ศาสตร์พระราชาที่สนุก เข้าใจง่าย น่าจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการพลังคนสร้างสรรค์โลก รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน โดยสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนประชาสัมพันธ์ แต่ไม่ได้ศึกษาประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงนำศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและประสิทธิผลของโครงการ โดยการสำรวจเชิงวิจัย ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนที่มีต่อโครงการ

2. จากผลการศึกษาพบว่าสื่อบุคคลเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการขับเคลื่อนโครงการ ดังนั้นการศึกษากครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของสื่อบุคคลอย่างลึกซึ้งว่ามีวิธีการสื่อสารอย่างไร ศึกษาคุณลักษณะ และบทบาทของสื่อบุคคลแต่ละประเภท อิทธิพลของสื่อบุคคลในการจูงใจคนให้เปลี่ยนพฤติกรรม เป็นต้น เพื่อสามารถนำผลวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการเลือกสรรสื่อบุคคลที่มีความเหมาะสมในการสื่อสารเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายต่อไป

## รายการอ้างอิง

- คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง. (2562). **หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [https://www.nesdb.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=2628](https://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=2628). สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2562.
- ธันวาคม ฎีกาสังข์. (2549). **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการ 60 ปี 60 ล้านความดี น้อมเกล้าฯ ถวายในหลวง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). **การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรพิทักษ์ แม้นศิริ. (2561). **การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกในยุค 4.0**. เอกสารประกอบการบรรยายหลักและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ 4.0. กรุงเทพมหานคร พลเอกเดชา ปุญญบาล. 9 ตามรอยบาท ศาสตร์พระราชา. วารสารสมาคมนักวิจัย, ปีที่ 22 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2560.
- ภานนท์ คุ่มสุภา. (2558). **อินโฟกราฟิกเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในยุคการตลาดเชิงเนื้อหา**. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิต้า.
- รุจิรา จิตต์ตั้งตรง และพัชนี เขยจรรยา. (2557). **กลยุทธ์สื่อบุคคลเพื่อสร้างเครือข่ายการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์และนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2549). **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เสถียร เขยประทับ. (2536). **สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ: เน้นเฉพาะประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนิสา เทียนโอสถ. (2552). **กลยุทธ์บุคคลต้นแบบในการรณรงค์ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **การทรงงานพัฒนาประเทศของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว**. กรุงเทพฯ: ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ่ง.

- อภิชาต พุกสวัสดิ์.(2560). นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ผ่านการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- MGR Online. (2562). “ระเบิดจากข้างใน” หัวใจแห่งการพัฒนาในพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 : ดร. สุเมธ ตันติเวชกุล. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://mgronline.com/online/section/detail/9590000115284>. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2562.
- Bandura, A. (1989). **Social Cognitive Theory**. In R. Vasta (Ed.), *Annals of child development*. pp. 1-60. Greenwich, CT: JAI Press.

# การสื่อสารผ่านชุดวิดีโอทัศน์เพื่อส่งเสริมสุขภาพ 60. ของนักเรียนชั้นประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่

## Communication via The Six Health Promotion Video Package for Primary Students in Chiang Mai

Received: 03/05/62

Revised: 17/05/62

Accepted: 21/05/62

มัทนา อินไชย\*

ศุภนิช จันทร์สอง\*\*

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยคือ 1) เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพ 60. ของนักเรียนชั้นประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) เพื่อสำรวจความพึงพอใจต่อการเสริมสร้างและพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับส่งเสริมสุขภาพ 60. ของนักเรียนชั้นประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัยทำการพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมซึ่งได้แก่ชุดวิดีโอทัศน์เพื่อส่งเสริมสุขภาพ 60. โดยใช้การวิจัยในเชิงคุณภาพนำร่องในการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยการสุ่มแบบง่ายและกำหนดโควตาจากโรงเรียนทั้ง 25 อำเภอทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โรงเรียนละ 30 คน เท่าๆ กัน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 750 คน

ผลการวิจัยพบว่า หลังจากได้รับชมชุดวิดีโอทัศน์ 60. แล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารหลักห้าหมู่อย่างถูกต้อง ร้อยละ 99.3 มีการควบคุมอารมณ์ที่ดีในการปฏิบัติตนเมื่อไม่ชอบใจในสิ่งที่เพื่อนทำ ร้อยละ 55.3 เข้าใจสุขอนามัยที่ถูกต้องในการอาบน้ำ สระผม ร้อยละ 93.6 และการแปรงฟัน ร้อยละ 94.2 รวมไปถึง

\* \* ปร.ค. (การพัฒนาเศรษฐกิจ และเทคโนโลยีชุมชน) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (2560), ปัจจุบันเป็นหัวหน้าภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

\*\*MA (International Communication) Macquarie University (2546), ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

มีความรู้ความเข้าใจเรื่องอบายมุข โดยทราบว่ามีโทษภัย การพนัน เป็นอบายมุขและสิ่งไม่ดี ร้อยละ 73.0 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเสริมสร้างและพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพ 60. อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.56$ )

**คำสำคัญ:** ความรู้ ความเข้าใจ บุคลิกทัศน์ สุขภาวะ 60.

## Abstract

This research aims 1) to enhance knowledge and understanding about the six health promotion and 2) to examine the satisfaction towards enhancing and developing knowledge and understanding about the six health promotion. The researcher has developed an innovation that has been tested. The research was conducted by using qualitative research, piloting communication to enhance knowledge and understanding by conducting activities to provide knowledge to the sample. Then, the questionnaires were used to measure the overall performance. It was conducted on 750 students from 25 schools in Chiang Mai through convenience sampling.

The results showed that after watching the six health promotion video packages, the majority of the samples having knowledge and understanding about the Five Food Groups correctly, 99.3 percent. They have good emotional control in their practices when they are not happy with what friends do, 55.3 percent. They understand the correct hygiene in bathing, 93.6 percent, and brushing teeth, 94.2 percent. They also have a deep understanding of the amulet, by realizing that cigarettes, narcotics, and gambling are a bad thing, 73.0 percent. In addition, most of the sample groups were satisfied with the activities at the highest level at the average ( $\bar{X} = 4.56$ ).

**Keywords:** knowledge, understanding, video package, six health promotion

## บทนำ

สุขภาพเป็นภาวะแห่งความสมบูรณ์ของร่างกาย จิตใจ อารมณ์สังคม และจิตวิญญาณ (ประเวศ วรรณี, 2544) สุขภาพดีจึงเป็นสิ่งที่ทุกคนพึงปรารถนาบุคคลจึงพยายาม

หาวิธีที่จะดูแลสุขภาพเพื่อไม่ให้เกิดภาวะเจ็บป่วย แต่การที่มนุษย์เราจะมีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรงได้นั้น ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมสุขภาพของแต่ละบุคคล ซึ่งในปัจจุบันปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญของประเทศส่วนใหญ่เป็นปัญหาที่เกิดจากพฤติกรรม การรักษาสุขภาพของประชาชน และปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งมีหลายปัจจัย อาทิเช่น ด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ การคมนาคม และการพัฒนาเทคโนโลยี เป็นต้น

ในปี พ.ศ.2545 รัฐบาลจึงได้ประกาศให้เป็นปีเริ่มต้นของการรณรงค์เสริมสร้างสุขภาพ ภายใต้ยุทธศาสตร์ร่วมพลังสร้างสุขภาพ ซึ่งเป็นแนวทางการเสริมสร้างสุขภาพของประชาชน จากนโยบายและเป้าหมายการสร้างสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข มีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนรวมกลุ่ม และร่วมทำกิจกรรมด้านการออกกำลังกายเป็นเรื่องแรก และบูรณาการกิจกรรมการบริโภคอาหารและกิจกรรมอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีในบุคคล ครอบครัว ชุมชน โดยการสนับสนุนองค์ความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ภายใต้ชื่อหลักการส่งเสริมสุขภาพ 60. อันประกอบไปด้วย ออกกำลังกาย อาหาร อารมณ์ อโรคา อนามัยสิ่งแวดล้อม และอบายมุข

การกำหนดกลุ่มพฤติกรรม 60. เป็นไปตามที่กระทรวงสาธารณสุขของประเทศไทย กำหนด โดยวัยเด็กมีปัญหาพฤติกรรมสุขภาพ ด้านอาหารเป็นประเด็นหลัก โดยขาดความรู้ในการบริโภคที่ไม่มีประโยชน์ หวาน และมีไขมันสูง วันเยาวชน ยังคงมีประเด็นหลักในการทำงาน มีปัญหาต่อเนื่องจากวัยเยาวชน และมีปัญหาเรื่องการออกกำลังกายไม่เพียงพอ อันเป็นสาเหตุเริ่มต้นของการเกิดโรค จากผลงานวิจัยโดยโครงการประเมินเทคโนโลยีและนโยบายด้านสุขภาพ (HITAP) ระบุว่าพบปัญหาสุขภาพหลายประการในเด็กและวัยรุ่นไทย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางกายและทางจิตใจ เช่น สมาธิสั้น ไม่ตั้งใจเรียน ติดเกม-ติดจอ หรือการติดบุหรี่-ติดเหล้า ซึ่งปัญหาเหล่านี้เป็นปัญหาที่เห็นชัดเจนและสังคมควรให้ความสำคัญ โดยคนส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาเหล่านี้ไม่ใช่โรคหรือปัญหาสุขภาพทางกายแต่ในความเป็นจริงหากพฤติกรรมเหล่านี้เป็นปัญหาทางด้านสุขภาพเช่นกัน หากไม่ได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง ปัญหาเหล่านี้จะทวีความรุนแรงมากขึ้นและซับซ้อนมากขึ้น (สุขภาพจิตของวัยรุ่น เรื่องที่ถูกมองข้ามไป, 2561) ดังนั้น พฤติกรรมที่พึงประสงค์ จึงเป็นการสนับสนุนให้ออกกำลังกาย รับประทานอาหารให้ถูกต้องและมีประโยชน์ เป็นประเด็นหลัก ขยายผลด้วยการควบคุมอารมณ์ ให้เบิกบาน ดูแลสภาพแวดล้อม ไม่เสี่ยงต่อโรคสำคัญ และอบายมุข

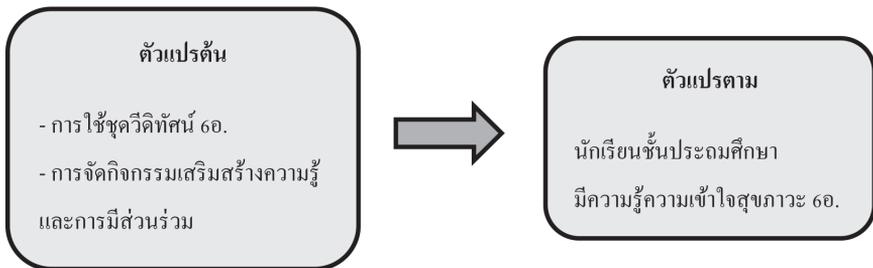
ทั้งนี้ ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาองค์ความรู้และส่งเสริมสุขภาพที่ดีตามหลักการส่งเสริมสุขภาพ 60. โดยการมุ่งเน้นเพื่อให้ความรู้แก่เด็กนักเรียนในระดับ

ชั้นประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อส่งเสริมให้นักเรียนมีองค์ความรู้ที่ถูกต้องและสามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตได้จริง และเพื่อเป็นรากฐานสำคัญต่อการปฏิรูประบบสุขภาพและการพัฒนาคุณภาพชีวิตโดยรวมในสังคมต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพ 60. ของนักเรียนชั้นประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ ภายหลังจากการเปิดรับสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมสุขภาพ 60.
2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจต่อการเสริมสร้างและพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับส่งเสริมสุขภาพ 60. ของนักเรียนชั้นประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ ภายหลังจากการเปิดรับสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมสุขภาพ 60.

### กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### ประโยชน์ที่คิดว่าจะได้รับ

1. นักเรียนชั้นประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพ 60. หลังจากเข้าร่วมกิจกรรมและใช้ชุดวีดิทัศน์
2. นักเรียนชั้นประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจต่อการเสริมสร้างและพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับส่งเสริมสุขภาพ 60. หลังจากเข้าร่วมกิจกรรมและใช้ชุดวีดิทัศน์
3. นักเรียนชั้นประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ มีสุขภาพที่ดีมากขึ้น

## ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความรู้ คือ สิ่งที่ตั้งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะ ส่วนความเข้าใจ คือ ความเข้าใจหรือสารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์ นอกจากนี้ ศิพล รื่นใจชน (2549, หน้า 10) ได้จำแนกความหมายระหว่างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อประโยชน์ในการสื่อความหมายไว้ ดังนี้

ความรู้ หมายถึง พฤติกรรมและสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งเน้นการจำ ไม่ว่าจะเป็นการระลึกถึง หรือระลึกได้ก็ตาม เป็นสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากการเรียนรู้ โดยเริ่มต้นจากการรวบรวมสาระต่างๆ จนกระทั่งพัฒนาไปสู่ขั้นที่มีความสลับซับซ้อนยิ่งขึ้น โดยความรู้นี้อาจแยกออกเป็นความรู้เฉพาะสิ่ง และความรู้เรื่องสากล เป็นต้น

ความเข้าใจ เป็นขั้นตอนที่สำคัญของการสื่อความหมายโดยอาศัยความสามารถทางสมองและทักษะ ซึ่งอาจจะกระทำได้โดยการใช้ปากเปล่า ข้อเขียน ภาษา หรือสัญลักษณ์ต่างๆ โดยการทำความเข้าใจนั้นอาจไม่มีผลสมบูรณ์เสมอไป สำหรับพฤติกรรมความเข้าใจแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ คือการแปลความ การตีความ และการสรุป โดยเป็นความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ โครงสร้างที่เกิดจากการศึกษาหรือค้นหา หรือเป็นความรู้เกี่ยวกับสถานที่ สิ่งของ หรือบุคคลที่ได้จากการสังเกตประสบการณ์ หรือจากรายงาน การรับรู้ข้อเท็จจริงต้องชัดเจน และต้องอาศัยเวลา (ศิพล รื่นใจชน, 2549, หน้า 10) และใกล้เคียงกับความหมายที่กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง เหตุการณ์ รายละเอียดต่างๆ ที่เกิดจากการสังเกต การศึกษา ประสบการณ์ ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคม ความรู้พื้นฐาน หรือภูมิหลังของแต่ละบุคคล ที่บุคคลได้จดจำหรือเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ และสามารถแสดงออกมาในเชิงพฤติกรรมที่สังเกตหรือวัดได้ (แสงจันทร์ โสภากาล, 2550, หน้า 14-15)

จากแนวคิดต่างๆ ข้างต้นสามารถสรุปความหมายได้ดังนี้ ความรู้และความเข้าใจเป็นกระบวนการรับรู้เรื่องราวหรือข้อมูลต่างๆ อย่างเป็นระบบ และสามารถรวบรวมหรือแยกแยะในประเด็นต่างๆ ได้อย่างละเอียด และสามารถลำดับขั้นตอนได้อย่างชัดเจน

นอกจากนี้ ในแต่ละบุคคลต่างมีความรู้ ความเข้าใจ ในสิ่งต่างๆ มากน้อยไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับสภาพความพร้อมในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความรู้ความเข้าใจที่สำคัญ ซึ่งวอชิงตัน และคาล์ก (Worthington & Grant, n.d., อ้างถึงใน แสงจันทร์ โสภากาล, 2550, หน้า 15-16) ได้อธิบายเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ในการเรียนหรือระดับการเรียนรู้

ของนักเรียนที่มีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ พบว่ามีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบ 2 ประการ คือ องค์ประกอบทางด้านสติปัญญาและองค์ประกอบทางด้านที่ไม่ใช่สติปัญญา องค์ประกอบที่ไม่ใช่สติปัญญา ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ครอบครัวย และการงูใจ โดยปัจจัยและแนวคิดดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ความรู้ ความเข้าใจ แต่ละบุคคลจะมากหรือน้อยอยู่ที่ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม ครอบครัวย และการงูใจ

ในส่วนของระดับความรู้ ความเข้าใจ ของแต่ละบุคคล จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และแนวทางในการลำดับความสำคัญ ซึ่งบลูม (Bloom, 1980, อ้างถึงใน แสงจันทร์ โสภากาล, 2550, หน้า 15-16) ได้แบ่งระดับความรู้ความสามารถทางด้านสติปัญญา (Cognitive Domain) ออกเป็น 6 ระดับ ดังนี้

1) ความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นแรกของพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความสามารถในการจดจำ อาจโดยการนึกได้ มองเห็น ได้ยิน หรือได้ฟัง ความรู้ในขั้นนี้ประกอบด้วย ความจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง วิธีการแก้ปัญหา มาตรฐาน เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าความรู้นี้เป็นเรื่องราวของการจำได้หรือระลึกได้ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดที่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้สมองมากนัก ดังนั้นการจำได้หรือระลึกได้จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญทางจิตวิทยาและเป็นขั้นตอนที่จะนำไปสู่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจ การนำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินผล ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ได้ความคิดและความสามารถด้านสมองเพิ่มมากขึ้น

2) ความเข้าใจ (Comprehensive) เป็นพฤติกรรมขั้นต่อมาจากความรู้ ขั้นตอนนี้ จะต้องใช้ความสามารถทางสมองและทักษะในขั้นสูงจนถึงระดับของ “การสื่อความหมาย” ซึ่งอาจจะทำได้ ทั้งที่เป็นการใช้ปากเปล่า ข้อเขียน ภาษา หรือการใช้สัญลักษณ์ มักเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้รับทราบข่าวสารต่างๆ แล้ว โดยการฟัง เห็น อ่าน หรือเขียน ความเข้าใจนี้อาจแสดงออกในรูปของการใช้ทักษะหรือการแปลความหมายต่างๆ เช่น การบรรยายข่าวสาร โดยใช้คำพูดของตนเองหรือการแปลความหมายจากภาษาหนึ่งไปยังอีกภาษาหนึ่ง โดยคงความหมายเดิมไว้ หรืออาจเป็นการแสดงความคิดหรือใช้ข้อสรุปหรือการคาดคะเนได้เช่นกัน

3) การนำความรู้ไปใช้ (Application) ความสามารถในการนำความรู้ไปใช้นี้ เป็นพฤติกรรมขั้นที่สาม ซึ่งจะต้องอาศัยความสามารถหรือทักษะทางด้านความเข้าใจดังกล่าวมาแล้ว การนำความรู้ไปใช้นี้กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การแก้ปัญหาหน้ตนเอง ซึ่งมีอยู่ 6 ขั้นตอน และเมื่อนำมาพิจารณาจะเห็นว่า ความเข้าใจในหลักทฤษฎีวิธีการต่างๆ จะถูกนำมาใช้ในการแก้ปัญหา

4) การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นความสามารถในการช่วยแยกภาพรวมออกเป็นส่วนๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น อาจแบ่งเป็นขั้นย่อยๆ ได้ 3 ขั้นด้วยกัน คือ ความสามารถในการแยกแยะองค์ประกอบของปัญหาออกเป็นส่วนๆ ความสามารถในการเห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบ และความสามารถในการมองเห็นหลักของการผสมผสานที่มีองค์ประกอบย่อยมากมาย

5) การสังเคราะห์ (Synthesis) คือ ความสามารถในการนำเอาส่วนประกอบย่อยหลายๆ ส่วนมารวมกันเข้าเป็นกรอบโครงสร้างที่แน่ชัด โดยทั่วไปแล้วการนำเอาประสบการณ์ในอดีตมาร่วมกันกับประสบการณ์ในปัจจุบัน และนำมาสร้างเป็นกรอบที่มีระเบียบแบบแผนเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ หรือความคิดริเริ่ม จึงต้องมีความเข้าใจในการนำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์มาประกอบ

6) การประเมินผล (Evaluation) เป็นความสามารถในการประเมินผลที่เกี่ยวข้องกับการให้ค่าต่อความรู้หรือข้อเท็จจริงต่างๆ ซึ่งต้องใช้เกณฑ์หรือมาตรฐานเป็นส่วนประกอบในการประเมินผลมาตรฐานนี้อาจจะอยู่ในทุกขั้นตอนของความสามารถหรือทักษะต่างๆ

ดังนั้น ความหมายของความรู้และความเข้าใจในข้างต้น ได้กล่าวถึงกระบวนการเกิดความรู้ นำไปสู่ความเข้าใจและนำไปใช้ โดยผ่านการวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นไปตามลำดับขั้นตอนอย่างชัดเจน โดยชี้ให้เห็นว่าความรู้เป็นขั้นตอนแรกในการที่สมองรับเอาข้อมูลเข้ามาเก็บไว้ในระบบความจำ จากนั้นขั้นตอนที่สองจึงเป็นเรื่องราวของความเข้าใจในความหมายของข้อมูลจากความรู้ต่างๆ จนถึงขั้นถ่ายทอดหรือตีความหมายออกมาให้ผู้อื่นได้รับรู้ต่อไปได้ แล้วจึงมาถึงขั้นนำความรู้ไปใช้จากความเข้าใจด้วยการวิเคราะห์สังเคราะห์ และประเมินผลต่อไป จึงไม่สามารถแยกอธิบายเรื่องความรู้และความเข้าใจ

ก่อนที่จะรู้ระดับความรู้ ความเข้าใจของแต่ละบุคคล จะต้องทำการวัดความรู้ ซึ่งสมศักดิ์ วิชาลาภรณ์ และคณะ (n.d., อ้างถึงใน แสงจันทร์ โสภากาล, 2550, หน้า 15-16) ได้เสนอแนวคิดในด้านวิธีการวัดความรู้ที่เป็นที่นิยมไว้ว่า วิธีการวัดผลความรู้ กระทำได้หลายวิธี ที่นิยมปฏิบัติกันโดยทั่วไป คือ การวัดโดยใช้แบบสอบถาม และเป็นแบบทดสอบชนิดเลือกตอบ (Multiple Choice Tests) เป็นส่วนใหญ่เพราะเป็นแบบทดสอบที่ใช้วัดได้รอบด้าน สามารถวัดผลของการเรียนรู้ได้หลายอย่าง ตั้งแต่กระบวนการทางสติปัญญาขั้นสูง ได้แก่ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินค่า ตลอดจนจนถึงการจดจำเบื้องต้น

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการศึกษา

การถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศมาช้านาน กระบวนการถ่ายทอดที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้ผู้ประกอบการ

ทั้งภาคการผลิตและบริการ ได้นำเอาเทคโนโลยีที่ได้คิดค้นพัฒนาขึ้นมาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า เช่น ผลงานวิจัยและแนวทางที่มีการพัฒนาคิดค้นไว้ ถ้ามีการเผยแพร่หรือถ่ายทอดไปสู่ผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคต่างๆ ก็ย่อมเกิดประโยชน์ต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน

เทคโนโลยี (Technology) หมายถึง วิทยาการ เทคนิค สำหรับควบคุมหรือใช้ประโยชน์ธรรมชาติแวดล้อมอันเป็นผลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์วิจัย หรือพัฒนาการที่สามารถนำไปใช้ในการเพิ่มผลผลิตได้

ไพฑูรย์ ลือวิฑูรเวชกิจ (2541, หน้า 10) ได้อธิบายว่าการถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Process of communication) ของความคิด และทักษะระหว่างบุคคล และในกลุ่มประชาชน รวมถึงการถ่ายทอดข่าวสารทางวิชาการจากแหล่งของความรู้ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย แต่การถ่ายทอดความรู้ดังกล่าวจะไม่มีประโยชน์ถ้ากลุ่มเป้าหมายไม่ยอมรับหรือไม่เป็นที่ต้องการ หรือไม่ได้มีการนำไปใช้ และแนวคิดของไพฑูรย์ ลือวิฑูรเวชกิจ (2541, หน้า 10) คือ วิธีการที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมติดต่อกับบุคคลเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอน ให้ความรู้ แจ้งข่าวสาร แนะนำ ชูใจให้ปฏิบัติ หรือรับฟังปัญหาข้อคิดเห็นต่างๆ เรียกทั่วไปว่า “วิธีการส่งเสริม”

การถ่ายทอดเทคโนโลยีจะสัมฤทธิ์ผลอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับขึ้นอยู่กับผู้ถ่ายทอด ผู้รับการถ่ายทอด และการเลือกประเภทของกระบวนการถ่ายทอดที่เหมาะสม ทั้งนี้วิธีการถ่ายทอดเทคโนโลยีตามแนวคิดของ คัง และ ซอง (Kang & Song, 1984, pp.130-143, อ้างถึงใน เอกสารกรมประมง, 2550, หน้า 29, อ้างถึงใน ไพฑูรย์ ลือวิฑูรเวชกิจ, 2541) ได้แบ่งวิธีการถ่ายทอดเทคโนโลยีไว้ 3 แบบ ได้แก่

1) วิธีรายบุคคล เป็นการถ่ายทอดแบบตัวต่อตัวระหว่างผู้รับสารหรือผู้รับการถ่ายทอด อาจเป็นการเผชิญหน้ากันโดยตรง ซึ่งข้อดีของการถ่ายทอดวิธีแบบรายบุคคลคือ ผู้ถ่ายทอดหรือผู้ส่งสารสามารถรับรู้เรื่องราวต่างๆ ของผู้รับการถ่ายทอดได้อย่างเฉพาะเจาะจง และสามารถตอบสนองในทางที่ดีแก่ผู้รับการถ่ายทอด แต่ข้อจำกัดการถ่ายทอดวิธีแบบรายบุคคลนี้ต้องใช้เวลาค่อนข้างมาก และผู้รับสารหรือผู้รับการถ่ายทอดจะได้รับถ่ายทอดได้จำนวนน้อย

2) วิธีแบบกลุ่ม เป็นการถ่ายทอดระหว่างผู้ส่งสารหรือผู้ถ่ายทอดหนึ่งคนต่อผู้รับสารหลายคนโดยการบรรยาย สัมมนา หรือประชุมเชิงปฏิบัติการ เป็นต้น การถ่ายทอดวิธีแบบกลุ่มนี้มีข้อดี คือ การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้รับการถ่ายทอดกันเอง ทำให้เกิดความเข้าใจตรงกัน และยังทำให้ประหยัดเวลาของเจ้าหน้าที่และค่าใช้จ่ายยังน้อยอีกด้วย แต่ข้อจำกัดของการถ่ายทอดแบบกลุ่ม คือ หากขนาดของกลุ่มใหญ่เกินไปจะทำให้เกิดอุปสรรคในการเรียนรู้ร่วมกันและอุปสรรคในการสื่อสาร

3) วิธีแบบมวลชน เป็นวิธีการถ่ายทอดที่เจ้าหน้าที่ถ่ายทอดหรือผู้ส่งสารหนึ่งคนต่อผู้รับการถ่ายทอดจำนวนมากโดยไม่มีการติดต่อกันโดยตรง โดยการถ่ายทอดทางวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ จดหมายเวียน หรือเว็บไซต์ เป็นต้น ข้อดีของวิธีนี้กล่าวคือ สามารถส่งข้อมูลไปถึงผู้รับสารได้ในกลุ่มใหญ่ เพราะแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว ค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการถ่ายทอดแบบอื่นๆ แต่ข้อจำกัดของการถ่ายทอดแบบมวลชนนี้คือการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) ซึ่งอาจทำให้เจ้าหน้าที่ไม่สามารถทราบปัญหาได้ทันต่อการแก้ปัญหา และไม่สามารถที่จะหวังผลของการถ่ายทอดแบบมวลชนได้อย่างชัดเจน

ทั้งนี้วิธีการถ่ายทอดเทคโนโลยีทั้ง 3 แบบนี้เป็นแนวทางเดียวกันแนวคิดของไพทอริส ลีอิวูเวทิจ (2541, หน้า 10) ซึ่งได้แบ่งประเภทของการถ่ายทอดออกเป็น 3 กลุ่มคือ ในกรณีที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมติดต่อเกี่ยวข้องกับบุคคลคนเดียวที่เรียกว่า การสอนหรือการส่งเสริมแบบนี้ว่า “วิธีการส่งเสริมรายบุคคล” (Individual Methods) แต่ในบางครั้งก็มีการสอน พบปะ หรือให้ความรู้เป็นกลุ่ม เช่น การประชุม เรียกว่า “วิธีการส่งเสริมแบบมวลชน” (Mass Methods) และยังคงเข้าถึงชุมชนกลุ่มใหญ่ เรียกว่า “วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม” (Group Methods)

ดังนั้น การนำเทคโนโลยีไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดจะต้องมีการปรับใช้ให้เหมาะสมตั้งแต่องานวิจัย ผู้นำเทคโนโลยีไปถ่ายทอด กลุ่มเป้าหมาย และช่วงเวลา ทั้งนี้ต้องมีการประเมินผลอย่างเป็นระบบ และเนื่องจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีมีความหลากหลายในแต่ละสาขาแนวทางและรูปแบบในการถ่ายทอดอาจแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ ดังนั้น การถ่ายทอดเทคโนโลยี ก็คือการที่ผู้รับสารนำสารหรือเทคโนโลยี ที่ได้รับจากการถ่ายทอดไปพิจารณา และตัดสินใจปฏิบัติตามเทคโนโลยีนั้น ซึ่งหากพิจารณาลงไป ในรายละเอียดจะพบว่าทั้ง 4 องค์ประกอบของการสื่อสารก็คือองค์ประกอบหลักของการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้วย และการที่การถ่ายทอดเทคโนโลยีจะประสบความสำเร็จมาก น้อย หรือไม่ได้ผลก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมสอดคล้องขององค์ประกอบเหล่านี้เป็นสำคัญ

ประเด็นสำคัญของการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อการทำงานพัฒนาใดๆ ก็คือ เมื่อมีการสื่อสารทุกครั้งจะต้องมีเป้าหมาย ความมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์ (Goal/Objective หรือ Purpose) อยู่ด้วยเสมอ การสื่อสารแต่ละครั้งจะต้องกำหนดไว้ล่วงหน้าว่าต้องการให้เกิดผลอะไรกับผู้รับสาร เพื่อให้สามารถเตรียมการ เตรียมความพร้อมทั้งเนื้อหาหรือสารที่ต้องการสื่อ จนกระทั่งช่องทาง หรือวิธีที่จะใช้ในการสื่อสารเพื่อให้เกิดผลตามที่ต้องการ

### 3. แนวคิดหลัก 6อ.

สุขภาพที่ดี หมายถึง การที่ร่างกายทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยทั้งนี้ทุกคนสามารถดูแลสุขภาพได้ดีตลอดไปได้ด้วยตนเองและสามารถห้ป้องกันกันเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นได้ด้วยการปฏิบัติตัวตามแนวทางสู่การมีสุขภาพที่ดี เมื่อถึงเวลาเจ็บไข้เราต้องดูแลตนเองให้ดีเพื่อให้หายป่วยเร็วขึ้น หรือเพื่อบรรเทาอาการที่เป็นอยู่และลดอาการแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้นได้ ส่วนการมีสุขภาพจิตที่ดีก็ส่งเสริมให้มีสุขภาพที่แข็งแรง ห่างจากการเจ็บป่วยได้เร็วขึ้นได้เช่นกัน

ทั้งนี้การมีสุขภาพที่ดีตามหลัก 6อ. สร้างสุขภาพคนไทย ตามนโยบายการสนับสนุนส่งเสริมสุขภาพดีโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (2555)

4.1 อาหาร กินอาหารโดยยึดหลักการกินให้หลากหลายชนิดมากที่สุด ควรกินอาหารให้ครบ 5 หมู่ หลีกเลี่ยงอาหารประเภทไขมันและแป้งในปริมาณมากเกินไป เพราะจะทำให้เกิดโรคอ้วน โรคหลอดเลือดหัวใจ ความดันโลหิตสูง และเบาหวานได้ ควรเน้นอาหารประเภทผักผลไม้ให้มากขึ้น

4.2 ออกกำลังกาย ควรออกกำลังกายครั้งละ 30 นาที อย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ครั้ง อย่างสม่ำเสมอ

4.3 อารมณ์ อารมณ์มีความสัมพันธ์กับสุขภาพ การเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์มีผลต่อร่างกาย อารมณ์ดีส่งผลดีต่อสุขภาพ เช่น เมื่อมีความสุข ร่างกายจะหลั่งสารเอ็นโดฟิน ส่งผลให้ร่างกายต้องตื่นตัว กระชุ่มกระชวย ผ่อนคลายการทำงานของสมองจะดี หายป่วยเร็วขึ้น อายุยืนมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าอารมณ์ไม่ดีจะส่งผลทำลายสุขภาพทำให้ร่างกายเปลี่ยนแปลง กินอาหารได้น้อย นอนไม่หลับ ไม่มีสมาธิ หงุดหงิด ก้าวร้าว ความดันโลหิตสูง ดังนั้น การรู้จักควบคุมอารมณ์อย่างเหมาะสม มีผลต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจทำให้การดำรงชีวิตประจำวันมีความสุข

4.4 อนามัยสิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อมในบ้านที่ดีเอื้อต่อการมีสุขภาพดีของคนในครอบครัว ขณะเดียวกันก็ควรสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีในชุมชนด้วย

4.5 อโรคา หลีกเลี่ยงปัจจัยเสี่ยงที่จะทำให้เกิดโรคต่างๆ เช่น หลีกเลี่ยงการกินอาหารที่มีไขมันสูง ลดการกินอาหารรสจัด ไม่กินอาหารที่สุกๆ ดิบๆ หรืออาหารที่มีสารปนเปื้อน การจัดการกับความเครียดโดยทำจิตใจให้ร่าเริงแจ่มใสอยู่เสมอ การคาดเข็มขัดนิรภัย ขณะขับรถยนต์ สวมหมวกกันน็อกขณะขับขี่มอเตอร์ไซค์

4.6 อบรม ขาดวินัย สุรา ยาเสพติด การพนัน และการสำส่อนทางเพศ ซึ่งเป็นภัยร้ายแรงที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพกายและจิตใจ

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตรีฉัตร ชื่นศิลป์ และคณะ (2553) ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อการเรียนการสอน ในรายวิชาทฤษฎีการสื่อสารของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาถึงการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนทั้ง 6 ด้าน รวมถึงศึกษาถึงผลสัมฤทธิ์การเรียนการสอนและใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงพัฒนาสื่อการเรียนการสอนในรายวิชาทฤษฎีการสื่อสาร ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำนวน 100 คน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบวัดผลครั้งเดียว โดยใช้การศึกษาเชิงสำรวจและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลของการศึกษาด้านสื่อการเรียนการสอน 6 ด้านสรุปได้คือ ส่วนของผลการใช้สื่อในชั้นเรียนพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องวัสดุอุปกรณ์การสอนคือสื่อ Power Point ที่จัดทำขึ้นเอง ในด้านเนื้อหาสาระของสื่อกลุ่มตัวอย่างพอใจในสื่อเทคโนโลยีที่จัดอย่างมีระเบียบและเรียงลำดับเนื้อหาที่เป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง ด้านพฤติกรรมกรเรียนรู้ในห้องเรียนกลุ่มตัวอย่างพอใจในวิธีการเรียนรู้จากการทำงานจริงฝึกปฏิบัติจริงมากกว่าการเรียนรู้จากโครงการ การสัมมนาและการค้นคว้า ในด้านพฤติกรรมกรสอนของอาจารย์กลุ่มตัวอย่างพอใจที่ผู้สอนหรืออาจารย์ใช้สื่อที่เหมาะสมสอดคล้อง รวมถึงการออกแบบสื่อการสอนขึ้นมาใหม่ให้ทันสมัยเหมาะสมกับเนื้อหา ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน รูปแบบของสื่อที่ผู้สอนหรืออาจารย์ใช้มากที่สุดในการสอน 3 อันดับแรก ได้แก่ เอกสารประกอบการเรียน สื่อ Power Point และเอกสารการสอนที่เป็นรูปเล่ม

คำนึ่ง จันทร์เหมือน (2554) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพตามนโยบาย 60. ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในจังหวัดพัทลุง เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมกรส่งเสริมสุขภาพ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรส่งเสริมสุขภาพตามนโยบาย 60. ในจังหวัดพัทลุง และเพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ในการทำนายพฤติกรรมกรส่งเสริมตามนโยบาย 60. ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในจังหวัดพัทลุง โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 210 คน รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพโดยภาพรวมแต่ละด้านมีการปฏิบัติมาก ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมกรส่งเสริมสุขภาพ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา การทำงานเพื่อหารายได้ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการปฏิบัติงานเป็น อสม. ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรส่งเสริมสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ธนาพร ปัญญาอมรวัฒน์ และอนุช สุทธิธินกุล (2557) ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียสำหรับการเรียนการสอนภาษาจีนพื้นฐาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการจัดการเรียนการสอนโดยใช้สื่อในรายวิชาภาษาจีนพื้นฐาน 2) เพื่อศึกษาความสำคัญของการเรียนการสอนภาษาจีนโดยใช้สื่อมัลติมีเดียในฐานะสื่อช่วยในการเรียนรู้ของผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา 3) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียสำหรับการเรียนการสอนภาษาจีนพื้นฐานให้ดียิ่งขึ้น ผลการศึกษาพบว่าในปัจจุบันมีการใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนภาษาจีน ลำดับต่อมาสำรวจเกี่ยวกับประโยชน์และความพึงพอใจต่อการใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบการเรียนการสอน พบว่าผู้เรียนเห็นว่าสื่อนี้มีส่วนช่วยผู้เรียนในการเรียนรู้ด้านต่างๆ เป็นอย่างมาก และผู้เรียนเห็นความสำคัญของสื่อและมีความต้องการในการใช้สื่อการสอนอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่าการใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนสามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจได้รวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น

ราตรี เสนาป่า และรัตนดิพร ส้าอางค์ (2559) ทำการศึกษาเรื่องผลการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐานที่มีต่อทักษะการเรียนรู้ขั้นพื้นฐานในศตวรรษที่ 2 รายวิชาฟิสิกส์ เรื่อง งานและพลังงานสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และเพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนโดยการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐาน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558 โรงเรียนท่าปลาประจำอุทิศจำนวน 38 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐานมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐาน มีค่าเฉลี่ยของทักษะการเรียนรู้ขั้นพื้นฐานในศตวรรษที่ 21 ก่อนเรียนและหลังเรียนเท่ากับ 2.71 และ 3.62 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักเรียนมีพัฒนาทางทักษะการเรียนรู้ขั้นพื้นฐานในศตวรรษที่ 21 ที่เพิ่มขึ้นหลังจากที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ซึ่งอยู่ในระดับที่ดีเยี่ยม และนักเรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐาน รายวิชาฟิสิกส์ เรื่องงานและพลังงานอยู่ในระดับมากที่สุด

## ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งประกอบด้วยวิธีการดังนี้

### 1. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา

ประถมศึกษา(รัฐบาล) จากโรงเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 พื้นที่การศึกษา (รวม 715 โรงเรียน จากพื้นที่ 25 อำเภอ) โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างและใช้วิธีการเลือกตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยการสุ่มแบบง่ายและกำหนดโควตาจากโรงเรียนทั้ง 25 อำเภอ อำเภอละ 1 โรงเรียน ทำการประสานกับประชากรโรงเรียนทั้งหมด เพื่อขอรับการตอบรับ เข้าร่วมโครงการวิจัยตามโควตาอำเภอละ 1 โรงเรียน ได้ผลตอบรับมีโรงเรียนยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัยทั้งหมดจำนวน 25 โรงเรียน จึงนำมากำหนดเป็นขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โรงเรียนระดับประถมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ และจากขนาดตัวอย่างโรงเรียนประถมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ 25 โรงเรียน ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างนักเรียนชั้นประถมศึกษาอย่างง่ายตามสะดวก โดยโรงเรียนเป็นผู้จัดกลุ่มนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรม ให้ โรงเรียนละ 30 คน เท่าๆ กัน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 750 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย นวัตกรรม และแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล และจัดทำขึ้นมาเพื่อส่งเสริมสุขภาพ 60. ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

1) สื่อ นักวิจัยทำการพัฒนาชุดวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมสุขภาพ 60. ขึ้นมาตามหลักส่งเสริมสุขภาพ 60. ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้กำหนดไว้ แล้วนำไปประเมินคุณภาพสื่อร่วมกับผู้เชี่ยวชาญทางด้านการเรียนการสอนทางด้านประถมวัย เพื่อทดสอบความถูกต้องจนสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ได้ โดยเลือกใช้วิธีการถ่ายทอดเทคโนโลยี ตามแนวคิดของไพฑูริย์ ลือวิฑูริเวชกิจ (2541, หน้า 10) โดยวิธีการสอน พบปะ หรือให้ความรู้เป็นกลุ่ม เช่น การประชุม เรียกว่า “วิธีการส่งเสริมแบบมวลชน” (Mass Methods)

2) แบบสอบถาม นักวิจัยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจจากการได้รับการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพ 60. ผ่านการจัดกิจกรรม โดยจำแนกได้ 3 ตอน ประกอบไปด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพ 60. และความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมเสริมสร้างและพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพ 60.

## 3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการนำข้อมูลที่ได้จากกรเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ แจกแจงความถี่ หากค่าร้อยละ รวมถึงทำการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย 327 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 และเป็นเพศหญิง 423 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 โดยอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 และระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	327	43.6
	หญิง	423	56.4
	รวม	750	100
ระดับชั้น	ประถมศึกษาปีที่ 3	112	14.9
	ประถมศึกษาปีที่ 4	147	23.2
	ประถมศึกษาปีที่ 5	241	32.1
	ประถมศึกษาปีที่ 6	223	29.8
	รวม	750	100

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาวะ 60. ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบอาหารห้าหมู่ที่ถูกต้องว่าประกอบไปด้วยโปรตีน คาร์โบไฮเดรต เกลือแร่ วิตามิน ไขมัน จำนวน 745 คน คิดเป็นร้อยละ 99.3 มีความรู้ในเรื่องของการออกกำลังกายที่ถูกต้องในแต่ละครั้งว่าต้องใช้เวลาในการออกกำลังกาย 30 นาที จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 อยู่ในระดับปานกลาง เพราะส่วนใหญ่เข้าใจว่า การออกกำลังกายที่ถูกต้องในแต่ละครั้งนั้นต้องใช้เวลาในการออกกำลังกาย 60 นาที มากถึง 464 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถควบคุมอารมณ์ได้ โดยเลือกที่จะอยู่เฉยๆ ไม่ทำอะไรเลยเมื่อไม่ชอบใจในสิ่งที่เพื่อนทำ 425 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอนามัยว่าในหนึ่งวันต้องแปรงฟันวันละ 2 ครั้ง อยู่ในระดับมาก จำนวน 725 คน คิดเป็นร้อยละ 94.2 ในส่วนของอโรคนานี้ส่วนใหญ่จะทำการล้างจานทันทีเมื่อรับประทานอาหารเสร็จ จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 และ ส่วนใหญ่ทราบว่า บุหรี่ ยาเสพติด การพนัน เป็นอบายมุข และสิ่งไม่ดี จำนวน 562 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาวะ 60.

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาวะ 60.		จำนวน	ร้อยละ
อาหารหลัก 5 หมู่	โปรตีน คาร์โบไฮเดรต เกลือแร่ วิตามิน ไขมัน	745	99.3
	โปรตีน คาร์โบไฮเดรต แคลเซียม วิตามิน ไขมัน	5	0.7
	<b>รวม</b>	<b>750</b>	<b>100</b>
การออกกำลังกายที่ถูกต้อง	5 นาที	24	3.2
	30 นาที	247	32.9
	60 นาที	464	61.7
	มากกว่า 60 นาที	15	2.2
	<b>รวม</b>	<b>750</b>	<b>100</b>
การปฏิบัติตนเมื่อไม่ชอบใจในสิ่งที่เพื่อนทำ	ชกเพื่อนทันที	10	3.7
	เดินหนี	99	12.9
	เดินไปบอกเพื่อนว่าไม่ชอบในสิ่งที่ทำ	216	28.1
	อยู่เฉยๆ ไม่ทำอะไรเลย	425	55.3
	<b>รวม</b>	<b>750</b>	<b>100</b>
การแปร่งฟันในหนึ่งวัน	1 ครั้ง	2	0.3
	2 ครั้ง	725	94.2
	3 ครั้ง	14	1.8
	4 ครั้ง	9	3.7
	<b>รวม</b>	<b>750</b>	<b>100</b>
การปฏิบัติตนเมื่อรับประทานอาหารเสร็จ	ล้างทันที	370	48.1
	รอให้ถาดข้าวเย็นแล้วค่อยล้าง	342	44.5
	ให้เพื่อนล้างให้	24	3.1
	วางไว้ที่เดิม	14	4.3
	<b>รวม</b>	<b>750</b>	<b>100</b>
ความรู้เรื่องอบายมุข	ทราบ	562	73.0
	ไม่ทราบ	180	27.0
	<b>รวม</b>	<b>750</b>	<b>100</b>

ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเสริมสร้างและพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาวะ 60. ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเสริมสร้างและพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาวะ 60. อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย ( $=4.56$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม

มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่อง ความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหา ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา 6๐. การเรียบเรียงเนื้อหาที่เข้าใจง่าย เนื้อหามีสาระและประโยชน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน การนำเสนอมีความชัดเจนของภาพ เสียง หรือตัวอักษร มีการใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม และความน่าสนใจและเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในเรื่องของเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม การดำเนินเรื่องอย่างต่อเนื่องเหมาะสมกับเวลา และการจัดวางองค์ประกอบในการดำเนินกิจกรรมเหมาะสม ดังรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	ระดับความพึงพอใจ (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปล ความหมาย
	5	4	3	2	1			
<b>ด้านเนื้อหา</b>								
1. ความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหา	569 (75.9)	156 (20.7)	25 (3.4)	-	-	4.72	0.52	มากที่สุด
2. ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา 6๐.	517 (69.0)	181 (24.1)	52 (6.9)	-	-	4.62	0.62	มากที่สุด
3. การเรียบเรียงเนื้อหาที่เข้าใจง่าย	543 (72.4)	155 (20.8)	26 (3.4)	26 (3.4)	-	4.62	0.72	มากที่สุด
4. เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม	440 (58.5)	181 (24.1)	129 (17.4)	-	-	4.41	0.78	มาก
5. เนื้อหามีสาระและประโยชน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน	491 (65.5)	259 (34.5)	-	-	-	4.66	0.48	มากที่สุด
<b>ด้านการนำเสนอ</b>								
1. มีความชัดเจนของภาพ เสียง หรือตัวอักษร	465 (62.1)	285 (37.9)	-	-	-	4.62	0.49	มากที่สุด
2. การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม	491 (65.5)	155 (20.8)	104 (13.7)	-	-	4.52	0.73	มากที่สุด
3. ความน่าสนใจและเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ	465 (62.1)	207 (27.6)	78 (10.3)	-	-	4.52	0.68	มากที่สุด
4. การดำเนินเรื่องอย่างต่อเนื่องเหมาะสมกับเวลา	543 (72.4)	155 (20.8)	52 (6.9)	-	-	4.66	0.61	มาก

ตารางที่ 3 แสดงผลวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

รายการ	ระดับความพึงพอใจ (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปล ความหมาย
	5	4	3	2	1			
5. การจัดวางองค์ประกอบในการดำเนินกิจกรรมเหมาะสม	310 (41.4)	388 (51.7)	52 (6.9)	-	-	4.34	0.61	มาก
<b>รวม</b>						<b>4.56</b>	<b>0.62</b>	<b>มากที่สุด</b>

### อภิปรายผล

ในการเสริมสร้างและพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพ 60. ให้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ อาศัยแนวคิดการบริหารจัดการสื่อในระดับเทคนิควิธีและนโยบายซึ่งเป็นการบริหารจัดการด้านกระบวนการ กลยุทธ์ ที่มีส่วนในการกำหนดแนวทางการผลิตและการทำงานขององค์กรสื่อ รวมทั้งกำหนดแนวทางด้านเนื้อหาสื่อ และเนื้อหาสื่อมีความเป็นเฉพาะกลุ่ม (Marjoribanks, 2011, อ้างถึงในฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน, 2559, หน้า 6) โดยผู้วิจัยเป็นผู้เลือกผลิตชุดวีดิทัศน์สุขภาพ 60. ที่เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษา ซึ่งชุดวีดิทัศน์ 60. นี้มีรูปแบบเนื้อหาที่น่าสนใจส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความรู้ได้ง่าย โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หลังจากได้รับชมชุดวีดิทัศน์ 60. แล้ว เกิดการเรียนรู้ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารหลักห้าหมู่อย่างถูกต้อง ร้อยละ 99.3 มีการควบคุมอารมณ์ที่ดีในการปฏิบัติตนเมื่อไม่พอใจในสิ่งที่เพื่อนทำ ร้อยละ 55.3 เข้าใจสุขอนามัยที่ถูกต้องในการอาบน้ำ สระผม ร้อยละ 93.6 และการแปรงฟัน ร้อยละ 94.2 รวมไปถึงมีความรู้ความเข้าใจเรื่องอบายมุข โดยทราบว่ามีห้าเสพติด การพนัน เป็นอบายมุขและสิ่งไม่ดี ร้อยละ 73.0 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาพร ปัญญาอมรวัฒน์ และอนุช สุทธิธนกุล (2557) ซึ่งทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียสำหรับการเรียนการสอนภาษาจีนพื้นฐาน ที่นำสื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนภาษาจีน แล้วพบว่า สื่อมัลติมีเดียมีส่วนช่วยผู้เรียนในการเรียนรู้ด้านต่างๆ เป็นอย่างมาก และผู้เรียนเห็นความสำคัญของสื่อและมีความต้องการในการใช้สื่อการสอนอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่าการใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนสามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจได้รวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ แอนนา อิมจำลอง และวิไลวรรณ จงวิไลเกษม (2556) ทำการวิจัยเรื่องการใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางการสื่อสารการเรียนการสอนทางด้านนิเทศศาสตร์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าทั้งผู้เรียนและผู้สอนมีความพึงพอใจต่อการใช้

เฟซบุ๊กเป็นช่องทางการสื่อสารเพื่อการเรียนการสอน โดยใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางการสื่อสาร ใน 3 รูปแบบ คือ การโพสต์ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) ถือว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนอย่างยิ่ง โดยการแสดงความคิดเห็นระหว่างผู้เรียนและผู้สอนผ่านการใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่เป็นการถามและตอบคำถามถึงปัญหาที่ผู้เรียนเกิดความสงสัยเพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจน และยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนและผู้สอนได้อย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเสริมสร้างและพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับส่งเสริมสุขภาพ 60 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ นั้น ผู้วิจัยเห็นว่าการนำสื่อใหม่ในรูปแบบของชุดวิดีโอทัศน์ 60. มาใช้ในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจนั้น ส่งผลทำให้ผู้รับสารเกิดการเรียนรู้ได้เร็วและง่ายขึ้น เนื่องจากสื่อใหม่ดังกล่าวนี้สามารถช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่ง่ายขึ้นจากภาพและเสียงที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา โดยสอดแทรกเนื้อหาความรู้ที่เหมาะสมให้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเพียงนักเรียนชั้นประถมศึกษาผ่านการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้วยวิธีแบบกลุ่มของ คัง และ ซอง (Kang & Song, 1984, pp.130-143, อ้างถึงใน เอกสารกรมประมง, 2550, หน้า 29, อ้างถึงใน ไพฑูริย์ สิววิฑูริย์เวชกิจ, 2541) ซึ่งนับได้ว่าเป็นการถ่ายทอดระหว่างผู้ส่งสารหรือผู้ถ่ายทอดหนึ่งคนต่อผู้รับสารหลายคนโดยการบรรยาย สัมมนา หรือประชุมเชิงปฏิบัติการ เป็นต้น การถ่ายทอดวิธีแบบกลุ่มนี้มีข้อดี คือ การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้รับการถ่ายทอดกันเอง ทำให้เกิดความเข้าใจตรงกัน และยังทำให้ประหยัดเวลาของเจ้าหน้าที่และค่าใช้จ่ายยังน้อยอีกด้วย โดยจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการเสริมสร้างและพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพ 60. อยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.56$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่อง ความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหา ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา 60. การเรียบเรียงเนื้อหาที่เข้าใจง่าย เนื้อหาสาระและประโยชน์สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน การนำเสนอมีความชัดเจนของภาพ เสียง หรือตัวอักษร มีการใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม และความน่าสนใจและเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาพร ปัญญาอมรวัฒน์ และอนุช สุทธิชนกุล (2557) ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียสำหรับการเรียนการสอนภาษาจีนพื้นฐาน ซึ่งผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบการเรียนการสอนเป็นอย่างมากและผู้เรียนเห็นความสำคัญของสื่อและมีความต้องการในการใช้สื่อการสอนอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่าการใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบการสอนสามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจได้รวดเร็ว

และแม่นยำมากขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ คริฉัตร ชื่นศิลป์ และคณะ (2553) ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนในรายวิชาทฤษฎีการสื่อสารของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ซึ่งผู้เรียนมีความพึงพอใจในเรื่องวัสดุอุปกรณ์การสอนคือสื่อ Power Point ที่จัดทำขึ้นเอง ในด้านเนื้อหาสาระของสื่อกลุ่มตัวอย่างพอใจในสื่อเทคโนโลยีที่จัดอย่างมีระเบียบและเรียงลำดับเนื้อหาที่เป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง และกลุ่มตัวอย่างยังพอใจในวิธีการเรียนรู้จากการทำงานจริง ฝึกปฏิบัติจริงมากกว่าการเรียนจากโครงการ การสัมมนา และการค้นคว้า ในด้านพฤติกรรมการสอนของอาจารย์กลุ่มตัวอย่างพอใจที่ผู้สอนหรืออาจารย์ใช้สื่อที่เหมาะสมสอดคล้อง รวมถึงการออกแบบสื่อการสอนขึ้นมาใหม่ให้ทันสมัยเหมาะกับเนื้อหา ทำให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียนง่ายขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสม โดยอาจใช้สื่อประกอบที่หลากหลายมากขึ้น รวมไปถึงสถานที่ที่ใช้ในการจัดกิจกรรม เพื่อช่วยในการกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจและเกิดการเรียนรู้ได้มากขึ้น
2. ควรขอความร่วมมือกับสถานศึกษาในการจัดกิจกรรมอื่นเสริมเพิ่มเติมมากขึ้น เนื่องจากการจัดกิจกรรมในลักษณะดังกล่าวเพียงแค่วันเดียวยังไม่สามารถตอบใจทศย์ได้ว่านักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาสามารถเรียนรู้และมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของสุขภาพ 60. ที่ถูกต้อง

## รายการอ้างอิง

- คำนึ่ง จันทร์เหมือน. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพตามนโยบาย 60. ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในจังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการระบบสุขภาพ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- คริฉัตร ชื่นศิลป์ และคณะ. (2553). การพัฒนาสื่อการเรียนการสอนในรายวิชาทฤษฎีการสื่อสารของนักเรียนชั้นปีที่ 1 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2561 จาก [http://bkkthon.ac.th/userfiles/file/%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C/%E0%B8%99%E0%B8%97\\_4\\_1-2-2.pdf](http://bkkthon.ac.th/userfiles/file/%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C/%E0%B8%99%E0%B8%97_4_1-2-2.pdf).
- ธนาพร ปัญญาอมรวัฒน์ และอนุช สุทธิชนกุล (2557). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียสำหรับการเรียนการสอนภาษาจีนพื้นฐาน. การประชุมวิชาการปัญญาวิวัฒน์ครั้งที่ 4, หน้า 34-43.
- ไพฑูรย์ ลือวิฑูรเวชกิจ. (2541). ทักษะคติของเกษตรกรที่มีต่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีการปลูกถั่วเหลืองในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ราตรี เสนาป่า และรัตนดิพร สำอางค์. (2559). ผลการจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเป็นพื้นฐานที่มีต่อทักษะการเรียนรู้ขั้นพื้นฐานในศตวรรษที่ 21 รายวิชาฟิสิกส์ เรื่องงานและพลังงานสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2561 จาก <http://research.pcru.ac.th/pcrunc2016/datacd/pcrunc2016/files/O1-030.pdf>.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554. กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- สิพล รื่นใจชน. (2549). ความรู้ ความเข้าใจ ในสิทธิของประชาชนเกี่ยวกับธุรกิจให้เช่าซื้อขายยนต์และรถจักรยานยนต์ ศึกษากรณีประชาชน หมู่ 1 ตำบลท่ามะขาม อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยบูรพา สาขาวิชาการบริหารทั่วไป.

- แสงจันทร์ โสภากาล. (2550). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจของบุคลากรเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล**. รายงานการวิจัย. คณะสังคมศาสตร์ เพื่อการพัฒนา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- สุขภาพจิตของวัยรุ่นเรื่องที่ถูกรังแก. (2561). **โครงการประเมินเทคโนโลยีและนโยบายด้านสุขภาพ**. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. สืบค้นเมื่อ 22 กรกฎาคม 2561 จาก <http://www.hitap.net/166484>.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.). (2555). **เกาะแห่งชีวิตด้วย 60**. สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2562 จาก <http://resource.thaihealth.or.th/library/hot/13323>.

# การกำหนดกรอบเพื่อให้ความหมายของความเป็นแม่ ในละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม”

## Framing of Meaning of Motherhood in the Television Melodrama "Kong Kam"

Received: 11/05/62

Revised: 23/05/62

Accepted: 26/05/62

อัญมณี ภัคดีมวลชน\*

คมสัน รัตนะสิมากุล\*\*

### บทคัดย่อ

บทความเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพของความเป็นแม่ของละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม” โดยใช้แนวคิดเรื่องของโครงสร้างการเล่าเรื่องมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ซึ่งละครเรื่องดังกล่าวที่มีแนวเรื่องเกี่ยวกับศีลธรรม และสะท้อนบทบาทของผู้หญิงและความเป็นแม่ในหลายรูปแบบ โดยได้วิเคราะห์เนื้อหาละครที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง 3 ออกอากาศตั้งแต่วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562-30 เมษายน 2562 จำนวนทั้งหมด 19 ตอน

ผลการวิจัย พบว่า ละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม” ได้นำเสนอภาพของความเป็นแม่ทั้งหมด 7 แบบด้วยกัน ได้แก่ 1) แม่บงการชีวิตลูก 2) แม่ที่มูทะลุ ใจไววาย 3) แม่ที่รักศักดิ์ศรีของตนเอง 4) แม่ที่เห็นแก่ตัว เอาแต่ใจตนเอง 5) แม่ที่เจ้าคิดเจ้าแค้น 6) แม่ที่ดูถูกชนชั้นทางสังคม และ 7) แม่ที่พุดจาไม่สุภาพ คำทอด้วยคำหยาบคาย รุนแรง ซึ่งถือว่าเป็น “แม่ที่เบี่ยงเบน” คือแม่ที่ให้กำเนิดลูกแต่เลี้ยงลูกเบี่ยงเบน ไปจากมาตรฐานที่สังคมกำหนด นอกจากนี้ยังมีการเล่าเรื่องที่มีจุดเริ่มต้นมาจากความขัดแย้งในเรื่องของแม่ที่ต้องการเลือกลูกสะใภ้ให้กับลูกชาย โดยมีแก่นความคิดหลัก (Theme) คือ การทำความดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว ละครได้ใช้วิธีการแนะนำตัวละครหลักในเรื่องให้ปรากฏออกมาทีละตัวและมีการใช้ประเด็น

---

\*ว.ม. (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2552), ปัจจุบันเป็น อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

\*\*น.ศ.ค. (นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต) นิเทศศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2549), ปัจจุบันเป็น รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

เกี่ยวกับความขัดแย้งมาเป็นตัวเล่าเรื่องราว ลักษณะของตอนจบของแม่ที่พบในละครเรื่อง “กรงกรรม” คือแม่จะเสียชีวิตลง จบแบบการสูญเสีย และกว่าจะรู้ว่าสิ่งที่ทำไปไม่ดีก็สายไปแล้ว แบบคนที่ทำดียอมได้ดี คนที่ทำไม่ดีก็จะได้รับผลกรรมตามนั้น

สำหรับบทสนทนาของตัวละครแม่ (Dialogue) ของละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม” จำนวน 19 ตอน พบว่า ภาษาที่ตัวละครแม่ใช้เป็นภาษาที่รุนแรง ก้าวร้าว มีการถกเถียงกันและการด่าทอด้วยภาษาที่หยาบคาย ไม่สุภาพระหว่างแม่ผัวและลูกสะใภ้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพของแม่ในละครว่าเป็นคนชอบใช้อำนาจ ไม่กลัวใคร เห็นแก่ตัว เอาความคิดตัวเองเป็นใหญ่

**คำสำคัญ:** การกำหนดกรอบ ความเป็นแม่ ละครกรงกรรม

### Abstract

This article purposes to study of image of motherhood from a T.V. drama “Krong Kham” with the narrative structure as the analysis. This T.V. drama presents morals, as well as reflects woman roles and motherhoods in different perspectives. The total of 19 episodes of the drama, which were broadcasted from 26 February to 30 April 2019, were analyzed.

The result shows that the T. V. drama “Krong Kham” has revealed 7 types of mother; 1) Bossy Mother, 2) Aggressive Mother, 3) Dignifies Mother, 4) Selfish Mother, 5) Vindictive Mother, 6) Insulting Mother and 7) Rude Mother, which is considered a “distorting” mother, who gives birth to a child but cannot raise the child according to the social standard.

In addition, the narration starts with a conflict between a mother and a son regarding his wife. The theme of this drama is “You reap what you sow”. The drama presents the major characters by one person at a time, and uses the conflicts to tell the story. At the end, the mothers die with tragic, and it seems too late to realize the fact that “whatever we do, we take the consequences of our action”.

Regarding the Mother’s dialogue of all 19 episodes, it was found that the languages used between the mother and daughter in law are very rude and impolite, which

reflects the characteristics of the mothers that she is very bossy, fearless, selfish and self-centered.

**Keywords:** Framing, Motherhood, Melodrama “Kong Kam”

## ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ละครโทรทัศน์เป็นรูปแบบหนึ่งของความบันเทิงที่ยังคงได้รับความนิยม และสามารถดึงดูดผู้ชมด้วยภาพและเสียงที่มีการนำเสนอที่น่าสนใจของผู้จัดละคร อีกทั้งเป็นความบันเทิงที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ทุกครัวเรือน ซึ่งในปัจจุบันมีละครโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นมากมายเป็นจำนวนมาก โดยผ่านช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล (Digital TV) และช่องรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ผ่านระบบเคเบิลและดาวเทียม จะเห็นได้ว่าช่องทางในการรับชมที่เพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิตก็ทำการผลิตละครโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น ผู้ชมก็ติดตามได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

จากงานวิจัยที่ผ่านมายังแสดงให้เห็นว่าละครโทรทัศน์ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง อย่างกรณี งานวิจัยของประกายกาวัด ศรีจินดา ที่ทำการวิจัยเรื่อง ละครโทรทัศน์ไทยกับการปรับตัวหลังยุคทีวีดิจิทัล (2560) ที่พบว่า ด้วยลักษณะเด่นตามคุณสมบัติของสื่อโทรทัศน์ที่สามารถดึงดูดได้ด้วยภาพและเสียง อีกทั้งเป็นความบันเทิงภายในบ้านที่มีค่าใช้จ่ายต่ำและสามารถเข้าถึงได้แทบทุกครัวเรือน ในปัจจุบันละครโทรทัศน์ จึงเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีความนิยมหรือเรตติ้ง (Rating) สูงที่สุดเมื่อเทียบกับรายการโทรทัศน์ประเภทอื่น

ละครโทรทัศน์ถือเป็นรายการที่คนส่วนมากใช้เวลาในการรับชมมากกว่ารายการประเภทอื่นๆ เพราะสามารถตอบสนองการรับรู้ของมนุษย์ ในด้านอารมณ์ความรู้สึกได้เป็นอย่างดี เนื่องจากความสมจริงของภาพ และเสียงที่ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการแสดงออกโดยผู้แสดง ทำให้กระตุ้นความรู้สึกของผู้รับชมให้คล้อยตามและนำไปสู่อารมณ์ต่างๆ อาทิ เช่น สนุก เศร้า เป็นต้น (นภาพร ธนะนุทรัพย์, 2551)

ละครโทรทัศน์ในปัจจุบันมีเนื้อหาทั้งทางด้านเสริมสร้างคุณธรรมและด้านการแสดงออกของตัวละคร ปลุกฝังเรื่องที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบัน ละครโทรทัศน์เรื่องกรรมกรรม ก็เป็นอีกหนึ่งละครโทรทัศน์ไทยแนวชีวิตย้อนยุคสะท้อนสังคม ที่มีตัวหลักในการดำเนินเรื่องส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ความรักของแม่ที่มีต่อลูกชาย

โดยเฉพาะตัวละครหลักที่ชื่อ “เมย์ฮอย” และ “เรณู” โดยเมย์ฮอยเป็นแม่ที่ชอบบงการชีวิตของลูกชายทุกคน และไม่ยอมรับในตัวลูกสะใภ้อย่างเรณูที่มีภูมิหลังเป็นโสเภณี

ละครโทรทัศน์ที่สร้างขึ้นนั้นก็จะมีภาพสะท้อนที่เกี่ยวข้องกับความรักรักของความเป็นแม่ ประกอบสร้างภาพเกี่ยวกับความเป็นแม่มาให้ผู้ชมได้ชมในหลายๆ มิติ เช่น มิติในเรื่องของการแต่งกายของผู้หญิงที่เป็นแม่ มิติเรื่องฉากที่เกี่ยวกับความเป็นแม่ มิติด้านตัวละคร ความคิดของตัวละคร การกระทำของตัวละครที่แสดงออกถึงความเป็นแม่ เป็นต้น

ภาพตัวแทน หรืออาจเรียกว่าภาพเหมารวม (stereotypes) ซึ่ง D. W. Rajecki (1990) เป็นการเรียนรู้และการส่งผ่านภาพแบบฉบับจากทั้งในโทรทัศน์ นิตยสาร และมีการปฏิสัมพันธ์กันของคนในสังคม พบว่าสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์ในแง่ของการเป็นกลไกในการถ่ายทอดภาพเหมารวมสู่ผู้รับสารภาพเหมารวมเป็นมโนภาพหรือมโนคติภาพสะท้อนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม ยกตัวอย่างเช่นบุคลิกภาพ รูปร่างลักษณะ พฤติกรรมความชอบความสนใจ ฯลฯ ที่ไม่สลับซับซ้อนนัก สามารถเข้าใจได้ง่าย โดยมากจะเป็นเรื่องที่เข้าใจผิด หรืออาจเกิดจากอคติ มีลักษณะตายตัว ไม่ยืดหยุ่น ยากต่อการเปลี่ยนแปลง และไม่ได้มาจากประสบการณ์ตรงเพียงอย่างเดียว แต่มักจะมาจากประสบการณ์โดยอ้อม ซึ่งทั้งนี้สื่อมวลชนเองก็มีส่วนในการนำเสนอหรือถ่ายทอดประสบการณ์โดยอ้อมให้กับผู้รับสาร โดยเฉพาะภาพสะท้อนของความเป็นแม่ที่ถูกถ่ายทอดผ่านทางละครโทรทัศน์ ก็อาจกล่าวได้ว่าเป็นภาพที่สะท้อนที่เกิดขึ้นและติดอยู่กับกลุ่มบุคคลต่างๆ ในสังคม

ซึ่งภาพสะท้อนเหล่านี้ก็เป็นส่วนประกอบของกระบวนการคิดที่ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ ต้องการสื่อให้ผู้รับสารได้รับรู้ โดย Robert Entman (1993) เขาอธิบายว่า “ผู้ส่งสาร” จะวางกรอบ (โดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม) “การเลือก (Selection) และการทำให้โดดเด่น (Saliency) การวางกรอบคือการเลือกบางแง่มุม หรือบางมุมของความเป็นจริง และทำให้มันโดดเด่น โดยอาศัยบริบทของการสื่อสารต่างๆ ในอันที่จะเสนอปัญหา, ตีความสาเหตุ, ประเมินค่าทางศีลธรรม และ/หรือ แนะนำแนวทางแก้ไขต่อประเด็นนั้นๆ” ด้วยการตัดสินใจว่าจะถ่ายทอดเรื่องใด โดยที่การตัดสินใจนั้น จะถูกชี้นำโดยประสบการณ์และระบบความเชื่อของเขา กรอบจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของ “ตัวบท” ซึ่งจะกำหนดหน้าที่นการรอบที่ถูกขยายหรือถูกย่อบางแง่มุมโดยอาศัยวิธีการทางการสื่อสารต่างๆ แล้วนั้นผู้รับสารซึ่งผู้ผลิตละครโทรทัศน์อย่างเรื่อง “กรงกรรม” ก็ได้สร้างให้เห็นถึงความรักในอิกรูปแบบหนึ่งที่ไม่ได้เน้นความรักของหนุ่มสาว แต่เป็นความรักของแม่ รักที่มากับพร้อมเห็นแก่ตัวรักที่มากเกินไปจนส่งผลต่อลูก

ละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม” ถือได้รับความนิยมโดยการจัดอันดับเรตติ้งทั่วประเทศนั้น ซึ่งขึ้นเป็น อันดับ 1 ของละครของช่อง 3 ในปีนี้ โดยมีเรตติ้งประเทศ (Nationwide) ได้ไปถึง 8.9 ,กรุงเทพมหานคร (Bangkok) 12.5 ,ต่างจังหวัดในเขตเทศบาล (Urban) 10.0 ,ต่างจังหวัดนอกเขตเทศบาล (Rural) 7.6 และสามารถทำเรตติ้งในตอนจบไปที่ 11.1 เป็นเรตติ้งละครโทรทัศน์ที่สูงสุดเรื่องแรกของช่องในปี 2562 (<http://news.ch3thailand.com/entertainment/93434>)

“กรงกรรม” ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-เดือนเมษายน 2562 และในปัจจุบันยังมีการออกอากาศซ้ำ เนื่องจากยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ละครเรื่องกรงกรรม ยังมีเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับละครสุดแค้นแสนรัก ซึ่งมีเรื่องราวของความแค้นจากความรัก และเน้นเรื่องของความเป็นแม่ที่มีให้กับลูกชายทั้ง 4 คน เป็นการเล่าเรื่องที่ว่าด้วยกรรมของตัวละครต่างๆ ที่พานพบกัน นำมาสู่โศกนาฏกรรมและการสูญเสียผ่านผู้คนในตระกูลแบ้ว เจ้าของธุรกิจค้าขายที่ใหญ่ที่สุดในอำเภอ โดยตัวละครหลักได้แสดงความเป็นแม่ที่คอยบงการชีวิตลูกๆ ทุกอย่างเพื่อหวังให้พวกเขามีชีวิตที่ดี แต่เรื่องราวที่ปรากฏในละครก็จะมีจุดพลิกผันตามกรรมของตัวละครแต่ละตัว

สำหรับภาพยนตร์ไทยที่มีการนำเสนอภาพสะท้อนของความเป็นแม่ที่ปรากฏในละครโทรทัศน์ไทยที่เด่นชัด ก็คือเรื่อง “กรงกรรม” ซึ่งผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาละครโทรทัศน์ดังกล่าว เนื่องจากมีโครงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับของความเป็นแม่ที่ชัดเจน นอกจากนี้ ผู้วิจัยก็มีความสนใจที่จะศึกษาถึงกระบวนการสร้างความหมายด้วยว่า ละครโทรทัศน์เรื่องนี้ “เป็นภาพสะท้อนที่สร้างเรื่องของความเป็นแม่จากจุดยืนของใคร” หรือสร้างบนพื้นฐานของความเป็นจริงของใครนั่นเอง

จากที่กล่าวมาทั้งหมดอาจกล่าวสรุปได้ว่า ละครโทรทัศน์จึงเสมือนตัวกลางที่มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงโลกแห่งความเป็นจริงและโลกแห่งความหมาย ซึ่งละครโทรทัศน์ก็การสะท้อนของความเป็นแม่ดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาภาพสะท้อนของความเป็นแม่ที่ปรากฏในละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “กรงกรรม”

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษารอบภาพของความเป็นแม่ผ่าน โครงสร้างการเล่าเรื่องที่ปรากฏในละครโทรทัศน์ เรื่อง “กรงกรรม”

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดการเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ : กระบวนการสร้างความหมาย

เดวิด บอร์ดเวล (David Bordwell) (2001 : 60) นักวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับการเล่าเรื่องอธิบายว่า การเล่าเรื่องคือ ห่วงโซ่ของเหตุการณ์ต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กันในเชิงเหตุและผลที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง การเล่าเรื่องเริ่มต้นด้วยสถานการณ์หนึ่ง เป็นจุดของความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไปตามรูปแบบของเหตุและผล จนในที่สุดสถานการณ์ใหม่หนึ่งๆ ก็เกิดขึ้นตามมาจนนำไปสู่ตอนจบของการเล่าเรื่อง

การศึกษาถึงสัญลักษณ์ต่างๆ ในตัวละครโทรทัศน์ ประเภทละครชุดนั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาจากการเล่าเรื่องโดยวิธีการวิเคราะห์การเล่าเรื่องนั้นทำได้หลายวิธี (รุจิเรข ทรัพย์รัตน์, 2542) ได้แก่ การพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

#### 1) โครงเรื่อง (Plot)

ทุกเหตุการณ์ที่อยู่ในเรื่องเล่าก็คือเนื้อเรื่อง ส่วนโครงเรื่องนั้นเป็นสาระสำคัญของเนื้อเรื่องที่น่าเสนอในรูปของภาพและเสียง จะเห็นได้ว่า บางเรื่องจะมีเนื้อเรื่องแบบเรียบง่าย เมื่อวางโครงเรื่องที่ซับซ้อนเข้าไปก็จะทำให้เกิดความน่าสนใจและน่าติดตาม โครงเรื่องปกติจะมีการลำดับเหตุการณ์ในการเล่าเรื่องไว้ 5 ขั้นตอน ได้แก่

1.1 การเริ่มเรื่อง (Inciting Moment) เป็นการชักจูงความสนใจให้ติดตามเรื่องราว มีการแนะนำตัวละคร ฉากหรือสถานที่ มีการเปิดประเด็นหรือปมขัดแย้งให้ชวนติดตาม การเริ่มเรื่องไม่จำเป็นต้องเรียงตามลำดับเหตุการณ์ อาจเริ่มจากตอนกลางเรื่องหรือจากท้ายเรื่องไปหาต้นเรื่องก็ได้

1.2 การพัฒนาเหตุการณ์ (Rising Action) คือ การที่เรื่องราวดำเนินไปอย่างต่อเนื่องปมปัญหาเริ่มทวีความเข้มข้นเรื่อยๆ ตัวละครอาจมีความลำบากใจหรืออุปสรรคที่ต้องเผชิญ

1.3 ภาวะวิกฤต (Climax) คือ เรื่องราวกำลังถึงจุดแตกหัก และตัวละครอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจ

1.4 ภาวะคลี่คลาย (Falling Action) คือ สภาพหลังจากที่จุดวิกฤตได้ผ่านพ้นไปแล้ว ปัญหาต่างๆ ได้รับการเปิดเผยหรือขจัดออกไป

1.5 การยุติของเรื่องราว (Ending) คือการสิ้นสุดของเรื่องราวทั้งหมด อาจจบแบบสูญเสีย หรือจบแบบมีความสุข หรือทิ้งท้ายให้ขบคิดก็ได้

2) ความขัดแย้ง (Conflict) เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของโครงเรื่อง

ที่สร้างปัญหาซึ่งการพัฒนาเรื่องราวต่างๆ จะดำเนินขึ้นท่ามกลางความขัดแย้ง โดยสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเด็นใหญ่ๆ คือ

2.1 ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับมนุษย์คือการที่ตัวละครสองฝ่ายไม่ลงรอยกันหรือพยายามต่อต้าน ทำลายล้างกัน เช่น การไม่ถูกกันของคนสองตระกูล, การรบกันของทหารทั้งสองฝ่าย หรือการทะเลาะกันระหว่างแม่ผัวกับลูกสะใภ้ เป็นต้น

2.2 ความขัดแย้งภายในจิตใจ คือ ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายใน ตัวละครจะมีความสับสน หรือยุ่งยากลำบากใจในการตัดสินใจเพื่อกระทำการใดอย่างหนึ่ง เช่น ความรู้สึกขัดแย้งกับกฎเกณฑ์ทางสังคม หรือขัดแย้งกับสำนึกกับผิดชอบ

2.3 ความขัดแย้งกับธรรมชาติ คือการที่มนุษย์ต้องเผชิญกับภัยธรรมชาติหรือสภาพแวดล้อมที่เลวร้าย เช่น การที่ชาวนาชาวไร่ต้องประสบกับปัญหาภัยแล้ง เป็นต้น

2.4 ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับสิ่งเหนือธรรมชาติ เช่น ความขัดแย้งระหว่างคนกับผีศาจ หรือความเชื่อในสิ่งเร้นลับ, ความเชื่อเรื่องของไสยศาสตร์ การทำคุณไสย เป็นต้น

3) ตัวละคร (Character) หมายถึง บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับเรื่องราวในเรื่องเล่า นอกจากนี้ยังหมายถึง บุคลิกลักษณะของตัวละครจะต้องมีองค์ประกอบสองส่วนเสมอ คือ ส่วนที่เป็นความคิด (Conception) และส่วนที่เป็นพฤติกรรม (Presentation)

4) แก่นความคิด (Theme) หมายถึง ความคิดหลักหรือความคิดรวบยอดที่เจ้าของเรื่องต้องการนำเสนอ ซึ่งผู้รับสารสามารถค้นพบความหมายหรือใจความสำคัญของเรื่องได้จากการสังเกตองค์ประกอบต่างๆ ในการเล่าเรื่อง เช่น การสังเกตชื่อเรื่อง ตัวละคร คำนิยม คำพูด หรือ สัญลักษณ์ที่ปรากฏในเรื่อง เป็นต้น

ปกติแล้วเรื่องเล่าเรื่องหนึ่งจะมีแก่นความคิดหลักเพียงหนึ่งแก่นแนวคิด โดยที่อาจมีแนวคิดย่อยอีกหลายแนวคิดที่คอยสนับสนุนแก่นความคิดหลักอยู่ ถึงแม้ว่าในเรื่องจะมีแนวคิดปลีกย่อยอยู่หลายความคิดก็ตาม แต่ความคิดย่อยทั้งหมดก็จะมีลักษณะร่วมกันบางประการ หรือเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งสิ้น ดังนั้นการพิจารณาแก่นความคิดหลักจึงควรจะสังเกตแนวคิดย่อยควบคู่ไปด้วยเพราะจะทำให้เราสามารถเข้าใจเรื่องราวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

5) ฉาก (Setting) ฉากเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการเล่าเรื่องทุกประเภท ทำให้เรื่องเล่ามีความต่อเนื่องและมีเหตุการณ์รองรับช่วยให้เกิดความสมจริง และฉากยังมีความสำคัญในแง่ที่สามารถบ่งบอกความหมายบางอย่างของเรื่องที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของตัวละครอีกด้วย

6. บทสนทนา (Dialogue) หมายถึง ศิลปะการถ่ายทอดเรื่องราวและความคิดของ

ผู้ประพันธ์ ออกมาทางคำพูดของตัวละคร

7. มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of view) หมายถึง การมองเห็นเหตุการณ์ การเข้าใจพฤติกรรม ของตัวละครในเรื่องผ่านสายตาของตัวละครตัวใดตัวหนึ่ง

8. ตอนจบ (Ending) หรือการปิดเรื่อง คือบทสรุปเรื่องราวทั้งหมดในเรื่อง ที่ดำเนินมาตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งอาจจบแบบผิดหวัง (Tragic Ending) หรือจบแบบสมหวัง (Happy Ending) ก็ได้

สัญวิทยาทางละครโทรทัศน์ ประเภทละครยาว จะเป็นหนทางในการสร้างแบบจำลอง เพื่ออธิบายว่าละครโทรทัศน์เรื่องหนึ่งๆ บรรจุความหมายและสื่อความหมายนั้นให้กับผู้ชมได้อย่างไร ซึ่งมีเป้าหมาย คือ การค้นหากฎหรือแบบแผนที่ทำให้สามารถดูภาพยนตร์ได้เข้าใจรู้เรื่อง และเพื่อค้นพบรูปแบบเฉพาะของการสร้างความหมายที่ทำให้เกิดลักษณะเฉพาะตัวของละครโทรทัศน์ หรือแนวละครโทรทัศน์แต่ละเรื่อง หัวใจสำคัญของการศึกษาในสาขานี้ก็คือ การทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับศาสตร์แห่งการสร้างละครโทรทัศน์และประเด็นสำคัญของศาสตร์ที่ว่านี้คือ กระบวนการสร้างความหมาย (Signification) ซึ่งเป็นสิ่งที่นักสัญวิทยาให้ความสนใจโดยตรงนั่นเอง

สำหรับแนวคิดการเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ จะช่วยเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ภาพของความเป็นแม่ที่ปรากฏในละครโทรทัศน์ไทย กรณีศึกษาละครโทรทัศน์เรื่อง “กรรมกรรม” รวมไปถึงการพิจารณาบริบทแวดล้อมต่างๆ ซึ่งมีส่วนในการก่อให้เกิดภาพสะท้อนของความเป็นแม่ โดยบทความนี้จะวิเคราะห์ในส่วนของ โครงเรื่อง (Plot) แก่นเรื่อง (Theme) ความขัดแย้ง (Conflict) ตัวละคร (Character) ฉาก (Setting) บทสนทนา (Dialogue) มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of view) และตอนจบ (Ending) หรือปิดเรื่อง

**แนวคิดเบื้องต้นในเรื่องของภาพสะท้อนกับการสื่อสาร : การกำหนดกรอบความหมาย**

Robert Entman (1993) กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของกรอบไว้ว่า ได้แก่ “การเลือก (Selection) และการทำให้โดดเด่น (Salience) การวางกรอบคือการเลือกบางแง่มุมหรือบางมุมของความเป็นจริง และทำให้มันโดดเด่น โดยอาศัยบริบทของการสื่อสารต่างๆ ในอันที่จะเสนอปัญหา, ติความสาเหตุ, ประเมินค่าทางศีลธรรม และ/หรือ แนะนำแนวทางแก้ไขต่อประเด็นนั้นๆ”

สำหรับ Entman แล้ว กระบวนการเกี่ยวกับกรอบจะประกอบด้วย 4 ส่วนหลักๆ อันได้แก่ ผู้สื่อสาร (the communication), ผู้รับสาร (the receiver), ตัวบท (the text) และ วัฒนธรรม (the culture)

เขาอธิบายว่า “ผู้ส่งสาร” จะวางกรอบ (โดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม) ด้วยการตัดสินใจว่าจะถ่ายทอดเรื่องใดโดยที่การตัดสินใจนั้น จะถูกชี้นำโดยประสบการณ์ และระบบความเชื่อของเขา กรอบจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของ “ตัวบท” ซึ่งจะทำหน้าที่นำกรอบที่ถูกขยายหรือถูกย่อบางแง่มุมโดยอาศัยวิธีการทางการสื่อสารต่างๆ แล้วนั้นผู้รับสาร

เมื่อกรอบดังกล่าวถูกถ่ายทอดไปยังผู้รับ จะมีผลในการชี้นำความคิดและการรับรู้ประเด็นต่างๆ ของผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม ข้อสรุปของผู้รับสารอาจจะไม่สะท้อนหรือเป็นไปตามกรอบที่ผู้ส่งสารวางไว้ก็ได้ ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับ “ตัววัฒนธรรม” ซึ่งก็คือชุดของความคิดทั่วไป ที่ผู้รับสารแต่ละกลุ่ม รวมถึงแต่ละคนใช้ในการคิดต่อเรื่องนั้นๆ นั่นเอง

ทั้ง 4 ส่วนจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การเลือกและการทำให้เด่นทั้งสิ้น สุดท้ายแล้ว สิ่งที่ถูกทำให้เด่นนั้น จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ประเด็นปัญหาต่างๆ ทั้งที่มาที่ไปของปัญหา ประเมินลักษณะของปัญหา และทางออกของปัญหา

สำหรับการทำงานของกรอบที่ Entman ชี้ว่ากรอบจะเน้น (Highlight) บางส่วนของข้อมูล ที่จะใช้ในการสื่อสาร และจะจัดการมันให้โดดเด่น (Saliency) นั่น คำว่าโดดเด่นในที่นี้ ก็คือการทำให้ส่วนต่างๆ ของข้อมูลสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายขึ้น มีความสำคัญมากขึ้น และน่าจดจำมากขึ้นในสายตาของผู้รับสาร

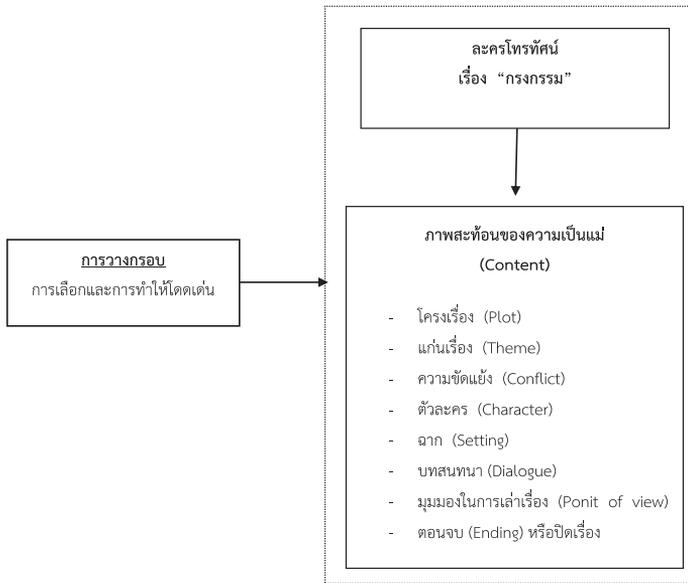
โดยตัวบทนั้น จะสามารถถูกทำให้โดดเด่นได้ ด้วยรูปแบบของการจัดวาง การทำซ้ำ หรือการใช้สัญลักษณ์ที่คุ้นเคย

อย่างไรก็ตาม Entman ย้ำว่า แม้ว่าเนื้อหาบางส่วนที่นำเสนอไป จะไม่ได้เป็นส่วนที่ถูกทำให้โดดเด่น แต่ก็อาจจะมีมีความโดดเด่นขึ้นมาได้ในตัวของมันเอง หากสามารถเข้ากับระบบความเชื่อของผู้รับสารได้ดี ในทางกลับกัน ความคิดที่ถูกเน้นนั้น ก็อาจจะยากที่ผู้รับสารจะรับรู้ ดีความและจดจำได้เช่นกัน ถ้าไปหักล้างความเชื่อที่ผู้รับสารมีอยู่ สรุปก็คือ ขึ้นอยู่กับพื้นฐานความคิดของผู้รับสารด้วย

กล่าวโดยสรุป เนื่องจากความโดดเด่นนี้เป็นกระบวนการที่กระทำร่วมกันระหว่างผู้รับสาร กับตัวบท การมีอยู่ของกรอบในตัวนั้น จึงไม่ได้รับประกันความมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้รับสารอย่างเต็มที่ อาจกล่าวได้ว่า Entman กำลังประนีประนอมอิทธิพลของกรอบของสื่อ โดยใช้กรอบของผู้รับสารมาอธิบายนั่นเอง

ในบทความครั้งนี้ จะนำทฤษฎีเรื่องของกรอบมาศึกษาว่าสื่อมวลชน ซึ่งได้แก่ละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม” ได้สะท้อนภาพของความเป็นแม่ไว้อย่างไร และ จะนำแนวคิดโครงสร้างการเล่าเรื่อง เพื่อใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ถึงเนื้อหาภาพความเป็นแม่ที่ปรากฏในละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม”

## กรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย (Conceptual Framework)



## ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยดังกล่าว คือ

ผู้วิจัยศึกษาจากละครโทรทัศน์ที่มีภาพเกี่ยวกับภาพของความเป็นแม่ โดยเลือกเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กล่าวคือ เลือกเฉพาะละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นแม่ที่มีต่อลูกชายทั้ง 4 คน เป็นโครงเรื่องหลัก และมีการนำเสนอภาพดังกล่าวที่ชัดเจนผ่านตัวละครหลัก เพื่อเป็นตัวแทนในการศึกษา ได้แก่ เรื่อง "กรงกรรม" ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง 3 ออกอากาศตั้งแต่วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562-30 เมษายน 2562 จำนวนทั้งหมด 19 ตอน

งานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้

**1. ข้อมูลตัวบท (Textual Data)** คือ ผู้วิจัยได้เลือกละครโทรทัศน์แบบเฉพาะเจาะจง ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพของความเป็นแม่ ซึ่งละครโทรทัศน์ ได้แก่ เรื่อง "กรงกรรม" ซึ่งเป็นเรื่องที่มีการนำเสนอเรื่องราวของความเป็นแม่ที่ชัดเจนทุกตอน

ซึ่งแต่ละตอนเป็นมุมมองภาพของความเป็นแม่ โดยมีเนื้อหาจะเชื่อมโยงกับความรักที่มีต่อลูกชายทั้ง 4 คน บทบาทของความเป็นแม่ ซึ่งละครเรื่อง “กรงกรรม” สร้างโดย บริษัท แอค-อาร์ท เจเนเรชั่น จำกัด กำกับโดย พงษ์พัฒน์ วชิรบรรจง ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ทีวีสีช่อง 3 เวลา 20.30 น. (ละครโทรทัศน์หลังข่าว) 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 – 30 เมษายน พ.ศ. 2562 และฉายซ้ำทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในช่วงละครเย็นเวลา 18.45 - 19.45 น. ในวันที่ 26 มิถุนายน 2562 จนถึงปัจจุบัน

**2. แหล่งข้อมูลอื่นๆ** ได้จากการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยดูย้อนหลังของละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม” จำนวน 19 ตอน ความยาวตอนละ 150 นาที

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ภาพสะท้อนของความเป็นแม่ที่ปรากฏในละครโทรทัศน์ผ่านทางโครงเรื่อง (Plot) แก่นเรื่อง (Theme) ความขัดแย้ง (Conflict) ตัวละคร (Character) ฉาก (Setting) บทสนทนา (Dialogue) มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of view) และตอนจบ (Ending) หรือปิดเรื่อง ผู้วิจัยจะพิจารณาจากสาระสำคัญของเนื้อหาที่ได้จากการบันทึกลงในแบบบันทึกหรือแบบสังเกต มาประกอบกับบทวิจารณ์ต่างๆ เกี่ยวกับมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภาพของความเป็นแม่ ซึ่งเป็นเรื่องของบทบาทของแม่ที่มีต่อลูกชายทั้ง 4 คน แล้วนำมาวิเคราะห์สรุปเป็นความรักของความเป็นแม่ ในลักษณะต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยจะใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีเรื่องค่าการกำหนดกรอบภาพ และโครงสร้างการเล่าเรื่องมาช่วยในการวิเคราะห์

### การนำเสนอข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะนำเสนอรายงานการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

### ผลการศึกษา

**โครงสร้างการเล่าเรื่องภาพของความเป็นแม่ ที่ปรากฏในละครโทรทัศน์ เรื่อง “กรงกรรม”**

จากการวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องภาพของความเป็นแม่ที่ปรากฏ ในละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม” ทั้งหมด 19 ตอน สามารถวิเคราะห์ โดยแสดงในแผนภูมิได้ดังต่อไปนี้

## แผนภูมิที่ 1

การวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม”

### การเริ่มเรื่อง (Exposition)

“แม่ช้อย” ได้แต่งงานกับเจ๊กเซ่ง และเป็นเจ้าแม่เนี้ยเจ้าของกิจการร้านค้าและโรงสี โดยแม่ช้อยเป็นแม่ที่เจ้ากี้เจ้าการกับทุกเรื่องของลูกชาย ทั้ง 4 คน คือ ปฐม, ประสงค์, กมล และมงคล

### การพัฒนาเหตุการณ์ (Rising Action)

ปฐมลูกชายคนโต ไปเป็นทหารและกลับบ้านมาพร้อมกับเรณู ผู้หญิงที่ทำอาชีพขายบริการซึ่งมีคู่มั่นอยู่แล้วคือพิไล สร้างความไม่พอใจให้กับช้อยเป็นอย่างมาก ช้อยไม่ยอมให้มีปัญหาจึงไปหาประสงค์ที่บวชอยู่ให้สึกมาแต่งงานกับพิไลแทน ส่วนกมลก็ถูกแม่ช้อยจับให้แต่งงานกับเพียงเพ็ญโดยที่ไม่รู้ว่าเพียงเพ็ญท้องกับผู้ชายคนอื่น และมงคลลูกชายคนสุดท้องคบกับมาลาได้ไม่ได้ไม่นานมาลาท้อง แต่แม่ช้อยไม่รู้เรื่อง

### ขั้นภาวะวิกฤต (Climax)

เรณูถูกสะใภ้คนโตได้ทำเสน่ห์เพื่อให้แม่สามมืออย่างช้อยรัก และช้อยก็เอ็นดูเรณู แต่พิไลพยายามจะให้ช้อยเกลียดเรณู พิไลที่แค้นเรณูอยู่แล้วก็ประกาศให้ทุกคนรู้ว่าเรณูทำเสน่ห์ใส่แม่ช้อย ปฐมก็ไปมีเมียคนใหม่ที่เป็นลูกสาวของนายทหาร

### ขั้นภาวะคลี่คลาย (Falling Action)

ช้อยรู้ความจริงเรื่องที่เรณูทำเสน่ห์ เรณูอับอายและรู้ว่าปฐมมีเมียใหม่ จึงย้ายไปอยู่ที่อื่น ช้อยไม่ชอบบรรพธนิเมียใหม่ของปฐม แต่เมื่อรู้ว่าบ้านบรรพธนิรวาย จึงตัดสินใจให้ปฐมไปอยู่บ้านเมียใหม่ ส่วนประสงค์ก็ได้เลิกกับพิไล ช้อยรู้ความจริงเรื่องเมียของกมล

ที่ห้องมาก่อนที่จะแต่งงานกับลูกของคุณ ช้อยโกรธมาก จึงให้เลิกกัน ช้อยเริ่มรู้ว่าตัวเอง เป็นแม่ที่บ่งการชีวิตลูก ชอบบังคับลูก เอาแต่ใจตนเอง จนทำให้ลูกๆ เสียใจ



**ขั้นยุติเรื่องราว (Ending)**



ช้อยเป็นเบาหวานต้องตัดขาทิ้ง พอรู้ว่าปฐุมประสบอุบัติเหตุ ช้อยช็อกจนขาดใจตาย, อรพรรณรู้ว่าประสงค์พิการจึงเลิก เรณูจึงกลับมาดูแล, ประสงค์แต่งงานกับบุญปลูก กมล แต่งงานกับจินดา ส่วนมงคลลูกชายคนสุดท้ายต้องเสียชีวิตเพราะจมน้ำตาย

จากการวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องทั้งหมดของละครโทรทัศน์ “กรงกรรม” เป็นการนำเสนอเรื่องของของความเป็นแม่ที่บ่งการชีวิตของลูกชายทั้ง 4 คน โดยให้แต่งงาน กับคนที่แม่เลือกให้เท่านั้น ภาพของความเป็นแม่ จะเห็นได้ว่าถูกนำเสนอผ่านละครโทรทัศน์ เป็นการนำเสนอความเป็นแม่ที่ไม่ประสบความสำเร็จ และการทำสิ่งที่ไม่ถูกต้อง ด้วยการ บังคับลูกชายทุกคน ทุกวิถีทาง ซึ่งนำไปสู่การบ่งการชีวิตลูก และทำให้ครอบครัวของลูกชาย ทั้ง 4 คน ไม่ประสบความสำเร็จและพบกับความสูญเสีย ซึ่งนำไปสู่โศกนาฏกรรม

ซึ่งผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์เนื้อหาทั้งหมด 19 ตอนของละครโทรทัศน์ “กรงกรรม” ได้มีเนื้อหาที่สื่อถึงความเป็นแม่ที่เด่นชัด โดยเฉพาะตัวละครแม่ช้อย ดังต่อไปนี้

1) เป็นแม่ที่คอยบ่งการชีวิตลูก

ละครโทรทัศน์ “กรงกรรม” ทั้ง 19 ตอนเป็นการนำเสนอเรื่องของความเป็นแม่ โดยเป็นแม่ที่คอยบ่งการชีวิตลูกทุกคนเพื่อหวังให้พวกลูกชายทั้ง 4 คนมีชีวิตที่ดี โดยบ่งการ ชีวิตลูกในเรื่องของลูกสะเก๊ที่จะเข้ามาในชีวิตลูกชายของตนเองทุกคน แต่แล้วสิ่งที่แม่ช้อย ได้ทำไปก็ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะลูกทั้ง 4 คน ไม่ได้รักผู้หญิงที่แม่ช้อยหาให้ อีกทั้ง เป็นการบังคับฝืนใจลูกชายให้ไปแต่งงานกับคนที่ลูกชายตนเอง ไม่ได้รัก สุดท้ายลูกชาย ทั้ง 4 คนก็ไม่สมหวังในเรื่องความรักเลยสักคนเดียว

2) เป็นแม่ที่มูทะลุ จี้ไวยวาย

ละครโทรทัศน์ “กรงกรรม” ทั้ง 19 ตอนเป็นการนำเสนอเรื่องของความเป็นแม่ โดยเป็นแม่ที่มีนิสัยคุ้ยค้น หุนหันพลันแล่น โกรธแล้วทำอะไรลงไปอย่างไม่คำนึงถึงเหตุผล หรือ ไม่ยับยั้ง โดยช้อยได้แสดงออกด้วยการขว้างปาสิ่งของใส่ผู้อื่นหากไม่พอใจ หรือ ใช้เท้า ดินถีบคนที่มาทำให้เกิดความรำคาญ

### 3) เป็นแม่ที่รักศักดิ์ศรีของตนเอง

ละครโทรทัศน์ “กรงกรรม” ทั้ง 19 ตอนเป็นการนำเสนอเรื่องของความเป็นแม่ที่รักศักดิ์ศรีของตนเอง พุดคำไหนดำนั้น ไม่ยอมให้ใครมาดูตนเอง ยกตัวอย่างเช่น เมื่อปฐมลูกชายคนโตของช้อยกับมาพร้อมกับเรณูหญิงสาวที่ทำอาชีพขายบริการในบาร์ที่ดาคิล ทำให้ช้อยไม่พอใจเป็นอย่างมาก เพราะปฐมมีคู่หมั้นอยู่แล้ว นั่นก็คือพิไล ซึ่งเป็นลูกสาวเจ้าแก็งโรงสีที่ตลาดทับกฤษซึ่งเพียบพร้อมด้วยหน้าตาฐานะ และการศึกษา ด้วยความที่ช้อยรักศักดิ์ศรีของตนเองพุดคำไหนดำนั้น และไม่ยอมมีปัญหาเกี่ยวกับครอบครัวของพิไล จึงไปหาประสงค์ซึ่งบวชอยู่ที่วัดและขอให้เขาสึกออกมาแต่งงานกับพิไลแทนปฐม และช้อยก็ให้สินสอดทองหมั้นใหม่ทั้งหมด และเป็นคนรับผิดชอบค่าจัดงานด้วย

### 4) เป็นแม่ที่เห็นแก่ตัว เอาแต่ใจตนเอง

ละครโทรทัศน์ “กรงกรรม” ทั้ง 19 ตอนเป็นการนำเสนอเรื่องของความเป็นแม่ที่เห็นแก่ตัว เอาแต่ใจตัวเอง ละครโทรทัศน์ได้นำเสนอภาพแม่ช้อย โดยที่ไม่ว่าจะเป็นเรื่องใดๆ ก็ตามแม่ช้อยจะยึดความคิดของตนเองเป็นหลัก เอาแต่ใจตนเอง ไม่ฟังความคิดเห็นจากลูกชาย ยกตัวอย่างเช่น กมล (อาซ่า) ที่แม่ช้อยพยายามจับให้แต่งงานกับเพียงเพ็ญ เพราะเห็นว่าเพียงเพ็ญมีฐานะดี เป็นลูกสาวกำนัน แต่แม่ช้อยไม่รู้เลยว่าเพียงเพ็ญต้องกับผู้ชายคนอื่น กมลก็พยายามอธิบายให้แม่ช้อยฟังว่าตนเองไม่ได้ชอบเพียงเพ็ญ แต่ก็ไม่อยากขัดใจแม่ จึงยอมแต่งงานด้วย

### 5) เป็นแม่เจ้าคิดเจ้าแค้น

ละครโทรทัศน์ “กรงกรรม” ทั้ง 19 ตอนเป็นการนำเสนอเรื่องของความเป็นแม่ที่เจ้าคิดเจ้าแค้น เป็นคนที่มีกษัตริย์อาฆาตพยาบาท ผู้ใจแค้นกับคนที่ทำร้าย หรือทำให้ตนเองดูไร้ศักดิ์ศรี ไม่รู้จักกลดละ ไม่รู้จักให้อภัยคนอื่น โดยแม่ช้อยมักจะผูกใจกับลูกสะใภ้ อย่างเรณู ไม่ชอบ อาฆาตพยาบาทที่เรณูมาพูดจาประชนประชัน หรือต่อล้อต่อเถียงกับตนเอง

### 6) เป็นแม่ที่ดูถูกชนชั้นทางสังคม

ละครโทรทัศน์ “กรงกรรม” ทั้ง 19 ตอนเป็นการนำเสนอเรื่องของความเป็นแม่ที่ดูถูกชนชั้นทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งงาน โดยแม่ช้อยจะต้องให้ลูกชายของตนเองแต่งงานกับคนที่เหมาะสมทางฐานะกับตนเอง โดยแม่ช้อยจะให้ความสำคัญกับหน้าตาทางสังคมมากกว่าสิ่งอื่นๆ โดยไม่สนใจว่าจะเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมตามครรลองคลองธรรม ยกตัวอย่างเช่น เมื่อรู้ว่าเรณูมาจากดาคิล และแต่งตัวผิดแผกไปจากผู้หญิงทั่วไป ก็จะดูถูกราคาว่าเป็นคนชั้นต่ำอย่างทันทีทันใด โดยดูแต่ลักษณะรูปลักษณ์ภายนอกไม่ได้ดูภายในจิตใจ

## 7) เป็นแม่ที่พุดจาไม่สุภาพ คำทอด้วยคำหยาบคาย รุนแรง

ละครโทรทัศน์ “ทรงกรรม” ทั้ง 19 ตอนเป็นการนำเสนอเรื่องของความเป็นแม่ที่พุดจาไม่สุภาพ คำทอด้วยคำหยาบคาย รุนแรง ยกตัวอย่างเช่นแม่ช้อยอาเรณู “กูไม่มีวันญาติคิดกับมึงหรืออีกะหรี”, “มึงก็แค่อีตัว” เป็นต้น

ทั้งนี้ตัวละครแม่ตัวอื่นๆ ที่ปรากฏในละครโทรทัศน์เรื่อง “ทรงกรรม” ก็ไม่เด่นชัดเท่าที่ควร เพียงแต่ปรากฏตัวละครของเรณู ที่มีฉากบางตอนที่แสดงถึงความเป็นแม่ ซึ่งแตกต่างจากตัวละครแม่ช้อย โดยแม่อย่างเรณูนั้น เป็นแม่ที่มีความรัก ความเมตตาให้กับลูก พุดจากับลูกดี ให้ความรักความอบอุ่นลูกอย่างเต็มที่เท่าที่จะทำได้ ซึ่งถึงแม้จะเคยทำอาชีพโสเภณีมาก่อน แต่ก็กลับเนื้อกลับตัวเป็นคนดี และทำความดีเรื่อยมา

## 2. แก่นเรื่อง (Theme) แก่นความคิดที่เรื่องได้นำเสนอต่อผู้ชม (J.S.R Goodlad, 1971 อ้างใน สุภาวรรณ วรรณะสุกกุล, 2550) ได้อธิบายว่า อาจเป็นสาระหรือข้อคิดเห็นที่สอดแทรกอยู่ ภายใต้องค์ประกอบต่างๆ ของละคร โดยละครเรื่องต่างๆ ที่นำเสนอต่อผู้ชมสามารถวิเคราะห์แก่นเรื่องของละคร

จากการวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ “ทรงกรรม” จำนวน 19 ตอน พบว่า มีการใช้แก่นเรื่องหลักในเรื่องคือความรักที่พอดิของแม่การใช้ชีวิตในสายกลาง จะทำให้ชีวิตมีความสุข โดย “ทรงกรรม” ได้นำเสนอความรักในอีกรูปแบบหนึ่ง เป็นความรักที่ไม่ได้เน้นที่ความรักแบบหนุ่มสาว เป็นความรักที่มาพร้อมกับความเห็นแก่ตัว รักของแม่ รักที่ไม่ถูกวิธี รักที่มากจนเกินไป จนทำให้เกิดความไม่เหมาะสมภายในครอบครัว

แก่นเรื่องรอง คือ การทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว ซึ่งสอดคล้องกับชื่อละครโทรทัศน์ “ทรงกรรม” ที่ในตัวละครได้สะท้อนให้เห็นว่าใครทำอะไรก็ได้ผลการกระทำแบบนั้น ผู้ที่ทำกรรมสิ่งใดไว้ จะดีหรือชั่วก็ตาม จะต้องรับผลของกรรมนั้น ตามที่คำธรรมะสอน บทเรียนที่คนดูจะได้จากเรื่องนั้นคือ ยิ่งปล่อยวางได้มากเท่าไรยิ่งมีความสุขได้มากเท่านั้น ส่วนใครที่ติดอยู่ในความโกรธแค้นอาฆาต ไฟโกรธในก็จะเผาทำลายตัวเองในที่สุด

นอกจากนี้ละครโทรทัศน์เรื่องดังกล่าวยังให้แง่คิดและคติสอนใจแก่ผู้ชม เพื่อปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ “บางทีเรื่องแย่ๆ บางเรื่องมันเป็นเพราะเราคิดไปเอง” (สามีของแม่ช้อย), “เวลาโกรธอย่าไปด่าเขา เพราะเวลาผ่านไป ความโกรธหายแต่สิ่งที่ด่าเขาไม่หาย” (อาชากลูกชายคนที่ 3), “จะทำอะไร ต้องทำด้วยใจและซื่อสัตย์ จะมีแต่กำไรถึงกำไรจะไม่ใช้ตัวเงิน แต่ความสบายใจมีค่าอย่างนับไม่ได้” (เรณู), “บุญก็อยู่ส่วนบุญ บาปก็อยู่ส่วนบาปมันล้างกันไม่ได้” (หมอลู), “อะไรที่ทำให้พ่อแม่สบายใจที่สุดต้องรีบทำก่อนที่จะไม่มีโอกาส” (อาซา) เป็นต้น

3. ความขัดแย้ง (Conflict) สำหรับละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม” ปรากฏความขัดแย้งอยู่ 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์ด้วยกัน และ 2) ความขัดแย้งภายในจิตใจของมนุษย์เอง และ 3) ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับพลังภายนอก

4. ตัวละคร (Character) จากการวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ ประเภทละครชุดเรื่อง “กรงกรรม” จำนวน 19 ตอน โดยใช้เกณฑ์เรื่องของการจำแนกตัวละครตาม “ลักษณะนิสัยของตัวละคร” พบว่าตัวละครทุกตัวมีหลายลักษณะหรือตัวละครซับซ้อน (Round Character or Complex Character) หมายถึง ตัวละครที่มีลักษณะนิสัยหลายๆ ด้านอยู่ในตัวเอง เป็นตัวละครที่มีชีวิต ความคิด อารมณ์ และความรู้สึกเหมือนกับมนุษย์จริงๆ อาจมีทั้ง รัก โกรธ โกรธ หลง ดี หรือเลว อยู่ในตัวเองได้ จะเป็นลักษณะของตัวละครที่เราสามารถพบเจอเช่นนี้ได้ในชีวิตประจำวัน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยของอธิบายลักษณะของตัวละครที่ปรากฏในภาพรวมของตัวละครหลัก ดังนี้

ตัวละครแม่ช้อย เป็นผู้มีฐานะดี ร่ำรวย เป็นเจ้าของร้านค้าและโรงสีที่ชุมชน แดงกายคูตีเป็นเจ้าเป็นมีคนที่ชอบบงการชีวิตลูกตัวเอง คอยจัดการทุกอย่างภายในบ้าน เห็นแก่ตัว เจ้าคิดเจ้าแค้น หยิ่งในศักดิ์ศรีของตนเอง พุดจาไม่สุภาพ รุนแรง มีปากเสียงกับลูกสะใภ้คนโตอย่างรุนแรงตลอดเวลา ไม่ยอมให้ใครมาพุดจาถูกเหยียดหยามตนเอง



ภาพที่ 1 ภาพประกอบแสดงตัวละครแม่ช้อย

ตัวละครเรณู เป็นผู้หญิงที่หน้าตาสวย แต่เคยทำอาชีพขายบริการมาก่อน แต่งตัวคูตี ฐานะยากจน แต่เป็นคนจิตใจดี ทำทุกอย่างเพื่อให้ชนะใจแม่สามี เป็นคนที่พุดจาตรง ไม่อ้อมค้อม รักใครรักจริง เรณูมีความขยันในการทำมาหากิน พยายามปรับปรุงตัวเอง ทำอาชีพที่ดี ขายขนม เก็บเงินเก่ง



ภาพที่ 2 ภาพประกอบแสดงตัวละครเรณู

ตัวละครปรธม หรือ เฮียใช้ ลูกชายคนโตของแม่ช้อย ตระกูลแบ้ พบรักกับเรณูที่บาร์ที่ตาคลี และพากันย้ายมาอยู่ที่หุ้มแสง เฮียใช้เป็นทำอาชีพเป็นทหาร เป็นคนสุขุม แต่ด้วยความเกรงใจเจ้านายที่เป็นทหาร ทำให้ต้องแต่งงานใหม่กับลูกเจ้านาย แต่สุดท้ายประสบอุบัติเหตุจนพิการ ทำให้ลูกสาวเจ้านายเลิกไป เรณูจึงกลับไปดูแลเฮียใช้



ภาพที่ 3 ภาพประกอบแสดงตัวละครปรธม หรือ เฮียใช้

ตัวละครประสงค์ หรือ อาตง ลูกชายคนที่ 2 ของแม่ช้อย ตระกูลแบ้ เคยบวชพระ แต่แม่ขอให้สึกมาแต่งงานกับพี่ไลคู่หมั้นเก่าของเฮียใช้เป็นคนสุภาพ พุดจาใจเย็น แต่งกายสุภาพ นิสัยเป็นคนที่ยิ้มร้อย พุดจาดี



ภาพที่ 4 ภาพประกอบแสดงตัวละครประสงค์ หรือ อาตง

ตัวละครกรมล หรือ อาซา ลูกชายคนที่ 3 ของแม่ช้อย เป็นคนจิตใจดี หน้าตาน่ารัก แต่งตัวสุภาพ ชอบช่วยเหลือพี่สะใภ้จากแม่ช้อยที่ชอบคำอยู่เสมอ เชื่อฟังคำสั่งสอนของพ่อแม่ เป็นลูกที่ดี



ภาพที่ 5 ภาพประกอบแสดงตัวละครกรมล หรือ อาซา

ตัวละครกรมกล หรือ อาลี ลูกชายคนที่ 4 ของแม่ช้อย ตระกูลเบ๊ นิสัยเจ้าชู้ เป็นนักเรียนโรงเรียนช่างอยู่ที่ปากน้ำโพ



ภาพที่ 6 ภาพประกอบแสดงตัวละครกรมกล หรือ อาลี

ตัวละครพิไล เป็นคู่หมั้นเก่าของเฮียไช้ แต่ต้องไปแต่งงานกับอาดง ทำให้พิไลมีความแค้น เป็นคนจิตใจไม่ดี ชอบขยุ่งให้แม่ช้อยเกลียดเธอ พิไลเป็นคนฐานะร่ำรวย แต่งตัวดูดีอยู่ตลอดเวลา แต่ชอบขี้ยกเงินชายของแม่ช้อยไปเป็นของตนเอง



ภาพที่ 7 ภาพประกอบแสดงตัวละครพิไล

**5. ฉาก (Setting)** สำหรับฉากที่ปรากฏในละครโทรทัศน์ประเภทละครชุดเรื่อง “กรงกรรม” ผู้วิจัยพบว่า มีฉากเด่นๆ อยู่ 2 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ ฉากที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ และฉากที่เป็นการดำเนินชีวิตของตัวละครฉากต่างๆ ที่พบเห็นในละครโทรทัศน์ที่เลือกมา ทำการศึกษาจำนวน 19 ตอนนั้น ต่างก็มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับเนื้อหาของเรื่อง ในแต่ละตอนนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี และเป็นการสร้างความสนใจให้กับตัวละครในแต่ละตอน เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้ หากวิเคราะห์ดูจะเห็นว่าสภาพแวดล้อมหรือฉากที่ปรากฏในสื่อ จะเป็นอาชีพของความเป็นแม่ ครอบครัว ชุมชน ส่วนใหญ่เป็นฉากที่อยู่ในอำเภอชุมแสง อำเภอเก่าแก่ของจังหวัดนครสวรรค์ เป็นฉากที่เป็นย่านตลาดร้านค้าต่างๆ มากบ้าน ทั้งบริเวณร้านขายของชำหน้าบ้าน “แม่้อยอ” หรือในตัวตลาดที่เรณู มักนำขนมไปขาย เป็นบรรยากาศที่คลั่งคลั่งเหมือนย้อนไปในอดีต

ฉากที่เกี่ยวข้องกับแม่ ยกตัวอย่างเช่น ฉากที่แม่้อยอคุยกับลูกๆ ทั้ง 4 คนในบ้าน ของตนเอง เป็นฉากที่แสดงให้เห็นว่าแม่เป็นที่เจ้ากี้เจ้าการ เอาแต่ใจตนเอง เป็นต้น

ฉากที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว ยกตัวอย่างเช่น ฉากที่บ้านของแม่้อยอ ที่มีสามี และลูกชายทั้ง 4 คนอยู่ในร้านค้าของตนเอง รวมถึงขายของให้ลูกค้าคนอื่นๆ และเรณู ที่เป็นลูกสะใภ้ผ่านมาซื้อของที่ร้านค้า เป็นฉากที่แม่้อยอจะแสดงการดูถูกชนชั้นคนอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเรณู ลูกสะใภ้ที่แม่้อยอไม่ชอบ จะใช้คำพูดเหยียดหยาม คำทอเวลาที่เรณูเข้ามาซื้อของ เป็นต้น

ฉากที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ยกตัวอย่างเช่น ฉากการค้าขายในตลาด ในชุมชน ที่ตัวละครหลักอาศัยอยู่, ฉากในบริเวณหมู่บ้านที่จัดงานศพโกสั่ว๊ด เป็นต้น



ภาพที่ 8 ตัวอย่างภาพประกอบแสดงตัวละครฉากชุมชนที่ตัวละครหลักอาศัยอยู่

**6. บทสนทนา (Dialogue)** สำหรับละครโทรทัศน์ เรื่อง “กรงกรรม” จำนวน 19 ตอน พบว่า ภาษาที่ตัวละครแม่ใช้เป็นภาษาที่รุนแรง ก้าวร้าว มีการดกเถียงกันและการ

คำทอด้วยภาษาที่หยาบคาย ไม่สุภาพระหว่างแม่ย้อยและลูกสะใภ้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพของแม่ในละครว่าเป็นคนชอบใช้อำนาจ ไม่กลัวใคร เห็นแก่ตัว เอาความคิดตัวเองเป็นใหญ่ โดยเป็นภาษาที่ใช้สำหรับการฟัง โดยกลุ่มผู้ชมเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้ชมทั่วไป การใช้คำพูดในการสื่อสารก็เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม โดยเฉพาะแม่ย้อยที่ภาษาที่ใช้ก็มีลักษณะเหมือนการพูดคุยไม่เป็นทางการ ไม่ใช้ภาษาที่ซับซ้อน แต่ไม่สุภาพ มีการคำทอที่รุนแรง เป็นการพูดจาที่ไม่สุภาพของแม่ย้อยที่แสดงออกอย่างเห็นได้ชัดเจน

ส่วนเนื้อหาของตัวละครใช้สื่อสารกัน โดยเฉพาะตัวละครหลัก อย่างแม่ย้อย มักจะมีเนื้อหาที่ใช้คำพูดที่ตรง และแรงจนเกินไป หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งถือว่าเป็นบทสนทนาที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม มีการใช้ภาษาที่สื่อความหมายถึง การคำที่รุนแรง ไม่สุภาพ

การสนทนาระหว่างแม่ย้อยและเรณูก็จะมีการใช้ภาษาที่ตรงๆ พูดไม่เพราะ ไม่สุภาพ คำทอด้วยคำพูดที่รุนแรงเกือบตลอดทั้งเรื่อง

ยกตัวอย่างเช่น ระหว่างที่เรณูเดินผ่านมาร้านแม่ย้อย แม่ย้อยไม่พอใจจึงคำทอเรณูด้วยความรุนแรง

แม่ย้อย : อีเรณูใครใช้ให้มึงมา่วนวายในร้านกู

เรณู : หนูมาช่วย

แม่ย้อย : มึงออกไปเลยนะ มึงไปอยู่ในที่ๆ ของมึง มึงไม่ต้องมาทำสะเนียดจัญไร  
ในร้านกู

แม่ย้อยหันไปคำอาษา

แม่ย้อย : กูบอกมึงแล้วไซ้ใหม่ให้มึงเฝ้าร้านดีๆ มึงนี่ไว้ใจไม่ได้เลยนะ ไอ้ซา

อาษา : หนูก็เฝ้าร้านดีๆ ตามที่ม๊าบอกละนะ หนูไม่ได้ไปไหนเลยนะม๊า

แม่ย้อย : แล้วทำไมมึงปล่อยให้มันมาเต๊ะที่ร้านเราเล่า

อาษา : ซ้อเจามาช่วย ม๊าคูดีของเป็นระเบียบขึ้นตั้งเยอะ

แม่ย้อย : ซ้อเธอ ใครซ้อมึงไอ้ซา

อาษา : ก็ซ้อเขาเป็นเมียของตัวเฮีย ก็ต้องเป็นซ้อไซ้ใหม่ม๊า

แม่ย้อย : มันเป็นแค่อดีต อีนางบำเรอ มันไม่ใช่ลูกสะใภ้กู และไม่ใช่พี่สะใภ้มึง

แล้วก็เลิกเรียกมันว่าซ้อได้แล้ว มึงบอกใครต่อใครนะว่ามันไม่ใช่สะใภ้เรา บ้านเราต้องไม่มีสะใภ้แบบนี้เด็ดขาด

เรณู : มีไม่มีก็เป็นไปแล้วละจ๊ะ

แม่ย้อย : กูไม่รู้จะสรรหาคำอะไรมาให้มึง มันเจ็บแสบ อีเรณู

เรณู : แล้วม๊าจะคำหนูทำไมให้เหลือละจ๊ะ ถึงม๊าจะขุดคำหยาบไปไหนมาหนู

ก็ไม่รู้สึกหอรอก

แม่ช้อย : อีหน้าด้าน

เรณู : ก็มันจริงไหมละจะมีใครๆ เขาก็รู้กันทั้งชุมแสงว่าหนูมาในฐานะเมียที่อึดท้องลูกของพี่ใช้ลูกชายคนโตของมี้า อึดท้องหลานของมี้าอยู่ มี้าคำหนูเข้าใจ เอาหนูมาประจาน หนูถามจริงเถอะ มี้าไม่อายบ้างหรือใครได้ยินจะพากันหัวเราะเปล่านั้นจะ

แม่ช้อย : อีเรณู

เรณู : หนูพูดความจริง ความจริงเป็นสิ่งไม่ตายนะ แต่คนที่รู้ความจริงแล้วไม่ยอมรับความจริงนะ ระวังนะ ระวังจะออกแตกตายนะ

แม่ช้อย : อีเวร นี่มีมึงขงูหรือ

เรณู : แขงอะไรมี้า หนูยังไม่ได้แข่งอะไรเลย หนูพูดชื่อมี้าหรือซาซาได้ยินไหม พี่ไม่ได้พูดชื่อมี้าสักคำ

อาซา : ซ้อๆ

แม่ช้อย : ซ้อก็ไม่ได้ เจ๊กก็ไม่ได้ มีมึงไปนับญาติมันทำไม

อาซา : งั้นกลับบ้านก่อน

เรณู : เฮ้ยเห็นอัยพูดกับคนไม่รู้ฟัง ชางั้นซ้อกลับบ้านก่อนนะ ถ้าพี่ใช้กลับมาซ้อฝากบอกด้วยว่าเดี๋ยววันนี้ซ้อจะคำส่มคำแข่มๆ ให้กิน ถ้าพี่ใช้อยากกินก็ให้ตามไปกินที่บ้านนะ เฮ้ย ถ้าซาเปรี้ยวปากน้ำลายไหล น้ำลายสออยากกินตามไปกินด้วยกันก็ได้นะ เดี่ยวซ้อจะคำๆ คำเพื่อ หนูไปนะจะมี

แม่ช้อย : ไปเลย ไปๆ มีมึงไปไหนก็ไปเลยอีหน้าด้าน อึนซ้นตำอีไม่มีขงอายซาตินี้ทั้งชาติกูไม่มีวันญาติติดกับมึงหรือ อึกระหรี มีมึงอย่าหวังมาซบมือเปิบนะมาใช้นามสกุลกู มีมึงก็ได้แต่ฝันไปเถอะหะ มีมึงจักอิช้อยน้อยไปแล้ว

เนื้อหาที่อยู่ในบทสนทนา เป็นเนื้อหาที่พูดถกเถียงกันระหว่างแม่สามมีและลูกสะเก้ โดยที่แม่ช้อยไม่พอใจที่เรณูมาหาที่ร้านค้าของตนเอง

ฉากสนทนาที่แม่ช้อยไปตามคำเรณูที่บ้าน ขณะที่เรณูดำน้ำพริกอยู่

แม่ช้อย : อีเรณู

เรณู : จำเจ้าแก่นี่

แม่ช้อย : เขาลือกันทั้งตลาดแล้วเนี่ยว่ามีงเอาเพื่อนกระหรีมาอยู่ที่บ้านนี้จริงไหม

เรณู : ตายแล้วเพื่อนกระหรี ใครกันหรือจะเจ้าแก่นี่

แม่ช้อย : มีมึงไม่ต้องทำมาเป็นหน้าซ้อตาใสเลย กูนี้หน้าซาไปหมดแล้ว มีมึงทำแบบนี้เหมือนมีมึงขงูมากมีมึงรู้ไหม หี บ้านกูไม่ใช่ซ่งโฮเทณินะ แล้วอี่เมื่อคินนี้ในงานที่เจามาป่วนๆ กันนี้ นั่นเพื่อนมีมึงแห่งๆ เลย ทำอย่างนี้เห็นทีจะอยู่ด้วยกันไม่ได้แล้วละ เถียงสิ ทำไม่อย่างนี้ไม่เถียงละ เถียงทำไม

เรณู : ก็ถ้าหนูเลี้ยงเค้าแก่เนี่ยก็หาว่าหนูแก่ตัวอีก จริงไหมละจ๊ะ  
แม่ช้อย : อ้อ อย่างนี้ก็แปลว่ามึง ขอมรับแล้ว ไปเลยนะ มึงเก็บข้าวเก็บของแล้ว  
ก็ออกไปจากที่นี่ มึงจะไปอยู่ที่ไหนมึงก็ไป

เรณู : หนูคงไปไหนไม่ได้หรอกจ๊ะ ผัวหนูเขาบอกให้หนูรอเขาที่นี้  
แม่ช้อย : มึงไม่ต้องรอแล้ว เพราะกูบอกไอ้ใช้ให้มันหาเมียใหม่ ที่สววกว่ามึง  
ที่สาวกว่ามึงมีอยู่เกลื่อนถนนไป

เรณู : เถ้าแก่เนี่ยจ๋า ถ้าหนูไปผัวหนูเขาจะกลับมาให้เถ้าแก่เนี่ยเห็นหน้า  
อีกหรือจ๊ะ

แม่ช้อย : มึงไม่ต้องมาขู่กูนะอีเรณู

เรณู : หนูไม่ได้ขู่จะจ๊ะ แต่เถ้าแก่เนี่ยไม่เคยได้ยินหรือ ว่าความรักเนี่ย  
มันทำให้คนตาบอด หนูหนวกแถมยังโง่เป็นควายอีกต่างหาก

แม่ช้อย : มึงพูดแบบนี้มึงหมายความว่ายังไง

เรณู : ก็หมายความว่าผัวหนูเขารักหนู เขาหลงหนูก็ตามไปอยู่ด้วยงั้นจ๊ะ

แม่ช้อย : นี่มึงกำลังขอมรับแล้วไอ้ใหม่ ว่ามึงทำของสกปรกใส่ลูกกู

แม่ช้อยพยายามจะเข้าบ้านที่เรณูอยู่

เรณู : เข้าไม่ได้

แม่ช้อย : ทำไมจะเข้าไม่ได้ นี่มันบ้านกู

เรณู : เถ้าแก่เนี่ยอย่าหาเรื่องกันไปได้ไหม

แม่ช้อย : กูจะจับให้ได้คาหนังคาเขาไม่ว่ามึงทำของสกปรกใส่ลูกกู

จากบทสนทนาข้างต้น จะเห็นว่าเป็นการใช้คำพูดที่รุนแรง ไม่สุภาพ มีการพูด  
กู มึง คุณเรณู ซึ่งถือว่าเป็นสื่อโทรทัศน์ที่น่าเสนาออกมาเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม มักใช้คำพูด  
ที่ตรงและแรงจนเกินไป หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งถือว่าเป็นบทสนทนาที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม  
มีการใช้ภาษาที่สื่อความหมายถึงการขั้ววน การคำที่รุนแรงไม่สุภาพ

**7. มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of view)** จากการวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ เรื่อง  
“กรงกรรม” จำนวน 19 ตอน เป็นการนำเสนอการเล่าเรื่องจากมุมมองที่เป็นกลาง  
(The objective) เป็นการเล่าเรื่องที่ไม่ปรากฏตัวผู้เล่าในลักษณะของตัวบุคคล แต่จะเป็นการ  
เล่าจากมุมมองของคนนอกที่สังเกตและรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นกลาง ตามที่  
เหตุการณ์เกิดขึ้นจริง และปล่อยให้ผู้ชมตัดสินใจเอง ซึ่งจะทำให้มีความเป็นกลาง แต่อาจ  
ไม่สามารถช่วยให้ผู้ชมเข้าใจอารมณ์ ความคิด จิตใจของตัวละครได้อย่างลึกซึ้ง โดยผู้เล่า  
ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด ไม่เข้าข้างใครเป็นพิเศษ ให้ผู้ชมได้คิดแต่ตัดสินใจเองว่าเป็นอย่างไร

8. **ตอนจบ (Ending)** หรือการปิดเรื่อง จากการวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ เรื่อง “กรงกรรม” จำนวน 19 ตอน ในส่วนของตอนจบ หรือการปิดเรื่อง พบว่า มีการจบเรื่องแบบคิดหวัง (Tragic Ending) โดยที่ตัวละคร แม่ช้อยนั้น จบด้วยการสูญเสีย เพราะสุดท้ายแม่ช้อยก็ได้รับกรรมของตนเอง คือตายในตอนจบที่ทราบข่าวการประสูติเหตุของลูกชายคนโต จึงเกิดอาการช็อคตาย ส่วนตัวละครแม่อีกหนึ่งตัว ที่ถึงแม้จะมีฉากที่นำเสนอเพียงไม่กี่ฉาก แต่บทบาทของความเป็นแม่ที่แสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจน คือเป็นแม่ที่ตรงกันข้ามกับตัวละครแม่ช้อย โดยแม่เรณูเป็นแม่ที่มีความรัก ความเมตตาให้กับลูก พูดยากับลูกดี ให้ความรักความอบอุ่นลูกอย่างเต็มที่เท่าที่จะทำได้ ซึ่งถึงแม้จะเคยทำอาชีพโสเภณีมาก่อน แต่ก็กลับเนื้อกลับตัวเป็นคนดี และทำความดีเรื่อยมา ตอนจบก็จะได้รับผลดี โดยเป็นแม่ที่มีความสุขอยู่กับลูกๆ และครอบครัว

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า ละครโทรทัศน์ เรื่อง “กรงกรรม” จัดอยู่ประเภทของละคร TV. Serials หรือละครเรื่องยาวที่มีการเล่นหลายตอนจบ โดยมีประมาณ 20-30 ตอน ซึ่งเนื้อเรื่องทั้งหมดจะเป็นเรื่องเดียวกัน มีออกอากาศเป็นประจำและใช้นักแสดงชุดเดียวกัน โดยที่ละครแบบนี้จะรู้จักในชื่อของ Soap Opera ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทีวีสีช่อง 3 เวลา 20.30 น. (ละครโทรทัศน์หลังข่าว) 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 – 30 เมษายน พ.ศ. 2562 และฉายซ้ำทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในช่วงละครเย็นเวลา 18.45 -19.45 น. ในวันที่ 26 มิถุนายน 2562 จนถึงปัจจุบัน ส่วนมากจะมีการนำเสนอภาพของความเป็นแม่ที่คอยบงการชีวิตของลูกชายทั้ง 4 คนเป็นหลัก หรือเรียกได้ว่าเป็นการบงการชีวิตของคนทุกคนในครอบครัว การเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ เรื่อง “กรงกรรม” จะใช้วิธีการแนะนำตัวละครหลักในเรื่องให้ปรากฏออกมาทีละตัว และมีการใช้ประเด็นเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างแม่ช้อยและลูกสะใภ้ มาเป็นตัวเล่าเรื่องราว รวมถึงการบงการชีวิตของแม่ช้อยที่คอยบงการชีวิตลูก สอดคล้องกับองค์ประกอบพื้นฐานของการเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ที่พบในงานวิจัยของ สุภาวรรณ วรรณะศุกกุล (2550) ว่าการเริ่มเรื่อง (Exposition) เป็นการชักจูงความสนใจของ ผู้ชมให้ติดตามเรื่องราว โดยใช้วิธีการแนะนำตัวละคร และมีปมขัดแย้งเกิดขึ้นระหว่างตัวละคร ลักษณะของตอนจบของเรื่องที่พบในละครเรื่อง “กรงกรรม” จะมีความหลากหลายจะเป็นการจบแบบได้รับผลกรรมของแต่ละคนที่ได้ทำกรรมไว้ โดยตัวละครแม่ช้อยเองเป็นการจบแบบคิดหวังเกิดความสูญเสีย โดยแม่ช้อยได้เสียลูกชายคนเล็กจากการจมน้ำตาย และตัวแม่ช้อยเองก็เสียชีวิต จากการที่มีโรคเบาหวานจนทำให้

ขาพิการอยู่แล้ว เมื่อได้รับข่าวการประสูติพิเศษของลูกชายคนโต ทำให้แม่ข้อยช็อกและเสียชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบพื้นฐานของการเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ ที่พบในงานวิจัยของ สุภาวธรรม วรรณะศุกกุล (2550) ว่าขั้นตอนการยุติเรื่องราว (Ending) เป็นขั้นตอนที่เรื่องราวที่เกิดขึ้นทั้งหมดตั้งแต่ต้น ได้จบสิ้นลง ซึ่งสามารถจบได้หลายแบบ เช่น จบแบบมีความสุข (Happy Ending) จบอย่างสูญเสีย หรือจบแบบเป็นปริศนาให้คิดต่อไป

แก่นเรื่องในลักษณะต่างๆ ที่ปรากฏในละครละครโทรทัศน์ เรื่อง “กรงกรรม” สอดคล้องกับแนวคิดของ (J.S.R Goodlad, 1971 อ้างใน สุภาวธรรม วรรณะศุกกุล, 2550, หน้า 16-17) ในแนวความคิดเรื่อง ประเภทของแก่นเรื่อง ว่าละครเรื่องต่างๆ ที่นำเสนอต่อผู้ชม โดยละครกรงกรรม ถือเป็นละครแนว Morality Theme คือพบว่า มีการใช้แก่นเรื่องหลัก ในเรื่องคือ ความรักที่พ่อดีของแม่ การใช้ชีวิตในสายกลาง จะทำให้ชีวิตมีความสุข และละครที่มีแนวเรื่องเกี่ยวกับศีลธรรมจรรยา เนื้อเรื่อง เกี่ยวข้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากหลักศีลธรรมของสังคม ละครจะแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของการทำความดีว่าเป็นสิ่งที่จำเป็น และเป็นสิ่งที่สังคมปรารถนาต้องการ หรือแสดงให้เห็นถึงการที่บุคคล เลือกที่จะกระทำระหว่างความดีกับความชั่ว และผลที่จะได้รับต่อมาหลังจากการทำความดีและทำชั่วนั้นๆ ในตอนสุดท้าย บทสนทนา (Dialogue) สำหรับละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม” จำนวน 19 ตอน พบว่า มีการใช้ภาษาพูดสำหรับการสนทนาทางละครโทรทัศน์ โดยเป็นภาษาที่ใช้สำหรับการฟัง โดยกลุ่มผู้ชมเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้ชมทั่วไป การใช้คำพูดที่คำท่อนข้างรุนแรงเกือบตลอดทั้งเรื่อง ภาษาที่ใช้ก็มีลักษณะเหมือนการพูดคุยไม่เป็นทางการ ไม่ใช้ภาษาที่ซับซ้อน มักใช้คำพูดที่ตรงและแรงจนเกินไป หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งถือว่าเป็นบทสนทนาที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม มีการใช้ภาษาที่สื่อความหมายถึงการดูถูกเรื่องของคนอื่น อาชีพ การดำที่รุนแรง ไม่สุภาพ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อละครโทรทัศน์ นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการลอกเลียนแบบตามที่ได้รับชม ไม่ว่าจะเป็นละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ โฆษณา ฯลฯ จึงมีความจำเป็นที่ต้องจัดระดับความเหมาะสมของรายการกับกลุ่มผู้รับชมตามช่วงเวลาออกอากาศ ซึ่งในระหว่างช่วงเวลา 18.00-22.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มีย่านผู้รับชมสูงทุกเพศทุกวัย จึงควรออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระเหมาะสมและไม่เป็นภัยต่อการพัฒนาทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์ และสังคม ดังนั้นสื่อโทรทัศน์จึงมีหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคม ที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานทางจริยธรรมที่เกี่ยวข้องในการควบคุมการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อความสงบเรียบร้อยในการอยู่ร่วมกันของสังคม หากสถานีโทรทัศน์

นำเสนอเนื้อหา หรือออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ข่มขู่ส่งผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน

โดยละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม” ได้เริ่มจากการเล่าเรื่องของความเป็นแม่ที่คอยบงการลูกชายทั้ง 4 คนในเรื่องของการแต่งงานการมีครอบครัว และอาชีพแต่เดิมก็คือค้าขาย การพัฒนาเหตุการณ์ก็เริ่มเข้าสู่ช่วงที่แม่ขี้ยโสได้ลูกสะใภ้คนโตที่ตนไม่ชอบเนื่องจากลูกสะใภ้อย่างเรณู เป็นผู้หญิงขายบริการมาก่อน ภาพของความเป็นแม่ยิ่งแสดงให้เห็นถึงการกำหนดชีวิตครอบครัวของลูกชายคนโต โดยแม่ขี้ยโสกับลูกสะใภ้เริ่มมีปากมีเสียงกัน การแสดงความรักของแม่เริ่มมีความเห็นแก่ตัว รักลูกที่ไม่ถูกวิธี ทำให้ครอบครัวของลูกชายคนโตมีปัญหา ซึ่งลูกสะใภ้คนอื่นๆ ที่ตามมาล้วนแล้วแต่แม่ขี้ยโสเป็นคนเลือกให้ ซึ่งก็มีปัญหาทุกๆ ครอบครัวของลูก โดยละครโทรทัศน์ก็ได้สร้างให้เห็นเด่นชัดในทุกช่วงของความขัดแย้งในภาวะวิกฤตจนถึงขั้นภาวะคลั่งคลายที่ตัวแม่ขี้ยโสเองเริ่มเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นภายในครอบครัวของลูกๆ ซึ่งในขั้นขุติเรื่องราวก็ทำให้เห็นถึงผลของการกระทำของแม่ที่เกิดจากรักที่ไม่พอดี ทำให้ชีวิตและความสุขของแม่ในตอนจบ ซึ่งกว่าจะคิดได้แม่ขี้ยโสก็ได้เสียชีวิตลง ซึ่งสอดคล้องกับผู้ประพันธ์บทละครโทรทัศน์เรื่อง “กรงกรรม” อย่างนิพนธ์ เทียงธรรม (จุฬามณี) ที่กล่าวว่า กรงตัวนี้ แปลว่า บ้าน กรงตัวนี้เปรียบเสมือนบ้านหลังหนึ่ง คือแม่ขี้ยโส ที่เป็นศูนย์กลางของแม่ที่มีลูกๆ ทั้ง 4 คน แล้วเพราะตัวแม่ขี้ยโสเองที่ทำให้ลูก และลูกสะใภ้แต่ละคนมีปัญหาภายในบ้าน (<http://www.voicetv.co.th/read/sXkjROEs>)

จากงานวิจัยชิ้นนี้สะท้อนให้เห็นภาพของความเป็นแม่ โดยที่ Robert Entman (1993) กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของกรอบไว้ว่า ได้แก่ “การเลือก (Selection) และการทำให้โดดเด่น (Saliency) การวางกรอบคือการเลือกบางแง่มุม หรือบางมุมของความเป็นจริง และทำให้มันโดดเด่น โดยอาศัยบริบทของการสื่อสารต่างๆ ในอันที่จะเสนอปัญหา, ตีความสาเหตุ, ประเมินค่าทางศีลธรรม และ/หรือ แนะนำแนวทางแก้ไขต่อประเด็นนั้นๆ” เขาอธิบายว่า “ผู้ส่งสาร” จะวางกรอบ (โดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม) ด้วยการตัดสินใจว่าจะถ่ายทอดเรื่องใด โดยที่การตัดสินใจนั้น จะถูกชี้นำโดยประสบการณ์ และระบบความเชื่อของเขา กรอบจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของ “ตัวบท” ซึ่งจะทำหน้าที่นำกรอบที่ถูกขยายหรือถูกย่อบางแง่มุม โดยอาศัยวิธีการทางการสื่อสารต่างๆ แล้วนั้นผู้รับสาร โดยภาพของความเป็นแม่ที่ถูกสร้างผ่านละครโทรทัศน์เรื่องกรงกรรม พบว่าเป็นแม่ที่บงการชีวิตลูก, แม่ที่มูทะลุจีไววาย, แม่ที่รักศักดิ์ศรีของตัวเอง, แม่ที่เห็นแก่ตัว เอาแต่ใจตนเอง, แม่ที่เจ้าคิดเจ้าแค้น, เป็นแม่ที่ถูกชนชั้นทางสังคม และเป็นแม่ที่พุดจาไม่สุภาพ คำทอด้วยคำหยาบคาย รุนแรง นอกจากนี้

นี่ยังสอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2551) กล่าวว่า จากภาพของแม่ในละครโทรทัศน์ที่ เบี่ยงเบนไปจากความหมายหลักของสังคมไทย ถือว่าเป็น “แม่ที่เบี่ยงเบน” คือแม่ที่ให้อำนาจลูกแต่เลี้ยงลูกเบี่ยงเบนไปจากมาตรฐานสังคมกำหนด

โดยนอกจากนี้ หากอภิปรายผลในกรณีที่แม่ที่ปรากฏในละครโทรทัศน์เรื่อง กรงกรรม ที่เป็นแม่ที่เบี่ยงเบนไปจากมาตรฐานทางสังคมกำหนด จากมุมมองของนักสตรีนิยมเอง แมรี โวลสโตนคราฟต์ (Mary Wollstonecraft) นักสตรีนิยมคลื่นลูกที่สองในช่วงศตวรรษ 1960 ถึง 1980 ก็ได้เคยเสนอใน A Vindication of the Rights of Woman ว่า การเป็นแม่ที่ดีต้องเลี้ยงและดูแลลูกด้วยตนเอง ให้ความรักความอบอุ่น ไม่ใช่สนใจแต่ตนเอง (อ้างถึงในอุไร ไชยเสน, 2561) โดยในช่วงต้นของละครโทรทัศน์กำหนดกรอบภาพความเป็นแม่ในละครคือเป็นแม่ที่ไม่ได้สนใจความต้องการของลูก เลี้ยงลูกตามที่ตนเองต้องการ เอาแต่ใจตนเอง โดยเป็นแม่ที่ไม่ได้เป็นตามที่สังคมและวัฒนธรรมไทยต้องการให้เป็น แต่ในช่วงสุดท้ายละครโทรทัศน์เรื่องกรงกรรมก็ได้สร้างให้เห็นว่าความเป็นแม่แบบนี้จะได้รับการลงโทษ โดยละครโทรทัศน์ได้ทำให้ “แม่ช้อย” มีชีวิตที่ไม่ได้มีความสุขเลย ตั้งแต่การเริ่มต้นของการเป็นแม่ มีแต่เรื่องที่ทำให้ทุกข์ใจ จนสุดท้ายละครโทรทัศน์ได้ดำเนินเรื่องในมุมมองของทฤษฎีสตรีนิยามที่นำเสนอให้รู้ว่าผู้หญิงที่เป็นแม่ที่เบี่ยงเบนไปจากมาตรฐานทางสังคม ให้กลับเข้าสู่ความเป็นแม่ตามที่สังคมต้องการ ตามที่สังคมคาดหวังในท้ายที่สุด คือ ตัว “แม่ช้อย” ก็กลับตัวกลับใจเป็นแม่ที่ดีและยอมรับในการตัดสินใจของลูกๆ เข้าใจลูกมากยิ่งขึ้น ไม่เอาแต่ใจตนเอง

### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องของการวิเคราะห์ภาพสะท้อนของความเป็นแม่จากละครโทรทัศน์ เรื่อง “กรงกรรม” จะเห็นได้ว่าสื่อนำเสนอเนื้อหาพฤติกรรมของความเป็นแม่ที่ไม่เหมาะสม การใช้คำพูดที่ไม่สุภาพ คำทอรุนแรง ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ หน่วยงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่กำกับดูแลเนื้อหารายการโทรทัศน์ ควรจะมีแนวทางป้องกันในการควบคุมเนื้อหาที่นำเสนอให้เหมาะสม ไม่ใช้คำพูดที่รุนแรง หยาบคาย การนำเสนอการใช้คำพูดในการดูถูกชนชั้น การบงการชีวิตของลูก รวมถึงการถกเถียงกันระหว่างแม่ตัวและลูกสะใภ้ ซึ่งเนื่องจากในปัจจุบันมีช่องทางการเข้าถึงเนื้อหาได้ง่าย และผู้ผลิตส่วนใหญ่มีก็จะนำเสนอเนื้อหาในลักษณะที่เลียนแบบประสบการณ์จริงในชีวิต ซึ่งทำให้

ผู้ชมหรือผู้ฟังได้รู้ได้เห็นสิ่งที่ไม่เคยประสบมาก่อนผ่านสื่อ ซึ่งเนื้อหาอาจมีการนำเสนอ บางอย่างที่ผิดศีลธรรมอันดี

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพสะท้อนของความเป็นแม่จากละครโทรทัศน์ เรื่อง “ทรงกรรรม” ที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีความเป็นแม่ที่ไม่เหมาะสม ดังนั้นจึงควรมีการศึกษา ถึงผู้ผลิตว่ามีวิธีการผลิต แนวคิดหรือขั้นตอนการผลิตอย่างไร เพื่อที่จะได้รายละเอียดต่างๆ ถึงความรุนแรงของเนื้อหาของรายการละครโทรทัศน์ที่ปรากฏอยู่ในละครโทรทัศน์

2. ควรมีการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ชมทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อการรับชมละครโทรทัศน์เรื่อง “ทรงกรรรม” เป็นอย่างไร เพื่อนำ ข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาเนื้อหาของละครโทรทัศน์เพื่อให้สอดคล้องกับ พฤติกรรมการรับสารของผู้ชมละครโทรทัศน์ต่อไป

3. ควรศึกษาภาพสะท้อนของความเป็นแม่จากสื่ออื่นๆ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต, สื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ เป็นต้น เพื่อนำผลวิจัยมาเปรียบเทียบ และเข้าใจรูปแบบการนำเสนอ เนื้อหาภาพสะท้อนของความเป็นแม่ผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น

## รายการอ้างอิง

### หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2542). สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- กิติมา สุรสนธิ. (2533). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. การศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์. 2540.
- ขวัญเรือน กิติวัฒน์. (2531). พลศาสตร์ของการสื่อสาร. ในเอกสารการสอนชุดวิชาพลศาสตร์การสื่อสาร หน้าที่ 2 หน้า (23-26). นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมศาสตร์.
- จิตพิชญ์ เชื้อรัตนพงษ์ (2539). การพัฒนาหลักสูตร : หลักการและแนวปฏิบัติ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, อลีน เพรส, กรุงเทพฯ.
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงแก้ว เขียวสวัสดิ์กิจ. (2552). กระบวนการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาครีမ်ปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์ของผู้รับสารสตรี. วิทยานิพนธ์. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูชีพ อ่อนโลกสูง. (2522). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- นงลักษณ์ เอ็มประดิษฐ์ และคณะ. (2540). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเพศศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประพิมพ์พร อันพาทรรหม. (2543). การศึกษาค่านิยมทางเพศและพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนสังกัดกระทรวงศึกษาธิการในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสุขภาพศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยวร กุมภีรัตน์. (2546). ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่นำไปสู่พฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของวัยรุ่นในจังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการส่งเสริมสุขภาพ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เมสิริน ขวัญใจ. (2551). “เด็กกับการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์”. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต การสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. (2537). ทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- ลดาวัลย์ แก้วสีนวน. (2542). การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองของนักศึกษาสถาบันราชภัฏนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. สาขา นิเทศศาสตรพัฒนาการ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลาสินี พิพิธกุล. การสื่อสารเรื่องเพศในสังคมไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ. สำนักพิมพ์ปิ่นโต พับลิชชิ่ง. กรุงเทพฯ.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. “การรู้เท่าทันสื่อบนสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย : กรณีศึกษาเฉพาะสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่ ในช่วงเวลาหาเสียงเลือกตั้งปี พ.ศ. 2554” บทความ. คณะมนุษยศาสตร์ ภาควิชา นิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2556.
- พัชรินทร์ ไทยบัณฑิตย์. (2548). อิทธิพลของรายการละครโทรทัศน์ที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาทางจริยธรรมสังคมไทย : ศึกษากรณี นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนหอวัง.
- พรสิทธิ์ พัฒนธนาบุรีรักษ์. (2546). แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนในงานสารสนเทศ. ในเอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร หน่วยที่ 9 นันทบุรี สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสถียร เขยประทับ. (2525). การสื่อสารงานนวัตกรรม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมสิทธิ์ จิตรสถาพร. แนวโน้มของศูนย์การเรียนการสอนอิเล็กทรอนิกส์. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. 2550.
- สิริวิญญู อินทรประเสริฐ. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของสื่อกับพฤติกรรมความรุนแรงของเด็กและเยาวชนในกรุงเทพมหานคร.
- สินียา ไกรวิมล. (2545). ลักษณะของบทละครโทรทัศน์ไทยที่ได้รับความนิยมช่วงหลังข่าวจากปี พ.ศ. 2535-2544. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์ การสื่อสารมวลชน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ. (2549). การรับรู้ของคนไทยเกี่ยวกับความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อในยุคโลกาภิวัตน์. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนทร พรหมวงศา. (2553). “พฤติกรรมการใช้ และ การรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ตตามการรับรู้ของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดหนองบัวลำภู”. วิทยานิพนธ์. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุขุมล จันทวี. (2550). การวิเคราะห์เพลงไทยสากลแนวใหม่ในช่วงปี พ.ศ.2524-พ.ศ.2534. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพัตรา บุญญาภาพพงศ์. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อค่านิยมทางเพศของวัยรุ่นในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาณี แก้วมณี. (2547). “การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์. วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาวรรณ วรชนะศุกุล. (2550). คุณลักษณะของละครเอเชียยอดนิยม ศึกษากรณีละครญี่ปุ่นได้หวันและเกาหลีในโทรทัศน์ไทย. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร วีระโชติ. (2552). “ความรู้เท่าทันสื่อและการเปิดรับสื่อมวลชนของอาจารย์มหาวิทยาลัยรามคำแหงในช่วงวิกฤตการเมือง”. วิจัย. ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล. (2549)เปิดประตูการรู้เท่าทันสื่อ : แนวคิดทฤษฎีและประสบการณ์การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ. นนทบุรี : โครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพ.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). สื่อมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชนวัฒนธรรมและสังคม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุริยาจามวุฒิวร. (2553). “การเปิดรับสื่อละครโทรทัศน์ การรู้เท่าทันสื่อ และความคิดเห็นต่อความนิยมทางเพศ และการเลียนแบบพฤติกรรมชายรักร่วมของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

## ภาษาอังกฤษ

- Bate, J., &. Theory of media literacy : A cognitive approach. California : Sage Publication. 2007.
- McCombs, Maxwell E. and Becker, Lee B. 1979. Using Mass Communication Theory. N.J : Prentice Hall, Inc. (1979).
- Potter, W., J. Media Literacy. UK : Sage publications, 1998.
- Silverblatt. Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages. 1995.

## เว็บไซต์

<http://th.wikipedia.org>

[www.checkfacebook.com](http://www.checkfacebook.com)

[www.clipmass.com](http://www.clipmass.com)

<https://www.sanook.com/movie/74477/>

<https://pantip.com/topic/35632761>



## หลักเกณฑ์และการเตรียมต้นฉบับสำหรับการเสนอบทความเพื่อเผยแพร่ ใน “CRRU Journal of Communication มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย”

### นโยบายการจัดพิมพ์

CRRU Journal of Communication มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เป็นวารสารวิชาการที่พิมพ์ออกเผยแพร่ปีการศึกษาละ 3 เล่ม (มกราคม-เมษายน, พฤษภาคม-สิงหาคม, และกันยายน-ธันวาคม) คณะวิทยาการจัดการจัดพิมพ์ขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็นและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการในนิเทศศาสตร์ หรือสาขาอื่นที่มีความเกี่ยวข้อง

### เรื่องเสนอเพื่อตีพิมพ์

ผลงานทางวิชาการที่รับตีพิมพ์มี 2 ลักษณะคือ เป็นบทความวิชาการ (Article) หรือบทความวิจัย (Research Article) บทความที่เสนอเพื่อตีพิมพ์จะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น บทความที่นำเสนอเพื่อตีพิมพ์จะต้องผ่านการกลั่นกรองและพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อของบทความนั้นๆ ซึ่งแต่งตั้งโดยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยกองบรรณาธิการสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขบทความตามความเหมาะสม

## ลักษณะของบทความ

เป็นบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการค้นคว้า การวิจัย การวิเคราะห์วิจารณ์หรือเสนอแนวคิดใหม่ด้านนิเทศศาสตร์ ซึ่งแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

บทความวิชาการ หมายถึง งานเขียนที่นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ในสาขานิเทศศาสตร์ ที่มีการวิเคราะห์หรือวิจารณ์ประเด็นต่างๆ ตามหลักวิชาการ โดยผู้เขียนสามารถแสดงทัศนะทางวิชาการของตนเองอย่างชัดเจน

บทความวิจัย หมายถึง รายงานผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ ที่ได้ทำการศึกษาโดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์ด้วยระเบียบวิธีวิจัยที่ถูกต้องจนได้องค์ความรู้ใหม่

## การเตรียมต้นฉบับ

บทความวิชาการหรือบทความวิจัย อาจนำเสนอเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษก็ได้ ให้พิมพ์ต้นฉบับด้วยกระดาษ เอ 4 หน้าเดียว โดยใช้ฟอนต์ Angsana New ขนาด 14 (สำหรับชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้ใช้ฟอนต์ Angsana New ขนาด 18 ส่วนหัวข้อต่างๆ ให้ใช้ Angsana New ขนาด 16) ความยาวประมาณ 15-20 หน้า โดยบทความทุกประเภทต้องมีส่วนประกอบ ดังนี้

1. ชื่อเรื่อง (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
2. ชื่อผู้เขียน (ครบทุกคน กรณีที่เขียนหลายคน ให้เขียนบรรทัดถัดจากชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ โดยให้เขียนไว้ชิดด้านขวาของหน้า ให้ทำตัวเอง ตัวอักษร ขนาด 14)
3. วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุด สาขาวิชาและสถาบันที่สำเร็จการศึกษา และตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี)
4. สถานที่ทำงานปัจจุบันหรือหน่วยงานที่สังกัด (เช่น สาขาวิชา/ภาควิชา คณะ) (ข้อ 3 และข้อ 4 ให้ผู้เขียนทำเชิงอรรถไว้ท้ายชื่อผู้เขียนในหน้าแรกของบทความ)
5. บทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยในท้ายบทคัดย่อภาษาไทยให้ใส่คำสำคัญ ของเรื่อง และท้ายบทคัดย่อภาษาอังกฤษให้ใส่ **Keywords** ด้วย

บทความวิชาการหรือบทความวิจัยต้องมีส่วนประกอบเพิ่มเติม คือ ต้องมีบทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยบทคัดย่อแต่ละภาษาต้องมีความยาวอย่างละไม่เกินครึ่งหน้ากระดาษ เอ 4 โครงสร้างของบทความวิชาการควรประกอบด้วย บทนำ เนื้อหาบทความ บทสรุปและรายการเอกสารอ้างอิง ส่วนบทความวิจัยควรประกอบด้วยบทนำ แนวคิดและทฤษฎี วิธีการศึกษา ผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะและรายการเอกสารอ้างอิง

ภาพประกอบและตารางควรมีเฉพาะที่จำเป็น ให้มีหมายเลขกำกับภาพและตารางตามลำดับ ภาพจะต้องชัดเจน แสดงเนื้อหาสำคัญของเรื่อง คำอธิบายและตารางให้อธิบายด้วยข้อความกะทัดรัดและชัดเจน

การใช้ภาษาในบทความ การเขียนควรใช้ภาษาที่ถูกต้อง เข้าใจง่ายและกะทัดรัด โดยคำศัพท์ให้อ้างอิงตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน การใช้คำศัพท์บัญญัติทางวิชาการควรใช้ควบคู่กับศัพท์ภาษาอังกฤษ กรณีที่เป็นชื่อเฉพาะหรือคำแปลจากภาษาต่างประเทศที่ปรากฏครั้งแรกในบทความ ควรพิมพ์ภาษาเดิมของชื่อนั้นๆ กำกับไว้ในวงเล็บ และควรรักษาความสม่ำเสมอในการใช้คำศัพท์ การใช้ด้วยโดยตลอดบทความ

## การอ้างอิงและการเขียนเอกสารอ้างอิง

กรณีผู้เขียนต้องระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิงในส่วนของเนื้อเรื่องแบบนาม-ปี (Author-Date in Text Citation) โดยระบุชื่อผู้แต่งที่อ้างถึง(ถ้าเป็นคนไทยระบุทั้งชื่อและนามสกุล) พร้อมปีที่พิมพ์เอกสารไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้างอิงเพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้นและควรระบุเลขหน้าของเอกสารที่อ้างอิง กรณีที่อ้างมาแบบคำต่อคำต้องระบุเลขหน้าของเอกสารที่อ้างอิงทุกครั้ง และให้มีรายการเอกสารอ้างอิงส่วนท้ายเรื่อง (Reference) โดยการรวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนอ้างอิงในการเขียนบทความให้จัดเรียงรายการตามลำดับตัวอักษรผู้แต่งภายใต้หัวข้อรายการเอกสารอ้างอิงสำหรับบทความภาษาไทย และให้ใช้คำว่า Reference สำหรับบทความที่นำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ โดยให้ใช้รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงแบบ APA (American Psychology Association) ดังตัวอย่างการเขียน ดังนี้

## 1. หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ครั้งที่พิมพ์ (กรณีถ้าพิมพ์มากกว่าครั้งที่ 1).  
สถานที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์.

ธีรยุทธ บุญมี. (2547). ประชาสังคม . กรุงเทพฯ : สายธาร.

Millo, Nancy. (2002). **Bioanalytical Chemistry**. New Jersey : John Wiley & Sons.

(กรณี หนังสือที่มีผู้แต่งมากกว่า 3 คน)

ชนิด สุวรรณเมณะ และคณะ.(2546). คู่มือเตรียมสอบ สตง.ปี 2546.  
กรุงเทพมหานคร : สถาบันวินิตินิต.

Longley, Paul A. and others. (2005). **Geographic Information Systems and Science**. 2<sup>nd</sup> ed. Southern Gate, Chichester : John Wiley & Sons.

(กรณีผู้แต่งที่เป็นสถาบันหรือสิ่งพิมพ์ที่ออกในนามหน่วยงานราชการ องค์กร  
สมาคม บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ)

กรมศิลปากร. (2547). **สตรีสำคัญในประวัติศาสตร์ไทย**. กรุงเทพมหานคร : กรมฯ.

United Nations Development Programme. (2004). **Thailand 's Response to HIV/AIDS : Progress and Challenges**. Bangkok : United Nations Development Programme.

(กรณี หนังสือแปล)

ออเร็นจ, คาโรไลน์. (2545). 25 ข้อที่ไม่ควรผิดพลาดสำหรับครูยุคใหม่, แปลจาก  
25 Biggest Mistakes Teachers Make and How to Avoid Them  
โดย คัดคนางค์ มณีศรี. กรุงเทพมหานคร : เบรินเน็ต.

## 2.บทความในวารสาร หนังสือพิมพ์และหนังสือเล่ม

### 2.1 บทความในวารสาร

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียนบทความ.(ปีที่พิมพ์). “ชื่อบทความ,” ชื่อวารสาร. ปีที่หรือเล่มที่ : เลขหน้า.

จักรพงษ์ วรรณชนะ.(2549). “สารคดี-กิจกรรมเยาวชน : โครงการสร้างสรรค์ศิลป์เพื่อเยาวชนผู้ประสบภัยสึนามิ,” **สกุลไทย**. 52,267: 80-81,97.

### 2.2 บทความ ข่าว หรือคอลัมน์จากหนังสือพิมพ์

ชื่อผู้เขียน. “ชื่อบทความหรือชื่อหัวข้อในคอลัมน์,” ชื่อหนังสือพิมพ์. วันที่/เดือน/ปี : เลขหน้า.

ศุจิตต์ วงษ์เทศ. “กระทะปฏิวัติอาหารไทย,” **มติชน**. 22 กันยายน 2548 : 34

### 2.3 บทความในหนังสือรวมเล่ม

ชื่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). “ชื่อบทความ,” ใน ชื่อหนังสือ. บรรณาธิการ โดย ชื่อบรรณาธิการ. เลขหน้า. สถานที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์.

ศ. บุญนางวง. (2548) “สองเอียนน้อง,” ใน **พลิกแผ่นดิน ปลิ้นแผ่นดิน วรรณกรรมลาว รางวัลซีไรต์**, บรรณาธิการ โดย วีระพงษ์ มีสถาน. หน้า 22-33. กรุงเทพมหานคร : มติชน.

## 3.เอกสารที่ไม่เป็นเล่ม เช่น เอกสารประกอบคำสอน แผ่นพับ ให้ระบุคำบอกเล่าลักษณะของสิ่งพิมพ์นั้นไว้หลังชื่อเรื่อง

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. (2547). รายงานการประเมินตนเอง ระบบมาตรฐานสากลของประเทศไทย.(แผ่นพับ). เชียงราย : มหาวิทยาลัยฯ.

#### 4. ข้อมูลออนไลน์ หรือสารนิเทศบนอินเทอร์เน็ต

ชื่อผู้แต่ง นามสกุล. (ปีที่สืบค้น). ชื่อเรื่อง. (ประเภทของสื่อที่เข้าถึง). แหล่งที่มา หรือ Available: ชื่อของแหล่งที่มา/ชื่อแหล่งย่อย. สืบค้นเมื่อ (วันเดือนปีที่สืบค้น)

สุชาดา สีแสง.(2548). อาหารพื้นเมืองไทย. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: [http://ittm.dtam.moph.go.th/data\\_articles/thai\\_food/](http://ittm.dtam.moph.go.th/data_articles/thai_food/) สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2550.

#### การส่งต้นฉบับ

ให้ส่งต้นฉบับบทความที่จัดทำตามรูปแบบของ CRRU Journal of Communication มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยสามารถโหลดแบบฟอร์มรูปแบบการจัควารสารได้จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/CRRUJC/information/authors> ในหัวข้อ การเตรียม และส่งต้นฉบับ และสามารถส่งบทความออนไลน์ผ่านหน้าเว็บไซต์ดังกล่าวในหัวข้อ ส่งบทความออนไลน์ ทั้งนี้ท่านสามารถตรวจสอบสถานะบทความของท่านได้ในหัวข้อ ตรวจสอบบทความออนไลน์



.....  
 หมายเลขสมาชิก  
 (สำหรับเจ้าหน้าที่)

**ใบสมัครสมาชิก**

**CRRU Journal of Communication มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**

ข้าพเจ้ามีความประสงค์ขอสมัครเป็นสมาชิก **CRRU Journal of Communication**  
**มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**

โดยสมัครเป็นสมาชิกรายปี เป็นระยะเวลา.....ปี เริ่มตั้งแต่ฉบับที่ .....  
 เดือน.....พ.ศ.....ถึงฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ให้ออกใบเสร็จรับเงินในนาม.....

โดยจัดส่งวารสารมาที่ ชื่อ(บุคคลหรือหน่วยงาน).....  
 ที่อยู่.....

โทรศัพท์..... โทรสาร.....

พร้อมกันนี้ข้าพเจ้าได้ส่งธนาคติ เป็นจำนวนเงิน.....บาท  
 (.....)

โดยส่งจ่าย นางสุรรัตน์ ศรีทะแก้ว ปณ. บ้านคู่อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 57100

ลงชื่อ.....

วันที่..... เดือน..... ปี.....

**วารสารนิเทศศาสตร์**                      มีกำหนดออกเป็นราย 4 เดือน คือ เดือนมกราคม-เมษายน  
 เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม และ เดือนกันยายน-ธันวาคม

**อัตราสมาชิก**                                      ฉบับละ 125 บาท / ปีละ 375 บาท

