ISSN: 2774- 1303 (Print))
ISSN: 2774 - 1311 (Online)

Thai Media Fund Journal

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1
มกราคม - มีนาคม 2569

Volume 5 Number 1
January - March 2026

บทความวิจัย

1. **การพัฒนาชุดสื่อ สูงวัย สุขกาย สุขใจ เพื่อส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลสันทราย จังหวัดเชียงราย**
รัญชนา หน่อคำ และคณะ

2. **ความพึงพอใจและความตระหนักรู้ต่อสื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**
เสกสรร สายสีสด และคณะ

3. **แนวทางป้องกันอันตรายเมื่อเยาวชนอยู่บ้านคนเดียว ด้วยการเล่นเกมจำลองสถานการณ์ 3 มิติ “โฮมอโลน”**
นัฐสินี เรืองทิพนันทน์ และคณะ

4. **การศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเฉพาะตัวของพิธีกรร่วมในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์**
ลลิตภัคค์ วราพรกิจเสถียร และ ปอรรัชม์ ยอดเณร

บทความวิชาการ

5. **สื่อลวงลึก (Deepfake): การยึดครองการรับรู้ในสงครามข้อมูลยุคดิจิทัล**
วิสุทธิ์ เวชวราภรณ์

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
Thai Media Fund Journal

เจ้าของ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
ที่ปรึกษา ดร.ธนกร ศรีสุขใส ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
บรรณาธิการ รองศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช

กองบรรณาธิการภายใน

ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม	กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
นางสาวสุธาทิพ ลาภสมทบ	กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

กองบรรณาธิการภายนอก

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ	คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พูลพงศ์ สุขสว่าง	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กองบรรณาธิการจัดการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ วนิชวัฒนานุวัติ	คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
ดร.รพีพรรณ เตชะพัฒน์สกุล	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ดร.สมศักดิ์ สุวรรณสุขกุล	กรมสรรพสามิต
ดร.อิทธิพล วรานุศุภากุล	นักวิชาการอิสระ
นายณัฐพล ศุภสิทธิ์	กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
นายธำรงค์ จิตตะปะสาทะ	กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
นายแอ๊ด นิยมจ้อย	กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
นางสาวณชารี เอี่ยมสวรรค์	กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกองทุน ตามความในพระราชบัญญัติกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มาตราที่ 5 (5) ส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย อบรม พัฒนาองค์ความรู้และการสร้างนวัตกรรมด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์รองรับการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ พัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ส่งเสริมทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ เฝ้าระวังสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์ สามารถใช้สื่อในการพัฒนาตนเอง ชุมชนและสังคม และส่งเสริมให้มีสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง

ขอบเขตสาขาที่รับพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการจัดทำ TMF Journal

1. เรื่องเกี่ยวกับสภาพเปลี่ยนแปลงหรือประเด็นทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง กฎหมาย หรือปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่ส่งผลหรือเกี่ยวเนื่องกับสื่อ
2. สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
3. สื่อดั้งเดิม สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล สื่อหลอมรวมและนวัตกรรมสื่อ
4. การรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและสื่อดิจิทัล
5. การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและผู้ผลิตสื่อ
6. การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ และการตรวจสอบเฝ้าระวังเนื้อหาของสื่อที่ไม่ปลอดภัยและไม่สร้างสรรค์
7. จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อ การกำกับดูแลสื่อ และการอภิบาลสื่อ
8. เรื่องที่มีวัตถุประสงค์หรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อ

กำหนดเผยแพร่ รายไตรมาสปีละ 4 ฉบับ เผยแพร่ต่อเนื่องเริ่มปีที่ 1 ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2565

ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม – มีนาคม	ฉบับที่ 2 เดือน เมษายน – มิถุนายน
ฉบับที่ 3 เดือน กรกฎาคม – กันยายน	ฉบับที่ 4 เดือน ตุลาคม – ธันวาคม

จำนวนที่พิมพ์ 500 เล่ม

The Scope of fields considered according to the objectives of TMF Journal preparation was as follows:

1. Articles concerning changing conditions or social, cultural, economic, technological, political, legal issues, or other external factors affecting or related to the media
2. Safe and creative media
3. Traditional media, radio and television broadcasting, digital media, convergent media, and media innovation

4. Media Literacy, media information and digital literacy
5. Media Personnel and Media Creators Capabilities Development
6. Media Content Analysis and media monitoring of unsafe and unconstructive media content.
7. Media Ethics, Code of Conduct, Media Supervision, Media Regulation, and Media Governance
8. The article whose purpose or suggestion was about the media

Release Dates : This publication is released quarterly, with four issues per year. Continuous publication commenced with Volume 1, Issue 1, in the year 2022

Issue 1: January – March	Issue 2: April – June
Issue 3: July – September	Issue 4: October – December

Numbers of Prints 500 printed copies

การเผยแพร่ มอบให้ห้องสมุดหน่วยงานรัฐบาล สถาบันการศึกษาในประเทศ หน่วยงานสื่อรัฐ และเอกชน อีกทั้งเผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์และระบบเว็บไซต์จากทาง TCI

ติดต่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
เลขที่ 388 อาคารเอส.พี. (ไอบีเอ็ม) อาคารเอ ชั้น 6 ถนนพหลโยธิน
แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทร. 02 273 0116-9 โทรสาร. 02 273 0120
E-mail : journal.tmf@thaimediafund.or.th
Website:https: //so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/index
พิมพ์ที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เรือนแก้วการพิมพ์
947 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700
โทร. 02 411 1523 โทรสาร. 02 866 3248

---

1. บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 3 ท่าน
2. ข้อความและบทความในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์เป็นแนวคิดของผู้เขียน มิใช่เป็นความคิดเห็นของคณะผู้จัดทำ และมิใช่ความรับผิดชอบของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
3. กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์ในการนำไปใช้เพื่อประโยชน์สาธารณะ แต่ขอให้อ้างอิงแสดงที่มา

บรรณาธิการ

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มุ่งมั่นยกระดับคุณภาพทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งแต่ ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 เป็นต้นไป ได้มีการพัฒนาที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. การขึ้นทะเบียน DOI วารสารและบทความทุกชิ้นได้รับการขึ้นทะเบียนหมายเลข DOI ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อความเป็นสากลและสะดวกต่อการสืบค้นในระดับนานาชาติ

2. มาตรฐานการอ้างอิงแบบ APA 7 ประกาศแนวทางการอ้างอิงท้ายบทความให้เป็นไปตามรูปแบบ APA ฉบับที่ 7 พร้อมกำหนดให้ผู้เขียนระบุ URL หรือ DOI ของทุกแหล่งอ้างอิง เพื่อให้ผู้อ่านสามารถตรวจสอบและเข้าถึงบทความต้นฉบับได้อย่างสะดวก

3. เกณฑ์การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการเขียนบทความ ประกาศแนวปฏิบัติการใช้ AI อย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบสำหรับบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

กองบรรณาธิการวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพวารสารอย่างไม่หยุดยั้ง ด้วยความตั้งใจที่จะเป็นพื้นที่ทางวิชาการที่มีคุณค่า และเป็นประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

บรรพต วิรุณราช
บรรณาธิการ

สาระบัญ

บทความ **หน้าที่**

บทความวิจัย

การพัฒนาชุดสื่อ สูงวัย สุขกาย สุขใจ เพื่อส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลสันทราย จังหวัดเชียงราย 1-30
รัญชนา หน่อคำ และคณะ

ความพึงพอใจและความตระหนักรู้ต่อสื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี 31-56
เสกสรร สายสีสด และคณะ

แนวทางป้องกันอันตรายเมื่อเยาวชนอยู่บ้านคนเดียว ด้วยการเล่นเกมจำลองสถานการณ์ 3 มิติ “โฮมอโลน” 57-87
นัฐสินี เรืองทิพนันทน์ และคณะ

การศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเฉพาะตัวของพิธีกรร่วมในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์ 88-109
ลลิตภัคค์ วราพรกิจเสถียร และ ปอรรัชม์ ยอดเณร

บทความวิชาการ

สื่อลวงลึก (Deepfake): การยึดครองการรับรู้ในสงครามข้อมูลยุคดิจิทัล 110-138

บทความวิจัย

การพัฒนาชุดสื่อ สูงวัย สุขกาย สุขใจ เพื่อส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลสันทราย จังหวัดเชียงราย

รัญชนา หน่อคำ, ธนัยรัตน์ ชัยศิริภูวดล, จุฑามาศ กิติศรี, พรรณี ไชยวงค์, และกรรณิกา อุ่นอ้าย

Received 11 April 2025
Revised 16 March 2026
Accepted 30 March 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ 2) พัฒนาชุดสื่อ “สูงวัย สุขกาย สุขใจ” โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน และประเมินผลการใช้สื่อ ดำเนินงานตามแนวคิดของ Kemmis และ McTaggart ผลการสำรวจผู้สูงอายุ 400 คน ก่อนดำเนินการพบว่าความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับพอใช้ ($\bar{X}$= 54.61) และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$= 33.08) โดยมีผู้สูงอายุที่ปฏิบัติครบทั้ง 8 ด้าน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ชุดสื่อที่พัฒนาประกอบด้วยวีดิทัศน์เพลง เสียงตามสาย สปอตเสียง ป้ายคำกลอน และปฏิทิน ครอบคลุมพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ทั้ง 8 ด้าน และใช้ภาษาเหนือ

[1] คณะพยาบาลศาสตร์ วิทยาลัยเชียงราย, thanairat.chaisiriphuwadol@crc.ac.th

หลังทดลองใช้สื่อในหมู่บ้านนำร่อง 3 เดือน พบว่าค่าเฉลี่ยความรอบรู้และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้สูงอายุมีความพึงพอใจต่อสื่อทุกประเภทในระดับมาก ผลการวิจัยชี้ให้เห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสื่อสุขภาพที่เหมาะสม และสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น

คำสำคัญ ชุดสื่อ, ความรอบรู้ด้านสุขภาพ, พฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์, ผู้สูงอายุ, การมีส่วนร่วมของชุมชน

The development of the media set Sung-Wai Suk-Kai Suk-Jai to promote health literacy and desirable health behaviors among older adults through community participation in San Sai Subdistrict, Chiang Rai Province

Ranchana Nokham[1] Thanairat Chaisiriphuwadol[1]
Chuthamas Kitisri[1] Punnee Chaiwong[1] Kannika Unai[1]

Abstract

This study examined health literacy and behaviors of older adults, developed the Sung-Wai Suk-Kai Suk-Jai media set with community participation, and evaluated its effectiveness under the Kemmis and McTaggart framework. A survey of 400 older adults before the intervention showed that their health literacy was at a moderate level ($\overline{X}$ = 54.61), while their health behaviors were at a very good level ($\overline{X}$ = 33.08), with 139 participants (34.75%) practicing all eight aspects of desirable health behaviors. The developed media set included a music video, voice broadcasting, radio spots, poem posters, and a calendar, covering all eight desirable health behaviors and using the Northern Thai language. After a three-month pilot, both health

[1] Faculty of Nursing, Chiangrai college, Email: thanairat.chaisiriphuwadol@crc.ac.th

literacy and desirable health behaviors significantly improved ($p < .05$), and participants reported high satisfaction. These findings emphasize the critical role of community participation in developing context-specific health promotion media for older adults.

Keywords: Media Set, Health Literacy, Desired Health Behaviors, Older Adults, Community Participation

บทนำ

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ โดยมีผู้สูงอายุประมาณ 14.4 ล้านคน หรือร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด (Bureau of Elderly Health, 2020) กลุ่มประชากรนี้มีความเสี่ยงสูงต่อโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น ความดันโลหิตสูง เบาหวาน โรคหัวใจ และโรคหลอดเลือดสมอง เป็นต้น ขณะเดียวกันความเสื่อมถอยทางร่างกาย จิตใจ และสังคม ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ บริการทางสังคม และระบบบริการสุขภาพ อันนำไปสู่การดูแลสุขภาพตนเองที่ไม่เพียงพอ จากการสำรวจพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังมีพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ไม่ถึงเกณฑ์มาตรฐาน ร้อยละ 90.91 ทั้งด้านการออกกำลังกาย การบริโภคผักและผลไม้ การดื่มน้ำสะอาด การไม่สูบบุหรี่ การไม่ดื่มสุรา การดูแลสุขภาพตนเอง การนอนหลับที่เพียงพอ และการดูแลสุขภาพช่องปาก พฤติกรรมสุขภาพเหล่านี้ถือเป็นตัวชี้วัดสำคัญตามแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ (Ministry of Public Health, 2020)

สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึงความจำเป็นในการส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุผ่านการเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ (health literacy) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมสุขภาพ จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับต่ำถึงพอใช้ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และเพิ่มความเสี่ยงต่อโรคเรื้อรัง (Boonsatean & Reantippayasakul, 2020; Vonok et al., 2022) ความรอบรู้ด้านสุขภาพเป็นความสามารถในการเข้าถึง เข้าใจ ประเมิน วิเคราะห์ และใช้ข้อมูลสุขภาพในการตัดสินใจดูแลตนเอง (Nutbeam, 2008) ครอบคลุม 6 ด้าน ได้แก่ 1) การเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพ 2) ความรู้และความเข้าใจ 3) ทักษะการสื่อสาร 4) การรู้เท่าทันสื่อ 5) การตัดสินใจ และ 6) การจัดการตนเอง โดยมีปัจจัยที่สัมพันธ์กับระดับความรอบรู้ไม่เพียงพอ เช่น อายุ

การศึกษา การมีบทบาทในชุมชน การรับรู้ และการเข้าถึงข้อมูลออนไลน์ เป็นต้น (Health Systems Research Institute, 2020)

แม้จะมีสื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุจำนวนมากในสื่อออนไลน์ แต่การเข้าถึงยังจำกัดในผู้สูงอายุบางกลุ่ม จากการสำรวจปี 2562 พบว่ามีผู้สูงอายุใช้อินเทอร์เน็ตเพียง 2.3 ล้านคน หรือร้อยละ 18.6 ของผู้สูงอายุทั้งหมด 12.4 ล้านคน (National Statistical Office, 2023) โดยเฉพาะในเขตชนบทที่ยังมีข้อจำกัดด้านบริการโทรคมนาคม ส่งผลให้การสื่อสารผ่านเสียงตามสายยังคงได้รับความนิยมในผู้สูงอายุ เนื่องจากมีอยู่ในทุกหมู่บ้าน ไม่มีค่าใช้จ่าย และเข้าใจง่ายกว่าการอ่าน อีกทั้งการใช้ภาษาท้องถิ่นยังช่วยให้ผู้สูงอายุเข้าถึง และเข้าใจข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น ทำให้เสียงตามสายในชุมชนยังคงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลสุขภาพแก่ผู้สูงอายุ (Technical Promotion and Support Office, 2018)

สำหรับชุมชนตำบลสันทราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีผู้สูงอายุกว่า 2,000 คน ทีมวิจัยจากคณะพยาบาลศาสตร์ วิทยาลัยเชียงราย ได้ดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพร่วมกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 จากการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่าผู้สูงอายุในชุมชนมีการเข้าถึงสื่อออนไลน์เพื่อการดูแลสุขภาพเพียงบางส่วน ขณะที่ส่วนใหญ่ยังมีข้อจำกัดด้านการใช้อินเทอร์เน็ต ภาคีเครือข่าย ได้แก่ เทศบาล โรงเรียนผู้สูงอายุ และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ยังขาดสื่อที่เหมาะสมต่อการส่งเสริมสุขภาพ อีกทั้งสถานการณ์โควิด-19 และจำนวนเจ้าหน้าที่ที่จำกัด เป็นอุปสรรคต่อการถ่ายทอดความรู้ ทีมวิจัยและภาคีเครือข่ายจึงเห็นความสำคัญของการพัฒนาสื่อที่สอดคล้องกับสถานการณ์ เพื่อสนับสนุนสุขภาพกายและจิตของผู้สูงอายุให้เป็นไปตามแผนผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 และยุทธศาสตร์ผู้สูงอายุ 20 ปี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ

2. เพื่อพัฒนาชุดสื่อสูงวัย สุขกาย สุขใจ เพื่อส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

3. เพื่อศึกษาผลของการใช้ชุดสื่อสูงวัย สุขกาย สุขใจ ต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ด้านวิชาการ สื่อที่พัฒนาขึ้นช่วยเสริมองค์ความรู้ด้านความรอบรู้ทางสุขภาพ พฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุและเป็นแนวทางให้นักวิจัยและบุคลากรสาธารณสุขในการออกแบบสื่อที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ด้านการปฏิบัติในชุมชน สื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถใช้ร่วมกับกิจกรรมของโรงพยาบาลสส่งเสริมสุขภาพตำบล โรงเรียนผู้สูงอายุ และหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อการสื่อสารสุขภาพอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีซับซ้อน และสามารถขยายผลไปยังชุมชนที่มีบริบทใกล้เคียงได้

ด้านนโยบายสาธารณสุข ผลการวิจัยนี้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการกำหนดนโยบาย หรือแผนส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในระดับท้องถิ่น และเชื่อมโยงสู่ระดับประเทศ โดยสนับสนุนการพัฒนาสื่อสุขภาพแบบมีส่วนร่วมและการอบรมผู้นำชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพการถ่ายทอดความรู้

วรรณกรรม

1. ความรอบรู้ด้านสุขภาพ

การศึกษานี้อ้างอิงตามแนวคิดของ Nutbeam (2008) ที่นิยามว่า เป็นความสามารถในการเข้าถึง เข้าใจ ประเมิน และใช้ข้อมูลสุขภาพอย่างมี

ประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริม ดูแล และรักษาสุขภาพของตนเอง ครอบครัว และชุมชนอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง โดยเป็นทักษะทั้งด้านปัญญาและสังคมที่ช่วยสร้างแรงจูงใจและศักยภาพในการดำเนินชีวิตอย่างมีสุขภาวะ ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) การเข้าถึงข้อมูลสุขภาพจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ 2) ความรู้และความเข้าใจในการดูแลสุขภาพ 3) ทักษะการสื่อสารด้านสุขภาพ 4) การรู้เท่าทันสื่อ 5) ทักษะการตัดสินใจด้านสุขภาพ และ 6) การจัดการตนเองในการวางแผนและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพอย่างต่อเนื่อง ความรอบรู้ด้านสุขภาพทั้ง 6 ด้าน ถือเป็นพื้นฐานสำคัญในการเสริมสร้างแรงจูงใจ และศักยภาพการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ โดยเมื่อมีความรอบรู้ด้านสุขภาพในระดับที่เพียงพอ จะส่งผลให้ผู้สูงอายุสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน นำไปสู่พฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์

2. พฤติกรรมที่พึงประสงค์

การกระทำหรืองดเว้นการกระทำที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม โดยอาศัยความรู้ ความเข้าใจ และการดูแลตนเองอย่างเหมาะสมและสมดุล โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความเสื่อมถอยทางร่างกาย จิตใจ และสังคม ควรได้รับการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและลดภาระของระบบสุขภาพ องค์ประกอบของพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย 8 ด้านสำคัญ ได้แก่ การมีกิจกรรมทางกายหรือการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ การบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ โดยเฉพาะผักและผลไม้ การดื่มน้ำสะอาด การไม่สูบบุหรี่ การไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การดูแลตนเองเมื่อเจ็บป่วย การนอนหลับพักผ่อนอย่างเพียงพอ และการดูแลสุขภาพช่องปาก (Bureau of Elderly Health, 2021; Ministry of Public Health, 2020) อย่างไรก็ตาม การที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ยังต้องอาศัยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ออกแบบให้เหมาะสม สอดคล้องกับข้อจำกัดด้านการรับรู้ และบริบทเฉพาะของผู้สูงอายุ

3. การสื่อสาร

กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ หรือความรู้สึกระหว่างบุคคลต่อบุคคล หรือบุคคลต่อกลุ่ม ผ่านช่องทางหรือสื่อกลางที่เหมาะสม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งต้องประกอบด้วยผู้ส่ง ข้อมูล สื่อ และผู้รับสาร (Health Education Division, 2018) ดังนั้นการสื่อสารด้านสุขภาพ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และแนวทางการส่งเสริมสุขภาพไปยังประชาชน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดด้านการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูล จำเป็นต้องเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม เช่น การใช้เสียงตามสาย การใช้ภาษาท้องถิ่นหรือการสื่อสารด้วยสื่อที่เข้าใจง่าย สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์อย่างยั่งยืน (Somphopcharoen, 2020) ทั้งนี้เพื่อให้กระบวนการสื่อสารเกิดประสิทธิผล การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญ ในการถ่ายทอดข้อมูลให้สอดคล้องกับความต้องการ และบริบทของกลุ่มเป้าหมาย

4. สื่อ

เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข้อมูล และสาระจากผู้ส่งไปยังผู้รับ (Somphopcharoen, 2020) สื่อสำหรับการสื่อสารสุขภาพ จำแนกได้เป็น 1) สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น 2) สื่อบุคคล เช่น บุคลากรสาธารณสุข หรือปราชญ์ชาวบ้าน เป็นต้น 3) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และโทรคมนาคม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น 4) สื่อกิจกรรม เช่น การสาธิต บทบาทสมมุติ นิทรรศการ เป็นต้น และ 5) สื่อพื้นบ้าน เช่น การแสดงหรือประเพณีท้องถิ่น เป็นต้น การเลือกใช้สื่อสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบท และกลุ่มเป้าหมาย ช่วยเสริมสร้างความรอบรู้ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ (Banchonhattakit & Akharawirawat, 2022)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อพัฒนา และประเมินสื่อส่งเสริมความรอบรู้ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ ตามแนวทางของ Kemmis and McTaggart (2005) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ วางแผน (Plan) ดำเนินการ (Act) สังเกต (Observe) และสะท้อนผล (Reflect) การวิจัยดำเนินในชุมชนตำบลสันทราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ระหว่างเดือนกันยายน 2564 ถึง กุมภาพันธ์ 2566 ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย (CRPPHO) เลขที่ 59/2564 โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ ประโยชน์ ความเสี่ยง ขั้นตอนการวิจัย และขอความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษร รวมถึงปกป้องสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลตลอดกระบวนการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในแต่ละระยะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนการวางแผน

ประชากร คือ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในตำบลสันทราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 2,040 คน กลุ่มตัวอย่าง 400 คน คำนวณจากสูตรของ Taro Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 334 คน และเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 20 เพื่อป้องกันการสูญหาย จากนั้นสุ่มแบบกำหนดสัดส่วนจากทั้ง 11 หมู่บ้านในพื้นที่วิจัย เพื่อให้ได้ตัวแทนประชากรที่ครอบคลุมสำหรับการสำรวจข้อมูลพื้นฐาน (Thato, 2018)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนการดำเนินการ

ประชาชน คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนตำบลสันทราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้แทนภาคีเครือข่าย 12 คน และผู้สูงอายุ 25 คน ที่มีทักษะด้านศิลปะ เช่น การแต่งเพลง กลอน ค่าวซอ การร้องเพลง หรือการ

วาดภาพ เป็นต้น รวม 37 คน ตามการกำหนดขนาดตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ให้มีกลุ่มตัวอย่าง 5-30 คน สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก และ 20–30 คน สำหรับการปฏิบัติการ (Sutheewasinnon & Pasunon, 2016) คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงตามความสมัครใจ เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่มีทักษะทางศิลปะมาร่วมออกแบบ และสร้างสื่อสุขภาพที่สอดคล้องกับบริบทชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนการสังเกต ประชากร คือ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในหมู่ที่ 6 ตำบลสันทราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างคำนวณด้วยโปรแกรม G*power เพื่อให้การเปรียบเทียบผลก่อนและหลังมีอำนาจการทดสอบ (power of test) ที่เหมาะสม และให้ผลการวิเคราะห์ที่น่าเชื่อถือ (Thato, 2018) โดยกำหนดอำนาจการทดสอบ 0.80 ขนาดอิทธิพล 0.50 และระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้จำนวนขั้นต่ำ 27 คนต่อกลุ่ม และเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 20 เป็น 32 คน เพื่อป้องกันการสูญหาย โดยมีเกณฑ์คัดเลือก คือ 1) สมัครใจ และให้ความยินยอมเข้าร่วม และ 2) สามารถสื่อสารภาษาไทยได้ จากการคัดเลือกแบบสมัครใจ ได้กลุ่มตัวอย่างจริง 60 คน ซึ่งมากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนด จึงเพียงพอในการวิเคราะห์ทางสถิติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการหาคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในขั้นตอนการวางแผน คือ แบบประเมินความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป และการได้รับข้อมูลด้านสุขภาพ 2) ความรอบรู้ด้านสุขภาพ 6 ด้าน การเข้าถึงข้อมูลความรู้ การสื่อสาร การจัดการตนเอง การตัดสินใจ การรู้เท่าทันสื่อ รวม 23 ข้อ ใช้มาตรประมาณค่า 5 ระดับ คะแนนเต็ม 80 คะแนน แปลผลเป็นระดับไม่ดี (น้อยกว่า 48 คะแนน) พอใช้ (48-55.99 คะแนน) ดี (56-63.99 คะแนน) และดีมาก (64-80 คะแนน) 3) พฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ 8 ข้อ ใช้มาตรประมาณค่า 5 ระดับ คะแนนเต็ม 40 คะแนน แปลผลเป็นระดับไม่ดี (น้อยกว่า 24 คะแนน) พอใช้ (24-27.99 คะแนน) ดี (28-31.99 คะแนน) ดีมาก (32-40

คะแนน) เครื่องมือนี้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.70-1.00 และความตรงตามเนื้อหาทั้งฉบับ (CVI) เท่ากับ 1.00 เมื่อทดลองใช้กับผู้สูงอายุ 30 คน ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง พบว่าแบบประเมินความรอบรู้ด้านสุขภาพมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค 0.87, 0.87, 0.75, 0.86 และ 0.91 ตามลำดับ ส่วนแบบประเมินพฤติกรรมสุขภาพมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค 0.70

เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในขั้นตอนการดำเนินการ ได้แก่ 1) แนวทางการสนทนากลุ่ม และแบบบันทึกการประชุมกลุ่มสำหรับระดมความคิดเห็นจากกลุ่มตัวแทนชุมชน และ 2) แบบประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ตัวเลือกประมาณค่า 5 ระดับ เครื่องมือทั้งสองได้รับการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ในช่วง 0.70-1.00 และได้ปรับปรุงเครื่องมือตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปใช้

เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในขั้นตอนการสังเกต เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ประกอบด้วย 1) คู่มือแนวทางการใช้ชุดสื่อ และ 2) ชุดสื่อสูงวัย สุขกาย สุขใจ เพื่อส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ พัฒนาจากการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในชุมชน ประกอบด้วย สื่อเสียงตามสาย 8 สื่อ (5-7 นาที) สื่อสปอตเสียง 8 สื่อ (1-2 นาที) สื่อวีดีโอเพลง 1 สื่อ (5 นาที) สื่อป้ายคำกลอน 8 ป้าย (ขนาด A2) และสื่อปฏิทิน 1 สื่อ เนื้อหาครอบคลุมพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ 8 ข้อ หลังจากผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ได้ค่าดัชนีความเที่ยงตรง 0.80 และปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) แบบประเมินความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ และ 2) แบบประเมินความพึงพอใจในการใช้สื่อของผู้สูงอายุ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความเที่ยงตรง 0.80 และทดลองใช้กับผู้สูงอายุ 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค 0.88

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการวางแผน (Plan) สำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุในชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินการ (Act) ประชุมชี้แจงโครงการกับคณะกรรมการจาก 3 ภาคีเครือข่าย และการอบรมเพื่อเสริมความรู้เกี่ยวกับความรอบรู้ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ ต่อมาใช้การสนทนากลุ่ม เพื่อประเมินความต้องการและกำหนดรูปแบบสื่อ แล้วนำข้อมูลมาวางแผนพัฒนาต้นแบบสื่อ “สูงวัย สุขกาย สุขใจ” พร้อมประชาสัมพันธ์และรับสมัครผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรม เมื่อได้ต้นแบบจึงพัฒนาเป็นสื่อที่สมบูรณ์สอดคล้องกับบริบทชุมชน และตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิก่อนนำไปทดลองใช้

ขั้นตอนการสังเกต (Observe) ประชุมกับคณะกรรมการจาก 3 ภาคีเครือข่าย และผู้นำชุมชน เพื่อคัดเลือกหมู่บ้านนำร่องและวางแผนการใช้สื่อ จากนั้นจัดทำคู่มือแนวทางการใช้สื่อ ประชาสัมพันธ์ และรับสมัครผู้สูงอายุที่สนใจ พร้อมจัดอบรมการใช้ชุดสื่อ “สูงวัย สุขกาย สุขใจ” ให้กับผู้นำชุมชน ผู้เกี่ยวข้อง และผู้สูงอายุ ก่อนการใช้สื่อมีการเก็บข้อมูลความรอบรู้และพฤติกรรมสุขภาพ จากนั้นให้ผู้นำชุมชนเผยแพร่สื่อในหมู่บ้านนำร่อง ระยะเวลา 3 เดือน และเก็บข้อมูลหลังการใช้สื่อ

ขั้นตอนการสะท้อนผล (Reflect) วิเคราะห์ผลลัพธ์จากการใช้สื่อในชุมชน และการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้สูงอายุ ประชุมร่วมกับคณะกรรมการชุมชนเพื่อสะท้อนผลการดำเนินงาน และปรับปรุงแนวทางการใช้สื่อตามข้อเสนอแนะ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ในผู้สูงอายุและการวางแผนขยายผลไปยังพื้นที่อื่น ๆ ในชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ คุณภาพของสื่อ และความพึงพอใจด้วยสถิติบรรยายหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนความรอบรู้ด้านสุขภาพ และคะแนนพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ ก่อนและหลังการใช้สื่อด้วยสถิติทดสอบ paired t-test เนื่องจากข้อมูลมีการกระจายตัวแบบโค้งปกติ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 73 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.50 สุขภาพร่างกายแข็งแรง ร้อยละ 44.30 มองเห็นชัดเจนร้อยละ 59.00 และได้ยินชัดเจน ร้อยละ 69.30 ส่วนใหญ่ศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 73.50 ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมาผู้สูงอายุได้รับข้อมูลสุขภาพจากบุคลากรการแพทย์ ร้อยละ 49.00 เสียงตามสาย ร้อยละ 44.75 สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 41.50 โทรทัศน์ ร้อยละ 39.00 วิทยุ ร้อยละ 38.75 และสื่อออนไลน์ ร้อยละ 31.50 ทั้งนี้พบว่าคะแนนความรอบรู้ด้านสุขภาพเฉลี่ย 54.61 คะแนน อยู่ในระดับพอใช้ โดยด้านความรู้ ความเข้าใจ และการตัดสินใจอยู่ในระดับดีมาก ด้านการสื่อสาร และการจัดการตนเองอยู่ในระดับพอใช้ ส่วนการเข้าถึงข้อมูลและการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับไม่ดี สำหรับคะแนนพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์เฉลี่ย 33.08 คะแนน อยู่ในระดับดีมาก และมีผู้สูงอายุที่ปฏิบัติพฤติกรรมครบทั้ง 8 ด้าน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

การพัฒนาชุดสื่อ “สูงวัย สุขกาย สุขใจ” เป็นความร่วมมือจากเทศบาล โรงเรียนผู้สูงอายุ และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล โดยสำรวจปัญหา และความต้องการร่วมกับคณะกรรมการชุมชน จากการสนทนากลุ่มพบว่าผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น อาสาสมัคร พระสงฆ์ และผู้นำชุมชนมีบทบาทสำคัญในการ

เผยแพร่สื่อ สถานที่เผยแพร่สื่อที่สำคัญ ได้แก่ หอกระจายข่าว โรงเรียนผู้สูงอายุ ศาลาอเนกประสงค์ และ Line กลุ่มผู้สูงอายุ สื่อที่ต้องการ คือ สื่อเสียง เช่น เสียงตามสาย สปอตเสียง เพลงคำเมือง และวีดิทัศน์เพลง รวมถึงสื่อข้อความและสิ่งพิมพ์ เช่น คำกลอน แผ่นพับ โปสเตอร์ ปฏิทิน ป้ายไวนิล เป็นต้น โดยควรมีตัวอักษรใหญ่ กระชับ เข้าใจง่าย ส่วนสื่อเสียงควรใช้ภาษาเหนือ จังหวะช้า และแทรกอารมณ์ขันเพื่อดึงดูดความสนใจ

หลังจากศึกษาบริบทและความต้องการ ผู้วิจัยร่วมกับคณะกรรมการชุมชนได้วางแผน และพัฒนาต้นแบบสื่อ “สูงวัย สุขกาย สุขใจ” โดยมีผู้สูงอายุ 25 คน จากแต่ละหมู่บ้านเข้าร่วมอบรมเสริมสร้างความรู้ด้านสุขภาพ แนวทางพัฒนาสื่อที่ปลอดภัย และแบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม ตามความถนัด เพื่อร่วมสร้างสื่อ ผลจากการระดมความคิด 4 ครั้ง ได้ต้นแบบ 9 สื่อ ได้แก่ เพลง ค่าวซอ กลอน และภาพวาด ทีมวิจัยคัดเลือก และพัฒนาเป็นสื่อคุณภาพสอดคล้องกับบริบทและวัฒนธรรมของชุมชน ประกอบด้วยสื่อวีดิทัศน์เพลง 1 เรื่อง ความยาว 5 นาที แสดงโดยผู้สูงอายุในชุมชน (ภาพที่ 1) สื่อเสียงตามสาย 8 เรื่อง ความยาวเรื่องละ 5–7 นาที สื่อสปอตเสียง 8 เรื่อง (ตัวอย่างดังตารางที่ 1) ความยาวเรื่องละ 1–2 นาที สื่อป้ายคำขวัญ หรือกลอน 8 ป้าย และสื่อปฏิทิน 1 ฉบับ (ภาพที่ 2 และ 3) โดยทุกสื่อใช้ภาษาเหนือ ครอบคลุมพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ 8 ด้าน ได้แก่ การมีกิจกรรมทางกาย การบริโภคผักผลไม้ การดื่มน้ำสะอาด การไม่สูบบุหรี่ การไม่ดื่มสุรา การดูแลตนเองเมื่อเจ็บป่วย การนอนหลับเพียงพอ และการดูแลสุขภาพช่องปาก ทั้งนี้สื่อทั้งหมดผ่านการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1 ตัวอย่างเนื้อหาในสื่อเสียงตามสาย และสปอตส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ	ตัวอย่างเนื้อหาในเสียงตามสาย	ตัวอย่างเนื้อหาในสื่อสปอต
การมีกิจกรรมทางกาย หรือการออกกำลังกาย	“เมื่อเจ้าตื่งวันปั่นจักรยานเพื่อออกกำลัง เป็นกิจวัตรประจำ ทำตื่งวันบ่หลงบ่ลืม ทำหื้อร่างกายเรานั้นแข็งแรงบึกบึน ชีวิตสดใสชื่นมื่น บึกบึนเหมือนซุปเปอร์แมน .....(ต่อ).....”	“หมู่เฮาสูงวัย หื้อหมั่นออกกำลังก๋าย ติ๊ดละ 5 วัน กำลังดี วันละ 30 นาที จะได้อยู่ดีหัวใจ๋แข็งแรง”





ภาพที่ 1 การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในการผลิตสื่อ



ภาพที่ 2 ตัวอย่างสื่อป้ายคำกลอนและสื่อปฏิทิน

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยคะแนนการประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (N=5)

รายการประเมิน	สื่อวีดิโอเพลง $\bar{X}$ (S.D.)	สื่อเสียงตามสาย $\bar{X}$ (S.D.)	สื่อสปอตเสียง $\bar{X}$ (S.D.)	สื่อป้ายคำกลอน $\bar{X}$ (S.D.)	สื่อปฏิทิน $\bar{X}$ (S.D.)
1. ด้านเนื้อหาและการใช้ภาษา	3.94 (0.22)	3.94 (0.20)	3.94 (0.25)	3.83 (0.28)	3.83 (0.30)
2. ด้านองค์ประกอบของเสียง/ภาพ	3.86 (0.26)	3.93 (0.20)	3.93 (0.24)	3.88 (0.23)	3.78 (0.27)
3. ด้านการสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม	4.00 (0.00)	4.00 (0.00)	3.67 (0.35)	3.67 (0.36)	4.00 (0.00)
4. ด้านคุณภาพโดยรวม	4.00 (0.00)	4.00 (0.00)	4.00 (0.00)	4.00 (0.00)	4.00 (0.00)

หลังการพัฒนาชุดสื่อ “สูงวัย สุขกาย สุขใจ” ทีมวิจัยและคณะกรรมการชุมชนเลือกหมู่ที่ 8 ตำบลสันทรายเป็นพื้นที่นำร่อง มีผู้สูงอายุ 223 คน รับสมัครเข้าร่วม 60 คน และจัดอบรมการใช้สื่อก่อนเผยแพร่ โดยดำเนินการต่อเนื่อง 3 เดือน ผ่านเพลงคำเมืองที่เปิดก่อนหรือหลังเสียงตามสาย

วิดีโอเพลงเผยแพร่ใน Line กลุ่มผู้สูงอายุสัปดาห์ละ 3 ครั้ง สปอตเสียง และเสียงตามสาย วันละ 2 เรื่องจนครบ 8 เรื่อง ป้ายคำกลอนติดตั้งในจุดสำคัญ และปฏิทินใช้สำหรับตั้งเป้าหมาย บันทึกผล และเสริมแรงจูงใจ ผลการทดลองพบว่าผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 71.7 อายุ 60–92 ปี การศึกษาส่วนใหญ่ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 73.3 มีโรคประจำตัวความดันโลหิตสูง ร้อยละ 46.7 และเบาหวานร้อยละ 28.3 ผลการศึกษาพบว่าความรอบรู้ด้านสุขภาพทุกด้านเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 (ตารางที่ 3) สะท้อนว่าสื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถเสริมสร้างความรอบรู้และพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยคะแนนความรอบรู้ด้านสุขภาพ ก่อนและหลังการใช้สื่อ (N=60)

ความรอบรู้ด้านสุขภาพ	ก่อน	หลัง	t	p-value
	$\bar{X}$ (S.D.)	$\bar{X}$ (S.D.)		
1. การเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพ	10.12 (ดี)	10.52 (ดี)	7.25	< 0.001*
2. ความรู้-เข้าใจ	14.33 (ดี)	14.98 (ดี)	9.12	< 0.001*
3. การสื่อสาร	10.50 (ดี)	11.22 (ดี)	11.84	< 0.001*
4. การตัดสินใจ	9.88 (ดีมาก)	11.27 (ดีมาก)	19.73	< 0.001*
5. การรู้เท่าทันสื่อ	10.23 (ดี)	11.20 (ดี)	14.56	< 0.001*
6. การจัดการตนเอง	11.38 (ดี)	11.57 (ดี)	2.89	0.005*
คะแนนรวม	66.44 (ดีมาก)	70.76 (ดีมาก)	15.67	< 0.001*

ด้านพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ พบว่าการมีกิจกรรมทางกาย การบริโภคผักผลไม้ การดื่มน้ำ การไม่สูบบุหรี่ การนอนหลับ และการแปรงฟันก่อนนอนมีคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยการมีกิจกรรมทางกายเพิ่มจาก 3.62 เป็น 3.73 คะแนน การบริโภคผักผลไม้จาก 3.82 เป็น 3.95 คะแนน การดื่มน้ำจาก 3.87 เป็น 4.30 คะแนน การไม่สูบบุหรี่

จาก 4.75 เป็น 4.83 คะแนน การนอนหลับจาก 4.20 เป็น 4.52 คะแนน และการแปรงฟันก่อนนอนจาก 3.38 เป็น 4.57 คะแนน ขณะที่การไม่ดื่มแอลกอฮอล์ และการดูแลสุขภาพเมื่อเจ็บป่วยแม้มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น แต่ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยคะแนนพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ ก่อนและหลังการใช้สื่อ (N=60)

พฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ	ก่อน	หลัง	t	p-value
	$\bar{X}$ (S.D.)	$\bar{X}$ (S.D.)		
1. มีกิจกรรมทางกาย≥30นาทีต่อวัน	3.62 (ดี)	3.73 (ดี)	2.87	0.006*
2. ทานผักผลไม้≥5กำมือต่อวัน	3.82 (ดี)	3.95 (ดี)	3.42	0.001*
3. ดื่มน้ำ≥8 แก้วต่อวัน	3.87 (ดี)	4.30 (ดีมาก)	11.25	< 0.001*
4. ไม่สูบบุหรี่ หรือยาเส้น	4.75 (ดีมาก)	4.83 (ดีมาก)	2.67	0.010*
5. ไม่ดื่มแอลกอฮอล์	4.58 (ดีมาก)	4.62 (ดีมาก)	1.12	0.267
6. ดูแลสุขภาพ หรือประทานยาต่อเนื่องเมื่อมีโรคประจำตัว	3.93 (ดี)	3.98 (ดี)	1.35	0.182
7. นอนหลับวันละ 7-8 ชั่วโมง	4.20 (ดีมาก)	4.52 (ดีมาก)	9.78	< 0.001*
8. แปรงฟันก่อนนอน	3.38 (ดี)	4.57 (ดีมาก)	28.41	< 0.001*

พฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ	ก่อน	หลัง	t	p-value
	$\bar{X}$ (S.D.)	$\bar{X}$ (S.D.)		
พฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุโดยรวม	32.15 (ดีมาก)	34.50 (ดีมาก)	12.93	< 0.001*

หลังการดำเนินโครงการ มีการจัดกิจกรรมสะท้อนผลร่วมกับคณะกรรมการชุมชน ผู้นำ ผู้สูงอายุผู้ร่วมพัฒนาสื่อ และผู้สูงอายุในหมู่บ้านนำร่อง เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ วิเคราะห์ผลลัพธ์ และทบทวนแนวทางดำเนินงาน ผลการสะท้อนพบว่าผู้สูงอายุมีความพึงพอใจต่อสื่อทุกประเภทในระดับมาก โดยสื่อเสียงตามสายได้รับคะแนนสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = 0.04) (ตารางที่ 5) ทั้งนี้ผู้สูงอายุเห็นว่าสื่อมีความเหมาะสมกับบริบทของชุมชน เช่น การใช้ภาษาท้องถิ่น และบุคคลในพื้นที่ เป็นต้น เนื้อหากระชับ ชัดเจน และสอดคล้องกับวัฒนธรรม รวมถึงประทับใจกับกระบวนการมีส่วนร่วมที่เปิดโอกาสให้แสดงศักยภาพของตนเอง ส่วนข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการ ได้แก่ การเพิ่มคำบรรยายใต้ภาพเป็นภาษากลางเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมาย ประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุชุมชน และกลุ่มไลน์ ตลอดจนการขยายผลไปยังหมู่บ้านใกล้เคียง และเผยแพร่ผ่าน YouTube (https://www.youtube.com/@soongwaisookkaisookjai) เพื่อให้บุคคลภายนอกเข้าถึงสื่อได้สะดวกขึ้น

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อการใช้สื่อ

หัวข้อการประเมิน	สื่อวีดิโอเพลง	สื่อสปอตเสียง	สื่อเสียงตามสาย	สื่อป้ายคำกลอน	สื่อปฏิทิน
1. เนื้อหาสื่อความหมายชัดเจน	4.02 (0.05)	4.03 (0.04)	4.12 (0.06)	3.93 (0.10)	4.08 (0.08)

หัวข้อการประเมิน	สื่อวีดิโอเพลง	สื่อสปอตเสียง	สื่อเสียงตามสาย	สื่อป้ายคำกลอน	สื่อปฏิทิน
2. ทำให้จดจำได้ง่าย	3.97 (0.08)	3.96 (0.07)	4.00 (0.09)	4.13 (0.05)	4.12 (0.06)
3. ทำให้เข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ	4.01 (0.07)	3.95 (0.08)	4.10 (0.05)	4.05 (0.07)	3.93 (0.04)
4. สร้างแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพ	4.12 (0.04)	4.08 (0.05)	4.15 (0.05)	4.12 (0.08)	3.97 (0.10)
5. มีระยะเวลาในการนำเสนอเหมาะสม	3.90 (0.12)	4.00 (0.10)	4.08 (0.07)	-	-
6. ความพึงพอใจต่อสื่อในภาพรวม	4.00 (0.06)	4.00 (0.05)	4.09 (0.04)	4.06 (0.07)	4.02 (0.05)

สรุปและอภิปรายผล

การพัฒนาชุดสื่อ “สูงวัย สุขกาย สุขใจ” เพื่อส่งเสริมความรอบรู้ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุ เป็นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้สื่อมีความเหมาะสมกับบริบท และความต้องการ สอดคล้องกับแนวคิดวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของ Kemmis และ McTaggart (2005) ที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ครอบคลุมการวางแผน การดำเนินการ การสังเกต และการสะท้อนผล ผลการสำรวจพบว่าในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา ผู้สูงอายุได้รับข้อมูลสุขภาพจากบุคลากรการแพทย์ ร้อยละ 49.00 เสียงตามสาย ร้อยละ 44.75 สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 41.50 โทรทัศน์ ร้อยละ 39.00 และวิทยุ ร้อยละ 38.50 ขณะที่สื่อออนไลน์ต่ำสุดเพียงร้อยละ 31.50 สะท้อนข้อจำกัดในการเข้าถึงเทคโนโลยี สอดคล้องกับผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2565 ที่พบว่าผู้สูงอายุในเขตเทศบาลใช้เทคโนโลยี และโทรศัพท์มือถือมากกว่านอกเขต โดยเหตุผลที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต คือ ขาดทักษะ

ร้อยละ 25.4 และไม่ใช้อุปกรณ์มือถือเพราะไม่มีความจำเป็น ร้อยละ 9.7 (National Statistical Office, 2023)

แม้ว่าสื่อออนไลน์จะเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงข้อมูล แต่ยังเป็นข้อจำกัดสำหรับผู้สูงอายุบางกลุ่มเนื่องจากขาดทักษะการใช้สมาร์ตโฟน หรือมีภาระค่าใช้จ่าย ทำให้สื่อบุคคล เสียงตามสาย สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุยังคงมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะเสียงตามสายที่เป็นช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายและไม่มีค่าใช้จ่าย (Technical Promotion and Support Office, 2018) สอดคล้องกับการศึกษาของ Ketsuwan (2018) ที่ระบุว่าสื่อบุคคล สื่อกระจายเสียง สื่อพื้นที่ และสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นช่องทางที่เข้าพึงผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผลการสำรวจพบว่าผู้สูงอายุในชุมชนมีความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับพอใช้ ($\bar{X}$= 54.61, S.D. = 0.75) และเพียงร้อยละ 34.75 ปฏิบัติตามพฤติกรรมสุขภาพครบทั้ง 8 ด้าน ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ร้อยละ 50 ตามแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (Bureau of Elderly Health, 2021) สะท้อนถึงความจำเป็นในการส่งเสริมความรอบรู้ และพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุ สอดคล้องกับการศึกษาของ Chaimongkol (2023) และ Rattanachankorn et al. (2023) ที่แสดงว่าการจัดโปรแกรมการเรียนรู้ การสร้างสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม และการพัฒนาสื่อที่มีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มความรอบรู้ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุได้อย่างมีนัยสำคัญ

การพัฒนาชุดสื่อ “สูงวัย สุขกาย สุขใจ” ขับเคลื่อนด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน ตั้งแต่กำหนดแนวทางกับคณะกรรมการชุมชน การสร้างต้นแบบโดยผู้สูงอายุ 25 คนที่ผ่านการอบรม และการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ สื่อที่พัฒนา คือ วิดีโอเพลง เสียงตามสาย สปอตเสียง ป้ายคำกลอน และปฏิทิน ครอบคลุมพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ 8 ด้าน การใช้มัลติมีเดีย ภาษาท้องถิ่น และสื่อเสียง ช่วยให้สื่อเข้าใจง่าย และสอดคล้องกับวิถีชีวิต (Health Education Division, 2018; Rattanachankorn et al., 2023) การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุทำให้สื่อสะท้อนประสบการณ์จริง เนื้อหาธรรมชาติ และสร้างความ

ภาคภูมิใจ (Kleechaya, 2021; Niyomdecha & Noklang, 2023) หลังทดลองใช้ในหมู่บ้านนำร่อง 3 เดือน พบว่าความรอบรู้ และพฤติกรรมสุขภาพเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ Nutbeam (2008) ที่ชี้ว่าความรอบรู้ด้านสุขภาพเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจ และการดำเนินชีวิตที่มีสุขภาพดี และแนวทางของกองสุขศึกษา (Health Education Division, 2018) ที่เน้นว่าการสื่อสารสุขภาพมีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อองค์ประกอบครบถ้วน แต่ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์รายด้านยังพบว่าพฤติกรรมการไม่ดื่มแอลกอฮอล์ และการดูแลสุขภาพเมื่อเจ็บป่วยไม่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเนื่องจากอิทธิพลของบริบททางสังคม วัฒนธรรม การเข้าถึงบริการสุขภาพ และความเชื่อของผู้สูงอายุ (Jirathananuwat, 2022; Philalai et al., 2017)

การสื่อสารสุขภาพแบบเดิมมักถ่ายทอดโดยผู้เชี่ยวชาญ แต่การวิจัยครั้งนี้เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุร่วมออกแบบ และสร้างสื่อ เช่น กลอน เพลง และการแสดงในวีดิทัศน์ หรือเสียงตามสาย เป็นต้น ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ (ownership) และการสร้างร่วม (co-creation) ข้อมูลที่ถ่ายทอดจึงสะท้อนวิถีชีวิต และภาษาท้องถิ่น มีความน่าเชื่อถือ และเข้าถึงง่าย (Health Education Division, 2018; Loignon et al., 2018; Nutbeam, 2008) การใช้สื่อที่มีความหลากหลาย ช่วยกระตุ้นการเรียนรู้แตกต่างกัน โดยวีดิทัศน์เพลงได้รับความพึงพอใจสูงสุดในด้านแรงจูงใจ ($\overline{X}$ = 4.12, S.D. = 0.04) เนื้อหาชัดเจน ($\overline{X}$= 4.02, S.D. = 0.05) และทำให้เข้าใจพฤติกรรมสุขภาพ ($\overline{X}$= 4.00, S.D. = 0.06) แสดงให้เห็นว่าสื่อภาพและเสียงโน้มน้าวได้ดี ขณะเดียวกันการมีส่วนร่วมในการแสดงยังดึงดูดความสนใจและสร้างภาพจำ นำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (Somphopcharoen, 2020) อีกทั้งการที่ผู้สูงอายุได้เรียนรู้ผ่านความบันเทิง (edutainment) จากภาพ และเสียงเพลง ช่วยให้ผู้สูงอายุเรียนรู้ได้อย่างสนุกสนาน และสอดคล้องกับวิถีชีวิตท้องถิ่น (Brown, 2012; Chaiyasen & Chaiyasen, 2018; Onuekwe, 2015)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต่าง ๆ พบว่าสื่อเสียงตามสายมีคะแนนสูงสุดทั้งด้านการสร้างแรงจูงใจ ($\bar{X}$= 4.15, S.D. =0.0) และความพึงพอใจโดยรวม ($\bar{X}$= 4.09, S.D.=0.04) สะท้อนถึงความเหมาะสมกับวิถีชีวิตผู้สูงอายุที่เข้าถึงง่าย ใช้ซ้ำได้บ่อย และผสานภาษาท้องถิ่นกับวัฒนธรรม เช่น ค่าว หรือซอ เป็นต้น ทำให้เกิดความเข้าใจ และแรงจูงใจในการปฏิบัติจริง (Health Education Division, 2018; Nutbeam, 2008) ขณะที่สื่อสปอตเสียงได้คะแนนสูงในด้านแรงจูงใจ ($\bar{X}$= 4.08, S.D.=0.05) จากการใช้วัจนภาษาที่คล้องจอง กระชับ และโน้มน้าวอารมณ์ผู้ฟัง (Somphopcharoen, 2020; Triwiset & Rakmanee, 2017) ส่วนสื่อป้ายคำกลอน มีจุดเด่นด้านการจดจำ ($\bar{X}$= 4.13, S.D.=0.05) ด้วยถ้อยคำสั้น คล้องจอง และภาพสีที่ชัดเจน ติดตั้งในพื้นที่ที่ผู้สูงอายุพบเห็นบ่อย ช่วยเสริมการเรียนรู้และแรงจูงใจ (Klamsakul, 2020; Somphopcharoen, 2020) และสื่อปฏิทินช่วยให้ผู้สูงอายุติดตาม และประเมินพฤติกรรมสุขภาที่พึงประสงค์ทุกวัน ($\bar{X}$= 4.12, S.D.=0.06) เสริมแรงจูงใจด้วยการบันทึก และกำหนดสัญลักษณ์ หรือรางวัล สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการตนเอง (Kanfer & Gaelick-Buys, 1991) และการพัฒนาความรอบรู้เชิงวิจารณญาณ (Nutbeam, 2008)

การศึกษานี้พบว่าการพัฒนาชุดสื่อ “สูงวัย สุขกาย สุขใจ” โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ สื่อที่ออกแบบให้เข้าใจง่าย สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และภาษาท้องถิ่น ช่วยให้ผู้สูงอายุเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และเกิดการเรียนรู้ผ่านหลายช่องทาง ขณะเดียวกันการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุ และภาคีเครือข่ายในการวางแผน ผลิต และเผยแพร่สื่อ ช่วยสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ และความภาคภูมิใจในผลงานร่วมกัน ส่งผลให้เกิดการยอมรับ และการนำไปปฏิบัติจริง ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุมีความรอบรู้และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์เพิ่มขึ้น สื่อที่พัฒนาขึ้นจึงเป็นนวัตกรรมที่ปลอดภัย สร้างสรรค์ และเหมาะสมกับบริบทของชุมชน ช่วยให้ผู้สูงอายุเข้าถึง

ข้อมูลได้ง่าย เกิดการเรียนรู้ และส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์เนื้อหา

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณ และการพัฒนาสื่อสุขภาพแบบมีส่วนร่วม โดยเน้นเนื้อหาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของผู้สูงอายุในแต่ละชุมชน

2. ส่งเสริมการอบรมผู้นำชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการออกแบบ และถ่ายทอดสื่อสุขภาพที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเนื้อหา

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1. ขยายการใช้สื่อไปยังชุมชนอื่นที่มีบริบทใกล้เคียง หรือนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ และให้เกิดประโยชน์ในวงกว้าง

2. บูรณาการสื่อสุขภาพร่วมกับกิจกรรมของ รพ.สต. โรงเรียนผู้สูงอายุ และหน่วยงานท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการสื่อสารสุขภาพอย่างต่อเนื่อง

3. จัดระบบติดตามและประเมินผลระยะยาว เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาสื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุ และชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และความเชื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ และการดูแลสุขภาพเมื่อเจ็บป่วยของผู้สูงอายุ เพื่อนำไปพัฒนาแนวทางส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบท

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัย และสร้างสรรค์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเทศบาลตำบลสันทราย โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล โรงเรียนผู้สูงอายุ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้สูงอายุในชุมชนที่มีส่วนร่วมและสนับสนุนให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

Banchonhattakit, P., & Akharawirawat, T. (2022). Health communication for health promotion in community. *Journal of Phrae Public Health for Development, 2*(1), 78–89.

Brown, W. J. (2012). Promoting health through entertainment-education media: Theory and practice. In R. Obregon & S. W. Waisbord (Eds.), *The handbook of global health communication* (pp. 121–143). Wiley-Blackwell.

Bureau of Elderly Health, Department of Health, Ministry of Public Health. (2020). *Annual report 2020*. https://hp.anamai.moph.go.th/th/annualreport/213812

Bureau of Elderly Health, Department of Health, Ministry of Public Health. (2021). *Manual for the implementation of the indicator of the percentage of elderly population with desirable health behavior, fiscal year* [in Thai].

Boonsatean, W. & Reantippayasakul, O. (2020). Health Literacy: Situation and Impacts on health status of the older adults. *APHEIT Journal of Nursing and Health, 2*(1), 1-19.

Chaimongkol, P. (2023). The effectiveness of a health literacy promotion program on desirable health behaviors among older adults in a semi-urban community in Khon Kaen Province. *Journal of Health Promotion Center Region 7*, 16(1), 79–93. https://he01.tci-thaijo.org/index.php/johpc7/article/view/262302

Chaiyasen, M., & Chaiyasen, P. (2018). Guidelines for promoting lifelong learning for the elderly in the northeastern region. *Phichit Tharathorn Graduate School Journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University, 13*(2), 147-154.

Health Education Division, Department of Health Service Support. (2018). *Strategies for promoting health literacy and health behavior* (1st ed.) [in Thai]. Samchareon Panich Co., Ltd.

Health Systems Research Institute. (2020). *Health literacy*. https://www.hsri.or.th/

Jirathananuwat, A. (2022). Factors affecting access to health services by older adults in an urban community in Thailand: A cross-sectional study. *F1000Research, 11, 467*. https://doi.org/10.12688/f1000research.110551.2

Kanfer, F. H., & Gaelick-Buys, L. (1991). Health promotion: A behavioral approach. *Journal of Applied Psychology, 76*(3), 396-402.

Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Participatory action research: Communicative action and the public sphere. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research* (3rd ed.). Sage Publications

Ketsuwan, N. (2018). The increasing of communication proficiency to promote the media literacy in the elderly, Chiang Kum District, Phayao Province. *Veridian E-Journal, Silpakorn University, 11*(1), 523-539.

Klamsakul, S. (2020). The development of health media, changing self-care behaviors to improve the quality of life of the aged, Samorphlue District, Phetchaburi Province. *Academic Journal of Phetchaburi Rajabhat University, 10*(3), 125–134.

Kleechaya, P. (2021). *Designing communication messages for integration* (1st ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press.

Loignon, C., Dupéré, S., Fortin, M., et al. (2018). Health literacy: Engaging the community in the co-creation of meaningful health navigation services-A study protocol. *BMC Health Services Research, 18*(1), 505. https://doi.org/10.1186/s12913-018-3315-3

Ministry of Public Health. (2020). *Percentage of the elderly population with desirable health behavior*. http://healthkpi.moph.go.th/kpi2/kpi/index/?id=1492&z=06&kpi_year=2563&lv=1

National Statistical Office. (2023). *Survey of Household Economic and Social Conditions 2023*. https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/survey_detail/2023/20230929102632_92912.pdf

Niyomdecha, A., & Noklang, S. (2023). Guideline to create

participation of elderly in the community. *Journal of Academic Research, 6*(6), 115–130. https://doi.org/10.14456/jra.2023.133

Nutbeam, D. (2008). The evolving concept of health literacy. *Social Science & Medicine, 67*(12), 2072-2078.

Onuekwe, C. E. (2015). *Entertainment-education for Health Behaviour Change*: *Issues and perspectives in Africa*. FriesenPress.

Philalai, T., Rattanapan, C., & Laosee, O. (2017). Alcohol consumption among older adults in Northern Thailand. *Journal of Health Research, 31(2)*, 99–107. https://doi.org/10.14456/jhr.2017.13

Rattanachankorn, K., Thanapatthiwakul, P., & Rattanachankorn, K. (2023). The development of health literacy among the elderly for a better quality of life. *Journal of Nursing Science Christian University of Thailand, 10*(1), 85–97.

Sutheewasinnon, P., & Pasunon, P. (2016). Sampling strategies for qualitative research. Parichart Journal, 29(2), 31–48.

Somphopcharoen, M. (2020). *Health communication for health literacy* (2nd ed.). Bangkok: Charoendee Munkong Printing.

Thato, R. (2018). *Nursing research: Concepts to application (3rd ed.)*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House.

Technical Promotion and Support Office, Region 1-12. (2018). *A model of information technology usage for social development in a group of elderly people under rural areas*. Ministry of Social Development and Human Security.

http://tpso4.msociety.go.th/images/DatabaseTPSO4/News_TPSO/Activities/2561/technology61/Promoting_the_use_of_information_technology.pdf

Triwiset, B., & Rakmanee, S. (2017). Language power to create authority power in Seksan Prasoetkun's discourse. *Wiwitwannasan Journal, 1*(1), 11-38.

Vonok, L., Lekham, W., Wawngam, W., Suwannaphant, K., & Singweratham, N. (2022). *The association between health literacy and quality of life in elderly people, Suwannaphum district Roi Et province*. Journal of Vongchavalitkul University, 35(2), 51–66.

บทความวิจัย

ความพึงพอใจและความตระหนักรู้ต่อสื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

เสกสรร สายสีสด[1], สุวัฒนา ดีวงษ์[1], สุพรรษา ปัญญาทอง[1], นวียาฐ์ ศักยเศรษฐ์[1], ชาย วรวงศ์เทพ[1] และบุณยนุช สุทธิอาจ[1]

Received 26 September 2025
Revised 13 March 2026
Accepted 30 March 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ 2) ศึกษาระดับความตระหนักรู้ของนักศึกษาหลังได้รับชมสื่อรณรงค์ 3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตระหนักรู้ และ 4) วิเคราะห์ความสามารถในการพยากรณ์ความตระหนักรู้จากความพึงพอใจของนักศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจ ความตระหนักรู้ พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ และพฤติกรรมการรับชมสื่อรณรงค์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาจากคณะวิทยาการจัดการ ชั้นปีที่ 1-4 จำนวน 60 คน ที่เคยได้รับชมสื่อรณรงค์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับการป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ดื่มแอลกอฮอล์ในโอกาสสังสรรค์พิเศษ และเคยรับชมสื่อรณรงค์บางครั้ง มีความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.02) และมีความตระหนักรู้ในระดับมากเช่นกัน (ค่าเฉลี่ยรวม 4.02) โดยเฉพาะในประเด็นการไตร่ตรองก่อนดื่มและการ

[1] สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี E-mail: seksun@yahoo.com

แนะนำเยาวชนให้เห็นความสำคัญของการหลีกเลี่ยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างความพึงพอใจและความตระหนักรู้ ($r = 0.72$, $p < .01$) และความพึงพอใจสามารถทำนายความตระหนักรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญ ($R^2 = 0.522$, $p < .001$) อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กจากคณะเดียว จึงควรตีความผลการวิจัยด้วยความระมัดระวังและควรมีการศึกษายืนยันเพิ่มเติม

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ความตระหนักรู้, สื่อรณรงค์, การดื่มแอลกอฮอล์

Students' Satisfaction and Awareness toward Alcohol Prevention Campaign Media at Udon Thani Rajabhat University

Seksan Saisod,[1]Suwathana Deewong[1], Supansa Panyathong[1], Naveeyat Sakyaseth[1], Chai Worawongthep[1], Boonyanut Sutthi-art[1]

Abstract

The study aimed to investigate the levels of satisfaction, awareness, alcohol consumption behavior, and media viewing behavior among students at Udon Thani Rajabhat University. A questionnaire was used to collect data from a sample of 60 first-to-fourth-year students from the Faculty of Management Science who had viewed the campaign video.

The results showed that most students consumed alcohol primarily on special social occasions and had occasionally been exposed to campaign media. Students reported a high level of satisfaction with the campaign media (overall mean = 4.02) and a high level of awareness (overall mean = 4.02), particularly regarding deliberating before drinking and encouraging peers to recognize the importance of avoiding alcohol. A significant positive correlation was found between satisfaction and awareness ($r = 0.72$, $p < .01$),

[1] Department of Communication Arts, Faculty of Management Science
Udon Thani Rajabhat University, E-mail: seksun@yahoo.com

and satisfaction was found to be a significant predictor of awareness ($R^2 = 0.522$, $p < .001$). These findings suggest that well-designed campaign media may be associated with heightened awareness among students; however, given the cross-sectional survey design and purposive sampling from a single faculty, causal conclusions should be interpreted with caution.

Keywords: Satisfaction, Awareness, Campaign media, Drinking alcohol

บทนำ

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทยยังคงเป็นปัญหาที่สำคัญ ซึ่งมีผลกระทบทั้งในด้านสุขภาพ ร่างกาย จิตใจ สังคม และเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาซึ่งเป็นวัยที่มีความเสี่ยงต่อการเริ่มต้นพฤติกรรมการดื่มอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ระบุว่า ประเทศไทยมีเยาวชนอายุระหว่าง 15-24 ปี ที่มีพฤติกรรมดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการดื่มในช่วงวัยเรียนอาจนำไปสู่ปัญหาทางพฤติกรรมและการเรียนรู้ในระยะยาว (Thai Health Promotion Foundation (ThaiHealth), 2022)

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นภาระทางสุขภาพระดับโลกที่สำคัญ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสาธารณสุขในกลุ่มประชากรทุกระดับรายได้ สิ่งนี้ตอกย้ำถึงความจำเป็นเร่งด่วนที่ประเทศต่าง ๆ จะต้องดำเนินกลยุทธ์ในการลดการบริโภคที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ (World Health Organization, 2018)

นอกจากนี้ แผนยุทธศาสตร์ระดับชาติว่าด้วยการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (พ.ศ. 2564-2569) ได้ระบุเป้าหมายในการลดการบริโภคแอลกอฮอล์ผ่านการดำเนินงานในระดับพื้นที่ โดยเฉพาะการใช้กลไกด้านสื่อสารและสื่อรณรงค์เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ในกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ เช่น เยาวชนและนักศึกษา (Office of the Alcohol Control Committee, 2021)

ในระดับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมถึงจังหวัดอุดรธานี ได้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่องผ่านเครือข่ายองค์กรงดเหล้า และการจัดกิจกรรมรณรงค์ในสถานศึกษา โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีเองก็ได้เข้าร่วมโครงการ “สถานศึกษาปลอดเหล้า” และได้จัดทำสื่อรณรงค์ในรูปแบบคลิปวิดีโอ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตระหนักรู้ในหมู่นักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญยิ่งต่อการป้องกันพฤติกรรมการดื่มตั้งแต่ระยะเริ่มต้น

อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับการประเมินผลสัมฤทธิ์ของสื่อรณรงค์เหล่านี้ โดยเฉพาะในมิติเชิงพฤติกรรมและความตระหนักรู้ งานวิจัยนี้จึง

มีความจำเป็นในการศึกษาระดับความพึงพอใจ ความตระหนักรู้ พฤติกรรมการดื่ม และพฤติกรรมการรับชมสื่อรณรงค์ของนักศึกษาที่ได้รับชมสื่อรณรงค์ดังกล่าว เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนายุทธศาสตร์และการสื่อสารเชิงนโยบายต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์
2. เพื่อศึกษาระดับความตระหนักรู้ของนักศึกษาหลังได้รับชมสื่อรณรงค์
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตระหนักรู้ของนักศึกษาที่มีต่อสื่อรณรงค์
4. เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการพยากรณ์ความตระหนักรู้จากความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อรณรงค์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจและความตระหนักรู้ของนักศึกษาที่มีต่อสื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งจะเป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับงานวิจัยด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารสุขภาพ
2. ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตระหนักรู้ต่อสื่อรณรงค์ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างหรือปรับปรุงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม
3. เป็นประโยชน์ต่อการบูรณาการงานวิจัยด้านการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์ทางสังคม โดยเฉพาะการออกแบบสื่อเพื่อสร้างการรับรู้และเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย

4. ผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางให้หน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ นำไปประยุกต์ใช้เพื่อจัดทำสื่อรณรงค์ที่ตอบสนองต่อความต้องการและสร้างผลกระทบเชิงบวกในระดับเยาวชนและประชาชนทั่วไป

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องความพึงพอใจของผู้รับสาร (Audience Satisfaction)

เป็นแนวคิดสำคัญในการวิจัยด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรอบของทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) ที่อธิบายว่าผู้รับสารมีแรงจูงใจและความต้องการเฉพาะในการเลือกเสพสื่อ และเมื่อสื่อนั้นตอบสนองต่อความต้องการได้ ก็จะนำไปสู่ความพึงพอใจ (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973) ความพึงพอใจจึงถือเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนคุณภาพและประสิทธิภาพของสื่อ โดยเฉพาะสื่อรณรงค์ซึ่งมีเป้าหมายให้ผู้ชมเกิดทัศนคติหรือพฤติกรรมที่พึงประสงค์

แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนักรู้ (Awareness)

ซึ่งมักถูกกล่าวถึงในฐานะกระบวนการทางการสื่อสารที่นำไปสู่การเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยโมเดลการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เช่น AIDA Model (Attention, Interest, Desire, Action) ได้อธิบายขั้นตอนที่ผู้รับสารต้องผ่าน โดยเริ่มจากการรับรู้ (Awareness/ Attention) จนถึงการกระทำ (Action) (Kotler & Armstrong, 2018) ดังนั้น ในกรณีของสื่อรณรงค์ด้านการป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ ความตระหนักรู้จึงเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญ เพราะเป็นผลลัพธ์ขั้นต้นที่สะท้อนถึงความสำเร็จของการสื่อสารเชิงรณรงค์

ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความตระหนักรู้

ซึ่งมีนักวิจัยจำนวนไม่น้อยได้ชี้ว่า หากสื่อรณรงค์สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร เช่น การออกแบบที่น่าสนใจ การใช้ข้อความที่ชัดเจน และ

การนำเสนอที่เหมาะสม จะส่งผลให้ผู้ชมเปิดใจรับสาร และเกิดการจดจำที่นำไปสู่การตระหนักรู้ (Palmgreen & Rayburn, 1985) การศึกษาหลายชิ้นในประเทศไทยก็พบว่า ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอของสื่อ มีผลเชื่อมโยงกับระดับการตระหนักรู้และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย (Nattakarn, 2019)

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์

โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และแรงจูงใจให้ประชาชนหลีกเลี่ยงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้องค์การอนามัยโลก (WHO, 2018) ชี้ว่า สื่อรณรงค์ถือเป็นมาตรการสำคัญในเชิงนโยบายด้านสาธารณสุข เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเยาวชนและนักศึกษาได้โดยตรง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูง งานวิจัยในประเทศไทยยังสะท้อนว่าสื่อรณรงค์ที่ออกแบบด้วยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและใช้สื่อใหม่ มีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดทั้งความพึงพอใจและการตระหนักรู้สูงกว่า (Juthamas, & Suchada, 2020)

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้ง 4 ประเด็นนี้ ชี้ให้เห็นว่าความพึงพอใจและความตระหนักรู้ของนักศึกษามีความสัมพันธ์กัน และเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพของสื่อรณรงค์การป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ เนื่องจากจะช่วยเพิ่มองค์ความรู้ด้านการสื่อสารรณรงค์ และสามารถนำไปใช้ปรับปรุงกลยุทธ์สื่อเพื่อการป้องกันปัญหาสุราของเยาวชนและนักศึกษาได้อย่างเหมาะสม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี คณะวิทยาการจัดการ ชั้นปีที่ 1-4 จำนวน 60 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์คือ ต้องเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 ที่เคยได้รับชมสื่อรณรงค์คลิปวิดีโอเกี่ยวกับการป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ ของมหาวิทยาลัย

ราชภัฏอุดรธานีอย่างน้อย 1 ครั้ง ทั้งนี้ การศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดในด้านขนาดของกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มจากคณะเดียว ซึ่งอาจส่งผลต่อการนำผลไปอ้างอิงในเชิงทั่วไป จึงควรตีความผลการวิจัยด้วยความระมัดระวัง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) เท่ากับ 0.85 ซึ่งอยู่ในระดับสูง แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ เช่น เพศ สาขาวิชา พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์ 2) พฤติกรรมการรับชมสื่อรณรงค์ 3) ความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์ วัดใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการนำเสนอ ด้านสาระเนื้อหา ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ด้านบทบาทนักแสดง และด้านการตัดต่อ และ 4) ความตระหนักรู้ที่เกิดขึ้นหลังจากรับชมสื่อ ซึ่งวัดใน 3 มิติ ได้แก่ มิติการรับรู้เนื้อหาและผลกระทบของแอลกอฮอล์ มิติการคิดไตร่ตรองก่อนดื่ม และมิติการขยายผลสู่เยาวชนและสังคม โดยมิติที่มีคะแนนสูงที่สุดคือการแนะนำให้เยาวชนเกิดความตระหนักรู้ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย เริ่มจากการขออนุญาตเก็บข้อมูลจากคณะวิทยาการจัดการ จากนั้นแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง และเก็บรวบรวมข้อมูลภายในระยะเวลา 2 สัปดาห์ เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสหสัมพันธ์และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย เพื่อสรุปผลข้อมูลและอภิปรายผลการวิจัยอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ ร้อยละ 65.6 ดื่มแอลกอฮอล์ในโอกาสพิเศษ เช่น งานเลี้ยง งานสังสรรค์ และมีเพียงร้อยละ 1.6 ที่ดื่มเป็นประจำ ส่วนพฤติกรรมการรับชมสื่อรณรงค์ พบว่าส่วนใหญ่เคยชมสื่อรณรงค์บ้างแต่ไม่สม่ำเสมอ ร้อยละ 85.9 โดยมีนักศึกษาจำนวนหนึ่งที่ชมเป็นประจำ

ร้อยละ 7.8 นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษามีประสบการณ์ในการผลิตสื่อร้อยละ 73.4

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจที่มีต่อคลิปรณรงค์

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
การนำเสนอคลิปน่าสนใจ น่าติดตาม	3.98	.772	มาก
ท่านได้เนื้อหาสาระจากคลิปรณรงค์	4.11	.743	มาก
ท่านได้ประโยชน์จากคลิปรณรงค์	4.06	.753	มาก
ท่านพึงพอใจต่อบทบาทนำเสนอในคลิปรณรงค์	3.95	.805	มาก
ท่านพึงพอใจต่อการตัดต่อและลำดับภาพในคลิปรณรงค์	4.02	.766	มาก
ความพึงพอใจโดยรวมต่อคลิปรณรงค์	4.00	.816	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02	.770	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจต่อคลิปรณรงค์ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยได้รับเนื้อหาสาระจากคลิปรณรงค์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือได้ประโยชน์ต่อคลิปรณรงค์มีค่าเฉลี่ย 4.06

ตารางที่ 2 การตระหนักรู้จากการดื่มแอลกอฮอล์

การตระหนักรู้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
เนื้อหาจากคลิปทำให้ท่านได้ตระหนักรู้เกี่ยวกับการป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์	4.00	.777	มาก
เนื้อหาจากคลิปสามารถกระตุ้นเตือนให้ท่านได้คิดก่อนที่จะดื่มแอลกอฮอล์	4.00	.797	มาก
คลิปสามารถกระตุ้นเตือนเยาวชนได้	3.97	.776	มาก
หากท่านได้เข้าใกล้แอลกอฮอล์ท่านจะคิดไตร่ตรองยิ่งขึ้นก่อนที่จะดื่ม	4.05	.792	มาก
ท่านเกิดความตระหนักรู้ขึ้นหลังจากได้ดูคลิปรณรงค์	4.00	.756	มาก
ถ้ามีโอกาสท่านจะแนะนำให้เยาวชนเกิดความตระหนักรู้เกี่ยวกับการป้องกันแอลกอฮอล์	4.11	.819	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02	.790	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์อยู่ในเกณฑ์มากทุกข้อ โดยจะแนะนำให้เยาวชนเกิดความตระหนักรู้มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือเกิดการตระหนักรู้หลังจากได้ดูคลิปรณรงค์ มีค่าเฉลี่ย 4.00

ตารางที่ 3 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนความพึงพอใจและคะแนนความตระหนักรู้

ตัวแปร	r	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจ - ความตระหนักรู้	0.72	0.001**

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า คะแนนความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับคะแนนความตระหนักรู้ของนักศึกษา โดยมีค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) เท่ากับ 0.72 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < 0.01$) ซึ่งหมายความว่านักศึกษาที่มีความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์ในระดับสูง มักมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ในระดับสูงเช่นกัน แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของสื่อรณรงค์ในการส่งเสริมการตระหนักรู้ผ่านการสร้างความพึงพอใจในเนื้อหาและการนำเสนอ

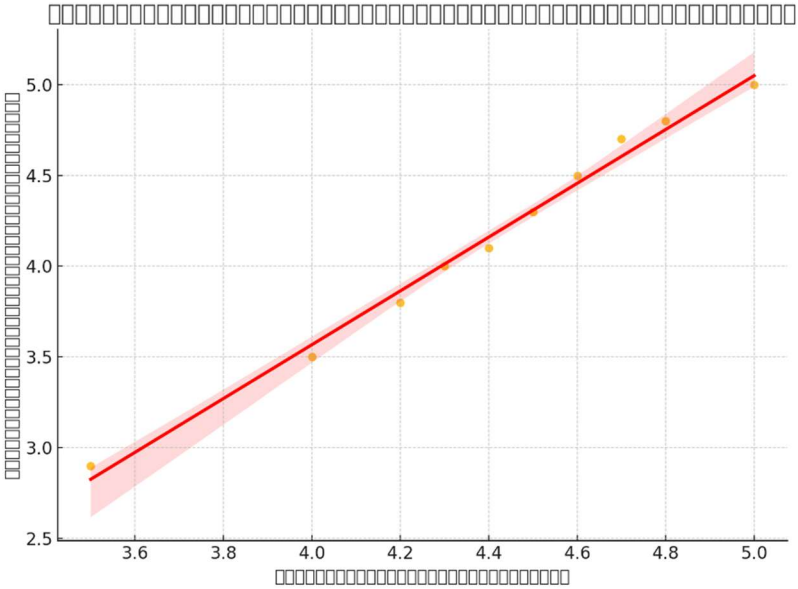
จากตารางที่ 3 พบว่าความพึงพอใจสามารถทำนายระดับความตระหนักรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนว่าหากออกแบบสื่อให้มีคุณภาพและสร้างความรู้สึกเชิงบวกแก่ผู้ชม จะสามารถส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้และการไตร่ตรองของผู้รับสารได้ จึงควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแนวทางผลิตสื่อที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ด้านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างมีระบบ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายเพื่อพยากรณ์ความตระหนักรู้จากความพึงพอใจ

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t	Sig.
ความพึงพอใจ	0.68	0.72	5.88	0.001**

หมายเหตุ ** $p < .01$; $R^2 = 0.522$

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าคงที่ของโมเดลถดถอย (B) เท่ากับ 0.68 และค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.72 แสดงว่าระดับความพึงพอใจของนักศึกษาสามารถทำนายระดับความตระหนักรู้ได้ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสถิติ t เท่ากับ 5.88 และค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติ p เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อย่างชัดเจน แสดงว่าแบบจำลองนี้มีความเหมาะสมในการอธิบายว่าความพึงพอใจที่มีต่อสื่อรณรงค์มีผลต่อความตระหนักรู้ในเรื่องการดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา



ภาพที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจและระดับความตระหนักรู้โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.72 ซึ่ง

จัดอยู่ในระดับ สูงมาก และมีทิศทาง บวก แสดงให้เห็นว่า เมื่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้น ความตระหนักรู้ก็มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ ค่าดังกล่าวสะท้อนถึงความสัมพันธ์เชิงเส้นที่มีความแข็งแรงระหว่างตัวแปรทั้งสอง เช่น นักศึกษาที่ให้คะแนนความพึงพอใจต่อการนำเสนอและสาระเนื้อหาของคลิปรณรงค์ในระดับสูง มักมีคะแนนความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบของการดื่มแอลกอฮอล์ในระดับสูงเช่นเดียวกัน และนักศึกษาที่พึงพอใจต่อบทบาทนักแสดงและเทคนิคการตัดต่อของคลิป มีแนวโน้มที่จะระบุว่าตนเองจะคิดไตร่ตรองก่อนดื่มและพร้อมแนะนำเยาวชนให้หลีกเลี่ยงแอลกอฮอล์มากกว่านักศึกษาที่ให้คะแนนความพึงพอใจในระดับต่ำ"

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression) แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (Coefficient of Determination: R^2) เท่ากับ 0.522 หมายความว่า ตัวแปรความพึงพอใจสามารถอธิบายความแปรปรวนของระดับความตระหนักรู้ได้ ร้อยละ 52.2 ขณะที่ความแปรปรวนที่เหลือ ร้อยละ 47.8 อาจเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้ถูกรวมอยู่ในแบบจำลองนี้

จากกราฟกระจาย (Scatter Plot) พบว่า จุดข้อมูลส่วนใหญ่กระจายตัวใกล้เส้นถดถอยแสดงถึงความเหมาะสมของโมเดลการถดถอยเชิงเส้น และยืนยันความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างความพึงพอใจและความตระหนักรู้ที่มีนัยสำคัญในเชิงสถิติ

เมื่อพิจารณาจากกราฟกระจาย (Scatter Plot) และเส้นถดถอย พบว่าข้อมูลส่วนใหญ่กระจายอยู่ใกล้แนวเส้นตรงของสมการถดถอย แสดงถึงความเหมาะสมของแบบจำลอง และยืนยันความสัมพันธ์เชิงเส้นในทางบวกที่มีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างตัวแปรทั้งสอง

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัยจากผลการศึกษาพบว่า

1. นักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการนำเสนอ สาระเนื้อหา และบทบาทของนักแสดง

2. ระดับความตระหนักรู้ของนักศึกษาหลังรับชมสื่อรณรงค์อยู่ในระดับมาก โดยตระหนักถึงผลกระทบของแอลกอฮอล์และสามารถแนะนำผู้อื่นให้หลีกเลี่ยงการดื่มได้

3. ความพึงพอใจต่อสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตระหนักรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.72$, $p < .01$) และ

4. ความพึงพอใจสามารถพยากรณ์ความตระหนักรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญ ($R^2 = 0.522$, $p < .001$) ซึ่งเป็นแนวโน้มที่น่าสนใจว่าสื่อรณรงค์ที่มีคุณภาพอาจมีส่วนช่วยเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านสุขภาวะในกลุ่มนักศึกษาได้

อภิปรายผล

อภิปรายเกี่ยวกับพฤติกรรม

นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะในโอกาสพิเศษ (ร้อยละ 65.6) ซึ่งสะท้อนลักษณะพฤติกรรมเชิงสังคมของเยาวชนไทยที่นิยมเข้าสังคมผ่านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ (Thai Health Promotion Foundation (ThaiHealth), 2022) อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการรับชมสื่อรณรงค์ยังไม่สม่ำเสมอ แสดงถึงความท้าทายในการเข้าถึงและสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย

การดื่มในโอกาสพิเศษ (Social Drinking) ผลการวิจัยที่พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 80) ดื่มแอลกอฮอล์ในโอกาสพิเศษ เช่น งานเลี้ยง งานสังสรรค์ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms) และ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior-TPB) (Ajzen, 1991) บรรทัดฐานทางสังคมในกลุ่มนักศึกษามักมองว่าการดื่มในงานสังสรรค์เป็นเรื่องปกติและเป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสังคม ทัศนคติต่อการดื่มใน

สถานการณ์เหล่านี้อาจเป็นไปในเชิงบวก และการรับรู้ถึงการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน (Subjective Norms) ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อเจตนาและพฤติกรรมการดื่ม นอกจากนี้ ช่วงวัยนักศึกษามหาวิทยาลัยเป็นช่วง วัยผู้ใหญ่ตอนต้น (Emerging Adulthood) (Arnett, 2000) ซึ่งเป็นวัยแห่งการแสวงหาประสบการณ์ การสร้างอัตลักษณ์ และการให้ความสำคัญกับกลุ่มเพื่อน การดื่มในโอกาสพิเศษจึงอาจถูกมองว่าเป็นกิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์และประสบการณ์ทางสังคม

การดื่มเป็นประจำ (Regular Drinking) พบว่ามีเพียงร้อยละเล็กน้อยที่ดื่มเป็นประจำ ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการดื่มแบบมีความเสี่ยงสูงยังไม่แพร่หลายในกลุ่มตัวอย่างนี้ อย่างไรก็ตาม กลุ่มนี้ยังคงเป็นกลุ่มที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษในการป้องกันและแทรกแซง เนื่องจากมีความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพและปัญหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดื่มในระยะยาว

อภิปรายความพึงพอใจ

นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับสูงต่อสื่อรณรงค์ โดยเฉพาะด้านการนำเสนอและบทบาทนักแสดง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Thongdee , (2021) ที่พบว่า การใช้สื่อวิดีโอที่มีองค์ประกอบด้านความน่าสนใจสามารถสร้างความพึงพอใจและส่งผลต่อการเปิดรับสารอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ยังสัมพันธ์กับแนวคิดการออกแบบสื่อเพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Health Communication Theory) ซึ่งความสัมพันธ์เชิงบวกนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saiseesod (2025) พบว่าเมื่อนักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่อที่ผลิตขึ้นผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมแบบ 3P (Pre-production, Production, Post-production) ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.28) จะส่งผลให้ระดับความตระหนักรู้ของนักศึกษาอยู่ในระดับมากตามไปด้วย (ค่าเฉลี่ย = 4.17) ประเด็นนี้ชี้ให้เห็นว่าความพึงพอใจไม่ได้เกิดจากความสวยงามของสื่อเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากเนื้อหาที่สอดคล้องกับบริบทและธรรมชาติของเยาวชน ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นสำคัญให้เกิดความตระหนักรู้

กลุ่มที่ชมเป็นประจำและสนใจเผยแพร่ต่อ นักศึกษากลุ่มนี้มีความน่าสนใจอย่างยิ่ง เพราะแสดงถึงศักยภาพในการเป็น ผู้มีอิทธิพลทางความคิดเห็น (Opinion Leaders) หรือผู้สนับสนุนการเปลี่ยนแปลง (Change Agents) ภายในกลุ่มเพื่อน การที่พวกเขาสนใจนำไปเผยแพร่ต่อ สอดคล้องกับแนวคิด การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovations) (Rogers, 2003) ที่บุคคลกลุ่มแรก ๆ ที่ยอมรับนวัตกรรม (ในที่นี้คือสารรณรงค์) จะมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ไปสู่คนอื่น ๆ ในสังคมหรือกลุ่ม การส่งเสริมให้กลุ่มนี้มีส่วนร่วมในการรณรงค์อาจเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ

อภิปรายความตระหนักรู้

ระดับความตระหนักรู้ของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะประเด็นเรื่องการไตร่ตรองก่อนดื่มและการแนะนำเยาวชน ซึ่งแสดงถึงผลสัมฤทธิ์ของสารในการกระตุ้นการคิดและการพิจารณาผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Cognitive Theory ที่ระบุว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมสามารถเกิดขึ้นผ่านกระบวนการรับรู้และการประเมินข้อมูล (Ajzen, 1991)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมากต่อสื่อรณรงค์ในทุกด้าน (การนำเสนอคลิป สาระเนื้อหา ประโยชน์ที่ได้รับ บทบาทนักแสดง การตัดต่อ) ค่าเฉลี่ยที่สูงและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ต่ำบ่งชี้ว่าสื่อดังกล่าวได้รับการตอบรับที่ดีและค่อนข้างสอดคล้องกันในกลุ่มตัวอย่าง

การสร้างความตระหนักรู้เป็นขั้นตอนสำคัญใน แบบจำลองความเชื่อด้านสุขภาพ (Health Belief Model-HBM) (Rosenstock, Strecher, & Becker, 1988) ซึ่งระบุว่าบุคคลจะต้องรับรู้ถึงความรุนแรงของปัญหา (Perceived Severity) และความเสี่ยงต่อตนเอง (Perceived Susceptibility) ก่อนที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม สื่อรณรงค์ที่ประสบความสำเร็จจะช่วยเพิ่มการรับรู้เหล่านี้ การตระหนักรู้เนื้อหา ตระหนักเพิ่มขึ้น แสดงว่าสาระสำคัญของแคมเปญเข้าถึงและสร้างความเข้าใจในระดับหนึ่ง คิดก่อนดื่ม ไตร่ตรองก่อนดื่ม เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญ แสดงว่าสื่อสามารถกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงวิเคราะห์

และพิจารณาผลกระทบของการดื่มได้ ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีของการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในระดับเจตนา (Intention) ตามทฤษฎี TPB

ตระหนักต่อเยาวชน แนะนำเยาวชน การที่นักศึกษามีความตระหนักและพร้อมจะแนะนำเยาวชน (ค่าเฉลี่ย 4.02) ชี้ให้เห็นถึงการรับรู้ปัญหานี้ในวงกว้าง และอาจเป็นการสะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคม หรือการมองเห็นผลกระทบต่อคนรุ่นหลัง ซึ่งเป็นมิติที่น่าสนใจในการส่งเสริมพฤติกรรมเชิงบวก ความพึงพอใจในระดับสูงนี้สามารถอธิบายได้ด้วย แบบจำลองการขยายความละเอียดของข้อมูล (Elaboration Likelihood Model-ELM) (Petty & Cacioppo, 1986) ซึ่งเสนอว่าการรับรู้ข้อมูลสามารถเกิดขึ้นได้ผ่านสองเส้นทาง คือ เส้นทางส่วนกลาง (Central Route) ที่ผู้รับสารประมวลผลเนื้อหาอย่างละเอียด และเส้นทางส่วนริม (Peripheral Route) ที่ผู้รับสารใช้ปัจจัยแวดล้อม เช่น ความน่าสนใจของผู้นำเสนอ คุณภาพการผลิต เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ สาระเนื้อหา ได้ประโยชน์ (เส้นทางส่วนกลาง): การให้คะแนนสูงในด้านนี้ชี้ว่านักศึกษาเห็นคุณค่าของเนื้อหาและประโยชน์ที่ได้รับ ซึ่งบ่งบอกถึงการประมวลผลผ่านเส้นทางส่วนกลาง การนำเสนอคลิป บทบาทนักแสดง การตัดต่อ (เส้นทางส่วนริม) คะแนนที่สูงในองค์ประกอบเหล่านี้สะท้อนว่าปัจจัยแวดล้อมของสื่อก็มีคุณภาพและน่าดึงดูด ซึ่งช่วยเสริมให้เกิดความพึงพอใจโดยรวม และอาจกระตุ้นให้เกิดการประมวลผลผ่านเส้นทางส่วนกลางได้ง่ายขึ้น หรืออย่างน้อยก็สร้างทัศนคติเชิงบวกต่อสารนั้นๆ

ความพึงพอใจสูงนี้เป็นปัจจัยบวกที่สำคัญ เพราะสื่อที่น่าพอใจมีแนวโน้มที่จะถูกเปิดรับซ้ำ และสารที่สื่อออกไปก็มีโอกาสถูกจดจำและนำไปพิจารณาได้มากกว่า (Palmgreen, Donohew, Lorch, Hoyle, & Stephenson, 2001)

อภิปรายสหสัมพันธ์

ค่าความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างคะแนนความพึงพอใจและคะแนนความตระหนักรู้ แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้รับสารรู้สึกพึงพอใจต่อเนื้อหาและวิธีนำเสนอ พวกเขาจะเปิดใจและเกิดการพิจารณาเนื้อหาอย่างลึกซึ้งมากขึ้น ซึ่ง

สะท้อนตามแนวคิดของ Elaboration Likelihood Model (Petty & Cacioppo, 1986) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจต่อสารส่งผลต่อการประมวลผล สารในระดับลึก และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ McGuire (1989) และ Airhihenbuwa (1995) ที่เน้นว่า ความพึงพอใจ ความเกี่ยวข้องส่วนบุคคล และการออกแบบสื่อที่ตอบสนองผู้รับสารในมิติทางอารมณ์ จะส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ทางพฤติกรรมและทัศนคติที่ยั่งยืน ดังนั้น ควรใช้แนวคิดนี้เป็นกรอบในการพัฒนาสื่อรณรงค์เพื่อสุขภาวะในอนาคตสื่อรณรงค์ในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงนักศึกษาทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง

อภิปรายการวิเคราะห์ถดถอย

ผลการวิเคราะห์ถดถอยแสดงว่าความพึงพอใจสามารถทำนายความตระหนักรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งยืนยันบทบาทของคุณภาพของสื่อในการส่งผลต่อผลลัพธ์ทางพฤติกรรมและการรับรู้ การค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bandura (2001) ในแนวคิด Social Cognitive Theory ที่ระบุว่าสื่อสามารถเป็นต้นแบบทางพฤติกรรมและกระตุ้นกระบวนการเรียนรู้ผ่านการรับชม (observational learning) ผลการวิจัยที่พบว่า ความพึงพอใจต่อสื่อสามารถพยากรณ์ระดับความตระหนักรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญ ($R^2 = 0.522$) มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ McGuire’s Input-Output Matrix (McGuire, 1989) ซึ่งอธิบายว่า ความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือของสื่อ (input) จะส่งผลต่อกระบวนการรับรู้และผลลัพธ์ทางพฤติกรรมของผู้รับสาร (output) เช่น การไตร่ตรอง การเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ความพึงพอใจ (X) และความตระหนักรู้ (Y) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.72 แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมาก (Best & Kahn, 2006) ซึ่งหมายความว่าเมื่อระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้น ความตระหนักรู้ก็มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วยในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ ความพึงพอใจ

สามารถทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติในการรับรู้หรือประเมินสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างมีนัยสำคัญ (Oliver, 1997) กล่าวคือ บุคคลที่มีความพึงพอใจในประสบการณ์หรือบริบทที่เกี่ยวข้อง เช่น การเรียนรู้ การสื่อสาร หรือบริการที่ได้รับ ย่อมมีแนวโน้มที่จะเปิดใจ รับฟังข้อมูล และตระหนักถึงผลกระทบต่าง ๆ ได้มากขึ้น อันสอดคล้องกับแนวคิดของ ทฤษฎีการรับรู้ทางสังคม (Social Cognitive Theory) ของ Bandura (1986) ที่ระบุว่า การรับรู้ของบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ แรงจูงใจ และปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม

ในการวิเคราะห์เชิงถดถอย พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R^2) เท่ากับ 0.522 แสดงว่าความพึงพอใจสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตระหนักรู้ได้ร้อยละ 52.2 ซึ่งถือว่ามีความแม่นยำในการพยากรณ์ผลลัพธ์ โดยที่ร้อยละ 47.8 ที่เหลืออาจเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้รวมอยู่ในแบบจำลอง เช่น ประสบการณ์ส่วนบุคคล การได้รับข้อมูลจากสื่อ หรือบริบททางสังคม

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจากกราฟกระจาย (Scatter Plot) พบว่าข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ใกล้กับเส้นถดถอยแสดงถึงความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลจริง และยืนยันถึงความสัมพันธ์เชิงเส้นที่แข็งแรงระหว่างความพึงพอใจและความตระหนักรู้

นอกจากนี้ ยังสนับสนุนแนวคิด Participatory Health Communication (Airhihenbuwa, 1995) ซึ่งเน้นว่า สื่อจะมีอิทธิพลได้อย่างยั่งยืนก็ต่อเมื่อเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้รับสาร และทำให้เกิดความรู้สึก "มีส่วนร่วม" ทางอารมณ์และสังคม ซึ่งในกรณีของนักศึกษา สื่อที่พวกเขาพึงพอใจและเข้าใจง่าย มีแนวโน้มจะส่งผลเชิงบวกต่อการตระหนักรู้ด้านสุขภาวะได้อย่างชัดเจน

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็ก (จำนวน 60 คน) และสุ่มมาจากคณะวิทยาการจัดการเพียงคณะเดียว ซึ่งทำให้ความสามารถในการอ้างอิงผลเชิงทั่วไปสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยทั้งหมดมีข้อจำกัดอย่างมีนัยสำคัญ

2. ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำให้ไม่สามารถควบคุมตัวแปรแทรกซ้อน และไม่อาจสรุปความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างสื่อรณรงค์กับความตระหนักรู้ได้โดยตรง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่เคยรับชมสื่อรณรงค์มาก่อน จึงอาจมีความตระหนักรู้พื้นฐานอยู่แล้ว

3. สื่อที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยและกลุ่มตัวอย่างที่ประเมินสื่อนั้นมาจากคณะเดียวกัน อาจส่งผลต่อความเป็นกลางของการประเมินได้

4. การวิจัยครั้งนี้วัดเฉพาะความตระหนักรู้ (Awareness) ซึ่งเป็นผลลัพธ์ขั้นต้น ยังไม่ได้ติดตามผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจริง (Behavioral Outcome) ในระยะยาว เนื่องจากความตระหนักรู้อาจยังไม่นำไปสู่การลดหรือเลิกดื่มเสมอไป การวิจัยในอนาคตควรออกแบบการติดตามผลระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อประเมินการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่แท้จริง

ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงควรพิจารณาในฐานะการศึกษาเชิงสำรวจเบื้องต้น และการวิจัยในอนาคตควรพิจารณาเพิ่มเติมการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ร่วมด้วย เพื่อให้สามารถอธิบายได้ลึกซึ้งขึ้นถึงบทบาทของนักแสดง เทคนิคการตัดต่อ และปัจจัยที่มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของนักศึกษา ซึ่งจะเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อรณรงค์ที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จัดทำยุทธศาสตร์ “สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในมหาวิทยาลัย” มหาวิทยาลัยควรมีนโยบายสนับสนุนการผลิตและการเผยแพร่สื่อรณรงค์ที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ เช่น สื่อที่ปราศจากการสื่อสารเชิงชักชวนไปในทางลบ

หรือไม่สร้างภาพจำที่โรแมนติกกับการดื่มแอลกอฮอล์ โดยกำหนดเป็นกรอบมาตรฐานการผลิตสื่อสุขภาวะในสถานศึกษา

2. กำหนดมาตรการรณรงค์เชิงป้องกันอย่างต่อเนื่อง ผลการวิจัยชี้ว่านักศึกษาดื่มใน "โอกาสพิเศษ" เป็นหลัก จึงควรมีนโยบายควบคุมการจัดกิจกรรมในมหาวิทยาลัยให้ปลอดเหล้า (เช่น งานสังสรรค์ งานรับน้อง) พร้อมสนับสนุนการใช้สื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ในการสร้างค่านิยมใหม่แทน เช่น งานบันเทิงปลอดเหล้า การจัดกิจกรรมสันทนาการสร้างสรรค์

3. สร้างระบบการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในการพัฒนาสื่อ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มนักศึกษาที่มีความพึงพอใจและพร้อมเผยแพร่ต่อสามารถทำหน้าที่เป็น Opinion Leaders ได้ ดังนั้นเชิงนโยบายควรสนับสนุนให้ "นักศึกษาเป็นผู้ผลิตสื่อ" ภายใต้กรอบสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการสื่อสารเชิงเพื่อนสู่เพื่อน (Peer-to-Peer Communication) ที่ทรงพลังและยั่งยืน

4. เชื่อมโยงกับนโยบายสุขภาพระดับชาติ ภาครัฐและมหาวิทยาลัยควรร่วมมือกับ สสส. และหน่วยงานด้านสาธารณสุข ในการนำผลวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนนโยบาย "Campus Alcohol-Free" และการผลักดันให้มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่ต้นแบบด้านสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1. พัฒนาสื่อรณรงค์ที่ทันสมัยและสร้างสรรค์ จากผลวิจัยที่ชี้ว่านักศึกษา พึงพอใจต่อการนำเสนอและบทบาทนักแสดงสูง ควรออกแบบสื่อในรูปแบบที่สร้างสรรค์ เช่น คลิปวิดีโอสั้น อินโฟกราฟิก หรือคอนเทนต์เชิงบวกในโซเชียลมีเดีย ที่เล่าเรื่องราวเชิงสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiring Storytelling) เพื่อสร้างแรงจูงใจแทนการห้ามเพียงอย่างเดียว

2. ใช้แนวทางสื่อปลอดภัยในกิจกรรมมหาวิทยาลัย ผลวิจัยสะท้อนว่านักศึกษายังเสพสื่อรณรงค์ไม่สม่ำเสมอ ดังนั้นการนำไปใช้ควรบูรณาการสื่อปลอดภัยเข้าไปในกิจกรรม เช่น สื่อประกอบรายวิชา กิจกรรมชมรม หรือ

กิจกรรมพิเศษ โดยจัดทำให้เข้าถึงง่ายและกระตุ้นการมีส่วนร่วม นอกจากนี้ ควรกำหนดแผนการเผยแพร่สื่อรณรงค์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เช่น การเผยแพร่สื่อผ่าน Application หรือช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของมหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ การตั้งการแจ้งเตือน (Push Notification) ในช่วงก่อนกิจกรรมสังสรรค์ รวมถึงการนำสื่อรณรงค์เข้าไปบรรจุในกิจกรรมปฐมนิเทศ หรือเป็นส่วนหนึ่งของชั่วโมงกิจกรรมพัฒนานักศึกษา เพื่อให้นักศึกษาได้รับชมสื่ออย่างสม่ำเสมอและมีโอกาสสะท้อนความคิดเห็นต่อเนื่อง

3. เสริมบทบาทนักศึกษาแกนนำเป็นผู้เผยแพร่สื่อสร้างสรรค์ใช้ศักยภาพของนักศึกษาที่สนใจเผยแพร่ต่อมาเป็น “Change Agents” โดยฝึกอบรมให้เข้าใจการผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ แล้วมอบหมายให้เผยแพร่สู่เพื่อน ๆ หรือกลุ่มเยาวชนในชุมชน

4. ขยายผลสู่สังคมออนไลน์วงกว้าง นำสื่อรณรงค์ที่ผ่านการประเมินว่ามีคุณภาพและปลอดภัยไปเผยแพร่ในแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างเป็นระบบ เช่น TikTok, Facebook, YouTube เพื่อขยายผลจากมหาวิทยาลัยสู่สังคมวงกว้างโดยคงไว้ซึ่งหลักการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

5. สร้างคลังสื่อสุขภาวะของมหาวิทยาลัยควรรวบรวมและจัดเก็บสื่อรณรงค์ที่ได้รับการพิสูจน์ว่ามีประสิทธิภาพไว้ใน “คลังสื่อสุขภาวะออนไลน์” ของมหาวิทยาลัย เพื่อให้นักศึกษา อาจารย์ และหน่วยงานต่าง ๆ สามารถนำไปใช้ต่อได้อย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์

6. ต่อยอดด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ควรพัฒนาการวิจัยในระยะต่อไปโดยเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับนักศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของนักแสดง เทคนิคการตัดต่อ รูปแบบการนำเสนอ และปัจจัยที่มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้ที่จะนำผลงานนี้ไปพัฒนาต่อยอดหรือผลิตสื่อรณรงค์ในอนาคต

7. ติดตามผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระยะยาว ควรออกแบบการวิจัยระยะต่อไปในลักษณะ Pre-test/ Post-test Design หรือ

Longitudinal Study เพื่อวัดระดับความตระหนักรู้และพฤติกรรมการดื่มของนักศึกษาก่อนและหลังได้รับชมสื่อรณรงค์ในช่วงเวลาต่าง ๆ เนื่องจากความตระหนักรู้ (Awareness) อาจยังไม่นำไปสู่การเลิกดื่ม (Action) เสมอไป การติดตามผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมจริงในระยะยาวจะช่วยยืนยันประสิทธิภาพของสื่อรณรงค์ได้อย่างครบถ้วนและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Airhihenbuwa, C. O. (1995). *Health and culture: Beyond the western paradigm.* Sage.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179-211.

Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist, 55*(5), 469-480.

Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology, 3*(3), 265-299.

Best, J. W., & Kahn, J. V. (2006). *Research in education* (10th ed.). Pearson Education.

Juthamas, W., & Suchada, K. (2020). Effectiveness of online campaign media in raising awareness about the dangers of alcohol consumption among university students. *Journal of Communication and New Media, 8*(2), 45-60.

Katz et al., (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly, 37*(4), 509-523.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.

McGuire, W. J. (1989). Theoretical foundations of campaigns. In R. E. Rice & C. K. Atkin (Eds.), *Public Communication Campaigns* (2nd ed., pp. 43-65). Sage.

Nattakarn, P. (2019). Satisfaction and perception of adolescents toward anti-drug campaign media. *Journal of Social Sciences and Humanities, 15*(1), 77-92.

Office of the Alcohol Control Committee. (2021). *National strategic plan for alcohol control (2021–2026)*. Department of Disease Control, Ministry of Public Health.

Palmgreen, P., & Rayburn, J. D. (1985). An expectancy-value approach to media gratifications. In K. E. Rosengren, L. A. Wenner, & P. Palmgreen (Eds.), *Media Gratifications Research: Current Perspectives* (pp. 61-72). SAGE.

Palmgreen et al., (2001). Television campaigns and adolescent marijuana use: Tests of sensation seeking targeting. *American Journal of Public Health, 91*(2), 292-296.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology, 19*, 123-205.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

Rosenstock et al., (1988). Social learning theory and the Health Belief Model. *Health Education Quarterly, 15*(2), 175-183.

Thongdee, S. (2021). The use of video media to raise awareness among university students. *Journal of Communication Studies, 15*(2), 45-60.

Saiseesod, S. (2025). The development of participatory anti-alcohol campaign media among students in the Faculty of

Management Science, Udon Thani Rajabhat University. *Journal of Research and Development, Loei Rajabhat University, 20*(71), 14-22.

Thai Health Promotion Foundation (ThaiHealth). (2022). Report on the situation of alcoholic beverages in Thailand. Retrieved from https://www.thaihealth.or.th

World Health Organization (WHO). (2018). *Global status report on alcohol and health 2018*. World Health Organization.

บทความวิจัย

แนวทางป้องกันอันตรายเมื่อเยาวชนอยู่บ้านคนเดียว ด้วยการเล่นเกมจำลองสถานการณ์ 3 มิติ “โฮมอโลน”

นัฐสินี เรืองทิพนันทน์[1], ชัยกร เกลี้ยกลาง, ปุญญรัตน์ รังสูงเนิน*, ศยามล พูดเพราะ และ วัลลภ ศรีสำราญ

Received 29 December 2025
Revised 30 March 2026
Accepted 30 March 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลองมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาเกมจำลองสถานการณ์ 3 มิติ “โฮมอโลน” สำหรับเป็นเครื่องมือการรับรู้แนวทางป้องกันอันตรายเมื่อเยาวชนอยู่บ้านคนเดียว 2) เพื่อประเมินการรับรู้หลังเล่นเกม “โฮมอโลน” ของผู้เล่น และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เล่นเกม “โฮมอโลน” กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ประเทศไทย จำนวน 88 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วย เกมที่พัฒนาขึ้น แบบประเมินคุณภาพเกม แบบประเมินการรับรู้หลังเล่นเกม และแบบประเมินความพึงพอใจหลังเล่นเกม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) เกมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย 4.71 2) การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างหลังเล่นเกมอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 86.14 และ 3) ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างหลังเล่นเกมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 สรุปได้ว่าเกม 3 มิติ “โฮมอโลน”ที่ประยุกต์ใช้ทฤษฎีผีเสื้อขยับปีกสามารถเพิ่มระดับการรับรู้และความพึงพอใจแก่เยาวชน และสามารถนำไปใช้เป็นสื่อเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับแนวทางป้องกันอันตรายเมื่ออยู่บ้านคนเดียวได้

คำสำคัญ เกม 3 มิติ, ผีเสื้อขยับปีก, เยาวชน, อยู่บ้านคนเดียว, สถานการณ์จำลอง

[1] สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และศิลปกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, อีเมลผู้เขียน *punyarat.pu@rmuti.ac.th

Safety Prevention Guidelines for Youths are Home Alone Through Playing the 3D Simulation Game "Home Alone"

Natsinee Rueangtippanun[1], Chaiyakorn Kliaklang[1], Punyarat Rungsoongnern[1], Sayamon Poodpor[1] and Wanlop Srisamran[1]

Abstract

This quasi-experimental research aimed to 1) develop a 3D simulation game, "Home Alone," as a tool for enhancing awareness of safety prevention guidelines for youths staying home alone, 2) evaluate players' perception after playing the "Home Alone" game, and 3) assess players' satisfaction after gameplay. The sample group consisted of 88 upper secondary school students from Assumption College Nakhon Ratchasima, Thailand. The research instruments included the developed game, a game quality evaluation form, a post-game perception assessment, and a post-game satisfaction assessment. Data were analyzed using mean and standard deviation. The results revealed that 1) the developed game demonstrated a very high level of quality, with a mean score of 4.71; 2) the participants' perception after playing the game was at the highest level, accounting for 86.14%; and 3) the participants' satisfaction after playing the game was at a high level, with a mean score of 4.33. The findings indicate that the 3D simulation game "Home Alone", applying the Butterfly Effect concept can enhance youths' perception and satisfaction and can be used as an instructional medium to promote knowledge of safety guidelines for staying at home alone.

Keywords: 3D Game, Butterfly Effect, Youth, Home Alone, Simulation Scenario

[1] Department of Multimedia Technology, Faculty of Architecture and Creative Arts, Rajamangala University of Technology Isan, E-mail: punyarat.pu@rmuti.ac.th

บทนำ

การสูญเสียทรัพย์สินและความเสี่ยงจากการถูกทำร้ายร่างกายภายในที่พักอาศัยยังเป็นปัญหาสำคัญ โดยข้อมูลจากสำนักงานระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ระบุว่าการบาดเจ็บรุนแรงจากการถูกทำร้ายเกิดขึ้นในบ้านผู้บาดเจ็บมากที่สุด รองลงมาคือบริเวณถนนหรือทางหลวง (Saksirisampan et al., 2024) การเสริมสร้างความรู้ในการป้องกันตนเองเมื่ออยู่คนเดียวจึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่ยังขาดประสบการณ์ในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน การใช้สื่อการเรียนรู้เชิงโต้ตอบที่สามารถกระตุ้นความสนใจหรือสร้างความเข้าใจเชิงปฏิบัติ จะทำให้ผู้เรียนได้ฝึกคิดวิเคราะห์ และตัดสินใจในสถานการณ์เสมือนจริง จะช่วยเสริมสร้างการรับรู้ความตระหนักถึงการป้องกันอันตรายได้มากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันเกมกลายเป็นสื่อสำคัญในการถ่ายทอดความรู้และพัฒนาทักษะ (Rungsoongnern & Tirakoat, 2025) เกมไม่ได้มีบทบาทเพียงความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังเป็นสื่อการเรียนรู้ที่สร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมของเยาวชนผ่านสภาพแวดล้อมเชิงโต้ตอบ (Charoenratana et al., 2020) โดยเฉพาะเกมจำลองสถานการณ์ (Simulation Game) ที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นได้สวมบทบาทและเผชิญเหตุการณ์ในสภาพแวดล้อมเสมือนจริง ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้เล่นเกิดการรับรู้ เข้าใจสถานการณ์ และเห็นแนวทางในการปฏิบัติตนอย่างเหมาะสม (Prangtho & Inthong, 2025) ดังนั้น การนำเกมจำลองสถานการณ์มาประยุกต์ใช้จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมความรู้ ความตระหนัก และแนวทางการป้องกันอันตรายในชีวิตประจำวัน

แนวคิดทฤษฎีความโกลาหล (Chaos Theory) และปรากฏการณ์ผีเสื้อขยับปีก (Butterfly Effect) (Grillo et al., 2024) อธิบายว่าการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยอาจนำไปสู่ผลลัพธ์ขนาดใหญ่ในอนาคต สะท้อนความสำคัญของการตัดสินใจในแต่ละช่วงเวลา การประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าวในการออกแบบกลไกเกมจะทำให้ผู้เล่นเห็นผลของการตัดสินใจผ่านประสบการณ์เสมือนจริง ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และพัฒนาทักษะการตัดสินใจภายใต้แรงกดดัน

ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยจึงมุ่งพัฒนาเกม 3 มิติ “โฮมอโลน” รูปแบบจำลองสถานการณ์เพื่อสร้างการตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยเมื่อเยาวชนอยู่บ้านลำพัง โดยเกม 3 มิติที่พัฒนาขึ้นจะช่วยนำเสนอเหตุการณ์ในลักษณะเสมือนจริง ทำให้ผู้เล่นเข้าใจบริบทของความเสี่ยงและแนวทางป้องกันได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผ่านการมีส่วนร่วมและการตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ เนื่องจากการจำลองเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมถึงวิธีการรับมือเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์อันตราย ได้แก่ การซ่อนตัว การติดต่อและขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการ เพื่อให้เยาวชนได้ฝึกทักษะการตัดสินใจและการเอาตัวรอดในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและสมจริง ทั้งยังส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับมาตรการป้องกันและการใช้เทคโนโลยีที่ช่วยลดความเสี่ยง ซึ่งมีความสำคัญทั้งในด้านนวัตกรรมสื่อการเรียนรู้และการสร้างความปลอดภัยในสังคมยุคดิจิทัล

วัตถุประสงค์

1) เพื่อพัฒนาเกมจำลองสถานการณ์ 3 มิติ “โฮมอโลน” สำหรับเป็นเครื่องมือการรับรู้แนวทางป้องกันอันตรายเมื่อเยาวชนอยู่บ้านคนเดียว

2) เพื่อประเมินการรับรู้หลังเล่นเกม “โฮมอโลน” ของผู้เล่น

3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เล่นเกม “โฮมอโลน”

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ได้เกมจำลองสถานการณ์ 3 มิติโดยประยุกต์แนวคิด Butterfly Effect เรื่อง โฮมอโลน เพื่อนำไปใช้เป็นสื่อชี้แนะแนวทางป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับเยาวชนเมื่อต้องอยู่บ้านคนเดียว

2) ผู้เล่นสามารถนำความรู้ วิธีการ และแนวทางป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นเมื่ออยู่คนเดียว ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

3) ได้แนวทางการประยุกต์แนวคิด Butterfly Effect สำหรับพัฒนาเกมที่มีเนื้อหาอื่น ๆ ที่ตรงกับความต้องการของเยาวชนต่อไป

วรรณกรรม

ความสำคัญของความปลอดภัยและแนวทางการป้องกันอันตรายภายในบ้าน

ความปลอดภัยเป็นปัจจัยพื้นฐานของที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อสุขภาพ คุณภาพชีวิต และการลดอาชญากรรม โดยโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมช่วยลดอุบัติเหตุและเพิ่มศักยภาพพื้นที่ (Photijan & Wongweeraprasert, 2019) อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากสำนักงานระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ระบุว่าการบาดเจ็บรุนแรงจากการถูกทำร้ายเกิดขึ้นในบ้านมากที่สุด (Saksirisampan et al., 2024) สะท้อนความเสี่ยงของที่อยู่อาศัยเมื่อขาดมาตรการป้องกันที่เหมาะสม ผู้วิจัยจึงพัฒนาเกมเป็นสื่อเสริมสร้างความรู้ด้านความปลอดภัยสำหรับเยาวชนที่อยู่ลำพัง โดยอ้างอิงแนวทางป้องกันในบ้าน เช่น การตรวจจุดเสี่ยง ล็อกประตูหน้าต่าง เก็บทรัพย์สินมีค่า และติดตั้งระบบแสงสว่างและรักษาความปลอดภัย (Mustafa, 2020) รวมถึงการรับมือเหตุฉุกเฉิน การใช้กล้องวงจรปิด (Tadpring, 2020) และความร่วมมือกับเพื่อนบ้าน (Hu, 2025) โดยข้อมูลดังกล่าวถูกนำมาใช้ในการออกแบบสถานการณ์จำลองเพื่อฝึกประเมินความเสี่ยงและการตัดสินใจ ซึ่งเกมที่พัฒนาขึ้นจะช่วยถ่ายทอดความรู้ด้านความปลอดภัยผ่านสถานการณ์จำลอง ให้ผู้เล่นเรียนรู้การป้องกันอันตรายเมื่ออยู่บ้านคนเดียว ทำให้เกิดความเข้าใจและตระหนักถึงพฤติกรรมที่ปลอดภัย สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

ทฤษฎีความโกลาหลปรากฏการณ์ Butterfly Effect

Richards & Long (2021) อธิบายว่าแนวคิด Butterfly Effect หรือปรากฏการณ์ผีเสื้อขยับปีก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีความโกลาหล (Chaos Theory) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยในสภาวะเริ่มต้นของระบบที่ซับซ้อนสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ที่แตกต่างกันได้ แนวคิดนี้ได้รับการศึกษาโดย Edward Lorenz (Ambika, 2015) ในช่วงทศวรรษ 1960 และถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายเพื่ออธิบายว่าการกระทำเล็กน้อยอาจก่อให้เกิดผลกระทบขนาดใหญ่ จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงประยุกต์ใช้แนวคิด Butterfly Effect ในการ

ออกแบบกลไกเกม “โฮมอโลน” โดยกำหนดให้การตัดสินใจเล็ก ๆ ของผู้เล่นในแต่ละช่วงส่งผลต่อเส้นเรื่องและตอนจบที่แตกต่างกัน การออกแบบกลไกเกมนี้จะแสดงผลลพธ์จากการตัดสินใจของผู้เล่นได้อย่างเป็นรูปธรรมและสร้างประสบการณ์การเรียนรู้แนวทางป้องกันอันตรายเมื่อเยาวชนอยู่บ้านคนเดียวโดยใช้เกมเป็นฐาน แนวทางดังกล่าวช่วยทำให้ผู้เล่นมองเห็นความเชื่อมโยงระหว่าง “การตัดสินใจ” และ “ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น” ได้อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านสถานการณ์จำลองที่ใกล้เคียงชีวิตจริง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาเกม

จากการศึกษางานวิจัยของ Wong-art (2025) พบว่าความพึงพอใจของผู้เล่นเกมที่มีการเล่าเรื่องได้รับอิทธิพลจากคุณค่าทางอารมณ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความเพลิดเพลิน และภาพลักษณ์ตราสินค้า ส่วนความตั้งใจเล่นซ้ำขึ้นอยู่กับคุณค่าทางอารมณ์ ความเพลิดเพลิน ภาพลักษณ์ตราสินค้า และความพึงพอใจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเน้นเทคนิคการเล่าเรื่องในเกมจำลองสถานการณ์เพื่อการเรียนรู้ โดยประยุกต์แนวคิด Butterfly Effect ให้การตัดสินใจของผู้เล่นเชื่อมโยงกับผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน เพื่อส่งเสริมการตระหนักรู้ การวิเคราะห์ผลกระทบ และการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล อันช่วยเพิ่มความหมายและความเพลิดเพลินของประสบการณ์ และนำไปสู่ความตั้งใจเล่นซ้ำ

Malallah et al. (2025) ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงปฏิสัมพันธ์ของเด็กกับเทคโนโลยีจากการจำกัดการใช้งานสู่การออกแบบประสบการณ์ดิจิทัลอย่างมีเป้าหมาย โดยพัฒนา CT Island บนแพลตฟอร์ม Roblox เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้าน STEM และการคิดเชิงคำนวณผ่านเกม อาศัยทฤษฎีเกมเพื่อการศึกษาและกระบวนการพัฒนาแบบ GDLC โครงสร้างแบ่งเป็นโซนวิศวกรรม การเขียนโปรแกรม วิทยาศาสตร์ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ เปิดโอกาสให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติและแก้ปัญหาในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนำวงจรพัฒนาเกม GDLC มาใช้อ้างอิงในการพัฒนาเกมบนแพลตฟอร์ม Roblox เพื่อให้กระบวนการออกแบบเป็นระบบและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

Thongpradab et al. (2022) ได้ศึกษาผลการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานต่อความรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษด้านจิตเวชของนักศึกษาพยาบาล พบว่ากลุ่มทดลองมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ขณะที่ความคงทนในการจำคำศัพท์ไม่แตกต่างกัน สะท้อนว่าการเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐานช่วยเพิ่มพูนความรู้ในเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของแนวคิดดังกล่าว จึงพัฒนาเกมจำลองสถานการณ์ 3 มิติ “โฮมอโลน” ที่มุ่งใช้กลไกเกมส่งเสริมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ โดยเฉพาะการพัฒนาการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการป้องกันอันตรายเมื่อเยาวชนอยู่บ้านลำพัง

Kongdee & Suwannasri (2025) ได้ศึกษาการพัฒนาเกม Roblox จำลองการประกอบคอมพิวเตอร์ พบว่าการใช้โมเดลสมจริงและพัฒนาใน Roblox Studio ด้วยภาษา Lua ทำให้ประสิทธิภาพฮาร์ดแวร์ส่งผลต่อความลื่นไหลของเกม อีกทั้งกราฟิกที่ละเอียดช่วยสร้างความสนใจ เสริมทักษะการประกอบ และทำความเข้าใจองค์ประกอบฮาร์ดแวร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าเกมจำลองสถานการณ์บน Roblox Studio สามารถเป็นสื่อการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นฝึกปฏิบัติในบริบทเสมือนจริง แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับการพัฒนาเกมจำลองสถานการณ์ 3 มิติ “โฮมอโลน” เพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะในสถานการณ์เฉพาะทาง

Hernández et al. (2022) ได้ศึกษาการใช้ Roblox ในกิจกรรมการเรียนรู้แบบเกมในห้องเรียนด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยประยุกต์ใช้กับเนื้อหาเรื่องไดโนเสาร์ โรคติดต่อ แนวคิดระบบ และทักษะระหว่างบุคคล เช่น การเจรจาและความร่วมมือ ประเมินผลด้วยข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจากแบบสำรวจ พบว่านักเรียนมีความสนุกและเกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมากขึ้น การศึกษางานวิจัยดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงศักยภาพของ Roblox ในการเป็นสื่อการเรียนรู้ที่สร้างความสนุกและความพึงพอใจ อันส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาเกมจำลองสถานการณ์ 3 มิติ “โฮมอโลน” โดยประยุกต์แนวคิด Butterfly Effect เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) ประชากรคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 629 คน ได้จากการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) ซึ่งสมาชิกในกลุ่มอยู่ในช่วงอายุใกล้เคียงกัน มีบริบทการเรียนและสภาพแวดล้อมทางการศึกษาเดียวกัน รวมถึงมีประสบการณ์การใช้สื่อดิจิทัลใกล้เคียงกัน จึงทำให้กลุ่มมีความเป็นเอกภาพและเป็นตัวแทนของประชากรได้อย่างเหมาะสม โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 88 คน ตามสูตรการคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ (Uakarn et al., 2021) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% (ค่าความคลาดเคลื่อน ±10%) เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย 1) เกมที่พัฒนา 2) แบบประเมินคุณภาพเกม 3) แบบประเมินการรับรู้หลังเล่น และ 4) แบบประเมินความพึงพอใจหลังเล่น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังนี้

ระยะที่ 1 รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการพัฒนาเกม

จากการศึกษาปัญหาพบว่ามีผู้ถูกทำร้ายภายในบ้านของผู้บาดเจ็บเองสูงเป็นอันดับหนึ่ง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาสำหรับใช้ในการพัฒนาเนื้อเรื่องในเกมเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ความปลอดภัยภายในที่พัก 2) การป้องกันเมื่อมีคนมาเยี่ยม 3) การเตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์ฉุกเฉินจากผู้บุกรุก และ 4) ความปลอดภัยทางดิจิทัล

ระยะที่ 2 ออกแบบและพัฒนาเกม

โดยประยุกต์ใช้วงจรพัฒนาเกม GDLC (Singh, 2024) ซึ่งมี 10 ขั้นตอน แต่ผู้วิจัยเลือกใช้ 9 ขั้นตอน เนื่องจากขั้นตอนที่ 10 เป็นขั้นตอนการขายและการทำการตลาด (Sales and Marketing) ซึ่งไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่มุ่งเน้นการพัฒนาเกมเพื่อการเรียนรู้ และการประเมินผลด้านการรับรู้และความพึงพอใจของผู้เล่น มากกว่าการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์หรือสร้างรายได้ ดังนี้

1) กำหนดเรื่องราวและไอเดีย (Story/ Idea) โดยให้ผู้เล่นเอาชีวิตรอดจากสถานการณ์อันตรายในรูปแบบผู้เล่นคนเดียว ผ่านการสำรวจแผนที่เพื่อค้นหาความผิดปกติ กลุ่มเป้าหมายคือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และสร้างเอกลักษณ์ของเกมด้วยการประยุกต์แนวคิด Butterfly Effect เพื่อให้การดำเนินเรื่องและผลลัพธ์แตกต่างกันตามการตัดสินใจของผู้เล่น

2) วิเคราะห์คอนเซ็ปต์ของเกม (Conceptual Analysis) โดยผู้วิจัยได้กำหนดการตรวจสอบแนวความคิดสู่การออกแบบด้วยการจัดทำ Game Design Document (GDD) (Colby & Colby, 2019) ดังนี้

(1) Introduction: เกมผู้เล่นคนเดียวบน Windows จำลองสถานการณ์เยาวชนอยู่บ้านลำพังในรูปแบบ Simulation Horror มีบรรยากาศตึงเครียดและเหตุการณ์สุ่ม จุดเด่นคือกลไกตามแนวคิด Butterfly Effect ที่ทำให้การตัดสินใจส่งผลต่อเส้นเรื่องและตอนจบที่หลากหลาย

(2) Game Structure: โหมดเล่นคนเดียว เน้นเนื้อเรื่อง ผู้เล่นสำรวจบ้าน ตัดสินใจ และตอบคำถามเพื่อเปลี่ยนเส้นเรื่อง เล่นผ่านคอมพิวเตอร์บนแพลตฟอร์ม Roblox (อายุ 13+) ควบคุมด้วยการเดิน สำรวจ เก็บไอเท็ม และทำภารกิจ

(3) Graphics & Sound: ออกแบบบรรยากาศสมจริง มุมมองบุคคลที่หนึ่ง UX/UI ใช้งานง่าย มีระบบ Trigger แจ้งเหตุการณ์ เสียง Ambient, Effect, Alert, Music และ Voice ปรับแบบ Dynamic ตามสถานการณ์

(4) Platform: เล่นผ่าน Roblox ติดตั้ง Roblox Player (20–30 MB) ใช้พื้นที่เพิ่มประมาณ 200–400 MB และควรมีพื้นที่ว่างอย่างน้อย 1 GB

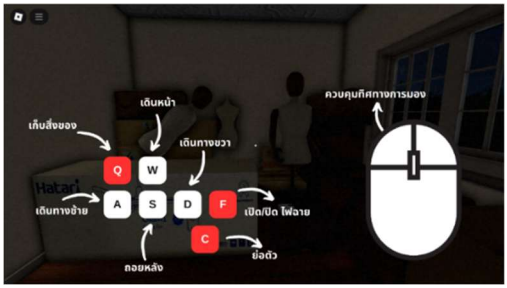
(5) Development System: พัฒนาใน Roblox Studio ใช้ภาษา Lua ควบคุมระบบและเหตุการณ์ สร้าง Asset และแอนิเมชันในโปรแกรม Blender และ ใช้ Sound Service และระบบ Script สำหรับ Trigger/Event พร้อม Team Create เพื่อทำงานร่วมกัน

(6) Game Play: ผู้เล่นควบคุมตัวละครเดียว ตัดสินใจเพื่อเอาตัวรอด ซึ่งการตัดสินใจจะนำไปสู่ฉากจบที่ต่างกัน สามารถเล่นซ้ำเพื่อเรียนรู้ เกมไม่มีระดับความยากตายตัว แต่ใช้ Butterfly Effect กำหนดผลลัพธ์ พร้อม Game Flow และ UI Flow ที่เชื่อมโยงชัดเจน

3) การวางแผน (Planning) ให้เป็นไปตามการกำหนดระยะเวลาการทำงานของแต่ละขั้นตอนและผู้รับผิดชอบในทีม

4) หน้าที่การทำงาน (Team Building) ให้เป็นไปตามการกำหนดหน้าที่สมาชิกในทีม

5) การออกแบบคอนเซ็ปต์ (Concept Design) เริ่มต้นจากการกำหนดลักษณะการเล่นและกลไกของเกม โดยออกแบบเล่นในรูปแบบผู้เล่นคนเดียว (Single-player) ผ่านมุมมองบุคคลที่หนึ่ง (First Person) และใช้คีย์บอร์ดร่วมกับเมาส์ในการควบคุมการเคลื่อนไหวและการโต้ตอบภายในเกม ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การควบคุมการเล่น

จากนั้นจึงออกแบบองค์ประกอบหลักของเกมให้สอดคล้องกับแนวคิดและเนื้อหา ประกอบด้วย การออกแบบตัวละครเพื่อกำหนดบทบาทและเอกลักษณ์ของผู้เล่น ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การออกแบบตัวละคร

การสร้างสภาพแวดล้อมภายในเกม ผู้วิจัยได้ยึดการออกแบบให้มีความสมจริงและเอื้อต่อการดำเนินเรื่อง ใช้โทนสีและจัดแสงเป็นช่วงเวลากลางคืน ซึ่งช่วยสร้างความรู้สึก ตึงเครียด ลึกลับ และไม่แน่นอน ทำให้ผู้เล่นเกิดความระแวดระวังและตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังเพิ่มความรู้สึกโดดเดี่ยวและเปราะบาง ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์การอยู่คนเดียวภายในบ้าน ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การสร้างสภาพแวดล้อม

การออกแบบระบบการค้นหาไอเทมตามภารกิจและการกำหนดระบบความก้าวหน้าเพื่อขับเคลื่อนเนื้อเรื่อง ดังภาพที่ 4 โดยกำหนดให้ผู้เล่นต้องสำรวจพื้นที่ภายในเกมเพื่อค้นหาไอเทมที่จำเป็นต่อการดำเนินเหตุการณ์ ซึ่งแต่ละไอเทมจะเชื่อมโยงกับเหตุการณ์หรือภารกิจเฉพาะ เมื่อผู้เล่นค้นพบและ

ใช้งานไอเทมดังกล่าว จะทำให้เนื้อเรื่องดำเนินต่อไปหรือปลดล็อกเหตุการณ์ใหม่ ส่งผลให้ผู้เล่นเกิดการมีส่วนร่วมและเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ นอกจากนี้ การจัดวางไอเทมในตำแหน่งต่าง ๆ ยังช่วยสร้างความท้าทาย กระตุ้นการสังเกต และทำให้การตัดสินใจของผู้เล่นมีความหมายต่อความก้าวหน้าของเกมและผลลัพธ์ของเรื่องราว



ภาพที่ 4 การค้นหาไอเทมตามภารกิจ

การออกแบบอินเทอร์เฟซผู้ใช้และประสบการ์การใช้งาน (UI/UX) เพื่อให้ผู้เล่นสามารถโต้ตอบกับเกมได้อย่างสะดวกและเข้าใจง่าย โดยจัดวางเมนูและการแจ้งเตือนในตำแหน่งที่มองเห็นชัด ส่วนคำถามและตัวเลือกอยู่ด้านล่างเพื่อให้การโต้ตอบการตัดสินใจได้สะดวก ซึ่งการออกแบบอยู่บนพื้นฐานรูปแบบที่เรียบง่ายและสม่ำเสมอ ช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจได้ทันทีและโฟกัสกับเนื้อเรื่องเป็นหลัก ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 การออกแบบ UX/UI

การออกแบบเสียงและดนตรีเพื่อเสริมบรรยากาศ ด้วยการเลือกใช้เสียงพื้นหลังและเสียงเอฟเฟ็กต์เพื่อสร้างความตึงเครียดและความสมจริง ควบคู่กับการกำหนดศิลป์และสไตล์ภาพในโทนมืดหม่นให้สอดคล้องกับเนื้อหา ดังภาพที่ 6 รวมถึงการวางโครงสร้างเนื้อเรื่องให้เหตุการณ์เชื่อมโยงต่อเนื่องตามการตัดสินใจของผู้เล่น ทำให้เกิดประสบการณ์ที่มีความหมายและมีผลต่อการดำเนินเรื่องในเกม



ภาพที่ 6 ศิลป์และสไตล์ภาพ

6) การพัฒนาเกม (Development) เริ่มจากการนำเข้าวัตถุดิบ หากเป็นภาพ 2 มิติ ตรวจสอบขนาดไฟล์และรูปแบบไฟล์เป็น PNG,

JPG, และ TGA เท่านั้น สำหรับโมเดล 3 มิติ มีการพัฒนาด้วยซอฟต์แวร์ Blender จากนั้นจึงส่งออกไฟล์เป็น FBX, OBJ, และ GLTF สำหรับเสียงกำหนดให้ใช้ไฟล์ในรูปแบบที่ Roblox Studio รองรับ ได้แก่ WAV, MP3 และ OGG ส่วนแอนิเมชันพัฒนาโดยใช้ปลั๊กอิน Moon Animator เพื่อจัดการโครงกระดูก (Skeleton), Rigging และ Keyframe จากนั้นจึงจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในเกม และพัฒนาระบบการทำงานด้วยภาษา Lua เพื่อเชื่อมโยงองค์ประกอบทั้งหมดให้ทำงานสอดคล้องกับกลไกที่ออกแบบไว้

7) การทดสอบ (Testing) ผู้วิจัยได้เริ่มจากทดลองด้วยตัวเอง จากนั้นจึงให้ผู้พัฒนาในทีมทดลองเล่นเกมเพื่อทดสอบหาข้อผิดพลาดของเกม หากพบข้อผิดพลาดให้นำไปสู่ขั้นตอนการปรับปรุงและแก้ไข

8) ก่อนการผลิต (Pre-Production) มีการทดสอบด้วยกลุ่มทดลองขนาดเล็กเพื่อตรวจสอบ Bug หรือความผิดพลาดของเกม

9) การผลิตหลัก (Main Production) เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง ไม่ได้ผลิตเพื่อการค้าหรือพาณิช ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ผล และสรุปผล

ระยะที่ 3 การพัฒนาเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยแบบประเมิน 3 ฉบับ ซึ่งผ่านการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (IOC) โดยทุกข้อมีค่า IOC มากกว่า 0.5 ดังนี้

1) แบบประเมินคุณภาพเกม รูปแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ (Kusmaryono et al., 2022) ครอบคลุม 3 ด้าน ได้แก่ เนื้อหา 8 ข้อ การออกแบบ 10 ข้อ และเทคนิค 10 ข้อ

2) แบบประเมินการรับรู้หลังเล่นเกม แบบปรนัย 4 ตัวเลือก แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ความปลอดภัยภายในที่พัก 5 ข้อ การปฏิบัติตนเมื่อสนทนากับบุคคลแปลกหน้า 5 ข้อ การรับมือผู้บุกรุก 6 ข้อ และความปลอดภัยทางดิจิทัล 6 ข้อ โดยแปลผลเป็นค่าร้อยละตามเกณฑ์ (Thaluang & Rungsoongnern, 2024)

3) แบบประเมินความพึงพอใจหลังเล่นเกม มาตรประมาณค่า 5 ระดับ (Kusmaryono et al., 2022) ครอบคลุม 3 ด้าน ได้แก่ เนื้อหา 8 ข้อ การออกแบบ 10 ข้อ และเทคนิค 6 ข้อ

ระยะที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ประเมินคุณภาพเกมโดยผู้เชี่ยวชาญ 9 คน แบ่งเป็นด้านเนื้อหา 3 คน ด้านการออกแบบ 3 คน และด้านการพัฒนาเกม 3 คน ให้ทดลองเล่นเกมและตอบแบบประเมินผ่าน Google Form

2) ประเมินการรับรู้และความพึงพอใจหลังเล่นเกมกับกลุ่มตัวอย่าง 88 คน ในรายวิชาคอมพิวเตอร์ โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ผู้เล่นใช้คอมพิวเตอร์คนละ 1 เครื่อง จากนั้นสแกน QR Code เพื่อทำแบบประเมินการรับรู้และความพึงพอใจผ่าน Google Form การวิจัยได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เลขที่ 480-436/2567

การวิเคราะห์ผลการวิจัย

1) วิเคราะห์ผลการประเมินคุณภาพเกม โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Kusmaryono et al., 2022) ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลดังนี้

4.51-5.00 คะแนน มีค่าเท่ากับ คุณภาพดีมาก
3.51-4.50 คะแนน มีค่าเท่ากับ คุณภาพดี
2.51-3.50 คะแนน มีค่าเท่ากับ คุณภาพปานกลาง
1.51-2.50 คะแนน มีค่าเท่ากับ คุณภาพพอใช้
1.00-1.50 คะแนน มีค่าเท่ากับ คุณภาพควรปรับปรุง

2) วิเคราะห์ผลรับรู้หลังเล่นเกม โดยกำหนดค่าร้อยละ เป็นช่วงคะแนนและความหมาย (Thaluang & Rungsoongnern, 2024) ดังนี้

คะแนนร้อยละ 80-100 หมายถึง การรับรู้มากที่สุด
คะแนนร้อยละ 70-79 หมายถึง การรับรู้มาก
คะแนนร้อยละ 60-69 หมายถึง การรับรู้ปานกลาง
คะแนนร้อยละ 50-59 หมายถึง การรับรู้ผ่านเกณฑ์

คะแนนร้อยละ ต่ำกว่า 50 หมายถึง การรับรู้ไม่ผ่านเกณฑ์

3) วิเคราะห์ผลความพึงพอใจหลังเล่นเกม โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Kusmaryono et al., 2022) ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลดังนี้

4.51-5.00 คะแนน มีค่าเท่ากับ มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.51-4.50 คะแนน มีค่าเท่ากับ มีความพึงพอใจมาก
2.51-3.50 คะแนน มีค่าเท่ากับ มีความพึงพอใจปานกลาง
1.51-2.50 คะแนน มีค่าเท่ากับ มีความพึงพอใจน้อย
1.00-1.50 คะแนน มีค่าเท่ากับ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1) ผลการประเมินคุณภาพเกมโดยการประยุกต์ใช้แนวคิด Butterfly Effect ได้นำเสนอไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินคุณภาพเกม

(n=3)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	คุณภาพ
ด้านเนื้อหา	**4.96**	**0.07**	**ดีมาก**
เนื้อหาของเกมมีความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้	5.00	0.00	ดีมาก
เนื้อหาภายในเกมมีความชัดเจนกระชับและเข้าใจง่าย	5.00	0.00	ดีมาก
เนื้อหามีความสอดคล้องกันและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทางการเรียนรู้	5.00	0.00	ดีมาก
เนื้อหาในเกมมีความทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน	5.00	0.00	ดีมาก
ผู้ใช้งานสามารถนำเนื้อหาภายในเกมไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้	5.00	0.00	ดีมาก

(n=3)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	คุณภาพ
เนื้อหาในเกมมีการลำดับขั้นตอนที่เหมาะสม	5.00	0.00	ดีมาก
เนื้อหาในเกมมีความสอดคล้องกับสถานการณ์จำลอง	4.67	0.58	ดีมาก
เนื้อหาในเกมมีการนำเสนอปัญหาและแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม	5.00	0.00	ดีมาก
ด้านการออกแบบ	**4.60**	**0.41**	**ดีมาก**
การออกแบบมีความน่าสนใจและดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย	4.33	0.58	ดี
การจัดวางองค์ประกอบภายในเกมใช้งานง่าย	5.00	0.00	ดีมาก
ขนาดรูปภาพและตัวอักษรอ่านและเข้าใจง่าย	4.33	0.58	ดี
ใช้สีอย่างเหมาะสมไม่รบกวนการมอง หรือการเล่นของผู้ใช้งาน	4.67	0.58	ดีมาก
การนำเสนอ ภาพ เสียง หรือ แอนิเมชั่น ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้	4.67	0.58	ดีมาก
เกมมีฟีเจอร์ที่รองรับผู้ใช้บนระบบปฏิบัติการ Window และระบบปฏิบัติการ Mac Os	4.67	0.58	ดีมาก
การเคลื่อนไหวของตัวละครและวัตถุต่าง ๆ มีความลื่นไหล	4.00	0.00	ดี
การออกแบบอินเทอร์เฟซผู้ใช้มีความเป็นมิตรต่อผู้ใช้	5.00	0.00	ดีมาก
การจัดวางปุ่มควบคุมและเมนูต่าง ๆ มีความเหมาะสมกับการเล่น	4.67	0.58	ดีมาก
การออกแบบภาพรวมของเกมช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การเล่นที่ดี	4.67	0.58	ดีมาก
ด้านเทคนิค	**4.57**	**0.41**	**ดีมาก**
เกมทำงานได้อย่างราบรื่น ไม่มีข้อผิดพลาดระหว่างการเล่น	4.00	0.00	ดี

(n=3)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	คุณภาพ
เกมสามารถดาวน์โหลดและเล่นได้อย่างรวดเร็วบนระบบปฏิบัติการ Window และระบบปฏิบัติการ Mac Os	5.00	0.00	ดีมาก
เกมมีความยืดหยุนรองรับการปรับปรุงเนื้อหาใหม่	4.00	0.00	ดี
การควบคุมและสั่งงานในเกมมีความแม่นยำ	4.67	0.58	ดีมาก
เกมสามารถแสดงผลได้ถูกต้องบนบนระบบปฏิบัติการ Window และระบบปฏิบัติการ Mac Os	4.67	0.58	ดีมาก
ระบบเสียงและภาพในเกมทำงานได้อย่างสมบูรณ์	4.67	0.58	ดีมาก
เกมสามารถอัปเดตหรือปรับปรุงเวอร์ชันได้ง่าย	4.67	0.58	ดีมาก
เงื่อนไขการผ่านด่านหรือจบเกมมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.67	0.58	ดีมาก
เกมสามารถปรับตั้งค่ากราฟิกและเสียงได้ตามความต้องการของผู้เล่น	4.67	0.58	ดีมาก
เกมสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่เกิดปัญหาค้างหรือปิดตัวเองลง	4.67	0.58	ดีมาก
คุณภาพโดยรวม	**4.71**	**0.29**	**ดีมาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า เกมมีคุณภาพดีมาก ค่าเฉลี่ย 4.71 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ย 4.96 รองลงมาคือด้านการออกแบบ ค่าเฉลี่ย 4.60 และอันดับสุดท้ายคือด้านเทคนิค ค่าเฉลี่ย 4.57 ทั้ง 3 ด้านมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

2) ผลการประเมินการรับรู้ของผู้เล่นเกมที่พัฒนาขึ้น ได้นำเสนอไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 คะแนนและร้อยละของผลการประเมินการรับรู้หลังเล่นเกม

(n=88)

รายการประเมิน	คะแนน	ร้อยละ	การรับรู้
ด้านวิธีการรักษาความปลอดภัยภายในที่พัก	**389**	**88.41**	**มากที่สุด**
ข้อใดคือความสำคัญของการติดกล้องวงจรปิดสำหรับที่พักอาศัยเพื่อให้เกิดความปลอดภัย	82	93.18	มากที่สุด
หากจำเป็นต้องอยู่บ้านคนเดียวบ่อย ๆ ควรปฏิบัติอย่างไร	80	90.91	มากที่สุด
อุปกรณ์รักษาความปลอดภัยในข้อใดที่ไม่มีในบ้านของตัวละคร “ฝน และ แพรว”	69	78.41	มาก
หากมีช่างหรือเจ้าหน้าที่ ต้องเข้ามาทำงานภายในบ้าน ควรปฏิบัติตนอย่างไร	79	89.77	มากที่สุด
การมีไฟฉายหรือไฟฉุกเฉินสำรองไว้ในบ้านมีประโยชน์อย่างไร	79	89.77	มากที่สุด
ด้านแนวทางการปฏิบัติตนเมื่อจำเป็นต้องสนทนากับบุคคลแปลกหน้าในยามวิกาล	**362**	**82.27**	**มากที่สุด**
ควรปฏิบัติตัวอย่างไรจึงจะปลอดภัยที่สุด เมื่อต้องการหลีกเลี่ยงการให้ข้อมูลส่วนตัวกับคนแปลกหน้า	52	59.09	ผ่านเกณฑ์
เมื่อมีคนแปลกหน้ามาขอเข้าห้องน้ำที่บ้านควรทำอย่างไร	80	90.91	มากที่สุด
วิธีการรับเมื่อ กรณีที่คนแปลกหน้าขอเข้าบ้านควรปฏิบัติตัวอย่างไรเพื่อให้ปลอดภัยมากที่สุด	81	92.05	มากที่สุด
จากเหตุการณ์เสียงเคาะประตูตอนกลางคืน ข้อใดแสดงถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้	79	89.77	มากที่สุด
ข้อใดคือพฤติกรรมเสี่ยงที่อาจนำไปสู่การเกิดอันตรายในที่พักอาศัย	70	79.55	มาก
ด้านการเตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์ฉุกเฉินจากผู้บุกรุก	**462**	**87.50**	**มากที่สุด**

(n=88)

รายการประเมิน	คะแนน	ร้อยละ	การรับรู้
เมื่อรู้สึกถึงสถานการณ์ไม่ปลอดภัยภายในบ้าน เช่น เกิดเสียงผิดปกติที่ไม่ทราบสาเหตุ ควรทำอย่างไรเป็นลำดับแรก	72	81.82	มากที่สุด
ข้อใดคือพฤติกรรมที่ปลอดภัยที่สุดเมื่ออยู่บ้านคนเดียวตอนกลางคืน	83	94.32	มากที่สุด
หากพบว่ามีคนบุกรุกเข้ามาในบ้าน ควรทำอย่างไร	80	90.91	มากที่สุด
เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินจะต้องโทรติดต่อเบอร์อะไร	83	94.32	มากที่สุด
เมื่อตกอยู่ในสถานการณ์อันตรายเป็นเหตุให้จะต้องโทรขอความช่วยเหลือจาก “เจ้าหน้าที่ตำรวจ” ควรปฏิบัติอย่างไรจึงจะได้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วและน่าเชื่อถือ	63	71.59	มาก
ถ้าคุณตกอยู่ในสถานการณ์ที่คนร้ายอยู่ภายในบริเวณบ้าน คุณควรปฏิบัติตัวอย่างไรเพื่อให้ปลอดภัยที่สุด	81	92.05	มากที่สุด
ด้านวิธีการรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัล	**456**	**86.37**	**มากที่สุด**
ข้อใด “ไม่ใช่” วิธีการป้องกันภัยสำหรับผู้หญิงที่พักอาศัยอยู่ลำพัง	64	72.73	มาก
การที่ "ฝน" ได้รับข้อความล่วงละเมิดจากบุคคลไม่รู้จักในแชทออนไลน์ แสดงถึงอันตรายประเภทใด	80	90.91	มากที่สุด
การแชร์ข้อมูลตำแหน่งที่อยู่ของตนเองบนโซเชียลมีเดีย อาจก่อให้เกิดอันตรายใด	78	88.64	มากที่สุด
สิ่งใดไม่ควรโพสต์ในโซเชียลมีเดียสำหรับผู้หญิงที่อยู่คนเดียว	76	86.36	มากที่สุด
พฤติกรรมใดต่อไปนี้ อาจเป็นสัญญาณของการถูกสะกดรอยทางโซเชียล	80	90.91	มากที่สุด

(n=88)

รายการประเมิน	คะแนน	ร้อยละ	การรับรู้
เมื่อคุณโพสต์รูปภาพภายในบริเวณบ้านหรือในบ้าน ควรระมัดระวังสิ่งใดมากที่สุด	78	88.64	มากที่สุด
การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง	**1669**	**86.14**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้เล่นเกมมีระดับการรับรู้มากที่สุด ที่ร้อยละ 86.14 หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าร้อยละสูงที่สุดคือ ด้านวิธีการรักษาความปลอดภัยภายในที่พัก มีการรับรู้อยู่ที่ร้อยละ 88.41 รองลงมาคือ ด้านการเตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์ฉุกเฉินจากผู้บุกรุก มีการรับรู้อยู่ที่ร้อยละ 87.50 รองลงมาคือ ด้านวิธีการรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัล มีการรับรู้อยู่ที่ร้อยละ 86.37 และอันดับสุดท้ายคือ ด้านแนวทางการปฏิบัติตนเมื่อจำเป็นต้องสนทนากับบุคคลแปลกหน้าในยามวิกาล มีการรับรู้อยู่ที่ร้อยละ 82.27 โดยทุกด้านมีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด

3) ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างหลังเล่นเกม ได้นำเสนอไว้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการประเมินความพึงพอใจหลังเล่นเกม

(n=88)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหา	**4.43**	**0.76**	**มาก**
เนื้อหามีความน่าสนใจ	4.48	0.67	มาก
มีการนำเสนอเนื้อหาอย่างเป็นลำดับไม่สับสน	4.47	0.76	มาก
เกมมีการนำเสนอปัญหาและมีแนวทางแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกรณีที่อยู่บ้านคนเดียว	4.52	0.68	มากที่สุด

(n=88)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความพึงพอใจ
เนื้อหาในเกมมีระดับความรุนแรงเหมาะสมกับผู้เล่น	4.28	0.87	มาก
เนื้อหาในเกมช่วยเสริมสร้างความรู้และการปฏิบัติตัวเมื่อต้องอยู่บ้านคนเดียว	4.52	0.64	มากที่สุด
เนื้อหาในเกมกระตุ้นให้อยากเล่นต่อ	4.25	0.81	มาก
เนื้อหาเกมช่วยเสริมสร้างทักษะการเอาตัวรอดในสถานการณ์จำลอง	4.36	0.86	มาก
เนื้อหาสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	4.52	0.76	มากที่สุด
ด้านการออกแบบ	**4.27**	**0.82**	**มาก**
เมนูและกราฟิกมีความเข้ากันได้กับบรรยากาศภายในเกม	4.25	0.86	มาก
การจัดวางปุ่ม เมนู และองค์ประกอบต่าง ๆ ใช้งานง่าย	4.25	0.79	มาก
ตัวอักษร มีขนาดพอดี อ่านง่ายไม่รบกวนการเล่น	4.44	0.68	มาก
การแสดงผลของภาพ เสียง แอนิเมชันส่งเสริมเนื้อหาในเกม	4.20	0.85	มาก
การเคลื่อนไหวของตัวละครและวัตถุต่าง ๆ มีความลื่นไหลไม่กระตุก	4.02	0.99	มาก
ตัวละครในเกมมีการเคลื่อนไหวเหมาะสมกับบทบาท	4.14	0.92	มาก
การออกแบบเสียงกระตุ้นอารมณ์ผู้เล่น	4.26	0.82	มาก
การเปลี่ยนฉากหรือการนำเสนอเนื้อหามีความต่อเนื่อง	4.30	0.76	มาก
การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในบ้านเหมาะสมกับสถานการณ์ภายในเกม	4.41	0.77	มาก

(n=88)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความพึงพอใจ
การออกแบบเสียงสอดคล้องกับบรรยากาศในเกม	4.39	0.73	มาก
ด้านเทคนิค	**4.29**	**0.85**	**มาก**
เกมสามารถติดตั้งและใช้งานบนคอมพิวเตอร์ได้ง่าย	4.49	0.76	มาก
เกมไม่มีการกระตุกระหว่างเล่น	4.24	0.87	มาก
การควบคุมตัวละครใช้งานง่าย	4.13	0.91	มาก
เสียงและภาพในเกมมีจังหวะการแสดงผลตรงกันและสร้างความสนุกในการเล่น	4.16	0.87	มาก
สามารถเล่นเกมได้บนแพลตฟอร์มที่เข้าถึงได้ง่าย	4.35	0.84	มาก
การนำเสนอเงื่อนไข (ป๊อปอัพ) ชัดเจนโดดเด่น เข้าใจง่าย	4.34	0.84	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	**4.33**	**0.81**	**มาก**

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้เล่นเกมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.33 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาคือด้านเทคนิค ค่าเฉลี่ย 4.29 และอันดับสุดท้ายคือ ด้านการออกแบบ ค่าเฉลี่ย 4.27 โดยทั้ง 3 ด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

สรุปและอภิปรายผล

1) เกมที่พัฒนาขึ้นได้รับการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 คน แบ่งเป็นด้านละ 3 คน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ และด้านการพัฒนาเกม ผลการประเมินเกมโดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย 4.71 ผู้วิจัยใช้กระบวนการพัฒนาเกม GDLC ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Malallah et al. (2025) ที่ใช้ GDLC ในการพัฒนาเกมเพื่อการเรียนรู้ โดย

งานวิจัยนี้นำกระบวนการ GDLC มาใช้ 9 ขั้นตอน จากทั้งหมด 10 ขั้นตอน ซึ่งผู้วิจัยไม่ได้ดำเนินงานในขั้นตอนที่ 10 ซึ่งเป็นขั้นตอนการขายและทำการตลาด เนื่องจากไม่รวมขั้นตอนการขายและการตลาด เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ส่งผลให้ด้านเทคนิคการพัฒนาเกมมีค่าเฉลี่ย 4.57 อยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ Roblox Studio ในการพัฒนาเกมให้สามารถเล่นบนแพลตฟอร์ม Roblox ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มเยาวชนไทย และออกแบบสภาพแวดล้อมแบบ 3 มิติภายใต้ข้อจำกัดของแพลตฟอร์มอย่างเหมาะสม ส่งผลให้ด้านการออกแบบมีค่าเฉลี่ย 4.60 มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wong-art (2025) นอกจากนี้ยังพบว่าด้านเนื้อหาได้รับการประเมินคุณภาพสูงกว่าด้านอื่น ๆ ที่ค่าเฉลี่ย 4.96 อยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากเกมได้ประยุกต์แนวคิด Butterfly Effect ในการออกแบบกลไกการตัดสินใจของผู้เล่น ให้การกระทำเล็ก ๆ ในแต่ละสถานการณ์ส่งผลต่อเหตุการณ์และตอนจบที่แตกต่างกัน แนวทางดังกล่าวช่วยให้ผู้เล่นมองเห็นความเชื่อมโยงระหว่างสาเหตุและผลลัพธ์ที่ตนเองได้ตัดสินใจเลือกกระทำ การประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าวช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจแนวทางการป้องกันอันตรายเมื่ออยู่บ้านคนเดียวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จึงทำให้เนื้อหาของเกมมีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้เล่น

2) การรับรู้เกี่ยวกับแนวทางป้องกันอันตรายเมื่อเยาวชนอยู่บ้านคนเดียวของผู้เล่นเกม โดยรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าร้อยละ 86.14 เนื่องจากเนื้อหาภายในเกมมีความกระชับและใช้การสื่อสารที่เข้าใจง่ายด้วยการสร้างสถานการณ์การจำลองภายในเกมโดยประยุกต์ใช้ทฤษฎี Dramatic structure (Sheldon, 2022) ซึ่งเป็นเทคนิคพื้นฐานที่ยืมใช้มาจากวิธีการสร้างบทภาพยนตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย การเผยเซตติ้ง (Exposition) เริ่มใส่แอคชัน (Rising Action) จุดไคลแม็กซ์ (Climax) จุดผ่อนคลาย (Falling Action) และบทสรุป (Denouement) เพื่อทำให้เนื้อเรื่องของเกมไม่มีความซับซ้อนเกินไป ซึ่งเหมาะสำหรับนำเสนอเนื้อหาแก่เยาวชน ภายในเกมมีการประยุกต์แนวคิด Butterfly Effect เป็นกลไกการเล่น เพื่อให้ผู้เล่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและ

ทำให้ผลลัพธ์ตอนจบเกมมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับการกระทำที่เกิดจากการตัดสินใจของผู้เล่น แนวทางดังกล่าวช่วยให้ผู้เล่นมองเห็นความเชื่อมโยงระหว่างสาเหตุและผลลัพธ์ ตระหนักถึงผลกระทบของพฤติกรรมตนเอง และเข้าใจแนวทางการป้องกันอันตรายเมื่ออยู่บ้านคนเดียวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จึงทำให้เนื้อหาของเกมมีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้เล่น เป็นการนำเนื้อหาความรู้มาพัฒนาเกมและเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐาน ซึ่งเกมจะช่วยสร้างแรงจูงใจและเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เล่นมากกว่าการเรียนรู้แบบปกติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongpradab et al. (2022) โดยมุ่งเน้นให้เกมเป็นเครื่องมือสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ ทั้งหมดนี้ผู้วิจัยได้นำความรู้ที่ได้จากทฤษฎี Dramatic structure และ แนวคิด Butterfly Effect มาปรับใช้กับเกม 3 มิติ เรื่อง โฮมอโลน เพื่อให้ผู้เล่นได้มีส่วนร่วมการตัดสินใจภายในเกมและได้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการและแนวทางป้องกันอันตรายเมื่อเยาวชนอยู่บ้านคนเดียว จึงส่งผลให้ระดับการรับรู้ของผู้เล่นเกมในการวิจัยครั้งนี้อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ร้อยละ 86.14

3) ความพึงพอใจของผู้เล่นเกม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.33 สืบเนื่องมาจากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความชื่นชอบของเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มผู้เล่นเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ นำไปสู่การพัฒนาเกม 3 มิติ บนแพลตฟอร์ม Roblox Studio ซึ่งภายในเกมมีการจำลองสถานการณ์และสภาพแวดล้อมในรูปแบบ 3 มิติ ที่สามารถมองเห็นได้ 360 องศา มีการใส่ Texture เพื่อเพิ่มความสมจริง มีการเพิ่มบรรยากาศภายในเกมโดยใช้เสียง Effect เสียงพากย์ของตัวละคร เสียงบรรยากาศ เสียงดนตรี และมีการออกแบบจังหวะการดำเนินเนื้อเรื่องในเกมที่ใช้การสร้างความตกใจแบบฉับพลัน (Jump Scare) ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดนี้ได้มาจากการศึกษาความชอบของกลุ่มเยาวชน จึงนำมาใช้ในการพัฒนาเกมที่มีการเล่าเรื่อง เพื่อนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการและแนวทางป้องกันอันตรายเมื่อเยาวชนอยู่บ้านคนเดียว สอดคล้องกับวิจัยของ Kongdee & Suwannasri (2025) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจและความตั้งใจในการเล่นซ้ำให้แก่ผู้เล่นเกมที่มีการเล่าเรื่อง การพัฒนาเนื้อเรื่อง

ภายในเกมทำให้ผู้เล่นเกิดความพึงพอใจและเกมยังสามารถให้ความรู้จากการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และมีความสนุกจนเกิดการเล่นซ้ำ ทำให้ผู้เล่นเกิดความพึงพอใจและแสดงพฤติกรรมการร่วมสร้างสรรค์การเรียนรู้โดยใช้เกมเป็นฐาน สอดคล้องเกี่ยวกับงานวิจัยของ Hernández et al. (2022) จึงส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของผู้เล่นอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาคือด้านเทคนิค มีค่าเฉลี่ย 4.29 และด้านออกแบบ มีค่าเฉลี่ย 4.27 โดยทั้ง 3 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยและพัฒนาต่อในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัด ได้แก่ การศึกษากลุ่มตัวอย่างที่จำกัดอยู่ในนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนเดียว ซึ่งอาจส่งผลต่อการอ้างอิงผลไปยังกลุ่มประชากรอื่น นอกจากนี้ การพัฒนาเกมอยู่ภายใต้ข้อจำกัดของแพลตฟอร์มที่ใช้ รวมถึงระยะเวลาในการทดลองที่อาจยังไม่เพียงพอต่อการประเมินผลในระยะยาว ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยและพัฒนาในอนาคต ดังนี้

1) ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายมากขึ้นทั้งในด้านช่วงอายุและบริบททางการศึกษา เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของผลการวิจัย

2) ควรมีการศึกษาผลในระยะยาวเพื่อประเมินการคงอยู่ของการรับรู้และพฤติกรรมด้านความปลอดภัย

3) ควรศึกษาเกี่ยวกับเทคนิคใหม่สำหรับใช้ในการพัฒนาเกมที่สามารถรองรับแพลตฟอร์มที่หลากหลายและเพิ่มความสมจริงของสถานการณ์

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) จากผลการศึกษาพบว่าเกมจำลองสถานการณ์ 3 มิติ “โฮมอโลน” สามารถเพิ่มระดับการรับรู้ของเยาวชนเกี่ยวกับแนวทางป้องกันอันตรายเมื่ออยู่บ้านคนเดียวได้ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 86.14) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงศึกษาธิการ หรือหน่วยงานด้านการคุ้มครองเด็กและเยาวชน ควรสนับสนุนการพัฒนาและบูรณาการเกมดิจิทัลเชิงการศึกษาในหลักสูตรหรือ

กิจกรรมเสริมทักษะชีวิต เพื่อใช้เป็นสื่อการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความสนใจของเยาวชนในยุคดิจิทัล

2) การเลือกใช้แพลตฟอร์ม Roblox ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่เยาวชนไทยใช้งานอย่างแพร่หลาย นโยบายด้านสื่อดิจิทัลควรส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์มที่เยาวชนคุ้นเคยเป็นช่องทางสื่อสารความรู้และทักษะด้านความปลอดภัยในชีวิตประจำวัน เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1) สถานศึกษาและครูผู้สอนสามารถนำเกมจำลองสถานการณ์ 3 มิติ “โฮมอโลน” ที่พัฒนาขึ้นไปใช้เป็นสื่อประกอบการเรียนรู้ในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับทักษะชีวิต สุขศึกษาหรือกิจกรรมแนะแนว เพื่อเสริมสร้างความรู้และความตระหนักเกี่ยวกับแนวทางป้องกันอันตรายเมื่อเยาวชนอยู่บ้านคนเดียว

2) นำแนวทางการพัฒนาเกมโดยใช้กระบวนการ GDLC ร่วมกับการออกแบบเนื้อเรื่องแบบ Dramatic Structure และแนวคิด Butterfly Effect ไปเป็นต้นแบบในการพัฒนาเกมการเรียนรู้ในประเด็นอื่นได้ เช่น ความปลอดภัยทางไซเบอร์ การป้องกันอุบัติเหตุ หรือการใช้สื่อออนไลน์อย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

Ambika, G. (2015). Ed Lorenz: Father of the ‘Butterfly Effect’. *Resonance*, 20(3), 198-205. https://doi.org/10.1007/s12045-015-0170-y

Charoenratana, S., Dusadeeisariyaku, P., & Vuttikorn, R. (2020). GAMEs: Learning process to supporting the citizen participation. *Social Justice and Inequality Journal*, 1(3), 29-46. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/sjij/article/view/264878

Colby, R., & Colby, R. S. (2019). Game design documentation: four perspectives from independent game studios. *Commun. Des. Q. Rev*, 7(3), 5-15. https://doi.org/10.1145/3321388.3321389

Grillo, R., Quinta Reis, B. A., Lima, B. C., Peral Ferreira Pinto, L. A., Cruz Meira, J. B., & Melhem-Elias, F. (2024). The butterfly effect in oral and maxillofacial surgery: Understanding and applying chaos theory and complex systems principles. *Journal of Cranio-Maxillofacial Surgery*, 52(5), 652-658. https://doi.org/10.1016/j.jcms.2024.03.009

Hernández, L., Hernández, V., Neyra, F., & Carrillo, J. (2022). El uso de juegos masivos en línea en actividades de aprendizaje basadas en juegos. *Revista Innova Educación*, 4(3), 7-30. https://doi.org/10.35622/j.rie.2022.03.001

Hu, J. (2025). *How to Stop Burglars from Targeting Your Home: Top 13 Superb Ways*. Reolink. Retrieved 2025 December 28 from https://reolink.com/blog/how-to-stop-burglars-targeting-your-home/?srsltid=AfmBOopuch4JKM-BrudibcjK8um3nilXKCofkm6aK0cvXm587YSQyQgX

Kongdee, P., & Suwannasri, P. (2025). Developing a Roblox Game Simulating Computer Assembly. *Science and Technology to Community*, 3(3), 72-84. https://doi.org/10.57260/stc.2025.1051

Kusmaryono, I., Wijayanti, D., & Maharani, H. R. (2022). Number of Response Options, Reliability, Validity, and Potential Bias in the Use of the Likert Scale Education and Social Science Research: A Literature Review. *International Journal of*

Educational Methodology, 8(4), 625-637. https://doi.org/10.12973/ijem.8.4.625

Malallah, S., Osiobe, E. U., Shamir, L., & Allen, D. S. (2025, June 22-25). Designing a Virtual World Experience to Foster Computational Thinking in Young Learners: An Hour of Code Initiative. Paper presented at *2025 ASEE Annual Conference & Exposition*, Montreal, Quebec, Canada. https://doi.org/10.18260/1-2--56236

Munkong, A., Takaew, T., & Suwannasri, P. (2025). Development of a Roblox-Based Educational Game on Bang Rachan: The Last Fortress. *Science and Technology to Community*, 3(4), 78-93. https://li02.tci-thaijo.org/index.php/STC/article/view/1062

Mustafa, A. (2020). 8 *Tips to Protect Your Home From Burglars*. Canadian Security Professionals. Retrieved 2025 December 28 from https://www.cspalarms.ca/blog/burglary/8-tips-to-protect-your-home-from-burglars/

Photijan, P., & Wongweeraprasert, Y. (2019). Public Safety and Crime Prevention Measures. *Thammasat Journal*, 38(1), 34-55. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tujo/article/view/184469

Prangtho, A., & Inthong, P. (2025). Digital Simulation Game to Enhance Knowledge on Cyber Attacks: Cyber Hero - Attack on Nexus. *Animation Game Digital Media and Technology Journal*, 2(1), 1-20. https://li02.tci-thaijo.org/index.php/animationGDTJ/article/view/979

Richards, G. W., & Long, M. (2021). Video Games and Learning About Climate Change. *Journal of Community Engagement and Scholarship*, 13(3), 122-125. https://doi.org/10.54656/UZEU3297

Rungsoongnern, P., & Tirakoat, S. (2025). Factors Affecting Mobile Game Preference for Alpha Generation with MDA Games Analysis Framework. *Journal of Applied Informatics and Technology*, 7(1), 137-152. https://doi.org/10.14456/jait.2025.10

Saksirisampan, B., Techakamolsuk, P., & Sangchantip, A. (2024). Women Suffered from Various Methods of Assault Reported under National Injury Surveillance System, Thailand, 2007-2012. *Weekly Epidemiological Surveillance Report*, 44(25), 385-393. https://he05.tci-thaijo.org/index.php/WESR/article/view/2986

Sheldon, L. (2022). *Character Development and Storytelling for Games* (3rd ed.). CRC Press. https://doi.org/10.1201/9780429284991

Singh, V. (2024). *Game Development Life Cycle Model*. Codingninjas. Retrieved 2025 December 28 from https://www.naukri.com/code360/library/game-development-life-cycle-model

Tadpring, S. (2020). Implementation of CCTV for Crime Prevention in Residential Areas: A Case Study in Guesthouses in Phranakorn District, Bangkok. *Journal of Criminology and Forensic Science*, 6(2), 58-71. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/forensic/article/view/240067

Thaluang, C., & Rungsoongnern, P. (2024). The Study Results of Perception and Satisfaction of Elementary School Students with 2D Animation Cartoon: Primal Hunter. *Journal of Applied Informatics and Technology*, 6(2), 242-261. https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/jait/article/download/254452/172049

Thongpradab, J., Lohacheewa, S., & Preeyanon, L. (2022). Effects of Game-Based Learning on Nursing Students’ Knowledge of English Psychiatry Terminology. *Journal of Thailand Nursing and Midwifery Council*, 37(04), 111-124. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/TJONC/article/view/257405

Uakarn, C., Chaokromthong, K., & Sintao, N. (2021). Sample size estimation using Yamane and Cochran and Krejcie and Morgan and green formulas and Cohen statistical power analysis by G* Power and comparisions. *Apheit international journal of interdisciplinary social sciences and technology, 10*(2), 76-86. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ATI/article/view/254253

Wong-art, T. (2025). *A study of factors that create satisfaction and replay intentions for gamers with storytelling* (Publication Number 125) College of Management Mahidol University. https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/5951

บทความวิจัย

การศึกษาการสื่อสารคุณลักษณะเฉพาะตัวของพิธีกรร่วมในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์

ลลิตภัคค์ วราพรกิจเสถียร[1] และ ปอรรัชม์ ยอดเณร [1]

Received 9 September 2025
Revised 2 March 2026
Accepted 31 March 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การสร้างและการสื่อสารคุณลักษณะเฉพาะตัวของพิธีกรร่วมในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะพิธีกรร่วมในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์และบทบาทหน้าที่ของพิธีกรร่วมในรายการข่าว ผลวิจัยพบว่าคุณลักษณะและบทบาทหน้าที่ของพิธีกรร่วมในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์ พิธีกรร่วมต้องมีความสามารถในการตามทันและปรับตัวกับพิธีกรหลัก ที่มีประสบการณ์สูง ต้องสามารถหยิบข่าวและข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว เข้าใจในเนื้อหาของข่าวอย่างถ่องแท้ มีความสามารถในการรับและต่อยอดมุกจากพิธีกรหลัก ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย รวมถึงการปรับสำนวนให้เหมาะสมกับเนื้อหาและบริบทของข่าว พิธีกรร่วมต้องมีปฏิภาณในการตอบสนองกับบทสนทนาหรือคำถามที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ภาษากายควรเป็นธรรมชาติ และต้องใช้ความสามารถในการประมวลผลและสร้างโครงเรื่องในหัวอย่างรวดเร็ว การแบ่งหน้าที่ของพิธีกรร่วม พบว่า พิธีกรร่วมมีหน้าที่เสริมรายละเอียดและเพิ่มความกลมกล่อมให้กับเนื้อหาข่าว และมีหน้าที่เป็นผู้เชื่อมต่อกับผู้ชม

คำสำคัญ: การสื่อสาร, พิธีกรร่วม, รายการเรื่องเล่าเช้านี้, รายการเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์, คุณลักษณะเฉพาะตัว

[1] คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*E-mail: Botun.ch3@gmail.com

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและ
THAI MEDIA FUND JOI

THE STUDY OF COMMUNICATIVE A DISTINCTIVE CHARACTERISTICS OF COHOSTS IN RUENG LAO CHAO NI AND RUENG LAO SAO A-THIT PROGRAM

Lalitpak Warabhornkijsathien[1] and Paonrach Yodnane[1]

Abstract

This research aims to examine the characteristics of co-hosts in the news talk television programs “Rueng Lao Chao Ni” and “Rueng Lao Sao A-thit,” as well as to explore their roles and functions. The findings indicate that co-hosts in news programs must possess the ability to synchronize and adapt effectively with the main host, particularly those with extensive experience. They are required to gather news and information efficiently, demonstrate a clear understanding of the content, and skillfully expand on cues provided by the main host.Moreover, co-hosts should use clear and accessible language, adjusting their delivery to suit the nature and context of the news. They are expected to engage promptly in discussions, respond effectively to questions, and exhibit natural body language. Quick thinking is also essential, enabling them to process information rapidly and construct coherent narratives.

The delineation of co-host responsibilities highlights their role in enriching content and maintaining coherence in news presentation. Furthermore, co-hosts act as key intermediaries, connecting with the audience and facilitating engagement between the news program and its viewers.

Keywords: Communication, Cohosts, A Distinctive characteristics of cohost , Rueng lao chao ni program, Rueng lao sao a-thit program,distinctive characteristics

[1] Faculty of Communication Arts Chulalongkorn University* E-mail: Botun.ch3@gmail.com

บทนำ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยส่งผลให้รูปแบบของข่าวและวิธีการนำเสนอต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับชมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Pongsuwan, 2021)

การปรับตัวดังกล่าวไม่เพียงจำกัดอยู่ในระดับองค์กรสื่อเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบุคลากรในกระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะพิธีกรรายการข่าวซึ่งมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดสารจากกองบรรณาธิการสู่ผู้ชม ถือเป็นประตูด่านแรกที่สร้างความน่าสนใจและความพึงพอใจให้แก่ผู้ชม (Nakasathien, 2020)

พิธีกรรายการข่าวจึงมีบทบาทสำคัญเหมือนหัวใจของกระบวนการสื่อสารข่าวในสื่อโทรทัศน์ และเป็นตัวแทนของกองบรรณาธิการข่าวในการนำเสนอข่าว สำหรับช่วงเวลาการนำเสนอข่าวในแต่ละวันมักแบ่งออกเป็น ข่าวเช้า ข่าวเที่ยง และข่าวเย็น ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมส่วนใหญ่คุ้นเคยว่าจะสามารถติดตามรายการข่าวจากสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะช่วงเวลา 06.00 น. ซึ่งแทบทุกช่องจะมีรายการข่าวของตนเองออกอากาศพร้อมกัน อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบกับยุคก่อน รายการข่าวที่ได้รับความนิยมสูงสุดมักอยู่ในช่วงข่าวภาคค่ำ ระหว่างเวลา 19.00-21.00 น. (Prachya, 2016; Apiromvichit, & Sanguanngam, 2015)

แต่ในปัจจุบัน ช่วงเวลานี้ได้กลายเป็นช่วงของ ละครและวาไรตี้ แทนทำให้มีเพียงบางสถานีเท่านั้นที่ยังคงนำเสนอข่าวในช่วงหัวค่ำ (Phanchaiphumi, 2016)

ในยุคแรก รายการข่าวของไทยมักนำเสนอในลักษณะการอ่านข่าวอย่างเป็นทางการ โดยมีผู้ประกาศเพียง 1-2 คน และใช้ภาษาที่เคร่งครัด แต่ในปัจจุบัน รูปแบบรายการข่าวได้เปลี่ยนมาเป็นลักษณะการเล่าข่าวที่เป็นกันเองมากขึ้น ผู้ประกาศมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นและการสนทนา (Pongsuwan, 2021) เมื่อกล่าวถึงรายการข่าว ก็จะมีพิธีกรร่วม โดยพิธีกรร่วมคือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีหน้าที่ในการนำเสนอหรือ นำทางในงานประชุม งานสัมมนา หรือกิจกรรมที่มีการประชาสัมพันธ์หรือการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ

ตามที่ได้รับมอบหมาย โดยพิธีกรร่วมมักจะมีบทบาทในการสื่อสารข้อมูลและควบคุมการเคลื่อนไหวของกลุ่มผู้ฟังหรือผู้ชมในงานต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนำเสนอข้อมูลที่มีความสำคัญและสนับสนุนการวิเคราะห์หรือการเรียนรู้ของผู้ฟังหรือผู้ชม โดยทั่วไปบทบาทของพิธีกรร่วมเน้นไปที่การสนับสนุนและเสริมบทบาทของพิธีกรหลัก มากกว่าการเป็นผู้นำรายการ (Mellado & van Dalen, 2017; Tuggle & Huffman, 2018)

รายการเล่าข่าว เป็นรูปแบบหนึ่งของรายการข่าวที่มีพิธีกรในลักษณะผู้เล่าข่าวนำเนื้อหาข่าวจากแหล่งข่าวหรือจากหนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ มาร่วมพูดคุยกันระหว่างพิธีกรร่วม และผู้ชมทางบ้าน โดยใช้วิธีการเล่าเรื่องหรือบรรยายเหตุการณ์ มีลักษณะการผสมผสานระหว่างการรายงานเหตุการณ์กับใช้เทคนิคการเล่าเรื่องทำให้เนื้อหาน่าสนใจมากขึ้นกว่ารูปแบบการรายงานข้อเท็จจริง รายการเล่าข่าวที่พบในประเทศไทยมีรูปแบบที่ทำให้รายการมีความน่าสนใจ คือ มีพิธีกรอย่างน้อย 2 คน แต่ละคนจะมีบทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข่าวที่แตกต่างกันไปตามแต่ละช่วงรายการในการสร้างความใกล้ชิดระหว่างพิธีกรกับผู้ชม และ รายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์ ซึ่งเป็นรายการประเภทเล่าข่าวยุคแรกของประเทศไทยที่ออกอากาศมานานถึง 22 ปี ได้รับความนิยมสูงสุดมาจนถึงปัจจุบัน โดยเริ่มออกอากาศเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2546 ออกอากาศทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 6.00-8.20 น.

ความแตกต่างของรูปแบบรายการเล่าข่าวของรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์กับรายการเล่าข่าวอื่น ๆ คือ คุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา ที่เป็นพิธีกรหลักเป็นแม่เหล็กสำคัญของรายการ ซึ่งจากงานวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของผู้ชม รายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสรยุทธ สุทัศนะจินดา” ของ Boonbamrungchai (2012) พบว่า ผู้ชมที่เปิดรับชมรายการที่ “สรยุทธ สุทัศนะจินดา” เป็นผู้ดำเนินรายการบ่อยครั้งส่วนใหญ่จะมีทัศนคติที่ดีต่อคุณสรยุทธด้วย ขณะเดียวกันผู้เปิดรับชมคุณสรยุทธในรายการเรื่องเล่าเช้านี้ ก็มักจะติดตามชมรายการอื่น ๆ ที่คุณสรยุทธเป็นผู้ดำเนินรายการด้วยเช่นกัน เพราะมีการเล่าข่าวที่ให้เข้าใจง่ายทำให้คุณผู้ชม

เห็นภาพ แม้บางครั้งจะเพียงแค่เปิดฟังไม่ได้ชมภาพข่าวขณะเปิดชมรายการก็ตาม ส่วนความละเอียดของเนื้อหาข่าวก็ยังถูกกลั่นกรองผ่านมุมมองการนำเสนอและการจับประเด็นสำคัญของคุณสรยุทธ อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริงนั้น พิธีกรร่วมในรายการก็เป็นอีกส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนพิธีกรหลักในรายการเล่าข่าว ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าพิธีกรร่วมทั้งหมดนั้นมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่ช่วยดำเนินรายการให้เป็นไปอย่างราบรื่น และช่วยให้รายการเล่าข่าวดูมีสีสันมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ เมื่อคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดาได้กลับมาเป็นผู้ประกาศข่าวของช่อง 3 พบว่า รายการข่าวภายใต้การดูแลของคุณสรยุทธ ทั้ง 4 รายการ มีการเปลี่ยนแปลงด้านเรตติ้งไปในทางที่ดีขึ้น โดยรายการ เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ ที่ออกอากาศไปเมื่อวันที่ 1-2 พฤษภาคม 2564 ทำเรตติ้งเฉลี่ยได้ร้อยละ 2.8 สูงกว่าในเดือนก่อนหน้านี้โดยเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 15 และสำหรับรายการเรื่องเล่าเช้านี้ที่ออกอากาศไปเมื่อวันที่ 3-4 พฤษภาคม 2564 ทำเรตติ้งเฉลี่ยได้ร้อยละ 1.3 สูงกว่าในเดือนก่อนหน้านี้โดยเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 30 โดยเรตติ้งขยับมาเป็นอันดับ 1 ทันที ทำให้มีเรตติ้งมากกว่ารายการสนามข่าว 7 สี และรายการข่าวเช้าของช่องอื่น ๆ ไปเกือบทุกรายการจากผู้ชมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล (The Standard, 2021) เช่นเดียวกับข้อมูลเรตติ้งวันที่ 7 กรกฎาคม 2565 รายการข่าวภาคเช้าทุกรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ พบว่า รายการเรื่องเล่าเช้านี้ ที่ออกอากาศเวลา 06.00-08.20 น. ทางช่อง 3 มีเรตติ้งสูงสุดเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายการข่าวเช้าสถานีต่าง ๆ ที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกัน (Khaosod, 2021)

จากการสำรวจของสถาบันสื่อที่เน้นการพัฒนานิเวศสื่อและการจับจ้องมองสื่อในประเทศไทย ระหว่างวันที่ 14-22 มิถุนายน 2566 จากประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไป กระจายทุกช่วงอายุ ภูมิภาค จำนวน 316 ตัวอย่าง บนแพลตฟอร์มของ D-Vote นั้น พบว่า ไทยทีวีสีช่อง 3 ได้รับความนิยมในส่วนของรายการข่าวเป็นอันดับ 1 และได้รับเลือกให้เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ประชาชนให้ความไว้วางใจมากที่สุดอีกด้วย นอกจากนี้ คุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา ได้รับคะแนนพิธีกรข่าวชายที่ชื่นชอบมากที่สุด ร้อยละ 33.23 และคุณพิชญทัฬห์ จันทร์พุฒ ซึ่งเป็น

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและ
THAI MEDIA FUND JOI

พิธีกรร่วมของคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา ได้พิธีกรข่าวหญิงที่ชื่นชอบมากที่สุด ร้อยละ 21.20 และรายการเรื่องเล่าเช้านี้เป็นรายการข่าวที่ชื่นชอบมากที่สุดถึง ร้อยละ 41.52 จากที่กล่าวมา ทำให้เห็นได้ว่ารายการเรื่องเล่าเช้านี้และรายการเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์ เป็นรายการข่าวที่ได้รับความนิยมจากหลายหน่วยงาน อีกทั้งพิธีกรชายหรือคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดาก็มีผู้ศึกษาเรื่องการเป็นพิธีกรหลักไว้มากมายหลายประเด็นแล้ว (Boonbamrungchai, 2012; Deesuwan and Mutitacharoen, 2022) จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษา คุณลักษณะของพิธีกรร่วมในรายการเรื่องเล่าเช้าและเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์นี้ ได้แก่ คุณปรินดา คุ้มธรรมพินิจ และคุณอริสรา กำธรเจริญ ว่ามีการนำเสนอคุณลักษณะและวิธีการการสื่อสารต่อสาธารณะ การแบ่งบทบาทในการดำเนินรายการ ร่วมกับคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดาอย่างไร ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่ส่งเสริมให้รายการประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างมาก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะพิธีกรร่วมในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์
2. เพื่อศึกษาวิธีการสื่อสาร การปรับเปลี่ยน คุณลักษณะเฉพาะตัวและการนำเสนอข่าวของพิธีกรร่วมในการดำเนินรายการ

ทบทวนวรรณกรรม

ในที่นี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลคุณลักษณะของพิธีกรและวิธีการสื่อสารในรายการประเภทข่าวไว้หลากหลายที่มา ดังนี้

Banjongjit (2023) กล่าวว่า พิธีกร หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ควบคุมและดำเนินการในงานพิธีต่าง ๆ โดยหน้าที่หลักคือ กำกับ/ นำ/ อำนวยการ ให้กิจกรรมรายการต่าง ๆ เป็นไปให้แล้วเสร็จเรียบร้อยตามวัตถุประสงค์และกำหนดการที่วางไว้

Herman (2009) ตั้งข้อสังเกตว่า ในโลกนี้จะมีวิธีการให้ข้อมูลอยู่ 2 แบบ เมื่อใช้ “การเล่าเรื่อง” เป็นเกณฑ์แบ่ง คือวิธีการแบบ “ไม่เล่าเรื่อง” (Non-Narrative) และวิธีการแบบ “เล่าเรื่อง” (Narrative) ซึ่ง Herman ยังกล่าวว่า การศึกษาเรื่อง “การเล่าเรื่อง” มีมานานแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาในสายมนุษยศาสตร์ เช่น วรรณคดี คติชนวิทยา ภาษาศาสตร์ ฯลฯ ซึ่งอาจเรียกแนวทาง การศึกษาเรื่อง “การเล่าเรื่อง” ที่มีมาก่อนหน้าทศวรรษ 1970 นี้ว่า “กระบวนทัศน์เดิม”

Izard et al. (1994) กล่าวว่า ข่าว คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือกำลังเกิดและมีความสำคัญที่สร้างความสนใจแก่ผู้อ่านเป็นจำนวนมาก และข่าวที่สำคัญที่สุดก็คือข่าวที่สร้างความสนใจแก่คนจำนวนมาก

Chatman (1978) ได้เขียนหนังสือชื่อ Story and Discourse ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการแยกแยะแนวคิดเรื่อง “What to Narrate” และ “How to Narrate” ออกจากกันอย่างชัดเจน เขากล่าวว่าตามทฤษฎีโครงสร้างนิยม เรื่องเล่าทุกประเภท จะประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ ๆ ส่วนแรก คือ Story ซึ่งหมายถึงเนื้อหาหรือสายโซ่แห่งเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งรวมเอาตัวละคร ฉาก การกระทำเข้าไว้ด้วยกัน ส่วนที่สองคือ Discourse ซึ่งเป็นวิธีการแสดงออก (Expression) หรือ วิถีทาง (Means) ที่เนื้อหาเรื่องราวนั้นต้องการสื่อสารออกมาหรือหากจะกล่าวให้ง่ายขึ้น Story ก็คือ มีอะไรในเรื่องนั้น (What) ส่วน Discourse ก็คือ วิธีการเล่าเรื่องนั้นอย่างไร (How)

สำหรับรายการบางรายการหรือเรื่องราวบางชนิดที่อาจจะเป็นข้อถกเถียงอย่างมากว่า วิธีการนำเสนอเนื้อหาของรายการประเภทนั้นเป็น “การเล่าเรื่อง” ใช่หรือไม่ เช่น รายการข่าว เนื่องจากวิธีการนำเสนอเนื้อหาของรายการข่าวนั้นจะเป็น “การรายงาน” (Report) มิใช่ “การเล่าเรื่อง” (Narrate) สำหรับประเด็นถกเถียงดังกล่าวนี้อาจจะจบลงด้วยข้อสรุปที่ว่า “ข่าวบางข่าวอาจจะนำเสนอด้วย วิธีการรายงาน แต่บางข่าวก็นำเสนอด้วยวิธีการเล่าเรื่อง” และเมื่อใช้วิธีการนำเสนอที่แตกต่างกัน องค์ประกอบของวิธีการนำเสนอก็จะแตกต่างกันไปด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องการสร้างและการสื่อสารคุณลักษณะเฉพาะตัวของพิธีกรร่วมในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 คน ประกอบด้วย ผู้ควบคุมการผลิตรายการ 1 ท่าน พิธีกรร่วม 2 ท่าน ได้แก่ คุณปรินดา คุ้มธรรมพินิจ และคุณอริสรา กำธรเจริญ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของข้อมูลเชิงพรรณนา อีกทั้งยังมีการดำเนินการจัดทำกลุ่มสนทนา (Focus Group) กับผู้รับชมรายการ จำนวน 15 คน โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณา

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการสร้างและการสื่อสารคุณลักษณะเฉพาะตัวของพิธีกรร่วมในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์ ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์คุณลักษณะพิธีกรร่วม โดยสามารถจำแนกผลการศึกษาได้ 4 ส่วน ดังนี้

(1) การปรับตัว/ ตามทันเนื้อหาข่าวของพิธีกรหลัก

พิธีกรร่วมต้องมีสติ ตามทันและสามารถรับส่งข้อมูลจากพิธีกรหลักได้ ทั้งการแก้ไขข้อผิดพลาดในการนำเสนอข่าวหรือการต่อยอดรับส่งเนื้อหาข่าวและมุกตลกต่าง ๆ ที่พิธีกรหลักส่งมาได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้ง ยังต้องมีความสนใจในเนื้อหาข่าวสารที่กำลังนำเสนออย่างลึกซึ้ง โดยที่สามารถเสริมข้อมูลที่ตกหล่นหรือเพิ่มเติมรายละเอียดที่พิธีกรหลักนำเสนอได้ทันในจังหวะที่เหมาะสม รวมทั้งต้องศึกษาว่ามีประเด็นอะไรที่สามารถสอดแทรกเนื้อหาข่าวในแต่ละวันได้บ้าง เพื่อ ช่วยให้ข่าวมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย ฟังแล้วราบรื่น นอกจากนั้น ต้องฝึกการมีไหวพริบและความไวในการรับส่งข้อมูลเนื่องจากพิธีกรหลักอาจเปลี่ยนแปลงข่าวกระทันหันโดยที่ไม่ได้แจ้งมาก่อน จึงต้องสามารถคาดการณ์

Thai Media Fund Journal
Vol. 5 No 1 January - March 2026

ข่าวที่พิธีกรหลักจะหยิบยกขึ้นมาเล่าข่าวได้ เนื่องจากรายการนี้เป็นรายการที่ไม่มีการเรียงลำดับ (Rundown) ข่าวที่แน่นอน พิธีกรร่วมจึงต้องปรับตัวโดยใช้การสังเกตเมื่อพิธีกรหลักกล่าวถึงข่าวใดจะต้องสามารถเล่าต่อได้ทันที มีการเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับการเล่าข่าวโดยไม่ให้เกิดช่วงเวลาเงียบ (Dead Air) โดยพิธีกรร่วมจะมีหน้าที่ในการเสริมบทบาท และเพิ่มความสมบูรณ์ให้กับรายการ ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ได้รับข้อเสนอในการปรับตัวให้ตามทันข่าวว่าควรมีการแบ่งหัวข้อข่าวควรมีความชัดเจน เช่น ข่าวที่เกี่ยวกับด้านเศรษฐกิจอาจให้พิธีกรร่วมที่มีความชำนาญในด้านนั้นเจาะลึกรายละเอียดลงไปเพื่อให้เนื้อหาข่าวมีความน่าสนใจและหลากหลาย สำหรับรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์ เป็นรายการที่ไม่มีการกำหนดเรียงลำดับข่าวไว้ก่อนออกอากาศ พิธีกรหลักจะเป็นคนออกแบบลำดับข่าวตามสถานการณ์ด้วยตนเอง โดยจะพิจารณาจากอารมณ์ร่วมของผู้ชมรายการเป็นหลัก หน้าที่ของพิธีกรร่วมจึงจะต้องอ่านและทำความเข้าใจข่าวทั้งหมดก่อน แล้วจัดเรียงสคริปต์ข่าวไว้บนโต๊ะให้เป็นหมวดหมู่ชัดเจน ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ ดินฟ้าอากาศ แล้วสังเกตว่าพิธีกรหลักจะเล่าข่าวไหน ดังนั้น ทักษะที่พิธีกรร่วมควรพึงมี ต้องคอยสังเกตและตั้งใจฟังว่าพิธีกรหลักเรียงข่าวอย่างไร หรือเปิดหนังสือพิมพ์หน้าไหนไว้ เพื่อให้สามารถตามทันสถานการณ์ ทำให้การร้อยเรียงแต่ละข่าวได้อย่างราบรื่น เพราะฉะนั้นบทบาทของพิธีกรร่วม ต้องอ่านข่าวไว้ทั้งหมดที่เกิดขึ้นในวันนั้นให้มากที่สุด แล้วก็พยายามฟังว่าพิธีกรหลักเล่าเรื่องเริ่มต้นจากตรงไหนและเว้นวรรคตรงไหน เพื่อจะเล่าข่าวให้ตรงรอยต่อได้ ดังนั้น คุณลักษณะของพิธีกรร่วมต้องปรับตัวตามพิธีกรหลักให้ทัน หยิบข่าวให้เร็ว รับมุกให้ทัน ในการดำเนินรายการ

(2) ทักษะการตอบคำถามและแสดงความคิดเห็น

พิธีกรร่วมต้องมีส่วนร่วมในการสนทนากับพิธีกรหลักในรายการข่าว เช่น พิธีกรร่วมจะมีการตอบคำถามจากพิธีกรหลัก หรือแสดงความคิดเห็นจากมุมมองของตนเองตามสถานการณ์ได้บ้าง ในขณะเดียวกันก็ต้องเปิดโอกาสให้ผู้ชมรายการมีส่วนร่วมผ่านการสื่อสารแบบฉับพลันทันใด (Real Time) ได้ โดย

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและ
THAI MEDIA FUND JOI

พิธีกรร่วมสามารถตั้งคำถามและให้ผู้ชมตอบผ่านการแสดงความคิดเห็นในช่องทางโซเชียลมีเดียของทางรายการ และเป็นผู้อ่านผลสรุปจากผู้ชมด้วย ซึ่งรายการข่าวในปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ในการเชื่อมต่อกับผู้ชมมากขึ้น เช่น การแสดงคอมเมนต์ของผู้ชมบนหน้าจอ การตอบคำถามจากคอมเมนต์ และการนำความคิดเห็นของผู้ชมมาเสนอบนรายการ ช่วยให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมและมีความเกี่ยวข้องกับรายการมากขึ้น นอกจากนั้น ผู้ชมยังเสนอแนะให้มีการคุยนอกจอหรือการสื่อสารกับผู้ชมแบบฉับพลันทันใด ซึ่งสามารถทำได้ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ พิธีกรร่วมควรมีบทบาทในการพูดแทนความรู้สึกของผู้ชม และนำเสนอความคิดเห็นของผู้ชม ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่ามีคนฟังและเข้าใจความคิดของพวกเขามากขึ้น

(3) มีทักษะในการใช้ถ้อยคำเรียบเรียงประโยคและการด้นสด (Improvise)

พิธีกรร่วมต้องคัดเลือกข่าวสำคัญที่เกิดขึ้นในวันนั้น มีการปรับเปลี่ยนข่าวและคุยกันระหว่างโปรดิวเซอร์และพิธีกรก่อนเข้ารายการเสมอ เพื่อให้การนำเสนอเป็นไปตามสถานการณ์และความสำคัญของข่าว ซึ่งพิธีกรร่วมต้องมีความสามารถในการอธิบายเรื่องซับซ้อน เช่น เศรษฐกิจ ให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่าย โดยไม่ต้องพึ่งพาเพิ่มเติมจากที่อื่น และทำงานร่วมกันเป็นระบบจะช่วยให้การนำเสนอข่าวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลข่าว โดยเลือกจุดเด่นหรือไฮไลท์ที่น่าสนใจ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อน มีการปรับคำพูดให้เหมาะสมกับผู้ชมทั่วไป ที่สำคัญต้องนำเสนอข่าวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้ชม ซึ่งจะทำให้ข่าวมีความเกี่ยวข้องกับผู้ชมเพื่อให้น่าสนใจและรู้สึกว่าเป็นเรื่องสำคัญ

(4) การควบคุมการแสดงออกทางสีหน้าท่าทางอย่างมืออาชีพ

การแสดงความคิดเห็นของพิธีกรร่วมควรอยู่ในขอบเขตของจรรยาบรรณและจริยธรรม มีการปรับเปลี่ยนโทนเสียงให้เหมาะสมกับข่าว ลีลาท่าทางควรเป็นธรรมชาติ การแสดงสายตาและท่าทางควรสอดคล้องกับเนื้อข่าว โดยใช้ภาษากายที่ให้ความรู้สึกสบาย ๆ เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกผ่อนคลาย รวมทั้งมี

ปฏิสัมพันธ์กับข่าวและผู้ชม มีความสามารถที่จะเล่าข่าวในเรื่องที่น่าสนใจอย่างสนุก ผ่านอารมณ์สีหน้า แววตาและท่าทางไม่ต้องทางการมาก แต่ต้องสุภาพและเหมาะสม เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับคนดู เช่น ประเด็นทางในการเมืองควรมีความเป็นกลางหากจะสอดแทรกความคิดเห็นเข้าไปต้องดูเนื้อข่าวเป็นหลัก ที่สำคัญควรใช้น้ำเสียงที่ฟังสบาย ลีลาท่าทางมีความสอดคล้องกับเนื้อข่าวนั้น อีกทั้งต้องนำเสนอข่าวต้องเป็นธรรมชาติและความมั่นใจในตนเอง เพราะช่วยเสริมความน่าเชื่อถือและทำให้การเล่าข่าวเป็นไปอย่างลื่นไหล นอกจากนี้บุคลิกภาพต้องแสดงถึงความน่าเชื่อถือและความมีเสน่ห์ในการนำเสนอข่าว โดยใช้น้ำเสียงที่แสดงความรู้สึกตามเนื้อหาข่าว ผ่านทางสีหน้าและแววตา นอกจากนี้ยังมีการรับส่งอารมณ์ ที่จะต้องดูอารมณ์และน้ำเสียงที่พิธีกรหลัก

2. วิธีการสื่อสาร

(1) การพูด/ การเล่า

พื้นฐานการเล่าข่าวต้องเข้าใจว่าในข่าวนั้น ดำเนินเรื่องเป็นอย่างไร เกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น ส่งผลอย่างไร ตามหลัก ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร พิธีกรร่วมต้องรู้ต้องตอบคำถามที่จะเล่าเหตุการณ์นั้นให้ได้ ทำความเข้าใจเนื้อข่าวถึงจะถ่ายทอดออกไปได้ ต้องนำเสนอข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงไม่แสดงทัศนคติส่วนตัวของผู้เล่าข่าว ให้เล่าจากความเข้าใจ โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและไม่เป็นทางการ ไม่ใช้คำหยาบคาย ยกเว้นในกรณีที่พิธีกรหลักใช้ก่อน และปรับภาษาให้เหมาะสมกับสถานการณ์และเนื้อหาข่าว เนื่องจากการเล่าข่าวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากยุคทีวีอนาล็อก ซึ่งมีการใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการมากขึ้น มีการเลือกใช้คำ การย่อข่าว การเล่าเรื่องที่เหมาะสม การเรียบเรียงเนื้อหาสามารถสลับได้ ส่วนการประมวลจังหวะในการเล่าข่าว ควรทำความเข้าใจ การย่อเนื้อหาให้เหมาะสม โดยพิธีกรร่วมจะมีการปรับการนำเสนอข่าวตามประเภทของข่าวและเนื้อหา แต่ไม่มีประโยคคำพูดที่กำหนดตายตัวสำหรับการนำเสนอข่าวแต่ละประเภท มีเพียงการปรับสำนวนและภาษาตามเนื้อหาข่าวและความเข้าใจของผู้ชม นอกจากนี้ พิธีกรร่วมมีหน้าที่อธิบายเนื้อหาที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่าย และปรับการนำเสนอข่าวทำให้ข่าวไม่ยากเกินไปสำหรับผู้ชม รวมถึงใช้

ภาษาที่เข้าใจง่าย แต่ยังคงข้อมูลสำคัญ มีการเรียบเรียงเนื้อหาโดยสรุปประเด็นสำคัญและจับข้อมูลที่น่าสนใจขึ้นมาเล่า ดังนั้นการเล่าข่าวที่มีพิธีกรร่วมสามารถทำให้ข่าวดูมีชีวิตชีวา มีมิติที่หลากหลายมากขึ้น มีเนื้อหาที่ครบถ้วนกว่า เนื่องจากพิธีกรร่วมสามารถเสริมกันในการเล่าข่าวและทำให้การนำเสนอข่าวมีความน่าสนใจมากกว่า พิธีกรเดี่ยวที่อาจขาดอรรถรสและไม่สามารถเสริมเนื้อหาข่าวได้ครบถ้วน

(2) การฟัง

การรับส่งปฏิสัมพันธ์ในการนำเสนอข่าวกับพิธีกรหลักอย่างมีประสิทธิภาพ จะใช้การสังเกตและจับจังหวะของผู้ประกาศหลักเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นจับจังหวะและสังเกตการหยุดของพิธีกรหลัก และสามารถเล่าข่าวต่อได้ทันที อีกทั้ง จะต้องมีการสังเกตท่าทางและจังหวะของพิธีกรหลัก เพื่อเตรียมตัวเล่าข่าวต่ออย่างราบรื่น นอกจากนี้ ควรมีการเตรียมตัวและการอ่านเนื้อหาล่วงหน้า โดยควรจะต้องมีการทำการบ้านอย่างละเอียดช่วยให้พิธีกรร่วมสามารถรับและต่อเนื้อหาได้ทันทีที่พิธีกรหลักหยิบยกขึ้นมา มีการนั่งในท่าที่สามารถสังเกตพิธีกรหลักได้ตลอดเวลาจะช่วยให้พร้อมต่อเนื้อหาได้อย่างทันทีทันใด และพิธีกรหลักบางครั้งจะใช้การชี้หรือส่งสัญญาณให้พิธีกรร่วมทราบว่าต้องต่อเนื้อหาหรือรับช่วงต่อ ช่วยให้จังหวะการรับส่งเนื้อหาดีขึ้น

(3) การปรากฏกาย

การแต่งตัวในรายการของพิธีกรร่วมจะมีฝ่ายการจัดการดูแลเสื้อผ้าคอยดูแลอยู่เสมอ หากเป็นช่วงเทศกาลก็จะเน้นแต่งตามเทศกาลต่าง ๆ ทำให้บรรยากาศดูสบาย ๆ และเป็นกันเองมากขึ้น โดยต้องเลือกชุดที่สวมใส่แล้วมั่นใจ เรียบร้อย และคล่องตัวในการทำงาน ชุดต้องไม่หวือหวา เหมาะสมกับบุคลิก ซึ่งฝ่ายคอสตูมต้องรู้จักบุคลิกของพิธีกรร่วมเลือกชุดที่เข้ากับพิธีกรแต่ละคน

(4) วิธีการสื่อสารตัวตนของพิธีกรร่วม

พิธีกรร่วมรายการ “เรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์” ต้องสามารถปรับตัวได้เร็วกับการเสนอข่าวของพิธีกรหลักเนื่องจากรูปแบบรายการ

สด จึงต้องหยิบข่าวมานำได้อย่างรวดเร็วพร้อมจัดเตรียมข้อมูลตามที่พิธีกรหลักกำหนด โดยการคอยฟังและสังเกตการดำเนินรายการเพื่อให้สามารถรับช่วงต่อได้อย่างราบรื่น รวมทั้งต้องเข้าใจเนื้อข่าวกำลังนำเสนออย่างถ่องแท้ ทำให้สามารถเล่าเรื่องและตอบคำถามสำคัญของแต่ละหัวข้อข่าวได้ ที่สำคัญต้องปรับตัวเข้ากับสไตล์ของพิธีกรหลักเข้าใจบทบาทของตนเองในการเสริมสร้างความน่าสนใจและต่อเนื่องของรายการสด มีการพัฒนาเอกลักษณ์เฉพาะตัวและความเป็นตัวของตัวเอง สร้างความหลากหลายและน่าสนใจ นอกจากนั้นสามารถปรับตัวตามสถานการณ์และเนื้อหาของข่าวได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ผู้ชมมีความสนใจในเนื้อหาข่าวที่นำเสนอ และมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับทีมงาน เพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานที่ราบรื่นและเป็นกันเอง ซึ่งต้องสื่อสารได้ดีกับผู้ชม รวมทั้งทีมงานและโปรดิวเซอร์ การอ่านออกเสียงต้องมีความชัดเจน ฉะฉาน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ชมสามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน นอกจากนั้นคือเข้าใจและรู้จักกลุ่มเป้าหมายของรายการ สามารถดึงดูดผู้ชมจากทุกช่วงวัย มีมุมมองที่ปรับไปตามโลก ทำให้ผู้ชมรู้สึกเข้าใจข่าวได้ง่ายเพื่อสื่อสารในลักษณะที่ตรงกับความเข้าใจและความสนใจของกลุ่มผู้ชม และสามารถในการอธิบายหรือสรุปข้อมูลข่าวที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่าย เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ เป็นต้น เนื่องจากพิธีกรร่วมแต่ละคนมีคาแรกเตอร์ที่ชัดเจนและมีความสามารถในการเล่าข่าวที่เข้าใจง่าย และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อเพิ่มความกลมกล่อมให้กับรายการ ทำให้เนื้อหาข่าวไม่น่าเบื่อและสามารถดึงดูดผู้ชมได้ดี ทำให้รายการมีความสดใสและมีพลังงานที่แตกต่างออกไป ทำให้พิธีกรหลักดูผ่อนคลายและเป็นกันเองมากขึ้น

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

1. คุณลักษณะพิธีกรร่วมในรายการเรื่องเล่าเช้านี้และเรื่องเล่าเสาร์อาทิตย์ มีดังนี้ พิธีกรร่วมต้องมีความสามารถในการตามทันและปรับตัวกับพิธีกรหลักที่มีประสบการณ์สูง ต้องสามารถหยิบข่าวและข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว พร้อมจัดเตรียมข้อมูลตามที่พิธีกรหลักกำหนด ต้องคอยฟังและสังเกตการดำเนิน

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและ
THAI MEDIA FUND JOI

รายการ เพื่อรับช่วงต่อและสนับสนุนพิธีกรหลักอย่างราบรื่น ต้องเข้าใจในเนื้อหาของข่าวอย่างถ่องแท้ เพื่อสามารถเล่าเรื่องและตอบคำถามได้ครบถ้วน นอกจากนี้ ต้องมีการพัฒนาคาแรกเตอร์ โดยการเรียนรู้และสังเกตจากพิธีกรหลักที่มีประสบการณ์ อีกทั้งคาแรคเตอร์ต้องมีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวตามสถานการณ์และเนื้อหาข่าวได้อย่างรวดเร็ว มีเอกลักษณ์และความเป็นตัวเอง เพื่อเพิ่มความหลากหลายและความน่าสนใจให้กับรายการ ต้องมีความสามารถในการปรับการนำเสนอให้เข้ากับสไตล์ของรายการ และสามารถอธิบายหรือสรุปข่าวที่ซับซ้อนให้ผู้ชมรายการเข้าใจง่ายและติดตามรายการต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ Bunyasiriyanont (2017) ที่อธิบายว่า การกำหนดแบรนด์บุคคลของผู้ดำเนินรายการข่าว พัฒนาจากตัวตนของผู้ดำเนินรายการข่าวแต่ละคน ประกอบกับความเชื่อพื้นฐานของการเป็นผู้ดำเนินรายการที่ดีตามมุมมองของแต่ละคน ผ่านกระบวนการสำรวจตัวเอง สำรวจกลุ่มเป้าหมายและสำรวจคู่แข่ง ประกอบเข้าด้วยการเป็นแบรนด์บุคคล ที่ถูกสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางสื่อที่มีประสิทธิภาพ โดยกำหนดเนื้อหาและวิธีการสื่อสารที่ไม่ขัดแย้งกับลักษณะของแบรนด์บุคคลและไม่สร้างความสับสนให้กับผู้ติดตามส่วนการรักษาแบรนด์บุคคลให้คงไว้ ต้องสื่อสารอย่างสม่ำเสมอและรักษาจุดยืนของแบรนด์บุคคลที่กำหนดไว้ตั้งแต่เริ่มต้น ผ่านการติดตามผลและประเมินผลในการสื่อสาร

พิธีกรร่วมควรเตรียมข้อมูลอย่างละเอียดและมีความรู้ลึกซึ้งในข่าวสารที่นำเสนอ สามารถเสริมข้อมูลที่สำคัญและช่วยขยายประเด็นข่าวให้มีความชัดเจนและน่าสนใจมากขึ้น การมีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่โดดเด่นช่วยให้พิธีกรร่วมสามารถเสริมสร้างบรรยากาศที่ดีและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ชม พิธีกรร่วมควรมีบุคลิกสดใส ชัดถ้อยชัดคำ มีความสามารถในการเสริมเนื้อหาและความคิดเห็นที่มีความรู้ปนอยู่ ทำให้การนำเสนอข่าวมีความหลากหลายและไม่น่าเบื่อ อีกทั้งควรมีความรู้ในข่าวสารทั้งในเชิงกว้างและลึก สามารถเชื่อมโยงประสบการณ์ส่วนตัวกับข่าวเพื่อทำให้เนื้อหามีความน่าสนใจและเข้าถึงผู้ชมได้ง่ายขึ้น การนำเสนอข่าวของพิธีกรร่วมควรมีลักษณะที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและความ

เข้าใจในข่าวที่นำเสนอ การมีพิธีกรร่วมช่วยทำให้การเล่าข่าวมีความรู้สึกเหมือนการสนทนามากขึ้น ทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนมีส่วนร่วมในการสนทนา ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าสนใจและทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonbamrungchai (2012) ที่กล่าวว่าลักษณะของผู้ดำเนินรายการโดยเฉพาะเล่าข่าวนั้น ต้องสามารถสร้างสีสันกับเรื่องที่นำมาเล่า ผู้เล่าเรื่องต้องมีความสามารถที่จะเล่าเรื่องให้คนสนใจ โดยการถ่ายทอดเรื่องราวให้ปรากฏเป็นรูปธรรมด้วยการใช้ถ้อยคำและน้ำเสียงเป็นสำคัญ ต้องใช้น้ำเสียงที่เป็นมิตรน่าเชื่อถือ ทรงภูมิ ความรู้ มีการพูดคุยเหมือนกำลังสนทนา ในชีวิตประจำวัน ใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่เดิม สร้างความหมายให้ผู้ฟังเข้าใจในเรื่องราวที่นำมาเล่า นอกจากนี้ พิธีกรร่วมมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมต่อกับผู้ชมและสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วม และการทำให้ผู้ชมรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของคอมมูนิตี้รายการ

2. วิธีการสื่อสาร การปรับเปลี่ยน คุณลักษณะเฉพาะตัวและการนำเสนอข่าวของพิธีกรร่วมในการดำเนินรายการ มีดังนี้ พิธีกรร่วมควรใช้น้ำเสียงที่ชัดเจน ออกเสียงให้ฟังง่าย เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาข่าวได้อย่างชัดเจนสำหรับข่าวเศร้า ใช้น้ำเสียงปกติที่สุภาพและไม่แสดงอารมณ์รุนแรงเกินไป สำหรับข่าวดีหรือน่าชื่นชม ใช้น้ำเสียงที่แสดงความยินดีตามเนื้อหาข่าว พร้อมการแสดงสีหน้าและแววตาที่เหมาะสม อีกทั้งจะต้องมีแสดงสีหน้าและท่าทางที่สอดคล้องกับเนื้อหาข่าว โดยไม่ทำให้ดูเกินจริง แสดงสีหน้าและท่าทางควรแสดงออกตามธรรมชาติของข่าวแต่ละประเภท นอกจากนี้ จะต้องดูอารมณ์และน้ำเสียงที่พิธีกรหลักส่งมาและตอบรับให้เหมาะสม เพราะการรับส่งอารมณ์กับพิธีกรหลักอย่างสอดคล้องช่วยให้การนำเสนอเป็นไปอย่างราบรื่น สอดคล้องกับแนวคิดของพิมพาภรณ์ บุญประเสริฐ (Boonprasert, 2005) พบว่า บุคลิกการแสดงออกของพิธีกรหญิง จะมีวาจายั่วล้อ ตัดพ้อต่อว่า ใจน้อย แง่งอน เสียดสี มีอารมณ์ขัน ซึ่งบุคลิกภาพดังกล่าวจะช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับรายการ

การเล่าข่าวของพิธีกรร่วมต้องยึดตามข้อเท็จจริง โดยไม่แสดงทัศนคติส่วนตัว ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อนเกินไป รวมถึงการปรับสำนวนให้

เหมาะสมกับเนื้อหาและบริบทของข่าว วิธีการนี้ช่วยให้ผู้ชมได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและสามารถตัดสินใจได้เองตามความเป็นจริง แม้ภาษาจะไม่เป็นทางการก็ต้องรักษาความสุภาพ และหลีกเลี่ยงคำหยาบคายหรือภาษาที่ไม่เหมาะสม อาจจะต้องใช้คำตามเพื่อให้การนำเสนอไม่ดูแปลกหรือโดดเด่นเกินไป พิจารณาปรับสำนวนตามเนื้อหาของข่าว สอดคล้องกับแนวคิดของ Malaisirirat (2016) ที่กล่าวว่า การนำเสนอข่าวรายการเล่าข่าว ผู้เล่าข่าว จะเน้นความสนุกสนานโดยสร้างความเป็นกันเองกับผู้ชม ด้วยวิธีการเล่าโดยใช้ภาษาพูดภาษากึ่งทางการที่สร้างความใกล้ชิดระหว่างผู้เล่าข่าวกับผู้ชมและคนที่ตกอยู่ในข่าวในเชิงจิตวิทยา ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกว่าเป็นเรื่องของคนใกล้ตัวเป็นกลวิธีหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกไม่เครียด สามารถรับและเข้าใจข่าวได้ง่าย และงานวิจัยของ Deesuwan and Mutitacharoen (2565) ที่พบว่า อัตลักษณ์ที่สำคัญของพิธีกรข่าว คือ การเลือกนำเสนอข่าวที่สำคัญในแต่ละวัน โดยจะต้องเน้นไปที่ข่าวนโยบายของภาครัฐที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตของผู้ชมส่วนมาก การสร้างโครงเรื่องอย่างรวดเร็วในหัวโดยยึดจุดสำคัญของข่าวและไฮไลท์ที่ดึงดูดความสนใจ เน้นความเข้าใจง่ายและลำดับขั้นตอนที่ชัดเจน

พิธีกรร่วมต้องมีปฏิภาณไวในการตอบสนองกับบทสนทนาหรือคำถามที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและมีไหวพริบ เพื่อเพิ่มความสนุกและความกลมกล่อมให้กับรายการ การสื่อสารควรมีน้ำเสียงที่ฟังสบายและสอดคล้องกับเนื้อหาของข่าว สามารถปรับโทนเสียงให้เหมาะสมกับประเภทของข่าว ภาษากายควรเป็นธรรมชาติ ไม่เกินหน้าพิธีกรหลัก ควรแสดงออกผ่านสีหน้าและท่าทางที่สอดคล้องกับเนื้อหาข่าว เพื่อช่วยเพิ่มความเข้าใจและสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชม สอดคล้องกับแนวคิดของ Chatwarun (2000) ที่กล่าวถึง การใช้น้ำเสียงว่าอาจจะแสดงให้เห็นถึงความสุภาพหรือความไม่สุภาพของผู้พูดได้ ดังนั้นถ้าเสียงของผู้พูดจะทำให้การสื่อความหมายได้ผลก็จะต้องเป็นเสียงที่ดีซึ่งจะมีลักษณะความดังของเสียงความเร็ว กำลังเสียง และหางเสียงอย่างสมดุล โดยไม่ลากเสียงให้ยาวหรือสั้นหวนจนเกินไป ตรงกันข้ามเสียงที่พูดควรนุ่มนวลจะทำให้น่าฟังและผู้ฟังนิยมชมชอบได้

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและ
THAI MEDIA FUND JOI

ชุดจะต้องสวมใส่เมื่อต้องอ่านข่าวต้องใส่แล้วมั่นใจ เรียบร้อย และคล่องตัวในการทำงาน เหมาะสมกับบุคลิกของตนเอง และสอดคล้องกับบรรยากาศของรายการ การแต่งตัวต้องคำนึงถึงเทศกาลหรือเหตุการณ์พิเศษ อีกทั้ง การเป็นตัวของตัวเองช่วยเสริมความน่าเชื่อถือและทำให้การเล่าข่าวเป็นไปอย่างลื่นไหล และช่วยเพิ่มความน่าสนใจและความมีเสน่ห์ในการนำเสนอข่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของสนมพร ฉิมเฉลิม (Chimchalerm, 1999) ที่ระบุคุณสมบัติสำคัญของผู้ดำเนินรายการข่าวว่าต้องมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ มีความรู้และความชำนาญ เช่นเดียวกับงานวิจัยของศุกลมาน เอี่ยมโอภาส (Eiamopas, 1999) ที่พบว่า ผู้ชมให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ ของผู้ดำเนินรายการข่าวมากที่สุดในการเลือกที่จะติดตามชมแม้ว่าบริบทของข่าวจะเปลี่ยนไป

การใช้ท่าทางและการแสดงออกทางกายควรสอดคล้องกับเนื้อหาข่าว เช่น การใช้มือเพื่อเน้นประเด็น การพยักหน้ารับรู้เมื่อผู้ร่วมรายการพูด ท่าทางต้องสุภาพและเหมาะสม การสบตากับกล้องหรือผู้ร่วมรายการช่วยสร้างความเชื่อมโยงกับผู้ชม ใช้สายตาในการสื่อสารอารมณ์และความรู้สึก เช่น สายตาที่จริงจังในข่าวสำคัญ หรือสายตาที่เป็นมิตรในข่าว สีหน้าที่สอดคล้องกับอารมณ์ของข่าวช่วยให้ผู้ชมเข้าใจและรู้สึกถึงความจริงจังหรือความยินดีในเนื้อหาข่าว ทั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดด้านบุคลิกภาพของ Siriroj (1994) ที่กล่าวถึงคุณลักษณะที่ทำให้บุคคลเป็นที่สะดุดตา มีอิทธิพลเหนือกว่าผู้อื่นนั้น คือ บุคลิกภาพ ซึ่งนับเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสารระหว่างบุคคลสื่อสารระหว่างมวลชนด้วย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยสามารถนำไปสู่การเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

1. นโยบายด้านการพัฒนาศักยภาพพิธีกรร่วม หน่วยงานที่ดูแลการผลิตรายการข่าวในสื่อกระจายเสียง ควรจัดให้มีหลักสูตรฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของพิธีกรร่วม โดยมุ่งเน้นที่ทักษะการสื่อสารอย่างมืออาชีพ

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและ
THAI MEDIA FUND JOI

ความสามารถในการเล่าข่าวที่เชื่อมโยงกับผู้ชม และการวิเคราะห์ข่าวและจัดลำดับความสำคัญของเนื้อหาอย่างมีวิจารณญาณ

2. นโยบายการคัดเลือกพิธีกรร่วมอย่างมีมาตรฐาน

องค์กรสื่อควรจัดทำ เกณฑ์การคัดเลือกพิธีกรร่วม ต้องคำนึงถึง ความเข้าใจเนื้อหาข่าวอย่างลึกซึ้ง ทักษะในการทำงานร่วมกับพิธีกรหลัก และความสามารถในการเชื่อมโยงกับผู้ชมในยุคสื่อใหม่

3. นโยบายส่งเสริมความหลากหลายและความเท่าเทียม

การแต่งตั้งพิธีกรร่วมควรยึดหลักความหลากหลายด้านเพศ วัย และประสบการณ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัย และส่งเสริมความเท่าเทียมในวงการสื่อมวลชน โดยไม่จำกัดบทบาทของผู้หญิงเพียงการเป็น “ลูกคู่” หรือสนับสนุนพิธีกรชายเท่านั้น

4. นโยบายสร้างแพลตฟอร์มสื่อสองทางกับผู้ชม

จากแนวโน้มของผู้ชมที่ต้องการมีส่วนร่วมในรายการข่าว ควรมีนโยบายส่งเสริมการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเปิดพื้นที่ให้ผู้ชมเสนอความคิดเห็นดึงข้อมูลที่ผู้ชมสนใจมาประกอบการจัดข่าว และใช้พิธีกรร่วมเป็น “ตัวกลาง” ในการสื่อสารระหว่างสื่อกับประชาชน

5. นโยบายตรวจสอบและประเมินคุณภาพการสื่อสาร

ควรกำหนดแนวทางในการ ประเมินคุณภาพการทำงานของพิธีกรร่วมอย่างเป็นระบบ โดยใช้เกณฑ์ที่สะท้อนทั้งคุณลักษณะด้านวิชาชีพและความพึงพอใจของผู้ชม เช่น ความชัดเจนในการเล่าข่าว ความสามารถในการจับประเด็นสำคัญ และความเหมาะสมของถ้อยคำและอารมณ์ในข่าวประเภทต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

ข้อเสนอจากผลวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ดังนี้

1.1 ฝึกฝนทักษะการสรุปและจับประเด็นสำคัญเพื่อให้สามารถนำเสนอข่าวที่มีความสำคัญและน่าสนใจได้โดยไม่ต้องพึ่งพาสคริปต์มากเกินไป

1.2 การอ่านข่าวและข้อมูลพิธีกรร่วมควรเพิ่มการอ่านข่าวและข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ

1.3 การเลือกใช้คำที่เข้าใจง่ายควรใช้คำที่เข้าใจง่ายและเป็นภาษาพูดที่คนทั่วไปใช้ เพื่อให้การนำเสนอข่าวเป็นไปอย่างราบรื่น

1.4 การปรับการเล่าให้เป็นธรรมชาติ พิธีกรร่วมควรปรับคำพูดให้เข้ากับสไตล์การพูดของตนเอง และเน้นการเล่าข่าวอย่างเป็นธรรมชาติ

1.5 การปรับน้ำเสียงตามประเภทข่าว พิธีกรร่วมควรใช้น้ำเสียงที่สอดคล้องกับอารมณ์ของข่าว

1.6 การแสดงออกอย่างเหมาะสมการแสดงสีหน้าและท่าทางควรสอดคล้องกับเนื้อหาข่าว เช่น การยิ้มในข่าวดีและมีสีหน้าสุภาพในข่าวเศร้า

1.7 การเตรียมความพร้อมล่วงหน้า รวมถึงเตรียมการปรับตัวตามการนำเสนอของพิธีกรหลัก

1.8 การสร้างความร่วมมือควรสร้างความร่วมมือกับพิธีกรหลักในการแบ่งปันข้อมูลและการจัดลำดับข่าวเพื่อให้การนำเสนอเป็นไปอย่างราบรื่น

1.9 การแต่งกายที่เหมาะสม ควรเลือกชุดที่เรียบร้อยและสะดวกสบายในการทำงาน ชุดต้องไม่หวือหวาแต่เข้ากับบุคลิกของพิธีกร

เอกสารอ้างอิง

Apiromvichit, M., & Sanguanngam, S. (2015). *Factors influencing television audience behavior in watching Thairath TV news programs* [Master's thesis, Mahidol University]. Mahidol University Repository.

Boonbamrungchai, K. (2012). *Audience attitudes toward news programs on Thai TV Channel 3 regarding Sorrayuth Suthassanachinda* (Master's thesis). Thammasat University, Bangkok, Thailand.

Boonprasert, P. (2005). *Speak confidently in your own way*. Bangkok: Department of Thai and Eastern Languages, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University.

Bunyasiriyanont, N. (2017). *Cross-media communication to build personal branding of news anchors* (Master's thesis). Faculty of Communication Arts and Innovation, National Institute of Development Administration, Thailand.

Chatman, S. (1978). *Story and discourse: Narrative structure in fiction and film*. Cornell University Press.

Chatwarun, T. (2000). *Basic speaking*. Bangkok: Ramkhamhaeng University.

Chimchalerm, S. (1999). *Uses and social issues of Twitter in Thailand*. Bangkok: Chulalongkorn University.

Deesuwan, P., & Mutitacharoen, P. (2022). Communication strategies to build news anchor identity: A case study of Sorrayuth Suthassanachinda from *Rueng Lao Chao Nee* through the perspective of program producers. *Media and Communication Inquiry, 3*(2), 72–81.

Eiamopas, S. (1999). *The role of nonverbal communication of television news anchors* (Master's thesis). Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand.

Herman, D. (2009). *Basic elements of narrative*. Wiley-Blackwell.

Izard, R. S., Culbertson, H. M., & Lambert, D. A. (1994). Fundamentals of news reporting (6th ed.). Kendall/Hunt.

Khaosod. (2021). *Morning news ratings on July 7, 2022: "Rueng Lao Chao Nee" ranks number one*. Retrieved from https://www.khaosod.co.th

Malaisirirat, S. (2016). *Management of morning news storytelling programs on Channel 5, Channel 7, Channel 9, and Thai PBS* (Master's thesis). Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University, Bangkok, Thailand.

Mellado, C., & van Dalen, A. (2017). Changing times, changing journalism? A longitudinal study of journalistic role performance. *Journal of Communication, 67*(6), 944–964.

Nakasathien, U. (2020). The role of television news anchors in the process of public communication. *Journal of Mass Communication, 13*(1), 23–40.

Banjongjit, N. (2023). *Master of ceremonies: Roles and responsibilities in event hosting*.

Phanchaiyaphum, P. (2016). *Viewing behavior and audience satisfaction toward the program "Kub Khao Krob Praden" on Modern Nine TV* [Master's thesis, Dhurakij Pundit University]. DPU Library.

Pongsuwan, S. (2021). News-viewing behaviors of consumers in the online media era. *Journal of Communication Arts, 39*(2), 45–58.

Prachya, W. (2016). *Audience exposure and satisfaction toward the evening news program on Modern Nine TV* [Master's thesis, Thammasat University]. Thammasat University Digital Repository.

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อ ปลอดภัยและ
THAI MEDIA FUND JOI

Siriroj, N. (1994). *Introduction to mass communication* (3rd ed.). Bangkok: Ramkhamhaeng University Press.

The Standard. (2021). *Sorayuth's return boosts news program ratings, surpassing rival morning news shows*. Retrieved from https://thestandard.co.th

Tuggle, C. A., & Huffman, S. (2018). Live reporting: Breaking news coverage and the evolving role of television journalists. *Journalism Practice, 12*(7), 847–862.

บทความวิชาการ

สื่อลวงลึก (Deepfake): การยึดครองการรับรู้ในสงครามข้อมูลยุคดิจิทัล

วิสุทธิ์ เวชวราภรณ์[1]

Received 21 October 2025
Revised 11 March 2025
Accepted 30 March 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้อธิบายสื่อลวงลึก (Deepfake) ในฐานะอาวุธทางวัฒนธรรมที่สามารถยึดครองการรับรู้ของสังคมได้ด้วยการบงการเวลาและความน่าเชื่อถือในสนามข้อมูลร่วมสมัย โดยอาศัยกรอบแนวคิดทางมานุษยวิทยาว่าด้วยอำนาจและทุนสัญลักษณ์ ในบริบทที่เทคโนโลยีสื่อลวงลึกกำลังถูกใช้เพื่อบิดเบือนข้อมูล สร้างความสับสน และบั่นทอนความเชื่อถือของสถาบันและบุคคลสาธารณะในสังคมดิจิทัลร่วมสมัย การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์เอกสารงานวิจัย และกรณีศึกษาของคลิปปลอมของเซเลนสกี้ และการปลอมเสียงของมาร์โค รูบิโอ ซึ่งสะท้อนรูปแบบการใช้สื่อลวงลึกที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กรณีเซเลนสกี้เป็นการปลอมภาพและวิดีโอเพื่อสร้างเหตุการณ์ทางการเมืองที่ไม่เคยเกิดขึ้น ขณะที่กรณีรูบิโอเป็นการปลอมเสียงเพื่อเลียนแบบตัวตนของบุคคลและแทรกแซงการสื่อสารทางการเมือง บทความชี้ว่าความเร็วของการเผยแพร่และทุนความเชื่อถือของบุคคลหรือแพลตฟอร์ม เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้สื่อลวงลึกสามารถสร้างความจริงชั่วคราวที่มีพลังเหนือข้อเท็จจริง ผลการวิเคราะห์ชี้ว่า

[1]นักวิจัย ฝ่ายวิจัยและส่งเสริมวิชาการ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)
อีเมล whisut.v@sac.or.th

สื่อลวงลึกไม่ได้เพียงบิดเบือนข้อมูล แต่ยังสนับสนุนการยึดครองพื้นที่การรับรู้และความทรงจำทางสังคม ซึ่งบั่นทอนทุนสัญลักษณ์ของสถาบันและสร้างความเปราะบางต่อโครงสร้างความจริงในสังคมดิจิทัล บทความเสนอให้การรับมือกับสื่อลวงลึกต้องผสานมิติเทคโนโลยีกับความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมต่อการโจมตีเชิงการรับรู้

คำสำคัญ สื่อลวงลึก, การยึดครองการรับรู้, ความน่าเชื่อถือ, ทุนการสื่อสาร

Deepfake: The Seizure of Perception in the Age of Digital Information Warfare

Whisut Vejvarabhorn[1]

Abstract

This article examines deepfakes as a cultural weapon capable of seizing social perception through the manipulation of time and credibility within the contemporary information battlefield. In recent years, deepfake technologies have increasingly been used to spread disinformation, generate public confusion, and undermine trust in public figures and institutions in the digital media environment. Using an anthropological framework of power and symbolic capital, the study employs a qualitative methodology through document analysis, academic research, and case studies of the fake video of President Volodymyr Zelensky and the voice-cloning incident involving U.S. Secretary of State Marco Rubio. These two cases illustrate distinct forms of deepfake deployment: the Zelensky video represents visual and audiovisual fabrication that stages a political event that never occurred, while the Rubio case involves voice cloning that impersonates a political actor in order to intervene in political communication. The analysis reveals that the speed of dissemination and the symbolic credibility attached to individuals and platforms constitute strategic resources that enable deepfakes to construct temporary truths with greater influence than

[1]Researcher, Division of Research and Academic Affair, Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organization), Email: whisut.v@sac.or.th

factual information. Deepfakes, therefore, are not merely tools of deception but mechanisms that capture perception and reshape collective memory, eroding the symbolic capital of institutions and destabilizing the social foundations of truth in the digital era. The article argues that addressing deepfakes requires more than technological solutions: it demands an integration of technical, cultural, and anthropological understanding to foster a form of social immunity against perceptual manipulation.

Keywords: Deepfake, Perceptual Capture, Credibility, Communicative Capital

บทนำ

ในบริบทที่เทคโนโลยีสื่อลวงลึก (deepfake) กำลังถูกใช้เพื่อบิดเบือนข้อมูล สร้างความสับสน และบั่นทอนความเชื่อถือของสถาบันและบุคคลสาธารณะในสังคมดิจิทัลร่วมสมัย สงครามในโลกยุคใหม่ไม่จำเป็นต้องเปิดฉากด้วยเสียงปืนหรือการเคลื่อนกำลังพลเท่านั้น หากแต่ยังสามารถเปิดฉากได้ด้วยคลิปวิดีโอหรือคลิปเสียงขนาดสั้นบนหน้าจอโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ลองพิจารณาตัวอย่างต่อไปนี้

1. ในเดือนมีนาคมของปี 2022 เป็นเวลาไม่กี่สัปดาห์หลังจากที่รัสเซียบุกยูเครน มีการเผยแพร่คลิปวิดีโอขนาดสั้นที่แสดงภาพและเสียงของประธานาธิบดีโวโลดิมีร์ เซเลนสกี (Volodymyr Zelensky) ประกาศให้กองทัพยูเครนวางอาวุธและยอมแพ้ คลิปวิดีโอนี้ถูกเผยแพร่ครั้งแรกบนเว็บไซต์ข่าวท้องถิ่นในยูเครน และถูกนำไปเผยแพร่ต่อบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียโดยเฉพาะเฟซบุ๊ค (Facebook) อย่างกว้างขวาง ผลที่เกิดขึ้นตามมาคือการที่ขวัญกำลังใจของชาวยูเครนถูกบ่อนทำลาย ทำให้ทหารและประชาชนเชื่อว่าผู้นำของตนยอมจำนนต่อรัสเซีย ในเวลาต่อมาจึงมีการตรวจสอบและพบว่าคลิปวิดีโอดังกล่าวเป็นของปลอม (Euronews, 2022)

2. ในช่วงกลางเดือนมิถุนายนของปี 2025 มีผู้ไม่ประสงค์ดีใช้เทคโนโลยีจำลองเสียง (voice-cloning) และข้อความลอกเลียนแบบการสื่อสารของมาร์โค รูบิโอ (Marco Rubio) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศของสหรัฐอเมริกา ผู้ไม่ประสงค์ดีดังกล่าวสร้างบัญชีปลอมเพื่อส่งข้อความเสียงทางแอปพลิเคชั่นซิกแนล (Signal) และข้อความตัวอักษรไปยังบุคคลระดับสูงของประเทศ ได้แก่ รัฐมนตรี ผู้ว่าการรัฐ และสมาชิกรัฐสภา เพื่อหลอกลวงให้ผู้ที่ได้รับข้อความเปิดเผยข้อมูลสำคัญ ในเวลาต่อมา รูบิโอได้ออกมาเปิดเผยว่าคลิปเสียงดังกล่าวถูกปลอมขึ้นมา (Reuters, 2025)

กรณีตัวอย่างที่หยิบยกขึ้นมานี้ แสดงให้เห็นว่าสื่ออย่างคลิปวิดีโอและคลิปเสียงที่ถูกปลอมแปลงด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือเรียกอีกอย่างว่าสื่อลวงลึก หรือ ดีปเฟค นั้น ไม่ได้เป็นเพียงเทคนิคปลอมภาพและเสียงที่ชวนให้

เชื่อถือและใช้งานอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมบันเทิงเพียงเท่านั้น แต่ยังสามารถกลายเป็นอาวุธทางสังคมที่ทำให้คำโกหกมีแต้มต่อเหนือความจริงในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ นั่นคือท่ามกลางสงครามการสื่อสาร ฝ่ายที่บุกด้วยการใช้สื่อที่เต็มไปด้วยเจตนาหลอกลวง สามารถที่จะยึดครองการรับรู้ของสาธารณะได้ก่อนที่กระบวนการตรวจสอบของฝ่ายที่ถูกบุกจะทันตั้งตัว

ในการศึกษานี้ บทความใช้วิธีการทบทวนเอกสารโดยคัดเลือกงานวิจัยและบทความวิชาการร่วมสมัยที่กล่าวถึงเทคโนโลยีสื่อลวงลึก การบิดเบือนข้อมูล และพลวัตของการเผยแพร่สารเท็จในสื่อดิจิทัล เพื่อสร้างกรอบความเข้าใจเชิงแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของสื่อลวงลึกในสนามการสื่อสารร่วมสมัย ในขณะเดียวกัน การเลือกกรณีศึกษาในบทความนี้ใช้หลักการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยเลือกกรณีที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางในสื่อสาธารณะ มีหลักฐานการตรวจสอบจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ และสะท้อนให้เห็นรูปแบบการใช้สื่อลวงลึกในบริบทการเมืองและการสื่อสารเป็นสำคัญ

สนามการสื่อสารและการเมืองของการรับรู้

คำว่า สื่อลวงลึก เป็นคำแปลของคำว่าดีปเฟค ซึ่งหมายถึงสื่อภาพ เสียง หรือวิดีโอที่ถูกสังเคราะห์ขึ้นด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ โดยเฉพาะเทคนิคการเรียนรู้เชิงลึก (deep learning) เพื่อเลียนแบบใบหน้า เสียง หรือพฤติกรรมของบุคคลจริงอย่างสมจริง จนทำให้ผู้รับสารเข้าใจว่าเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นจริง ทั้งที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน (Paris & Donovan, 2019; Chesney & Citron, 2019) ในบริบทของสื่อดิจิทัลร่วมสมัย สื่อลวงลึกจึงถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการบิดเบือนข้อมูลที่สามารถส่งผลต่อการรับรู้สาธารณะ การเมือง และความเชื่อถือของสถาบันทางสังคมได้อย่างมีนัยสำคัญ

ในงานศึกษาด้านการสื่อสารมวลชนและทฤษฎีการสื่อสารร่วมสมัย ปรากฏการณ์ของข้อมูลเท็จและสื่อปลอมถูกอธิบายผ่านกรอบการแพร่กระจายของข่าวสารในเครือข่ายดิจิทัล งานศึกษาที่ได้รับการอ้างถึงอย่างกว้างขวางคือการศึกษาของซอโรช วอโซอิ (Soroush Vosoughi) และคณะ (Vosoughi et al., 2018) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลข่าวบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์และพบว่า ข่าว

เท็จมักแพร่กระจายได้เร็ว ไกล และเข้าถึงผู้คนจำนวนมากได้มากกว่าข่าวจริง ปรากฏการณ์ดังกล่าวไม่ได้เกิดจากการทำงานของเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ที่มีแนวโน้มให้คุณค่ากับความแปลกใหม่ ความตื่นเต้น และความเป็นกระแส มากกว่าความถูกต้องของเนื้อหา (Vosoughi et al., 2018) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ยังชี้ให้เห็นว่า โครงสร้างของสื่อออนไลน์และอัลกอริทึมของแพลตฟอร์มมีบทบาทสำคัญในการเร่งการแพร่กระจายของเนื้อหาที่สร้างอารมณ์ร่วมสูง แม้เนื้อหานั้นจะเป็นข้อมูลเท็จก็ตาม (Marwick & Lewis, 2017; Benkler, Faris, and Roberts, 2018)

เมื่อพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารก้าวหน้าขึ้นจากการมาถึงของยุคสมัยแห่งปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งผู้คนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดังกล่าวได้เป็นวงกว้าง นักวิชาการด้านการสื่อสารจำนวนหนึ่งมองว่าสื่อลวงลึกเป็นส่วนสำคัญของพัฒนาการการบิดเบือนข้อมูลในสภาพแวดล้อมดิจิทัล กล่าวคือ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ทำให้การปลอมแปลงภาพและเสียงมีความสมจริงมากขึ้น การโน้มน้าวของข้อมูลเท็จในกระบวนการสื่อสารสาธารณะจึงมีพลังมากขึ้น งานสำรวจเกี่ยวกับการตรวจจับดีปเฟคชี้ว่า เทคโนโลยีดังกล่าวอาศัยเทคนิคการเรียนรู้เชิงลึกเพื่อสังเคราะห์ภาพและเสียงให้เหมือนบุคคลจริง ซึ่งทำให้ผู้รับสารจำนวนมากยากที่จะตรวจจับความผิดปกติด้วยการรับรู้เพียงอย่างเดียว (Bharath et al., 2024) ด้วยเหตุนี้ สื่อลวงลึกจึงเป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่เพิ่มความซับซ้อนให้กับระบบข้อมูลข่าวสารของสังคมดิจิทัล

อย่างไรก็ตาม การอธิบายสื่อลวงลึกในฐานะเพียงปัญหาทางเทคโนโลยีหรือการแพร่ข่าวปลอมอาจยังไม่เพียงพอ มุมมองจากสังคมศาสตร์เชิงวิพากษ์ช่วยให้ปรากฏการณ์นี้สามารถขยายการพิจารณาผ่านโครงสร้างอำนาจของสื่อและการสื่อสาร แนวคิดเรื่องรูปแบบของทุน (forms of capitals) ของปิแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) อธิบายว่าอำนาจทางสังคมไม่ได้เกิดจากทรัพยากรทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางสัญลักษณ์ ซึ่งกำหนดความสามารถของบุคคลหรือสถาบันในการนิยามความจริงและสร้างความชอบธรรมในสนามต่าง ๆ ของสังคม (Bourdieu 1986;

1991) เมื่อแนวคิดนี้ถูกนำมาพิจารณาในบริบทของสื่อดิจิทัล ความน่าเชื่อถือของบุคคล สถาบัน และแพลตฟอร์มสามารถทำหน้าที่เป็นทุนทางสัญลักษณ์ที่ทำให้ข้อมูลบางชุดได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว ถึงแม้ว่าจะยังไม่ได้รับการตรวจสอบอย่างครบถ้วนรอบด้านก็ตาม

ในมิติของโครงสร้างสื่อร่วมสมัย งานศึกษาของทาร์ลตัน กิลเลสพาย (Tarleton Gillespie) (Gillespie, 2018) ชี้ให้เห็นว่า แพลตฟอร์มออนไลน์ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางส่งข้อมูลของผู้ใช้งาน แต่ยังเป็นสถาปัตยกรรมของการมองเห็น (platform architecture) และความน่าเชื่อถือ ผ่านกลไกของอัลกอริทึม การจัดลำดับเนื้อหา และระบบการยืนยันตัวตน เมื่อพิจารณาจากมุมมองนี้ สื่อลวงลึกจึงไม่เพียงเป็นกลไกการบิดเบือนข้อมูล หากแต่ยังเป็นการใช้ประโยชน์จากโครงสร้างของแพลตฟอร์มและทุนสัญลักษณ์ของบุคคลหรือสถาบัน เพื่อทำให้ข้อมูลปลอมได้รับการยอมรับในฐานะความจริงในช่วงเวลาหนึ่ง

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยในสื่อสารมวลชนและทฤษฎีการสื่อสารร่วมสมัยช่วยอธิบายว่าทำไมข้อมูลเท็จจึงสามารถแพร่กระจายอย่างรวดเร็วในสภาพแวดล้อมสื่อดิจิทัล ขณะที่มุมมองจากสายสังคมศาสตร์แนววิพากษ์ช่วยเปิดมุมมองให้เห็นว่าการแพร่กระจายดังกล่าวเกี่ยวข้องกับโครงสร้างอำนาจและทุนทางสัญลักษณ์ที่กำหนดความน่าเชื่อถือของข้อมูล เมื่อมุมมองทั้งสองนี้ถูกนำมาพิจารณาร่วมกัน สื่อลวงลึกจึงอาจเข้าใจได้ไม่เพียงในฐานะเทคโนโลยีปลอมแปลงข่าวสาร แต่ยังรวมถึงในฐานะที่เป็นกลไกหนึ่งของระบบการสื่อสารร่วมสมัย ซึ่งมีศักยภาพในการกำหนดกรอบการรับรู้และการตีความเหตุการณ์ของสังคมในช่วงเวลาสำคัญ

เวลาและความเชื่อถือในฐานะทุนการสื่อสาร

ในระดับของการพิจารณา บูร์ดิเยอ (Bourdieu, 1986; 1991) อธิบายว่าทุนที่หมุนเวียนอยู่ในสังคมไม่ได้จำกัดแค่เงินและฐานะทรัพยากรซึ่งถือเป็นทุนทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางสัญลักษณ์ด้วย ทุนเหล่านี้สามารถแปรเปลี่ยนระหว่างกันได้และเป็นเครื่องมือ

สำคัญในการสร้างและสืบทอดอำนาจเชิงโครงสร้างผ่านสนาม (field) ต่าง ๆ ของชีวิต เช่น การศึกษา ศิลปะ และการเมือง โดยที่การกระทำของแต่ละบุคคลในสังคมไม่ได้เกิดจากอิสระที่มีอยู่ล้วน ๆ หากแต่ถูกหล่อหลอมผ่านนิสัยฝังตัว (habitus) ซึ่งก็คือรูปแบบความคิดและพฤติกรรมที่สะสมมาจากการมีหรือไม่มีทุน ทำให้ความไม่เท่าเทียมทางสังคมดำรงอยู่แม้ในสภาพแวดล้อมที่ดูเหมือนเป็นเสรีและเป็นกลาง

ในภูมิทัศน์สื่อดิจิทัลร่วมสมัย เวลาและความน่าเชื่อถือมิได้เป็นเพียงบริบทของการสื่อสาร ทรัพยากรที่สะสม แปลงรูป และแลกเปลี่ยนได้อาจถือเป็นทรัพยากรได้ในทางหนึ่ง โดยเราอาจพิจารณาทรัพยากรแบบนี้ผ่านแนวคิดของบูร์ดิเยอในรูปของทุนการสื่อสาร ซึ่งทำงานผ่านการยึดครองเวลาและความเชื่อถือ การพิจารณาการทำงานของสื่อลวงลึกโดยทุนทั้งสองนี้จึงถือเป็นกลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมที่สามารถชี้ขาดผลลัพธ์ของการต่อสู้เชิงการรับรู้ในสังคม

ความเร็วในฐานะทุนเชิงยุทธศาสตร์

ความเร็วของการเผยแพร่สารจัดเป็นทุนเชิงยุทธศาสตร์ในสนามข้อมูลข่าวสาร เพราะผู้ที่ปล่อยสารก่อนย่อมมีสิทธิตั้งกรอบความเข้าใจให้กับผู้รับสารหรือสังคมก่อนคู่แข่ง แม้ข้อความนั้นจะไม่เป็นความจริงเลยก็ตาม โดยอาจพิจารณาทุนเชิงยุทธศาสตร์ของความเร็วได้ดังต่อไปนี้

- **จังหวะและกรอบความเข้าใจ**

  เมื่อสารปลอมถูกปล่อยในจังหวะเวลาที่สุกงอมของเหตุการณ์หนึ่ง ๆ กรอบความเข้าใจจากสารดังกล่าวจะเข้าไปฝังตัวในความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารและจะทำหน้าที่เป็นองค์ประธานของความหมายทันที ข้อเท็จจริงที่ตามมาจึงไม่อาจลบล้างความเข้าใจที่ผิดไปได้หมด ผลลัพธ์นี้สามารถเห็นได้จากปรากฏการณ์การคงอยู่ของข้อมูลที่ผิด (persistence of misinformation effect) ที่แม้การแก้ต่างความเข้าใจผิดจะดำเนินไปอย่างชัดเจนและตรงประเด็นแล้ว ก็ไม่สามารถถอนราก

โครงสร้างการตีความเดิมที่สร้างอคติให้กับผู้รับสารไปแล้วได้ (Lewandowsky et al., 2012)

- **ช่องว่างทางเวลาเปราะบาง**

  ช่วงเวลาแห่งการตรวจสอบข้อเท็จจริงระหว่างที่ข้อมูลปลอมถูกเผยแพร่กับการชี้แจงข้อเท็จจริงถือเป็นจุดคานงัดที่สำคัญของสังคมออนไลน์ เนื้อหาปลอมมักได้รับแรงส่งจากความสดใหม่ ความน่าประหลาดใจ และการเร้าอารมณ์ ทำให้เกิดการแพร่หลายของตัวสารออกไปก่อนที่ข้อเท็จจริงจะถูกยืนยันได้ (Vosoughi et al., 2018) กล่าวได้ว่ายุทธศาสตร์ของสื่อลวงลึกที่อาศัยช่องว่างทางเวลานี้เกิดขึ้นผ่านการออกแบบจังหวะเวลา (Lempert & Silverstein, 2012) ซึ่งทำให้ผู้เผยแพร่สารสามารถควบคุมความรับรู้ของผู้คนในสังคมได้

กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ความเร็วคือทุนอย่างหนึ่งในสนามของการสื่อสาร ผู้ที่สามารถครอบครองจังหวะเวลาได้ ก็ย่อมเป็นผู้ร่างสารฉบับแรกของความจริงทางสังคม

ความน่าเชื่อถือในฐานะทุนทางสัญลักษณ์

นอกเหนือไปจากทุนในมิติเชิงเวลา อีกปัจจัยที่ทรงพลังไม่แพ้กันคือทุนของความน่าเชื่อถือ ซึ่งในทัศนะของของบูดิเยอร์ (Bourdieu, 1991) จัดเป็นทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) ที่สังคมมอบให้บุคคลหรือสถาบันหนึ่ง ๆ ผ่านการยอมรับโดยปริยาย ทุนชนิดนี้ทำหน้าที่เป็น เครื่องหล่อหลอมความชอบธรรม (consecration device) ที่จะคัดกรองว่าอะไรควรเชื่อหรือไม่ควรเชื่อ

- **ทุนสัญลักษณ์ที่ถูกปลอม**

  เมื่อสื่อลวงลึกปรากฏโลโก้ของสำนักข่าว สื่อ หรือแพลตฟอร์มหนึ่ง ๆ ไม่ว่าจะด้วยการแอบอ้างหรือปลอมแปลงก็ตาม นั่นไม่ใช่เพียงแค่การเลียนแบบภาพและเสียง การหยิบยืมเครดิตหรือก็คือความน่าเชื่อถือที่สังคมสั่งสมได้ถูกส่งต่อให้กับผู้ส่งสารเหล่านั้น

เนื้อหาของสารปลอมจะถูกประทับตราความน่าเชื่อถือโดยอัตโนมัติก่อนที่กระบวนการตรวจสอบหลักฐานจะเริ่มต้น ในขณะที่หากมีการตรวจสอบแล้วพบว่าสารนั้นไม่เป็นความจริง ทุนทางสัญลักษณ์ของสำนักข่าว สื่อ หรือแพลตฟอร์มจริง ๆ ก็จะถูกบั่นทอนลง

- **แพลตฟอร์มในฐานะสถาปัตยกรรมแห่งความเชื่อถือ**
  กล่าวได้ว่าสำนักข่าว สื่อ หรือแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะแพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ได้มีความเป็นกลางในตัวเอง หากแต่เป็นสถาปัตยกรรมที่สร้างความน่าเชื่อถือสังเคราะห์ผ่านการออกแบบอัลกอริทึม การจัดลำดับความสำคัญ และการยืนยันข้อเท็จจริงที่แฝงอำนาจผ่านทุนทางสัญลักษณ์ (Gillespie, 2018) การปลอมเครื่องหมายยืนยันตัวตน (verified badge) หรือการแฮ็กเข้าไปในแพลตฟอร์มที่น่าเชื่อถือของสำนักข่าว อาจถือได้ว่าเป็นการสังเคราะห์ความน่าเชื่อถือเชิงซ้อน ที่ใช้สถาปัตยกรรมแห่งความเชื่อถือปลอมชำระล้างข้อสงสัยและห่มคลุมเนื้อหาปลอมให้ดูกลายเป็นของจริงในสายตาสาธารณะ

นอกเหนือจากความเร็ว อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความน่าเชื่อถือเองก็ถือเป็นทุนอีกแบบหนึ่งของการสื่อสาร ผู้ใดที่ควบคุมสัญลักษณ์ของรับรองหรือแอบอ้างในการรับรองนั้น ผู้นั้นย่อมทำให้สิ่งที่ไม่เป็นความจริงดูเป็นความจริงได้ในทันที ดังนั้น การพิจารณาสื่อลวงลึกผ่านมิติของเวลาและความน่าเชื่อถือจึงมิใช่ปัจจัยประกอบ แต่คือทุนเชิงยุทธศาสตร์และทุนทางสัญลักษณ์ที่สื่อลวงลึกนำมาใช้ในการยึดครองการรับรู้ ผู้ที่สามารถควบคุมจังหวะและหยิบยืมเครดิตความเชื่อถือได้ ย่อมครอบครองสิทธิในการส่งสารและเล่าเรื่อง หรือก็คือสิทธิที่จะนิยามว่าความจริงคืออะไรตั้งแต่ต้นทาง

เมื่อความเร็วและความเชื่อถือบรรจบกัน

เมื่อความเร็วและความเชื่อถือเข้ามาบรรจบกัน ผลที่เกิดขึ้นคือการสร้างแรงดึงดูดทางการรับรู้ที่ทรงพลังพอจะยึดครองพื้นที่ทางความคิดของ

สาธารณะได้ (Zelizer, 2004) เพราะความเร็วเร่งให้เกิดการมองเห็น ขณะที่การมองเห็นที่มากขึ้นช่วยต่อยอดเป็นความเชื่อถือของแพลตฟอร์ม และความเชื่อถือเองก็ขยายอายุของความเท็จให้ยืนยาวกว่าความจริงที่ตามมาภายหลัง



ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงกลไกการทำงานของสื่อลวงลึก

หากความเร็วทำให้ข้อมูลปลอมเข้าถึงสายตาได้ก่อนและความน่าเชื่อถือทำให้เนื้อหาของสารถูกยอมรับว่าเป็นจริง การบรรจบกันของสองปัจจัยนี้คือจุดที่สื่อลวงลึกยึดครองกรอบความเข้าใจ (primary frame) ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เมื่อความเชื่อถือเกิดขึ้นในจังหวะต้น ความทรงจำของสังคมก็ถูกหล่อหลอมตามกรอบนั้น ผลที่ได้ไม่ใช่ความเข้าใจผิดชั่วคราว ตะกอนความทรงจำร่วมได้ถูกสร้างขึ้นและพร้อมที่จะถูกรื้อฟื้นขึ้นมาทุกครั้งที่เหตุการณ์ถูกพูดถึงครั้งแล้วครั้งเล่า (Zelizer, 2004) ข้อเท็จจริงที่มาทีหลังจึงทำงานได้เพียงในฐานะเสียงค้าน ไม่ใช่ฐานตั้งต้นของเรื่องเล่า

เมื่อการมองเห็นนำไปสู่ความเชื่อถือ และความเชื่อถือกลายเป็นความทรงจำที่ยืนยาว วงจรนี้ได้สร้างพลังเชิงสะสมทางสังคม (social compounding effect) ที่ทำให้เนื้อหาที่ไม่เป็นจริงบางชิ้นมีอายุยืนยาวกว่าความจริง ในมุมมองทางมานุษยวิทยา หากเปรียบในเชิงพิธีกรรม ของปลอมที่เผยแพร่เร็วและสวมคราบน่าเชื่อถือไม่ต่างไปจากสิ่งที่ผ่านพิธีกรรมการยอมรับ (ritual of acceptance) และเมื่อผ่านพิธีไปแล้ว เนื้อหาของสารที่ไม่เป็นความจริงจะคงสถานะของความจริงทางสัญลักษณ์ ถึงแม้ว่าจะถูกพิสูจน์ภายหลังว่าเป็นเท็จแล้วก็ตาม การบรรจบกันและทำงานร่วมกันของทุนยุทธศาสตร์และทุนความน่าเชื่อถือจึงทำให้สื่อลวงลึกไม่เพียงบิดเบือนความจริงในช่วงสั้น ๆ แต่ยังมีศักยภาพที่จะกลายเป็น แม่แบบของการตีความในระดับสังคม ซึ่งกำหนดวิธีที่ผู้คนจะจดจำและเล่าเรื่องราวต่อไปในอนาคต ในจังหวะนี้ ความจริงไม่เพียงถูกชะลอ แต่ถูกลดบทบาทให้เป็นผู้มาแก้ต่างในพื้นที่ที่ถูกยึดครองไปแล้ว

กลไกการยึดครองการรับรู้

หากความเร็วคือการโจมตีเชิงจังหวะเวลา และความเชื่อถือ คือการดำเนินการผ่านสถาปัตยกรรมของแพลตฟอร์มแล้ว ผลที่ตามมาในระดับสังคมคือกลไกของการยึดครองการรับรู้ ซึ่งไม่เพียงทำให้ผู้คนสับสนในสิ่งที่จริงหรือเท็จ แต่ยังปรับโครงสร้างความคิด ความทรงจำ และวิธีการตีความโลกไปพร้อมกัน การยึดครองการรับรู้นี้เกิดขึ้นผ่านกระบวนการอย่างน้อยสามชั้นคือ

1. **การบีบพื้นที่ของการไตร่ตรอง**

   สื่อลวงลึกเข้ามาแทนที่ความจำเป็นของการตรวจสอบความจริงด้วยภาพ เสียง และอารมณ์ที่รู้สึกจริงมากกว่าการใช้เหตุผล การรับรู้จึงถูกทำให้หดแคบเหลือเพียงการตอบสนองแบบฉับพลัน สิ่งนี้คือการทำให้มนุษย์กลายเป็นเพียงผู้แสดงปฏิกิริยา มากกว่าผู้ตีความเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคม (Arendt, 1971)

2. **การบงการความทรงจำเชิงสังคม**

   เมื่อสื่อลวงลึกถูกปล่อยในจังหวะเวลาที่เหมาะสมและบ่อยครั้งเพียงพอ ความทรงจำส่วนบุคคลและส่วนรวมจะถูกสร้างและ

ทำความเข้าใจใหม่ให้รับรองสิ่งปลอมราวกับว่าเป็นเหตุการณ์จริง การยึดครองในระดับนี้จึงไม่ใช่เพียงการสร้างภาพหลอนของความจริงเท่านั้น แต่ยังเป็นการเข้าควบคุมกลไกของการจดจำสิ่งที่ควรถูกเก็บไว้หรือสิ่งที่ควรจะถูกลืม

3. **การผูกขาดภาษาและกรอบความเข้าใจ**

สื่อลวงลึกจะทำงานได้เต็มกำลังเมื่อถูกหนุนด้วยวาทกรรม เช่น “คลิปนี้พิสูจน์แล้วว่า...” หรือ “นี่คือหลักฐานที่รัฐบาลไม่อยากให้คุณเห็น” กลไกนี้ยึดครองการรับรู้ในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับการมองไปจนถึงระดับการตีความ นั่นคือผู้ชมไม่เพียงเชื่อในสิ่งที่เห็น แต่ยังเชื่อในกรอบที่ถูกออกแบบมาให้ตีความสิ่งนั้นในทิศทางเดียว

กล่าวอีกนัยหนึ่ง กลไกของการยึดครองการรับรู้คือการทำให้ สิ่งปลอมกลายเป็นโครงสร้างจริง ซึ่งนั่นไม่ใช่แค่การทำให้ผู้คนสับสน แต่ยังเป็นการทำให้ผู้คนใช้ชีวิตในความจริงที่ถูกจัดฉากและปกป้องมันราวกับเป็นของแท้ ความน่ากลัวไม่ใช่ว่าเราอาจเชื่อของปลอม แต่ซ้ำร้ายคือเราถูกบังคับให้คิด จำ และตีความโลกผ่านของปลอมที่ฝังแน่นในจิตสำนึก และระบบนิเวศของข้อมูลเท็จ (Benkler, Faris, & Roberts, 2018) ไปแล้ว

วิเคราะห์กรณีตัวอย่าง

กรณีคลิปวิดีโอปลอมของประธานาธิบดีเซเลนสกี้ที่ถูกเผยแพร่ในช่วงต้นของสงครามระหว่างยูเครนและรัสเซีย ชี้ให้เห็นการทำงานของสื่อลวงลึกผ่านทุนสองประการที่บทความนี้เน้นย้ำ คือ เวลา และ ความเชื่อถือ คลิปดังกล่าวถูกปล่อยในจังหวะที่สังคมกำลังตื่นตระหนก ทำให้เกิดยึดครองกรอบความเข้าใจได้ทันที ก่อนที่ข้อเท็จจริงจะสามารถติดตามมาแก้ไข ความเร็วในที่นี้จึงไม่ใช่เพียงการแพร่กระจายเชิงเทคนิค หากแต่เป็นทุนเชิงยุทธศาสตร์ที่ทำให้ฝ่ายโจมตีสามารถร่างความจริงฉบับแรกของเหตุการณ์ได้ ขณะเดียวกัน การหยิบยืมใบหน้าและเสียงของเซเลนสกี้ผู้เป็นสัญลักษณ์ของการต่อต้านรัสเซีย เท่ากับการแอบอ้างทุนสัญลักษณ์ของผู้นำประเทศ เพื่อทำให้คำโกหกได้รับการประทับตรา

ความจริงโดยอัตโนมัติ เมื่อความเร็วและความน่าเชื่อถือมาบรรจบกัน เนื้อหาปลอมจึงมีพลังเพียงพอที่จะบงการการรับรู้ร่วมและทิ้งตะกอนในความทรงจำทางสังคม แม้จะถูกพิสูจน์ในภายหลังว่าเป็นเท็จแล้วก็ตาม สอดคล้องข้อเสนอของคริสเตียน วัคคารี่ (Cristian Vaccari) และแอนดรูว์ แชดวิก (Andrew Chadwick) ที่มองว่าเทคโนโลยีดีปเฟคมีศักยภาพในการบ่อนทำลายความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารและสร้างความสับสนในกระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร แม้ผู้ชมจะทราบในภายหลังว่าสื่อนั้นเป็นของปลอม (Vaccari & Chadwick, 2020) กรณีนี้สะท้อนอย่างชัดเจนว่าสื่อลวงลึกไม่เพียงบิดเบือนความจริงในชั่วขณะ แต่ยังทำงานเป็นกลไกยึดครองการรับรู้ที่ทำให้ความจริงต้องตกอยู่ในฐานะผู้มาแก้ต่างภายหลังเสมอ

ถึงแม้ว่าคลิปวิดีโอดังกล่าวจะมีคุณภาพไม่มากนัก แต่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือการบ่อนทำลายความไว้วางใจ แม้ยูเครนจะตอบโต้ด้วยการเผยแพร่คำชี้แจงอย่างฉับไว แต่คลิปวิดีโอนี้ก็ยังทิ้งร่องรอยในความทรงจำทางสังคม และถูกต่อยอดในปฏิบัติการข่าวปลอมระดับโลก เช่น การใช้วิดีโอคนดังบนแพลตฟอร์มคามีโอ (Cameo) เพื่อเสริมแรงสงสัยในตัวผู้นำยูเครน (Time 2023; Wired 2023) ดังนั้น เหตุการณ์นี้จึงตอกย้ำว่า เมื่อความเร็วและความน่าเชื่อถือมาบรรจบกัน สื่อลวงลึกสามารถทำงานเป็นกลไกยึดครองการรับรู้และบงการความทรงจำร่วมได้อย่างแท้จริง

ขณะที่กรณีการปลอมเสียงและข้อความของมาร์โค รูบิโอ (Marco Rubio) แสดงให้เห็นว่าพลังของสื่อลวงลึกไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการบงการมวลชน แต่ยังสามารถเจาะเข้าสู่โครงสร้างการสื่อสารของชนชั้นนำได้อย่างเฉียบคม การใช้เทคโนโลยีปลอมเสียงและข้อความเลียนแบบการสื่อสารจริงทำให้สารปลอมมีความน่าเชื่อถือสูง โดยเฉพาะเมื่อถูกส่งผ่านแอปพลิเคชันที่ถูกมองว่าปลอดภัย ความเร่งด่วนของการสื่อสารทางการทูตทำให้ผู้รับสารระดับรัฐมนตรีหรือสมาชิกรัฐสภามีพื้นที่ไตร่ตรองจำกัด จึงเปิดโอกาสให้ข้อความปลอมยึดครองการตีความในช่วงแรกได้ทันที ในเชิงทฤษฎี นี่คือการทำงานร่วมกันของ เวลาในฐานะทุนเชิงยุทธศาสตร์ และ ความน่าเชื่อถือในฐานะทุนสัญลักษณ์ ฝ่ายผู้โจมตี

สามารถใช้จังหวะเร่งด่วนและเครดิตของทั้งบุคคลและแพลตฟอร์มเพื่อสร้างความจริงฉบับแรก ที่บีบให้เจ้าหน้าที่ต้องลังเลหรือแม้แต่ตัดสินใจผิดพลาด แม้ผลกระทบจะไม่แผ่ไปสู่มวลชน แต่การเจาะเข้าสู่พื้นที่ปิดของกระบวนการตัดสินใจระดับสูงเช่นนี้กลับยิ่งตอกย้ำข้อถกเถียงของบทความว่า สื่อลวงลึกคืออาวุธที่ยึดครองการรับรู้ได้ทั้งในสนามสาธารณะและในกลไกของรัฐเอง

กรณีการปลอมเสียงและข้อความของมาร์โค รูบิโอ ซึ่งถูกส่งไปยังเจ้าหน้าที่ระดับสูงของสหรัฐฯ ผ่านแอปพลิเคชันไม่ได้เป็นเพียงการโจมตีเชิงเทคนิค แต่ยังเป็นการบ่อนทำลายความไว้วางใจในระดับชนชั้นนำทางการเมืองโดยตรง รายงานข่าวระบุว่าผู้ไม่ประสงค์ดีใช้โคลนเสียงของรูบิโอเพื่อพยายามหลอกเอาข้อมูลสำคัญ ทำให้กระทรวงการต่างประเทศต้องเร่งประสานเอฟบีไอ (FBI) และเสริมมาตรการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ในทันที (Washington Post, 2025) เหตุการณ์นี้ตอกย้ำว่าความเร็วของสารเร่งด่วนในบริบทการทูตบวกกับความน่าเชื่อถือของทั้งตัวบุคคลและแพลตฟอร์ม กลายเป็นทุนที่ถูกสื่อลวงลึกหยิบยืมมาใช้ยึดครองพื้นที่การตัดสินใจชั่วขณะ ผลที่เกิดขึ้นไม่ใช่เพียงการสร้างความสับสนให้มวลชน แต่ยังเป็นการกดดันโครงสร้างการสื่อสารภายในรัฐ และเผยให้เห็นความเปราะบางของระบบนโยบายที่อาจถูกบงการด้วยสารปลอมได้ทุกเมื่อ

เพื่อให้เห็นมิติของข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้น ตารางต่อไปนี้จะสรุปกรอบการวิเคราะห์และข้อมูลจากรายงานข่าวเกี่ยวกับการแพร่กระจายของสื่อลวงลึก รวมถึงการตอบสนองของรัฐและแพลตฟอร์มเพื่อเปรียบเทียบในแต่ละกรณีศึกษา

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบกรณีศึกษาของเซเลนสกี้และรูบิโอ

มิติการวิเคราะห์	กรณีเซเลนสกี้	กรณีรูบิโอ
รูปแบบสื่อลวงลึก	คลิปวิดีโอปลอมที่แสดงภาพและเสียงของเซเลนสกี้ประกาศยอมแพ้	ใช้เทคโนโลยีจำลองเสียงและข้อความเพื่อเลียนแบบการสื่อสาร
เป้าหมายหลัก	มวลชนยูเครนและประชาคมโลก เพื่อบ่อนทำลายขวัญกำลังใจและความเชื่อมั่น	เจ้าหน้าที่ระดับสูงของสหรัฐฯ เพื่อหลอกลวง สกัดข้อมูล หรือก่อความผิดพลาดเชิงยุทธศาสตร์
ลักษณะการแพร่กระจาย	คลิปเริ่มปรากฏบนเว็บไซต์ข่าวยูเครนที่ถูกแฮ็กก่อนจะแพร่ต่อในโซเชียลมีเดียในช่วงต้นของสงคราม	มีการส่งข้อความเสียงปลอมไปยังเจ้าหน้าที่ระดับสูงของรัฐบาลผ่านช่องทางสื่อสารดิจิทัล
การตอบสนอง	แพลตฟอร์มอย่างเฟซบุ๊คและยูทูปลบคลิปออก ขณะที่เซเลนสกีเผยแพร่วิดีโอชี้แจงตอบโต้ต่อสาธารณะ	กระทรวงการต่างประเทศสหรัฐฯ ประสาน FBI และเพิ่มมาตรการความปลอดภัยไซเบอร์
ทุนด้านเวลา	ความเร็วของการแพร่คลิปในช่วงสงคราม ทำให้ยึดครองการตีความสาธารณะได้	ความเร่งด่วนของการสื่อสารทางการทูต ลดการตรวจสอบ ทำให้เจ้าหน้าที่ต้องตอบสนองอย่างรวดเร็ว
ทุนด้านความน่าเชื่อถือ	ใช้ใบหน้าและเสียงของผู้นำประเทศ ผู้เป็นสัญลักษณ์การต่อต้านรัสเซีย	ใช้เครดิตของบุคคลทางการเมืองบวกกับแพลตฟอร์มที่เชื่อถือได้
กลไกการยึดครองการรับรู้	1) บีบพื้นที่ไตร่ตรองของสาธารณะ 2) สร้างความทรงจำร่วมที่	1) บีบพื้นที่ตัดสินใจของเจ้าหน้าที่ 2) สร้างบันทึกหรือข้อมูลเท็จ

มิติการวิเคราะห์	กรณีเซเลนสกี้	กรณีรูบิโอ
	ผิดพลาด 3) ผูกขาดกรอบความเข้าใจว่ายูเครนแพ้แล้ว	ในกระบวนการทูต 3) ผูกขาดกรอบตีความว่าสารมาจากรูบิโอ
ผลกระทบทางสังคมที่ปรากฏ	ทำให้เกิดการตื่นตระหนกในยูเครน ถึงแม้จะถูกตรวจสอบและตอบโต้อย่างรวดเร็ว แต่ก็ทิ้งตะกอนความทรงจำว่าเคยมีคลิปยอมแพ้	กระทรวงการต่างประเทศสหรัฐฯ ต้องเสริมมาตรการความปลอดภัยและเปิดการสืบสวน สะท้อนการบ่อนทำลายความไว้วางใจในโครงสร้างการสื่อสารของประเทศ
ลักษณะการโจมตี	โจมตีการรับรู้สาธารณะ	เจาะไปที่โครงสร้างการตัดสินใจระดับสูง

เมื่อเปรียบเทียบกรณีเซเลนสกี้กับกรณีรูบิโอ จะเห็นการทำงานของสื่อลวงลึกในสองสนามที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน กรณีเซเลนสกี้คือการโจมตีเชิงมวลชน โดยใช้ความเร็วของการแพร่คลิปและทุนสัญลักษณ์ของตำแหน่งผู้นำในการยึดครองความทรงจำร่วมของสังคม ขณะที่กรณีรูบิโอคือการโจมตีเชิงชนชั้นที่มุ่งเป้าไปยังบุคคลระดับสูงของประเทศ โดยอาศัยความเร่งด่วนของการสื่อสารทางการทูตและความน่าเชื่อถือของทั้งบุคคลและแพลตฟอร์ม เพื่อบีบพื้นที่การตัดสินใจของผู้มีอำนาจในระดับรัฐ แม้เป้าหมายต่างกัน แต่ทั้งสองกรณีสะท้อนจุดร่วมกันว่า เมื่อความเร็วและความน่าเชื่อถือมาบรรจบกัน สื่อลวงลึกย่อมสามารถยึดครองการรับรู้ได้ทั้งในมิติของการสร้างความจริงร่วมของประชาชนและในมิติของการสั่นคลอนความจริงเชิงนโยบายภายในกลไกของรัฐ

สื่อลวงลึกในฐานะภัยคุกคามต่อความมั่นคง

จากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง จะเห็นได้ว่าสื่อลวงลึกสามารถถูกใช้เพื่อบ่อนทำลายเสถียรภาพทางการเมือง ซึ่งอาจสร้างความโกลาหลและกดดัน

ตลาดการเงินได้ในทันที (Chesney & Citron, 2019) ในยุคที่ข้อมูลเคลื่อนที่ด้วยความเร็วระดับเสี้ยววินาที ความเสียหายไม่จำเป็นต้องเกิดจากความเชื่อในระยะยาวเท่านั้น เพราะแค่เพียงความตื่นตระหนกในระยะสั้นก็เพียงพอจะสั่นคลอนรัฐชาติได้

เราจะเห็นได้ว่าสื่อลวงลึกมักถูกใช้ในบริบทสงครามข้อมูล เพื่อปลุกปั่นความไม่ไว้วางใจระหว่างรัฐ ตัวอย่างที่ถูกหยิบยกขึ้นมาพูดถึงบ่อยครั้งคือความเป็นไปได้ของการสร้างคลิปปลอมผู้นำระดับโลกที่ประกาศโจมตีด้วยอาวุธนิวเคลียร์ แม้จะถูกพิสูจน์ว่าเป็นเท็จในเวลาต่อมา แต่เสี้ยววินาทีของความลังเลเองก็อาจเพียงพอให้เกิดการตอบโต้ทางทหารที่ไม่สามารถย้อนกลับได้ นอกจากนี้ ในระดับชีวิตประจำวัน สื่อลวงลึกไม่ได้โจมตีเพียงแค่รัฐบาลหรือกองทัพ แต่ยังสามารถใช้เพื่อแบล็กเมล์บุคคล หลอกลวงเอาทรัพย์สิน ทำลายชื่อเสียง หรือใช้คุกคามทางเพศ โดยเฉพาะกับผู้หญิงและชนกลุ่มน้อยที่ถูกทำให้เป็นเหยื่อบ่อยครั้ง (Paris and Donovan, 2019) ความมั่นคงจึงไม่ใช่เพียงเรื่องของรัฐ แต่คือความเปราะบางของปัจเจกและชุมชนในการปกป้องศักดิ์ศรีและสิทธิของตนเอง

แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่เป็นเส้นเลือดใหญ่ของข้อมูลข่าวสารทั่วโลกกลายเป็นเป้าหมายสำคัญของสื่อลวงลึก เมื่ออัลกอริทึมถูกใช้ย้อนศรเพื่อเร่งการแพร่กระจายของคลิปปลอม ซึ่งไม่เพียงทำลายความเชื่อถือ แต่ยังท้าทาย ความมั่นคงเชิงโครงสร้าง ของสถาปัตยกรรมข้อมูลโลก ทำให้ความจริงไม่สามารถอ้างอิงได้ในระบบที่เราพึ่งพาอยู่ กล่าวโดย สื่อลวงลึกคืออาวุธเชิงข้อมูลข่าวสารที่ทำงานข้ามมิติตั้งแต่รัฐ จนถึงปัจเจกและท้าทายกรอบการนิยามความมั่นคงแบบดั้งเดิมที่มักจำกัดอยู่เพียงเรื่องการทหารหรือการเมืองระดับสูง

จริยธรรมและการกำกับดูแลสื่อลวงลึก

อีกประเด็นที่สำคัญของสื่อลวงลึก คือการละเมิดศักดิ์ศรี ความเป็นเจ้าของร่างกาย และความจริงเชิงกระทำการของบุคคล การนำภาพใบหน้าหรือเสียงของใครบางคนไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตเพื่อนำเสนอในบริบทที่บิดเบือน เช่น คลิปปลอมเชิงอนาจาร ไม่เพียงทำลายชื่อเสียง แต่ยังเท่ากับทำให้ร่างกาย

ของบุคคลนั้นถูกพรากไปเป็นวัตถุดิบในตลาดสื่อ (Paris & Donovan, 2019) คำถามเชิงจริยธรรมไม่ได้อยู่ที่คนดูเชื่อหรือไม่เชื่อ แต่คือใครมีสิทธิ์ในการควบคุมภาพลักษณ์ของตัวเอง

การออกกฎหมายควบคุมสื่อลวงลึกมักเต็มไปด้วยความย้อนแย้ง หากกฎหมายที่ออกเข้มงวดเกินไปก็อาจกลายเป็นเครื่องมือในการปิดกั้นเสรีภาพในการแสดงออก เช่น รายการโทรทัศน์ที่ใช้เทคโนโลยีสื่อลวงลึกเพื่อความบันเทิง หรือศิลปินที่ใช้เทคโนโลยีเดียวกันนี้ในการสร้างงานศิลปะเชิงวิพากษ์ก็อาจถูกลงโทษเช่นเดียวกับผู้สร้างคลิปปลอมที่สร้างความเสียหาย (West, 2021) ในทางกลับกัน หากปล่อยเสรีมากเกินไป เทคโนโลยีนี้จะถูกใช้เป็นอาวุธทางการเมืองและการก่ออาชญากรรมได้อย่างไร้ขอบเขต

อย่างไรก็ตาม ไม่ควรลืมว่าการกำกับดูแลสื่อลวงลึกไม่ได้เกิดขึ้นในสุญญากาศ เพราะแพลตฟอร์มดิจิทัลรายใหญ่ เช่น เมตา (Meta) กูเกิล (Google) และติ๊กต็อก (TikTok) ล้วนเป็นผู้ครอบครองเทคโนโลยีตรวจจับและควบคุมการเผยแพร่สื่อลวงลึก ทว่าพวกเขาเองก็อาจมีแรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่จะปล่อยผ่านเนื้อหาที่สร้างการมีส่วนร่วม (engagement) ผ่านยอดวิว คลิก และไลก์ แม้ว่าจะเป็นเนื้อหาปลอม (Bradshaw & Howard, 2019) ในขณะที่รัฐเองก็อาจเลือกใช้สื่อลวงลึกในปฏิบัติการข้อมูลของตนเอง การกำกับดูแลจึงไม่ได้เป็นเพียงการปกป้องประชาชนหากแต่เป็นการช่วงชิงอำนาจระหว่างรัฐ ทุน และผู้ใช้

เพื่อรับมือกับปัญหานี้ การออกแบบนโยบายเพื่อรับมือสื่อลวงลึกควรขับเคลื่อนในหลายระดับ อาทิ

ตารางที่ 2 ตารางแสดงระดับและมาตรการรับมือสื่อลวงลึก

ระดับ	มาตรการ
ระดับกฎหมาย	มีกฎหมายเฉพาะที่เอาผิดผู้สร้างหรือเผยแพร่สื่อลวงลึกในทางละเมิดและสร้างผลเชิงลบ

ระดับ	มาตรการ
	โดยเฉพาะในกรณีแบล็กเมล์และสื่อลามกปลอม
ระดับเทคโนโลยี	ผลักดันการพัฒนาเครื่องมือและระบบตรวจจับที่โปร่งใสและเปิดให้ผู้ใช้เข้าถึง
ระดับวัฒนธรรมดิจิทัล	สร้างการรู้เท่าทันสื่อแบบใหม่ที่ไม่ได้สอนแค่ตรวจสอบข้อเท็จจริง แต่สอนให้เข้าใจโครงสร้างอำนาจที่อยู่เบื้องหลังการผลิตและเผยแพร่สื่อ
ระดับความมั่นคง	พิจารณาสื่อลวงลึกที่ให้ผลเชิงลบในฐานะภัยความมั่นคงและสร้างข้อกำหนดสากล

สิ่งสำคัญคือ การแก้ปัญหาสื่อลวงลึกต้องไม่ติดอยู่กับการแก้ปัญหาเชิงเทคนิคหรือปัญหาทางกฎหมายเพียงเท่านั้น แต่ต้องเผชิญหน้ากับคำถามที่ใหญ่กว่านั้น นั่นคือ ใครเป็นผู้มีสิทธิ์กำหนดความจริงในโลกดิจิทัล และ เราจะสร้างระบบที่ปกป้องศักดิ์ศรีมนุษย์โดยไม่หันไปสู่การควบคุมเบ็ดเสร็จได้อย่างไร

บทวิจารณ์

การทำความเข้าใจสื่อลวงลึกในฐานะอาวุธเชิงวัฒนธรรมช่วยเปิดทางให้เกิดการตั้งคำถามต่อโครงสร้างการรับรู้ของมนุษย์ในสังคมสื่อร่วมสมัยได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น ประเด็นสำคัญที่บทความนี้หยิบยกขึ้นมาพิจารณาคือ การย้ายจุดสนใจจากเทคโนโลยีปลอมภาพและเสียง มาสู่เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมที่ทำให้ของปลอมกลายเป็นจริงได้ การใช้กรอบคิดของบูร์ดิเยอมาใช้เป็นหลักในการพิจารณาช่วยให้เห็นว่า สื่อลวงลึกไม่ได้เพียงแทรกซึมเข้าสู่ระบบข้อมูลเท่านั้น แต่ยังเข้าไปทำงานในระดับโครงสร้างของการยอมรับและการมอบความชอบธรรมในสังคม กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ สื่อลวงลึกไม่ได้บิดเบือนข้อมูล

เพียงอย่างเดียว แต่ยังบิดเบือนระเบียบของความเชื่อถือ ซึ่งเป็นแกนกลางของระเบียบสังคมดิจิทัลด้วย

เนื้อหาที่สำคัญของบทความนี้จึงมุ่งท้าทายกรอบการมองสื่อลวงลึกในเชิงเทคนิคที่มักจำกัดปัญหาการหลอกลวงผ่านสื่อดิจิทัลไว้เพียงในขอบเขตของการตรวจจับหรือความมั่นคงทางไซเบอร์ ด้วยการเสนอให้พิจารณาสื่อลวงลึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสนามการเมืองของการรับรู้ (politics of perception) ที่ความจริง ความเชื่อถือ และเวลา ต่างทำงานในฐานะทุนที่สามารถช่วงชิงได้ แนวทางนี้ทำให้บทความเชื่อมโยงกับความคิดร่วมสมัยที่สำคัญ เช่น งานของ ฮันนาห์ อาเรนท์ (Hannah Arendt) (Arendt, 1971) ที่ว่าด้วยการทำลายพลังของการไตร่ตรองในยุคสื่อ และบาร์บี้ เซลิเซอร์ (Barbie Zelizer) (Zelizer, 2004) ที่เสนอให้เห็นว่า สื่อไม่ได้เพียงรายงานความจริง แต่ยังสร้างความทรงจำร่วมที่มีพลังเหนือข้อเท็จจริง การทำความเข้าใจสื่อลวงลึกในลักษณะนี้จึงขยายขอบเขตของการศึกษาเทคโนโลยีให้กลายเป็นการศึกษามนุษย์ในสภาพแวดล้อมของเทคโนโลยีไปพร้อมกัน

กรอบการวิเคราะห์ที่บทความเสนอช่วยเชื่อมโยงเวลาและความเชื่อถือเข้าด้วยกันในฐานะทุนการสื่อสาร ผ่านการนำแนวคิดว่าด้วยทุนของบูร์ดิเยอมาตีความใหม่ในบริบทดิจิทัล จุดแข็งของกรอบนี้อยู่ที่การอธิบายปรากฏการณ์การยึดครองการรับรู้ในเชิงพลวัต แสดงให้เห็นว่าความเท็จไม่เพียงอาศัยเทคโนโลยี แต่ยังต้องอาศัยโครงสร้างของเวลา แพลตฟอร์ม และวาทกรรมที่ทำให้สื่อที่ถูกปลอมมีสถานะทางสังคมได้จริง

อย่างไรก็ตาม อาจกล่าวได้ว่าการเน้นความเร็วและทุนสัญลักษณ์ยังเปิดช่องให้มีการตั้งคำถามต่อมิติอื่นของอำนาจที่ส่งผลต่อสื่อลวงลึก ซึ่งอาจต้องมีการศึกษาเพิ่มเติม เช่น อัลกอริทึมในฐานะเครื่องมือจัดระเบียบการมองเห็น อันอาจทำให้สื่อลวงลึกทำงานโดยไม่ต้องพึ่งความเชื่อถือของมนุษย์โดยตรง เพราะอัลกอริทึมเองได้กลายเป็นกลไกที่กำหนดว่าความจริงแบบใดควรถูกมองเห็นมากกว่า นอกจากนี้ แนวคิดของดอนนา ฮาราเวย์ (Donna Haraway) (Haraway, 1985; 2016) ที่มองว่าโลกสมัยใหม่ไม่อาจแยกสิ่งมีชีวิตออกจาก

สิ่งประดิษฐ์ทางเทคโนโลยีได้อีกต่อไป สิ่งมีชีวิตและเทคโนโลยีจึงมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างโลกแบบใหม่ ส่งผลให้เส้นแบ่งระหว่างของแท้กับของเทียมถูกทำให้พร่าเลือน ตลอดจนแนวคิดที่มาร์ค อันเดรเจวิค (Mark Andrejevic) (Andrejevic, 2020) เสนอว่าระบบสื่ออัตโนมัติ (automated media) ได้เปลี่ยนสถานะของ ข้อมูล ให้กลายเป็นแรงงานที่ผลิตซ้ำตัวเองอย่างต่อเนื่องโดยไม่จำเป็นต้องผ่านกระบวนการตีความของมนุษย์ แต่เกิดขึ้นแบบอัตโนมัติผ่านระบบการประมวลผล ส่งผลให้สื่อลวงลึกจึงเป็นกลายเป็นผู้กระทำการ (data as agency) มากกว่าจะเป็นเพียงสิ่งที่บอกเล่าเหตุการณ์ อาจช่วยขยายให้เห็นว่าสื่อลวงลึกคือสภาวะของโลกและยุคสมัยที่ข้อมูลและสื่อไม่เพียงบอกเล่าเรื่องจริง แต่กลายเป็นตัวสร้างความจริงเสียเอง

บทสรุป

โดยสรุปแล้ว เมื่อหันกลับมามองเส้นทางการอภิปรายและวิเคราะห์ที่ผ่านมา บทความนี้ได้พยายามแสดงให้เห็นว่าสื่อลวงลึกไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของเทคโนโลยีหรือการบิดเบือนข้อมูลเท่านั้น หากแต่ยังเป็นสนามการเมืองของการรับรู้ ที่เข้ามาสั่นคลอนโครงสร้างการสื่อสารสาธารณะในเชิงลึก การวิเคราะห์ได้ชี้ให้เห็นว่า เวลาและความเชื่อถือซึ่งแต่เดิมถูกมองว่าเป็นคุณค่าพื้นฐานของการสื่อสาร กลับถูกยึดครองและจัดวางใหม่ภายใต้สภาวะสื่อลวงลึก เวลาถูกบิดให้กลายเป็นอาวุธเชิงจังหวะ ที่กำหนดผลทางการเมือง ในขณะที่ความเชื่อถือถูกสถาปนาและสั่นคลอนอย่างต่อเนื่องในฐานะทุนการสื่อสาร

ในมิติที่ลึกไปกว่านั้น สื่อลวงลึกได้เผยให้เห็นโครงสร้างของอำนาจที่ทำงานผ่านการยึดครองการรับรู้ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในช่วงวิกฤตหรือสงครามข้อมูล หากแต่ยังฝังอยู่ในสถาปัตยกรรมของแพลตฟอร์ม อัลกอริทึม และระบบการจัดลำดับความน่าเชื่อถือของข้อมูล กล่าวอีกนัยหนึ่ง การต่อสู้กับสื่อประเภทนี้ไม่ใช่เพียงการตรวจจับ แต่ยังต้องต่อสู้กับโครงสร้างการจัดระเบียบความจริง (ordering of truth) ที่ทำให้สังคมไม่สามารถแยกของจริงออกจากของลวงได้อย่างมั่นใจ

ข้อถกเถียงที่ได้ชี้ให้เห็นตลอดทั้งบทความไม่ใช่การปกป้องความจริงแท้ของข้อมูลข่าวสาร แต่คือการทำความเข้าใจว่าความจริงถูกทำให้เป็นสิ่งที่ต่อรองได้อย่างไรในบริบทสังคมการสื่อสารร่วมสมัย อหากความจริงกลายเป็นสิ่งที่ถูกจัดการเหมือนวัตถุในสนามแข่งขันทางการเมือง การสร้างภูมิคุ้มกันต่อสื่อลวงลึกย่อมต้องเกินกว่าการพัฒนาเครื่องมือทางเทคนิค นั่นคือ ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจเชิงที่กว้างขวางและผสมผสานระหว่างศาสตร์ต่าง ๆ เช่น มานุษยวิทยา สังคมวิทยา ตลอดจนทฤษฎีการสื่อสาร เพื่อสร้างกรอบคิดใหม่ในการวิเคราะห์พลังของภาพ เสียง และจังหวะเวลา

กล่าวโดยสรุปคือ บทความนี้เสนอว่า สื่อลวงลึกเป็นทั้งกระจกและกับดักที่สะท้อนให้เราเห็นความเปราะบางของโครงสร้างความจริงในสังคมสื่อยุคดิจิทัล และในเวลาเดียวกันก็ดักเราไว้ให้ต้องตั้งคำถามกับสิ่งที่เคยเชื่อมั่น ทั้งนี้ไม่ใช่เพื่อหวนกลับไปหาความจริงที่มั่นคงตายตัว หากแต่เพื่อเปิดพื้นที่ให้กับการวิเคราะห์ที่ไม่หลงเชื่อความไร้เดียงสาของการสื่อสาร และพร้อมที่จะเผชิญหน้ากับความจริงในฐานะสนามของการต่อรองและการต่อสู้ในการสร้างความรับรู้ให้กับผู้คนในสังคม

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษา บทความเสนอว่าสื่อลวงลึกไม่ได้ทำงานเพียงในฐานะเครื่องมือปลอมแปลงข้อมูล แต่เป็นกลไกที่สามารถยึดครองการรับรู้ของสังคมผ่านการผสมผสานของทุนด้านเวลาและทุนด้านความน่าเชื่อถือ ดังนั้น นโยบายสาธารณะที่จะรับมือกับปรากฏการณ์นี้จำเป็นต้องมุ่งลดอำนาจของสองทุนดังกล่าวในระบบสื่อดิจิทัล และเสริมสร้างกลไกตรวจสอบที่สามารถตอบสนองได้รวดเร็วพอที่จะไม่ปล่อยให้สารปลอมกลายเป็น “ความจริงฉบับแรก” ของเหตุการณ์ นโยบายสำคัญที่ควรพิจารณา ได้แก่

1. รัฐควรออกกฎหมายที่กำหนดความผิดเกี่ยวกับการผลิตหรือเผยแพร่สื่อลวงลึกที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคล สถาบัน หรือความมั่นคงของรัฐ โดยกำหนดนิยามของสื่อลวงลึกให้ชัดเจน และแยกความแตกต่าง

ระหว่างการใช้เพื่อการสร้างสรรค์กับการใช้เพื่อหลอกลวงหรือบ่อนทำลายการรับรู้สาธารณะ

2. รับรองสิทธิในการควบคุมข้อมูลชีวภาพของบุคคล (biometric rights) เนื่องจากสื่อลวงลึกอาศัยใบหน้า น้ำเสียง และข้อมูลชีวภาพของบุคคลเป็นทุนความน่าเชื่อถือ นโยบายควรกำหนดให้บุคคลมีสิทธิในการควบคุมการใช้ภาพ เสียง หรือข้อมูลชีวภาพของตนเอง และสามารถเรียกร้องให้ลบหรือระงับเนื้อหาที่นำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้โดยไม่ได้รับความยินยอม

3. แพลตฟอร์มควรถูกกำหนดให้มีมาตรการชะลอการแพร่กระจายของเนื้อหาที่มีความเสี่ยงสูง เช่น การติดป้ายเตือน การลดการกระจายของเนื้อหาที่ถูกตั้งข้อสงสัย หรือการกำหนดระบบตรวจสอบก่อนการเผยแพร่ในกรณีที่เนื้อหาเกี่ยวข้องกับบุคคลสาธารณะหรือสถานการณ์วิกฤต

4. สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีตรวจจับและการเข้าถึงของสาธารณะ รัฐควรสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเครื่องมือที่สามารถตรวจจับสื่อลวงลึกได้ และเปิดให้สาธารณชน นักข่าว และองค์กรภาคประชาสังคมสามารถเข้าถึงเครื่องมือเหล่านี้ได้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของสังคมในการตรวจสอบเนื้อหาที่น่าสงสัย

5. เนื่องจากสื่อลวงลึกสามารถบ่อนทำลายความไว้วางใจในสถาบันทางการเมืองและระบบเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว นโยบายด้านความมั่นคงไซเบอร์ของประเทศควรรวมการเฝ้าระวังและรับมือสื่อลวงลึกไว้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ความมั่นคงสารสนเทศของรัฐ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ในระดับการปฏิบัติ การรับมือกับสื่อลวงลึกจำเป็นต้องดำเนินการในหลายมิติพร้อมกัน เพื่อป้องกันไม่ให้สารปลอมสามารถยึดครองการรับรู้ของสังคมได้อย่างรวดเร็ว บทความเสนอมาตรการที่สำคัญ ได้แก่

1. มาตรการเพื่อการรับมือกับสื่อลวงลึกไม่ควรพึ่งพาปฏิบัติการด้านใดด้านหนึ่งเพียงลำพัง แต่ควรพัฒนากลไกการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานรัฐ

แพลตฟอร์มดิจิทัล องค์กรสื่อ และภาคประชาสังคม เช่น การจัดตั้งระบบแจ้งเตือนสื่อลวงลึก การประสานงานระหว่างแพลตฟอร์มและหน่วยตรวจสอบข้อเท็จจริง รวมถึงการสนับสนุนเทคโนโลยีตรวจจับสื่อลวงลึกที่สามารถใช้ได้ในระดับสาธารณะ

2. มาตรการควบคุมสื่อลวงลึกควรตั้งอยู่บนหลักการคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและเสรีภาพในการสื่อสาร โดยกำหนดกระบวนการตรวจสอบและถ่วงดุลที่ชัดเจน เช่น การให้สิทธิผู้ถูกกล่าวหาหรือผู้เผยแพร่เนื้อหาสามารถอุทธรณ์การลบเนื้อหา การกำหนดความโปร่งใสของการตัดสินใจของแพลตฟอร์ม และการมีองค์กรอิสระหรือภาคประชาสังคมร่วม

3. เนื่องจากเทคโนโลยีสื่อลวงลึกมีแนวโน้มพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มาตรการรับมือจึงควรถูกออกแบบให้สามารถปรับปรุงได้ตามสถานการณ์ เช่น การกำหนดกลไกทบทวนนโยบายเป็นระยะ การสร้างคณะทำงานด้านเทคโนโลยีและจริยธรรมสื่อดิจิทัลเพื่อประเมินความเสี่ยงใหม่ ๆ และการสนับสนุนการวิจัยที่ติดตามวิวัฒนาการของเทคโนโลยีและกลยุทธ์ของผู้ไม่ประสงค์ดี

4. มาตรการป้องกันการยึดครองการรับรู้จากสื่อลวงลึกจำเป็นต้องเสริมสร้างความสามารถของผู้รับสารในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล ได้แก่ การพัฒนาหลักสูตรรู้เท่าทันสื่อในระบบการศึกษา การสนับสนุนองค์กรตรวจสอบข้อเท็จจริง และการสร้างเครื่องมือหรือคู่มือที่ช่วยให้ประชาชนสามารถตรวจสอบสื่อดิจิทัลได้ด้วยตนเอง

5. มาตรการในกรณีที่สื่อลวงลึกถูกใช้เพื่อบ่อนทำลายความมั่นคงหรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกในสังคม ควรมีแนวทางตอบสนองที่รวดเร็วและโปร่งใส เช่น การเผยแพร่คำชี้แจงจากหน่วยงานรัฐอย่างเป็นทางการ การแจ้งเตือนสาธารณะผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล และการประสานงานกับสื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่ตรวจสอบแล้ว เพื่อลดโอกาสที่ข้อมูลเท็จจะยึดครองการรับรู้ของสังคม

เอกสารอ้างอิง

Andrejevic, M. (2020). *Automated media*. Routledge.

Arendt, H. (1971). *Thinking and moral considerations: A lecture. Social Research, 38(3)*, 417–446.

Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics.* Oxford University Press..

Bharath, M., et al. (2024). A comprehensive review of deep fake detection techniques. *International Journal of Scientific Research & Engineering Trends, 10(4)*, 1163–1167.

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). New York, NY: Greenwood.

Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power* (J. B. Thompson, Ed. & Intro.; G. Raymond & M. Adamson, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.

Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). *The global disinformation order: 2019 global inventory of organised social media manipulation*. University of Oxford.

Chesney, R., & Citron, D. (2019). *Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security*. California Law Review, 107(6), 1753–1820.

Euronews. (2022, March 16). *Deepfake Zelenskyy surrender video is the "first intentionally used" in Ukraine war*. https://www.euronews.com/my-

europe/2022/03/16/deepfake-zelenskyy-surrender-video-is-the-first-intentionally-used-in-ukraine-war

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.

Haraway, D. J. (1985). *A cyborg manifesto: Science, technology, and socialist-feminism in the late twentieth century. Socialist Review, 80,* 65–108.

Haraway, D. J. (2016). *Staying with the trouble: Making kin in the Chthulucene*. Duke University Press.

Lempert, M., & Silverstein, M. (2012). *Creatures of politics: Media, message, and the American presidency*. Indiana University Press.

Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest, 13(3)*, 106–131. https://doi.org/10.1177/1529100612451018

Marwick, A., & Rebecca L. (2017). *Media Manipulation and Disinformation Online*. Data & Society Research Institute.

Paris, B., & Donovan, J. (2019). *Deepfakes and cheap fakes: The manipulation of audio and visual evidence*. Data & Society Research Institute.

Reuters. (2025, July 10). *Rubio says he generally uses official channels to avoid impersonators*. https://www.reuters.com/world/us/rubio-says-he-generally-uses-official-channels-avoid-impersonators-2025-07-10/

Sharma, S. (2014). *In the meantime: Temporality and cultural politics.* Duke University Press.

The Washington Post. (2025, July 8). *A Marco Rubio impostor is using AI voice to call high-level officials.* https://www.washingtonpost.com/national-security/2025/07/08/marco-rubio-ai-imposter-signal/

Time. (2023, March 15). *Inside the Kremlin's year of Ukraine propaganda.* https://time.com/6257372/russia-ukraine-war-disinformation/

Vaccari, C. & Chadwick, A. (2020) *Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News*. Social Media + Society, 6, 1-13.

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). *The spread of true and false news online. Science, 359(6380)*, 1146–1151. https://doi.org/10.1126/science.aap9559

West, S. M. (2021). *Deepfakes and democracy: The future of truth in an age of synthetic media*. Brookings Institution Press.

Wired. (2023, March 16). *A Zelensky deepfake was quickly defeated. The next one might not be.* https://www.wired.com/story/zelensky-deepfake-facebook-twitter-playbook/

Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: News and the academy.* Sage Publications.

คำแนะนำในการเตรียมบทความเพื่อตีพิมพ์ ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (TMF Journal)

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 บริบทของวารสาร

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ดำเนินการโดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเผยแพร่ศิลปวิทยาการความรู้ และแนวคิดใหม่ ในสาขาสื่อ (Media) และสาขาเกี่ยวข้อง โดยกำหนดเผยแพร่ ปีละ 4 ฉบับ ตั้งแต่ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มีนาคม 2565 ฉบับละไม่ต่ำกว่า 5 เรื่อง

1.2 ประเภทบทความที่รับพิจารณาตีพิมพ์

1.2.1 บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่เสนอผลงานที่ผู้เขียนได้ค้นคว้าและวิจัยด้วยตนเอง

1.2.2 บทความวิชาการ (Review Article) เป็นบทความที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการ มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบโดยมุ่งเน้นการนำเสนอความรู้ ความเข้าใจ หรือมุมมองใหม่ ในเชิงวิชาการ

1.2.3 บทความพิเศษ (Special Article) เป็นบทความที่นำเสนอความรู้ทั่วไปที่สำคัญหรือองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการปฏิบัติงานจริง

1.3 องค์ประกอบของบทความ

1.3.1 บทความวิจัย ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียนสถานที่ทำงาน สังกัดของผู้เขียน บทคัดย่อ เนื้อหา (บทนำ การทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน วัตถุประสงค์ วิธีการวิจัย ผลการวิจัย สรุป วิจารณ์และข้อเสนอแนะ เอกสารอ้างอิง)

1.3.2 บทความวิชาการ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สถานที่ทำงาน/ สังกัดของผู้เขียน บทคัดย่อ เนื้อหา (บทนำ การตรวจ เอกสารที่เกี่ยวข้องหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา หัวข้อย่อย บทวิจารณ์และ สรุป) เอกสารอ้างอิง

1.3.3 บทความพิเศษ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียนสถานที่ทำงาน/ สังกัดของผู้เขียน เนื้อหา (บทนำ หัวข้อย่อย บทสรุป) เอกสารอ้างอิง

2. การจัดรูปแบบบทความ

2.1 บทความ จะต้องใช้ขนาดกระดาษเป็น A5 โดยกำหนด ระยะห่างขอบบน ขอบล่าง ขอบซ้าย และขอบขวา ด้านละ 2.0 เซนติเมตร ใช้ รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ทั้งหมด และบทความจะต้องไม่เกิน 25 หน้า หากเกินจะพิจารณาที่เป็นประโยชน์ต่อวิชาการขึ้นกับกองบรรณาธิการพิจารณา

2.2 ชื่อเรื่อง จะต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 18 ตัวหนา ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษจะอยู่ที่หน้าบทความย่อภาษาอังกฤษยกเว้นบทความพิเศษจะอยู่หน้าเดียวกัน

2.3 ชื่อผู้เขียนจะต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 15 ตัวหนา พร้อมทำการอ้างอิงข้อมูลผู้เขียนในส่วนของ Footnote โดย Footnote ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 10 ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยภาษาอังกฤษจัดอยู่หน้าบทคัดย่อภาษาอังกฤษ ยกเว้นบทความพิเศษจะอยู่หน้าเดียวกัน

2.4 บทคัดย่อ จะต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Abstract) โดยมีการกล่าวนำถึงความสำคัญของการศึกษา วิธีการหรือเครื่องมือในการศึกษา ผลสรุปจากการทดลองหรือการค้นพบที่สำคัญ บทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Abstract) จะต้องมีความสอดคล้องกัน ความยาวไม่เกิน 250 คำ และคำสำคัญทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Keywords) ไม่เกิน 5 คำ ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 15

2.5 เนื้อหาจะต้องเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 15

2.6 หมายเลขหน้า ทำการใส่หมายเลขหน้ากำกับไว้ที่มุมล่างขวาของหน้ากระดาษทุกหน้า ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 10

2.7 ตารางหรือภาพประกอบ ควรมีเฉพาะเท่าที่จำเป็น มีหมายเลขกำกับภาพและตารางตามลำดับ ข้อมูลในภาพและตารางจะต้องมีความคมชัด ภาพถ่ายควรเป็น ขาว-ดำ หากเป็นภาพวาดต้องเป็นภาพวาด ลายเส้นและวาดบนกระดาษขาว โดยใช้หมึกดำให้สะอาดและลายเส้นคมชัด

2.8 เอกสารอ้างอิง ระบบอ้างอิงให้ใช้มาตรฐานของสมาคม จิตวิทยาอเมริกัน (American Psychological Association: APA) โดยการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) จะต้องจัดทำเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น ใช้รูปแบบ ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 15 โดยมีรายละเอียดทั่วไป ดังนี้

2.8.1 การอ้างอิงเนื้อหาภายในเนื้อเรื่องและภายในหัวข้อกับเอกสารอ้างอิงจะต้องตรงกัน และจะต้องมีรายละเอียดสำคัญเกี่ยวกับเอกสารตามกำหนดไว้อย่างครบถ้วน การอ้างอิงควรใช้รูปแบบเดียวกัน สม่ำเสมอ โดยใช้ระบบนาม-ปี

2.8.2 การเรียงลำดับเอกสาร ให้เรียงตามลำดับตัวอักษรของชื่อผู้เขียนโดยไม่ต้องมีเลขกำกับ

2.8.3 หากมีการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทย จะต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษให้เรียบร้อย ทั้งในส่วนของการอ้างอิงในเนื้อหา (Intext Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) ให้ถูกต้องตามหลัก APA Referencing Style

3. กระบวนการพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์

ผู้เขียนจะต้องทำการส่งบทความผ่านทางระบบออนไลน์เท่านั้น โดยสามารถส่งได้ทั้งบทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้ที่

https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/index.

บทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์นั้น จะต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ใดมาก่อน หรือไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารวิชาการหรืองานประชุมวิชาการอื่นใดพร้อมกัน ทั้งนี้ บทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารจะต้องผ่าน

การพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้

3.1 เมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความแล้ว จะทำการแจ้งให้ผู้เขียนบทความทราบ

3.2 กองบรรณาธิการทำการตรวจสอบรูปแบบบทความ ว่าเป็นไปตามที่กองบรรณาธิการกำหนดหรือไม่ หากไม่เป็นไปตามที่กองบรรณาธิการกำหนด จะทำการแจ้งให้ผู้เขียนบทความทราบและปรับแก้ต่อไป

3.3 กองบรรณาธิการทำการตรวจสอบหัวข้อและเนื้อหาของบทความว่าสอดคล้องกับขอบเขตและวัตถุประสงค์ของวารสารหรือไม่ รวมถึงประโยชน์ในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ

3.4 หากบทความผ่านการพิจารณาในเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการตามข้อ 3.3 กองบรรณาธิการจะทำการส่งบทความไปยังผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับบทความนั้น ๆ เพื่อทำการประเมินคุณภาพบทความต่อไป โดยส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่น้อยกว่า 3 ท่านต่อ 1 บทความ ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้เขียนบทความแต่อย่างใด และผู้เขียนบทความก็จะไม่ทราบข้อมูลของผู้ทรงคุณวุฒิด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม หากบทความไม่ผ่านการพิจารณาในเบื้องต้นตามข้อ 3.3 กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนบทความทราบต่อไป

3.5 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิทำการประเมินคุณภาพบทความเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะพิจารณาผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้งว่าบทความนั้นควรจะได้รับการตีพิมพ์ต่อไปหรือไม่

3.6 กองบรรณาธิการทำการแจ้งผลการประเมินคุณภาพบทความของผู้ทรงคุณวุฒิให้ผู้เขียนบทความทราบ หากการพิจารณาตาม ข้อ 3.5 “ผ่าน” จะให้ผู้เขียนทำการปรับแก้บทความตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและกองบรรณาธิการ (ถ้ามี) ภายในระยะเวลาที่กองบรรณาธิการกำหนด ดังนี้

3.6.1 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งที่ 1 ไม่เกิน 14 วัน นับจากวันที่กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หรือระยะเวลาตามที่กองบรรณาธิการกำหนดตามสมควร หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนี้ จะทำ

การส่งให้ปรับแก้เพิ่มเติมในครั้งที่ 2 หรือกองบรรณาธิการสามารถปฏิเสธการตอบรับการตีพิมพ์บทความสำหรับการปรับแก้ในครั้งนี้ได้ทันที และถือว่าบทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงใน TMF Journal

3.6.2 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งที่ 2 ไม่เกิน 10 วัน นับจากวันที่กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หรือระยะเวลาตามที่กองบรรณาธิการกำหนดตามสมควร หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนี้ จะส่งให้ปรับแก้เพิ่มเติมในครั้งที่ 3 หรือกองบรรณาธิการสามารถปฏิเสธการตอบรับการตีพิมพ์บทความสำหรับการปรับแก้ในครั้งนี้ได้ทันที และถือว่าบทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงใน TMF Journal

3.6.3 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งที่ 3 ไม่เกิน 7 วัน นับจากวันที่กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หรือระยะเวลาตามที่กองบรรณาธิการกำหนดตามสมควร หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนี้จะทำการส่งให้ปรับแก้เพิ่มเติมในครั้งสุดท้าย หรือกองบรรณาธิการสามารถปฏิเสธการตอบรับการตีพิมพ์บทความสำหรับการปรับแก้บทความในครั้งนี้ได้ทันที และถือว่าบทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงใน TMF Journal

3.6.4 ระยะเวลาในการปรับแก้บทความครั้งสุดท้าย ไม่เกิน 5 วัน นับจากวันที่กองบรรณาธิการแจ้งผลให้ทราบ หรือระยะเวลาตามที่กองบรรณาธิการกำหนดตามสมควร หากการปรับแก้ไม่สมบูรณ์ในครั้งนี้ กองบรรณาธิการจะทำการปฏิเสธการตอบรับการตีพิมพ์บทความทันที และถือว่าบทความนั้นไม่ผ่านการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ลงใน TMF Journal

3.7 ในการปรับแก้บทความแต่ละครั้ง กองบรรณาธิการจะทำการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของชื่อบทความ บทคัดย่อ Abstract เนื้อหา เอกสารอ้างอิงและรายละเอียดอื่น ๆ ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและกองบรรณาธิการ รวมถึงรูปแบบบทความตามที่กองบรรณาธิการกำหนดด้วย และหากผู้เขียนไม่ส่งบทความฉบับแก้ไขมายังกองบรรณาธิการภายในระยะเวลาที่กำหนด กองบรรณาธิการจะถือว่าผู้เขียนสละสิทธิ์ในการตีพิมพ์บทความลงใน TMF Journal

3.8 เมื่อกองบรรณาธิการทำการพิจารณาตรวจสอบบทความฉบับแก้ไขแล้ว เห็นว่าบทความควรได้รับการตีพิมพ์ลงใน TMF Journal กองบรรณาธิการก็จะทำการออกหนังสือรับรองการตีพิมพ์ให้ผู้เขียนบทความต่อไป

ทั้งนี้ กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการปรับแก้ความถูกต้องของข้อมูลรูปแบบบทความให้เป็นไปตามที่กองบรรณาธิการกำหนด เพื่อให้มีรูปแบบเดียวกัน และขอสงวนสิทธิ์ในการปฏิเสธการพิจารณาหรือการตอบรับการตีพิมพ์บทความได้ในทุกขั้นตอนการพิจารณาหากเห็นสมควร

บทความที่ตีพิมพ์ถือเป็นลิขสิทธิ์ของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม TMF Journal ไม่สงวนลิขสิทธิ์ในการทำซ้ำ คัดลอก หรือ เผยแพร่ แต่จะต้องอ้างอิงให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ

หมายเหตุ: สำหรับการให้ปรับแก้จำนวนครั้งขึ้นอยู่กับคุณภาพของงานและหากมีเหตุจำเป็นจริง ๆ อาจจะยืดหยุ่นวันปรับแก้ได้ เช่น ผู้เขียนมีการเจ็บป่วย เป็นต้น

4. การตอบแทนผู้เขียนบทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์

ทางบรรณาธิการจะทำการส่งมอบวารสารฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์ให้แก่ผู้แต่งหลัก จำนวน 2 เล่ม

5.ค่าธรรมเนียม

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ไม่มีนโยบายเรียกเก็บค่าธรรมเนียมใด ๆ สำหรับการส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ รวมถึงค่าธรรมเนียมการสมัครสมาชิกหรือต่ออายุสมาชิก จนกว่าจะมีการแจ้งเปลี่ยนแปลงนโยบาย

6. การสมัครสมาชิกหรือขอรับเล่มวารสาร

หากหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันการศึกษาใดมีความประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกวารสารของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ หรือรับเล่มวารสาร ขอความกรุณาแจ้งความจำนงมายังกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์โดยตรง

การเขียนเอกสารอ้างอิง

ระบบอ้างอิงให้ใช้มาตรฐานของสมาคมจิตวิทยาอเมริกัน (American Psychological Association: APA) โดยการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้าย บทความ (References) จะต้องจัดทำเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น

ตัวอย่างรายการเอกสารอ้างอิง

1. หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อเรื่อง* (ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์

ตัวอย่าง

Anderson, J. E. (1994). *Public policy-making: Introduction* (2nd ed.). New York: Houghton Mifflin.

ชื่อผู้แต่งคนที่ 1, & ชื่อผู้แต่งคนที่ 2. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อเรื่อง* (ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving organizational effectiveness through transformational leadership.* Thousand Oaks, CA: Sage.

2. บทความ/ เรื่อง/ ตอน ในหนังสือรวมเรื่อง

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ), *ชื่อเรื่องหนังสือ* (ฉบับพิมพ์ หน้าที่ปรากฏบทความ). สถานที่พิมพ์: ผู้จัดพิมพ์.

ตัวอย่าง

Hall, S. (1996). The question of cultural identity. In Hall, David Held, Anthony McGrew (Eds.), *Modernity and Its Futures* (pp. 274-316). Cambridge: Polity Press.

3. บทความในวารสาร

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสาร, ปีที่*(ฉบับที่), เลขหน้าที่ ปรากฏบทความในวารสาร.

ตัวอย่าง

Zheng, J., Hu, Z., & Wang, J. (2009). Entrepreneurship and innovation: The case of Yangtze River delta in China. *Journal of Chinese Entrepreneurship, 1*(2), 85-102.

4. สาระสังเขปจากฐานข้อมูล CD-ROM

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อบทความ* (ซีดี-รอม). สาระสังเขปจาก: ชื่อฐานข้อมูลและหมายเลขเอกสารเพื่อการค้น.

ตัวอย่าง

Vonderwell, S. (2002). *Experiences of students and instructor in an online technology in education course: A case study* (CD-ROM). Abstract from: ProQuest File: Dissertation Abstracts Item: 3062175.

5. เอกสารออนไลน์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อบทความ*. วัน เดือน ปีที่สืบค้น จาก http://www.XX/

ตัวอย่าง

Atkins, A. (2000). *The effects of uncertainty avoidance on interaction in the classroom.* Retrieved January 10, 2013, from http://www.birmingham.ac.uk/Documents/collegeartslaw/cels/essays/languageteaching/Atkins1.pdf

6. อ้างอิง Proceeding

การเขียนบรรณานุกรม รายงานการประชุมวิชาการหรือการสัมมนาทางวิชาการ Proceeding

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ใน *ชื่อการประชุมหรือสัมมนา* (หน้าเลขหน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

วุฒิพงษ์ ประทุมมา และพูลพงศ์ สุขสว่าง. (2562). การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ทางคณิตศาสตร์ตาม Model-Eliciting Activities สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีความสามารถพิเศษ ด้านวิทยาศาสตร์และคณิตรศาสตร์. ใน *การประชุมวิชาการทางคณิตศาสตร์ ครั้งที่ 24 ประจำปีการศึกษา 2562* (หน้า 367-379). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

แปลเป็นภาษาอังกฤษ

Pratumma, W., & Suksawang, P. (2019). Development of mathematical creativity based on modeleliciting activities for gifted upper secondary students in science and mathematics. In *Proceeding of the 24th Annual Meeting in Mathmatics 2019* (pp. 367-379). Chonburi: Burapha University.

หากมีการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทย จะต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษให้เรียบร้อย ทั้งในส่วนของการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) ให้ถูกต้องตามหลัก APA References Style

การอ้างอิงในเนื้อหา

- **กรณีอ้างอิงจากงานไทย** ให้ทำการเขียนอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษ โดยใส่**เฉพาะนามสกุลของผู้เขียนเท่านั้น** และ**ตามด้วยปี ค.ศ.**

เช่น งานของ ศิริพันธ์ สาสัตย์ จากปี พ.ศ. 2561
อ้างอิงหน้าข้อความ คือ Sasat (2018)

หรือ อ้างอิงหลังข้อความ คือ (Sasat, 2018)

- **กรณีอ้างอิงต่างประเทศ ให้ใส่เฉพาะนามสกุลของผู้เขียน** เท่านั้น และตามด้วย ปี ค.ศ.

เช่น งานของ Azita, N. S., Norazah, M. N., & Khalim, A. จากปี ค.ศ. 2012 อ้างอิงหน้าข้อความ คือ Azita, Norazah and Khalim (2012)

หรือ อ้างอิงหลังข้อความ คือ (Azita, Norazah & Khalim, 2012)

การอ้างอิงท้ายบทความ

- **กรณีอ้างอิงจากงานไทย** ให้ทำการปรับการเขียนอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษโดยใส่**ชื่อสกุล, อักษรย่อชื่อต้น. อักษรย่อชื่อกลาง.** (ถ้ามี) **ปี (ค.ศ.),** แล้ว**ตามด้วยที่มาของเอกสารอ้างอิงนั้น ๆ**

เช่น ศิริพันธ์ สาสัตย์ และเตือนใจ ภักดีพรหม (2561), ระบบสถานบริบาลผู้สูงอายุ. วารสารประชากรศาสตร์, 25(1), 45-62.

เปลี่ยนเป็น Sasat, S., & Phakdiprom, T. (2018). Nursing care system for the elderly. *Journal of Demography, 25*(1), 45-62

- **กรณีอ้างอิงงานต่างประเทศ** ให้ใส่**ชื่อสกุล, อักษรย่อชื่อต้น. อักษรย่อ ชื่อกลาง.** (ถ้ามี) **ปี (ค.ศ.)**, แล้วตาม **ด้วยที่มาของเอกสารอ้างอิง นั้น ๆ**

เช่น Azita, N. S., Norazah, M. N., & Khalim, A. (2012). The language problem issue among foreign workers in the Malaysian construction industry. *International Journal of Business and Social Science, 3*(11), 97-99.

จริยธรรมในการตีพิมพ์บทความวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์มีความมุ่งมั่นที่จะรักษาคุณภาพของวารสาร และการรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด เพื่อประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ตลอดจนผู้อ่านแวดวงวิชาการและสังคม โดยรวมวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จึงได้กำหนดจริยธรรมในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความตามบทบาทและหน้าที่ ดังต่อไปนี้

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์

1. บทความของผู้นิพนธ์ที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์นั้น ต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ใดมาก่อน หรือไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารวิชาการหรืองานประชุมวิชาการอื่นใดพร้อมกัน

2. หากผู้นิพนธ์มีการนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ในบทความของตน ผู้นิพนธ์จะต้องทำการอ้างอิงในเนื้อหา รวมทั้งการจัดทำรายการอ้างอิงท้ายบทความให้เรียบร้อยไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเอง

3. ผู้นิพนธ์จะต้องเขียนบทความทางวิชาการให้ถูกต้องและเป็นไปตามรูปแบบที่กองบรรณาธิการกำหนดไว้ใน “คำแนะนำในการเตรียมบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์”

4. ผู้นิพนธ์ที่มีรายชื่อปรากฏในบทความ จะต้องเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในบทความนั้นจริง

5. ผู้นิพนธ์ต้องรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการวิจัยและการศึกษานั้นโดยไม่บิดเบือนข้อมูลหรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ

6. ผู้นิพนธ์ต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนการวิจัยและระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการวารสาร

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณากลั่นกรองและตรวจสอบบทความที่ส่งมา เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยพิจารณาเนื้อหาบทความที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสารที่เปิดรับ

2. บรรณาธิการพิจารณาคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรงกับสาขาวิชาของบทความนั้น ๆ เพื่อประเมินคุณภาพบทความ โดยที่ผู้ทรงคุณวุฒิไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์

3 บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้นิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิให้ทราบต่อกัน

4. บรรณาธิการต้องใช้เหตุผลทางวิชาการในการพิจารณาบทความ โดยไม่มีอคติหรือเหตุผลส่วนตัวในการพิจารณาบทความของผู้นิพนธ์

5. บรรณาธิการต้องตีพิมพ์บทความที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้นิพนธ์ได้ปรับแก้ตามข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้วเท่านั้น

6. บรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์หรือผู้ทรงคุณวุฒิ และไปนำบทความหรือวารสารไปใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง

7. บรรณาธิการต้องตรวจสอบคุณภาพบทความในกระบวนการประเมินและตรวจสอบคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์ทุกครั้ง

8. บรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด และรักษามาตรฐานของวารสาร รวมถึงการพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพและมีความทันสมัยอยู่เสมอ

บทบาทและหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาความลับและไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนใดส่วนหนึ่งของบทความที่พิจารณาแก่บุคคลอื่น

2. ผู้ทรงคุณวุฒิควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนเองเชี่ยวชาญ และมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาบทความที่รับประเมินอย่างแท้จริง โดยมีการประเมิน/วิจารณ์เนื้อหาบทความและให้ข้อคิดเห็นในเชิงวิชาการ

3. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความเป็นหลัก ไม่มีอคติหรือเหตุผลส่วนตัวในการประเมินบทความ และไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์

4. หากผู้ทรงคุณวุฒิมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียกับบทความที่กองบรรณาธิการส่งให้ประเมินนั้น ผู้ทรงคุณวุฒิจะต้องแจ้งให้กองบรรณาธิการทราบทันที

5. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาในการประเมินบทความตามกรอบระยะเวลาที่กองบรรณาธิการกำหนด

6. หากผู้ทรงคุณวุฒิพบหรือสงสัยว่าบทความจะซ้ำหรือมีการคัดลอกจะต้องแจ้งให้กองบรรณาธิการทราบเพื่อตรวจสอบทันที

7. หากจำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินบทความ วารสาร TMF Journal จะไม่เปิดเผยโดยตรงต่อผู้เขียนแต่จะเปิดเผยตรงต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาผลงานทางวิชาการเท่านั้น ทั้งนี้ขั้นตอน ต้องเป็นไปตาม พรบ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ

กองทุนพัฒนาสื่อ
ปลอดภัยและสร้างสรรค์
THAI MEDIA FUND

TMF Journal

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
เลขที่ 388 อาคารเอส.พี. (ไอบีเอ็ม) อาคารเอ ชั้น 6 ถนนพหลโยธิน
แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทร. 02 273 0116-8 โทรสาร. 02 273 0120
E-mail : journal.tmf@thaimediafund.or.th

วารสารวิชาการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ได้ผ่านการรับรองคุณภาพของ
ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย Thai Citation Index (TCI) และจัดอยู่ในฐานข้อมูล TCI
กลุ่มที่ 2 ลำดับที่ 81 โดยให้มีผลระหว่าง ปี พ.ศ. 2568 – 2572