



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่
เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่”

โดย นายไกรสร วงศ์อนันต์ศักดิ์ และคณะ

มีนาคม 2560

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่
เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่”

คณะผู้วิจัย / สังกัด

1. นายไกรสร วงศ์อนันต์ศักดิ์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
2. นายเอนก ปุณะเรศ

ชุดโครงการ “การต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่
เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่”

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทคัดย่อ

โครงการ “การต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่” นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่สื่อที่ได้รับรางวัลจากการประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่ ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในการใช้สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัย สู่คนรุ่นใหม่” ผลงานการวิจัยของ ผศ.ดร. อมรรักษ์ เจริญโชติธรรม (สัญญาทุนเลขที่ RUG 5890001) ให้แก่กลุ่มตัวอย่างและเก็บข้อมูลว่าสื่อที่มีเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร โดยได้คัดเลือกสื่อที่จะนำมาใช้เป็นเครื่องมือสองประเภท คือ สื่อโปสเตอร์และภาพยนตร์อนิเมชัน

การดำเนินการเริ่มต้นจากการคัดเลือกและปรับเปลี่ยนสื่อโปสเตอร์ 4 ผลงานของผู้ชนะการประกวดให้สอดคล้องตามกรอบในสมุดโน้ต 4 แบบ และผลิตภาพยนตร์อนิเมชันจากผลงานรางวัลชนะเลิศเพิ่มเติมจาก 1 ตอน ให้มีเนื้อหาครบ 3 ตอนจนจบสมบูรณ์

โดยสมุดโน้ตนั้นจะนำไปแจกจ่ายให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้คือนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และ 2 ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์สื่อ ใน 4 มหาวิทยาลัยที่ผลงานโปสเตอร์ได้ถูกนำมาผลิตเป็นสื่อเผยแพร่ จากนั้นจะเข้าไปดำเนินการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 มหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยศรีปทุม และ มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี โดยคัดเลือกนักศึกษาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาที่ได้รับแจกสมุดโน้ตไปและเจ็ยนักผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ตามสัดส่วนจำนวนนักศึกษาแต่ละสาขา ให้ครบจำนวน 8-9 คน

ผลการศึกษาพบว่าสื่อทั้งสองนั้นเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถสร้างความสนใจไปพร้อมกับการเปิดรับข้อมูลได้เป็นอย่างดี อีกทั้งการปรับเปลี่ยนสื่ออย่างโปสเตอร์ให้เป็นสมุดโน้ตนั้นก็แสดงให้เห็นว่าสื่อเดิมนั้นสามารถพัฒนาเป็นสื่อรูปแบบใหม่ๆ ได้ ส่วนภาพยนตร์อนิเมชันก็สร้างผลกระทบในการปรับเปลี่ยนมุมมองให้เกิดแก่กลุ่มเป้าหมาย การนำเสนองานวิจัยนั้นไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ตัวหนังสือหรือรูปเล่ม แต่หากคิดสร้างสรรค์ก็สามารถทำให้อ่านสนุกได้

และจากการที่สื่อที่นำไปเผยแพร่นั้นมีต้นกำเนิดมาจาก นักศึกษาในโครงการประกวด ไม่ว่าจะเป็นจากมหาวิทยาลัยเดียวกัน หรือเป็นเพื่อนจากมหาวิทยาลัยอื่นที่คิดสร้างสรรค์สื่อเพื่อนำเสนองานวิจัยได้ดีจนได้รับรางวัล ล้วนเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะคิดสร้างสรรค์ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความคิดในการสื่อรูปแบบใหม่ๆ ได้ในภายหน้า

“งานวิจัย” ยังเป็นคำที่คนรุ่นใหม่ได้ยินแล้วรู้สึกว่าเป็นเรื่องน่าเบื่ออยู่มากในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง แต่หลังจากการเข้าไปนำเสนอสื่อในสองรูปแบบของโครงการนี้ ทำให้ได้เห็นการเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม หลังจากได้รับชมสื่อมุมมองเกี่ยวกับงานวิจัยของหลายคนเปลี่ยนไป ส่วนใหญ่คิดไม่ถึงว่าจะมีการนำงานวิจัยที่ดูยากๆ มาสื่อสารให้ดูสนุก น่าสนใจและสามารถเข้าใจได้ ดังนั้นการค้นพบที่

สำคัญของโครงการนี้ก็คือ การมองเห็นโอกาสในการนำเสนอองค์ความรู้จากงานวิจัยไปสู่คนรุ่นใหม่ ในขณะที่คนรุ่นใหม่ก็พร้อมที่จะเปิดรับ แต่เงื่อนไขของสื่อที่จะส่งสารไปให้แก่พวกเขาเหล่านั้น จะต้องเป็นสื่อที่น่าสนใจ อาจแฝงความบันเทิง สะดุดตาและมีการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสม จึงจะเข้าไปอยู่ในกระแสของคนรุ่นใหม่ได้

Abstract

The project “The Building Competed New Media Works On To Disseminate Research Work to The New Generation” aims to transmit rewarded outputs from new media creativity competition under the research project “Strategic Communication of New Media Usage for Transmitting Researchers to New Generation” of Prof. Ass. Dr. AmornratCharoenchottitham (Fund Agreement No.: RUG 5890001) to representative samples and collect data that the media is proper or not and how. The selected media are poster and animation film.

The operation had been started from selection and adjustment of 4 posters which are the outputs of rewarded competitors that were inserted in 4 styles of notebooks. For animation film which is the output of the winner, there was an increase from 1 part to be 3 completed parts.

For the notebooks, they were distributed to specified target groups which are the 1st and the 2nd year students in the fields related to media creativity in 4 universities which their students are rewarded competitors. After that, there was group discussion activity in order to collect the data from 2 samples which were random sampling from students of Sripatum University and King Mongkut's University of Technology Thonburi who received the notebooks and distributed the weight evenly for group discussion from the amount of students in each field to be at 8-9 persons.

The findings indicate that both media are proper for the target group. It can create the interest including with the exposure well. Moreover, the adjustment of poster to be inserted in the notebook signifies that traditional media can be developed to be new forms of media. For animation film, it affected in perspective adjustment to the target group. The researches presentation is not limited to be only in letters or book. But creativity can enhance the entertainment.

According to the transmitted media were originally from students' outputs in the competition, even the rewarded output creator are from the same or different university, it is the inspiration for enthusiasm in creativity which may cause ideas of new forms of media in the future.

“Researches” is remained in a position of boring issue in most of the samples' perspectives. But after the presentation of 2 forms of media projects, there were changes of

participants in group discussion. After viewing the media, many of samples' perspectives were changed. Mostly has the idea that the hard to understand researches were communicated entertainingly, interestingly and easy to understand. Therefore, the important finding of this project is the opportunity in researches knowledge presentation to new generation while they are ready to adopt. But the media condition of communicating to them must be interesting, may have latent entertainment, striking the eyes and presenting proper content, then it could be in the trend of new generation.

Executive Summary

สืบเนื่องจากการประกวดสร้างสรรค์สื่อใหม่ ภายใต้โครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในการใช้สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่” ผลงานการวิจัยของ ผศ.ดร.อมรรักษ์ เจริญโชติธรรม (สัญญาทุนเลขที่ RUG 5890001) ซึ่งได้ดำเนินการสำเร็จเสร็จสิ้นไปแล้ว ผลจากการดำเนินโครงการพบว่า ผลงานจากความคิดของผู้เข้าร่วมประกวดซึ่งเป็นสื่อหลากหลายรูปแบบที่ออกแบบขึ้นเพื่อคนรุ่นใหม่เหล่านั้น ยังไม่ได้เผยแพร่ออกไปสู่กลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร จึงยังคงเป็นคำถามที่ว่าแท้จริงแล้วนั้น ผลงานสร้างสรรค์สื่อของผู้ได้รับรางวัลต่างๆ จากโครงการประกวดนี้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ได้มากน้อยเพียงใด

ดังนั้น โครงการ “การต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่” จึงเป็นโครงการที่มีจุดมุ่งหมายในการคัดเลือกและการผลิตสื่อที่เป็นผลงานที่มีความโดดเด่นและได้รับรางวัลในโครงการประกวดดังกล่าวมาทำการต่อยอดเพื่อเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อผลงานสื่อที่น่าสนใจ เพื่อให้ได้คำตอบที่ว่าสื่อจากการประกวดนั้น เรียกร้องความสนใจของคนรุ่นใหม่ ซึ่งก็คือ นิสิต, นักศึกษา และสามารถสื่อสารผลงานวิจัยได้หรือไม่ อย่างไร

การออกแบบวิธีดำเนินการต่อยอดของโครงการฯ นี้ เริ่มจากการคัดเลือกผลงานสื่อจากการประกวดที่มีความโดดเด่น มีความเป็นไปได้ในการดำเนินการ และมีความเหมาะสมกับการเผยแพร่ 2 ประเภท คือสื่อโปสเตอร์ และ ภาพยนตร์อนิเมชัน โดย “การต่อยอด” ได้ครอบคลุมความหมายถึง “การปรับปรุงสื่อและช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับการเผยแพร่ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลอย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น” ดังนี้

1. การคัดเลือกโปสเตอร์จำนวน 4 ผลงาน 4 งานวิจัย จาก 4 สถาบันการศึกษาและปรับเปลี่ยนให้เป็นส่วนหนึ่งของสื่อใหม่ คือ “สมุดโน้ต” ซึ่งจะทำการผลิต 4 รูปแบบ อีกทั้งยังได้เพิ่มข้อมูลจากงานวิจัยลงไปในเล่มสมุดโน้ตด้วย เพื่อเป็นการวัดผลความสนใจต่อรูปแบบของสื่อ ความคิดสร้างสรรค์ และปริมาณข้อมูลที่เหมาะสมที่คนรุ่นใหม่สามารถเปิดรับได้
2. ผลงานสื่อภาพยนตร์อนิเมชัน จากทีมที่ได้รางวัลชนะเลิศ ซึ่งเดิมในการประกวดได้นำผลิตไว้เพียง 1 ตอน จากการนำเสนอแนวคิดไว้ทั้งหมด 3 ตอน ทางโครงการฯ ได้ติดต่อให้ผู้ที่เป็นเจ้าของผลงาน เป็นผู้ผลิตอนิเมชันภาคต่ออีก 2 ตอน ให้จบจนครบ 3 ตอน และเพิ่มข้อมูลในช่วงท้ายเพื่อยืนยันแหล่งที่มาจากงานวิจัย สกว. โดยเป็นการวัดผลด้านความโดดเด่นเชิงเทคนิควิธีการของตัวสื่อ ว่ามีผลต่อความสนใจของคนรุ่นใหม่ได้มากน้อยเพียงใด

หลังจากได้ดำเนินการปรับปรุงและผลิตสื่อทั้ง 2 ชนิดเรียบร้อยแล้ว สมุดโน้ตจะถูกนำไปแจกจ่ายให้แก่ นิสิต นักศึกษา โดยกำหนดไว้ 4 มหาวิทยาลัยที่ผลงานถูกนำมาผลิตเพื่อเผยแพร่เป็นหลัก ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อสร้างผลในการรับรู้จากความภาคภูมิใจของการมีส่วนร่วมในระบบสังคมย่อย ที่มีความเกี่ยวโยงกันในลักษณะสถาบัน อันจะส่งผลให้โอกาสในการเปิดรับสื่อจะมีเพิ่มมากยิ่งขึ้น

โครงการนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีการเก็บข้อมูล คือการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยได้เลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 จาก 4 มหาวิทยาลัยที่นำสมุดโน้ตไปแจกจ่ายคือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ซึ่งได้มีการวางแผนด้านระยะเวลาการแจกจ่ายสมุดโน้ตและการสนทนากลุ่มเพื่อเก็บข้อมูล โดยจะเว้นระยะเวลาของการแจกจ่ายสมุดโน้ตกับการจัดการสนทนากลุ่มให้ระยะเวลาต่างกันพอสมควร เพื่อสร้างโอกาสในการเปิดรับข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างให้มากยิ่งขึ้น ส่วนภาพยนตร์อนิเมชันนั้นจะทำการเปิดให้รับชมในวันที่ไปทำการสนทนากลุ่มและพูดคุยเก็บข้อมูลทันที

ผลการดำเนินงาน

1. การต่อยอดด้านการสร้างสรรค์สื่อ

หลังจากดำเนินการตามแผนงานที่วางไว้เสร็จสิ้น ผลการดำเนินการของโครงการ “การต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่” ที่ได้มีดังนี้

- 1.1 สื่อสมุดโน้ต รวมไปถึงสื่อโปสเตอร์ มีความเหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ในมุมมองของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม โดยสื่อในรูปแบบสมุดโน้ตสามารถสร้างความสนใจ และมีมูลค่า, โดดเด่นในการออกแบบรูปแบบและกระบวนการจัดสรรใช้พื้นที่ในการจัดวางเนื้อหา, โปสเตอร์กระชับใจ, ให้ข้อมูลที่มากพอสมควร และมีโอกาสได้เปิดอ่านข้อมูลได้มากกว่าโปสเตอร์แต่ควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสมุดโน้ตเพิ่มและชัดเจนมากขึ้น โดยระบุถึงการเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยตั้งแต่หน้าปก บอกที่มาของผู้แจกจ่าย และแนะนำหรือชักจูงว่ามีข้อมูลความรู้ที่น่าสนใจอยู่ภายในเล่ม ไม่เช่นนั้นผู้รับสมุดโน้ตจำนวนหนึ่งจะเข้าใจว่าเป็นสมุดที่เอาไว้อ่านเพียงอย่างเดียว และอาจขาดความสนใจในการรับสารไปได้
- 1.2 สื่อภาพยนตร์อนิเมชัน เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ในมุมมองของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม เหตุผลเพราะวิธีการนำเสนอ เรื่องราวน่าติดตาม เนื้อหาไม่หนักเกินไป และทำให้อยากรู้ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยนั้นเพิ่มขึ้น อีกทั้งมีแนวโน้มที่จะส่งต่อให้เพื่อนดู เพราะดูสนุก ตื่นตาไปกับเทคนิคที่ใช้และมีประโยชน์กับเรื่องที่ไม่เคยได้รับรู้มาก่อน

2. การตรวจสอบผลในการรับรู้ต่อสื่อ

จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) พบว่า ในด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลนั้น การนำเสนอหนึ่งของงานวิจัยมานำเสนอในรูปแบบสื่อภาพยนตร์อนิเมชันนี้ ไม่ได้ลดทอนหรือสร้างปัญหา ด้านความน่าเชื่อถือแก่ผู้ชมแต่อย่างใด ตรงกันข้าม การเพิ่มความเกินจริงตามคุณลักษณะของภาพยนตร์อนิเมชัน กลับทำให้เกิดความน่าสนใจในการรับชม ช่วยชักจูงให้เปิดรับข้อมูลที่เป็นเนื้อหาทางวิจัยไปพร้อมกับความบันเทิง อีกทั้งการที่ได้รู้ว่าอนิเมชันที่ได้รับชมนั้นนำผลของงานวิจัยที่มีอยู่จริงมาสร้างเป็นเรื่องราว ยิ่งทำให้เกิดความเชื่อและความสนใจใคร่รู้ข้อมูลในเรื่องนั้นๆเพิ่มมากขึ้นด้วย

คำว่า งานวิจัย ในสายตาของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งสองแห่งนั้น มีความคล้ายคลึงกันคือ เป็นเรื่องยากๆ , เนื้อหาเยอะ, น่าเบื่อ และเป็นเรื่องที่น่าจะเข้าใจยากและเป็นเรื่องเฉพาะกลุ่มที่เป็นนักวิชาการ แต่หลังจากที่ได้นำสื่อทั้งสองเข้าไปให้ได้รับรู้ ภาพลักษณ์ในด้านลบเริ่มที่จะลดน้อยลง สิ่งที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากทั้งสองสื่อ นั้น สรุปได้ว่า โอกาสที่จะนำเสนองานวิจัยให้แก่คนรุ่นใหม่เป็นเรื่องที่เป็นไปได้หากกระทำอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง และผู้รับพร้อมที่จะเปิดใจเรียนรู้ แต่สื่อที่นำเสนอจะต้องมีความน่าสนใจในมุมใดมุมหนึ่ง รูปแบบของสื่ออาจต้องสอดแทรกไว้ด้วยความบันเทิง โดดเด่น สะดุดตาหรือเนื้อหาสาระใกล้ตัวที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม หรือมีการนำเสนอเนื้อหาด้วยวิธีการที่น่าสนใจและเหมาะสม อย่างใดอย่างหนึ่งเป็นอย่างน้อย

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	จ
สารบัญ.....	๗
สารบัญภาพ.....	ฎ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
ระเบียบวิธีวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
แนวคิดเรื่องสร้างสรรค์สื่อ.....	5
แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม.....	5
แนวคิดเรื่องสื่อใหม่ (New media)	6
แนวคิดเกี่ยวกับคนรุ่นใหม่.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับนิเมชันและสตอปโมชัน.....	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
3 ขั้นตอนการดำเนินโครงการ.....	21

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
การต่อยอดด้านการสร้างสรรค์สื่อ	21
ระเบียบวิธีวิจัย	22
การเก็บข้อมูล	23
ประเด็นการสนทนากลุ่ม	24
4 ผลการดำเนินงาน	25
การต่อยอดด้านการสร้างสรรค์สื่อ	25
การเผยแพร่สื่อที่พัฒนาต่อยอด	31
การเปิดรับสื่อการรับรู้และความเข้าใจในข้อมูลที่แฝงไปในเนื้อหา ที่ต้องการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมาย	35
5 สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	45
สรุปผลการวิจัย	45
การอภิปรายผลการดำเนินงาน	48
ข้อเสนอแนะ	49
เอกสารอ้างอิง	50
ภาคผนวก.....	51
ภาคผนวก ก ภาพปกสมุดโน้ต	52
ภาคผนวก ข ภาพโปสเตอร์ในสมุดโน้ต	53
ภาคผนวก ค ภาพจากอนิเมชันชุดสมาร์ทแมน	54
ภาคผนวก ง ภาพแผนผังการนั่งและตารางรายชื่อ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสนทนากลุ่มที่มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี.....	55

ภาคผนวก จ ภาพแผนผังการนั่งและตารางรายชื่อ	
ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสนทนากลุ่มที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม.....	56
ภาคผนวก ฉ ภาพการแจกสมุดโน้ตที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม	57
ภาคผนวก ช ภาพการแจกสมุดโน้ตที่มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี.....	58
ภาคผนวก ซ ภาพการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่มที่มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี.....	59
ภาคผนวก ฌ ภาพการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่มที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม.....	60
ภาคผนวก ญ บทภาพยนตร์อินโฟกราฟิกชุดสาร์ทแมน ตอนที่1-3	61

สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
ภาพที่ 2.1 ภาพโลโก้ วอลต์ดิสนีย์	15
ภาพที่ 2.2 ภาพโลโก้ สตูดิโอ จิบลิ	15
ภาพที่ 2.3 ภาพจากภาพยนตร์อนิเมชัน Ratatouille.....	16
ภาพที่ 2.4 ภาพปกภาพยนตร์เรื่อง สโนว์ไวท์ กับคนแคระทั้งเจ็ด.....	16
ภาพที่ 2.5 ภาพโปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่อง Toy Story	16
ภาพที่ 2.6 ภาพโปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่อง Nightmare Before Christmas	16
ภาพที่ 2.7 Clay Motion	17
ภาพที่ 2.8 Doll หรือ Model Motion	17
ภาพที่ 2.9 Write Motion	17
ภาพที่ 2.10 Graphic Motion	17
ภาพที่ 4.1 ภาพหน้าปกสมุดจากงานวิจัย	
‘การพัฒนาแผ่นเส้นใยนาโนไคโตซานที่บรรจุสารสกัดมังคุดสำหรับการสมานแผล’	26
ภาพที่ 4.2 ภาพโปสเตอร์ก่อนการปรับปรุง	27
ภาพที่ 4.3 ภาพโปสเตอร์ที่ปรับปรุงและเป็นส่วนหนึ่งของสมุด.....	27
ภาพที่ 4.4 ภาพปรอทอินโฟกราฟิก	27
ภาพที่ 4.5 ภาพกระดาษโน้ตและฟุตโน้ต.....	28
ภาพที่ 4.6 ภาพปรอทด้านหลัง - ใจความสำคัญของเนื้อหางานวิจัย	29
ภาพที่ 4.7 ภาพปกหลัง - ตราสัญลักษณ์ สกว.	29
ภาพที่ 4.8 ภาพตัวอย่างจาก อนิเมชัน smart man ตอนที่ 1	30

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพประกอบที่	หน้า
ภาพที่ 4.9 ภาพตัวอย่างจาก อนิเมชันsmart man ตอนที่ 2	31
ภาพที่ 4.10 ภาพตัวอย่างจาก อนิเมชันsmart man ตอนที่ 3	31
ภาพที่ 4.11 ภาพบรรยายการแจกสมุดที่ ม.ศรีปทุม	34
ภาพที่ 4.12 ภาพการแจกสมุดที่ ม.พระจอมเกล้าธนบุรี	35
ภาพที่ 4.13 ภาพจัดการสนทนากลุ่ม ม.พระจอมเกล้าธนบุรี	40
ภาพที่ 4.14 ภาพจัดการสนทนากลุ่ม ม.ศรีปทุม.....	43
ภาพที่ 4.15 ภาพผลงานอนิเมชันใน You Tube.....	44

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โครงการวิจัยเรื่อง การต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่เป็นโครงการต่อเนื่องจากโครงการวิจัยเรื่อง "การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในการใช้สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่" (สัญญาทุนเลขที่ RUG 5890001) ที่ได้ดำเนินการเสร็จสิ้นไปแล้ว ซึ่งเป็นโครงการวิจัยที่ต้องการค้นหาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์จากการวิเคราะห์ความคิดสร้างสรรค์สื่อใหม่ของทีมที่เข้าร่วมประกวด หรือกล่าวได้ว่าเป็นการวิเคราะห์กลยุทธ์ด้านสารและกลยุทธ์ด้านสื่อของคนรุ่นใหม่ที่สลับบทบาทจากผู้รับสารกลายมาเป็นผู้ส่งสารในการนำงานวิจัยมาแปลงเนื้อหาและสร้างสรรค์สื่องานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในการใช้สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่" ได้ใช้ "กิจกรรมการประกวด" เป็นช่องทางในการเก็บข้อมูลและเป็นเครื่องมือในการเสริมศักยภาพ (Empowerment) การสร้างสรรค์สื่อและสารให้แก่คนรุ่นใหม่หรือผู้รับสารที่จะสลับบทบาทมาทำหน้าที่เป็น "ผู้ส่งสาร" ในกระบวนการเผยแพร่ผลงานวิจัย ที่นอกจากจะได้ผลลัพธ์ (Output) ในการเผยแพร่ผลงานวิจัยออกไปให้สาธารณชนรับรู้และนำไปประโยชน์แล้ว ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรผู้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย ที่มีการกิจที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่สาธารณชนเพื่อให้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยอย่างกว้างขวางและเพียงพอ

กิจกรรมการประกวดการใช้สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่ เป็นกิจกรรมที่สามารถชี้ให้เห็นถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยกระบวนการหนึ่งที่เหมาะสมกับ "คนรุ่นใหม่" โดยใช้รูปแบบของ "การแข่งขัน" ซึ่งเป็นวิธีการของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่สามารถกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม และโดยขั้นตอนของการประกวดที่ทางโครงการฯ ออกแบบไว้แต่ละขั้นตอนทำให้คนรุ่นใหม่ "เปิดรับงานวิจัย" โดยตรง เพื่อศึกษาโจทย์ในการออกแบบสร้างสรรค์สื่อ และเมื่อต้องสลับบทบาทจากผู้รับสารกลายมาเป็นผู้ส่งสาร ทำให้คนรุ่นใหม่ต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้รับสารซึ่งเป็นคนกลุ่มเดียวกันกับตนเอง ส่งผลให้การสร้างสารและสื่อจึงมีความสอดคล้องกับตนเอง และหากสร้างสรรค์สารและสื่อได้อย่างน่าสนใจก็จะสามารถกระตุ้นการเปิดรับงานวิจัยของคนรุ่นใหม่ขยายวงกว้างออกไปโดยมีการวางกรอบความหมายของกลุ่มคนรุ่นใหม่ (New generation / Young generation) คือ นิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ต้องใช้ประโยชน์จากงานวิจัยโดยตรง และนับว่าเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ที่สำคัญคือ คนรุ่นใหม่มีความคุ้นเคยกับก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ทำให้มีความสามารถในการเชิงเทคโนโลยี และมีการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อออนไลน์ จึงทำให้คนรุ่นใหม่เป็นกลุ่มคนที่มีพฤติกรรม

เปิดรับสื่อที่หลากหลาย และในขณะเดียวกันก็มีความสามารถในการใช้สื่อต่างๆ ในระดับที่สูงถึงขั้นที่สามารถเป็นผู้ผลิตสื่อได้เอง

ดังนั้น การให้ความหมายกับคำว่า “คนรุ่นใหม่” จึงไม่เพียงการให้ความสำคัญแต่เพียงการกำหนดตามช่วงอายุ และสถานะทางการศึกษาเท่านั้น หากแต่ได้ให้ความหมายของคนรุ่นใหม่ครอบคลุมไปถึง บุคคลที่มีพฤติกรรม的开รับสื่อ ในฐานะกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ รักอิสระ และมีพฤติกรรมการบริโภคและการใช้ชีวิตประจำวันค่อนข้างเร่งรีบ มักชอบอะไรที่ง่าย รวดเร็ว สำเร็จรูป และมีความทันสมัยทางเทคโนโลยี ดังนั้นจึงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อใหม่และสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อหลัก แนวคิดดังกล่าวนี้จะเป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานในการทำความเข้าใจนิสิต นักศึกษา ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของ สกว.

เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมการประกวดสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัย สกว. ผู้คนรุ่นใหม่มักกล่าวผลงานการสร้างสรรค์สื่อใหม่ของแต่ละทีมในรอบชิงชนะเลิศ จำนวน 10 ทีม ทีมละ 5 สื่อ รวม 50 สื่อ มีผลงานที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อเผยแพร่ต่อไปให้แพร่หลายได้เพิ่มมากขึ้น โดยมีสื่อหลายชิ้นที่แสดงออกถึงแนวคิดที่มีความแตกต่างหลากหลายและสามารถนำไปปรับปรุงต่อยอดเพื่อเผยแพร่งานวิจัยได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นโครงการ “การต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่” จึงเน้นการนำแนวคิดสร้างสรรค์สื่อใหม่มักกล่าวมาพัฒนาต่อยอดผลิตให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น และขยายแนวคิดสร้างสรรค์นั้นออกเป็นสื่อประเภทอื่นๆ ที่สามารถเชื่อมโยงงานวิจัยแต่ละเรื่องที่ทีมประกวดเลือกมา ตัวอย่างเช่น การนำการสร้างสรรค์โปสเตอร์ของทีมที่มีความโดดเด่น มาทำเป็นสมุดโน้ตเพื่อแจกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ระดับอุดมศึกษา การนำภาพยนตร์อนิเมชันของทีมที่ชนะเลิศการประกวดมาต่อยอดเพิ่มจำนวนตอนของภาพยนตร์ ให้มีเนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อเผยแพร่เนื้อหางานวิจัยเรื่องนั้นๆ ในสื่อออนไลน์เพื่อให้เกิดการแพร่กระจายงานวิจัยนั้นในวงกว้างมากขึ้น เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น โครงการวิจัยเรื่อง “การต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่” นี้จึงเป็นโครงการผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่งานวิจัยโดยตรง และข้อเด่นคือกระบวนการทำงานของโครงการฯ จะเป็นการเลือกงานที่สามารถต่อยอดได้จากทีมประกวด 10 ทีมในรอบชิงชนะเลิศและให้นิสิตนักศึกษาในแต่ละทีมที่เป็นเจ้าของผลงานมีส่วนร่วมพัฒนางานไปด้วยกัน ซึ่งการประสานกับคนรุ่นใหม่มักกล่าวจะส่งเสริมให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วม (Participatory) ในการผลิตสื่อเพื่อให้ผลงานสุดท้ายที่จะนำไปเผยแพร่เกิดจากแนวคิดสร้างสรรค์และการผลิตของคนรุ่นใหม่ให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่เน้นการต่อยอดพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และผลิตสื่อจากผลงานประกวดของคนรุ่นใหม่ เพื่อเผยแพร่งานวิจัย สกว. โดยตรง ขณะเดียวกันทางโครงการฯ ก็มุ่งหวังต่อยอดงานวิจัยเพื่อพัฒนากลุ่มเป้าหมายกลุ่มอื่นๆ ในอนาคต จึงกำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อนำผลงานของทีมประกวดในรอบสุดท้ายมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดสื่อรูปแบบอื่นๆ เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่
2. เพื่อสร้างประสิทธิผลด้านผลกระทบ(Impact) ของสื่อสร้างสรรค์ให้มีต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม
3. เพื่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ในการร่วมสร้างสรรค์และผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่งานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง“การต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่”มุ่งเน้นนำผลงานการสร้างสรรค์สื่อจากการประกวดฯ มาพัฒนาต่อยอดเพื่อเผยแพร่งานวิจัยในวงกว้าง จึงออกแบบการดำเนินการดังนี้

1. **วิธีการวิจัย**งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่เน้นการนำผลงานประกวดของคนรุ่นใหม่มาต่อยอดพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่งานวิจัยในวงกว้าง และยังก่อให้เกิดการพัฒนาคนรุ่นใหม่ให้เป็นนักสร้างสรรค์สื่อร่วมกับทีมวิจัยด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม

2. **การรวบรวมข้อมูล**ในงานวิจัยนี้จะทำการรวบรวมข้อมูลในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

2.1 การรวบรวมข้อมูลเชิงเอกสารโครงการวิจัยจะทำการรวบรวมข้อมูลเชิงเอกสารที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมโครงการประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัย สกว.สู่คนรุ่นใหม่ เพื่อคัดเลือกผลงานประกวดเพื่อมาพัฒนาต่อยอดความคิดสร้างสรรค์และผลิตสื่อร่วมกับคนรุ่นใหม่เจ้าของความคิดในผลงานนั้นๆ

2.1.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในการใช้สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่" เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัยโครงการนี้ เช่น งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องคนรุ่นใหม่ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง

ช่องทางการสื่อสาร (Media/Channel) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงบทความ หนังสือ และเอกสารวิชาการอื่นๆ

2.2 การประชุมเพื่อวิเคราะห์แนวทางการต่อยอดผลงานที่คัดเลือกมา ซึ่งมีแนวทางการต่อยอดผลงานการประกวดได้ ใน 3 แนวทาง ได้แก่

2.2.1 การสร้างภาพยนตร์สั้นหรือภาพยนตร์อนิเมชันต่อยอดจากผลงานเดิมของทีมประกวด จากผลงานเดิมที่สร้างสรรค์ขึ้นในรอบสุดท้ายนั้นสามารถนำไปใช้ในช่องทางสื่อใหม่ที่ได้รับ ความสนใจอย่าง ไวรัล คลิป (viral clip) ที่สะดุดตา สามารถส่งต่อกันไปได้ในโซเชียลเน็ตเวิร์ค และ ผลงานมีมาตรฐานเพียงพอในการเผยแพร่โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สามารถควบคุมงบประมาณการผลิตให้อยู่ ในระดับต่ำได้โดยให้เจ้าของแนวคิดนั้นมาร่วมผลิตสื่อกับทีมวิจัย เพื่อนำไปใช้ในการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ (Social Network) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่องมากขึ้น หรือนำไปใช้ในช่องทางสื่อดิจิทัล อื่นๆได้ตามวาระโอกาสที่เหมาะสม โดยเน้นเจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่คนรุ่นใหม่

2.2.2 การนำแนวคิดจากโปสเตอร์ที่เป็นผลงานการประกวดมาสร้างสรรค์สื่อใหม่ คือ สมุดโน้ต เพื่อแจกในมหาวิทยาลัย โดยการประยุกต์ให้สื่อโปสเตอร์กลายเป็นส่วนหนึ่งของสมุดโน้ตที่ นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสามารถใช้ประโยชน์ได้ตั้งแต่เปิดภาคการศึกษา เพื่อสร้างการเข้าถึง (Reach) ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายและสามารถขยายระยะเวลาการเผยแพร่ให้ได้นานขึ้นกว่าการผลิตเป็น โปสเตอร์ตามปกติ โดยยังคงความเป็นสื่อโปสเตอร์ที่สร้างผลกระทบต่อผู้รับ, ให้ข้อมูลครบถ้วนใน ขณะเดียวกันก็เอื้อให้ผู้รับสารสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อที่ผลิตออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วยซึ่ง เป็นการเผยแพร่งานวิจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มคนรุ่นใหม่โดยตรง

2.2.3 การนำผลงานการประกวดอื่นๆ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่ดีมาต่อยอดพัฒนา ในแง่การผลิตให้มีความเป็นรูปธรรมและมีคุณภาพมากขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การต่อยอดงานวิจัยนี้จะช่วยให้ผลงานของทีมประกวดในรอบสุดท้ายเกิดการพัฒนาดต่อยอดให้เกิด สื่อรูปแบบอื่นๆ เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่
2. นำผลที่ได้จากการวิจัยในด้านผลกระทบ(Impact) ของสื่อสร้างสรรค์มาเป็นข้อมูลเพื่อใช้พัฒนาสื่อ เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่ ในอนาคต
3. สร้างการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ในการร่วมสร้างสรรค์และผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่งานวิจัย เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสร้างสื่อเพื่อเผยแพร่งานวิจัย ซึ่งอาจจะนำไปสู่การคิดสร้างสรรค์เองใน โอกาสต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในการใช้สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่ด้วยสื่อใหม่" ใช้แนวคิดที่สำคัญเป็นกรอบในการวิจัย 5 แนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องสร้างสรรค์สื่อ
2. แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
3. แนวคิดเรื่องสื่อใหม่ (New Media)
4. แนวคิดเกี่ยวกับคนรุ่นใหม่
5. แนวคิดเกี่ยวกับอนิเมชันและสต็อปโมชัน

1. แนวคิดเรื่องสร้างสรรค์สื่อ

แนวคิดเรื่องสร้างสรรค์สื่อเป็นการทดสอบสมมุติฐานด้านการประเมินความคิดสร้างสรรค์

ในการออกแบบสื่อที่มีความโดดเด่น ทั้งด้านความแยบยลในการนำเสนอและด้านเทคนิควิธีการ โดยการนำแนวคิดทางการสื่อสารมาวิเคราะห์คุณลักษณะของตัวสื่อ(Medium) และพฤติกรรมผู้รับสาร ในบริบทแวดล้อมที่เกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน อันนำไปสู่การเข้าถึง (Reach) การเปิดรับสารในช่องทาง (Channel) ที่เหมาะสม การรับรู้และความเข้าใจในข้อมูลที่แฝงไปในเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายโดยกลยุทธ์การใช้สื่อของคนรุ่นใหม่สามารถสรุปได้ใน 3 รูปแบบหลัก คือ

1) การใช้สื่อเก่า ที่แสดงออกถึงเทคนิควิธี เนื้อหาและแนวคิดใหม่ เช่น ภาพยนตร์สั้น Viral Clip และสื่อวีดิทัศน์อื่นๆโดยนำเสนอผ่านเรื่องราว ภาพเคลื่อนไหว แต่ปรับเปลี่ยนวิธีการ เรื่องราวให้เหมาะสมกับเนื้อหา หรือสื่อเฉพาะกิจยังเป็นสื่อเก่าที่สามารถใช้งานได้ตามความเหมาะสมกับเนื้อหาและสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี

2) การใช้สื่อเก่าแต่อยู่ในช่องทางการสื่อสารใหม่ เช่น การ์ตูน หรือ Animation แต่เผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook Fan page, Youtube

3) การใช้สื่อใหม่ เช่น Info Graphic, Motion Graphic, AR, Line

2. แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม(Participatory communication)

แนวคิดเรื่อง "การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม" นั้นจะมีอยู่ 2 นัยยะ คือ นัยยะแรก หมายความว่า การใช้การสื่อสารประเภทต่างๆ เป็นหนทางหรือเป็นเครื่องมือไปสู่การมีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ นัยยะที่สอง หมายความว่าเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารเองโดยรูปแบบของการเข้าถึงการสื่อสารนั้นมีอยู่ 3 รูปแบบคือ

- **การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริโภค** หมายถึงการที่บุคคลมีโอกาสใช้สื่อในฐานะ "ผู้รับสาร/ผู้ดู/ผู้ชม/ผู้ฟัง/ผู้อ่าน" กล่าวคือบุคคลสามารถเลือกบริโภคสื่อได้จากรูปแบบของรายการที่หลากหลาย และมีช่องทางในการสะท้อนปฏิกิริยาของตนสู่ผู้ผลิต ที่เรียกว่าเป็น "ผู้รับสารที่เฝ้าการเอางาน" (Active audience)
- **การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้ผลิต** หมายถึงการที่บุคคลมีโอกาสเข้าร่วมในเชิงกระบวนการผลิต ได้แก่ การเข้าร่วมประกวดการสร้างสรรค์สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์หรือเผยแพร่ผลผลิตหรือองค์กรต่างๆ เป็นต้น
- **การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริหารสื่อ** หมายถึงการที่บุคคลได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบการตัดสินใจต่างๆ ในองค์กรสื่อ เช่น การกำหนดเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลา การวางระบบบริหารงาน/ระบบงบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงานและนโยบายต่างๆ เป็นต้น

โดยในงานวิจัยนี้ โครงการฯ ให้ความสนใจความหมายของ "การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม" ในนัยยะที่สอง คือการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารเอง โดยโครงการวิจัยนี้จะนำเสนอรูปธรรมการปฏิบัติการการมีส่วนของการเข้าถึงสื่อของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ (New Generation) หรือกลุ่มเยาวชนที่เป็นนิสิตนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของ สกว. ที่มีฐานะเป็น "ผู้บริโภค/ผู้รับสาร" นั้น ยกกระดับการเข้าถึงหรือการมีส่วนร่วมนี้ให้สูงขึ้นมาเป็นระดับ "ผู้ผลิต"

โดยโครงการวิจัยนี้ เลือกใช้กิจกรรมการสร้างการมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่ ที่สลับบทบาทมาเป็นผู้ผลิต สร้างสรรค์สื่อเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย สกว. ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่เหมือนกัน

3. แนวคิดเรื่องสื่อใหม่ (New Media)

“สื่อใหม่” ในงานวิจัยนี้มีความหมายรวมถึง เทคโนโลยีทางการสื่อสาร (Communication Technology) ที่หมายถึง ศิลปศาสตร์ วิธีการ กระบวนการ เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีความก้าวหน้าที่สุด เทคโนโลยีในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางการสื่อสารในการเพิ่มพูนสมรรถนะทางการสื่อสาร ตลอดจนหมายถึงสื่อที่เกิดขึ้นใหม่หรือดัดแปลงปรับเปลี่ยนมาจากสื่อเดิมที่สามารถเข้ามาทำการสื่อสารได้ในทุกบริบทที่สื่ออื่นๆ ได้ปฏิบัติการอยู่แล้ว ตัวอย่างเช่น สื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ การสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ เป็นต้น

อย่างไรก็ดีในระยะแรกๆ คำว่า “สื่อใหม่” นั้นจะเปิดตัวมาในนามของ “เทคโนโลยีการสื่อสาร” (Communication Technology) และต่อมาก็มีคำใหม่ที่มีหมายถึงสื่อใหม่ตามมาก็คือคำว่า “เทคโนโลยีสารสนเทศ” (Information Technology) จนกระทั่งในปัจจุบันคำสองคำนี้ได้มารวมตัวกันและตกผลึกเป็น

คำที่ใช้อ้างอิงถึง “สื่อใหม่” ที่ค่อนข้างแน่นอนกว่า “เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ” (Information and Communication Technology - ICT)

ส่วน “สื่อสมัยใหม่” (New Media) นั้น (ในปีพ.ศ.2539) หมายถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัลซึ่งสามารถกระจายข่าวสารไปอย่างรวดเร็วและกว้างไกล ตัวอย่างเช่น ไมโครอิเล็กทรอนิกส์คอมพิวเตอร์ เครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ ที่ได้รวมเอาเสียง ข้อความ และภาพเอาไว้ในสื่อเดียวกัน (กาญจนา แก้วเทพ 2539)

สำหรับคำนิยาม “เทคโนโลยีสารสนเทศ” (IT) นั้น หมายถึงการประสานคอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์ โทรคมนาคมและมนุษย์ให้เข้ามาทำงานรวมกันอย่างเป็นระบบหนึ่งที่มีความสมบูรณ์ หรือ “เทคโนโลยีสารสนเทศ” นั้น หมายถึง “การรวบรวม” (collection) เก็บรักษา (storage) จัดการ (process) แพร่กระจาย (disseminate) และการใช้ (use) สารสนเทศที่ไม่ได้ตีกรอบไว้เพียงเรื่อง software และ hardware เท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงความสำคัญของมนุษยชาติ และเป้าหมายที่พวกเขาได้สร้างขึ้นมาจากที่ได้มีเทคโนโลยีเช่นนี้เกิดขึ้นมาในโลก

Ronald E. Rice (1985, อ้างในดวงกมล ชาติประเสริฐ, 2547) เสนอว่า สื่อใหม่มีลักษณะสำคัญ คือ การขยายรหัสสัมผัสของมนุษย์ให้กว้างขวางและสลับซับซ้อนมากขึ้น คุณลักษณะที่สำคัญของมันคือการ ปฏิสัมพันธ์และการนำไปใช้ในอาณาจักรของสื่อเดิมได้ เช่น ใช้แทนสื่อบุคคล (e-mail) ใช้แทนการสื่อสารในกลุ่ม (video conference) กล่าวง่าย ๆ คือ สื่อใหม่ๆ ที่สามารถจะเข้ามาทำงานในทุกบริบทที่สื่ออื่นๆ ได้ ปฏิบัติการอยู่แล้ว

สำหรับขอบเขตประเภทของ “สื่อใหม่” นั้น สุกัญญา สุตบรรทัด (2539, อ้างในดวงกมล, 2547) ได้แบ่งไว้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1) เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (Computer Technology) อันหมายถึงเทคโนโลยีทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์

2) เทคโนโลยีด้านการสื่อสารคมนาคม (Telecommunication Technology) ได้แก่เครื่องมือเพื่อการสื่อสารโทรคมนาคมต่างๆ ได้แก่โทรศัพท์เคลื่อนที่ วิทยุติดตามตัว (pager) เครื่องโทรสาร เป็นต้น

3) เทคโนโลยีระบบสื่อสาร (Communication System Technology) หมายถึงระบบสื่อสาร และ/หรือเครือข่ายที่เป็นส่วนเชื่อมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบข้อมูลดิจิทัล เช่น เครือข่ายโทรศัพท์ดิจิทัล ระบบสื่อสารเครือข่ายเคเบิลใยแก้ว (Fiber Optic system) ระบบดาวเทียม เป็นต้น

โดยคุณสมบัติของสิ่งที่เรียกว่า “สื่อใหม่” นั้นจะต้องมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

- การมีปฏิสัมพันธ์ได้ง่าย (Interactivity) เนื่องจากเป็นรูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication)
- มีความสามารถเคลื่อนที่ได้สูง (Mobility) ทำให้สะดวกต่อการพกพาไปในที่ต่างๆ (compactable)
- สามารถดัดแปลงหรือเปลี่ยนรูปได้ (Convertibility)

- สามารถเชื่อมต่อกันได้โดยง่าย (Connectivity)
- สามารถหาได้/ใช้ประโยชน์ได้ในทุกที่ (Ubiquity)
- มีความรวดเร็วในการสื่อสาร (Speed of communication)
- มีลักษณะที่ไร้พรมแดน (Absence of boundaries)
- มีความเป็นดิจิทัล(Digitalization)

นอกจากนี้ กาญจนา(2556) ยังได้เสนอทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่ โดยมาจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ โดยอธิบายว่าในขณะที่ทฤษฎีผลกระทบจากสื่อ (Impact Theory) ที่มีข้อตกลงเบื้องต้นว่า “สื่อมีอำนาจในการโน้มน้าวใจผู้รับสาร” ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ ไม่เห็นด้วยกับข้อตกลงดังกล่าว ซึ่งทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ มีที่มาจากทฤษฎีด้านจิตวิทยาที่ใช้แนวคิดเรื่อง “ความต้องการและแรงจูงใจ” (Need & Motivation) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ หากแต่หน่วยที่ใช้วิเคราะห์นั้นแตกต่างกัน เนื่องจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์สนใจหน่วยการศึกษาที่เป็น “ปัจเจกบุคคล” (individual) จึงอาจกล่าวได้ว่าทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ นั้นเป็นทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงปัจเจกก็ได้

ทั้งนี้หากพิจารณาการใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่นั้น กาญจนา แก้วเทพ ได้ยกตัวอย่างการใช้ประโยชน์จากคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นงานศึกษาของ Perse&Courtright พบว่ามีความต้องการ 11 อย่างในการใช้คอมพิวเตอร์ ดังนี้

- 1) เพื่อผ่อนคลาย (relax)
- 2) เพื่อความบันเทิง (entertain)
- 3) เพื่อลืมนานหรือปัญหาอื่นๆ
- 4) เพื่อมีอะไรทำร่วมกับเพื่อนฝูง
- 5) เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับตนเองและคนอื่นๆ
- 6) เพื่อฆ่าเวลา (แก้เบื่อ)
- 7) เพื่อลดความเหงา
- 8) เพื่อความตื่นเต้น (feel excited)
- 9) ทำจนเป็นนิสัย/กิจวัตร/ความเคยชิน
- 10) เพื่อให้คนอื่นรู้ว่าเราสนใจอารมณ์ความรู้สึกของเขา
- 11) เพื่อขอให้คนอื่นทำอะไรให้กับเรา

ในขณะที่หากพิจารณาในแง่ของวิธีการใช้สื่อที่แบ่งวิธีการใช้สื่อเป็นการใช้สื่อเชิงรุก (Active) และการใช้สื่อเชิงรับ (Passive) กาญจนา(2556) ให้ความเห็นว่า ผู้ใช้สื่อใหม่นั้นน่าจะต้องมีแนวโน้มที่จะมี

วิธีการใช้สื่อแบบ active มากกว่า ทั้งนี้เพราะสื่อใหม่มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทางที่เรียกร้องและกระตุ้นให้ผู้ใช้อย่าง active อยู่เป็นระยะ นอกจากนี้ยังพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารจากสื่อใหม่นั้นมักศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่น ทำให้เห็นได้ว่าสื่อใหม่เป็นสื่อที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนซึ่งถือว่าเป็น “คนรุ่นใหม่” ที่มีวิธีการใช้สื่อที่ active

โดยแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ผู้ดำเนินโครงการจะนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับนักศึกษาในการต่อยอดพัฒนาการผลิตสื่อใหม่ต่อไป

4. แนวคิดเกี่ยวกับคนรุ่นใหม่

แนวคิดเกี่ยวกับคนรุ่นใหม่ (New generation / Young generation) เป็นแนวคิดที่ทำความเข้าใจได้ผ่านการศึกษาเรื่อง “รุ่น” (generation) ซึ่งหมายถึงกลุ่มคนที่มีอายุรุ่นราวคราวเดียวกัน อาจเทียบเคียงได้กับคำว่า “โคฮอร์ต” (cohort) ซึ่งในทางประชากรศาสตร์หมายถึง รุ่นอายุ หรือรุ่นประชากร เช่น คนแต่งงานรุ่นเดียวกัน นักเรียนรุ่นเดียวกัน เป็นต้น และหมายถึง กลุ่มคนที่สืบสายโลหิตมาจากกลุ่มคนรุ่นก่อน เช่น รุ่นลูกของผู้ย้ายถิ่นเข้า จะเรียกว่า เป็นคนรุ่นที่สอง เป็นต้น หรือในบางกรณี “รุ่น” หมายถึงกลุ่มคนที่สืบสายโลหิตที่เป็นเพศเดียวกัน เช่น รุ่นบุรุษ คือกลุ่มลูกชายของพ่อ หรือรุ่นสตรี คือ กลุ่มลูกสาวของแม่ ซึ่งการนับรุ่นเช่นนี้ก็เพื่อบำเหน็จหาระยะห่างระหว่างรุ่น (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, 2558)

Strauss and Howe (1991) ผู้บุกเบิกการศึกษาเรื่องรุ่นของคนอเมริกาได้แบ่งช่วงเวลานับตั้งแต่การก่อตั้งประเทศอเมริกาออกเป็น 5 ยุค ได้แก่ 1) ยุคอาณานิคม (colonial cycle ค.ศ. 1584 – 1700) 2) ยุคปฏิวัติ (revolutionary cycle ค.ศ. 1701 – 1791) 3) ยุคสงครามกลางเมือง (civil war cycle ค.ศ. 1792 – 1859) 4) ยุคมหาอำนาจ (great power cycle ค.ศ. 1860 – 1942) 5) ยุคสหัสวรรษ (millennial cycle ค.ศ. 1994 -2003) ซึ่งในแต่ละยุคจะมี ยุคจะมี 3 – 4 รุ่น รวม 18 รุ่น โดยในศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมามี 5 รุ่น คือ G.I. Generation (ค.ศ. 1901 – 1924) Silent Generation (ค.ศ. 1925 – 1942) Boom Generation (ค.ศ. 1943 – 1960) Thirteenth Generation (ค.ศ. 1961 – 1981) และ Millennial Generation (ค.ศ. 1982 – 2003)

อย่างไรก็ดีการศึกษาเรื่องรุ่นส่วนใหญ่จะศึกษาเกี่ยวกับคนปัจจุบันมากกว่าที่จะย้อนไปศึกษาถึงกลุ่มคนในอดีต ซึ่งการศึกษาเรื่องรุ่นในแต่ละสาขาวิชาก็อาจเรียกชื่อรุ่นที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และทักษะของผู้ศึกษา เช่น นักประชากร นักเศรษฐศาสตร์ นักประวัติศาสตร์ นักสังคมศาสตร์ นักสื่อสาร หรือนักการตลาด ดังนั้นช่วงเวลาของแต่ละรุ่นจึงไม่แน่นอนตายตัว และแต่ละรุ่นก็อาจมีหลายชื่อหรือแม้แต่วิธีการนับของแต่ละรุ่นก็อาจทับซ้อนกัน

สำหรับในการศึกษาครั้งนี้ให้ความสำคัญกับการศึกษาเรื่องรุ่นในมุมมองทางนิเทศศาสตร์ ดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับรุ่นในแง่ของพฤติกรรมของบุคคลในแต่ละรุ่นที่มีความแตกต่างกันตามบริบทของแต่ละ

ยุคสมัย ซึ่งในปัจจุบันการแบ่งรุ่นโดยใช้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเป็นเกณฑ์ในการแบ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 รุ่น โดย วรชัย (2558) ได้อธิบายลักษณะเฉพาะของแต่ละรุ่นไว้ดังนี้

1) เบบี้บูม (baby boom) เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2503 ซึ่งเป็นช่วงที่มีอัตราการเกิดสูง เนื่องจากการเลื่อนการมีบุตรออกไปของครัวเรือนในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 ดังนั้นเมื่อสงครามโลกสิ้นสุดลงเศรษฐกิจดีขึ้น ภาวะการเจริญพันธุ์จึงสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้คนในรุ่นนี้จะมีอุดมคติสูงงานหนัก ชอบการแข่งขัน ต้องการมีความเป็นอยู่ที่ดีกว่าพ่อแม่ ต้องการงานที่เดียวตลอดชีวิตเพราะเชื่อว่าองค์กรจะดูแลถ้ามีความรักดีต่อองค์กร และต้องการความสุขทางใจมากกว่าความฟุ้งเฟ้อทางวัตถุ

2) Generation X เกิดระหว่าง 2504 – 2523 ซึ่งเป็นช่วงที่อัตราการเกิดลดลงมาก เนื่องจกนวัตกรรมการคุมกำเนิด และอัตราการหย่าร้างสูง จึงมีอัตราการเกิดให้น้อยกว่ายุคก่อน จึงมีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า เบบี้บัส (baby bust) หรือเรียกในชื่ออื่น เช่น Thirteenth Generation, MTV Generation หรือ VDO Generation เนื่องจากเป็นยุคที่มีอัตราการหย่าร้างสูง จึงทำให้ครอบครัวส่วนใหญ่มี 3 ลักษณะ ได้แก่ พ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว พ่อแม่หย่าร้าง และมีทั้งพ่อทั้งแม่แต่ทำงานนอกบ้าน ทำให้พ่อแม่ไม่มีเวลาดูแลลูก เด็กจึงโตเป็นผู้ใหญ่เร็วกว่าปกติ โดยคนในยุคนี้มักมีทัศนคติที่เชื่อว่าไม่มีงานใดที่มีความมั่นคง เพราะเห็นการลดขนาดของสถานประกอบการ ให้ความสำคัญกับความเป็นอิสระไม่ต้องการพึ่งพาใคร ชอบทำงานอิสระ และมีความสามารถแยกแยะข้อมูลข่าวสารเพื่อการเรียนรู้

3) Generation Y เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524 – 2545 เนื่องจากเป็นรุ่นที่ต่อจาก Generation X จึงเรียกว่า Generation Y ส่วนชื่ออื่นๆ ของรุ่นนี้คือ Millennial, Echo Boomer, Trophy Generation, Net Generation, Generation Text, Generation Me, Generation We ในช่วงนี้แม้อัตราการหย่าร้างจะน้อยลง แต่ก็มีครอบครัวพ่อเลี้ยงเดี่ยว (single dad) และครอบครัวแม่โสด (never-married mother) เพิ่มมากขึ้น ลักษณะครอบครัวเป็นครอบครัวที่มีพ่อแม่สูงอายุ มีการศึกษาสูง เป็นครอบครัวขนาดเล็กมีบุตรคนเดียว แต่ในขณะเดียวกันเด็กกลับมีความสำคัญและเป็นศูนย์กลางของครอบครัว และที่สำคัญพ่อแม่จะมีเวลาให้ลูกมากขึ้นและเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียน การกีฬา และกิจกรรมนอกหลักสูตรอื่นๆ นอกจากนี้เนื่องจากยุคนี้เป็นยุคที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ทำให้เด็กยุคนี้มีความสามารถในการเชิงเทคโนโลยี และมีการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเด็กยุคนี้จะมีบุคลิกที่เชื่อมั่นในความสามารถของตนเองและสามารถทำงานหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกัน แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นคนมองโลกในแง่ดี มีใจช่วยเหลือสังคม แต่ก็กลับไม่ชอบการรอคอยหรือมีความอดทนต่ำ

4) Generation Z เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา เป็นกลุ่มที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีคมนาคม สื่อสารและบันเทิงสมัยใหม่ เช่น โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต เครื่องเล่นดีวีดีและ MP3 จึงนิยมสื่อสารด้วยการส่งข้อความทางอินเทอร์เน็ต หรือโทรศัพท์มือถือมากกว่าเจอหน้าคุยกัน จึงได้รับฉายาว่า “พันธุ์ดิจิทัล”

ในขณะที่เดียวกันเด็กรุ่นนี้ก็เกิดหลังเหตุการณ์ 9/11 จึงไม่มีความปลอดภัยในชีวิตหรือเป็นอิสระเหมือนเด็กรุ่นก่อนๆ

จากคุณลักษณะเฉพาะของแต่ละรุ่นดังกล่าวข้างต้น เมื่อกลับมาพิจารณาถึงคำว่า “คนรุ่นใหม่” (New generation / Young generation) ซึ่งแนวคิดทางสังคมศาสตร์และการตลาด กำหนดช่วงอายุไว้ว่าเป็นวัยหนุ่มสาวตอนต้น ที่มีอายุระหว่าง 18 – 24 ปี ซึ่งหากพิจารณาตามเกณฑ์การแบ่งรุ่นแล้วเห็นได้ว่า “คนรุ่นใหม่” เป็นคนใน Generation Y ตอนปลายต่อเนื่องกับคนใน Generation Z ซึ่งเป็นรุ่นที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร จึงทำให้ เป็นกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่หลากหลาย และในขณะเดียวกันก็มีความสามารถในการใช้สื่อต่างๆ ในระดับที่สูงถึงขั้นที่สามารถเป็นผู้ผลิตสื่อได้เอง

ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจคุณลักษณะและพฤติกรรมของ “คนรุ่นใหม่” ซึ่งเป็นคนที่มีช่วงวัยคาบเกี่ยวระหว่างคนใน Generation Y ตอนปลายต่อเนื่องถึง Generation Z ดังนั้น “คนรุ่นใหม่” จึงมีความคาบเกี่ยวเชิงพฤติกรรมระหว่างคน 2 รุ่น ซึ่งในกรณีของ Generation Y การศึกษาของ รัชฎา (2549) ศึกษาความคาดหวังต่อการทำงานของคน Generation Y พบว่าต้องการลักษณะงานที่สร้างสรรค์และท้าทายเหมาะสมกับความสามารถ มีโอกาสก้าวหน้าในการทำงานและมีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและเจ้านาย ขณะเดียวกันก็ยึดหลักความสบายใจในการทำงานมากกว่ารายได้หรือตำแหน่งงาน นอกจากนี้ยังต้องการงานที่สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ในขณะที่การศึกษาของ พสุ (2552) อธิบายปัจจัยจูงใจที่สำคัญของคน Generation Y คือการทำงานเป็นทีม คนรุ่นนี้ไม่ชอบที่จะนั่งทำงานคนเดียวโดยไม่สูงส่งกับใคร ต้องการที่จะทำงานในที่ที่โอกาสพุดคุย สังสรรค์กับผู้อื่น และต้องการที่ทำงานที่เปิดโล่งที่เปิดโอกาสให้สร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

ในขณะที่นักการตลาดให้ความสำคัญกับ Generation Y ว่าไม่เพียงเป็นกลุ่มผู้บริโภคธรรมดา หากแต่เป็นกลุ่มวัยทำงานที่กำลังเติบโตและกำลังก้าวสู่วัยทำงานที่จะมีกำลังทรัพย์ และก้าวหน้าทางบทบาทหน้าที่การงานและมีกำลังด้านการเงินการบริโภคสินค้าอย่างเต็มตัว และเป็นกลุ่มที่กำลังจะก้าวสู่ Great Generation และคน Generation Y เองก็มีพฤติกรรมบริโภคที่แตกต่างอย่างชัดเจนจากคนรุ่น Baby Boom และ Generation X เนื่องจากเป็นผู้บริโภคที่ใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างที่รวดเร็ว เนื่องจากเชื่อในศักยภาพของตนเอง และเหตุผลในการซื้อสิ่งของของคน Generation Y จะใช้เหตุผลเชิงอารมณ์ผสมกับเหตุผลเชิงตรรกะที่ตั้งอยู่บนฐานของข้อมูล และเนื่องจากเป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารคนรุ่นนี้จึงไม่เชื่อข้อมูลแต่เพียงแหล่งเดียว หากแต่จะหาข้อมูลอย่างถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการแต่ละชิ้น ดังนั้นอินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการค้นคว้าและช่วยในการตัดสินใจเลือกบริโภคของคนกลุ่มนี้

ในขณะที่คน Generation Z ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรกลุ่มใหม่ที่กำลังถูกจับตามองจากนักการตลาด ซึ่งนักการตลาดมองว่ากลุ่ม Generation Z เป็นกลุ่มมีความเป็นปัจเจกบุคคลมากกว่า Generation Y โดย

ต้องการสินค้าที่เฉพาะเจาะจงแสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง ชอบใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยรวมถึงช่องทางเสมือนจริงในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ จะเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของคนกลุ่มนี้มากขึ้น คนกลุ่มนี้จึงมีกิจกรรมเชิงสังคมและพฤติกรรมกรรมการสมาคมผ่านระบบเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า การศึกษาในสหรัฐอเมริกา พบว่า คน Generation Z ในวัยเด็กใช้เวลามากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวันในการใช้สื่อที่แตกต่างกันออกไป ในขณะที่ในยุโรปร้อยละ 50 ของเด็กยุโรปให้อินเทอร์เน็ตตั้งแต่อายุ 8 ขวบ นั่นแสดงว่าสถานที่เล่นของเด็กยุคใหม่เปลี่ยนจากการวิ่งเล่นกลางแจ้งมาอยู่หน้าจอตั้งแต่เด็ก (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2550) ทำให้คนใน Generation Z ได้รับข้อมูลข่าวสารจนล้น ข้อมูลต่างๆ มีทั้งเรื่องจริงและข้อมูลแบบปลอม นักสื่อสารจึงต้องพยายามอย่างหนักเพื่อออกแบบการสื่อสารที่เป็นประโยชน์ต่อคนกลุ่มนี้

จากที่กล่าวมาข้างต้นเห็นได้ว่าไม่ว่าจะเป็นคน Generation Y และคน Generation Z ต่างให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์ จึงเห็นได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อที่มีบทบาทสูงและทวีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ โดยคน Generation Y และคน Generation Z ให้ความสำคัญกับสื่อชนิดนี้จนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า “คนรุ่นใหม่” ซึ่งหมายรวมถึงคนใน Generation Y ตอนปลายต่อเนื่องกับคน Generation Z เป็นกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ ซึ่งในทางนิเทศศาสตร์สื่อออนไลน์ถือเป็นสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในสังคมมากขึ้น

อย่างไรก็ตามนอกจากการพิจารณารุ่นโดยอาศัยช่วงอายุแล้ว ในทางการตลาดเริ่มให้ความสำคัญกับการกำหนดรุ่นในเชิงพฤติกรรมมากขึ้น โดยพิจารณาพฤติกรรมการ ดังเห็นได้ว่าในยุคปัจจุบันในทางการตลาดเริ่มมีกลุ่ม Generation ใหม่ที่เรียกว่า “Generation C” ซึ่ง Nuttapuch (2014) อธิบายว่า ตามแนวคิดแล้ว Generation C นั่นคือ The Connected Consumer ซึ่งเป็นลำดับขั้นที่จะสูงกว่าคำว่า Online Consumer ทั้งนี้เพราะ Connected คือรูปแบบพฤติกรรมที่ผู้บริโภคใช้เทคโนโลยีต่างๆ รอบตัว ไม่ใช่แค่อินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ แต่รวมไปถึง Smartphone Social Media และอื่นๆ อีกมากมายเพื่อเกิดสิ่งที่เรียกกันว่า Digital Lifestyle นั่นเอง สิ่งที่น่าสนใจจากแนวคิดดังกล่าว คือ Digital Lifestyle นั้นจะไปไกลกว่าการเข้าเว็บไซต์ต่างๆ ไป แต่หมายถึงวิถีการ “เชื่อมต่อ” ตัวเขากับโลกนั้นจะเปลี่ยนไปจากเดิม นั้นรวมไปถึงการค้นหาข้อมูล การสร้างกลุ่มสังคม การเผยแพร่ข่าวสาร การรับข้อมูลใหม่ๆ รวมไปถึงการตัดสินใจในการซื้อสินค้าบริการต่างๆ นั้นจะเปลี่ยนไปหมด การเกิดของ Generation C นั่นถือเป็นสิ่งที่ผิดกับรูปแบบ Generation ก่อนๆ ที่เรามักวัดกันด้วยช่วงอายุเป็นสำคัญ แต่ Generation C นั้นจะเป็นการมองด้วยเรื่อง Technology & Infrastructure เป็นสำคัญ

ในขณะที่ในเชิงพฤติกรรมคน Generation C จะมีพฤติกรรมที่นักการตลาดเรียกว่าพฤติกรรม 5 C คือ Connection นั่นคือ พฤติกรรมที่ชอบ “การเชื่อมต่อ” อยู่ตลอดเวลา Convenience คือ พฤติกรรมที่ชอบ “ความสะดวกสบาย” ในทุกสิ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการซื้อ-ขายสินค้า Creation คือ พฤติกรรมที่ชอบ “ความสร้างสรรค์” มีความคิดเป็นของตัวเอง ชอบดูในสิ่งที่ไม่ซ้ำซาก คือ พฤติกรรมที่ชอบ “บอกต่อ” สิ่ง

ต่างๆที่อยู่รอบตัว และแชร์ในสิ่งที่ตนเห็นว่ามีคุณค่าแก่ผู้อื่นและ Community คือ พฤติกรรมที่ชอบ “การอยู่เป็นกรู๊ป” และการรวมตัวของผู้ที่มีความชื่นชอบเหมือนกัน

อยากไว้ก็ดีหากพิจารณาในแง่ของพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ดังที่กล่าวมาข้างต้น อาจเป็นเพียงมุมมองของการศึกษาพฤติกรรมทางการตลาด ในขณะที่งานวิจัยนี้สนใจศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ดังนั้นเพื่อทำความเข้าใจสื่อใหม่กับคนรุ่นใหม่มากขึ้นจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจคนรุ่นใหม่ในแง่ของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของคนรุ่นใหม่

ทั้งนี้ Sissors&Bumba(อ้างใน อัญชลี 2549) ได้กล่าวว่าการเปิดรับสื่อขึ้นกับความชอบส่วนบุคคล โดยการเปิดรับสื่อนั้นสามารถวัดได้จากโอกาสที่บุคคลจะเปิดรับสื่อ ซึ่งเกิดจากการเป็นเจ้าของสื่อ เช่น วิทยุ โทรศัพท์หรือการซื้อหนังสือพิมพ์เป็นประจำหรือชั่วคราว ตลอดจนการมีหนังสือพิมพ์ในบ้าน เช่น ผู้ที่ชอบอ่านนิตยสารหรือชอบดูภาพยนตร์มากก็จะจัดสรรเงินไว้ซื้อสื่อที่พวกเขาชอบโดยตัดค่าใช้จ่ายอื่นๆออกไป ขณะที่ Becker (อ้างใน อัญชลี 2549) ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อไว้ดังนี้

- 1) การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ บุคคลจะแสวงหาความรู้เพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป
- 2) การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะเรื่องหรือรายการที่ตนเองสนใจหรือมีผู้แนะนำมา
- 3) การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

นอกจากนี้งานวิจัยของ Mcleod(อ้างในอัญชลี 2549) ได้กล่าวถึงตัวชี้วัดที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่างคือ 1) วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ และ 2) วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม Mcleodมีข้อเสนอว่าการวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ การมีสื่อใกล้ตัว (Availability of Medium) ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่แปลความหมายได้ทางจิตวิทยาและมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น เพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนเรื่องนี้ จึงมีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อ โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะอย่างเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าวที่เนื้อหาประเภทต่างๆ ในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น จึงอาจสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อนั้นหมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา ช่วงเวลา รวมไปถึงจำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วย

จากแนวคิดการเปิดรับสื่อดังกล่าวข้างต้น เมื่อหันกลับมาพิจารณาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของคนรุ่นใหม่ พบว่า มีงานศึกษาหลายชิ้นที่ศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของคนรุ่นใหม่ เช่น งานศึกษาของอัญชลี (2549) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสารมวลชนของ Generation Y ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า กลุ่ม Generation Y เปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุดที่ร้อยละ

94.8 และรองลงมาคือการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่ร้อยละ 84.2 โดยเหตุผลหลักในการเปิดรับสื่อของกลุ่ม Generation Y คือต้องการรับสื่อเพื่อสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารมากที่สุด รองมาคือ ด้านความบันเทิงและต้องการด้านการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง โดยมีความต้องการด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลเป็นลำดับสุดท้าย

ขณะที่งานศึกษาของจิตรากร (2550) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของ Generation M (ซึ่งในงานวิจัยหมายถึงกลุ่มคนที่อายุระหว่าง 18 - 24 ปี) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่ม Generation M เปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ขณะที่รองลงมาคือสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งส่วนใหญ่มีประสบการณ์ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยใช้อินเทอร์เน็ตสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และมีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 4 ชั่วโมง สำหรับเว็บไซต์ที่ใช้ประจำ คือ Google และ Hotmail เพื่อใช้ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารและรับส่งอีเมล และมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพียงสื่อเดียวในขณะรับสื่อ

งานศึกษาที่ย้ำให้เห็นถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของคนรุ่นใหม่คืองานศึกษาของ ชานนท์และวิภาธร (2555) ซึ่งทำการศึกษากิจการเปิดรับสื่อและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภค Generation X และ Generation Y (งานศึกษานี้กำหนดอายุของ Generation X คือกลุ่มอายุ 32 - 48 ปี ขณะที่ Generation M Generation Y คือกลุ่มอายุ 16 - 31 ปี) พบว่า กลุ่ม Generation Y มีการเปิดรับสื่อมากกว่า Generation X โดยมีความถี่ในการเปิดรับสื่อมากกว่า และผลการศึกษาในแง่ของการเป็นเจ้าของนวัตกรรมพบว่ากลุ่ม Generation Y เป็นเจ้าของนวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารมากกว่า Generation X โดยเป็นเจ้าของนวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารประเภทอินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตมากกว่า Generation X ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ สุทธภา และคณะ (2557) ที่อธิบายว่ากลุ่ม Generation Y มีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยีมากกว่ารุ่นอื่นๆ จากการวิจัยระดับการใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ร้อยละ 79 ของ Generation Y ติดตามและรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ และร้อยละ 69 อ่านข่าวจากเว็บไซต์ต่างๆ มีเพียงร้อยละ 26 เท่านั้นที่ยังคงอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า Generation Y กว่าร้อยละ 55 ใช้เวลามากกว่า 2 ชั่วโมงในการเข้าใช้เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ขณะที่คน Generation X และ Baby Boom มีเพียงร้อยละ 36 และร้อยละ 25 ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญของการใช้เทคโนโลยีของคนรุ่นต่างๆ ที่สำคัญยังมีประเด็นอื่นๆ ที่สนับสนุนว่า Generation Y มีความคล่องตัวทางเทคโนโลยี เช่น ความถี่ของการใช้อินเทอร์เน็ต วิธีการซื้อสินค้าและชำระเงิน รวมถึงประเภทของอุปกรณ์ทางการสื่อสารที่ใช้

โดยสรุปการให้ความหมายกับคำว่า “คนรุ่นใหม่” จึงไม่เพียงการให้ความสำคัญแต่เพียงการกำหนดตามช่วงอายุเท่านั้น หากแต่สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญกับการให้ความหมายของคนรุ่นใหม่ คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ดังนั้นงานวิจัยเรื่องนี้ จึงให้ความสำคัญกับ “คนรุ่นใหม่” ในฐานะกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ รักอิสระ และมีพฤติกรรมการบริโภคและการใช้ชีวิตประจำวันค่อนข้างเร่งรีบ มักชอบ

อะไรที่ง่าย รวดเร็ว สำเร็จรูป และมีความทันสมัยทางเทคโนโลยี ดังนั้นจึงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อใหม่และสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อหลัก

5. แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์อนิเมชันและสต็อปโมชัน

5.1 อนิเมชัน (Animation)

มาจากรากศัพท์คำว่า Anima แปลว่าจิตวิญญาณ หรือมีชีวิต (บุครินทร์ เอี่ยมธนากุล, 2554) แปลอีกนัยหนึ่งก็คือการทำให้สิ่งบางสิ่งดูเหมือนมีชีวิต เคลื่อนไหวได้ และหากจะถอดความหมายในเชิงภาพยนตร์ก็คือ การถ่าย วาด ใช้คอมพิวเตอร์สร้าง หรือไม่ว่าจะวิธีการใดก็ตาม เพื่อให้เกิดภาพที่ละเฟรม จากนั้นก็เรียงร้อยให้ต่อเนื่องกัน โดยเฉลี่ยที่ 24 เฟรมต่อ 1 วินาที

ประวัติความเป็นมาของภาพยนตร์อนิเมชันนั้นยาวนาน เริ่มต้นมาตั้งแต่ครั้งที่มนุษย์เขียนภาพลงบนผนังถ้ำเพื่อถ่ายทอดเรื่องราว จากนั้นก็พัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีผู้สร้างภาพยนตร์อนิเมชันมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักก็เช่น วอลทดิสนีย์หรือฟากฝั่งญี่ปุ่นก็มี สตูดิโอ จิบลิ



ภาพที่ 2.1 ภาพโลโก้ วอลทดิสนีย์



ภาพที่ 2.2 ภาพโลโก้ สตูดิโอ จิบลิ

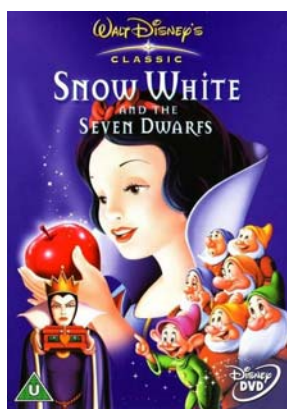
ซึ่งสิ่งที่ทำให้ภาพยนตร์อนิเมชันได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องก็คือ ความสามารถสร้างภาพได้ตามแต่จินตนาการของผู้สร้างโดยแทบจะไม่มีข้อจำกัด ทำให้ผู้ชมได้เห็นสิ่งที่น่าตื่นตาตื่นใจ แปลกใหม่ รวมไปถึงสามารถสร้างสิ่งที่เป็นนามธรรมให้เห็นเป็นรูปธรรมได้ อย่างเช่นช่วงหนึ่งของภาพยนตร์เรื่อง กระจับปี่ (Ratatouille, 2007) ตัวละครเอกที่เป็นหนูได้กินอาหารเข้าไป ภาพที่แสดงออกมาให้เห็นคือความสับสนความงมงายของอาหารที่หนูตัวนั้นได้กิน ซึ่งการแปลงอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ให้เห็นเป็นภาพได้ถือว่เป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดผู้ชมให้สนใจได้เสมอ



ภาพที่ 2.3 ภาพจากภาพยนตร์อนิเมชั่น Ratatouille

5.2 สต๊อปโมชัน(Stop Motion)

ภาพยนตร์อนิเมชันนั้นมีอยู่หลายรูปแบบ อาทิเช่น ภาพยนตร์อนิเมชันที่วาดภาพหลายๆ ภาพมาต่อกัน (Drawn Animation) ตัวอย่าง เช่นสโนว์ไวท์ กับคนแคระทั้งเจ็ด(1973) หรือ ภาพยนตร์อนิเมชันที่ใช้คอมพิวเตอร์ในการสร้าง (Computer Animation) อย่างเช่น Toy Story (1995)และ สต๊อปโมชัน (Stop Motion)เช่นภาพยนตร์เรื่อง Nightmare Before Christmas(1993)



ภาพที่ 2.4 ภาพปกภาพยนตร์เรื่อง สโนว์ไวท์ กับคนแคระทั้งเจ็ด



ภาพที่ 2.5 ภาพโปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่องToy Story



ภาพที่ 2.6 ภาพโปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่อง Nightmare Before Christmas

สิ่งที่ทำให้ภาพยนตร์อนิเมชันแต่ละประเภะนั้นแตกต่างกันก็คือ วิธีการสร้างภาพเคลื่อนไหว กรณีที่เป็น 3Dนั้นใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือสร้างการเคลื่อนไหว ในขณะที่ สต๊อปโมชัน นั้นคือการแสดงภาพอย่างรวดเร็วของชุดภาพนิ่ง หรืออาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของวัตถุที่เห็นให้มีความเคลื่อนไหว โดยภาพเคลื่อนไหวที่ได้นั้นจะมีลักษณะเฉพาะตัว คือมีความหยابของความต่อเนื่อง อาจจะดูแล้วรู้สึกกระตุก

หรืออาจจะสมจริง ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเจตนาและวิธีการของผู้ผลิตว่าต้องการให้เกิดภาพแบบใดโดยสต็อปโมชันนั้นสามารถแยกออกเป็นแต่ละประเภทได้อีก ซึ่งขึ้นอยู่กับวิธีการและวัสดุที่นำมาใช้ อาทิเช่น

5.2.1 Clay Motion คือสต็อปโมชันที่ใช้หุ่นดินเหนียว ขี้ผึ้ง ดินน้ำมัน หรือวัสดุใกล้เคียงมาดัดเป็นรูปร่าง และเคลื่อนไหว

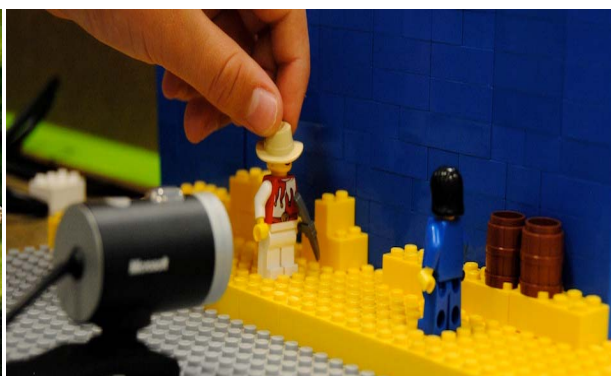
5.2.2 Doll หรือ Model Motion คือการสร้างโมเดล หุ่น หรือวัสดุใดๆ แล้วนำมาขยับให้เคลื่อนไหว

5.2.3 Write Motion คือสต็อปโมชันคือการวาดหรือเขียนตัวละครขึ้นมาเป็นภาพ จากนั้นก็นำมาเรียงต่อกัน หรือสร้างความเคลื่อนไหวให้ภาพนั้น

5.2.4 Graphic Motion คือการถ่ายภาพนิ่งของสิ่งต่างๆ เช่นหนังสือ รูปถ่าย หรือสิ่งใดๆ เพื่อนำมาเรียงต่อกันทีละเฟรม



ภาพที่ 2.7 Clay Motion



ภาพที่ 2.8 Doll หรือ Model Motion



ภาพที่ 2.9 Write Motion



ภาพที่ 2.10 Graphic Motion

การแบ่งประเภทข้างต้นนั้นเป็นเพียงการยกตัวอย่างให้เห็นถึงวิธีการที่ต่างกันของสต็อปโมชันเท่านั้น ในความเป็นจริงแล้วการสร้างภาพยนตร์อนิเมชันเรื่องหนึ่งจากวิธีการสต็อปโมชันนี้ สามารถผสมผสานหลายวิธีการเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นงานที่น่าสนใจได้ อีกทั้งยังสามารถใช้วัสดุอื่นๆ เครื่องมือใหม่ๆ เพื่อทำสต็อปโมชันได้อีกเช่นกัน

จากแนวคิดดังกล่าวทั้งหมดนี้ จะถูกนำไปเป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานในการทำความเข้าใจนิสิต นักศึกษา ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของ สกว. โดยจะทำความเข้าใจถึงพฤติกรรม การเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจระหว่างเนื้อหาสาระและช่องทางสื่อที่เปิดรับ ต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. “การพัฒนาวัสดุผสมปูนซีเมนต์และจีโอโพลิเมอร์” โดย ศ.ดร.ปริญญญา จินดา ประเสริฐ

การพัฒนาวัสดุผสมปูนซีเมนต์และจีโอโพลิเมอร์มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับอนาคตอุตสาหกรรม วัสดุก่อสร้างของประเทศไทย กระบวนการผลิตปูนซีเมนต์เป็นกระบวนการที่ใช้พลังงานมากและปลดปล่อย ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สูงมาก การผลิตปูนซีเมนต์ 1 ตันปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เกือบ 1 ตัน การใช้ปูนซีเมนต์ผสมสารปอซโซลานสามารถลดการใช้ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ลงได้ วัสดุปอซโซลานเป็น วัสดุที่มีซิลิกาและอะลูมินาเป็นองค์ประกอบหลัก งานวิจัยนี้ได้ศึกษา ถ้ำลอย, ถ้ำก้นเตา, ดินขาวเผา, ถ้ำ แกลบ, ถ้ำแกลบ-เปลือกไม้, ถ้ำปาล์ม, ถ้ำมัน, และถ้ำชานอ้อยการลดปริมาณปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์และ แทนที่ด้วยสารปอซโซลานทำให้ปริมาณแคลเซียมไฮดรอกไซด์ในส่วนผสมลดลง ส่งผลให้คอนกรีตมีความ ทนทานขึ้นการต้านทานการซึมผ่านของคลอไรด์, การต้านทานการทำลายของสารซัลเฟต, และ ความสามารถในการป้องกันการเกิดสนิมของเหล็กเสริมดีขึ้น ได้ศึกษาและพัฒนาวัสดุซีเมนต์ชนิดใหม่คือจี โอโพลิเมอร์ โดยใช้วัตถุดิบที่มีในประเทศ ได้แก่ ถ้ำลอยแคลเซียมสูง ในการผสมใช้โซเดียมไฮดรอกไซด์ ความเข้มข้นสูงและสารโซเดียมซิลิเกตเป็นของเหลว ซึ่งพบว่าจีโอโพลิเมอร์ถ้ำลอยแคลเซียมสูงมีสมบัติ ทางกลที่ดี ให้กำลังรับแรงสูง การหดตัวต่ำ มีความคงทนต่อการทำลายของสารซัลเฟตและกรดได้ใช้วัสดุไม โครซิลิกา, นาโนซิลิกา, ซิงค์ออกไซด์, ไทเทเนียมออกไซด์ และสารประกอบอื่นผสมเข้ากับสารเชื่อมประสาน ผลการทดสอบแสดงให้เห็นว่าการผสมออกไซด์เหล่านี้สามารถปรับปรุงสมบัติทางไฟฟ้าและทางแม่เหล็ก ของสารซีเมนต์แต่มีผลกระทบต่อสมบัติทางกลอยู่บ้าง ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ สำคัญสำหรับนำวัสดุเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์และใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมก่อสร้างที่ยั่งยืนในประเทศ ไทย

2. “การพัฒนาแผ่นเส้นใยนาโนผสมสารสกัดมังคุดเพื่อใช้รักษาแผล” โดย รศ.ดร. ปราณีต โอปนะโสภิต

“ การพัฒนาแผ่นเส้นใยนาโนผสมสารสกัดมังคุดเพื่อใช้รักษาแผล “เป็นงานวิจัยเพื่อพัฒนาเส้นใย นาโนที่เตรียมจากโคโคซานรูปเกล็ดละลายน้ำผสมกับพอลิไวนิลแอลกอฮอล์ (PVA) ด้วยวิธีอิเล็กโตรสปิน นิ่ง เตรียมโดยละลายโคโคซาน (CS) กับไฮดรอกซีเบนโซอิก-ไตรอะ-โซล (HOBt) ไทอะมินไพโรฟอสเฟต (TPP) และเอทิลีนไดเอมีนเตตระอะซิติกแอซิด (EDTA) ในน้ำกลั่นโดยไม่ใช้ตัวทำละลายที่เป็น พิษหรือ อันตราย จากนั้นผสมโคโคซานรูปเกล็ดละลายน้ำกับ PVA ที่อัตราส่วนโดยน้ำหนักต่างๆ และศึกษาผล ของเกล็ดและอัตราส่วนของสารละลายต่อคุณลักษณะของเส้นใยที่เตรียมได้โดยทดสอบเส้นใยทางเชิง

พื้นผิว เจริญเคมีและ เจริญกลประเมิณคุณสมบัติการพองตัว ฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ ฤทธิ์ต้านเชื้อแบคทีเรีย ความเป็นพิษต่อเซลล์และการสลายตัว พบว่าขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางของเส้นใย CS/PVA อยู่ในช่วง 94 ถึง 228 นาโนเมตร แผ่นเส้นใยนาโนมีคุณสมบัติเชิงกล การพองตัว และฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระที่ดีการศึกษาความเป็นพิษต่อเซลล์บ่งชี้ว่า แผ่นเส้นใยไม่เป็นพิษต่อเซลล์ไฟโบรบลาสต์ของมนุษย์ แผ่นเส้นใยนาโน CS-HOBT/PVA และ CS-EDTA/PVA แสดงฤทธิ์ต้านเชื้อแบคทีเรียทั้งแกรมบวกและแกรมลบ การทดสอบการสลายตัวในสภาวะทดลองพบว่า แผ่นเส้นใยนาโน CS-EDTA/PVA สามารถลดขนาดของแผลเฉียบพลันในสัตว์ทดลองหลังจากเกิดบาดแผลได้ดีกว่าผ้าก๊อช และนำแผ่นเส้นใยนาโนที่เตรียมจากโคโคซานนี้มาประยุกต์ใช้โดยบรรจุสารสกัดจากเปลือกผลมังคุดลงในแผ่น แผ่นเส้นใยที่ได้มีสมบัติต้านอนุมูลอิสระ ด้านเชื้อแบคทีเรียและไม่เป็นพิษต่อเซลล์ การศึกษาการสลายตัวพบว่า แผ่นเส้นใยสามารถเร่งอัตราการสลายตัวเมื่อเปรียบเทียบกับผ้าก๊อช การศึกษาความคงตัว พบว่าแผ่นเส้นใยนาโนยังคงมีแอลฟา-แมงโกสทินรอยละ 90 เป็นเวลา 3 เดือน สรุปได้ว่าแผ่นเส้นใยนาโนที่เตรียมจากโคโคซานที่สลายตัวง่าย เข้ากันได้กับร่างกายและไม่เป็นพิษ ที่บรรจุสารสกัดจากเปลือกผลมังคุดนี้มีศักยภาพสำหรับนำมาใช้เป็นวัสดุปิดบาดแผลและเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับการเร่งการรักษาบาดแผล

3. “ การศึกษาหาปัจจัยเสี่ยงทางพันธุกรรมที่เป็นสาเหตุของการเกิดโรคพาร์กินสัน “ โดย ธีรธร พูลเกษ

“ การศึกษาหาปัจจัยเสี่ยงทางพันธุกรรมที่เป็นสาเหตุของการเกิดโรคพาร์กินสัน “ เป็นงานวิจัยเพื่อศึกษาโรคพาร์กินสัน (Parkinson's disease) ที่มีปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมและพันธุกรรมเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้เกิดโรคพาร์กินสัน มีการค้นพบว่าตัวแปรทางพันธุกรรมต่างๆ ในยีนจำนวนมากเป็นสาเหตุและปัจจัยเสี่ยงของโรคพาร์กินสัน คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพื่อหาปัจจัยเสี่ยงทางพันธุกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกิดโรคพาร์กินสันในผู้ป่วยในประเทศไทย โดยศึกษากลุ่มผู้ป่วยโรคพาร์กินสันขนาดใหญ่จำนวน 485 รายและกลุ่มควบคุมจำนวน 480 ราย จากการศึกษาพบว่า มากกว่า 18% ของผู้ป่วยโรคพาร์กินสันชาวไทยมีปัจจัยเสี่ยงทางพันธุกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ลักษณะทางคลินิกของผู้ป่วยที่มีการกลายพันธุ์ต่าง ๆ มีความเฉพาะที่แสดงถึงความรุนแรงของโรคและการตอบสนองต่อยาต่างจากผู้ป่วยโรคพาร์กินสันอื่นๆ และหากทำการศึกษาต่อไปในยีนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกิดโรคพาร์กินสันจะช่วยให้เราได้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับตัวแปรที่เป็นปัจจัยเสี่ยงของโรคพาร์กินสันซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาสร้าง biomarker ของโรคพาร์กินสันที่มีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

4. “ ปัจจัยสำคัญต่อการสร้างเซลล์ประสาทใหม่และการเสื่อมของสมอง “ โดย ปิยะรัตน์ โกวิททรงศ์

ปัจจัยสำคัญต่อการสร้างเซลล์ประสาทใหม่และการเสื่อมของสมอง “ เป็นงานวิจัยเพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นทั้งบวกและลบต่อการพัฒนาของสมอง การสร้างเซลล์ประสาทใหม่ เพื่อนำไปสู่ความ

เข้าใจกลไก ขบวนการของการชราภาพและโรคสมองเสื่อมต่างๆ และพบว่า เมลาโท닌 สามารถเพิ่มการสร้างปริมาณเซลล์ประสาท ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างเซลล์ประสาทใหม่ ทราบถึงปัจจัยที่ เป็นผลบวกต่อการเสื่อมของสมอง (เช่น เมลาโท닌) และผลลบ (เช่น สารเสพติด แอมเฟตามีน ความเครียด) กลไกและผลการวิจัยนี้ จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาเพื่อนำไปใช้ในทางคลินิกในการช่วยแก้ไข ปัญหาของโรคสมองเสื่อมได้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงาน

โครงการ “การต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่” นี้เป็นโครงการที่นำผลงานการประกวดจากโครงการ “การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในการใช้สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่” ซึ่งการต่อยอดผลงานการประกวดนี้จะเน้นการนำผลงานนั้นมาพัฒนาต่อยอดให้มีคุณภาพในแง่การผลิต (Production) มากยิ่งขึ้น และเพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านผลกระทบของตัวสื่อที่เป็นผลงานการประกวดที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายด้วย ผู้ดำเนินโครงการจึงได้ออกแบบวิธีการดำเนินโครงการดังนี้

1. การต่อยอดด้านการสร้างสรรค์สื่อ

การดำเนินโครงการฯ นี้ ผู้ดำเนินโครงการได้กำหนดวิธีการและขั้นตอนในการดำเนินโครงการฯ ดังนี้

1.1 แนวคิดในการผลิตสื่อ

ผู้ดำเนินโครงการฯ จะทำการรวบรวมข้อมูลและผลงานทุกชิ้นของทีมที่เข้าประกวดจากรอบสุดท้ายจากการประกวดของ “โครงการการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัย สกว. สู่คนรุ่นใหม่” เพื่อนำมาพิจารณาถึงความเหมาะสมด้านวิธีการและขั้นตอนในการดำเนินโครงการต่อเนื่อง โดยมีแนวทางในการคัดเลือกผลงานจากทีมที่เข้าประกวดรอบสุดท้ายทั้ง 10 ทีม ด้วยแนวคิดหลัก ดังนี้

1. ความสามารถในการพัฒนาคุณภาพผลงานให้สามารถนำไปใช้ได้จริง
2. ความหลากหลายของผลงานวิจัยที่จะเลือกเผยแพร่
3. ความหลากหลายของสถาบันที่เข้าประกวดรอบสุดท้าย
4. ความหลากหลายของกลยุทธ์การนำเสนอผลงาน

1.2 สื่อที่เลือกใช้ในการต่อยอด

1.2.1 สื่อโปสเตอร์ทางผู้ดำเนินโครงการ ได้คัดเลือกโปสเตอร์ที่ได้รับรางวัลจากการประกวด ได้แก่

1. รางวัลชนะเลิศ ผลงานทีม The Journey จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ผลงานทีม Mangosteen จากมหาวิทยาลัยศรี

ปทุม

3. รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 3 ผลงานทีม ปุยนุ่น จากมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

4. รางวัลชมเชย ผลงานทีม PICTON จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

ธนบุรี

โดยผลงานของทั้ง 4 ทีม เป็น 4 ทีมที่มีความหลากหลายด้านสถาบัน เป็นผลงานที่มีความโดดเด่นในแง่ความคิดสร้างสรรค์ในส่วนของสื่อโปสเตอร์ มีความสมบูรณ์ด้านคุณภาพการผลิตที่ดีพอสมควร สามารถนำมาพัฒนาได้โดยไม่ต้องเปลี่ยนแปลงไปจากแนวความคิดเดิมของเจ้าของผลงานและที่สำคัญ คือ ผลงานทั้ง 4 ชิ้น มีการนำเสนอในหัวข้องานวิจัยที่ไม่ซ้ำกัน ทำให้เกิดความเหมาะสม ตามแนวคิดการเลือกสื่อที่ตั้งไว้แต่แรก

แต่อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญก็คือ ข้อจำกัดของช่องทางการสื่อสารด้วยสื่อโปสเตอร์ อาทิ ความร่วมมือของเจ้าของพื้นที่ในการเผยแพร่ระยะเวลาการเผยแพร่ที่จำกัด, ง่ายต่อการถูกปิดทับหรือปลดออก จากปัญหาทั้งสองประการที่กล่าวมา ผู้ดำเนินโครงการจึงได้มีแนวคิดในการปรับเปลี่ยนสื่อโปสเตอร์ให้ไปอยู่ในช่องทางอื่น โดยได้ประยุกต์ให้สื่อโปสเตอร์กลายเป็นส่วนหนึ่งของสมุดโน้ตที่นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสามารถใช้ประโยชน์ได้ตั้งแต่เปิดภาคการศึกษา เพื่อสร้างการเข้าถึง (Reach) ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายและสามารถขยายระยะเวลาการเผยแพร่ให้ได้ยาวนานขึ้นกว่าการผลิตเป็นโปสเตอร์ตามปกติ โดยยังคงความเป็นสื่อโปสเตอร์ที่สร้างผลกระทบต่อผู้รับ, ให้ข้อมูลครบถ้วนในขณะเดียวกันก็เอื้อให้ผู้รับสารสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อที่ผลิตออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

ดังนั้นสื่อโปสเตอร์ในช่องทางปกติจึงถูกดำเนินการให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของสมุดโน้ต ที่นอกจากจะนำผลงานสื่อโปสเตอร์ของผู้ชนะการประกวดมาปรับปรุงเพื่อนำเสนอสดแทรกไว้ในช่องทางอื่นที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้นแล้ว การผสมผสานสื่อโปสเตอร์เข้ากับสมุดโน้ตเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายนี้ ยังถูกนำมาใช้ในฐานะสื่อชิ้นหนึ่งที่จะถูกนำมาใช้ทดสอบในการวัดระดับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่องานวิจัยครั้งนี้ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

1.2.2 ภาพยนตร์อนิเมชัน หากพูดถึงภาพยนตร์อนิเมชันแล้ว อาจไม่ใช่สื่อใหม่ที่น่าตื่นตาตื่นใจมากนัก แต่สิ่งที่เจ้าของผลงานสร้างสรรค์ขึ้นนั้นสามารถนำไปใช้ในช่องทางสื่อใหม่ที่ได้รับความนิยมอย่าง ไวรัลคลิป (viral clip) ที่สะดวก สามารถส่งต่อกันไปได้ในโซเชียลเน็ตเวิร์ค และผลงานมีมาตรฐานเพียงพอในการเผยแพร่ แต่เนื่องจากในการประกวดนั้น ทีมที่ชนะเลิศได้สร้างภาพยนตร์อนิเมชันดังกล่าวขึ้นมาเพียงหนึ่งตอน จากเรื่องราวสามตอน โดยเนื้อหาในตอนแรกเป็นเพียงการเริ่มต้นเรื่องราวและแนะนำให้รู้จักส่วนหนึ่งของผลงานวิจัย เรื่องราวจึงยังไม่จบสมบูรณ์ ทางผู้ดำเนินโครงการ จึงได้มอบหมายให้ทางเจ้าของผลงาน จัดทำเพิ่มขึ้นอีกสองตอนเพื่อให้เรื่องราวจบสมบูรณ์

2. ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้ดำเนินโครงการได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะนำสื่อทั้งสองอย่างไปนำเสนอ แต่การกระจายสื่อออกไปทั่วอย่างไม่มีจุดหมายก็ดูจะกว้างเกินความจำเป็น ดังนั้นจึงกำหนดขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายให้

ชัดเจนขึ้น เป็นมหาวิทยาลัยที่ส่งนักศึกษาเข้าร่วมในโครงการประกวด จากนั้นก็ตีกรอบให้แคบลงด้วยการกำหนดที่จะส่งสื่อให้แก่มหาวิทยาลัย 4 แห่งที่ผลงานโปสเตอร์ได้รับการคัดเลือกให้นำมาผลิตเป็นสมุดโน้ต เพื่อผลในการรับรู้และความภาคภูมิใจของการมีส่วนร่วมในระบบสังคมย่อย ที่มีความเกี่ยวโยงกันในลักษณะสถาบัน อันจะส่งผลให้โอกาสในการเปิดรับสื่อจะมีเพิ่มมากยิ่งขึ้นและเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มจาก 4 มหาวิทยาลัยนี้ เพื่อดำเนินการในขั้นตอนการสนทนากลุ่ม (Focus group) ต่อไป

จากแนวทางที่กล่าวมา ผู้ดำเนินโครงการ จะทำการแจกสมุดโน้ตแก่นักศึกษาปีหนึ่งและปีสอง ใน 4 มหาวิทยาลัยที่ผลงานถูกนำมาผลิตเพื่อเผยแพร่ คือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, มหาวิทยาลัยมหาสารคามและ มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี สถาบันละ 400 คน โดยแจกสมุดโน้ตให้เป็นชุด ชุดละ 4 เล่ม ให้เกิดการเปรียบเทียบกันเองในแต่ละสถาบันเพื่อเพิ่มความน่าสนใจในตัวสื่อให้มากยิ่งขึ้น

ช่วงระยะเวลาในการแจกสมุดโน้ตนั้นจะตรงกับช่วงเวลาที่เพิ่งเปิดภาคเรียนใหม่ เพื่อที่จะได้ใช้โอกาสที่นักศึกษาทำกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับการพบปะระหว่างปี1 และ ปี2 หรือกิจกรรมปฐมนิเทศรับนักศึกษาใหม่ ใช้ในการกระจายสมุดให้ถึงมือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง โดยติดต่อนัดหมายมหาวิทยาลัย 2 แห่งที่อยู่ในกรุงเทพและปริมณฑลคือ มหาวิทยาลัยศรีปทุม กับ มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อดำเนินการเข้าไปแจกสมุดโน้ตและสุ่มกลุ่มตัวอย่างเพื่อนัดหมายในการจัดสนทนากลุ่มในช่วงเวลาที่เหมาะสมในส่วนมหาวิทยาลัยอีกสองแห่งคือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กับ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้ติดต่อประสานงานเพื่อจัดส่งสมุดโน้ตไปแจกให้แก่กลุ่มเป้าหมายโดยเน้นย้ำให้อาจารย์ผู้ประสานงาน ดำเนินการแจกสมุดโน้ตให้อยู่ในกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด

3. การเก็บข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูลหลักของโครงการคือ การสนทนากลุ่ม (Focus group) โดยเลือกผู้เข้าร่วมจากนักศึกษาที่ได้รับสมุดโน้ตมาจำนวนที่ละ 8-9 คน โดยทำการสนทนากลุ่มสองสถาบัน คือมหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี และ มหาวิทยาลัยศรีปทุม โดยผู้เข้าร่วมจะถูกสอบถามเกี่ยวกับสมุดโน้ตและโปสเตอร์อย่างรอบด้าน เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการรับสื่อ ว่าสื่อที่ได้รับนั้นมีความเหมาะสมกับคนรุ่นใหม่มากน้อยเพียงใด

หลังจากเสร็จสิ้นการสอบถามพูดคุยเกี่ยวกับสมุดโน้ตและโปสเตอร์แล้ว ทางผู้ดำเนินโครงการจะเปิดภาพยนตร์อนิเมชันให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้รับชม โดยจะบอกเล่าคร่าวๆ เกี่ยวกับที่มาของสื่อ และเปิดให้รับชมเพียงตอนที่ 1 ก่อน เพื่อวัดความน่าสนใจที่เกิดขึ้น ก่อนจะเปิดตอนที่ 2 และ 3 ซึ่งในตอนสุดท้ายนี้จะมีการเพิ่มข้อความที่บอกให้ทราบว่า ภาพยนตร์อนิเมชันที่ได้รับชมนี้ได้แรงบันดาลใจมาจากงานวิจัยของ สกว. โดยศาสตราจารย์ ดร. ปริญญ์า จินดาประเสริฐ

นอกเหนือไปจากนั้น ในทุกขั้นตอนของโครงการวิจัยก็เป็นเหมือนการเก็บรวบรวมข้อมูลทางอ้อมที่ไม่อาจจะเลยไปได้เพราะในกระบวนการดำเนินโครงการ การติดต่อประสานงานกับส่วนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัย , นักศึกษา หรือนักวิจัยเจ้าของเรื่องและการสนทนากลุ่ม ทุกๆขั้นตอนเหล่านี้ทำให้ได้พูดคุยในแง่มุมที่เกี่ยวกับการสร้างสื่อเพื่อนำเสนองานวิจัย และได้ข้อมูลความคิดเห็นของผู้คนที่เป็นบริบทแวดล้อมเพื่อนำมาเรียงร้อยเป็นคำตอบให้ชัดเจนที่สุด

4. ประเด็นการสนทนากลุ่ม

ในการสนทนากลุ่มนั้น ผู้ดำเนินโครงการได้ตั้งประเด็นคำถามเพื่อการเก็บข้อมูลที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการดำเนินโครงการได้ ดังนี้

- 4.1 ประเด็นเกี่ยวกับความน่าสนใจของสื่อที่ได้รับ
- 4.2 การเปิดรับข้อมูลจากสื่อสร้างสรรค์
- 4.3 จุดเด่นและด้อยของสื่อที่นำเสนอ
- 4.4 สื่อที่เห็น สามารถสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหางานวิจัยได้หรือไม่ อย่างไร
- 4.5 สื่อที่ได้รับกระตุ้นให้เกิดความคิดในแง่มุมใหม่เกี่ยวกับงานวิจัยหรือไม่
- 4.6 เกิดการมีส่วนร่วมหรือความคิดในการสร้างสรรค์สื่อบ้างหรือไม่
- 4.7 ทักษะที่มีต่องานวิจัย ทั้งก่อนและหลังการรับสื่อ

จากวิธีการดำเนินงานที่ได้กำหนดไว้ดังกล่าวข้างต้น ทางโครงการจะใช้เป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ต่อไป

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานของโครงการ “การต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่” จะนำเสนอออกเป็น 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่

3. การต่อยอดด้านการสร้างสรรค์สื่อ
 4. การเผยแพร่สื่อที่พัฒนาต่อยอด
 5. การวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านผลกระทบของตัวสื่อที่เป็นผลงานการประกวดที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย
- ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การต่อยอดด้านการสร้างสรรค์สื่อ

การดำเนินโครงการฯ นี้ ผู้ดำเนินโครงการได้กำหนดวิธีการและขั้นตอนในการดำเนินโครงการฯ ดังนี้

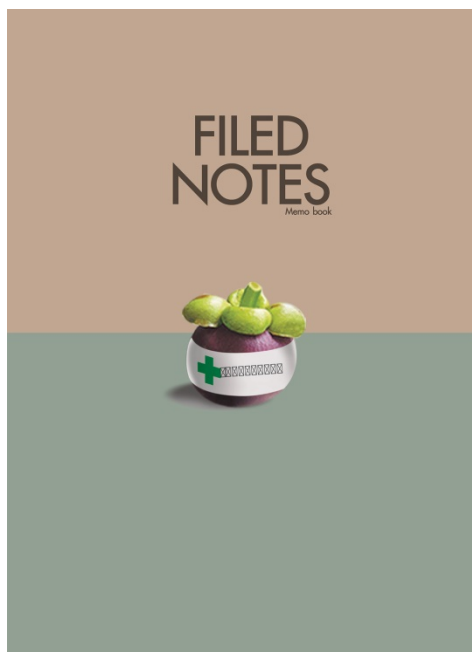
1.1 สื่อโปสเตอร์

ทางผู้ดำเนินโครงการ ได้คัดเลือกโปสเตอร์ที่ได้รับรางวัลจากการประกวด มาทั้งหมด 4 ทีม เหตุผลเพราะมีความน่าสนใจและน่าจะนำมาผลิตเป็นสื่อได้จริง แต่เมื่อได้พิจารณาและวิเคราะห์อย่างถ่วงถ่วงแล้ว กลับพบว่ามีปัญหาที่สำคัญ 2 อย่างของสื่อโปสเตอร์ นั่นก็คือคุณภาพของบางผลงานที่ได้รับรางวัลนั้นไม่สามารถนำไปใช้ได้จริงโดยไม่ปรุงแต่ง ซึ่งเรื่องนี้เป็นไปตามสภาพที่เป็นปกติสำหรับผลงานสื่อที่เกิดจากผู้เริ่มต้นใหม่ที่อาจขาดความชำนาญด้านการผลิตสื่อ

และจากข้อจำกัดของช่องทางการสื่อสารด้วยสื่อโปสเตอร์ ทำให้ผู้ดำเนินโครงการได้ปรับเปลี่ยนสื่อโปสเตอร์ให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของสมุดโน้ตนั้น ได้มีการวางแผนทางในการปรับเปลี่ยนจากโปสเตอร์สู่สมุดโน้ต เรียงลำดับจากปกหน้าไปสู่ปกหลัง ดังนี้

ปกสมุด - Gimmick ผู้ดำเนินโครงการได้ออกแบบปกโดยนำบางส่วนของความคิดสร้างสรรค์ของผู้ออกแบบที่ชนะการประกวดและสาระสำคัญของโปสเตอร์ มาย่อส่วนจนเหลือเพียงสัญลักษณ์บางอย่างที่เชื่อมโยงไปถึงเนื้อหางานวิจัย ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง ‘การพัฒนาแผ่นเส้นใยนาโนไคโตซานที่บรรจุสารสกัดมังคุดสำหรับการสมานแผล’ ก็เหลือเพียงแค่รูปผลมังคุดที่คาดสัญลักษณ์ของกาชาดสีเขียวอยู่บนหน้าปก ซึ่งหากไม่ได้สนใจเปิดอ่านก็อาจจะมองเห็นเป็นเพียงหน้าปกที่ดูสวยงาม เรียบง่าย ชวนฉมนทนแท้ แต่ไม่เข้าใจชัดแจ้งว่าสิ่งที่เห็นจะสื่อสารอะไร

งานในการออกแบบปกนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะนอกจากการเป็นจุดที่การสร้างภาพประทับใจตั้งแต่แรกเห็นแล้ว ต้องสื่อสารและสร้างการเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหางานวิจัยในเล่มด้วย



ภาพที่ 4.1 ภาพหน้าปกสมุดจากงานวิจัย
'การพัฒนาแผ่นเส้นใยนาโนไคโตซานที่บรรจุสารสกัดมังคุดสำหรับการสมานแผล'

ปกront - ปอสเตอร์ เมื่อเปิดหน้าปกเข้าไปด้านใน นอกจากปกด้านในจะมีหัวข้องานวิจัยถูกจัดวางไว้อย่างเด่นชัดแล้ว มีการเพิ่มปกront ที่เป็นภาพปอสเตอร์จากผลงานในการประกวด ซึ่งได้มีการปรับปรุงเพียงบางส่วนเพื่อให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์และสามารถจัดพิมพ์ได้จริง แต่โดยรวมยังคงความคิดของผู้สร้างสรรค์เดิมไว้ โดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับรายชื่อสมาชิก ทีมและสถาบันของผู้ออกแบบ และข้อมูลของสกว. ไว้พอสังเขป

กระดาษโน้ต - Footnote สำหรับใช้งานจดบันทึก โดยมีข้อความ Footnote แนะนำถึงงานวิจัย ,
โครงการประกวดและสกว.ทุกๆหน้า ซึ่งในกรณีที่มีการนำไปถ่ายเอกสารแบ่งปันกันต่อ ก็จะมีรายละเอียด
เหล่านี้แฝงไปด้วย



ภาพที่ 4.5 ภาพกระดาษโน้ตและฟุตโน้ต

ปกรองด้านหลัง - ใจความสำคัญของเนื้อหางานวิจัย หากเปิดมาถึงหน้าสุดท้ายก่อนปกหลัง
นอกจากตารางเรียนและพื้นที่บันทึกข้อความสำคัญ เพื่อป้องกันการฉีกหรือทำลายปกรองออกจากตัวเล่ม
แล้ว จะเป็นเนื้อหาของงานวิจัยที่มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น โดยเป็นการสรุปเนื้อหาจากบทคัดย่อของ
งานวิจัยลงมาให้อยู่ในกรอบที่คนทั่วไปน่าจะเข้าใจได้ แต่ก็ครบถ้วนด้วยรายละเอียดในแง่มุมวิชาการ



ภาพที่ 4.6 ภาพประกอบด้านหลัง - ใจความสำคัญของเนื้อหางานวิจัย

ปกหลัง – ตราสัญลักษณ์ สกว. เป็นการทิ้งท้ายด้วยการแนะนำ สกว. ให้รู้จัก มีทั้งตราสัญลักษณ์ และชื่อขององค์กรที่ชัดเจน



ภาพที่ 4.7 ปกหลัง – ตราสัญลักษณ์ สกว.

1.2 ภาพยนตร์อนิเมชันผลงานอนิเมชันของทีม The Journey จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ซึ่งเป็นเจ้าของผลงานนี้มีคุณภาพได้มาตรฐานพอที่จะนำไปเผยแพร่ได้ทันที แต่

เนื่องจากการประกวดนั้น ทีมที่ชนะเลิศได้สร้างภาพยนตร์อนิเมชันดังกล่าวขึ้นมาเพียงหนึ่งตอน โดยเนื้อหาเป็นเพียงการเริ่มต้นเรื่องราวและแนะนำให้ผู้รู้จักส่วนหนึ่งของผลงานวิจัย แต่เรื่องราวยังไม่จบสมบูรณ์ ทางผู้ดำเนินโครงการ จึงได้มอบหมายให้ทางเจ้าของผลงาน จัดทำเพิ่มขึ้นอีกสองตอนเพื่อให้เรื่องราวจบสมบูรณ์

ซึ่งในขั้นตอนประสานงานและสรุปบทภาพยนตร์ได้ก็ต้องผ่านอุปสรรคหลายอย่าง อาทิเรื่องเวลา ระยะทาง และเนื้อหาที่นำเสนอที่ไม่สัมพันธ์กับเนื้อหางานวิจัย แต่สุดท้ายก็สามารถจัดการปัญหาจนกระทั่งลงตัวได้ในที่สุด โดยมีเรื่องย่อทั้งสามตอนดังนี้

ตอนที่ 1

ณ โลกแห่งอนาคตปี 3001 ดินแดนที่เจริญก้าวหน้าในทุกด้าน สิ่งก่อสร้างต่างๆ สามารถสร้างได้ด้วยกระป๋องอัดซีเมนต์สุดล้ำ แต่สมาร์ทแมน วิศวกรหนุ่ม ได้เห็นถึงภัยที่จะมาเยือนในอนาคตอันใกล้ เพราะการสร้างกระป๋องซีเมนต์นั้นจะต้องทำลายธรรมชาติ สมาร์ทแมนจึงทุ่มเทจนค้นพบวัสดุปอชโซลาน ส่วนผสมที่ใช้ทดแทนซีเมนต์ได้ แต่สิ่งที่เขาค้นพบนั่น กลับไม่เป็นที่สนใจและถูกมองเป็นเรื่องไร้สาระ สมาร์ทแมนจะทำอย่างไรต่อไป



ภาพที่ 4.8 ภาพตัวอย่างจาก

ภาพยนตร์อนิเมชันsmart man ตอนที่ 1

ตอนที่ 2

สมาร์ทแมนท้อแท้เพราะผู้คนไม่สนใจฟังสิ่งที่เขาค้นพบ เขาจึงเขียนจดหมายถึงนายกเทศมนตรี แต่ก็ผิดหวังอีก เพราะนายกเทศมนตรีถูกคาร์บอนแมนที่เป็นเจ้าของธุรกิจกระป๋องอัดซีเมนต์คอยเป่าหูอยู่ สมาร์ทแมนจึงตัดสินใจจากเมืองมาและหลบไปอยู่เพียงลำพังเพราะค้นพบว่าเมืองจะไม่สามารถอยู่อาศัยได้อีกไม่กี่เดือน

ไม่นานสิ่งที่สมาร์ทแมนคาดไว้ก็เป็นจริง คนทั้งเมืองต้องแบกถังออกซิเจนเพราะอากาศไม่สามารถหายใจเข้าไปได้อีก แต่ก่อนที่สมาร์ทแมนจะทันได้ทำอะไร เหตุการณ์แผ่นดินไหวครั้งใหญ่ก็เกิดขึ้น

เมืองทั้งเมืองพังแทบหมดสิ้น เหลือเพียงบ้านที่สมาร์ทแมนสร้างไว้เท่านั้นที่ได้รับผลกระทบเพียงเล็กน้อย ทุกคนในเมืองจึงเริ่มเห็นความสำคัญของสิ่งที่สมาร์ทแมนคิดค้น ไม่เว้นแม้แต่นายกเทศมนตรีที่เคยปฏิเสธ สิ่งที่สมาร์ทแมนคิดค้นขึ้น



ภาพที่ 4.9 ภาพตัวอย่างจาก
ภาพยนตร์อนิเมชันsmart man ตอนที่ 2

ตอนที่ 3

ความเสียหายจากแผ่นดินไหวส่งผลให้ผู้คนหันมาพึ่งสมาร์ทแมนมากขึ้น เขาอธิบายให้ผู้คนเข้าใจถึงวัสดุพอลิโซลัน ส่วนผสมสำคัญที่ช่วยลดการทำลายสิ่งแวดล้อม แต่ทันใดนั้นเองคาร์บอนแมนก็โผล่มาหมายจะจัดการสมาร์ทแมน เหตุการณ์ไม่เป็นอย่างที่คาร์บอนแมนคิด เพราะทุกคนหันมาช่วยสมาร์ทแมน รวมถึงนายกเทศมนตรีด้วย เมื่อทุกคนร่วมแรงร่วมใจกันต่อสู้กับภัยที่คุกคาม แม้คาร์บอนแมนจะแข็งแกร่งเพียงใดก็ต้องพ่ายแพ้ไปในที่สุด



ภาพที่ 4.10 ภาพตัวอย่างจาก
ภาพยนตร์อนิเมชันsmart man ตอนที่ 3

การเผยแพร่สื่อที่พัฒนาต่อยอด

หลังจากขั้นตอนการออกแบบและวางแผนเสร็จสิ้น จึงได้ดำเนินการขั้นตอนซึ่งต้องใช้เวลาพอสมควรในการจัดทำ เช่น งานพิมพ์ใช้เวลาประมาณสามสัปดาห์ ส่วนภาพยนตร์อนิเมชันต้องรอเวลา

ให้เจ้าของผลงานมีเวลาว่างจากฝึกงานและรวมตัวกันได้พร้อม โดยในช่วงเวลานี้ทางผู้ดำเนินโครงการจึงขับเคลื่อนงานในด้านอื่นที่จำเป็น โดยติดต่อประสานงานกับทางสองมหาวิทยาลัยที่จะเดินทางไปแจกสมุดโน้ต ในการขอใช้สถานที่และนักศึกษาตามจำนวนที่ต้องการเพื่อนัดหมายทำการสนทนากลุ่มในเวลาที่เหมาะสมอีกทั้งวางแผนที่จะส่งสมุดไปยังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ มหาวิทยาลัยมหาสารคามเพื่อเผยแพร่อีกด้วย

ในช่วงแรกของการผลิตสื่อสมุดโน้ตจะมีปัญหาอยู่บ้าง ในเรื่องของราคาการจัดพิมพ์สมุดโน้ตที่ไม่สามารถควบคุมให้อยู่ในวงเงินงบประมาณที่ตั้งไว้ได้ แต่ได้มีการแก้ไขโดยการลดขนาดความหนาของกระดาษปรกมอง เพื่อให้ได้ราคาที่สามารถจัดพิมพ์ได้ โดยสามารถควบคุมคุณภาพของงานในแง่ของความสวยงาม สัมผัส และสีสันทันทุกอย่าง ให้เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ซึ่งคุณภาพของสมุดเป็นที่ถูกใจของทุกคนที่มีส่วนร่วมในโครงการ คนทั่วไป หรือแม้แต่นักวิจัยเจ้าของเรื่องเองก็ชื่นชมว่าสวยงามน่าใช้ นั่นหมายความว่าในขั้นแรก สื่อสมุดโน้ตที่ผลิตออกมา สามารถมั่นใจได้ว่ามีคุณภาพที่ดีพอในการนำเสนอ ส่วนกลุ่มเป้าหมายจะสนใจมากน้อยเพียงใด นั่นคือส่วนหนึ่งของคำถามของผู้ดำเนินโครงการที่ต้องค้นหาคำตอบต่อไป

ส่วนงานภาพยนตร์อนิเมชันนั้น เสร็จสิ้นในเวลาใกล้เคียงกับสมุดโน้ต นอกจากปัญหาเรื่องเวลาของผู้ผลิตแล้วยังมีเรื่องเนื้อหาที่มีการหักท้วงจากทางนักวิจัยเจ้าของงานวิจัยเล็กน้อย ว่าข้อมูลที่ให้นั้นดูเกินจริงไป ประเด็นสำคัญคือวัสดุโปสเตอร์ที่อ้างถึงในภาพยนตร์อนิเมชันนั้นไม่ใช่ของใหม่ อีกทั้งคุณสมบัติก็ไม่ได้ทนทานขนาดที่กล่าวอ้างเพื่อป้องกันปัญหาเรื่องความสับสนของข้อมูลที่อาจไม่สัมพันธ์กับเทคนิคการนำเสนอของตัวสื่อ ผู้ดำเนินโครงการจึงได้ปรับเพิ่มข้อความในตอนท้ายเข้าไปเพื่อเจตนาสร้างนัยยะในเชิงเสียดสีสังคมว่า

“เรื่องราวของสมาร์ทแมนในภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นเรื่องสมมติขึ้นเพื่อความบันเทิง โดยได้แรงบันดาลใจจากงานวิจัยเรื่อง “วัสดุผสมซีเมนต์และคอนกรีตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” งานวิจัยภายใต้การสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย(สกว.) ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการนำวัสดุโปสเตอร์มาใช้ทดแทนปูนซีเมนต์ โดยผลที่ได้ก็นับพบว่ามีความคงทนมากกว่า อีกทั้งยังช่วยลดปริมาณการใช้พลังงานและลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการผลิตปูนซีเมนต์ได้”

ผลงานวิจัยโดย ศาสตราจารย์ ดร. ปริญญา จินดาประเสริฐ

คิดและใช้วัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในวันนี้ หรือจะรออีก 500 ปีข้างหน้า

ในส่วนท้ายนี้ ผู้วิจัยเจตนาให้ข้อมูลที่เป็นจริง หรือในความหมายที่ดูจริงจัง ตรงข้ามกับความเป็นภาพยนตร์นิเมชันหรือการ์ตูนตามความเข้าใจของคนทั่วไปที่รู้สึกว่าเป็นเรื่องเกินความจริง เพื่อทดสอบความเข้าใจของผู้ชมว่าสามารถแยกแยะความจริงกับเรื่องเกินจริงได้หรือไม่ ที่สำคัญคือชอบในตัวสื่อและวิธีการที่น่าเสนอหรือไม่ และในประโยคทิ้งท้ายที่ว่า “คิดและใช้วัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในวันนี้ หรือจะรออีก 500 ปีข้างหน้า” เป็นเจตนาให้อ่านได้คิดตระหนักถึงความสำคัญของงานวิจัยที่ได้ถูกค้นพบ แต่ไม่เป็นที่แพร่หลาย เพราะความไม่ใส่ใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ หรือละเลยงานวิจัยที่มีอยู่จนปล่อยให้วัสดุที่วิจัยคิดค้นได้ในวันนี้ไม่ได้ถูกนำไปใช้งานจริง และสิ่งที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งก็คือ สื่อที่สร้างสรรค์ออกไปนั้นเกินจริง จนคนรุ่นใหม่อาจเข้าใจในสาระสำคัญผิดไปหรือไม่ หรือความเกินจริงที่ว่ำนั้น มาพร้อมกับความตื่นเต้นแปลกใหม่ จะเป็นปัจจัยในการช่วยนำพาเนื้อหาสาระที่แม้จะเพียงสั้นๆ แต่ก็ช่วยให้เกิดการรับสารนั้นได้ง่ายขึ้นหรือส่งผลในมิติอื่นๆที่อาจคาดไม่ถึงได้

เมื่อสื่อที่จะนำไปใช้ผลิตเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ผู้ดำเนินโครงการจึงดำเนินการแจกจ่ายโดยเริ่มจากสถาบันแรกคือ มหาวิทยาลัยศรีปทุม โดยตารางการเปิดเรียนของนักศึกษาใหม่ที่มหาวิทยาลัยศรีปทุมนั้นมีสองรอบ ส่วนแรกที่สมัครเข้ามาก่อนการประกาศผลแอดมิชชันจะเรียนภาคฤดูร้อนไปก่อนล่วงหน้า และอีกส่วนคือการรับนักศึกษารอบหลังจากการแอดมิชชัน การไปแจกสมุดโน้ตแก่นักศึกษาของโครงการนั้นทำการแจกให้แก่นักศึกษารอบหลังนี้ แต่ด้วยจำนวนศึกษาที่มีน้อยกว่าที่คาดไว้ จึงได้ปรับแผนโดยการรวมนักศึกษาที่เข้ามาก่อนในรอบแรกไว้ด้วย โดยได้ประสานงานให้อาจารย์ผู้ดูแลเป็นธุระจัดการให้ ดังนั้นจึงมั่นใจได้ว่าสมุดจะถึงมือกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้จนครบถ้วน จำนวน 400 ชุด (1,600 เล่ม) ตามที่กำหนดไว้

วันเสาร์ที่ 20 สิงหาคม 2559 คือวันที่นำสมุดจำนวน 400 ชุด 1,600 เล่ม ไปที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม จากการที่ได้นัดหมายกับอาจารย์ที่ประสานงานให้ จะแจกสมุดโน้ตที่หน้าห้องประชุมซึ่งมีทางเข้า-ออกทางเดียว ทำให้ง่ายต่อการแจกถึงมือนักศึกษาเพื่อสังเกตปฏิกิริยาของผู้รับในเบื้องต้น

โดยนักศึกษาส่วนใหญ่ จะรู้สึกไปในทางบวกเมื่อได้รับสมุดโน้ต ส่วนหนึ่งเห็นว่าเป็นของที่มีมูลค่ามีราคา ส่วนหนึ่งชอบในรูปร่างหน้าตา และส่วนใหญ่ชอบเพราะเป็นของที่แจกฟรีโดยเมื่อได้รับสมุดไปแล้วส่วนใหญ่จะเปิดดูผ่านๆ หรือสลับดูเพียงหน้าปกของแต่ละเล่ม จากนั้นก็จะเก็บใส่กระเป๋า ซึ่งไม่ใช่เรื่องน่าแปลกใจมากนัก เพราะนักศึกษากำลังเข้าสู่กิจกรรมในห้องประชุม อีกส่วนที่กำลังตื่นเต้นกับเพื่อนใหม่ หรือสนใจอยู่กับเรื่องอื่น ซึ่งผู้ดำเนินโครงการคาดว่า หากนักศึกษาได้ใช้เวลาอยู่กับสมุดโน้ตในช่วงเวลาหนึ่ง จะเกิดความสนใจในเนื้อหาที่สอดแทรกในสมุดโน้ตเพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 4.11 ภาพบรรยากาศ การแจกสมุดที่ ม.ศรีปทุม

เมื่อเสร็จจากกิจกรรมแจกสมุดโน้ต จึงได้ขนสมุดโน้ตส่วนที่เหลือไปยังห้องพักอาจารย์ที่ประสานงาน เพื่อมอบให้แก่นักศึกษาส่วนที่เหลือตามที่วางแผนไว้ และได้ขอให้ช่วยสุ่มคัดเลือกนักศึกษาเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มจำนวน 8 คน โดยแบ่งสัดส่วนตามจำนวนนักศึกษาในแต่ละสาขา เช่นสาขาภาพยนตร์มีนักศึกษาจำนวน 200 คน ซึ่งมากที่สุดจึงขอให้เลือกนักศึกษามาจำนวน 4 คน และที่เหลือก็แบ่งสัดส่วนไปตามจำนวนนักศึกษาที่มี การทำเช่นนี้เพราะต้องการให้เกิดการเจียวน้ำหนักของข้อมูลตามความจริง เพราะนักศึกษาแต่ละคนที่เข้ามาทำการสนทนากลุ่มเป็นตัวแทนของแต่ละสาขานั้นควรมีน้ำหนักความคิดกระจายตามจำนวนของผู้เรียนจริง

มหาวิทยาลัยที่สองที่เข้าไปแจกสมุดโน้ต คือ มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี วิทยาเขตบางขุนเทียน คณะมีเดียอาร์ตซึ่งเป็นหนึ่งในทีมที่โปรเตอร์ถูกคัดเลือกให้มาทำเป็นสมุดโน้ต

วันเสาร์ที่ 3 กันยายน 2559 คือวันที่โครงการเข้าไปแจกสมุดโน้ตให้แก่นักศึกษา ตามที่ได้ประสานงานไว้จะเป็นกิจกรรมสัมพันธ์ระหว่างปี 1 กับ ปี 2 โดยเริ่มงานประมาณบ่ายโมงไปจนถึงค่ำ ทางผู้ดำเนินโครงการจึงขอเข้าไปแจกสมุดโน้ตและให้ข้อมูลเล็กน้อยในช่วงก่อนเริ่มงาน แต่ทว่าปริมาณนักศึกษาที่มาร่วมงานทั้งหมดมีแนวโน้มว่าจะมาร่วมกิจกรรมต่ำกว่าเป้าหมาย ผู้ดำเนินโครงการจึง ต้องเปลี่ยนแปลง

โดยแจกจ่ายเพิ่มให้แก่รุ่นพี่ทุกชั้นปี และอีกส่วนหนึ่งที่เหลือ มอบให้ผู้ประสานงานนำไปแจกเพิ่มเติมในวันเปิดภาคเรียนต่อไป

เช่นเดียวกันกับนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม เมื่อนักศึกษาได้รับแจกสมุดโน้ตจากโครงการปฏิกิริยาที่เห็นไม่ต่างกันมากนัก หลายคนสนใจพลิกดูและส่วนใหญ่รู้สึกดีที่ได้รับสมุดโน้ต มีบางคนสอบถามว่ามาจากที่ไหน โครงการอะไร อีกทั้งยังมีการตอบรับที่ดีเมื่อรู้ว่าหนึ่งใน 4 เล่มนั้นเป็นผลงานของรุ่นพี่ร่วมสถาบัน แต่ส่วนใหญ่ก็จะใช้เวลากับสมุดโน้ตไม่นาน จากนั้นก็เก็บเข้ากระเป๋าและไปทำกิจกรรมต่อไป



ภาพที่ 4.12 ภาพการแจกสมุดที่ ม.พระจอมเกล้าธนบุรี

หลังจากเสร็จสิ้นการแจกสมุดให้แก่มหาวิทยาลัยที่อยู่ใกล้พอที่จะนำไปแจกได้ด้วยตัวเอง ผู้ดำเนินโครงการก็ได้จัดส่งสมุดส่วนที่เหลือให้แก่มหาวิทยาลัยอีกสองแห่งได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ด้วยวิธีหีบห่อซองเอกสารเพื่อเป็นการเผยแพร่สื่อที่จัดทำขึ้นและสร้างการรับรู้ในเรื่องงานวิจัยให้ขึ้นแก่กลุ่มเป้าหมายให้ได้อย่างเป็นรูปธรรมมากที่สุดตามจุดประสงค์ของโครงการฯ

การเปิดรับสื่อ การรับรู้และความเข้าใจในข้อมูลที่แฝงไปในเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมาย

ขณะที่ดำเนินการเผยแพร่สื่อไปตามช่องทางต่างๆทางผู้ดำเนินโครงการก็ได้เตรียมคำถามที่จะใช้ในการสนทนากลุ่มไปพร้อมกัน ซึ่งได้วางกรอบเป็นแนวทางไว้ว่า จะตั้งคำถามโดยที่ไม่มีการให้ข้อมูลมาก

นัก เช่นไม่พูดว่ามาจากโครงการวิจัย ไม่บอกเกี่ยวกับเนื้อหาในสมุดโน้ต หรือไม่เอ่ยถึงคำว่า วิจัย เพื่อให้ได้คำตอบตามความเป็นจริงโดยไม่มีการชี้นำ

ส่วนคำถามที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์อนิเมชันนั้นมีลักษณะคล้ายกัน เนื่องจากจุดประสงค์หนึ่งของโครงการคือ ต้องการทราบเกี่ยวกับการรับรู้เนื้อหาที่อยู่ในภาพยนตร์อนิเมชัน และที่สำคัญคือเมื่อผู้ชมได้รับชมจนจบแล้ว จะมีความรู้สึกอย่างไรกับข้อความที่แจ้งว่า เนื้อหาในภาพยนตร์อนิเมชันที่ได้รับชมนั้น ได้แรงบันดาลใจมาจากงานวิจัย ทั้งนี้ชุดคำถามยังคาบเกี่ยวไปถึงทัศนคติของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มกับงานวิจัยไปจนถึงความสนใจที่จะติดตามต่อยอดเรียนรู้เพิ่มเติมอีกด้วย

ด้วยเจตนาที่จะเว้นระยะเวลาให้แต่ละแห่งได้ใช้เวลาอยู่กับสมุดต่างกัน แผนการสนทนากลุ่มครั้งแรกจึงวางไว้ให้เข้าไปที่มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรีในวันศุกร์ที่ 9 กันยายน 2559 หรือประมาณ 6 วันหลังจากได้รับแจกสมุดโน้ตไป เพื่อความรวดเร็วและให้ได้ใช้เวลาไม่มากนักในการได้อยู่กับข้อมูล โดยได้ประสานงานให้คัดเลือกผู้ที่จะมาเข้าร่วมสนทนากลุ่มจากรายชื่อนักศึกษาที่มาร่วมกิจกรรมและรับแจกสมุดโน้ตไปในวันเสาร์ที่ 3 กันยายน 2559

วันศุกร์ที่ 9 กันยายน 2559 เวลา 13.00 น.ทันทีที่ทีมงานของโครงการไปถึงปรากฏว่ามีนักเรียนนั่งรออยู่แล้ว สามคน ซึ่งคุ้นหน้าคุ้นตาพอสมควรเพราะได้พบกันในวันที่นำสมุดมาแจก หลังจากทักทายพูดคุยกันคร่าวๆ คนอื่นๆ จึงทยอยมาจนครบ จำนวน 9 คน โดยทางผู้ดำเนินโครงการวางแผนทางการพูดคุยในโครงการนี้ให้มีบรรยากาศสบายๆ ไม่เครียด ส่วนหนึ่งเพราะเชื่อว่ากลุ่มคนรุ่นใหม่จะให้คำตอบที่จริง หากอยู่ในบรรยากาศที่เปิดกว้างไม่เป็นทางการ อีกส่วนหนึ่งนั่นคือไม่ต้องการให้รู้สึกว่าการโครงการเกี่ยวกับงานวิจัยนี้เป็นเรื่องเครียดและจริงจังจนน่าเบื่อการถามคำถามจึงจะสอดแทรกการพูดคุยแบบเป็นกันเอง มีการแนะนำความรู้ต่างๆ ไปจนถึงพูดคุยในเรื่องอื่นๆ ให้รู้สึกสนุกสนานไปตลอดการสนทนากลุ่มในครั้งนี้

คำถามแรกคือ เคยเห็นโปสเตอร์ใดๆ มาก่อนหรือไม่? ซึ่งส่วนใหญ่เคยเห็นผ่านตาไปจนถึงสนใจเป็นพิเศษ ส่วนใหญ่เห็นโปสเตอร์ภาพยนตร์, โฆษณาสินค้า และกิจกรรมอื่นๆ โดยส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า สื่อโปสเตอร์ยังคงเป็นสื่อที่น่าสนใจ ชอบดู ชอบอ่าน หากมีจุดที่น่าสนใจ ดึงดูดใจ เช่น ภาพประกอบ การพาดหัวด้วยข้อความแรงๆ สีเส้นหรือศิลปะที่สวยงามในโปสเตอร์ จากนั้นก็เริ่มเข้าสู่คำถามต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อที่โครงการได้ออกแบบไว้ นั่นก็คือ สมุดโน้ต

ทั้งหมดให้ความเห็นไปในแนวทางเดียวกันเกี่ยวกับรูปลักษณ์ของสมุดโน้ตว่า มีความสวยงามเรียบง่าย น่าสนใจ ไปจนถึงสีสันต่างๆ ที่น่าใช้งาน ส่วนที่น่าสนใจอย่างแรกเลยคือปกสมุด การออกแบบที่ไม่รกและมีเพียงรูปเดียววางไว้ทำให้สนใจอยากรู้ว่าคืออะไร และเมื่อเปิดเข้าไปดูภายในก็พบกับโปสเตอร์ซึ่งทั้งสีแบบก็น่าสนใจแตกต่างกันไป ด้วยความที่โปสเตอร์นั้นแสดงให้เห็นความคิดที่น่าสนใจของผู้ออกแบบ ผสมกับคำโปรยที่ใช้สามารถสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นได้ ทำให้ผู้ที่ได้รับแจกส่วนใหญ่จะสนใจ

เมื่อได้รับแจกสมุดโน้ตก็ดูรายละเอียดบนปกทั้งสี่เล่ม พลิกดูด้านในบ้าง แต่ทว่าเป็นการสนใจเพียงผ่านๆ ไม่ได้ลงลึกจนถึงขั้นอ่านรายละเอียดใดๆ มากนัก

เมื่อถามคำถามว่า “มีใครสนใจอ่านเนื้อหาด้านในบ้าง” คำตอบที่ได้คือมีสองคนที่ยกมือ และเมื่อตั้งคำถามว่าใครเปิดอ่านจริงๆ จังๆ แล้วบ้าง คำตอบที่ได้คือ ยังไม่มีใครเปิดอ่านอย่างจริงจังเลยเพราะสมุดโน้ตได้อยู่ในมือเพียง 6 วัน ได้รับมาตอนที่กำลังทำกิจกรรม และยังไม่ได้เริ่มเรียนจริงจัง หรือบางคนยังไม่ได้ใช้เพราะมีเล่มอื่นอยู่แล้ว แต่เมื่อถามถึงโอกาสที่จะได้อ่านหากมีเวลามากกว่านี้ ทุกคนตอบไปในทางเดียวกันว่า ได้อ่านแน่ๆ เพราะบางช่วงที่ว่าง หรือรอเพื่อน รอเรียน การมีอยู่ของสมุดโน้ตที่มีเนื้อหางานวิจัยแฝงอยู่เนี่ย น่าจะช่วยให้เวลาผ่านไปอย่างคุ้มค่าได้ ทางผู้ดำเนินโครงการจึงได้ถามเปรียบเทียบระหว่างการจัดทำโปสเตอร์เป็นแผ่นอย่างที่คุณเคย กับการที่จัดทำเป็นรูปแบบสมุดนี้ อย่างไหนน่าสนใจและน่าจะทำให้ได้รับข้อมูลมากกว่าทุกคนตอบเป็นเอกฉันท์ว่า คิดว่าสมุดโน้ตมากกว่า ความน่าสนใจของสมุดโน้ตนั้นมีมากกว่าโปสเตอร์อย่างชัดเจน และเป็นการเพิ่มโอกาสที่ได้รับรู้ข้อมูลต่างๆ อย่างละเอียดขึ้นทั้งนี้เพราะมีเวลาอยู่กับสมุดโน้ตนานกว่าโปสเตอร์ และคงได้ใช้ประโยชน์และต้องเปิดอ่านดูในสักวันเป็นแน่ ตรงที่สมุดโน้ตยังอยู่ในมือ

จากคำถามถึงการนำงานวิจัยอื่นๆ มาเผยแพร่ในรูปแบบสมุดโน้ตอีก จะให้ผลอย่างไรส่วนใหญ่ให้คำตอบว่าจะลดความน่าสนใจสำหรับตัวเองลงไปมาก แต่สำหรับคนที่ไม่เคยเห็นสมุดโน้ตทั้ง 4 เล่มนี้มาก่อน สมุดโน้ตน่าจะยังเป็นสิ่งที่น่าสนใจอยู่ เหมือนเช่นตอนที่ทุกคนได้รับก็รู้สึกสนใจ ทั้งนี้สิ่งสำคัญอีกอย่างนั้นก็ขึ้นอยู่กับเนื้อหาในสมุดโน้ตด้วยว่าเกี่ยวข้อง หรือมีเนื้อหาที่ใกล้ตัวมากน้อยเพียงใด เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจอย่างยิ่ง เช่นงานวิจัยทั้ง 4 เรื่องที่ได้จัดทำมานี้ งานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องวัสดุทดแทนซีเมนต์นั้นรู้สึกใกล้ตัวทุกคนมากที่สุดเพราะอาคารบ้านเรือนสิ่งก่อสร้างล้วนใช้ซีเมนต์ รองลงมาคือเรื่องอัลไซเมอร์ เนื่องจากบางคนมีคนในครอบครัวสูงอายุ จากนั้นก็เป็นเรื่องสารสกัดมังคุดในการสมานแผล และพาร์กินสันตามลำดับ

การสนทนากลุ่มเกี่ยวกับสมุดโน้ตในช่วงเวลาช่วงโง่งมเศษ ทำให้ได้ข้อมูลที่น่าสนใจหลายประการส่วนหนึ่งคือคำตอบของคำถามที่ผู้ดำเนินโครงการเชื่อเชิญให้ตอบ แต่สิ่งสำคัญอีกส่วนคือคำตอบที่ไม่ได้ถาม แต่ได้จากการพูดคุยสนทนา เช่น สมุดโน้ตน่าจะไม่มีเส้นบรรทัดในเล่ม จะดูดีมากกว่านี้ สามารถใช้ประโยชน์ในการวาดรูปได้ ดูแพงขึ้นหรือ น่าจะมีอะไรที่บอกตั้งแต่หน้าปก ว่าข้างในมีความรู้ที่สำคัญแทรกอยู่ อาจเพิ่มโอกาสให้อ่านได้ในทันที เป็นต้น ซึ่งการชวนคุยสบายๆ นี้ทำให้เข้าใจอารมณ์ความเป็นคนรุ่นใหม่ในยุคดิจิทัลนี้มากขึ้น และทำให้มองเห็นความยากลำบากในการที่จะคิดสื่อสารเพื่อนำเสนอเนื้อหาให้กับกลุ่มคนรุ่นใหม่ ยิ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับ “งานวิจัย” ที่ทั้งหมดคิดเห็นไปในทางเดียวกันว่า ดูเป็นเรื่องที่น่าเบื่อ

หลังจากการพูดคุยในเรื่องของสมุดโน้ตเสร็จสิ้น ผู้ดำเนินโครงการได้มีการกล่าวถึงโครงการประกวดการสร้างสื่อใหม่ในปีที่ผ่านมาของ สกว. เล็กน้อย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้ทราบความ

เป็นมาของสื่อใหม่ที่ทำให้ทีมจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ชนะเลิศ เพื่อสร้างความเข้าใจคร่าวๆ ไปจนถึงสร้างความสนใจให้อยากดูเล็กน้อย ก่อนจะเปิดภาพยนตร์อนิเมชันชุดสมาร์ทแมนให้ได้ชม

ตามที่คุณดำเนินโครงการได้วางแผนไว้ก็คือ เปิดตอนที่หนึ่งให้ได้รับชม จากนั้นก็พูดคุยกันเล็กน้อย ก่อนจะเปิดตอนที่สองและตอนที่สามต่อเนื่องกัน เพื่อวัดความรู้สึกของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มว่าสนใจในภาพรวมของภาพยนตร์อนิเมชันดังกล่าวมากน้อยเพียงใด ในส่วนนี้ทุกคนสนใจติดตามตอนต่อไปกันทั่วหน้า โดยอยากรู้ว่าเรื่องราวจะเป็นอย่างไรต่อ

ตอนที่สอง และสามถูกเปิดให้ดูต่อเนื่องกัน โดยที่หลังจากจบตอนที่สามได้มีข้อความขึ้นให้อ่านตามที่ได้วางแผนไว้ สิ่งที่ตอบกลับมาเกี่ยวกับวิธีการของภาพยนตร์อนิเมชันคือ ในส่วนของวิธีการนั้นหลายคนเคยเห็นเทคนิควิธีการนี้มาก่อนแล้ว แต่ก็เห็นว่าเป็นความลงตัวของวิธีการนำเสนอเนื้อหาสาระที่น่าสนใจและมีฝีมือดี ส่วนที่ไม่ชอบก็คือภาพที่นำเสนอเร็วเกินไปจนดูไม่ค่อยทัน สาเหตุเนื่องมาจากการวาดภาพที่ละส่วนจนเสร็จเป็นภาพสมบูรณ์ ทำให้กว่าจะประกอบครบเป็นภาพใช้เวลามาก ในเรื่องของเนื้อหา มีความเห็นว่าตอนที่หนึ่งดูน่าสนใจที่สุด ดูกลมกล่อมและทิ้งประเด็นไว้ให้ติดตาม ส่วนตอนที่สองและสามยาวเกินไป อีกทั้งไม่ได้มีประเด็นเสริมที่ทำให้เรื่องราวน่าสนใจมากขึ้น

เมื่อถามถึงจุดเด่นจุดด้อยของภาพยนตร์อนิเมชันส่วนหนึ่งคิดว่างานดูไม่เรียบร้อย โดยเฉพาะตอนที่ 2 และ 3 หรือรูปแบบการนำเสนอที่เคยเห็นมาทำให้ดูซ้ำกับงานอื่น แต่ส่วนใหญ่นั้นค่อนข้างสนุกไปกับการรับชมและยอมรับในมาตรฐานของผลงาน ที่สำคัญคือ สามารถรับรู้ถึงสาระสำคัญของงานวิจัยได้อย่างดี โดยส่วนใหญ่เข้าใจตรงกันว่า**มีวัสดุหนึ่งที่มีนักวิจัยคิดค้นได้ ซึ่งวัสดุที่ว่าสามารถทดแทนปูนซีเมนต์ที่เป็นตัวการทำให้โลกร้อนขึ้นได้จุดนี้ถือเป็นจุดสำคัญอย่างหนึ่งของสื่อภาพยนตร์อนิเมชันชุดนี้**ไม่เพียงเท่านั้นผู้เข้าร่วมสนทนาคณะหนึ่งยังเสนอว่า **ชอบเนื้อหาตอนที่สามที่จั่วจุด ถึงจะมีวัสดุดี แต่ถ้าไม่มีคนใช้ก็ไม่มีประโยชน์** นับเป็นคำตอบที่บอกให้รู้ว่าภาพยนตร์อนิเมชันชุดสมาร์ทแมนนี้ สามารถส่งมอบข้อความที่ต้องการจะบอกไปถึงผู้ชมบางคนได้โดยไม่ต้องรออ่านประโยคลงท้ายที่คุณดำเนินโครงการทิ้งท้ายไว้เนื่องจากภาพยนตร์อนิเมชันที่เปิดให้ชมในครั้งนี้ มีปัญหาเล็กน้อยในช่วงท้าย แทนที่ทุกคนจะได้อ่านข้อความอย่างละเอียด ข้อความกลับขึ้นเร็วจนอ่านไม่ทัน โดยเฉพาะประโยคสุดท้ายที่บางคนไม่ได้สนใจ แต่เมื่อคุณดำเนินโครงการได้อธิบายนัยยะเชิงเสียดสีให้ฟังอีกครั้ง ทุกคนก็ไม่ค่อยเข้าใจกับความหมายที่บอกเท่าไรนัก ดูเหมือนว่าการเขียนเป็นประโยคอาจสื่อสารไม่ได้กับคนรุ่นใหม่ได้ยากลำบากเสียแล้ว การเล่าด้วยภาพ บอกด้วยเสียง ดูจะเข้าถึงได้ง่ายและเรียกร้องความสนใจได้มากกว่า

สำหรับคำถามเรื่องความน่าเชื่อถือของข้อมูล จากเนื้อหาสาระของงานวิจัยที่ถูกนำเสนอออกมาในรูปแบบภาพยนตร์อนิเมชัน ที่มีลักษณะจำเพาะของสื่อที่มีรูปแบบในลักษณะเกินจริงนั้น ได้รับคำตอบที่น่าสนใจอยู่ไม่น้อย เพราะส่วนใหญ่ให้คำตอบว่า **ไม่ได้ลดความน่าเชื่อถือ ตรงกันข้ามคิดว่าน่าจะจริงมากกว่า เชื่อมากกว่าเพราะเอามาทำเป็นเรื่องเป็นราวได้กลับกลายเป็นว่าภาพยนตร์อนิเมชันที่ได้ชมเป็นการสร้างความเชื่อให้เกิดขึ้น เหตุผลเพราะความเกินจริงที่นำมาจากเรื่องจริง หรืออีกนัยก็คือคิดว่าผู้สร้าง**

ภาพยนตร์อนิเมชันต้องมีข้อมูลที่มากพอที่จะนำไปจินตนาการต่อยอดได้ และโดยรวมบอกว่าความเกินจริงที่เห็นนั้นอยู่ในรูปแบบของการ์ตูนทำให้เข้าใจได้ง่าย ทำให้น่าสนใจมากกว่าจะดำเนินเรื่องตามเหตุผลหรือเหตุการณ์จริงมีหนึ่งคนที่ไม่ค่อยเชื่อเท่าไรนักตอนที่ดูภาพยนตร์อนิเมชัน มาสะดุดใจตอนท้ายที่ขึ้นเครดิตว่าเรื่องราวนี้ได้แรงบันดาลใจมาจากงานวิจัย จึงทำให้เกิดความประหลาดใจ และสนใจใคร่รู้เกี่ยวกับข้อมูลวิจัยทั้งหมดมากขึ้น

ในกระบวนการทำการสนทนากลุ่มในครั้งนี้ มีคำถามจำนวนหนึ่งที่ถามถึงทัศนคติที่มีต่องานวิจัย ในภาพรวมของผู้สนทนากลุ่ม ซึ่งคำตอบที่ได้นั้นในมุมมองของคนรุ่นใหม่ทั้งหมด มองภาพของงานวิจัยเป็นเรื่องที่น่าเบื่อ เข้าถึงยาก ประกอบด้วยตัวหนังสือเป็นเล่มๆ และไม่รู้จัก สก. ว่าคืออะไร การปรับเปลี่ยนงานวิจัยให้อยู่ในรูปแบบของอนิเมชัน รวมไปถึงสมุดโน้ตที่ย่อยเนื้อหาลงมาให้ดูเป็นมิตรนั้นช่วยให้เกิดมุมมองที่เปลี่ยนไปแก่ผู้ที่ได้รับ อีกทั้งน่าจะช่วยให้เกิดการเผยแพร่บอกต่อกันได้ง่ายขึ้น อย่างเช่นอนิเมชันที่ได้เปิดให้ชม หลายคนก็ยินดีที่จะส่งต่อให้เพื่อนได้ดูหรือปั่นไว้ในโลกโซเชียล ดังตัวอย่างทัศนะเกี่ยวกับงานวิจัยของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในเนื้อหาบางส่วน อาทิ

พราว : พอได้เห็นว่างานวิจัยที่เราฟังว่ามันใหญ่ พอมันออกมาในรูปแบบของการย่อได้ขนาดนี้ ก็ทำให้รู้สึกน่าสนใจ ก็ทำให้อยากอ่านงานวิจัยอื่นๆ มากขึ้น แต่พอเราใช้คำว่างานวิจัยอาจจะดูหนักหน่วงในเรื่องข้อมูล ถ้าเกิดทำแบบนี้ก็ทำให้น่าสนใจ สำหรับพราวสนใจระดับหัวข้อ และอยากรู้ไว้ระดับความรู้

น้ำ : อันนี้คือจุดเริ่มต้นที่อยากทำเลย ตัวหนูเคยเรียนวิจัยมาก่อนมันจะ โหย...ไม่อยากเรียนอะ มันเหนื่อย แต่พอมาทอมนี้มีงานเรียนที่ต้องไปงานวิจัยที่น่าสนใจ ฉะนั้น จุดเริ่มต้นก็แบบสมุดนี้ พออ่านแล้วก็ใจจริงหรอเนี่ย จริงหรอ แล้วก็จะได้ไปอ่านต่อ

ไข่มุก : ที่ทำมาก็เป็นเหมือนการสรุปงานวิจัยให้คนอ่าน ถ้าเกิดเป็นอย่างนี้หมด...หนูอ่านได้ แต่ก็ไม่ได้คิดว่าจะอยากทำ ถ้าเป็นย่อแบบนี้อ่าน แต่มาเป็นตัวหนังสือเยอะ ไม่แต่ละเลย

และท้ายที่สุด การเลือกกลุ่มสนทนาที่เกี่ยวข้องกับงานด้านผลิตสื่อตามที่วางแผนไว้นั้นเป็นผลดีดังที่หวัง เพราะการได้นำสื่อรูปแบบใหม่ๆ ที่นำเสนอเนื้อหาที่เคยถูกมองว่าเคร่งเครียดอย่างงานวิจัยนั้นช่วยให้เปิดหูเปิดตาคนรุ่นใหม่เหล่านี้ได้ ซึ่งทางผู้ดำเนินโครงการก็ได้แต่แอบหวังไว้ว่าจะทำให้เกิดแรงบันดาลใจใดๆ ให้เกิดแก่กลุ่มเป้าหมายได้บ้าง ไม่มากก็น้อย



ภาพที่ 4.13 ภาพจัดการสนทนากลุ่ม ม.พระจอมเกล้าธนบุรี

การจัดสนทนากลุ่มครั้งที่สองที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม ซึ่งหากนับจากวันที่ได้ไปแจกสมุดโน้ตเวลาผ่านไปเกือบ 1 เดือน ซึ่งเป็นเวลาที่ทอดนานกว่าการจัดสนทนากลุ่มครั้งแรก

วันพุธที่ 14 กันยายน 2559 เวลา 13.00 น ระหว่างรอสมาชิกให้ได้ครบตามจำนวน ผู้ดำเนินโครงการได้เตรียมของว่างของแจก และพูดคุยกับผู้เข้าร่วมสนทนาที่มาก่อน โดยยังคงเน้นบรรยากาศสบายๆ สนทนาปราศรัยกันแบบชวนคุย สร้างความคุ้นเคยระหว่างการพูดคุยเพื่อช่วยให้ได้คำตอบที่มาจากทัศนคติที่เปิดกว้างอย่างแท้จริง

คำถามแรกคือ สื่อโปสเตอร์ยังน่าสนใจอยู่หรือไม่ในสายตาของแต่ละคน? คำตอบที่ได้ ส่วนใหญ่ยังคงมองสื่อโปสเตอร์ยังเป็นสื่อที่น่าสนใจอยู่สำหรับผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม โดยความสนใจของแต่ละคนนั้นกระจายไปตามองค์ประกอบต่างๆ เช่นส่วนใหญ่สนใจเรื่องภาพ บางคนสนใจสีสัน บางคนชอบอ่านการใช้คำหรือประโยคที่วางไว้บนโปสเตอร์และส่วนใหญ่ไม่ชอบให้มีตัวหนังสือมากเกินไป

ต่อคำถามความรู้สึกที่มีต่อสมุดโน้ตนั้น การได้รับสมุดโน้ตเป็นเรื่องที่สร้างความแปลกใจให้แก่ทุกคน และรูปลักษณ์ของสมุดโน้ตก็ชวนให้รู้สึกดี ยิ่งเป็นของฟรียิ่งน่าเก็บไว้ ทุกคนตอบคล้ายกันคือสนใจปก จากนั้นก็เปิดดูคร่าวๆ มีคนที่อ่านเนื้อหาอยู่สองคน บางคนเปิดดูแล้วไม่ใช่เรื่องที่สนใจจึงเก็บ ส่วนคนอื่นๆ นั้นพลิกไปพลิกมาแล้วเก็บไว้ยังไม่ได้เปิดดูอีกถือได้ว่าเป็นความแตกต่างที่น่าสนใจที่ผันแปรระหว่างระยะเวลากับการเปิดอ่านพอสมควร ระยะเวลากว่า 3 สัปดาห์ สร้างโอกาสให้มีผู้ได้เปิดอ่านเพิ่มขึ้นกว่ากลุ่มตัวอย่างแรกที่ให้เวลาเพียงหนึ่งสัปดาห์พอสมควร

ปกที่ได้รับความนิยมมากที่สุดนั้นคือภาพลูกโลก งานวิจัยเกี่ยวกับวัสดุทดแทนซีเมนต์ รองลงมาคือมังคุด ที่มาจากงานวิจัยสารสกัดจากมังคุดเพื่อสมานแผล ซึ่งปกนี้เป็นผลงานของรุ่นพี่จากมหาวิทยาลัยศรี

ปทุม โดยคนที่เปิดดูให้คำตอบว่าสิ่งที่น่าสนใจในโปสเตอร์ก็คือการเอาผลมังคุดไปวางไว้ในตู้ยา ทำให้เกิดความน่าสนใจจนต้องอ่านรายละเอียดและรู้ว่าเป็นผลงานรุ่นพี่ แต่ถึงแม้ว่าจะเปิดอ่านข้อมูลภายในเล่ม สองคนที่ได้อ่านก็เปิดไปที่หน้าอินโฟกราฟิกดังนั้นจึงยังไม่มีใครได้อ่านข้อมูลขนาดยาวในส่วนหลัง ซึ่งไม่ใช่เรื่องที่น่าแปลกใจอะไรมากนักเมื่อเทียบกับกลุ่มมหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรีที่ไม่ได้เปิดอ่านเลย และจากการสอบถามว่าในอนาคตมีโอกาสที่จะเปิดอ่านหรือไม่ แทบทุกคนยืนยันว่าถ้าได้ใช้สมุดโน้ตอยู่ต้องได้อ่านแน่ๆ มีเพียงคนเดียวที่ปฏิเสธการอ่าน โดยให้เหตุผลว่า หากมีเวลาว่างชอบที่จะวาดรูปหรือขีดเขียนมากกว่าการอ่าน

จากการชวนพูดคุยสนทนากลุ่มแบบเป็นกันเองสิ่งหนึ่งที่สังเกตเห็นคือทุกคนมองสื่อสมุดโน้ตที่อยู่ในมือในทางบวก ดีใจและรู้สึกดีที่ได้รับ แต่ติดปัญหาเล็กน้อยตรงที่เป็นสื่อใหม่ ซึ่งว่ากันตามตรงถึงวิธีการใช้งานแล้วนั้น สมุดโน้ต มีไว้เพื่อเขียนไม่ใช่เพื่ออ่าน หลายคนจึงไม่คาดคิดว่าจะมีข้อมูลที่น่าสนใจอะไรแฝงอยู่ ดังเช่นคำตอบของหนึ่งในกลุ่มสนทนาที่กล่าวว่า

มิว : อย่างเพื่อนที่ได้รับไปส่วนมากก็ไม่มีใครอ่าน ยังไม่มีใครเอะว่าสมุดที่ได้มามันคืออะไร บางคนไม่สนใจ คิดว่ามันเป็นข้อได้ สมุดมันก็คือสมุด คิดว่าเอาไว้ใช้อะไร เอาไว้เขียน เหมือนเราชินว่าฮาวทูก็อยู่ในนิตยสาร ไม่ได้คิดว่าสมุดมันจะต้องมีเกร็ดความรู้แน่เลย

ดังนั้นจึงเกิดปัญหาการมองข้ามที่จะเปิดอ่านข้อมูลไป ทำให้รู้จุดอ่อนของสื่อในรูปแบบสมุดโน้ต หรือการจะคิดทำสื่ออื่นๆ ที่ใหม่กว่าประสบการณ์เดิมของผู้รับที่เคยรับรู้ จำเป็นจะต้องเสริมข้อมูลบางอย่างเข้าไปเพื่อใช้ประกอบการรับรู้ได้ดีขึ้น ทั้งนี้เมื่อพูดคุยและบอกเล่าข้อมูลให้จนมากพอ คำตอบของคำถามที่ว่า สื่อสมุดโน้ตที่ปรับเปลี่ยนมาจากโปสเตอร์นี้ เหมาะกับคนรุ่นใหม่หรือไม่ ทุกคนต่างเห็นด้วย ยิ่งถ้าเทียบกับโปสเตอร์ธรรมดาทั่วไป สมุดโน้ต ในฐานะของสื่อเพื่อเผยแพร่งานวิจัยนั้นน่าสนใจกว่ามาก แถมยังมีประโยชน์ในการใช้งาน อีกทั้งยังอ่านซ้ำได้บ่อยเท่าที่ต้องการ เพราะถือเอาไว้ตลอด

เช่นเดียวกับการสนทนากลุ่มครั้งแรก ก่อนจะเปิดภาพยนตร์

อนิเมชันให้ชม ผู้ดำเนินโครงการได้มีการให้ข้อมูลคร่าวๆ และให้ดูเพียงตอนแรกก่อนเพื่อวัดความน่าสนใจ ซึ่งผลที่ได้ก็เป็นไปในทางเดียวกัน คือสามารถในตอนแรกสามารถเรียกร้องให้ผู้ชมอยากติดตามตอนต่อไปได้อย่างดี ทั้งยังบอกว่าจะกดไลค์กดแชร์ถ้าหากอยู่ในเครือข่ายออนไลน์ จากนั้น จึงเปิดตอนที่ 2 และ 3 ให้ได้รับชม ในการเปิดภาพยนตร์อนิเมชันครั้งนี้ได้มีการปรับเปลี่ยนเครดิตตอนท้ายให้ชัดเจน เน้นให้อ่านได้มากขึ้น ทันทีที่ทุกคนดูจบ เสียงส่วนใหญ่ล้วนชื่นชอบภาพยนตร์อนิเมชันชุดสมาร์ทแมนนี้ นอกจากจะชอบวิธีการนำเสนอแล้ว ในด้านเนื้อหาก็มีหลายคนถูกใจ การนำภาพยนตร์อนิเมชันมาเล่าเรื่องราวที่มาจากงานวิจัยทำให้เด็กดูก็ได้ผู้ใหญ่ดูก็ดี เรื่องราวไม่ซับซ้อนแต่ไม่ได้ราบเรียบ มีเหตุการณ์หลายอย่างที่เกิดขึ้นไม่ถึงว่าจะมีอยู่ ทำให้อยากติดตามจนถึงตอนจบ และถึงแม้ว่าเทคนิคการวาดภาพเป็นภาพยนตร์อนิเมชัน

แบบนี้จะไม่ใช่วิธีการแปลกใหม่ ทว่าการนำมาใช้แล้วเหมาะกับเนื้อเรื่องก็ส่งให้เกิดความน่าสนใจได้ส่วนที่มีคำหนักแน่นก็คือ มีบางช่วงที่เร็วไปจนดูไม่ทันและลายเส้นในตอนที่ 2 และ 3 ดูไม่ค่อยเรียบร้อย

“รู้กันอยู่ว่าภาพยนตร์อนิเมชันจะต้องมีความเกินจริง” , “ถ้าไม่ทำแบบนี้ก็ไม่มีคนสนใจ” คือคำตอบเมื่อถามถึงความน่าเชื่อถือหรือความสมเหตุสมผล โดยรวมแล้วผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนาเข้าใจถึงความเป็นการ์ตูน ว่าจะต้องมีความเกินจริงอยู่บ้าง ข้อมูลเนื้อหาอาจจะถูกเสริมเติมแต่ง ตัดทอน หรือดัดแปลงให้เหมาะสมเป็นเรื่องราวที่สามารถใช้วิจารณ์ญาณแยกแยะได้ประกอบกับเมื่อจบตอนที่สาม มีเครดิตขึ้นมาเสริมยิ่งทำให้เชื่อถือมากขึ้น อีกทั้งยังกระตุ้นให้เกิดความสนใจที่จะไปค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องที่น่าเสนอคล้ายกับเมื่อภาพยนตร์จบแล้วมีรายชื่อผู้เกี่ยวข้องขึ้น สามารถนำไปค้นหาและติดตามผลงานต่อได้ ตรงจุดนี้นั้นตรงกับเจตนาของผู้ดำเนินโครงการที่ใส่เครดิตไว้เพื่อให้เกิดการรับรู้ถึงการแปลงงานวิจัยยากๆ ให้มาเป็นสิ่งที่ย่อยง่ายสำหรับคนรุ่นใหม่ แต่ขณะเดียวกันก็ยังหลงเหลือความคิดบางอย่างให้ได้นำไปขบคิดค้นคว้า ต่อยอดสิ่งที่ได้รับไปในอนาคต

ในส่วนเครดิตตอนท้ายนี้ยังมีข้อเสนอที่น่าสนใจจากกลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาก็คือ น่าจะทำให้เป็นการดูไปด้วย อย่างเช่นนำเสนอภาพนิ่งประกอบเพื่อความน่าสนใจ หรือเป็นอนิเมชันสั้นๆ ส่งท้ายเพื่อให้เกิดความอยากอ่าน ดูเหมือนว่ายุคสมัยของคนรุ่นใหม่ ตัวหนังสือบนพื้นสีดำว่างๆ ไม่สามารถเรียกร้องความสนใจให้ใครรู้ได้อีกแล้ว ยิ่งเป็นการอ่านยิ่งต้องเติมลูกเล่นต่างๆ เข้าไป เพื่อสร้างความน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา

คำว่า “งานวิจัย” สำหรับกลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาครั้งนี้ ให้คำตอบไม่ต่างจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มแรกมากนักคือ ความน่าเบื่อ, ตัวหนังสือมากมาย เรื่องราวแสนยาก แค่นี้ก็ปวดหัว สิ่งเหล่านี้สร้างให้เกิดความห่างเหินระหว่างคนรุ่นใหม่กับเรื่องของงานวิจัย แต่นั่น...คือความรู้สึกก่อนที่ทุกคนในวงสนทนาจะรับรู้เกี่ยวกับสมุดโน้ตและก่อนที่จะได้รับชมภาพยนตร์อนิเมชัน

แน่นอนว่าผลที่ได้จากการพูดคุยกับคนเพียงไม่กี่คนอาจไม่ใช่ข้อได้ชัดได้อย่างชัดเจนว่าสื่อที่จะประสบความสำเร็จหรือไม่ จะสามารถเปลี่ยนความคิดให้คนหันมาสนใจงานวิจัยได้ ทุกคนจะรู้จักว่า สกว. คือใครทำอะไร การจะไปถึงจุดนั้นได้ต้องคงอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง แต่ทว่าหลังจากการพูดคุยจบลงคำตอบของผู้เข้าร่วมสนทนาที่มองงานวิจัยในแง่ดีขึ้น การยอมรับข้อมูลถึงจะเป็นบางส่วน หรือการสนใจอยากค้นคว้างานวิจัยขึ้นมาบ้างก็ทำให้พอจะมองเห็นแสงสว่างเล็กๆ ที่จะนำทางผู้คนออกมาจากอคติที่มีต่องานวิจัยได้



ภาพที่ 4.14 ภาพจัดการสนทนากลุ่ม ม.ศรีปทุม

การเผยแพร่สื่อในช่องทางอื่น ๆ

จากการประมวลผลตอบกลับจากการเผยแพร่สื่ออนิเมชันในช่องทางอื่น ๆ เพื่อตรวจสอบซ้ำในด้านความเห็นจากผลของการโฟกัสกรุ๊ป ได้ผลดังนี้

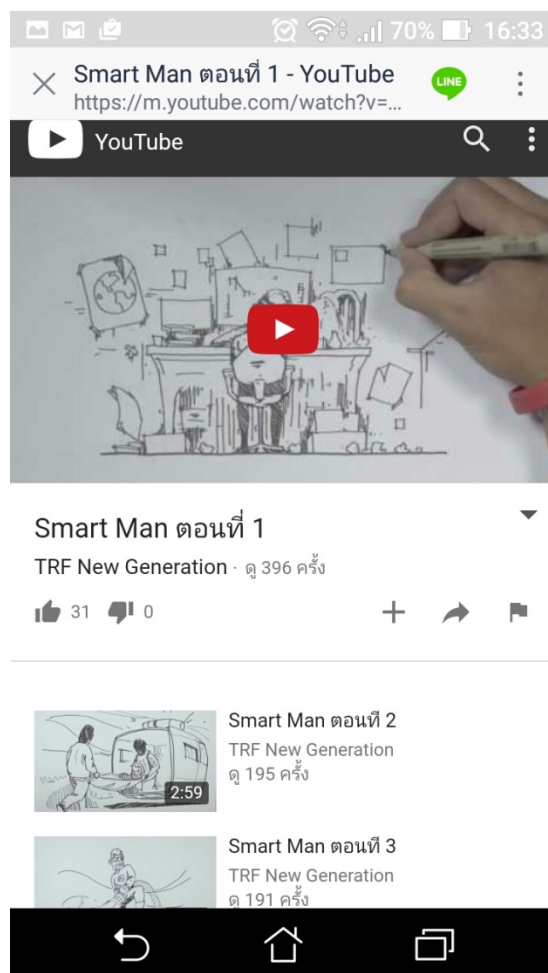
1. การเผยแพร่ในสถาบันการศึกษา เนื่องจากกระบวนการผลิตภาพยนตร์อนิเมชัน จำนวน 2 ตอนที่ได้จัดทำเพิ่มขึ้น เสร็จสมบูรณ์ในช่วงที่คาบเกี่ยวกับโครงการวิจัย “การประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่” สัญญาเลขที่ RUG5990017 โดยมี ผศ.ดร.อมรรักษ์ เจริญโชติธรรม เป็นหัวหน้าโครงการฯ ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่องจากโครงการเดิม โดยมีการจัดกิจกรรมสัญจรสู่ภาค (5 สถาบัน) จำนวน 5 ครั้ง เพื่อสร้างความเข้าใจและเชิญชวนให้นักศึกษาที่สนใจโครงการฯ เข้าร่วมประกวดผลงานเป็นปีที่ 2 ดังนั้น จึงเป็นโอกาสที่ดีในการนำผลงานที่ได้รับรางวัลจากโครงการแรกนำไปเผยแพร่ในกิจกรรมนี้ นอกเหนือจากความสนใจในสมุดโน้ตแล้ว สื่ออนิเมชันทั้ง 3 ตอน ก็ถูกนำไปใช้ในการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้ง 5 สถาบัน สถาบันละประมาณ 150 คน ซึ่งได้รับผลตอบรับในเชิงบวกจากทุกแห่ง กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ชื่นชอบสื่ออนิเมชัน เพราะนอกเหนือจากการเป็นสื่อใหม่ที่เป็นตัวอย่างที่ดีในการสื่อสารงานวิจัยแล้ว รูปแบบและเนื้อหายังมีความลงตัวในด้านการสร้างความเข้าใจในสาระของงานวิจัยได้มากกว่าที่หลาย ๆ คนคาดไว้

2. การเผยแพร่ในเว็บไซต์และโซเชียลเน็ตเวิร์ค จากการนำผลงานภาพยนตร์อนิเมชันทั้ง 3 ตอนเผยแพร่ไปในโซเชียลเน็ตเวิร์คเป็นเวลา 1 สัปดาห์ มีผู้เข้าชมจำนวน 396 ครั้ง กดไลค์ 31 ครั้ง โดยความเห็นส่วนใหญ่ที่ตอบกลับมา โดยสรุปคือ เป็นสื่อที่สร้างความแปลกใจกับการส่งผ่านข้อมูลเชิงวิชาการที่เป็นสาระหนัก ๆ ผ่านสื่อที่ดูเพลิน ๆ ได้ อาทิเช่น

“เจ๋งอะ ปู๊นแบบนี้มีขายแล้วหรือยัง”

“สารถะขนาดนี้ ทำเป็นสื่อบแบบนี้ได้ด้วย ชอบ”

“ดูง่ายดี รู้เลยว่ามี่ปู๊นชนิดใหม่เกิดขึ้น แต่ไม่รู้รายละเอียด มีขายแล้วหรือยัง”



ภาพที่ 4.15 ภาพผลงานอนิเมชันใน You Tube

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากการดำเนินโครงการการต่อยอดผลงานประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งเสร็จสิ้น ผู้ดำเนินโครงการได้พยายามคิดวางแผนการที่จะนำคำตอบที่อยากรู้ออกมาจากกลุ่มเป้าหมายให้ได้ซึ่งในระหว่างที่ดำเนินการนั้นต้องปรับเปลี่ยนรายละเอียดการดำเนินการอยู่บ้างเมื่อเจอปัญหา ขณะที่การสนทนากลุ่มได้รับคำตอบที่น่าสนใจอยู่หลายประเด็น และทุกครั้งก็จะถูกนำมาปรับใช้เพื่อได้ประโยชน์จากการดำเนินการในขั้นตอนต่อเนื่องต่อไป โดยสามารถสรุปผลของการดำเนินงานและข้อเสนอแนะแยกออกเป็นสองสื่อได้ดังนี้

1. สื่อสมุดโน้ต (โปสเตอร์)

หลังจากดำเนินงานโครงการฯเสร็จสิ้น คำตอบที่ได้ก็นั้นชัดเจนมากกว่า แม้สื่อโปสเตอร์ยังคงเป็นสื่อที่สามารถสร้างผลกระทบต่อกกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับหนึ่งก็ตาม แต่การปรับเปลี่ยนสื่อโปสเตอร์ให้อยู่ในรูปแบบของสมุดโน้ตนั้นมีความคุ้มค่า คู่มือราคา และเพิ่มโอกาสในการรับรู้ข้อมูลมากขึ้น แม้จะไม่สามารถกำหนดความชัดเจนในด้านเวลาที่กลุ่มผู้รับสารจะเปิดรับสื่อก็ตาม แต่ก็สามารถสร้างโอกาสที่เอื้อให้กลุ่มเป้าหมายหันมาสนใจเนื้อหางานวิจัยได้ตราบดีที่ตัวสื่อยังคงอยู่กับผู้รับสาร

จุดเด่นของสมุดโน้ตนั้นคือรูปลักษณ์โดยรวม ปกออกแบบได้น่าสนใจ, โปสเตอร์สร้างผลกระทบในการรับรู้ได้ดี, ข้อมูลในเล่มไม่มากจนเกินไป แต่สิ่งทั้งหลายเหล่านี้จะมีประโยชน์หรือไม่ ขึ้นอยู่กับความสนใจเฉพาะของแต่ละบุคคลด้วย เพราะในวัยของกลุ่มเป้าหมายนี้ มีหลากหลายเรื่องที่ดึงดูดมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเรียน เรื่องส่วนตัว เพื่อน หรือเทคโนโลยีที่แสนรวดเร็ว ต่างพากันยึดจุดดึงดูดความสนใจของคนรุ่นใหม่ไปคนละทิศละทาง การเลือกเนื้อหาที่จะนำเสนอจึงต้องเป็นเรื่องที่มีแนวโน้มเป็นที่สนใจของคนรุ่นใหม่ด้วยอย่างน้อยก็ในช่วงแรกเริ่ม เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติคนกลุ่มนี้ ไม่เช่นนั้นโอกาสที่จะโน้มน้าวให้เกิดการเรียนรู้งานวิจัยก็ดูเป็นเรื่องไม่ง่ายเลย

ประเด็นที่น่าสนใจที่นอกเหนือจากการคาดคิดก็คือ แม้ว่าการใส่เกร็ดความรู้หรือเนื้อหาบางอย่างแทรกลงไปนในสมุดโน้ตนั้นอาจไม่ใช่เรื่องใหม่ เพราะสมุดโน้ตบางเล่มก็มีสูตรคูณเอาไว้ให้ใช้ บางเล่มมีประวัติความเป็นมาของผู้จัดทำ แต่ตามความเข้าใจของผู้ใช้ สมุดโน้ตยังคงมีไว้เขียน ไม่ได้มีไว้อ่าน ดังนั้นหากจะทำสื่อสมุดโน้ตเพื่อเผยแพร่งานวิจัยเรื่องต่อไป ควรให้ข้อมูลน่าร้องจากปกอย่างเพียงพอต่อความเข้าใจ ไม่เช่นนั้นหลายคนอาจมองว่าเป็นสมุดโน้ตธรรมดาทั่วไปเท่านั้น และหากกังวลว่าการทำสื่อซ้ำๆ เดิมนั้นจะทำให้ผู้รับรู้สีกเฉยๆ ...นั่นก็เป็นความจริงบางส่วน เพราะสื่อที่เคยแปลกใหม่อาจจะกลายเป็น

เรื่องธรรมดาในไม่ช้า สิ่งที่เคยตื่นตาก็จะกลายเป็นคุ้นชิน แต่ทว่าหากมองในแง่ของความรู้สึกและประโยชน์ใช้สอยแล้ว สื่อสมุดโน้ตจะยังคงเป็นที่ต้องการและอยากได้อยู่เสมอ

ดังนั้นสื่อรูปแบบสมุดโน้ตนี้ ควรจะนำไปแจกแก่ผู้ที่ไม่เคยเห็นมาก่อน พร้อมกับให้ข้อมูลประกอบตั้งแต่หน้าปก น่าจะเป็นการสร้างให้เกิดการรับรู้แก่ผู้รับได้มากที่สุด กล่าวคือตัวสมุดโน้ตจะสร้างให้เกิดความสนใจอยากรู้ จากนั้นก็จะเปิดรับข้อมูล ตามด้วยความรู้สึที่ดีกับงานวิจัยเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งรู้จักองค์กรสกว. ไปพร้อมกัน และที่สำคัญที่สุดคือการที่กลุ่มเป้าหมายได้เปิดประตูรับบางส่วนของงานวิจัยโดยความเต็มใจผ่านสมุดโน้ตไปนั่นเอง

สรุป

สื่อสมุดโน้ต รวมไปถึงสื่อโปสเตอร์ มีความเหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ในมุมมองของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม โดยสื่อในรูปแบบสมุดโน้ตสามารถสร้างความสนใจ คุ้มค่า, โดดเด่นในการออกแบบรูปเล่มและกระบวนการจัดสรรใช้พื้นที่ในการจัดวางเนื้อหา, โปสเตอร์กระชับใจ, ให้ข้อมูลที่มากพอสมควร และมีโอกาสได้เปิดอ่านข้อมูลได้มากกว่าโปสเตอร์แต่ควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสมุดโน้ตเพิ่มและชัดเจนมากขึ้น โดยระบุถึงการเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยตั้งแต่หน้าปก บอกที่มาของผู้แจกจ่าย และแนะนำหรือชักจูงว่ามีข้อมูลความรู้ที่น่าสนใจอยู่ภายในเล่ม ไม่เช่นนั้นผู้รับสมุดโน้ตจำนวนหนึ่งจะเข้าใจว่าเป็นสมุดที่เอาไว้งานเพียงอย่างเดียว และอาจขาดความใส่ใจในการรับสารไปได้

2. สื่อภาพยนตร์อนิเมชัน

ในด้านเทคนิคการสร้างนั้น ภาพยนตร์อนิเมชัน ชุตสมาร์ทแมน ไม่ได้สร้างความแปลกตาตื่นใจให้แก่ผู้ชมมากนัก อาจเพราะเคยเห็นเทคนิคการสร้างคล้ายกันนี้ในผลงานอื่นมาก่อน แต่ในความไม่ตื่นตานั้นก็มีเสน่ห์ เพราะเป็นจุดให้เกิดการเบนความสนใจติดตามในส่วนเนื้อหามากขึ้น คล้ายกับว่า ได้เห็นงานในเทคนิคที่เคยดูในเนื้อหาใหม่

โดยภาพยนตร์อนิเมชัน ชุตสมาร์ทแมนนี้น่าสนใจที่สุดในตอนแรก ส่วนตอนที่สองและสามนั้นทำให้ผู้ชมรู้สึกว่เนื้อหายืดยาวเกินไป เนื่องจากไม่มีการเพิ่มปมประเด็น หรือสาระใหม่ลงไป แต่ทุกคนที่ได้ชมก็รู้สึกไปในทางบวกเกือบทั้งหมด

ในด้านเนื้อหา สารที่สำคัญถูกส่งไปถึงผู้รับได้ โดยมีความเข้าใจที่เหมือนกันคือ มีวัสดุอย่างหนึ่งที่ค้นพบจากการวิจัย (ทุกคนจำชื่อไม่ได้) เป็นส่วนผสมที่ใช้แทนซีเมนต์ได้และยังสามารถช่วยลดภาวะโลกร้อนได้อีก ยิ่งไปกว่านั้นยังมีบางคนที่สามารถความเข้าใจในแง่มุมเสียดสีที่เชื่อมโยงถึงการไม่สนใจงานวิจัยที่ตัวละครในเรื่องคิดค้นขึ้นกับเรื่องจริงที่มีเพียงคนส่วนน้อยที่สนใจงานวิจัย แม้ว่าส่วนหนึ่งจะรู้สึกว่เรื่องราวยืดยาวไปนิด แต่ทุกคนก็รู้สึกดีและชื่นชมผลงานสื่อภาพยนตร์อนิเมชันชุดนี้

ในเรื่องของความน่าเชื่อถือของงานวิจัยที่นำมาเป็นข้อมูลในการนำเสนอ นั้น ทั้งหมดยืนยันว่า สามารถเข้าใจได้ว่าจุดไหนจริงจุดไหนเกินจริง อีกทั้งยังคิดว่าถ้านำเสนอแบบจริงจังคงไม่น่าสนใจ การ์ตูน ควรจะมีอะไรเกินจริงเพื่อสร้างสีสันให้น่าติดตาม ตัวละครทั้งดีและร้ายนั้นออกแบบมาดี เข้าใจง่าย เชื่อมโยงไปถึงสิ่งที่มีอยู่จริง ตามประสบการณ์ร่วมของผู้ชมแต่ละคน เช่น คาร์บอนแมนเป็นตัวร้ายที่ทำลายโลก การปลูกต้นไม้ทำให้พลังของคาร์บอนแมนลดลงได้ สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดความสนใจใคร่ติดตาม จนกระทั่งเมื่อตอนที่สามจบลงและเห็นตัวหนังสือที่บอกว่าได้แรงบันดาลใจมาจากงานวิจัย ยิ่งทำให้ผู้ชมรู้สึกเชื่อเพิ่มมากขึ้นอีก และยังนำพาให้เกิดความอยากรู้เกี่ยวกับงานวิจัยเพิ่มมากขึ้นด้วย

จากการประมวลผลตอบกลับจากการเผยแพร่สื่อออนไลน์ในช่องทางอื่น ๆ เช่น การเผยแพร่ในสถาบันการศึกษา หรือการเผยแพร่ในเว็บไซต์และโซเชียลเน็ตเวิร์ค เพื่อตรวจสอบซ้ำในด้านความเห็นจาก ผลของการโฟกัสกรุ๊ป ก็ได้ผลไปในทิศทางเดียวกันกับการสนทนากลุ่ม โดยหากมองที่ตัวสื่อภาพยนตร์อนิเมชัน อาจจะไม่ใช่เป็นสื่อใหม่อะไรมากนัก แต่หากปรับเปลี่ยนให้เป็นไวรัลคลิปหรือกระตุ้นให้เกิดการส่งต่อในกลุ่มเป้าหมายได้ ก็ถือว่าเป็นสื่อใหม่รูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจซึ่งอนิเมชันสามารถทำแบบนี้ ก็เอาชนะใจผู้ชมคนรุ่นใหม่ได้ทว่าทันทันในแง่ที่ให้ทั้งความสนุกสนานผสมไปกับสาระความรู้ สร้างความคิดที่ว่าส่งต่อให้ใครก็ได้ดูเพลิน บันให้ใครก็ได้ความรู้ และนั่นเองที่เป็นความลงตัวของสื่อภาพยนตร์อนิเมชันชุดนี้ คือ มีวิธีการที่น่าสนใจ นำเสนอเรื่องราวสนุกสนาน อาจจะเกินจริงบ้าง ให้พอมีสีสัน แล้วแฝงไว้ด้วยสาระความรู้ในปริมาณที่พอดีควบคู่ไปกับเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ ในสัดส่วนที่เหมาะสม ลงตัวพอดี

จากการที่โครงการได้นำสื่อสองชนิดมาเป็นเครื่องมือในการหาคำตอบว่าเหมาะกับคนรุ่นใหม่หรือไม่ ผู้เข้าร่วมสนทนาทั้งสองกลุ่มได้ สามารถสรุปได้ว่า **มีความเหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ทั้งสองสื่อ** แม้ว่าคำตอบที่ได้จากกลุ่มสนทนานั้นอาจจะไม่ใช่การยืนยันแน่นอนว่าจะต้องเป็นไปตามที่กล่าวอย่างแน่นอนแต่ก็เป็นการแสดงให้เห็นว่า หากมีวิธีการหรือแนวทางที่เหมาะสมในการนำงานวิจัยของ สกว. มาสร้างสรรค์เป็นสื่อรูปแบบใหม่ๆ ก็มีความเป็นไปได้อยู่มากที่คนรุ่นใหม่จะเปิดใจรับ เกิดความสนใจจะไปค้นหา อยากนำงานวิจัยไปต่อยอด หรืออาจจะกลายเป็นนักวิจัยได้ในสักวันหนึ่ง สิ่งสำคัญคือ วิธีการต้องน่าสนใจ คุณภาพงานต้องดี และเนื้อหาต้องพอเหมาะพอดีซึ่งความพอดีนี้หมายถึงปริมาณเหมาะสมและเนื้อหาต้องโดนใจ

การที่โครงการได้ทดลองนำเนื้อหางานวิจัยสื่อสารไปในสื่อรูปแบบใหม่ในครั้งนี้ สามารถสรุปสิ่งที่ค้นพบก็คือ **ไม่ว่าภาพจำของคำว่างงานวิจัยจะดูน่าเบื่อเพียงใด แต่ถ้ารู้จักนำเสนออย่างเหมาะสมแล้ว ย่อมสามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจใคร่รู้ได้ในคนทุกกลุ่ม**

สรุป

สื่อภาพยนตร์อนิเมชัน เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ในมุมมองของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม เหตุผลเพราะวิธีการนำเสนอ เรื่องราวน่าติดตาม เนื้อหาไม่หนักเกินไป และทำให้อยากรู้ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยนั้น

เพิ่มขึ้น อีกทั้งมีแนวโน้มที่จะส่งต่อให้เพื่อนดู เพราะดูสนุก ตื่นตาไปกับเทคนิคที่ใช้และมีประโยชน์กับเรื่องที่ไม่เคยได้รับรู้มาก่อน

การอภิปรายผลการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานโครงการนั้นได้วางเอาไว้ 3 ประการหลัก ดังนี้

1. เพื่อนำผลงานของทีมประกวดในรอบสุดท้ายมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดสื่อรูปแบบอื่นๆ เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่
2. เพื่อสร้างประสิทธิผลด้านผลกระทบ(Impact) ของสื่อสร้างสรรค์ให้มีต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม
3. เพื่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ในการร่วมสร้างสรรค์และผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย

การดำเนินโครงการนั้นจึงได้ยึดจุดประสงค์ทั้งสามข้อนี้เป็นหลักตั้งแต่เริ่มต้นการดำเนินงาน ดังจะเห็นได้จากการการคิดพัฒนาให้สื่อรูปแบบเดิมอย่างโปสเตอร์ ที่ถึงแม้จะได้รับรางวัลการประกวดและเป็นสื่อที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ให้กลายมาเป็นสื่อในรูปแบบสมุด ซึ่งสอดคล้องกับจุดประสงค์ทุกข้อของงานวิจัย ทั้งการพัฒนาต่อยอดให้เกิดเป็นสื่อรูปแบบใหม่เพื่อนำเสนองานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่ จากนั้นก็สร้างผลกระทบของสื่อให้เกิดแก่กลุ่มเป้าหมายในแง่ของความแปลกใหม่ โดยสื่อที่ได้สามารถใช้งานได้ไปพร้อมๆ กับมีข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยให้ศึกษา และสุดท้ายคือการดึงให้คนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการคิดสร้างสรรค์และผลิตสื่อได้โดยใช้สื่อสมุดที่อยู่ในมือนั้น เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงพลังความคิดสร้างสรรค์ ที่สามารถเปลี่ยนเรื่องราวของงานวิจัยให้กลายมาเป็นสื่อที่น่าสนใจได้

เช่นเดียวกับภาพยนตร์อนิเมชั่นที่ต่อยอดจากผลงานของผู้ได้รับรางวัลชนะเลิศจากโครงการประกวด ได้กลายมาเป็นไวรัลคลิปสำหรับส่งต่อ อีกทั้งประเด็นที่ว่าความเหนือจริงของเนื้อเรื่อนั้นจะมีผลต่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัยหรือไม่ก็ได้รับคำตอบไปในทางที่ดี จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) พบว่าเรื่องราวที่เกินจริงไปบ้างนั้นจะช่วยให้เกิดความสนใจในตัวงานวิจัยเพิ่มมากขึ้น และด้วยความเป็นการ์ตูนนั้นก็ทำให้เกิดความสนุกสนานน่าติดตามยิ่งขึ้นไปอีก ซึ่งผลที่ได้ น่าจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างสรรค์สื่ออื่นๆ เพื่อเผยแพร่งานวิจัยได้ในอนาคต

อีกสิ่งหนึ่งที่น่าสนใจที่ได้ค้นพบหลังจากการดำเนินโครงการนี้เสร็จสิ้นก็คือเดิมทีคำว่า งานวิจัย ในสายตาของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งสองแห่งนั้นเป็นไปในแนวทางเดียวกันก็คือ ในด้านลบ เช่นเป็นเรื่องยาก, เนื้อหาเยอะ, น่าเบื่อ หรือเป็นเรื่องเฉพาะกลุ่มที่เป็นนักวิชาการ

แต่หลังจากที่ได้นำสื่อทั้งสองเข้าไปให้ได้รับรู้ ภาพลักษณ์ในด้านลบเริ่มที่จะลดน้อยลง เกิดมุมมองใหม่เกี่ยวกับงานวิจัย ว่าก็สนุกได้ น่าเรียนรู้ หรือตื่นเต้นกับสิ่งใหม่ๆ ที่ได้รู้ซึ่งเป็นการบอกว่าคนรุ่นใหม่

ใหม่นั้นไม่ได้ปิดกั้นความคิดหรือตัดความสนใจจากงานวิจัย หากแต่ต้องมีกลวิธีในการนำเสนอให้เหมาะสม

ดังนั้นโอกาสที่จะนำเสนองานวิจัยให้แก่คนรุ่นใหม่เป็นเรื่องที่เป็นไปได้หากกระทำอย่างเข้าใจ และต้องเลือกใช้วิธีการนำเสนอที่มีความน่าสนใจในมุมใดมุมหนึ่ง อาจจะเป็นเรื่องของรูปแบบของสื่อที่ห่อหุ้มเอาไว้ด้วยความบันเทิง หรือเทคนิคการนำเสนอที่ทันสมัย, สะดุดตา, แปลกใหม่ ส่วนในด้านของเนื้อหาจำเป็นต้องเป็นเรื่องใกล้ตัวหรือที่คนรุ่นใหม่สามารถเชื่อมโยงกับตัวเองได้ ที่สำคัญคือมีปริมาณที่ไม่มากเกินไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการดำเนินงานดังที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้ดำเนินโครงการได้พบข้อจำกัดในการทำงานบางประการ ตลอดจนผลการดำเนินงานที่ได้จากโครงการนี้ สามารถเสนอเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. **การใช้สื่อใหม่ หรือรูปแบบที่แตกต่างจากที่ผู้รับเคยได้รับมาจะต้องมีการให้ข้อมูลบางอย่างประกอบ** ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสื่อที่นำเสนอ ยกตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนโปสเตอร์ให้อยู่ในรูปแบบสมุดโน้ต พบปัญหาว่าผู้รับไม่ได้สนใจที่จะเปิดอ่าน เหตุผลเพราะการใช้งานของสมุดโน้ตนั้น มีไว้เพื่อเขียน ไม่ใช่เพื่ออ่าน ดังนั้นหากขณะที่แจกสมุดโน้ตได้มีการบอกเล่าข้อมูลที่พาไป ก็น่าจะช่วยให้เกิดการรับรู้ข้อมูลที่ดียิ่งขึ้น
2. **เวลาในการรับชมสื่อสั้น** จากการนำภาพยนตร์อนิเมชันไปเปิดให้รับชมและทำการสอบถาม มีผู้เข้าร่วมสนทนาบางคนติงเรื่องความยาวของสื่อที่ได้รับชม ส่วนหนึ่งเป็นเรื่องของความยาวของสื่อมากเกินไป และอีกส่วนคือเนื้อหาในบางตอนที่เนิบช้าเกินไป

จุดนี้เป็นสิ่งที่กำลังเป็นปัญหาของผู้สร้างสื่อในปัจจุบันมาก เนื่องจากผู้รับมีแนวโน้มที่จะเปิดชมสื่อต่างๆ ผ่านสมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์มากขึ้นเรื่อยๆ และนิยมเปิดรับสื่อช่วงสั้นๆ เท่านั้น นั่นหมายถึงหากรู้สึกไม่น่าสนใจเมื่อใดก็จะสามารถกดปิด หรือข้ามไปดูอย่างอื่นได้ทันที

ดังนั้นในการสร้างสรรค์สื่อให้แก่คนรุ่นใหม่ควรระวังเรื่องของความน่าสนใจและระยะเวลาของสื่อให้เหมาะสม

3. **ปริมาณข้อมูลที่เหมาะสม** จากการที่ได้สอดแทรกข้อมูลงานวิจัยลงไปในสมุดโน้ตนั้น ได้มีการวางแผนวัดระดับการรับรู้ข้อมูลเอาไว้เป็นรายละเอียดส่วนหนึ่ง คือได้ไล่เรียงลำดับข้อมูลที่อยู่ในสมุดจากน้อยไปหามาก แต่ทว่าประเด็นนี้ไม่สามารถนำมาอ้างอิงได้มากนัก เพราะส่วนใหญ่นั้นยังไม่ได้เปิดสมุดอ่านอย่างจริงจัง จะมีเพียงข้อมูลที่ได้จากการสอบถามเท่านั้นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า หากเปิดมาแล้วเจอตัวหนังสือเรียงกันเป็นหน้าๆ คล้ายสมุดเรียน คงไม่เปิดอ่านต่อ จึงควรมีการย่อข้อมูลให้กระชับ และให้ภาพหรือกราฟิกต่างๆ เพื่อประกอบการนำเสนอแทน

4. สื่อใหม่เกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้นน่าสนใจ จากการได้ทดลองสอบถามในการสนทนากลุ่ม มีบางคนชี้เสนอถึงการทำสื่อในรูปแบบแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟนเพราะทุกวันนี้คนรุ่นใหม่มีใช้กันทุกคน ในส่วนรูปแบบนั้นไม่ได้ชี้ชัดเจนว่าควรเป็นแบบใด เพียงแต่ย้ำว่าไม่ควรใส่ข้อมูลเข้าไปเยอะจนกลายเป็นหนังสือเรียนในมือถือ
5. หากถูกใจก็พร้อมจะแบ่งปัน“สื่อใหม่” นั้นมีคุณสมบัติเอื้อให้เกิดการส่งต่อไปในวงกว้าง แต่การสร้างสื่อให้เกิดปรากฏการณ์เช่นนั้นได้ไม่ใช่เรื่องง่าย ยิ่งเป็นการเผยแพร่เกี่ยวกับงานวิจัยด้วยแล้ว เป็นเรื่องที่น่าสนใจหากจะค้นหาให้พบรูปแบบการนำเสนอที่สามารถก่อให้เกิดกระแสการส่งต่อนั้นได้

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล (2555) **คู่มือสื่อใหม่ศึกษา**โครงการเมธีวิจัยอาวุโส “กระบวนการทัศน์ใหม่ของการสื่อสารศึกษาไทย” ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ธงชัย สันติวงษ์. **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : บริษัท ประชุมการช่าง จำกัด. 2546.

ปริญญา จินดาประเสริฐ ‘**การพัฒนาวัดผสมปูนซีเมนต์และจีโอโพลิเมอร์**

รศ.ดร. ปราวณีโตปณะโสภิต ‘**การพัฒนาแผ่นเส้นใยนาโนผสมสารสกัดมังคุดเพื่อใช้รักษาแผล**

ธีรธร พูลเกษ ‘**การศึกษาหาปัจจัยเสี่ยงทางพันธุกรรมที่เป็นสาเหตุของการเกิดโรคพาร์กินสัน**

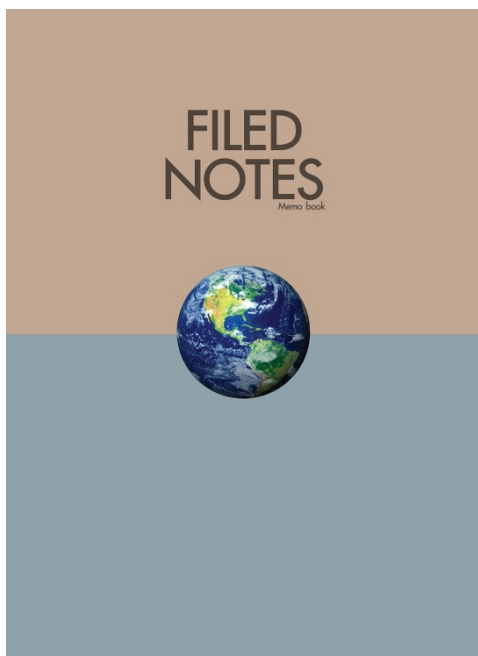
ปิยะรัตน์ โกวิททรงศ์ ‘**ปัจจัยสำคัญต่อการสร้างเซลล์ประสาทใหม่และการเสื่อมของสมอง**

บุศรินทร์ เอี่ยมธนากุล ‘**การพัฒนาสื่อการเรียนประเภทภาพยนตร์การ์ตูน 2 มิติ เรื่องธรรมชาติ DESIGN ตอนไม้เท้ายอดกตัญญู**

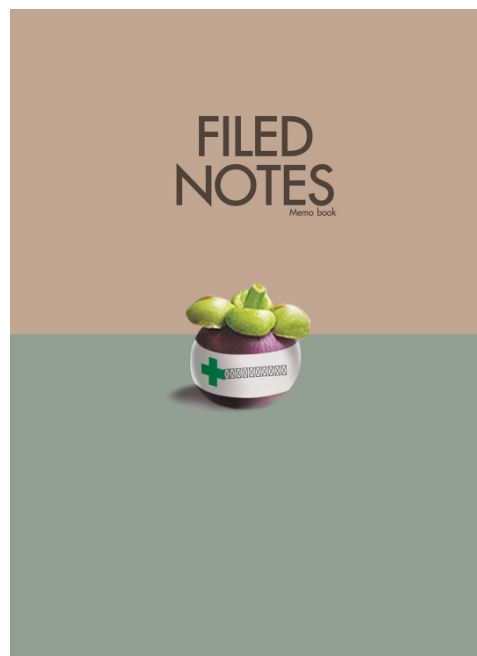
ทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีงบประมาณ 2554

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ภาพปกสมุดโน้ต



ปกแบบที่ 1



ปกแบบที่ 2



ปกแบบที่ 3



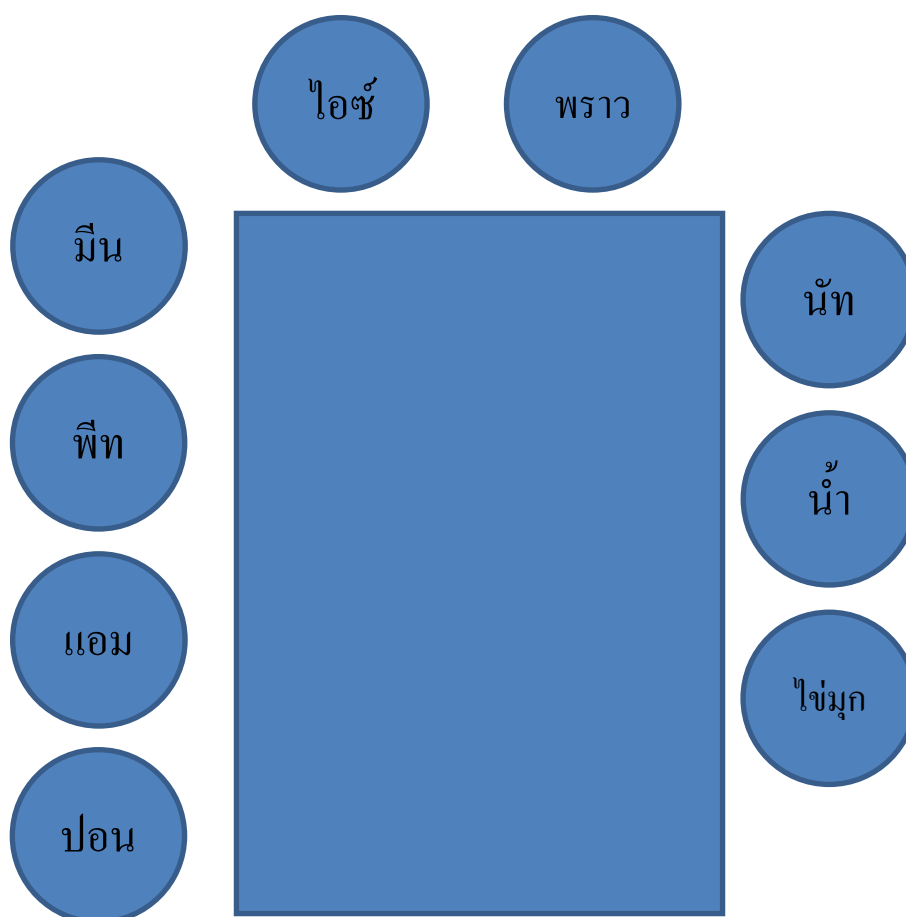
ปกแบบที่ 4

ภาคผนวก ค
ภาพจากภาพยนตร์อนิเมชันชุดสาร์ทแมน



ภาคผนวก ง

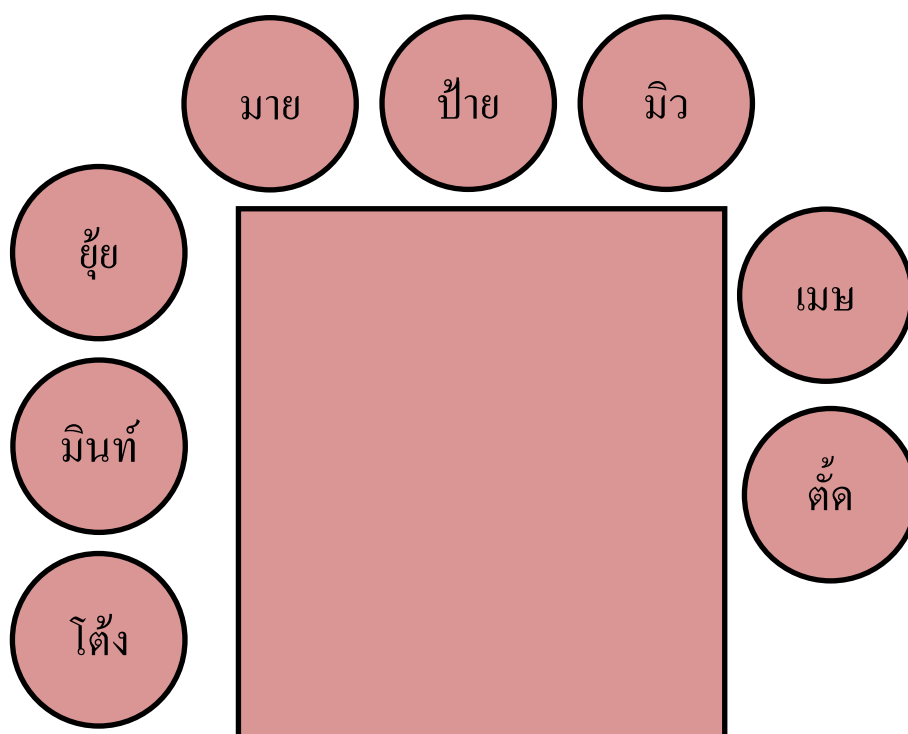
ภาพแผนผังการนั่งและตารางรายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมสนทนากลุ่มที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าธนบุรี



ชื่อ-นามสกุล	ชื่อเล่น	ภาควิชา
นางสาว กิตติยากร แซ่เอ็ง	ปอน	มีเดียทางการแพทย์และวิทยาศาสตร์
นางสาว ชุติมณชน อนุศักดิ์	แอม	เทคโนโลยีมีเดีย
นาย พีชัญ พรหมสาขา ณ สกลนคร	พีท	เทคโนโลยีมีเดีย
นาย วีรวิชัยพรธนาภูมิพัฒน์	มิน	เทคโนโลยีมีเดีย
นางสาว ทัชชกร ธนภัทร์กุล	ไอซ์	มีเดียทางการแพทย์และวิทยาศาสตร์
นางสาว หัตถยา ทองจีน	พราว	มีเดียทางการแพทย์และวิทยาศาสตร์
นางสาว มนัสชนก จั๊ยเสงี่ยม	นัท	มีเดียทางการแพทย์และวิทยาศาสตร์
นางสาว ชฎาพร อวยพร	น้ำ	เทคโนโลยีมีเดีย
นางสาว เพ็ชรดา งามรุ่งศิริ	ไข่มุก	เทคโนโลยีมีเดีย

ภาคผนวก จ

ภาพแผนผังการนั่งและตารางรายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมสนทนากลุ่มที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม



ชื่อ-นามสกุล	ชื่อเล่น	ภาควิชา
นาย พันธกานต์ แสนสีมนต์	โต้่ง	การแสดง
นางสาว ชาลินี เวนิชวรกุล	มินท์	การแสดง
นางสาว วรดา บาลไธสง	ยู๋ย	ภาพยนตร์
นางสาว อนุธิดา เขียงกลาง	มาย	ภาพยนตร์
นางสาว ปวีณา นัยเสถียร	ป๋าย	ภาพยนตร์
นางสาว ปาริฉัตร ไม้เมือง	มิว	วิทยุโทรทัศน์
นาย ปาเมฆ ยักคะฮีม	เมฆ	วิทยุโทรทัศน์
นาย อับดุลฟาดัสอาบูวะ	ตั๊ด	ประชาสัมพันธ์

ภาคผนวก จ
ภาพการแจกสมุดโน้ตที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม



ภาคผนวก ช
ภาพการแจกสมุดที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



ภาคผนวก ซ
ภาพการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่มที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



ภาคผนวก ฅ
ภาพการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่มที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม



ภาคผนวก ก
บทภาพยนตร์อนิเมชัน ชุด สมาร์ทแมนตอนที่ 1-3

Script Animation Smart Man ตอนที่ 1

งานวิจัยวัสดุผสมซีเมนต์และครกที่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ลำดับ	ภาพ	เสียง
1	ภาพบรรยากาศในโลกแห่งอนาคต ในเมืองหลวงของประเทศหนึ่งที่ได้เต็มไปด้วยตึกสูงและบ้านเรือนที่เรียงรายอยู่ใจกลางเมือง	ณ โลกแห่งอนาคตปี 3001 ดินแดนแห่งสวรรค์ของพวกเราเหล่ามนุษย์โลก ด้วยวิทยาศาสตร์ที่ก้าวไกล และวิทยาการล้ำสมัย
2	ภาพกระป๋องอัดซีเมนต์ที่กำลังกลายเป็นบ้านหลังโต	คนเราสามารถสร้างที่อยู่อาศัยได้ในพริบตาเดียว จากกระป๋องอัดซีเมนต์สุดล้ำของพวกเรา
3	Smart Man ยืนอยู่บนโซดหิน	Smart man วิศวกรและนักวิทยาศาสตร์ผู้ตระหนักถึงปัญหา จากกระบวนการสร้างกระป๋องซีเมนต์
4	ภาพปาฏิหาริย์หินปูนถูกทำลายทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรม	เพราะการได้มาซึ่งกระป๋องแสนวิเศษนั้น ต้องทำลายภูเขาหินปูนในป่าแห่งชีวิต ที่เป็นเหมือนลมหายใจจากของพวกเรา
5	ใบหน้าเคร่งเครียดของ Smart man	และถ้าภูเขาเหล่านั้นถูกทำลายและนำมาสร้างที่อยู่อาศัยจนหมด มนุษย์คงไม่สามารถอาศัยอยู่บนโลกใบนี้ได้อีกต่อไป
6	Smartman ท่าทางตั้งเครียดในห้องทดลองของเขา	และ smart man ก็ค้นพบว่า เรามีเวลาเหลืออยู่บนโลกใบนี้เพียงแค่ 20 ปีเท่านั้น เค้าใช้เวลาทั้งหมดเพื่อวิจัยและคิดค้นวัสดุที่สามารถทดแทน

		ซีเมนต์ได้
7	Smart man ถือผงวิเศษที่ประกายเรืองรอง พร้อมสีหน้า ดีใจกับสิ่งที่อยู่ตรงหน้า	และเค้าก็ค้นพบวัสดุปอชโซลาน ที่สามารถใช้ทดแทนซีเมนต์ ได้
8	Smart man ถือผงวิเศษที่ประกาย เรืองรอง พร้อมสีหน้าดีใจกับสิ่งที่อยู่ ตรงหน้า	เขาทดลองมาหลายต่อหลายครั้ง และในที่สุดสิ่งที่เค้า พยายามมานับสิบๆ ปี ก็สำเร็จ
9	Smart man ทดลองการใช้งานของวัสดุ แบบใหม่	และสิ่งประดิษฐ์สุดล้ำของนักวิศวกรสุดเพี้ยนก็กำเนิด ขึ้น
10	ภาพบ้านหลังโตจากวัสดุปอชโซลานของ Smart man	
11	Smart man เอาตัวอย่างวัสดุใหม่ไปแจก ให้ทุกคน แต่กลับไม่มีใครสนใจ	แต่ความสำเร็จ กลับกลายเป็นความล้มเหลว ผลงานที่แสน ภาคภูมิใจของเขา ไม่เป็นที่ยอมรับ สิ่งที่เขาพยายามมานับ สิบๆปีกลับไม่มีใครสนใจ
12	Smart man ทำหน้าเศร้าและเสียใจ	เพราะมนุษย์เคยชินกับการใช้กระเบื้องอัดซีเมนต์แบบเดิม โลกในอีกสิบปีข้างหน้าจะเป็นอย่างไร เขาจะสามารถทำให้ ผู้คนหันมาใช้วัสดุปอชโซลานได้หรือไม่ โปรดติดตามตอน ต่อไป
โปรดติดตามตอนต่อไป		

Script Animation Smart Man ตอนที่ 2
งานวิจัยวัสดุผสมซีเมนต์และครกิริตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ลำดับ	ภาพ	เสียง
1	Smart man กำลังนั่งเขียนจดหมายเตือนเกี่ยวกับภัยที่กำลังจะเกิดขึ้นบนโลก	ในขณะที่ Smart man กำลังทำกับสิ่งที่เขาทำอยู่ สิ่งสุดท้ายที่เขาทำได้คือการทิ้งจดหมายเพื่อเตือนภัยที่จะเกิดขึ้นบนโลกให้กับนายกเทศมนตรี
1.1	นายกเทศมนตรี หยิบจดหมายของ Smart Man ขึ้นมาแต่ปาทิ้งไปที่ถังขยะ ขณะที่กำลังวางแผนพัฒนาเมืองกับ Carbon Man	แต่มันกลับกลายเป็นสิ่งที่ไร้ค่า เมื่อนายกฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเมืองและร่วมมือกับ Carbon Man นักธุรกิจรายใหญ่ที่เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาเมือง
2	Smart man แบกกระเป๋าใบใหญ่กำลังจะไปที่ไหนสักแห่ง	เขาตัดสินใจเดินทางออกมาจากเมืองนั้น และไปใช้ชีวิตตามลำพังบนภูเขา เพราะเขาค้นพบว่าอีกไม่กี่เดือน ทั้งเมืองจะเต็มไปด้วยอากาศที่ไม่บริสุทธิ์
3	ภาพ Smart man กำลังวางผังเมืองที่เขาวาดฝันไว้บนภูเขา	ถึงแม้จะเป็นแค่การพยากรณ์ แต่เขากลับไม่หยุดนิ่งที่จะพัฒนาสิ่งที่เขาค้นพบ
4	ภาพเมืองทั้งเมืองกำลังผุดขึ้นจากกระป๋องอัดซีเมนต์ของ Smart man	และสิ่งที่เขาวาดฝันไว้ก็สำเร็จ นวัตกรรมสร้างที่อยู่อาศัยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เมืองต้นแบบที่จะอยู่คู่กับโลกไปตราบนานเท่านาน
5	ภาพ Smart man กำลังมองไปออกยังหน้าต่าง เห็นเมืองบ้านเกิดและภูเขาหินปูน	แต่ที่ที่เขาจากมากลับไม่เป็นเช่นนั้น ภูเขาหินปูนในป่าแห่งชีวิตที่เป็นแหล่งสร้างลมหายใจถูกบุกรุกและทำลายเพื่อประโยชน์ของมนุษย์มากขึ้นทุกวัน
6	3 เดือนผ่านไป	

7	ภาพคนใส่หน้ากากออกซิเจนด้าน หลังแบกถังออกซิเจนท่ามกลางเมืองที่ เต็มไปด้วยหมอกควัน Carbon Man ออกมาแจกจ่ายถังออกซิเจนเพื่อสร้าง ภาพลักษณ์ให้กับตนเอง	และสิ่งที่ Smart man ได้กล่าวไว้ก็เป็นจริง เมื่อคนในเมือง ต้องแบกถังออกซิเจนราวกับเป็นอวัยวะ ส่วนหนึ่งของร่างกาย เพราะทั้งเมืองเต็มไปด้วย อากาศที่ไม่ บริสุทธิ์และหมอกควันที่ปกคลุมไปทั่วหน้าฟ้าบริเวณนั้น
8	ภาพเมืองแผ่นดินไหวในโทรทัศน์ที่ Smart man กำลังดูอยู่	และเหตุการณ์ไม่คาดฝันก็เกิดขึ้น แผ่นดินไหวครั้งที่ร้ายแรง ที่สุดในโลกกำลังจะเกิดขึ้น
9	Smart man รีบไปหลบอยู่ใต้โต๊ะ ทำงานของเขาท่าทางสิ้นหวัง	ทั้งเมืองต้องวิ่งวุ่นกับเหตุการณ์แผ่นดินไหวที่รุนแรงที่ สุดในโลก
10	ภาพบ้านเมืองเสียหาย ทุกอย่างราบ เป็น หน้ากลอง ภาพผู้คนบาดเจ็บ	ทันใดนั้นทั้งเมืองก็ราบเป็นหน้ากลองด้วยฤทธิ์ของแผ่นดินไหว มีผู้คนบาดเจ็บและเสียชีวิตนับหมื่น
11	ขณะนั้นมีบ้านหลังหนึ่งที่ตั้งตระหง่าน อยู่กลางเมือง (บ้านของสมาร์ทแมนที่ สร้างไว้ตั้งแต่ภาค 1)	ในทางตรงกันข้ามมีบ้านหลังหนึ่งตั้งตระหง่านตาอยู่กลางเมือง
12	ภาพชาวเมืองเข้าไปยังบ้านหลังที่ไม่ถล่ม	ทุกคนต่างสงสัยและต้องการคำตอบว่าทำไมบ้านหลังนั้นจึงไม่ ถล่มลงมาแบบบ้านหลังอื่นๆ
13	ชาวบ้านยกโขยงกันไปที่บ้านหลังนั้น พร้อมกับสีหน้าที่สงสัย	ผู้คนต่างพากันแห่มาที่บ้านของ Smart man
14	Smart man กลับมาที่บ้านและเห็นคน ทั้งเมืองยืนล้อมรอบบ้านของเขา	Smart man บุคคลที่ถูกลืมหูลืมตาจะกลายเป็นฮีโร่ในช่วงเวลา เมื่อเหตุการณ์ที่เขาคิดค้น ได้ประกาศสู่สายตาคนทั้งเมือง

17	Smart man เดินเข้าบ้านของเขาด้วยท่าทางมั่นใจ คนทั้งเมืองจ้องมองมาที่เขาจุดเดียว	สุดท้ายสิ่งที่ตั้งใจไว้ก็เริ่มใกล้ความเป็นจริง เมื่อทุกคนในเมืองเริ่มเห็นความสำคัญของวัสดุที่เขาคิดค้นขึ้น แต่ทุกอย่างจะลงเอยด้วยดีได้หรือไม่
18	Carbon Man มองดูความพินาศของเมือง และรีบสั่งให้คนงานทำลายภูเขาให้สิ้นซาก นายกเทศมนตรี มองดูชาวผู้คนในเมืองล้มตาย เขานั่งเครียดและหิบบจดหมายของ Smart Man ขึ้นมาอ่าน เขามีสีหน้าตกใจ และรู้สึกผิดกับสิ่งที่ลงไป	เมื่อความหวังของคนทั้งเมืองถูกทำลายลง ตัวการทำลายโลกคือความต้องการที่ไม่วันหมดของเหล่านมนุษย์
โปรดติดตามตอนต่อไป		

Script Animation Smart Man ตอนที่ 3
งานวิจัยวัสดุผสมซีเมนต์และครกิริตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ลำดับ	ภาพ	เสียง
1	เมืองที่เต็มไปด้วยซากปรักหักพัง Smartman มองดูความเสียหายของบ้านเมือง	ความเสียหายหลังจากเหตุการณ์แผ่นดินไหว ทำให้เกิดการสูญเสียชีวิต ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
2	ป่าแห่งชีวิตที่แห้งแล้ง ภูเขาหินปูนที่เหลืออยู่ไม่กี่ลูก	เพราะมนุษย์เข้ามาจัดการธรรมชาติในทางที่ผิด ใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลืองและไม่จำกัด ความต้องการที่มีมากกว่าการผลิตตามกลไกของธรรมชาติ
3	Smart man ตั้งเวทีปราศรัย เกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติที่จะช่วยให้มนุษย์ยังสามารถอยู่ร่วมกับธรรมชาติ ซึ่งมีนายกเทศมนตรีให้การสนับสนุนแบบลับๆ	สิ่งสุดท้ายที่จะสามารถช่วยโลกได้ไม่เพียงต้องหันมาใช้วัสดุพอชโซลานแต่สิ่งสำคัญที่สุดคือความร่วมมือจากคนทั้งเมือง Smart Man ตั้งเวทีปราศรัยเพื่อระดมกำลังให้คนในเมืองกลับมามีกำลังใจอีกครั้ง
4	ภาพอธิบายวัสดุพอชโซลาน	เขาได้อธิบายถึงคุณสมบัติของวัสดุพอชโซลาน ที่ช่วยลดการใช้ซีเมนต์ซึ่งกระบวนการผลิตนั้นมีส่วนทำให้เกิดคาร์บอนไดออกไซด์สูง และวัสดุพอชโซลานนี้ยังช่วยเพิ่มความทนทานขึ้นถึง 50% การใช้วัสดุพอชโซลานจึงช่วยลดปัญหาทั้งทางอ้อมและทางตรงเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
5	Carbon Man บุกเข้ามาและนำกองกำลังลูกน้องของเขาเข้ามาทำลายการปราศรัยและจับตัว Smart Man และนายกเทศมนตรีก็เข้ามาช่วย Smart Man ไว้	ในขณะที่การปราศรัยกำลังดำเนินไปด้วยดี Carbon Man นักธุรกิจกระป๋องซีเมนต์แบบเก่าได้นำกำลังเข้าจับกุม Smart Man แต่ทันใดนั้น ตำรวจก็วิ่งเข้ามาช่วย Smart Man และนายกเทศมนตรีก็ปรากฏตัวขึ้น เขาถูก Carbon Man หลอกมาตลอด

6	คนแตกตื่นกับกลุ่มควันที่พุ่งเข้ามาทำร้าย	คนทั้งเมืองแตกตื่นกับกลุ่มควันที่ลอยเข้ามาเต็มหน้าฟ้าจากพลังของ Carbon Man ที่แข็งแกร่งขึ้นจากการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ควันได้ทำร้ายผู้คนที่มาชุมนุมบริเวณนั้น
7	Carbon Man ตัวใหญ่ขึ้นและเข้าไปรวมกับกลุ่มควันบนฟ้า	ขณะนั้น Carbon Man ก็เผยความจริงที่ตัวเองปลอมตัวเป็นนักธุรกิจมาเพื่อทำลายเมืองนี้ ให้ตัวเองแข็งแกร่งขึ้น
8	Smart Man ทำท่าทางมั่นใจ และประกาศให้ชาวบ้านต่อสู้เพื่อบ้านเกิดของตัวเอง	Smart Man ยังไม่ย่อท้อและเชื่อในศรัทธาของชาวเมืองที่ต้องการจะให้เมืองกลับมาสงบสุขอีกครั้ง เขาประกาศให้ชาวเมืองหยุดหวาดกลัวและมาร่วมกันต่อสู้กับ Carbon Man
9	ชาวเมืองต่อสู้กับควันในเมือง	ชาวเมืองหยุดหนีและต่อสู้กับกับควันที่เข้ามาทำลายบ้านเมือง คนที่มาร่วมชุมนุมต่างหยิบเมล็ดพันธุ์พืช ที่นายกแจกเป็นของขวัญให้ก่อนการปราศรัยของ Smart Man ซึ่งเป็นแผนการที่นายกและ Smart Man ได้วางแผนไว้อย่างลับๆ
10	ชาวเมืองต่างช่วยกันรดน้ำเมล็ดพันธุ์ไม้ให้กลายเป็นต้นไม้ต้นใหญ่ที่ผลิตออกซิเจนจำนวนมากสากล Smart Man รดน้ำลงบนเวทีปราศรัยของเขา ที่เป็นเหมือนกระป๋องอัดซีเมนต์ไบยักษ์	จากนั้นปาฏิหาริย์ก็เกิดขึ้นอีกครั้ง ด้วยความคิดสุดบรรเจิดของ Smart Man
11	ปราสาทยักษ์ผุดขึ้นจากเวทีที่ Smart Man ยืนอยู่ และพาเอาต้นไม้จากเมล็ดพันธุ์พืชของชาวเมืองให้สูงขึ้นเสียดฟ้า ชาวเมืองมองดูปราสาทด้วยความปลื้มใจและมีความหวังอีกครั้ง ท้องฟ้าที่มีดมนสว่างขึ้นมาทันตาด้วยฤทธิ์ของออกซิเจน Carbon Man เสื่อมอำนาจลงและจางหายไปด้วยความทรมานทรมาน	ภาพความฝันที่ Smart man ได้วาดไว้กำลังจะเป็นจริง เมื่อทุกคนในเมืองต่างร่วมมือกัน ไม่ใช่แค่ Smart Man ไม่ใช่แค่ต้นไม้ ไม่ใช่แค่รัศมีโลก ไม่ใช่แค่วัสดุปอชโซลาน แต่อยู่ที่ความร่วมมือของทุกคน ที่จะสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ เพื่อให้โลกน่าอยู่

12	Carbon Man แอบอยู่ในถ้ำ สีหน้าแค้น	และถ้าชาวเมืองยังใช้ทรัพยากรอย่างประมาท ก็คงต้องมีสักวันที่ Carbon Man จะกลับมาทำลายโลกอีกครั้ง
“เรื่องราวของสมาร์ทแมนในภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นเรื่องสมมติขึ้นเพื่อความบันเทิง โดยได้แรงบันดาลใจจากงานวิจัยเรื่อง “วัสดุผสมซีเมนต์และคอนกรีตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” งานวิจัยภายใต้การสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย(สกว.) ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการนำวัสดุปอซโซลานมาใช้ทดแทนปูนซีเมนต์ โดยผลที่ได้นั้นพบว่ามีความคงทนมากกว่า อีกทั้งยังช่วยลดปริมาณการใช้พลังงานและลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการผลิตปูนซีเมนต์ได้” งานวิจัยวัสดุผสมซีเมนต์และคอนกรีตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผลงานวิจัยโดย ศาสตราจารย์ ดร. ปริญญ์ จินดาประเสริฐ คิดและใช้วัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในวันนี้ หรือจะรออีก 500 ปีข้างหน้า		