

## บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การประกวดการสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในลักษณะของการวิจัยเชิงกิจกรรม (Action Research) โดยมีใช้กิจกรรมการประกวดเป็นช่องทางในการกระตุ้นให้กลุ่มคนรุ่นใหม่ได้แก่นิสิตนักศึกษา เข้ามาร่วมแข่งขันสร้างสรรค์สื่อใหม่เพื่อใช้ในการเผยแพร่งานวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย สกว. โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของงานวิจัย สกว.
2. เพื่อออกแบบกิจกรรมการประกวดเป็น “สื่อ” ในการเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่
3. เพื่อเสริมความรู้และทักษะด้านสารและด้านสื่อให้กับคนรุ่นใหม่ในการสร้างสรรค์สื่อเพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่กลุ่มต่างๆ
4. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารด้วยสื่อกิจกรรมการประกวดเพื่อเผยแพร่งานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่

ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบ “กิจกรรมการประกวด” ให้มีประสิทธิภาพในแง่ของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพนั้นจำเป็นต้องมีการวางแผน ดำเนินการ และวิเคราะห์ปัจจัยหรือองค์ประกอบต่างๆ เพื่อนำไปสู่การ “ออกแบบกิจกรรม” ในแต่ละส่วนให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่สนใจเข้าร่วมโครงการประกวดจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์ “เชิงรุก” โดยการจัดกิจกรรมสัญจร (Road show) เพื่อทำการสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัยยังพบว่า คุณลักษณะของงานวิจัย สกว. ส่งผลต่อออกแบบกิจกรรมการประกวดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เข้าร่วมกิจกรรม และส่งผลต่อการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การประกวดในรูปแบบที่เหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะของงานวิจัยและพฤติกรรม การเปิดรับของคนรุ่นใหม่ โดยผลการวิจัยพบคุณลักษณะของงานวิจัย สกว. 5 ประการ ได้แก่ 1) งานวิจัยทั้ง 50 เรื่องเป็นงานวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งมีความยากง่ายสำหรับผู้เข้าร่วมประกวดแตกต่างกันออกไป 2) งานวิจัยทั้ง 50 เรื่องนี้ได้ถูกคัดเลือกโดยแต่ละฝ่ายของ สกว. ซึ่งมีทั้งงานวิจัยที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ควรค่าแก่การได้รับรางวัล หากแต่ อาจไม่ได้เกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับชีวิตประจำวันหรืออยู่ในความสนใจของคนรุ่นใหม่เท่าที่ควร 3) มีความหลากหลายของงานวิจัย คือ เป็นงานวิจัยที่มีลักษณะเป็นองค์ความรู้ใหม่ซึ่งต้องมีการพัฒนาต่อหรืองานวิจัยบางเรื่องอยู่ในช่วงการทดลอง ทำให้เกิดข้อจำกัดในการเผยแพร่ข้อมูลได้ 4) งานวิจัยมีลักษณะเฉพาะด้านที่ต้องใช้ความรู้เฉพาะเรื่องในการทำความเข้าใจ จึงเป็นข้อจำกัดในการทำ ความเข้าใจของผู้เข้าร่วมประกวดที่มาจากสายนิเทศศาสตร์ 5) ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูล

งานวิจัย คือ งานวิจัยบางเรื่องมีบทความที่ไม่สมบูรณ์ บางงานวิจัยมีเพียงบทความวิชาการ เป็นต้น ส่งผลต่อความเข้าใจในเนื้อหาของงานวิจัยได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ซึ่งจากการวิเคราะห์คุณลักษณะของงานวิจัยดังกล่าว ส่งผลให้คณะผู้วิจัยต้องออกแบบกิจกรรมการประกวดที่เน้นเสริมศักยภาพ (Empowerment) ให้กับผู้เข้าร่วมประกวด เพื่อให้มีความรู้และทักษะเพียงพอในการสร้างสรรค์สื่อเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยให้มีคุณภาพทั้งในแง่ความถูกต้องของงานวิจัยและความน่าสนใจสำหรับคนรุ่นใหม่

เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมการประกวดแล้ว พบว่าผลการประเมินใน 2 ส่วนสำคัญ ได้แก่ 1) การประเมินผลการเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่ 2) การประเมินผลการพัฒนาความสามารถทางการสื่อสารงานวิจัยของทีมผู้เข้าประกวด

1) การประเมินผลการเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่คนรุ่นใหม่ ทำการประเมินผลงานการประกวด 5 ทีมที่ได้รับรางวัล ผลการวิจัยพบว่า ในมุมมองของนักวิจัยเจ้าของผลงานวิจัย เน้นการประเมินว่าผู้เข้าร่วมประกวดสามารถแปลงเนื้อหาของงานวิจัยให้เป็นรูปแบบสื่อใหม่ได้โดยที่ยังคงความถูกต้องของเนื้อหาสาระ (message) ได้หรือไม่ ซึ่งนักวิจัยเจ้าของผลงานวิจัย มีความเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่าทีมผู้เข้าประกวดยังมีข้อจำกัดเรื่องของความเข้าใจในเนื้อหาของงานวิจัย และความถูกต้องของข้อมูล ทั้งนี้เป็นเพราะระดับความเข้าใจในงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์แตกต่างกัน ส่วนในมุมมองของนักศึกษาหรือกลุ่มคนรุ่นใหม่โดยทั่วไป ผลการประเมินพบว่า นักศึกษาที่เรียนในสาขาวิชาที่แตกต่างกันจะประเมินผลงานการประกวดแตกต่างกัน โดย กลุ่มนักศึกษายสายการสื่อสาร ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์มากกว่าการนำเสนอเนื้อหาของงานวิจัย ขณะที่กลุ่มนักศึกษายสายสังคมศาสตร์อื่นๆ ให้ความสำคัญกับการความเข้าใจในเนื้อหาของงานวิจัย ส่วน กลุ่มนักศึกษายสายวิทยาศาสตร์ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเนื้อหาของงานวิจัยเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องความถูกต้องของข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ อย่างไรก็ตามทั้ง 3 กลุ่ม ได้ให้ความสำคัญกับเทคนิคการสื่อสารที่ต้องมีความน่าสนใจ และสื่อที่นำเสนอต้องสั้นกระชับ

ผลการวิจัยในส่วนของการประเมินการรับรู้ผลงานการประกวดที่เผยแพร่ผ่านพื้นที่สื่อใหม่พบว่า ผลงานการประกวดของทุกทีมในรอบชิงชนะเลิศ มีการเข้าถึงจากหน้าเฟซบุ๊ก มากกว่า 19,000 ครั้ง มียอดรวมผู้เข้าชมมากกว่า 5,200 ครั้ง มียอดรวมของการแชร์ผลงานการประกวดมากกว่า 500 ครั้ง

2) การประเมินผลการพัฒนาความสามารถทางการสื่อสารงานวิจัยของทีมผู้เข้าประกวด ผลการวิจัยพบว่า ก่อนการอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) ผู้เข้าร่วมประกวดส่วนใหญ่เป็นนักศึกษายสายการสื่อสารจึงมีข้อจำกัดในเรื่องความเข้าใจเนื้อหาของงานวิจัย แต่เมื่อมีการอบรมด้านเนื้อหาของงานวิจัยให้ ส่วนใหญ่มีความเข้าใจมากขึ้น นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมประกวดมีทักษะการสื่อสารเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยเฉพาะเทคนิคการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์

## Abstract

The research of *New Media Creative Contest for Disseminating Research to the New Generation* is a *qualitative research* that is also an *action research*. This experiment uses the 'competitive' technique to induce younger generations, which include University and College Students, to compete against each other to create a new media platform for disseminate *The Thailand Research Fund (TRF.)* researches. The objective of this experiment is:

- 1) To analyze the attributes of TRF. researches.
- 2) To design a competitive activity to be a 'channel' to spread researches to the new generation.
- 3) To enhance the younger generations' knowledge and skills of communication in the way of designing new media to publicize TRF. researches to the younger generations of many different classes and interests.
- 4) To analyze the process of communication by using competitive activities to distribute the recent experiment results to the juvenile generation.

Researches have shown that qualitatively designing these 'competitive activities' in a way that could reach the targeted age group in both qualitative and quantitative would need planning, action taking, and analyzing different factors and elements that could lead to the designing of these activities. Every component in this strategy must be compatible with the target group and the objective. In addition, it must prompt the modern generation to take part in this contest. This could be done by 'proactive public relations', *road shows*, which could direct to the target group.

Researchers have found that the attributes of TRF. researches affects the designing process of the competitive activity for the targeted age group that is willing to participate in the activity. On top of that, those attributes would also affect the creation of public relations medias, which would have to be well suited for the features of the experiment and the acceptance of the new generation. Studies have shown that there were five features of the TRF. researches:

- 1) All the 50 research papers are about Science & Technology, in which the difficulty level would vary from one person to the other.
- 2) All the 50 research papers are selected by each of the departments in TRF., which could include new information that deserves to be recognized, but does not closely relate to people's everyday life or is not in the interest of the younger generations.
- 3) There's a variety of research papers, some of which could be researches that need to be further developed or researches that are in the process of experimentation. This could cause limitation to the distribution of information.
- 4) To understand these researches, there is a need for specialized knowledge in a certain field. This could be a limitation to those who study in *Communication Arts* field.
- 5) Some of the papers might be incomplete, such as an incomplete conclusion or having only the academic article. This could cause a dent in a candidate's understanding of the subject.

From the analysis of the researches, as shown above, researchers of this project must design a competitive activity that focuses on the empowerment of the candidates, so they could have enough knowledge and skills to create medias to promote the result of these experiments in a way that is accurate and interesting to the new generations.

Upon completion of the activity, it was shown that there are 2 main parts to the evaluation:

- 1) The evaluation of these new medias in publicizing knowledge to the modern generation.
  - 2) The evaluation of the development in the broadcasting abilities of the participants.
- 
- 1) In the evaluation of these new medias in publicizing knowledge to the modern generation, researchers analyze the results of the *five* teams that received the awards. The rubrics for this assessment is that the participants could modify the research into a form that people in younger generations will be able to understand and appreciate with accurate information. According to the viewpoints of the researchers who did the research, they believe that the participants didn't completely understand the research papers, however, it was understandable since they didn't

specialize in science. In the view of conventional university/college students, each field of students has a different view point. Students who study the *Communication Arts* give importance to the creativity of the work, rather than the information of the work. However, other *Social Science* students give importance to the understanding of the research content. Also, the *Science* students give importance to the accurate communication of research content. Nevertheless, all 3 groups of students still believe that broadcasting this information should be done in a captivating and concise way.

The final analysis of this evaluation is how it is spreading through this new media. This experiment has shown that the results of every team in the semi-finals have reached people on the Facebook Fan page over 19,000 times. There's also a total of people who viewed it more than 5,200 times. In addition, the product has been shared beyond 500 times.

- 2) In the evaluation of the development in the broadcasting abilities of the participants, the experiment has shown that after the candidates, which are mostly *Communication Arts* students who have the disadvantage in understanding the research papers, entered the workshop, most of them show a much better understanding in the papers, with an additional enhancement in their broadcasting skills, especially in creativity.