



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๔ เรื่อง

การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
Network Development of Buddhist Communication Innovative Space
for Media Literacy of Thai Youths

ภายใต้แผนงานวิจัย
การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
Development of Innovative Buddhist Communication Space for Media
Literacy among Thai Youths

โดย

ดร.ลำพอง กลมกุล

ผศ.ดร.สมชาย ดำเนิน

ดร.สุทิศ สวัสดิ์

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตน์กุล

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
MCU RS 800765010



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๔ เรื่อง

การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
Network Development of Buddhist Communication Innovative Space
for Media Literacy of Thai Youths

ภายใต้แผนงานวิจัย

การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
Development of Innovative Buddhist Communication Space for Media
Literacy among Thai Youths

โดย

ดร.ลำพอง กลมกุล

ผศ.ดร.สมชาย ดำเนิน

ดร.สุทิศ สวัสดิ์

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตน์กุล

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800765010

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Network Development of Buddhist Communication Innovative Space
for Media Literacy of Thai Youths

Under Research Plan
Development of Innovative Buddhist Communication Space for Media
Literacy among Thai Youths

By

Dr. Lampong Klomkul

Asst. Prof. Dr. Somchai Damnoen

Dr. Suthit Sawasdee

Miss Aroonrad Wilairadtanakun

Faculty of Education, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

B.E. 2565

Research Project Funded by Mahachulalongkornrajavidyalaya University

MCU RS 800765010

(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

ชื่อวิจัย	การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย Network Development of Buddhist Communication Innovative Space for Media Literacy of Thai Youths
ผู้วิจัย	ดร.ลำพอง กลมกุล ผศ.ดร.สมชาย ดำเนิน ดร.สุทิศ สวัสดิ์ นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตน์กุล
งบประมาณ	๒๕๖๕
แหล่งทุน	สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

รายงานการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย ๑) เพื่อวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ๒) เพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และ ๓) เพื่อประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย การวิจัยครั้งนี้ออกแบบโดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ตามกระบวนการ PAOR โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยเป็น ๔ ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นการวางแผน (Plan: P) วิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ขั้นปฏิบัติ (Act: A) พัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ขั้นสังเกต (Observe: O) ที่เกิดขึ้นจากการติดตามผลงานจากขั้นปฏิบัติ และขั้นสะท้อนผล (Reflect: R) ที่เกิดขึ้นด้วยการประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การนำเสนอสรุปผลการวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น ๓ ประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

๑) ผลการศึกษาการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ สรุปได้เป็นแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๑๐ ประเด็น ประกอบด้วย ๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา ๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย ๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย ๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย ๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ ๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย ๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ และ ๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของ

เยาวชนไทย เป็นที่น่าสังเกตว่าแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่มีความโดดเด่น คือ เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการมีประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

๒) ผลการพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สรุปได้ว่า รูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ๑) การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ ๒) การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ ๓) การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ และ ๔) การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยมีแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ได้แก่ การทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา การประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย เป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย เป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธ และออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย เป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ และเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน และ การบูรณาการ ๕ หลักพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ประกอบด้วย ๑) รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา ๒) รุ่งอรุณของการศึกษา ๓) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ๔) ปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล และ ๕) วุฒิชัย ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา และในการติดตามและประเมินผลได้กำหนดกรอบการประเมิน ๓ ด้าน คือ ๑) ความรู้ที่ได้รับ ๒) การนำไปใช้ชีวิตประจำวัน และ ๓) การถ่ายทอดความรู้

๓) ผลการประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY) พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี พิจารณาได้จากค่าไค - สแควร์ ($\chi^2=65.12$, $df=49$, $p=.061$) ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .979 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ .948 และค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ .020 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากผลการประเมินได้วิเคราะห์โมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยพบว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หมายความว่ามีความสอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงของเยาวชนในการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อโดยสามารถเรียนรู้ เข้าใจ นำไปใช้และถ่ายทอดสู่ผู้อื่นได้จากข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นแนวทางในการส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะ

๑. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

๑) จากข้อค้นพบในการวิจัยแสดงให้เห็นเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมต้องมีการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษาและจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ดังนั้น ควรมีการออกแบบกิจกรรมภายในเครือข่ายที่มีการประสานความร่วมมือกันระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

๒) จากข้อค้นพบในการวิจัยพบว่าการบูรณาการ ๕ หลักพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยโดยการพัฒนาเป็นคลิปสื่อการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้เยาวชนเข้าถึงช่องทางในการเรียนรู้ การนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน และการถ่ายทอดไปสู่ผู้อื่น ดังนั้น ควรส่งเสริมหรือจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการโดยที่เยาวชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมและเข้าถึงช่องทางการเรียนรู้กิจกรรมของเครือข่ายได้ทุกที่ทุกเวลาและในทุกอุปกรณ์การสื่อสารจึงเป็นการเปิดพื้นที่การเรียนรู้ได้อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง

๓) จากผลการประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยแสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงของเยาวชนในการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อโดยสามารถเรียนรู้ เข้าใจ นำไปใช้และถ่ายทอดสู่ผู้อื่นได้ จึงควรนำเสนอโมเดลนี้เพื่อเป็นต้นแบบในการขยายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยให้มีความกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

๒. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

๑) ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการออกแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการที่มีกระบวนการ PAOR ในการโดยเน้นการศึกษาและพัฒนากิจกรรม การสร้างสื่อ นวัตกรรม การทดลองใช้และประเมินผลในกลุ่มเยาวชนที่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๔-๖ สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายพื้นที่การศึกษาให้ครอบคลุมเยาวชนไทยที่อยู่ในการศึกษานอกระบบหรือกลุ่มที่เลือกศึกษาตามอัธยาศัย

๒) ในการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้โมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยซึ่งเป็นโมเดลที่แสดงให้เห็นคุณภาพของเครื่องมือวิจัยที่เป็นสื่อ นวัตกรรมภายใต้การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาและพัฒนาโมเดลฉบับสมบูรณ์เพื่อให้เห็นค่าอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมขององค์ประกอบตัวแปรที่ศึกษารวมทั้งการศึกษาตัวแปรส่งผ่านที่อาจปรากฏในโมเดล

๓) ในการวิจัยครั้งนี้เน้นการบูรณาการหลักธรรม ๕ หมวดธรรมที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ในการวิจัยครั้งต่อไปสามารถเลือกศึกษาโดยการบูรณาการหลักธรรมอื่นๆ ในชุดกิจกรรมการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

ชื่อรายงานการวิจัย	การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
ผู้วิจัย	ดร.ลำพอง กลมกุล และคณะ
ส่วนงาน	คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ปีงบประมาณ	๒๕๖๕
ทุนอุดหนุนการวิจัย	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย ๑) เพื่อวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ๒) เพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และ ๓) เพื่อประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย การวิจัยครั้งนี้ออกแบบโดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ตามกระบวนการ PAOR โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยเป็น ๔ ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นการวางแผนด้วยการวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ขั้นปฏิบัติด้วยการพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ขั้นสังเกตผลที่เกิดขึ้นจากการติดตามผลงานจากขั้นปฏิบัติ และขั้นสะท้อนผลที่เกิดขึ้นด้วยการประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

๑) ผลการศึกษาการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ สรุปได้เป็นแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๑๐ ประเด็น ประกอบด้วย ๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรมมีการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา ๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรมมีการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรมเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย ๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรมเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย ๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรมเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรมเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย ๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรมสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ ๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรมออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย ๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรมจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ และ ๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรมจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เป็นที่น่าสังเกตว่าแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่มีความโดดเด่น คือ เครือข่ายพื้นที่นวัตกรมมีการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา เครือข่ายพื้นที่นวัตกรมจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิง

พุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ๑) การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ ๒) การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ ๓) การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ และ ๔) การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยมีแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ได้แก่ การทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษาด้วยการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ ออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ สร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธ และออกแบบกิจกรรมที่ทันสมัย เน้นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ และเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน และการบูรณาการ ๕ หลักพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ประกอบด้วย ๑) รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา ๒) รุ่งอรุณของการศึกษา ๓) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ๔) ปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล และ ๕) วุฒิชัย ๔ ความเจริญของงามแห่งปัญญา และในการติดตามและประเมินผลได้กำหนดกรอบการประเมิน ๓ ด้าน คือ ๑) ความรู้ที่ได้รับ ๒) การนำไปใช้ชีวิตประจำวัน และ ๓) การถ่ายทอดความรู้

๓) ผลการประเมินการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY) พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี พิจารณาได้จากค่าไค – สแควร์ ($\chi^2=65.12$, $df=49$, $p=.061$) ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .979 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ .948 และค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ .020 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากผลการประเมินได้วิเคราะห์โมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยพบว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หมายความว่ามีความสอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงของเยาวชนในการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อโดยสามารถเรียนรู้ เข้าใจ นำไปใช้และถ่ายทอดสู่ผู้อื่นได้จากข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นแนวทางในการส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยต่อไป

Research Title: Network Development of Buddhist Communication
Innovative Space for Media Literacy of Thai Youths

Researchers Dr.Lampong Klomkul and others

Department: Faculty of Education
Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Fiscal Year: 2022

Research Scholarship Sponsor: Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Abstract

The purposes of this research were 1) to analyze the network creation of Buddhist communication innovative space, 2) to develop a model for network creation of Buddhist communication innovative space for media literacy of Thai Youths, and 3) to assess the result of network creation of Buddhist communication innovative space for media literacy of Thai Youths. This research was designed by using Action Research according to the PAOR process. The research process was divided into 4 steps, comprising a planning step by analyzing the creation network of Buddhist communication innovative space, Acting step by developing a model for network creation of Buddhist communication innovative space for media literacy of Thai Youths, Observing step by observe the results arising from the follow-up of the results of the implementation process, and reflecting step by reflected the results by evaluating the network creation of Buddhist communication innovative space for media literacy of Thai Youths. Results can be summarized as follows:

1) The results of a study on the network creation of Buddhist communication innovative space, it can be summarized as a guideline for creating a network of Buddhist communication innovative space for media literacy among Thai youths. There are 10 aspects consisted of 1) innovative space networks are linked between educational institutions, 2) innovative space networks are coordinated, 3) innovative space networks are area for creating creative learning activities for Thai youths, 4) innovative space networks are areas for designing innovation, 5) innovative space networks are areas that focuses on Buddhist communication for media literacy, 6) innovative space networks are areas used for Buddhist communication that promotes learning for Thai youths, 7) innovative space networks create a learning kit for Buddhist communication, 8) innovative space networks designed activities for youth to be media literate and up-to-date, 9) innovative space networks will be a collaboration between educational institutions and local organization, and 10) innovative space networks will be a medium for building a learning community. It is worth noting that the outstanding method for network creation of Buddhist communication innovative space for media literacy of Thai

youths are linked between educational institutions, serve as a medium for building a learning community, and have continued collaboration and joint activities.

2) The results of the development of a model for network creation of Buddhist communication innovative space for media literacy of Thai Youths can be summarized as follows: The four main components are 1) communication for Buddhist teaching, 2) communication in Buddhist society, 3) communication for Buddhist lifestyle, and 4) media literacy of Thai youths. There are guidelines for creating a network of innovative Buddhist communication spaces to keep up with the media of Thai youths, including working to connect between educational institutions by cooperating and doing activities together continuously. It is a space for creating creative learning activities, design of Buddhist communication innovations, emphasis on Buddhist communication for media literacy, create a learning kit and design modern activities, emphasis on cooperation between educational institutions and local organization, and is a medium for building a learning community in Buddhist communication to keep up with the media literacy of youths. The integration of 5 Buddhist principles of communication innovation for media literacy of Thai youths, consisted of 1) media literacy according to the Tri-sikkha principles, 2) Dawn of education, 3) media literacy, 4) Patisampitha as important principles for the information age, and 5) Vutthidham IV as the growth of wisdom. In the follow-up and evaluation, three assessment frameworks were established: 1) the knowledge gained, 2) the application in daily life, and 3) the transfer of knowledge.

3) Assessment results of network creation of Buddhist communication innovative space for media literacy of Thai Youths. It was concluded that the results of the second order confirmatory factor analysis of measurement model Buddhist communication for media literacy of Thai youths (BCTY) found that the model fit with the empirical data. Determined by the chi-square value ($\chi^2 = 65.12$, $df = 49$, $p = .061$), which is not significantly different from zero, Goodness of Fit Index (GFI) was .979, Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) was .948, and Standardized residual mean square root index (RMR) was .020 indicated that the model fit with the empirical data. From the assessment results, the model of Buddhist communication innovative space for media literacy of Thai Youths was analyzed and the model fit with the empirical data. It means that it is consistent with the reality of youth in learning Buddhist communication in order to be aware of the media by being able to learn, understand, apply and transfer to others. From the findings of this research, It will be a guideline to promote the drive of Buddhist communication innovative space for media literacy of Thai youths.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความเมตตาอนุเคราะห์ของผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ พร้อมคณะกรรมการจัดสรรทุน ที่อนุมัติสนับสนุนทุนวิจัยผ่านโครงการวิจัย เรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (Network Development of Buddhist Communication Innovative Space for Media Literacy of Thai Youths)” ขอขอบพระคุณผู้บริหาร บุคลากร เจ้าหน้าที่ของสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ทุกท่าน โดยมี พระมหาชุตีภัก อภินนโท ผู้อำนวยการส่วนวางแผนและส่งเสริมการวิจัย สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ เป็นต้น ที่ให้คำแนะนำและชี้แนะในระบบปฏิบัติการ ดำเนินการ และติดตามระหว่างกระบวนการดำเนินงานวิจัยด้วยความใส่ใจและเมตตา จนกระทั่งการดำเนินงานวิจัยได้สำเร็จ

ขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ทำให้โครงการวิจัยนี้สำเร็จ ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ ข้อมูลจากการสังเกต และการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกภาคส่วนจนกระทั่งได้ข้อมูลสำหรับดำเนินการวิจัยครั้งนี้

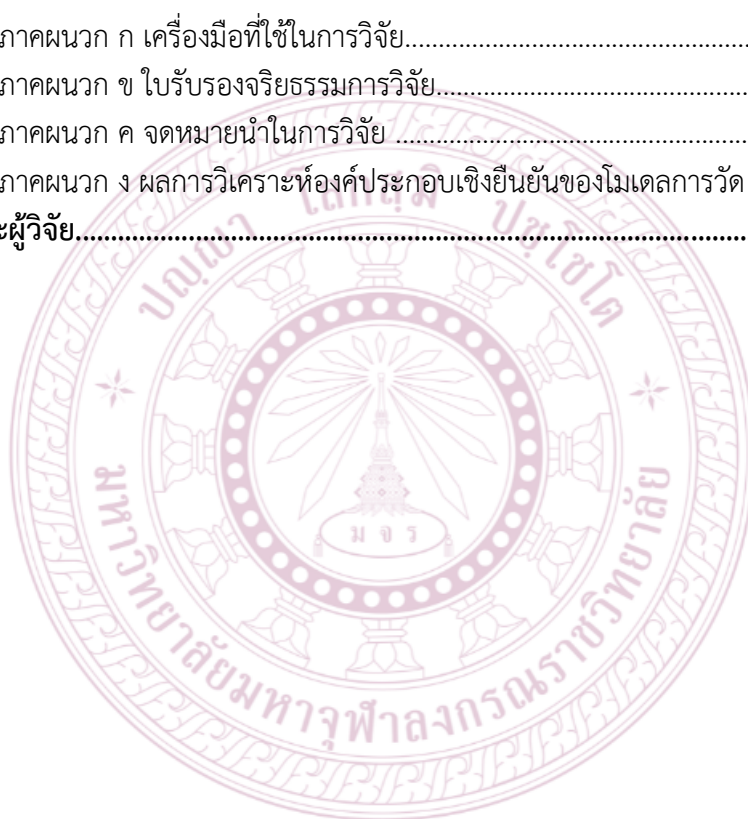
ขอกราบขอบพระคุณคณะผู้บริหารของคณะครุศาสตร์ ประกอบด้วย คณบดีคณะครุศาสตร์ รองคณบดีคณะครุศาสตร์ฝ่ายบริหาร หัวหน้าวิชาหลักสูตรและการสอน และขอขอบคุณคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ของคณะครุศาสตร์ทุกท่านที่เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยและคณะ ได้รับทุนวิจัยและปฏิบัติงานวิจัย ได้จนสำเร็จลุล่วง อันจะนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนางานด้านการจัดการเรียนรู้และใช้ประโยชน์ต่อไป

ดร.ลำพอง กลมกุล
๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๖

สารบัญ

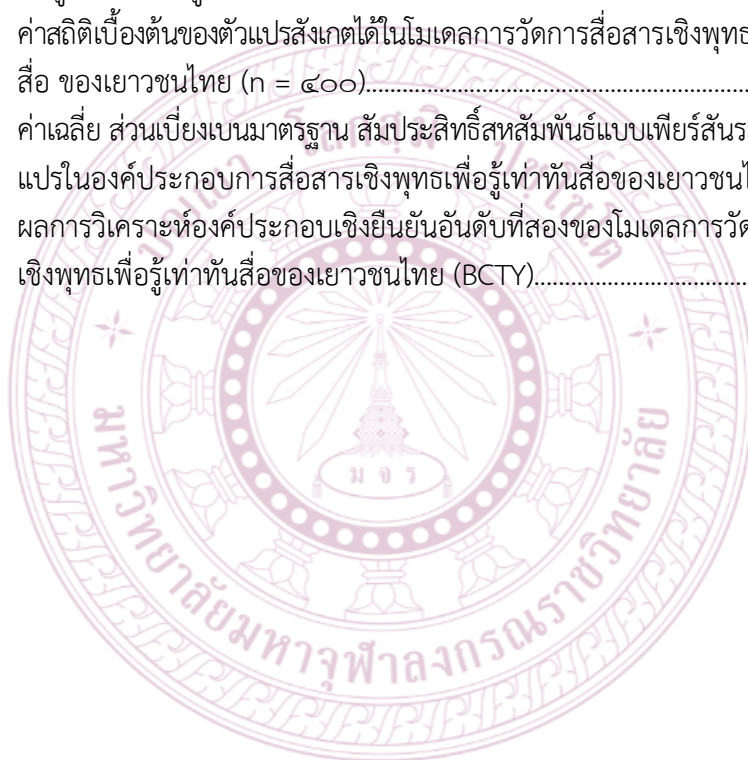
	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ณ
สารบัญตาราง.....	ม
สารบัญภาพ.....	ม
บทที่ ๑ บทนำ.....	๑
๑.๑ ความสำคัญและความสำคัญของปัญหา.....	๑
๑.๒ คำถามวิจัย.....	๓
๑.๓ วัตถุประสงค์การวิจัย.....	๓
๑.๔ ขอบเขตการวิจัย.....	๓
๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	๔
๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย.....	๔
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๕
๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย.....	๕
๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม.....	๑๙
๒.๓ ทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม.....	๒๘
๒.๔ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๓๕
๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๔๙
๒.๖ แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ.....	๖๓
๒.๗ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๗๒
๒.๘ กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	๘๖
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย.....	๘๗
๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๘๗
๓.๒ การวิจัยระยะที่ ๑.....	๙๑
๓.๓ การวิจัยระยะที่ ๒.....	๙๒
๓.๔ การวิจัยระยะที่ ๓.....	๙๔
บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	๙๖
๔.๑ ผลการวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๙๖
๔.๒ การพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อ รู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย.....	๑๐๒
๔.๓ การประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อ	

รู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย.....	๑๑๙
๔.๔ องค์ความรู้จากการวิจัย.....	๑๓๙
บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	๑๔๐
สรุปผลการวิจัย.....	๑๔๑
อภิปรายผล.....	๑๔๒
ข้อเสนอแนะ.....	๑๔๕
บรรณานุกรม.....	๑๔๗
ภาคผนวก.....	๑๕๕
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๑๕๖
ภาคผนวก ข ใบรับรองจริยธรรมการวิจัย.....	๑๖๗
ภาคผนวก ค จดหมายนำในการวิจัย	๑๗๐
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด	๑๗๙
ประวัติคณะผู้วิจัย.....	๒๑๓



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
๒.๑	พัฒนาการของเครือข่ายในประเทศไทย.....	๖
๒.๒	ประเภทของเครือข่าย.....	๑๓
๔.๑	นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดี.....	๙๗
๔.๒	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการสร้างเครือข่าย พื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (n=๔๐๐).....	๑๐๑
๔.๓	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	๑๒๖
๔.๔	ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทัน สื่อ ของเยาวชนไทย (n = ๔๐๐).....	๑๒๙
๔.๕	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัว แปรในองค์ประกอบการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย.....	๑๓๒
๔.๖	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการวัดการสื่อสาร เชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY).....	๑๓๖



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
๒.๑	กลุ่มและเครือข่ายที่มีอยู่ทั่วไปในปัจจุบัน.....	๑๖
๒.๒	กลุ่มและเครือข่ายที่กำลังเกิดขึ้น	๑๗
๒.๓	เครือข่ายที่คาดหวังให้เกิดขึ้นและมีและเป็น	๑๘
๒.๔	ตัวกรองความคิด.....	๒๖
๒.๕	ขั้นตอนและประตู.....	๒๗
๒.๖	การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์.....	๒๗
๒.๗	การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการ.....	๒๗
๒.๘	แสดงกระบวนการสื่อสารกับบุคคลอื่น.....	๕๒
๒.๙	แสดงกระบวนการสื่อสารที่ก่อให้เกิดปัญญา.....	๕๒
๒.๑๐	ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๕๖
๒.๑๑	ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๕๘
๒.๑๒	แสดงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๖๐
๒.๑๓	แนวทางปฏิบัติของการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๖๑
๒.๑๔	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	๘๖
๓.๑	วงจรการวิจัยเชิงปฏิบัติการ PAOR.....	๘๘
๔.๑	ทิศทางการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย	๙๙
๔.๒	แนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของ เยาวชนไทย.....	๑๐๐
๔.๓	การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ.....	๑๐๔
๔.๔	การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ.....	๑๐๗
๔.๕	การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ.....	๑๐๙
๔.๖	การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย.....	๑๑๓
๔.๗	ตัวอย่างการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย.....	๑๑๖
๔.๘	การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย.....	๑๑๖
๔.๙	องค์ประกอบของการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย.....	๑๑๗
๔.๑๐	รูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของ เยาวชนไทย.....	๑๑๘
๔.๑๑	โมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย.....	๑๒๓
๔.๑๒	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการวัดการสื่อสาร เชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย.....	๑๓๘
๔.๑๓	องค์ความรู้จากการวิจัย.....	๑๓๙

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนผ่านจากระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจสังคมฐานความรู้ทำให้เรื่องของทุนมนุษย์ได้กลายมาเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่ก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจ กล่าวคือสังคมและเศรษฐกิจในอนาคตต้องพึ่งพาความรู้มากขึ้น โดยงานและองค์การต่างๆ จะต้องพึ่งพาความรู้ของคนมากกว่าเครื่องจักร มีการพัฒนาที่ต้องใช้สมองมากขึ้น การใช้แรงงานลดปริมาณลง งานด้านการบริการจะมีการเติบโตมากขึ้นด้วย อุตสาหกรรมจำเป็นพึ่งพาความสามารถของมนุษย์ การพัฒนาอย่างรวดเร็วของคอมพิวเตอร์การสร้างเครือข่ายการติดต่อสื่อสารช่วยให้ข้อมูลต่างๆ ถูกแบ่งปันและสื่อสารไปได้ทั่วทุกมุมโลก (นิสตาร์ก เวชยานนท์, ๒๕๔๙: ๑๕) เนื่องจากการก้าวเข้าสู่ยุคสารสนเทศ การสื่อสารไร้สาย เป็นคำพยากรณ์ที่ได้รับการคาดหมายอย่างกว้างขวางจากแวดวงวิชาการและสื่อมวลชน จากนั้นไปจะไม่ใช้เรื่องแปลกประหลาดที่เราสามารถทำให้การรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เป็นเรื่องง่ายและสะดวกสบายมากขึ้นด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สาย ในปัจจุบันนี้สังคมไทยได้มีการประยุกต์ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตกับการสื่อสารอยู่หลายรูปแบบ เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) การสนทนา (chat) การอ่านหรือแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ด การติดตามข่าวสาร การเรียนรู้ออนไลน์ (e-Learning) เป็นต้น อย่างไรก็ตามในการที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทหนึ่งในสังคมไทยนั้นย่อมส่งผลกระทบต่อสังคม ผลกระทบทางบวก เช่น สามารถได้รับความรู้และข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น สามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เป็นต้น ผลกระทบทางลบ เช่น เกิดภัยทางสังคมจากการที่ได้มีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การได้รับข้อมูลหรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสมสำหรับเยาวชน เป็นต้น

อินเทอร์เน็ตเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่เติบโตและได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วมากในปัจจุบัน เนื่องด้วยความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะสื่อประสม คือ สามารถสื่อความหมายทั้งในรูปแบบของข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและเสียง ไปในเวลาเดียวกัน ทำให้ผู้ใช้สามารถรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ผ่านบริการต่างๆ ของอินเทอร์เน็ตได้ การบริการอย่างหนึ่งที่นับว่ามีบทบาทและโดดเด่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ก็คือ เครือข่ายสังคม Social Network เป็นเว็บพื้นฐานในการบริการที่จะให้แต่ละบุคคลสามารถสร้างเครือข่ายอย่างเป็นระบบทั้งระดับเล็กหรือใหญ่ในสังคม มีการสร้างบัญชีรายชื่อผู้ติดต่อที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือสิ่งที่สนใจเหมือนกันได้โดยผ่านการติดต่อกันเป็นเครือข่าย โดยเป็นการรู้จักกันต่อไปเป็นทอดๆ คล้าย

เครือข่ายโซเชียลมีเดียที่โยงกันไปมาได้ และสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งสำหรับ Social Network นั่นก็คือ เราสามารถพูดคุย นำเสนอ บอกเล่าเรื่องส่วนตัว และเรื่องราวการเรียน เรื่องราวที่เราสนใจ หรือแม้แต่การทำรายงานของเราและของกลุ่มเราได้ ดังนั้นเราจึงควรใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตและเว็บสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ แทนที่จะนำเสนอรูปภาพส่วนตัวหรือเรื่องราวที่ไม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ หันมารวมกลุ่มกันสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ร่วมกันโดยผ่านเว็บไซต์สังคมออนไลน์ที่มีให้บริการฟรีอยู่มากมายหลากหลายในอินเทอร์เน็ตอย่างไรก็ตามทราบกันดีว่าระบบอินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนดาบสองคมที่มีทั้งผลดีและผลเสียต่อผู้ที่มาใช้บริการ และด้วยเหตุผลที่ไม่สามารถควบคุมเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนระบบอินเทอร์เน็ตได้นั้นจึงทำให้เกิดความเสี่ยงขึ้นต่อผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ก็มีผลเนื่องมาจากการที่ผู้ใช้บริการมีการใช้บริการมากเกินไปหรือจากอิทธิพลทางสังคมที่ทำให้ต้องเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสังคมออนไลน์ มีการแสดงออกซึ่งตัวตนรวมถึงข้อมูลในเรื่องส่วนตัวอาจมีการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว การโจรกรรมข้อมูลหรือรูปภาพ การเปิดเผยข้อมูลที่ปราศจากการกลั่นกรองซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งต่างๆ หรือบุคคลที่อ้างถึงหรือมีส่วนเกี่ยวข้องได้รับความเสียหาย

เมื่อสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันได้สร้างปัญหาสถาบันครอบครัวในปัจจุบันนี้ที่มีค่านิยมตามแบบตะวันตกที่เข้ามามีอิทธิพลต่อพ่อแม่ทำให้ขาดความรับผิดชอบต่อกัน ไม่มีการถ่ายทอดความรู้สึกความเป็นพ่อแม่ลูกกัน ผลเสียก็ตกอยู่กับลูก (ธนันต์ชัย พัฒนะสิงห์, ๒๕๖๑: ๓) เพราะว่าพ่อแม่เลี้ยงลูกและรักลูกไม่เป็น พ่อแม่ส่วนใหญ่เลี้ยงลูกให้เป็นนักเสพนักบริโภค ขาดความรู้ความสามารถที่จะพัฒนาลูกให้เป็นนักศึกษาและนักสร้างสรรค์ นอกจากนี้บทบาทของพ่อแม่ยังได้ลดลงไป เพราะเทคโนโลยีข่าวสารโดยเฉพาะโทรศัพท์ได้เข้ามามีบทบาทมากกว่าพ่อแม่ มีผลกระทบกระเทือนต่อการพัฒนาบุคลิกภาพของบุคคล เช่น เด็กที่เคยยึดพ่อแม่เป็นแบบฉบับ ในเรื่อง ค่านิยม อารมณ์ แบบของพฤติกรรมที่ช่วยให้เด็กมีบุคลิกภาพที่ดี แต่เมื่อหน่วยของครอบครัวถูกทำลายลง ลูก ๆ บางครั้งก็ไม่ทราบว่าจะหันหน้าไปพึ่งใคร ซึ่งอาจทำให้เขาผิดหวัง และมีเรื่องที่ทำให้สะเทือนใจ กลายเป็นเด็กกระทำผิด เช่น การประพฤติผิดทางเพศ ติด ยาเสพติด และการเป็นเด็กจรจัด ฯลฯ การปรับตัวของเด็ก หลังการหย่าร้าง ลูกมักจะอยู่กับแม่ ซึ่งมีผลกระทบกระเทือนต่อบุคลิกภาพของเด็ก เพราะทั้งพ่อและแม่จะเป็นคนอบรมเด็ก และเด็กก็เรียนรู้บทบาทจากพ่อและแม่ ซึ่งเป็นต้นฉบับสำหรับชีวิตของผู้ใหญ่ แต่ถ้าเหลือแต่แม่ และแม่ต้องทำหน้าที่เป็นทั้งพ่อและแม่ โดยบางครั้งแม่ก็ไม่สามารถปลูกฝังพฤติกรรมแบบพ่อให้แก่ลูกได้ ทำให้เด็กมีปัญหาทางเพศ เช่น เด็กผู้ชายจะมีนิสัยเป็นผู้หญิง เด็กผู้หญิงจะมีนิสัยเป็นเพศชาย ในอีกแง่มุมเด็กที่ถูกเลี้ยงดูจากพ่อก็จะมีพฤติกรรมเลียนแบบพ่อ แต่อย่างไรก็ตามเด็กทั้งหญิงและชายโดยทั่วไปมักจะมีแนวโน้มใกล้ชิดชอบกับแม่มากกว่าพ่อ แม่จึงมีอิทธิพลโน้มน้าวจิตใจเด็กได้มากกว่า และในกรณีที่ครอบครัวไม่มีความสุข ลูกสาวและลูกชายมักจะเข้าข้างแม่มากกว่าพ่อแต่จะมีการเลียนแบบพฤติกรรมที่ปรากฏตามสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คแทน

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยและคณะจึงสนใจที่จะทำการวิจัยเรื่องการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ในการศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ที่พัฒนากิจกรรมและองค์ความรู้นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เชื่อมโยงสู่การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และใช้ในการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เพื่อสร้างสรรค์การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยและเปิดพื้นที่สร้างสรรค์ในการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างรู้เท่าทันและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันต่อไป

๑.๒ คำถามวิจัย

- ๑.๒.๑ องค์ประกอบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเป็นอย่างไร
- ๑.๒.๒ รูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยมีองค์ประกอบของรูปแบบอย่างไร
- ๑.๒.๓ ผลการประเมินการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเป็นอย่างไร

๑.๓ วัตถุประสงค์การวิจัย

- ๑.๓.๑ เพื่อวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ
- ๑.๓.๒ เพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
- ๑.๓.๓ เพื่อประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ออกแบบโดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ตามกระบวนการ PAOR ในการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ตัวแปรที่สนใจศึกษา คือ เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้บริหาร คณาจารย์ นิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ และคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย พื้นที่ในการศึกษาประกอบด้วย พื้นที่ตำบลตาเป็ก ตำบลอีสานเขต และตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ และเครือข่ายสถาบันการศึกษาในจังหวัดบุรีรัมย์ และระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย จำนวน ๖ เดือน

๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ หมายความว่า กระบวนการถ่ายทอดและการเรียนรู้เกี่ยวกับสื่อสารเชิงพุทธ เพื่อให้เยาวชนรู้เท่าทันวิถีโลก ผ่านกิจกรรมที่สร้างสรรค์ พัฒนาด้านสติปัญญาและมีวิจารณญาณในการเสพสื่ออย่างมีประสิทธิภาพตามวิถีธรรม

พื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ หมายความว่า คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยมีรูปแบบพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ คือ การเรียนรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ การเสพสื่ออย่างสร้างสรรค์ การสื่อสารด้วยยุทธวิธีวิถีพุทธ เยาวชนไทยกับการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์

เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ หมายถึง เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ที่สร้างขึ้นจากการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ สถาบันการศึกษา องค์การภาครัฐ และชุมชน เพื่อส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อให้รู้เท่าทันสื่อออนไลน์ที่แพร่หลายในสังคมปัจจุบัน

การเรียนรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ตามหลักพุทธธรรมในการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กระบวนการเรียนรู้ตามหลักโยนิโสมนสิการและไตรสิกขา กระบวนการรับสารตามหลักกาลามสูตร เป็นต้น

การเสพสื่ออย่างสร้างสรรค์ หมายถึง การเสพข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ รวมถึงการสร้างแรงบันดาลใจในการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม

การสื่อสารด้วยยุทธวิธีวิถีพุทธ หมายถึง กระบวนการสื่อสารตามยุทธวิธีวิถีพุทธอย่างมีประสิทธิภาพ ในบริบทและบทบาทของเยาวชนที่เป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร

เยาวชนไทยกับการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ หมายถึง กระบวนการปลูกฝังให้เยาวชนไทยมีความพร้อมและรู้เท่าทันสื่อออนไลน์สารสนเทศในยุคดิจิทัล ตลอดจนปลูกฝังให้มีภูมิคุ้มกันในการเสพสื่ออย่างมีสติ

๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑.๖.๑ ทำให้ได้สารสนเทศเกี่ยวกับองค์ประกอบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ เพื่อใช้เป็นสารสนเทศในการพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๑.๖.๒ ทำให้ได้รูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาพื้นที่ชุมชนการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยในพื้นที่เครือข่ายกรณีศึกษาต่อไป

๑.๖.๓ ทำให้ทราบผลการประเมินการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย อันจะนำผลการประเมินไปใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อมนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยทำให้สังคมไทยอยู่อย่างสันติสุข

บทที่ ๒

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ๑) แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย ๒) แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม ๓) ทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม ๔) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ ๕) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ ๖) แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ๗) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ ๘) กรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีรายละเอียดของการศึกษาดังนี้

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

๒.๑.๑ ความหมายของเครือข่าย

คำว่า “เครือข่าย” มีความหมายที่หลากหลาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับมุมมองในลักษณะต่างๆ ซึ่งนักวิชาการแต่ละท่านได้นำเสนอไว้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและสรุปได้ดังนี้

เครือข่าย หมายถึง การที่ปัจเจกบุคคล องค์กร หน่วยงาน หรือสถาบันใด ๆ ได้ตกลงที่จะประสานเชื่อมโยงเข้าหากัน ภายใต้วัตถุประสงค์หรือข้อตกลงอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันอย่างเป็นระบบ^{๑,๒} โดยกลุ่มของคนหรือองค์กรนั้น ต้องมีความสมัครใจในการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน มีการจัดรูปแบบหรือจัดระเบียบโครงสร้างโดยคนหรือองค์กรสมาชิกอย่างมีความเป็นอิสระ และที่สำคัญคือความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่ายต้องเป็นไปโดยสมัครใจ กิจกรรมที่ทำในเครือข่ายต้องมิได้มีลักษณะเข้าเทียมหรือแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน และการเป็นสมาชิกเครือข่ายไม่ฝักใฝ่ผลประโยชน์ต่อความเป็นอิสระหรือความเป็นตัวของตัวเองของคนหรือองค์กรนั้น ๆ และเครือข่ายจะมีการดำรงอยู่ยาวนานด้วยการสื่อสารแบบใดแบบหนึ่งที่ต่อเนื่อง สมาชิกในเครือข่ายมีความรู้สึกร่วมกันกับโครงสร้างที่ร่วมกันพัฒนาขึ้นและมีความมุ่งมั่นและรับผิดชอบร่วมกัน^๓

เครือข่ายวิจัยปฏิบัติการ หมายถึง การทำวิจัยปฏิบัติการที่มีรูปแบบการทำงานเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงของกลุ่มนักวิจัย ประกอบด้วย กลุ่มครูในโรงเรียน อาจารย์มหาวิทยาลัย พนักงานธนาคาร และกลุ่มคนในสาขาอาชีพอื่น ๆ ร่วมกันในการทำวิจัยปฏิบัติการเพื่อแสวงหาข้อค้นพบและนำไปใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับการปฏิบัติงานของตน และการร่วมกันวิจัยในรูปแบบเครือข่ายเป็นการทำวิจัยร่วมกันระหว่างสมาชิกภายในเครือข่ายโดยผ่านกิจกรรมที่เครือข่ายจัดขึ้น โดยมีกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง

^๑ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (๒๕๔๓). การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ชัคเชสมิเดีย.

^๒ Pearsal, J. & Trumble, B. (2003). Oxford english reference dictionary. 2nd edition, Oxford: Oxford University Press.

^๓ เสรี พงศ์พิศ. (๒๕๔๘). เครือข่าย: ยุทธวิธีเพื่อประชาคมเข้มแข็งชุมชนเข้มแข็ง. กรุงเทพมหานคร: โครงการมหาวิทยาลัยชีวิตสถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน.

หลายฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทำวิจัย ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการทำวิจัยซึ่งกันและกัน^{๔, ๕}

๒.๑.๒ พัฒนาการของเครือข่ายในสังคมไทย

กระบวนการทำงานใด ๆ ก็ตามมีจุดเริ่มต้นมาจากการรวมกลุ่มกันของคนเพียงไม่กี่คนในบางเขตพื้นที่ และเริ่มมีการพัฒนาขยายเป็นหน่วยที่ใหญ่ขึ้นจนพัฒนากลายเป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงถึงกันเพื่อการประสานผลประโยชน์ระหว่างกลุ่ม ความเป็นมาของเครือข่ายในสังคมไทยก็เช่นเดียวกัน เป็นกระบวนการที่มีความหลากหลายและมีความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความเกี่ยวข้องกับบริบททางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และประวัติศาสตร์ของชุมชนท้องถิ่น (คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๔๕; ชาชีวัฒน์ ศรีแก้ว, ๒๕๔๕; สุทิพย์ อบอุ่น, ๒๕๔๘) สามารถสรุปได้ดังตารางที่ ๒.๑



^๔ Stringer, E. (๑๙๙๖). Action research a handbook for practitioners. London: Sage.

^๕ Ainscow, M., Howes, A., Farrell, P., & Frankham. (๒๐๐๓). Making sense of the development of inclusive practices. European Journal of Special Needs Education ๘(๒), ๒๒๗-๒๔๒.

ตารางที่ ๒.๑ พัฒนาการของเครือข่ายในประเทศไทย

ช่วงเวลา	พัฒนาการของเครือข่าย
ก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. ๒๔๗๕	มีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายภาคประชาชน ภายใต้การเชื่อมโยงของกลุ่มคนในชุมชนเล็ก ๆ ที่พึ่งพาอาศัยกัน เป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงเรื่องราวของผู้คนในสังคม โดยอาศัยพื้นที่แหล่งทำมาหากินในการสานต่อความสัมพันธ์
การเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. ๒๔๗๕	ขบวนการเครือข่ายของภาคประชาชนไม่ได้เกิดมากนัก แต่เป็นจุดเริ่มต้นของการรวมตัวของชนชั้นกลางที่เข้ามามีบทบาทในกิจกรรมการพัฒนาประเทศ ซึ่งในยุคนี้ ได้มีการเสนอแนวคิดการรวมกลุ่มแบบ สหกรณ์ในสังคมไทย ซึ่งเป็นฐานความคิดในการพัฒนาสังคมไทยในเวลาต่อมา
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑-๒ (๒๕๐๔ - ๒๕๐๙, ๒๕๑๐ - ๒๕๑๔)	เกิดกระบวนการจัดตั้งกลุ่มและเครือข่ายภาคประชาชนอย่างมากมาย มีการส่งเสริมให้ภาคประชาชนมีการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิต โดยได้มีการจัดตั้งกรมการพัฒนาชุมชนขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๐๕ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาองค์กรเครือข่ายภาคประชาชน
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๓-๔ (๒๕๑๕ - ๒๕๑๙, ๒๕๒๐ - ๒๕๒๔)	มีแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเสริมสร้างและพัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่ม และเครือข่ายของภาคประชาชน แต่สถานการณ์ทางการเมืองไม่เอื้ออำนวยต่อการเกิดการรวมตัวเป็นองค์กรชุมชนและเครือข่ายภาคประชาชน จึงทำให้ไม่สามารถพัฒนากระบวนการเครือข่ายที่ต่อเนื่องได้
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๕ (๒๕๒๕ - ๒๕๒๙)	ได้มีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนมากขึ้น แต่ผลสำเร็จเกิดขึ้นในเฉพาะบางจุด มีแนวทางพัฒนาขององค์กรชุมชนและเครือข่ายภาคประชาชน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาในชุมชนชนบท และให้ความสนใจเรื่องการพึ่งตนเอง มีการเชื่อมโยงองค์กรชุมชนที่อยู่ในเขตพื้นที่เดียวกัน หรือมีปัญหาเดียวกัน ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันมากขึ้น มีลักษณะของการสร้างเครือข่ายทั้งในเชิงพื้นที่ และเชิงประเด็น ซึ่งเป็นการปูทางไปสู่การสร้างเครือข่ายขององค์กรชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ ในเวลาต่อมา
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๖ (๒๕๓๐ - ๒๕๓๔)	การรวมตัวขององค์กรชุมชนและเครือข่ายภาคประชาชนขยายใหญ่ขึ้น มีการเชื่อมโยงกับภาคีต่าง ๆ และมีเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ ๒.๑ พัฒนาการของเครือข่ายในประเทศไทย (ต่อ)

ช่วงเวลา	พัฒนาการของเครือข่าย
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๗ (๒๕๓๕ - ๒๕๓๙)	ประชาชนมีการตื่นตัวในทางการเมือง และเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมือง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดและความสัมพันธ์ของกลุ่ม องค์กรชุมชน และเครือข่ายภาคประชาชนกับหน่วยงานของรัฐในระยะต่อมา
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๘ (๒๕๔๐ - ๒๕๔๔)	มีการจัดตั้งสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานของภาครัฐ มีแนวคิดให้ชุมชนเป็นแกนนำในการพัฒนาตั้งแต่ระดับชุมชนไปจนถึงระดับนโยบาย ซึ่งทำให้เกิดการเชื่อมโยงองค์กรเครือข่ายภาคประชาชนที่หลากหลาย มีการจัดตั้งสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยที่มาของสมาชิกสภาที่ปรึกษามาจากตัวแทนขององค์กรเครือข่ายภาคประชาชนใน ๕ ภาคฐาน คือ กลุ่มในภาคธุรกิจ ภาคบริการ ภาคสังคม ภาคเกษตร และฐานทรัพยากร ซึ่งกระบวนการนี้ได้เสริมสร้างให้ภาคประชาชนมีการรวมตัวกันและจัดตั้งเป็นเครือข่ายภาคประชาชนตาม ๕ ภาคฐาน
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๙ (๒๕๔๕ - ๒๕๔๙)	ได้อัญเชิญ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลปัจจุบัน มาเป็นปรัชญานำทางการพัฒนา และการบริหารประเทศ โดยมีแนวทางการส่งเสริมองค์กรเครือข่ายภาคประชาชนภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคน และการคุ้มครองทางสังคม มีการเชื่อมโยงการพัฒนาชนบทอย่างเกื้อกูลสนับสนุนให้องค์กรเครือข่ายภาคประชาชนได้ดำเนินการดูแลรักษาและปกป้องสิทธิของชุมชนในการจัดการเชิงพื้นที่มากขึ้น และปัจจุบันมีการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายด้วยระบบเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครื่องสนับสนุนให้มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันมากขึ้น

การเกิดขึ้นของเครือข่ายในประเทศไทยมีตั้งแต่สมัยก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. ๒๔๗๕ และมีพัฒนาการดำเนินงานเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเครือข่ายเกิดขึ้นได้เนื่องจากกลุ่มของบุคคลต้องการรวมตัวกันเพื่อสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยเริ่มจากการสร้างเครือข่ายของภาคประชาชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้ และต่อมาเริ่มมีเครือข่ายความร่วมมือกันระหว่างภาคประชาชนและหน่วยงานของรัฐ และในปัจจุบันระบบเครือข่ายมีการขยายออกไปในระดับที่กว้างขวาง โดยมีการประสานความร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายด้วยกัน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อร่วมมือกันในการสร้างผลประโยชน์และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันทั้งด้านความรู้ทางทฤษฎีและการปฏิบัติ

๒.๑.๓ องค์ประกอบของเครือข่าย

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (๒๕๔๓) ได้กล่าวว่า ในการสร้างเครือข่ายของการทำงานร่วมกันจำเป็นต้องมีองค์ประกอบของเครือข่าย ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบดังต่อไปนี้

๑) การรับรู้มุมมองร่วมกัน (common perception) สมาชิกที่เข้ามาอยู่ในเครือข่ายต้องมีความรู้สึกนึกคิดและการรับรู้ร่วมกันถึงเหตุการณ์เข้าร่วมเป็นเครือข่าย เช่น มีความเข้าใจในปัญหาและมีสำนึกในการแก้ไขปัญหาร่วมกัน มีประสบการณ์ในปัญหาร่วมกัน มีความต้องการความช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกของเครือข่ายเกิดความรู้สึกผูกพันในการดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกันเพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ การรับรู้ร่วมกันถือเป็นหัวใจของเครือข่ายที่ทำให้เครือข่ายมีความต่อเนื่องเพราะหากสมาชิกไม่มีความเข้าใจในการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายจะทำให้การประสานงาน และการขอความร่วมมือในการดำเนินการเป็นไปอย่างยากลำบากเพราะต่างคนต่างก็ใช้กรอบการมองโลกคนละกรอบเหมือนใส่แว่นตากันคนละสี ย่อมมองปัญหาหรือความต้องการที่เกิดขึ้นไปคนละทิศทาง แต่ทั้งนี้มิได้ความหมายว่าสมาชิกของเครือข่ายไม่สามารถจะมีความคิดเห็นแตกต่างกันเพราะมุมมองที่แตกต่างกันย่อมมีประโยชน์ช่วยให้เกิดการสร้างสรรค์ในการทำงาน แต่ความคิดที่ต่างต่างนี้สมาชิกเครือข่ายยอมรับกัน มิฉะนั้นความแตกต่างที่มีอยู่จะนำไปสู่ความแตกแยกในที่สุด

๒) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (common vision) วิสัยทัศน์ร่วมเป็นการมองเห็นภาพของจุดมุ่งหมายในอนาคตร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม การรับรู้เข้าใจถึงทิศทางเดียวกันและการมีเป้าหมายที่จะไปด้วยกันจะช่วยให้ขบวนการเคลื่อนไหวมีพลัง เกิดเอกภาพและช่วยบรรเทาความขัดแย้งอันเกิดจากมุมมองความคิดที่ต่างต่างลงไปได้ ในทางตรงข้าม เมื่อใดที่วิสัยทัศน์หรือ เป้าหมายส่วนตัว ขัดแย้งกับวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายของเครือข่ายพฤติกรรมกาปฏิบัติของสมาชิกก็จะเริ่มแตกต่างจากสิ่งที่สมาชิกเครือข่ายกระทำร่วมกัน ดังนั้นแม้ว่าวิสัยทัศน์ร่วมกันเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาในการสร้างให้เกิดขึ้น แต่ก็จำเป็นต้องสร้างให้เกิดขึ้นให้ได้และสมาชิกของเครือข่ายก็ควรมีวิสัยทัศน์ย่อยส่วนตัวที่สอดคล้องไปด้วยกันกับวิสัยทัศน์ของเครือข่าย แม้อาจไม่ได้ซ้อนทับอย่างแนบสนิทกับวิสัยทัศน์ของเครือข่าย แต่อย่างน้อยก็ควรสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

๓) การเกิดผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน (mutual interests/benefits) เครือข่ายเกิดจากที่สมาชิกแต่ละคนก็มีความต้องการของตนเอง แต่ความต้องการเหล่านั้นจะไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จได้หากสมาชิกต่างคนต่างอยู่ ความจำกัดนี้ทำให้เกิดการรวมตัวกันบนฐานของผลประโยชน์ร่วมที่มากเพียงพอจะดึงดูดใจให้รวมเป็นเครือข่าย ดังนั้น การรวมเป็นเครือข่ายจึงต้องตั้งอยู่บนฐานของผลประโยชน์ที่มีร่วมกัน ซึ่งผลประโยชน์ในที่นี้ครอบคลุมทั้งผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ได้แก่ เกียรติยศ ชื่อเสียง การยอมรับโอกาสในความก้าวหน้า ความสุข และความพึงพอใจ กล่าวโดยสรุปก็คือ การที่จะดึงใครเข้ามามีส่วนร่วมในขบวนการเครือข่ายจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ ที่เขาจะได้รับจากการเข้าร่วม และในหลายกรณีอาจเป็นการพิจารณาล่วงหน้าก่อนที่จะจะเรียกร้องแม้ผลประโยชน์ที่แต่ละคนได้รับอาจมีน้อยแตกต่างกัน แต่ทุกคนได้รับผลประโยชน์ เมื่อใดสมาชิกได้รับประโยชน์ร่วม หรือเมื่อเขาคำนวณแล้วเขาเสียมากกว่าได้ เขาก็จะเริ่มถอยตัวเองออกจากเครือข่ายไปหรือเมื่อเขาได้รับการสนองตอบต่อความต้องการ ที่มีอย่างสมบูรณ์แล้ว เขาก็จะออกไปจากเครือข่ายในที่สุด ประเด็นสำคัญอีกประการก็คือ ผลประโยชน์ที่เขา

จะได้รับต้องเพียงพอสำหรับเขาในการที่จูงใจให้เข้ามีส่วนร่วมในทางปฏิบัติจริง โดยไม่ได้มีส่วนร่วมแบบประดับที่มีเพียงตำแหน่งหรือรายชื่อในเครือข่ายแต่ไม่มีการเข้าร่วมปฏิบัติจริงในเครือข่าย

๔) การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง (all stakeholders participation) การมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่าย นับเป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย เพราะกระบวนการมีส่วนร่วมทุกฝ่ายในเครือข่าย (all stakeholders in network) ย่อมเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจและร่วมลงมือกระทำอย่างเข้มแข็ง ดังนั้น สถานะของสมาชิกในเครือข่ายจึงควรเป็นไปในลักษณะของความเท่าเทียมกัน (equal status) ในฐานะของ “หุ้นส่วน (partner)” ของเครือข่าย ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในแนวราบ (horizontal relationship) ที่เท่าเทียมกันแทนความสัมพันธ์ในแนวตั้ง (vertical relationship) หมายความว่า หากการรวมตัวเป็น เครือข่ายเกิดขึ้นระหว่างรัฐกับชุมชนท้องถิ่นหน่วยงานภาครัฐ ก็ต้องวางสถานะของตนเองเทียบเท่ากับประชาชนในฐานะของสมาชิกเครือข่ายมิใช่การวางตัวเป็นเจ้านายเหนือประชาชน อย่างไรก็ตามแม้จะยากในทางปฏิบัติในหลาย ๆ กรณีเพราะต้องอาศัยการเปลี่ยนกรอบความคิดของสมาชิกในเครือข่ายและการสร้างบริบทแวดล้อมอื่น ๆ เข้ามาประกอบด้วย แต่ก็ยังเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องกระทำหากต้องการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง

๕) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (complementary relationship) องค์ประกอบที่จะทำให้เครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่องก็คือ การที่สมาชิกของเครือข่ายต่างก็ต้องเสริมสร้างซึ่งกันและกัน โดยที่จุดแข็งของฝ่ายหนึ่งไปช่วยเสริมจุดอ่อนของอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวเป็นเครือข่ายมากกว่าการไม่สร้างเครือข่ายต่างคนต่างอยู่ ตัวอย่างเช่น นักวิชาการที่เข้าใจสภาพท้องถิ่นเข้าไปทำการวิจัยร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น ก็จะช่วยให้เกิดการสะสมองค์ความรู้ของท้องถิ่นอย่างเป็นระบบอันเป็นประโยชน์ต่อชุมชน ในขณะที่ประชาชนในท้องถิ่นก็ให้ข้อมูลและความร่วมมือในการศึกษาวิจัย หรือการที่มูลนิธิขององค์กรธุรกิจช่วยสนับสนุนด้านการเงินแก่องค์กรประชาชน ขณะเดียวกันความสำเร็จขององค์กรประชาชนก็สร้างชื่อเสียงแก่องค์กรธุรกิจนั้นด้วย

๖) การพึ่งอิงร่วมกัน (interdependence) คือการเติมเต็มในส่วนที่ขาดในแต่ละฝ่าย ทั้งนี้เนื่องจากทุกฝ่ายต่างมีข้อจำกัดในการทำงาน และมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือเนื่องจากธรรมชาติความจำกัดของสมาชิกในเครือข่ายทั้งด้านทรัพยากร ความรู้ เงินทุน และกำลังคน สมาชิกของเครือข่ายจึงไม่สามารถดำรงอยู่ได้อย่างสมบูรณ์ด้วยตัวเอง การจะทำให้เป้าหมายร่วมสำเร็จได้นั้นสมาชิกต่างจำเป็นต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกในเครือข่ายเพื่อให้เกิดการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน การจะทำให้สมาชิกหรือหุ้นส่วนของเครือข่ายยึดโยงกันให้แน่นหนาจำเป็นต้องทำให้หุ้นส่วนแต่ละคนรู้สึกว่าการเอาหุ้นส่วนคนใดคนหนึ่งออกไปจะทำให้เครือข่ายล้มลงไปได้ การดำรงอยู่ของหุ้นส่วนแต่ละคน จึงจำเป็นต้องดำรงอยู่ของเครือข่าย ซึ่งการพึ่งอิงร่วมกันนี้จะส่งผลทำให้สมาชิกต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันโดยอัตโนมัติ

๗) การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (interaction) สมาชิกในเครือข่ายต้องทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกด้วยกัน เช่น มีการติดต่อกันผ่านทางการเขียนหรือการพบปะพูดคุย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน หรือมีกิจกรรมประชุมสัมมนาร่วมกัน เป็นต้น ซึ่งผลของการปฏิสัมพันธ์นี้ต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเครือข่ายตามมาด้วย ปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวจะเป็นลักษณะความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนระหว่างกัน (reciprocal exchange) มิใช่

ปฏิสัมพันธ์ฝ่ายเดียว (unilateral exchange) ยิ่งสมาชิกมีการปฏิสัมพันธ์กันมากเท่าใดก็ยิ่งเกิดความผูกพันภายในระหว่างกันมากขึ้นเท่านั้นซึ่งจะช่วยให้เกิดการเชื่อมโยงในระดับที่แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น (highly integrated) นอกจากนี้ การปฏิสัมพันธ์ยังช่วยให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างกันมากขึ้น จะช่วยให้เครือข่ายเข้มแข็งยิ่งขึ้น องค์ประกอบข้างต้น ไม่เพียงจะเป็นประโยชน์ในการนำไปช่วยจำแนกระหว่างเครือข่ายแท้กับเครือข่ายเทียมเท่านั้นหากยังช่วยแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่จะมีผลต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายด้วย

ดังนั้น องค์ประกอบของเครือข่ายจึงต้องมีการรับรู้มุมมองร่วมกัน มีวิสัยทัศน์ในทิศทางเดียวกัน มีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน และเกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง ไม่จำกัดเฉพาะในวงแคบ ๆ การก่อให้เกิดการเสริมสร้างซึ่งกันและกันเพื่อนำไปสู่การเติมเต็มและการพึ่งอิงร่วมกัน อันก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนในระดับที่แน่นแฟ้น ไม่ใช่ต่างคนต่างอยู่ องค์ประกอบเหล่านี้นับเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความเข้มแข็งของเครือข่าย

๒.๑.๔ รูปแบบของเครือข่าย

Starkey (๑๙๙๗, อ้างถึงใน ขนิษฐา กาญจนรังษินนท์, ๒๕๔๘) เครือข่ายมีรูปแบบมากมายและมีบางคนพยายามจำแนกโดยใช้คุณลักษณะของสมาชิก พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ กิจกรรมหลัก วัตถุประสงค์ และโครงสร้างของเครือข่าย เป็นเกณฑ์

๑) คุณลักษณะของสมาชิก เครือข่ายอาจจำแนกตามประเภทของสมาชิก เช่น ชาวานักวิจัยหรือวิศวกร บางเครือข่ายรวมคนที่ทำงานในระดับเดียวกันเป็นประเภทเดียวกันหรือเน้นเครือข่ายแนวราบ เช่น เครือข่ายชาวาน (ประกอบด้วยคนที่เป็ชาวานเท่านั้น) บางเครือข่ายก็รวมคนที่ทำงานสาขาเดียวกันแต่ต่างระดับกันเข้าด้วยกันหรือเน้นเครือข่ายแนวตั้ง เช่น ชาวานักวิจัยด้านการเกษตร หน่วยงานกำหนดนโยบายการเกษตร และหน่วยงานระหว่างประเทศที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการเกษตร เป็นต้น บางเครือข่ายมีสมาชิกแบบบุคคล แต่บางแห่งก็มีสมาชิกเป็นองค์กรหรือสถาบัน และบางแห่งมีปะปนกัน

๒) พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ เป็นการจำแนกเป็นเครือข่ายที่ดำเนินงานในพื้นที่หนึ่ง บางแห่งก็เป็นเครือข่ายระดับประเทศ บางแห่งเป็นเครือข่ายระดับภูมิภาค บางเครือข่ายก็เป็นเครือข่ายระดับชุมชนลุ่มน้ำ เช่น เครือข่ายเกษตรกรภาคเหนือ เป็นต้น หรืออาจแบ่งตามเขตที่มีระบบนิเวศทางการเกษตรเหมือนกัน เช่น เครือข่ายข้อมูลข่าวสารในพื้นที่แห้งแล้ง (Arid Lands Information Network)

๓) วัตถุประสงค์ของเครือข่าย เครือข่ายจำนวนมากตั้งขึ้นเพื่อปรับปรุงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิก และการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารเป็นวัตถุประสงค์หลักของเครือข่ายบางเครือข่ายตั้งขึ้นเพื่อความร่วมมือในการวิจัยศึกษา ฝึกอบรมหรือตลาด บางเครือข่ายมุ่งเพื่อการแลกเปลี่ยนเครื่องมือในการประกอบอาชีพ (เช่น เครือข่ายเครื่องจักรกลทางการเกษตร) บางเครือข่ายมุ่งเป็นกลุ่มพลังกระตุ้นความตระหนักของสังคมและเข้าไปมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายของรัฐเพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ของสมาชิก เครือข่ายหลายแห่งมีวัตถุประสงค์หลายด้าน ทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทั้งร่วมมือกันในการจัดการฝึกอบรมและวิจัย รวมทั้งผลักดันนโยบาย

๔) การจัดการเครือข่าย บางเครือข่ายมีรูปแบบเป็นทางการและรวบอำนาจ โดยมีการส่งข่าวถึงกันผ่านองค์กรแกนที่เป็นศูนย์กลางเครือข่ายที่มีความเข้มแข็ง แต่บางแห่งก็รวมเป็นเครือข่าย

แบบไม่เป็นทางการและกระจายอำนาจ โดยเน้นการติดต่อกันโดยตรงระหว่างสมาชิกเครือข่าย ไม่เป็นทางการมักจะเกิดขึ้นจากระดับรากหญ้า หรือในองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจขององค์กรระดับล่าง แต่ก็มีแนวโน้มที่พัฒนาเป็นเครือข่ายที่รวมศูนย์มากขึ้น

จากการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเครือข่าย กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษาซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ ได้เสนอรูปแบบของเครือข่ายไว้ ดังนี้

๑) รูปแบบที่เกิดจากการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกัน เช่น เครือข่ายสถานศึกษา เครือข่ายสถานศึกษากับชุมชน เครือข่ายสถานศึกษากับองค์กรเอกชน เครือข่ายครู เครือข่ายผู้ปกครอง ฯลฯ ซึ่งมีทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ รูปแบบที่เป็นทางการ เช่น การตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดระบบและแนวทางปฏิบัติ รูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น รวมตัวกันเองตามความสนใจซึ่งส่วนใหญ่จะมีความยั่งยืนมากกว่า เนื่องจากเป็นความสนใจที่แท้จริง

๒) รูปแบบเครือข่ายตามสถานที่ มี ๒ รูปแบบ ได้แก่ เครือข่ายภายในสถานศึกษา และเครือข่ายนอกสถานศึกษา

๓) รูปแบบเครือข่าย โดยพิจารณาจากลักษณะของโครงสร้างและเป้าหมายของระบบการศึกษา ซึ่งแบ่งออกเป็น ๓ รูปแบบ คือ ในระบบ นอกระบบ และตามอัยยาศัย

ที่กล่าวมาข้างต้น รูปแบบเครือข่าย ประกอบด้วย คุณลักษณะของสมาชิกที่ทำงานในระดับเดียวกันแบบเครือข่ายแนวราบ หรือทำงานสาขาเดียวกันแต่ต่างระดับกันแบบแนวตั้ง มีสมาชิกแบบบุคคล องค์กร สถาบัน หรือปะปนกัน ในด้านพื้นที่ทางภูมิศาสตร์นั้น เริ่มจากระดับชุมชน ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ ในด้านวัตถุประสงค์ของเครือข่าย อาจมีขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร การวิจัยการศึกษา ฝึกอบรม กระตุ้นสังคม รวมทั้งผลักดันนโยบายเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ และในด้านการจัดการเครือข่าย กล่าวโดยสรุปมี ๒ รูปแบบ คือแบบรวบอำนาจและกระจายอำนาจ จากการระดมความคิดเห็นโดยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติได้เสนอรูปแบบของเครือข่ายที่เกิดจากการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกัน รูปแบบเครือข่ายตามสถานที่ และรูปแบบเครือข่ายตามลักษณะของโครงสร้างและเป้าหมายของระบบการศึกษา

๒.๑.๕ ประเภทของเครือข่าย

เครือข่ายเป็นรูปแบบการทำงานในลักษณะสร้างความร่วมมือประสานงานกันในแนวราบระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องด้วยการระดมสรรพกำลังซึ่งรวมถึงคน สติปัญญา ความสามารถ และทรัพยากรในการทำงานเพื่อเอาชนะอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนของระบบการทำงาน ดังกล่าวข้างต้นและเป็นแนวทางที่ตรงกับแนวคิดของการพัฒนาปัจจุบันที่ให้อิทธิพลที่ประสานภารกิจและร่วมทรัพยากร (Area, Function, Participation) เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนา

Alter and Hage (๒๕๓๓) อ้างถึงใน กองส่งเสริมและพัฒนาเครือข่าย, ๒๕๔๘) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ลักษณะของเครือข่าย มีดังนี้

๑) เครือข่ายมีลักษณะเป็นโครงสร้างทางความคิด (cognitive structures) ไม่ว่าจะพัฒนาไปถึงระดับใด บุคคลที่เกี่ยวข้องในองค์กรเครือข่ายจะมีกรอบความคิดเกี่ยวกับองค์กรเครือข่ายใกล้เคียงกันในด้านความรู้ ความสามารถ ความคาดหวังต่อเครือข่าย

๒) องค์กรเครือข่ายไม่มีลำดับชั้น (hierarchy) การเชื่อมโยงระหว่างองค์กรเครือข่ายเป็นไปในลักษณะแนวนอน แต่ละองค์กรเป็นอิสระต่อกัน แต่ระดับความเป็นอิสระของแต่ละองค์กรอาจไม่เท่ากัน

๓) องค์กรเครือข่ายมีการแบ่งงานกันทำ (division of labour) การที่องค์กรเข้ามา ร่วมเป็นเครือข่ายเพราะส่วนหนึ่งคาดหวังการพึ่งพิงแลกเปลี่ยนความสามารถระหว่างกัน ดังนั้นหากองค์กรใดไม่สามารถแสดงความสามารถให้เป็นที่ประจักษ์ก็อาจหลุดออกจากเครือข่ายได้ ในทางตรงกันข้าม หากได้แสดงความสามารถก็จะนำไปสู่การพึ่งพาการแบ่งงานกันทำ ทั้งยังเป็นการลดโอกาสที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งจะแสดงอำนาจเหนือเครือข่ายด้วย

๔) ความเข้มแข็งขององค์กรการร่วมกันเป็นเครือข่ายจะนำไปสู่ความเข้มแข็งโดยรวมของเครือข่าย ดังนั้นการพัฒนาของแต่ละองค์กรเครือข่ายจึงเป็นสิ่งสำคัญ

๕) องค์กรเครือข่ายกำหนดการบริหารจัดการกันเอง (self-regulating) ในการทำงานร่วมกันในลักษณะแนวนอน จำเป็นต้องมีความสมานฉันท์โดยผ่านกระบวนการทางประชาธิปไตย หมายถึง การตกลงระหว่างองค์กรเครือข่ายที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการภายในเพื่อให้เครือข่ายสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้

๖) ความสำเร็จขององค์กรเครือข่ายมิใช่จะได้มาเพียงชั่วข้ามคืน แต่ต้องอาศัยระยะเวลาในการบ่มเพาะความสัมพันธ์ ศรัทธา และความไว้วางใจ ตลอดจนการสร้างกรอบทางความคิดเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การแก้ปัญหาร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งการดำเนินการร่วมกันระหว่างองค์กรอย่างต่อเนื่อง

นฤมล นิราทร (๒๕๔๓) ^๖ กล่าวว่า การจำแนกประเภทของเครือข่าย สามารถกระทำได้หลายมิติ ดังนี้

๑) ตามพื้นที่ดำเนินงาน เช่น เครือข่ายระดับหมู่บ้าน ตำบล จังหวัด ภาคและระดับประเทศ

๒) ตามประเภทกิจกรรมหรือประเด็นปัญหา เช่น เครือข่ายที่ทำงานด้านเด็ก สตรี สาธารณสุข เศรษฐกิจ พัฒนาชุมชน สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม ฯลฯ

๓) ตามอาชีพ หรือสถานภาพทางสังคม เช่น เครือข่ายแรงงาน เครือข่ายกลุ่มเครือข่ายครูพิทักษ์สิทธิเด็ก พระสงฆ์ เครือข่ายสาวตรีนักเรียน ฯลฯ

๔) ตามรูปแบบโครงสร้างหรือความสัมพันธ์ การจำแนกโดยใช้เกณฑ์นี้จะทำให้เกิดเครือข่าย ๒ ลักษณะ คือ เครือข่ายตามแนวตั้ง และเครือข่ายตามแนวนอน

๔.๑) เครือข่ายตามแนวตั้ง หมายถึง เครือข่ายที่โครงสร้างมีลักษณะเป็นช่วงชั้น ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในเครือข่ายไม่เท่ากัน มีองค์กรที่มีสถานภาพสูงกว่าและอยู่ในฐานะผู้ให้ความช่วยเหลือแก่องค์กรที่เป็นลูกข่าย เครือข่ายตามแนวตั้งพบมากในองค์กรธุรกิจ เช่น เครือข่ายแฟรนไชส์ต่าง ๆ ซึ่งลูกข่ายต้องพึ่งพาบริษัทแม่ในเรื่องเครื่องหมายการค้า ขณะที่ลูกข่ายต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับประโยชน์ที่จะได้จากแม่ข่าย

^๖ นฤมล นิราทร. (๒๕๔๓). การสร้างเครือข่ายการทำงาน: ข้อควรพิจารณาบางประการ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

๔.๒) เครือข่ายตามแนวนอน เป็นเครือข่ายที่ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรต่างๆ ภายในเครือข่ายมีความเท่าเทียมกัน ลักษณะการแลกเปลี่ยนเป็นไปโดยช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การติดต่อภายในเครือข่าย เป็นการติดต่อระหว่างบุคคลหรือองค์กรหรืออาจจะมียุทธศาสตร์ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างเครือข่าย เช่น จัดประชุม กระจายข่าวสารข้อมูล หรือเป็นแกนกลางเมื่อต้องการมีการปฏิบัติการร่วมกัน องค์กรประสานงานนี้ก็ยังมีสถานภาพเท่าเทียมกับองค์กรอื่น ๆ ภายในเครือข่าย เครือข่ายในงานพัฒนาส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายตามแนวนอน

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (๒๕๔๓ อ้างถึงใน สุทธิย์ อบอุ่น, ๒๕๔๘)^๗ ได้แบ่งเครือข่ายออกเป็นประเภทต่าง ๆ โดยใช้เกณฑ์ประยุกต์กับเครือข่ายเพื่อปฏิรูปการศึกษา ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังตารางที่ ๒.๒

ตารางที่ ๒.๒ ประเภทของเครือข่าย

เกณฑ์การแบ่ง	ประเภทของเครือข่าย
ขนาดของกลุ่ม	- เครือข่ายรวม (total network) - เครือข่ายย่อย (sub network)
พื้นที่	- เครือข่ายระดับหมู่บ้านในพื้นที่ตำบล - เครือข่ายระดับหมู่บ้านข้ามพื้นที่ตำบล - เครือข่ายระหว่างตำบลในอำเภอใดอำเภอหนึ่ง - เครือข่ายระดับตำบลข้ามพื้นที่อำเภอ - เครือข่ายระดับอำเภอในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง - เครือข่ายระดับอำเภอข้ามพรมแดนจังหวัด - เครือข่ายระหว่างจังหวัดในภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง
ประเด็นที่สนใจร่วม	- เครือข่ายประเด็นที่น่าสนใจอาจแบ่งได้หลากหลาย เช่น เครือข่ายการศึกษาทางเลือก เครือข่ายการเรียนรู้
วิชาชีพของสมาชิกกลุ่ม	- เป็นการแบ่งตามวิชาชีพของสมาชิกในเครือข่าย เช่น เครือข่ายนักการเมือง เครือข่ายนักวิชาการ เครือข่ายครู-อาจารย์ เครือข่ายนักธุรกิจ เป็นต้น
บทบาทของกลุ่ม	- เป็นการพิจารณาถึงบทบาทหลักที่เครือข่ายนั้นดำเนินการอยู่ เช่น เครือข่ายการศึกษาวิจัยเพื่อปฏิรูปการศึกษา เครือข่าย-ผู้สนับสนุนด้านการเงิน
ลักษณะภาคีที่ร่วมในเครือข่าย	เกิดได้สองทางหลัก คือ - เครือข่ายแนวนอน - เครือข่ายแนวตั้ง
ระดับความผูกพัน	แบ่งได้เป็น

^๗ สุทธิย์ อบอุ่น, พระมหา. (๒๕๔๗). เครือข่ายธรรม ความรู้ และการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เดือนตุลา.

เกณฑ์การแบ่ง	ประเภทของเครือข่าย
	- เครือข่ายที่มีความผูกพันใกล้ชิดในระดับสูง
	- เครือข่ายที่มีความผูกพันใกล้ชิดในระดับรอง
	- เครือข่ายที่มีความผูกพันในระดับห่างไกล

ที่มา: เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (๒๕๔๓)

๒.๑.๖ กระบวนการสร้างเครือข่าย

ผู้วิจัยได้ศึกษาการดำเนินงานของเครือข่ายต่าง ๆ ที่เป็นเครือข่ายทางสังคม สามารถสรุปกระบวนการสร้างเครือข่าย โดยแบ่งเป็น ๔ ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ของเครือข่าย การกำหนดแผนปฏิบัติการ การกำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน และการกำหนดบทบาทของสมาชิกในเครือข่าย

ขั้นตอนที่ ๑ การกำหนดวัตถุประสงค์ของเครือข่าย

วัตถุประสงค์หลักที่สำคัญในการสร้างเครือข่าย มีดังนี้ (๑) เพื่อประสานเชื่อมโยงเครือข่ายให้เกิดพลังในการทำงานร่วมกัน (๒) เพื่อดำเนินการให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกในเครือข่าย (๓) เพื่อผลักดันให้เกิดการวิจัยสร้างองค์ความรู้ที่ตอบสนองความต้องการของสมาชิกในเครือข่าย (๔) เพื่อดำเนินการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบนฐานองค์ความรู้จากการวิจัยไปสู่การปฏิบัติ (๕) เพื่อประสานให้เกิดวิสัยทัศน์ร่วมกันระหว่างเครือข่ายอื่น ๆ ที่มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของเครือข่ายคล้ายคลึงกัน (๖) เพื่อเสริมสร้างพลังอำนาจของเครือข่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้สามารถรักษาทิศทางการดำเนินงานของเครือข่ายให้บรรลุเป้าหมาย (เสรี พงศ์พิศ, ๒๕๔๘ และอมรวิรัช นาคทรพร, ๒๕๔๗)

ขั้นตอนที่ ๒ การกำหนดแผนปฏิบัติการภายในเครือข่าย

การกำหนดแผนปฏิบัติการในการพัฒนาเครือข่ายที่สอดคล้องกับการวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียนให้มีประสิทธิภาพ ได้แก่ (๑) ควรมีการจัดตั้งกลุ่มการวิจัย (research work group) (๒) สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาเครือข่ายและแก้ปัญหาได้จริงในชั้นเรียน (๓) มีการเผยแพร่การวิจัยไปสู่สมาชิกในระบบเครือข่ายอย่างทั่วถึง (๔) ประสานความร่วมมือระหว่างเครือข่ายอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาทั้งในด้านการศึกษาและการวิจัย (๕) ประสานความร่วมมือระหว่างเครือข่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศในด้านการศึกษาและการวิจัย รวมทั้งเชื่อมโยงสื่อสารกับเครือข่ายการศึกษาและเครือข่ายวิจัยอื่น ๆ (๖) พัฒนาให้มีระบบการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในระดับประเทศและระดับนานาชาติ (สำนักงานบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา, ๒๕๔๕)

ขั้นตอนที่ ๓ การกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานของเครือข่าย

จากการศึกษาขั้นตอนการดำเนินงานของเครือข่ายทั่วไป (อรธณพ พงษ์วาท, ๒๕๓๙) สามารถสรุปขั้นตอนการดำเนินงานที่สามารถนำไปใช้ในการสร้างเครือข่ายวิจัย ได้แก่ (๑) จัดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกในเครือข่ายด้วยกันเองเป็นระยะ ๆ (๒) จัดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเครือข่ายวิจัยอื่น ๆ โดยเลือกใช้รูปแบบและวิธีการที่แต่ละเครือข่ายพิจารณาเห็นว่าเหมาะสม (๓) ร่วมกับเครือข่ายวิจัยอื่น ๆ จัดทำรูปแบบของเครือข่ายความร่วมมือ มีการแบ่งงานและประสานความร่วมมือในการรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ บนพื้นฐานของสภาพที่เป็นจริง (๔) ร่วมกับ

เครือข่ายอื่น ๆ จัดทำโครงการ แผนงาน และกิจกรรมของเครือข่าย ตามกรอบของแผนการดำเนินงานของเครือข่าย และ (๕) ร่วมกันประเมินผลการดำเนินงานตามโครงการและแผนการดำเนินงานของเครือข่ายเป็นระยะ ๆ

ขั้นตอนที่ ๔ การกำหนดบทบาทของสมาชิกในเครือข่าย

จากการศึกษาบทบาทของสมาชิกที่ควรปฏิบัติในระหว่างการทำงานร่วมกันภายในเครือข่ายทางสังคมทั่วไป พบว่า สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับเครือข่ายวิจัยได้ (Nichol, ๒๐๐๒) ซึ่งแนวทางในการกำหนดบทบาทของสมาชิกมีดังต่อไปนี้

(๑) ควรกำหนดบทบาทของตนเองให้ชัดเจน กล่าวคือ การทำงานในส่วนที่ตนรับผิดชอบให้ดีที่สุดโดยไม่จำเป็นต้องเปรียบเทียบกับคนอื่น ๆ

(๒) ควรปฏิบัติตนให้สมาชิกร่วมเครือข่ายคนอื่น ๆ มีความประทับใจ

(๓) ควรพิจารณาว่าต้องการร่วมเครือข่ายกับใครบ้าง และพยายามค้นหาบุคคลที่ควรนำไปเป็นแบบอย่างและควรร่วมงานกับสมาชิกที่มีแนวคิดร่วมกันในทางบวก

(๔) ควรขอความช่วยเหลือจากสมาชิกร่วมเครือข่ายเพื่อให้ทราบแนวทางการทำงานและช่วยส่งเสริมให้เพื่อนมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

(๕) ควรมีการเพิ่มพูนความรู้ด้วยการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความรู้กับสมาชิกร่วมเครือข่ายคนอื่น ๆ

(๖) ควรเปิดใจกว้างยอมรับฟังความคิดเห็นจากสมาชิกร่วมเครือข่ายด้วยความ ตั้งใจ และนำแบบอย่างที่ดีไปเป็นแนวทางในการทำงานของตนให้มีประสิทธิภาพ

(๗) ควรรู้จักการเรียนรู้การทำงานผสมผสานกับความพอใจในงานที่กำลังทำอยู่

(๘) ควรฝึกฝนการพูดเพื่ออธิบายเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างสั้น ๆ กระชับ ได้ใจ ความ และเข้าใจได้รวดเร็ว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสมาชิกในเครือข่าย

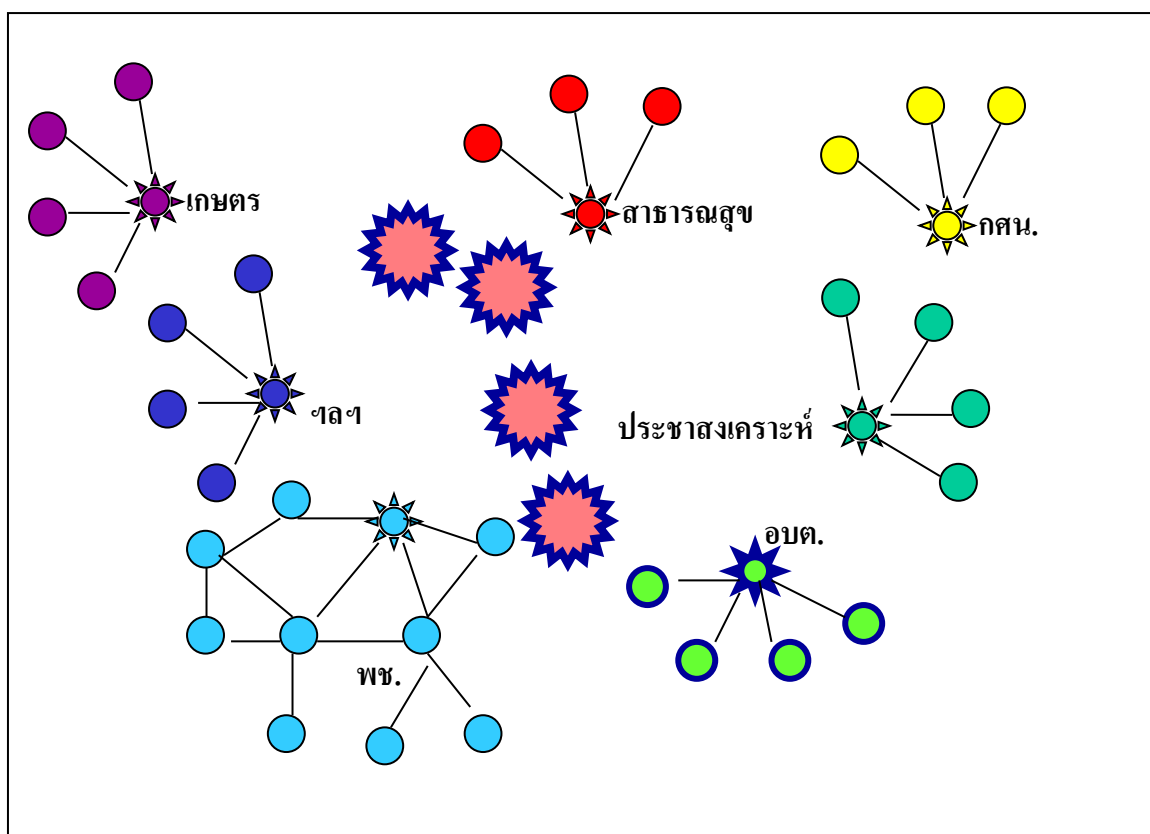
(๙) ควรทำให้เครือข่ายเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิต ด้วยการนำความรู้ใหม่ที่ได้รับไปสร้างสรรค์ให้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

(๑๐) ควรกล่าวคำขอบคุณในทุกโอกาสที่ได้รับ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีแก่สมาชิกในเครือข่ายและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน

๒.๑.๗ โครงสร้างและความสัมพันธ์ของเครือข่าย

โครงสร้างความสัมพันธ์ของเครือข่าย คือระบบความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน และคนกับกระบวนการทำงานของเครือข่ายในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกเครือข่าย จากการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการทำงานในรูปแบบเครือข่าย ที่เป็นเครือข่ายทางสังคม (social network) สามารถสรุปเป็นแผนภาพเพื่อให้สามารถมองเห็นวิวัฒนาการและความเป็นมาของเครือข่ายในประเทศไทย โดยแบ่งได้ ๓ แบบ ดังนี้ (ชนัญญา กาญจนรังษิณท์, ๒๕๔๘)

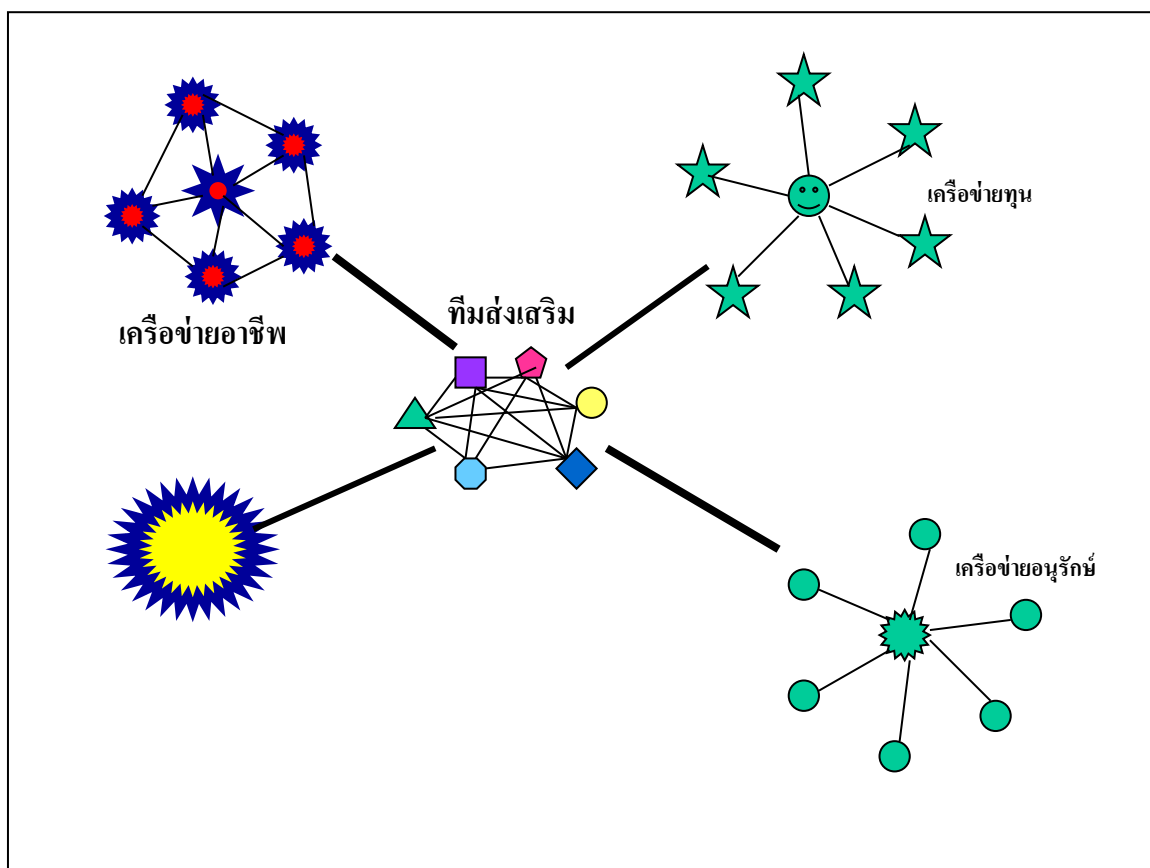
๑) โครงสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มและเครือข่ายที่มีอยู่ทั่วไปในปัจจุบัน จากการศึกษาลักษณะการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายของสังคมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน การดำเนินการของเครือข่ายจะมีลักษณะของการร่วมมือกันในระหว่างกลุ่มผู้มีอาชีพเดียวกัน หรือภายในองค์กรเดียวกัน โดยปราศจากการเชื่อมโยงกับแบบพหุภาคี ดังแสดงในแผนภาพที่ ๒.๑



ภาพที่ ๒.๑ กลุ่มและเครือข่ายที่มีอยู่ทั่วไปในปัจจุบัน

๒) โครงสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มและเครือข่ายที่กำลังเกิดขึ้น

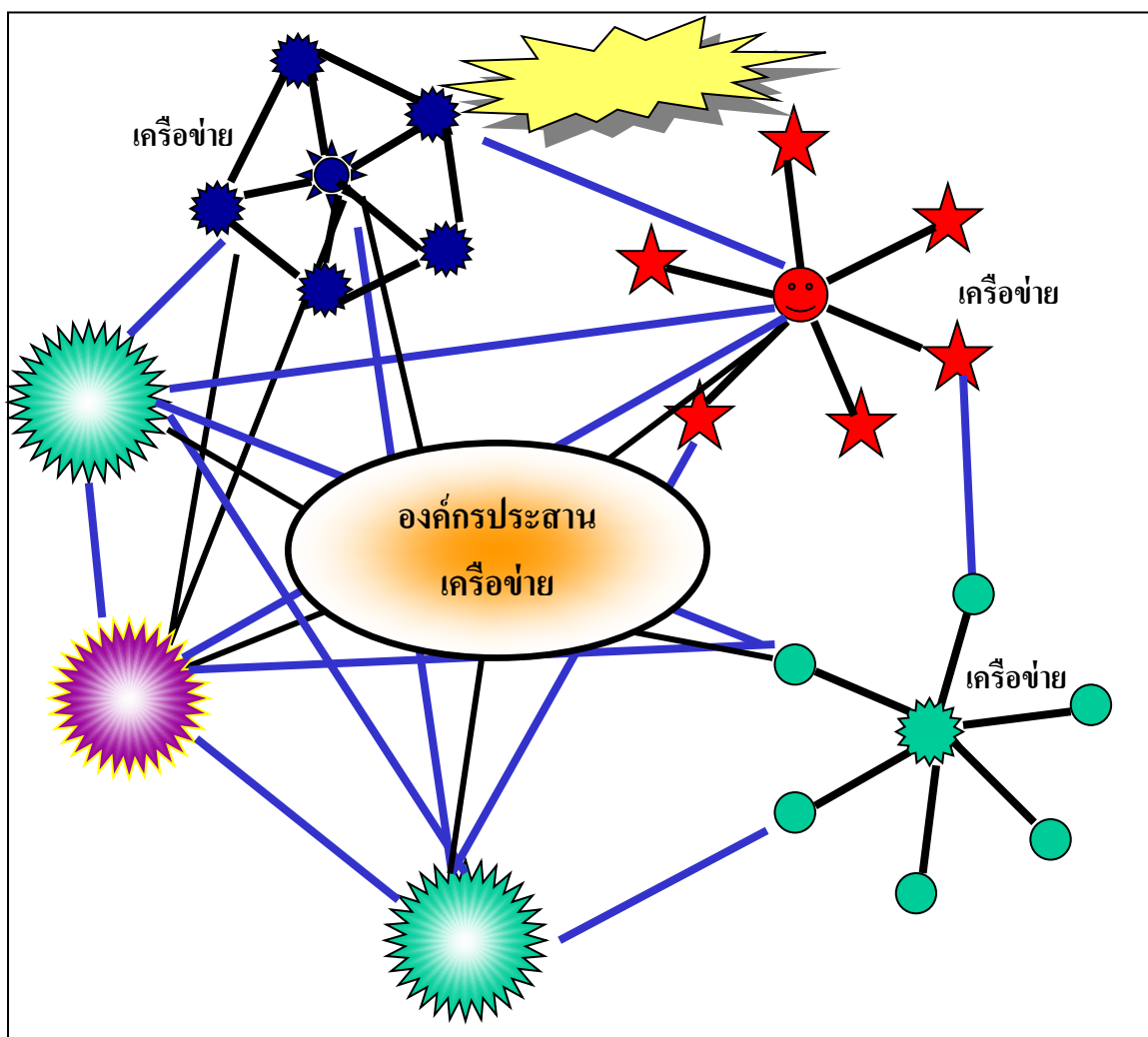
จากกระแสของความเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ส่งผลให้การดำเนินงานในรูปแบบเครือข่ายที่ดำเนินการเป็นกลุ่ม ๆ ได้มีการหันหน้าเข้าหากันเพื่อร่วมมือกันในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และประสานความร่วมมือกันเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของเครือข่ายที่กำลังดำเนินการอยู่ ซึ่งในขณะนี้กลุ่มเครือข่ายทางสังคมเริ่มมีการประสานความสัมพันธ์และเชื่อมโยงการทำงานของเครือข่ายเป็นลักษณะพหุภาคี โดยแต่ละเครือข่ายจะมีศูนย์กลางการติดต่อสื่อสาร และมีทีมงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกันของทุกเครือข่าย ดังแสดงในแผนภาพที่ ๒.๒



ภาพที่ ๒.๒ กลุ่มและเครือข่ายที่กำลังเกิดขึ้น

๓) โครงสร้างความสัมพันธ์ของเครือข่ายที่คาดหวังให้เกิดมีและเป็นในอนาคต

เครือข่ายที่หวังให้เกิดขึ้นในอนาคตเป็นรูปแบบของเครือข่ายความร่วมมือที่มีการเชื่อมโยงและประสานความร่วมมือแบบเชื่อมต่อถึงกันหมดของทุกภาคส่วน โดยมีองค์กรประสานเป็นศูนย์กลางการดำเนินงาน มีทีมสนับสนุนจากภายนอกเข้ามามีบทบาทและเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย การติดต่อสื่อสารเพื่อความร่วมมือเกิดขึ้นทั้งภายในเครือข่ายด้วยกันและภายนอกเครือข่าย มีความหลากหลายของเครือข่ายความร่วมมือ และองค์กรอื่น ๆ เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานด้วยเช่นกัน เครือข่ายในลักษณะนี้เป็นเครือข่ายที่คาดหวังอยากให้เกิดขึ้นกับระบบเครือข่ายสังคมของประเทศไทย ดังแสดงในแผนภาพที่ ๒.๓



ภาพที่ ๒.๓ เครือข่ายที่คาดหวังให้เกิดขึ้นและเป็น

จากแผนภาพได้แสดงถึงพัฒนาการของเครือข่ายทางสังคมที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ซึ่งมีพัฒนาการของการดำเนินงานในรูปแบบเครือข่ายเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในส่วนของภารกิจของประเทศไทยพบว่ามีการพัฒนาการของการดำเนินงานด้วยเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากยุทธศาสตร์การพัฒนารวียของประเทศ ได้มีการสนับสนุนให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการงานวิจัยให้มีความร่วมมือทำวิจัยในรูปเครือข่ายมากขึ้น โดยมีการผลักดันให้เกิดการเริ่มพัฒนากลไกในการบูรณาการงานวิจัยของหน่วยงานด้านต่าง ๆ ให้เป็นเครือข่ายของการปฏิบัติงานวิจัยร่วมกัน และมีการเน้นการวิจัยและพัฒนา (R&D) ซึ่งจะมีส่วนเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน และเสริมสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศ

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

๒.๒.๑ ความหมายของนวัตกรรม

ความหมายของนวัตกรรมได้มีนักวิชาการได้กล่าวถึงความหมายของนวัตกรรมไว้มากมาย โดยผู้เขียนขอเสนอรายละเอียด ดังนี้

นวัตกรรม หรือ นวัตกรรม ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔ แปลว่า “การก่อสร้าง” วงการศึกษานำคำนี้มาใช้ในความหมายของ “การทำขึ้นใหม่” หรือ “สิ่งที่ทำขึ้นใหม่” ซึ่งได้แก่ แนวคิด แนวทาง ระบบ รูปแบบ วิธีการ กระบวนการสื่อและเทคโนโลยีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่งได้รับการคิดค้นและจัดทำขึ้นใหม่ เพื่อช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ทางการศึกษา เนื่องจากสรรพสิ่งทั้งหลายในโลกนี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเป็นธรรมดาธรรมชาติการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในจุดใดจุดหนึ่งย่อมมีผลกระทบต่อจุดอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกัน การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในจุดใดจุดหนึ่งย่อมมีผลกระทบต่อจุดอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกัน การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม ย่อมส่งผลต่อการศึกษาย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การศึกษาจึงจำเป็นต้องปฏิรูปปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับภาพของปัญหาและความต้องการ มนุษย์จำเป็นต้องดิ้นรนแสวงหาแนวคิด แนวทาง และวิธีการใหม่ๆ เพื่อช่วยให้สภาพปัญหานั้นหมดไป และทำให้เกิดสภาพที่ต้องการขึ้น ศักยภาพของมนุษย์นั้นดูเหมือนจะไม่มีที่สิ้นสุดสิ่งใหม่ ๆ ความคิดใหม่ ๆ จึงเกิดขึ้นตลอดเวลา

นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทำขึ้น ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของความคิดหรือการกระทำหรือสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ นวัตกรรมด้านการเรียนการสอนจึงอาจมีลักษณะเป็นแนวคิดหรือการกระทำหรือสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ นวัตกรรมด้านการเรียนการสอนจึงอาจมีลักษณะเป็นแนวคิดหรือวิธีการหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน อย่างไรก็ตาม “ความใหม่” มิใช่เป็นคุณสมบัติประการเดียวของนวัตกรรม ถ้าเป็นเช่นนั้น ของทุกอย่างที่เข้ามาใหม่ ๆ ก็จะเป็นนวัตกรรมทั้งสิ้น นวัตกรรมไม่ว่าจะเป็นด้านใดก็ตามต้องมีคุณสมบัติที่สำคัญ ดังนี้

๑. เป็นสิ่งใหม่ ซึ่งมีความหมายในหลายลักษณะด้วยกัน ได้แก่

๑.๑. เป็นสิ่งใหม่ทั้งหมดหรือใหม่เพียงบางส่วน

๑.๒ เป็นสิ่งใหม่ที่ยังไม่เคยมีการนำมาใช้ในที่นั้นกล่าวคือ เป็นสิ่งใหม่ในบริบทหนึ่ง แต่อาจเป็นของเก่าในอีกบริบทหนึ่ง ได้แก่ การนำสิ่งที่ใช้หรือปฏิบัติกันในสังคมหนึ่งมาปรับใช้ในอีกสังคมหนึ่ง นับเป็นนวัตกรรมในสังคมนั้น

๑.๓ เป็นสิ่งใหม่ในช่วงเวลาหนึ่ง แต่อาจเป็นของเก่าในช่วงเวลาหนึ่ง แต่อาจเป็นของเก่าในอีกช่วงเวลาหนึ่ง เช่น อาจเป็นสิ่งที่เคยปฏิบัติมาแล้ว แต่ไม่ได้ผล เนื่องจากขาดปัจจัยสนับสนุนต่อมาเมื่อปัจจัยและสถานการณ์อำนวย จึงนำมาเผยแพร่และทดลองใช้ใหม่ ถือว่าเป็นนวัตกรรมได้

๒. เป็นสิ่งใหม่ที่กำลังอยู่ในกระบวนการพิสูจน์ทดสอบว่าจะใช้ได้ผลมากน้อยเพียงใดในบริบทนั้น

^๑ราชบัณฑิตยสถาน,พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ศิริวัฒนา อินเตอร์พรี้น, ๒๕๕๖), หน้า ๖๑๐.

๓. เป็นสิ่งใหม่ที่ได้รับการยอมรับนำไปใช้แต่ยังไม่เป็นส่วนหนึ่งของระบบงานปกติหากการยอมรับนำไปใช้นั้น ได้กลายเป็นการใช้อย่างเป็นปกติในระบบงานของที่นั้นแล้ว ก็ไม่ถือว่าเป็นนวัตกรรมอีกต่อไป

๔. เป็นสิ่งใหม่ที่ได้รับการยอมรับนำไปใช้บ้างแล้ว แต่ยังไม่แพร่หลายคือ ยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง

นวัตกรรม คือ การทำสิ่งต่างๆด้วยวิธีใหม่ๆ และยังอาจหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการ หรือองค์กร ไม่ว่าการเปลี่ยนนั้นจะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติ การเปลี่ยนอย่างถอนรากถอนโคน หรือการพัฒนาต่อยอด ทั้งนี้ มักมีการแยกแยะความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างการประดิษฐ์คิดค้น ความคิดริเริ่ม และนวัตกรรม อันหมายถึงความคิดริเริ่มที่นำมาประยุกต์ใช้อย่างสัมฤทธิ์ผล และในหลายสาขา เชื่อกันว่าการที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นนวัตกรรมได้นั้น จะต้องมีความแปลกใหม่อย่างเห็นได้ชัด และไม่เป็นแค่เพียงการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ เป็นต้นว่า ในด้านศิลปะ เศรษฐศาสตร์ เศรษฐกิจ และนโยบายของรัฐ ในเชิงเศรษฐศาสตร์นั้น การเปลี่ยนแปลงนั้นจะต้องเพิ่มมูลค่า มูลค่าของลูกค้า หรือมูลค่าของผู้ผลิต เป้าหมายของนวัตกรรมคือการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก เพื่อให้สิ่งต่างๆเกิดเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น นวัตกรรมก่อให้เกิดได้ผลผลิตเพิ่มขึ้น และเป็นที่มาสำคัญของความมั่นคงทางเศรษฐกิจตลอดถึงด้านการศึกษา

นวัตกรรมเป็นตัวแปรที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กรด้านต่างๆ ในเชิงธุรกิจ ได้แก่ ความอยู่รอด การเจริญเติบโต การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่และสมรรถนะหลัก ซึ่งนวัตกรรมไม่ใช่แค่การพัฒนาสินค้าใหม่เท่านั้น แต่เกี่ยวข้องกับการลดต้นทุนการแสวงหาแนวทางการตอบสนองความต้องการของตลาด การยกระดับคุณภาพชีวิตและการสร้างคุณภาพเพิ่ม คำว่า “นวัตกรรม” มาจากภาษาบาลีสันสกฤต คือ นว (ใหม่)+อตุต (ตัวเอง)+กรรม (การกระทำ) จึงสามารถแปลได้ว่า การกระทำที่ใหม่ของตนเอง หรือ การกระทำของตนเองที่ใหม่ ในด้านการศึกษา มีนักการศึกษาหลายท่านให้ความหมายของคำว่านวัตกรรม ไว้ดังนี้

ทิตินา แคมมณี กล่าวว่า นวัตกรรมหรือนวัตกรรม วงการศึกษานำคำนี้มาใช้ในความหมายของ “การทำให้ขึ้นใหม่” หรือ “สิ่งที่ทำขึ้นใหม่” ซึ่งได้แก่ แนวคิด แนวทาง ระบบ รูปแบบ วิธีการ กระบวนการ สื่อและเทคนิคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาซึ่งได้รับการคิดค้นและจัดทำขึ้นใหม่ เพื่อช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ทางการศึกษาเมื่อพิจารณาความหมายของคำว่า “นวัตกรรม” “นวกรรม” หรือ “Innovation” ที่นักการศึกษาทั้งของไทยและต่างประเทศหลายท่านได้ให้ความหมายและอธิบายเอาไว้ว่า อาจสรุปได้ว่า นวัตกรรม คือ สิ่งที่ทำให้เกิดผลในเชิงบวกเมื่อปฏิบัติ สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม เกิดประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม สามารถช่วยลดภาระด้านแรงงาน และเวลาได้เป็นอย่างดี ไม่ว่านวัตกรรมนั้นจะปรากฏออกมาในรูปความคิด การกระทำ หรือวัตถุก็ตาม ส่วน “นวัตกรรมการศึกษา” คือ รูปแบบ แนวคิด กระบวนการ หรือสื่อใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา สอดคล้องกับหลักสูตร และสามารถแก้ปัญหาหรือพัฒนาความสามารถของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ^๔

^๔ทิตินา แคมมณี, ศาสตร์การสอน:องค์ความรู้เพื่อการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ, พิมพ์ครั้งที่ ๑๙, (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๘), หน้า ๔๑๘.

สุคนธ์ สิ้นพานนท์ กล่าวว่า นวัตกรรมทางการศึกษา คือ สิ่งใหม่ ๆ ที่สร้างขึ้นมาเพื่อช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนหรือพัฒนาให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ แนวคิด รูปแบบ วิธีการ กระบวนการ สื่อต่างๆ ที่เกี่ยวกับการศึกษาเพื่อนำเอาความคิดหรือวิธีปฏิบัติทางการศึกษาใหม่ๆ มาใช้กับการศึกษา^{๑๐}

Rogers กล่าวว่า สรุปได้ว่านวัตกรรม คือ ความคิด การกระทำ หรือวัตถุใหม่ ๆ ที่รับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ อาจรับรู้ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับในสังคม นอกจากนี้ Rogers ยังอธิบายถึงการพิจารณาว่าสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นนวัตกรรม จะขึ้นอยู่กับความรู้ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขา ฉะนั้นนวัตกรรมของสังคมใดสังคมหนึ่งอาจไม่ใช่นวัตกรรมของสังคมอื่นก็ได้ ดังนั้นความใหม่ของนวัตกรรมมี ๓ ลักษณะ^{๑๑} ได้แก่

๑. สิ่งใหม่ที่ยังไม่มีใครทำมาก่อน
๒. สิ่งใหม่ที่เคยทำมาแล้วและถูกลืมเลิกไป และถูกรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่เพราะเหมาะสม
๓. สิ่งใหม่ที่พัฒนามาจากของเก่าที่มีอยู่เดิม

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม (innovation) คือ สิ่งใหม่ที่เกิด จากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม และหมายรวมถึงสิ่งที่ เกิดขึ้นจากความสามารถในการใช้ความรู้ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยี หรือ การจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการผลิต หรือบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ตลอดจนการปรับปรุงเทคโนโลยีการแพร่กระจายเทคโนโลยี การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการ ผูกอบรวมที่นำมาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและก่อให้เกิดประโยชน์ สาธารณะในรูปแบบของการเกิดธุรกิจการลงทุน ผู้ประกอบการ หรือตลาดใหม่หรือรายได้แหล่งใหม่รวมทั้งการจ้างงานใหม่นวัตกรรมจึง เป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำ ความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาผนวก กับความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจ นวัตกรรมหรือธุรกิจใหม่อันจะนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

๑๒

เศรษฐชัย ชัยสนิท ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การทำสิ่งต่างๆ ด้วยวิธีการใหม่ๆ และยังอาจหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการหรือองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนนั้นจะเกิดขึ้นจากการการพัฒนาต่อยอด การเปลี่ยนแปลง การประยุกต์หรือกระบวนการ และในหลายสาขา เชื่อกัน ตรงกันว่า การที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นนวัตกรรมได้นั้นจะต้องมีความ ใหม่อย่างเห็นได้ใช้ และความใหม่นั้น จะต้องเพิ่มมูลค่าสิ่งต่าง ๆ ได้อีกด้วย โดยเป้าหมายของนวัตกรรมคือ การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก เพื่อทำให้สิ่งต่างๆ เกิดเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น นวัตกรรมก่อให้เกิดผลผลิตเพิ่มขึ้น และเป็นที่ยอมรับของสังคมและเศรษฐกิจและสังคมของชาติ

^{๑๐}สุคนธ์ สิ้นพานนท์, นวัตกรรมทางการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาคุณภาพของเยาวชน, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร: ๙๑๑๙ เทคนิคพริ้นติ้ง, ๒๕๕๓), หน้า ๑๖.

^{๑๑}Rogers, E. M. (2003), *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press. Retrieved, [online], source: from books.google.co.th: <https://books.google.co.th/books>. P 12.[25 October 2017]

^{๑๒} สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, <http://www.nia.or.th> [ออนไลน์วันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๑]

ไชยยศ เรืองสุวรรณ ได้ให้ความหมาย นวัตกรรม ไว้ว่าหมายถึง วิธีการปฏิบัติใหม่ๆ ที่แปลกไปจากเดิมโดยอาจจะได้มาจากการคิดค้นพบวิธีการใหม่ๆ ขึ้นมาหรือมีการปรับปรุงของเก่าให้เหมาะสมและสิ่งทั้งหลายเหล่านี้ได้รับการทดลอง พัฒนาจนเป็นที่เชื่อถือได้แล้วว่าได้ผลดีในทางปฏิบัติ ทำให้ระบบก้าวไปสู่จุดหมายปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น

จรรยา วงศ์สายัณห์ ได้กล่าวถึงความหมายของ นวัตกรรม ไว้ว่าแม้ในภาษาอังกฤษเอง ความหมายก็ต่างกันเป็น ๒ ระดับ โดยทั่วไป นวัตกรรม หมายถึง ความพยายามใด ๆ จะเป็นผลสำเร็จหรือไม่ มากน้อยเพียงใดก็ตามที่เป็นไปเพื่อจะนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิธีการที่ทำอยู่เดิมแล้วกับอีกระดับหนึ่งซึ่งวงการวิทยาศาสตร์แห่งพฤติกรรม ได้พยายามศึกษาถึงที่มา ลักษณะ กรรมวิธี และผลกระทบที่มีอยู่ต่อกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง คำว่า นวัตกรรม มักจะหมายถึง สิ่งที่ได้้นำความเปลี่ยนแปลงใหม่เข้ามาใช้ได้ผลสำเร็จและแผ่กว้างออกไป จนกลายเป็นการปฏิบัติอย่างธรรมดาสามัญ

Everette M. Rogers ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) ว่า นวัตกรรม คือ ความคิดการกระทำ หรือสิ่งใหม่ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่น ๆ ของ การยอมรับในสังคม (Innovation is a new idea, practice or object, that is perceived as new by the individual or other unit of adoption)^{๑๓}

Thomas Hughes ให้ความหมายของนวัตกรรม (innovation) ไว้ว่าเป็นการนำวิธีการใหม่ๆ มาปฏิบัติหลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนามาเป็นขั้น ๆ แล้วโดยเริ่มมาตั้งแต่

๑. คิดค้น (invention)
๒. การพัฒนา (development) หรือโครงการทดลองปฏิบัติก่อน (pilot project)
๓. นำไปปฏิบัติจริง (implement)

โดย สรุปแล้ว นวัตกรรม หมายถึง ความคิดและกระบวนการใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือการพัฒนาดัดแปลงจากของเดิมให้ดีขึ้นและเมื่อนำมาใช้ก็ทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น^{๑๔}

มอร์ตัน (Morton, J.A.) ให้ความหมาย นวัตกรรม ว่าเป็นการทำให้ใหม่ขึ้นอีกครั้ง(Renewal) ซึ่งหมายถึง การปรับปรุงสิ่งเก่าและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนหน่วยงาน หรือองค์กรนั้น ๆ นวัตกรรม ไม่ใช่การจัดหรือล้มล้างสิ่งเก่าให้หมดไป แต่เป็นการ ปรับปรุงเสริมแต่งและพัฒนา^{๑๕}

สรุปได้ว่านวัตกรรมเป็นการคิดค้นหรือทำสิ่งใหม่ๆ โดยมาจากความคิดหรือกระบวนการต่างๆ ที่ได้พัฒนาดัดแปลงจากของเดิมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนวัตกรรมเป็นสิ่งที่พัฒนามาเพื่ออำนวยความสะดวกและให้เป็นประโยชน์สูงสุดในเรื่องนั้นๆ เช่น นวัตกรรมการเรียนการสอนเป็นการคิดค้นหรือนำสิ่งที่พัฒนาการเรียนการสอนมาอำนวยความสะดวกให้เกิดประโยชน์สูงสุดในด้านการจัดการเรียนการสอน

^{๑๓} นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีทางการศึกษา (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ ๗/๐๕/๒๕๖๔ จาก http://manmanza.blogspot.com/๒๐๑๓_๐๖_๐๑_archive.html

^{๑๔} นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีทางการศึกษา (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ ๖/๐๕/๒๕๖๔ จาก <https://www.gotoknow.org/posts/๔๐๑๙๕๑>

^{๑๕} นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีทางการศึกษา (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ ๖/๐๕/๒๕๖๔ จาก <https://www.gotoknow.org/posts/๔๐๑๙๕๑>

๒.๒.๒ ลักษณะของนวัตกรรม

ลักษณะของนวัตกรรมเป็นลักษณะที่บ่งบอกว่านวัตกรรมนั้นๆ ใช้ในเรื่องใดหรือศาสตร์ใด โดยลักษณะของนวัตกรรมคือจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง ด้านการเรียนการสอนก็เช่นเดียวกับด้านอื่นๆ ที่ต้องประสบกับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอการเรียนการสอนเริ่มจากครูเป็นศูนย์กลาง หรือเน้นที่ตัวครู และการสอนของครู (teaching) ต่อมาจึงได้ขยายขอบเขตไปถึงการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วย การใช้การศึกษาแก่ผู้เรียนเริ่มคำนึงถึงการเรียนรู้ของผู้เรียนและการสอนของครูควบคู่กันไป จึงทำให้เกิดคำว่า การเรียนการสอน (instruction) ขึ้น เมื่อแนวคิดนี้เริ่มได้รับการยอมรับ นวัตกรรมต่างๆ ก็เกิดขึ้นตามมาจำนวนมาก เพื่อช่วยให้แนวคิดนั้นสามารถนำไปปฏิบัติจริงได้นวัตกรรมที่นำมาเผยแพร่ในขณะนั้น บางนวัตกรรมได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว บางนวัตกรรมใช้เวลานานหลายปีกว่าจะได้รับการยอมรับและบางนวัตกรรมไม่ได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว บางนวัตกรรมใช้เวลานานหลายปีกว่าจะได้รับการยอมรับและบางนวัตกรรมไม่ได้รับการยอมรับเลยก็มี นอกจากนั้นมียังบางนวัตกรรมไม่ได้รับความนิยม ก็จะค่อย ๆ สูญหายไป การที่นวัตกรรมใดๆ ก็ตามจะได้รับความสนใจ และยอมรับนำไปใช้อย่างกว้างขวางเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นกับคุณสมบัติหรือลักษณะของนวัตกรรมนั้น รวมทั้งรูปแบบหรือลักษณะของการเผยแพร่ นวัตกรรมนั้น นวัตกรรมที่มักได้รับความสนใจและยอมรับนำไปใช้อย่างกว้างขวาง โดยทั่วไปมีลักษณะ^{๑๖} ดังนี้

๑. เป็นนวัตกรรมที่ไม่ซับซ้อนและยากจนเกินไป ความง่ายของนวัตกรรมมีอิทธิพลอย่างมากต่อการยอมรับนำไปใช้ หากนวัตกรรมนั้นมีลักษณะที่ผู้ใช้เข้าใจได้ง่าย ใช้ได้ง่าย ใช้ได้สะดวก การยอมรับนำไปใช้ก็มักเกิดขึ้นได้ง่าย ไม่ต้องใช้เวลาในการเผยแพร่มากนัก

๒. เป็นนวัตกรรมที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายจนเกินไป นวัตกรรมที่จำเป็นต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ และการบำรุงรักษาที่มีค่าใช้จ่ายสูงย่อมได้รับการยอมรับและนำไปใช้น้อยกว่านวัตกรรมที่มีค่าใช้จ่ายถูกกว่า เนื่องจากผู้ใช้จำนวนมากมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ แม้จะมีความต้องการใช้ แต่ขาดงบประมาณ ก็ไม่สามารถใช้ได้

๓. เป็นนวัตกรรมที่สำเร็จรูป นวัตกรรมที่อำนวยความสะดวกในการใช้ มักได้รับการยอมรับและนำไปใช้มากกว่านวัตกรรมที่ผู้ใช้จะต้องนำไปจัดทำเพิ่มเติมซึ่งผู้ใช้จะต้องใช้เวลาจัดเตรียมเพิ่มขึ้น

๔. เป็นนวัตกรรมที่ไม่กระทบกระเทือนต่อบริบทเดิมมากนัก นวัตกรรมที่มีผลกระทบต่อบริบทเดิมมาก จำเป็นต้องปรับหรือเปลี่ยนแปลงบริบทเดิมมาก การนำไปใช้ย่อมยากกว่านวัตกรรมที่ไม่มีผลกระทบต่อบริบทเดิมมากนัก

๕. เป็นนวัตกรรมที่มีคนเกี่ยวข้องไม่มากนัก นวัตกรรมใดที่ต้องอาศัยคนหลายกลุ่มเข้ามาช่วยเหลือเกี่ยวข้องด้วย ทำให้ผู้ใช้ต้องประสานงานหลายฝ่าย การใช้ที่ขึ้นกับคนหลายฝ่ายย่อมทำให้เกิดความไม่สะดวกในการใช้ จึงทำให้การยอมรับหรือการใช้นวัตกรรมนั้นยากขึ้น

๖. เป็นนวัตกรรมที่ให้ผลชัดเจน นวัตกรรมที่ส่งผลเป็นรูปธรรมเห็นได้ชัดเจน มักได้รับการยอมรับสูงกว่านวัตกรรมที่ให้ผลไม่ชัดเจน

^{๑๖} ทัศนยา แคมมณี, ศาสตร์การสอน:องค์ความรู้เพื่อการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ, พิมพ์ครั้งที่ ๑๔, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๔), หน้า ๔๑๘.

สำลี ทองธิว ได้กล่าวถึงรูปแบบการเผยแพร่นวัตกรรมที่นิยมกันมี ๔ รูปแบบ^{๑๗}คือ

๑. การเผยแพร่ที่อิงการใช้อำนาจสนับสนุนจากเบื้องสูง (Authority Innovation-Decision Model) เป็นการเผยแพร่โดยการชักจูงให้ผู้มีอำนาจในระดับสูงเห็นความสำคัญในการใช้นวัตกรรมนั้น และตัดสินใจสั่งการไปยังผู้ใช้ซึ่งอยู่ในระดับล่างให้ใช้นวัตกรรมนั้น

๒. การเผยแพร่แบบใช้มนุษยสัมพันธ์ (Human Interaction Model) เป็นการเผยแพร่โดยการชักจูงบุคคลที่จะใช้หรือเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมนั้นโดยการให้ความรู้ความเข้าใจและให้ความช่วยเหลือในการทดลองใช้

๓. การเผยแพร่การใช้นวัตกรรม (User Participation Model) เป็นการเผยแพร่ถึงตัวผู้ใช้นวัตกรรมโดยตรงคือครู

๔. การเผยแพร่แบบผสม (Eclectic Process of Change Model) เป็นการเผยแพร่ นวัตกรรมผ่านตัวกลาง ซึ่งเป็นหน้าที่เชื่อมระหว่างกลุ่มผู้ต้องการเผยแพร่ นวัตกรรมทางการเรียน การสอนกับกลุ่มผู้ต้องการใช้นวัตกรรม ตัวกลางเผยแพร่ นวัตกรรมอาจใช้วิธีการเผยแพร่ทั้ง ๓ วิธี ดังกล่าวผสมผสานกัน

เมื่อนวัตกรรมด้านการเรียนการสอน ได้เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ พอสมควรก็จะสามารถพิสูจน์ได้ว่า นวัตกรรมด้านการเรียนการสอนนั้นเป็นที่ยอมรับกันในระดับใด หากได้รับการยอมรับถึงในระดับการนำไปใช้อย่างแพร่หลายในระบบงานปกติต่อไปก็จะเปลี่ยนจากสภาพจาก นวัตกรรมเป็นวิธีการปฏิบัติโดยทั่วไป นับได้ว่านวัตกรรมด้านการเรียนการสอนนั้นประสบความสำเร็จ อย่างสมบูรณ์ นวัตกรรมบางอย่างได้รับการยอมรับและนำไปใช้เพียงระยะหนึ่ง แต่นวัตกรรมบางอย่าง ได้รับการยอมรับนำไปใช้แต่ไม่แพร่หลายก็เลิกใช้ นวัตกรรมบางอย่างไม่ได้รับการยอมรับนำไปใช้เลย ซึ่งคงต้องมีการเริ่มต้นใหม่ตั้งแต่ขั้นแรกเป็นต้นไป นวัตกรรมบางอย่างก็ตายไปไม่มีการนำไปใช้เลย ดังนั้นผู้ผลิตนวัตกรรมควรตรวจสอบข้อมูล ความสำคัญ ความจำเป็นของนวัตกรรมชนิดต่างๆก่อนที่จะตัดสินใจผลิต

ในการผลิตนวัตกรรมทางการเรียนการสอนแต่ละชนิดนั้น ผู้ผลิตจะต้องมีเป้าหมายในการ จัดทำ ศึกษาข้อมูลในการผลิต วิธีการผลิต การนำไปใช้ ตลอดจนความคุ้มค่าต่อการใช้ประโยชน์ ทางด้านการเรียนการสอน และเมื่อผลิตแล้วควรได้นำไปทดลองใช้นาผลการทดลองมาปรับปรุงและ พัฒนาเพื่อประสิทธิภาพของนวัตกรรม

๒.๒.๓ ความสำคัญของนวัตกรรม

นวัตกรรมมีความสำคัญต่อการศึกษาหลายประการในโลกยุคโลกาภิวัตน์โลกมีการเปลี่ยนแปลงในทุกด้านอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความก้าวหน้าทั้งด้านเทคโนโลยีและ สารสนเทศ การศึกษาจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากระบบการศึกษาที่มีอยู่เดิม เพื่อให้ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งเพื่อแก้ไขปัญหา ทางด้านศึกษาบางอย่างที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงทางด้านการศึกษา จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมการศึกษาที่จะนำมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาทางการศึกษาใน

^{๑๗} สำลี ทองธิว, การเผยแพร่ นวัตกรรมทางการศึกษาสำหรับผู้บริหารและครูยุคปฏิรูปการศึกษา, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๕).

บางเรื่อง เช่น การพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย การผลิตและพัฒนาสื่อใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อตอบสนองการเรียนรู้ของมนุษย์ให้เพิ่มมากขึ้นด้วยระยะเวลาที่สั้นลง การใช้นวัตกรรมมาประยุกต์ในระบบการบริหารจัดการด้านการศึกษาที่มีส่วนช่วยให้การใช้ทรัพยากรการเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง^{๑๘}

๒.๒.๔ องค์ประกอบนวัตกรรม

นวัตกรรมเริ่มจากการก่อเกิดความคิดใหม่ และการการรับรู้ถึงโอกาสโดยก่อนอื่น คนจะต้องมีความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับสิ่งใหม่ แล้วเมื่อรับรู้แล้วก็ต้องประเมินความคิดแล้วก็จะไปสู่การพัฒนาความ และผ่านเส้นทางอันยากลำบากไปสู่การนำพาความคิดนั้นไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ สอดคล้องกับนักการศึกษาที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบนวัตกรรมมากมายโดยผู้เขียนขอยกตัวอย่างได้แก่

อัจฉรา จันทรฉาย กล่าวถึง องค์ประกอบนวัตกรรมมีอยู่ ๓ ประการ^{๑๙}คือ

๑. ความใหม่ (Newness) สิ่งที่จะได้รับการยอมรับว่า มีคุณลักษณะเป็นนวัตกรรมได้นั้นจะต้องมีก็คือ ความใหม่ หมายถึง เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่เลยก็ได้

๒. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) คือ สิ่งที่จะถือเป็นนวัตกรรมได้นั้นจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบการทำซ้ำ

๓. ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) และสังคม (Social) ก็คือ การให้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ หรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ นวัตกรรม จะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้นๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นสามารถวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรง และในเชิงสังคมเป็นการสร้างคุณค่า ซึ่งไม่สามารถวัดเป็นตัวเงินได้

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของ นวัตกรรมเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

๒.๒.๕ กระบวนการนวัตกรรม ให้เกิดขึ้นมี ๕ ขั้นตอน^{๒๐}

๑. การค้นหาความคิดใหม่: Idea Generation แหล่งที่มาของความคิดที่เป็นนวัตกรรม

๑.๑ ความรู้ใหม่

๑.๒ การใช้ประโยชน์จากความคิดของลูกค้า

๑.๓ การเรียนรู้จากกลุ่มผู้ใช้ที่มีหัวก้าวหน้า

๑.๔ การออกแบบที่เข้าถึงใจคน

^{๑๘}วิวรรธน์ จันทรเทพย์, ความสำคัญของนวัตกรรม, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://pc๑๕๕๔๑๔๔๐๕๓.blogspot.com/> ทฤษฎีนวัตกรรม [๒๑ ตุลาคม ๒๕๖๔].

^{๑๙}อัจฉรา จันทรฉาย, “นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ”, (๒๕๕๓,ตุลาคม-ธันวาคม), วารสารบริหารธุรกิจ, ๓๓: ๕๔.

^{๒๐}นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีสารสนเทศการศึกษา,[ออนไลน์], แหล่งที่มา:[https://www.google.co.th/search?dcr.\[๒๑ ตุลาคม ๒๕๖๔\]](https://www.google.co.th/search?dcr.[๒๑ ตุลาคม ๒๕๖๔]).

๑.๕ ฝ่ายวิจัยและพัฒนา

๑.๖ นวัตกรรมจากภายนอกองค์กร

๒. การรับรู้ถึงโอกาส: Opportunity Recognition

“สิ่งที่สำคัญก็คือ เราต้องฉลาดพอที่จะรับรู้ว่าจะมีสิ่งนั้นจะเป็นการค้นพบที่ยิ่งใหญ่เมื่อเราเห็นมันอยู่ตรงหน้า” (Norman Augustine)^{๒๑}

๒.๑ นวัตกรรมสร้างอรรถประโยชน์มากที่สุดในด้านใดได้บ้าง

๒.๒ อรรถประโยชน์นั้นมากกว่าหรือน้อยกว่าเทคโนโลยีของผู้อื่นเพียงใด

๒.๓ อรรถประโยชน์ใดมีความสำคัญมากที่สุด

๒.๔ สามารถปรับเปลี่ยนแนวคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมที่เป็นอรรถประโยชน์สูงสุด

๓. การประเมินความคิด: Idea Evaluation

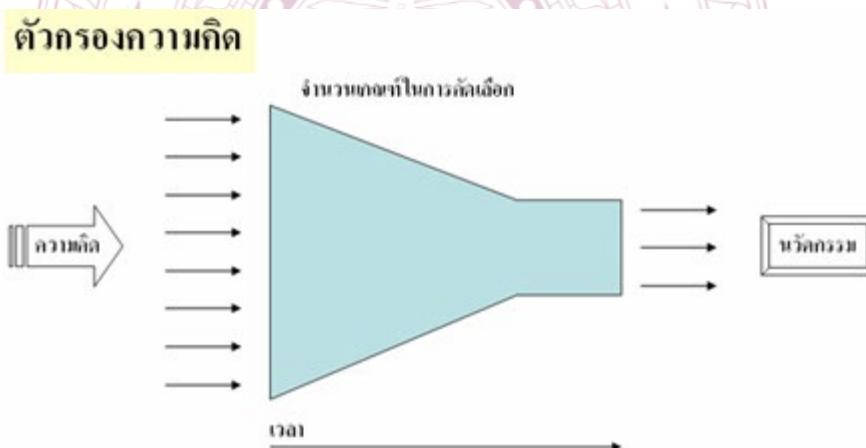
๓.๑ ความเหมาะสมของนวัตกรรมกับกลยุทธ์ขององค์กร

๓.๒ ความสามารถด้านเทคนิคขององค์กรในการสร้างนวัตกรรม

๓.๓ ความสามารถทางด้านการธุรกิจที่ส่งผลให้นวัตกรรมประสบความสำเร็จ

๔. การพัฒนานวัตกรรม: Development

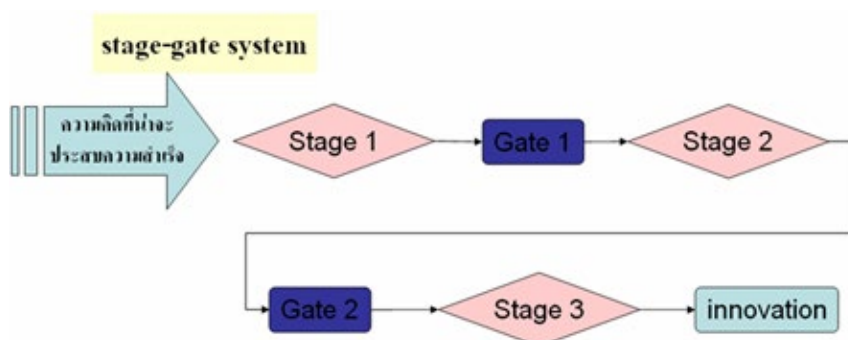
๔.๑ ตัวกรองความคิด ดังภาพที่ ๒.๔



ภาพที่ ๒.๔ ตัวกรองความคิด

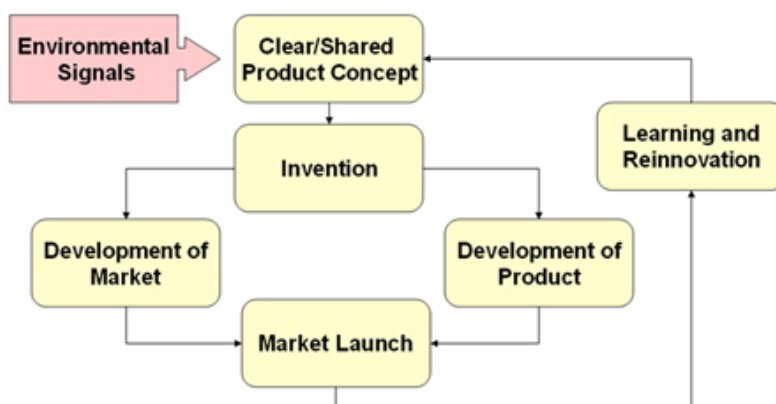
^{๒๑} เรื่องเดียวกัน, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: [https://www.google.co.th/search?dcr.\[๒๑ ตุลาคม ๒๕๖๔\]](https://www.google.co.th/search?dcr.[๒๑ ตุลาคม ๒๕๖๔]).

๔.๒ ระบบแบบ “ขั้นตอนและประตู (stage-gate system)” ดังแผนภาพที่ ๒.๕



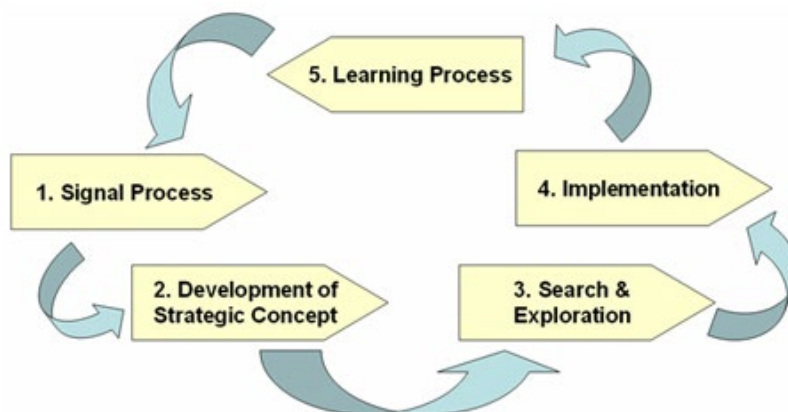
ภาพที่ ๒.๕ ขั้นตอนและประตู

๔.๓ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ดังภาพที่ ๒.๖



ภาพที่ ๒.๖ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์

๔.๔ การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) ดังแผนภาพที่ ๒.๗



ภาพที่ ๒.๗ การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการ

๕. การนำนวัตกรรมเข้าสู่ตลาด: Commercialization

๕.๑ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (breakeven analysis)

๕.๒ การวิเคราะห์กระแสเงินสดคิดลด (Discounted cash flow analysis)

สรุปได้ว่ากระบวนการของนวัตกรรม ประกอบด้วยการค้นหาความคิดใหม่ การรับรู้ถึงโอกาส การประเมินความคิด การพัฒนานวัตกรรม และการนำนวัตกรรม เข้าสู่ตลาดหรือการจัดการศึกษาโดยกระบวนการของนวัตกรรมจะขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ได้

๒.๓ ทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

นวัตกรรม เป็นความคิดหรือการกระทำใหม่ๆ ซึ่งนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญในแต่ละวงการจะมีการคิดและทำสิ่งใหม่อยู่เสมอ ดังนั้น นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ได้เรื่อย ๆ สิ่งใดที่คิดและทำมานานแล้วก็ถือว่าหมดความเป็นนวัตกรรมไป โดยจะมีสิ่งใหม่มาแทน ในวงการศึกษาก็มีสิ่งๆ ที่เรียกว่า นวัตกรรมทางการศึกษา หรือ นวัตกรรมการเรียนการสอน อยู่เป็นจำนวนมาก บางอย่างเกิดขึ้นใหม่ บางอย่างมีการใช้มาหลายสิบปีแล้ว แต่ก็ยังคงถือว่าเป็นนวัตกรรม เนื่องจากนวัตกรรมเหล่านั้นยังไม่แพร่หลายเป็นที่รู้จักทั่วไปในวงการศึกษาศาสตร์ และเพื่อสอดคล้องกับหลักทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมต่อไปนี้

๑. ทฤษฎีนวัตกรรมห่วงโซ่ความสัมพันธ์

แนวคิดทฤษฎีนี้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้เรียนผู้สอนและความรู้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมไม่ได้มีลักษณะตรงไปตรงมา แต่มีกลไกซับซ้อนตั้งแต่การออกแบบทางการสอน การผลิตสื่อการเรียนการสอน การพัฒนาเทคโนโลยี ดังนั้นนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จต้องอาศัยข้อมูลนวัตกรรม^{๒๒}

๒. ทฤษฎีนวัตกรรมเครือข่ายเทคโนโลยี

การพัฒนาแนวความคิดเรื่องนวัตกรรมภายใต้ชื่อ “ระบบสังคม” ทฤษฎีนี้ อธิบายว่าองค์กร กลุ่ม หรือสถาบันฯ มีบทบาทในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ควรจะมีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ความเข้มแข็งเกิดจากการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสถาบันภายนอก มีการถ่ายทอดข้อมูลทางนวัตกรรม มีการเชื่อมโยงทางเทคนิค เชื่อมโยงทางการตลาดและเครือข่ายข้อมูลนวัตกรรม นวัตกรรมเกิดจากการผสมผสานระหว่างทุนที่จับต้องได้กับทุนที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งช่วยให้องค์กรมีขีดความสามารถในการดูดซับข้อมูลทางนวัตกรรมให้เพิ่มสูงขึ้น ทฤษฎีนี้มีชื่อว่า “ทฤษฎีนวัตกรรมเครือข่ายเทคโนโลยี (the technology network theory of innovation)” แนวคิดดังกล่าวนี้ถูกรวบรวมโดย Bruce Lundvall ในปลายทศวรรษ ช่วงระหว่าง คศ.๑๙๘๐ – ๑๙๙๐ ซึ่งในทศวรรษที่ ๑๙๙๐ นักวิชาการกลุ่มนี้ได้สร้างทฤษฎีขึ้นมาใหม่ขึ้นมา ทฤษฎีนี้อาจเรียกว่าระบบของนวัตกรรม (systems of innovation) เพื่อใช้อธิบายการเชื่อมโยงทางเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม นักวิชาการกลุ่มนี้ตั้งสมมติฐานว่า องค์กรนวัตกรรมจะเชื่อมโยงเข้ากับหน่วยงาน

^{๒๒} นกตล เหลืองภิรมย์, ทฤษฎีนวัตกรรม, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://wordpress.com> [๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๕].

ต่างๆ หลากหลายผ่านเครือข่ายความร่วมมือในลักษณะต่างๆ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติที่เน้นความสำคัญของที่มาของข้อมูลดังกล่าวว่ามาจากภายนอกองค์กร คือมาจากลูกค้า ชัก พลายเออร์ ที่ปรึกษา ห้องปฏิบัติการ หน่วยงานภาครัฐ มหาวิทยาลัย ผู้ศึกษาจะแยกคำออกเป็น ๒ ส่วน คือ คำว่าเครือข่าย (Network) และคำว่าเทคโนโลยี (technology)^{๒๓}

เครือข่าย (Network) ถ้าเราพิจารณาจะสามารถแบ่งออกเป็น ตาข่าย (Net) ที่โยงใยถึง กันและพร้อมที่จะ “Work” เมื่อต้องการใช้งาน เครือข่าย คือ การเชื่อมโยงร้อยรัดเอาความพยายาม และการดำเนินงานของฝ่ายต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อปฏิบัติการกิจ อย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันโดยที่แต่ละฝ่ายยังคงปฏิบัติการกิจหลักของตนต่อไปอย่างไม่สูญเสีย เอกลักษณะ และปรัชญาของตนเอง การเชื่อมโยงนี้อาจเป็นรูปของการรวมตัวกันแบบหลวมๆ เฉพาะ กิจตามความจำเป็น หรืออาจอยู่ในรูปของการจัดองค์กรที่เป็นโครงสร้างของความสัมพันธ์กันอย่าง ชัดเจน ซึ่ง รศ.ดร.ประดิษฐ์ เถลิงรังสฤษดิ์ (๒๕๕๓) ได้สรุปไว้คือ

๑. การเชื่อมโยง (Connection)
๒. ความร่วมมือ (Cooperation)
๓. การติดต่อสื่อสาร (Communication)
๔. การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน (Lend a hand)
๕. การสานสร้างสัมพันธ์ (Relationship)
๖. การเสริมความเข้มแข็ง (Empowerment or Enrichment)

กิจกรรมสำคัญที่สุดที่เครือข่ายทุกเครือข่ายทำร่วมกัน คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารประสบการณ์ แล้วพัฒนาไปสู่การวางแผนร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมบางอย่าง รวมกัน ทำให้ด้านหนึ่งหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อน อีกด้านหนึ่งทำให้กิจกรรมนั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะเป็นการประสานพลัง (synergy) เป็นการใช้ทรัพยากร ใช้พลังงาน อย่างประหยัดและมี ประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการณรงค์เรื่องต่างๆถ้าทำเป็นเครือข่ายจะได้ผลมากกว่า

เทคโนโลยี หมายถึง การนำความรู้ทางธรรมชาติวิทยาและต่อเนื่องมาถึงวิทยาศาสตร์ มาเป็นวิธีการปฏิบัติและประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ อันก่อให้เกิดวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร แม้กระทั่งองค์ความรู้นามธรรมเช่น ระบบหรือกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้การดำรงชีวิตของมนุษย์ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น^{๒๔}

๑. เป็นพื้นฐานปัจจัยจำเป็นในการดำเนินชีวิตของมนุษย์
๒. เป็นปัจจัยหลักที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนา
๓. เป็นเรื่องราวของมนุษย์ และธรรมชาติ

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้มีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้นจน สามารถสร้าง นวัตกรรม (Innovation) ซึ่งก็คือ การเรียนรู้ การผลิตและ การใช้ประโยชน์จาก ความคิดสร้างสรรค์ ให้กลายเป็นสิ่งใหม่ ให้เกิดผลทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และ

^{๒๓}ไพโรจน์ กลิ่นกุหลาบ, เครือข่ายการเรียนรู้.สารานุกรมวิชาชีพครู, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://sites.google.com/site/supoldee/kherux-khay-kar-reiyn-ru>. [๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๕].

^{๒๔}ปรการ เกิดมีสุข, เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.phojae.skn.go.th/Knowledge/pakarn.pdf>. [๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๕].

วัฒนธรรม จนเกิดการยอมรับกันเป็นวงกว้างกลายเป็นเทคโนโลยีทำให้สังคมโลกจากเรียบง่ายกลายเป็นสังคมที่มีการดำรงชีวิตที่สลับซับซ้อนมากขึ้น ก่อให้เกิดกระแสแห่งความไร้พรมแดน หรือกระแสโลกาภิวัตน์ ที่เข้ามาสู่ทุกประเทศอย่างรวดเร็ว จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ อันเป็นการผสมผสาน ๔ ศาสตร์ เข้าด้วยกันได้แก่ อิเล็คทรอนิกส์ โทรคมนาคม และข่าวสาร (Electronics , Computer ,Telecommunication and Information หรือเรียกย่อๆ ว่า ECTI) ทำให้สังคมโลกสามารถสื่อสารกันได้ทุกแห่งทั่วโลกอย่างรวดเร็ว สามารถรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ได้พร้อมกัน สามารถบริหารจัดการและตัดสินใจได้ทุกขณะเวลา การลงทุนค้าขาย และธุรกรรมการเงินที่ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นเทคโนโลยีกำลังทำโลกใบนี้ “เล็กลง” ทุกขณะ เป็นทฤษฎีเทคโนโลยีซึ่งอธิบายว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมนั้น เกิดจากปัจจัยทางเทคโนโลยีที่มีชื่อเสียงมาก คือ ทฤษฎีของ William F. Ogburn ทฤษฎีนี้มี ฐานคติ (Assumption) อยู่ ๓ ประการ คือ ประการแรก การประดิษฐ์สิ่งใหม่ขึ้นมาจะเพิ่มความสลับซับซ้อนของวัฒนธรรม ชีวิตของมนุษย์ก็สับสนขึ้นตามเนื้อหาของวัฒนธรรมนั้น ประการที่ ๒ การประดิษฐ์สิ่งใหม่จะเป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ เทคนิคใหม่ๆ จะทำให้การผลิตเพิ่มขึ้น การวิภาคสินค้าและบริการก็กระจายออกไปในสังคมมากขึ้น ประการที่ ๓ โครงสร้างทางสังคมจะมีการปรับตัวให้เป็นระบบการผลิต การวิภาค และการบริโภค การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นผลจากกระบวนการปรับตัวนี้เอง ออกเบอร์น ยังอธิบายว่า วัฒนธรรมนั้น มีอยู่ ๒ ประเภทใหญ่ๆ คือ วัฒนธรรมทางวัตถุและไม่ใช้วัตถุ การเปลี่ยนแปลงมักจะเกิดขึ้นทางวัตถุก่อน ซึ่งต่อมาทางไม่ใช้วัตถุจะต้องปรับให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุ การเปลี่ยนแปลงทางวัตถุจึงเป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านไม่ใช้วัตถุ และวัฒนธรรมด้านไม่ใช้วัตถุจะพยายาม ปรับตัวให้ทันกัน ด้วยเหตุนี้ การประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่อันเกิดการใช้เทคโนโลยีจึง เป็นเหตุให้สังคมเปลี่ยนแปลงไป^{๒๕}

ดังนั้น ทฤษฎีนวัตกรรมเครือข่ายเทคโนโลยี (the technology network theory of innovation) คือ ความสามารถในการกระจายสื่อสารโดยใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรงหรือใกล้เคียงกัน จากคนหนึ่งไปยังอีกคนจำนวนมากหรือสื่อสารได้พร้อมกันในหลายสถานที่ ซึ่งมีความแตกต่างกันสามารถใช้ได้หลากหลายวิธีในการศึกษาทั้งอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันอย่างรวดเร็วและทุกรูปแบบอย่างที่ได้กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีนี้เน้นความสำคัญของที่มาของข้อมูลดังกล่าวว่ามาจากภายนอกองค์กร คือมาจากลูกค้า ซัพพลายเออร์ ที่ปรึกษา ห้องปฏิบัติการ หน่วยงานภาครัฐ มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างเช่น เทคโนโลยี เครือข่าย บน"ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือระบบเน็ตเวิร์ก คือกลุ่มของคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ถูกนำมาเชื่อมต่อกันเพื่อให้ผู้ใช้ในเครือข่ายสามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล และใช้อุปกรณ์ต่างๆ ในเครือข่ายร่วมกันได้" เครือข่ายนั้นมีหลายขนาด ตั้งแต่ขนาดเล็กที่เชื่อมต่อกันด้วยคอมพิวเตอร์เพียงสองสามเครื่อง เพื่อใช้งานในบ้านหรือในบริษัทเล็กๆ ไปจนถึงเครือข่ายขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก ผ่านอุปกรณ์การสื่อสารที่นับวันยังมีหลายรูปแบบ มีการแลกเปลี่ยนการทำงาน เช่น ระบบกลุ่มเมฆ Cloud computing เป็นต้น และอีก

^{๒๕}ปรีดา ยังสุขสถาพร, (๒๕๕๖),Innovation System สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สถาบันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: [http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=\[๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๕\]](http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=[๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๕]).

ช่องทางของเครือข่ายเทคโนโลยี คือ เทคโนโลยีของเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ซึ่งในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงการเกิดขึ้นและเติบโตของอุปกรณ์ดีไวซ์ชนิดใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต เป็นต้น

วิวัฒนาการเช่นนี้ได้กระตุ้นให้เกิดการใช้งานเพื่อประโยชน์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม ส่งผลให้ปริมาณการใช้งานบนเครือข่ายเติบโตมากขึ้นตามไปด้วย นั่นก็เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงสู่สังคมเครือข่ายที่ทุกสิ่งทุกอย่างสามารถเชื่อมต่อถึงกันได้ ดังนั้น เทคโนโลยีการสื่อสารบนเครือข่ายโทรศัพท์มือถือที่มีใช้อยู่ทั่วไปในปัจจุบัน จะยังคงได้รับการพัฒนาต่อไป เพื่อปรับปรุงคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความสามารถของระบบให้มีความก้าวหน้ายิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีเสริมเพื่อใช้ในกรณีเฉพาะ ซึ่งการใช้งานร่วมกันอย่างราบรื่นระหว่างเทคโนโลยีเสริมและเทคโนโลยีหลักอย่าง ๓G และ ๔G จะทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการใช้งานและบริการรูปแบบใหม่ๆ มากยิ่งขึ้น วิวัฒนาการของเทคโนโลยีลักษณะดังกล่าว ถือว่าเป็นต้นแบบของยุค ๕G ซึ่งประกอบไปด้วยการใช้เทคโนโลยีสัญญาณวิทยุหลายประเภทรวมกันอย่างเป็นระบบ ก็จะทำให้สังคมเครือข่ายเกิดขึ้นได้จริงภายในปี ๒๕๖๓

โดยเทคโนโลยีหลักในอนาคตยังคงเป็น LTE, HSPA และ Wi-Fi ซึ่งล้วนจะได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องด้วยกันทั้งหมด แม้กระทั่ง GSM ซึ่งยังคงมีความสำคัญในหลายพื้นที่ทั่วโลก ดังนั้น ยุค ๕G ในอนาคต ไม่ใช่การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่เพื่อทดแทนของเก่า แต่จะเป็นวิวัฒนาการของเทคโนโลยีเดิมร่วมกับการใช้ RATs (Radio Access Technology) ใหม่ๆ เพื่อเสริมสมรรถนะของระบบโดยรวมเพื่อใช้ในงานเฉพาะด้านเท่านั้น ทำให้เกิด ความท้าทายใหม่ของโลกเครือข่าย กล่าวคือ ผู้ใช้โมบายล์บรอดแบนด์ในอนาคต จะสามารถเชื่อมต่อสู่โลกอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายไร้สายได้อย่างไร้ขีดจำกัด หมายถึงการเชื่อมต่อและได้รับบริการตามต้องการในทันที โดยไม่ต้องใช้เวลานานหรือติดปัญหาในการเชื่อมต่อ ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้งานทั่วไปหรือภาคธุรกิจ นอกจากนั้นแล้ว อุปกรณ์ลูกข่ายและบริการใหม่ที่หลากหลายเพื่อเชื่อมต่อสิ่งต่างๆ จะปรากฏขึ้นให้เห็นในอนาคต ไม่ว่าจะเป็น สัญญาณจราจร ยานพาหนะ อุปกรณ์ทางการแพทย์ ถึงขยะ ระบบการส่งไฟฟ้า และอื่นๆ อีกมากมายที่ได้รับประโยชน์จากการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้เกิดผลดีทั้งต่อบุคคล ธุรกิจ และสังคมโดยรวม ระบบ ๕G จะต้องสามารถให้บริการที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพสูง เพื่อการใช้งานที่หลากหลายดังกล่าว

จากการประมาณการด้วยวิธีที่แตกต่างกัน สามารถสรุปได้ว่า ในช่วงหลังจากปี ๒๕๖๓ เครือข่ายโทรศัพท์มือถือจะต้องรองรับปริมาณการใช้งานที่มากกว่า ๑,๐๐๐ เท่า เมื่อเทียบกับปัจจุบัน ซึ่งทุกวันนี้อุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือมีจำนวนมากถึง ๕ พันล้านเครื่อง โดยส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์แบบพกพาหรืออุปกรณ์เพื่อการใช้โมบายล์บรอดแบนด์ผ่านคอมพิวเตอร์และแท็บเล็ตในอนาคตมีการคาดการณ์ว่าอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อสื่อสารระหว่างมนุษย์เป็นหลัก จะมีจำนวนน้อยกว่าอุปกรณ์เพื่อการสื่อสารระหว่างเครื่องจักรสิ่งของ ๑๐-๑๐๐ เท่า ไม่ว่าจะเป็น กล้องวงจรปิด อุปกรณ์สำหรับ Smart City, Smart Home และ Smart Grid รวมทั้งเซ็นเซอร์ประเภทต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเน้นย้ำถึงความเข้มข้นที่เกิดจากการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสถาบันภายนอก มีการถ่ายทอดข้อมูลทางนวัตกรรม มีการเชื่อมโยงทางเทคนิค เชื่อมโยงทางการตลาดและเครือข่ายข้อมูลนวัตกรรม อันเกิดจากทฤษฎีแนวคิดของนวัตกรรมทางด้านเครือข่ายเทคโนโลยีนี้เอง

๓. ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายทางสังคม

การศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคมนั้นมักจะอยู่ในรูปของการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) โดยมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่าย (Network Theory) ซึ่งมีขอบเขตที่กว้างขวางมาก ในที่นี้จะถึงกล่าวเฉพาะทฤษฎีเครือข่ายภายใต้มุมมองของสาขาวิชาด้านสังคมศาสตร์เท่านั้น

เครือข่าย หมายถึง ชุมหรือกลุ่มของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแสดง (Actor) หรือตัวเชื่อมต่อ (Node) เครือข่ายที่เล็กที่สุดจึงประกอบด้วยตัวแสดง ๒ ตัวที่มีความสัมพันธ์กัน โดยทั่วไปตัวแสดงจะเชื่อมต่อกันเป็นเครือข่ายต้องมีความเป็นไปได้ในเชิงพื้นที่โดยตัวแสดงที่อยู่ “ติดกัน” มีแนวโน้มจะเชื่อมต่อกันมากกว่าตัวแสดงที่อยู่ห่างไกลออกไป นอกจากนี้ตัวแสดงที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันก็มักจะเชื่อมต่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยที่มีปฏิสัมพันธ์กัน เครือข่ายจึงมีลักษณะเป็นโครงสร้างโดยมีลักษณะเด่น^{๒๖} ดังนี้

๑. มีความสัมพันธ์แบบพึ่งพาซึ่งกันและกัน (Interdependence)
๒. การต่อเชื่อมระหว่างหน่วยเป็นช่องทางในแลกเปลี่ยนทรัพยากร
๓. โครงสร้างของเครือข่ายเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อการกระทำของปัจเจกที่เป็นสมาชิกของเครือข่าย

การมีเครือข่ายทางสังคมมากทำให้ชุมชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและความรู้ใหม่ๆ ได้มากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการสร้างนวัตกรรมในแง่ของการมีปัจจัยนำเข้าที่ดี นอกจากนี้เครือข่ายสังคมที่หนาแน่นยังช่วยในการผลักดันให้การสร้างนวัตกรรมเกิดเป็นรูปธรรมได้ง่ายขึ้นเพราะสามารถเข้าถึงทรัพยากรและการสนับสนุนด้านอื่นๆ ที่จำเป็นได้มากขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี ของนวัตกรรมมี ๔ ทฤษฎี คือ

๑. ทฤษฎี Schumpeter's theory of innovation Schumpeter

เป็นค่านึกค้นนวัตกรรมต่างๆ ก็คือ การทำลายสิ่งๆ ที่สร้างสรรค์ ซึ่งมีการคิดสิ่งใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อที่จะทำลายสิ่งที่มีอยู่เดิม โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างกำไรเพิ่มขึ้นให้กับองค์กร การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยกลยุทธ์นวัตกรรม

ประเภทของนวัตกรรม -ของ Schumpeter ได้แบ่งออกเป็น ๔ ประเภทคือ

๑. การเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร
๒. การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการนำนวัตกรรมสู่ตลาด
๓. การเปลี่ยนตำแหน่งนวัตกรรมสินค้าที่เคยออกสู่ตลาดมาแล้ว ให้มีการรับรู้สิ่งใหม่
๔. การเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศนนวัตกรรมองค์กรให้มีการเปลี่ยนความคิดใหม่

๒. ทฤษฎี แบบผ่าเหล่าผ่ากอ

เป็นทฤษฎีของศาสตราจารย์ เคลย์ตัน คริสเตนเซน ที่บอกว่าทฤษฎี แบบผ่าเหล่าผ่ากอเป็นนวัตกรรมเทคโนโลยีสินค้าหรือบริการ ที่สามารถที่จะล้มล้างเทคโนโลยี สินค้าหรือบริการที่มีอยู่เดิมมาเปลี่ยนแปลงให้ใหม่ขึ้น แบ่งได้ ๒ ประเภท คือ

๑. การเปลี่ยนแปลงตลาด

^{๒๖}อลงกรณ์ คูตระกูล, “นวัตกรรมสังคม: กรณีศึกษาโครงการของท้องถิ่นในเขตภาคเหนือของประเทศไทย”, วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๕๓), หน้า ๒๙.

๒. การนำเสนอเทคโนโลยีใหม่

๓. ทฤษฎีหุบเหวแห่งการดับของนวัตกรรม

การยอมรับนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในสังคมโดยนวัตกรรมใดที่สังคมมีความต้องการ และเกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ สังคมนั้นๆก็จะมี การยอมรับนวัตกรรมตัวนี้ แต่ถ้านวัตกรรมใดที่สังคมต้องการน้อยและมีปัญหาเกิดขึ้นนวัตกรรมตัวนี้ก็จะถูกดับไป

๔. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม

เกิดจากการผ่านกระบวนการใช้เทคโนโลยีที่ปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ประดิษฐ์และผู้ใช้ในสังคม กลับไปกลับมาหลายครั้งจนเกิดการยอมรับในสังคม กลุ่มคนในสังคมที่ยอมรับการแพร่กระจายทางเทคโนโลยีมีด้วยกัน ๕ ประเภทคือ

๑. คนกลุ่มแรกในสังคม เป็นทั้งผู้ประดิษฐ์คิดค้นแล้วยังเป็นผู้ใช้งานที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยี และชอบติดตามเทคโนโลยีอยู่เสมอ

๒. กลุ่มชอบลองอะไรใหม่ๆ และค่อนข้างมีฐานะ เป็นนักวิชาการหรือคนดังในสังคม

๓. กลุ่มนี้จะตัดสินใจได้ต้องคิดหลายรอบแต่ต้องใช้งานได้ง่าย และมีประโยชน์ของนวัตกรรม

๔. กลุ่มที่มีการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมอาจจะเริ่มตกรุ่นไปแล้ว และมีความจำเป็นที่จะใช้งานจริงๆ

๕. กลุ่มใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเมื่อตกรุ่นไปแล้ว และเป็นกลุ่มสุดท้ายในสังคม

สถานะในการแพร่กระจายของเทคโนโลยีในสังคมมี ๓ สถานะคือ

สถานะที่ ๑ เป็นช่วงเวลาของการประดิษฐ์คิดค้นจนพบความสำเร็จ

สถานะที่ ๒ เป็นช่วงเวลาที่สังคมได้รับรู้ถึงเทคโนโลยีในสังคม

สถานะที่ ๓ เป็นช่วงเวลาที่เทคโนโลยีอิมตัว มีประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุดและไม่สามารถพัฒนาต่อไปได้อีก

หลักการ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมทางการศึกษา ประกอบด้วย ทฤษฎีการเรียนรู้ที่นำมาใช้ในการด้านการศึกษา ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนั้น อาจสรุปได้ดังนี้

๑. กลุ่มพฤติกรรมนิยม คือ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า และแสดงพฤติกรรมเหล่านั้นออกมา

๒. กลุ่มปัญญานิยม คือเรียนรู้เป็นกระบวนการของจิตที่ต้องมีการรับรู้จากการกระทำ และตีความ สามารถให้เหตุผลจนเกิดเป็นความรู้

๓. ทฤษฎีการเรียนรู้กลุ่ม คอนสตรัคติวิสต์ เป็นการอาศัยประสบการณ์เดิม ทางปัญหาที่มีอยู่เดิม

๔. ทฤษฎีการสื่อสาร คือกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคล โดยใช้สัญลักษณ์ สัญญาณ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน

๕. ทฤษฎีระบบ จัดเป็นสาขาวิชาที่เกิดขึ้นช่วงปลายศตวรรษที่ ๒๐ โดยอาศัยทฤษฎีหลายสาขาวิชา โดยนำแนวคิดแต่ละวิชามาประยุกต์รวมกัน สร้างเป็นทฤษฎีระบบขึ้นมา

๖. ทฤษฎีการเผยแพร่ เกิดจากการผสมผสานทฤษฎีหลักการ และความรู้ ความจริงจาก หลานสาขาวิชา มาเป็นนวัตกรรมของศาสตร์นั้นๆ มาเผยแพร่ขึ้น^{๒๗}

๔. ทฤษฎีการรับรู้

การรับรู้เป็นกระบวนการที่ซับซ้อนโดยทั่วไปบุคคลจะเข้าใจว่า การรับรู้คือ การรู้ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การรับสัมผัส จากอวัยวะทั้ง ๕ ซึ่งมีไข่เพียงเท่านั้น การรับรู้จะเริ่ม ตั้งแต่มีการ รับสัมผัส และจะเข้าระบบประสาทส่วนกลาง เพื่อเก็บข้อมูลต่าง ๆ ไว้ผสมผสานกับ สิ่งที่เกิดจากการ เรียนรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมา แล้วประมวลข้อมูลเชื่อมโยง ไปยังศูนย์กลาง การควบคุมระบบ ประสาทต่าง ๆ ทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง มีนักจิตวิทยาหลายท่านศึกษาเรื่อง การรับรู้และได้ให้ ความหมายไว้หลากหลายดังนี้

โดยสรุป การรับรู้ หมายถึง กระบวนการแปลความหมายของสมองของคนเราที่มีสิ่งเร้า มากระทบจากการสัมผัสของร่างกาย ซึ่งจะแสดงออกเป็นพฤติกรรม หรือทัศนคติ ทั้งนี้ต้องอาศัย ประสบการณ์เดิม หรือการเรียนรู้ หรือความคิดในการตีความนั้นๆ

กระบวนการรับรู้ การรับรู้เป็นกระบวนการที่สร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ทำให้ บุคคลมีความแตกต่างกันและมีอิทธิพลนำไปสู่การกระทำ หรือพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล กระบวนการรับรู้มีขั้นตอนต่างๆ

๑. อาการสัมผัส หมายถึง อาการที่อวัยวะรับสัมผัสรับสิ่งเร้า หรือสิ่งเร้าผ่านเข้ามา กระแทกกับอวัยวะรับสัมผัสต่างๆ เพื่อให้คนเรารับรู้ภาวะแวดล้อมรอบตัว

๒. การแปลความหมายจากอาการสัมผัสส่วนสำคัญที่จะช่วยทำให้การแปลความหมายดี หรือถูกต้องเพียงใดนั้น ต้องอาศัย

๒.๑ สถิติปัญญา หรือความเฉลียวฉลาด

๒.๒ การสังเกตพิจารณา

๒.๓ ความสนใจและความตั้งใจ

๒.๔ คุณภาพของจิตใจขณะนั้น

๓. ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิม ซึ่งได้แก่ ความคิดความรู้และการกระทำที่ได้เคย ปรากฏแก่ผู้นั้นแล้วในอดีตมีความสำคัญมากสำหรับช่วยในการตีความหรือแปลความหมายของการ สัมผัสได้แจ่มชัด ความรู้เดิมและประสบการณ์เดิมที่ได้สะสมไว้สำหรับช่วยในการแปลความหมายได้ดี นั้นจะต้องมีคุณสมบัติ^{๒๘}ดังนี้

๓.๑ เป็นความรู้ที่แน่นอน ถูกต้อง ชัดเจน

๓.๒ ต้องมีปริมาณมาก กล่าว คือ รู้หลายอย่างจึงจะช่วยแปลความหมายต่างๆ ได้สะดวกและถูกต้องดี

^{๒๗} แนวคิด ทฤษฎี นวัตกรรมทางการศึกษาที่ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ ๒๗/๐๕/ ๒๕๖๑ จาก <https://www.gotoknow.org/posts/๕๕๓๗๖๖>

^{๒๘} ทฤษฎีการรับรู้, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://thesis.rru.ac.th/files/pdf> [๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๕].

สรุปได้ว่าทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ โดยทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมเช่น ทฤษฎีนวัตกรรมห่วงโซ่ความสัมพันธ์ ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายเทคโนโลยี ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายทางสังคม และทฤษฎีการเรียนรู้

๒.๔ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ

๒.๔.๑ ความหมายของการสื่อสาร

นักวิชาการทางด้านสื่อสารมวลชนได้อธิบายถึงความหมายของการสื่อสารไว้ดังนี้ Schramm กล่าวว่า การสื่อสาร คือ การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร^{๒๙}

Newcomb กล่าวว่า การสื่อสาร คือ รูปแบบหนึ่งของการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างบุคคล ซึ่งหากจะกล่าวในเชิงโวหารแล้ว การแลกเปลี่ยนนั้นน่าจะทำให้บุคคลสามารถเข้าถึงจิตใจของผู้อื่น ๆ ได้^{๓๐}

กรีซ สืบสันธ์ ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดที่ไม่หยุดนิ่ง มีการรับรู้และโต้ตอบ การถ่ายทอดสาระ ข่าวสาร ข้อมูล ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก เป็นต้น จะเป็นไปตามประสบการณ์ ความรู้สึก ความสนใจทั้งของผู้ส่งสารและผู้รับสาร^{๓๑}

สมควร กวียะ ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารคือการแลกเปลี่ยนข่าวสารเพื่อความเข้าใจร่วมกัน การสื่อสารระหว่างมนุษย์มิใช่การส่งสารเพื่อให้เกิดผลตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารตามความหมายที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพียงเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการรับสารป้อนกลับ (Feedback) อันตรกิริยา (Interaction) ระหว่างผู้สื่อสารทั้งสองฝ่าย นำไปสู่ความรู้ความเข้าใจร่วมกันในความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างๆ การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการสองวิถี (Two Ways) อยู่ในตัวของมันเอง^{๓๒}

บุญเลิศ ศุภดิลก ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารเป็นความพยายามของมนุษย์ที่ต้องการแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือความคิดระหว่างกันเอง ซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการนั้นหมายความว่า การสื่อสารนั้นมีลักษณะเปลี่ยนแปลงและต่อเนื่องตลอดเวลา กล่าวคือไม่มีจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดในตัวมันเอง^{๓๓}

^{๒๙}Schramm, Wilbur, Channels and Audience in Handbook of Communication, (Chicago: Ranc Mcnelly College Publishing Company, 1973), p. 13.

^{๓๐}Newcomb, Theodore M., Social Psychology, (New York : Holt Rinehart and Winston, 1965), p. 129.

^{๓๑}กรีซ สืบสันธ์, วัฒนธรรมและพฤติกรรมทางการติดต่อสื่อสารในองค์กร, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๗), หน้า ๖๔.

^{๓๒}สมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อสังคม, (กรุงเทพมหานคร: พชรกานต์การพิมพ์, ๒๕๓๕), หน้า ๑.

^{๓๓}บุญเลิศ ศุภดิลก, การสื่อสาร: โครงสร้างและหน้าที่ในสังคม, วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, (กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์การพิมพ์, ๒๕๒๓), หน้า ๒.

อรรถพรณ ปิณฑนโธวาท อธิบายไว้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่งถ่ายทอดสารไปยังอีกบุคคลหนึ่ง และบุคคลหลังมีปฏิกิริยาตอบโต้ ปรากฏการณ์นี้เป็นเรื่องของสัญลักษณ์ คือ ใช้เครื่องหมายทั้งที่เป็นภาษาคำพูดและไม่ใช้ภาษาคำพูด และการมีปฏิกิริยาสัมพันธ์ นั่นคือ การมีปฏิกิริยาตอบโต้ระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร^{๓๔}

ประมะ สตะเวทิน ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ^{๓๕}

วิรัช สงวนวงศ์วาน อธิบายว่า การสื่อสาร คือการถ่ายโอน ดังนั้น การติดต่อสื่อสารจะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อสามารถส่งผลต่อความหมายและผู้รับเกิดความเข้าใจถูกต้อง^{๓๖}

จิตทิพ ชัยธวัช กล่าวไว้ว่า การสื่อสารเป็นการส่งมอบสารสนเทศและสิ่งที่มีความหมายต่างๆ จากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง โดยการใช้สัญลักษณ์ที่เป็นที่ยอมรับร่วมกัน หรือเป็นการแลกเปลี่ยนสารสนเทศและการส่งมอบสิ่งที่มีความสำคัญต่างๆ^{๓๗}

วันชัย มีชาติ กล่าวไว้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการติดต่อส่งผ่านข้อมูล ความคิด ความเข้าใจ หรือความรู้สึกระหว่างบุคคล ซึ่งมีองค์ประกอบ ๔ ประการ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร^{๓๘}

เกศินี จุฑาวิจิตร กล่าวว่า การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่องในการส่งและรับสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่างๆอย่างมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน^{๓๙}

กิตติมา สุรสนธิ กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ทั้งในด้านการดำเนินชีวิต สังคม เศรษฐกิจและการศึกษา เป็นฟันเฟืองของเครื่องจักรกลแห่งสังคมที่ทำให้สังคมดำเนินไปได้อย่างไม่หยุดยั้ง เนื่องจากการสื่อสารเป็นทั้งเครื่องมือและวิธีการในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งต่อปัจเจกบุคคล ต่อองค์กร และต่อสังคม^{๔๐}

จากการศึกษาความหมายของการสื่อสาร จากนักวิชาการดังต่อไปนี้ Schramm Wilbur (1973), Newcomb Theodore (1965), กริช สืบสนธิ (๒๕๓๗), สมควร กวียะ (๒๕๓๕), บุญเลิศ

^{๓๔}อรรถพรณ ปิณฑนโธวาท, การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๗), หน้า ๒.

^{๓๕}ประมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ ๗, (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๓), หน้า ๓๐.

^{๓๖}วิรัช สงวนวงศ์วาน, การจัดการและพฤติกรรมองค์กร, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, ๒๕๔๗), หน้า ๑๑๕.

^{๓๗}จิตทิพ ชัยธวัช, แม่ไม้บริหาร, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ซี. พี. บุ๊ค แสตนด์การ์ด, ๒๕๔๘), หน้า ๑๓๐.

^{๓๘}วันชัย มีชาติ, พฤติกรรมการบริหารองค์การสาธารณะ, (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๘), หน้า ๑.

^{๓๙}เกศินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒), หน้า ๔.

^{๔๐}กิตติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๘), หน้า ๑.

ศุภดิolk (๒๕๒๓), อรรพรรณ ปิณฑน์โอวาท (๒๕๓๗), ปรมะ สตะเวทิน (๒๕๓๓), วิรัช สงวนวงศ์วาน (๒๕๔๗), ธิติภพ ชัยธวัช (๒๕๔๘), วันชัย มีชาติ (๒๕๔๘) เกศินี จุฑาวิจิตร (๒๕๔๒) และกิติมา สุรสนธิ (๒๕๔๘) สามารถนำมาวิเคราะห์ความหมายของการสื่อสารได้คือ ความเข้าใจในสารร่วมกัน การแลกเปลี่ยนสารซึ่งกันและกัน กระบวนการถ่ายทอดสาร กระบวนการติดต่อส่งผ่านข้อมูล ความคิด ความเข้าใจ หรือความรู้สึกระหว่างบุคคล และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งต่อปัจเจก โดยสรุป การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันหรือก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่ง

๒.๔.๒ วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

เกศินี จุฑาวิจิตร กล่าวว่า เมื่อมีการสื่อสารเกิดขึ้น ผู้ส่งสารกับผู้รับสารจะต้องมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่ตรงกันหรือสอดคล้องกัน จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร มีดังนี้^{๔๑}

๑. เพื่อแจ้งให้ทราบ คือ ผู้ส่งสารต้องการเผยแพร่หรือบอกกล่าวเหตุการณ์ กิจกรรม ความเคลื่อนไหว ฯลฯ เพื่อให้ผู้รับสารได้รับทราบข่าวและนำไปใช้ในชีวิตรประจำวัน

๒. เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เป็นการส่งสารเพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิดความเข้าใจลึกซึ้งมากกว่าการได้รับทราบ

๓. เพื่อโน้มน้าวใจ เป็นการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกชอบใจ สนใจ หรือคล้อยตาม สนับสนุนและต้องการที่จะปฏิบัติตาม และใช้เป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ

๔. เพื่อความบันเทิง เป็นการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ สนุกสนาน เพลิดเพลิน และผ่อนคลายจากความเครียด

แม้ว่าการสื่อสารแต่ละครั้งทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ทั้งสองฝ่ายจะต้องมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

ปรมะ สตะเวทิน กล่าวไว้ว่า การสื่อสารมีวัตถุประสงค์ดังนี้^{๔๒}

๑. เพื่อแจ้งให้ทราบ เป็นวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารที่ต้องการเผยแพร่หรือบอกเล่าเรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ กิจกรรม นโยบาย ความเคลื่อนไหว เป็นต้นของตนเองหรือหน่วยงานให้ผู้รับสารได้ทราบ ผู้รับสารก็มีความประสงค์ที่จะได้รับทราบข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในชีวิตรประจำวันหรือเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ

๒. เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เป็นวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารที่ต้องการให้ผู้รับสารได้เรียนรู้และเกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากกว่าการได้รับทราบ เช่น การเรียนรู้วิธีการจัดหน้าหนังสือ การเรียนรู้วิธีประดิษฐ์ดอกไม้แห้ง เป็นต้นซึ่งผู้รับสารก็มีความประสงค์ที่จะเรียนรู้และศึกษา

๓. เพื่อโน้มน้าว เป็นวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารที่ต้องการให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกชอบใจ สนใจ คล้อยตามสนับสนุน และต้องการที่จะปฏิบัติตาม ส่วนผู้รับสารก็ทำหน้าที่สื่อสารเพื่อต้องการที่

^{๔๑} เกศินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒), หน้า ๕.

^{๔๒} ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, (กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, ๒๕๔๐), หน้า ๓๔-๓๕.

จะได้ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ การสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการโน้มน้าวหรือชักจูงใจได้แก่ การโฆษณา การโฆษณาชวนเชื่อ เป็นต้น

๔. เพื่อความบันเทิง เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ สนุกสนานในส่วนผู้รับสารก็ต้องการความพอใจ เพลิดเพลินใจ หรือสนุกสนานด้วย

สมควร กวียะ ได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการสื่อสารไว้ ๘ ประการ ดังนี้^{๔๓} คือ

๑. การให้ข่าวสาร (Information) ซึ่งหมายถึง การเก็บ การรวบรวม การประมวล และเผยแพร่ข่าว ข้อมูล รูปภาพ ข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็น เพื่อจะยังผลให้เกิดความเข้าใจและมีปฏิกิริยาอย่างถูกต้องตามภาวะของบุคคล สภาพแวดล้อม ประเทศ และสังคมนานาประเทศ นอกจากนี้ยังจะช่วยนำไปสู่การตัดสินใจที่เหมาะสมด้วย

๒. การสังคมประกิตหรือสังคมกรรม (Socialization) ได้แก่ การได้มาซึ่งความรู้ ความเข้าใจที่จะทำให้บุคคลดำเนินชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ ในฐานะสมาชิกของสังคม ช่วยให้เกิดความสำนึกในการอยู่ร่วมสังคมกับบุคคลอื่น ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม

๓. การใช้จูงใจ (Motivation) หมายถึง การส่งเสริมสนับสนุนให้ไปสู่เป้าหมายระยะสั้น และระยะยาวของสังคม กระตุ้นให้บุคคลเกิดความพยายาม และตัดสินใจเลือกแนวทางและพฤติกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่ยินยอมพร้อมใจกันซึ่งกำหนดไว้แล้ว

๔. การถกเถียงอภิปราย (Debate and Discussion) คือ การแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นระหว่างฝ่ายต่างๆในสังคม เพื่อก่อให้เกิดความตกลงยินยอมที่มีผลดีต่อส่วนรวม รวมทั้งการแสวงหาพยานหลักฐานมากระตุ้นให้สาธารณชนสนใจ และให้ความร่วมมือในกิจกรรมของส่วนรวม

๕. การให้การศึกษา (Education) คือ การสื่อสารที่เข้ามาช่วยถ่ายทอดวิชาความรู้ ทำให้เกิดการพัฒนสติปัญญา อุปนิสัย ทักษะ และสมรรถภาพของบุคคลตลอดทุกช่วงเวลาของชีวิต

๖. การส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural Promotion) หมายถึง การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งมรดกที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ และการพัฒนาวัฒนธรรม โดยการส่งเสริมสติปัญญาและจินตนาการของปัจเจกชน รวมทั้งกระตุ้นความต้องการและความคิดสร้างสรรค์ในทางสุนทรีย์ภาพ

๗. การให้ความบันเทิง (Entertainment) คือ การถ่ายทอดผลงานทางการละคร ฟ้อนรำ วรรณกรรม ดนตรี การละเล่น และศิลปะต่างๆ โดยอาศัยเครื่องหมายสัญญาณ สัญลักษณ์ เสียงและภาพ ทั้งนี้เพื่อความสนุกสนานรื่นเริง และการพักผ่อนหย่อนใจ

๘. การประสานสามัคคี (Integration) คือ การให้บุคคล กลุ่ม และประชาชาติได้รับรู้ข่าวสารที่จำเป็นต่อการเพิ่มพูนความรู้ และความเข้าใจซึ่งกันและกันในแง่ของการดำรงชีวิต ทัศนะ และความใฝ่ฝันทะเยอทะยาน

McQuail ได้สรุปความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารไว้ดังนี้^{๔๔}

^{๔๓} สมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน บทบาท หน้าที่ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ, (กรุงเทพมหานคร: อักษราพิพัฒน์, ๒๕๔๐), หน้า ๒๒-๒๓.

^{๔๔} McQuail Dennis, *Communication: Social Processes*, (London: Longman group, ๑๙๘๓), pp. ๓๕-๓๖.

๑. การให้ข่าวสาร (Information) คือ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสภาพการณ์ในสังคมและในโลก ซึ่งบอกให้ทราบถึงสัมพันธ์ภาพแห่งอำนาจ และช่วยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม การปรับตัวและความก้าวหน้า

๒. การประสานสัมพันธ์ (Correlation) คือ การอธิบาย แปรความ และวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์และข่าวสาร ให้ความสนับสนุนแก่อำนาจหน้าที่และปทัสถานที่ยอมรับกันแล้ว และทำให้เกิดกระบวนการสังคมกรรม รวมทั้งประสานกิจกรรมต่างๆ ของสังคมเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดความยินยอมพร้อมใจกัน และจัดระเบียบอะไรก่อนหลังและบอกให้รู้ว่าสถานการณ์ทางสังคมอะไรสำคัญกว่าอะไร

๓. ความต่อเนื่อง (Continuity) คือ การแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมหลักและยอมรับวัฒนธรรม รวมทั้งพัฒนาของวัฒนธรรมใหม่ ก่อให้เกิดดำรงไว้ซึ่งค่านิยมพื้นฐานของคนทั่วไป

๔. ความบันเทิงเริงรมณ์ (Entertainment) คือการให้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และการพักผ่อนหย่อนใจ และลดความตึงเครียดทางสังคม

๕. การระดมสรรพกำลัง (Mobilization) คือ การรณรงค์ด้านการเมือง สงคราม การพัฒนาทางเศรษฐกิจ การทำงาน และบางครั้งการศาสนา เพื่อวัตถุประสงค์ของส่วนรวม

จากการศึกษาวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร จากนักวิชาการดังต่อไปนี้ เกตินี จุฑาวิจิตร ๒๕๔๒, ปรมะ สตะเวทิน ๒๕๔๐, สมควร กวียะ ๒๕๔๐ และ McQuail Dennis ๑๙๘๓ สามารถนำมาวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร สามารถสรุปวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้ดังนี้ ในการติดต่อการสื่อสารของมนุษย์สามารถจำแนกวัตถุประสงค์ว่าได้แก่ เพื่อให้ข่าวสาร เพื่อให้การศึกษา เพื่อใช้จูงใจ เพื่อให้ความบันเทิง เพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรม และเพื่อการประสานสามัคคี โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. เพื่อให้ข่าวสาร หมายถึง การเผยแพร่หรือบอกกล่าวเรื่องราว ข่าว ข้อมูล รูปภาพ ข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็น เหตุการณ์ และสภาพการณ์ในสังคมและในโลกให้ผู้รับสารได้ทราบ เพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและช่วยในการตัดสินใจที่เหมาะสมด้วย

๒. เพื่อให้การศึกษา หมายถึง การส่งสารเพื่อให้ผู้รับสารได้เรียนรู้และเกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากกว่าการได้รับทราบ เป็นการถ่ายทอดวิชาความรู้ ทำให้เกิดการพัฒนาศติปัญญา อุปนิสัย ทักษะ และสมรรถภาพของผู้รับสาร

๓. เพื่อใช้จูงใจ หมายถึง การสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกชอบใจ สนใจ คล้อยตาม สนับสนุน หรือต้องการที่จะปฏิบัติตาม รวมทั้งใช้เป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ และเป็นการกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความพยายาม และตัดสินใจเลือกแนวทางและพฤติกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายตามที่ผู้ส่งสารต้องการ

๔. เพื่อให้ความบันเทิง หมายถึง การสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ สนุกสนาน เพลิดเพลินใจ และผ่อนคลายจากความเครียด

๕. เพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรม หมายถึง การเผยแพร่และการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรม เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งมรดกที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ และการพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ โดยการส่งเสริมสติปัญญาและจินตนาการของผู้รับสาร รวมทั้งกระตุ้นความต้องการและความคิดสร้างสรรค์ในทางสุนทรีย์ภาพ

๖. เพื่อการประสานสามัคคี หมายถึง การอธิบาย แปลความ วิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับ ความหมายของเหตุการณ์และข่าวสาร และประสานกิจกรรมต่างๆของสังคมเข้าด้วยกัน เพื่อให้ผู้คน ได้รับรู้ข่าวสารที่จำเป็นต่อการเพิ่มพูนความรู้ เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และเกิดความ ยินยอมพร้อมใจกัน

๒.๔.๓ องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร

Berlo ระบุว่าองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร สามารถสรุปได้ ๔ องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ทั้งนี้แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ Berlo เป็นที่รู้จักกันดีใน นามของ SMCR Model ซึ่งย่อมาจาก Source, Message, Channel และ Reciever ตามลำดับ^{๔๕}

Schramm ระบุว่าองค์ประกอบของการสื่อสารประกอบด้วย ผู้เข้ารหัส (Encoder) และผู้ ถอดรหัส (Decoder) แต่ละคนสามารถทำได้ทั้งส่งสารและรับสาร นอกจากนั้นแต่ละคนยังทำหน้าที่ เป็นผู้ตีความหมายด้วย นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบด้าน การสื่อสารกลับ (Feedback) และสื่อ (Channel)^{๔๖}

พัชนี เขยจรรยาและคณะ กล่าวว่า การสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้^{๔๗}

๑. ผู้ส่งสาร หรือผู้เข้ารหัส (sender / encoder) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่ม หรือเริ่มต้นส่งสารไปให้อีกบุคคลหนึ่งจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม หรือเป็นผู้ทำหน้าที่ส่งสารผ่านช่องทาง หนึ่งไปยังผู้รับสาร ฉะนั้น ผู้ส่งสารจึงมีบทบาทในการชักนำว่าพฤติกรรมการสื่อสารภายในสถานการณ์ หนึ่งๆ นั้น จะเป็นไปในรูปใดและมีผลอย่างไรหรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้ส่งสารคือ ผู้กระตุ้น (stimulus) ที่ ทำให้เกิดการตอบสนอง (response) จากผู้รับสาร หรือผู้ส่งสารอาจเรียก ผู้เข้ารหัส (encoder) คือ ผู้ ที่รับผิดชอบในการนำความคิดของผู้ริเริ่ม ความคิดหรือแหล่งสาร (source) ส่งไปยังผู้ที่ต้องการจะ สื่อสารด้วย โดยการใช้สัญญาณ (signal) และสัญลักษณ์ (symbol) หรือเรียกว่า การเข้ารหัส (encoding) ซึ่งแสดงถึงเป้าหมายหรือสิ่งที่แหล่งสารต้องการสื่อ

๒. ผู้รับสาร หรือ ผู้ถอดรหัส (receiver / decoder) คือ ผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่งหรือ กลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสารผู้รับสารจะเกิดการตีความและการตอบสนองจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ ก็ ตาม และส่งปฏิกิริยาตอบสนอง (feedback) กลับไปให้ผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ผู้ ถอดรหัส (decoder) คือ ผู้ที่ถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ที่ผู้เข้ารหัสส่งมา หรืออีกนัย หนึ่ง คือ ผู้รับผิดชอบการถอดรหัสของสาร (decoding) เพื่อให้ผู้รับสารปลายทาง (receiver / destination) หรือผู้รับสารที่ผู้ส่งสารต้องการให้ได้รับสารของตน

๓. สาร (message) หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารไปให้ผู้รับสารในรูปของรหัสคำว่า “รหัส” หมายถึง สัญญาณ (signal) หรือสัญลักษณ์ (symbol) หรือกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นใน ลักษณะที่มีความหมายต่อคน และผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายของมันได้ต่อเมื่อมีการถอด ความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ออกมา สัญญาณหรือสัญลักษณ์ในที่นี้อาจเป็น คำพูด

^{๔๕}ปรมะ สตะเวทิน, **หลักนิเทศศาสตร์**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์, ๒๕๓๙), หน้า ๕๓.

^{๔๖}เรื่องเดียวกัน, หน้า ๕๒.

^{๔๗}พัชนี เขยจรรยาและคณะ, **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เจริญผล, ๒๕๓๔), หน้า ๗-๘.

ตัวหนังสือ รูปภาพ เครื่องหมาย หรือกิริยาท่าทางต่างๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงหรือถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว สารก็คือ ภาษา (language)

๔. ช่องทางการสื่อสาร (channel) คือ ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องทางเปรียบเหมือนทางหรือพาหนะระหว่างผู้ร่วมสื่อสาร

เกศินี จุฑาวิจิตร กล่าวว่า ในการทำการสื่อสารจะต้องมีองค์ประกอบพื้นฐานในการสื่อสารอย่างน้อย ๔ ประการ^{๔๘} ได้แก่

๑. ผู้ส่งสาร คือ บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงาน องค์กรที่เป็นผู้ผลิตสาร เป็นแหล่งต้นตอของสาร และมีเจตนาที่จะเผยแพร่หรือถ่ายทอดสารนั้นออกไปสู่บุคคลกลุ่มอื่น

๒. สาร คือ เนื้อหา ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ฯลฯ ที่แสดงออกในรูปของคำพูดหรือข้อเขียน เป็นต้น

๓. สื่อหรือช่องทางการติดต่อสื่อสาร คือ ช่องทางที่นำสารผ่านจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ได้แก่ อากาศ น้ำ คลื่นแสง คลื่นไฟฟ้า โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ วีดิโอ สไลด์ ฯลฯ

๔. ผู้รับสาร คือ บุคคล กลุ่มคน หรือหน่วยงาน องค์กรที่อยู่ปลายทางของการสื่อสาร เป็นส่วนที่ผู้รับสารมุ่งหวังให้ได้รับสารที่ส่งผ่านสื่อมา โดยผู้รับสารจะกลายมาเป็นผู้ส่งสารทันทีเมื่อมีการป้อนกลับต่อสารที่ได้รับกลับไปยังผู้ที่ส่งสารมาในครั้งแรก ซึ่งเช่นเดียวกัน ผู้ส่งสารนั้นก็จะเป็นผู้รับสารแทนในสภาพการณ์ดังกล่าว

มณฑล ใบบัว กล่าวว่า กระบวนการสื่อสารประกอบด้วยส่วนสำคัญ ๔ ส่วน^{๔๙} คือ

๑. ผู้ส่งสาร (Sender) คือ บุคคลที่เริ่มต้นสร้างและส่งสารไปยังอื่น โดยการเข้ารหัสเป็นการแปลสารให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์คิดขึ้นมาแทนความคิด ผู้ส่งสารนั้นอาจจะเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร หรือสถาบันก็ได้ ในการอธิบายผู้ส่งสารอาจมีมากกว่าหนึ่งคน ในการสื่อสารสาธารณะผู้ส่งสารอาจไม่ได้เป็นตัวของตัวเองหากแต่ผู้ส่งสารในฐานะตัวแทนของหน่วยงานหรือสถาบันหนึ่ง

๒. สาร (Message) คือ เรื่องราวอันมีความหมาย แสดงออกโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใด ๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน สารจะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิดและต้องการจะส่งสารนั้นซึ่งแสดงออกเป็นพฤติกรรมเรียกว่าการเข้ารหัสเพื่อแทนความคิดที่เกิดขึ้น

๓. ช่องทางหรือสื่อ (Channel) มีความหมาย ๓ ประการ คือ

๑) การเข้ารหัสและการถอดรหัส

๒) สิ่งที่น่าสาร เช่น คลื่นเสียง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์

๓) พาหนะของสิ่งที่น่าสาร เช่น อากาศ

๔. ผู้รับสาร (Receiver) มีคำหลายคำที่นำมาใช้ในความหมายของผู้รับสาร ได้แก่

๑) ผู้ฟัง (Audience)

^{๔๘}เกศินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒), หน้า ๑๓.

^{๔๙}มณฑล ใบบัว, หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๖), หน้า ๓๓-๓๔.

๒) ถึงใคร (To whom) ซึ่งกล่าวถึงกระบวนการสื่อสารว่าประกอบด้วย ใคร พุทธอะไร ผ่านสื่อใด ถึงใครและเกิดผลอะไร

๓) หมายปลายทางผู้รับการสื่อสาร (Communication Receiver)

สัมพันธ์ พูนนารถ กล่าวไว้ว่า การสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้^{๕๐}

๑. ผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้เริ่มต้นส่งสารผ่านช่องทางหรือสื่อไปยังผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนข่าวสารกับผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งสารอาจจะเป็นผู้เข้ารหัสด้วยตนเองหรือไม่ก็ได้

๒. สาร หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการถ่ายทอดไปยังผู้รับสารในรูปของรหัสสัญญาณหรือสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมายต่อคน

๓. สื่อหรือช่องทาง หมายถึง ตัวกลางหรือตัวนำที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารหรือตัวเชื่อมผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าด้วยกัน เช่น เสียง แสง อากาศ เป็นต้น

๔. ผู้รับสารหรือจุดหมายปลายทางของการสื่อสาร หมายถึง ผู้อ่าน ผู้ดู ผู้ชม และผู้ฟัง เป็นต้น อาจจะเป็นคนคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ ผู้รับสารเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการสื่อสารเพราะเป็นเป้าหมายของผู้ส่งสารที่ต้องการจะให้ผู้รับสารได้รับข่าวสาร การศึกษา ความบันเทิง และการจูงใจหรือโน้มน้าวใจ

เสรี วงษ์มณฑา กล่าวว่า กระบวนการสื่อสารประกอบด้วย^{๕๑}

๑. ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) เป็นผู้ริเริ่มในการติดต่อสื่อสาร อาจเป็นการส่งข่าวสารจากแหล่งข่าวสารที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ แหล่งข่าวสารที่เป็นทางการอาจเป็นธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรหรือเป็นองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไรก็ได้ ซึ่งในที่นี้ผู้ส่งข่าวสาร หมายถึง บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

๒. ข่าวสาร (Message) เป็นความนึกคิดความคิดทัศนคติภาพลักษณ์ หรือข้อมูล อื่น ๆ ซึ่งผู้ส่งข่าวสารต้องการที่จะส่งไปยังผู้รับข่าวสารที่กำหนดไว้ ข่าวสารนั้นอาจเป็นข้อความหรือคำพูด (Verbal) หรือการใช้สัญญาณลักษณะ (Nonverbal) หรือใช้ทั้งสองอย่างร่วมกัน กล่าวคือ ข่าวสารที่ใช้คำพูด อาจเป็นลายลักษณ์อักษร หรือการพูด โดยทั่วไปเกี่ยวข้องกับข้อมูลอื่น ๆ ซึ่งให้ข้อมูลแก่ผู้รับข่าวสารได้ดีกว่าการใช้คำพูดอย่างเดียว ส่วนข่าวสารที่ไม่ใช้คำพูด คือ การติดต่อสื่อสารโดยใช้สัญญาณลักษณะ (Symbolic Communication) เช่นการใช้โลโก้ตราของสินค้า เป็นต้น

๓. ช่องทางข่าวสาร (Message Channel) หมายถึง สื่อหรือช่องทางซึ่งข่าวสารถูกส่งผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ การติดต่อระหว่างบุคคล ซึ่งอยู่ในรูปแบบสนทนาทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น การสนทนาระหว่างพนักงานขายกับลูกค้า เป็นต้น และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคล เป็นรูปแบบการใช้สื่อมวลชน (Mass Media) ได้แก่ สื่อกระจายเสียง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา หรือการใช้ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ รวมถึงสื่อเฉพาะกิจ เช่น แคตตาล็อก แผ่นพับ เป็นต้น

^{๕๐}สัมพันธ์ พูนนารถ, นิเทศศาสตร์, (อุตรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, ๒๕๓๗), ๙๙-๑๐๒.

^{๕๑}เสรี วงษ์มณฑา, ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด, กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร, ๒๕๔๗), หน้า ๕๔.

๔. ผู้รับข่าวสาร (Receivers) ในการติดต่อสื่อสาร ผู้รับข่าวสารจะเป็นกลุ่มผู้มุ่งหวังหรือกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience)

๕. การป้อนกลับ (Feedback) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร การป้อนกลับในทันทีทำให้ผู้ส่งข่าวสารสามารถเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงข่าวสาร เพื่อให้แน่ใจว่าเป็น ที่เข้าใจด้วยวิธีที่ถูกต้อง

จากการศึกษาองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร จากนักวิชาการดังต่อไปนี้ Berlo, Schramm, พัทธี เขยจรยาและคณะ ๒๕๓๔, เกศินี จุฑาวิจิตร ๒๕๔๒, มณฑล ไบบัว ๒๕๓๖, สัมพันธ์ พูนนารถ ๒๕๓๗ และเสรี วงษ์มณฑา ๒๕๔๗ สามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบของการสื่อสาร สามารถสรุปองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารได้ว่ามี ๕ องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบกลับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงาน หรือองค์การที่เป็นผู้ผลิตสารและส่งสารผ่านช่องทางหนึ่งไปยังผู้รับสาร

๒. สาร หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารส่งไปให้แก่ผู้รับสาร ซึ่งอยู่ในลักษณะของสัญญาณหรือสัญลักษณ์โดยอาจเป็น คำพูด ตัวหนังสือ รูปภาพ เครื่องหมาย หรือกิริยาท่าทางต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงหรือถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

๓. สื่อ หมายถึง ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

๔. ผู้รับสาร หมายถึง คือ บุคคล กลุ่มคน หน่วยงาน หรือองค์การที่ได้รับสารผ่านช่องทางสื่อ และทำการตีความและตอบสนองต่อสารที่ได้รับ

๕. ปฏิกิริยาตอบกลับ หมายถึง การที่ผู้รับสารส่งสารกลับไปยังผู้ส่งสารเพื่อแสดงออกผลของการสื่อสาร

๒.๔.๔ ประเภทของการสื่อสาร

ยุพา สุภากุล กล่าวไว้ว่า การจำแนกประเภทของการสื่อสารสามารถจำแนกได้หลายเกณฑ์ แต่โดยทั่วไปสามารถแยกประเภทการสื่อสารออกเป็นประเภทใหญ่ได้ดังนี้^{๕๒}

๑. การสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication) เป็นการสื่อสารกับตนเอง เช่น การคิด การไตร่ตรองหาเหตุผล การวิเคราะห์ การทบทวนเรื่องที่พูดหรือเขียน เป็นต้นเป็นการสื่อสารที่มีผู้สื่อสารเพียงคนเดียวเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในตัวเอง

๒. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลสองหรือสามคน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน

๓. การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) เป็นการสื่อสารภายในกลุ่มคนจำนวนหนึ่ง ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะพูดคุยโต้ตอบกันโดยตรงและทั่วถึง เช่น การประชุม เป็นต้น

^{๕๒}ยุพา สุภากุล, การสื่อสารมวลชน, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๐), หน้า ๒๙ -

๔. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างคนจำนวนมาก ซึ่งอยู่ในสถานที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยอาจจะใช้สื่อทัศนัต์เข้าช่วย เช่น โทรทัศน์วงจรปิด รูปแบบการสื่อสาร เช่น การอบรม การสัมมนา เป็นต้น

๕. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารซึ่งอาจมีมากกว่า ๑ คน ส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารที่มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาศัยอยู่ในสถานที่ต่างๆ ทั่วทั้งโลกกันได้อย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ปรมะ สตะเวทิน กล่าวไว้ว่า การสื่อสารสามารถทำการจำแนกประเภทโดยใช้จำนวนผู้ทำการสื่อสารเป็นเกณฑ์ ดังนี้^{๕๓}

๑. การสื่อสารภายในบุคคล เป็นการสื่อสารของบุคคลคนเดียว บุคคลคนเดียวนั้นทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร

๒. การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว

๓. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ เป็นการสื่อสารระหว่างคนจำนวนมากซึ่งอยู่ในที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกันหน่วยงานเพื่อปฏิบัติการกิจของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย

๔. การสื่อสารมวลชน เป็นการสื่อสารกับมวลชนคนจำนวนมากในขณะเดียวกันพร้อม ๆ กัน โดยที่สมาชิกของมวลชนแต่ละคนอยู่ในที่ต่างๆ กันเพื่อให้ข่าวสารไปถึงมวลชนได้พร้อมกันจึงต้องอาศัยสื่อที่เข้าถึงประชาชนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็วคือสื่อมวลชน

แมนมาส ขวลิต และคณะ กล่าวว่าประเภทของการติดต่อสื่อสารแบ่งออกเป็น ๓ ประเภท^{๕๔} ได้แก่

๑. การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง การสื่อสารเฉพาะตัวผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อสร้างและกระชับความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน เช่น ทักทาย เป็นต้น

๒. การสื่อสารกลุ่ม หมายถึง การสื่อสารระหว่างฝ่ายหนึ่งที่เป็นบุคคลหรือกับอีกหลายคนที่เป็นผู้รับสาร ทั้งในรูปแบบที่สามารถมองเห็นหน้ากันหรือเฉพาะหน้าและแบบเฉพาะหน้าแต่ทุกคนต่างมีความสนใจร่วมกันในเรื่องเดียวกัน มีลักษณะบางประการร่วมกัน วัตถุประสงค์ร่วมกัน

๓. การสื่อสารมวลชน หมายถึง การสื่อสารไปยังคนหมู่มาก เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับคนกลุ่มใหญ่ ซึ่งยากที่จะแยกแยะออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ได้ ลักษณะของผู้รับสารยากที่จะแยกแยะว่าใครมีลักษณะผสมปนเปกันมาก กิจการด้านการสื่อสารมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สามารถสรุปประเภทของการสื่อสารได้ดังนี้ การสื่อสารสามารถจำแนกออกเป็น ๕ ประเภท ได้แก่ การสื่อสารภายในตนเอง การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มย่อย การสื่อสารกลุ่มใหญ่ และการสื่อสารมวลชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

^{๕๓}ปรมะ สตะเวทิน, **หลักนิเทศศาสตร์**, (กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, ๒๕๔๐), หน้า ๓๔-๓๕.

^{๕๔}แมนมาส ขวลิต และคณะ, **การสื่อสาร**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๓๕), หน้า ๘-๑๐.

๑. การสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication) หมายถึง การสื่อสารของบุคคลคนเดียวซึ่งหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในตัวเอง เช่น การคิด การไตร่ตรองหาเหตุผล การวิเคราะห์ การทบทวนเรื่องที่พูดหรือเขียน เป็นต้น

๒. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว

๓. การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) หมายถึง เป็นการสื่อสารภายในกลุ่มคนจำนวนหนึ่ง ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างมีความสนใจร่วมกันในเรื่องเดียวกันและสามารถที่จะพูดคุยโต้ตอบกันโดยตรงและทั่วถึง

๔. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) หมายถึง การสื่อสารระหว่างคนจำนวนมากซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างมีความสนใจร่วมกันในเรื่องเดียวกัน และทำการสื่อสารอยู่ในสถานที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน

๕. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) หมายถึง การสื่อสารกับคนจำนวนมากในขณะเดียวกันพร้อมๆกัน โดยผู้รับสารมีลักษณะผสมปนเปกันมาก แต่ละคนอยู่ในที่ต่าง ๆ กัน ทั้งนี้เพื่อให้ข่าวสารไปถึงมวลชนได้พร้อมกันจึงต้องอาศัยสื่อที่เข้าถึงประชาชนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว

๒.๔.๕ ทิศทางของการสื่อสาร

นิรมล กิตติกุล ได้จำแนกทิศทางการสื่อสารออกเป็น ๔ ประเภท^{๕๕} ดังนี้

๑. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง เป็นแบบสายการบังคับบัญชา คือ ติดต่อสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาระดับสูงมาสู่ระดับล่าง เพื่อเป็นการชี้แจง อธิบาย ตอบคำถาม สั่งการ เช่น นโยบาย วัตถุประสงค์ แนวการปฏิบัติ คำอนุมัติ ฯลฯ

๒. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน เป็นการติดต่อสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชารายงานไปยังผู้บังคับบัญชาเบื้องบน เช่น รายงานผลการปฏิบัติงาน ขอคำแนะนำ คำร้องทุกข์ ฯลฯ

๓. การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน เป็นการติดต่อสื่อสารในระดับเดียวกันเพื่อการประสานงาน

๔. การติดต่อสื่อสารแบบทแยง เป็นการติดต่อสื่อสารลักษณะทแยงระหว่างพนักงานที่ไม่ได้อยู่ในระดับเดียวกัน เพื่อการประสานงาน

รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ กล่าวไว้ว่า รูปแบบการสื่อสารสามารถจำแนกตามลักษณะทิศทางเดินของข่าวสาร ดังนี้^{๕๖}

๑. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งหรือระดับบริหารสูงกว่าไปยังบุคคลที่มีตำแหน่งต่ำกว่าหรือการสื่อสารจากผู้ปฏิบัติ การสื่อสารแบบนี้เป็นผู้บริหารผู้บังคับบัญชาเช่นระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง นโยบาย คู่มือ เป็นต้น ซึ่งผู้บริหารควรระบุนายละเอียดของข่าวสารให้ชัดเจนและใช้สื่อหลายอย่างจากากับกันการ

^{๕๕}นิรมล กิตติกุล, องค์การและการจัดการ, พิมพ์ครั้งที่ ๑๑, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สนุกอ่าน, ๒๕๔๙), หน้า ๑๖๓.

^{๕๖}รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ, องค์การและการจัดการ, (กรุงเทพมหานคร: วี.เจ. พรินติ้ง, ๒๕๔๗), หน้า ๑๔๗-๑๔๘.

ติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้มักกระทำกันได้ไม่สมบูรณ์เนื่องจากบางครั้งการส่งข้อมูลไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา ระดับต่าง ๆ มากเกินไปทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเบื่อหน่ายและให้ความสำคัญน้อย

๒. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไปยังบุคคลที่ตำแหน่งสูงกว่าหรือการส่งข้อมูลจากผู้ปฏิบัติไปยังผู้บริหาร การติดต่อสื่อสารแบบนี้มีประโยชน์เนื่องจากการติดต่อสื่อสารแบบสองทางเพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือในการปฏิบัติงาน เช่น การรายงานความก้าวหน้าของผลงาน การเสนอความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น การตรวจเยี่ยม และพบปะผู้ปฏิบัติงานที่อยู่ไกลออกไปหรือการประชุมกลุ่ม

๓. การติดต่อสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในระดับหรือตำแหน่งเดียวกันที่จะต้องมีการประสานงานหรือทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มในระดับเดียวกันภายในองค์กรการติดต่อสื่อสารประเภทนี้ไม่มีกลไกที่แน่นอนขึ้นอยู่กับบุคคลแต่ละคนส่วนใหญ่กระทำในรูปของการประชุม ปัญหาที่พบจากการสื่อสารแบบนี้คือการแข่งขันการทำงานซึ่งเป็นผลเสียต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือบางครั้งการไม่ได้รายงานให้ผู้บังคับบัญชาทราบเพื่อความเร็วในการทำงานทำให้เกิดการขาดความต่อเนื่องในการสื่อสาร

๔. การติดต่อสื่อสารในแนวไขว้ (Cross-Channel Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลที่อยู่คนละหน่วยงานกันหรือระหว่างหน่วยงานเป็นการข้ามสายการบังคับบัญชาโดยจะเป็นบุคคลที่มีตำแหน่งเดียวกันหรือต่างระดับของตำแหน่งก็ได้ หลักการสำคัญคือควรได้รับอนุมัติโดยตรงก่อนการข้ามสายการบังคับบัญชา รวมทั้งควรรายงานผลการปฏิบัติงานโดยตรงให้ผู้บังคับบัญชาทราบโดยตรงทุกครั้ง ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคความสำเร็จในการสื่อสารให้ผู้บังคับบัญชาทราบซึ่งจะทำให้อีกฝ่ายหนึ่งมีความรู้สึกรู้ว่าไม่ก้าวก่ายงานของอีกฝ่ายหนึ่ง อย่างไรก็ตามปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารประเภทนี้คือการไม่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่ไปติดต่อด้วย ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลในหน่วยงานมักเกิดความเข้าใจผิดคิดว่าผู้มาติดต่อนั้นมาสั่งการจึงไม่ยอมทำตามเพราะคิดว่าหัวหน้าของตนเองเท่านั้นที่จะสั่งการได้จึงทำให้เกิดความล่าช้ามากยิ่งขึ้น

วิเชียร วิทยอุดม กล่าวไว้ว่า รูปแบบการติดต่อสื่อสารสามารถแบ่งออกเป็น ๓ ทิศทางดังนี้

๕๗

๑. การสื่อสารจากบนลงมาล่าง (Downward Communication) หมายถึงการส่งข่าวสารจากตำแหน่งที่สูงกว่ามายังตำแหน่งที่ต่ำกว่าการสื่อสารที่ในลักษณะเพื่อนที่ตามสายการบังคับบัญชาจากผู้บังคับบัญชา การสื่อสารแบบนี้มักจะเป็นไปในรูปการแจ้งนโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับ คำเตือน การชักชวนความเข้าใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้แนวทางปฏิบัติงานที่จำเพาะเจาะจงในการสั่งงานเพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับหลักการปฏิบัติและขั้นตอนการดำเนินงานขององค์กร ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลที่สำคัญเพื่อบอกให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทราบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของเขา และเพื่อให้ข่าวสารแบบอุดมการณ์ที่จะช่วยให้เกิดความซาบซึ้งในเป้าหมายขององค์กร

๒. การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) หมายถึงการสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาระดับล่างขึ้นสู่ผู้บังคับบัญชาระดับบนหรือการสื่อสารเริ่มต้นจากผู้สื่อสารซึ่งเป็นฝ่าย

ปฏิบัติการสื่อสารไปยังผู้รับข่าวแบบนี้อุปสรรคในการปฏิบัติงานและการร้องทุกข์ซึ่งการสื่อสารประเภทนี้จะมีส่วนในการสร้างขวัญกำลังใจและทัศนคติของบุคลากรโดยมีความสำคัญต่อการบริหารแบบมีส่วนร่วม

๓. การสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่ดำรงตำแหน่งในระดับเดียวกันขององค์กรหรือเป็นการแลกเปลี่ยนบุคลากรที่อยู่หน่วยงานเดียวกันหรือตามสายงานมีผู้บังคับบัญชาเดียวกันและมีหน้าที่การทำงานเดียวกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นการสื่อสารเพื่อขอคำแนะนำและข้อมูลเป็นการประสานงานอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการติดต่อที่ไม่อยู่กับสายการบังคับบัญชา เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารความคิดเห็นกันเพื่อแก้ปัญหาเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันเมื่อมีการเปลี่ยนแผนงานเพื่อลดความขัดแย้งจากความคิดเห็นที่แตกต่างกันและเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสามารถ คำหอม กล่าวว่า การสื่อสารสามารถจำแนกตามทิศทางการสื่อสารออกเป็น ๒ แบบคือ^{๕๘}

๑. การสื่อสารแบบทางเดียว (One-Way Communication) คือ การสื่อสารที่ผู้สื่อสารหรือผู้บังคับบัญชา ถ่ายทอดข่าวสารหรือคำสั่งซึ่งผู้รับสารหรือผู้ใต้บังคับบัญชามีลักษณะเป็นเส้นตรง ไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารสื่อสารได้เป็นฝ่ายให้การสื่อสารแลกเปลี่ยนกัน ไม่มีการย้อนกลับหรือดูปฏิกิริยาของผู้รับสารทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับที่จะมีไปถึงบุคคลผู้เริ่มการสื่อสารมีน้อยหรือไม่มีเลย หรือมีฉะนั้นผู้ให้การสื่อสารก็ไม่ได้ใส่ใจกับปฏิกิริยาสะท้อนกลับนั้นซึ่งการสื่อสารแบบนี้จะมีลักษณะเป็นไปในรูปของนโยบาย คำสั่งผู้บริหารระดับสูงสู่ผู้ใต้บังคับบัญชาที่อาจจะผ่านสื่อในประกาศต่างๆหรือสื่อมวลชนเสนอข่าวสารสู่ประชาชนหรือรายงานข่าวสารขององค์กรต่าง ๆ เป็นต้น

๒. การสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) คือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารหรือผู้รับสารสามารถส่งข่าวสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและกัน การสื่อสารสองทางผู้ส่งสารจะให้ความสนใจกับปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสารซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับการบริหาร เปรียบเสมือนหัวหน้าที่ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจากลูกน้อง ในขณะเดียวกันนั่นเองการเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้แสดงความคิดเห็นและความเข้าใจในเรื่องต่างๆ นับเป็นการลดช่องว่างของการสื่อสาร และป้องกันการตีความหมายไปคนละทิศและประการสำคัญการสื่อสารสองทางสามารถสร้างขวัญและการมีส่วนร่วมในงาน ความรู้สึกเป็นเจ้าของงานของผู้ใต้บังคับบัญชาซึ่งรูปแบบของการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานจะออกมาในลักษณะของการประชุมหรือปรึกษาหารือ

สมยศ นาวิการ ได้จำแนกการสื่อสารตามช่องทางออกเป็น ๓ ทิศทางคือ^{๕๙}

๑. การสื่อสารจากบนลงมาล่าง หมายถึง การส่งข่าวสารจากตำแหน่งที่สูงกว่ามายังตำแหน่งที่ต่ำกว่าเป็นลักษณะของการเคลื่อนที่ของข่าวสารไปตามสายการบังคับบัญชาจากผู้บังคับบัญชาลงไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารแบบนี้มักจะเป็นไปในรูปการแจ้งนโยบาย ระเบียบข้อบังคับ คำเตือน คำสั่ง คำยืนยัน การชักชวน ความเข้าใจในการให้ข่าวสารเพื่อการปฏิบัติงาน

^{๕๘}สามารถ คำหอม, **หลักการปกครองของหัวหน้างาน**, (กรุงเทพมหานคร: มิตรเจริญการพิมพ์, ๒๕๑๘), หน้า ๑๖๓.

^{๕๙}สมยศ นาวิการ, **การติดต่อสื่อสารขององค์กร**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ, ๒๕๒๗), หน้า ๒๑.

๒. การสื่อสารจากล่างขึ้นบน หมายถึง การส่งข่าวสารจากระดับต่ำกว่าหรือผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังระดับสูงกว่าหรือผู้บังคับบัญชาเป็นลักษณะกลับกันกับแบบแรกคือผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นผู้ส่งข่าวย้อนกลับไปหาผู้บังคับบัญชาซึ่งเป็นผู้รับการสื่อสาร แบบนี้ข่าวสารมักเป็นไปในรูปของการรายงานผลการปฏิบัติงาน อุปสรรคข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน ข้อเสนอแนะ การปรึกษาหารือและการร้องทุกข์ เป็นต้น

๓. การสื่อสารในแนวนอนหรือแนวทแยง หมายถึง ลักษณะการเดินทางของข่าวสารระหว่างผู้มีตำแหน่งเดียวกันหรือใกล้เคียงกันทั้งในสายงานเดียวกันและข้ามสายงานโดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวมักจะเป็นการขอคำแนะนำและข้อมูล เป็นการประสานงานอย่างไม่เป็นทางการเป็นการติดต่อสื่อสารที่ไม่ขึ้นอยู่กับสายการบังคับบัญชา เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็นกันระหว่างผู้ร่วมงานหรือระหว่างหน่วยงานที่อยู่องค์การเดียวกัน

พะยอม วงศ์สารศรี กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารสามารถจำแนกตามทิศทางการสื่อสารได้เป็น ๔ แบบ^{๖๐} คือ

๑. การสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารที่เป็นไปตามสายการบังคับบัญชาจากบนลงล่าง เช่น นโยบาย คำสั่ง คำเตือน เป็นต้น

๒. การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาขึ้นไปยังผู้บังคับบัญชาในระดับสูง เช่น การรายงานผลการปฏิบัติงาน คำขออนุมัติ คำร้องทุกข์ เป็นต้น

๓. การสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารในระดับเดียวกันในองค์กร

๔. การติดต่อสื่อสารแบบทแยงมุม (Oblique Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารข้ามแผนก

สิริวรรณ นันทจันทูล จำแนกทิศทางการสื่อสารตามลักษณะการโต้ตอบกัน ดังนี้^{๖๑}

๑. การสื่อสารทางเดียว (One Way Communication) เป็นลักษณะการส่งสารที่ผู้ส่งสารกับผู้รับไม่สามารถโต้ตอบกันได้ทันที เช่น การฟังบรรยายทางวิชาการ แม้ผู้ฟังมีข้อสงสัยก็ยังไม่สามารถซักถามได้ทันทีในขณะนั้นๆ จนกว่าจะเปิดโอกาสให้ซักถาม หรือ การฟังรายการทางวิทยุที่ไม่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังพูดคุยกับผู้จัดรายการ หรือ การอ่านนิตยสาร เป็นต้น

๒. การสื่อสารสองทาง (Two Way Communication) เป็นลักษณะการส่งสารที่ผู้ส่งสารกับผู้รับสารสามารถโต้ตอบกันได้ทันทีตามต้องการในขณะที่กำลังสื่อสารร่วมกัน เช่น การพูดคุยกันทางโทรศัพท์ การโต้ตอบกันทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ICQ เป็นต้น

จากการศึกษาทิศทางของการสื่อสาร จากนักวิชาการดังต่อไปนี้ นิรมล กิตติกุล ๒๕๔๙, รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ ๒๕๔๗, วิเชียร วิทยอุดม ๒๕๕๐, สามารณ คำหอม ๒๕๑๘, สมยศ นาวิการ ๒๕๒๗, พะยอม วงศ์สารศรี ๒๕๓๘ และสิริวรรณ นันทจันทูล ๒๕๔๓ สามารถนำมาวิเคราะห์

^{๖๐}พะยอม วงศ์สารศรี, องค์การและการจัดการ, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุภา, ๒๕๓๘), หน้า ๒๒๓-๒๒๔.

^{๖๑}สิริวรรณ นันทจันทูล, การเขียนเพื่อการสื่อสาร, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๓), หน้า ๗.

ประเภทของการสื่อสาร สามารถสรุปทิศทางของการสื่อสารได้ ๖ ทิศทางได้แก่ การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน การติดต่อสื่อสาร แบบทแยง การสื่อสารทางเดียว และการสื่อสารสองทาง โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง หมายถึง การส่งข่าวสารจากตำแหน่งที่สูงกว่ามายังตำแหน่งที่ต่ำกว่าเป็นลักษณะของการเคลื่อนที่ของข่าวสารไปตามสายการบังคับบัญชาจากผู้บังคับบัญชาลงไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา

๒. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน หมายถึง การส่งข่าวสารจากระดับต่ำกว่าหรือผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังระดับสูงกว่าหรือผู้บังคับบัญชา

๓. การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่ดำรงตำแหน่งในระดับเดียวกันขององค์กรหรือเป็นการแลกเปลี่ยนบุคลากรที่อยู่หน่วยงานเดียวกันหรือตามสายงานมีผู้บังคับบัญชาเดียวกันและมีหน้าที่การงานเดียวกัน

๔. การติดต่อสื่อสารแบบทแยง หมายถึง เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลที่อยู่คนละหน่วยงานกันหรือระหว่างหน่วยงานเป็นการข้ามสายการบังคับบัญชาโดยจะเป็นบุคคลที่มีตำแหน่งเดียวกันหรือต่างระดับของตำแหน่งก็ได้

๕. การสื่อสารทางเดียว หมายถึง การส่งสารที่ผู้ส่งสารกับผู้รับไม่สามารถโต้ตอบกันได้ในทันที เป็นถ่ายทอดข่าวสารหรือคำสั่งถึงผู้รับสารหรือผู้ใต้บังคับบัญชามีลักษณะเป็นเส้นตรง ไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้เป็นฝ่ายให้การสื่อสารแลกเปลี่ยนกัน ไม่มีการย้อนกลับหรือดูปฏิกิริยาของผู้รับสาร

๖. การสื่อสารสองทาง หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถส่งข่าวสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและกัน หรือสามารถโต้ตอบกันได้ในทันทีตามต้องการในขณะกำลังสื่อสารร่วมกัน

๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ

เนื่องจาก คำว่า "การสื่อสาร" ในภาษาบาลี ที่เป็นศัพท์บัญญัติเฉพาะในพระไตรปิฎกมิได้ถูกบัญญัติขึ้นโดยตรง อย่างไรก็ตาม คำในภาษาบาลีที่หมายถึง "การสื่อสาร" คือ "นิเวทอณฺณมณฺญสมฺพนฺธ"^{๖๒} ที่แปลว่า การบอกกล่าว การสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน นั้น เป็นศัพท์ที่ เอ.พี. พุทธทัตตะมหาเถระ (A.P. Buddhaddatta Mahathera) ได้ผูกศัพท์ขึ้นใหม่ในสมัยปัจจุบันจากคำว่า "Communication" ในภาษาอังกฤษ ดังนั้น จึงไม่ปรากฏคำว่า "การสื่อสาร" อยู่ในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนาในลักษณะที่เป็นเรื่องราวหรือเป็นหมวดหมู่ที่เกี่ยวกับการสื่อสารตามคำอธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารอย่างในปัจจุบัน แต่กระนั้น พฤติกรรมการสื่อสารก็มีอยู่ เนื่องจากการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นปกติในชีวิตประจำวันของทุกคน ไม่เว้นแม้บรรพชิต หรือคฤหัสถ์ อีกทั้งแต่ละบุคคลก็ทำการสื่อสารอยู่แทบตลอดเวลา โดยปรากฏในรูปของหลักธรรมและเนื้อหาเรื่องราวที่หลากหลาย การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารจากมุมมองทางพระพุทธศาสนา จึงเป็นการศึกษา

^{๖๒} A.P. Buddhaddatta Mahathera, *English-Pali Dictionary*, (Wiltshire: Antony Rowe, ๑๙๙๒).

โดยรวมจัดกลุ่มจากหลักธรรมคำสอนทั้งหลายในพระพุทธศาสนาที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อให้เห็นแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

ในเบื้องต้น เป็นการศึกษาว่าหลักธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนาที่เกี่ยวกับการสื่อสารนั้นอยู่ในกลุ่มประเภทใดของหลักคำสอนในทางพระพุทธศาสนา เนื่องจากหลักคำสอนในทางพระพุทธศาสนาสามารถสรุปได้เป็น ๒ ประเภท คือ (๑) ประเภทที่เป็นสังฆธรรม และ (๒) ประเภทที่เป็นระบบจริยธรรม โดยประเภทที่เป็นสังฆธรรม คือ ส่วนที่ว่าด้วยธรรมชาติบริสุทธิ์ เป็นคำสอนที่อธิบายกฎเกณฑ์เกี่ยวกับธรรมชาติของสรรพสิ่งทั้งหลาย ว่าเกิดขึ้น ดำรงอยู่ และเสื่อมสลายไปอย่างไร ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับความดีความชั่ว ส่วนประเภทที่เป็นระบบจริยธรรมนั้น ได้แก่ส่วนที่ว่าด้วยหลักปฏิบัติ ซึ่งมี ๒ ประเภท ได้แก่ หลักปฏิบัติสำหรับการอยู่ร่วมกันในสังคม และหลักปฏิบัติเพื่อความหลุดพ้นจากพันธนาการหรือกองทุกข์ทั้งปวง^{๖๓}

การสื่อสารเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นรวมทั้งตนเองด้วย หลักธรรมคำสอนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารจึงอยู่ในส่วนที่เป็นระบบจริยธรรม ซึ่งเป็นหลักปฏิบัติและเกี่ยวข้องกับคุณค่าของการกระทำซึ่งกันและกัน โดยสามารถจำแนกเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารได้เป็น ๒ แนวทาง ได้แก่ (๑) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสำหรับการอยู่ร่วมกันในสังคม และ (๒) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในการปฏิบัติเพื่อความหลุดพ้นจากกองทุกข์ทั้งปวง

นอกจากนี้ ตามแนวคิดในพระพุทธศาสนาได้แบ่งกิจกรรม หรือกรรมที่บุคคลกระทำได้เป็น ๓ ทาง คือ ทางกาย ทางวาจา และทางใจ ที่เรียกว่า กายกรรม วาจากรรม และมโนกรรม การศึกษาที่เกี่ยวกับการสื่อสารส่วนใหญ่จึงอยู่ในส่วนที่เป็นการกระทำทางวาจา หรือวาจากรรม ได้แก่ คำพูดหรือการพูดต่าง ๆ เป็นหลัก จากการศึกษาเชิงสำรวจ กิจกรรมที่จัดเป็นการสื่อสารหรือที่เกี่ยวกับวาจากรรมที่ปรากฏในพระไตรปิฎก จึงได้แก่ หลักปฏิบัติ หรือหลักธรรมเกี่ยวกับคำพูดหรือการพูดเป็นสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปรวมลงเป็นหลักการได้ ๒ แนวทางคือ (๑) แนวทางเกี่ยวกับคำพูดหรือการพูดที่ให้ปฏิบัติ (๒) แนวทางเกี่ยวกับคำพูดหรือการพูดที่ให้ปฏิบัติด้วยการละเว้นดังพุทธดำรัสที่ว่า “เรากล่าววิสมาจาร (ความประพฤติทางวาจา) ไว้ ๒ อย่าง คือ วิสมาจารที่ควรเสพ^{๖๔} และวิสมาจารที่ไม่ควรเสพ^{๖๕} แนวทางเกี่ยวกับคำพูดหรือการพูดที่ให้ปฏิบัติ เช่น วิสัจจริต ๔^{๖๖} วาจาสุภาสิต^{๖๗} สัรวมาวาจา^{๖๘} สัมมาวาจา^{๖๙} เป็นต้น ส่วนแนวทางเกี่ยวกับคำพูดหรือการพูดที่ให้ปฏิบัติด้วยการละเว้น เป็นต้นว่า ศีลข้อ ๔ ในศีล ๕^{๗๐} และศีล ๘ วาจากรรม ๔ ในกุศลกรรมมถ ๑๐^{๗๑} รวมทั้งวิสัจจริต ๔^{๗๒}

^{๖๓} ดูรายละเอียดใน พระมหาพนม อานนโท (ชิตรัมย์), “การศึกษาเปรียบเทียบเรื่องพลวัตทางสังคมในทัศนะของพุทธ”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (ปรัชญา), (พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖).

^{๖๔} เสพ ในที่นี้หมายถึง การประพฤติ การเจริญให้เกิดขึ้น ดูเชิงอรรถ ม.ม. (ไทย) ๑๒/๔๗๔/๕๑๕.

^{๖๕} ที่.ม. (ไทย) ๑๐/๓๖๔/๒๙๐.

^{๖๖} วิสัจจริต ๔ ได้แก่ (๑) สัจจวาจา (พูดจริง) (๒) อปิสุนาวาจา (พูดไม่ส่อเสียด) (๓) สันหวาจา (พูดอ่อนหวาน) (๔) มันทภาสา (พูดด้วยปัญญา) ปรากฏในสุจจริตสูตร อง.จตุกก. (ไทย) ๒๑/๑๔๔/๒๑๒.

^{๖๗} ดูรายละเอียดใน สุภาสิตสูตร ส.ส. (ไทย) ๑๕/๒๑๓/๓๐๘-๓๑๐, และวาจาสูตร อง.ปญจก. (ไทย) ๒๒/๑๙๘/๓๓๘.

^{๖๘} ดูรายละเอียดใน ข.ม. (ไทย) ๒๙/๘๕/๒๕๗-๒๕๘.

นอกจากนี้ ยังปรากฏอยู่ในพระสูตรอื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมาก เช่น มุสาวาทิ-อมุสาวาทิสูตร^{๗๓} ปณนา-อปิสุณาสสูตร^{๗๔} ผรุส-อผรุสสูตร^{๗๕} สัมผัสปปลาปะ-อสัมผัสปปลาปะสูตร^{๗๖} อัตถันตปสูตร^{๗๗} สาเลยยกสูตร^{๗๘} พุพฺพภาณิสสูตร^{๗๙} อรณวิภังคสูตร^{๘๐} กถาวัตถุสูตร^{๘๑} เป็นต้น รวมทั้งที่ปรากฏ

ในธรรมบท เถรคาถา อปทาน และชาดก อีกจำนวนมาก

กล่าวโดยภาพรวม แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในแนวคิดมุมมองทางพระพุทธศาสนาอยู่ในส่วนที่เป็นระบบจริยธรรม เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นรวมทั้งตนเองด้วย หรือกล่าวได้ว่ามีความเกี่ยวข้องทั้งในระดับสังคมและในระดับปัจเจก โดยสามารถจำแนกแนวคิดออกเป็น ๒ แนวทาง ดังกล่าวแล้วข้างต้น ได้แก่ (๑) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสำหรับการอยู่ร่วมกันในสังคม และ (๒) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในการปฏิบัติเพื่อความหลุดพ้นจากกองทุกข์ทั้งปวง โดยทั้ง ๒ แนวทางนั้นมีหลักการที่นำไปสู่หลักปฏิบัติที่สำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารใน ๒ แนวทาง คือ (๑) แนวทางปฏิบัติที่ให้ปฏิบัติ และ (๒) แนวทางปฏิบัติที่ให้ละเว้น

๒.๕.๑ กระบวนการสื่อสารกับบุคคลอื่น

จากการศึกษารูปแบบวิธีการสื่อสารกับบุคคลอื่น ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบวิธีการสื่อสารที่สัมพันธ์กับผู้รับสาร วัตถุประสงค์ หรือบริบทในการสื่อสาร พบว่า กระบวนการสื่อสารกับบุคคลอื่นที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงสังคมตามที่ปรากฏในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนา ต้องมีการสื่อสารกับตนเองร่วมด้วย การสื่อสารกับบุคคลอื่นและการสื่อสารกับตนเอง เป็นการสื่อสารที่ไม่อาจแยกจากกันได้โดยเด็ดขาด เมื่อบุคคลทำการสื่อสารกับบุคคลอื่นแล้ว หรือเรียกว่าอยู่ในส่วนของการรับฟังเสียงจากผู้อื่นหรือปรโตโฆสะ โดยจะต้องเป็นปรโตโฆสะที่เป็นกัลยาณมิตร ซึ่งในระหว่างนี้บุคคลต้องรับฟังด้วยความตั้งใจ เอาใจใส่ เป็นการฟังด้วยดี และอาจทำการสื่อสารกลับ เช่น การสนทนาหรือซักถาม จากนั้นบุคคลต้องทำการสื่อสารกับตนเองด้วย เป็นต้นว่า คิด พิจารณา มนสิการต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมนสิการ หรือเมื่อบุคคลทำการสื่อสารกับตนเอง ก็จำเป็นที่ต้องทำการสื่อสารกับบุคคลอื่นด้วย

^{๖๙} ที.ม. (ไทย) ๑๐/๔๐๒/๓๗๒.

^{๗๐} ส.สพ. (ไทย) ๑๘/๓๐๓/๓๒๕.

^{๗๑} ดุราลัยเถยตโน เจริญธรรม ข.ช.ส. (ไทย) ๒๘/๘๑/๔๖.

^{๗๒} วจิตฺต ๔ ได้แก่ (๑) มุสาวาท (พูดเท็จ) (๒) ปิสุณาวาจา (พูดส่อเสียด) (๓) ผรุสวาจา (พูดคำหยาบ) (๔) สัมผัสปปลาปะ (พูดเพ้อเจ้อ) ปรากฏในทวารวดีสูตร อนุตฺตก. (ไทย) ๒๑/๑๔๘/๒๑๒.

^{๗๓} ดุราลัยเถยตโน อนุ.ท. (ไทย) ๒๐/๑๖๔-๑๘๓/๔๐๖.

^{๗๔} ดุราลัยเถยตโน อนุ.ท. (ไทย) ๒๐/๑๖๔-๑๘๓/๔๐๗.

^{๗๕} ดุราลัยเถยตโน อนุ.ท. (ไทย) ๒๐/๑๖๔-๑๘๓/๔๐๗.

^{๗๖} ดุราลัยเถยตโน อนุ.ท. (ไทย) ๒๐/๑๖๔-๑๘๓/๔๐๗.

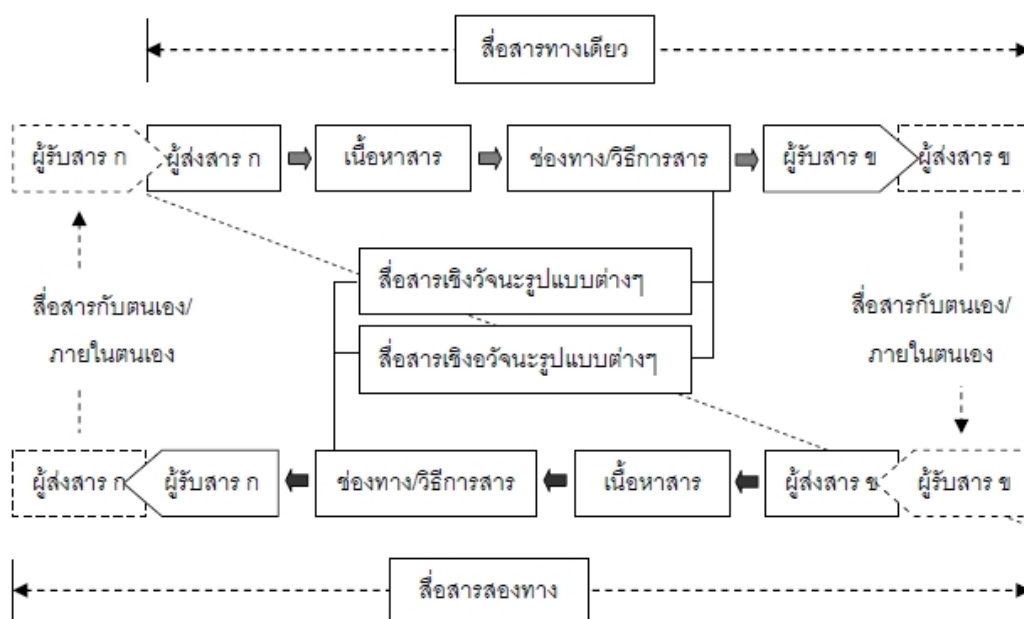
^{๗๗} ดุราลัยเถยตโน อนุ.จ. (ไทย) ๒๑/๑๘๘/๓๐๖-๓๐๘.

^{๗๘} ดุราลัยเถยตโน ม.ม. (ไทย) ๑๒/๔๔๐/๔๗๔-๔๗๗.

^{๗๙} ดุราลัยเถยตโน อนุ.ป. (ไทย) ๒๒/๒๑๔/๓๕๗.

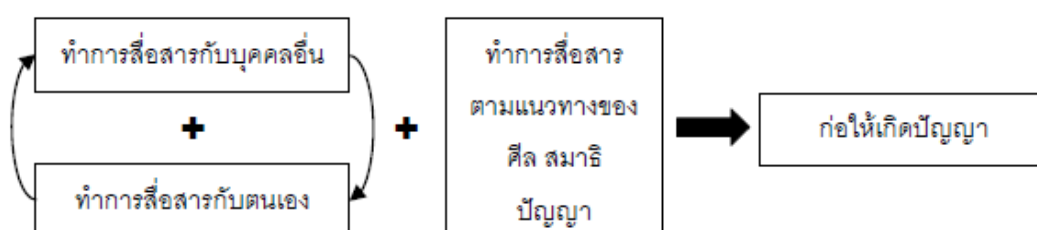
^{๘๐} ดุราลัยเถยตโน ม.อ. (ไทย) ๑๔/๓๒๓-๓๔๑/๓๙๐-๔๐๑.

^{๘๑} ดุราลัยเถยตโน อนุ.ท. (ไทย) ๒๐/๖๘/๒๗๐-๒๗๒.



ภาพที่ ๒.๘ แสดงกระบวนการสื่อสารกับบุคคลอื่น

นอกจากนี้ บุคคลยังต้องทำการสื่อสารตามแนวทางประพจน์ปฏิบัติในระดับศีล สมาธิ ปัญญาด้วย ซึ่งเมื่อพิจารณาในแง่ของการสื่อสาร การประพจน์ปฏิบัติในระดับศีล สมาธิ ปัญญานั้น มีทั้งการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่น กล่าวคือ การสื่อสารในระดับศีล เป็นแนวทางปฏิบัติในการสื่อสารกับบุคคลอื่น ส่วนการสื่อสารในระดับสมาธิและปัญญา เป็นแนวทางปฏิบัติในการสื่อสารกับตนเอง ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้มุ่งให้เกิดปัญญา ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคม กระบวนการดังกล่าว เขียนเป็นแผนภาพอย่างง่ายได้คือ



ภาพที่ ๒.๙ แสดงกระบวนการสื่อสารที่ก่อให้เกิดปัญญา

๒.๕.๒ วิธีการสื่อสารเชิงพุทธ

สามารถพิจารณาได้ทั้งในการสื่อสารกับตนเอง และการสื่อสารกับบุคคลอื่น ดังนี้

๑. วิธีการสื่อสารกับตนเองที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธ

วิธีการสื่อสารกับตนเอง หรือการสื่อสารภายในตนเองที่ปรากฏในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนามีหลายลักษณะ ได้แก่ การคิดในรูปแบบต่าง ๆ การนึก การระลึกได้ การรู้สึก การมี

สติ การรู้อยู่ พิจารณาเห็น การระลึกถึงหรือระลึกได้ การเจริญสติ การกำหนดสติ การเข้าใจตนเอง การรู้จักตนเอง และการตระหนักรู้

วิธีการสื่อสารกับตนเองที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธ ที่มีลักษณะเป็นการใช้ความคิดนั้น จะไม่เป็นการคิดในลักษณะของการปรุงแต่งไปเรื่อย ๆ หรือการฝันกลางวัน แต่เป็นการคิดในลักษณะต่างๆ ได้แก่ การคิดแบบอุปมาเปรียบเทียบ การตั้งคำถามกับตนเอง การหาหรือปรึกษากับตนเอง การสอนกรให้อิโวาทหรือเตือนตนเอง การมนสิการ การพิจารณา การใคร่ครวญ เป็นต้น การที่บุคคลจะไม่ทำการสื่อสารกับตนเองด้วยการคิดในลักษณะของการปรุงแต่งไปเรื่อย ๆ นั้นต้องมีสติกับกายอยู่เสมอ

ส่วนที่มีลักษณะเป็นการนึก การระลึกได้ จะเป็นการนึก หรือระลึกถึงแต่สิ่งหรือเรื่องราวที่ติงาม ที่เป็นบุญ กุศล ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ติงาม เป็นสุข หรือเป็นมูลเหตุให้กระทำการที่ติงาม สำหรับการสื่อสารกับตนเองในลักษณะของความรู้สึกต่างๆ ก็เช่นกันที่จะไม่เป็นความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ไม่ดี เช่น รู้สึกน้อยเนื้อต่ำใจ อิจฉาริษยา เศร้าโศกเสียใจ เป็นต้น แต่เป็นความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดี เช่น รู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง เข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้อื่น สงบ ปลอดภัยเบิกบาน แจ่มใส กระตือรือร้น เป็นต้น และสื่อสารกับตนเองอย่างมีสติอยู่เสมอ

๒. วิธีการสื่อสารกับบุคคลอื่นที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธ

วิธีการสื่อสารกับบุคคลอื่น ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารเชิงวัจนะหรือเชิงอวัจนะ การสื่อสารทางเดียวหรือการสื่อสารสองทางด้วยวิธีการสื่อสารรูปแบบใด เช่น บรรยาย อภิปราย อุปมาอุปไมย สนทนา สাকัจฉา โต้ตอบ ถามคำถาม ตอบคำถาม หรือสื่อสารด้วยภาษาท่าทาง เช่น ภาษากายต่างๆ เป็นต้น ก็ดี การสื่อสารกับบุคคลอื่นที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธนั้น เป็นการสื่อสารที่คำนึงถึงหลักการและแนวทางปฏิบัติในการสื่อสารกับบุคคลอื่น ทั้งในฐานะที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร ตามแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในพระพุทธศาสนาในการอยู่ร่วมกันในสังคม ด้วยการละเว้นการสื่อสารที่เป็นการกระทำทางกายและวาจาที่เป็นไปในทางที่ไม่ดี เปียดเบียนทั้งตนเองและผู้อื่น แต่เป็นการสื่อสารที่เป็นการกระทำทางกายและวาจาที่เป็นไปในทางที่ดี มุ่งให้เกิดประโยชน์และไม่เปียดเบียนทั้งตนเอง ผู้อื่น และส่วนรวม โดยสื่อสารกับบุคคลอื่นด้วยวิธีการสื่อสารต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วยสติ เป็นเหตุเป็นผลตามความเป็นจริง เข้าใจและเคารพในกันและกัน และรับผิดชอบในการสื่อสารของตน

ทั้งวิธีการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่นที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธ มีวิธีการที่สำคัญ คือ สื่อสารด้วยสติ โดยอาศัยการสำรวมเป็นเครื่องมือ เมื่อเป็นผู้ส่งสารต้องสำรวมและมีสติระลึกได้ว่า จะสื่อสารสารใดออกไป เพื่อประโยชน์อะไร ในเวลาหรือสถานการณ์ใดที่เหมาะสม กล่าวคือ ในการสื่อสารกับบุคคลอื่นก็ย่อมต้องมีการสื่อสารกับตนเองเกิดขึ้นด้วย โดยเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นก่อนการสื่อสารกับบุคคลอื่น เช่น ก่อนที่บุคคลจะพูดย่อมมีการคิดเกี่ยวกับสิ่งที่พูดมาก่อน การสื่อสารเชิงพุทธ คือ ให้คิดในทางที่ดีหรือพิจารณาไตร่ตรองให้ดีก่อนที่จะพูดเกี่ยวกับเรื่องนั้น หรือตั้งสติให้ดีก่อนที่จะพูดอะไรออกไป เมื่อเป็นผู้รับสารต้องสำรวมและมีสติระลึกว่า ในการรับสารหรือสิ่งที่เข้ามากระทบ กล่าวคือ ใส่ใจในการรับรู้ เช่น ตั้งใจฟัง เมื่อได้ยิน หรือรับสารใด ให้รับรู้อย่างมีสติ คิด พิจารณา ไตร่ตรองให้ดีก่อน โดยอย่าเพิ่งด่วนสรุป หรือปลงใจเชื่อในสิ่งที่ได้รับรู้นั้น ๆ^{๘๒}

^{๘๒} นางสาวทัศนีย์ เจนวนิสิษฐ, “การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย: บัณฑิตวิทยาลัย, ๒๕๕๕), หน้า ๒๔๗-๒๔๙.

๒.๕.๓ ทิศทางและเป้าหมายการสื่อสารเชิงพุทธ

ทิศทางการสื่อสารเชิงพุทธไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกับตนเองหรือการสื่อสารกับบุคคลอื่น การสื่อสารเชิงวัจนะหรือเชิงอวัจนะ ที่เป็นการสื่อสารทางเดียวหรือการสื่อสารสองทาง ก็ตามเมื่อพิจารณาในประเด็นทิศทางการสื่อสาร เป็นการพิจารณาทิศทางในเชิงคุณค่าของการกระทำที่ว่า เป็นไปในทิศทางที่ดี เป็นกุศล หรือทิศทางที่ไม่ดี เป็นอกุศล สำหรับทิศทางการสื่อสารเชิงพุทธเป็นไปในทิศทางที่ดี เป็นกุศล เท่านั้น เป็นทิศทางการสื่อสารที่ก่อให้เกิดปัญญา เมื่อสื่อสารกับตนเอง เช่น มนสิการ ก็เป็นแต่โยนิโสมนสิการเท่านั้น ไม่เป็นอโยนิโสมนสิการ เมื่อสื่อสารกับบุคคลอื่น เช่น สนทนา ก็สนทนาแต่เนื้อหาที่ก่อประโยชน์ ที่ดี ดังพุทธดำรัสในกามสูตร (สูตรที่ ๘) ว่าด้วยผู้ต้องการประโยชน์ว่า “วาจาที่ดีควรปล่อย แต่วาจาที่ไม่ดีไม่ควรปล่อย”^{๘๓}

การสื่อสารเชิงพุทธ เป็นการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดปัญญา ที่สามารถ ทำให้ชีวิตดีขึ้น มีความสุข นำไปสู่การแก้ปัญหา ดังนั้นเป้าหมายของการสื่อสารเชิงพุทธ จึงได้แก่ การมีชีวิตที่มีความสุข ประสบความสำเร็จในการดำเนินชีวิต ดำเนินชีวิตที่ดังงามอย่างมีเป้าหมายสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง และอยู่ร่วมกันในสังคมโดยไม่เบียดเบียนกันไม่ว่าจะต่อตนเองหรือผู้อื่น อันเป็นประโยชน์ในระดับโลกิยะที่เป็นประโยชน์ในโลกนี้

๒.๕.๔ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ

จากความหมายและคุณลักษณะต่าง ๆ ของการสื่อสารเชิงพุทธ บ่งบอกถึงปัจจัยที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีทั้งปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน ดังนี้

ก. ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ ได้แก่ อายุตนะภายนอกที่เข้ามกระทบโปรโตโมสะและกัลยาณมิตร

๑. อายุตนะภายนอก

ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ได้แก่ สิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการเห็น การได้ยินได้ฟัง การได้กลิ่น การรู้รส การสัมผัสทางกาย การสัมผัสหรือรับรู้ทางใจ ที่ในทางพระพุทธศาสนาเรียกว่า อายุตนะภายนอก ได้แก่ รูป เสียง กลิ่น รส โผฏฐัพพะ และธรรมารมณ์^{๘๔} (หรือ รูป เสียง กลิ่น รส สัมผัส และสิ่งหรือเรื่องราวที่กระทบหรือสัมผัสทางใจ) อายุตนะภายนอกเหล่านี้มีมากมายที่เข้ามกระทบบุคคลหรือผู้รับสารตลอดเวลา ดังเช่น ในวันหนึ่ง ๆ บุคคลย่อมได้เห็นสิ่งต่างๆ ได้ยินเสียง ลิ้มรสในขณะกินหรือดื่ม สัมผัสกับสิ่งที่มาก กระทบทางกายไม่ว่าจะเป็นสัมผัสจากบุคคล วัตถุสิ่งของตลอดจน อุณหภูมิ หรือแม้แต่สายลมที่มากกระทบรวมทั้งสิ่งหรือเรื่องราวที่มากระทบหรือสัมผัสทางใจ เช่น เรื่องราวของบุคคล เรื่องเกี่ยวกับกิจหน้าที่การทำงาน ความรู้สึกสุข ทุกข์ทางใจ ทั้งที่เคยเกิดขึ้นแล้ว เป็นอดีต หรือที่ยังไม่เกิดขึ้น เป็นอนาคตเป็นต้น

๒. โปรโตโมสะ

^{๘๓} ส.ส. (ไทย) ๑๕/๗๘/๘๔.

^{๘๔} ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๑๔๖/๑๐๖, ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๒๓/๓๑๖.

ปรโตโมสะ หรือเสียงจากผู้อื่น^{๘๕} หรือการได้สดับจากบุคคลอื่น^{๘๖} หมายถึง การได้รับเนื้อหาสารจากแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร ปรโตโมสะอาจเป็นไปในทางที่ดี ก่อให้เกิดประโยชน์ หรือหรือเป็นไปในทางที่ไม่ดี ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หรือก่อให้เกิดโทษก็ได้ แต่ในทางพระพุทธศาสนามุ่งถึงปรโตโมสะ ที่หมายถึง การงธรรมที่เป็นสัปปายะหรือเป็นที่สบายเหมาะแก่ตนเท่านั้น มิได้หมายถึงการฟังอัสถรรวมจากผู้อื่น ทั้งนี้เพราะปรโตโมสะในความหมายดังกล่าวเป็นหนึ่งในปัจจัยให้เกิดสัมมาทิฐิ^{๘๗} ดังนั้น ในการสื่อสารเชิงพุทธ จึงมุ่งหมายแต่เฉพาะที่เป็นปรโตโมสะหรือการได้รับเนื้อหาสารที่ดี ก่อให้เกิดประโยชน์จากแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร

ปรโตโมสะ เป็นปัจจัยฝ่ายภายนอก ที่ครอบคลุมถึง การสั่งสอน แนะนำ การถ่ายทอด การโฆษณา คำบอกเล่า ข่าวสาร ข้อเขียน คำชี้แจง คำอธิบาย การเรียนรู้จากผู้อื่น ซึ่งกล่าวได้ว่า เป็นปัจจัยทางสังคม ในที่นี้หมายเอาเฉพาะส่วนที่ดีงามถูกต้อง^{๘๘}

ปัจจัยภายนอก คือ ปรโตโมสะนี้ กล่าวได้ว่าเป็น การได้รับเนื้อหาสารที่ดีก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนจากแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร

๓. กัลยาณมิตร

พระพุทธองค์ได้ตรัสยกย่องความมีกัลยาณมิตร หรือมิตรดี ไว้ในที่หลายแห่งเช่น “เพราะพูดถึงองค์ประกอบภายนอก เราไม่เห็นองค์ประกอบอื่นแม้อย่างหนึ่งที่เป็นไปเพื่อประโยชน์มากเหมือนความมีกัลยาณมิตรนี้ ความมีกัลยาณมิตรย่อมเป็นไปเพื่อประโยชน์มาก ฯลฯ ความมีกัลยาณมิตรย่อมเป็นไปเพื่อความดำรงมั่น ไม่เสื่อมสูญ ไม่หายไปแห่งสังขาร”^{๘๙} และ

“เมื่อมีกัลยาณมิตร กุศลธรรมที่ยังไม่เกิดขึ้นก็เกิดขึ้น และอกุศลธรรมที่เกิดขึ้นแล้วก็เสื่อมไป”^{๙๐} พระพุทธองค์ทรงเปรียบกัลยาณมิตรเป็นตั่ว นำ เป็นบุญนิมิตเพื่อความเกิดขึ้นแห่งอริยมรรคมีองค์ ๘ ดุจดั่งแสงอรุณที่เกิดขึ้นมาก่อนอาทิตย์อุทัย และเมื่อภิกษุเมื่อมีกัลยาณมิตร พึงหวังได้ว่าจะเจริญอริยมรรคมีองค์ ๘ ทำอริยมรรคมีองค์ ๘ ให้มาก^{๙๑}

กล่าวได้ว่า แหล่งสารที่ส่งสารไปยังผู้รับสารนั้น ต้องเป็นแหล่งสารหรือเป็นผู้ส่งสารที่ดี เมื่อบุคคลทำการสื่อสารกับแหล่งสารหรือผู้ส่งสารที่ดี ย่อมได้รับสารที่ดี ที่ก่อประโยชน์แก่ตนเอง อีกนัยหนึ่งในกระบวนการสื่อสารกับบุคคลอื่น เมื่อบุคคลเป็นผู้ส่งสารก็ต้องทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารที่ดี เป็นกัลยาณมิตรแก่ผู้รับสารด้วย

กล่าวโดยรวมเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก กล่าวถึงปัจจัย ๓ ประการ ได้แก่ (๑) สิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นทั้งหลาย (๒) สารที่ปรากฏหรือมากับสิ่งเร้านั้น หรือเนื้อหาสาร (๓) ผู้ส่งสาร ในทัศนะของพระพุทธศาสนาและในการสื่อสารเชิงพุทธ พิจารณาว่า สิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นทั้งหลายเหล่านั้นเป็นของ

^{๘๕} อก.ทูก. (ไทย) ๒๐/๑๒๖/๑๑๕.

^{๘๖} ม.ม. (ไทย) ๑๒/๔๕๒/๔๙๑.

^{๘๗} ดุราเยติคใน ม.ม. (ไทย) ๑๒/๔๕๒/๔๙๑, อก.ทูก. (ไทย) ๒๐/๑๒๗/๑๑๕.

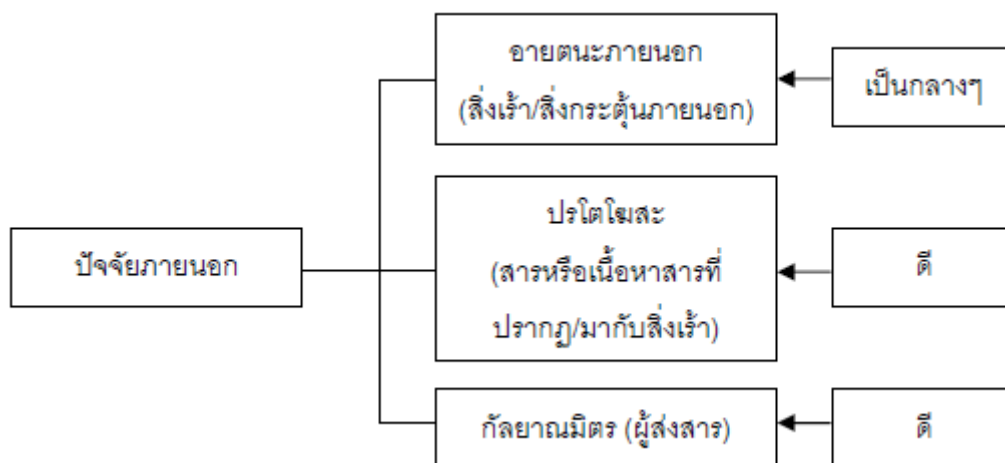
^{๘๘} ดุราเยติคใน พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต), พุทธธรรม ฉบับขยายความ, พิมพ์ครั้งที่ ๙, (กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๓), หน้า ๖๒๔.

^{๘๙} อก.เอก. (ไทย) ๒๐/๑๑๑,๑๑๗/๑๗.๑๙.

^{๙๐} อก.เอก. (ไทย) ๒๐/๑๑๑,๑๑๗/๑๗.๑๙.

^{๙๑} ส.ม. (ไทย) ๑๙/๕๖/๔๕.

กลาง ๆ ที่มีอยู่เป็นปกติ แต่สารที่ปรากฏหรือมากับสิ่งเร้า หรือเนื้อหาสารนั้น ต้องเป็นสารที่ดี ก่อให้เกิดปัญญาและประโยชน์ โดยถูกส่งหรือถูกสื่อสารออกมาจากผู้ส่งสารที่ดี



ภาพที่ ๒.๑๐ ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ

ข. ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ ได้แก่ อายตนะภายใน การทำหน้าที่ของจิต และโยนิโสมนสิการ

๑. อายตนะภายใน

สิ่งที่เป็นช่องทางแห่งการติดต่อให้ถึงกัน หรือการสัมผัสรับรู้กัน หรือเป็นเครื่องมือที่บุคคลใช้เป็นช่องทางติดต่อระหว่างตนเองกับโลกภายนอกหรืออายตนะภายนอกเรียกว่า อายตนะ หรือ สื่อ^{๙๒} อายตนะที่ใช้ติดต่อกับอายตนะภายนอก เรียกว่า อายตนะภายใน ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กาย และใจ^{๙๓} (อายตนะภายในเหล่านี้กล่าวในสถานะโดยทั่วไปว่า อยู่ในสภาวะที่ใช้การได้ตามปกติ)

๒. การทำหน้าที่ของจิต

การทำหน้าที่ของจิตในการรับรู้ที่เกิดขึ้นจากการสัมผัสกันระหว่างอายตนะภายนอก หรือ อารมณ์ กับอายตนะภายใน หรือทวาร เนื่องจากจิตเป็นธรรมชาติที่รู้หรือทำหน้าที่เห็น ได้ยิน รู้กลิ่น รู้รส รู้สึกรู้สีกต่อการสัมผัสถูกต้องทางกาย และรู้สึกนึกคิดทางใจ การเกิดขึ้นของวิญญูณ หรือจิต คือการรับรู้ที่เกิดขึ้นเมื่ออารมณ์มากระทบหรือเรียกว่าผัสสะกับทวาร ซึ่งหลังจากทำหน้าที่ในการรับรู้แล้ว จิตยังทำหน้าที่ต่อไปในการพิจารณาอารมณ์ เสพอารมณ์ และยึดหน่วงอารมณ์ เก็บสะสมไว้กับขั้นตอนต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นขั้นตอนในกระบวนการสื่อสารกับตนเอง การสื่อสารเชิงพุทธ พิจารณาว่าการสื่อสารกับตนเองที่เกิดขึ้นนั้น ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในลักษณะของการคิด หรือรู้สึก มีสติ นึกได้

^{๙๒} ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมไทยอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ รุ่นที่ ๑.๐, [ซีดีรอม], กรุงเทพมหานคร, ม.ป.ป., พระมหาบุรณะ ชาตเมโธ (โพธิ์นอก), “การศึกษาอิทธิพลของอายตนะ (สื่อ) ที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๓), หน้า ๒๓.

^{๙๓} ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๑๔๖/๑๐๖, ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๒๓/๓๑๕-๓๑๖.

เป็นต้นนั้น ต้องดำเนินไปในทิศทางที่ดี ที่ถูกต้อง เป็นกุศล เช่น เมื่อคิด ก็ต้องเป็นการคิดในรูปแบบที่ดี เช่น โยนิโสมนสิการ เป็นต้น

๓. โยนิโสมนสิการ

โยนิโสมนสิการเป็นปัจจัยภายในตัวบุคคล^{๙๔} โดยถือเป็นคุณเครื่องภายในทั้งนี้ เพราะ โยนิโสมนสิการ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดสัมมาทิฐิ^{๙๕} และเนื่องจากโยนิโสมนสิการเป็นธรรม ๑ ใน ๔ ประการ^{๙๖} ที่บุคคลเจริญ ทำให้มากแล้ว ย่อมเป็นไปเพื่อความเจริญแห่งปัญญาได้ปัญญา เป็นผู้ที่มีปัญญามาก มีปัญญากว้างขวาง มีปัญญาลึกซึ้ง มีปัญญาไพศาล มีปัญญาร่าเริง มีปัญญาแล่นไป มีปัญญาเฉียบแหลม และมีปัญญาชำรบกิลเลส^{๙๗} โยนิโสมนสิการจึงเป็นวิธีการแห่งปัญญา พระพุทธองค์ทรงสรรเสริญโยนิโสมนสิการว่า “เราไม่เห็นธรรมอื่นแม้อย่างหนึ่งที่เป็นเหตุให้กุศลธรรมที่ยังไม่เกิดขึ้นก็เกิดขึ้น หรือเป็นเหตุให้อกุศลธรรมที่เกิดขึ้นแล้วเสื่อมไปเหมือนโยนิโสมนสิการนี้ เมื่อมนสิการ โดยแยบคาย กุศลธรรมที่ยังไม่เกิดขึ้นก็เกิดขึ้น และอกุศลธรรมที่เกิดขึ้นแล้วก็เสื่อมไป^{๙๘}

กล่าวโดยสรุปเกี่ยวกับปัจจัยภายในของการสื่อสารเชิงพุทธได้ว่า กล่าวถึงส่วนของผู้รับสารเป็นสำคัญ โดยมีองค์ประกอบ ๓ ประการ คือ (๑) เครื่องรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (และสิ่งเร้าภายใน ในกรณีที่เป็นการสื่อสารกับตนเอง คือ สิ่งหรือเรื่องราวที่ปรากฏขึ้นทางใจของบุคคล แม้ในยามที่ไม่มีได้รับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นจากภายนอก) (๒) กระบวนการรับรู้สิ่งเร้านั้น (๓) ลักษณะหรือทิศทางในกระบวนการรับรู้สิ่งเร้า ตามแนวคิดในพระพุทธศาสนาและการสื่อสารเชิงพุทธพิจารณาว่า เครื่องรับสิ่งเร้าทั้งหลายนั้นเป็นของกลางๆ สิ่งสำคัญอยู่ที่กระบวนการรับรู้และลักษณะหรือทิศทางในกระบวนการรับรู้สิ่งเร้านั้นว่ามีลักษณะอย่างไร เป็นไปในทิศทางเช่นใด การสื่อสารเชิงพุทธมีหลักการที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการรับรู้อย่างถูกต้องประกอบด้วยสติ เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง ดังาม ก่อให้เกิดปัญญา

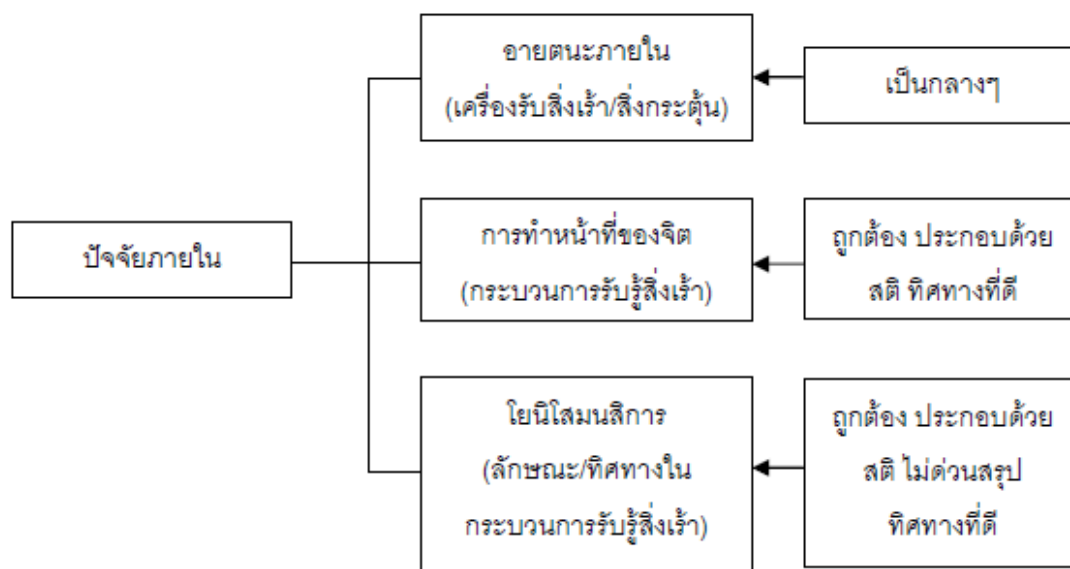
^{๙๔} พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต), **พุทธธรรม ฉบับขยายความ**, หน้า ๖๒๑.

^{๙๕} ม.ม. (ไทย) ๑๒/๔๕๒/๔๙๑, อภ.ทก. (ไทย) ๒๐/๑๒๗/๑๑๕.

^{๙๖} ธรรม ๔ ประการ คือ (๑) สัมปยุตตสังสวะ (คบสัตบุรุษ) (๒) สัทธัมมัสสวนะ (ฟังพระสัทธรรม) (๓) โยนิโสมนสิการ (การพิจารณาโดยแยบคาย) (๔) จัมมานุจัมมปฏิปัตติ (ปฏิบัติธรรมสมควรแก่ธรรม) ขุ.ป. (ไทย) ๓๑/๓/๕๔๓.

^{๙๗} ดูรายละเอียดใน ขุ.ป. (ไทย) ๓๑/๓/๕๔๔.

^{๙๘} อภ.เอกก. (ไทย) ๒๐/๖๗/๑๒.



ภาพที่ ๒.๑๑ ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ

๒.๕.๕ องค์ประกอบของการสื่อสารเชิงพุทธ

องค์ประกอบของการสื่อสาร ๔ องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร ช่องทางหรือวิธีการสื่อสาร และผู้รับสาร ในการสื่อสารเชิงพุทธ เป็นดังนี้

๑. ผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสาร ในการสื่อสารเชิงพุทธ ต้องเป็นผู้ส่งสารที่มีคุณสมบัติและทำหน้าที่ของผู้ส่งสารด้วยดี ที่เรียกว่า กัลยาณมิตร นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติของผู้ส่งสารประการอื่นอีก ได้แก่ เป็นผู้รู้จริง เป็นผู้ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ รู้จักกาลเทศะและวิธีการที่จะสื่อสารกับผู้รับสาร มีความรับผิดชอบในการสื่อสารของตน และมีจุดมุ่งหมายเพื่อประโยชน์แก่ผู้รับสาร ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้อยู่ในหลักธรรม และจากแนวทางการสื่อสารที่พระพุทธเจ้าทรงใช้ซึ่งสามารถนำมาเป็นแนวทางในการสื่อสารของผู้รับสารในการสื่อสารเชิงพุทธได้ เป็นต้นว่า สัปบุริสธรรม ๗ เกณฑ์ในการตรัสวาจาของพระพุทธเจ้า การมีกายและวาจาที่ตรงกัน และธัมมธัมมิกสูตร

๒. เนื้อหาสาร

ในการสื่อสารเชิงพุทธ ไม่ว่าเนื้อหาสารจะมีมากมายเพียงใด เนื้อหาสารที่จะถูกสื่อสารออกไปนั้นต้องเป็นเนื้อหาสารที่ดี ที่จริง ก่อให้เกิดปัญญาและประโยชน์แก่ผู้รับสาร หรือเป็นปรโตโฆสะในทางที่ดีแก่ผู้รับสาร ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการสื่อสารเชิงพุทธ ทัศนคติหรือแนวความคิด ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ ตลอดจนวิถีการมองโลก หรือวิถีการดำเนินชีวิตแบบใดที่ปรากฏไปกับเนื้อหาสารจึงต้องเป็นไปบนพื้นฐานของสัมมาทิฐิ หรือทำให้ผู้รับสารเกิดสัมมาทิฐิ กล่าวคือ ทำให้ผู้รับสารมีทิฐิ หรือความคิด ความเห็น ฯลฯ ไปในทางที่ถูกต้องดีงามคิดทำสิ่งที่ถูกต้องดีงาม ทำให้ชีวิตดีขึ้น มีความสุข นำไปสู่การแก้ปัญหา เป็นประโยชน์ไม่ก่อให้เกิดโทษ ทุกข์ ภัย หรือการเบียดเบียนทั้งตนเองและผู้อื่น เป็นต้นว่า เนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงสัจธรรมของชีวิตที่เป็นไปตามหลัก

ไตรลักษณ์ และกฎแห่งกรรม เช่นที่แสดงในฐานสูตร ว่าด้วยฐานะที่ควรพิจารณาเนื่องๆ^{๙๙} เนื้อหาที่แสดงถึงธรรมที่เป็นไปเพื่อเกื้อกูลในภพนี้ เพื่อสุขในภพนี้ ดังแสดงในทิวชาณสูตร^{๑๐๐} เป็นต้น

๓. ช่องทางหรือวิธีการสื่อสาร

ช่องทางหรือวิธีการสื่อสารนั้น ในภาพรวมคือ การทำการสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารใดๆ ด้วยการสื่อสารเชิงวัจนะ และการสื่อสารเชิงอวัจนะ ทั้งที่เป็นการสื่อสารทางเดียวหรือการสื่อสารสองทาง ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งวิธีการสื่อสารในการสื่อสารเชิงพุทธมีวิธีการที่สำคัญ คือ สื่อสารด้วยสติ วิธีการสื่อสารเชิงพุทธ นอกจากนี้ยังมีแนวทางของวิธีการสื่อสาร จากรูปแบบวิธีการสื่อสารของพระพุทธเจ้าที่ทรงใช้ในการสื่อสารโดยสัมพันธ์กับผู้รับสารกลุ่มต่าง ๆ วัตถุประสงค์ และบริบทในการสื่อสาร

๔. ผู้รับสาร

ผู้รับสารในการสื่อสารเชิงพุทธ ต้องมีวิธีการในการรับสาร กล่าวคือ ในขณะที่ของการรับสาร ผู้รับสารต้องฟังหรือรับสารด้วยดี ด้วยความตั้งใจ ใส่ใจในการฟังหรือการรับสาร ซึ่งมีพระสูตรที่เกี่ยวกับการฟังหลายพระสูตรที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการรับสารของผู้รับสารในการสื่อสารเชิงพุทธได้ เช่น สุตสุตติสูตร อัมมัสสวนสูตร และพระสูตรหรือคาถาที่แสดงเกี่ยวกับอานิสงส์หรือโทษของการฟัง หรือเกี่ยวเนื่องกับการฟัง ตัวอย่างของการฟังด้วยดีและก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่ง คือ พระสาริบุตร ทั้งเมื่อครั้งเป็นอุปติสสะมานพ ฟังธรรมโดยย่อจากพระอัสสิ^{๑๐๑} และเมื่อเป็นพระสาริบุตร ฟังเวทนาปริคคหสูตรจากพระพุทธเจ้า^{๑๐๒} นอกจากนี้ เมื่อรับสารแล้ว ผู้รับสารไม่ควรรีบด่วนสรุปหรือปลงใจเชื่อโดยไม่พิจารณาเนื้อหาสารที่ได้รับนั้น โดยมีแนวทางจากเกสปัญตติสูตร" (กาลามสูตร) กล่าวคือ ผู้รับสารต้องรับสารด้วยกระบวนการรับรู้สารที่ถูกต้องประกอบด้วยสติ เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องดีงาม ก่อให้เกิดปัญญาและประโยชน์แก่ตนเอง ซึ่งกระบวนการรับรู้สารนี้เป็นกระบวนการที่ผู้รับสารกระทำภายในตนเอง นั่นคือ การสื่อสารกับตนเองของผู้รับสารด้วยโยนิโสมนสิการนั่นเอง ซึ่งแม้เป็นกระบวนการสื่อสารกับบุคคลอื่น บุคคลก็มีการสื่อสารกับตนเองร่วมด้วยอย่างไม่สามารถแยกออกจากกันได้

๒.๕.๖ กระบวนการสื่อสารเชิงพุทธ

จากปัจจัยทั้งภายนอกและภายในที่เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ พิจารณาเป็นขั้นตอนการสื่อสารเชิงพุทธ ในภาคผู้ส่ง ซึ่งอยู่ในส่วนของปัจจัยภายนอก คือ (๑) มีสิ่งเร้ามากระทบ (๒) สารหรือเนื้อหาสารปรากฏมากับสิ่งเร้า (๓) สารหรือเนื้อหาสารที่ดีถูกส่งออกมาจากแหล่งสารหรือผู้ส่งสารที่ดี ส่วนในภาคผู้รับ ซึ่งอยู่ในส่วนของปัจจัยภายใน ได้แก่ (๔) มีเครื่องรับรู้สิ่งเร้า (๕) เกิดการรับรู้สิ่งเร้าด้วยกระบวนการรับรู้ภายในอย่างถูกต้อง (๖) กระบวนการรับรู้สิ่งเร้าดำเนินไปในลักษณะหรือทิศทางที่ดี ขั้นตอนที่ ๕ และ ๖ ก็คือ กระบวนการสื่อสารกับตนเองด้วยกระบวนการรับรู้สารอย่างถูกต้องนั่นเอง นี่เป็นการพิจารณาขั้นตอนการสื่อสารที่เกิดขึ้นแบบทิศทางเดียว คือ จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร กล่าวคือ (๑) ผู้ส่งสาร (ที่ดี) (๒) ทำการส่งเนื้อหาสาร (ที่ดี) (๓) ด้วยช่องทางหรือ

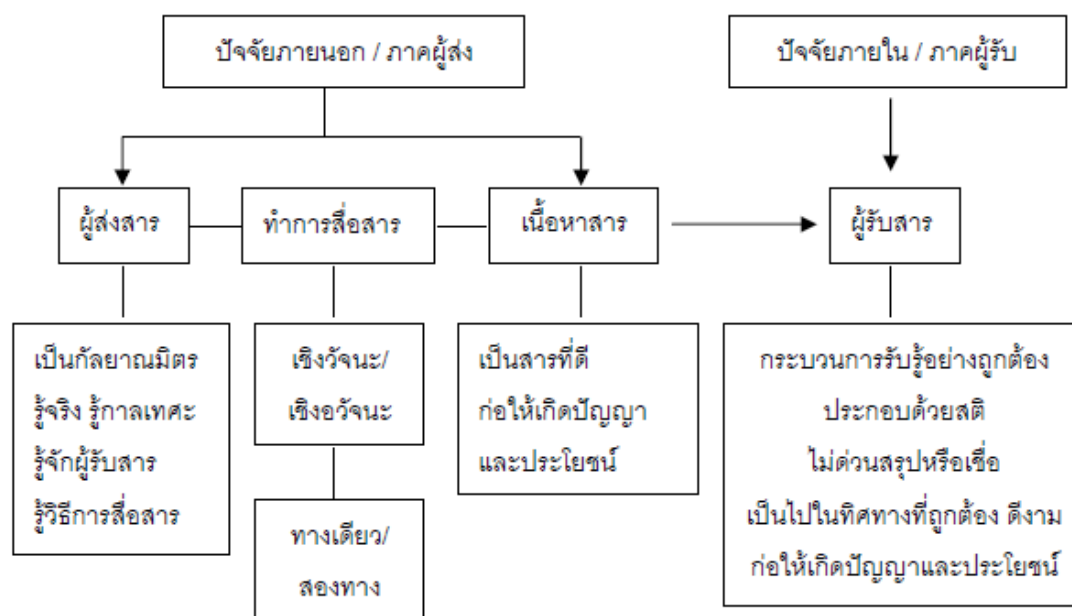
^{๙๙} ดูรายละเอียดใน อง.ปญจก. (ไทย) ๒๒/๕๗/๙๙-๑๐๔.

^{๑๐๐} ดูรายละเอียดใน องอภุฏก. (ไทย) ๒๓/๕๔/๓๔๐-๓๔๓.

^{๑๐๑} ดูรายละเอียดใน วิ.ม. (ไทย) ๔/๖๐/๗๒-๗๔.

^{๑๐๒} ดูรายละเอียดใน ม.ม. (ไทย) ๑๓/๒๐๑-๒๐๕/๒๓๙-๒๔๓, ดูเชิงอรรถ วิ.ม. (ไทย) ๔/๖๒/๗๗.

วิธีการสื่อสารใดก็ตามไปยัง (๔) ผู้รับสาร ผู้รับสารรับสารด้วยกระบวนการรับรู้อย่างถูกต้อง อย่างไรก็ตามในการสื่อสารเชิงพุทธแม้ผู้รับสาร จะรับสารโดยทั่วไปซึ่งอาจเป็นเนื้อหาสารที่ดีหรือไม่ดีก็ตาม ที่ถูกส่งออกมาจากผู้ส่งสารทั่ว ๆ ไป ผู้รับสารก็ต้องรับสารด้วยกระบวนการรับรู้สารนั้นอย่างถูกต้อง และหากเป็นการสื่อสารกลับ หรือการสื่อสารสองทิศทางหรือสื่อสารกับบุคคลอื่นต่อไป ผู้รับสารนั้นจะสลับหน้าที่กลายเป็นผู้ส่งสาร ก็ต้องเป็นผู้ส่งสารที่ดีเป็นกัลยาณมิตรแก่ผู้รับสาร

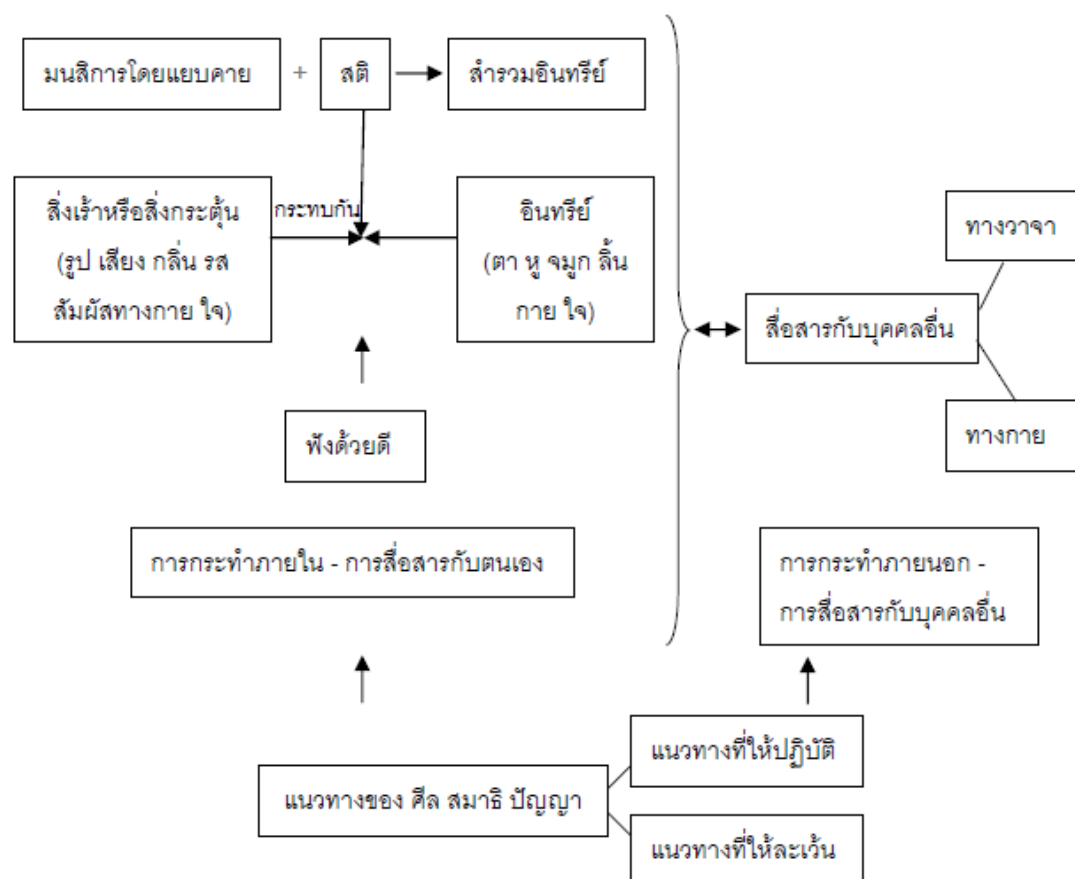


ภาพที่ ๒.๑๒ แสดงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารเชิงพุทธ

๒.๕.๗ แนวทางปฏิบัติของการสื่อสารเชิงพุทธ

แนวทางปฏิบัติในการสื่อสารเชิงพุทธ ที่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในตนเองในขณะของการสื่อสารกับบุคคลอื่น ซึ่งผู้ทำการสื่อสารอยู่ในสถานะเป็นผู้รับสาร แต่กระนั้นก็อยู่ในสถานะเป็นผู้ส่งสารด้วยเช่นกันเมื่อทำการสื่อสารกลับ แนวทางปฏิบัติที่สำคัญเป็นเช่นเดียวกับการสื่อสารเชิงพุทธที่เกิดขึ้นภายในตนเองในขณะ ที่ผู้ทำการสื่อสารสื่อสารกับตนเอง นั่นคือ ต้องมีกระบวนการรับรู้สารอย่างถูกต้อง อย่างไรก็ตามในฐานะที่เป็นผู้รับสาร การรับรู้สารอย่างถูกต้องนั้น ผู้รับสารจะต้องมีการฟังด้วยดี และเมื่ออยู่ในฐานะผู้ส่งสารเมื่อทำการสื่อสารกลับ ก่อนทำการสื่อสารก็ต้องทำการสื่อสารภายในตนเองที่ประกอบไปด้วยการมนสิการโดยแยบคายและสติซึ่งไม่ว่าจะอยู่ในฐานะเป็นผู้รับสารหรือผู้ส่งสา แนวทางปฏิบัติในการสื่อสารกับตนเองในขณะของการสื่อสารกับบุคคลอื่น ล้วนต้องประกอบไปด้วยการมนสิการโดยแยบคาย การมีสติที่ถูกต้อง และการสำรวม ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติในการรับสารของผู้รับสาร นอกจากนี้ยังต้องประกอบไปด้วยแนวทางปฏิบัติตามแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสำหรับการอยู่ร่วมกันในสังคม ที่มีแนวปฏิบัติที่สำคัญ คือ แนวทางปฏิบัติที่ให้ปฏิบัติ และแนวทางปฏิบัติที่ให้ละเว้น ซึ่งสอดคล้องกับการอบรมในไตรสิกขา แนวทางปฏิบัติในการ

สื่อสารเชิงพุทธ ที่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในตนเองในขณะของการสื่อสารกับบุคคลอื่น^{๑๐๓} แสดงเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



ภาพที่ ๒.๑๓ แนวทางปฏิบัติของการสื่อสารเชิงพุทธ

การสื่อสารกับบุคคลอื่นในระดับปัจเจกที่แพร่กระจายไปเป็นวงกว้างเป็นระดับสังคมในลักษณะของการร่วมกัน (collective) นั้น ลักษณะของการสื่อสารโดยมาก มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง กล่าวคือ เมื่อผู้ส่งสารทำการสื่อสารด้วยการส่งสารต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารอาจทำการสื่อสารกลับไปยังผู้ที่ส่งสารมา หรือพร้อมกันนั้นก็อาจทำการสื่อสารในฐานะของผู้ส่งสาร ส่งสารต่าง ๆ ที่ได้รับมานั้น ไปยังผู้รับสารคนอื่น ๆ ต่อไปอีก โดยสารที่รับมานั้น อาจเป็นสารชุดเดิมที่มีเนื้อหาสาระเหมือนเดิมทุกประการ หรือมีเนื้อหาสาระที่แตกต่างไปจากเดิม โดยอาจมีความคิดเห็น แนวคิด ความเชื่อ หรือทฤษฎีทั้งส่วนตนและจากส่วนอื่น ๆ ผสมไปกับเนื้อหาสาระที่ได้รับมาก่อนที่จะทำการสื่อสารไปยังบุคคลอื่น ๆ การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย (Social media) ก็เป็นการสื่อสารในลักษณะนี้ด้วย อย่างไรก็ตาม การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ อาจเป็นการสื่อสารทางเดียวหรือสองทางก็ได้ขึ้นอยู่กับผู้ทำการสื่อสารนั่นเองและอาจเป็นการสื่อสารแบบกลุ่มก็ได้ สามารถแพร่กระจายไปในสังคมได้อย่างกว้างขวางรวดเร็วจึงเป็นมีลักษณะเป็นการสื่อสารทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล แบบกลุ่ม และแบบสื่อสารมวลชนไปในคราวเดียวกันได้ โดยทั่วไป การสื่อสารกับ

^{๑๐๓} นางสาวทัศนีย์ เจนวนิธิสุข, “การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย: บัณฑิตวิทยาลัย, ๒๕๕๕), หน้า ๒๖๕-๒๖๖.

บุคคลอื่นในลักษณะที่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบสองทาง ผู้ส่งสารสามารถเลือกหรือปรับวิธีการสื่อสารให้เหมาะสมสอดคล้องกับผู้รับสารหรือวัตถุประสงค์หรือบริบทในการสื่อสารได้ หรือทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีโอกาสสูงในการปรับเข้าหากันในการสื่อสาร

แนวทางปฏิบัติของการสื่อสารเชิงพุทธ ที่เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับการสื่อสารกับบุคคลอื่น ซึ่งเป็นการสื่อสารในระดับสังคมในลักษณะของการร่วมกันเช่นนี้ มีแนวทางปฏิบัติไม่แตกต่างกับแนวทางปฏิบัติในการสื่อสารกับบุคคลอื่นที่เป็นแนวทางปฏิบัติในระดับปัจเจก อย่างไรก็ตาม มีข้อที่พึงใส่ใจให้มากขึ้น ได้แก่ เมื่อบุคคลอยู่ในสถานะเป็นผู้รับสาร รับสารด้วยกระบวนการรับรู้สารอย่างถูกต้องแล้ว และจะทำการสื่อสารต่อไปยังบุคคลอื่น นอกจากหลักธรรมที่เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ส่งสารในการสื่อสารกับบุคคลอื่น เช่น สปัจริยธรรมหรือธัมมกถิกสูตร เป็นต้น แล้ว การปฏิบัติตามหลักธรรมในสุตตสสูตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในข้อที่ว่า ให้ถือเอาแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์ และทิ้งสิ่งที่ไม่เป็นประโยชน์นั้น กล่าวคือ สารที่ได้รับอาจมีปริมาณมากมาย หรือในสารชุดหนึ่ง ๆ อาจมีทั้งสิ่งที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ ดังนั้น จึงต้องรู้จักพิจารณาและเลือกรับสารที่เป็นประโยชน์ และทำการสื่อสารต่อไปยังบุคคลอื่นด้วยสารที่เป็นประโยชน์เท่านั้น นี่เป็นแนวทางปฏิบัติที่สมควรปฏิบัติอย่างยิ่ง ดังที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงเป็นตัวอย่าง ดังที่ทรงตรัสกับภิกษุทั้งหลายว่า สิ่งที่พระองค์ทรงรู้แต่มิได้สอนนั้นมีมากมายดุจใบไม้ในป่า ที่พระองค์ไม่สอนเพราะเป็นเรื่องไม่มีประโยชน์ พระองค์ทรงสอนแต่เรื่องที่เป็นประโยชน์ เป็นจุดเริ่มต้นแห่งพรหมจรรย์ เป็นไปเพื่อความเบื่อหน่าย เพื่อคลายกำหนัด เพื่อดับ เพื่อสงบระงับเพื่อรู้ยิ่ง เพื่อตรัสรู้ เพื่อนิพพาน^{๑๐๔} เมื่อเป็นผู้ส่งสาร ต้องเป็นผู้ส่งสารที่เป็นกัลยาณมิตรแก่ผู้รับสารเป็นแหล่งสารหรือปรโตโมสะที่ดีสำหรับผู้รับสาร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์แก่ผู้รับสารหรือบุคคลอื่น และแก่สังคมโดยรวม ดังที่พระองค์ตรัสว่า "ตถาคตย่อมแสดงธรรมแก่บุคคลเหล่าอื่น โดยชอบเพื่อประโยชน์ให้รู้แจ้งอย่างเดียว"^{๑๐๕}

นอกจากนี้ ในการสื่อสารกับบุคคลอื่นที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธ ผู้ทำการสื่อสาร คือ ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจ และเคารพในความเป็นมนุษย์ของผู้ที่ทำการสื่อสารด้วย ในฐานะที่บุคคลนั้นๆ ก็มีความเป็นมนุษย์เช่นเดียวกันกับเรา มีความทุกข์ ความสุข ความเปลี่ยนแปลง ความเป็นไปตามธรรมดากายได้กฏธรรมชาติเช่นเดียวกันกับเรา ต้องประสบกับความเกิด แก่ เจ็บ ตาย เช่นเดียวกันกับเรา กล่าวคือ ไม่ทำการสื่อสารด้วยความคิด ความรู้สึกต่อผู้ที่ทำการสื่อสารด้วยในทางที่ไม่ดี ไม่เปรียบเทียบกับตนเองกับบุคคลอื่นที่ทำการสื่อสารด้วยว่า เป็นผู้ที่ดีกว่า ด้อยกว่า สูงกว่าหรือดีกว่า เป็นต้น แต่ทำการสื่อสารโดยปราศจากอคติ ประกอบด้วยพรหมวิหารธรรม ๔ ประการ^{๑๐๖} ได้แก่ (๑) เมตตา ความรักใคร่ปรารถนาดีอยากให้เขามีความสุข (๒) กรุณา ความสงสาร คิดช่วยให้พ้นทุกข์ (๓) มุทิตา ความยินดีในเมื่อผู้อื่นมีสุข (๔) อุเบกขา ความมีใจเป็นกลาง ไม่เอนเอียง เพราะรักเพราะชัง

ในการนี้ ตามแนวคิดในพระพุทธศาสนามีแนวทางปฏิบัติ คือ แนวทางปฏิบัติที่พระองค์ทรงแสดงแก่ชาวกาลามะในเกสปุตตสูตร หรือเป็นที่รู้จักอีกชื่อหนึ่งว่า กาลามสูตรที่มีเนื้อหาแสดงแนวทางปฏิบัติที่สำคัญในการรับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสารจำนวนมากเหล่านั้นมีความแตกต่าง

^{๑๐๔} ดูรายละเอียดใน ส.ม. (ไทย) ๑๙/๑๑๐๑/๖๑๓.

^{๑๐๕} ม.ม. (ไทย) ๑๒/๓๘๗/๔๑๘.

^{๑๐๖} ดูเชิงอรรถ ข.เถร. (ไทย) ๒๖/๓๘๖/๔๐๖.

ไม่ตรงกัน ทั้งที่เป็นสารที่มาจากภายนอก และที่มาจากภายในตนเองนั่นคือ อย่าเพิ่งปลงใจเชื่อสารที่มาจากภายนอกหรือบุคคลอื่น ด้วยการฟังตามกันมา ด้วยการถือสืบ ๆ กันมา ด้วยการเล่าลือ ด้วยการอ้างตำราหรือคัมภีร์ หรือเพื่อบุคลิกลักษณะที่น่าจะเป็นไปได้หรือน่าเชื่อถือ และแม้แต่สารที่มาจากภายในตนเองก็อย่าเพิ่งปลงใจเชื่อ เพราะตรรกะ การคิดเอาเอง เพราะการอนุมาน คาดคะเนตามหลักเหตุผล เพราะการคิดตรองตามแนวเหตุผล หรือเพราะเข้ากันได้กับทฤษฎีที่พินิจไว้แล้ว หรือแม้แต่เพราะนับถือว่าเป็นครูของเราเอง แต่ผู้รับสารสามารถเชื่อได้ ก็ต่อเมื่อได้ฝึกฝนอบรมหรือปฏิบัติจนรู้ได้ด้วยตนเองว่า สารใดที่ดี เป็นกุศลก่อให้เกิดประโยชน์และความสุข ก็รับสารนั้นเป็นแนวทางปฏิบัติต่อไป ส่วนสารใดที่ไม่ดี เป็นอกุศลไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ เป็นโทษ เป็นความทุกข์ ก็ละทิ้งสารและแนวทางปฏิบัตินั้นเสีย^{๑๐๗}

การฝึกฝนอบรมหรือปฏิบัตินั้น เป็นการฝึกฝนอบรมจากภายในตนเอง โดยอาศัยการสื่อสารกับตนเองในลักษณะที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธเป็นเครื่องมือ ตั้งแต่กระบวนการรับสารอย่างถูกต้อง การอบรมภาวนาตามหลักไตรสิกขาด้วยการเจริญสติปัฏฐาน ๔ และร่วมกับการสื่อสารกับบุคคลอื่นในฐานะของปรโตโฆสะที่เป็นกัลยาณมิตร กล่าวได้ว่า แนวทางปฏิบัติในการฝึกฝนอบรมนี้อาศัยทั้งการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่นที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธซึ่งนำไปสู่ปัญญาอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเองและส่วนรวม

๒.๖ แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

๒.๖.๑ ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ

ความหมายของ “การรู้เท่าทันสื่อ” ได้มีองค์กรต่าง ๆ ที่ทำงานด้านการรู้เท่าทันสื่อและนักวิชาการได้ให้คำจำกัดความ นิยามที่หลากหลายและแตกต่างกัน ดังนี้

Silverblatt & Eliceiri^{๑๐๘} ได้นิยามความรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นทักษะการคิดแบบวิพากษ์ที่ทำให้ผู้รับสื่อ สามารถแปลความหมายของข้อมูลที่ได้รับผ่านสื่อมวลชน และช่วยให้เกิดการพัฒนาทักษะการวินิจฉัย เนื้อหาของสื่อได้อย่างเป็นอิสระ

Potter (๒๐๑๔, p. ๒๐) ผู้เขียนหนังสือ Media Literacy นิยามการรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นมุมมองของบุคคลที่ก่อร่างขึ้นจาก ๓ ส่วน ได้แก่ โครงสร้างความรู้ การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคลเปิดรับ โดยบุคคลผู้รู้เท่าทันสื่อจะใช้โครงสร้างความรู้ของตัวเองในการตีความสาร ซึ่งเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการสร้างความรู้ของผู้รู้เท่าทันสื่อคือทักษะ ๗ ประการ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ (analysis) การประเมิน (evaluation) การจำแนกกลุ่ม (grouping) การใช้เหตุผลแบบอุปนัย (induction) การใช้เหตุผลแบบนิรนัย (deduction) การสังเคราะห์ (synthesis) และการสรุปสาระสำคัญ (abstracting) ทั้งนี้ โครงสร้างความรู้ที่จำเป็นต่อการรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วยความรู้ใน ๕ ด้าน คือ ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อ (media effects) เนื้อหาสื่อ (media content) อุตสาหกรรมสื่อ (media industries) โลกแห่งความเป็นจริง (real world) และรู้จักตนเอง (the self)^{๑๐๙}

^{๑๐๗} ดูรายละเอียดใน อ.พ.ท. (ไทย) ๒๐/๖๖/๒๕๕-๒๖๓.

^{๑๐๘} Silverblatt, A. & Eliceiri, E. M. E., *Dictionary of Media Literacy*. Greenwood, (๑๙๙๗)

^{๑๐๙} Potter, W. J., *Media Literacy*. 7th ed. (London: Sage, 2014).

๑. มิติการรู้เท่าทันสื่อ

Potter^{๑๑๐} ระบุว่า การรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วย ๔ มิติ ได้แก่

๑) มิติทางด้านการรับรู้ (cognitive dimension) เป็นความสามารถของบุคคลในการเข้าใจตั้งแต่ สัญลักษณ์ที่ง่าย ๆ ไปจนถึงประเด็นที่มีความสลับซับซ้อน

๒) มิติทางด้านอารมณ์ (emotional) เป็นความสามารถของบุคคลในการจำแนกสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่สื่อใช้ในการกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกแต่ละอย่างได้ โดยรู้ว่าผู้ผลิตสื่อเหล่านั้นต้องการกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกอะไร รวมถึงการที่ผู้รับสารสามารถใช้สื่อเพื่อปรับอารมณ์ความรู้สึกของตนเองได้ตามความปรารถนา

๓) มิติทางด้านสุนทรีย์ (aesthetic dimension) เป็นความสามารถของบุคคลที่จะเสพความสุข เข้าถึงหรือเห็นคุณค่าที่อยู่ในสารด้วยมุมมองทางศิลปะ ซึ่งเป็นความสามารถที่เกิดจากการเข้าใจทักษะที่ใช้ในการผลิตเนื้อหาของสื่อต่าง ๆ

๔) มิติทางด้านจริยธรรม (moral dimension) เป็นความสามารถของบุคคลที่ล่วงรู้หรือตีความ ค่านิยมที่แฝงอยู่ในสารได้ แม้ว่าความรู้เท่าทันสื่อจะเป็นสิ่งที่ผู้รับสารแต่ละคนมีอยู่แล้ว กระนั้นความรู้เท่าทันสื่อของแต่ละคนย่อมมีไม่เท่ากัน

๒. ระดับของการรู้เท่าทันสื่อ

Thoman, Elizabeth, quoted in Silverblatt^{๑๑๑} ได้ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ โดยจำแนกความรู้เท่าทันสื่อที่ทำให้ประชาชนทุกกลุ่มอายุมีพลังอำนาจทางสื่อ (media empower) ออกเป็น ๓ ระดับ ดังต่อไปนี้

๑. การเป็นผู้ตระหนักในสำคัญของการเลือกและจัดสรรเวลาที่ใช้กับสื่อ

๒. การเรียนรู้ทักษะการดูอย่างพินิจพิจารณา เรียนรู้ที่จะวิเคราะห์และตั้งคำถามถึงสิ่งที่อยู่ภายในกรอบว่า สื่อถูกสร้างขึ้นอย่างไรและสิ่งไหนที่ไม่ควรเชื่อ ทักษะการดูอย่างพินิจพิจารณานี้สามารถเรียนรู้ได้ดีที่สุดจากชั้นเรียนที่ใช้หลักการตั้งคำถาม การทำกิจกรรมกลุ่มที่มีปฏิสัมพันธ์ รวมถึงการสร้างเนื้อหาสื่อของตนเอง

๓. ขั้นการวิเคราะห์สื่อมวลชนในเชิงสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ เป็นการสำรวจประเด็น เกี่ยวกับ ใครผลิตสื่อ และวัตถุประสงค์ในการผลิต ซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างเวทีทางสังคมเพื่อคัดค้านหรือเรียกร้องให้แก่นโยบายสาธารณะหรือการดำเนินงานขององค์กร

หน่วยงานที่สนับสนุนการเรียนรู้เท่าทันสื่อในประเทศอังกฤษได้ให้นิยามการรู้เท่าทันสื่อว่า หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง (access) เข้าใจ (understand) และสร้างสรรค์การสื่อสารในบริบทอันหลากหลาย

Buckingham^{๑๑๒} (2003, p. 6) มองว่า การมีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การมีทักษะ ๓ ด้านได้แก่ การเข้าถึง (access) คือ ความสามารถในการแสวงหาเนื้อหาของสื่อที่

^{๑๑๐} Potter, W. J, Media Literacy. 7th ed. (London: Sage, 2014), pp. 11-13)

^{๑๑๑} Thoman, E., & Jolls, T. **Media literacy education : Lessons from the center for media literacy.** (Media literacy : Transforming curriculum and teaching, 2005) 104, pp.180-205.

เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับสารเอง การเข้าใจ (understand) และการสร้างสรรค์ (create) และยังเห็นว่าความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อนั้นควรเป็นสิ่งที่พัฒนามาอย่างสัมพันธ์กับเทคโนโลยีของสื่อใหม่และเทคโนโลยีของสื่อเก่า (Buckingham, 2003, p. 32)

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (๒๕๕๖, หน้า ๕๕) อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ทักษะ หรือ ความสามารถในการใช้สื่ออย่างรู้ตัว และใช้สื่ออย่างตื่นตัว โดยขยายความการใช้สื่ออย่างรู้ตัว ว่า เป็นความสามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ สามารถโต้ตอบได้อย่างมีสติและรู้ตัว รวมทั้งสามารถตั้งคำถามว่าสื่อผู้สร้างขึ้นได้อย่างไร ส่วนการใช้สื่ออย่างตื่นตัว เป็นการเปลี่ยนจากฝ่ายตั้งรับเป็นฝ่ายรุก โดยการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เข้าถึงสื่อที่หลากหลายและมีคุณภาพ รวมถึงสามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์^{๑๑๓}

จากนิยามดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อนั้น คือ การที่บุคคลมีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (access) ที่ตนต้องการ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ (analysis) วิพากษ์ (critical) มีความสามารถในการทำความเข้าใจ ตีความเนื้อหาสาระ (understand) ประเมินสาร (evaluate) และสามารถสร้างสรรค์/ผลิต (create/produce) สารในรูปแบบต่าง ๆ ภายใต้บริบทที่หลากหลาย ทั้งนี้การรู้เท่าทันสื่อจะสามารถเกิดขึ้นได้นั้นมาจากการก่อร่างขององค์ประกอบ ๓ ส่วนได้แก่ โครงสร้างความรู้ การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคลเปิดรับ โดยโครงสร้างความรู้ที่จำเป็นสำหรับการรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อ (media effects) เนื้อหาสื่อ (media content) อุตสาหกรรมสื่อ (media industries) โลกแห่งความเป็นจริง (real world) และรู้จักตนเอง (the self) ส่วนเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการสร้างความรู้ของผู้รู้เท่าทันสื่อก็มีรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น การวิเคราะห์ (analysis) การประเมิน (evaluation) การจำแนกกลุ่ม (grouping) การใช้เหตุผลแบบอุปนัย (induction) การใช้เหตุผลแบบนิรนัย (deduction) การสังเคราะห์ (synthesis) และการสรุปสาระสำคัญ (abstracting)

๒.๖.๒ ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อนั้นถือกำเนิดขึ้นพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารที่เกิดขึ้นกับสื่อต่าง ๆ ตั้งแต่ยุคของสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ในระบบอนาล็อก (Analog) จนก้าวมาสู่ยุคทางด่วนสารสนเทศ (information superhighway) ที่สื่อต่าง ๆ สื่อสารผ่านระบบดิจิทัล (digital) ใน อันเป็นยุคที่สื่อต่าง ๆ ถูกหลอมรวมเข้าหากัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการสื่อสารที่ทำให้ผู้คนไม่ว่าจะอยู่มุมใดของโลกสามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้นั้น ในอีกแง่

^{๑๑๒} Buckingham, D., Banaji, S., Burn, Andrew, Carr, Diane, Cranmer, Sue, and Willett, Rebekah. (2005). *The Media Literacy of Children and Young People: A review of the research literature on behalf of Ofcom*, Cited 2 May 2015. Available from http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/ml_children.pdf

^{๑๑๓} สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ๑๐๐ เรื่องนำรู้
ผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์, (กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม
แห่งชาติ, ๒๕๕๖).

หนึ่งที่ไม่สามารถปฏิเสธได้ก็คือความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารเหล่านี้ได้เพิ่มอำนาจให้กับผู้ส่งสาร ซึ่งมักจะเป็นองค์กรสื่อสารมวลชนขนาดใหญ่มีเงินทุนจำนวนมากที่มีผู้คนเพียงไม่กี่รายที่จะสามารถเข้าถึงกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของสื่อ และขับเคลื่อนไปด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจ ภายใต้สังคมทุนนิยม แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อจึงถือกำเนิดขึ้นเพื่อเป็นแนวคิดที่คานงัดสร้างสมดุลแห่งอำนาจของระบบการสื่อสารจากที่อำนาจไปกระจุกตัวอยู่ที่ผู้ส่งสารให้ถ่ายเทมาอยู่ในฝั่งผู้รับสารด้วยการปลูกฝังแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งนี้สามารถสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ อันเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจนนำไปสู่การตระหนักถึงความสำคัญของการติดตั้งกลไกการรู้เท่าทันสื่อนั้น ดังนี้^{๑๑๔}

สภาพของยุคข้อมูลข่าวสาร ทำให้เนื้อหา ข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ได้ไหลบ่าเข้าสู่หาผู้รับสารทุกวัย ผู้คนในสมัยปัจจุบันทุกคน ทุกวัย ล้วนแต่มีเครื่องมือเทคโนโลยีการสื่อสารอันนำสมัย อุปกรณ์ไอซีที (ICT – Information and Communication Technology) ติดไว้ข้างกายเพื่อไว้ติดต่อสื่อสารทำงานและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีที่นำสมัยเหล่านี้สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายหน้าที่ สมาร์ทโฟนทำได้มากกว่าการพูดคุยกันธรรมดาด้วยเสียงแต่มีกล้องที่สามารถถ่ายทอดภาพของคู่สนทนาได้ แชท (chat) ได้ เล่นเกมได้ รวมไปถึงสามารถท่องเว็บไซต์ได้อย่างไร้ขีดจำกัด ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเหล่านี้ได้ช่วยย่อโลกทั้งใบให้เล็กลงเพียงปลายนิ้วสัมผัสจากสภาพดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่ไม่น่าแปลกใจที่จากรายงานของเว็บไซต์

จากสภาพดังกล่าวข้างต้น ในเมื่อทุกคนไม่สามารถหลีกเลี่ยงฐานะของผู้รับสารที่ต้องเผชิญกับการไหลบ่าของข้อมูล ข่าวสารจำนวนมากที่สื่อนำเสนอมาด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นกลไกที่สำคัญและจำเป็น ดังที่ Potter^{๑๑๕} นักวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อได้แสดงทรรศนะไว้ว่าเมื่อทุกคนไม่สามารถหลีกเลี่ยงข้อมูลข่าวสารที่มากเกินไป ดังนั้นเราต้องปกป้องตัวของเรา โดยต้องรู้ให้เท่าทันสื่อ เพราะถ้าเราเลือกที่จะไม่เปิดรับสารและสื่อเลย เราก็อาจจะพลาดข้อมูลที่สำคัญสำหรับการดำรงชีวิตของเราได้หรือถ้าเราเปิดรับสารและสื่อที่ไม่มีประโยชน์ต่อตัวของเรา ก็จะเกิดผลกระทบในทางลบมากกว่าทางบวก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ทุกคนไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ในขณะที่แต่ละสื่อก็มีแรงจูงใจที่แตกต่างกันในการนำเสนอข่าวสาร ถ้าเราไม่รู้เท่าทันสื่อ เราก็จะรับรู้และตีความสารตามวัตถุประสงค์ของสื่อแต่เพียงด้านเดียว โดยเสียประโยชน์ในการรับรู้สื่อจากวัตถุประสงค์ของตัวเราเองผลที่ตามมาจากการไม่รู้เท่าทันสื่อ คือ การที่ผู้รับสารสูญเสียการรับรู้โลกที่เป็นจริง แต่จะรับรู้โลกผ่านสายตาสื่อแต่เพียงอย่างเดียว นั้นย่อมหมายถึงผู้รับสารกำลังยอมรับทุกอย่างที่สื่อบอก โดยปราศจากการตั้งคำถาม ต่อรอง ต่อต้าน นิยาม การเล่าเรื่องราว การสร้างภาพตัวแทนของสิ่งต่าง ๆ ผ่านสายตาสื่อ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสื่อในยุคปัจจุบันสามารถนำพาผู้รับสารไปสู่สถานะของการไม่รู้เท่าทันสื่อได้อย่างง่ายดาย อาทิ ในเรื่องความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่นำไปสู่การไหลบ่าของข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่ไหลบ่าเข้าสู่ตัวผู้รับสาร ข่าวสารที่ถูกส่งเข้ามา

^{๑๑๔} กาญจนา แก้วเทพ, แนวทางหนึ่งของการศึกษาสื่อบุคคล กรณีศึกษาโครงการร่วมกันปั้นแตง นักสื่อสารสุขภาพ. การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่องการสื่อสารชุมชน, (กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, ๒๕๕๑), หน้า ๓๐๕-๓๐๖).

ผู้รับสารมีทั้งข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพและไม่มีคุณภาพ ปัญหาจึงเกิดขึ้นกับตัวผู้รับสารว่าจะเลือกรับรู้สารอย่างไร และจะติดตามข้อมูลข่าวสารอย่างไรให้ทันต่อเหตุการณ์ หรือการเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาสื่อในลักษณะที่สั้นลง ผิวเผิน จำแนกประเภทได้ยากเส้นแบ่งระหว่างเรื่องจริงกับเรื่องที่แต่งขึ้นพราเลือนจนผู้รับสารยากที่จะแยกแยะได้ว่าเรื่องไหนเป็นเรื่องจริง เรื่องไหนเป็นเรื่องแต่งนำผู้รับสารไปสู่สภาวะของการรู้ไม่เท่าทันสื่อ เช่น ในอดีตเราจำแนกรายการข่าวว่าแตกต่างจากรายการบันเทิงได้ง่าย ชัดเจน

ปัจจุบันในรายการข่าวก็นำเสนอให้เกิดความบันเทิงใกล้เคียงกับรายการบันเทิง หรือขณะที่เรากำลังดูหนัง ดูละคร เราก็ต้องดูโฆษณาที่แฝงมาในสื่อเหล่านั้นโดยอาจจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตามขึ้นอยู่กับว่าเรารู้เท่าทันสื่อหรือไม่นอกจากนี้ การรู้ไม่เท่าทันสื่อยังเป็นเหตุให้ผู้รับสารสร้างความหมายที่บกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ ธุรกิจสื่อไม่ได้ต้องการผู้รับสารที่มีความตั้งใจ (attention) ในการรับสื่อ แต่ต้องการผู้รับสารที่เปิดรับสื่อ (exposure) อย่างสม่ำเสมอ เช่น ทุกวัน ทุกเช้า เป็นต้น และผู้รับสารที่ไม่มีความตั้งใจในการรับสื่อ ก็จะนำไปสู่การเปิดรับสื่อที่ไม่วิเคราะห์และประเมินสื่ออย่างถี่ถ้วน

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น การรู้เท่าทันสื่อเป็นกลไกที่ช่วยสร้างสมดุลของอำนาจให้มาอยู่ที่ผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารสามารถรู้เท่าทัน ต่อรองต่อต้านความหมายจากสารต่าง ๆ ที่สื่อเป็นผู้กำหนด ทั้งนี้เพราะไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าสื่อเหล่านั้นมีอำนาจต่อการรับรู้ (perceptions) ความเชื่อ (beliefs) และทัศนคติ (attitudes) ของผู้รับสารต่อสิ่งต่าง ๆ การรู้เท่าทันสื่อยังเป็นทักษะที่สำคัญของพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย ที่พลเมืองต้องมีความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์ (critical thinking) ควบคู่ไปกับการมีความสามารถในการแสดงถึงความคิดเห็น ความเป็นตัวตน (Self - Expression) ซึ่งทักษะทั้งสองนั้นก็เป็หัวใจสำคัญในการเรียนรู้เท่าทันสื่อ (Thoman & Jolls 2003, p. 9) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเยาวชนไทยที่ใช้เวลาจำนวนมากอยู่กับสื่อ ท่ามกลางความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการสื่อสารที่สื่อสามารถจะเข้าถึงตัวพวกเขาในรูปแบบที่หลากหลาย และภายใต้บริบทของสังคมทุนนิยมที่องค์กรสื่อจำนวนมากมีเป้าหมายที่การแสวงหากำไรสูงสุด การติดตั้งกลไกการเรียนรู้ การสร้างภูมิคุ้มกันการรู้เท่าทันสื่อสำหรับพวกเขาจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็น และยังต้องเป็นกลไกที่สร้างการเรียนรู้ให้บังเกิดขึ้นกับเขาตลอดชีวิต

๒.๖.๓ ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อนั้น ได้มีองค์กร นักวิชาการ นักวิชาชีพทางด้านการรู้เท่าทันสื่อได้ให้คำจำกัดความที่น่าสนใจ ดังนี้

ในการประชุม The National Leadership Conference on Media Literacy ซึ่งได้รับการสนับสนุนของสถาบันเอสปิน (Aspen Institute) เมื่อ ปี ค.ศ.๑๙๙๒ ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นการประชุมเพื่อที่จะหาแนวทางให้เข้าใจในหลักการที่ตรงกันเกี่ยวกับคำว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) ซึ่งผลของการประชุมครั้งนี้ ได้เห็นพ้องกันในการอธิบายการรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นความสามารถของพลเมืองในการเข้าถึง (access) วิเคราะห์ (analysis) และผลิต (produce) ข้อมูลข่าวสารในหลากหลายรูปแบบเพื่อผลลัพธ์ที่เฉพาะเจาะจง ในการประชุมครั้งนั้นได้มีการรายงานสรุปและให้รายละเอียดความหมายของการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่าเป็นความสามารถในการวิเคราะห์ (analyze) การเพิ่มพูน(augment) และการมีพลังอำนาจเปลี่ยนแปลง (influence) ในการรับสื่อเพื่อเป็นพลเมือง

อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามคำที่กล่าวมานั้นมีความสัมพันธ์กับทักษะของผู้บริโภค (consumer skills) ผู้ใช้สื่อ (user skills) และผู้ผลิต (producer skills)^{๑๑๖} ดังนี้

๑. การวิเคราะห์ (analyze) ทักษะในฐานะผู้บริโภคสื่อ (consumer Skills) คือผู้รู้เท่าทันสื่อที่จะสามารถรู้ถึงจุดประสงค์ของเนื้อหาสื่อและตระหนักรู้ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่กระทบกับจุดประสงค์นั้น รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ชนชาติ และอื่น ๆ อีกทั้งรู้ว่าต้องการใช้เนื้อหาลักษณะใดและตระหนักรู้ถึงปัจจัยที่เชื่อมโยงกัน เช่น การนำเสนอผ่านสื่อ แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวสังคม เศรษฐกิจและการเมืองและแรงจูงใจที่ซ่อนอยู่ของผู้ผลิตเนื้อหาสื่อ และสุดท้ายคือ ผู้รู้เท่าทันสื่อจะสามารถตระหนักรู้ถึงปัจจัยด้านวัฒนธรรมซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการอ่านเนื้อหาของสื่อ

๒. การเพิ่มพูน (augment) ทักษะในฐานะผู้ใช้สื่อ (user skills) ผู้รู้เท่าทันสื่อสามารถหาที่มาของแหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่เหมาะสมเพื่อการศึกษาเพิ่มเติมในหัวข้อที่สนใจ รวมถึงความสามารถที่ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ

๓. การมีพลังอำนาจเปลี่ยนแปลง (influence) ทักษะในฐานะผู้สามารถผลิตสื่อ (producer skills) ผู้รู้เท่าทันสื่อสามารถเปลี่ยนผลกระทบหรือความหมายของสารจากสื่อได้อย่างรอบคอบ ตัวอย่างการรายงานข่าวทางโทรทัศน์ที่มีผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผู้รู้เท่าทันสื่อจะสามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมมาสนับสนุนได้ว่าข่าวใดเป็นข่าวที่รายงานให้เกิดผลกระทบเชิงลบเกินจริงหรือไม่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความรู้เรื่องข่าวนั้น ๆ

นอกจากนี้ มีนักวิชาการได้อธิบายถึงความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อไว้หลายคนเพื่อให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น ซึ่ง Hobbs^{๑๑๗} ได้อธิบายถึงความสามารถการรู้เท่าทันสื่อไว้ดังต่อไปนี้

๑. ความสามารถในการเข้าถึงสาร (ability to access message) หมายถึง ความสามารถในการถอดรหัสที่เป็นสัญลักษณ์ และสร้างคำศัพท์ รวมทั้งความสามารถในการแสวงหา จัดการ และการเก็บรักษาข้อมูลข่าวสาร เช่น การใช้หนังสือในการหาข้อมูล การเลือกและการใช้อ้างอิงจากแหล่งต่าง ๆ เป็นต้น อีกทั้งเป็นความสามารถในการใช้เครื่องมือในเทคโนโลยี เช่น วิดีโอ และคอมพิวเตอร์

๒. ความสามารถในการวิเคราะห์สาร (ability to analysis message) หมายถึง ทักษะการเข้าใจในการตีความ รวมถึงการกระทำในการจัดประเภท แนวคิดของงาน การกำหนดรูปแบบของงานโดยอนุมานเกี่ยวกับเหตุและผล การบอกถึงจุดประสงค์และมุมมองของผู้เขียน ความสามารถในการวิเคราะห์สารยังรวมถึงบริบททางประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ และสุนทรียะที่สารถูกสร้างหรือบริโภค

๓. ความสามารถในการประเมินสาร (ability to evaluate message) หมายถึง ความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับความเกี่ยวข้องและคุณค่าของสารสำหรับผู้อ่าน รวมถึงการใช้ความรู้ที่มีมาก่อนเพื่อแปลความของงาน เช่น การทำนายผลลัพธ์ที่นอกเหนือจากที่มีอยู่หรือ

^{๑๑๖}Aufderheide, Media Literacy. A Report of the National Leadership. Conference on Media Literacy. Queentown, MD, 7-9 December 1992, pp. 26-28.

^{๑๑๗}Hobbs, R., & Froast, R. (1999). Instructional Practices in Media Literacy Education and Their Impact on Students' Learning. New Jersey Journal of Communication, 6(2).pp. 123-148.

บทสรุปเชิงตรรกะ การบอกถึงค่านิยมในสาร และชื่นชมในคุณภาพอย่างสุนทรีย์ะของงาน ทักษะในการประเมินจะต้องใช้การมองโลก ความรู้ ทักษะ และค่านิยมของผู้เรียน

๔. ความสามารถในการใช้สารสื่อความหมาย (ability to communicate message) หมายถึง เป็นความสามารถเข้าใจผู้ชมผู้ฟังที่กำลังสื่อสารด้วย ความสามารถในการใช้อย่างมีประสิทธิภาพของสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย ความสามารถในการจัดการลำดับขั้นของความคิด และความสามารถในการจับความสนใจผู้รับสาร รวมถึงทักษะในการผลิตสื่อสำหรับการพิมพ์ เช่น การเรียนรู้การเขียนจดหมายและสะกดคำ การใช้ภาษาอย่างถูกต้องหลักไวยากรณ์ รวมถึงการพูด การเรียนรู้การจะติดต่อหรือแก้ไขงานของผู้อื่น และการผลิตวิดีโอและเสียง

Wan and Cheng ได้ระบุถึงความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ มี ๔ ประการ ได้แก่

๑. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (access information) คือ ทักษะในการอ่าน การหาแหล่งที่มา การเลือกและการจัดการข้อมูลข่าวสาร จากแหล่งข้อมูลที่มีความหลากหลาย เช่น สิ่งพิมพ์ วิดีโอ และอินเทอร์เน็ต

๒. การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร (analyze information) คือ การวิเคราะห์และการสำรวจว่าเนื้อหาสารถูกสร้างอย่างไร การวิเคราะห์นี้ต้องอาศัยทักษะต่าง ๆ เช่น การใช้ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ การตัดสินใจชนิดของผลงาน การอนุมานเหตุและผล การระบุจุดประสงค์ของผู้เขียน การรู้ถึงบริบทด้านสังคม การเมือง ประวัติศาสตร์ ความงามของศิลปะของข้อมูลข่าวสาร

๓. การประเมินข้อมูลข่าวสาร (evaluate information) คือ การประเมินเนื้อหาสารของสื่อโดยใช้หลักคุณธรรม จริยธรรม และประชาธิปไตยของตน รวมถึงทักษะอื่น ๆ เช่น การตัดสินใจมีความ มีประโยชน์ของสาร การใช้ความรู้ที่มีมาก่อนมาแปลความหมายผลงาน การระบุคุณค่าของสาร และการชื่นชมคุณภาพทางศิลปะของผลงาน

๔. การสื่อสารข้อมูลข่าวสาร (communicate information) คือ การแสดงความคิดเห็น หรือการสร้างสารของตนเองโดยใช้เครื่องมือและสื่อต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย รวมถึงการอ่าน การเขียนการพูด การเข้าใจผู้ชมผู้ฟัง การใช้สัญลักษณ์ในการแสดงความคิดเห็นในการติดต่อสื่อสาร การจัดการความคิดต่าง ๆ และการจับความสนใจของผู้ชมผู้ฟัง ซึ่งจะใช้ทักษะ เช่น การติดต่อ การทบทวนแก้ไข และการสร้างสารกับเครื่องมือและสื่อที่มีหลากหลาย^{๑๑๘}

Livingstone (2004, pp. 2-3) ได้อธิบายนิยามของการรู้เท่าทันสื่อไว้ใน What is media literacy? ว่าหมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง (access) การวิเคราะห์ (analyze) การประเมิน (evaluate) และการสร้างสรรค์เนื้อหาสาร (create Message) ทั้งนี้ นิยามการรู้เท่าทันสื่อของ Livingstone จะรวมถึงการรู้เท่าทันสื่อในสื่ออินเทอร์เน็ตด้วย รายละเอียดของความสามารถในแต่ละด้านตามทฤษฎีของ Livingstone มีดังนี้

๑. การเข้าถึง (access) การเข้าถึงเป็นนิยามที่ขึ้นอยู่กับกระบวนการทางสังคมที่เป็นพลวัตร กล่าวคือนิยามนั้นมีความเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมในแต่ละยุคสมัย การเข้าถึงซึ่งเป็นขั้นแรกของความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อนี้ คือการที่ผู้ใช้อยู่ในสภาวะ เงื่อนไขที่จะ

^{๑๑๘} Wan , G. & Cheng, H., *The Media-Savvy: Teaching Media Literacy Skills Grade 2-๖*. Illinois: Zephyr Prees, (2004).

เข้าถึงสื่อต่าง ๆ เช่น มีการอัพเดท อัพเกรด เพิ่มประสิทธิภาพฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในขั้นนี้ ได้แก่ ความไม่เท่าเทียมกันของประชากรในปัจจัยต่างๆ เช่น การครอบครองสินทรัพย์ ทุนทางสังคม ทุนทางสัญลักษณ์ ความไม่เท่าเทียมกันในเรื่องความรู้ในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต รวมถึงการสื่อสารและการมีส่วนร่วม

๒. การวิเคราะห์ (analysis) ความสามารถในการวิเคราะห์นี้ถือเป็นทักษะที่สำคัญในยุคปัจจุบันที่ผู้คนต้องไปเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กับทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อภาพและเสียง (audiovisual media) ในสื่อภาพและเสียง ความสามารถในการวิเคราะห์นี้ คือการมีความเข้าใจในองค์กร (agency) ประเภท (categories) เทคโนโลยี (technologies) ภาษา (languages) ภาพตัวแทน (representations) และผู้ชม

๓. การประเมิน (evaluate) ใน ๒ ขั้นแรกยังไม่ต้องใช้ความรู้ในการตัดสิน แต่ในขั้นนี้จะต้องมีการตัดสินเพิ่มมากขึ้น และอาจต้องเผชิญกับคำถามเชิงนโยบายที่ยากและจะต้องใช้หลักการต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจง หรือทางกฎหมายมาใช้ในการประเมินซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการรู้เท่าทันสื่อเชิงวิเคราะห์ (critical literacy) ทั้งนี้หลักการต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการตัดสินนั้นอาจเป็นหลักการเรื่องความงาม การเมือง อุดมการณ์ และเศรษฐกิจ ทั้งนี้ขอบเขตและจุดประสงค์ในการประเมินนั้นอาจจะมีลักษณะที่ขัดแย้งกันได้ อย่างไรก็ตามการรู้เท่าทันสื่อในทฤษฎีของลิฟวิงสโตนนั้นมุ่งที่จะสนับสนุนความเป็นประชาธิปไตย ความหลากหลายต่อต้านกระบวนการคิดวิธีการแบบชนชั้นนำ (anti-elitist approach) ที่มีลักษณะแบบจารีต มีการแบ่งแยกว่าสิ่งไหนดี สิ่งไหนเลวออกเป็นลำดับขั้น และมีลักษณะอำนาจนิยม และสนับสนุนการให้ข้อมูลและการสื่อสาร

๔. การสร้างสรรค์เนื้อหา (content creation) Livingstone มองว่าแก่นนิยามของการรู้เท่าทันสื่อในปัจจุบันอาจยังไม่รวมความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อมารวมด้วยทั้งหมด แต่ในทฤษฎีของ Livingstone นั้นการที่มนุษย์จะมีความเข้าใจในกฎต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างสรรค์สื่ออย่างมีอาชีพได้นั้น พวกเขาควรมีประสบการณ์ในการผลิตสื่อ นอกจากนี้ด้วยคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบันยังเปิดโอกาสให้คนธรรมดาทั่วไปได้ก้าวขึ้นมาเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาสื่อออนไลน์อีกด้วย^{๑๑๔}

Buckingham et al. (2005, p.6) ได้สรุปความสามารถของการรู้เท่าทันสื่อไว้ในรายงานเรื่อง “The Media Literacy of Children and Young People” ซึ่งนำเสนอต่อออฟคอม (Ofcom) ไว้ว่าประกอบด้วยทักษะ ๓ ด้าน ซึ่งสามารถสรุปใจความสำคัญ ได้ดังนี้

๑. การเข้าถึง (access) หมายถึง ความสามารถในการแสวงหาเนื้อหาของสื่อที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับสารเอง ความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยี ความสามารถใช้เครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีในการสื่อสารเพื่อค้นหาสารที่ต้องการ

๒. การเข้าใจ (understand) หมายถึง ความสามารถในการตีความ (interpret) ประเมินค่า (evaluate) ตระหนักรู้และเข้าใจในภาษาของสื่อ เช่น รู้ว่าอะไรคือภาพตัวแทน (representative) ที่สื่อสร้างขึ้น อะไรคือความจริง (reality) การรู้กลวิธีในการชักจูงใจในโฆษณา การมีความรู้ ความ

^{๑๑๔} Livingstone , S. (2004). What is Media Literacy?. Cited 2 May 2015, Available from https://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/livingstone_medialiteracy/livingstone_medialiteracy.pdf

เข้าใจเกี่ยวกับโลกเพิ่มมากขึ้น การรู้จักควบคุมอารมณ์อันเป็นผลจากการตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสื่อ สามารถตัดสินคุณค่าของสื่ออย่างวิพากษ์เมื่อพบเนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม อย่างเนื้อหาสื่อที่เต็มไปด้วย ความรุนแรง และความสามารถในการเข้าถึงสุนทรียศาสตร์ของสื่อแต่ละชนิด

๓. การสร้างสรรค์ (create) หมายถึง ความสามารถในการใช้เครื่องมือในการสื่อสาร ความสามารถในการผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ตลอดจนสื่อสมัยใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวตน ความคิดเห็นของตนเอง ประสบการณ์ในการผลิตความสามารถในการเข้าถึงและจัดการกับเทคโนโลยี^{๑๒๐}

สามารถขยายความในประเด็นต่างๆ จากสมรรถนะของการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลดังนี้

๑. การเข้าถึง (access) หมายถึง การค้นหาและใช้สื่อและเทคโนโลยีอย่างมีทักษะและใช้ ข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมและสำคัญกับผู้อื่น

๒. การวิเคราะห์และประเมิน (analyze and evaluate) คือ การเข้าใจเนื้อหาสารและการใช้ความคิดวิพากษ์เพื่อวิเคราะห์ถึงคุณภาพของสาร ความสัจจริง ความน่าเชื่อถือ และความคิดเห็น ขณะที่พิจารณาถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นหรือผลที่ตามมาของเนื้อหาสาร

๓. การสร้างสรรค์ (create) คือ การประกอบหรือการสร้างขึ้น ในที่นี้หมายถึงการสร้างสรรเนื้อหา และความมั่นใจในการแสดงออกทางความคิดของตนโดยที่ตระหนักถึงจุดประสงค์ ผู้ชม ผู้ฟัง และเทคนิคในการประกอบสร้าง

๔. การสะท้อนกลับ (reflect) คือ การนำมาประยุกต์ใช้อย่างมีความรับผิดชอบทางสังคม และมีจริยธรรมเพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์และประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งหมายรวมถึงการประพจน์และการปฏิบัติ

๕. การกระทำ (act) คือ การทำงานส่วนตนและส่วนรวมเพื่อแบ่งปันความรู้และแก้ปัญหา ในระดับครอบครัว การทำงาน ชุมชน รวมถึงการมีส่วนร่วมในฐานะสมาชิกของชุมชนท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศชาติ^{๑๒๑}

สามารถสรุปได้ว่าการเรียนรู้เท่าทันสื่อ มีองค์ประกอบที่สำคัญเรียงตามลำดับได้ ดังนี้

๑. ความสามารถในการเข้าถึงสื่อและสาร คือ ความสามารถในการแสวงหาแหล่งที่มา การเลือกและการจัดการ การคัดกรอง การถอดรหัสของข้อมูลข่าวสารในสื่อประเภทต่างๆ รวมถึง ความสามารถในการใช้สื่อและเทคโนโลยีต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต

๒. ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อและสาร คือ ความสามารถในการเข้าใจสื่อและเนื้อหาสาร สามารถตีความ จัดประเภท กำหนดรูปแบบของงาน โดยใช้การวิเคราะห์และอนุมานเหตุ และผล ซึ่งอาศัยพื้นฐานความรู้เดิม ประสบการณ์ และการตัดสินใจเกี่ยวกับสื่อและเนื้อหาสาร รวมถึง ความสามารถในการบอกจุดประสงค์ของผู้ผลิตสื่อได้

^{๑๒๐} Buckingham, D., Banaji, S., Burn, Andrew, Carr, Diane, Cranmer, Sue, and Willett, Rebekah. (2005). **The Media Literacy of Children and Young People: A review of the research literature on behalf of Ofcom.** Cited 2 May 2015. Available from http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/ml_children.pdf

^{๑๒๑} พรทิพย์ เย็นจะบก, **ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ**, (กรุงเทพฯ : ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด, ๒๕๕๒).

๓. ความสามารถในการประเมินสื่อและสาร คือ ความสามารถในการตัดสินคุณค่าและ ความมีประโยชน์ของสารต่อผู้รับสาร โดยใช้การประเมินสื่อและสารยึดหลักคุณธรรม จริยธรรมใน ตนเอง และยังอาศัยพื้นฐานความรู้เดิมที่มีมาแปลความหมายของสาร รวมถึงการระบุค่านิยมและ คุณค่าของสาร และชื่นชมคุณภาพของงานในเชิงสุนทรียะทางศิลปะ

๔. ความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อและสาร คือ ความสามารถในการเข้าใจและ ตระหนักรู้ถึงความสนใจของผู้รับสาร โดยสามารถสร้างสารที่เป็นรูปแบบของตนเองจากเครื่องมือและ สื่อที่หลากหลาย โดยใช้การจัดลำดับขั้นของความคิด การใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสาร และใช้ทักษะ การผลิตสื่อ เช่น การทบทวนแก้ไข การพิมพ์ การผลิตและตัดต่อวิดีโอ การพูด เป็นต้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อจึงสรุปได้ว่า ความเข้าใจในเรื่องการ รู้เท่าทันสื่อ เป็นความสามารถวิเคราะห์และอธิบายถึงปัจจัยทางด้านการเมือง สังคม เศรษฐกิจ ที่เข้า มาเกี่ยวข้องในการทำงานของอุตสาหกรรมสื่อ จุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร กระบวนการในการสร้าง ความหมายของสื่อ การถอดรหัสสาร ผลกระทบที่สื่อสร้างขึ้น วิธีการที่สื่อใช้ในการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย และสามารถเข้าถึงสุนทรียศาสตร์ในเนื้อหาสื่อที่ถูกผลิตขึ้น ส่วน “การนำไปใช้ในเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ” เป็นความสามารถประเมินคุณค่าเนื้อหาของสารในสื่อ ในแง่สุนทรียศาสตร์ คุณค่า ต่อตนเองและสังคม แสวงหา จัดการ และเรียกใช้ข่าวสารที่ต้องการ มีทักษะในการผลิตสื่อ สามารถ เลือกใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการสื่อความหมาย และทำความเข้าใจผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

๒.๗ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๗.๑ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายทั่วไป

ปาน กิมปี (๒๕๔๐)^{๑๒๒} ได้ศึกษาการพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียน เพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียนเพื่อ การพึ่งตนเองของชุมชน และเพื่อความเป็นไปได้และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครือข่ายการ เรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียนเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน โดยศึกษากรณีศึกษาเครือข่ายการเรียนรู้ ๓ เครือข่าย คือ กลุ่มออมทรัพย์ ตำบลคลองเปียง กลุ่มป้อมชุมชนสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ และ กลุ่มยุวเกษตรกรพัฒนา การวิจัยใช้วิธีการเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ เจาะลึก การสัมภาษณ์กลุ่ม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม รูปแบบเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียนเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน ที่ได้สังเคราะห์ที่ได้รับการตรวจสอบความเป็นไปได้และปัจจัย ความสำเร็จจากผู้ทรงคุณวุฒิโดยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า ๑) เครือข่ายการเรียนรู้มีการ พัฒนามาจากการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการด้านเศรษฐกิจของชุมชน โดยมีผู้นำชุมชนทำ หน้าที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีการใช้เครือข่ายสังคมเป็นศูนย์กลางการดำเนินงานภายในชุมชน และมีการขยายเชื่อมโยงกับองค์กรเครือข่ายในภาครัฐ เอกชน ชุมชน ธุรกิจ และองค์กรวิชาการ เพื่อ กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายการ พึ่งตนเองของชุมชนเป็นหลัก ๒) กิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียนที่พบในเครือข่ายการเรียนรู้ มีทั้ง

^{๑๒๒} ปาน กิมปี, การพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียนเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน, วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะครุศาสตร์, (บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐), บทคัดย่อ.

กิจกรรมในด้านการพัฒนาทักษะการเรียนรู้และแก้ปัญหาอันเป็นพื้นฐานการดำรงชีวิต ด้านพัฒนาข่าวสารข้อมูล และด้านพัฒนาทักษะและอาชีพโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน การเรียนรู้ด้วยตนเอง ตลอดจนการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นทางการ โดยองค์กรเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง กระบวนการเรียนรู้ประกอบด้วยการใช้ความรู้จากการศึกษาแบบทางการเสริมต่อการศึกษานอกโรงเรียนและการเรียนรู้ตามอัธยาศัย อันเป็นกระบวนการต่อเนื่อง และ ๓) ปัจจัยความสำเร็จของเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียนที่สำคัญ คือ ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเผยแพร่แนวคิดใหม่เกี่ยวกับการพัฒนา การให้ความสำคัญและความต่อเนื่องของรัฐต่อนโยบายการพัฒนาแบบพึ่งตนเองของชุมชน ความร่วมมือและการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความตระหนักในปัญหาของชุมชน การมีผู้นำชุมชนที่มีความสามารถในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของกลุ่ม การจัดกิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียนในรูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมกับการแก้ปัญหาของชุมชน ตลอดจนความสามารถในการประสานเชื่อมโยงกับองค์กรเครือข่าย โดยเน้นกระบวนการจัดการเรียนรู้เพื่อการพึ่งตนเอง

ณัฐลิดา ระหา (๒๕๔๒)^{๑๒๓} ได้ศึกษากระบวนการพัฒนาเครือข่ายครูเพื่อเด็กเพื่อชุมชน จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาเครือข่ายครูเพื่อเด็กเพื่อชุมชนจังหวัดสงขลา ในด้านวิธีการสร้างเครือข่ายครู ด้านโครงสร้างเครือข่ายครู ด้านการดำเนินงานของเครือข่ายครู ด้านปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการพัฒนาเครือข่ายครู ผลการวิจัยพบว่า ๑) วิธีการสร้างเครือข่าย เกิดจากครูที่มีอุดมการณ์ในการจัดการศึกษาที่คล้ายคลึงกัน มีองค์กรเอกชนและรัฐบาลสนับสนุนให้เกิดเวทีเครือข่าย พัฒนาการของเครือข่ายปี ๒๕๓๒ – ๒๕๓๔ เป็นระยะก่อตั้งของกลุ่มออมทรัพย์ ปี ๒๕๓๔ – ๒๕๓๗ เกิดเครือข่ายครูเพื่อเด็กเพื่อชุมชนและขยายไปสู่กิจกรรมการจัดการศึกษาโดยเน้นหลักสูตรท้องถิ่น ปี ๒๕๓๗ – ๒๕๔๑ เป็นระยะการขยายเครือข่ายโดยมีนโยบายคือต้องการรวมกลุ่มเพื่อแก้ไขปัญหาการจัดการศึกษาที่ไม่ตอบสนองต่อท้องถิ่น มีเป้าหมายคือการจัดการศึกษาเพื่อเชื่อมประสานระหว่างโรงเรียนกับชุมชน มีแนวการดำเนินงานโดยใช้หลักการประสานงานและพึ่งตนเอง มีปัจจัยสนับสนุนคือ มีผู้นำบุคลากร และองค์กรชุมชนให้การสนับสนุนสภาพโดยรวมของเครือข่ายการจัดการเครือข่ายใช้เครือข่ายสังคม ในการดำเนินกิจกรรม กิจกรรมที่ดำเนินการคือ การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับเด็กและชุมชน และนำประสบการณ์สะท้อนออกมาเป็นหลักสูตรท้องถิ่น สภาพเครือข่ายที่ต้องการในอนาคต ต้องการให้มีการสนับสนุนงบประมาณ และกฎระเบียบของราชการต้องผ่อนคลายลง ศักยภาพของเครือข่าย คือ ความมีอุดมการณ์ร่วมกันและมีการพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันอยู่เสมอ ข้อด้อยของเครือข่ายขาดการเก็บหลักฐานการทำงาน ๒) โครงสร้างเครือข่าย ขนาดกลุ่มที่ปรึกษามี ๒-๓ คน กลุ่มของผู้นำมี ๗-๑๕ คน ความสัมพันธ์กับโรงเรียน ชุมชนเครือข่าย และเพื่อนสมาชิก แสดงบทบาทโดยให้คำปรึกษา ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ สิ่งที่มีการแลกเปลี่ยนกันในเครือข่าย คือ คน ความรู้ และทรัพยากร ลักษณะความสัมพันธ์เป็นแบบแนวราบ ความถี่ในการติดต่อสื่อสาร ๑-๒ สัปดาห์ต่อครั้ง ระยะเวลาความสัมพันธ์ ๑-๘ ปี

^{๑๒๓} ณัฐลิดา ระหา, การศึกษากระบวนการพัฒนาเครือข่ายครูเพื่อเด็กเพื่อชุมชนจังหวัดสงขลา, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาประถมศึกษา คณะครุศาสตร์ (บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒), บทคัดย่อ.

การประสานงานในเครือข่ายใช้โทรศัพท์และปากต่อปากมากที่สุด เนื้อหาที่ติดต่อสื่อสาร คือ การศึกษา เศรษฐกิจ สังคม การเมือง ศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารไม่มีการกำหนดแน่นอน ปัญหาในการพบปะคือ เวลาซ้ำซ้อนกับงานราชการ ผลของปฏิสัมพันธ์ โครงสร้างเครือข่าย สมาชิกได้พัฒนาเรื่องรูปแบบและเทคนิคการสอน ได้พัฒนาตนเองในด้านความรู้ความคิด ๓) การดำเนินงานของเครือข่าย กิจกรรมเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ มีการประชุมสัมมนา และศึกษาดูงานทั้งในและนอกพื้นที่ร่วมกับเครือข่ายระดับชาติอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง กิจกรรมการหาทรัพยากร และกิจกรรมพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่น พบว่า มีการดำเนินการน้อย กิจกรรมเพื่อขยายและสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย พบว่า ดำเนินการร่วมกันโดยไม่แยกออกจากกิจกรรมอื่น โดยดำเนินการในรูปกิจกรรมการทอดผ้าป่าพันธุ์ไม้ และ ๔) ปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการพัฒนาเครือข่าย ระเบียบราชการ เวลาซ้ำซ้อนกับงานประจำ ขาดเงินทุน

ณัฏฐา คุ่มบาง (๒๕๔๖)^{๑๒๔} ได้ศึกษาการดำเนินงานของชมรมครูเครือข่ายปฏิรูปการเรียนรู้ สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการดำเนินงานของชมรมครูเครือข่ายปฏิรูปการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานของชมรมครูเครือข่ายปฏิรูปการเรียนรู้มีนโยบายเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของครูให้สอดคล้องกับการปฏิรูปการเรียนรู้ สภาพการดำเนินกิจกรรม ๓ กิจกรรม คือ กิจกรรมสร้างกระบวนการเรียนรู้ด้วยวิธีการสร้างศรัทธา การสาธิตรูปแบบการสอน การร่วมคิดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และการติดตามประเมินผลตลอดกระบวนการ ปัญหาที่พบคือ สมาชิกมีเวลาไม่เพียงพอในการเข้าร่วมกิจกรรม งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมไม่เพียงพอ กิจกรรมการหาทรัพยากรให้กับสมาชิกในชมรม เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของชมรมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทรัพยากรที่จัดหาคือ อุปกรณ์และงบประมาณ ปัญหาที่พบคือ ทรัพยากรที่ไม่ได้รับความสนใจและมีจำนวนจำกัด กิจกรรมเพื่อขยายและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชมรม โดยใช้กิจกรรมหรืองานต่าง ๆ ของชมรมเป็นเครื่องมือในการหาสมาชิก สร้างศรัทธาเพื่อให้ครูร่วมเป็นสมาชิกของชมรมและแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการปฏิรูปการเรียนรู้ ปัญหาที่พบคือ สมาชิกมีจำนวนมาก ดูแลไม่ทั่วถึง สมาชิกอยู่ไกล วิธีสร้างเครือข่ายของชมรมครูเครือข่ายปฏิรูปการเรียนรู้ สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดปทุมธานี เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มครูจัดเป็นกลุ่ม มีครูต้นแบบขยายผลในลักษณะครูเครือข่าย ทำให้มีสมาชิกเพิ่มจำนวนมากขึ้น โครงสร้างเครือข่ายชมรมครูเครือข่ายปฏิรูปการเรียนรู้ ประกอบด้วยผู้สนับสนุนชมรม คณะกรรมการชมรม สมาชิกชมรม แสดงบทบาทร่วมกันในการวางแผนจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ปัญหาการสร้างเครือข่ายปฏิรูปการเรียนรู้ที่พบคือ การใส่ใจของผู้บริหารที่จะสนับสนุนครูให้เข้ารับการอบรม สัมมนาจากชมรม ฯ การไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของครู ภาระหน้าที่ของครูที่ต้องรับผิดชอบต่อครอบครัว สุขภาพ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางและชมรมไม่มีงบประมาณเพียงพอในการสนับสนุนการดำเนินงานของชมรม

^{๑๒๔} ณัฏฐา คุ่มบาง, การศึกษาการดำเนินงานของชมรมครูเครือข่ายปฏิรูปการเรียนรู้ สังกัดสำนักงานการประถมศึกษา จังหวัดปทุมธานี, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาประถมศึกษา คณะครุศาสตร์, (บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๖), บทคัดย่อ.

๒.๗.๒ งานวิจัยเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์วิถีพุทธ

พระครูขันตวิโรภาส ขนติโก (๒๐๑๘) พุทธความรู้ในสังคมออนไลน์^{๑๒๕} สังคมออนไลน์ มีประเด็นเชื่อมโยงกันอย่างสมเหตุสมผลเมื่อได้อ่านพุทธประวัติและอนุพุทธประวัติจะเห็นประเด็นจุดเริ่มต้นการแสวงหาความรู้และกระบวนการแสวงหาความรู้ตลอดถึงวิธีการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความรู้ในสังคมออนไลน์ ความคิดสร้างสรรค์การแก้ไขปัญหา ภาวะผู้นำในการแสวงหาความรู้และความรู้ในการรักษาชีพของตนที่ไม่ขัดแย้งกับหลักพระธรรมวินัยและกฎหมายบ้านเมือง ทางพุทธศาสนาเรียกว่า ความรู้ทางสายกลาง ต่างแต่ว่าสังคมออนไลน์เป็นสังคมที่รู้จักความรู้ชั่วคราวเพราะเป็นความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่อยู่ตลอดเวลาและเป็นไปเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์

ศุภจิตา พรหมพยัคฆ์ และคณะ (๒๐๑๘) การพัฒนาระบบการพัฒนาครูออนไลน์วิถีพุทธ เพื่อเสริมสมรรถนะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ระบบการพัฒนาครูออนไลน์ ครูออนไลน์วิถีพุทธ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร^{๑๒๖} การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาองค์ประกอบ ๒) พัฒนา ๓) ทดลองใช้และ ๔) รับรองระบบพัฒนาครูออนไลน์วิถีพุทธเพื่อเสริมสมรรถนะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเอกสาร การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยและพัฒนา ทำการพัฒนาระบบด้วยเทคนิคเดลฟายที่ใช้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความเชี่ยวชาญ ๑) ด้านการศึกษา ๒) ด้านการพัฒนาครู และ/หรือ การอบรมที่เน้นตามแนววิถีพุทธ และ ๓) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จำนวน ๓๐ คน และใช้กลุ่มตัวอย่างในการหาศึกษาคุณภาพ ประสิทธิภาพ ผลสัมฤทธิ์หลังอบรม และความพึงพอใจจากผู้เข้าอบรมที่เป็นครูสังกัดสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร จำนวน ๓๓ คน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร้อยละ การเปรียบเทียบ E๑/E๒ และ t-test dependent ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของระบบพัฒนาครูออนไลน์วิถีพุทธเพื่อเสริมสมรรถนะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร แบ่งออกเป็น ๕ องค์ประกอบหลัก ๑๗ องค์ประกอบย่อย โดยผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุดทุกองค์ประกอบ และผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันทุกองค์ประกอบ กิจกรรมการอบรมที่พัฒนาตามระบบพัฒนาครูออนไลน์วิถีพุทธฯ มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=๔.๔๓, S.D.=๐.๗๒) มีประสิทธิภาพที่ ๙๕.๓๑/๘๕.๖๑ ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้เข้าอบรมมีผลสัมฤทธิ์หลังการอบรมด้วยระบบพัฒนาครูออนไลน์วิถีพุทธฯ สูงกว่าก่อนอบรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจต่อการทดลองใช้ระบบด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=๔.๕๒, S.D.=๐.๖๐) ด้านความเหมาะสมของโครงการ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=๔.๖๔, S.D.=๐.๕๒) ด้านวิทยากร อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=

^{๑๒๕} พระครูขันตวิโรภาส ขนติโก, พุทธความรู้ในสังคมออนไลน์. วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์, ๓(๓) (๒๐๑๘), หน้า ๑๐๒-๑๐๙. <https://soo๒.tci-thaijo.org/index.php/EDMCU/article/view/๑๔๔๕๒๖>

^{๑๒๖} ศุภจิตา พรหมพยัคฆ์ และคณะ, การพัฒนาระบบการพัฒนาครูออนไลน์วิถีพุทธเพื่อเสริมสมรรถนะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ระบบการพัฒนาครูออนไลน์ ครูออนไลน์วิถีพุทธ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts) Vol. 11 No. 2 (2018): ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ (พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๖๑), หน้า ๒๘๓๕-๒๘๕๒. <https://he๐๒.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/๑๔๕๒๐๘>

๔.๖๒, S.D.=๐.๕๑) ด้านโค้ช อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=๔.๖๓, S.D.=๐.๕๓) ผู้ทรงคุณวุฒิให้การรับรองและระบบพัฒนาครูออนไลน์วิถีพุทธฯ โดยมีความเหมาะสมในการนำไปใช้อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=๔.๗๔, S.D.=๐.๔๖)

พระทัตทอง อธิธมโม และคณะ (๒๕๖๓) พุทธวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนโรงเรียนจตุรพักตรพิมานรัชดาภิเษก^{๑๒๗} เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อศึกษาสถานการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนโรงเรียนจตุรพักตรพิมานรัชดาภิเษก ๒) เพื่อศึกษาหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่สอดคล้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนโรงเรียนจตุรพักตรพิมานรัชดาภิเษก ๓) เพื่อเสนอพุทธวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนโรงเรียนจตุรพักตรพิมานรัชดาภิเษก เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ พระสงฆ์และนักวิชาการทางพระพุทธศาสนา จำนวน ๑๐ รูป/คน และนักเรียนโรงเรียนจตุรพักตรพิมานรัชดาภิเษก จำนวน ๓๐ คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ตามหลักวิธีอุปนัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์ปัญหาที่พบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนเป็นเรื่องของการรู้ไม่เท่าทันข่าวลวง ติดสื่อลามก และมีพฤติกรรมการขาดสติในการใช้งาน ผลกระทบที่ตามมา คือ สุขภาพ การศึกษา การพบปะกันทางสังคม และมีพฤติกรรมที่เลียนแบบบุคคลตามสื่อสังคมออนไลน์ พุทธวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ การควบคุมตนเองด้วยหลักอินทริยสังวร การเรียนรู้หลักกาลามสูตรให้เป็นเครื่องมือป้องกันการหลงเชื่อข่าวลวงที่แพร่สะพัดจากสื่อสังคมออนไลน์ และการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ตามหลักโยนิโสมนสิการ โดยคิดค้นหาสาเหตุที่เกิดขึ้นก่อน สืบค้นหาสาเหตุที่แท้จริง แล้วแยกส่วนจนเข้าใจส่วนที่ดีหรือไม่ดีได้

สำราญ สมพงษ์ และคณะ (๒๕๖๔)^{๑๒๘} กระบวนการสื่อสารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก เพื่อส่งเสริมสันติภาพของพระสงฆ์โดยพุทธสันติวิธี มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการสื่อสารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ไทยในยุคปัจจุบันและกระบวนการสื่อสารเพื่อสันติภาพ ๒) ศึกษาพุทธสันติวิธีที่ส่งเสริมกระบวนการสื่อสารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ไทย ๓) นำเสนอกระบวนการสื่อสารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กเพื่อส่งเสริมสันติภาพของพระสงฆ์โดยพุทธสันติวิธี โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเน้นการค้นคว้าเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วยนักวิชาการด้านศาสนาและพุทธสันติวิธี นักวิชาการด้านสันติวิธี นักสื่อสารมวลชน และนักวิชาการด้านสังคม จำนวน ๙ รูป/คน ผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยพบว่า สภาพปัญหาการสื่อสารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ไทยยุคปัจจุบัน มีเนื้อหาขัดต่อหลักวาจาสุภาชีอยู่บ้าง ทั้งเพิกนินส์ คำเกลียดชัง คำเหยียดหยาม โพสต์ไร้ประโยชน์ในลักษณะเลียนแบบขบวนการวาทศิลป์ เกิดจากขาดสติไม่รับผิดชอบต่อสังคม ความรู้รองรับสื่อใหม่ ไม่พัฒนาทักษะประกอบสารให้โดนใจ ไม่สร้างเครือข่ายทำงานเป็นทีม ดังนั้น

^{๑๒๗} พระทัตทอง อธิธมโม และคณะ (๒๕๖๓) พุทธวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนโรงเรียนจตุรพักตรพิมานรัชดาภิเษก. วารสารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ มีนาคม - เมษายน ๒๕๖๓. หน้า ๖๔๕-๖๕๕. <https://soo๓.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/๒๓๖๔๖๖>

^{๑๒๘} สำราญ สมพงษ์ และคณะ, กระบวนการสื่อสารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก เพื่อส่งเสริมสันติภาพของพระสงฆ์โดยพุทธสันติวิธี, วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑, (๒๐๒๑): มกราคม - กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔. หน้า ๒๗๖-๒๘๙. <https://soo๓.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/๒๔๘๗๑๗/๑๖๘๓๗๑>

พระสงฆ์ไทยจึงต้องปรับทัศนคติแสวงหาองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับทฤษฎีการสื่อสาร ทั้งทฤษฎี SMCR ของ เดวิด เค. เบอร์โล ทฤษฎี ๕W๑H ของ ฮาโรลด์ลาสเวลล์ ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อสันติภาพ “๔N” ของ โยฮัล กันตุง และทฤษฎีการสื่อสารเพื่อสันติ “NVC” ของ มาร์แชล โรเซนเบิร์ก โดยมีพระสงฆ์ ๔ รูปเป็นต้นแบบ พร้อมนำหลักพุทธสันติวิธีคือ “วาจาสุภาสิต” มาบูรณาการ เสริมด้วยหลักธรรมทั้ง เมตตา กรุณา ขันติธรรม โดยมีสติเป็นฐาน ตาม ๗ส.(สงฆ์ส่งสารสื่อสารสุขสากล) โมเดล ตามด้วย วิเคราะห์ประเมินตัวเองและผู้รับสารด้วยหลักโยนิโสมนสิการ สังเกตข้อเท็จจริง ความรู้สึก ความต้องการประกอบสารที่มีเนื้อหาจริง ไพเราะ เหมาะกาล ประสานผลประโยชน์ รวมถึงหลัก “๔N” และ “NVC” ออกแบบเนื้อหาให้เหมาะกับเฟซบุ๊ก แล้วส่งในเชิงขอร้อง ทุกขั้นตอนต้องมีสติ ไร้อคติ มีเมตตา กรุณา ระดับสากล จึงทำให้การสื่อสารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กส่งเสริมสันติภาพเกิดสันติสุขสากล

พระครูสมุห์มานิตย์ ญาณธโร และคณะ (๒๕๖๒) การประยุกต์หลักพุทธธรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับพระนิสิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่^{๑๒๙} การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ๓ ประการ คือ ๑) เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีในการสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ ๒) เพื่อศึกษาบริบทการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของพระนิสิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขต เชียงใหม่. ๓) เพื่อเสนอแนวทางประยุกต์หลักพุทธธรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับนิสิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขต เชียงใหม่ผลการวิจัยพบว่าการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์โดยขาดการควบคุมเอาใจใส่ดูแล ย่อมส่งผลกระทบต่อภาวะจิตใจ ทั้งยังมีผลกระทบระยะยาวต่อตัวผู้บริโภคนั้นไม่ว่าจะอยู่ในช่วงวัยใด จิตแพทย์เผย สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย เช่น เว็บไซต์ที่มีความรุนแรง (Violent), โป๊ – เปลือย (Sex), การพนัน (Gambling), เกมส์ (Games), ฯลฯ ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ ทำให้เกิดผลกระทบทางลบ โดยตรงและทางอ้อมแก่สังคม พระนิสิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขต เชียงใหม่ ผู้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมย่อมได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน การวิจัยครั้งนี้เพื่อให้เกิดภาพที่ชัดเจนในประเด็นการประยุกต์พุทธธรรม มัชฌิมาปฎิปปา ในการใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์สำหรับพระนิสิตมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ ในเรื่อง เป็นการศึกษาว่าเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ได้มีบทบาทเกี่ยวข้องกับพระนิสิตฯ ทั้งในด้านการศึกษาและการประกาศพระธรรมคำสอนมากน้อยเพียงใด มีความจำเป็นมากน้อยเท่าใดในการนำพุทธธรรมมาประยุกต์ ในการใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์สำหรับพระนิสิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขต เชียงใหม่. อีกทั้งมีทัศนคติต่อเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ในการศึกษาและการประกาศหลักธรรมคำสอนอย่างไร

ปาริณันท์ ปางทิพย์อำไพ (๒๕๖๓) แนวทางการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคมออนไลน์เชิงพุทธบูรณาการ^{๑๓๐} การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ ๑) ศึกษาสภาพปัจจุบันของ

^{๑๒๙} พระครูสมุห์มานิตย์ ญาณธโร และคณะ, การประยุกต์หลักพุทธธรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับพระนิสิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่, วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๑ มกราคม – มิถุนายน ๒๕๖๒, หน้า ๑๙๙-๒๑๖. <https://soo๒.tci-thaijo.org/index.php/JBS/article/view/๑๖๙๔๘๒>

^{๑๓๐} ปาริณันท์ ปางทิพย์อำไพ, แนวทางการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคมออนไลน์เชิงพุทธบูรณาการ, วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓), หน้า ๔๓๖-๔๔๙. <https://soo๔.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/๒๓๕๕๑๒/๑๖๓๗๐๓>

การคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคมออนไลน์ ๒) ศึกษาหลักการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยตามแนวพระพุทธศาสนาเถรวาท ๓) เสนอแนวทางการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคมออนไลน์เชิงพุทธบูรณาการ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการศึกษาด้านเอกสารและการศึกษาภาคสนาม เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ (Interview Guidelines) และแนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม (Group Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก ๒๐ คนและสนทนากลุ่ม ๑๐ คนโดยเลือกแบบเจาะจง และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคมออนไลน์เชิงพุทธบูรณาการ เป็นไปตามกระบวนการของ LOVE Model ที่แบ่งเป็น ๒ ส่วนคือ องค์ประกอบภายนอก (ปรโตโฆสะ) ที่เริ่มด้วยการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน จากบุคคลต่างๆ ในสังคมที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วย โดยบุคคลเหล่านั้นจะต้องทำหน้าที่ของตนอย่างครบถ้วนตามหลักการสัมพันธภาพในทศ ๖ และองค์ประกอบภายใน (โยนิโสมนสิการ) ที่เป็นการคิดวิเคราะห์รอบด้านอย่างถี่ถ้วนของเด็กและเยาวชน จากข้อมูลที่ได้เรียนรู้จากบุคคลอื่นที่เป็นปัจจัยภายนอก ผวนวกกับประสบการณ์เชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้น แล้วใช้วิธีพิจารณาทางปัญญาตามหลักโยนิโสมนสิการ จะเห็นได้ว่าการปฏิบัติตามแนวทางการคบเพื่อน เป็นกระบวนการพัฒนาปัญญาที่อาศัยองค์ประกอบทั้งสองส่วน ในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเด็กและเยาวชน รวมถึงเป็นการลดปัญหาและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ภัยออนไลน์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

พุทธชาติ แผนสมบุญและคณะ (๒๐๑๘) ผลการพัฒนาระบวนการสร้างค่านิยมและพฤติกรรมต้นแบบการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ตามแนวพุทธจิตวิทยาของสามเณร^{๓๓๑} บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มุ่งศึกษาผลการพัฒนาระบวนการสร้างค่านิยมและพฤติกรรมต้นแบบการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตามแนวพุทธจิตวิทยาของสามเณร เก็บข้อมูลโดยผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา คณาจารย์ และสามเณร พื้นที่ในการวิจัย โรงเรียนปริยัติธรรมวัดพระธาตุแช่แห้ง จังหวัดน่าน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยเมื่อวิเคราะห์ตามกรอบทฤษฎี ๔ พบว่า (๑) ด้านกายภาพ สามเณรใช้สื่อเพื่อพัฒนาตนเองมากกว่าเพื่อความบันเทิง สามารถควบคุมตนเองในการใช้สื่อ และคำนึงถึงประโยชน์ต่อตนเองอย่างสร้างสรรค์ (๒) ด้านศีล ใช้คำพูดสุภาพในการสื่อสาร ใช้สื่อเพื่อส่งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ มีความระมัดระวังการใช้ให้ถูกกาลเทศะและใช้เพื่อสร้างสัมพันธภาพ (๓) ด้านจิตใจ ฝึกเจริญสติและสมาธิ เพื่อให้มีความมั่นคงทางด้านอารมณ์ มีการควบคุมตนเองในการใช้สื่อ ๓ ด้าน ควบคุมตนเองจากอิทธิพลของเพื่อน ผู้ปกครอง และมีการรับรู้ด้วยตนเอง (๔) ด้านปัญญา จากการฝึกปฏิบัติผ่านโครงการทำให้ได้ประสบการณ์ตรงรู้จักประโยชน์ที่แท้จริงของสื่อ พร้อมทั้งเกิดการสร้างวัฒนธรรมองค์กรใหม่ในสถานศึกษา นอกจากนี้ ยังพบการเปลี่ยนแปลงเชิงประจักษ์ด้านภาวะผู้นำในกลุ่ม ด้านการสร้างสมาชิกเครือข่าย และด้านการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมที่ยั่งยืน

^{๓๓๑} พุทธชาติ แผนสมบุญ และคณะ, ผลการพัฒนาระบวนการสร้างค่านิยมและพฤติกรรมต้นแบบการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ตามแนวพุทธจิตวิทยาของสามเณร, วารสารการบริหารท้องถิ่น, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๓ (๒๐๑๘), หน้า ๓๙-๕๖. <https://soo๔.tci-thaijo.org/index.php/colakkujournals/article/view/๑๔๗๕๔๗/๑๐๘๖๔๓>

พระมหานิต สิริวัฒนโน (๒๐๑๕) รูปแบบและกระบวนการสื่อสารพุทธธรรม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระสงฆ์ ในสังคมไทย^{๑๓๒} มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อ ๑) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารพุทธธรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ ในสังคมไทยและ ๒) เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการสื่อสารพุทธธรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระสงฆ์ ในสังคมไทย ตลอดจนถึงเพื่อนำเสนอรูปแบบและกระบวนการสื่อสารพุทธธรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระสงฆ์, และเป็นรูปแบบ สื่อมัลติมีเดีย มีความทันสมัยทันสมัยต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน ส่วนเนื้อหาของธรรมะ มีการนำเสนอทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาบาลี การนำเสนอสำนวนหลักพุทธธรรมมาใช้ มี ๕ ประเภท คือ พุทธศาสนสุภาษิต สุภาษิต คำคม คำกลอน และการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อเผยแพร่ธรรมะ กระบวนการสื่อสารพุทธธรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ในสังคมไทย

สมบุญ วัฒนา (๒๕๖๔) พระพุทธศาสนาแบบไทยกับสื่อสังคมออนไลน์^{๑๓๓} โลกยุคศตวรรษที่ ๒๑ เป็นยุคแห่งสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งได้สร้างประโยชน์ให้มนุษย์อย่างมหาศาลแต่ก็สร้างโทษให้อย่างมหันต์เช่นกันหากใช้ในทางที่ผิด ปรากฏการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นทั่วโลก ประเทศไทยก็ตกอยู่ในสถานการณ์เช่นนั้น ประเทศไทยมีประชากรโดยส่วนมากนับถือพระพุทธศาสนาเป็นหลัก และพระพุทธศาสนาเป็นคำสอนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อความผาสุกของมนุษย์ได้ บทความนี้จึงมีความประสงค์อภิปรายพุทธธรรมเพื่อประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทางที่ผิด โดยจะยกกรณีตัวอย่างของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ไทยเป็นตัวอย่างในการประยุกต์พุทธธรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความผาสุก พระสงฆ์ไทยได้ใช้หลักพุทธธรรมไตรสิกขาซึ่งเป็นหลักแห่งทางสายกลางในการใช้สื่อสังคมออนไลน์แบบไม่เป็นเหยื่อและทาสของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเรียกการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยประยุกต์พุทธธรรมนี้ว่าเป็นปรากฏการณ์การของพระพุทธศาสนาแบบไทยกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ที่จะเป็นตัวช่วยให้กับไม่ใช่แต่เพียงพระสงฆ์เท่านั้นแต่ยังจะสามารถประยุกต์ใช้กับสังคมแบบฆราวาสได้ด้วยหากตั้งใจปฏิบัติจริงจึงเพื่อความผาสุกอย่างยั่งยืน

พระมหาทวี ละลง (๒๐๑๘) ทฤษฎีเชิงพุทธเพื่อการใช้ชีวิตในสังคมออนไลน์^{๑๓๔} สื่อออนไลน์เป็นสิ่งที่มนุษย์ขาดเสียไม่ได้ในยุคปัจจุบัน เพราะมีความเกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตของตนเองไปจนถึงบุคคลอื่น ตลอดจนถึงสังคมที่แต่ละคนเกี่ยวข้องอยู่ ซึ่งไม่ว่าสังคมจะอยู่ในภาวะการณ์ใดก็ตามสื่อออนไลน์ก็มีได้อยู่ในภาวะที่หยุดนิ่งแต่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา พระพุทธศาสนามีหลักการและแนวทางปฏิบัติสำหรับการใช้ชีวิตในสังคมออนไลน์ คือต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจและเคารพในตนเองและผู้อื่น บนหลักการของเหตุและผลตามความเป็นจริงอันจะก่อให้เกิดปัญญาสร้างสรรค์และนำไปสู่การกระทำที่ดีงามทั้งต่อตนเองและผู้อื่น

^{๑๓๒} พระมหานิต สิริวัฒนโน, รูปแบบและกระบวนการสื่อสารพุทธธรรม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ ในสังคมไทย. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่, ๑๖ (๒), (๒๐๑๕), หน้า ๗๕-๘๖. <https://soo๕.tci-thaijo.org/index.php/cmrrresearch/article/view/๒๐๕๐๕๘/๑๔๙๖๘๗>

^{๑๓๓} สมบุญ วัฒนา, พระพุทธศาสนาแบบไทยกับสื่อสังคมออนไลน์, วารสาร มจร การพัฒนาลังคม, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๒ (๒๕๖๔): พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๖๔, หน้า ๑๐-๒๒. <https://soo๖.tci-thaijo.org/index.php/JMSD/article/view/๒๕๑๒๓๐>

^{๑๓๔} พระมหาทวี ละลง, ทฤษฎีเชิงพุทธเพื่อการใช้ชีวิตในสังคมออนไลน์, วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์. ๑๓ (๓), (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๐), หน้า ๑๖-๒๘. <https://soo๒.tci-thaijo.org/index.php/JGSR/article/view/๑๔๑๖๙๗/๑๐๕๐๐๐>

อัคราดี ทองอินทร์ และคณะ (๒๐๑๐) การพัฒนาบริการสารสนเทศออนไลน์เพื่อการวิจัยในสาขาวิชาพระพุทธ ศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่^{๑๓๕} การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเด็นการวิจัยทางพระพุทธศาสนาของนิสิตปริญญาโท สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ และพัฒนาบริการสารสนเทศออนไลน์เพื่อการวิจัยของนิสิตฯ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ รหัส ๔๕ - ๔๙ ที่ลงทะเบียน ในภาคเรียนที่ ๑ / ๒๕๕๑ จำนวน ๘๒รูป / คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ ๑)แบบสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นการวิจัยทางพระพุทธศาสนาและความต้องการบริการสารสนเทศออนไลน์เพื่อการวิจัย ๒) โปรแกรมจัดทำฐานข้อมูลประวัตินิสิต ๓) โปรแกรมพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจัดทำเว็บไซต์บริการสารสนเทศออนไลน์เพื่อการวิจัย ๔)แบบสอบถาม เพื่อประเมินการให้บริการสารสนเทศออนไลน์เพื่อการวิจัยผลการศึกษาพบว่า หัวข้อวิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการศาสนศึกษา การเผยแผ่พระพุทธศาสนา การปกครองคณะสงฆ์ การสาธารณสงเคราะห์และการสาธารณูปการส่วนความต้องการบริการสารสนเทศออนไลน์ในระดับมากที่สุด ได้แก่การตอบคำถามไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์บริการแนะแหล่งสารสนเทศ บริการจัดทำสาระสังเขปบริการแฟ้มรวมเรื่อง บริการค้นคืนสารสนเทศ และบริการรวบรวมบรรณานุกรม ผลการพัฒนาเว็บไซต์๑)ลำดับหัวข้อวิทยานิพนธ์และหัวเรื่องของวิทยานิพนธ์เรียงตามอักษรผลการสืบค้นข้อมูลจะปรากฏในรูปแบบรายการบรรณานุกรมแบ่งตามประเภทของทรัพยากรสารสนเทศ คือ รายงานการวิจัยภาษาไทย บทความภาษาไทย บทความภาษาอังกฤษ วิทยานิพนธ์ภาษาไทย หนังสือภาษาไทย หนังสือภาษาบาลี-สันสกฤตหนังสือภาษาอังกฤษ หนังสืออ้างอิงภาษาไทย หนังสืออ้างอิงภาษาบาลี-สันสกฤต และหนังสืออ้างอิงภาษาอังกฤษ โดยมีเนื้อหาโดยย่อของรายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือและมีเนื้อหาฉบับเต็มของบทความวารสาร๒)แนะนำแหล่งสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ตโดยรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ด้านพระพุทธศาสนาพร้อมบรรณนิทัศน์ ๓)จัดบริการตอบคำถามไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์แบบเว็บฟอรัม ผลการประเมินการใช้งานเว็บไซต์ ด้านการเข้าถึงสารสนเทศ การใช้งานง่าย ความถูกต้อง น่าเชื่อถือความเหมาะสมของเนื้อหา และความน่าสนใจในการนำเสนอ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับดี

พระครูภัทรธรรมคุณ อติภโท พระครูสุนทรธัญรักษ์ บุญพร (๒๕๕๘) การประยุกต์พุทธวิธีการเผยแผ่ธรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์^{๑๓๖} พระพุทธเจ้าทรงเผยแผ่พระพุทธศาสนาด้วยทรงเห็นว่าสัตว์ทั้งหลายผู้มียกเลสน้อยก็มี มียกเลสมากก็มี มีอินทรีย์แก่กล้าก็มี มีอินทรีย์อ่อนก็มีบางพวกสอนให้รู้ได้ง่าย บางพวกสอนให้รู้ได้ยากจากแนวคิดนี้พระพุทธองค์ทรงพิจารณาถึงผู้ฟัง หรือ ผู้รับการสอน หมายความว่า ทรงสอนได้ จึงทรงตัดสินใจส่งพระอรหันตสาวกรุ่นแรก จำนวน ๖๐ รูป ไปประกาศพระพุทธศาสนา โดยพระองค์ทรงแนะนำพระสาวกว่า หลักการสอน ต้องงามในเบื้องต้น งาม

^{๑๓๕} อัคราดี ทองอินทร์ และคณะ, การพัฒนาบริการสารสนเทศออนไลน์เพื่อการวิจัยในสาขาวิชาพระพุทธ ศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่, วารสารสารสนเทศนิเทศศาสตร์, ๒๘(๑): January - April ๒๐๑๐. ๒๘(๑), ๑-๑๖ <https://soo๓.tci-thaijo.org/index.php/jiskku/article/view/๖๓๙๘>

^{๑๓๖} พระครูภัทรธรรมคุณ อติภโท พระครูสุนทรธัญรักษ์ บุญพร (๒๕๕๘) การประยุกต์พุทธวิธีการเผยแผ่ธรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์. วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ฯ. ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒ พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๘. หน้า ๙๔-๑๐๐. <https://soo๒.tci-thaijo.org/index.php/EDMCU/article/view/๑๔๕๕๒๗/๑๐๖๙๓๒>

ท่ามกลาง และงานในที่สุดมีเนื้อหาถูกต้องสอดคล้องกาลเวลา ถูกจริตผู้ฟัง จุดเริ่มต้นในการประกาศคำสอนของพระองค์เท่ากับว่า พระพุทธศาสนาเกิดขึ้นแล้วต่อแต่นี้ไป ทรงทำการใหญ่เพื่อแสดงอานุภาพโปรดเวไนยสัตว์ด้วยพระเมตตา กรุณาและในที่สุดพระพุทธองค์ทรงได้รับการยกย่องว่า เป็นบรมครูของมนุษย์และเทวดาทั้งหลาย ด้วยพระบารมีของพระองค์ทรงเผยแผ่พระพุทธศาสนาดังนั้นเอง โลกสงบเย็นได้ด้วยหลักพุทธธรรม

เมธี เชษฐวิสูตร (๒๐๑๙) สื่อสังคมออนไลน์กับการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ^{๑๓๗} การเผยแผ่พระพุทธศาสนา มีวิธีการหลายวิธี ทั้งวิธีการพูด วิธีการทำตัวอย่างให้ดู วิธีการเขียน แต่ไม่ว่าจะเผยแผ่ด้วยวิธีการใดๆ การเผยแผ่หลักคำสอนทางพุทธศาสนาจะเป็นพระภิกษุสงฆ์ หรือ อุบาสก อุบาสิกา นักเผยแผ่ต้องมีพุทธวิธีในการสอนโดยเริ่มจากปรัชญาขั้นพื้นฐานอันได้แก่ กัลยาณมิตรและมีสติปัญญา ที่ ประกอบด้วยหลักของนักเผยแผ่กับผู้ฟังหรือผู้สอนกับผู้เรียน ที่มีความสัมพันธ์กันในฐานะเป็นกัลยาณมิตรเพราะในทางพระพุทธศาสนาถือว่า ผู้เผยแผ่กับผู้ฟัง หรือ ผู้สอนกับผู้เรียนนั้นต้องประสานสัมพันธ์กัน มีความกรุณาต่อกัน ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ สื่อออนไลน์บนโลกอินเทอร์เน็ต เช่น คอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ามามีอิทธิพลในการใช้ชีวิตประจำวันกับคนและสังคมโลก กล่าวได้ว่า เป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าถึงและเผยแผ่พระพุทธศาสนาได้อย่างกว้างขวางภายใต้บริบทและแนวโน้มของประชากรโลกที่จะใช้ชีวิตในโลกออนไลน์ ดังนั้นควรเล็งเห็นถึงความสำคัญเรื่องการเผยแผ่หลักคำสอนพุทธศาสนาผ่านสื่อสารออนไลน์ต้องเป็นไปอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งไม่เป็นการบิดเบือนพระธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนาตามพระไตรปิฎกเพื่อดำรงไว้ซึ่งพระพุทธศาสนาสืบต่อไป

๒.๗.๓ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ

ทัศนีย์ เจนวิถีสุข ^{๑๓๘} ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงสังคม” ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารที่มีผลมากในการส่งผลกระทบต่อจนถึงสังคม หรือมีส่วนเกี่ยวข้องสนับสนุน หรือก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม คือ การสื่อสารมวลชน ส่วนการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่น ทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม เป็นการสื่อสารที่มีอิทธิพลและสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงสังคม โดยการเปลี่ยนแปลงมีลักษณะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของสังคมเป็นสำคัญ ทั้งในระดับปัจเจก และระดับสังคมในลักษณะการร่วมกันเป็นสังคมโดยรวมการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่น เป็นการสื่อสารที่ไม่อาจแยกจากกันได้โดยเด็ดขาด และเกี่ยวข้องกันกับสัมมาทิฐิ โดยมีรูปแบบและกระบวนการ คือ ทำการสื่อสารกับบุคคลอื่น (ปรโตโฆสะ) + ทำการสื่อสารกับตนเอง (โยนิโสมนสิการ) + ทำการสื่อสารตามแนวทางประเพณีปฏิบัติในศีล สมาธิ ปัญญา ซึ่งทำให้ผู้รับสารเกิดปัญญา ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในส่วนตน และผู้อื่น อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม ดังนั้น องค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการและแนวทางปฏิบัติด้านการสื่อสารเชิงพุทธที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมที่สังเคราะห์ได้จากการศึกษา

^{๑๓๗} เมธี เชษฐวิสูตร, สื่อสังคมออนไลน์กับการเผยแผ่พระพุทธศาสนา, วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๒.

^{๑๓๘} ทัศนีย์ เจนวิถีสุขทัศนีย์ เจนวิถีสุข, การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงสังคม, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย, ๒๕๕๖), บทคัดย่อ.

มีหลักการและแนวทางปฏิบัติที่สำคัญ คือสื่อสารด้วยสติ บนพื้นฐานของความเข้าใจและเคารพในตนเองและผู้อื่น บนหลักการของเหตุและผลตามความเป็นจริง ก่อให้เกิดปัญญา สร้างสรรค์ และนำไปสู่การกระทำที่ดีงามทั้งต่อตนเองและผู้อื่น การสื่อสารเชิงพุทธนี้เป็นดังเช่นมรรควิธีที่เป็นเหตุนำไปสู่ผล คือ การเปลี่ยนแปลงสังคมในทางที่เป็นประโยชน์สุข โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เริ่มจากภายในตนเองของบุคคล แล้วกระจายไปสู่สังคม

วสุพล ตรีโสภาคกุล^{๑๓๙} ได้ศึกษา “การศึกษากระบวนการและปัจจัยเชิงสาเหตุความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจในกลุ่มผู้บริโภคไทย” ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์เฟซบุ๊กแฟนเพจมีบทบาทสำคัญในฐานะช่องทางการสื่อสารทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคคนไทย พฤติกรรมความยึดมั่นผูกพันได้เป็นเครื่องชี้วัดที่นักการตลาด และเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจใช้เป็นดัชนีบ่งชี้ถึงความสำเร็จของการใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ การวิจัยแบบลำดับเวลาเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Method) มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการของความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจในบริบทสังคมไทย และหาปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตวิทยาและสังคมที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และแนวคิดเรื่องตราสินค้ามาเพื่ออธิบายพฤติกรรมที่เกิดขึ้น โดยการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็นทั้งหมด ๒ ขั้นตอน ในขั้นตอนแรกผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพกับผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก และนักการตลาดออนไลน์ เพื่อค้นหาความหมายและกระบวนการของความยึดมั่นผูกพัน ผลวิจัยพบว่าความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถแสดงออกได้เป็น ๕ เรื่องอันได้แก่ ๑. ความถี่ในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ ๒. ความหลากหลายในการใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ ๓. การสื่อสารกับสมาชิกคนอื่น ๆ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ๔. การนำข้อมูลเฟซบุ๊กแฟนเพจไปประกอบการตัดสินใจซื้อ ๕. การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งในช่วงแรกของการเกิดความยึดมั่นผูกพันผู้ใช้งานจะเกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานบนเฟซบุ๊กพื้นฐาน เช่น มีการเข้าใช้งานบ่อยขึ้น มีวิธีการแสดงออกที่หลากหลาย และมีการพูดคุยกับคนอื่น จากนั้นเมื่อผู้ใช้งานมีความยึดมั่นผูกพันมากขึ้นจึงเริ่มมีการนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ หรือเข้าร่วมกิจกรรมของตราสินค้านั้น ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้พัฒนาแบบวัดตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นกับผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ จำนวนทั้งสิ้น ๘๐๗ ท่าน ผลวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และแนวคิดเรื่องตราสินค้าสามารถอธิบายความยึดมั่นผูกพันได้เป็นอย่างดี โดยพบว่า ความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการ และการรับรู้คุณค่าตราสินค้าได้รับอิทธิพลทางตรงจากพฤติกรรมความยึดมั่นผูกพัน พฤติกรรมความยึดมั่นผูกพันได้รับอิทธิพลทางตรงจากความตั้งใจที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรม และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม จากข้อค้นพบดังกล่าวสรุปได้ว่าการสร้างความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นสิ่งที่สำคัญในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด โดยสามารถสร้างให้เกิดผลทั้งในเรื่องการตัดสินใจซื้อ และการรับรู้ตราสินค้า ซึ่งการสร้างความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถสร้างขึ้นได้โดยการสร้าง

^{๑๓๙} วสุพล ตรีโสภาคกุล, การศึกษากระบวนการและปัจจัยเชิงสาเหตุความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจในกลุ่มผู้บริโภคไทย, ปรินญาณพนธ์ ปรัชญาดุษฐ์บัณฑิต การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๘), บทคัดย่อ.

ให้ผู้ใช้งานตระหนักเห็นคุณประโยชน์ของการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง รวมไปถึงการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเพื่อเพิ่มระดับของความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ จากผลวิจัยที่เกิดขึ้นทำให้นักการตลาด หรือเจ้าของตราสินค้าสามารถประยุกต์ใช้ปัจจัยเชิงสาเหตุต่าง ๆ ที่ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด รวมไปถึงการดำเนินการกิจกรรมทางการตลาดบนโลกออนไลน์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการตลาด และสร้างความยึดมั่นผูกพันระหว่างผู้บริโภคและเฟซบุ๊กแฟนเพจต่อไป

กิตติมา สุรสนธิ^{๑๔๐} ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ ๒๕-๒๗ ปี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรี ในจำนวนเท่ากัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหรือข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนความถี่ในการเปิดรับเนื้อหาทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์จำนวน ๕-๖ ครั้งต่อเดือน ด้านเนื้อหาทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับเนื้อหาทางการเมืองในเรื่องการเลือกตั้งมากที่สุด และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบุคลิกแบบไม่ชอบการเมืองมากที่สุด มีวิธีการตัดสินใจทางการเมืองแบบหาข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากสื่อต่าง ๆ แล้วตัดสินใจด้วยตนเอง สำหรับสถานะทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่งมีสถานะทางการเมืองแบบเป็นผู้ตามทางการเมือง และมีระดับการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับมาก ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างน้อย ๑ ครั้ง โดยพูดคุยเกี่ยวกับประเด็นทางการเมืองมากที่สุดและพบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความถี่ในการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารทางการเมืองน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีการรู้เท่าทันสื่อน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนผู้ที่มีบุคลิกทางการเมืองแบบสนใจและชอบการเมืองกลับมีความถี่ในการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารทางการเมืองน้อยที่สุด ส่วนผู้ที่มีวิธีการตัดสินใจทางการเมืองแบบหาข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากสื่อต่างๆ แล้วตัดสินใจด้วยตัวเองจะมีความถี่ในการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารทางการเมืองมากที่สุด นอกจากนี้ผู้ที่มีวิธีการตัดสินใจทางการเมืองแบบหาข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากสื่อต่างๆ แล้วตัดสินใจด้วยตัวเองจะมีการรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด

อัญชลี เอกศาสตร์^{๑๔๑} ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การแสวงหาข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเปิดรับมากที่สุด คือสื่อโทรทัศน์ทั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด ส่วนกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเปิดรับสื่อวิทยุน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ต้องการความสามารถและทักษะพิเศษ เช่น ต้องมีความรู้ภาษาอังกฤษและต้องมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องคอมพิวเตอร์ และยังเป็นผู้ที่ยังคงมีราคาแพง ซึ่งตามทฤษฎี Technology Determinism ที่กล่าวว่า ผู้ที่จะรับสื่อใหม่

^{๑๔๐} กิตติมา สุรสนธิ, การรู้เท่าทันสื่อกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง, วิจัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔), บทคัดย่อ.

^{๑๔๑} อัญชลี เอกศาสตร์, การแสวงหาข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔), บทคัดย่อ.

อาทิ สื่ออินเทอร์เน็ตได้นั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติในเรื่องการศึกษาและความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีอยู่ในระดับสูง เนื่องจากเป็นสื่อที่ต้องใช้ความรู้ทั้งในด้านภาษาและเทคโนโลยีมากพอควร

บุษรา ประกอบธรรม^{๑๔๒} ได้ศึกษา “การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ” ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานการรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ระดับนัยสำคัญ ๐.๐๑ จากผลการวิจัย สถาบันการศึกษาสามารถนำเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนจะสามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาได้ง่ายขึ้น

พัชรภรณ์ ไกรชุมพล^{๑๔๓} ได้ศึกษา “ทัศนคติและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียง กรณีศึกษา ยูทูบ” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีทัศนคติเชิงบวกต่อยูทูบ และมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉพาะยูทูบอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากทัศนคติที่มีต่อยูทูบว่าสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้และเนื่องจากอัตราการเติบโตของจำนวนผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารทั้งในสังคมไทยและต่างประเทศสูงขึ้นทำให้กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์มีพฤติกรรมปรับตัวให้ทัดเทียมตามสภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วยพฤติกรรมที่แสดงออกมาในรูปแบบของการจัดทำคลิปวิดีโอที่กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์จัดทำขึ้นมาเป็นประเภทเพื่อความบันเทิง โดยแนวโน้มในอนาคตพบว่า ผู้คนในสังคมจะให้ความสำคัญต่อการสื่อสารผ่านยูทูบเพิ่มสูงขึ้น และมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ยูทูบเป็นเครื่องมือในการสร้างความสำเร็จทั้งในด้านชื่อเสียง รายได้หรือทำการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจ

วิมลพรรณ อาภาเวทและคณะ^{๑๔๔} ได้ศึกษา “พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร” ผลการศึกษาพบว่า ๑) นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีเพศ อายุ ชั้นปี คณะ คະแนนเฉลี่ยสะสมและรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน ๒) นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีเพศ อายุ ชั้นปี คณะ คະแนนเฉลี่ยสะสมและรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน ๓) นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีรายได้ของครอบครัวแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน ๔) นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีเพศ อายุ ชั้นปี คณะ คະแนน

^{๑๔๒} บุษรา ประกอบธรรม, การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ, **วิจัยคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ** (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต, ๒๕๕๙), บทคัดย่อ.

^{๑๔๓} พัทธภรณ์ ไกรชุมพล, ทัศนคติและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียง กรณีศึกษา ยูทูบ, **วิทยานิพนธ์สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน** (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๘), บทคัดย่อ.

^{๑๔๔} วิมลพรรณ อาภาเวท และคณะ, พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, **วิจัยสาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน** (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔), บทคัดย่อ.

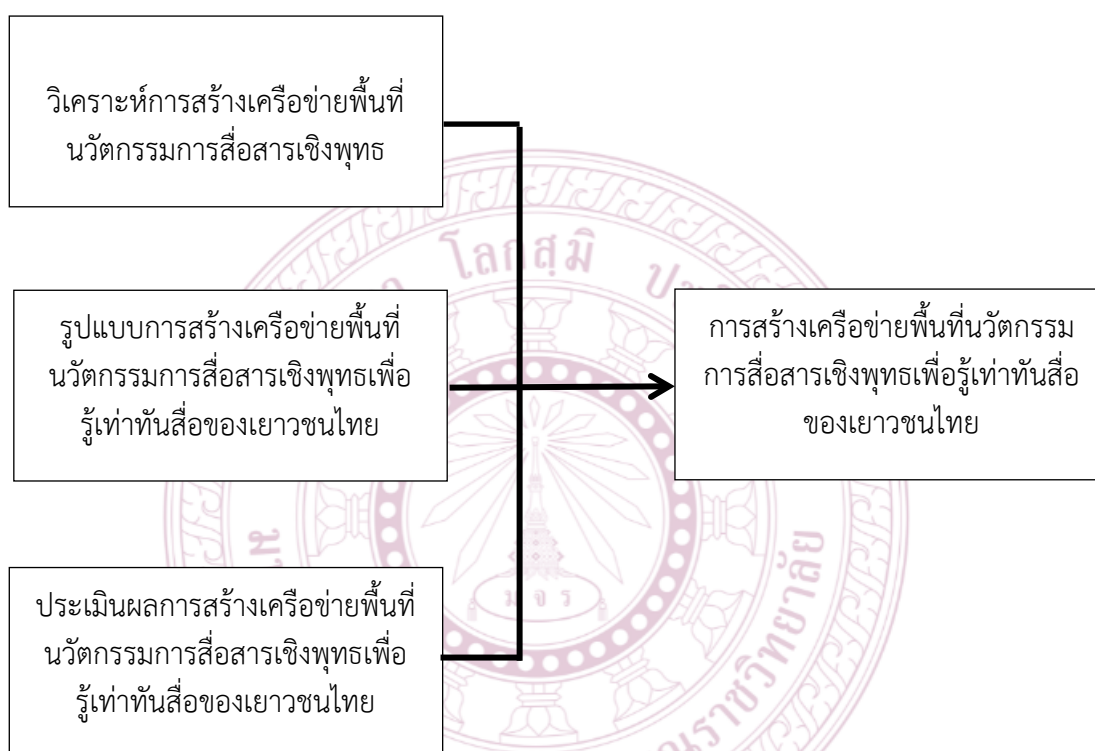
เฉลี่ยสะสมและรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครส่วนใหญ่มีการใช้เฟซบุ๊กทุกวันและมีความคาดหวังการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมากและปานกลาง ส่วนความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายทั่วไป งานวิจัยเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์วิถีพุทธ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ ทำให้ทราบสารสนเทศเกี่ยวกับงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเครือข่าย สังคมออนไลน์ และการสื่อสารเชิงพุทธ ที่มีการศึกษาแบบแยกส่วนที่ไม่ได้มีการเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้จึงสนใจในการศึกษาให้เห็นภาพความเชื่อมโยงกันของทั้งสามองค์ประกอบนี้คือการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย อันจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในการพัฒนาพฤติกรรมของเยาวชนให้เรียนรู้อย่างรู้ทันในยุคสมัยของการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลข่าวสารในสังคมอย่างรวดเร็ว ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรพัฒนาให้เกิดการรู้ทันตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคม นั่นเอง



๒.๘ กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถแสดงความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ ๒.๑๔ กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ ๓

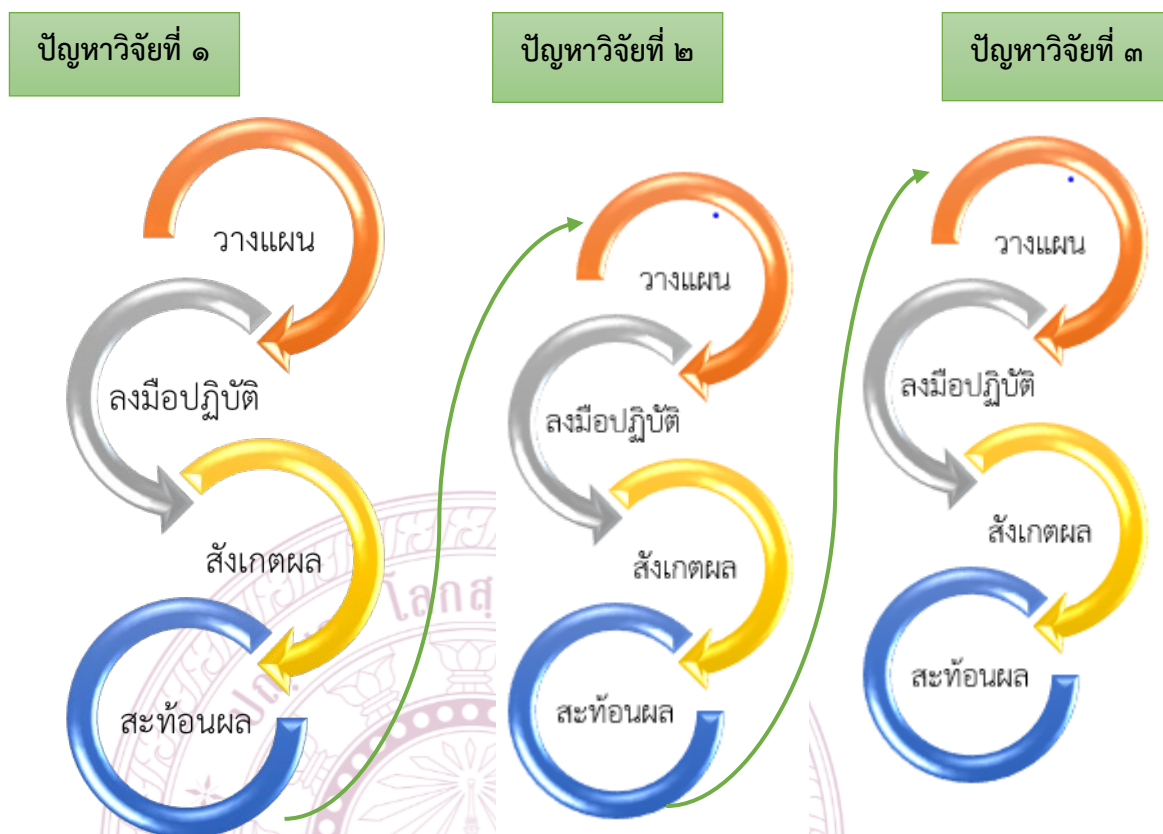
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” มีวัตถุประสงค์การวิจัย ๑) เพื่อวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ๒) เพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และ ๓) เพื่อศึกษาประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลในประเด็นที่ต้องการศึกษาผู้วิจัยจึงได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

- ๓.๑ รูปแบบการวิจัย
 - ๓.๒ พื้นที่การวิจัย
 - ๓.๓ กลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
 - ๓.๔ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - ๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - ๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล
- มีรายละเอียดการออกแบบการวิจัยดังนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ออกแบบโดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ตามกระบวนการ PAOR โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยเป็น ๔ ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นการวางแผน (Plan: P) วิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ขั้นปฏิบัติ (Act: A) พัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ขั้นสังเกต (Observe: O) ที่เกิดขึ้นจากการติดตามผลงานจากขั้นปฏิบัติ และขั้นสะท้อนผล (Reflect: R) ที่เกิดขึ้นด้วยการประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สามารถนำเสนอวงจรวิจัยเชิงปฏิบัติการได้ดังนี้



ภาพที่ ๓.๑ วงจรการวิจัยเชิงปฏิบัติการ PAOR

จากวงจรการวิจัยเชิงปฏิบัติการ PAOR ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

๑) ขั้นวางแผน (Plan) คณะผู้วิจัยทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สร้างเครื่องมือในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบพื้นฐานที่สำคัญ ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง แนวทางสนทนากลุ่มระดมความคิด แบบบันทึกข้อมูลและแนวทางการสังเกต สร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย วิธีดำเนินการ กำหนดเป้าหมายหลัก สร้างความเข้าใจของคณะผู้วิจัย

๒) ขั้นการปฏิบัติตามแผน (Act) คณะผู้วิจัยลงพื้นที่ศึกษาสภาพการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเครือข่าย เป้าหมายที่ทำวิจัย ดังนี้ ๑) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ๒) เพื่อพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๓) เพื่อพัฒนากิจกรรมและองค์ความรู้นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๔) เพื่อสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๕) เพื่อขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และมีวิธีการดังนี้ (๑) คัดข้อมูลสู่หน่วยงาน และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการทำงานแบบมีส่วนร่วม (Participation) และแนวคิดการทำงานแบบเป็นขั้นตอนของการประชุมระดมสมองเพื่อหาวิธีและแนวทางการพัฒนานวัตกรรมและขับเคลื่อนการเพิ่มศักยภาพ คณะผู้วิจัยนำผลสรุปนำเสนอในที่ประชุม โดยขอให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแสดงความคิดเห็น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระดมสมองและให้

ข้อคิดเห็นในการร่วมกันจากนั้น คณะผู้วิจัยจะนำเข้าที่ประชุมของคณะแผนงานวิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อไป (๒) แสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องแบบมีส่วนร่วม โดยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการประชุม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไปนำเสนอและหารือกับทีมเพื่อขอความร่วมมือในการกำหนดการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (๓) นำข้อสรุปจากการจัดประชุมระดมสมองมาดำเนินการพัฒนาประกอบด้วย การนำเสนอความต้องการของผู้นำชุมชน เสนอบทสรุปคู่มือต่อหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อใช้เป็นนโยบายในการจัดการต่อไป

๓) ขั้นสังเกตผล (Observe) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมาทำการลดทอนข้อมูล ตรวจสอบข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งกระบวนการทั้ง ๓ กระบวนการนี้ได้ทำควบคู่ไปกับกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

๓.๑) การลดทอนข้อมูล เป็นการนำข้อมูลในจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์แล้วจัดลงในหัวข้อ ที่เกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษา ทั้งนี้เพื่อเป็นการเลือกหาจุดที่น่าสนใจของแต่ละตัวแปรที่ศึกษา เพื่อให้สอดคล้องกับตัวแปรที่สนใจศึกษาและเป็นข้อมูลที่เกิดจากการประสบการณ์จริงของผู้ให้ข้อมูล รวมทั้งมีความเชื่อมโยงกับประเด็นของตัวแปรที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา

๓.๒) การตรวจสอบข้อมูล เป็นกระบวนการที่ใช้ในการตรวจสอบข้อมูลโดยพิจารณาถึงความถูกต้องและความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล โดยพิจารณาจากการสนทนาพูดคุยโดยมีหลักฐานประกอบระหว่างการสนทนา ความพอเพียงของข้อมูล กำหนดได้โดยประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยได้เตรียมไว้ก่อนการสัมภาษณ์

๓.๓) การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อมุ่งถอดบทเรียนรูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic induction) โดยผลการวิเคราะห์ที่ได้จะตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๒

๔) ขั้นสะท้อนผล (Reflect) การสะท้อนผลการเรียนรู้เชื่อมโยงไปสู่การประเมินผล การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

รายละเอียดของขั้นตอนการศึกษาดังนี้

๓.๑.๑ ขั้นเตรียมการ มีการดำเนินงาน ดังนี้

๑) การสร้างทีมวิจัยหลัก เป็นกระบวนการแสวงหาผู้สนใจและผู้มีประสบการณ์ในประเด็นเกี่ยวกับการวิจัย

๒) การเลือกประเด็นปฏิบัติการการวิจัย เป็นการสร้างความร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเพื่อร่วมกันพิจารณาคัดเลือกประเด็นที่เป็นคำถามวิจัยหลัก คือเป็นการร่วมกันศึกษาวิจัยภายใต้สภาพปัญหาและปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายจนนำไปสู่การตั้งคำถามและพัฒนาไปสู่การกำหนดเป้าหมายของการวิจัย

๓) การวางแผนการวิจัย โดยเริ่มดำเนินการจากการเก็บรวบรวมข้อมูลสถานการณ์ในพื้นที่ความต้องการในพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อค้นหาทีมวิจัยหรือบุคคลที่จะเข้าร่วมเครือข่ายและทีมวิจัย หรือทีมดำเนินงานในพื้นที่

๔) การดำเนินการอื่น ๆ ที่จำเป็น เป็นการร่วมกันพิจารณาแผนการวิจัยหรือขั้นตอนของการวิจัยทั้งหมดว่ามีความเหมาะสม สอดคล้อง และสามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดได้ เพื่อนำไปปรับปรุงแผนการดำเนินงานให้ชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

๓.๑.๒ ขั้นลงมือทำ มีการดำเนินงาน ดังนี้

ในกระบวนการดำเนินการวิจัยหรือระหว่างการจัดกิจกรรมของขั้นตอนนี้จะต้องมีการดำเนินการใน ๔ องค์ประกอบ คือ

๑) การเตรียมการ ทั้งในด้านการประสานงานกลุ่มคน การจัดเตรียมทีมงาน วัสดุอุปกรณ์ วางแผนขั้นตอนต่าง ๆ และการแบ่งหน้าที่ของทีมนักวิจัย ส่วนนี้จะมีความสำคัญในแง่ของความพร้อมในการจัดการกิจกรรม ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมว่าจะได้ผลตามที่คาดหวังหรือตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่

๒) การปฏิบัติการ เป็นการดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้ และการปรับเปลี่ยนกิจกรรมดำเนินงานตามเงื่อนไขที่พบในขณะปฏิบัติการซึ่งอาจมีกิจกรรมที่หลากหลายมีรายละเอียดและขั้นตอนมาก

๓) การบันทึกกระบวนการ ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญอย่างยิ่งของการวิจัยเพราะต้องมีการบันทึกข้อมูลที่ได้พบเห็น ทั้งในการเขียนรายงาน การวิเคราะห์ และสรุปผลของกิจกรรมและของการวิจัย รวมทั้งข้อมูลการสรุปกิจกรรม การสังเกตการณ์ การบันทึกเทป การบันทึกภาพ และการสรุปกระบวนการทั้งหมด

๔) การสรุปบทเรียน เพื่อจัดทำฐานข้อมูลและนำเสนอข้อมูลสู่ชุมชนและหน่วยงาน เพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้ข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนหน่วยงาน และแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงบูรณาการแก่กัน

๓.๑.๓ การศึกษาในเชิงเอกสาร (Documentary study)

การศึกษาในเชิงเอกสาร ผู้วิจัยทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูล จากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องจากพระไตรปิฎก ฉบับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ปี พ.ศ. ๒๕๓๙ อรรถกถา หนังสือ รายงานการวิจัย รายงานการประชุม เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด หลักการ รูปแบบ ความสัมพันธ์ การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑. ศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหนังสือ รายงานการวิจัย รายงานการประชุม และเอกสารอื่น ๆ โดยอาศัยแนวคิดที่เกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๒. การศึกษาสังเคราะห์องค์ความรู้จากพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้ทางการศึกษาต่าง ๆ แล้วจึงนำผลการศึกษามาพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๓. ศึกษาวิเคราะห์รูปแบบ กระบวนการ ในการสร้างรูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๔. ศึกษาการสร้างรูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ใน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๕. สรุปผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๓.๒ พื้นที่การวิจัย

สำหรับการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม เวทีแสดงความคิดเห็นและเวทีชุมชนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีประเด็นดังนี้

๑. ทำการศึกษาและพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ของคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๒. ศึกษาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ประกอบด้วย ผู้บริหาร คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา จากมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๓. ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของตัวแทนจากกลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ และคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๔. สรุปและนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ทั้งจากการศึกษาในเชิงเอกสารและภาคสนาม โดยนำมาวิเคราะห์ตามประเด็นที่สำคัญ คือ กระบวนการพัฒนาเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และการเรียนรู้ในมิติต่าง ๆ ทั้งนี้ เน้นการนำผลการศึกษามาเผยแพร่ให้ภาครัฐ ชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบ

๓.๓ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย (Sampling Design)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ กลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์ และผู้บริหาร คณาจารย์ จาก คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอยางน้อย จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ๑๕ รูป/คน

กลุ่มเป้าหมายสำหรับการจัดเวทีเสวนาพัฒนาเครือข่าย ที่ศึกษาเป็นกลุ่มผู้บริหารและ อาจารย์ สังกัดสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ) ที่มาลงทะเบียนเป็นนิสิตคณะ ครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอยางน้อย จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ๒๐ รูป/คน และผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิง พุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้ที่จะสามารถให้ ข้อมูลที่สำคัญ โดยกำหนดเกณฑ์ คือเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในประเด็นที่ศึกษาและเป็นผู้ที่ ยินดีจะให้ข้อมูลเชิงลึกถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามบริบทของพื้นที่ กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ เยาวชนไทยที่เรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๔-๖ สังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ)

กลุ่มตัวอย่าง ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยกำหนดขนาดของ กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Hair และคณะ (๑๙๙๘) คือ ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ๑๐ คน ต่อ ๑ พารามิเตอร์ที่ ต้องการประมาณค่าหรือจำนวนเส้นทาง (path) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลกรอบ แนวคิดในการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าทั้งหมด ๓๕ เส้น พารามิเตอร์ หรือมีจำนวนเส้นทางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลกรอบแนวคิดทั้งหมด ๓๕ เส้นทาง ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ควรมีขนาด ๓๕๐ คน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย จึงใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ๓๕๐ คน และเพื่อชดเชยกรณีที่มีการตอบกลับแบบสอบถามไม่ครบ ได้ แจกแบบสอบถามทั้งหมด ๔๐๐ ฉบับ

วิธีการสุ่ม การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มแบบ ๒ ขั้นตอน (two-stage random sampling) โดยการสุ่มจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา แสดงรายละเอียด ดังนี้

ขั้นที่ ๑ เลือกโรงเรียนโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) ตามขนาดของโรงเรียน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น ๓ ชั้น คือ ขนาดกลาง ๑ โรงเรียน ขนาดใหญ่ ๓ โรงเรียน และขนาดใหญ่พิเศษ ๔ โรงเรียน รวม ๘ โรงเรียน ดังตารางที่ ๓.๒

ขั้นที่ ๒ สุ่มครูในแต่ละโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง ๘ โรงเรียน ให้มีขนาดกลุ่ม ตัวอย่างเท่ากัน คือ โรงเรียนละ ๕๐ คน รวมทั้งหมด ๔๕๐ คน ซึ่งได้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อ ชดเชยกรณีที่มีการตอบกลับไม่ครบตามการประมาณค่าพารามิเตอร์ แสดงแผนการกำหนดขนาดกลุ่ม ตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ ๓.๒ จำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามขนาดโรงเรียน

ลำดับที่	ขนาดของโรงเรียน	จำนวนโรงเรียน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
๑.	โรงเรียนขนาดกลาง (มีนักเรียน ๕๐๐ – ๑,๕๐๐ คน)	๒	๑๐๐
๒.	โรงเรียนขนาดใหญ่ (มีนักเรียน ๑,๕๐๑ – ๒,๕๐๐ คน)	๓	๑๕๐
๓.	โรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ (มีนักเรียนตั้งแต่ ๒,๕๐๐ คนขึ้นไป)	๔	๒๐๐
รวม		๙	๔๕๐

๓.๔ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Measurement Design)

ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

๑) แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง (Structured Interview) ใช้สำหรับสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

๒) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) เพื่อยืนยันและค้นข้อมูล โดยมีผู้เข้าร่วม ๔ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ ๑ ตัวแทนนักวิชาการด้านพระพุทธศาสนา กลุ่มที่ ๒ ตัวแทนองค์กรสื่อสารมวลชน หรือ หน่วยงานภาครัฐ กลุ่มที่ ๓ ตัวแทนผู้บริหารสถานศึกษา และองค์กรชุมชนต่าง ๆ กลุ่มที่ ๔ แทนผู้เข้าร่วมกิจกรรม การสนทนากลุ่มนี้ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตามความเชี่ยวชาญเพื่อให้สมาชิกแต่ละท่านได้กล้าแสดงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ในการใช้เครื่องมือนี้จะใช้ก็ต่อเมื่อภายหลังที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์แล้ว จึงได้กำหนดจัดสนทนาเฉพาะกลุ่มขึ้น

๓) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการสังเกตพฤติกรรมและผลตอบรับจากกิจกรรมฝึกอบรมและการนำองค์ความรู้ไปใช้ โดยมีการติดตามผลและรายงานในรอบปี

๔) จัดเวทีสัมมนาวิชาการ การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยในท้องถิ่นเพื่อสร้างนโยบายและการมีส่วนร่วม

การดำเนินการตามโครงการวิจัยดังกล่าว เน้นการศึกษามีส่วนร่วมในการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ มีการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) เพื่อให้การพัฒนาองค์ความรู้การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยมีเครื่องมือที่สำคัญดังนี้

๑. ใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาการพัฒนาแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งการเข้ามามีส่วนร่วมในพื้นที่และดำเนินการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างนี้ จะทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เป็นความจริงเพิ่มมากขึ้นโดยผู้วิจัยจะเตรียมแนวคำถามอย่างกว้าง ๆ มาล่วงหน้า

๒. การอภิปรายกลุ่มย่อย โดยนำกิจกรรมการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ที่พบในการสัมภาษณ์มาทำการสนทนากลุ่มเพื่อสร้างชุดกิจกรรมเป็นการสนทนาที่เกิดขึ้นได้โดยทั่ว ๆ ไป

๓. ใช้ชุดกิจกรรมการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์

และจังหวัดสุรินทร์ และผู้บริหาร คณาจารย์ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๓.๑ การสนทนากลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิตคณะครุศาสตร์ และผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ได้แก่ ๑) กลุ่มผู้บริหาร จำนวน ๑๐ รูป/คน ๒) กลุ่มคณาจารย์ จำนวน ๑๐ รูป/คน ๒) กลุ่มตัวแทนชุมชน/นักศึกษา / นิสิต ๑๐ รูป/คน รวม ๓๐ รูป/คน

๓.๒ การจัดเวทีแสดงความคิดเห็นร่วมกันของกลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา คณะครุศาสตร์ และผู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๓.๓ สร้างรูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย จากนั้นทำการสรุปผลผ่านเวทีแสดงความคิดเห็น

๓.๔ สร้างข้อตกลงร่วมกันผ่านเวทีแสดงความคิดเห็น เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๔. การใช้เครื่องมือการถ่ายภาพ โดยการใช้ภาพถ่ายเป็นภาพนิ่งเพื่อศึกษาเป็นแนวทางในการศึกษา

๕. เทปบันทึกเสียง ใช้สัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้เกี่ยวข้องเพื่อช่วยบันทึกการสนทนาที่เป็นประเด็นสำคัญๆ ตามวัตถุประสงค์ให้ได้อย่างครบถ้วน

ขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

๑. การกำหนดเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการศึกษาข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์

๒. ร่างเครื่องมือการวิจัยตามประเด็นที่กำหนดให้ครบถ้วนทุกตอน

๓. นำเครื่องมือมาตรวจสอบ

๔. แก้ไขเครื่องมือการวิจัยตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

๕. ปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยและจัดทำเครื่องมือการวิจัยฉบับสมบูรณ์

๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เพื่อประมวลองค์ความรู้ศึกษาแนวคิด หลักการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์ความรู้พื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ โดยศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ตลอดทั้งงานวิจัยที่มีผู้รู้ได้ศึกษาไว้ รวมถึงการเก็บข้อมูลเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย เป็นต้น

ในส่วนของการวิจัยในภาคสนามเพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยในลักษณะของการวิจัยในภาคสนาม (Field Study) โดยดำเนินการใน ๖ ลักษณะ คือ

๑) ศึกษารวบรวมเอกสาร ชุดความรู้ และความเป็นมาเกี่ยวกับแนวคิด หลักการรูปแบบการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย จากกระบวนการการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๒) การวิเคราะห์กระบวนการสร้างองค์ประกอบและเกณฑ์ชีวิตในการสร้างพื้นที่การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์ และผู้บริหาร คณาจารย์ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๓) การบูรณาการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยโดยศึกษารูปแบบและนำเสนอการรูปแบบพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ

๔) การสร้างรูปแบบการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยใช้เครือข่ายเป็นตัวเชื่อมโยง โดยใช้การวิเคราะห์จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในระดับสถานศึกษา

๕) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง สันทนา กลุ่มจัดเวทีแสดงความคิดเห็น มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

๖) จัดทำผลสรุปจากการวิจัยและประมวลองค์ความรู้และข้อคิดเกี่ยวกับการพัฒนาแบบการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาทั้งในเชิงเอกสาร (Documentary Research) และข้อมูลเชิงประจักษ์ จากการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย เป็นกระบวนการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ที่ได้จากการสรุปตามสาระสำคัญด้านเนื้อหาที่กำหนดไว้ โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามประเด็นหัวข้อดังนี้

๑) ดำเนินการศึกษาริบทพื้นที่โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการวิจัย

๒) สรุปและนำเสนอผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาในเชิงเอกสารและภาคสนามจากการ สัมภาษณ์ กลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา คณะครุศาสตร์ และผู้เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สันทนา กลุ่มในแต่ละพื้นที่จัดเวทีแสดงความคิดเห็น มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์ และผู้บริหาร คณาจารย์ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่เน้นการนำผลการวิเคราะห์มาเผยแพร่สู่สังคมทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในระดับต่าง ๆ

๓) วิเคราะห์รูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ ใช้หลักทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การสร้างเครือข่ายพื้นที่การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๔) สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

บทที่ ๔

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” มีวัตถุประสงค์การวิจัย ๑) เพื่อวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ๒) เพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และ ๓) เพื่อประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

๔.๑ ผลการวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ

๔.๑.๑ การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ

ทุกภาคส่วนมีการกระหนักรถึงปัญหาและมีความคิดร่วมกันในการแก้ปัญหา มีกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกันอย่างเช่น วันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนจากหน่วยงานทั้งสามด้านคือ วัด บ้าน และหน่วยงานรัฐให้ความร่วมมือกันในด้านต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการนวัตกรรมการ ภายใต้กิจกรรมที่กำหนดขึ้นมาข้างต้นให้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างจังหวัด สถานศึกษา และสถานประกอบการต่าง ๆ

ศูนย์ประสานงานเครือข่ายกลุ่มสถานศึกษาโดยใช้สถานที่ของสถาบันการศึกษาทั้งสองแห่ง เป็นศูนย์กลางภายในกลุ่มเครือข่าย โรงเรียนที่มีความพร้อมและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารเครือข่ายโรงเรียนฯ และทำการเชื่อมโยงให้เห็นว่า จากคุณค่าด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดอิทธิพลด้านใดบ้างและมีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร ต่อวิถีชีวิตของชุมชนสันติสุขโดยมีแนวทางการพัฒนา ๒ ด้าน ดังนี้

๑. ด้านการพัฒนางาน เป็นการพัฒนาประสิทธิภาพของงานที่ทำอยู่ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ โดยการพัฒนาความรู้ของบุคคลในองค์กรให้เป็นความรู้ของกลุ่ม และเป็นความรู้ขององค์กร เพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรและการสร้างสรรค์สังคมความรู้ในเวลาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสื่อสารภายในองค์กร การต่อยอดความรู้ และการสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยมุ่งสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ เช่น การบันทึกความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ปฏิบัติงานที่เรียกว่าการสอนงาน และการเรียนรู้ข้ามสายงาน

๒. ด้านการพัฒนาคอน โดยการสร้างเครือข่ายด้านความสัมพันธ์ของคน และเครือข่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายหมายถึงการทำให้มีการติดต่อ และสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อน ที่ต่างก็มีความเป็นอิสระมากกว่าสร้างการคบค้าสมาคมแบบพึ่งพิง นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายต้องไม่ใช้การสร้างระบบติดต่อด้วยการเผยแพร่ข่าวสารแบบทางเดียว เช่นการส่งจดหมายข่าวไปให้สมาชิกตามรายชื่อ แต่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันด้วย เช่น เว็บไซต์ KM เป็นช่องทางการสื่อสารที่มี

การนำเว็บบอร์ดมาอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มคนที่เป็สมาชิก KM ทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในเรื่องต่างๆ นอกจากนึ่งการควรมีการให้รางวัลแก่ผู้ที่อุทิศตนให้กับการแลกเปลี่ยนความรู้กับบุคคลอื่น สรุปนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ เป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ ๔.๑ นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดี

โรงเรียนกรณีศึกษาที่ ๑	โรงเรียนกรณีศึกษาที่ ๒	จุดร่วมของทั้ง ๒ โรงเรียน
ใช้ทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ และเทคโนโลยีพัฒนา ระบบสื่อสาร ทำให้กระแสการบริหาร นำเทคโนโลยีเข้ามาสร้างเครือข่ายแผ่กระจายครอบคลุมพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ของสถานศึกษา หรือของโลกอย่างรวดเร็ว ผลของการเปลี่ยนแปลงทำให้เกิดกระแสสำคัญ ๆ ที่เข้าสู่ความเป็นสากลรวมทั้งการจัดการศึกษา โดยยึดหลักการคือ มีความยุติธรรม มีความมุ่งมั่น ขยัน อดทน มีความรับผิดชอบ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีภาวะผู้นำสูง และบูรณาการหลักพุทธธรรมสู่ปรัชญาของโรงเรียน วิสัยทัศน์ เอกลักษณ์ และอัตลักษณ์	- ยึดหลักการบริหารแบบมีส่วนร่วม เป็น แนวทางการจัดการศึกษาสอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบัน ที่ต้องการให้เด็กมีทักษะการคิด การทำงานร่วมกันและสามารถสร้างอาชีพได้ - การดำเนินงานในลักษณะของ ประชาธิปไตย เป็น ความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และ ภาคประชาสังคม รวมกันทั้งสามภาค - เน้นการมีส่วนร่วม - ระบบ การคัดเลือกครูพิจารณาจากคนที่มีจิตใจดี - นักเรียนมีส่วนร่วมในการคัดเลือกสภาพแวดล้อมและแหล่งเรียนรู้ มีความเหมาะสมเอื้อต่อการเรียนรู้ - การพัฒนาจิตใจของนักเรียนและครู ใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเป็นแกนกลางสร้างความผูกพัน รัก ความเมตตา ความสามัคคี ผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการคุณค่าความเป็นมนุษย์	- การใช้หลักธรรมในการบริหาร -การมีส่วนร่วม -นำเทคโนโลยีมีสสร้างการสื่อสาร -กระตุ้นให้รู้คิด -ทำให้ดูเป็นตัวอย่าง -ประสานความร่วมมือ -การคัดเลือกบุคคลภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด -ใช้หลักกัลยาณมิตร

ที่มา: สรุปผลการศึกษาโครงการวิจัยย่อยที่ ๒

๔.๑.๒ ชุดกิจกรรมองค์ความรู้วัฒนธรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

- ๑) กิจกรรมการสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ
- ๒) กิจกรรมการสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ
- ๓) กิจกรรมการสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ

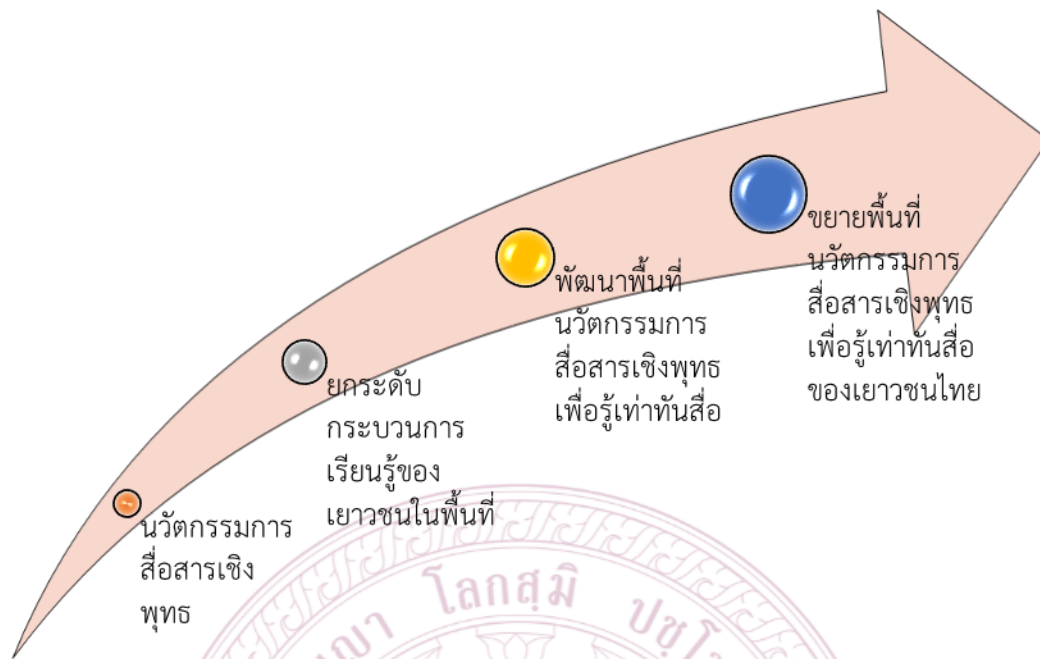
๔.๑.๓ พื้นที่วัฒนธรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

พื้นที่วัฒนธรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เป็นศูนย์กลางถ่ายทอดกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ โดยมีครู โรงเรียน และชุมชน ดังนั้น บริบทของพื้นที่วัฒนธรรมทางการศึกษา จึงมีหลักสำคัญในการพัฒนาที่คล้ายคลึงกับการจัดการชุมชนเป็นหลักสำคัญ ในการสร้างชุมชนต้นแบบของการเรียนรู้ โดยการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือในการเชื่อมโยงองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้เกิดความเข้มแข็งทางด้านการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา และเพิ่มศักยภาพของภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือในชุมชน ส่งเสริมด้วยจริยธรรม เป็นการเน้นให้ใช้หลักธรรมในการดำเนินการ โดยใช้แนวคิดและหลักการทางพระพุทธศาสนาเป็นฐานในการดำเนินการ โดยยึดคุณธรรมนำความรู้ของกระบวนการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงความร่วมมือของสถาบันครอบครัว ชุมชน สถาบันศาสนา และสถาบันการศึกษา โดยมีจุดเน้นเพื่อพัฒนาเยาวชนให้เป็นคนดีมีความรู้ และอยู่ดีมีสุขโดยให้อำนาจแก่สถานศึกษาในการบริหารงานได้อย่างอิสระและ จัดการศึกษาให้สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของชุมชน เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาและสามารถ พัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามเป้าหมายการศึกษาที่กำหนดไว้ โดยมีหน่วยงานส่วนกลางให้การสนับสนุน ทั้งในด้านทรัพยากรและกลไกการหนุนเสริมแก่โรงเรียนในพื้นที่อย่างเหมาะสมผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาด้วยการสร้างพื้นที่วัฒนธรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยมีเป้าหมาย ดังนี้

๑. ยกระดับกระบวนการเรียนรู้ของเยาวชนในพื้นที่วัฒนธรรมการสื่อสารเชิงพุทธทั้ง ๓ ด้าน ได้แก่ เจตคติ ทักษะสำคัญ และความรู้ รวมทั้งขยายผลสู่เยาวชนไทยทั่วประเทศ

๒. พัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยระดับจังหวัด ขยายผลนวัตกรรมการศึกษา ทั้งเชิงนโยบาย การจัดการ การเรียนรู้ และการบริหารในสถานศึกษาไปสู่ นโยบายการศึกษาในระดับชาติและพื้นที่อื่น

๓. ขยายพื้นที่วัฒนธรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยด้วยการร่วมมือกับภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน และประชาสังคมในการจัดการศึกษา การพัฒนาและการขยายผลการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย



ภาพที่ ๔.๑ ทิศทางการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๔.๑.๔ แนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

แนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย มีดังนี้

- ๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา
- ๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง
- ๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย
- ๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย
- ๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ
- ๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย
- ๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ
- ๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย
- ๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่

๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสาร
เชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
สรุปได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ ๔.๒ แนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๔.๑.๕ ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

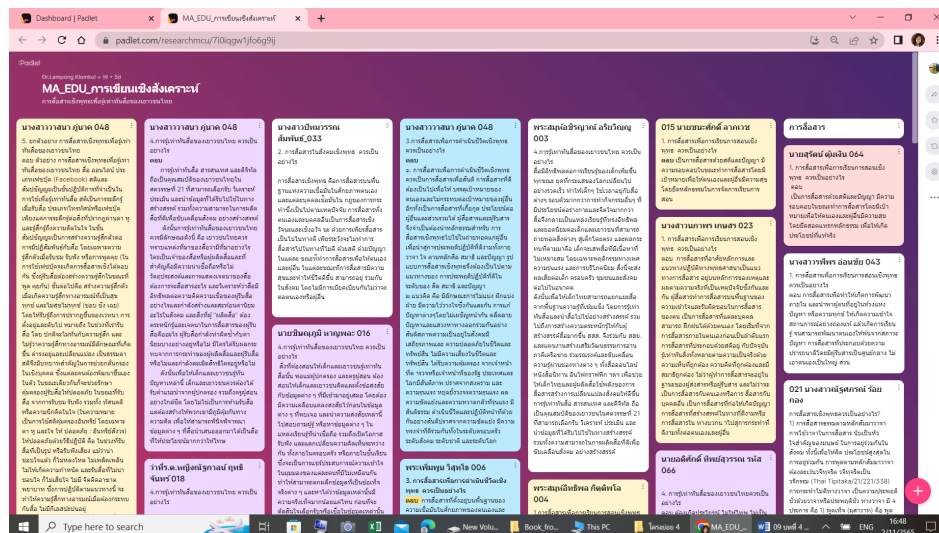
จากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ทำให้ได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจเกี่ยวกับแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่มีความโดดเด่น คือ เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการมีทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และ เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการมีประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ ๔.๒ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (n=๔๐๐)

ข้อ	แนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย	Mean	S.D.	ระดับ
1	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการมีทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา	4.62	0.45	มากที่สุด
2	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการมีประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง	4.59	0.43	มากที่สุด
3	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย	4.58	0.43	มากที่สุด
4	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย	4.54	0.45	มากที่สุด
5	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ	4.55	0.45	มากที่สุด
6	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย	4.53	0.45	มากที่สุด
7	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ	4.54	0.44	มากที่สุด
8	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย	4.56	0.45	มากที่สุด
9	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่	4.57	0.44	มากที่สุด
10	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย	4.60	0.44	มากที่สุด
รวม		4.57	0.38	มากที่สุด

๔.๒ การพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๔.๒.๑ ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย



<https://padlet.com/researchmcu/Ti0iqgw1jfo6g9ji>

๑. การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ ผลการสัมภาษณ์ ปรากฏ ดังนี้

“การสื่อสารที่อาศัยหลักการและแนวทางปฏิบัติทางพุทธศาสนาคือเป็นแนวทางการสื่อสารอยู่บนหลักการของเหตุและผลตามความจริงที่เป็นเหตุปัจจัยซึ่งกันและกัน ผู้สื่อสารทำการสื่อสารบนพื้นฐานของความเข้าใจและรับผิดชอบในการสื่อสารของตน เป็นการสื่อสารที่แต่ละบุคคลสามารถ ผักผ่อนได้ด้วยตนเอง โดยเริ่มที่จากการสื่อสารภายในตนเองก่อนเป็นลำดับแรก การสื่อสารที่ประกอบด้วยสติอยู่ กับปัจจุบัน รู้เท่าทันสิ่งทั้งหลายตามความเป็นจริงด้วยความเห็นที่ถูกต้อง ความคิดที่ถูกต้องและมีสมาธิถูกต้อง ไม่ว่าผู้ทำการสื่อสารจะอยู่ในฐานะของผู้ส่งสารหรือผู้รับสาร และไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกับตนเองหรือการสื่อสารกับบุคคลอื่น เป็นการสื่อสารที่ก่อให้เกิดปัญญา การสื่อสารที่สร้างสรรค์ในทางที่ดีงามหรือการสื่อสารใน ทางบวกน ไปสู่การกระทำที่ดีงามทั้งต่อตนเองและผู้อื่น” ๑๔๕

“เป็นการสื่อสารด้วยสติและปัญญา มีความรอบคอบในขณะที่ทำการสื่อสารโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ตนเองและผู้อื่นมีความสุข โดยยึดหลักธรรมในการจัดการเรียนการสอน”^{๑๔๖}

“การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ คือ 1) สื่อสารตามระดับสติปัญญาของบุคคลว่าบุคคลมีความสามารถทางปัญญาแตกต่างกัน เป็น 4 ระดับ 2) การสื่อสารด้วยหลักกัลยาณมิตตธรรม 7 3) สื่อสารความจริงและเว้น ลักษณะมุสาวาท 4 ประการ 4) ผู้สื่อสารและผู้รับสาร มีความเป็นบัณฑิต สื่อสารด้วยสติบนพื้นฐานของความเข้าใจและเคารพในตนเองและผู้อื่นบนหลักการของเหตุและผลตามความเป็นจริง ก่อให้เกิดสัมมาทิฐิ เกิดปัญญาสร้างสรรค์ เข้าใจความจริงตามกฎไตรลักษณ์ กฎ แห่งกรรม และนำไปสู่การแก้ปัญหา การกระทำที่ตรงตามทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคม 5) ผู้สื่อสารและผู้รับสาร มีความประพฤติปฏิบัติชอบและ 6) ปฏิบัติตามหลักสัปปุริสธรรม 7”^{๑๔๗}

“การเรียนการสอนตามแนวพุทธวิธีกับหลักปฏิจจสมุปบาทมีความสอดคล้องกันทั้งร.ร. เน้นการพัฒนาตนเองทั้งภายในและภายนอก สามารถเรียนรู้ที่จะจัดระบบคิด มีจิตสำนึกในความผิดชอบชั่วดี มีการจัดการอารมณ์ มีวัชชิน คุ้มกันตนเองไม่ให้ตกไปในทางเสื่อม และเรียนรู้ที่จะแสวงหาต้นทุนเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีงาม และเป้าหมายส่วนรวมเน้นการเรียนรู้เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขการสร้าง ความมั่นคงขององค์กร การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้และชุมชนเข้มแข็ง วิธีการสอนที่หลากหลาย ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความแตกต่างระหว่างบุคคล การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และส่งเสริมการพัฒนาผู้เรียนตามศักยภาพ เทคนิคการสอน มีความหลากหลายโดยคำนึงถึงวุฒิภาวะของผู้เรียน ส่วนใหญ่เน้นเทคนิคการสอนให้คิด และอาศัยหลักการทางจิตวิทยา การใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้ เน้นการใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้จากสิ่งใกล้ตัว มีอยู่ตามธรรมชาติและชีวิตประจำวัน สามารถให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้ในทุกเวลาและทุกสถานที่ การประเมินผลการเรียนรู้ และผลที่เกิดขึ้น มีการประเมินผลการเรียนรู้ที่หลากหลายและเป็นไปตามสภาพจริง โดยผลที่เกิดขึ้นผู้เรียนมีความรู้และเข้าใจในสิ่งที่ได้เรียนรู้ สามารถเปลี่ยนแปลงทางความคิด และพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการศึกษาที่ส่งเสริมการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเป็นครูของพระพุทธองค์ที่สามารถนำมาเป็นแบบอย่างแก่ผู้ที่ต้องการพัฒนาวิชาชีพครูให้เป็นที่ยอมรับศรัทธายิ่งขึ้นไป”^{๑๔๘}

“การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ ควรเป็นไปตามรูปแบบและกระบวนการ การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสร้างความปรองดอง ซึ่งองค์ประกอบการสื่อสารเชิงพุทธประกอบด้วย 1) หลักการสื่อสารของ พระพุทธเจ้าตามระดับสติปัญญาของบุคคลว่าบุคคล

^{๑๔๖} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน C, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๔๗} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน B, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๔๘} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน C, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

มีความสามารถทางปัญญาแตกต่างกัน เป็น 4 ระดับ 2) การสื่อสารด้วยหลักกัลยาณมิตตธรรม 7 3) สื่อสารความจริงและเว้น ลักษณะมุสาวาท 4 ประการ 4) ผู้สื่อสารและผู้รับสารมีความเป็นบัณฑิต สื่อสารด้วยสติบน พื้นฐานของความเข้าใจและเคารพในตนเองและผู้อื่นบนหลักการของเหตุและผลตามความเป็นจริง ก่อให้เกิดสัมมาทิฐิ เกิดปัญญาสร้างสรรค์ เข้าใจความจริงตามกฎไตรลักษณ์ กฎ แห่งกรรม และนำไปสู่การแก้ปัญหา การกระทำที่ดียิ่งขึ้นทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคม 5) ผู้ สื่อสารและรับสารมีความประพฤติดี ปฏิบัติชอบ 6) ปฏิบัติตามหลักสัปปุริสธรรม 7 ประการ 7) การสื่อสารภายในยึดหลักโยนิโสมนสิการ และการสื่อสารภายนอก ยึดหลักปร โตโมหะ 8) ยึดหลักกาลามสูตรก่อนเชื่อและตัดสินใจทำในเรื่องต่าง ๆ”^{๑๔๙}

จากผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังภาพต่อไปนี้

การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| - สื่อสารตามระดับสติปัญญา | - สื่อสารความจริง ละเว้นพูดเท็จ |
| - บุคคลมีความสามารถทางปัญญาแตกต่าง | - ผู้พูดและผู้ฟังมีความเป็นบัณฑิต |
| - การสื่อสารด้วยหลักกัลยาณมิตตธรรม | - สื่อสารด้วยสติ |
| - ใช้หลักลักษณะมุสาวาทในการสื่อสาร | - เข้าใจและเคารพในตนเองและผู้อื่น |
| - วิเคราะห์ก่อนเชื่อและตัดสินใจ | - ปฏิบัติตามหลักสัปปุริสธรรม |
| - มีความประพฤติดีปฏิบัติชอบ | - ยึดหลักโยนิโสมนสิการ |
| - ยึดหลักปรโตโมหะ | - เข้ากฎไตรลักษณ์ |
| - หลักการของเหตุและผลตามความเป็นจริง | |

๒. การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ

“การสื่อสารเชิงพุทธถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความปรองดอง สมานฉันท์ให้กับสังคมในการสร้างความปรองดอง ต้องใช้แนวทางที่หลากหลายทั้ง ด้านจิตใจ กฎหมาย สังคม วัฒนธรรม และการเมืองในปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น การสื่อสารโดยยึดหลักสุจริต 3 ได้แก่ 1)กายสุจริต ความสุจริตทางกาย ทำสิ่งที่ตรงถูกต้องประพฤติชอบด้วยกาย 2)วจีสุจริต ความสุจริตทางวาจา พูดสิ่งที่ตรงถูกต้องประพฤติชอบด้วยวาจา และ 3) มโนสุจริต ความสุจริตทางใจ คิดสิ่งที่ตรงถูกต้องประพฤติชอบด้วยใจ การสื่อสารในสังคม

^{๑๔๙} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน A, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

เชิงพุทธนี้ หากเรามีกายที่สุจริต วาจาที่สุจริต และใจที่สุจริตแล้ว ก็จะถือว่ามีการสื่อสารในสังคมเชิงพุทธที่ดี”^{๑๕๐}

“การเลือกใช้ถ้อยคำที่เหมาะสม เมื่อมีการสนทนากันด้วยการพูดในเรื่องที่ควรพูด ที่ควรสนทนา เป็นคำพูดที่จริงเชื่อถือได้ ประสานสามัคคีของคนทั่วไปคือไม่ฟังจากข้างนี้แล้วไปบอกข้างโน้น เพื่อทำลายคนหมู่นี้ หรือฟังจากข้างโน้นแล้ว ไปบอกข้างนี้เพื่อทำลายคนหมู่นี้ เป็นผู้สมานคนที่แตกแยกกันหรือส่งเสริมยินดีในความสามัคคีเป็นที่ตั้ง”^{๑๕๑}

“การสื่อสารด้วยสติและปัญญา มีความรอบคอบในขณะที่ทำการสื่อสารโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ ตนเองและผู้อื่นมีความสุข ยึดหลักกัลยาณมิตตธรรม หลักสัพปริสธรรม เบญจศีล และเบญจธรรม หลักอริยสัจ หลักไตรลักษณ์ บนพื้นฐานของสัมมาทิฐิ คุณค่าแท้และประโยชน์ที่ แท้จริง ส่วนปัญหาการสื่อสารเกิดจากอคติ และขาดการพิจารณาด้วยเหตุผล ก่อนเชื่อข้อมูล ข่าวสาร ควรยึดหลักหลักโยนิโสมนสิการ กาลามสูตร และปรโตโฆสะ การสื่อสารเพื่อสันติ”^{๑๕๒}

“สื่อสารด้วยหลักสัมมาวาจาซึ่งเป็นทางสายกลางในมรรคมองค์ 8 คือ วชิสุจริต 4 อย่าง 1) เจตนางดเว้นจากการพูดเท็จ 2) เจตนางดเว้นจากการพูดส่อเสียด 3) เจตนางดเว้นจากการพูดหยาบ 4) เจตนางดเว้นจากการพูดเพ้อเจ้อ และหลักวาจาสุภาสิต คือ 1) พูดถูกกาล 2) พูดคำจริง 3) พูดคำอ่อนหวาน 4) พูดคำมีประโยชน์ และ 5) พูดด้วยเมตตาธรรมไม่มีอคติ”^{๑๕๓}

“ควรเป็นการสื่อสารด้วยหลักสัมมาวาจา 5 ประการ ได้แก่ 1 สัจจะ ได้แก่ เรื่องที่จะเสนอต่อมวลชนนั้น ต้องเป็นเรื่องจริง เสนอหรือส่งสารตามความเป็นจริง ไม่บิดเบือน 2 ตถตา ได้แก่ เรื่องแท้ เรื่องที่เสนอหรือส่งสารนั้นต้องเป็นเรื่องแท้ เสนอตามสภาพที่แท้จริงไม่คาดเดา ไม่แต่งแต้มใส่สี ใส่ไข่ 3 กาละ ได้แก่ เรื่องที่เสนอนั้นต้องเหมาะสมกับกาลเวลา 4 ปิยะ ได้แก่ เรื่องที่เสนอนั้นเป็นเรื่องที่คนชอบ หรือเสนอโดยวิธีที่ผู้รับสารชื่นชอบ 5 อัตถะ ได้แก่ เรื่องที่เสนอหรือส่งสารนั้นต้องเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม แต่ในบางครั้งบางสถานการณ์ ผู้ส่งสารอาจต้องพิจารณาด้วยปัญญาว่า บางเรื่องอาจไม่เหมาะสมกับเวลา อาจจะไม่เป็นที่พอใจของคนบางกลุ่มบางคน แต่เมื่อเสนอเรื่องนั้นไปแล้วเกิดประโยชน์ต่อมหาชน ผู้ส่งสาร อาจจะต้องกระทำ หรือควรกระทำ”^{๑๕๔}

๑๕๐ สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน B, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

๑๕๑ สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน C, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

๑๕๒ สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน D, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

๑๕๓ สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน F, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

๑๕๔ สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน C, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

“การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธควรสื่อสารตามหลักสัมมาวาจา การใช้วาจาในการสื่อสาร นับเป็นหัวใจสำคัญของมนุษย์ ในการอยู่ร่วมกันในสังคม ทั้งนี้เพื่อให้คิด ประโยชน์ สูงสุดในการอยู่ร่วมกัน การพูดตามหลักสัมมาวาจาต้องละเว้นวจีทุจริต วจีทุจริตเป็น วจีกรรม การกระทำไม่ดีทางวาจา เป็นความประพฤติชั่วด้วยวาจาหรือประพฤติชั่ว ทาง วาจา มี 4 ประการ คือ 1) พูดเท็จ (มุสาวาท) คือ พูดไม่จริงพูดตรงกันข้ามกับความจริง เพื่อให้เข้าใจผิด 2) พูดคำหยาบ (ผรุสวาจา) หมายถึง พูดคำระคายหู คำหยาบโลน ไม่น่าฟัง ไม่เป็นคำพูดที่ดี 3) พูดส่อเสียด (ปิสุณวาจา) หมายถึง การพูดยุให้คนสองคนฝ่ายทะเลาะ กันการยุยงให้แตกกัน 4) พูดเพ้อเจ้อ (สัมผัปปลา ปะ) คือ พูดพล่าม พูดเหลวไหลไม่มีสาระ วกวนไม่รู้จบ ทำให้เสียเวลาและประโยชน์ หลักการสื่อสารที่สำคัญ เด่นชัดที่สุดตามแนว พระพุทธศาสนาก็คือ การห้ามพูดเท็จ”¹⁵⁵

“การสื่อสารเชิงพุทธ เป็น การสื่อสารที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อมั่นในศักยภาพ ของตนเองและของแต่ละบุคคล ความเชื่อมั่นในกฎของการกระทำ ซึ่งเป็นไปตามเหตุปัจจัย ในการสื่อสารกับตนเอง และการสื่อสารกับบุคคลอื่น การเพียรพยายามสื่อสารไปในทางที่ดี เพียรระวังที่จะไม่สื่อสารไปในทางที่ไม่ดี เป็นการสื่อสารด้วยสติและปัญญา มีความรอบคอบ ในขณะที่ทำการสื่อสารโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ตนเองและผู้อื่นมีความสุข ทำให้ชีวิตตนเองและ ผู้อื่นดีขึ้นทั้งในส่วนที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม เป็นการสื่อสารที่สร้างความปรองดองโดย ใช้ สาราณียธรรม 6 ประกอบด้วย 1) เมตตาการุณยธรรม ปฏิบัติต่อกันด้วยความเมตตา 2) เมตตาวิจิตรธรรม เจรจากันด้วยความเมตตา 3) เมตตาโมกขกรรม การสื่อสารที่เกิดจากการมี ความคิดปรารถนาดีต่อกัน 4) สาธารณโภคี การแบ่งปันประโยชน์แก่สาธารณชน 5) สีส สามัญญตา ประพฤติสุจริตต่อกัน และ 6) ทิฏฐิสามัญญตา มีความเสมอภาคทางความคิด ความเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น สังคหวัตถุ 4 ประกอบด้วย 1) ทาน การให้ การเสียสละ 2) การสื่อสารคำสัตย์ด้วยความจริงใจ 3) อตถจริยา การบำเพ็ญประโยชน์ต่อผู้อื่น และ 4) สมานัตตตา เป็นคนดีสม่ำเสมอไม่โลเล พรหมวิหาร 4 ประกอบด้วย 1) เมตตา สื่อสารด้วย ความปรารถนาดีต่อกัน 2) กรุณา การสื่อสารเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการแก้ปัญหาแก่ เพื่อนมนุษย์ 3) มุทิตา การสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธ์และสร้างกัลยาณมิตร”¹⁵⁶

จากผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการสื่อสารในสังคมเชิงพุทธสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดัง ภาพต่อไปนี้

^{๑๕๕} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน A, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๕๖} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน F, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ

- ปฏิบัติต่อกันด้วยความเมตตา
- ประพฤติสุจริตต่อกัน
- การแบ่งปันประโยชน์แก่สาธารณชน
- การสื่อสารด้วยความจริงใจ
- สื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธ์และสร้างกัลยาณมิตร
- มีความเสมอภาคทางความคิด ความเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น
- สื่อสารเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการแก้ปัญหาแก่เพื่อนมนุษย์
- การสื่อสารที่เกิดจากการมีความคิดปรารณาดีต่อกัน
- เจรจากันด้วยความเมตตา
- การให้ การเสียสละ
- เป็นคนดีสม่ำเสมอไม่โลเล
- การบำเพ็ญประโยชน์ต่อผู้อื่น
- สื่อสารด้วยความปรารถนาดีต่อกัน

“การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ คือการสื่อสารบนพื้นฐานแห่งความเชื่อมั่น ในแต่ละบุคคลที่เชื่อมั่นในกฎของการกระทำซึ่งเป็นไปตามเหตุปัจจัย การสื่อสารควรเป็นไปในทางดี ไม่ผิดศีลธรรม ควรระวังคำพูด น้ำเสียง หรือท่าทางการสื่อสารไปในทางที่ไม่ดี ด้วยสติ ด้วยปัญญา ในขณะที่ทำการสื่อสาร ควรคำนึงถึงความสุข และประโยชน์ทำให้ชีวิตดีขึ้น สามารถอยู่ร่วมกันในสังคม โดยไม่มีการเบียดเบียนกันไม่ว่าจะต่อตนเองหรือผู้อื่น”¹⁵⁷

“เป็นการสื่อสารด้วยสติและปัญญา มีความรอบคอบในขณะที่ทำการสื่อสารโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ ตนเองและผู้อื่นมีความสุข ยึดหลักกัลยาณมิตรธรรม หลักสัปปริสธรรม เบญจศีลและเบญจธรรม หลักอริยสัจ หลักไตรลักษณ์ บนพื้นฐานของสัมมาทิฐิ คุณค่าแท้ และประโยชน์ที่ แท้จริง ส่วนปัญหาการสื่อสารเกิดจากอคติ และขาดการพิจารณาด้วย เหตุผลก่อนเชื่อข้อมูล ข่าวสาร ควรยึดหลักหลักโยนิโสมนสิการ กาลามสูตร และปรัโตโฆสะ การสื่อสารเพื่อสันติ ตามหลักไตรสิกขา และตัวชี้วัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสร้างความปรองดอง ประกอบด้วย สาราณียธรรม 6 สังคหวัตถุ 4 และพรหมวิหาร 4”¹⁵⁸

“การสื่อสารที่ต้องสามารถนำมาใช้ในชีวิตต่อไปได้ เป็นการสื่อสารผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 สื่อสารผ่านการมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การรู้รส และการสัมผัสทางกายและทางใจ เมื่อเราได้รับการสื่อสารมาแล้ว ก็ต้องนำมาวิเคราะห์และปรับใช้กับการดำรงชีวิตต่อไป อย่าด่วนตัดสินใจ อย่าด่วนเชื่อ ต้องตามหาเหตุผลและหลักความเป็นจริงก่อน เมื่อได้ข้อมูลที่แน่นอนจึงค่อยนำมาปรับใช้กับการใช้ชีวิต เพื่อความไม่ประมาท ตามหลักพระพุทธศาสนา”¹⁵⁹

^{๑๕๗} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน B, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๕๘} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน C, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๕๙} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน C, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

“การสื่อสารในการดำเนินเชิงพุทธ สื่อสารเพื่อความสันติและความปรองดองในการปฏิบัติงาน การสื่อสารที่ดีต้องเป็นไปเพื่อให้ บรรลุเป้าหมายของตนเองและไม่กระทบต่อเป้าหมายของผู้อื่น อีกทั้งเป็นการสื่อสารที่เกื้อกูล ประโยชน์ต่อผู้อื่นและส่วนรวมได้ ผู้สื่อสารและผู้รับสารจึงเป็นต้องนำหลักธรรมสำหรับการสื่อสารเชิงพุทธไปใช้ในถ่ายทอดแก่ผู้อื่นเพื่อนำสู่การประพฤติปฏิบัติที่งดงามทั้งทางกาย ทางวาจา ทางใจ”^{๑๖๐}

“๑. การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ ควรเป็นการสื่อสารเพื่อสันติ การสื่อสารที่ดีต้องเป็นไปเพื่อให้ บรรลุเป้าหมายของตนเองและไม่กระทบต่อเป้าหมายของผู้อื่น อีกทั้งเป็นการสื่อสารที่เกื้อกูล ประโยชน์ต่อผู้อื่นและส่วนรวมได้ ผู้สื่อสารและผู้รับสารจึงจำเป็นต้องนำหลักธรรมสำหรับ การสื่อสารเชิงพุทธไปใช้ในถ่ายทอดแก่ผู้อื่นเพื่อนำสู่การประพฤติปฏิบัติที่งดงามทั้งกาย วาจา ใจ ตามหลักศีล สมาธิ และปัญญา รูปแบบการสื่อสารเชิงพุทธจึงต้องเป็นไปตามแนวทางของ การประพฤติปฏิบัติที่ดีในระดับของ ศีล สมาธิ และปัญญา ๒.แนวคิด คือ มีลักษณะการไม่แบ่ง ฝักแบ่งฝ่าย มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การแก้ปัญหาต่างๆ โดยไม่เผชิญหน้ากัน คลื่นคลาย ปัญหาและแสวงหาทางออกร่วมกันอย่างสันติสภาพความเป็นอยู่ในสังคมมีเสถียรภาพและ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ไม่มีความเสี่ยงในชีวิตและทรัพย์สิน ได้รับความคุ้มครอง จากเจ้าหน้าที่ตำรวจหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ ประเทศและโลกมีสันติภาพ ปราศจากสงคราม และความรุนแรง หยุดยั้งวงจรความรุนแรง ลดความขัดแย้งและความหวาดกลัวที่รุนแรง มี สันติธรรม ดำเนินชีวิตและปฏิบัติหน้าที่ด้วยกันอย่างสันติปราศจากความขัดแย้ง มีความทรงจำที่ดีร่วมกันทั้งในระดับครอบครัว ระดับสังคม ระดับชาติ และระดับโลก”^{๑๖๑}

“การสื่อสารที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองและของแต่ละบุคคล ความเชื่อมั่นในกฎของการกระทำ ซึ่งเป็นไปตามเหตุปัจจัยในการสื่อสารกับตนเอง และการสื่อสารกับบุคคลอื่น การเพียรพยายามสื่อสารไปในทางที่ดี เพียรระวังที่จะไม่สื่อสารไปในทางที่ไม่ดี เป็นการสื่อสารด้วยสติและปัญญา มีความรอบคอบในขณะทำการสื่อสารโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ตนเองและผู้อื่นมีความสุข ทำให้ชีวิตตนเองและผู้อื่นดีขึ้นทั้งในส่วนที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม”^{๑๖๒}

“สื่อสารด้วยหลักสัมมาวาจาซึ่งเป็นทางสายกลางในมรรคมงคล 8 คือ วชิฐจริต 4 อย่าง 1) เจตนางดเว้นจากการพูดเท็จ 2) เจตนางดเว้นจากการพูดส่อเสียด 3) เจตนางดเว้นจากการพูดหยาบ 4) เจตนางดเว้นจากการพูดเพ้อเจ้อ และหลักวาจาสุภาสิต คือ 1) พูดถูก

^{๑๖๐} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน B, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๖๑} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน G, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๖๒} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน C, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

กาล 2) พูดคำจริง 3) พูดคำอ่อนหวาน 4) พูดคำมีประโยชน์ และ 5) พูดด้วยเมตตาธรรมไม่มีอคติ”^{๑๖๓}

“การสื่อสารที่ต้องสามารถนำมาใช้ในชีวิตต่อไปได้ เป็นการสื่อสารผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 สื่อสารผ่านการมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การรู้รส และการสัมผัสทางกายและทางใจ เมื่อเราได้รับการสื่อสารมาแล้ว ก็ต้องนำมาวิเคราะห์และปรับใช้กับการดำรงชีวิตต่อไป อย่าด่วนตัดสินใจ อย่าด่วนเชื่อ ต้องตามหาเหตุผลและหลักความเป็นจริงก่อน เมื่อได้ข้อมูลที่แน่นอนจึงค่อยนำมาปรับใช้กับการใช้ชีวิต เพื่อความไม่ประมาท ตามหลักพระพุทธศาสนา”^{๑๖๔}

จากผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังภาพต่อไปนี้

การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ

- สื่อสารบนพื้นฐานแห่งความเชื่อมั่น
- สื่อสารด้วยสติและปัญญา มีความรอบคอบ
- ถ่ายทอดแก่ผู้อื่นเพื่อนำสู่การประพฤติปฏิบัติที่ดีงามทั้งกาย วาจา ใจ
- สื่อสารเพื่อความสันติและความปรองดองในการปฏิบัติงาน
- สื่อสารผ่านประสาทสัมผัสและนำมาวิเคราะห์และปรับใช้กับการดำรงชีวิต
- สื่อสารด้วยสติและปัญญา
- สื่อสารด้วยหลักสัมมาวาจา

“สิ่งที่ต้องสอนให้เด็กและเยาวชนรู้เท่าทันสื่อ นั้น พ่อแม่ผู้ปกครอง และครูผู้สอน ต้องสอนให้เด็กและเยาวชนคิดและตั้งข้อสงสัยกับข้อมูลต่าง ๆ ที่มีเข้ามาอยู่เสมอ โดยต้องมีความเคลือบแคลงสงสัยไว้ก่อนในข้อมูลต่าง ๆ ที่พบเจอ และนำความสงสัยเหล่านั้นไปสอบถามผู้รู้ หรือหาข้อมูลต่าง ๆ ในแหล่งเรียนรู้ที่น่าเชื่อถือ รวมถึงเปิดโอกาสรับฟัง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ทั้งภายในครอบครัว หรือภายในชั้นเรียน ซึ่งจะเป็นการเสริมประสบการณ์ความเข้าใจในมุมมองของแต่ละคนที่มีไม่เหมือนกัน ทำให้สามารถถกผลึกข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงต่าง ๆ และหาได้ว่าข้อมูลเหล่านั้นมีความจริงเท็จมากน้อยแค่ไหน ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกรับหรือเชื่อในข้อมูลเหล่านั้น เด็กและเยาวชนมีโอกาสที่จะตกเป็นเครื่องมือของการใช้สื่อโดยมิชอบได้ง่าย เพราะด้วยความที่พวกเขายังขาดประสบการณ์และวุฒิภาวะ รวมถึงขาดความรู้ความเข้าใจที่จะเป็นข้อมูลในการคิดวิเคราะห์แยกแยะอย่าง

^{๑๖๓} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน D, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๖๔} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน E, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

เหมาะสม จึงทำให้ช่วงวัยนี้ซึมซับสื่อต่าง ๆ ได้โดยง่าย นอกจากนี้ด้วยอุปนิสัยพื้นฐานของ วัยรุ่นที่ชอบทำอะไรตามกระแส ก็นับเป็นจุดสำคัญที่บรรดาสื่อโฆษณาต่าง ๆ ใช้มาเจาะ กลุ่มตลาดวัยรุ่นอีกด้วย ดังนั้นเพื่อให้เด็กและเยาวชนรู้ทันปัญหาเหล่านี้ เด็กและเยาวชน ควรต้องได้รับคำแนะนำจากพ่อแม่ผู้ปกครอง รวมถึงครูผู้สอนอย่างใกล้ชิด โดยไม่ใช่เป็นการ ห้ามรับสื่อ แต่ต้องสร้างให้พวกเขามีภูมิคุ้มกันทางความคิด เพื่อให้สามารถพิจารณา ข้อมูลต่าง ๆ ที่เพื่อนำเสนอออกมาได้ เพราะในอนาคตรูปแบบในการนำเสนอของสื่อต่าง ๆ นั้น อาจมีรูปแบบที่แตกต่างจากที่เป็นอยู่ในตอนนี้แทบจะโดยสิ้นเชิง และอาจจะสามารถ เข้าถึงผู้ใช้ได้รวดเร็วกว่าที่เป็นอยู่ ดังนั้นแทนที่จะมัวมาปิดช่องทางรับสื่อเพื่อป้องกันสื่อที่ไม่ เหมาะสมมาถึงตัวของเด็กและเยาวชน สู้ให้เขามีภูมิคุ้มกันที่ดีต่อสื่อต่าง ๆ น่าจะดีกว่า”^{๑๖๕}

“สื่อมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของเด็กเพิ่มขึ้นทุกขณะ ยุคที่กระแสของโลกเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็ว ทำให้เด็กๆ ใช้เวลาอยู่กับสื่อต่างๆ รอบตัวมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ ที่มี ประโยชน์ต่อร่างกายและจิตใจมากกว่า สื่อจึงกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทรงอิทธิพลและยอ ดนิยมต่อเด็กและเยาวชนที่สามารถถ่ายทอดสิ่งต่างๆ สู่เด็กโดยตรง และผลกระทบที่ตามมา คือ เด็กจะเสพสื่อที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะพฤติกรรมทางเพศ ความรุนแรง และ การบริโภคนิยม สิ่งนี้จะส่งผลเสียต่อเด็ก ครอบครัว ชุมชนและสังคมต่อไปในอนาคต สิ่ง ที่ “ผู้รับสื่อ” ต้องพิจารณา คือ 1.สื่อมีที่มาอย่างไร ใครเป็นเจ้าของ 2.มีความน่าเชื่อถือ หรือไม่ 3. สื่อต้องการจะบอกอะไรกับเรา 4.สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของเรา อย่างไร และ 5.สื่อกำลังสร้างและสะท้อนค่านิยมอะไรในสังคม”^{๑๖๖}

“การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ถือเป็นคุณสมบัติของเยาวชนไทยในศตวรรษ ที่ 21 ที่สามารถเลือกรับ วิเคราะห์ ประเมิน และนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในทางสร้างสรรค์ รวมทั้งความสามารถในการผลิตสื่อที่ดีเพื่อขับเคลื่อนสังคม อย่างสร้างสรรค์ ดังนั้น การ รู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ควรมีลักษณะดังนี้ คือ เยาวชนไทยควรทราบแหล่งที่มาของสื่อ ว่ามีที่มาอย่างไร ใครเป็นเจ้าของสื่อหรือผู้ผลิตสื่อและที่สำคัญคือมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ วัตถุประสงค์และการแสดงเจตนาของสื่อต้องการจะสื่อสารอะไร และวิเคราะห์ว่าสื่อมี อิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของผู้รับสื่ออย่างไรและกำลังสร้างและสะท้อนค่านิยมอะไรใน สังคม และสิ่งที่ผู้ “ผลิตสื่อ” ต้องตระหนักรู้และเจตนาในการสื่อสารของผู้รับสื่อคืออะไร ผู้รับสื่อกำลังทำผิดซ้ำกับค่านิยมบางอย่างอยู่หรือไม่ มีใครได้รับผลกระทบจากการกระทำ ของผู้ผลิตสื่อและผู้รับสื่อหรือไม่และกำลังละเมิดสิทธิใครอยู่หรือไม่ ดังนั้น เพื่อให้เด็กและ เยาวชนรู้ทันปัญหาเหล่านี้ เด็กและเยาวชนควรต้องได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง รวมถึง ครูผู้สอนอย่างใกล้ชิด โดยไม่ใช่เป็นการห้ามรับสื่อ แต่ต้องสร้างให้พวกเขามีภูมิคุ้มกันทาง ความคิด เพื่อให้สามารถพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ที่เพื่อนำเสนอออกมาได้เป็นสื่อที่ให้ ประโยชน์มากกว่าให้โทษ”^{๑๖๗}

๑๖๕ สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน D, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

๑๖๖ สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน E, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

๑๖๗ สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน A, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

“เด็กและเยาวชนสามารถบริโภคสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลอย่างรู้เท่าทัน การใช้เป็น “เครื่องมือ” ในการขับเคลื่อนงานเชิงพื้นที่และเชิงประเด็น เพื่อผลักดัน สังคมไปสู่การเป็น “เมืองทั่วถึง” (inclusive city) และการใช้ทั้ง “หลักการและเครื่องมือ” ในการพัฒนาทักษะ MIDL ที่ผนวกพร้อมกับมิติด้านความเป็นพลเมืองตื่นรู้โดยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชนต่อย้ำถึงคุณค่าของ MIDL ในการสร้างสมรรถนะการเป็นผู้ใช้สื่ออย่างมีสำนึกและสติ (conscious awareness) อัน นำไปสู่การเกิดสำนึกรับผิดชอบ พล้งในการสร้างสรรค์ และการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนสังคมประชาธิปไตยที่แท้ ความสำคัญกับการรับฟัง “เสียง” ของสมาชิกทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของความเป็นพลเมืองเชิงวิพากษ์ (critical citizenship)”^{๑๖๘}

“การรู้เท่าทันสื่อ คือ “การเลือกรับและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร โดยสามารถคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล จำแนกความจริงออกจากความเห็น และสามารถประเมินคุณภาพและความน่าเชื่อถือของเนื้อหาได้ด้วยตนเอง มุ่งหวังให้สามารถรู้เท่าทันเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ และดูแลตนเองได้ในระดับที่สามารถแยกแยะได้ ไม่ตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสารที่เป็นเท็จ และเป็นการสร้างความเข้มแข็งทางองค์ความรู้ให้แก่ผู้รับสารให้เกิดการป้องกันตัวเองจากการถูกโน้มน้าว ชักจูง หรือบิดเบือนข้อเท็จจริง ตลอดจนทำให้สามารถวิเคราะห์แยกแยะข้อเท็จจริงออกจากข้อคิดเห็นที่สอดแทรกมาในข้อมูลข่าวสารได้”^{๑๖๙}

“ทุกวันนี้ โลกออนไลน์มีอิทธิพลต่อเด็กและเยาวชนอย่างมาก เด็กและเยาวชนไทยที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่าใช้เวลาอย่างมากกับ อินเทอร์เน็ตในแต่ละวัน การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ถือเป็นคุณสมบัติของเยาวชนในศตวรรษที่ 21 ควรพิจารณาว่าสื่อที่สามารถเลือกรับ วิเคราะห์ ประเมิน และนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในทางสร้างสรรค์ รวมทั้งความสามารถในการผลิต สื่อนำไปใช้ให้ได้อย่างสร้างสรรค์และมีคุณภาพ เช่น ใช้ในการเรียน หาความรู้ หรือการหารายได้เสริม ต้องพิจารณาว่าสื่อที่ได้มานั้น มาจากแหล่งข้อมูลใด น่าเชื่อถือหรือไม่ การบริโภคสื่อในปริมาณที่เหมาะสม การไม่ตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสารที่บิดเบือนการแยกแยะได้ว่า อะไรคือสิ่งที่เหมาะสม หรือไม่เหมาะสม และเลือกในสิ่งที่ประโยชน์เมื่อบริโภคสื่อ คือ การรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งหมายถึง ไม่ว่าสื่อจะนำเสนออะไร เด็กก็สามารถรับมือได้อย่างดี ถือว่ามีภูมิคุ้มกัน ซึ่งเมื่อถึงจุดนั้น สื่อก็สามารถบริโภคสื่อได้โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้ใหญ่ควบคุมดูแล”^{๑๗๐}

“การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย คือ 1. การเปิดรับสื่อ คือ การเปิดรับสื่อด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เพื่อรับรู้ถึงภาพรวมทั้งหมดของสื่อ 2. การวิเคราะห์สื่อ คือ การแยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ในการนำเสนอของสื่อเหล่านั้นว่ามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร 3.

^{๑๖๘} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน B, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๖๙} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน C, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๗๐} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน B, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

การเข้าใจสื่อ คือ การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ 4. การประเมินค่า คือการประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงใด 5. การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ คือการนำสิ่งที่เราวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ เลือกรับสื่อเป็น สามารถส่งสารต่อและมี ปฏิกริยาตอบกลับสื่ออย่างเหมาะสมได้ สิ่งที่ต้องสอนให้เด็กและเยาวชนรู้เท่าทันสื่อนั้น พ่อแม่ผู้ปกครอง และครูผู้สอน ต้องสอนให้เด็กและเยาวชนคิด และตั้งข้อสงสัยกับข้อมูลต่าง ๆ ที่มีเข้ามาอยู่เสมอ โดยต้องมีความเคลือบแคลงสงสัยไว้ก่อนในข้อมูลต่าง ๆ ที่พบและนำความสงสัยเหล่านั้นไปสอบถามผู้รู้ หรือหาข้อมูลต่าง ๆ ในแหล่งเรียนรู้ที่น่าเชื่อถือ รวมถึงเปิดโอกาสรับฟัง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันทั้งภายในครอบครัว หรือภายในชั้นเรียน ซึ่งจะเป็นการเสริมประสบการณ์ความเข้าใจในมุมมองของแต่ละคนที่มีไม่เหมือนกัน ทำให้สามารถตกผลึกข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงต่างๆ และหาได้ว่าข้อมูลเหล่านั้นมีความจริงเท็จมากน้อยแค่ไหน ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกรับหรือเชื่อในข้อมูลเหล่านั้น”¹⁷¹

“การรู้เท่าทันสื่อจะทำให้เด็กมีภูมิคุ้มกันในการเสพสื่อ ทำให้เด็กเสพสื่ออย่างระมัดระวังแม้จะเจอสื่อที่มีพิษ แต่ก็สามารถแยกแยะได้ เด็กจะสามารถเลือกเรียนรู้แต่สิ่งดีๆ ที่ปรากฏอยู่ในสื่อ ใช้สื่อให้เป็นประโยชน์ต่อตัวเอง มากกว่าจะหมกมุ่นอยู่กับการเสพจนส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของตัวเอง วิธีการวิเคราะห์สื่อ มีองค์ประกอบดังนี้ 1.การเปิดรับสื่อ คือ การเปิดรับสื่อด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เพื่อรับรู้ถึงภาพรวมทั้งหมดของสื่อ 2. การวิเคราะห์สื่อ คือ การแยกแยะองค์ประกอบต่างๆในการนำเสนอของสื่อเหล่านั้นว่ามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร 3. การเข้าใจสื่อ คือ การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ 4. การประเมินค่า คือการประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงใด 5. การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ คือการนำสิ่งที่เราวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ เลือกรับสื่อเป็น สามารถส่งสารต่อและมีปฏิกริยาตอบกลับสื่ออย่างเหมาะสมได้”¹⁷²

จากผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังภาพต่อไปนี้

^{๑๗๑} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน D, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๗๒} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน B, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

- ตระหนักรู้และเจตนาของสื่อ
- ตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อ
- ประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอ
- นำไปใช้ให้ได้อย่างสร้างสรรค์และมีคุณภาพ
- รับและใช้ประโยชน์ คติวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล
- สร้างสมรรถนะการเป็นผู้ใช้สื่ออย่างมีสำนึกและสติ
- แยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ในการนำเสนอของสื่อ
- ต้องพิจารณาสื่อ
- เด็กและเยาวชนมีภูมิคุ้มกันที่ดีต่อสื่อ
- นำสิ่งที่เราวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์

ภาพที่ ๔.๖ การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๕. ตัวอย่างการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

“การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สื่อ ออนไลน์ ประเภทเฟซบุ๊ก (Facebook) สติและสัมปชัญญะเป็นขั้นปฏิบัติการที่จำเป็นในการใช้เพื่อรู้เท่าทันสื่อ สติ เป็นการระลึกรู้เมื่อรับสื่อ ประเภทโทรทัศน์หรือเฟซบุ๊ก เพียงแค่การระลึกรู้ต่อสิ่งที่ปรากฏ ผ่านตา หู และรู้สึกถึงความคิดในใจ ในขั้น สัมปชัญญะเป็นการสร้างความรู้สึกรู้ตัวต่อการมี ปฏิสัมพันธ์กับสื่อ โดยเฉพาะความรู้สึกตัวเมื่อรับชม รับฟัง หรือการพูดคุย (ในการใช้ เฟซบุ๊กจะเกิดการสื่อสารเชิงโต้ตอบกัน ซึ่งผู้รับสื่อต้องสร้างความรู้สึกรู้ในขณะที่พูดคุยกัน) ขั้นต่อไปคือ สร้างความรู้สึกตัวเมื่อเกิดความรู้สึกทางอารมณ์ที่เป็นสุข ทุกข์ และไม่สุขไม่ ทุกข์ (ชอบ ชัง เหนย) โดยให้รับรู้ถึงการปรากฏขึ้นของเวทนา การตั้งอยู่และดับไป หมายถึง ในช่วงที่เราได้รับสื่อ โดย ปกติจะไม่ทันกับความรู้สึก และไม่รู้ว่าความรู้สึกทางอารมณ์มี ลักษณะที่เกิดขึ้น ดำรงอยู่และเปลี่ยนแปลง เป็นธรรมดา สติจึงมีบทบาทสำคัญในการช่วย กลั่นกรองในเชิงบุคคล ซึ่งแต่ละคนต้องพัฒนาขึ้นเองในตัว ในขณะที่เดียวกันก็จะช่วยรักษา คัมภีร์ของผู้รับสื่อให้ปลอดภัย ในขณะที่รับสื่อ จากการรับชม รับฟัง รวมทั้ง ทศนคติ หรือ ความนึกคิดในใจ (ในความหมายเป็นการใช้สติคุ้มครองอินทรีย์ โดยเฉพาะตา หู และใจ ให้ ปลอดภัย : อินทรีย์สังวร) ให้ปลอดภัยด้วยวิธีปฏิบัติ คือ ในช่วงที่รับสื่อที่เป็นรูป หรือรับฟัง เสียง แม้ว่าน่า ชอบใจแล้ว ก็ไม่หลงใหล ไม่เพลิดเพลิน ไม่ให้เกิดความกำหนัด และรับสื่อที่ ไม่น่าชอบใจ ก็ไม่เสียใจ ไม่มี จิตคิดอาฆาตพยาบาท ซึ่งการปฏิบัติตามแนวทางนี้ จะทำให้ ความรู้สึกทางอารมณ์เมื่อต้องกระทบกับสื่อ ไม่มีกิเลสปะปนอยู่”¹⁷³

^{๑๗๓} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน G, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

“เยาวชนไทยต้องรู้จักกลั่นกรองสื่อไม่ใช่เฉพาะแค่สื่อ(Facebook) เพื่อให้เกิดการรับสื่อ ที่เกิดประโยชน์ งดเว้นการรับสื่อที่เกิดโทษกับตนเองและผู้อื่น รวมทั้งทำให้ผู้รับสื่อมีระบบวิธีการรับและใช้ สื่อได้อย่างถูกต้อง ด้านสื่อสาร เป็นการสื่อสารต่อผู้อื่น ด้วยความเคารพต่อเพื่อนมนุษย์ ไม่สื่อสารที่ก่อให้เกิด ความขัดแย้ง การละเมิดสิทธิและขัดต่อหลักศีลธรรมที่ดีงาม”^{๑๗๔}

“การสื่อสารที่สามารถแยกความจริง ออกจากความเห็นสามารถวิเคราะห์ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลและการตระหนักในหน้าที่พลเมืองได้ ทั้งยังส่งต่อข้อมูลที่ได้รับการวิเคราะห์ยืนยันว่าถูกต้องและไม่ทำให้ผู้อื่นเสื่อมเสีย เช่น การแชร์สื่อต่าง ๆ ทาง social media ที่เป็นประโยชน์,การ live เล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยไม่นำเสนอโดยอิงกับความคิดเห็นหรืออารมณ์ส่วนตัวมากเกินไป”^{๑๗๕}

“การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ได้แก่ 1) การศึกษาการปฏิสัมพันธ์ในสภาพแวดล้อมดิจิทัลได้แก่ การบริโภคสื่อ (Consumption) (การดู การอ่าน การฟัง การดาวน์โหลด)2) การผลิตสร้าง (Creation) (การสร้างเนื้อหา ภาพ หรือซอฟต์แวร์เพื่อ post หรือ share ในสภาพแวดล้อมดิจิทัล) 3) ใช้เฟซบุ๊กหรือไลน์คุยกันในระดับเรียน การแสดงความคิดเห็น (Comment) (เช่น การกด like, share ใน Facebook, การเขียนแสดงความคิดเห็น) และ 4) การสื่อสาร (Communication) (การสื่อสารปฏิสัมพันธ์ การสนทนา เช่น การโต้ตอบอีเมล)”^{๑๗๖}

“การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย มี 5 องค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อที่เราต้องมี ได้แก่ 1) การเปิดรับสื่อ การเปิดรับการเข้าใจการวิเคราะห์สื่อสื่อ คือ การรู้เท่าทันการเปิดรับสื่อของประสาทสัมผัส หู ตา จมูก ลิ้น สัมผัสของเรา ซึ่งเมื่อเปิดรับแล้วสมองจะสั่งการให้คิดและปรุงแต่งให้เกิดอารมณ์ต่างๆตามมา การรู้เท่าทันสื่อในขั้นของการรับรู้อารมณ์ตนเองจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องแยกความคิดและอารมณ์ออกจากกัน และความคิดจะทำให้เรารับรู้ความจริงว่า “อะไรเป็นสิ่งที่สื่อสร้างขึ้น” เป็นต้น 2) การวิเคราะห์สื่อ คือ การแยกแยะองค์ประกอบในการนำเสนอของสื่อว่ามีวัตถุประสงค์อะไร ๓) การเข้าใจสื่อ คือ การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนก็จะมี ความเข้าใจสื่อได้ไม่เหมือนกันตีความไปคนละแบบขึ้นอยู่กับประสบการณ์ พื้นฐานการศึกษาคุณสมบัติในการเรียนรู้ ตลอดจนการรับรู้ข้อมูลของแต่ละบุคคลที่ไม่เท่ากันมาก่อน ๔) การประเมินค่า หลังการวิเคราะห์และทำความเข้าใจสื่อแล้ว เราควรประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นด้านเนื้อหา วิธีนำเสนอเทคนิคที่ใช้ เป็นต้น และ 5) การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ แม้เราจะสามารถวิเคราะห์ เข้าใจ และประเมินค่าสื่อได้ แต่เราไม่สามารถออกไปจากโลก

^{๑๗๔} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน C, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๗๕} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน B, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

^{๑๗๖} สัมภาษณ์ ครูโรงเรียน B, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๕.

ของสื่อได้ ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องปฏิบัติดังนี้ คือ นำสิ่งที่เราวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ เลือก
รับสื่อเป็น สามารถส่งสารต่อไปได้ และมีปฏิกิริยาตอบกลับสื่อได้”¹⁷⁷

จากผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับตัวอย่างการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน
ไทย สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังภาพต่อไปนี้

การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

- แยกความจริง ออกจากความเห็น
- ตระหนักในหน้าที่พลเมือง
- ไม่นำเสนอโดยอิงกับความคิดเห็นหรืออารมณ์ส่วนตัวมากเกินไป
- สร้างความรู้สึกต่อการมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อ
- สร้างความรู้สึกตัวเมื่อเกิดความรู้สึกทางอารมณ์
- รู้จักกลั่นกรองสื่อเพื่อนำไปใช้ประโยชน์สูงสุด
- วิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ภาพที่ ๔.๗ ตัวอย่างการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ปรากฏดังภาพต่อไปนี้

การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ

- สื่อสารตามระดับสติปัญญา
- บุคคลมีความสามารถทางปัญญาแตกต่างกัน
- การสื่อสารด้วยหลักกัลยาณมิตตรธรรม
- ใช้หลักลักษณะสุภาพในการสื่อสาร
- วิเคราะห์ก่อนเชื่อและตัดสินใจ
- มีความประพฤติดีปฏิบัติชอบ
- ยึดหลักปรัตโมสยะ
- หลักการของเหตุและผลตามความเป็นจริง
- สื่อสารความจริง ละเว้นพูดเท็จ
- ผู้พูดและผู้ฟังมีความเป็นอันหนึ่ง
- สื่อสารด้วยสติ
- เข้าใจและเคารพในตนเองและผู้อื่น
- ปฏิบัติตามหลักสัปปริยธรรม
- ยึดหลักโยนิโสณสิการ
- เข้ากฎไตรลักษณ์

การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ

- ปฏิบัติต่อกันด้วยความเมตตา
- ประพฤติสุจริตต่อกัน
- การแบ่งปันประโยชน์แก่สาธารณชน
- การสื่อสารด้วยความจริงใจ
- สื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธ์และสร้างกัลยาณมิตร
- มีความเสมอภาคทางความคิด ความเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น
- สื่อสารเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการแก้ปัญหาแก่เพื่อนมนุษย์
- การสื่อสารที่เกิดจากการมีความคิดปรารถนาดีต่อกัน
- เคารพกันด้วยความเมตตา
- การให้ การเสียสละ
- เป็นคนดีสม่ำเสมอไม่โลเล
- การบำเพ็ญประโยชน์ต่อผู้อื่น
- สื่อสารด้วยความปรารถนาดีต่อกัน

การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

- แยกความจริง ออกจากความเห็น
- ตระหนักในหน้าที่พลเมือง
- ไม่นำเสนอโดยอิงกับความคิดเห็นหรืออารมณ์ส่วนตัวมากเกินไป
- สร้างความรู้สึกต่อการมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อ
- สร้างความรู้สึกตัวเมื่อเกิดความรู้สึกทางอารมณ์
- รู้จักกลั่นกรองสื่อเพื่อนำไปใช้ประโยชน์สูงสุด
- วิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

- ตระหนักรู้และเจตนาของสื่อ
- มีความเชื่อหลังจากเปิดรับสื่อ
- ประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอ
- นำไปใช้ให้ได้สร้างสรรค์และมีคุณภาพ
- รับและใช้ประโยชน์ คิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล
- สร้างสมรรถนะการเป็นผู้ให้สื่ออย่างมีสำนึกและสติ
- แยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ในการนำเสนอของสื่อ
- ต้องพิจารณาสื่อ
- เด็กและเยาวชนมีภูมิคุ้มกันที่ดีต่อสื่อ
- นำสิ่งที่เราวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์

การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ

- สื่อสารบนพื้นฐานแห่งความเชื่อมั่น
- สื่อสารด้วยสติและปัญญา มีความรอบคอบ
- ถ่ายทอดแก่ผู้อื่นเพื่อนำสู่การประพฤติปฏิบัติที่ดีงามทั้งกาย วาจา ใจ
- สื่อสารเพื่อความสันติและความปรองดองในการปฏิบัติงาน
- สื่อสารผ่านประสาทสัมผัสและนำมาวิเคราะห์และปรับใช้กับการดำรงชีวิต
- สื่อสารด้วยสติและปัญญา
- สื่อสารด้วยหลักมรรคา

ภาพที่ ๔.๘ การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

จากข้อค้นพบที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ทำให้ได้สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ดังภาพต่อไปนี้

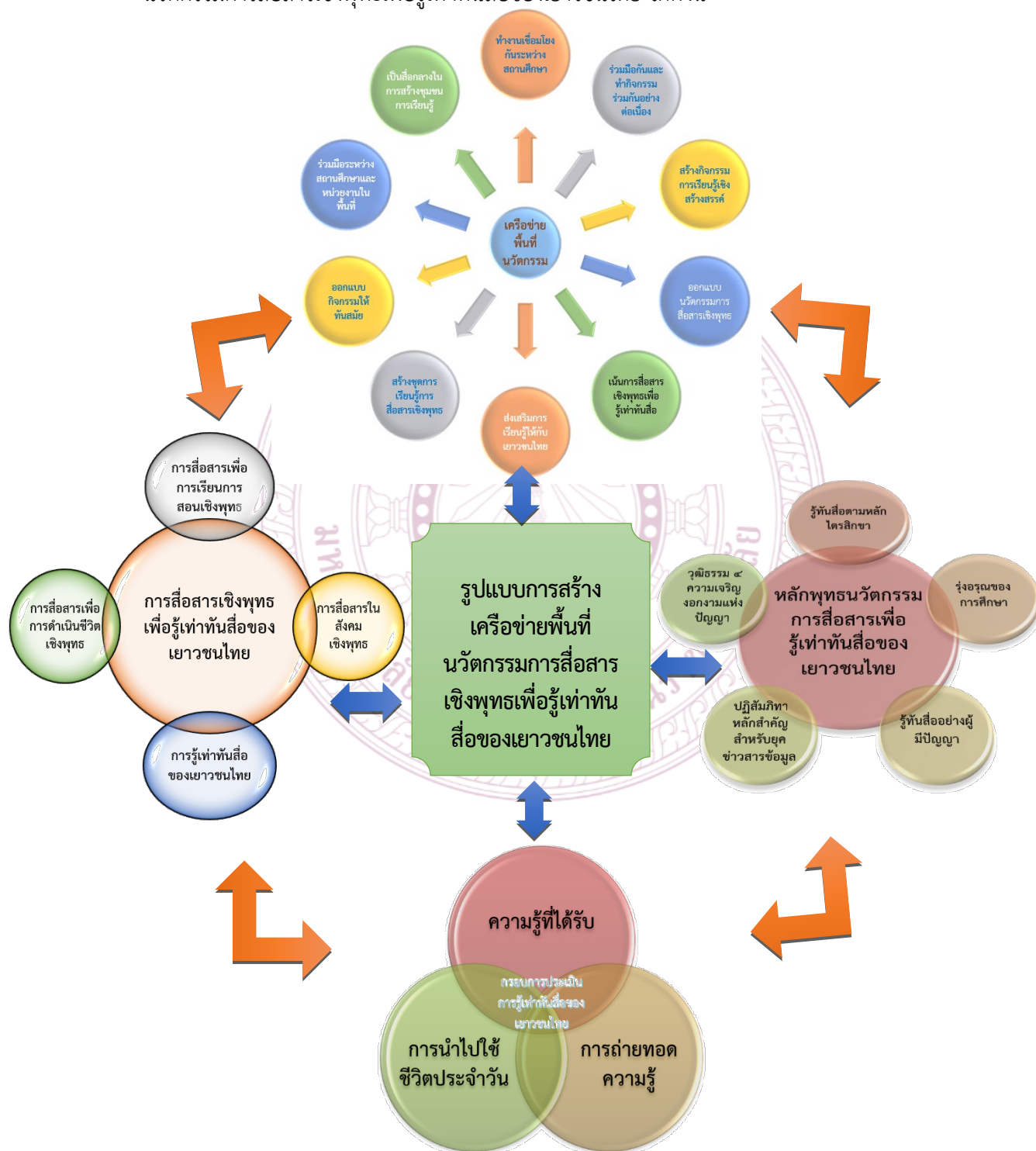


ภาพที่ ๔.๙ องค์ประกอบของการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๒.๒.๒ ผลการพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

รูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ๑) การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ ๒) การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ ๓) การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ และ ๔) การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยมีแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๑๐ ประการ ได้แก่ ๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา ๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย ๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย ๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย ๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ ๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย ๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ และ ๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน และ ๕ หลักพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ประกอบด้วย ๑) รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา ๒) รุ่งอรุณของการศึกษา ๓) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ๔)

ปฏิสัมพันธ์ ที่สำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล และ ๕) วุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา และในการติดตามและประเมินผลได้กำหนดกรอบการประเมิน ๓ ด้าน คือ ๑) ความรู้ที่ได้รับ ๒) การนำไปใช้ชีวิตประจำวัน และ ๓) การถ่ายทอดความรู้ สรุปรูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่ นวัตกรรมสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ได้ดังนี้



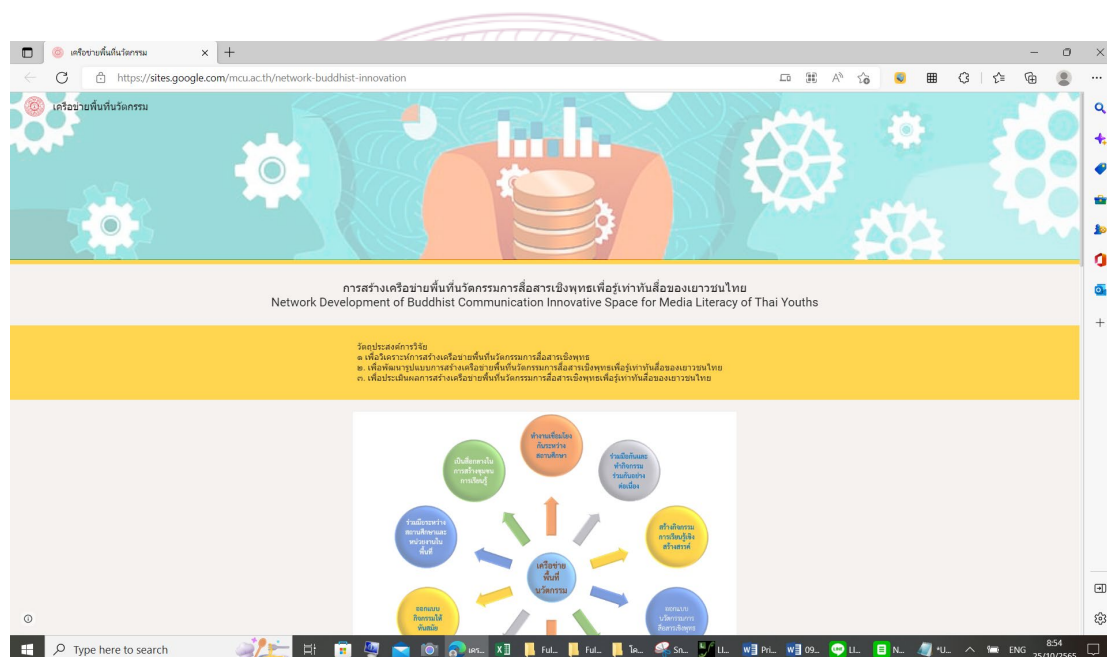
ภาพที่ ๔.๑๐ รูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๔.๓ การประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

จากการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ด้วยระบบ Google site ได้ดำเนินการผ่านเครือข่ายการเรียนรู้และนำข้อมูลดำเนินการวิเคราะห์ผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ปรากฏดังนี้

๔.๓.๑ เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ได้ดำเนินการจัดทำบนพื้นที่ Google site ตาม link:

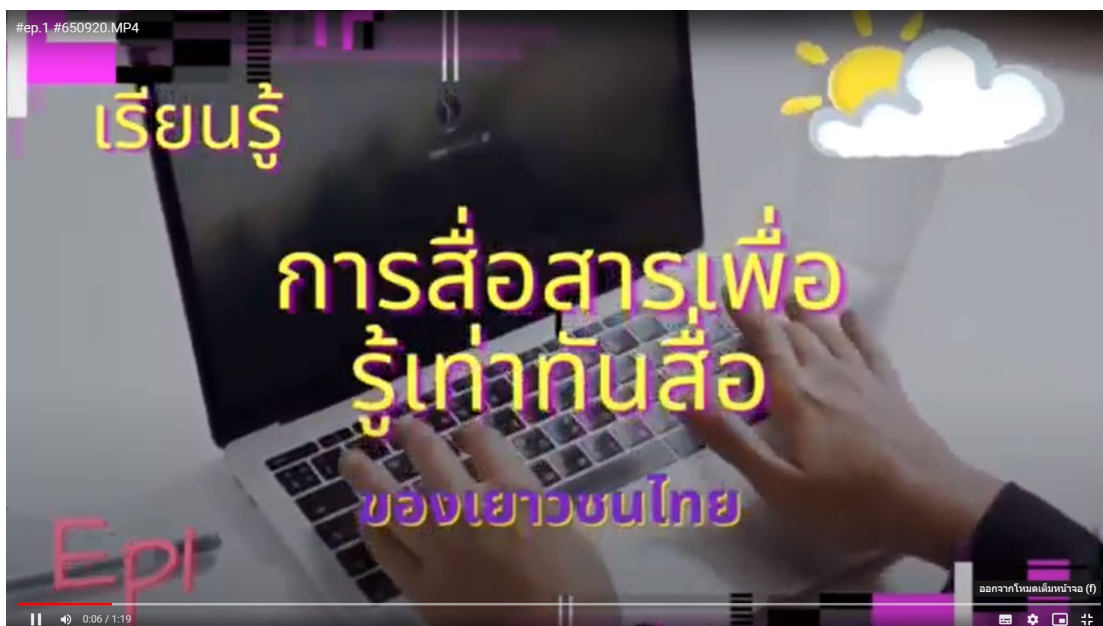
<https://sites.google.com/mcu.ac.th/network-buddhist-innovation>



Scan เพื่อเข้าร่วมกิจกรรม

โดยได้กำหนดเนื้อหาของกิจกรรมในพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยประกอบด้วย ๕ กิจกรรมสำคัญดังนี้

๑. รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา



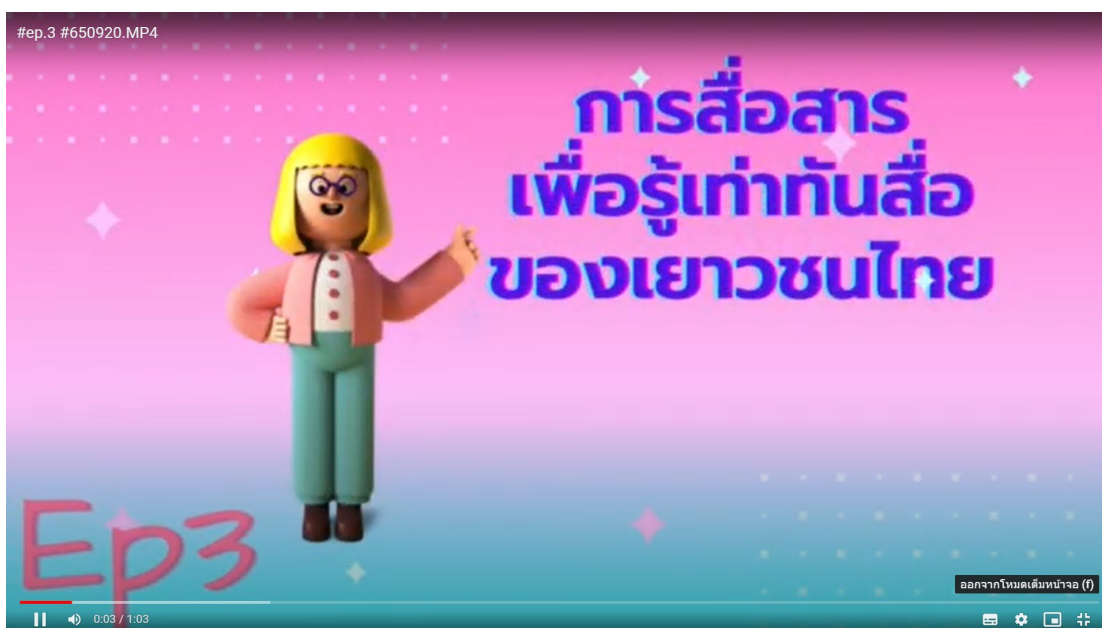
Link: <https://drive.google.com/file/d/1kcCApvN0sn34eskI2PWckyPCZU5vwE44/view>

๒. รู้จรรยาบรรณของการศึกษา



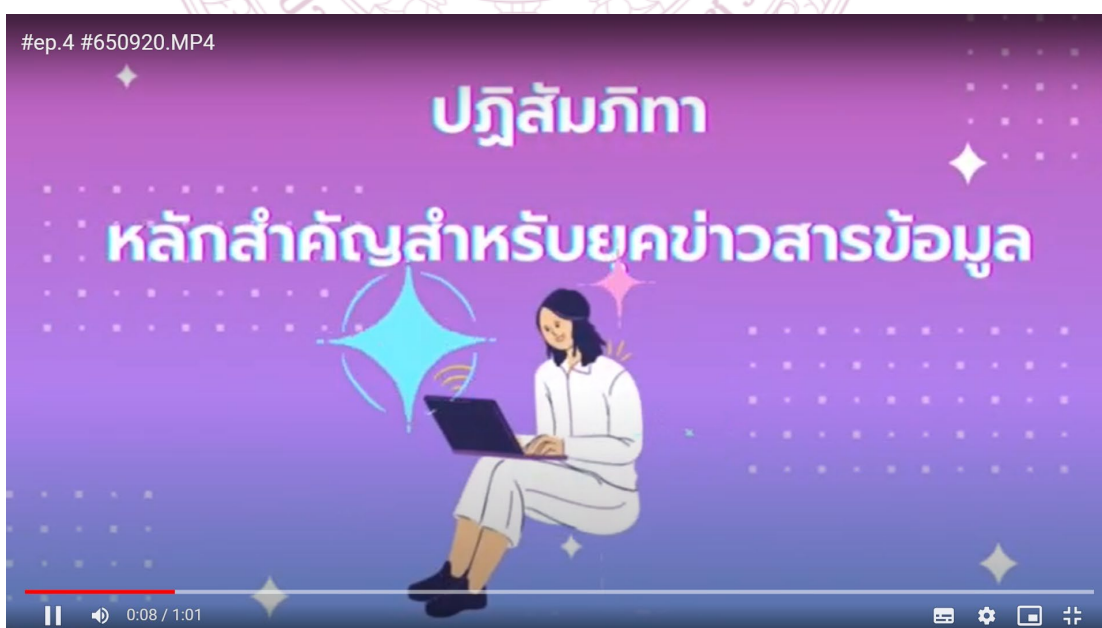
Link: <https://drive.google.com/file/d/1iKiFotiWvDBPhOG1htjtU2-7FzHeTyLq/view>

๓. รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา



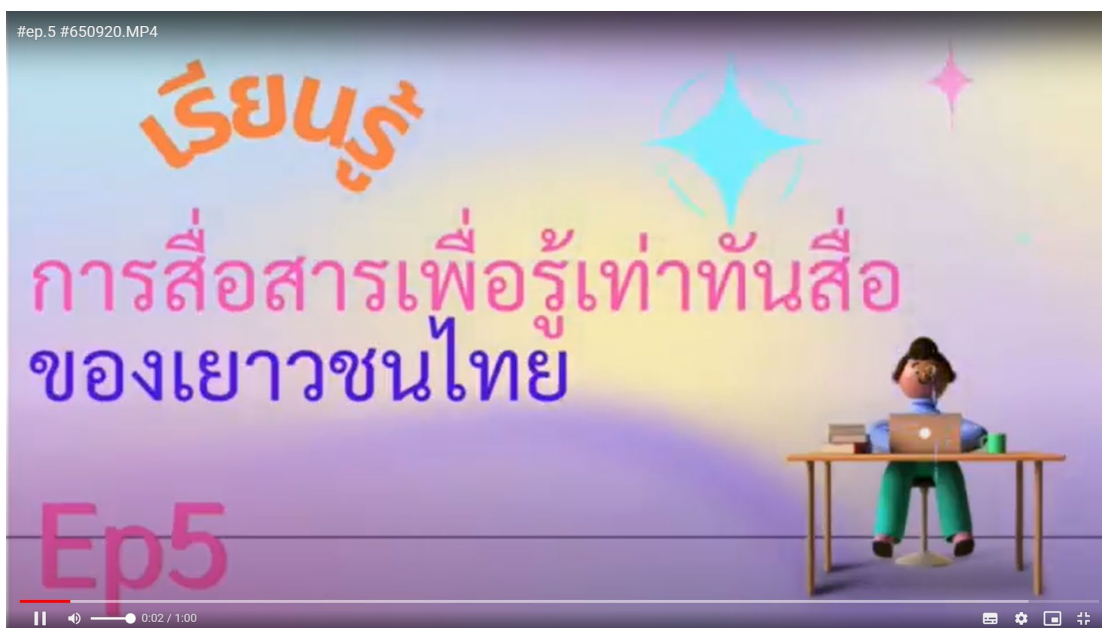
Link: <https://drive.google.com/file/d/1LenO0ZKUsCC7VlOpbfPVDFloo16JpOHo/view>

๔. ปฏิสัมพันธ์ หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล



Link: <https://drive.google.com/file/d/14vEeudyMbYW34FIGAUQraEk8d9Gfy73N/view>

๕. วุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา



Link: <https://drive.google.com/file/d/1fUC5hy3oYYifhf15EXsrYMKL2beiS-2K/view>

กรอบการประเมินผลการเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

ความรู้ที่ได้รับ

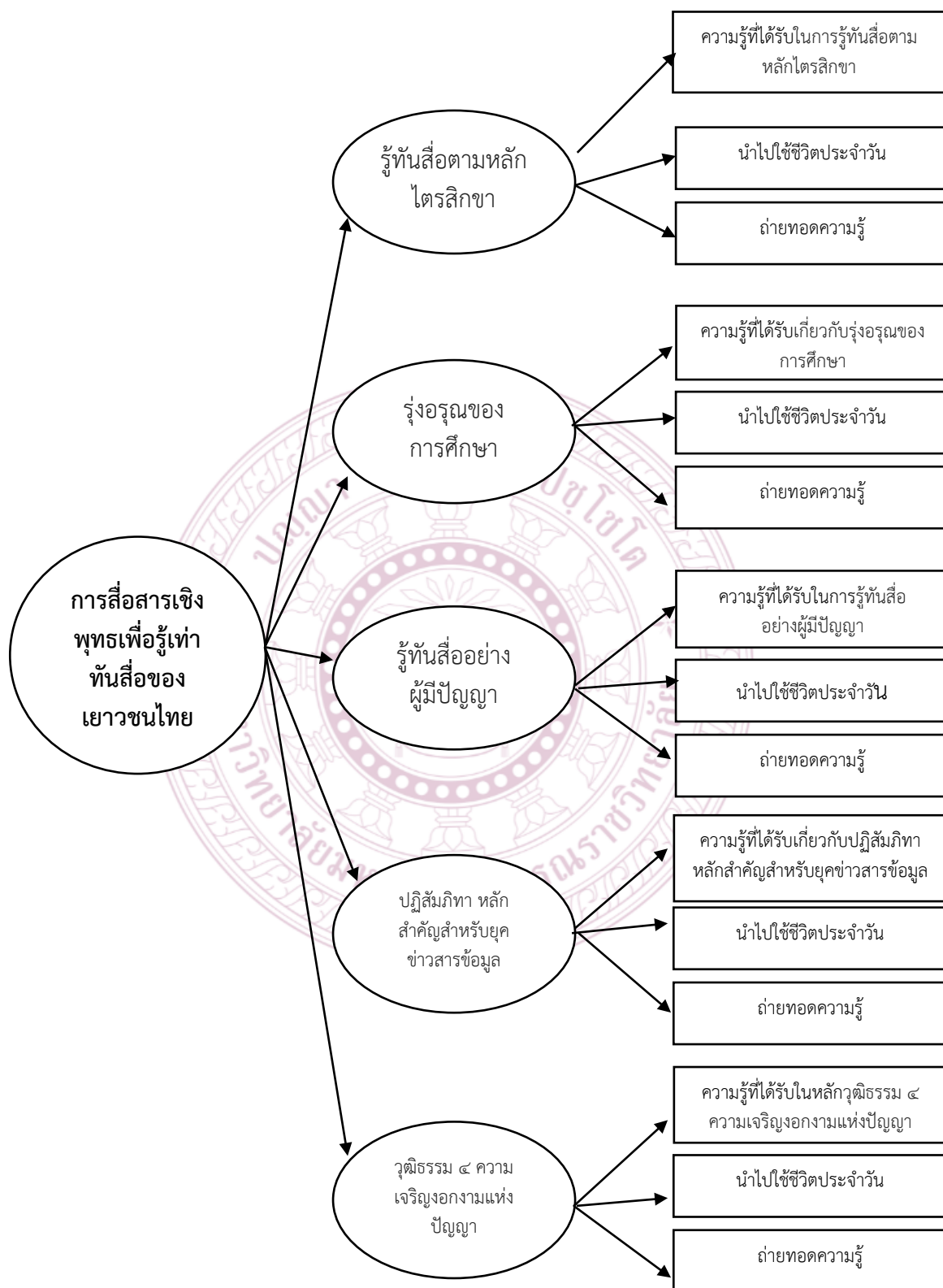
- รู้จักหลักธรรม
- รู้จักความหมายของหลักธรรม
- รู้วิธีการสื่อสารตามหลักธรรม

นำไปใช้ชีวิตประจำวันได้

- เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต
- เป็นต้นแบบในการปฏิบัติตน
- เป็นหลักธรรมเพื่อรู้เท่าทันในการสื่อสาร

ถ่ายทอดความรู้

- ถ่ายทอดความรู้สู่เพื่อน
- ถ่ายทอดความรู้สู่สมาชิกในครอบครัว
- ถ่ายทอดความรู้สู่สังคม



ภาพที่ ๔.๑๑ โมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๔.๓.๒ การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง

ในการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของข้อมูลที่ได้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรให้ได้เมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบว่าเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แตกต่างจากศูนย์หรือไม่ ถ้าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในเมทริกซ์ใด ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือมีความสัมพันธ์กันน้อย แสดงว่าเมทริกซ์นั้นไม่มีองค์ประกอบร่วมกัน และไม่จำเป็นในการนำเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไปวิเคราะห์องค์ประกอบ สำหรับค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ ค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity และค่าดัชนีไกเซอร์ เมเยอร์ – ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = KMO) ซึ่งค่า KMO ควรจะมีค่าเข้าใกล้หนึ่ง ถ้ามีค่าน้อย แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีน้อย และไม่เหมาะที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) รายละเอียดเกณฑ์ค่าดัชนี KMO มีดังนี้ (Bollen, 1989 cited in Hair et al., 1998)

ค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

KMO > .90
.80 < KMO < .89
.70 < KMO < .79
.60 < KMO < .69
.50 < KMO < .59
KMO < .50

ระดับความเหมาะสม

ดีมาก
ดี
ปานกลาง
น้อย
น้อยมาก
ไม่เหมาะสมและไม่สามารถยอมรับได้

ในการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างและการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลแบบมีตัวแปรส่งผ่านด้วยโปรแกรม LISREL จำเป็นต้องมีการเตรียมเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของแต่ละองค์ประกอบ และในการแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้การแปลความหมายของขนาดความสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้ (Hinkle; Wiersma and Jurs, 2003: 109 อ้างถึงใน อวยพร เรื่องตระกูล, 2553: 218)

ขนาดความสัมพันธ์

0.0 – 0.3
0.3 – 0.5
0.5 – 0.7
0.7 – 0.9
0.9 – 1.0

ความหมาย

มีความสัมพันธ์กันต่ำมาก
มีความสัมพันธ์กันต่ำ
มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
มีความสัมพันธ์กันสูง
มีความสัมพันธ์กันสูงมาก

เมื่อได้เมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละองค์ประกอบ จากนั้นผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์เพื่อเป็นการตรวจสอบองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second Order

Confirmatory Factor Analysis) ด้วยโปรแกรมลิสเรล (Jöreskog & Sörbom, 2004) โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๔๐๐ คน ซึ่งจะได้แสดงผลการวิเคราะห์ต่อไป และในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับโมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยนั้น เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้แทนตัวแปรต่างๆ ดังต่อไปนี้

๑. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

๑.๑ สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
S.D.	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Max	หมายถึง	ค่าสูงสุด (Maximum)
Min	หมายถึง	ค่าต่ำสุด (Minimum)
C.V.	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปร (Coefficient of Variation)
Sk	หมายถึง	ค่าความเบ้ (Skewness)
Ku	หมายถึง	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
χ^2	หมายถึง	ดัชนีตรวจสอบความกลมกลืนประเภทค่าสถิติไค-สแควร์
df	หมายถึง	องศาอิสระ (Degree of freedom)
p	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญ (Significant)
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R ²	หมายถึง	สัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination)
GFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of fit index)
AGFI	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted goodness of fit index)
RMR	หมายถึง	ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (Root mean squared residual)

๑.๒ สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรแฝง

BCTY	หมายถึง	การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
TDHAM	หมายถึง	รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา
BDHAM	หมายถึง	รุ่งอรุณของการศึกษา
WISDOM	หมายถึง	รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา
PDHAM	หมายถึง	ปฏิสัมพันธ์ที่สำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล
VDHAM	หมายถึง	วุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา

๑.๓ สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรสังเกตได้

TDHAM1	หมายถึง	ความรู้ที่ได้รับในการรู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา
TDHAM2	หมายถึง	นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน

TDHAM3	หมายถึง	ถ่ายทอดความรู้
BDHAM1	หมายถึง	ความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับรุ่งอรุณของการศึกษา
BDHAM2	หมายถึง	นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน
BDHAM3	หมายถึง	ถ่ายทอดความรู้
WISDOM1	หมายถึง	ความรู้ที่ได้รับในการรู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา
WISDOM2	หมายถึง	นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน
WISDOM3	หมายถึง	ถ่ายทอดความรู้
PDHAM1	หมายถึง	ความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุค ข่าวสารข้อมูล
PDHAM2	หมายถึง	นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน
PDHAM3	หมายถึง	ถ่ายทอดความรู้
VDHAM1	หมายถึง	ความรู้ที่ได้รับในหลักคุณธรรม ๔ ความเจริญงอกงาม แห่งปัญญา
VDHAM2	หมายถึง	นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน
VDHAM3	หมายถึง	ถ่ายทอดความรู้

แสดงรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

๒. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.00 และกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๖ คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา กำลังศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๔ คิดเป็นร้อยละ 36.00 ปรากฏดังตาราง ๔.๓

ตารางที่ ๔.๓ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	156	39.00
	หญิง	244	61.00
รวม		400	100.00
ระดับชั้น	ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๔	144	36.00
	ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๕	96	24.00
	ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๖	160	40.00
รวม		400	100.00

๓. ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดล

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในโมเดล มีตัวบ่งชี้ทั้งหมด ๑๕ ตัวแปร ที่ใช้วัดตัวแปรภายนอกแฝง ๑ ตัวแปร คือ การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY) และตัวแปรภายในแฝง ๕ ตัวแปร ได้แก่ ๑) รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา (TDHAM) ๒) รุ่งอรุณของการศึกษา(BDHAM) ๓) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา (WISDOM) ๔) ปฏิสัมพันธ์ หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล (PDHAM) และ ๕) วุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะการกระจายและการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัว ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คะแนนต่ำสุด (Min) คะแนนสูงสุด (Max) สัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ค่าความเบ้ (Sk) และค่าความโด่ง (Ku) โดยแยกวิเคราะห์ผลแต่ละตัวแปรดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาด้านรู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา (TDHAM) พบว่า โดยภาพรวมการรู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.08$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการถ่ายทอดความรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.12$) รองลงมาคือ ด้านความรู้ที่ได้รับในการรู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา ($\bar{x}=4.06$) และนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ($\bar{x}=4.05$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ 15.43-16.70 เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า 0) แสดงว่ามีการกระจายของข้อมูลมาก

เมื่อพิจารณาด้านรุ่งอรุณของการศึกษา(BDHAM) พบว่า โดยภาพรวมรุ่งอรุณของการศึกษาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.98$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการถ่ายทอดความรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.01$) รองลงมาคือ ด้านนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ($\bar{x}=3.98$) และด้านความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับรุ่งอรุณของการศึกษา ($\bar{x}=3.96$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ ๑๗.๔๒ - ๑๗.๘๑ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า 0) แสดงว่ามีการกระจายของข้อมูลมาก

เมื่อพิจารณาด้านรู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา (WISDOM) พบว่า โดยภาพรวมรู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.08$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านถ่ายทอดความรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=3.98$) รองลงมาคือ ด้านนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ($\bar{x}=4.12$) และด้านความรู้ที่ได้รับในการรู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ($\bar{x}=3.98$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ 15.82 - 16.01 เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัว

แปรทุกตัวมีไค้การแจกแจงของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าไค้ปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า 0) แสดงว่ามี การกระจายของข้อมูลมาก

เมื่อพิจารณาด้านปฏิสัมพันธ์ หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล (PDHAM) พบว่า โดย ภาพรวมปฏิสัมพันธ์ หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.11$) ซึ่งเมื่อพิจารณา เป็นรายด้านพบว่า ตัวแปรด้านนำไปใช้ในชีวิตประจำวันมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.14$) รองลงมาคือ ด้านความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล ($\bar{x}=4.11$) และด้านการ ถ่ายทอดความรู้ ($\bar{x}=4.07$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัว แปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ 16.03 - 16.38 เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีไค้การ แจกแจงของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าไค้ปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า 0) แสดงว่ามี การกระจายของ ข้อมูลมาก

เมื่อพิจารณาด้านวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM) พบว่า โดย ภาพรวมวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=๔.๐๙$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็น รายด้านพบว่า ตัวแปรด้านถ่ายทอดความรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=๑๗.๓๕$) รองลงมาคือ ด้านนำไปใช้ ในชีวิตประจำวัน ($\bar{x}=๑๕.๘๙$) และ ความรู้ที่ได้รับในหลักวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่ง ปัญญา ($\bar{x}=๑๕.๔๕$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการ กระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ ๑๕.๔๕ - ๑๕.๘๙ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของ ตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของ ตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีไค้การแจกแจง ของข้อมูลในลักษณะต่ำกว่าไค้ปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า 0) แสดงว่ามี การกระจายของข้อมูลมาก ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ ๔.๔

ตารางที่ ๔.๔ ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ
ของเยาวชนไทย (n = ๔๐๐)

ตัวแปร	Mean	ระดับ	S.D.	Min	Max	C.V.	Sk	Ku
TDHAM1	๔.๐๖	มาก	๐.๖๓	๒.๐๐	๕.๐๐	๑๕.๔๓	-๐.๒๗	-๐.๒๘
TDHAM2	๔.๐๕	มาก	๐.๖๘	๒.๐๐	๕.๐๐	๑๖.๗๐	-๐.๒๔	-๐.๗๓
TDHAM3	๔.๑๒	มาก	๐.๖๙	๑.๖๗	๕.๐๐	๑๖.๗๗	-๐.๕๒	-๐.๑๘
AVE_TDHAM	๔.๐๘	มาก	๐.๖๐	๒.๕๖	๕.๐๐	๑๔.๖๔	-๐.๒๘	-๐.๖๘
BDHAM1	๓.๙๖	มาก	๐.๗๑	๒.๐๐	๕.๐๐	๑๗.๘๑	-๐.๒๒	-๐.๕๗
BDHAM2	๓.๙๘	มาก	๐.๗๒	๒.๐๐	๕.๐๐	๑๘.๑๑	-๐.๑๓	-๐.๘๗
BDHAM3	๔.๐๑	มาก	๐.๗๐	๒.๓๓	๕.๐๐	๑๗.๔๒	-๐.๐๘	-๑.๐๔
AVE_BDHAM	๓.๙๘	มาก	๐.๖๖	๒.๒๒	๕.๐๐	๑๖.๖๘	-๐.๑๐	-๐.๘๒
WISDOM1	๓.๙๘	มาก	๐.๗๑	๒.๐๐	๕.๐๐	๑๗.๙๔	-๐.๒๑	-๐.๗๗
WISDOM2	๔.๑๒	มาก	๐.๖๕	๒.๓๓	๕.๐๐	๑๕.๘๒	-๐.๒๓	-๐.๙๒
WISDOM3	๔.๑๔	มาก	๐.๖๖	๒.๖๗	๕.๐๐	๑๖.๐๑	-๐.๒๘	-๐.๙๒
AVE_WISDOM	๔.๐๘	มาก	๐.๖๐	๒.๗๘	๕.๐๐	๑๔.๖๓	-๐.๑๔	-๐.๘๗
PDHAM1	๔.๑๑	มาก	๐.๖๗	๒.๓๓	๕.๐๐	๑๖.๓๘	-๐.๒๗	-๐.๘๔
PDHAM2	๔.๑๔	มาก	๐.๖๖	๒.๐๐	๕.๐๐	๑๖.๐๓	-๐.๒๗	-๐.๗๕
PDHAM3	๔.๐๗	มาก	๐.๖๘	๒.๖๗	๕.๐๐	๑๖.๗๙	-๐.๐๙	-๑.๐๘
AVE_PDHAM	๔.๑๑	มาก	๐.๖๒	๓.๐๐	๕.๐๐	๑๕.๐๒	-๐.๑๓	-๑.๐๑
VDHAM1	๔.๑๑	มาก	๐.๖๓	๓.๐๐	๕.๐๐	๑๕.๔๕	-๐.๑๓	-๐.๘๖
VDHAM2	๔.๑๐	มาก	๐.๖๕	๒.๓๓	๕.๐๐	๑๕.๘๙	-๐.๒๖	-๐.๖๖
VDHAM3	๔.๐๗	มาก	๐.๗๑	๒.๓๓	๕.๐๐	๑๗.๓๕	-๐.๒๐	-๑.๐๖
AVE_VDHAM	๔.๐๙	มาก	๐.๖๐	๒.๘๙	๕.๐๐	๑๔.๗๐	-๐.๒๐	-๐.๗๘

๔. ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างของการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ตัวแปร ที่บ่งชี้องค์ประกอบการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ .๕๐๓ ถึง .๘๓๖ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ ทุกคู่ ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวกขนาดปานกลางถึงขนาดสูง ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดคือ ความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับรุ่งอรุณของการศึกษา (BDHAM1) กับการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (BDHAM2) และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่ำสุด คือ ความรู้ที่ได้รับในการรู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา (TDHAM1) กับการถ่ายทอดความรู้ (WISDOM3) เมื่อพิจารณาค่า Bartlett's Test of Sphericity มีค่าเท่ากับ ๖๐๘๒.๙๐๔ ($p = .๐๐๐$) แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ และค่าดัชนีไกเซอร์ – ไมเยอร์ – ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ .๙๖๓ แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ของข้อมูลมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ ดังแสดงในตารางที่ ๔.๓

เมื่อพิจารณาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้จำนวน ๑๕ ตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .๐๑$) มีจำนวน ๑๐๕ คู่ มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง ๐.๕๐๓ ถึง .๘๓๖ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ทุกตัวมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .๐๑$) และเป็นความสัมพันธ์ทางบวก แสดงว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกตัวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับรุ่งอรุณของการศึกษา (BDHAM1) และการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (BDHAM2) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๓๖ แสดงว่า เมื่อความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับรุ่งอรุณของการศึกษามากขึ้น การนำไปใช้ในชีวิตประจำวันก็มากขึ้นด้วย และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์รองลงมาคือ การนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (BDHAM2) และการถ่ายทอดความรู้ (BDHAM3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๒๑ แสดงว่า เมื่อมีการนำไปใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น การถ่ายทอดความรู้ ก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ระหว่างกลุ่มตัวแปรด้านเดียวกัน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านรู้ทันตามหลักไตรสิกขา (TDHAM) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๖๖๓ ถึง .๗๖๕ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ การนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (TDHAM2) และการถ่ายทอดความรู้ (TDHAM3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๗๖๕ ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ความรู้ที่ได้รับในการรู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา (TDHAM1) และการถ่ายทอดความรู้ (TDHAM3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๖๖๓

ด้านรุ่งอรุณของการศึกษา (BDHAM) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๘๐๕ ถึง .๘๓๖ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับรุ่งอรุณของการศึกษา (BDHAM1) และการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (BDHAM2) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๓๖ ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับ

รุ่งอรุณของการศึกษา (BDHAM1) และถ่ายทอดความรู้ (BDHAM3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๘๐๕

ด้านรู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา (WISDOM) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๖๑๔ ถึง .๗๐๙ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (WISDOM2) และการถ่ายทอดความรู้ (WISDOM3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๗๐๙ ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ความรู้ที่ได้รับในการรู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา (WISDOM1) และการถ่ายทอดความรู้ (WISDOM3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๖๑๔

ด้านปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล (PDHAM) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๗๔๑ ถึง .๗๗๙ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ ความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล (PDHAM1) และการถ่ายทอดความรู้ (PDHAM3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๗๗๙ ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ การนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (PDHAM2) และการถ่ายทอดความรู้ (PDHAM3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๗๔๑

ด้านคุณธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM) พบว่า มีค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วง .๗๑๐ ถึง .๗๖๙ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ ความรู้ที่ได้รับในหลักคุณธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM1) และการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (VDHAM2) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๗๖๙ ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ ความรู้ที่ได้รับในหลักคุณธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM1) และการถ่ายทอดความรู้ (VDHAM3) โดยมีขนาดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ เท่ากับ .๗๑๐

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในองค์ประกอบการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๕ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรในองค์ประกอบการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

ตัวแปร	TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2	BDHAM3	WISDOM1	WISDOM2	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2	PDHAM3	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3
TDHAM1	๑.๐๐๐														
TDHAM2	.๖๙๕**	๑.๐๐๐													
TDHAM3	.๗๖๓**	.๗๖๕**	๑.๐๐๐												
BDHAM1	.๕๗๑**	.๖๖๗**	.๖๔๕**	๑.๐๐๐											
BDHAM2	.๕๔๕**	.๖๕๐**	.๖๗๖**	.๘๓๖**	๑.๐๐๐										
BDHAM3	.๕๕๕**	.๖๖๔**	.๖๗๓**	.๘๐๕**	.๘๒๑**	๑.๐๐๐									
WISDOM1	.๕๖๕**	.๖๕๐**	.๖๗๓**	.๗๙๑**	.๗๗๑**	.๘๒๐**	๑.๐๐๐								
WISDOM2	.๕๖๐**	.๖๐๕**	.๖๐๑**	.๖๔๙**	.๗๒๓**	.๗๐๘**	.๖๘๖**	๑.๐๐๐							
WISDOM3	.๕๐๓**	.๕๙๖**	.๕๔๗**	.๕๙๖**	.๕๙๐**	.๕๙๕**	.๖๑๔**	.๗๐๙**	๑.๐๐๐						
PDHAM1	.๕๑๗**	.๖๒๓**	.๖๒๕**	.๖๙๗**	.๗๐๘**	.๗๑๓**	.๗๕๒**	.๗๖๐**	.๖๘๗**	๑.๐๐๐					
PDHAM2	.๕๘๑**	.๕๗๖**	.๕๙๘**	.๖๑๔**	.๖๒๕**	.๖๓๖**	.๖๘๗**	.๗๑๒**	.๖๖๗**	.๗๕๕**	๑.๐๐๐				
PDHAM3	.๕๕๕**	.๖๔๕**	.๖๒๖**	.๗๑๔**	.๖๗๕**	.๗๑๔**	.๗๑๗**	.๗๑๘**	.๗๔๗**	.๗๔๑**	.๗๗๕**	๑.๐๐๐			
VDHAM1	.๕๕๓**	.๕๙๙**	.๕๙๖**	.๖๓๒**	.๖๒๗**	.๖๒๘**	.๖๕๔**	.๗๑๑**	.๗๓๔**	.๗๔๓**	.๗๒๔**	.๗๖๑**	๑.๐๐๐		
VDHAM2	.๕๓๙**	.๖๐๐**	.๕๙๕**	.๖๖๘**	.๖๗๐**	.๖๔๖**	.๖๘๕**	.๗๐๐**	.๗๑๑**	.๗๒๙**	.๗๐๕**	.๗๖๙**	.๗๖๑**	๑.๐๐๐	
VDHAM3	.๕๖๘**	.๖๑๙**	.๖๒๒**	.๖๕๙**	.๗๐๗**	.๗๒๓**	.๗๒๙**	.๖๕๙**	.๖๕๙**	.๗๒๗**	.๗๔๑**	.๗๒๐**	.๗๒๐**	.๗๒๐**	๑.๐๐๐
Mean	๔.๐๖๔	๔.๐๔๙	๔.๑๒๑	๓.๙๖๔	๓.๙๗๗	๔.๐๐๗	๓.๙๘๔	๔.๑๑๘	๔.๑๓๘	๔.๑๓๓	๔.๑๓๖	๔.๑๐๓	๔.๑๐๓	๔.๐๖๘	๔.๐๖๘
S.D.	๐.๖๒๗	๐.๖๗๖	๐.๖๙๑	๐.๗๐๖	๐.๗๒๐	๐.๖๙๘	๐.๗๑๕	๐.๖๕๑	๐.๖๖๓	๐.๖๗๔	๐.๖๖๓	๐.๖๓๔	๐.๖๕๒	๐.๖๕๒	๐.๗๐๖

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = .๙๖๓

Bartlett's Test of Sphericity = ๖๐๘๒.๙๐๔, df = ๑๐๕, p = .๐๐๐

หมายเหตุ: **p < .๐๑; n = ๔๐๐; ระดับการให้คะแนน ๕ ระดับ

๕. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY) พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีพิจารณาได้จากค่าไค - สแควร์ ($\chi^2=65.12$, $df=49$, $p=.061$) ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .979 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ .948 และค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ .020 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์โมเดลที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบด้านรู้ทันตามหลักไตรสิกขา (TDHAM) รุ่งอรุณของการศึกษา (BDHAM) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา (WISDOM) ปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล (PDHAM) และวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM) กับตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งเป็นตัวแปรบ่งชี้ขององค์ประกอบ 5 องค์ประกอบของการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐานของตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกทั้งหมด และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง .78 - .92

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในองค์ประกอบรู้ทันตามหลักไตรสิกขา (TDHAM) พบว่า ตัวบ่งชี้ทุกตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวบ่งชี้ที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (TDHAM2) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.89 รองลงมา คือ ด้านถ่ายทอดความรู้ (TDHAM3) และด้านความรู้ที่ได้รับในการรู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา (TDHAM1) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.88 และ 0.80 ตามลำดับ โดยสัดส่วนความแปรปรวนที่อธิบายได้ด้วยองค์ประกอบรู้ทันตามหลักไตรสิกขามีค่าประมาณร้อยละ 64.00 ถึงร้อยละ 80.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในองค์ประกอบรุ่งอรุณของการศึกษา (BDHAM) พบว่า ตัวบ่งชี้ทุกตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวบ่งชี้ที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านถ่ายทอดความรู้ (BDHAM3) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.92 รองลงมา คือ ด้านความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับรุ่งอรุณของการศึกษา (BDHAM1) และด้านนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (BDHAM2) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.90 และ 0.90 ตามลำดับ โดยสัดส่วนความแปรปรวนที่อธิบายได้ด้วยองค์ประกอบรุ่งอรุณของการศึกษามีค่าประมาณร้อยละ 82.00 ถึงร้อยละ 85.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในองค์ประกอบรู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา (WISDOM) พบว่า ตัวบ่งชี้ทุกตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวบ่งชี้ที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (WISDOM2) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.88 รองลงมา คือ ด้านความรู้ที่ได้รับในการรู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา (WISDOM1) และด้านถ่ายทอดความรู้ (WISDOM3) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87 และ 0.78 ตามลำดับ โดยสัดส่วนความแปรปรวนที่อธิบายได้ด้วยองค์ประกอบรู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญามีค่าประมาณร้อยละ 60.00 ถึงร้อยละ 77.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในองค์ประกอบปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล (PDHAM) พบว่า ตัวบ่งชี้ทุกตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวบ่งชี้ที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล (PDHAM1) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.91 รองลงมา คือ ด้านถ่ายทอดความรู้ (PDHAM3) และด้านนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (PDHAM2) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87 และ 0.85 ตามลำดับ โดยสัดส่วนความแปรปรวนที่อธิบายได้ด้วยองค์ประกอบปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูลมีค่าประมาณร้อยละ 73.00 ถึงร้อยละ 83.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในองค์ประกอบวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM) พบว่า ตัวบ่งชี้ทุกตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวบ่งชี้ที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านถ่ายทอดความรู้ (VDHAM3) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.88 รองลงมา คือ ด้านความรู้ที่ได้รับในหลักสูตรวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM1) และด้านนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85 และ 0.84 ตามลำดับ โดยสัดส่วนความแปรปรวนที่อธิบายได้ด้วยองค์ประกอบวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญามีค่าประมาณร้อยละ 73.00 ถึงร้อยละ 78.00

สำหรับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์โมเดลที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY) ซึ่งเป็นองค์ประกอบอันดับที่สองกับรู้ทันตามหลักไตรสิกขา (TDHAM) รุ่งอรุณของการศึกษา (BDHAM) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา (WISDOM) ปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล (PDHAM) และวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM) ซึ่งเป็นองค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐานของทั้ง 5 องค์ประกอบมีค่าเป็นบวกทั้งหมด และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยองค์ประกอบมีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดในการบ่งชี้ถึงการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย คือ รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา (WISDOM) และวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.00 รองลงมาคือ ปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล (PDHAM) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.99 ส่วนองค์ประกอบด้านรู้ทันตามหลักไตรสิกขา (TDHAM) เป็นองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญน้อยที่สุด ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85 โดยองค์ประกอบด้านรู้ทันตามหลักไตรสิกขา รุ่งอรุณของการศึกษา รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล และวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา มีความแปรปรวนร่วมกันกับ การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ได้ร้อยละ 73.00, 81.00, 100.00, 98.00 และ 100.00 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.602 ถึง 0.851 โดยตัวแปรที่มีค่าความเที่ยงสูงสุด คือ ด้านถ่ายทอดความรู้ (BDHAM3) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.851 รองลงมาคือ ด้านความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล (PDHAM1) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.831 และตัวแปรที่มีค่าความเที่ยงต่ำสุดคือ ด้านความรู้ที่ได้รับในการรู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา (TDHAM1) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.637 ในภาพรวมค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ส่วนมากมีค่าปานกลางถึงสูง และเมื่อพิจารณาเมตริกซ์สหสัมพันธ์

ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า ค่าพิสัยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ในช่วง 0.769 ถึง .999 โดยตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน (ค่าความสัมพันธ์เป็นบวก) ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุด คือ การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY) และรู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา (WISDOM) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .999 มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก แสดงว่า เมื่อการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเพิ่มมากขึ้น รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญาก็เพิ่มมากขึ้นด้วย และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รองลงมา คือ การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY) และวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.998 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สองของโมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ดังแสดงในตารางที่ ๔.๖



ตารางที่ ๔.๖ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY)

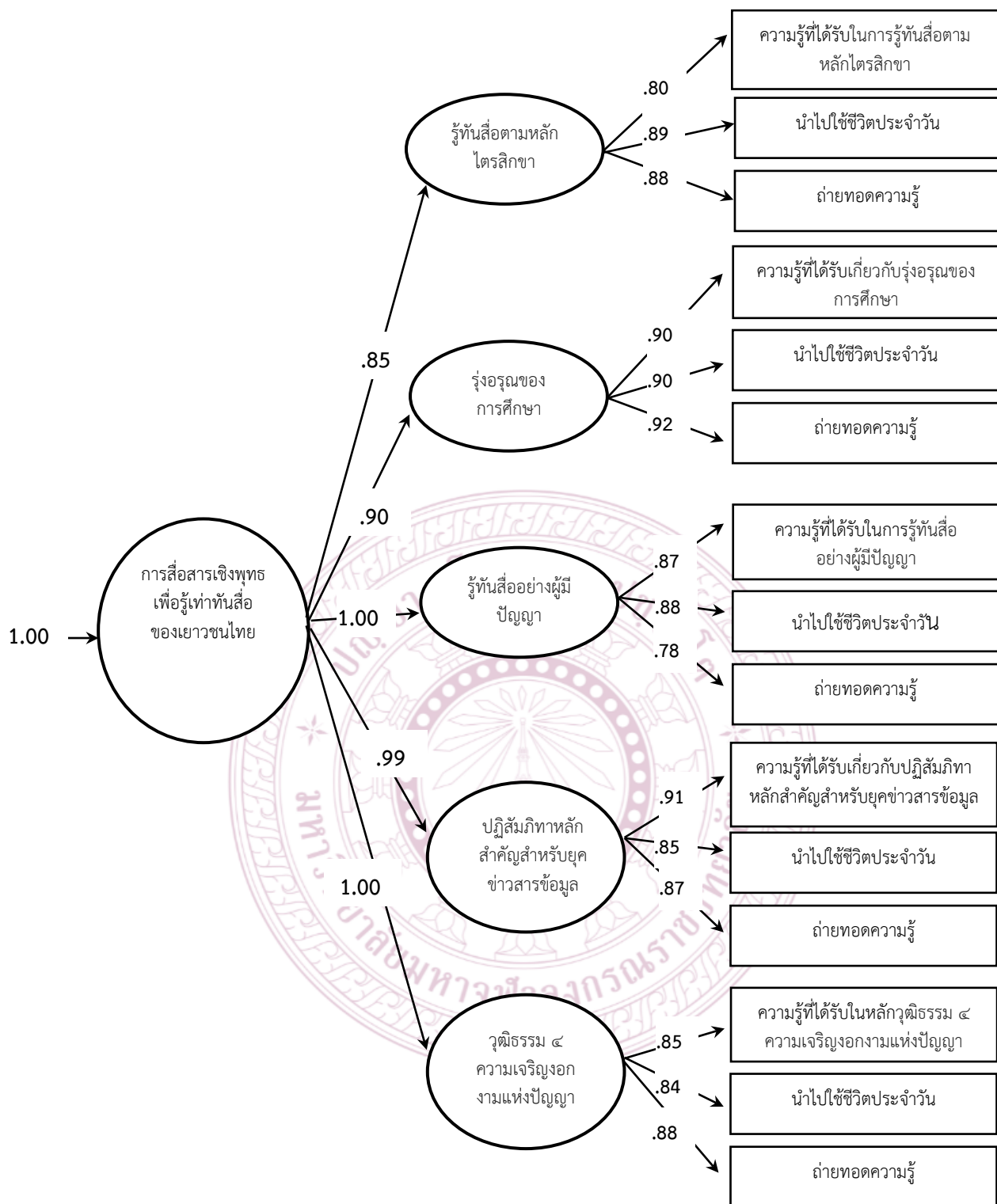
ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ		t	R ²	สปส.คะแนน องค์ประกอบ
	beta	b(SE)			
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่หนึ่ง					
องค์ประกอบด้านรู้ทันตามหลักไตรสิกขา (TDHAM)					
TDHAM1	0.80	5.545		0.637	0.027
TDHAM2	0.89	1.912(0.093)	20.582**	0.800	0.164
TDHAM3	0.88	2.156(0.107)	20.105**	0.770	0.127
องค์ประกอบด้านรุ่งอรุณของการศึกษา (BDHAM)					
BDHAM1	0.90	1.841		0.815	0.159
BDHAM2	0.90	2.701 (0.085)	31.839**	0.818	0.082
BDHAM3	0.92	2.264 (0.081)	27.787**	0.851	0.212
องค์ประกอบด้านรู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา (WISDOM)					
WISDOM1	0.87	2.692		0.750	0.062
WISDOM2	0.88	0.555 (0.025)	22.481**	0.767	0.271
WISDOM3	0.78	0.673 (0.035)	19.229**	0.602	-0.055
องค์ประกอบด้านปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล (PDHAM)					
PDHAM1	0.91	2.725		0.831	0.077
PDHAM2	0.85	0.507 (0.020)	25.376**	0.727	0.129
PDHAM3	0.87	0.489 (0.018)	26.939**	0.764	0.317
องค์ประกอบด้านวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM)					
VDHAM1	0.85	3.686		0.725	0.030
VDHAM2	0.84	3.376 (0.131)	25.716**	0.706	0.016
VDHAM3	0.88	1.264 (0.054)	23.555**	0.779	0.109
การวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สอง					
ตัวบ่งชี้การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย					
รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา (TDHAM)	0.85	0.854 (0.053)	16.003**	0.729	
รุ่งอรุณของการศึกษา (BDHAM)	0.90	0.900 (0.046)	19.660**	0.810	
รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา (WISDOM)	1.00	0.999 (0.047)	21.436**	0.998	
ปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล (PDHAM)	0.99	0.992 (0.043)	23.225**	0.984	
วุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา (VDHAM)	1.00	0.998 (0.048)	20.929**	0.997	

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ			t	R ²	สปส.คะแนน องค์ประกอบ
	beta	b(SE)				
$\chi^2 = 65.12$, df = 49, p = .061, GFI = .979, AGFI = .948, RMR = .020, RMSEA = .029						
ตัวแปร	TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2	BDHAM3
ความเที่ยง	0.637	0.800	0.770	0.815	0.818	0.851
ตัวแปร	WISDOM1	WISDOM1	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2	PDHAM3
ความเที่ยง	0.750	0.767	0.602	0.831	0.727	0.764
ตัวแปร	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3			
ความเที่ยง	0.725	0.706	0.779			

เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM	BCTY
TDHAM	1.000					
BDHAM	0.769	1.000				
WISDOM	0.853	0.899	1.000			
PDHAM	0.847	0.893	0.991	1.000		
VDHAM	0.853	0.899	0.997	0.990	1.000	
BCTY	0.854	0.900	0.999	0.992	0.998	1.000

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, **p < .01



$\chi^2 = 65.12$, $df=49$, $P\text{-value}=0.061$, $RMSEA=0.029$

ภาพที่ ๔.๑๒ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๔.๔ องค์ความรู้จากการวิจัย

การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ได้พัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ๑) การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ ๒) การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ ๓) การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ และ ๔) การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยมีแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๑๐ ประการ ได้แก่ ๑) ทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา ๒) ร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ๓) สร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ ๔) ออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ๕) เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ๖) ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย ๗) สร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธ ๘) ออกแบบกิจกรรมให้ทันสมัย ๙) ร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ และ ๑๐) เป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ โดยมีการออกแบบสื่อพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย จำนวน ๕ ชุด ประกอบด้วย ๑) รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา ๒) รุ่งอรุณของการศึกษา ๓) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ๔) ปฏิสัมพันธ์ หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล และ ๕) วุฒิชัยธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา และในการติดตามและประเมินผลได้กำหนดกรอบการประเมิน ๓ ด้าน คือ ๑) ความรู้ที่ได้รับ ๒) การนำไปใช้ชีวิตประจำวัน และ ๓) การถ่ายทอดความรู้ และจากผลการประเมินได้วิเคราะห์โมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยพบว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หมายความว่ามีความสอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงของเยาวชนในการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อโดยสามารถเรียนรู้ เข้าใจ นำไปใช้และถ่ายทอดสู่ผู้อื่นได้ จากข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นแนวทางในการส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยต่อไป



ภาพที่ ๔.๑๓ องค์ความรู้จากการวิจัย

บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” มีวัตถุประสงค์การวิจัย ๑) เพื่อวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ๒) เพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และ ๓) เพื่อประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย การวิจัยครั้งนี้ออกแบบโดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ตามกระบวนการ PAOR โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยเป็น ๔ ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนการวางแผน (Plan: P) วิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ขั้นปฏิบัติ (Act: A) พัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ขั้นสังเกต (Observe: O) ที่เกิดขึ้นจากการติดตามผลงานจากขั้นปฏิบัติ และขั้นสะท้อนผล (Reflect: R) ที่เกิดขึ้นด้วยการประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๑.๑ ผลการศึกษาการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ สรุปได้เป็นแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๑๐ ประเด็น ประกอบด้วย ๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา ๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย ๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย ๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย ๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ ๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย ๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ และ ๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เป็นที่น่าสังเกตว่าแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่มีความโดดเด่น คือ เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

๕.๑.๒ ผลการพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สรุปได้ว่า รูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ๑) การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ ๒) การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ ๓) การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ และ ๔) การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยมีแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ได้แก่ การทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา การประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย เป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย เป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธ และออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย เป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ และเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน และ การบูรณาการ ๕ หลักพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ประกอบด้วย ๑) รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา ๒) รุ่งอรุณของการศึกษา ๓) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ๔) ปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล และ ๕) วุฒิชัย ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา และในการติดตามและประเมินผลได้กำหนดกรอบการประเมิน ๓ ด้าน คือ ๑) ความรู้ที่ได้รับ ๒) การนำไปใช้ชีวิตประจำวัน และ ๓) การถ่ายทอดความรู้

๕.๑.๓ ผลการประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (BCTY) พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี พิจารณาได้จากค่าไค - สแควร์ ($\chi^2=65.12$, $df=49$, $p=.061$) ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .๙๗๙ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ .๙๔๘ และค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ .๐๒๐ แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากผลการประเมินได้วิเคราะห์โมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยพบว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หมายความว่ามีความสอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงของเยาวชนในการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อโดยสามารถเรียนรู้ เข้าใจ นำไปใช้และถ่ายทอดสู่ผู้อื่นได้จากข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นแนวทางในการส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยต่อไป

๕.๒ อภิปรายผล

ในการอภิปรายผลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดประเด็นในการอภิปรายผลแบ่งเป็น ๔ ประเด็น ดังนี้

ประเด็นแรกของการอภิปรายผล คือ จากผลการศึกษาการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ พบว่า แนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่มีความโดดเด่น คือ เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่าง

สถานศึกษา เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการศึกษามีการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐลิดา ระหา (๒๕๔๒)^{๑๗๘} ได้ศึกษากระบวนการพัฒนาเครือข่ายครูเพื่อเด็กเพื่อชุมชนจังหวัดสงขลา มีเป้าหมายคือการจัดการศึกษาเพื่อเชื่อมประสานระหว่างโรงเรียนกับชุมชน มีแนวทางการดำเนินงานโดยใช้หลักการประสานงานและพึ่งตนเอง มีปัจจัยสนับสนุนคือ มีผู้นำบุคลากร และองค์กรชุมชนให้การสนับสนุนสภาพโดยรวมของเครือข่ายการจัดการเครือข่ายใช้เครือข่ายสังคมในการดำเนินกิจกรรม กิจกรรมที่ดำเนินการคือ การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับเด็กและชุมชนอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐฐา คุ่มบาง (๒๕๔๖)^{๑๗๙} ได้ศึกษาการดำเนินงานของชมรมครูเครือข่ายปฏิรูปการเรียนรู้ สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดปทุมธานี โดยมีวิธีสร้างเครือข่ายของชมรมครูเครือข่ายปฏิรูปการเรียนรู้ สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดปทุมธานี เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มครูจัดเป็นกลุ่ม มีครูต้นแบบขยายผลในลักษณะครูเครือข่าย ทำให้มีสมาชิกเพิ่มจำนวนมากขึ้น โครงสร้างเครือข่ายชมรมครูเครือข่ายปฏิรูปการเรียนรู้ ประกอบด้วยผู้สนับสนุนชมรม คณะกรรมการชมรม สมาชิกชมรม แสดงบทบาทร่วมกันในการวางแผนจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

ประเด็นที่สองเป็นการอภิปรายผลเกี่ยวกับรูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่พัฒนาขึ้น ผลการศึกษาทำให้ได้ข้อค้นพบ ๔ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ๑) การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ ๒) การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ ๓) การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ และ ๔) การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และมีการบูรณาการ ๕ หลักพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ประกอบด้วย ๑) รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา ๒) รุ่งอรุณของการศึกษา ๓) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ๔) ปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล และ ๕) วุฒิชัยธรรม ๔ ความเจริญของงานแห่งปัญญา ดังจะเห็นได้ว่าเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาที่พัฒนาขึ้นนี้ เป็นเครือข่ายที่มีการบูรณาการหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการทำกิจกรรมของเครือข่ายการสื่อสารเชิงพุทธในรูปแบบออนไลน์ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระทัตทอง อธิธมโม และคณะ (๒๕๖๓) พุทธวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนโรงเรียนจตุรพักตรพิมานรัชดาภิเษก^{๑๘๐} ที่เน้นการวิเคราะห์สื่อสังคมออนไลน์ตามหลักโยนิโสมนสิการ โดยคิดค้นหาสาเหตุที่เกิดขึ้นก่อน สืบค้นหาสาเหตุที่แท้จริง แล้วแยกส่วนจนเข้าใจส่วนที่ดีหรือไม่ดีได้

^{๑๗๘} ณัฐลิดา ระหา. (๒๕๔๒). การศึกษากระบวนการพัฒนาเครือข่ายครูเพื่อเด็กเพื่อชุมชนจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. สาขาวิชาประถมศึกษา คณะครุศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

^{๑๗๙} ณัฐฐา คุ่มบาง. (๒๕๔๖). การศึกษาการดำเนินงานของชมรมครูเครือข่ายปฏิรูปการเรียนรู้ สังกัดสำนักงานการประถมศึกษา จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. สาขาวิชาประถมศึกษา คณะครุศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

^{๑๘๐} พระทัตทอง อธิธมโม และคณะ (๒๕๖๓) พุทธวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนโรงเรียนจตุรพักตรพิมานรัชดาภิเษก.วารสารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ มีนาคม - เมษายน ๒๕๖๓. หน้า ๖๔๕-๖๕๕. <https://soo๓.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/๒๓๖๔๖๖>

และยังสอดคล้องกับสำราญ สมพงษ์ และคณะ (๒๕๖๔)^{๑๘๑} กระบวนการสื่อสารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก เพื่อส่งเสริมสันติภาพของพระสงฆ์โดยพุทธสันติวิธี โดยใช้การวิเคราะห์ประเมินตัวเองและผู้รับสาร ด้วยหลักโยนิโสมนสิการ สังเกตข้อเท็จจริง ความรู้สึก ความต้องการประกอบสารที่มีเนื้อหาจริง ไพเราะ เหมาะกาล ประสานผลประโยชน์ นอกจากนี้ พระครูสมุห์มานิตย์ ญาณธโร และคณะ (๒๕๖๒) การประยุกต์หลักพุทธธรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับพระนิสิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่^{๑๘๒} ที่ผลการศึกษาแสดงให้เห็นภาพที่ชัดเจนในประเด็น การประยุกต์พุทธธรรม มัชฌิมาปฏิปทา ในการใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์สำหรับพระนิสิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ รวมทั้งงานวิจัยของปาริณท์ ปางทิพย์ อำไพ (๒๕๖๓) แนวทางการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคมออนไลน์เชิงพุทธบูรณาการ^{๑๘๓} ที่ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคมออนไลน์เชิงพุทธบูรณาการ เป็นไปตามกระบวนการของ LOVE Model ที่แบ่งเป็น ๒ ส่วนคือ องค์ประกอบภายนอก (ปรโตโฆสะ) ที่เริ่มด้วยการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน จากบุคคลต่างๆ ในสังคมที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วย โดยบุคคลเหล่านั้นจะต้องทำหน้าที่ของตนอย่างครบถ้วนตามหลักการสัมพันธภาพในทศ ๖ และ องค์ประกอบภายใน (โยนิโสมนสิการ) ที่เป็นการคิดวิเคราะห์รอบด้านอย่างถี่ถ้วนของเด็กและเยาวชน จากข้อมูลที่ได้เรียนรู้จากบุคคลอื่นที่เป็นปัจจัยภายนอก ผนวกกับประสบการณ์เชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้น แล้วใช้วิธีพิจารณาทางปัญญาตามหลักโยนิโสมนสิการ จะเห็นได้ว่าการปฏิบัติตามแนวทางการคบเพื่อน เป็นกระบวนการพัฒนาปัญญาที่อาศัยองค์ประกอบทั้งสองส่วน ในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ให้กับเด็กและเยาวชน รวมถึงเป็นการลดปัญหาและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ภัยออนไลน์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ประเด็นที่สามของการอภิปรายผลที่เชื่อมโยงกับผลการประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่ นวัตกรรมสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ที่ทำให้ได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจว่า โมเดล การวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่พัฒนาขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิง ประจักษ์ หมายความว่ามีความสอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงของเยาวชนในการเรียนรู้การสื่อสารเชิง พุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อโดยสามารถเรียนรู้ เข้าใจ นำไปใช้และถ่ายทอดสู่ผู้อื่นได้ อนึ่งในปัจจุบันการ เปลี่ยนแปลงของสื่อสังคมออนไลน์นั้นเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การที่จะทำให้เยาวชนมีความรู้เท่าทันสื่อและ สามารถสื่อสารได้อย่างทันเหตุการณ์จำเป็นต้องอาศัยการกำกับดูแลและการทำงานในรูปแบบเครือข่าย

^{๑๘๑} สำราญ สมพงษ์ และคณะ (๒๕๖๔) กระบวนการสื่อสารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก เพื่อส่งเสริม สันติภาพของพระสงฆ์โดยพุทธสันติวิธี.วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑ (๒๐๒๑): มกราคม - กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔. หน้า ๒๗๖-๒๘๙. <https://soo๓.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/๒๔๘๗๑๗/๑๖๘๘๓๗๑>

^{๑๘๒} พระครูสมุห์มานิตย์ ญาณธโร และคณะ (๒๕๖๒) การประยุกต์หลักพุทธธรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับ พระนิสิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่. วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๑ มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๒ หน้า ๑๙๙-๒๑๖. <https://soo๒.tci-thaijo.org/index.php/JBS/article/view/๑๖๙๔๘๒>

^{๑๘๓} ปาริณท์ ปางทิพย์อำไพ (๒๕๖๓) แนวทางการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคม ออนไลน์เชิงพุทธบูรณาการ.วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓). หน้า ๔๓๖-๔๔๙. <https://soo๔.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/๒๓๕๕๑๒/๑๖๓๗๐๓>

ความร่วมมือเพื่อให้สามารถเข้าถึงการรับรู้สื่อและสามารถเลือกใช้สื่ออย่างรู้ทัน และที่สำคัญหากมีหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาทำกับด้วยแล้วยังจะเป็นการดี ดังปรากฏในงานวิจัยของปาริณท์ ปางทิพย์อำไพ (๒๕๖๓) แนวทางการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคมออนไลน์เชิงพุทธบูรณาการ^{๑๘๔} ที่นำเสนอกระบวนการของ LOVE Model ที่แบ่งเป็น ๒ ส่วนคือ องค์ประกอบภายนอก (ปรโตโมสะ) ที่เริ่มด้วยการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน จากบุคคลต่างๆ ในสังคมที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วย โดยบุคคลเหล่านั้นจะต้องทำหน้าที่ของตนอย่างครบถ้วนตามหลักการสัมพันธภาพในทศ ๖ และองค์ประกอบภายใน (โยนิโสมนสิการ) ที่เป็นการคิดวิเคราะห์รอบด้านอย่างถี่ถ้วนของเด็กและเยาวชน หรือในงานวิจัยของพุทธชาติ แผนสมบุญและคณะ (๒๐๑๘) ผลการพัฒนาระบบการสร้างค่านิยมและพฤติกรรมต้นแบบการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ตามแนวพุทธจิตวิทยาของสามเณร^{๑๘๕} ที่ได้นำเสนอแนวทางการกำกับดูแลตามกรอบภาวะ ๔ พบว่า (๑) ด้านกายภาพ สามเณรใช้สื่อเพื่อพัฒนาตนเองมากกว่าเพื่อความบันเทิง สามารถควบคุมตนเองในการใช้สื่อ และคำนึงถึงประโยชน์ต่อตนเองอย่างสร้างสรรค์ (๒) ด้านศีล ใช้คำพูดสุภาพในการสื่อสาร ใช้สื่อเพื่อส่งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ มีความระมัดระวังการใช้ให้ถูกกาลเทศะและใช้เพื่อสร้างสัมพันธภาพ (๓) ด้านจิตใจ ฝึกเจริญสติและสมาธิ เพื่อให้มีความมั่นคงทางด้านอารมณ์ มีการควบคุมตนเองในการใช้สื่อ ๓ ด้าน ควบคุมตนเองจากอิทธิพลของเพื่อน ผู้ปกครอง และมีการรับรู้ด้วยตนเอง (๔) ด้านปัญญา จากการฝึกปฏิบัติผ่านโครงการทำให้ได้ประสบการณ์ตรงรู้จักประโยชน์ที่แท้จริงของสื่อ พร้อมทั้งเกิดการสร้างวัฒนธรรมองค์กรใหม่ในสถานศึกษา นอกจากนี้ ยังพบการเปลี่ยนแปลงเชิงประจักษ์ด้านภาวะผู้นำในกลุ่ม ด้านการสร้างสมาชิกเครือข่าย และด้านการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมที่ยั่งยืน

ประเด็นสุดท้ายเกี่ยวกับคุณค่าและข้อจำกัดของงานวิจัย สำหรับในการวิจัยเรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” เป็นการดำเนินงานที่อยู่ในระหว่างการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ อยู่ในช่วงของการใช้ชีวิตแบบฐานวิถีชีวิตใหม่ การสร้างเครือข่ายที่เกิดขึ้นจึงใช้วิธีการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก รวมทั้งขั้นตอนและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่วนใหญ่ก็จะใช้การทำงานแบบเว้นระยะห่าง อย่างไรก็ตามก็เป็นการเปิดโอกาสให้มีกระบวนการที่หลากหลายในการพัฒนาเครือข่ายเชิงพื้นที่โดยอาศัยช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ก็เป็นมิติใหม่ของการประสานความร่วมมือหรือออกแบบกิจกรรมของเครือข่ายบน Platform ออนไลน์ ที่เปิดโอกาสให้เยาวชนไทยได้เข้าถึงกิจกรรมของเครือข่ายได้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเครือข่ายวิถีพุทธที่หาได้ไม่มากนัก การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาที่เน้นการบูรณาการหลักธรรมมาเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างเครือข่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริณท์ ปางทิพย์อำไพ (๒๕๖๓) แนวทางการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคมออนไลน์เชิงพุทธบูรณาการ

^{๑๘๔} ปาริณท์ ปางทิพย์อำไพ (๒๕๖๓) แนวทางการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคมออนไลน์เชิงพุทธบูรณาการ.วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓). หน้า ๔๓๖-๔๔๙. <https://soo๔.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/๒๓๕๕๑๒/๑๖๓๗๐๓>

^{๑๘๕} พุทธชาติ แผนสมบุญและคณะ (๒๐๑๘) ผลการพัฒนาระบบการสร้างค่านิยมและพฤติกรรมต้นแบบการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ตามแนวพุทธจิตวิทยาของสามเณร.วารสารการบริหารท้องถิ่น ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๓ (๒๐๑๘): หน้า ๓๙-๕๖. <https://soo๔.tci-thaijo.org/index.php/colakkujournals/article/view/๑๔๗๕๔๗/๑๐๘๖๔๓>

การ^{๑๘๖} ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบภายใน (โยนิโสมนสิการ) ที่เป็นการคิดวิเคราะห์รอบด้านอย่างถี่ถ้วนของเด็กและเยาวชน จากข้อมูลที่ได้เรียนรู้จากบุคคลอื่นที่เป็นปัจจัยภายนอก ผนวกกับประสบการณ์เชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้น แล้วใช้วิธีพิจารณาทางปัญญาตามหลักโยนิโสมนสิการ จะเห็นได้ว่าการปฏิบัติตามแนวทางการคบเพื่อน เป็นกระบวนการพัฒนาปัญญาที่อาศัยองค์ประกอบทั้งสองส่วน ในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเด็กและเยาวชน รวมถึงเป็นการลดปัญหาและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ภัยออนไลน์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ในการวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในการขยายพื้นที่เครือข่ายด้วยการลงพัฒนาพื้นที่ภาคสนามให้เป็นผลเป็นนามธรรม จึงทำให้ขาดภาพของการประสานความร่วมมือในพื้นที่หรือขาดกิจกรรมเชิงพื้นที่ ทั้งนี้เนื่องจากในการสร้างเครือข่ายนั้นจำเป็นต้องมีอย่างหนึ่งที่จะต้องผลักดันให้เกิดความร่วมมือและการสร้างให้เกิดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาน กิมปี (๒๕๔๐)^{๑๘๗} ที่ได้ศึกษาการพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ การศึกษานอกโรงเรียนเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน และได้เสนอว่าเครือข่ายการเรียนรู้มีการพัฒนาจากการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการด้านเศรษฐกิจของชุมชน โดยมีผู้นำชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีการใช้เครือข่ายสังคมเป็นศูนย์กลางการดำเนินงานภายในชุมชน และมีการขยายเชื่อมโยงกับองค์กรเครือข่ายในภาครัฐ เอกชน ชุมชน ธุรกิจ และองค์กรวิชาการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายการพึ่งตนเองของชุมชนเป็นหลัก ๒) กิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียนที่พบในเครือข่ายการเรียนรู้ มีทั้งกิจกรรมในด้านการพัฒนาทักษะการเรียนรู้และแก้ปัญหาอันเป็นพื้นฐานการดำรงชีวิต ด้านพัฒนาข่าวสารข้อมูล และด้านพัฒนาทักษะและอาชีพโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน การเรียนรู้ด้วยตนเอง ตลอดจนการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นทางการ โดยองค์กรเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง กระบวนการเรียนรู้ประกอบด้วยการใช้ความรู้จากการศึกษาแบบทางการเสริมต่อยอดด้วยการศึกษานอกโรงเรียนและการเรียนรู้ตามอัธยาศัยอันเป็นกระบวนการต่อเนื่อง

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

๑) จากข้อค้นพบในการวิจัยแสดงให้เห็นเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมต้องมีการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษาและจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ดังนั้น ควรมีการออกแบบกิจกรรมภายในเครือข่ายที่มีการประสานความร่วมมือกันระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

^{๑๘๖} ปาริณันท์ ปางทิพย์อำไพ (๒๕๖๓) แนวทางการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคมออนไลน์เชิงพุทธบูรณาการ.วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓). หน้า ๔๓๖-๔๔๙. <https://soo๔.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/๒๓๕๕๑๒/๑๖๓๗๐๓>

^{๑๘๗} ปาน กิมปี.(๒๕๔๐). การพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียนเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร. สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะครุศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

๒) จากข้อค้นพบในการวิจัยพบว่าการบูรณาการ ๕ หลักพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยโดยการพัฒนาเป็นคลิปลือการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้เยาวชนเข้าถึงช่องทางในการเรียนรู้ การนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน และการถ่ายทอดไปสู่ผู้อื่น ดังนั้น ควรส่งเสริมหรือจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการโดยที่ให้เยาวชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมและเข้าถึงช่องทางการเรียนรู้กิจกรรมของเครือข่ายได้ทุกที่ทุกเวลาและในทุกอุปกรณ์การสื่อสารจึงเป็นการเปิดพื้นที่การเรียนรู้ได้อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง

๓) จากผลการประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยแสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงของเยาวชนในการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อโดยสามารถเรียนรู้ เข้าใจ นำไปใช้และถ่ายทอดสู่ผู้อื่นได้ จึงควรนำเสนอโมเดลนี้เพื่อเป็นต้นแบบในการขยายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยให้มีความกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

๑) ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการออกแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการที่มีกระบวนการ PAOR ในการโดยเน้นการศึกษาและพัฒนากิจกรรม การสร้างสื่อ นวัตกรรม การทดลองใช้และประเมินผลในกลุ่มเยาวชนที่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๔-๖ สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายพื้นที่การศึกษาให้ครอบคลุมเยาวชนไทยที่อยู่ในศึกษานอกระบบหรือกลุ่มที่เลือกศึกษาตามอัธยาศัย

๒) ในการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้โมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยซึ่งเป็นโมเดลที่แสดงให้เห็นคุณภาพของเครื่องมือวิจัยที่เป็นสื่อ นวัตกรรมภายใต้การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาและพัฒนาโมเดลฉบับสมบูรณ์เพื่อให้เห็นค่าอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมขององค์ประกอบตัวแปรที่ศึกษารวมทั้งการศึกษาตัวแปรส่งผ่านที่อาจปรากฏในโมเดล

๓) ในการวิจัยครั้งนี้เน้นการบูรณาการหลักธรรม ๕ หมวดธรรมที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ในการวิจัยครั้งต่อไปสามารถเลือกศึกษาโดยการบูรณาการหลักธรรมอื่นๆ ในชุดกิจกรรมการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย

ก. ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกภาษาบาลี ฉบับมหาจุฬาเตปิฎก ๒๕๐๐.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๓๕.

_____. พระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๓๕.

_____. มงคลดุษฎี. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๕๒.

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ

(๑) หนังสือ:

กริช สืบสนธิ์. วัฒนธรรมและพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

กาญจนา แก้วเทพ. แนวทางหนึ่งของการศึกษาสื่อบุคคล กรณีศึกษาโครงการร่วมกันปั้นแตงนก-สื่อสารสุขภาพ. การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่องการสื่อสารชุมชน. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, 2551.

กิตติมา สุรสนธิ. การรู้เท่าทันสื่อกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง. วิจัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554.

_____. ความรู้ทางการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ทิตนา แคมมณี. ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

ธิดาพร ชัยธวัช. แม่ไม้บริหาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ซี. พี. บุ๊ค แสตนด์การ์ด, 2548.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสรล: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิรมล กิติกุล. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สนุกอ่าน, 2549.

บุญเลิศ ศุภดิกล. การสื่อสาร: โครงสร้างและหน้าที่ในสังคม. วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์การพิมพ์, 2523.

บุษรา ประกอบธรรม. การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ. วิจัยคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต, 2559.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2540.

_____. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์, 2539.

_____. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

พรทิพย์ เย็นจะบก. ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการเรียนรู้เท่าทันสื่อ คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพฯ : ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด, 2552.

พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต). พุทธธรรม ฉบับขยายความ. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2543.

พระราชวรมนู (ประยุทธ์ ปยุตฺโต). ทางสายกลางของการศึกษาไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2527.

พะยอม วงศ์สารศรี. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุภา, 2538.

พัชนี เขยจรรยาและคณะ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เจริญผล, 2534.

มณฑล ใบบัว. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2536.

แม่นมาส ขวลิต และคณะ. การสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2535

ยุพา สุภากุล. การสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2540.

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. หลักการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท. กรุงเทพมหานคร : ไทยอนุเคราะห์ ไทย, 2536.

รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: วี.เจ. พรินต์ติ้ง, 2547.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมไทยอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 รุ่นที่ 1.0. [ซีดีรอม]. กรุงเทพมหานคร. ม.ป.ป.

_____. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ศิริวัฒนา อินเตอร์พรีน, 2556.

_____. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร : บริษัท นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น จำกัด, 2546.

วันชัย มีชาติ. พฤติกรรมการบริหารองค์การสาธารณะ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

วิเชียร วิทย์อุดม. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: ธนธการพิมพ์, 2550.

วิมลพรรณ อาภาเวชและคณะ. พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. วิจัยสาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554

วิรัช สงวนวงศ์วาน. การจัดการและพฤติกรรมองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สันเอดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2547.

สมควร กวียะ. การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ. กรุงเทพมหานคร: อักษราพิพัฒน์, 2540.

_____. การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อสังคม. กรุงเทพมหานคร: พชรกานต์การพิมพ์. 2535.

สมยศ นาวิการ. การติดต่อสื่อสารขององค์การ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ, 2527.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. สังคมไทย : แนวทางวิจัยและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์, 2535.

- สัมพันธ์ พูนนารถ. **นิเทศศาสตร์**. อุดรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์, 2537.
- สามารถ คำหอม. **หลักการปกครองของหัวหน้างาน**. กรุงเทพมหานคร: มิตรเจริญการพิมพ์, 2518.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ **100 เรื่องน่ารู้ ผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2556.
- สำลี ทองธิว. **การเผยแพร่ข่าวสารทางการศึกษาสำหรับผู้บริหารและครูยุคปฏิรูปการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545
- สิริวรรณ นันทจันทุล. **การเขียนเพื่อการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.
- สุคนธ์ สิ้นพานนท์. **นวัตกรรมการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาคุณภาพของเยาวชน**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: 9119 เทคนิคพรินต์ติ้ง, 2553.
- เสรี วงษ์มณฑา. **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร. 2547.
- อวยพร เรืองตระกูล. (2553). **สถิติประยุกต์ทางพฤติกรรมศาสตร์ I**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรพรรณ ปิณฑน์โอวาท. **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537

(๒) วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์:

- ทัศนีย์ เจนวนิธิสุข. “การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์ดุสิตบัณฑิต**. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย: บัณฑิตวิทยาลัย, 2555.
- ทัศนีย์ เจนวนิธิสุขทัศนีย์ เจนวนิธิสุข. **การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงสังคม. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์ดุสิตบัณฑิต**. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย, 2556.
- นางสาวทัศนีย์ เจนวนิธิสุข. “การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์ดุสิตบัณฑิต**. (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย: บัณฑิตวิทยาลัย, 2555.
- นิธิดา วิวัฒน์พาณิชย์. “การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์”. **วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์**. ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2558. 2558.
- พระมหาถนอม อานนโธ (จิตรมัย). “การศึกษาเปรียบเทียบเรื่องพลวัตทางสังคมในทัศนะของพุทธ”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต (ปรัชญา)**. (พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. 2556).
- พระมหาบุรณะ ชาดเมโธ (โพธิ์นอก). “การศึกษาอิทธิพลของอายตนะ (สื่อ) ที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต”. **วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต**. (บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. 2543). หน้า 23.

พัชรภรณ์ ไกรชุมพล. ทักษะคติและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียง กรณีศึกษาอุทูป **วิทยานิพนธ์สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน**, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.

วสุพล ตรีโสภาคกุล. การศึกษากระบวนการและปัจจัยเชิงสาเหตุความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจในกลุ่มผู้บริโภคไทย. **ปริญญานิพนธ์ ปรัชญาคุณภูมิบัณฑิต การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์**. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2558.

อัจฉรา จันทร์ฉาย. “นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ”. (2553.ตุลาคม-ธันวาคม) **วารสารบริหารธุรกิจ**. 33).

อัญชลี เอกศาสตร์. การแสวงหาข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. **วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน**. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554.

อลงกรณ์ คูตระกูล. “นวัตกรรมสังคม: กรณีศึกษาโครงการของท้องถิ่นในเขตภาคเหนือของประเทศไทย”. **วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต**. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2553.

(๓) บทความ:

พระครูขันตวิโรภาส ขนติโก (2018) พุทธความรู้ในสังคมออนไลน์. **วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์**. ปีที่ 3 ฉบับที่ 3 (2016): ปีที่ 3 ฉบับที่ 3 2559. หน้า 102-109. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDMCU/article/view/144426>

ศุภจิตา พรหมพยัคฆ์ และคณะ (2018) การพัฒนาระบบการพัฒนาคูออนไลน์วิถีพุทธเพื่อเสริมสมรรถนะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ระบบการพัฒนาคูออนไลน์ คูออนไลน์วิถีพุทธ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, **Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts) Vol. 11 No. 2 (2018): ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ (พฤษภาคม - สิงหาคม 2561) หน้า 2835-2852**. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/145208>

พระทัตทอง อธิธมโม และคณะ (2563) พุทธวิถีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนโรงเรียนจตุรพักตรพิมานรัชดาภิเษก. **วารสารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร** ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 มีนาคม - เมษายน 2563. หน้า 645-655. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/236466>

สำราญ สมพงษ์ และคณะ (2564) กระบวนการสื่อสารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก เพื่อส่งเสริมสันติภาพของพระสงฆ์โดยพุทธสันติวิธี. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์**. ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 (2021): มกราคม - กุมภาพันธ์ 2564. หน้า 276-289. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/248717/168371>

- พระครูสมุห์มานิตย์ ญาณธโร และคณะ (2562) การประยุกต์หลักพุทธธรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับพระนิสิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่. วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2562 หน้า 199-216. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JBS/article/view/169482>
- ปาริณันท์ ปางทิพย์อำไพ (2563) แนวทางการคบเพื่อนของเด็กและเยาวชนไทยในสื่อสังคมออนไลน์เชิงพุทธบูรณาการ. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กุมภาพันธ์ 2563). หน้า 436-449. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/235512/163703>
- พุทธชาติ แผนสมบุญและคณะ (2018) ผลการพัฒนากระบวนการสร้างค่านิยมและพฤติกรรมต้นแบบการใช้เครือข่าย สื่อออนไลน์ตามแนวพุทธจิตวิทยาของสามเณร. วารสารการบริหารท้องถิ่น ปีที่ 11 ฉบับที่ 3 (2018): หน้า 39-56. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/colakkujournals/article/view/147547/108643>
- พระมหารัตน์ สิริวัฒนโน (2015) รูปแบบและกระบวนการสื่อสารพุทธธรรม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ ในสังคมไทย. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่. 16 (2) หน้า 75-86. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/cmrrresearch/article/view/215058/149687>
- สมบูรณ์ วัฒนา (2564) พระพุทธศาสนาแบบไทยกับสื่อสังคมออนไลน์. วารสาร มจร การพัฒนาสังคม. ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 (2564): พฤษภาคม - สิงหาคม 2564, หน้า 10-22. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMSD/article/view/251230>
- พระมหาทวี ละลง (2018) ทฤษฎีเชิงพุทธเพื่อการใช้ชีวิตในสังคมออนไลน์. วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์. ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 (2017): ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม 2560. หน้า 16-28. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JGSR/article/view/141697/105000>
- อิศราวดี ทองอินทร์ และคณะ (2010) การพัฒนาบริการสารสนเทศออนไลน์เพื่อการวิจัยในสาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่. วารสารสารสนเทศศาสตร์. Vol. 28 No. 1: January - April 2010. 28(1), 1-16 <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jiskku/article/view/6398>
- พระครูภัทรธรรมคุณ อติภทโท พระครูสุนทรธัญรักษ์ บุญพร (2558) การประยุกต์พุทธวิธีการเผยแผ่ธรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์. วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์. ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2558. หน้า 94-100. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDMCU/article/view/144527/106932>
- เมธี เชษฐวิสุต. (2019). สื่อสังคมออนไลน์กับการเผยแผ่พระพุทธศาสนา. วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2562

(๔) สื่ออิเล็กทรอนิกส์:

<http://pc1554144053.blogspot.com/> ทฤษฎีนวัตกรรม [21 ตุลาคม 2560].

- [https:// sites. google.com/ site/ supoldee/ kherux-khay-kar-reiyn-ru](https://sites.google.com/site/supoldee/kherux-khay-kar-reiyn-ru). [25 พฤศจิกายน 2557].
- McQuail Dennis. Communication: Social Processes. (London: Longman group. 1983). pp. 35-36.
- Newcomb. Theodore M.. Social Psychology. (New York : Holt Rinehart and Winston. 1965). p.
- Rogers. E. M.(2003).Diffusion of Innovations. New York: Free Press. Retrieved.[online]. source: from books.google.co.th: <https://books.google.co.th/books>. P 12.[25 October 2017]
- Schramm. Wilbur. Channels and Audience in Handbook of Communication. (Chicago: Ranc Mcnelly College Publishing Company.1973). p. 13.
- กรุงเทพธุรกิจ. **เปิดสถิติคนไทยเสพติดออนไลน์โซเชียลสูงติดอันดับโลก**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.bangkokbiznews.com/tech/950958> [20 ตุลาคม 2564].
- คมชัดลึก. **รายงานสถานการณ์สื่อ ปี 2552 ปีแห่งการใช้สื่อเพื่อสงครามการเมือง**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.komchadluek.net/news/politic/43369> [20 ตุลาคม 2564].
- ทฤษฎีการรับรู้. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://thesis.rru.ac.th/files/pdf> [3 พฤศจิกายน 2560].
- นภดล เหลืองภิรมย์. **ทฤษฎีนวัตกรรม**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://wordpress.com> [3 พฤศจิกายน 2560].
- นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีทางการศึกษา (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 6/05/2564 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/401951>
- นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีทางการศึกษา (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 6/05/2564 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/401951>
- นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีทางการศึกษา (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 7/05/256๔ จาก http://manmanza.blogspot.com/2013_06_01_archive.html
- นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีสารสนเทศการศึกษา.[ออนไลน์]. แหล่งที่มา:<https://www.google.co.th/search?dcr>. [21 ตุลาคม 2560].
- แนวคิด ทฤษฎี นวัตกรรมทางการศึกษาที่ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 27/05/2561 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/553766>
- ปราวการ เกิดมีสุข. **เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.phojae.skn.go.th/Knowledge/pakarn.pdf>. [25 พฤศจิกายน 2560].
- ปรีดา ยังสุขสถาพร. (2556). **Innovation System สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สถาบันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [http://www.nia.or. th/innolinks/page. php?issue=](http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=)[25 พฤศจิกายน 2557].
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิวรรณ จันทร์เทพย์. **ความสำคัญของนวัตกรรม**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [ไฟโรจน์ กลิ่นกุหลาบ. เครือข่ายการเรียนรู้.สารานุกรมวิชาชีพครู](#). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

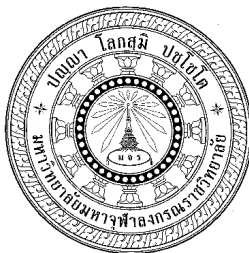
เรื่องเดียวกัน.[ออนไลน์]. แหล่งที่มา:<https://www.google.co.th/search?dcr>. [21 ตุลาคม 2560].
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. <http://www.nia.or.th> [ออนไลน์วันที่ 20 ตุลาคม 2561]

๒. ภาษาอังกฤษ

- A.P. Buddhadatta Mahathera. **English-Pali Dictionary**. (Wiltshire: Antony Rowe. 1992).
- Aufderheide. Media Literacy. **A Report of the National Leadership**. Conference on Media Literacy. Queentown. MD. December 7-9 1992.
- Buckingham. D.. Banaji. S.. Burn. Andrew. Carr. Diane. Cranmer. Sue. and Willett. Rebekah. (2005). The Media Literacy of Children and Young People: A review of the research literature on behalf of Ofcom. Cited 2015 May 2. Available from http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/ml_children.pdf
- Buckingham. D.. Banaji. S.. Burn. Andrew. Carr. Diane. Cranmer. Sue. and Willett. Rebekah. (2005). The Media Literacy of Children and Young People: A review of the research literature on behalf of Ofcom. Cited 2015 May 2. Available from http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/ml_children.pdf
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis*. 5th edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Hobbs. R.. & Froast. R. (1999). **Instructional Practices in Media Literacy Education and Their Impact on Students' Learning**. New Jersey Journal of Communication. 6(2).
- Jöreskog, K. G. & Sörbom, D. (2004). *LISREL 8.7 [Computer Software]*. Lincolnwood, IL: Scientific Software International, Inc.
- Livingstone . S. (2004). What is Media Literacy?. Cited 2015 May 2. Available from https://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/livingstone_medialiteracy/livingstone_medialiteracy.pdf
- Potter. W. J. **Media Literacy**. 7th ed. London : Sage. (2014).
- Potter. W. J. Media Literacy. 7th ed. London : Sage. (2014). (2014).
- Silverblatt. A. & Eliceiri. E. M. E.. **Dictionary of Media Literacy**. Greenwood. (1997)
- Thoman. E.. & Jolls. T. **Media literacy education : Lessons from the center for media literacy**. Media literacy : Transforming curriculumand teaching. 104. pp. 180-205. (2005).
- Wan . G. & Cheng. H. (2004). **The Media-Savvy: Teaching Media Literacy Skills Grade 2-6**. Illinois: Zephyr Prees.







ชุดที่ 1 .../ แบบสำรวจ

โครงการย่อยที่ 4 การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ

เพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

ภายใต้แผนงานวิจัย การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

คำชี้แจง

แบบสำรวจฉบับนี้เป็นเครื่องมือในการวิจัยเรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ซึ่งแบบสำรวจฉบับนี้เป็นการสำรวจพื้นที่ของสถานศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชั้นพื้นฐานตามพื้นที่เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ เพื่อนำเป็นแนวทางแห่งการสร้างเครือข่ายต่อไป

แบบสอบถามผลการดำเนินงานในพื้นที่นี้จะส่งผลให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เป็นความจริงเพิ่มมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
3. เพื่อศึกษาประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

แบบสำรวจครั้งนี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่งต่อผลการศึกษาวิจัย จึงขอความกรุณาท่านตอบแบบสำรวจทุกข้อตามสิ่งที่ท่านได้ปฏิบัติเพื่อความสมบูรณ์ในงานวิจัย ทางผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือที่ดีของท่าน โดยข้อมูลจากแบบสอบถามดังกล่าวจะถูกเก็บเป็นความลับ และจะใช้ประโยชน์เฉพาะการศึกษาวิจัยนี้เท่านั้น

ขอขอบคุณ

ดร.ลำพอง กลมกุล และคณะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ 25-32 ปี ☐ 33-40 ปี ☐ 41-48 ปี ☐ 49-56 ปี ☐ มากกว่า 56 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

4. สถานภาพการทำงาน

☐ ผู้บริหาร ☐ คณาจารย์
☐ ตัวแทนชุมชน ☐ นิสิต/นักศึกษา ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

5. ตำแหน่งทางวิชาการ

☐ ครูช่วยสอน ☐ ครูชำนาญการ ☐ ครูเชี่ยวชาญ ☐ อื่น ๆ (ระบุ)

6. ระยะเวลาในการปฏิบัติงานสอนในสถานศึกษา

☐ ปีแรก ☐ 2-4 ปี ☐ 5-7 ปี ☐ 8-10 ปี ☐ มากกว่า 10 ปี

7. ภายในระยะ 5 ปี ที่ผ่านมา ท่านได้ดำรงตำแหน่งใด

☐ ผู้อำนวยการสถานศึกษา
☐ รองผู้อำนวยการสถานศึกษา ฝ่าย (ระบุ).....
☐ หัวหน้ากลุ่มงาน ฝ่าย (ระบุ).....

8. การพัฒนาตนเองในการเข้าฝึกอบรม จำนวน.....ครั้ง หลักสูตร.....

9. ภูมิภาคที่ตั้งของสถานศึกษา

☐ ภาคเหนือ	จังหวัด (ระบุ).....
☐ ภาคกลาง	จังหวัด (ระบุ).....
☐ ภาคตะวันออก	จังหวัด (ระบุ).....
☐ ภาคตะวันตก	จังหวัด (ระบุ).....
☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จังหวัด (ระบุ).....
☐ ภาคใต้	จังหวัด (ระบุ).....

ตอนที่ 2 แนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อคำถามต่อไปนี้แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ท่านเห็นว่าสอดคล้องกับการนำนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธไปใช้เพื่อทำให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อสำหรับเยาวชนไทย ดังรายละเอียด ดังนี้

ข้อ	แนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย					
2	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย					
3	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย					
4	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย					
5	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย					
6	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย					
7	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย					
8	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย					
9	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย					
10	เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย มีดังนี้

.....

.....

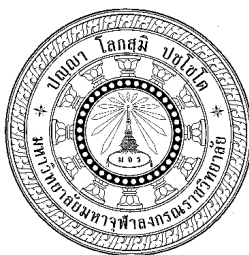
.....

.....

.....

.....

.....



ชุดที่ 2 .../ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก
โครงการย่อยที่ ๔ การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ
เพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
ภายใต้แผนงานวิจัย การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน
ไทย
ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกฉบับนี้เป็นเครื่องมือในการวิจัยเรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งการเข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่และดำเนินการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างนี้ จะส่งผลให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เป็นความจริงเพิ่มมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
3. เพื่อศึกษาประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

แบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก

ตอนที่ 2 แนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้างในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

การถามครั้งนี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่งต่อผลการศึกษาวิจัย จึงขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความคิดเห็นของท่านเพื่อความสมบูรณ์ในงานวิจัย ทางผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือที่ดีของท่าน โดยข้อมูลจากแบบสอบถามดังกล่าวจะถูกเก็บเป็นความลับและจะใช้ประโยชน์เฉพาะการศึกษาวิจัยนี้เท่านั้น

ขอขอบคุณ

ดร.ลำพอง กลมกุล และคณะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกคำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ 25-32 ปี ☐ 33-40 ปี ☐ 41-48 ปี ☐ 49-56 ปี ☐ มากกว่า 56 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

4. สถานภาพการทำงาน

☐ ผู้บริหาร ☐ คณาจารย์
☐ ตัวแทนชุมชน ☐ นิสิต/นักศึกษา ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

5. ตำแหน่งทางวิชาการ

☐ ครูช่วยสอน ☐ ครูชำนาญการ ☐ ครูเชี่ยวชาญ ☐ อื่น ๆ (ระบุ)

6. ระยะเวลาในการปฏิบัติงานสอนในสถานศึกษา

☐ ปีแรก ☐ 2-4 ปี ☐ 5-7 ปี ☐ 8-10 ปี ☐ มากกว่า 10 ปี

7. ภายในระยะ 5 ปี ที่ผ่านมา ท่านได้ดำรงตำแหน่งใด

☐ ผู้อำนวยการสถานศึกษา
☐ รองผู้อำนวยการสถานศึกษา ฝ่าย (ระบุ).....
☐ หัวหน้ากลุ่มงาน ฝ่าย (ระบุ).....

8. การพัฒนาตนเองในการเข้าฝึกอบรม จำนวน.....ครั้ง หลักสูตร.....

9. ภูมิภาคที่ตั้งของสถานศึกษา

☐ ภาคเหนือ จังหวัด (ระบุ).....
☐ ภาคกลาง จังหวัด (ระบุ).....
☐ ภาคตะวันออก จังหวัด (ระบุ).....
☐ ภาคตะวันตก จังหวัด (ระบุ).....
☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัด (ระบุ).....
☐ ภาคใต้ จังหวัด (ระบุ).....**ตอนที่ 2** แนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้างในการสัมภาษณ์เชิงลึก

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาข้อคำถามต่อไปนี้แล้วให้ท่านให้คำตอบ

1. ท่านคิดว่ากลไกการพัฒนาและการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อ
รู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ควรมีลักษณะเด่นอย่างไร (กรุณาอธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบ).....
.....

2. ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคในการสร้างรูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย มีประการใดบ้าง (กรุณาอธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบ)

3. ท่านคิดว่ารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ควรมีคุณลักษณะอย่างไร (กรุณาอธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบ)

4. ท่านคิดว่าการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยควรมีรูปแบบอย่างไร (กรุณาอธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบ)

5. ท่านคิดว่าควรนำหลักพุทธธรรมใดบ้าง มาประยุกต์ใช้ในกลไกการพัฒนาและการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (กรุณาอธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบ)

6. การวิจัยเรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” เชื่อมโยงไปสู่การสร้างเครือข่ายการยกระดับการจัดการศึกษาของชาติได้อย่างไร (กรุณาอธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบ)

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

1. ด้านปัญหาในการพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

.....

.....

.....

.....

2. ด้านอุปสรรคในการพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

.....

.....

.....

.....

3. ด้านแนวทางการพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

.....

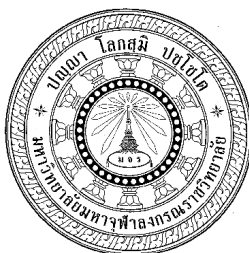
.....

.....

.....

.....

ขอกราบขอบพระคุณท่านที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้สัมภาษณ์
คณะผู้วิจัย



ชุดที่ 3 .../ แบบคำถามในกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ
โครงการย่อยที่ 4 การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ
เพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
ภายใต้แผนงานวิจัย การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
คำชี้แจง

แบบคำถามในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการฉบับนี้เป็นเครื่องมือในการวิจัยเรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งการเข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่และดำเนินการถามในกิจกรรมเชิงปฏิบัติการจะส่งผลให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เป็นความจริงเพิ่มมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
3. เพื่อศึกษาประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ

ตอนที่ 2 แนวคำถามในการประเมินผล

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

การถามครั้งนี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่งต่อผลการศึกษาวิจัย จึงขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความคิดเห็นของท่านเพื่อความสมบูรณ์ในงานวิจัย ทางผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือที่ดีของท่าน โดยข้อมูลจากแบบสอบถามดังกล่าวจะถูกเก็บเป็นความลับและจะใช้ประโยชน์เฉพาะการศึกษาวินิจฉัยเท่านั้น

ขอขอบคุณ

ดร.ลำพอง กลมกุล และคณะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ร่วมสัมมนา

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. ระดับชั้น

☐ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4

☐ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5

☐ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

ตอนที่ 2 การประเมินผลการเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อ
รู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

คำชี้แจง: โปรดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมเชิงปฏิบัติการที่ตรงกับความคิดเห็นของนักเรียน

ข้อ	การเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรม การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา						
1	ความรู้ที่ได้รับในการรู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา					
2	นำไปใช้ชีวิตประจำวัน					
3	ถ่ายทอดความรู้					
รุ่งอรุณของการศึกษา						
1	ความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับรุ่งอรุณของการศึกษา					
2	นำไปใช้ชีวิตประจำวัน					
3	ถ่ายทอดความรู้					
รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา						
1	ความรู้ที่ได้รับในการรู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา					
2	นำไปใช้ชีวิตประจำวัน					
3	ถ่ายทอดความรู้					
ปฏิสัมพันธ์ หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล						
1	ความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์หลักสำคัญสำหรับยุค ข่าวสารข้อมูล					
2	นำไปใช้ชีวิตประจำวัน					
3	ถ่ายทอดความรู้					
วุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา						
1	ความรู้ที่ได้รับในหลักวุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา					
2	นำไปใช้ชีวิตประจำวัน					
3	ถ่ายทอดความรู้					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอกราบขอบพระคุณท่านที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้สัมภาษณ์
คณะผู้วิจัย



ภาคผนวก ข
ใบรับรองจริยธรรมการวิจัย





**ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและไบนินยอม**

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย ว.๑๒๗/๒๕๖๕

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายงานการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อข้อเสนอการวิจัย: การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
(Creating a Network of Innovative Buddhist Communication Areas for Media Literacy Among Thai Youths)

รหัสข้อเสนอการวิจัย: MCU RS 800765010

สถาบันที่สังกัด: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ผู้วิจัยหลัก: ดร.ลำพอง กลมกุล

เอกสารที่พิจารณาพบทวน

- | | |
|---|-------------------------------|
| ๑. แบบเสนอโครงการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๕ มกราคม ๒๕๖๕ |
| ๒. เอกสารชี้แจงข้อมูลผู้เข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๕ มกราคม ๒๕๖๕ |
| ๓. หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๕ มกราคม ๒๕๖๕ |
| ๔. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล | ฉบับที่ วันที่ ๑๕ มกราคม ๒๕๖๕ |

(พระสุวรนเมธธารณ์, ผศ.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

หมายเลขใบรับรอง: ว.๑๒๗/๒๕๖๕

วันที่ให้การรับรอง: ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

วันหมดอายุใบรับรอง: ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖

ที่ อว ๘๐๐๗/ว.๑๒๗



มหาวิทยาลัยมหจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอลำไทร
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง รับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย

เจริญพร ดร.ลำพอง กลมกุล / นักวิจัย คณะครุศาสตร์

ตามที่ท่านได้มีหนังสือขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย เพื่อทำ
การวิจัยในเรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน
ไทย” คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ได้พิจารณาข้อเสนอการวิจัยของท่านแล้ว
มีความเห็นว่า ข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการนี้ มีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล
ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนด ไม่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ประการใด จึงเห็นสมควร
ให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

จึงเจริญพรมมาเพื่อแก้ไขและดำเนินการต่อไป.

ขอเจริญพร

(พระสุวรมเมธารักษ์, ผศ.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
มหาวิทยาลัยมหจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย



ภาคผนวก ค
จดหมายนำในการวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน คณะครุศาสตร์ โทร. ๐๓๕ ๒๔๗ ๐๙๔๕, ๐๓๕ ๒๔๘ ๐๐๐ ต่อ ๘๔๒๑, ๘๔๒๔

ที่ MCU ๖๕๐๐๗.๔ ๒/๒๕๖๕

วันที่ ๕ สิงหาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโครงการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธบริหารการศึกษา

ตามที่ ข้าพเจ้า ดร.ลำพอง กลมกุล ตำแหน่ง อาจารย์ ส่วนงาน คณะครุศาสตร์ ได้ดำเนินงานการวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ” ตามรหัสโครงการฯ MCU ๖๕๐๐๗ โดยได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจาก มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ความทราบแล้ว นั้น

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนิสิตในหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธบริหารการศึกษา เพื่อนำสารสนเทศที่ได้ไปพัฒนารูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ในกรณีนี้ จึงขอความอนุเคราะห์ท่านในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในระหว่างวันที่ ๑๕ - ๒๐ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕ ตามกำหนดการแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติต่อไป

(ดร.ลำพอง กลมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๔

ผศ.ดร.เอกhem แสงนันท์

ผู้อำนวยการหลักสูตร ค.ม. (พุทธบริหารการศึกษา)

ผู้ประสานงาน

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลตันกุล ๐๙๔ ๓๕๖ ๔๖๑๖

ที่ MCU ๖๕๐๐๗.๔ ๓/๒๕๖๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอบางบาล

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทรศัพท์ ๐๙ ๓๐๓๐ ๕๐๓๘ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔

www.mcu.ac.th, www.edmcu.net

๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตเคราะหในการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จตุภูมิ เขตจัตุรัส

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. QR-Code กิจกรรมและแบบประเมินเครื่องมือวิจัย

ตามที่ ข้าพเจ้า ดร.ลำพอง กลมกุล ตำแหน่ง อาจารย์ ส่วนงาน คณะครุศาสตร์ ได้ดำเนินการ
การวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ
ของเยาวชนไทย” ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ” ตามรหัส
โครงการฯ MCU ๖๕๐๐๗ โดยได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจาก มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ความทราบแล้ว นั้น

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว จึงใคร่ขออนุญาตท่านในการ
ตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย เพื่อปรับปรุงก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการ
ประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตต่อไป

(ดร.ลำพอง กลมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๔



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุภูมิ เขตจัตุรัส)

ผู้ประสานงาน

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตน์กุล ๐๙๔ ๓๕๖ ๔๖๑๖

ที่ MCU ๖๕๐๐๗.๔ ๔/๒๕๖๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทรศัพท์ ๐๙ ๓๐๓๐ ๕๐๓๔ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔

www.mcu.ac.th, www.edmcu.net

๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตในการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.กาญจนา ตระกูลวรกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. QR-Code กิจกรรมและแบบประเมินเครื่องมือวิจัย

ตามที่ ข้าพเจ้า ดร.ลำพอง กลมกุล ตำแหน่ง อาจารย์ ส่วนงาน คณะครุศาสตร์ ได้ดำเนินการ
การวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ
ของเยาวชนไทย” ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ” ตามรหัส
โครงการฯ MCU ๖๕๐๐๗ โดยได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจาก มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ความทราบแล้ว นั้น

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว จึงใคร่ขออนุญาตท่านในการ
ตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย เพื่อปรับปรุงก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการ
ประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตต่อไป

(ดร.ลำพอง กลมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๔



(อาจารย์ ดร.กาญจนา ตระกูลวรกุล)

ผู้ประสานงาน

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตน์กุล ๐๙๔ ๓๕๖ ๔๖๑๖

ที่ MCU ๒๕๐๐๗.๔ ๕/๒๕๖๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทรศัพท์ ๐๙ ๓๐๓๐ ๕๐๓๘ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔

www.mcu.ac.th, www.edmcu.net

๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.รัตนัท วิโรจน์ฤทธิ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. QR-Code กิจกรรมและแบบประเมินเครื่องมือวิจัย

ตามที่ ข้าพเจ้า ดร.ลำพอง กลมกุล ตำแหน่ง อาจารย์ ส่วนงาน คณะครุศาสตร์ ได้ดำเนินงาน การวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ของเยาวชนไทย” ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ” ตามรหัส โครงการฯ MCU ๒๕๐๐๗ โดยได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจาก มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ความทราบแล้ว นั้น

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการ ตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย เพื่อปรับปรุงก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการ ประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ต่อไป

(ดร.ลำพอง กลมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๔



ดร.รัตนัท วิโรจน์ฤทธิ์

ผู้ประสานงาน

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตน์กุล ๐๙๔ ๓๕๖ ๔๖๑๖

ที่ MCU ๒๕๐๐๗.๔ ๖/๒๕๖๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอบางบาล

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทรศัพท์ ๐๙ ๓๐๓๐ ๕๐๓๘ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔

www.mcu.ac.th, www.edmcu.net

๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตเคราะหในการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย

เรียน ผศ.ดร.คันธทรัพย์ ชมพูพาทย์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. QR-Code กิจกรรมและแบบประเมินเครื่องมือวิจัย

ตามที่ ข้าพเจ้า ดร.ลำพอง กลมกุล ตำแหน่ง อาจารย์ ส่วนงาน คณะครุศาสตร์ ได้ดำเนินงาน การวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ของเยาวชนไทย” ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ” ตามรหัส โครงการฯ MCU ๒๕๐๐๗ โดยได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจาก มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ความทราบแล้ว นั้น

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว จึงใคร่ขออนุญาตท่านในการ ตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย เพื่อปรับปรุงก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการ ประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตต่อไป

(ดร.ลำพอง กลมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๔



ตรวจสอบแล้ว นำไปใช้เก็บข้อมูลได้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คันธทรัพย์ ชมพูพาทย์)

ผู้ประสานงาน

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตน์กุล ๐๙๔ ๓๕๖ ๔๖๑๖

ที่ MCU ๒๕๐๐๗.๔ ๗/๒๕๖๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอบางน้อย

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทรศัพท์ ๐๙ ๓๐๓๐ ๕๐๓๘ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔

www.mcu.ac.th, www.edmcu.net

๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตเคราะหในการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.กฤษฎา นันทเพ็ชร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. QR-Code กิจกรรมและแบบประเมินเครื่องมือวิจัย

ตามที่ ข้าพเจ้า ดร.ลำพอง กลมกุล ตำแหน่ง อาจารย์ ส่วนงาน คณะครุศาสตร์ ได้ดำเนินงาน การวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ของเยาวชนไทย” ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ” ตามรหัส โครงการฯ MCU ๒๕๐๐๗ โดยได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจาก มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ความทราบแล้ว นั้น

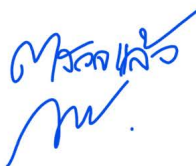
คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว จึงใคร่ขออนุญาตท่านในการ ตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย เพื่อปรับปรุงก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการ ประเมินผลการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตต่อไป


(ดร.ลำพอง กลมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๔





ผู้ประสานงาน

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตน์กุล ๐๙๔ ๓๕๖ ๔๖๑๖

ที่ MCU ๖๕๐๐๗.๔/๒๕๖๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอบางบาล

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทรศัพท์ ๐๙ ๓๐๓๐ ๕๐๓๘ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔

www.mcu.ac.th, www.edmcu.net

๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตเคราะหในการเก็บรวบรวมข้อมูลโครงการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. QR-Code เข้าร่วมและประเมินผลกิจกรรม

ตามที่ ข้าพเจ้า ดร.ลำพอง กลมกุล ตำแหน่ง อาจารย์ ส่วนงาน คณะครุศาสตร์ ได้ดำเนินงาน การวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ของเยาวชนไทย” ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ” ตามรหัส โครงการฯ MCU ๖๕๐๐๗ โดยได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจาก มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ความทราบแล้ว นั้น

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว จึงใคร่ขออนุญาตท่านในการ เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนในโรงเรียนของท่าน เพื่อนำสารสนเทศที่ได้ไปประเมินผลการสร้างเครือข่าย พื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ในการนี้ จึงขออนุญาตท่านใน การเก็บรวบรวมข้อมูล ในระหว่างวันที่ ๑๘ – ๒๕ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๕ ตามกำหนดการแผนการเก็บ รวบรวมข้อมูลการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติต่อไป

(ดร.ลำพอง กลมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๔



ผู้ประสานงาน

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตน์กุล ๐๙๔ ๓๕๖ ๔๖๑๖

ที่ MCU ๒๕๐๐๗.๔ ๘/๒๕๖๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอบางบาล

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐

โทรศัพท์ ๐๙ ๓๐๓๐ ๕๐๓๘ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔

www.mcu.ac.th, www.edmcu.net

๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลโครงการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนบางปะอิน "ราชานุเคราะห์ ๑"

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. QR-Code เข้าร่วมและประเมินผลกิจกรรม

ตามที่ ข้าพเจ้า ดร.ลำพอง กลมกุล ตำแหน่ง อาจารย์ ส่วนงาน คณะครุศาสตร์ ได้ดำเนินการ
การวิจัย ปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เรื่อง “การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ
ของเยาวชนไทย” ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ” ตามรหัส
โครงการฯ MCU ๒๕๐๐๗ โดยได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจาก มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ความทราบแล้ว นั้น

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว จึงใคร่ขออนุญาตท่านในการ
เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนในโรงเรียนของท่าน เพื่อนำสารสนเทศที่ได้ไปประเมินผลการสร้างเครือข่าย
พื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ในการนี้ จึงขออนุญาตท่านใน
การเก็บรวบรวมข้อมูล ในระหว่างวันที่ ๑๘ - ๒๕ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๕ ตามกำหนดการแผนการเก็บ
รวบรวมข้อมูลการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติต่อไป

(ดร.ลำพอง กลมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๔



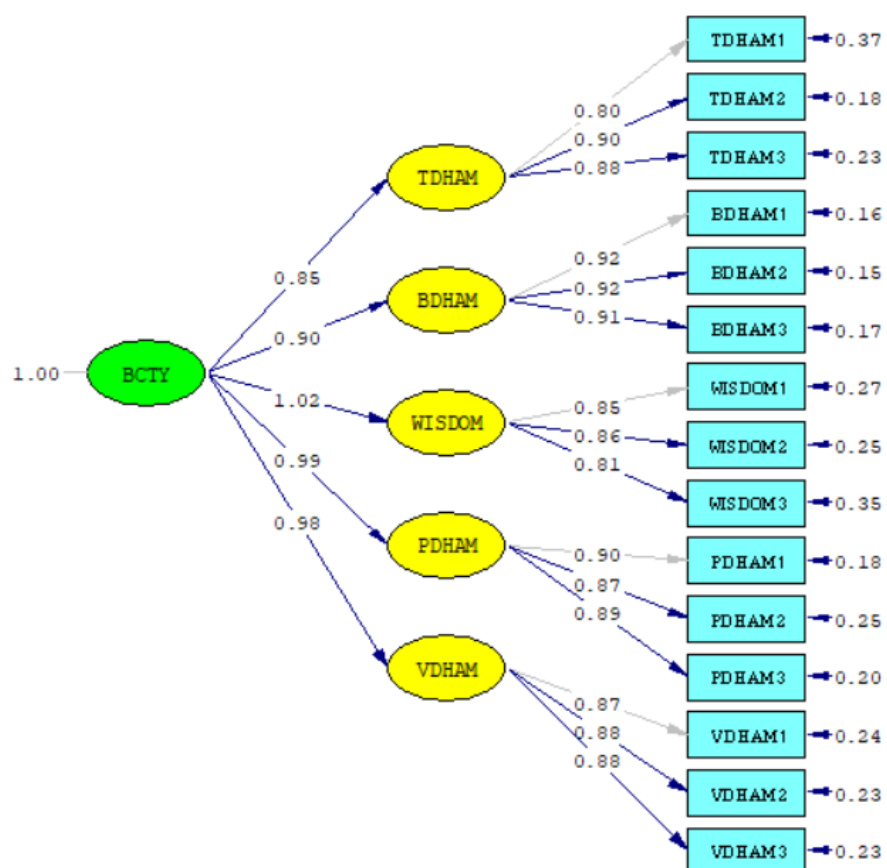
ผู้ประสานงาน

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตน์กุล ๐๙๔ ๓๕๖ ๔๖๑๖

ภาคผนวก ง

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สอง
ของโมเดลการวัดการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในส่วนที่สำคัญ

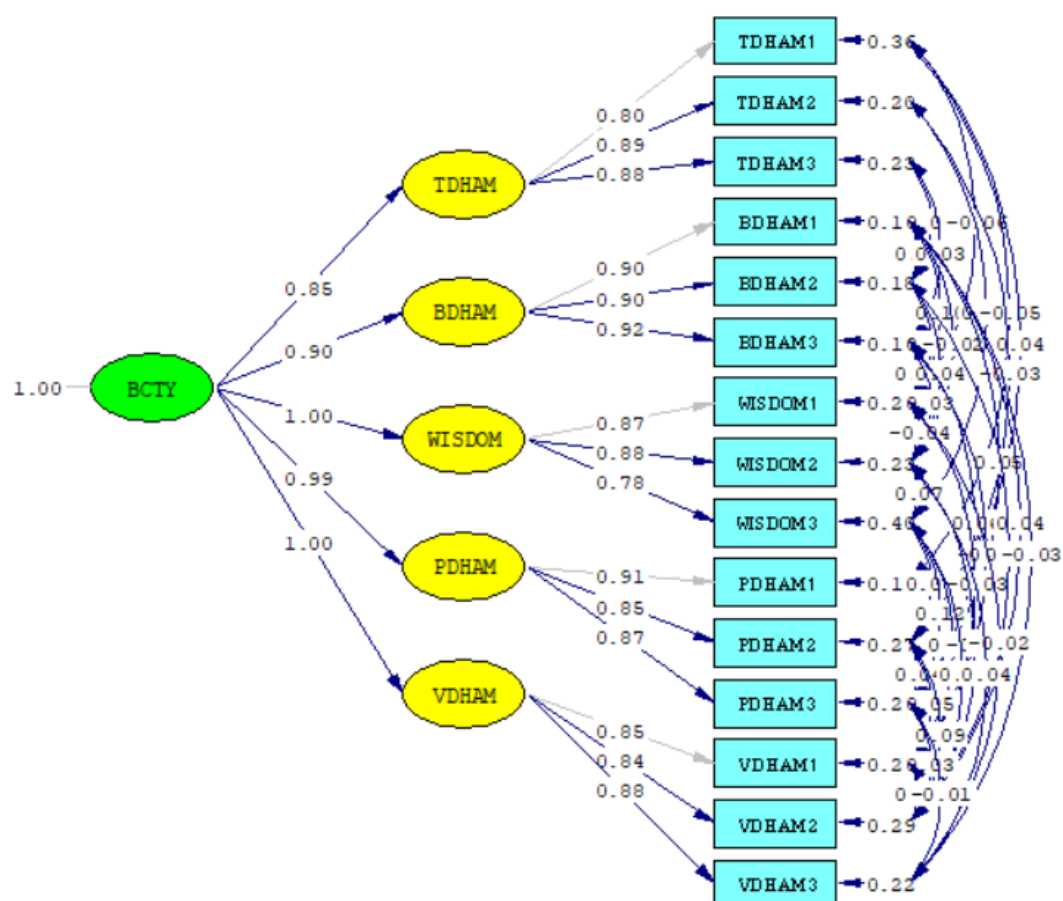




Chi-Square=476.52, df=85, P-value=0.00000, RMSEA=0.107

โมเดลก่อนปรับ





Chi-Square=65.12, df=49, P-value=0.06140, RMSEA=0.029

โมเดลหลังปรับ



Program: LISREL 12.2.1.0
 Module: Data Processing and Basic Statistical Analyses
 Copyright (c) 2022 Scientific Software International, Inc.
 Store: <https://ssilive.com>
 Website: <https://ssicentral.com>
 Technical Support: lisrel@ssicentral.com
 Date: 10/26/2022 Time: 09:02:53

License: LISREL Standard
 Master Key: 7853164e-*****-8fd0971258d6
 Installation Key: a17bd144-*****-b4fc2a9f2eb3
 License is valid until: 2/10/2566 7:03:25

The following lines were read from file
 C:\LISREL_EDU\LKP\Full_Model_EDU1.PRL:

Full Paper
 SYSTEM FILE from file 'C:\LISREL_EDU\LKP\SCFA.ds'f'
 Latent Variables TDHAM BDHAM WISDOM PDHAM VDHAM BCTY
 Relationships
 TDHAM1 = TDHAM
 TDHAM2 = TDHAM
 TDHAM3 = TDHAM
 BDHAM1 = BDHAM
 BDHAM2 = BDHAM
 BDHAM3 = BDHAM
 WISDOM1 = WISDOM
 WISDOM2 = WISDOM
 WISDOM3 = WISDOM
 PDHAM1 = PDHAM
 PDHAM2 = PDHAM
 PDHAM3 = PDHAM
 VDHAM1 = VDHAM
 VDHAM2 = VDHAM
 VDHAM3 = VDHAM
 TDHAM = BCTY
 BDHAM = BCTY
 WISDOM = BCTY
 PDHAM = BCTY
 VDHAM = BCTY
 Set error covariance of WISDOM1 and VDHAM3 free
 Set error covariance of WISDOM1 and BDHAM3 free
 Set error covariance of WISDOM3 and PDHAM3 free
 Set error covariance of WISDOM3 and VDHAM1 free
 Set error covariance of WISDOM1 and VDHAM1 free
 Set error covariance of WISDOM2 and WISDOM3 free
 Set error covariance of PDHAM2 and VDHAM2 free
 Set error covariance of PDHAM3 and VDHAM3 free
 Set error covariance of PDHAM3 and BDHAM3 free

Set error covariance of WISDOM2 and VDHAM3 free
 Set error covariance of PDHAM3 and BDHAM1 free
 Set error covariance of WISDOM1 and BDHAM1 free
 Set error covariance of PDHAM2 and TDHAM1 free
 Set error covariance of WISDOM1 and BDHAM2 free
 Set error covariance of WISDOM2 and BDHAM1 free
 Set error covariance of WISDOM3 and VDHAM2 free
 Set error covariance of VDHAM1 and VDHAM2 free
 Set error covariance of BDHAM2 and VDHAM2 free
 Set error covariance of PDHAM2 and VDHAM1 free
 Set error covariance of BDHAM2 and TDHAM3 free
 Set error covariance of VDHAM3 and BDHAM1 free
 Set error covariance of WISDOM1 and TDHAM1 free
 Set error covariance of PDHAM1 and TDHAM1 free
 Set error covariance of BDHAM3 and TDHAM3 free
 Set error covariance of WISDOM1 and WISDOM2 free
 Set error covariance of VDHAM2 and WISDOM2 free
 Set error covariance of PDHAM2 and TDHAM2 free
 Set error covariance of PDHAM2 and WISDOM3 free
 Set error covariance of TDHAM2 and WISDOM3 free
 Set error covariance of PDHAM2 and PDHAM3 free
 Set error covariance of VDHAM2 and BDHAM1 free
 Set error covariance of BDHAM2 and BDHAM1 free
 Set error covariance of BDHAM2 and WISDOM2 free
 Set error covariance of BDHAM3 and WISDOM2 free
 Set error covariance of VDHAM1 and BDHAM3 free
 Set error covariance of VDHAM2 and PDHAM3 free
 Path Diagram
 LISREL OUTPUT:ME-ML RS EF SS SE TV FS SC ND=3 MI AD=OFF
 End of Problem

Full Paper

Covariance Matrix

	TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2
BDHAM3					
TDHAM1	48.596				
TDHAM2	10.860	4.576			
TDHAM3	11.882	4.159	6.074		
BDHAM1	8.519	3.051	3.381	4.153	
BDHAM2	11.856	4.379	5.210	5.218	8.941
BDHAM3	10.123	3.655	4.266	4.164	6.173
6.074					
WISDOM1	12.025	4.574	5.332	5.077	7.267
6.404					
WISDOM2	2.487	0.872	1.005	0.890	1.417
1.168					
WISDOM3	3.260	1.157	1.233	1.085	1.582
1.297					
PDHAM1	11.502	4.276	4.886	4.456	6.541
5.473					

PDHAM2	2.521	0.777	0.929	0.798	1.161
0.977					
PDHAM3	2.284	0.804	0.901	0.859	1.171
1.060					
VDHAM1	17.515	5.904	6.732	5.913	8.540
6.967					
VDHAM2	15.700	5.526	6.139	5.731	8.496
6.552					
VDHAM3	6.009	1.970	2.259	2.027	3.060
2.613					

Covariance Matrix

	WISDOM1	WISDOM2	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2
PDHAM3					

WISDOM1	9.663				
WISDOM2	1.422	0.400			
WISDOM3	1.772	0.410	0.754		
PDHAM1	7.227	1.503	1.864	8.941	
PDHAM2	1.313	0.283	0.368	1.393	0.354
PDHAM3	1.307	0.268	0.381	1.343	0.259
0.311					
VDHAM1	9.312	2.072	2.886	10.132	1.995
1.780					
VDHAM2	8.916	1.862	2.601	9.269	1.894
1.684					
VDHAM3	3.302	0.729	0.832	3.401	0.648
0.604					

Covariance Matrix

	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3

VDHAM1	18.796		
VDHAM2	13.842	16.067	
VDHAM3	4.619	4.301	2.049

Full Paper

Parameter Specifications

LAMBDA-Y

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM

TDHAM1	0	0	0	0	0
TDHAM2	1	0	0	0	0
TDHAM3	2	0	0	0	0
BDHAM1	0	0	0	0	0
BDHAM2	0	3	0	0	0

BDHAM3	0	4	0	0	0
WISDOM1	0	0	0	0	0
WISDOM2	0	0	5	0	0
WISDOM3	0	0	6	0	0
PDHAM1	0	0	0	0	0
PDHAM2	0	0	0	7	0
PDHAM3	0	0	0	8	0
VDHAM1	0	0	0	0	0
VDHAM2	0	0	0	0	9
VDHAM3	0	0	0	0	10

GAMMA

BCTY

TDHAM	11
BDHAM	12
WISDOM	13
PDHAM	14
VDHAM	15

PSI

TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
16	17	18	19	20

THETA-EPS

TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2	BDHAM3
21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	32
33	34	35	36	37	38
39	40	41	42	43	44
45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56
57	58	59	60	61	62
63	64	65	66	67	68
69	70	71	72	73	74
75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86
87	88	89	90	91	92
93	94	95	96	97	98
99	100	101	102	103	104
105	106	107	108	109	110
111	112	113	114	115	116
117	118	119	120	121	122
123	124	125	126	127	128
129	130	131	132	133	134
135	136	137	138	139	140
141	142	143	144	145	146
147	148	149	150	151	152
153	154	155	156	157	158
159	160	161	162	163	164
165	166	167	168	169	170
171	172	173	174	175	176
177	178	179	180	181	182
183	184	185	186	187	188
189	190	191	192	193	194
195	196	197	198	199	200

THETA-EPS						
	WISDOM1	WISDOM2	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2	
PDHAM3						
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
WISDOM1	34					
WISDOM2	38	39				
WISDOM3	0	41	42			
PDHAM1	0	0	0	44		
PDHAM2	0	0	47	0	48	
PDHAM3	0	0	51	0	52	
53						
VDHAM1	55	0	56	0	57	
0						
VDHAM2	0	61	62	0	63	
64						
VDHAM3	68	69	0	0	0	
70						

THETA-EPS			
	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3
-----	-----	-----	-----
VDHAM1	58		
VDHAM2	65	66	
VDHAM3	0	0	71

Full Paper

Number of Iterations = 67

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

LAMBDA-Y						
	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM	
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
TDHAM1	5.545	-- -- -- --				
TDHAM2	1.912	-- -- -- --				
(0.093)	20.582					
TDHAM3	2.156	-- -- -- --				
(0.107)	20.105					
BDHAM1	-- 1.841	-- -- --				
BDHAM2	-- 2.701	-- -- --				
(0.085)						

31.839

BDHAM3 -- 2.264 -- -- --
 (0.081)

27.787

WISDOM1 -- -- 2.692 -- --

WISDOM2 -- -- 0.555 -- --
 (0.025)

22.481

WISDOM3 -- -- 0.673 -- --
 (0.035)

19.229

PDHAM1 -- -- -- 2.725 --

PDHAM2 -- -- -- 0.507 --
 (0.020)

25.376

PDHAM3 -- -- -- 0.489 --
 (0.018)
 26.939

VDHAM1 -- -- -- -- 3.686

VDHAM2 -- -- -- -- 3.376
 (0.131)
 25.716

VDHAM3 -- -- -- -- 1.264
 (0.054)

23.555

GAMMA

BCTY

TDHAM 0.854
 (0.053)

16.003

BDHAM 0.900
 (0.046)

19.660

WISDOM 0.999
 (0.047)

21.436

PDHAM 0.992
(0.043)

23.225

VDHAM 0.998
(0.048)

20.929

Covariance Matrix of ETA and KSI

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
BCTY					
TDHAM	1.000				
BDHAM	0.769	1.000			
WISDOM	0.853	0.899	1.000		
PDHAM	0.847	0.893	0.991	1.000	
VDHAM	0.853	0.899	0.997	0.990	1.000
BCTY	0.854	0.900	0.999	0.992	0.998

1.000

PHI

BCTY

1.000

PSI

Note: This matrix is diagonal.

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
0.271	0.190	0.002	0.016	0.003	
(0.036)	(0.024)	(0.014)	(0.015)		
	7.531	8.059	0.095	1.174	0.207

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
	0.729	0.810	0.998	0.984	0.997

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
	0.729	0.810	0.998	0.984	0.997

THETA-EPS

	TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2
BDHAM3					
TDHAM1	17.536 (1.473)	11.909			
TDHAM2	-- 0.915 (0.100)	9.116			
TDHAM3	-- -- 1.386 (0.140)		9.885		
BDHAM1	-- -- -- 0.770 (0.088)			8.728	
BDHAM2	-- -- 0.388 (0.094) (0.105) (0.184)	0.233	1.621		
BDHAM3	-- -- 0.186 (0.075) (0.109)	4.132	2.223	8.806	
WISDOM1	-1.235 (0.339)	-- -- 0.611 (0.113) (0.163) (0.138)	0.661	0.882	
WISDOM2	-3.642		5.394	4.045	6.372
WISDOM3	-- -- -- -0.029 (0.020) (0.029) (0.023)	0.074	0.041		
PDHAM1	-1.033 (0.319)	-- -- -- --			
PDHAM2	0.150 (0.072) (0.018)	-0.044	-- -- -- --		
PDHAM3	-- -- -- 0.060 (0.013) (0.015)		-- 0.086		

5.569 4.806

VDHAM1 -- -- -- -- -- -0.268
(0.124)
-2.162

VDHAM2 -- -- -- 0.312 0.623 --
(0.108) (0.158)
2.892 3.944

VDHAM3 -- -- -- -0.085 -- --
(0.036)
-2.388

THETA-EPS

	WISDOM1	WISDOM2	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2
PDHAM3	2.419 (0.257)	9.429			
WISDOM1					
WISDOM2	-0.074 (0.038)	0.093 (0.011)			
WISDOM3	-- (0.011)	0.037 (0.023)	0.300		
PDHAM1	-- (0.144)	1.512	3.410	13.026	
PDHAM2	-- (0.009)	0.026 (0.008)	-- (0.006)	0.097	
PDHAM3	-- (0.008)	0.057 (0.005)	-- (0.006)	0.013	0.074
VDHAM1	-0.397 (0.182)	-- (0.066)	0.391 (0.041)	-- (0.130)	--
VDHAM2	-- (0.034)	-0.017 (0.067)	0.331 (0.040)	-- (0.032)	0.061

	-0.506	4.931		5.138	1.918
VDHAM3	-0.103	0.032	-- -- --	-0.009	
	(0.059)	(0.013)		(0.010)	
	-1.745	2.477		-0.982	

THETA-EPS

	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3

VDHAM1	5.162		
	(0.441)		
	11.716		
VDHAM2	1.446	4.744	
	(0.316)	(0.395)	
	4.576	12.011	
VDHAM3	-- --	0.454	
	(0.043)		
		10.641	

Squared Multiple Correlations for Y -Variables

	TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2
BDHAM3					

	0.637	0.800	0.770	0.815	0.818
0.851					

Squared Multiple Correlations for Y -Variables

	WISDOM1	WISDOM2	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2
PDHAM3					

	0.750	0.767	0.602	0.831	0.727
0.764					

Squared Multiple Correlations for Y -Variables

	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3

	0.725	0.706	0.779

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom =49

Minimum Fit Function Chi-Square =67.181 (P =0.0432)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square =65.116 (P =0.0614)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP)=16.116

90 Percent Confidence Interval for NCP =(0.0 ; 41.206)

Minimum Fit Function Value =0.168

Population Discrepancy Function Value (F0)=0.0404

90 Percent Confidence Interval for F0 =(0.0 ; 0.103)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)=0.0287

90 Percent Confidence Interval for RMSEA =(0.0 ; 0.0459)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05)=0.982

Expected Cross-Validation Index (ECVI)=0.519

90 Percent Confidence Interval for ECVI =(0.479 ; 0.582)

ECVI for Saturated Model =0.602

ECVI for Independence Model =52.143

Chi-Square for Independence Model with 105 Degrees of Freedom = 20774.997

Independence AIC =20804.997

Model AIC =207.116

Saturated AIC =240.000

Independence CAIC =20879.869

Model CAIC =561.509

Saturated CAIC =838.976

Normed Fit Index (NFI)=0.997

Non-Normed Fit Index (NNFI)=0.998

Parsimony Normed Fit Index (PNFI)=0.465

Comparative Fit Index (CFI)=0.999

Incremental Fit Index (IFI)=0.999

Relative Fit Index (RFI)=0.993

Critical N (CN)=445.961

Root Mean Square Residual (RMR)=0.160

Standardized RMR =0.0201

Goodness of Fit Index (GFI)=0.979

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)=0.948

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI)=0.400

Full Paper

Fitted Covariance Matrix

	TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2
BDHAM3					
TDHAM1	48.286				
TDHAM2	10.603	4.572			
TDHAM3	11.953	4.122	6.032		
BDHAM1	7.845	2.705	3.049	4.159	

BDHAM2	11.511	3.969	4.863	5.205	8.916
BDHAM3	9.648	3.327	3.936	4.167	6.114
6.024					
WISDOM1	11.500	4.391	4.950	5.065	7.197
6.360					
WISDOM2	2.627	0.906	1.021	0.890	1.422
1.171					
WISDOM3	3.186	1.166	1.238	1.114	1.635
1.371					
PDHAM1	11.767	4.414	4.976	4.477	6.570
5.506					
PDHAM2	2.532	0.778	0.926	0.833	1.222
1.025					
PDHAM3	2.296	0.792	0.893	0.863	1.178
1.074					
VDHAM1	17.430	6.010	6.776	6.097	8.946
7.230					
VDHAM2	15.962	5.504	6.205	5.895	8.815
6.867					
VDHAM3	5.975	2.060	2.323	2.005	3.067
2.570					

Fitted Covariance Matrix

	WISDOM1	WISDOM2	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2
PDHAM3					

WISDOM1	9.665				
WISDOM2	1.420	0.402			
WISDOM3	1.813	0.411	0.753		
PDHAM1	7.268	1.499	1.818	8.936	
PDHAM2	1.352	0.279	0.364	1.381	0.354
PDHAM3	1.304	0.269	0.383	1.332	0.261
0.313					
VDHAM1	9.501	2.041	2.867	9.948	1.981
1.785					
VDHAM2	9.064	1.852	2.598	9.110	1.903
1.695					
VDHAM3	3.290	0.732	0.849	3.410	0.635
0.602					

Fitted Covariance Matrix

	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3

VDHAM1	18.750		
VDHAM2	13.890	16.140	
VDHAM3	4.658	4.266	2.051

Fitted Residuals

	TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2	BDHAM3
TDHAM1	0.309					
TDHAM2	0.256	0.004				
TDHAM3	-0.071	0.037	0.042			
BDHAM1	0.674	0.346	0.331	-0.006		
BDHAM2	0.345	0.410	0.347	0.013	0.026	
BDHAM3	0.475	0.328	0.330	-0.003	0.059	
0.050						
WISDOM1	0.525	0.182	0.382	0.012	0.070	
0.043						
WISDOM2	-0.140	-0.034	-0.016	0.000	-0.006	-0.003
WISDOM3	0.074	-0.009	-0.005	-0.030	-0.053	-0.073
PDHAM1	-0.265	-0.138	-0.090	-0.021	-0.028	-0.033
PDHAM2	-0.011	-0.001	0.003	-0.035	-0.062	-0.047
PDHAM3	-0.012	0.012	0.009	-0.004	-0.007	-0.014
VDHAM1	0.085	-0.106	-0.044	-0.184	-0.406	-0.263
VDHAM2	-0.262	0.022	-0.065	-0.164	-0.319	-0.314
VDHAM3	0.033	-0.090	-0.063	0.023	-0.007	0.042
Fitted Residuals						
	WISDOM1	WISDOM2	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2	
PDHAM3						
WISDOM1	-0.002					
WISDOM2	0.002	-0.001				
WISDOM3	-0.041	0.000	0.001			
PDHAM1	-0.041	0.004	0.046	0.006		
PDHAM2	-0.039	0.004	0.004	0.012	0.000	
PDHAM3	0.003	0.000	-0.002	0.011	-0.001	-0.001
VDHAM1	-0.189	0.031	0.019	0.184	0.015	-
0.005						
VDHAM2	-0.147	0.010	0.003	0.159	-0.009	-0.011
VDHAM3	0.012	-0.003	-0.017	-0.010	0.014	0.002
Fitted Residuals						
	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3			
VDHAM1	0.046					
VDHAM2	-0.048	-0.073				
VDHAM3	-0.040	0.035	-0.002			

Summary Statistics for Fitted Residuals

Smallest Fitted Residual = -0.406

Median Fitted Residual = -0.001

Largest Fitted Residual = 0.674

VDHAM3	0.585	-1.050	-1.108	-0.314	1.622	0.510
--------	-------	--------	--------	--------	-------	-------

Standardized Residuals

	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3
VDHAM1	2.203		
VDHAM2	-0.905	-1.942	
VDHAM3	-0.881	0.754	-0.770

Summary Statistics for Standardized Residuals

Smallest Standardized Residual = -3.299

Median Standardized Residual = -0.121

Largest Standardized Residual = 4.311

Stemleaf Plot

```

-3|30
-2|55
-2|44332000
-1|987665
-1|32211111000
-0|9999888775555
-0|4444433332222111110
  0|111222223333444
  0|556677788
  1|001111122334
  1|555677789
  2|012
  2|
  3|12
  3|557
  4|23

```

Largest Negative Standardized Residuals

Residual for VDHAM1 and BDHAM3 -3.299

Residual for VDHAM2 and BDHAM2 -2.972

Largest Positive Standardized Residuals

Residual for BDHAM1 and TDHAM2 4.311

Residual for BDHAM1 and TDHAM3 3.510

Residual for BDHAM2 and TDHAM2 3.541

Residual for BDHAM2 and TDHAM3 3.228

Residual for BDHAM3 and TDHAM2 3.694

Residual for BDHAM3 and TDHAM3 4.159

Residual for WISDOM1 and TDHAM3 3.107

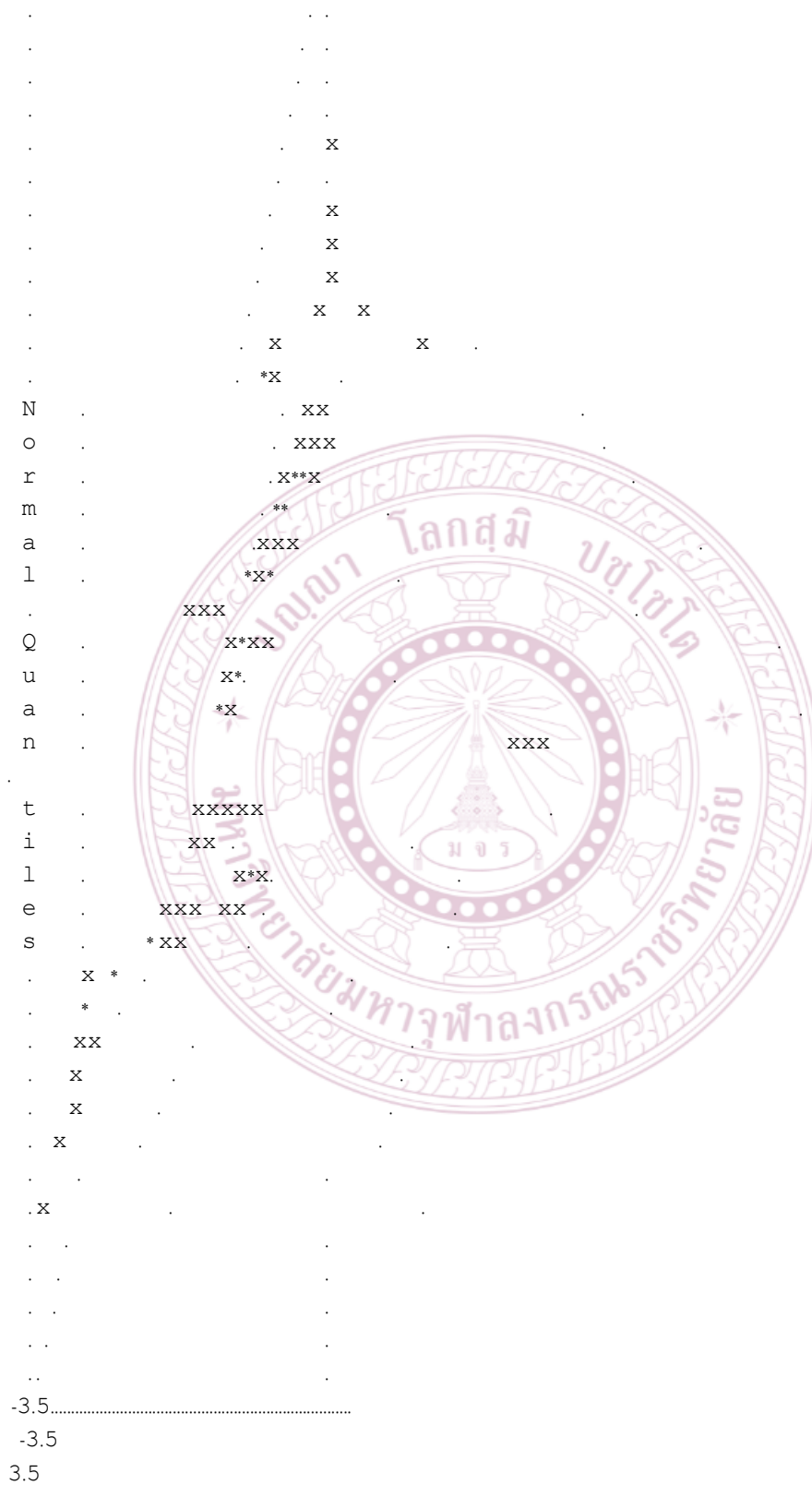
Full Paper

Qplot of Standardized Residuals

```

3.5.....
.
.
.

```



Modification Indices and Expected Change

Modification Indices for LAMBDA-Y

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
TDHAM1	-- 0.010	0.028	0.053	0.021	
TDHAM2	-- 5.897	0.539	0.576	0.537	
TDHAM3	-- 0.917	0.827	0.668	0.747	
BDHAM1	4.235	-- 0.729	0.547	0.729	
BDHAM2	0.254	-- 0.729	0.684	0.782	
BDHAM3	2.996	-- 1.747	0.126	0.004	
WISDOM1	0.099	-- -- 0.252	0.106		
WISDOM2	3.764	-- -- 0.085	2.057		
WISDOM3	0.988	1.854	-- 2.005	1.136	
PDHAM1	3.093	0.092	0.060	-- 1.383	
PDHAM2	0.368	1.262	0.016	-- 0.092	
PDHAM3	0.585	0.067	0.004	-- 0.022	
VDHAM1	0.019	1.908	2.143	0.668	--
VDHAM2	0.775	1.342	0.288	0.260	--
VDHAM3	0.877	0.712	1.137	0.561	--

Expected Change for LAMBDA-Y

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
TDHAM1	-- 0.041	-0.097	-0.133	-0.084	
TDHAM2	-- 0.279	-0.140	-0.143	-0.140	
TDHAM3	-- 0.150	0.201	0.179	0.191	
BDHAM1	0.192	-- 0.158	0.130	0.158	
BDHAM2	0.071	-- -0.232	-0.214	-0.239	
BDHAM3	0.242	-- -30.892	-0.631	0.616	
WISDOM1	0.061	-- -- -1.366	5.369		
WISDOM2	-0.076	-- -- 0.174	5.246		
WISDOM3	0.061	-0.103	-- 1.309	-5.985	
PDHAM1	-0.312	-0.056	3.895	-- 14.332	
PDHAM2	0.025	-0.043	0.074	-- 0.181	
PDHAM3	-0.024	0.011	-0.034	-- -0.086	
VDHAM1	-0.037	-0.496	29.471	2.868	--
VDHAM2	-0.219	-0.355	-10.131	1.833	--
VDHAM3	-0.084	0.106	-17.681	1.042	--

Standardized Expected Change for LAMBDA-Y

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
TDHAM1	-- 0.041	-0.097	-0.133	-0.084	
TDHAM2	-- 0.279	-0.140	-0.143	-0.140	
TDHAM3	-- 0.150	0.201	0.179	0.191	
BDHAM1	0.192	-- 0.158	0.130	0.158	

BDHAM2	0.071	--	-0.232	-0.214	-0.239
BDHAM3	0.242	--	-30.892	-0.631	0.616
WISDOM1	0.061	--	--	-1.366	5.369
WISDOM2	-0.076	--	--	0.174	5.246
WISDOM3	0.061	-0.103	--	1.309	-5.985
PDHAM1	-0.312	-0.056	3.895	--	14.332
PDHAM2	0.025	-0.043	0.074	--	0.181
PDHAM3	-0.024	0.011	-0.034	--	-0.086
VDHAM1	-0.037	-0.496	29.471	2.868	--
VDHAM2	-0.219	-0.355	-10.131	1.833	--
VDHAM3	-0.084	0.106	-17.681	1.042	--

Completely Standardized Expected Change for LAMBDA-Y

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
TDHAM1	-- 0.006	-0.014	-0.019	-0.012	
TDHAM2	-- 0.130	-0.066	-0.067	-0.065	
TDHAM3	-- 0.061	0.082	0.073	0.078	
BDHAM1	0.094	--	0.077	0.064	0.077
BDHAM2	0.024	-- -0.078	-0.072	-0.080	
BDHAM3	0.099	-- -12.586	-0.257	0.251	
WISDOM1	0.020	-- --	-0.439	1.727	
WISDOM2	-0.119	-- --	0.275	8.278	
WISDOM3	0.070	-0.118	--	1.508	-6.896
PDHAM1	-0.104	-0.019	1.303	--	4.795
PDHAM2	-0.043	-0.072	0.124	--	0.304
PDHAM3	-0.043	0.020	-0.062	--	-0.154
VDHAM1	-0.008	-0.115	6.806	0.662	--
VDHAM2	-0.054	-0.088	-2.522	0.456	--
VDHAM3	-0.059	0.074	-12.346	0.727	--

Modification Indices for BETA

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
TDHAM	-- 20.855	0.363	2.790	2.032	
BDHAM	20.855	-- 1.855	1.077	1.438	
WISDOM	0.363	1.854	-- 0.371	0.404	
PDHAM	2.790	1.077	0.371	-- 3.683	
VDHAM	2.032	1.438	0.404	3.683	--

Expected Change for BETA

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
TDHAM	-- 0.379	-4.044	-1.511	-6.599	
BDHAM	0.266	-- -14.743	-0.779	-4.790	
WISDOM	-0.029	-0.152	-- 0.460	2.818	
PDHAM	-0.089	-0.065	3.716	-- 9.369	

VDHAM	-0.075	-0.078	4.439	1.826	--
-------	--------	--------	-------	-------	----

Standardized Expected Change for BETA

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
TDHAM	-- 0.379	-4.044	-1.511	-6.599	
BDHAM	0.266	-- -14.743	-0.779	-4.790	
WISDOM	-0.029	-0.152	-- 0.460	2.818	
PDHAM	-0.089	-0.065	3.716	-- 9.369	
VDHAM	-0.075	-0.078	4.439	1.826	--

No Non-Zero Modification Indices for GAMMA

No Non-Zero Modification Indices for PHI

Modification Indices for PSI

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
TDHAM	--				
BDHAM	20.855	--			
WISDOM	0.363	1.854	--		
PDHAM	2.790	1.077	0.371	--	
VDHAM	2.032	1.438	0.404	3.683	--

Expected Change for PSI

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
TDHAM	--				
BDHAM	0.072	--			
WISDOM	-0.008	-0.029	--		
PDHAM	-0.024	-0.012	0.007	--	
VDHAM	-0.020	-0.015	0.009	0.029	--

Standardized Expected Change for PSI

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
TDHAM	--				
BDHAM	0.072	--			
WISDOM	-0.008	-0.029	--		
PDHAM	-0.024	-0.012	0.007	--	
VDHAM	-0.020	-0.015	0.009	0.029	--

Modification Indices for THETA-EPS

	TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2
BDHAM3					
TDHAM1	--				

TDHAM2	0.792	--				
TDHAM3	0.505	0.026	--			
BDHAM1	0.560	0.736	0.295	--		
BDHAM2	0.357	2.150	--	--	--	
BDHAM3	0.024	2.187	--	0.734	0.734	--
WISDOM1	--	1.773	3.016	--	--	--
WISDOM2	3.241	0.797	0.308	--	--	--
WISDOM3	2.478	--	0.102	0.051	0.052	1.746
PDHAM1	--	0.793	0.580	0.344	0.077	0.002
PDHAM2	--	--	0.368	0.006	0.543	0.142
PDHAM3	0.891	0.058	0.059	--	0.072	--
VDHAM1	0.103	0.499	0.104	0.002	1.250	--
VDHAM2	0.495	0.105	0.388	--	--	1.322
VDHAM3	2.346	1.164	0.836	--	0.215	1.492

Modification Indices for THETA-EPS

	WISDOM1	WISDOM2	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2
PDHAM3					
WISDOM1	--				
WISDOM2	--	--			
WISDOM3	--	--	--		
PDHAM1	0.088	0.171	2.005	--	
PDHAM2	0.632	0.843	--	0.016	--
PDHAM3	0.369	0.024	--	0.016	--
VDHAM1	--	2.057	--	0.809	--
VDHAM2	0.107	--	--	0.481	--
VDHAM3	--	--	1.137	0.016	0.985

Modification Indices for THETA-EPS

	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3
VDHAM1	--		
VDHAM2	--	--	
VDHAM3	0.914	0.914	--

Expected Change for THETA-EPS

	TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2
BDHAM3					
TDHAM1	--				
TDHAM2	0.307	--			
TDHAM3	-0.269	-0.022	--		
BDHAM1	0.153	0.045	0.041	--	
BDHAM2	-0.175	0.119	-- -- --		
BDHAM3	0.039	0.099	-- -0.076	0.111	--
WISDOM1	-- -0.125	0.196	-- -- --		

WISDOM2	-0.124	-0.016	0.012	--	--	--
WISDOM3	0.171	--	-0.011	-0.006	0.008	-0.041
PDHAM1	--	-0.076	-0.075	-0.041	0.026	-0.003
PDHAM2	--	--	0.015	-0.001	-0.015	-0.006
PDHAM3	-0.056	0.004	-0.004	--	0.006	--
VDHAM1	0.161	-0.093	0.047	-0.005	-0.172	--
VDHAM2	-0.328	0.039	-0.086	--	--	-0.152
VDHAM3	0.250	-0.045	-0.044	--	-0.027	0.060

Expected Change for THETA-EPS

	WISDOM1	WISDOM2	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2
PDHAM3					

WISDOM1	--				
WISDOM2	--	--			
WISDOM3	--	--	--		
PDHAM1	-0.036	-0.010	0.057	--	
PDHAM2	-0.019	0.005	--	-0.003	--
PDHAM3	0.015	-0.001	--	0.003	--
VDHAM1	--	0.060	--	0.151	--
VDHAM2	0.056	--	--	0.116	--
VDHAM3	--	--	-0.023	-0.007	0.013

Expected Change for THETA-EPS

	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3
VDHAM1	--		
VDHAM2	--	--	
VDHAM3	-0.102	0.093	--

Completely Standardized Expected Change for THETA-EPS

	TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2
BDHAM3					

TDHAM1	--				
TDHAM2	0.021	--			
TDHAM3	-0.016	-0.004	--		
BDHAM1	0.011	0.010	0.008	--	
BDHAM2	-0.008	0.019	--	--	--
BDHAM3	0.002	0.019	--	-0.015	0.015
WISDOM1	--	-0.019	0.026	--	--
WISDOM2	-0.028	-0.012	0.008	--	--
WISDOM3	0.028	--	-0.005	-0.003	0.003
PDHAM1	--	-0.012	-0.010	-0.007	0.003
PDHAM2	--	--	0.010	-0.001	-0.009
PDHAM3	-0.014	0.003	-0.003	--	0.004
VDHAM1	0.005	-0.010	0.004	-0.001	-0.013

VDHAM2	-0.012	0.005	-0.009	--	--	-0.015
VDHAM3	0.025	-0.015	-0.013	--	-0.006	0.017

Completely Standardized Expected Change for THETA-EPS

	WISDOM1	WISDOM2	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2
PDHAM3					
-----	-----	-----	-----	-----	-----
WISDOM1	--				
WISDOM2	--	--			
WISDOM3	--	--	--		
PDHAM1	-0.004	-0.005	0.022	--	
PDHAM2	-0.010	0.012	--	-0.002	--
PDHAM3	0.009	-0.002	--	0.002	--
VDHAM1	--	0.022	--	0.012	--
VDHAM2	0.004	--	--	0.010	--
VDHAM3	--	--	-0.019	-0.002	0.015

Completely Standardized Expected Change for THETA-EPS

	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3
-----	-----	-----	-----
VDHAM1	--		
VDHAM2	--	--	
VDHAM3	-0.016	0.016	--

Maximum Modification Index is 20.85 for Element (1, 2) of BETA

Full Paper

Factor Scores Regressions

ETA

	TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2
BDHAM3					
-----	-----	-----	-----	-----	-----
TDHAM	0.027	0.164	0.127	0.023	-0.024
0.023					
BDHAM	0.000	0.040	-0.023	0.159	0.082
0.212					
WISDOM	0.009	0.016	0.008	0.019	0.003
0.014					
PDHAM	0.008	0.017	0.004	0.011	0.008
VDHAM	0.009	0.017	0.008	0.019	0.002
0.012					

ETA

	WISDOM1	WISDOM2	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2
PDHAM3					
-----	-----	-----	-----	-----	-----

0.075	TDHAM	0.033	0.113	-0.074	0.023	0.033	
	BDHAM	-0.102	-0.087	0.105	0.050	0.191	-0.282
	WISDOM	0.062	0.271	-0.055	0.061	0.071	
0.235	PDHAM	0.055	0.232	-0.077	0.077	0.129	
0.317	VDHAM	0.060	0.255	-0.063	0.060	0.064	
0.237							

ETA

	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3		
TDHAM	0.008	0.006	0.017		
BDHAM	0.016	-0.018	0.089		
WISDOM	0.028	0.014	0.101		
PDHAM	0.025	0.009	0.089		
VDHAM	0.030	0.016	0.109		
Full Paper					
Standardized Solution					
LAMBDA-Y					
	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
TDHAM1	5.545	-- -- --			
TDHAM2	1.912	-- -- --			
TDHAM3	2.156	-- -- --			
BDHAM1	-- 1.841	-- -- --			
BDHAM2	-- 2.701	-- -- --			
BDHAM3	-- 2.264	-- -- --			
WISDOM1	-- -- 2.692	-- --			
WISDOM2	-- -- 0.555	-- --			
WISDOM3	-- -- 0.673	-- --			
PDHAM1	-- -- -- 2.725	--			
PDHAM2	-- -- -- 0.507	--			
PDHAM3	-- -- -- 0.489	--			
VDHAM1	-- -- -- -- 3.686				
VDHAM2	-- -- -- -- 3.376				
VDHAM3	-- -- -- -- 1.264				

GAMMA

	BCTY
TDHAM	0.854
BDHAM	0.900
WISDOM	0.999

PDHAM 0.992
VDHAM 0.998

Correlation Matrix of ETA and KSI

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
BCTY					
TDHAM	1.000				
BDHAM	0.769	1.000			
WISDOM	0.853	0.899	1.000		
PDHAM	0.847	0.893	0.991	1.000	
VDHAM	0.853	0.899	0.997	0.990	1.000
BCTY	0.854	0.900	0.999	0.992	0.998

1.000

PSI

Note: This matrix is diagonal.

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
	0.271	0.190	0.002	0.016	0.003

Full Paper

Completely Standardized Solution

LAMBDA-Y

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
TDHAM1	0.798	--	--	--	--
TDHAM2	0.894	--	--	--	--
TDHAM3	0.878	--	--	--	--
BDHAM1	--	0.903	--	--	--
BDHAM2	--	0.905	--	--	--
BDHAM3	--	0.922	--	--	--
WISDOM1	--	--	0.866	--	--
WISDOM2	--	--	0.876	--	--
WISDOM3	--	--	0.776	--	--
PDHAM1	--	--	--	0.911	--
PDHAM2	--	--	--	0.852	--
PDHAM3	--	--	--	0.874	--
VDHAM1	--	--	--	--	0.851
VDHAM2	--	--	--	--	0.840
VDHAM3	--	--	--	--	0.882

GAMMA

BCTY

TDHAM 0.854

BDHAM	0.900
WISDOM	0.999
PDHAM	0.992
VDHAM	0.998

Correlation Matrix of ETA and KSI

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
BCTY	-----				
TDHAM	1.000				
BDHAM	0.769	1.000			
WISDOM	0.853	0.899	1.000		
PDHAM	0.847	0.893	0.991	1.000	
VDHAM	0.853	0.899	0.997	0.990	1.000
BCTY	0.854	0.900	0.999	0.992	0.998

1.000

PSI

Note: This matrix is diagonal.

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
-----	-----	-----	-----	-----	-----
	0.271	0.190	0.002	0.016	0.003
THETA-EPS					
BDHAM3	TDHAM1	TDHAM2	TDHAM3	BDHAM1	BDHAM2
-----	-----	-----	-----	-----	-----
TDHAM1	0.363				
TDHAM2	--	0.200			
TDHAM3	--	--	0.230		
BDHAM1	--	--	--	0.185	
BDHAM2	--	--	0.053	0.038	0.182
BDHAM3	--	--	0.031	--	0.149
WISDOM1	-0.057	--	--	0.096	0.071
WISDOM2	--	--	--	-0.022	0.039
WISDOM3	--	0.036	--	--	--
PDHAM1	-0.050	--	--	--	--
PDHAM2	0.036	-0.034	--	--	--
PDHAM3	--	--	--	0.053	0.063
VDHAM1	--	--	--	--	-0.025
VDHAM2	--	--	--	0.038	0.052
VDHAM3	--	--	--	-0.029	--

THETA-EPS

	WISDOM1	WISDOM2	WISDOM3	PDHAM1	PDHAM2
PDHAM3	-----	-----	-----	-----	-----

WISDOM1	0.250					
WISDOM2	-0.038	0.233				
WISDOM3	--	0.067	0.398			
PDHAM1	--	--	0.169			
PDHAM2	--	--	0.050	--	0.273	
PDHAM3	--	--	0.117	--	0.039	0.236
VDHAM1	-0.029	--	0.104	--	0.050	--
VDHAM2	--	-0.007	0.095	--	0.087	0.027
VDHAM3	-0.023	0.036	--	--	--	-0.012

THETA-EPS

	VDHAM1	VDHAM2	VDHAM3
VDHAM1	0.275		
VDHAM2	0.083	0.294	
VDHAM3	--	--	0.221

Full Paper

Total and Indirect Effects

Total Effects of X on ETA

	BCTY
TDHAM (0.053)	0.854 16.003
BDHAM (0.046)	0.900 19.660
WISDOM (0.047)	0.999 21.436
PDHAM (0.043)	0.992 23.225
VDHAM (0.048)	0.998 20.929

BETA*BETA' is not Pos.Def., Stability Index cannot be Computed

Total Effects of ETA on Y

TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
-------	-------	--------	-------	-------

TDHAM1	5.545	--	--	--	--	
TDHAM2	1.912	--	--	--	--	
(0.093)	20.582					
TDHAM3	2.156	--	--	--	--	
(0.107)	20.105					
BDHAM1	-- 1.841	--	--	--	--	
BDHAM2	-- 2.701	--	--	--	--	
(0.085)	31.839					
BDHAM3	-- 2.264	--	--	--	--	
(0.081)	27.787					
WISDOM1	-- -- 2.692	--	--	--	--	
WISDOM2	-- -- 0.555	--	--	--	--	
(0.025)	22.481					
WISDOM3	-- -- 0.673	--	--	--	--	
(0.035)	19.229					
PDHAM1	-- -- -- 2.725	--	--	--	--	
PDHAM2	-- -- -- 0.507	--	--	--	--	
(0.020)	25.376					
PDHAM3	-- -- -- 0.489	--	--	--	--	
(0.018)	26.939					
VDHAM1	-- -- -- -- 3.686					
VDHAM2	-- -- -- -- 3.376					
(0.131)	25.716					
VDHAM3	-- -- -- -- 1.264					
(0.054)	23.555					

Total Effects of X on Y

	BCTY

TDHAM1 (0.296)	4.736
	16.003
TDHAM2 (0.090)	1.633
	18.101
TDHAM3 (0.104)	1.841
	17.689
BDHAM1 (0.084)	1.657
	19.660
BDHAM2 (0.123)	2.431
	19.727
BDHAM3 (0.101)	2.037
	20.142
WISDOM1 (0.125)	2.689
	21.436
WISDOM2 (0.025)	0.555
	21.911
WISDOM3 (0.037)	0.673
	18.156
PDHAM1 (0.116)	2.703
	23.225
PDHAM2 (0.024)	0.503
	20.772
PDHAM3 (0.022)	0.485

	21.630
VDHAM1 (0.176)	3.681
	20.929
VDHAM2 (0.165)	3.371
	20.455
VDHAM3 (0.057)	1.262
	22.116

Full Paper

Standardized Total and Indirect Effects

Standardized Total Effects of X on ETA

	BCTY

TDHAM	0.854
BDHAM	0.900
WISDOM	0.999
PDHAM	0.992
VDHAM	0.998

Standardized Total Effects of ETA on Y

	TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
-----	-----	-----	-----	-----	-----
TDHAM1	5.545	--	--	--	--
TDHAM2	1.912	--	--	--	--
TDHAM3	2.156	--	--	--	--
BDHAM1	--	1.841	--	--	--
BDHAM2	--	2.701	--	--	--
BDHAM3	--	2.264	--	--	--
WISDOM1	--	--	2.692	--	--
WISDOM2	--	--	0.555	--	--
WISDOM3	--	--	0.673	--	--
PDHAM1	--	--	--	2.725	--
PDHAM2	--	--	--	0.507	--
PDHAM3	--	--	--	0.489	--
VDHAM1	--	--	--	--	3.686
VDHAM2	--	--	--	--	3.376
VDHAM3	--	--	--	--	1.264

Completely Standardized Total Effects of ETA on Y

TDHAM	BDHAM	WISDOM	PDHAM	VDHAM
-------	-------	--------	-------	-------

TDHAM1	0.798	--	--	--	--
TDHAM2	0.894	--	--	--	--
TDHAM3	0.878	--	--	--	--
BDHAM1	--	0.903	--	--	--
BDHAM2	--	0.905	--	--	--
BDHAM3	--	0.922	--	--	--
WISDOM1	--	--	0.866	--	--
WISDOM2	--	--	0.876	--	--
WISDOM3	--	--	0.776	--	--
PDHAM1	--	--	--	0.911	--
PDHAM2	--	--	--	0.852	--
PDHAM3	--	--	--	0.874	--
VDHAM1	--	--	--	--	0.851
VDHAM2	--	--	--	--	0.840
VDHAM3	--	--	--	--	0.882

Standardized Total Effects of X on Y
BCTY

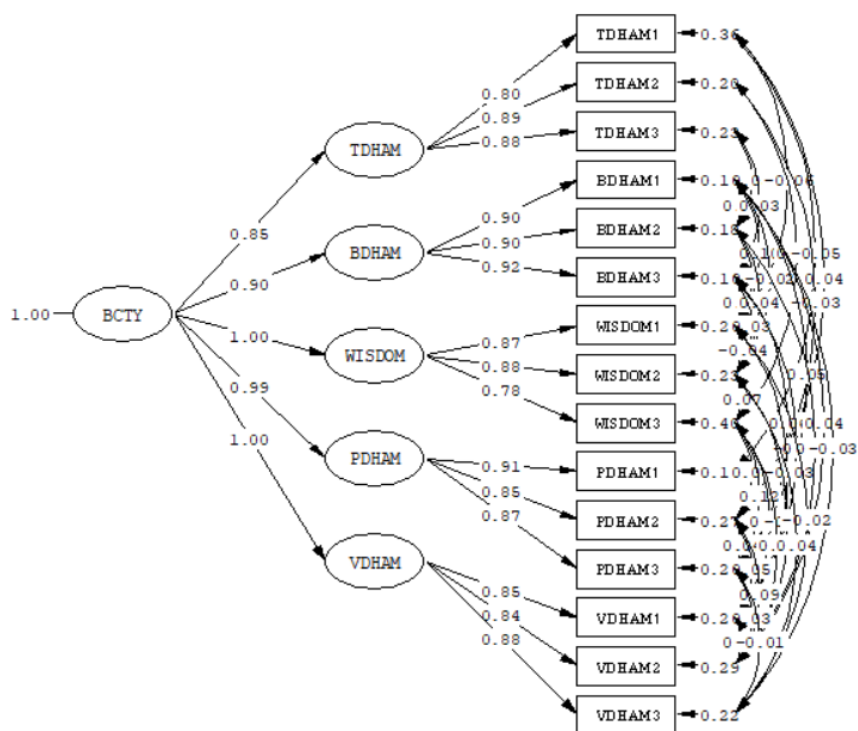
TDHAM1	4.736
TDHAM2	1.633
TDHAM3	1.841
BDHAM1	1.657
BDHAM2	2.431
BDHAM3	2.037
WISDOM1	2.689
WISDOM2	0.555
WISDOM3	0.673
PDHAM1	2.703
PDHAM2	0.503
PDHAM3	0.485
VDHAM1	3.681
VDHAM2	3.371
VDHAM3	1.262

Completely Standardized Total Effects of X on Y
BCTY

TDHAM1	0.682
TDHAM2	0.764
TDHAM3	0.750
BDHAM1	0.812
BDHAM2	0.814
BDHAM3	0.830
WISDOM1	0.865
WISDOM2	0.875
WISDOM3	0.775
PDHAM1	0.904
PDHAM2	0.846
PDHAM3	0.867

VDHAM1 0.850
 VDHAM2 0.839
 VDHAM3 0.881

=====○
 | PRELIS used 0.031 CPU seconds. |
 ○=====



Chi-Square=65.12, df=49, P-value=0.06140, RMSEA=0.029

ผศ.ดร.สมชาย ดำเนิน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาสังคมศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา ๒๕๔๘ สำเร็จการศึกษาลัทธิพุทธศาสนา มหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา ๒๕๕๓ และสำเร็จการศึกษาลัทธิพุทธศาสนาตรุณบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา ๒๕๕๙ ได้รับรางวัลนักวิจัย “ระดับดี” ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๒ จากสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มีผลงานตีพิมพ์ทั้งในระดับชาติและนานาชาติทั้งผู้เขียนหลักและผู้เขียนร่วมมากกว่า ๕๐ เรื่อง และได้รับเชิญบรรยายพิเศษในเวทีประชุมวิชาการนานาชาติอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันเป็นอาจารย์พิเศษ ประจำวิทยาลัยสงฆ์นครน่านเฉลิมพระเกียรติฯ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย นักวิจัยอิสระ สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย เบอร์ติดต่อ ๐๘๔-๘๒๘๒๐๓๖ E-mail: dn.2519@@gmail.com, somchai.dam@mcu.ac.th

ดร.สุทิศ สวัสดิ์ สำเร็จการศึกษาปริญญาพุทธศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาสอนภาษาไทย) มจร ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารการศึกษา) มจร ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารการศึกษา) มจร ประสบการณ์การทำงาน นักจัดการงานทั่วไป หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มจร ประสบการณ์ในการศึกษาดูงาน เขตปกครองพิเศษฮ่องกง สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐประชาชนจีน เขตปกครองพิเศษไต้หวัน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ประเทศสิงคโปร์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และประเทศญี่ปุ่น ปัจจุบันสังกัด หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธบริหารการศึกษา มจร. ตำแหน่ง นักจัดการงานทั่วไป หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มจร ที่อยู่ปัจจุบัน ๗๙ หมู่ที่ ๑ หลักกิโลเมตรที่ ๕๕ ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา รหัสไปรษณีย์ ๓๓๑๗๐

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตนกุล สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ วิชาเอกคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา เมื่อปีการศึกษา ๒๕๔๘ และสำเร็จการศึกษาหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพุทธบริหารการศึกษา บริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา ๒๕๖๓ เคยได้รับรางวัลรางวัล BEST RESEARCH PAPER จากการเข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัยในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ 1th International Conference on Multidisciplinary and Current Educational Research (ICMCER-2020)

