



รายงานวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๕ เรื่อง

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

Driving Innovation Areas for Buddhist Communication for
Media Literacy Among Thai Youths

ภายใต้แผนงานวิจัย

การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

Development of Buddhist Communication Innovative Space
for Media Literacy of Thai Youth

โดย

พระมหาญาณวัฒน์ จิตวฑฒโน, ผศ.ดร.

ดร.ทองดี ศรีตระการ

นายเอกลักษณ์ เทพวิจิตร

นายประวิทย์ ชัยสุข

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตนกุล

พระครูสังฆรักษ์จักรกฤษณ์ ฐิริปญโญ, ผศ.ดร.

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800765010



รายงานวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๕ เรื่อง

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

Driving Innovation Areas for Buddhist Communication for
Media Literacy Among Thai Youths

ภายใต้แผนงานวิจัย

การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

Development of Buddhist Communication Innovative Space
for Media Literacy of Thai Youth

โดย

พระมหาญาณวัฒน์ จิตวฑฒโน, ผศ.ดร.

ดร.ทองดี ศรีตระการ

นายเอกลักษณ์ เทพวิจิตร

นายประวิทย์ ชัยสุข

นางสาวอรุณรัตน์ วิไลรัตนกุล

พระครูสังฆรักษ์จักรกฤษณ์ ฐิริปญโญ, ผศ.ดร.

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800765010

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Research Sub-Project 5

Driving Innovation Areas for Buddhist Communication for Media Literacy Among Thai Youths

BY

Phramaha Yannawat Thitavaddhano, Asst. Prof. Dr.

Dr. Thongdee Sritragarn

Mr. Akekalak Tapwijitr

Mr. Prawit Chaisuk

Miss Aroonrad Wilairadtanakun

Phrakhrusangharak Chakkit Bhuripaño, Asst.Prof.Dr.

Faculty of Education Mahachulalongkornrajavidyalaya University

B.E. 2565

Research Project Funded

By Thailand Science Research and Innovation Fund

MCU 800765010

(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya Univers

ชื่อรายงานการวิจัย	: การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
ผู้วิจัย	: พระมหาญาณวัฒน์ จิตวฑฺฒโน, ผศ.ดร. และคณะ
หน่วยงาน	: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ปีงบประมาณ	: ๒๕๖๕
ทุนอุดหนุนการวิจัย	: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” มีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อศึกษารูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ๒) เพื่อพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ๓) เพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ เพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณ (Qualitative Research) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) มาเป็นส่วนหนึ่งการดำเนินการวิจัย สัมภาษณ์ผู้บริหารและครู ๑๔ คน และเก็บข้อมูลด้านสถิติจากนักเรียน ๑๕๐ คน และจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ๑๕ คน เครื่องวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ ใช้กระบวนการตามวงจรเดมมิง (PDCA) เป็นเครื่องมือในการดำเนินทุกขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า

๑. รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ พบว่า เป็นการสื่อสารที่มีรูปแบบประเด็นเนื้อหาที่เหมาะสมกับวัยเป็นการสื่อสารด้วยสติปัญญา และพิจารณาไตร่ตรองในขณะที่มีสื่อสาร โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ตนเอง และผู้รับสื่อมีความสุข เว้นจากลักษณะมุสาวาท เน้นการสื่อสารในรูปแบบเชิงพุทธตามแนวไตรสิกขา คือ ศีล สมาธิและปัญญา

๒. พัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ พบว่า เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารและการเชื่อมโยงระหว่างสถานศึกษาและชุมชน ขับเคลื่อนพื้นที่ที่มีความประพฤติดี ปฏิบัติตามหลักสัปปุริสธรรม หลักโยนิโสมนสิการ ปรัตโหมสะ และยึดหลักกาลามสูตรเอื้อต่อการสื่อสารและมีความทันสมัย

๓. การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ เพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย พบว่า ๑) พื้นที่เรียนรู้สื่อตามหลักไตรสิกขา ๒) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ๓) ปฏิบัติตามหลักสำคัญสำหรับยุควัฒนธรรม ๔) วุฒิธรรม ๕ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา และสามารถนำไปในวิถีชีวิตประจำได้

Research Title : Driving a Buddhist Communication Education Sandbox for Media Literacy of Thai Youth

Research : Phramaha Yannawat Thitavaddhano, Asst. Prof. Dr.

Department : Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Fiscal Year : B.E. 2565

Research grants : Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Abstract

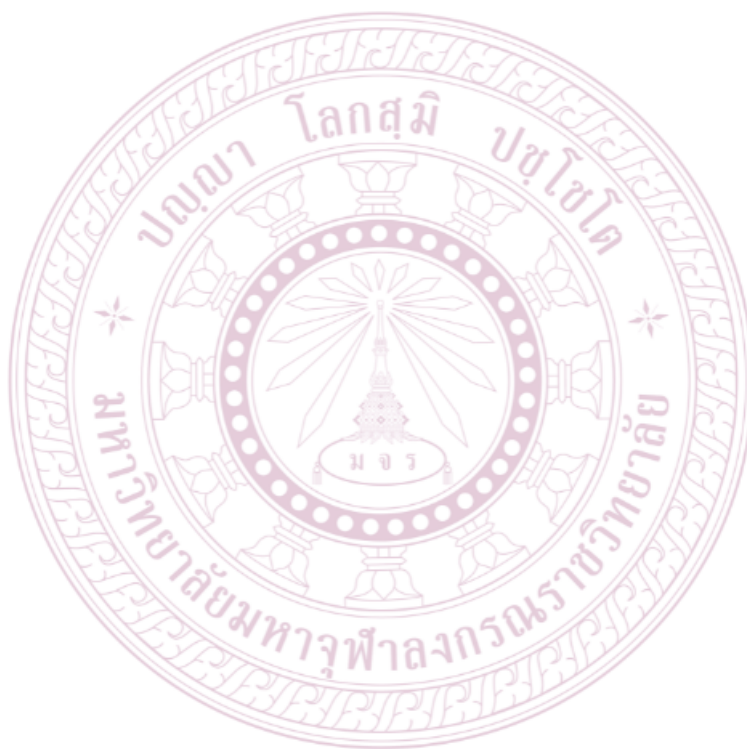
The objectives of this research were 1) to study the driving model of the Buddhist Communication Education Sandbox for media literacy, 2) to develop the drive of the Buddhist Communication Education Sandbox, and 3) to promote the drive of the Buddhist Communication Education Sandbox for media literacy for Thai youth. Qualitative research and action research methodologies were used in this study. The interviewees consisted of 15 administrators and teachers, while statistical data was collected from 150 students. Additionally, workshops were organized for 15 students. The research utilized various instruments such as interview forms, questionnaires, and workshops and employed the Deming Cycle (PDCA) as an instrument in every step of the process.

The results revealed that:

1. The model for driving the Buddhist Communication Education Sandbox was found to involve communication with age-appropriate content themes. It emphasizes communicating with wisdom and contemplation, aiming to bring happiness to oneself and the recipient while refraining from lying. The model places importance on communication in a Buddhist way, following the Threefold Rule of precepts, concentration, and wisdom.

2. The development to drive the Buddhist Communication Education Sandbox found that a Sandbox network and links between educational institutions and communities drive well-behaved areas, adhering to the principles of Sappurisa Dhamma, Yonisomanasikāra, Paratoghosa, and the Kalama Sutta, which are conducive to effective communication and modernity.

3. The promotion of driving the Buddhist Communication Education Sandbox for media literacy for Thai youth found the following factors: 1) establishing a media learning area according to the threefold principle, 2) fostering media awareness akin to that of a wise person, 3) emphasizing analytical insight as the key principle for the information age, and 4) cultivating Vuddhi-Dhamma 4, which represents the splendor of wisdom and can lead to a regular lifestyle.



กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยย่อยที่ ๕ เรื่อง “การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความอนุเคราะห์สนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่ได้อนุมัติทุนอุดหนุนงบประมาณการวิจัย และสร้างผลงานทางวิชาการ เพื่อนำผลงานวิจัยนั้นไปใช้พัฒนาสังคมประเทศชาติ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับงานวิจัยเล่มนี้ รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องด้วยความเมตตาอนุเคราะห์ และความช่วยเหลือของบุคคลหลายฝ่ายประกอบกัน กราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ พระสุธีรัตนบัณฑิต, รศ.ดร. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ พระมหาชุตีภัก อภินนโท ผู้อำนวยการส่วนงานวางแผนและส่งเสริมการวิจัย สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของงานตลอดระยะเวลาของการวิจัย และขอเจริญกรรมผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่เข้าสัมมนาเชิงปฏิบัติการและให้ข้อมูล และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้

พระมหาญาณวัฒน์ จิตวฑฒโน, ผศ.ดร. และคณะ

ธันวาคม ๒๕๖๕

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ซ
สารบัญแผนภาพ.....	ฌ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์.....	๕
๑.๓ ปัญหาการวิจัย.....	๕
๑.๔ ขอบเขตของการวิจัย.....	๕
๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	๕
๑.๖ กรอบแนวคิดการวิจัย.....	๗
๑.๗ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	๗
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๙
๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรม.....	๙
๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม.....	๑๘
๒.๓ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๔๐
๒.๔ แนวคิดแนวเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๖๐
๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ.....	๗๗
๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๘๙
บทที่ ๓ บทนำ	๙๔
๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๙๔
๓.๒ พื้นที่การวิจัย.....	๙๖
๓.๓ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	๙๗
๓.๔ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๙๗
๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	๙๙

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๑๐๐
๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย.....	๑๐๐
๓.๘ แผนการดำเนินงานการวิจัย.....	๑๐๐
บทที่ ๔ ผลการวิจัย.....	๑๐๓
๔.๑ รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๑๐๓
๔.๒ การพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของ เยาวชนไทย.....	๑๐๘
๔.๓ การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของ เยาวชนไทย.....	๑๒๑
๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย.....	๑๓๐
บทที่ ๕ สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	๑๔๓
๕.๑ สรุปผลวิจัย.....	๑๔๓
๕.๒ อภิปรายผล.....	๑๔๙
๕.๓ ข้อเสนอแนะ.....	๑๖๑
บรรณานุกรม.....	๑๖๒
ภาคผนวก.....	๑๖๙
ภาคผนวก ก. แบบคำถามสัมภาษณ์.....	๑๗๐
ประวัตินักวิจัย.....	๑๗๕

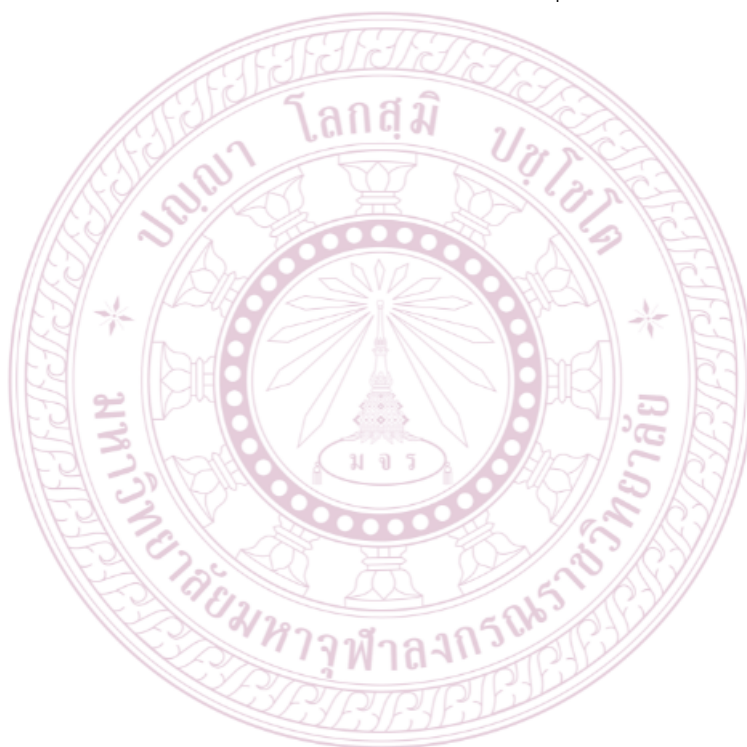
สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
๒.๑	แสดงการวิเคราะห์ความหมายของการสื่อสาร..... ๔๓
๒.๒	แสดงการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร..... ๔๖
๒.๓	แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร..... ๕๒
๒.๔	แสดงการวิเคราะห์ประเภทของการสื่อสาร..... ๕๔
๒.๕	แสดงการวิเคราะห์ทิศทางของการสื่อสาร..... ๕๙
๓.๑	แสดงจำนวนประชากร..... ๙๗
๓.๒	แสดงแผนการดำเนินงานการพัฒนาองค์ความรู้พื้นที่นวัตกรรมวิถิพุทธ..... ๑๐๑
๔.๑	แสดงการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของ เยาวชนไทย..... ๑๓๓



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
๔.๑	แสดงกิจกรรมการของโรงเรียนพระอินทร์ศึกษา (กลุ่มสกุลอุทิศ).....	๑๑๓
๔.๒	แสดงตราประจำโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย.....	๑๑๕
๔.๓	แสดงกิจกรรมของโรงเรียนวัดบ้านสร้าง.....	๑๑๖
๔.๔	แสดงตราประจำโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย.....	๑๒๐
๔.๕	แสดงกิจกรรมการเรียนการสอนของโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย.....	๑๒๑



สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
๑.๑	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	๗
๒.๑	แสดงกระบวนการพัฒนาในระดับปฏิบัติการ.....	๑๖
๒.๒	แสดงตัวกรองความคิด.....	๒๙
๒.๓	แสดงขั้นตอนและประตุ.....	๓๐
๒.๔	แสดงการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์.....	๓๐
๒.๕	แสดงการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการ.....	๓๑
๒.๖	แสดงกระบวนการสื่อสารกับบุคคลอื่น.....	๖๔
๒.๗	แสดงกระบวนการสื่อสารที่ก่อให้เกิดปัญญา.....	๖๔
๒.๘	แสดงปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๖๙
๒.๙	แสดงปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๗๑
๒.๑๐	แสดงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๗๓
๒.๑๑	แสดงแนวทางปฏิบัติของการสื่อสารเชิงพุทธ.....	๗๕
๔.๑	แสดงการพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่า ทันสื่อของเยาวชนไทย.....	๑๐๙

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกไร้พรมแดน มนุษย์พัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารอย่างต่อเนื่องสามารถสืบค้นหาข้อมูลและแพร่กระจายข่าวสารได้ตลอดเวลา เปรียบเหมือนย่อโลกทั้งใบอยู่บนปลายนิ้ว ในขณะที่มีการพัฒนาเทคโนโลยี พัฒนารูปแบบการสื่อสารก็มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งเช่นกัน สื่อกระแสหลักที่มีความใกล้ชิดกับชีวิตประจำวันมากที่สุดคือสื่อสังคมออนไลน์ ชาวชนไทยได้บริโภคข่าวสารจากสื่อออนไลน์จนเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน จากข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อใหม่ปัจจุบันมีผู้ใช้โซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี โดยเฉพาะในปีที่ผ่านมาสถานการณ์โควิดทำให้ผู้คนต้องอยู่บ้านและทำงานที่บ้านเป็นส่วนใหญ่ โซเชียลมีเดียจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารและค้นหาข้อมูลต่างๆ ในประเทศไทยระหว่างปี ๒๕๖๓ – ๒๕๖๔ ผู้ใช้งาน social media ถึง ๕๕ ล้านคน จากประชากรทั้งประเทศ ๖๙.๘๘ ล้านคน หรือคิดเป็น ๗๘.๓% ของทั้งหมด ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วถึง ๓ ล้านคน (๕.๘%) สถิติที่น่าสนใจของผู้ใช้โซเชียลมีเดียของคนไทยมีดังนี้ ผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียมีอายุระหว่าง ๑๖-๖๕ ปี โดยเฉลี่ยแล้วผู้ใช้ ๑ คนมีบัญชี social media ถึง ๑๐ บัญชี ใน ๙๐% ของประชากรใช้งาน Youtube และ Facebook ตามมาด้วย LINE (๘๖.๒%), Instagram (๖๔.๒%), และตบท้ายด้วยน้องใหม่มาแรงอย่าง TikTok (๕๔.๘%) ตามลำดับ^๑ การเปลี่ยนผ่านจากระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจสังคมฐานความรู้ทำให้เรื่องของทุนมนุษย์ได้กลายมาเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่ก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจ กล่าวคือสังคมและเศรษฐกิจในอนาคตต้องพึ่งพาความรู้มากขึ้น โดยงานและองค์กรต่างๆ จะต้องพึ่งพาความรู้ของคนมากกว่าเครื่องจักร มีการพัฒนาที่ต้องใช้สมองมากขึ้น การใช้แรงงานลดปริมาณลง งานด้านการบริการจะมีการเติบโตมากขึ้นด้วย อุตสาหกรรมจำเป็นพึ่งพาความสามารถของมนุษย์ การพัฒนาอย่างรวดเร็วของคอมพิวเตอร์การสร้างเครือข่ายการติดต่อสื่อสารช่วยให้ข้อมูลต่างๆ ถูกแบ่งปันและสื่อสารไปได้ทั่วทุกมุมโลก^๒ เนื่องจากการก้าวเข้าสู่ยุคสารสนเทศ การสื่อสารไร้สายเป็นคำพยากรณ์ที่ได้รับการคาดหมายอย่างกว้างขวางจากแวดวงวิชาการและสื่อมวลชน จากนั้นไปจะไม่ใช้

^๑ สถิติโซเชียลมีเดียสำหรับประเทศไทย, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-thailand> [๑๕ ตุลาคม ๒๕๖๔].

^๒ นิศารักษ์ เวชยานนท์, Competency-Based Approach, (กรุงเทพมหานคร : คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๙). หน้า ๑๕.

เรื่องแปลกประหลาดที่เราสามารถทำให้การรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ 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 อาจกล่าวได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่เติบโตและได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วมากในปัจจุบัน เนื่องด้วยความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะสื่อประสม คือ สามารถสื่อความหมายทั้งในรูปแบบของข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและเสียง ไปในเวลาเดียวกัน ทำให้ผู้ใช้สามารถรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ผ่านบริการต่างๆ ของอินเทอร์เน็ตได้ การบริการอย่างหนึ่งที่นับว่ามีบทบาทและโดดเด่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ก็คือ เครือข่ายสังคม Social Network เป็นเว็บพื้นฐานในการบริการที่จะให้แต่ละบุคคลสามารถสร้างเครือข่ายอย่างเป็นระบบทั้งระดับเล็กหรือใหญ่ในสังคม มีการสร้างบัญชีรายชื่อผู้ติดต่อที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือสิ่งที่สนใจเหมือนกันได้โดยผ่านการติดต่อกันเป็นเครือข่าย โดยเป็นการรู้จักกันต่อไปเป็นทอดๆ คล้ายเครือข่ายใยแมงมุมที่โยงกันไปมาได้ และสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งสำหรับ Social Network นั้นก็คือ เราสามารถพูดคุย นำเสนอ บอกเล่าเรื่องส่วนตัว และเรื่องราวการเรียน เรื่องราวที่เราสนใจ หรือแม้แต่การทำรายงานของเราและของกลุ่มเราได้ ดังนั้นเราจึงควรใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตและเว็บสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ แทนที่จะนำเสนอรูปภาพส่วนตัวหรือเรื่องราวที่ไม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ หันมารวมกลุ่มกันสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ร่วมกันโดยผ่านเว็บไซต์สังคมออนไลน์ที่มีให้บริการอยู่มากมายหลากหลายในอินเทอร์เน็ตอย่างไรก็ตามทราบกันดีว่าระบบอินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนดาบสองคมที่มีทั้งผลดีและผลเสียต่อผู้ที่มาใช้บริการ และด้วยเหตุผลที่ไม่สามารถควบคุมเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนระบบอินเทอร์เน็ตได้นั้นจึงทำให้เกิดความเสี่ยงขึ้นต่อผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ก็มีผลเนื่องมาจากการที่ผู้ใช้บริการมีการใช้บริการมากเกินไปหรือจากอิทธิพลทางสังคมที่ทำให้ต้องเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสังคมออนไลน์ มีการแสดงออกซึ่งตัวตนรวมถึงข้อมูลในเรื่องส่วนตัวอาจมีการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว การโจรกรรมข้อมูลหรือรูปภาพ การเปิดเผยข้อมูลที่ปราศจากการกลั่นกรองซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งต่างๆ หรือบุคคลที่อ้างถึงหรือมีส่วนเกี่ยวข้องได้รับความเสียหาย เมื่อสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันได้สร้างปัญหาสถาบันครอบครัวในปัจจุบันนี้ที่มีค่านิยมตามแบบตะวันตกที่เข้ามามีอิทธิพลต่อพ่อแม่ทำให้ขาดความรับผิดชอบต่อลูก ไม่มีการถ่ายทอดความรู้สึกความเป็นพ่อแม่ลูกกัน ผลเสียก็ตกอยู่กับลูก (ธนันต์ชัย พัฒนะสิงห์, ๒๕๖๑ : ๓) เพราะว่าพ่อแม่เลี้ยงลูกและรักลูกไม่เป็น พ่อแม่ส่วนใหญ่เลี้ยงลูกให้เป็นนักเสพนักบริโภค ขาดความรู้

ความสามารถที่จะพัฒนาลูกให้เป็นนักศึกษาและนักสร้างสรรค์ นอกจากนี้นับบาทของพ่อแม่ยังได้ลดลงไป เพราะเทคโนโลยีข่าวสารโดยเฉพาะโทรทัศน์ได้เข้ามามีบทบาทมากกว่าพ่อแม่ มีผลกระทบกระเทือนต่อการพัฒนาบุคลิกภาพของบุคคล เช่น เด็กที่เคยยึดพ่อแม่เป็นแบบฉบับ ในเรื่องค่านิยม อารมณ์ แบบของความประพฤติที่ช่วยให้เด็กมีบุคลิกภาพที่ดี แต่เมื่อหน่วยของครอบครัวถูกทำลายลง ลูก ๆ บางครั้งก็ไม่ทราบว่าจะหันหน้าไปพึ่งใคร ซึ่งอาจทำให้เขาผิดหวัง และมีเรื่องที่ทำให้สะเทือนใจ กลายเป็นเด็กกระทำผิด เช่น การประพฤติผิดทางเพศ ติดยาเสพติด และการเป็นเด็กจรจัด ฯลฯ การปรับตัวของเด็กหลังการหย่าร้าง ลูกมักจะอยู่กับแม่ ซึ่งมีผลกระทบกระเทือนต่อบุคลิกภาพของเด็ก เพราะทั้งพ่อและแม่จะเป็นคนอบรมเด็ก และเด็กก็เรียนรู้บทบาทจากพ่อและแม่ ซึ่งเป็นต้นฉบับสำหรับชีวิตของผู้ใหญ่ แต่ถ้าเหลือแต่แม่ และแม่ต้องทำหน้าที่เป็นทั้งพ่อและแม่ โดยบางครั้งแม่ก็ไม่สามารถปลูกฝังพฤติกรรมแบบพ่อให้แก่ลูกได้ ทำให้เด็กมีปัญหาทางเพศ เช่น เด็กผู้ชายจะมีนิสัยเป็นผู้หญิง เด็กผู้หญิงจะมีนิสัยเป็นเพศชาย ในอีกแง่มุมเด็กที่ถูกเลี้ยงดูจากพ่อก็จะมีพฤติกรรมเลียนแบบพ่อ แต่อย่างไรก็ตามเด็กทั้งหญิงและชายโดยทั่วไปมักจะมีความใกล้ชิดชอบกับแม่มากกว่าพ่อ แม่จึงมีอิทธิพลในมนต์จิตใจเด็กได้มากกว่า และในกรณีที่ครอบครัวไม่มีความสุข ลูกสาวและลูกชายมักจะเข้าข้างแม่มากกว่าพ่อแต่จะมีการเลียนแบบพฤติกรรมที่ปรากฏตามสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คแทน

ปัญหาหลักของการใช้สื่อใหม่ในยุคดิจิทัลของเยาวชน คือ การใช้สื่อใหม่เกินพอดี ขาดสติ และสมาธิขาดการคิดวิเคราะห์ มีจิตสำนึกลดน้อยลง ไม่ชอบสื่อสารกับใคร เลือกลงโซเชียลมีเดียสิ่งไม่ดี และเน้นเสพเพื่อความบันเทิงมากกว่าการเรียนรู้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ จนก่อให้เกิดผลกระทบต่างๆ เช่น ความเสี่ยงต่อการถูกล่อลวง กลั่นแกล้งทางออนไลน์ และการทำความผิดทางกฎหมาย เยาวชนขาดทักษะการเรียนรู้ที่สำคัญและจำเป็นต่อชีวิต จึงส่งผลในการพัฒนาสุขภาวะของเยาวชน หลักการสื่อสารเชิงพุทธจึงมีความสำคัญในการขับเคลื่อนให้ความรู้แนวคิดให้กับเยาวชนไทยให้มีภูมิคุ้มกันในการบริโภคสื่อ ดังนั้นควรพัฒนาเยาวชนให้มีคุณภาพจิตที่ดี สร้างความใฝ่รู้ในการศึกษา และความพากเพียร ควรเริ่มต้นชีวิตการศึกษาด้วยการสร้างฉันทะในการใฝ่รู้ใฝ่สร้างสรรค์ ให้รู้จักใช้อินทรีย์ในการสำรวจระวัง เพื่อให้เกิดเป็น ดูเป็น เพื่อการรู้มากขึ้นกว่าเดิมจนถึงขั้นปัญญาหรือโยนิโสมนสิการซึ่งเป็นการพัฒนาที่สัมพันธ์กับเรื่องกาย จิต ปัญญาในการพัฒนาเยาวชนให้มีคุณภาพตามแบบพุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อใหม่ ด้วยการสร้างการเรียนรู้และสั่งสมสิ่งที่ดี สร้างภูมิคุ้มกันและการควบคุมตนเอง การสร้างสติ สมาธิภูมิ และวิถีคิดแบบโยนิโสมนสิการโดยหลักการ คือ สร้างกัลยาณมิตรเป็นแบบและส่งเสริมให้เด็กมีโยนิโสมนสิการ ทำให้เด็กรู้จักใช้แนวคิดเชิงเหตุผลและมีคุณธรรม ดังนั้น การใช้พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อใหม่ด้วยวิธีคิด ๔ ด้าน จึงส่งผลดีต่อการพัฒนาเยาวชน ได้แก่ ๑) การส่งผลต่อการทำความเข้าใจความสัมพันธ์ของสาเหตุกับผลของการใช้สื่อใหม่ ๒) สามารถรู้เท่าทัน สามารถแยกแยะสื่อใหม่ที่ดีและไม่ดี แยกแยะข้อมูลที่ดีและ

ไม่ดี ๓) การมองสื่อทั้งหลายตามความเป็นจริง ๔) วิธีคิดเร้ากุศล เป็นวิธีที่เร้าพลังจิตใจให้เกิดคุณความดี^๓

การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นเสมือนการทำความเข้าใจต่อการใช้งานในสภาพจริงอย่างมีสติไม่ว่าผู้ใช้จะอยู่ในสถานภาพของผู้รับสารที่กำลังรับเนื้อหาต่าง ๆ ทั้งข้อความภาพ เสียง วิดิทัศน์นั้นต้องมีสติระลึกว่ากำลังรับสารจากใคร เนื้อหาสารมีความหมายอย่างไร เนื้อหาและผู้ส่งสารนั้นมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ผู้ส่งสารมีจุดประสงค์ใดในการสื่อสารนั้น ต้องการให้ใครได้รับสารบ้างและมุ่งหวังสิ่งใดจากผู้ที่ได้รับสารเหล่านั้น ในขณะที่เดียวกันต้องรู้เท่าทันตนเองด้วยว่า เราจะมีปฏิกิริยาอย่างไรต่อข้อมูลที่ได้รับ เรารู้สึกอะไร คิดอย่างไร และจะอย่างไรกับข้อมูลเหล่านั้นอย่างมีสติเมื่อเราได้วิเคราะห์และประเมินข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์อย่างรอบคอบ เราจะมีคำตอบที่ดีต่อการกระทำของตนเอง ว่าเราเข้าใจที่มาที่ไปของข้อมูลเหล่านั้นอย่างถูกต้องหรือไม่ เราจะแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลเหล่านั้นอย่างไร เราจะแชร์ต่อข้อมูลเหล่านั้นให้ผู้อื่นต่อไปหรือไม่ และไม่ว่าเราจะมีปฏิกิริยาต่อข้อมูลเหล่านั้นอย่างไรก็ตามเรารับรู้ผลกระทบที่อาจตามมาและพร้อมจะรับผิดชอบต่อผลกระทบเหล่านั้นแล้วใช้หรือไม่ และถ้าทุกคนรู้เท่าทันการใช้งานและรู้เท่าทันตนเอง ปัญหาที่เกิดจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ก็ย่อมจะลดลง^๔

ดังนั้นการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยคือการจัดการศึกษาอีกรูปแบบหนึ่งในการจัดการศึกษาให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพในแต่ละพื้นที่ขับเคลื่อนการสื่อสารเชิงพุทธสร้างเครือข่ายการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาเยาวชนไทยให้มีคุณภาพ ผู้วิจัยและคณะจึงสนใจที่จะทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ เพื่อพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เพื่อพัฒนากิจกรรมและองค์ความรู้นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เพื่อสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เพื่อขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยและเพื่อสร้างสรรค์การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยและเปิดพื้นที่เชิงสร้างสรรค์ในการสื่อสารอย่างสันติ

^๓ สายน้ำผึ้ง รัตนงาม, “พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อใหม่สำหรับเยาวชนเขตกรุงเทพมหานคร”, วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๒ (เมษายน-มิถุนายน ๒๕๖๑).

^๔ นิธิดา วิวัฒน์พาณิชย์, “การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์”, วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๘).

๑.๒ วัตถุประสงค์

- ๑.๒.๑ เพื่อศึกษารูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ
- ๑.๒.๒ เพื่อพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
- ๑.๒.๓ เพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๑.๓ ปัญหาที่ต้องการทราบ

- ๑.๓.๑ สภาพการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเป็นอย่างไร
- ๑.๓.๒ การพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยทำได้อย่างไร
- ๑.๓.๓ ส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยทำได้อย่างไร

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตการศึกษาเรื่อง การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัด พระนครศรีอยุธยา โรงเรียนบ้านตะโกตาเนตร ตำบลปราสาท อำเภอบ้านด่าน จังหวัดบุรีรัมย์ โรงเรียน วัดวัดปราสาท ตำบลปราสาท อำเภอบ้านด่าน จังหวัดบุรีรัมย์ โรงเรียนบ้านหนองไผ่ใหญ่ ตำบลชุมเห็ด อำเภอมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ โรงเรียนบ้านหนองเชือก ตำบลเมืองแก อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์ โรงเรียนบ้านขอนแก่น จังหวัดสุรินทร์

๑.๕ นิยามศัพท์

นวัตกรรมการศึกษา หมายความว่า แนวคิด วิธีการ กระบวนการ สื่อการเรียนการสอน หรือการบริหารจัดการในรูปแบบใหม่ ซึ่งได้มีการทดลองและพัฒนาจนเป็นที่น่าเชื่อถือว่าจะสามารถส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนและการจัดการศึกษา และให้หมายความรวมถึงการนำสิ่งดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในพื้นพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาด้วย

พื้นที่นวัตกรรมการศึกษา หมายความว่า พื้นที่ที่คณะรัฐมนตรีประกาศกำหนดให้เป็นพื้นที่ปฏิบัติการบริหารและการจัดการศึกษาเพื่อสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมการศึกษา

การพัฒนา หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรม ทักษะ ค่านิยม วัฒนธรรมของการเสพสื่อที่เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ก้าวหน้าหรือการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ หมายความว่า กระบวนการถ่ายทอดและการเรียนรู้เกี่ยวกับสื่อสารเชิงพุทธ เพื่อให้เยาวชนรู้เท่าทันวิถีโลก ผ่านกิจกรรมที่สร้างสรรค์ พัฒนาด้านสติปัญญาและมีวิจรรย์ญาณในการเสพสื่ออย่างมีประสิทธิภาพตามวิถีธรรม

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

๑) การเรียนรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ตามหลักพุทธธรรมในการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กระบวนการเรียนรู้ตามหลักโยนิโสมนสิการและไตรสิกขา กระบวนการรับสารตามหลักกาลามสูตร เป็นต้น

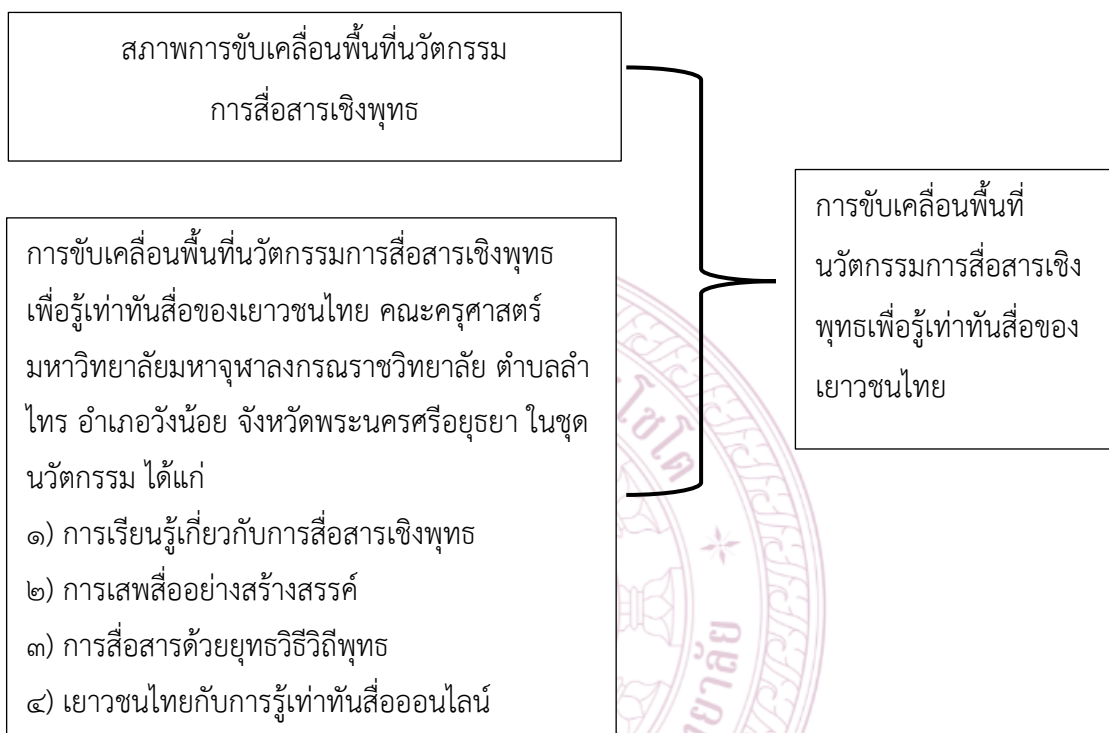
๒) การเสพสื่ออย่างสร้างสรรค์ หมายถึง การเสพข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ รวมถึงการสร้างแรงบันดาลใจในการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม

๓) การสื่อสารด้วยยุทธวิธีวิถีพุทธ หมายถึง กระบวนการสื่อสารตามยุทธวิธีวิถีพุทธอย่างมีประสิทธิภาพ ในบริบทและบทบาทของเยาวชนที่เป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร

๔) เยาวชนไทยกับการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ หมายถึง กระบวนการปลูกฝังให้เยาวชนไทยมีความพร้อมและรู้เท่าทันสื่อออนไลน์สารสนเทศในยุคดิจิทัล ตลอดจนปลูกฝังให้มีภูมิคุ้มกันในการเสพสื่ออย่างมีสติ

๑.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรม การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



แผนภาพที่ ๑.๑ กรอบแนวคิดในการวิจัย

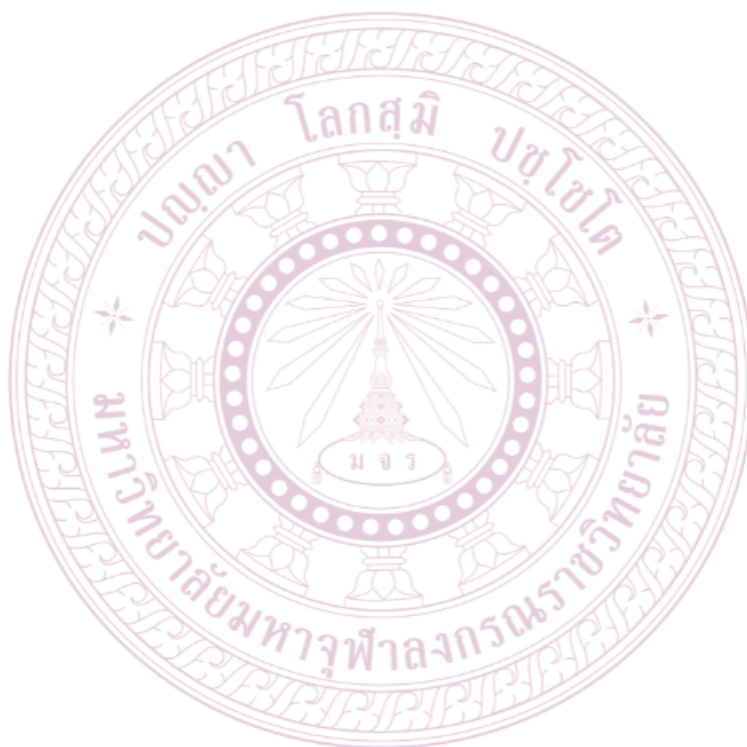
๑.๗ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

- ๑.๗.๑ ได้รูปแบบพื้นที่การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
- ๑.๗.๒ ได้องค์ความรู้มาพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมทางการศึกษาเพื่อนำไปสร้างเป็นแหล่งพื้นที่
การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
- ๑.๗.๓ ได้แนวทางการพัฒนาพื้นที่การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยที่
เหมาะสมกับบริบทของคณะครุศาสตร์
- ๑.๗.๔ ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปพัฒนาพื้นที่การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของ
เยาวชนไทย
- ๑.๗.๕ ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปพัฒนาองค์ความรู้พื้นที่การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทัน
สื่อของเยาวชนไทย

๑.๗.๖ ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปสร้างเครือข่ายพื้นที่การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ
ของเยาวชนไทย

๑.๗.๗ ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปขับเคลื่อนเครือข่ายพื้นที่การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทัน
สื่อของเยาวชนไทย

๑.๗.๘ ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปบูรณาการพื้นที่การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของ
เยาวชนไทย



บทที่ ๒

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการ

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

๒.๓ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ

๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการ

ในการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการนั้น จะต้องอาศัยกลุ่มคนหรือชุมชนเป็นฐานในการที่จะขับเคลื่อนกิจกรรมหรือโครงการใด ๆ ซึ่งต้องได้รับความร่วมมือจากหลายส่วนงานในพื้นที่ จึงจะก่อให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน ทั้งนี้ได้มีนักวิชาการและนักการศึกษาได้เสนอทฤษฎะที่สำคัญดังนี้

พระราชบัญญัติพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๒ มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ ๓๐ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๒ ให้ใช้บังคับเป็นเวลาเจ็ดปีการขยายเวลาใช้บังคับพระราชบัญญัตินี้ ให้กระทำได้ โดยตราเป็นพระราชกฤษฎีกาโดยให้กระทำได้เพียงหนึ่งครั้งแต่ไม่เกินเจ็ดปี

ความหมายของคำสำคัญตามพระราชบัญญัตินี้

นวัตกรรมการศึกษา หมายความว่า แนวคิด วิธีการ กระบวนการ สื่อการเรียนการสอน หรือการบริหารจัดการในรูปแบบใหม่ ซึ่งได้มีการทดลองและพัฒนาจนเป็นที่น่าเชื่อถือว่าสามารถส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนและการจัดการศึกษา และให้หมายความรวมถึงการนำสิ่งดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในพื้นพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาด้วย

พื้นที่นวัตกรรมการศึกษา หมายความว่า พื้นที่ที่คณะรัฐมนตรีประกาศกำหนดให้เป็นพื้นที่ปฏิบัติการบริหารและการจัดการศึกษาเพื่อสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมการศึกษา

ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา หมายความว่า พัฒนาการของผู้เรียนทั้งในด้านความรู้ สมรรถนะทักษะ และเจตคติ

สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน หมายความว่า โรงเรียนที่จัดการศึกษาในระบบ ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประเภทสามัญศึกษา

สถานศึกษานำร่อง หมายความว่า สถานศึกษาชั้นพื้นฐานในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือของเอกชน ที่อยู่ในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาที่คณะกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาอนุมัติให้เป็นสถานศึกษานำร่อง

วัตถุประสงค์การจัดตั้งพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา

พื้นที่นวัตกรรมการศึกษาจัดตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

๑. คิดค้นและพัฒนานวัตกรรมการศึกษาและการเรียนรู้เพื่อยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของผู้เรียน รวมทั้งเพื่อดำเนินการให้มีการขยายผลไปใช้ในสถานศึกษาชั้นพื้นฐานอื่น
๒. ลดความเหลื่อมล้ำในการศึกษา
๓. กระจายอำนาจและให้อิสระแก่หน่วยงานทางการศึกษาและสถานศึกษานำร่องในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาเพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารและการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
๔. สร้างและพัฒนากลไกในการจัดการศึกษาร่วมกันระหว่างภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา

การบริหารพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา

คณะกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา

ในแต่ละพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา ให้มีคณะกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา คณะหนึ่งจำนวนไม่เกินยี่สิบเอ็ดคน ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานกรรมการ และกรรมการอื่นซึ่งอย่างน้อยต้องประกอบด้วย กรรมการโดยตำแหน่งจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้แทนสถานศึกษาชั้นพื้นฐานในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา ผู้แทนสถาบันอุดมศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตและพัฒนาครู ผู้แทนองค์กรเอกชน และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ โดยให้ศึกษาธิการจังหวัดเป็นกรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการขับเคลื่อนมีหน้าที่และอำนาจ ดังต่อไปนี้

๑. กำหนดยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา
๒. ประสานให้หน่วยงานทางการศึกษา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นของรัฐ และเอกชน ดำเนินการร่วมกันเพื่อขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาตามยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินงานตามข้อ ๑
๓. ประสานให้หน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะให้การสนับสนุนทางเทคนิคในการจัดทำสื่อการสอนจัดการเรียนรู้ในรูปแบบใหม่ พัฒนาบุคลากร จัดระบบการประเมินและวัดผล และการอื่นที่จำเป็นสำหรับพัฒนานวัตกรรมการศึกษาในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา

๔. นำหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติไปปรับใช้กับการจัดการศึกษาในสถานศึกษานำร่องให้เหมาะสมกับพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา

๕. ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพและศักยภาพของครูและบุคลากรทางการศึกษาของสถานศึกษานำร่องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีคุณภาพและเหมาะสมกับสภาพในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา

๖. จัดให้มีการออกแบบการทดสอบผู้เรียนเพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา

๗. ส่งเสริม สนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ และติดตามสถานศึกษานำร่องเพื่อให้จัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพและเกิดการพัฒนาวัตกรรมการศึกษา

๘. เสริมสร้างและเตรียมความพร้อมให้สถานศึกษาขั้นพื้นฐานในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาในการเป็นสถานศึกษานำร่องหรือในการนำนวัตกรรมการศึกษาไปใช้ในการจัดการศึกษา

๙. เพิ่มขีดความสามารถให้แก่หน่วยงานทางการศึกษาในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาเพื่อทำการพัฒนานวัตกรรมการศึกษาหรือนำนวัตกรรมการศึกษาไปใช้

๑๐. จัดให้มีการประเมินผลการจัดการศึกษาของสถานศึกษานำร่อง

๑๑. แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อทำการแทนหรือปฏิบัติงานตามที่คณะกรรมการขับเคลื่อนมอบหมาย

๑๒. รายงานผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษารวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาต่อคณะกรรมการนโยบาย

๑๓. หน้าที่และอำนาจที่พระราชบัญญัตินี้ หรือกฎหมายอื่นกำหนดให้เป็นหน้าที่และอำนาจของคณะกรรมการขับเคลื่อน

๑๔. ปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายมอบหมาย

สำนักงานศึกษาธิการจังหวัด สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา เป็นกรรมการและเลขานุการในคณะกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา ทำหน้าที่รับผิดชอบงานธุรการของคณะกรรมการขับเคลื่อนและให้มีหน้าที่และอำนาจ ดังต่อไปนี้

๑. จัดให้มีระบบข้อมูลตามมาตรฐานที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด รวมทั้งศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการจัดการศึกษาของสถานศึกษานำร่องในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา

๒. จัดให้มีการวิเคราะห์และวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมการศึกษาในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา

๓. จัดทำรายงานการดำเนินงานของคณะกรรมการขับเคลื่อนเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการศึกษาธิการจังหวัด โดยให้แจ้งสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาทราบด้วย

๔. ปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะกรรมการนโยบายหรือคณะกรรมการขับเคลื่อนมอบหมายให้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและหน่วยงานทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือแก่สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดในการดำเนินการตามวาระหนึ่ง

สถานศึกษานำร่อง

สถานศึกษาขั้นพื้นฐานในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษาแห่งใดประสงค์จะเป็นสถานศึกษานำร่องให้ดำเนินการ ดังต่อไปนี้

๑. สถานศึกษาขั้นพื้นฐานในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานและสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

๒. สถานศึกษาขั้นพื้นฐานในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นต้นสังกัด

๓. สถานศึกษาขั้นพื้นฐานของเอกชน ให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารสถานศึกษาและกลุ่มส่งเสริมการศึกษาเอกชนในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดหรือสำนักงานการศึกษาเอกชนจังหวัดแล้วแต่กรณี

เมื่อได้ดำเนินการตามที่กำหนดแล้ว ให้ขออนุมัติต่อคณะกรรมการขับเคลื่อน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการขับเคลื่อนกำหนดในการจัดการเรียนการสอนสถานศึกษานำร่องอาจดำเนินการร่วมกับหน่วยงานของรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน หรือภาคประชาสังคม ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ตามที่เห็นสมควรให้สถานศึกษานำร่องจัดให้มีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา และมีการประเมินเพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของผู้เรียนและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษาเป็นประจำทุกปี ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการนโยบายกำหนดให้สถานศึกษานำร่องรายงานผลการประเมินและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษาต่อคณะกรรมการขับเคลื่อน และให้คณะกรรมการขับเคลื่อนให้คำปรึกษาช่วยเหลือ และแนะนำสถานศึกษาเพื่อให้การประกันคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาพัฒนาอย่างต่อเนื่องก่อนพระราชบัญญัตินี้จะสิ้นผลใช้บังคับอย่างน้อยหนึ่งปี ให้คณะกรรมการนโยบายพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา กำหนดมาตรการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องคณะกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา และสถานศึกษานำร่อง เตรียมความพร้อมในการสิ้นสุดการเป็นพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา และกำหนดหลักเกณฑ์การคุ้มครองสิทธิเพื่อไม่ให้นักเรียนและครูและบุคลากรทางการศึกษาได้รับผลกระทบจากการที่พระราชบัญญัตินี้สิ้นผลใช้บังคับเมื่อพระราชบัญญัตินี้สิ้นผลใช้บังคับแล้ว ให้สถานศึกษานำร่องพ้นจากการเป็นสถานศึกษานำร่องและกลับไปสู่สถานะสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นอยู่แต่เดิม

ประโยชน์ของพระราชบัญญัติพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๒

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา ได้ให้ความเห็นว่า ประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากพระราชบัญญัติพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๒ มีดังนี้

๑. การมีกลไกในการบริหารจัดการพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา เพื่อให้สามารถทดลองจัดการศึกษา ที่มีอิสระในด้านหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน ตลอดจนการบริหารจัดการสถานศึกษาที่มีความคล่องตัว อันส่งผลให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีเวลาที่ใช้ในการเรียนการสอนและพัฒนาผู้เรียนให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาได้อย่างเต็มที่และเพื่อให้เกิดการคิดค้นและพัฒนา นวัตกรรมด้านการศึกษา และการเรียนรู้รวมทั้ง ขยายผลไปใช้ในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานแห่งอื่น

๒. เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการศึกษา กระจายอำนาจและให้อิสระแก่หน่วยงานทางการศึกษาและสถานศึกษา ตลอดจนเพื่อให้การสร้างและพัฒนากิจการศึกษาร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา เป็นไปโดยเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาในแต่ละพื้นที่นำไปสู่การยกระดับการจัดการศึกษาของ ประเทศอันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาคนไทยให้มีคุณภาพต่อไป

พื้นที่นวัตกรรมการศึกษา (Education Sandbox)

พื้นที่นวัตกรรมการศึกษา เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างการเปลี่ยนแปลง การศึกษาของประเทศไทยโดยใช้พื้นที่เป็นฐาน เน้นนวัตกรรมการบริหารจัดการ นวัตกรรมจัดการเรียนการสอน และนวัตกรรมเชิงนโยบาย พื้นที่นวัตกรรมการศึกษาได้เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนในพื้นที่ หรือใน จังหวัดร่วมกันออกแบบจัดการศึกษาเพื่อตอบโจทย์พื้นที่ที่สะท้อนความต้องการจำเป็นของผู้เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะภาคเอกชนและภาคประชาสังคม เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานด้านการศึกษา ภาควิชาครีเอช่าย ร่วมกันคิดค้น พัฒนานวัตกรรมลดความเหลื่อมล้ำและการเพิ่มสัมฤทธิ์ผลในการ เรียนรู้ของผู้เรียนอย่างเป็นองค์รวม ทั้งผลการเรียนรู้ด้านสมรรถนะ ความรู้ ทักษะ และเจตคติของ ผู้เรียนในแต่ละพื้นที่ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการ, ๒๕๖๒)

พื้นที่นวัตกรรมการศึกษา จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๒ โดยให้อำนาจแก่สถานศึกษา ในการบริหารงานได้อย่างอิสระ ให้มีความสอดคล้องกับ ความ ต้องการของชุมชน โดยมีหน่วยงานส่วนกลางให้การสนับสนุน ผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชน และผู้มี ส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาในพื้นที่ปัจจุบัน กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศจัดตั้งพื้นที่ นวัตกรรมการศึกษานำร่อง จำนวน ๖ พื้นที่ ใน ๖ภูมิภาค ดังนี้๑) พื้นที่นวัตกรรมการศึกษาจังหวัดศรี สะเกษ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ๒) พื้นที่นวัตกรรมการศึกษาจังหวัดระยอง (ภาคตะวันออก) ๓) พื้นที่นวัตกรรมการศึกษาจังหวัดสตูล (ภาคใต้) ๔) พื้นที่นวัตกรรมการศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ (ภาคเหนือ) ๕) พื้นที่นวัตกรรมการศึกษาจังหวัดกาญจนบุรี(ภาคกลาง) ๖) พื้นที่นวัตกรรมการศึกษา จังหวัดชายแดนใต้ (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส) ปัจจุบัน พื้นที่ชายแดนใต้ ๓ จังหวัด ได้แยกตัวออกเป็น

๓ พื้นที่นวัตกรรม ตามแต่ละจังหวัดพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา ที่ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติ^๑ มีสิทธิและหน้าที่ต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้ ในการพัฒนาให้เป็นพื้นที่ปฏิรูปการบริหารและการจัดการศึกษา เพื่อสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมการศึกษาที่ตอบโจทย์ผู้เรียน สถานศึกษาและผู้เกี่ยวข้อง ในพื้นที่ จำนวน ๙ ประเด็น ดังนี้

๑. สามารถเลือกใช้นวัตกรรมได้อย่างอิสระเพื่อเพิ่มคุณภาพผู้เรียน
๒. มีโครงสร้างการทำงานเอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมเชิงพื้นที่
๓. ปรับใช้หลักสูตรแกนกลางฯได้ ไม่ติดตัวชี้วัด
๔. มีอิสระในการเลือกซื้อ สื่อหนังสือ ตำรา ตามกรอบหลักสูตรของพื้นที่
๕. ออกแบบการทดสอบเฉพาะพื้นที่ได้ อาจไม่ใช้ O-NET/NT
๖. ลด ละ เลิกโครงการที่เพิ่มภาระงานครู และส่งผลเสียต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน
๗. สถานศึกษาได้งบประมาณเป็นวงเงินรวม (Block Grant)
๘. สร้างหลักเกณฑ์ในการประกันคุณภาพแนวใหม่ อาจไม่อิงการประเมินของสมศ.
๙. มีช่องทางผลักดันการบริหารงานบุคคลให้เหมาะสมกับพื้นที่

พระราชบัญญัตินี้ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการวางแนวทางการจัดการศึกษาใหม่ในพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา ถือเป็นปัจจัยเบื้องต้นของการพัฒนาและเป็นพื้นที่การเรียนรู้ร่วมกัน โดยผู้บริหารการศึกษาผู้บริหารสถานศึกษา ครู ผู้ปกครอง ชุมชน และผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ต้องมาร่วมคิด ร่วมออกแบบและจัดการศึกษาเชิงพื้นที่อย่างแท้จริง^๑

การขับเคลื่อนชุมชน

สุพรรณิ ไชยอำพร กล่าวว่า ในการขับเคลื่อนชุมชนนั้นจะต้องมีกระบวนการพัฒนาในระดับปฏิบัติการและต้องผ่านมิติวัฒนธรรมใน ๓ มิติด้วย คือ ๑) ระบบความเชื่อ/ ความคิด ๒) ระบบคุณค่า/ ค่านิยม รวมถึงคุณธรรมและจริยธรรม และ ๓) แบบแผนของคนส่วนใหญ่ที่กระทำและมีพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน หรือเป็นกึ่งอัตโนมัติ โดยสำนึกว่าต้องทำอะไร เมื่อไร อย่างไร (Pattern of Action Behavior) ในการขับเคลื่อนงานพัฒนาหรือการขับเคลื่อนชุมชนใด ๆ จะมีขั้นตอนที่เน้นมิติของชาวบ้านเป็นหลัก แต่ยังคงเตรียมคน หรือผู้นำชุมชนให้มีความสนใจและเข้าร่วม จะนั้นการขับเคลื่อนจึงจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมของผู้คน ซึ่งประกอบด้วยผู้นำและประชาชนไว้ดังนี้^๒

^๑ ราชกิจจานุเบกษา, พระราชบัญญัติพื้นที่นวัตกรรมการศึกษา พ.ศ. ๒๕๖๒, เล่ม ๑๖ ตอนที่ ๕๖ ก หน้า ๑๐๒.

^๒ สุพรรณิ ไชยอำพร, วัฒนธรรมกับการพัฒนา : ศาสตร์ของการพัฒนาในระดับปฏิบัติการ, (กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๙), หน้า ๒๐-๒๓.

๑) ขั้นการตระหนักรู้ในช่องว่าง (Consciousness Gap) ซึ่งการตระหนักรู้ในช่องว่างนี้ มักบ่งชี้ด้วยการรับรู้ปัญหาการมีความต้องการโดยมองเห็น/ รับรู้ถึงช่องว่างหรือช่วงห่างของสภาพที่เป็นอยู่กับสิ่ง ที่พึงปรารถนา (Problem/ Need)

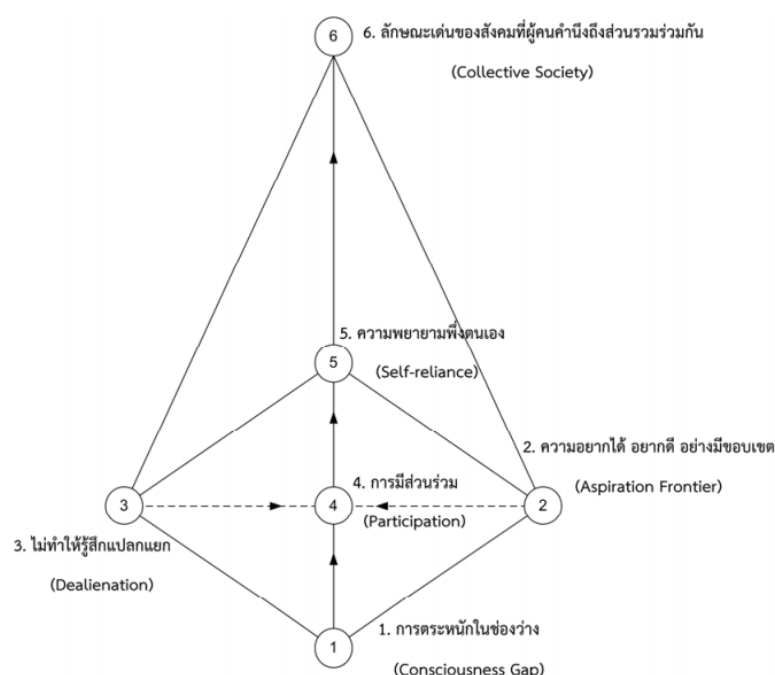
๒) ขั้นมีความต้องการเปลี่ยนแปลงอย่างมีขอบเขต (Aspiration Frontier) เมื่อบุคคลตระหนักรู้ในช่องว่างแต่ยอมรับได้ปลงได้ การขับเคลื่อนเพื่อการเปลี่ยนแปลงย่อมไม่เกิดขึ้น ดังนั้นหากต้องการให้มีการขับเคลื่อน จำเป็นต้องเสริมสร้างให้เกิดการจูงใจในการเปลี่ยนแปลงหรือต้องการการเปลี่ยนแปลง การนำสิ่งที่ตั้งมาน่าภาคภูมิใจทั้งในอดีตและปัจจุบันของชุมชนมาเป็นสื่อชักนำให้มีความต้องการให้มีสิ่งที่ตั้งมาน่าภาคภูมิใจเป็นต้น

๓) ขั้นให้เกียรติไม่สร้างความรู้สึกละเลย (De-Alienation) กล่าวคือ ในการขับเคลื่อนงาน เพื่อจะให้บุคคลตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วม จำเป็นต้องให้เกียรติ หรือสร้างความรู้สึกว่าทุกคนมีความสำคัญต่องานการขับเคลื่อน

๔) ขั้นการมีส่วนร่วม (Participation) เนื่องจากการขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดภาวะการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน ผู้คนในชุมชนจำเป็นต้องเข้ามามีส่วนร่วม ไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Genuine Participation) อันหมายถึง การมีส่วนร่วมตัดสินใจ หรือการมีส่วนร่วมแบบต่อเนื่อง (Continuous Participation) คือการมีส่วนร่วมในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดการขับเคลื่อน

๕) ขั้นสามารถพึ่งตนเอง (Self-Reliance) ทั้งการพึ่งตนเองทางวัตถุ การพึ่งตนเองทางจิตใจ และการพึ่งตนเองทางสติปัญญา

๖) ขั้นผู้คนในสังคมคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกัน (Collective Personality Society) คิดถึงผู้อื่น คิดถึงผลประโยชน์สาธารณะ ตลอดจนการมีจิตอาสา



แผนภาพที่ ๒.๑ แสดงกระบวนการพัฒนาในระดับปฏิบัติการ

แหล่งที่มา : สุพรรณิ ไชยอำพร

การขับเคลื่อนชุมชนแนวปฏิบัติ (CoPs)

ชุมชนแนวปฏิบัติมุ่งเน้นการนำความรู้ที่ใช้ในงานมา แลกเปลี่ยนกันเพื่อต่อยอดความรู้และพัฒนาคุณภาพงานที่ตนเองปฏิบัติอยู่ โดยทั่วไปการที่จะรวมกลุ่มกันเป็นชุมชนแนวปฏิบัติจะมีองค์ประกอบดังนี้^๓

๑. โดเมน (Domain) หรือหัวข้อความรู้ เป็นหัวข้อที่กลุ่มหรือชุมชนจะมาร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน หัวข้อที่ดีจะต้องมีลักษณะดังนี้

(๑) เป็นหัวข้อที่เกิดจากความต้องการ หรือ แรงปรารถนาจริง (Real Passion) ของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งส่วนใหญ่หัวข้อจะมาจากงานในหน้าที่รับผิดชอบที่ตนเองปฏิบัติอยู่แล้ว เช่น สอนหนังสือให้บริการแก่ผู้ป่วย ปฏิบัติงานด้านพัสดุของหน่วยงานหรือด้านวิเทศสัมพันธ์ เป็นต้น

(๒) เป็นหัวข้อความรู้ที่ตอบสนองต่อ Core Business/Core Value ขององค์กร ความเข้มแข็งของชุมชนแนวปฏิบัติส่วนหนึ่งมาจากการสนับสนุนขององค์กร ดังนั้น หัวข้อความรู้ของชุมชนจะต้องตอบสนองต่อ Core Business/Core Value ขององค์กร และสมาชิกสามารถใช้ความรู้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชนมาพัฒนาองค์กรได้ Core Business/Core Value ของ

^๓ สำนักพัฒนาคุณภาพ, คู่มือการพัฒนาและขับเคลื่อนชุมชนแนวปฏิบัติ (CoPs), (กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๕๐), หน้า ๑๕-๑๘.

มหาวิทยาลัยมหิดล อาจดูได้จากพันธกิจทั้ง ๕ ด้านได้แก่ การเรียนการสอน การวิจัย การบริการ วิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและการบริหารจัดการที่ดี หรือการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้าน วิจัย การเป็นองค์กรที่คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว เป็นต้น

๒. ชุมชน (Community) ในที่นี้ชุมชนได้แก่พันธะทางสังคมที่จะรวบรวมและยึดเหนี่ยว สมาชิกผู้ปฏิบัติงานเข้าไว้ด้วยกันภายใต้โดเมนและแรงปรารถนาเดียวกัน ในการรวมกลุ่มกันเป็น ชุมชนแนวปฏิบัติไม่ได้มีกฎตายตัวว่าสมาชิกในชุมชนจะต้องมีจำนวนเท่าใด มีตำแหน่งใดบ้าง แต่เพื่อ ความสะดวกในการก่อตั้งชุมชนแนวปฏิบัติ สมาชิกในชุมชนควรประกอบด้วย

(๑) คุณอำนวย หรือ Facilitator เป็นผู้ดำเนินการหลัก ทำหน้าที่จัดระบบและบริหาร ทรัพยากรของชุมชน เป็นผู้นำการสนทนาและการสื่อสารระหว่างสมาชิกตามช่องทางต่าง ๆ

(๒) คุณลิขิต หรือ Community Historian เป็นผู้บันทึกสิ่งสำคัญที่ได้จากการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชนจับประเด็นและสรุปประเด็นต่างๆ เพื่อรวบรวมไว้เป็นคลังความรู้ (Knowledge Assets) ของชุมชน คุณลิขิตนี้มีความสำคัญมากเพราะเป็นผู้เปลี่ยนความรู้ที่ฝังลึก (Tacit Knowledge) จากการแลกเปลี่ยน ให้เป็นความรู้เชิงประจักษ์ (Explicit Knowledge) ที่ สมาชิกสามารถนำไปอ้างอิงและใช้ประโยชน์ในการทำงานได้

(๓) คุณกิจ หรือ Member เป็นสมาชิกของชุมชน ทำหน้าที่แลกเปลี่ยนความรู้และ ประสบการณ์ในการทำงานตามหัวข้อความรู้ คุณกิจจะต้องมีส่วนร่วมในการอภิปรายนำเสนอประเด็น วิธีแก้ปัญหา รวมทั้งวิธีการที่ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น คุณกิจในชุมชนควรมีจำนวนที่พอดี ไม่มากหรือน้อยเกินไป เพราะหากมีจำนวนน้อยเกินไป ความรู้ที่นำมาแลกเปลี่ยนอาจอยู่ในวงจำกัด แต่ถ้าสมาชิกมีมากเกินไป ความสนิทสนมหรือพันธะระหว่างสมาชิกอาจไม่แข็งแรงพอและเป็น อุปสรรคต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้ นอกจากนั้น บางชุมชนอาจมีผู้สนับสนุน (Sponsor) ที่เป็น ผู้บริหารขององค์กร หรือมีผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ในหัวข้อความรู้นั้น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมเป็นครั้งคราวก็ได้

๓. แนวปฏิบัติ (Practice) คือผลที่ได้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของชุมชนที่สมาชิกสามารถ นำไปปฏิบัติในงานของตนได้จริง โดยทั่วไปแนวปฏิบัตินี้ได้มาจากการบันทึกโดยคุณลิขิต เป็นคลัง ความรู้ขององค์กรที่ได้จากการสังเคราะห์โดยชุมชนและจัดเก็บ/ ปรับปรุง/ ถ่ายทอดโดยชุมชนเอง ชุมชนแนวปฏิบัติจะต้องมีองค์ประกอบทั้ง ๓ ส่วนนี้ ครบถ้วนและสมดุล จึงจะสามารถดำรงอยู่และ ขับเคลื่อนการจัดการความรู้ให้กับองค์กร การขาดองค์ประกอบอันใดอันหนึ่งไปจะไม่สามารถสร้าง ชุมชนให้เกิดความยั่งยืนขึ้นได้ โดเมนที่ขาดแรงปรารถนาหรือเป็นหัวข้อที่ถูกส่งลงมาจากผู้บริหารจะ ทำให้ชุมชนไร้พลังและขาดแรงจูงใจ ชุมชนที่ขาดความไว้วางใจกันระหว่างสมาชิก ขาดทรัพยากร หรือขาดคุณอำนวยที่เข้มแข็ง ก็จะแยกสลายและไม่สามารถรักษาความเป็นชุมชนไว้ได้ ชุมชนที่ไม่มีการบันทึกแนวปฏิบัติก็ไม่อาจสร้างและนำความรู้ใหม่ที่แลกเปลี่ยนกันไปปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์ใน องค์กรได้ แม้ว่าชุมชนแนวปฏิบัติสามารถก่อตั้งขึ้นได้โดยง่าย การที่จะให้ชุมชนมีความยั่งยืน และนำ

ความรู้มาใช้ในการพัฒนาองค์กร ถือเป็นความท้าทายและต้องอาศัยพลังกาย พลังใจของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการบรรลุประสิทธิผลของการจัดการความรู้ในองค์กร

สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมเป็นการดำเนินกิจกรรมการขับเคลื่อนชุมชน ที่จะผลักดันให้บรรลุวัตถุประสงค์ของชุมชนมีกระบวนการและขั้นตอนตามแนวทางโครงการอย่างเป็นแบบแผน ให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ตั้งแต่ชุมชนในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและองค์การอิสระ มีการทำกิจกรรมร่วมกัน ผ่านกระบวนการพัฒนาในระดับปฏิบัติการ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของชุมชนที่สามารถนำไปปฏิบัติในงานของตนได้จริง การที่จะให้ชุมชนมีความยั่งยืน และนำความรู้มาใช้ในการพัฒนาองค์กร ถือเป็นความท้าทายและต้องอาศัยพลังกาย พลังใจของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการบรรลุประสิทธิผลของการจัดการความรู้ในองค์กร

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

๒.๒.๑ ความหมายของนวัตกรรม

ความหมายของนวัตกรรมได้นักวิชาการได้กล่าวถึงความหมายของนวัตกรรมไว้มากมาย โดยผู้เขียนขอเสนอรายละเอียด ดังนี้

นวัตกรรม หรือ นวัตกรรม ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔ แปลว่า “การก่อสร้าง” วงการศึกษานำคำนี้มาใช้ในความหมายของ “การทำขึ้นใหม่” หรือ “สิ่งที่ทำขึ้นใหม่” ซึ่งได้แก่ แนวคิด แนวทาง ระบบ รูปแบบ วิธีการ กระบวนการสื่อและเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่งได้รับการคิดค้นและจัดทำขึ้นใหม่ เพื่อช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ทางการศึกษาเนื่องจากสรรพสิ่งทั้งหลายในโลกนี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเป็นธรรมดาธรรมชาติการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในจุดใดจุดหนึ่งย่อมมีผลกระทบต่อจุดอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกัน การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในจุดใดจุดหนึ่งย่อมมีผลกระทบต่อจุดอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกัน การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ย่อมส่งผลต่อการศึกษอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การศึกษาจึงจำเป็นต้องปฏิรูปปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับภาพของปัญหาและความต้องการ มนุษย์จำเป็นต้องดิ้นรนแสวงหาแนวคิด แนวทาง และวิธีการใหม่ ๆ เพื่อช่วยให้สภาพปัญหานั้นหมดไป และทำให้เกิดสภาพที่ต้องการขึ้นศักยภาพของมนุษย์นั้นดูเหมือนจะไม่มีที่สิ้นสุดสิ่งใหม่ ๆ ความคิดใหม่ ๆ จึงเกิดขึ้นตลอดเวลา

นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทำขึ้น ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของความคิดหรือการกระทำหรือสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ นวัตกรรมด้านการเรียนการสอนจึงอาจมีลักษณะเป็นแนวคิดหรือการกระทำหรือสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ นวัตกรรมด้านการเรียนการสอนจึงอาจมีลักษณะเป็นแนวคิดหรือวิธีการ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน อย่างไรก็ตาม “ความใหม่” มิใช่เป็น

คุณสมบัติประการเดียวของนวัตกรรม ถ้าเป็นเช่นนั้น ของทุกอย่างที่เข้ามาใหม่ ๆ ก็จะเป็นนวัตกรรมทั้งสิ้น นวัตกรรมไม่ว่าจะเป็นด้านใดจำเป็นตมามีคุณสมบัติที่สำคัญ^๔ ดังนี้

๑. เป็นสิ่งใหม่ ซึ่งมีความหมายในหลายลักษณะด้วยกัน ได้แก่

๑.๑. เป็นสิ่งใหม่ทั้งหมดหรือใหม่เพียงบางส่วน

๑.๒ เป็นสิ่งใหม่ที่ยังไม่เคยมีการนำมาใช้ในที่นั้นกล่าวคือ เป็นสิ่งใหม่ในบริบทหนึ่ง แต่อาจเป็นของเก่าในอีกบริบทหนึ่ง ได้แก่ การนำสิ่งที่ใช้หรือปฏิบัติกันในสังคมหนึ่งมาปรับใช้ในอีกสังคมหนึ่ง นับเป็นนวัตกรรมในสังคมนั้น

๑.๓ เป็นสิ่งใหม่ในช่วงเวลาหนึ่ง แต่อาจเป็นของเก่าในช่วงเวลาหนึ่ง แต่อาจเป็นของเก่าในอีกช่วงเวลาหนึ่ง เช่น อาจเป็นสิ่งที่เคยปฏิบัติมาแล้ว แต่ไม่ได้ผล เนื่องจากขาดปัจจัยสนับสนุน ต่อมาเมื่อปัจจัยและสถานการณ์อำนวย จึงนำมาเผยแพร่และทดลองใช้ใหม่ ถือว่าเป็นนวัตกรรมได้

๒. เป็นสิ่งใหม่ที่กำลังอยู่ในกระบวนการพิสูจน์ทดสอบว่าจะใช้ได้ผลมากน้อยเพียงใดในบริบทนั้น

๓. เป็นสิ่งใหม่ที่ได้รับการยอมรับนำไปใช้แต่ยังไม่เป็นส่วนหนึ่งของระบบงานปกติหากการยอมรับนำไปใช้นั้น ได้กลายเป็นการใช้อย่างเป็นปกติในระบบงานของที่นั้นแล้ว ก็ไม่ถือว่าเป็นนวัตกรรมอีกต่อไป

๔. เป็นสิ่งใหม่ที่ได้รับการยอมรับนำไปใช้บ้างแล้ว แต่ยังไม่แพร่หลาย คือยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง

นวัตกรรม คือ การทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยวิธีใหม่ ๆ และยังอาจหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการ หรือองค์กร ไม่ว่าการเปลี่ยนนั้นจะเกิดขึ้นจากการปฏิวัติ การเปลี่ยนอย่างถอนรากถอนโคน หรือการพัฒนาต่อยอด ทั้งนี้ มักมีการแยกแยะความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างการประดิษฐ์คิดค้น ความคิดริเริ่ม และนวัตกรรม อันหมายถึงความคิดริเริ่มที่นำมาประยุกต์ใช้อย่างสัมฤทธิ์ผล และในหลายสาขา เชื่อกันว่าการที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นนวัตกรรมได้นั้น จะต้องมีความแปลกใหม่อย่างเห็นได้ชัด และไม่เป็นแค่เพียงการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ เป็นต้นว่า ในด้านศิลปะ เศรษฐศาสตร์ เศรษฐกิจ และนโยบายของรัฐในเชิงเศรษฐศาสตร์นั้น การเปลี่ยนแปลงนั้นจะต้องเพิ่มมูลค่า มูลค่าของลูกค้า หรือมูลค่าของผู้ผลิต เป้าหมายของนวัตกรรมคือการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก เพื่อให้สิ่งต่าง ๆ เกิดเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น นวัตกรรมก่อให้เกิดผลิตผลเพิ่มขึ้น และเป็นที่มาสำคัญของความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจตลอดถึงด้านการศึกษา

^๔ ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ศิริวัฒนาอินเตอร์พรีน, ๒๕๕๖), หน้า ๖๑๐.

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

ทิตินา แคมมณี กล่าวว่า นวัตกรรมหรือนวัตกรรม วงการศึกษา นำคำนี้มาใช้ในความหมายของ “การทำให้ใหม่” หรือ “สิ่งที่ทำให้ใหม่” ซึ่งได้แก่ แนวคิด แนวทาง ระบบ รูปแบบ วิธีการ กระบวนการ สื่อและเทคนิคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาซึ่งได้รับการคิดค้นและจัดทำขึ้นใหม่ เพื่อช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ทางการศึกษาเมื่อพิจารณาความหมายของคำว่า “นวัตกรรม” “นวกรรม” หรือ “Innovation” ที่นักการศึกษาทั้งของไทยและต่างประเทศหลายท่านได้ให้ความหมายและอธิบายเอาไว้ว่า อาจสรุปได้ว่า นวัตกรรม คือ สิ่งที่ทำให้เกิดผลในเชิงบวกเมื่อปฏิบัติ สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม เกิดประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม สามารถช่วยลดภาระด้านแรงงาน และเวลาได้เป็นอย่างดี ไม่ว่านวัตกรรมนั้นจะปรากฏออกมาในรูปความคิด การกระทำ หรือวัตถุ ก็ตาม ส่วน “นวัตกรรมการศึกษา” คือ รูปแบบ แนวคิด กระบวนการ หรือสื่อใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา สอดคล้องกับหลักสูตร และสามารถแก้ปัญหาหรือพัฒนาความสามารถของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ^๔

สุคนธ์ สิ้นธพานนท์ กล่าวว่า นวัตกรรมทางการศึกษา คือ สิ่งใหม่ๆ ที่สร้างขึ้นมาเพื่อช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนหรือพัฒนาให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่แนวคิด รูปแบบ วิธีการ กระบวนการ สื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการศึกษาเพื่อนำเอาความคิดหรือวิธีปฏิบัติทางการศึกษาใหม่ ๆ มาใช้กับการศึกษา^๕

Rogers กล่าวว่า สรุปได้ว่านวัตกรรม คือ ความคิด การกระทำ หรือวัตถุใหม่ ๆ ที่รับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ อาจรับรู้ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับในสังคม นอกจากนี้ Rogers ยังอธิบายถึงการพิจารณาว่าสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นนวัตกรรม จะขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของแต่ละบุคคล

^๔ ทิตินา แคมมณี, ศาสตร์การสอน:องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ, หน้า ๔๘๑.

^๕ สุคนธ์ สิ้นธพานนท์, นวัตกรรมการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาคุณภาพของเยาวชน, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร : ๒๕๑๙ เทคนิคพรินติ้ง, ๒๕๕๓), หน้า ๑๖.

หรือกลุ่มบุคคลว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขา ฉะนั้นนวัตกรรมของสังคมใดสังคมหนึ่งอาจไม่ใช่innovazione ของสังคมอื่นก็ได้ ดังนั้นความใหม่ของนวัตกรรมมี ๓ ลักษณะ^๗ 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 ฝึกอบรมที่นำมาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและก่อให้เกิดประโยชน์ สาธารณะในรูปแบบของการเกิดธุรกิจการลงทุน ผู้ประกอบการ หรือตลาดใหม่หรือรายได้ แหล่งใหม่รวมทั้งการจ้างงานใหม่นวัตกรรมจึงเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาผนวก กับความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจ นวัตกรรมหรือธุรกิจใหม่อันจะนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ^๘

เศรษฐกิจ ชัยสนธิ ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยวิธีการใหม่ ๆ และยังสามารถหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการ หรือ องค์กร ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนนั้นจะเกิดขึ้นจากการพัฒนาต่อยอด การเปลี่ยนแปลง การประยุกต์ หรือ กระบวนการ และในหลายสาขา เชื่อกัน ตรงกันว่า การที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นนวัตกรรมได้นั้น จะต้องมีความ ใหม่อย่างเห็นได้ชัด และความใหม่นั้น จะต้องเพิ่มมูลค่าสิ่งต่าง ๆ ได้อีกด้วย โดยเป้าหมายของนวัตกรรมคือ การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก เพื่อให้สิ่งต่างๆเกิดเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น นวัตกรรมก่อให้เกิดได้ผลผลิตเพิ่มขึ้น และเป็นที่ยอมรับของสังคมและเศรษฐกิจและสังคมของชาติ

ไชยยศ เรืองสุวรรณ ได้ให้ความหมาย นวัตกรรม ไว้ว่าหมายถึง วิธีการปฏิบัติใหม่ ๆ ที่แปลกไปจากเดิมโดยอาจจะได้มาจากการคิดค้นพบวิธีการใหม่ๆ ขึ้นมาหรือมีการปรับปรุงของเก่าให้เหมาะสมและสิ่งทั้งหลายเหล่านี้ได้รับการทดลอง พัฒนาจนเป็นที่เชื่อถือได้แล้วว่าได้ผลดีในทางปฏิบัติ ทำให้ระบบก้าวไปสู่จุดหมายปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น

^๗ 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].

^๘ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.nia.or.th> [๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๑].

เจริญ วงศ์สายัณห์ ได้กล่าวถึงความหมายของ นวัตกรรม ไว้ว่าแม้ในภาษาอังกฤษเอง ความหมายก็ต่างกันเป็น ๒ ระดับ โดยทั่วไป นวัตกรรม หมายถึง ความพยายามใด ๆ จะเป็นผลสำเร็จหรือไม่ มากน้อยเพียงใดก็ตามที่เป็นไปเพื่อจะนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิธีการที่ทำอยู่เดิมแล้ว กับอีกระดับหนึ่งซึ่งวงการวิทยาศาสตร์แห่งพฤติกรรม ได้พยายามศึกษาถึงที่มา ลักษณะ กรรมวิธี และผลกระทบที่มีอยู่ต่อกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง คำว่า นวัตกรรม มักจะหมายถึง สิ่งที่ได้นำความสำเร็จเปลี่ยนแปลงใหม่เข้ามาใช้ได้ผลสำเร็จและแผ่กว้างออกไป 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)^๙

Thomas Hughes ให้ความหมายของนวัตกรรม (Innovation) ไว้ว่าเป็นการนำวิธีการใหม่ ๆ มาปฏิบัติหลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนามาเป็นขั้น ๆ แล้วโดยเริ่มมาตั้งแต่

๑. คิดค้น (Invention)
๒. การพัฒนา (Development) หรือโครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project)
๓. นำไปปฏิบัติจริง (Implement)

โดย สรุปแล้ว นวัตกรรม หมายถึง ความคิดและกระบวนการใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือการพัฒนาดัดแปลงจากของเดิมให้ดีขึ้นและเมื่อนำมาใช้ก็ทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น^{๑๐}

มอร์ตัน (Morton, J.A.) ให้ความหมาย นวัตกรรม ว่าเป็นการทำให้ใหม่ขึ้นอีกครั้ง (Renewal) ซึ่งหมายถึง การปรับปรุงสิ่งเก่าและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ นวัตกรรม ไม่ใช่การขจัดหรือล้มล้างสิ่งเก่าให้หมดไป แต่เป็นการปรับปรุงเสริมแต่งและพัฒนา^{๑๑}

สรุปได้ว่า นวัตกรรมเป็นการคิดค้นหรือทำสิ่งใหม่ ๆ โดยมาจากความคิดหรือกระบวนการต่าง ๆ ที่ได้พัฒนาดัดแปลงจากของเดิมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนวัตกรรมเป็นสิ่งที่พัฒนามาเพื่ออำนวยความสะดวกและให้เป็นประโยชน์สูงสุดใน

^๙ นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีทางการศึกษา [ออนไลน์] แหล่งที่มา : http://manmanza.blogspot.com/2013_06_01_archive.html [๖ พฤษภาคม ๒๕๖๐].

^{๑๐} นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีทางการศึกษา, [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.gotoknow.org/posts/401951> [๖ พฤษภาคม ๒๕๖๐].

^{๑๑} นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีทางการศึกษา, [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.gotoknow.org/posts/401951> [๖ พฤษภาคม ๒๕๖๐].

เรื่องนั้นๆ เช่น นวัตกรรมการเรียนการสอนเป็นการคิดค้นหรือนำสิ่งที่พัฒนาการเรียนการสอนมาอำนวยความสะดวกให้เกิดประโยชน์สูงสุดในด้านการจัดการเรียนการสอน

๒.๒.๒ ลักษณะของนวัตกรรม

ลักษณะของนวัตกรรมเป็นลักษณะที่บ่งบอกว่านวัตกรรมนั้น ๆ ใช้ในเรื่องใดหรือศาสตร์ใด โดยลักษณะของนวัตกรรมคือจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง ด้านการเรียนการสอนก็เช่นเดียวกับด้านอื่นๆ ที่ต้องประสบกับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอการเรียนการสอนเริ่มจากครูเป็นศูนย์กลาง หรือเน้นที่ตัวครู และการสอนของครู (Teaching) ต่อมาจึงได้ขยายขอบเขตไปถึงการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วย การใช้การศึกษาแก่ผู้เรียนเริ่มคำนึงถึงการเรียนรู้ของผู้เรียนและการสอนของครูควบคู่กันไป จึงทำให้เกิดคำว่า การเรียนการสอน (Instruction) ขึ้น เมื่อแนวคิดนี้เริ่มได้รับการยอมรับ นวัตกรรมต่าง ๆ ก็เกิดขึ้นตามมาจำนวนมาก เพื่อช่วยให้แนวคิดนั้นสามารถนำไปปฏิบัติจริงได้นวัตกรรมที่นำมาเผยแพร่ในขณะนั้น บางนวัตกรรมได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว บางนวัตกรรมใช้เวลานานหลายปีกว่าจะได้รับการยอมรับและบางนวัตกรรมไม่ได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว บางนวัตกรรมใช้เวลานานหลายปีกว่าจะได้รับการยอมรับและบางนวัตกรรมไม่ได้รับการยอมรับเลยก็มี นอกจากนี้มีบางนวัตกรรมไม่ได้รับความนิยม ก็ค่อย ๆ สูญหายไป การที่นวัตกรรมใด ๆ ก็ตามจะได้รับความสนใจ และยอมรับนำไปใช้อย่างกว้างขวางเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นกับคุณสมบัติหรือลักษณะของนวัตกรรมนั้น รวมทั้งรูปแบบหรือลักษณะของการเผยแพร่ นวัตกรรมนั้นนวัตกรรมที่มักได้รับความสนใจและยอมรับนำไปใช้อย่างกว้างขวาง โดยทั่วไปมีลักษณะ^{๑๒} ดังนี้

๑. เป็นนวัตกรรมที่ไม่ซับซ้อนและยากจนเกินไป ความง่ายของนวัตกรรมมีอิทธิพลอย่างมากต่อการยอมรับนำไปใช้ หากนวัตกรรมนั้นมีลักษณะที่ผู้ใช้เข้าใจได้ง่าย ใช้ได้ง่าย ใช้ได้สะดวก การยอมรับนำไปใช้ก็มักเกิดขึ้นได้ง่าย ไม่ต้องใช้เวลาในการเผยแพร่มากนัก

๒. เป็นนวัตกรรมที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายจนเกินไป นวัตกรรมที่จำเป็นต้องใช้วัสดุ อุปกรณ์และการบำรุงรักษาที่มีค่าใช้จ่ายสูงย่อมได้รับการยอมรับและนำไปใช้น้อยกว่านวัตกรรมที่มีค่าใช้จ่ายถูกกว่า เนื่องจากผู้ใช้จำนวนมากมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ แม้จะมีความต้องการใช้ แต่ขาดงบประมาณ ก็ไม่สามารถใช้ได้

๓. เป็นนวัตกรรมที่สำเร็จรูป นวัตกรรมที่อำนวยความสะดวกในการใช้ มักได้รับการยอมรับและนำไปใช้มากกว่านวัตกรรมที่ผู้ใช้จะต้องนำไปจัดทำเพิ่มเติมซึ่งผู้ใช้จะต้องใช้เวลาจัดเตรียมเพิ่มขึ้น

^{๑๒} ทิศนา ขัมมณี, ศาสตร์การสอน:องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ, พิมพ์ครั้งที่ ๑๔, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๖๔), หน้า ๔๑๘.

๔. เป็นนวัตกรรมที่ไม่กระทบกระเทือนต่อบริบทเดิมมากนัก นวัตกรรมที่มีผลกระทบต่อบริบทเดิมมาก จำเป็นต้องปรับหรือเปลี่ยนแปลงบริบทเดิมมาก การนำไปใช้ย่อมยากกว่านวัตกรรมที่ไม่มีผลกระทบต่อบริบทเดิมมากนัก

๕. เป็นนวัตกรรมที่มีคนเกี่ยวข้องไม่มากนัก นวัตกรรมใดที่ต้องอาศัยคนหลายกลุ่มเข้ามาช่วยเหลือเกี่ยวข้องด้วย ทำให้ผู้ใช้ต้องประสานงานหลายฝ่าย การใช้ที่ขึ้นกับคนหลายฝ่ายย่อมทำให้เกิดความไม่สะดวกในการใช้ จึงทำให้การยอมรับหรือการใช้นวัตกรรมนั้นยากขึ้น

๖. เป็นนวัตกรรมที่ให้ผลชัดเจน นวัตกรรมที่ส่งผลเป็นรูปธรรมเห็นได้ชัดเจน มักได้รับการยอมรับสูงกว่านวัตกรรมที่ให้ผลไม่ชัดเจน

สรุป นวัตกรรมมีลักษณะที่สำคัญ ได้แก่ ไม่ซับซ้อน ไม่มีค่าใช้จ่ายแพง เป็นสิ่งที่สำเร็จรูปไม่กระทบกระเทือนบริบทเดิมที่มีมาก่อน ไม่ต้องใช้คนในการช่วยนวัตกรรมมากและสิ่งสำคัญจะต้องมีผลที่ชัดเจน

๒.๒.๓ ประเภทของนวัตกรรมทางการเรียนการสอน

ปัจจุบันนี้มีบุคลากรทางวงการศึกษาต่างก็ผลิตนวัตกรรมทางการเรียนการสอนออกมาจำนวนมากขึ้นอยู่กับสภาพปัญหาของการจัดการเรียนการสอนของแต่ละท้องถิ่น หรือเป้าหมายของการจัดการเรียนรู้แก่ผู้เรียน ทั้งนี้มักใช้เกณฑ์มาตรฐานของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) เป็นบรรทัดฐานที่กำหนดเป้าหมายว่าต้องจัดทำนวัตกรรมเพื่อให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานการศึกษาถ้าผู้เรียนโรงเรียนใดมีลักษณะหรือคุณภาพไม่ถึงเกณฑ์ก็จะหาแนวทาง วิธีการที่จะสร้างนวัตกรรมมาใช้เพื่อเป็นเครื่องหรือปัจจัยที่จะทำให้คุณภาพของผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย พิชิต ฤทธิ์จรูญ ได้กล่าวถึงนวัตกรรมทางการเรียนการสอนว่า นวัตกรรมที่ผลิตออกมาทางการเรียนการสอน^{๓๓} มีจำนวนมากแต่สามารถจำแนกประเภทได้ดังนี้

๑) นวัตกรรมประเภทผลิตภัณฑ์หรือสิ่งประดิษฐ์

นวัตกรรมประเภทนี้มีลักษณะเป็นสื่อที่ช่วยในการจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนในเรื่องที่เรียน หรือทำให้ผู้เรียนได้มีการพัฒนาการเรียนรู้ในทักษะด้านต่างๆได้เร็วยิ่งขึ้น นวัตกรรมประเภทนี้ ได้แก่ ชุดการเรียน ชุดการสอน ชุดการเรียนการสอน แบบฝึกทักษะ ชุดการฝึก ชุดฝึกทักษะการเรียนรู้ บทเรียนสำเร็จรูปแบบสื่อผสม บทเรียนโปรแกรม เกม การ์ตูน นิทาน เอกสารประกอบการเรียนรู้ เอกสารประกอบการเรียนการสอน เอกสารประกอบการสอน ฯลฯ

^{๓๓} พิชิต ฤทธิ์จรูญ. หลักการวัดและประเมินผลการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร : เฮาส์ออฟ เคอร์มิสท., 2550.

๒) นวัตกรรมประเภทรูปแบบ เทคนิค และ วิธีการสอน

นวัตกรรมประเภทนี้เป็นการใช้วิธีการสอนหรือเทคนิคการสอนในรูปแบบต่างๆที่นักศึกษาได้ศึกษาคิดค้นเพื่อพัฒนาการเรียนรู้นี้ให้แก่ผู้เรียนทั้งในด้านการความรู้ ทักษะกระบวนการ และเจตคติ ซึ่งมีวิธีการสอนและเทคนิคการสอนจำนวนมาก ได้แก่ วิธีการสอนคิดวิธีการสอนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ CIPPA MODEL วัฏจักรการเรียนรู้ 4 MAT วิธีสอนตามแนวพุทธวิธีวิธีสอนแบบบูรณาการ วิธีสอนโครงงาน วิธีสอนโดยการตั้งคำถาม Constructivism ฯลฯ

นอกจากนี้ยังมีนวัตกรรมประเภทเสริมสร้างคุณลักษณะของผู้เรียน ด้านจิตพิสัย ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ^{๑๔} สรุปว่าการพัฒนาจิตพิสัยในการเรียนการสอนที่จำเป็น ได้แก่ ความมีวินัย ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ ความมีน้ำใจ การบริโภคด้วยปัญญาในวิถีไทย กล่าวสรุปได้ว่านวัตกรรมทางด้านการเรียนการสอนนั้นสามารถจัดเป็น ๒ ประเภทคือ นวัตกรรมประเภทผลิตภัณฑ์หรือสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมประเภทรูปแบบ เทคนิค และวิธีการสอน ซึ่งรวมทั้งการพัฒนาจิตพิสัยในการเรียนการสอนด้วย

๓) การพัฒนานวัตกรรมด้านการเรียนการสอน

ทิตินา แคมมณี ได้ให้หลักการในการพัฒนานวัตกรรมด้านการเรียนการสอน^{๑๕}ไว้พอสรุปดังนี้

๑. การระบุปัญหา (Problem) ความคิดในการพัฒนานวัตกรรมนั้น ส่วนใหญ่จะเริ่มจากการมองเห็นปัญหา และต้องการแก้ไขปัญหานั้นให้ประสบผลสำเร็จอย่างมีคุณภาพ
๒. การกำหนดจุดมุ่งหมาย (Objective) เมื่อกำหนดปัญหาแล้วก็กำหนดจุดมุ่งหมายเพื่อจัดทำหรือพัฒนานวัตกรรมให้มีคุณสมบัติ หรือลักษณะตรงตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้
๓. การศึกษาข้อจำกัดต่าง ๆ (Onstraints) ผู้พัฒนาทางด้านการเรียนการสอนต้องศึกษาข้อมูลของปัญหาและข้อจำกัดที่จะใช้นวัตกรรมนั้น เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ได้จริง
๔. การประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรม (Innovation) ผู้จัดทำหรือพัฒนานวัตกรรมจะต้องมีความรู้ประสบการณ์ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ซึ่งอาจนำของเก่ามาปรับปรุง ดัดแปลง เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาและทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น หรืออาจคิดค้นขึ้นมาใหม่ทั้งหมด นวัตกรรมด้านการเรียนการสอนมีรูปแบบแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะปัญหาหรือวัตถุประสงค์ของนวัตกรรมนั้น เช่น อาจมี

^{๑๔} กระทรวงศึกษาธิการ, หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช ๒๕๕๑. (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์แห่งประเทศไทยจำกัด, ๒๕๕๑).

^{๑๕} ทิตินา แคมมณี, รูปแบบการเรียนการสอน : ทางเลือกที่หลากหลาย, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๘).

ลักษณะเป็นแนวความคิด หลักการ แนวทาง ระบบ รูปแบบ วิธีการ กระบวนการ เทคนิค หรือ สิ่งประดิษฐ์ และเทคโนโลยี เป็นต้น

๕. การทดลองใช้ (Experimentation) เมื่อคิดค้นหรือผลิตนวัตกรรมด้านการเรียน การสอนแล้วต้องทดลองใช้นวัตกรรม ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อเป็นการประเมินผลและปรับปรุงแก้ไขผล การทดลองจะทำให้ได้ข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาวัตกรรมการต่อไป ถ้าหากมีการทดลองใช้ นวัตกรรมหลายครั้งก็ย่อมมีการมั่นใจในประสิทธิภาพของนวัตกรรมนั้น

๖. การเผยแพร่ (Dissemination) เมื่อมั่นใจว่านวัตกรรมที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ แล้วก็สามารถนำไปเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก

สำลี ทองธิว ได้กล่าวถึงรูปแบบการเผยแพร่รวนวัตกรรมที่นิยมกันมี ๔ รูปแบบ^{๑๖}คือ

๑. การเผยแพร่ที่อิงการใช้อำนาจสนับสนุนจากเบื้องสูง (Authority Innovation-Decision Model) เป็นการเผยแพร่โดยการชักจูงให้ผู้มีอำนาจในระดับสูงเห็นความสำคัญในการใช้ นวัตกรรมนั้น และตัดสินใจสั่งการไปยังผู้ใช้ซึ่งอยู่ในระดับล่างให้ใช้นวัตกรรมนั้น

๒. การเผยแพร่แบบใช้มนุษยสัมพันธ์ (Human Interaction Model) เป็นการ เผยแพร่โดยการชักจูงบุคคลที่จะใช้หรือเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมนั้นโดยการให้ความรู้ความเข้าใจและให้ ความช่วยเหลือในการทดลองใช้

๓. การเผยแพร่การใช้รวนวัตกรรม (User Participaiton Model) เป็นการเผยแพร่ถึงตัว ผู้ใช้นวัตกรรมโดยตรงคือครู

๔. การเผยแพร่แบบผสม (Eclectic Process of Change Model) เป็นการเผยแพร่ นวัตกรรมผ่านตัวกลาง ซึ่งเป็นหน้าที่เชื่อมระหว่างกลุ่มผู้ต้องการเผยแพร่รวนวัตกรรมทางการเรียน การสอนกับกลุ่มผู้ต้องการใช้นวัตกรรม ตัวกลางเผยแพร่รวนวัตกรรมอาจใช้วิธีการเผยแพร่ทั้ง ๓ วิธี ดังกล่าวผสมผสานกัน

เมื่อนวัตกรรมด้านการเรียนการสอน ได้เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ พอสมควรก็จะ สามารถพิสูจน์ได้ว่า นวัตกรรมด้านการเรียนการสอนนั้นเป็นที่ยอมรับกันในระดับใด หากได้รับการ ยอมรับถึงในระดับการนำไปใช้อย่างแพร่หลายในระบบงานปกติต่อไปก็จะเปลี่ยนจากสภาพจาก นวัตกรรมเป็นวิธีการปฏิบัติโดยทั่วไป นับได้ว่านวัตกรรมด้านการเรียนการสอนนั้นประสบความสำเร็จ อย่างสมบูรณ์ นวัตกรรมบางอย่างได้รับการยอมรับและนำไปใช้เพียงระยะหนึ่ง แต่นวัตกรรมบางอย่าง ได้รับการยอมรับนำไปใช้แต่ไม่แพร่หลายก็เลิกใช้ นวัตกรรมบางอย่างไม่ได้รับการยอมรับนำไปใช้เลย ซึ่งคงต้องมีการเริ่มต้นใหม่ตั้งแต่ขั้นแรกเป็นต้นไป นวัตกรรมบางอย่างก็ตายไปไม่มีการนำไปใช้เลย ดัง

^{๑๖} สำลี ทองธิว, การเผยแพร่รวนวัตกรรมทางการศึกษาสำหรับผู้บริหารและครูยุคปฏิรูปการศึกษา, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๕).

นั้นผู้ผลิตนวัตกรรมควรตรวจสอบข้อมูล ความสำคัญ ความจำเป็นของนวัตกรรมชนิดต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจผลิตในการผลิตนวัตกรรมทางการเรียนการสอนแต่ละชนิดนั้น ผู้ผลิตจะต้องมีเป้าหมายในการจัดทำศึกษาข้อมูลในการผลิต วิธีการผลิต การนำไปใช้ ตลอดจนทั้งความคุ้มค่าต่อการใช้ประโยชน์ทางด้านการเรียนการสอน และเมื่อผลิตแล้วควรได้นำไปทดลองใช้นาผลการทดลองมาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อประสิทธิภาพของนวัตกรรม

๒.๒.๔ ความสำคัญของนวัตกรรม

นวัตกรรมมีความสำคัญต่อการศึกษาหลายประการในโลกยุคโลกาภิวัตน์โลกมีการเปลี่ยนแปลงในทุกด้านอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความก้าวหน้าทั้งด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ การศึกษาจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากระบบการศึกษาที่มีอยู่เดิม เพื่อให้ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งเพื่อแก้ไขปัญหาทางด้านศึกษาบางอย่างที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงทางด้านการศึกษาจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมการศึกษาที่จะนำมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาทางการศึกษาในบางเรื่อง เช่น การพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย การผลิตและพัฒนาสื่อใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อตอบสนองการเรียนรู้ของมนุษย์ให้เพิ่มมากขึ้นด้วยระยะเวลาที่สั้นลง การใช้นวัตกรรมมาประยุกต์ในระบบการบริหารจัดการด้านการศึกษาก็มีส่วนช่วยให้การใช้ทรัพยากรการเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง^{๑๗}

๒.๒.๕ องค์ประกอบนวัตกรรม

นวัตกรรมเริ่มจากการก่อเกิดความคิดใหม่ และการการรับรู้ถึงโอกาสโดยก่อนอื่นคนจะต้องมีความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับสิ่งใหม่ แล้วเมื่อรับรู้แล้วก็ต้องประเมินความคิดแล้วก็จะไปสู่การพัฒนาความ และผ่านเส้นทางอันยากลำบากไปสู่การนำพาความคิดนั้นไปใช้ประโยชน์ในเชิงพานิช สอดคล้องกับนักการศึกษาที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบนวัตกรรมมากมายโดยผู้เขียนขอยกตัวอย่าง ได้แก่

อัจฉรา จันทรฉาย กล่าวถึง องค์ประกอบนวัตกรรมมีอยู่ ๓ ประการ^{๑๘} คือ

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

^{๑๗} วิวรรณ จันทรเทพย, ความสำคัญ ของนวัตกรรม, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://pc1554144053.blogspot.com/ทฤษฎีนวัตกรรม> [๒๑ ตุลาคม ๒๕๖๐].

^{๑๘} อัจฉรา จันทรฉาย, “นวัตกรรม : ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ”, วารสารบริหารธุรกิจ, ๓๓ (ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๕๓) : ๕๔.

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

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

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ ได้กล่าวว่า องค์ประกอบที่เป็นมิติสำคัญของนวัตกรรม มีอยู่ ๓ ประการ คือ

๑. ความใหม่ (Newness) หมายถึง เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจเป็นตัวผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่เลยก็ได้

๒. ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) หรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ นวัตกรรม จะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้นๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอาจวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรง หรือไม่เป็นตัวเงินโดยตรงก็ได้

๓. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) สิ่งที่จะเป็นนวัตกรรมได้นั้นต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การทำซ้ำ เป็นต้น

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของ นวัตกรรมเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

๒.๒.๖ กระบวนการนวัตกรรม

กระบวนการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นมี ๕ ขั้นตอน^{๑๙}

๑. การค้นหาความคิดใหม่: Idea Generation

แหล่งที่มาของความคิดที่เป็นนวัตกรรม

๑. ความรู้ใหม่
๒. การใช้ประโยชน์จากความคิดของลูกค้า
๓. การเรียนรู้จากกลุ่มผู้ใช้ที่มีหัวก้าวหน้า
๔. การออกแบบที่เข้าถึงใจคน
๕. ฝ่ายวิจัยและพัฒนา

^{๑๙} นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีสารสนเทศการศึกษา, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.google.co.th/search?dcr>. [๒๑ ตุลาคม ๒๕๖๐].

๖. นวัตกรรมจากภายนอกองค์กร

๒. การรับรู้ถึงโอกาส: Opportunity Recognition

“สิ่งที่สำคัญก็คือ เราต้องฉลาดพอที่จะรับรู้ว่าจะสิ่งนั้นจะเป็นการค้นพบที่ยิ่งใหญ่เมื่อเราเห็นมันอยู่ตรงหน้า” (Norman Augustine)^{๒๐}

๒.๑ นวัตกรรมสร้างอรรถประโยชน์มากที่สุดในด้านใดได้บ้าง

๒.๒ อรรถประโยชน์นั้นมากกว่าหรือน้อยกว่าเทคโนโลยีของผู้อื่นเพียงใด

๒.๓ อรรถประโยชน์ใดมีความสำคัญมากที่สุด

๒.๔ สามารถปรับเปลี่ยนแนวคิดเพื่อสร้างนวัตกรรมที่เป็นอรรถประโยชน์สูงสุด

๓. การประเมินความคิด: Idea Evaluation

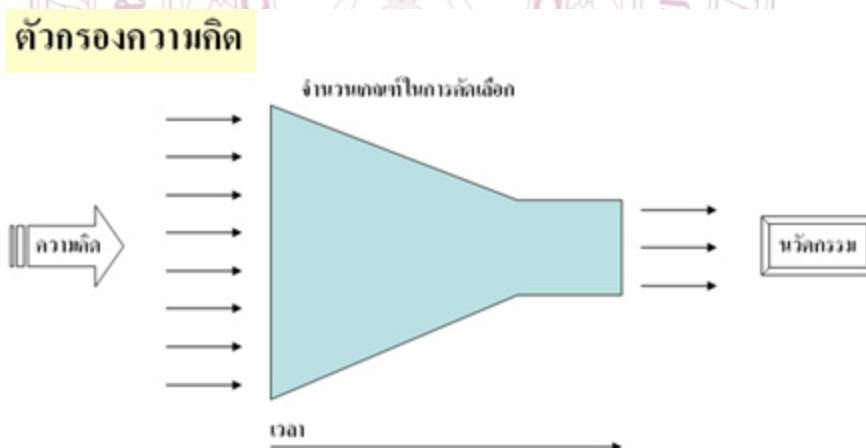
๓.๑ ความเหมาะสมของนวัตกรรมกับกลยุทธ์ขององค์กร

๓.๒ ความสามารถด้านเทคนิคขององค์กรในการสร้างนวัตกรรม

๓.๓ ความสามารถทางด้านธุรกิจที่ส่งผลให้นวัตกรรมประสบความสำเร็จ

๔. การพัฒนานวัตกรรม: Development

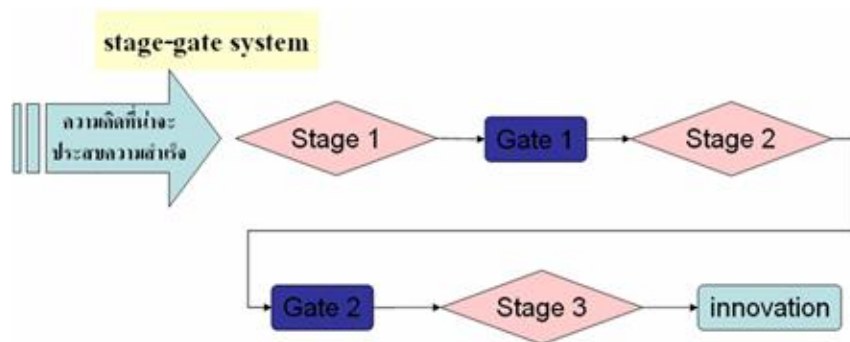
๔.๑ ตัวกรองความคิด ดังแผนภาพที่ ๒.๒



แผนภาพที่ ๒.๒ แสดงตัวกรองความคิด

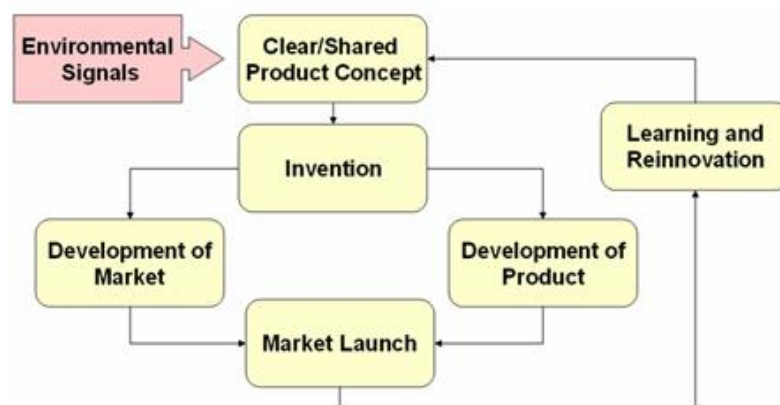
^{๒๐} เรืองเดี๋ยกัน, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.google.co.th/search?dcr>. [๒๑ ตุลาคม ๒๕๖๐].

๔.๒ ระบบแบบ “ขั้นตอนและประตู (stage-gate system)” ดังแผนภาพที่ ๒.๓



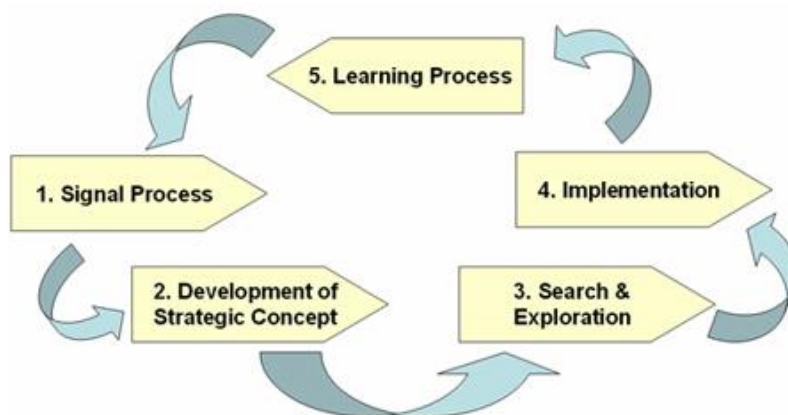
แผนภาพที่ ๒.๓ แสดงขั้นตอนและประตู

๔.๓ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ดังภาพที่ ๒.๔



แผนภาพที่ ๒.๔ แสดงการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์

๔.๔ การพัฒนานวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) ดังแผนภาพที่ ๒.๕



แผนภาพที่ ๒.๕ แสดงการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการ

๕. การนำนวัตกรรมเข้าสู่ตลาด: Commercialization

๕.๑ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Breakeven analysis)

๕.๒ การวิเคราะห์กระแสเงินสดคิดลด (Discounted Cash Flow Analysis)

สรุปได้ว่ากระบวนการของนวัตกรรม ประกอบด้วย การค้นหาความคิดใหม่ การรับรู้ถึงโอกาส การประเมินความคิด การพัฒนานวัตกรรม และการนำนวัตกรรม เข้าสู่ตลาดหรือการจัดการศึกษาโดยกระบวนการของนวัตกรรมจะขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ได้

๒.๒.๗ ประโยชน์ของนวัตกรรมทางการศึกษา

การนำนวัตกรรมทางการศึกษาไปใช้จัดการเรียนการสอน นอกจากจะส่งผลให้ผู้เรียนได้พัฒนาการเรียนรู้ตามจุดประสงค์ของรายวิชาแล้ว ยังมีประโยชน์^{๒๑} ดังนี้

๑) ประโยชน์สำหรับผู้เรียน

๑. ช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้เร็วขึ้น
๒. ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจบทเรียนเป็นรูปธรรม
๓. ช่วยให้บรรยากาศการเรียนรู้ สนุกสนาน
๔. ช่วยให้บทเรียนน่าสนใจ
๕. ช่วยลดเวลาในการสอน
๖. ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

^{๒๑} เรื่องเดียวกัน, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.google.co.th/search?dcr>. [๒๑ ตุลาคม ๒๕๖๐].

๒) ประโยชน์สำหรับผู้สอน^{๒๒}

๑. ทำให้ประสิทธิภาพของการสอนสูงขึ้น
๒. ผู้สอนสามารถจัดกิจกรรมได้หลากหลาย
๓. ทำให้ผู้สอนมีเวลามากขึ้น จึงใช้เวลาที่เหลือในการเตรียมการสอนได้เต็มที่
๔. ทำให้กระบวนการสอนง่ายขึ้น
๕. ลดเวลาในการสอนน้อยลง
๖. สามารถเพิ่มเนื้อหาและจุดมุ่งหมายในการสอนมากขึ้น
๗. ผู้สอนลดเวลาสอนในชั้นเรียนเพราะบทบาทส่วนหนึ่งผู้เรียนทำเอง
๘. ผู้สอนสามารถแก้ปัญหาความไม่ถนัดของตนเองได้
๙. ผู้สอนสามารถสอนผู้เรียนได้เนื้อหาที่กว้างและลึกซึ้งกว่าเดิม
๑๐. ง่ายในการประเมิน เพราะการใช้เทคโนโลยี มุ่งให้ผู้เรียนประเมินตนเองด้วย

สรุปได้ว่าประโยชน์ของนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา คือ สามารถเปิดโอกาสของการเรียนรู้ได้อย่างแท้จริง ทำให้ลดช่องว่างทางการศึกษาให้น้อยลง สามารถสร้างผู้เรียนที่มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม ทำให้การจัดการและการบริหารเป็นระบบมากขึ้น ทำให้ลดการใช้งบประมาณและสามารถใช้งบประมาณที่มีอยู่ให้คุ้มค่า และสามารถแก้ปัญหาทางการศึกษาได้หลายประการ

๒.๒.๘ ทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

นวัตกรรม เป็นความคิดหรือการกระทำใหม่ๆ ซึ่งนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญในแต่ละวงการจะมีการคิดและทำสิ่งใหม่อยู่เสมอ ดังนั้น นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ได้เรื่อย ๆ สิ่งใดที่คิดและทำมานานแล้วก็ถือว่าหมดความเป็นนวัตกรรมไป โดยจะมีสิ่งใหม่มาแทน ในวงการศึกษาก็ปัจจุบันมีสิ่งที่เรียกว่า นวัตกรรมทางการศึกษาหรือนวัตกรรมการเรียนการสอน อยู่เป็นจำนวนมาก บางอย่างเกิดขึ้นใหม่ บางอย่างมีการใช้มาหลายสิบปีแล้ว แต่ก็ยังคงถือว่าเป็นนวัตกรรม เนื่องจากนวัตกรรมเหล่านั้นยังไม่แพร่หลายเป็นที่รู้จักทั่วไปในวงการศึกษา และเพื่อสอดคล้องกับหลักทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมต่อไปนี้

๑) ทฤษฎีนวัตกรรมห่วงโซ่ความสัมพันธ์

แนวคิดทฤษฎีนี้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้เรียนผู้สอนและความรู้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมไม่ได้มีลักษณะตรงไปตรงมา แต่มีกลไกซับซ้อนตั้งแต่การออกแบบทางการ

^{๒๒} เรื่องเดียวกัน, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.google.co.th/search?dcr>. [๒๑ ตุลาคม ๒๕๖].

สอน การผลิตสื่อการเรียนการสอน การพัฒนาเทคโนโลยี ดังนั้นนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จต้องอาศัยข้อมูลนวัตกรรม^{๒๓}

๒) ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายเทคโนโลยี

การพัฒนาแนวความคิดเรื่องนวัตกรรมภายใต้ชื่อ “ระบบสังคม” ทฤษฎีนี้ อธิบายว่าองค์กร กลุ่ม หรือสถาบันฯ มีบทบาทในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ควรจะมีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ความเข้มแข็งเกิดจากการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสถาบันภายนอก มีการถ่ายทอดข้อมูลทางนวัตกรรม มีการเชื่อมโยงทางเทคนิค เชื่อมโยงทางการตลาดและเครือข่ายข้อมูลนวัตกรรม นวัตกรรมเกิดจากการผสมผสานระหว่างทุนที่จับต้องได้กับทุนที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งช่วยให้องค์กรมีขีดความสามารถในการดูดซับข้อมูลทางนวัตกรรมให้เพิ่มสูงขึ้น ทฤษฎีนี้มีชื่อว่า “ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายเทคโนโลยี (The Technology Network Theory of Innovation)” แนวคิดดังกล่าวนี้ถูกรวบรวมโดย Bruce Lundvall ในปลายทศวรรษ ช่วงระหว่าง ค.ศ. ๑๙๘๐ – ๑๙๙๐ ซึ่งในทศวรรษที่ ๑๙๙๐ นักวิชาการกลุ่มนี้ได้สร้างทฤษฎีขึ้นมาใหม่ขึ้นมา ทฤษฎีนี้อาจเรียกว่า ระบบของนวัตกรรม (Systems of Innovation) เพื่อใช้อธิบายการเชื่อมโยงทางเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม นักวิชาการกลุ่มนี้ตั้งสมมติฐานว่า องค์กรนวัตกรรมจะเชื่อมโยงเข้ากับหน่วยงานต่าง ๆ หลายหลายผ่านเครือข่ายความร่วมมือในลักษณะต่างๆ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทฤษฎีนี้เน้นความสำคัญของที่มาของข้อมูลดังกล่าวว่ามาจากภายนอกองค์กร คือมาจากลูกค้า ซัพพลายเออร์ ที่ปรึกษา ห้องปฏิบัติการ หน่วยงานภาครัฐ มหาวิทยาลัย ผู้ศึกษาจะแยกคำออกเป็น ๒ ส่วน คือ คำว่าเครือข่าย (Network) และคำว่าเทคโนโลยี (Technology)^{๒๔}

เครือข่าย (Network) ถ้าเราพิจารณาจะสามารถแบ่งออกเป็นตาข่าย (Net) ที่โยงใยถึงกันและพร้อมที่จะ “Work” เมื่อต้องการใช้งาน เครือข่าย คือ การเชื่อมโยงร้อยรัดเอาความพยายามและการดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อปฏิบัติการกิจอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันโดยที่แต่ละฝ่ายยังคงปฏิบัติการกิจหลักของตนต่อไปอย่างไม่สูญเสียเอกลักษณ์ และปรัชญาของตนเอง การเชื่อมโยงนี้อาจเป็นรูปของการรวมตัวกันแบบหลวม ๆ เฉพาะกิจตามความจำเป็น หรืออาจอยู่ในรูปของการจัดองค์กรที่เป็นโครงสร้างของความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจน ซึ่ง รศ.ดร.ประดิษฐ์ เถลิงรังสฤษฎ์ ได้สรุปไว้คือ

๑. การเชื่อมโยง (Connection)

^{๒๓} นกตล เหลืองภิรมย์, **ทฤษฎีนวัตกรรม**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://wordpress.com> [๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐].

^{๒๔} ไพรจันท์ กลิ่นกุหลาบ, **เครือข่ายการเรียนรู้: สารานุกรมวิชาชีพครู**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://sites.google.com/site/supoldee/kherux-khay-kar-reiyn-ru>. [๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๗].

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

กิจกรรมสำคัญที่สุดที่เครือข่ายทุกเครือข่ายทำร่วมกัน คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารประสบการณ์ แล้วพัฒนาไปสู่การวางแผนร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน ทำให้ด้านหนึ่งหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อน อีกด้านหนึ่งทำให้กิจกรรมนั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะเป็นการประสานพลัง (Synergy) เป็นการใช้ทรัพยากรใช้พลังงานอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการณรงค์เรื่องต่างๆถ้าทำเป็นเครือข่ายจะได้ผลมากกว่า

เทคโนโลยี หมายถึง การนำความรู้ทางธรรมชาติวิทยาและต่อเนื่องมาถึงวิทยาศาสตร์ มาเป็นวิธีการปฏิบัติและประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ อันก่อให้เกิดวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร แม้กระทั่งองค์ความรู้นามธรรมเช่น ระบบหรือกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้การดำรงชีวิตของมนุษย์ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น^{๒๕}

๑. เป็นพื้นฐานปัจจัยจำเป็นในการดำเนินชีวิตของมนุษย์
๒. เป็นปัจจัยหลักที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนา
๓. เป็นเรื่องราวของมนุษย์ และธรรมชาติ

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้มีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้นจนสามารถสร้างนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งก็คือ การเรียนรู้ การผลิตและ การใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ให้กลายเป็นสิ่งใหม่ ให้เกิดผลทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม จนเกิดการยอมรับกันเป็นวงกว้างกลายเป็นเทคโนโลยีทำให้สังคมโลกจากเรียบง่าย กลายเป็นสังคมที่มีการดำรงชีวิตที่สลับซับซ้อนมากขึ้น ก่อให้เกิดกระแสแห่งความไร้พรมแดน หรือกระแสโลกาภิวัตน์ ที่เข้ามาสู่ทุกประเทศอย่างรวดเร็ว จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ อันเป็นการผสมผสาน ๔ ศาสตร์ เข้าด้วยกันได้แก่ อิเล็คทรอนิกส์ โทรคมนาคม และข่าวสาร (Electronics , Computer ,Telecommunication and Information หรือเรียกย่อ ๆ ว่า ECTI) ทำให้สังคมโลกสามารถสื่อสารกันได้ทุกแห่งทั่วโลกอย่างรวดเร็ว สามารถรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ได้พร้อมกัน สามารถบริหารจัดการและตัดสินใจได้ทุกขณะเวลา การลงทุนค้าขาย และธุรกรรมการเงินที่ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นเทคโนโลยีกำลังทำโลกใบนี้ “เล็กลง” ทุกขณะ เป็นทฤษฎีเทคโนโลยีซึ่งอธิบายว่า การ

^{๒๕} ปรากฏการ เกิดมีสุข, เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.phojae.skn.go.th/Knowledge/pakarn.pdf>. [๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๐].

เปลี่ยนแปลงทางสังคมนั้น เกิดจากปัจจัยทางเทคโนโลยีที่มีชื่อ เสียงมาก คือ ทฤษฎีของ William F. Ogburn ทฤษฎีนี้มีฐานคติ (Assumption) อยู่ ๓ ประการ คือ ประการแรก การประดิษฐ์สิ่งใหม่ ขึ้นมาจะเพิ่มความสลับซับซ้อนของวัฒนธรรม ชีวิตของมนุษย์ก็สับสนขึ้นตามเนื้อหาของวัฒนธรรมนั้น ประการที่ ๒ การประดิษฐ์สิ่งใหม่จะเป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ เทคนิค ใหม่ ๆ จะทำให้การผลิตเพิ่มขึ้น การวิภาคสินค้าและบริการก็กระจายออกไปในสังคมมากขึ้น ประการ ที่ ๓ โครงสร้างทางสังคมจะมีการปรับตัวให้เป็นระบบการผลิต การวิภาค และการบริโภค การ เปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นผลจากกระบวนการปรับตัวนี้เอง ออกเบอร์น ยังอธิบายว่า วัฒนธรรมนั้น มีอยู่ ๒ ประเภทใหญ่ ๆ คือ วัฒนธรรมทางวัตถุและไม่ใช้วัตถุ การเปลี่ยนแปลงมักจะเกิดขึ้นทางวัตถุ ก่อน ซึ่งต่อมาทางไม่ใช้วัตถุจะต้องปรับให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุ การเปลี่ยนแปลงทางวัตถุ จึงเป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านไม่ใช้วัตถุ และวัฒนธรรมด้านไม่ใช้วัตถุจะพยายาม ปรับตัว ให้ทันกัน ด้วยเหตุนี้ การประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่อันเกิดการใช้เทคโนโลยีจึง เป็นเหตุให้สังคม เปลี่ยนแปลงไป^{๒๖}

ดังนั้น ทฤษฎีนวัตกรรมเครือข่ายเทคโนโลยี (The Technology Network Theory of Innovation) คือ ความสามารถในการกระจายสื่อสารโดยใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรงหรือ ใกล้เคียงกันจากคนหนึ่งไปยังอีกคนจำนวนมากหรือสื่อสารได้พร้อมกันในหลายสถานที่ ซึ่งมีความ แตกต่างกัน สามารถใช้ได้หลากหลายวิธีในการศึกษาทั้งอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ เกิด การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันอย่างรวดเร็วและทุกรูปแบบอย่างที่ได้กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีนี้เน้น ความสำคัญของที่มาของข้อมูลดังกล่าวว่ามาจากภายนอกองค์กร คือมาจากลูกค้า ซัพพลายเออร์ ที่ ปรีกษา ห้องปฏิบัติการ หน่วยงานภาครัฐ มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างเช่น เทคโนโลยี เครือข่าย บน"ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือระบบเน็ตเวิร์ก คือกลุ่มของคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ถูกนำมาเชื่อมต่อกันเพื่อให้ผู้ใช้ในเครือข่ายสามารถ ติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล และใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ในเครือข่ายร่วมกันได้" เครือข่ายนั้นมีหลาย ขนาด ตั้งแต่ขนาดเล็กที่เชื่อมต่อกันด้วยคอมพิวเตอร์เพียงสองสามเครื่อง เพื่อใช้งานในบ้านหรือใน บริษัทเล็ก ๆ ไปจนถึงเครือข่ายขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก ผ่านอุปกรณ์การสื่อสารที่นับวันยังมี หลายรูปแบบ มีการแลกเปลี่ยนการทำงาน เช่น ระบบกลุ่มเมฆ Cloud Computing เป็นต้น และอีก ช่องทางของเครือข่ายเทคโนโลยี คือ เทคโนโลยีของเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ซึ่งในช่วงหลายสิบปีที่ ผ่านมา ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงการเกิดขึ้นและเติบโตของอุปกรณ์ดีไวซ์ชนิดใหม่ ๆ ไม่

^{๒๖} ปรีดา ยังสุขสถาพร, Innovation System สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สถาบันเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๗>].

ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ซึ่งวิวัฒนาการเช่นนี้ได้กระตุ้นให้เกิดการใช้งานเพื่อประโยชน์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม ส่งผลให้ปริมาณการใช้งานบนเครือข่ายเติบโตมากขึ้นตามไปด้วย นั่นก็เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงสู่สังคมเครือข่ายที่ทุกสิ่งทุกอย่างสามารถเชื่อมต่อถึงกันได้ ดังนั้น เทคโนโลยีการสื่อสารบนเครือข่ายโทรศัพท์มือถือที่มีใช้อยู่ทั่วไปในปัจจุบันจะยังคงได้รับการพัฒนาต่อไป เพื่อปรับปรุงคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความสามารถของระบบให้มีความก้าวหน้ายิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีเสริมเพื่อใช้ในกรณีเฉพาะ ซึ่งการใช้งานร่วมกันอย่างราบรื่นระหว่างเทคโนโลยีเสริมและเทคโนโลยีหลักอย่าง 3G และ 4G จะทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการใช้งานและบริการรูปแบบใหม่ๆ มากยิ่งขึ้น วิวัฒนาการของเทคโนโลยีลักษณะดังกล่าว ถือว่าเป็นต้นแบบของยุค 5G ซึ่งประกอบไปด้วยการใช้เทคโนโลยีสัญญาณวิทยุหลายประเภทรวมกันอย่างเป็นระบบ ก็จะทำให้สังคมเครือข่ายเกิดขึ้นได้จริงภายในปี ๒๕๖๓

โดยเทคโนโลยีหลักในอนาคตยังคงเป็น LTE, HSPA และ Wi-Fi ซึ่งล้วนจะได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องด้วยกันทั้งหมด แม้กระทั่ง GSM ซึ่งยังคงมีความสำคัญในหลายพื้นที่ทั่วโลก ดังนั้น ยุค 5G ในอนาคต ไม่ใช่การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่เพื่อทดแทนของเก่า แต่จะเป็นวิวัฒนาการของเทคโนโลยีเดิมร่วมกับการใช้ RATs (Radio Access Technology) ใหม่ ๆ เพื่อเสริมสมรรถนะของระบบโดยรวมเพื่อใช้งานเฉพาะด้านเท่านั้น ทำให้เกิด ความท้าทายใหม่ของโลกเครือข่าย กล่าวคือ ผู้ใช้โมบายล์บรอดแบนด์ในอนาคต จะสามารถเชื่อมต่อสู่โลกอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายไร้สายได้อย่างไร้ขีดจำกัด หมายถึงการเชื่อมต่อและได้รับบริการตามต้องการในทันที โดยไม่ต้องใช้เวลานานหรือติดปัญหาในการเชื่อมต่อ ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้งานทั่วไปหรือภาคธุรกิจ นอกจากนั้นแล้ว อุปกรณ์ลูกข่ายและบริการใหม่ที่หลากหลายเพื่อเชื่อมต่อสิ่งต่าง ๆ จะปรากฏขึ้นให้เห็นในอนาคต ไม่ว่าจะเป็น สัญญาณจราจร ยานพาหนะ อุปกรณ์ทางการแพทย์ ถึงขยะ ระบบการส่งไฟฟ้า และอื่น ๆ อีกมากมายที่ได้รับประโยชน์จากการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้เกิดผลดีทั้งต่อบุคคล ธุรกิจ และสังคมโดยรวม ระบบ 5G จะต้องสามารถให้บริการที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพสูง เพื่อการใช้งานที่หลากหลายดังกล่าว

จากการประมาณการด้วยวิธีที่แตกต่างกัน สามารถสรุปได้ว่า ในช่วงหลังจากปี ๒๕๖๓ เครือข่ายโทรศัพท์มือถือจะต้องรองรับปริมาณการใช้งานที่มากกว่า ๑,๐๐๐ เท่า เมื่อเทียบกับปัจจุบัน ซึ่งทุกวันนี้อุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือมีจำนวนมากถึง ๕ พันล้านเครื่อง โดยส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์แบบพกพาหรืออุปกรณ์เพื่อการใช้โมบายล์บรอดแบนด์ผ่านคอมพิวเตอร์และแท็บเล็ตในอนาคตมีการคาดการณ์ว่าอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อสื่อสารระหว่างมนุษย์เป็นหลักจะมีจำนวนน้อยกว่าอุปกรณ์เพื่อการสื่อสารระหว่างเครื่องจักรสิ่งของ ๑๐-๑๐๐ เท่า ไม่ว่าจะเป็นกล้องวงจรปิด อุปกรณ์สำหรับ Smart City, Smart Home และ Smart Grid รวมทั้งเซ็นเซอร์ประเภทต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเน้นย้ำถึงความเข้มข้นที่เกิดจากการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสถาบัน

ภายนอก มีการถ่ายทอดข้อมูลทางนวัตกรรม มีการเชื่อมโยงทางเทคนิค เชื่อมโยงทางการตลาดและเครือข่ายข้อมูลนวัตกรรม อันเกิดจากทฤษฎีแนวคิดของนวัตกรรมทางด้านเครือข่ายเทคโนโลยีนี้เอง

๓) ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายทางสังคม

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

เครือข่าย หมายถึง ชุดหรือกลุ่มของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแสดง (Actor) หรือตัวเชื่อมต่อ (Node) เครือข่ายที่เล็กที่สุดจึงประกอบด้วยตัวแสดง ๒ ตัวที่มีความสัมพันธ์กัน โดยทั่วไปตัวแสดงจะเชื่อมต่อกันเป็นเครือข่ายต้องมีความเป็นไปได้ในเชิงพื้นที่โดยตัวแสดงที่อยู่ “ติดกัน” มีแนวโน้มจะเชื่อมต่อกันมากกว่าตัวแสดงที่อยู่ห่างไกลออกไป นอกจากนี้ตัวแสดงที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันก็มักจะเชื่อมต่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยที่มีปฏิสัมพันธ์กัน เครือข่ายจึงมีลักษณะเป็นโครงสร้างโดยมีลักษณะเด่น^{๒๗} ดังนี้

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

เป็นสมาชิกของเครือข่าย

การมีเครือข่ายทางสังคมมากทำให้ชุมชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและความรู้ใหม่ๆ ได้มากขึ้นซึ่งจะเป็นผลดีต่อการสร้างนวัตกรรมในแง่ของการมีปัจจัยนำเข้าที่ดี นอกจากนี้เครือข่ายสังคมที่หนาแน่นยังช่วยในการผลักดันให้การสร้างนวัตกรรมเกิดเป็นรูปธรรมได้ง่ายขึ้นเพราะสามารถเข้าถึงทรัพยากรและการสนับสนุนด้านอื่นๆ ที่จำเป็นได้มากขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี ของนวัตกรรมมี ๔ ทฤษฎี คือ

๑. ทฤษฎี Schumpeter's Theory of Innovation Schumpeter

เป็นคณคิดค้นนวัตกรรมต่างๆ ก็คือ การทำลายสิ่งที่สร้างสรรค์ ซึ่งมีการคิดสิ่งใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อที่จะทำลายสิ่งที่มีอยู่เดิม โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างกำไรเพิ่มขึ้นให้กับองค์กร การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยกลยุทธ์นวัตกรรม

ประเภทของนวัตกรรม -ของ Schumpeter ได้แบ่งออกเป็น ๔ ประเภทคือ

๑. การเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร

^{๒๗} อลงกรณ์ คูตระกูล, “นวัตกรรมสังคม : กรณีศึกษาโครงการของท้องถิ่นในเขตภาคเหนือของประเทศไทย”, วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๕๓), หน้า ๒๙.

๒. การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการนำนวัตกรรมสู่ตลาด
๓. การเปลี่ยนตำแหน่งนวัตกรรมสินค้าที่เคยออกสู่ตลาดมาแล้ว ให้มีการรับรู้สิ่งใหม่
๔. การเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศนวัตกรรมการองค์กรให้มีการเปลี่ยนความคิดใหม่

๒. ทฤษฎี แบบผ่าเหล่าผ่ากอ

เป็นทฤษฎีของศาสตราจารย์ เคลย์ตัน คริสเตนเซน ที่บอกว่าทฤษฎี แบบผ่าเหล่าผ่ากอเป็นนวัตกรรมเทคโนโลยีสินค้าหรือบริการ ที่สามารถที่จะล้มล้างเทคโนโลยี สินค้าหรือบริการที่มีอยู่เดิมมาเปลี่ยนแปลงให้ใหม่ขึ้น แบ่งได้ ๒ ประเภท คือ

๑. การเปลี่ยนแปลงตลาด
๒. การนำเสนอเทคโนโลยีใหม่

๓. ทฤษฎีหุบเหวแห่งการดับของนวัตกรรม

การยอมรับนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในสังคมโดยนวัตกรรมใดที่สังคมมีความต้องการ และเกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ สังคมนั้นๆก็จะมีกรยอมรับนวัตกรรมตัวนี้ แต่ถ้านวัตกรรมใดที่สังคมต้องการน้อยและมีปัญหาเกิดขึ้นนวัตกรรมตัวนี้ก็จะถูกดัดไป

๔. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม

เกิดจากการผ่านกระบวนการใช้เทคโนโลยีที่ปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ประดิษฐ์และผู้ใช้ในสังคม กลับไปกลับมาหลายครั้งจนเกิดการยอมรับในสังคม กลุ่มคนในสังคมที่ยอมรับการแพร่กระจายทางเทคโนโลยีมีด้วยกัน ๕ ประเภทคือ

๑. คนกลุ่มแรกในสังคม เป็นทั้งผู้ประดิษฐ์คิดค้นแล้วยังเป็นผู้ใช้งานที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยี และชอบติดตามเทคโนโลยีอยู่เสมอ
๒. กลุ่มชอบลองอะไรใหม่ๆ และค่อนข้างมีฐานะ เป็นนักวิชาการหรือคนดังในสังคม
๓. กลุ่มนี้จะตัดสินใจได้ต้องคิดหลายรอบแต่ต้องใช้งานได้ง่าย และมีประโยชน์ของนวัตกรรม

๔. กลุ่มที่มีการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมอาจจะเริ่มตกรุ่นไปแล้ว และมีความจำเป็นที่จะใช้งานจริงๆ

๕. กลุ่มใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเมื่อตกรุ่นไปแล้ว และเป็นกลุ่มสุดท้ายในสังคมสถานะในการแพร่กระจายของเทคโนโลยีในสังคมมี ๓ สถานะคือ

- สถานะที่ ๑ เป็นช่วงเวลาของการประดิษฐ์คิดค้นจนพบความสำเร็จ
- สถานะที่ ๒ เป็นช่วงเวลาที่สังคมได้รับรู้ถึงเทคโนโลยีในสังคม
- สถานะที่ ๓ เป็นช่วงเวลาที่เทคโนโลยีอิ่มตัว มีประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุดและไม่สามารถพัฒนาต่อไปได้อีก

หลักการ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมทางการศึกษา ประกอบด้วยทฤษฎีการเรียนรู้ที่นำมาใช้ในการศึกษา ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนั้น อาจสรุปได้ดังนี้

๑. กลุ่มพฤติกรรมนิยม คือ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า และแสดงพฤติกรรมเหล่านั้นออกมา

๒. กลุ่มปัญญานิยม คือเรียนรู้เป็นกระบวนการของจิตที่ต้องมีการรับรู้จากการกระทำ และตีความ สามารถให้เหตุผลจนเกิดเป็นความรู้

๓. ทฤษฎีการเรียนรู้กลุ่ม คอนสตรัคติวิสต์ เป็นการอาศัยประสบการณ์เดิม ทางปัญญาที่มีอยู่เดิม

๔. ทฤษฎีการสื่อสาร คือกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคล โดยใช้สัญลักษณ์ สัญญาณ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน

๕. ทฤษฎีระบบจัดเป็นสาขาวิชาที่เกิดขึ้นช่วงปลายศตวรรษที่ ๒๐ โดยอาศัยทฤษฎีหลายสาขาวิชา โดยนำแนวคิดแต่ละวิชามาประยุกต์รวมกัน สร้างเป็นทฤษฎีระบบขึ้นมา

๖. ทฤษฎีการเผยแพร่ เกิดจากการผสมผสานทฤษฎีหลักการ และความรู้ ความจริงจากหลายสาขาวิชา มาเป็นนวัตกรรมของศาสตร์นั้นๆ มาเผยแพร่ขึ้น^{๒๘}

๔) ทฤษฎีการเรียนรู้

การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่ซับซ้อนโดยทั่วไปบุคคลจะเข้าใจว่า การรับรู้คือ การรู้ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัสสัมผัส จากอวัยวะทั้ง ๕ ซึ่งมีไขเพียงเท่านั้น การรับรู้จะเริ่ม ตั้งแต่มีการสัมผัส และจะเขาระบบประสาทส่วนกลาง เพื่อเก็บข้อมูลต่าง ๆ ไว่ผสมผสานกับ สิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมา แล้วประมวลข้อมูลเชื่อมโยง ไปยังศูนย์กลาง การควบคุมระบบประสาทต่าง ๆ ทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง มีนักจิตวิทยาหลายท่านศึกษาเรื่อง การรับรู้และได้ให้ความหมายไว่หลากหลายดังนี้

โดยสรุป การรับรู้ หมายถึงกระบวนการแปลความหมายของสมองของคนเราที่มีสิ่งเร้ามากระทบจากการสัมผัสของร่างกาย ซึ่งจะแสดงออกเป็นพฤติกรรม หรือทัศนคติ ทั้งนี้ต้องอาศัยประสบการณ์เดิม หรือการเรียนรู้ หรือความคิดในการตีความนั้น ๆ

กระบวนการรับรู้ การรับรู้เป็นกระบวนการที่สร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันและมีอิทธิพลนำไปสู่การกระทำ หรือพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล กระบวนการรับรู้มีขั้นตอนต่าง ๆ

^{๒๘} แนวคิด ทฤษฎี นวัตกรรมทางการศึกษาที่ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://www.gotoknow.org/posts/553766> [๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๑].

๑. อาการสัมผัส หมายถึง อาการที่อวัยวะสัมผัสรับสิ่งเร้า หรือสิ่งเร้าผ่านเข้ามากระทบกับอวัยวะสัมผัสต่าง ๆ เพื่อให้คนเรารับรู้ภาวะแวดล้อมรอบตัว

๒. การแปลความหมายจากอาการสัมผัสส่วนสำคัญที่จะช่วยทำให้การแปลความหมายดีหรือถูกต้องเพียงใดนั้น ต้องอาศัย

๒.๑ สถิติปัญหา หรือความเฉลียวฉลาด

๒.๒ การสังเกตพิจารณา

๒.๓ ความสนใจและความตั้งใจ

๒.๔ คุณภาพของจิตใจขณะนั้น

๓. ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิม ซึ่งได้แก่ ความคิดความรู้และการกระทำที่ได้เคยปรากฏแก่ผู้นั้นแล้วในอดีตมีความสำคัญมากสำหรับช่วยในการตีความหรือแปลความหมายของการสัมผัสได้แจ่มชัด ความรู้เดิมและประสบการณ์เดิมที่ได้สะสมไว้สำหรับช่วยในการแปลความหมายได้นั้นจะต้องมีคุณสมบัติ^{๒๙}ดังนี้

๓.๑ เป็นความรู้ที่แน่นอน ถูกต้อง ชัดเจน

๓.๒ ต้องมีปริมาณมาก กล่าว คือ รู้หลายอย่างจึงจะช่วยแปลความหมายต่างๆ ได้สะดวกและถูกต้องดี

สรุปได้ว่าทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ โดยทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมเช่น ทฤษฎีนวัตกรรมห่วงโซ่ความสัมพันธ์ ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายเทคโนโลยี ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายทางสังคม และทฤษฎีการรับรู้

๒.๓ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ

๒.๓.๑ ความหมายของการสื่อสาร

นักวิชาการทางด้านสื่อสารมวลชนได้อธิบายถึงความหมายของการสื่อสารไว้ดังนี้

๑. Schramm กล่าวว่า การสื่อสาร คือ การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร^{๓๐}

^{๒๙} ทฤษฎีการรับรู้, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://thesis.rru.ac.th/files/pdf> [๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐].

^{๓๐} Schramm, Wilbur, Channels and Audience in Handbook of Communication, (Chicago: Ranc Mcnelly College Publishing Company, 1973), p. 13.

๒. Newcomb กล่าวว่า การสื่อสาร คือ รูปแบบหนึ่งของการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างบุคคล ซึ่งหากจะกล่าวในเชิงโวหารแล้ว การแลกเปลี่ยนนั้นจะทำให้บุคคลสามารถเข้าถึงจิตใจของผู้อื่นได้^{๓๑}

๓. กริช สืบสนธิ์ ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดที่ไม่หยุดนิ่ง มีการรับรู้และโต้ตอบ การถ่ายทอดสาระ ข่าวสาร ข้อมูล ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก เป็นต้น จะเป็นไปตามประสบการณ์ ความรู้สึก ความสนใจทั้งของผู้ส่งสารและผู้รับสาร^{๓๒}

๔. สมควร กวียะ ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารคือการแลกเปลี่ยนข่าวสาร เพื่อความเข้าใจร่วมกัน การสื่อสารระหว่างมนุษย์มิใช่การส่งสารเพื่อให้เกิดผลตามเจตนาของผู้ส่งสารตามความหมายที่ใช้กันอยู่ทั่วไป ทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพียงเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการรับสารป้อนกลับ (Feedback) อันตรกิริยา (Interaction) ระหว่างผู้สื่อสารทั้งสองฝ่าย นำไปสู่ความรู้ความเข้าใจร่วมกันในความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการสองวิถี (Two Ways) อยู่ในตัวของมันเอง^{๓๓}

๕. บุญเลิศ ศุภดิกล ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารเป็นความพยายามของมนุษย์ที่ต้องการแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือความคิดระหว่างกันเอง ซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการนั้นหมายความว่า การสื่อสารนั้นมีลักษณะเปลี่ยนแปลงและต่อเนื่องตลอดเวลา กล่าวคือไม่มีจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดในตัวมันเอง^{๓๔}

๖. อรรณพ ปิณฑน์โอวาท อธิบายไว้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่งถ่ายทอดสารไปยังอีกบุคคลหนึ่ง และบุคคลหลังมีปฏิกิริยาตอบโต้ ปรากฏการณ์นี้เป็นเรื่องของสัญลักษณ์ คือ ใช้เครื่องหมายทั้งที่เป็นภาษาคำพูดและไม่ใช้ภาษาคำพูด และการมีปฏิกิริยาสัมพันธ์นั้นคือ การมีปฏิกิริยาตอบโต้ระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร^{๓๕}

^{๓๑} Newcomb, Theodore M., **Social Psychology**, (New York: Holt Rinehart and Winston, 1965), p. 129.

^{๓๒} กริช สืบสนธิ์, **วัฒนธรรมและพฤติกรรม การติดต่อสื่อสารในองค์กร**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๕), หน้า ๖๔.

^{๓๓} สมควร กวียะ, **การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อสังคม**, (กรุงเทพมหานคร : พชรกานต์การพิมพ์, ๒๕๓๕), หน้า ๑.

^{๓๔} บุญเลิศ ศุภดิกล, “การสื่อสาร : โครงสร้างและหน้าที่ในสังคม”, **วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน**, (กรุงเทพมหานคร : เจริญวิทย์การพิมพ์, ๒๕๒๓), หน้า ๒.

^{๓๕} อรรณพ ปิณฑน์โอวาท, **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๗), หน้า ๒.

๗. **ประมะ สตะเวทิน** ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ^{๓๖}

๘. **วิรัช สงวนวงศ์วาน** อธิบายว่า การสื่อสาร คือการถ่ายโอน ดังนั้น การติดต่อสื่อสารจะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อสามารถส่งผลต่อความหมายและผู้รับเกิดความเข้าใจถูกต้อง^{๓๗}

๙. **ธิดิภ พัยธวัช** กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการส่งมอบสารสนเทศและสิ่งที่มีความหมายต่างๆ จากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง โดยการใช้สัญลักษณ์ที่เป็นที่ยอมรับร่วมกัน หรือเป็นการแลกเปลี่ยนสารสนเทศและการส่งมอบสิ่งที่มีความสำคัญต่างๆ^{๓๘}

๑๐. **วันชัย มีชาติ** กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการติดต่อส่งผ่านข้อมูล ความคิด ความเข้าใจ หรือความรู้สึกระหว่างบุคคล ซึ่งมีองค์ประกอบ ๔ ประการ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร^{๓๙}

๑๑. **เกศินี จุฑาวิจิตร** กล่าวว่า การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่องในการส่งและรับสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่างๆอย่างมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน^{๔๐}

๑๒. **กิติมา สุรสนธิ** กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ทั้งในด้านการดำเนินชีวิต สังคม เศรษฐกิจและการศึกษา เป็นฟันเฟืองของเครื่องจักรกลแห่งสังคมที่ทำให้สังคมดำเนินไปได้อย่างไม่หยุดยั้ง เนื่องจากการสื่อสารเป็นทั้งเครื่องมือและวิธีการในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งต่อบุคคล ต่อองค์กร และต่อสังคม^{๔๑}

^{๓๖} ประมะ สตะเวทิน, **หลักนิเทศศาสตร์**, พิมพ์ครั้งที่ ๗, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๓), หน้า ๓๐.

^{๓๗} วิรัช สงวนวงศ์วาน, **การจัดการและพฤติกรรมองค์การ**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, ๒๕๔๗), หน้า ๑๑๕.

^{๓๘} ธิดิภ พัยธวัช, **แม่ไม้บริหาร**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ซี. พี. บุ๊ค แสตนด์การ์ด, ๒๕๔๘), หน้า ๑๓๐.

^{๓๙} วันชัย มีชาติ, **พฤติกรรมกรรมการบริหารองค์การสาธารณะ**, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๘), หน้า ๑.

^{๔๐} เกศินี จุฑาวิจิตร, **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒), หน้า ๔.

^{๔๑} กิติมา สุรสนธิ, **ความรู้ทางการสื่อสาร**, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๘), หน้า ๑.

จากการศึกษาความหมายของการสื่อสาร จากนักวิชาการดังต่อไปนี้ Schramm Wilbur ๑๙๗๓, Newcomb Theodore ๑๙๖๕, กริช สืบสนธิ์ ๒๕๓๗, สมควร กวียะ ๒๕๓๕, บุญเลิศ ศุภดิolk ๒๕๒๓, อรรณณ ปิณฑน์โอวาท ๒๕๓๗, ประมะ สตะเวทิน ๒๕๓๓, วิรัช สงวนวงศ์วาน ๒๕๔๗, ธิติภพ ชัยธวัช ๒๕๔๘, วันชัย มีชาติ ๒๕๔๘ เกศินี จุฑาวิจิตร ๒๕๔๒ และกิติมา สุรสนธิ ๒๕๔๘ สามารถนำมาวิเคราะห์ความหมายของการสื่อสารได้ดังตารางที่ ๒.๑ ต่อไปนี้

ตารางที่ ๒.๑ แสดงการวิเคราะห์ความหมายของการสื่อสาร

ความหมาย	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙	๑๐	๑๑	๑๒	ผู้วิจัย
ความเข้าใจในสารร่วมกัน	✓	✓		✓					✓				✓
การแลกเปลี่ยนสารซึ่งกันและกัน		✓		✓	✓				✓		✓	✓	✓
กระบวนการถ่ายทอดสาร			✓			✓	✓	✓					✓
กระบวนการติดต่อส่งผ่านข้อมูล ความคิด ความเข้าใจ หรือความรู้สึกระหว่างบุคคล										✓			✓
ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งต่อปัจเจกบุคคล ต่อองค์กร และต่อสังคม												✓	✓

จากตาราง ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของการสื่อสารได้ดังนี้ การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันหรือก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่ง

๒.๓.๒ วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

๑. เกศินี จุฑาวิจิตร กล่าวว่า เมื่อมีการสื่อสารเกิดขึ้น ผู้ส่งสารกับผู้รับสารจะต้องมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่ตรงกันหรือสอดคล้องกัน จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร มีดังนี้^{๔๒}

๑.๑ เพื่อแจ้งให้ทราบ คือ ผู้ส่งสารต้องการเผยแพร่หรือบอกกล่าวเหตุการณ์ กิจกรรม ความเคลื่อนไหว ฯลฯ เพื่อให้ผู้รับสารได้รับทราบข่าวและนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน

๑.๒ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เป็นการส่งสารเพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิดความเข้าใจลึกซึ้งมากกว่าการได้รับทราบ

๑.๓ เพื่อโน้มน้าวใจ เป็นการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกชอบใจ สนใจ หรือคล้อยตาม สนับสนุนและต้องการที่จะปฏิบัติตาม และใช้เป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ

๑.๔ เพื่อความบันเทิง เป็นการสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ สนุกสนาน เพลิดเพลินใจ และผ่อนคลายจากความเครียด

แม้ว่าการสื่อสารแต่ละครั้งทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ทั้งสองฝ่ายจะต้องมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

๒. ประมวลสาระวิน กล่าวไว้ว่า การสื่อสารมีวัตถุประสงค์ดังนี้^{๔๓}

๒.๑ เพื่อแจ้งให้ทราบ เป็นวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารที่ต้องการเผยแพร่หรือบอกเล่าเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ กิจกรรม นโยบาย ความเคลื่อนไหว เป็นต้นของตนเองหรือหน่วยงานให้ผู้รับสารได้ทราบ ผู้รับสารก็มีความประสงค์ที่จะได้รับทราบข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวันหรือเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ

๒.๒ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารได้เรียนรู้และเกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากกว่าการได้รับทราบ เช่น การเรียนรู้วิธีการจัดหน้าหนังสือ การเรียนรู้วิธีประดิษฐ์ดอกไม้แห้ง เป็นต้นซึ่งผู้รับสารก็มีความประสงค์ที่จะเรียนรู้และศึกษา

๒.๓ เพื่อโน้มน้าว เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกชอบใจ สนใจ คล้อยตามสนับสนุน และต้องการที่จะปฏิบัติตาม ส่วนผู้รับสารก็ทำหน้าที่สื่อสารเพื่อต้องการที่จะได้ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ การสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการโน้มน้าวหรือชักจูงใจได้แก่ การโฆษณา การโฆษณาชวนเชื่อ เป็นต้น

^{๔๒} เกศินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒), หน้า ๕.

^{๔๓} ประมวล สดะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, (กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์, ๒๕๔๐), หน้า ๓๔-๓๕.

๒.๔ เพื่อความบันเทิง เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ สนุกสนานในส่วนผู้รับสารก็ต้องการความพอใจ เพติดเพลินใจ หรือสนุกสนานด้วย

๓. สมควร กวียะ ได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการสื่อสารไว้ ๘ ประการ ดังนี้^{๔๔} คือ

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

๓.๒ การสังคมประกิตหรือสังคมกรรม (Socialization) ได้แก่ การได้มาซึ่งความรู้ความเข้าใจที่จะทำให้บุคคลดำเนินชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ ในฐานะสมาชิกของสังคม ช่วยให้เกิดความสำนึกในการอยู่ร่วมสังคมกับบุคคลอื่น ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม

๓.๓ การใช้จูงใจ (Motivation) หมายถึง การส่งเสริมสนับสนุนให้ไปสู่เป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวของสังคม กระตุ้นให้บุคคลเกิดความพยายาม และตัดสินใจเลือกแนวทางและพฤติกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่ยินยอมพร้อมใจกันซึ่งกำหนดไว้แล้ว

๓.๔ การถกเถียงอภิปราย (Debate and Discussion) คือ การแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นระหว่างฝ่ายต่างๆในสังคม เพื่อก่อให้เกิดความตกลงยินยอมที่มีผลดีต่อส่วนรวม รวมทั้งการแสวงหาพยานหลักฐานมากระตุ้นให้สาธารณชนสนใจ และให้ความร่วมมือในกิจกรรมของส่วนรวม

๓.๕ การให้การศึกษา (Education) คือ การสื่อสารที่เข้ามาช่วยถ่ายทอดวิชาความรู้ทำให้เกิดการพัฒนาสติปัญญา อุนิสัย ทักษะ และสมรรถภาพของบุคคลตลอดทุกช่วงเวลาของชีวิต

๓.๖ การส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural Promotion) หมายถึง การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมเพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งมรดกที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ และการพัฒนาวัฒนธรรม โดยการส่งเสริมสติปัญญาและจินตนาการของปัจเจกชน รวมทั้งกระตุ้นความต้องการและความคิดสร้างสรรค์ในทางสุนทรีย์ภาพ

๓.๗ การให้ความบันเทิง (Entertainment) คือ การถ่ายทอดผลงานทางการละคร ฟ้อนรำ วรรณกรรม ดนตรี การละเล่น และศิลปะต่าง ๆ โดยอาศัยเครื่องหมายสัญลักษณ์ เสียงและภาพ ทั้งนี้เพื่อความสนุกสนานรื่นเริง และการพักผ่อนหย่อนใจ

^{๔๔} สมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน บทบาท หน้าที่ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ, (กรุงเทพมหานคร : อักษราพิพัฒน์, ๒๕๔๐), หน้า ๒๒-๒๓.

๓.๘ การประสานสามัคคี (Integration) คือ การให้บุคคล กลุ่ม และประชาชาติได้รับรู้ข่าวสารที่จำเป็นต่อการเพิ่มพูนความรู้ และความเข้าใจซึ่งกันและกันในแง่ของการดำรงชีวิต ทัศนะ และความใฝ่ฝันทะเยอทะยาน

๔. Mc Quail ได้สรุปความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารไว้ดังนี้^{๔๕}

๔.๑ การให้ข่าวสาร (Information) คือ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสภาพการณ์ในสังคมและในโลก ซึ่งบอกให้ทราบถึงสัมพันธภาพแห่งอำนาจ และช่วยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม การปรับตัวและความก้าวหน้า

๔.๒ การประสานสัมพันธ์ (Correlation) คือ การอธิบาย แปลความ และวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์และข่าวสาร ให้ความสนับสนุนแก่อำนาจหน้าที่และปทัสถานที่ยอมรับกันแล้ว และทำให้เกิดกระบวนการสังคมกรรม รวมทั้งประสานกิจกรรมต่างๆ ของสังคมเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดความยินยอมพร้อมใจกัน และจัดระเบียบอะไรก่อนหลังและบอกให้รู้ว่ สถานภาพทางสังคมอะไรสำคัญกว่าอะไร

๔.๓ ความต่อเนื่อง (Continuity) คือ การแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมหลักและยอมรับวัฒนธรรม รวมทั้งพัฒนาของวัฒนธรรมใหม่ ก่อให้เกิดดำรงคไว้ซึ่งค่านิยมพื้นฐานของคนทั่วไป

๔.๔ ความบันเทิงเริงรมณ์ (Entertainment) คือการให้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และการพักผ่อนหย่อนใจ และลดความตึงเครียดทางสังคม

๔.๕ การระดมสรรพกำลัง (Mobilization) คือ การรณรงค์ด้านการเมือง สงคราม การพัฒนาทางเศรษฐกิจ การทำงาน และบางครั้งการศาสนา เพื่อวัตถุประสงค์ของส่วนรวม

จากการศึกษาวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร จากนักวิชาการดังต่อไปนี้ เกคินี จุฑาวิจิตร ๒๕๔๒, ประมะ สตะเวทิน ๒๕๔๐, สมควร กวียะ ๒๕๔๐ และ McQuail Dennis ๑๙๘๓ สามารถนำมาวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้ดังตารางที่ ๒.๒ ต่อไปนี้

ตารางที่ ๒.๒ แสดงการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

วัตถุประสงค์	๑	๒	๓	๔	ผู้วิจัย
๑. เพื่อให้ข่าวสาร	✓	✓	✓	✓	✓
๒. เพื่อให้การศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓
๓. เพื่อใช้จูงใจ	✓	✓	✓		✓
๔. เพื่อให้ความบันเทิง	✓	✓	✓	✓	✓

^{๔๕} McQuail Dennis, *Communication: Social Processes*, (London: Longman group, 1983), pp. 35-36.

ตารางที่ ๒.๒ แสดงการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร (ต่อ)

วัตถุประสงค์	๑	๒	๓	๔	ผู้วิจัย
๕. เพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรม			✓	✓	✓
๖. เพื่อการประสานสามัคคี			✓	✓	✓

จากตาราง ผู้วิจัยสามารถสรุปวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้ดังนี้ ในการติดต่อการสื่อสารของมนุษย์สามารถจำแนกวัตถุประสงค์ว่าได้แก่ เพื่อให้ข่าวสาร เพื่อให้การศึกษา เพื่อใช้จูงใจ เพื่อให้ความบันเทิง เพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรม และเพื่อการประสานสามัคคี โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

๒. เพื่อการศึกษา หมายถึง การส่งสารเพื่อให้ผู้รับสารได้เรียนรู้และเกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากกว่าการได้รับทราบ เป็นการถ่ายทอดวิชาความรู้ ทำให้เกิดการพัฒนาสติปัญญา อุปนิสัย ทักษะ และสมรรถภาพของผู้รับสาร

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

๔. เพื่อให้ความบันเทิง หมายถึง การสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ สนุกสนาน เพลิดเพลินใจ และผ่อนคลายจากความเครียด

๕. เพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรม หมายถึง การเผยแพร่และการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรม เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งมรดกที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ และการพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ โดยการส่งเสริมสติปัญญาและจินตนาการของผู้รับสาร รวมทั้งกระตุ้นความต้องการและความคิดสร้างสรรค์ในทางสุนทรีย์ภาพ

๖. เพื่อการประสานสามัคคี หมายถึง การอธิบาย แปลความ วิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์และข่าวสาร และประสานกิจกรรมต่างๆของสังคมเข้าด้วยกัน เพื่อให้ผู้คนได้รับรู้ข่าวสารที่จำเป็นต่อการเพิ่มพูนความรู้ เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และเกิดความยินยอมพร้อมใจกัน

๒.๓.๓ องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร

๑. Berlo ระบุว่าองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร สามารถสรุปได้ ๔ องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ทั้งนี้แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ Berlo เป็นที่รู้จักกันดีในนามของ SMCR Model ซึ่งย่อมาจาก Source, Message, Channel และ Reciever ตามลำดับ^{๔๖}

๒. Schramm ระบุว่าองค์ประกอบของการสื่อสารประกอบด้วย ผู้เข้ารหัส (Encoder) และผู้ถอดรหัส (Decoder) แต่ละคนสามารถทำได้ทั้งส่งสารและรับสาร นอกจากนั้นแต่ละคนยังทำหน้าที่เป็นผู้ตีความหมายด้วย นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบด้าน การสื่อสารกลับ (Feedback) และสื่อ (Channel)^{๔๗}

๓. พัทธนี เขยจรยา และคณะ กล่าวว่า การสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้^{๔๘}

๓.๑ ผู้ส่งสาร หรือผู้เข้ารหัส (Sender/Encoder) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มหรือเริ่มต้นส่งสารไปให้อีกบุคคลหนึ่งจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม หรือเป็นผู้ทำหน้าที่ส่งสารผ่านช่องทางหนึ่งไปยังผู้รับสาร ฉะนั้น ผู้ส่งสารจึงมีบทบาทในการชี้แนะว่าพฤติกรรมการสื่อสารภายในสถานการณ์นั้น จะเป็นไปในรูปใดและมีผลอย่างไรหรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้ส่งสารคือ ผู้กระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) จากผู้รับสาร หรือผู้ส่งสารอาจเรียก ผู้เข้ารหัส (Encoder) คือ ผู้ที่รับผิดชอบในการนำความคิดของผู้ริเริ่ม ความคิดหรือแหล่งสาร (Source) ส่งไปยังผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วย โดยการใช้สัญญาณ (Signal) และสัญลักษณ์ (Symbol) หรือเรียกว่า การเข้ารหัส (Encoding) ซึ่งแสดงถึงเป้าหมายหรือสิ่งที่แหล่งสารต้องการสื่อ

๓.๒ ผู้รับสาร หรือ ผู้ถอดรหัส (Receiver/Decoder) คือ ผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสารผู้รับสารจะเกิดการตีความและการตอบสนองจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม และส่งปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback) กลับไปให้ผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ผู้ถอดรหัส (Decoder) คือ ผู้ที่ถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ที่ผู้เข้ารหัสส่งมาหรืออีกนัยหนึ่ง คือ ผู้รับผิดชอบการถอดรหัสของสาร (Decoding) เพื่อให้ผู้รับสารปลายทาง (Receiver/Destination) หรือผู้รับสารที่ผู้ส่งสารต้องการให้ได้รับสารของตน

^{๔๖} ประมว สตะเวทิน, **หลักนิเทศศาสตร์**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์, ๒๕๓๙), หน้า ๕๓.

^{๔๗} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๕๒.

^{๔๘} พัทธนี เขยจรยา และคณะ, **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์**, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เจริญผล, ๒๕๓๔), หน้า ๗-๘.

๓.๓ สาร (Message) หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารไปให้ผู้รับสารในรูปของรหัสคำว่า “รหัส” หมายถึง สัญญาณ (Signal) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมายต่อคน และผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายของมันได้ต่อเมื่อมีการถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ออกมา สัญญาณหรือสัญลักษณ์ในที่นี้อาจเป็น คำพูด ตัวหนังสือ รูปภาพ เครื่องหมาย หรือกิริยาท่าทางต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงหรือถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว สารก็คือ ภาษา (Language)

๓.๔ ช่องทางการสื่อสาร (Channel) คือ ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องทางเปรียบเหมือนทางหรือพาหนะระหว่างผู้ร่วมสื่อสาร

๔. เกศินี จุฑาวิจิตร กล่าวว่า ในการทำการสื่อสารจะต้องมีองค์ประกอบพื้นฐานในการสื่อสารอย่างน้อย ๔ ประการ^{๔๙} ได้แก่

๔.๑ ผู้ส่งสาร คือ บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงาน องค์กรที่เป็นผู้ผลิตสาร เป็นแหล่งต้นตอของสาร และมีเจตนาที่จะเผยแพร่หรือถ่ายทอดสารนั้นออกไปสู่บุคคลกลุ่มอื่น

๔.๒ สาร คือ เนื้อหา ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ฯลฯ ที่แสดงออกในรูปของคำพูดหรือข้อเขียน เป็นต้น

๔.๓ สื่อหรือช่องทางการติดต่อสื่อสาร คือ ช่องทางที่นำสารผ่านจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ได้แก่ อากาศ น้ำ คลื่นแสง คลื่นไฟฟ้า โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ วิดีโอ สไลด์ ฯลฯ

๔.๔ ผู้รับสาร คือ บุคคล กลุ่มคน หรือหน่วยงาน องค์กรที่อยู่ปลายทางของการสื่อสาร เป็นส่วนที่ผู้รับสารมุ่งหวังให้ได้รับสารที่ส่งผ่านสื่อมา โดยผู้รับสารจะกลายมาเป็นผู้ส่งสารทันทีเมื่อมีการป้อนกลับต่อสารที่ได้รับกลับไปยังผู้ส่งสารมาในครั้งแรก ซึ่งเช่นเดียวกัน ผู้ส่งสารนั้นก็จะเป็นผู้รับสารแทนในสภาพการณ์ดังกล่าว

๕. มณฑล ไบบัว กล่าวว่า กระบวนการสื่อสารประกอบด้วยส่วนสำคัญ ๔ ส่วน^{๕๐} คือ

๕.๑ ผู้ส่งสาร (Sender) คือ บุคคลที่เริ่มต้นสร้างและส่งสารไปยังอื่น โดยการเข้ารหัสเป็นการแปลสารให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์คิดขึ้นมาแทนความคิด ผู้ส่งสารนั้นอาจจะเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร หรือสถาบันก็ได้ ในการอธิบายผู้ส่งสารอาจมีมากกว่าหนึ่งคน ในการ

^{๔๙} เกศินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒), หน้า ๑๓.

^{๕๐} มณฑล ไบบัว, หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, (กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๖), หน้า ๓๓-๓๔.

สื่อสารสาธารณะผู้ส่งสารอาจไม่ได้เป็นตัวของตัวเองหากแต่ผู้ส่งสารในฐานะตัวแทนของหน่วยงานหรือสถาบันหนึ่ง

๕.๒ สาร (Message) คือ เรื่องราวอันมีความหมาย แสดงออกโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน สารจะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิดและต้องการจะส่งสารนั้นซึ่งแสดงออกเป็นพฤติกรรมเรียกว่าการเข้ารหัสเพื่อแทนความคิดที่เกิดขึ้น

๕.๓ ช่องทางหรือสื่อ (Channel) มีความหมาย ๓ ประการ คือ

- ๑) การเข้ารหัสและการถอดรหัส
- ๒) สิ่งที่น่าสาร เช่น คลื่นเสียง วิทย์ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์
- ๓) พาหนะของสิ่งที่น่าสาร เช่น อากาศ

๕.๔ ผู้รับสาร (Receiver) มีคำหลายคำที่นำมาใช้ในความหมายของผู้รับสาร ได้แก่

- ๑) ผู้ฟัง (Audience)
- ๒) ถึงใคร (To whom) ซึ่งกล่าวถึงกระบวนการสื่อสารว่าประกอบด้วย ใคร พูดอะไร ผ่านสื่อใด ถึงใครและเกิดผลอะไร
- ๓) หมายปลายทางผู้รับการสื่อสาร (Communication Receiver)

๖. สัมพันธ์ พูนนารถ กล่าวไว้ว่า การสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้^{๕๑}

๖.๑ ผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้เริ่มต้นส่งสารผ่านช่องทางหรือสื่อไปยังผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนข่าวสารกับผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งสารอาจจะเป็นผู้เข้ารหัสด้วยตนเองหรือไม่ก็ได้

๖.๒ สาร หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการถ่ายทอดไปยังผู้รับสารในรูปของรหัสสัญญาณหรือสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมายต่อคน

๖.๓ สื่อหรือช่องทาง หมายถึง ตัวกลางหรือตัวนำที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารหรือตัวเชื่อมผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าด้วยกัน เช่น เสียง แสง อากาศ เป็นต้น

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

^{๕๑} สัมพันธ์ พูนนารถ, นิเทศศาสตร์, (อุตรดิตถ์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, ๒๕๓๗), ๙๙-๑๑๒.

๗. เสรี วงษ์มณฑา กล่าวว่า กระบวนการสื่อสารประกอบด้วย^{๕๒}

๗.๑ ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) เป็นผู้ริเริ่มในการติดต่อสื่อสาร อาจเป็นการส่งข่าวสารจากแหล่งข่าวสารที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ แหล่งข่าวสารที่เป็นทางการอาจเป็นธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรหรือเป็นองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไรก็ได้ ซึ่งในที่นี้ผู้ส่งข่าวสาร หมายถึง บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

๗.๒ ข่าวสาร (Message) เป็นความนึกคิดความคิดทัศนคติภาพลักษณ์ หรือข้อมูลอื่น ๆ ซึ่งผู้ส่งข่าวสารต้องการที่จะส่งไปยังผู้รับข่าวสารที่กำหนดไว้ ข่าวสารนั้นอาจเป็นข้อความหรือคำพูด (Verbal) หรือการใช้สัญลักษณ์ (Nonverbal) หรือใช้ทั้งสองอย่างร่วมกัน กล่าวคือ ข่าวสารที่ใช้คำพูด อาจเป็นลายลักษณ์อักษร หรือการพูด โดยทั่วไปเกี่ยวข้องกับข้อมูลอื่น ๆ ซึ่งให้ข้อมูลแก่ผู้รับข่าวสารได้ดีกว่าการใช้คำพูดอย่างเดียว ส่วนข่าวสารที่ไม่ใช้คำพูด คือ การติดต่อสื่อสารโดยใช้สัญลักษณ์ (Symbolic Communication) เช่นการใช้โลโก้ตราของสินค้า เป็นต้น

๗.๓ 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

๗.๔ ผู้รับข่าวสาร (Receivers) ในการติดต่อสื่อสาร ผู้รับข่าวสารจะเป็นกลุ่มผู้มุ่งหวังหรือกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience)

๗.๕ การป้อนกลับ (Feedback) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร การป้อนกลับในทันทีทำให้ผู้ส่งข่าวสารสามารถเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงข่าวสาร เพื่อให้แน่ใจว่าเป็นที่เข้าใจด้วยวิธีที่ถูกต้อง

จากการศึกษาองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร จากนักวิชาการดังต่อไปนี้ Berlo, Schramm, พัทธี เขยจรยาและคณะ ๒๕๓๔, เกศินี จุฑาวิจิตร ๒๕๔๒, มณฑล ไบบัว ๒๕๓๖, สัมพันธ์ พูนนารถ ๒๕๓๗ และเสรี วงษ์มณฑา ๒๕๔๗ สามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบของการสื่อสารได้ดังตารางที่ ๒.๑๕ ต่อไปนี้

^{๕๒} เสรี วงษ์มณฑา, *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*, (กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร, ๒๕๔๗),

ตารางที่ ๒.๓ แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร

องค์ประกอบ	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	ผู้วิจัย
๑. ผู้ส่งสาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
๒. สาร	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
๓. ช่องทางการสื่อสาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
๔. ผู้รับสาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
๕. ปฏิกริยาตอบกลับ		✓	✓	✓			✓	✓

จากตาราง ผู้วิจัยสามารถสรุปองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารได้ว่ามี ๕ องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร และปฏิกริยาตอบกลับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงาน หรือองค์การที่เป็นผู้ผลิตสารและส่งสารผ่านช่องทางหนึ่งไปยังผู้รับสาร

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

๓. สื่อ หมายถึง ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

๔. ผู้รับสาร หมายถึง คือ บุคคล กลุ่มคน หน่วยงาน หรือองค์การที่ได้รับสารผ่านช่องทางสื่อ และทำการตีความและตอบสนองต่อสารที่ได้รับ

๕. ปฏิกริยาตอบกลับ หมายถึง การที่ผู้รับสารส่งสารกลับไปยังผู้ส่งสารเพื่อแสดงออกผลของการสื่อสาร

๒.๓.๔ ประเภทของการสื่อสาร

๑. ยุพา สุภากุล กล่าวไว้ว่า การจำแนกประเภทของการสื่อสารสามารถจำแนกได้หลายเกณฑ์ แต่โดยทั่วไปสามารถแยกประเภทการสื่อสารออกเป็นประเภทใหญ่ได้ดังนี้^{๕๓}

๑.๑ การสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication) เป็นการสื่อสารกับตนเอง เช่น การคิด การไตร่ตรองหาเหตุผล การวิเคราะห์ การทบทวนเรื่องที่พูดหรือเขียน เป็นต้น เป็นการสื่อสารที่มีผู้สื่อสารเพียงคนเดียวเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในตัวเอง

^{๕๓} ยุพา สุภากุล, การสื่อสารมวลชน, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๐), หน้า ๒๙ – ๓๐.

๑.๒ การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลสองหรือสามคน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน

๑.๓ การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) เป็นการสื่อสารภายในกลุ่มคนจำนวนหนึ่ง ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะพูดคุยโต้ตอบกันโดยตรงและทั่วถึง เช่น การประชุม เป็นต้น

๑.๔ การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างคนจำนวนมาก ซึ่งอยู่ในสถานที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยอาจจะใช้สื่อโสตทัศนศึกษาช่วย เช่น โทรทัศน์วงจรปิด รูปแบบการสื่อสาร เช่น การอบรม การสัมมนา เป็นต้น

๑.๕ การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารซึ่งอาจมีมากกว่า ๑ คน ส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารที่มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาศัยอยู่ในสถานที่ต่างๆ ทั่วไกลกันได้อย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

๒. ประมวลสาระ กล่าวไว้ว่า การสื่อสารสามารถทำการจำแนกประเภทโดยใช้จำนวนผู้ทำการสื่อสารเป็นเกณฑ์ ดังนี้^{๕๔}

๒.๑ การสื่อสารภายในบุคคล เป็นการสื่อสารของบุคคลคนเดียว บุคคลคนเดียวนั้นทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร

๒.๒ การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว

๒.๓ การสื่อสารกลุ่มใหญ่ เป็นการสื่อสารระหว่างคนจำนวนมากซึ่งอยู่ในที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกันหน่วยงานเพื่อปฏิบัติการกิจของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย

๒.๔ การสื่อสารมวลชน เป็นการสื่อสารกับมวลชนคนจำนวนมากในขณะเดียวกันพร้อมๆกัน โดยที่สมาชิกของมวลชนแต่ละคนอยู่ในที่ต่างๆกันเพื่อให้ข่าวสารไปถึงมวลชนได้พร้อมกัน จึงต้องอาศัยสื่อที่เข้าถึงประชาชนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็วคือสื่อมวลชน

๓. แม้นมาส ขวลิขิต และคณะ กล่าวว่าประเภทของการติดต่อสื่อสารแบ่งออกเป็น ๓ ประเภท^{๕๕} ได้แก่

^{๕๔} ประมวล สาระ, **หลักนิเทศศาสตร์**, (กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์, ๒๕๔๐), หน้า ๓๔-๓๕.

^{๕๕} แม้น มาส ขวลิขิต และคณะ, **การสื่อสาร**, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๓๕), หน้า ๘-๑๐.

๓.๑ การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง การสื่อสารเฉพาะตัวผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อสร้างและกระชับความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน เช่น ทักทาย เป็นต้น

๓.๒ การสื่อสารกลุ่ม หมายถึง การสื่อสารระหว่างฝ่ายหนึ่งที่เป็นบุคคลหรือกับอีกหลายคนที่เป็นผู้รับสาร ทั้งในรูปแบบที่สามารถมองเห็นหน้ากันหรือเฉพาะหน้าและแบบเฉพาะหน้า แต่ทุกคนต่างมีความสนใจร่วมกันในเรื่องเดียวกัน มีลักษณะบางประการร่วมกัน วัตถุประสงค์ร่วมกัน

๓.๓ การสื่อสารมวลชน หมายถึง การสื่อสารไปยังคนหมู่มาก เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับคนกลุ่มใหญ่ ซึ่งยากที่จะแยกแยะออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ได้ ลักษณะของผู้รับสารยากที่จะแยกแยะใคร มีลักษณะผสมปนเปกันมาก กิจกรรมด้านการสื่อสารมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์

จากการศึกษาประเภทของการสื่อสาร จากนักวิชาการดังต่อไปนี้ ยูพา สุภากุล ๒๕๔๐, ประมว สตะเวทิน ๒๕๔๐ และแมนมาส ขวลิท และคณะ ๒๕๓๕ สามารถนำมาวิเคราะห์ประเภทของการสื่อสารได้ดังตารางที่ ๒.๑๖ ต่อไปนี้

ตารางที่ ๒.๔ แสดงการวิเคราะห์ประเภทของการสื่อสาร

ประเภท	๑	๒	๓	ผู้วิจัย
๑. การสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication)	✓	✓		✓
๒. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)	✓	✓	✓	✓
๓. การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication)	✓		✓	✓
๔. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication)	✓	✓	✓	✓
๕. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)	✓	✓	✓	✓

จากตาราง ผู้วิจัยสามารถสรุปประเภทของการสื่อสารได้ดังนี้ การสื่อสารสามารถจำแนกออกเป็น ๕ ประเภท ได้แก่ การสื่อสารภายในตนเอง การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มย่อย การสื่อสารกลุ่มใหญ่ และการสื่อสารมวลชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

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 การสื่อสารกับคนจำนวนมากในขณะเดียวกันพร้อม ๆ กัน โดยผู้รับสารมีลักษณะผสมปนเปกันมาก แต่ละคนอยู่ในที่ต่าง ๆ กัน ทั้งนี้เพื่อให้ข่าวสารไปถึงมวลชนได้พร้อมกันจึงต้องอาศัยสื่อที่เข้าถึงประชาชนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว

๒.๓.๕ ทิศทางของการสื่อสาร

๑. นิรมล กิตติกุล ได้จำแนกทิศทางการสื่อสารออกเป็น ๔ ประเภท^{๕๖} ดังนี้

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

๑.๒ การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน เป็นการติดต่อสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชา รายงานไปยังผู้บังคับบัญชาเบื้องบน เช่น รายงานผลการปฏิบัติงาน ขอคำแนะนำ คำร้องทุกข์ ฯลฯ

๑.๓ การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน เป็นการติดต่อสื่อสารในระดับเดียวกันเพื่อการประสานงาน

๑.๔ การติดต่อสื่อสารแบบทแยง เป็นการติดต่อสื่อสารลักษณะทแยงระหว่างพนักงานที่ไม่ได้อยู่ในระดับเดียวกัน เพื่อการประสานงาน

๒. รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ กล่าวไว้ว่า รูปแบบการสื่อสารสามารถจำแนกตามลักษณะทิศทางเดินของข่าวสาร ดังนี้^{๕๗}

๒.๑ การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งหรือระดับบริหารสูงกว่าไปยังบุคคลที่มีตำแหน่งต่ำกว่าหรือการสื่อสารจากผู้ปฏิบัติ การสื่อสารแบบนี้เป็นผู้บริหารผู้บังคับบัญชาเช่นระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง

^{๕๖} นิรมล กิตติกุล, องค์การและการจัดการ, พิมพ์ครั้งที่ ๑๑, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สนุกอ่าน, ๒๕๔๙), หน้า ๑๖๓.

^{๕๗} รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ, องค์การและการจัดการ, (กรุงเทพมหานคร : วี.เจ. พรินติ้ง, ๒๕๔๗), หน้า ๑๔๗-๑๔๘.

นโยบาย คู่มือ เป็นต้น ซึ่งผู้บริหารควรระบุรายละเอียดของข่าวสารให้ชัดเจนและใช้สื่อหลายอย่างจากากับกันการติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้มีผลกระทบกันได้ไม่สมบูรณ์เนื่องจากบางครั้งการส่งข้อมูลไปยังผู้บังคับบัญชาในระดับต่างๆมากเกินไปทำให้ผู้บังคับบัญชาเบื่อหน่ายและให้ความสำคัญน้อย

๒.๒ การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไปยังบุคคลที่ตำแหน่งสูงกว่าหรือการส่งข้อมูลจากผู้ปฏิบัติไปยังผู้บริหารการติดต่อสื่อสารแบบนี้มีประโยชน์เนื่องจากเป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทางเพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือในการปฏิบัติงาน เช่น การรายงานความก้าวหน้าของผลงาน การเสนอความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น การตรวจเยี่ยม และพบปะผู้ปฏิบัติงานที่อยู่ไกลออกไปหรือการประชุมกลุ่ม

๒.๓ การติดต่อสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในระดับหรือตำแหน่งเดียวกันที่จะต้องมีการประสานงานหรือทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มในระดับเดียวกันภายในองค์กรการติดต่อสื่อสารประเภทนี้ไม่มีกลไกที่แน่นอนขึ้นอยู่กับบุคคลแต่ละคนส่วนใหญ่กระทำในรูปของการประชุม ปัญหาที่พบจากการสื่อสารแบบนี้คือการแข่งขันการทำงานซึ่งเป็นผลเสียต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือบางครั้งการไม่ได้รายงานให้ผู้บังคับบัญชาทราบเพื่อความรวดเร็วในการทำงานทำให้เกิดการขาดความต่อเนื่องในการสื่อสาร

๒.๔ การติดต่อสื่อสารในแนวไขว้ (Cross-Channel Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลที่อยู่คนละหน่วยงานกันหรือระหว่างหน่วยงานเป็นการข้ามสายการบังคับบัญชาโดยจะเป็นบุคคลที่มีตำแหน่งเดียวกันหรือต่างระดับของตำแหน่งก็ได้ หลักการสำคัญคือควรได้รับอนุมัติโดยตรงก่อนการข้ามสายการบังคับบัญชา รวมทั้งควรรายงานผลการปฏิบัติงานโดยตรงให้ผู้บังคับบัญชาทราบโดยตรงทุกครั้ง ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคความสำเร็จในการสื่อสารให้ผู้บังคับบัญชาทราบซึ่งจะทำให้อีกฝ่ายหนึ่งมีความรู้สึกว่ามีส่วนร่วมของอีกฝ่ายหนึ่ง อย่างไรก็ตามปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารประเภทนี้คือการไม่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่ไปติดต่อด้วย ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลในหน่วยงานมักเกิดความเข้าใจผิดคิดว่าผู้มาติดต่อนั้นมาสั่งการจึงไม่ยอมทำตามเพราะคิดว่าหัวหน้าของตนเองเท่านั้นที่จะสั่งการได้จึงทำให้เกิดความล่าช้ามากยิ่งขึ้น

๓. วิเชียร วิทย์อุดม กล่าวไว้ว่า รูปแบบการติดต่อสื่อสารสามารถแบ่งออกเป็น ๓ ทิศทางดังนี้^{๕๘}

๓.๑ การสื่อสารจากบนลงมาล่าง (Downward Communication) หมายถึงการส่งข่าวสารจากตำแหน่งที่สูงกว่ามายังตำแหน่งที่ต่ำกว่าการสื่อสารที่ในลักษณะเพื่อนที่ตามสายการบังคับ

^{๕๘} วิเชียร วิทย์อุดม, องค์การและการจัดการ, (กรุงเทพมหานคร : ธนัชากรพิมพ์, ๒๕๕๐), หน้า ๒๓๑.

บัญชาจากผู้บังคับบัญชา การสื่อสารแบบนี้มักจะเป็นไปในรูปการแจ้งนโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับ คำเตือน การชักชวนความเข้าใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้แนวทางปฏิบัติงานที่จำเพาะเจาะจงในการสั่งงานเพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับหลักการปฏิบัติและขั้นตอนการดำเนินงานขององค์กร ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลที่สำคัญเพื่อบอกให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทราบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของเขา และเพื่อให้ข่าวสารแบบอุดมการณ์ที่จะช่วยให้เกิดความซาบซึ้งในเป้าหมายขององค์กร

๓.๒ การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) หมายถึงการสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาในระดับล่างขึ้นสู่บังคับบัญชาในระดับบนหรือการสื่อสารเริ่มต้นจากผู้สื่อสารซึ่งเป็นฝ่ายปฏิบัติการสื่อสารไปยังผู้รับข่าวแบบนี้อุปสรรคในการปฏิบัติงานและการร้องทุกข์ซึ่งการสื่อสารประเภทนี้จะมีส่วนในการสร้างขวัญกำลังใจและทัศนคติของบุคลากรโดยมีความสำคัญต่อการบริหารแบบมีส่วนร่วม

๓.๓ การสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่ดำรงตำแหน่งในระดับเดียวกันขององค์กรหรือเป็นการแลกเปลี่ยนบุคลากรที่อยู่หน่วยงานเดียวกันหรือตามสายงานมีผู้บังคับบัญชาเดียวกันและมีหน้าที่การทำงานเดียวกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นการสื่อสารเพื่อขอคำแนะนำและข้อมูลเป็นการประสานงานอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการติดต่อที่ไม่อยู่กับสายการบังคับบัญชา เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารความคิดเห็นกันเพื่อแก้ปัญหาเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันเมื่อมีการเปลี่ยนแผนงานเพื่อลดความขัดแย้งจากความคิดเห็นที่แตกต่างกันและเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

๔. สามารถ คำหอม กล่าวว่า การสื่อสารสามารถจำแนกตามทิศทางการสื่อสารออกเป็น ๒ แบบคือ^{๕๙}

๔.๑ การสื่อสารแบบทางเดียว (One-Way Communication) คือ การสื่อสารที่ผู้สื่อสารหรือผู้บังคับบัญชา ถ่ายทอดข่าวสารหรือคำสั่งซึ่งผู้รับสารหรือผู้ใต้บังคับบัญชามีลักษณะเป็นเส้นตรง ไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับการสื่อสารได้เป็นฝ่ายให้การสื่อสารแลกเปลี่ยนกัน ไม่มีการย้อนกลับหรือดูปฏิกิริยาของผู้รับสารทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับที่จะมีไปถึงบุคคลผู้เริ่มการสื่อสารมีน้อยหรือไม่มีเลย หรือมีฉะนั้นผู้ให้การสื่อสารก็ไม่ได้ใส่ใจกับปฏิกิริยาสะท้อนกลับนั้นซึ่งการสื่อสารแบบนี้จะมีลักษณะเป็นไปในรูปของนโยบาย คำสั่งผู้บริหารระดับสูงสู่ผู้ใต้บังคับบัญชาที่อาจจะผ่านสื่อในประกาศต่างๆหรือสื่อมวลชนเสนอข่าวสารสู่ประชาชนหรือรายงานข่าวสารขององค์กรต่างๆ เป็นต้น

๔.๒ การสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) คือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารหรือผู้รับสารสามารถส่งข่าวสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและกัน การสื่อสารสอง

^{๕๙} สามารถ คำหอม, **หลักการปกครองของหัวหน้างาน**, (กรุงเทพมหานคร : มิตรเจริญการพิมพ์, ๒๕๑๘), หน้า ๑๖๓.

ทางผู้ส่งสารจะให้ความสนใจกับปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสารซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับการบริหาร เปรียบเสมือนหัวหน้าที่ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจากลูกน้อง ในขณะเดียวกันนั้นเองการเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้แสดงความคิดเห็นและความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ นับเป็นการลดช่องว่างของการสื่อสาร และป้องกันการตีความหมายไปคนละทิศและประการสำคัญการสื่อสารสองทางสามารถสร้างขวัญและการมีส่วนร่วมในงาน ความรู้สึกเป็นเจ้าของงานของผู้ใต้บังคับบัญชาซึ่งรูปแบบของการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานจะออกมาในลักษณะของการประชุมหรือปรึกษาหารือ

๕. สมยศ นาวิการ ได้จำแนกการสื่อสารตามช่องทางออกเป็น ๓ ทิศทางคือ^{๖๐}

๕.๑ การสื่อสารจากบนลงมาล่าง หมายถึง การส่งข่าวสารจากตำแหน่งที่สูงกว่ามายังตำแหน่งที่ต่ำกว่าเป็นลักษณะของการเคลื่อนที่ของข่าวสารไปตามสายการบังคับบัญชาจากผู้บังคับบัญชาลงไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารแบบนี้มักจะเป็นไปในรูปการแจ้งนโยบาย ระเบียบข้อบังคับ คำเตือน คำสั่ง คำยืนยัน การชักจูง ความเข้าใจในการให้ข่าวสารเพื่อการปฏิบัติงาน

๕.๒ การสื่อสารจากล่างขึ้นบน หมายถึง การส่งข่าวสารจากระดับต่ำกว่าหรือผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังระดับสูงกว่าหรือผู้บังคับบัญชาเป็นลักษณะกลับกันกับแบบแรกคือผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นผู้ส่งข่าวย้อนกลับไปหาผู้บังคับบัญชาซึ่งเป็นผู้รับการสื่อสาร แบบนี้ข่าวสารมักเป็นไปในรูปของการรายงานผลการปฏิบัติงาน อุปสรรคข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน ข้อเสนอแนะ การปรึกษาหารือและการร้องทุกข์ เป็นต้น

๕.๓ การสื่อสารในแนวนอนหรือแนวทแยง หมายถึง ลักษณะการเดินทางของข่าวสารระหว่างผู้มีตำแหน่งเดียวกันหรือใกล้เคียงกันทั้งในสายงานเดียวกันและข้ามสายงานโดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวมักจะเป็นการขอคำแนะนำและข้อมูล เป็นการประสานงานอย่างไม่เป็นทางการเป็นการติดต่อสื่อสารที่ไม่ขึ้นอยู่กัยสายการบังคับบัญชา เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็นกันระหว่างผู้ร่วมงานหรือระหว่างหน่วยงานที่อยู่องค์การเดียวกัน

๖. พะยอม วงศ์สารศรี กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารสามารถจำแนกตามทิศทางการสื่อสารได้เป็น ๔ แบบ^{๖๑} คือ

๖.๑ การสื่อสารจากบนลงมาล่าง (Downward Communication) เป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารที่เป็นไปตามสายการบังคับบัญชาจากบนลงล่าง เช่น นโยบาย คำสั่ง คำเตือน เป็นต้น

^{๖๐} สมยศ นาวิการ, การติดต่อสื่อสารขององค์การ, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บรรณกิจ, ๒๕๒๗), หน้า ๒๑.

^{๖๑} พะยอม วงศ์สารศรี, องค์การและการจัดการ, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สุภา, ๒๕๓๘), หน้า ๒๒๓-๒๒๔.

๖.๒ การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาขึ้นไปยังผู้บังคับบัญชาในระดับสูง เช่น การรายงานผลการปฏิบัติงาน คำขออนุมัติ คำร้องทุกข์ เป็นต้น

๖.๓ การสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารในระดับเดียวกันในองค์กร

๖.๔ การติดต่อสื่อสารแบบทแยงมุม (Oblique Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารข้ามแผนก

๗. สิริวรรณ นันทจันทูล จำแนกทิศทางการสื่อสารตามลักษณะการโต้ตอบกัน ดังนี้^{๖๒}

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

๗.๒ การสื่อสารสองทาง (Two Way Communication) เป็นลักษณะการส่งสารที่ผู้ส่งสารกับผู้รับสามารถโต้ตอบกันได้ทันทีตามต้องการในขณะที่กำลังสื่อสารร่วมกัน เช่น การพูดคุยกันทางโทรศัพท์ การโต้ตอบกันทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ICQ เป็นต้น

จากการศึกษาทิศทางของการสื่อสาร จากนักวิชาการดังต่อไปนี้ นิรมล กิตติกุล ๒๕๔๙, รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ ๒๕๔๗, วิเชียร วิทย์อุดม ๒๕๕๐, สามารถ คำหอม ๒๕๑๘, สมยศ นาวิการ ๒๕๒๗, พะยอม วงศ์สารศรี ๒๕๓๘ และสิริวรรณ นันทจันทูล ๒๕๔๓ สามารถนำมาวิเคราะห์ประเภทของการสื่อสารได้ดังตารางที่ ๒.๑๗ ต่อไปนี้

ตารางที่ ๒.๕ แสดงการวิเคราะห์ทิศทางของการสื่อสาร

ทิศทาง	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	ผู้วิจัย
๑. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง	✓	✓	✓		✓	✓		✓
๒. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน	✓	✓	✓		✓	✓		✓
๓. การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน	✓	✓	✓		✓	✓		✓
๔. การติดต่อสื่อสารแบบทแยง	✓	✓			✓	✓		✓
๕. การสื่อสารทางเดียว				✓			✓	✓
๖. การสื่อสารสองทาง				✓			✓	✓

^{๖๒} สิริวรรณ นันทจันทูล, การเขียนเพื่อการสื่อสาร, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , ๒๕๔๓), หน้า ๗.

จากตาราง ผู้วิจัยสามารถสรุปทิศทางของการสื่อสารได้ ๖ ทิศทาง ได้แก่ การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน การติดต่อสื่อสารแบบทแยง 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 หรือสามารถโต้ตอบกันได้ทันทีตามต้องการในขณะกำลังสื่อสารร่วมกัน

๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ

เนื่องจาก คำว่า "การสื่อสาร" ในภาษาบาลี ที่เป็นศัพท์บัญญัติเฉพาะในพระไตรปิฎกมิได้ถูกบัญญัติขึ้นโดยตรง อย่างไรก็ตาม คำในภาษาบาลีที่หมายถึง "การสื่อสาร" คือ "นิเวทอณฺณมณฺญสมฺพนฺธ"^{๖๓} ที่แปลว่า การบอกกล่าว การสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน นั้น เป็นศัพท์ที่ เอ.

^{๖๓} A.P. Buddhaddatta Mahathera, *English-Pali Dictionary*, (Wiltshire: Antony Rowe, 1992).

พี.พุทธัตตะมหาเถระ (A.P. Buddhaddatta Mahathera) ได้ผูกศัพท์ขึ้นใหม่ในสมัยปัจจุบันจากคำว่า "Communication" ในภาษาอังกฤษ ดังนั้น จึงไม่ปรากฏคำว่า "การสื่อสาร" อยู่ในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนาในลักษณะที่เป็นเรื่องราวหรือเป็นหมวดหมู่ที่เกี่ยวกับการสื่อสารตามคำอธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารอย่างในปัจจุบัน แต่กระนั้น พฤติกรรมการสื่อสารก็มีอยู่ เนื่องจากการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นปกติในชีวิตประจำวันของทุกคน ไม่เว้นแม้บรรพชิต หรือคฤหัสถ์ อีกทั้งแต่ละบุคคลก็ทำการสื่อสารอยู่แทบตลอดเวลา โดยปรากฏในรูปของหลักธรรมและเนื้อหาเรื่องราวที่หลากหลาย การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารจากมุมมองทางพระพุทธศาสนา จึงเป็นการศึกษาโดยรวม จัดกลุ่มจากหลักธรรมคำสอนทั้งหลายในพระพุทธศาสนาที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เพื่อให้เห็นแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

ในเบื้องต้น เป็นการศึกษาว่าหลักธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนาที่เกี่ยวกับการสื่อสารนั้น อยู่ในกลุ่มประเภทใดของหลักคำสอนในทางพระพุทธศาสนา 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^{๖๔}

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

นอกจากนี้ ตามแนวคิดในพระพุทธศาสนาได้แบ่งกิจกรรม หรือกรรมที่บุคคลกระทำได้เป็น ๓ ทาง คือ ทางกาย ทางวาจา และทางใจ ที่เรียกว่า กายกรรม วจีกรรม และมโนกรรม

^{๖๔} ดูรายละเอียดใน พระมหาณอม อานนโท (จิตรัมย์), “การศึกษาเปรียบเทียบเรื่องพลวัตทางสังคมในทัศนะของพุทธ”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (ปรัชญา), (พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖).

การศึกษาที่เกี่ยวกับการสื่อสารส่วนใหญ่จึงอยู่ในส่วนที่เป็นการกระทำทางวาจา หรือวจีกรรม ได้แก่ คำพูดหรือการพูดต่าง ๆ เป็นหลัก จากการศึกษาเชิงสำรวจ กิจกรรมที่จัดเป็นการสื่อสารหรือที่เกี่ยวกับวจีกรรมที่ปรากฏในพระไตรปิฎก จึงได้แก่ หลักปฏิบัติ หรือหลักธรรมเกี่ยวกับคำพูดหรือการพูดเป็นสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปรวมลงเป็นหลักการได้ ๒ แนวทาง คือ (๑) แนวทางเกี่ยวกับคำพูดหรือการพูดที่ให้ปฏิบัติ (๒) แนวทางเกี่ยวกับคำพูดหรือการพูดที่ให้ปฏิบัติด้วยการละเวณดังพุทธดำรัสที่ว่า “เรากล่าววจีสมาจาร (ความประพฤติทางวาจา) ไว้ ๒ อย่าง คือ วจีสมาจารที่ควรเสพ^{๖๕} และวจีสมาจารที่ไม่ควรเสพ^{๖๖} แนวทางเกี่ยวกับคำพูดหรือการพูดที่ให้ปฏิบัติ เช่น วจีสุจจริต ๔^{๖๗} วาจาสุภาสิต^{๖๘} สัรมมวาจา^{๖๙} สัมมวาจา^{๗๐} เป็นต้น ส่วนแนวทางเกี่ยวกับคำพูดหรือการพูดที่ให้ปฏิบัติด้วยการละเวณ เป็นต้นว่า ศีลข้อ ๔ ในศีล ๕^{๗๑} และศีล ๘ วจีกรรม ๔ ในกุศลกรรมบถ ๑๐^{๗๒} รวมทั้ง วจีหุจจริต ๔^{๗๓}

^{๖๕} เสพ ในที่นี้หมายถึง การประพฤติ การเจริญให้เกิดขึ้น ดูเชิงอรรถ ม.ม. (ไทย) ๑๒/๔๗๔/๕๑๕.

^{๖๖} ที.ม. (ไทย) ๑๐/๓๖๔/๒๙๐.

^{๖๗} วจีสุจจริต ๔ ได้แก่ (๑) สัจจวาจา (พูดจริง) (๒) อปิสุนาวาจา (พูดไม่ส่อเสียด) (๓) สันทวาจา (พูดอ่อนหวาน) (๔) มันทภาสา (พูดด้วยปัญญา) ปรากฏในสุจจริตสูตร อง.จตุกก. (ไทย) ๒๑/๑๔๙/๒๑๒.

^{๖๘} ดุรายละเอียดยใน สุภาสิตสูตร ส.ส. (ไทย) ๑๕/๒๑๓/๓๐๔-๓๑๐, และวาจาสูตร อง.ปญจก. (ไทย) ๒๒/๑๔๘/๓๓๘.

^{๖๙} ดุรายละเอียดยใน ขุ.ม. (ไทย) ๒๙/๘๕/๒๕๗-๒๕๘.

^{๗๐} ที.ม. (ไทย) ๑๐/๔๐๒/๓๗๒.

^{๗๑} ส.ส.ฟา. (ไทย) ๑๘/๓๐๓/๓๒๕.

^{๗๒} ดุรายละเอียดยในเชิงอรรถ ขุ.ชา.สุมฺม. (ไทย) ๒๘/๘๑/๔๖.

^{๗๓} วจีหุจจริต ๔ ได้แก่ (๑) มุสาวาท (พูดเท็จ) (๒) ปิสุณาวาจา (พูดส่อเสียด) (๓) ผรุสวาจา (พูดคำหยาบ) (๔) สัมผัปปลาปะ (พูดเพ้อเจ้อ) ปรากฏในหุจจริตสูตร องจตุกก. (ไทย) ๒๑/๑๔๘/๒๑๒.

นอกจากนี้ ยังปรากฏอยู่ในพระสูตรอื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมาก เช่น มุสาวาทิ-อมุสาวาทิสูตร^{๗๔} ปณ-อปิสุณาสูตร^{๗๕} ผรุส-อผรุสสูตร^{๗๖} สัมผัสปปลาป-อสัมผัสปปลาปสูตร^{๗๗} อัฏฐันตปสูตร^{๗๘} สาเลยยกสูตร^{๗๙} พหุภาณิสูตร^{๘๐} อรณวิภังคสูตร^{๘๑} กถาวัตถุสูตร^{๘๒} เป็นต้น รวมทั้งที่ปรากฏ

ในธรรมบท เถรคาถา อปทาน และชาดก อีกจำนวนมาก

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

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 โดยเฉพาะ

^{๗๔} ติรยลละเอียดใน อง.ทก. (ไทย) ๒๐/๑๖๔-๑๘๓/๔๐๖.

^{๗๕} ติรยลละเอียดใน อง.ทก. (ไทย) ๒๐/๑๖๔-๑๘๓/๔๐๗.

^{๗๖} ติรยลละเอียดใน อง.ทก. (ไทย) ๒๐/๑๖๔-๑๘๓/๔๐๗.

^{๗๗} ติรยลละเอียดใน อง.ทก. (ไทย) ๒๐/๑๖๔-๑๘๓/๔๐๗.

^{๗๘} ติรยลละเอียดใน อง.จตุกก (ไทย) ๒๑/๑๙๘/๓๐๖-๓๐๘.

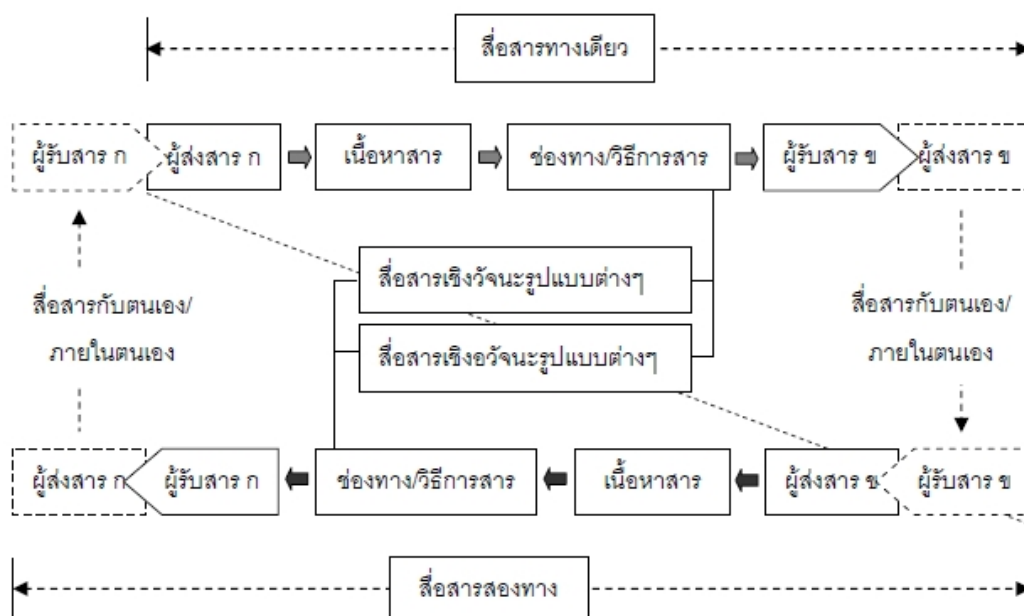
^{๗๙} ติรยลละเอียดใน ม.ม. (ไทย) ๑๒/๔๔๐/๔๗๔-๔๗๗.

^{๘๐} ติรยลละเอียดใน อง.ปญจก. (ไทย) ๒๒/๒๑๔/๓๕๗.

^{๘๑} ติรยลละเอียดใน ม.อ. (ไทย) ๑๔/๓๒๓-๓๔๑/๓๙๐-๔๐๑.

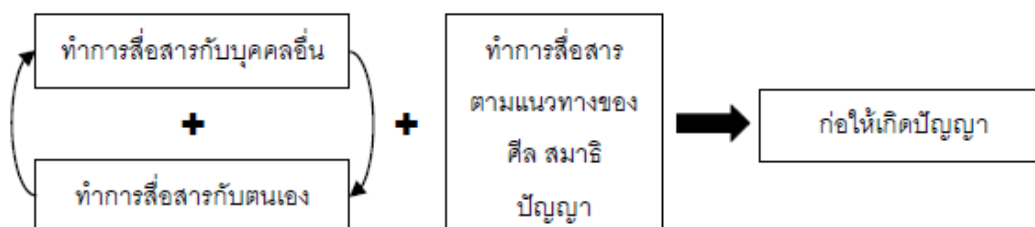
^{๘๒} ติรยลละเอียดใน อง.ทก. (ไทย) ๒๐/๖๘/๒๗๐-๒๗๒.

อย่างยิ่งการมนสิการ หรือเมื่อบุคคลทำการสื่อสารกับตนเอง ก็จำเป็นที่ต้องทำการสื่อสารกับบุคคลอื่นด้วย



แผนภาพที่ ๒.๖ แสดงกระบวนการสื่อสารกับบุคคลอื่น

นอกจากนี้ บุคคลยังต้องทำการสื่อสารตามแนวทางประพตปฏิบัติในระดับศีล สมาธิ ปัญญาด้วย ซึ่งเมื่อพิจารณาในแง่ของการสื่อสาร การประพตปฏิบัติในระดับศีล สมาธิ ปัญญานั้น มีทั้งการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่น กล่าวคือ การสื่อสารในระดับศีล เป็นแนวทางปฏิบัติในการสื่อสารกับบุคคลอื่น ส่วนการสื่อสารในระดับสมาธิและปัญญา เป็นแนวทางปฏิบัติในการสื่อสารกับตนเอง ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้มุ่งให้เกิดปัญญา ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคม กระบวนการดังกล่าว เขียนเป็นแผนภาพอย่างง่ายได้คือ



แผนภาพที่ ๒.๗ แสดงกระบวนการสื่อสารที่ก่อให้เกิดปัญญา

วิธีการสื่อสารเชิงพุทธ

สามารถพิจารณาได้ทั้งในการสื่อสารกับตนเอง และการสื่อสารกับบุคคลอื่น ดังนี้

ก. วิธีการสื่อสารกับตนเองที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธ

วิธีการสื่อสารกับตนเอง หรือการสื่อสารภายในตนเองที่ปรากฏในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนามีหลายลักษณะ ได้แก่ การคิดในรูปแบบต่าง ๆ การนึก การระลึกได้ การรู้สึก การมีสติ การรู้อยู่ พิจารณาเห็น การระลึกถึงหรือระลึกได้ การเจริญสติ การกำหนดสติ การเข้าใจตนเอง การรู้จักตนเอง และการตระหนักรู้

วิธีการสื่อสารกับตนเองที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธ ที่มีลักษณะเป็นการใช้ความคิดนั้น จะไม่เป็นการคิดในลักษณะของการปรุงแต่งไปเรื่อย ๆ หรือการฝันกลางวัน แต่เป็นการคิดในลักษณะต่างๆ ได้แก่ การคิดแบบอุปมาเปรียบเทียบ การตั้งคำถามกับตนเอง การหาหรือหรือปรึกษากับตนเอง การสอน ภาวนาหรือเตือนตนเอง การมนสิการ การพิจารณา การใคร่ครวญ เป็นต้น การที่บุคคลจะไม่ทำการสื่อสารกับตนเองด้วยการคิดในลักษณะของการปรุงแต่งไปเรื่อย ๆ นั้นต้องมีสติกับกายอยู่เสมอ

ส่วนที่มีลักษณะเป็นการนึก การระลึกได้ จะเป็นการนึก หรือระลึกถึงแต่สิ่งหรือเรื่องราวที่ติดใจ ที่เป็นบุญ กุศล ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ติดใจ เป็นสุข หรือเป็นมูลเหตุให้กระทำสิ่งที่ติดใจ สำหรับการสื่อสารกับตนเองในลักษณะของความรู้สึกต่างๆ ก็เช่นกันที่จะไม่เป็นความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ไม่ดี เช่น รู้สึกน้อยเนื้อต่ำใจ อิจฉาริษยา เกรี้ยวโศกเสียใจ เป็นต้น แต่เป็นความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดี เช่น รู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง เข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้อื่น สงบ ปลอดภัยเบิกบาน แจ่มใส กระตือรือร้น เป็นต้น และสื่อสารกับตนเองอย่างมีสติอยู่เสมอ

ข. วิธีการสื่อสารกับบุคคลอื่นที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธ

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

ทั้งวิธีการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่นที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธ มีวิธีการที่สำคัญ คือ สื่อสารด้วยสติ โดยอาศัยการสำรวมเป็นเครื่องมือ เมื่อเป็นผู้ส่งสารต้องสำรวมและมีสติระลึกไว้ว่า จะสื่อสารสารใดออกไป เพื่อประโยชน์อะไร ในเวลาหรือสถานการณ์ใดที่เหมาะสม กล่าวคือ ในการสื่อสารกับบุคคลอื่นก็ย่อมต้องมีการสื่อสารกับตนเองเกิดขึ้นด้วย โดยเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นก่อนการสื่อสารกับบุคคลอื่น เช่น ก่อนที่บุคคลจะพูดย่อมมีการคิดเกี่ยวกับสิ่งที่จะพูดมาก่อน การสื่อสารเชิงพุทธ คือ ให้คิดในทางที่ดีหรือพิจารณาไตร่ตรองให้ดีก่อนที่จะพูดเกี่ยวกับเรื่องนั้น หรือตั้งสติให้ดีก่อนที่จะพูดอะไรออกไป เมื่อเป็นผู้รับสารต้องสำรวมและมีสติระลึกไว้ ในการรับสารหรือสิ่งที่เข้ามากระทบ กล่าวคือ ใส่ใจในการรับรู้ เช่น ตั้งใจฟัง เมื่อได้ยิน หรือรับรู้สารใด ให้รับรู้อย่างมีสติ คิด พิจารณา ไตร่ตรองให้ดีก่อน โดยอย่าเพิ่งด่วนสรุป หรือปลงใจเชื่อในสิ่งที่ได้รับรู้สารนั้น ๆ^{๘๓}

ทิศทางและเป้าหมายการสื่อสารเชิงพุทธ

ทิศทางการสื่อสารเชิงพุทธไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกับตนเองหรือการสื่อสารกับบุคคลอื่น การสื่อสารเชิงวัจนะหรือเชิงอวัจนะ ที่เป็นการสื่อสารทางเดียวหรือการสื่อสารสองทาง ก็ตามเมื่อพิจารณาในประเด็นทิศทางการสื่อสาร เป็นการพิจารณาทิศทางในเชิงคุณค่าของการกระทำที่ว่า เป็นไปในทิศทางที่ดี เป็นกุศล หรือทิศทางที่ไม่ดี เป็นอกุศล สำหรับทิศทางการสื่อสารเชิงพุทธเป็นไปในทิศทางที่ดี เป็นกุศล เท่านั้น เป็นทิศทางการสื่อสารที่ก่อให้เกิดปัญญา เมื่อสื่อสารกับตนเอง เช่น มนสิการ ก็เป็นแต่โยนิโสมนสิการเท่านั้น ไม่เป็นอโยนิโสมนสิการ เมื่อสื่อสารกับบุคคลอื่น เช่น สนทนา ก็สนทนาแต่เนื้อหาที่ก่อประโยชน์ที่ดี ดังพุทธดำรัสในกามสูตร (สูตรที่ ๘) ว่าด้วยผู้ต้องการประโยชน์ว่า “วาจาที่ดีควรปล่อย แต่วาจาที่ไม่ดีไม่ควรปล่อย”^{๘๔}

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

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ

จากความหมายและคุณลักษณะต่าง ๆ ของการสื่อสารเชิงพุทธ บ่งบอกถึงปัจจัยที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีทั้งปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน ดังนี้

^{๘๓} ทศนีย์ เจนวนิธิสุข, “การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย : บัณฑิตวิทยาลัย, ๒๕๕๕), หน้า ๒๔๗-๒๔๙.

^{๘๔} ส.ส. (ไทย) ๑๕/๗๘/๘๔.

ก. ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ ได้แก่ आयตนะภายนอกที่เข้ามกระทบ
ปรโตโฆสะและกัลยาณมิตร

๑. आयตนะภายนอก

ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ได้แก่ สิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นภายนอกที่เกี่ยวข้อง
การเห็น การได้ยินได้ฟัง การได้กลิ่น การรู้รส การสัมผัสทางกาย การสัมผัสหรือรับรู้ทางใจ ที่ในทาง
พระพุทธศาสนาเรียกว่า आयตนะภายนอก ได้แก่ รูป เสียง กลิ่น รส โผฏฐัพพะ และธรรมารมณ์^{๘๕}
(หรือ รูป เสียง กลิ่น รส สัมผัส และสิ่งหรือเรื่องราวที่กระทบหรือสัมผัสทางใจ) आयตนะภายนอก
เหล่านี้มีมากมายที่เข้ามกระทบบุคคลหรือผู้รับสารตลอดเวลา ดังเช่น ในวันหนึ่ง ๆ บุคคลย่อมได้เห็น
สิ่งต่างๆ ได้ยินเสียง ลิ้มรสในขณะกินหรือดื่ม สัมผัสกับสิ่งที่มาก กระทบทางกายไม่ว่าจะเป็นสัมผัส
จากบุคคล วัตถุสิ่งของตลอดจน อุณหภูมิ หรือแม้แต่สายลมที่มากกระทบรวมทั้งสิ่งหรือเรื่องราวที่มา
กระทบหรือสัมผัสทางใจ เช่น เรื่องราวของบุคคล เรื่องเกี่ยวกับกิจการงาน ความรู้สึกสุข ทุกข์
ทางใจ ทั้งที่เคยเกิดขึ้นแล้ว เป็นอดีต หรือที่ยังไม่เกิดขึ้น เป็นอนาคต เป็นต้น

๒. ปรโตโฆสะ

ปรโตโฆสะ หรือเสียงจากผู้อื่น^{๘๖} หรือการได้สดับจากบุคคลอื่น^{๘๗} หมายถึง การได้รับ
เนื้อหาสารจากแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร ปรโตโฆสะอาจเป็นไปในทางที่ดี ก่อให้เกิดประโยชน์ หรือหรือ
เป็นไปในทางที่ไม่ดี ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หรือก่อให้เกิดโทษก็ได้ แต่ในทางพระพุทธศาสนามุ่งถึงปร
โตโฆสะ ที่หมายถึง การงธรรมที่เป็นสปียาเยหรือเป็นที่สบายเหมาะแก่ตนเท่านั้น มิได้หมายถึงการ
ฟังอัสธรรมจากผู้อื่น ทั้งนี้เพราะปรโตโฆสะในความหมายดังกล่าวเป็นหนึ่งในปัจจัยให้เกิด
สัมมาทิฐิ^{๘๘} ดังนั้น ในการสื่อสารเชิงพุทธ จึงมุ่งหมายแต่เฉพาะที่เป็นปรโตโฆสะหรือการได้รับเนื้อหา
สารที่ดี ก่อให้เกิดประโยชน์จากแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร

ปรโตโฆสะ เป็นปัจจัยฝ่ายภายนอก ที่ครอบคลุมถึง การสั่งสอน แนะนำ การถ่ายทอด
การโฆษณา คำบอกเล่า ข่าวสาร ข้อเขียน คำชี้แจง คำอธิบาย การเรียนรู้จากผู้อื่น ซึ่งกล่าวได้ว่า เป็น
ปัจจัยทางสังคม ในที่นี้หมายถึงเฉพาะส่วนที่ติงามถูกต้อง^{๘๙}

^{๘๕} ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๑๔๖/๑๐๖, ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๒๓/๓๑๖.

^{๘๖} อง.ทุก. (ไทย) ๒๐/๑๒๖/๑๑๕.

^{๘๗} ม.ม. (ไทย) ๑๒/๔๕๒/๔๙๑.

^{๘๘} ดุรายละเอียดใน ม.ม. (ไทย) ๑๒/๔๕๒/๔๙๑, อง.ทุก. (ไทย) ๒๐/๑๒๗/๑๑๕..

^{๘๙} ดุรายละเอียดใน พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต), **พุทธธรรม ฉบับขยายความ**, พิมพ์ครั้งที่ ๙,
(กรุงเทพมหานคร : มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๓), หน้า ๖๒๔.

ปัจจัยภายนอก คือ พรโตโฆสะนี้ กล่าวได้ว่าเป็น การได้รับเนื้อหาสาระที่ดีก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนจากแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร

๓. กัลยาณมิตร

พระพุทธองค์ได้ตรัสยกย่องความมีกัลยาณมิตร หรือมิตรดี ไว้ในที่หลายแห่งเช่น “เพราะเหตุถึงองค์ประกอบภายนอก เราไม่เห็นองค์ประกอบอื่นแม้อย่างหนึ่งที่เป็นไปเพื่อประโยชน์มาก เหมือนความมีกัลยาณมิตรนี้ ความมีกัลยาณมิตรย่อมเป็นไปเพื่อประโยชน์มาก ฯลฯ ความมีกัลยาณมิตรย่อมเป็นไปเพื่อความดำรงมั่น ไม่เสื่อมสูญ ไม่หายไปแห่งสังขาร”^{๙๐} และ

“เมื่อมีกัลยาณมิตร กุศลธรรมที่ยังไม่เกิดขึ้นก็เกิดขึ้น และอกุศลธรรมที่เกิดขึ้นแล้วก็เสื่อมไป”^{๙๑} พระพุทธองค์ทรงเปรียบกัลยาณมิตรเป็นต้วนำ เป็นบุญนิมิตเพื่อความเกิดขึ้นแห่งอริยมรรคมีองค์ ๘ ดุจดั่งแสงอรุณที่เกิดขึ้นมาก่อนอาทิตย์อุทัย และเมื่อภิกษุเมื่อมีกัลยาณมิตร พึงหวังได้ว่าจะเจริญอริยมรรคมีองค์ ๘ ทำอริยมรรคมีองค์ ๘ ให้มาก^{๙๒}

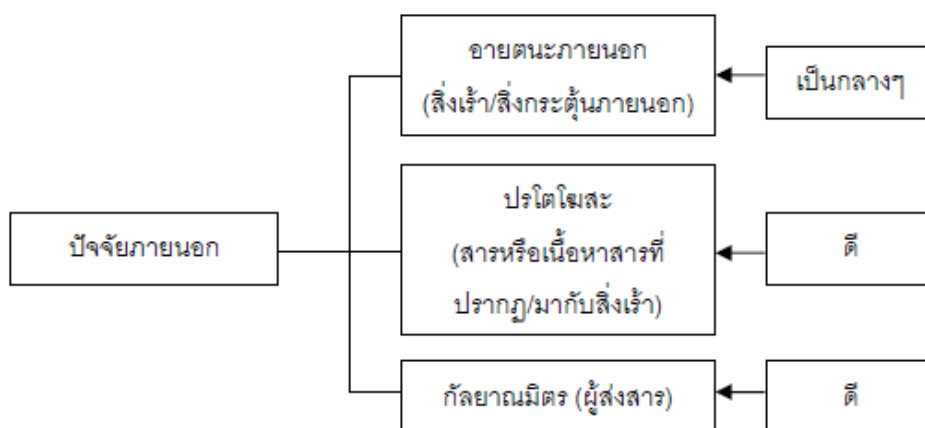
กล่าวได้ว่า แหล่งสารที่ส่งสารไปยังผู้รับสารนั้น ต้องเป็นแหล่งสารหรือเป็นผู้ส่งสารที่ดี เมื่อบุคคลทำการสื่อสารกับแหล่งสารหรือผู้ส่งสารที่ดี ย่อมได้รับสารที่ดี ที่ก่อประโยชน์แก่ตนเอง อีกนัยหนึ่งในกระบวนการสื่อสารกับบุคคลอื่น เมื่อบุคคลเป็นผู้ส่งสารก็ต้องทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารที่ดี เป็นกัลยาณมิตรแก่ผู้รับสารด้วย

กล่าวโดยรวมเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก กล่าวถึงปัจจัย ๓ ประการ ได้แก่ (๑) สิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นทั้งหลาย (๒) สารที่ปรากฏหรือมากับสิ่งเร้านั้น หรือเนื้อหาสาระ (๓) ผู้ส่งสาร ในทัศนะของพระพุทธศาสนาและในการสื่อสารเชิงพุทธ พิจารณาว่า สิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นทั้งหลายเหล่านั้นเป็นของกลาง ๆ ที่มีอยู่เป็นปกติ แต่สารที่ปรากฏหรือมากับสิ่งเร้า หรือเนื้อหาสารนั้น ต้องเป็นสารที่ดี ก่อให้เกิดปัญญาและประโยชน์ โดยถูกส่งหรือถูกสื่อสารออกมาจากผู้ส่งสารที่ดี

^{๙๐} อ.อ.ก. (ไทย) ๒๐/๑๑๑,๑๑๓/๑๗.๑๙.

^{๙๑} อ.อ.ก. (ไทย) ๒๐/๑๑๑,๑๑๓/๑๗.๑๙.

^{๙๒} ส.ม. (ไทย) ๑๙/๕๖/๔๕.



แผนภาพที่ ๒.๘ แสดงปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ

ข. ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ ได้แก่ อายตนะภายใน การทำหน้าที่ของจิต และโยนิโสมนสิการ

๑. อายตนะภายใน

สิ่งที่เป็นช่องทางแห่งการติดต่อให้ถึงกัน หรือการสัมผัสรับรู้กัน หรือเป็นเครื่องมือที่บุคคลใช้เป็นช่องทางติดต่อระหว่างตนเองกับโลกภายนอกหรืออายตนะภายนอกเรียกว่า อายตนะ หรือสื่อ^{๙๓} อายตนะที่ใช้ติดต่อกับอายตนะภายนอก เรียกว่า อายตนะภายใน ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กาย และใจ^{๙๔} (อายตนะภายในเหล่านี้กล่าวในสถานะโดยทั่วไปว่า อยู่ในสภาวะที่ใช้การได้ตามปกติ)

๒. การทำหน้าที่ของจิต

การทำหน้าที่ของจิตในการรับรู้ที่เกิดขึ้นจากการสัมผัสกันระหว่างอายตนะภายนอก หรืออารมณ์ กับอายตนะภายใน หรือทวาร เนื่องจากจิตเป็นธรรมชาติที่รู้หรือทำหน้าที่เห็น ได้ยิน รู้กลิ่น รู้รส รู้สีกต่อการสัมผัสถูกต้องทางกาย และรู้สึกนึกคิดทางใจ การเกิดขึ้นของวิญญาน หรือจิต คือการรับรู้ที่นั้นเกิดขึ้นเมื่ออารมณ์มากระทบหรือเรียกว่าผัสสะกับทวาร ซึ่งหลังจากทำหน้าที่ในการรับรู้แล้ว จิตยังทำหน้าที่ต่อไปในการพิจารณาอารมณ์ เสพอารมณ์ และยึดหน่วงอารมณ์ เก็บสะสมวิบากขั้นตอนต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นขั้นตอนในกระบวนการสื่อสารกับตนเอง การสื่อสารเชิงพุทธ พิจารณาว่า

^{๙๓} ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมไทยอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ รุ่นที่ ๑๐, [ซีดีรอม], กรุงเทพมหานคร, ม.ป.ป., พระมหาบุรณะ ชาตเมโธ (โพธิ์นอก), “การศึกษาอิทธิพลของอายตนะ (สื่อ) ที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๓), หน้า ๒๓.

^{๙๔} ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๑๔๖/๑๐๖, ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๒๓/๓๑๕-๓๑๖.

การสื่อสารกับตนเองที่เกิดขึ้นนั้น ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในลักษณะของการคิด หรือรู้สึก มีสติ นึกได้ เป็นต้นนั้น ต้องดำเนินไปในทิศทางที่ดี ที่ถูกต้อง เป็นกุศล เช่น เมื่อคิด ก็ต้องเป็นการคิดในรูปแบบที่ดี เช่น โยนิโสมนสิการ เป็นต้น

๓. โยนิโสมนสิการ

โยนิโสมนสิการเป็นปัจจัยภายในตัวบุคคล^{๙๕} โดยถือเป็นคุณเครื่องภายในทั้งนี้ เพราะโยนิโสมนสิการ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่เกิดสัมมาทิฐิ^{๙๖} และเนื่องจากโยนิโสมนสิการเป็นธรรม ๑ ใน ๔ ประการ^{๙๗} ที่บุคคลเจริญ ทำให้มากแล้ว ย่อมเป็นไปเพื่อความเจริญแห่งปัญญาได้ปัญญา เป็นผู้ที่มีปัญญามาก มีปัญญากว้างขวาง มีปัญญาลึกซึ้ง มีปัญญาไพศาล มีปัญญาร่าเริง มีปัญญาแล่นไป มีปัญญาเฉียบแหลม และมีปัญญาขำแรกกิเลส^{๙๘} โยนิโสมนสิการจึงเป็นวิธีการแห่งปัญญา พระพุทธองค์ทรงสรรเสริญโยนิโสมนสิการว่า “เราไม่เห็นธรรมอื่นแม้อย่างหนึ่งที่เป็นเหตุให้กุศลธรรมที่ยังไม่เกิดขึ้นก็เกิดขึ้น หรือเป็นเหตุให้กุศลธรรมที่เกิดขึ้นแล้วเสื่อมไปเหมือนโยนิโสมนสิการนี้ เมื่อมนสิการโดยแยบคาย กุศลธรรมที่ยังไม่เกิดขึ้นก็เกิดขึ้น และอกุศลธรรมที่เกิดขึ้นแล้วก็เสื่อมไป^{๙๙}

กล่าวโดยสรุปเกี่ยวกับปัจจัยภายในของการสื่อสารเชิงพุทธได้ว่า กล่าวถึงส่วนของผู้รับสารเป็นสำคัญ โดยมีองค์ประกอบ ๓ ประการ คือ (๑) เครื่องรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (และสิ่งเร้าภายใน ในกรณีที่เป็น การสื่อสารกับตนเอง คือ สิ่งหรือเรื่องราวที่ปรากฏขึ้นทางใจของบุคคล แม้ในยามที่ไม่มีสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นจากภายนอก) (๒) กระบวนการรับรู้สิ่งเร้านั้น (๓) ลักษณะหรือทิศทางในกระบวนการรับรู้สิ่งเข้า ตามแนวคิดในพระพุทธศาสนาและการสื่อสารเชิงพุทธพิจารณาว่า เครื่องรับสิ่งเร้าทั้งหลายนั้นเป็นของกลางๆ สิ่งสำคัญอยู่ที่กระบวนการรับรู้และลักษณะหรือทิศทางในกระบวนการรับรู้สิ่งเร้านั้นว่ามีลักษณะอย่างไร เป็นไปในทิศทางเช่นใด การสื่อสารเชิงพุทธมีหลักการที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการรับรู้อย่างถูกต้องประกอบด้วยสติ เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง ดีงาม ก่อให้เกิดปัญญา

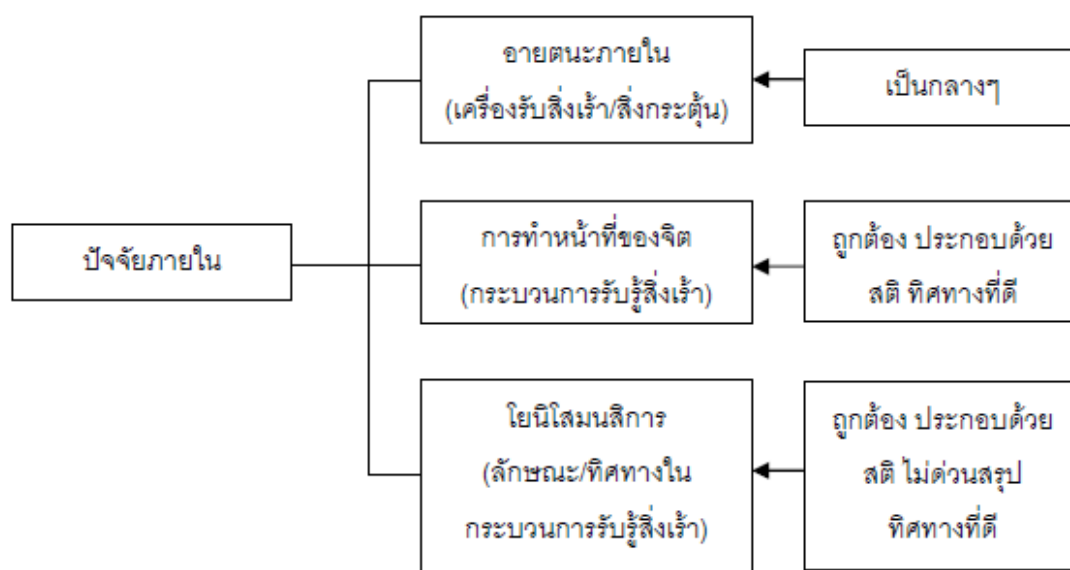
^{๙๕} พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต), **พุทธธรรม ฉบับขยายความ**, หน้า ๖๒๑.

^{๙๖} ม.ม. (ไทย) ๑๒/๔๕๒/๔๙๑, อัง.ทุก. (ไทย) ๒๐/๑๒๗/๑๑๕.

^{๙๗} ธรรม ๔ ประการ คือ (๑) สัมปยุตตสังสวะ (คบสัตบุรุษ) (๒) สัทธัมมัสสวนะ (ฟังพระสัทธรรม) (๓) โยนิโสมนสิการ (การพิจารณาโดยแยบคาย) (๔) อัมมานุสम्मปฏิปัตติ (ปฏิบัติธรรมสมควรแก่ธรรม) ขุ.ป. (ไทย) ๓๑/๓/๕๔๓.

^{๙๘} ดูรายละเอียดใน ขุ.ป. (ไทย) ๓๑/๓/๕๔๔.

^{๙๙} อัง.เอกก. (ไทย) ๒๐/๖๗/๑๒.



แผนภาพที่ ๒.๙ แสดงปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิงพุทธ

องค์ประกอบของการสื่อสารเชิงพุทธ

องค์ประกอบของการสื่อสาร ๔ องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร ช่องทางหรือวิธีการสื่อสาร และผู้รับสาร ในการสื่อสารเชิงพุทธ เป็นดังนี้

ก. ผู้ส่งสาร

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

ข. เนื้อหาสาร

ในการสื่อสารเชิงพุทธ ไม่ว่าเนื้อหาสารจะมีมากมายเพียงใด เนื้อหาสารที่จะถูกสื่อสารออกไปนั้นต้องเป็นเนื้อหาสารที่ดี ที่จริง ก่อให้เกิดปัญญาและประโยชน์แก่ผู้รับสาร หรือเป็นประโยชน์ในทางที่ดีแก่ผู้รับสาร ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการสื่อสารเชิงพุทธ ทิฏฐิหรือแนวคิด ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ ตลอดจนวิถีการมองโลก หรือวิถีการดำเนินชีวิตแบบใดที่ปรากฏไปกับเนื้อหาสารจึงต้องเป็นไปบนพื้นฐานของสัมมาทิฏฐิ หรือทำให้ผู้รับสารเกิดสัมมาทิฏฐิ กล่าวคือ ทำให้

ผู้รับสารมีทิวทัศน์ หรือความคิด ความเห็น ฯลฯ ไปในทางที่ถูกต้องดังความคิดทำสิ่งที่ถูกต้องดังงาม ทำให้ชีวิตดีขึ้น มีความสุข นำไปสู่การแก้ปัญหา เป็นประโยชน์ไม่ก่อให้เกิดโทษ ทุกข์ ภัย หรือการเบียดเบียนทั้งตนเองและผู้อื่น เป็นต้นว่า เนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงสัจธรรมของชีวิตที่เป็นไปตามหลักไตรลักษณ์ และกฎแห่งกรรม เช่นที่แสดงในฐานสูตร ว่าด้วยฐานะที่ควรพิจารณาเนื่องๆ^{๑๐๐} เนื้อหาที่แสดงถึงธรรมที่เป็นไปเพื่อเกื้อกูลในภพนี้ เพื่อสุขในภพนี้ ดังแสดงในทิวทัศน์สูตร^{๑๐๑} เป็นต้น

ค. ช่องทางหรือวิธีการสื่อสาร

ช่องทางหรือวิธีการสื่อสารนั้น ในภาพรวมคือ การทำการสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารใดๆ ด้วยการสื่อสารเชิงวิจนะ และการสื่อสารเชิงอวิจนะ ทั้งที่เป็นการสื่อสารทางเดียวหรือการสื่อสารสองทาง ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งวิธีการสื่อสารในการสื่อสารเชิงพุทธมีวิธีการที่สำคัญ คือ สื่อสารด้วยสติ วิธีการสื่อสารเชิงพุทธ นอกจากนี้ยังมีแนวทางของวิธีการสื่อสาร จากรูปแบบวิธีการสื่อสารของพระพุทธเจ้าที่ทรงใช้ในการสื่อสารโดยสัมพันธ์กับผู้รับสารกลุ่มต่าง ๆ วัตถุประสงค์ และบริบทในการสื่อสาร

ง. ผู้รับสาร

ผู้รับสารในการสื่อสารเชิงพุทธ ต้องมีวิธีการในการรับสาร กล่าวคือ ในขณะของการรับสาร ผู้รับสารต้องฟังหรือรับสารด้วยดี ด้วยความตั้งใจ ใส่ใจในการฟังหรือการรับสาร ซึ่งมีพระสูตรที่เกี่ยวกับการฟังหลายพระสูตรที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการรับสารของผู้รับสารในการสื่อสารเชิงพุทธได้ เช่น สุตสุตติสูตร อัมมัสสวนสูตร และพระสูตรหรือคาถาที่แสดงเกี่ยวกับอานิสงส์หรือโทษของการฟัง หรือเกี่ยวเนื่องกับการฟัง ตัวอย่างของการฟังด้วยดีและก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่ง คือ พระสารีบุตร ทั้งเมื่อครั้งเป็นอุปติสสะมาณพ ฟังธรรมโดยย่อจากพระอัสชิต^{๑๐๒} และเมื่อเป็นพระสารีบุตร ฟังเวทนาปริคคหสูตรจากพระพุทธเจ้า^{๑๐๓} นอกจากนี้ เมื่อรับสารแล้ว ผู้รับสารไม่ควรรีบด่วนสรุปหรือปลงใจเชื่อโดยไม่พิจารณาเนื้อหาสาระที่ได้รับนั้น โดยมีแนวทางจากเกสปุตติสูตร" (กาลามสูตร) กล่าวคือ ผู้รับสารต้องรับสารด้วยกระบวนการรับรู้สารที่ถูกต้องประกอบด้วยสติ เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องดังงาม ก่อให้เกิดปัญญาและประโยชน์แก่ตนเอง ซึ่งกระบวนการรับรู้สารนี้เป็นกระบวนการที่ผู้รับสารกระทำภายในตนเอง นั่นคือ การสื่อสารกับตนเองของผู้รับสารด้วยโยนิโสมนสิการนั่นเอง ซึ่งแม้เป็นกระบวนการสื่อสารกับบุคคลอื่น บุคคลก็มีการสื่อสารกับตนเองร่วมด้วยอย่างไม่สามารถแยกออกจากกันได้

^{๑๐๐} คุรยลลเยตฺถใน อง.ปญจก. (ไทย) ๒๒/๕๗/๙๙-๑๐๔.

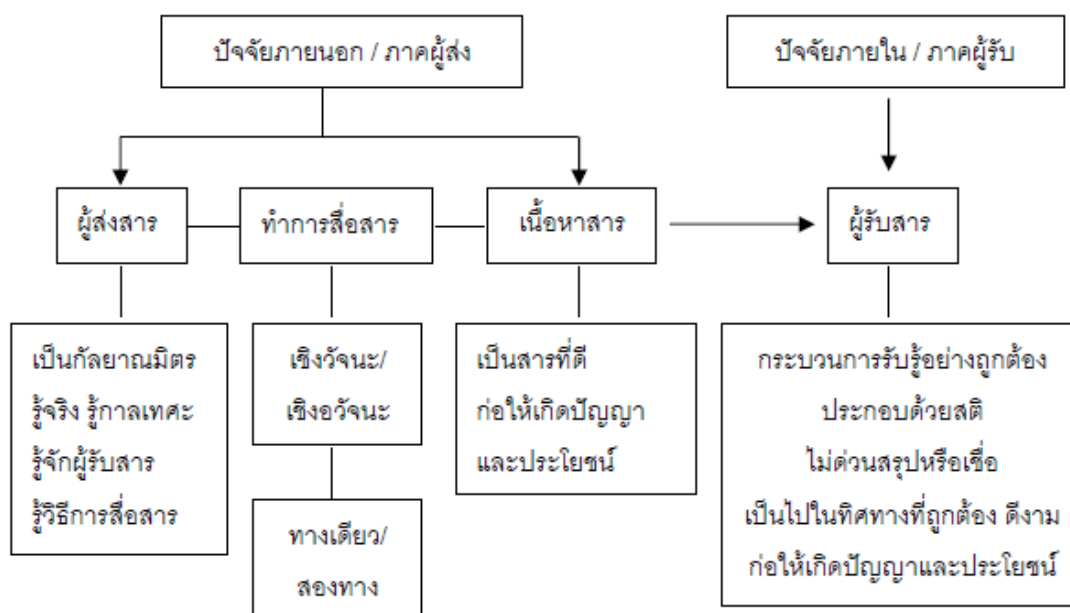
^{๑๐๑} คุรยลลเยตฺถใน องอฏฐก. (ไทย) ๒๓/๕๔/๓๔๐-๓๔๓.

^{๑๐๒} คุรยลลเยตฺถใน วิ.ม. (ไทย) ๔/๖๐/๗๒-๗๔.

^{๑๐๓} คุรยลลเยตฺถใน ม.ม. (ไทย) ๑๓/๒๐๑-๒๐๕/๒๓๙-๒๔๓, ดูเชิงอรรถ วิ.ม. (ไทย) ๔/๖๒/๗๗.

กระบวนการสื่อสารเชิงพุทธ

จากปัจจัยทั้งภายนอกและภายในที่เกี่ยวกับการสื่อสารเชิงพุทธ พิจารณาเป็นขั้นตอนการสื่อสารเชิงพุทธ ในภาคผู้ส่ง ซึ่งอยู่ในส่วนของปัจจัยภายนอก คือ (๑) มีสิ่งเร้ามากระทบ (๒) สารหรือเนื้อหาสารปรากฏมาที่สิ่งเร้า (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) ด้วยช่องทางหรือวิธีการสื่อสารใดก็ตามไปยัง (๔) ผู้รับสาร ผู้รับสารรับสารด้วยกระบวนการรับรู้อย่างถูกต้อง อย่างไรก็ตามในการสื่อสารเชิงพุทธแม้ผู้รับสาร จะรับสารโดยทั่วไปซึ่งอาจเป็นเนื้อหาสารที่ดีหรือไม่ดีก็ตาม ที่ถูกส่งออกมาจากผู้ส่งสารทั่ว ๆ ไป ผู้รับสารก็ต้องรับสารด้วยกระบวนการรับรู้สารนั้นอย่างถูกต้อง และหากเป็นการสื่อสารกลับ หรือการสื่อสารสองทิศทางหรือสื่อสารกับบุคคลอื่นต่อไป ผู้รับสารนั้นจะสลับหน้าที่กลายเป็นผู้ส่งสาร ก็ต้องเป็นผู้ส่งสารที่ดีเป็นกัลยาณมิตรแก่ผู้รับสาร

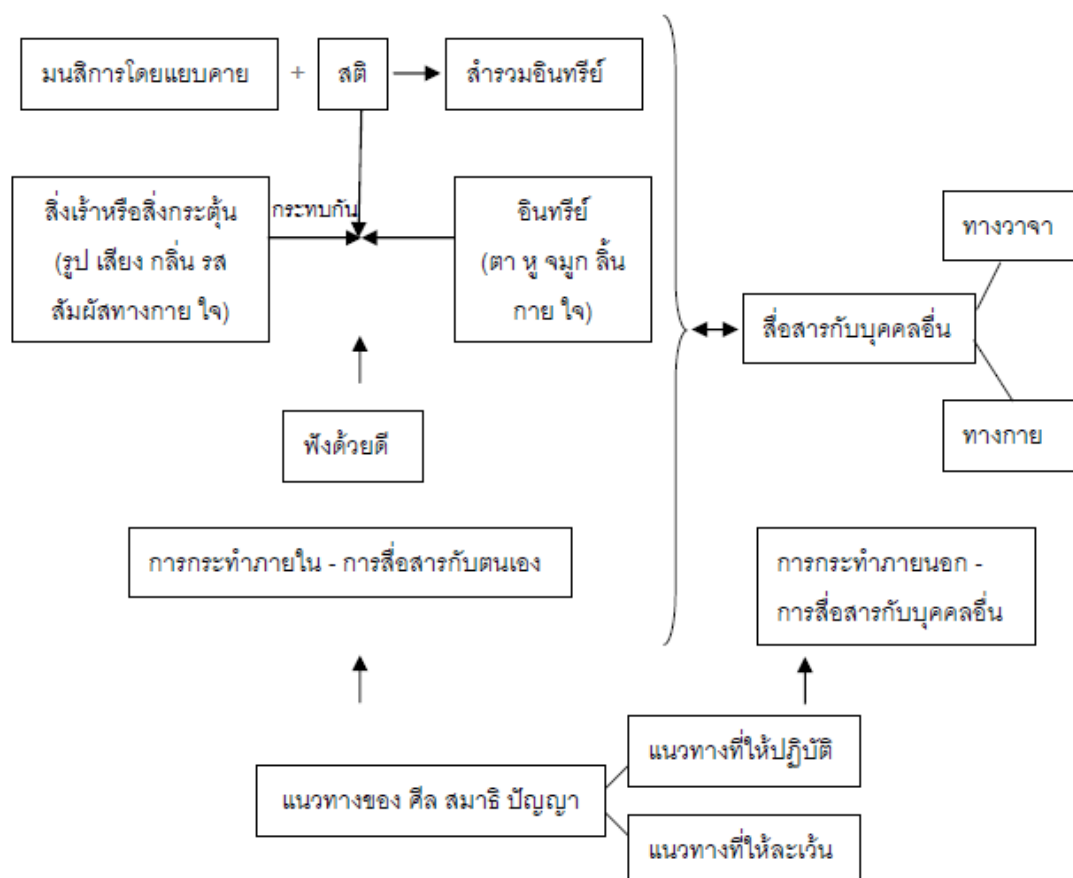


แผนภาพที่ ๒.๑๐ แสดงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารเชิงพุทธ

แนวทางปฏิบัติของการสื่อสารเชิงพุทธ

แนวทางปฏิบัติในการสื่อสารเชิงพุทธ ที่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในตนเองในขณะที่ของการสื่อสารกับบุคคลอื่น ซึ่งผู้ทำการสื่อสารอยู่ในสถานะเป็นผู้รับสาร แต่กระนั้นก็อยู่ในสถานะเป็นผู้ส่งสารด้วยเช่นกันเมื่อทำการสื่อสารกลับ แนวทางปฏิบัติที่สำคัญเป็นเช่นเดียวกับการสื่อสารเชิงพุทธที่เกิดขึ้นภายในตนเองในขณะที่ ผู้ทำการสื่อสารสื่อสารกับตนเอง นั่นคือ ต้องมีกระบวนการรับรู้สารอย่างถูกต้อง อย่างไรก็ตามในฐานะที่เป็นผู้รับสาร การรับรู้สารอย่างถูกต้องนั้น ผู้รับสารจะต้องมีการฟังด้วยดี และเมื่ออยู่ในฐานะผู้ส่งสารเมื่อทำการสื่อสารกลับ ก่อนทำการสื่อสารก็ต้องทำการสื่อสารภายในตนเองที่ประกอบไปด้วยการมนสิการโดยแยบคายและสติซึ่งไม่ว่าจะอยู่ในฐานะเป็นผู้รับสารหรือผู้ส่งสา แนวทางปฏิบัติในการสื่อสารกับตนเองในขณะที่ของการสื่อสารกับบุคคลอื่น ล้วนต้องประกอบไปด้วยการมนสิการโดยแยบคาย การมีสติที่ถูกต้อง และการสำรวม ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติในการรับสารของผู้รับสาร นอกจากนี้ยังต้องประกอบไปด้วยแนวทางปฏิบัติตามแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสำหรับการอยู่ร่วมกันในสังคม ที่มีแนวปฏิบัติที่สำคัญ คือ แนวทางปฏิบัติที่ให้ปฏิบัติ และแนวทางปฏิบัติที่ให้ละเว้น ซึ่งสอดคล้องกับการอบรมในไตรสิกขา แนวทางปฏิบัติในการสื่อสารเชิงพุทธ ที่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในตนเองในขณะที่ของการสื่อสารกับบุคคลอื่น^{๑๐๔} แสดงเป็นแผนภาพได้ ดังนี้

^{๑๐๔} นางสาวทัศนีย์ เจนวนิสุข, “การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๕), หน้า ๒๖๕-๒๖๖.



แผนภาพที่ ๒.๑๑ แสดงแนวทางปฏิบัติของการสื่อสารเชิงพุทธ

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 อาจเป็นการสื่อสารทางเดียวหรือสองทางก็ได้ขึ้นอยู่กับผู้ทำการสื่อสารนั่นเองและอาจเป็นการสื่อสารแบบกลุ่มก็ได้สามารถแพร่กระจายไปในสังคมได้อย่างกว้างขวางรวดเร็วจึงเป็นมีลักษณะเป็นการสื่อสารทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล แบบกลุ่ม และแบบสื่อสารมวลชนไปในคราวเดียวกันได้ โดยทั่วไป การสื่อสารกับบุคคลอื่นในลักษณะที่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบสองทาง ผู้ส่งสารสามารถเลือกหรือปรับ

วิธีการสื่อสารให้เหมาะสมสอดคล้องกับผู้รับสารหรือวัตถุประสงค์หรือบริบทในการสื่อสารได้ หรือทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีโอกาสสูงในการปรับเข้าหากันในการสื่อสาร

แนวทางปฏิบัติของการสื่อสารเชิงพุทธ ที่เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับการสื่อสารกับบุคคลอื่น ซึ่งเป็นการสื่อสารในระดับสังคมในลักษณะของการร่วมกันเช่นนี้ มีแนวทางปฏิบัติไม่แตกต่างกับแนวทางปฏิบัติในการสื่อสารกับบุคคลอื่นที่เป็นแนวทางปฏิบัติในระดับปัจเจก อย่างไรก็ตาม มีข้อที่พึงใส่ใจให้มากขึ้น ได้แก่ เมื่อบุคคลอยู่ในสถานะเป็นผู้รับสาร รับสารด้วยกระบวนการรับรู้สารอย่างถูกต้องแล้ว และจะทำการสื่อสารต่อไปยังบุคคลอื่น นอกจากหลักธรรมที่เป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ส่งสารในการสื่อสารกับบุคคลอื่น เช่น สปัจริยธรรมหรืออัมมกถิกสูตร เป็นต้น แล้วการปฏิบัติตามหลักธรรมในสุสสุตติสูตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในข้อที่ว่า ให้ถือเอาแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์ และทิ้งสิ่งที่ไม่เป็นประโยชน์นั้น กล่าวคือ สารที่ได้รับอาจมีปริมาณมากมาย หรือในสารชุดหนึ่ง ๆ อาจมีทั้งสิ่งที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ ดังนั้น จึงต้องรู้จักพิจารณาและเลือกรับสารที่เป็นประโยชน์ และทำการสื่อสารต่อไปยังบุคคลอื่นด้วยสารที่เป็นประโยชน์เท่านั้น นี่เป็นแนวทางปฏิบัติที่สมควรปฏิบัติอย่างยิ่ง ดังที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงเป็นตัวอย่าง ดังที่ทรงตรัสกับภิกษุทั้งหลายว่า สิ่งที่พระองค์ทรงรู้แต่ไม่ได้สอนนั้นมีมากมายดุจใบไม้ในป่า ที่พระองค์ไม่สอนเพราะเป็นเรื่องไม่มีประโยชน์ พระองค์ทรงสอนแต่เรื่องที่เป็นประโยชน์ เป็นจุดเริ่มต้นแห่งพรหมจรรย์ เป็นไปเพื่อความเบื่อหน่าย เพื่อคลายกำหนัด เพื่อดับ เพื่อสงบระงับเพื่อรู้ยิ่ง เพื่อตรัสรู้ เพื่อนิพพาน^{๑๐๕} เมื่อเป็นผู้ส่งสาร ต้องเป็นผู้ส่งสารที่เป็นกัลยาณมิตรแก่ผู้รับสารเป็นแหล่งสารหรือโปรดโฆสะที่ดีสำหรับผู้รับสาร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์แก่ผู้รับสารหรือบุคคลอื่น และแก่สังคมโดยรวม ดังที่พระองค์ตรัสว่า "ตถาคตย่อมแสดงธรรมแก่บุคคลเหล่านั้น โดยชอบเพื่อประโยชน์ให้รู้แจ้งอย่างเดียว"^{๑๐๖}

นอกจากนี้ ในการสื่อสารกับบุคคลอื่นซึ่งเป็นการสื่อสารเชิงพุทธ ผู้ทำการสื่อสาร คือ ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจ และเคารพในความเป็นมนุษย์ของผู้ที่ทำการสื่อสารด้วย ในฐานะที่บุคคลนั้นๆ ก็มีความเป็นมนุษย์เช่นเดียวกันกับเรา มีความทุกข์ ความสุข ความเปลี่ยนแปลง ความเป็นไปตามธรรมดากายได้กฎธรรมชาติเช่นเดียวกันกับเรา ต้องประสบกับความเกิด แก่ เจ็บ ตาย เช่นเดียวกันกับเรา กล่าวคือ ไม่ทำการสื่อสารด้วยความคิด ความรู้สึกต่อผู้ที่ทำการสื่อสารด้วยในทางที่ไม่ดี ไม่เปรียบเทียบกับตนเองกับบุคคลอื่นที่ทำการสื่อสารด้วยว่า เป็นผู้ที่ดีกว่า ด้อยกว่า สูงกว่าหรือดีกว่า เป็นต้น แต่ทำการสื่อสารโดยปราศจากอคติ ประกอบด้วยพรหมวิหารธรรม ๔ ประการ^{๑๐๗} ได้แก่ (๑) เมตตา ความรักใคร่ปรารถนาดีอยากให้เขามีความสุข (๒) กรุณา ความสงสาร

^{๑๐๕} คุรยลละเอียดยใน ส.ม. (ไทย) ๑๙/๑๑๑/๖๑๓.

^{๑๐๖} ม.ม. (ไทย) ๑๒/๓๘๗/๔๑๘.

^{๑๐๗} คุเชิงอรธ ขุ.เถร. (ไทย) ๒๖/๓๘๖/๔๐๖.

คิดช่วยให้พ้นทุกข์ (๓) มุทิตา ความยินดีในเมื่อผู้อื่นมีสุข (๔) อุเบกขา ความมีใจเป็นกลาง ไม่เอนเอียง เพราะรักเพราะชัง

ในการนี้ ตามแนวคิดในพระพุทธศาสนามีแนวทางปฏิบัติ คือ แนวทางปฏิบัติที่พระพุทธองค์ทรงแสดงแก่ชาวกาลามะในเกสสปุตติสูตร หรือเป็นที่รู้จักอีกชื่อหนึ่งว่า กาลามสูตรที่มีเนื้อหาแสดงแนวทางปฏิบัติที่สำคัญในการรับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสารจำนวนมากเหล่านั้นมีความแตกต่างกัน ทั้งที่เป็นสารที่มาจากภายนอก และที่มาจากภายในตนเองนั้นคือ อย่าเพิ่งปลงใจเชื่อสารที่มาจากภายนอกหรือบุคคลอื่น ด้วยการฟังตามกันมา ด้วยการถือสืบ ๆ กันมา ด้วยการเล่าลือ ด้วยการอ้างตำราหรือคัมภีร์ หรือเพราะบุคลิกลักษณะที่น่าจะเป็นไปได้หรือน่าเชื่อถือ และแม้แต่สารที่มาจากภายในตนเองก็อย่าเพิ่งปลงใจเชื่อ เพราะตรรกะ การคิดเอาเอง เพราะการอนุมาน คาดคะเนตามหลักเหตุผล เพราะการคิดตรองตามแนวเหตุผล หรือเพราะเข้ากันได้กับทฤษฎีที่พินิจไว้แล้ว หรือแม้แต่เพราะนับถือว่าเป็นครูของเราเอง แต่ผู้รับสารสามารถเชื่อได้ ก็ต่อเมื่อได้ฝึกฝนอบรมหรือปฏิบัติจนรู้ได้ด้วยตนเองว่า สารใดที่ดี เป็นกุศลก่อให้เกิดประโยชน์และความสุข ก็รับสารนั้นเป็นแนวทางปฏิบัติต่อไป ส่วนสารใดที่ไม่ดี เป็นอกุศลไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ เป็นโทษ เป็นความทุกข์ ก็ละทิ้งสารและแนวทางปฏิบัตินั้นเสีย^{๑๐๘}

การฝึกฝนอบรมหรือปฏิบัตินั้น เป็นการฝึกฝนอบรมจากภายในตนเอง โดยอาศัยการสื่อสารกับตนเองในลักษณะที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธเป็นเครื่องมือ ตั้งแต่กระบวนการรับสารอย่างถูกต้อง การอบรมภาวนาตามหลักไตรสิกขาด้วยการเจริญสติปัฏฐาน ๔ และร่วมกับการสื่อสารกับบุคคลอื่นในฐานะของปรโตโฆสะที่เป็นกัลยาณมิตร กล่าวได้ว่า แนวทางปฏิบัติในการฝึกฝนอบรมนี้อาศัยทั้งการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่นที่เป็นการสื่อสารเชิงพุทธซึ่งนำไปสู่ปัญญาอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเองและส่วนรวม

๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

๒.๕.๑ ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ

ความหมายของ “การรู้เท่าทันสื่อ” ได้มีองค์กรต่าง ๆ ที่ทำงานด้านการรู้เท่าทันสื่อและนักวิชาการได้ให้คำจำกัดความ นิยามที่หลากหลายและแตกต่างกัน ดังนี้

Silverblatt & Eliceiri^{๑๐๙} ได้นิยามความรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นทักษะการคิดแบบวิพากษ์ที่ทำให้ผู้รับสื่อ สามารถแปลความหมายของข้อมูลที่ได้รับผ่านสื่อมวลชน และช่วยให้เกิดการพัฒนาทักษะการวินิจฉัย เนื้อหาของสื่อได้อย่างเป็นอิสระ

^{๑๐๘} ดุรายละเอียดยใน อก.ทุก. (ไทย) ๒๐/๖๖/๒๕๕-๒๖๓.

^{๑๐๙} Silverblatt, A. & Eliceiri, E. M. E., *Dictionary of Media Literacy*, Greenwood, (1997)

Potter (๒๐๑๔, p. ๒๐) ผู้เขียนหนังสือ Media Literacy นิยามการรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นมุมมองของบุคคลที่ก่อร่างขึ้นจาก ๓ ส่วน ได้แก่ โครงสร้างความรู้ การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคลเปิดรับ โดยบุคคลผู้รู้เท่าทันสื่อจะใช้โครงสร้างความรู้ของตนเองในการตีความสาร 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) ^{๑๑๐}

๑. มิติการรู้เท่าทันสื่อ

Potter^{๑๑๑} ระบุว่าความรู้เท่าทันสื่อประกอบด้วย ๔ มิติ ได้แก่

๑.๑ มิติทางการรับรู้ (Cognitive Dimension) เป็นความสามารถของบุคคลในการเข้าใจตั้งแต่ สัญลักษณ์ที่ง่าย ๆ ไปจนถึงประเด็นที่มีความสลับซับซ้อน

๑.๒ มิติทางอารมณ์ (Emotional) เป็นความสามารถของบุคคลในการจำแนกสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่สื่อใช้ในการกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกแต่ละอย่างได้ โดยรู้ว่าผู้ผลิตสื่อต้องการกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกอะไร รวมถึงการที่ผู้รับสารสามารถใช้สื่อเพื่อปรับอารมณ์ความรู้สึกของตนเองได้ตามความปรารถนา

๑.๓ มิติทางด้านสุนทรีย์ (Aesthetic Dimension) เป็นความสามารถของบุคคลที่จะเสพความสุข เข้าถึงหรือเห็นคุณค่าที่อยู่ในสารด้วยมุมมองทางศิลปะ ซึ่งเป็นความสามารถที่เกิดจากการเข้าใจทักษะที่ใช้ในการผลิตเนื้อหาของสื่อต่าง ๆ

๑.๔ มิติทางด้านจริยธรรม (Moral Dimension) เป็นความสามารถของบุคคลที่ล่วงรู้หรือตีความ ค่านิยมที่แฝงอยู่ในสารได้ แม้ว่าความรู้เท่าทันสื่อจะเป็นสิ่งที่ผู้รับสารแต่ละคนมีอยู่แล้ว กระนั้นความรู้เท่าทันสื่อของแต่ละคนย่อมมีไม่เท่ากัน

๒. ระดับของการรู้เท่าทันสื่อ

Thoman, Elizabeth, Quoted in Silverblatt^{๑๑๒} ได้ให้ความหมายการรู้เท่าทันสื่อ โดยจำแนกความรู้เท่าทันสื่อที่ทำให้ประชาชนทุกกลุ่มอายุมีพลังอำนาจทางสื่อ (Media Empower) ออกเป็น ๓ ระดับ ดังต่อไปนี้

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

^{๑๑๑} Potter, W. J, **Media Literacy**. 7th ed. London : Sage. (2014). (2014, pp. 11-13)

๒.๑ การเป็นผู้ตระหนักในสำคัญของการเลือกและจัดสรรเวลาที่ใช้กับสื่อ

๒.๒ การเรียนรู้ทักษะการดูอย่างพินิจพิจารณา เรียนรู้ที่จะวิเคราะห์และตั้งคำถามถึงสิ่งที่อยู่ภายในกรอบว่า สื่อถูกสร้างขึ้นอย่างไรและสิ่งไหนที่ไม่ควรเชื่อ ทักษะการดูอย่างพินิจพิจารณานี้สามารถเรียนรู้ได้ดีที่สุดจากชั้นเรียนที่ใช้หลักการตั้งคำถาม การทำกิจกรรมกลุ่มที่มีปฏิสัมพันธ์ รวมถึงการสร้างเนื้อหาสื่อของตนเอง

๒.๓ ชั้นการวิเคราะห์สื่อมวลชนในเชิงสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ เป็นการสำรวจประเด็น เกี่ยวกับ ใครผลิตสื่อ และวัตถุประสงค์ในการผลิต ซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างเวทีทางสังคม เพื่อคัดค้านหรือเรียกร้องให้แก่นโยบายสาธารณะหรือการดำเนินงานขององค์กร

หน่วยงานที่สนับสนุนการเรียนรู้เท่าทันสื่อในประเทศอังกฤษได้ให้นิยามการเรียนรู้เท่าทันสื่อว่า หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง (Access) เข้าใจ (Understand) และสร้างสรรค์การสื่อสารในบริบทอันหลากหลาย

Buckingham^{๑๑๓} (๒๐๐๓, p. ๖) มองว่าความสามารถของการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การมีทักษะ ๓ ด้านได้แก่ การเข้าถึง (Access) คือ ความสามารถในการแสวงหาเนื้อหาของสื่อที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับสารเอง การเข้าใจ (Understand) และการสร้างสรรค์ (Create) และยังเห็นว่าความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อนั้นควรเป็นสิ่งที่พัฒนามาอย่างสัมพันธ์กับเทคโนโลยีของสื่อใหม่และเทคโนโลยีของสื่อเก่า (Buckingham, ๒๐๐๓, p. ๓๒)

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (๒๕๕๖, หน้า ๕๕) อธิบายว่า การรู้เท่าทันสื่อ คือ ทักษะ หรือ ความสามารถในการใช้สื่ออย่างรู้ตัว และใช้สื่ออย่างตื่นตัว โดยขยายความการใช้สื่ออย่างรู้ตัว ว่า เป็นความสามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ สามารถโต้ตอบได้อย่างมีสติและรู้ตัว รวมทั้งสามารถตั้งคำถามว่าสื่อผู้สร้าง

^{๑๑๒} Thoman, E., & Jolls, T. Media literacy education : Lessons from the center for media literacy. Media literacy : Transforming curriculum and teaching, 104. pp. 180-205. (2005).

^{๑๑๓} 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](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/ml_children.pdf)

ขึ้นได้อย่างไร ส่วนการใช้สื่ออย่างตื่นตัว เป็นการเปลี่ยนจากฝ่ายตั้งรับเป็นฝ่ายรุก โดยการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เข้าถึงสื่อที่หลากหลายและมีคุณภาพ รวมถึงสามารถใช้สื่อให้เกิดประโยชน์^{๑๑๔}

จากนิยามดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อนั้น คือ การที่บุคคลมีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (Access) ที่ตนต้องการ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ (Analysis) วิพากษ์ (Critical) มีความสามารถในการทำความเข้าใจ ตีความเนื้อหาข่าวสาร (Understand) ประเมินสาร (Evaluate) และสามารถสร้างสรรค์/ผลิต (Create/Produce) สารในรูปแบบต่าง ๆ ภายใต้บริบทที่หลากหลาย ทั้งนี้การรู้เท่าทันสื่อจะสามารถเกิดขึ้นได้นั้นมาจากการก่อร่างขององค์ประกอบ ๓ ส่วนได้แก่ โครงสร้างความรู้ การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคลเปิดรับ โดยโครงสร้างความรู้ที่จำเป็นสำหรับการรู้เท่าทันสื่อประกอบไปด้วย ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อ (Media Effects) เนื้อหาสื่อ (Media Content) อุตสาหกรรมสื่อ (Media Industries) โลกแห่งความเป็นจริง (Real World) และรู้จักตนเอง (The Self) ส่วนเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการสร้างความรู้ของผู้รู้เท่าทันสื่อก็มีรูปแบบที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์ (Analysis) การประเมิน (Evaluation) การจำแนกกลุ่ม (Grouping) การใช้เหตุผลแบบอุปนัย (Induction) การใช้เหตุผลแบบนิรนัย (Deduction) การสังเคราะห์ (Synthesis) และการสรุปสาระสำคัญ (Abstracting)

๒.๕.๒ ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อนั้นถือกำเนิดขึ้นพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารที่เกิดขึ้นกับสื่อต่าง ๆ ตั้งแต่ยุคของสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ในระบบอนาล็อก (Analog) จนก้าวมาสู่ยุคทางด่วนสารสนเทศ (Information Superhighway) ที่สื่อต่าง ๆ สื่อสารผ่านระบบดิจิทัล (Digital) ใน อันเป็นยุคที่สื่อต่าง ๆ ถูกหลอมรวมเข้าหากัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการสื่อสารที่ทำให้ผู้คนไม่ว่าจะอยู่มุมใดของโลกสามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้นั้น ในอีกแง่หนึ่งที่ไม่สามารถปฏิเสธได้ก็คือความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารเหล่านี้ได้เพิ่มอำนาจให้กับผู้ส่งสาร ซึ่งมักจะเป็นองค์กรสื่อสารมวลชนขนาดใหญ่มีเงินทุนจำนวนมหาศาลที่มีผู้คนเพียงไม่กี่รายที่จะสามารถเข้าถึงกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของสื่อ และขับเคลื่อนไปด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจ ภายใต้สังคมทุนนิยม แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อจึงถือกำเนิดขึ้นเพื่อเป็นแนวคิดที่คานจัดสร้างสมดุลแห่งอำนาจของระบบการสื่อสารจากที่อำนาจไปกระจุกตัวอยู่ที่ผู้ส่งสารให้ถ่ายเทมาอยู่ในฝั่งผู้รับสารด้วยการปลูกฝังแนวคิดการ

^{๑๑๔} สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, ๑๐๐ เรื่องน่ารู้ ผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์, (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, ๒๕๕๖).

รู้เท่าทันสื่อ ทั้งนี้สามารถสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ อันเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจนนำไปสู่การตระหนักถึงความสำคัญของการติดตั้งกลไกการรู้เท่าทันสื่อนั้น ดังนี้^{๑๑๕}

สภาพของยุคข้อมูลข่าวสาร ทำให้เนื้อหา ข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ได้ไหลบ่าเข้าหาผู้รับสารทุกวัย ผู้คนในสมัยปัจจุบันทุกคน ทุกวัย ล้วนแต่มีเครื่องมือเทคโนโลยีการสื่อสารอันนำสมัย อุปกรณ์ไอซีที (ICT – Information and Communication Technology) ติดไว้ข้างกายเพื่อไวติดตอสื่อสารทำงานและอำนวยความสะดวกในดานต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีที่นำสมัยเหล่านี้สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายหน้าที่ สมาร์ทโฟนทำได้มากกว่าการพูดคุยกันธรรมดาด้วยเสียงแต่มีกล่องที่สามารถถ่ายทอดภาพของคุณสนทนาได้แชท (Chat) ได้เล่นเกมได้ รวมไปถึงสามารถท่องเว็บไซต์ได้อย่างไร้ขีดจำกัด ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเหล่านี้ได้ช่วยยอลโลกทั้งใบให้เล็กลงเพียงปลายนิ้วสัมผัสจากสภาพดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่ไม่น่าแปลกใจที่จากรายงานของเว็บไซต์ www.internetworldstats.com ในปี ๒๕๕๗ พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกมากกว่า ๒,๕๕๗ ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันยังไม่ได้เพียงแค่อ่านในฐานของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร แต่ยังก้าวขึ้นมาเป็นผู้สร้างและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สร้างกระแสข้อมูลปริมาณมหาศาลที่ไหลเวียนบนทางด่วนสารสนเทศ (Information Superhighway) องค์กรสื่อไม่ว่าจะเป็นวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มักรั้งเป็นเป็นองค์กรที่มีมิติทางเศรษฐกิจเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งสิ้น ยังคงต้องคำนึงถึงต้นทุน กำไร ขาดทุน ไม่ต่างจากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจทั่วไป ภายใต้กลไกตลาด เนื้อหาสารที่ถูกผลิตขึ้นมาจึงเป็นไปเพื่อนำพาองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างผลกำไรสูงสุดให้กับองค์กร การมีเม็ดเงินโฆษณาจำนวนมาก การมีเรตติ้งรายการระดับสูง เมื่อวัตถุประสงค์ของการดำเนินขององค์กรสื่อเหล่านี้ให้น้ำหนักเพื่อประโยชน์ธุรกิจเป็นสำคัญ จึงเกิดคำถามตามมาว่า จะเกิดอะไรขึ้นหากประชาชนผู้บริโภคเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน เกิดอาการจับไม่ได้อะไรไม่ทันกับเนื้อหาข้อมูล ปริมาณมหาศาลที่สื่อรุมนำเสนอ

จากสภาพดังกล่าวข้างต้น ในเมื่อทุกคนไม่สามารถหลีกเลี่ยงฐานะของผู้รับสารที่ต้องเผชิญกับการไหลบ่าของข้อมูล ข่าวสารจำนวนมากที่สื่อนำเสนอมาด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นกลไกที่สำคัญและจำเป็น ดังที่ Potter^{๑๑๖} นักวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อได้แสดงทรรศนะไว้ว่าเมื่อทุกคนไม่สามารถหลีกเลี่ยงข้อมูลข่าวสารที่มากเกินไป ดังนั้นเราต้องปกป้องตัวของเรา โดยต้องรู้

^{๑๑๕} กาญจนา แก้วเทพ, แนวทางหนึ่งของการศึกษาสื่อบุคคล กรณีศึกษาโครงการร่วมกันปั้นแตงนก-สื่อสารสุขภาพ. การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่องการสื่อสารชุมชน, (กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์, ๒๕๕๑), หน้า ๓๐๕-๓๐๖.

ให้เท่าทันสื่อ เพราะถ้าเราเลือกที่จะไม่เปิดรับสารและสื่อเลย เราก็อาจจะพลาดข้อมูลที่สำคัญสำหรับการดำรงชีวิตของเราได้หรือถ้าเราเปิดรับสารและสื่อที่ไม่มีประโยชน์ต่อตัวของเราก็จะเกิดผลกระทบในทางลบมากกว่าทางบวก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ทุกคนไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในขณะที่แต่ละสื่อก็มีแรงจูงใจที่แตกต่างกันในการนำเสนอข่าวสาร ถ้าเราไม่รู้เท่าทันสื่อ เราก็จะรับรู้และตีความสารตามวัตถุประสงค์ของสื่อแต่เพียงด้านเดียว โดยเสียประโยชน์ในการรับรู้สื่อจากวัตถุประสงค์ของตัวเราเองผลที่ตามมาจากการไม่รู้เท่าทันสื่อ คือ การที่ผู้รับสารสูญเสียการรับรู้โลกที่เป็นจริง แต่จะรับรู้โลกผ่านสายตาสื่อแต่เพียงอย่างเดียว นั้นย่อมหมายถึงผู้รับสารกำลังยอมรับทุกอย่างที่สื่อบอก โดยปราศจากการตั้งคำถาม ต่อรอง ต่อต้าน นิยาม การเล่าเรื่องราว การสร้างภาพตัวแทนของสิ่งต่าง ๆ ผ่านสายตาสื่อ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสื่อในยุคปัจจุบันสามารถนำพาผู้รับสารไปสู่สภาวะของการไม่รู้เท่าทันสื่อได้อย่างง่ายดาย อาทิ ในเรื่องความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่นำไปสู่การไหลบ่าของข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่ไหลบ่าเข้าสู่ตัวผู้รับสาร ข่าวสารที่ถูกส่งเข้ามายังผู้รับสารมีทั้งข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพและไม่มีคุณภาพ ปัญหาจึงเกิดขึ้นกับตัวผู้รับสารว่าจะเลือกรับรู้สารอย่างไร และจะติดตามข้อมูลข่าวสารอย่างไรให้ทันต่อเหตุการณ์ หรือการเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาสื่อในลักษณะที่ล้นลง ผิดเพี้ยน จำแนกประเภทได้ยากเส้นแบ่งระหว่างเรื่องจริงกับเรื่องที่แต่งขึ้นพราเลือนจนผู้รับสารยากที่จะแยกแยะได้ว่าเรื่องไหนเป็นเรื่องจริง เรื่องไหนเป็นเรื่องแต่งนำผู้รับสารไปสู่สภาวะของการรู้ไม่เท่าทันสื่อ เช่น ในอดีตเราจำแนกรายการข่าวว่าแตกต่างจากรายการบันเทิงได้ง่าย ชัดเจน แต่ปัจจุบันในรายการข่าวก็นำเสนอให้เกิดความบันเทิงใกล้เคียงกับรายการบันเทิง หรือขณะที่เรากำลังดูหนัง ดูละคร เราก็ต้องดูโฆษณาที่แฝงมาในสื่อเหล่านั้นโดยอาจจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม ขึ้นอยู่กับว่าเรารู้เท่าทันสื่อหรือไม่นอกจากนี้ การรู้ไม่เท่าทันสื่อยังเป็นเหตุให้ผู้รับสารสร้างความหมายที่บกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ ธุรกิจสื่อไม่ได้ต้องการผู้รับสารที่มีความตั้งใจ (attention) ในการรับสื่อ แต่ต้องการผู้รับสารที่เปิดรับสื่อ (Exposure) อย่างสม่ำเสมอ เช่น ทุกวันทุกเช้า เป็นต้น และผู้รับสารที่ไม่มีความตั้งใจในการรับสื่อ ก็จะนำไปสู่การเปิดรับสื่อที่ไม่วิเคราะห์และประเมินสื่ออย่างถี่ถ้วน

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น การรู้เท่าทันสื่อเป็นกลไกที่ช่วยสร้างสมดุลของอำนาจให้มาอยู่ที่ผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารสามารถรู้เท่าทัน ต่อรอง ต่อต้านความหมายจากสารต่าง ๆ ที่สื่อเป็นผู้กำหนด ทั้งนี้เพราะไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าสื่อมีอำนาจต่อการรับรู้ (Perceptions) ความเชื่อ (Beliefs) และทัศนคติ (Attitudes) ของผู้รับสารต่อสิ่งต่าง ๆ การรู้เท่าทันสื่อยังเป็นทักษะที่สำคัญของพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย ที่พลเมืองต้องมีความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) ควบคู่ไปกับการมีความสามารถในการแสดงถึงความคิดเห็น ความเป็นตัวตน (Self - Expression) ซึ่งทักษะทั้งสองนั้นก็เป็นหัวใจสำคัญในการเรียนรู้เท่าทันสื่อ (Thoman & Jolls ๒๐๐๓, p. ๙) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเยาวชนไทยที่ใช้เวลาจำนวนมากอยู่กับสื่อ ท่ามกลางความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการสื่อสารที่สื่อสามารถจะเข้าถึงตัวพวกเขาในรูปแบบที่หลากหลาย และ

ภายใต้บริบทของสังคมทุนนิยมที่องค์กรสื่อจำนวนไม่น้อยมีเป้าหมายที่การแสวงหากำไรสูงสุด การติดตั้งกลไกการรู้ การสร้างภูมิคุ้มกันการรู้เท่าทันสื่อสำหรับพวกเขาจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็น และยังต้องเป็นกลไกที่สร้างการเรียนรู้ให้บังเกิดขึ้นกับเขาตลอดชีวิต

๒.๕.๓ ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ นั้น ได้มีองค์กร นักวิชาการ นักวิชาชีพทางด้านการรู้เท่าทันสื่อได้ให้คำจำกัดความที่น่าสนใจ ดังนี้

ในการประชุม The National Leadership Conference on Media Literacy ซึ่งได้รับการสนับสนุนของสถาบันเอสเพ็น (Aspen Institute) เมื่อปี ค.ศ. ๑๙๙๒ ณ ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นการประชุมเพื่อที่จะหาแนวทางให้เข้าใจในหลักการที่ตรงกันเกี่ยวกับคำว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) ซึ่งผลของการประชุมครั้งนี้ ได้เห็นพ้องกันในการอธิบายการรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นความสามารถของพลเมืองในการเข้าถึง (Access) วิเคราะห์ (Analysis) และผลิต (Produce) ข้อมูลข่าวสารในหลากหลายรูปแบบเพื่อผลลัพธ์ที่เฉพาะเจาะจง ในการประชุมครั้งนั้นได้มีการรายงานสรุปและให้รายละเอียดความหมายของการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่าเป็นความสามารถในการวิเคราะห์ (Analyze) การเพิ่มพูน (Augment) และการมีพลังอำนาจเปลี่ยนแปลง (Influence) ในการรับสื่อเพื่อเป็นพลเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามคำที่กล่าวมานั้นมีความสัมพันธ์กับทักษะของผู้บริโภค (Consumer Skills) ผู้ใช้สื่อ (User Skills) และผู้ผลิต (Producer Skills)^{๑๑๗} ดังนี้

๑. การวิเคราะห์ (Analyze) ทักษะในฐานะผู้บริโภคสื่อ (Consumer Skills) คือผู้รู้เท่าทันสื่อที่จะสามารถรู้ถึงจุดประสงค์ของเนื้อหาสื่อและตระหนักรู้ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่กระทบกับจุดประสงค์นั้น รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ชนชาติ และอื่น ๆ อีกทั้งรู้ว่าต้องการใช้เนื้อหาอย่างไรและตระหนักรู้ถึงปัจจัยที่เชื่อมโยงกัน เช่น การนำเสนอผ่านสื่อ แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวสังคม เศรษฐกิจและการเมืองและแรงจูงใจที่ซ่อนอยู่ของผู้ผลิตเนื้อหาสื่อ และสุดท้ายคือ ผู้รู้เท่าทันสื่อจะสามารถตระหนักรู้ถึงปัจจัยด้านวัฒนธรรมซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการอ่านเนื้อหาของสื่อ

๒. การเพิ่มพูน (Augment) ทักษะในฐานะผู้ใช้สื่อ (User Skills) ผู้รู้เท่าทันสื่อสามารถหาที่มาของแหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่เหมาะสมเพื่อการศึกษาเพิ่มเติมในหัวข้อที่สนใจ รวมถึงความสามารถที่ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ

๓. การมีพลังอำนาจเปลี่ยนแปลง (Influence) ทักษะในฐานะผู้สามารถผลิตสื่อ (Producer Skills) ผู้รู้เท่าทันสื่อสามารถเปลี่ยนผลกระทบหรือความหมายของสารจากสื่อได้อย่างรอบคอบ ตัวอย่างการรายงานข่าวทางโทรทัศน์ที่มีผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผู้ที่รู้เท่าทันสื่อจะ

^{๑๑๗}Aufderheide, Media Literacy, A Report of the National Leadership, Conference on Media Literacy, Queentown, MD, December 7-9 1992, pp. 26-28

สามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมมาสนับสนุนได้ว่าชาวใดเป็นชาวที่รายงานให้เกิดผลกระทบเชิงลบเกินจริงหรือไม่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความรู้เรื่องชาวนั้น ๆ

นอกจากนี้ มีนักวิชาการได้อธิบายถึงความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อไว้หลายคนเพื่อให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น

Hobbs^{๑๑๘} ได้อธิบายถึงความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อไว้ดังต่อไปนี้

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 ความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับความเกี่ยวข้องและคุณค่าของความหมายของสารสำหรับผู้อ่าน รวมถึงการใช้ความรู้ที่มีมาก่อนเพื่อแปลความของงาน เช่น การทำนายผลลัพธ์ที่นอกเหนือจากที่มีอยู่หรือบทสรุปเชิงตรรกะ การบอกถึงค่านิยมในสาร และชื่นชมในคุณภาพอย่างสุนทรียะของงาน ทักษะในการประเมินจะต้องใช้การมองโลก ความรู้ ทศนคติ และค่านิยมของผู้เรียน

๔. ความสามารถในการใช้สารสื่อความหมาย (Ability to Communicate Message) หมายถึง เป็นความสามารถเข้าใจผู้ชมผู้ฟังที่กำลังสื่อสารด้วย ความสามารถในการใช้อย่างมีประสิทธิภาพของสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย ความสามารถในการจัดการลำดับขั้นของความคิด และความสามารถในการจับความสนใจผู้รับสาร รวมถึงทักษะในการผลิตสื่อสำหรับการพิมพ์ เช่น การเรียนรู้การเขียนจดหมายและสะกดคำ การใช้ภาษาอย่างถูกหลักไวยากรณ์ รวมถึงการพูด การเรียนรู้การจะติดต่อหรือแก้ไขงานของผู้อื่น และการผลิตวิดีโอและเสียง

Wan and Cheng ได้ระบุถึงความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ มี ๔ ประการ ได้แก่

^{๑๑๘}Hobbs, R., & Froast, R., “Instructional Practices in Media Literacy Education and Their Impact on Students’ Learning”, *New Jersey Journal of Communication*, 6(2) (1999), pp. 123-148.

๑. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (Access Information) คือ ทักษะในการอ่าน การหาแหล่งที่มา การเลือกและการจัดการข้อมูลข่าวสาร จากแหล่งข้อมูลที่มีความหลากหลาย เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต

๒. การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร (Analyze Information) คือ การวิเคราะห์และการสำรวจว่าเนื้อหาสารถูกสร้างอย่างไร การวิเคราะห์นี้ต้องอาศัยทักษะต่าง ๆ เช่น การใช้ความรู้ที่มีประสิทธิภาพ การตัดสินใจชนิดของผลงาน การอนุมานเหตุและผล การระบุจุดประสงค์ของผู้เขียน การรู้ถึงบริบทด้านสังคม การเมือง ประวัติศาสตร์ ความงามของศิลปะของข้อมูลข่าวสาร

๓. การประเมินข้อมูลข่าวสาร (Evaluate Information) คือ การประเมินเนื้อหาสารของสื่อโดยใช้หลักคุณธรรม จริยธรรม และประชาธิปไตยของตน รวมถึงทักษะอื่น ๆ เช่น การตัดสินใจ ประโยชน์ของสาร การใช้ความรู้ที่มีมาก่อนมาแปลความหมายผลงาน การระบุคุณค่าของสาร และการชื่นชมคุณภาพทางศิลปะของผลงาน

๔. การสื่อสารข้อมูลข่าวสาร (Communicate Information) คือ การแสดงความคิดเห็นหรือการสร้างสารของตนเองโดยใช้เครื่องมือและสื่อต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย รวมถึงการอ่าน การเขียนการพูด การเข้าใจผู้ชมผู้ฟัง การใช้สัญลักษณ์ในการแสดงความคิดเห็นในการติดต่อสื่อสาร การจัดการความคิดต่าง ๆ และการจับความสนใจของผู้ชมผู้ฟัง ซึ่งจะใช้ทักษะ เช่น การตัดต่อ การทบทวน แก้ไข และการสร้างสารกับเครื่องมือและสื่อที่หลากหลาย^{๑๑๙}

Livingstone (๒๐๐๔, pp. ๒-๓) 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) การเข้าถึงเป็นนิยามที่ขึ้นอยู่กับกระบวนการทางสังคมที่เป็นพลวัต กล่าวคือนิยามนั้นมีความเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมในแต่ละยุคสมัย การเข้าถึงซึ่งเป็นขั้นแรกของความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อนี้ คือการที่ผู้ใช้อยู่ในสภาวะ เงื่อนไขที่จะเข้าถึงสื่อต่าง ๆ เช่น มีการอัพเดท อัพเกรด เพิ่มประสิทธิภาพฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในขั้นนี้ ได้แก่ ความไม่เท่าเทียมกันของประชากรในปัจจัยต่างๆ เช่น การครอบครองสินทรัพย์

^{๑๑๙} Wan , G. & Cheng, H. (2004). The Media-Savvy: Teaching Media Literacy Skills Grade 2-6. Illinois: Zephyr Prees.

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 ชั้นแรกยังไม่ต้องใช้ความรู้ในการตัดสินใจ แต่ในชั้นนี้จะต้องมีการตัดสินใจเพิ่มมากขึ้น และอาจต้องเผชิญกับคำถามเชิงนโยบายที่ยากและจะต้องใช้หลักการต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจง หรือทางกฎหมายมาใช้ในการประเมินซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการรู้เท่าทันสื่อเชิงวิเคราะห์ (Critical Literacy) ทั้งนี้หลักการต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการตัดสินใจนั้นอาจเป็นหลักการเรื่องความงาม การเมือง อุดมการณ์ และเศรษฐกิจ ทั้งนี้ขอบเขตและจุดประสงค์ในการประเมินนั้นอาจจะมีลักษณะที่ขัดแย้งกันได้ อย่างไรก็ตามการรู้เท่าทันสื่อในทฤษฎีของลิฟวิงสโตนนั้นมุ่งที่จะสนับสนุนความเป็นประชาธิปไตย ความหลากหลายต่อต้านกระบวนการคิดวิธีการแบบชนชั้นนำ (Anti-Elitist Approach) ที่มีลักษณะแบบจารีต มีการแบ่งแยกว่าสิ่งไหนดี สิ่งไหนเลวออกเป็นลำดับขั้น และมีลักษณะอำนาจนิยม และสนับสนุนการให้ข้อมูลและการสื่อสาร

๔. การสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creation) Livingstone มองว่าแก่นิยามของการรู้เท่าทันสื่อในปัจจุบันอาจจะยังไม่รวมความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อมารวมด้วยทั้งหมด แต่ในทฤษฎีของ Livingstone นั้นการที่มนุษย์จะมีความเข้าใจในกฎต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างสรรค์สื่ออย่างมืออาชีพได้นั้น พวกเขาควรมีประสบการณ์ในการผลิตสื่อ นอกจากนี้ด้วยคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบันยังเปิดโอกาสให้คนธรรมดาทั่วไปได้ก้าวขึ้นมาเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาสื่อออนไลน์อีกด้วย^{๑๒๐}

Buckingham et all. (๒๐๐๕, p. ๖) ได้สรุปความสามารถของการรู้เท่าทันสื่อไว้ในรายงานเรื่อง “The Media Literacy of Children and Young People” ซึ่งนำเสนอต่อออฟคอม (Ofcom) ไว้ว่าประกอบด้วยทักษะ ๓ ด้าน ซึ่งสามารถสรุปใจความสำคัญ ได้ดังนี้

๑. การเข้าถึง (Access) หมายถึง ความสามารถในการแสวงหาเนื้อหาของสื่อที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับสารเอง ความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยี ความสามารถใช้เครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีในการสื่อสารเพื่อค้นหาสารที่ต้องการ

^{๑๒๐} 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

๒. การเข้าใจ (Understand) หมายถึง ความสามารถในการตีความ (Interpret) ประเมินค่า (Evaluate) ตระหนักรู้และเข้าใจในภาษาของสื่อ เช่น รู้ว่าอะไรคือภาพตัวแทน (Representative) ที่สื่อสร้างขึ้น อะไรคือความจริง (Reality) การรู้กลวิธีในการชักจูงใจในโฆษณา การมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโลกเพิ่มมากขึ้น การรู้จักควบคุมอารมณ์อันเป็นผลจากการตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสื่อ สามารถตัดสินคุณค่าของสื่ออย่างวิพากษ์เมื่อพบเนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม อย่างเนื้อหาสื่อที่เต็มไปด้วยความรุนแรงและความสามารถในการเข้าถึงสุนทรียศาสตร์ของสื่อแต่ละชนิด

๓. การสร้างสรรค์ (Create) หมายถึง ความสามารถในการใช้เครื่องมือในการสื่อสาร ความสามารถในการผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ตลอดจนสื่อสมัยใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวตน ความคิดเห็นของตนเอง ประสบการณ์ในการผลิตความสามารถในการเข้าถึงและจัดการกับเทคโนโลยี^{๑๒๑}

สามารถขยายความในประเด็นต่าง ๆ จากสมรรถนะของการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลดังนี้

๑. การเข้าถึง (Access) หมายถึง การค้นหาและใช้สื่อและเทคโนโลยีอย่างมีทักษะและใช้ข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมและสำคัญกับผู้อื่น

๒. การวิเคราะห์และประเมิน (Analyze and Evaluate) คือ การเข้าใจเนื้อหาสารและการใช้ความคิดวิพากษ์เพื่อวิเคราะห์ถึงคุณภาพของสาร ความสัตย์จริง ความน่าเชื่อถือ และความคิดเห็น ขณะที่พิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหรือผลที่ตามมาของเนื้อหาสาร

๓. การสร้างสรรค์ (Create) คือ การประกอบหรือการสร้างขึ้น ในที่นี้หมายถึงการสร้างสรรเนื้อหา และความมั่นใจในการแสดงออกทางความคิดของตนโดยที่ตระหนักรู้ถึงจุดประสงค์ ผู้ชม ผู้ฟัง และเทคนิคในการประกอบสร้าง

๔. การสะท้อนกลับ (Reflect) คือ การนำมาประยุกต์ใช้อย่างมีความรับผิดชอบทางสังคมและมีจริยธรรมเพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์และประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งหมายรวมถึงการประพฤติและการปฏิบัติ

๕. การกระทำ (Act) คือ การทำงานส่วนตนและส่วนรวมเพื่อแบ่งปันความรู้และแก้ปัญหาในระดับครอบครัว การทำงาน ชุมชน รวมถึงการมีส่วนร่วมในฐานะสมาชิกของชุมชนท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศชาติ^{๑๒๒}

^{๑๒๑} 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](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/ml_children.pdf)

^{๑๒๒} พรทิพย์ เย็นจะบก, ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ, (กรุงเทพมหานคร : ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด, ๒๕๕๖).

สามารถสรุปได้ว่า การเรียนรู้เท่าทันสื่อ มีองค์ประกอบที่สำคัญเรียงตามลำดับได้ ดังนี้

๑. ความสามารถในการเข้าถึงสื่อและสาร คือ ความสามารถในการแสวงหาแหล่งที่มา การเลือกและการจัดการ การคัดกรอง การถอดรหัสของข้อมูลข่าวสารในสื่อประเภทต่างๆ รวมถึงความสามารถในการใช้สื่อและเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต

๒. ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อและสาร คือ ความสามารถในการเข้าใจสื่อและเนื้อหาสาร สามารถตีความ จัดประเภท กำหนดรูปแบบของงาน โดยใช้การวิเคราะห์และอนุมานเหตุและผล ซึ่งอาศัยพื้นฐานความรู้เดิม ประสบการณ์ และการตัดสินใจเกี่ยวกับสื่อและเนื้อหาสาร รวมถึงความสามารถในการบอกจุดประสงค์ของผู้ผลิตสื่อได้

๓. ความสามารถในการประเมินสื่อและสาร คือ ความสามารถในการตัดสินคุณค่าและควมมีประโยชน์ของสารต่อผู้รับสาร โดยใช้การประเมินสื่อและสารยึดหลักคุณธรรม จริยธรรมในตนเอง และยังอาศัยพื้นฐานความรู้เดิมที่มีมาแปลความหมายของสาร รวมถึงการระบุค่านิยมและคุณค่าของสาร และชื่นชมคุณภาพของงานในเชิงสุนทรีย์ทางศิลปะ

๔. ความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อและสาร คือ ความสามารถในการเข้าใจและตระหนักรู้ถึงความสนใจของผู้รับสาร โดยสามารถสร้างสารที่เป็นรูปแบบของตนเองจากเครื่องมือและสื่อที่หลากหลาย โดยใช้การจัดลำดับขั้นของความคิด การใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสาร และใช้ทักษะการผลิตสื่อ เช่น การทบทวนแก้ไข การพิมพ์ การผลิตและตัดต่อวิดีโอ การพูด เป็นต้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อจึงสรุป ได้ว่า ความเข้าใจในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ เป็นความสามารถวิเคราะห์และอธิบายถึงปัจจัยทางด้านการเมือง สังคม เศรษฐกิจ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการทำงานของอุตสาหกรรมสื่อ จุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร กระบวนการในการสร้างความหมายของสื่อ การถอดรหัสสาร ผลกระทบที่สื่อสร้างขึ้น วิธีการที่สื่อใช้ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสามารถเข้าถึงสุนทรียศาสตร์ในเนื้อหาสื่อที่ถูกผลิตขึ้น ส่วน “การนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ” เป็นความสามารถประเมินคุณค่าเนื้อหาของสารในสื่อ ในแง่สุนทรียศาสตร์ คุณค่าต่อตนเองและสังคม แสวงหา จัดการ และเรียกใช้ข่าวสารที่ต้องการ มีทักษะในการผลิตสื่อ สามารถเลือกใช้สัญญาณต่าง ๆ ในการสื่อความหมาย และทำความเข้าใจผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทัศนีย์ เจนวิถีสุข^{๑๒๓} ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงสังคม” ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารที่มีผลมากในการส่งผลกระทบต่อจนถึงสังคม หรือมีส่วนเกี่ยวข้อง สนับสนุน หรือก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม คือ การสื่อสารมวลชน ส่วนการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่น ทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม เป็นการสื่อสารที่มีอิทธิพลและสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงสังคม โดยการเปลี่ยนแปลงมีลักษณะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของสังคมเป็นสำคัญ ทั้งในระดับปัจเจก และระดับสังคมในลักษณะการร่วมกันเป็นสังคมโดยรวมการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่น เป็นการสื่อสารที่ไม่อาจแยกจากกันได้โดยเด็ดขาด และเกี่ยวข้องกับสัมมาทิฐิ โดยมีรูปแบบและกระบวนการ คือ ทำการสื่อสารกับบุคคลอื่น (ปรโตโมสะ) + ทำการสื่อสารกับตนเอง (โยนิโสมนสิการ) + ทำการสื่อสารตามแนวทางประเพณีปฏิบัติในศีล สมาธิ ปัญญา ซึ่งทำให้ผู้รับสารเกิดปัญญา ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในส่วนตน และผู้อื่น อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม องค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการและแนวทางปฏิบัติด้านการสื่อสารเชิงพุทธที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมที่สังเคราะห์ได้จากการศึกษา มีหลักการและแนวทางปฏิบัติที่สำคัญ คือ สื่อสารด้วยสติ บนพื้นฐานของความเข้าใจและเคารพในตนเองและผู้อื่น บนหลักการของเหตุและผลตามความเป็นจริง ก่อให้เกิดปัญญา สร้างสรรค์ และนำไปสู่การกระทำที่ดีงามทั้งต่อตนเองและผู้อื่น การสื่อสารเชิงพุทธนี้เป็นดังเช่นมรรควิธีที่เป็นเหตุนำไปสู่ผล คือ การเปลี่ยนแปลงสังคมในทางที่เป็นประโยชน์สุข โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เริ่มจากภายในตนเองของบุคคล แล้วกระจายไปสู่สังคม

วสุพล ตรีโสภาคกุล^{๑๒๔} ได้ศึกษา “การศึกษากระบวนการและปัจจัยเชิงสาเหตุความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจในกลุ่มผู้บริโภคไทย” ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์เฟซบุ๊กแฟนเพจมีบทบาทสำคัญในฐานะช่องทางการสื่อสารทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคคนไทย พฤติกรรมความยึดมั่นผูกพันได้เป็นเครื่องชี้วัดที่นักการตลาด และเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจใช้เป็นดัชนีบ่งชี้ถึงความสำเร็จของการใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ การวิจัยแบบลำดับเวลาเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Method) ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการของความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจในบริบทสังคมไทย และหาปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตวิทยาและสังคมที่มีอิทธิพลต่อ

^{๑๒๓} ทัศนีย์ เจนวิถีสุขทัศนีย์ เจนวิถีสุข, การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงสังคม, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย, ๒๕๕๖).

^{๑๒๔} วสุพล ตรีโสภาคกุล, การศึกษากระบวนการและปัจจัยเชิงสาเหตุความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจในกลุ่มผู้บริโภคไทย, วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, (กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๘).

ความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และแนวคิดเรื่องตราสินค้ามาเพื่ออธิบายพฤติกรรมที่เกิดขึ้น โดยการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็นทั้งหมด ๒ ขั้นตอน ในขั้นตอนแรกผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพกับผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก และนักการตลาดออนไลน์ เพื่อค้นหาความหมายและกระบวนการของความยึดมั่นผูกพัน ผลวิจัยพบว่าความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถแสดงออกได้เป็น ๕ เรื่องอันได้แก่ ๑) ความถี่ในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ ๒) ความหลากหลายในการใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ ๓) การสื่อสารกับสมาชิกคนอื่นๆ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ๔) การนำข้อมูลเฟซบุ๊กแฟนเพจไปประกอบการตัดสินใจซื้อ และ ๕) การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งในช่วงแรกของการเกิดความยึดมั่นผูกพันผู้ใช้งานจะเกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานบนเฟซบุ๊กพื้นฐาน เช่น มีการเข้าใช้งานบ่อยขึ้น มีวิธีในการแสดงออกที่หลากหลาย และมีการพูดคุยกับคนอื่น จากนั้นเมื่อผู้ใช้งานมีความยึดมั่นผูกพันมากขึ้นจึงเริ่มมีการนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ หรือเข้าร่วมกิจกรรมของตราสินค้านั้น ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้พัฒนาแบบวัดตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นกับผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ จำนวนทั้งสิ้น ๘๐๗ ท่าน ผลวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และแนวคิดเรื่องตราสินค้าสามารถอธิบายความยึดมั่นผูกพันได้เป็นอย่างดี โดยพบว่า ความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการ และการรับรู้คุณค่าตราสินค้าได้รับอิทธิพลทางตรงจากพฤติกรรมความยึดมั่นผูกพัน พฤติกรรมความยึดมั่นผูกพันได้รับอิทธิพลทางตรงจากความตั้งใจที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรม และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม จากข้อค้นพบดังกล่าวสรุปได้ว่าการสร้างความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นสิ่งที่สำคัญในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด โดยสามารถสร้างให้เกิดผลทั้งในเรื่องการตัดสินใจซื้อและการรับรู้ตราสินค้า ซึ่งการสร้างความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถสร้างขึ้นได้โดยการสร้างให้ผู้ใช้งานตระหนักเห็นคุณประโยชน์ของการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง รวมไปถึงการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเพื่อเพิ่มระดับของความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ จากผลวิจัยที่เกิดขึ้นทำให้นักการตลาด หรือเจ้าของตราสินค้าสามารถประยุกต์ใช้ปัจจัยเชิงสาเหตุต่างๆ ที่ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด รวมไปถึงการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดบนโลกออนไลน์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการตลาด และสร้างความยึดมั่นผูกพันระหว่างผู้บริโภคและเฟซบุ๊กแฟนเพจต่อไป

อาทิ สื่ออินเทอร์เน็ตได้นั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติในเรื่องการศึกษาและความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีอยู่ในระดับสูง เนื่องจากเป็นสื่อที่ต้องใช้ความรู้ทั้งในด้านภาษาและเทคโนโลยีมากพอควร

บุษรา ประกอบธรรม^{๑๒๗} ได้ศึกษา “การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ” ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญ ๐.๐๑ จากผลการวิจัย สถาบันการศึกษาสามารถนำเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนจะสามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาได้ง่ายขึ้น

พัชรภรณ์ ไกรชุมพล^{๑๒๘} ได้ศึกษา “ทัศนคติและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียง กรณีศึกษา ยูทูบ” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีทัศนคติเชิงบวกต่อยูทูบ และมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉพาะยูทูบอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากทัศนคติที่มีต่อยูทูบว่าสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ และเนื่องจากอัตราการเติบโตของจำนวนผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารทั้งในสังคมไทยและต่างประเทศสูงขึ้น ทำให้กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์มีพฤติกรรมการปรับตัวให้ทัดเทียมตามสภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ด้วยพฤติกรรมที่แสดงออกมาในรูปแบบของการจัดทำคลิปวิดีโอที่กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์จัดทำขึ้นมาเป็นประเภทเพื่อความบันเทิง โดยแนวโน้มในอนาคตพบว่า ผู้คนในสังคมจะให้ความสำคัญต่อการสื่อสารผ่านยูทูบเพิ่มสูงขึ้น และมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ยูทูบเป็นเครื่องมือในการสร้างความสำเร็จทั้งในด้านชื่อเสียง รายได้หรือทำการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจ

วิมลพรรณ อาภาเวทและคณะ^{๑๒๙} ได้ศึกษา “พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร” ผลการศึกษาพบว่า

^{๑๒๗} บุษรา ประกอบธรรม, “การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ”, *วิจัยคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ*, (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต, ๒๕๕๙).

^{๑๒๘} พัทธภรณ์ ไกรชุมพล, “ทัศนคติและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียง กรณีศึกษา ยูทูบ”, *วิทยานิพนธ์สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน*, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๘).

^{๑๒๙} วิมลพรรณ อาภาเวท และคณะ, “พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร”, *วิจัยสาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน*, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔).

๑. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีเพศ อายุ ชั้นปี คณะ คะแนนเฉลี่ยสะสมและรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

๒. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีเพศ อายุ ชั้นปี คณะ คะแนนเฉลี่ยสะสมและรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

๓. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีรายได้ของครอบครัวแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแตกต่างกัน

๔. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีเพศ อายุ ชั้นปี คณะ คะแนนเฉลี่ยสะสมและรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครส่วนใหญ่มีการใช้เฟซบุ๊กทุกวันและมีความคาดหวังการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมากและปานกลาง ส่วนความพึงพอใจอยู่ในระดับมา



บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลในประเด็นที่ต้องการศึกษาผู้วิจัยจึงได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

- ๓.๑ รูปแบบการวิจัย
- ๓.๒ พื้นที่การวิจัย
- ๓.๓ ประชากร / กลุ่มตัวอย่าง / ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- ๓.๔ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- ๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล
- ๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล
- ๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย
- ๓.๘ แผนการดำเนินงานการวิจัย

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) มาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการวิจัย เน้นการศึกษาวเคราะห์ทั้งในเชิงพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย มีการจัดกระบวนการวิจัยด้วยการถอดบทเรียนและการบูรณาการข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต และการปฏิบัติการร่วมกันในพื้นที่ศึกษาและกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยใช้กระบวนการตามวงจรเดมมิง (PDCA) เป็นเครื่องมือในการดำเนินงานการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน โดยมีขั้นตอนใหญ่ ๆ ๓ ขั้นตอน เพื่อศึกษาสภาพพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ เพื่อสร้างพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธและพัฒนาารูปแบบพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ โดยมีการดำเนินงาน ดังนี้

๓.๑.๑ ขั้นเตรียมการ มีการดำเนินงาน ดังนี้

๑) การสร้างทีมวิจัยหลัก เป็นกระบวนการแสวงหาผู้สนใจและผู้มีประสบการณ์ในประเด็นเกี่ยวกับการวิจัย

๒) การเลือกประเด็นปฏิบัติการการวิจัย เป็นการสร้างความร่วมมือกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียเพื่อร่วมกันพิจารณาคัดเลือกประเด็นที่เป็นคำถามวิจัยหลัก คือเป็นการร่วมกันศึกษาวิจัยภายใต้สภาพ

ปัญหาและปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายจนนำไปสู่การตั้งคำถามและพัฒนาไปสู่การกำหนดเป้าหมายของการวิจัย

๓) การวางแผนการวิจัย โดยเริ่มดำเนินการจากการเก็บรวบรวมข้อมูลสถานการณ์ในพื้นที่ ความต้องการในพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อค้นหาทีมวิจัยหรือบุคคลที่จะเข้าร่วมเครือข่ายและทีมวิจัย หรือทีมดำเนินงานในพื้นที่

๔) การดำเนินการอื่น ๆ ที่จำเป็น เป็นการร่วมกันพิจารณาแผนการวิจัยหรือขั้นตอนของการวิจัยทั้งหมดว่ามีความเหมาะสม สอดคล้อง และสามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดได้ เพื่อนำไปปรับปรุงแผนการดำเนินงานให้ชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

๓.๑.๒ ขั้นลงมือทำ มีการดำเนินงาน ดังนี้

ในกระบวนการดำเนินการวิจัยหรือระหว่างการจัดกิจกรรมของขั้นตอนนี้จะต้องมีการดำเนินการใน ๔ องค์ประกอบ คือ

๑) การเตรียมการ ทั้งในแง่การประสานงานกลุ่มคน การจัดเตรียมทีมงาน วัสดุอุปกรณ์ วางแผนขั้นตอนต่าง ๆ และการแบ่งหน้าที่ของทีมงาน ส่วนนี้จะมีความสำคัญในแง่ของความพร้อมในการจัดการกิจกรรมซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมว่าจะได้ผลตามที่คาดหวังหรือตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่

๒) การปฏิบัติการ เป็นการดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้ และการปรับเปลี่ยนกิจกรรมดำเนินงานตามเงื่อนไขที่พบในขณะปฏิบัติการซึ่งอาจมีกิจกรรมที่หลากหลายมีรายละเอียดและขั้นตอนมาก

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

๔) การสรุปบทเรียน เพื่อจัดทำฐานข้อมูลและนำเสนอข้อมูลสู่ชุมชนและหน่วยงาน เพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้ข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนหน่วยงาน และแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงบูรณาการแก่กัน

๓.๑.๓ การศึกษาในเชิงเอกสาร (Documentary study)

การศึกษาในเชิงเอกสาร ผู้วิจัยทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูล จากเอกสารและหลักฐาน ที่เกี่ยวข้องจากพระไตรปิฎก ฉบับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ปี พ.ศ. ๒๕๓๙ อรรถ กถา หนังสือ รายงานการวิจัย รายงานการประชุม เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด หลักการ รูปแบบ ความสัมพันธ์ การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑. ศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหนังสือ

รายงานการวิจัย รายงานการประชุม และเอกสารอื่นๆ โดยอาศัยแนวคิดที่เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๒. การศึกษาสังเคราะห์องค์ความรู้จากพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้ทางการศึกษาต่างๆ แล้วจึงนำผลการศึกษามาพัฒนาเป็นการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ที่ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๓. ศึกษาวิเคราะห์รูปแบบ กระบวนการ ในการสร้างรูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๔. ศึกษาการสร้างรูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ในคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยสร้างพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ กระบวนการเรียนการสอนเชิงพุทธ พุทธวิธีการสื่อสาร วัฒนธรรม และบริบทของเยาวชนไทย

๕. สรุปผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๓.๒ พื้นที่การวิจัย

สำหรับการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม เวทีแสดงความคิดเห็นและเวทีชุมชนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ได้แก่ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัด พระนครศรีอยุธยา โรงเรียนบ้านตะโกตาเนตร ตำบลปราสาท อำเภอบ้านด่าน จังหวัดบุรีรัมย์ โรงเรียน วัดวัดปราสาท ตำบลปราสาท อำเภอบ้านด่าน จังหวัดบุรีรัมย์ โรงเรียนบ้านหนองไผ่ใหญ่ ตำบลชุมเห็ด อำเภอมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ โรงเรียนบ้านหนองเชือก ตำบลเมืองแก อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์ โรงเรียนบ้านขอนแก่น จังหวัดสุรินทร์โดยมีประเด็นดังนี้

๑. ทำการศึกษาในรูปแบบพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธของคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัด พระนครศรีอยุธยา

๒. ศึกษาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key-Informant) ประกอบด้วยกลุ่มประชากร กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ กลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่นิสิตคณะครุศาสตร์ และผู้เกี่ยวข้องกัพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ (กลุ่ม บวร)

๓. ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของตัวแทนจากกลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิตคณะครุศาสตร์ และผู้เกี่ยวข้องกัพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถี

พุทธ (กลุ่ม บวร)

๔. สรุปและนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ทั้งจากการศึกษาในเชิงเอกสารและภาคสนาม โดยนำมาวิเคราะห์ตามประเด็นที่สำคัญ คือ กระบวนการการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ เพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ทั้งนี้ เน้นการนำผลการศึกษาวិจัยมาเผยแพร่ให้ภาครัฐ ชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบ

๓.๓ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรศึกษาเป็นกลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิตคณะครุศาสตร์ และผู้เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (กลุ่ม บวร) โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ที่จะสามารถให้ข้อมูลที่สำคัญ โดยกำหนดเกณฑ์คือเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในประเด็นที่ศึกษาและเป็นผู้ที่ยินดีจะให้ข้อมูลเชิงลึกถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามบริบทของพื้นที่ กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

๑) ประชากร ได้แก่

ตารางที่ ๓.๑ แสดงจำนวนประชากร

ที่	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
๑	ผู้บริหาร	๑๑ รูป/คน
๒	คณาจารย์	๖๔ รูป/คน
๓	เจ้าหน้าที่	๑๙ รูป/คน
๔	นิสิต	๓๑๖ คน
	รวม	๔๐๐ รูป/คน

๒) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิตคณะครุศาสตร์ จำนวน ๔๐๐ รูป/คน

๓) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ กลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิตคณะครุศาสตร์ และผู้เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (กลุ่ม บวร) จำนวน ๑๓ รูป/คน

๓.๔ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการตามโครงการวิจัยดังกล่าว เน้นการศึกษามีส่วนร่วมในการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ มีการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อให้การพัฒนาคำถามในพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ โดยมีเครื่องมือที่สำคัญดังนี้

๑. ใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย และผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นต่างๆ ซึ่งการเข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่และดำเนินการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างนี้ จะทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เป็นความจริงเพิ่มมากขึ้นโดยผู้วิจัยจะเตรียมแนวคำถามอย่างกว้าง ๆ มาล่วงหน้า

๒. การอภิปรายกลุ่มย่อย โดยนำกิจกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ที่พบในการสัมภาษณ์มาทำการสนทนากลุ่มเพื่อสร้างชุดกิจกรรมเป็นการสนทนาที่เกิดขึ้นได้โดยทั่ว ๆ ไป

๓. ใช้ชุดกิจกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งชุดกิจกรรมประกอบด้วย

๓.๑ การสนทนากลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิตคณะครุศาสตร์ และผู้เกี่ยวข้องกับพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ (กลุ่ม บวร) ได้แก่ ๑) กลุ่มผู้บริหาร จำนวน ๑๐ รูป/คน ๒) กลุ่มคณาจารย์ จำนวน ๑๐ รูป/คน ๓) กลุ่มตัวแทนชุมชน/ปราชญ์ชาวบ้าน/นักวิชาการ จำนวน ๑๐ คน ๔) กลุ่มนิสิตมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จำนวน ๒๐ คน รวม ๕๐ รูป/คน

๓.๒ การจัดเวทีแสดงความคิดเห็นร่วมกันของกลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิตคณะครุศาสตร์ และผู้เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (กลุ่ม บวร) เพื่อสร้างรูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๓.๓ สร้างรูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย จากนั้นทำการสรุปผลผ่านเวทีแสดงความคิดเห็น

๓.๔ สร้างข้อตกลงร่วมกันผ่านเวทีแสดงความคิดเห็น เพื่อสร้างรูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

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 เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนา (Research and Development) เพื่อประมวลองค์ความรู้ ศึกษาแนวคิด หลักการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์ความรู้การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนทั้งงานวิจัยที่มีผู้รู้ได้ศึกษาไว้ รวมถึงการเก็บข้อมูลเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย เป็นต้น

ในส่วนของการวิจัยในภาคสนามเพื่อพัฒนารูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยในลักษณะของการวิจัยใน ภาคสนาม (Field Study) โดยดำเนินการใน ๖ ลักษณะ คือ

(๑) ศึกษารวบรวมเอกสาร ชุดความรู้ และความเป็นมาเกี่ยวกับแนวคิด หลักการ รูปแบบพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ จากกระบวนการการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

(๒) การวิเคราะห์กระบวนการสร้างองค์ประกอบและเกณฑ์ชี้วัดในการสร้างการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เพื่อนำไปสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ ที่ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

(๓) การบูรณาการรูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยศึกษารูปแบบพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ พัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธและนำเสนอการรูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

(๔) การสร้างรูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยโดยใช้เครือข่ายเป็นตัวเชื่อมโยง โดยใช้การวิเคราะห์จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในระดับสถานศึกษา

(๕) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง สันทนา กลุ่มจัดเวทีแสดงความคิดเห็นที่คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

(๖) จัดทำผลสรุปจากการวิจัยและประมวลองค์ความรู้และข้อคิดเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

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

- ดำเนินการศึกษาบริบทพื้นที่โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการวิจัย

- สรุปและนำเสนอผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาในเชิงเอกสารและภาคสนามจากการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิตคณะครุศาสตร์ และผู้เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (กลุ่ม บวร) สนทนากลุ่มในแต่ละพื้นที่จัดเวทีแสดงความคิดเห็น ที่คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย แล้วนำมาวิเคราะห์ตามประเด็นสำคัญ กล่าวคือ องค์ความรู้การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย กิจกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สร้างเครือข่าย ขับเคลื่อน และบูรณาการพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ ที่เน้นการนำผลการวิเคราะห์มาเผยแพร่สู่สังคม ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในระดับต่าง ๆ

- วิเคราะห์รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ใช้หลักทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การปฏิบัติ

- สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย

การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในลักษณะการพรรณนาความ (Descriptive Presentation) ประกอบภาพถ่ายและการพรรณนาความประกอบการบรรยายเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย รวมไปถึงการสร้างเกณฑ์ปฏิบัติให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้เห็นรูปแบบ กระบวนการ การสร้างเครือข่าย การขับเคลื่อน และการบูรณาการให้เกิดการเรียนรู้วิถีพุทธอย่างยั่งยืนต่อไป

๓.๘ แผนการดำเนินงานการวิจัย

แผนการดำเนินงานการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ ๒

ตารางที่ ๓.๒ แสดงแผนการดำเนินงานการพัฒนาองค์ความรู้พื้นที่นวัตกรรมวิถีพุทธ (ต่อ)

ขั้นตอน		การดำเนินงาน	เดือนที่ดำเนินการ (ตามปีงบประมาณ)											
ใหญ่	ย่อย		๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙	๑๐	๑๑	๑๒
		องค์การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย												

สถานที่ทำวิจัย

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตำบลลำไทร อำเภอมโนรมย์
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



บทที่ ๔

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) มาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการวิจัย เน้นการศึกษวิเคราะห์ทั้งในเชิงพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย มีการจัดกระบวนการวิจัยด้วยการถอดบทเรียนและการบูรณาการข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต และการปฏิบัติการร่วมกันในพื้นที่ศึกษาและกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยใช้กระบวนการตามวงจรเดมมิง (PDCA) เป็นเครื่องมือในการดำเนินงานการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน โดยมีขั้นตอนใหญ่ ๆ ๓ ขั้นตอน เพื่อศึกษาสภาพพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ เพื่อสร้างพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธและเพื่อพัฒนารูปแบบพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ มีผลการวิจัยดังนี้

๔.๑ รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ

รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ มีรายละเอียดดังนี้

การสื่อสารโดยความร่วมมือหรือมีส่วนร่วมขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ ประกอบด้วย

๑. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้สื่อสารเป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับล่างสุด กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารภายใต้ข้อกำหนดของผู้ส่งสาร เช่น การเลือกประเด็น/เนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ การเลือกสื่อ/ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสาร กลุ่มเป้าหมายของกระบวนการมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารที่ตระหนักถึงสิทธิในการรับรู้และบอกเล่าต่อ สามารถเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อ และมีการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งสาร^๑

๒. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ผลิตสื่อ เป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การเตรียมการผลิต การเลือกหัวข้อ การรวบรวมข้อมูล/ข้อเท็จจริง การเขียนบท การคัดเลือกฉาก สถานที่ นักแสดง เป็นต้น

^๑ ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๐๑, ประชุมกลุ่มย่อย

ขั้นการผลิต การลงมือผลิต การถ่ายทอด การบันทึกเทป เป็นต้น และขั้นหลังการผลิต การตัดต่อ การใช้เสียงประกอบ การใส่เทคนิค เป็นต้น^๒

๓. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Planner/ Policy Maker) เป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับสูงสุด กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ระบบการตัดสินใจ การกำหนดเนื้อหา รูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลาการวางระบบบริหารงาน การบริหารงบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงานและการประเมินผลโครงการ^๓

องค์ประกอบหลักในการแพร่กระจายนวัตกรรมประกอบด้วย

๑) นวัตกรรม หรือ แนวคิดใหม่ในสายตาของผู้รับสาร^๔

๒) การสื่อสาร ผ่านช่องทางการสื่อสาร (สื่อกระแสหลัก และ/หรือ สื่อสังคมออนไลน์)^๕

๓) สมาชิกในสังคม คนที่อาศัยอยู่ในสังคม^๖

๔) ระยะเวลา ช่วงเวลาซึ่งนวัตกรรมยังคงความใหม่^๗ กระบวนการตัดสินใจและยอมรับ นวัตกรรมประกอบด้วยขั้นตอนซึ่งผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับนวัตกรรมกล่าวคือ

๑. การให้ความรู้^๘ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารได้รับการกระตุ้นให้เกิดความตระหนักต่อนวัตกรรม เมื่อได้มีโอกาสพบเห็นนวัตกรรมและคุณลักษณะต่าง ๆ ของนวัตกรรมผ่านสื่อมวลชน และ/หรือสื่อออนไลน์ ข้อมูลข่าวสารที่นิยมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน คือ

๑) ข้อมูลพื้นฐานเป็นข้อมูลที่ช่วยตอบคำถามผ่านนวัตกรรมดังกล่าว ได้แก่ นวัตกรรมอะไร และมีประโยชน์อย่างไร^๙

๒) ความรู้ด้านการใช้ เป็นข้อมูลที่อธิบายสรรพคุณ และนานวัตกรรมมาใช้ประโยชน์^{๑๐}

^๒ ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๐๒, ประชุมกลุ่มย่อย

^๓ ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๐๓, ประชุมกลุ่มย่อย

^๔ ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๐๔, ประชุมกลุ่มย่อย

^๕ ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๐๕, ประชุมกลุ่มย่อย

^๖ ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๐๖, ประชุมกลุ่มย่อย

^๗ ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๐๗, ประชุมกลุ่มย่อย

^๘ ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๐๘, ประชุมกลุ่มย่อย

^๙ ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๐๙, ประชุมกลุ่มย่อย

^{๑๐} ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๑๐, ประชุมกลุ่มย่อย

๓) ความรู้เชิงหลักการ เป็นแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับนวัตกรรม เช่น นวัตกรรม ใหม่จริงหรือไม่ แตกต่างจากนวัตกรรมอื่นที่ผ่านมาหรือไม่ อย่างไร^{๑๑}

๒. การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ^{๑๒} เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารมีความเห็น หรือ เปรียบเทียบนวัตกรรม ทั้งในด้านผลดี และ ผลเสียผู้ทำหน้าที่เผยแพร่รณนวัตกรรมพยายามให้ข้อมูลเพื่อสร้างความสนใจและ ทศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม ในขั้นตอนนี้ สื่อบุคคลจะมีบทบาทสำคัญกว่าสื่อมวลชน สื่อบุคคลจะทำหน้าที่ ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจน

๓. การตัดสินใจ^{๑๓} เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เช่น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความคิดเห็นของคนใกล้ชิด ขั้นตอนนี้ผู้เผยแพร่รณนวัตกรรมจะให้ความ ช่วยเหลือให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม ให้ทดลอง สาธิตการใช้ และใช้บุคคลต้นแบบ

๔. การดำเนินการ^{๑๔} เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารจะนำนวัตกรรมที่ตนตัดสินใจรับมาใช้หรือ ทดลอง ใช้ ในขั้นตอนนี้ ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทสำคัญมากต่อการยอมรับนวัตกรรม โดยเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหา สะท้อนให้เห็นความสำคัญของนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวข้องกับสถานที่ซึ่งสามารถเข้าถึงนวัตกรรม ข้อมูล เกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม

๕. การยืนยัน^{๑๕} เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารมักจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อยืนยันความคิดที่ว่า ตน สมควรรับนวัตกรรม หรือ สมควรปฏิเสธนวัตกรรมนี้ การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นกระบวนการซึ่ง นวัตกรรมถูกสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารในช่วงเวลาหนึ่ง ระหว่างผู้รับสารในสังคมกับการยอมรับ นวัตกรรมแบ่งเป็น ๕ กลุ่ม

๑. กลุ่มล้าสมัย เป็นกลุ่มคนที่ชอบการเปลี่ยนแปลง ชอบเสี่ยง ชอบลองของใหม่ ตัดสินใจเร็ว และเต็มใจที่จะรับผลที่เกิดขึ้นจากการรับนวัตกรรม คนกลุ่มนี้จะมีบทบาทในการแนะนำนวัตกรรมแก่ ผู้อื่น^{๑๖}

^{๑๑} ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๑๑, ประชุมกลุ่มย่อย

^{๑๒} ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๑๒, ประชุมกลุ่มย่อย

^{๑๓} ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๑๓, ประชุมกลุ่มย่อย

^{๑๔} ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๑๔, ประชุมกลุ่มย่อย

^{๑๕} ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๑๕, ประชุมกลุ่มย่อย

^{๑๖} ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๐๓, ประชุมกลุ่มย่อย

๒. กลุ่มนำสมัย^{๑๗} เป็นกลุ่มคนที่ได้รับความเคารพนับถือ มีอิทธิพลในการชักชวนให้ผู้อื่นในสังคม มีความคิดเห็นคล้ายตาม มักเป็นผู้นำทางความคิด พร้อมยอมรับนวัตกรรมเมื่อได้ผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว

๓. กลุ่มทันสมัย^{๑๘} เป็นกลุ่มผู้คล้ายตาม ยอมรับนวัตกรรมเร็ว

๔. กลุ่มตามสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้ายตาม ยอมรับนวัตกรรมช้า คนกลุ่มนี้จะยอมรับนวัตกรรมตามผู้นำทางความคิดเห็น

๕. กลุ่มล่าสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้ายตามยอมรับนวัตกรรมช้าที่สุด กลุ่มนี้จะได้รับอิทธิพลจากคนกลุ่มกลุ่มทันสมัยและกลุ่มตามสมัย

กระบวนการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ คือ

ขั้นตอนที่ ๑ การเตรียมความคิดผู้วิจัยสำรวจสภาพพื้นที่จริงผ่านการจัดกิจกรรมการประชุมร่วมกับกลุ่มอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อ

๑. การวิเคราะห์บริบทโรงเรียน เป็นขั้นตอนของติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความรู้จักกับสถาบันการศึกษาประกอบด้วย ผู้อำนวยการโรงเรียน คณะกรรมการที่ปรึกษากรรมการนักเรียน อาจารย์ที่ปรึกษากรรมการและประธานสถานักเรียนเพื่อสร้างวัตถุประสงค์ เป้าหมายที่จะดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการกับนักเรียน

๒. โรงเรียนให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนานักเรียน มีโครงสร้างการบริหารกิจการนักเรียนเป็นรูปธรรมประกอบด้วย ผู้บริหาร คณะกรรมการ อาจารย์ที่ปรึกษากรรมการ และสถานักเรียน รูปแบบและลักษณะของกิจกรรมของโรงเรียน มี ๒ ประเภท คือ กิจกรรมโรงเรียนและกิจกรรมของสถานักเรียน (กิจกรรมวิชาการศิลปวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ และบำเพ็ญประโยชน์)

๓. ความสามารถทางการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ ๒ ขั้นปฏิบัติการ ประกอบด้วย

ขั้นเตรียมงาน (PLAN) ประกอบด้วย แต่งตั้งประธานโครงการ คณะกรรมการดำเนินงานจากที่ประชุมสถานักเรียนในโรงเรียนกลุ่มเป้าหมายและเสนอโครงการแก่ผู้บริหารโรงเรียนเพื่อขออนุมัติดำเนินงาน

ขั้นการดำเนินการ (DO) ประกอบด้วย

๑) ประธานโครงการและคณะกรรมการ

^{๑๗} ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๐๑, ประชุมกลุ่มย่อย

^{๑๘} ผู้ทรงคุณวุฒิ ๐๐๗, ประชุมกลุ่มย่อย

๒) คณะกรรมการการรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการเล่าเรื่อง

๓) คณะกรรมการร่วมวางแผนโครงเรื่อง เขียนบท เล่าเรื่อง วางโครงเรื่อง

๔) คณะกรรมการร่วมผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (คลิปวิดีโอ) (เช่นถ่ายภาพ ตัดต่อ ลงเสียง ใส่ effect)

ขั้นการประเมินผล (CHECK) ประกอบด้วย

๑) ประเมินผลโครงการโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

๒) ประเมินผลโครงการโดยใช้แบบสอบถามชั้นนำผลประเมินมาปรับปรุง (ACTION)

ประกอบด้วย รายงานสรุปการดำเนินโครงการเพื่อนำผลมาปรับปรุง

ขั้นตอนที่ ๓ การถอดบทเรียน

รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ

๑. ศึกษาบริบทพื้นที่การกำหนดจัดกิจกรรมนักเรียนในบริบทของโรงเรียน ประกอบด้วย ผู้บริหาร วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย

๒. การบริหารกิจการนักเรียน ประกอบด้วย การกำหนดโครงสร้างการบริหารกิจการนักเรียน คณะกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษา และสถานักเรียน

๓. กระบวนการวางแผนกิจกรรม ประกอบด้วย แผน เป็นแผนกิจกรรมที่เสนอจากสถานักเรียน ชมรม หรือกลุ่มนักเรียน

๔. รูปแบบและลักษณะกิจกรรม รูปแบบกิจกรรมประกอบด้วย กิจกรรมโรงเรียนและกิจกรรม สถานักเรียนลักษณะกิจกรรม ประกอบด้วย กิจกรรมวิชาการศิลปวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ งานบำเพ็ญประโยชน์

๕. การวางแผนกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมในการวางแผน เป็นประธานโครงการ รองประธาน โครงการ คณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ และเลขานุการ มีส่วนร่วมในระดับปฏิบัติการ เช่น เขียนโครงการ สรุป/ประเมินผลโครงการ เป็นต้น

๖. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมในผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารภายใต้ข้อกำหนดของผู้วิจัย เช่น การเลือกประเด็น/เนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ การเลือกสื่อ/ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสาร มีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ผลิตสื่อ มีส่วนร่วมใน

โดยมีพันธกิจ ๓ ด้านคือ

๑. การบริหารกิจการนักเรียน บทบาท ภารกิจหลักและการบริหารกิจการนักเรียนอยู่ภายใต้ บริบทของวิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบายของผู้บริหาร การบริหารจัดการกิจการนักเรียนที่ตอบสนองนโยบาย การศึกษาแห่งชาติและการบริหารจัดการตามแนวปฏิรูปการศึกษาในศตวรรษที่ ๒๑ ซึ่งนักเรียนสามารถ

เรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมระหว่างอาจารย์และนักเรียนเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์และร่วมพัฒนาโรงเรียนผ่านกลไกกิจกรรมโรงเรียนและกิจกรรมสภานักเรียน

๒. นวัตกรรมและเทคโนโลยีการสื่อสาร นวัตกรรมการสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาวิธีการกำหนดจัดกิจกรรมโรงเรียน นักเรียนมีส่วนร่วมและใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการทำกิจกรรม การประยุกต์ใช้ความรู้ทางการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์เป็นการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่ในการพัฒนากิจกรรมนักเรียน เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่ทันสมัย เสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการการศึกษาตามแนวปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่ ๒๑ ด้วยระบบคุณภาพบนหลักธรรมาภิบาลพัฒนาสภาพแวดล้อม แหล่งเรียนรู้ สื่อ นวัตกรรมและเทคโนโลยีการสื่อสาร รวมทั้งสร้างจิตสำนึกการใช้สื่อออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ ตลอดจนเรียนรู้การใช้สื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ ใช้สื่อออนไลน์ของโรงเรียน (เว็บไซต์โรงเรียนและเพชบุ๊คโรงเรียน) เป็นช่องทางการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม(นักเรียน) กลุ่มเป้าหมายภายใน (ผู้บริหาร อาจารย์ เจ้าหน้าที่) และภายนอกโรงเรียน (ผู้ปกครอง ชุมชน เพื่อนต่างสถาบัน)

๓. สังคมและชุมชน โรงเรียนเป็นบ้านแห่งการเรียนรู้ มีบทบาทหน้าที่ในการเตรียมความพร้อมนักเรียนให้เป็นผู้ใหญ่ที่ดีในสังคม สร้างนิสัย รู้จักระเบียบ ข้อบังคับ กฎเกณฑ์และกติกา รู้จักรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ตนพึงมีต่อหมู่คณะ ชุมชน และสังคมได้อย่างเหมาะสมผ่านกลไกกิจกรรมนักเรียนเพื่อเรียนรู้จากประสบการณ์จริง มีส่วนร่วมในการริเริ่ม พัฒนา ร่วมคิด ร่วมแก้ปัญหา สามารถทำงานเป็นกลุ่ม เป็นหมู่คณะ พัฒนาให้เป็นนักเรียนของโรงเรียนในชุมชน ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นที่รู้จัก การยอมรับ และสนับสนุนจากสังคมและชุมชน

๔.๒ การพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

การพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย มีดังนี้

- ๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา
- ๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง
- ๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย

- ๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย
- ๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ
- ๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย
- ๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ
- ๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย
- ๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่
- ๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
- สรุปได้ดังภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ ๔.๑ แสดงการพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ
เพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

โดยมีพื้นที่ดังนี้

**๑.โรงเรียนพระอินทร์ศึกษา (กล่อมสกุลอุทิศ) หมู่ที่ ๕ ตำบลพยอม อำเภอลำดวน จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา**

ประวัติโรงเรียน

โรงเรียนพระอินทร์ศึกษา (กล่อมสกุลอุทิศ) เกิดขึ้นด้วยความศรัทธาเริ่มของคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาของโรงเรียนชลประทานอนุเคราะห์ โดยได้รับความช่วยเหลือจากข้าราชการชลประทานรังสิตเหนือ คหบดี พ่อค้า ประชาชนย่านประตูน้ำพระอินทร์ราชาร่วมสร้างอาคารนี้ เมื่อวันที่ ๑๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๐๕ เป็นแบบอาคารโรงฝึกงานของกระทรวงศึกษาธิการ มีมูลค่าประมาณ สามหมื่นบาทเศษ

นายอาจ กล่อมสกุล ยกที่ดินให้ ๓ ไร่ ๒ งาน ๓๗ ตารางวา โรงเรียนนี้จึงได้ชื่อว่า “โรงเรียนพระอินทร์ศึกษา (กล่อมสกุลอุทิศ)” คณะกรรมการได้มอบอาคารเรียนและที่ดินให้แก่กระทรวงศึกษาธิการ และอนุญาตให้เปิดทำการเรียนการสอนได้ตั้งแต่ชั้นประถมศึกษาปีที่ ๕ ถึงชั้นประถมศึกษาปีที่ ๗ เมื่อวันที่ ๑ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๐๕ และได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามแบบการศึกษาชาติ และนโยบายของรัฐบาลเรื่อยมา

ปี พ.ศ. ๒๕๑๑ ได้รับเงินงบประมาณสร้างอาคารเรียน แบบ ๐๒๑ ของกรมสามัญจำนวน ๖ ห้องเรียน โดยมีนายประเสริฐ หวังวีระ ครูใหญ่โรงเรียนชลประทานมาทำหน้าที่ครูใหญ่

ปี พ.ศ. ๒๕๑๒ ทางราชการได้ให้นายสวัสดิ์ หลาวเพชร มาดำรงตำแหน่งครู แทนนายประเสริฐ หวังวีระ ซึ่งย้ายไปดำรงตำแหน่งครูหัวหน้าหมวดวิชาการที่โรงเรียนวังน้อยวิทยาคม

ปี พ.ศ. ๒๕๑๖ นายวันชัย สุขประเสริฐ มาดำรงตำแหน่งแทนนายสวัสดิ์ หลาวเพชร ซึ่งย้ายไปปฏิบัติราชการที่หมวดการศึกษาที่อำเภอ

ปี พ.ศ. ๒๕๒๒ นางสาวประไพ ขมิวัลย์ มาดำรงตำแหน่งแทนนายวันชัย สุขสวัสดิ์ ซึ่งย้ายไปดำรงตำแหน่งที่โรงเรียนวิเชียรกลิ่นสุคนธ์อุปถัมภ์ ของกรมสามัญศึกษา

ปี พ.ศ. ๒๕๔๓ นายนิรันดร์ จัปปิตต์ ย้ายมาดำรงตำแหน่งแทน นางสาวประไพ ขมิวัลย์ ซึ่งเกษียณอายุราชการและดำรงตำแหน่งผู้บริหารสถานศึกษา

ปี พ.ศ. ๒๕๕๗ นายวันชาติ ขอพร ย้ายมาดำรงตำแหน่งแทน นายนิรันดร์ จัปปิตต์ ซึ่งเกษียณอายุราชการและดำรงตำแหน่งผู้บริหารสถานศึกษา

ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ว่าที่ร้อยตรี ดร.คุณาวุฒิ เดชเสถียร ย้ายมาดำรงตำแหน่งแทน นายวันชาติ ขอพร ซึ่งเกษียณอายุราชการและดำรงตำแหน่งผู้บริหารสถานศึกษาจนถึงปัจจุบัน

วิสัยทัศน์

“ ในปีการศึกษา ๒๕๖๒ – ๒๕๖๕ โรงเรียนพระอินทร์ศึกษา (กลุ่มสกุลอุทิศ) จัดการศึกษา ได้มาตรฐาน มีคุณธรรม สร้างโอกาสความเสมอภาคทางการศึกษา น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีจิตอาสา พัฒนาแหล่งเรียนรู้ ชุมชนมีส่วนร่วมบนพื้นฐานความเป็นไทยอย่างยั่งยืน”

เอกลักษณ์ลูกพระอินทร์

วินัยดี มีน้ำใจ ใฝ่การเรียนรู้ เพียรทำดี

พันธกิจ

พัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพสูงขึ้นให้ได้มาตรฐานการศึกษา

ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้เรียนได้รับโอกาสความเสมอภาคทางการศึกษา

ส่งเสริมผู้เรียนให้มีคุณธรรมและมีจิตอาสา

ส่งเสริม สนับสนุนให้ครูและผู้เรียนทุกคน ให้ดำรงตำแหน่งตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ส่งเสริมและสนับสนุนปลูกฝังความเป็นไทยอย่างยั่งยืน

ประสานความร่วมมือให้ชุมชนและสังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาและพัฒนาแหล่งเรียนรู้

เป้าประสงค์

พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ความสามารถตามเกณฑ์มาตรฐานการศึกษาอย่างมีคุณภาพ

ผู้เรียนได้รับโอกาสความเสมอภาคทางการศึกษาอย่างทั่วถึง

ผู้เรียนมีคุณธรรมจริยธรรม ปฏิบัติตนตามแบบคุณธรรม ๙ ประการ ค่านิยม ๑๒ ประการ และ

มีจิตสำนึกของความเป็นไทย

ครูและผู้เรียนสามารถดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและมีจิตสาธารณะ

ครูและนักเรียนสามารถแสวงหาความรู้ได้จากแหล่งเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน

ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของโรงเรียน

คุณลักษณะอันพึงประสงค์

นักเรียนระดับก่อนประถมศึกษา มีพัฒนาการที่เหมาะสมตามช่วงวัย ได้อย่างสมดุลและนักเรียน

ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานทุกคน มีพัฒนาการที่เหมาะสมตามช่วงวัยอย่างมีคุณภาพ

ประชากรวัยเรียนทุกคนได้รับโอกาสในการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างทั่วถึง มีคุณภาพ และเสมอ

ภาค

นักเรียนเป็นผู้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน

นักเรียนเป็นคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม

นักเรียนเป็นผู้ปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีจิตอาสาและภาคภูมิใจในความเป็นไทยอย่างยั่งยืน

นักเรียนเป็นผู้ไม่ข้องเกี่ยวกับสิ่งเสพติด

นักเรียนเป็นผู้สามารถแสวงหาความรู้ได้ด้วยตนเอง จากแหล่งเรียนรู้^{๑๙}



^{๑๙} โรงเรียนพระอินทร์ศึกษา (กล่อมสกุลอุทิศ), [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <http://prainsuksa.ac.th/contact> [๒ มิถุนายน ๒๕๖๕].



ภาพที่ ๕.๑ แสดงกิจกรรมของโรงเรียนพระอินทร์ศึกษา (กลุ่มสกุลอุทิศ)

๒.โรงเรียนวัดบ้านสร้าง หมู่ที่ ๕ ตำบลบ้านสร้าง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โรงเรียนวัดบ้านสร้างเปิดเรียนเมื่อวันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๗ โดยอาศัยศาลาการเปรียญวัดบ้านสร้างเป็นที่เรียน เปิดสอนตั้งแต่ชั้นเตรียมถึงชั้นประถมศึกษาปีที่ ๔ ชื่อว่าโรงเรียนประชาบาล ตำบลบ้านสร้าง นายอำเภอบางปะอินเป็นผู้จัดตั้งมีนายหวาน ภาคสุภาพ เป็นครูใหญ่

ปัจจุบันโรงเรียน ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ ๗ ถนนโรจนะ สายอยุธยา – วังน้อย ตำบลบ้านสร้าง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีพื้นที่ ๑๕ ไร่ ซึ่งพื้นที่อยู่ใกล้หมู่บ้านจัดสรร และหมู่บ้านเอื้ออาทร เขตการปกครองเทศบาลตำบลบ้านสร้าง เป็นโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาที่จัดการเรียนรู้เป็นต้นแบบของ สพป.อย ๒ เป็นโรงเรียนดีประจำตำบลและได้รับการรับรองจาก สมศ. รอบ ๓ เมื่อ พ.ศ. ๒๕๕๖ เปิดทำการสอนตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ ๑ ถึง มัธยมศึกษาปีที่ ๓ ซึ่งมีประวัติในการพัฒนาการเรียนรู้ อาคารสถานที่และผู้บริหารโรงเรียนดังต่อไปนี้

พ.ศ. ๒๕๑๑ สร้างอาคารใหม่เป็นอาคารแบบ ๐๐๒ มีห้องเรียน ๘ ห้อง จากงบกระทรวงศึกษาธิการและเงินบริจาคจากผู้ปกครอง เปิดทำการสอนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๕ โดยมีนายณรงค์ ภาคอินทรีย์ เป็นครูใหญ่ตรี

พ.ศ. ๒๕๑๓ สร้างอาคารเรียนแบบ ป๑ข จากงบประมาณขององค์การบริหารส่วนจังหวัดมีนายสำราญ พรรณทรัพย์ ดำรงตำแหน่งครูใหญ่โท

พ.ศ. ๒๕๑๔ องค์การบริหารส่วนจังหวัดให้งบประมาณสร้างโรงฝึกงาน ๑ หลัง แบบ ๓๑๒

พ.ศ. ๒๕๑๕ องค์การบริหารส่วนจังหวัดจัดสรรงบประมาณสร้างบ้านพักครู ๑ หลัง และสร้างอาคารเรียน ๒ ห้องเรียน ท่านพระครูปิยะ ธรรมโศภิต เจ้าอาวาสวัดบ้านสร้างบริจาคทรัพย์สร้างต่ออีกสองห้องเรียน

พ.ศ. ๒๕๒๐ - ๒๕๓๕ สร้างอาคารเรียนแบบ ป ๑ ดัดแปลง ๔ ห้องเรียน บ้านพักครู ๓ หลัง และสะพานเข้าโรงเรียน โดยมี นางวิรัช สุวรรณวนิช เป็นอาจารย์ใหญ่

พ.ศ. ๒๕๓๕ ได้รับคำสั่งให้เปิดเรียนชั้น ม. ๑ ขยายโอกาสทางการศึกษา โดยมี นานนิตพงศ์ อ่อนแก้ว เป็นผู้อำนวยการโรงเรียน (พ.ศ. ๒๕๓๕ - ๒๕๔๔)

พ.ศ. ๒๕๓๘ โรงเรียนได้ขอใช้ที่สาธารณะทุ่งสองห้อง หมู่ที่ ๗ ตำบลบ้านสร้าง จากสภาพตำบลบ้านสร้างขยายที่ตั้งโรงเรียนใหม่ จำนวน ๑๕ ไร่ และถมดินเพื่อเตรียมสร้างอาคารเรียน อาคารประกอบ

พ.ศ. ๒๕๓๘ โรงเรียนได้รับงบประมาณ สร้างหอประชุม

พ.ศ. ๒๕๓๙ - ๒๕๔๐ ได้งบประมาณสร้างอาคารเรียนแบบ ๒/๒๘ จำนวน ๑๘ ห้องเรียน

พ.ศ. ๒๕๔๒ - ๒๕๔๔ สร้างซุ้มพระ เสาธง ถนนรอบโรงเรียน ถมสนาม

พ.ศ. ๒๕๔๖ โอนนักเรียนระดับอนุบาลให้เทศบาลตำบลบ้านสร้างจัดการเรียนรู้

พ.ศ. ๒๕๔๙ นายศุภชัย บุญวัฒน์ ได้ย้ายมาดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการโรงเรียน และได้ดำเนินการก่อสร้าง ปรับปรุงซ่อมแซม อาคารเรียน และอาคารประกอบต่างๆ ดังนี้

พ.ศ. ๒๕๕๑ สร้างห้องสมุด โดยงบประมาณขององค์การบริหารส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พ.ศ. ๒๕๕๒ ปรับปรุงโรงอาหาร ต่อเติมและทาสีรั้วโรงเรียน

พ.ศ. ๒๕๕๔ สร้างสนามกีฬาขนาดมาตรฐาน โดยงบประมาณอุดหนุน และย้ายนักเรียนชั้น ป.๑-ป.๖ มาเรียนรวมกัน ณ สถานที่ปัจจุบัน เมื่อ ๑ พ.ย. ๒๕๕๔

พ.ศ. ๒๕๕๕ สร้างอาคารเรียน แบบ สปข.๑๐๕/๒๙ (อาคารสภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์) สภาสังคมสงเคราะห์ บริจาคเงิน ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ประสานการบริจาค

โดย พันเอกพิเศษหญิง วราภรณ์ นาครัตน์) และคณะครู ศิษย์เก่า ชุมชน หน่วยงานอื่นๆ ได้บริจาค ๒,๒๐๐,๐๐๐ บาท รวมค่าก่อสร้างทั้งสิ้น ๔.๒ ล้านบาท จำนวน ๑ หลัง

พ.ศ. ๒๕๕๖ ได้ดำเนินการก่อสร้างอาคารเรียนและอาคารประกอบดังนี้

๑. สร้างอาคารเรียน แบบ สปช.๑๐๕/๒๙ โดยงบประมาณสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ๓,๔๗๗,๙๐๐ บาท จำนวน ๑ หลัง และต่อเติมด้านล่างเป็นโรงอาหาร โดยงบบริจาค ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท รวมเป็นเงินค่าก่อสร้างทั้งสิ้น ๔,๔๗๗,๙๐๐ บาท

๒. สร้างห้องส้วมนักเรียนชายระดับชั้นประถมศึกษา โดยงบบริจาคจากบริษัท S.C.G ๒๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑ หลัง

๓. สร้างห้องส้วมนักเรียนหญิงระดับชั้นประถมศึกษา โดยงบบริจาคจากกองทุนไฟฟ้า ตำบลบ้านสร้าง ๒๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑ หลัง

๔. สร้างห้องส้วมนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา โดยงบบริจาคจากสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ.๕) ๙๐๕,๕๔๑.๒ บาท จำนวน ๒ หลัง (ประสานการบริจาคโดย พลตรีสนธิรัตน์ และ พันเอกพิเศษหญิงวราภรณ์ นาครัตน์)

พ.ศ. ๒๕๕๘ ได้รับงบประมาณจากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน ๖,๐๙๘,๐๐๐ บาท และงบประมาณสมทบจากหน่วยงานอื่นๆ คณะครู ศิษย์เก่า ผู้ปกครองและชุมชนอีก ๒,๑๕๖,๒๐๐ บาท รวมเงินค่าก่อสร้างทั้งสิ้น ๘,๒๕๔,๒๐๐ บาท สร้างอาคารเรียนแบบ สปช ๒/๒๘ ๑๒ ห้องเรียน^{๒๐}



ภาพที่ ๔.๒ แสดงเว็บไซต์โรงเรียนวัดบ้านสร้าง

^{๒๐} โรงเรียนวัดบ้านสร้าง, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.watbansang.com/school๑.html>



ข่าวประชาสัมพันธ์
สาละสารโรงเรียนวัดบ้านสร้าง
 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 2



นายสมบุรณ์ กุระหงษ์
 ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดบ้านสร้าง

ฉบับที่ 27 วันที่ 29 ตุลาคม 2564

ประชุมคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน
ครั้งที่ 2/2564





นางกนกวรรณ ศรีเจริญ นางสาวนิจนุญา สุระจิระ
 รองผู้อำนวยการโรงเรียนวัดบ้านสร้าง

วันที่ 29 ตุลาคม 2564 มีการประชุมคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โรงเรียนวัดบ้านสร้าง ครั้งที่ 2/2564 ณ ห้องประชุม เพื่อพิจารณาการอนุญาตเปิดเรียน ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 ของโรงเรียนวัดบ้านสร้างภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมี นายวรณัฐ น่วมบัวมี ประธานคณะกรรมการสถานศึกษา นายรัตน กลัดกลีบ ปลัดเทศบาลตำบลบ้านสร้าง พร้อมด้วยนายสมบุรณ์ กุระหงษ์ ผู้อำนวยการโรงเรียนวัดบ้านสร้าง และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน









 ต. บ้านสร้าง อ. บางปะอิน จ.พระนครศรีอยุธยา


 035-230321


 โรงเรียนวัดบ้านสร้าง

ภาพที่ ๔.๓ แสดงกิจกรรมของโรงเรียนวัดบ้านสร้าง

๓.โรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย ๕๖ ถนน ปาโทน ตำบล ประตูลี อำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประวัติ

โรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย (อังกฤษ: Ayutthaya Wittayalai School; อักษรย่อ: อ.ย.ว. — A.Y.W.) เป็นโรงเรียนประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปิดทำการสอนตั้งแต่ พ.ศ. ๒๔๔๘ - ปัจจุบัน โรงเรียนอยุธยาวิทยาลัยเปิดสอนทั้งระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย ซึ่งในปัจจุบันเป็นการจัดการศึกษาแบบสหศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมปัจจุบันตามนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ และได้เข้าร่วมโครงการโรงเรียนมาตรฐานสากล (World-Class Standard School) ในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นให้นักเรียนมีศักยภาพเป็นพลโลก เป็นเลิศทางวิชาการ สื่อสารสองภาษา ล้ำหน้าทางความคิด ผลงานอย่างสร้างสรรค์ ร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคมโลก ปัจจุบันสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาพระนครศรีอยุธยา

สถาปนาโรงเรียนตัวอย่างประจำมณฑลกรุงเก่า

พ.ศ. ๒๔๔๘-๒๔๘๔

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศพระบรมราชโองการจัดตั้งโรงเรียนหลวงขึ้นตามมณฑลต่าง ๆ โดยทั่วกัน ยึดแบบอย่างของโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัยโรงเรียนหลวงแห่งแรกของประเทศไทย ดังที่ปรากฏในพระราชหัตถเลขาตอนหนึ่งว่า

เจ้านายราชตระกูล ตั้งแต่ลูกฉันเป็นต้นลงไป ตลอดจนถึงราษฎรที่ต่ำที่สุด จะให้ได้มีโอกาสเล่าเรียนได้เสมอกัน ไม่ว่าเจ้า ว่าขุนนาง ว่าไพร่ เพราะฉันนั้น จึงขอบอกได้ว่าการเล่าเรียนในบ้านเมืองเรานี้จะเปนข้อสำคัญที่หนึ่ง ซึ่งฉันจะอุตสาหะจัดให้เจริญขึ้นจงได้

พระราชดำรัส พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในที่ประชุมพระบรมวงศานุวงศ์และข้าราชการ เนื่องในโอกาสเสด็จฯ โรงเรียนพระตำหนักสวนกุหลาบ พ.ศ. ๒๔๒๗

ซึ่งในขณะนั้นพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดให้จัดการปฏิรูปการปกครองทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยการปกครองส่วนภูมิภาคนั้น โปรดให้จัดการปกครองแบบเทศาภิบาลขึ้น โดยให้รวมเมืองที่อยู่ใกล้เคียงกัน ๓-๔ เมือง ขึ้นเป็นมณฑล มีข้าหลวงเทศาภิบาลเป็นผู้ปกครอง โดยในปี พ.ศ. ๒๔๓๘ โปรดให้จัดตั้งมณฑลกรุงเก่าขึ้น ประกอบด้วยหัวเมืองต่าง ๆ คือ กรุงเก่าหรืออยุธยา อ่างทอง สระบุรี ลพบุรี พรหมบุรี อินทร์บุรี และสิงห์บุรี โดยมี พระยาโบราณบุรานุรักษ์ (พร เดชะคุปต์) เป็นข้าหลวงเทศาภิบาลประจำมณฑล ดำรงตำแหน่งสมุหเทศาภิบาลมณฑลกรุงเก่า และได้สนองพระบรมราชโองการของพระองค์ มีส่วนร่วมในการจัดตั้งโรงเรียน เขาได้ขอพระราชทานุญาตขยายพื้นที่วัดเสนาสนาราม และเรียไ้เงินจากผู้มีจิตศรัทธาในการสร้างโรงเรียน และได้มอบหนังสือตำนานกรุงเก่าให้กับห้องสมุด[๓]

เพื่อเตรียมสร้างโรงเรียนประจำมณฑลขึ้นใน ร.ศ. ๑๒๓ หรือปี พ.ศ. ๒๔๔๘ โดยในระยะแรกใช้กุฏิพระศาลาวัด และบริเวณใกล้เคียงกับวัดเสนาสนาราม หลังพระราชวังจันทร์เกษม เป็นสถานที่ทำการเรียนการสอน[๔]:๑ โดยมีขุนประกอบบุตติสารท (ทิพ เปรมกมล) เป็นครูใหญ่คนแรกของโรงเรียน

ในปี พ.ศ. ๒๔๔๘ มีปรากฏทะเบียนรายชื่อนักเรียนไว้ จำนวน ๒๕๙ คน แต่ไม่ปรากฏรายชื่อนักเรียน โดยในเวลานั้น ยังมีนักเรียนที่เป็นพระและสามเณร และยังไม่มียานสกุและเลขประจำตัวใช้[๔]:๔ ต่อมาพระอนุสิษฐ์วิบูลย์ (เปี่ยม จันทรสถิตย์) ได้เป็นครูใหญ่ต่อจากขุนประกอบบุตติสารท

ในปี พ.ศ. ๒๔๔๙ กระทรวงธรรมการเห็นว่าประชาชนนิยมส่งบุตรหลานมาศึกษาเล่าเรียนเป็นจำนวนมาก จนทำให้สถานที่เดิมคับแคบ จึงได้จัดสร้างอาคารเรียนแบบประยุกต์ครึ่งตึกครึ่งไม้ ลักษณะถาวร ๒ ชั้นแบบ ๖ ห้องเรียนและห้องประชุมอีก ๑ ห้อง ประชาชนในมณฑลกรุงเก่าขณะนั้นเรียกชื่อโรงเรียนกันว่า "โรงเรียนหลังวัง" (ซึ่งตึกที่กระทรวงธรรมการได้สร้างนั้น ต่อมาโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัยขอใช้ตึกนี้เป็นที่ตั้งของโรงเรียน เพราะโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัยย้ายมาอยู่ในสถานที่ปัจจุบัน) ต่อมาเมื่อวันที่ ๑ มิถุนายน พ.ศ. ๒๔๔๙ พระวิเศษกลปกิจ (รัตน ปัทมะศิริ) ได้เป็นครูใหญ่ต่อจากพระอนุสิษฐ์วิบูลย์ ในเวลานั้นโรงเรียนไม่มีการจัดเป็นชั้นประถมและมัธยม แต่มีการจัดไว้เป็นชั้น ๑, ชั้น ๒, ชั้น ๓ ฯลฯ เท่านั้น วันหยุดของโรงเรียนเป็นวันโกนวันพระ นอกจากโรงเรียนจะมีคุณครูเป็นผู้สอน ยังมีนักเรียนฝึกหัดสอนเป็นผู้สอนนักเรียนด้วย โดยคุณครูจะต้องควบคุมดูแลการสอนของนักเรียนฝึกหัดสอนอีกทีหนึ่ง ในปีดังกล่าวมีนักเรียนเข้าใหม่จำนวน ๘๙ คน

ในปี พ.ศ. ๒๔๕๐ ขุนบำเหน็จวรสาร (ชิต) ได้เป็นครูใหญ่ต่อจากพระวิเศษกลปกิจ ในปีนี้พระยาไพศาลศิลปศาสตร์ (สนั่น เทพหัสดิน ณ อยุธยา) เจ้ากรมตรวจกระทรวงธรรมการ ได้มาตรวจโรงเรียนเพื่อเปลี่ยนระเบียบของโรงเรียนใหม่ โดยได้ให้ชื่อโรงเรียนว่า "โรงเรียนตัวอย่างประจำมณฑลกรุงเก่า" เรียกนักเรียนฝึกหัดครูว่า "นักเรียนสอน" จัดนักเรียนออกเป็น ๖ ห้องเรียน ได้แก่ มูล ๑, มูล ๒, เตรียม, ประถม ๑, ประถม ๒ และประถม ๓ เปลี่ยนทะเบียนใหม่ และได้รับนักเรียนใหม่เข้ามาเพิ่มในวันดังกล่าวจำนวน ๑๕๑ คน ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. ๒๔๕๐ โรงเรียนได้ถูกใช้เป็นสถานที่พักข้าราชการในงานสมโภชกรุงเก่า จึงได้ทำการปิดการเรียนการสอนเป็นเวลา ๒-๓ วัน และตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. ๒๔๕๐ พระชำนาญขบวนสอน (เฉย สุกุมลนันท) ครูรองของโรงเรียน ได้มาทำหน้าที่เป็นครูใหญ่แทน ส่วนขุนบำเหน็จวรสารได้ย้ายไปเป็นผู้รั้งข้าหลวงธรรมการ

ในเดือนมิถุนายน ปี พ.ศ. ๒๔๕๑ พระชำนาญขบวนสอน ครูใหญ่ ได้ย้ายไปเป็นผู้ช่วยข้าหลวงธรรมการ รัตน ครูรองของโรงเรียน จึงมาเป็นครูใหญ่แทน[๔]:๕ ในเดือนกันยายน พ.ศ. ๒๔๕๑ ขุนบำเหน็จวรสาร ข้าหลวงธรรมการ ได้มีคำสั่งให้ย้ายสร้าง ครูใหญ่โรงเรียนเสนาสน์ มาเป็นผู้ช่วยครูใหญ่โรงเรียนตัวอย่างประจำมณฑลกรุงเก่า ตั้งแต่วันที่ ๑๙ กันยายน พ.ศ. ๒๔๕๑ และให้ครูใหญ่โรงเรียน

ตัวอย่างประจําณทลกรุงเก่าดูแลรับผิดชอบโรงเรียนเสนาสน์ด้วย โดยได้รวมให้โรงเรียนเสนาสน์มาอยู่รวมในการปกครองของโรงเรียนตัวอย่างประจําณทลกรุงเก่า ให้เป็นโรงเรียนเดียวกัน

ในปี พ.ศ. ๒๔๕๒ ได้มีการนำนักเรียนไปถือน้ำพิพัฒน์สัตยาเป็นครั้งแรกในช่วงเดือนมีนาคม โดยได้จัดให้นักเรียนเดินแถวไปรับน้ำที่วัดสุวรรณดารารามราชวรวิหาร รัตนได้เป็นครูใหญ่จนถึงเดือนพฤษภาคม เมื่อเริ่มเดือนมิถุนายน ปุนจึงได้มาเป็นครูใหญ่แทน ต่อมาทางเทศาณทลกรุงเก่าได้มีการขอไปยังกรมทหารราบที่ ๑๓ ให้ทางทหารได้มาฝึกหัดนักเรียนโรงเรียนตัวอย่างประจําณทลกรุงเก่าเป็นครั้งแรก ซึ่งคล้ายกับยุวชนทหาร

ในปี พ.ศ. ๒๔๕๓ เล็กได้เป็นครูใหญ่แทนปุน และเมื่อถึงเดือนพฤศจิกายน ผันก็ได้เป็นครูใหญ่แทนเล็ก ในปี พ.ศ. ๒๔๕๔ โรงเรียนได้ทำการเปิดรับนักเรียนหญิง เป็นมูลศึกษาแผนกหญิงครั้งแรก เมื่อวันที่ ๕ ตุลาคม พ.ศ. ๒๔๕๔ มีครูผู้สอนเป็นผู้หญิงคือ ผิว แพทย์ผดุงครรภ์ เริ่มแรกมีนักเรียนหญิงจำนวน ๕ คน แต่ต่อมาก็ได้ถูกยกเลิกไป เมื่อวันที่ ๙ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๔๕๕ ด้วยผิว แพทย์ผดุงครรภ์ ขอลาออกจากตำแหน่ง เพราะมีครรภ์จึงไม่สามารถเดินทางไปมาไกล เพื่อมาสอนได้

ในปี พ.ศ. ๒๔๕๕ ขุนกลั่นวิชาสอน (วิชา หัมพานนท์) ได้เป็นครูใหญ่ต่อจากผัน ต่อมาในเดือนมิถุนายน พ.ศ. ๒๔๕๖ การสอนวิชาทหารจากกรมทหารราบที่ ๑๓ ซึ่งได้เริ่มสอนเมื่อ พ.ศ. ๒๔๕๒ ได้ถูกยกเลิกไป โดยต่อมาคุณครูในโรงเรียนได้ทำการสอนวิชาทหารกันเอง จนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. ๒๔๕๗ ทหารก็ได้กลับมาสอนนักเรียนอีกครั้ง โดยผู้ที่มาสอนคือ นายร้อยตรีห้อย นายเวรทหารราบที่ ๑๓ ต่อมาในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. ๒๔๕๗ โรงเรียนได้ทำการส่งนักเรียนไปแข่งขันกรีฑาที่กรุงเทพมหานคร และการลูกเสือของโรงเรียนก็ได้มีการเดินทางจากเมืองกรุงเก่าหรืออยุธยา ไปเข้าค่ายพักแรม และซ้อมรบกันถึงที่เมืองลพบุรี

ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๔๖๗ ทางราชการได้ยุบเลิกมณฑลต่าง ๆ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้รวมเมืองอินทร์บุรีและเมืองพรหมบุรีเข้ากับเมืองสิงห์บุรี ตั้งที่ว่าการมณฑลที่อยุธยา ซึ่งก็คือพระราชวังจันทรถลใน ส่วนของตึกที่ทำการภาค (อาคารมหาดไทย) และพระที่นั่งพิมานรัตยา แต่อาคารหลังอื่น ๆ ในพระราชวัง ทางโรงเรียนก็ได้ขอใช้ทำการเรียนการสอนต่อ แต่ก็ส่งผลทำให้สถานที่เล่าเรียนของโรงเรียนมีพื้นที่น้อยลง และในปี พ.ศ. ๒๔๖๙ พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่อจาก "มณฑลกรุงเก่า" เป็น "จังหวัดพระนครศรีอยุธยา" ซึ่งจากการจัดตั้งมณฑลอยุธยามีผลให้อยุธยามีความสำคัญทางการบริหารการปกครองมากขึ้น การสร้างสิ่งสาธารณูปโภคหลายอย่างมีผลต่อการพัฒนาเมืองอยุธยาในเวลาต่อมา[๕]:๕ จนเมื่อยกเลิกการปกครองระบบเทศาภิบาลตามพระราชบัญญัติ ว่าด้วยระเบียบราชการบริหารส่วนอาณาจักรสยาม พุทธศักราช ๒๔๖๗ เปลี่ยนให้มณฑลต่าง ๆ นั้นเลื่อนฐานะเป็นจังหวัดแต่อยุธยา ยังคง

เป็นมณฑลเทศาภิบาลอยู่ จนกระทั่งภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. ๒๔๗๕ อยุธยาจึงเปลี่ยนฐานะเป็นจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจนถึงปัจจุบัน และก็ส่งผลทำให้โรงเรียนตัวอย่างประจำมณฑลกรุงเก่า เปลี่ยนชื่อมาเป็นโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย ดังปัจจุบัน^{๒๑}

ตราประจำโรงเรียน



ภาพที่ ๔.๔ แสดงตราประจำโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย

ตราสัญลักษณ์วัด ประดิษฐานบนพานแว่นฟ้า ภายในปราสาทได้ต้นหมัน ซึ่งเป็นตราประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภายในวงกลมด้านในประดับด้วยลายกนก วงกลมด้านนอกเป็นสีแดงด้านบนเป็นชื่อโรงเรียนภาษาไทย -ชั้นด้วยลายประจายาม ส่วนด้านล่างเป็นชื่อโรงเรียนภาษาอังกฤษ

(แต่เดิมโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัยเคยใช้ตราพระปรมาภิไธยย่อ อปร.ภายใต้พระมหากษัตริย์มงกุฎด้านล่างตราเป็นชื่อโรงเรียน"อยุธยาวิทยาลัย" บนแถบแพรโค้ง แต่ในปัจจุบันได้อัญเชิญตรานี้เป็นตราเข้าร่วมกรรมการนักเรียนและตราของสมาคมนักเรียนเก่าอยุธยาวิทยาลัย ในพระบรมราชูปถัมภ์)

ปรัชญาโรงเรียน

ตั้งใจเรียน เพียรทำดี มีวินัย รับผิดชอบ

สีประจำโรงเรียน

- สีขาว หมายถึง น้ำใจของชาวอยุธยา
- สีแดง หมายถึง โลหิตที่บรรพบุรุษได้อุทิศไว้ในดินแดนแห่งสยาม

แต่สีที่ใช้บนธงของโรงเรียนจะเป็น  แดง ขาว แดง สลับกัน และมีตราปราสาทตั้งอยู่กึ่งกลาง

^{๒๑} จากวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, โรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://th.wikipedia.org/> [๒ มิถุนายน ๒๕๖๕]

ต่างจากของโรงเรียนอยุธยาธรรม ที่ใช้สีบนธงคือ  **ขาว แดง ขาว** แต่สีประจำโรงเรียน
คือ  สีแดงและ สีขาว

ต้นไม้ประจำโรงเรียน ต้นพะยอม เป็นต้นไม้ที่สมเด็จพระบรมโอรสาธิราช เจ้าฟ้ามหาวชิราลง
กรณ สยามมกุฎราชกุมาร ทรงปลูกไว้บริเวณหน้าอาคารหอประชุมพระราชทานรัชกาลที่ ๘ เมื่อครั้งเสด็จ
ฯ มาพระราชทานโฉนดที่ดินแก่ชาวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ณ หอประชุมพระราชทาน โรงเรียนอยุธยา
วิทยาลัย

อัตลักษณ์ของโรงเรียน ขาดิเสือ เนื่องจากเสือเป็นสัตว์ที่มีความสง่างาม น่าเกรงขาม



ภาพที่ ๔.๕ แสดงกิจกรรมการเรียนการสอนของโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย

๔.๓ การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของ เยาวชนไทย

การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อ
รู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย มีรายละเอียดดังนี้

๑. การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิง พุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงนโยบาย

การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อ
รู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงนโยบาย มีการให้สัมภาษณ์ดังนี้

“การเรียนการสอนตามแนวพุทธวิธีกับหลักปฏิรูปการศึกษามีความสอดคล้องกันทั้ง ร.ร. เน้น
การพัฒนาตนเองทั้งภายในและภายนอก สามารถเรียนรู้ที่จะจัดระบบคิด มีจิตสำนึกในความผิดชอบชั่วดี มี
การจัดการอารมณ์ มีวิเศษ คัมภีร์ตนเองไม่ให้เกิดไปในทางเสื่อม และเรียนรู้ที่จะแสวงหาต้นทุนเพื่อการ
พัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีงาม และเป้าหมาย ส่วนรวมเน้นการเรียนรู้เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขการสร้าง

ความมั่นคงขององค์กร การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้และชุมชนเข้มแข็ง วิธีการสอนที่หลากหลาย ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความแตกต่างระหว่างบุคคล การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และส่งเสริมการพัฒนาผู้เรียนตามศักยภาพ เทคนิคการสอน มีความหลากหลายโดยคำนึงถึงวุฒิภาวะของผู้เรียน ส่วนใหญ่เน้นเทคนิคการสอนให้คิด และอาศัยหลักการทางจิตวิทยา การใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้ เน้นการใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้จากสิ่งใกล้ตัว มีอยู่ตามธรรมชาติและชีวิตประจำวัน สามารถให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้ในทุกเวลาและทุกสถานที่ การประเมินผลการเรียนรู้ และผลที่เกิดขึ้น มีการประเมินผลการเรียนรู้ที่หลากหลายและเป็นไปตามสภาพจริง โดยผลที่เกิดขึ้นผู้เรียนมีความรู้และเข้าใจในสิ่งที่ได้เรียนรู้ สามารถเปลี่ยนแปลงทางความคิด และพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้น สามารถนำไปประยุกต์ในการจัดการศึกษาที่ส่งเสริมการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดีโดยเฉพาะอย่างยิ่งความเป็นครูของพระพุทธองค์ที่สามารถนำมาเป็นแบบอย่างแก่ผู้ที่ต้องการพัฒนาวิชาชีพครูให้เป็นที่ยอมรับศรัทธายิ่งขึ้นไป”^{๒๒}

“การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ ควรเป็นไปตามรูปแบบและกระบวนการการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสร้างความปรองดอง ซึ่งองค์ประกอบการสื่อสารเชิงพุทธประกอบด้วย ๑) หลักการสื่อสารของ พระพุทธเจ้าตามระดับสติปัญญาของบุคคลว่าบุคคลมีความสามารถทางปัญญาแตกต่างกัน เป็น ๔ ระดับ ๒) การสื่อสารด้วยหลักกัลยาณมิตตธรรม ๗ ๓) สื่อสารความจริงและเว้น ลักษณะมุสาวาท ๔ ประการ ๔) ผู้สื่อสารและผู้รับสารมีความเป็นบัณฑิต สื่อสารด้วยสติบน พื้นฐานของความเข้าใจและเคารพในตนเองและผู้อื่นบนหลักการของเหตุและผลตามความ เป็นจริง ก่อให้เกิดสัมมาทิฐิ เกิดปัญญาสร้างสรรค์ เข้าใจความจริงตามกฎไตรลักษณ์ กฎ แห่งกรรม และนำไปสู่การแก้ปัญหา การกระทำที่ดียาม ทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคม ๕) ผู้ สื่อสารและรับสารมีความประพฤติดีปฏิบัติชอบ ๖) ปฏิบัติตามหลักสัปปุริสธรรม ๗ ประการ ๗) การสื่อสารภายในยึดหลักโยนิโสมนสิการ และการสื่อสารภายนอก ยึดหลักปรโตโมสะ ๘) ยึดหลักกาลามสูตรก่อนเชื่อและตัดสินใจทำในเรื่องต่าง ๆ”^{๒๓}

“การสื่อสารเชิงพุทธถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความปรองดอง สมานฉันท์ให้กับสังคม ในการสร้างความปรองดอง ต้องใช้แนวทางที่หลากหลายทั้ง ด้านจิตใจ กฎหมาย สังคม วัฒนธรรม และการเมืองในปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น การสื่อสารโดยยึดหลักสุจริต ๓ ได้แก่ ๑) กายสุจริต ความสุจริตทางกาย ทำสิ่งที่ดียามถูกต้องประพฤติชอบด้วยกาย ๒) วาจาสุจริต ความสุจริตทางวาจา พูดสิ่งที่ดียามถูกต้องประพฤติชอบด้วยวาจา และ ๓) มโนสุจริต ความสุจริตทางใจ คิดสิ่งที่ดียามถูกต้องประพฤติชอบด้วยใจ การ

^{๒๒} นายอติวิชญ์ เสมอใจ ๐๖๗

^{๒๓} นางสาววาสนา ภู่นาค ๐๔๘

สื่อสารในสังคมเชิงพุทธนี้ หากเรามีกายที่สุจริต วาจาที่สุจริต และใจที่สุจริตแล้ว ก็จะได้ว่าการสื่อสารในสังคมเชิงพุทธที่ดี”^{๒๔}

“การสื่อสารเชิงพุทธ เป็น การสื่อสารที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง และของแต่ละบุคคล ความเชื่อมั่นในกฎของการกระทำ ซึ่งเป็นไปตามเหตุปัจจัยในการสื่อสารกับตนเอง และการสื่อสารกับบุคคลอื่น การเพียรพยายามสื่อสารไปในทางที่ดี เพียรระวังที่จะไม่สื่อสารไปในทางที่ไม่ดี เป็นการสื่อสารด้วยสติและปัญญา มีความรอบคอบในขณะที่ทำการสื่อสารโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ตนเองและผู้อื่นมีความสุข ทำให้ชีวิตตนเองและผู้อื่นดีขึ้นทั้งในส่วนที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม เป็นการสื่อสารที่สร้างความปรองดองโดยใช้ สาราณียธรรม ๖ ประกอบด้วย ๑) เมตตากายกรรม ปฏิบัติต่อกันด้วยความเมตตา ๒) เมตตาวจีกรรม เจรจากันด้วยความเมตตา ๓) เมตตาโมหกรรม การสื่อสารที่เกิดจากการมีความคิดปรารถนาดีต่อกัน ๔) สาธารณโมคิ การแบ่งปันประโยชน์แก่สาธารณชน ๕) สีสสามัญญตา ประพฤติสุจริตต่อกัน และ ๖) ทิฏฐิสามัญญตา มีความเสมอภาคทางความคิด ความเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น สังคหัตถ์ ๔ ประกอบด้วย ๑) ทาน การให้ การเสียสละ ๒) การสื่อสารคำสัตย์ด้วยความจริงใจ ๓) อตถจริยา การบำเพ็ญประโยชน์ต่อผู้อื่น และ ๔) สมานัตตตา เป็นคนดีสม่ำเสมอไม่โลเล พรหมวิหาร ๔ ประกอบด้วย ๑) เมตตา สื่อสารด้วยความปรารถนาดีต่อกัน ๒) กรุณา การสื่อสารเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการแก้ปัญหาแก่เพื่อนมนุษย์ ๓) มุทิตา การสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธ์และสร้างกัลยาณมิตร”^{๒๕}

“สิ่งที่ต้องสอนให้เด็กและเยาวชนรู้เท่าทันสื่อ นั้น พ่อแม่ผู้ปกครอง และครูผู้สอน ต้องสอนให้เด็กและเยาวชนคิดและตั้งข้อสงสัยกับข้อมูลต่าง ๆ ที่มีเข้ามาอยู่เสมอ โดยต้องมีความเคลือบแคลงสงสัยไว้ก่อน ในข้อมูลต่าง ๆ ที่พบเจอ และนำความสงสัยเหล่านี้ไปสอบถามผู้รู้ หรือหาข้อมูลต่าง ๆ ในแหล่งเรียนรู้ที่น่าเชื่อถือ รวมถึงเปิดโอกาสรับฟัง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ทั้งภายในครอบครัว หรือภายในชั้นเรียน ซึ่งจะเป็นการแชร์ประสบการณ์ความเข้าใจในมุมมองของแต่ละคนที่มีไม่เหมือนกัน ทำให้สามารถตกผลึกข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงต่าง ๆ และหาได้ว่าข้อมูลเหล่านั้นมีความจริงเท็จมากน้อยแค่ไหน ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกรับหรือเชื่อในข้อมูลเหล่านั้น เด็กและเยาวชนมีโอกาสที่จะตกเป็นเครื่องมือของการใช้สื่อโดยมิชอบได้ง่าย เพราะด้วยความที่พวกเขายังขาดประสบการณ์และวุฒิภาวะ รวมถึงขาดความรู้ความเข้าใจที่จะเป็นข้อมูลในการคิดวิเคราะห์แยกแยะอย่างเหมาะสม จึงทำให้ช่วงวัยนี้ซึมซับสื่อต่าง ๆ ได้โดยง่าย นอกจากนี้ด้วยอุปนิสัยพื้นฐานของวัยรุ่นที่ชอบทำอะไรตามกระแส ก็นับเป็นจุดสำคัญที่บรรดาสื่อโฆษณาต่าง ๆ ใช้มาเจาะกลุ่มตลาดวัยรุ่นอีกด้วย ดังนั้นเพื่อให้เด็กและเยาวชนรู้ทันปัญหาเหล่านี้ เด็กและเยาวชน

^{๒๔} นางสาวจุฑพร บัวระภา ๐๑๒

^{๒๕} นางสาวปรางชมพู บุญชม ๐๓๑

ควรต้องได้รับคำแนะนำจากพ่อแม่ผู้ปกครอง รวมถึงครูผู้สอนอย่างใกล้ชิด โดยไม่ใช่เป็นการห้ามรับสื่อ แต่ต้องสร้างให้พวกเขามีภูมิคุ้มกันทางความคิด เพื่อให้สามารถพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ที่สื่อนำเสนอออกมาได้ เพราะในอนาคตรูปแบบในการนำเสนอของสื่อต่าง ๆ นั้น อาจมีรูปแบบที่แตกต่างจากที่เป็นอยู่ในตอนนี้แทบจะโดยสิ้นเชิง และอาจจะสามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้รวดเร็วกว่าที่เป็นอยู่ ดังนั้นแทนที่จะมัวมาปิดช่องทางรับสื่อเพื่อป้องกันสื่อที่ไม่เหมาะสมมาถึงตัวของเด็กและเยาวชน สู้ให้เขามีภูมิคุ้มกันที่ดีต่อสื่อต่าง ๆ น่าจะดีกว่า”^{๒๖}

“สื่อมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของเด็กเพิ่มขึ้นทุกขณะ ยุคที่กระแสของโลกเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เด็กๆ ใช้เวลาอยู่กับสื่อต่างๆ รอบตัวมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและจิตใจมากกว่า สื่อจึงกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทรงอิทธิพลและยึดเหนี่ยวต่อเด็กและเยาวชนที่สามารถถ่ายทอดสิ่งต่างๆ สู่เด็กโดยตรง และผลกระทบที่ตามมาคือ เด็กจะเสพสื่อที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะพฤติกรรมทางเพศ ความรุนแรง และการบริโภคนิยม สิ่งนี้จะส่งผลเสียต่อเด็ก ครอบครัวยุคใหม่และสังคมต่อไปในอนาคต สิ่ง “ผู้รับสื่อ” ต้องพิจารณา คือ ๑.สื่อมีที่มาอย่างไร ใครเป็นเจ้าของ ๒.มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ๓. สื่อต้องการจะบอกอะไรกับเรา ๔.สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของเราอย่างไร และ ๕.สื่อกำลังสร้างและสะท้อนค่านิยมอะไรในสังคม”^{๒๗}

“การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ถือเป็นคุณสมบัติของเยาวชนไทยในศตวรรษที่ ๒๑ ที่สามารถเลือกรับ วิเคราะห์ ประเมิน และนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในทางสร้างสรรค์ รวมทั้งความสามารถในการผลิตสื่อที่ดีเพื่อขับเคลื่อนสังคม อย่างสร้างสรรค์ ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ควรมีลักษณะดังนี้ คือ เยาวชนไทยควรทราบแหล่งที่มาของสื่อว่ามีที่มาอย่างไร ใครเป็นเจ้าของสื่อหรือผู้ผลิตสื่อและที่สำคัญคือมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ วัตถุประสงค์และการแสดงเจตนาของสื่อต้องการจะสื่อสารอะไร และวิเคราะห์ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของผู้รับสื่ออย่างไรและกำลังสร้างและสะท้อนค่านิยมอะไรในสังคม และสิ่งที่ผู้ “ผลิตสื่อ” ต้องตระหนักรู้และเจตนาในการสื่อสารของผู้รับสื่อคืออะไร ผู้รับสื่อกำลังทำผิดซ้ำกับค่านิยมบางอย่างอยู่หรือไม่ มีใครได้รับผลกระทบจากการกระทำของผู้ผลิตสื่อและผู้รับสื่อหรือไม่และกำลังละเมิดสิทธิใครอยู่หรือไม่ ดังนั้น เพื่อให้เด็กและเยาวชนรู้ทันปัญหาเหล่านี้ เด็กและเยาวชนควรต้องได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง รวมถึงครูผู้สอนอย่างใกล้ชิด โดยไม่ใช่เป็นการห้ามรับสื่อ แต่ต้องสร้างให้พวกเขามี

^{๒๖} นายชิษณุภูมิ หาญพละ ๐๑๖

^{๒๗} ว่าที่ร.ต.หญิงณัฐกานต์ ฤทธิจันทร์ ๐๑๘

ภูมิคุ้มกันทางความคิด เพื่อให้สามารถพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอออกมาได้เป็นสื่อที่ให้ประโยชน์มากกว่าให้โทษ”^{๒๘}

“เด็กและเยาวชนสามารถบริโภคสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลอย่างรู้เท่าทัน การใช้เป็น “เครื่องมือ” ในการขับเคลื่อนงานเชิงพื้นที่และเชิงประเด็น เพื่อผลักดัน สังคมไปสู่การเป็น “เมืองทั่วถึง” (Inclusive City) และการใช้ทั้ง “หลักการและเครื่องมือ” ในการพัฒนาทักษะ MIDL ที่ผนวกรวมกับมิติด้าน ความเป็นพลเมืองตื่นรู้โดยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชนตอกย้ำถึงคุณค่าของ MIDL ในการ สร้างสมรรถนะการเป็นผู้ใช้สื่ออย่างมีสำนึกและสติ (Conscious Awareness) อัน นำไปสู่การเกิดสำนึก รับผิดชอบ พล้งในการสร้างสรรค์ และการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนสังคมประชาธิปไตยที่ให้ ความสำคัญกับการ รับฟัง “เสียง” ของสมาชิกทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของความเป็น พลเมืองเชิงวิพากษ์ (Critical Citizenship)”^{๒๙}

“การรู้เท่าทันสื่อ คือ “การเลือกรับและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร โดยสามารถคิดวิเคราะห์ อย่างมีเหตุผล จำแนกความจริงออกจากความเห็น และสามารถประเมินคุณภาพและความน่าเชื่อถือของ เนื้อหาได้ด้วยตนเอง มุ่งหวังให้สามารถรู้เท่าทันเนื้อหาที่นำเสนอ และดูแลตนเองได้ในระดับที่สามารถ แยกแยะได้ ไม่ตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสารที่เป็นเท็จ และเป็นการสร้างความเข้มแข็งทางองค์ความรู้ ให้แก่ผู้รับสารให้เกิดการป้องกันตัวเองจากการถูกโน้มน้าว ชักจูง หรือบิดเบือนข้อเท็จจริง ตลอดจนทำให้ สามารถวิเคราะห์แยกแยะข้อเท็จจริงออกจากข้อคิดเห็นที่สอดแทรกมาในข้อมูลข่าวสารได้”^{๓๐}

“ทุกวันนี้ โลกออนไลน์มีอิทธิพลต่อเด็กและเยาวชนอย่างมาก เด็กและเยาวชนไทยที่มีอายุ ๒๐ ปี หรือต่ำกว่าใช้เวลาอย่างมากกับอินเทอร์เน็ตในแต่ละวันการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ถือเป็น คุณสมบัติของเยาวชนในศตวรรษที่ ๒๑ ควรคิดพิจารณา ว่าสื่อที่สามารถเลือกรับ วิเคราะห์ ประเมิน และ นำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในทางสร้างสรรค์ รวมทั้งความสามารถในการผลิต สื่อนำไปใช้ให้ได้อย่างสร้างสรรค์ และมีคุณภาพ เช่น ใช้ในการเรียน หาความรู้ หรือการหารายได้เสริม ต้องพิจารณาว่าสื่อที่ได้มานั้น มาจาก แหล่งข้อมูลใด น่าเชื่อถือหรือไม่ การบริโภคสื่อในปริมาณที่เหมาะสม การไม่ตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสาร ที่บิดเบือนการแยกแยะได้ว่า อะไรคือสิ่งที่เหมาะสม หรือไม่เหมาะสม และเลือกในสิ่งที่เป็นประโยชน์เมื่อ บริโภคสื่อ คือ การรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งหมายถึง ไม่ว่าสื่อจะนำเสนออะไร เด็กก็สามารถรับมือได้อย่างดี ถือว่ามี ภูมิคุ้มกัน ซึ่งเมื่อถึงจุดนั้น สื่อก็สามารถบริโภคได้อย่างไม่จำเป็นต้องมีผู้ใหญ่ควบคุมดูแล”^{๓๑}

^{๒๘} นางสาววาสนา ภู่นาค ๐๔๘

^{๒๙} นายอภิชาติ ธรรมเกรี ๐๗๐

^{๓๐} ศิริลักษณ์ ไตรวงษ์ ๐๕๓

^{๓๑} นางสาวณัฐติชา เขียวสด รหัส ๖๕

“การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย คือ ๑. การเปิดรับสื่อ คือ การเปิดรับสื่อด้วยประสาทสัมผัสทั้ง ๕ เพื่อรับรู้ถึงภาพรวมทั้งหมดของสื่อ ๒. การวิเคราะห์สื่อ คือ การแยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ในการนำเสนอของสื่อเหล่านั้นว่ามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร ๓. การเข้าใจสื่อ คือ การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ๔. การประเมินค่า คือการประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงใด ๕. การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ คือการนำสิ่งที่เราวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ เลือกรับสื่อเป็น สามารถส่งสารต่อและมี ปฏิกริยาตอบกลับสื่ออย่างเหมาะสมได้ สิ่งที่ต้องสอนให้เด็กและเยาวชนรู้เท่าทันสื่อนั้น พ่อแม่ผู้ปกครอง และครูผู้สอน ต้องสอนให้เด็กและเยาวชนคิด และตั้งข้อสงสัยกับข้อมูลต่าง ๆ ที่มีเข้ามาอยู่เสมอ โดยต้องมีความเคลือบแคลงสงสัยไว้ก่อนในข้อมูลต่าง ๆ ที่พบและนำความสงสัยเหล่านี้ไปสอบถามผู้รู้ หรือหาข้อมูลต่าง ๆ ในแหล่งเรียนรู้ที่น่าเชื่อถือ รวมถึงเปิดโอกาสรับฟัง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ทั้งภายในครอบครัว หรือภายในชั้นเรียน ซึ่งจะเป็นการแชร์ประสบการณ์ความเข้าใจในมุมมองของแต่ละคนที่มีไม่เหมือนกัน ทำให้สามารถตกผลึกข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงต่างๆ และหาได้ว่าข้อมูลเหล่านั้นมีความจริงเท็จมากน้อยแค่ไหน ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกรับหรือเชื่อในข้อมูลเหล่านั้น”^{๓๒}

“การรู้เท่าทันสื่อจะทำให้เด็กมีภูมิคุ้มกันในการเสพสื่อ ทำให้เด็กเสพสื่ออย่างระมัดระวังแม้จะเจอสื่อที่มีพิษ แต่ก็สามารถแยกแยะได้ เด็กจะสามารถเลือกเรียนรู้แต่สิ่งดีๆ ที่ปรากฏอยู่ในสื่อ ใช้สื่อให้เป็นประโยชน์ต่อตัวเอง มากกว่าจะหมกมุ่นอยู่กับการเสพ จนส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของตัวเอง วิธีการวิเคราะห์สื่อ มีองค์ประกอบดังนี้ ๑.การเปิดรับสื่อ คือ การเปิดรับสื่อด้วยประสาทสัมผัสทั้ง ๕ เพื่อรับรู้ถึงภาพรวมทั้งหมดของสื่อ ๒. การวิเคราะห์สื่อ คือ การแยกแยะองค์ประกอบต่างๆในการนำเสนอของสื่อเหล่านั้นว่ามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร ๓. การเข้าใจสื่อ คือ การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ๔. การประเมินค่า คือการประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงใด ๕. การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ คือการนำสิ่งที่เราวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ เลือกรับสื่อเป็น สามารถส่งสารต่อและมีปฏิกริยาตอบกลับสื่ออย่างเหมาะสมได้”^{๓๓}

สรุปได้ว่าการส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงนโยบายนั้นการเรียนการสอนต้องสอดคล้องกันทั้งโรงเรียน บ้าน วัด เน้นการพัฒนาตนเองทั้งภายนอกและภายในสามารถที่จะเรียนรู้ทั้งระบบความคิด ระบบการควบคุมทางสังคม นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายที่เป็นระบบเพื่อสร้างสันติสุขในการเรียนรู้และอยู่ร่วมกันผ่านสื่อเนื่องจากสื่อมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของเด็กเพิ่มขึ้นทุกขณะ ยุคที่กระแสของโลกเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เด็กๆ ใช้

^{๓๒} นางสาวราภรณ์ รัตนปรากฎ ๐๔๗

^{๓๓} นางสาวศุภิษา สระทองอินทร์ รหัส ๖๕๐๑๒๐๒๐๕๔

เวลาอยู่กับสื่อต่าง ๆ รอบตัวมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและจิตใจมากกว่า สื่อจึงกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทรงอิทธิพลและยอคนิยมต่อเด็กและเยาวชนที่สามารถถ่ายทอดสิ่งต่าง ๆ สู่เด็กโดยตรง และผลกระทบที่ตามมาคือ เด็กจะเสพสื่อที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะพฤติกรรมทางเพศ ความรุนแรง และการบริโภคนิยม สิ่งนี้จะส่งผลเสียต่อเด็ก ครอบครัว ชุมชนและสังคมต่อไปในอนาคต สิ่ง “ผู้รับสื่อ” ต้องพิจารณา คือ ๑. สื่อมีที่มาอย่างไร ใครเป็นเจ้าของ ๒. มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ๓. สื่อต้องการจะบอกอะไรกับเรา ๔. สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของเราอย่างไร และ ๕. สื่อกำลังสร้างและสะท้อนค่านิยมอะไรในสังคมการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ถือเป็นคุณสมบัติของเยาวชนไทยในศตวรรษที่ ๒๑ ที่สามารถเลือกรับ วิเคราะห์ ประเมิน และนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในทางสร้างสรรค์ รวมทั้งความสามารถในการผลิตสื่อที่ดีเพื่อขับเคลื่อนสังคม อย่างสร้างสรรค์ ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยควรมีลักษณะดังนี้ คือ เยาวชนไทยควรทราบแหล่งที่มาของสื่อว่ามีที่มาอย่างไร ใครเป็นเจ้าของสื่อหรือผู้ผลิตสื่อและที่สำคัญคือมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ วัตถุประสงค์และการแสดงเจตนาของสื่อต้องการจะสื่อสารอะไร และวิเคราะห์ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของผู้รับสื่ออย่างไรและกำลังสร้างและสะท้อนค่านิยมอะไรในสังคม และสิ่งที่ผู้ “ผลิตสื่อ” ต้องตระหนักรู้และเจตนาในการสื่อสารของผู้รับสื่อคืออะไร ผู้รับสื่อกำลังทำผิดซ้ำกับค่านิยมบางอย่างอยู่หรือไม่ มีใครได้รับผลกระทบจากการกระทำของผู้ผลิตสื่อและผู้รับสื่อหรือไม่และกำลังละเมิดสิทธิใครอยู่หรือไม่ ดังนั้น เพื่อให้เด็กและเยาวชนรู้ทันปัญหาเหล่านี้ เด็กและเยาวชนควรต้องได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง รวมถึงครูผู้สอนอย่างใกล้ชิด โดยไม่ใช่เป็นการห้ามรับสื่อ แต่ต้องสร้างให้พวกเขามีภูมิคุ้มกันทางความคิด เพื่อให้สามารถพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ที่สื่อนำเสนอออกมาได้เป็นสื่อที่ให้ประโยชน์มากกว่าให้โทษคือ ๑. การเปิดรับสื่อ คือ การเปิดรับสื่อด้วยประสาทสัมผัสทั้ง ๕ เพื่อรับรู้ถึงภาพรวมทั้งหมดของสื่อ ๒. การวิเคราะห์สื่อ คือ การแยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ในการนำเสนอของสื่อเหล่านั้นว่ามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร ๓. การเข้าใจสื่อ คือ การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ๔. การประเมินค่า คือการประเมินค่าสิ่งที่สื่อเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงใด ๕. การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ คือการนำสิ่งที่เราวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ เลือกรับสื่อเป็น

๒. การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงพื้นที่

ทุกภาคส่วนมีการระดมถ้อยปัญหาและมีความคิดร่วมกันในการแก้ปัญหา มีกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกันอย่างเช่น วันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนจากหน่วยงานทั้งสามด้าน คือ วัด บ้าน และหน่วยงานรัฐให้ความร่วมมือกันในด้านต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการนวัตกรรมการ ภายใต

กิจกรรมที่กำหนดขึ้นมาข้างต้นให้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างจังหวัด สถานศึกษาและสถานประกอบการต่าง ๆ

ศูนย์ประสานงานเครือข่ายกลุ่มสถานศึกษาโดยใช้สถานที่ของสถาบันการศึกษาทั้งสองแห่งเป็นศูนย์กลางภายในกลุ่มเครือข่าย โรงเรียนที่มีความพร้อมและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารเครือข่ายโรงเรียนฯ และทำการเชื่อมโยงให้เห็นว่า จากคุณค่าด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดอิทธิพลด้านใดบ้างและมีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร ต่อวิถีชีวิตของชุมชนสันติสุขโดยมีแนวทางการพัฒนา ๒ ด้าน ดังนี้

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

๒. ด้านการพัฒนาคน โดยการสร้างเครือข่ายด้านความสัมพันธ์ของคน และเครือข่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายหมายถึงการทำให้มีการติดต่อ และสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อน ที่ต่างก็มีความเป็นอิสระมากกว่า สร้างการคบค้าสมาคมแบบพึงพิง นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายต้องไม่ใช่การสร้างระบบติดต่อกับการเผยแพร่ข่าวสารแบบทางเดียว เช่นการส่งจดหมายข่าวไปให้สมาชิกตามรายชื่อ แต่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันด้วย เช่น เว็บไซต์ KM เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีการนำเว็บบอร์ดมาอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มคนที่สมาชิก KM ทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในเรื่องต่างๆ นอกจากนี้องค์กรควรมีการให้รางวัลแก่ผู้ที่อุทิศตนให้การแลกเปลี่ยนความรู้กับบุคคลอื่น

๓. การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงเครือข่าย

การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงเครือข่ายประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

- ๑) การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ
- ๒) การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ

๓) การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ

๔) การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยมีแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๑๐ ประการ ได้แก่

๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการมีทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา

๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่าง

ต่อเนื่อง

๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย

๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย

๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ

๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย

๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ

๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย

๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่และ

๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน และ ๕ หลักพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ประกอบด้วย ๑) รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา ๒) รุ่งอรุณของการศึกษา ๓) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ๔) ปฏิสัมพันธ์ที่สำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล และ ๕) วุฒิชัย ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา และในการติดตามและประเมินผลได้กำหนดกรอบการประเมิน ๓ ด้าน คือ ๑) ความรู้ที่ได้รับ ๒) การนำไปใช้ชีวิตประจำวัน และ ๓) การถ่ายทอดความรู้

๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย มีรูปแบบเป็นองค์ความรู้ได้ดังนี้

รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ

๑. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สารเป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับล่างสุด กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารภายใต้ข้อกำหนดของผู้ส่งสาร เช่น การเลือกประเด็น/เนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ การเลือกสื่อ/ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสาร กลุ่มเป้าหมายของกระบวนการมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารที่ตระหนักถึงสิทธิในการรับรู้และบอกเล่าต่อ สามารถเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อ และมีการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งสาร

๒. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ผลิตสื่อ เป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การเตรียมการผลิต การเลือกหัวข้อ การรวบรวมข้อมูล/ข้อเท็จจริง การเขียนบท การคัดเลือกฉาก สถานที่ นักแสดง เป็นต้น ขั้นตอนการผลิต การลงมือผลิต การถ่ายทำ การบันทึกเทป เป็นต้น และขั้นหลังการผลิต การตัดต่อ การใช้เสียงประกอบ การใส่เทคนิค เป็นต้น

๓. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Planner/ Policy Maker) เป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับสูงสุด กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ระบบการตัดสินใจ การกำหนดเนื้อหา รูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลาการวางระบบบริหารงาน การบริหารงบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงานและการประเมินผลโครงการ

องค์ประกอบหลักในการแพร่กระจายนวัตกรรมประกอบด้วย

- ๑) นวัตกรรม หรือ แนวคิดใหม่ในสายตาของผู้รับสาร
- ๒) การสื่อสาร ผ่านช่องทางการสื่อสาร (สื่อกระแสหลัก และ/หรือ สื่อสังคมออนไลน์)
- ๓) สมาชิกในสังคม คนที่อาศัยอยู่ในสังคม

๔) ระยะเวลา ช่วงเวลาซึ่งนวัตกรรมยังคงความใหม่ กระบวนการตัดสินใจและยอมรับ นวัตกรรมประกอบด้วยขั้นตอนซึ่งผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับนวัตกรรมกล่าวคือ

๑. การให้ความรู้ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารได้รับการกระตุ้นให้เกิดความตระหนักต่อนวัตกรรม เมื่อได้มีโอกาสพบเห็นนวัตกรรมและคุณลักษณะต่าง ๆ ของนวัตกรรมผ่านสื่อมวลชน และ/หรือสื่อออนไลน์ ข้อมูลข่าวสารที่นิยมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน คือ

๑) ข้อมูลพื้นฐานเป็นข้อมูลที่ช่วยตอบคำถามผ่านนวัตกรรมดังกล่าว ได้แก่ นวัตกรรมอะไร และมีประโยชน์อย่างไร

๒) ความรู้ด้านการใช้ เป็นข้อมูลที่อธิบายสรรพคุณ และนานาวัตรกรรมมาใช้ประโยชน์

๓) ความรู้เชิงหลักการ เป็นแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับวัตรกรรม เช่น นวัตรกรรม ใหม่จริงหรือไม่ แตกต่างจากวัตรกรรมอื่นที่ผ่านมาหรือไม่ อย่างไร

๒. การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารมีความเห็น หรือ เปรียบเทียบวัตรกรรม ทั้งในด้านผลดี และ ผลเสียผู้ทำหน้าที่เผยแพร่วัตรกรรมพยายามให้ข้อมูลเพื่อสร้างความสนใจและทัศนคติที่ดีต่อวัตรกรรม ในขั้นตอนนี้ สื่อบุคคลจะมีบทบาทสำคัญกว่าสื่อมวลชน สื่อบุคคลจะทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจน

๓. การตัดสินใจ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัตรกรรม เช่น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตรกรรม ความคิดเห็นของคนใกล้ชิด ขั้นตอนนี้ผู้เผยแพร่วัตรกรรมจะให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้วัตรกรรม ให้ทดลอง สาธิตการใช้ และใช้บุคคลต้นแบบ

๔. การดำเนินการ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารจะนำวัตรกรรมที่ตนตัดสินใจรับมาใช้หรือ ทดลองใช้ ในขั้นตอนนี้ ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทสำคัญมากต่อการยอมรับวัตรกรรม โดยเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหาสะท้อนให้เห็นความสำคัญของวัตรกรรม ข้อมูลเกี่ยวข้องกับสถานที่ซึ่งสามารถเข้าถึงวัตรกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้วัตรกรรม

๕. การยืนยัน เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารมักจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อยืนยันความคิดที่ว่า ตนสมควรรับวัตรกรรม หรือ สมควรปฏิเสธวัตรกรรมหนึ่ง การแพร่กระจายวัตรกรรมเป็นกระบวนการซึ่งวัตรกรรมถูกสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารในช่วงเวลาหนึ่ง ระหว่างผู้รับสารในสังคมกับการยอมรับวัตรกรรมแบ่งเป็น ๕ กลุ่ม

๑. กลุ่มล้าสมัย เป็นกลุ่มคนที่ชอบการเปลี่ยนแปลง ชอบเสี่ยง ชอบลองของใหม่ ตัดสินใจเร็ว และเต็มใจที่จะรับผลที่เกิดขึ้นจากการรับวัตรกรรม คนกลุ่มนี้จะมีบทบาทในการแนะนำวัตรกรรมแก่ผู้อื่น

๒. กลุ่มนำสมัย เป็นกลุ่มคนที่ได้รับความเคารพนับถือ มีอิทธิพลในการชักชวนให้ผู้อื่นในสังคมมีความคิดเห็นคล้อยตาม มักเป็นผู้นำทางความคิด พร้อมยอมรับวัตรกรรมเมื่อได้ผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว

๓. กลุ่มทันสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้อยตาม ยอมรับวัตรกรรมเร็ว

๔. กลุ่มตามสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้อยตาม ยอมรับวัตรกรรมช้า คนกลุ่มนี้จะยอมรับวัตรกรรมตามผู้นำทางความคิดเห็น

๕. กลุ่มล้าสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้อยตามยอมรับวัตรกรรมช้าที่สุด กลุ่มนี้จะได้รับอิทธิพลจากคนกลุ่มกลุ่มทันสมัยและกลุ่มตามสมัย

การพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยทำได้ดังนี้

- ๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการมีทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา
- ๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง
- ๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย
- ๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย
- ๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ
- ๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย
- ๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ
- ๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย
- ๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่
- ๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงเครือข่ายประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

- ๑) การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ
- ๒) การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ
- ๓) การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ
- ๔) การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยมีแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๑๐ ประการ ได้แก่
- ๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการมีทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา
- ๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย

๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย

๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย ๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ ๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย ๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ และ ๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน และ ๕ หลักพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ประกอบด้วย ๑) รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา ๒) รุ่งอรุณของการศึกษา ๓) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ๔) ปฏิสัมพันธ์ หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล และ ๕) วุฒิธรรม ๔ ความเจริญของงานแห่งปัญญา และในการติดตามและประเมินผลได้กำหนดกรอบการประเมิน ๓ ด้าน คือ ๑) ความรู้ที่ได้รับ ๒) การนำไปใช้ชีวิตประจำวัน และ ๓) การถ่ายทอดความรู้ สามารถทำเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ ๔.๑ แสดงการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย		
รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ	การพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย	การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
๑. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สารเป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับล่างสุด กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารภายใต้ข้อกำหนดของผู้ส่งสาร เช่น การเลือกประเด็น/เนื้อหา การเลือกวิธี	๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา ๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่	การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงนโยบายนั้นการเรียนการสอนต้องสอดคล้องกันทั้งโรงเรียน บ้าน วัด เน้นการพัฒนาตนเองทั้งภายนอก

ตารางที่ ๔.๑ แสดงการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (ต่อ)

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย		
การนำเสนอ การเลือกสื่อ/ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสาร กลุ่มเป้าหมายของกระบวนการมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารที่ตระหนักถึงสิทธิในการรับรู้และบอกเล่าต่อสามารถเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อ และมีการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งสาร ๒. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ผลิตสื่อ เป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การเตรียมการผลิต การเลือกหัวข้อ การรวบรวมข้อมูล/ข้อเท็จจริง การเขียนบท การคัดเลือกฉาก สถานที่ นักแสดง เป็นต้น ขั้นตอนการผลิต การลงมือผลิต การถ่ายทำ การบันทึกเทป เป็นต้น และขั้นหลังการผลิต การตัดต่อ การใช้เสียงประกอบ การใช้เทคนิค เป็นต้น ๓. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Planner/ Policy Maker) เป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วน	ที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย ๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย ๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย ๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ ๘) เครือข่ายพื้นที่ นวัตกรรมออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย ๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ ๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย	และภายใต้ความสามารถที่จะเรียนรู้ทั้งระบบความคิด ระบบการควบคุมทางสังคม นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายที่เป็นระบบเพื่อสร้างสันติสุขในการเรียนรู้และอยู่ร่วมกันผ่านสื่อเนื่องจากสื่อมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของเด็กเพิ่มขึ้นทุกขณะ ยุคที่กระแสของโลกเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เด็กๆ ใช้เวลาอยู่กับสื่อต่างๆ รอบตัวมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและจิตใจมากกว่า สื่อจึงกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทรงอิทธิพลและยอदनียมต่อเด็กและเยาวชนที่สามารถถ่ายทอดสิ่งต่างๆ สู่เด็กโดยตรง และผลกระทบที่ตามมาคือ เด็กจะเสพสื่อที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะพฤติกรรมทางเพศ ความรุนแรง และการบริโภคนิยม สิ่งนี้จะส่งผลเสียต่อเด็ก ครอบครัว ชุมชนและสังคมต่อไปในอนาคต สิ่งที “ผู้รับสื่อ” ต้องพิจารณา คือ ๑.สื่อมีที่มาอย่างไร ใครเป็นเจ้าของ ๒.มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ๓. สื่อต้องการจะบอก

ตารางที่ ๔.๑ แสดงการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (ต่อ)

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย		
ร่วมในระดับสูงสุด กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร ตั้งแต่ระบบการตัดสินใจ การกำหนดเนื้อหา รูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลาการวางระบบ บริหารงาน การบริหารงบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงาน และการประเมินผลโครงการ องค์ประกอบหลักในการแพร่กระจายนวัตกรรม ประกอบด้วย ๑) นวัตกรรม หรือ แนวคิดใหม่ในสายตาของผู้รับสาร ๒) การสื่อสาร ผ่านช่องทางการสื่อสาร (สื่อกระแสหลัก และ/หรือ สื่อสังคมออนไลน์) ๓) สมาชิกในสังคม คนที่อาศัยอยู่ในสังคม ๔) ระยะเวลา ช่วงเวลาซึ่งนวัตกรรมยังคงความใหม่ กระบวนการตัดสินใจและยอมรับ นวัตกรรมประกอบด้วยขั้นตอนซึ่งผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับนวัตกรรม กล่าวคือ ๑. การให้ความรู้ เป็นขั้นตอนที่		อะไรกับเรา ๔.สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของเราอย่างไร และ ๕.สื่อกำลังสร้างและสะท้อนค่านิยมอะไรในสังคมการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ถือเป็นคุณสมบัติของเยาวชนไทยในศตวรรษที่ ๒๑ ที่สามารถเลือกเก็บวิเคราะห์ ประเมิน และนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในทางสร้างสรรค์ รวมทั้งความสามารถในการผลิตสื่อที่ดีเพื่อขับเคลื่อนสังคม อย่างสร้างสรรค์ ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ควรมีลักษณะดังนี้ คือ เยาวชนไทยควรทราบแหล่งที่มาของสื่อว่ามีที่มาอย่างไร ใครเป็นเจ้าของสื่อหรือผู้ผลิตสื่อ และที่สำคัญคือมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ วัตถุประสงค์และการแสดงเจตนาของสื่อต้องการจะสื่อสารอะไร และวิเคราะห์ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของผู้รับสื่ออย่างไรและกำลังสร้างและสะท้อนค่านิยมอะไรในสังคม และสิ่งที่ผู้ “ผลิตสื่อ” ต้องตระหนักรู้และเจตนาในการสื่อสารของผู้รับสื่อคืออะไร ผู้รับสื่อกำลังทำผิดซ้ำ

ตารางที่ ๔.๑ แสดงการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (ต่อ)

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย		
ผู้รับสารได้รับการกระตุ้นให้เกิดความตระหนักต่อนวัตกรรมเมื่อได้มีโอกาสพบเห็นนวัตกรรมและคุณลักษณะต่าง ๆ ของนวัตกรรมผ่านสื่อมวลชน และ/หรือสื่อออนไลน์ ข้อมูลข่าวสารที่นิยมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน คือ ๑) ข้อมูลพื้นฐานเป็นข้อมูลที่ช่วยตอบคำถามผ่านนวัตกรรมดังกล่าวได้แก่นวัตกรรมอะไร และมีประโยชน์อย่างไร ๒) ความรู้ด้านการใช้ เป็นข้อมูลที่อธิบายสรรพคุณ และนำนวัตกรรมมาใช้ประโยชน์ ๓) ความรู้เชิงหลักการ เป็นแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับนวัตกรรม เช่น นวัตกรรม ใหม่จริงหรือไม่ แตกต่างจากนวัตกรรมอื่นที่ผ่านมาหรือไม่ อย่างไร ๒. การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารมีความเห็นหรือ เปรียบเทียบนวัตกรรมทั้งในด้านผลดี และ ผลเสียผู้ทำหน้าที่เผยแพร่ นวัตกรรมพยายามให้ข้อมูลเพื่อสร้างความสนใจและทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม ในชั้น		กับค่านิยมบางอย่างอยู่หรือไม่ มีใครได้รับผลกระทบจากการกระทำของผู้ผลิตสื่อและผู้รับสื่อหรือไม่และกำลังละเมิดสิทธิใครอยู่หรือไม่ ดังนั้น เพื่อให้เด็กและเยาวชนรู้ทันปัญหาเหล่านี้ เด็กและเยาวชนควรต้องได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง รวมถึงครูผู้สอนอย่างใกล้ชิด โดยไม่ใช่เป็นการห้ามรับสื่อ แต่ต้องสร้างให้พวกเขามีภูมิคุ้มกันทางความคิด เพื่อให้สามารถพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ที่สื่อนำเสนอออกมาได้เป็นสื่อที่ให้ประโยชน์มากกว่าให้โทษคือ ๑. การเปิดรับสื่อ คือ การเปิดรับสื่อด้วยประสาทสัมผัสทั้ง ๕ เพื่อรับรู้ถึงภาพรวมทั้งหมดของสื่อ ๒. การวิเคราะห์สื่อ คือ การแยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ในการนำเสนอของสื่อเหล่านั้นว่ามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร ๓. การเข้าใจสื่อ คือ การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อเสนอ ๔. การประเมินค่า คือการประเมินค่าสิ่งที่สื่อเสนอว่ามีคุณภาพและ

ตารางที่ ๔.๑ แสดงการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (ต่อ)

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย		
ตอนนี้ สื่อบุคคลจะมีบทบาทสำคัญกว่าสื่อมวลชน สื่อบุคคลจะทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจน ๓. การตัดสินใจ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารประเมินองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมเช่น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความคิดเห็นของคนใกล้ชิด ขั้นตอนนี้ผู้เผยแพร่นวัตกรรมจะให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม ให้ทดลอง สาธิตการใช้ และใช้บุคคลต้นแบบ ๔. การดำเนินการ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารจะนำนวัตกรรมที่ตนตัดสินใจรับมาใช้หรือ ทดลองใช้ ในขั้นตอนนี้ ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทสำคัญมากต่อการยอมรับนวัตกรรม โดยเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหาสะท้อนให้เห็นความสำคัญของนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวข้องกับสถานที่ ซึ่งสามารถเข้าถึงนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม ๕. การยืนยัน เป็นขั้นตอนที่ผู้รับ		คุณค่ามากนักเพียงใด ๕. การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ คือการนำสิ่งที่เราวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ เลือกรับสื่อเป็น ๒. การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงพื้นที่ ทุกภาคส่วนมีการกระหน่ำถึงปัญหาและมีความคิดร่วมกันในการแก้ปัญหา มีกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกันอย่างเช่น วันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนจากหน่วยงานทั้งสามด้านคือ วัด บ้าน และหน่วยงานรัฐให้ความร่วมมือกันในด้านต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการนวัตกรรม ภายใต้กิจกรรมที่กำหนดขึ้นมาข้างต้นให้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างจังหวัด สถานศึกษาและสถานประกอบการต่างๆ ศูนย์ประสานงานเครือข่ายกลุ่มสถานศึกษาโดยใช้สถานที่ของสถาบันการศึกษาทั้งสองแห่ง เป็น

ตารางที่ ๔.๑ แสดงการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (ต่อ)

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย		
สารมักจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อยืนยันความคิดที่ว่า ตนสมควรรับนวัตกรรม หรือ สมควรปฏิเสธนวัตกรรมนี้ การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นกระบวนการซึ่งนวัตกรรมถูกสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารในช่วงเวลาหนึ่งระหว่างผู้รับสารในสังคมกับการยอมรับนวัตกรรมแบ่งเป็น ๕ กลุ่ม ๑. กลุ่มล้ำสมัย เป็นกลุ่มคนที่ชอบการเปลี่ยนแปลง ชอบเสี่ยง ชอบลองของใหม่ ตัดสินใจเร็วและเต็มใจที่จะรับผลที่เกิดขึ้นจากการรับนวัตกรรม คนกลุ่มนี้จะมีบทบาทในการแนะนำนวัตกรรมแก่ผู้อื่น ๒. กลุ่มนำสมัย เป็นกลุ่มคนที่ได้รับความเคารพนับถือ มีอิทธิพลในการชักชวนให้ผู้อื่นในสังคม มีความคิดเห็นคล้ายตาม มักเป็นผู้นำทางความคิด พร้อมยอมรับนวัตกรรมเมื่อได้ผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว ๓. กลุ่มทันสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้ายตาม ยอมรับนวัตกรรมเร็ว ๔. กลุ่มตามสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้ายตาม ยอมรับนวัตกรรมช้า คนกลุ่ม		ศูนย์กลางภายในกลุ่มเครือข่ายโรงเรียนที่มีความพร้อมและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารเครือข่ายโรงเรียนฯและทำการเชื่อมโยงให้เห็นว่า จากคุณค่าด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดอิทธิพลด้านใดบ้างและมีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร ต่อวิถีชีวิตของชุมชนสันติสุขโดยมีแนวทางการพัฒนา ๒ ด้าน ดังนี้ ๑. ด้านการพัฒนางาน เป็นการพัฒนาประสิทธิภาพของงานที่ทำอยู่ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ โดยการพัฒนาความรู้ของบุคคลในองค์กรให้เป็นความรู้ของกลุ่มและเป็นความรู้ขององค์กรเพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรและการสร้างสรรค์สังคมความรู้ในเวลาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสื่อสารภายในองค์กร การต่อยอดความรู้ และการสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยมุ่งสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ เช่น การบันทึกความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ปฏิบัติงานที่เรียกว่า การสอนงานและการเรียนรู้ข้าม

ตารางที่ ๔.๑ แสดงการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (ต่อ)

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย		
นี้จะยอมรับนวัตกรรมตามผู้นำทางความคิดเห็น ๕. กลุ่มล้ำสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้อยตามยอมรับนวัตกรรมช้าที่สุด กลุ่มนี้จะได้รับอิทธิพลจากคนกลุ่มกลุ่มทันสมัยและกลุ่มตามสมัย		สายงาน ๒. ด้านการพัฒนาคน โดยการสร้างเครือข่ายด้านความสัมพันธ์ของคน และเครือข่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายหมายถึงการทำให้มีการติดต่อ และสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อน ที่ต่างก็มีความเป็นอิสระมากกว่าสร้างการคบค้าสมาคมแบบฟุ้งฟิง นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายต้องไม่ใช่การสร้างระบบติดต่อด้วยการเผยแพร่ข่าวสารแบบทางเดียว เช่นการส่งจดหมายข่าวไปให้สมาชิกตามรายชื่อ แต่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันด้วย เช่นเว็บไซต์ KM เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีการนำเว็บบอร์ดมาอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มคนที่ เป็นสมาชิก KM ทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้แลกเปลี่ยน

ตารางที่ ๔.๑ แสดงการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (ต่อ)

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

		เรียนรู้ร่วมกันในเรื่องต่างๆ นอกจากนี้องค์การควรมีการให้รางวัลแก่ผู้ที่อุทิศตนให้การแลกเปลี่ยนความรู้กับบุคคลอื่น ๓. การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงเครือข่าย การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงเครือข่ายประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ๑) การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ ๒) การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ ๓) การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ ๔) การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยมีแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๑๐ ประการ ได้แก่
--	--	--

ตารางที่ ๔.๑ แสดงการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (ต่อ)

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

		๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา ๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย ๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย ๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย ๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ ๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย
--	--	--

ตารางที่ ๔.๑ แสดงการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย (ต่อ)

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

		๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ และ ๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน และ ๕ หลักพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ประกอบด้วย ๑) รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา ๒) รุ่งอรุณของการศึกษา ๓) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ๔) ปฏิสัมพันธ์ที่สำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล และ ๕) วุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา และในการติดตามและประเมินผลได้กำหนดกรอบการประเมิน ๓ ด้าน คือ ๑) ความรู้ที่ได้รับ ๒) การนำไปใช้ชีวิตประจำวัน และ ๓) การถ่ายทอดความรู้
--	--	--

บทที่ ๕

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) มาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการวิจัย เน้นการศึกษาวเคราะห์ทั้งในเชิงพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย มีการจัดกระบวนการวิจัยด้วยการถอดบทเรียนและการบูรณาการข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต และการปฏิบัติการร่วมกันในพื้นที่ศึกษาและกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยใช้กระบวนการตามวงจรเดมมิง (PDCA) เป็นเครื่องมือในการดำเนินงานการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน โดยมีขั้นตอนใหญ่ ๆ ๓ ขั้นตอน เพื่อศึกษาสภาพพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ เพื่อสร้างพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธและเพื่อพัฒนารูปแบบพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้วิถีพุทธ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

๕.๑ สรุปผล

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

๑. รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ

รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ

๑. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้สื่อสารเป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับล่างสุด กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารภายใต้ข้อกำหนดของผู้ส่งสาร เช่น การเลือกประเด็น/เนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ การเลือกสื่อ/ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสาร กลุ่มเป้าหมายของกระบวนการมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารที่ตระหนักถึงสิทธิในการรับรู้และบอกเล่าต่อ สามารถเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อ และมีการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งสาร

๒. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ผลิตสื่อ เป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การเตรียมการผลิต การเลือกหัวข้อ การรวบรวมข้อมูล/ข้อเท็จจริง การเขียนบท การคัดเลือกฉาก สถานที่ นักแสดง เป็นต้น ขั้นตอนการผลิต การลงมือผลิต การถ่ายทำ การบันทึกเทป เป็นต้น และขั้นหลังการผลิต การตัดต่อ การใช้เสียงประกอบ การใส่เทคนิค เป็นต้น

๓. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Planner/ Policy Maker) เป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับสูงสุด กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ระบบการตัดสินใจ การกำหนดเนื้อหา รูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลาการวางระบบบริหารงาน การบริหารงบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงานและการประเมินผลโครงการ

องค์ประกอบหลักในการแพร่กระจายนวัตกรรมประกอบด้วย

- ๑) นวัตกรรม หรือ แนวคิดใหม่ในสายตาของผู้รับสาร
- ๒) การสื่อสาร ผ่านช่องทางการสื่อสาร (สื่อกระแสหลัก และ/หรือ สื่อสังคมออนไลน์)
- ๓) สมาชิกในสังคม คนที่อาศัยอยู่ในสังคม

๔) ระยะเวลา ช่วงเวลาซึ่งนวัตกรรมยังคงความใหม่ กระบวนการตัดสินใจและยอมรับ นวัตกรรมประกอบด้วยขั้นตอนซึ่งผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับนวัตกรรมกล่าวคือ

๑. การให้ความรู้ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารได้รับการกระตุ้นให้เกิดความตระหนักต่อนวัตกรรม เมื่อได้มีโอกาสพบเห็นนวัตกรรมและคุณลักษณะต่าง ๆ ของนวัตกรรมผ่านสื่อมวลชน และ/หรือสื่อออนไลน์ ข้อมูลข่าวสารที่นิยมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน คือ

๑) ข้อมูลพื้นฐานเป็นข้อมูลที่ช่วยตอบคำถามผ่านนวัตกรรมดังกล่าว ได้แก่ นวัตกรรมอะไร และมีประโยชน์อย่างไร

๒) ความรู้ด้านการใช้ เป็นข้อมูลที่อธิบายสรรพคุณ และนานวัตกรรมมาใช้ประโยชน์

๓) ความรู้เชิงหลักการ เป็นแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับนวัตกรรม เช่น นวัตกรรม ใหม่จริงหรือไม่ แตกต่างจากนวัตกรรมอื่นที่ผ่านมาหรือไม่ อย่างไร

๒. การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารมีความเห็น หรือ เปรียบเทียบนวัตกรรม ทั้งในด้านผลดี และ ผลเสียผู้ทำหน้าที่เผยแพร่ นวัตกรรมพยายามให้ข้อมูลเพื่อสร้างความสนใจและทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม ในขั้นตอนนี้ สื่อบุคคลจะมีบทบาทสำคัญกว่าสื่อมวลชน สื่อบุคคลจะทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจน

๓. การตัดสินใจ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เช่น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความคิดเห็นของคนใกล้ชิด ขั้นตอนนี้ผู้เผยแพร่ นวัตกรรมจะให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม ให้ทดลอง สาธิตการใช้ และใช้บุคคลต้นแบบ

๔. การดำเนินการ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารจะนำนวัตกรรมที่ตนตัดสินใจรับมาใช้หรือ ทดลองใช้ ในขั้นตอนนี้ ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทสำคัญมากต่อการยอมรับนวัตกรรม โดยเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหาสะท้อนให้เห็นความสำคัญของนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวข้องกับสถานที่ซึ่งสามารถเข้าถึงนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม

๕. การยืนยัน เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารมักจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อยืนยันความคิดที่ว่า ตนสมควรรับนวัตกรรม หรือ สมควรปฏิเสธนวัตกรรมหนึ่ง การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นกระบวนการซึ่งนวัตกรรมถูกสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารในช่วงเวลาหนึ่ง ระหว่างผู้รับสารในสังคมกับการยอมรับนวัตกรรมแบ่งเป็น ๕ กลุ่ม

๑. กลุ่มล้ำสมัย เป็นกลุ่มคนที่ชอบการเปลี่ยนแปลง ชอบเสี่ยง ชอบลองของใหม่ ตัดสินใจเร็ว และเต็มใจที่จะรับผลที่เกิดขึ้นจากการรับนวัตกรรม คนกลุ่มนี้จะมีบทบาทในการแนะนำนวัตกรรมแก่ผู้อื่น

๒. กลุ่มนำสมัย เป็นกลุ่มคนที่ได้รับความเคารพนับถือ มีอิทธิพลในการชักชวนให้ผู้อื่นในสังคมมีความคิดเห็นคล้อยตาม มักเป็นผู้นำทางความคิด พร้อมยอมรับนวัตกรรมเมื่อได้ผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว

๓. กลุ่มทันสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้อยตาม ยอมรับนวัตกรรมเร็ว

๔. กลุ่มตามสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้อยตาม ยอมรับนวัตกรรมช้า คนกลุ่มนี้จะยอมรับนวัตกรรมตามผู้นำทางความคิดเห็น

๕. กลุ่มล้ำสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้อยตามยอมรับนวัตกรรมช้าที่สุด กลุ่มนี้จะได้รับอิทธิพลจากคนกลุ่มทันสมัยและกลุ่มตามสมัย

๒. การพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา

๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย

๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย

๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ

๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย

๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ

๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย

๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเรียนการสอนจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่

๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเรียนการสอนจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

๓. การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
เชิงนโยบายนั้นการเรียนการสอนต้องสอดคล้องกันทั้งโรงเรียน บ้าน วัด เน้นการพัฒนาตนเองทั้งภายนอกและภายในสามารถที่จะเรียนรู้ทั้งระบบความคิด ระบบการควบคุมทางสังคม นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายที่เป็นระบบเพื่อสร้างสันติสุขในการเรียนรู้และอยู่ร่วมกันผ่านสื่อเนื่องจากสื่อมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของเด็กเพิ่มขึ้นทุกขณะ ยุคที่กระแสของโลกเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เด็ก ๆ ใช้เวลาอยู่กับสื่อต่าง ๆ รอบตัวมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและจิตใจมากกว่า สื่อจึงกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทรงอิทธิพลและยอมนิยมต่อเด็กและเยาวชนที่สามารถถ่ายทอดสิ่งต่าง ๆ สู่เด็กโดยตรง และผลกระทบที่ตามมาคือ เด็กจะเสพสื่อที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะพฤติกรรมทางเพศ ความรุนแรง และการบริโภคนิยม สิ่งนี้จะส่งผลเสียต่อเด็ก ครอบครัว ชุมชนและสังคมต่อไปในอนาคต สิ่งนี้ “ผู้รับสื่อ” ต้องพิจารณา คือ ๑. สื่อมีที่มาอย่างไร ใครเป็นเจ้าของ ๒. มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ๓. สื่อต้องการจะบอกอะไรกับเรา ๔. สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของเราอย่างไร และ ๕. สื่อกำลังสร้างและสะท้อนค่านิยมอะไรในสังคมการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ถือเป็นคุณสมบัติของเยาวชนไทยในศตวรรษที่ ๒๑ ที่สามารถเลือกรับ วิเคราะห์ ประเมิน และนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในทางสร้างสรรค์ รวมทั้งความสามารถในการผลิตสื่อที่ดีเพื่อขับเคลื่อนสังคม อย่างสร้างสรรค์ ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ควรมีลักษณะดังนี้ คือ เยาวชนไทยควรทราบแหล่งที่มาของสื่อว่ามีที่มาอย่างไร ใครเป็นเจ้าของสื่อหรือผู้ผลิตสื่อและที่สำคัญคือมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ วัตถุประสงค์และการแสดงเจตนาของสื่อต้องการจะสื่อสารอะไร และวิเคราะห์ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของผู้รับสื่ออย่างไรและกำลังสร้างและสะท้อนค่านิยมอะไรในสังคม และสิ่งที่ผู้ “ผลิตสื่อ” ต้องตระหนักรู้และเจตนาในการสื่อสารของผู้รับสื่อคืออะไร ผู้รับสื่อกำลังทำผิดซ้ำกับค่านิยมบางอย่างอยู่หรือไม่ มีใครได้รับผลกระทบจากการกระทำของผู้ผลิตสื่อและผู้รับสื่อหรือไม่และกำลังละเมิดสิทธิใครอยู่หรือไม่ ดังนั้น เพื่อให้เด็กและเยาวชนรู้ทันปัญหาเหล่านี้เด็กและเยาวชนควรต้องได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง รวมถึงครูผู้สอนอย่างใกล้ชิด โดยไม่ใช่เป็นการห้ามรับสื่อ แต่ต้องสร้างให้พวกเขามีภูมิคุ้มกันทางความคิด เพื่อให้สามารถพินิจพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ที่สื่อนำเสนอออกมาได้เป็นสื่อที่ให้ประโยชน์มากกว่าโทษคือ ๑. การเปิดรับสื่อ คือ การเปิดรับสื่อด้วยประสาทสัมผัสทั้ง ๕ เพื่อรับรู้ถึงภาพรวมทั้งหมดของสื่อ ๒. การวิเคราะห์สื่อ คือ การแยกแยะ

องค์ประกอบต่าง ๆ ในการนำเสนอของสื่อเหล่านั้นว่ามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร ๓. การเข้าใจสื่อ คือ การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ๔. การประเมินค่า คือ การประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงใด ๕. การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ คือ การนำสิ่งที่เรารู้วิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ เลือกรับสื่อเป็น

๒. การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงพื้นที่

ทุกภาคส่วนมีการกระหนักรถึงปัญหาและมีความคิดร่วมกันในการแก้ปัญหา มีกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกันอย่างเช่น วันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนจากหน่วยงานทั้งสามด้าน คือ วัด บ้าน และหน่วยงานรัฐให้ความร่วมมือกันในด้านต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการนวัตกรรม ภายใต้กิจกรรมที่กำหนดขึ้นมาข้างต้นให้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างจังหวัด สถานศึกษาและสถานประกอบการต่างๆ

ศูนย์ประสานงานเครือข่ายกลุ่มสถานศึกษาโดยใช้สถานที่ของสถาบันการศึกษาทั้งสองแห่งเป็นศูนย์กลางภายในกลุ่มเครือข่าย โรงเรียนที่มีความพร้อมและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารเครือข่ายโรงเรียนฯและทำการเชื่อมโยงให้เห็นว่า จากคุณค่าด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดอิทธิพลด้านใดบ้างและมีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร ต่อวิถีชีวิตของชุมชนสันติสุขโดยมีแนวทางการพัฒนา ๒ ด้าน ดังนี้

๑. ด้านการพัฒนางาน เป็นการพัฒนาประสิทธิภาพของงานที่ทำอยู่ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ โดยการพัฒนาความรู้ของบุคคลในองค์กรให้เป็นความรู้ของกลุ่ม และเป็นความรู้ขององค์กร เพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์การและการสร้างสรรค์สังคมความรู้ในเวลาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสื่อสารภายในองค์กร การต่อยอดความรู้ และการสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยมุ่งสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ เช่น การบันทึกความรู้ที่เกี่ยวข้องกับปฏิบัติงานที่เรียกว่าการสอนงานและการเรียนรู้ข้ามสายงาน

๒. ด้านการพัฒนาคอน โดยการสร้างเครือข่ายด้านความสัมพันธ์ของคน และเครือข่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายหมายถึงการทำให้มีการติดต่อ และสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อน ที่ต่างก็มีความเป็นอิสระมากกว่า สร้างการคบค้าสมาคมแบบพึงพิง นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายต้องไม่ใช่การสร้างระบบติดต่อด้วยการเผยแพร่ข่าวสารแบบทางเดียว เช่นการส่งจดหมายข่าวไปให้สมาชิกตามรายชื่อ แต่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันด้วย เช่น เว็บไซต์ KM เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีการนำเรีบบอร์ด

มาอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มคนที่เป็นสมาชิก KM ทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในเรื่องต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการให้มีการให้รางวัลแก่ผู้ที่อุทิศตนให้กับการแลกเปลี่ยนความรู้กับบุคคลอื่น

๓. การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงเครือข่าย

การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงเครือข่ายประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

๑) การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ

๒) การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ

๓) การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ

๔) การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยมีแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๑๐ ประการ ได้แก่

๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา

๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับ

เยาวชนไทย

๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย

๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ

๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย

๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ

๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย

๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ และ

๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน และ ๕ หลักพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

ประกอบด้วย ๑) รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา ๒) รุ่งอรุณของการศึกษา ๓) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ๔) ปฏิสัมพันธ์ หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล และ ๕) วุฒิธรรม ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา และในการติดตามและประเมินผลได้กำหนดกรอบการประเมิน ๓ ด้าน คือ ๑) ความรู้ที่ได้รับ ๒) การนำไปใช้ชีวิตประจำวัน และ ๓) การถ่ายทอดความรู้

๕.๒ อภิปรายผล

การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย อภิปรายผล ดังนี้

ประเด็นที่ ๑ รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ

๑. รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ

รูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ

๑. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้สื่อสารเป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับล่างสุด กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารภายใต้ข้อกำหนดของผู้ส่งสาร เช่น การเลือกประเด็น/เนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ การเลือกสื่อ/ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสาร กลุ่มเป้าหมายของกระบวนการมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารที่ตระหนักถึงสิทธิในการรับรู้และบอกเล่าต่อ สามารถเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อ และมีการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งสาร

๒. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ผลิตสื่อ เป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การเตรียมการผลิต การเลือกหัวข้อ การรวบรวมข้อมูล/ข้อเท็จจริง การเขียนบท การคัดเลือกฉาก สถานที่ นักแสดง เป็นต้น ขั้นตอนการผลิต การลงมือผลิต การถ่ายทำ การบันทึกเทป เป็นต้น และขั้นหลังการผลิต การตัดต่อ การใช้เสียงประกอบ การใส่เทคนิค เป็นต้น

๓. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Planner/ Policy Maker) เป็นขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับสูงสุด กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ระบบการตัดสินใจ การกำหนดเนื้อหา รูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลาการวางระบบบริหารงาน การบริหารงบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงานและการประเมินผลโครงการ

องค์ประกอบหลักในการแพร่กระจายนวัตกรรมประกอบด้วย

- ๑) นวัตกรรม หรือ แนวคิดใหม่ในสายตาของผู้รับสาร
- ๒) การสื่อสาร ผ่านช่องทางการสื่อสาร (สื่อกระแสหลัก และ/หรือ สื่อสังคมออนไลน์)
- ๓) สมาชิกในสังคม คนที่อาศัยอยู่ในสังคม

๔) ระยะเวลา ช่วงเวลาซึ่งนวัตกรรมยังคงความใหม่ กระบวนการตัดสินใจและยอมรับ นวัตกรรมประกอบด้วยขั้นตอนซึ่งผู้รับสารมีปฏิริยากับนวัตกรรมกล่าวคือ

๑. การให้ความรู้ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารได้รับการกระตุ้นให้เกิดความตระหนักต่อนวัตกรรม เมื่อได้มีโอกาสพบเห็นนวัตกรรมและคุณลักษณะต่าง ๆ ของนวัตกรรมผ่านสื่อมวลชน และ/หรือสื่อออนไลน์ ข้อมูลข่าวสารที่นิยมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน คือ

๑) ข้อมูลพื้นฐานเป็นข้อมูลที่ช่วยตอบคำถามผ่านนวัตกรรมดังกล่าว ได้แก่ นวัตกรรมอะไร และมีประโยชน์อย่างไร

๒) ความรู้ด้านการใช้ เป็นข้อมูลที่อธิบายสรรพคุณ และนานวัตกรรมมาใช้ประโยชน์

๓) ความรู้เชิงหลักการ เป็นแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับนวัตกรรม เช่น นวัตกรรม ใหม่จริงหรือไม่ แตกต่างจากนวัตกรรมอื่นที่ผ่านมาหรือไม่ อย่างไร

๒. การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารมีความเห็น หรือ เปรียบเทียบนวัตกรรม ทั้งในด้านผลดี และ ผลเสียผู้ทำหน้าที่เผยแพร่ นวัตกรรมพยายามให้ข้อมูลเพื่อสร้างความสนใจและทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม ในขั้นตอนนี้ สื่อบุคคลจะมีบทบาทสำคัญกว่าสื่อมวลชน สื่อบุคคลจะทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจน

๓. การตัดสินใจ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เช่น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความคิดเห็นของคนใกล้ชิด ขั้นตอนนี้ผู้เผยแพร่ นวัตกรรมจะให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม ให้ทดลอง สาธิตการใช้ และใช้บุคคลต้นแบบ

๔. การดำเนินการ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารจะนำนวัตกรรมที่ตนตัดสินใจรับมาใช้หรือ ทดลองใช้ ในขั้นตอนนี้ ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทสำคัญมากต่อการยอมรับนวัตกรรม โดยเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหาสะท้อนให้เห็นความสำคัญของนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวข้องกับสถานที่ซึ่งสามารถเข้าถึงนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม

๕. การยืนยัน เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารมักจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อยืนยันความคิดที่ว่า ตนสมควรรับนวัตกรรม หรือ สมควรปฏิเสธนวัตกรรมหนึ่ง การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นกระบวนการซึ่ง นวัตกรรมถูกสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารในช่วงเวลาหนึ่ง ระหว่างผู้รับสารในสังคมกับการยอมรับ นวัตกรรมแบ่งเป็น ๕ กลุ่ม

๑. กลุ่มล้าสมัย เป็นกลุ่มคนที่ชอบการเปลี่ยนแปลง ชอบเสี่ยง ชอบลองของใหม่ ตัดสินใจเร็ว และเต็มใจที่จะรับผลที่เกิดขึ้นจากการรับนวัตกรรม คนกลุ่มนี้จะมีบทบาทในการแนะนำนวัตกรรมแก่ผู้อื่น

๒. กลุ่มนำสมัย เป็นกลุ่มคนที่ได้รับความเคารพนับถือ มีอิทธิพลในการชักชวนให้ผู้อื่นในสังคม มีความคิดเห็นคล้ายตาม มักเป็นผู้นำทางความคิด พร้อมยอมรับนวัตกรรมเมื่อได้ผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว

๓. กลุ่มทันสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้ายตาม ยอมรับนวัตกรรมเร็ว

๔. กลุ่มตามสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้ายตาม ยอมรับนวัตกรรมช้า คนกลุ่มนี้จะยอมรับนวัตกรรมตามผู้นำทางความคิดเห็น

๕. กลุ่มล่าสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้ายตามยอมรับนวัตกรรมช้าที่สุด กลุ่มนี้จะได้รับอิทธิพลจากคนกลุ่มกลุ่มทันสมัยและกลุ่มตามสมัย สอดคล้องกับทศนิยม เจนวิถีสุข^๑ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเชิงพุทธรกับการเปลี่ยนแปลงสังคม” ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารที่มีผลมากในการส่งผลกระทบกระเทือนถึงสังคม หรือมีส่วนเกี่ยวข้อง สนับสนุน หรือก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม คือ การสื่อสารมวลชน ส่วนการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่น ทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม เป็นการสื่อสารที่มีอิทธิพลและสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงสังคม โดยการเปลี่ยนแปลงมีลักษณะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของสังคมเป็นสำคัญ ทั้งในระดับปัจเจก และระดับสังคมในลักษณะการร่วมกันเป็นสังคม โดยรวมการสื่อสารกับตนเองและการสื่อสารกับบุคคลอื่น เป็นการสื่อสารที่ไม่อาจแยกจากกันได้โดยเด็ดขาด และเกี่ยวข้องกับสัมมาทิฐิ โดยมีรูปแบบและกระบวนการ คือ ทำการสื่อสารกับบุคคลอื่น (ปรโตโมสะ) + ทำการสื่อสารกับตนเอง (โยนิโสมนสิการ) + ทำการสื่อสารตามแนวทางประเพณีปฏิบัติในศีลสมาธิ ปัญญา ซึ่งทำให้ผู้รับสารเกิดปัญญา ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในส่วนตน และผู้อื่น อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม องค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการและแนวทางปฏิบัติด้านการสื่อสารเชิงพุทธรที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมที่สังเคราะห์ได้จากการศึกษา มีหลักการและแนวทางปฏิบัติที่สำคัญ คือสื่อสารด้วยสติ บนพื้นฐานของความเข้าใจและเคารพในตนเองและผู้อื่น บนหลักการของเหตุและผลตามความเป็นจริง ก่อให้เกิดปัญญา สร้างสรรค์ และนำไปสู่การกระทำที่ดีงามทั้งต่อตนเองและผู้อื่น การสื่อสารเชิงพุทธรนี้เป็นดังเช่นมรรควิธีที่เป็นเหตุนำไปสู่ผล คือ การเปลี่ยนแปลงสังคมในทางที่เป็นประโยชน์สุข โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เริ่มจากภายในตนเองของบุคคล แล้วกระจายไปสู่สังคมและ Hobbs^๒ ได้อธิบายถึงความสามารถการรู้เท่าทันสื่อไว้ดังต่อไปนี้

^๑ ทศนิยม เจนวิถีสุข, การสื่อสารเชิงพุทธรกับการเปลี่ยนแปลงสังคม, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย, ๒๕๕๖).

^๒ Hobbs, R., & Froast, R. “Instructional Practices in Media Literacy Education and Their Impact on Students’ Learning”, *New Jersey Journal of Communication*, 6(2) (1999), pp. 123-148.

๑. ความสามารถในการเข้าถึงสาร (Ability to Access Message) หมายถึง ความสามารถในการถอดรหัสที่เป็นสัญลักษณ์ และสร้างคำศัพท์ รวมทั้งความสามารถในการแสวงหา จัดการ และการเก็บรักษาข้อมูลข่าวสาร เช่น การใช้หนังสือในการหาข้อมูล การเลือกและการใช้อ้างอิงจากแหล่งต่าง ๆ เป็นต้น อีกทั้งเป็นความสามารถในการใช้เครื่องมือในเทคโนโลยี เช่น วิทยุ และคอมพิวเตอร์

๒. ความสามารถในการวิเคราะห์สาร (Ability to Analysis Message) หมายถึง ทักษะการเข้าใจในการตีความ รวมถึงการกระทำในการจัดประเภท แนวคิดของงาน การกำหนดรูปแบบของงานโดยอนุมานเกี่ยวกับเหตุและผล การบอกถึงจุดประสงค์และมุมมองของผู้เขียน ความสามารถในการวิเคราะห์สารยังรวมถึงบริบททางประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ และสุนทรียะที่สารถูกสร้างหรือบริโภค

๓. ความสามารถในการประเมินสาร (Ability to Evaluate Message) หมายถึง ความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับความเกี่ยวข้องและคุณค่าของ ความหมายของสารสำหรับผู้อ่าน รวมถึงการใช้ความรู้ที่มีมาก่อนเพื่อแปลความของงาน เช่น การทำนายผลลัพธ์ที่นอกเหนือจากที่มีอยู่หรือบทสรุปเชิงตรรกะ การบอกถึงค่านิยมในสาร และชื่นชมในคุณภาพอย่างสุนทรียะของงาน ทักษะในการประเมินจะต้องใช้การมองโลก ความรู้ ทัศนคติ และค่านิยมของผู้เรียน

๔. ความสามารถในการใช้สารสื่อความหมาย (Ability to Communicate Message) หมายถึง เป็นความสามารถเข้าใจผู้ชมผู้ฟังที่กำลังสื่อสารด้วย ความสามารถในการใช้อย่างมีประสิทธิภาพของสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย ความสามารถในการจัดการลำดับขั้นของความคิด และความสามารถในการจับความสนใจผู้รับสาร รวมถึงทักษะในการผลิตสื่อสำหรับการพิมพ์ เช่น การเรียนรู้การเขียนจดหมายและสะกดคำ การใช้ภาษาอย่างถูกหลักไวยากรณ์ รวมถึงการพูด การเรียนรู้การจะติดต่อหรือแก้ไขงานของผู้อื่น และการผลิตวิดีโอและเสียง

ประเด็นที่ ๒ การพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

- ๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการมีการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา
- ๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง
- ๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย
- ๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย
- ๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ

๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย

๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ

๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย

๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่

๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย สอดคล้องกับ Livingstone (๒๐๐๔, pp. ๒-๓) 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) การเข้าถึงเป็นนิยามที่ขึ้นอยู่กับกระบวนการทางสังคมที่เป็นพลวัต กล่าวคือนิยามนั้นมีความเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมในแต่ละยุคสมัย การเข้าถึงซึ่งเป็นขั้นแรกของความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อนี้ คือการที่ผู้ใช้อยู่ในสภาวะ เงื่อนไขที่จะเข้าถึงสื่อต่าง ๆ เช่น มีการอัปเดต อัปเดต 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 ขั้นแรกยังไม่ต้องใช้ความรู้ในการตัดสินใจ แต่ในขั้นนี้จะต้องมีการตัดสินใจเพิ่มมากขึ้น และอาจต้องเผชิญกับคำถามเชิงนโยบายที่ยากและจะต้องใช้หลักการต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจง หรือทางกฎหมายมาใช้ในการประเมินซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการรู้เท่าทันสื่อเชิงวิเคราะห์ (Critical Literacy) ทั้งนี้ หลักการต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการตัดสินใจนั้นอาจเป็นหลักการเรื่องความงาม การเมือง อุดมการณ์ และเศรษฐกิจ ทั้งนี้ขอบเขตและจุดประสงค์ในการประเมินนั้นอาจจะมีลักษณะที่ขัดแย้งกันได้ อย่างไรก็ตาม การรู้เท่าทันสื่อในทฤษฎีของลิฟวิงสโตนนั้นมุ่งที่จะสนับสนุนความเป็นประชาธิปไตย ความ

หลากหลายต่อต้านกระบวนการคิดวิธีการแบบชนชั้นนำ (Anti-Elitist Approach) ที่มีลักษณะแบบจารีต มีการแบ่งแยกกว่าสิ่งไหนดี สิ่งไหนเลวออกเป็นลำดับขั้น และมีลักษณะอำนาจนิยม และสนับสนุนการให้ข้อมูลและการสื่อสาร

๔. การสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creation) Livingstone มองว่าแก่นิยามของการรู้เท่าทันสื่อในปัจจุบันอาจยังไม่รวมความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อมารวมด้วยทั้งหมด แต่ในทฤษฎีของ Livingstone นั้นการที่มนุษย์จะมีความเข้าใจในกฎต่าง ๆ ที่ใช้ในการสร้างสรรค์สื่ออย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น พวกเขาควรมีประสบการณ์ในการผลิตสื่อ นอกจากนี้ด้วยคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบันยังเปิดโอกาสให้คนธรรมดาทั่วไปได้ก้าวขึ้นมาเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาสื่อออนไลน์อีกด้วย^๓ และ Buckingham et al. (๒๐๐๕, p. ๖) 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) ตระหนักและเข้าใจในภาษาของสื่อ เช่น รู้ว่าอะไรคือภาพตัวแทน (Representative) ที่สื่อสร้างขึ้น อะไรคือความจริง (Reality) การรู้กลวิธีในการชักจูงใจในโฆษณา การมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโลกเพิ่มมากขึ้น การรู้จักควบคุมอารมณ์อันเป็นผลจากการตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสื่อ สามารถตัดสินคุณค่าของสื่ออย่างวิพากษ์เมื่อพบเนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม อย่างเนื้อหาสื่อที่เต็มไปด้วยความรุนแรง และความสามารถในการเข้าถึงสุนทรียศาสตร์ของสื่อแต่ละชนิด

๓. การสร้างสรรค์ (Create) หมายถึง ความสามารถในการใช้เครื่องมือในการสื่อสาร ความสามารถในการผลิตสื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ตลอดจนสื่อสมัยใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อ

^๓ 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

แสดงออกถึงความเป็นตัวตน ความคิดเห็นของตนเอง ประสบการณ์ในการผลิตความสามารถในการเข้าถึง และจัดการกับเทคโนโลยี^๔

สามารถขยายความในประเด็นต่างๆ จากสมรรถนะของการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลดังนี้

๑. การเข้าถึง (Access) หมายถึง การค้นหาและใช้สื่อและเทคโนโลยีอย่างมีทักษะและใช้ข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมและสำคัญกับผู้อื่น

๒. การวิเคราะห์และประเมิน (Analyze and Evaluate) คือ การเข้าใจเนื้อหาสาระและการใช้ความคิดวิพากษ์เพื่อวิเคราะห์ถึงคุณภาพของสาร ความสัจจริง ความน่าเชื่อถือ และความคิดเห็น ขณะที่พิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหรือผลที่ตามมาของเนื้อหาสาระ

๓. การสร้างสรรค์ (Create) คือ การประกอบหรือการสร้างขึ้น ในที่นี้หมายถึงการสร้างสรรคเนื้อหา และความมั่นใจในการแสดงออกทางความคิดของตนโดยที่ตระหนักถึงจุดประสงค์ ผู้ชม ผู้ฟัง และเทคนิคในการประกอบสร้าง

๔. การสะท้อนกลับ (Reflect) คือ การนำมาประยุกต์ใช้อย่างมีความรับผิดชอบทางสังคมและมีจริยธรรมเพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์และประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งหมายรวมถึงการประพจน์และการปฏิบัติ

๕. การกระทำ (Act) คือ การทำงานส่วนตนและส่วนรวมเพื่อแบ่งปันความรู้และแก้ปัญหาในระดับครอบครัว การทำงาน ชุมชน รวมถึงการมีส่วนร่วมในฐานะสมาชิกของชุมชนท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศชาติ^๕

สามารถสรุปได้ว่าการเรียนรู้เท่าทันสื่อ มีองค์ประกอบที่สำคัญเรียงตามลำดับได้ ดังนี้

๑. ความสามารถในการเข้าถึงสื่อและสาร คือ ความสามารถในการแสวงหาแหล่งที่มา การเลือก และการจัดการ การคัดกรอง การถอดรหัสของข้อมูลข่าวสารในสื่อประเภทต่างๆ รวมถึงความสามารถในการใช้สื่อและเทคโนโลยีต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิดีโอ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต

^๔ 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

^๕ พรทิพย์ เย็นจะบก, ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ, (กรุงเทพมหานคร : ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด, ๒๕๕๒).

๒. ความสามารถในการวิเคราะห์สื่อและสาร คือ ความสามารถในการเข้าใจสื่อและเนื้อหาสาร สามารถตีความ จัดประเภท กำหนดรูปแบบของงาน โดยใช้การวิเคราะห์และอนุมานเหตุและผล ซึ่งอาศัยพื้นฐานความรู้เดิม ประสบการณ์ และการตัดสินใจเกี่ยวกับสื่อและเนื้อหาสาร รวมถึงความสามารถในการบอกจุดประสงค์ของผู้ผลิตสื่อได้

๓. ความสามารถในการประเมินสื่อและสาร คือ ความสามารถในการตัดสินคุณค่าและควมมีประโยชน์ของสารต่อผู้รับสาร โดยใช้การประเมินสื่อและสารยึดหลักคุณธรรม จริยธรรมในตนเอง และยังอาศัยพื้นฐานความรู้เดิมที่มีมาแปลความหมายของสาร รวมถึงการระบุค่านิยมและคุณค่าของสาร และชื่นชมคุณภาพของงานในเชิงสุนทรียะทางศิลปะ

๔. ความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อและสาร คือ ความสามารถในการเข้าใจและตระหนักรู้ถึง ความสนใจของผู้รับสาร โดยสามารถสร้างสารที่เป็นรูปแบบของตนเองจากเครื่องมือและสื่อที่หลากหลาย โดยใช้การจัดลำดับขั้นของความคิด การใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสาร และใช้ทักษะการผลิตสื่อ เช่น การ ทบทวนแก้ไข การพิมพ์ การผลิตและตัดต่อวิดีโอ การพูด เป็นต้น

๓. การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เจริญนโยบายนั้นการเรียนการสอนต้องสอดคล้องกันทั้งโรงเรียน บ้าน วัด เน้นการพัฒนาตนเองทั้งภายนอก และภายในสามารถที่จะเรียนรู้ทั้งระบบความคิด ระบบการควบคุมทางสังคม นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายที่เป็นระบบเพื่อสร้างสันติสุขในการเรียนรู้และอยู่ร่วมกันผ่านสื่อเนื่องจากสื่อมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของเด็ก เพิ่มขึ้นทุกขณะ ยุคที่กระแสของโลกเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เด็ก ๆ ใช้เวลาอยู่กับสื่อต่าง ๆ รอบตัว มากกว่าการทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและจิตใจมากกว่า สื่อจึงกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทรงอิทธิพลและยอดเยี่ยมต่อเด็กและเยาวชนที่สามารถถ่ายทอดสิ่งต่าง ๆ สู่เด็กโดยตรง และผลกระทบที่ตามมาคือ เด็กจะเสพสื่อที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะพฤติกรรมทางเพศ ความรุนแรง และการ บริโภคนิยม สิ่งนี้จะส่งผลเสียต่อเด็ก ครอบครัว ชุมชนและสังคมต่อไปในอนาคต สิ่งที่ “ผู้รับสื่อ” ต้อง พิจารณา คือ ๑. สื่อมีที่มาอย่างไร ใครเป็นเจ้าของ ๒. มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ๓. สื่อต้องการจะบอก อะไรกับเรา ๔. สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของเราอย่างไร และ ๕. สื่อกำลังสร้างและสะท้อน ค่านิยมอะไรในสังคมการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ถือเป็นคุณสมบัติของเยาวชนไทยในศตวรรษ ที่ ๒๑ ที่สามารถเลือกรับ วิเคราะห์ ประเมิน และนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในทางสร้างสรรค์ รวมทั้ง ความสามารถในการผลิตสื่อที่ดีเพื่อขับเคลื่อนสังคม อย่างสร้างสรรค์ ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน ไทย ควรมีลักษณะดังนี้ คือ เยาวชนไทยควรทราบแหล่งที่มาของสื่อว่ามีที่มาอย่างไร ใครเป็นเจ้าของสื่อ

หรือผู้ผลิตสื่อและที่สำคัญคือมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ วัตถุประสงค์และการแสดงเจตนาของสื่อต้องการจะสื่อสารอะไร และวิเคราะห์ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อของผู้รับสื่ออย่างไรและกำลังสร้างและสะท้อนค่านิยมอะไรในสังคม และสิ่งที่ผู้ “ผลิตสื่อ” ต้องตระหนักและเจตนาในการสื่อสารของผู้รับสื่อคืออะไร ผู้รับสื่อกำลังทำผิดซ้ำกับค่านิยมบางอย่างอยู่หรือไม่ มีใครได้รับผลกระทบจากการกระทำของผู้ผลิตสื่อและผู้รับสื่อหรือไม่และกำลังละเมิดสิทธิใครอยู่หรือไม่ ดังนั้น เพื่อให้เด็กและเยาวชนรู้ทันปัญหาเหล่านี้ เด็กและเยาวชนควรต้องได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง รวมถึงครูผู้สอนอย่างใกล้ชิด โดยไม่ใช่เป็นการห้ามรับสื่อ แต่ต้องสร้างให้พวกเขามีภูมิคุ้มกันทางความคิด เพื่อให้สามารถพินิจพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ที่สื่อนำเสนอออกมาได้เป็นสื่อที่ให้ประโยชน์มากกว่าให้โทษคือ ๑. การเปิดรับสื่อ คือ การเปิดรับสื่อด้วยประสาทสัมผัสทั้ง ๕ เพื่อรับรู้ถึงภาพรวมทั้งหมดของสื่อ ๒. การวิเคราะห์สื่อ คือ การแยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ในการนำเสนอของสื่อเหล่านั้นว่ามีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร ๓. การเข้าใจสื่อ คือ การตีความสื่อหลังจากเปิดรับสื่อไปแล้ว เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ๔. การประเมินค่า คือ การประเมินค่าสิ่งที่สื่อนำเสนอว่ามีคุณภาพและคุณค่ามากน้อยเพียงใด ๕. การใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ คือ การนำสิ่งที่เราวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ เลือกรับสื่อเป็น

๒. การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงพื้นที่

ทุกภาคส่วนมีการระดมถึงปัญหาและมีความคิดร่วมกันในการแก้ปัญหา มีกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกันอย่างเช่น วันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนจากหน่วยงานทั้งสามด้าน คือ วัด บ้าน และหน่วยงานรัฐให้ความร่วมมือกันในด้านต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการนวัตกรรมการสื่อสารที่กำหนดขึ้นมาข้างต้นให้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างจังหวัด สถานศึกษาและสถานประกอบการต่างๆ

ศูนย์ประสานงานเครือข่ายกลุ่มสถานศึกษาโดยใช้สถานที่ของสถาบันการศึกษาทั้งสองแห่งเป็นศูนย์กลางภายในกลุ่มเครือข่าย โรงเรียนที่มีความพร้อมและได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารเครือข่ายโรงเรียนฯและทำการเชื่อมโยงให้เห็นว่า จากคุณค่าด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดอิทธิพลด้านใดบ้างและมีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร ต่อวิถีชีวิตของชุมชนสันติสุขโดยมีแนวทางการพัฒนา ๒ ด้าน ดังนี้

๑. ด้านการพัฒนางาน เป็นการพัฒนาประสิทธิภาพของงานที่ทำอยู่ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ โดยการพัฒนาความรู้ของบุคคลในองค์กรให้เป็นความรู้ของกลุ่ม และเป็นความรู้ขององค์กร เพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรและการสร้างสรรค์สังคมความรู้ในเวลาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสื่อสารภายในองค์กร การต่อยอดความรู้ และการสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยมุ่งสร้างองค์กร

แห่งการเรียนรู้ เช่น การบันทึกความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ปฏิบัติงานที่เรียกว่าการสอนงานและการเรียนรู้ข้ามสายงาน

๒. ด้านการพัฒนาคน โดยการสร้างเครือข่ายด้านความสัมพันธ์ของคน และเครือข่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายหมายถึงการทำให้มีการติดต่อ และสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อน ที่ต่างก็มีความเป็นอิสระมากกว่า สร้างการคบค้าสมาคมแบบพึ่งพิง นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายต้องไม่ใช่การสร้างระบบติดต่อด้วยการเผยแพร่ข่าวสารแบบทางเดียว เช่นการส่งจดหมายข่าวไปให้สมาชิกตามรายชื่อ แต่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันด้วย เช่น เว็บไซต์ KM เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีการนำเว็บบอร์ดมาอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มคนที่เป็สมาชิก KM ทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในเรื่องต่างๆ นอกจากนี้องค์กรควรมีการให้รางวัลแก่ผู้ที่อุทิศตนให้กับการแลกเปลี่ยนความรู้กับบุคคลอื่น

๓. การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงเครือข่าย

การส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยเชิงเครือข่ายประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

๑) การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอนเชิงพุทธ

๒) การสื่อสารในสังคมเชิงพุทธ

๓) การสื่อสารเพื่อการดำเนินชีวิตเชิงพุทธ

๔) การรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย โดยมีแนวทางการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ๑๐ ประการ ได้แก่

๑) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการทำงานเชื่อมโยงกันระหว่างสถานศึกษา

๒) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมมีการประสานความร่วมมือกันและทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

๓) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับเยาวชนไทย

๔) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่สำหรับออกแบบนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนไทย

๕) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมเป็นพื้นที่ที่เน้นการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อ

๖) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนไทย

๗) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสร้างชุดการเรียนรู้การสื่อสารเชิงพุทธสำหรับเยาวชนให้รู้เท่าทันสื่อ

๘) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการออกแบบกิจกรรมให้เยาวชนรู้เท่าทันสื่อและมีความทันสมัย

๙) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและหน่วยงานในพื้นที่ และ

๑๐) เครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการจะเป็นสื่อกลางในการสร้างชุมชนการเรียนรู้ในการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน และ ๕ หลักพุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ประกอบด้วย ๑) รู้ทันสื่อตามหลักไตรสิกขา ๒) รุ่งอรุณของการศึกษา ๓) รู้ทันสื่ออย่างผู้มีปัญญา ๔) ปฏิสัมพันธ์ หลักสำคัญสำหรับยุคข่าวสารข้อมูล และ ๕) วุฒิชัย ๔ ความเจริญงอกงามแห่งปัญญา และในการติดตามและประเมินผลได้กำหนดกรอบการประเมิน ๓ ด้าน คือ ๑) ความรู้ที่ได้รับ ๒) การนำไปใช้ชีวิตประจำวัน และ ๓) การถ่ายทอดความรู้ สอดคล้องกับวสุพล ตรีโสภากุล^๖ ได้ศึกษา “การศึกษากระบวนการและปัจจัยเชิงสาเหตุความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจในกลุ่มผู้บริโภคไทย” ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์เฟซบุ๊กแฟนเพจมีบทบาทสำคัญในฐานะช่องทางการสื่อสารทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคคนไทย พฤติกรรมความยึดมั่นผูกพันได้เป็นเครื่องชี้วัดที่นักการตลาด และเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจใช้เป็นดัชนีบ่งชี้ถึงความสำเร็จของการใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ การวิจัยแบบลำดับเวลาเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Method) ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการของความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจในบริบทสังคมไทย และหาปัจจัยเชิงสาเหตุทางจิตวิทยาและสังคมที่มีอิทธิพลต่อความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนแนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และแนวคิดเรื่องตราสินค้ามาเพื่ออธิบายพฤติกรรมที่เกิดขึ้น โดยการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็นทั้งหมด ๒ ขั้นตอน ในขั้นตอนแรกผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพกับผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก และนักการตลาดออนไลน์ เพื่อค้นหาความหมายและกระบวนการของความยึดมั่นผูกพัน ผลวิจัยพบว่าความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถแสดงออกได้เป็น ๕ เรื่องอันได้แก่ ๑) ความถี่ในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ ๒) ความหลากหลายในการใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ

^๖ วสุพล ตรีโสภากุล, “การศึกษากระบวนการและปัจจัยเชิงสาเหตุความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจในกลุ่มผู้บริโภคไทย”, ปริญญานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, (กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๘).

๓) การสื่อสารกับสมาชิกคนอื่น ๆ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ๔) การนำข้อมูลเฟซบุ๊กแฟนเพจไปประกอบการตัดสินใจซื้อ และ ๕) การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งในช่วงแรกของการเกิดความยึดมั่นผูกพันผู้ใช้งานจะเกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานบนเฟซบุ๊กพื้นฐาน เช่น มีการเข้าใช้งานบ่อยขึ้น มีวิธีในการแสดงออกที่หลากหลาย และมีการพูดคุยกับคนอื่น จากนั้นเมื่อผู้ใช้งานมีความยึดมั่นผูกพันมากขึ้นจึงเริ่มมีการนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ หรือเข้าร่วมกิจกรรมของตราสินค้านั้น ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้พัฒนาแบบวัดตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นกับผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ จำนวนทั้งสิ้น ๘๐๗ ท่าน ผลวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และแนวคิดเรื่องตราสินค้าสามารถอธิบายความยึดมั่นผูกพันได้เป็นอย่างดี โดยพบว่า ความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการ และการรับรู้คุณค่าตราสินค้าได้รับอิทธิพลทางตรงจากพฤติกรรมความยึดมั่นผูกพัน พฤติกรรมความยึดมั่นผูกพันได้รับอิทธิพลทางตรงจากความตั้งใจที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรม และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม จากข้อค้นพบดังกล่าวสรุปได้ว่าการสร้างความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นสิ่งที่สำคัญในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด โดยสามารถสร้างให้เกิดผลทั้งในเรื่องการตัดสินใจซื้อ และการรับรู้ตราสินค้า ซึ่งการสร้างความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถสร้างขึ้นได้โดยการสร้างให้ผู้ใช้งานตระหนักเห็นคุณค่าประโยชน์ของการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง รวมไปถึงการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเพื่อเพิ่มระดับของความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ จากผลวิจัยที่เกิดขึ้นทำให้นักการตลาดหรือเจ้าของตราสินค้าสามารถประยุกต์ใช้ปัจจัยเชิงสาเหตุต่างๆ ที่ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด รวมไปถึงการดำเนินการกิจกรรมทางการตลาดบนโลกออนไลน์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการตลาด และสร้างความยึดมั่นผูกพันระหว่างผู้บริโภค และเฟซบุ๊กแฟนเพจต่อไป และกิตติมา สุรสนธิ^๗ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ ๒๕-๒๗ ปี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรี ในจำนวนเท่ากัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหรือข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนความถี่ในการเปิดรับเนื้อหาทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์จำนวน ๕-๖ ครั้งต่อเดือน ด้านเนื้อหาทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับเนื้อหาทางการเมืองในเรื่องการเลือกตั้งมากที่สุด และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีบุคลิกแบบไม่ชอบ

^๗ กิตติมา สุรสนธิ, “การรู้เท่าทันสื่อกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง”, วิจัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน, (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔)

การเมืองมากที่สุด มีวิธีการตัดสินใจทางการเมืองแบบหาข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากสื่อต่าง ๆ แล้วตัดสินใจด้วยตนเอง สำหรับสถานะทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่งมีสถานะทางการเมืองแบบเป็นผู้ตามทางการเมือง และมีระดับการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับมาก ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างน้อย ๑ ครั้ง โดยพุดคุยเกี่ยวกับประเด็นทางการเมืองมากที่สุด และพบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความถี่ในการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารทางการเมืองน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีการรู้เท่าทันสื่อน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนผู้ที่มีบุคลิกทางการเมืองแบบสนใจและชอบการเมืองกลับมีความถี่ในการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารทางการเมืองน้อยที่สุด ส่วนผู้ที่มีวิธีการตัดสินใจทางการเมืองแบบหาข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากสื่อต่างๆ แล้วตัดสินใจด้วยตัวเองจะมีความถี่ในการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารทางการเมืองมากที่สุด นอกจากนี้ผู้ที่มีวิธีการตัดสินใจทางการเมืองแบบหาข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากสื่อต่างๆ แล้วตัดสินใจด้วยตัวเองจะมีการรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เป็นการพัฒนาชุดกิจกรรมจากการถอดแบบมาจาก ๒ โรงเรียน คือโรงเรียนมัธยมจุลฉัตรสระเกษ และโรงเรียนสุรินทร์ราชมงคล ระบบในการบริหารจัดการคือใช้ความต่อเนื่องและการมีส่วนร่วม ดังนั้นการที่จะทำให้กิจกรรมและองค์ความรู้นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่กับภาครัฐ ต้องอย่างต่อเนื่องและพัฒนาต่อยอดตลอดเวลา

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะในวิจัยครั้งต่อไป

๑. การสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
๒. การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธแบบบูรณาการ
๓. การต่อยอดนวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธโดยใช้หลักการแบบวิถีใหม่ในภาวะวิกฤต

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย

๑ หนังสือ:

กระทรวงศึกษาธิการ. หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช ๒๕๕๑.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์แห่งประเทศไทยจำกัด, ๒๕๕๑.

กริช สืบสนธิ์. วัฒนธรรมและพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๗.

กาญจนา แก้วเทพ. แนวทางหนึ่งของการศึกษาต่อบุคคล กรณีศึกษาโครงการร่วมกันปั้นแตงนก-สื่อสารสุขภาพ. การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่องการสื่อสารชุมชน. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์, ๒๕๕๑.

เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒.

ถวัลย์รัฐ วรเทพพิพิงษ์. การกำหนดและวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เสมอธรรม, ๒๕๔๐.

ทศนา แคมมณี. ศาสตร์การสอน:องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. พิมพ์ครั้งที่ ๑๔. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๔.

ธิดาภ ชัยธวัช. แม่ไม้บริหาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ซี. พี. บุ๊ค แสตนด์การ์ด, ๒๕๔๘.

นิรมล กิตติกุล. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ ๑๑. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สนุกอ่าน, ๒๕๔๙.

พรทิพย์ เย็นจะบก. ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพฯ : ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด. ๒๕๕๒.

พระราชวรมุนี (ประยุทธ์ ปยุตฺโต). ทางสายกลางของการศึกษาไทย. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๒๗.

พะยอม วงศ์สารศรี. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สุภา. ๒๕๓๘

พัชนี เขยจรรยา และคณะ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เจริญผล, ๒๕๓๔.

พิชิต ฤทธิ์จัญญ. หลักการวัดและประเมินผลการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพมหานคร : เฮาส์ออฟเคอสมิสท, ๒๕๕๐.

พลสุข หิงสานนท์. การพัฒนารูปแบบ. กรุงเทพมหานคร : วัฒนาพานิช, ๒๕๔๐.

มณฑล ใบบัว. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๖.

บรรณานุกรม (ต่อ)

แม่นมาส ขวลิต และคณะ. การสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๓๕.

ยุพา สุภากุล. การสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๐.

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. หลักการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท. กรุงเทพมหานคร : ไทยอนุเคราะห์ไทย, ๒๕๓๖.

รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : วี.เจ. พรีนติ้ง, ๒๕๔๗.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ศิริวัฒนาอินเตอร์พรีน, ๒๕๕๖.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๒. กรุงเทพมหานคร : บริษัท นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่น จำกัด, ๒๕๕๖.

วันชัย มีชาติ. พฤติกรรมการบริหารองค์การสาธารณะ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๘.

วิเชียร วิทยอุดม. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : ธนรัชการพิมพ์, ๒๕๕๐.

วิรัช สงวนวงศ์วาน. การจัดการและพฤติกรรมองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สันเอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, ๒๕๔๗.

สมควร กวียะ. การสื่อสารมวลชน บทบาท หน้าที่ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ. กรุงเทพมหานคร : อักษราพิพัฒน์, ๒๕๔๐.

สมยศ นาวิการ. การติดต่อสื่อสารขององค์การ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บรรณกิจ, ๒๕๒๗.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. สังคมไทย : แนวทางวิจัยและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์, ๒๕๓๕.

สัมพันธ์ พูนารณ. นิเทศศาสตร์. อุดรดิตต์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์, ๒๕๓๗.

สามารถ คำหอม. หลักการปกครองของหัวหน้างาน. กรุงเทพมหานคร : มิตรเจริญการพิมพ์, ๒๕๑๘.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ๑๐๐

เรื่องนำรู้ ผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, ๒๕๕๖.

สำลี ทองธิว. การเผยแพร่วัฒนธรรมทางการศึกษาสำหรับผู้บริหารและครูยุคปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๕.

บรรณานุกรม (ต่อ)

สิริวรรณ นันทจันทุล. การเขียนเพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
๒๕๕๓, หน้า ๗.

สุคนธ์ สิ้นธพานนท์. นวัตกรรมการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาคุณภาพของเยาวชน. พิมพ์ครั้งที่ ๔.
กรุงเทพมหานคร : ๙๑๑๙ เทคนิควรรณคดี, ๒๕๕๓.

สุเทพ บุญเต็ม. การพัฒนารูปแบบการกำกับติดตามสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. ขอนแก่น :
มหาวิทยาลัย ขอนแก่น, ๒๕๕๔.

เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร, ๒๕๕๗.

อรรธรณ ปิณฑนโสภาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๗.

อุทัย บุญประเสริฐ. หลักการบริหารแบบใช้โรงเรียนเป็นฐาน. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๔.

_____. หลักและทฤษฎีการบริหารการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ข้าวฟ่าง, ๒๕๕๔.

๒ วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์:

นิธิดา วิวัฒน์พาณิชย์. “การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์”. วารสารบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๓ กันยายน –
ธันวาคม ๒๕๕๘.

พระมหาณอม อานนโท ชิตรัมย์. “การศึกษาเปรียบเทียบเรื่องพลวัตทางสังคมในทัศนะของพุทธ”.
วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต ปรัชญา. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยมหา
จุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖.

พัชรภรณ์ ไกรชุมพล. “ทัศนคติและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้าง
ชื่อเสียง กรณีศึกษาอุบล”. วิทยานิพนธ์สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะ
วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๘.

วสุพล ตรีโสภาคกุล. “การศึกษากระบวนการและปัจจัยเชิงสาเหตุความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊กแฟน
เพจในกลุ่มผู้บริโภคไทย”. ปริญญาวิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต การวิจัยพฤติกรรม
ศาสตร์ประยุกต์. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๘.

บรรณานุกรม (ต่อ)

วิมลพรรณ อาภาเวท และคณะ. “พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร”. **วิจัยสาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔.**

อลงกรณ์ คูตระกูล. “นวัตกรรมสังคม : กรณีศึกษาโครงการของท้องถิ่นในเขตภาคเหนือของประเทศไทย”. **วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๕๓.**

อัจฉรา จันทร์ฉาย. “นวัตกรรม : ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ”. **วารสารบริหารธุรกิจ. ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๕๓ : ๓๓.**

อัญชลี เอกศาสตร์. “การแสวงหาข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”. **วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔.**

๒ สื่ออิเล็กทรอนิกส์:

กรุงเทพธุรกิจ. **เปิดสถิติคนไทยเสพติดออนไลน์โซเชียลสูงติดอันดับโลก.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.bangkokbiznews.com/tech/๙๕๐๙๕๘> [๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๔].

คมชัดลึก. **รายงานสถานการณ์สื่อ ปี ๒๕๕๒ ปีแห่งการใช้สื่อเพื่อสงครามการเมือง.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.komchadluek.net/news/politic/๔๓๓๖๙> [๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๔].

นวัตกรรมการศึกษาและเทคโนโลยีทางการศึกษา ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ ๖/๐๕/๒๕๖๐ จาก <https://www.gotoknow.org/posts/๔๐๑๙๕๑>

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

บุญชม ศรีสะอาด. **การพัฒนาการวิจัยโดยใช้รูปแบบ.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.watpon.com/boonchom /๐๘.doc online [๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙].

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บุษรา ประกอบธรรม. การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. **วิจัยคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต. ๒๕๕๙**
- ปราการ เกิดมีสุข. เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.phojae.skkn.go.th/Knowledge/pakarn.pdf>. [๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๐].
- ปรีดา ยิ่งสุขสถาพร. ๒๕๕๖. **Innovation System สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สถาบันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=\[๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๗\]](http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=[๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๗]).
- ไพโรจน์ กลิ่นกุหลาบ. เครือข่ายการเรียนรู้. **สารานุกรมวิชาชีพครู**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://sites.google.com/site/supoldee/kherux-khay-kar-reiyn-ru>. [๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๗].

๔ ภาษาอังกฤษ :

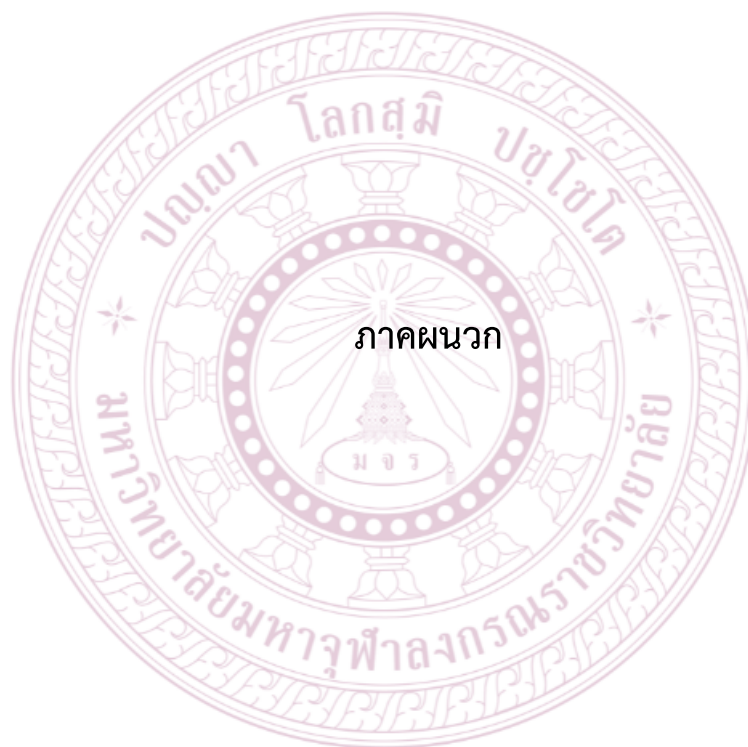
- A.P. Buddhadatta Mahathera. **English-Pali Dictionary**. Wiltshire: Antony Rowe. 1992.
- Aufderheide. Media Literacy. A Report of the National Leadership. Conference on Media Literacy. Queentown. MD. December 7-9 1992. pp. 26-28
- Bardo and Hardman. Urban Sociolgy : A Systematic Introduction. USA. : F.E.Peacock Publisher.1982. p.14.
- Bardo. and Hartman. Principles of Urban Sociology: A Systematic Introduction. New York : F.E. Peacock. 1982. p. 245.
- Brown and Moberg. Organization Theory and Management : A Macro Approach. New York: Wiley & Sons. 1980. p. 98.
- 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

บรรณานุกรม (ต่อ)

- 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](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/ml_children.pdf)
- Good. **Dictionary of Education 5th ed.**. New York: McGraw - Hill. 2005. p. 177.
- Hobbs. R.. & Froast. R. 1999. Instructional Practices in Media Literacy Education and Their Impact on Students' Learning. New Jersey Journal of Communication. 62.pp. 123-148.
- Joyce and Weil. Marsha. "Model of Teaching". Englewood Cliffs : Prentice - Hall International Editions. 1986. p.6.
- Keeves. Educational research methodology. and measurement : An international handbook. Oxford. England: Pergamon Press. 1988. pp. 561 - 565.
- Keeves. Educational Research Methodology. and Measurement: An international handbook. Oxford. England: Pergamon Press . 1988. p. 560.
- 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
- 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. 129.
- Potter. W. J. **Media Literacy**. 7th ed. London : Sage. 2014.
- Potter. W. J. Media Literacy. 7th ed. London : Sage. 2014. 2014. pp. 11-13
- 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]

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Schramm. Wilbur. Channels and Audience in Handbook of Communication. Chicago: Ranc Mcnelly College Publishing Company.1973. p. 13.
- Silverblatt. A. & Eliceiri. E. M. E.. **Dictionary of Media Literacy**. Greenwood. 1997
- Smith and Others. “Management : Making Organizations Perform”. New York : Macmillan. 1980. pp. 6 - 8.
- Steiner. “Organizational Dilemmas as Barriers to Learning.” The Learning Organization.5. 4 1998: p. 148.
- Thoman. E.. & Jolls. T. **Media literacy education : Lessons from the center for media literacy. Media literacy : Transforming curriculumand teaching**. 104. pp. 180-205. 2005.
- Tosi. and Carroll. Management 2nd ed.. New York: John Wiley & Sons. 1982. p. 74.
- Wan . G. & Cheng. H. 2004. **The Media-Savvy: Teaching Media Literacy Skills Grade 2-6**. Illinois: Zephyr Prees.



ภาคผนวก





ชุดที่ ๑ แบบคำถามในงานสัมมนา

โครงการย่อยที่ ๕ การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
ภายใต้แผนงานวิจัย การพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

คำชี้แจง

แบบคำถามในงานสัมมนานี้เป็นเครื่องมือในการวิจัยเรื่อง “การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งการเข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่และดำเนินการถามในงานสัมมนา จะส่งผลให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เป็นความจริงเพิ่มมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์

๑. เพื่อศึกษารูปแบบการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธ
 ๒. เพื่อพัฒนาการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
 ๓. เพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย
- แบ่งเป็น ๓ ตอน คือ
- ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ร่วมสัมมนา
 - ตอนที่ ๒ แนวคำถามในงานสัมมนา
 - ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาการรูปแบบการสร้างเครือข่ายพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย

การถามครั้งนี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่งต่อผลการศึกษาวิจัย จึงขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความคิดเห็นของท่านเพื่อความสมบูรณ์ในงานวิจัย ทางผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือที่ดีของท่าน โดยข้อมูลจากแบบสอบถามดังกล่าวจะถูกเก็บเป็นความลับและจะใช้ประโยชน์เฉพาะการศึกษาวิจัยนี้เท่านั้น

ขอขอบคุณ

พระมหาญาณวฑฺฒน์ จิตวฑฺฒโน, ผศ.ดร. และคณะ

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ร่วมสัมมนา

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริง

๑. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

๒. อายุ

☐ ๒๕-๓๒ ปี ☐ ๓๓-๔๐ ปี ☐ ๔๑-๔๘ ปี ☐ ๔๙-๕๖ ปี ☐ มากกว่า ๕๖ ปี

๓. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

๔. สถานภาพการทำงาน

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

๕. ตำแหน่งทางวิชาการ

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

๖. ระยะเวลาในการปฏิบัติงานสอนในสถานศึกษา

☐ ปีแรก ☐ ๒-๔ ปี ☐ ๕-๗ ปี ☐ ๘-๑๐ ปี ☐ มากกว่า ๑๐ ปี

๗. ภายในระยะ ๕ ปี ที่ผ่านมา ท่านได้ดำรงตำแหน่งใด

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

๘. การพัฒนาตนเองในการเข้าฝึกอบรม จำนวน.....ครั้ง หลักสูตร.....

๙. ภูมิภาคที่ตั้งของสถานศึกษา

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

ตอนที่ ๒ แนวคำถามในงานสัมมนา

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาข้อคำถามต่อไปนี้แล้วให้ท่านให้คำตอบ

๑. ท่านคิดว่าการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย ควรมีองค์ประกอบสำคัญอะไรบ้าง (เหตุผล / อธิบาย)

.....

.....

.....

.....

๒. ท่านคิดว่าปัจจัยสำคัญที่จะส่งเสริมการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทยให้ประสบความสำเร็จคืออะไรบ้าง (เหตุผล / อธิบาย)

.....

.....

.....

.....

๓. ท่านคิดว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เป็นอย่างไร (เหตุผล / อธิบาย)

.....

.....

.....

.....

๔. ท่านคิดว่าหลักการสำคัญของการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย คืออะไร และประกอบด้วยอะไรบ้าง (เหตุผล / อธิบาย)

.....

.....

.....

.....

๕. ท่านคิดว่า กลไกการพัฒนาและการขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย เพื่อบรรลุเป้าหมายควรมีแนวทางการพัฒนาด้านใด และอย่างไรบ้าง (เหตุผล / อธิบาย)

.....

.....

.....

๖. การวิจัยเรื่อง “การขับเคลื่อนพื้นที่นวัตกรรมการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนไทย” เชื่อมโยงไปสู่การสร้างเครือข่ายการยกระดับการจัดการศึกษาของชาติได้อย่างไร (กรุณาอธิบายพร้อมยกตัวอย่างประกอบ)

.....

.....

.....

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะอื่น

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณ

พระมหาญาณวฑฺฒน์ จิตวฑฺฒโน, ผศ.ดร. และคณะ