

การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว  
เพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

VIDEOS RAISING AWARENESS OF ANTI-VERBAL BULLYING CAMPAIGN



กายสิทธิ์ บุญญานพวงศ์

วิทยานิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน  
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ปีการศึกษา 2563  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว  
เพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

กายสิทธิ์ บุญญานพวงศ์

วิทยานิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน  
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ปีการศึกษา 2563  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อวิทยานิพนธ์      การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว เพื่อรณรงค์ยุติ  
การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด  
Videos Raising Awareness of Anti-Verbal Bullying Campaign

ชื่อ – นามสกุล      นายกายสิทธิ์ บุญญาบุหงศ์


สาขาวิชา      เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน


อาจารย์ที่ปรึกษา      ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลกนิษฐ์ ทองเงา, ปร.ค.

ปีการศึกษา      2563

---


คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....ประธานกรรมการ  
(ศาสตราจารย์กฤษณ์ วัฒนารงค์, Ph.D.)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์กฤษกร สังข์ศรี, Ph.D.)

  
.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลกนิษฐ์ ทองเงา, ปร.ค.)

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติวิทยานิพนธ์  
ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

  
.....คณบดีคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประกายกร คลกิง, ศษ.ค.)

วันที่ 5 เดือน เมษายน พ.ศ. 2564

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว เพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด
ชื่อ – นามสกุล	นายกายสิทธิ์ บุญญาอนุพงศ์
สาขาวิชา	เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลกนิษฐ์ ทองเงา, ปร.ด.
ปีการศึกษา	2563

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว 2) เพื่อศึกษาผลการรับรู้ของผู้รับสื่อ วิดีโอการรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนมัธยมปลาย โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก โดยการใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว แบบสอบถามการรับรู้ก่อนและหลังรับชมที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว และแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ สติติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติค่าที (t-test) ผลการศึกษาพบว่า

1. สื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวที่พัฒนาขึ้น มีผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน คุณภาพความเหมาะสมอยู่ในระดับมีคุณภาพความเหมาะสมมาก ซึ่งสามารถนำสื่อที่พัฒนาขึ้นไปสู่กระบวนการทดลองศึกษาผลในการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์ผลการรับรู้การรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว พบว่า ก่อนรับชมสื่อ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.14 และหลังการรับชมสื่ออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 เมื่อเปรียบเทียบผลการรับรู้ก่อนและหลังรับชมโดยใช้สถิติค่าที (t-test) พบว่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ของผู้รับสื่อหลังการรับชมสูงกว่าก่อนการรับชมสื่อรณรงค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยการใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวที่พัฒนาขึ้น ในด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ และด้านการสื่อความหมาย โดยภาพรวมผู้รับชมมีความพึงพอใจในระดับมาก

**คำสำคัญ:** วีดิทัศน์รณรงค์, การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด, การสื่อความหมายด้วยความกลัว



**Thesis Title** Videos Raising Awareness of Anti-Verbal Bullying Campaign  
**Name – Surname** Mr. Gaiyasit Boonyanupong  
**Program** Mass Communication Technology  
**Thesis Advisor** Assistant Professor Kullkanit Thongngao, Ph.D.  
**Academic Year** 2020

## ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to produce videos to raise awareness of anti-verbal bullying campaign, and 2) to investigate the perception of video recipients about anti-verbal bullying campaign. Samples were 50 higher secondary school students at Mattayomwatnongchok school. They were selected by purposive sampling. The research instruments were videos to raise awareness of anti-verbal bullying campaign and a questionnaire to investigate before and after of the recipients' perception on videos about anti-verbal bullying campaign. The statistics used to analyze data were percentage, mean, standard deviation, and t-test. The research results revealed that:

1. The videos of raising awareness on anti-verbal bullying campaign were evaluated by 3 experts. They were qualified with a high level and they could be conducted in the research.

2. The perception of video recipients about anti-verbal bullying campaign before the experiment was at a moderate level with mean of 3.14 and after was at a high level with mean of 4.34. The perception on raising awareness of anti-verbal bullying campaign after video exposure was higher than before video exposure at a statistically significant level of .05.

3. The satisfaction of the video recipients about anti-verbal bullying campaign on the content, design, and communication was a high level for overall.

**Keywords:** Campaign Videos, Anti-Verbal Bullying, Raising Awareness

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวเพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) ครั้งนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาจาก ศ.ดร. กฤษมันต์ วัฒนางรงค์ ประธานกรรมการ ดร. ภัสสร สังข์ศรี กรรมการสอบ และ ผศ.ดร. กุลกนิษฐ์ ทองเงา อาจารย์ที่ปรึกษา ที่สละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และความรู้ ตลอดจนการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในงานวิจัยทุกขั้นตอนจนกระทั่งการค้นคว้าอิสระนี้ประสบผลสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาที่ให้กำลังใจเสมอมา และขอบคุณพี่ๆและเพื่อน ๆ นักศึกษาปริญญาโทที่ร่วมเรียนด้วยกันทุกท่าน สำหรับกำลังใจ น้ำใจและความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ และสุดท้ายขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกภาคส่วนของโครงการปริญญาโทที่ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในการวิจัยครั้งนี้

กายนีติ บุญญานุกงศ์



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(9)
สารบัญภาพ.....	(10)
บทที่ 1 บทนำ.....	12
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	12
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	15
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	15
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	15
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	15
1.6 เป็นประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	16
1.7 คำจำกัดความในการวิจัย.....	16
บทที่ 2 วรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเกี่ยวกับการรณรงค์.....	17
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่น.....	19
2.3 แนวคิดทฤษฎีการรณรงค์โดยใช้ความกลัว.....	23
2.4 ทฤษฎีการติดต่อ.....	31
2.5 แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้.....	36
2.6 ประสิทธิภาพสื่อ.....	39
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	45
3.1 ประชาและกลุ่มตัวอย่าง.....	45
3.2 ตัวแปรในการศึกษา.....	45
3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	52
บทที่ 4 ผลการทดลองและการวิจารณ์หรือการวิเคราะห์ .....	54
4.1 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการ กลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด .....	55
4.2 ผลการวิเคราะห์ ของการรับรู้ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการ กลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อ .....	59
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ของนักเรียนที่มีต่อสื่อ วีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ก่อนและหลัง .....	69
4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด .....	71
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	75
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	75
5.2 การอภิปรายผล .....	81
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	83
บรรณานุกรม .....	85
ภาคผนวก .....	88
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญ.....	89
ภาคผนวก ข แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม.....	91
และ แบบสรุปวัดดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม .....	91
ภาคผนวก ค แบบทดสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่าง 15 คน ต่อการรับรู้ของ สื่อวีดิทัศน์การรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อ ความหมาย ด้วยความกลัว.....	99
ภาคผนวก ง - แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญต่อความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์การรณรงค์ยุติ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว .....	105

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
- แบบสอบถามนักเรียนต่อการรับรู้ของสื่อวีดิทัศน์การณรงค์ยุติ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว .....	105
ภาคผนวก จ แบบสอบถามความพึงพอใจนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์การณรงค์ยุติ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว .....	115
ภาคผนวก ฉ สื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด.....	118
ภาคผนวก ช รูปภาพการทดลองกลุ่มตัวอย่าง .....	122
ประวัติผู้เขียน .....	127



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ระดับความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ สื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ด้านเนื้อหา.....	55
ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ระดับความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ สื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ด้านการออกแบบ.....	56
ตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ระดับความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ สื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ด้านการสื่อความหมาย .....	57
ตารางที่ 4.4 แสดงข้อมูล ผลรวมของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับ ความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด .....	59
ตารางที่ 4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพกลุ่มตัวอย่าง นักเรียน จำนวน 50 คน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับชั้น การศึกษา การรับรู้ต่อสื่อรณรงค์ .....	59
ตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลพฤติกรรมการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully ของกลุ่มตัวอย่าง.....	61
ตารางที่ 4.7 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ ก่อนรับชมสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ ด้านความรู้ความเข้าใจ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด .....	62
ตารางที่ 4.8 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ ก่อนรับชมสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด .....	64
ตารางที่ 4.9 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ หลังรับชมสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ ด้านความรู้ความเข้าใจ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด .....	65
ตารางที่ 4.10 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่น ด้วยคำพูด .....	67
ตารางที่ 4.11 แสดงผลการทดสอบของสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างก่อนและ หลังรับชมถึงความรู้ความเข้าใจต่อสื่อรณรงค์ การผลิตสื่อวีดีทัศน์ โดยใช้ การสื่อความหมายด้วยความกลัว เพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด.....	69

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ข้อมูลจาก THE STANDARD และ กรมสุขภาพจิต และมูลนิธิยุวพัฒน์, 2561 .....	13
ภาพที่ 2.1 พฤติกรรมการชมหนังรัก ..... 20	20
ภาพที่ 2.2 Professor Dr.Dan Olweus .....	21



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัญหาของการ Bully เริ่มปรากฏออกตามสื่อต่าง ๆ มากขึ้นในช่วงนี้ เนื่องจากสังคมเริ่มตระหนักถึงการกลั่นแกล้งหรือการ Bullying ที่ทำให้ผู้อื่นเจ็บตัวหรือทำร้ายความรู้สึกผู้อื่น โดยพฤติกรรมนี้มักเกิดขึ้นกับเด็ก ๆ และวัยรุ่น และมักถูกรังแกจากเพื่อนที่โรงเรียนหรือคนในครอบครัวอย่างพี่น้อง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจและอาจทำให้เด็กเกลียดการไปโรงเรียนหรือมีปัญหาการเข้าสังคมเมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในที่สุด การกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) หมายถึง การแสดงนิสัยก้าวร้าวที่คนหรือกลุ่มที่มีความได้เปรียบกว่าผู้ถูกรังแกทางใดทางหนึ่ง ผู้ที่เสียเปรียบหรือผู้ที่ถูกอ่อนแอกว่าก็จะถูกรังแกต่อเนื่อง อาจทำให้ผู้ถูกรังแกรู้สึกเจ็บปวด เสียใจ และเกิดอาการเครียด ซึ่งการกระทำดังนี้ อาจเป็นการใช้กำลัง การใช้คำพูดทำร้ายจิตใจ ใช้การเสียดสีทางด้านสังคม และเป็นการลิดรอนสิทธิ หรือการปฏิบัติใด ๆ ก็ตามในทางลบ

ในปัจจุบันการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully นั้นมีมากมาย ที่พบเห็นบ่อยในโรงเรียนหรือมหาลัยจะมีอยู่ 6 ประเภท 1.การกลั่นแกล้งผู้อื่นทางร่างกาย 2.การกลั่นแกล้งผู้อื่นโดยคำพูด 3.การคุกคามในเชิงสัมพันธ์ภาพ 4.การกลั่นแกล้งผู้อื่นทางไซเบอร์ 5.การกลั่นแกล้งผู้อื่นทางเพศ 6. การกลั่นแกล้งผู้อื่นโดยอคติ และจากการสอบถามนักเรียน นักศึกษา ว่าพบเจอการ Bully ทั้ง 6 รูปแบบ นั้นเจอประเภทใดบ่อยที่สุด พบว่า การกลั่นแกล้งโดยคำพูด พบเจอมากที่สุด โดยผู้กระทำจะใช้คำพูด การระบุชื่อผู้ที่ถูกรังแก เพื่อดูถูก ลดคุณค่า และให้ผู้อื่นอับอายเจ็บปวด และทำให้ตัวเองดูเหนือมีอำนาจมากกว่าผู้ถูกรังแก และพวกเขาเหล่านี้เลือกกลุ่มเป้าหมายจากรูปลักษณ์ ภายนอก การกระทำ หรือพฤติกรรม การกลั่นแกล้งประเภทนี้ยังมักมุ่งเป้าไปที่เด็กที่มีความต้องการพิเศษอีกด้วย การกลั่นแกล้งด้วยคำพูดมักจะตรวจพบได้ยาก เนื่องด้วยจากการโจมตีมักเกิดขึ้นเมื่อผู้ปกครองไม่อยู่แถวนั้น ผลคือเป็นการพูดกันแบบปากต่อปาก และยิ่งกว่านั้นผู้ใหญ่หลายคนก็รู้สึกว่าสิ่งที่เด็กพูดมักไม่ค่อยมีความสำคัญ พวกเขาจึงมักลงเอยโดยการบอกให้เหยื่อของการถูกรังแก “ช่างมัน” แต่นักวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าการรังแกด้วยคำพูดและการเรียกชื่อมีผลกระทบที่ร้ายแรงตามมาที่จริงแล้วการรังแกดังกล่าวสามารถทำให้เกิดบาดแผลลึกในใจได้เลยทีเดียว โดยข้อมูลผลการสำรวจในโครงการติดตามสภาวะการณ์เด็กและเยาวชนรายจังหวัด พบว่า มีเด็กถูกรังแกในสถานศึกษาปีละประมาณ 6 แสนคน ประเทศไทยในตอนนี้ อยู่ในอันดับ 2 ของโลก ที่มีสัดส่วนนักเรียนถูกรังแกจากเพื่อนนักเรียนด้วยกันสูงถึงร้อยละ 40 รองจากญี่ปุ่น ในปี 2553 การสำรวจนักเรียนในสถาบันการศึกษาทั่วประเทศพบว่า ร้อยละ 33 เคยกลั่นแกล้งผู้อื่นทางออนไลน์ อีกร้อยละ 43 บอกว่า เคยถูกคนอื่นกลั่นแกล้ง การรังแกกันหรือล้อเลียนกันใน

โรงเรียนเป็นจุดเริ่มต้นและเป็นการสร้างความรุนแรงต่อเด็ก การทำร้ายกัน มีผลกระทบต่อเด็กทั้ง 2 ฝ่าย ทั้งอารมณ์จิตใจร่างกายและคุณภาพชีวิตในระยะยาวนักเรียนที่ถูกรังแกมักเครียดซึมเศร้า มีปัญหาการเข้าสังคมจนโต หากถูกกดดันรุนแรงหรือเรื้อรัง จะนำไปสู่การทำร้ายคนอื่นเพื่อแก้แค้น หรือทำร้ายตนเอง รุนแรงถึงฆ่าตัวตาย ขณะที่นักเรียนที่รังแกคนอื่นเมื่อทำบ่อยครั้งจนกลายเป็นนิสัยเคยชิน จะมีปัญหาบุคลิกภาพแบบใช้ความก้าวร้าว ความรุนแรงต่อผู้อื่น ความรู้สึกผิดน้อย ใช้ความรุนแรงแก้ปัญหาเป็นอันธพาล อาชญากรได้ ด้านผู้อำนวยการสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กล่าวถึงเด็กที่เป็นกลุ่มเสี่ยงถูกรังแกสูง คือ เด็กที่มีปัญหาพัฒนาการช้า เด็กพิการ กลุ่มเด็กนักเรียนเพศทางเลือก และเด็กกลุ่มที่ครอบครัวมีการใช้ความรุนแรง หรือเด็กที่ป่วยโรคทางจิตเวช เช่น สมาธิสั้น มักพบว่าเป็นเด็กกลุ่มที่เป็นผู้ที่ถูกกลั่นแกล้ง



ภาพที่ 1.1 ข้อมูลจาก THE STANDARD และ กรมสุขภาพจิต และมูลนิธิยุวพัฒน์, 2561  
ที่มา : <https://thestandard.co/school-bullying/> สืบค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2563

จากข่าวเกี่ยวกับการประท้วงของชาวมุสลิมหนองจอกที่จะต้องการให้ผู้ที่นั่งถืออิสลามคลุมฮิญาบใส่มาโรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก ถือว่าเป็นประเด็นสำคัญในปีพ.ศ.2554 เนื่องจากชาวมุสลิมในหนองจอก มีจำนวนมากแล้วต้องการให้บุตรหลานได้สวมใส่ฮิญาบมาโรงเรียน แต่ปัญหาก็คือ โรงเรียนนั้นเป็นโรงเรียนวัดที่เปิดมานานกว่า 50 ปี ก็เลยมีการชุมนุมประท้วงอยู่นานเกี่ยวกับเหตุการณ์ครั้งนี้ โดยข้อสรุปในเหตุการณ์ครั้งนี้ ทางผู้อำนวยการ โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก ก็ไม่อนุญาติให้ใส่ฮิญาบมาโรงเรียน และผลกระทบจากเหตุการณ์ครั้งนั้น นักเรียนต้นเหตุ ที่จะใส่ฮิญาบมาโรงเรียน ก็ได้ถูก Bully โดยการกลั่นแกล้งล้อเลียนจากเพื่อนที่โรงเรียนที่เดินผ่านไปมา จนทำให้รู้สึกอับอาย และต้องลาออกจากโรงเรียน และหลังจากเหตุการณ์ครั้งนั้นก็มีเด็กนักเรียนชาวมุสลิม ได้ถูกเพื่อนกลั่นแกล้งล้อเลียนอีกเป็นจำนวนมาก โดยการกลั่นแกล้ง ส่วนใหญ่มาจากคำพูด

การรณรงค์คือกระบวนการหนึ่งในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อโน้มน้าวใจให้คนเปลี่ยนความคิดทัศนคติ ค่านิยมและ ความเชื่อ นั้นหมายถึงเป็นการสร้างจิตสำนึกที่ดียิ่งขึ้น เพื่อให้มนุษย์อยู่ในสังคมร่วมกันอย่างมีความสุข การรณรงค์ (Campaign) เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่สำคัญในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ได้รับความนิยมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การรณรงค์เป็นการระดมความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายๆ เรื่อง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายร่วมมือให้งานนั้นสำเร็จลงตามเป้าหมายของการรณรงค์ การรณรงค์ในแต่ละครั้งนั้นมีวัตถุประสงค์ในการรณรงค์แตกต่างกันออกไป นอกจากการเลือกรูปแบบของสื่อรณรงค์เพื่อให้เหมาะสมแล้ว การเลือกประเภทของสื่อรณรงค์ที่ใช้ในการนำเสนอก็เป็นส่วนสำคัญเช่นเดียวกัน ในปัจจุบันนั้นประเภทของสื่อรณรงค์ มีอยู่หลากหลายประเภท อาทิเช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายตามอาคารต่างๆหรือสอดแทรกไว้ในหนังสือต่าง ๆ อย่างแม็กกาซีน และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น ในการรณรงค์ สาร (Message) คือองค์ประกอบที่น่าสำคัญที่สุดในการโน้มน้าวใจของผู้รับสาร สารไม่ได้จำกัดเฉพาะข้อความ เนื้อหา หรือคำพูดเพียงอย่างเดียว แต่อาจเป็น วิดีโอ เพราะวิดีโอถือว่าเป็นองค์ประกอบที่ครบถ้วนมีทั้ง ภาพ เสียง เนื้อ ที่ต้องการจะสื่อให้ผู้รับสารเกิดการโน้มน้าวใจและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ในปัจจุบันสื่อออนไลน์ก็มีความทันสมัยรวดเร็วในการเข้าถึงเพื่อช่วยในความสะดวกสบายทำให้ สื่อวิดีโอเป็นที่นิยมในการนำเสนอ โฆษณาเชิงรณรงค์ และผู้รับสารสามารถเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ และถ้าหากเป็นเรื่องรณรงค์ที่คนสนใจอยู่ในขณะนั้นก็จะมียอดคนเข้าถึงหรือยอดแชร์มากมาย และอาจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้รับสารได้

ดังนั้น เพื่อศึกษาความเหมาะสมในรูปแบบของสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด Bully โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว สำหรับนำมาพัฒนาสื่อรณรงค์ให้เหมาะสมและถูกต้องตามรูปแบบของเนื้อหา จึงทำการศึกษารูปแบบ วิดีทัศน์รณรงค์ เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมการรับรู้ ทัศนคติ ของผู้รับสาร โดยเลือกใช้ประเภทสื่อในการนำเสนอเป็นวิดีโอ

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อการผลิตสื่อวีดิทัศน์การณรงคฺยติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว

1.2.2 เพื่อศึกษาผลการรับรู้ของนักเรียนที่มีผลต่อสื่อวีดิทัศน์การณรงคฺยติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว

## 1.3 สมมุติฐานการวิจัย

1.3.1 สื่อวีดิทัศน์การณรงคฺยติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว ที่พัฒนาขึ้น เป็นรูปแบบที่เหมาะสมอยู่ในระดับมาก

1.3.2 สื่อวีดิทัศน์การณรงคฺยติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของผู้เรียน หลังรับชมสื่อมากกว่าก่อนรับชมสื่อ

1.3.3 สื่อวีดิทัศน์การณรงคฺยติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว ผู้เรียนมีทัศนคติเกี่ยวกับการหยุดการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด หลังรับชมสื่อมากกว่าก่อนรับชมสื่อ

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้ต้องการศึกษาความเหมาะสมของรูปแบบสื่อวีดิทัศน์การณรงคฺยติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดที่มีผลต่อการรับรู้ผู้รับสื่อ โดยมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1.4.1 ประชากร ได้แก่ นักเรียน ระดับมัธยมปลาย ของ โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก นักเรียนทั้งหมด 2,659 คน (ที่มา : เว็บไซต์โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก, 2563)

1.4.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียน โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 50 คน

1.4.3 ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย

ตัวแปรต้น คือ สื่อวีดิทัศน์การณรงคฺยติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ของนักเรียนที่ได้รับชม สื่อวีดิทัศน์การณรงคฺยติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

## 1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5.1 ศึกษาแนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรูปแบบการทำสื่อณรงคฺยติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

1.5.2 ศึกษาแบบสื่อณรงคฺยติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดที่เหมาะสมต่อการรับรู้ในการหยุดการณรงคฺยติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว



1.5.3 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการผลิตสื่อรณรงค์ยุติ การการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว โดยกำหนดประเภทของสื่อ รณรงค์ที่ใช้ในการผลิต เป็นสื่อวีดิทัศน์

1.5.4 ศึกษาการผู้รับสื่อที่มีต่อ วีดิทัศน์รณรงค์

1.5.5 รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สรุปผลและอภิปรายผล

## 1.6 เป็นประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เป็นแนวทางในการผลิตสื่อการรับรู้ ต่อผู้ที่ศึกษาหรือสนใจในการทำสื่อรณรงค์ยุติการ Bully

1.6.2 เพื่อการรับรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อ ความหมายด้วยความกลัว

## 1.7 คำจำกัดความในการวิจัย

1.7.1 สื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด หมายถึง วีดิทัศน์ที่มีเนื้อหาเพื่อ การรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้ทางความคิด ทัศนคติ มีจิตสำนึกและตระหนักถึงการกลั่นแกล้งผู้อื่น โดยใช้วีดิทัศน์ที่มีภาพประกอบ พร้อมบรรยาย ให้เห็นถึงผลกระทบจากการกลั่นแกล้งผู้อื่นและวิธีการยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่น เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

1.7.2 การรับรู้ หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่ต้องนำเสนอเนื้อหาการกลั่นแกล้งผู้อื่นเพื่อให้ ผู้รับสื่อเกิดการรับรู้ ความคิด พฤติกรรม และความตระหนักต่อการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

1.7.3 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด หมายถึง การกระทำใด ๆ ที่มาจากคำพูด ทำให้ผู้อื่น ได้รับความทุกข์ทรมานไม่ว่าจะเป็นทางคำพูดที่ทำร้ายจิตใจ เกิดความเจ็บปวด ความทรมาน หรือการ ลดคุณค่าผู้อื่น อาจทำให้ผู้ที่ถูกกระทำนั้นอยากฆ่าตัวตาย และให้ความหมายรวมถึงการ การล้อปมด้อย การล้อเหยียดศาสนา การล้อรูปร่างหน้าตา

1.7.4 การสื่อความหมายโดยใช้ความกลัว หมายถึง กระบวนการสื่อที่ต้องนำเสนอเนื้อหา การ กลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยการกระตุ้นความรู้สึกกลัวในตัวผู้รับสาร เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถ เข้าถึงต่อการรับรู้ โดยเฉพาะในการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องผลกระทบและสิ่งตามมาหลังจากการกลั่นแกล้ง ผู้อื่น ว่ามีผลต่อผู้ถูกกระทำอย่างไร

## บทที่ 2

### วรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางการวิจัย โดยแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาวิจัยงานวิจัยในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

- 2.1 หลักและทฤษฎีการสื่อสารเกี่ยวกับการรณรงค์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่น
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีการรณรงค์โดยใช้ความกลัว
- 2.4 ทฤษฎีการตัดต่อ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้
- 2.6 ประสิทธิภาพสื่อ
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเกี่ยวกับการรณรงค์

ผู้ส่งสาร (Sender Source) และผู้รับสาร (Receiver) เนื่องจากมีลักษณะที่เป็น “คน” เหมือนกันจึงมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องเหมือนกัน อาทิเช่น ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ความสามารถ ระบบสังคม ที่อยู่ วัฒนธรรมที่หล่อหลอม เป็นต้น

สาร (Message) มีปัจจัยหลัก ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น เนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้อง การออกแบบสาร ให้สอดคล้องกับผู้รับสารเป้าหมาย เป็นต้น

ช่องทางการสื่อสาร (Channel) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประสาทสัมผัสทั้งห้าคือ ช่องทางที่ผ่านการเห็น ผ่านการได้ยิน ผ่านการสัมผัส ผ่านการได้กลิ่น และผ่านการลิ้มรส ซึ่งสารแบบใดจะต้องส่งผ่านช่องทางการสื่อสารในรูปแบบไหน เป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาให้เหมาะสม

นอกจากนี้ เราควรศึกษาถึงผลกระทบ (Effect) ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารด้วยว่ามันมีปฏิกริยาการตอบกลับ (Feedback) อย่างไร เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงและแก้ไขในกระบวนการสื่อสารต่อไป

##### 2.1.1 การรณรงค์ (Campaign)

หมายถึงการจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่แนวคิดที่ผู้รณรงค์ต้องการ ไปสู่เป้าหมายของการรับรู้ หรือปรับเปลี่ยนความคิดและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้การรณรงค์เป็นการดำเนินการที่ต้องกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ แผนงาน ระยะเวลาดำเนินการงบประมาณไว้อย่างชัดเจน และการรวมถึงการประเมินผลของการรณรงค์ด้วยว่าบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดเอาไว้หรือไม่

## 2.1.2 องค์ประกอบในการรณรงค์

1) เป้าหมาย หมายถึง สิ่งที่ทำให้รณรงค์เกิดขึ้น เมื่อเริ่มการค้นคว้าดำเนินโครงการรณรงค์ หรือหลังจากโครงการรณรงค์สิ้นสุด

2) กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในการสื่อสารเรื่องใด ๆ ในระดับใดก็ตาม กลุ่มเป้าหมาย ที่เราคาดหวังให้เป็นไปตามเป้าหมายของเรานั้นเป็นเรื่องที่เราต้องทำความรู้จักให้มากที่สุด เพื่อให้การสื่อสารนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้

3) ข้อมูลประเด็นในการรณรงค์ ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการรณรงค์ ซึ่งองค์กร ที่ทำหน้าที่รณรงค์จะต้องมีข้อมูลที่ทันสมัยและชัดเจนเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ที่ใช้ในการรณรงค์

4) ช่องทางการสื่อสาร ในกระบวนการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้อย่างแท้จริงนั้น เราไม่สามารถพึ่งพาสื่อมวลชนอย่างโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารที่เป็นสื่อกระแสหลักเท่านั้น แต่ช่องทางการสื่อสารแบบอื่นจำเป็นต้องทำควบคู่กันไปด้วย เช่น ชื่อบุคคล สื่อ เฉพาะกิจ สื่อกิจกรรม การอัดเวที เป็นต้น ควรตระหนักไว้เสมอด้วยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน สื่อมวลชนนั้นสามารถทำได้ดีแต่ในระดับการสร้างภาพตระหนัก และความสำนึกกับกลุ่มเป้าหมาย และเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างกระแสความตื่นตัวในวงกว้างเท่านั้น แต่ไม่สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมได้อย่างจริงจัง นอกจากนี้ การที่จะทำให้เกิดกระแสการตื่นตัวในวงกว้างยัง ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อ รูปแบบ การนำเสนอข้อมูล บุคคลที่ทำหน้าที่สื่อสารผ่านสื่อ จังหวะเวลา และมุมมองของสาธารณชนในช่วงเวลาดังกล่าว

5) กลยุทธ์การสื่อสารประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านสาร กลยุทธ์ด้านสื่อ

### 5.1) กลยุทธ์ด้านสาร

#### แนวทางเชิงลบ

- (1) การนำเสนอข้อเท็จจริง
- (2) การใช้ความน่ากลัว
- (3) การใช้บุคคลทำหน้าที่ตักเตือนกลุ่มเป้าหมาย

#### แนวทางเชิงบวก

- (1) การให้กำลังใจ
- (2) การสร้างสัญลักษณ์ร่วม
- (3) การเน้นความสะอาด หุ สะอาดตา
- (4) เลี่ยงการตำหนิ แต่ประกาศเชิญให้ทำพฤติกรรมที่พึงประสงค์
- (5) การนำเสนอภาพพฤติกรรมที่พึงประสงค์ โดยคนมีชื่อเสียง

- (6) การเน้นความทันสมัย
- (7) การตอกย้ำความสำคัญของ “ชุมชนเข้มแข็ง”
- (8) การให้ข้อมูล 2 ด้าน

#### 5.2) กลยุทธ์ด้านสื่อ

##### แนวทางเชิงลบ

- (1) นำเสนอประสบการณ์ในการเผชิญกับปัญหา
- (2) การใช้บุคคลที่น่าเชื่อถือทำหน้าที่สื่อสารกับสาธารณชน
- (3) การสร้างแรงกดดันผ่านกลุ่มแนวร่วม

##### แนวทางเชิงบวก

- (1) การจัดกิจกรรมทางเลือก แนวทางอื่น
- (2) การเลือกนำเสนอประเด็นให้สอดคล้องกับบุคลิกของ สื่อมวลชนและความสนใจของสังคม
- (3) การวางตนให้พร้อมที่จะให้ข่าวเสมอ

ดังนั้น การทำสื่อรณรงค์ จำเป็นต้องทำความรู้จักกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด เพื่อให้การสื่อสารนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้และควรตระหนักไว้เสมอว่า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวนั้นสามารถทำได้ดีแค่ในระดับการสร้างภาพลักษณ์ และความสำนึกกับกลุ่มเป้าหมายและเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างกระแสความตื่นตัวในวงกว้างเท่านั้น แต่ไม่สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมได้อย่างจริงจังเพราะต้องขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อรูปแบบการนำเสนอข้อมูล และบุคคลที่ทำหน้าที่สื่อสารผ่านสื่อ งบประมาณ เวลา และมุมมองของสาธารณชนในช่วงเวลาดังกล่าวอีกด้วย

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่น

### ความหมาย

การกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bullying) หมายถึงพฤติกรรมที่สังคมไม่ยอมรับ โดยความตั้งใจกระทำให้ผู้อื่นได้รับความทุกข์ ความเจ็บปวดจากผู้เข้มแข็งแก่ที่รู้สึกว่าจะตนเองมีอำนาจหรือพลังเหนือกว่าผู้ถูกข่มเหงรังแก อีกทั้งการกระทำดังกล่าวจะเกิดขึ้นซ้ำ ๆ อย่างต่อเนื่องและมีระยะเวลายาวนาน ดังภาพประกอบ 1



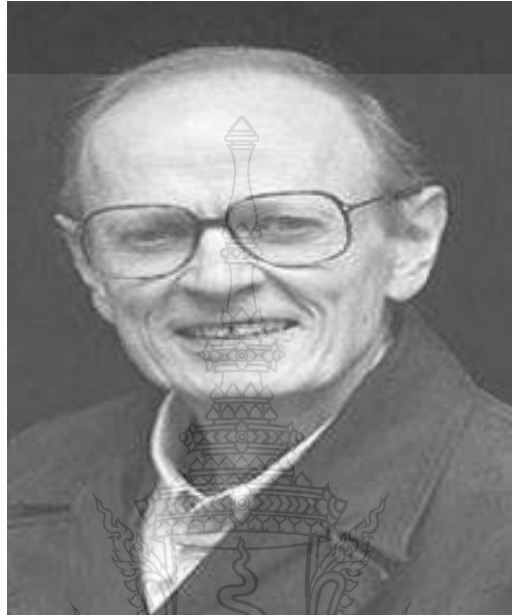
ภาพที่ 2.1 พฤติกรรมการการกลั่นแกล้งผู้อื่น

### ความเป็นมาของพฤติกรรมการกลั่นแกล้งผู้อื่น

การกลั่นแกล้งผู้อื่นไม่ใช่ปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน แต่เป็นสิ่งที่คนในสังคมส่วนใหญ่เริ่มตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมดังกล่าว ที่ผ่านมาในอดีตการกลั่นแกล้งผู้อื่นไม่ได้ถูกมองเป็นภัย ร้ายแรงอะไร โดยทั่วไปกลับถูกมองว่าเป็นประเพณีที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาหรือเป็นเรื่องปกติ หรือเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ อาจเป็นการขู่เหน็บแนมการหลีกหนีทางสังคม การปฏิเสธ การนินทา การกลั่นแกล้งระหว่างการเล่นของเด็กหรือเยาวชน กล่าวคือ เป็นเรื่องปกติของเด็กที่จะต้องเผชิญกับพฤติกรรมในลักษณะดังกล่าว ดังที่ โรเบิร์ต. (2008 อ้างอิง สกล วรเจริญศรี, 2558 : 13) ได้กล่าวถึงการกลั่นแกล้งผู้อื่นว่าเป็นการกระทำหรือการพูดที่เกิดขึ้นในกลุ่มเยาวชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของการกลั่นแกล้งผู้อื่นที่แสดงให้เห็นว่าการข่มเหงรังแกส่วนใหญ่ จะเกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชนที่อยู่ในช่วงเกรด 6 ถึง เกรด 10 หรือระดับประถมศึกษาชั้นปีที่ 6 ถึงมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 และสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งนักเรียนหญิงและนักเรียนชาย ลังกัน. (2011 อ้างอิง สกล วรเจริญศรี, 2558 : 13)

คำว่า **การกลั่นแกล้งผู้อื่น** ภาษาอังกฤษใช้คำว่า “Bully” ได้รับการบัญญัติเป็นภาษาอังกฤษครั้งแรกในนวนิยายที่มีชื่อว่า “Oliver Twist” โดยผู้เขียนชื่อ ชาร์ลส์ ดิกเกนส์ (Charles Dickens) ในปี ค.ศ.1838 และต่อมาจนกระทั่งในปี ค.ศ.1973 ศาสตราจารย์ ดร.แดน โอล วีอัส (Professor Dr.Dan Olweus) ศาสตราจารย์ทางด้านจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเบอร์เก้น (University of Bergen) ประเทศนอร์เวย์ ชาวสแกนดิเนเวีย เป็นคน แรกที่ศึกษาเชิงวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่น โดยมีการสร้างแบบวัดเกี่ยวกับพฤติกรรมข่มเหงรังแกของเด็กในโรงเรียน และต่อมาผลงานของเขาได้ถูกเผยแพร่

และตีพิมพ์และตีพิมพ์ในประเทศสหรัฐอเมริกาภายใต้ชื่อว่า Aggression in the schools: Bullies and Whipping boys ในปี ค.ศ.1978 (Ferguson. 2014 : online) อีกทั้งเป็นบุคคลแรกที่มีการนำวิธีการช่วยเหลืออย่างเป็นระบบสำหรับการป้องกันและต่อต้านปัญหาการกลั่นแกล้งผู้อื่น ดังภาพประกอบ 2.2



ภาพที่ 2.2 Professor Dr.Dan Olweus

ที่มา : [www.violencepreventionworks.org](http://www.violencepreventionworks.org)

### ประเภทของการกลั่นแกล้งผู้อื่น

พฤติกรรมกรรมกรข่มเหงรังแก สามารถจำแนกออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ ดังต่อไปนี้ (Langan. 2011 : 12 – 13)

**ประเภทที่ 1 การกลั่นแกล้งด้านร่างกาย (Physical Bullying)** เป็นลักษณะของการทำร้ายร่างกาย การต่อย การทุบ การตบ การตี เป็นต้น

**ประเภทที่ 2 การกลั่นแกล้งด้านสังคม หรือด้านอารมณ์ (Social or Emotional Bullying)** เป็นลักษณะของการใช้กลุ่มเพื่อนหรือสังคมกดดัน (Peer Pressure) และทำให้บุคคลแยกออกจากกลุ่มอันเป็นผล ทำให้เกิดความรู้สึกเจ็บปวด หรือเสียใจจากการกระทำดังกล่าว ตัวอย่าง การโน้มน้าวให้กลุ่มไม่สนใจบุคคลที่ถูกรังแก การหลีกเลี่ยงไม่ให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการหลบไม่ให้บุคคลเข้ามาสัมพันธ์กับกลุ่ม อันเป็นผลทำให้บุคคลที่ถูกรังแกรู้สึกไร้ตัวตน ไม่มีเพื่อน ไม่มีคนคุย และไม่มีวิถีทางที่จะหลบหนีสถานการณ์ดังกล่าว

**ประเภทที่ 3 การกลั่นแกล้งด้านคำพูด (Verbal Bullying)** เป็นลักษณะการพูดใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกหรือทำให้เจ็บปวด จะเกิดขึ้นใน สถานการณ์ที่มีการข่มขู่ เย้าหย่ำ เยาะเย้ย ข่มขู่ การพูดจาดูถูก เสียดสีกันในกลุ่มเพื่อน ทั้งนี้อาจหมายถึง รวมถึงการวิจารณ์ด้วยคำพูด ในลักษณะการ ประโคมข่าว ข่าวลือ คำนิทา และการพูดจาโกหกบิดเบือนข้อมูลที่ไม่เป็นจริง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดความเจ็บปวด และจะมุ่งต่อสิ่งทีนอกเหนือการควบคุมของบุคคลที่ถูกข่มเหงรังแก เช่น รูปร่าง หน้าตา เชื้อชาติ ครอบครัว สถานะทางเศรษฐกิจ เป็นต้น นอกจากนี้ยังหมายถึง รวมถึงการพูดจาที่ รุนแรง โหดร้าย ทำให้เจ็บปวด อับอาย และรู้สึกเขินประหม่า

**ประเภทที่ 4 การกลั่นแกล้งบนโลก ออนไลน์ (Cyber Bullying)** เป็นประเภทหนึ่งของการ ข่มเหงรังแกที่เกิดขึ้นใหม่และเป็นประเด็นปัญหาสำคัญในสังคม โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ได้แก่ การใช้โทรศัพท์ อีเมล ข้อความสำเร็จรูป ข้อความที่เขียนขึ้นเอง และภาพ ทั้งนี้เป็นการใช้อุปกรณ์การ สื่อสารในการ เข้าถึงประกอบด้วยโทรศัพท์ (Mobile phone) คอมพิวเตอร์ (Computer) เว็บไซต์ (Website) บล็อก (Blogs) ห้องสนทนา (Chat room) เฟซบุ๊ก (Face book) เครือข่ายทางสังคม ออนไลน์อื่น ๆ การถ่ายคลิปที่มีการข่มขู่ต่อบทักัน การถูกทารุณกรรมหรือการคุกคาม

นอกจาก 4 ประเภทดังกล่าวของการข่มเหงรังแก มิลเลอร์ เบิร์นส์ และจอห์นสัน. (2013 อ้างอิง สกล วรเจริญศรี, 2558 : 16) ได้จำแนกประเภทของการข่มเหงรังแก เพิ่มอีกเป็น 2 ประเภท คือ

**ประเภทที่ 1 การกลั่นแกล้งเกี่ยวกับวัตถุ (Material Bullying)** เป็นลักษณะของการข่มเหง รังแกโดยนำเอาสิ่งของไป หรือการใช้การข่มขู่ ด้วยความตั้งใจเพื่อให้ได้ซึ่งสิ่งของหรือเงิน ได้แก่ การเอา ของคนอื่นไปซ่อน การทำลายสิ่งของผู้อื่น การริดไถ เงิน เป็นต้น

**ประเภทที่ 2 การกลั่นแกล้งด้วย แรงจูงใจที่เกิดจากความเกลียดชัง (Hate-motivated Bullying)** การข่มเหงรังแก ประเภทนี้เกิดกับเป้าหมายที่ มีความแตกต่างในเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา ภูมิลำเนา ความสามารถชาติกำเนิด เพศ โดยปกติการข่มเหง รังแกประเภทนี้จะเกิดขึ้นใน ต่างประเทศ

#### **แนวทางการป้องกันและแก้ไขการกลั่นแกล้ง รังแกในสถานศึกษา**

**แนวทางที่ 1 การให้คำปรึกษา (Counseling)** การให้คำปรึกษาเป็นวิธีการหนึ่งในการช่วยเหลือ บุคคล ที่ได้รับความทุกข์หรือความไม่สบายใจในเรื่องต่าง ๆ อาจใช้การให้คำปรึกษาแบบรายบุคคล (Individual Counseling) หรือการให้คำปรึกษาเป็นกลุ่ม (กลุ่มผู้ข่ม เหงรังแก หรือกลุ่มที่ถูกข่มเหง รังแก หรือกลุ่มผู้ที่อยู่ใน เหตุการณ์การข่มเหงรังแก) ตลอดจนการให้คำปรึกษาครอบครัว (Family counseling) หากจำเป็นที่จะต้องมีพ่อแม่ หรือผู้ปกครองเข้ามาเกี่ยวข้องกับการข่มเหงรังแก

**แนวทางที่ 2 การจัดตั้งทีมช่วยเหลือ (Team helper)** รูปแบบการป้องกันและแก้ไขนี้เป็นที่ นิยมมาก ในต่างประเทศสำหรับระบบการป้องกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสถานศึกษา เพราะการได้รับ

ความร่วมมือจาก บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสู่การช่วยเหลือและป้องกันจะทำให้เกิด ประสิทธิภาพอย่างมาก กลุ่มบุคคลที่ควรเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับปัญหาการข่มเหงรังแก ได้แก่ ครูแนะแนว ให้คำปรึกษา จิตแพทย์ นักกฎหมาย ผู้บริหารสถานศึกษา ครูปกครอง พ่อแม่ และชุมชน เป็นต้น ซึ่งกลุ่มเหล่านี้จัดตั้งขึ้น เพื่อคอยช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาการข่มเหงรังแกในสถานศึกษา

**แนวทางที่ 3** การจัดระบบการให้บริการ (Service system) การจัดระบบและให้บริการ อาจ หมายรวมถึงการได้รับการสนับสนุนจากระดับผู้บริหารใน สถานศึกษาทั้งในระดับนโยบาย (School Policies) ได้แก่ มีการดำเนินการจัดตั้งนโยบายขึ้นในสถานศึกษา ถึงการข่มเหงรังแกในโรงเรียน การจัด หลักสูตรที่มีการ สอดแทรกการป้องกัน การข่มเหงรังแกในชั้นเรียน การรณรงค์จัดทำป้ายบริการสนเทศ (Information Service) ในสถานศึกษาการปลอดการข่มเหงรังแกในโรงเรียน (Bully-Free School) หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการไม่ ข่มเหงรังแกในสถานศึกษา ทั้งนี้ควรมีการดำเนิน กิจกรรมอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นวัฒนธรรมของ โรงเรียน เป็นต้น เมเยอร์ และ กลอเวอร์และ คาร์ทไวท์ และ เกล ชัน. (1998 อ้างอิง สกล วรเจริญศรี, 2558 : 18)

**แนวทางที่ 4** การวิจัย (Research) การวิจัยเป็นวิธีการหนึ่งสำหรับการเข้าใจปัญหา และสาเหตุ ปัญหาอันเป็นแนวทางที่นำไปสู่การนำข้อมูลต่าง ๆ จากการวิจัยไปประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ในการ ดำเนินการช่วยเหลือการข่มเหงรังแก ทั้งนี้อาจใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และคุณภาพ (Quantitative and Qualitative Research) ดังตัวอย่าง งานวิจัยของคราฟท์และหวัง (Kraft and Wang. 2009 : 529) ได้ศึกษาประสิทธิผลของกลยุทธ์ การป้องกันการข่มเหงรังแกบนโลกออนไลน์มุมมองของ นักเรียน พบว่า 5 อันดับ ของกลยุทธ์การป้องกันการข่มเหงรังแกบนโลกออนไลน์ คือ อันดับ 1) ห้ามผู้กระทำการ ข่มเหงรังแกผู้อื่นเข้าถึงเครือข่ายทางสังคม (Social Networking) อันดับ 2) ผู้ปกครองของผู้ข่มเหงรังแก ห้ามไม่ให้ใช้โทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ในเรื่องส่วนตัว อันดับ 3) กำหนดกฎระเบียบและบทลงโทษอย่าง ชัดเจนในสถานศึกษา อันดับ 4) ผู้ข่มเหงรังแกจะต้องอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของชุมชนเป็นเวลา 20 ชั่วโมง และอันดับสุดท้ายห้ามผู้ข่มเหงรังแกใช้คอมพิวเตอร์ทั้งที่บ้านและที่โรงเรียน ผลดังกล่าวเป็น เพียงข้อมูลส่วนหนึ่งที่ได้จากการวิจัย และสามารถนำไปเป็นแนวทางการใช้ป้องกันและแก้ไขปัญหาการ ข่มเหง รังแกในสถานศึกษาได้

## 2.3 แนวคิดทฤษฎีการรณรงค์โดยใช้ความกลัว

### 2.3.1 ความหมายของการสื่อสารรณรงค์

“การสื่อสารรณรงค์” หรือ “การรณรงค์” นั้น เป็นแนวคิดในการพัฒนาการส่งเสริมและ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือแนวทางในการปฏิบัติของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในช่วงระยะเวลาใดเวลา หนึ่ง โดยการวางแผนอย่างเป็นระบบ และเน้นในมิติของการสื่อสาร ซึ่งคำว่า “การสื่อสาร รณรงค์”



หรือ “การรณรงค์” นั้นมีการประดิษฐ์คำศัพท์ที่หลากหลาย อาทิ Communication Campaign, Public Communication Campaign, Information Campaign, และ Advertising Campaign แต่ทั้งหมดนี้ล้วนสะท้อนถึงบทบาทการรณรงค์ในมิติการสื่อสารทั้งสิ้นในทัศนะของนักวิชาการด้านการสื่อสาร ในสหรัฐอเมริกาและยุโรป อาทิ Paisley (2544), Windahl (2535), Alex de Tocqueville (2504) ล้วนเห็นพ้องต้องกันว่าการรณรงค์ มิใช่ปรากฏการณ์ใหม่ในสังคม แต่เป็นวิธีการปฏิบัติของสมาชิกในสังคมที่มีมากกว่าหลายทศวรรษแล้ว แต่สิ่งที่เป็นปรากฏการณ์ใหม่ สำหรับการรณรงค์ นับตั้งแต่ศตวรรษที่ 20 ก็คือ ระบบสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ต่าง ๆ ซึ่งได้เข้ามา มีบทบาทสำคัญ ต่อกระบวนการรณรงค์และการพัฒนาองค์ความรู้ ด้านการรณรงค์ในสังคมปัจจุบัน (ปารีชาติ สถาปิตานนท์, 2551 : 20)

“การรณรงค์เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ด้านการสื่อสาร ซึ่งได้มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าและได้มีการออกแบบโดยนายหน้าการเปลี่ยนแปลง (Change Agents) เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ในด้านพฤติกรรม ของผู้รับในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ โรเจอร์. (1973 อ้างอิง เมธาวิ จำเนียร, 2560 : 385) “การรณรงค์ด้านข้อมูลมักเกี่ยวข้องกับชุดของสารต่าง ๆ ในเชิงการส่งเสริมซึ่งอยู่ในความสนใจของสาธารณชนและแพร่กระจายผ่านช่องทางการสื่อสารมวลชนไปยังกลุ่มผู้รับสาร เป้าหมาย” อคิน. (1981 อ้างอิง เมธาวิ จำเนียร, 2560 : 385)

“สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อต่าง ๆ จำนวนมากในการบรรลุวัตถุประสงค์ด้านข้อมูล ข่าวสารหรือการโน้มน้าวใจในกลุ่มประชากรที่ได้เลือกขึ้น โดยเรามักจะพบตัวอย่างของการรณรงค์ในงานด้านการเมือง โฆษณา การหาทุน และการให้ข้อมูลสาธารณะเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและความปลอดภัย” แม็คคิวัล. (1983 อ้างอิง เมธาวิ จำเนียร, 2560 : 385)

“การรณรงค์ด้านข้อมูลข่าวสารสาธารณะมักสะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจของคนบางคน ในการมีอิทธิพลต่อความเชื่อและพฤติกรรมของผู้อื่น โดยใช้จุดจับใจต่าง ๆ ด้านการสื่อสาร” พลีย์รี่. (1981 อ้างอิง เมธาวิ จำเนียร, 2560 : 385)

ทั้งนี้ ในบริบทของนิยามความหมายของการสื่อสารรณรงค์ชี้ให้เห็นคุณลักษณะเด่นของการสื่อสารรณรงค์ ดังนี้

### 2.3.2 ประเภทของการสื่อสารรณรงค์

บุชบา สุธีธร (2530 อ้างอิง ภัทรสุภา มณีพันธุ์, 2557 : 22) ได้จัดประเภทของโครงการรณรงค์ที่มีการปฏิบัติกันอยู่มากในปัจจุบัน โดยพิจารณาจากสองเกณฑ์ ได้แก่ การจัดประเภทการสื่อสารรณรงค์โดยใช้เกณฑ์เรื่องประเภทขององค์การผู้จัดทำ

(1) การจัดประเภทการสื่อสารรณรงค์โดยใช้เกณฑ์เรื่องระยะเวลาในการปฏิบัติงาน แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ กล่าวคือ การสื่อสารรณรงค์เฉพาะกิจและการสื่อสารรณรงค์แบบต่อเนื่อง

(1.1) การสื่อสารรณรงค์เฉพาะกิจ ดำเนินการเพื่อหวังผลให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว มักเป็นกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ที่ดำเนินการเพื่อสนับสนุนด้านการตลาดขององค์กร ภาคธุรกิจ โดยใช้กิจกรรมการสื่อสารรณรงค์เชิงประชาสัมพันธ์สนับสนุนกิจกรรมการโฆษณาหรือ อาจดำเนินการในลักษณะการสื่อสารรณรงค์เพื่อการกุศล เมื่อบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ในการสื่อสารรณรงค์แล้ว ก็จะเป็นการสิ้นสุดการรณรงค์ เนื่องจากเป็นการดำเนินการระยะสั้น วัตถุประสงค์การรณรงค์ประเภทนี้ ส่วนใหญ่เน้นการสร้างการรับรู้สร้างประเด็นความสนใจหรือกระตุ้น ให้มีการร่วมกิจกรรมที่มีขึ้นเป็นครั้งคราว

(1.2) การสื่อสารรณรงค์แบบต่อเนื่อง มักมีการกำหนดวัตถุประสงค์ให้ ผู้รับสาร กลุ่มเป้าหมายปรับตัวพฤติกรรมไปตามแนวทางที่ต้องการอย่างค่อยเป็นค่อยไปด้วยการสร้าง การรับรู้และความสนใจให้เกิดขึ้นในผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายก่อนแล้วจึงค่อยสร้างความต้องการในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามแนวทางที่ผู้ส่งสารต้องการ

(2) การจัดประเภทการสื่อสารรณรงค์โดยใช้เกณฑ์เรื่องประเภทขององค์การผู้จัดทำ แบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ การสื่อสารรณรงค์ที่จัดทำโดยหน่วยงานภาครัฐ การสื่อสารรณรงค์ที่จัดทำโดยหน่วยงานภาคธุรกิจเอกชนและการสื่อสารรณรงค์ที่จัดทำโดยองค์กรการกุศลสาธารณประโยชน์ หรือองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรทางการค้า

(2.1) การสื่อสารรณรงค์ที่จัดทำโดยหน่วยงานภาครัฐ มักจัดขึ้นในกรณีต่าง ๆ ดังนี้

- เมื่อเริ่มการรณรงค์ประเด็นใดประเด็นหนึ่งที่ประชาชนไม่เคย รับรู้มาก่อน และการรณรงค์นั้นต้องการความร่วมมือจากหลายฝ่ายสนับสนุน

- เมื่อดำเนินการรณรงค์ที่เป็นประโยชน์ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชนในเชิงบวก อันเป็นการป้องกันหรือแก้ปัญหาสังคมที่เกิดขึ้น

- เมื่อมีระเบียบข้อบังคับหรือกฎหมายใหม่ที่ประชาชนต้องทราบ และปฏิบัติตาม

- เมื่อมีการเข้าใจผิดเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ
- เมื่อเกิดวิกฤติหรือปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและมั่นคงตลอดจนเสถียรภาพของประเทศ ซึ่งจำเป็นต้องมีการรณรงค์ระยะสั้น เพื่อแก้ไขและป้องกัน ความเข้าใจผิดจนกว่าวิกฤติหรือปัญหาที่เกิดขึ้นจะคลี่คลายไปในทางที่ดี

(2.2) การสื่อสารรณรงค์ที่จัดทำโดยหน่วยงานภาคธุรกิจเอกชน มักจัดขึ้นในกรณีต่าง ๆ ต่อไปนี้

- เผยแพร่สินค้าหรือบริการขององค์กรที่ไม่เคยมีมาก่อน หรือขยายสายผลิตภัณฑ์

- จัดการรณรงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร โดยใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์เชิงการโฆษณา หรือที่เรียกว่า “สถาบันโฆษณา” (Institutional Public Relation)
- การร่วมกิจกรรมรณรงค์ซึ่งทางหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรสาธารณกุศลจัดขึ้น แต่องค์กรภาคเอกชนสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการ หรือจัดการรณรงค์ในลักษณะที่เป็นสาธารณกุศล

(2.3) การสื่อสารรณรงค์ที่จัดทำโดยองค์กรการกุศล สาธารณประโยชน์ หรือองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรทางการค้า มักจัดขึ้นในกรณีต่าง ๆ ต่อไปนี้

- การรณรงค์เพื่อหารายได้หรือเงินบริจาคเพื่อนำไปสมทบเป็น งบประมาณดำเนินการขององค์กร
- การรณรงค์เพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกขององค์กรให้มีมากขึ้น หรือเพื่อเก็บค่าบำรุงสมาชิก หรือเพิ่มปริมาณสมาชิกในองค์กรเพื่อรองรับการดำเนินงานขององค์กร
- การรณรงค์เพื่อเผยแพร่แนวคิดขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป
- การรณรงค์เพื่อระดมให้ประชาชนทั่วไปเข้าใจและยอมรับเข้าร่วมในกิจกรรมอันเป็นสาธารณประโยชน์ที่องค์กรจัดขึ้น

### 2.3.3 องค์กรประกอบการสื่อสารรณรงค์

ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2546 : 127-152) ได้สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับการรณรงค์ ด้านสุขภาพผ่านสื่อมวลชนในประเทศไทยว่า มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

#### (1) องค์ประกอบเชิงบุคคลองค์กรรณรงค์

(1.1) แกนนำ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการรณรงค์ โดยผลการศึกษา พบว่า แกนนำในการรณรงค์ด้านสุขภาพในประเทศไทย ได้แก่ บุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กร ที่เล็งเห็นปัญหาและความจำเป็นในการแก้ไขปัญหา หรือมีหน้าที่เกี่ยวข้องและมีความรับผิดชอบต่อประเด็นดังกล่าวโดยตรง

(1.2) พันธมิตร ได้แก่ บุคคล หน่วยงานภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรภาคธุรกิจเอกชน และองค์กรสื่อมวลชน

- บุคคล บุคคลที่ให้การสนับสนุนแกนนำ มี 2 ประเภท ได้แก่ บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือได้รับการยอมรับในแวดวงต่าง ๆ ในสังคม และบุคคลที่เผชิญหน้ากับปัญหาโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือได้รับการยอมรับในแวดวงต่าง ๆ ในสังคมรวมไปถึงดารา ศิลปิน และนักแสดงต่าง ๆ การเข้าร่วมของบุคคลเหล่านี้ เกิดจากการที่แกนนำได้ทาบทามหรือเชิญชวนให้เข้าร่วมโครงการหรือเกิดจากการที่บุคคลเหล่านี้ติดต่อกับแกนนำและอาสาสมัครที่จะเข้าร่วมโครงการซึ่งบุคคลเหล่านี้ อาจทำหน้าที่แตกต่างกันไป อาทิ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข้อมูลจากแกนนำผ่าน สื่อมวลชนสู่

ประชาชน หรือเชิญชวนให้คนร่วมมือกันทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาหรืออาจทำหน้าที่ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนแต่ทำหน้าที่ ซึ่งเกี่ยวข้องกับโครงการรณรงค์ เช่น การบริหารโครงการหลักประเด็นรณรงค์ให้ลู่ลง อาทิช่วยสนับสนุนด้านการระดมทุน สำหรับบุคคลที่เผชิญหน้ากับปัญหาเป็นกลุ่มที่ได้รับผลจากการมีพฤติกรรมที่เป็นอันตรายของการเข้าร่วม การรณรงค์ ซึ่งอาจเกิดจากการที่รู้จักแนะนำเป็นการส่วนตัวและได้รับการเชิญชวน จากแนะนำหรืออาจจะเผชิญกับปัญหา และได้รับการติดต่อโดยตรงจากสื่อมวลชน โดยบุคคลเหล่านี้จะทำหน้าที่ถ่ายทอดประสบการณ์ตรงของตน ให้สาธารณชนรับทราบและหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงดังกล่าว

- หน่วยงานภาครัฐ เป็นพันธมิตรอีกกลุ่มที่มีความสำคัญต่อการรณรงค์ โดยหน่วยงานภาครัฐดังกล่าวมักเป็นหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับเรื่องที่กำลังรณรงค์ หรือเป็นหน่วยงานที่ผู้บริหารระดับสูงเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการเข้าร่วมรณรงค์หรือเป็นหน่วยงานที่ได้รับคำเชิญจากแกนนำโดยหน่วยงานภาครัฐจะให้การสนับสนุนด้านต่าง ๆ อาทิ การจัดทำฐานข้อมูลทางสถิติเกี่ยวกับสถานการณ์ การอนุมัติบุคลากรให้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ การจัดสรรงบประมาณหรือบุคลากรของตนในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ เป็นต้น

- องค์กรพัฒนาเอกชน หมายถึง มูลนิธิ ชมรม หน่วยงานที่ดำเนิน กิจกรรมทางสังคมโดยไม่แสวงหากำไรต่าง ๆ โดยหน่วยงานเหล่านี้มักเข้าร่วมเป็นพันธมิตรผ่านทาง การเชิญชวนจากแกนนำทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ สำหรับการให้การสนับสนุนเป็นไปในลักษณะของการให้ข้อคิดและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับหลักการและแนวปฏิบัติ การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ หรือการจัดกิจกรรมของกลุ่มตนเองในประเด็นที่เกี่ยวข้อง

- องค์กรภาคธุรกิจเอกชน ได้เข้ามามีบทบาทในการรณรงค์มากขึ้น โดยเฉพาะองค์กรภาคธุรกิจขนาดใหญ่ การเข้าร่วมเป็นพันธมิตรขององค์กรภาคธุรกิจอาจเกิดจากสาเหตุหลายประการ อาทิ ได้รับการทาบทามอย่างไม่เป็นทางการและเป็นทางการจากแกนนำ การเล็งเห็นความจำเป็นการมีนโยบายด้านกิจกรรมเพื่อสังคม การเห็นประโยชน์ร่วมกันในเชิงสร้างภาพลักษณ์ เป็นต้น โดยการให้การสนับสนุนขององค์กรภาคธุรกิจเอกชน มักเป็นไปในลักษณะของการเข้าร่วมเป็นสปอนเซอร์ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ หรือบริจาคสิ่งของต่าง ๆ เพื่อการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

- องค์กรสื่อมวลชน ประกอบด้วย องค์กรสื่อมวลชนของภาครัฐและภาคเอกชน โดยการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรอาจเกิดจากการที่นักรณรงค์เชิญชวนหรือขอความร่วมมือ การจัดเวทีพบปะพูดคุยกับสื่อมวลชนกลุ่มต่าง ๆ ตลอดจนการที่สื่อมวลชนมีเจตนาารมณ์ที่จะทำหน้าที่ เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่เรื่องราวผ่านสาธารณชน หรือเล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหา สำหรับการให้

การสนับสนุนของสื่อมวลชนจะทำหน้าที่รายงานข่าว ความเคลื่อนไหวและสภาพของผลกระทบที่เกิดขึ้นกับบุคคลต่าง ๆ ตลอดจนอาจให้ความร่วมมือในการผลิตและเผยแพร่สโปตรณรงค์ต่าง ๆ

(2) องค์กรประกอบเชิงกระบวนการรณรงค์ จะขับเคลื่อนและส่งผลให้การรณรงค์ ดำเนินไปได้และบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยมีองค์ประกอบ 7 ประการ ได้แก่ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลประเด็นในการรณรงค์ ช่องทางการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร และการวิจัย

(2.1) เป้าหมาย พบว่าเป้าหมายของการรณรงค์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ในการรณรงค์ เปรียบเสมือนภาพที่รณรงค์อยากให้เกิดขึ้นหลังจากดำเนินโครงการรณรงค์สามารถ แบ่งออกได้เป็นสองระดับ คือ เป้าหมายระดับบุคคลและเป้าหมายระดับโครงสร้าง

- เป้าหมายระดับบุคคล เน้น 4 ด้านหลักที่สำคัญ ได้แก่ การกระตุ้นให้เกิด การตื่นกลัวต่อสภาพปัญหา การปรับเปลี่ยนทัศนคติในทางที่เหมาะสม การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางที่พึงประสงค์ และการสร้างสำนึกหรือความภาคภูมิใจให้กับบุคคล

- เป้าหมายระดับโครงสร้าง ได้แก่ การผลักดันให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล การรณรงค์ในด้านการสร้างกระแสความตื่นตัวของชุมชน การรณรงค์เพื่อ การผลักดันเชิงนโยบายหรือการปรับเปลี่ยนกฎหมายเพื่อให้เกิดเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างของ ระบบสังคมอย่างจริงจัง

(2.2) วัตถุประสงค์ (Rogers and Storey, 2530 อ้างถึงใน กิตติ กันภัย 2543 : 234) นักวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงและควบคุมสังคม ได้อธิบายถึงมิติต่าง ๆ ของวัตถุประสงค์และผลกระทบของการรณรงค์ว่าสามารถพิจารณาได้ 3 ลักษณะ ได้แก่ ระดับของวัตถุประสงค์ ระดับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมของผู้รับสาร และระดับของผู้รับประโยชน์จากผลการรณรงค์

- ระดับของวัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ของการรณรงค์จัดเป็นประเภทได้ 3 ระดับ กล่าวคือ เพื่อแจ้งข่าวสาร (To Inform), เพื่อโน้มน้าวใจเพื่อกระทำตาม (To Persuade) และเพื่อระดมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (To Mobilize Over Behavior Change)

- ระดับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมของผู้รับสาร ผลของการรณรงค์สามารถเกิดขึ้นได้ตั้งแต่ระดับภายในบุคคล (Intrapersonal) ไปจนถึงระดับโครงสร้างสถาบัน (Institutional) กล่าวคือ ระดับสถานะของการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้ตั้งแต่การเปลี่ยนแปลง ในระดับการเรียนรู้ (Perception Change) ของปัจเจกบุคคล ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงในแง่ โครงสร้างของระบบสังคม (Structure of Social System)

- ระดับของผู้รับประโยชน์จากผลการรณรงค์ ในการรณรงค์โครงการใดโครงการหนึ่งนั้น บุคคลที่จะได้รับผลประโยชน์จากผลการรณรงค์นั้น ๆ ได้แก่ องค์กรผู้ส่งสาร หรือ

ปัจเจกบุคคลผู้รับสาร เช่น โครงการรณรงค์เพื่อสาธารณสุข (Public Health Campaign) จะพบว่าคนได้รับประโยชน์เต็ม ๆ คือปัจเจกบุคคลผู้รับสารและองค์กรผู้ส่งสารที่ได้รับประโยชน์จากการยกระดับสาธารณสุขอยู่บ้าง (กิตติ กันภัย, 2543 : 239)

(2.3) กลุ่มเป้าหมาย มีความสำคัญมากในการรณรงค์เพื่อการโน้มน้าวใจ ซึ่งจะต้องมีการวิเคราะห์อย่างแน่ชัดว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เป็นอย่างไร มีประสบการณ์การรับรู้ ทศนคติค่านิยม และระบบสังคมวัฒนธรรมเป็นอย่างไร นักวางแผนเพื่อการรณรงค์ จะไม่สามารถโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายได้เลย ถ้าหากไม่รู้จักวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายอย่างแจ่มแจ้งและ ถือกกลุ่มเป้าหมายเป็นศูนย์กลางในการเตรียมสารที่ถูกต้องเหมาะสมจากผลการวิจัยของปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2546) พบว่ากลุ่มเป้าหมาย ในการรณรงค์แบ่งได้เป็นสองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายที่นักรณรงค์ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และกลุ่มเป้าหมายที่นักรณรงค์ต้องการให้เป็นแนวร่วม ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่นักรณรงค์ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาโดยตรง และมีพฤติกรรมเสี่ยงตลอดจนเป็นกลุ่มที่นักรณรงค์ต้องการทำให้บุคคลเหล่านี้ เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมไปในทิศทางที่พึงประสงค์ โดยกรณีนี้นักรณรงค์มักนิยมแบ่งกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ โดยใช้เกณฑ์ต่าง ๆ เช่น วัย การศึกษา และอาชีพ อย่างไรก็ตาม ในการตัดสินใจเลือกกลุ่มบุคคลใดเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่นักรณรงค์ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้น พบว่านักรณรงค์ยังนิยมใช้เกณฑ์ ความเสี่ยงต่อเรื่องดังกล่าว เป็นแนวทางในการพิจารณาประกอบการตัดสินใจ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่นักรณรงค์ต้องการให้เป็นแนวร่วม คือ กลุ่มที่นักรณรงค์คาดหวังว่าจะสามารถทำหน้าที่กระตุ้นให้บุคคลกลุ่มเสี่ยงเกิดการเปลี่ยนแปลง

(2.4) ข้อมูลหรือประเด็นในการรณรงค์ สามารถแยกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ข้อมูลระดับพื้นฐาน เช่น สถิติตัวเลขต่าง ๆ ที่สะท้อนสถานการณ์ปัญหาหรือชื่อที่บุคคลสามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ข้อมูลเชิงแนวปฏิบัติตนของกลุ่มเป้าหมาย เป็นลักษณะพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ทักษะชีวิตที่บุคคลกลุ่มเสี่ยงควรรู้และข้อมูลเชิงลึก เช่น รายงานผลการวิจัยเกี่ยวกับผล และผลกระทบของพฤติกรรมเสี่ยง ความก้าวหน้าทางวิทยาการต่าง ๆ

(2.5) ช่องทางการสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่า โครงการรณรงค์ด้านสุขภาพต่าง ๆ จะเน้นการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อมวลชน ควบคู่ไปกับช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ อาทิ สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ เป็นต้น โดยในการเลือกช่องทางการสื่อสารนักรณรงค์จะพิจารณาถึงการเข้าถึงเป้าหมาย การกระตุ้นความตระหนักการกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนอกจากนั้นการพิจารณาเลือกช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ยังจำเป็นต้องพิจารณาเป็นปัจจัยอื่นประกอบ เช่น ความสอดคล้อง ของช่องทางการสื่อสารกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมายข้อมูลและประเด็นที่จำเป็นต่อ กลุ่มเป้าหมาย

จึงหวนเวลาในการเผยแพร่ ลักษณะสารที่จะนำเสนอรวมไปถึงการออกแบบสารให้มีความใกล้ชิดตัวและมีการสะท้อนชีวิต บุคคลอย่างชัดเจน

(2.6) กลยุทธ์การสื่อสาร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของการรณรงค์ การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเป็นเทคนิคที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการสื่อสารรณรงค์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ในแต่ละขั้นตอน การกำหนดกลยุทธ์เพื่อดำเนินกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์จึงเป็นการสอดแทรกเทคนิควิธีการในการเตรียมแผนปฏิบัติ เพื่อกำหนดวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมายและควบคุมภาวะของสาร ที่จะนำเสนอ และมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ ตามความเหมาะสมของสถานการณ์ ดังนั้น กลยุทธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับหน่วยงานรณรงค์ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เพราะกลยุทธ์มีส่วนในการกำหนดความสำเร็จของการรณรงค์ด้วย การรณรงค์ที่ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์จะไม่มีเป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานส่งผลกระทบต่อเชิงลบ อาทิเกิดช่องว่างของข้อมูลข่าวสาร (Information Gap) ในกลุ่มผู้รับสารช่องว่างนี้คือ ความแตกต่างในสองลักษณะ คือมีมากมายจนบางครั้งเกิดความท่วมท้นเกินความต้องการ (Information Rich) และบางครั้งเกิดความขัดสนขาดแคลน (Information Rwar) (กิตติ ตันภักย์, 2543 : 283) สำหรับรายละเอียดเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารรณรงค์ เป็นประเด็นหลักและ มีความสำคัญตลอดจนมีรายละเอียดที่น่าสนใจและเป็นกรอบสำคัญในการศึกษา ผู้ทำการวิจัยจึงได้แยกเป็นอีกหัวข้อหนึ่งต่อจากหัวข้อองค์ประกอบของการสื่อสารรณรงค์นี้

(2.7) การวิจัยกระบวนการรณรงค์ต่าง ๆ ได้ทำการวิจัยเข้ามาในช่วงต่าง ๆ ของการรณรงค์ ตั้งแต่ระยะก่อนเริ่มดำเนินโครงการได้แก่ ช่วงเวลาที่นักเรียนรณรงค์ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับประเด็นในการรณรงค์ไปจนถึงการตัดสินใจเลือกกิจกรรมต่าง ๆ ในการรณรงค์ ต่อมาคือ ระยะดำเนินโครงการรณรงค์ ได้แก่ ช่วงเวลาที่นักเรียนรณรงค์เริ่มเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและจัดกิจกรรมรณรงค์ต่าง ๆ โดยจะวิจัยเกี่ยวกับการติดตามความคืบหน้าของการรณรงค์การวิเคราะห์ข่าว และสุดท้ายคือระยะภายหลังโครงการรณรงค์สิ้นสุด ได้แก่ ช่วงเวลาที่นักเรียนรณรงค์ยุติกิจกรรมการสื่อสารเชิงรุกต่าง ๆ กับสาธารณชนตามแผนการกำหนดไว้ล่วงหน้า เป็นการวิจัยเชิงประเมินโครงการ

(3) องค์ประกอบเชิงระบบที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ มี 2 องค์ประกอบ ได้แก่

(3.1) การพัฒนากลไกในการเชื่อมประสานการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ในระบบสังคม ผลการวิจัยพบว่า กลไกในการเชื่อมประสานการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ในระบบสังคมเป็นสิ่งจำเป็น หากนักเรียนรณรงค์ต้องการที่จะให้เกิดกระแสความตื่นตัวในสังคม

(3.2) การร่วมมือกับพันธมิตรในการพัฒนามาตรการเชิงระบบอื่น ๆ ในสังคม กล่าวคือ การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในการพัฒนามาตรการเชิงระบบอื่น ๆ ในสังคมเป็นสิ่งจำเป็นโดยเฉพาะมาตรการด้านการศึกษา การบำบัดฟื้นฟูและการกำกับดูแลกันในชุมชน

(4) องค์ประกอบเชิงบุคคล องค์กรรมรงค์ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากในการดำเนินการรณรงค์ เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดการเริ่มต้นการสื่อสารรณรงค์ องค์ประกอบนี้ประกอบไปด้วย แกนนำและพันธมิตร

## 2.4 ทฤษฎีการตัดต่อ

### 2.4.1 ทฤษฎีการตัดต่อ

#### ความหมายของการตัดต่อ

ตัดต่อ คือ การลำดับภาพขั้นตอนที่ 3 ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์คือ Post Production เป็นขั้นตอนสุดท้ายสำหรับการปรับแต่งให้ออกมาโดยมีเนื้อหาที่น่าสนใจ สอดแทรกความรู้ แต่การที่จะเข้าห้องตัดนั้นเป็นการที่จะสร้างเรื่องราวต่าง ๆ ตามบทหรือ Script ที่เขียนไว้เรื่องหรือสตอรี่ คือการคิดมาก่อนเข้าห้องตัด และการเป็นนักตัดต่อมีความรู้ความเข้าใจใน 2 ส่วน คือ ในส่วนของเครื่องตัด และในส่วนของความเข้าใจในการตัด ซึ่งสัดส่วนทักษะในการตัดนั้นความสำคัญอยู่ระหว่าง 70/30 เปอร์เซนต์ ส่วนเครื่องตัดต่อนั้น (หมายถึงอุปกรณ์ทั้งหลายทั้งในฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์) ความสำคัญแค่ 30 เปอร์เซนต์เท่านั้น เพราะเครื่องมือเหล่านี้เป็นเพียงเครื่องมือที่ตอบสนองความคิดเท่านั้น การตัดต่อนั้น ต้องเรียนรู้ว่าปุ่มไหนกดตรงไหน กดเพื่ออะไร แค่นั้นยังไม่ถือว่าเป็นนักตัดต่อ ต่อให้ได้เครื่องตัดราคาแพงๆราคาหลายแสนหรือหลายล้าน ก็ไม่ได้ทำให้งานออกมาคุณภาพดีขึ้น คุณภาพในที่นี้ไม่ได้ถึงความชัดของภาพระดับ HD แต่หมายถึงคุณภาพของเรื่องราวการเรียงเรียงเรื่องที่น่าสนใจผ่านสายผู้ชมต่างหาก ทำให้สัดส่วนที่สำคัญที่สุดสำหรับการตัดต่อควรอยู่ใน ทักษะการตัดต่อถึง 70 เปอร์เซนต์ ก็คือความเข้าใจในหลักการตัดต่อซึ่งความเข้าใจนั้นมันอาจฟังดูเป็นนามธรรม แต่หากผ่านการทำ การดู ยิ่งมากเท่าไร จะยิ่งเข้าใจและประสบการณ์ก็จะสอนว่าแบบไหนดี เริ่มต้นครั้งแรก อาจจะต้องคัดลอกตำราที่สอนมาเป็นแบบก่อนเพื่อทำความเข้าใจหลักการตัดต่อ จำเป็นต้องใช้เวลามากหากอยากตัดต่ออย่างชำนาญ

ดังนั้น การตัดต่อเป็นขั้นตอนที่ 3 ในส่วนกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนปรุแต่ง จึงมีส่วนสำคัญอยู่ 2 ส่วน ส่วนของเครื่องตัด และในส่วนของความเข้าใจในการตัด การตัดอาจเป็นความเข้าใจที่ดูเป็นนามธรรม หากการทำ การดู ยิ่งมากเท่าไรยิ่งเข้าใจในและจำเป็นต้องใช้หากอยากตัดชำนาญ

การตัดต่อ คือ การเชื่อมระหว่างข้อต่อ 2 ข้อต่อ โดยใช้ 1 ใน 3 รูปแบบ ดังนี้

1. การตัดชนภาพ The Cut คือ การตัดภาพชนกันจากข้อต่อหนึ่งต่อตรงเข้ากับอีกข้อต่อหนึ่ง วิธีนี้คนดูจะไม่ทันสังเกตเห็น



2. การผสมภาพ The Mix หรือ The Dissolve เป็นการค่อย ๆ เปลี่ยนภาพจากช็อตหนึ่งไปยังอีกช็อตหนึ่ง โดยภาพจะเหลื่อมกัน และคนดูสามารถมองเห็นได้

3. การเลื่อนภาพ The Fade เป็นการเชื่อมภาพที่คนดูสามารถเห็นได้ มี 2 แบบ คือ การเลื่อนภาพเข้า fade in คือการเริ่มภาพจากดำแล้วค่อย ๆ ปรากฏภาพซ้อนสว่างขึ้น มักใช้สำหรับการเปิดเรื่อง การเลื่อนภาพออก fade out คือการที่ภาพ ในท้ายช็อตค่อย ๆ มีดำค้ำสนิท มักใช้สำหรับการปิดเรื่องตอนจบ (อัครพล แผ่นทอง 2553, ออนไลน์)

### วิธีการตัดต่อรูปแบบต่าง ๆ

#### การตัดต่อแบบเชิงเส้น (Linear Video Editing)

การตัดต่อแบบเชิงเส้น คือ การตัดต่อภาพและเสียงโดยการเข้าถึงข้อมูลต้นฉบับตามลำดับไม่สามารถข้ามไปยังช่วงเวลาหนึ่งๆได้ทันทีส่วนใหญ่มักอยู่ในรูปของเทปบันทึกชนิดต่าง ๆ การตัดต่อทำได้ โดยมีเครื่องอ่านเทปต้นฉบับและเครื่องบันทึกเทปพร้อมเทปเปล่าอย่างน้อย 2 เครื่องเชื่อมต่อเข้าด้วยกันโดยมีจอ Monitor แสดงภาพในการทำงาน หากเป็นการรับสัญญาณสดหรือเพิ่มเทคนิคพิเศษต่าง ๆ ก็จะมีเครื่องสลับ/ผสมสัญญาณ และอุปกรณ์อื่น ๆ รวมกัน วิธีการตัดต่อทำโดยการให้เครื่องอ่านเทปต้นฉบับ เล่นภาพในส่วนที่ต้องการตัดต่อ โดยอาจป้อนค่าเวลา (Timecode) ในเทปนั้น ๆ เพื่อความรวดเร็วในการข้ามไปยังส่วนต่าง ๆ แล้วบันทึกส่วนนั้นลงเทปเปล่าในเครื่องบันทึกที่ต่อไว้อีกเครื่องหนึ่งข้อดีของระบบการตัดต่อแบบเชิงเส้น (Linear Editing) คือ มีความเร็วในการแสดงภาพให้เห็นโดยทันทีที่มีความยืดหยุ่นกับการทำงานแบบ Realtime โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานีโทรทัศน์ที่ต้องการความเร่งรีบในการออกอากาศสด การนำเสนอข่าว การตัดต่อในลักษณะนี้เพียงแค่เล่นเทปต้นฉบับในส่วนที่ต้องการก็สามารถแสดงออกไปได้ทันทีส่วนข้อเสียของการตัดต่อในลักษณะนี้คือความช้าในการค้นหาส่วนต่าง ๆ ในเทปเนื่องจากต้องอ่านข้อมูลเรื่อย ๆ จนหมดเทป ไม่สามารถข้ามไปได้โดยทันทีและหากมีความผิดพลาดในการตัดต่อในแบบบันทึกเทป การแก้ไขนั้นทำได้ยาก และไม่สะดวกเพราะต้องเริ่มทำจากต้นเทปจนจบเทป การใส่เทคนิคพิเศษในวิดีโอก็ทำได้จำกัดเนื่องจากต้องพึ่งความสามารถจากตัวอุปกรณ์จึงมีต้นทุนสูงทั้งในด้านอุปกรณ์ต่าง ๆ รวมทั้งเทปบันทึก เพราะหากใช้อุปกรณ์ที่มีความสามารถน้อยจะทำงานได้จำกัด จึงไม่เป็นที่นิยมในงานขนาดเล็ก

#### การตัดต่อแบบไม่เป็นเชิงเส้น (Non-Linear video editing)

การตัดต่อในลักษณะนี้ Footage จากสื่อบันทึกทั้งหมดจะถูกบันทึกลงในฮาร์ดดิสก์อยู่ในรูปของไฟล์วิดีโอเพื่อใช้กับคอมพิวเตอร์จากนั้นตัดต่อโดยใช้โปรแกรมต่าง ๆ เช่น Adobe Premiere-Pro , Final Cut Avid , UleadVideoStudio ฯลฯ เมื่อตัดต่อเสร็จแล้ว วิดีโอทั้งหมดจะผ่านการ Render และบันทึกเป็นไฟล์วิดีโอหรือสื่อชนิดอื่น ๆ เสียก่อน จึงจะนำไปใช้ได้ การตัดต่อในลักษณะนี้มีข้อดีคือสามารถแก้ไขส่วนต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วตามต้องการ อีกทั้งยังสามารถใส่เทคนิคพิเศษต่าง ๆ ได้อย่าง

ง่ายตาย และมีให้เลือกได้มากมายหลายรูปแบบ โดยสามารถเลือกใช้ได้จากโปรแกรมตัดต่อ หรือสามารถดาวน์โหลด Plug-in หรือโปรแกรมเพิ่มเติมได้จากอินเทอร์เน็ต ส่วนข้อเสียของการตัดต่อในลักษณะนี้ คือ ต้องใช้คอมพิวเตอร์ที่มีความสามารถในการประมวลผลกราฟิกสูง จึงสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพต้อง Render ไฟล์ทั้งหมดก่อนจึงจะบันทึกเป็นไฟล์หรือลงสื่อได้ไม่เหมาะสมสำหรับวิดีโอที่นำไปใช้ภายหลัง อีกทั้งโปรแกรมที่ใช้สำหรับการตัดต่อก็มีความสามารถในการสนับสนุนไฟล์วิดีโอได้ไม่เหมือนกัน มีวิธีการใช้งานที่แตกต่างกันสร้างความวุ่นวาย ในการทำงานตัดต่อได้ในระดับหนึ่ง

### ข้อมูลเทคนิคเบื้องต้นสำหรับการตัดต่อ

กระบวนการตัดต่อนั้น เป็นกระบวนการที่มีรายละเอียดมากมาย ทั้งในด้าน เทคนิคและรายละเอียดต่าง ๆ ดังนั้นก่อนเราจะเริ่มทำการตัดต่อวิดีโอ เราควรทำความรู้จักกับข้อมูลเบื้องต้นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดต่อให้ดีเสียก่อน เพื่อเป็นพื้นฐานในการทำงานในขั้นตอนต่อ ๆ ไป

1. ระบบภาพนั้นสำคัญมาก ๆ ควรตรวจสอบ Footage ทุกครั้งว่ามีระบบภาพแบบไหน ระบบการแสดงผลวิดีโอในโลกนั้น มีการพัฒนาขึ้นมาเรื่อยๆ ทำให้ในแต่ละประเทศมีระบบที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับหรือเลือกใช้ของประเทศนั้น ๆ ซึ่งถ้าหากเรานำไฟล์วิดีโอที่มีระบบภาพไม่เหมือนกันมาใช้ในการตัดต่อ อาจทำให้เกิดปัญหาในการตัดต่อและการนำไปใช้โดยระบบภาพที่นิยมใช้กันทั่วมี 2 ระบบหลักดังนี้

#### NTSC (National Television System Committee)

เป็นระบบโทรทัศน์อนาล็อกที่นิยมใช้กันในประเทศแถบอเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน ฟิลิปปินส์และพม่า คิดค้นขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกาโดย Federal Communications Commission (FCC) เพื่อแก้ปัญหาความแตกต่างของระบบภาพโทรทัศน์ที่หลากหลายในสหรัฐอเมริกา ระบบนี้มีความละเอียดของภาพ 525 เส้น (720 x 480 pixels) แสดงผลภาพ 30 ภาพต่อวิ (30 fps.) หรือ 29.97 fps. เนื่องจากในยุคที่วีซีดีต้องใส่ช่องสัญญาณสีเข้าไป จึงต้องลดลงไปอีก 0.03 fps. ส่วนมากใช้กับประเทศที่มีระบบไฟฟ้า 110 V.60 Hz ในยุคแรกระบบนี้มีปัญหาเรื่องการแสดงสีที่ผิดเพี้ยน ต้องมีการปรับสี (Tint) เองที่เครื่องรับโทรทัศน์ทำให้ไม่สะดวกต่อการใช้งาน แต่ภายหลังก็ได้มีการปรับปรุงระบบการแสดงผลให้ดีขึ้นโดยการเพิ่มขนาดช่องสัญญาณและวิธีการเข้ารหัสสีระบบภาพ NTSC จะมีความละเอียดน้อยเนื่องจากจำนวนเส้นที่น้อยกว่า แต่จะมีการเคลื่อนไหวที่นุ่มนวลเนื่องจากจำนวนภาพต่อวินาทีที่มากกว่า

#### PAL (Phase Alternating Line)

เป็นระบบโทรทัศน์อนาล็อกที่นิยมใช้กันแถบสหราชอาณาจักร ยุโรปและประเทศจีน รวมทั้งประเทศไทยด้วย คิดค้นขึ้นในประเทศเยอรมันโดย Walter Bruch เพื่อแก้ไขปัญหาการแสดงผลสีของNTSC ในยุคนั้น ใช้งานครั้งแรกในสหราชอาณาจักรในปี 1964 โดยสถานีโทรทัศน์ BBC ระบบนี้มี

ความละเอียดของภาพ 625 เส้น (720 x 579 pixels) แสดงผลภาพ 25 ภาพต่อวินาที (25 fps.) โดยส่วนใหญ่ใช้กับประเทศที่มีระบบไฟฟ้า 220 V. 50 Hz. โดยระบบภาพนี้จะให้สีสดใสกว่า ภาพคมชัดกว่า เนื่องจากจำนวนเส้นที่มากกว่า แต่การเคลื่อนไหวของภาพจะดูไม่สมจริงเนื่องจากมีจำนวนภาพต่อวินาทีน้อยกว่า NTSC โดยในการติดต่อของประเทศไทยนั้น จะตั้งค่าระบบภาพเป็น PAL เสมอ

2. ตรวจสอบอัตราส่วนภาพ (Aspect Ratio) ให้ถูกต้องและเหมาะสมอัตราส่วนภาพ (Aspect Ratio) หมายถึง สัดส่วนความแตกต่างกันของด้านกว้างและด้านยาวของภาพดังนั้นก่อนที่จะเริ่มกระบวนการติดต่อ โดยอัตราส่วนภาพที่ใช้กันเป็นระบบสากล มีดังต่อไปนี้

1. อัตราส่วนภาพแบบ 4:3

เป็นอัตราส่วนภาพสำหรับโทรทัศน์อนาล็อก วิดีโอเกมในยุคก่อน ๆ ระบบกล้องวิดีโอรุ่นก่อน ๆ จอคอมพิวเตอร์เก่า ๆ เช่น จอ CRT หรือ LCD ในยุคแรกอีกทั้งยังพบในฟิล์มภาพยนตร์แบบ Super35 ในยุคหนึ่งเงียบ มีลักษณะคล้ายรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส

2. อัตราส่วนภาพแบบ 3:2

เป็นอัตราส่วนภาพที่ใช้สำหรับระบบการเก็บภาพนิ่งของกล้องถ่ายรูป SLR ทั้งแบบฟิล์มและดิจิทัล ในปัจจุบันระบบกล้องดิจิทัลสมัยใหม่บางรุ่นอาจสามารถปรับภาพเป็นอัตราส่วน 16:9 ได้

3. อัตราส่วนภาพแบบ 16:9

เป็นอัตราส่วนภาพสำหรับการแสดงผลที่เป็นมาตรฐานของโทรทัศน์ ความละเอียดสูง (HDTV) กล้องวิดีโอในปัจจุบัน DVD, Blu-Ray และจอแสดงผลแบบ Widescreen ของคอมพิวเตอร์มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีพื้นที่ของภาพที่มากกว่าในแนวนอน ทำให้ได้รับความนิยมในปัจจุบัน

4. US widescreen cinema standard

เป็นขนาดภาพที่ใช้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศสหรัฐอเมริกา

5. Widescreen cinema standard

เป็นขนาดภาพที่ใช้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์สากลทั่วโลกในปัจจุบัน Safe Area บริเวณปลอดภัยสำหรับการแสดงผล Safe Area คือ เส้นเพื่อเป็นแนวกำหนดให้ส่วนสำคัญของภาพอยู่ครบถ้วน เพราะถึงบนจอคอมพิวเตอร์ HDTV หรืออุปกรณ์ดิจิทัลอื่น ๆ จะแสดงผลได้แต่โทรทัศน์ระบบหลอดภาพ (CRT) จะไม่สามารถแสดงผลในส่วนที่อยู่ริมจอสุด ๆ ได้ด้วยข้อจำกัดทางเทคนิค โดยจะมี 2 พื้นที่สำคัญ คือ Title Safe และ Action Safe ซึ่งพื้นที่ด้านนอกเส้นออกไป เรียกว่า Overscan จะเป็นพื้นที่ ๆ โทรทัศน์แบบหลอด CRT แสดงผลไม่ได้แต่ HDTVหรือจอคอมพิวเตอร์/โทรทัศน์อุปกรณ์ดิจิทัลอื่น ๆ จะแสดงผลได้ตามปกติ

Title Safe เป็นเส้นป้องกันไม่ให้ส่วนที่เป็นตัวอักษรไตเติ้ล ตัวอักษรในส่วนสาระ  
ที่มีความยาวมาก ๆ Subtitle กล่องวิดีโอแบบ Picture in picture (PIP) ตกออกไปนอกพื้นที่การ  
แสดงผล การออกแบบและจัดวางวัตถุเหล่านี้ควรอยู่ไม่เกินเส้น

Action Safe เป็นเส้นป้องกันไม่ให้ส่วนสำคัญในวิดีโอ กราฟิกต่าง ๆ ข้อความไหล  
(Ticker) นาฬิกา โลโก้ช่อง สถานการณ์ออกอากาศ เช่น รายการสด รายการย้อนหลัง ตกออกไปนอก  
พื้นที่การแสดงผลการจัดวางวัตถุ ดังกล่าวควรจัดให้ส่วนที่สำคัญอยู่ในเส้น ไม่ใช่การย่อให้เข้ามาอยู่ใน  
เส้นจนเกิดกรอบสีดำรอบพื้นที่การทำงาน

### วิธีแก้ปัญหาอัตราส่วนภาพไม่เท่ากัน

ในการทำงานตัดต่อ เราอาจเจอกับขนาดวิดีโอที่ไม่เหมือนกันกับพื้นที่แสดงผลบนสื่อที่  
เราใช้โดย ปกติจะเกิดจากเหตุผลวิสัย เช่น ภาพข่าวที่มีขนาดคนละแบบกับพื้นที่งานหลัก แต่ต้องการ  
รักษาอัตราส่วน ภาพให้เหมาะสมในการนำเสนอเหล่านั้นมาเสนอ ดังนั้น เราจึงต้องเรียนรู้วิธีที่จะ  
รับมือว่าเราควรปฏิบัติ อย่างไรให้ถูกต้อง หากเกิดเหตุการณ์ในลักษณะนี้ขึ้น เพื่อที่จะได้รักษาคุณภาพ  
ของงานไว้ให้ดีที่สุด

#### 1. Letterbox

การย่อภาพทั้งหมดให้อยู่ตรงกลางจอโดยรักษาอัตราส่วน คล้ายกับการซูมออก โดย  
หากทำอย่าง ถูกต้อง จะมีแถบสีดำอยู่ด้านบนและด้านล่างของภาพ หรือประกบซ้าย-ขวา การจัดการ  
ขนาดภาพแบบนี้ สามารถระยะการแสดงผลของภาพให้อยู่ครบถ้วนที่สุด โดยที่ไม่มีการตัดอะไรออกไป  
แต่ภาพจะดูเล็ก อยู่ตรงกลางจอพร้อมกับพื้นที่สีดำ ซึ่งอันที่จริงแล้วไม่มีการเสียรายละเอียดหรือผิด  
สัดส่วนแต่อย่างใด

#### 2. Centre Cropping (เหลือเฉพาะส่วนกลางของภาพ)

การตัดภาพส่วนที่เกินออกไปจากจอ เหลือไว้เฉพาะตรงกลางภาพเท่านั้น โดยรักษา  
อัตราส่วน เพื่อไม่ให้มีแถบดำบน-ล่างแบบเดียวกับวิธี Letterbox การตัดภาพแบบนี้จะทำให้ภาพดู  
สบายตา แต่จะสูญเสียระยะการมองเห็นเนื้อที่ของภาพในส่วนที่อยู่เลยออกจากจอไป

### ความรู้เบื้องต้น 6 ประการในการผสมภาพ

1. แรงจูงใจ (Motivation) ควรต้องมีเหตุผลในการผสมภาพเสมอ
2. ข้อมูล (Information) ภาพใหม่ควรมีข้อมูลใหม่เสมอ
3. องค์ประกอบภาพ (Composition) ซ็อต 2 ซ็อตที่ผสมเข้าด้วยกัน ควรมีองค์ประกอบ  
ภาพที่เกยทับกันได้ง่าย และหลีกเลี่ยงภาพที่จะขัดกัน
4. เสียง (Sound) เสียงของทั้ง 2 ซ็อต ควรจะผสมเข้าด้วยกัน

5. มุมกล้อง (Camera angle) ซี่งที่ผสมกันควรมีมุมกล้องที่ต่างกัน
6. เวลา (Time) การผสมภาพ ใช้เวลาอย่างน้อย 1 วินาทีและมากที่สุด 3 วินาที

## 2.5 แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้

### 2.5.1 ความหมายเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้เป็นกระบวนการที่คนเราจะเข้าใจสิ่งเร้าหนึ่งที่ปรากฏกับประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งของเรา การรับสัมผัสเป็นเพียงข้อมูลดิบ แต่ข้อสรุปที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจากอวัยวะรับสัมผัสเข้าด้วยกันนั้นเป็นการรับรู้ นอกจากนี้การรับรู้ยังเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการแรงจูงใจและทัศนคติของผู้รับสารอีกด้วย (อ้างถึงใน ชนัญชิตา คำมินเสก, 2552 : 23)

จากความหมายของการรับรู้ที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การรับรู้คือการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นในจิตใจของแต่ละบุคคล โดยผ่านกระบวนการตีความหรือแปลความหมายของข้อมูลสิ่งเร้าจากอวัยวะรับความรู้สึกแล้วจึงแสดงออกถึงความรู้ ความเข้าใจการตีความนั้น อันจะนำไปสู่การตอบสนองต่อไป

### 2.5.2 กระบวนการรับรู้

พีชนี เขยจรรรยา และคณะ (2543) กล่าวว่า กระบวนการรับรู้ หมายถึง การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคมโดยที่เราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกัน เมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) ดังนี้

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motives) เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน เพื่อสนองความต้องการของตนเอง
2. ประสบการณ์เดิม (Past Experiences) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน หรือถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกันและคบหาสมาคมกับคนต่างกัน จึงมีการรับรู้ที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ที่เดิมที่ต่างกัน
3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ดังนั้นคนต่างศาสนากันจึงมีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ กันได้
4. สภาพแวดล้อม เช่นคนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่ได้รับนั้นแตกต่างกัน

5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ คนเราที่มีสภาวะจิตใจ และอารมณ์ที่แตกต่างกันจะมีมุมมองที่จะได้รับรู้สารแตกต่างกัน

ทฤษฎีการรับรู้ (Perception Theory) (มาลีณี มาลีคล้าย, 2554 : 14) การรับรู้เป็น พื้นฐาน ที่สำคัญของแต่ละบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใด ๆ จะขึ้นอยู่กับ การรับรู้จาก สภาพแวดล้อมของตนและความสามารถในการแปลความหมายของสภาพตอนนั้น ๆ ดังนั้นการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าและปัจจัยการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยการรับรู้ประกอบด้วย ประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิตวิทยา คือ ความรู้เดิม เจตคติ และความต้องการ เป็นต้น การรับรู้จะ ประกอบด้วยกระบวนการสามด้าน คือ การสัมผัส การแปลความหมาย และอารมณ์

โคเลอร์ และ ฟิลิป (2004 อ้างถึง วารุณี ตันตวงศ์วานิชและคณะ, 2547 : 267) การ กระทำของบุคคลได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ของบุคคลต่อสถานการณ์นั้น บุคคลเรียนรู้โดยผ่านประสาท สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส บุคคลสามารถสร้างการรับรู้ ที่แตกต่างกันได้จากสิ่งกระตุ้นเดียวกัน เนื่องจากกระบวนการรับรู้ 3 ขั้นตอน คือ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกแปลความหมายบิดเบือน และการเลือกเก็บรักษา

โคเลอร์ และ ฟิลิป (2004 อ้างถึง ยงยุทธ พุพงษ์ศิริพันธ์และคณะ, 2547 : 267) บุคคลที่ ถูกจูงใจพร้อมที่จะแสดงออกมาหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของบุคคลเหล่านั้นในสถานการณ์ต่าง ๆ การ รับรู้เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกจัดการ แปลความหมายข้อมูลข่าวสารออกมา การรับรู้ไม่ได้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่กระตุ้นทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับสิ่งที่กระตุ้นที่อยู่รอบ ๆ และเงื่อนไข ของแต่ละบุคคล

เสรี วงษ์มณฑา ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์ ไว้ดังนี้

1. องค์ประกอบทางด้านเทคนิค (Technical Factors) ประกอบด้วย
  - 1.1 ขนาด (Size) ผู้บริโภคมักรับรู้ว่าคุณภาพของขนาดใหญ่ต้องมีราคาแพงกว่า คุณภาพ ดีกว่าเหนือกว่าของที่มีขนาดเล็ก เช่น
  - 1.2 สี (Color) สีนั้นจะบ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของบุคคลได้ ซึ่งแต่ละสีจะมีความหมายในตัว เช่น สีเขียว คือ ความปลอดภัย ธรรมชาติ สีแดง คือ ความร้อน ตื่นเต้น
  - 1.3 ความเข้ม (Intensity) หมายถึง ความเข้มของการโฆษณา
  - 1.4 การเคลื่อนไหว (Movement) ส่วนใหญ่จะเป็นการโฆษณาทางการโทรทัศน์ เพื่อจูงใจให้เกิดเกิดการเปิดรับข่าวสารและความสนใจในข่าวสาร
  - 1.5 ตำแหน่ง (Position) ตำแหน่งของตราสินค้าจะเห็นได้จากตราสินค้าที่เป็น สปอนเซอร์โฆษณา
  - 1.6 ความแตกต่าง (Contrast) เพื่อต้องการสร้างความแตกต่างจากผู้เข้าแข่งขัน

1.7 การจับแยก (Isolation) การแยกออกมามีความพิเศษ สังเกตได้จากสินค้าที่ทำการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) สินค้าไม่อยู่ในชั้นวางของปกติ แต่เป็นสินค้าในกองโชว์พิเศษซึ่งแยกตัวออกมา

2. ความพร้อมทางด้านสมองของผู้บริโภค (Mental Readiness of Consumer to perceive)

2.1 ความฝังใจหรือการยึดมั่น (Perceptual Fixation) เป็นความฝังใจที่จะมองเห็นนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับภาพพจน์ (Image)

2.2 ความในการมอง (Perceptual Habit) หมายถึง นิสัยการมองบุคคล บางคนมองในโลกในแง่ร้าย บางคนมองโลกในแง่ดี

2.3 ความมั่นใจและความรอบคอบ (Confidence and Caution) ถ้าเป็นคนมั่นใจตัวเองเมื่อมีคนมาชวนให้ทำอะไร หรือซื้ออะไรแล้วซื้อ เมื่อมีคนมาทักว่าไม่กลัว หรือทำอย่างนั้น ผู้ที่มั่นใจในตนเองก็ตอบว่า “คนอย่างฉันมองอะไรไม่ผิด”

2.4 ความใส่ใจ (Attention) การมองแบบใส่ใจกับไม่ใส่ใจจะเป็นสิ่งที่มองไม่เหมือนกัน ผู้ใส่ใจก็จะมองเห็นรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ แต่ผู้ที่ไม่ใส่ใจจะมองไม่เห็นสิ่งเหล่านั้น

2.5 โครงสร้างในสมอง (Mental set or track of mind) หมายถึง เรามองอะไรอย่างไรที่ไหน บางคนคิดไม่ดี เราพูดธรรมดา แต่เราตีความไปในทางไม่ดี

2.6 ความคุ้นเคย (Familiarity) ความใกล้ชิดก่อให้เกิดความชื่นชอบขึ้นมาได้

2.7 ความคาดหวัง (Expectations) เป็นคาดหวังของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Post Experience of the Consumer) ประสบการณ์ในอดีตเป็นเรื่องสำคัญ เพราะผู้บริโภคมักจะใช้สินค้าไปตามคำกล่าวและการบริการที่ดี

4. สภาวะอารมณ์ (Mood) คือ ความพร้อมทางด้านจิตใจ ถ้าจิตใจไม่มีความพร้อมจะไม่เกิดผลใด ๆ สิ่งที่จะช่วยอารมณ์ความรู้สึกได้ ได้แก่ แสง สี ดนตรี เป็นต้น

5. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมมาจากการรับรู้ของผู้บริโภค (Social and Cultural Factors of Consumer Perception) ต้องเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมนั้น เพราะแต่ละสังคมมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

สรุปได้ว่า การรับรู้ของบุคคลที่ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 จะส่งผลให้บุคคลแต่ละบุคคลแสดงทัศนคติ พฤติกรรมที่แตกต่างกันนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น ชีตความสามารถในการรับรู้ สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เป็นต้น

## 2.6 ประสิทธิภาพสื่อ

### 2.6.1 ความหมายประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง สภาวะหรือคุณภาพของสมรรถนะในการดำเนินงาน เพื่อให้งานหรือความสำเร็จโดยใช้เวลา ความพยายามและค่าใช้จ่ายค้ำค่าที่สุดตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ โดยกำหนดเป็นอัตราส่วนหรือร้อยละระหว่างปัจจัยนำเข้า

กระบวนการและผลลัพธ์ (Ratio between input, process and output)

ประสิทธิภาพเน้นการดำเนินการที่ถูกต้องหรือกระทำสิ่งใด ๆ อย่างถูกวิธี (Doing the thong right)

คำว่าประสิทธิภาพ มักสับสนกับคำว่า ประสิทธิภาพ (Effectiveness) ซึ่งเป็นคำที่คลุมเครือ ไม่เน้นปริมาณ และมุ่งหวังให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเน้น การทำสิ่งที่ถูกที่ควร (Doing the right thing) ดังนั้น สองคำนี้จึงมักใช้คู่กัน คือ ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สำหรับการผลิตสื่อและชุดการสอน การทดสอบประสิทธิภาพ หมายถึง การนำสื่อหรือชุดการสอนไปทดสอบด้วยกระบวนการสองขั้นตอน คือ การทดสอบประสิทธิภาพใช้เบื้องต้น (Try Out) ไปและทดสอบประสิทธิภาพสอนจริง (Trial Run) เพื่อหาคุณภาพของสื่อตามขั้นตอนที่กำหนด 3 ประเด็น คือ การทำให้ผู้เรียนมีความรู้เพิ่มขึ้น การช่วยให้ผู้เรียนผ่านกระบวนการเรียนและทำแบบประเมินสุดท้ายได้ดี และการทำให้ผู้เรียนมีความพึงพอใจ นำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข ก่อนที่จะเผยแพร่เป็นจำนวนมาก (8)

1) การทดสอบประสิทธิภาพใช้เบื้องต้น เป็นการนำสื่อหรือชุดการสอนที่ผลิตขึ้นเป็นต้นแบบ (Prototype) แล้วไปทดสอบประสิทธิภาพใช้ตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ในระบบ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอนให้เท่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และปรับปรุงจนถึงเกณฑ์

2) การทดสอบประสิทธิภาพสอนจริง หมายถึง การนำสื่อหรือชุดการสอนที่ได้ทดสอบประสิทธิภาพการใช้และปรับปรุงจนได้คุณภาพถึงเกณฑ์แล้วของแต่ละหน่วย ทุกหน่วยในแต่ละวิชาไปสอนจริงในชั้นเรียนหรือในสถานการณ์การเรียนที่แท้จริงในช่วงเวลาหนึ่ง อาทิ 1 ภาคการศึกษาเป็นอย่างน้อย เพื่อตรวจสอบคุณภาพเป็นครั้งสุดท้ายก่อนนำไปเผยแพร่และผลออกมาเป็นจำนวนมาก

การทดสอบประสิทธิภาพทั้งสองขั้นตอนจะต้องผ่านการวิจัยเชิงวิจัยและพัฒนา (Research and Development – R&D ) โดยต้องดำเนินการวิจัยในขั้นทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้นและอาจทดสอบประสิทธิภาพซ้ำในขั้นทดสอบประสิทธิภาพใช้จริงด้วยก็ได้ เพื่อประกันคุณภาพของสถาบันการศึกษาทางไกลนานาชาติ



## 2.6.2 การกำหนดประสิทธิภาพ

1. ความหมายของเกณฑ์ (Criterion) เกณฑ์เป็นขีดกำหนดที่จะยอมรับว่าสิ่งใดหรือพฤติกรรมใดได้ผลสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 หรืออนุโลมให้มีความคลาดเคลื่อน ต่ำหรือสูงกว่าประสิทธิภาพที่ตั้งไว้เกิน 2.5 ก็ให้ปรับเกณฑ์ขึ้นไปอีกชั้น แต่หากได้ค่าต่ำกว่าประสิทธิภาพที่ตั้งไว้ ต้องปรับปรุงและนำไปทดสอบประสิทธิภาพใช้หลายครั้งในภาคสนามจนได้ค่าถึงเกณฑ์ที่กำหนด

2. ความหมายของเกณฑ์ประสิทธิภาพ หมายถึง ระดับประสิทธิภาพของสื่อหรือชุดการสอนที่จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นระดับที่ผลิตสื่อหรือชุดการสอนจะพึงพอใจ หากสื่อหรือชุดการสอนมีประสิทธิภาพถึงระดับนั้นแล้ว สื่อหรือชุดการสอนนั้นก็มีความคุ้มค่าที่จะนำไปสอนนักเรียน และคุ้มแก่การลงทุนผลิต ออกมาเป็นจำนวนมาก

2.1 ประเมินพฤติกรรมต่อเนื่อง (Transitional Behavior) คือ ประสิทธิภาพต่อเนื่องซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรมย่อยของผู้เรียน เรียกว่า “กระบวนการ” (Process) ที่เกิดจากการประกอบกิจกรรมกลุ่ม ได้แก่ การทำโครงการ หรือทำรายงานเป็นกลุ่มและรายงานบุคคล ได้แก่งานที่มอบหมาย และกิจกรรมอื่นใดที่ผู้สอนกำหนดไว้

2.2 ประเมินพฤติกรรมสุดท้าย (Terminal Behavior) คือ ประเมินผลลัพธ์ (Product) ของผู้เรียน โดยพิจารณาจากการสอบหลังเรียนและการสอบได้

## 2.6.3 ขั้นตอนการทดสอบประสิทธิภาพ

เมื่อผลิตสื่อหรือชุดการสอนขึ้นเป็นต้นแบบแล้ว ต้องนำสื่อหรือชุดการสอนไปหาประสิทธิภาพตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. การทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว (1:1) เป็นการทดสอบประสิทธิภาพที่ผู้สอน 1 คนทดสอบประสิทธิภาพสื่อ หรือชุดการสอนกับผู้เรียน 1-3 คน โดยใช้เด็กอ่อน ปานกลาง และเด็กเก่ง ระหว่างทดสอบประสิทธิภาพให้จับเวลาในการประกอบกิจกรรม สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนว่าหงุดหงิด ทำหน้าฉงนหรือทำท่าทางไม่เข้าใจหรือไม่ประเมินการเรียนรู้จากกระบวนการ คือ กิจกรรมหรือภารกิจและงานที่มอบให้ทำและทดสอบหลังเรียน นำคะแนนมาคำนวณหาประสิทธิภาพ หากไม่ถึงเกณฑ์ต้องปรับปรุงเนื้อหาสาระ กิจกรรมระหว่างเรียนและแบบทดสอบหลังเรียนให้ดีขึ้น โดยปกติคะแนนที่ได้จากการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยวนี้อาจได้คะแนนต่ำกว่าเกณฑ์มาก แต่ไม่ต้องวิตกกังวลเมื่อปรับปรุงแล้วจะสูงขึ้นมาก ก่อนนำไปทดสอบประสิทธิภาพแบบสุ่มนั้นนี้ E1 / E1 ที่ได้จะมีค่าประมาณ 60/60

2. การทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม (1:10) เป็นการทดสอบประสิทธิภาพที่ผู้สอน 1 คน ทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนกับผู้เรียน 6-10 คน (คณะผู้เรียนที่เก่ง ปานกลางกับอ่อน)

ระหว่างทดสอบประสิทธิภาพให้จับเวลาในการประกอบกิจกรรม สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนว่า หงุดหงิด ทำหน้าฉงนหรือทำท่าทางไม่เข้าใจหรือไม่ หลังจากทดสอบประสิทธิภาพให้ประเมินการเรียน จากกระบวนการ คือกิจกรรมหรือภารกิจและงานที่มอบให้ทำและประเมินผลลัพธ์คือการทดสอบหลัง เรียนและงานสุดท้ายที่มอบให้นักเรียนทำส่งก่อนสอบประจำหน่วย ให้นำคะแนนคำนวณหา ประสิทธิภาพ หากไม่ถึงเกณฑ์ต้องปรับปรุงเนื้อหาสาระ กิจกรรมระหว่างเรียนและแบบทดสอบหลัง เรียนให้ดีขึ้น คำนวณหาประสิทธิภาพและปรับปรุง ในคราวนี้คะแนนผู้เรียนจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อีกเกือบ เท่าเกณฑ์โดยเฉลี่ยจะห่างจากเกณฑ์ประมาณ 10% นั่นคือ E1 / E1 ที่จะได้มีค่าประมาณ 70/70

3. การทดสอบประสิทธิภาพภาคสนาม (1:100) เป็นการทดสอบประสิทธิภาพที่ผู้สอน 1 คน ทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอนกับนักเรียนทั้งชั้น (ปกติให้ใช้กับผู้เรียน 30 คน แต่ใน โรงเรียนขนาดเล็กอนุโลมให้ใช้กับนักเรียน 15 คน ขึ้นไป) ระหว่างทดสอบประสิทธิภาพให้จับเวลาใน การประกอบกิจกรรมสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนว่า หงุดหงิด ทำหน้าฉงน หรือทำท่าทางไม่เข้าใจ หรือไม่หลังจากทดสอบประสิทธิภาพภาคสนามแล้ว ให้ประเมินการเรียนจากกระบวนการคือกิจกรรมหรือ ภารกิจและงานที่มอบให้ทำและทดสอบหลังเรียน นำคะแนนมาคำนวณหาประสิทธิภาพ หากไม่ถึง เกณฑ์ต้องปรับปรุงเนื้อหาสาระ กิจกรรมระหว่างเรียนและแบบทดสอบหลังเรียนให้ดีขึ้น แล้วนำไป ทดสอบประสิทธิภาพภาคสนามซ้ำกับนักเรียนต่างกลุ่ม อาจทดสอบประสิทธิภาพ 2-3 ครั้ง จนได้ค่า ประสิทธิภาพถึงเกณฑ์ขั้นต่ำ ปกติไม่น่าจะทดสอบประสิทธิภาพเกณฑ์สามครั้ง ด้วยเหตุนี้ ชั้นทดสอบ ประสิทธิภาพ ภาคสนามแทนด้วย 1:100

#### 2.6.4 การคำนวณประสิทธิภาพ

1. **Rational Approach** กระบวนการนี้เป็นการหาประสิทธิภาพโดยใช้หลักของ ความรู้ และเหตุผลในการตัดสินคุณค่าของบทเรียน ในการดำเนินการเป็นใช้บุคคลที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ (Panel of Experts) เป็นผู้พิจารณาตัดสินคุณค่า เป็นการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมในด้านความถูกต้องของการนำไปใช้ (Usability) ผลกระทบทางสังคม (Social Impacts) และอื่น ๆ รวมทั้งความครบถ้วนและสมบูรณ์ (Integrity) และความพร้อมที่จะ นำไปใช้งานได้จริง (Availability) แบบประเมินที่ประกอบด้วยดัชนีชี้คุณภาพของบทเรียน CAI จะต้อง สร้างขึ้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญได้ใช้ดุลพินิจในการพิจารณาตัดสินคุณค่าแล้วนำผลการตัดสินคุณค่าไป คำนวณโดยใช้สูตรและตารางเทียบค่าการยอมรับดังนี้

$$CVR = \frac{N_e - N/2}{N/2}$$

CVR = Content Validity Ratio

$N_e$  = Number of panelists who had agreement  
 $N$  = Total number of panelists

N of Panelists	Minimum Value of Acceptance
5	.99
6	.99
7	.99
8	.78
9	.75
10	.62
11	.59
12	.56
13	.54
14	.51
15	.49
20	.42
25	.37
30	.33
35	.31
40	.29

Source : Lawshe, C.H. (1975). "A Quantitative Approach to Content Validity." *Personnel Psychology*, Vol. No.28,pp. 563-575.

ผู้เชี่ยวชาญจะประเมินบทเรียน CAI ตามแบบประเมินที่สร้างขึ้น นำค่าที่ได้จากแบบประเมินไปใช้แทนค่าในสูตร ค่าที่คำนวณได้ต้องสูงกว่าค่าที่ปรากฏในตารางตามจำนวนของผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินคุณค่าของบทเรียนจึงจะสามารถยอมรับได้ว่ามีประสิทธิภาพตามวิธีการของ Rational Approach ถ้ายังไม่ได้ค่าตามเกณฑ์ที่กำหนดให้นำไปปรับปรุงแก้ไขจนกว่าจะได้ค่าตามเกณฑ์นี้

**Vox Pop** หมายถึง การรับฟังเสียงประชาชนจากการสัมภาษณ์ สอบถามถาม ความพึงพอใจในเรื่องที่เป็นประเด็น เพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อสารมวลชนว่ามีข้อมูลน่าเชื่อถือ มีคุณภาพมากน้อยเพียงใด จากความคิดเห็นของประชาชนเพื่อหาประสิทธิภาพของสื่อในการนำเสนอ

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกรียงไกร พัฒนกุล โกเมธ.(2562 : 12). ศึกษาเรื่อง “สื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ที่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัว” กล่าวว่า “ทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ที่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัว” พบว่า ประเภทของสื่อรณรงค์ที่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัว ที่ผู้รับสารเปิดรับมากที่สุด คือ สื่อประเภทภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ การเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ที่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัว การเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ที่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัว และทัศนคติที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ที่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ที่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัว

Strom & Strom. (2005 : 52). ศึกษาเรื่อง “Cyberbullying by Adolescents: A Preliminary Assessment” ได้ให้ความหมายของการการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (Cyberbullying) ไว้ว่าเป็นการใช้เครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อคุกคาม หรือทำร้ายผู้อื่นผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ เช่น อีเมล โทรศัพท์มือถือ (Mobile Phone) ข้อความโต้ตอบแบบทันที (IM) ข้อความสั้น (SMS) และห้องสนทนาออนไลน์เพื่อให้ผู้อื่นเสื่อมเสียवादกลัว และรู้สึกสิ้นหวัง ในขณะที่ Payne & Sherry (2007) กล่าวว่า การการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ (CyberBullying) หมายถึง การรังแก และคุกคามผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น อีเมล โทรศัพท์มือถือ (MobilePhone) ข้อความโต้ตอบแบบทันที (IM) ข้อความสั้น (SMS) บล็อก และเว็บไซต์ ซึ่งทำให้เกิดอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ได้ กลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์เป็นการกระทำโดยเจตนา และนำไปสู่ความตึงเครียดทางอารมณ์ ทำให้เกิดความทุกข์อย่างซ้ำ ๆ การกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์อาจหมายรวมถึง 6 การคุกคาม และกล่าวถึงเรื่องทางเพศ การใช้คำพูดที่รุนแรง การดูถูกดูแคลน รวมทั้งการส่งอีเมลไปรบกวนผู้อื่นที่ไม่ต้องการติดต่อกับผู้ส่งสอดคล้องกับ Smith & Peter (2008) กล่าวว่า กลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ หมายถึง พฤติกรรมความก้าวร้าวของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีเจตนาใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ทำร้ายต่อเหยื่อ ซึ่งยากที่จะป้องกันตนเอง โดยกระทำอย่างซ้ำ ๆ

คันศร บุญบันเทิงวัฒน์. (2559 : 3). ศึกษาเรื่อง “การศึกษารูปแบบการติดต่อแบบมองทางและแบบคู่ขนานสำหรับภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการรณรงค์การปลูกต้นไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษารูปแบบการติดต่อ 2 รูปแบบ คือ การติดต่อแบบมองทางและรูปแบบการติดต่อแบบคู่ขนานในสื่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมและ2) เพื่อวัดความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อการติดต่อแบบมองทางและรูปแบบการติดต่อแบบคู่ขนานกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครอายุระหว่าง 18–25 ปี โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มตัวอย่างที่ชมภาพยนตร์โฆษณาที่ติดต่อในรูปแบบมองทาง จำนวน 25 คน และ 2) กลุ่มตัวอย่างที่ชมภาพยนตร์โฆษณาที่ติดต่อในรูปแบบคู่ขนาน จำนวน 25 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ 1) สื่อภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการรณรงค์ภายใต้แนวคิด “กรุงเทพเมืองสีเขียว Green Bangkok” ที่ติดต่อลำดับภาพ 2 รูปแบบ คือ การติดต่อแบบมองทาง และรูปแบบการติดต่อแบบคู่ขนาน 2) แบบสอบถามวัดความพึงพอใจของผู้ที่ได้รับชมภาพยนตร์โฆษณาที่ติดต่อในรูปแบบมองทางและภาพยนตร์โฆษณาที่ติดต่อในรูปแบบคู่ขนานเพื่อผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการรณรงค์ภายใต้แนวคิด “กรุงเทพเมืองสีเขียว Green Bangkok” ที่ผ่านการติดต่อแล้วทั้ง 2 รูปแบบ ผู้วิจัยนำสื่อภาพยนตร์โฆษณาไปหาคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิตภาพยนตร์โฆษณา จำนวน 3 คน โดยสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงในงานภาพยนตร์โฆษณาเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ Independent Sample t-test จากการศึกษาพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการรณรงค์การปลูกต้นไม้ในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้การติดต่อแบบมองทางอยู่ในระดับมาก (=3.76) และรูปแบบการติดต่อแบบคู่ขนานอยู่ในระดับมาก (=3.60) สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการรณรงค์การปลูกต้นไม้ในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้การติดต่อแบบมองทาง และเมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยการหาค่า Independent Sample t-test พบว่าความพึงพอใจของผู้ที่ได้รับชมภาพยนตร์เพื่อการรณรงค์โดยใช้รูปแบบการติดต่อแบบมองทาง และรูปแบบการติดต่อแบบคู่ขนานในภาพรวมแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้หากแยกพิจารณาในแต่ละด้านโดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านการนำเสนอเนื้อหา ด้านการนำเสนอภาพ ด้านการนำเสนอเสียงประกอบ และด้านการใช้เทคนิคและรูปแบบการติดต่อลำดับภาพ พบว่า ทุกด้านมีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเหมือนกันทุกข้อ เพราะฉะนั้นไม่ว่าจะใช้รูปแบบการติดต่อแบบใด ก็ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับชมในระดับเดียวกัน

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว เพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรในการศึกษา
- 3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากร

ประชากร ได้แก่ นักเรียน ระดับมัธยมปลาย ของ โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก นักเรียนทั้งหมด 2,659 คน (ที่มา : เว็บไซต์โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก, 2563)

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียน โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 50 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

#### 3.2 ตัวแปรในการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย

ตัวแปรต้น คือ สื่อวีดิทัศน์รณรงค์การยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ของนักเรียนที่มีผลต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์

### 3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.3.1 แบบประเมินความเหมาะสมสื่อวิดีโอ

การสร้างแบบสอบถาม สำหรับไปใช้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการประเมินเนื้อหา เพื่อนำมาใช้ในการประเมินความรู้ของสื่อวีดิทัศน์การรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผล ตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษา หลักการ วัตถุประสงค์ และทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเนื้อหา ข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์ในการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับเนื้อหาในการประเมินความรู้ของสื่อวีดิทัศน์การรณรงค์ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

2. ร่างออกแบบการประเมิน

สำหรับผู้เชี่ยวชาญสื่อ จำนวน 3 ท่านได้แก่

1. นายอานนท์ ไกรถาวร ตำแหน่ง ติดต่อ รายการสปอร์ตกูรู บริษัทสปอร์ต ทิปส์ จำกัด ผู้เชี่ยวชาญด้านการติดต่อ

2. นายภูติส สลิตระกูล ตำแหน่ง โปรดิวเซอร์ รายการ สปอร์ตกูรู บริษัทสปอร์ต ทิปส์ จำกัด ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

3. นายปิยชนก ศุขสวัสดิ ฌ อยุธยา หัวหน้าแผนกติดต่อ รายการสปอร์ตกูรู บริษัท สปอร์ต ทิปส์ จำกัด ผู้เชี่ยวชาญด้านการติดต่อ ผู้เชี่ยวชาญด้านความเหมาะสม

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการประเมินผลในเนื้อหา เป็นจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของแบบสอบถาม และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of the – Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ประเมินดังนี้

+1 = คือ แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม

0 = คือ ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่

- 1 = คือ แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

โดยกำหนดเกณฑ์ประเมิน 5 ระดับ ดังนี้

1 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย

3 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง

4 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

5 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

และกำหนดเกณฑ์ในการประเมิน 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความเหมาะสม
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง น้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง มาก
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด

### 3.3.2 แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์

การสร้างแบบสอบถาม สำหรับใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาใช้ในการประเมินระดับความรู้ของสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผล ตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษา หลักการ วัตถุประสงค์ และทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเนื้อหา ข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์ในการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับเนื้อหาในการประเมินการรับรู้ของสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

2. ศึกษาการออกแบบสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ต่อการรับรู้

3. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามากำหนดเพื่อร่างข้อคำถามเป็นแบบสอบถาม โดย ใช้ข้อมูลจากการค้นคว้าจาก หลักการ วัตถุประสงค์ และทฤษฎี ต่าง ๆ นำมาสรุปข้อคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยแบ่งด้านในการใช้ตั้งคำถามคือ

ด้านเนื้อหา

ด้านการออกแบบ

ด้านการสื่อความหมาย

เป็นสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นมาเพื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน โดยจัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยและผู้สำรวจเป็นผู้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งมีลักษณะคำถามปลายปิด (Close End Question) ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้เลือกตอบ

โดยแบบสอบถามด้านการรับรู้ต่อสื่อรณรงค์โดยใช้ความกลัว มีทั้งหมด 3 ด้าน ดังนี้

**ด้านเนื้อหา**

- 1) การรับรู้ต่อภาพข่าวที่ใช้
- 2) การรับรู้ต่อภาษาที่ใช้
- 3) การรับรู้ต่อเสียงที่ใช้
- 4) การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้



5) เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงความสำคัญของการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

#### ด้านการออกแบบ

- 1) การรับรู้ต่อภาพที่ใช้ในวีดิทัศน์
- 2) การรับรู้ต่อการจัดเทคนิคด้านการตัดต่อ
- 3) การรับรู้เนื้อเรื่องที่ใช้ความกลัว
- 4) การรับรู้ต่อความสวยงามและความน่าสนใจ
- 5) การรับรู้ต่อความคมชัดของวีดิทัศน์
- 6) การรับรู้ต่อความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบวีดิทัศน์
- 7) การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในวีดิทัศน์

#### ด้านการสื่อความหมาย

- 1) วีดิทัศน์บ่งบอกถึงความโหดร้ายที่ผู้กลั่นแกล้งผู้อื่นกระทำโดยไม่รู้ตัว
  - 2) วีดิทัศน์สื่อถึงความรู้สึกรังสรรค์และเห็นใจผู้ถูกกลั่นแกล้ง
  - 3) วีดิทัศน์สื่อถึงความรู้สึกหดหู่ของผู้ที่ถูกกลั่นแกล้ง
  - 4) วีดิทัศน์สื่อให้เห็นถึงสิ่งที่คุณถูกกลั่นแกล้งผู้อื่น ได้พบเจอ
  - 5) น้ำเสียงที่ใช้ในวีดิทัศน์ สื่อให้เห็นถึงความถึงความรู้สึกทุกข์ทรมาน ของผู้ที่ถูกกลั่นแกล้ง
  - 6) เนื้อหาโดยรวมสร้างการรับรู้ให้ผู้รับชมไม่อยากทำการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด
4. กำหนดกรอบและแนวคิดการสร้างเครื่องมือที่ใช้วิจัย
  5. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถาม

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการประเมินผลในเนื้อหา เป็นจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของแบบสอบถาม และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of the – Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ประเมินดังนี้

+1 = คือ แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม

0 = คือ ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่

- 1 = คือ แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

6. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านประเมินผลในเนื้อหา เป็นจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์โดยกำหนดเกณฑ์ประเมิน 5 ระดับดังนี้

โดยกำหนดเกณฑ์ประเมิน 5 ระดับ ดังนี้

- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

และกำหนดเกณฑ์ในการประเมิน 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความเหมาะสม
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง น้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง มาก
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด

### 3.3.3 ขั้นตอนการผลิตสื่อรณรงค์

1. ศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการรณรงค์ที่ผ่านมา
2. ศึกษาการออกแบบวีดิทัศน์ต่อการรับรู้
3. ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางเกี่ยวกับวีดิทัศน์รณรงค์ ผู้วิจัยได้เริ่มต้นศึกษาตั้งแต่การกำหนดขนาด ข้อมูลของวีดิทัศน์รณรงค์ต้องประกอบด้วยอะไรบ้าง ศึกษาหลักการออกแบบเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการผลิต ตลอดจนการสร้างสื่อวีดิทัศน์รณรงค์อย่างไรให้เป็นที่ดึงดูดใจแก่ผู้รับชมสื่อ
4. กำหนดข้อมูลที่จะมาทำสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ หลังจากรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เรียบร้อยแล้วนำข้อมูล มาทำการตัดต่อ ใส่ภาพประกอบ และใส่ข้อความเสียง รวมทั้งนำเสนอเนื้อหาโดยใช้ความกลัว
5. เตรียมโปรแกรมเพื่อการผลิตสื่อวีดิทัศน์ โปรแกรมที่ผู้วิจัยใช้ในการทำวีดิทัศน์ คือ โปรแกรม Adobe Premiere Pro และ โปรแกรม Adobe After Effects
- 6) นำสื่อวีดิทัศน์ที่ผลิตเสร็จแล้วดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

### 3.3.4 หาประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์รณรงค์

นำแบบสื่อวีดิทัศน์ที่ผลิตขึ้น ไปให้กลุ่มตัวอย่าง 15 คน หลังจากรับชมวีดิทัศน์รณรงค์ ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด เพื่อทำการตรวจสอบระดับความเหมาะสมของแบบสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ ก่อนจะให้กลุ่มตัวอย่าง 50 คน รับชม โดยกำหนดเกณฑ์ประเมิน 5 ระดับ ดังนี้

โดยกำหนดเกณฑ์ประเมิน 5 ระดับ ดังนี้

- 1 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อย
- 3 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
- 4 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก
- 5 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด

และกำหนดเกณฑ์ในการประเมิน 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความเหมาะสม
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง น้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง มาก
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด

### 3.3.5 แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

1) นำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยแบ่งด้านในการใช้ตั้งคำถามก่อนและหลังชมสื่อวีดิทัศน์ คือ

ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด 13 ข้อ

ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด 9 ข้อ

ด้านเนื้อหาของสื่อวีดิทัศน์ 9 ข้อ

ด้านการออกแบบ 10 ข้อ

ด้านการสื่อความหมาย 10 ข้อ

โดยกำหนดเกณฑ์ประเมิน 5 ระดับ ดังนี้

- 1 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อย
- 3 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
- 4 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก
- 5 หมายถึง มีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง น้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง มาก
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

- 1) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่น และข้อมูลเกี่ยวกับการรณรงค์ และเก็บข้อมูล เพื่อมาจัดทำเป็นสื่อวีดิทัศน์
- 2) ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขออนุญาตโรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก เพื่อนำสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ ไปให้กลุ่มตัวอย่างรับชม และเก็บ ข้อมูล
- 3) เก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งก่อน และหลังชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ทั้งหมด จำนวน 50 คน
- 4) นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. วิเคราะห์สถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ทดสอบ t-test (Paired sample test) เปรียบเทียบผลการรับรู้ก่อนรับชมสื่อวีดิโอว่ามีความรู้ เกี่ยวกับการBully มากน้อยเพียงใด จากแบบสอบถาม โดยระบุโรงเรียนที่จะศึกษา ใช้การทดสอบที (t-test)
3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ โดยแบบสอบถามมาตรฐานวัดประเมินค่า 5 ระดับ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้
  - เห็นด้วยน้อยที่สุด กำหนดคะแนนเท่ากับ 1
  - เห็นด้วยน้อย กำหนดคะแนนเท่ากับ 2
  - เห็นด้วยปานกลาง กำหนดคะแนนเท่ากับ 3
  - เห็นด้วยมาก กำหนดคะแนนเท่ากับ 4
  - เห็นด้วยมากที่สุด กำหนดคะแนนเท่ากับ 5

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถิติเชิงพรรณนา (Description Analysis) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean :  $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามการหาค่าความเหมาะสมของสื่อวิดีโอจากผู้เชี่ยวชาญ และการหาค่าระดับความไว้วางใจต่อสื่อวิดีโอของกลุ่มตัวอย่าง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผล ประกอบด้วย

N แทนจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)

S.D แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

t แทน ค่าที่กำหนดจากสถิติ t-test

Sig. แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ

#### 1. สูตรสำหรับการหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$ ) ดังต่อไปนี้

$$\text{สูตร } \bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

$\bar{X}$  คือค่าเฉลี่ยเลขคณิต

$\sum x$  คือ ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด

n คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

ความหมายของค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์

4.51 – 5.00 อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด

3.51 – 4.50 อยู่ในเกณฑ์ มาก

2.51 – 3.50 อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง

1.51 – 2.50 อยู่ในเกณฑ์ น้อย

1.00 – 1.50 อยู่ในเกณฑ์ น้อยที่สุด

## 2. สูตรการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.ตั้งต่อไปนี้

$$\text{สูตร } S.D = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

S.D คือ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\bar{x}$  คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

$x$  คือ คะแนนที่ได้

$n$  คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

$\sum x^2$  คือ ผลบวกของข้อมูลที่ยกกำลัง 2 แล้วทุกค่า

$(\sum x)^2$  คือ ผลบวกของข้อมูลทุกค่ายกกำลัง 2

## 3. การทดสอบ t-test (Paired Sample test)

สมมติฐานการวิจัยคือ  $H_1$  = เปรียบเทียบผลการรับรู้ก่อนและหลังได้รับชื่อการรณรงค์หยุดการกลั่นแกล้งด้วยคำพูด(Bully) จากสื่อวิดีโอ

สมมติฐานเชิงสถิติ

$$H_0: u_1 = u_2$$

$$H_1: u_1 < u_2$$

เมื่อ  $u_1$  คือ ผลการรับรู้การรณรงค์หยุดการกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วยคำพูด(Bully) ก่อนชมสื่อวิดีโอ

$u_2$  คือ ผลการรับรู้การรณรงค์หยุดการกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วยคำพูด(Bully) หลังชมสื่อวิดีโอ

นำผลที่ได้จากการคำนวณทางคณิตศาสตร์ของทั้ง 3 สูตร ไปสรุปผลในรูปของตารางเพื่อให้  
ง่ายต่อการแปลผล

## บทที่ 4

### ผลการทดลองและการวิจารณ์หรือการวิเคราะห์

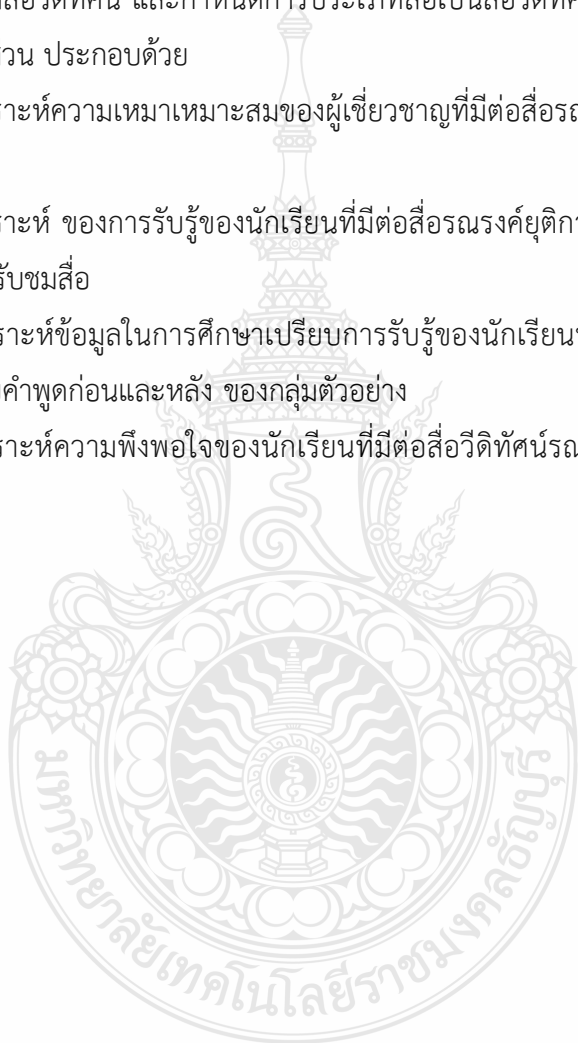
การวิจัยนี้เป็นการศึกษาการผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว เพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ใช้รูปแบบการนำเสนอ จำนวน 3 ตอน คือ ก่อนรับชมสื่อวีดิทัศน์ รณรงค์ และหลังรับชมสื่อวีดิทัศน์ และกำหนดการประเภสื่อเป็นสื่อวีดิทัศน์ ทั้งนี้ได้ออกแบบการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

– ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

– ผลการวิเคราะห์ ของการรับรู้ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อ

– ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ของนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดก่อนและหลัง ของกลุ่มตัวอย่าง

– ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด



#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ระดับความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ด้านเนื้อหา

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความเหมาะสม
<b>1. ด้านเนื้อหา</b>			
- เนื้อหาถูกต้องเหมาะสมตามวิชาการ	4.00	0.00	มาก
- ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 1 ประวัติข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับการ การกลั่นแกล้งผู้อื่น	4.00	1.00	มาก
- ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 2 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด	3.66	1.15	มาก
- ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด	3.66	0.57	มาก
- การติดต่อ รณรงค์เกี่ยวกับการ Bully มีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์	3.66	0.57	มาก
- ความยาวในแต่ละตอนมีความเหมาะสม	4.33	0.57	มาก
- สื่อรณรงค์มีความเหมาะสม	4.33	0.57	มาก
- เนื้อหา มีความเข้าใจง่าย	4.33	0.57	มาก
- เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงผลกระทบของการ Bully ด้วยคำพูด	4.33	0.57	มาก
- ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา	3.66	1.15	มาก
- เนื้อหา มีประโยชน์ต่อผู้รับสาร	3.66	1.15	มาก
<b>รวมคะแนนเฉลี่ย</b>	<b>3.96</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) ในด้านเนื้อหา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ความยาวในแต่ละตอนมีความเหมาะสม ( $\bar{X}$ =4.33) สื่อรณรงค์มีความเหมาะสม ( $\bar{X}$ =4.33) เนื้อหา มีความ



เข้าใจง่าย ( $\bar{X}=4.33$ ) เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงผลกระทบของการการ Bully ด้วยคำพูด ( $\bar{X}=4.33$ ) ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา ( $\bar{X}=4.33$ ) เนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมตามวิชาการ ( $\bar{X}=4.00$ ) ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 1 ประวัติ ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับการ การกลั่นแกล้งผู้อื่น ( $\bar{X}=4.00$ ) ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 2 การกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วยคำพูด ( $\bar{X}=3.66$ ) ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วยคำพูด ( $\bar{X}=3.66$ ) การติดต่อ ธรรมชาติเกี่ยวกับการ Bully มีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ ( $\bar{X}=3.66$ ) เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้รับสาร ( $\bar{X}=3.66$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.2** แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ระดับความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ด้านการออกแบบ

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความเหมาะสม
<b>2. ด้านการออกแบบ</b>			
- การจัดรูปแบบในแต่ละตอน	3.66	0.57	มาก
- ภาพและเสียงมีความเหมาะสม	3.33	0.57	ปานกลาง
- การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละตอน และรูปแบบการนำเสนอ	3.66	0.57	มาก
- การใช้เทคนิคในการติดต่อ	3.66	0.57	มาก
- การโน้มน้าวใจต่อวิดีโอที่ใช้ในสื่อรณรงค์	4.00	0.57	มาก
- การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในสื่อรณรงค์	3.66	0.00	มาก
- เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อรณรงค์	4.00	0.00	มาก
- บทสัมภาษณ์ ผู้ถูกกลั่นด้วยคำพูดมีความเหมาะสม	4.00	0.57	มาก
- การรับรู้ต่อการใช้ความกลัวในการติดต่อ รณรงค์	3.66	0.57	มาก
- การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว	3.33	0.57	ปานกลาง
<b>รวมคะแนนเฉลี่ย</b>	<b>3.70</b>	<b>0.40</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) ในด้านการออกแบบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วน

เพียงเบนมาตรฐาน 0.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ การโน้มน้าวใจต่อ วิดีโอที่ใช้ในสื่อรณรงค์ ( $\bar{X}$  = 4.00) เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อรณรงค์ ( $\bar{X}$  = 4.00) บทสัมภาษณ์ ผู้ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูดมีความเหมาะสม ( $\bar{X}$  = 4.00) การจัดรูปแบบในแต่ละตอน ( $\bar{X}$  = 3.66) การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในสื่อรณรงค์ ( $\bar{X}$  = 3.66) การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละตอน และรูปแบบการนำเสนอ ( $\bar{X}$  = 3.66) การใช้เทคนิคในการตัดต่อ ( $\bar{X}$  = 3.66) การรับรู้ต่อการใช้ความกลัวในการตัดต่อรณรงค์ ( $\bar{X}$  = 3.66) ภาพและเสียงมีความเหมาะสม และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 2 ข้อ ได้แก่ ภาพและเสียงมีความเหมาะสม ( $\bar{X}$  = 3.33) การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว ( $\bar{X}$  = 3.33) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3** แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ระดับความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ด้านการสื่อความหมาย

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความเหมาะสม
<b>3. ด้านการสื่อความหมาย</b>			
- สื่อวิดีโอรณรงค์ช่วยขยายความหมายคำว่า Bully ได้มากน้อยเพียงใด	4.66	0.57	มากที่สุด
- สื่อวิดีโอรณรงค์บ่งบอกถึงผลกระทบที่ตามมา การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด	4.00	1.00	มาก
- ผู้รับชมสื่อวิดีโอรณรงค์เกี่ยวกับการ Bully เกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมา	3.66	0.57	มาก
- ภาพและเสียงสื่อถึงความรุนแรงภายในที่ผู้ถูกกลั่นแกล้งได้รับ	4.00	0.00	มาก
- สื่อรณรงค์สื่อให้เห็นถึงสิ่งที่ถูก Bully ได้พบเจอ Bully ได้พบเจอ	3.66	0.57	มาก
- บทสัมภาษณ์ “เกี่ยวกับผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูดมีการสื่อความหมายเกี่ยวผลกระทบของการ Bully” ให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้	3.66	0.57	มาก
- สื่อวิดีโอรณรงค์ใช้ภาพและเสียงให้เกิดความกลัวมีความเหมาะสม	4.00	0.00	มาก
- เสียงผู้บรรยายมีความน่ากลัวมากน้อยเพียงใด	4.00	0.00	มาก

ตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ระดับความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ด้านการสื่อความหมาย (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความเหมาะสม
- วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกหดหู่ของผู้ที่ถูก Bully	3.66	0.57	มาก
- วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกสงสารและเห็นใจผู้ถูก Bully	3.66	1.11	มาก
<b>รวมคะแนนเฉลี่ย</b>	<b>3.70</b>	<b>0.50</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) ด้านการสื่อความหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ สื่อวิดีโอรณรงค์ช่วยขยายความหมายคำว่า Bully ได้มากน้อยเพียงใด ( $\bar{X}$  = 4.66) และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 9 ข้อ ได้แก่ สื่อวิดีโอรณรงค์บ่งบอกถึงผลกระทบที่ตามมาของ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ( $\bar{X}$  = 4.00) ภาพและเสียงสื่อถึงความรุนแรงภายในที่ผู้ถูกกลั่นแกล้งได้รับ ( $\bar{X}$  = 4.00) สื่อวิดีโอรณรงค์ใช้ภาพและเสียงให้เกิดความกลัวมีความเหมาะสม ( $\bar{X}$  = 4.00) เสียงผู้บรรยายมีความน่ากลัวมากน้อยเพียงใด ( $\bar{X}$  = 4.00) ผู้รับชมสื่อวิดีโอรณรงค์เกี่ยวกับการ Bully เกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมาตอน และรูปแบบการนำเสนอ ( $\bar{X}$  = 3.66) สื่อรณรงค์สื่อให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้ถูก Bully ได้พบเจอ ( $\bar{X}$  = 3.66) บทสัมภาษณ์ “เกี่ยวกับผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด มีการสื่อความหมายเกี่ยวผลกระทบของการ Bully” ให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้ ( $\bar{X}$  = 3.66) วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกหดหู่ของผู้ที่ถูก Bully ( $\bar{X}$  = 3.66) วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกสงสารและเห็นใจผู้ถูก Bully ( $\bar{X}$  = 3.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงข้อมูล ผลรวมของค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

รายการ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความเหมาะสม
- ผลรวมความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully)	3.85	0.56	มาก

จากตาราง 4.4 พบว่า โดยภาพรวม ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด อยู่ในระดับเหมาะสมมาก ดังนั้นสื่อวิถีทัศน์รณรงค์มีความเหมาะสม และสามารถนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างได้

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ ของการรับรู้ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อ

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพกลุ่มตัวอย่าง นักเรียน จำนวน 50 คน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับชั้น การศึกษา การรับรู้ต่อสื่อรณรงค์

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	30	60
หญิง	20	40
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>		
น้อยกว่า 13 ปี	0	0
13-15 ปี	1	2
15-18 ปี	48	96
สูงกว่า 18 ปี	1	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพกลุ่มตัวอย่าง นักเรียน จำนวน 50 คน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับชั้น การศึกษา การรับรู้ต่อสื่อรณรงค์ (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
<b>ระดับชั้น</b>		
มัธยมต้น	0	0
มัธยมปลาย	50	100
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ม.3	0	0
ม.4	0	0
ม.5	30	60
ม.6	20	40
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ท่านรับรู้รณรงค์การ Bully ผ่านสื่อใดมากที่สุด</b>		
สื่อภาพนิ่ง (แผ่นพับ,โปสเตอร์,รูปภาพ,อินโฟกราฟฟิก)	8	16
สื่อภาพเคลื่อนไหว (วิดีโอ,สื่อโทรทัศน์)	41	82
สื่อเสียง (สปอตวิทยุ)	1	2
สื่ออื่น ๆ (โปรตระบู้)	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าเพศของกลุ่มตัวอย่างนั้น ชาย คิดเป็นร้อยละ 60 ผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 40 อายุของกลุ่มตัวอย่าง 13-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 2 และ 15-18 ปี คิดเป็นร้อยละ 48 สูงกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 2 ระดับชั้นของกลุ่มตัวอย่าง มัธยมปลาย คิดเป็นร้อยละ 100 การศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง มัธยมศึกษาปีที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 60 และ มัธยมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 40 การรับรู้รณรงค์ผ่านสื่อของกลุ่มตัวอย่าง สื่อภาพนิ่ง คิดเป็นร้อยละ 16 และ สื่อภาพเคลื่อนไหว คิดเป็นร้อยละ 82 สื่อเสียง คิดเป็นร้อยละ 2

## ข้อมูลพฤติกรรมการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully

ตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลพฤติกรรมการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
<b>ท่านเคยกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully ไหม</b>		
เคย	41	82
ไม่เคย	9	18
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ท่านเคยกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully ประเภทใด</b>		
การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด	42	84
การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการทำร้ายร่างกาย	3	6
การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ (Cyberbullying)	4	8
อื่น ๆ	1	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ท่านกลั่นแกล้งผู้อื่นเพราะอะไร</b>		
หมั่นไส้	10	20
ความสนุก	19	38
ทำโดยไม่คิดอะไร	17	34
อื่น ๆ	4	8
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully ไหม เคย คิดเป็นร้อยละ 82 และไม่เคย คิดเป็นร้อยละ 18 กลุ่มตัวอย่าง ท่านเคยกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully ประเภทใด การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด คิดเป็นร้อยละ 84 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการทำร้ายร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 6 การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ (Cyberbullying) คิดเป็นร้อยละ 8 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2 กลุ่มตัวอย่างเคยกลั่นแกล้งผู้อื่นเพราะอะไร หมั่นไส้ คิดเป็นร้อยละ 20 ความสนุก คิดเป็นร้อยละ 38 ทำโดยไม่คิดอะไร คิดเป็นร้อยละ 34 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 8

ตารางที่ 4.7 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ ก่อนรับชมสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ ด้านความรู้ความเข้าใจ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความรู้
<b>1. ด้านความรู้ความเข้าใจ</b>			
- การล้อรูปร่างหน้าตาผู้อื่นคือการ Bully ไหม	3.14	1.55	ปานกลาง
- เข้าใจการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) มากมายขนาดไหน	3.42	1.31	ปานกลาง
- ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) เป็นอันดับ 2 ของโลก	3.92	1.06	มาก
- รู้หรือไม่ การกลั่นแกล้งผู้อื่นพบบ่อยที่สุดในเด็กมัธยม	4.08	1.04	มาก
- การเรียกเพื่อนว่า ไอ้ดำ,ไอ้อ้วนแบบนี้ถือว่าเป็นการ Bully ไหม	3.64	1.52	มาก
- การกลั่นแกล้งที่พบบ่อยในมัธยมศึกษาตอนต้นคือ พ่อแม่ พูดจาเหยียดหยาม ล้อปมด้อย	3.60	1.29	มาก
- การ Bully พบเจอบ่อยในเด็กอายุ 13 ปีขึ้นไป	3.54	1.32	มาก
- นักเรียนกว่า 600,000 คน ถูก Bully กว่า 40%	2.92	1.71	ปานกลาง
- ประเทศที่มีการ Bully มากที่สุดในโลก คือ ญี่ปุ่น	3.42	1.38	ปานกลาง
- การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดนั้นมีหลายประเภทมากอาทิเช่น การล้อรูปร่างใช้คำพูดเหยียดฐานะพูดทำร้ายความรู้สึก และ รวมกลุ่มเยาะเย้ย	3.32	1.49	ปานกลาง
- จากข่าว นักเรียน ม.1 ยิงเพื่อนเสียชีวิตในโรงเรียนปมถูกกลั่นแกล้ง เกี่ยวกับการ Bully ด้วยคำพูดใหม่	3.12	1.57	ปานกลาง

ตารางที่ 4.7 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ ก่อนรับชมสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ ด้านความรู้ความเข้าใจ การกลั่นแกล้งผู้อื่น ด้วยคำพูด (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความรู้
- ผลกระทบที่ถูกร Bully ด้วยคำพูดบ่อย ๆ อาจทำให้สภาพจิตใจแย่และ อาจนำไปสู่สภาวะซึมเศร้า และ อาจถึงขั้นเสียชีวิต	3.34	1.59	ปานกลาง
- สิ่งที่ถูกกลั่นแกล้งด้วย คำพูด ได้พบเจออาจทำให้ ผู้ถูกกลั่นแกล้งเปลี่ยนไปตลอดชีวิตในอนาคต เช่น หันมาพึ่งพายาเสพติดหรือ อาจขอใช้ความรุนแรงในวัยทำงาน	3.33	1.50	ปานกลาง
<b>รวมคะแนนเฉลี่ย</b>	<b>3.44</b>	<b>1.41</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) ด้วยคำพูดก่อนรับชม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเข้าใจในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ รู้หรือไม่ การกลั่นแกล้งผู้อื่นพบบ่อยใน เด็กมัธยม ( $\bar{X}$  = 4.08) ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการ กลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) เป็นอันดับ2ของโลก ( $\bar{X}$  = 3.92) การเรียกเพื่อนว่า ไอ้ดำ, ไอ้ฮ้วน แบบนี้ถือว่าเป็นการ Bully ไหม ( $\bar{X}$  = 3.64) การกลั่นแกล้งที่พบบ่อยในมัธยม การตบหัว ล้อพ่อแม่ พุดจาเหยียดหยาม ล้อปมด้อย ( $\bar{X}$  = 3.60) การ Bully พบเจอบ่อยในเด็กอายุ 13 ปีขึ้นไป ( $\bar{X}$  = 3.54) และมีความเข้าใจในระดับปานกลาง 8 ข้อ ได้แก่ เข้าใจการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) มากมายขนาดไหน ( $\bar{X}$  = 3.42) ประเทศที่มีการ Bully มากที่สุด ในโลก คือ ญี่ปุ่น ( $\bar{X}$  = 3.42) ผลกระทบที่ถูกร Bully ด้วยคำพูดบ่อยๆอาจทำให้สภาพจิตใจแย่และ อาจนำไปสู่สภาวะซึมเศร้า และ อาจถึงขั้นเสียชีวิต ( $\bar{X}$  = 3.34) สิ่งที่ถูกกลั่นแกล้งด้วย คำพูด ได้พบเจออาจทำให้ ผู้ถูกกลั่นแกล้งเปลี่ยนไปตลอดชีวิตในอนาคต เช่น หันมาพึ่งพายาเสพติดหรือ อาจขอใช้ความรุนแรงในวัยทำงาน ( $\bar{X}$  = 3.33) การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด นั้นมีหลายประเภทมาก อาทิเช่น การล้อรูปร่างใช้คำพูด เหยียดฐานะ พุดทำร้ายความรู้สึก และ รวมกลุ่มเหย้าเหยี้ย ( $\bar{X}$  = 3.32) การล้อรูปร่างหน้าตาผู้อื่นคือการ Bully ไหม ( $\bar{X}$  = 3.14) จากข่าว นักเรียน ม.1 ยิงเพื่อน เสียชีวิตในโรงเรียน ปมถูกกลั่นแกล้ง เกี่ยวกับการ Bully ด้วยคำพูดใหม่ ( $\bar{X}$  = 3.12) นักเรียนกว่า 600,000 คน ถูก Bully กว่า 40 % ( $\bar{X}$  = 2.92) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.8 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ ก่อนรับชมสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
<b>2. ด้านทัศนคติ</b>			
- เพื่อนที่อ้วนอยากลดน้ำหนักแล้วกำลังจะเปลี่ยนตัวเองมาออกกำลังกายคุณจะไปทักบอกเขาว่า 5 ปีแล้วนะที่บอกจะลดน้ำหนัก	3.50	1.19	มาก
- หากเพื่อนในห้องใส่ชุดผิดมาเรียนคุณมักจะล้อเลียน	2.56	1.31	ปานกลาง
- เพื่อนคนหนึ่งเดินไปไถเงินเพื่อนแล้วบอกว่าถ้าไม่ให้เงิน จะโดนทำร้ายร่างกาย	2.96	1.29	ปานกลาง
- ถ้าเพื่อนผู้หญิงใส่ชุดเซ็กซี่คุณมักจะเข้าไปแซว	2.72	1.26	ปานกลาง
- แอบถ่ายคลิปเพื่อนตอนเข้าห้องน้ำและเอาไปให้เพื่อนในห้องดู พูดปากต่อปากจัดว่าเป็นการ Bully ใหม่	2.46	1.40	น้อย
- เมื่อเพื่อนมีร่างกายไม่สมประกอบแล้วคุณมักไปเรียกปมด้อยเพื่อน	2.54	1.47	ปานกลาง
- เวลาถ่มน้ำลายคนอื่นแล้วเคยคิดรู้สึกเสียใจที่หลังไหม	3.36	1.20	ปานกลาง
- เวลาว่างมักรวมกลุ่มนั่งนินทาเพื่อนที่ไม่ชอบเพื่อนที่ไม่ชอบ	2.96	1.24	ปานกลาง
- เมื่อคุณเห็นเพื่อนใส่เสื้อเก่ามาโรงเรียนคุณมักถามว่าทำไมเสื้อโทรมจัง	2.44	1.34	น้อย
<b>รวมคะแนนเฉลี่ย</b>	<b>2.83</b>	<b>1.30</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักเรียนมีทัศนคติเกี่ยวกับสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) ด้วยคำพูดก่อนรับชม โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติ ระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ เพื่อนที่อ้วนอยากลดน้ำหนักแล้วกำลังจะเปลี่ยนตัวเองมาออกกำลังกายคุณจะไปทักบอกเขาว่า 5 ปีแล้วนะที่บอกจะลดน้ำหนัก ( $\bar{X}$ =

3.50) และมีทัศนคติ ในระดับปานกลาง 7 ข้อ ได้แก่ เวลาถลันแกล้งผู้อื่นแล้วเคยคิดรู้สึกเสียใจที่หลังใหม่ ( $\bar{X}$  = 3.36) เพื่อนคนหนึ่งเดินไปไถเงินเพื่อน แล้วบอกว่าถ้าไม่ให้เงิน จะโดนทำร้ายร่างกาย ( $\bar{X}$  = 2.96) เวลาว่างมักรวมกลุ่มนั่งนินทาเพื่อนที่ไม่ชอบ ( $\bar{X}$  = 2.96) ถ้าเพื่อนผู้หญิงใส่ชุดเซ็กซี่คุณ มักจะเข้าไปแซว ( $\bar{X}$  = 2.72) หากเพื่อนในห้องใส่ชุดผิดมาเรียน คุณมักจะล้อเลียน ( $\bar{X}$  = 2.56) เมื่อเพื่อนมีร่างกายไม่สมประกอบ แล้วคุณมักไปเรียกปมด้อยเพื่อน ( $\bar{X}$  = 2.54) และมีทัศนคติ ระดับน้อย จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อแอบถ่ายคลิปเพื่อนตอนเข้า ห้องน้ำและเอาไปให้เพื่อนในห้องดู พูดปากต่อปากจัดว่าเป็นการ Bully ใหม่ ( $\bar{X}$  = 2.46) เมื่อคุณเห็นเพื่อนใส่เสื้อเก่า มาโรงเรียน คุณมักถามว่าทำไมเสื้อโทรมจัง ( $\bar{X}$  = 2.44) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.9** แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ หลังรับชมสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ ด้านความรู้ความเข้าใจ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความรู้
<b>1. ด้านความรู้ความเข้าใจ</b>			
- การล้อรูปร่างหน้าตาผู้อื่นคือการ Bully ใหม่	4.52	0.70	มากที่สุด
- เข้าใจการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) มากมายขนาดไหน	4.14	0.83	มาก
- ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) เป็นอันดับ 2 ของโลก	4.22	0.78	มาก
- รู้หรือไม่ การกลั่นแกล้งผู้อื่นพบบ่อยที่สุดในเด็กมัธยม	4.12	0.79	มาก
- การเรียกเพื่อนว่า ไอ้ดำ, ไอ้ฮ้วนแบบนี้ถือว่าเป็นการ Bully ใหม่	4.18	0.77	มาก
- การกลั่นแกล้งที่พบบ่อยในมัธยมการตบหัว ล้อพ่อแม่ พูดจาเหยียดหยาม ล้อปมด้อย	4.14	0.85	มาก
- การ Bully พบเจอบ่อยในเด็กอายุ 13 ปีขึ้นไป	4.12	0.87	มาก
- นักเรียนกว่า 600,000 คน ถูก Bully กว่า 40%	4.16	0.88	มาก

ตารางที่ 4.9 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ หลังรับชมสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ ด้านความรู้ความเข้าใจ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความรู้
- ประเทศที่มีการ Bully มากที่สุดในโลก คือ ญี่ปุ่น	4.24	0.82	มาก
- การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดนั้นมีหลายประเภทมากอาทิเช่น การล้อรูปร่างใช้คำพูดเหยียดฐานะพูดทำร้ายความรู้สึก และ รวมกลุ่มเหย้าเหยี้ย	4.52	0.73	มากที่สุด
- จากข่าว นักเรียน ม.1 ยิ่งเพื่อนเสียชีวิตในโรงเรียนปมถูกกลั่นแกล้ง เกี่ยวกับการ Bully ด้วยคำพูดใหม่	4.24	0.79	มาก
- ผลกระทบที่ถูการ Bully ด้วยคำพูดบ่อย ๆ อาจทำให้สภาพจิตใจแย่และ อาจนำไปสู่สภาพวะซึมเศร้า และ อาจถึงขั้นเสียชีวิต	4.36	0.72	มาก
- สิ่งที่ถูกกลั่นแกล้งด้วย คำพูด ได้พบเจออาจทำให้ ผู้ถูกกลั่นแกล้งเปลี่ยนไปตลอดชีวิตในอนาคต เช่น หันมาพึ่งพายาเสพติดหรือ อาจชอบใช้ความรุนแรงในวัยทำงาน	4.16	0.79	มาก
<b>รวมคะแนนเฉลี่ย</b>	<b>4.23</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) ด้วยคำพูดหลังรับชม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเข้าใจในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ การล้อรูปร่างหน้าตาผู้อื่นคือการ Bully ใหม่ ( $\bar{X}$  = 4.52) การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด นั้นมีหลายประเภทมาก อาทิเช่น การล้อรูปร่างใช้คำพูด เหยียดฐานะ พูดทำร้ายความรู้สึก และรวมกลุ่มเหย้าเหยี้ย ( $\bar{X}$  = 4.52) และมีความเข้าใจในระดับมาก 11 ข้อ ได้แก่ ผลกระทบที่ถูการ Bully ด้วยคำพูดบ่อย ๆ อาจทำให้สภาพจิตใจแย่และ อาจนำไปสู่สภาพวะซึมเศร้า และ อาจถึงขั้นเสียชีวิต ( $\bar{X}$  = 4.36) ประเทศที่มีการ Bully มากที่สุดในโลก คือ ญี่ปุ่น ( $\bar{X}$  = 4.24) จากข่าว นักเรียน ม.1 ยิ่งเพื่อนในโรงเรียน ปมถูกกลั่นแกล้ง เกี่ยวกับการ Bully ด้วยคำพูดใหม่ ( $\bar{X}$  = 4.24) ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการ กลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) เป็น

อันดับ2ของโลก ( $\bar{X}$  = 4.22) การเรียกเพื่อนว่า ไอ้ดำ,ไอ้ฮ้วน แบบนี้ถือว่าการ Bully ใหม่ ( $\bar{X}$  = 4.18) นักเรียนกว่า 600,000 คน ถูก Bully กว่า 40 % ( $\bar{X}$  = 4.16) สิ่งที่ถูกกลั่นแกล้งด้วย คำพูด ได้พบเจอ อาจทำให้ ผู้ถูกกลั่นแกล้งเปลี่ยนไปตลอดชีวิตในอนาคต เช่น หันมาพึ่งพายาเสพติดหรือ อาจชอบใช้ ความรุนแรงในวัยทำงาน ( $\bar{X}$  = 4.16) เข้าใจการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) มากมายขนาดไหน ( $\bar{X}$  = 4.14) การกลั่นแกล้งที่พบบ่อยในมัธยมการตบหัว ล้อพ่อแม่ พุดจาเหยียดหยาม ล้อปมด้อย ( $\bar{X}$  = 4.14) การ Bully พบเจอบ่อยในเด็กอายุ 13 ปีขึ้นไป ( $\bar{X}$  = 4.12) รู้หรือไม่ การกลั่นแกล้งผู้อื่นพบบ่อยที่สุดในเด็ก มัธยม ( $\bar{X}$  = 4.12) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.10** แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจสื่อธรรมรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) ของนักเรียนที่มีต่อสื่อธรรมรงค์ ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
<b>2. ด้านทัศนคติ</b>			
- เพื่อนที่ฮ้วนอยากลดน้ำหนักแล้วกำลังจะเปลี่ยนตัวเองมาออกกำลังกายคุณจะไปทักบอกเขาว่า 5 ปีแล้วนะที่บอกจะลดน้ำหนัก	4.62	0.83	มากที่สุด
- หากเพื่อนในห้องใส่ชุดผิดมาเรียนคุณมักจะล้อเลียน	4.42	0.78	มาก
- เพื่อนคนหนึ่งเดินไปไกลเงินเพื่อนแล้วบอกว่า ถ้าไม่ให้เงิน จะโดนทำร้ายร่างกาย	4.48	0.79	มาก
- ถ้าเพื่อนผู้หญิงใส่ชุดเซ็กซี่คุณมักจะเข้าไปแซว	4.58	0.78	มากที่สุด
- แอบถ่ายคลิปเพื่อนตอนเข้าห้องน้ำและเอาไปให้เพื่อนในห้องดู พุดปากต่อปากจัดว่าเป็นการ Bully ใหม่	4.54	0.79	มากที่สุด
- เมื่อเพื่อนมีร่างกายไม่สมประกอบแล้วคุณมักไปเรียกปมด้อยเพื่อน	4.52	0.77	มากที่สุด
- เวลาถูกลั่นแกล้งผู้อื่นแล้วเคยคิดรู้สึกเสียใจที่หลังไหม	4.46	0.85	มาก

ตารางที่ 4.10 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
- เวลาว่างมักรวมกลุ่มนั่งนินทาเพื่อนที่ไม่ชอบเพื่อนที่ไม่ชอบ	4.44	0.82	มาก
- เมื่อคุณเห็นเพื่อนใส่เสื้อเก่ามาโรงเรียนคุณมักถามว่าทำไมเสื้อโทรมจัง	4.58	0.70	มากที่สุด
<b>รวมคะแนนเฉลี่ย</b>	<b>4.51</b>	<b>0.81</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักเรียนมีทัศนคติเกี่ยวกับสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) ด้วยคำพูดหลังรับชม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติ ระดับมากที่สุด จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพื่อนที่อ้วนอยากลดน้ำหนักแล้วกำลังจะเปลี่ยนตัวเองมาออกกำลังกายคุณจะไปทักบอกเขาว่า 5ปีแล้วนะที่บอกจะลดน้ำหนัก ( $\bar{X} = 4.62$ ) ถ้าเพื่อนผู้หญิงใส่ชุดเซ็กซี่คุณ มักจะไปแซว ( $\bar{X} = 4.58$ ) เมื่อคุณเห็นเพื่อนใส่เสื้อเก่ามาโรงเรียน คุณมักถามว่าทำไมเสื้อโทรมจัง ( $\bar{X} = 4.58$ ) แอบถ่ายคลิปเพื่อนตอนเข้า ห้องน้ำและเอาไปให้เพื่อนในห้องดู พูดปากต่อปากจัดว่าเป็นการ Bully ใหม่ ( $\bar{X} = 4.54$ ) เมื่อเพื่อนมีร่างกายไม่สม ประกอบแล้วคุณมักไปเรียกปมด้อยเพื่อน ( $\bar{X} = 4.52$ ) และมีทัศนคติในระดับมาก 4 ข้อ เพื่อนคนหนึ่งเดินไปไถเงินเพื่อนแล้วบอกว่าถ้าไม่ให้เงิน จะโดนทำร้ายร่างกาย ( $\bar{X} = 4.48$ ) เวลาถ่มน้ำลายแล้วเคยคิดรู้สึกเสียใจที่หลังไหม ( $\bar{X} = 4.46$ ) เวลาว่างมักรวมกลุ่มนั่งนินทาเพื่อนที่ไม่ชอบ ( $\bar{X} = 4.44$ ) หากเพื่อนในห้องใส่ชุดผิดมาเรียน คุณมักล้อเลียน ( $\bar{X} = 4.42$ ) ตามลำดับ

### 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ของนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ก่อนและหลัง

การทดสอบความแตกต่างระหว่างก่อนและหลังรับชมสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ใช้การทดสอบค่า t-test

**ตารางที่ 4.11** แสดงผลการทดสอบของสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างก่อนและหลังรับชมถึงความ  
รู้ความเข้าใจต่อสื่อรณรงค์ การผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความ  
กลัว เพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

ก่อนและหลังชมสื่อ	$\bar{x}$	S.D	t-test	Sig
ก่อนรับชมสื่อ	3.44	1.41	-7.366	.000
หลังรับชมสื่อ	4.23	0.79		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้สื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) ก่อนรับชมสื่อเท่ากับ 3.44 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.41 และเฉลี่ยการรับรู้หลังชมสื่อรณรงค์ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) เท่ากับ 4.23 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 ได้ผล คะแนน t-test เท่ากับ -7.366 Sig (2 tailed) เท่ากับ.000 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 กล่าวคือหลังรับชม สื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) และก่อนรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่น ด้วยคำพูด (Bully) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่หลังรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่น ด้วยคำพูด(Bully) มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของผู้รับสื่อสูงกว่าก่อนรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่น ด้วยคำพูด (Bully)

**ตารางที่ 4.12** แสดงผลการทดสอบของสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างก่อนและหลังรับชมถึง  
ทัศนคติต่อสื่อรณรงค์ การผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว เพื่อ  
รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

ก่อนและหลังชมสื่อ	$\bar{x}$	S.D	t-test	Sig
ก่อนรับชมสื่อ	2.83	1.37	-12.808	.000
หลังรับชมสื่อ	4.51	0.81		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้สื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) ก่อนรับชมสื่อเท่ากับ 2.83 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.37 และเฉลี่ยการรับรู้หลังชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) เท่ากับ 4.51 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 ได้ผลคะแนน t-test เท่ากับ -12.808 Sig (2 tailed) เท่ากับ.000 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 กล่าวคือหลังรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) และก่อนรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่หลังรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) มีผลต่อทัศนคติของผู้รับสื่อสูงกว่าก่อนรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully)

การทดสอบความแตกต่างระหว่างก่อนและหลังรับชมสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ใช้การทดสอบค่า t-test

**ตารางที่ 4.13** แสดงผลการทดสอบของสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างก่อนและหลังรับชมถึงความเข้าใจและทัศนคติต่อสื่อรณรงค์ การผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว เพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

ก่อนและหลังชมสื่อ	$\bar{x}$	S.D	t-test	Sig
ก่อนรับชมสื่อ	3.19	1.36	-9.204	.000
หลังรับชมสื่อ	4.34	0.80		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้สื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) ก่อนรับชมสื่อเท่ากับ 3.19 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.36 และเฉลี่ยการรับรู้หลังชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) เท่ากับ 4.34 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 ได้ผลคะแนน t-test เท่ากับ -9.204 Sig (2 tailed) เท่ากับ.000 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 กล่าวคือหลังรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) และก่อนรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่หลังรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) มีผลต่อการรับรู้ของผู้รับสื่อสูงกว่าก่อนรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully)

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

ตารางที่ 4.14 แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ด้านเนื้อหา

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความเหมาะสม
<b>1. ด้านเนื้อหา</b>			
- เนื้อหาถูกต้องเหมาะสมตามวิชาการ	4.32	0.68	มาก
- ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 1 ประวัติข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับการ การกลั่นแกล้งผู้อื่น	4.28	0.64	มาก
- ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 2 การกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วยคำพูด	4.30	0.61	มาก
- ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วยคำพูด	4.30	0.67	มาก
- ความยาวในแต่ละตอนมีความเหมาะสม	4.22	0.70	มาก
- เนื้อหามีความเข้าใจง่าย	4.38	0.60	มาก
- เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงผลกระทบของการ Bully ด้วยคำพูด	4.14	0.72	มาก
- ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา	4.50	0.58	มากที่สุด
- เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้รับชม	4.50	0.54	มากที่สุด
<b>รวมคะแนนเฉลี่ย</b>	<b>4.32</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) ในด้านเนื้อหา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเข้าใจด้านเนื้อหา ระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา ( $\bar{X}$  = 4.50) เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้รับชม ( $\bar{X}$  = 4.50) และมีความเข้าใจในระดับมาก จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เนื้อหามีความเข้าใจง่าย ( $\bar{X}$  = 4.38) เนื้อหาถูกต้องเหมาะสมตาม ( $\bar{X}$  = 4.32) ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอที่ 2 การกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วยคำพูด ( $\bar{X}$  = 4.30) ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วยคำพูด ( $\bar{X}$  = 4.30) ความเหมาะสม



เนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 1 ประวัติ ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับการ การกลั่นแกล้งผู้อื่น ( $\bar{X}$  = 4.28) ความยาวในแต่ละ ตอน มีความเหมาะสม ( $\bar{X}$  = 4.22) เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงผลกระทบ ของการการ Bully ด้วยคำพูด ( $\bar{X}$  = 4.14) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.15** แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ด้านการออกแบบ

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความเหมาะสม
<b>2. ด้านการออกแบบ</b>			
- การจัดรูปแบบในแต่ละตอน	4.52	0.67	มากที่สุด
- ภาพและเสียงมีความเหมาะสม	4.20	0.96	มาก
- การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละตอน และรูปแบบการนำเสนอ	4.08	0.72	มาก
- การใช้เทคนิคในการตัดต่อ	4.24	0.74	
- การโน้มน้าวใจต่อวิดีโอที่ใช้ในสื่อรณรงค์	4.54	0.61	มากที่สุด
- การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในสื่อรณรงค์	4.08	0.77	มาก
- เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อรณรงค์	4.12	0.74	มาก
- บทสัมภาษณ์ ผู้ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูดมีความเหมาะสม	4.22	0.73	มาก
- การรับรู้ต่อการใช้ความกลัวในการตัดต่อ รณรงค์	4.24	0.77	มาก
- การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว	4.50	0.67	มากที่สุด
<b>รวมคะแนนเฉลี่ย</b>	<b>4.27</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) ในด้านการออกแบบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเข้าใจด้านการออกแบบ ระดับมากที่สุด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ การโน้มน้าวใจต่อ วิดีโอที่ใช้ในสื่อรณรงค์ ( $\bar{X}$  = 4.54) การจัดรูปแบบในแต่ละตอน ( $\bar{X}$  = 4.52) การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว ( $\bar{X}$  = 4.50) และมีความเข้าใจใน ระดับมาก จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ การใช้เทคนิคในการตัดต่อ ( $\bar{X}$  = 4.24) การรับรู้ต่อ การใช้ความกลัวในการตัดต่อ รณรงค์ ( $\bar{X}$  = 4.24) บทสัมภาษณ์ ผู้ถูก

กลั่นด้วยคำพูดมีความเหมาะสม ( $\bar{X}$  = 4.22) ภาพและเสียงมีความเหมาะสม ( $\bar{X}$  = 4.20) เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่ออนิเมชัน ( $\bar{X}$  = 4.12) การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละ ตอน และรูปแบบการนำเสนอ ( $\bar{X}$  = 4.08) การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในสื่ออนิเมชัน ( $\bar{X}$  = 4.08) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.16** แสดงข้อมูล ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่ออนิเมชันชุดการศึกษา กลั่นแก่ผู้อื่นด้วยคำพูด ด้านการสื่อความหมาย

รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความเหมาะสม
<b>3. ด้านการสื่อความหมาย</b>			
- สื่อวิดีโออนิเมชันช่วยขยายความหมายคำว่า Bully ได้มากน้อยเพียงใด	4.50	0.43	มากที่สุด
- สื่อวิดีโออนิเมชันบ่งบอกถึงผลกระทบที่ตามมา การกลั่นแก่ผู้อื่นด้วยคำพูด	4.72	0.69	มากที่สุด
- ผู้รับชมสื่อวิดีโออนิเมชันเกี่ยวกับการ Bully เกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมา	4.76	0.50	มากที่สุด
- ภาพและเสียงสื่อถึงความรุนแรงภายในที่ผู้ถูก กลั่นแก่ผู้ได้รับ	4.26	0.58	มาก
- สื่ออนิเมชันสื่อให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้ถูก Bully ได้พบ เจอ Bully ได้พบเจอ	4.52	0.57	มากที่สุด
- บทสัมภาษณ์ “เกี่ยวกับผู้ที่ถูกกลั่นแก่ผู้ด้วย คำพูดมีการสื่อความหมายเกี่ยวผลกระทบของ การ Bully” ให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้	4.32	0.58	มาก
- สื่อวิดีโออนิเมชันใช้ภาพและเสียงให้เกิดความ กลัวมีความเหมาะสม	4.52	0.57	มากที่สุด
- เสียงผู้บรรยายมีความน่ากลัวมากน้อย เพียงใด	4.56	0.50	มากที่สุด
- วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกหดหู่ของผู้ที่ถูก Bully	4.38	0.60	มาก
- วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกสงสารและเห็นใจผู้ถูก Bully	4.60	0.57	มากที่สุด
<b>รวมคะแนนเฉลี่ย</b>	<b>4.51</b>	<b>0.55</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) ในด้านการสื่อความหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.51 ส่วนเบี่ยงมาตรฐาน 0.55 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเข้าใจด้านการสื่อความหมาย ระดับมากที่สุด จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ผู้รับชมสื่อวิดีโอรณรงค์เกี่ยวกับการ Bully เกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมา ( $\bar{X}$  = 4.76) สื่อวิดีโอรณรงค์บ่งบอกถึง ผลกระทบที่ตามมาของ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ( $\bar{X}$  = 4.72) วิดีโอสื่อถึง ความรู้สึกสงสารและ เห็นใจผู้ถูก Bully ( $\bar{X}$  = 4.60) เสียงผู้บรรยายมีความน่ากลัวน้อยเพียงใด ( $\bar{X}$  = 4.56) สื่อรณรงค์สื่อให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้ถูกมากที่สุด Bully ได้พบเจอ ( $\bar{X}$  = 4.52) สื่อวิดีโอรณรงค์ใช้ภาพและ เสียง ให้เกิดความกลัวมีความเหมาะสม ( $\bar{X}$  = 4.52) สื่อวิดีโอรณรงค์ช่วยขยาย ความหมายคำว่า Bully ได้มากขึ้นเพียงใด ( $\bar{X}$  = 4.50) และมีความเข้าใจใน ระดับมาก จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ วิดีโอสื่อถึง ความรู้สึกหดหู่ของ ผู้ที่ถูก Bully ( $\bar{X}$  = 4.38) บทสัมภาษณ์ “เกี่ยวกับผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด มีการ สื่อความหมายเกี่ยวผลกระทบของการ Bully” ให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้ ( $\bar{X}$  = 4.32) ภาพและเสียงสื่อถึงความรุนแรงภายในที่ผู้ถูกกลั่นแกล้งได้รับ ( $\bar{X}$  = 4.26) ตามลำดับ



## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว เพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด” ในการวิจัยครั้งนี้ 1) เพื่อการผลิตสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว 2) เพื่อศึกษาผลการรับรู้ ของผู้รับสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียน โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้แบบสอบถามและสื่อวีดิทัศน์เป็นเครื่องมือวิจัย สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test ซึ่งผลจากการศึกษาทั้งหมดสามารถสรุปและอภิปรายได้ ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ ของการรับรู้ของนักเรียนที่มีต่อสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วย Bully ด้วยคำพูด ก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อ

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ของนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ก่อนและหลัง ของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

ผลการวิจัยเรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว เพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญมีต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

ด้านของเนื้อ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ ในด้านเนื้อหา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ความยาวในแต่ละตอนมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 สื่อรณรงค์มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 เนื้อหามีความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 เนื้อหาสร้าง

ให้เห็นถึงผลกระทบของการการ Bully ด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.3 เนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมตามวิชาการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 1 ประวัติ ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับการ การกลั่นแกล้งผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 2 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 การตัดต่อ รมรงค์เกี่ยวกับการ Bully มีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้รับสาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 ตามลำดับ

ด้านการออกแบบ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ ในด้านการออกแบบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ การโน้มน้าวใจต่อ วิดีโอที่ใช้ในสื่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 บทสัมภาษณ์ผู้ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูดมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 การจัดรูปแบบในแต่ละตอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในสื่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละตอน และรูปแบบการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.6 การใช้เทคนิคในการตัดต่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 การรับรู้ต่อการใช้ความกลัวในการตัดต่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 ภาพและเสียงมีความเหมาะสม และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 2 ข้อ ได้แก่ ภาพและเสียงมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 ตามลำดับ

ด้านการสื่อความหมาย พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ ในด้านการสื่อความหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ สื่อวิดีโอรณรงค์ช่วยขยายความหมาย คำว่า Bully ได้มากน้อยเพียงใด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.66 และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 9 ข้อ ได้แก่ สื่อวิดีโอรณรงค์บ่งบอกถึงผลกระทบที่ตามมาของ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ภาพและเสียงสื่อถึงความรุนแรงภายในที่ผู้ถูกกลั่นแกล้งได้รับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 สื่อวิดีโอรณรงค์ใช้ภาพและเสียงให้เกิดความกลัวมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 เสียงผู้บรรยายมีความน่ากลัวมากน้อยเพียงใด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ผู้รับชมสื่อวิดีโอรณรงค์เกี่ยวกับการ Bully เกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมาตอน และรูปแบบการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 สื่อรณรงค์สื่อให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้ถูก Bully ได้พบเจอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 บทสัมภาษณ์ “เกี่ยวกับผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด มีการสื่อความหมายเกี่ยวผลกระทบของการ Bully” ให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกหดหู่ของผู้ที่ถูก Bully มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกสงสารและเห็นใจผู้ถูก Bully มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 ตามลำดับ

5.1.2 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้ของนักเรียนที่มีต่อสื่อ  
วีดิทัศน์รณรงค์ ทั้งก่อนรับชมสื่อ และหลังรับชมสื่อ โดยก่อนรับชมสื่อ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 3.19 และหลังรับชมสื่อ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผล  
ดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าเพศของกลุ่มตัวอย่างนั้น เพศชาย  
จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 60 เพศหญิง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 อายุของกลุ่มตัวอย่าง  
13-15 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และ 15-18 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 96 สูงกว่า 18 ปี  
จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ระดับชั้นของกลุ่มตัวอย่าง มัธยมศึกษา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ  
100 การศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง มัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และ มัธยมศึกษา  
ปีที่ 6 จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40

2) พฤติกรรมในการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully พบว่า การรับรู้รณรงค์ผ่านสื่อของ  
กลุ่มตัวอย่าง สื่อภาพนิ่ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และ สื่อภาพเคลื่อนไหว จำนวน 41 คน คิด  
เป็นร้อยละ 82 สื่อเสียง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2 กลุ่มตัวอย่างเคยกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully  
ใหม่ เคย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 82 และ ไม่เคย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18 กลุ่มตัวอย่าง  
ทำนเคยกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully ประเภทใด การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด จำนวน 42 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 84 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการทำร้ายร่างกาย จำนวน 3 คิดเป็นร้อยละ 6 การกลั่นแกล้งบนโลก  
ออนไลน์ (Cyberbullying) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2  
กลุ่มตัวอย่างเคยกลั่นแกล้งผู้อื่นเพราะอะไร หมั่นไส้ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ความสนุก  
จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ทำโดยไม่คิดอะไร จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34 และอื่น ๆ  
จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8

#### ก่อนรับชมสื่อ

ด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่า นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจต่อสื่อรณรงค์ก่อนรับชมสื่อ  
ในด้านความรู้ความเข้าใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49 เมื่อพิจารณาเป็นราย  
ข้อพบว่า มีความเข้าใจในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ รู้หรือไม่ การกลั่นแกล้งผู้อื่นพบบ่อยใน เด็ก  
มัธยม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการ กลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) เป็นอันดับ2ของ  
โลก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 การเรียกเพื่อนว่า ไอ้ดำ, ไอ้อ้วน แบบนี้ถือว่าเป็นการ Bully ไหม มีค่าเฉลี่ยอยู่  
ที่ 3.64 การกลั่นแกล้งที่พบบ่อยในมัธยม การตบหัว ล้อพ่อแม่ พุดจาเหยียดหยาม ล้อปมด้อย มีค่าเฉลี่ย  
อยู่ที่ 3.60 การ Bully พบเจอบ่อยในเด็กอายุ 13 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54 และมีความเข้าใจใน  
ระดับปานกลาง 8 ข้อ ได้แก่ เข้าใจการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) มากมายขนาดไหน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42  
ประเทศที่มีการ Bully มากที่สุด ในโลก คือ ญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42 สิ่งที่ถูกกลั่นแกล้งด้วย คำพูด

ได้พบเจออาจทำให้ ผู้ถูกกลั่นแกล้งเปลี่ยนไปตลอดชีวิตในอนาคต เช่น หันมาพึ่งพายาเสพติดหรือ อาจชอบใช้ความรุนแรงในวัยทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 ผลกระทบที่ถูกร Bully ด้วยคำพูดบ่อยๆอาจทำให้สภาพจิตใจย่ำแย่และ อาจนำไปสู่สภาวะซึมเศร้า และ อาจถึงขั้นเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.34 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด นั้นมีหลายประเภทมาก อาทิเช่น การล้อรูปร่างใช้คำพูด เหยียดฐานะ พูดทำร้ายความรู้สึก และ รวมกลุ่มเหย้าเหยี้ย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.32 การล้อรูปร่างหน้าตาผู้อื่นคือการ Bully ใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.14 จากข่าว นักเรียน ม.1 ยิงเพื่อน เสียชีวิตในโรงเรียน ปมถูกกลั่นแกล้ง เกี่ยวกับการ Bully ด้วยคำพูดใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12 นักเรียนกว่า 600,000 คน ถูก Bully กว่า 40 % มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.92 ตามลำดับ

ด้านทัศนคติ พบว่า นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจต่อสื่อรณรงค์ก่อนรับชมสื่อ ในด้านทัศนคติโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ เพื่อนที่อ้วนอยากลดน้ำหนักแล้วกำลังจะเปลี่ยนตัวเองมาออกกำลังกาย คุณจะไปทักบอกเขาว่า 5ปีแล้วนะที่บอกจะลดน้ำหนัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 และมีทัศนคติ ในระดับปานกลาง 7 ข้อ ได้แก่ เวลาถูกลั่นแกล้งผู้อื่นแล้วเคยคิดรู้สึกเสียใจที่หลังไหม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.36 เพื่อนคนหนึ่งเดินไปไถเงินเพื่อน แล้วบอกว่าถ้าไม่ให้เงิน จะโดนทำร้ายร่างกาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.96 เวลาว่างมักรวมกลุ่มนั่งนินทาเพื่อนที่ไม่ชอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.96 ถ้าเพื่อนผู้หญิงใส่ชุดเซ็กซี่คุณ มักจะไปแซว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.72 หากเพื่อนในห้องใส่ชุดผิดมาเรียน คุณมักจะล้อเลียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.5 เมื่อเพื่อนมีร่างกายไม่สมประกอบ แล้วคุณมักไปเรียกปมด้อยเพื่อน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.54 และมีทัศนคติ ระดับน้อย จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อแอบถ่ายคลิปเพื่อนตอนเข้า ห้องน้ำและเอาไปให้เพื่อนในห้องดู พูดปากต่อปากจัดว่าเป็นการ Bully ใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.46 เมื่อคุณเห็นเพื่อนใส่เสื้อเก่า มาโรงเรียน คุณมักถามว่าทำไมเสื้อโทรมจ้ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.44 ตามลำดับ

### หลังรับชมสื่อ

ด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่า นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจต่อสื่อรณรงค์หลังรับชมสื่อ ในด้านความรู้ความเข้าใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเข้าใจในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ การล้อรูปร่างหน้าตาผู้อื่นคือการ Bully ใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด นั้นมีหลายประเภทมาก อาทิเช่น การล้อรูปร่างใช้คำพูด เหยียดฐานะ พูดทำร้ายความรู้สึก และรวมกลุ่มเหย้าเหยี้ย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 และมีความเข้าใจในระดับมาก 11 ข้อ ได้แก่ ผลกระทบที่ถูกร Bully ด้วยคำพูดบ่อย ๆ อาจทำให้สภาพจิตใจย่ำแย่และ อาจนำไปสู่สภาวะซึมเศร้า และ อาจถึงขั้นเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการ กลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) เป็นอันดับ2ของโลก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 ประเทศที่มีการ Bully มากที่สุดในโลก คือ ญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 จากข่าว นักเรียน ม.1 ยิงเพื่อนในโรงเรียน ปมถูกกลั่นแกล้ง

เกี่ยวกับการBully ด้วยคำพูดใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 การเรียกเพื่อนว่า ไอ้ดำ,ไอ้ฮ้วน แบบนี้ถือว่าเป็นการ Bully ใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 นักเรียนกว่า 600,000 คน ถูก Bully กว่า 40 % มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 สิ่งที่ถูกกลั่นแกล้งด้วย คำพูด ได้พบเจออาจทำให้ ผู้ถูกกลั่นแกล้งเปลี่ยนไปตลอดชีวิตในอนาคต เช่น หันมาพึ่งพายาเสพติดหรือ อาจชอบใช้ความรุนแรงในวัยทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 เข้าใจการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) มากมายขนาดไหน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 การกลั่นแกล้งที่พบบ่อยในมัธยมศึกษา ตบหัว ล้อพ่อแม่ พุดจาเหยียดหยาม ล้อปมด้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 การ Bully พบเจอบ่อยในเด็กอายุ 13 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 รู้หรือไม่ การกลั่นแกล้งผู้อื่นบ่อย ที่สุดใน เด็กมัธยม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ตามลำดับ

ด้านทัศนคติ พบว่า นักเรียนมีความรู้ทัศนคติต่อสื่อรณรงค์หลังรับชมสื่อ ในด้านทัศนคติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติ ระดับมากที่สุด จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพื่อนที่อ้วนอยากลดน้ำหนักแล้วกำลังจะเปลี่ยนตัวเองมาออกกำลังกาย คุณจะเข้าไปทักบอกเขาว่า 5ปีแล้วนะที่บอกจะลดน้ำหนัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.62 ถ้าเพื่อนผู้หญิงใส่ชุดเซ็กซี่คุณ มักจะเข้าไปแซว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.58 แอบถ่ายคลิปเพื่อนตอนเข้า ห้องน้ำและเอาไปให้เพื่อนในห้องดู พุดปากต่อปากจัดว่าเป็นการ Bully ใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.54 เมื่อเพื่อนมีร่างกายไม่สม ประกอบแล้วคุณมักไปเรียกปมด้อยเพื่อน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 เมื่อคุณเห็นเพื่อนใส่เสื้อเก่ามาโรงเรียน คุณมักถามว่าทำไมเสื้อโหลมจิง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.58 และมีทัศนคติในระดับมาก 4 ข้อ เพื่อนคนหนึ่งเดินไปไถเงินเพื่อนแล้วบอกว่าถ้าไม่ให้เงิน จะโดนทำร้ายร่างกาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.48 เวลาถูกลั่นแกล้งผู้อื่นแล้วเคยคิดรู้สึกเสียใจที่หลังไหม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.46 เวลาว่างมักรวมกลุ่มนั่งนินทา เพื่อนที่ไม่ชอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 หากเพื่อนในห้องใส่ชุดผิด มาเรียน คุณมักจะล้อเลียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.42 ตามลำดับ



### 5.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ของนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ รณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ก่อนและหลัง

สมมติฐาน รูปแบบสื่อรณรงค์วีดิทัศน์รณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) ก่อน  
รับชมสื่อและหลังรับชมสื่อ มีผลต่อการรับรู้ ทักษะคติ ของผู้รับสื่อแตกต่างกัน

ภาพรวมในการรับรู้ต่อสื่อรณรงค์ด้านความรู้ความเข้าใจ ภาพรวมของก่อนรับชมสื่อ  
รณรงค์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนภาพรวมหลังรับชมสื่อรณรงค์อยู่ในระดับมาก

ภาพรวมในการรับรู้ต่อสื่อรณรงค์ด้านทัศนคติ ภาพรวมของก่อนรับชมสื่อรณรงค์อยู่ใน  
ระดับปานกลาง ส่วนภาพรวมหลังรับชมสื่อรณรงค์อยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปได้ว่า สื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) หลังรับชมสื่อมีผลต่อการรับรู้  
มากกว่าก่อนรับสื่อ ในส่วนของการสื่อความหมายของวีดิทัศน์

### 5.1.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ เมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

ด้านของเนื้อหา พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ ในด้าน  
เนื้อหา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเข้าใจ  
ด้านเนื้อหา ระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ความเหมาะสมของลำดับในการนำเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่  
ที่ 4.50 เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้รับชม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 และมีความเข้าใจใน ระดับมาก จำนวน 7 ข้อ  
ได้แก่ เนื้อหาที่มีความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 เนื้อหาถูกต้องเหมาะสมตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32  
ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอที่ 2 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ความ  
เหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30  
ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 1 ประวัติ ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับการ การกลั่นแกล้งผู้อื่น มี  
ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 ความยาวในแต่ละ ตอน มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 เนื้อหาสร้างให้เห็นถึง  
ผลกระทบ ของการการ Bully ด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 ตามลำดับ

ด้านการออกแบบ พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ ใน  
ด้านการออกแบบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มี  
ความเข้าใจด้านการออกแบบ ระดับมากที่สุด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ การโน้มน้าวใจต่อ วิดีโอที่ใช้ในสื่อ  
รณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.54 การจัดรูปแบบในแต่ละตอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้  
ความกลัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 และมีความเข้าใจใน ระดับมาก จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ การใช้เทคนิคใน  
การติดต่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 การรับรู้ต่อ การใช้ความกลัวในการติดต่อ รณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24  
บทสัมภาษณ์ ผู้ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูดมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ภาพและเสียงมีความเหมาะสม

มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละ ตอน และรูปแบบการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในสื่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 ตามลำดับ

ด้านการสื่อความหมาย พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ ในด้านการสื่อความหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.5 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความเข้าใจด้านการสื่อความหมาย ระดับมากที่สุด จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ผู้รับชมสื่อวิดีโอรณรงค์ เกี่ยวกับการ Bully เกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.76 สื่อวิดีโอรณรงค์บ่งบอกถึง ผลกระทบที่ตามมาของ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.72 วิดีโอสื่อถึงความรู้สึก สงสารและ เห็นใจผู้ถูก Bully มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.60 เสียงผู้บรรยายมีความน่ากลั้นน้อยเพียงใด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.56 สื่อรณรงค์สื่อให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้ถูกมากที่สุด Bully ได้พบเจอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 สื่อวิดีโอ รณรงค์ใช้ภาพและเสียง ให้เกิดความกลัวมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 สื่อวิดีโอรณรงค์ช่วย ขยาย ความหมายคำว่า Bully ได้มากน้อยเพียงใด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 และมีความเข้าใจใน ระดับมาก จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกหดหู่ของ ผู้ที่ถูก Bully มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 บทสัมภาษณ์ “เกี่ยวกับผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด มีการสื่อความหมายเกี่ยวผลกระทบของการ Bully” ให้ผู้รับชม เกิดการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 ภาพและเสียงสื่อถึงความ รุนแรงภายในที่ผู้ถูกกลั่นแกล้งได้รับ มี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 ตามลำดับ

## 5.2 การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัย การผลิตสื่อวิดีโอทัศนโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวเพื่อรณรงค์ยุติ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) โดยเปรียบเทียบการรับรู้ก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อ สามารถ วิเคราะห์ประเด็นสำคัญได้ดังนี้

เมื่อวิเคราะห์ในแต่ละด้านของสื่อวิดีโอทัศนรณรงค์ พบว่า ด้านเนื้อหา สื่อวิดีโอทัศนรณรงค์ ก่อน รับชมสื่อและหลังรับชมสื่อมีความแตกต่างกัน โดยหลังรับชมสื่อวิดีโอทัศนรณรงค์มีการรับรู้สูงกว่าก่อน รับชมสื่อวิดีโอทัศนรณรงค์ ในด้านการโน้มน้าวใจต่อวิดีโอทัศนประกอบด้วยภาพและข้อความตามด้วยเสียง บรรยาย และ เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงความสำคัญของการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้ความกลัว

ด้านการออกแบบ พบว่า สื่อวิดีโอทัศนรณรงค์ ก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อมีความแตกต่างกัน โดยหลังรับชมสื่อมีการรับรู้มากขึ้นต่อสื่อวิดีโอทัศน, การจัดรูปแบบในแต่ละ ตอน, ภาพและเสียงมีความ เหมาะสม,การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละ ตอน และรูปแบบการนำเสนอ, การใช้เทคนิคในการตัด ต่อ, การโน้มน้าวใจต่อ วิดีโอที่ใช้ในสื่อรณรงค์, การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในสื่อรณรงค์, เสียง Sound Effect

ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อรณรงค์, บทสัมภาษณ์ ผู้ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูดมีความเหมาะสม, การรับรู้ ต่อ การใช้ความกลัวในการตัดต่อรณรงค์ และการรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว

ด้านการสื่อความหมายพบว่า สื่อวีดิทัศน์รณรงค์ ก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อมีความแตกต่างกัน โดย หลังรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ มีการรับรู้สูงกว่าก่อนรับชมสื่อ ใน 2 ด้านดังนี้

1. การบอกที่มาและข้อมูลสำคัญที่ใช้ในสื่อวีดิทัศน์ โดยสื่อวีดิทัศน์รณรงค์หยุดการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยใช้ความกลัว ในตอนที่ 1 เป็นการบอกเล่าที่มาและความสำคัญของการ Bully ว่าสิ่งที่คุณกระทำพบเจอนั้นมีอะไรบ้าง และการ Bully พบเจอบ่อยมากที่สุด ในโรงเรียนมัธยม และสถิติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยใช้ภาพประกอบ พร้อมคำบรรยาย โดยจะมีข้อความสำคัญสอดแทรกในทุกช่วงสำคัญของวีดิทัศน์ ตอนที่ 2 จะเป็นการเน้นย้ำการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ว่าการกลั่นแกล้งด้วยคำพูดนั้นมีกี่ประเภท แหล่งข่าวข้อมูลการเสียชีวิตของเด็กที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูดให้เห็นถึงผลกระทบ ว่าสิ่งที่ตามมามันเลวร้ายขนาดไหน ส่วนตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูดจริง ๆ และสื่อวีดิทัศน์แสดงให้เห็นว่า ผลกระทบที่ตามมาเป็นอย่างไร การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการ Bully มากยิ่งขึ้น เพื่อที่จะได้เข้าใจว่าบางสิ่งที่เราทำไปในแต่ละวันที่เราไม่ตั้งใจ อาจเป็นการ Bully โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว ซึ่งสรุป คือ หลังรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ มีการรับรู้สูงกว่า ก่อนรับชมสื่อรณรงค์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ของ กุลทิพย์ ศาสตรระจจิ [14] ศึกษาปัจจัยองค์ประกอบเชิงสร้างสรรค์ที่มีพลังต่อการรับรู้ โดยมีความสอดคล้องกันในส่วนของการใช้การรับรู้ด้านเหตุผล และการสื่อสารด้วยวิจนภาษา

2. ด้านการสร้างการรับรู้จากเนื้อหาโดยรวมของสื่อวีดิทัศน์ โดยสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ มีเนื้อหาโดยรวมสร้างการรับรู้ให้ผู้รับชมเกิดความกลัวในการกลั่นแกล้งผู้อื่นและแสดงให้เห็นถึงผลกระทบที่ตามและตระหนักถึงความสำคัญของการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด Bully ซึ่งสรุปคือเนื้อหาโดยรวมทั้งหมดของหลังรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์มีการรับรู้สูงกว่าก่อนรับชมสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของหทัยชนก รัตนชาติ [15] ศึกษาปัจจัยการใช้จุดใจเชิงอารมณ์รูปแบบต่าง ๆ โดยมีความสอดคล้องกันในส่วนของการใช้ภาพและเสียงและข้อความให้รู้สึกถึงความโหดร้าย รู้สึกกลัว แล้วหดหู่ และสอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้โดยใช้ความกลัว โดย ศึกษาปัจจัยองค์ประกอบการนำเสนอเนื้อหาของสื่อรณรงค์ที่ใช้หัวใจของกลยุทธ์การรับรู้ด้วยความกลัว ได้ แก่การกระตุ้นความกลัวให้เกิดขึ้นในผู้รับสาร

ทั้งนี้ผู้วิจัยมองเห็นว่า ความแตกต่างที่เกิดขึ้นนั้นหลังรับชมสื่อ เกิดมาจากการใช้ภาพและเสียงพร้อมข้อความประกอบ เมื่อได้ชมวีดิทัศน์รณรงค์ ย่อมทำให้เกิดการรับรู้หลังรับชมสื่อ ดังนี้ จำทำให้เห็นได้ว่า การทำสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้ความกลัวมีการรับรู้ที่มากขึ้นกว่าก่อนรับชมสื่อรณรงค์

จากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี สามารถสรุปได้ว่า การศึกษาความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์เพื่อใช้ในการรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้ความกลัว เป็นสิ่งจำเป็นของนักสื่อสารมวลชนหรือผู้ผลิตสื่อเนื่องจาก การรณรงค์เนื้อหาแต่ละเรื่อง จุดประสงค์ของการรณรงค์ก็จะแตกต่างกันออกไป การเลือกใช้รูปแบบที่เหมาะสมของสื่อเพื่อนำมาใช้ในการรณรงค์ให้ได้ผลมากที่สุด จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะจะเป็นส่วนที่ทำให้สื่อรณรงค์นั้น ๆ ได้ผลดีที่สุด โดยจากผลการศึกษา คือ การใช้ภาพและเสียงพร้อมข้อความประกอบในวีดิทัศน์ทำให้เนื้อหาข้อมูลมีประสิทธิในการรับรู้มากขึ้น ย่อมทำให้เกิดการรับรู้ต่อผู้รับสาร เพราะภาพและเสียงที่ใช้ในการทำสื่อรณรงค์คือตัวกระตุ้นอารมณ์ให้ผู้รับสื่อสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ เมื่อภาพและเสียงที่ใช้น่าสนใจ ตรงประเด็น หรือเนื้อหาของสื่อเป็นสิ่งที่ใกล้ตัวกับผู้รับสื่อโดยตรง ก็จะทำให้ผู้รับสื่อเกิดการเห็นความสำคัญของสื่อรณรงค์สื่อ นั้น เมื่อเราใช้ภาพและเสียงที่เป็นสื่อความหมายด้วยความกลัวในการนำเสนอ ภาพและเสียงรวมถึงข้อความที่ใช้ จะต้องสร้างความรู้สึกรุนแรง หดหู่ น่ากลัว ก้าวร้าว ซึ่งองค์ประกอบนี้จะเป็นตัวกระตุ้น และเปลี่ยนแปลงในอารมณ์และความรู้สึกของผู้รับสื่อได้ดีกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ การวิจัยนี้เป็นเพียงผลจากการทำสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดเท่านั้น สำหรับการทำสื่อรณรงค์ในหัวข้ออื่น ๆ วิธีการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ หรือเทคนิคในการใส่องค์ประกอบต่าง ๆ ลงไปในสื่อเพื่อให้เกิดการรับรู้ ก็อาจจะแตกต่างกันออกไปต้องขึ้นอยู่กับว่า สื่อรณรงค์ประเภทนั้น มีเนื้อหาอย่างไร เหมาะกับการนำเสนอรูปแบบไหน เพราะไม่ใช่ทุกสื่อรณรงค์ที่จะสามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบเชิงการสื่อความหมายด้วยความได้ทั้งหมด

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 งานวิจัยในอนาคต

5.3.1.1 ควรศึกษาวิธีการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ หรือเทคนิคในการใส่องค์ประกอบต่าง ๆ ลงไปในสื่อเพื่อให้เกิดการรับรู้ หรือเกิดความแตกต่างกันออกไป

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรมีการประเมินในเชิงคุณภาพด้านความคิดเห็นของผู้รับสื่อ เนื่องจากจะได้ข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นถึงความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะที่ผู้รับสื่อมีต่อสื่อในแต่ละรูปแบบ

5.3.2.2 ควรมีการเพิ่มรายละเอียดในการเก็บข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้เป็นตัวเลือก เช่น แบบอัตนัย หรือแบบเติมคำ จะช่วยให้การเก็บข้อมูลมีความหลากหลาย ลดการเดาหรือสุ่มเลือกระหว่างการทดลองได้

5.3.2.3 การศึกษาในครั้งนี เป็นการศึกษ การทำสื่อรณรงค์ กรณีตัวอย่าง ในเรื่องการยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) เท่านั้น หากผู้ศึกษาสนใจต้องการทำสื่อรณรงค์ประเภทอื่น

ควรศึกษาเรื่องรูปแบบเนื้อหาในการผลิตสื่อรณรงค์แต่ละประเภท เพื่อจะได้กำหนดรูปแบบที่จะใช้ในการทำสื่อรณรงค์มาใช้อย่างถูกต้องเหมาะสม



## บรรณานุกรม

- [1] ทฤษฎีการสื่อสารที่ควรรู้, หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. (online),(2557), สืบค้นจาก:  
<https://snamiki.wordpress.com/2011/09/24/commart>
- [2] ย้อนมติมหาเถรฯวางกฎเหล็กโรงเรียนในที่สงฆ์ ชี้ขาดปม"มุสลิมสันติ-วัดหนองจอก". (online),  
(2561), สืบค้นจาก: <https://www.isranews.org/content-page/67-south-slide/66630-maha.html>
- [3] มุสลิมฮือประท้วงวัดหนองจอก อ้างรัฐธรรมนูญ+ระเบียบกระทรวงฯ สารพัด. (online),(2554),  
สืบค้นจาก: [http://lovethailandso.blogspot.com/2016/09/blog-post\\_23.html](http://lovethailandso.blogspot.com/2016/09/blog-post_23.html)
- [4] มูลนิธิยุวพัฒน์, การกลั่นแกล้ง (Bullying) ความรุนแรงในสังคม. (online),(2562), สืบค้นจาก:  
<https://www.yuvabadhanafoundation.org/th/ข่าวสาร/บทความทั่วไป/การกลั่นแกล้ง-Bullying-วัยรุ่น/>
- [5] Thestandard, สองสถิติ ‘การกลั่นแกล้ง’ ในรั้วโรงเรียน รู้จักประเภทและการรับมือ. (online),(2562), สืบค้นจาก: <https://thestandard.co/school-bullying/>
- [6] อาณาจักร โกวิทย์, ทฤษฎีการโน้มน้าวใจต่อสื่อมวลชน. (online),(2554), สืบค้นจาก:  
[http://dev.comru7.blogspot.com/2011/09/blog-post\\_21.html](http://dev.comru7.blogspot.com/2011/09/blog-post_21.html)
- [7] วัชรภรณ์ บุญศิริวัฒน์, การโน้มน้าวใจโดยใช้ความกลัว. (online),(2554), สืบค้นจาก:  
<http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title=%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81>
- [8] อัครพล แผ่นทอง, ความหมายของการติดต่อ. (online),(2554), สืบค้นจาก: <https://sites.google.com/site/akkaraphon000000/home-hi>
- [9] Kruoong Blog, ความรู้เบื้องต้นของการติดต่อ. (online),(2554), สืบค้นจาก:  
<http://kruoong.blogspot.com/2011/07/blog-post.html>
- [10] Pae Phuriphan's, วิธีการติดต่อรูปแบบต่างๆ. (online),(2554), สืบค้นจาก:  
<http://paep.huriphan.wordpress.com/2014/10/17/ความหมายของ-การลำดับภาพ/>
- [11] Krupiyadanai, ข้อมูลเทคนิคเบื้องต้นการติดต่อ. (online),(2554), สืบค้นจาก:  
<https://krupi.yadanai.wordpress.com/computer4/เทคโนโลยีสื่อประสม/การติดต่อ/>
- [12] อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2537), การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. วารสารวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน ตุลาคม 2537 , พิมพ์ครั้งที่ 1. 255- กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2537,

[13] เกரியงไกร พัฒนกุลโกเมธ, “ทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชนเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัว”, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร, 2554

[14] ญัฎฐ์ชุตตา วิจิตรจามรี, “การสร้างความหมายและองค์ประกอบเชิงสร้างสรรค์ของสื่อทัศนเพื่อโน้มน้าวใจในการรณรงค์ไม่สูบบุหรี่”, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์, 2558.

[15] หทัยชนก รัตนาชาติ, “การสื่อสารการโน้มน้าวใจเชิงอารมณ์เพื่อต่อต้านการใช้สัตว์ทดลองของบริษัทเครื่องสำอาง”, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์, 2558

[16] ศุภานัน ศิริตั้ง, “การศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโฆษณาโครงการรณรงค์ เมาไม่ขับ ตึ่มไม่ขับ ของมูลนิธิเมาไม่ขับและโครงการรณรงค์ งดเหล้า เข้าพรรษา ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในกลุ่มนักศึกษาเขตกรุงเทพและปริมณฑล”, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2553.

[17] Pinterest, Faces of drunk Driving. (online), (2559), สืบค้นจาก: <http://www.pinterest.com/pin/498421883737212402/>

[18] พัชราภรณ์ ศรีสวัสดิ์, การพัฒนารูปแบบการป้องกันการชมแข่งรถในโรงเรียน. (online), (2561), สืบค้นจาก: [http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/3160/1/chindanai\\_siri.pdf](http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/3160/1/chindanai_siri.pdf)

[19] **ขั้นตอนการผลิตรายการวิดีโอ 3P.** (online), (2557), สืบค้นจาก: <http://fernchon.blogspot.com/2017/07/3-3p-2539-pre-production-1.html>

[20] วาสนา เหมวารุพรชัย, การสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาเพื่อรณรงค์ให้เด็กรักการอ่านหนังสือ หน้า13, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

[21] EDITOR, **ประวัติ Rudolf Arnheim** (Online), 2554, Available: <http://v1.midnightuniv.org/midarti cle.html> (19 กรกฎาคม 2558)

[22] DOP, **ประวัติ Edwins S.Porter** (Online), 2556, Available: <http://www.bloggang.com/viewdiary.Php?id=ilovemovie&month=10-2005&date=13&group=1&blog=1> ( 19 กรกฎาคม 2558).

[23] Ken Dancy Ger. The Technique of Film and Video Editing: History, Theory, and Practice. Focal Press, 2007.

[24] TONGGZ, **ประวัติ Lev Kuleshov** (Online), 2556, Available :<http://www.oknation.net/blog/tonggz/2008/08/04/entry-1> (19 กรกฎาคม 2558).

[25] แก้วเกล้า บรรจง, **แนวคิดการสื่อสารการณรงค์**. (online),(2554), สืบค้นจาก:  
<http://161.200.145.125/bitstream/123456789/60240/1/5984654528.pdf>

[26] ศ.ดร กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์, **ประสิทธิภาพสื่อ**. (Online), 2557, สืบค้นจาก :  
<http://www.krismant.com/images/papers/Efficiency.pdf>

[27] เมธาวิ จำเนียร, **การสื่อสารเพื่อการรณรงค์กิจกรรมทางสังคมในชุมชน**. (online), 2560, สืบค้นจาก : 242429-ไฟล์บทความ-835316-1-10-20200430.pdf



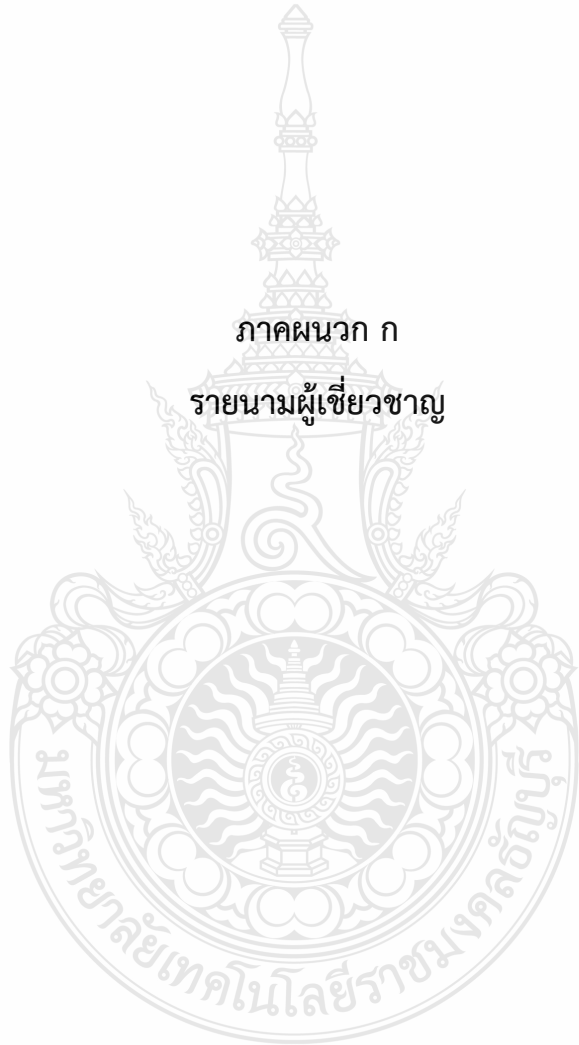


ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญ



## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

### ด้านแบบสอบถาม

1. นาย ฉัตรารุช สุขเฉลิม มหาวิทาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตกรุงเทพ
2. นาย ชัยชนะ ประสาทเกษการณ มหาวิทาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขต  
กรุงเทพ
3. ผศ.ดร. เกสร ทนพลกรัง มหาวิทาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตกรุงเทพ

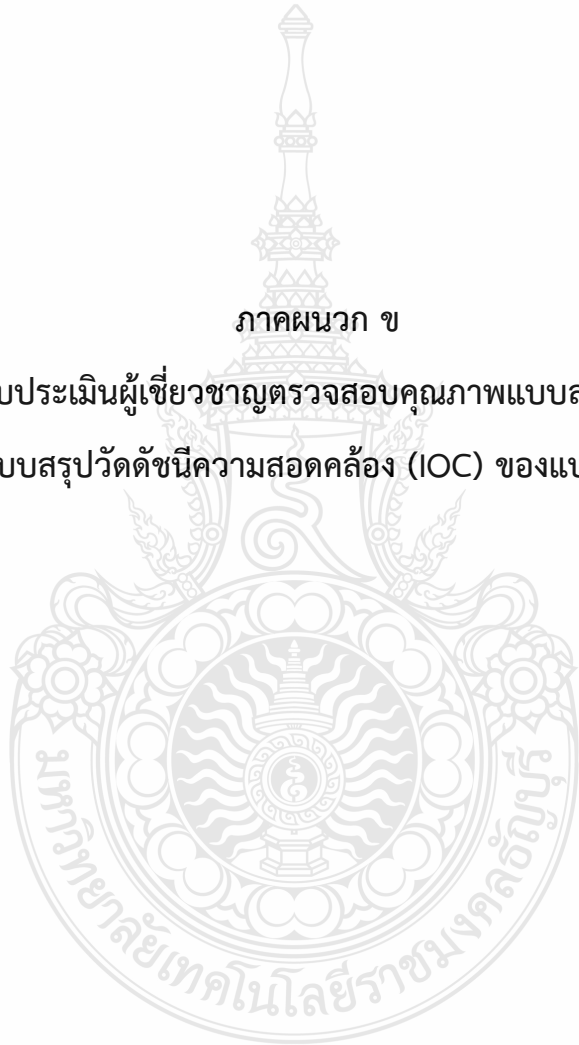
### ด้านสื่อวีดิทัศน์

1. ปิยชนก ศุขสวัสดิ์ ณ อยุธยา บริษัท สปอร์ต ทิปส์ จำกัด
2. ภูติส สลิตระกูล บริษัท สปอร์ต ทิปส์ จำกัด
3. อานนท์ ไกรถาวร บริษัท สปอร์ต ทิปส์ จำกัด



ภาคผนวก ข

แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม  
และ แบบสรุปวัดดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม



## แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวเพื่อรณรงค์ยุติ  
การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully)

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อการผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยสื่อความหมายด้วยความกลัว เปลี่ยนแปลงทัศนคติและ  
ตระหนักรับรู้
2. เพื่อศึกษาผลการตระหนักรู้ ของผู้รับสื่อวีดิทัศน์การรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วย  
คำพูด (Bully)

**เนื้อหาเบื้องต้น :** เป็นสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวเพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้ง  
ผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) จะใช้วีดิโอประกอบจากอินเทอร์เน็ตมาร้อยเรียงผสมกับบทบรรยายที่ออกแนว  
น่ากลัว พร้อม Sound Effect โดยจะแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

1. ตอนที่ 1 เป็นการเล่าถึงประวัติของการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) ข้อมูลเบื้องต้นว่า การกลั่น  
แกล้งผู้อื่นที่พบเจอบ่อยในโรงเรียนมัธยมมีประเภทใดบ้าง และสถิติการ Bully ในประเทศไทย ความ  
ยาว 2 นาที
2. ตอนที่ 2 เป็นเจาะลึกเกี่ยวกับการ Bully ที่พบเจอบ่อยมากที่สุดโรงเรียนมัธยมนั้นก็คือ  
การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด และจะอธิบายถึงการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดมีอะไรบ้าง ผลกระทบที่  
ตามมาเป็นอย่างไร โดยเนื้อหา Episode นี้จะใช้ความกลัวเนื่องด้วย จะยกเหตุการณ์จริง ๆ มาทำให้  
ผู้รับชมตระหนักถึงการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ความยาว 3 นาที
3. ตอนที่ 3 เป็นบทสัมภาษณ์ ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด ซึ่งตอนนี้เขาได้เป็นผู้นำแฟชั่น  
มุสลิม แถวย่านหนองจอก-มีนบุรี และเขาจะมาเล่าเรื่องราวที่เขาถูก Bully สมัยเรียนมัธยม และ  
ผลกระทบที่ตามมาหลังจากการถูก Bully เป็นอย่างไร เป็นเรื่องราวเชิงลบออกแนวน่ากลัว ความยาว 7  
นาที

**คำชี้แจง :** แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัย เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวเพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด เพื่อแก้ปัญหาการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดในโรงเรียนมัธยมเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความ มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะทำการประเมินความเที่ยงตรงในตอนต้นที่ 1,2 และ 3 โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง

+1 = คือ แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม

0 = คือ ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่

-1 = คือ แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้องหรือถูกต้องเพียงใด

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		-1	0	+1	
<b>ความเหมาะสมด้านเนื้อหา</b>					
1	เนื้อหาถูกต้องเหมาะสมตามวิชาการ				
2	ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 1 ประวัติ ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่น				
3	ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 2 การกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วยคำพูด				
4	ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วยคำพูด				
5	การตัดต่อรณรงค์เกี่ยวกับการ Bully มีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์				
6	ความยาวในแต่ละตอนมีความเหมาะสม				
7	สื่อรณรงค์มีความเหมาะสม				
8	เนื้อหาที่มีความเข้าใจง่าย				
9	เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงผลกระทบของการการ Bully ด้วยคำพูด				
10	ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา				
11	เนื้อหาไม่ประโยชน์ต่อผู้รับสาร				

คุณภาพด้านการออกแบบ					
1	การจัดรูปแบบในแต่ละตอน				
2	ภาพและเสียงมีความเหมาะสม				
3	การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละตอน และรูปแบบการนำเสนอ				
4	การใช้เทคนิคในการตัดต่อ				
5	การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในสื่อณรงค์				
6	ความน่าสนใจต่อความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบวิดีโอ				
7	เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อณรงค์				
8	บทสัมภาษณ์ผู้ถูกกลั่นด้วยคำพูดมีความเหมาะสม				
9	การรับรู้ต่อการใช้ความกลัวในการตัดต่อณรงค์				
10	การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว				
ด้านการสื่อความหมายในณรงค์					
1	สื่อวิดีโอณรงค์ช่วยขยายความหมายคำว่า Bully ได้มากขึ้นเพียงใด				
2	สื่อวิดีโอณรงค์บ่งบอกถึงผลกระทบที่ตามมาของการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด				
3	ผู้รับชมสื่อวิดีโอณรงค์เกี่ยวกับการ Bully เกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมา				
4	ภาพและเสียงสื่อถึงความรุนแรงภายในที่ผู้ถูกกลั่นแกล้งได้รับ				
5	สื่อณรงค์สื่อให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้ถูก Bully ได้พบเจอ				
6	บทสัมภาษณ์ “เกี่ยวกับผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด มีการสื่อความหมายเกี่ยวผลกระทบของการ Bully” ให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้				
7	สื่อวิดีโอณรงค์ใช้ภาพและเสียงให้เกิดความกลัวมีความเหมาะสม				
8	เสียงผู้บรรยายมีความน่ากลัวอย่างน้อยเพียงใด				
9	วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกหดหู่ของผู้ที่ถูก Bully				
10	วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกสงสารและเห็นใจผู้ถูก Bully				

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

.....

(.....)

ผู้จัดทำแบบสอบถาม

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง

.....

ผู้ทรงคุณวุฒิ





## แบบสรุประดับชั้นความสอดคล้อง (IOC)

เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวเพื่อรณรงค์ยุติ

การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully)

เกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง (Index of consistency : IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ มีดังนี้

ให้คะแนนเท่ากับ +1 หมายถึง แน่ใจว่าถูกต้อง สอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์

ให้คะแนนเท่ากับ 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้อง

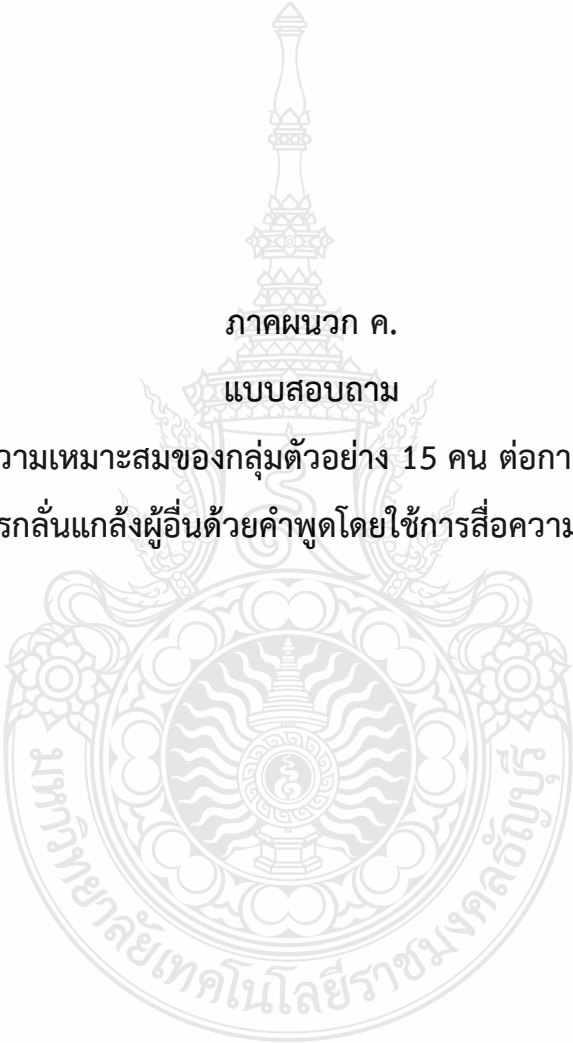
ให้คะแนนเท่ากับ -1 หมายถึง ยังไม่ถูกต้อง ไม่สอดคล้อง ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์

ลำดับที่	ข้อมูลที่สอดคล้อง	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			Σ R	IOC	สรุปผล
		1	2	3			
<b>ด้านเนื้อหา</b>							
1	เนื้อหาถูกต้องเหมาะสมตามวิชาการ	1+	1+	1+	3	1	นำไปใช้ได้
2	ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 1 ประวัติ ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับการ การ กลั่นแกล้งผู้อื่น	1+	0	1+	2	0.67	นำไปใช้ได้
3	ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 2 การกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วยคำพูด	1+	1+	1+	3	1	นำไปใช้ได้
4	ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วย คำพูด	1+	1+	0	2	0.67	นำไปใช้ได้
5	การตัดต่อรณรงค์เกี่ยวกับการ Bully มี เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์	1	1	1	3	1	นำไปใช้ได้
6	ความยาวในแต่ละตอนมีความเหมาะสม	1+	1+	0	2	0.67	นำไปใช้ได้
7	สื่อรณรงค์มีความเหมาะสม	0	1+	1+	2	0.67	นำไปใช้ได้
8	เนื้อหามีความเข้าใจง่าย	1+	0	1+	2	0.67	นำไปใช้ได้
9	เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงผลกระทบของการ การ Bully ด้วยคำพูด	0	1+	1+	2	0.67	นำไปใช้ได้

10	ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา	1+	1+	0	2	0.67	นำไปใช้ได้
11	เนื้อหา มีประโยชน์ต่อผู้รับสาร	1+	1+	1+	3	0.67	นำไปใช้ได้
<b>ด้านการออกแบบ</b>							
1	การจัดรูปแบบในแต่ละตอน	1+	1+	1+	3	1	นำไปใช้ได้
2	ภาพและเสียงมีความเหมาะสม	1+	1+	1+	3	1	นำไปใช้ได้
3	การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละตอน และรูปแบบการนำเสนอ	1+	0	1+	2	0.67	นำไปใช้ได้
4	การใช้เทคนิคในการตัดต่อ	1+	1+	1+	3	1	นำไปใช้ได้
5	การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในสื่อรณรงค์	1+	1+	1+	3	1	นำไปใช้ได้
6	ความน่าสนใจต่อความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบวิดีโอ	1+	1+	0	2	0.67	นำไปใช้ได้
7	เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อรณรงค์	0	1+	1+	2	0.67	นำไปใช้ได้
8	บทสัมภาษณ์ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความเหมาะสม	1+	1+	1+	3	1	นำไปใช้ได้
9	การรับรู้ต่อการใช้ความกลัวในการตัดต่อรณรงค์	1+	1+	0	2	0.67	นำไปใช้ได้
10	การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว	1+	0	1+	2	0.67	นำไปใช้ได้
<b>ด้านการสื่อความหมายในรณรงค์</b>							
1	สื่อวิดีโอรณรงค์ช่วยขยายความหมายคำว่า Bully ได้มากน้อยเพียงใด	1+	1+	1+	3	1	นำไปใช้ได้
2	สื่อวิดีโอรณรงค์บ่งบอกถึงผลกระทบที่ตามมาของการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด	1+	1+	0	2	0.67	นำไปใช้ได้
3	ผู้รับชมสื่อวิดีโอรณรงค์เกี่ยวกับการ Bully เกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมา	1+	1+	0	2	0.67	นำไปใช้ได้
4	ภาพและเสียงสื่อถึงความรุนแรงภายในที่ผู้ถูกกลั่นแกล้งได้รับ	1+	1+	1+	3	1	นำไปใช้ได้
5	สื่อรณรงค์สื่อให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้ถูก Bully ได้พบเจอ	1+	0	1+	2	0.67	นำไปใช้ได้

6	บทสัมภาษณ์ “เกี่ยวกับผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด มีการสื่อความหมายเกี่ยวผลกระทบของการ Bully” ให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้	1+	1+	0	2	0.67	นำไปใช้ได้
7	สื่อวิดีโอณรงค์ใช้ภาพและเสียงให้เกิดความกลัวมีความเหมาะสม	1+	1+	1+	3	1	นำไปใช้ได้
8	เสียงผู้บรรยายมีความน่ากลัวมากน้อยเพียงใด	1+	0	1+	2	0.67	นำไปใช้ได้
9	วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกหดหู่ของผู้ที่ถูก Bully	1+	1	0	2	0.67	นำไปใช้ได้
10	วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกสงสารและเห็นใจผู้ถูก Bully	1+	1+	1+	3	1	นำไปใช้ได้





ภาคผนวก ค.

แบบสอบถาม

- แบบทดสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่าง 15 คน ต่อการรับรู้ของสื่อวีดิทัศน์ การรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว

แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 15 คน การรับรู้ต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์การยุติการกลั่นแกล้งผู้  
ด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเอกสารประกอบการวิจัยของนักศึกษาปริญญาโท คณะเทคโนโลยี  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี ในหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “เรื่อง การผลิตสื่อ  
วีดิทัศน์ โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวเพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด” ผู้วิจัย  
จึงขอความร่วมมือให้ตอบแบบสอบถามตามความจริง ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะไปใช้ประโยชน์  
เพื่อการศึกษา ขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 13 ปี

13-15 ปี

15-18 ปี

สูงกว่า 18 ปี

3. ระดับชั้น

มัธยมต้น

มัธยมปลาย

4. ระดับการศึกษา

ม.3

ม.4

ม.5

ม.6

5. ท่านรับรู้รณรงค์การ Bully ผ่านสื่อใดมากที่สุด

สื่อภาพนิ่ง (แผ่นพับ, โปสเตอร์, รูปภาพ, อินโฟกราฟฟิก)

สื่อภาพเคลื่อนไหว (วิดีโอ สื่อโทรทัศน์)

สื่อเสียง (สปอตวิทยุ)

สื่ออื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

พฤติกรรมในการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully

1. ท่านเคยกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully ไหม

เคย

ไม่เคย

2. ท่านเคยกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully ประเภทใด

- การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด
- การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการทำร้ายร่างกาย
- การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ (Cyberbullying)
- อื่น ๆ

3. ท่านกลั่นแกล้งผู้อื่นเพราะอะไร

- หมั่นไส้
- ความสนุก
- ทำโดยไม่คิดอะไร
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ก่อนและหลังชมสื่อ  
รณรงค์

คำชี้แจง : แบบสอบถามมีทั้งหมด 2 ชุด

ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามก่อนชมสื่อรณรงค์

ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามหลังชมสื่อรณรงค์

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 : มากที่สุด, 4 : มาก, 3 : ปานกลาง, 2 : น้อย, 1 : น้อยที่สุด

ชุดที่ 1 แบบสอบถามก่อนชมสื่อรณรงค์

ข้อที่	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
<b>ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยว การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด</b>						
1.	การล้อรูปร่างหน้าตาผู้อื่นคือการ Bully ใหม่					
2.	เข้าใจการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) มากมายขนาดไหน					
3.	ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) เป็นอันดับ 2 ของโลก					
4.	รู้หรือไม่ การกลั่นแกล้งผู้อื่นพบบ่อยที่สุดใน เด็กมัธยม					
5.	การเรียกเพื่อนว่า ไอ้ดำ, ไอ้ฮ้วน แบบนี้ถือว่าเป็นการ Bully ใหม่					
6.	การกลั่นแกล้งที่พบบ่อยในมัธยม การตบหัว ล้อพ่อแม่ พุดจาเหยียดหยาม ล้อปมด้อย					

7.	การ Bully พบเจอบ่อยในเด็กอายุ 13 ปีขึ้นไป					
8	นักเรียนกว่า 600,000 คน ถูก Bully กว่า 40 %					
9	ประเทศที่มีการ Bully มากที่สุดในโลก คือ ญี่ปุ่น					
10	การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด นั้นมีหลายประเภทมาก อาทิเช่น การล้อรูปร่าง ใช้คำพูดเหยียดฐานะ พูดทำร้ายความรู้สึก และรวมกลุ่มเย้าย่อย					
11	จากข่าว นักเรียน ม.1 ยิ่งเพื่อนเสียชีวิตในโรงเรียน ปมถูกกลั่นแกล้งเกี่ยวกับการ Bully ด้วยคำพูดใหม่					
12	ผลกระทบที่ถูกการ Bully ด้วยคำพูดบ่อย ๆ อาจทำให้สภาพจิตใจย่ำแย่ และ อาจนำไปสู่สภาวะซึมเศร้า และอาจถึงขั้นเสียชีวิต					
13	สิ่งที่คุณถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด ได้พบเจออาจทำให้คุณถูกกลั่นแกล้งเปลี่ยนไปตลอดชีวิตในอนาคต เช่น หันมาพึ่งพายาเสพติด หรือ อาจขอใช้ความรุนแรงในวัยทำงาน					
<b>ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด</b>						
1.	เพื่อนที่อ้วนอยากลดน้ำหนัก แล้วกำลังจะเปลี่ยนตัวเองมาออกกำลังกาย คุณจะเข้าไปทักบอกเขาว่า 5 ปี แล้วนะที่บอกจะลดน้ำหนัก					
2.	หากเพื่อนในห้องใส่ชุดผิดมาเรียน คุณมักจะล้อเลียน					
3.	เพื่อนคนหนึ่งเดินไปไถเงินเพื่อน แล้วบอกว่าถ้าไม่ให้เงิน จะโดนทำร้ายร่างกาย					
4.	ถ้าเพื่อนผู้หญิงใส่ชุดเซ็กซี่คุณมักจะเข้าไปแซว					
5.	แอบถ่ายคลิปเพื่อนตอนเข้าห้องน้ำ และคุณมักเอาไปให้เพื่อนในห้องดูแล้ว เอาไปพูดปากต่อปาก					
6.	เมื่อเพื่อนมีร่างกายไม่สมประกอบ คุณมักไปเรียกปมด้อยเพื่อน					
7	เวลากลั่นแกล้งผู้อื่นแล้วเคยคิดรู้สึกเสียใจที่หลังไหม					
8	เวลาวางมักรวมกลุ่มนั่งนินทาเพื่อนที่ไม่ชอบ					
9	เมื่อคุณเห็นเพื่อนใส่เสื้อเก่ามาโรงเรียน คุณมักถามว่าทำไมเสื้อโทรมจัง					

## ชุดที่ 2 แบบสอบถามหลังชมสื่อรณรงค์

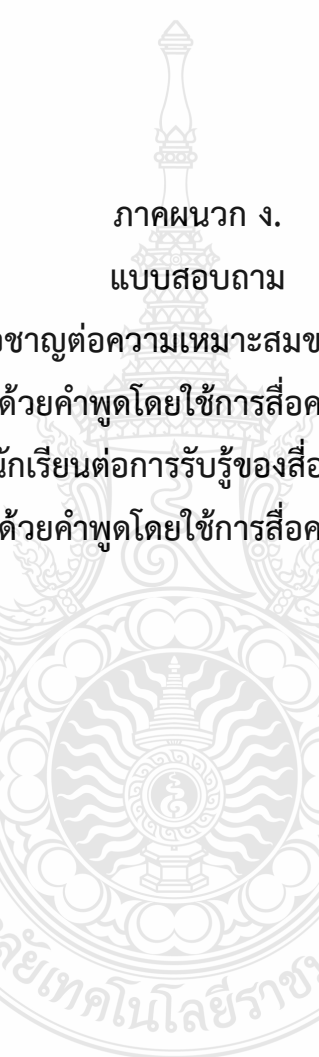
คำแนะนำ : ให้ท่านทำการสื่อรณรงค์ในสื่อวีดิทัศน์ จากนั้นทำแบบสอบถามดังต่อไปนี้ โดยใช้เครื่องหมาย ✓ เลือกคำตอบตามลำดับความพึงพอใจที่ตรงกับความเห็นของท่าน

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
<b>ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยว การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด</b>						
1.	การล้อรูปร่างหน้าตาผู้อื่นคือการ Bully ไหม					
2.	เข้าใจการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) มากมายขนาดไหน					
3.	ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) เป็นอันดับ 2 ของโลก					
4.	รู้หรือไม่ การกลั่นแกล้งผู้อื่นพบบ่อยที่สุดใน เด็กมัธยม					
5.	การเรียกเพื่อนว่า ไอ้ดำ,ไอ้ฮ้วน แบบนี้ถือว่าเป็นการ Bully ไหม					
6.	การกลั่นแกล้งที่พบบ่อยในมัธยม การตบหัว ล้อพ่อแม่ พุดจาเหยียดหยาม ล้อปมด้อย					
7.	การ Bully พบเจอบ่อยในเด็กอายุ 13 ปีขึ้นไป					
8.	นักเรียนกว่า 600,000 คน ถูก Bully กว่า 40 %					
9.	ประเทศที่มีการ Bully มากที่สุดในโลก คือ ญี่ปุ่น					
10.	การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด นั้นมีหลายประเภทมาก อาทิเช่น การล้อรูปร่าง ใช้คำพูดเหยียดฐานะ พุดทำร้ายความรู้สึก และรวมกลุ่มเย้ายัย					
11.	จากข่าว นักเรียน ม.1 ยิงเพื่อนเสียชีวิตในโรงเรียน ปมถูกกลั่นแกล้งเกี่ยวกับการ Bully ด้วยคำพูดโหม					
12.	ผลกระทบที่ถูการ Bully ด้วยคำพูดบ่อย ๆ อาจทำให้ สภาพจิตใจ แย่แย่ และอาจนำไปสู่สภาพอะซึมเศร้า และอาจถึงขั้นเสียชีวิต					
13.	สิ่งที่คุณถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด ได้พบเจออาจทำให้ผู้ถูกกลั่นแกล้ง เปลี่ยนไปตลอดชีวิตในอนาคต เช่น หันมาพึ่งพายาเสพติด หรือ อาจชอบใช้ความรุนแรงในวัยทำงาน					



ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด					
1.	เพื่อนที่อ้วนอยากลดน้ำหนัก แล้วกำลังจะเปลี่ยนตัวเองมาออกกำลังกาย คุณจะเข้าไปทักบอกเขาว่า 5 ปี แล้วยะที่บอกจะลดน้ำหนัก				
2.	หากเพื่อนในห้องใส่ชุดผิดมาเรียน คุณมักจะล้อเลียน				
3.	เพื่อนคนหนึ่งเดินไปไถเงินเพื่อน แล้วบอกว่าถ้าไม่ให้เงิน จะโดนทำร้ายร่างกาย				
4.	ถ้าเพื่อนผู้หญิงใส่ชุดเซ็กซี่คุณมักจะเข้าไปแซว				
5.	แอบถ่ายคลิปเพื่อนตอนเข้าห้องน้ำ และคุณมักเอาไปให้เพื่อนในห้องดูแล้ว เอาไปพูดปากต่อปาก				
6.	เมื่อเพื่อนมีร่างกายไม่สมประกอบ คุณมักไปเรียกปมด้อยเพื่อน				
7.	เวลากลั่นแกล้งผู้อื่นแล้วเคยคิดรู้สึกเสียใจที่หลังไหม				
8.	เวลาวางมักรวมกลุ่มนินทาเพื่อนที่ไม่ชอบ				
9.	เมื่อคุณเห็นเพื่อนเสียเก๋ามาโรงเรียน คุณมักถามว่าทำไมเสียโทรมจัง				





ภาคผนวก ง.

แบบสอบถาม

- แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญต่อความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์การณรงค์ยุติ  
การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว
  - แบบสอบถามนักเรียนต่อการรับรู้ของสื่อวีดิทัศน์การณรงค์ยุติ  
การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว



## แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวเพื่อรณรงค์ยุติ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อการผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว เปลี่ยนแปลงทัศนคติและตระหนักรับรู้
2. เพื่อศึกษาผลการตระหนักรู้ ของผู้รับสื่อ วีดิทัศน์การรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

เนื้อหาเบื้องต้น : เป็นสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวเพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด จะใช้วิดีโอประกอบจากอินเทอร์เน็ตมาร้อยเรียงผสมกับบทบรรยายที่ออกแนวน่ากลัว พร้อม Sound Effect โดยจะแบ่งเป็น 3 Episode ดังนี้

1. ช่วงแรกเป็นการเล่าถึงประวัติของการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) ข้อมูลเบื้องต้นว่า การกลั่นแกล้งผู้อื่นที่พบเจอบ่อยในโรงเรียนมัธยมมีประเภทใดบ้าง และสถิติการ Bully ในประเทศไทย ความยาว 2 นาที
2. ช่วงที่สองเป็นเจาะลึกเกี่ยวกับการ Bully ที่พบเจอบ่อยมากที่สุดโรงเรียนมัธยมนั้นก็คือการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด และจะอธิบายถึงการกลั่นแกล้งผู้อื่นมีอะไรบ้าง ผลกระทบที่ตามมาเป็นอย่างไร โดยเนื้อหา Episode นี้จะใช้ความกลัวเนื้อเรื่อง จะยกเหตุการณ์จริง ๆ มาทำให้ผู้รับชมตระหนักถึงการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ความยาว 3 นาที
3. ช่วงที่สามเป็นบทสัมภาษณ์ ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด ซึ่งตอนนี้เขาได้เป็นผู้นำแฟชั่นมุสลิม แถวย่านหนองจอก-มีนบุรี และเขาจะมาเล่าเรื่องราวที่เขาถูก Bully สมัยเรียนมัธยม และผลกระทบที่ตามมาหลังจากการถูก Bully เป็นอย่างไร เป็นเรื่องราวเชิงลบออกแนวน่ากลัว ความยาว 7 นาที

**คำชี้แจง :** แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการผลิตการตัดต่อสื่อรณรงค์ เพื่อหาความเหมาะสมของสื่อวิดีโอ ให้ท่านทำการดูสื่อวิดีโอ รณรงค์ และทำการเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน โดยวัดในรูปแบบของความเหมาะสมต่อสื่อวิดีโอ รณรงค์ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 : เหมาะสมมากที่สุด , 4 : เหมาะสมมาก , 3 : เหมาะสมปานกลาง 2 : เหมาะสมน้อย และ 1 : เหมาะสมน้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		5	4	3	2	1	
<b>ด้านเนื้อหา</b>							
1	เนื้อหาถูกต้องเหมาะสมตามวิชาการ						
2	ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 1 ประวัติ ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับการ การกลั่นแกล้งผู้อื่น						
3	ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 2 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด						
4	ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด						
5	การตัดต่อ รณรงค์เกี่ยวกับการ Bully มีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์						
6	ความยาวในแต่ละ ตอน มีความเหมาะสม						
7	สื่อรณรงค์มีความเหมาะสม						
8	เนื้อหา มีความเข้าใจง่าย						
9	เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงผลกระทบของการการ Bully ด้วยคำพูด						
10	ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา						
11	เนื้อหา มีประโยชน์ต่อผู้รับสาร						
<b>ด้านการออกแบบ</b>							
1	การจัดรูปแบบในแต่ละตอน						
2	ภาพและเสียงมีความเหมาะสม						

3	การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละ ตอน และรูปแบบการนำเสนอ						
4	การใช้เทคนิคในการตัดต่อ						
5	การโน้มน้าวใจต่อ วิดีโอที่ใช้ใน สื่อรณรงค์						
6	การรับรู้ ต่อเวลาที่ใช้ใน สื่อรณรงค์						
7	เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อรณรงค์						
8	บทสัมภาษณ์ ผู้ถูกกลั่นด้วยคำพูด มีความเหมาะสม						
9	การรับรู้ต่อ การใช้ความกลัวในการตัดต่อ รณรงค์						
10	การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว						
<b>ด้านการสื่อความหมาย</b>							
1	สื่อวิดีโอรณรงค์ช่วยขยายความหมายคำว่า Bully ได้มากน้อยเพียงใด						
2	สื่อวิดีโอรณรงค์บ่งบอกถึงผลกระทบที่ตามมาของ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด						
3	ผู้รับชมสื่อวิดีโอรณรงค์เกี่ยวกับการ Bully เกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมา						
4	ภาพและเสียงสื่อถึงความรุนแรงภายในที่ผู้ถูกกลั่นแกล้งได้รับ						
5	สื่อรณรงค์สื่อให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้ถูก Bully ได้พบเจอ						
6	บทสัมภาษณ์ “เกี่ยวกับผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด มีการสื่อความหมายเกี่ยวผลกระทบของการ Bully” ให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้						
7	สื่อวิดีโอรณรงค์ใช้ภาพและเสียงให้เกิดความกลัวมีความเหมาะสม						
8	เสียงผู้บรรยายมีความน่ากลัวมากน้อยเพียงใด						
9	วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกหดหู่ของผู้ที่ถูก Bully						
10	วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกสงสารและเห็นใจผู้ถูก Bully						

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

.....

(.....)

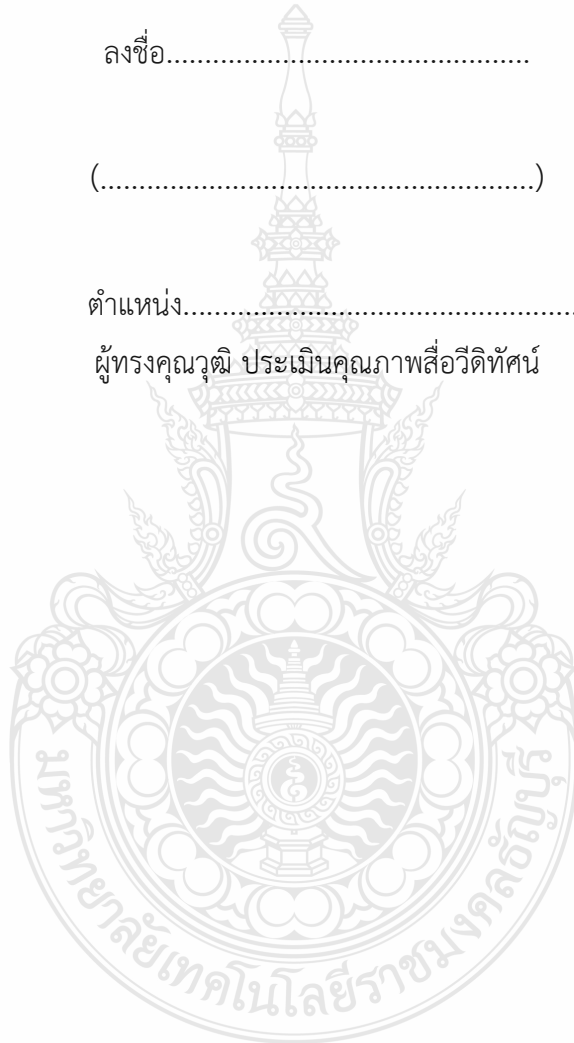
ผู้จัดทำวีดิทัศน์

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ผู้ทรงคุณวุฒิ ประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์



## แบบสอบถาม การรับรู้ต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์การยุติการกลั่นแกล้งผู้ด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเอกสารประกอบการวิจัยของนักศึกษาปริญญาโท คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี ในหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “เรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวเพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด” ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือให้ตอบแบบสอบถามตามความจริง ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา ขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 13 ปี

13-15 ปี

15-18 ปี

สูงกว่า 18 ปี

3. ระดับชั้น

มัธยมต้น

มัธยมปลาย

4. ระดับการศึกษา

ม.3

ม.4

ม.5

ม.6

5. ท่านรับรู้รณรงค์การ Bully ผ่านสื่อใดมากที่สุด

สื่อภาพนิ่ง (แผ่นพับ, โปสเตอร์, รูปภาพ, อินโฟกราฟฟิก)

สื่อภาพเคลื่อนไหว (วิดีโอ สื่อโทรทัศน์)

สื่อเสียง (สปอตวิทยุ)

สื่ออื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

พฤติกรรมในการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully

1. ท่านเคยกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully ไหม

เคย

ไม่เคย

2. ท่านเคยกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการ Bully ประเภทใด

- การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด
- การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยการทำร้ายร่างกาย
- การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ (Cyberbullying)
- อื่น ๆ

3. ท่านกลั่นแกล้งผู้อื่นเพราะอะไร

- หมั่นไส้
- ความสนุก
- ทำโดยไม่คิดอะไร
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ก่อนและหลังชมสื่อ  
รณรงค์

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามมีทั้งหมด 2 ชุด

ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามก่อนชมสื่อรณรงค์

ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามหลังชมสื่อรณรงค์

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 : มากที่สุด, 4 : มาก, 3 : ปานกลาง, 2 : น้อย, 1 : น้อยที่สุด

**ชุดที่ 1 แบบสอบถามก่อนชมสื่อรณรงค์**

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
<b>ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยว การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด</b>						
1.	การล้อรูปร่างหน้าตาผู้อื่นคือการ Bully ไหม					
2.	เข้าใจการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) มากมายขนาดไหน					
3.	ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) เป็นอันดับ 2 ของโลก					
4.	รู้หรือไม่ การกลั่นแกล้งผู้อื่นพบบ่อยที่สุดใน เด็กมัธยม					
5.	การเรียกเพื่อนว่า ไอ้ดำ, ไอ้ฮ้วน แบบนี้ถือว่าเป็นการ Bully ไหม					
6.	การกลั่นแกล้งที่พบบ่อยในมัธยม การตบหัว ล้อพ่อแม่ พุดจาเหยียดหยาม ล้อปมด้อย					



7.	การ Bully พบเจอบ่อยในเด็กอายุ 13 ปีขึ้นไป					
8	นักเรียนกว่า 600,000 คน ถูก Bully กว่า 40 %					
9	ประเทศที่มีการ Bully มากที่สุดในโลก คือ ญี่ปุ่น					
10	การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด นั้นมีหลายประเภทมาก อาทิเช่น การล้อรูปร่าง ใช้คำพูดเหยียดฐานะ พูดทำร้ายความรู้สึก และรวมกลุ่มเยาะเย้ย					
11	จากข่าว นักเรียน ม.1 ยิ่งเพื่อนเสียชีวิตในโรงเรียน ปมถูกกลั่นแกล้งเกี่ยวกับการ Bully ด้วยคำพูดใหม่					
12	ผลกระทบที่ถูกการ Bully ด้วยคำพูดบ่อย ๆ อาจทำให้ สภาพจิตใจ ย่ำแย่ และ อาจนำไปสู่สภาวะซึมเศร้า และอาจถึงขั้นเสียชีวิต					
13	สิ่งที่คุณถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด ได้พบเจออาจทำให้ผู้ถูกกลั่นแกล้ง เปลี่ยนไปตลอดชีวิตในอนาคต เช่น หันมาพึ่งพายาเสพติด หรือ อาจชอบใช้ความรุนแรงในวัยทำงาน					
<b>ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด</b>						
1.	เพื่อนที่อ้วนอยากลดน้ำหนัก แล้วกำลังจะเปลี่ยนตัวเองมาออกกำลัง ภาย คุณจะไปทักบอกเขาว่า 5ปีแล้วนะที่บอกจะลดน้ำหนัก					
2.	หากเพื่อนในห้องใส่ชุดผิดมาเรียน คุณมักจะล้อเลียน					
3.	เพื่อนคนหนึ่งเดินไปไถเงินเพื่อน แล้วบอกว่าถ้าไม่ให้เงิน จะโดนทำร้ายร่างกาย					
4.	ถ้าเพื่อนผู้หญิงใส่ชุดเซ็กซี่คุณมักจะเข้าไปแซว					
5.	แอบถ่ายคลิปเพื่อนตอนเข้าห้องน้ำ และคุณมักเอาไปให้เพื่อนในห้องดูแล้ว เอาไปพูดปากต่อปาก					
6.	เมื่อเพื่อนมีร่างกายไม่สมประกอบ คุณมักไปเรียกปมด้อยเพื่อน					
7	เวลากลั่นแกล้งผู้อื่นแล้วเคยคิดรู้สึกเสียใจที่หลังไหม					
8	เวลาวางมักรวมกลุ่มนั่งนินทาเพื่อนที่ไม่ชอบ					
9	เมื่อคุณเห็นเพื่อนใส่เสื้อเก่ามาโรงเรียน คุณมักถามว่าทำไมเสื้อโทรมจัง					

## ชุดที่ 2 แบบสอบถามหลังชมสื่อรณรงค์

คำแนะนำ : ให้ท่านทำการสื่อรณรงค์ในสื่อวีดิทัศน์ จากนั้นทำแบบสอบถามดังต่อไปนี้ โดยใช้เครื่องหมาย ✓ เลือกคำตอบตามลำดับความพึงพอใจที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

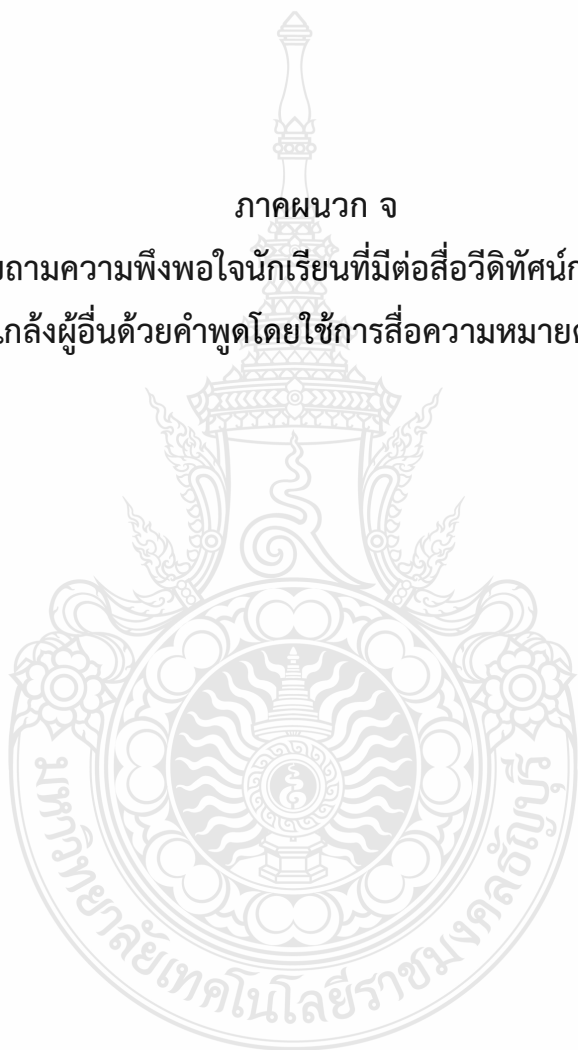
ข้อที่	ข้อความคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
<b>ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยว การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด</b>						
1.	การล้อรูปร่างหน้าตาผู้อื่นคือการ Bully ไหม					
2.	เข้าใจการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) มากมายขนาดไหน					
3.	ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) เป็นอันดับ 2 ของโลก					
4.	รู้หรือไม่ การกลั่นแกล้งผู้อื่นพบบ่อยที่สุดใน เด็กมัธยม					
5.	การเรียกเพื่อนว่า ไอ้ดำ, ไอ้อ้วน แบบนี้ถือว่าการ Bully ไหม					
6.	การกลั่นแกล้งที่พบบ่อยในมัธยม การตบหัว ล้อพ่อแม่ พุดจาเหยียดหยาม ล้อปมด้อย					
7.	การ Bully พบเจอบ่อยในเด็กอายุ 13 ปีขึ้นไป					
8.	นักเรียนกว่า 600,000 คน ถูก Bully กว่า 40 %					
9.	ประเทศที่มีการ Bully มากที่สุดในโลก คือ ญี่ปุ่น					
10.	การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด นั้นมีหลายประเภทมาก อาทิเช่น การล้อรูปร่าง ใช้คำพูดเหยียดฐานะ พุดทำร้ายความรู้สึก และรวมกลุ่มเยาะเย้ย					
11.	จากข่าว นักเรียน ม.1 ยิงเพื่อนเสียชีวิตในโรงเรียน ปมถูกกลั่นแกล้งเกี่ยวกับการ Bully ด้วยคำพูดใหม่					
12.	ผลกระทบที่ถูกการ Bully ด้วยคำพูดบ่อย ๆ อาจทำให้ สภาพจิตใจ ย่ำแย่ และอาจนำไปสู่สภาพวะซึมเศร้า และอาจถึงขั้นเสียชีวิต					
13.	สิ่งที่คุณถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด ได้พบเจออาจทำให้ผู้ถูกกลั่นแกล้ง เปลี่ยนไปตลอดชีวิตในอนาคต เช่น หันมาพึ่งพยายาเสพติด หรือ อาจชอบใช้ความรุนแรงในวัยทำงาน					

ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด					
1.	เพื่อนที่อ้วนอยากลดน้ำหนัก แล้วกำลังจะเปลี่ยนตัวเองมาออกกำลังกาย คุณจะเข้าไปทักบอกเขาว่า 5ปีแล้วนะที่บอกจะลดน้ำหนัก				
2.	หากเพื่อนในห้องใส่ชุดผิดมาเรียน คุณมักจะล้อเลียน				
3.	เพื่อนคนหนึ่งเดินไปไถเงินเพื่อน แล้วบอกว่าถ้าไม่ให้เงิน จะโดนทำร้ายร่างกาย				
4.	ถ้าเพื่อนผู้หญิงใส่ชุดเซ็กซี่คุณมักจะเข้าไปแซว				
5.	แอบถ่ายคลิปเพื่อนตอนเข้าห้องน้ำ และคุณมักเอาไปให้เพื่อนในห้องดูแล้ว เอาไปพูดปากต่อปาก				
6.	เมื่อเพื่อนมีร่างกายไม่สมประกอบ คุณมักไปเรียกปมด้อยเพื่อน				
7.	เวลากลั่นแกล้งผู้อื่นแล้วเคยคิดรู้สึกเสียใจที่หลังไหม				
8.	เวลาร่วมกิจกรรมกลุ่มนั่งนินทาเพื่อนที่ไม่ชอบ				
9.	เมื่อคุณเห็นเพื่อนเสียเก๋มาโรงเรียน คุณมักถามว่าทำไมเสียโทรมจัง				



ภาคผนวก จ

แบบสอบถามความพึงพอใจนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์การณรงค์ยุดิ  
การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว



**แบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์การยุติการกลั่นแกล้งผู้ด้วยคำพูดโดย  
ใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว**

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเอกสารประกอบการวิจัยของนักศึกษาปริญญาโท คณะเทคโนโลยี  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี ในหัวข้อวิทยานิพนธ์ เรื่อง “เรื่อง การผลิตสื่อ  
วีดิทัศน์ โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวเพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด  
(Bully)” ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือให้ตอบแบบสอบถามตามความจริง ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะ  
ไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา ขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

**แบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์**

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

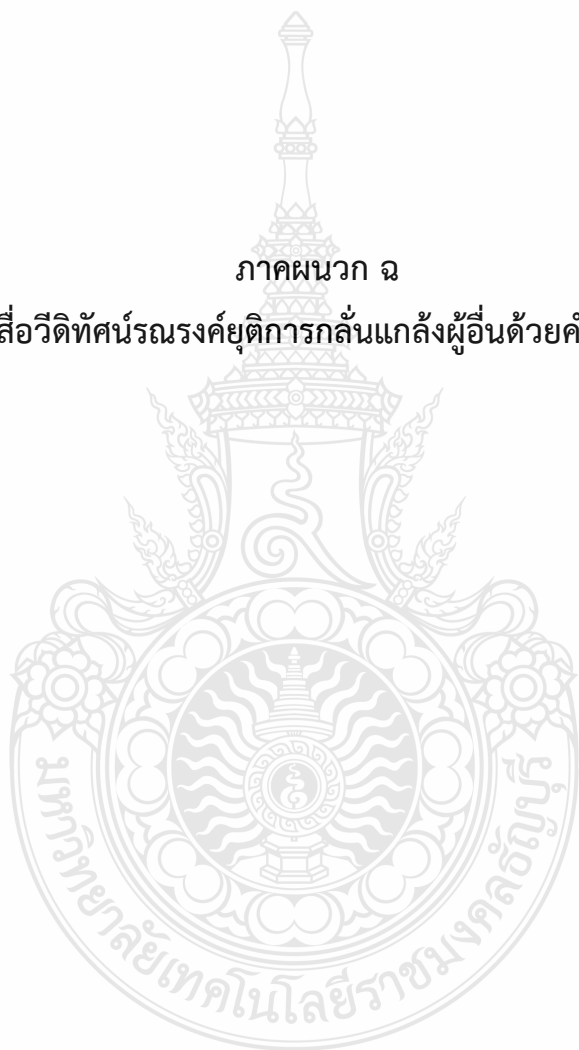
5 : มากที่สุด, 4 : มาก, 3 : ปานกลาง, 2 : น้อย, 1 : น้อยที่สุด

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
<b>ด้านเนื้อหา</b>						
1	เนื้อหาถูกต้องเหมาะสม					
2	ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 1 ประวัติ ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับการ การกลั่นแกล้งผู้อื่น					
3	ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 2 การกลั่นแกล้งพูดอื่นด้วย คำพูด					
4	ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่น แกล้งพูดอื่นด้วยคำพูด					
5	ความยาวในแต่ละ ตอน มีความเหมาะสม					
6	เนื้อหามีความเข้าใจง่าย					
7	เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงผลกระทบของการการ Bully ด้วยคำพูด					
8	ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา					
9	เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้รับชม					

ด้านการออกแบบ						
1	การจัดรูปแบบในแต่ละ ตอน					
2	ภาพและเสียงมีความเหมาะสม					
3	การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละ ตอน และรูปแบบการนำเสนอ					
4	การใช้เทคนิคในการตัดต่อ					
5	การโน้มน้าวใจต่อ วิดีโอที่ใช้ใน สื่อรณรงค์					
6	การรับรู้ ต่อเวลาที่ใช้ใน สื่อรณรงค์					
7	เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อรณรงค์					
8	บทสัมภาษณ์ ผู้ถูกกลั่นด้วยคำพูด มีความเหมาะสม					
9	การรับรู้ต่อ การใช้ความกลัวในการตัดต่อ รณรงค์					
10	การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว					
ด้านการสื่อความหมาย						
1	สื่อวิดีโอรณรงค์ช่วยขยายความหมายคำว่า Bully ได้มากขึ้นเพียงใด					
2	สื่อวิดีโอรณรงค์บ่งบอกถึงผลกระทบที่ตามมาของ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด					
3	ผู้รับชมสื่อวิดีโอรณรงค์เกี่ยวกับการ Bully เกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมา					
4	ภาพและเสียงสื่อถึงความรุนแรงภายในที่ผู้ถูกกลั่นแกล้งได้รับ					
5	สื่อรณรงค์สื่อให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้ถูก Bully ได้พบเจอ					
6	บทสัมภาษณ์ “เกี่ยวกับผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด มีการสื่อความหมายเกี่ยวกับผลกระทบของการ Bully” ให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้					
7	สื่อวิดีโอรณรงค์ใช้ภาพและเสียงให้เกิดความกลัวมีความเหมาะสม					
8	เสียงผู้บรรยายมีความน่ากลัวมากขึ้นเพียงใด					
9	วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกหดหู่ของผู้ที่ถูก Bully					
10	วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกสงสารและเห็นใจผู้ถูก Bully					

ภาคผนวก ฉ

สื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด



สื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดตอนที่ 1



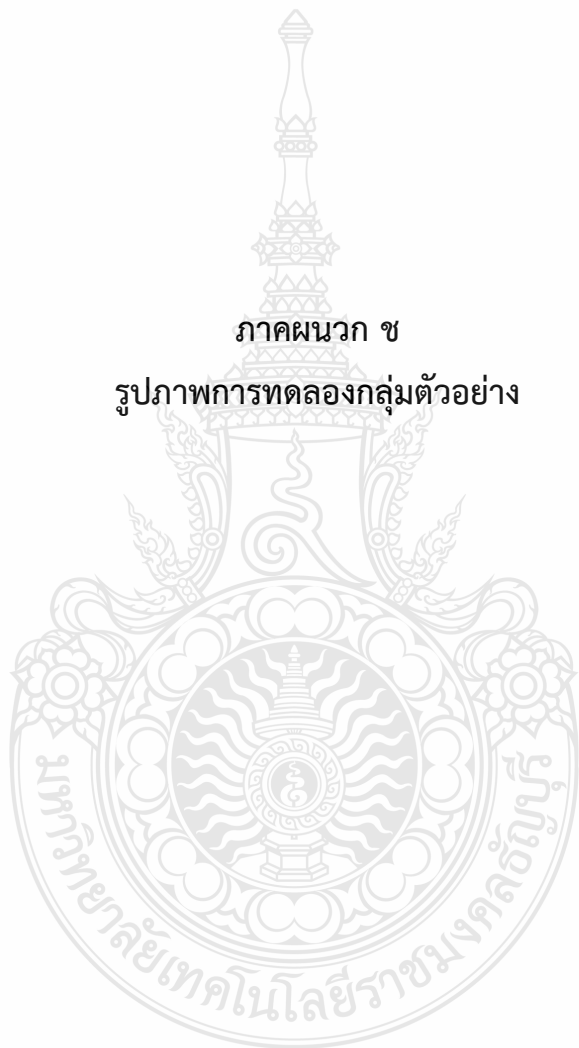


## สื่อวีดิทัศน์ณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดตอนที่ 2



สื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดตอนที่ 3



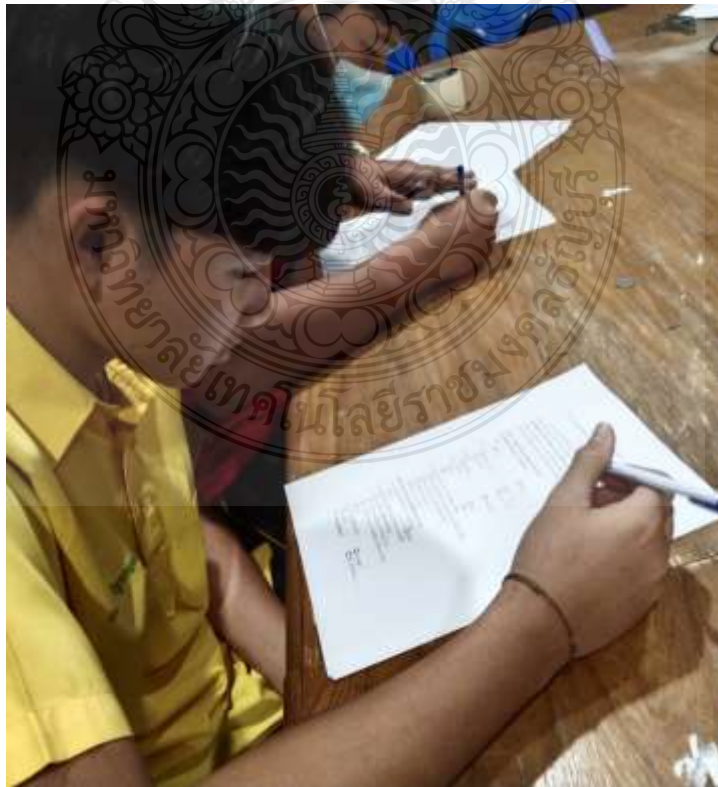


ภาคผนวก ช

รูปภาพการทดลองกลุ่มตัวอย่าง









## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นายกายสิทธิ์ บุญญานพวงศ์
วันเดือนปีเกิด	31 กรกฎาคม 2540
ที่อยู่	209/4 หมู่8 หมู่บ้านนลินญา ซอยประปา5/1 ถนนสกุลดี แขวงหนองจอก เขตหนองจอก จังหวัดกรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10530
ประวัติการศึกษา	ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก ระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ สาขาสื่อสารการกีฬา สถาบันพลศึกษา วิทยาเขตกรุงเทพ
เบอร์โทรศัพท์	088-6011143
อีเมลล์	guytoxic_guy@hotmail.com

