

การสร้างสื่ออินโฟกราฟิก เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย

Media Infographic Creation on Ethical uses of Social Media.

ยุพาวดี ฐานันท์แก้ว

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดียและแอนิเมชัน คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

บทคัดย่อ

การทำวิจัยเรื่องการสร้างสื่ออินโฟกราฟิก เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสร้างสื่ออินโฟกราฟิก เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย (2) เพื่อหาความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักเรียนในโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 100 คน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ได้สื่ออินโฟกราฟิก เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย ที่มีความยาว 3.00 นาที โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาต่อตนเองหรือสังคม (2) ผลความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.60

คำสำคัญ: อินโฟกราฟิก, จริยธรรม, โซเชียลมีเดีย

ABSTRACT

The objectives of this research are (1) to study the Media Infographic creation on the topic of ethical uses of social media; (2) to find the satisfaction of the audiences with the Media Infographic on the topic of ethical uses of social media. The sample group used in this research was 100 mattayomsuksa 1 students from Ayutthaya wittayalai School, Prankhonsriayutthaya district, PrankhonsriAyutthaya provirce. The sample group was chosen purposively.

The results of this research were as follows; (1) There was a 3-minute media infographic lesson on ethical uses of social media to avoid problems of oneself or society; (2) The audiences' satisfaction toward the media infographic on the topic of ethical uses of social media was rated a very good level with 4.22 average score and SD. 0.60.

Key Words: Infographic, ethics, social media

คำนำ

เนื่องด้วยการติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดโลกไร้พรมแดน เมื่อสังคมเกิดขึ้นในโลกออนไลน์ ที่ทุกคนรู้จักกันในชื่อโซเชียลมีเดีย (social media) ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ ผู้รับข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นหรือตอบผู้ให้ข้อมูลได้ การให้ข้อคิดเห็นในบันทึกในบล็อกหรือในวิดีโอ การพูดคุยผ่านโปรแกรมสนทนาออนไลน์หรือเว็บบอร์ด การให้ข้อคิดเห็นและบันทึกว่าชอบโซเชียลมีเดียจึงได้กลายเป็นสื่อทางเทคโนโลยีที่ได้รับความนิยมและใช้งานกันอย่างแพร่หลาย

โซเชียลมีเดีย เป็นช่องทางที่คนไทยนิยมใช้กันมาก อัตราการเติบโตของการติดต่อสื่อสารกับสังคมออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆและโดยธรรมชาติของมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ชอบอยู่ร่วมกัน เป็นกลุ่ม ชอบสื่อสารและแบ่งปันข้อมูลให้แกกัน อยากแสดงออกความมีตัวตนของตนเป็นอย่างไรมาตั้งแต่อดีต เมื่อก่อนคนเขียนบนผนังกำแพง กำแพง ผนังวัด โบราณ และหนังสือ การรับรู้ของสิ่งที่คนเขียนอยู่ในวงจำกัดและขยายไปให้ผู้อื่นใช้เวลานาน (กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว, ออนไลน์) แต่ตอนนี้คนเขียนบนโซเชียลเน็ตเวิร์คผ่านโมบายแอปหรือเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งออนไลน์อยู่บนอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงคนทั้งโลก ทำให้การส่งข้อมูลแพร่กระจายไปได้อย่างรวดเร็วและมีพลังมาก ผลกระทบจากการใช้โซเชียลมีเดียจึงเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ในการใช้โซเชียลมีเดียต้องไม่ทำให้ผู้อื่นได้รับผลกระทบหรือเดือดร้อน ในลักษณะเสื่อมเสียชื่อเสียง ดูหมิ่น หรือปลุกกระดมให้เกิดการทะเลาะวิวาทหรือทำการที่ผิดกฎหมาย ผู้ใช้โซเชียลมีเดียจึงต้องระวังการส่งต่อข้อมูล สื่อสารที่ต้องไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่นและผู้รับสารก็ต้องเสพสารอย่างมีสติ เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดได้ ความน่าสนใจของโซเชียลมีเดียขึ้นอยู่กับว่ามีอิสระในการแสดงออกทางความคิดเห็นและอาจจะทำให้ผู้อื่นเกิดความเสียหายได้ง่าย ซึ่งการจะเอาผิดผู้ที่ทำความเสียหายแก่ผู้อื่นได้นั้น ต้องมีผู้เสียหายเข้าแจ้งความร้องเรียน และดำเนินการเอาผิดโดยกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี

ดังนั้นการใช้โซเชียลมีเดียบวกกับเทคโนโลยีทำให้เกิดการดัดแปลงและตัดต่อข้อความ ภาพ เสียงเป็นไปได้ง่าย ผสมเข้ากับกิเลส รัก โลภ โกรธ หลงที่มีอยู่ในตัวผู้ใช้เอง ย่อมทำให้มีโอกาสสูงที่ผู้ใช้จะละเมิดจริยธรรมของการใช้โซเชียลมีเดีย ผู้จัดทำได้เห็นความสำคัญของจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย จึงจัดทำสื่ออินโฟกราฟิก เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย เพื่อให้ผู้รับชมสื่ออินโฟกราฟิก เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย ปลูกฝังจริยธรรมเบื้องต้นในการใช้โซเชียลมีเดีย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างสื่ออินโฟกราฟิก เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย
2. เพื่อหาความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. อินโฟกราฟิกส์

อินโฟกราฟิกส์ (Infographics) หมายถึง การนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศ ในลักษณะของข้อมูลและกราฟิกส์ที่อาจเป็นลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ ผู้ชมเข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมดได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจอีก (จงรัก เทศนา, 2556)

หลักการออกแบบอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1. ด้านข้อมูล โดยข้อมูลที่ให้นำเสนอ ต้องมีความหมาย มีความน่าสนใจ เรื่องราวเปิดเผย เป็นจริง มีความถูกต้อง
2. ด้านการออกแบบ ซึ่งการออกแบบต้องมีรูปแบบ แบบแผน โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน และความสวยงาม โดยออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย และใช้ได้จริง

2. จริยธรรม

ได้รวบรวมความหมายจริยธรรม จากผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่าน ดังนี้ (วริยา ชินวรรโณ, 2546)

1. ท่านพุทธทาสภิกขุ กล่าวว่า จริยธรรม แปลว่า เป็นสิ่งที่พึงประพฤติจะต้องประพฤติ ซึ่งอยู่ในรูปของปรัชญาคือสิ่งที่ต้องคิดต้องนึกและใช้คำภาษาอังกฤษว่า Ethics ส่วนศีลธรรม หมายถึง สิ่งที่กำลังประพฤติอยู่หรือประพฤติแล้ว ต้องทำอยู่จริง เพราะเป็นปัญหาเฉพาะหน้า โดยใช้คำภาษาอังกฤษว่า Morality

2. วิทย์ วิศทเวทย์ อธิบายว่า จริยธรรม คือ ความประพฤติตามค่านิยมที่พึงประสงค์ โดยใช้วิชาจริยศาสตร์ ศึกษาพฤติกรรมด้านคุณค่า สามารถวิเคราะห์ค่านิยมที่เป็นคู่กัน (dichotomy) สามารถแยกแยะได้ว่าสิ่งดีควรกระทำและสิ่งใดชั่วควรละเว้น

3. ระวี ภาวิไล ได้อธิบาย ชีวิต คือการมีคนและมีโลกสัมพันธ์กัน จริยธรรมเป็นหลักกำหนดว่าตนมุ่งอะไรในโลกและพึงปฏิบัติอย่างไร ดังนั้นจึงแบ่งจริยธรรมออกเป็น 3 ข้อ คือ (1) รู้จักโลกรู้จักตน (2) รู้จักทุกขู้จักชีวิต และ (3) รู้จักทุกขในชีวิต

จากความหมายที่กล่าวมา สรุปได้ว่า จริยธรรม หมายถึงแนวทางซึ่งเป็นกฎเกณฑ์ในการประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้องดีงาม และเป็นลักษณะที่สังคมต้องการเป็นสิ่งที่เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคมส่วนรวม บุคคลที่มีจริยธรรมอยู่ในตนเอง ย่อมเป็นที่ยอมรับนับถือของคนในสังคมและสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างเป็นปกติสุข เป็นคนที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของสังคมส่วนรวม

3. โซเชียลมีเดีย

“Social” หมายถึง สังคม ซึ่งในที่นี้จะหมายถึงสังคมออนไลน์ ซึ่งมีขนาดใหญ่มากในปัจจุบัน คำว่า “Media” หมายถึง สื่อ ซึ่งก็คือ เนื้อหา เรื่องราว บทความ วิดีโอ เพลง รูปภาพ เป็นต้น ดังนั้นคำว่า Social

Media จึงหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (นักฐานกรณ์ ขำละอง, ออนไลน์)

ประเภทของ Social Media

1. บล็อก (Blog) คือเว็บไซต์รูปแบบหนึ่ง ที่มีลักษณะคล้าย ๆ กับการเขียนไดอารี่ หรือ บันทึกรายส่วนตัว ซึ่งเป็นที่นิยมกันมากในปัจจุบัน

2. Twitter และ Microblog อื่น ๆ เป็นรูปแบบหนึ่งของ Blog ที่จำกัดขนาดของการ Post แต่ละครั้งไว้ที่ 140 ตัวอักษร โดยแรกเริ่มเดิมที ผู้ออกแบบ Twitter ต้องการให้ผู้ใช้เขียนเรื่องราวว่าคุณกำลังทำอะไรอยู่ในขณะนี้ (What are you doing?) แต่กิจการต่าง ๆ กลับนำ Twitter ไปใช้ในทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง การบอกต่อ การเพิ่มยอดขาย การสร้าง Brand หรือเป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า

3. Social Networking เป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงเรากับเพื่อน ๆ จนกลายเป็นสังคม ทั้งนี้ผู้ใช้จะเริ่มต้นสร้างตัวตนของตนเองขึ้นในส่วนของ Profile ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนตัว (Info) รูป (Photo) การจดบันทึก (Note) หรือ วิดีโอ (Video) และอื่น ๆ นอกจากนี้ Social Networking ยังมีเครื่องมือสำคัญในการสร้างจำนวนเพื่อนให้มากขึ้น คือ ในส่วนของ Invite, "Friend" และ "Find Friend" รวมถึงการสร้างเพื่อนจากเพื่อนของเพื่อนอีกด้วย เช่น Facebook เป็นต้น

4. Media Sharing เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้เราสามารถ upload รูปหรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับครอบครัว เพื่อน ๆ หรือแม้กระทั่งเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน เราอาจจะใช้กล้องดิจิทัลราคาถูก ๆ ถ่ายทอดความคิดเป็นรูปแบบวิดีโอ จากนั้นนำขึ้นไปสู่เว็บไซต์ Media Sharing อย่าง YouTube หากสิ่งที่แชร์เป็นที่ชื่นชอบของผู้อื่น ก็ทำให้เกิดการบอกต่อ ๆ ไปอย่างแพร่หลาย

5. Social News and Bookmarking เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและเปิดโอกาสให้คะแนนและทำการโหวตได้ เป็นเสมือนมหาชนช่วยกันกรองว่าบทความหรือเนื้อหาใดนั้นเป็นที่น่าสนใจที่สุด

6. Online Forums ถือเป็นรูปแบบของ Social Media ที่เก่าแก่ที่สุด เป็นเสมือนสถานที่ที่ให้ผู้คนเข้ามาพูดคุยในหัวข้อที่พวกเขาสนใจ ซึ่งอาจจะเป็นเรื่อง เพลง ภาพยนตร์ การเมือง กีฬา สุขภาพ หนังสือ ข้อมูล การลงทุน และอื่น ๆ ประโยชน์คือสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนจนถึงการแนะนำสินค้าหรือบริการต่างๆ นักการตลาด

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชรี เมืองมุสิก, ธันวีรัชต์สินธนะกุล, จิรพันธุ์ ศรีสมพันธ์ (2557) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อการสอนด้วยภาพอินโฟกราฟิกส์ ผ่านระบบเครือข่าย วิชาการระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผลการศึกษาพบว่า สื่อการสอนด้วยภาพอินโฟกราฟิกส์มีประสิทธิภาพได้ตามเกณฑ์ของเมกุยแกนส์ มีค่าเท่ากับ 1.09 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังเรียน สูงกว่า

ก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผลการสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาพบว่านักศึกษาที่มีความพึงพอใจในสื่อการสอนที่พัฒนาขึ้น อยู่ในระดับมาก ($X = 4.35$, $SD = 0.56$)

ปาไลดา ศรีทาบุตร และ นฤมล อินทวิรัช (2559) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่อง “เพราะอะไร ทำไมถึงอ้วน” ผลการศึกษาพบว่า (1) ได้สื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง “เพราะอะไร ทำไมถึงอ้วน” ที่มีความยาว 3.00 นาที โดยมี เนื้อหาเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้อ้วน (2) ผลจากการประเมินความพึงพอใจการออกแบบอินโฟกราฟิกส์ เรื่อง “เพราะอะไร ทำไมถึงอ้วน” พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$, $SD = 0.74$)

อิริยา ผ่องพิทยา, ศุภรดา คณารักษ์สมบัติ, กัญทิมา อิมใจ (2558) ศึกษาเรื่อง การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก แอนิเมชัน เรื่อง ภาวะโลกร้อน ผลการศึกษาพบว่า การประเมินคุณภาพสื่อจากผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านเนื้อหาและด้านเทคนิค มีค่าเฉลี่ย 3.99 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 โดยรวมอยู่ในระดับดี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย โดยมีขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยดังนี้

ประชากร คือ นักเรียนในโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 791 คน ข้อมูลสารสนเทศจากโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย ประจำเดือน พฤษภาคม 2559

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักเรียนในโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 100 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การสร้างสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการ การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย ตามหลัก 3P ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้ (ปาไลดา ศรีทาบุตร และ นฤมล อินทวิรัช, 2559)

1. ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production)

1.1 กำหนดหัวเรื่องและศึกษาข้อมูล โดยกำหนดรูปแบบการนำเสนอสื่อเป็นอินโฟกราฟิก เนื้อเรื่องเกี่ยวกับจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย

1.2 นำข้อมูลที่ได้ออกมาตรวจสอบว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือมากน้อยแค่ไหน

1.3 เรียบเรียงข้อมูลและวางโครงเรื่องให้กระชับและเข้าใจง่าย

1.4 ออกแบบ Story Board

2. ขั้นตอนการผลิต (Production)

2.1 สร้างภาพที่จะใช้ในสื่อ โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator

2.2 บันทึกและทดสอบเสียงบรรยายที่ใช้ในสื่อ โดยใช้โปรแกรม Sound Recorder

2.3 จัดวางองค์ประกอบของรูปภาพและกำหนดการเคลื่อนไหว โดยใช้โปรแกรม Adobe After Effect

3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

3.1 ทดลองแล้วปรับปรุงแก้ไขสื่อ

3.2 ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน 3 ท่าน และปรับปรุงแก้ไขจากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

3.3 เก็บรายละเอียดของงานทั้งหมด

2.2 การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ การสร้างสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. พิจารณาความพึงพอใจที่คาดว่าจะมีผลต่อการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกส์ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสรุปถึงความพึงพอใจต่างๆ ที่จะใช้ในการศึกษา

3. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง โดยกำหนดขอบเขตคำถาม 3 ด้าน คือ ด้านการออกแบบด้านภาพและเสียง และด้านเนื้อหา ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย และใช้มาตราส่วนประมาณค่าตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scales) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

4. นำแบบสอบถามความพึงพอใจที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ พิจารณาเพื่อความชัดเจนทางภาษาและความถูกต้องเหมาะสมตามเนื้อหา

5. ทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง สำหรับเกณฑ์ที่ใช้การประเมินความพึงพอใจ ใช้เกณฑ์ตามที่ บุญชม ศรีสะอาด (2553) ได้กำหนดไว้ดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง พึงพอใจมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง พึงพอใจน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง ฟังพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การยอมรับ คือผู้ชมมีความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไป ซึ่งก็คือได้คะแนน 3.51 ขึ้นไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกเจาะจงนักเรียนจากโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย ระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 100 คน

ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการติดต่อประสานงานกับทางโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเข้าเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการเผยแพร่สื่อ โดยเริ่มจากการชี้แจงรายละเอียดของตัวงานวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่สื่อ จากนั้นเริ่มการเผยแพร่สื่อผ่านทางคอมพิวเตอร์ และตามด้วยแบบสอบถามความพึงพอใจ จนแล้วเสร็จขบวนการการเผยแพร่สื่อต่อกลุ่มตัวอย่าง และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความเรียบร้อยของแบบสอบถามแต่ละฉบับก่อนนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาบันทึกข้อมูลและประมวลผล

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการสร้างสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย

ผู้วิจัยได้สร้างสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดียที่มีความยาว 3.00 นาที โดยมีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับ การมีจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย เช่น YouTube, Facebook, Hi5, Twitter, Skype, Wikipedia, Yahoo, Answers, Line และ Instragram เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาต่อตนเองหรือสังคม โดย ไม่แชร์เรื่องเท็จ เรื่องโกหก หรือเรื่องหลอกลวงผู้อื่นในโลกโซเชียล โดยใช้ความเชื่อใจและไม่ระแวงของเหยื่อ มาทำการหลอกลวงเพื่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพย์สินหรือตัวของเหยื่อเอง ไม่โพสต์สิ่งที่มีผิดลิขสิทธิ์ ผิดกฎหมาย ไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น ไม่แอบใช้โซเชียลมีเดียของคนอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของ ไม่นำข้อมูลของผู้อื่นมาทำการเผยแพร่ ก่อนได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อมูล



ภาพที่ 1 ตัวอย่างผลงานสื่ออินโฟกราฟิกส์

2. ผลความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย

จากการทำแบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักเรียนในโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจ การสร้างสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย ผู้วิจัยได้ประเมินในด้านต่างๆ ดังเสนอในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย

รายการประเมิน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการออกแบบ			
1.1 การออกแบบสื่อมีความน่าสนใจ	4.46	0.61	มาก
1.2 สีของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.34	0.65	มาก
1.3 ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.29	0.69	มาก
1.4 สีตัวอักษรกับสีพื้นหลังมีความเหมาะสม	4.51	0.50	มากที่สุด
1.5 การจัดวางตัวอักษรเหมาะสมและง่ายต่อความเข้าใจ	4.28	0.75	มาก
1.6 ภาพที่ใช้ประกอบสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.38	0.63	มาก
เฉลี่ย	4.38	0.64	มาก
2. ด้านภาพและเสียง			
2.1 สีของภาพที่ใช้ประกอบมีความเหมาะสม	4.08	0.63	มาก
2.2 ความน่าสนใจของภาพที่ใช้ประกอบ	4.01	0.73	มาก
2.3 ความเหมาะสมของภาพที่ใช้ประกอบ	3.80	0.64	มาก
2.4 ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ	4.07	0.49	มาก
2.5 ความเหมาะสมของเสียงบรรยายที่ใช้ประกอบ	3.77	0.53	มาก
2.6 ขนาดความสมดุลของภาพกับหน้าจอ	4.33	0.59	มาก
2.7 ภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ประกอบลงตัวกับเสียงบรรยาย	4.33	0.51	มาก
2.8 ความชัดเจนของภาษาที่ใช้สื่อความหมาย	4.40	0.51	มาก
2.9 ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้กับวัยของผู้ชม	4.49	0.58	มาก
เฉลี่ย	4.14	0.58	มาก
3. ด้านเนื้อหา			
3.1 เนื้อหาที่น่าสนใจ	3.72	0.64	มาก
3.2 เนื้อหาน่าติดตาม	3.72	0.55	มาก
3.3 เนื้อหาทันสมัยต่อเหตุการณ์	4.20	0.62	มาก
3.4 ปริมาณของเนื้อหาที่เหมาะสม	3.65	0.58	มาก
3.5 ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	4.41	0.57	มาก
3.6 ความเหมาะสมของเนื้อหากับระดับของผู้ชม	4.53	0.50	มากที่สุด
3.7 เกิดจริยธรรมเบื้องต้นในการใช้โซเชียลมีเดีย	4.28	0.65	มาก
3.8 การนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์	4.60	0.49	มากที่สุด

รายการประเมิน	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
เฉลี่ย	4.14	0.58	มาก
เฉลี่ยทุกด้าน	4.22	0.60	มาก

จากตารางที่ 1 เมื่อนำผลความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดียมาหาค่าเฉลี่ย ได้ระดับความพึงพอใจทุกด้านเท่ากับ 4.22 โดยมีค่าอยู่ในช่วง 3.51 - 4.50 ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก สรุปได้ว่า สื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย ทำให้ผู้ชมมีระดับความพึงพอใจมาก

สรุปผลการวิจัย

การสร้างสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย ใช้กระบวนการผลิตสื่อ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production) ขั้นตอนการผลิต (Production) และขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) ที่มีการเรียบเรียงเนื้อเรื่องของจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย กระชับ ได้ใจความและทันต่อยุคสมัย รวมถึงการใช้รูปภาพประกอบเสียงบรรยายที่ชัดเจน จึงส่งผลให้สื่ออินโฟกราฟิกส์ที่มีการดำเนินเรื่องเหมาะสมกับระดับของผู้ชม ดึงดูดความสนใจของผู้ชม ดังผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

การประเมินความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย โดยนักเรียนในโรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 100 คน พบว่าด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ย 4.38 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 หมายถึงการประเมินในด้าน การออกแบบอยู่ในระดับมาก ด้านภาพและเสียง มีค่าเฉลี่ย 4.14 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 หมายถึงการประเมินในด้านภาพและเสียง อยู่ในระดับมาก และด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.14 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 หมายถึงการประเมินในด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมาก สรุปได้ว่า การประเมินภาพรวมทุกด้านที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกส์ เรื่องจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ย 4.22 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ในการพัฒนาสื่อครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องการใช้โซเชียลมีเดียของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา เพื่อเพิ่มข้อจริยธรรมในการใช้โซเชียลมีเดียให้เหมาะสมกับยุคสมัย เพราะการใช้โซเชียลมีเดียมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

เอกสารอ้างอิง

กานดา รุณนะพงศา สายแก้ว. ผลกระทบของโซเชียลเน็ตเวิร์คหรือโซเชียลมีเดียต่อสังคมไทย. ค้นเมื่อ 21 มกราคม 2560 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/471684Solo>.
 จงรัก เทศนา. อินโฟกราฟิกส์ (Infographics). ค้นเมื่อ 30 มกราคม 2560 จาก http://www.krujongrak.com/infographics/infographics_information.pdf.

นัทฐากรณ์ ขำละออง. โซเชียลมีเดีย (Social Media). ค้นเมื่อ 23 มกราคม 2560 จาก <https://sites.google.com/site/nattakonpe/khwam-hmay-1>.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ปาลิดา ศรีทาบุตร และ นฤมล อินทirkษ์. (2559). การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง “เพราะอะไร ทำไมถึงอ้วน”.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

พัชรี เมืองมุสิก, ธันวีรัชต์สินธนะกุล, จิรพันธุ์ ศรีสมพันธ์. (2557). การพัฒนาสื่อการสอนด้วยภาพอินโฟกราฟิกส์ ผ่านระบบเครือข่าย วิชาการระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

วริยา ชินวรรณ. (2546). จริยธรรมในวิชาชีพ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

อิริยา ฝ่องพิทยา, ศุภรดา คณารักษ์สมบัติ, กัญทิมา อิมใจ. (2558). การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชัน เรื่องภาวะโลกร้อน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.