

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างรวดเร็วทุกวันนี้ ส่วนหนึ่งมาจากอิทธิพลของสื่อ ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อดำรงชีวิตประจำวัน กลายเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิต ทุกคนสามารถรับรู้ข่าวสารหรือสื่อสารได้ตลอดเวลา ทั้งในบ้านและนอกบ้าน จากสื่อประเภทต่างๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต ฯลฯ รวมถึงสื่อประเภทบุคคล เช่น ตัวการ์ตูน ดารา นักร้อง พนักงานขาย ครู เพื่อนญาติ ฯลฯ ซึ่งสื่อเหล่านี้ล้วนแต่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของมนุษย์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม สื่อสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างอิสระปราศจากการขวางกั้น ที่เรียกกันว่า “เสรีภาพของสื่อและข้อมูลข่าวสารชนิดไร้พรมแดน” ทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอาจเป็นเรื่องจริงหรือไม่จริงก็ได้ อาจแต่งเติมหรือตัดทอนเนื้อหาบางส่วน เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ รวมทั้งสื่อมวลชนบางประเภทยังเอื้อผลประโยชน์ต่อธุรกิจอีกด้วย เช่น การสอดแทรกเนื้อหาโฆษณาเข้าไปไว้ในสื่อ การสร้างค่านิยมการบริโภคและนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาสร้างสรรค์ผลงาน การประกอบสร้างเนื้อหาที่เกินจริง เนื้อหาไม่เหมาะสม โดยไม่คำนึงถึงผู้บริโภค

เด็กกับสื่อถือเป็นของคู่กันอย่างแยกกันไม่ออก เพราะเด็กและเยาวชนเป็นช่วงวัยที่ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าช่วงวัยอื่นๆ และยังเป็นช่วงวัยที่พร้อมจะเรียนรู้และพัฒนาตนเองจากสิ่งต่างๆ รอบตัว ดังนั้นเด็กจึงสามารถรับรู้ จดจำเนื้อหา จากสารที่มาจากสื่อได้เป็นอย่างดี การบริโภคสื่อของเด็กและเยาวชน จึงมีผลกระทบทางตรงต่อความคิดและพฤติกรรม จากการศึกษาการโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มในรายการสำหรับเด็ก ทางฟรีทีวี 4 ช่อง ได้แก่ ช่อง 3 5 7 และ 9 พบว่า ร้อยละ 94 ของอาหารและเครื่องดื่มที่โฆษณา เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการไม่เหมาะสม รวมถึงการโฆษณายังใช้ פרิเซนต์ที่เป็นดาราคนที่มีชื่อเสียง ใช้การ์ตูน และการใช้ mock up ที่ทำให้อาหารมีขนาดใหญ่เกินความเป็นจริง โดยเน้นเรื่องรสชาติอาหาร ส่งเสริมให้บริโภคเกินความจำเป็น และบริโภคแทนอาหารมื้อหลัก มีการใช้คำให้รู้สึกราคาถูกลง และเด่นหรือด้อยกว่าคนอื่น นอกจากนี้ ยังมีเนื้อหาส่อไปในทางเพศ ซึ่งไม่เหมาะสมกับเด็กและพบโฆษณาแฝงทุกรูปแบบ ขณะที่กฎหมายควบคุมการโฆษณาในปัจจุบันไม่ครอบคลุมการโฆษณาที่มีรูปแบบและเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก [1]

หากผู้รับสารหรือผู้บริโภคสื่อ ไม่รู้เท่าทันสื่อ ไม่รู้จักพิจารณาแยกแยะเลือกรับสารจากสื่อ ด้วยสติปัญญาและไม่หาข้อมูลเพิ่มเติม ก็อาจที่จะตกเป็นทาสทางความคิดหรือตกเป็นเหยื่อทางธุรกิจได้ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเด็กที่ยังขาดความรู้ ความคิดและทักษะในการแยกแยะสิ่งประกอบสร้าง

ของสารที่มากับสื่อ เมื่อเด็กเข้าถึงสื่อจะไม่มีแยกแยะสิ่งต่างๆ เขาจะเชื่อทั้งหมดที่สื่อนำเสนอ ทั้งดีและไม่ดี ประกอบกับพัฒนาการของสื่อโทรทัศน์ที่มีรูปแบบชวนให้น่าสนใจ มีส่วนกระตุ้นให้เด็กมีแนวโน้มการบริโภคที่เป็นไปเพื่อตอบสนองค่านิยม หรือ “การบริโภคเพื่อค่านิยม” อีกทั้งเด็กยังซึมซับแนวคิดในเนื้อหาของโฆษณาสินค้าบางอย่างที่แฝงไว้ด้วย ค่านิยมที่ไม่เหมาะสม และสิ่งที่ตามมาจากการบริโภคสื่อ ก็คือความผูกพันในเรื่องเพศและความรุนแรงในที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องสุขภาพโภชนาการ เพื่อการเจริญเติบโตของเด็กและเยาวชน ดังที่ นภินทร ศิริไทย [2] กล่าวไว้ว่า หากเด็กและเยาวชนได้รับข่าวสารที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่มีการพินิจพิเคราะห์ ใคร่ครวญสารเพื่อสุขภาพและโภชนาการที่สื่อนำเสนออย่างรอบครอบเพียงพอ ก็อาจเกิดปัญหาภาวะโภชนาการในเด็กตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นโรคอ้วน โรคขาดสารอาหาร ฟันผุ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ทำให้เด็กและเยาวชนเจริญเติบโตทั้งทางร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณอย่างไม่เหมาะสม อีกทั้งยังทำให้ประเทศต้องสูญเสียเงินงบประมาณไปกับการ “ซ่อม” สุขภาพมากกว่าการ “สร้าง” สุขภาพ การสร้างภูมิคุ้มกันการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพที่ดีให้กับเด็กและเยาวชน จะช่วยส่งผลให้เด็กและเยาวชนไทย มีแนวคิดและพฤติกรรมในเรื่องของโภชนาการ การบริโภคอาหาร ขนมอบเคี้ยว การดูแลสุขภาพอนามัยอย่างถูกต้องเหมาะสม โดยจะไม่ตกเป็นเหยื่อของเนื้อหาที่แฝงมากับสื่ออีกต่อไป

การรู้เท่าทันสื่อจะช่วยไม่ให้เราตกเป็นทาสของสื่อได้โดยง่าย ดังที่องค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อไว้ในปฏิญญา Grunwald (Grunwald Declaration) ว่า “เราต้องเตรียมเยาวชนสำหรับการอยู่ในโลกของอิทธิพลจากภาพและเสียง” ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของการศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน และนับตั้งแต่มีปฏิญญาดังกล่าว องค์การยูเนสโก ได้มีการดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษาการรู้เท่าทันสื่ออย่างกว้างขวาง [3]

และในประเทศไทย เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ [4] ได้ทำการศึกษา “เรื่องการรู้เท่าทันสื่อมีเดียลิตเดอเลซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในประเทศไทย” และได้ยืนยันคำกล่าวของ Potter ที่ว่าทุกคนมีความรู้เท่าทันสื่อในระดับหนึ่ง แต่จะมีมากมีน้อยไม่เท่ากัน โดยเอื้อจิตได้นิยามการรู้เท่าทันสื่อหรือมีเดียลิตเดอเลซี ว่าเป็น ระดับของความรู้ ความคิด หรือ การอนุมาน หรือ พุทธิปัญญา (Cognitive Level) ของบุคคลต่อองค์ประกอบด้านต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 ความตระหนัก ระดับที่ 2 ความเข้าใจ ระดับที่ 3 การวิเคราะห์ และ ระดับที่ 4 การประเมิน เพื่อสร้างเป็นเครื่องมือมาตรฐานเพื่อวัดลักษณะหรือระดับมีเดียลิตเดอเลซี

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อ ถือเป็นความรู้และทักษะสำคัญที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตของเด็กและเยาวชน ในสังคมยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง สังคมแห่งการบริโภคนิยม เพราะเด็กและเยาวชน

นอกจากจะอยู่ในช่วงวัยแห่งการเรียนรู้แล้วยังเป็นวัยที่ที่ถูกช่วยเหลือหรือเข้าวนจากสื่อได้โดยง่าย การรู้เท่าทันสื่อจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เด็กและเยาวชน ตระหนักถึงอิทธิพลของสารที่มากับสื่อ และเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตประจำวันได้

การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยการเตรียมความพร้อมให้เด็กมีทักษะในการดำรงชีวิต จากการเปลี่ยนแปลงของสังคมอย่างรวดเร็ว โดยเน้นการปฏิรูปการจัดการเรียนการสอนตลอดจน การเตรียมความพร้อมด้านต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ ที่เน้นทักษะ 3 ด้าน ได้แก่ 1.ทักษะชีวิตและอาชีพ (Life and Career Skills) 2.ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Skills) 3.ทักษะสารสนเทศสื่อและเทคโนโลยี (Information, Media and Technology Skills) โดยการ จัดสภาพการเรียนรู้ ที่เน้นคุณลักษณะเชิงวิพากษ์ (Critical Attributes) เชิงสหวิทยาการ (Interdisciplinary) ยึดโครงงานเป็นฐาน (Project-based)และอื่นๆ ซึ่งคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นได้จากความร่วมมือ (Collaboration) ในการทำงานเป็นทีม การคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) ในปัญหาที่ซับซ้อน การนำเสนอด้วยวาจาและด้วยการเขียน นักเรียนมีคุณลักษณะเป็นผู้ชี้นำตนเองได้ (Self-directed) มีการทำงานทั้งอย่างเป็นอิสระและอย่างร่วมมือกันคนอื่นได้

ชุดฝึกอบรม คือ สื่อการสอนชนิดหนึ่งซึ่งเป็นชุดของสื่อประสม (Multi-Media) ซึ่งหมายถึงสื่อการสอนตั้งแต่สองชนิดขึ้นไปร่วมกันเพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้ตามที่ต้องการ สื่อที่นำมาใช้ร่วมกันนี้จะช่วยเสริมประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ตามลำดับขั้นที่จัดเอาไว้ที่จัดขึ้นสำหรับหน่วยการเรียนรู้ตามหัวข้อเนื้อหาและประสบการณ์ของแต่ละหน่วยที่ต้องการจะให้ผู้เรียนได้รับ [5]

เทคโนโลยีเสมือนจริง Augmented Reality Technology หรือเรียกสั้นๆว่า “ เทคโนโลยี AR” (Augmented Reality) เป็นเทคโนโลยีที่ผสมผสานเอาโลกในความเป็นจริงและโลกเสมือนที่สร้างขึ้นมาผสานเข้าด้วยกันผ่านซอฟต์แวร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ เป็นการสร้างข้อมูลอีกข้อมูลหนึ่งที่เป็นส่วนประกอบบนโลกเสมือน (virtual world) เช่น ภาพกราฟิก วิดีโอ รูปทรงสามมิติ และข้อความ ตัวอักษร ให้ผนวกซ้อนทับกับภาพในโลกจริงที่ปรากฏบนกล้อง แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แบบที่ใช้ภาพสัญลักษณ์และแบบที่ใช้ระบบพิกัดในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างข้อมูลบนโลกเสมือนจริง แบบที่แสดงอยู่นี้เป็นแบบที่ใช้ภาพสัญลักษณ์ซึ่งในทางเทคนิคแล้วเรียกว่า “Marker” (อ่านว่า มาร์คเกอร์) หรืออาจจะเรียกว่า “AR Code” ก็ได้ โดยใช้กล้องเว็บแคมในการรับภาพ เมื่อซอฟต์แวร์ที่เราใช้งานอยู่ประมวลผลรูปภาพเจอสัญลักษณ์ที่กำหนดไว้ก็จะแสดงข้อมูลภาพสามมิติที่ถูกระบุไว้ในโปรแกรมให้เห็น เราสามารถที่จะหมุนดูภาพที่ปรากฏได้ทุกทิศทางหรือเรียกว่าหมุนได้ 360 องศา [6]

Aurasma (ออริสมา) เป็นแอปพลิเคชันหนึ่งที่ใช้สำหรับการสร้างสื่อในโลกแห่งความจริงเสมือน (Augmented Reality) เหมาะสำหรับการพัฒนาสื่อที่ใช้กับอุปกรณ์ประเภท ไอโฟน ไอแพด รวมถึงอุปกรณ์คอมพิวเตอร์พกพาต่างๆ ที่ใช้ระบบปฏิบัติการไอโอเอส (IOS) และแอนดรอยด์ (Android) คุณสมบัติพิเศษของออริสมา จะเป็นตัวกลางสำหรับการเชื่อมโยงโลกของความจริง และโลกของความจริงเสมือนเข้าด้วยกัน โดยแสดงผลออกมาในรูปแบบสื่อปฏิสัมพันธ์ที่มองเห็นควบคุม และสัมผัสได้ผ่านทางหน้าจอ ทั้งที่เป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง การเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ตามที่กำหนดไว้ สามารถติดตั้งแอปพลิเคชัน ออริสมา ได้ฟรีทั้งในระบบปฏิบัติการไอโอเอส (IOS) และแอนดรอยด์ (Android) [7]

ดังนั้นการนำเอาเทคโนโลยีเสมือนจริง โดยใช้โปรแกรมออริสมา มาสร้างเป็นชุดฝึกอบรม จะช่วยกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง ช่วยการกระตุ้นการเรียนรู้ทำให้นักเรียนเกิดความสนใจ สอดคล้องกับรูปแบบการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ผู้วิจัยจึงเกิดแนวคิดในการสร้างชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริงเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาสำหรับเด็กและเยาวชน มาใช้ในการจัดฝึกอบรม เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา ทั้งนี้จะช่วยทำให้นักเรียน เกิดแรงจูงใจในการเรียนรู้และเกิดทักษะในการคิดวิเคราะห์ แยกแยะข้อมูลที่ได้รับจากสื่อ ตีความ ประเมินค่า ช่วยให้นักเรียนรู้ทันชั้นเชิงของสื่อและบุคคลสามารถนำข้อมูลสาระจากสื่อ มาใช้ประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตประจำวันได้ และผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการจัดกระบวนการฝึกอบรมเรื่องเท่าทันสื่อโฆษณาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อ และสำรวจความต้องการชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริงเรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน ของกลุ่มตัวอย่าง
2. เพื่อหาคุณภาพสื่อชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน
3. เพื่อหาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียนด้วยชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อของเด็กและเยาวชนอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน และผู้เรียนมีความต้องการเรียนรู้ด้วยสื่อสมัยใหม่ เช่น ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน อยู่ในระดับมาก
2. ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน มีคุณภาพอยู่ในระดับดีขึ้น
3. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียนด้วยชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน หลังเข้ารับการอบรม สูงกว่าก่อนเข้ารับการอบรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. นักเรียนที่เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจต่อสื่อชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน อยู่ในระดับมากที่สุด

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้เข้ารับการฝึกอบรม โดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน มีพฤติกรรมการบริโภคที่คำนึงถึงสุขภาพมากยิ่งขึ้น
2. ผู้เข้ารับการฝึกอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน มีทักษะในการคิดวิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อโฆษณาได้
3. ได้แนวคิดในการพัฒนารูปแบบการจัดฝึกอบรมเรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเนื้อหาบทเรียนเรื่องอื่นๆได้

1.5 ขอบเขตของการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตเนื้อหาในการพัฒนาชุดฝึกอบรม

การพัฒนาระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน ผู้วิจัยได้ศึกษาและกำหนดขอบเขตเนื้อหา ดังนี้ คือ เนื้อหาในการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา (Advertising) ข้อมูลทางโภชนาการในการบริโภคของเด็กและเยาวชนที่ทำให้เกิดปัญหา ด้านสุขภาพ เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน เป็นต้น และสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา เพื่อเป็นการเพิ่มระดับการรู้เท่าทันสื่อและป้องกันตนเองจากอิทธิพลของสื่อโฆษณา

1.5.2 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนวัดบางปะกอก สำนักงานเขตราชวัตรบูรณะ กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2557 จำนวน 7 ห้องเรียน 289 คน

1.5.3 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 โรงเรียนวัดบางปะกอก สำนักงานเขตราชวัตรบูรณะ กรุงเทพมหานคร จำนวน 1 ห้องเรียน (40 คน) ซึ่งได้มาโดย วิธีการสุ่มตัวอย่างสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

1.5.4 ผู้เชี่ยวชาญ

1. ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสมบูรณ์ทางด้านเนื้อหา เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการรู้เท่าทันสื่อไม่น้อยกว่า 5 ปี หรือที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 3 ท่าน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Specified Sampling) จากผู้ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญอย่างแท้จริง และยินดีเป็นผู้เชี่ยวชาญ

2. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อและเทคโนโลยี เป็นผู้ชำนาญทางด้านสื่อและเทคโนโลยีที่มีวุฒิการศึกษาไม่น้อยกว่าระดับปริญญาโท หรือผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับด้านสื่อประสมไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 3 ท่าน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Specified Sampling) จากผู้ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญอย่างแท้จริงและยินดีเป็นผู้เชี่ยวชาญ

1.5.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. แบบสอบถามเพื่อการวิจัยการพัฒนาระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริงเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน

2. แบบประเมินคุณภาพของสื่อชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน

3. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นแบบทดสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ

4. แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อการพัฒนาระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริงเรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยยึดหลักเกณฑ์ของ Likert

1.5.6 ระยะเวลาและสถานที่ที่ใช้ในการทดลอง

- ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557 โดยทำการทดลอง จำนวน 1 วัน
- ห้องเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนวัดบางปะกอก สำนักงานเขตราชบุรี
บูรณะ กรุงเทพมหานคร

1.5.7 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรต้น คือ สื่อชุดฝึกอบรมแบบผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน
2. ตัวแปรตาม ได้แก่
 1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา
 2. คุณภาพของสื่อชุดฝึกอบรมโดยใช้เทคโนโลยีผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา
 3. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนที่เรียนด้วยชุดฝึกอบรมโดยใช้เทคโนโลยีผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน
 4. ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อชุดฝึกอบรมแบบผสานความจริง เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ชุดฝึกอบรมแบบผสานความจริง หมายถึง สื่อที่ใช้ในการบรรยายและจัดกิจกรรมในการฝึกอบรม เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เรียนรู้เป็นขั้นตอน ด้วยการเรียนรู้แบบได้มีโอกาสลงมือปฏิบัติหรือการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งอยู่ในสื่อสิ่งพิมพ์, ทัศน, ภาพข้อมูลที่ต้องใช้อุปกรณ์ที่มีโปรแกรมออร์สมาเพื่อเข้าถึงข้อมูลดังกล่าว

เทคโนโลยีผสานความจริง หรือAugmented Reality(AR) หมายถึง เทคโนโลยีใหม่ที่ผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริง (Real) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual) ทำให้ภาพที่เห็นในจอภาพกลายเป็นวัตถุ 3 มิติ หรือ เชื่อมโยงวิดีโอ ซึ่งเป็นเนื้อหาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา โดยการทำงานผ่านโปรแกรมออร์สมา (Aurasma Appication) เมื่อนำสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต มาสแกนด้วยโปรแกรมออร์สมา ก็จะแสดงผลเป็นวิดีโอหรือภาพเคลื่อนไหว

การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความรู้ ความสามารถหรือทักษะที่ผู้เรียนมีต่อการเข้าถึงสื่อ วิเคราะห์ ประเมินและสื่อสารได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งสามารถแยกแยะกระบวนการผลิต ตีความหมายของสาร

ที่ส่งจากสื่อ ด้วยการคิดใคร่ครวญ วิเคราะห์ถึงกระบวนการของสื่อสารมวลชนอย่างมีหลักการ ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของสื่อมวลชนโดยไม่รู้ตัว ละ ไม่ตกเป็นเหยื่อของสื่อโฆษณา สามารถเลือกซื้อสินค้า และรับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ระดับการรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy skill) หมายถึง ระดับของความรู้ ความคิด หรือ การอนุมาน หรือพุทธิปัญญา(Cognitive Level) ของบุคคลต่อองค์ประกอบด้านต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ ระดับที่ 1 ความตระหนัก ระดับที่ 2 ความเข้าใจ ระดับที่ 3 การวิเคราะห์ และ ระดับที่ 4 การประเมิน โดยผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจและ ความสามารถของบุคคลในการการคิดทำความเข้าใจ วิเคราะห์วิพากษ์เนื้อหาสาร หรือสิ่งที่สื่อนำเสนอและสามารถตีความเนื้อหาในสาระที่แฝงอยู่ในสื่อและ สามารถประเมิน ตัดสินคุณค่าในสิ่งที่สื่อนำเสนอได้

โฆษณา (Advertising) หมายถึง สื่อที่นักเรียนพบเห็นและเกิดสนใจ และเตือนความทรงจำเกี่ยวกับ สินค้า บริการ ที่อยู่ในรูปแบบของภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ล้วนแต่มีรูปแบบที่น่าสนใจ ส่งผลให้เกิด พฤติกรรมการบริโภคของนักเรียน

คุณภาพ หมายถึง ผลจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อชุดฝึกอบรมโดยใช้เทคโนโลยีผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา ซึ่งประกอบด้วยเทคโนโลยีใหม่ที่ผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริงเข้ากับโลกเสมือนที่มีความน่าสนใจและมีความสมบูรณ์ในด้านเนื้อหา อยู่ในเกณฑ์ระดับ 3.50 ขึ้นไป

ผลสัมฤทธิ์ หมายถึง คะแนนจากการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นแบบทดสอบแบบปรนัย ชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกเชิงบวก คือ ความรู้สึกชอบ พอใจของผู้เรียนที่มีต่อสื่อชุดฝึกอบรมแบบผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน ซึ่งมีผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจในระดับมาก หรือตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป

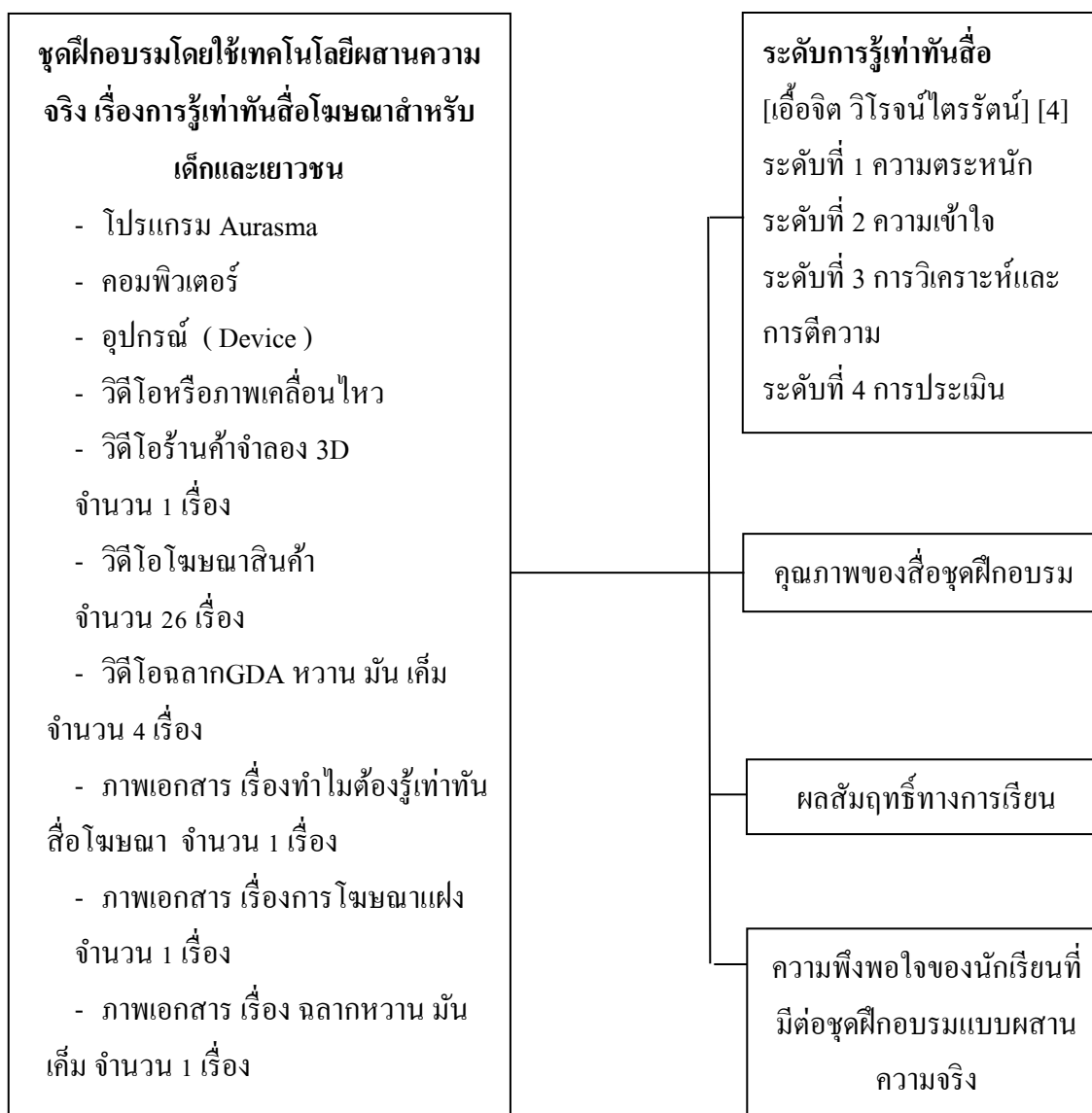
นักเรียน หมายถึง นักเรียนที่ได้รับการฝึกอบรมโดยใช้สื่อชุดฝึกอบรมแบบผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน

1.7 กรอบแนวความคิด (Conceptual Framework of the Study)

ชุดฝึกอบรมโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาสำหรับเด็กและเยาวชน สามารถเขียนกรอบความคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ :

ตัวแปรตาม :



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย