



## PRACTICAL GUIDANCE FOR RESEARCH UTILIZING: A PUBLIC COMMUNICATION OF RESEARCH RESULTS THROUGH MASS MEDIA

Nitta ROONKASEAM<sup>1</sup>, Jarernnate SAENGDOUNGKHAE<sup>2</sup>, Nisararat WILAILUK<sup>1</sup>,

Pawinee THUMNONTIKOON<sup>3</sup> and Sumeentra PHATCHANA<sup>3</sup>

1 Phranakhon Rajabhat University, Thailand; nitta@pnru.ac.th (N. R.); announzer@gmail.com (N. W.)

2 Hatyai University, Thailand; jarernnate@hotmail.com

3 Independent Researcher, Thailand; pawinee\_ple@hotmail.com (P. T.); dedo-donutst@hotmail.co.th (S. P.)

### Handling Editor:

Professor Dr.Kittisak JERMSITTIPARSERT

University of City Island, Cyprus

### Reviewers:

1) Associate Professor Dr.Tikalang SUKKUL

Kanchanaburi Rajabhat University, Thailand

2) Assistant Professor Dr.Natwipa SINSUWARN

RMUTT, Thailand

3) Assistant Professor Dr.Sermsiri NINDUM

Chiang Rai Rajabhat University, Thailand

### Abstract

This research aimed to study the guidelines for supporting research paper utilization through public communication with the mainstream mass media of Thailand. The results revealed that analyzing communication issues from research results was the beginning of important communication of research results. The guidelines for analyzing communication issues were to track social interests or "social trends" in the research and pay attention to "keywords". Furthermore, these guidelines were associated with analyzing news value for communication to the mass media. Therefore, the knowledge gained from this research was the guidelines on research results' communication to the mass media with an effective method, focusing on selecting contents and choosing "keywords" or distinctive points of research results from the research procedure.

**Keywords:** Guideline, Communication, Research Result, Research Utilization, Mass media

**Citation Information:** Roonkaseam, N., Saengdongkhae, J., Wilailuk, N., Thumnontikoon, P., & Phatchana, S. (2022). Practical Guidance for Research Utilizing: A Public Communication of Research Results Through Mass Media. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, 11(2), 327-338. <https://doi.org/10.14456/jirgs.2022.34>

## แนวทางการผลักดันผลงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์: การสื่อสารผลงานวิจัยสู่สาธารณะผ่านสื่อมวลชน

นิษฐา หุ่นเกษม<sup>1\*</sup>, เจริญเนตร แสงดวงแข<sup>2</sup>, นิตรารัตน์ วิไลลักษณ์<sup>1</sup>, ภาวิณี ธรรมนนทิกุล<sup>3</sup> และ สุมีนตรา พัฒชนะ<sup>3</sup>

1 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร; nitta@pnru.ac.th (นิษฐา); announzer@gmail.com (นิตรารัตน์)

2 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่; jaremnate@hotmail.com

3 นักวิจัยอิสระ; pawinee\_ple@hotmail.com (ภาวิณี); dedo-donutst@hotmail.co.th (สุมีนตรา)

### บรรณาธิการผู้รับผิดชอบบทความ:

ศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ เจริญศิริประเสริฐ

มหาวิทยาลัยชิตีไอส์แลนด์ สาธารณรัฐไชปรัส

### ผู้ทรงคุณวุฒิผู้พิจารณาบทความ:

1) รองศาสตราจารย์ ดร.ติกาหลัง สุขกุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลดำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการผลักดันผลงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์ผ่านการสื่อสารสู่สาธารณะด้วยการใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนกระแสหลักของประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์ประเด็นสื่อสารจากผลงานวิจัย นับเป็นจุดตั้งต้นในการสื่อสารผลงานวิจัยที่สำคัญ โดยแนวทางการวิเคราะห์ประเด็นสื่อสารได้แก่ การวิเคราะห์ประเด็นสื่อสารจากการติดตามความสนใจของสังคม หรือ “Social Trend” และ การให้ความสำคัญกับ “คำสำคัญ” หรือ Keyword ในการวิจัยจากรายงานการวิจัยของนักวิจัย แนวทางการวิเคราะห์ประเด็นการสื่อสารดังกล่าวนี้มีความเชื่อมโยงกับการวิเคราะห์คุณค่าข่าวเพื่อการสื่อสารสู่สื่อมวลชน องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้คือ แนวทางในการสื่อสารผลงานวิจัยสู่สาธารณะด้วยเทคนิควิธีที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ นักวิจัยต้องให้ความสำคัญกับการเลือกเนื้อหาและจะต้องสกัด “คำสำคัญ” หรือจุดเด่นของผลงานวิจัย จากกระบวนการวิจัยและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

**คำสำคัญ:** แนวทาง, การสื่อสาร, ผลงานวิจัย, การใช้ประโยชน์, สื่อมวลชน

**ข้อมูลอ้างอิง:** นิษฐา หุ่นเกษม, เจริญเนตร แสงดวงแข, นิตรารัตน์ วิไลลักษณ์, ภาวิณี ธรรมนนทิกุล และ สุมีนตรา พัฒชนะ. (2565). แนวทางการผลักดันผลงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์: การสื่อสารผลงานวิจัยสู่สาธารณะผ่านสื่อมวลชน. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 11(2), 327-338. <https://doi.org/10.14456/jirgs.2022.34>

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565)

## บทนำ

พันธกิจที่สำคัญประการหนึ่งของนักวิจัย คือ การผลักดันให้ผลลัพธ์และนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยได้ใช้ประโยชน์ตามเป้าหมาย ตลอดจนสื่อสารกับสังคมเพื่อขับเคลื่อนสังคมฐานความรู้ โดยเฉพาะกับผู้กำหนดนโยบาย ผู้ใช้ประโยชน์ ประชาคมวิจัย ตลอดจนกลุ่มผู้ฟังทั่วไปและกลุ่มสื่อมวลชน คณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการงานวิจัยของหน่วยงานให้ทุนดำเนินการวิจัยต่างๆ โดยเฉพาะของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) (ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า สกสว.) ทำให้ได้พบว่า สกสว. ก็ได้มีการทำงานสื่อสารผลงานวิจัยสู่สังคมและสนับสนุนให้ผู้ประสานงานชุดโครงการวิจัยต่างๆ ได้เรียนรู้เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ งานวิจัยเพื่อผลักดันผลงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์ด้วยเช่นกัน และประสบความสำเร็จพอสมควรในการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัย (สุทธิพันธ์ จิตพิมลมาศ, 2561; จันทร์จรัส เรียวเดชะ, 2561) ตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรม “งานสื่อสารกับสังคม” ที่ สกสว. (ในชื่อเดิม) ได้จัดสัมมนาเรื่องการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ผลงานวิจัยให้กับผู้บริหาร สกสว. และผู้ประสานงานของชุดโครงการต่างๆ โดยการเชิญวิทยากรที่เป็นนักเขียนและสื่อมวลชนมาฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการให้ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเสริมสร้างทักษะการประชาสัมพันธ์ให้กับนักวิจัยและนักบริหารงานวิจัยได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณชนมากขึ้น นอกเหนือจากนั้นแล้วยังมีการจัดตั้งหน่วยงานสื่อสารสังคม เพื่อดำเนินการแถลงข่าว การส่งข่าวให้กับสื่อมวลชน หรือการนำสื่อมวลชนลงพื้นที่วิจัยจริง เป็นต้น (สุทธิพันธ์ จิตพิมลมาศ, 2561)

การทบทวนงานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผลงานวิจัยต่อสังคม เช่น งานของ Davidson & Mankanjee (2022) Ibem et al. (2017) และ Melvin et al. (2020) แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารผลงานวิจัยต่อสาธารณะมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสื่อมวลชน ซึ่งเป็น “non-academic channel” หรือช่องทางการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการเมื่อเปรียบเทียบกับ การเผยแพร่ผลงานวิจัยในลักษณะของบทความวิชาการหรือบทความวิจัย การทบทวนงานวิจัยดังกล่าว นั้นยังทำให้พบอีกด้วยว่า การคำนึงถึงผู้รับสารและแปลงร่างผลงานวิจัยที่จะสื่อสารออกไปให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายนั้นเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากภารกิจนี้มีความท้าทายและเรียกร้องทักษะของนักวิจัยสูงมาก เพราะนักวิจัยจะต้องทำหน้าที่เป็น “ผู้จัดส่งความรู้แก่ผู้ต้องการ/จำเป็นต้องใช้” กับผู้รับสารเป้าหมายที่มีคุณลักษณะและความต้องการแตกต่างกัน ไม่ได้เป็นเพียงแต่ผู้ถ่ายทอดหรือแพร่กระจายความรู้เท่านั้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2559)

ข้อมูลจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผลงานวิจัย ยังทำให้พบงานของ อมรรฎัก เจริญโชติธรรม และคณะ (2560) เรื่อง “การเผยแพร่งานวิจัยผ่านนวัตกรรมการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยท้องถิ่น” โดยงานวิจัยของอมรรฎัก และคณะ พบว่า กระบวนการพัฒนานักสื่อสารงานวิจัยและนักสร้างสรรค์สื่อมีหลักการสำคัญ กล่าวคือ 1) การเข้าใจสายพานการผลิตและเผยแพร่สื่อลักษณะผลงานวิจัย 2) การวิเคราะห์สื่อและผู้รับสารเพื่อทำให้ทราบว่าการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อใครและเพื่อวัตถุประสงค์ใด 3) การเตรียมเนื้อหาให้พร้อมและรู้ขอบเขตของเนื้อหาที่จะผลิต 4) การเลือกเนื้อหาที่ตรงใจผู้รับสารและทำให้ผู้รับสารเข้าใจ และ 5) การตรวจสอบคุณภาพก่อนนำเสนอไปใช้ ในขณะที่งานวิจัยของ Davidson & Mankanjee (2022) ที่เน้นย้ำความสำคัญของการเผยแพร่ผลงานวิจัย โดยให้เหตุผลว่าการวิจัยเป็นกิจกรรมการให้ทุนและความพยายามร่วมกัน ดังนั้น ผลงานวิจัยจึงควรได้รับการเผยแพร่และสามารถที่จะเผยแพร่ออกไปในหลายรูปแบบ ทั้งการนำเสนอต่อที่ประชุมทางวิชาการและบทความวิจัย

อย่างไรก็ตาม ในสื่อสารผลงานวิจัยสู่สังคมโดยมีกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายที่หลากหลายด้วยการทำงานร่วมกับสื่อมวลชนที่จะเป็น “ตัวเชื่อม” ข้อมูลผลงานวิจัยนั้น ในการสื่อสารผลงานวิจัยจึงไม่สามารถใช้วิธีการเขียนในแบบทั่วๆ ไปได้ จำเป็นต้องมีกลยุทธ์การจัดการข่าวสารเพื่อให้สาธารณชนและสังคมได้รับรู้ผลงานวิจัยอย่างถูกต้อง แม่นยำ และนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ ดังนั้น ในการเผยแพร่ผลงานวิจัยจึงมีประเด็นเรื่องคุณค่าความเป็นข่าวหรือ “องค์ประกอบของข่าว” ที่จะต้องคำนึงถึงอีกด้วย สำหรับคำว่า “ข่าว” นี้มีความหมายถึงเหตุการณ์ ความคิดเห็น และเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสความสนใจของสาธารณชน ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงที่ได้รับการรายงานผ่านสื่อมวลชน อย่างไรก็ตามไม่ใช่ทุกเหตุการณ์จะได้รับการนำเสนอให้เป็นข่าวเสมอไป ดังนั้น สิ่งที่จะเป็นข่าวได้การคำนึงถึง “คุณค่าของ

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565)

ความเป็นข่าว” จึงเป็นเรื่องสำคัญ สำหรับคุณค่าของความเป็นข่าวนี้นี้มีความหมายถึง สิ่งที่ช่วยบ่งชี้ว่าเรื่องราว/เหตุการณ์นั้นเหมาะสมจะนำเสนอเป็นข่าว โดยเรื่องราวใดมี “องค์ประกอบข่าว” ยิ่งมากเท่าไรเรื่องราวนั้นก็ยิ่งมี “คุณค่าของข่าว” มาก และเหมาะสมจะหยิบมาทำเป็นข่าวมากเท่านั้น องค์ประกอบ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2565; Howard & Mathews, 2013)

โครงการวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับการเลือกช่องทาง “สื่อมวลชน” เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย เนื่องจากผลลัพธ์ที่ต้องการจากการดำเนินโครงการนั้นไม่ได้เพียงแต่ต้องการจะสื่อสารผลงานวิจัยแต่โครงการต้องการที่จะผลักดันการสื่อสารผลงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์ และพลังของสื่อมวลชน (Media power) จะเป็นช่องทางหรือสะพานเชื่อมที่สำคัญกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ที่จะทำให้ผลการวิจัยนั้นนำไปสู่การใช้ประโยชน์ในอนาคต อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยยังไม่พบการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการเผยแพร่งานวิจัยสู่สาธารณะผ่านสื่อมวลชนโดยตรง การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการผลักดันผลงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์ ผ่านการสื่อสารสู่สาธารณะ ด้วยการใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนกระแสหลักของประเทศไทย เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางในการสื่อสารผลงานวิจัยสู่สาธารณะด้วยเทคนิควิธีที่มีประสิทธิภาพ

### การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการผลักดันผลงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์ ผ่านการสื่อสารสู่สาธารณะ โดยให้ความสำคัญกับการเลือกช่องทาง “สื่อมวลชน” เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย คณะผู้วิจัยจึงเลือกทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ซึ่งมีความหมายถึง รูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสาร ทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นจากสถาบันหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ และดำเนินการเพื่อบอกกล่าวให้ทราบ เพื่อชี้แจงให้เข้าใจถูกต้อง อันเป็นการสร้างเสริมและรักษาความสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี อันจะนำไปสู่การสนับสนุนและการได้รับความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนเป้าหมาย (อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโฆษิต, 2542)

ในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์จะต้องเสนอข้อเท็จจริง เที่ยงตรง กระชับรัดกุม และชัดเจน ปราศจากข้อคิดเห็นของผู้เขียนในเชิงโน้มน้ำหนักหรือโฆษณา ตลอดจนสื่อสารให้ตรงประเด็นหรือจับประเด็นข่าวสำคัญให้มีความน่าสนใจ ดังนั้น กลยุทธ์การจัดการข่าวสารที่สำคัญในการส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์จึงอยู่ที่ กลยุทธ์ทางด้านเนื้อหา หรือข้อความข่าวสาร (Message Strategies) และกลยุทธ์ทางด้านสื่อ หรือช่องทางการสื่อสาร (Media Strategies) ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและเป้าหมายการสื่อสาร (กัจจ หลุยยะพงศ์, 2563) โดยมีกลยุทธ์ทางด้านเนื้อหาประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ กล่าวคือ (1) การเลือกเนื้อหาสาร (Message Selection) ตัวอย่างของการเลือกเนื้อหาสาร เช่น เลือกเนื้อหาให้เหมาะกับกลุ่ม เลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับเป้าหมาย เลือกเนื้อหาให้เหมาะกับสื่อ เลือกเนื้อหาที่สำคัญ (2) การออกแบบสาร (Message Design) ตัวอย่างของการออกแบบสารเพื่อจูงใจหรือโน้มน้าว เช่น การใช้ความกลัว ความตลก หรือการออกแบบข้อความประกอบภาพ และ (3) การกำหนดเนื้อหาสาร (Message Control) การควบคุมสารในที่นี้จะหมายถึงการกำหนดเนื้อหาสารให้สอดคล้องกับการสื่อสารทุกครั้ง โดยเฉพาะการกำหนดหรือควบคุมสารให้เป็นไปตามเป้าหมายของการสื่อสารและกลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร

ในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์นั้นยังมีประเด็นเรื่อง “คุณค่าความเป็นข่าว” หรือ “องค์ประกอบของข่าว” ที่จะต้องคำนึงถึงอีกด้วย สำหรับคุณค่าของความเป็นข่าวนี้นี้มีความหมายถึง สิ่งที่ช่วยบ่งชี้ว่าเรื่องราว/เหตุการณ์นั้นเหมาะสมจะนำเสนอเป็นข่าว โดยเรื่องราวใดมี “องค์ประกอบข่าว” ยิ่งมากเท่าไรเรื่องราวนั้นก็ยิ่งมี “คุณค่าของข่าว” มาก และเหมาะสมจะหยิบมาทำเป็นข่าวมากเท่านั้น โดยสามารถแบ่งองค์ประกอบของข่าวออกเป็น 10 องค์ประกอบ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2565; Howard & Mathews, 2013) ได้แก่ ความรวดเร็ว สดใหม่ (Immediacy) ความใกล้ชิดกับเหตุการณ์ (Proximity) ความเด่น ความสำคัญ (Prominence) ผลกระทบ (Consequence) ความขัดแย้ง (Conflict) ความลึกลับ มีเงื่อนงำ (Suspense) ความแปลก ความผิดปกติ (Oddity) ความร่าเริงอารมณ์ (Human Interest) เรื่องเกี่ยวกับเพศ (Sex)

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565)

และ ความก้าวหน้า (Progress) ได้แก่ ผลสำเร็จทางเทคโนโลยีหรือทางวิชาการ หรือการค้นพบใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัย เป็นต้น

## วิธีการวิจัย

### ประชากรและตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย คณะผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเกณฑ์ในการเลือกประกอบด้วย (1) ผลงานวิจัยนั้นจะต้องเป็นผลงานจากโครงการวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมกรรม (กองทุนส่งเสริม ววน.) ใน พ.ศ.2563 และ พ.ศ.2564 ประเภททุนสนับสนุนงานพื้นฐาน (Fundamental Fund: FF) กลุ่ม Basic Research Fund ทั้งนี้ พบว่ามีมหาวิทยาลัยที่ได้รับทุนรวมทั้งสิ้น 2,449 ทุน โดยแยกออกเป็นฐานข้อมูลโครงการวิจัย ปี 2563 รวมทั้งสิ้น 35 จังหวัด 53 มหาวิทยาลัย 1,154 ทุน และฐานข้อมูลโครงการวิจัย ปี 2564 รวมทั้งสิ้น 39 จังหวัด 82 มหาวิทยาลัย 1,295 ทุน และ (2) ผลงานวิจัยนั้นจะต้องไม่อยู่ในระหว่างขั้นตอนการจดทะเบียนสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร จากนั้นคณะผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกผลงานวิจัยเพื่อสื่อสารด้วยการประชุมคณะทำงานเพื่อวิเคราะห์ประเด็นการวิจัย โดยประเมินว่าประเด็นใดจากรายงานการวิจัยที่สะท้อนภาพผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ ไทยได้อย่างโดดเด่น และมีแนวโน้มสูงที่จะส่งผลกระทบต่อการขยายผลและต่อยอด

ในการวิเคราะห์ประเด็นสื่อสารดังกล่าวนี้ คณะผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับ “คำสำคัญ” หรือ Keyword ในการวิจัยจากรายงานการวิจัยของนักวิจัย เนื่องจาก “คำสำคัญ” ในผลงานวิจัยของนักวิจัยนั้นจะเป็นคำสำคัญที่อยู่ในคำแรกของของพาดหัวข่าว/ความนำหรือส่วนโปรยข่าวที่จะส่งให้กับสื่อมวลชน รวมถึงความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับเป้าหมายในการพัฒนาประเทศเป็นหลักในการคัดเลือกผลงานวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นแบบวิเคราะห์คุณค่าข่าวเพื่อให้เชื่อมโยงกับการวิเคราะห์คำสำคัญในการวิจัยและแบบสัมภาษณ์นักวิจัยเกี่ยวกับคำสำคัญ คุณค่า และผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการดำเนินการวิจัย เมื่อคัดเลือกผลงานวิจัยจากฐานข้อมูลดังกล่าวแล้ว ได้จำนวนผลงานวิจัยที่จะสื่อสารสู่สาธารณะจำนวน 43 ข่าว

### การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

รายละเอียดของขั้นตอนในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่หนึ่ง การวิเคราะห์ประเด็นที่จะสื่อสารจากผลงานวิจัย คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ประเด็นการวิจัยเบื้องต้นจากชื่อโครงการวิจัยและคำสำคัญที่ปรากฏในฐานข้อมูลโครงการวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมกรรม (กองทุนส่งเสริม ววน.) ใน พ.ศ.2563 และ พ.ศ.2564 ประเภททุนสนับสนุนงานพื้นฐาน (Fundamental Fund: FF) กลุ่ม Basic Research Fund ด้วยแบบวิเคราะห์คุณค่าข่าว โดยประเมินว่าจากชื่อโครงการวิจัยและคำสำคัญของงานวิจัย เนื่องจาก ในงานวิจัยหนึ่งเรื่องนั้นจะมีคำสำคัญหรือ Keywords อยู่ระหว่าง 3-5 คำ คณะผู้วิจัยใช้วิธีการพิจารณาจากคำสำคัญทั้งหมดว่ามีคำ และ/หรือ ประเด็นใดที่สะท้อนจุดเด่นของงานและสื่อความหมายถึงผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบของผลงานวิจัยได้อย่างโดดเด่น

ขั้นตอนที่สอง การประสานงานนักวิจัยเพื่อกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารผลงานวิจัย ในขั้นตอนนี้จะเป็นการทำงานของคณะผู้วิจัยร่วมกับนักวิจัยผู้รับทุนดำเนินโครงการ ด้วยการพูดคุยและสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการเพื่อตรวจสอบและทวนความเข้าใจร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัยกับนักวิจัยเจ้าของผลงานวิจัย จากนั้นจึงนำมาสู่การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารผลงานวิจัย ผ่านคำสำคัญ จุดเด่น และผลลัพธ์ของงานวิจัย

ขั้นตอนที่สาม การสื่อสารผลงานวิจัย คณะผู้วิจัยวางแผนปฏิบัติการสื่อสารข้อมูล และดำเนินการสื่อสารข้อมูลผลงานวิจัย โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารข้อมูล คือ สาธารณชน/ประชาชนทั่วไป ในลักษณะของข่าวประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางการสื่อสารมวลชนออนไลน์ และติดตามผลการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ดังกล่าว

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565)

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการผลักดันผลงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์ผ่านการสื่อสารสู่สาธารณะ จะเริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ประเด็นสื่อสารจากรายงานการวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก สกสว. ในช่วงต้น ประสานนักวิจัย มีการจัดกิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์และพัฒนาเครือข่ายนักประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัย โดยในส่วนของนักวิจัยนั้นจะมีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินงานด้วยการทบทวนงานวิจัยของตนเองและสกัดจุดเด่นของงานวิจัยร่วมกับคณะผู้วิจัย จากนั้นคณะผู้วิจัยจะลงมือเขียนข่าว และการสื่อสารผลงานวิจัยด้วยการส่งข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัย ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์แนวทางการผลักดันผลงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์ผ่านการสื่อสารสู่สาธารณะ พบว่าประเด็นสำคัญ คือ การวิเคราะห์ประเด็นสื่อสารจากผลงานวิจัย ซึ่งนับเป็นจุดตั้งต้นที่สำคัญสำหรับการสื่อสารผลงานวิจัย โดยแนวทางการวิเคราะห์ประเด็นสื่อสาร ได้แก่ การวิเคราะห์ประเด็นสื่อสารจากการติดตามความสนใจของสังคม หรือ “Social Trend” และการให้ความสำคัญกับ “คำสำคัญ” หรือ Keyword ในการวิจัยจากรายงานการวิจัยของนักวิจัย แนวทางการวิเคราะห์ประเด็นการสื่อสารดังกล่าวนี้มีความเชื่อมโยงกับการวิเคราะห์คุณค่าข่าวเพื่อการสื่อสารสู่สื่อมวลชน รายละเอียดดังต่อไปนี้

### การวิเคราะห์ประเด็นการสื่อสารจากความสนใจของสังคม

คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกประเด็นสื่อสารจากการติดตามความสนใจของสังคม หรือ “Social Trend” ว่าในช่วงเวลาที่จะสื่อสารผลงานวิจัยนั้น สังคมหรือสาธารณชนกำลังให้ความสนใจในเรื่องหรือประเด็นใดอยู่ เนื่องจากความสนใจของสังคม หรืออาจเรียกในอีกคำได้ว่า “ประเด็นสาธารณะ” (talk of town) นั้นจะนำมาสู่การวิเคราะห์รายงานวิจัย เพื่อให้ได้เนื้อหาหรือการเลือกข้อมูลและผลลัพธ์การวิจัยที่สมควรเป็นข่าว ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงเวลาสามเดือนแรกของการดำเนินโครงการวิจัย จากการค้นคว้าข้อมูลในเครื่องมือด้วย Google Trends ทำให้พบว่า สังคมให้ความสนใจกับประเด็นเรื่องของผู้สูงอายุ กระแสรักสุขภาพ และเรื่องของสมุนไพร ดังนั้น ประเด็นการสื่อสารจากการระดมความคิดและประมวลข้อมูลโครงการวิจัยในระยะสามเดือนแรกจึงเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ/ผู้พิการ สมุนไพร/ภูมิปัญญา และคุณภาพชีวิตของคนไทย เป็นต้น ในขณะที่ประเด็นการสื่อสารในช่วงเวลาถัดมานั้น คณะผู้วิจัยพบว่าการเกาะติดกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและเลือกประเด็นของการวิจัยที่สอดคล้องกับสถานการณ์นั้นๆ ก็ได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนด้วยเช่นกัน การเลือกประเด็นการสื่อสารจึงเน้นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของสื่อมวลชนและสาธารณชน นอกเหนือจากนั้นแล้ว ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมจากผลงานวิจัย โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องผลกระทบต่อความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนอย่างมาก การวิเคราะห์ผลงานวิจัยจึงให้ความสำคัญกับประเด็นนวัตกรรมเป็นหลักประกอบด้วย

ตัวอย่างเช่น คณะผู้วิจัยเลือกผลงานวิจัยเพื่อสื่อสาร จากผลงานวิจัยของ ดร.พท.ป.นรินทร์ กากะทุม อาจารย์ประจำสาขาวิชาการแพทย์แผนไทยประยุกต์ วิทยาลัยสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เรื่อง “โครงการสร้างนวัตกรรมจากสารสกัดดอกทองกวาวสู่การพัฒนาสินค้าความงาม จังหวัดอุดรธานี “Startup Champions Model” (นรินทร์ กากะทุม, 2563) โดยวิเคราะห์จากความสนใจของสังคมในเรื่องของสมุนไพร ดังนั้นวิธีการออกแบบหัวข้อข่าวเพื่อดึงความสนใจจากสังคมจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการชูประเด็นผลสำเร็จจากการค้นพบสารสกัดใหม่ๆ จากการวิจัย “นักวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพิ่มมูลค่าดอกทองกวาว วิจัยสารสกัด ผลิต Sleeping Mask พัฒนาวิสาหกิจชุมชน สร้างความยั่งยืน” สำหรับเนื้อหาของข้อมูลที่มีการสื่อสารนั้นจะเน้นย้ำถึงคุณประโยชน์ของดอกทองกวาว เช่น “เหตุผลที่นำดอกทองกวาวมาเป็นผลิตภัณฑ์เสริมความงามนั้น เนื่องจากว่าดอกไม้ชนิดนี้มีสารเบซิลเลียม ซึ่งในประเทศอินเดียหรือมาเลเซียเองได้มีนวัตกรรมที่มีสารสกัดชนิดนี้ไปบ้างแล้ว ที่ช่วยในการบำรุงผิว ด้านสารอนุมูลอิสระ โดยการผลิตเป็นเครื่องสำอางก็ทำให้เข้าถึงประชาชนได้ง่ายมากขึ้น ขณะนี้สินค้าที่ทำออกมาตัวแรกคือ Sleeping Mask ดอกทองกวาว เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ใช้เพื่อเพิ่มความชุ่มชื้นของใบหน้าสามารถใช้ง่าย ไม่เหนียวเหนอะหนะ ไม่ระคายเคืองผิว จึงได้ขอทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) เพื่อช่วยสนับสนุนให้เป็นการวิจัยมีผลิตภัณฑ์ออกมาให้กับวิสาหกิจชุมชน”

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565)

อีกตัวอย่างหนึ่งนั้นมาจากการวิเคราะห์ความสนใจของสังคมที่มีต่อเรื่องภัยพิบัติและน้ำท่วม คณะผู้วิจัยจึงเลือกวิธีการสื่อสารผลงานวิจัยของ ผศ.ดร.กมลวรรณ วรรณธัญ รองอธิการบดีฝ่ายวิจัย นวัตกรรม และพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการภัยพิบัติพื้นที่น้ำท่วมซ้ำซากในอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” (กมลวรรณ วรรณธัญ, 2563) ด้วยการชูประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการผลกระทบจากน้ำท่วมที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนจำนวนมากด้วยหัวข้อข่าวว่า “นักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ชูแผนบูรณาการวิจัยการเสริมสุขภาพ และพัฒนาศักยภาพประชาชนในพื้นที่น้ำท่วม ช่วยท้องถิ่นเตรียมพร้อมรับมือ และบริหารจัดการภัยพิบัติน้ำท่วมอย่างมีประสิทธิภาพ” และเน้นย้ำถึงประเด็นการจัดการภัยพิบัติดังกล่าวในการสื่อสารผลงานวิจัยด้วย “ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ยังได้ออกแบบอากาศยานไร้คนขับที่สามารถช่วยเหลือนักผู้ประสบภัย โดยการทิ้งสิ่งของ และเวชภัณฑ์จากอากาศยานไร้คนขับในระดับความสูงที่ 15 เมตร ไปยังจุดที่กำหนดไว้ได้ด้วย นอกจากนี้ ยังสามารถเก็บภาพถ่ายในพื้นที่น้ำท่วมจากอากาศยานไร้คนขับได้อีกด้วย ขณะนี้ได้มีการทดลองการใช้ใหม่มหาวิทยาลัยเรียบร้อยแล้ว พบว่าสามารถใช้ได้จริง และมีความแม่นยำ ซึ่งในระยะต่อไปจะนำอากาศยานไร้คนขับออกไปช่วยเหลือนักผู้ประสบภัยเพิ่มเติมด้วย”

### การวิเคราะห์ประเด็นการสื่อสารจากคำสำคัญของโครงการวิจัย

ในการวิเคราะห์ประเด็นการสื่อสาร คณะผู้วิจัยยังได้ให้ความสำคัญกับ “คำสำคัญ” หรือ Keyword ในการวิจัยจากรายงานการวิจัยของนักวิจัย เนื่องจาก “คำสำคัญ” ในผลงานวิจัยของนักวิจัยนั้นจะเป็นคำสำคัญที่อยู่ในคำแรกๆ ของพาดหัวข่าว/ความนำหรือส่วนโปรยข่าวที่จะส่งให้กับสื่อมวลชน

ตัวอย่างเช่น รายงานการวิจัยของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.การุณย์ ศุภมิตรโยธิน อาจารย์ประจำหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ในเรื่อง “โครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาย่านการค้าเมืองเก่านครราชสีมาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์” (การุณย์ ศุภมิตรโยธิน, 2563) คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ประเด็นการสื่อสารแล้วพบว่า ควรสื่อสารจากแง่มุมของความเด่น ความสำคัญ (Prominence) ซึ่งเป็นความเด่นและความสำคัญของสถานที่ โดยเฉพาะสถาปัตยกรรมตึกเก่าย่านเมืองเก่า ดังนั้นจึงสื่อสารผลงานวิจัยด้วยหัวข้อข่าว “นักวิจัย มรภ.นครราชสีมา ผุดไอเดียส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ผ่านสถาปัตยกรรมตึกเก๋าย่านเมืองเก่า เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์และเศรษฐกิจชุมชน” และเน้นย้ำให้เห็นผลลัพธ์จากงานวิจัยด้วยเส้นทางการท่องเที่ยวผ่านสถาปัตยกรรมตึกเก๋าย่านเมืองเก่าด้วย เช่น “มีแอปพลิเคชันนำเที่ยว ตั้งแต่บริเวณอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ไปจนถึงสี่แยกสวนหมาก โดยแยกเป็นหมวดการท่องเที่ยว 5 เส้นทางหลักคือ เส้นทางการเรียนรู้โคราช เส้นทางพระ 9 วัดที่อยู่ในเขตเมืองเก่าและนอกเมืองเก่า เส้นทางสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ เส้นทางรวบรวมแห่งร้านอาหารที่อยู่ในย่านเมืองเก่า และเส้นทางตึกเก่าเล่าเรื่อง ซึ่งถือเป็นไฮไลต์ของโครงการ ชูจุดขายที่เป็นตึกสมัยเก่าที่มีมานาน เช่น ศูนย์ขายรถยนต์แห่งแรกของจังหวัด ตึกโรงเตาเจียว หรือโรงผลิตน้ำมะเน็ด ซึ่งตึกแต่ละแห่งก็มีเรื่องราวรวมถึงความเฉพาะของสถาปัตยกรรมที่ต่างกันออกไป และมีเรื่องราวที่ชวนน่าติดตาม”

เช่นเดียวกับงานวิจัยของ อาจารย์กอบชัย รักพันธุ์ อาจารย์ประจำ หลักสูตรเทคโนโลยีสถาปัตยกรรม ภาควิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เรื่อง “การออกแบบพิพิธภัณฑ์มีชีวิต เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: หมู่บ้านอินทิล ตำบลอินทิล อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่” (กอบชัย รักพันธุ์, 2563) ที่สาระสำคัญหรือแง่มุมของผลลัพธ์จากงานวิจัยนี้อยู่ที่ความเด่น ความสำคัญ (Prominence) ของสถานที่ โดยเฉพาะการเป็นพิพิธภัณฑ์ชุมชนที่มีชีวิต ดังนั้น หัวข้อข่าวที่ได้รับการสื่อสารจึงถูกออกแบบให้ครอบคลุมความสำคัญของสถานที่ “นักวิจัย มรภ.เชียงใหม่ พัฒนางานวิจัยออกแบบพิพิธภัณฑ์มีชีวิตชุมชนหมู่บ้านอินทิล เพื่อรักษาภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมที่ถูกลืม” โดยเชื่อมโยงกับเนื้อหาที่สะท้อนให้เห็นที่มาและวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย “การดำเนินโครงการวิจัยครั้งนี้ เริ่มจากการสอบถามประชาชนในพื้นที่ก่อนว่า อยากให้ทำงานเพื่อพัฒนาชุมชนได้มากขึ้นอย่างไรบ้าง จุดเริ่มแรกจึงได้เริ่มการวิจัยในโรงเรียนอินทิลก่อน เพราะมีเตาเผาโบราณจำลองอยู่ จึงได้รับเสียงสะท้อนจากประชาชนมาว่า ต้องการให้การเผาเคลือบเครื่องปั้นดินเผา ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการ

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565)

ฟื้นฟูขึ้นมาให้มีชีวิตชีวอีกครั้ง ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และก่อนหน้านั้นในหมู่บ้านเองก็มีพิพิธภัณฑ์ขนาดกลางของกรมศิลปากรที่มำทำไว้ให้อยู่ก่อนหน้า แต่ถูกทิ้งให้ร้างไว้ ไม่มีผู้เข้าชม สุดท้ายได้กลายเป็นที่มาของการจัดทำพิพิธภัณฑ์มีชีวิตแห่งนี้ขึ้นมา และเริ่มการวิจัย”

เมื่อวิเคราะห์ประเด็นสื่อสารจากผลงานวิจัยเรียบร้อยแล้ว ในการสื่อสารผลงานวิจัย คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยการสรุปประเด็นข่าวจากผลงานวิจัยที่จะสื่อสาร คิดสร้างสรรค์รูปแบบ และเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ (PR message) ออกแบบวิธีการส่งข้อมูลและช่องทางในการสื่อสารข่าวสาร จากนั้นได้เผยแพร่ตามช่องทางสื่อมวลชน/ออนไลน์ที่ได้วางแผนไว้ และติดตามผลการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ดังกล่าว โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานเพื่อสื่อสารผลลัพธ์จากผลงานวิจัย ดังนี้

- 1) เลือกช่องทางในการเผยแพร่ผลงาน โดยให้การเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนเป็นช่องทางหลัก ซึ่งสื่อมวลชนนี้จะมีทั้งสื่อมวลชนในรูปแบบดั้งเดิมและสื่อมวลชนที่เป็นสำนักข่าว/หนังสือพิมพ์/เพจข่าว อยู่ในออนไลน์ และการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์เป็นช่องทางเสริม เช่น เฟซบุ๊กหรือติ๊กต็อก เป็นต้น
- 2) พิจารณาเนื้อหาของผลงานที่จะสื่อสารจากการวิเคราะห์ประเด็นข่าวรวมถึงการสัมภาษณ์นักวิจัย โดยให้เนื้อหาที่จะสื่อสารนั้นสามารถเข้าใจได้โดยง่าย สำหรับคำศัพท์เทคนิคหรือศัพท์เฉพาะจะมีเฉพาะที่จำเป็นและมีการอธิบายความประกอบด้วย ทั้งนี้ ก่อนส่งข่าวประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยนั้น คณะผู้วิจัยจะมีการอ่านทวนด้วยว่า หากอ่านข่าวนี้ในฐานะผู้อ่านทั่วไปแล้วนั้นจะสามารถเข้าใจเนื้อหาและประเด็นที่จะสื่อสารได้หรือไม่อีกด้วย
- 3) ศึกษาผู้รับสารของข่าว โดยเฉพาะสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ว่าหากเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยนี้ไปจะเลือกส่งช่องทางใดเป็นหลัก เช่น กรณีเป็นข่าวผลงานวิจัยของนักวิจัยจากภาคใต้จะมีสื่อมวลชนจากภาคใต้ในการสื่อสารข้อมูล นอกเหนือจากสื่อมวลชนโดยทั่วไปอีกด้วย
- 4) ในการส่งข่าว คณะผู้วิจัยจะใช้วิธีการพิมพ์ในไฟล์เวิร์ด แบนรูปภาพประกอบข่าวในอีเมล สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยนั้น นอกเหนือจากจะมีไฟล์แนบแล้ว ยังใช้วิธีการแปะเนื้อหาในอีเมล เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักข่าวในการเลือกเนื้อหาข่าวไปใช้งานได้ง่ายขึ้น

ผลลัพธ์จากการสื่อสารข่าวประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยตัวอย่างเช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ผลงานของ ดร.พท.ป.นรินทร์ กา กะทุม สาขาวิชาการแพทย์แผนไทยประยุกต์ วิทยาลัยสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้รับการเผยแพร่เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2564 ทางสยามรัฐออนไลน์ (<https://siamrath.co.th/n/278523>) (นิษฐา หรุ่นเกษม และคณะ, 2565) หรือข่าวประชาสัมพันธ์ผลงานของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลวรรณ วรรณธัญ รองอธิการบดีฝ่ายวิจัย นวัตกรรม และพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ได้รับการเผยแพร่เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2564 ทาง CU Radio ในรูปแบบข่าวด่วนชั่วโมง (<https://curadio.chula.ac.th/v2022/breaking-news/detail/?v234c4a4x2y2>) (นิษฐา หรุ่นเกษม และคณะ, 2565) ซึ่งผลลัพธ์ของการสื่อสารผลงานวิจัยทั้งหมดสามารถคิดเป็นมูลค่า PR value รวม 4,320,000.00 บาท และมูลค่ารวมการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์อีก 1,770,000 บาท ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นได้ว่าการดำเนินงานของคณะผู้วิจัยในการเลือกสื่อสารประเด็นได้ตรงกับความต้องการของสื่อ ตลอดจนบางผลงานวิจัยยังส่งผลให้สื่อมวลชนสนใจติดตามไปทำข่าวต่อและอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงบางอย่างได้ โดยเฉพาะการกระตุ้นการทำงานของหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่นได้ เช่น ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของประชาชนในด้านของการจัดการเรื่องน้ำท่วมและน้ำเสีย ตลอดจนความสนใจต่อยอดผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์จากสมุนไพรของไทย เป็นต้น โดยมีภาพตัวอย่างประกอบการประชาสัมพันธ์ข่าวผลงานวิจัย ดังนี้

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

บทความเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการผลักดันผลงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์ ผ่านการสื่อสารสู่สาธารณะ ด้วยการใช้องค์ความรู้ในการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนกระแสหลักของประเทศไทย โดยได้องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางใน

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565)

การสื่อสารผลงานวิจัยสู่สาธารณะด้วยเทคนิควิธีที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การให้ความสำคัญกับการเลือกเนื้อหา และการสกัด “คำสำคัญ” จากผลงานวิจัยของตนเอง ดังนี้

ต้องให้ความสำคัญกับการเลือกเนื้อหา เนื่องจากโครงการวิจัยนี้เน้นหนักที่การสื่อสารสู่สาธารณะผ่านสื่อมวลชน ดังนั้น เนื้อหาสำคัญที่จะสื่อสารจึงไม่ใช่เพียงปัญหาการวิจัย ระเบียบวิธีการวิจัย กระบวนการเก็บและรวบรวมข้อมูล และผลการวิจัย ดังเช่นการสื่อสารผลงานวิจัยผ่านการเขียนบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ ทั้งนี้ ประเด็นที่นักวิจัยจะต้องขบคิดต่อผลงานวิจัยของตนเอง เช่น อะไรคือความแตกต่างของงานวิจัยของนักวิจัยกับผลงานวิจัยเรื่องอื่นๆ ในประเด็นเดียวกันหรือประเด็นใกล้เคียงกัน หรืออะไรเป็นเรื่องใหม่จากผลงานวิจัยของนักวิจัย และผลลัพธ์หรือกระบวนการวิจัยที่เกิดขึ้นนั้นมีความเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละกลุ่มเป็นอย่างไร

ต้องสกัด “คำสำคัญ” จากผลงานวิจัยของตนเอง ในการสื่อสารผลงานวิจัยสู่สาธารณะ ขั้นตอนแรก คือ นักวิจัยจะต้องเริ่มต้นจากผลงานวิจัยของตนเอง โดยการอ่านบททบทวนผลงานวิจัยของตนเองอีกครั้งเพื่อสกัดข้อมูลจากผลงานวิจัยของตนเองว่ามีความน่าสนใจอย่างไร การอ่านผลงานวิจัยของตนเองให้เข้าใจเป็นสิ่งสำคัญยิ่งสำหรับนักวิจัย เนื่องจากในการสื่อสารผลงานวิจัยนี้เป็นเนื้อหาประเภทความรู้ (Knowledge) ซึ่งนักวิจัยจะต้องเข้าใจเนื้อหาของตนเอง และกำหนดเป้าหมายในการสื่อสารผลงานได้ว่าจะเลือกอะไรมาสื่อสารและจะสื่อสารผลลัพธ์จากงานวิจัยนั้นอย่างไร อะไรที่ยังไม่ควรสื่อสาร ในกรณีที่ผลงานวิจัยนั้นอาจมีหลายวัตถุประสงค์ หรือใช้หลายเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล (นิษฐา หรุ่นเกษม และคณะ, 2565) ทั้งนี้ การทบทวนวรรณกรรมการเลือกประเด็นการสื่อสารผลงานวิจัยอื่นๆ ทำให้พบว่าการเลือกประเด็นนั้น ควรเลือกเพียงสาระสำคัญ เลือกประเด็นสำคัญ 2-3 ประเด็นที่ต้องการเผยแพร่ออกไป โดยจะต้องมีการกลั่นกรองก่อนเพื่อให้มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย (อภิญา ตันทวีวงศ์ และคณะ, 2551)

จากนั้นนักวิจัยจะต้องสกัดจุดเด่นจากรายงานการวิจัยและผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการวิจัย กล่าวคือ หลังจากที่นักวิจัยอ่านผลงานวิจัยของตนเองแล้ว ในขั้นตอนนี้ นักวิจัยจะต้องใช้ความรู้ในเรื่องของ “คุณค่าความเป็นข่าว” (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2565) เข้าไปเป็นเครื่องมือในการสกัดจุดเด่นจากผลงานวิจัยของตนเอง โดยเฉพาะในเรื่องของความก้าวหน้า (Progress) เช่น ผลสำเร็จจากการค้นพบสารสกัดใหม่ๆ จากการวิจัย หรือคุณค่าข่าวด้านผลกระทบ (Consequence) เช่น ภัยพิบัติจากน้ำท่วมที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนจำนวนมาก เป็นต้น นอกเหนือจากการใช้องค์ความรู้ในเรื่องของคุณค่าข่าวแล้วนั้น ในกรณีที่นักวิจัยทำงานวิจัยเชิงพื้นที่/งานวิจัยชุมชน นักวิจัยอาจกลับไปยังพื้นที่วิจัยของตนเองและให้ผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย และ/หรือ ผู้มีส่วนได้เสียร่วมในประเด็นงานวิจัยนั้นๆ จากชุมชนได้ร่วมคิดและร่วมสกัดประเด็นเด่นด้วยก็ได้ ในกรณีนี้จะส่งผลการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยของนักวิจัยด้วยการคืนข้อมูลให้กับชุมชนอีกด้วย การมีองค์ความรู้ในเรื่องของคุณค่าข่าวจะส่งผลให้ นักวิจัยสามารถเลือกพาดหัวหรือเลือกประเด็นได้ตรงกับที่สื่อมวลชนสนใจหรือสามารถเลือกผลงานวิจัยมาสื่อสารและเขียนข่าวในประเด็นที่ตรงกับความสนใจหรือ “วาระของสังคม” เช่นเดียวกับการสื่อสารเหตุการณ์แผ่นดินไหวในการกิจงานนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์และสื่อสารสังคม ซึ่ง นิธิปริยา จันทวงษ์ (2561) ได้พบว่า การติดต่อกับสื่อมวลชนในการสื่อสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติของ สกว. (ชื่อเดิม) มีคุณค่าของข่าวเป็นองค์ประกอบสำคัญในการนำเสนอ เช่นคุณค่าข่าวดังต่อไปนี้ คือ เรื่องของความสดต่อสมัย เรื่องความใกล้ชิดกับเหตุการณ์ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เรื่องของความเด่น เรื่องผลกระทบกระเทือนต่อประชาชนจำนวนมาก และเรื่องที่扑ฤษนสนใจ เป็นต้น

ข้อค้นพบประเด็นสำคัญจากการศึกษา คือ “การบริหารจัดการการสื่อสารผลงานวิจัยเพื่อสร้างผลลัพธ์และผลกระทบ” เป็นประเด็นสำคัญที่ควรคำนึงมากที่สุดในการสื่อสารผลงานวิจัย เนื่องจากการสื่อสารผลงานวิจัยเป็นกระบวนการปลายน้ำที่ถูกปล่อยปลดละเลยอย่างมาก (กาญจนา แก้วเทพ และ กัจจร หลุยยะพงศ์, 2560) รวมถึงกลไกในการสร้างความกระตือรือร้นและสนใจให้เกิดขึ้นในตัวของนักข่าว/องค์กรสื่อเพื่อเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ผลงานวิจัยไปนำเสนอและผลักดันให้เกิดเป็นวาระทางสังคม (news agenda) ก็มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการสื่อสารเพื่อผลักดันงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์นั้นจะต้องมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากการสื่อสารทั่วไป โดยเฉพาะการสื่อสารสาธารณะที่มีสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือ ทั้งนี้เพราะเนื้อหาของข่าวสารประชาสัมพันธ์จะมาจากผลงานวิจัยที่มีองค์ความรู้ในและเป็น

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565)

ความรู้ที่ต้องการการถ่ายทอดการใช้ประโยชน์ ในการสื่อสารผลงานวิจัยนั้น นักวิจัยจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจถึงความต้องการของสื่อมวลชน รวมถึงจะต้องมีทักษะในการ “แปลงรูปเล่มงานวิจัยสู่เรื่องเล่า” ได้ โดยการปรับเปลี่ยนภาษาในการสื่อสารจากภาษาวิจัยสู่ภาษาที่สื่อมวลชนหรือบุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจได้ง่าย ทั้งนี้ การแปลงรูปเล่มงานวิจัยสู่เรื่องเล่ายังเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยจัดการปลายทางเมื่อเนื้อหาถึงมือผู้รับสารหรือสาธารณชนทั่วไปที่มักจะไม่นิยมเลือกอ่านและเปิดรับงานวิจัยในภาษาวิชาการได้อีกด้วย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้มีการจัดกิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ที่ถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานักสื่อสารผลงานวิจัยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ทั้งโดย สกสว. และสถาบันวิจัยและพัฒนาของแต่ละมหาวิทยาลัย เพื่อให้ นักวิจัย ได้เรียนรู้แนวทางการสื่อสารผลงานวิจัยสู่สาธารณะในลักษณะของการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง โดยเฉพาะการเชิญวิทยากรที่เป็นนักเขียนและสื่อมวลชนมาฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการให้ รวมถึงโครงการฝึกอบรมปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผลงานวิจัยที่ควรจัดให้มีเพิ่มเติม อาทิ การถ่ายทอดการสื่อสารผลงานวิจัยด้วยการใช้ภาพและเสียงที่เป็นคลิปสั้น หรือรูปแบบของอินโฟกราฟิก หรือโมชันกราฟิก หรือการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผลงานวิจัยโดยการสื่อสารกับผู้ฟังหลายระดับ กลุ่มประชาชนทั่วไป หรือกลุ่มผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัย โดยเฉพาะงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดเทคโนโลยี

การวิจัยครั้งต่อไป อาจพิจารณาเลือกการบริหารจัดการการสื่อสารผลงานวิจัย โดยจำกัดที่ประเด็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์สาธารณะประเด็นต่างๆ เนื่องจากผลลัพธ์ของการสื่อสารผลงานวิจัยจะส่งผลต่อการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์โดยตรง ตลอดจนการวิจัยโดยเลือกกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลเป็นสื่อมวลชนหรือสาธารณชนทั่วไปเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและความต้องการจากการสื่อสารผลงานวิจัย

## กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยเรื่อง "การศึกษาแนวทางการผลักดันผลงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์: การสื่อสารผลงานวิจัยสู่สาธารณะผ่านสื่อมวลชน" เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง "การสื่อสารผลงานวิจัยและการจัดการข่าวสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมฐานความรู้" ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.)

## เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ วรรณธนะ. (2563). รูปแบบการบริหารจัดการภัยพิบัติพื้นที่น้ำท่วมซ้ำซากในอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- กอบชัย รักพันธุ์. (2563). การออกแบบพิพิธภัณฑ์มีชีวิต เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: หมู่บ้านอินทิล ตำบลอินทิล อำเภอแม่แตง. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2559). การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้วยเครื่องมือการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- กาญจนา แก้วเทพ และ กัจจร หลุยยะพงศ์. (2560). การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้วยเครื่องมือการสื่อสาร: แนวคิดและบทสังเคราะห์. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- การุณย์ ศุภมิตรโยธิน. (2563). โครงการอนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาย่านการค้าเมืองเก่านครราชสีมาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- กัจจร หลุยยะพงศ์. (2563). การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารงานวิจัย. บทความนำเสนอในหลักสูตร “การส่งมอบผลงานวิจัยและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ” รุ่นที่ 1 สถาบันคลังสมองของชาติ, 29-30 กันยายน 2563.
- จันทร์จรัส เรียวเดชะ. (2561). การบริหารจัดการงานวิจัยเพื่อสร้างผลลัพธ์และผลกระทบ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2565)

นรินทร์ ปากะทุม. (2563). *โครงการสร้างนวัตกรรมจากสารสกัดดอกทองกวาวสู่การพัฒนาสินค้าความงาม จังหวัดอุดรธานี "Startup Champions Model"*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

นิธิปริยา จันทวงษ์. (2561). *สื่อสารสังคมสู่การใช้ประโยชน์งานวิจัย "ภัยพิบัติแผ่นดินไหว"*. ใน มยุรี จัยวัฒน์. (บรรณาธิการ). *จับใจทย์มั่นจัดการแม่่น* (หน้าที่ 45-55). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

นิษฐา หรุ่นเกษม, เจริญเนตร แสงดวงแข, นิศารัตน์ วิลลักษ์ณ, ภาวิณี ธรรมนนทิกุล และ สุมีนตรา พัฒชนะ. (2565). *การสื่อสารผลงานวิจัยและการจัดการข่าวสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมฐานความรู้*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

สุทธิพันธ์ จิตพิมลมาศ. (2561). *นวัตกรรมการบริหารจัดการงานวิจัย สกว.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2565). *งานข่าว: หลักการและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

อภิญา ตันทวิวงศ์, บังอร ฤทธิภักดี, ชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม และ ประกิต วาทีสาภักกิจ. (2551). *คู่มือการทำงานกับสื่อมวลชน จากประสบการณ์การรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่.

อมรรักษ์ เจริญโชติธรรม, รัตติกาล เจนจัด และ อภินันท์ ธรรมเสนา. (2560). *การเผยแพร่งานวิจัยผ่านนวัตกรรมการพัฒนาหนังสือสารงานวิจัยท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโฆษิต. (2542). *การเขียนในสื่อต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Davidson, R., & Makanjee, C. (2022). Communicating Research Findings. In E. Seeram, R. Davidson, A. England & M. McEntee. (eds.). *Research for Medical Imaging and Radiation Sciences* (pp. 159-187). Cham: Springer.

Howard, C., & Mathews, W. (2013). *On deadline: Managing media relations*. Illinois: Waveland Press.

Ibem, E., Oni, O., Adisa, O., Samuel, C., & Oyemomi, E. (2017). *Communication of research findings and the learning preferences of end users*. A paper presented at the 11<sup>th</sup> International Technology, Education and Development Conference, Valencia, Spain.

Melvin, C., Harvey, J., Pittman, T., Gentilin, S., Burshell, D., & Kelechi, T. (2020). Communicating and disseminating research findings to study participants: Formative assessment of participant and researcher expectations and preferences. *Journal of Clinical and Translational Science*, 4(3), 233-242.

**Data Availability Statement:** The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

**Conflicts of Interest:** The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

**Publisher's Note:** All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any

product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2022 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).