

รูปแบบสื่อสมัยใหม่เพื่อป้องกันความรุนแรงสำหรับเด็กวัยรุ่น

Types of New Media Preventing Violence among Adolescents

สหะ พุกศิริวงษ์ชัย*

Saha Puksiriwongchai*

วันที่รับบทความ 3 กรกฎาคม 2565

วันที่แก้ไขบทความ 8 สิงหาคม 2565

วันที่ตอบรับบทความ 16 สิงหาคม 2565

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอรูปแบบของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ป้องกันความรุนแรงสำหรับเด็กวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นมีแนวโน้มที่จะใช้ความรุนแรงสูงมากขึ้นในปัจจุบัน สื่อถือเป็นตัวกระตุ้นและเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมชอบใช้ความรุนแรง ซึ่งในยุคดิจิทัลวัยรุ่นมีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารและรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ สูง ทั้งนี้สื่อสมัยใหม่ในรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) และโมชั่นอินโฟกราฟิก (Motion Infographic) สามารถเปลี่ยนข้อมูลมหาศาลเหล่านั้นให้กลายเป็นการสื่อสารในระยะเวลาสั้นได้ ทำให้เกิดการรับรู้และดึงดูดความสนใจวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี รวมถึงการนำเสนอสื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) และโมชั่นอินโฟกราฟิก (Motion Infographic) ในรูปแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive) สามารถทำให้วัยรุ่นได้คิดวิเคราะห์และเกิดการจดจำข้อมูลเพื่อช่วยป้องกันความรุนแรงสำหรับเด็กวัยรุ่นได้

คำสำคัญ : สื่อสมัยใหม่ / การป้องกันความรุนแรง / เด็กวัยรุ่น

Abstract

This article aims to present a new media's form preventing violence among adolescents. Nowadays adolescents are more likely to use more violence. The media is a trigger and one of the causes of violent

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

* Assistant Professor, Educational Technology and Innovation, Faculty of Education, Nakhon Pathom Rajabhat University

behavior among adolescents. In the digital era, adolescents have a high rate of using internet to communicate and get information. A new media in infographic form and motion infographic form can turn the huge amount of information into a short time communication. That makes awareness and attraction to adolescents. Furthermore, a presentation of infographic and motion infographic in an interactive form can enable adolescents to think analytically and remember the information that can help preventing violence for adolescents.

Keywords: New Media / Preventing Violence / Adolescents

บทนำ

แนวโน้มความรุนแรงในวัยรุ่นมีผู้ได้รับผลกระทบมากขึ้น โดยเกิดขึ้นกับวัยรุ่นโดยตรงหรือจากสภาพแวดล้อม ผู้คน สังคมส่งผลกระทบต่อวัยรุ่นทางอ้อม นอกจากนี้ปัญหาความรุนแรงในช่วงวัยรุ่นเกิดจากหลายสาเหตุซึ่งมักพบว่าการเลี้ยงดูของพ่อแม่ การแข่งขันสูงทางการศึกษา การมุ่งเน้นด้านรายได้ ด้านเศรษฐกิจ ค่านิยมที่เปลี่ยนไปทำให้เกิดปัญหาความรุนแรงในสังคมไทย (ฝ่ายสื่อสารองค์กรและเทคโนโลยี, 2562) ผลกระทบจากปัญหาความรุนแรงในวัยรุ่นเป็นปัญหาความรุนแรงต่อสังคมซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตนเองและผู้อื่นหลายด้าน

สาเหตุสำคัญอย่างหนึ่งเลยที่นำมาซึ่งพฤติกรรมการใช้ความรุนแรง นั่นก็คือ “สื่อ” สื่อถือเป็นตัวกระตุ้นและเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คนมีพฤติกรรมชอบใช้ความรุนแรงในการดำเนินชีวิต ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสื่อมีอิทธิพลต่อการรับรู้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น มีโอกาสเป็นไปได้ที่เด็กและวัยรุ่นจะได้รับข่าวสารความรุนแรงจากสื่อดิจิทัล ซึ่งอาจเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมและนำมาเป็นแบบแผนในการปฏิบัติ โดยที่เด็กและวัยรุ่นเองก็อาจจะไม่รู้ตัว เด็กและวัยรุ่นอาจขาดการควบคุมอารมณ์ มีอารมณ์ฉุนเฉียวได้ง่าย

สำหรับเด็กและวัยรุ่นเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อเป็นเหมือนสถานการณ์จำลองที่เด็กสามารถเรียนรู้ได้จากการสังเกต หากเนื้อหาเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ก็จะส่งผลต่อการนำไปสู่การปฏิบัติที่เหมาะสมในสังคม แต่หากเป็นเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม สิ่งเหล่านั้นก็จะถูกนำไปสู่การปฏิบัติในสังคมด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากทักษะการคิดของเด็กและวัยรุ่นยังไม่ได้ถูกพัฒนาอย่างเต็มที่ จึงไม่สามารถตีความเนื้อหาได้ดีเท่ากับผู้ใหญ่ (ภรณ์ทิลา ธนบุรณนินพัทธ์, 2564)

สื่อที่อยู่ใกล้ตัวเด็กและวัยรุ่น ซึ่งมีอิทธิพลมากที่สุดในเวลานี้ คือสื่อสังคม (social media) เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าในยุคสื่อดิจิทัล ไม่มีเด็กคนไหนเลยที่ไม่เคยเล่นอินเทอร์เน็ต ดูสื่อต่าง ๆ ผ่านช่องทางนี้ (สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน, 2560) ดังนั้น การใช้สื่อให้ความรู้แก้ไขปัญหาความรุนแรงกับเด็กและวัยรุ่น สามารถใช้ในรูปแบบออนไลน์และการใช้สื่อในโรงเรียน เพื่อให้ความรู้กับเด็กวัยรุ่น เพื่อให้เด็กและเยาวชนมีความรู้ ในการการป้องกันตนเองจากการใช้ความรุนแรงที่จะเกิดขึ้นหรือเมื่อเกิดความรุนแรงขึ้นจะจัดการความรุนแรงนั้นอย่างไร

ในการนำสื่อการศึกษามาเป็นเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียนนั้น ผู้สอนจะต้องมีการมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับเนื้อหาเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วและเข้าใจง่ายขึ้น สื่อการศึกษาสร้างสรรค์ ควรใช้ควบคู่ไปกับเนื้อหาสาระที่เน้นให้ผู้เรียน เน้นการผลิตสื่อที่แตกต่างไปจากสื่อเดิม เพื่อการกระตุ้นความสนใจ ทำให้สื่อการศึกษานั้นๆ แตกต่างจากที่ผู้เรียนเคยเห็นมาจะทำให้การตอบสนองการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มากขึ้นด้วยระยะเวลาที่สั้นลงด้วยความแปลกใหม่ และแตกต่างจากที่ผู้เรียนเคยเห็นมา (เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม, 2556) การจัดการศึกษามีความจำเป็นต่อหาวิธีการในการส่งสารถึงผู้เรียนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ร่วมกับการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ให้มีความเหมาะสม การใช้สื่อสมัยใหม่ในการจัดการเรียนรู้ผสมผสานสื่อดั้งเดิมให้เข้ากับบริบทของผู้เรียนเป็นสิ่งสำคัญ ทำให้ต้องอาศัยการออกแบบ วิธีการในรูปแบบต่างๆ และความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสื่อให้มีความเหมาะสมเข้ากับยุคสมัย

เนื้อหาสาระ

ความหมายสื่อสมัยใหม่ (New media)

Burnett and Marshal (2003) ให้ความหมายสื่อสมัยใหม่ว่า สื่อสมัยใหม่ หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545) ได้ให้ความหมายสื่อใหม่ว่า สื่อใหม่ หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (internet) บริการระดับเวิลด์ไวด์เว็บ (world wide web : www) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (commercial on-line service)

สรุปได้ว่า สื่อใหม่ หมายถึง สื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบแอนะล็อก หรือสื่อดั้งเดิม มาเป็นระบบดิจิทัล มีรูปแบบหลากหลาย แปลกใหม่ ไม่มีหลักการ หรือรูปแบบตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสความนิยมได้อย่างรวดเร็ว และที่สำคัญคือผู้รับสารและผู้ส่งสารสามารถโต้ตอบกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วโดยใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตในการสื่อสารเป็นการสื่อสารแบบสองทาง โดยสื่อสามารถส่งสารได้หลายอย่างรวมกันทั้งภาพนิ่ง เสียง ข้อความ กราฟิก และภาพเคลื่อนไหว

ลักษณะของสื่อใหม่

R.K. Logan นักวิชาการด้านสื่อชาวอเมริกัน กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ไว้ ดังนี้ (ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง, 2558)

1. สื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way communication)
2. สื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและการแพร่กระจายสารสนเทศ (Ease of access to and

dissemination of information)

3. สื่อใหม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง (Continuous learning) เพราะการรับสารจากสื่อใหม่มักจะเกิดสิ่งที่เรียกว่า

4. สื่อใหม่มีการวางตัวในแนวเดียวกันและเอื้อต่อการบูรณาการ (Alignment and Integration)

5. สื่อใหม่เอื้อต่อการสร้างชุมชน (Creation of community)

6. สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่ายต่อการเคลื่อนย้าย พกพาได้สะดวก (Portability)

7. สื่อใหม่มีลักษณะที่หลอมรวมกัน (Convergence)

8. สื่อใหม่มีลักษณะปฏิบัติงานร่วมกันได้ (Interoperability)

9. สื่อใหม่มีความสามารถที่จะประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งมาไว้รวมกัน (Aggregation of Content)

10. สื่อใหม่เพิ่มความหลากหลาย เพิ่มทางเลือก จากการที่สื่อใหม่เอื้อให้ผู้รับสารสร้างผลิตเนื้อหาและเผยแพร่สารได้ด้วยตัวเองนั้นทำให้เกิดการสร้างสรรคผลงานตามความสนใจเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มบุคคลขึ้นมาจำนวนมาก

11. การหวนคืนกลับมาประสานครั้งใหม่ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร สื่อเก่า

12. สื่อใหม่มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มกันทางสังคมและการร่วมมือทาง โซเชียล (Social collectivity & Cyber-cooperation)

13. การเกิดวัฒนธรรมแบบรีมิกซ์ (Remix culture)

14. การเปลี่ยนจากผลผลิต (product) มาสู่บริการ (service)

15. สื่อใหม่เป็นสื่อที่อนุญาตให้ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหา (User-based transformation of new media)

ประเภทของสื่อสมัยใหม่

จากการหลอมรวมสื่อ (Media convergence) ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่เข้าด้วยกันทำให้สื่อดั้งเดิมลดบทบาทลงเปลี่ยนเป็นสื่อสมัยใหม่ที่มีรูปแบบการสื่อสารในระบบดิจิทัล ซึ่งสื่อดิจิทัลมีองค์ประกอบ ทั้งข้อความ เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว มีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อความ เป็นการเข้ารหัสและถอดรหัสทางภาษาทำให้สามารถสื่อสารรายละเอียดเนื้อหาที่ต้องการได้ในปริมาณมาก การใช้ข้อความในระบบดิจิทัลสามารถทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ (interactive) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้

2. ภาพนิ่ง การใช้ภาพนิ่งในสื่อดิจิทัลมีหลายประเภท ทั้งภาพถ่าย ภาพกราฟิก ภาพวาด เป็นต้น ภาพจะทำหน้าที่เพื่อการสื่อสารสามารถย่อเนื้อหาข้อความปริมาณมากให้สื่อสารเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น และดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ดี รวมถึงสามารถใช้ประกอบกับข้อความทำให้อาณาที่ที่ต้องการสื่อสารสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. ภาพเคลื่อนไหว เป็นการนำภาพนิ่งเรียงต่อกันจนเกิดภาพติดตาซึ่งเป็นพื้นฐานของภาพเคลื่อนไหว ในรูปแบบภาพจริง ภาพกราฟิก ภาพการ์ตูน ซึ่งทำหน้าที่แสดงเนื้อหาที่ต้องการความ

ต่อเนื่องของภาพ ทำให้เนื้อหาส่วนนั้นที่ต้องการสื่อสารเข้าใจง่าย

4. เสียง อาจเป็นองค์ประกอบของข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวทำให้เนื้อหาสมบูรณ์มากขึ้น หรือใช้เสียงอย่างเดียวในการสื่อสาร โดยที่เสียงที่ใช้มีทั้งเสียงบรรยาย เสียงบทสนทนา เสียงบรรยายภาค เสียงเอฟเฟ็ค และเสียงดนตรี มีการใช้เสียงในลักษณะการปฏิสัมพันธ์ทำให้ดึงดูดผู้รับสารได้อย่างดี

จากงานวิจัยของ สหะ พุกศิริวงศ์ชัย (2565) ได้วิเคราะห์องค์ประกอบด้านเนื้อหาของสื่อออนไลน์เพื่อป้องกันการใช้ความรุนแรงของเด็กวัยรุ่น พบว่าสื่อที่เหมาะสมกับการป้องกันความรุนแรง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงสื่อที่เหมาะสมกับการป้องกันความรุนแรงของเด็กวัยรุ่น

ผู้เชี่ยวชาญ	• ออนไลน์	• เข้าถึงง่าย	• เหมาะกับวัย	• สั้นกระชับ	• กระตุ้นให้คิด	• เรื่องใกล้ตัว	• นำติดตาม	• idol
• ท่านที่ 1	/	/	/	*	*	*	/	/
• ท่านที่ 2	*	*	/	/	/	*	*	/
• ท่านที่ 3	/	/	/	*	/	/	/	/
• ท่านที่ 4	/	/	/	/	*	/	/	/
• ท่านที่ 5	*	/	*	*	/	*	/	/
• ท่านที่ 6	/	/	/	/	/	/	/	*
• ท่านที่ 7	/	/	/	*	/	/	/	*
• ท่านที่ 8	/	/	*	/	*	/	/	/
• ท่านที่ 9	*	/	/	/	/	/	*	*

ผู้เชี่ยวชาญ	ออนไลน์	เข้าถึงง่าย	เหมาะกับวัย	สั้นกระชับ	กระตุ้นให้คิด	เรื่องใกล้ตัว	น่าติดตาม	idol
• ท่านที่ 10	/	/	/	/	*	*	*	/
• ท่านที่ 11	/	/	/	/	/	*	/	/
• ท่านที่ 12	/	/	/	/	/	/	/	*
• ความถี่	9	11	10	8	8	7	9	8

จากตารางที่ 1 แสดงสื่อที่เหมาะสมกับการป้องกันความรุนแรงเป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย หากทำให้มีการตลาดที่ดีสร้างกระแสได้จะน่าสนใจยิ่งขึ้น เนื้อหาน่าสนใจเหมาะสมกับเพศและวัย เป็นเรื่องใกล้ตัว เข้าใจง่าย มีเรื่องราวที่น่าตื่นเต้นน่าติดตาม สั้นกระชับ สวยงามน่าสนใจ มีเนื้อหาและดนตรีที่มีการกระตุ้นให้ตระหนักถึงอารมณ์ของตนและการเห็นใจผู้อื่น กระตุ้นให้ฉกคิดเพื่อหาคำตอบเป็นบทสรุป เนื้อหาในลักษณะแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive) จะทำให้น่าติดตามและไม่น่าเบื่อ ควรมีการกระตุ้นให้คิด แล้วให้หาข้อสรุปด้วยตัวเอง เนื่องจากวัยรุ่นมักไม่ชอบการชี้แนะ จากข้อมูลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านเนื้อหาของสื่อออนไลน์เพื่อป้องกันการใช้ความรุนแรงของเด็กวัยรุ่น พบว่าสื่อใหม่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมในเรื่องสื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้อย่างรวดเร็ว และสื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและการแพร่กระจายสารสนเทศทำให้เกิดการกระจายข่าวสาร หรือเนื้อหาไปในวงกว้าง

ในปัจจุบันการใช้อินเทอร์เน็ตแพร่หลายมากคนส่วนใหญ่จะรับข้อมูลที่เข้าถึงง่ายที่สุดข้อมูลจำนวนมากที่แพร่หลายอยู่ในอินเทอร์เน็ต ข้อมูลบางส่วนออกแบบเป็นอินโฟกราฟิก (Infographic) ซึ่งถูกตีพิมพ์ออกมาใช้งานด้วยอินโฟกราฟิกเป็นเครื่องมือสำคัญในการสอน เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการนำเสนอและการสื่อสารข้อมูลที่ยุ่งยากซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (จิตตานันท์ทองทับ, 2557)

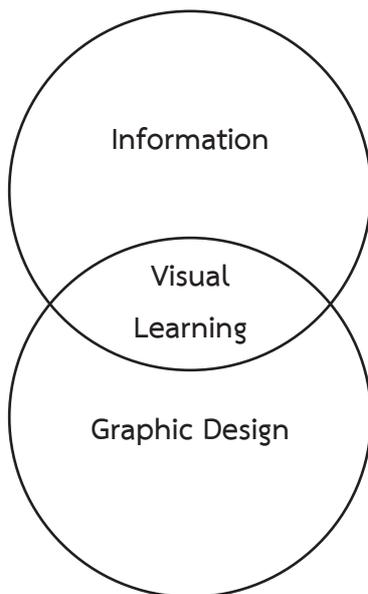
ความหมายอินโฟกราฟิก (Infographic)

อินโฟกราฟิก (Infographic) ย่อมาจากคำว่า Information Graphic เป็นคำเรียกเทคนิคการออกแบบกราฟิก วิชาวลไลซ์ (Visualize) ข้อมูลและความคิด ซึ่งเป็นการอธิบายข้อมูลที่มีความซับซ้อนไปสู่กลุ่มผู้รับสารในรูปแบบที่สามารถบริโภคหรือเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว การสื่อสารด้วยภาพหรือกราฟิกที่บ่งชี้ถึงข้อมูล อินโฟกราฟิกเป็นการแสดงข้อมูลหรือความรู้ที่ผ่านการสรุปย่อแล้วเป็น แผนภาพ คือ การแปลงข้อความ (Text) ให้เป็นข้อความภาพ (Visual Image) โดยการกำหนดขอบเขตและการควบคุมกระบวนการในการออกแบบและส่งเสริมการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ร่วมกับ

ข้อมูลที่เป็นตัวอักษร เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจข้อมูลได้รวดเร็ว โดยการใช้รูปแบบที่เข้าใจง่าย และมีเหตุผล (Kai, 2013) เป็นการย่อข้อมูลที่มีเนื้อหาจำนวนมาก มีความซับซ้อน ให้สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย

ในปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมในโลกของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) การสื่อสารด้วยอินโฟกราฟิกจึงเหมาะสำหรับการสื่อสารในยุคดิจิทัลที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลที่ซับซ้อน ด้วยเวลาอันจำกัด เนื่องจากง่ายต่อการทำความเข้าใจ ทำให้จดจำเนื้อหาที่ซับซ้อนได้ ง่ายขึ้น สามารถดึงดูดความสนใจด้วยสีสันและภาพประกอบที่สวยงาม (Smiciklas M, 2012)

การสื่อสารในรูปแบบของอินโฟกราฟิก (Infographic) เป็นการนำข้อมูล หรือความรู้ต่างๆ ที่มีจำนวนมาก มาเปลี่ยนเป็นภาพและตัวอักษรในรูปแบบที่เข้าใจง่ายเหมาะสำหรับการสื่อสารในยุคดิจิทัล โดยผู้รับสารใช้อุปกรณ์บนหน้าจอในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต โดยต้องการเข้าถึงข้อมูลอันซับซ้อน ที่มีจำนวนมากในเวลาจำกัด จากข้อมูลการใช้สื่อเพื่อป้องกันความรุนแรงของเด็กวัยรุ่น พบว่าสื่อที่เหมาะสมกับการป้องกันความรุนแรง ควรเป็นสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้รวดเร็ว ต้องมีการสื่อสารในระยะเวลายาว และสามารถสร้างความเข้าใจในข้อมูลที่ต้องการสื่อสารได้ ซึ่งเป็นข้อดีของการสื่อในรูปแบบของอินโฟกราฟิก



หลักการออกแบบอินโฟกราฟิก

จรงค์ เทศนา (2555) ได้แบ่งหลักการออกแบบอินโฟกราฟิก เป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ด้านข้อมูล ข้อมูลที่น่าเสนอจะต้องมีความหมาย น่าสนใจ เรื่องราวที่เปิดเผยต้องเป็นจริง และมีความถูกต้อง
2. ด้านการออกแบบ การออกแบบต้องมีรูปแบบแบบแผน โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน และความสวยงาม โดยออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย และใช้ได้จริง

ภาพที่ 1 กายวิภาคของอินโฟกราฟิก (Anatomy of an Infographic) ที่มา : Smiciklas M, 2012

จากภาพดังกล่าวยังอธิบายว่า อินโฟกราฟิกประกอบด้วยข้อมูลและการออกแบบที่เข้ามาช่วยในการเรียนรู้ภาพ กระบวนการสื่อสารนี้จะช่วยให้การถ่ายทอดข้อมูลที่ซับซ้อนให้สามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็วและเข้าใจง่ายขึ้น (Smiciklas M, 2012)

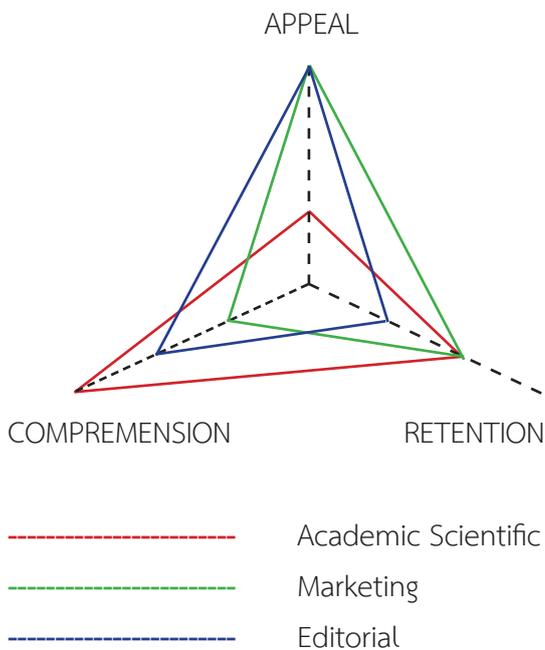
จากภาพที่ 2 ตัวอย่างอินโฟกราฟิกการใช้ความรุนแรงในวัยรุ่น มีเนื้อหาสื่อถึงการให้ความรุนแรงมีมากถึง 3/4 ทั่วโลก โดยใช้แผนที่โลกสีฟ้า สัญลักษณ์คนสีแดงแทนการใช้ความรุนแรงในวัยรุ่น และ ตัวเลขบอกปริมาณการใช้ความรุนแรง



ภาพที่ 2 ตัวอย่างการออกแบบอินโฟกราฟิกการใช้ความรุนแรงในวัยรุ่น



ภาพที่ 3 ตัวอย่างการออกแบบอินโฟกราฟิกประเภทการใช้ความรุนแรงในวัยรุ่น



จากภาพที่ 3 ตัวอย่างอินโฟกราฟิกประเภทการใช้ความรุนแรงในวัยรุ่น มีเนื้อหาสื่อถึงการใช้ความรุนแรงปัญหาการทะเลาะวิวาทและการใช้ความรุนแรงในรูปแบบต่าง ๆ โดยใช้ตัวละครวัยรุ่นบาดเจ็บ และสัญลักษณ์รูปแบบการใช้ความรุนแรงแตกต่างกันด้วยการใช้สี

วัตถุประสงค์การสร้างอินโฟกราฟิก

กรอบพื้นฐานที่ทำให้ทุกคนสามารถใช้ในการตัดสินใจคุณค่าของการสร้างภาพ เพื่อส่งเสริม วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเกี่ยวกับผลกระทบเชิงบวกของอินโฟกราฟิก ซึ่งเป็นพื้นฐานของวิธีการสื่อสารด้วยวาจาหรือภาพที่มีประสิทธิภาพดังนี้

(1) ดึงดูดความสนใจ (Appeal) การสื่อสารควรมีส่วนร่วมกับผู้ชมด้วยความสมัครใจ (2) ความเข้าใจ (Comprehension) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพควรให้ความรู้ ที่จะช่วยสร้างความเข้าใจข้อมูลที่ชัดเจน และ (3) การจดจำ (Retention) การสื่อสารควรบอกความรู้ที่น่าจดจำ

ภาพที่ 4 การจัดอันดับความสำคัญของการประยุกต์ใช้อินโฟกราฟิก ที่มา: Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks R, 2012

อินโฟกราฟิกนั้นมีเจตนาเพื่อการสื่อสารข้อมูลให้มีความชัดเจนมากที่สุด และไม่เป็นอคติ สิ่งสำคัญสิ่งแรกสำหรับนักออกแบบ คือ การเข้าใจ จากนั้น คือ การสร้างการจดจำ ตามมาด้วยการดึงดูดความสนใจ เนื่องจากผู้ชมส่วนมากจะต้องการข้อมูลและพยายามเสาะแสวงหาผลลัพธ์ การดึงดูดความสนใจนั้นมีประโยชน์ก็ต่อเมื่อเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของผู้ชมเพื่อที่จะสามารถที่จะเข้าใจต่อไปได้ ดังนั้น อินโฟกราฟิกเป็นรูปแบบของสื่อใหม่ที่มีคุณลักษณะทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง (Continuous learning) เนื่องจากผู้ใช้สื่อใหม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดการจดจำและเกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้หรือพุทธิปัญญา (Cognitive) ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง รวมถึงสื่อใหม่รูปแบบอินโฟกราฟิกเอื้อต่อการบูรณาการ (Alignment and Integration) เนื่องจากเนื้อหาสามารถเชื่อมโยงบูรณาการเข้าด้วยกันได้โดยง่าย รวมทั้งยังพร้อมบูรณาการเข้ากับเนื้อหาสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็ว กลายเป็นเครือข่ายความรู้ที่ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ ทำให้บรรยายภาคที่เหมาะสมสำหรับการจัดการความรู้

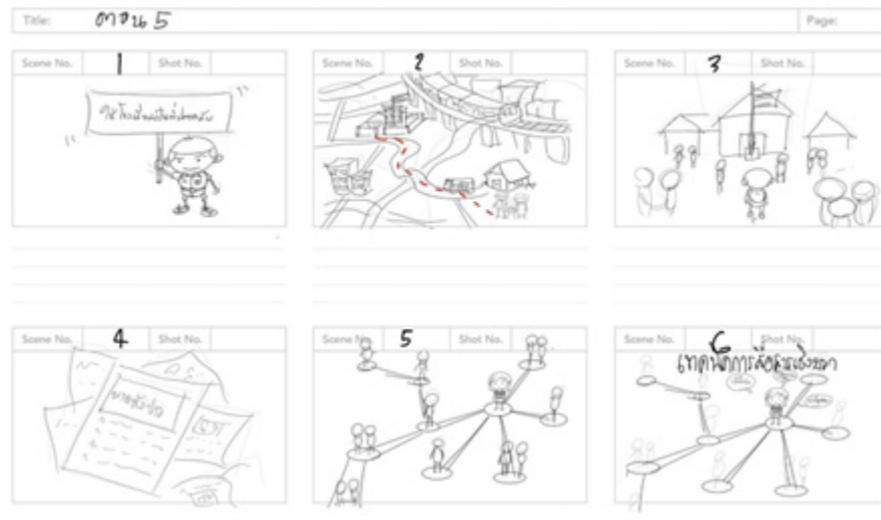


ภาพที่ 5 ตัวอย่างอินโฟกราฟิก
แบบสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม

จากภาพที่ 3 ตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบบสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมเพื่อให้ผู้ชมมีส่วนร่วมโดยการตั้งคำถาม ให้ผู้ชมคิดตาม ใช้สัญลักษณ์การยกมือ ซึ่งการสร้างปฏิสัมพันธ์ในลักษณะนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สหะ พุกศิริวงศ์ชัย (2565) ได้การวิเคราะห์ห้องคำประกอบด้านเนื้อหาของสื่อออนไลน์ เพื่อป้องกันการใช้ความรุนแรงของเด็กวัยรุ่น พบว่าสื่อที่เหมาะสมกับการป้องกันความรุนแรง ต้อง

มีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมเพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการรับรู้รูปแบบการนำเสนออินโฟกราฟิก มีการพัฒนาให้เกิดการเคลื่อนไหวเพื่อสื่อสารเนื้อหาที่ต้องการได้มากกว่าอินโฟกราฟิกในรูปแบบภาพนิ่ง เรียกว่า โมชันอินโฟกราฟิก (Motion Infographic) ตามหลักภาษาอังกฤษแล้วคำว่า Motion แปลว่าการเคลื่อนไหวหรือการเคลื่อนที่ ถ้าเอาคำว่า Motion รวมกับ Infographic จะหมายถึงภาพเคลื่อนไหวที่มีข้อมูลประกอบ หรืออธิบายได้ว่า โมชันอินโฟกราฟิก เป็นการพัฒนามาจากอินโฟกราฟิกธรรมดาที่เป็นภาพนิ่งที่มีความดึงดูดน้อยกว่าภาพเคลื่อนไหวทำให้เกิดความเคลื่อนไหวทั้งยังมีการใช้เสียง เพื่ออธิบายข้อมูลพร้อมกันไปกับภาพเคลื่อนไหวทำให้เข้าถึงความรู้สึกผู้บริโภคได้มากกว่าภาพนิ่งธรรมดา เล่าเรื่องได้ชัดเจนกว่าภาพนิ่ง ทำให้เนื้อหาเกิดความน่าสนใจ มีความต่อเนื่องเข้าถึงผู้คนหลากหลายได้ง่ายในคราวเดียว และสื่อสารได้ครบถ้วนในเวลาสั้น การสื่อสารอินโฟกราฟิกต่อสังคมไทยในทุกวันนี้มีขอบเขตขยายกว้างออกไปมากขึ้น สร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสารด้วยอินโฟกราฟิกจากทั้งองค์กรผู้ผลิตสารและผู้รับสารต่างๆ การย่อยข้อมูลที่เข้าใจยากให้เข้าใจได้โดยง่าย จะส่งผลให้การสื่อสารกับผู้บริโภคข้อมูลในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ณัฐพงษ์ สายพิณ, 2560) จากงานวิจัยของทักษิณา สุขพัทธ์และคณะ (2560) ได้ศึกษาแนวทางการออกแบบโมชันกราฟิกที่ส่งเสริมความสามารถในการเรียนรู้ โดยผลจากงานวิจัยขององค์ความรู้ คือ ด้านกระบวนการออกแบบที่เป็นลักษณะเฉพาะมีทั้งการดู หรือรับชมและการโต้ตอบจุดเด่นอยู่ในขั้นที่ 2 ด้านการออกแบบขั้นการเรียนรู้เพื่อสร้างความรู้ โมชันกราฟิก

แสดงแบบข้อมูลเชิงข้อมูล ที่ส่งเสริมความสามารถในการเรียนรู้ ควรสร้างความบันเทิงสนุกสนานควบคู่กับการเรียนรู้อย่างมีอิสระเลือกเรียนได้ ดูไม่น่าเบื่อ ถือเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของสื่อ และเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง สอดคล้องแนวทางการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 มีการเรียนรู้ด้วยภาพ สามารถปฏิสัมพันธ์และหาคำตอบได้ นอกจากนี้ได้เสนอแนะในการวิจัยคือการศึกษาเทคนิคโมชันกราฟิก เพื่อส่งเสริมความสามารถในการเรียนรู้ที่ควรศึกษานำไปใช้กับกลุ่มผู้เรียนประเภทวัยรุ่นและปัญหาในวัยรุ่นและเพื่อศึกษาเจตคติ ทักษะชีวิต หรือคุณภาพชีวิต



ภาพที่ 6 ตัวอย่างสตอรี่บอร์ด (Story Board)
โมชันอินโฟกราฟิกเพื่อป้องกันการใช้ความรุนแรงของเด็กวัยรุ่น

จากภาพที่ 6 แสดงให้เห็นถึงสตอรี่บอร์ดโมชันอินโฟกราฟิกเพื่อป้องกันการใช้ความรุนแรงของเด็กวัยรุ่น ซึ่งเป็นขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-production) เป็นขั้นตอนการร่างภาพอินโฟกราฟิกแต่ละภาพมาเรียงให้เห็นความต่อเนื่องกันเพื่อสื่อสารข้อมูลที่ต้องการได้ก่อนผลิตงานจริง

บทสรุป

การผลิตสื่อป้องกันความรุนแรงสำหรับเด็กวัยรุ่น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเด็กวัยรุ่น จำเป็นต้องใช้สื่อสมัยใหม่ ให้ตรงกับการรับสื่อของวัยรุ่น ซึ่งวัยรุ่นใช้สื่อในยุคดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ตอย่างแพร่หลาย ในการรับรู้เนื้อหา ข้อมูลปริมาณมากในแต่ละวันผ่านหน้าจออุปกรณ์รับสารในยุคดิจิทัล จำเป็นต้องใช้สื่อใหม่ในรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) และโมชันอินโฟกราฟิก (Motion Infographic) เพื่อดึงดูดความสนใจของวัยรุ่น ให้หยุดดู สร้างความสนใจในการรับรู้ข้อมูลของสื่อรณรงค์ในการป้องกันความรุนแรงสำหรับเด็กวัยรุ่น เนื่องด้วยข้อดีของสื่อสมัยใหม่รูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) และโมชันอินโฟกราฟิก (Motion Infographic) สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี ใช้ระยะเวลาสั้นในการสื่อสารข้อมูลปริมาณมากได้และสร้างการจดจำได้ดีเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เกิดเป็นเครือข่ายการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- เชมณัญญ์ มิ่งศิริธรรม. (2556). Social Media สื่อสร้างสรรค์เพื่อการศึกษา. *Veridian E-Journal*, 6(1), 72-81.
- ณัฐพงษ์ สายพิณ. (2560). บทบาทของการสื่อสารอินโฟกราฟิกต่อสังคมไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์*, 11(2), 145-179.
- ทักษิณา สุขพัทธิ และทรงศรี สรณสถาพร. (2560). การศึกษาแนวทางการออกแบบโมชันกราฟิกที่ส่งเสริมความสามารถในการเรียนรู้. *วารสารวิจัยและพัฒนา วลัยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(1), 261-268.
- กัญชิตา ธนบุรณนิกพัทธ์. (2564). *สื่อกับความรุนแรง*. เข้าถึงได้จาก <https://researchcafe.org/media-violence>.
- สหะ พุกศิริวงศ์ชัย. (2565). การวิเคราะห์องค์ประกอบด้านเนื้อหาของสื่อออนไลน์ เพื่อป้องกันการใช้ความรุนแรงของเด็กวัยรุ่น. *วารสาร รัชต์ภาคย์*, 16(45), 367-382.

ภาษาอังกฤษ

- Burnett, R. & David, P. M. (2003). *Web Theory*. London: Routledge.
- Kai, W. (2013). *Infographics & data visualizations*. Hong Kong: Design Media.
- Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2012). *Infographics the power of visual storytelling*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Smiciklas, M. (2012). *The power of Infographics: Using pictures to communicate and connect with your audiences (Que Biz-Tech)*. New York: Que.

ระบบออนไลน์

- จงรัก เทศนา. (2555). *อินโฟกราฟิก (Infographics)*. เข้าถึงได้จาก <http://www.krujongrak.com/Infographics/Infographicsjinformation.pdf>.
- จิตตานันท์ ทองทับ. (2557). *การออกแบบอินโฟกราฟิก*. เข้าถึงได้จาก <http://graphicflexo.blogspot.com/2011/03/blog-post.html>
- ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง. (2558). *รู้จักสื่อใหม่ (New Media)*. เข้าถึงได้จาก <https://www.tcijthai.com/news/2015/03/watch/5421>

สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน. (2560). การศึกษาความรุนแรงทางโซเชียลมีเดียและการรับรู้ของวัยรุ่น. เข้าถึงได้จาก <https://www.healthymediahub.com/media/detail>

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (ม.ป.ป.). พัฒนาการสื่อใหม่ (New Media) : อิทธิพลภาษาดิจิตอลต่อรูปแบบการสื่อสารของมนุษยชาติและผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ. เข้าถึงได้จาก <http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/amsar/PDF/New%20Media.pdf>
