การพัฒนานวัตกรรมสื่อเพื่อลดคำรุนแรงในข่าวและสร้างการรู้เท่าทันอารมณ์ในข่าว

Developing Innovative Tools Aimed at Reducing Perceptions of Violence in The Presentation of News and Creating Awareness of a Balanced Approach to News Reporting that Maintains Emotional Equilibrium

อภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ[1] และ ชัชวาล สังคีตตระการ[2]
Apisit Supakitcharoen and Chatchawal Sangkeettrakarn
Corresponding author, E-mail : apisit.s@rumail.ru.ac.th

Received : *June 27, 2022*
Revised : *September 26, 2022*
Accepted : *November 10, 2022*

บทคัดย่อ

งานวิจัยการพัฒนานวัตกรรมสื่อเพื่อลดคำรุนแรงในข่าวและสร้างการรู้เท่าทันอารมณ์ในข่าว ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีจุดประสงค์ เพื่อพัฒนาต้นแบบเครื่องมือในการประเมินอารมณ์ในข่าว ชุดสื่อเพื่อการเรียนรู้ให้รู้เท่าทันอารมณ์ในข่าวและการแสดงออกบนสื่อสังคมออนไลน์ และนวัตกรรมกระบวนการในการสร้างการรู้เท่าทันอารมณ์ในข่าวและลดความรุนแรงในการสื่อสาร โดยดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย 3 กลุ่ม คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ ในจังหวัดนนทบุรีเป็นกลุ่มผู้สร้างเครื่องมือประเมินอารมณ์ในข่าวและชุดการเรียนรู้ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มที่ 1 เรียนรู้การรู้เท่าทันอารมณ์ผ่านชุดสื่อการเรียนรู้ และ กลุ่มที่ 2 เรียนรู้ผ่านกระบวนการเป็นผู้ผลิตสื่อ จากผลการศึกษาพบว่า เครื่องมือประเมินอารมณ์ในข่าว ใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างการรับรู้และรู้เท่าทันต่ออารมณ์ที่มากับข่าวและอารมณ์ของผู้อ่านได้ ส่วนชุดสื่อลดความรุนแรงในการสื่อสารทำให้เกิดการตระหนักรู้ถึงปัญหา แต่กลุ่มเป้าหมายไม่ได้แสดงแนวโน้มที่ชัดเจนต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมลดการสื่อสารที่อาจมีความรุนแรง แต่เมื่อใช้เครื่องมือควบคู่กับการให้กลุ่มตัวอย่างสวมบทบาทเป็นผู้ทดลองผลิตข่าวและเนื้อหาที่ลดความรุนแรงและอารมณ์ในข่าว พบว่า ทำให้กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่มีส่วนร่วมในการวิจัยพัฒนา เข้าใจการประกอบสร้าง ผลของอารมณ์ในข่าวต่อพฤติกรรมผู้อ่าน และมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะหยุดคิดและไม่แสดงออกต่อประเด็นเรื่องราวนั้นด้วยอารมณ์รุนแรง รวมทั้งมีการเรียนรู้และเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอข่าวและการแสดงออกบนสื่อออนไลน์อย่างมีเหตุผลและลดความรุนแรงลงได้ ดังนั้น การใช้กระบวนการผลิตสื่อในการสร้างการเรียนรู้ ทำให้เกิดการเข้าใจ การคิดรู้สึกตาม การปรับทัศคติ และ เห็นการลงมือทำจริงผ่านทั้งการทำสื่อและการปฏิบัติในชีวิตจริง ทำให้มีแนวโน้มของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการพัฒนานวัตกรรมเพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันข่าวสารได้

คำสำคัญ: นวัตกรรมสื่อ, อารมณ์ในข่าว, สื่อสังคม, การลดความรุนแรงในข่าว, การรู้เท่าทันข่าว

[1] คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Faculty of Mass Communication, Ramkhamhaeng University
[2] วิศวกรวิจัยอาวุโส ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และ คอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
Senior Research Engineer., Speech and Text Understanding Research Team Artificial Intelligence Research Group National Electronics and Computer Technology Center (NECTEC) National Science and Technology Development Agency (NSTDA)

Abstract

This research article describes the development of innovative tools aimed at reducing perceptions of violence in the presentation of news and creating awareness of a balanced approach to news reporting that maintains emotional equilibrium. A qualitative research process was employed to experiment and develop prototype tools for assessing mood in news. This led to the production of educational media kits aimed at reducing the use of expressions in news and online media that engender violence. Such expressions are commonly employed to create awareness and generate emotions, the result of which can be distorted perceptions of information on social media. Participatory action research involved three target groups: undergraduate students in Nonthaburi which produce prototype tools for assessing mood in news, first group of lower secondary-school students who learn educational media kits and second group of lower secondary-school students who learn the process of media producer. The result showed that prototype tools for assessing mood in news can be used as tool to create awareness of expressions in news while media kits creating awareness but target groups did not show a clear sign of changing communicating behavior until using the media toolkits along with being media producer in creating news. This process was development of an innovative process involving the use of tools to assess the use of emotional expressions in presenting news. These tools can also create awareness of emotional reactions in news audiences. The tools were evaluated with the sample groups, with young media producers attempting to produce news and content that reduced negative feelings in readers. The results showed that the sample groups learned how news reports were often constructed to generate emotions, giving them a tendency to stop and think and avoid expressing strong reactions. As well, they learned to choose a rational form of online news presentation without the use of inflammatory expressions. Therefore, The process of media production tend to change target groups communicating behaviors and also create media literacy skills.

Keywords: Media Innovations, Emotional News, Social Media, Sensationalism, News Literacy

บทนำ

งานวิจัยนวัตกรรมชุดการเรียนรู้เพื่อลดคำรุนแรงข่าวและลดการใช้อารมณ์ความรุนแรงบนสื่อสังคมออนไลน์มีเป้าหมายเพื่อวิจัยพัฒนานวัตกรรมเชิงกระบวนการและนวัตกรรมเนื้อหา โดยมีเป้าหมายในการใช้กระบวนการผลิตสื่อเป็นเครื่องมือสร้างการรู้เท่าทันอารมณ์ในการสื่อสาร ประกอบด้วยการศึกษาทดลอง 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรกพัฒนาเครื่องมือในการตรวจจับอารมณ์ในข่าวโดยผู้ผลิตสื่อกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ร่วมในการสร้างเครื่องมือเพื่อเรียนรู้อารมณ์ที่อยู่ในข่าว ขั้นตอนที่สอง เมื่อผู้ผลิตมีความเข้าใจในผลของการการประกอบสร้างอารมณ์ในการสื่อสาร ผู้ผลิตทดลองพัฒนาเนื้อหาที่ลดความรุนแรงในการสื่อสาร และสื่อสารให้ผู้อื่นลดความรุนแรงในการสื่อสารด้วย โดยทั้งสองขั้นตอนเป็นการใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์จากการสร้างสรรค์สื่อทำให้ผู้ผลิตสามารถออกแบบเนื้อหาและการสื่อสารที่ลดอารมณ์ความรุนแรง พร้อมทั้งสื่อสารประเด็นดังกล่าวกับผู้อื่นเพื่อขยายผลการรู้เท่าทันอารมณ์ในการสื่อสารได้

ผลสำรวจเรื่อง “พฤติกรรมวัยรุ่นไทย ณ วันนี้” โดยสวนดุสิตโพล (2560) พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 75.02 คิดว่าวัยรุ่นไทยเป็นวัยที่น่าเป็นห่วง สังคมไทยมีสิ่งยั่วยุจำนวนมากโดยเฉพาะอิทธิพลจากสื่อต่าง ๆ และ 5 อันดับของเรื่องที่ประชาชนเป็นห่วงวัยรุ่นไทยมากที่สุด อันดับ 1 คือการใช้ความรุนแรงในสังคม ในขณะที่ รศ.นพ. สุริยเดว ทรีปาตี ผู้อำนวยการสถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว (Thai PBS, 2562) สะท้อนความรุนแรงในเด็กและเยาวชนว่ามีสาเหตุมาจากการบกพร่องในด้าน 1. การรู้จักการบริหารจัดการอารมณ์ของตนเอง 2. การแก้ข้อขัดแย้งในตนเองด้วยสติและสันติวิธีเมื่อเผชิญเหตุ 3. การไม่มีเบ้าหลอม (Role model) ที่จะเป็นแบบอย่างให้เลียนแบบในบ้านและในโรงเรียน และ 4.จิตสำนึกซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นเอง แต่เกิดจากเรียนรู้ผ่านวิถีชีวิตในสังคมที่ตนเองอาศัยเรียนรู้ผ่านวิถีชีวิตไม่ใช่แค่กิจกรรมกิจวัตรเท่านั้น สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.) (2561) อธิบายว่าประเด็นการพูดจาทำร้ายจิตใจกันเป็นเหตุนำไปสู่ความรุนแรงในการรังแกกันของวัยรุ่น โดยการแสดงอคติทางลบทำให้เกิดอารมณ์เกลียดชัง แบ่งแยก และใช้ความรุนแรงในการคุกคามคนที่แตกต่าง

และ การรังแกกันจะพบได้มากที่สุดและรุนแรงที่สุดในช่วงที่เด็กเปลี่ยนผ่านจากชั้นประถมศึกษาไปสู่มัธยมศึกษา และมีแนวโน้มลดลงในช่วง มัธยมศึกษาตอนปลาย (สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต, 2561) การศึกษาวิจัยนี้จึงเห็นความสำคัญของการสร้างกระบวนการรู้เท่าทันต่ออารมณ์และพฤติกรรมความรุนแรงของตัวเองและจากสื่อที่ได้รับ เพื่อสร้างเกาะป้องกันทางอารมณ์และการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลเพื่อลดความรุนแรงในการสื่อสารของวัยรุ่น

ในขณะเดียวกันกลุ่มนักศึกษาปริญญาตรีด้านนิเทศศาสตร์ เป็นกลุ่มผู้ผลิตรุ่นใหม่ ที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และรู้เท่าทันการประกอบสร้างข้อมูลข่าวสาร ด้วยว่าจากงานศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันข่าวสาร นักวิชาการสะท้อนมุมมองการรู้เท่าทันข่าวสารและอารมณ์ในข่าวซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของผู้รับสาร และพฤติกรรมการแสดงความเห็นต่อข้อมูลข่าวที่ได้รับและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นบนสื่อออนไลน์อันเป็นผลมาจากอารมณ์ เพื่อพัฒนาการวิเคราะห์และเหตุผลในการแสดงความเห็นและลดความรุนแรง การศึกษาผลกระทบของอารมณ์ในข่าวต่อการตัดสินใจทางสังคม โดย การศึกษาของ Baum & Abdel Rahman (2020) พบว่ากระบวนการรับรู้ข้อมูลของผู้อ่านกลุ่มตัวอย่างได้รับผลจากอารมณ์ในข่าว โดยมีผลต่อการตัดสินใจต่อประเด็นนั้น ๆ การพาดหัวข่าวที่มีอารมณ์เชิงลบส่งผลต่อการตัดสินใจทางสังคมเชิงลบเช่นเดียวกัน มากกว่าการตัดสินจากความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล สอดคล้องกับงานศึกษาพาดหัวข่าวและอารมณ์ของผู้อ่านข่าว ซึ่งพบว่าการใช้คำแฝงอารมณ์มีผลต่อการกระตุ้นอารมณ์ของผู้อ่าน โดยมีปัจจัย 4 ข้อ คือ ความหมายของคำแฝงอารมณ์ บริบททางภาษาของพาดหัวข่าว ประสบการณ์ของผู้อ่าน และภูมิหลังของผู้อ่าน (Nimtupariya & Tapinta, 2021) และ มุมมองต่อข่าวเชิงลบเกี่ยวเนื่องกับผลกระทบเชิงลบที่มากกว่าผลกระทบเชิงบวก และผลกระทบเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละปัจเจกบุคคลแต่ไม่เกี่ยวกับบุคลิกภาพของแต่ละคน (Hoog & Verboon, 2020)

ผู้เชี่ยวชาญด้านการรู้เท่าทันสื่อ ระบุว่า ในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ควรใช้เวลา 30% การเรียนรู้ในการผลิตหรือสร้างสื่อ การวิเคราะห์และการผลิตทำงานร่วมกัน กระบวนการประกอบสร้างสื่อ จะทำให้เข้าใจการประกอบสร้างของเนื้อหา อารมณ์ และ การสื่อสาร ทำให้ผู้เรียนมีกระบวนการคิดวิเคราะห์แยกส่วนข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรู้เท่าทันมากยิ่งขึ้น การศึกษาของ Tamboer et al., 2022 ระบุว่า การกระตุ้นการรู้เท่าทันและใช้ประโยชน์จากข่าวสารของวัยรุ่นตอนต้น ต้องทำให้เข้าใจการให้คุณค่ากับข่าวอย่างมีเหตุผล การรู้เท่าทันการประกอบสร้างข้อมูลในข่าวแรงจูงใจ และ ทักษะในการทำข่าว สอดคล้องกับผลการทดลองจากโครงการ "The PBS NewsHour Student Reporting Labs" ในการให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการผลิตข่าวด้วยตัวเอง ทำให้เกิดกระบวนการสร้างการรู้เท่าสื่อ ทักษะการแก้ปัญหา การสืบค้นและตรวจสอบข้อมูล (Hobbs, 2016)

ผู้วิจัยจึงศึกษาวิจัยพัฒนากระบวนการสร้างการรู้เท่าทันอารมณ์ในข่าวจากสองส่วนคือ 1) พัฒนาเครื่องมือการตรวจจับอารมณ์ความรู้สึกในข่าว โดยใช้กระบวนการทางเทคโนโลยีในการสอนระบบให้สามารถเข้าใจและประเมินอารมณ์ได้ โดยเป็นความร่วมมือระหว่างนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ที่เข้าใจกรอบคิดของงานข่าว และ นักพัฒนาเทคโนโลยีที่มีกระบวนการในการสร้างระบบจาก NECTEC ความร่วมมือข้ามศาสตร์นี้ เพื่อให้สามารถมีเครื่องมือที่สะท้อนอารมณ์ความรู้สึกที่พาดหัวข่าวมีผลกับผู้รับสาร การพัฒนาเครื่องมือประเมินอารมณ์เพื่อให้เป็นต้นแบบของเครื่องมือในการ “สร้างการรับรู้และรู้เท่าทัน” ต่ออารมณ์ที่มากับข่าวและอารมณ์ของผู้อ่านที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นได้ เครื่องมือดังกล่าวใช้เป็นเครื่องมือในกระบวนการก่อนการผลิต (Pre-production) ในการเรียนรู้อารมณ์ เข้าถึงข้อมูลและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการประกอบสร้างอารมณ์ในข่าว เพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตสื่อที่มีเป้าหมายลดอารมณ์และความรุนแรงในการนำเสนอได้ และ 2) การใช้กระบวนการผลิตเนื้อหาข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เรียนรู้การวิเคราะห์ แยกแยะ และการประกอบสร้างเนื้อหาข่าวผ่านกระบวนการผลิตสื่อ โครงการฯ ทดลองบนสมมติฐานที่ต้องการทดสอบว่า หากมีเครื่องมือที่บอกอารมณ์ของข่าวแล้วจะทำให้คนรู้เท่าทัน หยุดคิด และไม่แสดงออกต่อประเด็นเรื่องราวนั้นด้วยอารมณ์รุนแรงหรือไม่ และอีกสมมติฐานคือ กระบวนการในการคิดวิเคราะห์และผลิตสื่อจะทำให้ผู้ผ่านกระบวนการมีแนวโน้มของการลดความรุนแรงในการสื่อสารหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาต้นแบบเครื่องมือในการประเมินอารมณ์ในข่าว
2. เพื่อพัฒนาชุดสื่อเพื่อการเรียนรู้ให้รู้เท่าทันอารมณ์ในข่าวและการแสดงออกบนสื่อสังคมออนไลน์
3. เพื่อพัฒนานวัตกรรมกระบวนกาในการพัฒนาผู้ผลิตสื่อให้ผลิตเนื้อหาที่ลดอารมณ์ความรุนแรงด้วยการใช้เครื่องมือประเมินอารมณ์และกระบวนการผลิตเนื้อหาเล่าเรื่องข้ามสื่อ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันข่าวและอารมณ์ในข่าว

แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันข่าวและอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการรับข่าว โดยที่ Potter (2013) การพัฒนาอารมณ์ของปัจเจกบุคคลนั้นเป็นกุญแจสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ ดังนั้นแล้ว Currie Sivek (2018) ได้ชี้ให้เห็นว่าข่าวและสื่อดิจิทัลในทุกวันนี้จะดึงดูดอารมณ์ทำให้ทักษะทางอารมณ์(emotional skills) และทักษะความรู้ความเข้าใจ (cognitive skills) เป็นสิ่งสำคัญในการรู้เท่าทันข่าว(news literacy) จึงมีข้อแนะนำในการรู้เท่าทันอารมณ์เพื่อให้เข้าใจอารมณ์ของตนเองและการประเมินข่าว แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ การมีสติในการรู้เท่าทันข่าว (Mindfulness in news literacy) และ การรู้ถึงผลกระทบและการรู้เท่าทันข่าว (affect and news literacy) โดยผลการค้นพบจากการศึกษาในมหาวิทยาลัย Stony Brook เกี่ยวกับการรู้เท่าทันข่าว คือ นักเรียนที่เข้าร่วมได้รับข่าวสารจำนวนมากแต่พวกเขารับข่าวสารไม่ได้มีสติในการรับข่าวตลอดเวลา รวมถึงการศึกษาของ (Klurfeld & Schneider, 2014) ที่บอกว่าการตอบสนองทางอารมณ์และการรู้คิดเกิดขึ้นตลอดเวลาโดยที่นักเรียนไม่รู้ตัว

ดังนั้นแล้ว สิ่งแรกที่ต้องให้คนเข้าใจเรื่องการรู้เท่าทันข่าวคือการมีสติเมื่อกำลังเปิดรับข่าวและมีคิดรอบคอบมากยิ่งขึ้นเมื่ออยู่ในกระบวนการรับข่าว นอกจากนี้จากการวิจัยทางจิตวิทยาชี้ให้เห็นว่าคนที่มีสติจะมีความบกพร่องทางความคิด (cognitive failures) น้อยกว่า เช่น ความหลงลืม ความฟุ้งซ่าน ความผิดพลาด และความฟุ้งซ่านทางจิต (Herndon, 2008) นอกจากนี้แล้วยังมีการศึกษาของ Noone, Bunting, & Hogan (2016) ที่มีการฝึกการมีสติที่บอกว่าการฝึกเรื่องของสติช่วยให้คนรู้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นได้เร็วและและควบคุมอารมณ์ได้หากจำเป็น การฝึกเจริญสติยังช่วยเพิ่มพื้นที่ให้สมองได้รู้ทั้งความคิดและความรู้สึกระหว่างการอ่านเพื่อทำความเข้าใจมุมมองของมนุษย์ที่แตกต่างกัน (Wolf, 2016) ดังนั้นแล้วการทักษะการมีสติจึงมีความสำคัญในการเป็นเครื่องมือของการรับรู้การบริโภคข่าวสารถึงอารมณ์ที่เกิดขึ้นและลดความบกพร่องทางความคิดจากข้อมูลที่ได้รับ

Curie Sivek (2018) กล่าวว่า โดยหลักการแล้ว การแนะนำนักเรียนผ่านการอธิบายวิธีคิดที่หลากหลายมีส่วนช่วยให้พวกเขาได้เข้าใจถึงการแสดงความเห็นและการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ รวมไปถึงมีปฏิสัมพันธ์กับข่าวและข้อมูลต่าง ๆ ด้วย การเน้นที่บทบาทของอารมณ์ในกระบวนการนี้ทำให้เห็นถึงการที่เนื้อหาข่าวออกแบบมาเพื่อชี้นำอารมณ์ที่ส่งผลถึงการประเมินที่แตกต่างกัน และทำให้เกิดทัศนคติและการกระทำที่แตกต่างกัน มันเป็นไปไม่ได้สำหรับเราที่จะมีสติและสามารถระบุกระบวนการทางจิตได้ทันที แต่มันก็เป็นเป้าหมายเชิงบวกที่จะสร้างการรับรู้ว่าเราสร้างความคิดเห็นและแสดงการกระทำนั้นอย่างไร เมื่อเราได้รับเนื้อหาข่าวที่เต็มไปด้วยอารมณ์และรู้ว่ามีการชี้นำทางอารมณ์ที่อาจเกิดขึ้น เราสามารถที่จะพยายามทำให้กระบวนการรวบรัดและมีส่วนร่วมกับข้อมูลนั้นอย่างมีวิจารณญาณ อย่าน้อยนักเรียนจะหยุดคิดและมีการแสดงออกเมื่อรับเนื้อหาข่าวและตัดสินใจว่าจะเผยแพร่ต่อไปหรือไม่ ซึ่งสิ่งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างแน่นอน

ผลกระทบของอารมณ์ในข่าวสามารถมีผลต่อการสร้างกรอบการรับรู้และตัดสินใจของคนได้ผ่านการรับรู้เนื้อหาเชิงอารมณ์ได้รวดเร็วแม้จะเป็นการรับรู้ข้อมูลในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้น การเลื่อนผ่านฟีดข่าวเร็ว ๆ บนสื่อสังคมก็สามารถกระตุ้นการรับรู้ต่อข่าวได้ (Currie Sivek, 2018) แม้การเลื่อนผ่านฟีดข่าวอย่างรวดเร็วจะเห็นเพียงคำและภาพประกอบ แต่สองสิ่งนี้ที่มีการประกอบสร้างด้วยอารมณ์ก็มีผลต่อการประเมินคุณค่าข้อมูลข่าวสารของคน (Dehaene, 2014) เมื่อเชื่อมโยงถึงปัญหาของข้อมูลข่าวสารที่เร้าอารมณ์ในมิติของการแพร่กระจายของข่าวปลอม (Fake News) มีการศึกษาสะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์ในข่าวกับการกระตุ้นให้ผู้อ่านรู้สึกร่วมและต้องการแชร์ข้อมูลข่าวนั้น ข่าวปลอมจะมีการใช้คำที่ดึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านกระตุ้นให้แพร่กระจายต่อข้อมูลข่าวปลอมนั้น ซึ่งงานวิจัยยังพบด้วยว่า อารมณ์ในเชิงลบสามารถกระตุ้นการส่งต่อข้อมูล แชร์ข้อมูลข่าวได้มาก (Jones, Libert, & Tynski, 2016) ด้วยพลังของอารมณ์ที่มีต่อการรับรู้ข่าวสาร ผู้วิจัยจึงมีการพัฒนาเครื่องมือในการวิเคราะห์อารมณ์ (Emotion Analytic) เพื่อใช้ในการออกแบบการสื่อสารให้สามารถตอบโจทย์อารมณ์ของผู้รับสารซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ Beckett (2015) อธิบายวงจรของการสร้างเนื้อหาที่มีความอ่อนไหวและเร้าอารมณ์ในข่าวว่าเกิดจากกระบวนการที่ต้องแข่งขันให้ได้ความสนใจจากผู้อ่าน โดยกระบวนการทำข่าวมีการรายงานข้อมูล ข้อเท็จจริง โดยใช้วิธีการเล่าเรื่อง การใช้คำที่เร้าอารมณ์ผู้อ่านและเมื่อผู้อ่านตอบสนองต่อเนื้อหานั้นในเชิงอารมณ์ ก็จะเกิดกระบวนการแชร์และแบ่งปันเนื้อหา ซึ่งกระบวนการนี้ มีผลต่อการตัดสินใจของกองบรรณาธิการในการสมดุลระหว่างข้อเท็จจริง ความเห็น และอารมณ์ในข่าว

การวิเคราะห์อารมณ์ความรู้สึกที่แสดงออกผ่านทางภาษา (Sentimental Analysis) และเทคโนโลยีการตรวจจับความรู้สึก (Emotional Detection) เป็นกระบวนการศึกษาพฤติกรรมของคนผ่านระบบ การประมวลผลภาษาธรรมชาติ (Natural language processing) เพื่อช่วยประเมินรูปแบบของอารมณ์และความรู้สึก เครื่องมือเหล่านี้ถูกใช้ในการทำนายพฤติกรรม และการออกแบบกระบวนการสื่อสาร มี

การศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเครื่องมือเพื่อประเมินอารมณ์ในข่าว แต่ยังไม่มีการศึกษาที่ทดลองนำเอาเครื่องมือการประเมินอารมณ์ ทั้งในมิติของการใช้กระบวนการสร้างเครื่องมือและการใช้งานเครื่องมือที่สำเร็จแล้ว ในการสร้างการรู้เท่าทันข่าว (News Literacy) Currie Sivek (2018) เสนอว่า การสอนการรู้เท่าทันข่าวควรสอนการพิจารณาบทบาทของอารมณ์ในข่าวและรูปแบบในการกระตุ้นอารมณ์ของผู้รับสาร เพราะมีผลต่อการให้ความสำคัญต่อประเด็นและเหตุการณ์ การสอนการรู้เท่าทันอารมณ์ควรทำให้เกิดความเข้าใจกระบวนการประกอบสร้าง รูปแบบที่นำเสนอ และผลที่กระทบเมื่ออ่านข่าว ซึ่งทำให้ผู้เรียนรู้รู้เท่าทันกระบวนการและสาเหตุในการสร้างความคิดเห็นและการลงมือเชื่อหรือทำต่อบางเรื่องของคน

แนวคิดเรื่องการเล่าเรื่องข้ามสื่อเพื่อกระตุ้นการเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อหลากแพลตฟอร์ม หรือ Transmedia Literacy (Scolari et al., 2018) ให้ความสำคัญกับบทบาทของวัยรุ่นในฐานะการเป็นทั้งผู้รับและผู้ผลิตที่เรียกว่า "Prosumers" ซึ่งมาจากคำว่า ผู้ผลิต (Producers) และ ผู้บริโภคสื่อ (Consumers) สามารถสร้างและแบ่งปันเนื้อหาสื่อประเภทและระดับต่าง ๆ ในกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อข้ามแพลตฟอร์มประกอบด้วย การมีทักษะการผลิตที่สามารถจัดการการมีส่วนร่วม จัดการความรู้สึก อัตลักษณ์ตัวตนตัวเอง จัดการเนื้อหาทั้งการเข้าถึงข้อมูล ผลิตเนื้อหา และ กระจายเนื้อหาหลากช่องทาง ทักษะการเข้าใจ ประเมินคุณค่าจากเทคโนโลยีที่ใช้ในการสร้างสื่อและผลของกระบวนการสื่อสาร อย่างมีความรับผิดชอบและจริยธรรม การศึกษาตามแนวคิดนี้เสนอกระบวนการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อด้วยบทบาทของการผลิตสื่อผ่านการเรียนรู้ด้วยการลงมือทำ (Learning by doing) การฝึกการแก้ปัญหา (Problem-solving) การเลียนแบบการตัดสินใจและผลลัพธ์ (Imitating/Simulation) สร้างทักษะด้วยกระบวนการเกม (Playing) ประเมินผลวิเคราะห์งาน (Evaluating) และ ส่งต่อความรู้นั้นเพื่อเป็นแรงบันดาลใจผู้อื่นในการสร้างทักษะนั้น (Teaching)

Hobbs' (2010) อธิบายแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลและสื่อ รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล วิเคราะห์และประเมินข้อความ สร้างเนื้อหาสำหรับผู้ชม สะท้อนการใช้สื่ออย่างรับผิดชอบ และดำเนินการแลกเปลี่ยนความรู้และแก้ไขปัญหา ในขณะที่ การรู้เท่าทันสื่อหลากแพลตฟอร์มคือความสามารถในการเข้าใจเรื่องราวดำเนินไปและพัฒนาผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างไร วิธีการที่สื่อต่าง ๆ มีอิทธิพลไม่เพียงต่อเรื่องราวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงว่าเรามีส่วนร่วมอย่างไร และการรับรู้สื่อและการมีส่วนร่วมนั้นมีผลต่อทัศนคติและความคิดของคนอย่างไร ด้วยลักษณะดังกล่าวของการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ถูกนำไปพัฒนาแนวคิดของกระบวนการเรียนรู้ด้วยการเล่นผ่านการเล่าเรื่องข้ามสื่อ หรือ Transmedia Play (Alper & Herr-Stephenson, 2013) ส่งเสริมการวิพากษ์และคิดวิเคราะห์เชิงรุกของเยาวชน โดยไม่ใช่แค่เข้าใจเนื้อหาของสื่อ แต่เข้าใจวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการสื่อสารที่สื่อนั้นกระจายไปหลายช่องทางทั่วเครือข่ายอย่างลึกซึ้ง ด้วยการปฏิสัมพันธ์กับสื่อร่วมสมัยที่เชื่อมโยงเรื่องราวและโครงสร้างข้ามแพลตฟอร์ม โดยมีลักษณะสำคัญคือ 1) ความมีไหวพริบ (resourcefulness) คือความสามารถในการแสดง/ตอบสนองต่อความหลากหลาย ท้าทายสถานการณ์ต่าง ๆ ด้วยการคิดอย่างสร้างสรรค์ 2) การมีสังคม (sociality) ความสามารถในการสนทนา แบ่งปัน และการเชื่อมต่อกับผู้อื่น ซึ่งสามารถจุดประกายได้การอภิปรายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินการทางสังคม 3) ความคล่องตัว (mobility) ความสามารถในการเดินทางระหว่างแพลตฟอร์มและสื่อต่าง ๆ เพื่อเข้าใจและสร้างความหมายจากการรับรู้ 4) การเข้าถึง (accessibility) ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลจากความสนใจและจากสื่อที่แตกต่างกัน เพื่อขยายประสบการณ์ และ สร้างการมีส่วนร่วมในรูปแบบที่หลากหลายได้ และ 5) ความสามารถในการผลิตซ้ำ (replayability) ความสามารถที่จะเข้าใจงาน รับรู้ และสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่จากเรื่องเล่าข้ามสื่อได้ซ้ำแล้วซ้ำเล่า ซึ่งในกระบวนการเรียนรู้เปิดโอกาสให้ผู้เรียนค้นพบ ค้นคว้า รวบรวม และทดลองต่อประเด็นเรียนรู้นั้นได้

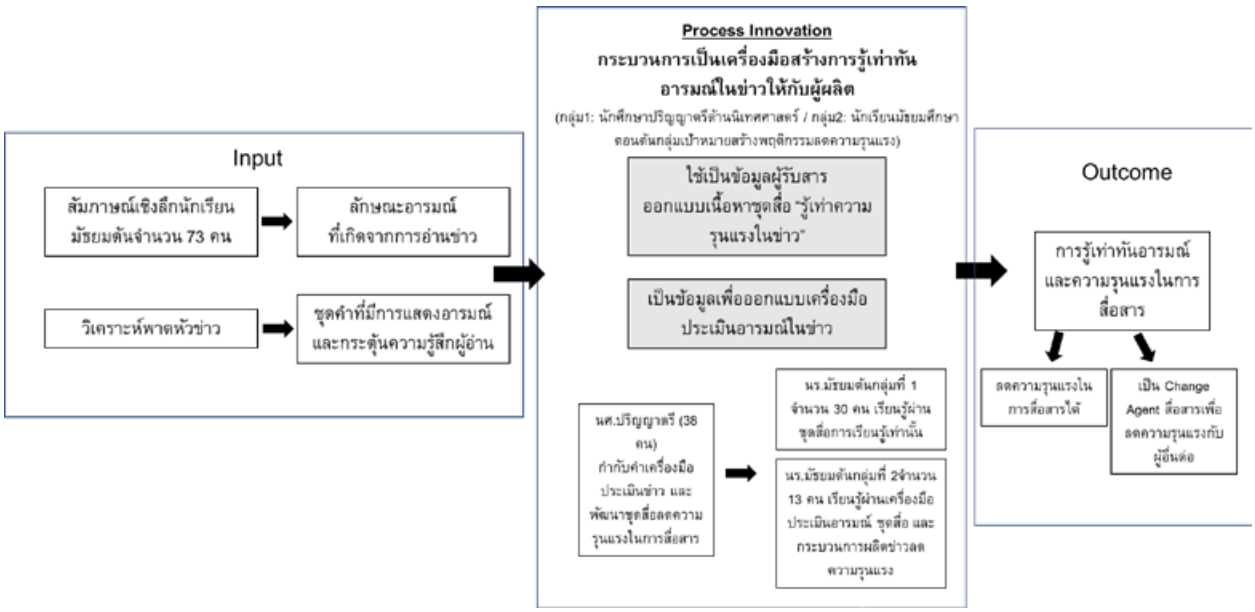
ด้วยคุณสมบัติเหล่านี้ Rutledge (2015) อธิบายแรงกระตุ้นให้คนมีพฤติกรรม ทำกิจกรรม และตัดสินใจทำบางอย่างกับเนื้อหาการเล่าเรื่องข้ามสื่อว่า เส้นทางการปฏิสัมพันธ์แบบผูกพันของการเล่าเรื่องข้ามสื่อคือ เริ่มจากการรับรู้เรื่องราวโดยตรงนี้ทำให้รู้สึกมีความคาดหวัง และอยากรู้ต่อ จากนั้นนำไปสู่การปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยผู้สร้างเนื้อหามีทิศทางชัดเจนว่าจะทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์รูปแบบใดในโลกของเนื้อหา การปฏิสัมพันธ์นำไปสู่การมีประสบการณ์ร่วม มีประสบการณ์บางอย่างที่ตรงกับความต้องการ และประสบการณ์ที่เชื่อมโยงโลกเนื้อหากับชีวิตเขาได้ จะทำให้เขาเดินทางสำรวจไปต่อในเนื้อหาอื่น ๆ ในช่องทางอื่น ๆ ที่โลกเนื้อหาการเล่าเรื่องข้ามสื่อสร้างไว้ ดังนั้นกระบวนการเล่าเรื่องข้ามสื่อจึงไม่ใช่แค่การออกแบบเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร แต่ในกระบวนการผลิตสื่อนั้น ผู้ผลิตจะถูกพัฒนากระบวนการคิดวิเคราะห์ วิพากษ์ การแก้ปัญหา ประเมินผล และมีผลต่อการคิดและทัศนคติของผู้ผลิตต่อประเด็นเรื่องราวนั้นได้ด้วย

แนวคิดเรื่องนวัตกรรมสื่อ

นวัตกรรมสื่อ (Media Innovation) หมายถึงความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำ นวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม คอนเวอร์เจ้นท์ เทคโนโลยีอินเตอร์เน็ต และดิจิทัลเป็นตัวสำคัญในการผลักดันให้เกิดการสร้างนวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์ใหม่ๆ ขึ้นในวงการ ทั้งในมิติของการสร้างงานใหม่ การปรับเปลี่ยนต่อยอดระหว่างสื่อเก่าและสื่อใหม่ (Potts, 2011). นักคิด นักวิจัยหลายคนพยายามนำคำว่า นวัตกรรมมาอธิบายและจำแนกลักษณะของนวัตกรรมของสื่อ โดยสามารถจำแนกนวัตกรรมสื่อออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ (1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์สื่อ (Product innovation) เทคโนโลยี บริการและเนื้อหาของสื่อที่ถูกสร้างและพัฒนาขึ้น (2) นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) คือการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย รวมถึงโครงการและกระบวนการทำงานขององค์กรสื่อ (3) นวัตกรรมจุดยืนของสื่อ (position innovation) คือ การเปลี่ยนแปลงบริบทของสื่อหรือบริการ เช่นการเปลี่ยน อัตลักณ์ของแบรนด์ การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ หรือ การเปลี่ยนแปลงกลุ่มเป้าหมาย (4) นวัตกรรมทางกระบวนทัศน์ คือ การเปลี่ยนวิธีคิด วัฒนธรรม และรูปแบบธุรกิจขององค์กร (Bassant & Tidd, 2011; Storsul and Krumsvik, 2013; Dogruel, 2014) แต่นิยามนี้ยังเป็นเรื่องที่สอดคล้องกับองค์กรสื่อหรือผู้ผลิตในเชิงวิชาชีพและองค์กร

ความเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมจะมีอีกมิติหนึ่งที่ต้องศึกษาคือเรื่องของความใหม่ (Novelty) ที่เกิดขึ้น ในบริบทของ อุตสาหกรรมสื่อ ความใหม่มีทั้งการเป็นสิ่งใหม่ที่สร้างความเปลี่ยนแปลงต่ออุตสาหกรรมนั้นได้มาก เช่น สื่อสังคมออนไลน์เปลี่ยนกระบวนการทำข่าว เป็นต้น หรือ ความใหม่ที่เกิดจากการค่อน ๆ ปรับเปลี่ยน พัฒนา ปรับปรุงแก้ไขบางอย่างให้ใช้งานได้ดีขึ้น หรือเพื่อให้เกิดขีดความสามารถที่เพิ่มมากขึ้น หรืออาจเป็นความใหม่ของการต่อยอดความรู้เดิมไปใช้ในบริบทใหม่ที่แตกต่างออกไปเพื่อให้เปิดกว้างโอกาสและความเป็นไปได้ที่มากขึ้น (Dogruel, 2013) ในการศึกษาของ Dogruel (2014) ได้เสนอกรอบในการศึกษานวัตกรรมสื่อจาก 2 มิติ คือ มิติของการเปลี่ยนแปลง (dimension of change) ซึ่งเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยี เปลี่ยนแปลงเนื้อหาและการออกแบบสื่อ เปลี่ยนแปลงโครงสร้างและกระบวนการองค์กร และ เปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ของตัวสื่อ สกุลศรี ศรีสารคาม (2564) อธิบายว่า นวัตกรรมเชิงกระบวนการ การคิดในการทำงานรวมทั้งการให้คุณค่า การสร้างโมเดลใหม่การสร้างกระบวนการสื่อสารสองทางสร้างพลังการมีส่วนร่วมและพลังจากการเชื่อมประสบการณ์การรับรู้ในรูปแบบต่าง ๆ และสุดท้ายการตอบสร้างนวัตกรรมสื่อให้สร้างสรรค์สร้างคุณค่าใหม่ (Gain Point) เป็น “ฟันเฟืองสร้างการเปลี่ยนแปลงใดในสังคม”

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการดำเนินการวิจัย
ที่มา: โดยผู้วิจัย อภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ และ ชัชวาล สังคีตตระการ

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการทดลอง และ ออกแบบนวัตกรรมสื่อเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสะท้อนอารมณ์ในข่าวและเป็นเครื่องมือสร้างการรู้เท่าทันอารมณ์เมื่ออ่านข่าว โดยศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ในบทบาท Change Agent ผู้ผลิตสื่อ จำนวน 38 คน กลุ่มนี้มีบทบาทเป็นผู้ร่วมในกระบวนการพัฒนาเครื่องมือประเมินอารมณ์ในข่าวและสร้างสื่อเพื่อสื่อสารเรื่องการรู้เท่าทันอารมณ์จากข่าว การเลือกกลุ่มศึกษานักศึกษาปริญญาตรีด้านนิเทศศาสตร์เพราะเป็นกลุ่มผู้มีความรู้เรื่องการผลิตสื่อและจะพัฒนาไปสู่การเป็นสื่ออาชีพในอนาคต และ 2) กลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3 โรงเรียนสาธิตมัธยมมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 30 คน เป็นกลุ่มทดสอบการพัฒนาการรู้เท่าทันผ่านการใช้ชุดสื่อลดความรุนแรง และ 3) กลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 2 โรงเรียนสาธิตมัธยมมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 13 คน ทดสอบกระบวนการใช้เครื่องมือประเมินอารมณ์ในข่าวและและกระบวนการผลิตสื่อในการสร้างการรู้เท่าทันอารมณ์ในข่าว โดยการคัดเลือกกลุ่มศึกษาในช่วงอายุมัธยมต้นเพราะเป็นช่วงที่มีความเสี่ยงต่อความรุนแรง จึงต้องการศึกษาว่ากระบวนการใดจะมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรม

การดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

1) การศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารและอารมณ์ร่วมต่อข่าวของกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 73 คนเพื่อให้ได้ข้อมูล “อารมณ์จากอ่านข่าว” และใช้ข้อมูลนี้เป็นข้อมูลผู้รับสารในการออกแบบชุดสื่อเพื่อนำไปใช้ทดลองสร้างการรู้เท่าทันอารมณ์และการลดความรุนแรงในการสื่อสาร

2) วิเคราะห์พาดหัวข่าวจำนวน 1,013 ชิ้น เพื่อให้ได้ข้อมูล “ชุดคำแสดงอารมณ์และกระตุ้นความรู้สึกจากการอ่านข่าว” เพื่อเป็นฐานข้อมูลตั้งต้นในการพัฒนาระบบการเรียนรู้ของระบบ (Machine Learning) ในการประเมินอารมณ์ของพาดหัวข่าวเพื่อใช้เป็นเครื่องมือการเรียนรู้ต่อคำที่นำไปสู่ความรุนแรง

3) ทดลองการใช้กระบวนการสร้างเครื่องมือประเมินข่าว และ กระบวนการผลิตสื่อ สร้างการรู้เท่าทันอารมณ์ในข่าวและอารมณ์รุนแรงในการสื่อสาร

ในกระบวนการทั้ง 3 ระยะของการทดลองพัฒนากระบวนการนวัตกรรม ผู้วิจัยมีการเก็บข้อมูลประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้และรู้เท่าทันผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การอบรมเชิงปฏิบัติการ และ การใช้แบบประเมินผลการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันอารมณ์ในข่าว

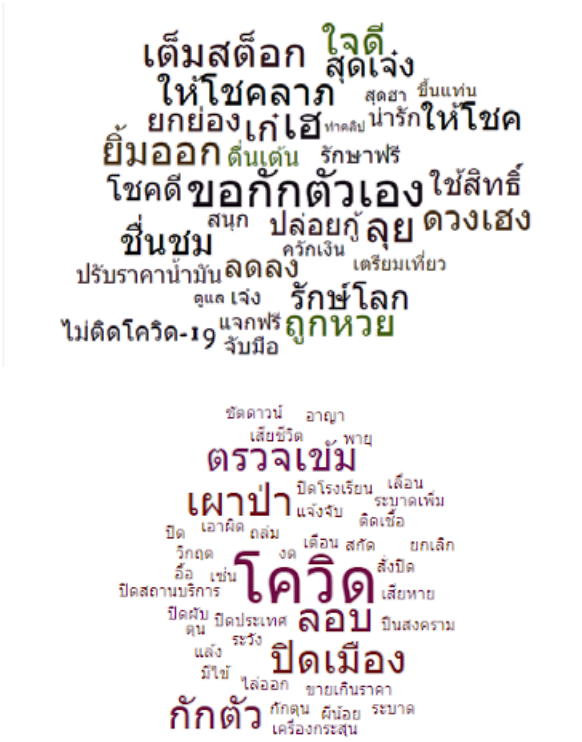
ผลการวิจัย

ผลจากการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนแรก ผลการพัฒนาเครื่องมือประเมินอารมณ์ในข่าว ส่วนที่สอง ผลการพัฒนาชุดสื่อเพื่อการเรียนรู้ให้รู้เท่าทันอารมณ์ในข่าวและการแสดงออกบนสื่อสังคมออนไลน์ และส่วนที่สาม ผลการใช้เครื่องมือจากส่วนที่หนึ่งและสองเป็นนวัตกรรมกระบวนการในการพัฒนาผู้ผลิตสื่อให้ผลิตเนื้อหาที่ลดอารมณ์ความรุนแรง

1. ผลการพัฒนาเครื่องมือประเมินอารมณ์ในข่าว

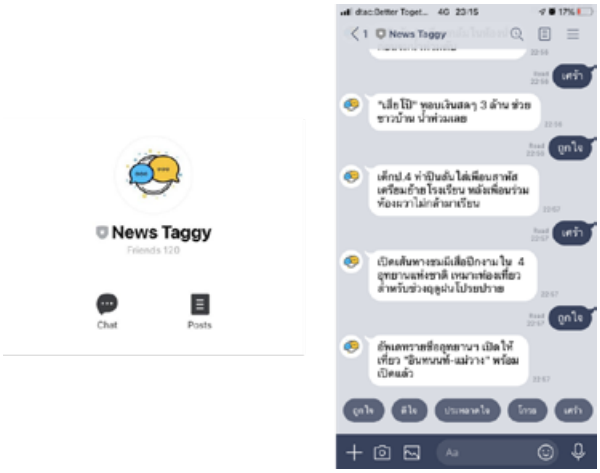
ทีมวิจัยใช้ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารและอารมณ์ร่วมต่อข่าวของกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นจากการสัมภาษณ์จำนวน 73 คนเป็นผู้หญิงจำนวน 50 คน และผู้ชายจำนวน 23 คนในช่วงอายุ 13 -15 ปี แบ่งลักษณะของการรับข้อมูลข่าวสารเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มที่ไม่ได้รู้สึกมีอารมณ์ร่วมกับข่าวสารที่ได้รับ ลักษณะสำคัญของกลุ่มนี้คือ เมื่ออ่านข่าวจะไม่มีอารมณ์ร่วม ความรู้สึก “เฉย” มีทั้งเชื่อที่อ่านโดยไม่หาข้อมูลเพิ่มเติม และบางคน ไม่เชื่อและข่าวไม่มีอิทธิพลทางความคิดเพราะเป็นเรื่องที่ไกลตัว โดยคนกลุ่มนี้ จะไม่แสดงความเห็น และไม่ส่งต่อข่าว 2) กลุ่มที่รู้สึกมีอารมณ์ร่วมกับข่าวสารที่ได้รับ โดยความรู้สึกที่เกิดขึ้นประกอบด้วย กลัว เศร้า เสียใจ โกรธและกังวล รู้สึกมีอารมณ์ร่วมกับเรื่องในข่าว ถ้ามีอารมณ์ร่วมมากมีแนวโน้มที่จะเชื่อข่าวนั้นสูง แต่ในบางคนแม้มีความรู้สึกร่วมก็จะมีการค้นหาข้อมูลเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วย ส่วนใหญ่จะมีการแชร์ข่าวที่รู้สึกร่วมเพื่อแบ่งปันผู้อื่น หากเป็นเรื่องที่โกรธ หรือไม่พอใจ เช่น ข่าวการเมือง จะมีการใช้คำรุนแรง แสดงความเห็นประกอบการแชร์ข่าว

ข้อมูลอีกส่วนในการพัฒนาเครื่องมือมาจากการวิเคราะห์ข้อมูลพาดหัวข่าวจำนวน 1,013 พาดหัวข่าว โดยคัดเลือกข่าวในช่วง 1 ธันวาคม 2562 ถึงมีนาคม 2563 จากเว็บไซต์ข่าวของ เวิร์คพอยท์ทูเดย์ Mthai แนวหน้า เนชั่นทีวี เดลินิวส์ และ คมชัดลึก จากหมวดการเมือง กระแสออนไลน์ ข่าวอาชญากรรม และ สถานการณ์โควิด-19 พบว่า คำในข่าวที่จะแสดงความรุนแรงมีทั้งลักษณะการใช้คำที่บอกอารมณ์ความรู้สึกแบบตรง ๆ เห็นได้ชัดเจน และ บางพาดหัวมีคำลักษณะการ เหมารวม คำตัดสินคนที่อาจทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกต่อคนหรือประเด็นในทางที่รุนแรงได้ โดยคำแสดงอารมณ์ที่พบกในข่าวมีทั้งคำที่แสดงอารมณ์เชิงบวกและลบ



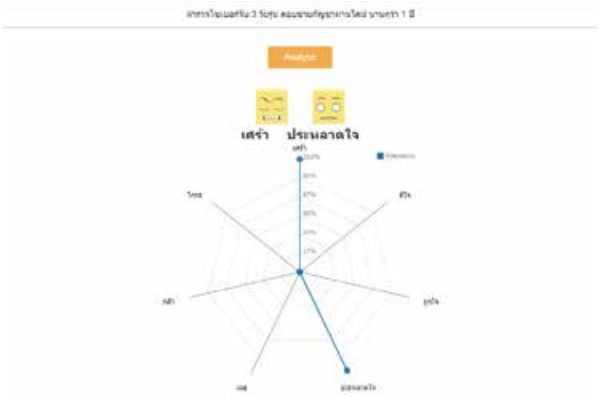
ภาพที่ 2 ตัวอย่างคำกระตุ้นอารมณ์เชิงบวก-ลบ ที่พบในข่าว
ที่มา: โดยผู้วิจัย อภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ และ ชัชวาล สังคีตตระการ

จากข้อมูลทั้งสองส่วน ทีมวิจัยนำเข้าสู่กระบวนการพัฒนาระบบตรวจจับอารมณ์จากข้อความ (Emotion Detection) เป็นกระบวนการวิเคราะห์อารมณ์หรือความรู้สึกจากข้อความ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Emotional Artificial Intelligence หรือ ปัญญาประดิษฐ์ที่มีความสามารถในการวิเคราะห์และเข้าใจอารมณ์ของมนุษย์ ผ่านการเรียนรู้ทางภาษาธรรมชาติ (Natural Language) ที่มนุษย์ใช้สื่อสารกัน การประมวลผลใช้ขั้นตอน การตัดคำ การแปลงรูปคำ ประโยค และ การกำจัดคำหยุด กรอบการวิเคราะห์อารมณ์ ที่ใช้สอนระบบ ใช้กรอบของ วงล้ออารมณ์ (Emotional Wheel) ทำ content analysis text ต้นแบบเบื้องต้น ประกอบกับความเห็นของนักวิชาชีพเกี่ยวกับ ความเสี่ยงของอารมณ์ในข่าว จึงแบ่งกลุ่มอารมณ์ เป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ 1) ความรู้สึกมีความสุข (Joy) 2) ความรู้สึกยินดี พอใจ (Pleasant) 3) ความรู้สึกแปลกใจ (Surprise) 4) ความรู้สึกกลัว (Fear) 5) ความรู้สึกเศร้า (Sadness) 6) ความรู้สึกโกรธ (Anger) และ 7) ไม่มีความรู้สึก (Neutral) ตัวระบบประกอบด้วยการทำงาน 3 ส่วนคือ การเก็บข้อมูลโดยใช้ข้อมูลจากพาดหัวข่าวต้นแบบที่เก็บมาวิเคราะห์ การกำกับคลังข้อมูลทำผ่านแชตบอต News Taggy ซึ่งจะแสดงผลเป็นหัวข้อข่าวทีละหัวข้อ เมื่อผู้กำกับอ่านหัวข้อข่าวดังกล่าว จะต้องเลือกตัวเลือก 1 ใน 7 ข้อ ที่เป็นความรู้สึกที่ใกล้เคียงกับความรู้สึกของตนเองมากที่สุดเพียงหนึ่งตัวเลือก เมื่อผู้กำกับข้อมูลเลือกตัวเลือกแล้ว ระบบจะบันทึกการกำกับลงฐานข้อมูลทำการ Machine Learning สอนให้ระบบรู้สึกคำและอารมณ์ที่เกิดจากพาดหัวข่าวและคำต่าง ๆ เพื่อสร้างเป็นชุดข้อมูลในการนำไปทำระบบเพื่อตรวจจับอารมณ์ในข่าว



ภาพที่ 3 ระบบกำกับข้อมูลอารมณ์ผ่านแชตบอต
ที่มา: โดยผู้วิจัย อภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ และ ชัชวาล สังคีตตระการ

จากนั้นเพื่อให้มีการป้อนคำให้ระบบได้เรียนรู้คำเพิ่มเติมอีกจำนวน 3,378 พาดหัวข่าว และ มีคนเข้าในประเมินและใช้แชตบอทเพื่อกำกับอารมณ์อีกจำนวน 7,305 ครั้ง เพื่อพัฒนาเป็นแพลตฟอร์มต้นแบบในการลองใส่พาดหัวข่าวและประเมินอารมณ์จากข่าว



ภาพที่ 4 เว็บไซต์ต้นแบบเครื่องมือประเมินอารมณ์ในข่าว
ที่มา: โดยผู้วิจัย อภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ และ ชัชวาล สังคีตตระการ

เว็บไซต์ emo.news เป็นเพียงต้นแบบเพื่อทดลองการประเมินอารมณ์ในข่าวซึ่งเป็นผลมาจากการสร้างระบบด้วย Machine Learning ด้วยพาดหัวข่าวและการเข้าไปสอนระบบผ่าน Chatbot News Taggy ซึ่งระบบยังสามารถเพิ่มคำและสอนระบบให้เรียนรู้เพิ่มได้อีก เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการตรวจจับคำที่เป็นภาษาไทย และสามารถนำระบบไปฝังไว้ใน Browser เพื่อให้ทดสอบการตรวจจับอารมณ์ในข่าวเพื่อเตือนผู้อ่านได้ โดยเมื่อใส่ข้อความลงไป จะแสดงผลให้เห็นว่าพาดหัวนั้นมีอารมณ์ความรู้สึกใด

ในกระบวนการนี้ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เป็นผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยทดลองเป็นผู้ดำเนินการกำกับคำเพื่อให้ระบบเรียนรู้และจำแนกลักษณะของอารมณ์ในข่าว ในขณะเดียวกันผู้ร่วมทำการทดลองผ่านกระบวนการ “รู้เท่าทันอารมณ์ของตัวเองเมื่ออ่านพาดหัวข่าว” จากการสัมภาษณ์เชิงลึกหลังจบกระบวนการกำกับข้อมูล กลุ่มนักศึกษาสะท้อนประเด็นเรื่องพาดหัวรุนแรง ดังนี้ 1) พาดหัวและคำในพาดหัวเป็นสิ่งที่เห็นจนเคยชิน ไม่เคยได้สังเกตว่าคำที่แตกต่างกันในหัวข้อข่าวเรื่องเดียวกันจะมีผลต่ออารมณ์ของตัวเองหลังการอ่านพาดหัวจบ 2) เห็นความสำคัญว่าพาดหัวข่าวมีผลต่อการจูงใจให้อ่านและควรใช้คำให้ระวังมากขึ้น 3) คำที่ใช้ในสื่อนั้นมีผลต่ออารมณ์และการจูงใจของผู้อ่านข่าว 4) คำที่ทำให้เกิดความรู้สึกมักเป็นคำที่เหมารวม ผลิตซ้ำชุดความคิด

2. ผลการพัฒนาชุดสื่อเพื่อการเรียนรู้ให้รู้เท่าทันอารมณ์ในข่าวและการแสดงออกบนสื่อสังคมออนไลน์ จากการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารและอารมณ์ร่วมต่อข่าวของกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น จากจำนวน 73 คน ข้อมูลผู้รับสารแสดงให้เห็นว่า เหตุสำคัญในการทำให้มีอารมณ์กับข่าวคือ 1) มีข้อมูลไม่มากพอ ดังนั้น อารมณ์ความรู้สึกจากข้อความที่อ่านจึงเป็นตัวนำการตัดสินใจต่อข่าวนั้น 2) ไม่รู้ว่าตัวเองเกิดอารมณ์บางอย่างจากการอ่านข่าว พฤติกรรมที่เกิด เช่น การแชร์ การบ่น การว่า เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้คิดไตร่ตรองการกระทำก่อน 3) ความรุนแรงในข่าวหรือข้อมูลเป็นสิ่งที่พบเห็นทุกวันจนเป็นเรื่องเคยชิน และเมื่อต้องแสดงออกต่อประเด็นข้อมูลนั้น ก็แสดงออกด้วยอารมณ์รุนแรงเพราะคิดว่าไม่ใช่สิ่งผิดบนพื้นที่ส่วนตัว

ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายที่ร่วมในการทำวิจัย คือ กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะนิเทศศาสตร์ที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้เรื่องคำ อารมณ์ ผ่านกระบวนการสร้างเครื่องมือตรวจจับอารมณ์ในข่าว ก็เข้าสู่กระบวนการออกแบบสื่อเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเด็กมัธยมต้นบนสื่อออนไลน์หลากช่องทาง เพื่อสื่อสารประเด็นความรุนแรง ทั้งอารมณ์ในข่าว และการแกล้งกันบนโลกออนไลน์ โดยทดลองทำสื่อรูปแบบต่าง ๆ และทดสอบการเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อหารูปแบบการสร้างประสบการณ์และถ่ายทอดประสบการณ์การเรียนรู้เรื่อง “อารมณ์” และ “ความรุนแรง” โดยผลิตออกมาเป็นชุดการสื่อสาร มีประเด็นครอบคลุม ดังนี้

ภาพที่ 5 เนื้อหาการเล่าเรื่องข้ามสื่อผ่านชุดสื่อรู้เท่าทันอารมณ์ในข่าว
ที่มา: โดยผู้วิจัย อภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ และ ชัชวาล สังคีตตระการ

ผู้วิจัยได้นำเอาสื่อที่ได้ไปทดสอบกับนักเรียนรอบแรกในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ณ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 30 คน ผลจากการปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาหลากรูปแบบของนักเรียนที่เข้าทดสอบสื่อให้ความเห็นว่า

สื่อที่ประกอบสร้างด้วยอารมณ์มีผลต่อความรู้สึกและพฤติกรรมของผู้ที่ได้รับสื่อข่าว โดยมีแนวโน้มไปในทางที่รุนแรงมากขึ้น กลับกันในการอ่านข่าว ตั้งแต่พาดหัวเราควรที่จะทำใจให้เป็นกลางไม่เอียงเอนไปทางฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง และหลังจากการอ่านเนื้อหาในข่าวแล้ว ก็ควรที่จะคิดวิเคราะห์ไปด้วย ไม่ควรเชื่อหมดใจ เมื่อเจอเนื้อหาที่เป็นความคิดเห็นหรือเป็นความรู้สึกก็ควรจะใช้วิจารณญาณในการอ่าน การทดสอบสื่อจากการรับรู้ผ่านสื่อ เป็นการสร้างการรู้เท่าทันผ่านชุดสื่อที่ได้จาก Social Media Campaign ผลการประเมินพบว่านักเรียน “เคยชินกับความรนแรง” ไม่รู้สึกว่ามีผลมาก และมั่นใจว่าตัวเองเข้าใจและแยกความรุนแรงได้ ข่าวไม่มีผลกับอารมณ์ เพราะไม่ได้เชื่อมโยงกับชีวิตเขา ดังนั้น การเรียนรู้ผ่านชุดสื่อจึงทำได้เพียงสร้างการรับรู้ แต่ยังไม่อาจไม่เกิดพฤติกรรมเปลี่ยนแปลง

ส่วนผู้ผลิตที่เป็นนักศึกษานิเทศก์ศาสตร์ที่มีส่วนร่วมในการวิจัยสะท้อนว่า “ในฐานะผู้ผลิตสื่อ เราได้เรียนรู้พฤติกรรมของผู้รับสารในปัจจุบันมีพฤติกรรมเปลี่ยนไปจากเดิม เพราะสื่อออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนเรามากขึ้น การใช้สื่อที่เปลี่ยนไปในด้านลบ โดยการทำสื่อเพื่อลดความรุนแรงในครั้งนี้เราได้เห็นในแง่มุมของคนที่ประสบปัญหาความรุนแรงบนสื่อออนไลน์ ปัญหาที่ใครก็ไม่สามารถแก้ได้อย่างถาวร หากทุกคนช่วยกันไม่มองว่าสิ่งนี้เป็นเรื่องเล็ก ก็จะสามารถลดความรุนแรงเพิ่มสติในการใช้สื่อมากยิ่งขึ้น และทำให้เข้าใจความต้องการของผู้รับสารที่ไม่ต้องการการผลิตสื่อแบบเดิม ๆ โดยให้เขามีส่วนร่วมหรือการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารในเรื่องดังกล่าวนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ทำให้เห็นความคิดเห็น ความกล้าที่จะพูดในสิ่งที่ดีเพื่อเป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น”

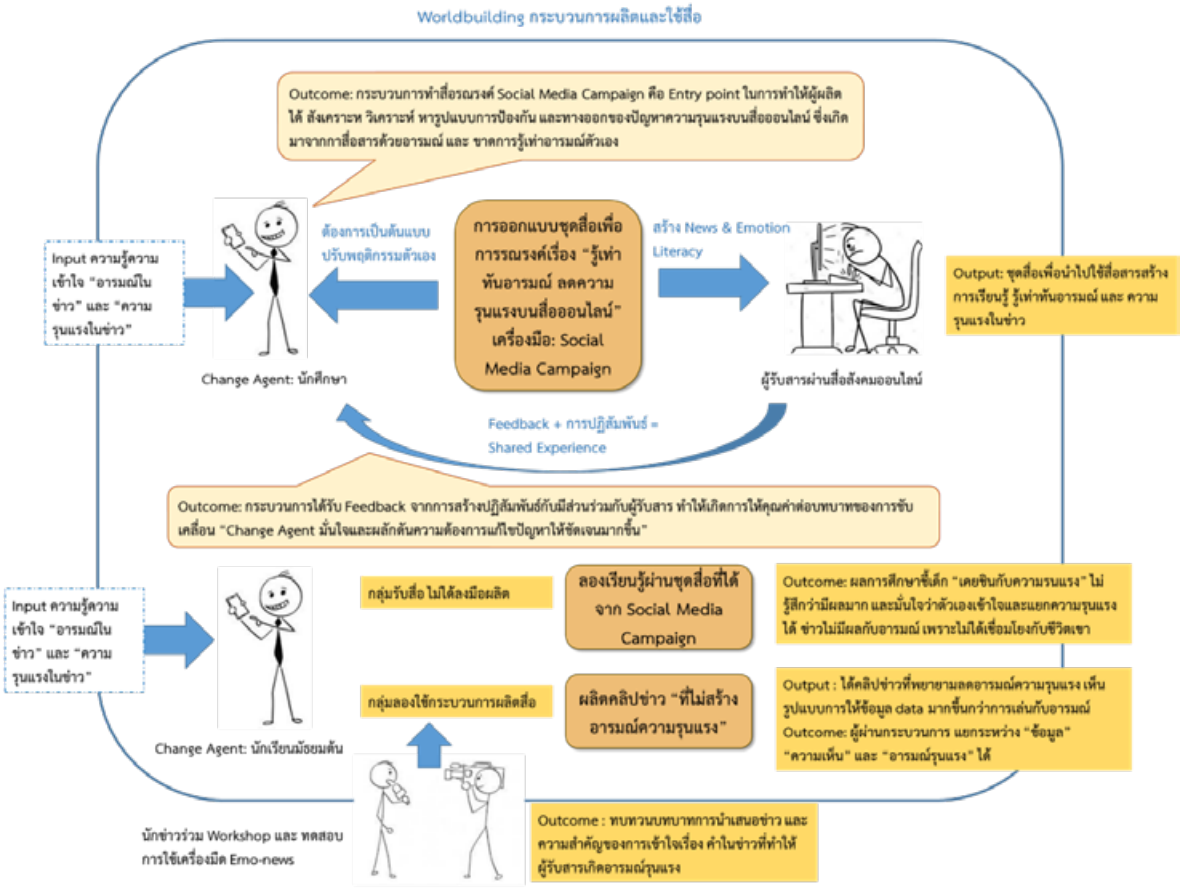
3. ผลการพัฒนาจากส่วนที่หนึ่งและสองเป็นนวัตกรรมกระบวนการในการพัฒนาผู้ผลิตสื่อให้ผลิตเนื้อหาที่ลดอารมณ์ความรุนแรง จากการทดลองวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายร่วมวิจัยคือนักศึกษาปริญญาตรีด้านนิเทศศาสตร์ในการพัฒนาเครื่องมือประเมินอารมณ์ในข่าวและชุดสื่อสร้างการรู้เท่าทันอารมณ์ในข่าว ผลลัพธ์ที่ได้คือ “นวัตกรรมกระบวนการ” กระบวนการคือ การสร้าง “จุดเข้าถึง” (Entry point) การเรียนรู้ ด้วยเครื่องมือที่สามารถทำให้ผู้รับสารเห็นอารมณ์ที่แฝงมาในข่าว หรือ โอกาสที่ข้อความข่าวจะสะท้อนอารมณ์กับผู้รับสาร นำไปสู่การพัฒนาในระยะที่ 2 คือ 1) เครื่องมือวัดอารมณ์ความรู้สึกในข่าว และ 2) กระบวนการสร้างสื่อเพื่อสื่อสารบนออนไลน์เกี่ยวกับอารมณ์และความรุนแรง ซึ่งทั้งสองส่วนเป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการ เพื่อใช้เครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้ รู้เท่าทันอารมณ์ และ นวัตกรรมแพลตฟอร์มเพื่อเป็นต้นแบบในการไปใช้ประโยชน์ต่อ

กระบวนการนี้ถือเป็น การสร้างโลกการเรียนรู้ การรู้เท่าทันอารมณ์ตัวเองในการอ่านพาดหัวข่าว กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาปริญญาตรีมีส่วนร่วมในการกำกับข้อมูล ได้และได้ร่วมเรียนรู้ด้วยตัวเองว่า “พาดหัวข่าวที่เห็นสะท้อนอารมณ์ใดของตัวเอง” โดยผลคือ ระวังการใช้คำสั้น ๆ ในการสื่อสารบนสื่อออนไลน์และระวังในการผลิตเนื้อหาให้ไม่ผลิตซ้ำอารมณ์และความรุนแรง

ภาพที่ 6 การสร้างการรู้เท่าทันอารมณ์ในการอ่านพาดหัวข่าวผ่านกระบวนการพัฒนาเครื่องมือประเมินอารมณ์

ที่มา: โดยผู้วิจัย อภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ และชัชวาล สังคีตตระการ

การสร้างโลกการเรียนรู้ ในส่วนที่สองเป็นการใช้กระบวนการผลิตเนื้อหาการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) เพื่อสร้างกระบวนการ “เรียนรู้ผ่านสื่อที่หลากหลาย” (Transmedia Play) ให้สร้างจุดเปิดเข้า สู่การเรียนรู้ (Entry point) ที่จะจัดการอารมณ์ และ การแสดงออกบนออนไลน์ให้ไม่รุนแรง โดยกระบวนการนักศึกษาปริญญาตรีที่เป็นผู้ผลิตงานสื่อให้ความเห็นว่า ผู้ผลิตสื่อเองก็ต้องทำการค้นคว้าข้อมูลเพื่อที่จะหามาใส่ในผลงานนั้น ทำให้ผู้ผลิตสื่อนั้นมีความเข้าใจเกี่ยวกับความรุนแรงของคำพูดที่สร้างความเกลียดชังมากขึ้น เพื่อที่จะผลิตผลงานให้ออกมาอย่างมีคุณภาพและถูกต้องมากที่สุด อีกทั้งยังได้เห็นความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน ทำให้ตระหนักถึงปัญหามากขึ้น และมีความตั้งใจที่อยากเป็นส่วนหนึ่งในการลดคำรุนแรงในสื่อออนไลน์ และในส่วนของเนื้อหาที่ผลิตออกไปนั้นก็ได้รับผลตอบรับที่ค่อนข้างน่าพอใจ เพราะด้วยความที่เนื้อหาเข้าถึงคนได้ง่าย จึงทำให้คนเข้าใจและตระหนักถึงปัญหานี้ในบางส่วน



ภาพที่ 7 กระบวนการสร้างการรู้ทันเพื่อจัดการอารมณ์และการแสดงออกบนออนไลน์ให้ไม่รุนแรง
ที่มา: โดยผู้วิจัย อภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ และ ชัชวาล สังคีตตระการ

นอกจากนี้ เพื่อทดสอบการใช้กระบวนการผลิตสื่อเป็นเครื่องมือสร้างการรู้เท่าทัน ทีมวิจัยนำกระบวนการไปทดลองกับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นอีกจำนวน 15 คน โดยจำลองกระบวนการเดียวกับนักศึกษาปริญญาตรีคือมีการใช้เครื่องมือประเมินอารมณ์ในข่าว ใช้ชุดสื่อเพื่อให้ความรู้ และ ให้กลุ่มนักเรียนรอบนี้ลงมือวิเคราะห์ประเด็นและผลิตคลิปข่าวที่ไม่สร้างอารมณ์ความรุนแรง นักเรียนที่เข้าร่วมได้ประเมินข้อมูล ประเมินอารมณ์จากข้อมูล และข่าว การหาข้อมูลมาอธิบายเพื่อลดการนำเสนอสิ่งที่เป็นความเห็น คัดเลือกคำและรูปแบบการนำเสนอที่ไม่สร้างอารมณ์ความรู้สึกที่สุดโต่งต่อเหตุการณ์ พบว่า ผลจากกระบวนการนักเรียนมีความเข้าใจและเห็นความสำคัญของอารมณ์รุนแรงในข่าวมากขึ้น และมีการประเมินตัวเองว่าจะระวังและจัดการอารมณ์ของตัวเองเมื่อรับข้อมูลข่าวสารและเมื่อต้องการแสดงออกบนสื่อออนไลน์มากขึ้นสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ผ่านกระบวนการ แยกระหว่าง “ข้อมูล” “ความเห็น” และ “อารมณ์รุนแรง” ได้ด้วย ซึ่งมีแนวโน้มเปลี่ยนพฤติกรรมมากกว่ากลุ่มที่เรียนรู้ผ่านการดูและปฏิสัมพันธ์กับชุดสื่อการเรียนรู้เท่านั้น

ดังนั้น นวัตกรรมสื่อที่ได้จากกระบวนการคือ นวัตกรรมเชิงกระบวนการ (Process Innovation) หรือการใช้กระบวนการเดิมในรูปแบบใหม่ เพื่อให้ผลลัพธ์ใหม่ในการแก้ปัญหาบางเรื่อง ในงานวิจัยนี้ การใช้กระบวนการผลิตสื่อ “สร้างการรู้วิธีจัดการอารมณ์และการแสดงออกบนสื่อออนไลน์” คือการใช้เครื่องมือ Emo-news ให้ข้อมูลเบื้องต้น สร้างการตระหนักรู้ว่า “ข่าวและข้อมูลมีอารมณ์ และข้อมูล” สอนกระบวนการคัดเลือก แยกแยะระหว่างสองสิ่ง เพื่อให้ลดความเสี่ยงของอารมณ์รุนแรง กระบวนการผลิตสื่อเพื่อสื่อสารประเด็นคือ กระบวนการที่ให้ผู้ผลิต คิด “ทางออก” และ “วิธีการ” ในการจัดการอารมณ์ และ การแสดงออกให้ไม่รุนแรง ทำให้ผู้ผลิต ได้ สังเคราะห์ วิเคราะห์หารูปแบบการป้องกัน และทางออกของปัญหาความรุนแรงบนสื่อออนไลน์ ซึ่งเกิดมาจากกาสื่อสารด้วยอารมณ์ และขาดการรู้เท่าอารมณ์ตัวเอง ผลการประเมินกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เป็นผู้ผลิตสื่อ พบว่า แห็นบทบาทความสำคัญในการเป็นผู้สร้างการเปลี่ยนแปลง มีการปรับพฤติกรรมตัวเองในการแยกแยะข้อมูล ความเห็น อารมณ์ และ ชะลอการแสดงออกเมื่อมีความรู้สึก เพื่อให้ลดความรุนแรงบนสื่อออนไลน์ ในขณะเดียวกัน ผลการปฏิสัมพันธ์จากผู้รับสารผ่านสื่อที่เผยแพร่ ทำให้เกิดการให้คุณค่าต่อบทบาทของการขับเคลื่อนแก้ไขปัญหา และมีผลต่อการหยุดพฤติกรรมรุนแรงบางอย่าง เช่น หยุดโพสต์รุนแรง หยุดการสาดอารมณ์ใส่กัน หยุดการแกล้งเพื่อนด้วยความสนุก เพราะเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้น

โดยสรุปพบว่า การใช้กระบวนการผลิตสื่อแบบรู้เท่าทันอารมณ์ ใช้เป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ให้ผู้ผ่านกระบวนการรู้ ดังนี้ 1) การจัดการความรู้สึก และอารมณ์ของตัวเองเมื่อรับข้อมูลข่าวสาร 2) การแยกระหว่างข้อมูลและ ข้อคิดเห็น และกระบวนการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารก่อนตัดสินใจเชื่อหรือใช้ข้อมูลนั้น 3) รู้วิธีการแสดงออกบนสื่อออนไลน์ว่ามีผลต่ออารมณ์ความรู้สึก รู้เท่าทันตัวเองและการกระทำ เลือกที่จะแสดงออกในรูปแบบที่ไม่ทำให้เกิดความรุนแรง

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การใช้เครื่องมือประเมินอารมณ์และกระบวนการผลิตสื่อเป็น “เครื่องมือสร้างการรู้เท่าทันความรุนแรงในสื่อ” เป็นรูปแบบของการ “สะท้อนความคิด” ของผู้ผลิตและพัฒนาสื่อ พาดหัวข่าวเป็นส่วนแรกของข้อมูลข่าวสารที่คนจะพบเจอบนสื่อสังคมออนไลน์ และมีผลต่ออารมณ์และการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสาร สอดคล้องกับการศึกษาของ Sivek (2018) ที่พบว่า การเผยแพร่ข่าวที่ใช้กรอบอารมณ์ในการดึงดูดให้คนอ่านบนสื่อสังคมออนไลน์กระตุ้นความสนใจของผู้รับสาร และสร้างกรอบในการวิเคราะห์ ตีความของคนต่อประเด็นนั้น ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ เข้าใจ และตัดสินใจต่อข้อมูล เช่นเดียวกับการศึกษาของ Eyal (2014) ที่ระบุว่าข่าวและข้อมูลบนสื่อออนไลน์พยายามสร้างพฤติกรรมให้คนอ่านรู้สึกว่าต้องการอ่านซ้ำ ๆ กับข้อมูลนั้นโดยเล่นกับอารมณ์และความรู้สึกของคนอ่าน ในเมื่ออารมณ์มีผลต่อกระบวนการคิด รับรู้ เข้าใจ และวิเคราะห์เลือกใช้ข้อมูล สิ่งทีน่ากังวลคือ เมื่อคนไม่รู้เท่าทันอารมณ์ก็จะถูกกรอบของอารมณ์ทำให้เกิดความเชื่อและยึดถือในข้อมูลเนื้อหานั้น ดังนั้น กระบวนการสำคัญที่จะทำให้คนรู้เท่าทันต่อสิ่งที่อาจแฝงไปด้วยความรุนแรงที่ติดมากับข่าว คือการทำให้คนอ่านข่าว “รู้เท่าทันอารมณ์ตัวเอง”

นอกจากกระบวนการจะเป็นการกระตุ้นการประเมินค่าและการรู้เท่าทันต่ออารมณ์ตัวเองเมื่ออ่านข่าวของ เครื่องมือประเมินอารมณ์ในพาดหัวข่าว หรือ Emo-news สามารถเอาไว้ใช้ทดสอบได้ว่าพาดหัวข่าว มีแนวโน้มต่ออารมณ์ของผู้อ่านอย่างไร เป็นสิ่งที่จะช่วยย้ำเตือนในช่วงแรกได้ ว่า พาดหัวข่าวที่กำลังจะอ่าน หรือเนื้อข่าวที่กำลังจะอ่าน มีผลต่ออารมณ์เราอย่างไร เป็นการเตือนทำให้ได้หยุดคิด ก่อนจะตัดสินใจเชื่อ หรือ มีพฤติกรรมสนองตอบข้อมูลนั้น สำหรับข่าวที่มีแนวโน้มในการทำให้คนมีพฤติกรรมรุนแรง เช่น การแชร์ไปว่ากล่าว การแบ่งฝ่าย การปักใจเชื่อ เครื่องมือนี้จะช่วยชะลออารมณ์ให้เข้าสู่กระบวนการคิด อ่าน และ ค้นข้อมูลให้มากขึ้น อาจช่วยลดพฤติกรรมที่รุนแรงจากการรับข้อมูลข่าวสารได้

การเข้าร่วมกระบวนการศึกษาวิจัยของนักเรียนนักศึกษากลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการรู้เท่าทันความรุนแรงนั้น สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมายสองกลุ่มดังกล่าวในด้านการตระหนักรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมได้ กระบวนการช่วยทำให้ “ความเคยชิน” ต่อการรับข้อมูลข่าวสาร ถูกตั้งคำถามและเรียนรู้การแยกระหว่างข้อมูลและอารมณ์ความรู้สึก และความเห็นในข่าวสาร การเข้าใจประเด็นเรื่องของอารมณ์ของข่าวสารที่มีผลต่อการกระทำนำไปสู่การทบทวนพฤติกรรมการแสดงออกของตัวเองบนสื่อสังคมออนไลน์ กับแนวโน้มของพฤติกรรมที่มีโอกาสที่จะเกิดความรุนแรง ได้แก่ การวิจารณ์ข่าว คนในข่าว หรือผู้อื่นด้วยความไม่พอใจ และแสดงออกรุนแรงเพราะคิดว่าเป็นพื้นที่ส่วนตัว ความเคยชินกับความรุนแรงในข่าวมีผลต่อการตัดสินใจใช้ความรุนแรงได้ในสถานการณ์ใกล้เคียงกัน การแกล้งเพื่อนด้วยความสนุกบนออนไลน์ เหล่านี้ คือ

จุดสัมผัสความรุนแรงที่มีโอกาสเกิดพฤติกรรมรุนแรงได้ แต่เมื่อผ่านกระบวนการและทำให้แยกอารมณ์ และรู้เท่าทันตัวเอง ทำให้กระบวนการตัดสินใจแสดงออกมีการยับยั้งชั่งใจเพิ่มมากขึ้น แนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมรุนแรงลดลง ส่วนคนที่เคยทำพฤติกรรมดังกล่าวเป็นประจำ ต้องการเลิกพฤติกรรมนั้นของตัวเอง เพราะคิดว่า ไม่มีประโยชน์ในการใช้อารมณ์ตัดสิน และ แสดงออกด้วยอารมณ์ความรุนแรง

อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่า การใช้เพียงชุดสื่อทำให้เกิดการตระหนักรู้ถึงปัญหา แต่กระบวนการผลิตสื่อทำให้เกิดกาคิดวิเคราะห์ ทาวิธีการจัดการตัวเองให้ไม่ไปอยู่ในวงจรความรุนแรงได้ ดังนั้นในกระบวนการสร้างการเรียนรู้ถ้าต้องการให้ไปสู่การนำไปใช้ในชีวิตจริง ใช่เพียงการเปิดรับสื่อไม่พอ แต่ต้องมีกระบวนการ ทดลอง ให้ลองทำ ให้ลองสัมผัส ให้ได้ลองสะท้อนอารมณ์ตัวเอง “กระจกสะท้อน” จากกระบวนการการมีส่วนร่วม จะทำให้คิด และ เชื่อ ในผลเสียของการใช้อารมณ์รุนแรง และมีแนวโน้มนำไปสู่พฤติกรรมการลด ละ เลิก ในสิ่งที่อาจนำไปสู่ความรุนแรงได้ ที่สำคัญคือ เมื่อรู้วิธีในการจัดการตัวเอง จะทำให้ลดความรุนแรงได้ เพราะมีตัวเลือกอื่นในรูปแบบชองการแสดงออกต่อประเด็นและ เรื่องราวต่าง ๆ

จากผลการศึกษาข้างต้น เป็นไปตามแนวคิดนวัตกรรมสื่อที่สามารถเทียบเคียงได้ว่า กระบวนการผลิตสื่อในงานวิจัยครั้งนี้มีลักษณะของการเป็นนวัตกรรมสื่อตามแนวคิดของ Dogruel (2014) ที่กล่าวโดยสรุปไว้ว่า นวัตกรรมต้องมีลักษณะของความใหม่ มีผลในเชิงสร้างสรรค์ที่ตอบโจทย์ได้ทั้งเรื่องเชิงธุรกิจและสังคม นวัตกรรมมีทั้งเรื่องของเนื้อหา กระบวนการในการเปลี่ยนรูปแบบในการผลิต จัดจำหน่าย เผยแพร่ และบริโภคสื่อ โดยสุดท้ายแล้วนวัตกรรมที่เกิดขึ้นต้องมีผลในเชิงสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคม (Social Change Process) ซึ่งหมายถึงการที่คนสามารถใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมสื่อเพื่อให้เกิดความคิด แนวคิดและผลักดันพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงสังคม หรือทำให้มีผลต่อทั้งตนเอง และสังคมได้ การใช้ประโยชน์จากสื่อในเชิงสังคม (Mulgan, 2012) ทั้งนี้ การใช้กระบวนการผลิตสื่อในการสร้างการเรียนรู้ ทำให้เกิดการเข้าใจ การคิดรู้สึกตาม การปรับทัศคติ และ เห็นการลงมือทำจริงผ่านทั้งการทำสื่อและการปฏิบัติในชีวิตจริง ทำให้มีแนวโน้มขอการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้

ดังนั้น การต่อยอดใช้ประโยชน์กระบวนการที่สำคัญคือการนำกระบวนการแยก “ข้อเท็จจริง” กับ “ความเห็น” ไปใช้ในการสร้างการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร (New Literacy) ใช้กระบวนการวิเคราะห์อารมณ์ตัวเองเมื่อรับข้อมูล เป็นกระบวนการสะท้อนให้เห็นถึงการรู้เท่าทันตัวเอง และใช้กระบวนการทดลองผลิตสื่อเพื่อสื่อสารกับผู้อื่น เป็นการพัฒนาหารูปแบบ “การจัดการตัวเอง” เพื่อแก้ปัญหาอารมณ์และความรุนแรง สามส่วนของกระบวนการนี้นำไปใช้ออกแบบการเรียนรู้ในประเด็นความรุนแรงได้กับทุกระดับ หัวใจสำคัญคือ การมีส่วนร่วมในกระบวนการ การสร้างพื้นที่ให้ได้นำเสนอข้อมูลและรับเสียงสะท้อน เพื่อตอกย้ำความเข้าใจ ทัศนคติ และพลังของบาทในการขับเคลื่อนสร้างการรู้เท่าทันอารมณ์และความรุนแรงในข่าว

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะต่อการนำเครื่องมือประเมินอารมณ์ในข่าวไปใช้ในการสร้างการรู้เท่าทันข่าวควรเน้นที่การใช้เครื่องมือเป็นกระบวนการร่วมกับการให้มีการทดลองพัฒนาและผลิตข่าวรูปแบบต่าง ๆ ใช้เครื่องมือเป็นการประเมินคำ ข้อความที่มีโอกาสกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ในข่าว และใช้กระบวนการผลิตสื่อทำให้เกิดการคิดวิเคราะห์และวิพากษ์รูปแบบการนำเสนอข่าว กระบวนการนี้จะทำให้ผู้ที่ได้ลงมือผลิตข่าวเข้าใจการประกอบสร้างทางอารมณ์ในข่าวและรู้เท่าทันอารมณ์นั้น

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้เป็นการทดลองต้นแบบเครื่องมือประเมินอารมณ์ในข่าวโดยสามารถใช้ประเมินข้อความข่าวได้ในเบื้องต้น ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยต่อไปคือการจัดกลุ่มประเภทข่าวที่มีความซับซ้อนมากขึ้น การสร้างระบบแสดงผลตั้งแต่การกำกับคำไปจนถึงการแสดงผลจากเครื่องมือประเมินอารมณ์ที่มีความหลากหลาย เพื่อสะท้อนให้เห็นรูปแบบการนำเสนอและโครงสร้างของอารมณ์ในข่าว

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของชุดวิจัยโครงการพัฒนานวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม ทุนสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้เกิดองค์ความรู้นวัตกรรมสื่อจากกระบวนการวิจัยและทดลองเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยใช้บริบทของพื้นที่มาเชื่อมร้อยกับประเด็นสังคมในการพัฒนานวัตกรรมสื่อ เพื่อสร้าง “นักสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม” ในกระบวนการพัฒนานวัตกรรมสื่อและพัฒนาการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในนิเวศน์สื่อใหม่

เอกสารอ้างอิง

สกุลศรี ศรีสารคาม. (2564). **เส้นทางพัฒนานวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์ ออกแบบได้ด้วยโจทย์ให้สื่อเป็นฟันเฟืองทางสังคม** [E-book]. คณะอนุกรรมการส่งเสริมสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. https://www.thaimediafund.or.th/mediainnovatione/#p=1

สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต. (2561). **คู่มือปฏิบัติสำหรับการดำเนินการป้องกันและจัดการการรังแกกันในโรงเรียน** [E-book]. บริษัท บียอนด์พับลิสชิ่ง จำกัด. จาก https://new.camri.go.th/_admin/file-content-downlaod/FM-514-1560738808.pdf

สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน. (2561). **เมื่อวาจาทำร้ายใจกัน.. การเดินทางจาก "Hate Speech" สู่ "Cyberbullying" เอกสารการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) และ การศึกษาการรังแกกันบนโลกไซเบอร์ของวัยรุ่น**. สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2565, จาก https://www.healthymediahub.com/media/detail/เมื่อวาจาทำร้ายใจกัน-การเดินทางจาก-Hate-Speech-สู่-Cyberbullying.

ดุสิตโพลเผยสังคมห่วงวัยรุ่นใช้ความรุนแรง แนะผู้ปกครองอบรมสั่งสอน. (2560). **Posttoday**. สืบค้นเมื่อ28 กุมภาพันธ์ 2564, จาก https://www.posttoday.com/politics/480546

Alper, M., & Herr-Stephenson, R. (2013). Transmedia Play: Literacy Across Media. **Journal of Media Literacy Education**, 5, 366–369. https://doi.org/10.23860/jmle-5-2-2

Baum, J., & Abdel Rahman, R. (2020, December 4). **Emotional news affects social judgments independent of perceived media credibility**. Social Cognitive and Affective Neuroscience, 16(3), 280–291. https://doi.org/10.1093/scan/nsaa164

Beckett, C. (2015, September 10). **How journalism is turning emotional and what that might mean for news**. The London School of Economics and Political Science. Retrieved September 21, 2022, from https://blogs.lse.ac.uk/polis/2015/09/10/how-journalism-is-turning-emotional-and-what-that-might-mean-for-news/

Currie Sivek, S. (2018). Both Facts and Feelings: Emotion and News Literacy. **Journal of Media Literacy Education**, 10(2), 123-138. https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-2-7

Dehaene, S. (2014). **Consciousness and the brain: Deciphering how the brain codes our thoughts**. New York: Penguin.

Dogruel, L. (2013). **Opening the Black Box: The Conceptualising of Media Innovation**. In Media Innovations A Multidisciplinary Study of Change. Nordicom University of Gothenburg Box 713 SE 405 30. http://norden.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1534759&dswid=7620

Dogruel, L. (2014). What is so special about media innovations? A characterization of the field. **The journal of media innovations**, 1(1), 52-69.

Herndon, F. (2008). Testing mindfulness with perceptual and cognitive factors: External vs. internal encoding, and the cognitive failures questionnaire. **Personality and Individual Differences**, 44(1), 32-41. https://doi.org/10.1016/j.paid.2007.07.002

Hobbs, Renee. (2010). D**igital and Media Literacy: APlan of Action**. Washington, DC: The Aspen Institute.

เอกสารอ้างอิง

Hobbs, R. (2016). When teens create the news: examining the impact of PBS/news hour student reporting labs. **Journalism Education**, 5(1), 57–71. https://mediaeducationlab.com/sites/default/files/Hobbs%20-%20When%20teens%20create.pdf

Hoog, N., & Verboon, P. (2020, May). Is the news making us unhappy? The influence of daily news exposure on emotional states. **British Journal of Psychology**, 111(2), 157–173. https://doi.org/10.1111/bjop.12389

Jones, K., Libert, K., & Tynski, K. (2017, October 5). **The Emotional Combinations That Make Stories Go Viral**. Harvard Business Review. Retrieved July 5, 2021, from https://hbr.org/2016/05/research-the-link-between-feeling-in-control-and-viral-content

Klurfeld, J., & Schneider, H. (2014). **News literacy: Teaching the internet generation to make reliable information choices**. Washington, DC: Center for Effective Public Management at Brookings. Retrieved July 6, 2021, from https://www.brookings.edu/wpcontent/uploads/2016/06/Klurfeld-SchneiderNews-Literacyupdated-7814.pdf

Krumsvik, A. H., & Storsul, T. (2013). **Media Innovations: A Multidisciplinary Study of Change**. Nordicom, University of Gothenburg. http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534759/FULLTEXT01.pdf

Mulgan, G. (2012). **The theoretical foundations of social innovation**. In Social innovation (pp. 33-65). Palgrave Macmillan, London.

Nimtupariya, C., & Tapinta, P. (2021, October 24). The Influences of Loaded Words in Tragic News Headlines on Readers' Emotions. **Suranaree Journal of Social Science**, 15(2), 106–124. https://doi.org/10.55766/npab2212

Noone, C., Bunting, B., & Hogan, M. J. (2016). Does mindfulness enhance critical thinking? Evidence for the mediating effects of executive functioning in the relationship between mindfulness and critical thinking. **Frontiers in Psychology**, https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.02043.

Potter, W. J. (2013). **Media literacy** (6th ed.). Los Angeles: Sage.

Rutledge. P. (2015). **The Transmedia Trip: The Psychology of Creating Multi-Platform Narrative Engagement for Transmedia Migration. Transmedia Storytelling Conference**. Retrieved August 15, 2020 from https://www.psychologytoday.com/sites/default/files/2017-01_-8_rutledge_transmedia_trip_.pdf

Scolari, C. A., Masanet, M. J., Guerrero-Pico, M., & Establés, M. J. (2018). Transmedia literacy in the new media ecology: Teens' transmedia skills and informal learning strategies. **El Profesional De La Información**, 27(4), 801. https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.09

Tamboer, S., Kleemans, M., Molenaar, I., & Bosse, T. (2022). Developing A Model of News Literacy in Early Adolescents: A Survey Study. **Mass Communication and Society**, 1–25. https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2048027

Thai PBS. (2562). **"หมอเดว" แนะ บ้าน-ร.ร.-ชุมชน เร่งสร้างภูมิ ลดเด็กพันธุ์ใหม่**. Thai PBS. สืบค้น 29 มกราคม 2564 จาก https://www.thaipbs.or.th/news/content/287197

Wolf, M., & Gottwald, S. (2016). **Tales of literacy for the 21st century**. Oxford: Oxford University Press.