

บทความวิจัย

การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว
เพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด

กมลสิทธิ์ บุญญาพวงค์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว 2) เพื่อศึกษาผลการรับรู้ของผู้รับสื่อ วิดีโอการรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนมัธยมปลาย โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอกโดยการใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว แบบสอบถามการรับรู้ก่อนและหลังรับชมที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว และแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ สติที่ดีใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติค่าที (t-test)

ผลการศึกษาพบว่า

1. สื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวที่พัฒนาขึ้น มีผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน คุณภาพความเหมาะสมอยู่ในระดับมีคุณภาพความเหมาะสมมาก ซึ่งสามารถนำสื่อที่พัฒนาขึ้นไปสู่กระบวนการทดลองศึกษาผลในการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์ผลการรับรู้การรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว พบว่า ก่อนรับชมสื่อ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.19 และหลังการรับชมสื่ออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 เมื่อเปรียบเทียบผลการรับรู้ก่อนและหลังรับชมโดยใช้สถิติค่าที (t-test) พบว่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ของผู้รับสื่อหลังการรับชมสูงกว่าก่อนการรับชมสื่อรณรงค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวที่พัฒนาขึ้น ในด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ และด้านการสื่อความหมาย โดยภาพรวมผู้รับชมมีความพึงพอใจในระดับมาก

คำสำคัญ: : วีดิทัศน์รณรงค์, การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด, การสื่อความหมายด้วยความกลัว

Received: March 27, 2021, Revised April 2, 2021, Accepted April 4, 2021

Video production by using the interpretation of fear for campaigning of stop bullying others with words

Kayasit Boonyanupong

Asst.Prof.Dr.Kullkanit Thongngao

Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Abstract

The objectives of this research were 1) to produce videos to raise awareness of anti-verbal bullying campaign, and 2) to investigate the perception of video recipients about anti-verbal bullying campaign. Samples were 50 higher secondary school students at Mattayomwatnongchok School. They were selected by purposively sampling. The research instruments were videos to raise awareness of anti-verbal bullying campaign and a questionnaire to investigate before and after of the recipients' perception on videos about anti-verbal bullying campaign. The statistics used to analyze data were percentage, mean, standard deviation, and t-test.

The research results revealed that:

1. The videos of raising awareness on anti-verbal bullying campaign were evaluated by 3 experts. They were qualified with a high level and they could be conducted in the research.
2. The perception of video recipients about anti-verbal bullying campaign before the experiment was at a moderate level with mean of 3.14 and after was at a high level with mean of 4.34. The perception on raising awareness of anti-verbal bullying campaign after video exposure was higher than before video exposure at a statistically significant level of .05.
3. The satisfaction of the video recipients about anti-verbal bullying campaign on the content, design, and communication was a high level overall.

Keywords: *Campaign Videos, Anti-Verbal Bullying, Raising Awareness*

คำขอบคุณ : งานวิจัยนี้ได้รับความสนับสนุนจากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บทนำ

ปัญหาของการ Bully เริ่มปรากฏออกตามสื่อต่างๆ มากขึ้นในช่วงนี้ เนื่องจากสังคมเริ่มตระหนักถึงการกลั่นแกล้งหรือการ Bullying ที่ทำให้ผู้อื่นเจ็บตัวหรือทำร้ายความรู้สึกผู้อื่น โดยพฤติกรรมนี้มักเกิดขึ้นกับเด็กๆ และวัยรุ่น และมักถูกรังแกจากเพื่อนที่โรงเรียนหรือคนในครอบครัวอย่างพ้อง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจและอาจทำให้เด็กเกลียดการไปโรงเรียนหรือมีปัญหาการเข้าสังคมเมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในที่สุดการ Bully คือ การแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวที่คนหรือกลุ่มที่มีความได้เปรียบกว่าผู้ถูกระทำทางใดทางหนึ่ง ผู้ที่เสียเปรียบหรือผู้ที่ถูกอ่อนแอกว่าก็จะถูกระทำต่อเนื่องซ้ำๆ จนผู้ถูกระทำรู้สึกแค้น เจ็บปวด เสียใจ และ เกิดความเครียด ซึ่งการกระทำดังกล่าวอาจเป็นการใช้กำลัง การใช้ถ้อยคำทำร้ายจิตใจ ใช้การเสียดสีกดดันทางด้านสังคม และเป็นการกีดกันลิดรอนสิทธิ หรือการปฏิบัติใดๆก็ตามในทางลบ

ในปัจจุบันการกลั่นแกล้งด้วยการ Bully นั้นมีมากมาย ที่พบเห็นบ่อยในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยจะมีอยู่ 6 ประเภท 1. การกลั่นแกล้งทางร่างกาย 2. การกลั่นแกล้งโดยคำพูด 3. การคุกคามในเชิงสัมพันธ์ภาพ 4. การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ 5. การกลั่นแกล้งทางเพศ 6. การกลั่นแกล้งโดยอคติ และจากการสอบถามนักเรียน นักศึกษา ว่าพบเจอการ Bully ทั้ง 6 รูปแบบ นั้นเจอประเภทใดบ่อยที่สุด พบว่า การกลั่นแกล้งโดยคำพูด พบเจอมากที่สุด โดยผู้กระทำจะใช้คำพูด การระบุ ชื่อผู้ที่ถูกกระทำ เพื่อดูถูก ลดคุณค่า และให้ผู้อื่นอับอายเจ็บปวด และทำให้ตัวเองดูเหนือมีอำนาจมากกว่าผู้ถูกกระทำ และพวกเขาเหล่านี้เลือกกลุ่มเป้าหมายจากรูปลักษณ์ ภายนอก การกระทำ หรือพฤติกรรม การกลั่นแกล้งประเภทนี้ยังมักมุ่งเป้าไปที่เด็กที่มีความต้องการพิเศษอีกด้วย การกลั่นแกล้งด้วยคำพูดมักจะตรวจพบได้ยาก เนื่องด้วยจากการโจมตีมักเกิดขึ้นเมื่อผู้ปกครองไม่อยู่แถว นั้น ผลคือเป็นการพูดกันแบบปากต่อปาก และยิ่งกว่านั้นผู้ใหญ่หลายคนก็รู้สึกว่าสิ่งที่เด็กพูดมักไม่ค่อยมีความสำคัญ พวกเขาจึงมักลงเอยโดยการบอกให้เหยื่อของการถูกรังแก “ช่างมัน” แต่นักวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าการรังแกด้วยคำพูดและการเรียกชื่อมีผลกระทบที่ร้ายแรงตามมาที่จริงแล้วการรังแกดังกล่าวสามารถทำให้เกิดบาดแผลลึกในใจได้เลยทีเดียว โดยข้อมูลผลการสำรวจในโครงการติดตามสภาวะการณ์เด็กและเยาวชนรายจังหวัด พบว่า มีเด็กถูกรังแกในสถานศึกษาปีละประมาณ 6 แสนคน ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในอันดับ 2 ของโลก ที่มีสัดส่วนนักเรียนถูกรังแกจากเพื่อนนักเรียนด้วยกันสูงถึงร้อยละ 40 รองจากญี่ปุ่น ขณะที่ในปี 2553 การสำรวจนักเรียนนักศึกษาในสถาบันการศึกษาทั่วประเทศพบว่า ร้อยละ 33 เคยรังแกผู้อื่นทางออนไลน์ อีกร้อยละ 43 บอกว่า เคยถูกคนอื่นรังแก การรังแกกันหรือล้อเลียนกันในโรงเรียนเป็นจุดเริ่มต้นและเป็นการปลุกฝังเด็กเรื่องความรุนแรง การทำร้ายกัน มีผลกระทบต่อเด็กทั้ง 2 ฝ่าย ทั้งอารมณ์จิตใจร่างกายและคุณภาพชีวิตในระยะยาว นักเรียนที่ถูกรังแกมักเครียดซึมเศร้า มีปัญหาการเข้าสังคมจนโต หากถูกกดดันรุนแรงหรือเรื้อรัง จะนำไปสู่การทำร้ายคนอื่นเพื่อแก้แค้น หรือทำร้ายตนเอง รุนแรงถึงฆ่าตัวตาย ขณะที่นักเรียนที่รังแกคนอื่นเมื่อทำบ่อยครั้งจนกลายเป็นนิสัยเคยชิน จะมีปัญหาบุคลิกภาพแบบใช้ความก้าวร้าว ความรุนแรงต่อผู้อื่น ความรู้สึกผิดน้อย ใช้ความรุนแรงแก้ปัญหา เป็นอันตราย อาชญากรได้ ด้านผู้อำนวยการสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กล่าวถึงเด็กที่เป็นกลุ่มเสี่ยงถูกรังแกสูง คือ เด็กที่มีปัญหาพัฒนาการช้า เด็กพิการ กลุ่มเด็กนักเรียนเพศทางเลือก และเด็กกลุ่มที่ครอบครัวมีการใช้ความรุนแรง หรือเด็กที่ป่วยโรคทางจิตเวช เช่น สมาธิสั้น มักพบว่าเป็นเด็กกลุ่มที่เป็นผู้รังแก

การรณรงค์คือกระบวนการหนึ่งในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อโน้มน้าวใจให้คนเปลี่ยนความคิด ทศนคติ ค่านิยมและความเชื่อ นั้นหมายถึงเป็นการสร้างจิตสำนึกที่ดียิ่งขึ้น เพื่อให้มนุษย์อยู่ในสังคมร่วมกันอย่างมีความสุข การรณรงค์ (Campaign) เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่สำคัญในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ได้รับความนิยมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การรณรงค์เป็นการระดมความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายๆ เรื่อง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายร่วมมือทำงานนั้นสำเร็จลงตามเป้าหมายของการรณรงค์ การรณรงค์ในแต่ละครั้งนั้นมีวัตถุประสงค์ในการรณรงค์แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นการรณรงค์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร (Inform) หรือการรณรงค์เพื่อโน้มน้าวใจให้คอยตาม (Persuade) อันนำไปสู่การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม (Mobilize) และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในที่สุด (กิตติ กันภัย, 2543) ซึ่งการผลิตสื่อการรณรงค์แต่ละประเภทจำเป็นต้องเลือกเนื้อหาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของเรื่องที่จะทำ เช่น ผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์สื่อโฆษณา รณรงค์ต่อต้านการสูบบุหรี่ในโทรทัศน์ช่องฟรีของประเทศไทยที่อยู่ในรูปแบบโฆษณา เรื่อง พระคุณที่ไม่ทันได้ทดแทน มีจำนวนการ Views มากที่สุดถึง 1,564,861 ครั้ง และกลยุทธ์ของสารที่ใช้ในการเชิญชวน (Message Appeals) ของ Hawkinset al. (1998) พบว่า สื่อโฆษณารณรงค์ต่อต้านการสูบบุหรี่ในโทรทัศน์ช่องฟรีของประเทศไทยที่อยู่ในรูปแบบโฆษณาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545-2558 ส่วนใหญ่ใช้การจูงใจด้วยการสร้างอารมณ์ (Emotional appeals) จำนวน 12 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 48 ซึ่งเป็นการใช้การโฆษณาที่สร้างอารมณ์และความรู้สึกให้กับผู้บริโภคโดยเน้นที่การสร้างอารมณ์เพื่อให้เกิดความชอบเพิ่มขึ้น รองลงมาคือ การจูงใจด้วยความกลัว (Fear appeals) จำนวน 9 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 36 เป็นการแสดงให้เห็นผลหรืออันตรายที่จะเกิดขึ้นในทางไม่ดี หากผู้บริโภคไม่เปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมและการจูงใจด้วยอารมณ์ขัน (Humorous appeals) จำนวน 4 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 16 ซึ่งเป็นการใช้อารมณ์ขันเพื่อดึงดูดความสนใจ และเปลี่ยนทัศนคตินิยม แต่การใช้อารมณ์ขันจะต้อง

นำมาใช้ด้วยความระมัดระวัง จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกันกับPaeket al. (2013) ที่ได้ศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาวิดีโอต่อต้านการสูบบุหรี่บน YouTube พบว่า คุณค่าของการรับชมข้อความการเชิญชวนของสาร และความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสื่อนั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบการเชิญชวนของสาร (Message Appeals) ที่แตกต่างกันไปเช่น ทำให้รู้สึกกลัว (Threat) ทำให้รู้สึกเกี่ยวกับสังคม (Social) และทำให้รู้สึกขบขัน (Humor) เป็นต้น ฉะนั้น การเลือกรูปแบบในการนำเสนอสื่อรณรงค์ จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะสามารถเปลี่ยนความคิดเห็นทัศนคติของผู้รับสารได้

นอกจากการเลือกรูปแบบของสื่อรณรงค์เพื่อให้เหมาะสมแล้ว การเลือกประเภทของสื่อรณรงค์ที่ใช้ในการนำเสนอก็เป็นส่วนสำคัญเช่นเดียวกัน ในปัจจุบันนี้ประเภทของสื่อรณรงค์ มีอยู่หลากหลายประเภท อาทิเช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายตามอาคารต่างๆหรือสอดแทรกไว้ในหนังสือต่างๆ อย่าง แม็กกาซีน และสื่อออนไลน์ต่างๆ เป็นต้น ในการรณรงค์ สาร (Message) คือองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการโน้มน้าวใจของผู้รับสาร สารไม่ได้จำกัดเฉพาะข้อความ เนื้อหา หรือคำพูดเพียงอย่างเดียว แต่อาจเป็น วิดีโอ เพราะวิดีโอถือว่าเป็นองค์ประกอบที่ครบถ้วนมีทั้ง ภาพ เสียง เนื้อหา ที่ต้องการจะสื่อให้ผู้รับสารเกิดการโน้มน้าวใจและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ในปัจจุบันสื่อออนไลน์ก็มีความทันสมัยรวดเร็วในการเข้าถึงเพื่อช่วยในความสะดวกสบายทำให้ สื่อวิดีโอเป็นที่นิยมในการนำเสนอ โฆษณาเชิงรณรงค์ และผู้รับสารสามารถเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ และถ้าหากเป็นเรื่อง รณรงค์ที่คนสนใจอยู่ในขณะนั้นก็จะมียอดคนเข้าถึงหรือยอดแชร์มากมาย และอาจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้รับสารได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อการผลิตสื่อวีดิทัศน์การรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว
2. เพื่อศึกษาผลการรับรู้ของนักเรียนที่มีผลต่อสื่อวีดิทัศน์การรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชาและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียน ระดับมัธยมปลาย ของ โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก นักเรียนทั้งหมด 2,659 คน (ที่มา : เว็บไซต์โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก, 2563)กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 1) สื่อวีดิทัศน์รณรงค์การยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด
 - 2) การรับรู้ของนักเรียนที่มีผลต่อสื่อวีดิทัศน์รณรงค์
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 1) แบบสอบถามประเมินคุณภาพของสื่อ

ศึกษา หลักการ วัตถุประสงค์ และทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเนื้อหาข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์ในการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับเนื้อหาในการประเมินผลการรับรู้ สื่อวีดิทัศน์การรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านประเมินผลในเนื้อหา เป็นจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของแบบสอบถาม และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of Item Objective Congruence: IOC) สรุปได้ว่าแบบสอบถามที่นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญไปตรวจสอบคุณภาพสื่อมีทั้งหมด 3 ด้านดังนี้

ด้านเนื้อหา จำนวน 11 ข้อ

ด้านการออกแบบ จำนวน 10 ข้อ

ด้านการสื่อความหมาย จำนวน 10 ข้อ

หลังจากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อวีดิทัศน์ 3 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสมของสื่อรณรงค์

2) แบบสอบถามประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ศึกษา หลักการ วัตถุประสงค์ และทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเนื้อหาข้อมูลต่างๆ มาวิเคราะห์ในการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับเนื้อหาในการประเมินผลการรับรู้ สื่อวีดิทัศน์การรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการประเมินแบบสอบถาม เป็นจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของแบบสอบถาม และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of Item Objective Congruence: IOC) สรุปได้ว่าแบบสอบถามที่นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญไปตรวจสอบคุณภาพสื่อมีทั้งหมด 5 ด้านดังนี้

ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด 13 ข้อ

ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด 9 ข้อ

ด้านเนื้อหาของสื่อวีดิทัศน์ 9 ข้อ

ด้านการออกแบบ 10 ข้อ

ด้านการสื่อความหมาย 10 ข้อ

หลังจากนำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขออนุญาต โรงเรียนมัธยมวัดหนองจอก เพื่อนำสื่อวีดิทัศน์ ไปให้กลุ่มตัวอย่างรับชม และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งก่อน และหลังชมสื่อวีดิทัศน์ทั้งหมด จำนวน 50 คน นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์สถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติค่าที (t-test)

สรุปผลการวิจัย

1. การผลิตสื่อวีดิทัศน์รณรงค์การยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว พบว่าผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

ด้านเนื้อหาของสื่อวีดิทัศน์ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ ใน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ความยาวในแต่ละตอนมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 สื่อรณรงค์มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 เนื้อหาที่มีความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงผลกระทบของการ Bully ด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 ความเหมาะสมของลำดับในการนำเสนอเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.3 เนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมตามวิชาการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 1 ประวัติ ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับการ การกลั่นแกล้งผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 2 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 การตัดต่อ รณรงค์เกี่ยวกับการ Bully มีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 เนื้อหา มีประโยชน์ต่อผู้รับสาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 เป็นอันดับสุดท้าย

ด้านการออกแบบ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ การโน้มน้าวใจต่อ วิดีโอที่ใช้ในสื่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 บทสัมภาษณ์ ผู้ถูกกลั่นด้วยคำพูดมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 การจัดรูปแบบในแต่ละตอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในสื่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละตอน และรูปแบบการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.6 การใช้เทคนิคในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 การรับรู้ต่อ การใช้ความกลัวในการติดต่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 ภาพและเสียงมีความเหมาะสม และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 2 ข้อ ได้แก่ ภาพและเสียงมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 เป็นอันดับสุดท้าย

ด้านการสื่อความหมาย พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ สื่อวิดีโอรณรงค์ ช่วยขยายความหมายคำว่า Bully ได้มากน้อยเพียงใด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.66 และมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 9 ข้อ ได้แก่ สื่อวิดีโอรณรงค์บ่งบอกถึงผลกระทบที่ตามมาของ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ภาพและเสียงสื่อถึงความรุนแรงภายในที่ผู้ถูกกลั่นแกล้งได้รับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 สื่อวิดีโอรณรงค์ใช้ภาพและเสียงให้เกิดความกลัวมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 เสียงผู้บรรยายมีความน่ากลัวมากน้อยเพียงใด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 ผู้รับชมสื่อวิดีโอรณรงค์เกี่ยวกับการ Bully เกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมาตอน และรูปแบบการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 สื่อรณรงค์สื่อให้เห็นถึงสิ่งที่ถูก Bully ได้พบเจอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 บทสัมภาษณ์ “เกี่ยวกับผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด มีการสื่อความหมายเกี่ยวกับผลกระทบของการ Bully” ให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกหดหู่ของผู้ที่ถูก Bully มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกสงสารและเห็นใจผู้ถูก Bully มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 ตามลำดับ

2. การผลิตสื่อวิดีโอที่ศรัทธาการยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยการใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้ของนักเรียน หลังรับชมสื่อมากกว่าก่อนรับชมสื่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

ก่อนรับชมสื่อ

ด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่า นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจต่อสื่อรณรงค์ก่อนรับชมสื่อ ในด้านความรู้ความเข้าใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเข้าใจในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ รู้หรือไม่ การกลั่นแกล้งผู้อื่นพบบ่อยใน เด็กมัธยม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการ กลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) เป็นอันดับ2ของโลก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 การเรียกเพื่อนว่า ไอ้ดำ, ไอ้อ้วน แบบนี้ถือว่าเป็นการ Bully ไหม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64 การกลั่นแกล้งที่พบบ่อยในมัธยม การตบหัว ล้อพ่อแม่ พุดจาเหยียดหยาม ล้อปมด้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.60 การ Bully พบเจอบ่อยในเด็กอายุ 13 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54 และมีความเข้าใจในระดับปานกลาง 8 ข้อ ได้แก่ เข้าใจการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) มากมายขนาดไหน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42 ประเทศที่มีการ Bully มากที่สุดในโลก คือ ญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42 สิ่งที่ถูกกลั่นแกล้งด้วย คำพูด ได้พบเจออาจทำให้ ผู้ถูกกลั่นแกล้งเปลี่ยนไปตลอดชีวิตในอนาคต เช่น หันมาพึ่งพายาเสพติด หรือ อาจชอบใช้ความรุนแรงในวัยทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 ผลกระทบที่ถูกการ Bully ด้วยคำพูดบ่อยๆอาจทำให้สภาพจิตใจแย่และ อาจนำไปสู่สภาพอะซีมเคร้า และ อาจถึงขั้นเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.34 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด นั้นมีหลายประเภทมาก อาทิเช่น การล้อรูปร่างใช้คำพูด เหยียดฐานะ พุดทำร้ายความรู้สึก และ รวมกลุ่มเเยะเเย่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.32 การล้อรูปร่างหน้าตาผู้อื่นคือการ Bully ไหม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.14 จากข่าว นักเรียน ม.1 ยิงเพื่อน เสียชีวิตในโรงเรียน ปม ถูกกลั่นแกล้ง เกี่ยวกับการ Bully ด้วยคำพูดใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12 นักเรียนกว่า 600,000 คน ถูก Bully กว่า 40 % มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.92 ตามลำดับ

ด้านทัศนคติ พบว่า นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจต่อสื่อรณรงค์ก่อนรับชมสื่อ ในด้านทัศนคติโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติ ระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ เพื่อนที่อ้วนอยากลดน้ำหนักแล้วกำลังจะเปลี่ยนตัวเองมาออกกำลังกายคุณจะไปทักบอกเขาว่า 5ปีแล้วนะที่บอกจะลดน้ำหนัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 และมีทัศนคติ ในระดับปานกลาง 7 ข้อ ได้แก่ เวลาถลันแกล้งผู้อื่นแล้วเคยคิดรู้สึกเสียใจที่หลังไหม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.36 เพื่อนคนหนึ่งเดินไปไถเงินเพื่อน แล้วบอกว่าถ้าไม่ให้เงิน จะโดนทำร้ายร่างกาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.96 เวลาว่างมักรวมกลุ่มนั่งนินทาเพื่อนที่ไม่ชอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.96 ถ้าเพื่อนผู้หญิงใส่ชุดเซ็กซี่คุณ มักจะเข้าไปแซว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.72 หากเพื่อนในห้องใส่ชุดผิดมาเรียน คุณมักจะล้อเลียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.5 เมื่อเพื่อนมีร่างกายไม่สมประกอบ แล้วคุณมักไปเรียกปมด้อยเพื่อน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.54 และมีทัศนคติ ระดับน้อย จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อแอบถ่ายคลิปเพื่อนตอนเข้า ห้องน้ำและเอาไปให้เพื่อนในห้องดู พูดปากต่อปากจัดว่าเป็นการ Bully ไหม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.46 เมื่อคุณเห็นเพื่อนใส่เสื้อเก๋ มาโรงเรียน คุณมักถามว่าทำไมเสื้อโทรมจัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.44 ตามลำดับ

หลังรับชมสื่อ

ด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่า นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจต่อสื่อรณรงค์หลังรับชมสื่อ ในด้านความรู้ความเข้าใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเข้าใจในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ การล้อรูปร่างหน้าตาผู้อื่นคือการ Bully ไหม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด นั้นมีหลายประเภทมาก อาทิเช่น การล้อรูปร่างใช้คำพูด เหยียดฐานะ พูดทำร้ายความรู้สึก และรวมกลุ่มเยาะเย้ย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 และมีความเข้าใจในระดับมาก 11 ข้อ ได้แก่ ผลกระทบที่ถูกการ Bully ด้วยคำพูดบ่อย ๆ อาจทำให้สุขภาพจิตใจแย่และ อาจนำไปสู่สภาวะซึมเศร้า และ อาจถึงขั้นเสียชีวิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการ กลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) เป็นอันดับ2ของโลก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 ประเทศที่มีการ Bully มากที่สุดในโลก คือ ญี่ปุ่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 จากข่าว นักเรียน ม.1 ยิ่งเพื่อนในโรงเรียน ปมถูกกลั่นแกล้ง เกี่ยวกับการBully ด้วยคำพูดไหม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 การเรียกเพื่อนว่า ไอ้ดำ, ไอ้ อ้วน แบบนี้ถือว่าเป็นการ Bully ไหม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 นักเรียนกว่า 600,000 คน ถูก Bully กว่า 40 % มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 สิ่งที่ถูกกลั่นแกล้งด้วย คำพูด ได้พบเจออาจทำให้ ผู้ถูกกลั่นแกล้งเปลี่ยนไปตลอดชีวิตในอนาคต เช่น หันมาพึ่งพยาเสพติดหรือ อาจชอบใช้ความรุนแรงในวัยทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 เข้าใจการกลั่นแกล้งผู้อื่น (Bully) มากมายขนาดไหน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 การกลั่นแกล้งที่พบบ่อยในมัธยมการตบหัว ล้อพ่อแม่ พูดจาเหยียดหยาม ล้อปมด้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 การ Bully พบเจอบ่อยในเด็กอายุ 13 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 รู้หรือไม่ การกลั่นแกล้งผู้อื่นพบบ่อย ที่สุดใน เด็กมัธยม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ตามลำดับ

ด้านทัศนคติ พบว่า นักเรียนมีความรู้ทัศนคติต่อสื่อรณรงค์หลังรับชมสื่อ ในด้านทัศนคติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทัศนคติ ระดับมากที่สุด จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพื่อนที่อ้วนอยากลดน้ำหนักแล้วกำลังจะเปลี่ยนตัวเองมาออกกำลังกายคุณจะไปทักบอกเขาว่า 5ปีแล้วนะที่บอกจะลดน้ำหนัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.62 ถ้าเพื่อนผู้หญิงใส่ชุดเซ็กซี่คุณ มักจะเข้าไปแซว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.58 แอบถ่ายคลิปเพื่อนตอนเข้า ห้องน้ำและเอาไปให้เพื่อนในห้องดู พูดปากต่อปากจัดว่าเป็นการ Bully ไหม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.54 เมื่อเพื่อนมีร่างกายไม่สม ประกอบ แล้วคุณมักไปเรียกปมด้อยเพื่อน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 เมื่อคุณเห็นเพื่อนใส่เสื้อเก๋มาโรงเรียน คุณมักถามว่าทำไมเสื้อโทรมจัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.58 และมีทัศนคติในระดับมาก 4 ข้อ เพื่อนคนหนึ่งเดินไปไถเงินเพื่อนแล้วบอกว่าถ้าไม่ให้เงิน จะโดนทำร้ายร่างกาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.48 เวลาถลันแกล้งผู้อื่นแล้วเคยคิดรู้สึกเสียใจที่หลังไหม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.46 เวลาว่างมักรวมกลุ่มนั่งนินทา เพื่อนที่ไม่ชอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 หากเพื่อนในห้องใส่ชุดผิด มาเรียน คุณมักจะล้อเลียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.42 ตามลำดับ

3. การผลิตสื่อวีดิทัศน์รณรงค์การยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยการสื่อสารความหมายด้วยความกลัว พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ของนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ ปรากฏผลดังนี้

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจ พบว่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้สื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) ก่อนรับชมสื่อเท่ากับ 3.44 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.41 และเฉลี่ยการรับรู้หลังชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) เท่ากับ 4.23 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 ได้ผลคะแนน t-test เท่ากับ -7.366 Sig (2 tailed) เท่ากับ.000 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 กล่าวคือหลังรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) และก่อนรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่หลังรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของผู้รับสื่อสูงกว่าก่อนรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully)

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบทัศนคติ พบว่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้สื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) ก่อนรับชมสื่อเท่ากับ 2.83 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.37 และเฉลี่ยการรับรู้หลังชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) เท่ากับ 4.51 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 ได้ผลคะแนน t-test เท่ากับ -12.808 Sig (2 tailed) เท่ากับ.000 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 กล่าวคือหลังรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) และก่อนรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่หลังรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) มีผลต่อทัศนคติของผู้รับสื่อสูงกว่าก่อนรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully)

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจและทัศนคติ พบว่าคะแนนเฉลี่ยการรับรู้สื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) ก่อนรับชมสื่อเท่ากับ 3.19 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.36 และเฉลี่ยการรับรู้หลังชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) เท่ากับ 4.34 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 ได้ผลคะแนน t-test เท่ากับ -8.723 Sig (2 tailed) เท่ากับ.000 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 กล่าวคือหลังรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) และก่อนรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่หลังรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด(Bully) มีผลต่อการรับรู้ของผู้รับสื่อสูงกว่าก่อนรับชมสื่อรณรงค์การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully)

4. การผลิตสื่อวีดิทัศน์รณรงค์การยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยการสื่อสารความหมายด้วยความกลัว พบว่า ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

ด้านของเนื้อหา พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ ในด้านเนื้อหา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเข้าใจด้านเนื้อหา ระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ความเหมาะสมของลำดับในการนำเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้รับชม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 และมีความเข้าใจใน ระดับมาก จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เนื้อหามีความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 เนื้อหาถูกต้องเหมาะสมตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอที่ 2 การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ความเหมาะสมเนื้อหาที่นำเสนอ ตอนที่ 1 ประวัติ ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับการ การกลั่นแกล้งผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 ความยาวในแต่ละ ตอน มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงผลกระทบ ของการการ Bully ด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 ตามลำดับ

ด้านการออกแบบ พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ ในด้านการออกแบบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเข้าใจด้านการออกแบบ ระดับมากที่สุด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ การโน้มน้าวใจต่อ วิดีโอที่ใช้ในสื่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่4.54 การจัดรูปแบบในแต่ละตอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 การรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 และมีความเข้าใจใน ระดับมาก จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ การใช้เทคนิค

ในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 การรับรู้ต่อ การใช้ความกลัวในการติดต่อ รมรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 บทสัมภาษณ์ ผู้ถูกกลั่นด้วยคำพูดมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ภาพและเสียงมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละ ตอน และรูปแบบการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในสื่อรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 ตามลำดับ

ด้านการสื่อความหมาย พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของสื่อรณรงค์ ในด้านการสื่อความหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.5 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความเข้าใจด้านการสื่อความหมาย ระดับมากที่สุด จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ผู้รับชมสื่อวิดีโอรณรงค์เกี่ยวกับการ Bully เกิดการตระหนักถึงผลกระทบที่ตามมา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.76 สื่อวิดีโอรณรงค์บ่งบอกถึง ผลกระทบที่ตามมาของ การกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.72 วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกสงสารและ เห็นใจผู้ถูก Bully มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.60 เสียงผู้บรรยายมีความน่ากลัวยิ่งเพียงใด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.56 สื่อรณรงค์สื่อให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้ถูกมากที่สุด Bully ได้พบเจอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 สื่อวิดีโอรณรงค์ใช้ภาพและเสียง ให้เกิดความกลัวมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 สื่อวิดีโอรณรงค์ช่วยขยาย ความหมายคำว่า Bully ได้มากขึ้นเพียงใด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 และมีความเข้าใจใน ระดับมาก จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ วิดีโอสื่อถึงความรู้สึกหดหู่ของ ผู้ที่ถูก Bully มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 บทสัมภาษณ์ “เกี่ยวกับผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูด มีการสื่อความหมายเกี่ยวผลกระทบของการ Bully” ให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 ภาพและเสียงสื่อถึงความ รุนแรงภายในที่ผู้ถูกกลั่นแกล้งได้รับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 ตามลำดับ

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัย การผลิตสื่อวีดิทัศน์โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัวเพื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) โดยเปรียบเทียบการรับรู้ก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อ สามารถวิเคราะห์ประเด็นสำคัญได้ดังนี้

เมื่อวิเคราะห์ในแต่ละด้านของสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ พบว่า ด้านเนื้อหา สื่อวีดิทัศน์รณรงค์ ก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อมีความแตกต่างกัน โดยหลังรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์มีการรับรู้สูงกว่าก่อนรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ ในด้านการโน้มน้าวใจต่อวีดิทัศน์ประกอบด้วยภาพและข้อความตามด้วยเสียงบรรยาย และ เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงความสำคัญของการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้ความกลัว

ด้านการออกแบบ พบว่า สื่อวีดิทัศน์รณรงค์ ก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อมีความแตกต่างกัน โดยหลังรับชมสื่อมีการรับรู้มากขึ้นต่อสื่อวีดิทัศน์, การจัดรูปแบบในแต่ละ ตอน, ภาพและเสียงมีความเหมาะสม, การเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละ ตอน และรูปแบบการนำเสนอ, การใช้เทคนิคในการติดต่อ, การโน้มน้าวใจต่อ วิดีโอที่ใช้ในสื่อรณรงค์, การรับรู้ต่อเวลาที่ใช้ในสื่อรณรงค์, เสียง Sound Effect ประกอบมีความสอดคล้องกับสื่อรณรงค์, บทสัมภาษณ์ ผู้ถูกกลั่นด้วยคำพูดมีความเหมาะสม, การรับรู้ต่อ การใช้ความกลัวในการติดต่อรณรงค์ และการรับรู้ต่อเนื้อหาที่ใช้ความกลัว

ด้านการสื่อความหมายพบว่า สื่อวีดิทัศน์รณรงค์ ก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อมีความแตกต่างกัน โดย หลังรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ มีการรับรู้สูงกว่าก่อนรับชมสื่อ ใน 2 ด้านดังนี้

1. การบอกที่มาและข้อมูลสำคัญที่ใช้ในสื่อวีดิทัศน์ โดยสื่อวีดิทัศน์รณรงค์หยุดการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด โดยใช้ความกลัว ในตอนที่ 1 เป็นการบอกเล่าที่มาและความสำคัญของการ Bully ว่าสิ่งที่ผู้ถูกกระทำพบเจอนั้นมีอะไรบ้าง และการ Bully พบเจอบ่อยมากที่สุดในโรงเรียนมัธยม และสถิติต่างๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยใช้ภาพประกอบพร้อมคำบรรยาย โดยจะมีข้อความสำคัญสอดแทรกในทุกช่วงสำคัญของ วิดีทัศน์ ตอนที่ 2 จะเป็นการเน้นย้ำการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด ว่าการกลั่นแกล้งด้วยคำพูดนั้นมีที่ประเภท แหล่งข่าวข้อมูลการเสียชีวิตของเด็กที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูดให้เห็นถึงผลกระทบ ว่าสิ่งที่ตามมามันเลวร้ายขนาดไหน ส่วนตอนที่ 3 บทสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกกลั่นแกล้งด้วยคำพูดจริงๆ และสื่อวีดิทัศน์แสดงให้เห็นว่า ผลกระทบที่ตามมาเป็นอย่างไร การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการ Bully มากยิ่งขึ้น เพื่อที่จะได้เข้าใจว่าบางสิ่งที่เราทำไปในแต่ละวันที่เราไม่ตั้งใจ อาจเป็นการ Bully โดยใช้การสื่อความหมายด้วยความกลัว ซึ่งสรุป คือ หลังรับชมสื่อวีดิทัศน์

รณรงค์ มีการรับรู้สูงกว่า ก่อนรับชมสื่อรณรงค์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ของ กุลทิพย์ ศาสตร์ระรุจิ [14] ศึกษาปัจจัยองค์ประกอบเชิงสร้างสรรค์ที่มีพลังต่อการรับรู้ โดยมีความสอดคล้องกันในส่วนของการใช้การรับรู้ด้านเหตุผล และการสื่อสารด้วยวจนภาษา

2. ด้านการสร้างการรับรู้จากเนื้อหาโดยรวมของสื่อวีดิทัศน์ โดยสื่อวีดิทัศน์รณรงค์ มีเนื้อหาโดยรวมสร้างการรับรู้ให้ผู้รับชมเกิดความกลัวในการกลั่นแกล้งผู้อื่นและแสดงให้เห็นถึงผลกระทบที่ตาม และตระหนักเห็นถึงความสำคัญของการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด Bully ซึ่งสรุปคือ เนื้อหาโดยรวมทั้งหมดของหลังรับชมสื่อวีดิทัศน์รณรงค์มีการรับรู้สูงกว่า ก่อนรับชมสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของหทัยชนก รัตนชาติตรี [15] ศึกษาปัจจัยการใช้จุดใจเชิงอารมณ์รูปแบบต่างๆ โดยมีความสอดคล้องกันในส่วนของการใช้ภาพและเสียงและข้อความให้รู้สึกถึงความโหดร้าย รู้สึกกลัว แล้วหดหู่ และสอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้โดยใช้ความกลัว โดย ศึกษาปัจจัยองค์ประกอบการนำเสนอเนื้อหาของสื่อรณรงค์ที่ใช้หัวใจของกลยุทธ์การรับรู้ด้วยความกลัว ได้ แก่การกระตุ้นความกลัวให้เกิดขึ้นในผู้รับสาร

ทั้งนี้ผู้วิจัยมองเห็นว่า ความแตกต่างที่เกิดขึ้นนั้นหลังรับชมสื่อ เกิดมาจากการใช้ภาพและเสียงพร้อมข้อความประกอบ เมื่อได้ชมวีดิทัศน์รณรงค์ ย่อมทำให้เกิดการรับรู้หลังรับชมสื่อ ดังนี้ จำทำให้เห็นได้ว่า การทำสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้ความกลัวมีการรับรู้ที่มากขึ้นกว่าก่อนรับชมสื่อรณรงค์

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า การศึกษาความเหมาะสมของสื่อวีดิทัศน์เพื่อใช้ในการรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดโดยใช้ความกลัว เป็นสิ่งจำเป็นของนักสื่อสารมวลชนหรือผู้ผลิตสื่อเนื่องจาก การรณรงค์เนื้อหาแต่ละเรื่อง จุดประสงค์ของการรณรงค์ก็จะแตกต่างกันออกไป การเลือกใช้รูปแบบที่เหมาะสมของสื่อเพื่อนำมาใช้ในการรณรงค์ให้ได้ผลมากที่สุด จึงเป็นเรื่องที่สำคัญเพราะจะเป็นส่วนที่ทำให้สื่อรณรงค์นั้นๆ ได้ผลดีที่สุด โดยจากผลการศึกษา คือ การใช้ภาพและเสียงพร้อมข้อความประกอบในวีดิทัศน์ทำให้เนื้อหาข้อมูลมีประสิทธิในการรับรู้มากขึ้น ย่อมทำให้เกิดการรับรู้ต่อผู้รับสาร เพราะภาพและเสียงที่ใช้ในการทำสื่อรณรงค์คือตัวกระตุ้นอารมณ์ให้ผู้รับสื่อสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ เมื่อภาพและเสียงที่ใช้น่าสนใจ ตรงประเด็น หรือเนื้อหาของสื่อเป็นสิ่งที่ใกล้ตัวกับผู้รับสื่อโดยตรง ก็จะทำให้ผู้รับสื่อเกิดการเห็นความสำคัญของสื่อรณรงค์สื่อ นั้น เมื่อเราใช้ภาพและเสียงที่เป็นการสื่อความหมายด้วยความกลัวในการนำเสนอ ภาพและเสียงรวมถึงข้อความที่ใช้ จะต้องสร้างความรู้สึก รุนแรง หดหู่ น่ากลัว ก้าวร้าว ซึ่งองค์ประกอบนี้จะเป็นตัวกระตุ้น และเปลี่ยนแปลงในอารมณ์และความรู้สึกของผู้รับสื่อได้ดีกว่าองค์ประกอบอื่นๆ การวิจัยนี้เป็นเพียงผลจากการทำสื่อรณรงค์ยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูดเท่านั้น สำหรับการทำสื่อรณรงค์ในหัวข้ออื่นๆ วิธีการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ หรือเทคนิคในการใส่องค์ประกอบต่างๆลงไปในสื่อเพื่อให้เกิดการรับรู้ ก็อาจจะแตกต่างกันออกไปต้องขึ้นอยู่กับว่า สื่อรณรงค์ประเภทนั้น มีเนื้อหาอย่างไร เหมาะกับการนำเสนอรูปแบบไหน เพราะไม่ใช่ทุกสื่อรณรงค์ที่จะสามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบเชิงการสื่อความหมายด้วยความได้ทั้งหมด

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาวิธีการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ หรือเทคนิคในการใส่องค์ประกอบต่างๆลงไปในสื่อเพื่อให้เกิดการรับรู้หรือเกิดความแตกต่างกันออกไป
2. ควรมีการประเมินในเชิงคุณภาพด้านความคิดเห็นของผู้รับสื่อ เนื่องจากจะได้ข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นถึงความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะที่ผู้รับสื่อมีต่อสื่อในแต่ละรูปแบบ
3. ควรมีการเพิ่มรายละเอียดในการเก็บข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้เป็นตัวเลือก เช่น แบบอัตโนมัติ หรือแบบเต็มคำ จะช่วยให้การเก็บข้อมูลมีความหลากหลาย ลดการเดาหรือสุ่มเลือกระหว่างการทดลองได้

4. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษา การทำสื่อรณรงค์ กรณีตัวอย่าง ในเรื่องการยุติการกลั่นแกล้งผู้อื่นด้วยคำพูด (Bully) เท่านั้น หากผู้ศึกษาสนใจต้องการทำสื่อรณรงค์ประเภทอื่น ควรศึกษาเรื่องรูปแบบเนื้อหาในการผลิตสื่อรณรงค์แต่ละประเภท เพื่อจะได้กำหนดรูปแบบที่จะใช้ในการทำสื่อรณรงค์มาใช้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

ทฤษฎีการสื่อสารที่ควรรู้. *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. (online),(2557), สืบค้นจาก:

<https://snamiki.wordpress.com/2011/09/24/commart>

ย้อนมติมหาเถรวาจาฎเหล็กโรงเรียนในที่สงฆ์ ชี้ขาดปม"มุสลิมสันติ-วัดหนองจอก". (online), (2561), สืบค้นจาก:

<https://www.isranews.org/content-page/67-south-slide/66630-maha.html>

มุสลิมฮือประท้วงวัดหนองจอก. *อ้างรัฐธรรมนูญ+ระเบียบกระทรวง สारพัด*. (online), (2554), สืบค้นจาก:

http://lovethailandso.blogspot.com/2016/09/blog-post_23.html

มูลนิธิยุวพัฒน์, การกลั่นแกล้ง (Bullying). *ความรุนแรงในสังคม*. (online), (2562), สืบค้นจาก:

<https://www.yuvabadhanafoundation.org/th/ข่าวสาร/บทความทั่วไป/การกลั่นแกล้ง-Bullying-วัยรุ่น/>

Thestandard, ส่องสถิติ ‘การกลั่นแกล้ง’ ในรั้วโรงเรียน รู้จักประเภทและการรับมือ. (online),(2562), สืบค้นจาก:

<https://thestandard.co/school-bullying/>

อาณาจักร โกวิทย์. *ทฤษฎีการโน้มน้าวใจต่อสื่อรณรงค์*. (online),(2554), สืบค้นจาก:

http://devcomru7.blogspot.com/2011/09/blog-post_21.html

วัชรภรณ์ บุญญศิริวัฒน์. *การโน้มน้าวใจโดยใช้ความกลัว*. (online),(2554), สืบค้นจาก:

<http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title=%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81>

อัครพล แผ่นทอง. *ความหมายของการติดต่อ*. (online),(2554), สืบค้นจาก:

<https://sites.google.com/site/akkaraphon000000/home-hi>

Kruoong Blog. *ความรู้เบื้องต้นของการติดต่อ*. (online), (2554),

สืบค้นจาก: <http://kruoong.blogspot.com/2011/07/blog-post.html>

Pae Phuriphan's. *วิธีการติดต่อรูปแบบต่างๆ*. (online),(2554), สืบค้นจาก:

<http://paephuriphan.wordpress.com/2014/10/17/ความหมายของ-การลำดับภาพ/>

Krupiyadanai. *ข้อมูลเทคนิคเบื้องต้นการติดต่อ*. (online),(2554), สืบค้นจาก: <https://krupiyadanai.wordpress.com>

</computer4/เทคโนโลยีสื่อประสม/การติดต่อ/>

- อรวรรณ ปัตถ์ธนโอบาท. (2537). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. *วารสารวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย* ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน ตุลาคม 2537 , พิมพ์ครั้งที่ 1. 255- กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2537,
- เกรียงไกร พัฒนกุลโกเมธ, “ทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชนเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัว”, *วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต* , มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร, 2554
- ณัฐชดา วิจิตรจามรี. “การสร้างความหมายและองค์ประกอบเชิงสร้างสรรค์ของสื่อทัศนเพื่อโน้มน้าวใจในการรณรงค์ไม่สูบบุหรี่”, *วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์*, 2558.
- หทัยชนก รัตนาชาติ, “การสื่อสารการโน้มน้าวใจเชิงอารมณ์เพื่อต่อต้านการใช้สั้วทดลองของบริษัทเครื่องสำอาง” , *วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์*, 2558
- ศุภานัน ศิริตั้ง, “การศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโฆษณาโครงการรณรงค์ เมาไม่ขับ ดื่มไม่ขับ ของมูลนิธิเมาไม่ขับและโครงการรณรงค์ งดเหล้า เข้าพรรษา ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ในกลุ่มนักศึกษาเขตกรุงเทพและปริมณฑล”, *วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยรังสิต*, 2553.
- Pinterest, Faces of drunk Driving. (online), (2559), สืบค้นจาก
: <http://www.pinterest.com/pin/498421883737212402/>
- พัชรารณ ศรีสวัสดิ์, การพัฒนารูปแบบการป้องกันการข่มเหงรังแกในโรงเรียน. (online), (2561), สืบค้นจาก:
http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/3160/1/chindanai_siri.pdf
- ขั้นตอนการผลิตรายการวิดีโอทัศน3P. (online),(2557), สืบค้นจาก:
<http://fernchon.blogspot.com/2017/07/3-3p-2539-pre-production-1.html>
- วาสนา เหมวารพรชัย. *การสร้างสรรคภาพยนตร์โฆษณาเพื่อรณรงค์ให้เด็กรักการอ่านหนังสือ* หน้า13,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- EDITOR, ประวัติ Rudolf Arnheim (Online), 2554, Available: <http://v1.midnightuniv.org/midarticle.html>
(19 กรกฎาคม 2558)
- DOP, ประวัติ Edwins S.Porter (Online), 2556,Available:<http://www.bloggang.com/viewdiary.Php?id=ilovemovie&month=10-2005&date=13&group=1&blog=1> (19 กรกฎาคม 2558).
- Ken Dancy Ger. *The Technique of Film and Video Editing* : History, Theory, and Practice.Focal Press, 2007.
- TONGGZ, ประวัติ Lev Kuleshov (Online), 2556,
Available:<http://www.oknation.net/blog/tonggz/2008/08/04/entry-1> (19 กรกฎาคม 2558).

แก้วเกล้า บรรจง. *แนวคิดการสื่อสารการณรงค์*. (Online), 2554, สืบค้นจาก:

<http://161.200.145.125/bitstream/123456789/60240/1/5984654528.pdf>

ศ.ดร กฤษมันต์ วัฒนานรงค์ *ประสิทธิภาพสื่อ*. (Online), 2557, สืบค้นจาก :

<http://www.krismant.com/images/papers/Efficiency.pdf>