

รายงานการประชุมและเสนอผลงานวิจัย ฦ ต่างประเทศ

The 2 nd International Cultural Academy

Public and Cultural Diplomacy *In Times of Crisis*

วันที่ 22 - 26 ตุลาคม 2558

ณ เมืองโรดส์ ประเทศกรีซ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 ชื่อ วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ อายุ 57 ปี

ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์

ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาเอก

1.2. ที่ทำงาน คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

โทร. 02-3108980

1.3. ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อและการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

(ภาษาอังกฤษ) The relationship between media using and media literacy of people in Bangkok

สาขาหลัก สื่อสารมวลชน

สาขาย่อย สื่อสารมวลชน

เพื่อ ประชุมเสนอบทความวิจัย ฦ ต่างประเทศ

แหล่งให้ทุน ทุนการศึกษาฝึกอบรมและดูงาน แก่ข้าราชการและพนักงานของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ตามระเบียบมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประเทศที่ไป กรีซ

ระหว่างวันที่ 22 - 26 ตุลาคม 2558

ส่วนที่ 2 บทคัดย่อหรือสรุปย่อของหลักสูตร

Abstract

This research examines social media using and the factors that affect media literacy of people in Bangkok. It is a survey research which uses questionnaires to collect the data. A sample size of this research consists of 400 people aged 15 years and over. They were selected by multistage random sampling. The research uses descriptive statistics (frequency, percentage, mean and standard deviation) and inferential statistics (t-test, One-way ANOVA). When the differences are found, paired comparison is used by Scheffe in order to analyze the data.

The results show that most respondents are females between the ages of twenty-five and thirty-four. Most of them hold a bachelor's degree and work as a private company employees with a monthly income between 10,001 and 20,000 baht. Most respondents watch television and use social media (Facebook and Instragram) in order to reach all kinds of news

in everyday lives before going to bed. Each time of using media they spent one to two hours. Most respondents use social media for communicating or chatting and sharing of data/pictures.

The hypothesis testing at 0.05 level, results show that 1) there are significantly differences between people in Bangkok's age /education and media literacy regarding ability of media analysis. Multiple comparison testing shows that the ability of media analysis of people who finished high school, a bachelor degree and a master degree are different from ability of people who finished primary school. 2) there are significantly differences between people's media exposure regarding frequency/the kinds of media and media literacy regarding the ability of media uses. In the mean time, there are significantly differences between the internet/social media using and the ability of media analysis. 3) there are significantly differences between social media using regarding duration of time/time spot and the media literacy regarding basic knowledge of media/the ability of media analysis.

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่ได้รับจากการไปประชุมและเสนอผลงานทางวิชาการ

#### 3.1 วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยในที่ประชุมนานาชาติซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหงให้เป็นที่รู้จักในที่ประชุมนานาชาติตลอดจนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักวิจัยจากสถาบันหรือมหาวิทยาลัยในระดับนานาชาติ

#### 3.2 รายละเอียดเกี่ยวกับการไปประชุมและเสนอบทความทางวิชาการ มีดังนี้

##### 3.2.1 การเดินทางไปประชุมและนำเสนอผลงาน

วันที่ 22 ตุลาคม 2558

ออกเดินทางวันที่ 22 ตุลาคม 2557 โดยสายการบิน การ์ตาร์ เที่ยวบินที่ QR837 จากสนามบินสุวรรณภูมิ เวลา 2.40 น. ถึงสนามบินโดฮา ประเทศกาตาร์ เวลา 5.30 น. เพื่อเปลี่ยนเครื่อง และออกจากสนามบินโดฮาเที่ยวบินที่ QR201 เวลา 7.30 น. ถึงสนามบินที่กรุงเอเธนส์เวลา 12.20 น. เพื่อรอต่อเครื่องภายในประเทศกรีซไปยังเมืองโรดส์ ซึ่งเป็นสถานที่จัดการประชุม โดยเครื่องออกจากสนามบินกรุงเอเธนส์เวลา 16.15 น. ด้วยสายการบิน เอเจียนแอร์ไลน์ เที่ยวบินที่ A3 210 และถึงสนามบินเมืองโรดส์ เวลา 17.15 น.

จากสนามบินได้เดินทางเข้าพักที่โรงแรม Electra Hotel and Resorts ซึ่งทางผู้จัดคือ Hellenic Foundation for Culture ได้จัดเตรียมให้โดยออกค่าใช้จ่ายค่าที่พักและจัดรถรับส่งจากโรงแรมถึงสถานที่จัดประชุม เมื่อเข้าที่พักแล้วได้เข้าร่วมการแถลงข่าวอย่างเป็นทางการของการจัดการประชุมซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่าง Foundation กับ เทศบาลเมืองโรดส์ โดยการจัดแถลงข่าวและพิธีเปิดการประชุมอย่างเป็นทางการ (Opening Ceremony) ในช่วงค่ำตั้งแต่ 19.00 น. ที่ Palace of the Grand Master of the Knights of Rhodes ซึ่งเป็นโบราณสถานสำคัญและได้รับการจดทะเบียนจาก UNESCO ให้เป็นมรดกโลก

การแถลงข่าวและพิธีเปิดของเขาได้เชิญแขกที่สำคัญของเมืองนี้พร้อมกับผู้สื่อข่าวท้องถิ่น ทำให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่นหลากหลายอาชีพ ภาษาที่ใช้ในการแถลงข่าวและพิธีเปิดนี้เป็นภาษากรีกและมีคำแปลเป็นภาษาอังกฤษด้วย จึงเห็นการนำเสนอในแง่วัฒนธรรมทั้งสถานที่และภาษา เมื่อจบพิธีเปิดและกล่าวต้อนรับแล้ว ได้มีการเลี้ยงรับรองเป็น Cocktail Reception

วันที่ 23 ตุลาคม 2558

เดินทางจากโรงแรมไปยังสถานที่จัดประชุมซึ่งเป็นโบราณสถานของเมืองนี้อีกเช่นกัน คือ Hospice of St. Catherine, Medieval Town of Rhodes เพื่อลงทะเบียนและเข้าร่วมรับฟังการนำเสนอผลงานในการประชุมตลอดทั้งภาคเช้าและบ่าย โดยภาคบ่าย ตั้งแต่ 16.00 – 19.00 น. จะเป็น social program คือ นำผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมดเดินชมสถานที่สำคัญของเมืองนี้ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีประสบการณ์มาบรรยายและพาชมสถานที่ต่างๆ ได้แก่ Church of Our Lady of the Bourg, Archaeological Museum of Rhodes (Hospital of the Knights), Street of the Knights, The Suleiman Mosque และ The Kahal Shalom Synagogue

วันที่ 24 ตุลาคม 2558

เดินทางจากโรงแรมไปยังเมือง Lindos เพื่อนำเสนอผลงานที่ Cultural Centre Ioannis Zigdis โดยใช้เวลาเดินทางด้วยรถบัสประมาณ 2 ชั่วโมง เมื่อการนำเสนอผลงานเสร็จช่วงเช้า เวลาบ่ายโมง เป็น social program เดินเยี่ยมชมสถานที่สำคัญของเมืองนี้ ได้แก่ Acropolis of Lindos, Temple of Athena Lindia, Temple of Dionysus, Ancient Theatre และเดินทางกลับมาที่โรงแรมในเมืองโรดส์

วันที่ 26 ตุลาคม 2558

เดินทางไปยังสถานที่จัดประชุมของเมืองโรดส์ คือ Hospice of St. Catherine, Medieval Town of Rhodes เพื่อนำเสนอบทความวิจัย เรื่อง The relationship between media using and media literacy of people in Bangkok ซึ่งมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อกับการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่อาศัยข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรและการเปิดรับสื่อกับการรู้เท่าทันสื่อของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25-34 ปีมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือ มัธยมศึกษา รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 -20,000 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท ทั้งยังพบว่า ประกอบอาชีพเป็น

พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา ผลการวิเคราะห์อื่นๆ มีประเด็นสำคัญดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ (เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม) ฟังวิทยุกระจายเสียงทุกวันมากที่สุด รองลงมา คือ ฟัง 1 - 2 วัน รับชมโทรทัศน์ทุกวันมากที่สุด รองลงมา คือ 1 - 2 วัน อ่านหนังสือพิมพ์ 1 - 2 วันมากที่สุด รองลงมา คือ อ่านทุกวัน ใช้อินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน มากที่สุด รองลงมา คือ ไม่เปิดรับ

2. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับรายการข่าวทุกวันมากที่สุด รองลงมา คือ 5-6 วัน รายการ สารคดีเปิดรับ 1-2 วันมากที่สุด รองลงมา คือ ทุกวัน รายการบันเทิงเปิดรับทุกวันมากที่สุด รองลงมา คือ 1-2 วัน รายการกีฬาเปิดรับทุกวันมากที่สุด รองลงมา คือ 1-2 วัน รายการโฆษณาเปิดรับทุกวันมากที่สุด รองลงมา คือ ไม่เปิดรับ

3. กลุ่มตัวอย่างมี ความรู้พื้นฐานสื่อ และความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ ระดับมาก ส่วนความสามารถในการนำเนื้อหาจากสื่อมาใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างรู้ว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ดึงดูดใจด้วยภาพและเสียงด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด วิเคราะห์ว่า เป้าหมายของการส่ง SMS ในรายการทางโทรทัศน์คือรายได้จากการส่ง SMS ของผู้ชมและได้ข้อมูลเพื่อแสดงต่อผู้สนับสนุนรายการว่ารายการเป็นที่นิยมด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด และใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตต้องเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับตัวเองด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด

การทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 สรุปได้ว่า

1. ลักษณะประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรู้เท่าทันสื่อด้านความสามารถในการวิเคราะห์สื่อแตกต่างกัน กล่าวคือ และประชาชนที่สำเร็จชั้นมัธยมศึกษา ปริญญาตรี และปริญญาโทขึ้นไปมีความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ แตกต่างกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา

2. การเปิดรับสื่อของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับ ประเภทของสื่อ และประเภทรายการแตกต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกัน โดยพบว่า

2.1 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีความถี่การเปิดรับสื่อทุกประเภทแตกต่างกันในรอบ 1 สัปดาห์ มีการรู้เท่าทันสื่อด้านความสามารถในการนำเนื้อหาจากสื่อมาใช้ประโยชน์แตกต่างกัน ในขณะที่ประชาชนที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อด้านความสามารถในการวิเคราะห์สื่อแตกต่างกัน โดยคู่ที่มีความแตกต่างกันมีดังนี้

2.1.1 ประชาชนที่ไม่เปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียง แตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงทุกวัน และเปิดรับ 3 - 4 วัน

2.1.2 ประชาชนที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ 1 - 2 วัน แตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ 5 - 6 วัน และทุกวัน นอกจากนี้ประชาชนที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ 3 - 4 วัน แตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับ 5 - 6 วัน

2.1.3 ประชาชนที่ไม่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ แตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ทุกวัน เปิดรับ 3 - 4 วันและ เปิดรับ 1 - 2 วัน

2.1.4 ประชาชนที่ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ 5 - 6 วัน และเปิดรับทุกวัน

2.1.5 ประชาชนที่ไม่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์มีความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ แตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ทุกวัน

2.2 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีความถี่การเปิดรับประเภทรายการแตกต่างกันมีความรู้เท่าทันสื่อ ทั้งสามด้านต่างกัน โดยพบว่า

2.2.1 ประชาชนที่เปิดรับรายการข่าวมีการรู้เท่าทันสื่อ ด้านความรู้พื้นฐานและความสามารถในการวิเคราะห์สื่อแตกต่างกัน กล่าวคือประชาชนที่ไม่เปิดรับรายการข่าวมีความรู้พื้นฐานสื่อ แตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับรายการข่าว 1-2 วัน, 3-4 วัน, 5-6 วัน และทุกวัน นอกจากนี้ประชาชนที่ไม่เปิดรับรายการข่าวมีความสามารถในการวิเคราะห์สื่อ แตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับรายการข่าว 1-2 วัน, 3-4 วัน, 5-6 วัน และทุกวัน รวมทั้งประชาชนที่เปิดรับรายการข่าว 5-6 วันมีความสามารถในการวิเคราะห์สื่อแตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับรายการข่าวทุกวัน

2.2.2 ประชาชน ที่มีความถี่การเปิดรับรายการสารคดีจากสื่อทุกชนิดแตกต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อ ด้านความสามารถในการนำเนื้อหาจากสื่อมาใช้ประโยชน์ แตกต่างกัน กล่าวคือ ประชาชนที่ไม่เปิดรับรายการสารคดี แตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับรายการสารคดี 5 - 6 วัน และเปิดรับทุกวัน

2.2.3 ประชาชนที่มีความถี่การเปิดรับรายการกีฬาจากสื่อทุกชนิดแตกต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อ ด้านความรู้พื้นฐานสื่อและความสามารถในการนำเนื้อหาจากสื่อมาใช้ประโยชน์แตกต่างกัน กล่าวคือ ประชาชนที่ไม่เปิดรับรายการกีฬามีความรู้พื้นฐานสื่อ แตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับรายการกีฬา 3 - 4 วัน และที่เปิดรับรายการกีฬา 3 - 4 วันแตกต่างกับที่เปิดรับรายการกีฬา 5 - 6 วัน อีกทั้งประชาชนที่ไม่เปิดรับรายการกีฬามีความสามารถในการนำเนื้อหาสื่อมาใช้ประโยชน์แตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับรายการกีฬา 1 - 2 วัน 3 - 4 วัน และ ทุกวัน

2.2.4 ประชาชนที่มีความถี่การเปิดรับรายการโฆษณาจากสื่อทุกชนิดแตกต่างกันมีการรู้เท่าทันสื่อ ด้านความสามารถในการวิเคราะห์สื่อแตกต่างกัน กล่าวคือ ประชาชนที่ไม่เปิดรับรายการโฆษณา แตกต่างกับประชาชนที่เปิดรับรายการโฆษณา 1 - 2 วันและทุกวัน

## ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

### สิ่งที่ประทับใจ

การทำงานร่วมกันระหว่างสถาบันการศึกษา หน่วยงานของรัฐและองค์กรท้องถิ่นจัดงานประชุมวิชาการนี้ร่วมกัน โดยท้องถิ่นได้แก่เทศบาลเมืองโรดส์ ได้ดูแลจัดการในเรื่องสถานที่จัดงาน ที่พัก อาหาร และเครื่องดื่มแก่ผู้เข้าร่วมสัมมนาครั้งนี้ โดยสถานที่จัดงานนั้นได้มีการใช้โบราณสถานที่ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกของ UNESCO ตลอดจนที่อื่นๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และกระตุ้นการท่องเที่ยวของเมืองนี้ นับว่าเป็นการทำงานประสานประโยชน์ร่วมกันเป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้จัดการประชุมวิชาการนี้ได้จัดโปรแกรมการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญของเมืองโรดส์และเมืองท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่ใกล้เคียงทุกวันในช่วงปลายของการประชุม ซึ่งช่วยให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้เรียนรู้และเข้าใจถึงประวัติศาสตร์ ความงาม ศิลปะ และวิถีชีวิตของชาวกรีกและคนท้องถิ่น อีกทั้งผู้จัดยังเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชุมครั้งนี้ในรูปแบบของการถามตอบทีละคนแทนที่จะใช้แบบสอบถามเหมือนกับการประชุมสัมมนาอื่นๆ

### ข้อคิดเห็น

การเสนอบทความวิจัย ณ เมืองโรดส์ ประเทศกรีซนี้เป็นประโยชน์ในการเรียนการสอนในวิชา MCS 4151 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เนื่องจากในระหว่างการประชุมสัมมนาได้มีการพบปะ พูดคุยและแลกเปลี่ยนความรู้ ตลอดจนวิถีชีวิต กับผู้เข้าสัมมนาที่มาจากหลายประเทศ ซึ่งสามารถนำมาเป็นตัวอย่างในการเรียนการสอนวิชาดังกล่าวได้ รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนวิชา MCS 4270 การวิจัยเพื่องานวารสารศาสตร์สื่อประสม MCS 4470 การวิจัยงานวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยนำประสบการณ์ในการนำเสนอไปประกอบการบรรยาย เป็นต้น

นอกจากนี้การนำเสนอบทความวิจัยในต่างประเทศ ยังเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงแก่มหาวิทยาลัยให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ตลอดจนส่งผลต่อคะแนนในองค์ประกอบด้านวิชาการในการประเมินผลการประกันคุณภาพของคณะและมหาวิทยาลัย รวมทั้งผู้นำเสนอบทความสามารถนำประสบการณ์ดังกล่าวมาแบ่งปันกับอาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในคณะสื่อสารมวลชนและคณะอื่นๆของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะการจัดงานประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติและนานาชาติของคณะฯและมหาวิทยาลัยต่อไป

### ข้อเสนอแนะ

คณะสื่อสารมวลชนและมหาวิทยาลัยควรสนับสนุนทุนให้คณาจารย์ไปนำเสนอบทความวิจัยในต่างประเทศอย่างต่อเนื่องมากขึ้นและที่สำคัญคือการลดขั้นตอนการขอทุนให้สะดวกและรวดเร็วเพื่อเป็นการจูงใจให้คณาจารย์สนใจในการทำวิจัยเพื่อนำไปเผยแพร่ในระดับนานาชาติซึ่งนอกจากจะส่งผลต่อการประกันคุณภาพการศึกษาแล้ว ยังเป็นการทำให้บุคลากรเห็นถึงความจริงใจ ความตั้งใจของมหาวิทยาลัยใน

การสนับสนุนการทำหน้าที่ของคณาจารย์ในด้านนี้ซึ่งปัจจุบันบทบาทการทำวิจัยของอาจารย์ในมหาวิทยาลัย ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของประเทศในยุคโลกาภิวัตน์และการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประเทศไทย

ลงนาม.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์)  
ผู้รายงาน

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชา

5.1. ความคิดเห็นหัวหน้าภาควิชา

.....  
.....  
.....  
.....

ลงนาม .....  
(.....)  
หัวหน้าภาควิชา

5.2. ความคิดเห็นของคณบดี

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

ลงนาม .....  
(.....)  
คณบดี