



การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)
ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

THE DEVELOPMENT OF CHARACTERISTICS OF BEING SOCIAL MEDIA INFLUENCERS
FOR HIGH SCHOOL STUDENTS

รัฐธนา พลิวศรีแก้ว

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศึกษา

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE DEVELOPMENT OF CHARACTERISTICS OF BEING SOCIAL MEDIA INFLUENCERS
FOR HIGH SCHOOL STUDENTS



RATTHANA PLEWSRIKAEW

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF EDUCATION
(Social Studies Education)

Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University

2021

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ของ

รัฐธนา พลิวศรีแก้ว

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศึกษา

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(อาจารย์ ดร.อชิระ อุตมาน)	(ศาสตราจารย์ เกียรติคุณ ดร.สิริวรรณ ศรีพหล)
..... ที่ปรึกษาร่วม กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ญาณินี ไททยวัฒน์)	(อาจารย์ ดร.ประภาภรณ์ ใจนศิริรัตน์)

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
ผู้วิจัย	รัฐธนา ปลิวศรีแก้ว
ปริญญา	การศึกษามหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. อชิระ อุตมาน
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ ดร. ญาณินี ไพทยวัฒน์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 2) เพื่อประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ จำนวน 13 คน ที่มีความสนใจและสมัครเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) 2) แบบสัมภาษณ์ และ 3) แบบประเมิน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1. กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนกิจกรรม ได้แก่ 1) รู้จักฉัน รู้จักเธอ 2) ชีวิตบนโลกออนไลน์ 3) กว่าจะเป็น Influencer 4) กิจกรรม Workshop 5) กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ และ 6) ประเมินผลการจัดกิจกรรม และ 2. การประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนหลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) พบว่า 1) หลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นักเรียนประเมินตนเองว่ามีคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก 2) หลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ผู้วิจัยประเมินนักเรียนว่ามีคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : คุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer), กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน, ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

Title	THE DEVELOPMENT OF CHARACTERISTICS OF BEING SOCIAL MEDIA INFLUENCERS FOR HIGH SCHOOL STUDENTS
Author	RATTHANA PLEWSRIKAEW
Degree	MASTER OF EDUCATION
Academic Year	2021
Thesis Advisor	Dr. Achira Uttaman
Co Advisor	Dr. Yaninie Phaithayawat

The purposes of this research are as follows: (1) to develop the characteristics of being social media influencers for high school students; (2) to assess of the characteristics of social media influencers for high school students. The sample group was 13 high school students at Mathayomwatsing School, who were interested in being social media influencers and applied to participate in characteristic activities of social media influencers. The research instrument was an interview and an assessment form. The data was tested for mean and standard deviation. The research findings were as follows: (1) the development of the characteristics of social media influencers was composed of six steps: (1) Getting to know each other; (2) How to Live Life on Social Media; (3) Way of Influencer; (4) Workshops; (5) Sharing knowledge; and (6) Activity Assessment; (2) the assessment of the characteristics of social media influencers for high school students found the following: (1) after students participated in the characteristics of social media influencer activities, students self-assessed that they possessed the characteristics of being social media influencers at a high level; (2) after the students participated in the characteristics of social media influencer activities and the researcher evaluated the students in terms of being characteristic social media influencers at the highest level.

Keyword : Characteristics of social media influencers, Student development, Social media influencers

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความรัก ความกรุณาและความปรารถนาดีอย่างหาที่สุคติได้จากอาจารย์ ดร. อชิระ อุตมาน และอาจารย์ ดร. ญาณินี ไทพยวัฒน์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลักและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่ให้ความช่วยเหลือ ฝากคอยติดตาม สอบถาม ความก้าวหน้า รวมทั้งสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ปริญญาานิพนธ์อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้ง ศ.เกียรติคุณ สิริวรรณ ศรีพหล รศ.ดร. นาทยา ปิลาธนานนท์ อาจารย์ ดร. ประภาภรณ์ โรจน์ศิริรัตน์ รศ.ดร. หทัยรัตน์ บุญโยปัฐภัมภ์ รศ.ดร. จารุวรรณ ขำเพชร ผศ. ดร.ดลฤดี สุวรรณศิริ และอาจารย์ ดร. อัญชลี สุขในสิทธิ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ผศ. ดร.ดลฤดี สุวรรณศิริ อาจารย์จิณณวัตร เลิศประดิษฐ์ ครูคุณนันท เรืองเอี่ยม ครูจารุวรรณ ยิ่งยงค์ ครูจินดา ผาดศรี ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือในการวิจัย สำหรับการทำปริญญาานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณบดีและคณาจารย์สาขาวิชาสังคมศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำและประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร เอกสาร และวิทยานิพนธ์ทุกเล่มที่ช่วยให้ปริญญาานิพนธ์นี้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้บริหาร คณะครูและบุคลากรของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ที่ให้ความกรุณา ความช่วยเหลือในการจัดกิจกรรมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) “ปลุกปั้นเยาวชน พัฒนาตนตามวิถี Influencer” ให้สำเร็จลุล่วง ขอขอบคุณคณะครูกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ทุกท่านที่ให้ความกรุณาเป็นวิทยากรให้ความรู้กับนักเรียน รวมถึงความช่วยเหลือทุกประการ เพื่อให้การทำปริญญาานิพนธ์นี้ผ่านพ้นไปด้วยดี

ขอขอบคุณทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ทั้งแนวทางการปฏิบัติตน การดำเนินการทำปริญญาานิพนธ์ และขอขอบคุณนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) “ปลุกปั้นเยาวชน พัฒนาตนตามวิถี Influencer” ทั้ง 13 คนที่ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมและให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูล ทำให้ปริญญาานิพนธ์นี้สามารถดำเนินการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี เด็ก ๆ สุขยอดมาก ๆ ในอนาคตหวังว่าเด็ก ๆ

จะสามารถพัฒนาตนเองได้ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

ขอบคุณศิลปินทุกคนที่เป็นแรงผลักดันในยามที่หมดไฟหรือขาดแรงจูงใจในการเรียนและการทำปริญญานิพนธ์ ทำให้ผู้วิจัยกัดฟันและสู้ต่อจนปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จากนั้นเราจะไปเจอพวกเธอทุกงานที่เราไปได้แล้วนะ

สุดท้ายนี้บุคคลสำคัญที่ขาดไปไม่ได้ คือ บิดาและมารดา สมาชิกในครอบครัว และครูบาอาจารย์ทุกท่าน ผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนและกำลังใจจากทุกท่านเสมอมา ทำให้ผู้วิจัยพึงระลึกเสมอว่า จะต้องสามารถผ่านพ้นอุปสรรคทุกประการไปได้ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่มอบความรัก ความห่วงใย และอบรมสั่งสอนจนผู้วิจัยสามารถเติบโตมาด้วยความอบอุ่นเป็นอย่างดี



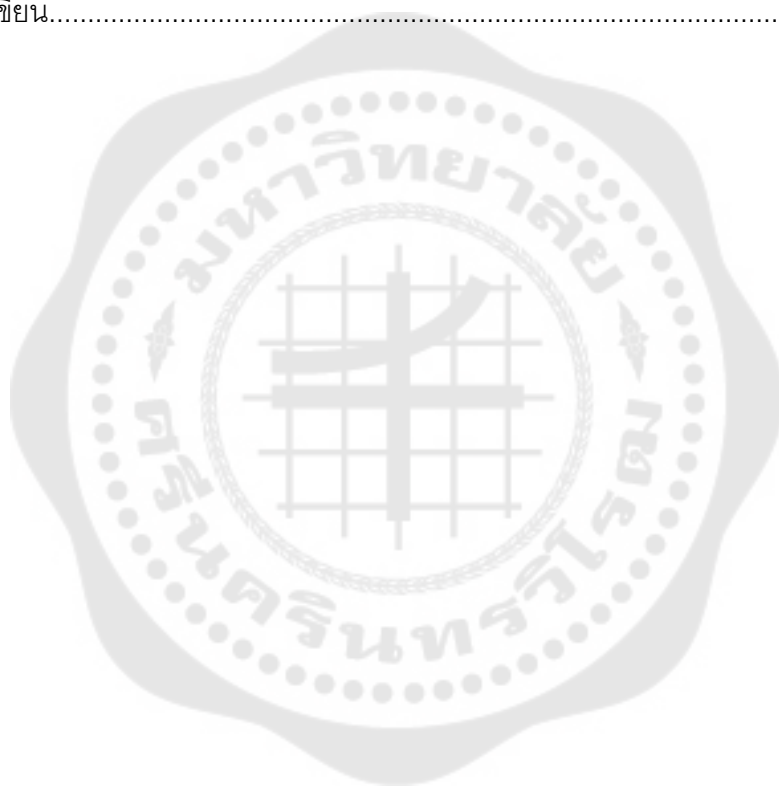
รัฐธนา ปลิวศรีแก้ว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ	1
คำถามการวิจัย.....	6
สมมติฐานของการวิจัย.....	6
วัตถุประสงค์.....	6
ขอบเขตในการวิจัย	7
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	7
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	7
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	7
เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย	7
ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย	7
กรอบแนวคิดการวิจัย	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13

1. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer)	14
2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์	21
3. แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน	27
4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer).....	31
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	40
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	40
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	40
ระเบียบวิธีในการวิจัย	40
การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย	41
แผนการดำเนินการวิจัย	51
การเก็บรวบรวมข้อมูล	56
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	56
การวิเคราะห์ข้อมูล	58
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	59
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	75
สรุปผลการวิจัย	75
อภิปรายผลการวิจัย	79
ข้อเสนอแนะ	89
บรรณานุกรม	92
.....	97

ภาคผนวก.....	97
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญ	99
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	102
ภาคผนวก ค ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการ เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย	125
ประวัติผู้เขียน.....	127



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)	8
ตาราง 2 ผลการสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)	18
ตาราง 3 ผลกระทบจากสื่อสังคมออนไลน์.....	25
ตาราง 4 การดำเนินงานกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยใช้วงจรคุณภาพ (PDCA).....	47
ตาราง 5 การแปลความหมายแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ในการวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน	57
ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยของคะแนนคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยนักเรียนเป็นผู้ประเมินตนเอง.....	68
ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยของคะแนนคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินนักเรียน.....	71
ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยคะแนนของคุณภาพกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของผู้เชี่ยวชาญ	116
ตาราง 9 ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) ของแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)	117
ตาราง 10 ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) ของแบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)	119
ตาราง 11 ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) ของแบบประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพล	

ทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) “ปลูกปั้นเยาวชน พัฒนาตนตามวิถี Influencer”
 ของนักเรียน..... 123

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้
 ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอน
 ปลาย 126



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย	9
ภาพประกอบ 2 ลักษณะของกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551).....	28
ภาพประกอบ 3 แนวทางการประเมินกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)	30
ภาพประกอบ 4 การเชื่อมโยงเจตคติ ค่านิยม พฤติกรรมที่ต้องการให้นักเรียนเกิดเข้ากับสิ่งเร้าที่พึง ประสงค์และที่ไม่ต้องการนักเรียนให้เกิดกับสิ่งเร้าที่ไม่พึงประสงค์	32
ภาพประกอบ 5 วงจร PDCA.....	41
ภาพประกอบ 6 การดำเนินกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อ สังคมออนไลน์ (Influencer) โดยใช้วงจรคุณภาพ (PDCA)	52
ภาพประกอบ 7 ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังและวัตถุประสงค์ของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็น ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer).....	53
ภาพประกอบ 8 แผนการดำเนินการวิจัย	55

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบันผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีบทบาทและส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของคนในสังคมเป็นอย่างมาก ทั้งในเรื่องของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การโน้มน้าวให้คนในสังคมคล้อยตามหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรมตามสิ่งที่นำเสนอ (Eric Dahan, 2016) ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญหรือถนัดทางใดทางหนึ่ง เดิมคำว่า ผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) มีหลายรูปแบบทั้งดารา ผู้มีชื่อเสียง และผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ แต่ในปัจจุบันคนธรรมดาทั่วไปที่มีความชอบ ความสนใจ ทัศนคติ หรือวิถีชีวิตที่กำลังอยู่ในกระแสสังคม จนมีกลุ่มคนจำนวนมากชื่นชอบ ติดตาม และให้ความสนใจจนได้รับการยอมรับจากคนในสังคมก็สามารถเรียกว่าเป็นผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ได้เช่นเดียวกัน (ลลิตา พวงมหา, 2563, น. 22-23)

สิ่งสำคัญของการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ คือ บุคคลนั้น ๆ ต้องสามารถพูด สื่อสาร โน้มน้าวจิตใจผู้อื่นจนทำให้มีผู้ติดตามมีความน่าเชื่อถือและปฏิบัติตามได้ เมื่อมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก หน่วยงาน องค์กร หรือธุรกิจต่าง ๆ จึงมีการเชิญให้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้มามีส่วนร่วมด้วยกับหน่วยงานนั้น ๆ เพื่อต้องการให้ช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โฆษณาและให้เกิดกระแสในสังคม ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่งซึ่งสามารถกระจายข่าวได้รวดเร็วและยังเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน ซึ่งกลุ่มผู้ติดตามที่มีความชื่นชอบในตัวของผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ มักจะเป็นคนที่มีความชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน และต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ติดตามความเคลื่อนไหวจากผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งอาจจะใช้การนำเสนอหรือสื่อสารกันผ่านช่องทางต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ จนทำให้เกิดกระแสการบอกต่อกันไป เผยแพร่ในวงกว้างและส่งผลถึงพฤติกรรมของกลุ่มผู้ติดตามไปด้วย (กฤชมล ตั้งมะโนมานะ, พรรณราย เดชเรือง, และ จิตพนธ์ ชุมเกต, 2563, น. 954-955)

การที่ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีบทบาทในสังคมสามารถพูดโน้มน้าวจนทำให้ผู้ติดตามเชื่อถือและปฏิบัติตามได้นั้นส่งผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของเรา ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดเหล่านั้นเป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leaders) ด้วย เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความคิด ค่านิยม ความเชื่อ รวมไปถึงการตัดสินใจ การกระทำ และวิถีชีวิตในอนาคตแก่บุคคลอื่น

ในอดีตผู้นำทางความคิดมักเป็นคนที่ได้รับความยอมรับนับถืออยู่แล้วจากคนในสังคมนั้นโดยตรง เช่น เป็นผู้นำของชุมชน ประชาชนชาวบ้าน ผู้อาวุโส เป็นต้น ทว่าปัจจุบันผู้นำทางความคิดอาจจะไม่ใช้กลุ่มคนดังกล่าวอีกต่อไป เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าของสื่อ เทคโนโลยี ทำให้เกิดผู้นำทางความคิดออนไลน์ (Online Opinion Leaders) แทน โดยบุคคลนั้นจะทำการติดต่อสื่อสาร เผยแพร่ นำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคนธรรมดาทั่วไปสามารถพัฒนาตัวเองขึ้นมาเป็นผู้นำทางความคิดออนไลน์ได้เช่นกัน (กัญญารินทร์ วัฒนเรืองนันท์, 2558, น. 12) จากการศึกษาเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จะเห็นได้ว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญและบทบาทในสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมาก ในการช่วยให้คนในสังคมจะตัดสินใจได้ง่ายและรวดเร็วขึ้นเมื่อได้รับข้อมูล เนื้อหา หรือคำแนะนำจากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ด้วยทักษะ ความสามารถในการโน้มน้าวผู้อื่นให้คล้อยตาม เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม อีกทั้งยังเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้อื่น เพื่อพัฒนาชีวิตและขับเคลื่อนสังคมไปในทางที่ดีขึ้น

ในทางตรงกันข้ามการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นำมาซึ่งผลเสียได้เช่นเดียวกัน เนื่องจากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดเป็นบุคคลมีความน่าเชื่อถือ สามารถโน้มน้าวผู้อื่นให้คล้อยตามหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม และมีคุณลักษณะ ทักษะต่าง ๆ จนทำให้มีผู้ชื่นชอบและติดตามเป็นจำนวนมาก เมื่อปีพ.ศ. 2562 ได้มีผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) หลายท่านออกมาเปิดเผยถึงปัญหาสุขภาพจิตของตนเองที่กำลังเผชิญกับภาวะวิตกกังวล ซึมเศร้า แรงกดดัน ผลลัพธ์ด้านลบและความเหนื่อยล้าจากการนำเสนอเนื้อหา ข้อมูลให้แก่ผู้ชมที่ติดตามตนเอง (BBC News ไทย, 2562) นอกจากนี้ยังมีกรณีศึกษาที่ปรากฏอยู่ในสื่อต่าง ๆ อีกมากมายเกี่ยวกับการที่ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นำเสนอ เผยแพร่ข้อมูล เนื้อหาที่สร้างความเข้าใจที่ผิด ๆ ในสังคมบิดเบือนข้อเท็จจริง (Fake News) (จิรภัทร บุญยะกาญจน และ ธนวรรณ พงษ์นิมิต, 2562) รวมทั้งการที่ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดได้รับผลตอบแทนจากหน่วยงาน บริษัทต่าง ๆ ให้ช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โฆษณา หรือทำให้เกิดกระแสในสังคม โดยไม่มีการคิดพิจารณาอย่างรอบด้านถึงผลดีผลเสีย ซึ่งเป็นการเห็นผลประโยชน์ส่วนตนมากกว่าความรับผิดชอบต่อผู้ติดตามและสังคม (สโรจ เลหาสิริ, 2561) ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีผู้ชื่นชอบและติดตามเป็นจำนวนมากนำมาซึ่งผลกระทบด้านลบต่อตนเองและสังคม ไม่ว่าจะเป็นผลเสียต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิต ถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย เสื่อมเสียชื่อเสียง ภาวลักษณะ ขาดความน่าเชื่อถือ ด้วยความที่สื่อสังคมออนไลน์สามารถเผยแพร่ นำเสนอ

ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ข้อมูลที่ส่งต่อกันอาจจะเกิดการบิดเบือน มีความคลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง สร้างความเข้าใจผิดในสังคม ฉะนั้นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้รับผลกระทบด้านลบน้อยที่สุด คือ จะต้องมีความทักษะในการคิดรอบด้าน คิดวิเคราะห์ ไตร่ตรองถึงผลดีและผลเสียของการนำเสนอข้อมูล เนื้อหานั้น ๆ ก่อนจะเผยแพร่ และเมื่อมีการตัดสินใจที่จะเผยแพร่เนื้อหานั้นแล้ว แต่เกิดผลเสียต่อทั้งตนเองและสังคม จะต้องแก้ไขปัญหาและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย

สถานการณ์โลกในปัจจุบันมีแนวโน้มว่าวิถีชีวิตของเราจะต้องปรับเปลี่ยนเป็นในรูปแบบของออนไลน์ ติดต่อสื่อสารด้วยระบบอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น มีการสร้างสังคม รวมกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบ มีความสนใจ มีทัศนคติแบบเดียวกันเพื่อสื่อสาร นำเสนอ แลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter Instagram Youtube และ Tiktok ฯลฯ (อาทิตยา อย่างอื่น, 2564, น. 6) ซึ่งนักเรียนส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญ และคุ้นชินกับการดำรงชีวิตบนโลกออนไลน์อยู่แล้ว ทั้งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกัน ติดตามข่าวสาร สร้างความบันเทิง ผ่อนคลาย ใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ในการหาข้อมูลความรู้ รวมถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นกับผู้อื่น แสดงให้เห็นว่านักเรียนมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ มีการปรับตัวในการดำรงชีวิต เรียนรู้ พัฒนาตนเองเพื่อให้เท่าทันต่อกระแสโลกได้ แม้ว่าสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันอย่างไร้พรมแดน สะดวกสบายสามารถเผยแพร่ นำเสนอข้อมูลได้อย่างความรวดเร็ว สืบค้นหาความรู้หรือเรื่องที่น่าสนใจได้อย่างง่ายดาย แต่หากใช้งานโดยไม่คำนึงถึงผลที่จะตามมาอาจจะทำให้เกิดผลเสียต่อตนเองและสังคมได้ เนื่องจากนักเรียนสามารถที่จะแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ มีการรวมกลุ่มในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความชื่นชอบ ความสนใจ ทัศนคติแบบเดียวกัน ยิ่งทำให้นักเรียนให้ความสำคัญกับบุคคลที่อยู่ในสื่อสังคมออนไลน์มาก ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ในครอบครัว และบุคคลรอบข้างที่ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างวัยมากขึ้นและความแตกแยกทางความคิดได้ (กรวรรณ สืบสม, นพรัตน์ หมีพลัด, และ ประกอบ ใจมั่น, 2561, น. 11-12) นอกจากนี้สิ่งที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการใช้ชีวิตประจำวันของนักเรียนบนสื่อสังคมออนไลน์ คือ นักเรียนยังขาดคุณลักษณะสำคัญและจำเป็น ไม่ว่าจะเป็นการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การแก้ปัญหาอย่างมีเหตุและผล การคิดพิจารณาถึงผลดี ผลเสีย การคิดไตร่ตรอง ใฝ่เรียนรู้อย่างรอบด้าน รวมทั้งการยอมรับในความแตกต่าง หากนักเรียนแสดงออกหรือสื่อสารออกไปอย่างไม่ถูกต้อง อาจส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านักเรียนยังขาด

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย ครูผู้สอนจึงเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะสำคัญและจำเป็น เพื่อเตรียมพร้อมนักเรียนสู่การเป็นพลโลก

กิจกรรมพัฒนาผู้เรียนเป็นกิจกรรมที่สถานศึกษา ครูผู้สอน และผู้ที่เกี่ยวข้องจัดกิจกรรมตามแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา กลยุทธ์ และมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาให้แก่ นักเรียน โดยมีมุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ สมรรถนะสำคัญ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์อย่างเต็มศักยภาพ ด้วยวิธีการที่หลากหลาย ให้ผู้เรียนได้ร่วมกันลงมือปฏิบัติและคำนึงถึงความต้องการของผู้เรียนเป็น (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) ฉะนั้นการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนจึงอีกแนวทางหนึ่งในการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ซึ่งควรออกแบบและพัฒนากิจกรรมให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมปัจจุบันและความต้องการของนักเรียน กล่าวคือ การเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ค้นหาตัวตน ความสนใจ ความชื่นชอบ แนวทางในการเรียนต่อในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ถือว่าเป็นประโยชน์แก่ทั้งนักเรียนและสังคม ดังนั้นการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้แก่ การคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง ใฝ่เรียนรู้รอบด้านและมีความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากเป็นคุณลักษณะ ทักษะสำคัญที่ต้องใช้เมื่อเผชิญอยู่ในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งชีวิตประจำวันและโลกออนไลน์

โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์มีแผนพัฒนาด้านคุณภาพผู้เรียน โดยการส่งเสริมด้านวิชาการ ทักษะทางสังคม ทักษะด้านอาชีพ ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่นักเรียนตามวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ของโรงเรียน (โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์, 2564) อีกทั้งโรงเรียนยังให้ความสำคัญในการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะต่าง ๆ ที่สำคัญและจำเป็นในปัจจุบัน จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามและสัมภาษณ์นักเรียนพบว่านักเรียนจำนวนมากชื่นชอบ ติดตาม ยึดถือผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เป็นแบบอย่างได้การดำเนินชีวิต ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะสำคัญต่าง ๆ ที่วิเคราะห์ สังเคราะห์ และถอดบทเรียนได้จากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบที่นักเรียนชื่นชอบและติดตาม ซึ่งคุณลักษณะเหล่านั้นเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินชีวิตในสังคมปัจจุบันและคุณลักษณะพื้นฐานในการพัฒนาตนเองให้เกิดความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ในอนาคตด้วย ฉะนั้นผู้วิจัยจึงดำเนินการออกแบบ พัฒนาและจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาและประเมินนักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ส่งเสริมให้นักเรียนสามารถใช้สื่อสังคม

ออนไลน์ได้อย่างถูกต้อง สร้างสรรค์และมีความรับผิดชอบต่อสังคม เกิดการใฝ่เรียนรู้ ต้องการที่จะศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อนำความชื่นชอบ ความรู้ที่ตนเองสนใจ ศึกษาเผยแพร่ แลกเปลี่ยนกับผู้อื่น นอกจากนี้การให้นักเรียนผลิตสื่อ สร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบต่าง ๆ เผยแพร่ สื่อสังคมออนไลน์ด้วยการนำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบ เป็นการสะท้อนความเป็นท้องถิ่นที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนานให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น เนื่องจากบริบทของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ที่เป็นศูนย์กลางของชุมชนในเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีสถานที่สำคัญทั้งในทางประวัติศาสตร์ การเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ และสังคมอยู่มากมาย ได้แก่ วัดสิงห์ ศาลาอาญาธนบุรี วัดราชโอรสารามราชวรวิหาร วัดหนังราชวรวิหาร วัดนางนองวรวิหาร วงเวียนใหญ่ ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดพลู มหาชัย ฯลฯ ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ควรค่าแก่การศึกษาและควรอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่คู่กับชุมชนสืบไป

ด้วยเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการพัฒนานักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้แก่ การคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ ผู้วิจัยจึงจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ให้นักเรียนลงมือปฏิบัติจริง เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้แก่ การคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ กล่าวคือ นักเรียนจะสามารถวิเคราะห์และถอดบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิดของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบได้ สามารถเปรียบเทียบความถูกต้องของเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ อย่างหลากหลาย สามารถเชื่อมโยงประสบการณ์ที่มีกับความรู้ใหม่ได้ ใช้เหตุผลมาประกอบความคิดเห็นของตนเองเสมอ สามารถอธิบายความคิดรวบยอดของประเด็นต่าง ๆ ได้ มีการดำเนินงานด้วยความรอบคอบ มีการแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเสมอ และก่อนตัดสินใจทำสิ่งใด นักเรียนจะคำนึงถึงผลของการกระทำ คิดวิเคราะห์ถึงผลดีและผลเสียเสมอ สามารถ พูด อ่าน เขียนได้อย่างคล่องแคล่ว มีบุคลิกภาพที่ดี มีความมั่นใจในการสื่อสาร ใช้ภาษาอย่างเหมาะสมกับผู้ฟัง สามารถพูดโน้มน้าวผู้อื่นให้คล้อยตามได้ อีกทั้งเมื่ออยู่ในสถานการณ์ต่าง ๆ จะมีมารยาทในการพูดเสมอ มีความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างในสังคม ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น นำข้อเสนอแนะของผู้อื่นไปปรับปรุงผลงานของตนเองอยู่เสมอ สามารถปรับตัวและอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข เคารพการตัดสินใจของผู้อื่น นอกจากนี้จะต้องยินดีที่จะเผยแพร่ความรู้ของตนเองให้แก่ผู้อื่น สามารถนำความสนใจ ความถนัดของตนเอง

มาต่อยอดและสร้างสรรค์เป็นผลงานได้ มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงได้ ยิ่งไปกว่านั้นนักเรียนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญและจำเป็นของการดำรงชีวิตทั้งในโลกความเป็นจริงและโลกออนไลน์ อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ลงมือผลิตสื่อสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม เผยแพร่ความรู้สู่สาธารณะ เตรียมตนเป็นพลโลก รวมถึงนักเรียนจะได้ฝึกฝนและพัฒนาตนเองให้เกิดความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เพื่อเป็นการค้นหาตนเอง เป็นแนวทางในการเลือกศึกษาต่อในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น และการเลือกประกอบอาชีพในอนาคตของนักเรียนด้วย

คำถามการวิจัย

1. กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) สามารถพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้หรือไม่
2. ผลของการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนเป็นอย่างไร

สมมติฐานของการวิจัย

1. กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) สามารถพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้
2. นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) อยู่ในระดับมาก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. เพื่อประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ขอบเขตในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. **ตัวแปรต้น** คือ กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)
2. **ตัวแปรตาม** คือ คุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร จำนวน 1,527 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ ที่มีความสนใจและสมัครเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จำนวน 13 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้การสัมภาษณ์นักเรียนที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ซึ่งผู้วิจัยจะเป็นผู้ที่คัดเลือกนักเรียนจากการตอบคำถามของนักเรียนเกี่ยวกับความสนใจ ความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรม ประสบการณ์การเป็นผู้นำ รวมถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ นักเรียนคนใดสามารถแสดงทัศนคติได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรมจะได้รับการคัดเลือก

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นเนื้อหาที่ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และสังเคราะห์ได้จากการศึกษา วิเคราะห์ ทฤษฎี แนวคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการออกแบบเป็นกิจกรรมพัฒนานักเรียน มีรายละเอียดดังนี้ 1) แลกเปลี่ยนความชื่นชอบ ความรู้ ประเด็นต่าง ๆ ที่ตนเองถนัดและสนใจ 2) กฎเกณฑ์ กติกา ข้อควรระวัง แนวทางในการสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบต่อสังคม 3) แนวคิด กระบวนการ วิธีการกลยุทธ์ในการพัฒนาตนเองของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ 4) ลงมือปฏิบัติกิจกรรม Workshop 5) อภิปรายผลงานของสมาชิกก่อนนำไปเผยแพร่ผลงานในสื่อสังคมออนไลน์ 6) ระดมสมองเพื่อสรุปและประเมินผลการจัดกิจกรรม

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย คือ พฤศจิกายน 2564 – มีนาคม 2565 โดยใช้เวลาในการวิจัยทั้งหมด 18 ชั่วโมง ซึ่งผู้วิจัยได้มีการกำหนดเนื้อหาและระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยให้

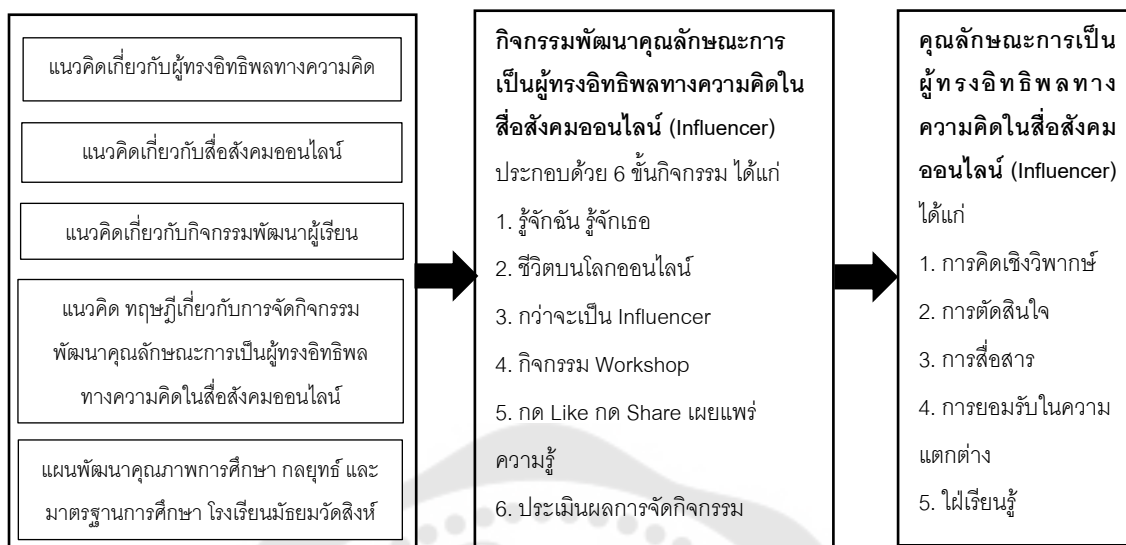
สอดคล้องกับแผนการดำเนินกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีรายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ลำดับที่	เรื่อง	จำนวนชั่วโมง
1	รู้จักฉัน รู้จักเธอ	2
2	ชีวิตบนโลกออนไลน์	2
3	กว่าจะเป็น Influencer	4
4	กิจกรรม Workshop	6
5	กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้	2
6	ประเมินผลการจัดกิจกรรม	2
รวม		18

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งเป็นการนำทฤษฎี หลักการ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความถนัด ความสนใจ หรือความชื่นชอบในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มีความน่าเชื่อถือ มีความสามารถในการสื่อสาร พูดโน้มน้าวใจให้ผู้อื่นคล้อยตามได้ รวมถึงมีความคิด ทักษะคิด วิถีชีวิตที่เป็นแบบอย่างของคนในสังคม สร้างประโยชน์ในแก่สังคม ไม่ว่าจะป็นนักร้อง นักแสดง ผู้มีชื่อเสียง ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ และคนธรรมดาทั่วไป ซึ่งทำการเผยแพร่ นำเสนอเนื้อหาหรือผลงานบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter Youtube LINE Website TikTok เป็นต้น จนเกิดกระแสการบอกต่อ กระแสสังคม เป็นที่นิยม เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ได้รับการยอมรับและมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก

คุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้แก่ การคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ ซึ่งวิเคราะห์ สังเคราะห์ ถอดบทเรียนได้จากบทสัมภาษณ์ บทความและผลงานของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ครูลูกกอล์ฟ Point of View และ FAROSE ซึ่งผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบคนดังกล่าว คัดเลือกจากการสำรวจความคิดเห็นของนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ว่าเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง มีผู้ติดตามเป็น

จำนวนมาก สร้างประโยชน์ให้แก่สังคม อีกทั้งนักเรียนติดตาม ชื่นชอบและเป็นยึดถือเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต

กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน หมายถึง เป็นกิจกรรมที่สถานศึกษา ครูผู้สอน และผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดกิจกรรมตามแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา กลยุทธ์ และมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาให้แก่ผู้เรียน โดยมุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ สมรรถนะสำคัญ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์อย่างเต็มศักยภาพ ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม เสริมสร้างผู้เรียนให้เกิดเจตคติที่ดี และค่านิยมที่พึงประสงค์ ด้วยวิธีการที่หลากหลาย ให้ผู้เรียนได้ร่วมกันลงมือปฏิบัติและคำนึงถึงความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ ซึ่งกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เป็นกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนประเภทกิจกรรมนักเรียน ประกอบด้วยแนวคิดพื้นฐาน หลักการ วัตถุประสงค์ การวัดและประเมินผลมาจากกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) หมายถึง กิจกรรมที่สถานศึกษา ครู นักเรียน และผู้ที่เกี่ยวข้องจัดขึ้น อยู่ในประเภทของกิจกรรมนักเรียน เพื่อมุ่งเน้นพัฒนาให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ซึ่งมีแนวคิดพื้นฐาน หลักการ วัตถุประสงค์ การวัดและประเมินผลมาจากกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน นอกจากนี้ยังนำแนวคิด ทฤษฎีกระบวนการสังคมประภิต (Socialization Process) จิตวิทยาสื่อประสาท (Neuro-Linguistic-Programming : NLP) ทฤษฎีพัฒนาการเชาวน์ปัญญาของไวทกอสกี และทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจต์ มาประยุกต์ใช้ ประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนกิจกรรม ดังนี้

1) รู้จักฉัน รู้จักเธอ ให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมได้แลกเปลี่ยนความชื่นชอบ ความรู้ ประเด็นต่าง ๆ ที่ตนเองถนัดและสนใจร่วมกัน เพื่อเป็นการละลายพฤติกรรม สร้างความคุ้นเคย เห็นคุณค่าของตนเองและผู้อื่น อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะการสื่อสารอีกด้วย

2) ชีวิตบนโลกออนไลน์ ให้นักเรียนได้ศึกษาเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ กติกา ข้อควรระวัง แนวทางในการสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบ ต่อสังคม โดยมีวิทยากรมาจัดการอบรม บรรยาย และจำลองสถานการณ์เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ เพื่อเป็นการพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การปรับตัว และการยอมรับในความแตกต่าง

3) กว่าจะเป็น Influencer ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ถอดบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิด กระบวนการ วิธีการ กลยุทธ์ รวมถึงคุณลักษณะและทักษะสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทาง

ความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบที่จะนำมาพัฒนานักเรียน โดยใช้สื่อวีดิทัศน์และเชิงวิทยากร ที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาตนเอง มาอบรม บรรยายให้แก่ักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะ ทักษะ การคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร และการยอมรับในความแตกต่าง

4) กิจกรรม Workshop ให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง สร้างสรรค์ผลงาน นำเสนอ เนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบเขตจอมทอง ฝั่ง ธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในรูปแบบที่เหมาะสมกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ตนเองสนใจ เช่น คลิปวิดีโอ บทความ รูปภาพ เป็นต้น โดยนำความรู้ ความสามารถ คุณลักษณะและทักษะที่เกิดขึ้นหลังจาก ได้เข้าร่วมกิจกรรมขั้นที่ 1 – 3 มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลงานตามความถนัดและความสนใจของตนเอง เพื่อเป็นการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่วิเคราะห์ สังเคราะห์ ถอดบทเรียนได้จากแหล่งข้อมูล ต่าง ๆ ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่ผู้วิจัยนำมาเป็นต้นแบบ ให้นักเรียนได้ศึกษาเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริง ซึ่งการให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงจะทำให้ นักเรียนเกิดการเรียนรู้มากที่สุด ความรู้อยู่คงทน และสามารถนำความรู้นำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

5) กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ ให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม รับชมผลงาน ของสมาชิกทุกคนแล้วอภิปรายร่วมกันถึงจุดเด่น จุดที่ควรพัฒนามาก่อนที่จะนำไปเผยแพร่ในสื่อ สังคมออนไลน์ เช่น Facebook Youtube Tiktok Twitter เป็นต้น เพื่อเป็นการตรวจสอบ สร้าง ความมั่นใจ ป้องกันไม่ให้เกิดผลเสียและสามารถสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม

6) ประเมินผลการจัดกิจกรรม ให้นักเรียนทำการระดมสมอง อภิปรายร่วมกันเพื่อ สรุปผลและประเมินผลการจัดกิจกรรม โดยผลของการจัดกิจกรรมจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่า นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มาก น้อยเพียงใด สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ อีกทั้งมีความต้องการที่จะต่อยอดความรู้ที่ได้รับจาก กิจกรรมนี้ไปพัฒนาตนเองต่อไป

นักเรียน หมายถึง นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ ที่เข้าร่วม กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่วิเคราะห์ สังเคราะห์ และถอดบทเรียนได้จากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคม ออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ ได้แก่ การคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับใน

ความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญและจำเป็นของดำรงชีวิตในปัจจุบัน สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน ความเป็นพลโลก ความจำเป็นในการเตรียมความพร้อม และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก

2. ครูผู้สอนสามารถนำกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบขึ้นไปปรับประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้และกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

3. เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบ ให้แก่บุคคลทั่วไปในสื่อสังคมออนไลน์ได้รู้จักและศึกษามากขึ้น รวมถึงยังเป็นการประชาสัมพันธ์เชิญชวนบุคคลทั่วไปมาท่องเที่ยว เยี่ยมชมโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบ จากผลงานของนักเรียนที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบ เขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ที่เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด

- 1.1 ความหมายของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด
- 1.2 ความสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด
- 1.3 ประเภทของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด
- 1.4 คุณลักษณะสำคัญและบุคลิกภาพของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด
- 1.5 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด
- 1.6 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

- 2.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์
- 2.2 ลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์
- 2.3 สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน
- 2.4 ผลกระทบจากสื่อสังคมออนไลน์

3. แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

- 3.1 ความหมายของกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน
- 3.2 เป้าหมายและหลักการของกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน
- 3.3 ลักษณะของกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน
- 3.4 แนวการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนและขอบข่ายของการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน
- 3.5 บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน
- 3.6 แนวทางการประเมินกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

- 4.1 กระบวนการสังคมประภิต (Socialization Process)
- 4.2 จิตวิทยาสื่อประสาท (Neuro-Linguistic-Programming : NLP)
- 4.3 ทฤษฎีพัฒนาการเซวอนปัญญาของไวทือตส์กี

4.4 ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจท์

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer)

1.1 ความหมายของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด

จากการศึกษาความหมายของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดจากเอกสารและงานวิจัย ซึ่ง Tuemaster (2563) Eric Dahan (2016) และ ThaiBusinessSearch (2564) ได้นิยามความหมายของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดและสามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด เป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความถนัด ความสนใจ หรือความชื่นชอบในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมถึงมีความคิด ทักษะคติ วิธีชีวิตที่เป็นแบบอย่างของคนในสังคม ซึ่งผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดมีหลายรูปแบบทั้งนักร้อง นักแสดง ผู้มีชื่อเสียง ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ และคนธรรมดาทั่วไปที่กำลังอยู่ในกระแสสังคม เป็นที่นิยมของคนในสังคม มีความน่าเชื่อถือ มีความสามารถในการสื่อสาร พูดโน้มน้าวใจให้ผู้อื่นคล้อยตามได้ ทำให้มีผู้ติดตามจำนวนมากจนได้รับการยอมรับจากคนในสังคม

1.2 ความสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด

จากการศึกษาความสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด จากเอกสารและงานวิจัยของ Eric Dahan (2016) กฤษมล ตั้งมะโนมานะ และคนอื่น ๆ (2563, น. 954 - 955) ณัฐฐา อู่มานะชัยจิต (2556) กัญญารินทร์ วัฒนเรือนันท์ (2558) และ ลลิตา พ่วงมหา (2563) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจุบันผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีบทบาทและส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของคนในสังคมเป็นอย่างมาก ทั้งในเรื่องของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การโน้มน้าวให้คนในสังคมคล้อยตามหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรมตามสิ่งที่นำเสนอ เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีความสามารถในการพูด สื่อสาร โน้มน้าวจิตใจผู้อื่นจนทำให้มีผู้ติดตามมีความน่าเชื่อถือและปฏิบัติตาม อีกทั้งผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญหรือถนัดทางใดทางหนึ่ง มีความสนใจ ทักษะคติ หรือวิถีชีวิตที่กำลังอยู่ในกระแสสังคม จนมีกลุ่มผู้ติดตาม ชื่นชอบและให้ความสนใจจนได้รับการยอมรับจากคนในสังคม เมื่อมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก หน่วยงาน องค์กร หรือธุรกิจต่าง ๆ จึงมีการเชิญให้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดมามีส่วนร่วมกับหน่วยงานนั้น ๆ เพื่อต้องการให้ช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โฆษณาและให้เกิดกระแสในสังคม ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดจึงเป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่งซึ่งสามารถกระจายข่าวได้รวดเร็วและยังเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน ซึ่งอาจจะใช้การนำเสนอหรือสื่อสารบนสื่อสังคม

ออนไลน์ จนทำให้เกิดกระแสการบอกต่อในวงกว้างและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของกลุ่มผู้ติดตามไปด้วย จะเห็นได้ว่าผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดเป็นบุคคลที่มีความสำคัญและมีบทบาทในสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมาก ในการช่วยให้คนในสังคมจะตัดสินใจได้ง่ายและรวดเร็วขึ้นเมื่อได้รับข้อมูลเนื้อหา หรือคำแนะนำจากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ด้วยคุณลักษณะ ทักษะ ความสามารถในการโน้มน้าวผู้อื่นให้คล้อยตาม เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม อีกทั้งยังเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้อื่น เพื่อพัฒนาชีวิตและขับเคลื่อนสังคมไปในทางที่ดีขึ้น

1.3 ประเภทของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด

จากการศึกษาประเภทของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดจากเอกสาร และงานวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

Pea Tanachote (2563) ได้กล่าวถึงประเภทของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์โดยใช้จำนวนผู้ติดตามเป็นเกณฑ์ จะสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังต่อไปนี้

1) นาโนอินฟลูเอนเซอร์ (Nano Influencer) เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 1,000 – 10,000 คน และเป็นประเภทที่มีจำนวนมากที่สุด

2) ไมโครอินฟลูเอนเซอร์ (Micro Influencer) เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 10,000 – 50,000 คน

3) มิดเทียร์อินฟลูเอนเซอร์ (Mid-Tier Influencer) เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 50,000 – 100,000 คน

4) แมคโครอินฟลูเอนเซอร์ (Macro Influencer) เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 100,000 – 1,000,000 คน เป็นประเภทที่จะเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่มีความชัดเจนและเฉพาะเจาะจงมากขึ้น

5) เมกาอินฟลูเอนเซอร์ (Mega Influencer) หรือผู้มีชื่อเสียง (Celebrity) เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 1,000,000 คนขึ้นไป เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม และมีความสามารถในการสื่อสารที่เข้าถึงคนจำนวนมากได้

nuttaputch.com (2561) ได้กล่าวถึงประเภทของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ที่แบ่งประเภทตามบทบาท มี 7 ประเภท ดังต่อไปนี้

1) Broadcaster เป็นผู้ที่สร้างการรับรู้ในวงกว้าง ประชาสัมพันธ์ แจกข่าวสาร เผยแพร่ข้อมูลให้กับกลุ่มที่ติดตาม

2) Key Opinion Leader / Specialist เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่งเป็นพิเศษ น่าเชื่อถือ ดังนั้นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในประเภทนี้มักจะเป็นการใช้สิ่งเหล่านั้นในการช่วยอธิบาย แนะนำ แสดงความคิดเห็น หรือวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ

3) Opinion Generator เป็นผู้ที่มีฐานผู้ติดตามจำนวนมาก แต่ไม่ได้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่ง กล่าวคือ เป็นบุคคลทั่วไปหรือผู้ใช้จริง ซึ่งจะเป็นผู้ที่ทำให้เกิดความคิดเห็นที่หลากหลาย เพื่อเสริมให้นำหนักความคิดเห็นของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดประเภท Key Opinion Leader / Specialist นั้นให้ดูน่าเชื่อถือหรือหนักแน่นมากขึ้น

4) Advocate เป็นผู้ที่เปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของผู้ที่ชื่นชอบในสิ่งในสิ่งหนึ่ง แล้วทำการแนะนำ แสดงความคิดเห็นในเชิงบวก และสนับสนุนให้บุคคลอื่นชื่นชอบหรือคล้อยตาม

5) Prosumer เป็นผู้เชี่ยวชาญที่คอยแนะนำผู้ใช้งานคนอื่น เปรียบเสมือนตัวแทนที่สามารถแนะนำหรือตอบข้อซักถามเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ ในมุมมองของผู้บริโภค

6) Content Creator เป็นผู้มีความสามารถในการสร้างเนื้อหา นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดผู้ชมหรือผู้ติดตาม

7) Trend Setter / Topic Generator เป็นผู้ที่มีความสามารถในการสร้างกระแส อาจเริ่มจากบทสนทนาหรือประเด็นถกเถียงต่าง ๆ กับผู้ติดตาม จนนำไปสู่ประเด็นทางสังคมในวงกว้าง

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าเกณฑ์ในการแบ่งประเภทของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประการ ได้แก่ จำนวนผู้ติดตามและบทบาทของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ สะท้อนให้เห็นว่าจำนวนผู้ติดตามและบทบาทหน้าที่ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลทั่วไปที่มีคุณลักษณะ ทักษะ ความสามารถในการนำเสนอเนื้อหาที่ตนเองมีความรู้ มีความเชี่ยวชาญ มีความสนใจแล้วเผยแพร่ให้ผู้อื่นได้รับชมและรับฟังบนสื่อสังคมออนไลน์จนเป็นที่ชื่นชอบของคนในสังคม และกลายเป็นกลุ่มผู้ติดตามที่มีจำนวนมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่การันตีว่าผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์คนนั้น ๆ มีความนิยม มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับของสังคม เป็นผลให้องค์กร หน่วยงาน หรือบริษัทสินค้าและบริการต่าง ๆ สนใจที่จะร่วมงานกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์คนดังกล่าว

1.4 คุณลักษณะสำคัญและบุคลิกภาพของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด

จากการศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) นันท ไขษิตสกุล (2551) และกานติมา ฤทธิวีระเดช (2560) ที่ได้กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญและ บุคลิกภาพของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด สามารถสรุปได้ ดังนี้

- 1) มีความเชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
- 2) มีความสามารถพิเศษ มีเอกลักษณ์ หรือโดดเด่น
- 3) ติดตามข่าวสาร เหตุการณ์ปัจจุบัน ทันต่อกระแสในสังคม
- 4) ยึดมั่นและแสดงออกชัดเจนในบรรทัดฐาน อุดมการณ์ ทัศนคติ และ

ค่านิยมของตนเอง

- 5) เป็นที่ชื่นชอบและมีผู้ติดตามจำนวนมาก
- 6) สร้างสรรค์เนื้อหาหรือมีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ น่าสนใจ

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ และถอดบทเรียนจากบท สัมภาษณ์ บทความ ผลงานของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งสามารถแบ่งประเภทเนื้อหาที่ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคม ออนไลน์นำเสนอ ได้แก่ (1) ชับเคลื่อนสังคม (2) การศึกษา และ (3) สาระความรู้ ผู้วิจัยทำการ วิเคราะห์และสังเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะสำคัญที่ทำให้บุคคลดังกล่าวสามารถประสบ ความสำเร็จ มีชื่อเสียง และเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ ดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ลำดับ	ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)	ประเภท	ผลการสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)				
			การคิดเชิงวิพากษ์	การตัดสินใจ	การสื่อสาร	การยอมรับในความแตกต่าง	ไม่เรี่ยไร
1	ครูลูกกอล์ฟ	การศึกษา/ขับเคลื่อนสังคม	✓	✓	✓	✓	✓
2	Point of View	สาระความรู้	✓	✓	✓	✓	✓
3	FAROSE	สาระความรู้	✓	✓	✓	✓	✓

จากการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะสำคัญและบุคลิกภาพของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด สามารถสรุปได้ว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดจะมีลักษณะและบุคลิกภาพ ดังนี้

- 1) มีความน่าเชื่อถือ ได้รับการยอมรับ และเป็นแบบอย่างของคนในสังคม ทำให้เป็นที่นิยม มีผู้ชื่นชอบและผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก
- 2) มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ ทักษะ ประสบการณ์ด้านใดด้านหนึ่ง และประสบความสำเร็จในสายอาชีพของตนเอง สามารถโน้มน้าวและสร้างแรงจูงใจให้ผู้อื่น
- 3) มีวิธีการ กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาที่สร้างสรรค์ น่าสนใจ แปลกใหม่ ทันต่อกระแสสังคม เข้าใจง่าย

1.5 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดจากงานวิจัย รัฐญา มหาสมุทร และ วรชัญญ์ ครุจิต (2559, น .81) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด สรุปได้ดังนี้

ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์จะมีกลยุทธ์ในการสื่อสาร มีการนำเสนอผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปภาพ บทความ หรือคลิปวิดีโอ โดย

ใช้ภาษาที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ นำเสนอเนื้อหาความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของตนเอง นำเสนอข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา ซึ่งให้เห็นทั้งข้อดีและข้อเสียเพื่อให้ผู้ติดตามสามารถนำไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจได้ ซึ่งผู้ติดตามมักจะเปิดรับเรื่องที่ตนเองให้ความสนใจ และมีการอธิบายเนื้อหาอย่างละเอียด อีกทั้งผู้ติดตามส่วนใหญ่มักจะนิยมเปิดรับข้อมูลในรูปแบบของรูปภาพและบทความมากกว่าคลิปวิดีโอ เนื่องจากรูปภาพสร้างแรงดึงดูดและน่าสนใจ นอกจากนี้การเปิดโอกาสให้ผู้ติดตามได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้ผู้ติดตามรู้สึกใกล้ชิด ส่งผลให้เกิดความเชื่อใจตามมา

1.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

ปัจจุบันผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีบทบาทในสังคม เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความคิด ค่านิยม ความเชื่อ สามารถพุดโน้มน้าวจนทำให้ผู้ติดตามเชื่อถือและปฏิบัติตามได้ อาจเรียกได้ว่าผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดเป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leaders) ด้วย ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำ (Leadership) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ภาวะผู้นำ เป็นปฏิสัมพันธ์ กระบวนการโน้มน้าวหรือมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่นภายในกลุ่มของตนเอง ทั้งในด้านความคิดและพฤติกรรม (ชูชัย สมितिไกร, 2564) โดยบุคคลที่เป็นผู้นำจะเป็นผู้กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (แบสส์, 1990 อ้างถึงใน สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2546) ซึ่งได้มีการแบ่งประเภทของภาวะผู้นำไว้ดังนี้

1.5.1 ภาวะผู้นำแบบสร้างแรงบันดาลใจ (Charismatic Leadership)

นักวิจัยได้ทำการนิยามภาวะผู้นำแบบสร้างแรงบันดาลใจ (Charismatic Leadership) ว่าเป็นความสามารถในการที่คนธรรมดาจะทำการที่เหนือธรรมดาได้ในภาวะลำบาก (Conger, 1991 อ้างถึงใน สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2546) ซึ่งความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจเป็นผลจากการที่ผู้นำสร้างอิทธิพล แรงจูงใจให้ผู้ตามแสดงพฤติกรรมตอบสนอง นอกจากนี้ยังได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้นำกลุ่มนี้และทำให้เกิดทฤษฎีที่มาอธิบายเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ ดังนี้

1) ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบสร้างแรงบันดาลใจของเฮ้าส์ (House's Charismatic Leadership) (เฮ้าส์, 1977 อ้างถึงใน สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2546, น. 277-278) ได้อธิบายไว้ว่า ความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อื่นนั้น เป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้ตาม เกิดจากการที่ผู้ตามมีความเชื่อว่าคุณค่าของผู้นำถูกต้องที่สุด เชื่อถือนับถือผู้นำ และยิ่งเชื่อว่าตนเองจะสามารถทำให้กลุ่มบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ ผู้นำกลุ่มนี้จะมีองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ (1) ด้านจิตลักษณะ (Leader Traits) คือ ผู้นำต้องมีความต้องการมีอำนาจ

เชื่อมั่นในตนเองสูง ยึดมั่นในอุดมการณ์ของตนเอง (2) ด้านพฤติกรรมกรรมการนำ (Leader Behavior) คือ ผู้นำต้องสร้างความประทับใจ แสดงว่าตนเองเป็นผู้มีศักยภาพ แสดงพฤติกรรมที่เป็นแบบอย่าง แสดงพฤติกรรมกรรมการตั้งความคาดหวังระดับสูงให้กับผู้ตาม เพื่อให้ผู้ตามเชื่อมั่นว่าตนเองจะสามารถบรรลุเป้าหมายได้ และจะต้องกระตุ้นจิตใจผู้ตาม (3) เงื่อนไขการนำ คือ การสัมพันธ์ เชื่อมโยงเป้าหมายของกลุ่มที่ตั้งไว้เข้ากับค่านิยม ความเชื่อ และอุดมการณ์

2) ทฤษฎีมโนทัศน์เกี่ยวกับตน (The Self-concept Theory) (Shamir, 1993 อ้างถึงใน สิทธิโชค วรรณุสันตติกุล, 2546, น. 279-280) ได้อธิบายไว้ว่า ผู้นำที่สร้างแรงบันดาลใจและสามารถโน้มน้าวผู้อื่นให้คล้อยตามได้นั้น จะมีความคิดสำคัญอยู่ 4 ประการ ได้แก่ (1) การทำให้ผู้ตามมีความรู้สึกว่าเป็นผู้นำ โดยให้ผู้ตามเลียนแบบทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรมที่เกิดจากการยอมรับและชื่นชมในตัวของผู้นำ ซึ่งจะทำให้ผู้ตามรู้สึกว่าเป็นผู้นำที่มีคุณสมบัติแบบเดียวกับผู้นำ (2) การสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่ม เป็นกระบวนการที่ทำให้ผู้ตามมีความคิดว่ากลุ่มของตนเองมีความโดดเด่นกว่ากลุ่มอื่นและเกิดความภูมิใจในกลุ่มของตนเองด้วย (3) การซึมซับค่านิยมและอุดมการณ์ เป็นกระบวนการที่ผู้นำสร้างอิทธิพลต่อผู้ตามด้วยการทำให้ผู้ตามปฏิบัติตนหรือทำงานเพื่อหวังผลเป็นคุณค่าทางจิตใจ (4) การรับรู้ว่าคุณมีความสามารถ โดยที่ผู้นำเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ตาม ให้รับรู้ว่าคุณมีความสามารถ มีความสามารถในการทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงได้

1.5.2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงองค์การ (Transformational Leadership) (เบอร์นาร์ต แบลสส์, 1991 อ้างถึงใน สิทธิโชค วรรณุสันตติกุล, 2546) มีการจำแนกผู้นำออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) ผู้นำที่ต้องอาศัยการนำด้วยการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กับลูกน้อง กล่าวคือ ผู้นำจะต้องทราบถึงความต้องการของลูกน้องหรือผู้ตาม เมื่อลูกน้องหรือผู้ตามสามารถทำงานสำเร็จลุล่วงได้ ผู้นำจะต้องให้สิ่งที่ลูกน้องต้องการ ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานด้วยการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ คือ ผู้นำได้ผลงาน ส่วนลูกน้องได้สิ่งที่ตนเองต้องการ

2) ผู้นำที่พยายามจะกระตุ้นและจูงใจให้ลูกน้องเกิดความปรารถนาหรือเกิดแรงบันดาลใจที่จะทำงานเพื่อให้กลุ่มหรือองค์การบรรลุความสำเร็จ เจริญเติบโต และพัฒนา ผู้นำประเภทนี้จะมีองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่ (1) การคำนึงถึงความเป็นบุคคล คือ การที่ผู้นำทราบถึงความต้องการของลูกน้องและพยายามจัดการมอบให้ในสิ่งที่ลูกน้องต้องการ รวมถึงการกระตุ้น เปิดโอกาสให้แก่ลูกน้องโดยการมอบหมายงานที่สำคัญและท้าทายความสามารถให้ เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของลูกน้อง (2) การกระตุ้นสติปัญญา คือ

การกระตุ้นให้ลูกน้องได้พยายามคิดอย่างสร้างสรรค์ให้อิสระในการคิด ทำงานในรูปแบบที่แปลกใหม่ (3) การสร้างแรงบันดาลใจ คือ การที่ผู้นำแสดงถึงวิสัยทัศน์ขององค์กร และแสดงออกว่าตนเองจะสามารถนำลูกน้องไปสู่อนาคตหรือความสำเร็จนั้นได้ อีกทั้งยังต้องเสริมแรงให้ลูกน้องทำงานอย่างมีความหวัง ความเชื่อว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ (4) การใช้อิทธิพลของอุดมคติ คือ การที่ผู้นำแสดงพฤติกรรมเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่ลูกน้อง เป็นผู้รับผิดชอบ มีความเชื่อมั่น เสียสละผลประโยชน์ของตนเองเพื่อองค์กรหรือกลุ่มของตนเอง เพื่อให้ลูกน้องหรือผู้ตามมีความรู้สึกมีส่วนร่วมและเกิดความเชื่อใจ ยอมรับที่จะปฏิบัติตามผู้นำ (สิทธิโชค วรรณสุนต์ติกุล, 2546, น. 281-282)

นอกจากนี้ยังมีการกล่าวถึงความแตกต่างระหว่างภาวะผู้นำแบบสร้างแรงบันดาลใจกับภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงรูปแบบขององค์กรว่า ผู้นำแบบสร้างแรงบันดาลใจ มักจะมีอาชีพดารา นักแสดง นักร้อง หรือผู้ที่มีชื่อเสียง ที่สามารถทำให้ผู้อื่นเกิดพฤติกรรมเลียนแบบได้ ส่วนผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงรูปแบบขององค์กรมักจะเป็นผู้ที่สร้างแรงกระตุ้นให้ผู้อื่นมีความเชื่อมั่นที่จะพัฒนาตนเองหรือองค์กรของตนเอง ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้นำทั้งสองแบบมีความคล้ายคลึงกันในเรื่องของความสามารถในการสร้างแรงจูงใจและโน้มน้าวให้ผู้อื่นคล้อยตามได้ แต่สิ่งที่แตกต่างกันคือ ผู้นำแบบสร้างแรงบันดาลใจจะต้องทำให้ผู้ตามเชื่อแบบไม่มีข้อกังขาและต้องพึ่งพาผู้นำ ส่วนผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงรูปแบบขององค์กรจะต้องกระตุ้นให้ผู้ตามเกิดการพัฒนาตนเอง ดังนั้นความสามารถในการเป็นผู้นำแบบสร้างแรงบันดาลใจจึงเป็นพื้นฐานของการเป็นผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงรูปแบบขององค์กร (สิทธิโชค วรรณสุนต์ติกุล, 2546, น. 282)

2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

2.1 ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษาความหมายของสื่อสังคมออนไลน์จากเอกสาร และงานวิจัย มีผู้นิยามความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

วรพร ดำจับ (2562) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ เป็นการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยจะนำเสนอ แบ่งปัน เนื้อหาต่าง ๆ เช่น รูปภาพ เสียง ข้อความ คลิปวิดีโอ เป็นต้น เพื่อการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยน การแบ่งปันเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ ระหว่างบุคคลที่เข้าร่วมในเครือข่ายออนไลน์เดียวกัน

ภัทรนาฏ จันทร์รัตน์ (2562) ได้ให้นิยามว่า รูปแบบการสื่อสารแบบสองทางได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยผู้ใช้งานสามารถเข้ามาแบ่งปันความรู้ ข้อมูล ข่าวสารและแลกเปลี่ยนทัศนคติ แหล่งข้อมูลต่าง ๆ จากทั่วโลกเข้าด้วยกัน

อาทิทยา อย่างอื่น (2564) กล่าวว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) คือ การรวมกลุ่มกันของบุคคลที่มีความสนใจ ความชื่นชอบ หรือทัศนคติเหมือนกัน สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอและแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูล ประสบการณ์และความคิดเห็นแบบสองทาง ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

จากการนิยามความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ เป็นการรวมกลุ่มคนเป็นเครือข่ายทางสังคมเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีความสนใจ ทัศนคติ ความคิดเห็นแบบเดียวกัน ผู้ใช้งานสามารถนำเสนอ แลกเปลี่ยน แบ่งปัน ข้อมูล ข่าวสาร เนื้อหา รูปภาพ วิดีโอให้แก่คนในเครือข่ายเดียวกันได้ ผ่านช่องทางต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook Twitter Instagram Line Youtube Tiktok เป็นต้น อีกทั้งผู้ใช้งานยังสามารถทำการพูดคุย โต้ตอบ และแสดงความคิดเห็นให้แก่กันได้

2.2 ลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษาลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์จากเอกสารของภิเชก ชัยนิรันดร์ (2553, น. 23-24) ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

1) สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่สามารถแพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม นั่นคือหากเปรียบเทียบกับในอดีตที่ยังไม่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากนัก เมื่อเกิดเรื่องราวที่เป็นที่สนใจในสังคม ผู้คนมักจะพูดคุย แบ่งปัน แสดงความคิดเห็นในมิติต่าง ๆ จนเรื่องราวดังกล่าวกลายเป็น Talk of the town แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความเจริญก้าวหน้า เกิดการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing) บนโลกออนไลน์ผ่านรูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปภาพ เสียง วิดีโอ เป็นต้น ทำให้เนื้อหา เรื่องราวต่าง ๆ สามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว

2) สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (One-To-many) ซึ่งสามารถเข้าร่วมสนทนาได้หลายคน (Many-to-Many) การสนทนาที่เกิดขึ้นเป็นการรวมกลุ่มคนเพื่อพูดคุย แสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ในเรื่องเดียวกัน โดยไม่มีบุคคลที่ควบคุมเนื้อหาของการสนทนา โดยผู้ที่ได้รับสารสามารถแก้ไขหรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมในเนื้อหาของผู้ส่งสารได้

3) สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่เปลี่ยนบทบาทจากผู้รับเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา ซึ่งในอดีตสื่อมวลชนเป็นผู้ทรงอิทธิพลอย่างมาก คนในสังคมจึงเป็นเพียงแค่ผู้รับสาร ไม่มีบทบาทในการส่งสารหรือนำเสนอเนื้อหา แต่เมื่อสังคมโลกมีการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยีมีความเจริญก้าวหน้า มีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ทำให้การนำเสนอเนื้อหาและกระจายไปยัง

ผู้รับสารได้อย่างสะดวก หากสามารถนำเสนอเนื้อหาจนมีผู้ติดตาม ชื่นชอบ เป็นที่นิยมของคนในสังคมได้ จะทำให้กลายเป็นผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ได้

จะเห็นได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะที่มีการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing) บนโลกออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย ใช้งานง่ายและพร้อมกันได้หลายคน มีความเป็นสาธารณะ ผู้ใช้งานสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร หากผู้ส่งสารหรือผู้ใช้งานนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ เป็นที่ชื่นชอบจนมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก อาจทำให้กลายเป็นผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้

2.3 สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน

จากการศึกษาประเภทของสื่อสังคมออนไลน์จากเอกสารและงานวิจัย ของวิโรจน์ ชัยมูล และ สุพรรณษา ยวงทอง (2558) ณัฐกาญจน์ กอมณี (2559) และ Pea Tanachote (2564) ที่ได้กล่าวถึงสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน สามารถสรุปได้ ดังนี้

1) เฟซบุ๊ก (Facebook) เว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้ที่ใช้งานจะสามารถสร้างพื้นที่ในการแนะนำตนเอง ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เป็นต้น ผู้ใช้งานสามารถเลือกเป็นเพื่อนกับบุคคลอื่นที่ใช้งานเหมือนกันได้ด้วย ผู้ใช้งานสามารถแสดงความคิดเห็นหรือแสดงความรู้สึกในพื้นที่ของผู้อื่นได้ พูดคุย แลกเปลี่ยนกันได้ทั้งบุคคลหรือกลุ่ม เล่นเกมกับผู้อื่นได้ นอกจากนี้ยังสามารถสร้างกลุ่ม (Group) ไว้เพื่อรวมสมาชิกผู้ใช้งานที่มีความสนใจเหมือนกันได้ พูดคุย แลกเปลี่ยน แนะนำ หรือแม้กระทั่งให้ผู้ประกอบการได้ขายสินค้าของตนเอง

2) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภท ไมโครบล็อก (Micro Blogging) ผู้ใช้งานสามารถเขียนข้อความความยาวไม่เกิน 280 ตัวอักษร ข้อความที่เขียนแล้วอัปโหลดนี้เรียกว่า ทวิต (Tweets) หากผู้ใช้งานต้องการเขียนข้อความยาวกว่าที่กำหนดไว้ผู้ใช้งานสามารถสร้างกลุ่มข้อความให้เชื่อมโยงกันหลาย ๆ ทวิตได้ เรียกว่า การสร้างเรต นอกจากนี้ผู้ใช้งานสามารถติดตามบุคคลที่สนใจได้ เมื่อติดตามบุคคลนั้น ๆ แล้ว ข้อความทวิตของผู้ใช้ที่ได้ติดตามจะแสดงให้เห็น ถ้าต้องการที่จะแบ่งปันข้อความทวิตนั้นจะทำได้ด้วยการรีทวิต (Re-tweet)

3) อินสตาแกรม (Instagram) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้งานสามารถอัปโหลดรูปภาพหรือวิดีโอสั้น ๆ และมีการอธิบายเป็นข้อความ ประสิทธิภาพ เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรูปภาพและวิดีโอนั้น ๆ ซึ่งหากผู้ใช้งานมีความต้องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้งานอื่นสามารถทำได้โดยการกดติดตาม (Following) เพื่อรับรู้ความเคลื่อนไหวของบุคคลนั้น อีกทั้ง

ผู้ใช้งานสามารถแสดงความคิดเห็นในพื้นที่ของผู้ใช้งานอื่นที่เปิดสาธารณะและส่งข้อความส่วนตัวถึงกันได้ นอกจากนี้ผู้ใช้งานยังสามารถตกแต่งรูปภาพด้วยฟิลเตอร์ (Filters) ที่มีหลากหลายรูปแบบได้ สามารถติดแฮชแท็ก (Hashtag) สร้างการเชื่อมโยงโพสต์นั้นไปยังหมวดหมู่ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ค้นหาและติดตามได้ง่าย

4) ไลน์ (Line) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้ใช้งานสามารถส่งข้อความ ข้อมูล รูปภาพ เสียง สติกเกอร์ และไฟล์ต่าง ๆ ได้ สามารถติดต่อสื่อสารได้ทั้งรายบุคคลหรือกลุ่มในรูปแบบของการโทรแบบเสียงหรือการโทรแบบวิดีโอ นอกจากนี้ยังมีบริการสำหรับการเงินและธุรกิจด้วย ซึ่งสามารถใช้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์หรือทำการตลาดได้

5) ยูทูบ (Youtube) เป็นเว็บไซต์ให้บริการวิดีโอออนไลน์ ผู้ใช้งานสามารถอัปโหลดวิดีโอผ่านทางเว็บไซต์ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพื่อเผยแพร่ให้ผู้อื่นสามารถรับชมได้ จะมีการแสดงจำนวนยอดผู้เข้าชม และหากวิดีโอหนึ่งเป็นที่ชื่นชอบของผู้เข้าชม ผู้เข้าชมสามารถกดถูกใจหรือไม่ชื่นชอบวิดีโอหนึ่งได้ อีกทั้งผู้ใช้งานยังสามารถสนทนาโต้ตอบ แสดงความคิดเห็นต่อวิดีโอหนึ่ง ๆ ได้ด้วย

6) ตี๊กต็อก (TikTok) เป็นแอปพลิเคชันในลักษณะของ Short Video Platform ที่ผู้ใช้งานสามารถอัปโหลดวิดีโอสั้น ๆ จำนวน 15 วินาที พร้อมทั้งใส่เสียงเพลง ฟิลเตอร์ (Filters) และเอฟเฟกต์ (Effect) ประกอบวิดีโอได้ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถแสดงความคิดเห็น กดติดตามและกดถูกใจได้ อีกทั้งยังสามารถโหลดวิดีโอและเผยแพร่ไปยังสื่อสังคมออนไลน์อื่นได้ เช่น Facebook LINE Instagram Twitter เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันมี 6 ประเภท ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) ไลน์ (Line) ยูทูบ (Youtube) และตี๊กต็อก (TikTok) ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวมีลักษณะเอกลักษณ์ที่แตกต่างและคล้ายคลึงกัน คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) จะเน้นใช้ในการสร้างพื้นที่หรือกลุ่มเพื่อนเพื่อติดต่อสื่อสาร ทำกิจกรรมร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ ทวิตเตอร์ (Twitter) จะเน้นใช้ในการเผยแพร่รูปภาพ ข้อความ และคลิปวิดีโอที่มีความยาวสั้น ๆ ให้แก่ผู้ติดตาม อินสตาแกรม (Instagram) จะเน้นใช้ในการเผยแพร่รูปภาพหรือคลิปวิดีโอพร้อมทั้งคำบรรยาย ไลน์ (Line) จะเน้นการใช้งานโดยการส่งข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ข้อความ เสียง คลิปวิดีโอ ไฟล์ เป็นต้น อีกทั้งยังใช้โทรแบบเสียงหรือวิดีโอได้ ซึ่งสามารถใช้ได้ทั้งการติดต่อส่วนตัวหรือกลุ่มเพื่อน ยูทูบ (Youtube) และตี๊กต็อก (TikTok) จะเน้นการใช้งานในการเผยแพร่คลิปวิดีโอ โดยผู้ชมและผู้ติดตามสามารถแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกต่อคลิปวิดีโอหนึ่ง ๆ ได้ ส่วนความคล้ายคลึงคือ รูปแบบในการส่งสาร เผยแพร่ นำเสนอ

ข้อมูลต่าง ๆ ที่สามารถส่งต่อให้แก่ผู้รับสารได้เช่นเดียวกัน รวมถึงวิธีการใช้งานที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเลือกใช้งานจะขึ้นอยู่กับเป้าหมายของผู้ส่งสาร กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสาร รูปแบบในการนำเสนอเนื้อหา และวิธีการใช้งาน

2.4 ผลกระทบจากสื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษาผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ แพง ชินพงศ์ (2562) สยามจิตแพทย์แห่งประเทศไทย (2562) และ เสมาศิการ (2557) ได้วิเคราะห์ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ไว้ โดยผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์และสรุปได้ ดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลกระทบจากสื่อสังคมออนไลน์

ผลกระทบเชิงบวก	ผลกระทบเชิงลบ
<p>1. สื่อสังคมออนไลน์ทำให้มนุษย์ในยุคปัจจุบันสามารถทำการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย ทำให้ทันต่อกระแสหรือสถานการณ์ สามารถแก้ปัญหาและปรับตัวได้</p> <p>2. สื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวช่วยในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ได้ง่ายขึ้น เช่น การสืบค้น ศึกษาหาความรู้ แลกเปลี่ยน แบ่งปันประสบการณ์ ความรู้ให้แก่กัน เป็นต้น</p> <p>3. สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางได้ การนำเสนอผลงาน เปิดเผยตัวตน สร้างโอกาส สร้างชื่อเสียง เช่น การผลิตรายการในรูปแบบของตนเองผ่านยูทูป (Youtube) ขยายของออนไลน์ผ่านทาง Facebook เป็นต้น</p>	<p>1. ส่งผลเสียต่อสุขภาพ หากมีการใช้งานมากเกินไป เช่น ปัญหาทางสายตา อาการปวดศีรษะ โรคอ้วน เป็นต้น</p> <p>2. ส่งผลกระทบด้านพฤติกรรมและอารมณ์ หากผู้ใช้งานขาดทักษะต่าง ๆ เช่น ขาดการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในครอบครัวและผู้ใกล้ชิด ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำ เป็นต้น</p> <p>3. ถูกดำเนินคดีทางกฎหมาย เช่น กล่าวหาว่าร้าย ดูถูก หมิ่นประมาทบุคคลอื่นในสื่อสังคมออนไลน์ เล่นพนันออนไลน์ ขยายของผิดกฎหมาย นำเสนอเนื้อหาที่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น เป็นต้น</p>

ตาราง 3 (ต่อ)

ผลกระทบเชิงบวก	ผลกระทบเชิงลบ
<p>4. เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เข้าถึงง่าย สามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา จึงใช้เป็นช่องทางในการทำการตลาดได้ทั้งในด้านธุรกิจ การเมือง และสังคม สามารถใช้ในการโน้มน้าว ชักจูง สร้างความรู้สึกร่วมให้แก่คนในสังคมวงกว้างได้</p> <p>5. สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ในการสร้างสรรค์สังคม เป็นผลให้เกิดการรวมกลุ่ม สร้างเครือข่าย เพื่อทำกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ให้แก่สังคม</p>	<p>4. เกิดการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ (Cyberbullying)</p> <p>5. อาจถูกบุคคลอื่นหลอกลวงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ถูกลวงละเมิดทางเพศ นำข้อมูลส่วนตัวไปแอบอ้างอิงในการกระทำผิดกฎหมาย เป็นต้น</p>

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์ สามารถสรุปได้ว่า ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์มีความแพร่หลายในสังคม ทั้งนำไปใช้ในการค้นคว้าหาความรู้ ความบันเทิง การตลาด การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สร้างเครือข่าย รวมกลุ่มกันทำกิจกรรมต่าง ๆ อีกทั้งในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) สื่อสังคมออนไลน์ถือว่าเป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสาร แม้กระทั่งการจัดการเรียนรู้แบบออนไลน์ด้วย เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์มีลักษณะที่ใช้งานง่าย รวดเร็ว สะดวกสบาย สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา ดังนั้นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดจึงไม่ใช่บุคคลในกลุ่มเดิมอีกต่อไป ปัจจุบันผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดส่วนใหญ่จึงเป็นบุคคลทั่วไปที่ไม่มีฐานผู้ติดตาม ไม่เป็นที่รู้จักของคนในสังคมมากนัก แต่สามารถพัฒนาตนเองจนกลายเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดมากมาย กล่าวคือ เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความถนัด ความสนใจในด้านใดด้านหนึ่ง นำเชื่อถือจนสามารถพูดโน้มน้าวให้ผู้อื่นคล้อยตาม มีเทคนิควิธีการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีช่องทางหลักในการเผยแพร่และนำเสนอข้อมูลคือ สื่อสังคมออนไลน์

3. แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

3.1 ความหมายของกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

จากการศึกษาความหมายของกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน จากเอกสารและงานวิจัย กระทรวงศึกษาธิการ (2551) นิตยา วงษ์กันยา (2552, น. 12) และ วลัยวัลลภ พุ่มพิงพุท (2554, น. 45) ได้นิยามความหมายของกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน เป็นกิจกรรมที่สถานศึกษา ครูผู้สอน และผู้ที่เกี่ยวข้องจัดกิจกรรมให้แก่ผู้เรียน โดยมุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนเต็มศักยภาพ ทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา อารมณ์และสังคม อีกทั้งยังเสริมสร้างให้ผู้เรียนเกิดเจตคติที่ดี ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ ด้วยวิธีการที่หลากหลาย จากการบูรณาการการเรียนรู้ทั้ง 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้และประสบการณ์ของผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีจิตสำนึกความเป็นพลเมืองและสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข

3.2 เป้าหมายและหลักการของกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

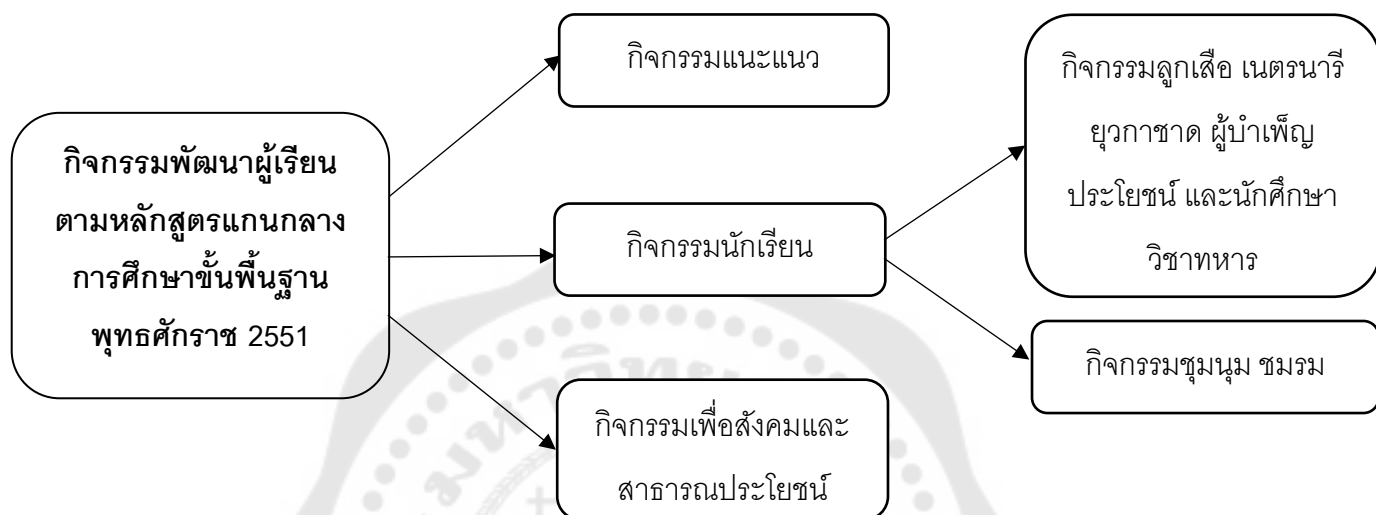
กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน มีเป้าหมายและหลักการที่มุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ สมรรถนะสำคัญ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ ปลูกฝังและส่งเสริมจิตสำนึกในการทำประโยชน์เพื่อสังคม โดยนำความรู้ ทักษะและประสบการณ์ที่ได้จากการทำกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน มาพัฒนาตนเอง และเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนด้วย (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

3.3 ลักษณะของกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

กิจกรรมพัฒนาผู้เรียนตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) ประกอบด้วยกิจกรรม 3 ลักษณะ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. กิจกรรมแนะแนว เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียนให้สามารถคิด ตัดสินใจ คิดแก้ปัญหา การปรับตัว ได้กำหนดเป้าหมาย วางแผนการเรียนและอาชีพ นอกจากนี้ยังช่วยให้ครูรู้จักและเข้าใจผู้เรียน ช่วยเหลือ และให้คำปรึกษาแก่ผู้ปกครองได้พัฒนาผู้เรียนร่วมกัน
2. กิจกรรมนักเรียน เป็นกิจกรรมที่เน้นพัฒนาการตัดสินใจด้วยเหตุผล รู้จักแก้ปัญหา ฝึกระเบียบวินัย การเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี ความรับผิดชอบ การทำงานร่วมกัน การช่วยเหลือผู้อื่น ให้ได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเองในทุกชั้นกิจกรรม โดยจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจ ความสามารถ และความถนัดของผู้เรียน ตลอดจนวุฒิภาวะของผู้เรียนบริบทของสถานศึกษาและท้องถิ่น กิจกรรมนักเรียน ประกอบด้วย 1) กิจกรรมลูกเสือ เนตรนารี ยุวกาชาด ผู้บำเพ็ญประโยชน์ และนักศึกษาวิชาทหาร 2) กิจกรรมชุมนุม ชมรม

3. กิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์ เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนบำเพ็ญประโยชน์ในลักษณะอาสาสมัครตามความสนใจ เพื่อฝึกให้มีความรับผิดชอบ การมีจิตสาธารณะ และความเสียสละต่อสังคม



ภาพประกอบ 2 ลักษณะของกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

3.4 แนวการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนและขอบข่ายของการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

จากการศึกษาแนวทางและขอบข่ายของการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน จากเอกสาร งานวิจัยของ กระทรวงศึกษาธิการ (2551) และ สุขพัชรา ชีเม็เจริญ (2545, น. 23) สามารถสรุปได้ว่า สถานศึกษาจะต้องคำนึงถึงผู้เรียนทุกคน จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้หรือบูรณาการ เพื่อเป็นการส่งเสริม พัฒนาความรู้ คุณลักษณะ ทักษะผู้เรียนอย่างเต็มศักยภาพ อีกทั้งจะต้องปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม สร้างจิตสำนึกในการสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม โดยให้ผู้เรียนได้ร่วมกันปฏิบัติ ทำกิจกรรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตามความสนใจ ความถนัด ความต้องการของตนเอง

3.5 บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

กระทรวงศึกษาธิการ (2551) ได้กล่าวถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ได้แก่ กรรมการสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้รับผิดชอบกิจกรรม และผู้เรียน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าแต่ละฝ่ายจะมีบทบาทและหน้าที่ ดังนี้

1) กรรมการสถานศึกษา มีบทบาท หน้าที่สนับสนุนให้จัดกิจกรรมตามความเหมาะสม รวมถึงให้ความเห็นชอบและมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551

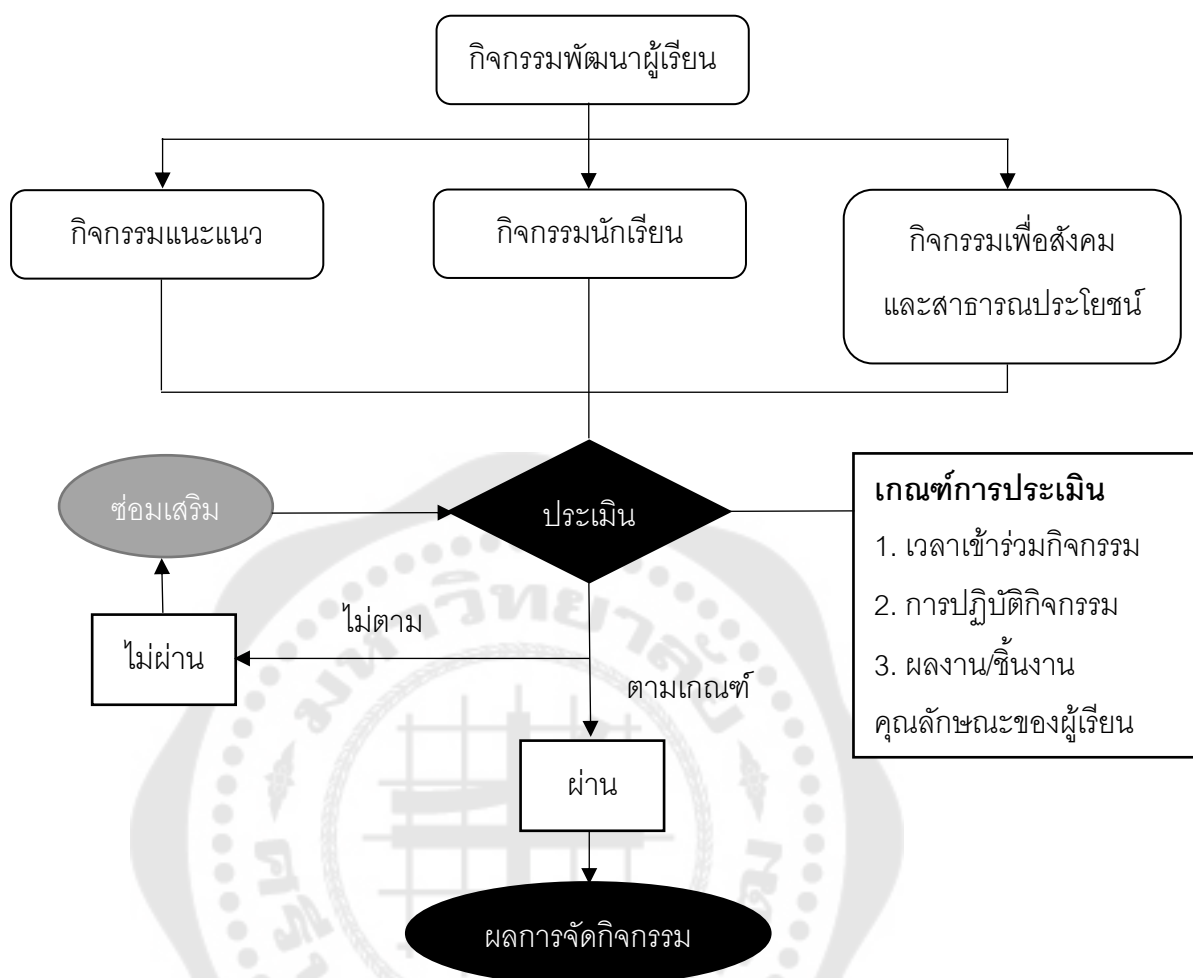
2) ผู้บริหารสถานศึกษา มีบทบาท หน้าที่ในการพัฒนาครูให้มีความรู้ความสามารถในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนอย่างหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงการสร้างเครือข่าย ประสานความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับผู้เรียนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเผยแพร่ผลงานที่ประสบความสำเร็จ

3) ครูผู้รับผิดชอบกิจกรรม มีบทบาท หน้าที่ศึกษาหลักการ วัตถุประสงค์ ขอบข่าย แนวการจัดกิจกรรม การประเมินผลกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน แล้วนำออกแบบกิจกรรมร่วมกับผู้เรียนให้สอดคล้องกับความสามารถ ความถนัด ความสนใจของผู้เรียน จัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้โดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทุกขั้นตอน อีกทั้งต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้เรียน เมื่อดำเนินการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนเสร็จสิ้น ครูผู้รับผิดชอบกิจกรรมจะต้องประเมินผลการเข้าร่วมกิจกรรมของผู้เรียน ซ้อมเสริมกรณีที่ผู้เรียนไม่ผ่านเกณฑ์ จัดทำเอกสารการประเมินผลและรายงานผลต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลมาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขต่อไป ตลอดจนประสานความร่วมมือกับผู้เรียนและผู้ปกครอง เผยแพร่ผลงานที่ประสบความสำเร็จ

4) ผู้เรียน มีบทบาท หน้าที่ในการศึกษาข้อมูล วิเคราะห์ตนเอง และเข้าร่วมกิจกรรมตามความสนใจ ความถนัด และความสามารถ มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนทุกขั้นตอนและปฏิบัติกิจกรรมด้วยความเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งจะต้องพัฒนาตนเองและนำเสนอผลการปฏิบัติกิจกรรมต่อครูผู้รับผิดชอบ กิจกรรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์ สะท้อนผลกลับ เพื่อนำไปสู่การสร้างเครือข่ายและขยายผลต่อยอดอย่างยั่งยืน

3.6 แนวทางการประเมินกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

กระทรวงศึกษาธิการ (2551) กล่าวว่า การประเมินการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ผู้เรียนจะต้องมีเวลาเข้าร่วมกิจกรรม ปฏิบัติกิจกรรม และมีผลงาน ชิ้นงานและคุณลักษณะผ่านการประเมินตามเกณฑ์ที่สถานศึกษากำหนดเป็นระยะอย่างต่อเนื่อง โดยให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการประเมิน ซึ่งแนวทางการประเมินกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ดังภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 แนวทางการประเมินกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

กิจกรรมพัฒนาผู้เรียนเป็นกิจกรรมที่สถานศึกษา ครูผู้สอน และผู้ที่เกี่ยวข้องจัดกิจกรรมตามแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา กลยุทธ์ และมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาให้นักเรียน โดยมุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ สมรรถนะสำคัญ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์อย่างเต็มศักยภาพ ด้วยวิธีการที่หลากหลาย ให้ผู้เรียนได้ร่วมกันลงมือปฏิบัติและคำนึงถึงความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) ฉะนั้นการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนจึงอีกแนวทางหนึ่งในการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้แก่ การคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ ซึ่งกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เป็นกิจกรรมประเภทกิจกรรมนักเรียนที่มีแนวคิดพื้นฐาน หลักการ วัตถุประสงค์ การวัดและประเมินผลมาจากกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน

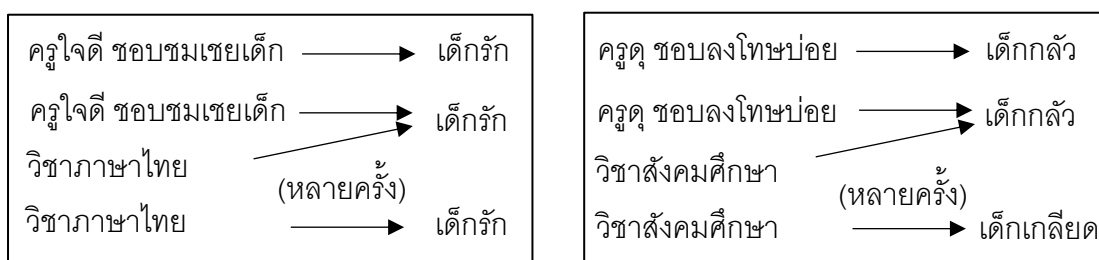
4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ในการออกแบบและพัฒนากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นั้น จะต้องมีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นพื้นฐานของหลักการ วัตถุประสงค์ ชั้นกิจกรรม การวัดและประเมินผล การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รวมถึงวิธีในการดำเนินงานด้วย ซึ่งแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีดังนี้

4.1 กระบวนการสังคมประกิต (Socialization Process)

กระบวนการสังคมประกิต หมายถึง กระบวนการทางสังคมที่บุคคลได้เรียนรู้ และทำให้บุคคลนั้นมีค่านิยม ความเชื่อ เจตคติ พฤติกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการ บรรทัดฐานของสังคม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในกระบวนการสังคมประกิต มีลักษณะที่ต้องอาศัยปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การมีปฏิสัมพันธ์กันของคนในสังคมจะทำให้เกิดการเรียนรู้ตามบรรทัดฐานทางสังคมตามที่สังคมคาดหวังว่าทุกคนควรกระทำได้ เป็นกฎเกณฑ์ มาตรฐานของสังคมที่ทุกคนปฏิบัติตาม และจะเป็นการเรียนรู้ที่สะสม เพิ่มพูนขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งตัวแทนของสังคมที่สำคัญในการทำหน้าที่กล่อมเกลามาชิกในสังคมให้เกิดเรียนรู้ ได้แก่ ครอบครัว สถาบันทางสังคม เพื่อน กลุ่มผลประโยชน์ และสื่อสารมวลชน (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545, น. 46-50) พฤติกรรมในกระบวนการทางสังคมประกิตมีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้ทางสังคม ซึ่งการเรียนรู้ทางสังคมมีทั้ง 3 วิธีการ ดังนี้

1) การเรียนรู้พฤติกรรมโดยการวางเงื่อนไข (Respondent Conditioning) เป็นการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงเอาสิ่งเร้ามากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่มีอยู่แล้วแล้วไปเข้ากับสิ่งเร้าอื่น ซึ่งจะทำให้สิ่งเร้าอื่นสามารถกระตุ้นพฤติกรรมให้เกิดขึ้นด้วย ในบางครั้งอาจเกิดกับพฤติกรรมที่เป็นปฏิกิริยาสะท้อน (Reflexes) หรือเกิดกับพฤติกรรมภายใน ครอบครัวและครูสามารถนำวิธีการนี้ไปปรับใช้ในการเสริมสร้างให้เด็กหรือนักเรียนเกิดพฤติกรรม เจตคติ ค่านิยมที่พึงประสงค์ และหากไม่ต้องการให้เด็กหรือนักเรียนเกิดเจตคติ ค่านิยม พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545, น. 50-51) ดังภาพประกอบ 4



ภาพประกอบ 4 การเชื่อมโยงเจตคติ ค่านิยม พฤติกรรมที่ต้องการให้นักเรียนเกิดเข้ากับสิ่งเร้าที่พึงประสงค์และที่ไม่ต้องการนักเรียนให้เกิดกับสิ่งเร้าที่ไม่พึงประสงค์

2) การปั้นพฤติกรรมหรือการเรียนรู้จากการวางเงื่อนไขปฏิบัติการ (Behavioral Shaping or Operant Conditioning) การเรียนรู้ทางสังคมนี้มีหลักสำคัญอยู่ว่า ผลจากการกระทำจะเป็นตัวควบคุมที่ทำให้พฤติกรรมนั้น ๆ มีโอกาสที่จะเกิดขึ้นอีก ถ้าผลจากการกระทำนั้นเป็นที่น่าพึงพอใจพฤติกรรมนั้นยังมีโอกาสสูงที่จะเกิดขึ้นอีก เมื่อสิ่งเร้าเดิมปรากฏขึ้นหรือได้รับการเสริมแรง และเมื่อสิ่งเร้าเดิมปรากฏขึ้นแต่ไม่ได้รับการเสริมแรง พฤติกรรมนั้นจะค่อย ๆ หายไปและไม่เกิดขึ้นอีก เช่น สังคมมีค่านิยมยกย่องผู้จบการศึกษาในระดับปริญญา สมาชิกในสังคมจะพยายามเรียนรู้และพัฒนาตนเองโดยการตั้งใจศึกษาเล่าเรียนให้จบการศึกษาและได้รับปริญญา เพื่อให้รับการยกย่องจากสังคม หรือการไม่จอดรถในที่ห้ามจอด เนื่องจากเป็นการผิดกฎจราจร กลัวถูกตำรวจจับ เป็นต้น ซึ่งวิธีการเรียนรู้ทางสังคมนี้เป็นไปตามข้อค้นพบของ สกินเนอร์ (Skinner) (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545, น. 51-52)

3) การเรียนรู้จากตัวแบบ (Observational Learning) แบนดูรา (Bandura) ได้อธิบายถึงการเรียนรู้จากตัวแบบหรือการเลียนแบบว่าเป็นการเรียนรู้ทางสังคมที่เกิดจากการรับรู้จากตัวแบบแล้วนำไปแปลงสารในสมองและเก็บเอาไว้โดยไม่ต้องมีการเสริมแรง และเมื่อจะนำเอาสิ่งที่เก็บไว้มาใช้ ต้องนำมาซักซ้อมก่อน การแสดงการกระทำหรือพฤติกรรมจะเกิดขึ้นเมื่อมีกระบวนการจูงใจด้วยการเสริมแรง ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, ม.ป.ป. อ้างถึงใน ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545, น. 52-53) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กระบวนการสร้างความใส่ใจ (Attention Process) เป็นขั้นที่ทำให้ผู้เรียนเกิดการรับรู้พฤติกรรมของตัวแบบ ซึ่งมีปัจจัยที่สำคัญต่อการรับรู้ 2 ประการ คือ 1) สิ่งเร้าที่เป็นตัวอย่างพฤติกรรมในการเลียนแบบ เช่น เพื่อนที่เป็นผู้มีชื่อเสียง 2) คุณลักษณะของผู้เรียน เช่น แรงจูงใจ ทักษะ ความสามารถในการรับรู้ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 กระบวนการจำ (Retention Process) เป็นขั้นที่เกิดขึ้นหลังจากการรับรู้ บุคคลจะจำพฤติกรรมของตัวแบบแล้วแปรเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นให้เป็นสัญลักษณ์

หรือภาษา ซึ่งมีปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ คือ 1) ความสามารถในการสร้างจินตนาภาพของบุคคล
2) ความสามารถในการใช้ภาษา

ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการแสดงพฤติกรรมต้นแบบด้วยอวัยวะภายนอก (Motor Reproduction Process) เป็นขั้นที่เปลี่ยนแปลงสัญลักษณ์และภาษาที่ถูกเก็บไว้ในขั้นที่ 2 แสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ซึ่งมีปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ 1) ศักยภาพทางกาย 2) ความพร้อมของส่วนประกอบทุกส่วนที่แสดงพฤติกรรม นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ การสังเกตพฤติกรรมของตนเอง เพื่อนร่วมทีม และฝ่ายตรงข้าม การรับฟังข้อมูลที่เที่ยงตรง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะช่วยให้สามารถแปรสัญลักษณ์และภาษา แสดงออกมาเป็นพฤติกรรมได้

ขั้นตอนที่ 4 กระบวนการเสริมแรงและแรงจูงใจ (Reinforcement and Motivational Process) เป็นขั้นที่เป็นการพยายามที่จะกระตุ้นให้บุคคลนำสิ่งที่เรียนรู้และเก็บเป็นรูปของสัญลักษณ์อยู่ในสมอง แสดงออกมาเป็นพฤติกรรม แรงเสริมหรือแรงจูงใจ นอกจากนี้การเสริมแรงแบบโดยสารหรือการเสริมแรงที่ตนเองไม่ได้รับจริง (Vicarious Reinforcement) สามารถทำให้แสดงพฤติกรรมออกมาได้เช่นเดียวกัน

ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในกระบวนการสังคมประกิต คือ การพัฒนาจริยธรรมของบุคคล ซึ่งจริยธรรมของบุคคลจะได้รับอิทธิพลของสังคมมากกว่าอิทธิพลของพันธุกรรม เมื่อเกิดมาในสังคมจะต้องมีการเรียนรู้ ยอมรับจริยธรรม ประเพณีของสังคมที่ตนเองเป็นสมาชิก มีนักพัฒนาทางจริยธรรมได้อธิบายถึงทฤษฎีการพัฒนาทางจริยธรรมไว้อย่างหลากหลาย (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร , 2545, น. 55-56) จึงขอล่าวถึงทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม มีการอธิบายไว้ว่า วิธีการและกระบวนการที่บุคคลได้รับอิทธิพลทางสังคม ทำให้เกิดการยอมรับลักษณะและกฎเกณฑ์ทางสังคมมาเป็นลักษณะของตนเอง ซึ่งทฤษฎีได้นำเอาหลักการเสริมแรง และหลักการเชื่อมโยงมาอธิบายปรากฏการณ์ในสังคม เน้นการเรียนรู้โดยบังเอิญและการเลียนแบบเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับลักษณะของสถานการณ์ที่จะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดพฤติกรรมซ้ำ ๆ จนกลายเป็นลักษณะนิสัย ซึ่งสิ่งกระตุ้นนั้นคือ การหวังความพอใจและการหลบหลีกความทุกข์ อีกทั้งการเลียนแบบลักษณะและการกระทำของบุคคลอื่น อาจทำให้เกิดการยอมรับที่ดีและไม่ดีอย่างกว้างขวางในสถานการณ์ทั่วไปได้ ฉะนั้นการเลียนแบบจึงมีความสำคัญมากในการพัฒนาจริยธรรมของบุคคล ทั้งในระดับครอบครัวไปจนถึงสื่อมวลชน (ดวงเดือน พันธุมนาวิน และเพ็ญแข ประจันปัจฉินัก, 2520 อ้างถึงในศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545, น. 63) นักจิตวิทยากลุ่มนี้มีความเชื่อและความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม ซึ่งสามารถสรุปได้ 4 ประการ ดังนี้

1. การกำเนิดจริยธรรม นักจิตวิทยากลุ่มนี้เชื่อว่า บุคคลจะเกิดเรียนรู้มาจากพ่อแม่ หรือผู้ที่เลี้ยงดูมาตั้งแต่ยังเล็ก ด้วยวิธีการ 3 แบบ ได้แก่ การวางเงื่อนไขเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ การวางเงื่อนไขผลกรรม และการเรียนรู้จากตัวแบบ เริ่มจากการควบคุมจากภายนอก คือ การให้รางวัลและการลงโทษ เนื่องจากทารกหรือวัยเด็กยังไม่เข้าใจภาษาที่ใช้ในการอธิบายเชิงจริยธรรม และเมื่อโตขึ้นจะลดการควบคุมภายนอกลง มาใช้การควบคุมตนเองจากภายในแทน

2. การศึกษาวิจัยจริยธรรมตามแนวคิดนี้จะเน้นใช้จริยธรรมเชิงปฏิบัติการ โดยเชื่อว่า ถ้ามีความน่าจะเป็นที่เด็กจะถูกลงโทษได้ เขาจะไม่อยากมีพฤติกรรมที่ผิดจริยธรรม

3. แรงต้านที่มีต่อการขังจูง หรือ แรงต่อต้านความอยาก (Resistance to Temptation) คือ การเก็บกดหรือหักห้ามพฤติกรรมที่น่าจะเกิดโดยอาศัยปทัสถานหรือคำสั่งห้ามตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อแรงต่อต้าน ความอยากที่ศึกษากันมาก คือ การลงโทษหรือการเห็นตัวแบบ

4. ปฏิกริยาที่มีต่อการกระทำผิดกฎเกณฑ์ (Reaction to Transgression) คือ สภาวะทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เข้าใจว่าตนเองกระทำผิด ได้แก่ ความวิตกกังวล ความกลัว และความละอาย ส่วนพฤติกรรมภายนอก เช่น การสารภาพผิด การวิพากษ์วิจารณ์ตนเอง การกระทำซ้ำใหม่ให้ถูกต้อง เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมทั้งภายในและภายนอกดังกล่าวของปฏิกริยาต่อการกระทำผิดกฎเกณฑ์นั้น เป็นการกระทำที่เกิดขึ้นเพื่อลดความวิตกกังวลที่เกิดจากการกระทำผิด

4.2 จิตวิทยาสื่อประสาท (Neuro-Linguistic-Programming : NLP)

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาสื่อประสาท (Neuro-Linguistic-Programming) หรือ NLP ซึ่งอัจฉรา จุ้ยเจริญ (2557) MindSpring (2564) และ LifeEnricher (2564) ได้กล่าวถึงจิตวิทยาสื่อประสาท หรือ NLP ไว้ว่า เป็นกระบวนการในการพัฒนาตนเอง เปลี่ยนแปลงการกระทำ ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติ โดยใช้วิธีการควบคุมสมอง จิตได้สำนึก สภาวะทางอารมณ์และทำการเรียนรู้ ปลุกฝัง เสริมสร้าง เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามความต้องการของตนเอง ด้วยการใช้ภาษาและการสื่อสารที่ถูกต้อง ในปีค.ศ. 1970 ดร.ริชาร์ด แบนเดอร์ (Richard Bandler) นักคณิตศาสตร์และนักคอมพิวเตอร์ และจอห์น กรินเดอร์ (John Grinder) นักภาษาศาสตร์ ได้ก่อตั้ง NLP ขึ้น โดยเริ่มจากการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะ คุณสมบัติของบุคคลที่มีพฤติกรรมและวิธีการในการโน้มน้าวผู้อื่น ได้รับการยอมรับและประสบความสำเร็จในสายงานของตนเอง ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ ในการสื่อสารแม้ว่าบุคคลจะ

รับรู้เนื้อหาเดียวกันในเวลาเดียวกัน บุคคลจะมีโครงสร้างการรับรู้และตอบสนองไม่เท่ากัน ได้แก่ ภาพ(Visual) เสียง(Auditory) และการสัมผัส(Kinesthetic) กล่าวคือ บางคนรับรู้และตอบสนองภาพได้ดี บางคนรับรู้และตอบสนองเสียงได้ดี และบางคนรับรู้และตอบสนองการสัมผัสและความรู้สึกมากกว่า ซึ่งกลุ่มที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มคนที่ประสบความสำเร็จ สามารถรับรู้และตอบสนองทั้งภาพ เสียง และการสัมผัสได้อย่างเท่า ๆ กันในเวลาเดียวกัน อีกทั้งยังสามารถปรับจากรูปแบบหนึ่งไปยังอีกรูปแบบหนึ่งได้รวดเร็วในขณะที่กำลังคุยกับผู้อื่นอีกด้วย จึงสามารถสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล ผ่านโครงสร้างของการสื่อสาร กระบวนการทำงานที่เชื่อมโยงกันระหว่างความคิด จิตใจ ภาษาพูด และภาษากาย จะกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกและอารมณ์บางอย่างที่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จได้ (อัฉรา จุ้ยเจริญ, 2557)

ปัจจุบันจิตวิทยาสื่อประสาท หรือ NLP ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย ทั้งการทำสื่อการตลาด การพัฒนาตนเองและทีมงาน ในทางการแพทย์ใช้ในการรักษาหรือบำบัดผู้สิ้นหวัง นักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในเกณฑ์ต่ำ นักกีฬาที่มีผลงานไม่ดี หรือแม้กระทั่งอาการนอนไม่หลับ เครียด ทำงานไม่มีประสิทธิภาพ คนล้มเหลวทางธุรกิจ คนขาดเป้าหมายในชีวิต ฯลฯ (MindSpring, 2564) เนื่องจาก NLP มีประโยชน์ในการช่วยให้เข้าใจและรู้จักตนเองมากขึ้น สามารถจัดการตนเองได้ดีขึ้น สามารถตั้งศักยภาพของตนเองออกมาได้ เกิดทักษะสื่อสารชั้นสูง การโน้มน้าวให้ผู้อื่นคล้อยตาม รวมถึงเป็นการปรับเปลี่ยนค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติของตนเองให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น ส่งผลงานบวกให้ผู้อื่น เป็นผลให้มีสัมพันธอันดีกับผู้อื่นด้วย (LifeEnricher, 2564)

Thai Hypnosis (2564) ได้กล่าวถึง 7 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จแบบ NLP (NLP Seven Steps to Success) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เป้าหมาย บุคคลจะต้องมีเป้าหมายในการประสบความสำเร็จก่อน เพื่อที่จะหาหนทาง วิธีการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จนั้น ๆ
2. ความเชื่อ คือการที่มนุษย์ยอมรับต่อสิ่งนั้นอย่างไม่มีเงื่อนไข บุคคลจะต้องมีความเชื่อว่าตนเองสามารถที่จะไปสู่ความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้
3. กลวิธี คือวิธีการและลำดับขั้นตอนที่จะไปสู่ความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งอาจจะต้องมีการลองผิดลองถูกเพื่อทำการค้นพบวิธีที่ดีที่สุด แต่การถอดแบบความสำเร็จ (Modeling) จากผู้ที่ประสบความสำเร็จแล้วดำเนินการตามกลวิธีนั้น เป็นวิธีการที่ง่ายกว่า

4. คุณค่า การมองเห็นคุณค่าของเป้าหมายและตนเอง เป็นการเสริมแรงให้บุคคลมีพฤติกรรมที่จะไปสู่ความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้

5. พลัง ในที่นี้หมายถึง พลังทางกาย แม้ว่าบุคคลจะมีเป้าหมาย มีความเชื่อมั่น มีกลยุทธ์ และมองเห็นคุณค่าของเป้าหมายและตนเอง หากสุขภาพร่างกายไม่อำนวย สิ่งต่าง ๆ จะไม่อาจประสบความสำเร็จได้

6. มิตรภาพ การมีมิตรภาพที่ดี การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่นเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้บุคคลสามารถไปสู่ความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้ เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม จะต้องอยู่ร่วมกันในสังคม การมีมิตรภาพที่ดีจะทำให้ได้รับการตอบสนองที่ดีจากผู้อื่น และเมื่อจะต้องเผชิญสถานการณ์หรือปัญหาต่าง ๆ การมีมิตรภาพที่ดีกับผู้อื่น จะช่วยทำให้ลดการเกิดปัญหาหรือสามารถแก้ไขปัญหาได้

7. การสื่อสารที่ดี การสื่อสารที่ดียอมให้ผลตอบสนองที่ดี ซึ่งไม่ใช่แค่ภาษาพูดหรือภาษากายเท่านั้น แต่ทุกสิ่งที่ถูกนำเอาไปตีความเกิดเป็นความรู้สึกหรืออารมณ์ทั้งที่เกิดในตนเองและผู้อื่นถือว่าการสื่อสารทั้งหมด เมื่อเกิดการสื่อสารที่ผิดพลาด ตั้งแต่ขั้นที่ 1 คือเป้าหมาย ไปจนถึงขั้นที่ 6 คือ มิตรภาพ จะผิดพลาดไปด้วย

4.3 ทฤษฎีพัฒนาการเชาวน์ปัญญาของไวทสกี้

พยอม ศรีสมัย (2551) และปิยวรรณ พันธุ์มงคล (2552) ได้กล่าวถึงทฤษฎีพัฒนาการเชาวน์ปัญญาของไวทสกี้ (Vygotsky) สามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีพัฒนาการเชาวน์ปัญหานี้เป็นทฤษฎีที่เน้นเรื่องการพัฒนาการของมนุษย์ เชื่อว่าจุดเริ่มต้นในการเรียนรู้ของมนุษย์ คือ การมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม ซึ่งตั้งแต่เกิดมามนุษย์จะได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมและการเลี้ยงดู นอกจากนี้ไวทสกี้ยังเชื่อว่าภาษาเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ด้วย ซึ่งแบ่งเป็น 2 ระดับ ดังนี้

1) ระดับเชาวน์ปัญญาเบื้องต้น (Elementary Mental Processes) หมายถึงระดับสติปัญญามูลฐานตามธรรมชาติโดยไม่ต้องเรียนรู้

2) ระดับเชาวน์ปัญญาขั้นสูง (Higher Mental Processes) หมายถึงสติปัญญาที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่อบรมเลี้ยงดู ถ่ายทอดวัฒนธรรมให้โดยใช้ภาษา ทำให้เด็กเรียนรู้ความคิดรวบยอด สัญลักษณ์ต่าง ๆ และสิ่งแวดล้อม จึงกล่าวได้ว่า ภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้ของเด็ก

4.4 ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจท์

สมชาย รัตนทองคำ (2556) วิชัย ดิสสระ (2535) และ พรรณี ชูทัย เจนจิต (2528) ได้กล่าวถึงทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจท์ (Piaget) สามารถสรุปได้ว่า เป็น

ทฤษฎีที่ศึกษาถึงกระบวนการคิดทางด้านสติปัญญาของเด็กจากแรกเกิดจนถึงวัยรุ่น ซึ่งเพียเจท์ (Piaget) ได้แบ่งขั้นตอนของการพัฒนาการทางสติปัญญาและความคิดเป็น 3 ขั้น ดังนี้

1. ขั้นที่ 1 Sensory-motor operation เป็นขั้นพัฒนาการทางสติปัญญาและความคิด ก่อนเด็กจะพูดได้ตอนแรกเกิดจนถึง 2 ปี ซึ่งเด็กจะแสดงออกถึงสติปัญญาและความคิดในรูปของการกระทำหรือพฤติกรรมที่ค่อย ๆ สลับซับซ้อนขึ้น และจะมีปฏิกิริยาสะท้อนน้อยลงเมื่อเด็กมีปฏิกิริยาโต้ตอบหรือปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม

2. ขั้นที่ 2 Concrete thinking operations เป็นขั้นพัฒนาการทางสติปัญญาและความคิดของเด็กช่วงอายุ 2 - 11 ปี แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่

2.1 Preconceptual phase อายุ 2 - 4 ปี เป็นระยะที่เด็กเริ่มมีความสามารถในการใช้ภาษา และมีความเข้าใจความหมายของสัญลักษณ์ต่าง ๆ เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับตนเองเท่านั้น

2.2 Intuitive phase อายุ 4 - 7 ปี เป็นระยะที่เด็กมีพัฒนาการทางสติปัญญาและความคิดอยู่ในระดับ Preconceptual Phase แต่จะตอบสนองของสิ่งแวดล้อมอย่างกระตือรือร้น เริ่มเลียนแบบพฤติกรรมของผู้ใหญ่ ใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้

2.3 Concrete operations อายุ 7 - 11 ปี เป็นระยะที่เด็กสามารถสร้างกฎเกณฑ์ในการแยกแยะสิ่งต่าง ๆ ออกเป็นหมวดหมู่ เริ่มมีความสามารถในการคิดย้อนกลับ มีความเข้าใจเหตุผลและสามารถเปรียบเทียบสิ่งต่าง ๆ ได้

3. ขั้นที่ 3 Formal operation เป็นขั้นพัฒนาการทางสติปัญญาและความคิดของเด็กช่วงอายุ 11 ปีขึ้นไป เริ่มมีความสามารถในการคิดหาเหตุผล ตั้งสมมติฐานและทฤษฎีได้ คิดพิจารณาสิ่งที่เป็นนามธรรมได้

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการสังคมประภิต (Socialization Process) จิตวิทยาสื่อประสาท (Neuro-Linguistic-Programming : NLP) ทฤษฎีพัฒนาการเชาว์ปัญญาของไวทซ์ทสกี และทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจท์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้ โดยออกแบบกิจกรรมตามแนวคิดทฤษฎีดังกล่าว คือ การเลือกตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม เนื่องจากกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นั้นให้นักเรียนศึกษา เรียนรู้ วิเคราะห์ ถอดบทเรียนจากผู้ทรงอิทธิพลทาง

ความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ครูผู้สอนมีหน้าที่เพียงแค่เป็นผู้อำนวยความสะดวกและเสริมแรงให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์เท่านั้น อีกทั้งเนื้อหาที่ใช้ในการทำกิจกรรมมีความเป็นนามธรรม นำผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มาเป็นต้นแบบแล้วให้นักเรียนตั้งเป้าหมาย วางแผนการทำงาน ดำเนินงานด้วยตนเองเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้และสามารถพัฒนาให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดของ รัฐญา มหาสมุทร และ วรชัญญ์ ครุจิต (2559) ได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์ที่มีผลต่อทัศนคติของกลุ่มผู้ติดตาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ที่มีต่อกลุ่มผู้ติดตาม ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้ติดตามที่ติดตามกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ และศึกษาถึงผลกระทบของผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ที่มีต่อกลุ่มผู้ติดตาม ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ มีการนำเสนอผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปภาพ บทความ คลิปวิดีโอ เป็นต้น โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เนื้อหาที่น่าสนใจจะเป็นเรื่องที่คุณทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ตรง นำเสนอข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา ชี้ให้เห็นข้อดีและข้อเสียเพื่อให้กลุ่มผู้ติดตามใช้การประกอบการตัดสินใจ ในส่วนของพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มผู้ติดตามนั้น การวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ติดตามมีการเลือกรับสื่อเฉพาะเรื่องที่ตนเองให้ความสนใจและจะต้องมีการอธิบายเนื้อหาอย่างละเอียด อีกทั้งรูปแบบการนำเสนอสื่อที่ได้รับความสนใจส่วนใหญ่จะเป็นรูปภาพและบทความมากกว่าคลิปวิดีโอ เนื่องจากรูปภาพสามารถสร้างความน่าสนใจได้มากกว่า นอกจากนี้การร่วมกิจกรรมกับผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ทำให้ผู้ติดตามรู้สึกใกล้ชิดสนิทสนม ทำให้เกิดความเชื่อใจและไว้วางใจ ซึ่งทำให้มีผลในการตัดสินใจของกลุ่มผู้ติดตาม และจากการวิจัยพบว่าผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ยังสามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดการคล้อยตามและตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเมื่อได้อ่านรีวิวจากผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์ ซึ่งกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์มักจะนำเสนอเนื้อหาที่กำลังเป็นกระแสหรือเป็นเรื่องราวที่สังคมให้ความสนใจบนสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่เป็นช่องทางสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์จนเริ่มเกิดเป็นกระแสการบอกต่อ

จากงานวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์มีกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการนำเสนอเนื้อหา การสื่อสาร ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ทันต่อเหตุการณ์ ปัจจุบันหรือกระแสสังคม เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ติดตาม ซึ่งผู้ติดตามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเลือกรับข้อมูล เนื้อหาเฉพาะสิ่งที่ตนเองสนใจและมีการอธิบายอย่างละเอียด มีการวิเคราะห์เนื้อหากับรูปแบบสื่อที่จะนำเสนอ ซึ่งรูปแบบสื่อควรมีความหลากหลายและปรับเปลี่ยนตามเนื้อหา เช่น นำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว นำเสนอในรูปแบบรูปภาพและข้อความเกี่ยวกับการแนะนำร้านอาหาร เป็นต้น อีกทั้งการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์กับกลุ่มติดตามจะทำให้เกิดความสนิทสนมและไว้วางใจกันมากขึ้น เป็นผลให้ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์สามารถสร้างแรงจูงใจ โน้มน้าวใจให้ผู้ติดตามคล้อยตามได้ ปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดกระแสการบอกต่อของกลุ่มผู้ติดตามจนทำให้ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์มีจำนวนผู้ติดตามมากขึ้นไปด้วย

5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวงจรคุณภาพหรือวงจรเดมมิ่ง (PDCA)

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวข้องกับวงจรคุณภาพหรือวงจรเดมมิ่ง (PDCA) ของธีรพงศ์ ทับอินทร์ (2558) เรื่อง การใช่วงจรเดมมิ่ง (PDCA) ในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42 มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาการใช่วงจรเดมมิ่งในการบริหารงานวิชาการ ของผู้บริหารและครูสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42 และ 2) เปรียบเทียบการใช่วงจรเดมมิ่งในการบริหารงานวิชาการ จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในการทำงาน ประสบการณ์ในการทำงาน วิทยฐานะ และขนาดของโรงเรียน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การใช่วงจรเดมมิ่ง (PDCA) ในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษา เขต 42 ภาพรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ด้านการปฏิบัติตามแผน 2) ด้านการวางแผน 3) ด้านการปรับปรุงและพัฒนา และ 4) ด้านการตรวจสอบ และผลการเปรียบเทียบการใช่วงจรเดมมิ่ง (PDCA) ในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษา เขต 42 จำแนกตามเพศในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน แต่พบว่าระดับการศึกษา ตำแหน่งในการทำงาน ประสบการณ์ในการทำงาน วิทยฐานะและขนาดของโรงเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากงานวิจัยนี้สรุปได้ว่า การนำวงจรเดมมิ่ง (PDCA) มาใช้ในการบริหารงานวิชาการในสถานศึกษานั้น สามารถทำให้นักเรียนมีความรู้ ความสามารถ มีคุณลักษณะต่าง ๆ ครบถ้วน และสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน อีกทั้งยังเป็นการบริหารงานอย่างมีระบบและมีคุณภาพ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ระเบียบวิธีในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย
4. แผนการดำเนินการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย
7. การวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร จำนวน 1,527 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ ที่มีความสนใจและสมัครเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จำนวน 13 คน ด้วยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้การสัมภาษณ์นักเรียนที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ซึ่งผู้วิจัยจะเป็นผู้ที่คัดเลือกนักเรียนจากการตอบคำถามของนักเรียนเกี่ยวกับความสนใจ ความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรม ประสบการณ์การเป็นผู้นำ รวมถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ นักเรียนคนใดสามารถแสดงทัศนคติได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรมจะได้รับการคัดเลือก

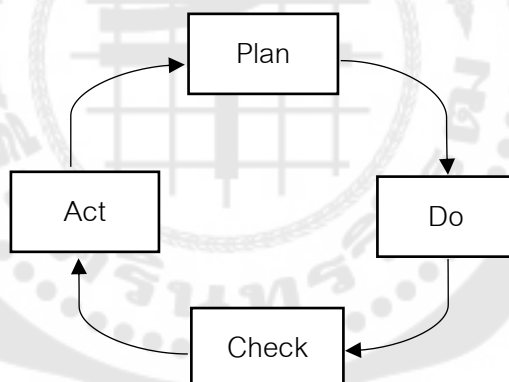
ระเบียบวิธีในการวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีในการวิจัยแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยใช้วงจรการบริหารงานคุณภาพตามแนวคิดของ Dr. W. Edwards Deming (ธีรพงศ์ ทัพบอินทร์,

2558) เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย คือ วงจรคุณภาพหรือวงจรเดมมิ่ง (PDCA) ซึ่งมี 4 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) ขั้นวางแผน (Plan)
- 2) ขั้นปฏิบัติ (Do)
- 3) ขั้นตรวจสอบ (Check)
- 4) ขั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act)

โดยปฏิบัติงานตามวงจรจำนวน 1 รอบ ทว่าในขั้นที่ 2 คือ ขั้นปฏิบัติ (Do) จะปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ทั้งหมด 6 วงจร โดยการปฏิบัติตามวงจรจะต้องปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทุกขั้นตอน เพื่อนำผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นมาปรับปรุงแผนการปฏิบัติในขั้นตอนต่อไป จนสามารถพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเป็นกิจกรรมพัฒนานักเรียนเพื่อใช้ในการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน



ภาพประกอบ 5 วงจร PDCA

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ 1) กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และ 2) แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

2.1.1 สำรวจความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ พัฒนาเป็นกิจกรรมต่อไป ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ธรรมชาติและประสบการณ์ของนักเรียนก่อนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละคนมีลักษณะนิสัย บุคลิกภาพ ประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับการเป็นผู้นำที่แตกต่างกัน เห็นได้จากนักเรียนบางคนมีประสบการณ์การเป็นผู้ในระดับห้องเรียนในการทำงานกลุ่ม บางคนเคยทำงานในระดับโรงเรียน เป็นคณะกรรมการนักเรียน จัดกิจกรรมของโรงเรียน บางคนเคยทำงานระดับองค์กร ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักเรียนทุกคนมีภาวะผู้นำ สะท้อนให้เห็นว่านักเรียนเหล่านี้มีทักษะการคิด ทักษะการสื่อสาร มีความรับผิดชอบ มีความฉลาดทางอารมณ์ ยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ ซึ่งทักษะเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของคุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่นักเรียนชื่นชอบและยึดถือเป็นแบบอย่าง ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนมีผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่ชื่นชอบและยึดถือเป็นแบบอย่างหลากหลายประเภท ซึ่งแบ่งตามเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น สารความรู้ การใช้ชีวิต ความบันเทิง อาชีพที่ตนเองใฝ่ฝันหรือตั้งเป้าหมายไว้ เป็นต้น อีกทั้งนักเรียนยังให้เหตุผลที่ชื่นชอบและยึดถือผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) คนนั้นเป็นแบบอย่างว่าชื่นชอบในเนื้อหา วิธีการ เทคนิคในการนำเสนอสื่อ และชื่นชอบแนวทางการดำเนินชีวิตที่มีเป้าหมาย คล้ายคลึงกันกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) คนนั้นด้วย

ความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนมีความตั้งใจ ความต้องการและมีเป้าหมายที่จะพัฒนาตนเองให้มีทักษะทางสังคมและ

ทักษะชีวิต จนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร ต้องการสร้างสรรค์ผลิตสื่อที่น่าสนใจ สร้างชื่อเสียงและก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม อีกทั้งยังสนใจที่จะเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบ

ความคาดหวังจากการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า นักเรียนทุกคนมีความคาดหวังจากการเข้าร่วมกิจกรรมไปในทิศทางเดียวกัน คือ การพัฒนาตนเองให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) รวมถึงการใช้ชีวิตบนโลกออนไลน์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้นักเรียนบางส่วนยังมีความคาดหวังว่า กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นี้จะช่วยให้เกิดความมั่นใจ ผีปนให้เกิดความกล้าแสดงออกในทางที่ถูกต้อง เกิดกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ และคาดหวังให้เป็นกิจกรรมที่ให้ทั้งความรู้และความสนุกสนานไปพร้อม ๆ กัน

2.1.2 ศึกษาวิจัย เอกสาร และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกิจกรรม ดังนี้

1) ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์คุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ผู้วิจัยทำการศึกษาความหมาย ประเภท คุณลักษณะสำคัญและบุคลิกภาพของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ จากเอกสาร บทความ งานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการคัดเลือกผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ ได้แก่ ครูลูกกอล์ฟ Point of View และ FAROSE จึงทำการศึกษา ถอดบทเรียน วิเคราะห์ สังเคราะห์ เกี่ยวกับคุณลักษณะทักษะสำคัญที่ทำให้บุคคลดังกล่าวสามารถประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียง และเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ จากบทสัมภาษณ์ บทความและผลงาน ซึ่งผลการศึกษา ถอดบทเรียน วิเคราะห์และสังเคราะห์ออกมาเป็นตัวบ่งชี้คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีรายละเอียดดังนี้

ครูลูกกอล์ฟเริ่มต้นจากการที่มีความใฝ่เรียนรู้ มุ่งมั่นที่พัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง ต้องการที่จะออกไปใช้ชีวิตในสังคมที่ใหญ่ขึ้น เนื่องจากพื้นฐานทางครอบครัวและสภาพแวดล้อม เป็นแรงผลักดันที่ทำให้ครูลูกกอล์ฟต้องการพัฒนาทักษะทางภาษาของตนเอง จากผู้ที่ไม่มีความรู้พื้นฐานทางภาษาอังกฤษ ได้เริ่มศึกษา เรียนรู้ พัฒนาทักษะทางภาษาของตนเองจน

สื่อสารได้อย่างคล่องแคล่ว และมีโอกาสได้ไปศึกษาต่อที่ต่างประเทศ ครูลูกกอล์ฟเป็นผู้ที่ขับเคลื่อนสังคม แสดงมุมมองความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ ตลอดจนเสนอแนวทางการแก้ปัญหาในสังคมอยู่เสมอ ผ่านการใช้เทคนิคในการตั้งคำถาม วิพากษ์ประเด็นต่าง ๆ ในหลากหลายมิติ บทบาทนี้ทำให้ครูลูกกอล์ฟมีผู้ติดตามและกลายเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดของคนในสังคมอย่างกว้างขวาง (เชิญพร คงมา, 2563; สาวิตรี สุทธิชานนท์, 2561)

วิว ชนัญญา เตชจักรเสมา หรือที่รู้จักกันในชื่อว่า Point of View วิถีริมผลิตสื่อจากความชื่นชอบส่วนตัวที่ชอบเล่าและบรรยายประเด็นสาระความรู้ในเรื่องของวรรณกรรม วรรณคดี นิทานพื้นบ้าน ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมนานาชาติที่หลาย ๆ คนมักจะรู้สึกเป็นเรื่องยากที่จะเข้าใจ ไม่น่าสนใจ น่าเบื่อ มานำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ สนุกสนาน อีกทั้งมีความคิดว่าสาระความรู้เป็นเรื่องที่สนุก น่าสนใจ ไม่ใช่เรื่องที่น่าเบื่ออย่างหลายคนคิด ซึ่งวิวจะนำสาระความรู้ที่มานำเสนอให้แก่ผู้ชมด้วยเทคนิคและวิธีการของตนเอง จนทำให้มีผู้ติดตามและชมผลงานของวิวเป็นจำนวนมาก และเป็นที่ยอมรับในสังคมในฐานะผู้ผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องกับสาระความรู้ได้อย่างสร้างสรรค์และน่าสนใจ (THE STANDARD TEAM, 2562; จิรเดช โอบาสพันธ์วงศ์, 2561)

ฟาโรส (FAROSE) หรือ ณัฐฐ์ กลิ่นมาลี ผู้มีชื่อเสียงจากการเป็นยูทูบเบอร์ 'ไกลบ้าน' เป็นรายการที่ฟาโรสไปพบปะกับคนไทยในต่างประเทศ ท่องเที่ยวและให้เกร็ดความรู้ไปด้วย ซึ่งเป็นรายการให้เกร็ดความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ตะวันตก ด้วยบุคลิกภาพ กลยุทธ์ เทคนิคในการเล่าเรื่องที่สนุกสนานและเข้าใจง่ายของฟาโรส ประกอบกับมีทัศนคติว่าไม่มีความรู้ที่ตายตัว สามารถถกเถียง ปรับเปลี่ยนกันได้ จึงต้องการที่จะนำเสนอสาระความรู้ในรูปแบบของ Edutainment เพื่อให้ผู้ชมได้ทั้งสาระความรู้และความบันเทิงไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนี้ฟาโรสยังมีความสนใจในเรื่องของการเป็นพลเมืองโลก เพราะ มองว่าทุกคนไม่ใช่ประชากรในประเทศใดประเทศหนึ่ง แต่ทุกคนคือส่วนหนึ่งของโลก แน่แน่นอนว่าการดำเนินชีวิตในสังคมย่อมมีความคิดที่แตกต่างกัน และเราไม่สามารถที่จะไปบังคับให้ผู้อื่นมีความคิดตรงกับเราได้ ฟาโรสจึงมีความตั้งใจที่จะนำเสนอรายการของตนเองให้เป็นพื้นที่ของทุกคนในการร่วมกันแสดงความคิดเห็น ถกเถียง ประเด็นความรู้ต่าง ๆ และเปิดโลกในอีกมุมมองหนึ่งที่หลายคนไม่เคยรู้ (ตฤณภัทร โลหะพงศธร, 2562; พันธวัฒน์ เศรษฐวิไล, 2564)

จากการศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ และถอดบทเรียน ครูลูกกอล์ฟ Point of View และ FAROSE พบว่าผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ต้นแบบทั้ง 3 คนมีคุณลักษณะที่สำคัญ คือ มีการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้

2) ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยทำการศึกษาความหมาย ลักษณะ สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน และผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ จากเอกสาร บทความ และงานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ

3) ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์เกี่ยวกับกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ผู้วิจัยทำการศึกษาความหมาย เป้าหมาย ลักษณะ หลักการ แนวทางและขอบข่าย บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการประเมินกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน จากเอกสาร บทความ และงานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ

4) ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์แผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา กลยุทธ์ และมาตรฐานการศึกษา โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ จากเอกสารของสถานศึกษา

5) ศึกษา ทฤษฎีกระบวนการสังคมประจักษ์ (Socialization Process) จิตวิทยาสื่อประสาท (Neuro-Linguistic-Programming : NLP) ทฤษฎีพัฒนาการเซาวันปัญญาของไวทือตสกี และทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจท์ จากเอกสาร และบทความของนักวิชาการต่าง ๆ

6) ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ความเป็นท้องถิ่นของชุมชน สถานที่สำคัญในเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร จากเอกสาร และบทความของนักวิชาการต่าง ๆ

2.1.3 ออกแบบกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนกิจกรรม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) รู้จักฉัน รู้จักเธอ ให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมได้แลกเปลี่ยนความชื่นชอบ ความรู้ ประเด็นต่าง ๆ ที่ตนเองถนัดและสนใจร่วมกัน เพื่อเป็นการละลายพฤติกรรม สร้างความคุ้นเคย เห็นคุณค่าของตนเองและผู้อื่น อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะการสื่อสาร ความฉลาดทางอารมณ์อีกด้วย

2) ชีวิตบนโลกออนไลน์ ให้นักเรียนได้ศึกษาเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ กติกา ข้อควรระวัง แนวทางในการสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีวิทยากรมาจัดการอบรม บรรยาย และจำลองสถานการณ์เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ เพื่อเป็นการพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การปรับตัว และการยอมรับในความแตกต่าง

3) กว่าจะเป็น Influencer ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ถอดบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิด กระบวนการ วิธีการ กลยุทธ์ รวมถึงคุณลักษณะและทักษะสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบที่จะนำมาพัฒนานักเรียน โดยใช้สื่อวีดิทัศน์และเชิงวิทยากรที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาตนเอง มาอบรม บรรยายให้แก่นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะ ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร และการยอมรับในความแตกต่าง

4) กิจกรรม Workshop ให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง สร้างสรรค์ผลงานนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในรูปแบบที่เหมาะสมกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ตนเองสนใจ เช่น คลิป วิดีโอ บทความ รูปภาพ เป็นต้น โดยนำความรู้ ความสามารถ คุณลักษณะและทักษะที่เกิดขึ้นหลังจากได้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 1 – 3 มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลงานตามความถนัดและความสนใจของตนเอง เพื่อเป็นการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่วิเคราะห์ สังเคราะห์ ถอดบทเรียนได้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่ผู้วิจัยนำมาเป็นต้นแบบ ให้นักเรียนได้ศึกษาเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริง

การให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงนั้น ถือว่าเป็นการวัดและประเมินผลว่านักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มากน้อยเพียงใด ซึ่งการให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงเป็นการจัดกิจกรรมที่นักเรียนเกิดการเรียนรู้มากที่สุด ความรู้อยู่คงทน และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง

5) กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ ให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม รับชมผลงานของสมาชิกทุกคนแล้วอภิปรายร่วมกันถึงจุดเด่น จุดที่ควรพัฒนาก่อนที่จะนำไปเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Youtube Tiktok Twitter เป็นต้น เพื่อเป็นการตรวจสอบ สร้างความมั่นใจ ป้องกันไม่ให้เกิดผลเสียและสามารถสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม

6) ประเมินผลการจัดกิจกรรม ให้นักเรียนทำการระดมสมอง อภิปรายร่วมกันเพื่อสรุปผลและประเมินผลการจัดกิจกรรม โดยผลของการจัดกิจกรรมจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่านักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มากน้อยเพียงใด สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ อีกทั้งมีความต้องการที่จะต่อยอดความรู้ที่ได้รับจากกิจกรรมนี้ไปพัฒนาตนเองต่อไป

2.1.4 ดำเนินการจัดกิจกรรมตามแผนการดำเนินงาน

2.1.5 การประเมินผลและสรุปผลการดำเนินงาน เพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป

2.1.6 นำผลการประเมินและข้อเสนอแนะมาพัฒนาและปรับปรุง จากนั้นจัดทำรายงานผลและนำเสนอผลการจัดกิจกรรม

ตาราง 4 การดำเนินงานกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยใช้วงจรคุณภาพ (PDCA)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ระยะเวลาการดำเนินงาน					ผู้ดำเนินการ
	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	
1. ขั้นวางแผน (Plan)						
สำรวจประเด็นปัญหาและกำหนดหัวข้อกิจกรรม						ผู้วิจัย
กำหนดวัตถุประสงค์						ผู้วิจัย
กำหนดขอบเขตของการดำเนินงาน						ผู้วิจัย
ศึกษาแนวคิด หลักการ ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง						ผู้วิจัย
ออกแบบกิจกรรม						ผู้วิจัย
- ขออนุมัติโครงการ - หลอมรวมเป็นแผนปฏิบัติการประจำปี - ขอความเห็นชอบต่อคณะกรรมการสถานศึกษา						ผู้วิจัย
2. ขั้นปฏิบัติ (Do)						
ประชาสัมพันธ์กิจกรรม						ผู้วิจัย กลุ่มสาระ การเรียนรู้ สังคมศึกษา ศาสนา และ วัฒนธรรม
ดำเนินจัดกิจกรรม						ผู้วิจัย นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม

ตาราง 4 (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ระยะเวลาการดำเนินงาน					ผู้ดำเนินการ
	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	
3. ขั้นตรวจสอบ (Check)						
การประเมินผลการดำเนินกิจกรรม						ผู้วิจัย ผู้เชี่ยวชาญ นักเรียนที่ เข้าร่วม กิจกรรม
สรุปผลการดำเนินกิจกรรม						ผู้วิจัย
4. ขั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act)						
นำข้อเสนอแนะจากผลการประเมินมาปรับปรุง และพัฒนา						ผู้วิจัย
จัดทำรายงานผลการดำเนินกิจกรรม						ผู้วิจัย
นำเสนอผลการจัดกิจกรรม						ผู้วิจัย

2.2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

การสร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำวางแผนการดำเนินงาน และออกแบบกิจกรรม มีขั้นตอนและรายละเอียด ดังนี้

2.2.1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและกำหนดข้อคำถามของแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

1) ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์คุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ผู้วิจัยทำการศึกษาความหมาย ประเภท คุณลักษณะสำคัญและบุคลิกภาพของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ จากเอกสาร บทความ งานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ และบทสัมภาษณ์ ผลงานของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

2) ศึกษาทฤษฎีกระบวนการสังคมประกิต (Socialization Process) จากเอกสาร บทความของนักวิชาการต่าง ๆ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal

interview) ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) ที่มีลักษณะของข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-end Questions) ซึ่งมีประเด็นในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับนิยามของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ในทัศนะของนักเรียน ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่นักเรียนชื่นชอบและยึดถือเป็นแบบอย่าง ความต้องการและเป้าหมายของนักเรียน ความคาดหวังจากการเข้าร่วมกิจกรรมของนักเรียน

2.2.2 สร้างแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมกับประเด็นที่ต้องการจะศึกษา ซึ่งส่วนประกอบของแบบสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วยรายละเอียด ดังนี้

- 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา
- 2) ข้อคำถามเกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้แก่ 1) ธรรมชาติและประสบการณ์ของนักเรียนก่อนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) 2) ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่นักเรียนชื่นชอบและยึดถือเป็นแบบอย่าง 3) ความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) 4) ความคาดหวังจากการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)
- 3) นำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพ จากนั้นผู้วิจัยทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้
- 4) นำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ เพื่อศึกษา วิเคราะห์ความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม และนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาวางแผนการดำเนินงาน กำหนดวัตถุประสงค์และออกแบบกิจกรรม

2.3 แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

การสร้างแบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

2.3.1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและกำหนดลักษณะของแบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ดังนี้

1) ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์คุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ผู้วิจัยทำการศึกษาความหมาย ประเภท คุณลักษณะสำคัญและบุคลิกภาพของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ จากเอกสาร บทความ งานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ และบทสัมภาษณ์ บทความ ผลงานของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ

2) ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยทำการศึกษาความหมาย ลักษณะ สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน และผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ จากเอกสาร บทความ และงานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ

3) ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์เกี่ยวกับกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ผู้วิจัยทำการศึกษาความหมาย เป้าหมาย ลักษณะ หลักการ แนวทางและขอบข่าย บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการประเมินกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน จากเอกสาร บทความ และงานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ

4) ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์แผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา กลยุทธ์ และมาตรฐานการศึกษา โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ จากเอกสารของสถานศึกษา

5) ศึกษาทฤษฎีกระบวนการสังคมประภิต (Socialization Process) จิตวิทยาสื่อประสาท (Neuro-Linguistic-Programming : NLP) ทฤษฎีพัฒนาการเซาวันปัญญาของไวทือตสกี และทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจท์ จากเอกสาร และบทความของนักวิชาการต่าง ๆ

6) ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ความเป็นท้องถิ่นของชุมชน สถานที่สำคัญในเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร จากเอกสาร และบทความของนักวิชาการต่าง ๆ

2.3.2 สร้างแบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และเกณฑ์การตรวจให้คะแนน (Scoring Rubrics) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิด SOLO Taxonomy โดยนำคะแนนมาคิดเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และแปลความหมายเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งแบบประเมินมีส่วนประกอบ ดังนี้

- 1) ข้อมูลทั่วไปของนักเรียน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นการศึกษา
- 2) การประเมินคุณลักษณะการผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จากการประเมินผลงานของนักเรียน ได้แก่ คุณลักษณะที่วิเคราะห์

สังเคราะห์ ถอดบทเรียนได้จากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ มี 5 ด้าน ด้านละ 5 ข้อ ทั้งหมด 25 ข้อ

2.3.3 นำแบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพ จากนั้นผู้วิจัยทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้

2.3.4 นำแบบประเมินไปใช้กับนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

แผนการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการวางแผนการดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีในการวิจัยโดยใช้วงจรคุณภาพ (PDCA) ซึ่งมีขั้นตอนและรายละเอียด ดังนี้

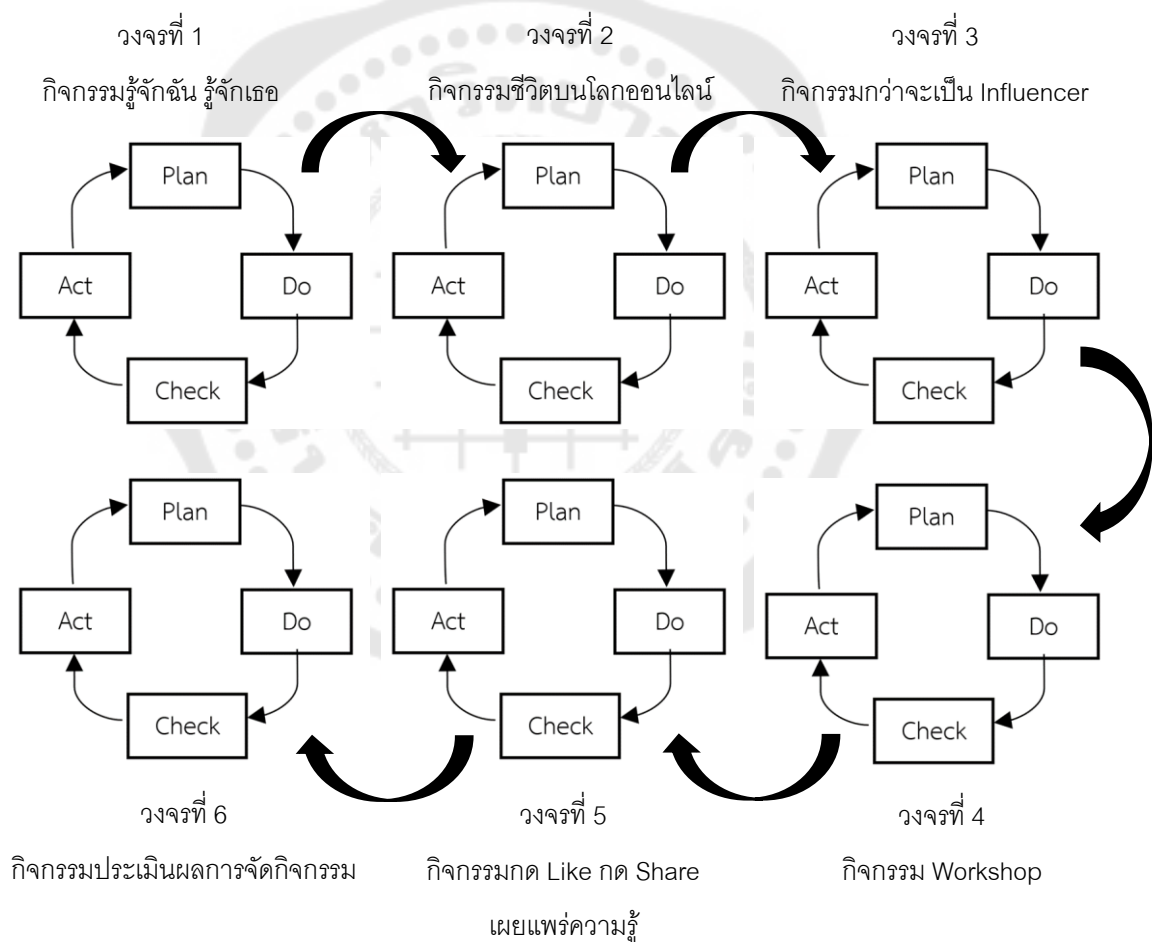
1. กำหนดหัวข้อ วัตถุประสงค์ในการวิจัย และออกแบบแผนการวิจัย (Plan)

ผู้วิจัยทำการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน สภาพปัญหา ความต้องการ และกระแสสังคมเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้รายวิชาสังคมศึกษา ข้อมูลพื้นฐาน บริบททางสังคมของกลุ่มประชากรและสถานศึกษา จากเอกสาร บทความ งานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ ซึ่งพบว่าปัจจุบันผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีบทบาทและส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของคนในสังคมเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนา นักเรียนให้เกิดทักษะสำคัญและคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จากนั้นกำหนดหัวข้อและวัตถุประสงค์ในการวิจัย ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด สื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน จึงทำการออกแบบแผนการวิจัย

2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล (Do)

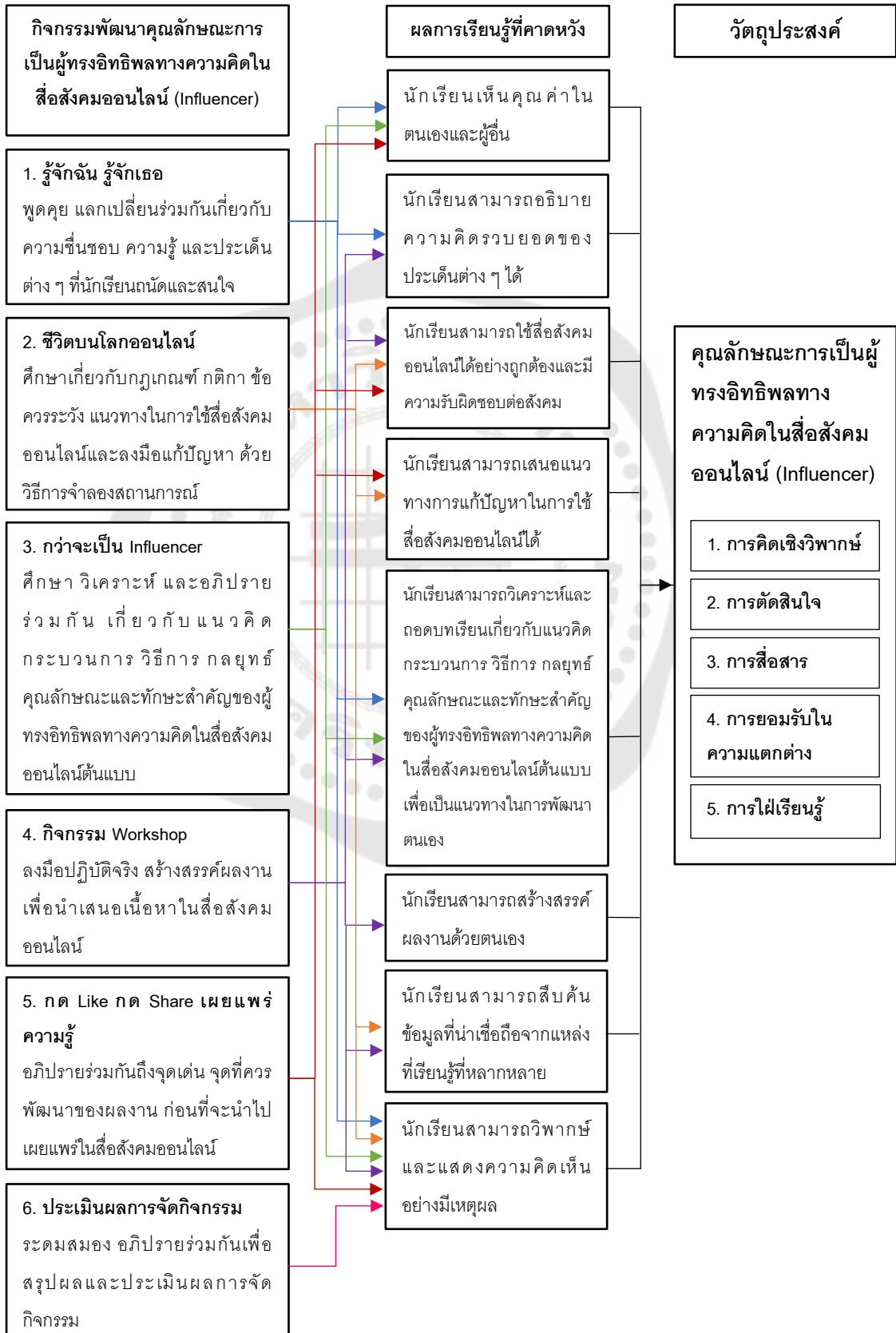
ผู้วิจัยทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) 2) แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และ 3) แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ จึงจะนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลและทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 – 6 โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ ที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 13 คน แล้วดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มดำเนินงานจากการสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูล

ไปออกแบบกิจกรรม และดำเนินการจัดกิจกรรม ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนกิจกรรม ในแต่ละขั้นของกิจกรรมจะมีการดำเนินงานตามวงจรคุณภาพ (PDCA) 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นวางแผน (Plan) 2) ขั้นปฏิบัติ (Do) 3) ขั้นตรวจสอบ (Check) 4) ขั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act) เมื่อดำเนินงานครบ 4 ขั้นตอนแล้วจึงดำเนินงานในวงจรต่อไปเรื่อย ๆ รวมทั้งหมด 6 วงจร ดังภาพประกอบ 6 เพื่อเป็นการพัฒนา ปรับปรุงวิธีการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เมื่อดำเนินการจัดกิจกรรมเสร็จสิ้นทั้ง 6 วงจรแล้วจึงทำการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จากผลงานของนักเรียน ประเมินผลและสรุปผลการดำเนินกิจกรรม



ภาพประกอบ 6 การดำเนินกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยใช้วงจรคุณภาพ (PDCA)

ภาพประกอบ 7 ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังและวัตถุประสงค์ของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)



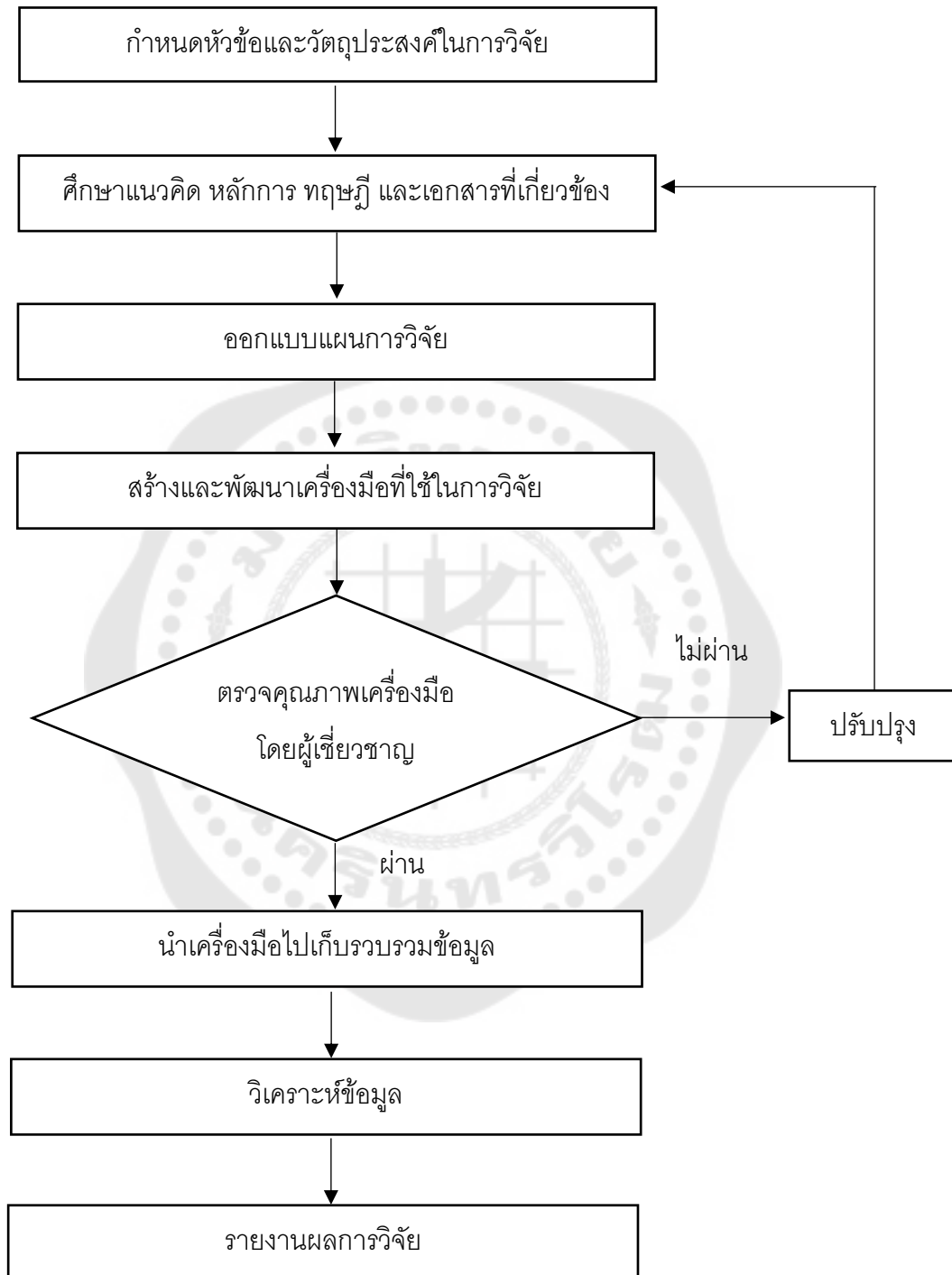
3. วิเคราะห์ข้อมูล (Check)

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ทำกรเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้นแล้วมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง ระหว่างการดำเนินการวิจัยหากพบอุปสรรค ข้อผิดพลาดหรือไม่เป็นไปตามแผนการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยจะต้องปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ

4. รายงานผลการวิจัย (Act)

ผู้วิจัยดำเนินการแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญให้เรียบร้อย จึงทำการประเมินผลการดำเนินงานและรายงานผลการวิจัย





ภาพประกอบ 8 แผนการดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และออกแบบกิจกรรม

2. ดำเนินการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จำนวน 18 ชั่วโมง ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 กลุ่มตัวอย่างจะได้ทำกิจกรรม ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนกิจกรรม ได้แก่ 1) รู้จักฉัน รู้จักเธอ 2) ชีวิตบนโลกออนไลน์ 3) กว่าจะเป็น Influencer 4) กิจกรรม Workshop 5) กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ และ 6) ประเมินผลการจัดกิจกรรม

3. ดำเนินการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จากผลงานของนักเรียนหลังการเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และรายงานผลการจัดกิจกรรม

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล (อิทธิพัทธ์ สுவทันพรกุล, 2555) ดังต่อไปนี้

1. สถิติพื้นฐานเพื่อตอบสนองมติฐานการวิจัย

1.1 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน โดยคำนวณจากสูตร

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน จำนวนนักเรียนทั้งหมด

จากนั้นนำค่าเฉลี่ย (\bar{X}) มาแปลความหมายแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ตาราง 5 การแปลความหมายแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ในการวิเคราะห์ข้อมูล
ความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดใน สื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)
4.51 - 5.00	มากที่สุด
3.51 - 4.50	มาก
2.51 - 3.50	ปานกลาง
1.51 - 2.50	น้อย
1.00 - 1.50	น้อยที่สุด

1.2 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
ความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน โดยคำนวณ
จากสูตร

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum(x-\bar{x})^2}{n-1}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	x	แทน	ค่าคะแนนแต่ละกลุ่ม
	\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	จำนวนประชากรทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ

หาดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้
ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ โดยเกณฑ์การแปล
ความหมายของค่าเฉลี่ยแต่ละข้อ จะมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง +1

ให้คะแนน +1	สำหรับข้อที่แน่ใจว่าสอดคล้อง
ให้คะแนน 0	สำหรับข้อที่ไม่แน่ใจ
ให้คะแนน -1	สำหรับข้อที่แน่ใจว่าไม่สอดคล้อง

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา โดยใช้สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์ในการพิจารณา คือ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ .50 ขึ้นไป ส่วนค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) น้อยกว่า .50 ลงมาเป็นเนื้อหาที่ต้องปรับปรุงหรือตัดออก

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
2. เพื่อประเมินคุณลักษณะการผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยการวิเคราะห์คะแนนจากแบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และนำมาสรุปผลการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยใช้ระเบียบวิธีในการวิจัยแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) มีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แบบสัมภาษณ์ และแบบประเมิน เพื่อทำการรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

2. เพื่อประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วย 1) กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) 2) แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และ 3) แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยข้างต้นได้ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

จากที่ผู้วิจัยได้สังเคราะห์คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ด้วยวิธีการศึกษา วิเคราะห์ ถอดบทเรียนจากบทสัมภาษณ์ บทความ และผลงานของทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ คือ ครูลูกกอล์ฟ Point of View และ FAROSE พบว่าผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบทั้ง 3 คนมีคุณลักษณะที่สำคัญ คือ มีการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลการสังเคราะห์คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และผลการสัมภาษณ์นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์

(Influencer) ไปออกแบบและพัฒนากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีทั้งหมด 6 ขั้นตอนกิจกรรม ได้แก่ 1) รู้จักฉัน รู้จักเธอ 2) ชีวิตบนโลกออนไลน์ 3) กว่าจะเป็น Influencer 4) กิจกรรม Workshop 5) กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ และ 6) ประเมินผลการจัดกิจกรรม โดยใช้วงจรคุณภาพ (PDCA) ทั้งหมด 6 วงจรในการดำเนินงาน ซึ่งได้ผลดังนี้

1. วงจรที่ 1 กิจกรรมรู้จักฉัน รู้จักเธอ

1.1 ขั้นวางแผน (Plan)

ผู้วิจัยทำการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) รวมถึงข้อมูลพื้นฐานของนักเรียนจากเอกสาร บทความ งานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ และผลจากการสัมภาษณ์นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งพบว่านักเรียนทุกคนมีความสนใจในผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เพราะ บุคคลเหล่านี้มีบทบาทและส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของคนในสังคมเป็นอย่างมาก นักเรียนจึงมีเป้าหมายที่จะพัฒนาตนเองตามแนวทางของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่ตนเองชื่นชอบและยึดถือเป็นแบบอย่าง ผู้วิจัยจึงวางแผนจัดกิจกรรมขั้นที่ 1 รู้จักฉัน รู้จักเธอ โดยผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนความชื่นชอบ ความรู้ ประเด็นต่าง ๆ ที่ตนเองถนัดและสนใจร่วมกัน เพื่อเป็นการละลายพฤติกรรมสร้างความคุ้นเคย เห็นคุณค่าของตนเองและผู้อื่น เนื่องจากนักเรียนกลุ่มเหล่านี้เข้าร่วมกิจกรรมด้วยความสมัครใจและไม่รู้จักกันมาก่อน ผู้วิจัยจึงวางแผนจัดบรรยากาศให้อยู่ในรูปแบบการอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างไม่เป็นทางการ เน้นการพูดคุยอย่างเป็นกันเอง และเปิดโอกาสให้นักเรียนได้แสดงความคิดเห็นทุกคน

1.2 ขั้นปฏิบัติ (Do)

ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมขั้นที่ 1 รู้จักฉัน รู้จักเธอ ตามที่ได้วางแผนไว้ในขั้นวางแผน (Plan) โดยผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนความชื่นชอบ ความรู้ ประเด็นต่าง ๆ ที่ตนเองถนัดและสนใจร่วมกัน เนื่องจากกิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมแรกทำให้บรรยากาศยังไม่เป็นกันเองเท่าที่ควร พบว่านักเรียนที่ไม่มีกลุ่มเพื่อนเข้าร่วมด้วย ยังไม่กล้าแสดงความคิดเห็นมากนัก ผู้วิจัยจึงต้องชวนพูดคุยในประเด็นที่นักเรียนชื่นชอบและสนใจ เช่น ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่นักเรียนชื่นชอบ เป้าหมายในอนาคตของนักเรียน ความสามารถพิเศษ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการเปิดโอกาสให้นักเรียนที่ความชื่นชอบและสนใจในการที่คลั่งคล้ายกันได้พูดคุยแลกเปลี่ยนกัน เช่น ศิลปินเกาหลี ประวัติศาสตร์ วรรณคดีไทย การตัดต่อ

วิธีทัศน์ การออกแบบกราฟฟิก เป็นต้น ซึ่งทำให้บรรยากาศในการทำกิจกรรมเริ่มผ่อนคลายและราบรื่น

1.3 ขั้นตรวจสอบ (Check)

เมื่อดำเนินการทำกิจกรรมขั้นที่ 1 รู้จักฉัน รู้จักเธอ เสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบผลการดำเนินงานเพื่อหาข้อผิดพลาดหรือสิ่งที่ไม่เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ พบว่ามีนักเรียนส่วนหนึ่งได้แจ้งผลสะท้อนกลับให้ผู้วิจัยได้ทราบ คือ นักเรียนชื่นชอบบรรยากาศและเนื้อหาในการทำกิจกรรมขั้นนี้เป็นอย่างมาก สนุกสนาน ไม่อึดอัด และคาดหวังว่ากิจกรรมขั้นต่อไปจะเป็นเช่นนี้อีก อีกทั้งจากการสังเกตพฤติกรรมนักเรียน พบว่า นักเรียนจำนวน 2 – 3 คนไม่ค่อยมีปฏิสัมพันธ์กับนักเรียนคนอื่น ๆ เนื่องจากธรรมชาติเป็นคนที่พูดน้อย ไม่พูดกล้าแสดงความคิดเห็น หากผู้วิจัยไม่สอบถามหรือเปิดโอกาสให้พูด

1.4 ขั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act)

ผู้วิจัยนำผลการสะท้อนกลับของนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม รวมถึงผลการสังเกตพฤติกรรมนักเรียนไปพัฒนาและแก้ไขปรับปรุงกิจกรรมขั้นที่ 2 ชีวิตบนโลกออนไลน์ คือวางแผนกิจกรรมขั้นต่อไป ให้น่าสนใจมากขึ้นโดยการเชิญวิทยากรที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างสนุกสนาน ไม่น่าเบื่อ และง่ายต่อการทำความเข้าใจ

2. วงจรที่ 2 กิจกรรมชีวิตบนโลกออนไลน์

2.1 ขั้นวางแผน (Plan)

ผู้วิจัยทำการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับธรรมชาติและ ความต้องการของนักเรียนจากผลจากการสัมภาษณ์นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งพบว่านักเรียนทุกคนใช้สื่อสังคมออนไลน์กันเป็นประจำ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เพื่อหาความรู้ ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ใช้เพื่อความบันเทิง นักเรียนจึงมีความต้องการที่จะมีความรู้ มีแนวทางในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบ ผู้วิจัยจึงวางแผนจัดกิจกรรมขั้นที่ 2 ชีวิตบนโลกออนไลน์ ให้นักเรียนได้ศึกษาเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ กติกา ข้อควรระวัง แนวทางในการสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเชิญครูสุภาพิมพ์ บุญวาสน์ ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม มาจัดการอบรม บรรยาย และให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติด้วยการจำลองสถานการณ์เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ บนโลกออนไลน์

2.2 ขั้นปฏิบัติ (Do)

ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมขั้นที่ 2 ชีวิตบนโลกออนไลน์ ตามที่ได้วางแผนไว้ในขั้นวางแผน (Plan) โดยให้ครูสุภาพิมพ์ บุญวาสน์ เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมนี้ ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ แนวทางในการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบ ซึ่งพบว่านักเรียนให้ความสนใจและความร่วมมือเป็นอย่างดี เปิดโอกาสให้นักเรียนได้ถามในประเด็นที่ตนเองเผชิญหรือสงสัย เนื่องจากเนื้อหาของกิจกรรมเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวนักเรียนและวิทยากรเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย สามารถตอบคำถามนักเรียนได้ตรงประเด็น อีกทั้งยังมีเทคนิคในการบรรยายที่กระตุ้นนักเรียนให้เกิดความสนใจ อยู่เสมอ บรรยากาศของกิจกรรมนี้จึงเต็มไปด้วยความสนุกสนาน

2.3 ขั้นตรวจสอบ (Check)

เมื่อดำเนินการทำกิจกรรมขั้นที่ 2 ชีวิตบนโลกออนไลน์เสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบผลการดำเนินงานเพื่อหาข้อผิดพลาดหรือสิ่งที่ไม่เป็นไปตามแผนที่ได้วางแผนไว้ แต่จากการสังเกตพฤติกรรมนักเรียน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่กระตือรือร้นในการทำกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการตั้งคำถามในประเด็นคือตนเองสงสัย แสดงความคิดเห็นเมื่อวิทยากรเปิดโอกาสให้พูด รวมถึงการตอบคำถามได้อย่างถูกต้องเมื่อลงมือปฏิบัติในสถานการณ์จำลอง

2.4 ขั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act)

ผู้วิจัยนำผลการสังเกตพฤติกรรมนักเรียนไปพัฒนาและแก้ไขปรับปรุงกิจกรรมขั้นที่ 3 กว่าจะเป็น Influencer คือ วางแผนกิจกรรมขั้นต่อไปให้ยังคงเต็มไปด้วยเนื้อหาสาระและความสนุกสนานไปพร้อม ๆ กัน โดยการเชิญวิทยากรที่มีความรู้ ประสบการณ์ด้านการสื่อสาร และการถอดบทเรียนผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ

3. วงจรที่ 3 กิจกรรมกว่าจะเป็น Influencer

3.1 ขั้นวางแผน (Plan)

ผู้วิจัยทำการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับธรรมชาติและ ความต้องการของนักเรียนจากผลจากการสัมภาษณ์นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งพบว่านักเรียนทุกคนมีเป้าหมายที่จะพัฒนาตนเองตามแนวทางของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่ตนเองชื่นชอบและยึดถือเป็นแบบอย่าง ซึ่งผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่นักเรียนส่วนใหญ่ชื่นชอบและยึดถือเป็นแบบอย่าง คือ ครูลูกกอล์ฟ Point of View และ FAROSE

ผู้วิจัยจึงวางแผนจัดกิจกรรมขั้นที่ 3 กว่าจะเป็น Influencer ให้ นักเรียนศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด กระบวนการ วิธีการ กลยุทธ์ รวมถึงคุณลักษณะและทักษะสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ รวมถึงเทคนิคการพัฒนาตนเองให้เกิดทักษะการสื่อสาร โดยใช้สื่อวีดิทัศน์และเชิญวิทยากรที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาตนเอง ได้แก่ ครูธนกฤต พุ่มมาศ ครูเมี้ยวดี ดีพูน และครูกรกฎ จิตรานุเคราะห์ ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม มาอบรมเชิงปฏิบัติการ บรรยายให้แก่นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เชิญนักเรียนของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ที่มีประสบการณ์ในการผลิตสื่อสร้างสรรค์และได้รับรางวัลระดับเขตพื้นที่การศึกษามาถ่ายทอดประสบการณ์ วิธีการดำเนินงานให้แก่ นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมด้วย ได้แก่ นายสุวัชร ทองปาน นางสาวปฎิมาพร สอนปรางค์ และนางสาวจินดาทิพย์ สุพิศ

3.2 ขั้นปฏิบัติ (Do)

ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมขั้นที่ 3 กว่าจะเป็น Influencer ตามที่ได้วางแผนไว้ในขั้นวางแผน (Plan) โดยให้ครูธนกฤต พุ่มมาศ ครูเมี้ยวดี ดีพูน ครูกรกฎ จิตรานุเคราะห์ นายสุวัชร ทองปาน นางสาวปฎิมาพร สอนปรางค์ และนางสาวจินดาทิพย์ สุพิศ เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมนี้ตามแผนที่วางไว้ ให้ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการพัฒนาตนเองให้เกิดทักษะการสื่อสาร เทคนิคการพูด ถอดบทเรียนผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ รวมถึงการเล่าประสบการณ์กระบวนการทำงานในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ ซึ่งพบว่านักเรียนให้ความสนใจและความร่วมมือเป็นอย่างดี โดยครูเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ถามในประเด็นที่ตนเองเผชิญหรือสงสัย เนื่องจากเนื้อหาของกิจกรรมนี้เป็นเรื่องที่นักเรียนสนใจอยู่แล้ว นั่นคือการถอดบทเรียนของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้แก่ ครูลูกกอล์ฟ Point of View และ FAROSE อีกทั้งวิทยากรเป็นผู้มีประสบการณ์ในการพัฒนาตนเองให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จึงสามารถถ่ายทอดเทคนิคแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักเรียนได้เป็นอย่างดี

3.3 ขั้นตรวจสอบ (Check)

เมื่อดำเนินการทำกิจกรรมขั้นที่ 3 กว่าจะเป็น Influencer เสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบผลการดำเนินงานเพื่อหาข้อผิดพลาดหรือสิ่งที่ไม่เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ แต่จากการสังเกตพฤติกรรมนักเรียน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่กระตือรือร้นในการทำกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการตั้งคำถามในประเด็นที่ตนเองสงสัย แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ของตนเอง รวมถึงการสรุปความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมนี้ได้ เนื่องจาก

วิทยากรทุกท่านเป็นที่รู้จักและคุ้นเคยกับนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมอยู่แล้ว บรรยากาศของกิจกรรมนี้จึงมีความเป็นกันเอง รู้สึกเข้าถึงง่าย สามารถนำมาปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง

3.4 ขั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act)

ผู้วิจัยนำผลการสังเกตพฤติกรรมนักเรียนไปพัฒนาและแก้ไขปรับปรุงกิจกรรมขั้นที่ 4 กิจกรรม Workshop คือ วางแผนกิจกรรมขั้นต่อไปให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ลงมือปฏิบัติจริง นำความรู้ ความสามารถ คุณลักษณะและทักษะที่เกิดขึ้นหลังจากได้เข้าร่วมกิจกรรมขั้นที่ 1 – 3 มาปรับประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อ สร้างสรรค์ผลงานเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร

4. วงจรที่ 4 กิจกรรม Workshop

4.1 ขั้นวางแผน (Plan)

ผู้วิจัยวางแผนจัดกิจกรรมขั้นที่ 4 กิจกรรม Workshop ให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง โดยเริ่มจากการให้นักเรียนจับกลุ่มจำนวน 2 - 5 คนตามความสมัครใจ แล้วทำการสร้างสรรค์ผลงาน นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในรูปแบบที่เหมาะสมกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ตนเองสนใจ เช่น คลิปวิดีโอ บทความ รูปภาพ เป็นต้น โดยนำความรู้ ความสามารถ คุณลักษณะ และทักษะที่เกิดขึ้นหลังจากได้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 1 – 3 มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลงานตามความถนัดและความสนใจของตนเอง

4.2 ขั้นปฏิบัติ (Do)

ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมขั้นที่ 4 กิจกรรม Workshop ตามที่ได้วางแผนไว้ในขั้นวางแผน (Plan) โดยผู้วิจัยให้นักเรียนจับกลุ่มจำนวน 2 - 5 คนตามความสมัครใจ จากนั้นจึงให้นักเรียนแต่ละกลุ่มกำหนดและนำเสนอหัวข้อที่ตนเองสนใจภายใต้หัวข้อใหญ่ คือ ความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่านักเรียนแต่ละกลุ่มสนใจในหัวข้อที่หลากหลาย เช่น ประวัติศาสตร์ของชุมชนจอมทอง การท่องเที่ยวในฝั่งธนบุรี ร้านอาหารและธุรกิจที่มีชื่อเสียงในฝั่งธนบุรี เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าธรรมชาติของนักเรียนแต่ละกลุ่มมีความชื่นชอบและความสนใจที่แตกต่างกัน เมื่อนักเรียนทำการนำเสนอหัวข้อกลุ่มของตนเองแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงสร้างสรรค์ผลงานด้วยตนเอง ซึ่งในระหว่างที่นักเรียนแต่ละกลุ่มกำลังดำเนินการนั้นผู้วิจัยได้เปิด

โอกาสให้นักเรียนได้สอบถาม ขอคำปรึกษาและขอคำแนะนำเมื่อเกิดอุปสรรค ปัญหาในการทำงาน

4.3 ขั้นตรวจสอบ (Check)

เมื่อดำเนินการทำกิจกรรมขั้นที่ 4 กิจกรรม Workshop เสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบผลการดำเนินงานเพื่อหาข้อผิดพลาดหรือสิ่งที่ไม่เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ จากการสังเกตพฤติกรรมนักเรียนและสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) พบว่า นักเรียนทุกกลุ่มไม่สามารถลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลและถ่ายทำสถานที่จริงได้ จึงทำให้นักเรียนจะต้องปรับเปลี่ยนแผนการทำงาน เช่น กลุ่มที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวฝั่งธนบุรี เดิมนักเรียนวางแผนไว้ว่าจะถ่ายทำลงพื้นที่จริงและเดินทางโดยรถไฟ แต่เนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้ผู้ปกครองเกิดความกังวลและไม่อนุญาตให้นักเรียนลงพื้นที่จริง ทำให้นักเรียนต้องวางแผนใหม่ ปรับเปลี่ยนจากการถ่ายทำลงพื้นที่จริงเป็นการใช้เครื่องมือทางภูมิศาสตร์ Google Earth แทน ซึ่งเป็นการเดินทางเสมือนจริงทำให้การนำเสนอสนใจมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสะท้อนให้เห็นว่านักเรียนสามารถแก้ปัญหาและมีความรู้ความสามารถในการนำความรู้เดิม ประสบการณ์เดิมมาเชื่อมโยงจนสามารถสร้างสรรค์ผลงานเป็นตนเองได้

4.4 ขั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act)

ผู้วิจัยนำผลการสังเกตพฤติกรรมนักเรียนไปพัฒนาและแก้ไขปรับปรุงกิจกรรมขั้นที่ 5 กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ คือ วางแผนกิจกรรมขั้นต่อไปให้นักเรียนรับชมผลงานของทุกกลุ่มแล้วอภิปรายร่วมกันถึงจุดเด่น จุดที่ควรพัฒนาก่อนที่จะนำไปเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์

5. วงจรที่ 5 กิจกรรมกด Like กด Share เผยแพร่ความรู้

5.1 ขั้นวางแผน (Plan)

ผู้วิจัยวางแผนจัดกิจกรรมขั้นที่ 5 กิจกรรมกด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ ให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม รับชมผลงานของทุกกลุ่มแล้วอภิปรายร่วมกันถึงจุดเด่น จุดที่ควรพัฒนา เพื่อให้แต่ละกลุ่มได้พัฒนา แก้ไขและปรับปรุงผลงานของตนเองก่อนที่จะนำไปเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ที่ตนเองสนใจ เช่น Facebook Youtube Tiktok Twitter เป็นต้น เพื่อเป็นการตรวจสอบ สร้างความมั่นใจ ป้องกันไม่ให้เกิดผลเสียและสามารถสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม

5.2 ขั้นปฏิบัติ (Do)

ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมขั้นที่ 5 กิจกรรมกด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ ตามที่ได้วางแผนไว้ในขั้นวางแผน (Plan) โดยผู้วิจัยให้นักเรียนแต่ละกลุ่มได้นำเสนอ เล่าประสบการณ์ในการทำงานครั้งนี้ว่ากลุ่มของตนเองมีกระบวนการการทำงานอย่างไร มีจุดเด่นอะไรบ้าง อุปสรรคปัญหาในการทำงานครั้งนี้คืออะไร พร้อมทั้งบอกวิธีการแก้ปัญหา เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของแต่ละกลุ่ม นำความรู้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงานในอนาคต จากนั้นจึงให้นักเรียนแต่ละกลุ่มนำเสนอผลงานของตนเอง ซึ่งนักเรียนและผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายร่วมกันถึงจุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนาของผลงานนักเรียนด้วย

5.3 ขั้นตรวจสอบ (Check)

เมื่อดำเนินการทำกิจกรรมขั้นที่ 5 กิจกรรมกด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ เสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบผลการดำเนินงานเพื่อหาข้อผิดพลาดหรือสิ่งที่ไม่เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ แต่จากการสังเกตพฤติกรรมนักเรียนและการประเมินผลงานของนักเรียน พบว่า นักเรียนทุกกลุ่มสามารถสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างดีมาก แม้ว่าจะมีปัญหาอุปสรรคก็ตาม แต่นักเรียนทุกกลุ่มสามารถแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ผลงานออกมาได้ เช่น กลุ่มที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับร้านอาหารใกล้บ้านของนักเรียน กลุ่มนี้ใช้วิธีการนำเสนอได้อย่างน่าสนใจ คือ การลงพื้นที่จริง มีปฏิสัมพันธ์ สื่อสารพูดคุยกับเจ้าของร้าน มีการใช้น้ำเสียง ภาษา ท่าทางในการพูดที่ดี ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านักเรียนกลุ่มนี้นำความรู้ ความสามารถ ทักษะและคุณลักษณะมาพัฒนาตนเองจากการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จึงทำให้สามารถผลิตสื่อ สร้างสรรค์ผลงานออกมาได้อย่างถูกต้อง

นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียนบางกลุ่มที่ยังต้องปรับปรุงแก้ไขผลงานอยู่เล็กน้อย เช่น กลุ่มที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ที่ชุมชนจอมทอง ผู้วิจัยพบว่าวิธีการที่นักเรียนใช้ในการสื่อสารกับผู้ชม มีลักษณะคล้ายคลึงกับการนำเสนอหน้าชั้นเรียน คือ การใส่รูปภาพแล้วบรรยาย น้ำเสียงราบเรียบ เป็นผลจากธรรมชาติ บุคลิกภาพของนักเรียนกลุ่มนี้มีความเป็นวิชาการมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ทำให้ผลงานของกลุ่มนี้ขาดความน่าสนใจ

5.4 ขั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act)

ผู้วิจัยนำผลการสังเกตพฤติกรรมนักเรียนและการประเมินผลงานของนักเรียนไปพัฒนาและแก้ไขปรับปรุงกิจกรรมขั้นที่ 6 กิจกรรมประเมินผลการจัดกิจกรรม คือ วางแผนกิจกรรมขั้นต่อไป ให้นักเรียนทำการระดมสมอง อภิปรายร่วมกันเพื่อสรุปผลและประเมินผลการจัดกิจกรรม

6. วงจรที่ 6 กิจกรรมประเมินผลการจัดกิจกรรม

6.1 ขั้นวางแผน (Plan)

ผู้วิจัยวางแผนจัดกิจกรรมขั้นที่ 6 กิจกรรมประเมินผลการจัดกิจกรรมให้นักเรียนทำการระดมสมอง อภิปรายร่วมกันเพื่อสรุปผลและประเมินผลการจัดกิจกรรม รวมถึงการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมด้วย

6.2 ขั้นปฏิบัติ (Do)

ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมขั้นที่ 6 กิจกรรมประเมินผลการจัดกิจกรรมตามที่ได้วางแผนไว้ในขั้นวางแผน (Plan) โดยผู้วิจัยให้นักเรียนทุกคนแสดงความคิดเห็นเล่าประสบการณ์การทำงาน ปัญหาอุปสรรคที่พบ แนวทางในการแก้ปัญหา เล่าความรู้สึกเมื่อผลงานเสร็จสิ้นและได้เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ จากนั้นจึงให้นักเรียนอภิปรายร่วมกันถึงสิ่งที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ พบว่านักเรียนทุกคนมีความพึงพอใจในระดับมาก เกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง และมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) “ปลูกปั้นเยาวชน พัฒนาตนตามวิถี Influencer” สร้างแรงบันดาลใจให้แก่นักเรียนในการพัฒนาตนเองต่อไป อีกทั้งนักเรียนบางคนยังให้ข้อเสนอแนะว่า เป็นกิจกรรมที่ดีควรแก่การจัดกิจกรรมนี้ให้แก่นักเรียนในรุ่นต่อไป จากนั้นผู้วิจัยจึงให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนทำการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของตนเอง และผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินนักเรียนทุกคนด้วยเช่นกัน โดยใช้แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

6.3 ขั้นตรวจสอบ (Check)

เมื่อดำเนินการทำกิจกรรมขั้นที่ 6 กิจกรรมประเมินผลการจัดกิจกรรมเสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบผลการดำเนินงานเพื่อหาข้อผิดพลาดหรือสิ่งที่ไม่เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ ซึ่งจากการสังเกตพฤติกรรมนักเรียน การประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนและการประเมินผลความพึงพอใจของนักเรียน พบว่า ผลจากการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน ทั้งให้นักเรียนประเมินตนเองและผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินนักเรียนอยู่ในระดับมากและมากที่สุดตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่านักเรียนบางส่วนยังขาดความมั่นใจและ

ประเมินว่าตนเองยังไม่เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) บางประการ ซึ่งแตกต่างจากผลการประเมินที่ผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินนักเรียน

ส่วนผลจากการประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) “ปลูกปั้นเยาวชนพัฒนาตนตามวิถี Influencer” ของนักเรียน อยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อที่ได้คะแนนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความเหมาะสมของระยะเวลาในการจัดกิจกรรม สะท้อนให้เห็นว่านักเรียนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงแก้ไขเรื่องระยะเวลาในการจัดกิจกรรมที่ใช้เวลามากเกินไปและเป็นช่วงเวลาหลังเลิกเรียน ซึ่งส่งผลกระทบต่อเวลาส่วนตัวของนักเรียน

6.4 ขั้นตอนการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act)

ผู้วิจัยนำผลจากการสังเกตพฤติกรรมนักเรียน การประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนและการประเมินผลความพึงพอใจของนักเรียน ไปพัฒนาและแก้ไขปรับปรุงการจัดกิจกรรมในอนาคตต่อไป จากนั้นจึงดำเนินการจัดทำรายงานผลการจัดกิจกรรม นำเสนอผลการจัดกิจกรรม และรายงานผลการวิจัย

2. เพื่อประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ผลจากการประเมินที่นักเรียนประเมินตนเองหลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยของคะแนนคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยนักเรียนเป็นผู้ประเมินตนเอง

ลำดับที่	หัวข้อ	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : การคิดเชิงวิพากษ์				
1	นักเรียนสามารถวิเคราะห์และถอดบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิดของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ	4.62	0.65	มากที่สุด
2	นักเรียนสามารถอธิบายความคิดรวบยอดของประเด็นต่าง ๆ ได้	4.23	0.44	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
3	เมื่อผู้อื่นเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น นักเรียน จะใช้เหตุผลมาประกอบเสมอ	4.62	0.65	มากที่สุด
4	นักเรียนสามารถเปรียบเทียบความถูกต้องของ เนื้อหาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ	4.54	0.88	มากที่สุด
5	นักเรียนสามารถเชื่อมโยงประสบการณ์ที่มีกับ ความรู้ใหม่ได้	4.62	0.65	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยรวมด้านการคิดเชิงวิพากษ์		4.52	0.65	มากที่สุด
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : การตัดสินใจ				
1	นักเรียนดำเนินงานด้วยความรอบคอบ	4.15	0.80	มาก
2	นักเรียนมีความรับผิดชอบต่อสังคม	4.62	0.65	มากที่สุด
3	ก่อนตัดสินใจทำอะไรสักอย่าง นักเรียนจะคิดวิเคราะห์ถึง ผลดีและผลเสียเสมอ	4.54	0.78	มากที่สุด
4	นักเรียนมีการแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการ ตัดสินใจเสมอ	4.31	0.85	มาก
5	ก่อนตัดสินใจทำอะไรสักอย่าง นักเรียนจะคำนึงถึงผลของ การกระทำเสมอ	4.31	0.75	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวมด้านการตัดสินใจ		4.38	0.77	มาก
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : การสื่อสาร				
1	นักเรียนสามารถ พูด อ่าน เขียนได้อย่างคล่องแคล่ว	4.38	0.77	มาก
2	นักเรียนมีบุคลิกภาพที่ดี	4.38	0.87	มาก
3	นักเรียนมีมารยาทในการพูด	4.54	0.66	มากที่สุด
4	นักเรียนมีความมั่นใจในการสื่อสาร	4.08	0.76	มาก
5	นักเรียนสามารถใช้ภาษาอย่างเหมาะสมกับผู้ฟัง	4.15	0.90	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวมด้านการสื่อสาร		4.31	0.79	มาก
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : การยอมรับในความแตกต่าง				
1	นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างในสังคม	4.62	0.51	มากที่สุด

ตาราง 6 (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
2	นักเรียนยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น	4.69	0.75	มากที่สุด
3	นักเรียนนำข้อเสนอแนะของผู้อื่นไปปรับปรุงผลงานของตนเอง	4.54	0.52	มากที่สุด
4	นักเรียนสามารถปรับตัวและอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข	4.62	0.51	มากที่สุด
5	นักเรียนเคารพการตัดสินใจของผู้อื่น	4.85	0.38	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยรวมด้านการยอมรับในความแตกต่าง		4.67	0.53	มากที่สุด
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : ใฝ่เรียนรู้				
1	นักเรียนสามารถสืบค้นข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากแหล่งที่เรียนรู้ที่หลากหลาย	4.38	0.96	มาก
2	นักเรียนมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่	4.23	0.83	มาก
3	นักเรียนยินดีที่จะเผยแพร่ความรู้ของตนเองให้แก่ผู้อื่น	4.85	0.38	มากที่สุด
4	นักเรียนนำความสนใจและความถนัดของตนเองมาต่อยอดและสร้างสรรค์เป็นผลงาน	4.69	0.48	มากที่สุด
5	นักเรียนสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วง	4.46	0.66	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวมด้านใฝ่เรียนรู้		4.52	0.66	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งหมด		4.48	0.68	มาก

จากตาราง 6 พบว่าคะแนนค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เสร็จสิ้นแล้ว โดยนักเรียนเป็นผู้ประเมินตนเอง ซึ่งคะแนนค่าเฉลี่ยของแต่ละด้าน มีผลดังนี้ การคิดเชิงวิพากษ์อยู่ในระดับมากที่สุด การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก การสื่อสารอยู่ในระดับมาก การยอมรับในความแตกต่างอยู่ในระดับมากที่สุด และใฝ่เรียนรู้อยู่ในระดับมากที่สุด สรุปคะแนนค่าเฉลี่ยทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก

ในส่วนของผลจากการประเมินที่ผู้วิจัยประเมินนักเรียนหลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยของคะแนนคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินนักเรียน

ลำดับที่	หัวข้อ	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : การคิดเชิงวิพากษ์				
1	นักเรียนสามารถวิเคราะห์และถกเถียงเกี่ยวกับแนวคิดของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ	4.38	0.65	มาก
2	นักเรียนสามารถอธิบายความคิดรวบยอดของประเด็นต่าง ๆ ได้	4.62	0.51	มากที่สุด
3	เมื่อผู้อื่นเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น นักเรียนจะใช้เหตุผลมาประกอบเสมอ	4.85	0.38	มากที่สุด
4	นักเรียนสามารถเปรียบเทียบความถูกต้องของเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ	4.69	0.48	มากที่สุด
5	นักเรียนสามารถเชื่อมโยงประสบการณ์ที่มีกับความรู้ใหม่ได้	4.46	0.52	มาก
	คะแนนเฉลี่ยรวมด้านการคิดเชิงวิพากษ์	4.60	0.51	มากที่สุด
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : การตัดสินใจ				
1	นักเรียนดำเนินงานด้วยความรอบคอบ	4.46	0.52	มาก
2	นักเรียนมีความรับผิดชอบต่อสังคม	4.85	0.38	มากที่สุด
3	ก่อนตัดสินใจทำสิ่งใด นักเรียนจะคิดวิเคราะห์ถึงผลดีและผลเสียเสมอ	4.46	0.52	มาก
4	นักเรียนมีการแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเสมอ	4.69	0.48	มากที่สุด

ตาราง 7 (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
5	ก่อนตัดสินใจทำอะไรสักอย่าง นักเรียนจะคำนึงถึงผลของการกระทำเสมอ	4.54	0.52	มากที่สุด
	คะแนนเฉลี่ยรวมด้านการตัดสินใจ	4.60	0.48	มากที่สุด
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : การสื่อสาร				
1	นักเรียนสามารถ พูด อ่าน เขียนได้อย่างคล่องแคล่ว	4.77	0.44	มากที่สุด
2	นักเรียนมีบุคลิกภาพที่ดี	4.23	0.73	มาก
3	นักเรียนมีมารยาทในการพูด	4.85	0.38	มากที่สุด
4	นักเรียนมีความมั่นใจในการสื่อสาร	4.46	0.66	มาก
5	นักเรียนสามารถใช้ภาษาอย่างเหมาะสมกับผู้ฟัง	4.46	0.52	มาก
	คะแนนเฉลี่ยรวมด้านการสื่อสาร	4.55	0.54	มากที่สุด
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : การยอมรับในความแตกต่าง				
1	นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างในสังคม	4.85	0.55	มากที่สุด
2	นักเรียนยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น	4.62	0.65	มากที่สุด
3	นักเรียนนำข้อเสนอแนะของผู้อื่นไปปรับปรุงผลงานของตนเอง	4.62	0.51	มากที่สุด
4	นักเรียนสามารถปรับตัวและอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข	4.69	0.48	มากที่สุด
5	นักเรียนเคารพการตัดสินใจของผู้อื่น	4.62	0.51	มากที่สุด
	คะแนนเฉลี่ยรวมด้านการยอมรับในความแตกต่าง	4.68	0.54	มากที่สุด
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : ไม่เรียนรู้				
1	นักเรียนสามารถสืบค้นข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากแหล่งที่เรียนรู้ที่หลากหลาย	4.54	0.52	มากที่สุด
2	นักเรียนมีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่	4.38	0.65	มาก
3	นักเรียนยินดีที่จะเผยแพร่ความรู้ของตนเองให้แก่ผู้อื่น	4.54	0.66	มากที่สุด
4	นักเรียนนำความสนใจและความถนัดของตนเองมาต่อยอดและสร้างสรรค์เป็นผลงาน	4.31	0.75	มาก

ตาราง 7 (ต่อ)

ลำดับที่	หัวข้อ	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
5	นักเรียนสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วง	4.54	0.78	มากที่สุด
	คะแนนเฉลี่ยรวมด้านใฝ่เรียนรู้	4.46	0.67	มาก
	คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.58	0.55	มากที่สุด

จากตาราง 7 พบว่าคะแนนค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เสร็จสิ้นแล้ว โดยผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินนักเรียน ซึ่งคะแนนค่าเฉลี่ยของแต่ละด้าน มีผลดังนี้ การคิดเชิงวิพากษ์อยู่ในระดับมากที่สุด การตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด การสื่อสารอยู่ในระดับมากที่สุด การยอมรับในความแตกต่างอยู่ในระดับมากที่สุด และใฝ่เรียนรู้อยู่ในระดับมาก สรุปคะแนนค่าเฉลี่ยทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

จากค่าเฉลี่ยของคะแนนคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายข้างต้น พบว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างค่าเฉลี่ยที่นักเรียนเป็นผู้ประเมินตนเองกับผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินนักเรียน ค่าเฉลี่ยคะแนนคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนบางคนไม่สอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์นักเรียนแบบไม่เป็นทางการ พบว่า นักเรียน ก ได้ให้คะแนนตนเองอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งแตกต่างจากคะแนนที่ผู้วิจัยให้นักเรียนคนนั้นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด มี 2 - 3 ข้อเท่านั้นที่ให้คะแนนอยู่ในระดับมาก นักเรียน ก ได้ให้เหตุผลว่าตนเองมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเป็นผู้นำ ไม่ว่าจะป็นในระดับห้องเรียนหรือระดับโรงเรียน อีกทั้งนักเรียนค่อนข้างมีความมั่นใจเนื่องจากตนเองเคยผ่านการฝึกฝนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มาบ้างแล้ว เมื่อตนเองได้เข้าร่วมในกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นี้ทำให้ยิ่งมั่นใจว่าตนเองมีคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ยิ่งขึ้นไปอีก จึงเป็นเหตุผลที่ให้คะแนนตนเองอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ส่วนนักเรียน ข ส่วนใหญ่ให้คะแนนตนเองอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแตกต่างจากคะแนนที่ผู้วิจัยให้นักเรียนคนดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

ที่สุดทุกข้อ นักเรียน ข ได้ให้เหตุผลว่าตนเองยังมีข้อบกพร่องอยู่เล็กน้อย อีกทั้งมองว่าตนเองยังมีประสบการณ์และความรู้เดิมไม่เพียงพอ ทำให้ในด้านการคิดเชิงวิพากษ์และด้านการสื่อสารจึงให้คะแนนตนเองอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อได้เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) จึงเริ่มมีความมั่นใจว่าตนเองมีคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และในอนาคตจะสามารถพัฒนาตนเองให้มีคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ในทุก ๆ ด้านได้ แตกต่างจากนักเรียน ค ที่ให้คะแนนตนเองส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากและปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับคะแนนที่ผู้วิจัยให้นักเรียนคนดังกล่าวส่วนใหญ่อยู่อันดับมากที่สุดและมาก ซึ่งหลังจากที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์นักเรียนคนดังกล่าวแล้ว ได้ข้อสรุปว่าในขณะที่นักเรียน ค ทำแบบประเมินตนเองนั้น นักเรียนไม่ตั้งใจอ่านข้อคำถาม ไม่ได้พิจารณาให้ถี่ถ้วน อีกทั้งนักเรียน ค ยังมีประสบการณ์ด้านลบเกี่ยวกับการประเมินตนเอง นั่นคือนักเรียนเคยถูกตำหนิว่าให้คะแนนตนเองสูงเกินไป นักเรียนจึงขาดความมั่นใจในตนเอง มองว่าตนเองยังมีข้อบกพร่องอีกมากมาย จึงให้คะแนนตนเองส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากและปานกลาง ยกเว้นด้านการสื่อสารที่นักเรียน ค ค่อนข้างมีความมั่นใจ เนื่องจากฝึกฝน พัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอและมีประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับการสื่อสาร ซึ่งในด้านการสื่อสารผู้วิจัยได้ให้คะแนนสอดคล้องกับคะแนนที่นักเรียนประเมินตนเอง นอกจากนี้นักเรียน ค ยังกล่าวว่าหากสามารถประเมินใหม่ได้จะให้คะแนนตนเองอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก

จากการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) พบว่า นักเรียนได้ทำการประเมินตนเองในด้านการคิดเชิงวิพากษ์อยู่ในระดับมากที่สุด การตัดสินใจอยู่ในระดับมาก การสื่อสารอยู่ในระดับมาก การยอมรับในความแตกต่างอยู่ในระดับมากที่สุด และใฝ่เรียนรู้อยู่ในระดับมากที่สุด สรุปคะแนนค่าเฉลี่ยทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก ส่วนที่ผู้วิจัยประเมินนักเรียนในด้านการคิดเชิงวิพากษ์อยู่ในระดับมากที่สุด การตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด การสื่อสารอยู่ในระดับมากที่สุด การยอมรับในความแตกต่างอยู่ในระดับมากที่สุด และใฝ่เรียนรู้อยู่ในระดับมากที่สุด สรุปคะแนนค่าเฉลี่ยทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 2) เพื่อประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แบบสัมภาษณ์ และแบบประเมิน เพื่อทำการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ รายละเอียดดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัย มีการนำเสนอ 2 ประเด็น ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ประการ คือ หลักการ วัตถุประสงค์ ชั้นของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และการวัดและประเมินผลกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 หลักการ

หลักการของการพัฒนากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีดังต่อไปนี้

- 1) เป็นกิจกรรมที่ให้นักเรียนได้พัฒนาตนเองอย่างรอบด้านเต็มตามศักยภาพ ตามความสนใจ ความถนัด ความต้องการ เหมาะสมกับวัยและวุฒิภาวะ
- 2) การเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติ สร้างสรรค์ผลงานด้วยตนเอง
- 3) การเปิดโอกาสให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมทุกชั้นกิจกรรม

1.2 วัตถุประสงค์

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

1.3 ชั้นของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ประกอบไปด้วย 6 ชั้นกิจกรรม ในแต่ละชั้นของกิจกรรมจะมีการดำเนินงานตามวงจรคุณภาพ (PDCA) 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ชั้นวางแผน (Plan) 2) ชั้นปฏิบัติ (Do) 3) ชั้นตรวจสอบ (Check) 4) ชั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act) เมื่อดำเนินงานครบ 4 ขั้นตอนแล้วจึงดำเนินงานในวงจรต่อไปเรื่อย ๆ รวมทั้งหมด 6 วงจร เพื่อเป็นการพัฒนา ปรับปรุงวิธีการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) รู้จักฉัน รู้จักเธอ

เป็นชั้นที่ให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมได้แลกเปลี่ยนความชื่นชอบ ความรู้ ประเด็นต่าง ๆ ที่ตนเองถนัดและสนใจร่วมกัน เพื่อเป็นการละลายพฤติกรรม สร้างความคุ้นเคย เห็นคุณค่าของตนเองและผู้อื่น อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะการสื่อสาร ความฉลาดทางอารมณ์อีกด้วย

2) ชีวิตบนโลกออนไลน์

เป็นชั้นที่ให้นักเรียนได้ศึกษาเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ กติกา ข้อควรระวัง แนวทางในการสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบ ต่อสังคม โดยมีวิทยากรมาจัดการอบรม บรรยาย และจำลองสถานการณ์เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ เพื่อเป็นการพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การปรับตัว และการยอมรับในความแตกต่าง

3) กว่าจะเป็น Influencer

เป็นชั้นที่ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ถอดบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิด กระบวนการ วิธีการ กลยุทธ์ รวมถึงคุณลักษณะและทักษะสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบที่จะนำมาพัฒนานักเรียน โดยใช้สื่อวีดิทัศน์และเชิญวิทยากรที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาตนเอง มาอบรม บรรยายให้แก่ักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะ ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร และการยอมรับในความแตกต่าง

4) กิจกรรม Workshop

เป็นขั้นที่ให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง สร้างสรรค์ผลงาน นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในรูปแบบที่เหมาะสมกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ตนเองสนใจ เช่น คลิปวิดีโอ บทพูด ภาพ เป็นต้น โดยนำความรู้ ความสามารถ คุณลักษณะและทักษะที่เกิดขึ้นหลังจากได้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 1 – 3 มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลงานตามความถนัดและความสนใจของตนเอง เพื่อเป็นการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่วิเคราะห์ สังเคราะห์ ถอดบทเรียนได้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่ผู้วิจัยนำมาเป็นต้นแบบให้นักเรียนได้ศึกษาเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริง

การให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงนั้น ถือว่าเป็นการวัดและประเมินผลว่านักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มากน้อยเพียงใด ซึ่งการให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงเป็นการจัดกิจกรรมที่นักเรียนเกิดการเรียนรู้มากที่สุด ความรู้ อยู่คงทน และสามารถนำความรู้นำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

5) กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้

เป็นขั้นที่ให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม รับชมผลงานของสมาชิกทุกคน แล้วอภิปรายร่วมกันถึงจุดเด่น จุดที่ควรพัฒนาก่อนที่จะนำไปเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Youtube Tiktok Twitter เป็นต้น เพื่อเป็นการตรวจสอบ สร้างความมั่นใจ ป้องกันไม่ให้เกิดผลเสียและสามารถสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม

6) ประเมินผลการจัดกิจกรรม

เป็นขั้นที่ให้นักเรียนทำการระดมสมอง อภิปรายร่วมกันเพื่อสรุปผลและประเมินผลการจัดกิจกรรม โดยผลของการจัดกิจกรรมจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่านักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มากน้อยเพียงใด สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ อีกทั้งมีความต้องการที่จะต่อยอดความรู้ที่ได้รับจากกิจกรรมนี้ไปพัฒนาตนเองต่อไป

1.4 การวัดและประเมินผลกิจกรรม

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนกิจกรรม และใช้เวลาทำกิจกรรมต่อเนื่องทั้งหมด 18 ชั่วโมง ฉะนั้นการวัดและประเมินผลความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์

(Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จะต้องใช้วิธีการที่หลากหลายและเหมาะสมกับนักเรียน เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรมและความต้องการของนักเรียนอย่างแท้จริง ผู้วิจัยจึงทำการประเมินผล 2 ลักษณะ คือ

1) การวัดและประเมินผลความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนอย่างต่อเนื่องในระหว่างที่ดำเนินการจัดกิจกรรม เพื่อให้ทราบว่านักเรียนมีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง ซึ่งจะทำให้การวัดและประเมินผลอย่างหลากหลาย เช่น การสังเกตการคำถาม การอภิปรายระหว่างนักเรียนกับนักเรียน และนักเรียนกับครูหรือวิทยากร การนำเสนอผลงาน เป็นต้น

2) การวัดและประเมินผลหลังการดำเนินการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ตามแผนการดำเนินงาน เพื่อให้ทราบว่านักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มากน้อยเพียงใดหลักจากเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งจะใช้แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ในการวัดและประเมินผล

นอกจากนี้หลังจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ผู้วิจัยได้ให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมทำการประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ซึ่งผลการประเมินคือ นักเรียนมีความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) อยู่ในระดับมาก ดังปรากฏในภาคผนวก ค

2. เพื่อประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

จากการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) สามารถประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนหลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้ดังนี้

1) หลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นักเรียนประเมินตนเองว่ามีคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก

2) หลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ผู้วิจัยประเมินนักเรียนว่ามีคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีประเด็นการอภิปรายผล 2 ประเด็น ตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 2) เพื่อประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่พัฒนาขึ้นนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน สภาพปัญหา ความต้องการ และกระแสสังคมเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้รายวิชาสังคมศึกษา ข้อมูลพื้นฐาน บริบททางสังคมของกลุ่มประชากรและสถานศึกษา จากเอกสาร บทความ งานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักเรียนก่อนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนากิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัฐญา มหาสมุทร และ วรชัญญ์ ครุจิต (2559) เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์ที่มีผลต่อทัศนคติของกลุ่มผู้ติดตาม ที่ผลการวิจัยพบว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์มีกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการนำเสนอเนื้อหา การสื่อสาร ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันหรือกระแสสังคม เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ติดตาม ซึ่งผู้ติดตามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเลือกรับข้อมูล เนื้อหาเฉพาะสิ่งที่ตนเองสนใจและมีการอธิบายอย่างละเอียด มีการวิเคราะห์เนื้อหากับรูปแบบสื่อที่จะนำเสนอ ซึ่งรูปแบบสื่อควรมีความหลากหลายและปรับเปลี่ยนตามเนื้อหา กล่าวคือ เนื้อหาที่จะใช้ในการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เพื่อพัฒนาให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นั้น

จะต้องมีการให้ความรู้แก่นักเรียนในเรื่องของกลยุทธ์ เทคนิค แนวทางในการนำเสนอเนื้อหา ผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจและตรงกับความต้องการของผู้ติดตาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ผลการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่พัฒนาขึ้น สามารถพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้ ด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้

1.1.1 กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีลำดับขั้นที่ช่วยให้นักเรียนสามารถพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้ ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนกิจกรรม ได้แก่ 1) รู้จักฉัน รู้จักเธอ ให้นักเรียนได้แลกเปลี่ยนความชื่นชอบ ความรู้ ประเด็นต่าง ๆ ที่ตนเองถนัดและสนใจร่วมกัน เพื่อเป็นการละลายพฤติกรรม สร้างความคุ้นเคย เห็นคุณค่าของตนเองและผู้อื่น อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะการสื่อสาร ความฉลาดทางอารมณ์อีกด้วย 2) ชีวิตบนโลกออนไลน์ ให้นักเรียนได้ศึกษาเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ กติกา ข้อควรระวัง แนวทางในการสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการจำลองสถานการณ์เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ เพื่อเป็นการพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การปรับตัว และการยอมรับในความแตกต่าง 3) กว่าจะเป็น Influencer นักเรียนร่วมกันถอดบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิด กระบวนการ วิธีการ กลยุทธ์ รวมถึงคุณลักษณะและทักษะสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ โดยใช้สื่อวีดิทัศน์และเช็ควิทยาการมาอบรม บรรยายให้แก่นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะ ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร และการยอมรับในความแตกต่าง 4) กิจกรรม Workshop ให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง สร้างสรรค์ผลงาน นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น คลิปวิดีโอ บทความ รูปภาพ เป็นต้น โดยนำความรู้ ความสามารถ คุณลักษณะ และทักษะที่เกิดขึ้นหลังจากได้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 1 – 3 มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลงานตามความถนัดและความสนใจของตนเอง เพื่อเป็นการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน 5) กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ ให้นักเรียนรับชมผลงานของ

สมาชิกทุกคนแล้วอภิปรายร่วมกันถึงจุดเด่น จุดที่ควรพัฒนามาก่อนที่จะนำไปเผยแพร่ในสื่อสังคม เพื่อเป็นการตรวจสอบ สร้างความมั่นใจ ป้องกันไม่ให้เกิดผลเสียและสามารถสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมได้ 6) ประเมินผลการจัดกิจกรรม ให้นักเรียนทำการระดมสมอง อภิปรายร่วมกันเพื่อสรุปผล และประเมินผลการจัดกิจกรรม ซึ่งผลของการจัดกิจกรรมจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่านักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มากน้อยเพียงใด สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ อีกทั้งมีความต้องการที่จะต่อยอดความรู้ที่ได้รับจากกิจกรรมนี้ไปพัฒนาตนเองต่อไป ซึ่งกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ในแต่ละชั้นกิจกรรมช่วยให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายและหลักการของกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) นั่นคือกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน มีเป้าหมายที่มุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ สมรรถนะสำคัญ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ ปณิธาน และส่งเสริมจิตสำนึกในการบำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยนำความรู้ ทักษะและประสบการณ์ที่ได้จากการทำกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนมาพัฒนาตนเอง และเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนด้วย และสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการสังคมประภิต (Socialization Process) (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545) กระบวนการทางสังคมที่นักเรียนได้เรียนรู้ มีค่านิยม ความเชื่อ เจตคติ พฤติกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการบรรทัดฐานของสังคม สร้างแรงจูงใจ เสริมแรงให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยให้นักเรียนเรียนรู้จากตัวแทนของสังคม นั่นคือผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดจิตวิทยาสื่อประสาท (Neuro-Linguistic-Programming : NLP) ที่เป็นกระบวนการในการพัฒนาตนเอง เปลี่ยนแปลงการกระทำ ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติ โดยใช้วิธีการควบคุมสมองจิตได้สำนึก สภาวะทางอารมณ์และทำการเรียนรู้ ปณิธาน เสริมสร้าง เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามความต้องการของตนเอง ด้วยการใชภาษาและการสื่อสารที่ถูกต้อง (อัจฉรา จุ้ยเจริญ, 2557) (MindSpring, 2564) (LifeEnricher, 2564) ทำให้นักเรียนมีเป้าหมายในการพัฒนาตนเองจนสามารถมีคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

1.1.2 การปรับปรุงคุณภาพของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยใช้วงจรคุณภาพ (PDCA) 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นวางแผน (Plan) 2) ขั้นปฏิบัติ (Do) 3) ขั้นตรวจสอบ (Check) 4) ขั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act) เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการจัดกิจกรรมในวงจรถัดไปจนสิ้นสุดวงจร เมื่อ

ดำเนินงานครบ 4 ขั้นตอนแล้วจึงดำเนินงานในวงจรต่อไปเรื่อย ๆ รวมทั้งหมด 6 วงจร ผลการปฏิบัติดังกล่าวทำให้การจัดกิจกรรมมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน เนื้อหาสาระที่ใช้ในการจัดกิจกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีผลทำให้นักเรียนเกิดการพัฒนาตนเองจนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้แก่ การคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ โดยพิจารณาได้จากการสะท้อนความรู้ ทักษะ คุณลักษณะเหล่านี้ผ่านการแสดงความคิดเห็นจากการอภิปราย ผลงานนักเรียน และการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน ในระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรมแต่ละขั้น ในกิจกรรมขั้นที่ 1 รู้จักฉัน รู้จักเธอ นักเรียนส่วนใหญ่ยังไม่กล้าที่จะแสดงความคิดเห็น เสนอความคิดมากนัก เนื่องจากนักเรียนแต่ละคนมีธรรมชาติที่แตกต่างกัน ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน เมื่อผู้วิจัยเริ่มสร้างบรรยากาศให้มีความเป็นกันเองมากขึ้น หาสิ่งที่นักเรียนสนใจ ถนัด ชื่นชอบร่วมกัน นักเรียนจึงเริ่มกล้าแสดงออก เล่าประสบการณ์การทำงานของตนเอง รวมถึงทำความรู้จักและชื่นชมนักเรียนคนอื่น ในกิจกรรมขั้นที่ 2 ชีวิตบนโลกออนไลน์ นักเรียนได้เริ่มฝึกการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การปรับตัว และการยอมรับในความแตกต่าง โดยให้ความรู้เรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างถูกต้องและรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์ จากนั้นจึงให้นักเรียนวิพากษ์ แสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับข่าวบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ใกล้ตัวและอยู่ในชีวิตประจำวันของนักเรียน ซึ่งนักเรียนทุกคนสามารถวิพากษ์ แสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตามกฎหมาย ไม่ละเมิดสิทธิผู้อื่นทั้งในทางกฎหมายและจิตใจ อีกทั้งนักเรียนบางคนยังสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างสร้างสรรค์ ให้คำแนะนำที่ถูกต้องแก่ผู้อื่นด้วย

ในกิจกรรมขั้นที่ 3 กว่าจะเป็น Influencer นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับพัฒนาให้เกิดทักษะ คุณลักษณะการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร และการยอมรับในความแตกต่าง โดยการให้นักเรียนได้วิเคราะห์ สังเคราะห์ วิพากษ์ ถอดบทเรียนของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ แล้วนำมาปรับประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตนเองต่อไป ซึ่งเมื่อจบกิจกรรมขั้นนี้ผู้วิจัยให้นักเรียนทุกคนสรุปความรู้ที่ตนเองได้รับ ซึ่งนักเรียนทุกคนสามารถสรุปความรู้ บอกแนวทางการนำไปปรับประยุกต์ใช้ในการพัฒนาตนเอง เช่น การพัฒนาทักษะการสื่อสาร เทคนิคการพูดโน้มน้าวให้ผู้อื่นคล้อยตาม วิธีการสร้างมั่นใจ การคิดสร้างสรรค์ ผลิตรายนำเสนอเนื้อหาสาระที่น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อและเป็นประโยชน์ต่อสังคม เป็นต้น

ในกิจกรรมขั้นที่ 4 กิจกรรม Workshop ผู้วิจัยให้นักเรียนจับกลุ่มตามความสมัครใจแล้วร่วมกันผลิตสื่อที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยให้นักเรียนเป็นผู้เสนอแสดงความคิดเห็นและอภิปรายร่วมกันเกี่ยวกับกำหนดส่งผลงาน เนื้อหาที่แต่ละกลุ่มจะนำเสนอ ซึ่งกิจกรรมขั้นนี้ทำให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงด้วยตนเอง นำความรู้ที่ได้รับตั้งแต่กิจกรรมขั้นที่ 1 – 3 มาปรับประยุกต์ใช้ สืบค้นหาความรู้ วิพากษ์ข้อมูลด้วยตนเอง ฝึกการทำงานกลุ่ม เมื่อพบอุปสรรคปัญหา นักเรียนจะสามารถหาแนวทางในการแก้ไขอย่างรอบคอบ รวมถึงการนำสิ่งที่ถอดบทเรียนได้จากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบมาปรับประยุกต์ใช้ในการทำงานด้วย ในกิจกรรมขั้นที่ 5 กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ ผู้วิจัยให้นักเรียนทุกกลุ่มรับชมผลงานของตนเองและกลุ่มอื่น แล้วทำการวิพากษ์ อภิปราย แสดงความคิดเห็นถึงจุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนา เพื่อนำไปปรับประยุกต์ แก้ไขปรับปรุงผลงานต่อไป รวมถึงรับฟังคำแนะนำ ข้อเสนอแนะของนักเรียนคนอื่น ๆ และผู้วิจัย ซึ่งนักเรียนทุกกลุ่มผลิตสื่อในรูปแบบของคลิปวิดีโอความยาวประมาณ 4 – 8 นาที และส่วนใหญ่เลือกที่จะเผยแพร่ในยูทูป (Youtube) เนื่องจากยูทูป (Youtube) เป็นช่องทางที่เหมาะสมกับการอัปโหลดสื่อประเภทคลิปวิดีโอ เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานง่าย อีกทั้งนักเรียนแต่ละกลุ่มมีบัญชีใช้งานเป็นของตนเองอยู่แล้ว ทำให้นักเรียนสามารถผลิตสื่อเนื้อหาที่ต่อยอดผลงานนี้ได้ในอนาคต กิจกรรมนี้จึงทำให้นักเรียนได้สร้างความมั่นใจ ตรวจสอบความถูกต้องก่อนเผยแพร่สื่อลงบนสื่อสังคมออนไลน์ และกิจกรรมสุดท้ายคือ กิจกรรมขั้นที่ 6 ประเมินผลการจัดกิจกรรม ให้นักเรียนทำการระดมสมอง อภิปรายร่วมกันเพื่อสรุปผลและประเมินผลการจัดกิจกรรม ซึ่งผลของการจัดกิจกรรมสะท้อนให้เห็นว่านักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) อยู่ในระดับมาก ทั้งการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ อย่างไรก็ตามในกิจกรรมขั้นที่ 5 กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ และกิจกรรมขั้นที่ 6 ประเมินผลการจัดกิจกรรม พบว่านักเรียนบางคนเริ่มเกิดความรู้สึกเบื่อหน่ายเมื่อผู้วิจัยเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น นักเรียนบางคนไม่มีส่วนร่วมเลย และนักเรียนบางคนไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้เต็มเวลาด้วยเหตุผลส่วนตัว โดยเฉพาะนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมในกิจกรรมขั้นที่ 5 – 6 ได้ เนื่องจากอยู่ในช่วงเวลาที่จะต้องเตรียมตัวสอบเพื่อศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา อาจเป็นผลให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธีรพงศ์ ทับอินทร์ (2558) ที่มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาการใช้วงจรมุ่งมั่นในการ

บริหารงานวิชาการ ของผู้บริหารและครูสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42 และ 2) เปรียบเทียบการใช้วงจรเดมมิ่งในการบริหารงานวิชาการ จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในการทำงาน ประสบการณ์ในการทำงาน วิชยฐานะและขนาดของโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า การใช้วงจรเดมมิ่งในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42 มีภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าวงจรเดมมิ่ง (PDCA) สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ พัฒนาและปฏิบัติกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เพื่อส่งเสริมนักเรียนมีความรู้ ความสามารถ มีคุณลักษณะต่าง ๆ ครบถ้วนตามหลักสูตรมาตรฐานการศึกษา และสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน

จะให้เห็นว่ากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นี้ที่ดำเนินการตามวงจรคุณภาพ (PDCA) อย่างมีระบบและต่อเนื่อง ทำให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้แก่ การคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ มากขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับจนครบถ้วน รวมถึงการนำความต้องการของนักเรียน แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นพื้นฐานในการพัฒนากิจกรรมนี้ขึ้น แต่ทว่านักเรียนจะเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับธรรมชาติ ความแตกต่างของนักเรียน เทคนิค วิธีสอน และสื่อการเรียนรู้ที่ผู้สอนนำมาใช้ในการจัดกิจกรรมด้วย

1.2 ผลการประเมินคุณภาพกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ผลการประเมินคุณภาพกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 ท่านเป็นผู้ประเมินคุณภาพของกิจกรรม พบว่า คุณภาพของกิจกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากแนวคิดพื้นฐานนำมาใช้ในการพัฒนากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีความเหมาะสมและชัดเจน ได้แก่ 1) คุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) 2) สื่อสังคมออนไลน์ 3) กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน 4) แผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา กลยุทธ์ และมาตรฐานการศึกษา โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ 5) ทฤษฎีกระบวนการสังคมประกิต (Socialization Process) จิตวิทยาสื่อประสาท (Neuro-Linguistic-Programming : NLP) ทฤษฎีพัฒนาการเขาวนปัญญาของไวทซ์สกี และทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจท์ และ 6) ประวัติศาสตร์ ความเป็นท้องถิ่นของชุมชน สถานที่สำคัญในเขต

จอมทอง ผึ้งธนบุรี กรุงเทพมหานคร อีกทั้งองค์ประกอบของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้แก่ หลักการ วัตถุประสงค์ กระบวนการจัดกิจกรรม มีความชัดเจน มีความสอดคล้องกัน และมีความต่อเนื่องอย่างเป็นระบบ

นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ในส่วนของการวัดและประเมินผล แผนภาพกระบวนการจัดกิจกรรมให้มีความชัดเจน สอดคล้องกับหลักการ วัตถุประสงค์ของกิจกรรมและสามารถให้ผู้ที้นำไปใช้เกิดความเข้าใจอย่างถูกต้องได้ดียิ่งขึ้น

2. เพื่อประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ดังนี้

2.1 คุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยนักเรียนเป็นผู้ประเมินตนเอง สรุปคะแนนค่าเฉลี่ยทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านการคิดเชิงวิพากษ์ เมื่อนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แล้วนั้น นักเรียนได้ทำการประเมินตนเองโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งนักเรียนประเมินตนเองว่าตนเองนั้นสามารถวิเคราะห์และถอดบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิดของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ นั่นคือ ครูลูกกอล์ฟ Point of View และ FAROSE สามารถเปรียบเทียบความถูกต้องของเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ สามารถเชื่อมโยงประสบการณ์ที่มีกับความรู้ใหม่ได้ และเมื่อผู้อื่นเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น นักเรียนจะใช้เหตุผลมาประกอบเสมอ นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายความคิดรวบยอดของประเด็นต่าง ๆ ได้ในระดับมาก

2) ด้านการตัดสินใจ เมื่อนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แล้วนั้น นักเรียนได้ทำการประเมินตนเองโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งนักเรียนได้ประเมินตนเองว่าตนเองมีการดำเนินงานด้วยความรอบคอบ มีการแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเสมอ และก่อนตัดสินใจทำอะไร นักเรียนจะคำนึงถึงผลของการกระทำเสมอ ยิ่งไปกว่านั้นนักเรียนยังให้ความคิดเห็นว่าตนเองมีความรับผิดชอบต่อสังคม และก่อนตัดสินใจทำอะไร นักเรียนจะคิดวิเคราะห์ถึงผลดีและผลเสียเสมอ

3) ด้านการสื่อสาร เมื่อนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แล้วนั้น นักเรียนได้ทำการประเมินตนเองโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งนักเรียนได้ประเมินตนเองว่าตนเองสามารถพูด อ่าน เขียนได้อย่างคล่องแคล่ว มีบุคลิกภาพที่ดี มีความมั่นใจในการสื่อสาร และสามารถใช้ภาษาอย่างเหมาะสมกับผู้ฟัง ยิ่งไปกว่านั้นนักเรียนได้ทำการประเมินตนเองว่าเมื่ออยู่ในสถานการณ์ต่าง ๆ จะมีมารยาทในการพูดเสมอ

4) ด้านการยอมรับในความแตกต่าง เมื่อนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แล้วนั้นนักเรียนได้ทำการประเมินตนเองโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งนักเรียนประเมินตนเองว่าตนเองมีความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างในสังคม ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น นำข้อเสนอแนะของผู้อื่นไปปรับปรุงผลงานของตนเองอยู่เสมอ สามารถปรับตัวและอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข และเคารพการตัดสินใจของผู้อื่น

5) ด้านใฝ่เรียนรู้ เมื่อนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แล้วนั้น นักเรียนได้ทำการประเมินตนเองโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งนักเรียนประเมินตนเองว่ายินดีที่จะเผยแพร่ความรู้ของตนเองให้แก่ผู้อื่น อีกทั้งจะนำความสนใจ ความถนัดของตนเองมาต่อยอดและสร้างสรรค์เป็นผลงานด้วย นอกจากนี้นักเรียนยังสามารถสืบค้นข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากแหล่งที่เรียนรู้ที่หลากหลาย มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงได้ในระดับมาก

2.2 คุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หลังเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินนักเรียน สรุปคะแนนค่าเฉลี่ยทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านการคิดเชิงวิพากษ์ เมื่อนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการประเมินนักเรียนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด กล่าวคือนักเรียนสามารถอธิบายความคิดรวบยอดของประเด็นต่าง ๆ ได้ สามารถเปรียบเทียบความถูกต้องของเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ก่อนจะนำเสนอเนื้อหาเพื่อเผยแพร่สู่สื่อสังคมออนไลน์ และสามารถชี้เหตุผล

มาประกอบแนวคิดของตนเองได้ ทว่านักเรียนยังวิเคราะห์และถอดบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิดของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาตนเอง และเชื่อมโยงประสบการณ์ที่มีกับความรู้ใหม่ได้อยู่ในระดับมากเท่านั้น

2) ด้านการตัดสินใจ เมื่อนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการประเมินนักเรียนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด กล่าวคือนักเรียนส่วนใหญ่เป็นผู้มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีการแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเสมอ และก่อนตัดสินใจที่จะนำเสนอเนื้อหาเพื่อเผยแพร่สู่สื่อสังคมออนไลน์ นักเรียนจะคำนึงถึงผลของการกระทำเสมอ แต่มีนักเรียนบางคนอาจยังขาดความรอบคอบ ไม่ทันคิดวิเคราะห์ถึงผลดีและผลเสียได้ดีมากนัก สังเกตได้จากเมื่อผู้วิจัยให้ลงมือปฏิบัติจริง นักเรียนเหล่านี้จะขาดความกระตือรือร้นที่จะแสวงหาข้อมูลมาประกอบในการผลิตสื่อ ขาดความเอาใจใส่ ไม่ขอคำปรึกษาหรือคำแนะนำจากผู้อื่น ทำให้ผลงานของนักเรียนเหล่านี้ยังพบความไม่ถูกต้องของเนื้อหา ความผิดพลาดทางเทคนิคอยู่เล็กน้อย

3) ด้านการสื่อสาร เมื่อนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการประเมินนักเรียนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด กล่าวคือผู้วิจัยมีความเห็นว่านักเรียนสามารถ พูด อ่าน เขียนได้อย่างคล่องแคล่ว และมีมารยาทในการพูด อีกทั้งนักเรียนยังมีบุคลิกภาพที่ดี มีความมั่นใจในการสื่อสาร และสามารถใช้ภาษาอย่างเหมาะสมกับผู้ฟังอยู่ในระดับมาก ทำให้นักเรียนสามารถนำเสนอเนื้อหาได้อย่างเข้าใจง่าย มีลำดับขั้นตอนในการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ ใช้น้ำเสียงที่น่าฟัง สามารถโน้มน้าวให้ผู้อื่นคล้อยตามและเชื่อถือตามคำบอกเล่าของนักเรียนได้

4) การยอมรับในความแตกต่าง เมื่อนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการประเมินนักเรียนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด กล่าวคือนักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างในสังคม ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น นำข้อเสนอแนะของผู้อื่นไปปรับปรุงผลงานของตนเอง สามารถปรับตัวและอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข และเคารพการตัดสินใจของผู้อื่นเป็นผลให้นักเรียนสามารถผลิตสื่อ นำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างสรรค์สังคม ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการขับเคลื่อนสังคมให้ดีขึ้นได้

5) ด้านใฝ่เรียนรู้ เมื่อนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) แล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำ

การประเมินนักเรียนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก กล่าวคือนักเรียนส่วนใหญ่มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ สามารถนำความสนใจ ความถนัดของตนเองมาต่อยอดและสร้างสรรค์เป็นผลงานได้ ซึ่งเป็นการดึงดูด โน้มน้าวให้ผู้อื่นที่มีความสนใจ ความถนัดที่คล้ายคลึงกับนักเรียนรวมเป็นกลุ่มผู้ติดตาม สร้างเป็นเครือข่ายในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นผลให้นักเรียนสามารถพัฒนาตนเองเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ในอนาคตได้ นอกจากนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่านักเรียนส่วนใหญ่สามารถสืบค้นข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากแหล่งที่เรียนรู้ที่หลากหลาย ยินดีที่จะเผยแพร่ความรู้ของตนเองให้แก่ผู้อื่น และสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วง

นอกจากการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนแล้ว ผู้วิจัยยังได้ทำการสัมภาษณ์นักเรียนแบบไม่เป็นทางการเพิ่มเติมด้วย เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่แน่ชัด ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ทำให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ทั้งด้านการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ ตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ ในขณะเดียวกันผู้วิจัยพบว่านักเรียนส่วนใหญ่ขาดความมั่นใจ มีความคิดเห็นของตนเองยังมีข้อบกพร่องหลายประการ รวมถึงบางคนเริ่มเกิดความรู้สึกว่าตนเองหมดไฟ ขาดแรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง ถือได้ว่าเป็นอุปสรรคและปัญหาในการพัฒนาตนเองให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน ซึ่งนักเรียนเหล่านี้ได้ให้เหตุผลว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้นักเรียนต้องใช้ชีวิตประจำวันในรูปแบบออนไลน์ ขาดการกระตือรือร้น แรงกระตุ้น แรงจูงใจ ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ รวมถึงอาจส่งผลต่อปัญหาสุขภาพกายและจิตใจด้วย นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมจึงให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า อยากให้จัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต่อไป ขยายเป็นเครือข่ายและจัดกิจกรรมในรูปแบบออนไซต์ (Onsite) สะท้อนให้ว่านักเรียนส่วนใหญ่เห็นว่าตนเองมีการพัฒนาจนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้จริง นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบข้อสังเกตอีกประการ คือ ในช่วงกิจกรรมขั้นที่ 5 – 6 นักเรียนบางคนไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ โดยเฉพาะนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เนื่องจากช่วงเวลาที่จัดกิจกรรมขั้นที่ 5 – 6 นั้น เป็นช่วงเวลาที่นักเรียนกำลังเตรียมตัวสอบเพื่อเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา อาจเป็นผลให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อ

สื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) อยู่ในระดับปานกลาง ฉะนั้นจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ให้เป็นรูปแบบออนไลน์ (Onsite) เน้นสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างนักเรียนและครูผู้สอน ให้นักเรียนมีส่วนร่วมมากขึ้น เพื่อสร้างแรงจูงใจ เสริมแรงให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้และจัดกิจกรรมขึ้นในช่วงเวลาที่เหมาะสม

จากผลประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายข้างต้น จะเห็นได้ว่าจุดมุ่งหมายสำคัญของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) คือ การพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ การคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ เนื่องจากบริบทการจัดการเรียนรู้วิชาสังคมศึกษาของสังคมไทยมีตัวชี้วัดเข้ามาผูกติดกับรายวิชา จนทำให้ครูขาดความยืดหยุ่นในการออกแบบเนื้อหา เทคนิควิธีการสอนที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ให้นักเรียน กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นี้จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ครูสามารถส่งเสริม พัฒนานักเรียนได้อย่างเต็มศักยภาพยิ่งขึ้น เน้นให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ตามความถนัดและความสนใจของนักเรียน ส่งผลให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง และใฝ่เรียนรู้ ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญเพื่อการเตรียมความเป็นพลเมืองที่มีจิตสำนึกความเป็นพลโลกต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นี้เป็นกิจกรรมที่เน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เกิดคุณลักษณะ ทักษะต่าง ๆ และสามารถนำสิ่งที่ได้รับจากกิจกรรมนี้ไปประยุกต์ในชีวิตประจำวันได้ ดังนั้นการดำเนินการทำกิจกรรมนักเรียนจะต้องเข้าร่วมครบทุกชั้นกิจกรรม และต้องใช้เวลาในการทำกิจกรรมพอสมควร เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ แต่เนื่องจากเป็นกิจกรรมนอกเวลาเรียน

และไม่ได้ผูกติดกับรายวิชาสังคมศึกษา ฉะนั้นครูผู้สอนสามารถยืดหยุ่น จัดสรรเวลาให้เหมาะสมกับนักเรียน

1.2 กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นี้ เป็นกิจกรรมที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นจากความต้องการ ความสนใจของนักเรียนเป็นหลัก ฉะนั้นหากครูผู้สอนจะนำกิจกรรมนี้ได้พัฒนาหรือต่อยอดกับนักเรียนกลุ่มอื่น จะต้องมีการสำรวจความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนก่อนจึงค่อยทำการออกแบบและพัฒนากิจกรรมให้เหมาะสมกับนักเรียนกลุ่มนั้น ๆ

1.3 ผู้นำไปใช้จะต้องทำการนิยามความหมายของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่ถูกต้องและชัดเจน เพื่อให้นักเรียนเกิดความเข้าใจตรงกัน

1.4 ในการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ในแต่ละชั้นผู้นำไปใช้สามารถเลือกใช้วิธีสอน เทคนิคการสอน และสื่อการเรียนรู้ได้อย่างหลากหลาย ตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับขั้นของกิจกรรม เนื้อหา ระยะเวลา และความต้องการของนักเรียน

1.5 ผู้นำไปใช้ควรสร้างบรรยากาศในการทำกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ โดยการเปิดโอกาสให้นักเรียนได้แสดงความคิดเห็นและอภิปรายร่วมกัน ให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง เพื่อช่วยให้นักเรียนเกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน สร้างพื้นที่ปลอดภัย กล้าแสดงออกในทางที่ดี สร้างความมั่นใจ เห็นคุณค่าในตนเองและผู้อื่น

1.6 ผู้นำไปใช้ควรส่งเสริมให้นักเรียนนำความรู้ ทักษะ คุณลักษณะต่าง ๆ ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

1.7 ผู้นำไปใช้ควรออกแบบและพัฒนากิจกรรมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาให้นักเรียนให้เกิดความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ส่งเสริมให้นักเรียนนำสิ่งที่ได้รับจากกิจกรรมไปพัฒนาตนเองให้สามารถผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและได้รับความนิยมนจนสามารถเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ในอนาคตต่อไปได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการตรวจสอบผลของการวิจัยซ้ำ โดยการพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) กับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นเพื่อยืนยันผลการพัฒนากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และผลการประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียน เพื่อให้การพัฒนาที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาผลการพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ด้วยคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) อื่นนอกเหนือจากที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ได้ เช่น ความฉลาดทางอารมณ์ การประกอบการ ความฉลาดรู้ทางการเงิน ความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

2.3 ควรมีการศึกษผลการพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ถอดบทเรียนผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบคนอื่นตามความเหมาะสม

2.4 ควรมีการพัฒนากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยการบูรณาการข้ามศาสตร์ สาขาวิชาอื่น ๆ เพื่อศึกษาความแตกต่างของผลที่เกิดขึ้นกับผู้เรียนและนำผลไปประยุกต์ใช้กับผู้เรียนในสาขาวิชาอื่น ๆ

บรรณานุกรม

BBC News ไทย. (2562). อินฟลูเอนเซอร์ : ผลกระทบทางจิตใจที่มาพร้อมกับยอดไลก์และยอดวิว.

สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/international-47032629>

Eric Dahan. (2016). *How Influencer Marketing Moves Beyond Raising Awareness*.

Retrieved from <https://www.entrepreneur.com/article/269671>

LifeEnricher. (2564). NLP คืออะไร? และเหมาะสำหรับใคร. สืบค้นจาก

<https://thelifeenricher.com/life-enricher-x-nlp-practitioner-triple-certification-program/>

MindSpring. (2564). NLP คืออะไร? สืบค้นจาก <https://www.mindspringconsulting.com/nlp-neuro-linguistic-program/>

nuttaputch.com. (2561). ประเภทของ INFLUENCER (ตอนที่ 2). สืบค้นจาก

<https://www.nuttaputch.com/influencer-role-category/>

Pea Tanachote. (2563). *Influencer Marketing คืออะไร? รวมถึงที่คุณต้องรู้สำหรับการทำ Influencer Marketing ในปี 2021*. สืบค้นจาก

<https://thegrowthmaster.com/blog/influencermarketing2021>

Pea Tanachote. (2564). 5 เหตุผลที่นักการตลาดอย่างคุณ ต้องเริ่มสนใจแพลตฟอร์มสุดฮิต ที่ชื่อว่า "TikTok". สืบค้นจาก <https://thegrowthmaster.com/blog/tiktok-for-marketer>

Thai Hypnosis. (2564). 7 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จแบบ NLP (NLP Seven Steps to Success).

สืบค้นจาก <https://thaihypnosis.com/Content/page/7-ขั้นตอนสู่ความสำเร็จแบบ-NLP--NLP-Seven-Steps-to-Success>

ThaiBusinessSearch. (2564). *Key Opinion Leader (KOL) คืออะไร? ทำการตลาดได้อย่างไร?*

สืบค้นจาก <https://www.thaibusinesssearch.com/marketing/key-opinion-leader/>

THE STANDARD TEAM. (2562). วิว *Point of view* สาวน้อยนักเล่าเรื่อง. สืบค้นจาก

<https://thestandard.co/thestandarddaily28052562/>

Tuemaster. (2563). ผู้มีอิทธิพลบนโซเชียล *Influencer* (อินฟลูเอนเซอร์) คืออะไร? สืบค้นจาก

<https://tuemaster.com/blog/ผู้มีอิทธิพลบนโซเชียล>

กวรรณ สืบสม, นพรัตน์ หมีพลัด, และ ประกอบ ใจมั่น. (2561). การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้

โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา
ตอนต้นในจังหวัดนครศรีธรรมราช. สืบค้นจาก

<https://dric.nrct.go.th/Search/ShowFulltext/2/309491>

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

กฤษฎมล ตั้งมะโนมานะ, พรพรรณราย เดชเรือง, และ จิตพนธ์ ชุมเกตุ. (2563). กระบวนการสร้าง
แรงจูงใจของ *Influencer* ประเภทการท่องเที่ยวบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการ
เดินทางท่องเที่ยวของผู้บริโภค [เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ]. เชียงใหม่: คณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

กัญญารินทร์ วัฒนเรือนันท์. (2558). อิทธิพลของ *Beauty Influencers* ที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อ
เครื่องสำอางของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงานตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี. สืบค้นจาก

http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5707011614_4784_3274.pdf

กานติมา ฤทธิวีระเดช. (2560). กลยุทธ์ผู้ทรงอิทธิพลไมโครอินฟลูเอนเซอร์ (*Micro Influencers*) ที่
ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางออนไลน์ผ่านสื่อออนไลน์ของเพศหญิงใน
กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.
สืบค้นจาก

http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/3968/1/Kantima_ritv.pdf

จิระเดช โอภาสพันธ์วงศ์. (2561). ฟังชีวิต *YouTuber* จาก *YouTuber* ที่เล่าเรื่องน่าเบื่อให้สนุกจนคน
ตามครึ่งล้าน *Point of View*. สืบค้นจาก <https://readthecloud.co/point-of-view/>

จิรภัทร บุญยะกาญจน, และ ธนวรรณ พงษ์นิมิต. (2562). *Media Literacy* รู้เท่าทันความรวดเร็วลิ้น
ไหลของโลกออนไลน์ ผ่าน *Passion Monday by daypoets society*. สืบค้นจาก

<https://themomentum.co/media-literacy-and-big-data/>

ชูชัย สมितिไกร. (2564). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เชิญพร คงมา. (2563). ลูกกอล์ฟ คณาธิป ครูผู้นิยามตัวเป็นนักเรียนของโลกใบนี้ที่มีพลาด มีเรื่องที่ไม่
รู้. สืบค้นจาก <https://readthecloud.co/loukgolf-kanatip-soonthornrak/>

ณัฐฐา อุ่มมานะชัยจิต. (2556, กรกฎาคม-กันยายน). ผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์กับพลังการบอก
ต่อ. วารสารนักบริหาร, 33(3), 47-51. สืบค้นจาก

- https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/july_sep_13/pdf/aw07.pdf
 ณัฐกาญจน์ กอมณี. (2559). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมี
 วิจารณญาณของนิสิตชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญา
 มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก
http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Dev_Psy/Natthakan_K.pdf
- ตฤภัทร โลหะพงศธร. (2562). ฟาโรส: โกลบ้านแต่โกล้เราทุกคน เปิดโลกในมุมต่างผ่านผู้คนและการ
 ไปเยี่ยมเพื่อนในต่างแดน. สืบค้นจาก <https://adaybulletin.com/talk-guest-world-citizen-farose/44773>
- ธีรพงศ์ ทับอินทร์. (2558, เมษายน-ธันวาคม). การใช้วงจรเดมมิง (PDCA) ในการบริหารงานวิชาการ
 ของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42. วารสาร
 ชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 9(2), 68-78. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NRRU/article/view/93333/73113>
- นันท์ โฆษิตสกุล. (2551). การใช้นักคนที่มีชื่อเสียง (Celebrity) เป็นผู้นำเสนอสินค้า (Presenter)
 และทูตตราสินค้า (Brand Ambassador) ในงานโฆษณา. (สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต).
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- นิตยา วงษ์กันยา. (2552). การศึกษาปัญหาและความต้องการในการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนของ
 ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนโรงเรียนในสังกัดเทศบาลนครสมุทรปราการ. (สารนิพนธ์
 ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก
http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Gui_Cou_Psy/Nittaya_W.pdf
- ปิยวรรณ พันธุ์มงคล. (2552, พฤศจิกายน 2552 - กุมภาพันธ์ 2553). บทบาทของบริบททางสังคม
 และวัฒนธรรมต่อการเรียนรู้ของเด็กตามแนวคิดของ Vygotsky. วารสารครุศาสตร์, 38(2),
 79-87. สืบค้นจาก
http://lib.edu.chula.ac.th/FILEROOM/CU_FORMJOURNAL/DRAWER001/GENERAL/DATA0015/00015151.PDF
- พยอม ศรีสมัย. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดวิจารณ์ ความคิดสร้างสรรค์และ
 ความสามารถในการใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการแก้ปัญหาของนักเรียนชั้น
 มัธยมศึกษาปีที่ 3. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์,
 ปัตตานี. สืบค้นจาก <https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2010/6710>
- พรอณี ชูทัย เจนจิต. (2528). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์การพิมพ์.

- พันธวัฒน์ เศรษฐวิไล. (2564). 'ฟาโรส' จากเด็กราชบุรีที่ฝันอยากไปเมืองนอก สู่การเป็นดีไวเตอร์และยูทูเบอร์ 'ไกลบ้าน'. สืบค้นจาก <https://readthecloud.co/farose-nat-klinmalee/>
- แพง ชินพงศ์. (2562). อิทธิพลของ *Social media* ที่คนไทยต้องรู้. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/qol/detail/9620000036480>
- ภัทรนาฏ จันทรัตน์. (2562). อิทธิพลของผู้นำทางความคิดกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (*Facial Skincare*) ของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-6/sec3/6014154091.pdf>
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน *Social Media*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- รัฐญา มหาสมุทร, และ วรัชญ์ ครุจิต. (2559, มกราคม-เมษายน). กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในโลกออนไลน์ที่มีผลต่อทัศนคติของกลุ่มผู้ติดตาม. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า, 2(1), 81-106. สืบค้นจาก <http://gscm.nida.ac.th/public-action/Journal/Vol.1-59/5.pdf>
- โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์. (2564). โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์. สืบค้นจาก <https://www.mws.ac.th/mainmws/>
- ลลิตา พวงมหา. (2563, กันยายน-ธันวาคม). การใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เชิงอิทธิพลเพื่อสื่อสารแบรนด์ ในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ. วารสารนิเทศศาสตร์, 38(3), 17-28. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcomm/article/download/240841/166169/>
- วราพร ดำจับ. (2562, กรกฎาคม-ธันวาคม). สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 7(2), 143-159. สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalartsjournal/article/download/232338/158697/>
- วัลย์วัลล์ พุ่มพืงพุทธ. (2554). การพัฒนาคู่มือการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนตามหลักสูตรขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยรังสิต. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก http://ir.swu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/774/1/Walaiwan_P.pdf
- วิชัย ดิสสระ. (2535). การพัฒนาหลักสูตรและการสอน. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วิโรจน์ ชัยมูล, และ สุพรรณษา ยวงทอง. (2558). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. (2545). จิตวิทยาสังคม ทฤษฎีและปฏิบัติการ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุวีริยา

สาส์น.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค (*Consumer Behavior*). กรุงเทพฯ: ไดมอนด์อิน
บิซิเนสเวิร์ด.

สมชาย รัตนทองคำ. (2556). จิตวิทยาการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ [เอกสารประกอบการสอน].

สมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย. (2562). ผลกระทบจากสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อสุขภาพจิตของ
เยาวชน ทั้งแง่บวกและแง่ลบ. สืบค้นจาก <http://childsthainews.com/984>

สโรจ เลาสิริ. (2561). จ้างและรับจ้างรีวิวอย่างไรให้โปร่งใส ไม่โดนดราม่า กฎเหล็กที่ *Influencer*
และแบรนด์ต่าง ๆ ควรรู้. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/marketing-decoder-influencer/>

สาวิตรี สุทธิชานนท์. (2561). ครูลูกกอล์ฟ ผู้สอนทุกอย่างตั้งแต่ภาษาอังกฤษถึงวิถีคิด ช่วยเด็กไทย
พัฒนาจิตใจไปถึงทัศนคติ. สืบค้นจาก
<https://thestandard.co/podcast/weneedtotalk42/>

สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2546). จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สุพัทธรา ชุ่มเจริญ. (2545). การจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ประสานมิตร.

สมาธิการ. (2557). เยาวชนไทย กับ สื่อออนไลน์ รู้เท่าทัน ก่อนสายเกินไป. สืบค้นจาก
http://www.gamblingstudy-th.org/news_details/253/28/เยาวชนไทย-กับ-สื่อออนไลน์-รู้เท่าทัน-ก่อนสายเกินไป/

อัจฉรา จุ้ยเจริญ. (2557). *NLP* คืออย่างไร. สืบค้นจาก
<https://www.posttoday.com/aec/news/291043>

อาทิตยา อย่างอื่น. (2564). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบผู้ทรงอิทธิพลระดับจุลภาคและความ
ภาคีในตราสินค้ารองเท้าวิ่ง. (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล,
นครปฐม. สืบค้นจาก

<https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4004/1/TP%20MS.026%202564.pdf>

อิทธิพัทธ์ สุวทันพรกุล. (2555). การวิจัยทางการศึกษาเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน [เอกสาร
ประกอบการสอน]. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการวัดผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.



รายการภาคผนวก

ภาคผนวก ก	รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ
ภาคผนวก ข	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> 1. กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) 2. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) 3. แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)
ภาคผนวก ค	ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพล
ทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดลฤดี สุวรรณคีรี สาขาวิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์จินณวัตร เลิศประดิษฐ์ สาขาวิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. นายวุฒินันท์ เรืองเอี่ยม ครูแนะแนว ฝ่ายสนับสนุนการสอน
โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของ
 นักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดใน
 สื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) และแบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทาง
 ความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. อาจารย์จิณณวัตร เลิศประดิษฐ์ | สาขาวิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ |
| | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. นางสาวจินดา ผาดศรี | ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา |
| | และวัฒนธรรม โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ |
| 3. นางสาวจารุวรรณ ยิ่งยงค์ | ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา |
| | และวัฒนธรรม โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ |



ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)
2. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)
3. แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

คู่มือกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

คู่มือกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เป็นเอกสารที่อธิบายรายละเอียดกระบวนการจัดกิจกรรม เพื่อให้ผู้สอนหรือผู้ที่นำไปใช้มีความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบของกระบวนการจัดกิจกรรม การเตรียมการเพื่อ นำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

คู่มือกิจกรรมประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

1. แนวคิดพื้นฐานที่นำมาใช้ในการพัฒนากิจกรรม
2. หลักการของกิจกรรม
3. วัตถุประสงค์ของกิจกรรม
4. ชั้นของกิจกรรม
5. บทบาทครูและบทบาทของนักเรียน
6. การวัดและประเมินผลกิจกรรม
7. แนวทางในการนำไปใช้
8. เงื่อนไขในการจัดกิจกรรม

1. แนวคิดพื้นฐานที่นำมาใช้ในการพัฒนากิจกรรม

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) “ปลูกปั้นเยาวชน พัฒนาตนตามวิถี Influencer” เป็นกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ที่ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีบทบาทและอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของคนในสังคมอย่างมาก เนื่องจากบริบทการจัดการเรียนรู้วิชาสังคมศึกษาของสังคมไทยมีตัวชี้วัดเข้ามาผูกติดกับรายวิชา จนทำให้ครูขาดความยืดหยุ่นในการออกแบบเนื้อหาที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน กิจกรรมพัฒนาผู้เรียนจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ครูสามารถส่งเสริม พัฒนานักเรียนได้อย่างเต็มศักยภาพยิ่งขึ้น และยังเป็นการจัดกิจกรรมที่นักเรียนสามารถมีส่วนร่วมได้อย่างเต็มที่ ตามความถนัดและความสนใจของนักเรียนเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เกิดคุณลักษณะและทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ซึ่งครูสามารถวิเคราะห์และสังเคราะห์ได้จากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ ได้แก่ การคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การยอมรับในความแตกต่าง การใฝ่เรียนรู้ และเพื่อให้ผู้เรียนสามารถดำรงชีวิตในโลกของความเป็นจริงและโลกออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมในฐานะของพลเมืองโลก

การจัดกิจกรรมนี้สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีการเรียนรู้และสังคมวิทยา ได้แก่

- 1) คุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยทำการศึกษาความหมาย ประเภท คุณลักษณะสำคัญและบุคลิกภาพของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ จากเอกสาร บทความ งานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ และบทสัมภาษณ์ ผลงานของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)
- 2) สื่อสังคมออนไลน์ โดยทำการศึกษาความหมาย ลักษณะ สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน และผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ จากเอกสาร บทความ และงานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ
- 3) กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน โดยทำการศึกษาความหมาย เป้าหมาย ลักษณะ หลักการ แนวทางและขอบข่าย บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการประเมินกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน จากเอกสาร บทความ และงานวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ
- 4) แผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา กลยุทธ์ และมาตรฐานการศึกษา โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ จากเอกสารของสถานศึกษา
- 5) ทฤษฎีกระบวนการสังคมประกิต (Socialization Process) จิตวิทยาสื่อประสาท (Neuro-Linguistic-Programming : NLP) ทฤษฎีพัฒนาการเขาวนปัญญาของไวทือตส์กี และทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเพียเจท์ จากเอกสาร และบทความของนักวิชาการต่าง ๆ
- 6) ประวัติศาสตร์ ความเป็นท้องถิ่นของชุมชน สถานที่สำคัญในเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี

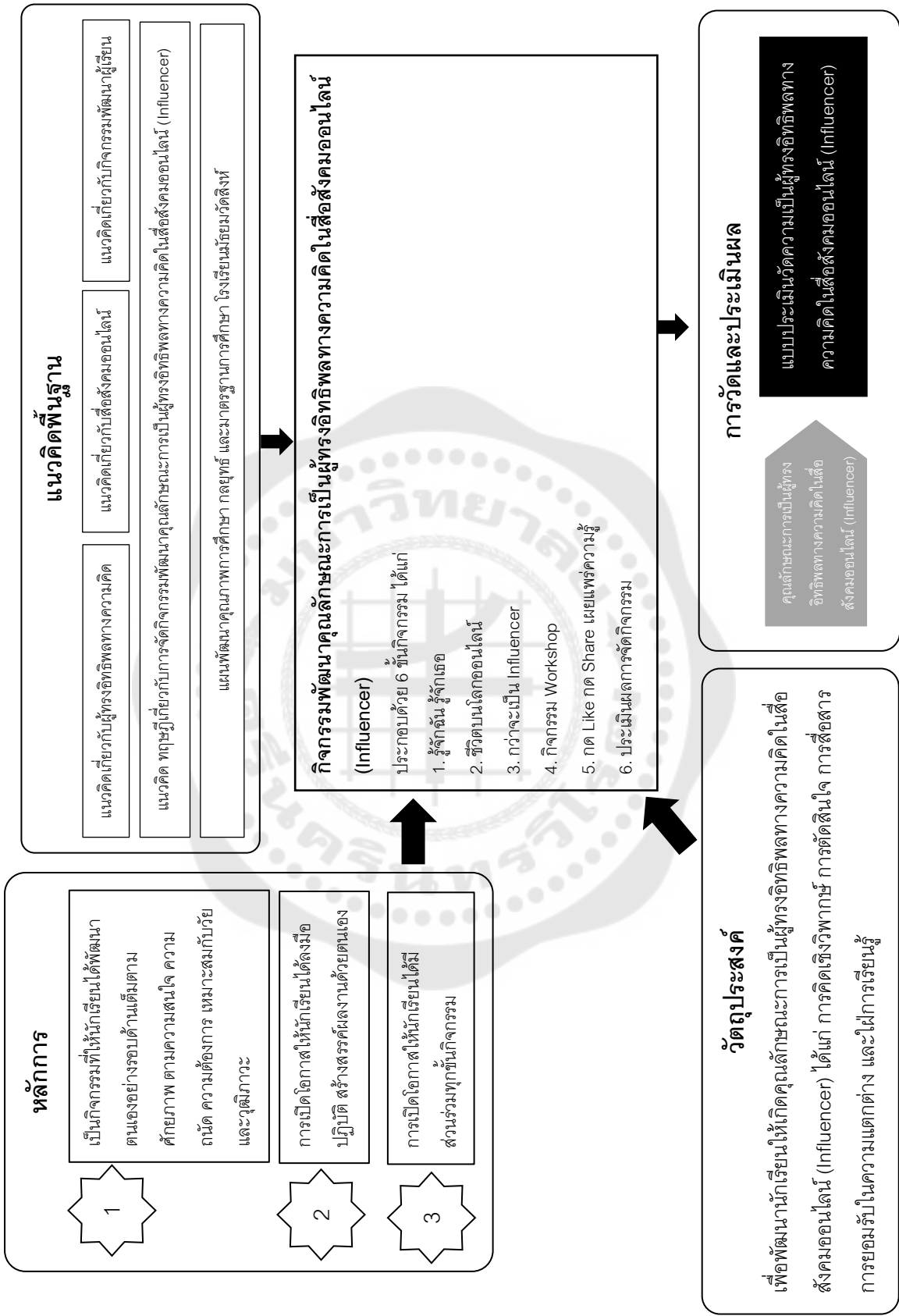
กรุงเทพมหานคร จากเอกสาร และบทความของนักวิชาการต่าง ๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า กิจกรรมนี้ ถูกพัฒนาขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎีดังกล่าว คือ การให้นักเรียนศึกษา เรียนรู้ วิเคราะห์ ถอดบทเรียน จากผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดแล้วยึดถือเป็นต้นแบบในการนำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ เสริมแรงให้ เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เพื่อพัฒนาให้นักเรียนเกิดคุณลักษณะ ทักษะ ความสามารถ และ พฤติกรรมตามต้นแบบ คือ ผู้ที่ประสบความสำเร็จหรือผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคม ออนไลน์ (Influencer) เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง และสอดคล้องกับ แผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา กลยุทธ์ และมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษา

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนกิจกรรม ได้แก่ 1) รู้จักฉัน รู้จักเธอ 2) ชีวิตบนโลกออนไลน์ 3) กว่าที่จะเป็น Influencer 4) กิจกรรม Workshop 5) กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ 6) ประเมินผลการจัดกิจกรรม



**ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังและวัตถุประสงค์ของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะ
การเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)**





2. หลักการของกิจกรรม

หลักการของการพัฒนากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีดังต่อไปนี้

1. เป็นกิจกรรมที่ให้นักเรียนได้พัฒนาตนเองอย่างรอบด้านเต็มตามศักยภาพ ตามความสนใจ ความถนัด ความต้องการ เหมาะสมกับวัยและวุฒิภาวะ
2. การเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติ สร้างสรรค์ผลงานด้วยตนเอง
3. การเปิดโอกาสให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมทุกชั้นกิจกรรม

3. วัตถุประสงค์ของกิจกรรม

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

4. ชั้นของกิจกรรม

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ประกอบไปด้วย 6 ชั้นกิจกรรม ในแต่ละชั้นของกิจกรรมจะมีการดำเนินงานตามวงจรคุณภาพ (PDCA) 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ชั้นวางแผน (Plan) 2) ชั้นปฏิบัติ (Do) 3) ชั้นตรวจสอบ (Check) 4) ชั้นการดำเนินงานให้เหมาะสม (Act) เมื่อดำเนินงานครบ 4 ขั้นตอนแล้วจึงดำเนินงานในวงจรต่อไปเรื่อย ๆ รวมทั้งหมด 6 วงจร เพื่อเป็นการพัฒนา ปรับปรุงวิธีการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) รู้จักฉัน รู้จักเธอ ให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมได้แลกเปลี่ยนความชื่นชอบ ความรู้ ประเด็นต่าง ๆ ที่ตนเองถนัดและสนใจร่วมกัน เพื่อเป็นการละลายพฤติกรรม สร้างความคุ้นเคย เห็นคุณค่าของตนเองและผู้อื่น อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะการสื่อสาร ความฉลาดทางอารมณ์อีกด้วย

2) ชีวิตบนโลกออนไลน์ ให้นักเรียนได้ศึกษาเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ กติกา ข้อควรระวัง แนวทางในการสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบ ต่อสังคม โดยมีวิทยากรมาจัดการอบรม บรรยาย และจำลองสถานการณ์เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ เพื่อเป็นการพัฒนาคุณลักษณะ ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร การปรับตัว และการยอมรับในความแตกต่าง

3) กว่าจะเป็น Influencer ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ถอดบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิด กระบวนการ วิธีการ กลยุทธ์ รวมถึงคุณลักษณะและทักษะสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบที่จะนำมาพัฒนานักเรียน โดยใช้สื่อวีดิทัศน์และเชิญวิทยากรที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาตนเอง มาอบรม บรรยายให้แก่ นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะ ทักษะ การคิดเชิงวิพากษ์ การตัดสินใจ การสื่อสาร และการยอมรับในความแตกต่าง

4) กิจกรรม Workshop ให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง สร้างสรรค์ผลงาน นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์และชุมชนโดยรอบเขตจอมทอง ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในรูปแบบที่เหมาะสมกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ตนเองสนใจ เช่น คลิปวิดีโอ บทความ รูปภาพ เป็นต้น โดยนำความรู้ ความสามารถ คุณลักษณะและทักษะที่เกิดขึ้นหลังจากได้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 1 – 3 มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลงานตามความถนัดและความสนใจของตนเอง เพื่อเป็นการพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่วิเคราะห์ สังเคราะห์ ถอดบทเรียนได้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่ผู้วิจัยนำมาเป็นต้นแบบให้นักเรียนได้ศึกษาเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริง

การให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงนั้น ถือว่าเป็นการวัดและประเมินผลว่านักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มากน้อยเพียงใด ซึ่งการให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงเป็นการจัดกิจกรรมที่นักเรียนเกิดการเรียนรู้มากที่สุด ความรู้ อยู่คงทน และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง

5) กด Like กด Share เผยแพร่ความรู้ ให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม รับชมผลงานของสมาชิกทุกคนแล้วอภิปรายร่วมกันถึงจุดเด่น จุดที่ควรพัฒนาก่อนที่จะนำไปเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Youtube Tiktok Twitter เป็นต้น เพื่อเป็นการตรวจสอบ สร้างความมั่นใจ ป้องกันไม่ให้เกิดผลเสียและสามารถสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม

6) ประเมินผลการจัดกิจกรรม ให้นักเรียนทำการระดมสมอง อภิปรายร่วมกันเพื่อสรุปผลและประเมินผลการจัดกิจกรรม โดยผลของการจัดกิจกรรมจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่านักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มากน้อยเพียงใด สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ อีกทั้งมีความต้องการที่จะต่อยอดความรู้ที่ได้รับจากกิจกรรมนี้ไปพัฒนาตนเองต่อไป

5. บทบาทครูและบทบาทของนักเรียน

หัวข้อกิจกรรม	บทบาทครูผู้สอน	บทบาทผู้เรียน
1. รู้จักฉัน รู้จักเธอ	ครูให้นักเรียนพูดคุย แลกเปลี่ยนความชื่นชอบ ความรู้ หรือประเด็นต่าง ๆ ที่ตนเองถนัดและสนใจร่วมกัน เช่น ประวัติศาสตร์ วรรณคดีไทย การตัดต่อวิดีโอ การออกแบบกราฟิก เป็นต้น	นักเรียนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม ร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนกับสมาชิกทุกคน
2. ซีวีต บน โลกออนไลน์	ครูเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในด้านของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องมาบรรยาย อบรม และให้นักเรียนได้ลงมือแก้ปัญหาและหาแนวทางป้องกัน เมื่อเกิดปัญหาจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างไม่ถูกต้อง ด้วยวิธีการจำลองสถานการณ์	นักเรียนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม นำความรู้ที่ได้รับจากการฟังบรรยายมาปรับประยุกต์ใช้ในการลงมือแก้ปัญหาและหาแนวทางป้องกันจากจำลองสถานการณ์
3. กว่าจะ เป็น Influencer	ครูทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ถอดบทเรียนของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ โดยให้นักเรียนชมสื่อวิดีโอ และบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับแนวคิด กระบวนการ วิธีการ กลยุทธ์ รวมถึงคุณลักษณะและทักษะสำคัญของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบ	นักเรียนชมสื่อวิดีโอและฟังบรรยายจากครู แล้วนำความรู้ที่ได้รับ มาสังเคราะห์และปรับประยุกต์ใช้ในการทำกิจกรรมต่อไป

หัวข้อกิจกรรม	บทบาทครูผู้สอน	บทบาทผู้เรียน
4. กิจกรร ม Workshop	ครูให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง โดยการสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อทำ การเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ ตามความถนัดและความสนใจ โดย มีครูคอยให้คำแนะนำ	นักเรียนลงมือปฏิบัติจริง ผลิต สร้ างสรรค์ผลงานด้วยตนเอง เพื่อ เผยแพร่ผลงานในสื่อสังคมออนไลน์ ตามความถนัดและความสนใจ เช่น Youtube Tiktok เป็นต้น
5. ก ด Like ก ด Share เผย แพร รั ้ ความรู้	ครูให้นักเรียนชมผลงานของ สมาชิกทุกคนแล้วอภิปรายร่วมกัน ถึงจุดเด่น จุดที่ควรพัฒนา และ ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขก่อนที่จะ นำไปเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์	นักเรียนนำเสนอผลงานของ ตนเองให้สมาชิกทุกคนได้รับชม และอภิปรายร่วมกัน ถึงจุดเด่น จุด ที่ควรพัฒนา และดำเนินการ ปรับปรุงแก้ไขตามที่สมาชิกได้ อภิปราย จึงเผยแพร่ผลงานในสื่อ สังคมออนไลน์
6. ประเมินผลการ จัดกิจกรรม	ครูให้นักเรียนทำการระดมสมอง อภิปรายร่วมกันเพื่อสรุปผลและ ประเมินผลการจัดกิจกรรม	นักเรียนระดมสมองและอภิปราย ร่วมกัน

6. การวัดและประเมินผลกิจกรรม

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนกิจกรรม และใช้เวลาทำกิจกรรมต่อเนื่องทั้งหมด 18 ชั่วโมง ฉะนั้นการวัดและประเมินผลความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จะต้องใช้วิธีการที่หลากหลายและเหมาะสมกับนักเรียน เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรมและความต้องการของนักเรียนอย่างแท้จริง ผู้วิจัยจึงทำการประเมินผล 2 ลักษณะ คือ

1. การวัดและประเมินผลความเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนอย่างต่อเนื่องในระหว่างที่ดำเนินการจัดกิจกรรม เพื่อให้ทราบว่านักเรียน

มีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง ซึ่งจะทำให้การวัดและประเมินผลอย่างหลากหลาย เช่น การสังเกตการคำถาม การอภิปรายระหว่างนักเรียนกับนักเรียน และนักเรียนกับครูหรือวิทยากร การนำเสนอผลงาน เป็นต้น

2. การวัดและประเมินผลหลังการดำเนินการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ตามแผนการดำเนินงาน เพื่อให้ทราบว่านักเรียนเกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) มากน้อยเพียงใดหลักจากเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งจะใช้แบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ในการวัดและประเมินผล

7. แนวทางการนำไปใช้

1. ออกแบบและพัฒนากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ผู้วิจัยสร้างแผนการดำเนินงาน เพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1.1 สำรวจความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) โดยใช้แบบสัมภาษณ์

1.2 ศึกษางานวิจัย เอกสาร และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกิจกรรม

1.3 ออกแบบกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และผลการเรียนรู้ที่ตั้งไว้

1.3.1 จัดเตรียมสื่อ อุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอนและแหล่งเรียนรู้ให้นักเรียน เช่น วัสดุและอุปกรณ์เพื่อใช้ประกอบกิจกรรมการจัดกิจกรรม ใบความรู้ หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ วิดีทัศน์ เว็บไซต์ต่าง ๆ วิทยุวิทยากรผู้ที่มีความรู้ ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ได้อย่างชัดเจน เป็นต้น ทั้งนี้อาจให้นักเรียนเตรียม สื่อ อุปกรณ์ประกอบการทำกิจกรรมที่ตนเองมีอยู่แล้วมาใช้ในการลงมือปฏิบัติกิจกรรมด้วย

1.3.2 จัดเตรียมวิธีสอนและเทคนิคการสอนที่ส่งเสริมให้นักเรียนได้มีส่วนร่วม เช่น การอภิปราย การแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนความรู้ การเปิดโอกาสให้นักเรียนตั้งคำถาม การใช้กรณีตัวอย่าง เป็นต้น

- 1.4 ดำเนินการจัดกิจกรรมตามแผนการดำเนินงาน
- 1.5 การประเมินผลและสรุปผลการดำเนินงาน เพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป
- 1.6 นำผลการประเมินและข้อเสนอแนะมาพัฒนาและปรับปรุง จากนั้นจัดทำรายงานผลและนำเสนอผลการจัดกิจกรรม



ตัวอย่างแผนการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะ
การเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)
"ปลูกปั้นเยาวชน พัฒนาตนตามวิถี Influencer"

กิจกรรมขั้นที่ 3 : กว่าจะเป็น Influencer
เวลา 2 ชั่วโมง

ศึกษา วิเคราะห์ ถอดบทเรียนและอภิปรายร่วมกัน เกี่ยวกับแนวคิด
กระบวนการ วิธีการ กลยุทธ์ คุณลักษณะและทักษะสำคัญ
ของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. นักเรียนเห็นคุณค่าในตนเองและผู้อื่น
2. นักเรียนสามารถวิเคราะห์และถอดบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิดของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ
3. นักเรียนสามารถวิพากษ์และแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล

เนื้อหาที่ใช้ในการกิจกรรม

ถอดบทเรียนผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ ได้แก่

- ครูลูกกอล์ฟ
- Point of View
- FAROSE

สื่อการเรียนรู้

- วิดีทัศน์ผลงานของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ

การวัดและประเมินผล

- การสังเกตการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม

กิจกรรม (2 ชั่วโมง)

ขั้นนำ (10 นาที)

- ครูแจ้งผลการเรียนรู้ที่คาดหวังให้นักเรียนทราบ
- ครูแนะนำวิทยากร

ขั้นทำกิจกรรม (1 ชั่วโมง 10 นาที)

- วิทยากรบรรยายความรู้เกี่ยวกับแนวคิดกระบวนการ วิธีการ กลยุทธ์ คุณลักษณะ และทักษะสำคัญ โดยการให้นักเรียนชมวิดีโอที่ผลิตแล้วถอดบทเรียนผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ ได้แก่ ครูลูกกอล์ฟ Point of View และ FAROSE
- ครูเปิดโอกาสให้นักเรียนตั้งคำถาม วิพากษ์ และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ

ขั้นสรุป (40 นาที)

- ครูให้นักเรียนทุกคนอภิปรายและสรุปความรู้ที่ได้รับ แนวทางการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงการทำงานในกิจกรรมขั้นต่อไป

8. เจ็อนไซในการจัดกิจกรรม

เจ็อนไซด้านเวลา

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นี้เป็นกิจกรรมที่เน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้เกิดคุณลักษณะและทักษะต่าง ๆ และสามารถนำสิ่งที่ได้รับจากกิจกรรมนี้ไปประยุกต์ในชีวิตประจำวันได้ ดังนั้นการดำเนินการทำกิจกรรมนักเรียนจะต้องเข้าร่วมครบทุกชั้นกิจกรรม และต้องใช้เวลาในการทำกิจกรรมพอสมควร แต่เนื่องจากเป็นกิจกรรมนอกเวลาเรียนและไม่ได้ผูกติดกับรายวิชาสังคมศึกษา ฉะนั้นครูผู้สอนสามารถยืดหยุ่น จัดสรรเวลาให้เหมาะสมกับนักเรียนได้

เจ็อนไซด้านผู้เรียน

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นี้ เป็นกิจกรรมที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นจากความต้องการ ความสนใจของนักเรียนเป็นหลัก ฉะนั้นหากผู้ที่สนใจจะนำกิจกรรมนี้ได้พัฒนาหรือต่อยอดกับนักเรียนกลุ่มอื่น ผู้ที่นำไปใช้จะต้องมีการสำรวจความต้องการของนักเรียนก่อนจึงค่อยทำการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับนักเรียนกลุ่มนั้น ๆ

เจ็อนไซด้านสื่อการเรียนรู้

กิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) นี้มีการเลือกผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ต้นแบบซึ่งได้มาจากการสำรวจความคิดเห็นของนักเรียน ฉะนั้นครูจะต้องทำการนิยามความหมายของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่ถูกต้องและชัดเจน เพื่อให้ให้นักเรียนเกิดความเข้าใจตรงกัน ซึ่งครูสามารถเลือกผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ท่านอื่นได้ โดยยึดความสนใจของนักเรียนเป็นหลัก

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยคะแนนของคุณภาพกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทาง
ความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			ระดับคุณภาพ	ความหมาย
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1. แนวคิดพื้นฐานนำมาใช้ในการพัฒนากิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทาง ความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)					
1.1 ความเหมาะสมของแนวคิดมาใช้ ในการพัฒนากิจกรรม	5	4	5	4.67	นำไปใช้ได้
1.2 ความชัดเจนของแนวคิดที่ใช้เป็น พื้นฐานในการพัฒนากิจกรรม	5	5	5	5	นำไปใช้ได้
2. องค์ประกอบของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคม ออนไลน์ (Influencer)					
2.1 องค์ประกอบของกิจกรรม ประกอบด้วย	5	4	5	4.67	นำไปใช้ได้
2.1.1 หลักการ					
1) ความชัดเจนของหลักการกิจกรรม					
2.1.2 วัตถุประสงค์	5	4	5	4.67	นำไปใช้ได้
1) ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ กับหลักการ					
2.1.3 กระบวนการจัดกิจกรรม	5	4	5	4.67	นำไปใช้ได้
1) ชั้นของกระบวนการจัดกิจกรรมมี ความต่อเนื่องอย่างเป็นระบบ					
2.1.4 การวัดและประเมินผล	4	4	5	4.3	นำไปใช้ได้
1) การวัดและประเมินผลสอดคล้องกับ หลักการและวัตถุประสงค์ของกิจกรรม					
3. แผนภาพของกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)					
3.1 แผนภาพกระบวนการจัดกิจกรรม มีความชัดเจนและสามารถให้ผู้ ที่นำไปใช้ เกิดความเข้าใจอย่างถูกต้อง	4	4	5	4.3	นำไปใช้ได้

ตาราง 9 ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) ของแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการและเป้าหมายของนักเรียนในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ข้อ	หัวข้อ	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าดัชนีความ สอดคล้อง	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1	นักเรียนมีความต้องการและเป้าหมายในการดำรงชีวิตเป็นอย่างไร	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
2	นักเรียนคิดว่ามีข้อจำกัดของตนเองหรือสิ่งที่อยากพัฒนาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น มีอะไรบ้าง เพราะเหตุใด	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
3	ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ที่นักเรียนชื่นชอบและยึดถือเป็นแบบอย่างคือใคร เพราะเหตุใดจึงยึดถือบุคคลนั้นเป็นแบบอย่างในการดำรงชีวิต	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
4	นักเรียนมีประสบการณ์การทำงานที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ มีอะไรบ้าง และนักเรียนคิดว่าตนเองมีคุณลักษณะการเป็นผู้นำที่ดีอย่างไรบ้าง เพราะเหตุใด	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
5	นักเรียนจงบอกข้อดีของตนเองพร้อมกับอธิบายเหตุผลประกอบให้ชัดเจน	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
6	นักเรียนมีแนวทางในการนำเสนอความรู้เกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของโรงเรียนมัธยมวัดสิงห์ให้น่าสนใจได้อย่างไรบ้าง	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้

ตาราง 9 (ต่อ)

ข้อ	หัวข้อ	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าดัชนีความ สอดคล้อง	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
7	นักเรียนมีแนวทางในการนำความ สนใจและความถนัดของตนเองไป ต่อยอด สร้างสรรค์สิ่งคมอย่างไร บ้าง	+1	+1	0	0.67	นำไปใช้ได้
8	นักเรียนคาดหวังอะไรจากการเข้า ร่วมกิจกรรมนี้บ้าง	+1	0	+1	0.67	นำไปใช้ได้



ตาราง 10 ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) ของแบบประเมินคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ข้อ	หัวข้อ	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าดัชนีความ สอดคล้อง	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : การคิดเชิงวิพากษ์						
1	นักเรียนสามารถวิเคราะห์และถอดบทเรียนเกี่ยวกับแนวคิดของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ต้นแบบ	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
2	นักเรียนสามารถอธิบายความคิดรวบยอดของประเด็นต่าง ๆ ได้	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
3	เมื่อผู้อื่นเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น นักเรียนจะใช้เหตุผลมาประกอบเสมอ	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
4	เมื่อเกิดปัญหาระหว่างที่ทำงาน นักเรียนสามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ	+1	0	+1	0.67	นำไปใช้ได้
5	นักเรียนใช้วิจารณญาณในการนำเสนอและสร้างสรรค์ผลงาน	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
6	นักเรียนมีการเปรียบเทียบความถูกต้องของเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
7	นักเรียนสามารถเชื่อมโยงประสบการณ์ที่มีกับความรู้ใหม่ได้	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
8	นักเรียนไม่ใช้ความรู้สึกหรืออารมณ์ส่วนตัวในการตัดสินเรื่องต่าง ๆ	0	+1	0	0.33	ไม่สามารถนำไปใช้ได้

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อ	หัวข้อ	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าดัชนีความ สอดคล้อง	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : การตัดสินใจ						
1	นักเรียนมีการวางแผนการดำเนินงานอย่างมีระบบ	0	+1	+1	0.67	นำไปใช้ได้
2	นักเรียนดำเนินงานด้วยความรอบคอบ	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
3	นักเรียนมีความรับผิดชอบต่อสังคม	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
4	นักเรียนคำนึงถึงผลกระทบของการเผยแพร่ข้อมูลอันเป็นเท็จในสื่อสังคมออนไลน์	+1	+1	0	0.67	นำไปใช้ได้
5	ผลงานของนักเรียนเป็นประโยชน์แก่ส่วนรวม	+1	+1	0	0.67	นำไปใช้ได้
6	ก่อนตัดสินใจทำสิ่งใด นักเรียนจะคิดวิเคราะห์ถึงผลดีและผลเสียเสมอ	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
7	นักเรียนมีการแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเสมอ	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
8	ก่อนตัดสินใจทำสิ่งใด นักเรียนจะคำนึงถึงผลของการกระทำเสมอ	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : การสื่อสาร						
1	นักเรียนสามารถถ่ายทอดความคิดรวบยอดของประเด็นต่าง ๆ ได้	+1	+1	0	0.67	นำไปใช้ได้
2	นักเรียนสามารถ พูด อ่าน เขียน ได้อย่างคล่องแคล่ว	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
3	นักเรียนมีบุคลิกภาพที่ดี	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อ	หัวข้อ	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าดัชนีความ สอดคล้อง	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
4	นักเรียนมีมารยาทในการพูด	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
5	นักเรียนเป็นผู้ฟังที่ดี	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
6	นักเรียนมีการใช้น้ำเสียงในการพูดที่ น่าฟัง	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
7	นักเรียนมีความมั่นใจในการสื่อสาร	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
8	นักเรียนสามารถใช้ภาษาอย่าง เหมาะสมกับผู้ฟัง	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)						
: การยอมรับในความแตกต่าง						
1	นักเรียนยินดีกับความสำเร็จของผู้อื่น	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
2	นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความ แตกต่างในสังคม	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
3	นักเรียนยอมรับความคิดเห็นของ ผู้อื่น	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
4	นักเรียนนำข้อเสนอแนะของผู้อื่นไป ปรับปรุงผลงานของตนเอง	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
5	นักเรียนสามารถทำงานเป็นทีมได้	0	+1	+1	0.67	นำไปใช้ได้
6	นักเรียนปฏิบัติกับผู้อื่นอย่างเท่า เทียม	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
7	นักเรียนสามารถปรับตัวและอยู่ ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อ	หัวข้อ	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าดัชนีความ สอดคล้อง	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
8	นักเรียนเคารพการตัดสินใจของผู้อื่น	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
คุณลักษณะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) : ใฝ่เรียนรู้						
1	นักเรียนสามารถสืบค้นข้อมูลที่ นำเชื่อถือจากแหล่งที่เรียนรู้ที่ หลากหลาย	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
2	นักเรียนมีความกระตือรือร้นในการ แสวงหาความรู้ใหม่	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
3	นักเรียนยินดีที่จะเผยแพร่ความรู้ของ ตนเองให้แก่ผู้อื่น	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
4	เมื่อข้อมูลที่สืบค้นมาได้ไม่ถูกต้อง นักเรียนจะสืบค้นใหม่จนกว่าจะได้ ข้อมูลที่ถูกต้อง	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
5	ก่อนเผยแพร่ข้อมูล นักเรียนจะ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เสมอ	+1	+1	0	0.67	นำไปใช้ได้
6	นักเรียนมีความตั้งใจในการ สร้างสรรค์ผลงานด้วยตนเอง	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
7	นักเรียนนำความสนใจและความ ถนัดของตนเองมาต่อยอดและ สร้างสรรค์เป็นผลงาน	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
8	นักเรียนสามารถทำงานที่ได้รับ มอบหมายให้สำเร็จลุล่วง	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้

ตาราง 11 ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) ของแบบประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) “ปลุกปั้นเยาวชน พัฒนาตนตามวิถี Influencer” ของนักเรียน

ข้อ	หัวข้อ	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าดัชนีความสอดคล้อง	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1	การประชาสัมพันธ์กิจกรรมปลุกปั้นเยาวชน พัฒนาตนตามวิถี Influencer	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
2	ความน่าสนใจของกิจกรรมปลุกปั้นเยาวชน พัฒนาตนตามวิถี Influencer	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
3	วิธีการถ่ายทอดของวิทยากร (ความรู้ ความสามารถ เทคนิค)					
	3.1 วิทยากร กิจกรรมชั้นที่ 2 ชีวิตบนโลกออนไลน์	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
	3.2 วิทยากร กิจกรรมชั้นที่ 3 กว่าจะเป็น Influencer	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
4	ความเหมาะสมของสื่อการเรียนรู้	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
5	ความเหมาะสมของระยะเวลาในการจัดกิจกรรม	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
6	ความเหมาะสมของระบบการถ่ายทอดออนไลน์ (Google Meet)	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
7	ผู้รับผิดชอบกิจกรรมสามารถให้ข้อมูลและตอบข้อสงสัยได้อย่างครบถ้วน	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
8	กิจกรรมมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้

ตาราง 11 (ต่อ)

ข้อ	หัวข้อ	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าดัชนีความ สอดคล้อง	ความหมาย
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
9	สามารถนำความรู้ที่ได้รับไป ประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้
10	กิจกรรมนี้ทำให้เกิดแรงบันดาลใจใน การพัฒนาตนเอง	+1	+1	+1	1	นำไปใช้ได้



ภาคผนวก ค

ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้
ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้น
มัธยมศึกษาตอนปลาย

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer) ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ลำดับที่	หัวข้อ	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1	การประชาสัมพันธ์กิจกรรมปลูกปั้นเยาวชน พัฒนาตน ตามวิถี Influencer	4.46	0.52	มาก
2	ความน่าสนใจของกิจกรรมปลูกปั้นเยาวชน พัฒนาตน ตามวิถี Influencer	4.62	0.51	มากที่สุด
3	วิธีการถ่ายทอดของวิทยากร (ความรู้ ความสามารถ เทคนิค)			
	3.1 วิทยากร กิจกรรมขั้นที่ 2 ชีวิตบนโลกออนไลน์	4.38	0.77	มาก
	3.2 วิทยากร กิจกรรมขั้นที่ 3 กว่าจะเป็น Influencer	4.31	0.75	มาก
4	ความเหมาะสมของสื่อการเรียนรู้	4.62	0.65	มากที่สุด
5	ความเหมาะสมของระยะเวลาในการจัดกิจกรรม	4.00	0.71	มาก
6	ความเหมาะสมของระบบการถ่ายทอดออนไลน์ (Google Meet)	4.31	0.75	มาก
7	ผู้รับผิดชอบกิจกรรมสามารถให้ข้อมูลและตอบข้อสงสัยได้อย่างครบถ้วน	4.62	0.65	มากที่สุด
8	กิจกรรมมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน	4.62	0.65	มากที่สุด
9	สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.62	0.77	มากที่สุด
10	กิจกรรมนี้ทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง	4.69	0.63	มากที่สุด
	คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.48	0.67	มาก

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	รัฐธนา ปลิวศรีแก้ว
วัน เดือน ปี เกิด	2 กันยายน 2537
สถานที่เกิด	เลย
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2561 การศึกษาระดับบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศึกษา จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

