

การพัฒนากระบวนการผลิตสื่อในโครงการ Research Digest

เพื่อการสื่อสารงานวิจัยสู่สาธารณะผ่านโซเชียลมีเดีย

ก้องภพ ปิยสังคม*, ธารพนธ์ อริยพิพัฒน์

หอสมุดและคลังความรู้มหาวิทยาลัยมหิดล

25/25 ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170

Development of a Media Production Process in the Research Digest Project for Communicating Research to the Public through Social Media

Gongpope Piyasangkom*, Tannatorn Areeyapiphat

Mahidol University Library and Knowledge Center

25/25 Phuttamonthon 4 Road, Salaya, Nakhon Pathom 73170

E-mail: gongpope.piy@mahidol.ac.th

DOI: 10.66692/pulinet.13.1.2729

▶ รับบทความ 25 มีนาคม 2569 ▶ แก้ไขบทความ 13 พฤษภาคม 2569 ▶ ตอรับบทความ 14 พฤษภาคม 2569

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตสื่อสำหรับการสื่อสารงานวิจัยสู่สาธารณะผ่านโซเชียลมีเดีย กรณีศึกษาโครงการ Research Digest ของหอสมุดและคลังความรู้มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งมีจุดตั้งต้นจากการวิเคราะห์ข้อจำกัดของโครงการผลิตสื่อจากงานวิจัยเดิม (The Author) ที่ต้องใช้ทรัพยากรด้านบุคลากร เวลา และขั้นตอนการทำงานจำนวนมาก โดยวิธีดำเนินการศึกษาประกอบด้วยการวิเคราะห์กระบวนการผลิตสื่อเดิม การออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตสื่อใหม่ที่ลดความซับซ้อนของขั้นตอนการทำงาน โดยใช้การสังเคราะห์ข้อมูลจากผลงานวิจัยต้นฉบับร่วมกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) จากนั้นนำกระบวนการดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อ Research Digest และประเมินผลจากตัวชี้วัดของสื่อในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ผลการศึกษาพบว่า สื่อวิดีโอสามารถสร้างการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการได้สูงกว่าสื่อภาพนิ่ง และกระบวนการผลิตสื่อรูปแบบใหม่สามารถลดการใช้ทรัพยากรและระยะเวลาในการดำเนินงานลงได้อย่างชัดเจน การศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงแนวทางการผลิตสื่อที่เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดของห้องสมุด และสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ

การสื่อสารงานวิจัย, งานวิจัย, การผลิตสื่อ, การผลิตสื่อด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์, โซเชียลมีเดีย

Abstract

This study aims to develop a media production process for communicating research to the public via social media under the Research Digest project, using an action research approach within a case study at the Mahidol University Library and Knowledge Center. The methodology begins by analyzing the limitations of a previous project (The Author), which required substantial human resources, time, and

ผลงานนี้ได้ผ่านการนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ PULINET ครั้งที่ 16 วันที่ 28-30 มกราคม 2569

จัดโดยสถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา และหน่วยงานห้องสมุดมหาวิทยาลัยส่วนภูมิภาค (PULINET)

complex workflows, followed by the design and development of a simplified production process that integrates content synthesis from original research with artificial intelligence (AI). The new process was applied to produce Research Digest media and evaluated using social media performance indicators. The result shows that video content generates higher user engagement than static images and that the revised workflow significantly reduces resource use and production time. Overall, the study highlights an effective media production approach suited to the limited resources of academic libraries while effectively responding to current user behavior on social media platforms.

Keywords

Research Communication, Research, AI-assisted content production, Social Media

บทนำ (Introduction)

ในบริบทของมหาวิทยาลัยวิจัย ห้องสมุดมหาวิทยาลัยมีได้ทำหน้าที่เพียงเป็นแหล่งรวบรวมทรัพยากร แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดและสื่อสารองค์ความรู้จากงานวิจัยสู่สาธารณะ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ห้องสมุดจึงจำเป็นต้องปรับบทบาทเชิงรุกเพื่อเชื่อมโยงผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัยไปยังชุมชนในวงกว้าง โครงการ Research Digest จึงถูกพัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิดดังกล่าว โดยมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อสนับสนุนกระบวนการสื่อสารงานวิจัย ตั้งแต่การสรุปสาระสำคัญของงานวิจัย วิเคราะห์เนื้อหา และจัดทำสื่อ โดยกระบวนการที่ใช้สามารถลดระยะเวลาและทรัพยากรในการทำงาน และช่วยให้การถ่ายทอดองค์ความรู้เข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น โครงการนี้จึงสะท้อนบทบาทใหม่ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยวิจัยในฐานะผู้ขับเคลื่อนการสื่อสารผลงานวิชาการสู่สาธารณะ และสามารถเป็นต้นแบบให้กับห้องสมุดในสถาบันการศึกษาอื่นที่มีภารกิจใกล้เคียงกัน

มหาวิทยาลัยมหิดลเป็นหนึ่งในมหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำของประเทศที่มีบทบาทสำคัญในการผลิตงานวิจัยที่มีคุณภาพและมาตรฐานระดับสูง งานวิจัยจำนวนมากได้รับการยอมรับในระดับชาติและระดับสากล ทั้งในสาขาการแพทย์ วิทยาศาสตร์ สุขภาพ สาธารณสุขศาสตร์ รวมถึงสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ซึ่งไม่เพียงแสดงถึงศักยภาพด้านวิชาการของมหาวิทยาลัย แต่ยังสะท้อนถึงพันธกิจในการขับเคลื่อนองค์ความรู้สังคมในวงกว้าง มีผลงานจำนวนมากได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับสูงและมีการอ้างอิงอย่างต่อเนื่อง (Elsevier, 2026) บางผลงานถูกนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายอย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม แม้มหาวิทยาลัยจะผลิตงานวิจัยที่มีคุณภาพสูงและมีปริมาณมากเพียงใด การสื่อสารผลงานสู่บุคคลทั่วไปยังเป็นเรื่องท้าทายที่ต้องการแนวทางการดำเนินงานเชิงรุกมากขึ้น (Hunter, 2016)

งานวิจัยจำนวนมากของมหาวิทยาลัยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องและช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตประจำวันของบุคคลทั่วไป ทางด้านสุขภาพ อาหาร สิ่งแวดล้อม การศึกษา หรือเทคโนโลยี แต่ด้วยลักษณะงานเขียนในเชิงวิชาการที่มีการใช้ภาษาที่เป็นทางการ และคำศัพท์เฉพาะทาง รวมถึงความยุ่งยากในการเข้าถึงองค์ความรู้ นับเป็นอุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ส่งผลให้บุคคลทั่วไปเสียโอกาสที่จะนำความรู้ไปใช้พัฒนาคุณภาพชีวิต หรือเพิ่มการตระหนักรู้ในประเด็นต่าง ๆ ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์จึงถูกเผยแพร่อยู่ในวงแคบ ซึ่งหากไม่มีการจัดการองค์ความรู้ให้เหมาะสมต่อไป สังคมอาจเสียโอกาสสำคัญในการเรียนรู้และใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ที่มีอยู่แล้ว รวมถึงมหาวิทยาลัยอาจเสียโอกาสสร้างผลกระทบด้านบวกที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้าง

ในช่วงปี พ.ศ. 2565-2567 หอสมุดและคลังความรู้ฯ ได้จัดทำโครงการ The Author (นภัสวรรณ สุพัตร และคณะ, 2566) ซึ่งเป็นโครงการผลิตวิดีโอบทคัดย่อ (Video Abstract) โดยเชิญอาจารย์และนักวิจัยเจ้าของผลงานบรรยายถึงงานวิจัย

ของตนเองสั้น ๆ ผ่านการบันทึกเป็นคลิปวิดีโอ และเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของหอสมุดและคลังความรู้ฯ (หอสมุดและคลังความรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2566) โดยโครงการดังกล่าวได้รับผลตอบรับเชิงบวกจากผู้ใช้บริการอย่างมาก ส่งผลให้หอสมุดและคลังความรู้ฯ เพิ่มช่องทางเผยแพร่ทางโทรทัศน์ในช่อง NBT World โดยมีตารางเผยแพร่คลิปวิดีโอผ่านช่องทางโทรทัศน์อยู่เป็นเวลา 1 ปี แต่เนื่องจากอุปสรรคที่ทีมผู้ดำเนินการพบในการทำงานหลายด้าน เช่น ไข้บุคลากร และระยะเวลาปฏิบัติงานที่มากเกินไป ตั้งแต่การออกกองถ่ายทำ ตัดต่อและจัดทำคลิป รวมทั้งตารางการเผยแพร่ผ่านรายการโทรทัศน์ที่เข้มงวด ส่งผลให้หอสมุดและคลังความรู้ฯ ต้องยุติการดำเนินงานลง

ด้วยเหตุนี้ หอสมุดและคลังความรู้ฯ จึงพยายามหาแนวทางใหม่ มาใช้ในการสื่อสารองค์ความรู้จากงานวิจัยที่สามารถลดต้นทุนทั้งด้านจำนวนผู้ปฏิบัติงาน ค่าใช้จ่าย เวลา และอำนวยความสะดวกแก่อาจารย์และนักวิจัยด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่มาช่วยในกระบวนการ โดยแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบจากงานศึกษาที่ชี้ให้เห็นว่าห้องสมุดมีบทบาทสำคัญในฐานะตัวกลางในการเชื่อมโยงองค์ความรู้จากงานวิจัยสู่สังคม ผ่านกลยุทธ์ที่หลากหลาย ทั้งด้านการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล การสร้างเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ การมีส่วนร่วมกับสาธารณะ ตลอดจนการจัดกิจกรรมเพื่อขยายผลกระทบของงานวิจัยในวงกว้าง ซึ่งล้วนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนผลกระทบของงานวิจัยสู่สังคม (Zuorong et al., 2026) โดยเฉพาะการสร้างเนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลที่ช่วยเพิ่มการเข้าถึงและความเข้าใจของผู้รับสารในบริบทที่หลากหลาย ในการนี้ผู้ดำเนินงานได้จัดทำโครงการ Research Digest ขึ้นทดแทนโครงการ The Author เดิม ซึ่งเป็นโครงการที่นำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในการย่อเนื้อหาจากงานวิจัยและจัดทำสื่อ เพื่อให้หอสมุดและคลังความรู้ฯ ได้ดำเนินการตามเป้าประสงค์ในการเผยแพร่งานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง โดยโครงการนี้ยังเป็นการขับเคลื่อนบทบาทของหอสมุดและคลังความรู้ฯ ในฐานะตัวกลางเผยแพร่องค์ความรู้ ที่ไม่เพียงทำหน้าที่เป็นแหล่งจัดเก็บหรือให้บริการสารสนเทศเท่านั้น แต่ห้องสมุดยังทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสารความรู้จากงานวิจัยของมหาวิทยาลัย โดยผลิตสื่อที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

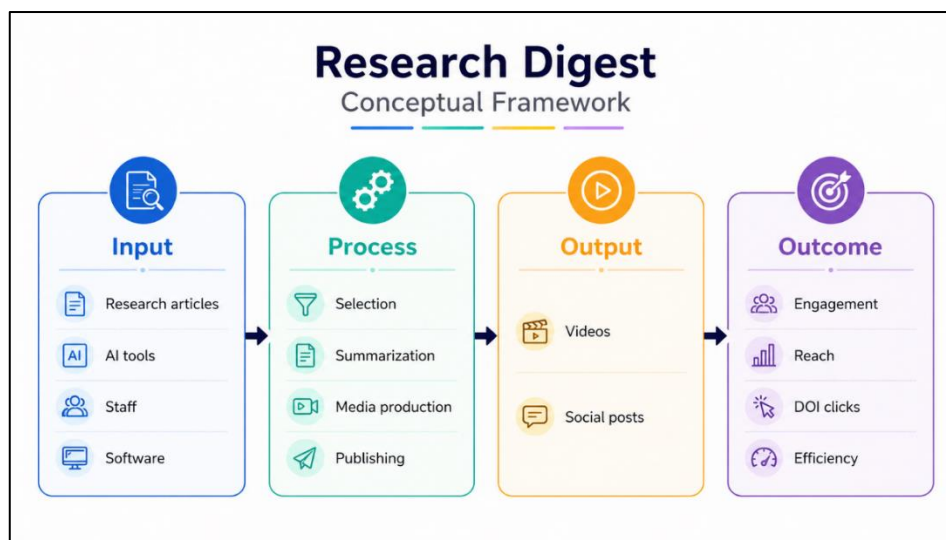
วัตถุประสงค์ (Objective)

1. เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตและเผยแพร่สื่อที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการย่อองค์ความรู้จากงานวิจัยของมหาวิทยาลัย
2. เพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างความรู้แก่สาธารณชนอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

วิธีการดำเนินการ (Methodology)

กรอบแนวคิด (Conceptual Framework)

การศึกษานี้ได้กำหนดกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) โดยอาศัยพื้นฐานของทฤษฎีระบบทั่วไปตามแนวคิดของ Bertalanffy (1968) ที่ประยุกต์ร่วมกับ W.K. Kellogg Foundation (2004) เพื่อจำแนกโครงสร้างการดำเนินงานในรูปแบบ Input-Process-Output-Outcome ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของกระบวนการสื่อสารงานวิจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) ประกอบด้วยทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินงาน เช่น บทความวิจัย เครื่องมือเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) บุคลากร และซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้อง 2) กระบวนการ (Process) คือกระบวนการผลิตสื่อ ตั้งแต่การคัดเลือกงานวิจัย การสังเคราะห์เนื้อหา การผลิตสื่อ ไปจนถึงการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย 3) ผลผลิต (Output) หมายถึงผลผลิตของกระบวนการ ได้แก่ สื่อในรูปแบบต่าง ๆ เช่น วิดีโอสั้น ภาพประกอบ และเนื้อหาสำหรับการสื่อสารบนโซเชียลมีเดีย และ 4) ผลลัพธ์ (Outcome) คือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน เช่น การมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการ การเข้าถึงเนื้อหา การคลิกเข้าถึงบทความฉบับผ่านลิงก์ DOI



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด “Input-Process-Output-Outcome”

โดยการศึกษาครั้งนี้มีกระบวนการดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์กระบวนการผลิตสื่อเดิม

ผู้ดำเนินงานเริ่มจากการศึกษากระบวนการผลิตสื่อของโครงการ The Author ซึ่งเป็นโครงการที่สื่อสารงานวิจัยผ่านวิดีโอ โดยได้วิเคราะห์ขั้นตอนการดำเนินงาน ทรัพยากรที่ใช้ และข้อจำกัดที่เกิดขึ้น เพื่อประเมินความเหมาะสมของกระบวนการผลิตสื่อในระยะยาว จากการศึกษา พบว่าการผลิตสื่อหนึ่งชิ้นภายใต้โครงการดังกล่าวต้องใช้บุคลากรจำนวน 7 คน และมีกระบวนการดำเนินงานหลายขั้นตอน ตั้งแต่ การสืบค้นงานวิจัย การติดต่อประสานงานกับนักวิจัยเพื่อนัดหมายวันถ่ายทำ การเตรียมบทสัมภาษณ์ การออกกองถ่ายทำ การตัดต่อวิดีโอ ตลอดจนแปลบทบรรยาย โดยใช้ระยะเวลาในกระบวนการเฉลี่ย 14 วัน นอกจากนี้ ยังต้องใช้อุปกรณ์ถ่ายทำหลายรายการที่มีต้นทุนสูง และต้องใช้เวลาในการจัดเตรียมสถานที่ถ่ายทำ เนื่องจากไม่มีสถานที่ถ่ายทำประจำและต้องขึ้นอยู่กับความสะดวกของนักวิจัย อีกทั้งผู้ปฏิบัติงานมาจากหลายส่วนงานและมีภาระหน้าที่ที่แตกต่างกัน จึงเป็นอุปสรรคต่อการควบคุมระยะเวลาในการผลิตสื่อแต่ละชิ้น ข้อจำกัดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการผลิตสื่อแบบเดิมยังไม่สอดคล้องกับแนวทางของหอสมุดและคลังความรู้ฯ ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด



ภาพที่ 2 ตัวอย่างผลงานโครงการ The Author

2. การออกแบบกระบวนการผลิตสื่อใหม่

จากการวิเคราะห์กระบวนการทำงานของโครงการ The Author พบว่าข้อจำกัดด้านบุคลากรและขั้นตอนที่ซับซ้อนเป็นอุปสรรคสำคัญ โครงการใหม่จึงปรับลดผู้ปฏิบัติงานเหลือเพียง 2 คน โดยลดขั้นตอนการทำงานเหลือ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การสืบค้นงานวิจัย การขออนุญาตนักวิจัยเจ้าของผลงาน การสรุปเนื้อหา และการผลิตสื่อ ตัวอย่างเช่น ขั้นตอนสัมภาษณ์และ

ถ่ายทำที่ต้องใช้ผู้ปฏิบัติงานจำนวนมากและทำให้เกิดความล่าช้า รวมถึงการตัดต่อวิดีโอขนาดยาว (Long-Form Video) ที่ใช้ระยะเวลาดำเนินงานโดยเฉลี่ยอยู่ประมาณ 3–5 วัน การปรับกระบวนการดังกล่าวส่งผลให้กระบวนการผลิตสื่อใหม่ลดลงเหลือเพียง 3 วัน จากเดิม 14 วัน

กระบวนการผลิตสื่อใหม่นี้วางแผนนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในขั้นตอนสำคัญ เช่น การวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา การออกแบบภาพประกอบ และการจัดวางองค์ประกอบสื่อ เพื่อลดภาระเชิงเทคนิค เพิ่มความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน และรักษามาตรฐานการผลิตสื่อให้สม่ำเสมอ นอกจากนี้ ผู้ดำเนินงานจะติดตามผลตอบรับจากผู้ชมในแต่ละชิ้นงาน เพื่อนำมาปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอในครั้งถัดไปอย่างต่อเนื่อง โครงสร้างกระบวนการที่ออกแบบใหม่นี้จึงมีกรอบการทำงานที่เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีความคล่องตัวสูง และสามารถควบคุมระยะเวลาของกระบวนการทำงานได้มากขึ้น

3. กระบวนการผลิตสื่อ Research Digest

3.1 คัดเลือกงานวิจัย

ผู้ดำเนินงานเริ่มต้นจากการสืบค้นบทความวิจัยของนักวิจัยมหาวิทยาลัยมหิดลผ่านฐานข้อมูล Scopus ซึ่งเป็นฐานข้อมูลดัชนีระดับนานาชาติ โดยเบื้องต้นจะพิจารณาจากข้อมูลบรรณานุกรม เช่น จำนวนการอ้างอิง (Citation Count) หรือ ดัชนี H-index เป็นต้น ก่อนจะประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาอีกครั้งตามลักษณะของกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการ ได้แก่ นักศึกษาและบุคคลทั่วไป เนื่องจากผลงานวิจัยจำนวนมากในฐานข้อมูลอาจไม่ได้รับความสนใจเฉพาะนักวิจัยเป็นหลัก ทั้งนี้ผู้ดำเนินงานได้ให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่สามารถเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวัน และส่งเสริมความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคลทั่วไป ในด้านสุขภาพ การใช้ชีวิต หรือเทคโนโลยี พร้อมกันนั้นยังหลีกเลี่ยงสาขาวิชาที่อาจส่งผลกระทบต่อบุคคลทั่วไป เช่น งานด้านพันธุศาสตร์ ชีวโมเลกุล ฟิสิกส์ หรือชีวเคมี

3.2 ขออนุญาตอาจารย์ นักวิจัยเจ้าของผลงานเพื่อนำเสนอเนื้อหา

บทความวิจัยที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว ผู้ดำเนินงานจะติดต่อขออนุญาตจากเจ้าของผลงานผ่านทางอีเมลเพื่อความเร็วในกระบวนการทำงาน โดยชี้แจงวัตถุประสงค์และแนวทางการนำเสนอเนื้อหา เพื่อทำความเข้าใจรูปแบบของโครงการอย่างชัดเจน ทั้งนี้ ได้แจ้งถึงสิทธิ์ของนักวิจัยในการตัดสินใจขั้นสุดท้ายก่อนที่จะเผยแพร่ ในการยินยอมหรือไม่ยินยอมให้เผยแพร่ผลงานในกรณีที่ไม่พอใจในเนื้อหา หรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่หยาบและคลั่งความรู้อาจเกิดขึ้น โดยผู้ดำเนินงานจะส่งเนื้อหาให้เจ้าของผลงานตรวจสอบและอนุมัติขั้นสุดท้ายก่อนเผยแพร่สู่สาธารณะ ซึ่งกระบวนการนี้สะท้อนถึงหลักการเคารพสิทธิ์ของเจ้าของงานวิจัย และช่วยป้องกันความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดจากการตีความหรือสรุปเนื้อหาในเชิงสื่อสารสาธารณะ

3.3 สรุปและย่อเนื้อหางานวิจัย

เมื่อได้รับความยินยอมจากเจ้าของผลงานวิจัย ผู้ดำเนินงานจะดำเนินการดาวน์โหลดบทความฉบับเต็มจากฐานข้อมูลวิชาการที่มหาวิทยาลัยบอกรับ เช่น ScienceDirect, Springer, Wiley เป็นต้น จากนั้นจึงใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ผ่านระบบ MARVIS ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่มหาวิทยาลัยจัดหาให้เพื่อความมั่นใจว่าข้อมูลที่นำเข้าระบบจะไม่ถูกนำไปใช้ในการฝึกโมเดลเพิ่มเติมโดยบริษัทผู้พัฒนา การใช้ AI ผ่านระบบ/แพลตฟอร์ม MARVIS จึงสามารถช่วยในการสรุปเนื้อหาได้อย่างปลอดภัยและหลีกเลี่ยงการละเมิดลิขสิทธิ์ของสำนักพิมพ์

ผู้ดำเนินงานมุ่งเน้นการย่อข้อมูลให้มีความกระชับ เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับผู้รับสารบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย โดยกำหนดให้ข้อความของแต่ละโพสต์อยู่ที่ประมาณ 300-500 คำ พร้อมทั้งระบุหมายเลข DOI และแฮชแท็กสำคัญเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและขยายผลการเผยแพร่เนื้อหาสู่สาธารณะ

3.4 จัดทำสื่อ

3.4.1 รูปภาพประกอบเนื้อหา

ผู้ดำเนินงานใช้ ChatGPT ผ่านระบบ/แพลตฟอร์ม MARVIS ในการสร้างภาพประกอบข้อความ โดยสร้างรูปให้สอดคล้องกับเนื้อหาพร้อมแทรกข้อความพาดหัวในภาพ อย่างไรก็ตาม ระบบยังไม่สามารถสร้างขึ้นในระบบเดิมได้ ซึ่งหากพบตัวอักษรผิดพลาด หรือรูปที่ได้ไม่ตรงตามความต้องการ ผู้ดำเนินงานจะเลือกภาพที่ตรงตามความต้องการที่สุด จากนั้นจะนำรูปภาพดังกล่าวมาแก้ไขและปรับแต่งเพิ่มเติมด้วยเครื่องมือ Canvas เพื่อให้ภาพสมบูรณ์และเหมาะสมกับการใช้งาน (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 3 รูปภาพประกอบเนื้อหาโพสต์

3.4.2 สร้างคลิปเสียง

ผู้ดำเนินงานนำเนื้อหาที่สรุป (จากข้อ 3.) อัปโหลดเข้าระบบ/แพลตฟอร์ม MARVIS และให้ AI ทำบทพูดที่กระชับ เพื่อเป็นไปตามลักษณะวิดีโอขนาดสั้นของโซเชียลมีเดียในปัจจุบัน โดยกำหนดให้ผู้พูดคือ “พืณกฐก” มาสคอตหอสมุดและคลังความรู้ ซึ่งเป็นตัวแทนของบรรณารักษ์ทรงความรู้ประจำหอสมุดและคลังความรู้ฯ และจำลองสถานการณ์ให้ผู้พูดเล่างานวิจัยให้แก่นักศึกษาและผู้ใช้บริการ จากนั้นนำสคริปต์ที่ได้อัปโหลดขึ้นใน “Google AI Studio” เพื่อจัดทำคลิปเสียง โดยเครื่องมือดังกล่าวเป็นเครื่องมือที่ใช้งานได้ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย

3.4.3 สร้างรูปภาพนิ่งของมาสคอต

ใช้ ChatGPT ในการออกแบบมาสคอต “พืณกฐก” โดยเลือกใช้สีน้ำเงินซึ่งเป็นสีประจำมหาวิทยาลัยมหิดล และพื้นหลังเป็นชั้นหนังสือ เพื่อแสดงภาพลักษณ์ขององค์กร โดยกำหนดรูปภาพอัตราส่วน 9:16 เพื่อให้สอดคล้องกับการนำไปทำวิดีโอขนาดสั้น (Short-Form Video) ที่เป็นรูปแบบวิดีโอที่สอดคล้องกับพฤติกรรมกระแสสื่อของผู้ใช้งานในปัจจุบัน (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 4 ตัวอย่าง 3D Animation “พืณกฐก”

3.4.4 สร้างวิดีโอสั้นจากภาพนิ่ง

ใช้โปรแกรม Magnific แปลงภาพนิ่งเป็นวิดีโอความยาวประมาณ 6-7 วินาที โดยกำหนดท่าทางให้ปากและร่างกายของพิกซูลูกขยับคล้ายกับกำลังเล่าเรื่องให้แก่ผู้ใช้บริการฟัง รวมถึงกำหนดให้แสดงสีหน้าที่ยิ้มแย้มและท่าทางที่เป็นมิตร

3.4.5 จัดทำวิดีโอวนซ้ำ (Loop Video)

นำคลิปวิดีโอที่ได้มาวนซ้ำด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro ให้สอดคล้องกับระยะเวลาของคลิปเสียงก่อนนำไปผสมเป็นชิ้นงานสมบูรณ์ในขั้นตอนถัดไป วิธีการนี้สามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตลง เนื่องจากไม่ต้องสร้างวิดีโอตัวละครแบบเรียลไทม์ และการทำลูปซิงค์แบบสมจริง

3.4.6 แทรกภาพประกอบในคลิปวิดีโอ

ใช้โปรแกรม Adobe Premiere Pro ในการแทรกภาพประกอบลงในคลิปวิดีโอ เช่น ภาพจับหน้าจออธิบายบทความจากฐานข้อมูลวิชาการ มาใช้เป็นภาพปกคลิปเพื่อเสริมความน่าเชื่อถือของข้อมูล และเพิ่มภาพประกอบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบทความ โดยคัดเลือกจากเว็บไซต์ที่ถูกลิขสิทธิ์ หรือสร้างขึ้นใหม่ด้วย AI

3.4.7 การใส่คำบรรยาย (Subtitles)

จากการศึกษาพบว่าคำบรรยายในวิดีโอช่วยเพิ่มความสนใจ การมีส่วนร่วม และการจดจำเนื้อหาได้ดีขึ้น (Crabb et al., 2015; Li et al., 2018) อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ชมเข้าถึงเนื้อหาได้แม้ในกรณีปิดเสียง หรือผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน ส่งผลให้คำบรรยายมีบทบาทสำคัญในการยกระดับการสื่อสารงานวิจัยผ่านสื่อดิจิทัล

สำหรับการวางแผนโครงสร้างวิดีโอถ่ายทอดความรู้งานวิจัย ผู้ดำเนินงานกำหนดให้มีการนำเสนอประเด็นสำคัญที่สุดในช่วงต้นเพื่อดึงดูดความสนใจ เนื่องจาก "กฎ 3 วินาที" (3-second rule) ที่ระบุว่าความสนใจของผู้ชมจะถูกตัดสินใจในช่วงเวลาที่รับชมวิดีโอเพียงไม่กี่วินาทีแรก และโดยทั่วไปผู้ชมมักใช้เวลาเพียง 5 วินาทีแรก ในการตัดสินใจว่าจะรับชมเนื้อหาต่อหรือเลื่อนผ่านไป (Heiselberg & Cores-Sarria, 2025) ดังนั้นการใช้ "Video Hook" ที่ดึงดูดใจในช่วงเริ่มต้น จึงเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่ช่วยกระตุ้นความสนใจและเพิ่มการมีส่วนร่วมในเนื้อหาที่มีความซับซ้อนได้เป็นอย่างดี

3.5 ส่งคลิปวิดีโอพร้อมเนื้อหาให้เจ้าของผลงานตรวจสอบ

จัดส่งคลิปวิดีโอพร้อมเนื้อหาให้เจ้าของผลงานตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมก่อนเผยแพร่ พร้อมแจ้งสิทธิในการแจ้งแก้ไข หรือแจ้งยุติการนำเสนอ หากเจ้าของผลงานพบข้อผิดพลาด มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม หรือมีข้อจำกัดส่วนตัวเพื่อแสดงถึงจริยธรรมของการสื่อสารทางวิชาการทั้งในด้านความถูกต้องของเนื้อหา และการเคารพสิทธิต่อเจ้าของผลงาน

3.6 เผยแพร่เนื้อหา

เนื้อหาจะได้รับการเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของหอสมุดและคลังความรู้ฯ ในรูปแบบข้อความและภาพประกอบเนื้อหา คลิปเสียง และคลิปวิดีโอ ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook ซึ่งเป็นช่องทางสื่อสารหลักของหอสมุดและคลังความรู้ฯ และเป็นแพลตฟอร์มที่รองรับการนำเสนอสื่อหลายรูปแบบตามที่แจ้งไว้เบื้องต้น

4. กระบวนการประเมินผลงาน

โครงการ Research Digest มุ่งประเมินผลลัพธ์ของการสื่อสารงานวิจัยผ่านโซเชียลมีเดีย โดยในเบื้องต้น ได้ทำการรวบรวมสถิติจากการเผยแพร่สื่อผ่านแพลตฟอร์ม Facebook ของหอสมุดและคลังความรู้มหาวิทยาลัยมหิดล เนื่องจากเป็นช่องทางหลักที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารจากหอสมุดและคลังความรู้ฯ และเป็นแพลตฟอร์มที่รองรับสื่อหลายรูปแบบตามที่คุณดำเนินงานได้จัดทำขึ้น

ตัวชี้วัดที่ใช้ในการประเมินประกอบด้วย (1) การรับชม (View) ค่าที่แสดงจำนวนครั้งที่เนื้อหาถูกมองเห็นบนแพลตฟอร์ม (2) การเข้าถึง (Reach) ซึ่งสะท้อนจำนวนผู้ใช้งานที่มองเห็นโพสต์ (3) การมีปฏิสัมพันธ์ (Reaction) เช่น การกด

ถูกใจ การแชร์ และการแสดงความคิดเห็น และ (4) การเข้าถึงบทความฉบับเต็ม โดยนับจำนวนการคลิกลิงก์ DOI ที่เชื่อมโยงไปยังฐานข้อมูลเพื่อเข้าถึงบทความต้นฉบับ

อย่างไรก็ตาม ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ดำเนินงานให้ความสำคัญกับตัวชี้วัด การมีปฏิสัมพันธ์ (Reaction) เป็นหลัก เนื่องจากเป็นค่าที่สะท้อนระดับความสนใจ การมีส่วนร่วม และการรับรู้ของผู้ชมได้ลึกกว่าการมองเห็นเพียงอย่างเดียว ข้อมูลจากตัวชี้วัดดังกล่าวจึงถูกนำมาใช้ในการประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบสื่อและกระบวนการผลิตในภาพรวม รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบการปรับปรุงแนวทางการนำเสนอเนื้อหาในรอบการดำเนินงานถัดไป เพื่อให้การสื่อสารงานวิจัยตอบโจทย์ผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

ผลการดำเนินการและอภิปรายผล (Result and Discussion)

ผู้ดำเนินงานได้พัฒนารูปแบบการจัดทำสื่ออย่างต่อเนื่อง เพื่อประเมินผลตอบรับและค้นหาแนวทางที่เหมาะสมในการสื่อสารเนื้อหาทางวิจัยสู่สาธารณะ พร้อมทั้งทดลองปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอในหลายรูปแบบ ทั้งนี้ ผลตอบรับของแต่ละโพสต์อาจแตกต่างกันตามปัจจัยหลายด้าน เช่น ประเด็นเนื้อหาและช่วงเวลาเผยแพร่ โดยมีผลการพัฒนารูปแบบสื่อและผลจากตัวชี้วัดของสื่อ ดังนี้

โพสต์ที่ 1 (ภาพที่ 4)

เนื้อหา	: ตรวจสอบเลือดหาอาหารที่ร่างกายไม่ชอบ... ช่วยลดสิวได้จริงหรือ?
รูปแบบโพสต์	: รูปภาพ และข้อความประชาสัมพันธ์
การมองเห็น (View)	: 3,507 ครั้ง
การเข้าถึง (Reach)	: 2,190 คน
จำนวนการมีปฏิสัมพันธ์ (Reaction)	: 41 ครั้ง
จำนวนการคลิกลิงก์ (Link Click)	: 92 ครั้ง



ภาพที่ 5 โพสต์ที่ 1

โพสต์ที่ 2 (ภาพที่ 5)

เนื้อหา	: เวลาเรากินกุ้ง กินหอย กินปลา... แล้วกินไมโครพลาสติกเข้าไปด้วยหรือเปล่า?
รูปแบบโพสต์	: รูปภาพ และข้อความประชาสัมพันธ์
การมองเห็น (View)	: 1,710 ครั้ง
การเข้าถึง (Reach)	: 990 คน
จำนวนการมีปฏิสัมพันธ์ (Reaction)	: 12 ครั้ง
จำนวนการคลิกลิงก์ (Link Click)	: 4 ครั้ง



ภาพที่ 6 โพสต์ที่ 2

ในโพสต์ที่ 1 และ 2 ผู้ดำเนินงานเริ่มการเผยแพร่เนื้อหาโดยการย่อและสรุปข้อความจากงานวิจัยเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถทำความเข้าใจสาระสำคัญได้อย่างรวดเร็ว พร้อมจัดทำภาพประกอบโดยอ้างอิงเนื้อหาจากบทความวิจัย และเพิ่มข้อความพาดหัวเพื่อดึงดูดความสนใจ นอกจากนี้ยังได้แทรกตราสัญลักษณ์ของหอสมุดและคลังความรู้ฯ รวมถึงแถบช่องทางโซเชียลมีเดียในรูปภาพ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งเผยแพร่และเปิดช่องทางการติดต่อกับหน่วยงาน

โพสต์ที่ 3 (ภาพที่ 6)

เนื้อหา	: การตั้งครรภ์กับพาหะธาลัสซีเมีย ควรกังวลแค่ไหน?
รูปแบบโพสต์	: คลิปเสียง และข้อความประชาสัมพันธ์
การมองเห็น (View)	: 1,800 ครั้ง
การเข้าถึง (Reach)	: 1,200 คน
จำนวนการมีปฏิสัมพันธ์ (Reaction)	: 13 ครั้ง
จำนวนการคลิกลิงก์ (Link Click)	: 4 ครั้ง



ภาพที่ 7 โพสต์ที่ 3

ในโพสต์ที่ 3 ผู้ดำเนินงานทดลองนำเสนอเนื้อหาของงานวิจัยร่วมกับคลิปเสียง โดยจัดทำบทสนทนาให้มีผู้พูดสองคน ได้แก่ ตัวละคร “พินุกฮู” ซึ่งทำหน้าที่อธิบายเนื้อหาหลักของงานวิจัย และ “น้องปาดี้” ซึ่งทำหน้าที่ตั้งคำถามเพื่อสะท้อนความสงสัยในมุมของผู้ใช้บริการทั่วไป เพื่อช่วยให้เนื้อหาวิชาการมีความน่าสนใจด้วยการใช้การสนทนาจาก 2 ฝ่าย

คลิปวิดีโอดังกล่าวถูกจัดทำในรูปแบบวิดีโอวนซ้ำ (Loop Video) โดยใช้ภาพนิ่งที่ออกแบบให้มีการเคลื่อนไหวเล็กน้อยในช่วงเวลา 5-6 วินาที แล้วนำมานวนซ้ำให้ครอบคลุมระยะเวลาของคลิปเสียงทั้งหมด ผู้ดำเนินงานใช้วิธีการนี้เพื่อช่วย

เพิ่มความน่าสนใจของการนำเสนอเนื้อหา และอำนวยความสะดวกต่อผู้ที่ต้องการรับสารผ่านเสียง รวมถึงเป็นกระบวนการที่ช่วยลดต้นทุนการผลิตโดยไม่จำเป็นต้องใช้เทคนิคแอนิเมชันที่ซับซ้อนหรือการทำวิดีโอแบบเรียลไทม์

โพสต์ที่ 4 (ภาพที่ 7)

เนื้อหา	: คีโตเหมาะกับใคร? ใช้คุณรีเปล่า?
รูปแบบโพสต์	: คลิปวิดีโอแบบลูป (Loop video) และข้อความประชาสัมพันธ์
การมองเห็น (View)	: 2,003 ครั้ง
การเข้าถึง (Reach)	: 1,307 คน
จำนวนการมีปฏิสัมพันธ์ (Reaction)	: 21 ครั้ง
จำนวนการคลิกลิงก์ (Link Click)	: 1 ครั้ง



ภาพที่ 8 โพสต์ที่ 4

โพสต์ที่ 5 (ภาพที่ 8)

เนื้อหา	: คีโตเหมาะกับใคร? ใช้คุณรีเปล่า?
รูปแบบโพสต์	: รูปภาพ และข้อความประชาสัมพันธ์
การมองเห็น (View)	: 3,031 ครั้ง
การเข้าถึง (Reach)	: 1,562 คน
จำนวนการมีปฏิสัมพันธ์ (Reaction)	: 9 ครั้ง
จำนวนการคลิกลิงก์ (Link Click)	: 1 ครั้ง



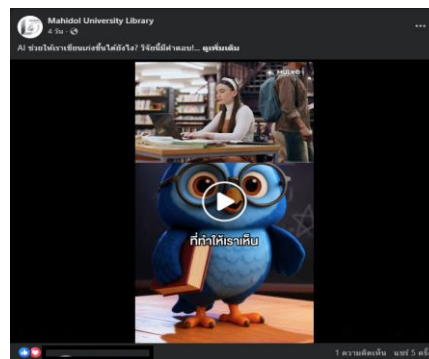
ภาพที่ 9 โพสต์ที่ 5

ในโพสต์ที่ 4 ผู้ดำเนินงานได้ปรับรูปแบบคลิปให้เหมาะสมกับลักษณะของวิดีโอขนาดสั้น (Short-Form Video) โดยลดจำนวนผู้พูดให้เหลือเพียงตัวละคร “พินกฮูก” พูดคนเดียว เพื่อให้เนื้อหากระชับและจบภายในเวลาที่กำหนด คลิปวิดีโอยังคงใช้ภาพนิ่งแบบเคลื่อนไหวในรูปแบบวิดีโอวนซ้ำจนจบคลิปเสียงเช่นเดิม ทั้งนี้เพื่อความน่าสนใจของภาพขณะรับชมมาก

ขึ้น อีกทั้งผู้ดำเนินงานได้โพสต์เนื้อหาเดียวกันในรูปแบบรูปภาพ และข้อความในโพสต์ที่ 5 โดยเผยแพร่เนื้อหาทั้งสองแบบ/ชิ้น ในช่วงเวลาใกล้เคียงกันเพื่อเปรียบเทียบผลตอบรับจากผู้ให้บริการ และนำผลลัพธ์ที่ได้มาวิเคราะห์หาแนวทางในการจัดทำสื่อในโพสต์ถัดไป

โพสต์ที่ 6 (ภาพที่ 9)

เนื้อหา	: AI ช่วยให้เราเขียนเก่งขึ้นได้อย่างไร?
รูปแบบโพสต์	: คลิปวิดีโอสนทนาเสมือนจริง และข้อความประชาสัมพันธ์
การมองเห็น (View)	: 2,069 ครั้ง
การเข้าถึง (Reach)	: 1,597 คน
จำนวนการมีปฏิสัมพันธ์ (Reaction)	: 55 ครั้ง
จำนวนการคลิกลิงก์ (Link Click)	: 3 ครั้ง



ภาพที่ 10 โพสต์ที่ 6

จากผลการเปรียบเทียบยอดการรับชมระหว่างโพสต์ที่ 4 และโพสต์ที่ 5 พบว่าโพสต์ที่ 4 ซึ่งอยู่ในรูปแบบวิดีโอได้รับความสนใจจากผู้ชมมากกว่าอย่างชัดเจน จึงทำให้ผู้ดำเนินงานตัดสินใจปรับแนวทางการผลิตในโพสต์ที่ 6 ให้เน้น “สื่อวิดีโอ” เป็นหลักแทนการใช้ภาพนิ่งหรือข้อความ โดยมุ่งพัฒนาให้วิดีโอมีความสมจริงและดึงดูดสายตามากยิ่งขึ้น ผ่านการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาช่วยในกระบวนการสร้างวิดีโอแบบเรียลไทม์ ซึ่งทำให้ตัวละคร “พินกฮูก” สามารถขยับปากและแสดงท่าทางสอดคล้องกับเสียงบรรยายได้อย่างเป็นธรรมชาติ เสมือนเป็นผู้เล่าเรื่องจริง ช่วยเพิ่มความรู้สึกร่วมใจชีวิตชีวาและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชมได้ดียิ่งขึ้น

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบสถิติโพสต์

รายการ	การมองเห็น (ครั้ง)	การเข้าถึง (คน)	การมีปฏิสัมพันธ์ (ครั้ง)	คลิก DOI (ครั้ง)
โพสต์ที่ 1 รูปแบบโพสต์: ภาพนิ่ง และข้อความบรรยาย	3,507	2,190	41	4
โพสต์ที่ 2 รูปแบบโพสต์: ภาพนิ่ง และข้อความบรรยาย	1,710	990	12	1
โพสต์ที่ 3 รูปแบบโพสต์: คลิปเสียง และข้อความบรรยาย	1,800	1,200	13	1
โพสต์ที่ 4 รูปแบบโพสต์: คลิปวิดีโอวนซ้ำ (Loop Video) และข้อความบรรยาย	2,003	1,307	21	1
โพสต์ที่ 5 รูปแบบโพสต์: ภาพนิ่ง และข้อความบรรยาย	3,031	1,562	9	1
โพสต์ที่ 6 รูปแบบโพสต์: คลิปวิดีโอสนทนาเสมือนจริง (Realistic Talking Video) และข้อความบรรยาย	2,069	1,597	55	3

ผลการดำเนินงานแสดงให้เห็นว่า แม้เนื้อหาทั้ง 6 โพสต์จะมีผู้มองเห็นรวม 8,846 คน หรือเฉลี่ย 1,474 คนต่อโพสต์ แต่จำนวนการมองเห็นไม่สามารถสะท้อนประสิทธิภาพของการสื่อสารงานวิจัยได้อย่างครบถ้วน เนื่องจากโครงการมุ่งให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดด้านการมีปฏิสัมพันธ์ (Reaction) ซึ่งสามารถสะท้อนระดับความสนใจ การมีส่วนร่วม และการรับรู้เนื้อหาของผู้ใช้บริการได้ดีกว่าการรับชมเนื้อหาเพียงอย่างเดียว (Bagić Babac, 2023) ผลการเปรียบเทียบรูปแบบสื่อพบว่า โพสต์วิดีโอ (โพสต์ที่ 4) และโพสต์ภาพนิ่ง (โพสต์ที่ 5) ที่เป็นเนื้อหาเดียวกันและได้เผยแพร่ในช่วงเวลาใกล้เคียงกันนั้น ได้ผลว่าแม้โพสต์ภาพนิ่งจะมียอดการเข้าถึงสูงกว่าแต่กลับมีจำนวนการมีปฏิสัมพันธ์ต่ำกว่าอย่างมีนัยสำคัญ ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Aydin, Uray และ Silahtaroglu (2021) ที่ระบุว่าภาพนิ่งสามารถดึงดูดความสนใจในระยะแรกได้ดี ขณะที่สื่อวิดีโอมีศักยภาพในการสร้างอารมณ์ร่วมและความผูกพันกับผู้ชมในระดับที่ลึกกว่า ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการที่มุ่งส่งเสริมความเข้าใจเชิงลึกและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการ

ทั้งนี้ สถิติการเข้าถึงบทความฉบับเต็มผ่านลิงก์ DOI ยังมีค่อนข้างต่ำ สะท้อนลักษณะการรับสารของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ที่ต้องการรับเนื้อหาในระดับสรุป และต้องการทำความเข้าใจประเด็นสำคัญของงานวิจัยจากสื่อย่อมากกว่าการเข้าถึงบทความฉบับเต็มเพื่อการศึกษาเชิงลึก การเข้าถึงที่มากขึ้นของสื่อวิดีโอนั้น สามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิด Uses and Gratifications Theory ที่มองว่าผู้รับสารมีบทบาทเชิงรุกในการเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง โดยผู้ใช่มักเลือกสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านความสะดวก ความรวดเร็ว และความเข้าใจได้ง่าย มากกว่าการเข้าถึงเนื้อหาเชิงลึกจากบทความฉบับเต็ม (Katz, 1974)

อย่างไรก็ตาม การตีความผลลัพธ์ดังกล่าวจำเป็นต้องพิจารณาข้อจำกัดของข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ เนื่องจากสถิติที่ใช้ในการศึกษามาจากเนื้อหาเพียง 6 โพสต์เท่านั้น ทำให้ข้อมูลสะท้อนพฤติกรรมของผู้ใช้ในระดับหนึ่งเท่านั้น อีกทั้งผลลัพธ์อาจเกิดจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้โดยตรง เช่น ความน่าสนใจของหัวข้อ รูปแบบการจัดวางเนื้อหา และเวลาที่มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน จึงยังไม่สามารถสรุปเป็นแนวโน้มทั่วไปได้อย่างสมบูรณ์

นอกจากผลลัพธ์ด้านการมีปฏิสัมพันธ์แล้ว การดำเนินงานภายใต้โครงการ Research Digest ยังสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตสื่อเมื่อเปรียบเทียบกับโครงการ The Author ระบบการทำงานเดิม โดยโครงการใหม่ สามารถลดจำนวนบุคลากร ระยะเวลาในการผลิต และจำนวนขั้นตอนการทำงานได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังที่แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบกระบวนการผลิตสื่อระหว่างโครงการ The Author และ Research Digest

องค์ประกอบ	The Author (เดิม)	Research Digest (ใหม่)	เปลี่ยนแปลง (%)
จำนวนบุคลากร	7 คน	2 คน	-71%
เวลาในการผลิต 1 ชิ้นงาน	14 วัน	3 วัน	-78.6%
ขั้นตอนการทำงาน	7 ขั้นตอน	4 ขั้นตอน	-42.86%
ต้องออกกองถ่ายทำ	✓	X	-100%

แม้โครงการ Research Digest จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตสื่อและลดภาระด้านทรัพยากรในหลายด้าน แต่ยังคงพบข้อจำกัดบางประการ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายในการนำเทคโนโลยีและรูปแบบการผลิตสื่อใหม่มาประยุกต์ใช้ โดยผู้ดำเนินงานรวบรวมข้อจำกัดที่พบจากการดำเนินงานไว้ดังนี้

1. ข้อจำกัดด้านระยะเวลาการประสานงานกับเจ้าของผลงาน

เนื่องจากผลงานหลายชิ้นมาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีพันธกิจจำนวนมาก ทำให้การประสานงานตอบกลับล่าช้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ดำเนินงาน เพื่อเพิ่มโอกาสในการได้รับความยินยอม จึงต้องขยายระยะเวลาการดำเนินงาน โดยเพิ่มจำนวนการติดต่อและส่งคำร้องขอไปยังนักวิจัยมากขึ้น

2. ข้อจำกัดด้านความยาวของคลิป

การเผยแพร่คลิปวิดีโอผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook และ Instagram โดยเฉพาะในรูปแบบวิดีโอสั้น (Short-Form Video) มีข้อจำกัดด้านระยะเวลาในการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งมักเน้นการสื่อสารที่กระชับและดึงดูดความสนใจในช่วงเวลาสั้น ผู้ดำเนินงานจึงจำเป็นต้องย่อและเรียบเรียงเนื้อหาวิจัยที่มีความซับซ้อนให้กระชับและเข้าใจง่ายภายในเวลาที่จำกัด ซึ่งอาจส่งผลให้ประเด็นสำคัญของงานวิจัยถูกลดทอนหรือไม่ถูกนำเสนออย่างครบถ้วน ทั้งนี้ งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอสั้นสามารถส่งเสริมการรับรู้ของผู้รับสารได้ (Zhu et al., 2022; Seidel, 2024)

3. ต้นทุนด้านเครื่องมือ AI

การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อสร้างวิดีโอในรูปแบบสมจริง โดยเฉพาะการประมวลผลภาพให้สอดคล้องกับเสียงบรรยาย (Lip Sync) มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ในระยะเริ่มต้น ผู้ดำเนินงานเลือกใช้รูปแบบวิดีโอวนซ้ำเพื่อควบคุมต้นทุนการผลิต ภายหลังมีการปรับรูปแบบการนำเสนอให้มีความสมจริงยิ่งขึ้น โดยเพิ่มการใช้เทคโนโลยี Lip Sync แบบเรียลไทม์ จึงทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในส่วนดังกล่าว

4. ข้อจำกัดด้านเทคนิคของการใช้ AI ในการสร้างสื่อ

การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการสร้างสื่อทั้งรูปภาพและภาพเคลื่อนไหวมีข้อจำกัดด้านความแม่นยำ ทำให้จำเป็นต้องสร้างสื่อซ้ำหลายครั้งเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ใกล้เคียงกับความต้องการมากที่สุด อีกทั้ง หากได้ชิ้นงานที่เกือบสมบูรณ์แต่ต้องการปรับแก้เพิ่มเติม AI จะไม่สามารถแก้ไขต่อจากผลงานเดิมได้โดยตรง ผู้ดำเนินงานจึงต้องดำเนินการในขั้นตอน Post-Production ด้วยตนเอง เช่น การปรับตำแหน่งองค์ประกอบของภาพ ข้อความ หรือรายละเอียดอื่น ๆ ซึ่งต้องอาศัยเวลาและทักษะเฉพาะทางค่อนข้างมาก

บทสรุป (Conclusion)

ผลการดำเนินงานของโครงการ Research Digest สะท้อนให้เห็นว่าสื่อวิดีโอมีศักยภาพในการสร้างการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการได้สูงกว่าสื่อภาพนิ่ง แม้จำนวนผู้เข้าถึงจะน้อยกว่า โดยสื่อวิดีโอสามารถถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก และความเชื่อมโยงกับผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการที่มุ่งเน้นการส่งเสริมความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการ มากกว่าการรับชมในลักษณะผ่านตา

การศึกษานี้พบว่า โครงการ Research Digest ที่ออกแบบจากการวิเคราะห์ข้อจำกัดของโครงการ The Author นั้นช่วยลดภาระด้านทรัพยากรบุคคล ระยะเวลา และความซับซ้อนของขั้นตอนการทำงานได้อย่างชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับกระบวนการผลิตสื่อเดิม ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการถ่ายทำและสัมภาษณ์มาเป็นการสังเคราะห์เนื้อหาจากผลงานวิจัยต้นฉบับ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ เป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อความคล่องตัวของการดำเนินงาน และทำให้การสื่อสารงานวิจัยสามารถดำเนินการได้ภายใต้ข้อจำกัดของบริบทการปฏิบัติงานของห้องสมุดมหาวิทยาลัย

อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ยังมีข้อจำกัดด้านจำนวนตัวอย่าง โดยข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์มาจากรายงานจำนวน 6 โพสต์ ซึ่งอาจยังไม่เพียงพอที่จะสรุปเป็นแนวโน้มทั่วไปของพฤติกรรมผู้ใช้บริการได้ทั้งหมด นอกจากนี้ ข้อจำกัดด้านระยะเวลาการประสานงานกับเจ้าของผลงาน และต้นทุนของการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบและประสิทธิภาพของการผลิตสื่อในครั้งนี้

โดยสรุป ผลการดำเนินงานแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารงานวิจัยให้มีความเหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ และสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมการรับสื่อของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน ข้อค้นพบครั้งนี้ช่วยปรับปรุงกระบวนการผลิต การวางแผนเนื้อหา และการเลือกใช้เทคโนโลยีในอนาคต เพื่อยกระดับการสื่อสารงานวิจัยให้มีความต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับบริบทของห้องสมุดมหาวิทยาลัยมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ (Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

โครงการ Research Digest สามารถต่อยอดและนำไปปรับใช้กับภารกิจด้านการสื่อสารอื่น ๆ นอกเหนือจากงานวิจัยได้ เช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร นโยบาย หรือกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย ผ่านรูปแบบวิดีโอสั้นหรือสื่อดิจิทัลที่เข้าใจง่าย โดยใช้แนวคิดและกระบวนการเดียวกับ Research Digest คือการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาช่วยสรุปและย่อเนื้อหาที่มีความซับซ้อนให้กระชับ ชัดเจน และเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น การนำเสนอในรูปแบบวิดีโอหรือสื่อมัลติมีเดียที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสารของผู้คนในปัจจุบัน จะช่วยให้บุคลากรสามารถรับรู้ข่าวสารได้สะดวกกว่าการสื่อสารผ่านเอกสารหรือประกาศในรูปแบบเดิม อีกทั้งยังช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและความเข้าใจต่อข้อมูลสำคัญขององค์กร ส่งผลให้บุคลากรมหาวิทยาลัยสามารถเข้าถึงข้อมูลและปฏิบัติตามนโยบายของมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในอนาคตมีความแม่นยำและครอบคลุมยิ่งขึ้น ควรเพิ่มจำนวนเนื้อหาหรือระยะเวลาเก็บข้อมูลเพื่อให้สามารถวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมผู้ใช้บริการได้ชัดเจนกว่าปัจจุบัน รวมถึงควรศึกษาปัจจัยเสริมอื่น ๆ เช่น ช่วงเวลาที่เผยแพร่ ความน่าสนใจของหัวข้อ หรือรูปแบบการเล่าเรื่อง เพื่อพัฒนาการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการประเมินความแม่นยำ ต้นทุน และประสิทธิภาพของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่ใช้ในการผลิตสื่อ เพื่อการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

รายการอ้างอิง (References)

- นักสำรวจ สุกฤษณ์, สกัญญา รัตนมนตรี, และ อภิษยาภา คุณเพียร. (2566). Video abstract: สื่อดิจิทัลเพื่อการเผยแพร่ผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัยมหิดลให้กว้างไกลสู่ระดับโลก. *PULINET Journal*, 10(2), 133–142.
<https://so14.tci-thaijo.org/index.php/PJ/article/view/343>
- หอสมุดและคลังความรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล. (2566). *The Author* [Video playlist]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=1g6nhUT26K4&list=PLYWd25RFb3qaKhL8CW4Wl9bsyn-5OOvrl>
- Aydin, G., Uray, N., & Silaharoglu, G. (2021). How to Engage Consumers through Effective Social Media Use - Guidelines for Consumer Goods Companies from an Emerging Market. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(4), 768-790. <https://doi.org/10.3390/jtaer16040044>
- Bagić Babac, M. (2023). Emotion analysis of user reactions to online news. *Information Discovery and Delivery*, 51(2), 179-193. <https://doi.org/10.1108/IDD-04-2022-0027>
- Bertalanffy, L. von. (1968). *General system theory: Foundations, development, applications*. George Braziller.
- Crabb, M., Jones, R., Armstrong, M., & Hughes, C. J. (2015, October 26–28). Online news videos: The UX of subtitle position. In *Proceedings of the 17th International ACM SIGACCESS Conference on Computers and Accessibility (ASSETS '15)* (pp. 215–222). Association for Computing Machinery.
<https://doi.org/10.1145/2700648.2809866>
- Elsevier. (2026). SciVal. <https://www.scival.com>
- Heiselberg, L., & Cores-Sarria, L. (2025). Adapting news video narration to online services. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 41(78), 102–122.

- Hunter, P. (2016). The communications gap between scientists and the public. *EMBO Reports*, 17(11), 1513–1515. <https://doi.org/10.15252/embr.201643379>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Li, K., Ji, S., Yang, D., & Liu, L. (2018, October 19–21). The impacts of subtitles on 360-degree video journalism watching. In *Proceedings of the 2018 International Joint Conference on Information, Media and Engineering (ICIME)* (pp. 129–134). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICIME.2018.00035>
- Seidel, N. (2024). Short, long, and segmented learning videos: From YouTube practice to enhanced video players. *Tech Know Learn*, 29, 1965–1991. <https://doi.org/10.1007/s10758-024-09745-2>
- W.K. Kellogg Foundation. (2004). Logic model development guide. W.K. Kellogg Foundation.
- Zuorong, W., Jiaxuan, S., Shan, H., Sanhong, D., & Hao, W. (2026). Bridging the gap between science and society: Mapping libraries' strategies for engaging in the research impact process through semantic analysis. *Information Research: An International Electronic Journal*, 31, 1299–1312. <https://doi.org/10.47989/ir31iConf64195>