****

**มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช**

**การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านผลิตบัณฑิต**

**ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562**

เรื่อง

**การประยุกต์ใช้สื่อสังคมกับการพัฒนาคอนเทนต์**

**เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอน**



วิทยากร

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กรรณ จรรยาวุฒิวรรณ์**

**อาจารย์ประจำสำนักเทคโนโลยีการศึกษา**

กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่อง **การประยุกต์ใช้สื่อสังคมกับการพัฒนาคอนเทนต์**

**เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอน** มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารยุคดิจิทัล

1. แนวคิดด้านการสื่อสารเชิงเนื้อหา (Content Communication)
2. แนวคิดด้านการสื่อสารเชิงประสบการณ์ (Experiential Communication)
3. แนวคิดด้านการสื่อสารเชื่อมต่อทุกช่องทาง (Omnichannel Communication)

**ทำไมต้องให้ความสนใจสื่อและเครือข่ายสังคม**

ตัวอย่างชุดวิชาที่ประสบความสำเร็จในการผลิตสื่อการสอน ชุดวิชาของปฐมพยายาม 52361 เป็นการออกแบบคอร์สที่เป็นการบูรณาการนำ social technology เข้ามาใช้ เช่น อาจารย์มีงานใส่ประเภท **Hashtag**คือคำหรือประโยคที่มีเครื่องหมาย “**#**” หรือที่แปลภาษาไทย ก็คือ “**ดัชนีถ้อยคำ**” นำหน้าคำหรือประโยคนั้น ๆ เพื่อให้สืบค้นเจอใน Google ซึ่งถือเป็นรูปแบบหนึ่งของ Metadata Tag ที่มีการใช้กันอย่างแพร่หลายใน Social Media ต่าง ๆ ต้องใช้กับคำค้น keyword ที่มีความพอดีกับผู้เรียน นั่นหมายความว่าเราต้องเรียนรู้และมีความเข้าใจพฤติกรรมของผู้เรียน ต้องรู้ว่าผู้เรียนต้องการอะไร



ในบางชุดวิชาเป็นชุดวิชาฝึกปฏิบัติ การใช้ e-Learning มาช่วยทำให้การอ่านหนังสือง่ายขึ้น เข้าใจได้ดีจากเห็นภาพการปฏิบัติจริง หรือแม้แต่การอ่านหนังสือผ่าน e-book ก็มีจำนวนเพิ่มขึ้นมาก เพราะคล่องตัวง่ายสะดวกกว่าการพกหนังสือเป็นเล่ม ทำให้เห็นว่าต่อไปเราจะผลิตเป็น e-book ให้มากขึ้น ไม่ได้มีแค่เอกสารการสอนที่เป็นหนังสือธรรมดา

ผลการสำรวจบอกให้ทราบว่าคนชอบส่ง messages เป็นอันดับแรก ๆ ดังนั้นวิธีการสร้าง engagement ที่ดี คือการตอบ messages ไม่นิ่งเงียบ ผู้บริโภค 90% ชอบอ่าน massages ชอบการคุยผ่านข้อความ ฉะนั้นง่ายที่สุดกว่าการทำสื่อ เมื่อมีการโพสต์ข้อความถามอะไรมา เราต้องตอบกลับอย่างรวดเร็ว ซึ่งระบบเทคโนโลยีในปัจจุบันจะเก็บข้อมูลตอบกลับนั้นว่า ตอบกลับในเวลาอันรวดเร็วหรือช้าข้ามวัน หากมีการตอบกลับเร็วระบบขึ้นว่า excellent response time เป็นต้น

 

พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้บริโภค Generation ต่าง ๆ ที่มีการค้นพบว่ายุค baby Boomer (คนที่เกิดปี พ.ศ. 2489 – 2507) หรือ Gen-B ชอบใช้ไลน์เป็นอันดับ 1 ถ้าต้องการให้เกิด engagement ในกลุ่ม baby Boomer เราก็ต้องคุยกับเขาผ่านไลน์เป็นอันดับแรก / ถ้าเป็น Gen-X (คนที่เกิดปี พ.ศ. 2508 – 2522) ก็ยังสื่อสารทางไลน์มากอยู่เหมือนกัน / Gen-Y (คนที่เกิดปี พ.ศ. 2523 – 2540) และ Gen-Z (คนที่เกิดปี พ.ศ. 2540 ขึ้นไป) ชอบโพสต์ใน YouTube ชอบการมีตัวตน โดยเฉพาะนักศึกษาใหม่ ๆ เป็น Gen-Y Gen-Z Gen-C โดยส่วนใหญ่ (Gen-C คือกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมเสพติดการเชื่อมต่อและแชร์ได้ทุกเมื่อ)

 เมื่อเราจะทำ content จะต้องทำบนสื่อสังคมที่มีจำนวนผู้ใช้มากและเป็นกลุ่มเป้าหมายของเรา เช่น YouTube Facebook ที่สามารถเปิดด้วย smart TV ได้ เปิดบนมือถือได้ เช่น ช่อง STOU CHANNEL ของมสธ. สามารถเปิดดูใน YouTube ได้ และต้องพยายามทำให้คนดู subscription ติดตามดู เพื่อให้มีคนดูจำนวนมาก เมื่อมีคนดูเป็นจำนวนมาก ระบบ Algorithm บน YouTube เราต้องสร้างเนื้อหาการเรียนรู้ที่ตอบสนองตวามต้องการของผู้เรียนได้ สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้เรียนได้ จนเกิดความผูกพันเป็น engagement กับเราได้

**ระบบ “ALGORITHM” บน YOUTUBE สำคัญอย่างไร**

*ระบบ Algorithm บน* YouTube *อันซับซ้อน เพื่อจับคู่วิดีโอและเหล่าผู้ชมแต่ละรายที่มีแนวโน้มความชื่นชอบในเนื้อหาวิดีโอประเภทเดียวกันมาเจอกัน พร้อมปรับเปลี่ยนวิดีโอตามความสนใจของกลุ่มผู้ชมนั้น ๆ ด้วยลูปความคิดเห็นแบบเรียลไทม์ และพยายามแสดงวิดีโอในสิ่งที่ผู้ชมชื่นชอบ ให้ไปปรากฏตามจุดต่าง ๆ ที่ผู้ชมทั่วโลกสามารถมองเห็นได้อย่างถูกที่ถูกเวลา*

**ระบบ “ALGORITHM” ทำงานอย่างไร**

*ระบบ “****Algorithm****” จำเป็นจะต้องใช้ข้อมูลทางสถิติในแต่ละวิดีโอมาช่วยในการคัดสรร ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลเชิงสถิติที่จะช่วยจำแนกกลุ่มผู้ชมตามเพศ อายุ ไปจนถึงข้อมูลประชากรของเหล่าผู้ชม*

*ระบบอัจฉริยะนี้จะทำหน้าที่ตรวจเช็คและทำการประมวลผลออกมาอย่างชาญฉลาด จากข้อมูลการรับชมวิดีโออย่าง ชื่อคลิป, ภาพขนาดย่อ, คำอธิบาย และพฤติกรรมความชื่นชอบของผู้ชมแต่ละกุล่ม ว่ามีการรับชมวิดีโอนานแค่ไหน หรือวิดีโอนั้นๆสามารถคงกลุ่มผู้ชมไว้ได้นานเท่าไร โดยจะทำการตรวจสอบวิดีโอเหล่านี้ตามลำดับซ้ำแล้วซ้ำอีก เพื่อความแน่ใจว่า วิดีโอดังกล่าวควรจัดหมวดหมู่และเสิร์ฟให้กับผู้ชมกลุ่มใดบ้าง*

 

**ผู้ชม กับระบบ “ALGORITHM”**

*ระบบจะทำการตรวจสอบวิดีโอที่ผู้ชมได้รับชมไปก่อนหน้านี้ โดยจำแนกวิดีโอดังกล่าวว่า ตัวผู้ชมนั้นให้ความสนใจมากน้อยแค่ไหน, เวลาในการรับชมเป็นอย่างไร ไปจนถึงวิดีโอที่ผู้ชมทำการกดข้าม หรือไม่เข้ารับชม นั้นก็จะถูกนำมาจำแนกและวิเคราะห์ด้วยเช่นกัน*

*ระบบการทำงานสำคัญของ “****Algorithm****” ที่มีต่อผู้ชมมีอยู่ 2 แบบ คือ*

***ข้อที่ 1****: ช่วยผู้ชมแต่ละรายค้นหาวิดีโอที่พวกเขาต้องการ*

***ข้อที่ 2****: ช่วยให้ผู้ชมได้เข้าถึงและดูวิดีโอที่พวกเขาชื่นชอบภายใน YouTube ได้อย่างต่อเนื่อง*

**จะทำอย่างไรให้ระบบ “ALGORITHM” ชื่นชอบวิดีโอของเรา**

         *เหล่า Creator ต้องพยายามผลักดันให้ผู้ชมชื่นชอบวิดีโอและรับชมวิดีโอของคุณอย่างต่อเนื่องเท่านั้นเอง เพียงเท่านี้ระบบ “****Algorithm****” ก็จะช่วยส่งเสริมการเข้าถึงและแสดงวิดีโอของคุณตามจุดต่าง ๆ ได้มากยิ่งขึ้น และยังดึงผู้ชมขาจรเข้ามาดูวิดีโอของคุณได้มากยิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน*

***Algorithm****ถือเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่มีส่วนช่วยทำให้วิดีโอในช่องของคุณถูกพบเห็นได้มากบน YouTube ซึ่ง Creator ทั้งหลายจำเป็นต้องทราบถึงประโยชน์และการทำงานของระบบ เพื่อที่จะได้เข้าใจกลไกการทำงานของระบบดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถนำไปปรับใช้และพัฒนาช่องของคุณให้ประสบความสำเร็จได้อย่างถูกทาง และเพิ่มผู้ชมให้กับช่องได้อย่างรวดเร็วต่อไปในอนาคต*

มีการสำรวจออกมาแล้วว่า คนส่วนใหญ่เล่นอินเทอร์เน็ตเวลาเดิน เวลาอยู่ในที่สาธารณะ ดังนั้นเราจะต้องมาโพสต์ตอนช่วงเวลาที่เค้าเดินทาง คือช่วงเวลา 6.00 – 8.00 น. เช้า หรือช่วงเวลา 16.00 – 18.00 น. จะได้มีคนเข้ามาดู ไม่ใช่ช่วงเวลา 9.00 – 12.00 น. หรือ 5 ทุ่มถึงเที่ยง เพราะคนจะไปดูละคร ไปดูรายบันเทิงของ workpoint

 

ตัวอย่างที่ได้มีการ live สด ใน facebook คนชอบดู review เชิงประสบการณ์ ไม่ใช่นั่งพูดอย่างเดียว ต้องให้เห็นบรรยากาศการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของ มสธ. คนจะค่อนข้างให้ความสนใจ มีคนเข้ามากด like และจะต้องมีคนเข้ามาโพสต์ตอบทันทีให้ feedback ได้ ให้รายละเอียดได้ ประชาสัมพันธ์ได้ทันทีว่าหลักสูตรศิลปศาสตร์น่าเรียนอย่างไร ดีที่สุดผู้ที่โพสต์ตอบคือ reviewer ที่เป็นนักศึกษาของ มสธ. ดังนั้นเราต้องพยายามสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อการเรียนการสอนของ มสธ. เพื่อให้เกิด engagement ที่ดีกับเรา จะเกิดความประทับใจ จะเกิดการบอกต่อ การที่มีคนมาโพสต์ตอบ มี feedback ทันทีจะทำให้การโพสต์ การแชร์ของเราไม่หายไป

**การทำหน้าปก cover page บนสื่อสังคม**

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวเอง ให้กับงานบนสื่อสังคมที่เป็นการรับรู้แรก คือ cover page ต้องดึงดูดและให้สาระด้วย cover page ที่ดีจะต้องทำให้ผู้ดูรับรู้ข้อมูลได้เร็วก่อนที่จะคลิกเข้าไปดูเนื้อหาจริง ช่วยประหยัดเวลาแก่ผู้ต้องการค้นหาข้อมูลเร็ว ๆ บน cover page นอกจาก 1. **ภาพ**ที่บอกความเป็นตัวตนของชุดวิชาหรือเรื่องที่จะสอนแล้วควรให้รายละเอียดถึง  **2. หัวข้อ** content 3. **ผู้ผลิตโดยใคร** 4. **ช่องทางการติดต่อ** 5. **กิจกรรมประชาสัมพันธ์และโปรโมชั่นต่าง** ๆ ผ่าน cover page



**ความยาวของคลิปวีดิโอ**

จากการสำรวจพฤติกรรมของนักศึกษาที่ดูใน YouTube ใช้เวลาต่อคลิปเพียง 2-3 นาทีเท่านั้น ซึ่งที่ผ่านมาเราทำวีดิโอสอนเสริมยาวถึง 2 ชั่วโมง แต่มีนักศึกษาที่ดูจนจบเพียง 7% เท่านั้น และดูได้นานที่สุดเพียง 14 นาทีเท่านั้น ดังนั้นการที่เราตัด content ให้สั้นลงเพื่อย่อยเนื้อหาให้กระชับ ให้เป็นคลิปวีดิโอหลาย ๆ อัน ให้มี หัวข้อ content หลาย ๆ เรื่อง ผู้เรียนจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาการเรียนการสอนได้มากกว่า จะเห็นหัวข้อเนื้อหาที่โชว์บน cover page ได้ว่าสอนเกี่ยวกับเรื่องอะไรบ้างในวิชานั้น ๆ สะดวกในการเลือกคลิกดูในเรื่องที่ตนเองไม่เข้าใจ เลือกดูในเรื่องที่ตนเองสนใจได้เลย และง่ายการต่อแชร์ต่อด้วย

คลิปวีดิโอสื่อการสอน e-learning ต่าง ๆ มหาวิทยาลัยเอาไว้ใน YouTube และดึงมาไว้ใน Module เป็นหลักการกระจายความเสี่ยง เหตุผลเพราะถ้าเราแบกรับทุก content ไว้ใน server เดียวกัน วันหนึ่งระบบเกิดล่มขึ้นมา เราจะเกิดปัญหาทันที ปัจจุบันเราใช้ Social Technology ระบบ Cloud Technology เข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อไม่แบกรับภาระ server

**การนำ Social Media มาใช้กับการเรียนการสอน**

1) ผู้เรียนเข้าถึงเราได้ง่ายไหม ถ้าผู้เรียนเข้าถึงเรายาก เข้ามาโพสต์คำถามก็ไม่มีคนตอบหรือตอบช้ามาก การจะมี engagement ที่ดีจึงเป็นเรื่องยาก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ปัจจุบันมีระบบการเรียนการสอน on line 100% เพื่อปรับตัวให้เข้ากับผู้เรียนกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่

2) Keyword คำสำคัญในการค้นหาบน Google Search มีความสำคัญมาก ต้องสามารถเข้าถึงและจัดการข้อมูลได้ง่าย ถือเป็นหลักการทางวิชาการที่สำคัญมาก เมื่อมีการคีย์เพื่อค้นหาข้อมูล เราต้องมีทุกอย่างตามที่เขาต้องการ เช่น ข้อมูลหลักสูตรสาขาวิชาศิลปศาสตร์ และต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องตรงกันไม่ว่าใครจะเป็นผู้ตอบ ผู้โพสต์ ไม่เช่นนั้นผู้เรียนเกิดความสับสน

3) ต้องตอบสนองเฉพาะกลุ่มมากขึ้น ผู้สอนมีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง ให้เน้น learning outcome ของผู้เรียน เพราะผู้เรียนในปัจจุบันเก่งมาก มีความสามารถในการเรียนรู้องค์ความรู้ต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง และพร้อมที่จะแสดงออกว่ามีตัวตนอยู่โลก Social

4) เราต้องโพสต์ข้อความที่มีลักษณะเป็น Metadata คล้าย Hashtag  “#” เพื่อให้ทุกคนสืบค้นเราใน Google เจอ เพราะเป็นคำที่เชื่อมโยงกัน ดังนั้นเราจึงใส่ข้อมูล Metadata ที่เป็นคำอธิบายบอกรายละเอียดต่าง ๆ ในด้านล่างของ YouTube / ใน e-learning / ในวีดิโอ / ใน e-book พยายามใส่ข้อมูล Metadata ในสื่อการสอนของเราทุกที่ เพื่อเป็นการดักข้อมูล เวลาที่มีการสืบค้นคำที่ความเชื่อมโยงกันใน Google สื่อของเราที่โพสต์อยู่ในโลก Social จะขึ้นทันที เพราะว่าโลก Social Network ทำงานเป็นแบบ Big Data คือข้อมูลที่ไม่มีโครงสร้าง แต่เน้นความสำคัญของข้อมูล

**แนวปฏิบัติที่ดี**

- เกิดความเข้าใจในการเรียนรู้พฤติกรรมและกลุ่มเป้าหมายผู้เรียน เพื่อพัฒนาจัดทำสื่อการเรียนการสอนให้เหมาะกับผู้เรียน

- เกิดความตระหนักในการให้ความสำคัญกับการจัดทำสื่อการเรียนการสอนให้มีอัตลักษณ์ตามชุดวิชา

- มีแนวทางในการจัดทำเนื้อหาการสอน การแบ่งย่อยเนื้อหาการสอนให้เป็นตอน มีความกระชับเพื่อการเรียนรู้ได้ง่าย

- มีแนวทางในการพัฒนา Cover Page

- เป็นแนวทางในการพัฒนาการวัดและประเมินผลแบบ Rubric

- เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการเรียนการสอนผ่าน Google Drive

**บรรณานุกรม**

INFLUENCER NETWORK.//(2015).//ระบบ “ALGORITHM” บน YOUTUBE สำคัญอย่างไร.//

สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2562,/จาก/<http://caster.online-station.net/help/detail/37>

Page365.//(2018).//5 ไอเดียครีเอท cover page ให้สะดุดตาและดึงดูดลูกค้า.//

 สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2562,/จาก/<https://www.page365.net/all-articles/365town-5ideascoverimage>