

สรุปประเด็นกิจกรรมแลกเปลี่ยนรู้
เรื่อง “การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลสำหรับงานห้องสมุดและสารสนเทศ”
โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรรณ จรรยาอุฒิวรรณ
อาจารย์ประจำสำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
วันพฤหัสบดีที่ 16 มกราคม 2563 เวลา 09.00-12.00 น. และ
วันศุกร์ที่ 17 มกราคม 2563 เวลา 13.00-16.30 น.
ณ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ 1 อาคารบริการ 1 ชั้น 4

รูปแบบการเรียนการสอนแบบออนไลน์ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีรูปแบบการเรียนออนไลน์ภายใต้แนวคิด “ทุกคน ที่ไหน เวลาใด ก็เรียนได้” โดยมีพัฒนาการจากการเรียนรู้ผ่านเว็บ (Web-based learning: WBL) การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic learning: e-Learning) การเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยีไร้สายและแบบพกพา (Mobile Learning: m-Learning) จนถึงปัจจุบันเป็นการเรียนรู้ได้ทุกหน ทุกแห่ง และทุกเวลา (Ubiquitous Learning: U-Learning)

การสื่อสารกับสื่อการเรียนรู้

1. การสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) เป็นการสื่อสารที่ข่าวสารจะถูกส่งจากผู้ส่งไปยังผู้รับในทิศทางเดียว โดยไม่มีการตอบโต้กลับจากฝ่ายผู้รับ สื่อการเรียนรู้ที่เป็นการสื่อสารทางเดียว ได้แก่ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ทรัพยากรสารสนเทศ บล็อก คอมพิวเตอร์ช่วยสอน แอนิเมชัน คลิปเสียง คลิปวิดีโอ สไลด์ และกราฟิก

2. การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) เป็นการสื่อสารที่มีการส่งข่าวสารตอบกลับไปมาระหว่างผู้สื่อสาร ดังนั้นผู้สื่อสารแต่ละฝ่ายจึงเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในขณะเดียวกัน มีการสื่อสารข้อมูล 2 แบบ

2.1 การสื่อสารแบบไม่ต่อเนื่อง (Asynchronous) สื่อการเรียนรู้ ได้แก่ อีเมล วิกี คริช พอร์ม เว็บบอร์ด

2.2 การสื่อสารแบบต่อเนื่อง (Synchronous) สื่อการเรียนรู้ ได้แก่ โซเชียลเน็ตเวิร์ก วิดีโอคอล แชท

แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ

1. มีการเชื่อมโยงถึงกัน ติดต่อกันได้
2. มีความสามารถเข้าถึง/จัดการกับข้อมูลสารสนเทศได้
3. ให้ความสำคัญกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่สนใจเท่านั้น
4. มุ่งตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มมากขึ้น
5. ต้องการมีพื้นที่เผยแพร่เนื้อหา/เรื่องราวส่วนตัว
6. ก้าวสู่ความเป็นผู้บริโภคมืออาชีพ
7. ต้องการได้รับการตอบสนองโดยทันที

แนวคิดการสื่อสารยุคดิจิทัล

1. แนวคิดด้านการสื่อสารเชิงเนื้อหา (Content Communication) มุ่งเน้นความเกี่ยวข้องกับ ความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ช่วยแก้ปัญหาให้กับกลุ่มเป้าหมาย เป็นคุณค่าที่จับต้องได้ สร้างความไว้วางใจ มีความสม่ำเสมอ เสมอต้นเสมอปลาย สร้างความผูกพันกับองค์กร สร้างความภักดี และภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคม

2. แนวคิดด้านการสื่อสารเชิงประสบการณ์ (Experiential Communication) มุ่งเน้นการรับรู้และการบริโภคผลิตภัณฑ์ (สินค้า และ/หรือบริการ) การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมประสบการณ์ ให้เข้าถึงภาพลักษณ์ขององค์กร/บุคลิกภาพของแบรนด์ สร้างการมีส่วนร่วม ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์จริงหรือเสมือนจริง สร้างการบอกต่อ เพิ่มการแบ่งปันในสื่อสังคม สร้างความชอบพอ และผูกพันต่อแบรนด์/องค์กร

3. แนวคิดด้านการสื่อสารเชื่อมต่อทุกช่องทาง (Omnichannel Communication) เป็นการเชื่อมโยงทุกช่องทาง ทำงานร่วมกัน ทั้งเว็บไซต์ อีเมล แอปพลิเคชัน เครือข่ายสังคม สื่อสังคม และหน้าบ้าน ภายใต้ระบบการบริหารจัดการหลังบ้านที่สัมพันธ์กัน ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้หลากหลายทางเลือก วิเคราะห์สถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางการออกแบบการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล

1. สร้างการรับรู้
2. มุ่งเน้นประโยชน์การแก้ปัญหา
3. กระตุ้นการมีปฏิสัมพันธ์
4. รักษาความผูกพัน

แนวทางการออกแบบเนื้อหาเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ ใช้หลัก 7Ls ดังนี้

1. List การเลือกใช้เนื้อหา

1.1 Static Content การเลือกใช้เนื้อหาในรูปแบบคงที่ ตอบสนองทางเดียว เหมาะกับเนื้อหาที่ค่อนข้างนิ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลง

1.2 Dynamic Content การเลือกใช้เนื้อหาที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลค่อนข้างบ่อย ตอบสนองผู้ใช้ได้ผ่านระบบการจัดการข้อมูล

2. Line การจัดลำดับเนื้อหา

2.1 Line Sequence การจัดลำดับเนื้อหาตามขั้นตอน เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย

2.2 Line Dynamic การจัดลำดับเนื้อหาแบบมีการเชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ

3. Landscape การกำหนดขนาด

3.1 Landscape Screen Size การกำหนดการแสดงผลแบบคงที่บนหน้าจอของอุปกรณ์ขนาดต่างๆ

3.2 Landscape Web Screen Size การกำหนดการแสดงผลให้ปรับเปลี่ยนได้อัตโนมัติบนหน้าจอของอุปกรณ์ขนาดต่างๆ

3.3 Landscape Paper Size การกำหนดขนาดจากขนาดกระดาษ

4. Layout & Layer การออกแบบและวางภาพให้เหมาะสมกับการแสดงผล รวมถึงการกำหนดสีและความละเอียดของภาพ

5. Logo

5.1 Logo Representation มีการแสดงภาพสัญลักษณ์ของผู้จัดทำ

5.2 Logo Concept แนวคิดการออกแบบภาพสัญลักษณ์ในเนื้อหา อาจใช้ Mind map ในการถ่ายทอดความคิด และแสดงผลในรูปแบบ Infographic

6. Large Scale การนำเสนอข้อมูลให้ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์

7. Life เครื่องมือที่ใช้เผยแพร่และแบ่งปันข้อมูล ทั้งบนเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ เครื่องมือช่วยในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

1. Pixabay เว็บไซต์ดาวน์โหลดรูปภาพฟรี เพื่อใช้ในการผลิตสื่อ <https://pixabay.com/>

2. Google Fonts แหล่งดาวน์โหลดฟอนต์ฟรี <https://fonts.google.com/>

3. Adobe Color ตัวช่วยสร้างชุดสีเพื่อใช้ในการออกแบบสื่อ <https://color.adobe.com/create>

4. คู่มือการใช้งานลิขสิทธิ์ที่เป็นธรรม ดาวน์โหลดคู่มือได้จากเว็บไซต์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา <http://www.ipthailand.go.th/>

5. Bensound ดาวน์โหลดไฟล์เสียงฟรี <https://www.bensound.com/>

6. Google Trends เครื่องมือวิเคราะห์พฤติกรรมการค้นหา และความต้องการของคนในแต่ละประเทศ เพื่อผลิตสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย <https://trends.google.co.th/>

7. Google SEO การทำเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ และรองรับการติดอันดับบน Google

คณะทำงานดำเนินการจัดการความรู้
สำนักบรรณสารสนเทศ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563