

แนะนำ Pinterest สื่อใหม่กับการเรียนการสอน ยุคศตวรรษที่ 21

Introducing “Pinterest”: New Media and an Education Tool in the 21st Century

ภัทราวดี ธิเลอร์
pattarawadee.t@bu.ac.th
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

กรทักษ์ ธาตธีรธรรม
gettathailand_13@hotmail.com
บริษัทไอเดีย ดีพีเออร์ จำกัด

บทคัดย่อ

ในยุคศตวรรษที่ 21 เครือข่ายสังคมออนไลน์ เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของมนุษย์มากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น-นักศึกษา ที่แสวงหาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในชีวิตรประจำวัน เป็นสาเหตุให้สถาบันการศึกษาในประเทศไทยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการปรับระบบ การเรียนการสอนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของนักศึกษามากขึ้น เพื่อดึงดูดให้นักศึกษาสนใจเรียน โดยเน้นให้ผู้สอนและผู้เรียนเกิด กระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง จนเกิดการเรียนรู้ที่ไม่จำกัดเวลาและสถานที่แบบการเรียนการสอนแบบดั้งเดิมอีกต่อไป ผู้เขียนจึงนำเสนอ Pinterest สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งนับเป็นสื่อใหม่ที่น่าสนใจ เพื่อปรับใช้ในระบบการเรียนการสอนในยุคสารสนเทศนี้ โดยเน้นให้ ผู้เรียนมองเห็นความสำคัญในสิ่งที่เรียนรู้และสามารถเชื่อมโยงความรู้ระหว่างความรู้ใหม่กับความรู้เก่า จนเชื่อมโยงเข้ากับเป้าประสงค์ ขององค์การได้

Abstract

In the 21st Century, social networks have become an integral part of peoples' lives, especially for adolescents and young adults. Due to this social change, educational institutions have attempted to integrate learning materials into these media to conform and adapt to students' constantly evolving needs. New instructional media has altered students' learning processes, allowing them to study without constraints in a limitless and timeless environment. In this research, “Pinterest”, a new social media network, is introduced as an alternative and innovative new instructional tool for educators to link with students' educational needs and allowing them to match these with institutional goals.

บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทุกภาคส่วนของสังคมโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสื่อออนไลน์เข้ามามี บทบาทในชีวิตประจำวันของแต่ละคนมากขึ้น โดยสื่อออนไลน์นั้นเกิดมาจากการพัฒนาการทางการสื่อสารที่ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้งก่อให้เกิด สื่อรูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมา พัฒนาการแบบก้าวกระโดดดังกล่าวทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นมากขึ้น รูปแบบการ สื่อสารเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่เคยเป็นการสื่อสารทางเดียว ก้าวเข้าสู่ยุคของการสื่อสารสองทางโดยประชาชนมีโอกาสในการรับข่าวสาร และมีช่องทางในการแสดงความคิดเห็นมากยิ่งขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงของ “ภูมิทัศน์สื่อและการสื่อสาร” (Media and Communication Landscapes) ซึ่งก่อนหน้านี้มี สื่อดั้งเดิมหรือสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นสื่อหลักในการสื่อสารของสังคม ด้วยปัจจัยเทคโนโลยีระบบ ดิจิทัล และสังคมสารสนเทศ ทำให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ดำเนินชีวิต และบริโภคสินค้าผ่านสื่อใหม่ หรือสื่อทางเลือก โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ และโทรศัพท์มือถือ ซึ่งแตกต่างจากธรรมเนียมวิถีปฏิบัติของบรรพบุรุษในอดีต วัยรุ่นยุคใหม่ ถือเป็นเยาวชนยุคอินเทอร์เน็ตที่ให้ความ

สำคัญกับเสรีภาพ (Freedom) มีลักษณะเฉพาะแบบตอบสนองความต้องการของตนเอง (Customization) หมายถึงเยาวชนรุ่นใหม่ไม่ชอบรูปแบบมาตรฐานแบบของสินค้าที่ผลิตเพื่อผู้บริโภคจำนวนมาก แต่พอใจในสิ่งที่ตัดแปลงแก้ไขให้สะท้อนตัวตน และความเป็นอัตลักษณ์ได้มากกว่า ตลอดจนเป็นวัยพินิจพิเคราะห์ (Scrutiny) ซึ่งเป็นวัยที่อยากรู้อยากเห็นซึ่งในยุคสมัยปัจจุบัน ข้อมูลข่าวสารสามารถตอบสนองด้วยเทคโนโลยีสื่อสารอันทันสมัย โดยข้อมูลข่าวสารจะถูกบรรจุอยู่ในอินเทอร์เน็ตและสื่อใหม่ ทำให้เกิดการสืบค้นอย่างสะดวกง่ายดายและไม่ยุ่งยากซับซ้อน และยิ่งขึ้นขอบความเป็นนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งมักใฝ่หาสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ และความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2555)

สื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในยุคปัจจุบัน คือ สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) รายงานของสำนักวิจัยทางการตลาดซิมมอนส์ (สิงหนาท นาคพงศ์ พันธุ์, 2555) แสดงให้เห็นว่าร้อยละ 66 ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริกา นั้น ใช้งานสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ. 2007 ในสัดส่วนร้อยละ 20 โดยร้อยละ 43 ของผู้ใช้งานทั้งหมดเข้าใช้งานสื่อเครือข่ายดังกล่าวมากกว่า 1 ครั้งต่อวัน ซึ่งเครือข่ายสังคมที่โดดเด่นและมีการเติบโตเพิ่มขึ้นนั้นได้แก่ Facebook (Nielsen, 2010 อ้างถึงใน สิงหนาท นาคพงศ์พันธุ์, 2555) ซึ่งในสหรัฐอเมริกามีผู้เข้าชม (ไม่นับเข้าชมซ้ำ) จำนวน 125 ล้านคน

ในประเทศไทย พบว่ามีคนไทยใช้ Facebook ทั้งสิ้นจำนวน 13,276,200 ราย มี Facebook Page ไทย ทั้งสิ้นจำนวน 34,642 มีการคลิก Like ใน Facebook Page ไทยมีทั้งสิ้น 133,640,093 Like โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่อยู่ในวัย 18-24 ปี (ร้อยละ 34) รองลงมา คือ วัย 25-34 ปี (ร้อยละ 28.) (ไอที 24 ชั่วโมง, 2555)

สังคมออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้ คือ Pinterest เว็บไซต์สังคมออนไลน์สำหรับแลกเปลี่ยนภาพรูปแบบใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยม และขณะนี้ผู้ใช้กันมากจนติดอันดับ 3 ของเว็บไซต์ประเภทสังคมออนไลน์ของสหรัฐอเมริกา โดยอันดับที่ 1 ยังคงเป็น Facebook อันดับที่ 2 คือ Twitter อันดับที่ 3 คือ Pinterest ตามลำดับ



ภาพที่ 1 โลโก้สังคมออนไลน์ Pinterest

ที่มา: มาร์เก็ตติ้ง อู๊ปส์ (2555)

Pinterest สามารถเอาชนะเว็บไซต์สังคมออนไลน์อย่าง LinkedIn และ Google+ ด้วยตัวเลขของผู้เยี่ยมชมทางคอมพิวเตอร์ (ที่ยังไม่ได้นับรวมการเข้าชมผ่านทางโทรศัพท์มือถือ) โดยตัวเลขนี้เกิดขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม 2555 ที่ผ่านมา ดังแสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนผู้เยี่ยมชมในเว็บไซต์สังคมออนไลน์

อันดับที่	เว็บไซต์สังคมออนไลน์	จำนวนเยี่ยมชม
1	Facebook	7,000,000,000
2	Twitter	182,000,000
3	Pinterest	104,000,000
4	LinkedIn	86,000,000
5	Tagged	72,000,000
6	Google+	61,000,000

ที่มา: มาเก็ตติ้ง อู๊ปส์ (2555)

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)

เนื่องจากบทความนี้เน้นเรื่องของสื่อใหม่กับการเรียนการสอน จึงต้องอธิบายถึงคุณลักษณะสำคัญของ "สิ่งที่เรียกว่าสื่อใหม่" ว่ามีคุณสมบัติทั้งในเชิงเทคนิค ในเชิงสังคม และคุณสมบัติในเชิงอื่นๆ (กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยชุมพล, 2555) ต่อไปนี้

1. การมีปฏิสัมพันธ์ได้ง่าย (Interactivity) เนื่องจากเป็นรูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way-communication)
2. มีความสามารถเคลื่อนที่ได้สูง (Mobility) ทำให้สะดวกต่อการพกพาไปในที่ต่างๆ (Compactable)
3. สามารถดัดแปลงเปลี่ยนรูปได้ (Convertibility)
4. สามารถเชื่อมต่อกันได้ง่าย (Connectivity)
5. สามารถทำได้ / ใช้งานได้ในทุกที่ (Ubiquity)
6. มีความรวดเร็วในการสื่อสาร (Speed of Communication)
7. มีลักษณะที่ไร้พรมแดน (Absence of Boundaries)
8. ความเป็นดิจิทัล (Digitalization)

สื่อใหม่ (New Media) คือ สื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลายของสื่อในตัวเองและมีความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้เพื่อใช้ส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งเฉพาะบุคคลและเครือข่ายอื่นๆ (กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยชุมพล, 2555) ทั้งนี้ สื่อใหม่มีคุณลักษณะหลายประการที่ผิดแผกแตกต่างไปจากสื่อมวลชนแบบเดิม จึงเป็นเหตุผลให้สื่อใหม่เองปรับฐานะเป็น

“วัตถุแห่งการศึกษา” สื่อใหม่จึงนับว่าเป็นนวัตกรรม (Innovation) แบบหนึ่งเช่นเดียวกัน

นิคม ชัยขุนพล (กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล, 2555) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ ประการแรก คือ ความ เป็นดิจิทัล (Digitalization) ที่มีการทำงานที่หลากหลายน รวดเร็ว และแม่นยำ ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ จะมีการประมวลผลที่รวดเร็ว และไร้พรมแดน ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดของโลก ก็สามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว

ประการที่สอง คือ สื่อใหม่มีลักษณะการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ซึ่งจากเดิมแต่ละสื่อมีคุณสมบัติและหน้าที่คนละด้าน สื่อใหม่ได้นำเอาลักษณะต่างๆ มารวมกันเพื่อให้ ผู้ใช้สื่อใหม่มีความสะดวกในการใช้สื่อเพียงสื่อเดียว

ประการที่สาม คือ การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) กล่าว คือ สื่อกับผู้ใช้สื่อสามารถโต้ตอบกันแบบทันทีทันใด ซึ่งหากนำสื่อ ใหม่มาใช้ในการเรียนการสอน จะสามารถทำให้ผู้เรียนสามารถ ชักถามข้อสงสัย หรือเกิดการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และความคิดเห็นเกี่ยวกับบทเรียนผ่านสังคมออนไลน์ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

ประการที่สี่ คือ สื่อใหม่เป็นการสื่อสารจากหน่วยเดียว บุคคลเดียว กระจายสารไปยังกลุ่มคนหมู่มาก (One-to-Many) ซึ่งเป็นการกระจายข้อมูลข่าวสารจากผู้สอนไปยังผู้เรียนที่มีจำนวน หลายคนได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเรียกว่า “สังคมของการสื่อสาร” (Social Presence) คือการที่ผู้เรียนสามารถสร้างกลุ่มที่มีความ สนใจในเรื่องเดียวกัน ในประเภทความชอบเหมือนกัน หรือที่เรียก ว่า กลุ่มแฟนรายการเดียวกัน ซึ่ง Pinterest เป็นสื่อสังคมออนไลน์ ภายใต “สื่อใหม่” ที่แบ่งกลุ่มความสนใจออกเป็นแต่ละประเภท เพื่ออำนวยความสะดวกเข้าถึงข้อมูล และแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น กับสิ่งที่อยู่ในความสนใจเดียวกันกับเพื่อนได้แบบทันทีทันใด

และประการสุดท้าย สื่อใหม่สามารถกระจายไปยังกลุ่มคน อื่นๆ ได้ (Many-to-many) กล่าวคือ นอกจากจะกระจายเฉพาะ ความสนใจในเรื่องเดียวกัน (ภายในกลุ่มเดียวกัน) แล้ว ยังสามารถ กระจายไปยังกลุ่มคนอื่นที่มองหาความสนใจในเรื่องอื่นๆ ได้ด้วย เช่นใน Pinterest ผู้ส่งข้อมูลขึ้นไปเก็บไปที่สังคมออนไลน์ จะต้อง เลือกประเภทกลุ่มของข้อมูล และข้อมูลนี้จะถูกปักหมุด (Pin) ไว้ ที่หน้ารวม (All) และในหน้ากลุ่มด้วย เป็นต้น

Rogers (1995) ได้นิยามสื่อใหม่ (New Media) ว่าเป็น เทคโนโลยีหรือสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร บนฐานของคนจำนวนมากผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์ เป็นศูนย์กลาง จะเห็นได้ชัดเจนว่า จากยุคดั้งเดิมมนุษย์สื่อสารตัว ต่อตัวโดยใช้คำพูด และการใช้สัญลักษณ์ ต่อมา การเปลี่ยนแปลง

ด้านเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการพัฒนาการทางการสื่อสารมากขึ้น ทำให้เกิดการสื่อสารกันผ่านสื่อมวลชน (Mass Media) มากขึ้น จึง เกิดสื่อมวลชนขึ้นมาหลายประเภท เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันการสื่อสารเน้นเป็น แบบเฉพาะเจาะจงตัวบุคคลมากขึ้น แต่ก็มีความหลากหลายได้ใน เวลาเดียวกัน เราเรียกการสื่อสารรูปแบบนี้ว่า “สื่อเครือข่ายสังคม ออนไลน์” หรือ “โซเชียล มีเดีย” (Social Media) เช่น Facebook Twitter YouTube Instagram หรือแม้กระทั่ง Pinterest ซึ่งเป็นสื่อ เครือข่ายสังคมที่ผู้เขียนมุ่งศึกษาในครั้งนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายและการยอมรับนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

Rogers (1995) ได้ให้ความหมายคำว่า “การแพร่กระจาย นวัตกรรม” ว่า คือกระบวนการซึ่งนวัตกรรมถูกสื่อสารผ่านช่อง ทางในช่วงเวลาหนึ่งระหว่างสมาชิกต่างๆ ที่อยู่ในระบบสังคม โดย ใช้จำแนกความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในสังคมและการยอมรับ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มขอบของใหม่ (Innovator) หรือกลุ่มล้ำสมัย เป็น กลุ่มที่ชอบการเปลี่ยนแปลง ชอบเสี่ยง ชอบลองของใหม่ ตัดสินใจเร็วและเต็มใจที่จะรับผลที่เกิดขึ้นจากการรับนวัตกรรมนั้นๆ กลุ่มนี้จะมิบทบาทในการแนะนำนวัตกรรมแก่ผู้อื่น

2. กลุ่มรับเร็วส่วนแรก (Early adopter) หรือกลุ่มนำสมัย เป็นกลุ่มที่ได้รับความเคารพเชื่อถือ มีอิทธิพลในการชักชวนให้ ผู้อื่นในสังคมมีความคิดเห็นคล้ายตาม มักเป็นผู้นำทางความคิด พร้อมทั้งจะยอมรับนวัตกรรมเมื่อได้ผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบ แล้ว

3. กลุ่มรับเร็วส่วนมาก (Early majority) หรือกลุ่มทันสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้ายตาม ยอมรับนวัตกรรมเร็ว เมื่อยอมรับนวัตกรรม จากผู้นำความคิดแล้วจะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเนื่อง มาจากการรับนวัตกรรมนั้นได้เร็วกว่าผู้อื่น

4. กลุ่มรับช้าส่วนมาก (Late adopter / majority) หรือ กลุ่มตามสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้ายตาม ยอมรับนวัตกรรมช้าหรือใน ระดับกลางๆ กลุ่มนี้จะยอมรับนวัตกรรมตามผู้นำความคิดเห็น หรือกลุ่มรับเร็วส่วนมาก

5. กลุ่มล่าช้า / กลุ่มรับช้าที่สุด (Laggard) หรือกลุ่มล้ำ สมัยเป็นกลุ่มผู้คล้ายตาม ยอมรับนวัตกรรมช้าสุด กลุ่มนี้จะได้รับ อิทธิพลจากทั้ง 3 กลุ่ม คือ ผู้นำทางความคิด กลุ่มรับเร็วส่วนมาก และกลุ่มรับช้าส่วนมาก แล้วจึงค่อยๆ ยอมรับนวัตกรรมในที่สุด

ในการยอมรับนวัตกรรมสื่อใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต หรือ สังคมออนไลน์ จะพบว่าครูผู้สอนและผู้เรียนมีลักษณะประชากร

แตกต่างกัน จึงมีการยอมรับนวัตกรรม (สื่อใหม่) แตกต่างกันไป ด้วย ทั้งนี้ งานวิจัยของเรื่องยศ ใจวัง (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของนักศึกษาในวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ตเมื่อมีเวลาว่างเท่านั้น โดยเฉพาะช่วงเวลาหลังเที่ยงวันจนถึงประมาณหกโมงเย็น และเป็นการใช้บริการเพื่อสืบค้นเนื้อหาในการค้นคว้าหาเอกสารประกอบรายงานเป็นส่วนใหญ่

เยาวชนไทยเข้าถึงสื่อใหม่ได้ในระดับที่แตกต่างกัน จะเห็นได้จากงานวิจัยของ บุปผา เมฆศรีทองคำ และ อารยา สิงห์สงบ (2552) ที่มีข้อค้นพบว่า การใช้งานอินเทอร์เน็ตของเด็กและเยาวชนไทยในแต่ละช่วงวัยมีพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่วัยเด็กตอนกลางและวัยรุ่นจนถึงวัยรุ่นตอนกลาง สามารถสร้างกลุ่มสังคมใหม่ของตนเองได้ (ซึ่งรวมถึงสังคมออนไลน์ด้วย)

มีการใช้สื่อใหม่เพื่อการเรียนการสอนภายใต้วัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ (กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยชุมพล, 2555) คือ การใช้สื่อเพื่อประกอบการสอนในขณะที่มีครูทำหน้าที่มีบทบาทหลักในการสอน การใช้สื่อเพื่อให้ผู้เรียนได้ทบทวนสิ่งที่เรียนมาจากครู โดยมีสื่อช่วยกำหนดแนวทางให้ตรงประเด็นและตรงวัตถุประสงค์ของบทเรียนมากขึ้น และการใช้สื่อเพื่อการศึกษาและเรียนรู้ตนเองของผู้เรียน วัตถุประสงค์หลัก 3 ประการข้างต้นเป็นตัวบ่งชี้คุณลักษณะของสื่อใหม่ที่มีบทบาทในการส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองด้วย ดังจะกล่าวในทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง (Constructionism) ต่อไป

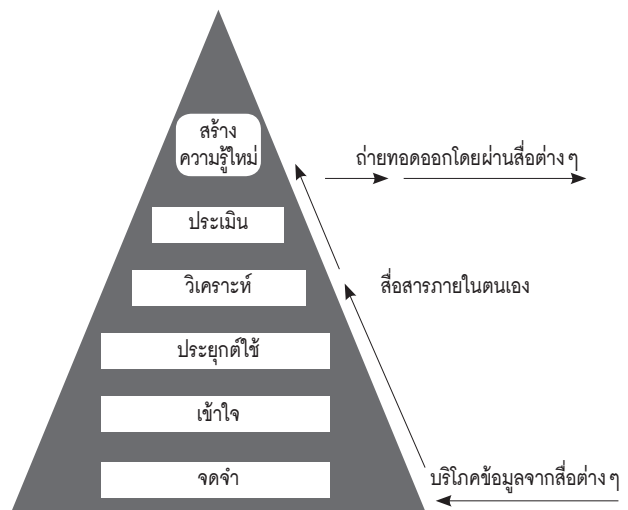
สื่อใหม่ (New media) กับทฤษฎีการสอน ตามทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง Constructionism

สื่อใหม่ (New media) ที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้ นั้น มีประโยชน์มากในการเรียนรู้ของเยาวชน ผู้เรียนจะมีความสุขและความสนุกไปกับการใช้สื่อในการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์และบทเรียนที่ผู้สอน อีกทั้งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ "สื่อการสอนที่ทำหน้าที่ผู้ส่งสารแทนครูผู้สอน และมีหน้าที่แสดงปฏิริยาตอบสนองทั้งในเรื่องการเสนอเนื้อหา และการประเมินผลเพื่อพิสูจน์ความสัมฤทธิ์ผลของผู้เรียน ซึ่งวัตถุประสงค์โดยทั่วไปของสื่อใหม่เพื่อการเรียนรู้ คือ เพื่อเป็นเครื่องมือทบทวนตนเองของผู้เรียนและใช้ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง

Constructionism เป็นทฤษฎีทางการศึกษาที่พัฒนาขึ้นโดย Professor Seymour Papert แห่ง M.I.T. (Massachusetts Institute of Technology) ทฤษฎี Constructionism หรือทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง เป็นทฤษฎีการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นผู้สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ซึ่งธรรมชาติของมนุษย์จะบริโภคข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ แล้วนำมาใคร่ครวญ และสื่อสารภายในตนเอง จนเกิด

ความเข้าใจ และพัฒนาความคิดนั้นจนเป็นความรู้ เมื่อแน่ใจในความรู้แล้วจึงถ่ายทอดต่อไปยังผู้อื่นเพื่อให้รับรู้ต่อไป ตามแผนภูมิด้านล่าง

แผนภูมิที่ 1 ระดับความรู้ในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองของ Seymour Papert



ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยชุมพล (2555)

หลักการที่ผู้เรียนได้สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ตามหลักการเรียนรู้ตามทฤษฎี Constructionism คือ การสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง โดยให้ผู้เรียนประกอบกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง หรือสร้างปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมภายนอกการเรียนรู้จะได้ผลดี ถ้าหากว่าผู้เรียนเข้าใจในตนเอง มองเห็นความสำคัญในสิ่งที่เรียนรู้ และสามารถเชื่อมโยงความรู้ระหว่างความรู้ใหม่กับความรู้เก่า (รู้ว่าตนเองได้เรียนรู้อะไรบ้าง) และสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ขึ้นมา และเมื่อพิจารณาการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในการเรียนการสอนโดยปกติที่เกิดขึ้นในห้องเรียนนั้น

ผู้สอนต้องยึดหลักการที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ โดยผู้สอนควรพยายามจัดบรรยากาศการเรียนการสอน ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยมีทางเลือกในการเรียนรู้ที่หลากหลาย และเรียนรู้อย่างมีความสุข สามารถเชื่อมโยงความรู้ระหว่างความรู้ใหม่กับความรู้เก่าได้ ส่วนผู้สอนเป็นผู้ช่วยเหลือและคอยอำนวยความสะดวกโดยเน้นให้เห็นความสำคัญของการเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้ผู้เรียนเห็นว่าตนเองเป็นแหล่งความรู้อีกแหล่งหนึ่งที่สำคัญ การใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือการเรียนรู้จักแสวงหาคำตอบจากแหล่งความรู้ต่างๆด้วยตนเองเป็นผลให้เกิดพฤติกรรมที่ฝังแน่นเมื่อผู้เรียน "เรียนรู้ว่าจะเรียนรู้ได้อย่างไร

(Learn how to Learn)” ด้วย (ศูนย์จัดการความรู้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา อุบลราชธานี เขต 4, 2553)

สื่อใหม่มีคุณลักษณะที่ทำให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการจดจำและเข้าใจในเนื้อหาบทเรียนได้รวดเร็ว อีกทั้งด้วยคุณลักษณะของสื่อใหม่นี้สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ผ่านเครื่องมือสื่อสารที่พกพาสะดวกสามารถหาได้ง่ายและใช้ประโยชน์ได้รวดเร็ว ทำให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์และวิเคราะห์เพื่อหาข้อมูล หรือเพื่อตอบข้อสงสัยได้ด้วยการใช้สื่อใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ

Pinterest นับว่าเป็นสื่อใหม่ หรือ New media ที่มีลักษณะเป็นสังคมออนไลน์ ที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ โดยเฉพาะกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบเทคโนโลยีพร้อมกับเทคโนโลยีอย่างนักเรียนนักศึกษาในปัจจุบันที่มีความคุ้นเคยและสามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างคล่องแคล่ว Pinterest จึงเป็นสื่อใหม่ที่นำท้าทาย และนำคิดถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นหากนำสังคมออนไลน์ที่ชื่อว่า Pinterest นี้ ไปใช้เสริมในการเรียนการสอน

ทำความเข้าใจ Pinterest

Pinterest คือการรวมกันของคำว่า “Pin” + “Interest” ความหมายในภาษาไทย คือ “ปักหมุด” + “ความน่าสนใจ” ซึ่งหมายถึง การปักหมุดในสิ่งที่เราสนใจนั่นเอง Pinterest คือเว็บไซต์ประเภท Social Bookmark หรือ Web Bookmark สำหรับเก็บหน้าเว็บ คลิปวิดีโอ หรือไฟล์ภาพ ฯลฯ ที่อยู่บนเว็บ ซึ่งผู้ใช้เก็บสิ่งที่สนใจ มีความชอบส่วนตัว และวิถีชีวิตของแต่ละบุคคล โดยใช้หลักของการปักหมุด (Pin) สิ่งที่น่าสนใจให้เพื่อนในเครือข่ายของผู้ใช้ได้เห็น และหากเพื่อนเครือข่ายสนใจจะเกิดกระแสบอกต่อ (Viral Marketing) นอกจากนั้น เพื่อนในเครือข่ายที่เข้ามาติดตามและมีวิถีชีวิตแบบเดียวกันกับผู้ใช้ผ่าน Pinterest สามารถเข้ามากด Like หรือ Comment พร้อมกับแชร์ (Share) ไปยังเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่นๆ อย่างเช่น Facebook และ Twitter ได้ด้วย



ภาพที่ 2 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ของ Pinterest จากองค์กรห้องสมุดสตางค์ มงคลสุข
ที่มา: พินเทอเรสต์ (2555)

ในขณะที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ Pinterest มีจำนวนผู้ใช้งานมากกว่า 4 ล้านคนแล้วทั่วโลก นับเป็นสถิติที่กำลังไล่ตาม Facebook Twitter และ Google+ มากขึ้นเป็นลำดับโดย Pinterest มีคนดูแลเว็บไซต์เพียง 16 คน แต่มีคนเข้าชมมากกว่า 10 ล้านคนต่อเดือน มีสินค้าแบรนด์เนมกระเป๋าสสำหรับสุภาพสตรี อย่าง Gucci Prada และ Louis Vuitton ไปใช้บริการ รวมทั้ง แบรินด์ชื่อดังอื่นๆ อีกไม่ต่ำกว่า 100 แบรินด์โดย Pinterest มีอัตราการเติบโตเร็วที่สุดในสังคมออนไลน์ทั้งหมด เพราะสามารถสร้างประโยชน์ตรงๆ ให้แก่กลุ่มเจ้าของแบรนด์สินค้า หรือบริการได้มากที่สุด เพราะแบรินด์เหล่านั้นสามารถทำการแบบบอกต่อ (Viral Marketing) โดยการปักหมุดสินค้าใหม่ที่ยังไม่เปิดเผยให้กลุ่มคนที่เล่น Pinterest ให้ทราบก่อนเป็นกลุ่มแรก อีกทั้งยังสามารถนำมาแสดงเป็นรายสินค้าผ่าน Pinterest ได้อีกด้วย



ภาพที่ 3 สถิติเปรียบเทียบกระแสความนิยมของ Pinterest
ที่มา: Oxford (2012)

สิ่งที่ทำให้ Pinterest แตกต่างและดึงดูดความสนใจอยู่บนฐานที่ว่า Pinterest นำเสนอถึงสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการจะเป็น ไม่ใช่การนำเสนอถึงสิ่งที่ผู้ใช้กำลังทำอยู่ สถานที่ๆ ผู้ใช้ไป หรือการให้ความสำคัญกับตัวผู้ใช้งานเอง ในขณะที่เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ เช่น Facebook Twitter และ Foursquare นั้นเป็นการร้องเรียกให้ผู้คนหันมาสนใจที่ “ตัวฉัน” ในลักษณะที่ว่า “มองดูฉันสิ” แต่ Pinterest กลับกระตุ้นและเรียกร้องให้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ “มองดูสิ่งนี้สิ” นับเป็นสื่อใหม่ที่นำเสนอใจมากหากนำมาปรับใช้ในการเรียนการสอนในยุคปัจจุบัน



ภาพที่ 4 การใช้ Pinterest ในการทำการตลาดของแบรนด์ ที่มา: Oxford (2012)

Pinterest เปรียบเสมือนกระดานวางของผู้ใช้สื่อใหม่ที่สามารถหาข้อมูล รูปภาพ การเชื่อมโยงเว็บไซต์ที่สนใจ เรื่องราว น่าสนใจ โดยสามารถปักหมุดอีกครั้งจากบุคคลที่ได้ทำการปักหมุด (Pin) ไว้ก่อนหน้านี้ ด้วยการปักหมุดซ้ำ (Repin) โดยสิ่งที่ผู้ใช้ปักหมุดจะปรากฏอยู่ที่หน้ากระดานของตนเองบน Pinterest

ความสำคัญของสังคมออนไลน์ที่ชื่อว่า Pinterest นี้ คือ การที่ผู้ใช้ต้องการข้อมูลที่เคยอดใจและปักหมุดไว้ ซึ่งผู้ใช้สามารถสืบค้นย้อนหลังได้ตลอดเวลา โดยที่ข้อมูล รูปภาพ ลิงค์เว็บไซต์ที่สนใจ และเรื่องราวน่าสนใจดังกล่าว จะเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องโดยอัตโนมัติ นับว่าเป็นอีกวิธีหนึ่งในการค้นคว้าหาข้อมูลอย่างน่าสนใจ

Pinterest กับความน่าสนใจมรใช้ประกอบการเรียนการสอน ในยุคศตวรรษที่ 21

Pinterest ใช้หลักของในการสังคมออนไลน์ปักหมุด หรือที่นิยมเรียกกันว่า Pin สิ่งที่น่าสนใจให้เพื่อนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือ Social Network ของผู้ใช้ได้เห็น และหากเพื่อนเครือข่ายสนใจจะเกิดกระแสบอกต่อ ด้วยลักษณะเฉพาะนี้ จึงสามารถนำมาประยุกต์ในการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาในยุคปัจจุบันซึ่งมี 16 วิธี ที่สามารถใช้ Pinterest ในการเรียนการสอนซึ่งเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้สอนและผู้เรียน (Staff Writers, 2012) ดังนี้

1. สร้างกระดาน (Board) ฐานข้อมูลต่างๆ โดยสามารถใช้ร่วมกันระหว่างเพื่อนอาจารย์ด้วยกัน หรือนักศึกษา
2. ค้นหาและปักหมุด (Pin) รูปภาพ วิดีโอ โครงการต่างๆ

หรือเนื้อหาต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบทเรียนที่จะเรียนในสัปดาห์ต่อไป

3. บั๊กหมุด (Pin) เรื่องราว หรือข่าว ที่เป็นกระแสในสังคม แล้วเปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้ามาอ่านประจำวันได้

4. ใช้ช่องที่ใช้สำหรับการสืบค้น (Search Bar) ในการหาเนื้อหาที่สนใจ

5. สามารถเก็บ Link ของเว็บไซต์ที่เป็นประเด็นที่สนใจเก็บไว้ที่หน้ากระดาน (Board) เพื่อง่ายต่อการค้นหา

6. สร้างกระดาน (Board) ที่เป็นแต่ละบทของวิชานั้นๆ

7. ใส่ความคิดเห็นในสิ่งที่ปักหมุด (Pin) ไว้ด้วย เพื่อที่ง่ายต่อการจดจำได้ว่าสิ่งที่ปักหมุดไว้ สำคัญอย่างไรบ้าง

8. สร้างกระดาน (Board) ที่เป็นแหล่งค้นคว้าของนักศึกษา โดยสามารถจัดเป็นรูปแบบห้องสมุดได้ อย่างน้อยนักศึกษาก็สามารถเข้ามาดูว่า หนังสือเล่มไหน หรือแหล่งข้อมูล หรือ ฐานข้อมูลแหล่งใด ที่นักศึกษานำไปใช้ค้นคว้าต่อบทเรียนได้

9. ค้นหาอาจารย์ท่านอื่นที่ใช้ Pinterest เหมือนกันและมีความสนใจไม่แตกต่างกัน หรืออาจารย์ที่สอนวิชาเดียวกัน เพื่อใช้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ในบทเรียน หรือแม้กระทั่งแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และโครงการต่างๆ ในรายวิชานั้นๆ

10. เปิดกระดาน (Board) เป็นชุมชน (Community) ให้นักศึกษาหรือผู้ปกครอง สามารถเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นได้ เช่น สร้างกระดาน (Board) โครงการ PR Summer Camp เป็นต้น

11. ร้องขอความคิดเห็นในโครงการที่จะจัดในระหว่างภาคการศึกษาจากคณาจารย์ที่ใช้ Pinterest เพื่อนำมาปรับปรุงแผนการสอนได้

12. เชื่อมต่อกับประชาชนทั่วไป โรงเรียนมัธยม มหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อสร้างเครือข่ายทางการศึกษาต่อไปได้

13. รวบรวมความคิดเห็น สร้างสรรค์ต่างๆ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลให้แก่การศึกษา

14. ใช้เป็นกระดาน (Board) ที่ไว้เก็บรวบรวมการสร้างสรรค์ผลงานนักศึกษาในโครงการต่างๆ

15. สร้างกระดาน (Board) เป็นกลุ่มในห้องเรียนการทำรายงานกลุ่มของนักศึกษา

16. ใช้ในการประชาสัมพันธ์ผลงานนักศึกษาแบบออนไลน์

จะเห็นได้ว่า Pinterest มีข้อได้เปรียบในการดึงดูดใจ เนื่องจากมีลักษณะเนื้อหาและรูปแบบที่หลากหลาย ในการใช้ประกอบการเรียนการสอน ซึ่งนับว่ามีส่วนช่วยได้มากในการถ่ายทอดความรู้และแนวคิดผู้สอนไปยังผู้เรียน และเป็นที่ดีดึงดูดความสนใจของผู้เรียนได้ดี ผู้เรียนสามารถทำการทบทวนบทเรียน

ได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่อีกด้วย จะเห็นได้จากงานวิจัยของ พิเศษศรี ขอดแก้ว (2545) ที่ได้ทดลองสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ ช่วยสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเสริมจากหนังสือเรียน พบว่า บทเรียนมีประสิทธิภาพเกินความคาดหมาย ผลสัมฤทธิ์ของการ เรียนสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งบ่งบอกได้ว่านอกจากการที่ผู้เรียน ได้เรียนรู้ในห้องเรียนแล้ว การมีสื่อใหม่เพื่อช่วยในการทบทวนและ ทำความเข้าใจหลังเลิกเรียน ทำให้ส่งผลต่อคุณภาพการเรียนที่ดี ขึ้น

นอกจากใช้ในการค้นคว้าแล้ว Pinterest ยังเป็นเครื่องมือ ที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่อัตลักษณ์ ความเป็นตัวตนของ ผู้ใช้สื่อด้วย โดยเห็นได้จากสิ่งที่ผู้ใช้สื่อปักหมุดซ้ำเรื่องใดมากที่สุด นอกจากนี้ Pinterest ยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบการเรียน การสอนในยุคสารสนเทศอีกด้วย โดยเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักศึกษาที่แสวงหาเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา รูปแบบ การนำบรรดาสังคมออนไลน์ในสื่อใหม่ สามารถนำไปใช้ได้หลากหลายแบบ ไม่ว่าจะเป็นการประกาศกำหนดการเรียน การแชร์ เอกสารประกอบการสอนของอาจารย์ การถ่ายภาพแบบ 360 องศา ของห้องเรียน การช่วยให้สถาบันค้นหานักศึกษาที่โดดเด่น หรือแม้ กระทั่งก้าวไปถึงการช่วยให้ผู้ด้อยโอกาสมีโอกาสในการศึกษาแนว เดียวกันกับการศึกษาทางไกล

สถาบันการศึกษาที่นำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในรูปแบบ การศึกษา คงไม่ประสบความสำเร็จในครั้งแรก แต่สถาบันหลาย แห่งที่ประสบความสำเร็จแล้วนั้น มักจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน อย่างหนึ่ง นั่นคือ การเปิดให้อาจารย์สามารถเข้าไปตรวจสอบความ เรียบร้อยถูกต้องในเรื่องต่างๆ เพื่อไม่ให้เกิดการนำสื่อเหล่านี้ไปใช้ใน ทางที่ผิด ทั้งนี้ความคิดเห็นจากนักเรียนนักศึกษา ที่เสมือนกับการ สื่อสารตลอดเวลากับครูอาจารย์ ทำให้การเรียนการสอนพัฒนาไป ได้ดี และสามารถชักชวนให้นักเรียนนักศึกษาเข้ามาสร้างสรรค์ เนื้อหาสาระในสังคมออนไลน์ และนี่กลายเป็นปัจจัยสำคัญประการ หนึ่งที่ขับเคลื่อนให้สถาบันต่างๆ ประสบความสำเร็จ (Marquis อ้างถึงใน อัมสอฬ, 2555)

ทั้งนี้ กระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงเทคโนโลยี สารสนเทศ (ICT) มีบทบาทในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาและส่งเสริมให้ผู้สอนพัฒนาสื่อการเรียนการสอนใหม่ๆ เพื่อประโยชน์ต่อ การเรียนการสอน โดยเน้นให้ใช้สื่อใหม่ (New Media) ดังจะเห็น ได้จากดร.ชนิวัตในระบอบการประกันคุณภาพการศึกษาระบุชัดเจน ว่า ต้องมีส่วนร่วมการใช้สื่อใหม่เพื่อประกอบการเรียนการสอน เพื่อ กระตุ้นการสัมฤทธิ์ผลในการเรียนรู้ของคนรุ่นเทคโนโลยี ซึ่งสื่อใหม่ สามารถใช้ได้ในทุกระดับการเรียนรู้ทั้งเพื่อให้ผู้เรียนสามารถ ทบทวนบทเรียน ใช้เพื่อประกอบการสอน และใช้เพื่อให้ผู้เรียน

สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง อื่นๆ (กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยชุมพล, 2555)

Williams (1992, อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยชุมพล, 2555) ตั้งข้อสังเกตว่า ในสหรัฐอเมริกา สถาบันการ ศึกษาได้รับผลประโยชน์จากบรรดาสื่อใหม่ประเภทต่างๆ ล้ำซ้ำ กว่าสถาบันอื่นๆ เช่น สถาบันทหาร สถาบันธุรกิจ / ธนาคาร / การเงิน สถาบันการแพทย์ ฯลฯ สำหรับในกรณีสังคมไทย การใช้ สื่อใหม่ในแวดวงสถาบันการศึกษา อาจมีข้อปรากฏการณ์ที่ยากเกิน กว่าจะเป็นไปได้ เพราะคุณลักษณะของสื่อใหม่เป็นสื่อที่มี ประสิทธิภาพดี สามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนสนใจ และเกิด พฤติกรรมอยากเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อจนบรรลุเป้าหมายของบท เรียนได้ แต่อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพในการทำสื่อใหม่มาใช้ใน แวดวงการศึกษา ก็ยังเป็นประเด็นที่ต้องมีการติดตามต่อไป

บทสรุป

สื่อใหม่กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าถึงนักศึกษา ใน รูปแบบการเรียนการสอนแบบสมัยใหม่ เพื่อสร้างความน่าสนใจให้ กับบทเรียน และเครือข่ายความรู้แลกเปลี่ยนระหว่างกันโดยการ สื่อสารต้องอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้การทำให้การสื่อสารนั้นๆ สามารถกระทำได้สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดัง นั้น ผู้สอนจึงควรทำความเข้าใจถึงความหมาย วิวัฒนาการ และ ความสำคัญของการและปรับตัวใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารกับผู้ เรียน Pinterest นับเป็นนวัตกรรมหนึ่งของสังคมออนไลน์ ที่ สามารถนำมาประยุกต์ในการเรียนการสอนได้อย่างน่าสนใจ ที่ใช้ เป็นแหล่งการเรียนรู้แลกเปลี่ยนระหว่างคุณจารย์ผู้สอน ระหว่าง อาจารย์และนักศึกษา รวมถึงนักศึกษาด้วยตนเองได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

เทคโนโลยีทางการสื่อสารสมัยใหม่ มีทั้งคุณและโทษ อยู่ ที่ผู้ใช้จะหยิบยกส่วนดีมาใช้ประโยชน์ให้เหมาะสมและเกิด ประโยชน์ต่อผู้คนได้อย่างไร นอกจากนั้น Williams (1992 อ้างถึง ในกาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยชุมพล, 2550) ยังให้ข้อเสนอ ว่า เมื่อมีการนำสื่อใหม่มาใช้ในการแวดวงการศึกษา มักมีคำถาม ติดตามมาเสมอว่า บรรดาสื่อใหม่จะทดแทนสื่อบุคคลเดิม คือ ผู้สอนได้หรือไม่ และคำตอบมักจะออกมาซ้ำๆ กันว่า สื่อใหม่ไม่ สามารถมาแทนที่ผู้สอนได้ ทั้งนี้เนื่องจาก จิตความสามารถและ บทบาทหน้าที่ของสื่อใหม่และสื่อบุคคลเช่นผู้สอนนั้นแตกต่างกัน จึงสามารถนำสื่อใหม่มาช่วยเสริมเฉพาะความรู้ที่เกี่ยวกับทักษะขั้น พื้นฐาน และการค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเท่านั้น แต่การจะจัดให้ อธิบายบทเรียนที่ซับซ้อนนั้นจะต้องใช้สื่อบุคคลเช่นผู้สอน เป็นต้น

ผลกระทบของการใช้ Pinterest ต่อการเรียนรู้การสอน จะทำให้ผู้เรียนและผู้สอนเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้สอนและผู้เรียนจะสามารถค้นคว้าข้อมูล แสวงหาข้อมูลที่ใช้ประกอบบทเรียน จนสามารถทำความเข้าใจในตนเองมองเห็นความสำคัญในสิ่งที่เรียนรู้และสามารถเชื่อมโยงความรู้ระหว่างความรู้ใหม่กับความรู้เก่า และสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ขึ้นมาได้ นอกจากนี้ผู้สอนควรเรียนรู้ที่จะยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ พัฒนาการ

ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการเรียนการสอนให้เป็นประโยชน์ในการเข้าถึงผู้เรียนในการเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อที่จะทำให้เรียนรู้ในห้องเรียนไม่จำกัดอยู่เวลาหรือสถานที่อีกต่อไป การเรียนรู้ย่อมมีความสุขสามารถเชื่อมโยงความรู้ระหว่างความรู้ใหม่กับความรู้เก่าได้ ส่วนผู้สอนเป็นผู้ช่วยเหลือและคอยอำนวยความสะดวกโดยเน้นให้เห็นความสำคัญของการเรียนรู้ร่วมกัน

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ. (2539). ความหมายและนัยสำคัญของสังคมสารสนเทศตามทัศนะนักอนาคตศาสตร์. ใน กาญจนา แก้วเทพ (บก.), *สื่อสองวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิภูมิปัญญา.

กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.

กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ธัมมสอฬ. (2555, 8 กุมภาพันธ์). มองการศึกษากับการใช้สื่อสังคมออนไลน์. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2555, จาก <http://thumbsup.in.th/2012/02/how-do-universities-use-social-media-successfully/>

บุปผา เมฆศรีทองคำ และ อารยา สิงห์สงบ. (2552). สภาพการสื่ออินเทอร์เน็ตของเด็กและเยาวชนไทยตามช่วงพัฒนาแห่งวัย. *นิเทศศาสตร์ มสธ.*, 1(1). 131-149.

พิเชษฐ ขอดแก้ว. (2545). *บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

พินเทอเรสต์. (2555). ห้องสมุดสตางค์ มงคลสุข. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2555, จาก <http://pinterest.com/stanglibrary/activity/>

มาร์เก็ตติ้ง อู๊ปส์. (2555, 8 เมษายน). Pinterest กลายเป็นเว็บ Social Network อันดับ 3 ของ US แล้ว. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2555, จาก <http://www.marketingoops.com/reports/pinterest-rank/>

เรืองยศ ใจวัง. (2547). *พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้).

เรวดี คงสุภาพกุล. (2539). *การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

ศูนย์จัดการความรู้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 4. (2553, 24 มิถุนายน). ทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง (Constructionism). สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2555, จาก http://202.143.156.4/edplaza/index.php?option=com_content&view=article&id=57:-constructionism&catid=29:2010-05-16-09-38-11&Itemid=53

สิงหนาท นาคพงศ์พันธุ์. (2555, กรกฎาคม). ประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์เพชฌัญญู. *อิศราปริทัศน์ Media Review*, 1(2). 40-60.

"สรุป Facebook Page ไทย ยอดนิยม ประจำปี 2011". (2555, 4 มกราคม). สืบค้นเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2555, จาก <http://www.it24hrs.com/2012/zocialrank-infographic-facebook-page-thai-2011/>

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2555, กรกฎาคม). การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ในยุคสังคมสารสนเทศ. *อิศราปริทัศน์ Media Review*, 1(2). 80-91.

"Pinterest แอปสื่อสังคมออนไลน์แนวใหม่มาแรง ที่ Facebook ไม่มี". (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2555 จาก <http://www.iphoneapptube.com/2012/02/pinterest-facebook.html>

Oxford, J. (2012). Pinterest data you can't ignore: The ultimate guide to pinterest. Retrieved 23 July 2012 from <http://www.internetmarketinginc.com/blog/the-ultimate-guide-to-pinterest-infographic/>

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations*. NY: The Free Press.

Staff Writers. (2012, April 9). 16 Ways Educators use Pinterest. Retrieved 24 July 2012 from <http://www.onlineuniversities.com/ways-educators-use-pinterest>