

การศึกษาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมวันเด็กปี 2562 บนแนวความคิด “โตไปไม่โกง”

มนัสพล กรแก้ว / สหภาพ กสิบลำเจียก

สาขาวิชาออกแบบสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาและหาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมวันเด็กปี 2562 บนแนวความคิด “โตไปไม่โกง” ด้วยคำที่ว่าเด็กคืออนาคตของชาติการให้เขาได้เรียนรู้สิ่งที่ดี และสิ่งที่ผิดการโกงไม่ใช่สิ่งที่ดี ทำให้เด็กเหล่านี้เรียนรู้และเติบโตมาเป็นคนดีของสังคม ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมวันเด็กบนแนวความคิด “โตไปไม่โกง” วัตถุประสงค์ของงานวิจัย 1. เพื่อเชิญชวนให้เด็กและผู้ปกครองสนใจที่จะพาลูกหลานออกไปร่วมกิจกรรมวันเด็กในสถานที่จัดกิจกรรมต่างๆ 2. เพื่อส่งเสริมให้เด็กและผู้ปกครองหันมาใส่ใจกับคำว่า “โกง” มากขึ้นและรู้ผลที่ตามมาของการ “โกง” โดยวิธีการดำเนินงานวิจัยผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยด้วยการทำแบบสอบถาม สอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 คน โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมาย ที่มีบุตรจำนวน 25 คน ผู้วิจัยทำการสุ่มแจกจำนวน 25 คน ผลการวิจัย 1. ได้หลักการในการใช้สี, การสร้างสรรค์งานโฆษณา, และการจัดเรียงองค์ประกอบ 2. ได้ตัวอย่างงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ได้รับการออกแบบตามการวิเคราะห์แบบสอบถามข้อมูล

คำสำคัญ : สื่อประชาสัมพันธ์, กิจกรรมวันเด็ก, โตไปไม่โกง

Research and Study of Media Design Activities Children's Day 2562
On the concept "Growing up, not cheating"

Manatsapol Kornkaew / Sahapop Gleblumjeak

Printing and Packaging Design Faculty of Industrial Technology. SSRU

ABSTRACT

This research aims to study and find ways to design promotional children's day activities. Year 2562 children day main concept present is "Growing up, not cheating", that children are the future of the nation, he has to learn what is good and what's wrong to cheat, not a good thing. Make these kids learn and grow into good people of society. Researcher see the importance of design, signage on the children's day activity ideas "Growing up, not cheating". The objective of the research is 1. Advertising design to invite children and their parents interested to join the children's day activity, 2. To encourage children and their parents turned to attention to the word "cheat" more and know the consequences of a "cheat". The research tool is questionnaire for 50 people by splitting the 25 audience with children and 25 random people. The results of this research 1. Design tools 1.1 Color principles technique 1.2 Creative advertising presentation 1.3 Composition layout 2. Get media type.

Key words: public relations, children's day, growing up, not cheating.

บทนำ

ทั่วโลกเริ่มฉลองงานวันเด็กแห่งชาติเมื่อปี พ.ศ.2498 ตามความเห็นขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งทางประเทศไทยก็ได้รับข้อเสนอให้มีส่วนร่วมในการจัดงานวันเด็กแห่งชาติขึ้นมา เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้เห็นความสำคัญของเด็กๆ มากขึ้น อย่างที่นานาประเทศกำลังทำอยู่ โดยนายวี เอ็ม กุลกานี ผู้แทนองค์การสหพันธ์เพื่อสวัสดิภาพเด็กระหว่างประเทศได้ติดต่อผ่าน มาทาง กรมประชาสงเคราะห์ กระทรวงมหาดไทย และประเทศไทยก็ได้รับข้อเสนอและเตรียมจัดงานวันเด็กแห่งชาติขึ้น ประเทศไทยมีงานเฉลิมฉลองวันเด็กแห่งชาติเกิดขึ้นเป็นครั้งแรก ในวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ.2498 ซึ่งต่อมาทางราชการได้กำหนดวันจันทร์แรกของเดือนตุลาคมของทุกปีเป็นวันเด็กแห่งชาติ และจัดติดต่อกันมาจนถึงปี พ.ศ.2506 เกิดปัญหาเกี่ยวกับการจัดงานวันเด็ก เพราะในประเทศไทยเดือนตุลาคมยังอยู่ในฤดูฝน มีฝนตกมากเด็ก ๆ ไม่สะดวกในการมาร่วมงาน อีกอย่าง วันจันทร์เป็นวันทำงานของผู้ปกครอง ทำให้ไม่สามารถพาเด็กๆ ไปร่วมงานได้ และวันจันทร์เป็นวันที่มีการจราจรที่ติดขัดมาก ที่ประชุมคณะกรรมการจัดงานวันเด็กแห่งชาติ มีความเห็นพ้องต้องกันว่า สมควรที่จะเสนอเปลี่ยนวันจัดงานวันเด็กแห่งชาติเป็นวันเสาร์ที่สองของเดือนมกราคม ซึ่งมีความเหมาะสมและสะดวกสบายขึ้น

กรุงเทพมหานครมีนโยบายที่จะเอาจริงเอาจังต่อการแก้ไขปัญหาคอร์รัปชัน ผู้บริหารกรุงเทพมหานครได้ปรึกษากับศูนย์สาธารณประโยชน์และประชาสังคม และองค์กรเพื่อความโปร่งใสในประเทศไทยเพื่อขอให้จัดทำหลักสูตรเกี่ยวกับการ

ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันสำหรับใช้ในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานครจึงได้เกิดหลักสูตร “โตไปไม่โกง” ขึ้น ศูนย์สาธารณประโยชน์และประชาสังคม และองค์กรเพื่อความโปร่งใสในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อต้องการหาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมวันเด็กปี 2562 ให้สามารถนำเสนอบนแนวความคิด “โตไปไม่โกง”

ระเบียบวิธีวิจัย

๑. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - ๑.๑ ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในสมุทรปราการ
 - ๑.๒ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มวัยทำงาน ทั้งเพศหญิงและเพศชาย อายุ ๒๕-๔๐ ปี
๒. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
 - ๒.๑ แบบสอบถามมีทั้งหมด ๕๐ ชุด โดยเก็บข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการออกแบบโดยสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่สมุทรปราการ จำนวน ๕๐คน ทั้งเพศหญิงและเพศชาย
 - ๒.๒ ลักษณะของการสุ่มแบบตัวอย่างคือวิธีการใช้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ
๓. ประเภทข้อมูล
 - ๓.๑ ข้อมูลภาคปฐมภูมิ จากการตอบสนองแบบสอบถามผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเกตพฤติกรรมจากกลุ่มตัวอย่าง

๓.๒ ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎีที่เรียบเรียงมาแล้วอย่างเป็นขั้นเป็นตอน อีกทั้งผู้วิจัยได้ศึกษาจากวรรณกรรมการออกแบบต่างๆมาเป็นแนวทางในงานวิจัย

๔. การวิเคราะห์ข้อมูล

๔.๑ ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้/เดือน

๔.๒ แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎีการออกแบบที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากวรรณกรรมการออกแบบต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการทำตัวอย่างงานออกแบบเพื่อนำไปทำแบบสอบถาม

๕. สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

๕.๑ ค่าร้อยละ

๕.๒ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผลการวิจัย

๑. ได้ลักษณะของการจัดภาพสิ่งพิมพ์โฆษณาแบบ ช่องภาพ

๒. ได้ลักษณะการสร้างสรรคในงานโฆษณาแบบสร้างความน่าสนใจ (Interest)

๓. ได้หลักการใช้สีกับสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบสีโทนเย็น

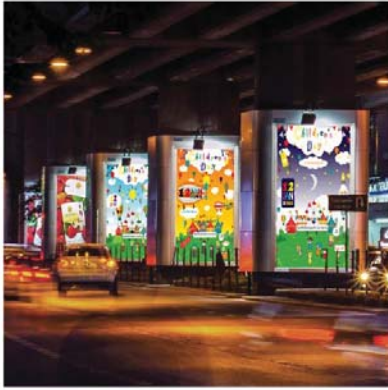
สรุปและอภิปรายผล

จากการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมวันเด็กปี 2562 บนแนวความคิด “โตไปไม่โกง” แสดงและอภิปรายผลได้ดังนี้

๑. การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมวันเด็กปี 2562 บนแนวความคิด “โตไปไม่โกง” ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์โปสเตอร์ โปสเตอร์ บิวบอร์ด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้รูปแบบการจัดภาพสิ่งพิมพ์โฆษณาแบบช่องภาพ

๒. การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมวันเด็กปี 2562 บนแนวความคิด “โตไปไม่โกง” ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์โปสเตอร์ โปสเตอร์ บิวบอร์ด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้รูปแบบการสร้างสรรคในงานโฆษณาแบบความน่าสนใจ (Interest)

๓. การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมวันเด็กปี 2562 บนแนวความคิด “โตไปไม่โกง” ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์โปสเตอร์ แผ่นพับ บิลบอร์ด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้รูปแบบใช้สีโทนเย็น



ภาพที่ ๑ ภาพงานออกแบบสื่อโฆษณา
ใต้รถไฟฟ้า



ภาพที่ ๔ ภาพงานออกแบบสื่อ
โฆษณา
บริเวณท่าชานชะลาสถานีรถไฟฟ้า 1



ภาพที่ ๒ ภาพงานออกแบบสื่อโฆษณา
บริเวณทางเข้ารถไฟฟ้า



ภาพที่ ๕ ภาพงานออกแบบสื่อโฆษณาบริเวณ
ท่าชานชะลาสถานีรถไฟฟ้า 2



ภาพที่ ๓ ภาพงานออกแบบสื่อโฆษณา
บริเวณป้ายบอกสถานีรถไฟฟ้า



ภาพที่ ๖ ภาพงานออกแบบสื่อโฆษณาบริเวณ
ที่ราวจับภายในรถไฟฟ้า



ภาพที่ ๗ ภาพงานออกแบบกล่องใส่แผ่นพับ



ภาพที่ ๘ ภาพงานออกแบบโปสเตอร์

ข้อเสนอแนะ

- ๑) การศึกษางานออกแบบสื่อโฆษณา
หลากหลายประเภท
- ๒) การศึกษาในเรื่องของการใส่ข้อมูลให้
มากกว่านี้เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจง่ายขึ้น

เอกสารอ้างอิง

การใช้สีสำหรับการออกแบบ [Online].
<<http://etcserv.pnru.ac.th>> (เมษายน ๑, ๒๕๖๑)

หลักการภาพประกอบ infinityprinting
[Online] (เมษายน ๑, ๒๕๖๑)

มนุษย์ออกแบบ. หลักการสร้างสรรค์งาน
โฆษณา. [online]. <<http://etcserv.pnru.ac.th>>
(เมษายน ๑, ๒๕๖๑)

รูปแบบการจัดเรียงเลย์เอาต์ในการโฆษณา.
[online] <www.gotoknow.org/posts/107865>
(เมษายน ๑, ๒๕๖๑)

โตไปไม่โกง ปลูกฝังคุณธรรมเด็ก. [Online]
<www.haijai.com> (เมษายน ๑, ๒๕๖๑)