

การสื่อสารข้อมูลด้านการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ภายในวัด:
การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

สำหรับวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี

Information Communication of Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)

Prevention in Temples: Public Relations Media Design for Coronavirus

Disease 2019 (COVID-19) Prevention for Wat Bor Nguen,

Pathum Thani Province

สกนธ์ ภู่งามดี¹

Sakon Phu-Ngamdee

Article History

Received: 2022-01-02

Revised: 2022-03-09

Accepted: 2022-03-09

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประวัติความเป็นมาและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบริเวณวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี 2) ศึกษาปัญหาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัด ฯ 3) ศึกษาความต้องการในการออกแบบสื่อชุดใหม่เพื่อสื่อสารข้อมูลการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัด ฯ และ 4) พัฒนาค้นแบบสื่อชุดใหม่เพื่อสื่อสารข้อมูลการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัด ฯ วิธีการวิจัย ได้แก่ 1) ศึกษาวิจัยจากเอกสาร เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง 2) สังเกตแบบมีส่วนร่วม และ 3) สัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยมีดังนี้ 1) วัดบ่อเงิน เป็นวัดที่ชุมชนร่วมกันสนับสนุนการสร้างเมื่อปี พ.ศ. 2455 วัดแห่งนี้มีความผูกพันด้วยการทำกิจของสงฆ์ที่เอื้อต่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง 2) ปัญหาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมในการรณรงค์ป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัด ฯ คือ สื่อที่วัดนำมาใช้นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 มีจำนวนสื่อที่เป็นป้ายแขวนเพียง 4 ชิ้น รวมทั้งสื่อดังกล่าวไม่มีความสวยงามเท่าที่ควรจึงไม่ดึงดูดความสนใจของผู้เข้ามาทำกิจกรรมในวัดให้รับรู้ข้อมูลในการป้องกันตนเองจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) 3) ความต้องการในการออกแบบสื่อชุดใหม่ คือ ควรเน้นการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากโรคดังกล่าวที่สั้นกระชับ ชัดเจน และเข้าใจง่าย รวมทั้งขนาดของสื่อไม่ควรใหญ่มากเพื่อให้เหมาะสมกับพื้นที่ภายในวัด และ

¹ รองศาสตราจารย์, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยชินวัตร

Associate Professor, School of Liberal Arts, Shinawatra University

Email: sakon60@yahoo.com* Corresponding Author

4) แนวทางการพัฒนาสื่อชุดใหม่ คือ เน้นการนำเสนอข้อมูลเพื่อการป้องกันตนเองจากโรคดังกล่าว ที่สั้นกระชับ ชัดเจน และเข้าใจง่าย รวมทั้งกำหนดรูปแบบไฟล์ต้นแบบสื่อให้สามารถนำไฟล์ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้นตามความต้องการของวัด

คำสำคัญ: การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ การรณรงค์ป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) วัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the history and activities related to the community around Wat Bo Ngoen. Pathum Thani Province, 2) to study the problems of using the original media for coronavirus disease 2019 (COVID-19) prevention of Wat Bor Nguen, 3) to study the needs for designing a new media set for coronavirus disease 2019 (COVID-19) prevention of Wat Bor Nguen, and 4) to develop a new set of media as a prototype for coronavirus disease 2019 (COVID-19) prevention of Wat Bor Nguen. Research methods consisted of 1) conducting documentary research to synthesize information from relevant documents, 2) participatory observation, and 3) in-depth interview. The research result showed that 1) Wat Bor Nguen, Pathum Thani Province has been an ancient temple which was built since 1912 by the community support, 2) the problems of using the original media for coronavirus disease 2019 (COVID-19) prevention of Wat Bor Nguen, since the year 2020, included the limited media type with only 4 pieces of hanging media, as well as the unattractive looks of the media; therefore, it did not draw attention to the target audience to protect themselves from the coronavirus disease 2019 (COVID-19), 3) the needs for the design of the new media were that it should emphasize on communicating information about self-protection against such diseases in a concise, clear and easy-to-understand manner, including the size of the media should not be very large to suit the area within the temple., and 4) the new media development approach was to emphasize on presenting information for self-protection from such diseases with a concise, clear and easy-to-understand manner and define the media template file format suitable for the production of various types of media according to the temple's needs.

Keywords: Public relations media development, coronavirus disease 2019 (COVID-19) prevention campaign, Wat Bor Nguen, Pathum Thani Province

บทนำ

ศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งสำหรับการดำรงอยู่ของสังคมมนุษย์ (จันทน์ อติวัฒนสิทธิ์, 2549, น. 45) เมื่อกล่าวถึงวัดในสังคมไทย วัดมีบทบาทหลายด้านที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในระดับครัวเรือน ชุมชน สังคม และประเทศชาติ กองแผนงาน กรมการศาสนา ได้สรุปบทบาทของวัดตั้งแต่อดีต เช่น 1) วัดเป็นโรงเรียนสอนทั้งวิชาทางโลก และวิชาทางธรรม 2) วัดเป็นสถานที่ที่ชาวบ้านใช้ประกอบกรบุญการกุศล ตลอดจนประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา เป็นต้น (กรมการศาสนา, 2525, น. 1-2) ทั้งนี้ ในจังหวัดปทุมธานี มีวัดโบราณหลายแห่งที่มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตชุมชน โดยวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี เป็นวัดโบราณแห่งหนึ่งที่มีความผูกพันและเกื้อกูลต่อคนในชุมชนโดยรอบมาตั้งแต่อดีต

อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2564 หลายประเทศในโลก รวมทั้งประเทศไทย ประสบปัญหาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ความรุนแรงของโรคนั้นทำให้ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมทั้งหน่วยงานต่าง ๆ ในสังคม ต้องร่วมกันสื่อสารข้อมูลตามช่องทางต่าง ๆ ให้ประชาชนรับทราบแนวทางการปฏิบัติตนในการป้องกันการติดเชื้อจากโรคระบาดดังกล่าวอย่างเคร่งครัด โดยวัดทุกแห่งในประเทศไทยก็ได้ให้ความร่วมมือในการสื่อสารข้อมูลตามช่องทางต่าง ๆ ให้ประชาชนรับทราบแนวทางการปฏิบัติตนในการป้องกันการติดเชื้อจากโรคระบาดโควิด 19 เมื่อต้องเดินทางเข้ามาทำกิจกรรมภายในวัดด้วยเช่นกัน

ปัจจุบัน วัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารข้อมูลให้ประชาชนรับทราบแนวทางการปฏิบัติตนในการป้องกันการติดเชื้อจากโรคระบาดโควิด 19 เมื่อเข้ามาทำกิจกรรมภายในวัดบ่อเงินเช่นเดียวกับวัดอื่น ๆ โดยจากการสำรวจสถานที่จริงเพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามเบื้องต้น พบว่า นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2564 วัดบ่อเงินจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นป้ายขนาดเล็กเพียง 4 ป้าย เพื่อสื่อสารข้อมูลให้ประชาชนรับทราบแนวทางการปฏิบัติตนในการป้องกันการติดเชื้อจากโรคระบาดโควิด 19 ตามศักยภาพของวัด

เมื่อพิจารณาถึงประเด็นการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ตามศักยภาพของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี โดยพิจารณา

เทียบเคียงกับแนวคิดของแมคอินไทร์ (McIntire, 2008) ที่ระบุว่าในศตวรรษที่ 21 เป็นช่วงเวลาที่เกิดความเปลี่ยนแปลงในหลายสิ่งหลายอย่างชัดเจนรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้เนื่องจากมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำรงชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ทั้งนี้ ในงานการออกแบบสื่อต่าง ๆ ของโลกปัจจุบันก็ได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน โดยเฉพาะการออกแบบกราฟิกที่ในปัจจุบันมีการนำวิธีการออกแบบแนวใหม่มาใช้ในการผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์หลักและใช้โปรแกรม หรือซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ช่วยออกแบบงานตามความต้องการและตามความนิยมของคนยุคปัจจุบัน จากแนวคิดของแมคอินไทร์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า หากต้องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นในยุคปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีมาพัฒนาสื่อดังกล่าวเช่นกัน นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงแนวคิดของสตีเวนสัน (Stevenson, 2021) ที่กล่าวถึงความสำคัญของการออกแบบสื่อ จะพบว่า การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการสำคัญเนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ “สื่อ” เป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารให้มีประสิทธิภาพควบคู่กับความสวยงามของสื่อที่สามารถดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น โดยแนวคิดของสตีเวนสัน ได้กล่าวถึงหลักการออกแบบที่สำคัญซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นในยุคปัจจุบัน เช่น การสร้างความกลมกลืน (Harmony) การสร้างจังหวะและความเคลื่อนไหว (Rhythm and Movement or Flowing) การสร้างความสมดุล (Balance) เป็นต้น

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาแนวคิดเรื่องช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ของบาร์นลันด์ (Barnlund, 2008, p. 30) ที่ระบุว่า การสื่อสารความหมายที่มีประสิทธิภาพ ควรใช้ช่องทางหลายช่องทาง ดังนั้น การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี ที่เป็นป้ายขนาดเล็กเพียง 4 ป้าย เพื่อสื่อสารข้อมูลให้ประชาชนรับทราบแนวทางการปฏิบัติตนในการป้องกันการติดเชื้อจากโรคระบาดโควิด 19 ตามศักยภาพของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี

ในปัจจุบันนั้น ยังมีข้อจำกัดในแง่ประเภทของสื่อที่ยังไม่หลากหลาย ข้อจำกัดในแง่ประเภทของสื่อที่ไม่หลากหลายนั้นส่งผลให้เกิดช่องทางการสื่อสารข้อมูลที่น้อยลง ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัย จึงสนใจดำเนินโครงการวิจัยเรื่องการสื่อสารข้อมูลด้านการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัส

โคโรนา 2019 (COVID-19) ภายในวัด: การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำหรับวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี โดยเน้นศึกษาข้อมูลเชิงลึกในเรื่องประวัติความเป็นมาและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบริเวณวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี รวมทั้งมีการพัฒนาต้นแบบสื่อชุดใหม่เพื่อสื่อสารข้อมูลการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัดดังกล่าว ให้มีความสวยงาม ดึงดูดใจ และสื่อสารข้อมูลที่ครบถ้วนไปยังกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ซึ่งรายละเอียดของการดำเนินโครงการได้นำเสนอไว้ในหัวข้อลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบริเวณวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัญหาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัด ฯ
3. เพื่อศึกษาความต้องการในการออกแบบสื่อชุดใหม่เพื่อสื่อสารข้อมูลการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัด ฯ
4. เพื่อพัฒนาต้นแบบสื่อชุดใหม่เพื่อสื่อสารข้อมูลการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัด ฯ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. หลักฐานเอกสารและวัตถุที่ทำการศึกษา ประกอบด้วย (1) หลักฐานเอกสารข้อมูลและภาพประกอบที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ได้แก่ (1.1) ข้อมูลประวัติความเป็นมา รวมทั้งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบริเวณวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี และ (1.2) ภาพสื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมของวัด

บ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี และ 2) ผลงานสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี ซึ่งได้แก่ ป้ายแขวน (Banner) เท้าที่มีอยู่ภายในวัด และนำมาใช้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัด ฯ ตั้งแต่เดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) หมายถึง ผู้แทนของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดทำและใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมของวัด และสามารถให้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมทั้งทำการประเมินคุณภาพของต้นแบบสื่อใหม่ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ดังนี้ (1) พระใบฎีกา นิรันดร์ นรินโท เจ้าอาวาสวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี ในฐานะพระสงฆ์ผู้บริหารสูงสุดของวัด และ (2) พระวินัย อาสโก ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี ผู้ได้รับมอบหมายให้ดูแลการจัดทำและใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด

3. วิธีการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัย 3 วิธี คือ (1) การศึกษาวิจัยจากเอกสาร (Documentary research) เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory observation) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี เกี่ยวกับประวัติและกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กับชุมชน รวมทั้งลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์และปัญหาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัด ฯ ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ร่วมกับผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 1 และ (3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยสัมภาษณ์พระสงฆ์ที่เป็นผู้แทนของวัดบ่อเงินในฐานะผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 รูป สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้ง 2 ครั้ง ดังนี้ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก ครั้งที่ 1 เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี ควบคู่กับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory observation) และ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก ครั้งที่ 2 เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับต้นแบบสื่อที่ออกแบบโดยผู้วิจัย โดยผู้วิจัยใช้เอกสารแบบประเมินคุณภาพของต้นแบบสื่อ ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจาก

ผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ใช้ควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งที่ 2 เพื่อนำความคิดเห็นดังกล่าวไปปรับปรุงเป็นต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ในลำดับต่อไป

4. เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบบันทึกผลการสังเกตแบบมีส่วนร่วม 2) แบบบันทึกผลการสัมภาษณ์เชิงลึก และ 3) แบบฟอร์มประเมินคุณภาพต้นแบบสื่อใหม่ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ซึ่งผู้แทนของวัดเป็นผู้ประเมินคุณภาพต้นแบบสื่อด้วยการบันทึกข้อมูลความคิดเห็นในแบบฟอร์มประเมินดังกล่าวโดยดำเนินการระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 2

ผลการวิจัย

1. ประวัติความเป็นมาและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบริเวณวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี วัดบ่อเงิน เป็นวัดโบราณที่จัดว่าเป็นวัดราษฎร์สังกัดคณะสงฆ์ฝ่ายมหานิกาย การสร้างวัดแห่งนี้ มีการริเริ่มสร้างในลักษณะที่ฟั่นเฟือนอย่างไม่มีถาวรมาตั้งแต่ประมาณก่อนปี พ.ศ. 2455 ต่อมาคนในชุมชนร่วมกันสนับสนุนการสร้างวัดขึ้นอย่างถาวรเมื่อปี พ.ศ. 2455 และเนื่องจากมีพุทธศาสนิกชนจำนวนมากเดินทางเข้ามาให้การอุปถัมภ์และสนับสนุนกิจกรรมของวัดรวมทั้งที่ดินโดยรอบของวัดมีอาณาเขตกว้างขวางมาก และห้อมล้อมด้วยพื้นที่ราบลุ่มที่มีการทำนาข้าวได้ผลผลิตดี ส่งผลทำให้คนในชุมชนมีสัมมาอาชีพและมีรายได้เลี้ยงตนเองและครอบครัวอย่างไม่ขาดสน รวมทั้งทำให้วัดได้รับการสนับสนุนมากขึ้น สภาพดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความมั่งคั่ง ไม่ขาดสนและอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ของทั้งคนในชุมชนและของวัด จึงเป็นที่มาของชื่อ “วัดบ่อเงิน” โดยวัดได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2536 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบริเวณวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี วัดแห่งนี้มีความผูกพันกับคนในชุมชนด้วยการทำกิจของสงฆ์ที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่น เป็นที่ปรึกษาและที่พึ่งทางจิตใจ เป็นผู้นำในการประกอบพิธีทางพุทธศาสนา ร่วมกับหน่วยงานราชการในการสร้างโรงเรียนในที่ดินสงฆ์ เป็นต้น ทั้งนี้ วัดบ่อเงินจัดกิจกรรมที่เป็นงานบุญกุศลประจำปี คือ

งานตักบาตรพระร้อยและปิดทองพระภายในวันเดียวกัน ซึ่งตรงกับวันแรม 6 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี

2. ปัญหาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี เป็นสื่อประเภทป้ายแขวนที่จัดทำขึ้นเองโดยเจ้าหน้าที่ของวัดเท่าที่ทำได้ด้วยการใช้งบประมาณของวัดในการจัดทำสื่อ และติดตั้งเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัดฯ ตั้งแต่เดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา โดยปัญหาการใช้สื่อเดิมของวัดบ่อเงิน มีดังนี้

2.1 ประเภทของสื่อไม่หลากหลาย โดยสื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี มีเพียงประเภทเดียว คือ ป้ายแขวน (Banner) จำนวน 4 ชิ้น ขนาด 80 x 100 เซนติเมตร ติดตั้งอยู่บริเวณหน้าศาลาการเปรียญภายในวัด ข้อจำกัดจากประเภทของสื่อไม่หลากหลายนี้ ทำให้ช่องทางการสื่อสารข้อมูลอยู่ในขอบเขตจำกัดและอาจมีผลทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักได้รับทราบข่าวสารของวัดได้ไม่มากหรือไม่กว้างไกลเท่าที่ควร

2.2 ลักษณะโดยรวมของป้ายแขวน (Banner) ยังไม่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยทางวัดจัดทำขึ้นในแบบง่าย ๆ เน้นการใช้ตัวหนังสือเพื่อสื่อสารข้อความหลัก และใช้ภาพประกอบจำนวนหนึ่งจัดวางร่วมกับตัวหนังสือที่ปล่อยให้มีพื้นที่ว่าง (Space) มากจนไม่สมดุลกับขนาดและสัดส่วนของตำแหน่งที่จัดวางหนังสือและภาพประกอบที่จัดวางไว้แล้ว ด้วยเหตุนี้ ลักษณะโดยรวมของป้ายแขวนดังกล่าวจึงไม่มีความสวยงามเท่าที่ควร ผลที่เกิดขึ้นตามมา คือ ป้ายแขวนดังกล่าวไม่ดึงดูดความสนใจของผู้คนที่เข้ามาทำกิจกรรมภายในวัด จึงทำให้ผู้คนเหล่านั้นไม่ได้รับทราบข้อมูลที่วัดบ่อเงินต้องการสื่อสารเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ภาพที่ 1

ป้ายแขวน (สื่อเดิม) จัดทำโดยวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี เพื่อขอความร่วมมือในการสวมหน้ากากภายในบริเวณวัด



ที่มา: ภาพถ่ายโดยพระวินัย อาสโม ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี

3. ความต้องการในการออกแบบสื่อชุดใหม่เพื่อสื่อสารข้อมูลการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี หากต้องมีการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ของวัด ควรมีการปรับปรุงหรือออกแบบสื่อใหม่ ดังนี้

3.1 ควรออกแบบให้รู้ลักษณะของสื่อโดยรวม มีความเรียบง่าย เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินกิจกรรมของวัดที่เน้นความเรียบง่ายและมุ่งรองรับความศรัทธา ความคิด ความเชื่อที่หลากหลายของคนในชุมชนและพุทธศาสนิกชนโดยทั่วไป

3.2 ควรสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่สั้นกระชับ ชัดเจน และเข้าใจง่าย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของวัดส่วนใหญ่เป็นคนในวัยผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ

3.3 ควรกำหนดขนาดของสื่อในขนาดที่เหมาะสมกับราวแขวนป้ายและพื้นที่อื่น ๆ ภายในวัด อาจเป็นป้ายแขวนขนาดไม่เกิน 100 x 120 เซนติเมตร

3.4 ในกรณีที่ไม่สามารถผลิตชิ้นงานจริงในลักษณะป้ายแขวนสำเร็จรูปมามอบให้แก่วัด ผู้วิจัยอาจจัดทำต้นแบบ

สื่อในลักษณะไฟล์ต้นแบบที่ทางวัดสามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือปรับแต่งเองเพื่อผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย ตามความเหมาะสมของงบประมาณ ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และรูปแบบการใช้งานที่เป็นไปตามความต้องการของวัดบ่อเงินต่อไป

4. การพัฒนาต้นแบบสื่อชุดใหม่เพื่อสื่อสารข้อมูลการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี

4.1 แนวทางการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 1 ควบคู่กับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory observation) ประกอบกับการประยุกต์ใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการออกแบบสื่อทางนิเทศศิลป์ ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นข้อมูลหลักในการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก โดยกำหนดแนวทางการออกแบบ ดังนี้

4.1.1 แนวคิดหลัก (Concept) ในการออกแบบ ประกอบด้วย (1) การสะท้อน “ภาพลักษณ์ของวัดที่เน้นความเรียบง่ายและมุ่งรองรับความศรัทธา ความคิด ความเชื่อที่หลากหลายของคนในชุมชนและพุทธศาสนิกชนโดย

ทั่วไป” ของวัด (2) การใช้รูปแบบตัวอักษรและภาพประกอบ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวัดและเชื่อมโยงกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยตรง และ (3) ออกแบบผลงานไฟล์ต้นแบบสื่อ จำนวน 1 ชุด เพื่อมอบให้วัดเลือกใช้ เป็นต้นแบบในการผลิตสื่อตามความเหมาะสมและตามความต้องการของวัด

4.1.2 ใช้สีหลักสำหรับการออกแบบสื่อให้เหมาะสมกับศาสนสถานและเหมาะสมกับการสื่อสารข้อมูลด้านการป้องกันโรคติดต่อ โดยผู้วิจัยเลือกใช้สีเขียวอ่อน เป็นสีหลักของพื้นหลัง (Background) ของสื่อเพื่อสื่อถึงเรื่องสุขภาพและสุขอนามัย ส่วนสีรอง คือ สีอื่นที่ตัดกับสีเขียวอ่อน โดยนำเสนอในพื้นที่แถบเล็ก ๆ ด้านล่างของสื่อเพื่อนำเสนอภาพตราสัญลักษณ์ของวัดบ่อเงิน และข้อมูลหมายเลขติดต่อกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข เพื่อการติดต่อสอบถามเพิ่มเติม

4.1.3 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อออกแบบกราฟฟิกแบบ Raster (Bitmap) โดยกำหนดรูปแบบไฟล์ต้นแบบสื่อ เพื่อให้วัดสามารถนำไฟล์ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทที่หลากหลายตามความต้องการของวัดบ่อเงิน ซึ่งไฟล์ต้นแบบสื่อมีความละเอียดในระดับที่สามารถนำไปขยายหรือย่อขนาดตามประเภทและขนาดของสื่อที่ต้องการผลิตได้อย่างคมชัด ส่วนลักษณะของไฟล์ต้นแบบสื่อ มีดังนี้ 1) ไฟล์ JPEG เพื่อนำภาพไปประกอบการนำเสนอข้อมูลในเอกสารต่าง ๆ 2) ไฟล์ PSD (Photoshop) เพื่อนำไฟล์ไปเปิดในโปรแกรม Photoshop แล้วปรับเปลี่ยนข้อความและภาพประกอบตามความต้องการของวัด และ 3) ไฟล์ตัวอักษรต้นแบบ (Font) สำหรับติดตั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ก่อนใช้ไฟล์ PSD (Photoshop)

4.2 การปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก สู่ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งที่ 2 ซึ่งดำเนินการสัมภาษณ์พระวินัย อาสโภ ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดบ่อเงิน ควบคู่กับการใช้แบบฟอร์มประเมินคุณภาพไฟล์ต้นแบบสื่อใหม่ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย สรุปผลมีดังนี้

4.2.1 ข้อดีของไฟล์ต้นแบบสื่อ (พระวินัย อาสโภ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 กรกฎาคม 2563) มีดังนี้ (1) มีความสวยงามของสื่อ ผลงานต้นแบบสื่อดังกล่าว มีความ

สวยงามเนื่องจากผู้วิจัยออกแบบเลือกใช้สีหลักได้อย่างเหมาะสม และมีการจัดวางองค์ประกอบภายในสื่อ (ตัวหนังสือและภาพวาดคนท่าทางต่าง ๆ แบบง่าย ๆ) เพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตนในการป้องกันโรคจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) (2) มีความสะดวกในการได้รับข้อมูลจากสื่อ ผลงานต้นแบบสื่อดังกล่าว มีการออกแบบโดยใช้ตัวอักษรและภาพประกอบที่จัดวางองค์ประกอบอย่างเหมาะสม มีพื้นที่ว่างสวยงามและสบายตา จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายมองเห็นและรับข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในสื่อได้สะดวกภายในระยะเวลาอันสั้น (3) มิติปริมาณข้อมูลที่ได้จากสื่อ ผลงานต้นแบบสื่อดังกล่าว มีการออกแบบที่สามารถนำเสนอตัวหนังสือ ภาพวาดคนแบบง่าย ๆ และภาพรูปร่างของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในขนาดและจำนวนที่เหมาะสม ทำให้มีพื้นที่ว่าง (Space) เหมาะสมกับการมองเห็นสื่อด้วยความสบายตาได้ชัดเจน จึงทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาอันสั้นเช่นกัน (4) มิติประโยชน์จาก “สาร” (Message) ที่ปรากฏในสื่อ ผู้วิจัยได้เลือกใช้ทั้งตัวอักษรและภาพเพื่อส่ง “สาร” (Message) เกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติตนที่สั้นกระชับได้ใจความ และเอื้อประโยชน์ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลได้อย่างชัดเจน และสามารถสื่อสารข้อมูลที่จำเป็นไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี และ (5) มิติความสามารถของสื่อในการโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายของวัด น่าจะสนใจอ่านข้อความทั้งที่เป็นตัวอักษรและภาพจากสื่อที่ออกแบบโดยผู้วิจัยมากขึ้น เมื่อเทียบกับสื่อดั้งเดิมที่วัดบ่อเงิน เป็นผู้จัดทำเองก่อนหน้านี้ เนื่องจากผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรกที่ออกแบบโดยผู้วิจัยในภาพรวมนั้น มีการใช้สีสันทันสวยงาม และมีการจัดวางองค์ประกอบที่เรียบง่ายตามภาพลักษณ์ของวัด

4.2.2 ข้อควรปรับปรุงในผลงานต้นแบบสื่อ (พระวินัย อาสโภ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 กรกฎาคม 2563) สรุปได้ดังนี้ (1) ควรปรับขนาดของตัวหนังสือบางส่วนที่เล็กเกินไป ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นตามความเหมาะสมกับพื้นที่ในไฟล์ต้นแบบสื่อ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุมาก สามารถอ่านข้อความได้ง่ายมากขึ้น และ (2) ขอให้เพิ่มรูปภาพ โดยเฉพาะภาพวาดคนท่าทางต่าง ๆ ในแบบง่าย ๆ และลดจำนวนภาพรูปร่างของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ให้น้อยลงโดยจัดวางให้เหมาะสมและสมดุลกัน ทั้งนี้เนื่องจากหากมีภาพรูป

ร่างของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำนวนมาก อาจทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความกลัวหรือวิตกกังวลเกี่ยวกับโรคระบาดดังกล่าวมากเกินไป

4.2 การพิจารณาขั้นสุดท้ายสู่ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงสื่อที่มาจากความคิดเห็นของพระวินัย อาสโก ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดบ่อเงิน ไปปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อเพื่อให้ผลงานต้นแบบสื่อมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยพระวินัย อาสโก ได้กรุณาตรวจสอบผลงานต้นแบบสื่อฉบับที่พัฒนาครั้งสุดท้าย เปรียบเทียบกับข้อเสนอในการปรับปรุงสื่อดังกล่าวข้างต้น และได้ให้ความเห็น

ชอบกับผลงานต้นแบบสื่อฉบับที่พัฒนาครั้งสุดท้าย รวมทั้งให้ถือว่าเป็นผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ที่ออกแบบและปรับปรุงโดยผู้วิจัย ทั้งนี้ ภาพตัวอย่างผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย มีดังนี้

4.2.1 ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ขั้นที่ 1 เพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับความหมายและที่มาของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ซึ่งในการผลิตสื่อ สามารถนำต้นแบบสื่อขั้นนี้ ไปปรับเพิ่มข้อความอื่น ๆ เพิ่มเติมได้ตามความต้องการของวัด

ภาพที่ 2

ตัวอย่างต้นแบบสื่อใหม่ ขั้นที่ 1 เพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับความหมายและที่มาของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (พระสงฆ์ที่เป็นผู้แทนของวัดบ่อเงินในฐานะผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 รูปเป็นผู้ประเมินสื่อ)



ที่มา: ภาพออกแบบโดยผู้วิจัย

4.2.2 ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ขั้นที่ 2 เพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการเฝ้าระวังและการดูแลตนเองในระหว่างการใช้ชีวิตประจำวันของแต่ละคนเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019

อย่างไรก็ตาม หากต้องการเพิ่มข้อมูลด้านอื่น ๆ ทางวัดก็สามารถปรับเปลี่ยนข้อความที่เป็นตัวอักษรและภาพประกอบได้เช่นกัน

ภาพที่ 3

ตัวอย่างต้นแบบสื่อใหม่ ขั้นที่ 2 เพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการเฝ้าระวังและการดูแลตนเองในระหว่างการใช้ชีวิตประจำวันของแต่ละคนเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (พระสงฆ์ที่ผู้แทนของวัดบ่อเงินในฐานะผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 รูปเป็นผู้ประเมินสื่อ)



ที่มา: ภาพออกแบบโดยผู้วิจัย

4.3 แนวทางการนำไฟล์ต้นแบบสื่อไปประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการนำไฟล์ต้นแบบสื่อไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น แผ่นพับสำหรับโฆษณา (Brochure) ป้ายขนาดใหญ่ (Billboard) ภาพและข้อความในหน้าเพจหลักของเว็บไซต์ และเฟสบุ๊คส์ของวัด เป็นต้น โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อออกแบบกราฟฟิกแบบ Raster (Bitmap) ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนี้

4.3.1 กำหนดประเภทของสื่อที่ต้องการผลิต จากนั้นจัดเตรียมข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือและภาพประกอบที่ต้องการสื่อสาร จัดทำเป็นไฟล์รอไว้

4.3.2 นำไฟล์ตัวอักษรต้นแบบ (Font) ที่ผู้วิจัยให้มาพร้อมกับไฟล์ PSD (Photoshop) ไปติดตั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จะใช้ในการปรับปรุงสื่อ เพื่อเตรียมความพร้อม

4.3.3 เปิดไฟล์ PSD (Photoshop) ในโปรแกรม Photoshop เพื่อปรับเปลี่ยนข้อความและภาพประกอบตาม

ความต้องการของวัด จากนั้น บันทึกข้อมูลเป็นไฟล์ชนิด PSD (Photoshop)

4.3.4 นำไฟล์ชนิด PSD (Photoshop) จัดส่งให้ร้านรับจ้างผลิตสื่อ เพื่อทำการผลิตสื่อต่อไป

4.4 การส่งมอบไฟล์ต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์เพื่อการใช้ประโยชน์และการใช้งานได้จริง ผู้วิจัยได้ส่งมอบ (ถวาย) อุปกรณ์บันทึกไฟล์ต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ประเภทแฟลชไดรฟ์ (Flash drive) แต่พระใบฎิกานิรันดร์ นรินโท เจ้าอาวาสวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี วันที่ 25 มกราคม 2564 เพื่อทางวัดจะได้นำไฟล์ต้นแบบสื่อไปประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสมต่อไป

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยพบว่า (1) วัดบ่อเงิน เป็นวัดโบราณ โดยจัดว่าเป็นวัดราษฎร์สังกัดคณะสงฆ์ฝ่ายมหานิกาย ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2536 ทั้งนี้ วัดแห่งนี้มีความผูกพันกับคนในชุมชนด้วยการทำกิจของสงฆ์ที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง (2) ปัญหาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี คือ สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมดังกล่าว มีประเภทของสื่อที่ไม่หลากหลาย และลักษณะโดยรวมของสื่อยังไม่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายไม่ได้รับทราบข้อมูลที่วัดบ่อเงินต้องการสื่อสารเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) (3) ความต้องการในการออกแบบสื่อชุดใหม่เพื่อสื่อสารข้อมูลการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี ควรดำเนินการดังนี้ (3.1) ออกแบบสื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของวัด (3.2) สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่สั้นกระชับ ชัดเจน และเข้าใจง่าย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของวัดส่วนใหญ่เป็นคนในวัยผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ (3.3) กำหนดขนาดของสื่อในขนาดที่เหมาะสมกับราวแขวนป้ายและพื้นที่อื่น ๆ ภายในวัด และ (3.4) กรณีที่ไม่สามารถผลิตชิ้นงานจริงในลักษณะป้ายแขวนสำเร็จรูปมามอบให้แก่วัด ผู้วิจัยอาจจัดทำต้นแบบสื่อในลักษณะไฟล์ต้นแบบให้วัดนำไปประยุกต์ใช้หรือปรับแต่งเองเพื่อผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ ตามความเหมาะสม และ (4) การพัฒนาต้นแบบสื่อชุด

ใหม่เพื่อสื่อสารข้อมูลการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี โดยผู้วิจัยนำเสนอแนะของผู้แทนวัดบ่อเงินไปปรับปรุงสู่การพัฒนาเป็นต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์และส่งมอบ (ถวาย) แต่ผู้แทนของวัดนำไปใช้ประโยชน์ตามความเหมาะสมต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ระบุว่า สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี ถูกจัดทำขึ้นเองโดยพระสงฆ์ในวัดซึ่งไม่มีความสวยงามเท่าที่ควร รวมทั้งไม่มีความหลากหลายในประเภทของสื่อโดยมีเพียงสื่อประเภทเดียว คือ ป้ายแขวน (Banner) จึงยังไม่ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร ผลการวิจัยข้อนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ของบาร์ลท์ (Barnlund, 2008, p. 30) ที่เน้นว่าการสื่อสารความหมายที่มีประสิทธิภาพ ควรใช้ช่องทางหลายช่องทาง และสร้างสรรค์สื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ผลการวิจัยที่ระบุว่า ผู้วิจัยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อออกแบบกราฟฟิกแบบ Raster (Bitmap) โดยเน้นการออกแบบไฟล์ต้นแบบสื่อที่ทางวัดสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้นตามความต้องการของวัดนั้น ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดของแมคอินไทร์ (McIntire, 2008) ที่ระบุว่า งานการออกแบบสื่อต่าง ๆ ของโลกปัจจุบันมีการนำวิธีการออกแบบแนวใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการออกแบบซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการออกแบบนั้นเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของวัดบ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ ส่วนผลการวิจัยที่ระบุว่า ผู้แทนของวัดขอให้ปรับปรุงขนาดตัวหนังสือและภาพประกอบในต้นแบบสื่อฉบับแรกนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ความรู้เรื่องการประเมินสารตามแนวคิดทางนิเทศศาสตร์ (สกนธ์ ภู่งามดี, 2548, น. 58-59) ในประเด็นลักษณะหลักของรหัสของสาร (message codes) จะพบว่า ตัวหนังสือ (ซึ่งเป็นรหัสของสารที่ใช้คำ) และภาพประกอบ (ซึ่งเป็นรหัสของสารที่ไม่ใช่คำ) นั้น มีความสำคัญต่อการสื่อความหมายของสารให้มีความสมบูรณ์ตามลักษณะหลักของรหัสของสาร (message codes) ดัง

กล่าว ส่วนผลการวิจัยที่ระบุถึงข้อดีของผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรกที่ออกแบบโดยผู้วิจัยซึ่งระบุถึงปริมาณข้อมูลที่เหมาะสมกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายนั้น ผลการวิจัยดังกล่าวนี้ เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ วิโอ โกลด์ฮาร์เบอร์ และเยท (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2555) ที่พบว่า การได้รับข่าวสารที่ไม่มากเกินไปจะก่อให้เกิดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ส่วนผลการวิจัย ที่ระบุว่าผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก มีความสวยงามทั้งในแง่ของการเลือกใช้สี การใช้ภาพประกอบ และการจัดวางตำแหน่งขององค์ประกอบต่าง ๆ ภายในต้นแบบสื่อ นั้น แนวทางการออกแบบของผู้วิจัยดังกล่าวนี้ สอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานของการออกแบบของสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2549, น. 26) ที่ระบุไว้ว่า องค์ประกอบมูลฐานของการออกแบบ คือ การจัดองค์ประกอบศิลป์ (Art composition) เพื่อให้เกิดคุณค่าทาง

ศิลปะและความงาม โดยการจัดองค์ประกอบศิลป์เป็นหัวใจหลักของงานออกแบบ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ศาสนสถานแห่งอื่น ๆ ทั้งที่เป็นศาสนสถานเชิงพุทธศาสนา หรือศาสนาอื่นๆ หากดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนและเป็นแหล่งที่พึ่งทางจิตใจของคนจำนวนมาก ดังนั้น ศาสนสถานดังกล่าวควรพิจารณาว่าผลการวิจัยฉบับนี้ ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการป้องกันตนเองจากโรคระบาดต่าง ๆ ในฐานะที่เป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนอันถือเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการป้องกันผลกระทบจากโรคระบาดที่นำไปสู่ความปลอดภัยของทั้งสังคมและประเทศชาติต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมการศาสนา. (2525). *แนวทางการดำเนินงานหน่วยเผยแพร่ศีลธรรมทางพระพุทธศาสนา*. กระทรวงศึกษาธิการ.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2563, 10 กรกฎาคม). *การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศไทย*. <http://coursewares.mju.ac.th:81/e-learning47/section2/ca520/11.htm>.
- จำนงค์ อติวัฒน์สิทธิ์. (2549). *สังคมวิทยา*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิจิตร อวากุล. (2545). *การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีปฏิบัติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). ไทยวัฒนาพานิช.
- สกนธ์ ภู่งามดี. (2548). *การประเมินสารในงานนิเทศศิลป์*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2549). *การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์*. ศูนย์หนังสือสวนสุนันทา.
- Barnlund, D. C. (2008). *A transactional model of communication*. New Jersey: Transaction.
- McIntire, P. (2008). *Visual Design for the Modern Web*. New Riders Press.
- Phu-ngamdee, S. (2005). *Message assessment in communication arts*. Sukhothai Thammathirat Open University.
- Stevenson, O. (2021, 26 July). *What is design theory? the only guide you need*. <https://www.shillingtoneeducation.com/blog/design-theory>.