การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาท ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

Media Development for Image and role Promotion of The Community Learning Center, Wat Arunrachawararam (The Dawn Temple), Bangkok

สกนธ์ ภูงามดี*
Sakon Phu-ngamdee

* รองศาสตราจารย์,ดร.
สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
และผู้อำนวยการศูนย์ศักยภาพการแข่งขัน
ด้านศิลปะเพื่อการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาความเป็นมาและผลสำเร็จของของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานครโดยละเอียด 2) เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์สูงสุดของศูนย์ฯ 3) เพื่อออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์ฯ และ 4) เพื่อเสนอแนวทางการใช้สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์ฯ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ประเภทสื่อที่เป็นเป้าหมายด้านผลผลิตของโครงการวิจัย ได้แก่ ผลงานต้นแบบสื่อที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ประกอบด้วย 1) โบรชัวร์ 2) ใบปิดโฆษณา 3) ป้ายโฆษณา และ 4) ภาพและข้อมูลโฆษณาทางเว็บไซต์ วิธีการวิจัย ประกอบด้วย การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จำนวน 2 ครั้ง และการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นแบบการสนทนากลุ่ม จำนวน 2 ครั้ง จากนั้นนำผลที่ได้ไปเป็นข้อมูลสำคัญในการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ 5 ประการ คือ **ประการที่ 1** ภารกิจหลักของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร คือ ให้การศึกษาแบบอาชีวศึกษาแก่เยาวชนยากจนและด้อยโอกาสที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนศึกษาสงเคราะห์ในจังหวัดต่างๆ ที่สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยสื่อเดิมของศูนย์ฯ มีเพียง 3 ประเภท คือ 1) โบรชัวร์หรือแผ่นพับซึ่งจัดทำเองโดยการถ่ายสำเนาหมึกขาว-ดำ 2) ป้ายไวนิลที่ติดตั้งบริเวณด้านหน้าของศูนย์ฯ และ 3) ข้อความบน Facebook หรือ Blog สนทนาต่างๆ ทางอินเตอร์เน็ต โดยศูนย์ฯ ยังไม่ได้จัดทำเว็บไซต์ของศูนย์ฯ อย่างเป็นเอกเทศ ส่วนความต้องการด้านสื่อของศูนย์ คือ ต้องการให้พัฒนาสื่อ 4 ประเภท คือ โบรชัวร์ ใบปิดโฆษณา ป้ายโฆษณา รวมทั้งสื่อบนเว็บไซต์ **ประการที่ 2** ผลการทดสอบคุณภาพของผลงานต้นฉบับสื่อฉบับแรก ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ภายใต้เกณฑ์การทดสอบสื่อ 5 ด้าน สรุปได้ว่า สื่อทุกประเภท 1) มีความสวยงาม 2) กลุ่มเป้าหมายมีความสะดวกในการได้รับข้อมูลจากสื่อ 3) มีปริมาณข้อมูลที่

เหมาะสมกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย 4) “สาร” (Message) ที่ปรากฏในสื่อมีประโยชน์ต่อการสื่อสารบทบาทและภาพลักษณ์ของศูนย์ ฯ และ 5) สามารถโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้สนใจรับคำแนะนำและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม **ประการที่ 3** ข้อควรปรับปรุงเพิ่มเติมในผลงานต้นฉบับสื่อฉบับแรก โดยสรุป คือ 1) ในสื่อทุกประเภทควรเพิ่มข้อความที่เป็นตัวอักษรในลักษณะสโลแกน ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชนวัดอรุณราชวราราม เพื่อสร้างการจดจำในด้านบทบาทและภาพลักษณ์ของศูนย์ฯ ควรเปลี่ยนภาพเป็นภาพของนักเรียนที่เรียนในศูนย์ฯ เพื่อสื่อสารข้อมูลที่เป็นสภาพจริงมากขึ้น ควรเพิ่มตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของศูนย์ฯ และของวัดอรุณราชวราราม ไว้คู่กัน และควรแก้ไขชื่อเว็บไซต์และที่อยู่ทางอีเมล์ของศูนย์ฯ ให้ถูกต้อง และ 2) เฉพาะสื่อที่เป็น โบรชัวร์ ให้เพิ่มข้อความ 2 ข้อความที่ระบุถึงการได้รับเกียรติบัตรเมื่อจบการศึกษา **ประการที่ 4** การปรับปรุงสู่ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่พัฒนาขั้นสุดท้าย โดยประกอบด้วยสื่อตามความต้องการของศูนย์ฯ 4 ประเภท และผู้วิจัยออกแบบเพิ่มเติมอีก 1 ประเภท รวมเป็นสื่อ 5 ประเภท ดังนี้ 1) โบรชัวร์ 2) ใบปิดโฆษณา 3) ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ 4) โฆษณาบนเว็บไซต์ และ 5) ป้ายแบนเนอร์ **ประการที่ 5** แนวทางการใช้สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย (1) สถานที่นำเสนอสื่อ ซึ่งได้แก่ ภายในวัดอรุณราชวราราม บริเวณหน้าศูนย์ฯ หน่วยงานใกล้เคียง เช่น สำนักงานเขตบางกอกใหญ่ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ทั่วประเทศ และ (2) ระยะเวลาในการนำเสนอสื่อ โดยเน้นการนำเสนอสื่อทุกประเภทอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้มอบเอกสารแนวทางการใช้สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม พร้อมแผ่นบันทึกข้อมูล (DVD) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ให้แก่ผู้แทนศูนย์ดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

คำสำคัญ : การพัฒนาสื่อ, ภาพลักษณ์ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน, วัดอรุณราชวราราม

Abstract

This research entitled “Media Development for Image and Role Promotion of the Community Learning Center, Wat Arunrachawararam (The Dawn Temple), Bangkok” was officially funded, within 2012 budget plan, by Strategic Wisdom and Research Institute (Srinakharinwirot University) and National Research Council of Thailand. The objectives of the research were 1) to study background and achievement of the Community Learning Center, Wat Arunrachawararam (The Dawn Temple), Bangkok 2) to examine the Center’s needs for media improvement 3) to develop the media for better image and role promotion of the Center and 4) to recommend the media application guideline for better image and role promotion of the Center. The main outputs of the research were the manuscripts of four media types which were; 1) brochure 2) poster 3) billboard) and 4) website advertisement. Main research methods included; 1) in-depth interview and focus group discussion and 2) media development in form of media manuscripts. The results were as the followings;

1. Core missions of the Community Learning Center, Wat Arunrachawararam (The Dawn Temple), Bangkok have been 1) vocational education support provided for needy youths in Thailand with vocational programs and 2) social responsibilities provided for people (both Thai and foreigners) with short term of meditation practice and job trainings. At present, the Center has applied only three types of media which were; black-and-white copy of brochure, simple vinyl signs and temporary message blog in facebook, without the Center’s own website. The Center needed more types of media to help promote its

image and role, namely; 1) brochure 2) poster 3) billboard) and website advertisement.

2. Results of media testing towards the first draft of media manuscript, designed by the researcher, were reflected by these following characteristics; 1) beautiful colors for target group attraction 2) easy accessibility for message receiving via the media 3) sufficient volume of the right information for target group perception 4) useful message for enhancing the Center's image and role promotion and 5) persuasive looks for generating future contacts for additional information.

3. The Center's suggestions for first-draft-media-manuscript improvement were; 1) all types of media should be added with the Center's slogan, logos (of the Center and the temple), correct spelling of the Center's website and e-mail address and 2) only in "brochure" should be added with two sentences, one was "Graduates of Assistant Nurse Program will confer a certificate from Siam University" and the other was "Graduates of Electronic Program will confer a certificate from Thonburi Vocational College"

4. The improvement for launching final media manuscript was made and finished upon the Center's needs and suggestions. The finished outputs following the research's objectives were five types of media; four types was requested by the Center's needs and the other one was favorably added by the researcher, which were 1) Brochure (three fold); 210 x 297 millimeter. or A4 paper sized 2) Poster, 65 x 50 centimeter. 3) Billboard; 1.5 x 2.0 meter 4) Website; with suitable size following the Internet System Provider's arrangement and 5) Banner; 1.5 x 3.0 meter.

5. Media application guideline for better image and role promotion of the Center was recommended by the researcher; 1) places for media presentation were inside Wat Arunrachawararam, in front of the Center, on notable boards of related organizations such as Bangkok Yai District Office or networking schools and 2) Time for media presentation was continuous period of time through the year.

In final stage of research procedure, the document of media application guideline and DVD of final media manuscript were given to the Center's Director.

Keywords : Media development, Learning Center's image, Wat Arunrachawararam

บทนำ

1. ความจำเป็นและความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของทุกประเทศ ดังที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (2552) ได้ระบุว่า การศึกษาก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี ทั้งนี้ การพัฒนาด้านการศึกษาก็คือการพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของบุคคล และเมื่อบุคคลซึ่งเป็นสมาชิกของสังคมมีคุณภาพแล้วก็จะทำให้สังคมมีการพัฒนาตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน ยังมีเยาวชนวัยแรงงานที่ไม่ได้รับโอกาสทางการศึกษาและฝึกทักษะด้านอาชีพจำนวนมาก โดยสำนักส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน (สสค.) (2554) ระบุว่า ปัจจุบัน มีเด็กและเยาวชนที่ขาดโอกาสทางการศึกษา การพัฒนาตนเองเพื่อการดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพประมาณ 3 ล้านคน ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้กลุ่มแรงงานดังกล่าวไม่ได้รับการพัฒนาตามสิทธิขั้นพื้นฐานซึ่งจะส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจและความมั่นคงทางสังคมของประเทศด้วย ใน

ขณะที่แผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2552-2559 (สำนักเลขาธิการสภาการศึกษา, 2552) ของไทยได้กำหนดให้ประชากรไทยทุกช่วงอายุต้องได้รับโอกาสทางการศึกษาตลอดชีวิตซึ่งรวมทั้งการศึกษานอกระบบโรงเรียนด้วย

ปัจจุบัน มีหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ด้านการจัดการศึกษาสำหรับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสในลักษณะการศึกษานอกระบบโรงเรียน และการฝึกอาชีพ ซึ่งได้แก่ (1) สำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ (สศศ.) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ (2) ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยกลุ่มเป้าหมายพิเศษ (ศกพ.) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย กระทรวงศึกษาธิการ และ (3) สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ทำหน้าที่จัดการศึกษาที่เน้นการฝึกวิชาชีพและการปลูกฝังคุณธรรมที่อยู่ในระบบการศึกษาปกติระดับอาชีวศึกษา โดยยังไม่มีส่วนงานย่อยที่จัดการศึกษาด้านฝึกอาชีพเพื่อเยาวชนกลุ่มด้อยโอกาสหรืออยู่ในภาวะยากลำบากโดยเฉพาะ ทั้งนี้ ในปัจจุบัน มีองค์กรนอกภาครัฐหลายแหล่งที่จัดการศึกษานอกระบบแก่กลุ่มเด็กและเยาวชนด้อยโอกาสที่เน้นทั้งการฝึกอาชีพและการปลูกฝังคุณธรรมโดยมีเป้าหมายในการทำให้ผู้ผ่านการฝึกอบรมนั้นสามารถประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองและครอบครัวรวมทั้งมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม เป็นสถานศึกษาและฝึกวิชาชีพในลักษณะสถานศึกษานอกระบบซึ่งจัดตั้งโดยองค์กรเอกชนไม่แสวงหากำไร (NGO) โดยมีเป้าหมายหลัก คือ ส่งเสริมให้ผู้จบการศึกษามีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในแง่ของการมีศีลธรรมในชีวิตประจำวัน และมีงานทำเมื่อจบการศึกษา เพื่อคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน ปัจจุบัน ศูนย์ฯ ประสบความสำเร็จในการช่วยเหลือเด็กและเยาวชนยากจนและด้อยโอกาสโดยสามารถวัดผลสำเร็จได้ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพจนได้รับใบประกาศเกียรติคุณจากองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก : UNESCO) อย่างไรก็ตาม แม้ศูนย์ดังกล่าวจะสามารถสร้างผลงานด้านการพัฒนาสังคมอย่างเป็นรูปธรรมและเป็นที่ยอมรับขององค์การ

ระหว่างประเทศ แต่ศูนย์ฯ กลับเป็นที่รู้จักของสังคมไทยในวงแคบ ทั้งนี้ เนื่องจากศูนย์ฯ ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในขอบเขตจำกัด ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

2. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย มีดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาความเป็นมาและผลสำเร็จของของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานครโดยละเอียด

2.2 เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์สูงสุดของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

2.3 เพื่อออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

2.4 เพื่อเสนอแนวทางการใช้สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

3. การดำเนินการวิจัย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ

3.1.1 ผู้แทนศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 คน เพื่อศึกษาความเป็นมา ผลสำเร็จ ความต้องการในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ และเพื่อการทดสอบสื่อ (ผลงานต้นแบบสื่อ) ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ประกอบด้วย 1) นายฮาร์เทนโต คุนวัน (Mr. Hartanto Gunawan) ผู้อำนวยการศูนย์ฯ ฝ่ายฆารวาส 2) ผู้ช่วยเจ้าอาวาส (ผู้บริหารคณะ 6 วัดอรุณราชวราราม) ผู้อำนวยการศูนย์ฯ ฝ่ายสงฆ์ และ3) อาจารย์ของศูนย์ฯ

3.1.2 ผู้แทนเยาวชน ซึ่งเป็นเยาวชนกลุ่มด้อยโอกาสทางการศึกษาและกำลังศึกษาอยู่ในศูนย์ฯ จำนวน 5 คน โดยผู้วิจัยกำหนดให้เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) สำหรับการศึกษาความต้องการด้านสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร และเพื่อการทดสอบสื่อ (ผลงานต้นแบบสื่อ) ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย

3.2 วิธีการวิจัย

3.2.1 การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ประกอบด้วย 1) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) จำนวน 2 ครั้ง โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ซึ่งเป็นตัวแทนของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร และ 2) การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นแบบ Focus group จำนวน 2 ครั้ง โดยผู้ร่วมการประชุมคือ เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

3.2.2 การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากหนังสือและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับสถิติและข้อมูลการศึกษาของเยาวชนกลุ่มด้อยโอกาสในประเทศไทย เอกสารรายงานการทำงานของศูนย์การเรียนรู้ชุมชนวัดอรุณราชวราราม รวมทั้งเอกสารเกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3 เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย 1) แนวคำถามปลายเปิด สำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 2) แนวคำถามสำหรับการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นแบบ Focus group และ 3) แบบบันทึกผลการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานต้นแบบสื่อ

3.4 ขอบเขตการวิจัย มีดังนี้คือ 1) ขอบเขตพื้นที่การศึกษา ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร 2) ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ข้อมูลความเป็นมา ผลสำเร็จ ความต้องการในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์สูงสุดของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม และข้อมูลตัวเลขที่เป็นจำนวนของสื่อที่ศูนย์ฯ ต้องการใช้ รวมทั้งตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อนิเทศศิลป์ทั้งหมด 3) ขอบเขตของผลผลิต หมายถึง ประเภทสื่อ

ที่เป็นเป้าหมายด้านผลผลิตของโครงการวิจัย ได้แก่ ผลงานต้นแบบสื่อที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ประกอบด้วย โบรชัวร์ ใบปิดโฆษณา ป้ายโฆษณา รวมทั้งภาพและข้อมูลโฆษณาทางเว็บไซต์ 4) ขอบเขตด้านเวลา โครงการวิจัยเรื่องนี้ กำหนดดำเนินการในระยะเวลา 12 เดือน

3.5 การพัฒนาสื่อทั้ง 4 ประเภท ดำเนินการโดยอาศัยข้อมูลความเป็นมา ผลสำเร็จ และความต้องการในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชนวัดอรุณราชวราราม ควบคู่กับองค์ความรู้ด้านการออกแบบสื่อนิเทศศิลป์ โดยผลการพัฒนาสื่อในขั้นต้น เรียกว่า “ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก” ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอต่อผู้ให้ข้อมูลหลักของงานวิจัยครั้งนี้เพื่อพิจารณาให้ข้อเสนอแนะสู่การปรับปรุงสื่อ จากนั้นผู้วิจัยทำการพัฒนาและปรับปรุงสื่อตามข้อเสนอแนะข้างต้น ผลลัพธ์ที่ได้ คือ “ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์” ซึ่งผู้วิจัยจะส่งมอบให้แก่ผู้แทนของศูนย์การเรียนรู้ชุมชนวัดอรุณราชวราราม่อไป

4. ผลสำเร็จของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

ผลสำเร็จของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับเมื่อดำเนินการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร เสร็จสิ้น มีดังนี้

4.1 ผลงานต้นแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ประกอบด้วย 1) โบรชัวร์ 2) ใบปิดโฆษณา 3) ป้ายโฆษณา และ 4) ภาพและข้อมูลโฆษณาทางเว็บไซต์ โดยเนื้อหาหลักของสื่อทั้ง 4 ประเภทนี้จะนำเสนอภาพและข้อมูลความเป็นมา ผลสำเร็จ และระเบียบการรับสมัครของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานครโดยละเอียด ซึ่งนอกจากจะให้ความสำคัญกับความสมบูรณ์ของเนื้อหาหลักแล้ว ยังเน้นรูปลักษณ์ของสื่อที่เกิดจากหลักการออกแบบที่มีความสวยงามตามแนวทางสุนทรียศาสตร์และมีคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยที่เน้นการนำสื่อไปใช้งานได้จริงและกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลของสื่อได้อย่างครบถ้วน

4.2 แนวทางการใช้สื่อทั้งหมดที่ออกแบบโดยผู้วิจัยเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวรารามกรุงเทพมหานครอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

1. ความเป็นมาและผลสำเร็จของของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม

ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม เป็นศูนย์การเรียนรู้ที่จัดตั้งขึ้นโดยองค์กรไม่แสวงผลกำไร (NGO) โดยเน้นให้เป็นสถานศึกษาและฝึกวิชาชีพสำหรับเยาวชนด้อยโอกาส ปัจจุบัน ศูนย์ฯ ได้รับการรับรองจากกรมการศึกษานอกโรงเรียน (ชื่อเดิมเมื่อปี พ.ศ. 2552) กระทรวงศึกษาธิการ และจากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก : UNESCO)

ภารกิจหลักของศูนย์ คือ ให้การศึกษาแบบนอกระบบโรงเรียนในระดับอาชีวศึกษาแก่เยาวชนยากจนและด้อยโอกาสที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนศึกษาสงเคราะห์ในจังหวัดต่างๆ ที่สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ (สศศ.) ของกระทรวงศึกษาธิการ เยาวชนเหล่านั้นอายุระหว่าง 17-19 ปี ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มเยาวชนวัยแรงงานสำหรับระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้ การเรียนการสอนของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม แบ่งการสอนเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงเช้า สอนวิชาธรรมะและการฝึกสมาธิ ส่วนช่วงบ่าย เป็นการสอนวิชาชีพ โดยนักเรียนหญิงเรียนวิชาผู้ช่วยพยาบาลกับเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลจุฬารัตน์ นักเรียนชายเรียนวิชาไฟฟ้าอิเล็คทรอนิคส์กับเจ้าหน้าที่ของบริษัทฮิตาชิ โดยทั้ง 2 วิชาเน้นทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ เป้าหมายหลักของศูนย์ คือ ส่งเสริมให้ผู้จบการศึกษามีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในแง่ของการมีศีลธรรมในชีวิตประจำวัน และมีงานทำเมื่อจบการศึกษา เพื่อคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน นอกจากภารกิจหลักดังกล่าวข้างต้น ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ยังดำเนินการในลักษณะบริการสังคมโดยขยายหลักสูตรการนั่งสมาธิและหลักสูตรวิชาชีพต่างๆ แก่คนทั่วไปทั้งไทยและต่างชาติด้วย

ความสำเร็จในการช่วยเหลือเด็กยากจนและด้อยโอกาสของศูนย์ฯ ในช่วงเวลาประมาณ 4 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2551-2554) เป็นความสำเร็จในเชิงคุณภาพ อาทิเช่น นักเรียนหญิงคนหนึ่งที่จบหลักสูตรผู้ช่วยพยาบาล รุ่นที่ 2 (พ.ศ. 2551) ได้รับทุนการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีด้านการพยาบาลที่ประเทศไต้หวัน

2. ความต้องการในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์สูงสุดของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

ปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2556) สื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชนวัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร มีเพียง 3 ประเภท คือ โบรชัวร์หมึกขาว-ดำ ป้ายไวนิล และข้อความสนทนาทางอินเตอร์เน็ตโดยยังไม่มีเว็บไซต์ของศูนย์ฯ อย่างเป็นเอกเทศ สื่อเดิมดังกล่าว ยังมีความไม่หลากหลาย ไม่สวยงาม ไม่ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย และอาจมีผลทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักได้รับทราบข่าวสารของศูนย์ฯ ได้ไม่มากหรือไม่กว้างไกลเท่าที่ควร หากต้องปรับปรุงหรือพัฒนาสื่อเพิ่มเติมเพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ ควรเลือกสื่อประเภทที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ง่าย ชัดจน และไม่ซับซ้อน ศูนย์ฯ จึงมีความเห็นว่า ควรพัฒนาสื่อไม่เกิน 4 ประเภท และควรจะประกอบด้วย โบรชัวร์ ใบปิดโฆษณา และป้ายโฆษณา รวมทั้งสื่อที่เป็นภาพและข้อมูลโฆษณาทางเว็บไซต์ ซึ่งหากมีผู้สนับสนุนในการออกแบบเว็บไซต์ที่เป็นเอกเทศของศูนย์ฯ โดยตรง ก็จะเป็นสื่อใหม่ที่จะช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมของศูนย์ฯ ได้มากขึ้นตามสถานการณ์โลกปัจจุบัน

3. การออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

3.1 กระบวนการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก

3.1.1 การวิเคราะห์สื่อปัจจุบันของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร จะพบว่าสื่อเดิมของศูนย์ฯ มีลักษณะดังนี้

1) สื่อในปัจจุบันประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1) ผู้ส่งสาร (Sender) ซึ่งหมายถึงศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวรารามที่เป็นผู้จัดทำสื่อ 2)

สาร (Message) ซึ่งได้แก่ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นทั้งภาพและตัวอักษรที่ปรากฏในสื่อเดิมของศูนย์ฯ และ 3) ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อกลาง (Channel or Medium) ซึ่งได้แก่ โบรชัวร์ และป้ายไวนิลเป็นหลัก โดยยังขาดอีก 2 องค์ประกอบในกระบวนการสื่อสาร คือ องค์ประกอบผู้รับสาร (Receiver) และองค์ประกอบข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสาร (Feedback)

2) หากพิจารณาตามแนวคิดเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาด จะพบว่า การใช้สื่อเดิมของศูนย์ฯ ยังอยู่ในขอบเขตจำกัดอันเนื่องมาจากสื่อที่ใช้ไม่มีความหลากหลายและไม่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร

3) เมื่อพิจารณาองค์ความรู้เรื่องการประเมินสารตามแนวคิดทางนิเทศศาสตร์ เปรียบเทียบกับองค์ประกอบภายในสื่อเดิมทั้ง 3 ประเภทของศูนย์ฯ จะพบว่า ในสื่อดังกล่าวประกอบด้วย “รหัสของสาร” (Message code) ทั้ง 2 ลักษณะ คือ 1) รหัสของสารที่ใช้คำ (Verbal message codes) ได้แก่ คำหรือกลุ่มคำที่เป็นภาษาเขียนเพื่อสื่อสารหลักสูตรการเรียนการสอนและกิจกรรมของศูนย์ฯ และ 2) รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (Non-verbal message codes) ได้แก่ ภาพกิจกรรมและเครื่องหมายของศูนย์ฯ แต่สื่อเดิมของศูนย์ ฯ ทั้ง 3 ประเภท ยังไม่สวยงามหรือดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร

3.1.2 การศึกษาความต้องการด้านประเภทของสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวรารามกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า สื่อที่ศูนย์ฯ ต้องการให้มีการจัดทำเพิ่มขึ้นประกอบด้วยสื่อ 4 ประเภท คือ โบรชัวร์ ใบปิดโฆษณา ป้ายโฆษณา รวมทั้งภาพและข้อความโฆษณาบนเว็บไซต์ โดยให้มีองค์ประกอบของการออกแบบสื่อทั้ง 4 ประเภท คือ รูปภาพการทำกิจกรรมของเด็กด้อยโอกาส ข้อความที่เป็นชื่อของศูนย์การเรียนรู้ชุมชนวัดอรุณราชวราราม และตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของศูนย์ฯ พร้อมทั้งมีรายละเอียดของหลักสูตรที่ทำการเรียนการสอน รวมทั้งข้อมูลเพื่อการติดต่อกับศูนย์ฯ

2.3.3 การปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก สู่ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ดำเนินการโดยการทดสอบคุณภาพของผลงานต้นฉบับ

สื่อ ฉบับแรก ภายใต้เกณฑ์การทดสอบสื่อ 5 ด้าน (เกณฑ์ด้านความสวยงาม เกณฑ์ด้านความสะดวกในการได้รับข้อมูล เกณฑ์ด้านปริมาณข้อมูลที่ได้จากสื่อ เกณฑ์ด้านประโยชน์จาก “สาร” (Message) ที่ปรากฏในสื่อ และเกณฑ์ด้านความสามารถของสื่อในการโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมาย) ผลสรุปการทดสอบคุณภาพของผลงานต้นฉบับสื่อ ฉบับแรก คือ ผลงานต้นฉบับสื่อดังกล่าว 1) มีความสวยงาม 2) กลุ่มเป้าหมายมีความสะดวกในการได้รับข้อมูลจากสื่อ 3) มีปริมาณข้อมูลที่เหมาะสมกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย 4) “สาร” (Message) ที่ปรากฏในสื่อมีประโยชน์ต่อการสื่อสารบทบาทและภาพลักษณ์ของศูนย์ ฯ และ 5) สามารถโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้สนใจรับคำแนะนำและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

อย่างไรก็ตาม ในผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก ยังมีข้อควรปรับปรุง โดยสรุป คือ ในสื่อทุกประเภท 1) ควรเพิ่มข้อความที่เป็นตัวอักษร ในลักษณะสโลแกนของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม เพื่อสร้างการจดจำในด้านบทบาทและภาพลักษณ์ของศูนย์ฯ 2) ควรเปลี่ยนภาพเป็นภาพของนักเรียนที่เรียนในศูนย์ฯ เพื่อสื่อสารข้อมูลที่เป็นสภาพจริงมากขึ้น 3) ควรเพิ่มตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม และตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของวัดอรุณราชวราราม ไว้คู่กัน 4) ควรแก้ไขชื่อเว็บไซต์และที่อยู่ทางอีเมล์ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวรารามให้ถูกต้อง และ 5) เฉพาะสื่อที่เป็น โบรชัวร์ ให้เพิ่มข้อความ 2 ข้อความ คือ ข้อความที่ 1 “หลักสูตรผู้ช่วยพยาบาล เรียนจบแล้วได้รับเกียรติบัตรจากมหาวิทยาลัยสยาม” และ ข้อความที่ 2 “หลักสูตรช่างไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ เรียนจบแล้ว ได้รับประกาศนียบัตรจากโรงเรียนสารพัดช่างธนบุรี”

2.3.4 การพิจารณาขั้นสุดท้ายสู่ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่พัฒนาขั้นสุดท้าย โดยประกอบด้วยสื่อตามความต้องการของศูนย์ฯ 4 ประเภท และออกแบบเพิ่มเติมอีก 1 ประเภท รวมเป็นสื่อ 5 ประเภท ดังนี้

2.3.4.1 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทโบรชัวร์ เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาด 210 x 297 มิลลิเมตร หรือเท่ากับขนาด A4 และพับเป็น 3 ตอน

ภาพประกอบ 1 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทโบรชัวร์ ด้านนอก

ภาพประกอบ 2 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทโบรชัวร์ ด้านใน

2.3.3.2 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทใบปิดโฆษณา เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดกว้าง 65 เซนติเมตร ยาว 50 เซนติเมตร

ภาพประกอบ 3 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทใบปิดโฆษณา

2.3.3.3 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายโฆษณาขนาดใหญ่เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดกว้าง 1.5 เมตร ยาว 2.0 เมตร

ภาพประกอบ 4 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายโฆษณาขนาดใหญ่

2.3.3.4 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทโฆษณาบนเว็บไซต์ ไม่สามารถระบุขนาด ขึ้นอยู่กับระบบทางอินเตอร์เน็ตที่ใช้

ภาพประกอบ 5 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทโฆษณาบนเว็บไซต์ (หน้าหลัก)

2.3.3.5 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายแบนเนอร์ เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดกว้าง 1.5 เมตร ยาว 3.0 เมตร

ภาพประกอบ 6 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายแบนเนอร์

4. แนวทางการใช้สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการใช้สื่อทั้ง 5 ประเภทเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น โดยระบุ 1) สถานที่นำเสนอสื่อ ซึ่งได้แก่ ภายในวัดอรุณราชวราราม บริเวณหน้าศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม หน่วยงานใกล้เคียงเช่นสำนักงานเขตบางกอกใหญ่ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ทั่วประเทศ และ 2) ระยะเวลาในการนำเสนอสื่อ โดยเน้นการนำเสนอสื่อทุกประเภทอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

5. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์ได้จริง นายฮาร์เทนโต คุนวัน (Mr. Hartanto Gunawan) ผู้อำนวยการศูนย์การเรียนรู้ วัดอรุณราชวราราม ฝ่ายฆราวาส ได้นำผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายแบนเนอร์ ซึ่งเป็นผลผลิตตามเป้าหมายของโครงการวิจัยนี้ไปผลิตและใช้งานจริง โดยติดตั้งป้ายแบนเนอร์ ชิ้นงานจริงขนาดกว้าง 1.5 เมตร ยาว 3.0 เมตร เมื่อวันที่ 30

พฤศจิกายน 2556 ในบริเวณหน้าศูนย์การเรียนรู้ วัดอรุณราชวราราม ทั้งนี้ ปัจจุบัน (ธันวาคม 2556) ทางศูนย์ฯ กำลังอยู่ระหว่างการเจรจาจัดจ้างบริษัทผู้ผลิตสื่อเพื่อให้นำผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ อีก 4 ประเภท (โบรชัวร์ ใบปิดโฆษณา ป้ายโฆษณา ภาพและข้อความโฆษณาบนเว็บไซต์) ไปผลิตและใช้งานจริงภายในเดือนมกราคม 2557

ภาพประกอบ 7 ภาพเปรียบเทียบสื่อเดิม (ด้านซ้าย) กับป้ายแบนเนอร์ ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย (ด้านขวา)

การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. การอภิปรายผล

1.1 ผลการวิจัยที่ระบุว่า กระบวนการสื่อสารที่ใช้สื่อเดิมของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันยังขาดอีก 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบผู้รับสาร (Receiver) และองค์ประกอบข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสาร (Feedback) จึงควรมีการปรับปรุงให้เป็นกระบวนการสื่อสารที่สมบูรณ์มากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบกระบวนการสื่อสารของสมิต สัชฌุกร (2547) ที่ระบุว่า การติดต่อสื่อสารควรมีองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 4 ประการ คือ ผู้ส่งสาร (Source or Sender) สาร (Message) ช่องทางที่จะส่งสาร หรือสื่อ (Channel or Medium) และผู้รับสาร (Receiver)

1.2 ผลการวิจัยที่ระบุว่า ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ต้องการให้จัดทำสื่อเพิ่มขึ้นจากเดิม 3 ประเภท เป็น 4 ประเภท และผู้วิจัยได้ออกแบบเพิ่มเติมจากความต้องการของศูนย์อีก 1 ประเภท รวมทั้งสิ้น 5 ประเภท นั้น สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ของบาร์ทลัทด์ (Barnlund, 2008)ที่เน้นว่า การสื่อสารความหมายที่มีประสิทธิภาพควรใช้ช่องทางหลายช่องทาง นอกจากนี้ ผลการวิจัยที่ระบุว่า ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนวัดอรุณราชวราราม ต้องการให้มีองค์ประกอบในการออกแบบสื่อ 4 ส่วน คือ 1) ข้อความที่เป็นสโลแกนของศูนย์ฯ 2) รายละเอียดของหลักสูตร และข้อมูลเพื่อการติดต่อกับศูนย์ฯ 3) รูปภาพกิจกรรมของเด็กด้อยโอกาส และ 4) ตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของศูนย์ฯ เมื่อพิจารณาผลการวิจัยส่วนนี้เทียบเคียงกับองค์ความรู้เรื่องการประเมินสารตามแนวคิดทางนิเทศศาสตร์ (สกนธ์ ภู่งามดี, 2548 : 52 อ้างถึงในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548) ในประเด็นลักษณะหลักของรหัสของสาร (Message codes) จะพบว่า องค์ประกอบในการออกแบบสื่อทั้ง 4 ส่วนตามความต้องการของศูนย์ฯ นั้น ครอบคลุมลักษณะหลักของรหัสของสาร (Message codes) ทั้ง“รหัสของสารที่ใช้คำ” (Verbal message codes) และ “รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ” (Non-verbal message codes)

1.3 ผลการวิจัย ที่ระบุถึงผลการทดสอบคุณภาพของผลงานต้นฉบับสื่อ ฉบับแรก โดยผลสรุปประการหนึ่ง คือ ผลงานต้นฉบับสื่อดังกล่าว มีปริมาณข้อมูลที่เหมาะสมกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ผลดังกล่าวนี้ เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ วิโอ โกล์ดฮาร์เบอร์ และเยท (Wiio, Goldhaber and Yates, 1980 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2555) ที่พบว่า การได้รับข่าวสารมากเกินไปจะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเช่นเดียวกับการได้รับปริมาณข่าวสารน้อยเกินไป

1.4 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่ออกแบบโดยผู้วิจัยนั้น ในภาพรวม ผู้วิจัยใช้หลักการออกแบบโดยเน้นการสร้างความสมดุล (Balance) แบบความสมดุลที่ต่างกัน (Asymmetrical Balance) แนวทางการออกแบบของผู้วิจัยดังกล่าว

สอดคล้องกับแนวคิดของสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2544) ที่กล่าวถึง หลักการสร้างความสมดุล (Balance) ที่ครอบคลุมถึงความสมดุลที่ต่างกัน (Asymmetrical Balance) เช่นเดียวกัน

1.5 แนวทางการใช้สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ที่กำหนดระยะเวลานำเสนอสื่อทั้ง 5 ประเภทอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีนั้น สอดคล้องกับหลักสำคัญในการสื่อสารตามแนวคิดของวิจิตร อาวะกุล (2525) ที่ระบุถึงองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่ง คือ ความบ่อยและความสม่ำเสมอต่อเนื่อง (Continuity and Consistency) ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อข่าวสารจะได้ผลนั้น จะต้องส่ง “สาร” (Message) บ่อย และติดต่อกัน หรือมีการย้ำหรือซ้ำ เพื่อเตือนความทรงจำ หรือเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 หน่วยงานภาครัฐ ควรพิจารณาประยุกต์ใช้แนวทางการพัฒนาสื่อในงานวิจัยฉบับนี้ เพื่อเสนอแนะแผนประชาสัมพันธ์หน่วยงานย่อยที่ทำงานด้านส่งเสริมสวัสดิภาพของเด็กและเยาวชนด้อยโอกาส รวมทั้งภาคเอกชน ควรพิจารณาประยุกต์ใช้แนวทางการพัฒนาสื่อที่ปรากฏในงานวิจัยฉบับนี้ เพื่อส่งเสริมสวัสดิภาพเด็กและเยาวชนด้อยโอกาสภายใต้แผนงานความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR)

2.2 ควรทำการศึกษาวิจัยต่อยอด โดยเน้นการวิเคราะห์ปัญหาการใช้สื่อ การออกแบบ และการสร้างสรรค์สื่อแบบครบวงจร (สื่อทุกประเภท) ภายใต้แผนการรณรงค์ทางการโฆษณา (Advertisement Campaign) ในเชิงลึกและรอบด้าน โดยหน่วยการศึกษาของการวิจัยอาจเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร รวมทั้งองค์กรพัฒนาเอกชนอื่นๆ ที่มีบทบาทส่งเสริมสวัสดิภาพและคุณภาพชีวิตของเด็กและเยาวชนที่มีปัญหาในการใช้สื่อในปัจจุบัน ทั้งนี้ เพื่อให้นักวิชาการได้มีบทบาทในการช่วยแก้ปัญหาด้านสื่อควบคู่กับการส่งเสริมบทบาทและภาพลักษณ์ขององค์กรนอกภาครัฐโดยมีข้อมูลเชิงวิชาการรองรับ

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. 2555. **การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.** สืบค้นวันที่ 5 กรกฎาคม 2555. จาก http://coursewares.mju.ac.th:81/e-learning47/section2/ca520/11.htm.

วิจิตร อาวะกุล. 2525. **การประชาสัมพันธ์: หลักและวิธีปฏิบัติ.** กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2548. **บทเรียนหน่วยที่ 15 การประเมินสารในงานนิเทศศาสตร์ ภาคการศึกษาที่ 2 / 2548.** มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สกนธ์ ภู่งามดี. 2548. **การประเมินสารในงานนิเทศศาสตร์**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สมิต สัชฌุกร. 2547. **การสื่อสารสำหรับผู้บริหาร**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. (2552). **บทความเรื่องการพัฒนาสังคมกับการศึกษา.** ค้นวันที่ 12 กรกฎาคม 2555 จาก http://www.nfe.go.th/home/index.php?option=com_content&view

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2552). **แผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2552-2559.** กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน (สสค.). 2554 (24 มิถุนายน). **สถานการณ์เด็ก เยาวชน และผู้ด้อยโอกาสทางสังคม.** ค้นวันที่ 16 กันยายน 2554 จาก http://www.qlf.or.th/

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ 2544. **มูลฐานการออกแบบ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Barnlund, D. C. 2008. **A transactional model of communication.** New Brunswick, New Jersey: Transaction.