

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

รณรงค์ไม่ขับรถขณะเมาสุรา โดยศึกษาการสื่อสารด้วยภาพ

PROMOTIONAL CAMPAIGN 'DON'T DRIVE DRUNK'

EMPHASING ON CONVEYING MESSAGE THROUGH ILLUSTRATED IMAGE



เลขหม.....
เลข ๖ บัญชี..... 28716
วัน, เดือน, ปี..... 8.. ๓. ๒๕๔๐

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาออกแบบสิ่งพิมพ์ ภาควิชาศิลปะศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการรณรงค์ไม่ขับรถขณะเมาสุรา โดยศึกษาการสื่อสารด้วยภาพ
Promotional campaign for 'Don't Drive Drunk'
emphasizing on conveying message through illustrated image

ชื่อนักศึกษา นายวิโรจน์ พงษ์ทองดี รหัสประจำตัว 36024415

หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา ออกแบบสิ่งพิมพ์

ภาควิชา นิเทศศิลป์

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์กิตติ อมรพัฒนกุล *กิตติ อมรพัฒนกุล*

(ผศ.เอกพงษ์ จุลเสณี)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

ผศ.จิระพงษ์ ภูมิจิตร	กรรมการ
อาจารย์กิตติ อมรพัฒนกุล	กรรมการ
อาจารย์เสาวภา ศรีทองนาก	กรรมการ
อาจารย์ภาวิตา ภาวิจิตร	กรรมการ
อาจารย์วิทยา หาญวารินทร์ศิลป์	กรรมการและเลขานุการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการรณรงค์ไม่ขับรถขณะเมาสุรา โดยศึกษาการสื่อสารด้วยภาพ
Promotional campaign for "Don't Drive Drunk"
emphasizing on conveying message through illustrated image

นักศึกษา นายวิโรจน์ พงษ์ทองดี
Mr.Wiroth Phongthongdee

ระดับการศึกษา ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาออกแบบสิ่งพิมพ์

ภาควิชา นิเทศศิลป์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2539

บทคัดย่อ

การทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาหาแนวทางในการออกแบบสื่อการรณรงค์ โดยเน้นศึกษาการสื่อสารด้วยภาพ ซึ่งได้หยิบยกการรณรงค์ไม่ขับรถขณะเมาสุราขึ้นมาเป็นตัวอย่าง เพราะเนื่องจากปัจจุบันปัญหาของผู้ขับขี่ที่เสพสุราเกินปริมาณที่กฎหมายกำหนด แล้วขับซึ่พาหนะมีเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญและทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะส่งผลกระทบต่อปัญหาสังคม เศรษฐกิจ และการจราจรเป็นอย่างมาก

ในการศึกษาโครงการรณรงค์ไม่ขับรถขณะเมาสุราได้พบว่า โดยปกติแล้วคนส่วนใหญ่ทราบอยู่แล้วว่า ผลของการขับรถขณะมีนเมาอะไรจะเกิดขึ้น และรู้ว่าไม่ควรขับรถขณะมีนเมา แต่ในขณะที่เดียวกันเขาก็ไม่ต้องการให้ใครมาสั่งสอนในสิ่งที่เขารู้อยู่แล้ว หรือให้เขารู้สึกผิดไปกว่านี้เมื่อเกิดเหตุร้ายขึ้น ซึ่งเป็นเหตุผลที่สำคัญในการออกแบบสื่อรณรงค์โดยใช้ภาพในการสื่อสารในครั้งนี้ เพราะว่าในการสื่อสารด้วยภาพนั้นผู้ดูจะไม่รู้สึกที่กำลังถูกตักเตือนหรือสั่งสอนจากสังคม แต่กลับกลายเป็นปริศนาของภาพที่ท้าทายให้ค้นหาความหมายของมัน แล้วในที่สุดเขาก็จะได้รับสารที่เราต้องการจะสื่อ ด้วยตัวของเขาเอง

หลังจากที่ศึกษาเรื่องการสื่อสารด้วยภาพพบว่า ภาพเป็นสิ่งที่มึปัญหาในเรื่องการสื่อความหมาย เพราะในด้านหนึ่ง ภาพเป็นเครื่องมือสื่อความหมายที่หยาบเกินไป เมื่อเทียบกับภาษา ส่วนในอีกด้านหนึ่งภาพก็มีอะไรอยู่ในตัวมันมากกว่าการสื่อความหมาย ซึ่งในการที่จะเข้าใจในความหมายของภาพ ต้องอาศัยประสบการณ์ร่วมของคนในสังคมเหมือนกันหรือคล้ายกัน จึงจะเข้าใจความหมายตรงกัน ดังนั้นในการศึกษาการใช้ภาพในการสื่อสารในครั้งนี้เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของความหมายที่จะสื่อ จึงยังคงต้องใช้ตัวอักษร หรือข้อความมาเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำหน้าที่กำกับความหมายของภาพ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้ประสบความสำเร็จได้ด้วยดี หลังจากใช้เวลาในการค้นคว้า และศึกษาแนวทางการออกแบบเป็นเวลายาวนาน ด้วยความช่วยเหลือ และความกรุณาดูแลเอาใจใส่อย่างดี จากท่านอาจารย์และคณะกรรมการทุกท่าน ที่ให้คำปรึกษาแนะนำในการปรับปรุง แก้ไข ตรวจสอบ จนงานสำเร็จลงด้วยดี ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้โครงการนี้บังเกิดขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงสุดต่ออาจารย์กิตติ อมรพัฒนกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ท่านได้ให้ความเมตตา คอยอบรมสั่งสอน ให้ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ อันมีค่ายิ่ง ที่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้โครงการนี้สำเร็จลงได้ ข้าพเจ้าขอแสดงความกตัญญูด้วยความเคารพอย่างยิ่งไว้ ณ โอกาสนี้

โครงการนี้จะสำเร็จลงไม่ได้ถ้าขาดอาจารย์วิทยา หาญวารีวงศ์ศิลป์ ที่ท่านได้ช่วยสนับสนุน แนะนำ และชี้แจงเกี่ยวกับการศึกษาในเรื่องการสื่อสารด้วยภาพ ซึ่งเป็นบทความที่ยากเกินความสามารถที่ข้าพเจ้าจะทำความเข้าใจได้ดั่งแท้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงสุด ที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ คุณป้า และคุณยาย ทุกท่านที่ให้ความรัก ความห่วงใย กำลังใจ กำลังทรัพย์ แก่ข้าพเจ้าตลอดมา ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นแรงผลักดันที่สำคัญยิ่งของความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

วิโรจน์ พงษ์ทองดี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	I
กิตติกรรมประกาศ.....	II
สารบัญ.....	III
สารบัญภาพ.....	V
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
ขอบเขตของโครงการ.....	1
ขั้นตอนการศึกษา.....	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
2 ข้อมูลความเป็นจริงเกี่ยวกับการดื่มสุราและอุบัติเหตุจราจร.....	3
สถานการณ์อุบัติเหตุจราจรในประเทศไทยและผลกระทบต่อสังคม.....	3
สาเหตุของการดื่มสุรา.....	4
ระดับของแอลกอฮอล์ในเลือดกับอาการแสดงของผู้ขับขี่.....	4
สุรากับความสามารถในการขับขี่.....	5
3 การศึกษาเรื่องการใช้ภาพในการสื่อความหมาย.....	7
ภาพ.....	7
ภาพ และ คำ : ลักษณะพื้นฐานและความสัมพันธ์.....	8
ความแตกต่างและความคล้ายคลึง.....	11
ความเป็นลำดับต่อเนื่องและความพร้อมกันในเวลาเดียวกัน.....	12
กฎเกณฑ์และโครงสร้าง.....	12
ความสำคัญของภาพในงานโฆษณา.....	13
หลักเกณฑ์ที่นักโฆษณาพิจารณาในการเลือกใช้ภาพ.....	15
4 โครงการการออกแบบ.....	16
ความเป็นมา.....	16
เป้าหมายในการรณรงค์.....	16

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์.....	17
สื่อที่ใช้ในการรณรงค์.....	17
แนวคิดในการออกแบบ.....	17
แนวปฏิบัติในการออกแบบ.....	18
การออกแบบสื่อรณรงค์.....	18
บรรณานุกรม.....	36



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
1	แบบร่างแผ่นป้ายโฆษณาทำยกรดโดยสารประจำทาง 1.....	18
2	แบบร่างแผ่นป้ายโฆษณาทำยกรดโดยสารประจำทาง 2.....	19
3	ภาพผลงานแผ่นป้ายโฆษณาทำยกรดโดยสารประจำทาง.....	20
4	แบบร่างโปสเตอร์ 1.....	21
5	แบบร่างโปสเตอร์ 2.....	22
6	แบบร่างโปสเตอร์ 3.....	23
7	ภาพผลงานโปสเตอร์ 1.....	24
8	ภาพผลงานโปสเตอร์ 2.....	25
9	แบบร่างแผ่นกันแดดหน้ารถยนต์ 1.....	26
10	แบบร่างแผ่นกันแดดหน้ารถยนต์ 2.....	26
11	ภาพผลงานแผ่นกันแดดหน้ารถยนต์.....	27
12	แบบร่างสื่อโฆษณาในนิตยสาร.....	28
13	ภาพผลงานสื่อโฆษณาในนิตยสาร 1.....	29
14	ภาพผลงานสื่อโฆษณาในนิตยสาร 2.....	30
15	ภาพผลงานสื่อโฆษณาในนิตยสาร 3.....	31
16	แบบร่างจานรองแก้ว.....	32
17	ภาพผลงานจานรองแก้ว.....	33
18	แบบร่างป้ายโฆษณากลางแจ้ง 1.....	34
19	แบบร่างป้ายโฆษณากลางแจ้ง 2.....	34
20	ภาพผลงานป้ายโฆษณากลางแจ้ง.....	35

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากการออกแบบสื่อในการรณรงค์แก้ไขปัญหาดังกล่าว ในปัจจุบันส่วนมากมักจะมีข้อความและตัวอักษรมากมายในการบอกข่าวสาร และใช้ภาพประกอบเพียงเพื่อให้สอดคล้องกับข้อความในสื่อการรณรงค์นั้น ๆ ซึ่งการที่มีข้อความมากมายนั้นทำให้เสียเวลาในการอ่านและอาจทำให้ขาดความน่าสนใจไป ดังนั้นในการศึกษาโครงการในครั้งนี้จะแสดงให้เห็นว่า ภาพหรือภาพประกอบที่ทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดสามารถบอกข่าวสารและเรื่องราวได้เป็นอย่างดี และยังช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้มากยิ่งขึ้น โดยที่ข้อความหรือตัวอักษรจะเป็นเพียงตัวชี้แนะแนวทาง

ซึ่งการจัดทำโครงการนี้จะหยิบยกการรณรงค์ไม่ขับรถขณะเมาสุราขึ้นมาเป็นตัวอย่าง เพราะเนื่องจากปัจจุบันปัญหาของผู้ขับขี่ที่เสพสุราเกินปริมาณที่กฎหมายกำหนด แล้วขับขี่ยานพาหนะมีเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญและทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะส่งผลกระทบต่อปัญหาสังคม เศรษฐกิจ และการจราจรเป็นอย่างมาก ทำให้สูญเสียทั้งทรัพยากรบุคคล และทรัพย์สินของชาติจึงได้ทำการรณรงค์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากผู้ขับขี่ยานพาหนะที่เสพสุรา

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อในการรณรงค์ไม่ขับรถขณะเมาสุรา
2. ศึกษาการใช้ภาพในการสื่อสาร

ขอบเขตของโครงการ

1. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง ขนาด 11 x 27 เมตร 1 ชิ้น
2. แผ่นป้ายโฆษณาท้ายรถโดยสารประจำทาง ขนาด 45 x 180 นิ้ว 1 ชิ้น
3. โปสเตอร์ ขนาด 20 x 27 นิ้ว 2 ชิ้น
4. แผ่นกันแดดหน้ารถยนต์ ขนาด 16 x 47 นิ้ว 1 ชิ้น
5. โฆษณาในนิตยสาร 3 ชิ้น
6. จานรณรงค์ 3 ชิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนการศึกษา

เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้ ผู้จัดทำต้องทำการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการรณรงค์ไม่ขับรถยนต์เมาสุรา จากโครงการที่ผ่านๆ มา
2. ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารด้วยภาพ
3. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาและรวบรวม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ
4. ทำการออกแบบโดยอาศัยข้อมูลที่ได้ผ่านการวิเคราะห์เป็นพื้นฐานในการออกแบบ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างกระแสความตื่นตัวในสังคมเกี่ยวกับปัญหาอุบัติเหตุจากรถจากสุรา
2. เสริมสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนไม่ขับรถยนต์เมาสุรา
3. เป็นการเสนอแนวทางอีกแนวทางหนึ่งในการออกแบบสื่อรณรงค์



บทที่ 2

ข้อมูลความเป็นจริงเกี่ยวกับการตีมสุราและอุบัติเหตุจราจร

สถานการณ์อุบัติเหตุจราจรในประเทศไทยและผลกระทบต่อสังคม

อัตราการบาดเจ็บและตายจากอุบัติเหตุยานยนต์ในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากข้อมูลของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งรวบรวมจากมรณบัตรทั่วประเทศ แสดงให้เห็นว่า จำนวนและอัตราตายจากอุบัติเหตุยานยนต์ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ใน พ.ศ. 2536 มีผู้เสียชีวิต 12,364 ราย คิดเป็นอัตราตาย 21.3 ต่อประชากรแสนคน ซึ่งเป็นอัตราตายที่สูงที่สุดในรอบ 32 ปี หรือกล่าวได้ว่า ใน พ.ศ. 2536 คนไทยตายด้วยอุบัติเหตุยานยนต์กว่า 30 คนในแต่ละวัน หรือเกือบ 2 คนในแต่ละชั่วโมง

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ได้ร่วมกับกองระบาดวิทยา และสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข ทำการประเมินความสูญเสียทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุยานยนต์ในปี พ.ศ. 2536 พบว่าสูญเสียถึง 92,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งเท่ากับร้อยละ 16.5 ของงบประมาณทั้งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2536 สำหรับข้อมูล พ.ศ. 2537 ที่รวบรวมจากมรณบัตรนั้น แม้จะยังอยู่ระหว่างการตรวจสอบความถูกต้องจากแหล่งข้อมูล แต่ก็แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ปัญหาอุบัติเหตุจราจรยังได้ก่อให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมาอีกด้วย ประมาณร้อยละ 30 ของจำนวนเตียงของโรงพยาบาลในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขต้องถูกใช้สำหรับรักษาผู้ป่วยที่บาดเจ็บจากอุบัติเหตุจราจร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงพยาบาลที่ตั้งอยู่ใกล้กับเส้นทางหลวงสายหลักของประเทศ จะต้องใช้จำนวนเตียงเพื่อรักษาผู้ป่วยที่บาดเจ็บสูงกว่านี้มาก อีกทั้งระยะเวลาที่ต้องอยู่ในโรงพยาบาลของผู้บาดเจ็บ มักจะนานกว่าผู้ป่วยด้วยโรคอื่น ๆ ทั่วไป แพทย์และพยาบาลที่อยู่เวรห้องผ่าตัดในเวลากลางคืน จะถูกปลุกมาเพื่อดูแลรักษาผู้ป่วยจากอุบัติเหตุจราจรบ่อยที่สุด จนในหลาย ๆ แห่งเกิดภาวะงานล้นมือจนเกิดความเครียดและลาออกจากงานเพื่อเข้าสู่ระบบเอกชน ที่รับภาระในเรื่องอุบัติเหตุจราจรน้อยกว่า

จากการศึกษาพบว่าผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุจราจรทั้งที่เสียชีวิตและไม่เสียชีวิตร้อยละ 80 เมื่อตรวจพิสูจน์แล้วจะพบแอลกอฮอล์ในเลือด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตรการหลายประการได้ถูกนำมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว มาตรการหนึ่งที่มีประสิทธิภาพมากคือ การควบคุมผู้ขบขี้ที่เมาสุรา ซึ่งได้มีการออกกฎหมายควบคุมมาตั้งแต่ พ.ศ. 2522 แต่มิได้มีการบังคับใช้อย่างจริงจัง เนื่องจากยังขาดการกำหนดระดับแอลกอฮอล์ในเลือดที่จะบ่งชี้ว่าเมาสุรา กระทรวงสาธารณสุขได้มีบทบาทสำคัญในการเร่งดำเนินการดังกล่าวจนสำเร็จ และอยู่ในระหว่างการเตรียมการบังคับใช้ อย่างไรก็ตามการบังคับใช้กฎหมายนี้จะได้ผลอย่างเต็มที่ได้อีกต่อเมื่อประชาชนส่วนใหญ่ยอมรับ และสนับสนุนการบังคับใช้ซึ่งการยอมรับและสนับสนุนนี้จะได้มาจากการให้สุศึกษาและประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนอย่างทั่วถึงและเหมาะสม

สาเหตุของการดื่มสุรา

การดื่มสุรามีสาเหตุต่าง ๆ ซึ่งพอจะแบ่งได้ดังนี้

1. สาเหตุทางด้านร่างกาย โดยดื่มเพื่อช่วยให้เจริญอาหาร ลดความเจ็บปวดในยามป่วยไข้ บางคนใช้แก้ปัญหาโรคนอนไม่หลับ และบางคนใช้แก้หนาว เป็นต้น แต่เมื่อดื่มสุราบ่อย ๆ ก็ติดได้ในที่สุด

2. สาเหตุทางด้านจิตใจ ผู้ดื่มสุราคิดว่าการดื่มสุราสามารถสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ปิดบังหรือลดปมด้อยบางประการ ลดความกังวล ความเครียด ความกลัว และขจัดความผิดหวัง ดื่มย้อมใจเพื่อใช้เป็นเครื่องมือแสดงความก้าวร้าวต่อผู้อื่นหรือก่อคดีอาชญากรรม เป็นต้น

3. ค่านิยมของสังคม เยาวชนมักดื่มสุราเนื่องมาจากความอยากรู้ อยากเห็นและอยากทดลอง ถูกชักชวนจากเพื่อนและเลียนแบบผู้ใหญ่ สำหรับผู้ใหญ่เองก็เลียนแบบจากสังคมชั้นสูงเพราะเข้าใจว่าสังคมชั้นสูงจะต้องมีการสังสรรค์กันด้วยการดื่มสุรา นอกจากนี้บางคนอาจเข้าใจว่าการดื่มสุราจะทำให้สมองแจ่มใสมีความสามารถในงานศิลปะเพิ่มขึ้น ซึ่งล้วนแต่เป็นความเข้าใจผิดทั้งสิ้น

ระดับของแอลกอฮอล์ในเลือดกับอาการแสดงของผู้ดื่มสุรา

เมื่อดื่มสุราเข้าไปแอลกอฮอล์จะถูกดูดซึมได้ทุกส่วนของระบบทางเดินอาหารโดยถูกดูดซึมที่กระเพาะอาหารร้อยละ 25 ที่เหลือจะถูกดูดซึมที่ลำไส้เล็กโดยเฉพาะส่วนต้น แล้วกระจายไปในเนื้อเยื่อ สมองและของเหลวทุกแห่งของร่างกาย จะสามารถตรวจหาระดับของแอลกอฮอล์ในเลือด ได้ภายใน 5 นาทีหลังจากดื่ม และถึงสูงสุดใน 30-40 นาที ในคนที่ดื่มบ่อยจะมีระดับแอลกอฮอล์ในเลือดถึงระดับสูงสุดได้เร็วกว่า แอลกอฮอล์จะถูกสันดาบ (Metabolism) ที่ตับได้พลังงานประมาณ 7 Kcal/gm ซึ่งไม่สามารถนำไปใช้ในการทดแทนเนื้อเยื่อที่ถูกทำลายได้ ร้อยละ 10 ของแอลกอฮอล์จะถูกขับออกโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงทางลมหายใจใน ปัสสาวะ และ

เอกสาร **เหนือ**เอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การดื่มสุรามีเมินเมาช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับ อัตราเร็วของการดูดซึมแอลกอฮอล์ที่เข้าสู่ หลอดเลือดของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับความเข้มข้นหรือดีกรีปริมาณ และอัตราเร็วการดื่ม สภาพกระเพาะอาหารว่างหรือไม่ สภาพของร่างกายและความเคยชิน สภาพอารมณ์และจิตใจตลอดจนสภาวะแวดล้อมในขณะที่ยดื่มสุรา

สุรากับความสามารถในการขับขี่*

มีผู้ทำการวิจัยและรวบรวมผลแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับแอลกอฮอล์ในเลือดผู้ ขับขี่กับอุปนิสัยและความสามารถในการขับขี่ไว้ดังนี้

ระดับ แอลกอฮอล์ใน เลือด(ม.ก.%)	ผลต่อความรู้สึกและพฤติกรรม	ผลต่อความสามารถในการขับขี่	โอกาสที่จะเกิด อุบัติเหตุ
20	ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้ดื่มหรือ มีความเปลี่ยนแปลงและมีอารมณ์เพิ่มขึ้น กว่าปกติบ้างเล็กน้อย	เปลี่ยนแปลงเล็กน้อยโดยผู้ขับขี่ส่วนใหญ่ เกิดอารมณ์เสียนิดหน่อยสำหรับผู้ขับขี่ที่ นิสัยไม่ได้อยู่แล้วจะแสดงให้เห็นชัดยิ่งขึ้น	โอกาสใกล้เคียง กับผู้ไม่ดื่มสุรา
50	มีความรู้สึกอ่อนคล้อยทางอารมณ์รู้สึกสงบ ระวัง มีอารมณ์และการแสดงออกมาก เกินควร ประสาทและกล้ามเนื้อลดความ วงอวลง ระยะเวลาในการตอบสนองยาว ขึ้น การตัดสินใจช้าลง สายตาเริ่มไม่ค่อยดี	ผู้ขับขี่ตัดสินใจและปฏิบัติหน้าที่ได้ช้าลง ความชำนาญในการขับรถลดสมรรถภาพ ด้านประสาทและกล้ามเนื้อลดลง เวลา ในการตอบสนองยาวขึ้น ความสามารถ ในการขับรถลดลงโดยเฉลี่ยร้อยละ 8 เป็นระดับที่นักวิจัยทั่วไปยอมรับว่า การ ขับรถจะเป็นอันตรายต่อผู้ใดคนหนึ่ง	โอกาสที่จะเกิด อุบัติเหตุเป็น 2 เท่า ของผู้ไม่ดื่ม สุรา
80	มีความเสื่อมในด้านประสาทและกล้ามเนื้อ มากขึ้นเป็นลำดับ สายตาเลวลง	ความสามารถในการขับลดลงโดยเฉลี่ย ร้อยละ 12	โอกาสที่จะเกิด อุบัติเหตุเป็น 3 เท่า
100	การเคลื่อนไหวลำบาก กล้ามเนื้อทำงาน ไม่ร่วมมือกัน มีผลทางจิตใจทำให้เสื่อมลง การตัดสินใจตลอดจนความจำเสื่อมลง อย่างเห็นได้ชัดเจน	มีผลต่อการตัดสินใจมาก การประสาน กันระหว่างความคิดประสาทและกล้ามเนื้อ เสื่อมลงมาก มีความลำบากยุ่งยากในการ บังคับยานพาหนะ ความสามารถในการ ขับขี่รถลดลงโดยเฉลี่ยร้อยละ 15 เลย ระดับนี้ไปการขับรถจะแย่ลงอย่างรวดเร็ว และเป็นระดับที่มีผลต่อการขับรถของทุก คน	โอกาสที่จะเกิด อุบัติเหตุเป็น 6 เท่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับ แอลกอฮอล์ในเลือด(ม.ก.%)	ผลต่อความรู้สึกและพฤติกรรม	ผลต่อความสามารถในการขับขี่	โอกาสที่จะเกิดอุบัติเหตุ
150	การปฏิบัติหน้าที่ทั้งของจิตใจและร่างกายเสียไปเป็นส่วนใหญ่ ขาดความรับผิดชอบในการกระทำต่าง ๆ เกิดความสุขทางอารมณ์ มีอุปสรรคในการยืน เดิน การพูด	มีความเพี้ยนในการเข้าใจและการตัดสินใจ ชั่วรวดเร็ว ๆ พลาด ๆ ความสามารถในการขับลดลงโดยเฉลี่ยร้อยละ 33	โอกาสที่จะเกิดอุบัติเหตุเป็น 40 เท่า
200	กล้ามเนื้อทำงานไม่ประสานกันเดินโซเซ จิตใจสับสนอย่างเห็นได้ชัดอาการรุนแรงเกินกว่าเหตุ ตาลาย เวียนหัว หน้าที่มีพูดอ้อแอ้ การตอบสนองต่อความเจ็บปวดลดลง	ขาดความมั่นใจในการขับขี่ยานพาหนะ ไม่ไหวง่าย สายตา และจิตใจผิดปกติ เป็นอันตราย ความสามารถในการขับลดลงเรื่อย ๆ เป็นสัดส่วนกับระดับแอลกอฮอล์ในเลือด	ไม่สามารถวัดได้เนื่องจากควบคุมการทศไม่ได้แต่โอกาสของการเกิดอุบัติเหตุสูงมาก
300	งง ไม่รู้เรื่อง ร่างกายทำงานไม่ประสานกันเรื่องข้าวอย่างเห็นได้ชัดเงิน อาจสลับ	ในระดับนี้แล้วด้วยขับรถได้ ก็จะขับไปอย่างงง ๆ ไม่ได้โดยอัตโนมัติ เป็นอันตรายมาก	
400	ในระดับนี้คนส่วนมากถึงตาย	หวังว่าคนขับจะตายเสียก่อนขึ้นนั่งรถได้	

จะเห็นว่าที่ระดับแอลกอฮอล์ในเลือด 50 ม.ก.% มีผลต่อความสามารถในการขับขี่ โดยทำให้เวลาการตอบสนองยาวขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยนี้ที่พบว่า เมื่อระดับแอลกอฮอล์ในเลือดของอาสาสมัครเท่ากับ 60 ม.ก.% จะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงความไวในการตอบสนองนอกจากนี้ที่ระดับแอลกอฮอล์ในเลือด 100 ม.ก.% มีผลต่อการประสานงานระหว่างประสาทและกล้ามเนื้อทำให้มีความลำบากในการบังคับยานพาหนะซึ่งก็สอดคล้องกับการวิจัยนี้ที่พบว่าเมื่อระดับแอลกอฮอล์ในเลือดของอาสาสมัครเท่ากับ 90 ม.ก.% จะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงของภาวะประสาทที่เกี่ยวข้องกับความละเอียดของการใช้มือ

* 1. จักรกริณี กนกกันทพงษ์ และสุจิตรา สติวาลัย 'ผลของสุราต่อการขับรถ-อุบัติเหตุจราจร' วิศวกรรมสาร / มกราคม 2524 ปีที่ 34 ฉบับที่ 1 : 69 - 74

2. สถาบันนิติเวชวิทยา กรมตำรวจ 'การหาค่าระดับต่ำสุดของแอลกอฮอล์ในเลือดคนไทยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของภาวะประสาท' รายงานคณะผู้เชี่ยวชาญสุราที่เกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุยานยนต์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก : พ.ศ. 2536 : 84 - 86

บทที่ 3

การศึกษาเรื่องการใช้ภาพในการสื่อความหมาย

ภาพ (image)

คำ ‘ภาพ’ (จากบาลีและสันสกฤตว่า ภาพ) มีความหมายตามพจนานุกรมว่า ความ, ความมี, ความเป็น, มักใช้ประกอบท้ายศัพท์ เช่น มรดกภาพ ซึ่งไม่เกี่ยวกับความหมายในที่นี้ และมีความหมายอีกอย่างหนึ่งว่า ‘รูปที่ปรากฏเห็น, สิ่งที่วาดขึ้นเป็นรูป’ เช่น ภาพจริง, ภาพถ่าย, ภาพยนตร์, ภาพนิ่ง, ภาพวาด, ภาพพจน์, ฯลฯ ซึ่งตรงกับความหมายในที่นี้

คนโบราณเชื่อกันว่าคำว่า image (ภาพ) มีรากศัพท์มาจากคำว่า imitari (เลียนแบบ) ความเชื่อนี้ช่วยนำเราเข้าสู่การถกเถียงเกี่ยวกับปัญหาหลักในวิชาสัญศาสตร์ของภาพ (semiology of images) ได้อย่างตรงประเด็นทีเดียว ปัญหาดังกล่าวมีอยู่ว่า การแสดงแทนของจริงด้วยภาพ (analogical representation) เป็นการใช้สัญญาณอย่างมีระบบ หรือว่าเป็นแต่เพียงการนำเอาภาพสัญลักษณ์ต่าง ๆ มาเรียงกันโดยปราศจากระบบ และเป็นไปได้หรือไม่ว่าจะมีรหัสสื่อสารที่มีลักษณะเลียนแบบความจริง (analogical code) มิใช่มีลักษณะของการตกลงสมมติเหมือนรหัสทั่วไป (digital code)

เป็นที่ทราบกันว่านักภาษาศาสตร์ไม่ยอมรับวิธีสื่อสารที่เลียนแบบความเป็นจริงว่าเป็นภาษา ไม่ว่าจะ เป็น ‘ภาษาของพวกผี’ หรือ ‘ภาษาท่าทางของมนุษย์’ ด้วยเหตุผลที่ว่า การสื่อสารเหล่านี้มิได้มี การประสมหน่วยในสองระดับ (double articulation) เหมือนกับภาษา (เสียงประสมเป็นคำ คำประสมเป็นประโยค) อันที่จริงวิธีการสื่อสารเหล่านี้ไม่มีแม้แต่ ‘หน่วย’ คงที่ซึ่งจะมาประสมกันอย่างเป็นระบบอย่างเช่นหน่วยเสียง (phoneme) ในภาษาด้วยซ้ำไป จะว่าไปแล้ว มิใช่เฉพาะนักภาษาศาสตร์เท่านั้นที่ไม่ยอมรับว่าภาพเป็นภาษาอย่างหนึ่ง คนทั่วไปก็เช่นกัน แต่ด้วยเหตุผลอีกแบบหนึ่ง คือถือว่าภาพมีคุณสมบัติที่ไม่เอื้อต่อการสื่อความหมาย เพราะมันนำเอาความเป็นจริงมาแสดงซ้ำเพื่อให้คนดูสัมผัสได้โดยตรง ไม่ต้องผ่านการถอดรหัสใดๆ

สรุปได้ว่าไม่ว่าจะมองจากด้านใด ภาพเป็นสิ่งที่ปัญหาในเรื่องการสื่อความหมายทั้งสิ้น เพราะใน ด้านหนึ่ง ภาพเป็นเครื่องมือสื่อความหมายที่หยาบเกินไป เมื่อเทียบกับภาษา ส่วนในอีกด้านหนึ่ง ภาพก็มีอะไรอยู่ในตัวมันมากกว่าการสื่อความหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพ และ คำ : ลักษณะพื้นฐานและความสัมพันธ์

สารที่เป็นภาษาคงความสำคัญมาตลอดหรือไม่? ภาพจำเป็นต้องมีด้วยคำประกอบอยู่ด้วยเสมอมาหรือเปล่า? ถ้าจะหาภาษาภาพที่ไม่พึ่งคำเอาเลยจริงๆ เราคงต้องย้อนไปมองดูสังคมที่คนยังไม่รู้หนังสือกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งภาษาภาพยังอยู่ในลักษณะอักษรภาพ (pictographic)

เมื่อหนังสือเกิดขึ้นมาแล้ว คำกับภาพก็สัมพันธ์กันอย่างแน่นแฟ้นตลอดมา เราอาจมองความสัมพันธ์นี้ในเชิงโครงสร้าง เช่นตั้งคำถามว่าระบบความหมายของ ‘ภาพประกอบ’ คืออะไร? ภาพทำหน้าที่เพียงถ่ายทอดสารซ้ำกับคำหรือว่าคำทำหน้าที่เพิ่มเติมสารใหม่อีกตัวให้แก่ ‘ภาพ’ นั้น หรือเราอาจพิจารณาในเชิงประวัติศาสตร์ เช่น อ่างถึงยุคคลาสสิก ซึ่งมีความนิยมหนังสือที่มีภาพประกอบอย่างสูง (ว่ากันว่าในศตวรรษที่ 18 นั้น หนังสือนิทานของลา ฟงแต็น จะขาดรูปประกอบไม่ได้เป็นอันขาด) และนักประพันธ์บางคนได้แก่ เมเนสทริเออร์ ก็สนใจความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับวาทกรรม เป็นอย่างมาก

ทุกวันนี้ เราจะเห็นได้ว่าในระดับการสื่อสารมวลชน สารทางภาษาปรากฏอยู่ในภาพเสมอ ไม่ว่าจะเป็นในรูปของชื่อภาพ คำบรรยายภาพ บทความที่ภาพนั้นถูกใช้ประกอบ บทความในหนังสือหรือคำพูดในหนังสือการ์ตูน นี่เป็นเครื่องแสดงว่าเรายังอยู่ในอารยธรรมของภาษาเขียนหาใช้อารยธรรมของภาษาภาพและความสำคัญของภาษาอาจจะมากยิ่งขึ้นกว่าที่เคยมีมาในยุคใดๆ

ภาษาพูดและภาษาเขียนยังคงเป็นปัจจัยสำคัญของโครงสร้างการสื่อสาร และอันที่จริงเพียงแค่วางสารที่เป็นภาษาเอาไว้ในภาพ เราก็ยอมรับความสำคัญของมันโดยไม่ต้องคำนึงถึงตำแหน่งหรือความยาวสั้นของข้อความเหล่านั้นเลย (ตัวหนังสือที่เรียงกันเป็นแถวยาวๆ อาจบรรจุตัวความหมายรวมเพียงตัวเดียวในลักษณะของสารแฝง และตัวความหมายตัวเดียวนี้เท่านั้นที่สัมพันธ์กับภาพ)

ถ้าจะถามว่าสารที่เป็นภาษามีบทบาทอย่างไรต่อสารที่เป็นภาพ (ทั้งเชิงการรับรู้และเชิงวัฒนธรรม) ตอบได้ว่ามีสองประการคือกำกับความหมายของภาพ (anchorage) และรับช่วงสื่อความหมายต่อจากภาพ (realy)

การกำกับความหมายของภาพ (anchorage)

ภาพทุกภาพล้วนมีศักยภาพที่จะสื่อความหมายได้หลายความหมาย (polysemous) ทั้งสิ้นกล่าวคือรูปสัญลักษณ์ของมันผูกโยงอยู่กับตัวความหมายจำนวนหนึ่งอย่างหลวมๆ แบบ ‘ห่วงโซ่ที่ลอยตัว’ (floating chain) และทำให้ผู้อ่านสามารถเลือกความหมายบางตัวและมองข้ามบางตัวไปได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะหลายนัยยะนี้ก่อให้เกิดปัญหาความชัดเจนในการสื่อความหมาย ปัญหาที่ว่าก็คือมันอาจทำให้เกิดความแปรปรวนทางกลไกการสื่อสารจริงอยู่ มันเป็นปัญหาที่บางครั้งสังคมเอามาทำให้เกิดประโยชน์ เช่น ทำให้มันเป็นเรื่องลึกซึ้งใหญ่โตทางปรัชญา (พระเจ้านั่งเงิบและไม่ซื่อออกมาว่า เราควรจะเลือกความหมายตัวไหน) หรือเล่นสนุกกับมันในวินิพนธ์ (อย่างที่พวกกรีกพูดถึง ‘ความสัมพันธ์อันเลื่อนลั่นของความหมาย’) หรือในภาพยนตร์ ภาพที่ประทับใจคนดูไม่ว่าจะเป็นวัตถุสิ่งของหรือพฤติกรรมของตัวแสดงมักจะก่อให้เกิดความคลางแคลงสงสัยว่าสื่อความหมายถึงอะไรกันแน่

ด้วยเหตุนี้ ในทุกสังคมจึงมีการพัฒนาเทคนิควิธีการต่างๆ ขึ้นมามากมายเพื่อที่จะ ‘กำกับ’ ความหมายมิให้ลอยตัวจนเกินไป ทั้งนี้เพื่อป้องกันความปั่นป่วนอันเกิดจากความหมายที่ไม่แน่นอนของสัญญาณ การใช้คำหรือสารที่เป็นภาษามากำกับก็เป็นเทคนิควิธีการที่ว่านี้แบบหนึ่ง

ในส่วนที่เกี่ยวกับสารเชิงการรับรู้ของภาพ สารภาษาจะทำหน้าที่บอกโดยตรงหรือโดยอ้อมว่าภาพนี้คืออะไร คำจะช่วยระบุว่าจากนั้นๆ ประกอบด้วยอะไรหรือรวมกันแล้วเป็นอะไร กล่าวได้ว่า เป็นการบรรยายความหมายตรง (ซึ่งมักจะยังไม่ครบถ้วน) ของภาพนั่นเอง เฮล์มสเลฟ เรียกความหมายระดับนี้ว่า ‘ความหมายระดับปฏิบัติการ’ (operation) ซึ่งตรงข้ามกับความหมายแฝง

บทบาทนี้ซึ่งบ่งความหมายนี้แสดงว่าภาษากลายเป็นจุดที่ให้ความหมายตรงของภาพมาเกาะยึดโดยอิงกับระบบการเรียกชื่อ (nomenclature) นั้นเอง

เมื่อแรกที่เห็นภาพโฆษณาที่มีรูปอาหารพุนจัน เราอาจจะยังไม่แน่ใจว่าควรจะจำแนกแยกแยะรูปทรงและสิ่งของที่เห็นออกจากกันอย่างไรข้อความประกอบภาพ (ภาพนี้ใช้คำว่า ‘ข้าวและปลาทูน่าพร้อมด้วยเห็ด’) ช่วยให้เราเลือกระดับจักขุสัมผัสที่ถูกต้อง มันทำหน้าที่ ‘ปรับโฟกัส’ ทั้งทางสายตา และทางความเข้าใจของเราพร้อมๆ กัน

แต่ครั้นมาถึงสารเชิงสัญลักษณ์ของภาพสารที่เป็นภาษากลับไม่ได้เพียงช่วยจำแนกแยกแยะอีกต่อไป แต่ช่วยตีความให้เลยทีเดียวนั้นมันทำหน้าที่ที่หน่วงเหนี่ยวไม่ให้ความหมายแฝงลอยตัวมากเกินไป หากไม่แล้ว ภาพอาจถูกลากเข้าสู่อภิวสัยของผู้ดูมากเกินไปเพราะในตัวของมันเองภาพมีพลังกระตุ้นให้แต่ละคนมีใจประหวัดถึงอะไรต่อมิอะไรต่างๆ กัน

ภาพโฆษณาอีกภาพหนึ่ง (ของผลไม้แห่งซีตาร์ซี) มีผลไม้วางระเกะระกะอยู่รอบ ๆ ตึกันโต มันใช้คำบรรยายภาพ (ที่เขียนว่า 'เหมือนมาจากในสวนหลังบ้านของคุณ') ทำหน้าที่กีดกันตัวความหมายอันหนึ่งออกไป (นั่นคือความจำเป็นต้องเก็บตอผลไม้เพื่อความประหยัด หรือเพราะมีผลไม้สดไม่เพียงพอ) อันเป็นนัยยะที่ไม่น่าอภิรมย์ และโน้มน้ำหนักการอ่านไปสู่ตัวความหมายที่ชวนให้ฟังใจมากกว่า (ผลไม้ในสวนหลังบ้านมีความเป็นธรรมชาติและบอกบุคลิกภาพที่เป็นส่วนตัว) บทบาทนี้ก็คือการมุ่งทำลายความเชื่อในสิ่งต้องห้ามหรือต่อสู้กับความฝังใจที่ว่าผลไม้ต้องเป็นของที่ไม่เป็นธรรมชาตินั่นเอง

การกำกับความหมายด้วยภาษาในภาพประเภทอื่น ๆ นอกจากภาพโฆษณา ก็อาจมีลักษณะทางอุดมการณ์ (ideological) ด้วย และถือได้ว่าเป็นหน้าที่หลักของมันเลยทีเดียว คำจะชี้แนะ ผู้อ่านไปสู่การค้นพบตัวความหมายของภาพทำให้เขามองข้ามความหมายบางตัวและรับรู้แต่เฉพาะบางความหมาย อาศัยการ 'ขบไล่' ความหมายตัวอื่น ๆ ไปให้พ้นอย่างแนบเนียน การกำกับด้วยภาษาจะควบคุมคนอ่านเหมือนใช้รีโมตคอนโทรล และนำเขาไปค้นพบความหมายที่ถูกเตรียมไว้ล่วงหน้าแล้ว

ในทุกกรณีที่กล่าวมา เห็นได้ชัดว่าภาษาทำหน้าที่ขยายความ แต่การขยายความนี้มีการเลือกสรร และเป็นภาษาเชิงอธิบายซึ่งเจาะจงใช้กับสัญลักษณ์บางตัวเท่านั้น คำให้อ่านอาจในการควบคุมภาพแก่คนสร้างภาพ (และรวมถึงสังคม) ดังนั้น การกำกับความหมายของภาพด้วยภาษาจึงเป็นการจำกัดศักยภาพในการสื่อความหมายของภาพให้เหลือเพียงส่วนของภาพที่ต้องการใช้

หากคิดเทียบกับเสรีภาพในการสื่อความหมาย ที่ภาพล้วน ๆ จะพึงมี เราคงต้องยอมรับว่าคำมีหน้าที่ 'ป้องกันและปราบปราม' (repress) ความหมาย และเราคงได้เห็นแล้วว่า ค่านิยมและอุดมการณ์ของสังคมล้วนถูกหว่านเพาะลงในภาพโดยผ่านสารที่เป็นภาษา

การรับช่วงสื่อความหมายต่อ (relay)

การกำกับความหมายเป็นบทบาทหน้าที่ของสารที่เป็นภาษาที่พบบ่อยที่สุดและปรากฏให้เห็นอยู่ทุกเมื่อเชื่อวันในภาพข่าวหนังสือพิมพ์และโฆษณา ส่วนบทบาทหน้าที่ในการ 'รับช่วงสื่อความหมายต่อ' (relay) นั้นมีน้อยกว่า จะพบในการ์ตูนหรือการ์ตูนช่องมากกว่าที่จะพบในภาพนิ่งโดด ๆ ในสื่อเหล่านี้ ข้อความ (ซึ่งมักจะเป็นบทสนทนา) กับภาพจะเสริมกันและกันให้สมบูรณ์

'ปราบปราม' ความหมายในภาพเช่นนี้ยังปรากฏในลักษณะวงจรรูปจากภาพสู่ข้อความ และจากข้อความย้อนมาสู่ภาพ ซึ่งมีผลเอกสารทำให้ความแปลกประหลาดของภาพกลายเป็นความธรรมดา ศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่าวได้ว่าทั้งคำและภาพต่างก็เป็นชิ้นส่วนย่อยๆ ในวากยสัมพันธ์ (syntagm) หรือ โครงสร้างใหญ่ สารจะรวมตัวกันอย่างมีเอกภาพและเป็นทีที่เข้าใจได้ ก็เฉพาะในระดับของการรวม ตัวที่สูงกว่าคำล้วนๆ หรือภาพล้วนๆ ระดับที่ว่าได้แก่เรื่องหรือเรื่องเล่า (diegesis) (นี่เป็น การยืนยันว่าเรื่องเล่าเป็นระบบที่เราต้องวิเคราะห์โดยอาศัยตรรกะภายในของตัวมันเอง)

บทบาทหน้าที่ในการรับช่วงสื่อความหมายต่อจากภาพนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งยวดใน ภาพยนตร์ บทสนทนาในภาพยนตร์ไม่เพียงทำหน้าที่อธิบาย/บรรยายความ แต่ขั้นตอนการ กระทำ (action) ให้เคลื่อนไปข้างหน้า โดยอาศัยการสื่อความหมายที่ไม่ได้ปรากฏอยู่ในภาพใน แต่ละช่วง (sequence) ของสาร จริงอยู่ หน้าที่ทั้งสองอย่างของสารที่เป็นภาษาสามารถดำรง อยู่ในภาพเดียวกันได้ แต่การที่บทบาทของอันไหนสูงกว่า ย่อมมีผลกระทบต่อ ‘ระบบ เศรษฐกิจ’ (economy) ของภาพด้วย

ถ้าคำทำหน้าที่รับช่วงสื่อความหมายเป็นสำคัญ การสื่อสารจะใช้ ‘ต้นทุน’ สูงกว่า เพราะการจะอ่านภาพให้เข้าใจคนอ่านจะต้องรูดรหัสแบบตกลงสมมติ (digital code) หรือ ระบบภาษาพร้อมไปด้วย แต่ถ้าคำทำหน้าที่เพียงกำกับหรือควบคุมความหมายของภาพ ข้อมูล ส่วนใหญ่จะสถิตย์อยู่ในภาพแล้ว และจะมีลักษณะเลียนแบบความจริง (analogical) สูง การ อ่านสารจึง ‘สิ้นเปลือง’ ความพยายามน้อยกว่า เช่นในการ์ตูนช่อง ซึ่งจงใจให้เราอ่านอย่าง ผ่านๆ แม้ว่าภาษาจะทำหน้าที่หลักคือการเล่าเรื่อง และภาพจะทำหน้าที่เพียงส่งสารสนับสนุน คำพูดโดยใช้กระบวนทัศน์ (paradigm) เดียวกัน (ตัวแสดงในการ์ตูนมีบุคลิกตื้นๆ และเข้าใจ ง่ายๆ แบบที่เรียกว่า stereotype) แต่ทั้งสารที่เป็นภาษาและสารที่เป็นภาพจะต้องสอดคล้อง กันเพื่อช่วยให้คนที่อ่านอย่างลวกๆ อ่านต่อไปได้เรื่อยๆ โดยไม่ถึงกับเบื่อการบรรยายด้วยถ้อย คำเสียก่อน สารในการ์ตูนช่องจึงพึ่งพาภาพ ซึ่งเป็นระบบที่คนอ่านไม่ต้องออกแรงในการอ่าน มากนัก

ความแตกต่างและความคล้ายคลึง

คุณสมบัติอย่างหนึ่งที่ทุกคนดูจะเห็นพ้องกันก็คือ ความเป็นสากลของภาพ ด้วย คุณสมบัตินี้เองที่รูปม้าจะหมายถึง ‘ม้า’ เหมือนกันหมดไม่ว่าจะเป็นที่ไหนในโลก สำหรับคำ ถ้าจะให้ทำอย่างเดียวกัน มันต้องอาศัย อักษร/คำ หลายแบบ (version) แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามสำหรับภาพมันก็มีเงื่อนไขในการที่จะเป็นได้ดังที่กล่าว นั่นคือภาพนั้นๆ ควรจะ แสดงภาพที่เป็นสากลเพียงพอสำหรับผู้ดูให้ตระหนักได้ มิเช่นนั้นมันก็จะไม่สามารถจะสื่อได้เข้า ใจ หรือรู้ได้ว่ารูปทรงที่เขาเห็นนั้นคืออะไร รูปร่าง (shape) มีความหมายไม่คงที่ องค์กรประกอบ ที่ร่วมไปกับรูปทรง หรือส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ หรือบริบท (context) มีส่วนสำคัญที่อาจทำให้ จุดประสงค์ที่ต้องการแปรเปลี่ยนไปจากที่ตั้งใจไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปสามเหลี่ยมอาจหมายถึงเครื่องหมายของอันตราย หรือภาพของภูเขา หรือสัญลักษณ์ของการลำดับชั้น รูปเดียวกันอาจมีความหมายที่แตกต่างเป็นสามอย่างได้ ตัวอย่างต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นว่า ภาพมีความหมายต่างกันออกไปเมื่อมันอยู่ในที่ที่ต่างกัน เราจะยกตัวอย่างเช่น

ภาพของหัวกระโหลก	บนขวด	=	ยาพิษ
	บนธง	=	โจรสลัด
	บนหม้อแปลง	=	ไฟฟ้าแรงสูง, อันตราย
	บนเสื้อเชิ้ต	=	พวกเผด็จการ, หน่วยรบพิเศษ

สำหรับคำจะตรงข้ามกับลักษณะเปิดในเชิงความหมายของภาพ คำจะคงความหมายอยู่แม้ว่ารูปของอักษรจะเปลี่ยนแปลงไปบ้าง หรืออักษร/คำนั้นถูกวางลงหรือประกอบบนอะไรก็ตาม

ความเป็นลำดับต่อเนื่องและความพร้อมกันในเวลาเดียวกัน

วิธีที่ภาพครอบครองพื้นที่บนหน้ากระดาษ ทำให้ภาพมีลักษณะเป็น 2 มิติ และมีคุณสมบัติในการนำเสนอตัวเองให้เห็นพร้อมกันทั้งภาพในเวลาเดียวกันส่วนคำจะมีลำดับก่อนหลังต่อเนื่องกันเป็นแถว ซึ่งวิธีที่มันครอบครองพื้นที่เป็น มิติเดียว (ทิศทาง) และมีลำดับต่อเนื่องของเวลาจำกัด

ลักษณะการเห็นพร้อมกันทั้งหมดในเวลาเดียวทำให้ภาพเอื้อให้เกิดเงื่อนไขต่อการรับรู้ที่มากขึ้น J. Bertin, ผู้ที่ทำงานพัฒนาระบบกราฟฟิคเพื่อสื่อสารข้อมูลในรูปของภาพ (visual terms) สำหรับแผนที่และแผนภูมิ พบว่าสำหรับภาพแล้วจะมีจุดที่ทำให้การรับรู้เชิงภาพของเราแปรไปได้สามจุด จุดหนึ่งจะอยู่ตรงการรับรู้ภาพเครื่องหมาย และอีกสองจุดจะเกิดกับการรับรู้ plane ของภาพที่เราเห็น สำหรับระบบอักษรจะเกิดขึ้นได้สองจุดคือ เวลาและเสียง ซึ่งสองตัวนี้สร้างการรับรู้ขึ้นเป็นเสียงหนึ่งเสียง

กฎเกณฑ์และโครงสร้าง

คำและภาพมีลักษณะเฉพาะ และกฎเกณฑ์ต่างกัน สำหรับคำ-ภาษา อักษรวิธี (semantic) คือการสะกดคำ ความหมายของคำ และวากยสัมพันธ์ (syntax) คือโครงสร้างที่ทำให้คำต่าง ๆ อยู่ร่วมกัน (ประโยค) เพื่อสื่อความกันได้

เพื่อที่จะเข้าใจว่าภาพมีโครงสร้าง และสร้างความหมายในลักษณะไหน Abraham Moles กล่าวถึงลักษณะ 2 แบบของภาพ ซึ่งลักษณะดังกล่าวรวมถึงสิ่งที่เขาเรียกว่า ‘Semiology of the Image’ อย่างแรกคือกฎเกณฑ์ของการแสดงหรือนำเสนอรูปของสิ่งที่จะแสดง ซึ่งต้องมีการเลือกว่าจะแสดงด้วยวิธีทางใด กล่าวคือ การใช้เส้น, สี, จุด, ฝีแปรง, ฯลฯ ทัศนธาตุเหล่านี้จะก่อรูปเป็นภาพให้แก่เรา และซึ่งมันต้องใช้การกำหนดสร้าง(โครงสร้าง)ด้วยกลไกหรือตัวสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะเป็นลักษณะสำเร็จรูป ในแง่ที่ว่า ทัศนธาตุถูกกำหนดแบบหรือลักษณะในการที่จะแสดงตัวแล้วให้ความหมายออกมา เมื่อวิดีโอเทปบันทึกภาพ การกำหนดวิถีทางอาทิ เส้นสีจุด หรือ visual information จะเป็นไปโดยสำเร็จรูป หรือตามโปรแกรมในกลไกนั้น ๆ ซึ่งมันก็เป็นกรบ่งบอกประเภท หรือผลผลิตไปในตัว

แบบที่สองที่ Moles กล่าวพาดพิงไปถึงคือ ความสมจริงอันเป็นคุณลักษณะแห่งวัตถุ นั้น ๆ เอง ซึ่งเกี่ยวข้องอย่างมากในการนำเสนอเชิงภาพ ภาพของก้อนหินจะให้ความรู้สึกแก่เราถึงความแข็งและหนักด้วยพร้อม ๆ กัน ด้วยเหตุผลเดียวกันนี้ ภาพบ้านที่กลับหัวจะฝืนความมีเหตุผลของเราอย่างมาก หรืออย่างน้อยมันก็ฝืนความรู้สึกของเรา ลักษณะเชิงกฎเกณฑ์ทำนองนี้ของภาพที่ผูกอยู่กับสิ่งที่มันอ้างอิงถึงมีอยู่มากมาย

เช่นเดียวกับคำ ภาพต้องการระบบหรือโครงสร้างที่เอื้อต่อเรามากขึ้น ในการใช้มันอธิบายโลกอย่างที่เราเห็น

ความสำคัญของภาพในงานโฆษณา

องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในชิ้นงานโฆษณาคือ ภาพ ภาพมีความสำคัญด้วยเหตุผล 2 ประการคือ ช่วยดึงดูดความสนใจให้แก่โฆษณาทั้งชิ้น และสามารถสื่อสารโฆษณาไปยังผู้อ่านได้ดีและรวดเร็ว นอกจากนั้น ภาพยังอาจกระตุ้นเร้าความรู้สึกและปฏิกิริยาตอบสนองในทางที่ดีจากผู้อ่านได้ด้วย หน้าที่ของภาพในโฆษณาจะขึ้นอยู่กับหน้าที่ขององค์ประกอบอื่น ๆ ด้วย แต่ส่วนใหญ่แล้ว ภาพจะนำไปสู่การอ่านพาดหัวซึ่งจะกระตุ้นความสนใจผู้อ่านจนนำไปสู่การอ่านข้อความโฆษณาในที่สุด ดังนั้นภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญในการจับความสนใจลำดับแรกของผู้อ่าน โดยทั่วไปภาพสามารถทำหน้าที่ได้ 9 ประการดังนี้

1. จับความสนใจของผู้อ่าน
2. ช่วยให้ผู้่านรู้ได้ทันทีว่าโฆษณานั้นเกี่ยวกับอะไร
3. ทำให้ผู้อ่านที่มีแนวโน้มจะสนใจสินค้าดังกล่าวอยู่แล้วหยุดลงเพื่อที่จะอ่านโฆษณา และทำให้ผู้อ่านที่ไม่สนใจผ่านเลยไป
4. ช่วยกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความสนใจที่จะอ่านพาดหัว

5. ช่วยสร้างความรู้สึกรักที่ติดต่อนสินค้าหรือผู้โฆษณา
6. ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจข้อความโฆษณายิ่งขึ้น
7. ช่วยให้ผู้อ่านเชื่อถือข้อความโฆษณายิ่งขึ้น
8. เน้นให้เห็นถึงคุณลักษณะพิเศษของสินค้า
9. ช่วยให้เกิดความต่อเนื่องระหว่างโฆษณาแต่ละชิ้นที่ใช้เทคนิคทางด้านภาพแบบเดียวกันในแผนรณรงค์โฆษณาชิ้นเดียวกัน

ซึ่งในโครงการนี้ผมจะแสดงถึงความสำคัญของภาพให้เห็นอย่างเด่นชัด 2 ประการที่ได้กล่าวไว้แล้วคือ ภาพช่วยดึงดูดความสนใจให้แก่โฆษณาทั้งชิ้น และสามารถสื่อสารโฆษณาไปยังผู้อ่านได้ดีและรวดเร็ว

นักโฆษณาใช้ภาพในหลายลักษณะ รวมทั้งได้มีการศึกษาวิจัยข้อดีข้อด้อยของการใช้ในแต่ละลักษณะนั้นด้วยเช่น ได้มีการศึกษาพบว่า การใช้ภาพมีอิทธิพลต่อความสนใจของผู้อ่านมากกว่าการใช้ข้อความโฆษณาเฉย ๆ ภาพที่แสดงของการใช้สินค้ามีประสิทธิภาพดีกว่าภาพเฉพาะตัวสินค้า ภาพคนได้รับความสนใจมากกว่าภาพวัตถุ เป็นต้น นอกจากนั้นยังศึกษาพบว่า ภาพใหญ่ภาพเดียวจะดึงดูดความสนใจมากกว่าภาพเล็ก ๆ หลายภาพเรียงต่อกัน ภาพที่เรียบง่ายจะดึงดูดความสนใจผู้อ่านจำนวนมากกว่าภาพที่ซับซ้อน ผู้ชายมีแนวโน้มจะดูภาพโฆษณาที่ประภคกรูปร่างอื่น ในขณะที่ผู้หญิงจะถูกดึงดูดด้วยภาพเด็กทารกและภาพหญิงอื่นมากกว่า¹

นักโฆษณาใช้ภาพเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการโฆษณาก็เพราะมีความเข้าใจในธรรมชาติของมนุษย์ที่ว่า ‘มนุษย์มีระบบการคิดอยู่ 2 แบบที่แตกต่างกัน แต่ต่างก็มีความสำคัญและมีอิทธิพลเท่าเทียมกัน ระบบหนึ่งคือ การคิดในเชิงวิทยาศาสตร์และอีกระบบหนึ่งคือจินตนาการเชิงสร้างสรรค์’² ความหมายของคำว่าจินตนาการคือกระบวนการสร้างภาพขึ้นในจิตใจของมนุษย์ จะเห็นได้ว่า แม้แต่ภาษาไม่ว่าจะเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียนซึ่งมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้นนั้น ที่สามารถใช้สื่อสารในระหว่างมนุษย์ด้วยกันได้ก็เพราะภาษาสร้าง ‘ภาพ’ ขึ้นในใจเราได้นั่นเอง ภาพจึงเป็นเครื่องมือสื่อสารความคิดที่เป็นธรรมชาติที่สุดในความรู้สึกของมนุษย์ และเป็นเครื่องมือที่สื่อสารได้รวดเร็วกว่าคำพูดหรือภาษาอีกด้วย นักโฆษณาจึงนิยมใช้ภาพประกอบในโฆษณา

1. Darrell Blaine Lucas and Stuart Henderson Britt, Advertising Psychology and Research, op.cit., pp.273-274.

2. Pierre Matineau. Motivation in advertising (Mograw-Hill Book Company, Inc., 1971), pp.18-19.

หลักเกณฑ์ที่นักโฆษณาพิจารณาในการเลือกใช้ภาพมีดังนี้

1. ภาพที่เลือกใช้จะต้องมุ่งไปที่ความสนใจที่มีต่อตัวมนุษย์เอง หลักเกณฑ์ข้อนี้เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการเลือกใช้ภาพ นักโฆษณานำหลักเกณฑ์นี้มาจากความเข้าใจในจิตวิทยาผู้บริโภคที่ว่า มนุษย์มีความสนใจใน ‘ตัวเอง’ มากกว่าสิ่งอื่น สิ่งใดก็ตามที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวของมนุษย์จะได้รับความสนใจมากกว่า ดังนั้น ภาพที่แสดงสิ่งใกล้ตัวในชีวิตประจำวัน สิ่งที่คุณเคยหรือสิ่งที่เป็นจริงในชีวิต จึงถูกนำมาใช้ประกอบในโฆษณาเพื่อให้ผู้อ่านหรือผู้บริโภคเป้าหมายเกิดความรู้สึกคุ้นเคย เข้าใจ และอาจรวมไปถึงมีทัศนคติต่อสินค้าด้วย

2. ภาพที่เลือกใช้ควรต้องแสดงให้เห็นผลิตภัณฑ์ทั้งหมดหรือบางส่วนของผลิตภัณฑ์ หลักเกณฑ์ข้อนี้ก็มีความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากผู้อ่านส่วนใหญ่เมื่ออ่านโฆษณาก็ต้องการเห็นภาพสินค้า เพื่อจะได้รู้ว่าตนกำลังจะซื้ออะไร มีรูปร่างลักษณะอย่างไร และที่สำคัญคือ สินค้าดังกล่าวใช้ประโยชน์อย่างไรได้ อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่โฆษณานั้นเป็นบริการซึ่งไม่มีภาพสินค้ามาแสดงให้เห็นได้ ก็จะต้องเลี่ยงไปใช้หลักเกณฑ์ในการเลือกภาพข้ออื่นๆ แทน

3. ภาพที่เลือกใช้จะต้องสัมพันธ์กับตัวผลิตภัณฑ์และข้อความโฆษณา มีบ่อยครั้งที่เราได้เห็นโฆษณาไม่มีความเกี่ยวพันใดๆ กับสินค้าเลย อย่างไรก็ตาม ตามหลักเกณฑ์แล้วภาพที่เลือกใช้ประกอบในโฆษณาควรจะมีส่วนสัมพันธ์กับสินค้าและสนับสนุนข้อความโฆษณา

4. ภาพที่เลือกใช้จะต้องถูกต้อง ชัดเจน และสมเหตุสมผล นักโฆษณาที่ใช้ภาพประกอบในโฆษณาจะต้องระวังในข้อนี้ด้วย ภาพที่เลือกใช้จะต้องสอดคล้องกับพื้นฐานความเข้าใจและประสบการณ์ของผู้อ่าน เช่น ในสภาพความเป็นจริงผู้หญิงที่กำลังซักเสื้อผ้าหรือทำงานบ้านจะไม่ใส่รองเท้าส้นสูง หรือไม่สวมชุดหรูหรา เป็นต้น โฆษณาใดใช้ภาพที่ขัดต่อความเป็นจริงเช่นนี้จะทำให้การสื่อสารความคิดไปยังผู้อ่านขาดน้ำหนักไปอย่างน่าเสียดาย ส่วนในกรณีที่ภาพคือส่วนหนึ่งของสินค้าที่นำเสนอต่อผู้อ่านก็ยิ่งจะต้องผ่านการเลือกอย่างระมัดระวังและให้ได้ภาพที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

บทที่ 4

โครงการออกแบบ

ความเป็นมา

อัตราการบาดเจ็บและการตายจากอุบัติเหตุจราจรในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว พร้อมๆ กับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ปัญหาอุบัติเหตุจราจร นอกจากจะก่อให้เกิดความสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินอย่างมหาศาลแล้วยังก่อให้เกิดปัญหาสาธารณสุขอีกด้วย โดยโรงพยาบาลต่างๆ ต้องใช้เตียงบริการผู้ป่วยถึง 30% ในการรักษาผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุ จากสถิติอุบัติเหตุที่เกิดจากการขับขี่ยานพาหนะ และสาเหตุอื่นๆ ปรากฏว่าร้อยละ 80 ประสบอุบัติเหตุจราจรทั้งที่เสียชีวิตและไม่เสียชีวิตมักเกี่ยวกับการดื่มสุรา

ข้าพเจ้าได้ตระหนักถึงปัญหาอุบัติเหตุจราจรที่เกี่ยวข้องเนื่องมาจากการดื่มสุรา จึงได้จัดทำโครงการรณรงค์ไม่ขับรถขณะเมาสุรามา เพื่อต้องการปลูกจิตสำนึกให้ผู้ดื่มสุราได้ตระหนักว่าไม่ควรขับรถในขณะที่มึนเมา เพราะเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันอาจเกิดขึ้นได้ จนทำให้ต้องเสียทรัพย์สินหรือแม้กระทั่งชีวิต

ในการรณรงค์ครั้งนี้จะจัดทำขึ้นในนามของ ชมรมคนรุ่นใหม่ไม่ขับรถเมื่อเมาสุรา (Don't Drive Drunk) โดยมีสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุข กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข เป็นผู้รับผิดชอบ

หน่วยงานที่สนับสนุน

- สถาบันวิจัยสาธารณสุขไทย
- สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข
- สำนักงานสารนิเทศและประชาสัมพันธ์ กระทรวงสาธารณสุข

งบประมาณ

- งบประมาณองค์การอนามัยโลก

เป้าหมายในการรณรงค์

1. สร้างกระแสความตื่นตัวในสังคมเกี่ยวกับปัญหาอุบัติเหตุจราจรจากสุรา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการรณรงค์ให้ประชาชนไม่ขับรถขณะเมาสุรา หากนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์

ชาย หญิง อายุโดยประมาณ 15-39 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ เป็นหลัก จากข้อมูลของสวนข้อมูลข่าวสารสาธารณสุข สำนักนโยบายและแผนสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข พบว่าอัตราการตายจากอุบัติเหตุยานยนต์ในเพศชายสูงกว่าเพศหญิงมาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา สำหรับปี พ.ศ. 2536 อัตราตายเพศชายคิดเป็น 4.7 เท่าของเพศหญิง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยทำงานและกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นกำลังสำคัญของชาติ กลุ่มอายุที่ตายจากอุบัติเหตุยานยนต์สูงสุด 3 อันดับแรกใน พ.ศ. 2536 ได้แก่กลุ่มอายุ 20-24 ปี, 25-29 ปี, และ 15-19 ปี ตามลำดับซึ่งกลุ่มอายุเหล่านี้เป็นกลุ่มอายุที่มีอัตราตายอยู่ในสามอันดับแรกของสถิติการตายด้วยอุบัติเหตุยานยนต์ติดต่อกันมาตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา

สื่อที่ใช้ในการรณรงค์

1. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	ขนาด 11x 27 เมตร	1 ชิ้น
2. แผ่นป้ายโฆษณาทำยกรดโดยสารประจำทาง	ขนาด 45 x 180 นิ้ว	1 ชิ้น
3. โปสเตอร์	ขนาด 20 x 27 นิ้ว	2 ชิ้น
4. แผ่นกันแดดหน้ารถยนต์	ขนาด 16 x 47 นิ้ว	1 ชิ้น
5. โฆษณาในนิตยสาร	ขนาดเต็มหน้านิตยสาร	3 ชิ้น
6. จานรองแก้ว		3 ชิ้น

แนวคิดในการออกแบบ

โดยปกติแล้วคนส่วนใหญ่ทราบอยู่แล้วว่า ผลของการขับรถขณะมีเมามาจะอะไรจะเกิดขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่ดื่มสุราเป็นประจำสำนักหนึ่งเขาารู้ดีว่าไม่ควรขับรถในขณะที่มีเมมา ในขณะเดียวกันเขาก็ไม่ต้องการให้ใครมาสั่งสอนในสิ่งที่เขารู้อยู่แล้ว หรือให้เขารู้สึกผิดไปกว่านี้เมื่อเกิดเหตุร้ายขึ้น³ ดังนั้นการรณรงค์ชุดนี้ จึงทำหน้าที่เพียงเตือนสติให้ตระหนักถึงสำนักความรับผิดชอบของเขา การดื่มสุราถ้ารู้จักประมาณตนไม่ทำให้บุคคลอื่นเดือดร้อน ก็เป็นสิ่งที่พึงปฏิบัติในสังคมปัจจุบัน

ซึ่งในการออกแบบสื่อรณรงค์จะใช้การสื่อสารด้วยภาพ เพราะในการสื่อสารด้วยภาพนั้น ผู้ดูจะตีความหมายของภาพมาเป็น 'ข้อความ' ขึ้นภายในใจ ทำให้เขารู้สึกว่าได้เตือนสติตัวเอง โดยไม่มีใครมาสั่งสอนเขา ซึ่งต่างจากการบอกด้วยข้อความโดยตรงจะรู้สึกเป็นเหมือนการสั่งสอนเขา

³ บริษัท รัชต์ส แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด, ข้อมูลโฆษณาส่งเสริมสังคมเรื่องอย่าขับรถขณะมีเมมา, กรุงเทพฯ : บริษัท รัชต์ส แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด, 2539.

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวปฏิบัติในการออกแบบ

การออกแบบตั้งใจจะใช้ ‘ภาพ’ เป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารที่ใช้ในการรณรงค์ โดยภาพที่ใช้จะเป็นภาพถ่าย ซึ่งมีลักษณะเหนือจริง (การนำภาพมากกว่าหนึ่งภาพมารวมกันในภาพเดียว ด้วยเทคนิคทางคอมพิวเตอร์)

ส่วนตัวอักษร หรือภาษาเขียน ที่วางไว้ในภาพจะเป็นองค์ประกอบหนึ่งในภาพที่ทำหน้าที่เพียงเพื่อกำกับความหมายของภาพเท่านั้น

การเลือกใช้สื่อในการออกแบบ จะสอดคล้องกับเนื้อหาตามคุณสมบัติ และความสามารถของสื่อต่างๆ

การออกแบบสื่อรณรงค์

1. แผ่นป้ายโฆษณาป้ายรถโดยสารประจำทาง

วัตถุประสงค์ เป็นสื่อที่ให้ประชาชนที่ใช้รถใช้ถนนส่วนใหญ่ได้เห็น จึงนำเสนอภาพที่ทำให้เกิดความรู้สึกสลดหดหู่ใจ เพื่อเป็นการย้ำเตือนให้ผู้พบเห็น ได้ตระหนักถึงอันตรายจากอุบัติเหตุจรรยาจร อันเนื่องมาจากการขับรถขณะเมาสุรา



ภาพที่ 1. แบบร่างแผ่นป้ายโฆษณาป้ายรถโดยสารประจำทาง 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1. เป็นภาพที่ใช้การเล่าเรื่องแบบการ์ตูนช่อง ภาพแรกเป็นภาพฟองเบียร์เต็มแก้ว ถัดมาเป็นภาพฟองเบียร์ค่อย ๆ ลดระดับลงเห็นนิวเป็นถนนอยู่ข้างหลัง สื่อให้เห็นถึงการดื่มสุราแล้วขับรถ จนถึงภาพสุดท้ายเป็นภาพรถชนกับคนพิการ

ความหมายในภาพที่ต้องการจะสื่อ การขับรถขณะเมาสุราเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน อาจทำให้ผู้ขับขี่ถึงขั้นเสียชีวิต แต่ที่เป็นเรื่องน่าเศร้ากว่านั้นคือ การที่รอดชีวิตมาได้แต่ต้องมีชีวิตอยู่ในสภาพคนพิการ



ภาพที่ 2. แบบร่างแผ่นป้ายโฆษณาทำयरดโดยสารประจำทาง 2

ภาพที่ 2. เป็นภาพของสุสานจำนวนมากที่มีรูปร่างเหมือนขวดสุรา อยู่ข้าง ๆ ถนน

ความหมายที่ต้องการจะสื่อคือ มีคนเป็นจำนวนมากที่ต้องเสียชีวิตไปด้วยอุบัติเหตุจากรถเนื่องมาจากสุรา

จากแบบร่าง ได้เลือกภาพที่ 2. มาทำเป็นผลงานจริง เพราะสามารถสื่อสารได้ง่ายแก่การเข้าใจกว่าภาพที่ 1. โดยใช้ภาพสุสานในยามเย็นเพื่อให้เกิดความรู้สึกวังเวงน่ากลัว และใช้ข้อความ "80% ของอุบัติเหตุจากรถเกิดจากผู้ขับขี่ที่เมาสุรา" เพื่อกำกับความหมายของภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

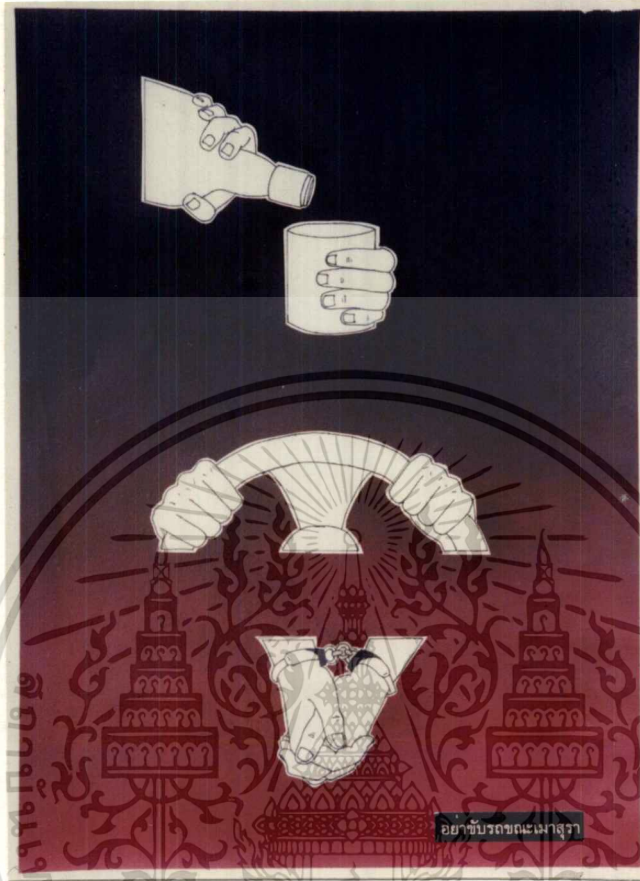


ภาพที่ 3. ภาพผลงานแผ่นป้ายโฆษณาทำยรถโดยสารประจำทาง

2. โปสเตอร์

วัตถุประสงค์ เป็นสื่อที่สามารถรณรงค์กับบุคคลทั่วไป จึงใช้สื่อในการสร้างภาพพจน์ให้เกิดความรู้สึกน่าทึ่งกลัว ต่ออันตรายที่จะเกิดขึ้นกับผู้ขับที่รถยนต์ขณะเมาสุรา และเพื่อให้เกิดความหลากหลายจึงจัดทำขึ้น 2 ชิ้น

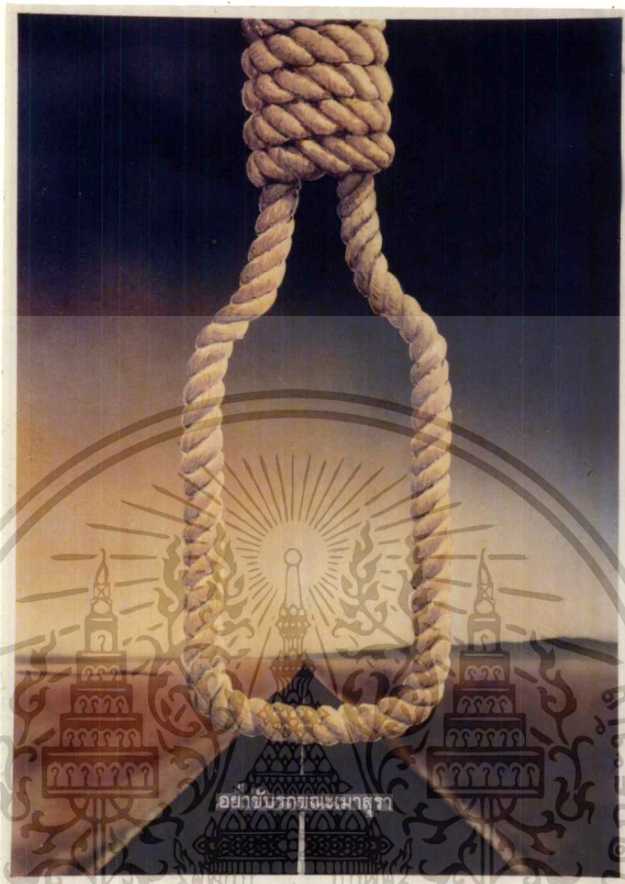
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4. แบบร่างโปสเตอร์

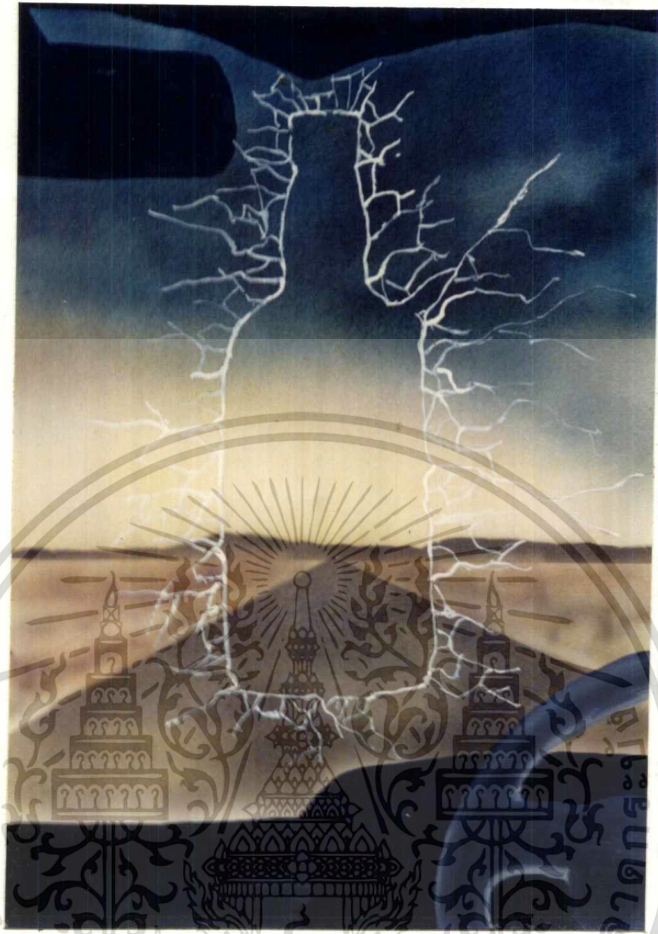
ภาพที่ 4. เป็นภาพที่ใช้การเล่าเรื่องแบบการ์ตูนช่อง โดยลักษณะการสร้างภาพให้คล้ายกับภาษามือเพื่อใช้ในการสื่อความหมายของภาพ โดยโทนภาพจะใช้สีให้ดูน่ากลัว

ความหมายที่ต้องการจะสื่อคือ การชั้บรตขณะเมาสุรามีความผิดทางกฎหมาย



ภาพที่ 5. แบบร่างโปสเตอร์ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

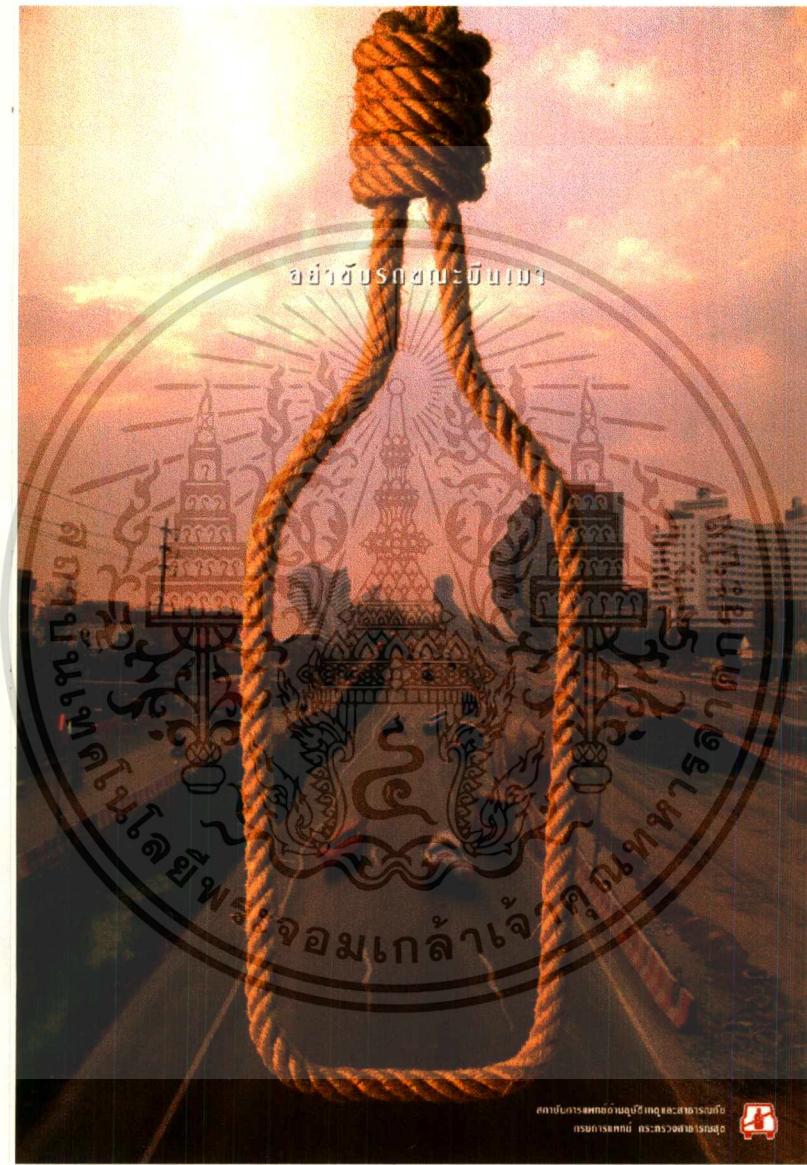


ภาพที่ 6. แบบร่างโปสเตอร์ 3

ภาพที่ 5,6 เป็นภาพที่ใช้ลักษณะของเส้นรอบรูป (outline) ของขวดสุรามาใช้ในการสื่อสาร โดยต้องการแสดงให้เห็นว่าอุบัติเหตุจากรถที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากผู้ขับขี่เมาสุรา โดยโทนภาพต้องการสร้างความรู้สึกให้หนักอึ้ง

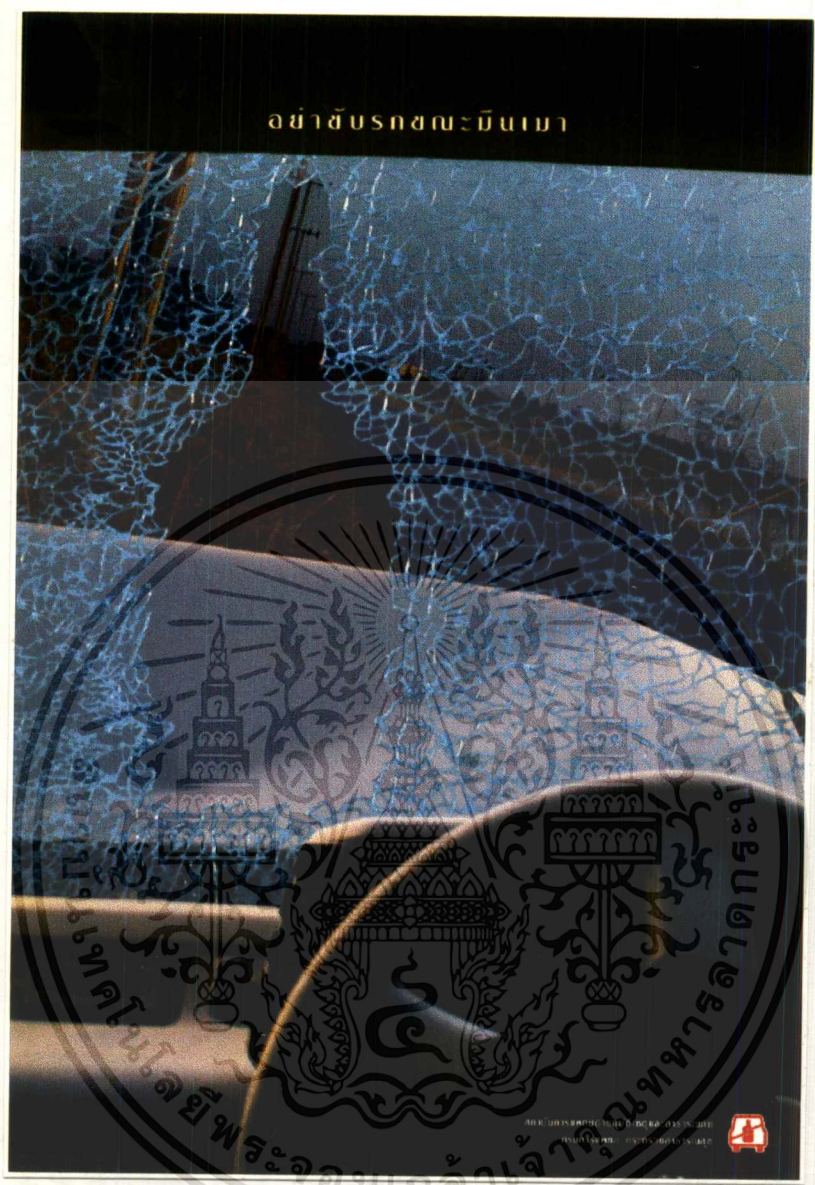
ความหมายที่ต้องการจะสื่อ ภาพที่ 5. การขับรถในขณะเมาสุราเปรียบเหมือนเป็นการฆ่าตัวตาย ส่วนภาพที่ 6. นั้นต้องการจะสื่อให้เห็นถึงอุบัติเหตุจากรถที่เกิดจากผู้ขับขี่เมาสุรา

จากแบบร่าง ได้เลือกภาพที่ 5 และ 6 มาทำเป็นผลงานจริงเพราะเป็นภาพที่สื่อสารได้ตามวัตถุประสงค์คือ สร้างภาพพจน์ให้เกิดความรู้สึกน่าหวั่นกลัว ต่ออันตรายที่จะเกิดขึ้นกับผู้ขับขี่รถยนต์ที่เมาสุรา และทั้งสองภาพยังมีความคล้ายคลึงกันในการสร้างภาพทำให้มีลักษณะเป็นชุดเดียวกัน



ภาพที่ 7. ภาพผลงานโปสเตอร์ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

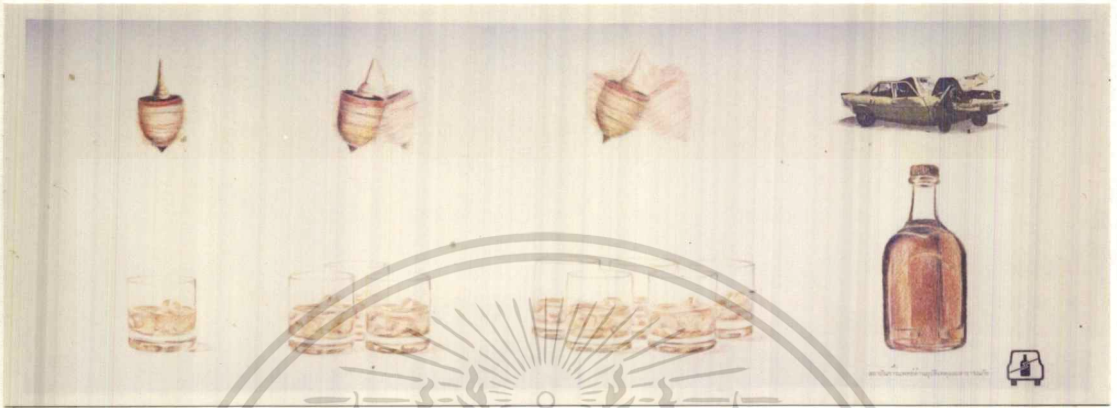


ภาพที่ 8. ภาพผลงานโปสเตอร์ 2

3. แผ่นกันแดดหน้ารถยนต์

วัตถุประสงค์ เป็นสื่อที่แจกจ่ายให้กับบุคคลผู้มีรถยนต์ที่นำเงินมาบริจาคแก่โครงการ เพื่อเป็นการกระตุ้นเตือนแก่เจ้าของรถเองและประชาชนทั่วไปที่พบเห็น เกี่ยวกับอันตรายของการขับรถขณะมึนเมา แต่สื่อยังต้องคงลักษณะความสวยงามไว้ด้วยเพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ที่ได้รับนำไปใช้ประโยชน์

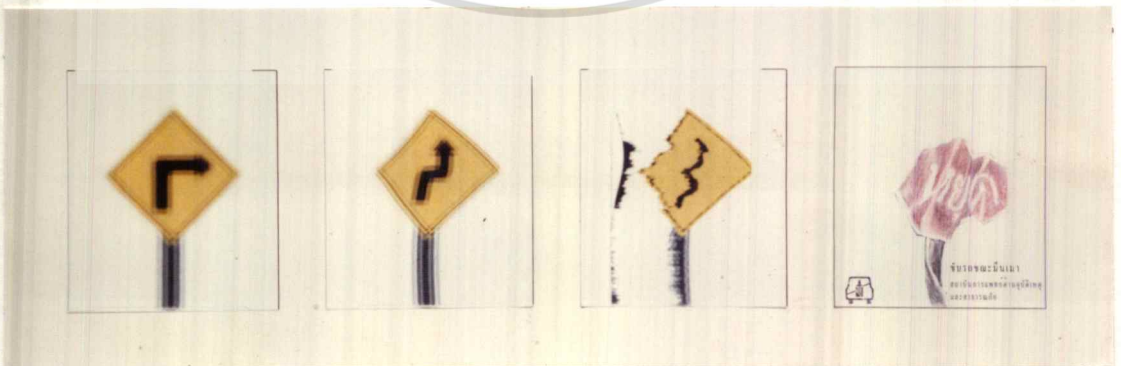
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 9. แบบร่างแผ่นกันแดดหน้ารถยนต์ 1

ภาพที่ 9. เป็นภาพที่ใช้การเล่าเรื่องแบบการ์ตูน โดยใช้ลักษณะการเปรียบเทียบการเหวี่ยงตัวของลูกข้างแทนค่าสถิติสัมพัทธ์ของอุบัติเหตุที่กำลังสิ้นคลอนตามปริมาณของสุราที่ดื่มเข้าไป

ความหมายที่ต้องการจะสื่อ ยิ่งดื่มมากยิ่งมีโอกาสเกิดอุบัติเหตุมากขึ้น



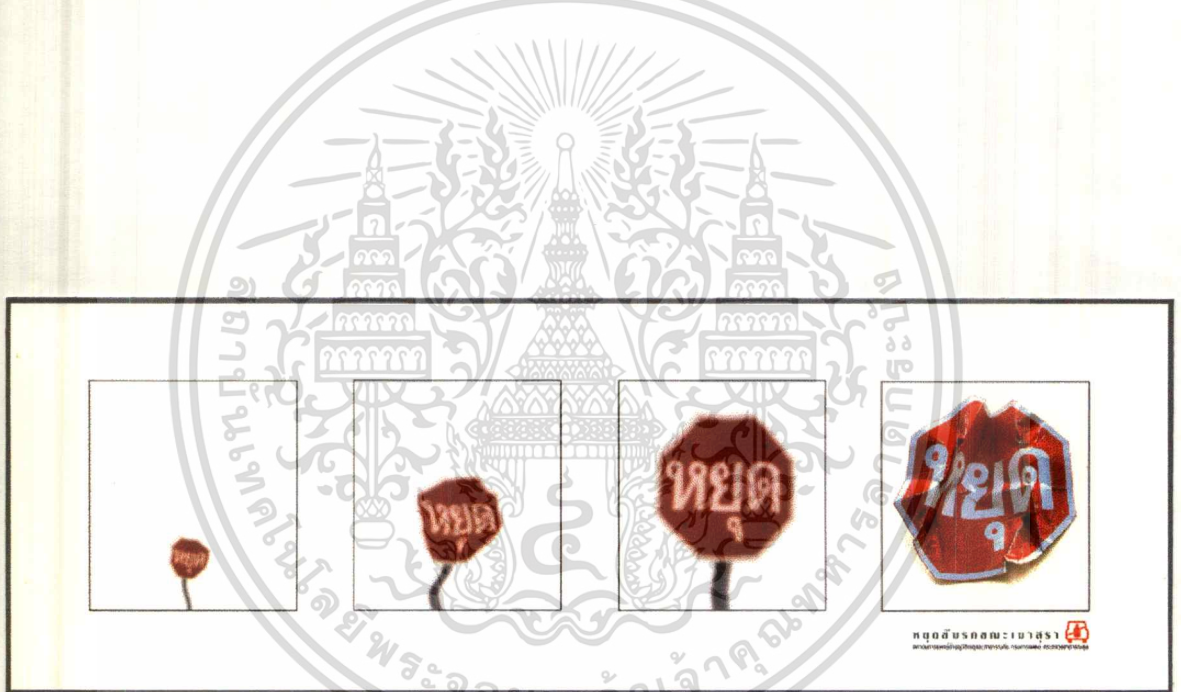
ภาพที่ 10. แบบร่างแผ่นกันแดดหน้ารถยนต์ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 10. เป็นภาพที่ใช้การเล่าเรื่องแบบการ์ตูนช่อง โดยป้ายจราจรเปลี่ยนไปเพื่อสื่อถึงการขับรถผ่านไป และใช้ภาพที่เบลอและบิดเบี้ยวแทนสายตาของคนขับที่กำลังเมาสุรา จนถึงภาพสุดท้ายสื่อให้เห็นถึงการเกิดอุบัติเหตุ

ความหมายที่ต้องการจะสื่อ การขับรถขณะมีเมามาเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุ

จากแบบร่าง ได้เลือกภาพที่ 10. มาทำเป็นผลงานจริง เพราะสามารถที่สื่อสารให้เข้าใจได้ง่ายกว่า และสามารถสร้างภาพให้สวยงามได้ตามวัตถุประสงค์ ในการทำเป็นผลงานจริงได้เปลี่ยนแบบจากที่ใช้ป้ายจราจรหลายป้ายเพื่อสื่อถึงระยะทาง มาเป็นป้ายเดียวและใช้การเปลี่ยนขนาดของป้ายเพื่อสื่อถึงระยะทางแทน ซึ่งจะทำให้ง่ายแก่การเข้าใจกว่า



ภาพที่ 11. ภาพผลงานแผ่นกันแดดหน้ารถยนต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. โฆษณาในนิตยสาร

วัตถุประสงค์ เป็นสื่อที่จะลงในนิตยสารที่เกี่ยวกับรถยนต์ ซึ่งให้ประชาชนที่อ่านนิตยสารได้เห็น โดยจะแสดงให้เห็นถึงการกระทำที่ไม่รับผิดชอบของผู้ที่ขับรถยนต์เมาสุรา ซึ่งเป็นเรื่องน่าละอายที่จะกระทำเช่นนั้น โดยจะใช้โฆษณาจำนวน 3 ชิ้น พุดในเรื่องเดียวกัน แต่จะแยกให้เห็นผลที่เกิดขึ้นหลายด้าน ทั้งต่อผู้ขับเอง ต่อสังคมและต่อครอบครัว



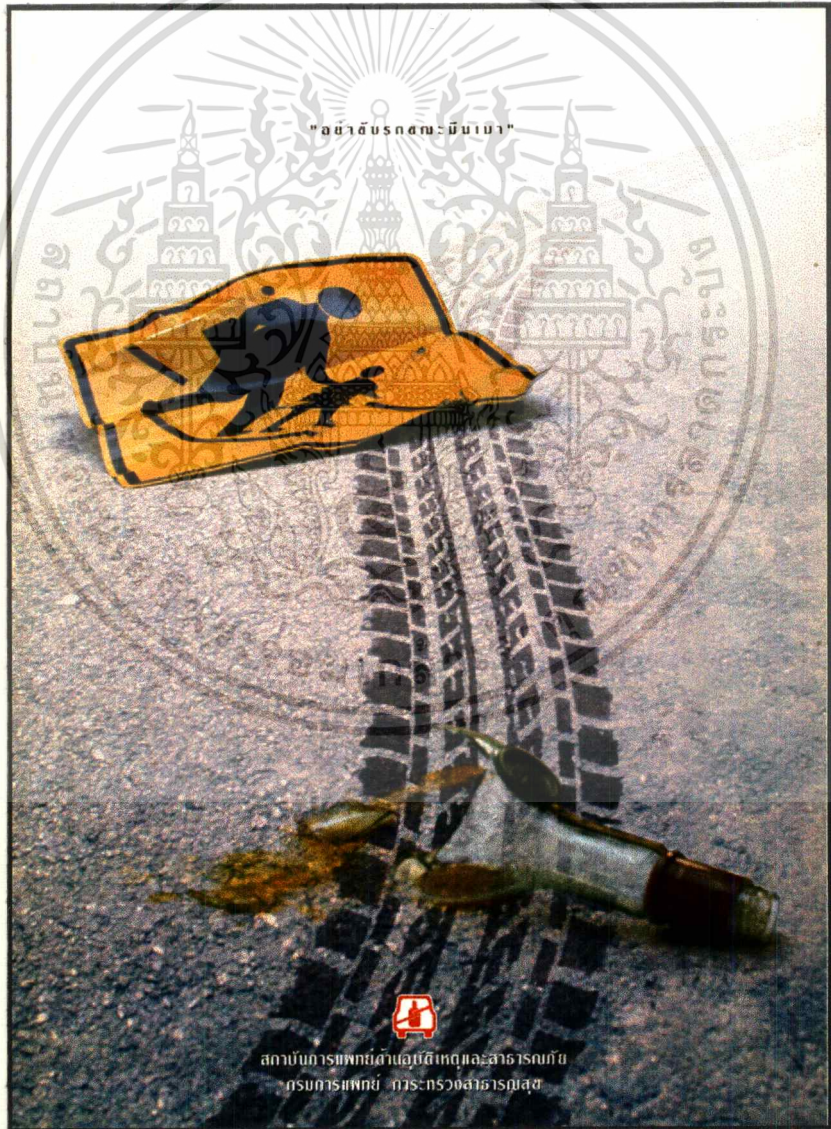
ภาพที่ 12. แบบร่างสื่อโฆษณาในนิตยสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 12. เป็นภาพที่ใช้ป้ายจราจรที่พังยับมาเป็นสัญลักษณ์ในการสื่อถึงการเกิดอุบัติเหตุจราจร และป้ายจราจรแต่ละอันยังสื่อถึงผลที่เกิดขึ้นหลายๆ ด้าน ทั้งอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นต่อผู้ขับขี่เอง ต่อสังคมและบุคคลรอบข้าง โดยที่รอยล้อรถและขวดสุราสื่อให้เห็นถึงว่าอุบัติเหตุจราจรเกิดขึ้นนั้นเนื่องมาจากผู้ขับขี่ที่เมาสุรา

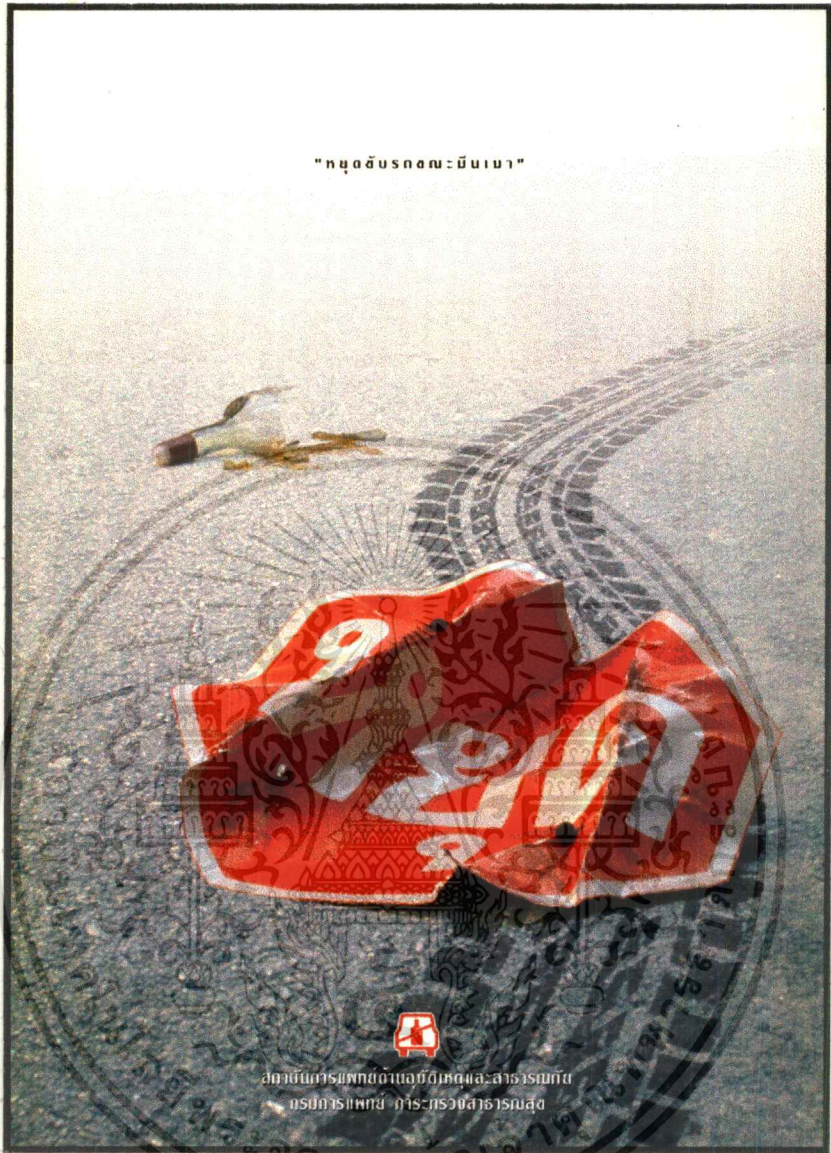
ความหมายที่ต้องการจะสื่อ ผลของการขับขณะเมาสุราไม่ได้เกิดขึ้นกับคนเพียงคนเดียว แต่เกิดขึ้นกับสังคมและคนรอบข้างด้วย

จากแบบร่าง เมื่อมาเป็นผลงานจริงได้เปลี่ยนมุมมองของภาพเพื่อให้ภาพมีระยะมากขึ้น แสดงให้เห็นถึงมุมมองที่ไม่ปกติ และดูสมจริงกว่า



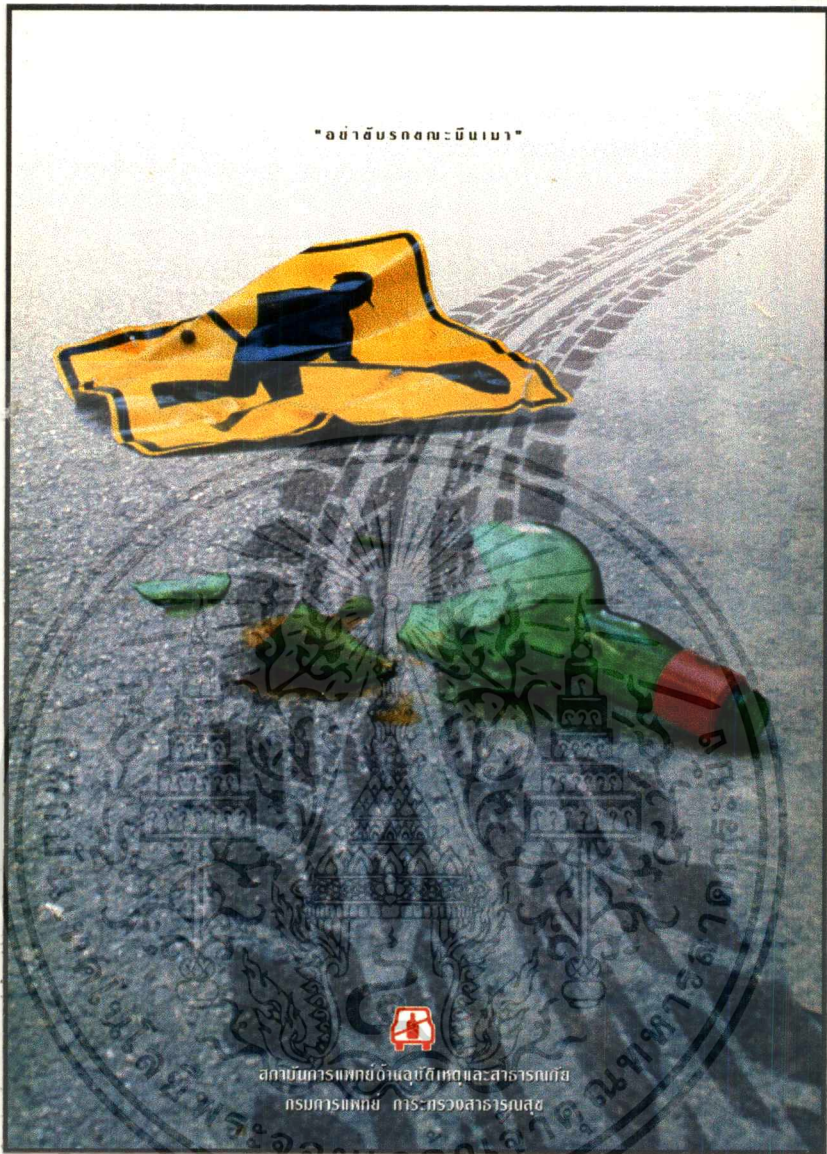
ภาพที่ 13. ภาพผลงานสื่อโฆษณาในนิตยสาร 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 14. ภาพผลงานสื่อโฆษณาในนิตยสาร 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

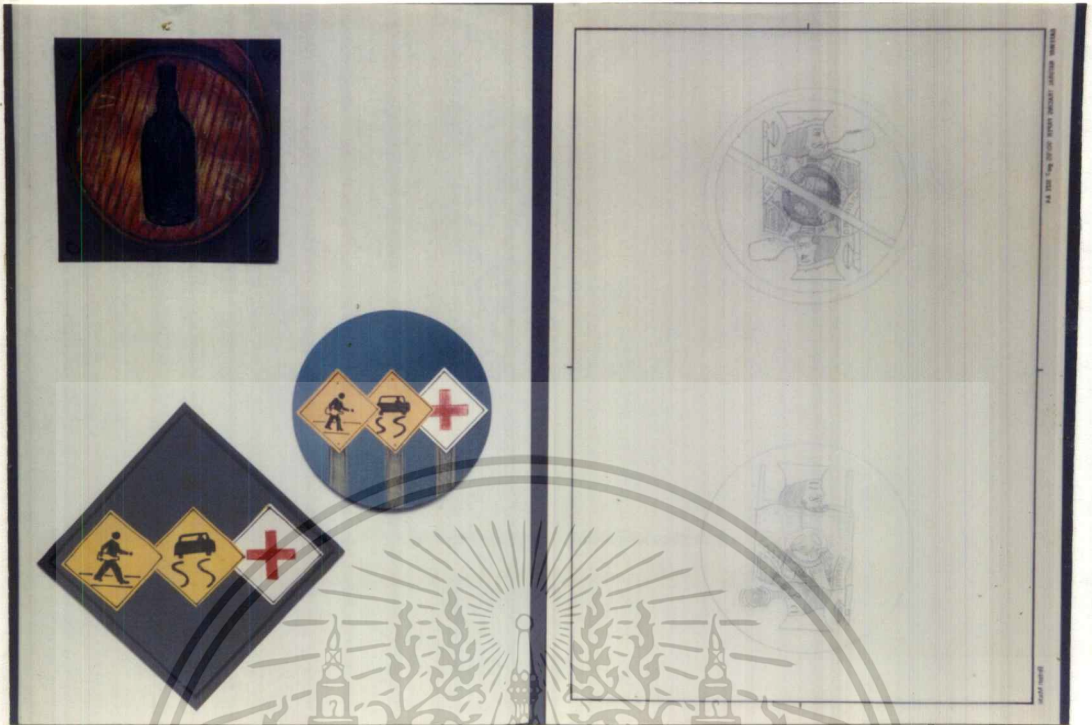


ภาพที่ 15. ภาพผลงานสื่อโฆษณาในนิตยสาร 3

5. จานรองแก้ว

วัตถุประสงค์ เป็นสื่อที่ใกล้เคียงผู้เสพมากที่สุด เป็นการรณรงค์ ณ จุดขาย สื่อที่ใช้จะเป็นลักษณะที่เบาว่าทุกสื่อคือเป็นเพียงแค่การเตือนใจเท่านั้น ให้คนดื่มสุรามีสติและไม่ขับรถเมื่อเมาสุรา โดยสื่อยังคงความสวยงามไว้ด้วยเพื่อให้เกิดความน่าสนใจที่จะติดตามหาความหมายของสื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 16. ภาพแบบร่างงานรณรงค์

ภาพที่ 16. จากแบบร่าง ได้เลือกรูปทางขวามาทำผลงานจริง เพราะเนื่องจากเป็นแบบที่สามารถพัฒนาให้สวยงามได้ และการสื่อสารที่ใช้ตรงคี่ไม่หนักเกินไป ภาพที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ของไฟ J, Q, และ K เพราะต้องการสร้างความรู้สึกรุ่นเคยและใกล้ชิด ซึ่งทุกคนรู้จักกันดี มาใช้แทนบุคคลต่างๆ กัน ไม่ว่าจะ วัยรุ่น, ผู้ใหญ่, ผู้ชาย, ผู้หญิง โดยใช้เครื่องหมายจราจรเข้ามาช่วยในการสื่อสาร

ความหมายของภาพที่ต้องการสื่อคือ อย่าขับรถขณะเมาสุรา โดยห้ามทุกคนไม่ว่า วัยรุ่น, ผู้ใหญ่, ผู้ชาย, ผู้หญิง

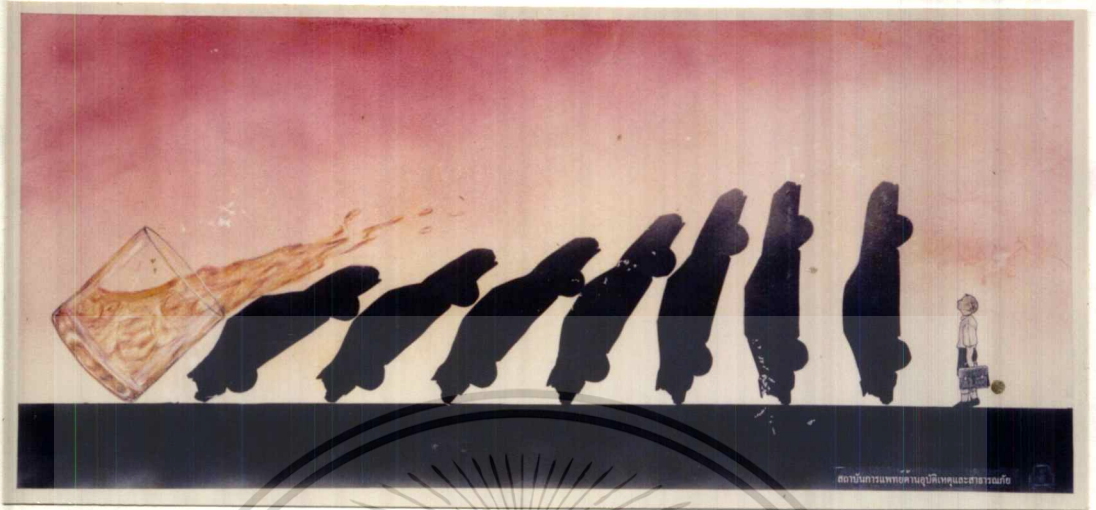


ภาพที่ 17. ภาพผลงานงานรongsงแกว

6. บำยโฆษณากลางแจง

วัตฤประสงค เป็นลลือทลใหประษษณทลใชรฤทใชถนทลสวทลใหญ่ได้เห็น จงได้ใช้เนื้อหาทลคนรับได้ทวไป ใหเห็นถึงผลทลเกิดขึ้นโดยรวมกับสงคม โดยเน้นทลจะใช้ลลือเพื่อสร้งจิตสำนึก ใหเห็นถึงความรับผิตชอบกับปัญหาทลเกิดขึ้นกับสงคมอันเนื่องมาจากการขับริดในขณะเมาสุรา

เอกสารนี้เป็นเอกสารทลสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตใหนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิใหดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 18. ภาพแบบร่างป้ายโฆษณาากลางแจ้ง 1

ภาพที่ 18. เป็นภาพเปรียบเทียบการลิ้มของตัวโตมิโน โดยที่มีแก้วสุราเป็นตัวจุด
ชนวนแสดงให้เห็นว่าสุราเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุไม่เพียงแต่ผู้ที่ดื่มและขับเท่านั้นยังมีผลต่อผู้อื่นด้วย

ความหมายของภาพที่ต้องการสื่อ สุราคือความสุกเล็ก ๆ น้อยของคุณ แต่ถ้าดื่ม
และขับมันอาจมีผลมาถึงชีวิตของคุณและผู้อื่นได้



ภาพที่ 19. แบบร่างป้ายโฆษณาากลางแจ้ง 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในการเป็นตัวอย่างของงานนำเสนอให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 19. เป็นภาพที่เสียดสี ประชดประชันโฆษณาสุรา โดยจำลองภาพสถานะการรถชนไปล้อกับแผ่นป้ายโฆษณากลางแจ้งซึ่งอยู่ติดกับถนน

ความหมายที่ต้องการสื่อ การดื่มสุราและขับรถทำให้เกิดอุบัติเหตุ



รูปที่ 20. ภาพผลงานป้ายโฆษณากลางแจ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

จักรกริศน์ กนกกันทพงษ์ และสุจิตรา ลีถาว์ลัย, "ผลของสุรাত่อการขับรด- อุบัติเหตุจรรยา," วิศวกรรมสาร. (ปีที่ 34 ฉบับที่ 1 มกราคม 2524)

ชไมพันธ์ สันติการุญจน์ และคณะ, สถานการณ์อุบัติเหตุยานยนต์และการแก้ปัญหาที่เร่งด่วนใน พ.ศ.2539. กรุงเทพมหานคร: กองระบาดวิทยา และสถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุข, 2539

ปัจจยา วุฒิประสิทธิ์, "นิตยสารกับการใช้ภาพ," วิทยานิพนธ์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

ประชา สุวีรานนท์, "โหวตภาพ," วารสารธรรมศาสตร์. (ปีที่ 21 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2538) : 110 - 129

พรทิวา เฉลิมวิภาส และชไมพันธ์ สันติการุญจน์, อุบัติเหตุจรรยากับการดื่มสุราในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : สถาบันการแพทย์ด้านอุบัติเหตุและสาธารณสุข, 2537

อนงค์ นุชชมภู และคณะ สถานการณ์อุบัติเหตุยานยนต์ พ.ศ. 2536. กรุงเทพมหานคร : กองระบาดวิทยา, 2536

Teicher, Veronica F. The interplay of words and Imager in Vision Communication New York : Dell Publishing Company, 1979

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้