

ศิลปนิพนธ์ออกแบบสิ่งพิมพ์  
การรณรงค์สร้างเสริมสุขภาพ “สร้างนำซ่อม”  
HEALTH PROMOTION CAMPAIGN FOR “GET BETTER BEFORE BEATEN”



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชานิตศิลป์ ภาควิชานิตศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การรณรงค์สร้างเสริมสุขภาพ “สร้างนำซ่อม”

HEALTH PROMOTION CAMPAIGN FOR “GET BETTER BEFORE BEATEN”

นายเอกกมล ธีปฎิกานนท์

Mr.EKAMON TEEPATIKANON

ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชานิเทศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... วันที่ 25/4/66

(อาจารย์ไพฑูรย์ ตระกูลใจดี)

หัวหน้าภาควิชา..... วันที่ 30 เม.ย. 66

(อาจารย์วีศักดิ์ รักใหม่)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์

การรณรงค์สร้างเสริมสุขภาพ “สร้างนำซ่อม”

Health Promotion Campaign for “Get better before beaten”

ชื่อ

นายเอกกมล ธิปฎิกานนท์

สาขาวิชา

นิเทศศิลป์

ภาควิชา

นิเทศศิลป์

คณะ

สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา

2545

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ไพบุลย์ ตระกุลใจดี

### บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์รณรงค์สร้างเสริมสุขภาพ ในลักษณะ “สร้างนำซ่อม” ขึ้น ซึ่งเป็นลักษณะเช่นเดียวกับการป้องกันก่อนแก้ไข ซึ่งจะง่ายกว่าถ้าเริ่มจากต้นตอของปัญหา โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งมีจุดประสงค์ที่ต้องการสร้างทัศนคติเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพที่ถูกต้อง ว่าควรเริ่มต้นจากตนเองเสียก่อน ออกแบบโดยใช้ลักษณะของภาพประกอบสัญลักษณ์ (Pictograph) ซึ่งมักจะพบเห็นได้โดยทั่วไป โดยเฉพาะการสื่อสารที่ต้องการความเข้าใจอย่างรวดเร็ว สามารถเข้าใจได้ง่าย และเป็นสากล เนื่องจากการใช้ภาพในลักษณะนี้ยังมีความหมายชัดเจน ดึงดูดสายตา สามารถนำมาสื่อความหมายเฉพาะได้เป็นอย่างดี

เนื่องจากสภาพสังคมปัจจุบันเป็นแบบสื่อสารแบบเกินพอดี จึงเป็นไปได้ยากที่ผู้รับสารจะสามารถจดจำทุกข้อมูลไว้ได้ ดังนั้นการออกแบบสื่อรณรงค์นี้จะเน้นการออกแบบเพื่อให้ดูแล้วสามารถจดจำได้จากภาพประกอบที่ง่าย แต่สร้างแรงดึงดูด เนื้อหาที่จะนำเสนอเกี่ยวกับการรณรงค์สร้างสุขภาพ เนื่องจากสภาพสังคมปัจจุบันที่อยู่ในภาวะเร่งรีบ ต้องแข่งขันอยู่ตลอดเวลา จึงขาดการดูแลเกี่ยวกับสุขภาพของตนเอง หรือไม่ก็เข้าใจผิดเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ ได้กำหนดแนวทางของงานทั้งหมด จากการสรุปข้อมูลการรณรงค์สุขภาพจากหน่วยงานต่างๆ นำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อเสนอให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด จึงได้สรุปหัวข้อที่จะใช้รณรงค์สร้างเสริมสุขภาพ 7 ข้อด้วยกัน ได้นำลักษณะการออกแบบภาพสัญลักษณ์ (Pictograph) มาใช้ และภาพที่ได้ตัดทอนกราฟฟิก มาเป็นภาพดำเนินเนื้อหา เนื่องจากภาพในลักษณะเช่นนี้

ดึงดูดความสนใจ มีลักษณะเฉพาะตัว เพื่อให้เนื้อหาที่มีความเหมาะสมตรงกับกลุ่มเป้าหมาย  
จึงได้ดึงเอาเรื่องราวต่างๆ ที่เคยพบเห็นในชีวิตประจำวัน นำมาใช้ในการออกแบบ

โดยจะนำเสนอข้อมูลในหลายๆ รูปแบบ ได้แก่ การชี้ให้เห็นปัญหา การเสียดสี  
การเสนอแนวทางให้เลือก การบอกข้อมูลโดยตรง การเปรียบเทียบให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องกัน  
หัวข้อทั้ง 7 ที่จะนำเสนอได้สรุป ดังนี้

1. การสำรวจร่างกายตนเอง
2. การรับประทานอาหาร
3. การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ
4. การผ่อนคลายจากการดำเนินชีวิต
5. ละ ลด เลิก อบายมุข และสิ่งเสพติด
6. มีสติ และไม่ประมาทในพฤติกรรม
7. อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม

เนื่องจากสื่อธรรมะชุดนี้มีความต้องการให้เป็นหลักในการดำเนินชีวิตว่าสิ่งใดที่เป็นสิ่งดี  
สิ่งใดเราควรปรับเปลี่ยน และยังต้องการให้เกิดกระแสในการใส่ใจต่อสุขภาพของตนเอง  
เพราะปัจจุบันสาเหตุของการเกิดโรคต่างๆ นั้นเกิดจากการดำเนินชีวิตประจำวันที่ไม่ถูกต้อง  
และให้เกิดการตื่นตัวทางด้านการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในการดูแลสุขภาพอย่างง่าย

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ

คุณแม่ คุณน้อง คอยให้กำลังใจ คำติชม และเสนอความคิดใหม่ๆ

คุณครูทุกท่าน ที่ช่วยแนะนำ และแก้ไขปัญหา จนงานสามารถสำเร็จลุล่วง

ร้านอาหารพี่เดือน ที่ให้เราฝึกปฏิบัติงานสู้งานต่อไป

เพื่อนๆ นิเทศศิลป์ จาก 17 ทุกคนที่มีความคิดดีๆ เหลือเฟือ และน้ำใจที่ล้นเหลือแบ่งปัน  
ให้กันและกัน ชื่นเขียนความทรงจำมากมาย ให้เกิดขึ้นในช่วงเวลาแสนสั้น

ขอขอบคุณทุกคนครับ



เอกกมล ธิปฏิกานนท์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญภาพประกอบ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ	
1. ความสำคัญของโครงการ.....	1
2. วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
3. ขอบเขตของโครงการ.....	2
4. แนวทางในการบรรลุเป้าหมาย.....	2
5. ขั้นตอนการทำงาน.....	2
6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
2 เอกสารและข้อมูลโครงการ	
1 ความเป็นมา.....	4
2 สำนักงานกองทุนส่งเสริมสุขภาพ (สสส.).....	5
3 สถานการณ์สุขภาพ.....	7
4 แผนนโยบายการแก้ไขปัญหาของภาครัฐ.....	8
5 ข้อมูลการออกแบบ.....	11
5.1 สัญลักษณ์ MARK.....	11
5.2 รายละเอียดรูปแบบสัญลักษณ์ต่างๆ.....	11
5.2.1 SYMBOLS.....	11
5.2.2 PICTOGRAPHS.....	12
5.2.3 LETTERMARKS.....	12
5.2.4 LOGOS.....	13
5.2.5 COMBINATION.....	12
5.2.6 MARKS.....	13
5.2.7 TRADEMARKS.....	13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและตั้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6. PICTOGRAPHS.....	13
6.1 ประเภทของ PICTOGRAPHS.....	15
7. ความแตกต่างระหว่าง PICTOGRAPHS กับ PHOTOGRAPHS.....	17
8. ภาพ PICTOGRAPHS แนวทางใหม่ๆ.....	17
9. การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์.....	18
10. ความสำคัญของภาพในงานโฆษณา.....	19
11. หลักเกณฑ์ที่นักโฆษณาพิจารณาในการเลือกใช้ภาพ.....	20
12. การสื่อความหมาย ( communication ).....	20
13. การใช้งาน โฆษณาประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมสังคม.....	21
14. ประเภทของการโฆษณาส่งเสริมภาพพจน์.....	21
14.1 โฆษณาส่งเสริมสังคม ( Public Service Advertising).....	22
15. ขั้นตอนการออกแบบสิ่งพิมพ์.....	23
16. การเลือกรูปแบบข้อความโฆษณา (Choosing the Advertising Message).....	23
17. โปสเตอร์ POSTER.....	25
17.1 ขนาดของโปสเตอร์และตัวอักษร.....	26
18. สีที่มีผลต่อความรู้สึกทางการออกแบบ (Colour).....	28
19. Theory of Colour Expression.....	28
3 ขั้นตอนการดำเนินงาน	
1. สถานการณ์สุขภาพ.....	30
2. กลุ่มเป้าหมายหลัก.....	30
2.1 กลุ่มเป้าหมายรอง.....	31
3. จิตวิทยากลุ่มเป้าหมาย.....	32
4. พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย.....	32
5. สื่อที่เคยจัดทำในโครงการรณรงค์อื่นๆ.....	34
6. สื่อที่นำมาใช้ในการรณรงค์.....	36
7. แนวทางกลยุทธ์.....	37

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและตั้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
8. แนวความคิดในการออกแบบ.....	38
9. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเพื่อการออกแบบงานแต่ละชิ้น.....	39
9.1 การสำรวจร่างกายตนเอง “สังเกตสิ่งบอกเหตุสุขภาพ”.....	39
9.2 การรับประทานอาหาร “เลือกซื้อ เลือกรับประทาน”.....	39
9.3 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ “ออกแรงสร้างสุข”.....	39
9.4 การผ่อนคลายจากการดำเนินชีวิต “พักผ่อนให้เพียงพอ” .....	40
9.5 “ละ ลด เลิก อบายมุข และสารเสพติด”.....	40
9.6 มีจิตใจที่สงบ และไม่ประมาทในพฤติกรรม “มองโลกในแง่ดี”.....	40
9.7 สภาพแวดล้อมเหมาะสม “ปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม”.....	40
4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
1. แนวทางการออกแบบ.....	41
2. ลักษณะแบบร่างงานสื่อต่างๆ.....	41
2.1 แบบร่างโดยรวมๆของงาน ซึ่งต้องปรับเปลี่ยน และแก้ไข.....	41
3. ผลงานจริงสติกเกอร์.....	43
3.1 แนวการออกแบบสติกเกอร์.....	44
4. ผลงานจริง ของโปสเตอร์	
4.1 โปสเตอร์ แผ่นที่ 1 รณรงค์ให้หมั่นตรวจสอบสภาพร่างกายตนเอง.....	45
4.2 โปสเตอร์ แผ่นที่ 2 รณรงค์ให้ดื่มน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ.....	46
4.3 โปสเตอร์ แผ่นที่ 3 รณรงค์ให้ออกกำลังกาย และผ่อนคลายความเครียด	47
4.4 โปสเตอร์ แผ่นที่ 4 รณรงค์ให้พักผ่อนให้เพียงพอ.....	48
4.5 โปสเตอร์ แผ่นที่ 5 รณรงค์ลดละเลิก บุหรี่ เหล้า สารเสพติด.....	49
4.6 โปสเตอร์ แผ่นที่ 6 รณรงค์ให้มองโลกในแง่ดี.....	50
4.7 โปสเตอร์ แผ่นที่ 7 รณรงค์ให้จัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม.....	51

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
5. ผลงานจริง ไปสการ์ด	
5.1 ไปสการ์ด แผ่นที่ 1 รมรงค์ให้หมั่นตรวจสอบสภาพร่างกายตนเอง.....	52
5.2 ไปสการ์ด แผ่นที่ 2 รมรงค์ให้ดื่มน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ.....	52
5.3 ไปสการ์ด แผ่นที่ 3 รมรงค์ให้ออกกำลังกาย และผ่อนคลายความเครียด	53
5.4 ไปสการ์ด แผ่นที่ 4 รมรงค์ให้พักผ่อนให้เพียงพอ.....	54
5.5 ไปสการ์ด แผ่นที่ 5 รมรงค์ลดละเลิก บุหรี่ เหล้า สารเสพติด.....	54
5.6 ไปสการ์ด แผ่นที่ 6 รมรงค์ให้มองโลกในแง่ดี.....	55
5.7 ไปสการ์ด แผ่นที่ 7 รมรงค์ให้จัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม.....	55
6. ผลงานจริง สิ่งพิมพ์นิตยสาร	
6.1 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่น 1 รมรงค์ให้หมั่นตรวจสอบสภาพร่างกายตนเอง	56
6.2 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 2 รมรงค์ให้ดื่มน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ	56
6.3 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 3 รมรงค์ให้ออกกำลังกาย ผ่อนคลายความเครียด	57
6.4 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 4 รมรงค์ให้พักผ่อนให้เพียงพอ.....	57
6.5 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 5 รมรงค์เลิกอบายมุข.....	58
6.6 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 6 รมรงค์ให้มองโลกในแง่ดี.....	59
6.7 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 7 รมรงค์ให้จัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม...	60
5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
1. สรุปผลการทำงาน.....	61
2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน.....	61
3. ประโยชน์ที่ได้รับ.....	62
บรรณานุกรม.....	63
ประวัติผู้เขียน.....	64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้นฉบับอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).....	4
2. แผนที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).....	4
3. ตัวอย่างภาพ SYMBOLS.....	12
4. ตัวอย่างภาพ PICTOGRAPHS.....	12
5. ตัวอย่างภาพ LETTERMARKS.....	12
6. ตัวอย่างภาพ LOGOS.....	13
7. ตัวอย่างภาพ TRADEMARKS.....	13
8. ตัวอย่างภาพ PICTOGRAPHS.....	13
9. ป้ายเตือน และบอกเหตุ.....	15
10. สัญลักษณ์แสดงประเภทกีฬาต่างๆ ในโอลิมปิกเกมส์.....	15
11. สัญลักษณ์ที่มีความหมายเฉพาะในบางสิ่ง.....	16
12. การนำ PICTOGRAPHS มาใช้ภายในอาคาร.....	16
13. ภาพสัญลักษณ์อำนวยความสะดวกจากศูนย์บริการในสวนสาธารณะ.....	16
14. ภาพความแตกต่างระหว่าง PICTOGRAPHS AND PHOTOGRAPHS.....	17
15. ภาพ PICTOGRAPHS แนวทางใหม่ๆ.....	18
16. ภาพแสดงขนาดโปสเตอร์.....	27
17. กราฟแสดงอัตราส่วนของประชากร กลุ่มอายุสำคัญ.....	31
18. ตารางพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย.....	33
19. โปสเตอร์โครงการ ขยับกาย สบายชีวิ.....	34
20. โปสเตอร์แสดงรายละเอียดในการออกกำลังกาย.....	34
21. โปสเตอร์แนะนำรายละเอียดในการจัดการสุขภาพ.....	34
22. โปสเตอร์รณรงค์ให้ออกกำลังกายในลักษณะต่างๆ.....	35
23. ภาพสื่อโครงการรวมพลังสร้างสุขภาพในสื่อรูปแบบต่างๆ.....	35
24. โปสเตอร์รณรงค์สิทธิเกี่ยวกับสุขภาพ ของ WHO.....	36
25. แผนผังการวิเคราะห์สื่อ.....	36
26. แบบร่าง ร่างกายตนเองเป็นตัวบอกเหตุสุขภาพ.....	42
27. แบบร่าง ออกกำลังทำที่ไหนก็ได้.....	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและข้อมูลอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญญภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
28. แบบร่าง การพักผ่อน.....	42
29. แบบร่าง ระบายมุข สารเสพติด.....	42
30. แบบร่าง มองโลกในแง่ดี.....	42
31. แบบร่าง สภาพแวดล้อมเหมาะสม.....	42
32. ผลงานจริง STICKER.....	43
33. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 1 ธรรมชาติให้มันตรวจสอบสภาพร่างกายตนเอง.....	45
34. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 2 ธรรมชาติให้ดื่มน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ.....	46
35. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 3 ธรรมชาติให้ออกกำลังกาย และผ่อนคลายความเครียด.....	47
36. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 4 ธรรมชาติให้พักผ่อนให้เพียงพอ.....	48
37. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 5 ธรรมชาติลดละเลิก บุหรี่ เหล้า สารเสพติด.....	49
38. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 6 ธรรมชาติให้มองโลกในแง่ดี.....	50
39. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 7 ธรรมชาติให้จัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม.....	51
40. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 1 ธรรมชาติให้มันตรวจสอบสภาพร่างกายตนเอง.....	52
41. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 2 ธรรมชาติให้ดื่มน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ.....	52
42. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 3 ธรรมชาติให้ออกกำลังกาย และผ่อนคลายความเครียด.....	53
43. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 4 ธรรมชาติให้พักผ่อนให้เพียงพอ.....	54
44. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 5 ธรรมชาติลดละเลิก บุหรี่ เหล้า สารเสพติด.....	54
45. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 6 ธรรมชาติให้มองโลกในแง่ดี.....	55
46. ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 7 ธรรมชาติให้จัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม.....	55
47. ผลงานจริง แมกกาซีน แผ่นที่ 1 ธรรมชาติให้มันตรวจสอบสภาพร่างกายตนเอง.....	56
48. ผลงานจริง แมกกาซีน แผ่นที่ 2 ธรรมชาติให้ดื่มน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ.....	56
49. ผลงานจริง แมกกาซีน แผ่นที่ 3 ธรรมชาติให้ออกกำลังกาย และผ่อนคลายความเครียด.....	57
50. ผลงานจริง แมกกาซีน แผ่นที่ 4 ธรรมชาติให้พักผ่อนให้เพียงพอ.....	57
51. ผลงานจริง แมกกาซีน แผ่นที่ 5 ธรรมชาติเลิกอบายมุข.....	59
52. ผลงานจริง แมกกาซีน แผ่นที่ 6 ธรรมชาติให้มองโลกในแง่ดี.....	59
53. ผลงานจริง แมกกาซีน แผ่นที่ 7 ธรรมชาติให้จัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม.....	60

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความสำคัญของโครงการ

โครงการนี้เป็นการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์รณรงค์สร้างเสริมสุขภาพ ในลักษณะ “สร้างนำซ่อม” ขึ้น ซึ่งเป็นลักษณะเช่นเดียวกับการป้องกันก่อนแก้ไข ซึ่งจะง่ายกว่าถ้าเริ่มจากต้นตอของปัญหา โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งมีจุดประสงค์ที่ต้องการสร้างทัศนคติเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพที่ถูกต้อง ว่าควรเริ่มต้นจากตนเองเสียก่อน ออกแบบโดยใช้ลักษณะของภาพประกอบสัญลักษณ์ (Pictograph) ซึ่งมักจะพบเห็นได้โดยทั่วไป โดยเฉพาะการสื่อสารที่ต้องการความเข้าใจอย่างรวดเร็ว สามารถเข้าใจได้ง่าย และเป็นสากล เนื่องจากการใช้ภาพในลักษณะนี้ยังมีความหมายชัดเจน ดึงดูดสายตา สามารถนำมาสื่อความหมายเฉพาะได้เป็นอย่างดี

เนื่องจากสภาพสังคมปัจจุบันเป็นแบบสื่อสารแบบเกินพอดี จึงเป็นไปได้ยากที่ผู้รับสารจะสามารถจดจำทุกข้อมูลไว้ได้ ดังนั้นการออกแบบสื่อรณรงค์นี้จะเน้นการออกแบบเพื่อให้ดูแล้วสามารถจดจำได้ จากภาพประกอบที่ง่าย แต่สร้างแรงดึงดูด เนื้อหาที่จะนำเสนอเกี่ยวกับการรณรงค์สร้างสุขภาพ เนื่องจากสภาพสังคมปัจจุบันที่อยู่ในภาวะเร่งรีบ ต้องแข่งขันอยู่ตลอดเวลา จึงขาดการดูแลเกี่ยวกับสุขภาพของตนเอง หรือไม่ก็เข้าใจผิดเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ

### 2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ส่งเสริมให้เกิดความสนใจ และสร้างทัศนคติในเรื่องการดูแลสุขภาพเสริมสุขภาพของตนเอง
2. เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อสาร โดยใช้ภาพสัญลักษณ์ (Pictograph) และกราฟฟิคสองมิติ

3. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ภาพสัญลักษณ์ (Pictograph) และกราฟฟิคสองมิติ เป็นภาพเพื่อสื่อความหมาย และเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารได้

### 3. ขอบเขตของโครงการ

ผลงานออกแบบสัญลักษณ์โครงการรณรงค์สร้างเสริมสุขภาพ

โปสเตอร์รณรงค์ (Posters) ขนาด A 2 (42 x 60 ซม.) จำนวน 7 ชิ้น

สิ่งพิมพ์ในนิตยสาร (Magazine Advertising) ขนาด A 4 (21 x 29 ซม.) จำนวน 7 ชิ้น

โปสการ์ด (Postcards) (10 x 15 ซม.) จำนวน 7 ชิ้น

สติ๊กเกอร์สัญลักษณ์โครงการ (Sticker) (10 x 10 ซม.) จำนวน 1 ชิ้น

### 4. แนวทางบรรลุเป้าหมาย

1. รวบรวมข้อมูล / ข้อมูลเนื้อหา / ข้อมูลแนวทางการออกแบบ
2. วิเคราะห์ข้อมูล / สรุปประเด็นที่ต้องการนำเสนอ / เลือกรูปแบบการนำเสนอ
3. ทดลองออกแบบ
4. นำเสนอแบบร่าง
5. ปรับปรุงแบบร่าง

### 5. ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. เสนอหัวข้อ อธิบายแนวทางการความเป็นไปได้
2. เสนอข้อมูลและข้อสรุปเบื้องต้น แนวทางการออกแบบ โดยรวบรวม / จัดข้อมูลเอกสาร
3. เสนอแบบร่างครบทุกส่วน พร้อมข้อมูลเอกสารส่วนที่สำคัญ
4. เสนองานออกแบบ (ชิ้นงานจริง) พร้อมทั้งเอกสารข้อมูลทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เรียนรู้ระบบการทำงานที่เป็นขั้นตอน การใช้เหตุผล ความเหมาะสมในการใช้เหตุผล เพื่อการออกแบบนั้นๆ เพื่อพัฒนางานให้สำเร็จ ละเอียดสมบูรณ์ที่สุด
2. สามารถสรุปวิเคราะห์แนวความคิด ให้สัมพันธ์กัน และมีความต่อเนื่องกัน ตลอดจน สามารถพัฒนาแนวความคิด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### เอกสารและข้อมูลโครงการ

#### 1. ความเป็นมา

“...การรักษาความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกายเป็นปัจจัยของเศรษฐกิจที่ดี และสังคมที่มั่นคง เพราะร่างกายที่แข็งแรงนั้น โดยปรกติ จะอำนวยความสะดวกให้สุขภาพจิตใจสมบูรณ์ด้วย และเมื่อมีสุขภาพสมบูรณ์ดีพร้อมทั้งร่างกายและจิตใจแล้ว ย่อมมีกำลังทำประโยชน์ สร้างสรรค์เศรษฐกิจและสังคมของบ้านเมือง ได้เต็มที่ ทั้งไม่เป็นภาระแก่สังคมด้วย คือเป็นแต่ผู้สร้าง มิใช่ผู้ถ่วง ความเจริญ ...”

พระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ได้รับพระบรมราชานุญาตให้ใช้ประกอบโครงการรณรงค์ รวมพลังสร้างสุขภาพตามรอยพระยุคลบาท คัดคัดตอนจาก พระบรมราโชวาท ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของมหาวิทยาลัยมหิดล ณ อาคารใหม่ สวนอัมพร วันจันทร์ ที่ ๒๒ ตุลาคม ๒๕๒๒

สุขภาพเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการเพิ่มผลผลิต เพราะการเพิ่มผลผลิตต้องอาศัยคนทำ ถ้าคนทำการเพิ่มผลผลิตมี สุขภาพดี ย่อมสามารถทำการเพิ่มผลผลิต ได้เต็มที่และต่อเนื่อง เป็นผลให้การเพิ่มผลผลิตบรรลุเป้าหมายได้โดยเร็ว ในทางตรงกันข้าม ถ้าคนที่ทำการเพิ่มผลผลิตมีสุขภาพที่ไม่ดี เจ็บป่วยอยู่เสมอ สามวันดีสี่วันไข้ การเพิ่มผลผลิตจะบรรลุผล ได้ช้า หรืออาจไม่บรรลุเลย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งเป็นหน่วยงานอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของนายกรัฐมนตรี มีหน้าที่โดยตรงในเรื่องการสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อให้บรรลุผลในการลดอัตราการเจ็บป่วย และเสียชีวิตก่อนวัยอันควร โดยการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการรณรงค์สร้างเสริมสุขภาพในลักษณะ ”สร้างนำซ่อม” ขึ้น เพื่อช่วยกระตุ้นการสร้างเสริมสุขภาพ ให้ต่างจากอดีต ให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและความเชื่อ ที่เมื่อเกิดเจ็บ ไข้ได้ป่วยแล้วค่อยมาหาทางรักษา ช่วยลดภาระทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)



### ภาพที่ 1 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นหน่วยงานของรัฐที่มีใช้ส่วนราชการ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของนายกรัฐมนตรี จัดตั้งขึ้น โดยพระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ.2544 เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่เดือนเมษายน 2544 โดย สสส. มีหน้าที่ผลักดัน กระตุ้น สนับสนุน และร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ในสังคม ในการขับเคลื่อนกระบวนการสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อให้บรรลุผลในการลดอัตราการเจ็บป่วยและเสียชีวิตก่อนวัยอันควร กระตุ้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและความเชื่อ และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อคุณภาพชีวิต ช่วยลดภาระทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ด้วยการสร้างเสริมสุขภาพเป็นเรื่องของทุกคน และทุกองค์กรในสังคมที่ต้องการพัฒนา กิจกรรมด้านการสร้างเสริมสุขภาพ ดังนั้น ภาคิของ สสส. จึงไม่จำกัดเฉพาะองค์กรใดองค์กรหนึ่ง แต่เป็นองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

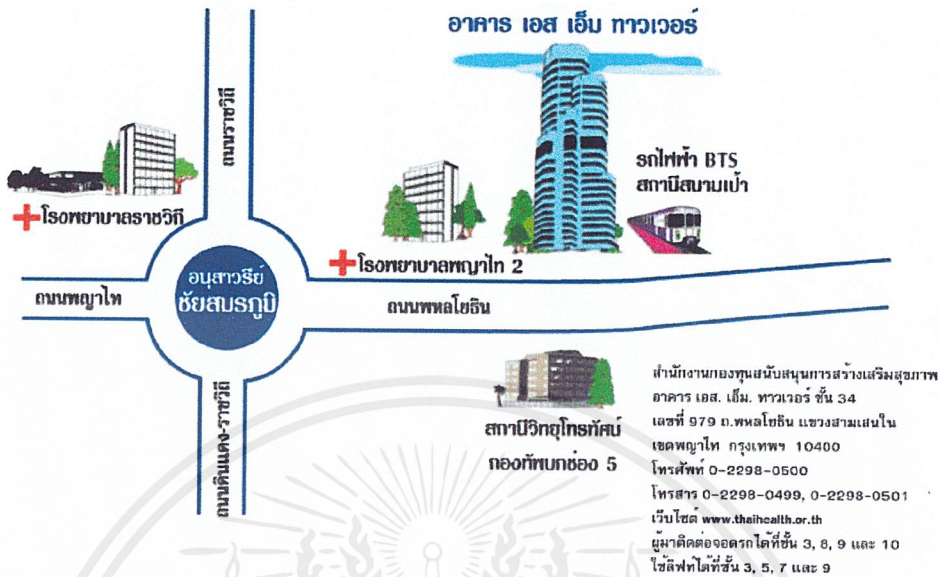
ที่อยู่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

979/116-120 ชั้น 34 อาคารเอส เอ็ม ทาวเวอร์ ถ.พหลโยธิน

แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0-2298-0500

โทรสาร 0-2298-0499 หรือ 0-2298-0501



ภาพที่ 2 แผนที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

สสส. มีบทบาทในการสนับสนุนหน่วยงานภาคีในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ข้อมูลและคำแนะนำทางด้านวิชาการ เพื่อให้เกิดการดำเนินโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ
- การเชื่อมประสานให้หน่วยงานต่างๆ ที่มีจุดหมายร่วมกัน สามารถทำงานได้อย่างสอดคล้อง ประสานและเกื้อหนุนกัน
- สนับสนุนเงินทุน เพื่อให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ไม่หยุดอยู่เพียงในจินตนาการ
- การนำผลไปเผยแพร่สู่สาธารณะเพื่อให้สังคมได้รับรู้และได้เห็นแบบอย่างที่ดี เกิดการกระตุ้นให้ ประชาชนแสดงความคิดเห็น อันจะเป็นแรงกระตุ้นในการดำเนินโครงการตัวอย่าง และเกิดการนำไปทดลองปฏิบัติอย่างแพร่หลายในวงกว้าง
- เสนอรัฐบาล เมื่อ ได้ข้อสรุปเชิงนโยบายจากงานวิจัยหรือโครงการตัวอย่างใดๆ เพื่อขยายผลเป็นนโยบายสาธารณะหรือผลักดันในวงกว้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. สถานการณ์ด้านสุขภาพ

#### 2.1 สภาพปัญหาสุขภาพของคนไทย

ปัญหาสาธารณสุขเป็นปัญหาที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศ ปัญหาสาธารณสุขในปัจจุบันล้วนแต่เกิดจากพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่ถูกต้องของประชาชนซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายในจากตัวบุคคล และปัจจัยสิ่งแวดล้อม ดังนั้นในการแก้ปัญหาสาธารณสุขให้ได้อย่างยั่งยืนจึงต้องปลูกฝัง สร้างเสริม และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องให้แก่ประชาชน ในขณะที่ประเทศไทยจำเป็นต้องมีความเข้มแข็ง แต่จากการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันในระดับโลกปรากฏว่า ประเทศไทยมีความสามารถลำดับที่ 35 จาก 47 ประเทศ (World Competitiveness Report, 2000) สาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งได้แก่ คุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ ของประเทศที่ยังแสดงความด้อยด้านการศึกษาและสุขภาพ

ปัญหาสุขภาพของคนไทยมีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตอย่างมาก โรคติดเชื้อที่เคยเป็นปัญหาสำคัญของประเทศกลับลดลง เปลี่ยนเป็น โรคที่มีสาเหตุจากพฤติกรรม และการดำรงชีวิตที่ไม่เหมาะสม เช่น โรคหัวใจ โรคมะเร็ง โรคเอดส์ อุบัติเหตุ ล้วนมีสาเหตุมาจากสภาพชีวิต (Lifestyle) เช่น การกินอาหาร การสูบบุหรี่ การดื่มสุรา การไม่ออกกำลังกาย การสัจจร การประกอบอาชีพ เป็นต้น ซึ่งมีผลกระทบในด้านค่าใช้จ่าย ขณะนี้ประเทศไทยใช้ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพเป็นมูลค่ารวมประมาณร้อยละ 4-5 ของรายได้ประชาชาติ หรือราว 200,000 ล้านบาทต่อปี ในจำนวนนี้คิดเป็นภาระงบประมาณของรัฐราว 8-9 หมื่นล้านบาท และที่เหลือเป็นภาระของประชาชน ตลอดระยะเวลาสิบปีที่ผ่านมาแนวโน้มค่าใช้จ่ายนี้สูงเร็วกว่าการเพิ่มรายได้ของประเทศ หากไม่มีการควบคุมด้านค่าใช้จ่าย ภาระทางการเงินก็จะสูงเกินกว่าที่สังคมไทยจะแบกรับได้

#### 2.2 ข้อมูลสุขภาพหลายประเด็นสะท้อนถึงความอ่อนด้อยที่น่าเป็นห่วง

- แรงงานไทยเจ็บป่วยด้วยโรคที่เกี่ยวข้องกับงาน ในอัตราสูงกว่าประเทศที่พัฒนาแล้วกว่า 5 เท่า
- แรงงานหนุ่มสาว หรือเยาวชนไทยมีพัฒนาทางกายต่ำกว่าเกณฑ์ถึงราวร้อยละ 15
- เยาวชนไทยในระบบโรงเรียนคิดสารเสพติด ประมาณว่าเยาวชนอายุต่ำกว่า 15 ปี ทั้งหมดคิดสารเสพติด ไม่น่าจะน้อยกว่า 1 ล้านคน
- ในภาพรวม ชายไทยมีช่วงอายุที่มีสุขภาพดีสั้นกว่าที่ควรเฉลี่ยคนละเป็น 17 ปี และช่วงชีวิตสุขภาพดีของหญิงไทยเฉลี่ยสั้นกว่าที่ควรคนละ 14 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันผู้ชายไทยมีอายุสั้นกว่าที่ควรจะเป็นเฉลี่ยถึงคนละ 19 ปี ในขณะที่ผู้หญิงไทยมีอายุสั้นกว่าที่ควรเฉลี่ยคนละ 15 ปี สาเหตุการเสียชีวิตของคนไทยส่วนใหญ่มาจากปัญหาด้านพฤติกรรม เช่น การสูบบุหรี่ การดื่มสุรา อุบัติเหตุ การมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่เหมาะสม ฯลฯ โดยคนไทยต้องใช้จ่ายเป็นค่ารักษาพยาบาลถึงปีละ 200,000 ล้านบาท

จะเห็นได้ว่าสาเหตุของการเสียชีวิตของคนไทยตามสถิติดังกล่าว ล้วนมาจากโรคภัยที่สามารถป้องกันได้ จนถึงวันนี้ เป็นที่ประจักษ์แล้วว่า การสร้างเสริมสุขภาพ เป็นยุทธศาสตร์ที่เป็นหัวใจสำคัญในการแก้ปัญหา ซึ่งเน้นหนักไปที่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม วิถีชีวิตและสภาพแวดล้อม เช่น เลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ งดสุราและบุหรี่ สัตว์จรอย่างปลอดภัย อยู่อาศัยในสภาพแวดล้อมที่ดี ออกกำลังกายสม่ำเสมอ ป้องกันโรคขณะมีเพศสัมพันธ์ เป็นต้น

#### 4. แนวนโยบายการแก้ไขปัญหาสุขภาพของภาครัฐ

จากเหตุผลและความจำเป็นดังกล่าวข้างต้นกระทรวงสาธารณสุข ร่วมกับกระทรวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้พิจารณา และกำหนดนโยบายการศึกษาแห่งชาติ และสุขบัญญัติแห่งชาติขึ้น และได้แจ้งไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการดำเนินงานศึกษาจำเป็นต้องพัฒนาในทุกระบบของสังคมเพื่อให้งานศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผลในการปลูกฝังและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพไปในทิศทางที่พึงประสงค์ ซึ่งจะทำให้ประชาชนสามารถดูแลสุขภาพของตนเอง ครอบครัว และชุมชน รวมทั้งมีการระดมทรัพยากร และมีส่วนร่วมสนับสนุนการแก้ปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญของประเทศ เพื่อบรรลุเป้าหมายคุณภาพชีวิตที่ดี และอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุข กระทรวงสาธารณสุข ได้แจ้งถึงนโยบายการศึกษา ให้หน่วยงานต่างๆ

สุขบัญญัติแห่งชาติ กำหนดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ไว้ 10 ข้อ โดยได้มุ่งพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพเพื่อลดปัญหาสาธารณสุขของประเทศในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ อนามัยส่วนบุคคล การบริโภคอาหาร บุหรี่ สุรา สารเสพติด การออกกำลังกาย สุขภาพจิต อุบัติเหตุ และอนามัย สิ่งแวดล้อม ซึ่งมีการกำหนด ข้อปฏิบัติเพื่อพัฒนาให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ดังนี้

- ข้อที่ 1 ดูแลรักษาร่างกายและของใช้ให้สะอาด
- ข้อที่ 2 รักษาฟันให้แข็งแรงและแปรงฟันทุกวันอย่างถูกต้อง
- ข้อที่ 3 ล้างมือให้สะอาดก่อนกินอาหารและหลังขับถ่าย
- ข้อที่ 4 กินอาหารสุก สะอาด ปราศจากสารอันตราย หลีกเลี่ยงอาหารรสจัด สีฉูดฉาด

ข้อที่ 5 งดบุหรี่ยาสูบ สุรา สารเสพติด การพนันและการสำสอนทางเพศ

ข้อที่ 6 สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวให้อบอุ่น

ข้อที่ 7 ปกป้องกันอุบัติเหตุด้วยการไม่ประมาท

ข้อที่ 8 ออกกำลังกายสม่ำเสมอและตรวจสุขภาพประจำปี

ข้อที่ 9 ทำจิตใจให้ร่าเริงแจ่มใสอยู่เสมอ

ข้อที่ 10 มีจิตสำนึกต่อส่วนรวม ร่วมสร้างสรรค์สังคม

นอกจากนั้นยังมี หลักสุขภาพไทย 12 ประการ กำหนดขึ้น โดยชมรมอยู่ ร้อยปี-ชีวิตเป็นสุข ชมรมนี้ก่อตั้ง โดย กลุ่มผู้รักษาสุขภาพที่มีแนวคิดสอดคล้องกันว่าคนเราสามารถดำรงชีวิตอยู่อย่างมีความสุขได้ยาวนานถึง 100 ปี หรือกว่านั้น หากประพฤติปฏิบัติตนอย่างถูกต้อง ตาม หลักวิชาการ ที่ได้มีการศึกษาวิจัยมาเป็นอย่างดีแล้ว สมาชิกผู้ก่อตั้งเป็นแพทย์ในสาขาต่างๆ ถึง 8 ท่าน และเป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางด้าน สุขภาพอีกไม่น้อยกว่า 9 ท่าน หลักสุขภาพไทย 12 ประการ บัญญัติขึ้นเพื่อเป็นหนทางชี้นำทางแนวคิด และวิถีปฏิบัติตนให้กับผู้คนร่วมสังคมไทย ต่อไป นี้จะขอกล่าวถึงหลักสุขภาพไทย 12 ประการพอสังเขป ดังนี้คือ

- ส่งเสริมวิถีชีวิตอันเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของคน ไทยด้วยการพึ่งตนเองเป็นหลักทำงานขยันขันแข็งใช้จ่ายอย่างประหยัด มัธยัสถ์
- ส่งเสริมวิถีชีวิตแบบสังคมชนบทเกษตรกรรมธรรมชาติแบบผสมผสานด้วยการสร้างสังคมระดับหมู่บ้าน ตำบลที่อยู่ใกล้ ธรรมชาติ มีระบบการผลิตและหมุนเวียนบริโภคของตนเอง และพึ่งตนเองได้
- กินอย่างไทย ปรุงอาหารกินเองในบ้าน ลดละการกินอาหารตะวันตกและอาหารจีน ไม่กินอาหารจนล้นเกิน กินแต่พออิ่ม เลิกสารปรุงแต่งที่ไม่มีคุณค่าอาหาร เช่น ผงชูรส กินข้าวกล้อง หรือข้าวซ้อมมือแทนการกินข้าวขาว หรืออาหารที่ทำจากแป้งขัดขาว ไม่กินน้ำตาล ฟอกขาวขนมหวาน น้ำอัด ลม ไม่ใช้น้ำตาลปรุงอาหารจนมากเกินไป
- ลดการกิน ไขมันชนิดที่มีกรดไขมันอิ่มตัวสูง เช่น ไขมันจากสัตว์ น้ำมันมะพร้าว และน้ำมันปาล์ม เลือกใช้น้ำมันพืชที่มีกรด ไขมันไม่อิ่มตัวสูง ใช้น้ำมันปรุงอาหารวันละประมาณ 3 ช้อนชา สำหรับแต่ละคน
- ลดการกินเนื้อสัตว์ให้น้อยลงเหลือเท่าที่จำเป็น ผู้ใหญ่กินเนื้อสัตว์ไม่เกินวันละ 100 กรัม เด็กวัยเจริญเติบโตกินเนื้อสัตว์ไม่ เกินวันละ 200 กรัม เลือกกินอาหารทะเล เช่น ปลา ปู กุ้ง ทะเล และเลิกการกินกุ้งกุลาดำ เพราะมีสารปฏิชีวนะตกค้างสูงมาก

- กินผักสด ผลไม้สดให้มาก อย่างน้อยวันละ 5 ส่วนบริโภค (1 ส่วนบริโภค-ผักสด 100 กรัม หรือ 1 งาน หรือ = น้ำผลไม้คั้น 250 ซีซี หรือ 1 แก้ว หรือ = ผลไม้หั่นชิ้น 1 งานเล็ก) เพราะผักสด ผลไม้สด เป็นแหล่งของแร่ธาตุ วิตามิน เอนไซม์ ฮอร์โมน และพลัง แห่งชีวิต ช่วยสร้างเสริมความอ่อนเยาว์ ป้องกันมะเร็ง ควรเลือกผักที่ปราศจากสารพิษปนเปื้อน
- ไม่กินอาหารขยะ เช่น บะหมี่ของขนมกรุบกรอบ ไม่ดื่มเหล้า เบียร์ ไวน์ หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่สูบบุหรี่และเสพสาร เสพติดอื่นใด เลิกดื่มชา หรือกาแฟ หันมาดื่มชาสมุนไพรแทน
- ผู้ที่ปรารถนาจะมีอายุยืนยาวควรเลิกดื่มนมวัว และผลิตภัณฑ์จากวัวเพราะให้โทษมากกว่า ให้ประโยชน์ ดื่มนมถั่วเหลืองที่ ไม่มีครีมเทียมแทน ถ้าต้องการเสริมแคลเซียมให้กิน กุ้งแห้ง ปลากรอบ กะปิ ปลาร้า เต้าหู้ งาดำ สำหรับทารก ต้องกินนมแม่
- ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอครั้งละ ไม่น้อยกว่า 25 นาที สัปดาห์ละอย่างน้อย 3 ครั้ง เลือกชนิดที่เป็นแอโรบิกผสมผสานกับ การออกกำลังกายแบบตะวันออก เช่น ชี่กง ไท้เก๊ก โยคะ และฤๅษีดัดตน ควรพักผ่อนให้เพียงพอ
- รู้จักคลายเครียด ผีอกสมาธิขัดเกลาความคิดและจิตวิญญาณ ให้รู้จักพอมีเมตตากรุณาต่อผู้อื่น และรู้เห็นสรรพสิ่งตามความเป็นจริง
- เรียนรู้วิธีรักษาสุขภาพด้วยตนเอง ใช้วิธีการต่างๆ ของวิถีสุขภาพแบบองค์รวมอย่างมีเหตุผล ใช้จ่ายเท่าที่จำเป็น
- เมื่อเจ็บป่วย ให้ทบทวนปัจจัยต่างๆ ในการดำเนินชีวิตที่ผ่านมา แล้วทำการแก้ไขปรับปรุง เพื่อฟื้นคืนสุขภาพที่ดีโดยเร็วการ แพทย์แผนปัจจุบัน สามารถรักษาโรคติดเชื้อเฉียบพลัน และโรคจากอุบัติเหตุอันตรายแต่ก็ต้องอาศัยยา อุปกรณ์ และเทคนิคขั้นสูง มีความสิ้นเปลืองมากหลายๆ กรณีไม่อาจแก้ปัญหาได้ถึงที่สุด โดยเฉพาะโรคที่ไม่มีเชื้อโรคอันสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการกินการอยู่ เช่น โรค อ้วน โรคไขมันในเลือดสูง โรคหัวใจ โรคความดันเลือดสูง โรคเบาหวาน โรคภูมิแพ้ และโรคมะเร็ง หลักการรักษาโรคเหล่านี้ควรรักษาต้นเหตุ คือต้องเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการกินการอยู่ และพฤติกรรมในการคิดให้คิดจากในแง่ลบให้เป็นบวกอยู่เสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. ข้อมูลการออกแบบ

จากการที่ข้าพเจ้ามีความสนใจ และความชอบส่วนตัว เกี่ยวกับการออกแบบสัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งมีความน่าสนใจเนื่องจากสัญลักษณ์เป็นสิ่งแทนข้อความที่ต้องการสื่อสาร เนื่องจากสัญลักษณ์นั้นได้ตัดทอนมาจากความเป็นจริงของสิ่งนั้นๆ นอกจากนี้จะมีความโดดเด่นของตัวสัญลักษณ์เองแล้ว ความเป็นสากลก็เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้งานออกแบบเกี่ยวกับสัญลักษณ์ เป็นงานที่ทำทาสความสามารถในการออกแบบของนักออกแบบ ซึ่งสัญลักษณ์ก็ยังมีมากมายหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทก็ถูกสร้างสรรค์เพื่อนำไปใช้กันออกไป ในงานนี้ข้าพเจ้าต้องการนำเสนอภาพประกอบในโครงการณรงค์เพื่อสร้างเสริมสุขภาพ สามารถใช้ภาพในลักษณะสัญลักษณ์ PICTOGRAPHS ได้ และสามารถสื่อความหมายได้ ไม่แพ้การใช้ภาพถ่าย ซึ่งเราสามารถจำแนกรูปแบบของสัญลักษณ์ประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

### 5.1 สัญลักษณ์ MARK

เป็นรูปสัญลักษณ์ภาพอย่างหนึ่ง ออกแบบเพื่อใช้ในการสื่อสารที่ง่ายขึ้น ซึ่งมีมากมายหลากหลายแล้วแต่จุดประสงค์ในการสื่อสาร แต่ละชนิดจะมีความเฉพาะตัวแตกต่างกัน จุดเด่นของสัญลักษณ์คือ ความเป็นสากล ที่สามารถทำลายข้อจำกัดของภาษา เนื่องจากถ้าออกแบบมาอย่างดีแล้ว ก็สามารถใช้ได้ แม้จะอยู่ต่างที่กัน

1. SYMBOLS
2. PICTOGRAPHS
3. LETTERMARKS
4. LOGOS
5. COMBINATION MARKS
6. TRADEMARKS

### 5.2 รายละเอียดรูปแบบสัญลักษณ์ต่างๆ

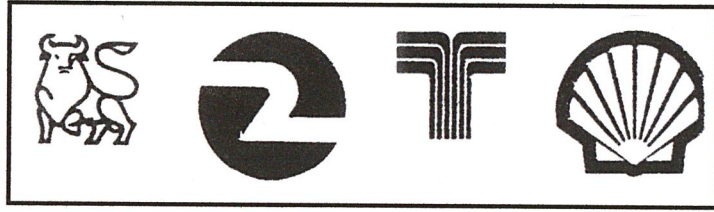
#### 5.2.1 SYMBOLS

เป็นสัญลักษณ์ที่ปราศจากตัวอักษร มักนิยมใช้ออกแบบสำหรับตราองค์กร ซึ่งได้รับความคุ้มครองทางกฎหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดเด่น : มีความโดดเด่น ดึงดูดความสนใจได้อย่างสูง

จุดด้อย : ใช้ราคาสูงในการประชาสัมพันธ์ และอาจสับสนกับสัญลักษณ์แบบอื่นๆ



ภาพที่ 3 ภาพตัวอย่าง SYMBOLS

### 5.2.2 PICTOGRAPHS

เป็นสัญลักษณ์ที่มักจะพบเห็นได้ตามที่สาธารณะ ภาพบอกวิธีการใช้งานของอุปกรณ์ หรือเป็นสัญลักษณ์เพื่อสื่อถึงอะไรบางอย่างเป็นการข้ามขีดจำกัดของภาษา

จุดเด่น : สามารถเข้าใจได้โดยง่าย ภาพมีแรงดึงดูดสูง

จุดด้อย : อาจสับสนกับสัญลักษณ์แบบอื่นๆ หรือสื่อความหมายผิดพลาดในสถานที่ต่างกัน



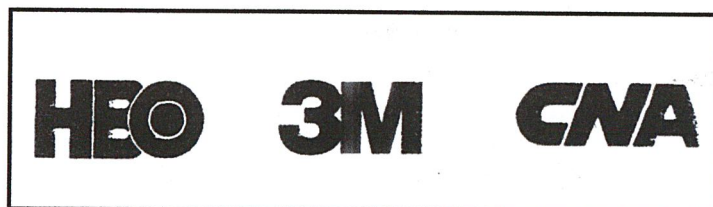
ภาพที่ 4 ภาพตัวอย่าง PICTOGRAPHS

### 5.2.3 LETTERMARKS

เป็นสัญลักษณ์ในรูปแบบตัวอักษร มักถูกออกแบบเพื่อองค์กรต่างๆ ถูกใช้เป็นตัวย่อของชื่อเต็มๆที่ยาวๆ

จุดเด่น : สามารถเข้าใจย่อคำที่ยาวจนสามารถจดจำได้ง่ายกว่าเดิม

จุดด้อย : ราคาในการประชาสัมพันธ์สูง มีการแข่งขันกันสูงในลักษณะงานแบบนี้



ภาพที่ 5 ภาพตัวอย่าง LETTERMARKS

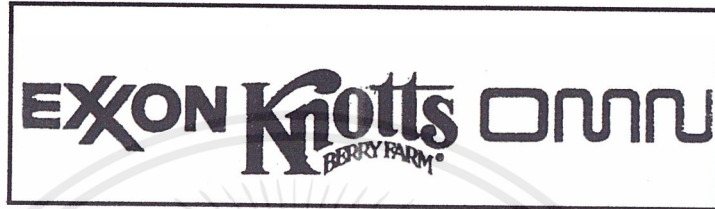
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 5.2.4 LOGOS

เป็นคำอธิบาย หรือคำที่มีความหมายประกอบรวมกับตัวอักษรที่ผ่านการออกแบบ ส่วนมากใช้ได้แทบจะทุกสิ่งทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นบริษัท ตราสินค้า โครงการต่างๆ กลุ่ม แก๊งค์ต่างๆ

จุดเด่น : สามารถง่าย ในการจดจำ มีความโดดเด่นเฉพาะตัวสูง

จุดด้อย : อาจมีปัญหาในการใช้ตัวอักษรร่วมกันได้



ภาพที่ 6 ภาพตัวอย่าง LOGOS

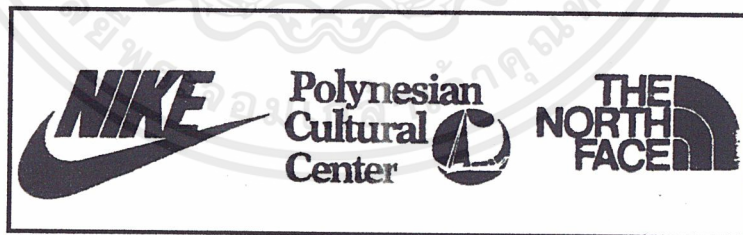
#### 5.2.5 COMBINATION MARKS

ใช้ทั้ง Symbol and logo ร่วมกัน ในลักษณะลายเซ็น สร้างการจดจำได้เป็นอย่างดี

#### 5.2.6 TRADEMARKS

เป็นการรวมการออกแบบทั้ง Symbol and logo ได้รับการคุ้มครองทางกฎหมาย

จุดเด่น : สามารถง่าย ในการจดจำ มีความโดดเด่นเฉพาะตัวสูง มักใช้ในการโฆษณา



ภาพที่ 7 ภาพตัวอย่าง TRADEMARKS

## 6 PICTOGRAPHS

Pictographs หรือ Pictogram ในบางตำรา ให้ความหมายว่าเป็นสัญลักษณ์, เป็นรูปภาพประเภทหนึ่ง que แสดงภาพต่างๆ เช่นกิจกรรมต่างๆ การบอกข้อมูล โดยไม่ต้องใช้ตัวอักษร การสื่อสารจากภาครัฐ ไปสู่สาธารณะชน เป็นสิ่งอ้างอิงต่อวัตถุ, การกระทำ, กระบวนการ, หรือคอนเซ็ปท์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Pictographs มีความเป็นมาจาก เด็กในสมัย โบราณเขียนรูปภาพสถานที่ต่างๆ ตามคำพูด.

Pictographs มีผลมากสำหรับการทำให้การสื่อสาร ไม่มีอุปสรรคแม้จะอยู่แตกต่างกัน

Pictographs ถูกใช้บนเครื่องหมายการจราจร, ที่ท่าอากาศยานสนามบิน, ที่งานแสดงต่างๆ, โอลิมปิกเกมส์ และศูนย์กลางท่องเที่ยว เราพบเห็น Pictographs บนสวิดช์ในอุปกรณ์ของรถยนต์, ปุ่มควบคุมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในฟาร์ม, บนอุปกรณ์ต่างๆ ในสำนักงาน, เครื่องถ่ายสำเนา, และเครื่องคำนวณ. Pictographs เริ่มมีบทบาทขึ้น 1909 เมื่อหลายประเทศในยุโรปตัดสินใจที่จะใช้ สัญลักษณ์เป็นภาพสำหรับเครื่องหมายบนท้องถนนร่วมกัน

Pictographs เป็นสัญลักษณ์สาธารณะ และ ไม่ถูกเป็นเจ้าของโดยบริษัทหรือรัฐบาล ใช้ Pictographs ในการกระตุ้น และ ในกรณีของเครื่องหมายการจราจรที่ได้รับอาณัติให้ปกครองโดยกฎหมาย. Pictographs ที่คือออกแบบยากมาก เพราะว่าพวกเขาต้องอยู่เหนือเวลา, สไตล์, วัฒนธรรม การ, และภาษา ผู้ออกแบบเขียน Pictographs ทำงานตลอดทั้งปี แต่สิ่งเหล่านั้นประสบผลสำเร็จอย่างยอดเยี่ยมสำหรับโอลิมปิกเกมส์ในปี 1964 ที่ Tokyo ออกแบบโดย Katsumie

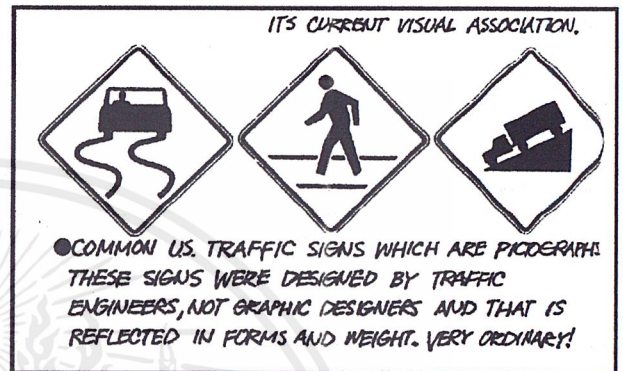
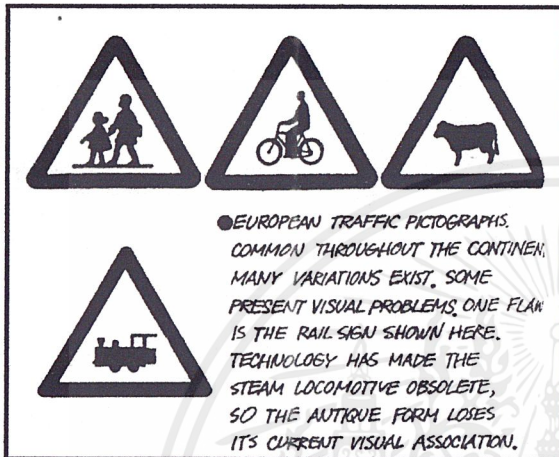
Pictographs ที่แย่ๆ มีอยู่มากกว่าความจำเป็นจำนวนหนึ่ง ผู้ออกแบบต้องเลือกออกแบบอย่างเอาใจใส่ในงานที่เคยออกแบบมาแล้ว เพราะเมื่ออยู่ที่สาธารณะชนอาจสับสนอย่างง่ายดาย ส่วนใหญ่ Pictographs จะ ไม่มีเพียงแค่นั้น พวกเขาออกแบบ รุ่นของเครื่องหมาย ที่ความจำเป็น ซึ่ง สิ่งนั้นที่จะเป็น Visually เพิ่มน้ำหนักต่อ "ดูเหมือนๆ กันหรือ คล้ายๆ กัน"

จากการที่ได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมได้พบว่า การออกแบบ โดยใช้ Pictographs ซึ่งมีจุดประสงค์หลักของการออกแบบสัญลักษณ์ในลักษณะเพื่อการสื่อสารในที่สาธารณะ เนื่องจากความสามารถเป็นที่เข้าใจ โดยทั่วกัน เช่นเดียวกับภาษาสากล (International language) เพราะภาพสร้างมาจากการตัดทอนรูปแบบจริงๆ นำมาตัดทอน โดยคงความเป็นจุดเด่น หรือจุดสะดุดตาไว้ ออกมาในลักษณะกราฟฟิคสองมิติ มีความขัดแย้ง (Contrast) ระหว่างภาพ และพื้นหลังอย่างชัดเจน

จุดประสงค์ที่สำคัญของการออกแบบ Pictographs คือ สามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว และ ถ้าได้รับการออกแบบอย่างดีก็สามารถสื่อได้ แม้จะ ไม่ได้อ่านข้อความ โดยละเอียด สามารถสื่อสารถึงเนื้อหา หรือสามารถตีความข้อความได้ หรือ เป็นการบอกวิธีอย่างละเอียด โดยไม่ต้องใช้ภาพถ่าย หรือไม่จำเป็นต้องมีใครมาบอกตลอดเวลา

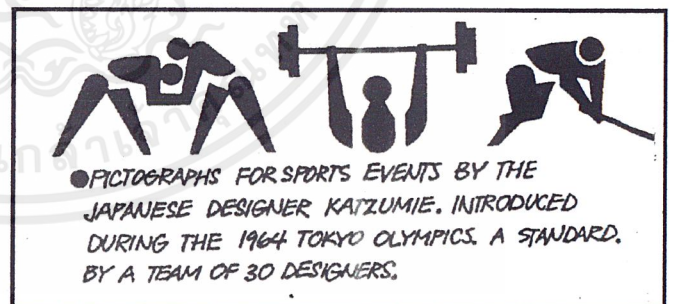
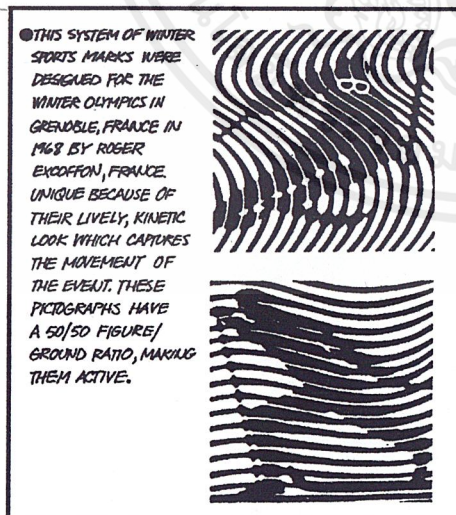
## 6.1 ประเภทของ PICTOGRAPHS

6.1.1 ภาพที่เป็นคำเตือน หรือการบอกข้อความโดยไม่ต้องใช้คำพูด  
ภาพในลักษณะนี้เป็นป้ายสาธารณะที่รัฐสื่อถึงประชาชน พบเห็น โดยทั่วไป  
ได้แก่ ป้ายจราจร ตามท้องถนน



ภาพที่ 9 ป้ายเตือน และบอกเหตุ ก็เป็นสื่อสาธารณะเช่นเดียวกันเป็นป้ายที่ยอมรับ และ  
ใช้เป็นสัญลักษณ์สากลในประเทศแถบยุโรป

### 6.1.2 ภาพที่แสดงถึงประเภทกิจกรรมต่างๆ ที่กระทำอยู่

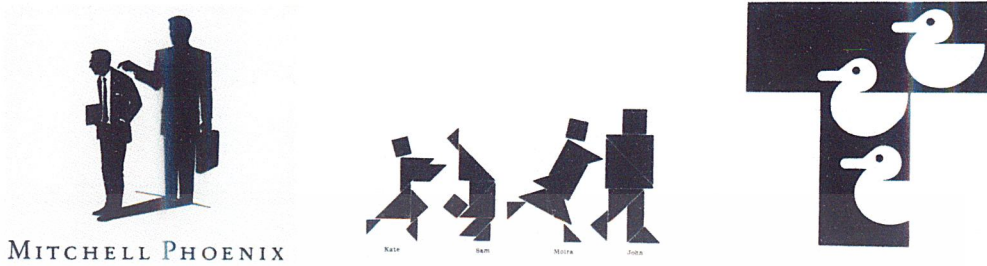


ภาพที่ 10 สัญลักษณ์แสดงประเภทกีฬาต่างๆ ในโอลิมปิกเกมส์ ที่ Tokyo ภาพจากการแข่งขัน  
โอลิมปิกฤดูหนาว ในประเทศฝรั่งเศส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.3 ภาพที่เป็นสัญลักษณ์แทนถึงบางสิ่งบางอย่าง

ภาพบางภาพ จะมีความหมายเฉพาะ ออกแบบเพื่อสื่อความหมายเฉพาะเรื่อง



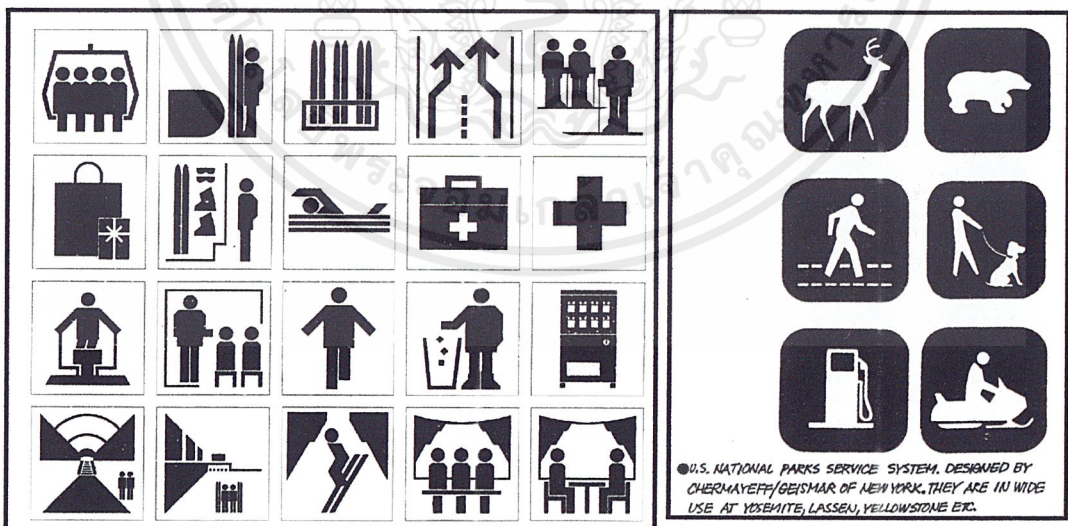
ภาพที่ 11 ภาพแทนสัญลักษณ์ที่มีความหมายเฉพาะในบางสิ่ง

6.1.4 สัญลักษณ์ภายในอาคารที่สาธารณะ

ใช้เพื่อเป็นการบอกทิศทาง หรือสถานที่ต่างๆ ภายในอาคาร เช่น ห้องน้ำ ลิฟท์ ถังขยะ ห้องพยาบาล

6.1.5 สัญลักษณ์เพื่ออำนวยความสะดวก

เช่น ป้ายบริการข้อมูลต่าง วิธีใช้อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นภาพตัดทอนจากความจริงเพื่อให้  
ง่ายต่อความเข้าใจ



ภาพที่ 12 (ซ้าย) ภาพของการนำ PICTOGRAPHS มาใช้ภายในอาคาร

ภาพที่ 13 (ขวา) ภาพสัญลักษณ์อำนวยความสะดวกจากศูนย์บริการในสวนสาธารณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 7. ความแตกต่างระหว่าง PICTOGRAPHS AND PHOTOGRAPHS

สิ่งที่แบ่งแยก Pictographs กับ Photographs ได้อย่างเด่นชัด คือ รายละเอียดที่มากกว่า เหมือนจริงกว่า เป็นลักษณะเช่นเดียวกับภาพขาวดำจัดดำจัด (High contrast) ซึ่งภาพในลักษณะนี้ เพิ่งจะมีจุดเริ่มเมื่อไม่นานมานี้ แม้จะมีลักษณะคล้ายคลึงกันแต่ก็ไม่สามารถถือเอาได้ว่าเป็นแบบเดียวกับ Pictographs สามารถจัดให้เป็น "ภาพสัญลักษณ์" ได้ แต่ก็สามารถจัดให้อยู่ในลักษณะเดียวกัน



ภาพ 14 ภาพแสดงลักษณะของ PHOTOGRAPHS

## 8. ภาพ PICTOGRAPHS แนวทางใหม่ๆ

ปัจจุบันมีการพัฒนาแนวทางใหม่ๆ ในการออกแบบ นอกจากจะเป็น การบอกวิธี หรือ แสดงภาพต่างๆ แล้ว ยังสามารถที่จะสอดแทรกแนวความคิดลงไปได้ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



You don't know what you are?



ภาพที่ 15 PICTOGRAPHS แนวทางใหม่ๆ

## 9. การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์

ปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่างๆ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ สื่อสิ่งพิมพ์เป็นช่องทางหนึ่งซึ่งงานประชาสัมพันธ์ได้อาศัยเป็นช่องทางการสื่อสาร โคนในหัวข้อนี้จะกล่าวถึงประโยชน์ของสื่อสิ่งพิมพ์กับการประชาสัมพันธ์องค์การ ประโยชน์ของสื่อสิ่งพิมพ์กับการประชาสัมพันธ์องค์การมีดังนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์สามารถกระจายข่าวสารที่องค์การต้องการจะเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มบุคคลสำคัญที่มีอิทธิพลได้
2. การติดต่อสื่อสารกับมวลชนโดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับสถาบันหรือองค์กรในด้านการยอมรับและความเชื่อถือจากมวลชน
3. สื่อสิ่งพิมพ์มีหลายรูปแบบ จึงทำให้นักประชาสัมพันธ์มีโอกาสเลือกรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ตนเห็นว่าเหมาะสม รูปแบบของสื่อดังกล่าวมีมากมายเช่น สื่อกลางแจ้ง (billboard) สื่อทางนิตยสาร (Magazine advertising) หนังสือพิมพ์ (newspaper) เป็นต้น
4. สื่อสิ่งพิมพ์สามารถจัดข่าวลือที่ผิดได้
5. การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อสิ่งพิมพ์นำมาซึ่ง โอกาสที่ดีกว่าในการให้การสนับสนุน
6. การเลือกส่งข่าวสารที่มีประโยชน์คุณค่าต่อผู้อ่านผ่านสื่อสิ่งพิมพ์สามารถช่วยในการสื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารให้สัมฤทธิ์ผลมากขึ้นด้วย

7. การติดต่อสื่อสารและการร่วมงานกับสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากจะนำมาซึ่งประโยชน์ต่อองค์กรแล้ว ยังให้ความสนุกสนานในหลายๆด้านแก่นักประชาสัมพันธ์ด้วย

สิ่งเหล่านี้เป็นประโยชน์จากสื่อสิ่งพิมพ์ที่นักประชาสัมพันธ์และองค์กรจะได้รับจากการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ แต่อย่างไรก็ตามต้องเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทให้ถูกด้วย

นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความสามารถในการพิจารณาเลือกสื่อสิ่งพิมพ์เหมาะสมกับเนื้อหาสาระของข่าวสารที่จะสื่อสารออกไป หรือข่าวสารที่องค์กรของตนต้องการจะเผยแพร่โดยที่นักประชาสัมพันธ์องค์กรต้องมีความรู้เกี่ยวกับนโยบาย เนื้อหา และผู้รับสารของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นอย่างดี

## 10. ความสำคัญของภาพในงานโฆษณา

องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในชิ้นงานโฆษณา คือ ภาพ ภาพมีความสำคัญด้วยเหตุผล 2 ประการ คือ ช่วยดึงดูดความสนใจให้แก่โฆษณาทั้งชิ้น และยังสามารถสื่อสารโฆษณาไปยังผู้อ่านได้ดีและรวดเร็ว นอกจากนั้น ภาพยังอาจกระตุ้นเร้าความรู้สึกและปฏิกิริยาตอบสนองในทางที่ดีจากผู้อ่านได้ด้วย หน้าที่ของภาพในโฆษณาจะอยู่กับหน้าที่ขององค์ประกอบอื่นๆด้วย แต่ส่วนใหญ่แล้ว ภาพจะนำไปสู่การอ่านพาดหัว ซึ่งจะกระตุ้นความสนใจผู้อ่านจนนำไปสู่การอ่านข้อความโฆษณาในที่สุด ดังนั้นภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญในการจับความสนใจอันดับแรกของผู้อ่าน โดยทั่วไปภาพสามารถทำหน้าที่ได้ 9 ประการดังนี้

1. จับความสนใจของผู้อ่าน
2. ช่วยให้ผู้อ่านรู้ได้ทันทีว่าโฆษณานั้นเกี่ยวกับอะไร
3. ทำให้ผู้อ่านมีแนวโน้มจะสนใจสินค้าดังกล่าวอยู่แล้วหยุดลงเพื่อที่จะอ่านโฆษณาและทำให้ผู้อ่านที่ไม่สนใจผ่านเลยไป
4. ช่วยให้ผู้อ่านเกิดความสนใจที่จะอ่านพาดหัว
5. ช่วยสร้างความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าหรือผู้โฆษณา
6. ช่วยให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจข้อความโฆษณายิ่งขึ้น
7. ช่วยให้ผู้อ่านเชื่อถือข้อความโฆษณายิ่งขึ้น
8. เน้นให้เห็นถึงคุณลักษณะพิเศษของสินค้า
9. ช่วยให้เกิดความต่อเนื่องระหว่างโฆษณาแต่ละชิ้นที่ใช้เทคนิคทางด้านภาพแบบเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักโฆษณาใช้ภาพในหลายลักษณะ รวมทั้งได้มีการศึกษาวิจัยข้อดีข้อด้อยของการใช้ในหลายลักษณะนั้นด้วย เช่น ได้มีการศึกษาพบว่า การใช้ภาพมีอิทธิพลต่อความสนใจของผู้อ่านมากกว่าการใช้ข้อความโฆษณาเฉยๆ ภาพที่แสดงให้เห็นการใช้สินค้ามีประสิทธิภาพกว่าภาพเฉพาะตัวสินค้า ภาพคนได้รับความสนใจมากกว่าภาพวัตถุ เป็นต้น นอกจากนี้ยังศึกษาพบว่า ภาพใหญ่ภาพเดียวจะดึงดูดความสนใจมากกว่าภาพเล็กๆหลายภาพเรียงต่อกัน ภาพที่เรียบง่ายจะดึงดูดความสนใจมากกว่าภาพที่ซับซ้อน ผู้ชายมีแนวโน้มจะดูภาพโฆษณาที่ปรากฏรูปชายอื่น ในขณะที่ผู้หญิงจะถูกดึงดูดด้วยภาพเด็กทารกและภาพหญิงอื่นมากกว่า

## 11. หลักเกณฑ์ที่นักโฆษณาพิจารณาในการเลือกใช้ภาพ

1. ภาพที่เลือกใช้จะต้องมุ่งเน้นไปที่ความสนใจที่มีต่อตัวมนุษย์เอง หลักเกณฑ์ข้อนี้เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้ภาพ นักโฆษณานำหลักเกณฑ์นี้มาจากความเข้าใจในจิตวิทยาผู้บริโภคที่ว่า มนุษย์มีความสนใจในตัวเองมากกว่าสิ่งอื่น ดังนั้น ภาพที่แสดงสิ่งที่ได้ตัวในชีวิตประจำวัน สิ่งที่คุณเคยหรือสิ่งที่เป็นจริงในชีวิต จึงถูกนำมาใช้ประกอบในโฆษณาเพื่อให้ผู้อ่านหรือผู้บริโภคเป้าหมายเกิดความรู้สึกคุ้นเคย เข้าใจ และอาจรวมไปถึงมีทัศนคติต่อสินค้าด้วย
2. ภาพที่เลือกใช้ควรแสดงให้เห็นผลิตภัณฑ์ทั้งหมดหรือบางส่วนของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผู้อ่านส่วนใหญ่เมื่ออ่าน โฆษณาก็ต้องการเห็นภาพสินค้า เพื่อที่ตนจะได้รู้ว่ากำลังซื้ออะไร มีรูปร่างลักษณะอย่างไร และที่สำคัญสินค้านี้ดังกล่าวยังใช้ประโยชน์อย่างไร
3. ภาพที่เลือกใช้จะต้องสัมพันธ์กับตัวสินค้าและข้อความโฆษณา ตามหลักเกณฑ์แล้ว ภาพที่เลือกใช้ประกอบในโฆษณาควรจะมีส่วนสัมพันธ์กับสินค้าและสนับสนุนข้อความโฆษณา
4. ภาพที่เลือกใช้จะต้องถูกต้อง ชัดเจน และสมเหตุสมผล ภาพที่เลือกใช้จะต้องสอดคล้องกับพื้นฐานความเข้าใจและประสบการณ์ของผู้อ่าน ต้องผ่านการเลือกอย่างระมัดระวังและให้ได้ภาพที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

## 12. การสื่อความหมาย ( COMMUNICATION )

จะมีการสื่อความหมายก็ต่อเมื่อกรรมวิธีการส่งข่าวสารนั้นเป็นที่คุ้นเคยกับทั้งผู้ส่งและผู้รับข่าวสารจะถือได้สำเร็จก็ต่อเมื่อข่าวสารนั้นมีความหมายต่อบุคคลที่เราต้องการส่งข่าวนั้นเหมือนกับที่มันมีความหมายต่อเรา หรือว่าข่าวสารนั้นเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของผู้รับข่าวสาร คนจะอ่านโฆษณามากขึ้น หากว่าโฆษณานั้นแสดงออกถึงจุดสำคัญน้อยจุดที่สุด ไม่ใช่คลุมจุดสำคัญทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในโฆษณาเดียว ผู้คนต้องการแนวทางและคำวิเคราะห์พอๆกับความจริง ข้อสำคัญของการ Communication คือ ความคิดของประชาชน ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวสาร ข้อได้เปรียบอยู่ที่ การพยายามจูงใจคนในขณะที่สิ่งนั้นใหม่และอยู่ในขั้นแรกเริ่มที่ความคิดของประชาชนยังไม่แน่นอน ประชาชนมักจะมีแนวโน้มไปในทางผูกพัน เชื่อมมันกลุ่มชนที่เราต้องการเข้าร่วมด้วย เด็กจะมีแนวคิดไปในแนวเดียวกันกับครอบครัวผู้ปกครองของเขา

ความคิดใหม่จะถูกนำมาใช้ในลักษณะรู้สึกว่ามันเกิดขึ้นสนใจซึ่งใจ ทดลองรับนำมาใช้ ความคิดใหม่นี้ จะมีความมั่นคงเพียงใด ขึ้นอยู่กับแรงจูงใจภายนอก เช่นว่า สนใจเรื่องนั้นมากเพียงใด ความรู้สึกผูกพัน และความไม่เห็นด้วยกับความคิดอื่นในทางตรงกันข้าม โฆษณาจำเป็นต้องมี

Idea แรงกระตุ้นทันทีที่เห็นความสนใจ ข่าวสาร กระตุ้นการกระทำ

Idea มี Theme เดียวไม่สับสน

ความสนใจ – ให้ข่าวสารเต็มที่แก่ผู้รับสื่อ

ข่าวสาร – จริงและแน่นอน แตกต่างจากสิ่งอื่น

กระตุ้นการกระทำ – เมื่อเชื่อว่าที่อ่านนั้นเป็นจริง ก็เกิดความต้องการ ไม่ใช่ลักษณะถูกบอกให้ ต้องการ แต่ให้หาคำตอบพบด้วยตัวเอง มิฉะนั้นแล้วคนจะรู้สึกเกิดอาการต่อต้าน

### 13. การใช้งานโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมสังคม

โฆษณาในสื่อต่างๆในปัจจุบัน มีผลต่อการตอบสนองทางด้านจิตวิทยา และกำหนดบุคลิกภาพ ค่านิยมต่างๆให้แก่คนในสังคมได้ จะเห็นได้ว่ามีงานโฆษณาที่ทำออกมาเพื่อรณรงค์ส่งเสริมสังคมอยู่มากรมาย เพื่อเป็นตัวช่วยในการปลูกฝังความคิดและค่านิยมที่ดีงาม และชี้ให้ประชาชนและเยาวชนเห็นถึงปัญหาต่างๆที่เกิดในสังคมได้ ซึ่งก็จะนำไปสู่การหาทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นๆ ดังนั้นบทบาทของงานโฆษณาส่งเสริมสังคมส่วนใหญ่ จึงเป็นไปในลักษณะการสร้างสังคม และการสะท้อนสังคม กล่าวคือเป็นการสร้างค่านิยมและทัศนคติที่ดีให้กับคนในสังคม และสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมให้ประชาชนได้รับรู้ เพื่อนำมาซึ่งการแก้ไขเปลี่ยนแปลง

### 14. ประเภทของการโฆษณาส่งเสริมภาพพจน์

การโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ (Corporate image advertising) คือการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร หรือสร้างค่านิยมทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งสร้างตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของบริษัท วิธีการต่างๆที่ใช้เพื่อการโฆษณาภาพพจน์มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ทั่วไป

การเป็นผู้อุปถัมภ์ หรือการให้การสนับสนุน โครงการต่างๆ

การให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน

การโฆษณาเพื่อสังคมและการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม (Public service advertising)

เป็นการโฆษณาที่แสดงบทบาทของธุรกิจหรือองค์กรต่างๆ เพื่อช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการโฆษณาเพื่อเผยแพร่แนวความคิด การชี้แจงเหตุผลเกี่ยวกับปัญหาสังคมปัญหาใดปัญหาหนึ่ง เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนและได้รับความสนใจจากประชาชนในการแก้ไขปัญหา นั้นๆ ซึ่งการโฆษณารววิธีนี้นำมาใช้มากในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2536-2537 ในรูปแบบการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น การแก้ไขปัญหาการขาดแคลนน้ำ การแก้ปัญหาน้ำเสีย การอนุรักษ์สัตว์ป่าและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

#### 14.1 โฆษณาส่งเสริมสังคม (Public Service Advertising)

เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อมุ่งเน้นที่จะให้ความคิดอันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เพื่อให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันได้ด้วยดี มีความสุขและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งผู้โฆษณาจะได้ประโยชน์ทางอ้อมจากโฆษณานี้ คือ ทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถาบันที่มีความรับผิดชอบและสนใจความเป็นไปของสังคม ซึ่งจะนำมาซึ่งศรัทธาจากประชาชนในที่สุด

การโฆษณาเพื่อส่งเสริมสังคม มีลักษณะพิเศษที่ทำให้มีความแตกต่างไปจากการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทั่วไป 4 ประการ คือ

1. เป็นการโฆษณาที่ไม่เน้นในการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการ โดยตรง แต่จะเสนอเนื้อหาที่มุ่งส่งผลประโยชน์แก่สังคมโดยรวม
2. หน่วยงานต้องใช้เวลาหรือเนื้อที่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์
3. เนื้อหาของงานโฆษณาเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับตัวสถาบัน บุคคล วิธีการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดความศรัทธาในตัวสถาบัน และเกิดความเลื่อมใสในประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร
4. เสนอเนื้อหาของโฆษณาโน้มน้าวหรือแนะนำ ชี้ชวนให้ประชาชนปฏิบัติตนเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม

## 15. ขั้นตอนการออกแบบสิ่งพิมพ์

เป็นขั้นตอนของนักออกแบบสิ่งพิมพ์ จะต้องดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการได้มาซึ่งต้นแบบทางการพิมพ์ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลหรือขั้นตีโจทย์ หมายถึง ขั้นพินิจพิจารณาเกี่ยวกับปัญหาของ โจทย์ในการออกแบบเพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
2. ขั้นร่างแบบจิ๋ว หรือขั้นระดมคำตอบ หมายถึง ขั้นตอนในการแสวงหาคำตอบในหลายๆ หนทาง หลายๆวิธีการ เพื่อขยายแนวความคิดในการตอบปัญหานั้นๆ ใ้กว้างขึ้น อาจเรียกว่า “Thumbnail sketch” หรือ “Thumbnail layout”
3. ขั้นร่างขยาย หรือขั้นจัดกลุ่มคำตอบ หมายถึง ขั้นตอนคัดเลือกคำตอบ หรือแบบร่างจิ๋วที่มีลักษณะใกล้เคียงกันมากที่สุดมาเข้ากลุ่มเดียวกัน แล้วคัดเลือกแบบที่เด่นที่สุดในแต่ละกลุ่มมาออกแบบเพิ่มเติม เพื่อแสดงรายละเอียดเพิ่มขึ้น
4. ขั้นร่างแบบสมบูรณ์ หรือขั้นคำตอบที่สมบูรณ์ หมายถึง ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการประเมิน และตรวจสอบเกี่ยวกับรายละเอียดของรูปแบบทั้งหมด โดยการออกแบบจัดทำร่างสมบูรณ์ให้ใกล้เคียงความจริง เพื่อนำมาใช้เลือกคำตอบที่ดีที่สุดจากขั้นจัดกลุ่มคำตอบให้เหลือเดียว
5. ขั้นทำอาร์ตเวิร์ก หรือขั้นตัดสินใจ เป็นขั้นตอนสุดท้าย ในกระบวนการออกแบบที่นักออกแบบและผู้เกี่ยวข้องตัดสินใจใช้ชิ้นงานใดชิ้นหนึ่งอย่างน้อย 2 ตัวเลือกโดยชิ้นงานที่ได้ถูกคัดเลือกจะถูกนำไปสู่การจัดทำอาร์ตเวิร์ก

## 16. การเลือกรูปแบบข้อความโฆษณา (Choosing the Advertising Message)

การนำเนื้อหามาสร้างงาน โฆษณา (Message Execution) สำคัญไม่ได้อยู่ที่เนื้อหาที่เราต้องการพูด แต่จะเป็นเราจะนำเสนออย่างไร ครีเอทีฟ จะต้องหา สไลด์ โทน คำพูด และรูปแบบในการสร้างสรรค์ข้อความโฆษณา องค์ประกอบทั้งหมดนี้จะต้องสื่อภาพพจน์ และข้อความที่สอดคล้องกัน สไลด์ โทน ข้อความโฆษณาสามารถนำเสนอในสไลด์ต่างๆ ได้มากมาย หรือผสมผสานในหลายๆ สไลด์ก็ได้ รูปแบบที่นักโฆษณาใช้ในการนำเสนอ

Humor ตลก ทำให้คนดูขำ ตลกหัวเราะกลิ้ง จะทำให้คนสนใจ และส่งผลทำให้คนเกิดซื้อสินค้านั้นได้ ทำให้คนจดจำ และยอมรับตลอดจนชื่นชอบตัวสินค้า แต่เสียงน้อยตรงการที่ทำให้หนังตลก เพราะคนดูอาจไม่ตลกด้วยก็ได้

Slice of life ส่วนหนึ่งหรือเสี้ยวหนึ่งชีวิตประจำวัน แสดงให้เห็นว่า มีคนหนึ่งหรือหลายๆ คน ใช้สินค้าในช่วงหนึ่งของชีวิตประจำวัน ดูเหมือนจะมีการใช้ชีวิตกันมากมายจนถูกสร้างขึ้นมาจากจินตนาการความจริง หรือ โฆษณาเกินความจริง แต่ก็เป็นอีกวิธีที่ทำแล้ว จะนำมาสู่ความสำเร็จได้อีกวิธีหนึ่ง บางบริษัทโฆษณาสร้างเป็นกฎเหล็กว่าสินค้าจะต้องทำโฆษณาเมื่อไร ก็จะใช้แนวทางนี้เป็นการนำเสนอ ก็อาจเป็นเหตุผล ที่ดูสมจริงและน่าเชื่อถือ

Life style การใช้ชีวิต เน้นให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์เหมาะกับการใช้ชีวิตของเขาอย่างไร ซึ่งโดยปกตินักโฆษณาจะสร้างภาพที่สูงกว่าเป็นจริง หรือ over เอาไว้ เหมือนกับสร้างฝัน

Fantasy เหลือเชื่อ ไม่มีจริง นำเสนอรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือการใช้งานในลักษณะที่มีสีสัน หือหวา

Mood or Image สร้างอารมณ์หรือภาพพจน์ เป็นการสร้างอารมณ์ความรู้สึก หรือภาพพจน์ให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ความสวยงาม ความรัก หรือความสง่างาม ไม่ค่อยมีการโฆษณาคุณภาพสินค้าอย่างชัดเจน

Music รูปแบบนี้จะใช้เสียงดนตรีประกอบหรือใช้บุคคลหรือการ์ตูนร้องเพลงเกี่ยวกับสินค้า

Person ality symbol สัญลักษณ์ที่มีตัวตน สร้างสัญลักษณ์ที่ทำให้สินค้ามีชีวิต ตัวสัญลักษณ์นี้อาจเป็นการ์ตูน หรือตัวคนจริงๆ

Technic expertise เชี่ยวชาญทางเทคนิค แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีความชำนาญ มีประสบการณ์ ในการผลิตสินค้า

Scientific evidence แบบวิทยาศาสตร์ ตำรวจ หรือเทคนิควิทยาศาสตร์ แสดงถึงความก้าวหน้าทันสมัย

Testimonial evidence โฆษณาโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ คารานักวิชาการหรือผู้ที่มีคนให้ความนับถือหรือเชื่อถือเป็นคนแนะนำหรือแสดงจุดยืนของตนเองที่จะสะท้อนภาพพจน์ของสินค้า

Demonstration โฆษณาที่แสดงให้เห็นวิธีการใช้ คุณสมบัติของสินค้าคืออะไร ทำอย่างไรใช้แล้วจะเห็นผลอย่างไร

Characters ลักษณะพิเศษในโฆษณาซึ่งถูกนำเสนอแบบจงใจ การเลือกใช้ลักษณะพิเศษนี้เกี่ยวกับสินค้า ได้แล้ว ยังจะสามารถทำให้คนดูเกิดจดจำ และชื่นชอบสินค้าได้ง่าย

Reason why โฆษณาที่แนะนำแนวทางที่ว่าทำไมใช้แล้ว คุณจะ... และหากสิ่งที่พิเศษ สิ่งใหม่ เป็นที่สนใจ ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายด้วยก็ยิ่งดี

News เป็นสไตลโฆษณาอะไรก็ได้ขอให้ใหม่ก็แล้วกัน

Tone สุ่มเสียง ผู้ที่สร้างสรรค์โฆษณาจะต้องเลือกสุ่มเสียง โทนของโฆษณา ร้อนแรง สุขุม ทางการ เบาทุณุกๆ ที่เหมาะสมสำหรับโฆษณา

Words คำพูด ที่จะให้คนจดจำได้ และให้ความสนใจ ยิ่งเป็นสิ่งพิมพ์ การพาดหัว เช่น หัวเรื่องแบบข่าว หัวเรื่องแบบตั้งคำถาม แบบให้ทางเลือก แบบบรรยาย และแบบการถามว่า อย่างไร-อะไร-ทำไม นักโฆษณาก็ต้องรู้จักเลือกใช้ให้เหมาะกับสินค้า ซึ่งบางคำพูดใช้ได้กับสินค้าหนึ่ง อาจจะใช้ไม่ได้เลยกับสินค้าอีกยี่ห้อหนึ่งก็เป็นไปได้

Format การจัดรูปแบบ จะพิจารณาถึงขนาด สี และภาพประกอบ ทั้งหมดที่จะให้แรงกระทบ ที่แตกต่างกันต่อการโฆษณา เท่าๆ กับต้นทุนผลิต การจัดเปลี่ยนองค์ประกอบเล็ก น้อยๆ ในโฆษณา มีส่วนช่วยให้โฆษณานั้นสะดุดตามากขึ้น โฆษณาที่มีขนาดใหญ่จะสร้างความสนใจได้มากกว่า โฆษณาที่ใช้สีสันทันก็จะให้ผลที่ดีกว่าโฆษณาขาวดำ แต่ก็มีต้นทุนที่สูงกว่า การจัดวางไม่ว่าจะเป็นขนาด สี และภาพรวมทั้งข้อความ หากมีการจัดวางที่ดีจะทำให้โฆษณานั้นน่าสนใจได้มากกว่า มีรายงานของนักวิจัยหลายรายที่ทำวิจัยเกี่ยวกับการโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ว่า รูปภาพพาดหัว และเนื้อความมีความสำคัญตามลำดับมา ชั้นแรกผู้อ่านจะดูภาพก่อน ถ้าภาพดึงดูดใจจึงมาอ่านพาดหัวว่าน่าสนใจหรือไม่ แล้วจึงอ่านเนื้อความ ดังนั้นเนื้อความต้องมีการเรียบเรียงที่ดีด้วย มีรายการกล่าวไว้ว่า แม้โฆษณาชิ้นนั้นที่จัดว่าเยี่ยมจริงๆ แล้ว ก็ยังมีผู้สังเกตเห็นน้อยกว่า 50% ของจำนวนผู้อ่านทั้งหมด ผู้อ่านทั้งหมด 30% จำพาดหัวได้ ประมาณ 25% อาจจำชื่อผู้โฆษณาได้ และน้อยกว่า 10% ที่อ่านเนื้อความจนจบ และหากว่าเป็นโฆษณาที่จัดว่าเป็นระดับธรรมดาไม่มีอะไรเด่น เหมือนๆ กับคนอื่นๆ จะไม่มีทางได้ตัวเลขข้างต้น

## 17. โปสเตอร์ POSTER

โปสเตอร์เป็น Visual combination ระหว่างความรุนแรง สะดุดตา สี และข้อความซึ่งดึงดูดความสนใจของผู้ที่พบเห็นให้นานพอที่จะปลูกฝังความคิดที่ต้องการให้เกิดในจิตใจของผู้นั้นได้ โปสเตอร์ คือ การออกแบบเพื่อกระจายข่าวสาร ไปสู่มวลชนพื้นฐานการออกแบบ บทบาทในเนื้อหาของโปสเตอร์สำคัญมากกว่าเรื่องของกฎระเบียบ และความชำนาญทางวิธีทำโปสเตอร์ ในการ

ที่สื่อความหมายให้ได้ผลนั้น รสนิยมและการตัดสินใจที่ดี จำเป็นจะต้องมีรสนิยม ความสามารถในการเลือกหัวข้อและเนื้อหาสาระและต้องมีความชำนาญในการจัดลำดับภาพและเนื้อหานั้น

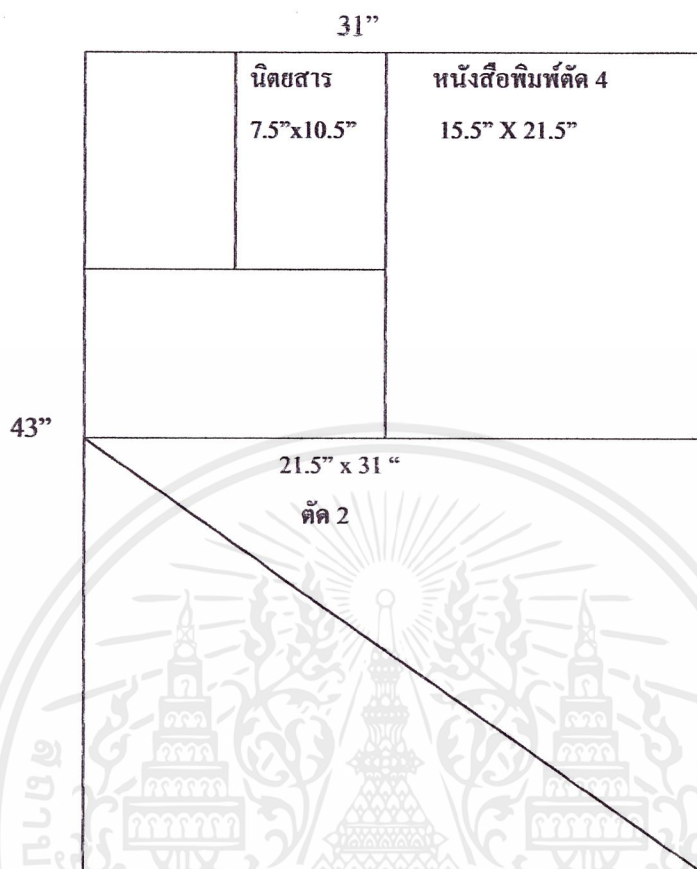
โปสเตอร์ที่ประสบความสำเร็จต้องเป็นโปสเตอร์ที่มองเห็นได้ชัด ฉะนั้นขนาดของโปสเตอร์ต้องมีความสัมพันธ์กับระยะที่ตั้งที่มองเห็นได้ง่าย แม้แต่ระยะไกล ซึ่งเรื่องขนาดของโปสเตอร์และที่ตั้งของโปสเตอร์เป็นเรื่องที่สำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นพื้นฐาน การทำโปสเตอร์ภาพโปสเตอร์ต้องเป็นที่เข้าใจอย่างกระจ่างแก่ผู้พบเห็น และจะต้องสะดุดตาด้วย ภาพทุกภาพในโปสเตอร์ต้องส่งเสริมความตั้งใจในพื้นที่ ไม่ว่าจะมีลักษณะตัดกับภาพโปสเตอร์หรือมีลักษณะเป็นพื้นราบ ต้องส่งเสริมความคิดความตั้งใจที่จะแสดงออกให้เห็นได้ชัด ผู้ออกแบบโปสเตอร์จำเป็นต้องสร้างโปสเตอร์ให้มีลักษณะที่นจดจำบางอย่าง เพื่อเป็นที่สะดุดตาสำหรับการมองผ่าน ภาพโปสเตอร์ต้องกล่าวถึงประโยชน์ให้มีอำนาจเหนือความคิดของผู้พบเห็นทั้งหมดเพื่อชักชวนให้ผู้ผ่านไปมาต้องเข้าไปชม

เมื่อได้โปสเตอร์ที่มีตรงตามหลักการออกแบบและผู้ออกแบบแล้ว ผู้ออกแบบก็ดำเนินการข้อมูลเบื้องต้น เช่น ภาพ คำพิมพ์ การวางแผนงานเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้น ต้องพิจารณา 2 ด้าน คือ Function และ decoration function หมายถึงการชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวข้องกับภาพ ว่าจะมีที่ชุดและจำนวนที่เผยแพร่

การพิจารณาขั้นต้นของการเลือกตัวอักษร ตัวพิมพ์ และพื้นหลัง ผู้ออกแบบยังมีอย่างอื่นที่จะต้องพิจารณาอีก กล่าวคือ โครงสร้างของโปสเตอร์ที่ดีต้องเหมาะแก่การเห็นในเวลากลางวัน แต่ต้องคำนึงถึงการมองเห็นในเวลากลางคืนด้วย

### 17.1 ขนาดของโปสเตอร์และตัวอักษร

โปสเตอร์ที่ติดตามชุมชนต่างๆ เช่น ที่จอรถเมล์ แหล่งการค้า ห้างสรรพสินค้า มีข้อกำหนดว่า ขนาดแผ่นโปสเตอร์จะต้องไม่ใหญ่เกินไป ด้วยเหตุผลที่ว่า โปสเตอร์มีขนาดเล็กแต่อาศัยจำนวนของโปสเตอร์เป็นตัวกระจายข่าวสาร และก็ต้องไม่เล็กไปกว่าที่สามารถมองเห็นได้ชัดในระยะ 5 เมตร ซึ่งเป็นระยะในเกณฑ์เหมาะสม เพราะถ้ามีขนาดเล็กเกินไปจะทำให้ลดความสนใจลงไป กล่าวคือ จะทำให้ไม่สามารถมองเห็นได้ทั้งภาพและข้อความมาตรฐานของกระดาษพิมพ์ทุกชนิด คือ 31" X 43"



ภาพที่ 16 แสดงขนาดโปสเตอร์

ฉะนั้นการเลือกใช้ขนาดโปสเตอร์ จึงจำเป็นต้องให้สอดคล้องกับขนาดมาตรฐานของกระดาษ ทั้งนี้เพื่อว่า ในการพิมพ์ที่มีจำนวนมากนั้นจะประหยัดได้มากที่สุด

การเลือกใช้ตัวอักษร จากหลักเกณฑ์ที่วางไว้ข้างต้น โปสเตอร์จะต้องสามารถเห็นได้ชัดในระยะ 5 เมตร เพื่อถ่ายทอดข้อมูลสู่คนได้ทันที

ตัวอักษรจะต้องเรียบง่าย อ่านง่าย ไม่ตกแต่งจนอ่านยาก

การใช้ตัวอักษรเข้มนบนพื้นที่เบากว่า สามารถอ่านได้ง่ายกว่า อักษรขาวบนน้ำหน้กดำ

ความหนาของเส้นตัวอักษรบนพื้นขาว ประมาณ 1 : (ความสูงของตัวอักษร)

ความหนาของตัวอักษรขาวบนพื้นดำ ประมาณ 1 : (ความสูงของตัวอักษร)

## 18. สีที่มีผลต่อความรู้สึกทางการออกแบบ ( Colour)

Color Effect หาก Background สว่างกว่าสีของ Foreground และมีความแตกต่างอยู่บ้างแล้ว Background จะดูดซับขึ้นวัตถุสีเข้มซึ่งวางอยู่บน Background สีอ่อน จะทำให้มองดูเล็กกว่าวัตถุชิ้นเดียวกันซึ่งมีสีอ่อน แต่วางอยู่บนวัตถุที่มีสีแก่กว่าการผสมผสานกันของสีที่ใกล้เคียงกัน เช่น ส้มและแดง จะแสดงความรู้สึกกลมกลืน ในขณะที่เดียวกันการรวมสีที่ต่างกันโดยสิ้นเชิง ทั้งด้านคุณค่าและสี จะทำให้เกิด Contrast กันอย่างรุนแรง สีในโทนเย็นและร้อนที่มีความสดใสเท่ากัน สีร้อนจะพุ่งออกมาข้างหน้าสีเย็นที่อยู่กับ Background ดำ หากสีเย็นนั้นถูกทำให้สว่างขึ้น ก็จะดันให้มาข้างหน้าเรื่อยๆ และจะเลยหน้าสีร้อนไม่ได้ พื้นที่ของสีที่เป็นพื้นใหญ่กว่าจะทำหน้าที่เสมือน Background และขึ้นกับความสดใสของสีนั้นด้วย

## 19. THEORY OF COLOUR EXPRESSION

การรู้ค่า expression ของสีที่แท้จริง ต้องนำสีนั้น ไปเปรียบเทียบกับสีอื่น	
สีเหลือง	มีชีวิตชีวามากที่สุด ไปสิ้นสุดที่แดง จะสูญเสียลักษณะไปหากมี shade ของ เทา ดำ หรือคราม หมายถึง ความอิจฉา ทยศ ปลอดภัยร้าย ไร้เหตุผล
สีแดง	ขั้นที่บ ส่องแสงด้วยความรู้สึกอบอุ่นภายใน แสดงถึง แผ่นดิน
สีน้ำเงิน	ระบบประสาททางเห็น หากเงื้อม หมายถึงความยึดถือ
	โชคกลาง กลัว หวาดผวา
สีเขียว	พืชพันธุ์ ชีวิต และความหวัง
สีส้ม	ส่องแสงมากที่สุด เข้มข้น แรงที่สุดในการแสดงออก
สีคราม	ความไร้สติ ลึกลับ ประทับใจ บีบคั้น หวาดกลัว หรือให้กำลังใจ
	เปลี่ยนแปลงไปตามสีที่นำมา contrast
ม่วงน้ำเงินเข้ม	โชคร้าย
ม่วง	ความยุ่งยากความตาย
ม่วงน้ำเงิน	ตัวคนเดียว การอุทิศตน
ม่วงแดง	รักนิรันดร์ วิญญาณไฟฝัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีแท้จะให้ความหมายในทางที่ดีของชีวิต ในขณะที่ shade จะให้ความมืดมน และพลังทางลบ สีอาจถูกกระทำให้ผันแปรได้ เช่น ในความสว่าง แดงอาจเป็นชมพูแดง ผลของสีนั้นจะเป็นไปตามตำแหน่งของสีนั้น โดยสัมพันธ์กับสีอื่นๆที่แวดล้อมอยู่ รวมถึงเนื้อสี และขนาด Proportion ด้วย สีจะมีลักษณะความรู้สึกต่างกัน ไปตามตำแหน่งของสีนั้นในภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### ขั้นตอนการดำเนินงาน

#### 1. สถานการณ์สุขภาพ

“การสร้างเสริมสุขภาพ” หมายความว่า การใดๆ ที่มุ่งกระทำโดยส่งเสริมสนับสนุน พฤติกรรมบุคคล สภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างเสริมให้บุคคล ครอบครัว ชุมชน ให้มี สุขภาวะ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

หากเราสำรวจและยอมรับตัวเราอย่างจริงจังแล้ว จะพบว่าเราทุกคนดำเนินชีวิตเพื่อแสวงหา ความสุขทั้งสิ้น เราต้องการอาหารอร่อย ๆ บ้านดี ๆ เสื้อผ้าสวย ๆ ร่างกายแข็งแรง ไม่เจ็บป่วย รูปร่าง ดี ๆ ความปลอดภัย การมีหลักประกันความมั่นคงในชีวิต เช่น การมีเงินสะสมเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน หรือเมื่อวันปลายชีวิต การมีคนที่รักเราหรือการได้รับการยอมรับ การประสบความสำเร็จเป็นที่ชื่น ชมยกย่องของคนรอบข้าง การที่รู้สึกที่เราภาคภูมิใจในตนเอง

ซึ่งการจะประสบความสำเร็จได้เช่นนั้นจำเป็นต้องแลกกับหยาดเหงื่อแรงกาย ความสีก หรอที่เกิดขึ้นกับร่างกาย และตามวัยที่ผ่านไปตามกาลเวลา ปัญหาสุขภาพของคน ไทยมีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตอย่างมาก โรคติดเชื้อที่เคยเป็นปัญหาสำคัญของประเทศกลับลดลง เปลี่ยนเป็น โรคที่ มีสาเหตุจากพฤติกรรม และการดำรงชีวิตที่ไม่เหมาะสม ทำให้ประเทศชาติต้องสูญเสียรายได้ มหาศาลไปกับการรักษาโรคต่างๆ ทั้งที่สามารถป้องกันได้

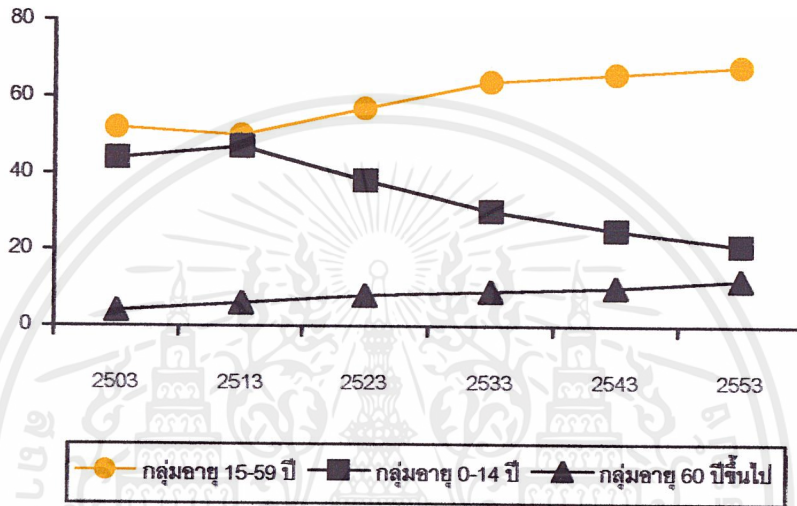
#### 2. กลุ่มเป้าหมาย

โครงการรณรงค์สร้างเสริมสุขภาพมีผลเกี่ยวข้องกับเรื่องเศรษฐกิจ สังคม และการพัฒนา ของประเทศ จึงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าเป็นเรื่องเพียงตัวบุคคล ซึ่งสุขภาพที่ดีเป็นเสมือนรากฐานที่ แข็งแรงให้กับประเทศชาติ โดยโครงการนี้ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายคือ วัยรุ่นวัยทำงานชายหญิง ที่ มีอายุ 18-30 ปี มีวัยตั้งแต่ นักศึกษา คนทำงาน ที่อาศัยอยู่และทำงานในเขตเมือง รวมทั้งเขตชาน เมือง เนื่องจากสุขภาพสิ่งแวดล้อมที่เร่งรีบ ถูกกดดันจากสภาวะต่างๆ ทำให้ขาดการดูแลสุขภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างเหมาะสม หรือมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง มีกิจกรรมที่ต้องกระทำอยู่เสมอขาดไม่ มี เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายจะเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาประเทศชาติ ทั้งนี้การสร้างเสริมสุขภาพจะต้องควบคู่ไปกับการเหมาะสม

กราฟแสดงอัตราส่วนของประชากร กลุ่มอายุสำคัญ



ภาพที่ 17 กราฟแสดงอัตราส่วนของประชากร กลุ่มอายุสำคัญ

จากการคาดประมาณประชากรตามกลุ่มอายุต่างๆ ปัจจุบันจะพบว่าจำนวนประชากรกลุ่มวัยทำงาน (อายุ 15-59 ปี) คิดเป็นประมาณร้อยละ 60 ของประชากรทั้งหมด หรือประมาณ 38 ล้านคน ประชากรกลุ่ม 0-14 ปี แนวโน้มลดลง ในขณะที่ประชากรกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไปเพิ่มมากขึ้น

## 2.1 กลุ่มเป้าหมายรอง

เป็นภาคแรงงานทั่วไปทั้งที่อายุมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด กลุ่มคนที่ทำงานหรือมีที่พักอาศัยไม่ได้อยู่ในเขตเมือง เนื่องจากแม้จะไม่ได้เป็นเป้าหมายโดยตรง แต่เรื่องการสร้างสุขภาพก็เป็นสิ่งที่คุณทุกคนสามารถทำได้ เป็นประโยชน์ต่อตนเอง และประเทศชาติ

### 3. จิตวิทยาากลุ่มเป้าหมาย

ทุกคนรู้ว่าพฤติกรรมอย่างไร จะทำให้มีสุขภาพกายที่ดี แต่ไม่มีจิตสำนึกภายในที่เพียงพอ จึงไม่สามารถมีพฤติกรรมที่ยั่งยืน เช่น คนที่ลดความอ้วน หรือคนที่เลิกบุหรี่ ไม่ได้สักที การมีจิตสำนึกภายในเพียงพอ จึงจะทำให้มีพลังใจพอที่จะควบคุมพฤติกรรมให้เกิดสุขภาพทางกายที่ดี หลายคนรู้วิธีทำจะบำรุงบำเรอใจให้เป็นสุข แต่จะพบว่ามันจะสลับกับความทุกข์อยู่ด้วยกันอย่างเสมอๆ เพราะไม่รู้ว่าการมีความสุขสงบ ดีกว่าทุกข์น้อยกว่าการมีความสุขมากๆ เพราะคนที่เคยชินกับความทุกข์มากๆ เมื่อไม่เป็นสุขก็เป็นทุกข์แล้ว การมีจิตสำนึกว่าเรากับผู้คน และสิ่งแวดล้อมภายนอก สัมพันธ์กันอย่างแนบแน่น การรู้ว่าการดูแลให้คนอื่นเป็นสุข ก็เท่ากับเป็นการดูแลให้ตัวเราเป็นสุข การมีจิตสำนึกเช่นนี้ก็จะทำให้เรามีพฤติกรรมนำไปสู่สุขภาพทางสังคมที่ดี

### 4. พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

ตารางแสดงพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย เห็นได้ว่ากลุ่มเป้าหมายคนทำงานในช่วงอายุ 15 – 59 ปีมีช่วงเวลาในการดูแลสุขภาพ และช่วงเวลาในการรับสื่อน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากมีภาระหน้าที่ต้องรับผิดชอบ ดังนั้น ช่องทางที่นอกเหนือจากเวลาในการทำงานที่สื่อต่างๆจะถึงเป้าหมายได้ต้องอาศัย ในช่วงเวลาระหว่างการเดินทาง และสื่อต่างๆ ที่เหมาะสมเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นทิศทางการออกแบบสื่อ คือ จัดทำสื่อที่สามารถติดตั้งกลางแจ้ง ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับสื่อ และต้องมีขนาดที่ใหญ่พอเพียง สร้างความสนใจ โดยจะติดตั้งตามแหล่งชุมชน แหล่งสัญจรตามสถานที่สำคัญ ทั้งป้ายรถสาธารณะ สถานีรถไฟฟ้า BTS สถานศึกษาต่างๆ หน่วยงานราชการ ฯลฯ

ตารางแสดงเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยของประชากรตั้งแต่อายุ 10 ปี ขึ้นไป จำแนกตามกิจกรรมสำคัญที่ทำ และกลุ่มอายุ พ.ศ. 2544

Average Time of population 10 years of age and over spend on activity and age group : 2001

- หมายเหตุ : 1. เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในกิจกรรมต่างๆ คำนวณจากผู้ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น  
2. หมายถึงกิจกรรมที่ใช้เวลาเฉลี่ยตั้งแต่ 1 ชั่วโมงขึ้นไป (ยกเว้นการเดินทาง)

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี

Source : National Statistical Office, of the Prime Minister

ตารางแสดงเวลาที่ใช้โดยเฉลี่ยของประชากรตั้งแต่อายุ 10 ปี ขึ้นไป จำแนกตามกิจกรรมสำคัญที่ทำ และกลุ่มอายุ พ.ศ. 2544

Average Time of population 10 years of age and over spend on activity and age group : 2001

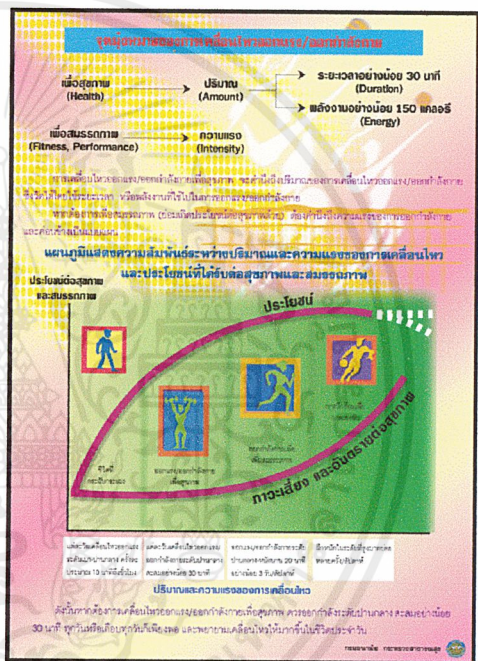
กิจกรรม	กลุ่มอายุ (ปี) Age group (years)				Activity
	10 - 12	15 - 24	25 - 59	60 ปี	
การดูแลตนเอง	12.0	11.5	11.5	14.8	Necessary time
การนอน	9.3	8.6	8.5	10.4	Sleep and related activities
การรับประทานอาหาร - ดื่มน้ำ	1.5	1.4	1.4	1.5	Eating and drinking
การรักษาสุขภาพ	1.1	1.0	1.4	1.7	Personal care
การทำงานและการศึกษาเรียนรู้	7.9	8.6	8.8	6.6	Contracted time
การทำงาน (ไม่รวมการเดินทาง)	3.0	7.5	7.9	6.1	Work (excl. travel)
การเดินทางเพื่อการทำงาน	0.8	1.0	1.1	1.1	Travel for work
การศึกษาเรียนรู้ (ไม่รวมการเดินทาง)	7.3	7.3	3.2	1.4	Learning (excl. travel)
การเดินทางเพื่อการศึกษาเรียนรู้	0.6	0.8	0.8	0.5	Travel for learning
การดูแลครัวเรือน และการให้บริการชุมชน	1.0	1.4	1.7	2.1	Committed time
การดูแลภายในครัวเรือน	1.2	2.0	2.5	2.4	Household maintenance
การดูแลสมาชิกในครอบครัว	1.1	2.7	2.3	2.7	Care for own household member
การให้บริการชุมชน	1.0	1.7	1.8	2.1	Community services
เวลาว่าง	4.5	4.5	3.5	4.6	Free time
การใช้เวลาเพื่อทำกิจกรรมเชิงสังคมวัฒนธรรม และการพักผ่อนหย่อนใจ	2.0	2.1	1.9	2.4	Social, cultural and recreational activities
การใช้เวลากับสื่อต่างๆ	3.0	3.2	2.9	3.4	Mass media use

ภาพที่ 18 ตารางพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5. สื่อที่เคยจัดทำในโครงการณรงคี่อื่นๆ

ทั้งหน่วยงานของรัฐ และเอกชน ได้ทำโครงการแนะนำ และส่งเสริมสุขภาพในรูปแบบต่างๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้ในเรื่องสุขภาพ โปสเตอร์เรียกร้องเกี่ยวกับสุขภาพ โปสเตอร์รณรงค์ และให้ความรู้เรื่องต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ สติกเกอร์ การ์ดสมาชิกชมรมคนรักสุขภาพ หนังสือคัมภีร์ขนาดพกพาสร้างสุขภาพ เข็มกลัดรณรงค์ ไม้บรรทัดให้ข้อมูล แก้วน้ำรักสุขภาพ เสื้อรักสุขภาพ และสื่ออื่นๆ ที่สามารถเข้าได้ถึงกลุ่มเป้าหมายตามจุดประสงค์ของโครงการ



ภาพที่ 19 (บนซ้าย) โปสเตอร์โครงการ ขยับกาย สบายชีวิต

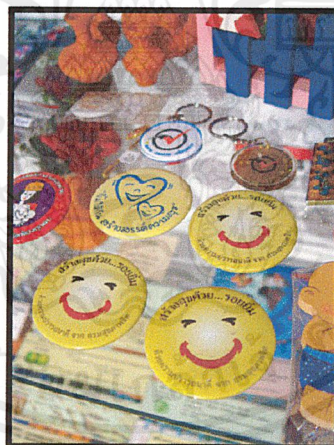
ภาพ 20 (บนขวา) โปสเตอร์แสดงรายละเอียดในการออกกำลังกาย

ภาพ 21 (ซ้าย) โปสเตอร์แนะนำรายละเอียดในการจัดการสุขภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 22 โปสเตอร์รณรงค์ให้ออกกำลังกายในลักษณะต่างๆ



ภาพที่ 23 สื่อรณรงค์ในรูปแบบต่างๆ  
เพื่อยึดโครงการรวมพลังสร้างสุขภาพ เข้มก๊ัด  
การ์ดแบบขาวไว้คั่นหนังสือที่มีรูปทรงต่างๆ

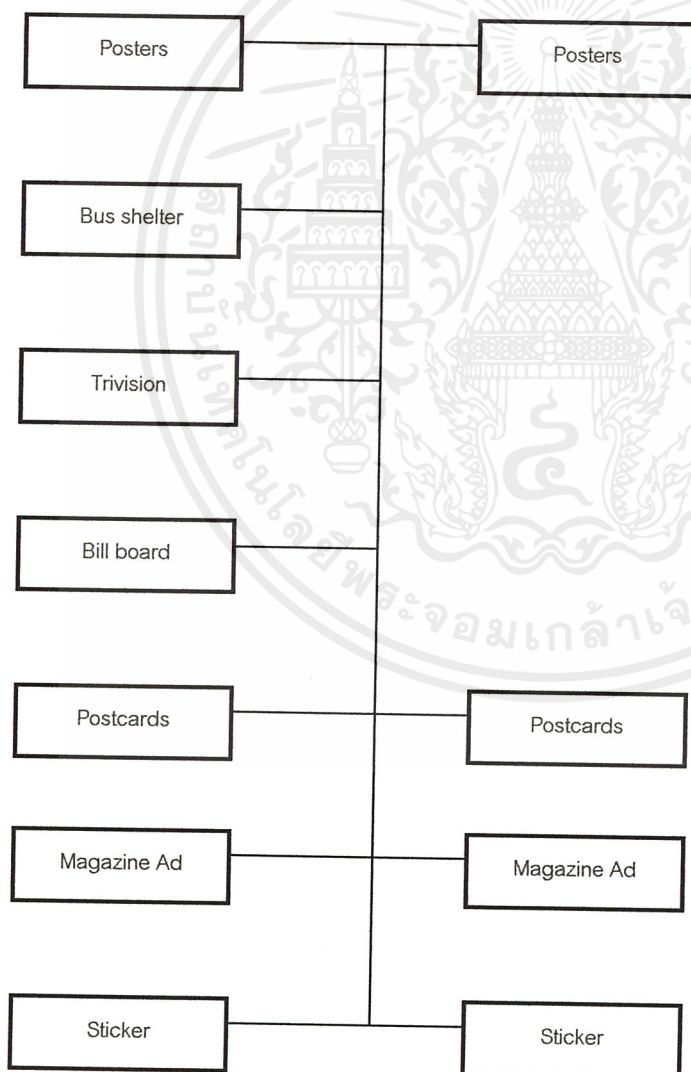
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 24 โปสเตอร์รณรงค์สถิติเกี่ยวกับสุขภาพ

## 6. สื่อที่นำมาใช้ในการรณรงค์

### 6.1 วิเคราะห์การเลือกสื่อ



ภาพที่ 25 แผนผังการวิเคราะห์สื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากที่ได้ทำการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในเรื่อง พฤติกรรมการรับสื่อ ช่องทางในการใช้สื่อ ได้ตัดสินใจในการเลือกใช้สื่อเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพมากที่สุด คือ

1. โปสเตอร์
2. สื่อสิ่งพิมพ์ทางนิตยสาร
3. โปสการ์ด และสติ๊กเกอร์

## 6.2 ความสามารถของสื่อแต่ละชนิด

Poster เป็น Visual combination ระหว่างความรุนแรง สะดุดตา ตี และข้อความซึ่งดึงดูดความสนใจของผู้ที่พบเห็นให้นานพอที่จะปลูกฝังความคิดที่ต้องการให้เกิดในจิตใจของผู้นั้นได้ สื่อสิ่งพิมพ์ตามหน้านิตยสาร Magazine advertising เพื่อให้รายละเอียดความรู้ หรือสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ให้กลุ่มเป้าหมายกระจ่างขึ้น เพิ่มรู้แหล่งหาข้อมูลเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับตนเอง ให้รายละเอียดที่มากกว่าการรับสื่ออื่นๆ

โปสการ์ด และสติ๊กเกอร์ Postcard & Sticker เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการโดยตรง เนื่องจากจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยง่าย สามารถสร้างความสนใจได้ เพื่อสามารถเชื่อมโยงถึงสื่ออื่นๆ ที่ได้ทำมา เป็นสื่อที่มีจุดประสงค์ในการย้ำเตือนกลุ่มเป้าหมาย

สื่ออื่นๆ ที่ไม่เลือกนำมาใช้ เช่น สิ่งกลางแจ้ง ( Bill board ) และสื่อที่มีขนาดใหญ่ตามสี่แยก ไม่นำมาใช้ เนื่องจากเหตุผลทางจิตวิทยา ความใหญ่จะเป็นจุดดึงดูดความสนใจได้ดี แต่มีข้อเสียในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสถานที่ จากความไม่เหมาะสมด้านพื้นที่สำหรับการติดตั้ง การบดบังทัศนวิสัย ซึ่งอาจก่อให้เกิดเหตุร้ายตามมา ด้านงบประมาณที่ต้องใช้งบที่สูง ซึ่งสามารถนำมาแปรผันเป็นจำนวนสื่อที่มากกว่าได้ เพื่อให้เข้าถึงได้มากกว่า ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากกว่า

โครงการรณรงค์สุขภาพเป็นเรื่องที่ต้องใช้ระยะเวลายาวนาน จึงต้องอาศัยสื่อที่หลากหลาย และมีการกระตุ้น และเพื่อเติมช่องทางสื่ออยู่เสมอ ซึ่งต่อไปอาจเพิ่มเติมสื่อในอุปกรณ์ที่ในในการดำเนินชีวิตประจำวัน

## 7. แนวทางกลยุทธ์

Kruman กล่าวว่า การสื่อข้อมูลถึงเป้าหมาย 3 ครั้ง เป็นสิ่งที่เพียงพอแล้ว ซึ่งได้อธิบายไว้ การสื่อครั้งแรกเป็นการอธิบายว่าคืออะไร ครั้งที่สองเป็นการสื่อเพื่อกระตุ้นความสนใจ ครั้งที่สามเป็นสื่อเพื่อการย้ำเตือน ความคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสื่อข้อมูลถึงผู้บริโภครวม 3 ครั้ง ได้ผลก่อให้เกิดพฤติกรรมได้ ซึ่งสื่อสามครั้ง หมายถึง กลุ่มเป้าหมายจะเห็นสื่อ 3 ครั้ง โดยเป็นสื่อในลักษณะที่ให้ผลต่างๆ กันออกไป โดยต้องใช้ระยะเวลาที่เหมาะสม มีการวางแผนเพื่อให้เกิดผลที่ดีที่สุด

สื่อแรก - ภาพโปสเตอร์จะเป็นที่เข้าใจอย่างกระจ่างแก่ผู้พบเห็น และจะต้องสะดุดตาด้วย ภาพทุกภาพในโปสเตอร์ต้องส่งเสริมความตั้งใจ แม้มีข้อจำกัดเรื่องเวลาในการรับสื่อ

สื่อสอง - สื่อสิ่งพิมพ์ตามหน้านิตยสาร Magazine advertising สามารถเพิ่มรายละเอียดได้มากขึ้น

สื่อสาม - ไปสการ์ด และสติ๊กเกอร์ Postcard & Sticker เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการโดยตรง เนื่องจากจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย สามารถสร้างความสนใจได้ เพื่อสามารถเชื่อมโยงกับสื่ออื่นๆ

## 8. แนวความคิดในการออกแบบ

จากที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลด้านการส่งเสริมสุขภาพ มีข้อมูลอย่างมากมายที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลในการอ้างอิง และเป็นหลักที่นำมาเสนอได้แก่

- หลักสุขภาพไทย 12 ประการ
- หลักสุขบัญญัติ 10 ประการ
- หลักโภชนาการ 10 ประการ
- หลักการกินป้องกันโรค
- คู่มือการส่งเสริมสุขภาพวัยทำงาน

เนื่องจากข้อมูลมากมายนั้น บางส่วนเป็นเรื่อง ไกลตัวสำหรับกลุ่มเป้าหมาย จึงได้ทำการวิเคราะห์ และทำการสรุปข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ สำหรับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ และได้สรุปเนื้อหาที่ทำการออกแบบสิ่งพิมพ์ไว้ 7 หลัก ได้แก่

1. การสำรวจร่างกายตนเอง
2. การรับประทานอาหาร
3. การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ
4. การผ่อนคลายจากการดำเนินชีวิต
5. ละ อด เลิก อบายมุข และสิ่งเสพติด
6. มีสติ และไม่ประมาทในพฤติกรรม
7. อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 9. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเพื่อการออกแบบงานแต่ละชิ้น

จากที่ได้ทำการรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลการออกแบบ ได้วิเคราะห์ถึง "พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย" ซึ่งมีพฤติกรรมเสี่ยงที่มีผลต่อสุขภาพ ที่ขัดต่อหลักการสร้างเสริมสุขภาพ และได้สรุปข้อมูลขึ้นใหม่ ซึ่งเหมาะสม ได้ใจความและจดจำได้ง่ายกว่าหลักอื่นๆ ซึ่งสามารถจำแนกได้จากปัจจัยภายใน ก็คือตนเอง และภายนอก คือสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว

### 9.1 การสำรวจร่างกายตนเอง "สังเกตสิ่งบอกเหตุสุขภาพ"

การสำรวจร่างกายตนเอง ได้แก่ การที่เราหมั่นสำรวจความผิดปกติของร่างกายที่แสดงออกมา ซึ่งอาการผิดปกติต่างๆ ที่ปรากฏ จะเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงสภาพพฤติกรรมในการดำเนินชีวิต

ร่างกายของตนเองย่อมจะรู้ได้ดีที่สุดว่าตนเองเป็นเช่นไร ดังนั้นการตรวจร่างกายประจำปี นั้นเป็นการตรวจผลโดยรวม ถ้าเรารับรู้ว่าร่างกายมีความผิดปกติ และต้องการตรวจเฉพาะจุดที่ผิดปกติ นั้น จะเป็นการแก้ปัญหาได้ถูกจุดกว่าที่จะไม่สนใจร่างกายของตนเอง และรอรับผลจากการตรวจร่างกายเพียงอย่างเดียว

### 9.2 การรับประทานอาหาร "เลือกซื้อ เลือกรับประทาน"

เรื่องการรับประทานอาหารเป็นเรื่องที่รับรู้จากสัญชาตญาณของสิ่งมีชีวิต ซึ่งจำเป็นต้องการสารอาหารมาเพื่อนำมาเปลี่ยนเป็นพลังงานในการดำรงชีวิต ในสภาพสังคมปัจจุบันทุกอย่างรวดเร็ว และรีบเร่งตลอด ทำให้วัฒนธรรมการรับประทานอาหารเปลี่ยนไป นิยมรับประทานอาหารประเภทสะดวกซื้อมากขึ้น ทั้งซื้ออาหารที่ใส่ถุงพลาสติก อาหารกล่อง และแม้กระทั่งอาหารแบบทันใจ (Fast food) ซึ่งการเลือกรับประทานอาหารลักษณะเช่นนี้เป็นเรื่องเสี่ยงที่เกิดภาวะความผิดปกติในภายหลัง จึงจะสร้างทัศนคติในการเลือกรับประทานอาหารให้ปลอดภัยต่อสุขภาพ ที่มีความเหมาะสมต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

### 9.3 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ "ออกแรงสร้างสุข"

จากสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปทำให้เกิดเปลี่ยนแปลงปัญหาสุขภาพ ซึ่งเกิดจากการดำเนินชีวิตที่ไม่ถูกต้อง สาเหตุหนึ่งสร้างปัญหาสุขภาพก็คือ ขาดการออกกำลังกาย ด้วยสาเหตุต่างๆ จะเห็นได้ว่าปัจจุบันซึ่งหลายหน่วยงานได้ตระหนักถึงความสำคัญของการออกกำลังกาย เห็นได้จากโครงการรณรงค์ต่างๆ มากมายที่เกิดขึ้น ซึ่งเรื่องการออกกำลังกายเป็นเรื่องที่ทำได้ง่าย เพียงแค่เราใส่ใจเท่านั้น ซึ่งอาจจะเห็นแค่การขยับร่างกายไปๆ มาๆ ก็เพียงพอ ไม่จำเป็นต้องเข้าสถานบริการสุขภาพอย่างที่เราเข้าใจกัน เพียงแต่ต้องสะสมกันให้ได้อย่างน้อยวันละ 30 นาที เท่านั้นเราก็มีสุขภาพที่ดีขึ้นอย่างง่ายๆ

#### 9.4 การผ่อนคลายจากการดำเนินชีวิต “พักผ่อนให้เพียงพอ”

ร่างกายของเราเมื่อใช้งานตลอดเวลา ก็จะเกิดอาการเหนื่อยล้าขึ้น ร่างกายก็จะขับสารที่เป็นกรดขึ้น สร้างความรู้สึกเหนื่อยอ่อนแรงให้กับร่างกาย ดังนั้นร่างกายจึงจำเป็นต้องมีการหยุดพัก เพื่อฟื้นฟูพลังงาน และซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ

จากสภาพสังคมปัจจุบันเวลาในการทำกิจกรรมมากขึ้น ทำให้เวลาพักผ่อนน้อยลง เรื่องนี้เป็นผลสะสมซึ่งเห็นผลภายหลัง จะเห็นได้ชัดเจนจากประสิทธิภาพการทำงานลดลง การรับรู้ลดลง ดังนั้นการจัดสรรเวลาสำหรับพักผ่อนจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเช่นเดียวกัน

#### 9.5 “ละ เลิก อบายมุข และสารเสพติด”

เรื่องสิ่งเสพติด และอบายมุข เป็นเรื่องที่ทำให้การรณรงค์ต่อต้านกันมาเป็นเวลานานแล้ว ด้วยความหวังที่ว่า จะไม่มีใครซื้อ ก็ไม่มีใครขาย และแม้จะทราบกันคืออยู่แล้วว่าสิ่งเหล่านี้มีผลร้ายต่อร่างกาย แต่ก็ต้องพ่ายแพ้ต่อจิตใจของอ่อนแอต่อความต้องการ ไม่ว่าจะเป็นการทดลอง เพื่อนชักชวน หรือเพื่อการเข้าสังคม ก็เป็นเหตุที่เสี่ยงที่จะติด และเกิดปัญหาต่างๆ ตามมาในภายหลัง

#### 9.6 มีจิตใจที่สงบ มองโลกในแง่ดี และไม่ประมาทในพฤติกรรม “มองโลกในแง่ดี”

ความสุขเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา การที่มีจิตใจที่แจ่มใสเสมอ ร่างกายก็พลอยมีความสุขไปด้วย นอกจากจะเป็นผลดีต่อตนเองแล้ว คนที่มีจิตใจร่าเริงแจ่มใสยังอยากมีแต่คนเข้าใกล้ อยากคบหา เพราะทำให้คนอื่นพลอยมีความสุขไปด้วย ปัจจุบันสังคมให้ความสำคัญกับวัตถุมากขึ้น ทำให้ต้องเร่งรีบเพื่อหาราย ได้มาซื้อหาวัตถุเพื่อตนเองและครอบครัวตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุทำให้เราเกิดความทุกข์ ความเคร่งเครียด จะเป็นผลร้ายต่อสุขภาพตามมา

#### 9.7 สภาพแวดล้อมเหมาะสม “ปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม”

การสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีเป็นสิ่งที่สร้างสรรค์สิ่งอื่นๆ ตามมา ซึ่งสิ่งแวดล้อมมีผลต่อสภาวะสุขภาพอนามัยของบุคคล มีอิทธิพลต่อการสร้างความรู้สึกรู้สึก พัฒนาสติปัญญา จิตใจ และอารมณ์ ช่วยผ่อนคลายความเครียด ดังนั้นมนุษย์และสิ่งแวดล้อมจึงไม่อาจจะแยกออกจากกันได้

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. แนวทางการออกแบบ

1. สติกเกอร์ ขนาด 10x10 ซม. จำนวน 1 ชิ้น
2. โปสเตอร์ ขนาด A2 จำนวน 7 ชิ้น
3. โปสการ์ด ขนาด A6 จำนวน 7 ชิ้น
4. สื่อสิ่งพิมพ์ทางนิตยสาร ขนาด A4 จำนวน 7 ชิ้น

Poster เป็น Visual combination ระหว่างความรุนแรง สะดุดตา ตี และข้อความซึ่งดึงดูดความสนใจของผู้ที่พบเห็น สามารถที่จะปลูกฝังความคิดที่ต้องการให้เกิดในจิตใจของผู้นั้นได้

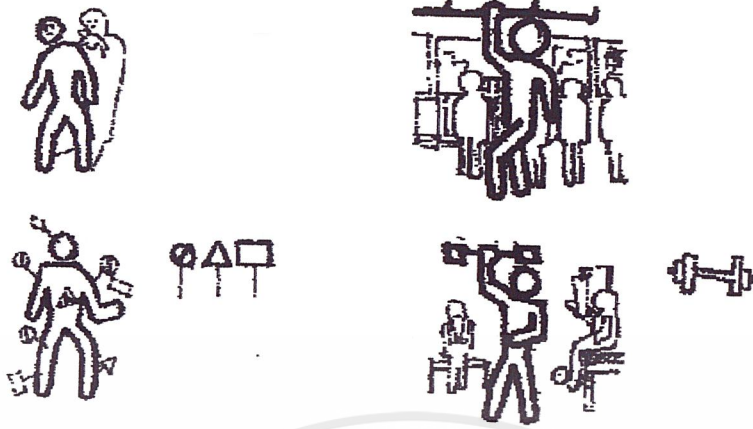
Sticker และ โปสการ์ด เป็นสื่อที่เป็นสื่อที่แจกฟรี เนื่องจากความสามารถที่จะเพิ่มเติมรายละเอียด ยังสามารถเก็บไว้กับตัว ช่วยย้ำเตือนความทรงจำให้จดจำในสื่อแรกที่ได้พบเห็น

Magazine เป็นสื่อที่จะกระจายได้ทั่วสามารถเพิ่มเติมรายละเอียดที่ขาดไป ของสื่ออื่น ยังแทรกแนวทางที่ต่างจากสื่ออื่นๆ เพื่อเสนอแนวทางให้จดจำได้มากขึ้น

#### 2. ลักษณะแบบร่างงานสื่อต่างๆ

จะคิดงานทุกชิ้นจากปัญหา เนื้อหาที่ต้องการพูด โดยอาศัยลักษณะการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมายมาเป็นพื้นฐานการออกแบบ งานต่างๆ ขึ้น

##### 2.1 แบบร่างโดยรวมๆของงาน ซึ่งต้องปรับเปลี่ยน และแก้ไข



ภาพที่ 26 เอาดตนเองเป็นตัวอย่าง และร่างกายตนเองเป็นตัวอย่าง

ภาพที่ 27 ออกกำลังกายที่ไหนก็ได้ เหมือนกัน



ภาพที่ 28 การพักผ่อนก็เหมือนการชาร์จแบตเตอรี่โทรศัพท์

ภาพที่ 29 เป็นเป้าหมายให้ทำร้ายตนเอง

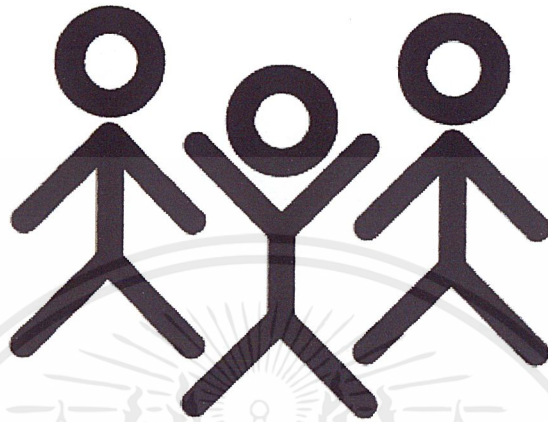


ภาพที่ 30 สองมุมมอง ทางขึ้น ทางลง

ภาพที่ 31 ชีวิตยุ่งเหยิงเหมือนเกมส์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. ผลงานจริงสติ๊กเกอร์



## สร้างนำซ่อม

### โครงการสร้างเสริมสุขภาพ

ภาพที่ 32 ผลงานจริง STICKER

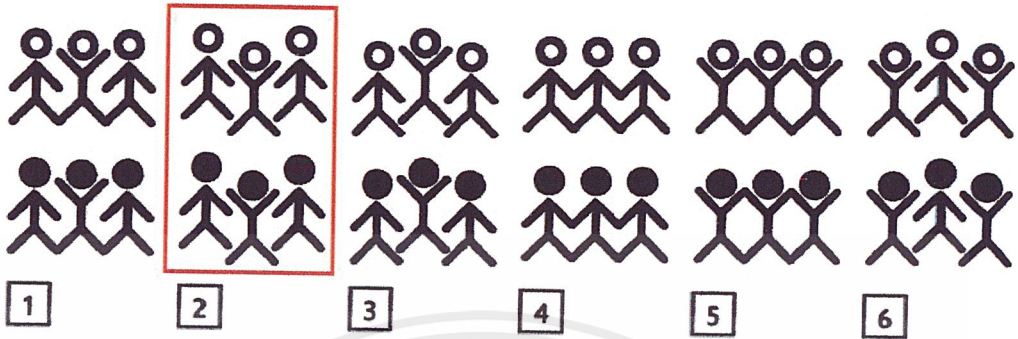
การออกแบบสติ๊กเกอร์ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของโครงการ มีแนวความคิดในการออกแบบ จะต้องดูเรียบร้อย จดจำง่าย สร้างแรงดึงดูด และมีความหมายที่ส่งเสริมกับชื่อโครงการ

การออกแบบโดยใช้สามคนเป็นตัวแทนของประชาชน โดยให้จุดสำคัญมีความแตกต่างกันเล็กน้อย ก็สามารถสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นได้ โดยไม่ต้องเปลี่ยนแปลงได้ออกแบบ และได้คัดเลือกภาพที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน มีความสวยงามสอดคล้องกับชื่อของโครงการ จึงได้คัดเลือกแบบที่ 2 เนื่องจากได้พิจารณาความเหมาะสมในเรื่องการจดจำได้ง่าย ความตรงไปตรงมาของชื่อที่สอดคล้อง ซึ่งแบบอื่นที่ได้ทำการออกแบบก็สามารถสื่อความหมายได้เพียงแต่ยังได้ไม่ดีเท่ากับแบบที่เลือกมา

สัญลักษณ์ของโครงการที่ออกแบบเสร็จสมบูรณ์ นำไปใช้ได้ทันที โดยจะปรากฏอยู่ที่สื่อทุกชนิด และจะมีการผลิตเป็นสติ๊กเกอร์ขนาดเท่าจริงด้วย เพื่อติดไว้เตือนความทรงจำในสื่ออื่นๆ ที่ได้จัดทำมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1 แนวการออกแบบสติ๊กเกอร์



ที่ได้คัดเลือกคือ แบบที่ 2 เนื่องจากความเหมาะสมกับชื่อ และมีความหมายตรงตัวตามชื่อของโครงการ และให้ความหมายได้ สำหรับการออกแบบที่ต้องเป็นเส้นก้างปลาเนื่องจากนำทฤษฎีความสว่างตาของเส้นมาใช้ คือ เส้นตรงกลางของตัวคนมีความเท่ากันทั้งสามคน แต่คนตรงกลางเป็นคนที่ชูมือขึ้น ทำให้มีความรู้สึกที่เส้นตรงกลางมีความยาวกว่าคนทั้งซ้ายและขวา

**สร้างนำช่อม**

**สร้างนำช่อม**

**สร้างนำช่อม**

**สร้างนำช่อม**

**สร้างนำช่อม**

**สร้างนำช่อม**

เลือกตัวอักษรที่จะนำมาใช้ประกอบงาน โดยให้เน้นที่ต้องสามารถอ่านได้ง่าย ทันสมัย มีลักษณะคล้ายๆ ป้ายสาธารณะ ได้คัดเลือกมาเนื่องจากเห็นว่าดีที่สุดแล้ว เมื่อนำมาประกอบกับรูปสัญลักษณ์

## สร้างนำช่อม PSL Irene

ให้ลักษณะที่ดูเป็นทางการ และเป็นสาธารณะ นำเชื่อถือ ไม่ตกยุคสมัย มีหัวกลมอ่านได้ง่าย เส้นหนาชัดเจน ให้ความรู้สึกหนักแน่น มั่นคง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4. ผลงานจริง ของโปสเตอร์

### 4.1 โปสเตอร์ แผ่นที่ 1 รมรงค์ให้หมั่นตรวจสอบสภาพร่างกายตนเอง

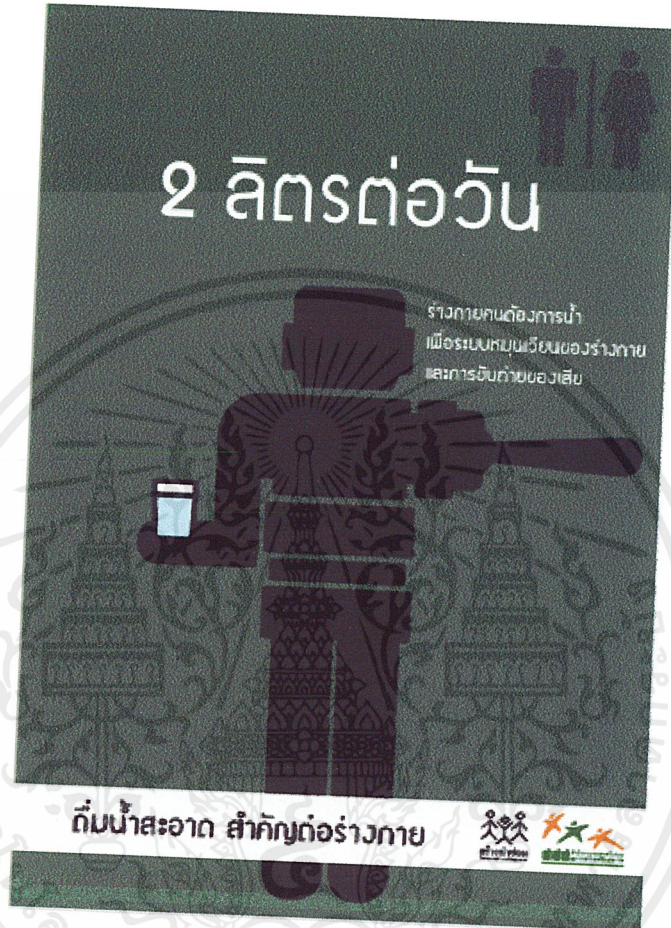


ภาพที่ 33 ผลงานจริงโปสเตอร์ แผ่นที่ 1 รมรงค์ให้หมั่นตรวจสอบสภาพร่างกายตนเอง

การออกแบบได้คิดจากปัญหาที่สำคัญก็คือ การที่เรารู้ว่าสิ่งผิดปกติกับร่างกายแต่เรานิ่งเฉยไม่สนใจเสียอย่างนั้น ร่างกายของเราจะมีสิ่งบอกเหตุว่าในขณะที่ร่างกายของเรามีสิ่งผิดปกติ อาจจะเกิดอาการต่างปรากฏให้เห็น ได้ภายนอก ดังนั้นผู้ที่รู้คนแรกเกี่ยวกับอาการนั้นๆ ก็คือ เรานั่นเอง ทำให้อาการผิดปกติอาจจะลุกลามต่อไปเป็นปัญหาใหญ่ได้ จึงได้ออกแบบในแนวทางที่ว่า เป็นการถามตอบ ซึ่งโยง ไปถึงเสื้อผ้าที่เห็นจากภายนอก ถ้ายับแล้วเราจะทำเช่นไร ก็มีความหมายในลักษณะถ้าเรารู้อาการผิดปกติของร่างกายแล้วเราจะทำเช่นไร ซึ่งคำตอบมีสองข้อให้เลือก คือ การไม่สนใจต่อปัญหา และการแก้ไขนั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.2 โปสเตอร์ แผ่นที่ 2 รมรงค์ให้ดื่มน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ



ภาพ 34 ผลงานจริงโปสเตอร์ แผ่นที่ 1 รมรงค์ให้ดื่มน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ:

ได้นำความคิดในการออกแบบจากที่ว่าร่างกายคนเรามีน้ำเป็นส่วนประกอบมากถึง 70% ร่างกายจะมีน้ำการไหลเวียน และใช้ถ่ายเทของเสีย การที่เราดื่มน้ำไม่พอต่อความต้องการของร่างกายก็จะส่งผลร้ายการการขาดอาหารเสียอีก การที่เราดื่มน้ำให้มากพอเราจะสามารถเห็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน สามารถลองดูได้ เราจะสดชื่นมากขึ้น และพร้อมสำหรับการทำงาน การออกแบบงานชิ้นนี้ ให้เห็นในเรื่องร่างกายมีระบบถ่ายเทของเสีย ซึ่งมีน้ำเป็นส่วนประกอบสำคัญของระบบนั้นนั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.3 ไปสเตอร์ แผ่นที่ 3 رمزรงค์ใให้ออกก่าดั่งกาย และพ่อนคลายความเครียด



ภาพ 35 ผลงานจริงไปสเตอร์ แผ่นที่ 1 رمزรงค์ใให้ออกก่าดั่งกาย และพ่อนคลายความเครียด

ไปสเตอร์ที่ทำการ رمزรงค์ใให้ออกก่าดั่งกายท่วๆ ไป จะเป็นการเชิญชวนใให้ออกก่าดั่งกาย ด้วยวิธีต่างๆ จากการใช้ฟรีเซ็นเตอร์ การแนะนำท้อออกก่าดั่งกาย เป็นต้น

ไปสเตอร์ชิ้นนี้ต้องการนำเสนอแนวทางที่ต่างไปคือ ดึงใให้คนดูมามีส่วนร่วมด้วย โดยพูดถึงเรื่องการพ่อนคลายความเครียดจากการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยการขยับนิ้วมือไปมา ช่วยพ่อนคลายได้คืออีกด้วย โดยคิดภาพเป็นรูปภาพมือ 5 ภาพ ซึ่งมีความหมายว่า RELAX การพ่อนคลายนั้นเอง มีข้อความว่า ใให้อ่าน แล้วทำตาม ซึ่งมีความหมาย 2 แ่ง คือ ใให้ลองทำขยับนิ้วไปตามแบบด้านบน และใให้พ่อนคลาย RELAX จากสิ่งที่ทำ โดยที่ผู้ทำก็ยังไม่รู้ว่าตนเองได้พ่อนคลายจากแค่เพียงการขยับมือไปมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตใให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.4 โปสเตอร์ แผ่นที่ 4 รมรงค์ให้พักผ่อนให้เพียงพอ



ภาพ 36 ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 1 รมรงค์ให้พักผ่อนให้เพียงพอ

ปัญหาของการที่เราต้องดำเนินชีวิตประจำวันอย่างรีบเร่ง ทำให้เราไม่สามารถพักผ่อนเพื่อพักร่างกายให้คืนพลังงานได้อย่างเต็มที่ ดังนั้น ผลที่ออกมาเราจะไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากการพักผ่อนเป็นการทำให้ร่างกายพร้อมต่อการทำกิจกรรมในแต่ละวัน

ซึ่งนี้ได้พูดถึงเรื่องพลังงาน เมื่อเราพักผ่อนเต็มที่ก็เหมือนกับการชาร์จแบตเตอรี่ให้เต็ม ประจุนั่นเอง และที่ด้านบนที่เหมือนไม่เต็มเพราะมีความหมายว่า การที่เราพักผ่อนได้ไม่พอเพียงพอความต้องการของร่างกายจะมีผลทำให้สมองว่างเปล่า ไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.5 โปสเตอร์ แผ่นที่ 5 รมรงค์คัลดละเล็ก บุหรี เหล้า สารเสพติด



ภาพ 37 ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 1 รมรงค์คัลดละเล็ก บุหรี เหล้า สารเสพติด

เกิดจากปัญหาที่ว่าเรื่อง บุหรี สุรา สารเสพติด เป็นเรื่องที่ทำกรรมกรมานานแล้ว ซึ่งปัญหาเหล่านี้ ไม่ได้เป็นหรือมีอาการโดยทันที ปัญหาต่างๆ จะตามมา ซึ่งจะสะสมจากทีละเล็ก น้อยจนกลายเป็นปัญหาใหญ่ และไม่สามารถแก้ไขได้

ต้องการสื่อภาพให้เห็นว่าการที่ร่างกายเราได้รับสิ่งที่ร้ายๆ เหล่านี้ เหมือนเช่นเดียวที่เราจะเป็น เป่ายังให้กับการทำลายสุขภาพที่เกิดขึ้นจากตัวของเราเอง ซึ่งผลที่เกิดจากการใช้บุหรี สุรา สารเสพติด จะค่อยๆ ส่งผลต่อส่วนต่างๆ ของร่างกาย โดยที่เราไม่รู้ตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.6 โปสเตอร์ แผ่นที่ 6 รมรงค์ให้มองโลกในแง่ดี



ภาพ 38 ผลงานจริง โปสเตอร์ แผ่นที่ 1 รมรงค์ให้มองโลกในแง่ดี

ต้นเหตุของปัญหาที่ทำให้ทำให้เราไม่สามารถทำงาน หรือตัดสินใจที่จะทำบางสิ่งได้  
เนื่องจากความคิดในแง่ร้ายๆ ของตัวเรานั่นเอง ที่เป็นอุปสรรค บางทีถ้าเรามองให้ละเอียด และไม่  
คิดในแง่ร้าย ก็อาจจะพบวิธีการแก้ปัญหาที่เราอาจจะคาดไม่ถึง

ชิ้นงานนี้ต้องการให้มองแล้วรู้สึกว่ามันสามารถมองได้ 2 มุมมอง ด้านหนึ่งให้ความรู้สึก  
ในแง่ลบ อีกด้านหนึ่งให้ความรู้สึกในแง่บวก ซึ่งการออกแบบการเดินทางขึ้นก็เหมือนกับการพบ  
อุปสรรค

และมองอีกด้านหลังเจออุปสรรคเราจะพบวิธีที่เราจะผ่านมัน ถ้าเรามองให้กว้างและเข้าใจมัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.7 ไปสเตอร์ แผ่นที่ 7 ณรงค์ให้จัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม



ภาพ 39 ผลงานจริง ไปสเตอร์ แผ่นที่ 1 ณรงค์ให้จัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม

สภาพสิ่งแวดลอมเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต การที่เราอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี เราจะได้รับสิ่งที่ดีตามไปด้วย เช่นเดียวกัน ถ้าเราอยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่วุ่นวาย และไม่มีระเบียบ ก็เป็นการยากที่เราจะมีระเบียบ หรือเรียบร้อย

จึงต้องการสื่อให้เห็นถึงความวุ่นวายที่เกิดขึ้น ถ้าเราอยู่ท่ามกลางสิ่งแวดลอมที่วุ่นวายเราจะมีชีวิตที่สับสน เหมือนดังเช่นเกมส์ลับภาพนี้ จะหาสิ่งใดก็ยากไปเสียหมด จะจัดปรับปรุงใหม่ก็ลำบาก

5. ผลงานจริง โปสเตอร์

5.1 โปสเตอร์ แผ่นที่ 1 รมรงค์ให้หมั่นตรวจสอบสภาพร่างกายตนเอง



ภาพ 40 โปสเตอร์ แผ่นที่ 1 รมรงค์ให้หมั่นตรวจสอบสภาพร่างกายตนเอง

หมั่นหาเวลาดูแลสุขภาพ มีคำกล่าวที่ว่า ไม่มีใครรู้จักตัวเราเองได้ดีเท่าตัวเรา เพราะตัวเราจะรู้ได้ว่า เกิดสิ่งผิดปกติใดกับร่างกายของเรา ดังนั้นสิ่งบอกเหตุที่ร่างกายคอยบอกเรานั้น จะช่วยให้เราสามารถ ทำการรักษาแก้ไขอาการ ได้อย่างถูกต้อง อย่าปล่อยให้สิ่งบอกเหตุไว้ค่า

5.2 โปสเตอร์ แผ่นที่ 2 รมรงค์ให้ดื่มน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ



ภาพ 41 โปสเตอร์ แผ่นที่ 2 รมรงค์ให้ดื่มน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร่างกายต้องการน้ำ 2 ลิตรต่อวัน ร่างกายของเราต้องการน้ำเพื่อสร้างสมดุลของระบบไหลเวียนในร่างกาย และเพื่อการถ่ายเทของเสียต่างๆ ออกไปจากร่างกาย เราจึงควรให้ร่างกายได้รับน้ำ ไม่ว่าจะได้จากการดื่มน้ำ หรือดูดซึมจากการรับประทานอาหาร ให้เหมาะสมกับความต้องการ

### 5.3 โปสเตอร์ แผ่นที่ 3 رمزรงค์ให้ออกกำลังกาย และผ่อนคลายความเครียด



ภาพ 42 โปสเตอร์ แผ่นที่ 3 رمزรงค์ให้ออกกำลังกาย และผ่อนคลายความเครียด

ออกแรง ผ่อนคลายเครียดการออกกำลังกาย ซึ่งไม่จำเป็นต้องเจียดเวลาไปทำที่ไหน เพียงง่ายๆ ได้ด้วยการเดินมากขึ้น ขึ้นลงโดยใช้บันได ขยับนิ้วมือไปมาคลายความตึงเครียดระหว่างวัน หาเวลาแทนที่จะรอให้มีเวลา สะสมเวลาออกกำลังกาย สะสมเวลาของความแข็งแรงของสุขภาพ

### 5.4 โปสเตอร์ แผ่นที่ 4 رمزรงค์ให้พักผ่อนให้เพียงพอ

พักผ่อนพอเพียง จำไว้ว่ายังมีอะไรๆ อีกมากในการทำงาน และในชีวิตมีมากกว่าการทำงานให้มีชีวิตอยู่ หรือมีชีวิตอยู่เพื่อจะทำงาน...จิตใจจะอ่อนล้า ร่างกายจะอ่อนแรง สมองจะมีแต่ความว่างเปล่า พักเมื่อถึงเวลาที่ควรพักผ่อน คุณจะกลับมาพร้อมกับความสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ 43 โปสเตอร์ แผ่นที่ 4 รมรงค์ให้พักผ่อนให้เพียงพอ

5.5 โปสเตอร์ แผ่นที่ 5 รมรงค์ลดละเลิก บุหรี่ เหล้า สารเสพติด



ภาพ 44 โปสเตอร์ แผ่นที่ 5 รมรงค์ลดละเลิก บุหรี่ เหล้า สารเสพติด

ลดละเลิก บุหรี่เหล้า ยา ภัยเงียบที่ทำร้ายร่างกายทำลายจิตใจ สร้างความสุขเมื่อแรกเริ่ม  
ไม่ช้าจะรู้ว่าสิ่งที่ซัดขวางโอกาสของคุณ กลับเป็นตัวของคุณเอง ลดละเลิก บุหรี่ เหล้า ยา  
บ่อนทำลายชีวิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

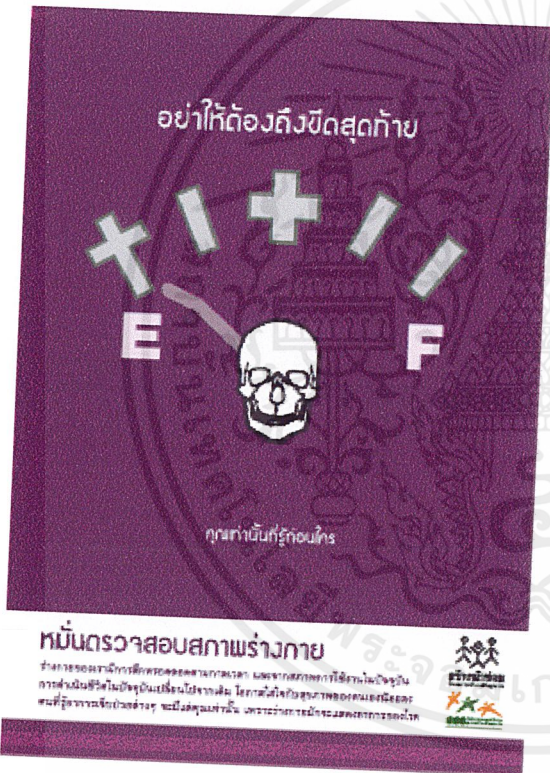


สภาพแวดล้อมสร้างสรรค์ อย่าได้หลอกตัวเองว่าการมีสิ่งของรอกอยู่บนโต๊ะ หมายถึง การมีงานมาก เพียงแต่หมายความว่า คุณยังไม่ได้ทำมันนั่นเอง สิ่งแวดล้อมที่ดี ย่อมนำสิ่งสร้างสรรค์ดีๆ ตามมา

### 6. ผลงานจริง สิ่งพิมพ์นิตยสาร

6.1 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 1 รณรงค์ให้หมั่นตรวจสอบสภาพร่างกายตนเอง

6.2 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 2 รณรงค์ให้ดื่มน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ



ภาพที่ 47,48 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 1-2 รณรงค์ให้หมั่นตรวจสอบสภาพร่างกายตนเอง รณรงค์ให้ดื่มน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ

### หมั่นตรวจสอบสภาพร่างกาย

ร่างกายของเรามีการสึกหรอตลอดตามกาลเวลา และจากสภาพการใช้งานในปัจจุบัน การดำเนินชีวิตในปัจจุบันเปลี่ยนไปจากเดิม โอกาสใส่ใจกับสุขภาพของตนเองน้อยลง คนที่รู้ว่าการเจ็บป่วยต่างๆ จะมีแต่คุณเท่านั้น เพราะร่างกายมักจะแสดงอาการของโรค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ออกแบบโดยนำเรื่องมาตรวัดน้ำมันมาใช้ ปกติเมื่อน้ำมันรถใกล้จะหมดจะมีไฟเตือน และจะไม่ปล่อยให้ถึง ตัว E เพราะหมายถึง empty นำมาเปรียบเทียบให้ปั้มน้ำมันเป็นร่างกาย หมายความว่าเราต้อง ไม่ปล่อยอาการของเราให้หนักสุดๆ เมื่อถึงเวลานั้นก็แก้ไข ไม่ทันการณั้

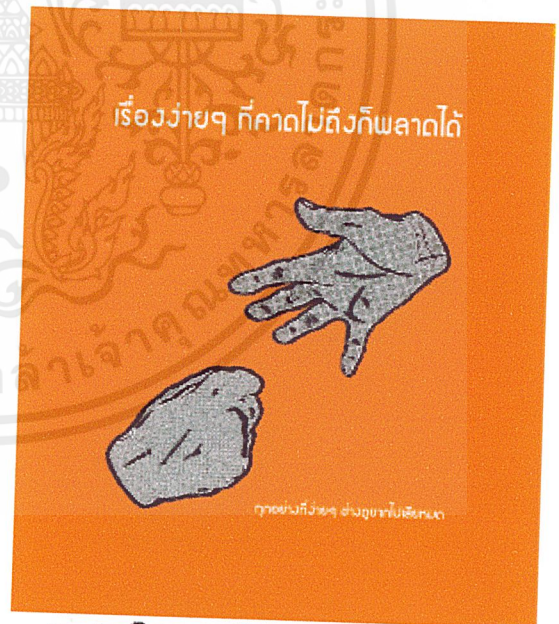
ดูให้ดี เลือกให้เหมาะ ก่อนรับประทาน

อย่ามั่งง่ายกับเรื่องปากท้อง เลือกอาหารที่สะอาด มีคุณค่าเหมาะสมกับร่างกาย เพื่อสร้างพลังงานหล่อเลี้ยง เพราะพฤติกรรมกรรับประทานเป็นรากฐานสำคัญ การไม่ใส่ใจในการเลือกรับประทานอาหาร จะเห็นผลไม่ช้าก็เร็ว

ออกแบบโดยใช้ภาพเป็นตัวล่อ ที่โดนจูงมุกโดยมีอาหารล่อ หมายถึงการที่เรารับประทาน โดยไม่ใส่ใจ ก็เปรียบได้เช่นเดียวกับล่อ ที่มีสิ่งใดกิน ได้ก็รับประทาน โดยไม่ดูให้ดีเสียก่อนว่า

6.3 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 3 رمزรงค์ให้ออกกำลังกาย และผ่อนคลายความเครียด

6.4 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 4 رمزรงค์ให้พักผ่อนให้เพียงพอ



**ออกแรง พ่อนคลายกาย สลายความเครียด**

การออกกำลังกายสม่ำเสมอทำไม่ได้นั้นเพราะเราไม่ทำมัน... แม้จะมีสะพานเชื่อมทาง  
เราเองเดินกันมาเรื่อยๆ คิดความหมายของ สิ่งสบายทางวิ่งของชีวิตได้ไปไหน  
ห่างเพื่อตัวคุณเองบ้าง สุขภาพแข็งแรงก็ดีกว่า สุขภาพเรื้อรังของสุขภาพ

**พักผ่อนไม่พอ จิตใจอ่อนล้า**

ง่วงโงง คิดอะไรไม่ออก สับสนในภาพที่สวน... ชีวิตมีมากกว่าการพักผ่อนไม่ได้พักผ่อน  
จนไม่มีชีวิตเหลือที่จะทำงาน... ชีวิตจะอ่อนล้า... จนจะหมดแรงและ... ความอ่อนล้า  
จะลู่ลื่นทุก... จิตใจอ่อนล้าที่ความเครียด... คุณจะไม่หาวิธีแก้ความอ่อนล้า

ภาพที่ 49,50 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 3-4 رمزรงค์ให้ออกกำลังกาย และผ่อนคลายความเครียด  
 رمزรงค์ให้พักผ่อนให้เพียงพอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกแรง ผ่อนคลาย สลายความเครียด

การออกกำลังกายสามารถทำได้ไม่ต้องเสียเวลาไปทำที่ไหน แม้กระทั่งระหว่างเดินทาง เราลองเดินกันมากขึ้นอีกนิด ลดความสบายลง ขึ้นลงระหว่างชั้นสองชั้น โดยใช้บันได ทำเพื่อตัวเองบ้าง สะสมเวลาออกกำลังกาย สะสมความแข็งแรงของสุขภาพ

ออกแบบด้วยการเสนอทางเลือกให้เลือก โดยบอกว่าจะเลือกทางสบาย หรือทางสุขภาพ เป็นการชี้ให้เห็นอย่างชัดๆ ว่าประโยชน์อยู่ที่ตัวเราเอง จะเลือกสิ่งที่ดีหรือไม่ก็อยู่ที่เราเอง และการที่จัดวางให้หลือมล้ำกัน เพราะจะสื่อให้เห็นว่าบางทีเราอาจจะเลือกทั้งสองทางก็สามารถสลับชั้นกันก็ได้ เราก็จะได้ประโยชน์ถึงสองทาง

พักผ่อน ไม่พอ จิตใจอ่อนล้า

จำไว้ว่า ยังมีอะไรๆ อีกมากในการทำงาน ชีวิตมีมากกว่าการทำงานให้มีชีวิตอยู่ หรือมีชีวิตอยู่เพื่อจะทำงาน จิตใจจะอ่อนล้า สมองจะอ่อนแรง ความว่างเปล่า จะอยู่กับคุณพักเมื่อถึงเวลาที่ควรพัก คุณจะกลับมาพร้อมกับความสำเร็จ นำเอาเรื่องง่ายๆ และคาดเดา ไม่ออกมาใช้ คือการเป่าขลุ่ย จะบอกในถึงความหมายว่า เรื่องง่ายๆ อย่างการเป่าขลุ่ย ก็อาจสร้างปัญหาให้คุณได้ บางทีความคาดหมายที่หวังเอาไว้ก็ไม่สำเร็จอย่าง การพักผ่อนให้เพียงพอจะช่วยให้โอกาสสำเร็จมีมากขึ้น

6.5 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 5 ธรรมรงค์เล็กอบายมุข

6.6 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 6 ธรรมรงค์ให้มองโลกในแง่ดี

ลดละเลิก อบายมุข และการพนัน

เลิกก่อนที่คุณจะไม่เหลืออะไร แม้แต่ชีวิตของคุณ อบายมุข การพนันขั้นต่อ ไม่สร้างความเจริญให้ใคร เป็นความสำเร็จแค่เพียงฉาบฉวย มีแต่จะจูดรั้ง อนาคตคุณ โดยไม่รู้ตัว กว่าจจะรู้สึกตัวก็ไม่มีอะไรเหลือ แม้แต่ชีวิต

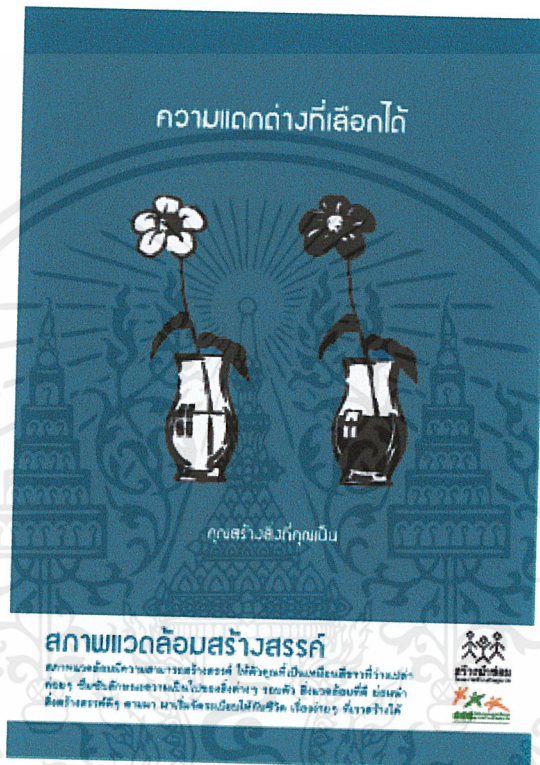
งานชิ้นนี้ออกแบบให้เป็นสถานการณ์ที่กำลังเปิดไฟปิ๊อก ซึ่งเป็นตัวแทนของการพนัน แต่เปิดไฟอีกใบ ออกมาเป็นไฟความตาย (DEATH) ของไฟปิ๊อบชิที่ใช้ในการทำนายอนาคต ซึ่งหมายความว่า ถ้าเรายังไม่เลิกอนาคตเราก็จะไม่เหลืออะไรแม้แต่อนาคตของเรา

มองให้ลึก วิกฤตอาจเป็นโอกาส

บางครั้งเจอปัญหาในชีวิต ลองมองให้ลึกซึ่งคุณจะค้นพบทางออกที่คุณคาดไม่ถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้รับทราบว่า ถ้าเราต้องการมีลักษณะอย่างไรก็ให้อยู่ในสภาพแวดล้อมเช่นนั้น ถ้าเราเป็นคนที่รักสะอาด คอยจัดการบ้านช่องให้สะอาด เก็บของให้เป็นระเบียบ เราก็จะได้ลักษณะนิสัยที่ดีในเรื่องนี้ติดตัวไป ถ้าเราเป็นผู้ที่ปล่อยปะละเลยก็จะส่งผลให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมที่เราอยู่อาจจะไม่ได้ใส่ใจให้ดีเพียงพอนั่นเอง



ภาพที่ 53 สิ่งพิมพ์นิตยสาร แผ่นที่ 7 วรรณคดีโลกใบมยุรา วรรณคดีให้มองโลกในแง่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 1. สรุปผลการทำงาน

ในการออกแบบสื่อรณรงค์สร้างเสริมสุขภาพ “สร้างนำซ่อม” สามารถตอบจุดประสงค์ในการออกแบบได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่ดีมากนัก เนื่องจากเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพมีมากกว่าจะกำหนดชัดเจน ลงไปเป็นข้อๆ ได้ และในส่วนของออกแบบยังได้นำเรื่องใกล้ๆ ตัวเข้ามาเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้คิดเชื่อมโยงให้รู้สึกว่าเป็นเรื่องที่เราพูดให้คุณฟังบางเรื่องยังยากต่อความเข้าใจ เพราะการทำเพื่อคนกลุ่มใหญ่ยากที่จะได้ผลตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ ส่วนสำคัญที่พลาด คือ ขาดการสรุปข้อมูลให้เห็นขอบเขตงานทั้งหมด เพราะผู้ที่เห็นสื่อเพียงแค่อื่นเดียวอาจจะไม่สามารถทราบได้ว่างานทั้งหมดมีกี่ชิ้น จึงจำเป็นเวลาที่เรานเสนอสื่อสู่สาธารณะชน จำเป็นต้องย้ำว่าเป็นหลักสร้างสุขภาพที่มี 7 หัวข้อด้วยกัน แม้จะทำการวิเคราะห์ และสรุปข้อมูลทั้งหมดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายให้ได้ดีที่สุด ก็ยังต้องจำกัดขอบเขตของเนื้อหา เพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบของงาน และช่วงเวลาการทำงานที่มี

#### 2. ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน

1. การสื่อสารในสื่อโปสเตอร์สามารถดึงดูดใจได้ดี แต่ยังมีปัญหาเรื่องความเข้าใจ เพราะบางชิ้นดูไม่ชัดเจน และสร้างจากทัศนคติของข้าพเจ้า ซึ่งอาจทำให้ผู้อื่นเข้าใจยาก
2. สื่อโปสเตอร์จำเป็นต้องมีสื่อโปสการ์ดช่วยอธิบายรายละเอียด และข้อมูลให้เข้าใจ
3. สื่อแทบทุกชิ้นจำเป็นต้องอ่านให้เข้าใจถึงสิ่งที่ต้องการสื่อ การใช้เวลาอย่างรวดเร็วในการรับสื่อจะทำให้ไม่เข้าใจ หรืออาจคาดเคลื่อนไปจากความต้องการได้
4. แนวคิดที่นำมาใช้อาจจะไม่มีหลากหลาย และบางชิ้นไม่เป็นที่เข้าใจในกลุ่มคนบางกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. ประโยชน์ที่ได้รับ

1. รู้จักการวางแผนในการทำงานทุกขั้นตอน เนื่องจากความผิดพลาดจะทำให้สูญเสียโดยเปล่าประโยชน์
2. มีความรู้ความเข้าใจในการออกแบบ และกระบวนการทำงานเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ การจัดวาง การออกแบบ ที่ต้องสามารถนำมาใช้เป็นงานจริงๆ ได้
3. มีความรู้ความเข้าใจในการสร้างกราฟฟิกโดยใช้เครื่องมือที่ให้ผลได้ดีที่สุด
4. ได้ทำงานอย่างจริงจัง ได้ทราบข้อบกพร่อง และปัญหาซึ่งเป็นประโยชน์ในการพัฒนา และปรับปรุงในการทำงานอื่นๆ ต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

Gregg Berryman, **Graphic Design and Visual Communication**

McAlhone, Beryl & Stuart, David. **A SMILE IN THE MIND: witting thinking in graphic design.**

[www.anamai.moph.go.th](http://www.anamai.moph.go.th) กรมอนามัย

[www.dmh.moph.go.th](http://www.dmh.moph.go.th) กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

[www.healthnet.in.th](http://www.healthnet.in.th) เครือข่ายสุขภาพเพื่อประชาชน

[www.mohanamai.com](http://www.mohanamai.com) โครงการรวมพลังสร้างสุขภาพ ตามรอยพระยุคลบาท

[www.moph.go.th](http://www.moph.go.th) เว็บไซต์กระทรวงสาธารณสุข

[www.thaihealth.or.th](http://www.thaihealth.or.th) สสส.สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ผู้เขียนชื่อ เอกกมล ธิปฏิกันนท์ เกิดเมื่อ 30 มกราคม พ.ศ. 2524 ที่กรุงเทพฯ  
 เข้ารับการศึกษาในระดับชั้นประถม โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย แผนกประถม จังหวัดเชียงใหม่ เข้ารับ  
 การศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และตอนปลายที่โรงเรียนเทพศิรินทร์  
 เข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษาที่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
 ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้