สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การออกแบบโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อการรณรงค์การแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษา "ชุบชีวีกุลสตรีไทย วัยนักศึกษา"

ADVERTISING DESIGN CAMPAIGN FOR "STUDENT 'S UNIFORM"

นายเทพรัตน์ ธนะเพทย์

MR.THEPPARAT THANAPATE

วศ.
ท 229ก
2549

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 78176
วัน,เดือน,ปี 25 ก.พ. 2551

b 11882643
i.....

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิเทศศิลป์ ภาควิชานิเทศศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2549

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุมัติศิลปนิพนธ์

การออกแบบโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อการณรงค์การแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษา

ADVERTISING DESIGN CAMPAIGN FOR "STUDENT 'S UNIFORM"

นายเทพรัตน์ ธนะเพทย์

Mr.THEPPARAT THANAPATE

ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....ทรงศิริ พันธุเสวี.....วันที่.....๖ เมษายน ๒๕๕๐.....

(อาจารย์ทรงศิริ พันธุเสวี)

หัวหน้าภาควิชา.....วันที่.....๕ มิ.ย. ๕๐.....

(อาจารย์รวีศักดิ์ รักใหม่)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์การแต่งกายเครื่องแบบ นักศึกษา "ชุบชีวีกุลสตรีไทย วัยนักศึกษา" Advertising design campaign for "student's uniform"

ชื่อ	นายเทพรัตน์ ธนะเพทย์
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2549
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ทรงศิริ พันธุเสวี

บทคัดย่อ

การทำวิทยานิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางในการออกแบบสื่อการรณรงค์โดยการเน้นการสื่อสารด้วยภาพ ซึ่งได้หยิบยกปัญหาเรื่องการแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษาของนักศึกษาหญิงมาเป็นหัวข้อในการทำการรณรงค์

จากการศึกษาสาเหตุในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการแต่งตัวของวัยรุ่นไทย พบว่าสาเหตุสำคัญนั้นมาจาก ความต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม โดยการใช้รูปร่างหน้าตา โดยไม่ได้คำนึงถึงผลเสียที่จะตามมา ดังนั้นการรณรงค์ชุดนี้จึงทำหน้าที่เตือนสติบรรดานักศึกษาทั้งหลายให้เห็นถึงพิษภัยต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นตามมา

ขั้นตอนในการทำก็จะเริ่มจากการรวบรวมปัญหา และศึกษา ข้อมูลต่างๆ นำมาวิเคราะห์ เพื่อหากลยุทธ์ และข้อความหลัก ที่จะนำไปใช้ในการรณรงค์ครั้งนี้

ซึ่งการออกแบบสื่อรณรงค์ในครั้งนี้จะใช้การสื่อสารด้วยภาพ เพราะทุกๆ รายละเอียดต่างๆที่อยู่ในภาพ ผู้รับสารจะสามารถตีความหมายของภาพออกมาเป็น "ข้อความ" ที่เกิดขึ้นเองตามมาภายในใจ เกิดความรู้สึกขัดแย้งกับสามัญสำนึกของตัวเองได้โดยไม่ต้องมีใครมาสั่งสอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้ประสบความสำเร็จลงได้ด้วยดี หลังจากใช้เวลาค้นคว้า และศึกษาแนวทางในการออกแบบเป็นเวลานาน ด้วยความช่วยเหลือ และความกรุณาดูแลเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จากท่านอาจารย์และคณะกรรมการทุกท่านที่ให้คำปรึกษาแนะนำในการปรับปรุง แก้ไข ตรวจสอบ จนงานสำเร็จลุล่วง ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณทุกท่าน

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงสุดต่อครูเจี๊ยบ ครูนิด ครูแดง ครูหนึ่ง อ.วิทยา พี่ๆที่ห้องภาคที่ท่านได้ให้ความเมตตา คอยอบรมสั่งสอน ให้ความรู้และประสบการณ์อันมีค่ายิ่ง ที่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้โครงการนี้สำเร็จลงด้วยดี ข้าพเจ้าขอแสดงความกตัญญูด้วยความเคารพรักยิ่งไว้ ณ โอกาสนี้

โครงการนี้จะสำเร็จลงไม่ได้ถ้าขาดอาจารย์ทรงศิริ พันธ์เสวี ที่ท่านได้ช่วยสนับสนุน แนะนำ ชี้แจงปัญหาในการทำงาน ให้ความรู้และเสียสละเวลาในการทำงาน ให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ในการทำศิลปนิพนธ์ครั้งนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบคุณอย่างสูงสุดที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ครั้งนี้

ขอขอบคุณอาจารย์บรรจงศักดิ์ สำหรับวิชา copy writing กระบวนการคิดที่มีค่ายิ่งที่เกือบจะมาช้าเกินไป

ขอบคุณรุ่นพี่ รุ่นน้อง พี่ปอม เพื่อนๆฉาก 21 ทุกๆคน สุทักษ์ กับภาพสวยๆ เพื่อนๆที่ทวีธาภิเศก หนูใหม่ที่คอยมาวุ่นวาย ทุกๆคนหลอมรวมจนเป็นส่วนหนึ่งในการเป็นตัวของตัวเองของข้าพเจ้าจวบจนปัจจุบัน

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้ความรัก ห่วงใย กำลังใจและตามใจจนเติบโตเป็นผู้เป็นคนจนถึงทุกวันนี้ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นแรงผลักดันที่สำคัญยิ่งของความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

เทพรัตน์ ธนะเพทย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ ..... ก

กิตติกรรมประกาศ ..... ข

สารบัญ ..... ค

สารบัญภาพ ..... ฉ

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ 1

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ 1

1.3 ขอบเขตของโครงการ 1

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย 2

1.5ผลที่คาดว่าจะได้รับ 2

บทที่ 2 การรวบรวมข้อมูล

2.1 กุลสตรีไทย 3

2.1.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมของสังคมไทยต่อสตรี 3

2.1.2 ภาวะ 2 ด้านกับฐานความคิดสังคมแนวใหม่ 4

2.1.3 สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการแต่งตัวของผู้หญิงไทย 6

2.1.4 ปัญหาที่ตามมาจากพฤติกรรมการแต่งกายด้วยชุดนักศึกษารัดรูปไทยในปัจจุบัน 7

2.1.5 ปัญหาอื่นๆที่จะตามมา 9

2.2 การรณรงค์ 11

2.3 สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ 11

2.3.1 การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ 11

2.3.2 ความสำคัญของภาพในงานโฆษณา 12

2.3.3 โปสเตอร์ 14

2.3.3.1 ขนาดของโปสเตอร์และตัวอักษร 14

2.3.3.2 สีที่มีผลต่อความรู้สึกทางด้านการออกแบบ 15

2.3.4 การสื่อความหมาย 16

2.3.5 การใช้งานโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมสังคม 17

2.3.5.1 โฆษณาสถาบัน 18

2.3.5.2 โฆษณาส่งเสริมสังคม 18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 หลักทั่วไปของการออกแบบสื่อที่ดี..... 19
2.4.1 ก่อนเริ่มสร้างสรรค์การออกแบบสื่อ..... 19
2.4.2 หลักสำคัญในการเริ่มต้นการเขียนโฆษณา..... 19
2.4.3 หลักสำคัญที่เป็นหัวข้อใน Creative Recommendation ได้แก่..... 20
2.4.4 Copy Platform ประเด็นสำคัญในการออกแบบ..... 20
2.4.5 องค์ประกอบของ Copy Platform..... 21
2.4.6 วิธีการค้นหาความคิดในการสร้างเรื่องราว..... 21
2.4.7 เหตุผลในการเลือกสื่อ..... 22
2.5 ข้อดีและข้อเสียและสื่อบางชนิด..... 22
2.5.1 สื่อโทรทัศน์..... 22
2.5.2 สื่อวิทยุ..... 22
2.5.3 สื่อหนังสือพิมพ์..... 23
2.5.4 สื่อนิตยสาร..... 24
2.5.5 ป้ายโฆษณา..... 24
บทที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล 25
3.1การวิเคราะห์ปัญหา..... 25
3.2 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย..... 29
3.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย..... 29
3.4 การวิเคราะห์แนวคิด..... 29
3.5 การวิเคราะห์สื่อ..... 30
บทที่ 4 ขั้นตอนการออกแบบ 31
4.1 แนวคิดในการออกแบบ..... 31
4.2 ลักษณะแบบร่าง..... 31
4.2.1 ป้ายรถเมล์ 1..... 31
4.2.2 ป้ายรถเมล์ 2..... 32
4.2.3 โปสเตอร์..... 32
4.2.4 นิตยสาร 1..... 33
4.2.5 นิตยสาร 2..... 33
4.2.6 โปสการ์ด..... 34
4.3 ผลงานจริง..... 35
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ..... 45
5.1บทสรุป..... 45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา..... 45
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคต..... 45
บรรณานุกรม..... 47
ประวัติผู้เขียน..... 48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1	4.2.1 แบบร่างขั้นแรกของไอเดียผ้าปิดจมูก	31
2	4.2.2 แบบร่างขั้นแรกของไอเดียเฝือก	32
3	4.2.3 แบบร่างขั้นแรกของไอเดียเพนท์ตัว	32
4	4.2.4 แบบร่างขั้นแรกของไอเดีย เปิดหน้า	33
5	4.2.5แบบร่างขั้นแรกของไอเดียพับหน้า	33
6	4.2.6 แบบร่างขั้นแรกของไอเดีย ถ่ายภาพ	34
7	4.3.1 ป้ายโฆษณาบริเวณรถโดยสารประจำทางแผ่นที่ 1	35
8	4.3.2 ป้ายโฆษณาบริเวณรถโดยสารประจำทางแผ่นที่ 2	35
9	4.3.3 ผลงานเมื่อนำไปใช้ในสถานที่จริงชิ้นที่ 1	36
10	4.3.4 ผลงานเมื่อนำไปใช้ในสถานที่จริงชิ้นที่ 2	36
11	4.3.5 สื่อโปสเตอร์ชิ้นที่ 1 ด้านหลัง	37
12	4.3.6 สื่อโปสเตอร์ชิ้นที่ 2 ด้านข้าง	37
13	4.3.7 สื่อโปสเตอร์ชิ้นที่ 3 กระโปรง	38
14	4.3.8 สื่อโปสเตอร์ชิ้นที่ 4 ด้านหน้า	38
15	4.3.9 สื่อโฆษณาในนิตยสาร (Magazine Ad.) ชุดที่ 1 หน้าแรก	39
16	4.3.10 สื่อโฆษณาในนิตยสาร (Magazine Ad.) ชุดที่ 1 หน้าหลัง	39
17	4.3.11 สื่อโฆษณาประเภทนิตยสาร (Magazine Ad.) เมื่อนำผลงานมาพิมพ์จริง	40
18	4.3.12 สื่อโฆษณาในนิตยสาร (Magazine Ad.) ชุดที่ 2	40
19	4.3.13 สื่อโฆษณาในนิตยสาร (Magazine Ad.) ชุดที่ 2 เมื่อนำผลงานมาพิมพ์จริง	41
20	4.3.14โปสการ์ด แผ่นที่ 1	42
21	4.3.15โปสการ์ด แผ่นที่ 2	42
22	4.3.16โปสการ์ด แผ่นที่ 3	43
23	4.3.17โปสการ์ด ด้านหลัง	43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่1
บทนำ

1.1ความเป็นมาของโครงการ

ปีนี้เด็กและเยาวชนแต่งตัวกันแรงกว่าทุกๆปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นหญิงอายุ 15-20 ปี กว่า 80 % ในสังคมวัยรุ่นกลุ่มนี้ชอบนุ่งกางเกงยีนส์เอวต่ำ เป้าสั้น 2 – 3 นิ้ว เสื้อสายเดี่ยวเอวลอยเปิดสะดือ เวลานั่งจะโชว์ขอบกางเกงใน ใส่ชุดรัดรูปโชว์สัดส่วนต่างกันอย่างเปิดเผย

และในปัจจุบันแฟชั่นต่างเหล่านี้ ก็ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการแต่งกายในชุดนักศึกษา ภาพนักศึกษาที่จะเห็นกันทั่วไปก็คือ แขนเสื้อสั้นเต่อ กระดุมเสื้อช่วงอกปริจนแทบแตกเห็นเสื้อชั้นในลำตัวเล็กเพรียวบาง ชายสั้นจนสอดในกระโปรงไม่ได้ กระโปรงตัวเล็กนิดเดียว ทั้งผ่า ทั้งสั้น อวดผิวขาวอมชมพูเนื้อน่องและเรียวขา โชว์ผิวสวยและรูปร่างดี เป็นภาพของนักศึกษาหญิงในระดับอุดมศึกษาส่วนใหญ่เวลานี้ และระบาดจนถึงนักศึกษาระดับอาชีวศึกษาทั้งหลาย แทนที่ภาพความเป็นกุลสตรีของผู้หญิงไทยที่เคยเป็นที่ภาคภูมิใจในอดีตเสียจนนึกแทบไม่ออก และไม่ว่าจะมีข่าวคราวเกี่ยวกับการข่มขืนรุนแรงแค่ไหน ก็ไม่ได้ทำให้เยาวชนเหล่านี้เกรงกลัวแต่อย่างใด

เยาวชนที่แต่งกายเหล่านี้ก็อยู่ในวัยรุ่นราวคราวเดียวกับข้าพเจ้า บ้างก็เป็นเพื่อนของข้าพเจ้า บ้างก็รุ่นพี่ บ้างก็รุ่นน้อง ที่พบปะเจอะเจอกันอยู่เป็นประจำ ปัญหาเหล่านี้จึงได้กลายเป็นเรื่องใกล้ตัวที่เกิดขึ้นกับคนรอบๆตัวของข้าพเจ้าไปโดยปริยาย และด้วยความห่วงใยและหวังดี ข้าพเจ้าก็จึงมีความประสงค์ที่จะทำสื่อเพื่อการรณรงค์การแต่งกายชุดนักศึกษานี้ขึ้นมา เพื่อประชาสัมพันธ์ถึงข้อเสียต่างๆในการแต่งชุดรัดโชว์สัดส่วน

1.2วัตถุประสงค์

1.2.1 เป็นการเตือนสติในการแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษา ที่เน้นการรัดโชว์รูปร่างกันอย่างเปิดเผย โดยไม่คำนึงถึงวัฒนธรรมไทยๆที่สืบทอดกันมา

1.2.2 เพื่อศึกษาการใช้ภาพในการสื่อสารเพื่อนำไปใช้ในงานรณรงค์

1.3ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 โปสเตอร์ขนาด A2 4 ชิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.2	ป้ายโฆษณาที่พักผู้โดยสาร	2	ชิ้น
1.3.3	โฆษณาในนิตยสาร	2	ชิ้น
1.3.4	โปสการ์ด	3	ชิ้น

1.4แนวทางบรรลุเป้าหมาย

1.4.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการรณรงค์

1.4.2 ศึกษาการใช้ WIT ในงานโฆษณา

1.4.3 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ

1.4.4 ปรับปรุงแบบร่างเพื่อให้ได้รูปแบบที่สมบูรณ์ที่สุด

1.5ผลที่คาดว่าจะได้รับ

นักศึกษาหันมาให้ความสำคัญในการดูแลและระวังตัวเองในการแต่งกายด้วยชุดนักศึกษาที่เหมาะสม ไม่ใช้ชุดนักศึกษาเป็นเครื่องมือในการดึงดูดความสนใจจากผู้อื่น

สามารถนำความรู้ทางด้านการออกแบบโฆษณาไปปรับปรุงรูปแบบ แนวทางหรือนำไปประยุกต์ใช้เป็นประสบการณ์ในการประกอบอาชีพจริงในอนาคตได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่2
การรวบรวมข้อมูล

2.1 กุลสตรีไทย

ในความเข้าใจ หรือในความหมายที่มีมานาน คือ ผู้หญิงที่มีความงามพร้อม ด้วย วาจา ใจ ความสามารถ มีจิตใจงาม มีกริยามารยาทที่เรียบร้อย พูดจาไพเราะอ่อนหวาน ประพฤติตัวอยู่ในกรอบประเพณีของไทย รักนวลสงวนตัว เป็นที่หมายปองของชายหนุ่ม แต่ ในปัจจุบันนี้ ผู้ที่ได้ชื่อว่าเป็น หญิงไทย มีการศึกษามากขึ้น เท่า ๆ กับผู้ชาย และที่ยิ่งกว่านั้น คือ ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับเรื่องเพศและพฤติกรรมทางเพศของผู้หญิงเปลี่ยนไป และพบว่า หญิงไทยมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกตั้งแต่อายุไม่ถึง 11 ปี และพฤติกรรมการมีเพศสัมพันธ์สูงขึ้นถึง 21 %

2.1.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมของสังคมไทยต่อสตรี

- ข้อจำกัดของความเป็นหญิง ผู้หญิงมักถูกคุกคามทางเพศจากผู้ชาย และมักถูกมองว่าเป็นวัตถุทางเพศผู้หญิงเป็นเพศที่ใช้อารมณ์มากกว่าผู้ชาย ค่านิยมนี้ทำให้ผู้หญิงเสียเปรียบเรื่องสถานภาพด้านการทำงานทันทีเมื่อมีเรื่องเพศเข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้หญิงที่ไม่ได้แต่งงานจะถูกมองว่าเป็นผู้หญิงไร้ค่า เนื่องจากเป็นค่านิยมที่ทีมาแต่โบราณแล้วว่าคุณค่าของผู้หญิงอยู่ที่การแต่งงานและการมีสามี

- ความเชื่อเรื่องผู้หญิง ผู้หญิงที่ถูกสามีทารุณนั้นเป็นเรื่องในครอบครัวไม่ควรยุ่งเกี่ยว การที่สามีนอกใจ ถือว่าเป็นความบกพร่องของภรรยา การมีลูกสาวนั้นจะก่อให้เกิดความเสียหายทางเพศได้ ขณะที่เป็นลูกชายไม่ต้องกังวล จึงไม่ได้อบรมสั่งสอนให้รับผิดชอบต่อสตรี จึงก่อให้เกิดปัญหาการท้องก่อนแต่งของผู้หญิง การมีสัมพันธ์ทางเพศก่อนสมรส การนอกใจคู่สมรส

- พฤติกรรมทางเพศของผู้หญิง มีการประณามภรรยาที่นอกใจสามี มากกว่าที่สามีนอกใจภรรยา ลูกผู้ที่ท้องก่อนแต่งจะถูกประณามว่า ใจง่าย และต้องรับผิดชอบต่อปัญหาการทำแท้ง ซึ่งอธิบายได้ว่าสังคมไทยกำหนดขอบเขตพฤติกรรมทางเพศของหญิง ในลักษณะค่านิยมเชิงซ้อน คือ พฤติกรรมเรื่องเดียวกัน ถ้าหญิงและชายประพฤติจะได้รับการตัดสินใจจากสังคมต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2"ภาวะ 2 ด้าน" กับฐานความคิดสังคมแนวใหม่

พฤติกรรมของมนุษย์ เป็นดัชนีบ่งชี้ถึงความเจริญรุ่งเรืองและความมั่นคงของสังคม เพราะพฤติกรรม ที่มนุษย์แสดงออกมาจะเป็นเครื่องชี้วัดถึงอารยธรรมของมนุษย์ในสังคมนั้นว่าเป็นไปอย่างไร จะเห็นได้ว่า ทุกสังคมได้สร้างมาตรการขึ้นมาควบคุมความประพฤติของคน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องขนบ ธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม กฎหมาย รวมถึงหลักศีลธรรมทางศาสนา แต่ก็มิอาจควบคุมความประพฤติของทุกคนได้ ประเด็นนี้

เป็นหลักความจริงที่ควบคู่กับโลก

ภาวะ 2 ด้านหมายถึง ภาวะคู่หรือสิ่งที่เป็นคู่กัน เช่น ขาวกับดำ บวกกับลบ สวย หล่อกับขี้เหล่ คุณกับโทษ ดีกับชั่ว คนดีกับคนชั่ว เป็นต้น ภาวะคู่เหล่านี้เองที่เราต้องยอมรับในแง่หนึ่งว่าสังคมมีทั้งคนดีและคนชั่ว ปะปนกันอยู่ ถ้าว่าด้วยเรื่องของพฤติกรรมของคนแล้วคงไม่ต้องไปดูให้ไกลนัก ขอให้ศึกษาพฤติกรรมของเราเป็นเกณฑ์ก็จะพบว่าเรายังมีพฤติกรรมทั้งที่ดีและไม่ดีอยู่ในตัว ข้อสำคัญอยู่ที่ว่าเราเป็นคนหลงตัวเองหรือไม่? เราเข้าข้างตัวเองหรือไม่? ถ้าเราตกอยู่ภายใต้การครอบงำของแนวคิดทั้งสองข้อ ก็เป็นอันยุติได้ว่าเราจะมอง ไม่เห็นพฤติกรรมที่ไม่ดีไม่งามของเราแต่ตรงกันข้ามเราจะเห็นความไม่ดีไม่งามของผู้อื่นเสมอ และก็จะหา วิธีการติเตียนหรือวิพากษ์วิจารณ์พฤติกรรมของผู้อื่น ประเด็นหลักที่จะหยิบยกขึ้นมากล่าวในนี้ก็คือเรื่องของ ความประพฤติของคนบางอย่างที่ในอดีตสังคมเคยปฏิเสธ ไม่ยอมรับ และมองว่าเป็นพฤติกรรมที่เสียหาย แต่ในปัจจุบันกลับได้รับการยอมรับ มองว่าเป็นเรื่องถูกต้อง ทำให้เกิดค่านิยมการเลียนแบบกันอย่างไม่สะอาย ผลก็คือทำให้เกิดปัญหาสังคมตามมา เรื่องที่แย่ไปกว่านั้นก็คือวัฒนธรรมที่ถือว่าเป็นเอกลักษณ์และมรดกที่ เป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยอันล้ำค่าได้ถูกทำลายลงด้วยพฤติกรรมที่เป็นปัญหาเหล่านั้น

ต้องยอมรับความจริงว่า พฤติกรรมของมนุษย์นั้นมีการเปลี่ยนแปลงมาเป็นระยะๆ บางเรื่องในอดีตเป็นเรื่องที่ทำไม่ได้ เป็นเรื่องไม่ดี เป็นเรื่องผิด แต่ในปัจจุบันกลับยอมรับถือปฏิบัติกันได้ ดังพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่พระราชทานแก่พุทธสมาคมแห่งประเทศไทย ปี 2536 ใจความตอนหนึ่งว่า "ความเปลี่ยนแปลงอย่างหนึ่งที่น่าวิตกก็คือทุกวันนี้ ความคิดความอ่านและความประพฤติ หลายอย่าง ซึ่งแต่ก่อนถือว่าเป็นความชั่ว ความผิด ได้กลายเป็นสิ่งที่คนในสังคม ยอมรับแล้วได้พากัน ประพฤติปฏิบัติ โดยไม่รู้สึกสะดุ้ง สะเทือนจนทำให้เกิดปัญหาและทำให้ชีวิตของแต่ละคนมืดมนลงไป..." ซึ่งกระแสพระราชดำรัสของพระองค์ท่านนั้น สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนถึงความห่วงใยต่อความคิดและ พฤติกรรมของคนปัจจุบันเป็นอย่างมาก เป็นเรื่องที่ผู้หวังดีต่อประเทศชาติต้องช่วยกันแก้ไขโดยหยิบยกในหัวข้อเรื่อง สังคมเชิงอัตลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สังคมอัตลักษณ์ เชิงกายภาพ หมายถึง พฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออกมาในรูปของการกระทำ

1.การแต่งกาย ไม่ว่าจะเป็นการแต่งรัดรูปน่าเกลียด ไม่มิดชิดชอบโชว์ของสงวน อันเป็นมูลเหตุหนึ่งที่นำไปสู่ ปัญหาอาชญากรรมทางเพศ มีการข่มขืน การทำอนาจาร เป็นต้น มีคำถามคือถ้าเราเห็นบุตรหลานหรือ ญาติพี่น้องของเราแต่งกาย อย่างนี้เราจะทำอย่างไร? มีหลายคนบอกว่าต้องห้ามปราม ตักเตือน แนะนำให้เขา แต่งกายให้เหมาะสม แต่มีอีกหลายคนบอกว่าเราต้องเข้าใจจิตวิทยาของเด็กที่เขารักสวยรักงาม เขาอยากทำตาม เสรีภาพของเขา เขาอยากเป็นอิสระเพราะเขาโตแล้ว เราต้องเข้าใจธรรมชาติของเขา มิฉะนั้นเราจะไม่สามารถ เข้าถึงตัวเขาได้เลย อันเป็นสาเหตุที่ทำให้เรากับเขาเหมือนอยู่กันคนละโลก เข้ากันไม่ได้ กลายเป็นช่องว่าง ระหว่างวัย ระหว่างผู้ใหญ่กับเด็ก ซึ่งนับวันยิ่งห่างไกลกันมากขึ้น เมื่อประเด็นของแนวคิดแตกต่างกัน อย่างนี้เราจะทำอย่างไร? หรือจะใช้ทางใครทางมันในการจัดการกับปัญหาดังกล่าว ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับว่าใครจะมีความคิดเห็นอย่างไร อีกตัวอย่างหนึ่งก็คือเมื่อครู อาจารย์ เห็นลูกศิษย์แต่งกายไม่ถูกระเบียบของสถาบัน การศึกษา เช่น เอาชายเสื้อออกนอกกระโปรง นอกกางเกง สวมรองเท้าแตะ ใส่กางเกงยีนส์มาเรียน ครูอาจารย์จะทำอย่างไร? จะปล่อยไปโดยไม่ตักเตือนเพราะนั่นคือธรรมชาติของเด็กวัยรุ่น หรือจะว่ากล่าว ตักเตือนให้เขาแต่งตัวอย่างถูกระเบียบหรือจะลงโทษตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด นี่ก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่ เห็นว่าเป็นปัญหาที่พบเห็นทั่วไปในทุกสถาบันการศึกษา อีกตัวอย่างหนึ่งก็คือการแต่งกายของดารา นักร้อง ยอดนิยมบางคน มีลักษณะที่เกินเลย เช่น การนุ่งสั้น ในการแสดงคอนเสิร์ตจะตั้งใจ หรือไม่ก็ตาม แต่การแต่งกายเช่นนี้ เป็นการทำลายวัฒนธรรมที่ดีงามของชาติ เพราะทำให้เกิดการเลียนแบบ ของเยาวชนได้

2. การแสดงความรัก การกอดจูบ ตามสถานที่สาธารณะ ภาพเหล่านี้เราอาจเห็นจนชิน ตามสวน สาธารณะใจกลางเมืองหลวง โรงภาพยนตร์ ตามมุมมืดของห้างสรรพสินค้า สถาบันการศึกษา หรือแม้กระทั่งป้ายรถเมล์ประจำทาง เป็นพฤติกรรมที่สังคมไทยในอดีตรับไม่ได้ แต่ในภาวะสังคมปัจจุบันที่เราชูประเด็นสิทธิมนุษยชนเป็นเหตุให้หนุ่มสาวบางคู่จะทำอะไรกันตรงไหนก็ได้ โดยที่ไม่สนใจสายตาชาวบ้าน ที่มองดูว่าเขาจะคิดหรือรู้สึกกันอย่างไร เพื่อให้เห็นความจริงในเรื่องนี้มากขึ้น มีสำนักโพลล์แห่งหนึ่งทำการ สำรวจ ต่อกรณี "ทำไมนักเรียน นักศึกษาไทยจึงไม่รักนวล สงวนตัว" พบว่าร้อยละ 92.81 เห็นว่า การแสดงความรักต่อกันในที่มิดชิดและเป็นส่วนตัวของคนที่เป็นแฟนกันเป็นเรื่องที่สามารถกระทำได้ ร้อยละ 70.26 เห็นว่าการแสดงความรักต่อกันในที่สาธารณะเป็นสิทธิส่วนบุคคล ร้อยละ 55.64 เห็นว่าการกอดจูบกัน ในที่สาธารณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เช่น บนรถเมล์ เป็นเรื่องปกติ ร้อยละ 51.32 เห็นว่าการมีเพศสัมพันธ์ในวัยเรียน หรือการเสียตัวให้แฟนหรือคนรักเป็นสิ่งที่ทำได้ และได้พบสาเหตุที่ทำให้นักเรียนนักศึกษามีพฤติกรรมดังกล่าว คือ การทำตามแฟชั่นหรือค่านิยม จัดเป็นพฤติกรรมที่เลียนแบบกัน

การจับมือถือแขนกัน เป็นอีกพฤติกรรมหนึ่งที่ในอดีตสังคมไทยมองว่าเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง เป็นเรื่องที่ผิดประเพณี วัฒนธรรม เนื่องจากในอดีตสังคมไทยต้องการให้ผู้หญิงเป็นกุลสตรี รักนวล สงวนตัว และชายไทยต้องให้เกียรติสุภาพสตรี แต่คนในปัจจุบันส่วนหนึ่งมองว่าการจับมือถือแขนเป็นเรื่องธรรมดา ไม่เสียหายอะไร เพราะเขาเป็น คู่รักกัน

2.1.3 สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการแต่งตัวของผู้หญิงไทย

1) กระแสการยอมรับสิทธิและความเท่าเทียมกันของหญิงชายในสังคมมีมากขึ้น เป็นแนวคิดที่ว่าร่างกายของฉัน ฉันมีสิทธิอย่างสมบูรณ์ในการเปิดเผยและใช้มันบนความเท่าเทียมโดยไม่เดือดร้อนผู้ใด และเข้ามาแทนวิธีการคิดแบบจารีตค่านิยมดั้งเดิมที่หญิงต้องเป็นแม่ศรีเรือนเรียบร้อยเป็นผ้าพับไว้

20 การแต่งกายด้วยการใส่กางเกงเอวต่ำ สายเดี่ยวเอวลอย สร้างความมั่นใจให้กับวัยรุ่นเพศหญิงมากขึ้นว่าไม่ดกยุคของแฟชั่น ไปที่ไหนก็สามารถเข้ากับกลุ่มเพื่อนๆ กลุ่มสังคมที่ใส่เหมือนๆกัน ถ้าไม่แต่งแบบนี้ก็จะขาดความมั่นใจ เชย ขาดการยอมรับ กลายเป็นตัวประหลาดไป

3) สังคมไทยมีตัวต้นแบบที่แต่งตัวเปิดอวัยวะจนปิดไม่มิดแต่ได้รับการยอมรับจากสื่อมวลชนอย่างเปิดเผยอย่างเช่น งานมอเตอร์โชว์ที่แข่งขันเรื่องพริตตี้เกิร์ล กลุ่มวัยรุ่นหญิงเหล่านี้เป็นตัวอย่างในเรื่องของการโชว์สัดส่วนเซ็กซี่เล็กๆและมีความสามารถ กล้าแสดงออก ซึ่งในที่สุดมีจำนวนไม่น้อยที่ประสบความสำเร็จในอาชีพการงาน สนุกบันเทิงและมีรายได้งดงามเสียด้วย การโชว์สรีระจึงดูคล้ายเป็นบันไดขั้นแรกไปสู่งานที่ดี วัยรุ่นทั้งชายและหญิงจำนวนไม่น้อยเลยทีเดียวที่มีความคิดเช่นนี้ และเราก็มองเห็นกิจกรรมต่างๆที่กลุ่มวัยรุ่นเหล่านี้ออกมาแสดง โดยที่สังคมก็ยอมรับและแสดงความชื่นชมในความสามารถดังกล่าวเสียด้วย

4) ระบบการอบรมเลี้ยงดูครอบครัวไทยได้รับอิทธิพลจากค่านิยมตะวันตก ที่เน้นให้เด็กแข่งขัน กล้าแสดงออก ล่ารางวัลในเวที ซึ่งการประกวดแข่งขันล่ารางวัลอย่างเอาเป็นเอาตาย มีผลทำให้เด็กคิดว่านี่คือสิ่งที่ควรดำเนินไปและถูกต้อง จึงกลายเป็นว่าการเปิดเผยโชว์สรีระ มีความรู้ความสามารถ ได้ตำแหน่งเป็นเรื่องยอมรับได้และกลายเป็นเรื่องปกติขึ้นทุกวันในสังคมไทย

5) การเป็นที่สนใจและยอมรับของเพศตรงข้ามโดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นชาย ซึ่งวัยรุ่นชายเองก็ยอมรับว่าชอบ โดยที่เมื่อวัยรุ่นชายมีแฟนและควงเพื่อนหญิง ก็เกิดความภาคภูมิใจว่ามีแฟนเซ็กซี่ มีคนหันมามอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6) วัยรุ่นไทยมีเวลาว่างมาก เรียนหนังสือ ไม่ต้องทำงาน จึงใช้เวลาส่วนใหญ่กับเรื่องของตัวเอง แต่งตัวสนุกสนาน เที่ยวเตร่ ฟุ่มเฟือย มีเพศเสรี และอื่นๆ วัยรุ่นหญิงจึงมีเวลากับเรื่องเสื้อผ้า แฟชั่น การแต่งกายและการคบเพื่อนต่างเพศมาก ไม่สนใจกิจกรรมเพื่อสังคม

ปรากฏการณ์ดังกล่าวจึงเป็นคำตอบว่า ทำไมเด็กวัยรุ่นหญิงในสมัยนี้จึงใจกล้า ไม่กลัวอายกันมากขึ้น ในต่างประเทศ เช่นสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศอิสระและมีเสรีภาพมาก ก็มีการผลักดันกฎหมายซึ่งเป็นข้อห้ามและการปรับลงโทษผู้ใส่กางเกงเอวต่ำ ถึงแม้จะไม่สำเร็จ แต่การเคลื่อนไหวก็เกิดขึ้นแล้ว

สำหรับประเทศไทย การออกกฎหมายควบคุมคงเป็นไปได้ยาก แต่ แนวทางการให้การเรียนรู้ การยอมรับ ความเข้าใจของบุคคลที่ใกล้ชิดวัยรุ่นในการเปิดใจยอมรับ การให้คำแนะนำอย่างนุ่มนวล มีเหตุผล รู้จักกาลเทศะความเหมาะสมของสถานที่ ซึ่งล้วนเป็นทักษะชีวิตและภูมิต้านทานให้แก่วัยรุ่นหญิงน่าจะดีกว่าการออกกฎหมายมาบังคับ

2.1.4 ปัญหาที่ตามมาจากพฤติกรรมการแต่งกายด้วยชุดนักศึกษารัดรูปไทยในปัจจุบัน

ดร.จิตรา คุษฎีเมธา ประธานโครงการศูนย์ให้คำปรึกษาและพัฒนาศักยภาพมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (มศว) กล่าวว่าการที่เด็กวัยรุ่นนิยมใส่เสื้อผ้ารัดรูป โดยเฉพาะชุดนิสิต นักศึกษาโดยเลือกขนาดเสื้อที่มีขนาดเล็กมากๆ และต้องมี S หลายๆ ตัวว่า เพื่อแสดงให้เห็นว่ารูปร่างของผู้สวมใส่เล็ก โดยบางคนอาจสวมใส่เสื้อผ้าที่มี SS (2 เอส) หรือ SSS (3 เอส) หรือ SSSS (4 เอส) หรือ SSSSS (5 เอส) ว่า

เป็นการสร้างภาพเพื่อให้ตัวเองดูเซ็กซี่ สวย เป็นที่ดึงดูดของเพศตรงข้าม เพื่อให้ตัวเองเป็นที่น่าสนใจมากขึ้น อาจจะนำไปสู่การได้โอกาสความก้าวหน้าในชีวิต โดยเด็กและเยาวชนสมัยนี้อยากเข้าสู่วงการบันเทิง เดินแบบ นักแสดง นักร้อง พรีเซ็นเตอร์โฆษณาต่างๆ

บางคนแข่งขันเพื่อกันใส่เสื้อผ้าที่มี S หลายๆ ตัว เพื่อให้เห็นสัดส่วน และทำให้กินอาหารได้น้อยลง และบางคนก็ใช้วิธีลดความอ้วนด้วยการสวมเสื้อที่รัดติ้ว

“วัยรุ่นหรือเยาวชนผู้หญิงจะสนใจความสวยงาม รูปร่างหน้าตา เซ็กซี่ ขณะที่วัยรุ่นหรือเยาวชนชายจะให้ความสำคัญกับอำนาจ ตำแหน่ง เงินทอง จะเห็นว่าวัยรุ่นมักทำตามแบบอย่าง เห็นนางแบบ นักร้องนักแสดงซึ่งต้องผอม เมื่อเสพสื่อมากๆ ก็อยากผอม ไม่ยอมกิน และต้องใช้วิธีอดอาหารเนื่องจากไม่อยากออกกำลังกาย

สื่อดามนิตยสาร หนังสือพิมพ์มีการโฆษณาลดความอ้วน ซึ่งต้องใช้เงิน เมื่อไม่มีเงินก็ต้องใช้วิธีสวมใส่เสื้อตัวเล็กๆ รัดๆ เพื่อจะได้ไม่ต้องกินอาหาร หรือกินก็กินได้น้อย เสื้อที่รัดมากๆ ช่วง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระดุมจะมีรอยเปิดเป็นช่องทำให้เห็นร่องอกและเสื้อชั้นใน นิสิต นักศึกษาจำนวนไม่น้อยก็ตั้งใจสวมใส่เสื้อลักษณะนี้เพราะต้องการโชว์เรือนร่าง มีการประกวดประชันรูปร่างกัน"

ดร.จิตรา กล่าวอีกว่า ชุดนิสิตนักศึกษาที่รัดมากๆ จะทำให้ผู้สวมใส่หายใจได้สั้นและตื้น บางคนไม่ยอมหายใจ แต่จะกลั้นไว้เป็นช่วงๆ แล้วค่อยหายใจครั้งเดียว จะเห็นว่าลมหายใจไม่สม่ำเสมอ ซึ่งลมหายใจถือเป็นชีวิตของทุกคน เป็นพื้นฐานของชีวิต เมื่อไหร่ที่เราไม่มีลมหายใจเราต้องตาย

การหายใจตื้น สั้น ทำให้นำออกซิเจนไปสู่สมองและเซลล์ทั่วร่างการได้ไม่ทั่วถึง จะนำไปสู่ปัญหาทางร่างกาย ทำให้เหนื่อยง่าย วิงเวียน มึน สมองเบลอ เรียนหรือทำงานไม่ได้ดี ไม่มีสมาธิโดยเฉพาะสมองไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ซึ่งถ้าไม่ปรับเปลี่ยนวิธีการหายใจให้ยาวและลึกอาจจะนำไปสู่การเกิดโรคต่างๆ ได้เกือบทุกโรค

อีกทั้งการสวมเสื้อที่รัดแน่นมากๆ ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารไม่เพียงพอ เนื่องจากการสวมใส่เสื้อตัวเล็ก ทำให้กินอาหารได้น้อยหรือบางคนอาจจะไม่ยอมกินอาหาร

ดังนั้นนิสิตนักศึกษาไม่ควรจะสวมเสื้อตัวเล็ก เพราะจะทำให้หายใจไม่สะดวก จะเกิดผลร้ายต่อร่างกายได้ อยากจะให้หันมาออกกำลังกาย และสร้างแนวคิดใหม่ คนสวยรูปร่างดีต้องเป็นคนที่มีสุขภาพดี แข็งแรง มีกล้ามเนื้อ มากกว่าจะเน้นกันที่ผอมเพียงอย่างเดียว

ทั้งนี้ยังพบอีกว่าเด็กวัยรุ่นผู้หญิงมักจะเกิดโรคทางจิตที่กลัวอ้วนไม่ยอมกิน นั่นก็คือโรคอะโนเร็กเซีย เนอร์เวอร์ซา (Anorexia Nervosa) ผอม ตัวจะเล็กมาก มีแต่เนื้อหุ้มกระดูก มีผู้ป่วยที่เคยป่วยด้วยโรคนี้ น้ำหนักเพียง 30 กิโลกรัม แต่ก็ยังคิดมากว่าตัวเองอ้วน ไม่ยอมกินอาหารเพราะกลัวอ้วน ให้แพทย์รักษาซึ่งใช้วิธีเปลี่ยนสถานที่ ไม่ให้เห็นกระจก ไม่ให้เห็นเครื่องชั่งน้ำหนัก และปรับเปลี่ยนวิธีการกินอาหารใหม่ ร่างกายเริ่มดีขึ้น แต่วันหนึ่งเห็นเงาตัวเองในน้ำ ซึ่งเริ่มอ้วนขึ้นกว่าเดิม เขาเห็นเงาตัวในน้ำ ซึ่งที่บ้านเขาเป็นโรงงานไสไม้ วิ่งไปที่เครื่องไสไม้ ยอมกิโยตินตัวเองและในที่สุดก็ตาย และโรคบลูลิเมีย เนอร์เวอร์ซา (Bulimia Nervosa) เป็นโรคที่กินไม่ยอมหยุด แต่เมื่อกินแล้วก็ไปอาเจียนออก ทั้งสองโรคนี้เข้าข่ายเป็นโรคจิตชนิดหนึ่ง

"คนที่อดมากๆ โดยไม่ยอมกินอาหาร จะเสี่ยงต่อการเป็นโรคความดันต่ำ เป็นลมได้ง่าย หน้ามืด อารมณ์หงุดหงิดง่าย นำไปสู่การเป็นโรคจิต อารมณ์จะคุ้มดีคุ้มร้ายระบบในร่างกายแปรปรวน อาการอยากผอมมากๆ จะพบในกลุ่มเด็กวัยรุ่นในเมือง หรือคนทำงานในเมืองเป็นส่วนใหญ่ ต้องช่วยกันสร้างค่านิยมใหม่ กระแสแนวคิดเน้นกันที่การมีสุขภาพดี มากกว่าจะเน้นกันที่ความอ้วนหรือความผอม สื่อต้องช่วยเปลี่ยนค่านิยมตรงนี้ด้วย"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.5 ปัญหาอื่นๆที่จะตามมา

เนื่องจากพฤติกรรมที่ล่อแหลมต่างๆเหล่านี้ก็จะทำให้เกิดปัญหาสืบเนื่องกันไปได้เรื่อยๆ เนื่องจากถือว่าเป็นปัญหาสังคมที่เชื่อมโยงกันอยู่

1) การข่มขืน

ผู้ถูกข่มขืนมักมีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีบ้างที่เป็นเด็กหรือคนชรา ชายผู้ข่มขืนกระทำชำเรา มักมีอายุระหว่าง 20-24 ปี มีรายได้น้อย ด้อยวัฒนธรรมและระดับสติปัญญาต่ำกว่าปกติ ระดับสติปัญญาของเขามักจะต่ำกว่าพวกที่ก่ออาชญากรรมรุนแรงอื่นๆ พ่อแม่ของคนพวกนี้ก็มักมีอารมณ์ไม่แน่นอน ไม่ค่อยได้อบรมสั่งสอนลูก หรือพ่อเป็นคนอ่อนและติดสุรา ส่วนใหญ่ของผู้ข่มขืนกระทำชำเรามาจากครอบครัวที่แตกแยก อารมณ์ไม่เหมาะสมกับอายุ และรูปร่างหน้าตาไม่ดี ร้อยละ 30-40 สมรส และร้อยละ 50-60 เคยสมรสมาแล้ว บางคนมีเพื่อนหญิงหลายคนและมีความสุขจากการมีเพศสัมพันธ์ตามปกติ แต่บางคนก็มีความวิปริตทางเพศบางอย่างมาก่อน เช่น เป็นนักถ้ำมอง หรือชอบอวัยวะเพศ

แรงจูงใจพื้นฐานที่ทำให้ลงมือกระทำ คือ ความต้องการมีอำนาจเหนือและมีความรู้สึกก้าวร้าวต่อผู้ถูกข่มขืน การข่มขืนมักเกิดโดยบังเอิญ ไม่ได้วางแผนจะกระทำหรือกระทำต่อหญิงคนใดโดยเฉพาะเจาะจง แต่เกิดเนื่องจากผู้ถูกข่มขืนกระตุ้นผู้ข่มขืนให้อยากระบายอารมณ์รุนแรงของตนในขณะนั้น เช่นการแต่งกายที่ยั่วยุอารมณ์เพศ การข่มขืนกระทำชำเราอาจทำเป็นกลุ่ม คือ มีผู้กระทำมากกว่า 1 คนร่วมกัน ในบางแห่งอัตราการกระทำแบบนี้อาจสูงถึงร้อยละ 70 ของคดีข่มขืนกระทำชำเราทั้งหมด ร้อยละ 90 ของการข่มขืนที่ทำเป็นกลุ่ม มีการวางแผนกระทำล่วงหน้า

2) .การเพิ่มขึ้นของสื่อลามกอนาจาร

สื่อลามกเป็นปัญหาที่มีอิทธิพลต่อเด็กและเยาวชนอย่างยิ่ง สื่อลามกได้พัฒนาตัวเองกลายเป็นความรุนแรงทางเพศมากขึ้น อาทิ การ์ตูน วีซีดี เว็บไซต์ และเกมต่างๆ เช่น เกมที่สอนวิธีการข่มขืน วิธีการปล้นการจี้ เว็บไซต์ลามกที่ให้คนในครอบครัวมีเซ็กซ์กันเอง

จากการสำรวจพบว่า มีคนคลิกเข้าไปดูเว็บไซต์เหล่านี้ปีละประมาณ 690,000 ราย ซึ่งเพิ่มจำนวนจากปีก่อนอีกกว่า 800,000 เว็บไซต์ ทั้งนี้ สื่อลามกในปัจจุบันเป็นสื่อที่นำเสนอทั้งภาพ เสียง ตัวหนังสือเกี่ยวกับกิจกรรมกามารมณ์ที่เป็นเรื่องส่วนตัวของคน แต่ถูกนำมาเปิดเผยต่อสาธารณะในรูปแบบต่างๆ

ปัจจุบันคนมักมองว่าสื่อลามกเป็นเรื่องธรรมดา จนทำให้มีความพิสดารมากขึ้น เด็กจึงต้องเป็นเหยื่อของผู้ใหญ่โดยถูกนำมาเป็นตัวแสดงในสื่อเหล่านี้ ซึ่งเด็กกำลังถูกครอบงำอย่างสิ้นเชิง ถูกกระตุ้นให้บริโภค ใช้เซ็กซ์ และความรุนแรง ทำให้ใช้การมีเพศสัมพันธ์เป็นที่พึ่งเวลามี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เนื่องจากครอบครัวแตกแยก สถานศึกษาไม่สามารถเป็นที่พึ่งของเด็กได้ เช่น เด็กไม่มีเงินก็หันไปขายบริการทางเพศ

3) ท้องก่อนแต่ง

การเป็นพ่อแม่คนโดยอุบัติเหตุจากการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่นหญิงชายบางรายซึ่งเป็นเรื่องจริงในสังคม อย่างที่เรียกว่า **"ชิงสุกก่อนห่าม"** คงไม่ใช่วิถีทางในการดำเนินชีวิตที่ถูกต้องและเหมาะสม เพราะนอกจากจะเป็นการทำร้ายตนเองแล้วยังเป็นการทำร้ายต่อบุพการีด้วย ผู้เป็นพ่อแม่จะเสียใจกับการกระทำที่ไม่ถูกต้องของลูกสักเพียงไร? เท่าไร? ก็ไม่อาจทราบได้ ที่สำคัญยังเป็นการทำบาปต่อชีวิตทารกน้อยๆที่ไม่มีความผิดแต่ประการใด อีกทั้งยังทำให้สังคมตกต่ำและเดือดร้อนได้เช่นกัน

เมื่อมีเรื่องราวเช่นนี้เกิดขึ้นก็มักจะมีเสียงแสดงความคิดเห็นจากสังคมต่างๆ นานาตามมา มีทั้งเสียงที่ประณามสาวน้อยผู้เป็นแม่ของทารกที่กระทำสิ่งที่ผิดต่อศีลธรรมชนิดที่ไม่น่าให้อภัยที่สุด และเสียงที่แสดงถึงความเห็นอกเห็นใจสาวน้อยที่อ่อนด้อยประสบการณ์ และขาดภูมิคุ้มกันจึงทำเรื่องเสียหายเกิดความผิดพลาดขึ้นกับชีวิตโดยไม่เจตนา

ปัญหา**"ท้องแล้วแท้ง"** คงจะเชื่อมโยงเข้ากันได้เป็นอย่างดีกับประเด็น"ได้แล้วทิ้ง" หรือ"ฟันแล้วทิ้ง" การที่วัยรุ่นจำนวนไม่น้อยในปัจจุบันมีพฤติกรรมและค่านิยมที่เบี่ยงเบนในการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรจนเลยเถิดถึงขั้นตั้งท้อง โดยที่ทั้งสองฝ่ายต้องเปลี่ยนแปลงสถานภาพอย่างรวดเร็ว จากนักเรียนกลายเป็นพ่อคนแม่คนอย่างฉับพลันไปโดยปริยาย ทั้งๆที่ยังไม่เคยได้เรียนรู้วิชาเป็นพ่อคนแม่คนเลยแม้แต่น้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 การรณรงค์

การรณรงค์ หมายถึง การระดมความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ให้กลุ่มเป้าหมายให้ความร่วมมือ ประกอบด้วยการวางแผนที่ดี อาศัยเทคนิคที่วิเคราะห์ว่ากลุ่มเป้าหมายจะรับสารและสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้อย่างไร ทำให้เกิดความร่วมมือทำตามที่ชักจูงเป็นไปตามที่องค์กรต้องการ

การประชาสัมพันธ์ใช้ใช้ความจริงเป็นหลัก จึงต้องวิเคราะห์ให้ชัดเจนว่า พื้นฐานของปัญหาใดบ้างที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นหาจุกอ่อน จุดแข็งของเป้าหมายที่จะเข้าถึงโดยอาศัยสื่อต่างๆเข้าไปชักจูง บอกกล่าวให้รู้ และให้ความร่วมมือเพื่อจูงใจให้คล้อยตาม ดดยทำตามที่ดำเนินการไป การรณรงค์ที่จัดเป็นกิจกรรมพิเศษจะเกิดขึ้นเสมอ เช่น การรณรงค์ต่อต้านให้สนับสนุน อาจมีการทำให้กลัว โดยขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่จะทำ ยากง่ายตามโครงสร้างข่าวสารที่จะป้อนให้เป้าหมายรับและเกิดผลสะท้อนกลับ

2.3 สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ทั้งสื่อมวลชนและองค์กรต่างมีความสัมพันธ์และต้องอาศัยซึ่งกันและกันในหลายๆด้าน อย่างไรก็ตามในความสัมพันธ์นี้ ยังมีข้อวิพากวิจารณ์จากแต่ละฝ่าย ทำให้ทั้งสองฝ่ายต้องหันหน้าเข้าหากัน และต้องพยายามรักาความสัมพันธ์นั้นไว้ บรรณาธิการของสื่อสิ่งพิมพ์จะมองเห็นความสำคัญของหน่วยประชาสัมพันธ์องค์การในด้านการเป็นแหล่งข่าวและแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับการเขียนข่าว บทความ ภาพ และข้อความอื่นๆในสิ่งพิมพ์ของตน ส่วนนักประชาสัมพันธ์องค์กรต้องมีความรู้เรื่องสื่อมวลชน ในด้านความต้องการ นโยบาย ผู้รับสารและปัญหาด้านต่างๆเป็นต้น

2.3.1 การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิงพิมพ์นั้นได้เข้ามามีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่างๆ โดยในหัวข้อนี้จะกล่าวถึงประโยชน์ของสื่อสิ่งพิมพ์กับการประชาสัมพันธ์องค์กร

ประโยชน์ของสื่อสิ่งพิมพ์กับการประชาสัมพันธ์องค์การมีดังนี้

1) สื่อสิ่งพิมพ์สามารถกระจายข่าวสารที่องค์กรต้องการเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลได้

2) การติดต่อสื่อสารกับมวลชนโดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับสถาบันหรือองค์กรในด้านการยอมรับและความเชื่อถือจากมวลชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) สื่อสิ่งพิมพ์มีหลายรูปแบบ จึงทำให้นักประชาสัมพันธ์มีโอกาสเลือกรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ตนเห็นว่าเหมาะสม รูปแบบของสื่อดังกล่าวมีมากมายเช่น สื่อกลางแจ้ง สื่อทางนิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

4) สื่อสิ่งพิมพ์สามารถขจัดข่าวลือที่ผิดได้

5) การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อสิ่งพิมพ์นำมาซึ่งโอกาสที่ดีกว่าในการให้ความสนับสนุน

6) การเลือกส่งข่าวสารที่มีประโยชน์คุณค่าต่อผู้อ่านผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์สามารถช่วยในการสื่อสารให้สัมฤทธิ์ผลมากขึ้นด้วย

7) การติดต่อสื่อสารและการร่วมงานกับสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากจะนำมาซึ่งผลประโยชน์ต่อองค์กรแล้ว ยังให้ความสนุกสนานในหลายๆด้านแก่นักประชาสัมพันธ์

สิ่งเหล่านี้เป็นประโยชน์จากสื่อสิ่งพิมพ์ที่นักประชาสัมพันธ์และองค์กรจะได้รับจากการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ แต่อย่างไรก็ตามต้องเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทให้ถูกด้วย

นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความสามารถในการพิจารณาเลือกสื่อสิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับเนื้อหาสาระที่จะสื่อสารออกไป หรือข่าวสารที่องค์กรของตนต้องการจะเผยแพร่คคยที่นักประชาสัมพันธ์องค์กรต้องมีความรู้เกี่ยวกับนโยบาย เนื้อหา และผู้รับสารของสื่อสิ่งพิม์เป็นอย่างดี

2.3.2 ความสำคัญของภาพในงานโฆษณา

องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในชิ้นงานโฆษณา คือ ภาพ ภาพมีความสำคัญด้วยเหตุผล 2 ประการ คือ ช่วยดึงดูดความสนใจให้แก่โฆษณาชิ้นนั้น และยังสามารถสื่อสารโฆษณาไปยังผู้อ่านได้ดีและรวดเร็ว นอกจากนั้น ภาพยังอาจกระตุ้นเร้าความรู้สึกและปฏิกิริยาตอบสนองในทางที่ดีจากผู้อ่านได้ด้วย หน้าที่ของภาพจะนำไปสู่การอ่านพาดหัวซึ่งจะกระตุ้นความสนใจของผู้อ่านจนนำไปสู่การอ่านข้อความโฆษณาในที่สุด ดังนั้นภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญในการจับความสนใจอันดับแรกของผู้อ่าน โดยทั่วไปภาพสามารถทำหน้าที่ได้ 9 ประการดังนี้

1) จับความสนใจของผู้อ่าน

2) ช่วยให้ผู้อ่านรู้ได้ทันทีว่าโฆษณานั้นเกี่ยวกับอะไร

3) ทำให้ผู้อ่านมีแนวโน้มจะสนใจสินค้าดังกล่าวอยู่แล้วหยุดลงเพื่อที่จะอ่านโฆษณาและทำให้ผู้อ่านที่ไม่สนใจผ่านไปเลย

4) ช่วยให้ผู้อ่านเกิดความสนใจที่จะอ่านพาดหัว

5) ช่วยสร้างความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าหรือผู้โฆษณา6. ช่วยให้ผู่อ่านเกิดความเข้าใจในในข้อความมากยิ่งขึ้น

7) ช่วยให้ผู้อ่านเชื่อถือโฆษณายิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8) เน้นให้เห็นถึงคุณลักษณะพิเศษของสินค้า

9) ช่วยให้เกิดความต่อเนื่องระหว่างโฆษณาแต่ละชิ้นที่ใช้เทคนิคทางด้านภาพแบบเดียวกันในแผนรณรงค์ โฆษณาชิ้นเดียวกัน

นักโฆษณาใช้ภาพในหลายลักษณะ รวมทั้งได้มีการศึกษาวิจัยข้อดีข้อด้อยของการใช้ในหลายลักษณะนั้นด้วย เช่น ได้มีการศึกษาพบว่า การใช้ภาพมีอิทธิพลต่อความสนใจของผู้อ่านมากกว่าการใช้ข้อความอย่างเดียว ภาพที่แสดงให้เห็นการใช้สินค้ามีประสิทธิภาพกว่าภาพเฉพาะตัวสินค้า ภาพคนได้รับความสนใจมากกว่าวัตถุ เป็นต้น นอกจากนั้นยังศึกาพบว่า ภาพใหญ่ภาพเดียวจะดึงดูดความสนใจได้มากกว่าภาพเล็กๆหลายภาพเรียงต่อกัน ภาพที่เรียบง่ายจะดึงดูดความสนใจได้มากกว่าภาพที่ซับซ้อน ผู้ชายมีแนวโน้มจะดูภาพโฆษณาที่ปรากฏรูปชายอื่น ในขณะที่ผู้หญิงจะดึงดูดด้วยภาพเด็กทารกและภาพหญิงอื่นมากกว่า

หลักเกณฑ์ที่นักโฆษณาพิจารณาในการเลือกใช้ภาพมีดังนี้

ภาพที่เลือกใช้จะต้องมุ่งเน้นไปที่ความสนใจต่อตัวมนุษย์เอง หลักเกณฑ์ข้อนี้เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้ภาพ นักโฆษณานำหลักเกณฑ์นี้มาจากความเข้าใจทางด้านจิตวิทยาผู้บริโภคที่ว่า มนุษย์มีความสนใจในตัวเองมากกว่าสิ่งอื่น ดังนั้นภาพที่แสดงสิ่งที่ใกล้ตัวในชีวิตประจำวัน สิ่งที่คุ้นเคยหรือสิ่งที่เป็นจริงในชีวิต จึงถูกนำมาใช้ประกอบในโฆษณาเพื่อให้ผู้อ่านหรือผู้บริโภคเป้าหมายเกิดความรู้สึกคุ้นเคย เข้าใจ ละอาจรวมไปถึงทศนคติต่อสินค้าด้วย

ภาพที่เลือกใช้ควรแสดงให้เห็นผลิตภณฑ์ทั้งหมดหรือบางส่วนของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผู้อ่านส่วนใหญ่เมื่ออ่านโฆษณาก็ต้องการเห็นภาพสินค้า เพื่อที่ตนจะได้รู้ว่ากำลังซื้ออะไร มีรูปร่างยังไง และที่สำคัญใช้ประโยชน์อย่างไร

ภาพที่เลือกจะต้องสัมพันธ์กับตัวสินค้าและข้อความโฆษณา

ภาพที่เลือกใช้จะต้องถูกต้อง ชัดเจน และสมเหตุสมผล และต้องสอดคล้องกับพื้นฐานความเข้าใจและประสบการณ์ของผู้อ่าน ต้องผ่านการเลือกอย่างระมัดระวังและตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

2.3.3 โปสเตอร์

โปสเตอร์ visual combination ระหว่างความรุนแรง สะดุดตาลึลา สีและข้อความซึ่งดึงดูดความสนใจของผู้ที่พบเห็นให้นานพอสมควรที่จปลูกฝังความคิดที่ต้องให้เกิดในจิตใจของผู้อ่านนั้น

โปสเตอร์ คือการออกแบบเพื่อกระจายข่าวสารไปสู่มวลชนพื้นฐานการออกแบบ

บทบาทในเนื้อหาของโปสเตอร์สำคัญมากกว่าเรื่องของกฎระเบียบ และความชำนาญทางวิธีทำโปสเตอร์ ในการสื่อความหมายให้ได้ผลนั้น รสนิยมและการตัดินใจที่ดี จำเป็นต้องมีรสิยม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสามารถในการเลือกหัวข้อและเนื้อหาสาระจะต้องมีความชำนาญในการจัดลำดับภาพและเนื้อหานั้น

โปสเตอร์ที่ประสบความสำเร็จจะต้องเป็นโปสเตอร์ที่มองเห็นได้ชัด ฉะนั้นขาดของโปสเตอร์ต้องมีความสมพันธ์กับระยะที่ตั้งที่มองเห็นได้ง่าย แม้แต่ระยะไกล ซึ่งเรื่องของขนาดโปสเตอร์และที่ตั้งของโปสเตอร์เป็นเรื่องที่สำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นพื้นฐาน กาทำโปสเตอร์ต้องเป็นภาพที่เข้าใจอยากระจ่างแก่ผู้พบเห็น และสะดุดตาด้ว ถาพทุกภาพโปสเตอร์ต้องส่งเสริมควมตั้ใจในพื้นหลัง ไม่ว่ะมีลักษณะตัดกับภาพโปสเตอร์หรือมีลักษณะเป็นพื้นราบ ต้องส่งเสริมความคิดความตั้งใจที่จะแสดงออกให้ชัด ผู้สร้างต้องสร้างโปสเตอร์ที่มีลักษณะที่น่าจดจำบางอย่างเพื่อให้สะดุดตา ภาพโปสเตอร์ต้องกล่าวถึงประโยชน์ให้มีอำนาจเหนือความคิดของผู้พบเห็นทั้งหมดเพื่อชักชวนให้มาเข้าชม

เมื่อได้โปสเตอร์ที่ตรงตามหลักการออกแบบและผู้ออกแบบแล้ว จากนั้นจะทำการดำเนินการข้อมูล เบื้องต้น โดยจะพิจาณา 2 ด้าน คือ function and decoration function หมายถึงการชี้แจงรายลเอียดเกี่ยวกับภาพ ว่ามีกี่ชุกและจำนวนที่เผยแพร่

การพิจารณาขั้นการเลือกตัวอักษร ตัวพิมพ์ และพื้นหลัง ผู้ออกแบบยังมีอย่างอื่นที่จะต้องพิจารณาอีก กล่าวคือ โครงสร้างของโปสเตอร์ที่ดีต้องเหมาะแก่การเห็นในเวลากลางวันและกลางคืนด้วยขนาดของดปสเตอร์และตัวอักษร

2.3.3.1 ขนาดของโปสเตอร์และตัวอักษร

โปสเตอร์ที่ติดตามชุมชนต่างๆ เช่น แหล่งการค้า ห้างสรรพสินค้า ขนาดต้องไม่ใหญ่เกินไป อาศัยจำนวนของโปสเตอร์เปี๊ยตัวกระจายข่าวสารและต้องเห็นได้ชัดในระยะ 5 เมตร ซึ่งเป็นระยะในเกณฑ์ที่เหมาะสม เพราะถ้าเล็กเกินไปจะทำให้ลดความสนใจลง กล่าวคือ จะทำให้ไม่สามารถมองเห็นได้ทั้งภาพและข้อความ

ฉะนั้นการเลือกใช้ขนาดโปสเตอร์ จึงจำเป็นต้องให้สอดคล้องกับขนาดมาตรฐานของกระดาษ ทั้งนี้เพื่อว่า ในการพิมพ์ที่มีจำนวนมากนั้นจะประหยัดได้มากที่สุด

การเลือกใช้ตัวอักษร จะต้องสามารถมองเห็นได้ในระยะ 5 เมตร เพื่อถ่ายทอดสู่คนได้ทันที ตัวอักษรจะต้องอ่านง่าย

การใช้ตัวอักษรเข้มบนพื้นที่เบากว่า สามารถอ่านได้ง่ายกว่า อักษรขาวบนน้ำหนักดำ ความหนาของเส้นตัวอักษรบนพื้นขาวประมาณ 1: (ความสูงของตัวอักษร) ความหนาของตัวอักษรขาวบนพื้นดำ ประมาณ 1: (ความสูงของตัวอักษร)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3.2 สีที่มีผลต่อความรู้สึกทางด้านการออกแบบ

Colour Effect

หาก Background สว่างกว่าสีของ Foreground และมีความแตกต่างอยู่บ้างแล้ว Background จะดูสดขึ้น

วัตถุสีเข้มซึ่งวางอยู่ Background สีอ่อน จำทำให้มองดูเล็กกว่า วัตถุชิ้นเดียกันซึ่งมีสีอ่อนแต่วางอยู่บนวัตถุที่มีสีแก่กว่าการผสมผสานกันของสีที่ใกล้เคียงกัน เช่น ส้มแดง จะแสดงความรู้กลมกลืน ในขณะเดียวกันการรวมสีที่ต่างกันโดยสิ้นเชิง ทั้งด้านคุณค่าและสี จะทำให้เกิด contrast กันอย่างรุนแรง

สีในโทนร้อนและเย็นที่มีความสดใสเท่ากัน สีร้อนจะพุ่งออกมาข้างหน้าสีเย็นที่อยู่กับ Background ดำ หากเย็นนั้นถูกทำให้สว่างขึ้น ก็จะดันให้มาข้างหน้าเรื่อยๆ และจะเลยหน้าสีร้อนไม่ได้

พื้นที่ของสีที่เป็นผืนใหญ่กว่าจะทำหน้าที่เสมือน Background และขึ้นกับความสดใสของสีนั้นด้วย

Theory of co lour expression

การรู้ค่า expression ของสีที่แท้จริง ต้องนำสีนั้นไปเปรียบเทียบกับสีอื่น

สีเหลือง มีชีวิตชีวา ไปสิ้นสุดที่สีแดง จะสูญเสียลักษณะไปหากมี shade ของเทา ดำ หรือคราม หมายถึง ความอิจฉา ทรยศ ปลอม เลวร้าย ไร้เหตุผล

สีแดง ข้นทึบ ส่องแสงด้วยความรู้สึกอบอุ่นภายใน แสดงถึง แผ่นดินและโลก

สีน้ำเงิน ระบบห่างเหิน หากเจือจาง หมายถึงความยึดถือโชคลาง กลัว หวาดผวา

สีเขียว พืชพันธุ์ ชีวิต และความหวัง

สีส้ม ส่องแสงมากที่สุด เข้มข้นและแรงที่สุดในการแสดงออกถึงสาร

สีคราม ความไร้สติ ลึกลับ ประทับใจ บีบคั้น หวาดกลัว หรือให้กำลังใจ เปลี่ยนแปรไปตามสีที่นำมา contrast

ม่วงน้ำเงินเข้ม โชคร้าย

ม่วง ความยุ่งยากความตาย

ม่วงแดง รักนิรันดร วิญญาณไฝ่ฝัน

สีแท้จะให้ความหมายในทางที่ดีของชีวิต ในขณะที่ shade จะให้ความมืดมนและพลังทางลบ สีอาจถูกกระทำให้ผันแปร ได้เช่น ในความสว่าง แดงอาจเป็นชมพูแดง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลของสีนั้นจะเป็นไปตามตำแหน่งของสีนั้น โดยสัมพันธ์กับสีอื่นๆที่แวดล้อมอยู่ รวมถึงเนื้อสีและขนาด Proportion สีจะมีลักษณะความรู้สึกต่างกันไปตามตำแหน่งของสีนั้นในภาพ

2.3.4 การสื่อความหมาย

จะมีการสื่อความหมายก็ต่อเมื่อกรรมวิธีการส่งข่าวสารนั้นเป็นที่คุ้นเคยกับทั้งผู้ส่งและผู้รับ ข่าวสารจะถือได้ว่าสำเร็จก็ต่อเมื่อข่าวสารนั้นมีความหมายต่อบุคลที่เราต้องการส่งข่าวนั้นเหมือนกับที่มันมีความหมายต่อเรา หรือว่าข่าวสารนั้นเกี่ยวข้องในประสบการณ์ของผู้รับสาร คนจะอ่านโฆษณามากขึ้น หากว่าโฆษณานั้นแสดงออกถึงจุดสำคัญอย่างน้อยสองจุดที่สุด ไม่ใช่คลุมจุดสำคัญทั้งหมดในโฆษณาเดียว ผู้คนต้องการแนวทางและคำวิเคราะห์พอๆกับความจริง ข้อสำคัญของการ communication คือความคิดของประชาชน ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวสาร ข้อไคเปรียบอยู่ที่การพยายามจูงใจคนในขณะที่สิ่งนั้นใหม่และอยู่ในขั้นแรกเริ่มที่ความคิดของประชาชนยังไม่แน่นอน ประชาชนมักจะมีแนวโน้มไปในทางผูกพัน เชื่อมั่นกลุ่มที่เราต้องการเข้าร่วมด้วย เด็กจะมีแนวคิดไปในแนวเดียวกันกับครอบครัวผู้ปกครองของเขา

ความคิดใหม่จะถูกนำมาใช้ในลักษณะ

1) รู้สึกว่าสิ่งนั้นเกิดขึ้น
2) สนใจ
3) ชั่งใจ
4) ทดลอง
5) รับการนำมาใช้

ความคิดใหม่นี้ จะมีความมั่นคงเพียงใด ขึ้นอยู่กับแรงจูงใจภายนอก เช่นว่า สนใจเรื่องนั้นมากพียงใด ความรู้สึกผูกพัน และความไม่เห็นด้วยกับความคิดอื่นในทางตรงข้าม

โฆษณาจำเป็นต้องมี

1) Idea
2) แรงกระตุ้นทันทีที่เห็น
3) ความสนใจ
4) ข่าวสาร
5) กระตุ้นการกระทำ

Idea มี Theme เดียวกันไม่สับสน

ความสนใจ-ให้ข่าวสารเต็มที่แก่ผู้รับสื่อ

ข่าวสาร- จริงและแน่นอน แตกต่างจากสิ่งอื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระตุ้นการกระทำ – เมื่อเชื่อว่าอ่านนั้นเป็นจริง ก็เกิดความต้องการ ไม่ใช่ลักษณะถูกบอกให้ต้องการ แต่ให้หาคำตอบพบด้วยตัวเอง มิฉะนั้นคนจะรู้สึกเกิดอาการต่อต้าน

2.3.5 การใช้งานโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมสังคม

บทบาทของงานโฆษณาที่มีต่อสังคม

โฆษณาในสื่อต่างๆในปัจจุบัน มีผลต่อการตอบสนองทางด้านจิตวิทยา และกำหนดบุคลิกภาพ ค่านิยมต่างๆให้แก่สังคมได้ จะเห็นได้ว่ามีงานโฆษณาที่ทำออกมาเพื่อรณรงค์ส่งเสริมสังคมอยู่มากมาย เพื่อเป็นตัวช่วยในกาปลูกฝังความคิดและค่านิยมที่ดีงาม และชี้ให้ประชาชนและเยาวชนเห็นถึงปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมได้ ซึ่งจะนำไปสู่การหาทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นๆ ดังนั้นบทบาทของงานโฆษณาส่งเสริมสังคมส่วนใหญ่ จึงเป็นไปในลักษณะสร้างและการสะท้อนสังคม กล่าวคือเป็นการสร้างค่านิยมและทัศนคติที่ดีให้กับคนในสังคม และสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมให้ประชาชนได้รับรู้ เพื่อนำมาซึ่งการแก้ไขเปลี่ยนแปลง

2.3.5.1 โฆษณาสถาบัน

1 การโฆษณาเอสร้างภาพพจน์

คือการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร หรือสร้างค่านิยมทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งสร้างตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของบริษัท วิธีการต่างๆที่ใช้เพื่อการโฆษณาภาพพจน์มีดังนี้

- การโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ทั่วไป
- การเป็นผู้อุปถัมภ์ หรือการให้การสนับสนุนโครงการต่างๆ
- การให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน

2 การโฆษณาเพื่อสังคมและกรแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม

เป็นการโฆษณาที่แสดงบทบาทขององค์กรธุรกิจต่างๆ เพื่อช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อม ชี้แจงปัญหาในสังคมเพื่อให้ได้รับการสนับสนุนและความสนใจในการแก้ไขปัญหานั้นๆ

2.3.5.2 โฆษณาส่งเสริมสังคม

เป็นการโฆษณาเพื่อมุ่งเน้น ที่จะให้ความคิดอันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมเพื่อให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันได้ดี มีความสุขและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ผู้โฆษณาจะได้ประโยชน์ทางอ้อมจากโฆษณานี้ คือจะทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถาบัน

มีลักษณะแตกต่างจากการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทั่วไป 4 ประการ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
78176

1) เป็นการโฆษณาที่ไม่เน้นในการส่งเสริมการขายสินค้าหรือการบริการโดยตรง แต่จะเสนอเนื้อหาที่มุ่งส่งผลประโยชน์แก่สังคมโดยตรง

2) หน่วยงานต้องซื้อเวลาหรือเนื้อที่ในการโฆษณานี้

3) เนื้อหาของงานโฆษณาเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับตัวสถาบัน บุคคล วิธีการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดความศรัทธาในตัวสถาบัน และเลื่อมใสในการทำงานขององค์กร

4) เสนอเนื้อหาของโฆษณาชี้ชวนให้ปฏิบัติตนเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

วัตถุประสงค์ของการโฆษณาเพื่อส่งเสริมสังคม

จุดมุ่งหมายมี ของโฆษณานี้มี 2 ประการ คือ

1) เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร

2) เพื่อติดต่อสื่อสารด้านทัศนคติขององค์กรที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ขั้นตอนการทำโฆษณารณรงค์เพื่อส่งเสริมสังคม

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์

1) วิเคราะห์ประเด็นและความต้องการในการแก้ปัญหา

2) วิเคราะห์ดอกาส ความเป็นไปได้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

3) การวิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

4) วิเคราะห์ปัญหาและสาเหตุที่ทำให้เกิดขึ้น

5) วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 การวางแผนการโฆษณา

1) การกำหนดวัตถุประสงค์ในการโฆษณา

2) การกำหนดงบประมาณ

3) วางกลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา

4) กำหนดเทคนิคและยุทธวิธีในการโฆษณา

5) กำหนดกลยุทธ์ด้านสื่อโฆษณา

6) กำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 3 การปฏิบัติตามแผน

ขั้นตอนที่ 4 การวัดประสิทธิผลของโปรแกรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์

1) การสำรวจทัศนคติ

2) การสำรวจผลกระทบของโฆษณาที่มีผลต่อคนในสังคม

3) การวิจัยเฉพาะกลุ่ม

2.4 หลักทั่วไปของการออกแบบสื่อที่ดี มีอยู่หลายประการดังนี้

1) Attract Attention สื่อที่ดีจะต้องดึงดูดความสนใจ ต้องหยุดหรือสะกดผู้อ่านได้ตั้งแต่แรก

2) Arouse Interrest เมื่อสามารถหยุดความสนใจได้แล้ว ก็ต้องเร้าและกระตุ้นความสนใจให้อยากรู้อยากเห็นและติดตามต่อ เกิดข้อสงสัยเกี่ยวกับสื่อได้

3) Create Design ต้องทำให้ผู้บริโภคเกิดความปราถนาไม่แค่เพียงชอบสื่อเท่านั้น copy writer ต้องมีจิตวิทยา มากพอจะรู้ไรกลุ่มเป้าหมาย และชักจูงให้เห็นคุณค่าสื่อ

4) Insprie Confidence สื่อที่ดีต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกว่าเชื่อถือได้ โดยใช้ถ้อยคำที่พิสูจน์และเชื่อถือได้ อย่าหลอก และให้ความจริง

5) Induce Action สื่อที่ดีต้องเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเกิดปฏิกริยาตามเป้าหมายที่กำหนดไว้แล้ว

2.4.1 ก่อนเริ่มสร้างสรรค์การออกแบบสื่อ

ก่อนการออกแบบสื่อแต่ละชิ้น copy writer ต้องรู้รายละเอียดต่างๆ เช่น ลูกค้าคือใคร โครงการอะไร ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ กลุ่มเป้าหมาย การแข่งขันสิ่งชักจูงใจ พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย รายละเอียดเท่าที่หาได้ สำคัญที่สุด คือ การพิจารณาตัวที่จะนำเสนอว่ามีลักษณะเช่นไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2 หลักสำคัญในการเริ่มต้นการเขียนโฆษณา

1) ต้องรู้จักสิ่งที่เสนอก่อน สิ่งที่ต้องรู้มากที่สุดคือ ควรรู้ตั้งแต่การก่อตั้ง ส่วนรายละเอียด จุดเด่นจุดด้อย ประวัติ ความเป็นมา รวมไปถึงโครงการนี้คิดขึ้นเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายใด และเพื่ออะไร

2) ต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมายให้ดีที่สุดว่าเป็นใครนิสัยยังไง อายุเท่าไหร่ อาชีพอะไร อยู่ที่ไหน รสนิยมอย่างไร รู้จักสื่อดีแค่ไหน

3) เมื่อรู้จักกลุ่มเป้าหมายแล้ว ต้องรู้ว่าเขารับสื่อแบบไหนมากที่สุด บ่อยแค่ไหน

4) ควรรู้วิธีนำเสนอ วิธีวางกลยุทธ์ คู่แข่ง จะทำให้สามารถวางแผนได้อย่างบรรลุเป้าหมาย ถ้าเป็นไปได้ควรมีสถิติอ้างอิงในการนเสนอ

2.4.3 หลักสำคัญที่เป็นหัวข้อใน Creative Recommendation ได้แก่

1) ต้องกำหนดจุดหมายของสื่อ เช่น ต้องกานนำเสนอโครงการใหม่ การตั้งเป้าหมายเช่นนี้ยากที่จะบรรลุผลได้ เพราะบางครั้งข้อบกพร่องอาจไม่อยู่ในเป้าหมายได้

2) เมื่อรู้ว่าเป้าหมายเป็นอย่างไร ก็มาหาวิธีในการบรรลุเป้าหมาย โดยพิจารณาสองประการคือ จะพูดอะไร พูดอย่างไร

3) แนวความคิด หรือสิ่งที่เราจะนำเสนอ เป็นสิ่งแรกที่จะต้องค้นหาให้ได้ ความสำเร็จของการออกแบบคือ เราต้องคิด และแนวทางที่ถูกต้องให้ได้ และนำไปขยายหรือถ่ายทอดอย่างเหมาะสม

Concept ควรมีลักษณะอย่างไร

1) ไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย แต่ต้องเป็นจุดเด่นที่จะยกตัวอย่าง
2) จดจำง่าย
3) มีความโดดเด่นเป็นอกลักษณ์
4) เหมาะสมกับลักษณะของสิ่งที่นำเสนอ
5) สามารถปรับใช้กับการสร้างสรรค์ทุกประการ
6) สร้างความเกี่ยวเนื่องกับการรับรู้ได้ดี
7) สะท้อนถึงวัตถุประสงค์ได้ในการนำสื่อ
8) ส่งผลรับรู้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้
9) เป็นความคิดที่ค่อนข้างยาวนาน มั่นคงในการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่ว่าจะเป็นสื่อใดๆก็ต้องมีประโยชน์ในตัวของมันเอง เราต้องหาให้ได้เพื่อเป็นจุดขาย ในการที่จะจูงใจกลุ่มเป้าหมาย ให้หันมาสนใจสื่อ ประโยชน์ที่หยิบยกขึ้นมาคือแนวความคิดของสื่อนั่นเอง

เมื่อได้แนวความคิดแล้ว ก็ต้องเลือกวิธีที่จถ่ายทอดแนวความคิดไปยังกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นเทคนิค วิธีการ และภาษาที่เลือกใช้ก็ต้องหมาะสมกับกลุมเป้าหมายเพื่อที่จะให้กลุ่มเป้าหมายสนใจและหันมาดู

2.4.4 Copy Platform ประเด็นสำคัญในการออกแบบ

อาจกล่าวได้ว่าเป็นแนวคิดโครงร่างความคิดสร้างสรรค์ รูปแบบก็ไม่ได้เฉพาะเจาะจงแบบใดแบบหนึ่งแต่ถึงแม้ว่าสิ่งที่จะปรากฏใน Copy Platform จะไม่แน่นอนแต่ก็จะมักจะระบุถึงสิ่งต่างๆเหล่านี้เช่น สโลแกน สัญลักษณ์ทางภาพ ลักษณะและขนาดของสื่อ สิ่งจำเป็นต่างๆที่ต้องมีในสื่อนั้นๆ

การใช้ Copy Platform ในการร่างความคิดนั้น ยังเป็นเครื่องมือตรวจสอบงานได้อีกด้วย โยสาสารถดูย้อนหลังไปได้ว่าเป็นไปตามแนวทางที่วางไว้หรือไม่ ถ่ไม่ก็แสดงว่ามีจุดใดจุดหนึ่งบกพร่อง

2.4.5 องค์ประกอบของ Copy Platform

ดังได้กล่าวมาแล้วว่ารูปแบบของ Copy Platform ไม่แน่นอน แต่อาจสรุปได้ 5 ประการคือ

1) การกำหนดกลุ่มผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายไว้ชัดเจน จะช่วยให้เข้าใจได้ดีว่าจะสื่อสารกับใคร เพื่อจะสื่อสาร ได้ตรงจุด
2) คำมั่นจะเป็นประโยคสั้นๆที่ระบุอย่างชัดเจน
3) จะต้องเรียงลำดับความสำคัญให้กับผู้บริโภค
4) กานนำเสนอต้องทำให้ผู้บริโภคเข้าใจและคล้อยตามคำมั่น
5) โทน อารมณ์ที่ต้องการสร้างขึ้นหรือต้องการในงานโฆษณา

2.4.6 วิธีการค้นหาความคิดในการสร้างเรื่องราว

1) ใช้การระดมสมองโดยปรึกษากัน โดยไม่คำนึงถึงข้อจำกัด โดยให้มีแนวความคิดกว้างที่สุดแล้วค่อยมาพิจารณาเอาเรื่องที่ดีที่สุดภายหลัง

2) ใช้คำแนะนำ หรือแนวความคิดของผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นใคร ก็อาจใช้ประโยชน์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) ศึกษางานในอดีต และปัจจุบัน เพื่อหลีกเลี่ยงแนวคิดเดิมๆ และอาจทำให้พบโครงเรื่องที่เข้ากับแนวทางปัจจุบันได้

4) สมมุติว่าตัวเองเป็นคนรับสื่อ จะทำให้รู้ว่าน่าสนใจหรือปล่าวโดยปราศจากความลำเอียง

เมื่อได้โครงเรื่องมาแล้ว ขั้นต่อไปก็เป็นการเลือกภาพประกอบเข้ากับโครงเรื่อง เพื่อสื่อความหมายนั้นขั้นตอนนี้เรียกว่า ขั้นจินตนาการ แล้วจะโยงถึง สีสันในงานด้วย

2.4.7 เหตุผลในการเลือกสื่อ

Magazine Ad. (สื่อโฆษณาประเภทนิตยสาร)

สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตัวโครงการและชัดเจน เนื่องจากนิตยสารมีกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะตัว ชัดเจน เพราะฉะนั้นหากเลือกนิตยสารที่มีกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับที่วางไว้ก็จะทำให้โฆษณาชิ้นนั้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ชัดเจน และไม่สิ้นเปลือง

Poster (สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์)

สามารถเน้นเฉพาะจุดที่นำสื่อไปติด

ปริมาณสื่อสามารถได้จำนวนมาก เพื่อเป็นการตอกย้ำและสร้างความจดจำ และเสียค่าใช้จ่ายน้อย

Billboard – Trivision (สื่อป้ายโฆษณานอสถานที่ขนาดใหญ่)

เป็นสื่อโฆษณากลางแจ้งที่ขนาดใหญ่ ที่ดูทันสมัย ดึงดูดความสนใจได้มาก มองเห็นในระยะไกล มักอยู่กลางใจเมือง สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Free Postcard (สื่อโปสการ์ด)

เป็นสื่อโฆษณาขนาดเล็กที่จะสามารถกระจายได้ในทุกแหล่งชุมชนสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีอีกทางหนึ่ง

2.5 ข้อดีและข้อเสียและสื่อบางชนิด

2.5.1 สื่อโทรทัศน์

ข้อดีคือ

1) โทรทัศน์มีทั้งภาพ เสียง การเคลื่อนไหว ดังนั้นสามารถใช้ในการสร้างสรรค์ลูกเล่นได้มากมาย
2) ถึงแม้ต้นทุนการผลิตสูงแต่เมื่อคิดเฉลี่ยต่อหัวแล้วจะถูกที่สุด
3) เทคโนโลยีก็สูงพอที่จะสามารถสร้างการดึงดูด (Hook) ที่จะเหนี่ยวใจคนดูได้ตลอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสียคือ

1) จำนวนเงินที่ใช้ผลิตค่อนข้างสูง ทั้งการสร้าง และการซื้อสื่อ
2) ไม่มีการเคลื่อนย้าย โทรทัศน์ไม่มีกานเคลื่อนย้ายได้มากนัก ต่างจากวิทยุที่สามารถเคลื่อนที่ได้ตลอด
3) มีการใช้รีโมทคอนโทรล ซึ่งสามารถเปลี่ยนช่องได้ทุกเมื่อ จึงทำให้ต้องผลิตสื่อออกมาถี่ๆ ซึ่งเป็นการสิ้นเปลือง

2.5.2 สื่อวิทยุ

ข้อดีคือ

1) เป็นสื่อที่เคลื่อนย้ายได้ไกล นำติดตัวไปด้วยได้ และเป็นสื่อที่สามารถสร้างความถี่ได้ตลอด
2) เนื่องจากได้ยินแต่เสียง ทำให้ผู้บริโภคสามารถจินตนาการตาม
3) สามารถสร้างความเป็นกันเองกับผู้ฟังได้ง่าย

ข้อเสียคือ

1) ไม่เหมาะกับเรื่องที่ต้องสร้างสีสัน การเคลื่อนไหว เพราะไม่สามารถมองเห็นได้
2) พูดได้เพียงทีละประเด็น ถ้ามีหลายประเด็นจะทำให้ฟังไม่รู้เรื่อง
3) วิทยุได้ความถี่สูง จะได้ความเข้าถึงต่ำ เพราะจำนวนสถานีมีมาก

2.5.3 สื่อหนังสือพิมพ์

ข้อดีคือ

1) มีความทันสมัย หนังสือพิมพ์จะส่งต้นฉบับก่อน 1-2 วัน ก่อนจะพิมพ์ปรากฏออกมา
2) เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้สูง เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์
3) มีธรรมชาติของการเป็นตัวประกาศข่าวสามารถให้รายละเอียดได้มาก

ข้อเสียคือ

1) ราคาแพง ในขั้นตอนการผลิตสื่อ เพราะหนังสือพิมพ์มีการกระจายไปทั่วประเทศ
2) ไม่สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนได้ อัตราการสูญเปล่าจึงเป็นไปได้สูง
3) สีมาสวยเท่าในนิตยสาร เนื่องจากราคาและความรวดเร็ว
4) ไม่มีลักษณะเป็นการอ้างอิงแหล่งข้อมูล และคนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้นาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.4 สื่อนิตยสาร (Magazine)

ข้อดีคือ

1) มีลักษณะเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เจาะผู้บริโภคได้ตรงตามเป้าหมาย
2) นิตยสารเป็น Hi-Fi colour คือเป็นสีที่สะท้อนความเป็นจริงที่สุดเพราะฉะนั้นเมื่อไหร่ก็ตามที่ต้องการขายสีสัน นิตยสารจึงเหมาะที่สุด
3) มีลักษณะเป็นแหล่งอ้างอิง เป็นสิ่งที่ผู้ซื้อเก็บไว้และย้อนกลับมาดู

ข้อเสียคือ

1) มีการเข้าถึงต่ำ เพราะเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม
2) การลาเรื่องราวจะไม่ทันสมัย เพราะต้องส่งต้นฉบับล่วงหน้า

2.5.5 ป้ายโฆษณา (Billboard)

ข้อดีคือ

1) เนื่องจากป้ายโฆษณามีภาคใหม่ จึงสามารถสร้างผมสัมฤทธิ์ให้ผู้พบเห็นได้สูงมาก
2) สร้างความถี่ได้ดี เพราะเวลาคนเดินทางมักใช้เส้นทางเดิม

ข้อเสียคือ

1) มีค่าใช้จ่ายในการผลิตค่อนข้างแพง
2) ข้อความที่อยู่บนป้ายไม่สามารถมีรายละเอียดได้มากนัก
3) ปัญหาการดูแล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่3
การวิเคราะห์ข้อมูล

โครงการรณรงค์ "ชุบชีวี วิถีกุลสตรีไทย วัยนักศึกษา" นี้เป็นโครงการของ มูลนิธิ สสส. ที่ได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกี่ยวกับการแต่งกายของนักศึกษาไทยว่า มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งพฤติกรรมต่างๆเหล่านี้ล้วนแจะก่อให้เกิดปัญหาต่อทั้งสุขภาพร่างกายของตัวเอง และอันตรายที่จะมีต่อนักศึกษาอื่นๆตามมา รวมถึงอาจจะส่งผลกระทบต่อปัญหาในสังคมต่อไปอีกด้วย

จากข้อมูลในปัจจุบันพบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการแสดงออกอย่างเปิดเผยในที่สาธารณะมากขึ้นโดยหลักๆ ที่หยิบยกมาก็คือ เรื่องการแต่งกายวาบหวิวในชุดนักศึกษา ปัญหานี้เป็นเหมือนภัยร้ายที่แฝงมากับแฟชั่นการแต่งกายในชุดรัดรูปเกินพอดี ได้ส่งผลกระทบถึงสุขภาพของผู้ใส่ ไม่ว่าจะเป็นระบบไหลเวียนของเลือด ระบบการหายใจ ระบบการย่อยอาหาร อีกทั้งยังเป็นการทำลายภาพลักษณ์ของผู้หญิงไทยที่มีมาแต่ยาวนานคือ ความเป็นกุลสตรี ลงอย่างสิ้นเชิง

3.1 การวิเคราะห์ปัญหา

พฤติกรรมชู้สาวและล่วงเกินมางเพศเกิดจาก

- การแต่งตัวของผู้หญิงและค่านิยมที่ไม่เหมาะสม 42%
- วัยรุ่นขาดความรอบคอบและยั้งคิด 42%
- ขาดความรู้ทางบรรทัดฐานและสถานะภาพของตนเองทางสังคม 12 %

ค่านิยม ความเชื่อเกี่ยวกับการแต่งตัว

- ยิ่งใส่เสื้อตัวเล็กยิ่งแสดงว่าเธอหุ่นดีรูปร่างดีไม่อ้วน!
- การใส่เสื้อเน้นทรวดทรงก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้พวกเธอต้องพยายามรักษาทรวดทรงของเธอไม่ให้เพิ่มขึ้นด้วยการควบคุมอาหาร แทนที่จะใช้การออกกำลังกาย
- มันเป็นแฟชั่นอย่างนึงค่ะ เราไม่ได้ใส่ไปแข่งกันนะคะ
- เสื้อเข้ารูปพวกนี้ราคาไม่แพง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ถ้าเปิ้ลหุ่นดี รูปร่างดี เปิ้ลก็คงจะใส่เหมือนกัน ไม่เห็นแปลกที่เค้าจะใส่โชว์หุ่น ก็หุ่นเค้าดี ใส่แล้วก็สวยดี ไม่เห็นว่ามันจะแปลกหรือน่าเกลียดตรงไหนกระโปรงก็เหมือนกันถ้าเปิ้ลผอมนะก็จะใส่กระโปรงสั้นเหมือนกันค่ะ
- "มีแต่แบบนี้ทั้งร้าน เราก็ต้องซื้อมาใส่"
- แฟชั่นแบบนี้ไม่ใช่ว่าเพิ่งมี ดอนนุชเรียนอยู่ก็ยังมีเพื่อนหลายคนแต่งแบบนี้ คล้ายๆว่าเป็นเรื่องปกติธรรมดา
- เพื่อนของนุชมีทั้งแต่งแบบถูกระเบียบ เรียบร้อยกันดีเป๊ะๆ แล้วก็มีเพื่อนที่เขาก็แต่งเสื้อไซส์เอสรัดติ้ว กระโปรงก็มินิสเกิร์ตสั้นๆ มีผ่าข้างด้วย เขาก็เรียนจบนี่ เรียนดีด้วย
- แฟชั่นที่ใส่ฟิตๆ สั้นๆ มันล่อแหลมเกินไป แต่ไอซ์ว่าความเสี่ยงจะขึ้นอยู่กับเวลาและสถานที่มากกว่า อย่างถ้าใส่กลางวันในมหาวิทยาลัยก็คงไม่เป็นไร แต่ถ้าใส่กลับบ้านค่ำๆ ก็เสี่ยงมาก
  ที่ใส่ก็เพราะมันเป็นแฟชั่นที่ ทันสมัย น่ารักดี อีกอย่างอากาศมันร้อนใส่แล้วมันสบาย
- กลัวตกยุค...กลัวเชย...กลัวเพื่อนล้อ...กลัวไม่เด่น...กลัวไม่เป็นที่ยอมรับในกลุ่ม ฯลฯ จึงต้องพยายามแต่งตัวให้"อินเทรนด์"เหมือนเพื่อน ๆ หรือล้ำหน้าเพื่อนได้ก็ยิ่งดี-ยิ่งเด่น.

พฤติกรรมเฉียนแบบ

- " ใส่อย่างนี้มันต้องอาศัยความกล้าด้วยนะ ถ้าไม่กล้าแล้วจะใส่ได้เหรอพี่แต่ใครๆ เค้าก็ใส่กันทั้งนั้น และใครๆ ก็อยากดูดีกันทั้งนั้น"
- "เกิดเทรนด์ต้องผอม นักศึกษาหญิงไม่น้อยกังวล"
- คิดว่าไม่โป๊นะ...เพราะเขาก็ใส่กันทั้งนั้น !! มันอยู่ที่ตัวบุคคลมากกว่า
- การตามแฟชั่นก็ไม่ใช่เป็นสิ่งที่ผิดเพราะเป็นสิทธิส่วนบุคคล

สื่อ

- สื่อโฆษณาทำให้สังคมมีค่านิยมชอบ "ขาว สวย หมวย อึ๋ม" แอนตี้ "อ้วน ดำ"
- สื่อโฆษณายาลดความอ้วนยี่ห้อต่างๆ มักนำนางแบบหุ่นดีๆ มาเป็นพรีเซนเตอร์ อีกทั้งส่วนหนึ่ง คือ เรื่องผู้หญิงสวยต้องผิวขาวใส ซึ่งกระแสเหล่านี้สร้างผลกระทบให้ผู้ชายมองความสวยของผู้หญิงที่เปลือกนอก จากการใช้ชีวิตของผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการรับประทานอาหาร หรือแฟชั่นการแต่งตัว อันส่งผลต่อให้ผู้หญิงอยากทำตามกระแสสังคม อยากสวยและหุ่นดีเหมือนดารา เพราะดาราเป็นต้นแบบของวัยรุ่น นอกจากนี้มีส่วนทำให้ผู้หญิงส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนึ่งตำหนิตนเองว่าขี้เหร่ จนเกิดความกดดันให้รู้สึกว่าต้องผอม และขาว จึงจะได้รับการยอมรับจากสังคม

- ในรายการโทรทัศน์ต่างๆ เมื่อฝ่ายหญิงถูกลวนลาม ทั้งทางคำพูด และพฤติกรรม แต่ไม่มีการตอบโต้ของฝ่ายหญิงนอกจากแสดงได้เพียงปฏิกิริยาเขินอาย รวมทั้งผู้ชมในห้องส่งปรบมือเกรียวกราวหัวเราะถูกใจกรณีเช่นนี้ทำให้ผู้หญิงในรายการทีวีหมดสิทธิในการเรียกร้องการให้เกียรติทางสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากนับวันพฤติกรรมการแทะโลมผู้หญิงจะกลายเป็นเรื่องธรรมดาในสังคม
- ตนมองว่าการแต่งกายแบบนี้มาจากอิทธิพลของสื่อชี้นำทั้งละครทีวี ภาพยนตร์ อินเตอร์เน็ต แม้บางครั้งวัตถุประสงค์การนำเสนอเพื่อชี้ให้เห็นถึงความไม่ถูกต้อง แต่กลายเป็นดาบสองคม หรือชี้โพรงให้กระรอก เข้าตำรายิ่งห้ามเหมือนยิ่งยุ
- สื่อเน้นการนำเสนอเรื่องสวยงามมากเกินไป จนขาดศิลปะ ระหว่างศิลปะกับแฟชั่น สื่อจะเลือกแฟชั่นเอามาเป็นประเด็นขาย เพราะนี่คือเรื่องของมาร์เกตติ้ง

ขาดความอาใจใส่จากครอบครัว

- มีคำถามคือถ้าเราเห็นบุตรหลานหรือ ญาติพี่น้องของเราแต่งกาย อย่างนี้เราจะทำอย่างไร? มีหลายคนบอกว่าต้องห้ามปราม ตักเตือน แนะนำให้เขา แต่งกายให้เหมาะสม แต่มีอีกหลายคนบอกว่าเราต้องเข้าใจจิตวิทยาของเด็กที่เขารักสวยรักงาม เขาอยากทำตาม เสรีภาพของเขา เขาอยากเป็นอิสระ เพราะเขาโตแล้ว เราต้องเข้าใจธรรมชาติของเขา มิฉะนั้นเราจะไม่สามารถ เข้าถึงตัวเขาได้เลย อันเป็นสาเหตุที่ทำให้เรากับเขาเหมือนอยู่กันคนละโลก เข้ากันไม่ได้ กลายเป็นช่องว่าง ระหว่างวัย ระหว่างผู้ใหญ่กับเด็ก ซึ่งนับวันยิ่งห่างไกลกันมากขึ้น

ขาดความเอาใจใส่จากสถาบันการศึกษา

- ตัวอย่างหนึ่งก็คือเมื่อครู อาจารย์ เห็นลูกศิษย์แต่งกายไม่ถูกระเบียบของสถาบัน การศึกษา เช่น เอาชายเสื้อออกนอกกระโปรง นอกกางเกง สวมรองเท้าแตะ ใส่กางเกงยีนส์มาเรียน ครูอาจารย์จะทำอย่างไร? จะปล่อยไปโดยไม่ตักเตือนเพราะนั่นคือธรรมชาติของเด็กวัยรุ่น หรือจะว่ากล่าว ตักเตือนให้เขาแต่งตัวอย่างถูกระเบียบหรือจะลงโทษตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัดนี่ก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่ เป็นปัญหาที่พบเห็นทั่วไปในทุกสถาบันการศึกษา
- ส่วนใหญ่แล้วจะพบเจอในสถาบันการศึกษาที่เป็นของเอกชน มากกว่ารัฐบาล

มุมมองความเห็นของผู้ชาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- "แฟนของผมเขาก็ใส่แบบนี้นะ ผมชอบด้วยล่ะ ก็เขาใส่แล้วสวยดีไม่โป๊หรอกฮะ"

ถ้าสวมเสื้อฟิตเปรี๊ยะจนปรินี่ก็ไม่ไหวนะฮะ พอดีตัวก็พอ กระโปรงก็เหมือนกันฮะ บางคนใส่สั้นแล้วผ่าสูง เราเป็นผู้ชายก็ชอบมองสิ ใครจะไม่ชอบแต่ผมไม่ให้แฟนผมใส่กระโปรงสั้นแล้วผ่านะ ผมหวง

- "ส่วนกระโปรงสั้นๆ รัดรูป บางทีสั้นแล้วก็ผ่าสูงจนเวลานั่งเห็นไปถึงไหนๆ เนี่ย ผมว่ามันมากเกินไปมันไม่จำเป็นต้องใส่กันสั้นถึงขนาดนั้น บางคนหุ่นก็ไม่ดีขาก็ไม่สวยยังจะใส่สั้นอีก ผมว่าเขาไม่เจียมตัวเลยแบบนี้เวลาเดินผ่านแยกปากหมา (น) โดนแซวแน่ๆ"
- ผมว่าใส่ให้มันพอดีก็สามารถดูดีได้ ไม่จำเป็นสร้างจุดเด่นให้กับตัวเองหรอก ถ้าคุณสวย ดูดีอยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องใส่สั้นๆ คุณก็สวยได้ แบบไม่เสี่ยง
- เราก็ไม่อยากจะมองหรอก แต่มันเห็นเองน่ะ เป็นเรื่องธรรมดาของผู้ชายอยู่แล้ว เมื่อมันล่อแหลมเราก็อยากมอง
- "ผมรู้สึกนะ มันชักจะไม่มีระเบียบมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ก็อย่างว่าครับ กฎมีไว้ให้แหก"
- "อย่างผมก็ดู ใครก็ชอบดู ถ้าเขาโชว์มาขนาดนี้ ผมก็ดูล่ะครับ... ขอมา...ก็จัดให้ ดูอยู่แล้ว ไม่มีใครปฏิเสธ มันธรรมชาติของผู้ชาย"
- "ผมว่าน้องๆเขาอาจเข้าใจผิด ความเซ็กซี่นี่มันไม่ต้องโชว์หรอก ความเซ็กซี่มันไม่ได้อยู่ที่เรือนร่าง มันอยู่ที่บุคลิก กิริยาท่าทาง ผมว่าถึงใส่เสื้อมิดชิดก็เซ็กซี่ได้ มันอยู่ที่มุมมอง หรือความนึกคิดของแต่ละคนมากกว่า"
- "นี่ถ้าเป็นแฟนผมใส่ ก็จะเตือน"

สรุป

จากการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆที่ผ่านมา สรุปได้ว่าวัยรุ่นนั้นใช้การแต่งกายเป็นเครื่องมือในการยอมรับแบบผิดๆซึ่ง โดยไม่คำนึงถึงผลร้ายที่จะตามมา ถ้าหากวัยรุ่นมีสติยั้งคิดสักนิดก่อนที่จะแต่งกาย ก็จะสามารถทำให้ตัวเองมีคุณค่าโดยไม่ต้องไปโชว์รูปร่างกันแม้แต่น้อยนิด

3.2 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

ส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญของความเป็นกุลสตรี คิดว่าเป็นเรื่องเชย อาจเป็นเพราะอิทธิพลจากชาติตะวันตก ต้องการเป็นที่ยอมรับจากเพื่อน ชอบที่จะเป็นเป้าสนใจและยอมรับของเพศตรงข้ามโดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นชาย ยึดถือแฟชั่นเป็นชีวิตจิตใจ มีเวลาว่างมาก เรียนหนังสือไม่ต้องทำงาน หรือบ้างก็ทำงานในเวลากลางคืน จึงใช้เวลาส่วนใหญ่กับเรื่องของตัวเอง แต่งตัว สนุกสนาน เที่ยวเตร่ ฟุ่มเฟือย ไม่สนใจคนรอบข้าง

สรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการสำรวจ สัดส่วนของนักศึกษาที่แต่งกายด้วยชุดรัดรูปในมหาวิทยาลัยเอกชน มีมากกว่าในมหาวิทยาลัยรัฐบาล เนื่องด้วยกฎระเบียบที่ไม่ค่อยเคร่งครัดเหมือนในมหาวิทยาลัยของรัฐที่เน้นเรื่องของชื่อเสียงมากกว่า แต่ที่น่าสนใจกว่าก็คือ ตามสถาบันราชภัฏต่างๆนั้น มีสัดส่วนที่เยอะกว่าทั้งมหาวิทยาลัยของทั้งรัฐและเอกชน

3.3 วิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

ชุดของนิสิตนักศึกษาที่เป็นกระโปรงสั้นครึ่งสะโพก โชว์บั้นท้ายเสื้อตัวยาวขนาดเล็กทรีบเปิ้ลเอสรัดรูป โชว์หน้าอก และอื่นๆ ในการจะสวมใส่แต่ละที่นั้นกว่าจะใส่ได้ก็ต้องแขม่วกันจนหายใจแทบไม่ออก กว่าจะให้มันรัดได้ทุกสัดส่วน ใส่ออกจากบ้านไปกันทีก็ครางละหลายๆชั่วโมง แม้ว่าจะเคยชินกับการที่ต้องทนอึดอัดตลอดเวลา แต่ก็ยินยอมและเต็มใจ แม้จะรับรู้และรู้สึกถึงผลร้ายที่จะตามมา เพราะคิดว่าใส่รัดๆแล้วจะได้โชว์สัดส่วน เป็นที่ดึงดูดความสนใจ ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง โดยเฉพาะผู้ชายเพศตรงข้าม ซึ่งเป็นความคิดที่วัยรุ่นกลุ่มนี้ยึดมั่น

สรุป

นักศึกษาเลือกที่จะใส่ชุดรัดๆเนื่องจากเพียงแค่คิดว่าคนอื่นๆก็ใส่กัน ต้องการตามกระแสแฟชั่น ไม่แคร์สายตาผู้ที่ตำหนิ ไม่ได้คำนึงและกลัวถึงผลร้ายที่จะเกิดกับตนเอง เหมือนกับการประมาทในการแต่งกาย

3.4 วิเคราะห์แนวคิด

แนวความคิดที่1. แนะนำว่าพฤติกรรมการแต่งตัวที่ดีควรเป็นเช่นไร

แนวความคิดที่2. เตือนสติก่อนคิดที่จะแต่งตัวแบบนี้

แนวความคิดที่3. แสดงความรู้สึกของสังคมที่มีต่อพฤติกรรมการแต่งตัวแบบนี้

แนวความคิดที่4. ชี้ให้เห็นถึงผลเสียของพฤติกรรมการแต่งตัวแบบนี้

สรุป

เนื่องจากแนวความคิดทั้ง4แนว พบว่าแนวความคิดที่2 เหมาะสมที่สุด เพราะคิดว่าน่าจะเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ไม่ก่อให้เกิดปฏิกิริยาต่อต้านจากกลุ่มเป้าหมาย

3.5 วิเคราะห์สื่อ

การเลือกใช้สื่อนั้นต้องเลือกใช้ให้กลุ่มเป้าหมายพบเห็นมากที่สุด

- โปสเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นสื่อที่จะพบเห็นได้ตามสถานที่ และดึงดูดได้ดี สามารถติดได้ทุกที่ตามต้องการ เช่นที่ๆ กลุ่มเป้าหมายพบเห็นได้ง่าย

- โฆษณาตามนิตยสาร

เป็นสื่อที่กลุ่มวัยรุ่นอ่านและสามารถแทรกรายละเอียดได้เยอะ และสามารถเจาะจงว่าเป็นหนังสืออะไร

- ป้ายโฆษณาที่พักผู้โดยสาร

เป็นสื่อขนาดใหญ่ ดึงดูดความสนใจได้มาก เห็นได้ระยะไกล มีมากในตัวเมือง

- โปสการ์ด

เป็นสื่อขนาดเล็กที่สามารถกระจายไปได้ตามแหล่งชุมชน สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อีกทางหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่4
ขั้นตอนการออกแบบ

4.1 แนวคิดในการออกแบบ

เนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าการแต่งกายด้วยชุดรัดรูปร่างเป็นสิ่งที่ทุกๆคนก็ทำกันจนกลายเป็นเรื่องธรรมดา ไม่เห็นว่ามันจะมีอันตรายใดๆ กลับแต่มีคนยอมรับ ดังนั้นแล้วการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติเช่นนี้คงต้องไปเริ่มเปลี่ยนตั้งแต่จากตนเอง โดยการชี้ให้เห็นถึงปัญหาและความรู้สึกเวลาที่แต่งกายกันแบบรัดๆ โดยใช้ภาพที่เกินจริง เพื่อเพิ่มผลกระทบในความรู้สึกให้ยิ่งเป็นที่จดจำ

โดยความคิดหลักของข้าพเจ้าที่ได้มาคือ "ขาดสติในการแต่งกาย คือการทำร้ายตัวเองของวัยรุ่น"

4.2 ลักษณะแบบร่าง

เมื่อได้ไอเดียหลักแล้วเราก็มาคิดแง่มุมใหม่ๆและร่างออกมาเป็นไอเดียขั้นต้น

4.2.1ป้ายรถเมล์1

ต้องการสื่อให้เห็นถึงการใส่ชุดรัดรูปมากๆแล้วจะทำให้หายใจไม่ออก โดยใช้การรวมกันของชุดนักศึกษาและผ้าปิดจมูก

4.2.1 แบบร่างขั้นแรกของไอเดียผ้าปิดจมูก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2 ป้ายรถเมล์2

ต้องการสื่อให้เห็นถึงความรู้สึกอึดอัด ลำบาก เวลาที่ใส่ชุดรัดรูปมากๆ เปรียบเหมือนใส่เฝือก

4.2.2 แบบร่างขั้นแรกของไอเดียเฝือก

4.2.3โปสเตอร์

ต้องการสื่อให้เห็นถึงเวลาที่ใส่ชุดรัดรูปมากๆแล้ว จะทำให้เห็นชุดชั้นใน ซึ่งไม่สมควร โดยการเพนท์ลงบนร่างกาย เพื่อให้ดูเหมือนสวมชุดนักศึกษา แสดงความรัดมากๆ

4.2.3 แบบร่างขั้นแรกของไอเดียเพนท์ตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.4 นิตยสาร 1

ต้องการแสดงและเปรียบเทียบให้เห็นว่าการใส่เสื้อรัดมากๆจะทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกาย โดยใช้การเปิดหน้าในนิตยสารเป็นตัวสื่อถึงผลที่ตามมา การเปิดหน้าลำดับถัดไป

4.2.4 แบบร่างขั้นแรกของไอเดีย เปิดหน้า

4.2.5 นิตยสาร 2

ต้องการแสดงให้เห็นถึงปฏิกิริยาต่อตัวเอง โดยใช้การขยับมุมและรอยพับกลางของหน้านิตยสาร

4.2.5แบบร่างขั้นแรกของไอเดียพับหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.6 โปสการ์ด

ต้องการสื่อให้เห็นว่าสิ่งที่ผู้ชายมองนั้นต่างกับความรู้สึกของผู้หญิงที่อยากให้มอง โดยการสื่อผ่านเหตุการณ์การถ่ายภาพ

4.2.6 แบบร่างขั้นแรกของไอเดีย ถ่ายภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

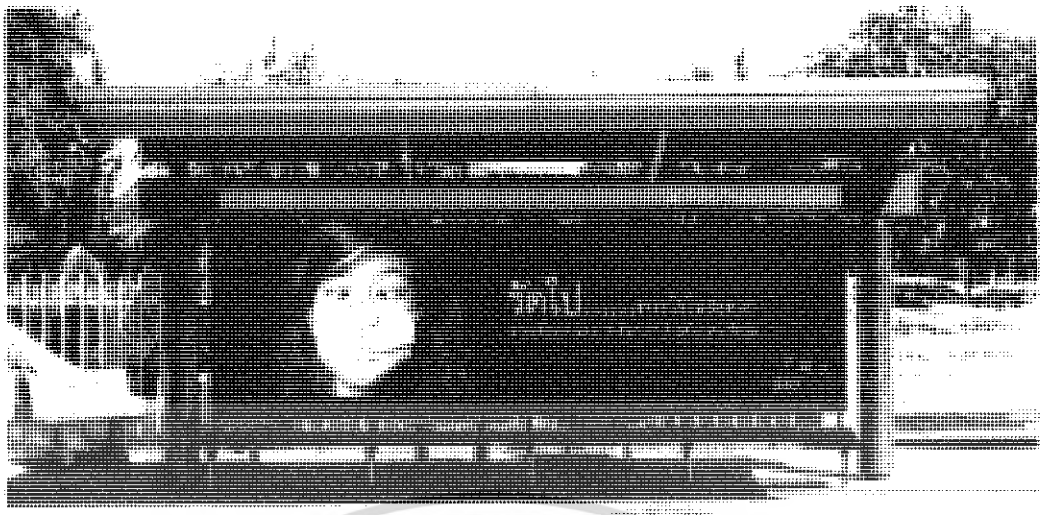
4.3 ผลงานจริง

4.3.1 ป้ายโฆษณาบริเวณรถโดยสารประจำทางแผ่นที่ 1

4.3.2 ป้ายโฆษณาบริเวณรถโดยสารประจำทางแผ่นที่ 2

การออกแบบโฆษณาติดป้ายรถประจำทางชุดนี้ ใช้ภาพเป็นตัวกระตุ้นความรู้สึกของผู้รับสาร โดยใช้ชุดนักศึกษาที่ดัดแปลงเป็นผ้าปิดจมูกและเฝือกเป็นตัวเล่าเรื่องราว โดยมีข้อความว่า " รัดไปหายใจไม่สะดวก" และ "คุ้นๆบ้างไหมตอนใส่รัดๆ" เป็นตัวกระตุ้นความรู้สึกและเตือนสติด้วยคำว่า " ขาดสติในการแต่งกาย คือการทำร้ายตัวเองของวัยรุ่น"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.3.3 ผลงานเมื่อนำไปใช้ในสถานที่จริงชิ้นที่ 1

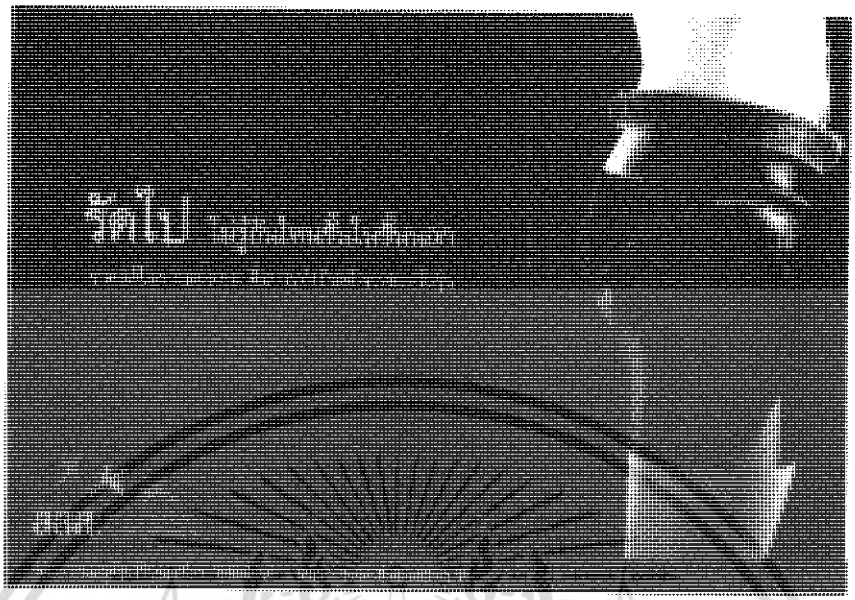
4.3.4 ผลงานเมื่อนำไปใช้ในสถานที่จริงชิ้นที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.5 สื่อโปสเตอร์ชิ้นที่ 1 ด้านหลัง

4.3.6 สื่อโปสเตอร์ชิ้นที่ 2 ด้านข้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.3.7 สื่อโปสเตอร์ชิ้นที่ 3 กระโปรง

4.3.8 สื่อโปสเตอร์ชิ้นที่ 4 ด้านหน้า

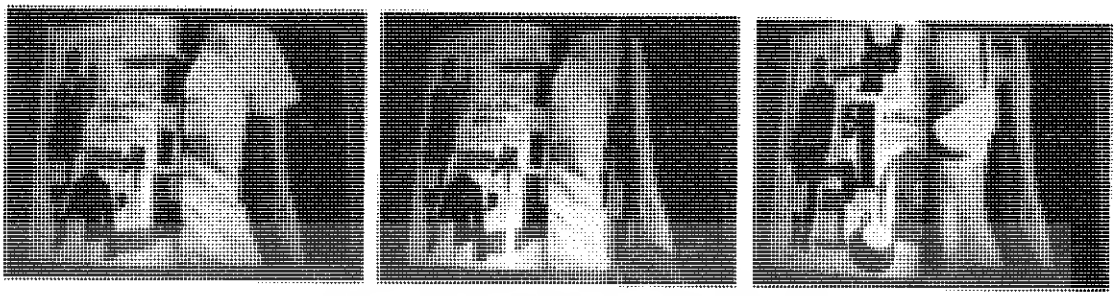
ในการออกแบบโปสเตอร์ชุดนี้ต้องการสื่อสารเพื่อเตือนสติให้เห็นถึงภาพในการใส่ชุดนักศึกษาที่รัดรูปร่างๆมากๆจนแทบจะเป็นผิวเดียวกับผิวหนัง จนทำให้เผยให้เห็นถึงชุดชั้นใน จนเด่นชัด ภาพที่ใช้เป็นการเน้นให้เห็นถึงความรัดที่เรียกได้ว่าเป็นเนื้อเดียวกันกับผิวหนัง โดยใช้การเพนท์สี โดยที่ยังเห็นบริเวณที่เป็นชุดชั้นในอยู่ในระนาบเดียวกับพื้นผิวที่เพนท์ด้วยสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.9 Magazine Ad. (สื่อโฆษณาประเภทนิตยสาร) ชุดที่ 1 หน้าแรก

4.3.10 Magazine Ad. (สื่อโฆษณาประเภทนิตยสาร) ชุดที่ 1 หน้าหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

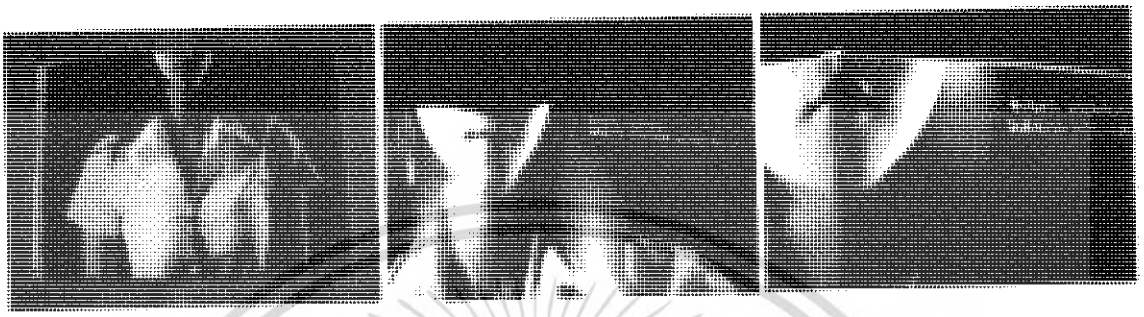


4.3.11 Magazine Ad. (สื่อโฆษณาประเภทนิตยสาร) ชุดที่ 1 เมื่ออยู่ในนิตยสารจริง

ต้องการสื่อสารเพื่อให้เกิดความตระหนัก และ รู้สึกถึงผลเสียจากการใส่ชุดนักศึกษาที่รัดรูปร่างๆมากๆจนก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบร่างกาย โดยอาศัยการต่อเนื่องจากการเปิดหน้าต่อไป เช่นเดียวกับตอนแรกยังไม่เป็นไร แต่เมื่อเปิดหน้าต่อมาจึงเกิดผล

4.3.12 Magazine Ad. (สื่อโฆษณาประเภทนิตยสาร) ชุดที่2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.3.13 Magazine Ad. (สื่อโฆษณาประเภทนิตยสาร) ชุดที่2 เมื่ออยู่ในนิตยสารจริง

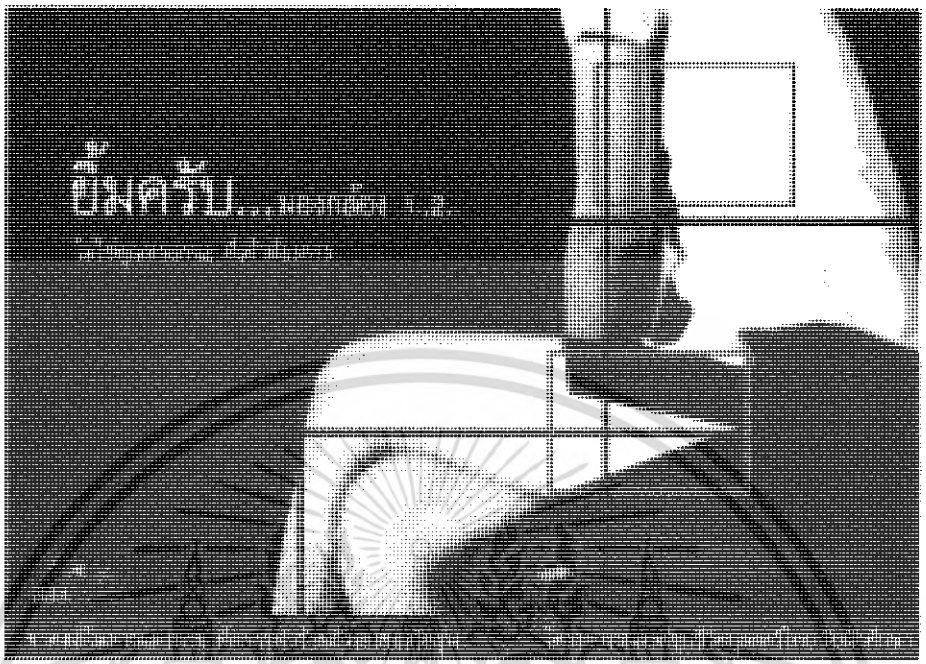
ในการออกแบบ Mag Ad ชุดนี้ ต้องการแสดงให้เห็นว่าการใส่ชุดรัดๆทำให้เรายิ้มไม่ออก ได้ถ้าหากเรารู้ถึงโทษของมัน โดยใช้การพลิกมุมในการมอง เป็นตัวช่วยในการแสดงให้เห็น ใช้ก็อปปี้ตัวเล็กเพื่อเป็นการดึงความสนใจให้ผู้อ่านพลิกนิตยสารเข้าหาตัว แล้วภาพปากที่ดูปกติก็จะหักเหกลายเป็นปากที่ดูเศร้าได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.12โปสการ์ด แผ่นที่1

4.3.13โปสการ์ด แผ่นที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.3.14 โปสการ์ด แผ่นที่ 3

4.3.15 โปสการ์ด ด้านหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการที่จะสื่อสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ถึงมุมมองความเห็นของผู้ชายต่อการแต่งชุดรัดๆว่าผู้ชายไม่ได้มองด้วยความชื่นชม แต่มองด้วยความรู้สึกมีอารมณ์ทางเพศ

ใช้ภาพการมองผ่านกล้องโดยที่ให้อารมณ์ในการมองของผู้ชายแตกต่างไปจากสิ่งที่ผู้หญิงคิดว่าผู้ชายกำลังสนใจอยู่ โดยใช้ การบอกให้ทำท่าต่างๆแต่แท้จริงแล้วกลับไปโฟกัสที่อวัยวะสำคัญต่างๆแทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่5
บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

การศึกษาการออกแบบโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์โครงการ "ชุบชีวี กุลสตรีไทย วัยนักศึกษา" ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดจิตสำนึกในการแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษาให้เหมาะสม

การโฆษณาในปัจจุบันมีการพัฒนาไปมากและมีการแข่งขันสูง ด้วยวิธีและกลยุทธ์ต่างๆจึงมีการสร้างสรรค์งานโฆษณาให้มีความน่าสนใจมากกว่าคู่แข่งเสมอ ดังนั้นการทำโฆษณาที่สามารถดึงดูดความสนใจนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญในการทำโฆษณาในปัจจุบันเพื่อการสร้างความสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย และสามารถสื่อสารสิ่งที่เราต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ ถ้าทำได้เช่นนั้นแล้วก็เท่ากับประสบความสำเร็จในการโฆษณา

5.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

5.2.1 การเลือกประเด็นในการศึกษาควรเลือกให้ดี เพราะจะทำให้เกิดปัญหาในการทำงาน เช่น มีรูปแบบในการนำเสนอไอเดียหลากหลายเกินไป ทำให้งานดูไม่เป็นกลุ่มเดียวกัน

5.2.2 การถ่ายภาพควรมีการเซ็ตทุกอย่างให้เรียบร้อยก่อนที่จะถ่ายจริง ต้องทำความเข้าใจกับช่างภาพและแบบให้ชัดเจน เข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน

5.2.3 บางชิ้นงานกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายอาจจะดูไม่เข้าใจ

5.2.4 การถ่ายภาพควรเผื่อเวลาเผื่อการถ่ายแก้ไว้ด้วยเนื่องจาก บางทีเราไม่อาจได้ภาพที่ต้องการโดยการถ่ายเพียงครั้งเดียว

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคต

5.3.1 ก่อนการทำงาน ควรหาข้อมูลให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ศึกษาในทุกๆประเด็นที่เกี่ยวข้อง จากทุกๆคน รวมทั้งกลุ่มเป้าหมายเองด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.2 ในกรณีที่มีไอเดียหลากหลายแนวทาง อาจทำให้งานดูไม่เป็นไปในทางเดียวกัน สามารถใช้รูปแบบในการนำเสนอเดียวกันเพื่อแก้ปัญหาได้ เช่น โทน หรือ เลย์เอ้าท์แบบเดียวกัน

5.3.3 ในการเสนอโครงการควรศึกษาความเป็นไปได้ของการทำงานเสียก่อนว่าสามารถทำได้จริงทุกขั้นตอน

5.3.4 วาง Concept ของงานให้ชัดเจนแน่นอนในการออกแบบ แต่เมื่อได้คอนเซ็ปที่แน่นอนแล้วการพัฒนาไอเดียก็ยังสามารถทำได้ต่อไปเรื่อยๆ

5.3.5 ควรคำนึงถึงงบประมาณและระยะเวลาอย่างลงตัวเพื่องานที่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

หนังสือ

พรเพ็ญ รัตนศักดิ์โสภณ. ขั้นตอนการสร้างสรรค์โฆษณา COPY WRITER. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2536

เพ็ญแข เผ่าทอง. OLGILVY DAVID ผลึกความคิด เดวิด โอกิลวี่. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน, 2541.

รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา. การโฆษณาเชิงปฏิวัติ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ดวงกมล, 2540.

โสรชัย นันทวัชรวิบูลย์. Be Graphic เส้นทางสู่กราฟิกดีไซเนอร์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ.อาร์. อินฟอเมชั่น แอนด์ พับลิเคชั่น จำกัด, 2545.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

นายเทพรัตน์ ธนะเพทย์ เกิดที่กรุงเทพมหานคร ใน พ.ศ.2528 เข้าเรียนชั้นประถมศึกษาที่โรงเรียนวัดจันทร์ประดิษฐาราม ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและปลายจากโรงเรียนทวีธาภิเศก แผนการเรียนวิทย์-คณิต และผ่านการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาในสาขานิเทศศิลป์ ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความสนใจทางด้านงานโฆษณามากเป็นพิเศษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้