

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริม
การเล่นดนตรีสำหรับเยาวชน "เล่นได้ เล่นดี"

นาย อติกานต์ คัญตระกูล

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดมหลักสูตร

ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานันทศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

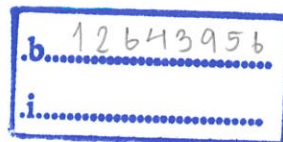
ปีการศึกษา 2555 - 2556

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการเล่นดนตรีสำหรับเด็ก
“เล่นได้ เล่นดี”

ADVERTISING DESIGN CAMPAIGN FOR
“ PARENTS TO SUPPORT CHILDREN PLAYING MUSIC “

นายอดิกันต์ ตัญตระกุล

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....
วัน,เดือน,ปี.....



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2555

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการเล่นดนตรีสำหรับเยาวชน

ADVERTISING DESIGN CAMPAIGN FOR

“ PARENTS TO SUPPORT CHILDREN PLAYING MUSIC “

นายอติกันต์ ตัญตระกุล

MR. ATIKAN TANTRAKUL

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... ทวีร์ สุนทรวิ..... วันที่ 17 พ.ค. ๒๕๖๕.....

(อาจารย์ทรงศิริ พันธุเสวี)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการศิลปนิพนธ์นี้ประสบความสำเร็จลงได้ด้วยดี หลังจากใช้เวลาศึกษาค้นคว้า และแนวทางในการออกแบบเป็นเวลานาน ด้วยความช่วยเหลือ และความกรุณาดูแลเอาใจใส่อย่างดี ยิ่ง จากท่านคณาจารย์และคณะกรรมการประจำหลักสูตรทุกท่านที่ให้คำปรึกษาแนะนำในการปรับปรุง แก้ไข ตรวจสอบ จนงานสำเร็จลุล่วง

ข้าพเจ้า ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน และพี่ๆที่ห้องภาคที่ได้ให้ความเมตตา คอยอบรมสั่งสอน ให้ความรู้และประสบการณ์อันมีค่าอย่างยิ่ง อันเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้โครงการนี้สำเร็จลงด้วยดี ข้าพเจ้าขอแสดงความกตัญญูด้วยความเคารพอย่างยิ่งไว้ ณ โอกาสนี้

โครงการนี้จะสำเร็จลงไม่ได้ถ้าขาดอาจารย์ทรงศิริ พันธุเสวี ที่ได้ช่วยสนับสนุน แนะนำชี้แจงปัญหาในการทำงาน ให้ความรู้และเสียสละเวลาในการทำงาน เพื่อให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ ในการทำศิลปนิพนธ์ครั้งนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณอย่างสูงที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ครั้งนี้

ขอขอบคุณ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ขอบคุณรุ่นพี่ รุ่นน้อง และเพื่อนๆจาก 27 ทุกคนที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ มันคือแรงผลักดันสู่ตัวข้าพเจ้าจนจบจนทุกวันนี้

สุดท้ายนี้ กราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้ความรัก ความห่วงใย กำลังใจจนเติบโตจนถึงทุกวันนี้ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นแรงผลักดันที่สำคัญยิ่ง ของความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

อดิกันต์ ตัญตระภูล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาของโครงการ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 กลุ่มเป้าหมายของโครงการ.....	1
1.4 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.5 แนวทางแก้ปัญหา.....	2
1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 การศึกษาด้านคว่ำและวิเคราะห์ข้อมูล	
2.1 ดนตรี.....	3
2.1.1 การวิจัยทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับประโยชน์ของการเล่นดนตรี.....	4
2.1.2 ประโยชน์ของการเล่นดนตรีโดยสรุป.....	7
2.1.2.1 ประโยชน์ทางด้านสติปัญญา.....	7
2.1.2.2 ประโยชน์ทางด้านอารมณ์และจิตใจ.....	7
2.1.2.3 ประโยชน์ทางด้านสังคม.....	8
2.1.2.4 ประโยชน์ทางด้านอื่นๆ.....	8
2.2 ปัญหาระหว่างผู้ปกครองกับดนตรี.....	8
2.2.1 สาเหตุที่ทำให้พ่อแม่ไม่สนับสนุนให้บุตรหลานเล่นดนตรี.....	9
2.3 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย.....	10
2.4 วิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย.....	10
2.5 วิเคราะห์สื่อที่ใช้.....	11

บทที่ 3 การศึกษาการออกแบบเชิงข้อมูล	
3.1 การรณรงค์.....	12
3.1.1 องค์ประกอบของการรณรงค์.....	12
3.1.2 เป้าหมายของการรณรงค์.....	13
3.1.3 ขั้นตอนของการวางแผนการรณรงค์.....	13
3.1.4 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย.....	14
3.1.5 การกำหนดเป้าหมาย.....	14
3.2 งานโฆษณา.....	14
3.2.1 ประเภทของงานโฆษณา.....	15
3.2.2 หลักการสร้างสรรคงานโฆษณา.....	16
3.2.3 รูปแบบการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ในงานโฆษณา.....	16
3.3 สื่อประเภทภาพยนตร์โฆษณา.....	17
3.3.1 ต้องบรรลุวัตถุประสงค์.....	17
3.3.2 แนวคิดในการโฆษณาต้องเด่น.....	17
3.3.3 เห็นประโยชน์ของโฆษณาตัวนั้น.....	18
3.3.4 กลุ่มเป้าหมายดูแล้วเชื่อ.....	19
3.3.5 เกิดทัศนคติที่ดี.....	19
3.3.6 คุณภาพของการผลิตผลงาน.....	19
3.4 สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์.....	20
3.4.1 ประเภทของโปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	20
3.4.2 ข้อดีของการใช้โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	21
บทที่ 4 แนวคิดในการออกแบบ	
4.1 แนวคิดในการออกแบบ.....	22
4.1.1 ชื่อโครงการ.....	22
4.1.2 สื่อที่ใช้.....	23
4.2 แนวคิดของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์.....	23
4.2.1 โปสเตอร์ชิ้นที่ 1.....	23

4.2.2	โปสเตอร์ชิ้นที่ 2.....	26
4.2.3	โปสเตอร์ชิ้นที่ 3.....	28
4.3	แนวคิดของสื่อภาพยนตร์โฆษณา.....	31
4.3.1	ขั้นตอนการผลิตชิ้นงาน.....	31
4.3.2	ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องที่ 1.....	32
4.3.3	ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องที่ 2.....	36
บทที่ 5 ผลงานที่สำเร็จ		
5.1	สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์.....	40
5.1.1	โปสเตอร์ชิ้นที่ 1.....	40
5.1.2	โปสเตอร์ชิ้นที่ 2.....	41
5.1.3	โปสเตอร์ชิ้นที่ 3.....	42
5.2	สื่อภาพยนตร์โฆษณา.....	43
5.2.1	ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องที่ 1.....	43
5.2.2	ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องที่ 2.....	44
บทที่ 6 บทสรุป		
6.1	บทสรุป.....	45
6.2	ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา.....	45
6.3	ข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคต.....	46
บรรณานุกรม.....		47
ประวัติผู้เขียน.....		48

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
4.1 ตัวอย่างสูตรพีลิกส์และสูตรคณิตศาสตร์.....	24
4.2 ตัวอย่างโน้ตเปียโนที่มีความซับซ้อน.....	24
4.3 ตัวอย่างการเปรียบเทียบระหว่างสูตรคณิตศาสตร์และโน้ตเปียโน.....	25
4.4 ภาพคีย์บอร์ดและปากกาเพื่อเพิ่มความชัดเจนของการเปรียบเทียบ.....	25
4.5 ตัวอย่างภาพไม้กลอง.....	26
4.6 ตัวอย่างภาพดินสอ.....	27
4.7 ตัวอย่างการเปรียบเทียบระหว่างไม้กลองและดินสอ.....	27
4.8 ภาพกล่องแสงและรูปวาดเพื่อเพิ่มความชัดเจนของการเปรียบเทียบ.....	28
4.9 ตัวอย่างสภาพกีตาร์.....	29
4.10 ตัวอย่างภาพการ์ดเกม.....	29
4.11 ตัวอย่างการเปรียบเทียบระหว่างกีตาร์และการ์ดเกม.....	30
4.12 ภาพกรรไกรเพื่อเพิ่มความชัดเจนของการเปลี่ยนแปลง.....	30
4.13 Screenplay 1.....	32
4.14 Shooting script 1.....	33
4.15 Storyboard 1.....	34
4.16 Block shot 1.....	35
4.17 Screenplay 2.....	37
4.18 Shooting script 2.....	38
4.19 Storyboard 2.....	39
5.1 ไปสเตอร์ชิ้นที่ 1.....	40
5.1 ไปสเตอร์ชิ้นที่ 2.....	41
5.1 ไปสเตอร์ชิ้นที่ 3.....	42
5.1 ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องที่ 1.....	43
5.1 ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องที่ 2.....	44

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของโครงการ

เยาวชนไทยมากมายนับไม่ถ้วนที่ชื่นชอบการเล่นดนตรี แต่มีน้อยคนนักที่จะมีพ่อแม่ผู้ปกครองจะคอยส่งเสริมหรือแค่เพียงอนุญาตให้เล่นดนตรีได้เท่านั้น จึงเป็นที่มาของโครงการที่จะมีเป้าหมายโดยการทำสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆให้ผู้ปกครองได้เห็นว่าการเล่นดนตรีนั้นเป็นสิ่งที่ดีและมีประโยชน์ หลายด้านโดยมีการวิจัยทางวิทยาศาสตร์อ้างอิงมากมาย เช่น การเล่นดนตรีมีความสำคัญทางด้านอารมณ์และสภาพจิตใจ ทำให้มีสมาธิ ทำให้มีความจำที่ดีขึ้น เป็นต้น ซึ่งสิ่งสำคัญเหล่านี้ได้ถูกมองสวนทางกับยุคสมัยปัจจุบันที่พ่อแม่ผู้ปกครองพยายามที่จะยึดเยียดให้เด็กๆเรียนด้านวิชาการมากเกินไป จนลืมสิ่งอื่นๆที่สามารถช่วยเสริมสร้างพัฒนาการของบุตรหลานได้ และทำให้พวกเขาไม่มีความสุขอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- (1) เป็นโครงการรณรงค์ผ่านสื่อโฆษณาที่ต้องการให้พ่อแม่ผู้ปกครองส่งเสริมให้ลูกเล่นดนตรีอย่างมีความสุข
- (2) เปลี่ยนทัศนคติของผู้ปกครองจากที่ไม่เห็นความสำคัญของการที่ลูกหลานเล่นดนตรีให้หันมาส่งเสริมให้ลูกหลานเล่นดนตรี

1.3 กลุ่มเป้าหมายของโครงการ

กลุ่มผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเล่นดนตรีช่วงอายุตั้งแต่ 13 - 18 ปี

1.4 ขอบเขตของโครงการ

- (1) สื่อภาพยนตร์โฆษณาจำนวน 2 เรื่อง
- (2) สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์จำนวน 3 ชิ้น

1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. **ศึกษาและรวบรวมข้อมูล** โดยศึกษาและรวบรวมข้อมูลปัญหาต่างๆในแง่มุมมองของผู้ปกครองเกี่ยวกับการเล่นดนตรี
2. **วิเคราะห์ข้อมูล** ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลดิบที่ได้มาเพื่อนำมาเป็นประเด็นในการเล่าเรื่องภายในตัวชิ้นงาน
3. **ขั้นตอนการปฏิบัติ** ดำเนินการร่างและออกแบบสิ่งที่จะนำเสนอ และเข้าสู่ขั้นตอนทำชิ้นงาน

1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- (1) เรียนรู้และศึกษาอย่างจริงจังด้านประโยชน์ของดนตรีและเผยแพร่เป็นข้อมูลอ้างอิงในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อบุตรหลานในการเล่นดนตรี
- (2) ศึกษาเรียนรู้วิธีการและจัดทำสื่อโฆษณารณรงค์ การจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2

การศึกษาคุณค่าและวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 ดนตรี

“ คนใดไม่มีดนตรีกาล ในสันดานเป็นคนชอบกลั่น ” เชื่อว่าหลายคนคงเคยได้ยินคำพูดดังกล่าว แต่จะมีกี่คนที่รู้ว่า แท้จริงแล้ว ดนตรีมีความสำคัญอย่างไรกับชีวิตมนุษย์

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของ ดนตรี ไว้ว่า "เสียงที่ประกอบกันเป็นทำนองเพลง เครื่องบรรเลงซึ่งมีเสียงดังทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน หรือเกิดอารมณ์รัก โศกหรือรื่นเริง" จากคำแปลดังกล่าวช่วยให้เราเข้าใจความหมายในระดับหนึ่งดนตรีถึงความเป็น ศาสตร์และศิลป์อย่างหนึ่งที่อยู่คู่กับมนุษย์มานานนับพันปี แสดงให้เห็นว่า ชีวิตมนุษย์เกี่ยวข้องกับ ดนตรีโดยแยกออกจากกันไม่ได้ ไม่ว่าจะคนไหนจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม ตลอดเวลาทั้งชีวิตของเค้าต้องเกี่ยวข้องกับดนตรีไม่มากก็น้อย บางคนรักและชอบดนตรีมากด้วยเหตุผลว่า ดนตรีให้ความรู้สึก เป็นสุข สนุกสนาน ผ่อนคลาย แต่บางคนกลับไม่ชอบ รู้สึกว่าไม่จำเป็นกับชีวิต นำรำคาญ มองดู เหมือนงานศิลปะอย่างอื่น เช่น งานปั้น จิตรกรรม ภาพเขียน ซึ่งเป็นเรื่องของคนเฉพาะกลุ่มเท่านั้น แท้จริงแล้ว งานศิลปะทุกแขนงนั้น ไม่ใช่เรื่องที่ยากเกินกว่าจะทำความเข้าใจ หลายคนปิดกั้น ความรู้สึกของตนเอง คิดว่าไม่เหมาะสมกับเรา เราไม่ใช่ศิลปิน วาดรูปก็ไม่ใช่ เล่นกีตาร์ก็ไม่ใช่

ดนตรีถูกใช้และเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์มากมาย ตั้งแต่ตื่นขึ้นมา เสียงเพลงจากวิทยุ เสียงเพลงเคารพธงชาติ ที่กระจายเสียงหมู่บ้านเปิดเพลงพื้นเมือง วัดมีการสวด(เพลง)ศพ โบสถ์คริสต์มีการร้องเพลงประสานเสียง มาที่ทำงานก็เปิดเพลงสากลฟัง กลับบ้านเปิดทีวีก็มีเพลง มีดนตรีอีกแล้ว แล้วอย่างนี้คงไม่ต้องสงสัยว่า ชีวิตของคนแทบทุกคนเกี่ยวข้องกับดนตรี เพราะ ดนตรีนั้นเป็นศาสตร์และศิลป์อย่างหนึ่งที่อยู่คู่กับมนุษย์มานานนับพันปี แสดงให้เห็นว่า ชีวิตมนุษย์เกี่ยวข้องกับดนตรีอย่างแยกออกจากกันไม่ได้ ซึ่งประโยชน์ของดนตรีนั้นก็มากมายหลาย ด้าน ไม่ว่าจะเป็นทั้งในด้านของผู้เล่นและผู้รับฟัง ซึ่งในปัจจุบันมีการวิจัยทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับ ประโยชน์ของการเล่นดนตรีอยู่มากมาย

2.1.1 การวิจัยทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับประโยชน์ของการเล่นดนตรี

Delimel ผู้เชี่ยวชาญทางด้านจิตวิทยากล่าวไว้ว่า อาจไม่ใช่การเสียเวลาเสียทีเดียว สำหรับคนที่เคยเล่นดนตรีตอนเด็ก แต่ทิ้งขว้างไปเมื่อโตเป็นวัยรุ่น เนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวช่วยส่งเสริมพัฒนาการของสมองและมีบทบาทสำคัญในการเรียนรู้ในโรงเรียน

ศาสตราจารย์ Nena Crouch ระบุว่ามีหลักฐานชัดเจนที่แสดงให้เห็นว่า การเล่นดนตรีช่วยให้เด็กปรับปรุงทักษะด้านภาษา โดยศาสตราจารย์เคราส์เป็นผู้นำในการวิจัยครั้งแรกเพื่อพิสูจน์ว่าการเล่นดนตรีส่งเสริมให้สมองมีความรู้สึกไวต่อเสียงพูด ศาสตราจารย์เคราส์กล่าวในที่ประชุมของสมาคมเพื่อความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์แห่งอเมริกาในซานดิเอโกว่า การเล่นดนตรีช่วยให้เด็กประมวลผลคำพูดในห้องเรียนที่เสียงดังและแปลความหมายคำที่ไม่ต่อเนื่องที่อาจเป็นผลจากน้ำเสียงที่เปลี่ยนแปลงของคนพูด ประโยชน์เหล่านี้ส่งผลทั้งกับเด็กปกติและเด็กที่มีปัญหา ด้านพัฒนาการ เช่น เด็กที่เป็นโรคออทิสติกและความบกพร่องในการอ่าน "โรงเรียนที่มีปัญหาด้านงบประมาณและตัดสินใจตัดวิชาดนตรีออกจากหลักสูตร ถือเป็นความผิดพลาดอย่างร้ายแรง"

มหาวิทยาลัยนอร์ธเวสต์เทิร์นในเอเวอร์สตัน รัฐอิลลินอยส์ สหรัฐฯ ให้ข้อมูลจากห้องทดลองว่า การเล่นดนตรี นอกจากจะสร้างความเพลิดเพลินใจแล้ว ยังส่งผลดีต่อสภาพร่างกายและจิตใจของผู้เล่นด้วย เพราะในขณะที่เล่นดนตรีสมองจะหลั่งสารแห่งความสุขหรือ สารเอนดอร์ฟินออกมา สารนี้จะช่วยลดความตึงเครียดของร่างกายและจิตใจ ทำให้ระบบหัวใจ ความดันโลหิตระบบขับถ่าย ระบบหายใจ และระบบอื่นๆของร่างกายทำงานได้สมดุล ทั้งยังช่วยเพิ่มสมาธิ เพิ่มความสามารถในการเรียนรู้อีกด้วย มีงานวิจัยมากมายที่ออกมายืนยันว่า ดนตรีมีประสิทธิภาพเยี่ยมในการพัฒนาสมองและกระตุ้นการเล่นดนตรีหรือฟังเพลง ยังเป็นการคลายความเครียดได้

Don Hodger กล่าว ดนตรีทำให้มนุษย์เข้าถึงความรู้สึก ความงาม และความดี ช่วยในการพรรณาสิ่งที่ภาษาไม่สามารถอธิบายได้ ช่วยให้เกิดรูปแบบวิธีการคิด ความมีมิติสัมพันธ์ การเข้าใจในตนเอง ทำให้เกิดความรู้สึกรักชาติ ความเป็นเผ่าพันธุ์ ช่วยเยียวยาอาการความเจ็บป่วยทางจิตได้

มีการศึกษาเรื่อง IQ กับความสำเร็จของมนุษย์ ซึ่งเป็นงานวิจัยของ Stanford Binei ได้ศึกษาเด็กที่มี IQ ระหว่าง 120 -200 ซึ่งจัดว่ามีความฉลาดมาก ติดตามผลตั้งแต่หลังสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 พบว่าเมื่อเด็กโตเป็นผู้ใหญ่แล้วไม่มีใครที่ประสบความสำเร็จในชีวิตอย่างโดดเด่น แต่ปรากฏว่ามีเด็ก 2 คนที่ไม่ได้เข้าร่วมในโครงการนี้เพราะ IQ ไม่ถึงแต่ทั้งคู่มีความสามารถพิเศษทางด้านดนตรี และมีความประสบความสำเร็จในชีวิตโดยได้รับรางวัลโนเบลถึง 2 คน จากงานวิจัยนี้จึงสรุปได้ว่า บุคคลที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตนั้น ไม่สามารถวัดด้วยแบบทดสอบในเชิง IQ ได้ แต่ต้องมีองค์ประกอบอื่น ๆ หลายอย่างด้วยกันที่มาเกี่ยวข้อง

Joseph Lepoux นักวิทยาศาสตร์ที่เชี่ยวชาญทางด้านการศึกษาเรียนรู้ของสมองกล่าวว่า บุคลิกภาพ ความสามารถ คุณธรรม ถูกควบคุมการทำงานโดยผ่านสมอง ที่เกิดจากการเชื่อมโยงของเซลล์ Synapse อันเป็นผลมาจากการกระตุ้นของสิ่งแวดล้อม การเชื่อมโยงกันของเซลล์เมื่อได้รับการกระตุ้นให้เกิดขึ้นบ่อยครั้ง จะมีความแข็งแรงขึ้น และสามารถส่งผลต่อความสามารถทางด้านนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับนักดนตรีที่ใช้กล้ามเนื้อบังคับส่วนต่าง ๆ ของร่างกายให้บรรเลงเครื่องดนตรีได้

งานวิจัยชิ้นหนึ่งของมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย พบว่า การใช้ดนตรีและเกมส์ทางคณิตศาสตร์ต่าง ๆ มีผลทำให้เด็กนักเรียนประถมศึกษาผลการเรียนคณิตศาสตร์ดีขึ้น ซึ่งการที่เด็กเข้าใจเรื่องจังหวะดนตรีนั้นส่งผลให้การพัฒนาทางมิติสัมพันธ์ดีขึ้น

Bardeen , Cooper & Schrieffer ได้ร่วมกันนิยามทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งสัญญาณระหว่างสมองขึ้น จากทฤษฎีนี้ทำให้นักวิทยาศาสตร์พบความสัมพันธ์ระหว่างการส่งสัญญาณในสมอง มีความสอดคล้องประสานทำงานร่วมกันได้อย่างสมดุล (Symmetry) ที่ลงตัว ถ้าหากมีการส่งสัญญาณที่มีความเท่ากัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกอร์ดอน ซอล พบว่ามีสมดุล (Symmetry) ของดนตรีในดนตรีของ Mozart คีตกวีเอกของโลก ซึ่งมีความเชื่อกันมานานแล้วว่าดนตรีของโมซาร์ทมีอิทธิพลต่อความฉลาดของเด็ก งานวิจัยได้ผลสรุปว่า มีบทหนึ่งที่มี Symmetry of Music อย่างมีระเบียบมากที่สุด คือ Dual Piano Sonata in D Major ที่เมื่อไปทดลองเปิดในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กฟังแล้วทำให้คะแนนในกลุ่มมิติสัมพันธ์ของการทดลองเพิ่มขึ้นได้จากตอนที่ไม่ได้เปิดเพลงให้เด็กฟัง

คุณ บัณฑิต อึ้งรัง วิทยากรไทย ระดับโลก กล่าวว่า การฟังและเล่นดนตรีนั้น โดยเฉพาะ ดนตรีคลาสสิก เป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกว่า ช่วยพัฒนาศักยภาพมนุษย์ได้อย่างดีเยี่ยม ด้านอุปนิสัย บุคลิกภาพที่ดีต่างๆ ที่ได้จากการฝึกฝนดนตรีนั้น สามารถติดตัวนำไปใช้กับเรื่องอื่นด้วย ในอเมริกา นั้น เป็นที่รู้กันทั่วไปว่า ส่วนใหญ่เด็กที่เล่นดนตรีเก่ง จะเรียนเก่งด้วย โดยเฉพาะวิชา คณิตศาสตร์ โดยเฉพาะดนตรีที่ต้องเล่นด้วยกันเป็นทีม เป็นต้น

นอกเหนือจากนั้นยังมีนักวิทยาศาสตร์และผู้ที่มีชื่อเสียงระดับโลกหลายท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับดนตรีอย่างน่าแปลกใจ ได้แก่

Leonardo Da Vinci อัจฉริยะในทุกๆด้าน เล่นดนตรีเป็นเกือบทุกอย่าง และยังสร้าง เครื่องดนตรีด้วยตัวเอง

Albert Einstein เริ่มเรียนเปียโนตั้งแต่เด็กและเรียนไวโอลินเมื่อ อายุ 6 ปี ควบคู่ไปกับการ เรียนวิทยาศาสตร์ เขาเล่นไวโอลินได้เก่งมากและมีความสุขกับการเรียนรู้ทั้งดนตรีและ วิทยาศาสตร์ จนมีคำกล่าวของไอน์สไตน์กล่าวไว้ว่า "หากไม่ได้เป็นนักฟิสิกส์ ข้าพเจ้าอาจเป็นนัก ดนตรี"

Benjamin Franklin รัฐบุรุษของสหรัฐฯ และบุคคลสำคัญของโลก เล่นไวโอลิน ฮาร์ป ฮาร์ โมนิก้า และกีตาร์ นอกจากนี้ยังแต่งเพลงอีกด้วย

Harry Truman ประธานาธิบดีคนที่ 33 ของประเทศสหรัฐอเมริกา เล่นเปียโน

Ignaz Paderewski เป็นนักเปียโนระดับโลกก่อน แล้วจึงเป็นนักการเมือง และในที่สุด เป็นนายกรัฐมนตรีคนที่สามของประเทศโปแลนด์ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า ดนตรีเป็นเรื่องของเสียงที่มีอะไรมากมายกว่าที่คิดพ่อแม่บางคนไม่สนับสนุน ให้ลูกได้ทำกิจกรรมดนตรีเพราะคิดว่าเป็นเรื่องไร้สาระและเสียเวลาเปล่า เอาเวลาไปเรียนอย่างอื่น ได้ประโยชน์มากกว่า แต่ตามจริงแล้วการได้ทำกิจกรรมดนตรีมีประโยชน์มากมายทั้งต่อร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมและสติปัญญา ที่สำคัญดนตรีทำให้คนมีความสุข อะไรเป็นความสุขก็ควร หยิบยื่นให้กับคนที่เรารัก เพราะความสุขทำให้เกิดผลดีในทุกสิ่งได้ และความสุขนั้นก็หาได้ง่ายจาก ดนตรี

2.1.2 ประโยชน์ของการเล่นดนตรีโดยสรุป

2.1.2.1 ประโยชน์ทางด้านสติปัญญา

(1) การเล่นดนตรีดนตรีช่วยพัฒนาทักษะทางด้านความจำ เพราะการเล่นดนตรีต้องมีการจดจำตัวโน้ตมากมาย โดยเฉพาะการเล่นเครื่องดนตรีประเภทคลาสสิก เช่น เปียโน ไวโอลิน เป็นต้น

(2) การดนตรีช่วยพัฒนาทักษะทางด้านไหวพริบ เพราะการเล่นดนตรีบางครั้งนั้น อาจจะไม่ได้เป็นไปตามสคิปที่นัดกันไว้ หรือเกิดเหตุไม่คาดฝันเกิดขึ้น เช่น ไฟฟ้าดับกะทันหันบนเวที ผู้ที่ทำหน้าที่เล่นเครื่องดนตรีที่ไม่ใช่ไฟฟ้าเช่น มือกลอง ต้องหาทางแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ทำหน้าที่บรรเลงเดี่ยวต่อไป โดยคิดทำนองขึ้นมาใหม่ในเวลานั้นได้ทันที เพื่อให้การแสดงอย่างต่อเนื่องไม่ขาดตอน

(3) การเล่นดนตรีช่วยพัฒนาทักษะทางด้านภาษา เพราะว่านักดนตรีที่ดีนั้น ก็ต้องเป็นผู้ฟังที่ดีด้วยเช่นกัน ดังนั้นนักดนตรีต้องฟังเพลงให้ได้หลากหลายประเภท หลากหลายแนว หลากหลายเชื้อชาติ ทำให้ได้ฝึกภาษาไปพร้อมกัน

(4) ดนตรีช่วยพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากการเล่นดนตรีต้องมีการคิดจังหวะหรือทำนองเพลงใหม่ๆ เพื่อความไม่จำเจ และในส่วนนี้เองต้องใช้ทักษะทั้งด้านความคิดสร้างสรรค์เป็นอย่างสูง

2.1.2.2 ประโยชน์ทางด้านอารมณ์และจิตใจ

(1) การเล่นดนตรีดนตรีช่วยให้ผู้เล่นอารมณ์ดี รู้สึกผ่อนคลาย เพราะเมื่อเสียงดนตรีที่ออกมาจากการเล่นนั้น เข้าไปสู่ระบบประสาทเป็นจังหวะ จะทำให้สมองหลั่งสารที่มีชื่อว่า Endorphine ซึ่งเป็นสารที่ทำให้เกิดความสุข

(2) การเล่นดนตรีดนตรีนั้นใช้เป็นทางออกของความเครียดได้เป็นอย่างดี เหมือนกับการออกกำลังกาย เมื่อผู้เล่นได้ขยับร่างกายไปตามจังหวะที่ต้องการจะให้เป็น หรืออยากจะได้สารมณลงไปในบทเพลงก็จะเป็นการช่วยในเรื่องของการคลายความเครียดได้

(3) การเล่นเกมดนตรีสามารถเปลี่ยนอุปนิสัยของคนได้ ทำให้จากคนขี้หงุดหงิด อารมณ์เสีย ง่าย กลายเป็นคนอารมณ์ดี และทำให้เพื่อนฝูงและคนใกล้ชิดรักใคร่

2.1.2.3 ประโยชน์ทางด้านสังคม

(1) การเล่นเกมดนตรียังมีส่วนช่วยในการเรียบเรียงคำพูด ทำให้เป็นคนใช้คำพูดได้ดี เข้าใจ ง่าย

(2) จากการวิจัยได้พบว่า เด็กที่เล่นเกมดนตรีจะรู้จักการแบ่งปัน และอรรถยาศัยดีกว่าเด็กที่ไม่ได้เล่นเกมดนตรี

2.1.2.4 ประโยชน์ทางด้านอื่นๆ

(1) การเล่นเกมดนตรีทำให้เป็นคนกระตือรือร้น เพราะความขยันหมั่นเพียรในการฝึกฝนนั้น ทำให้มีความสามารถมากขึ้น และมุ่งสู่เป้าหมายแห่งความสำเร็จต่อไป

(2) การเล่นเกมดนตรีทำให้เป็นคนตรงต่อเวลา เพราะการเล่นเกมดนตรีส่วนใหญ่ต้องเล่นเป็นวง การตรงต่อเวลาในการนัดซ้อมจึงเป็นสิ่งสำคัญ

2.2 ปัญหาระหว่างผู้ปกครองกับดนตรี

ทำไมพ่อแม่ที่มีความคิดแบบเก่า ส่วนมากมักจะไม่เห็นด้วยกับลูกหลานที่ชอบการดนตรี อาจมีความคิดที่ต่อต้านเพราะคิดว่าดนตรีเป็นอาชีพ "เดินกินรำกิน" เหมือนที่ผู้ใหญ่สมัยก่อน ชอบพูดกันติดปาก เพราะมีความเชื่อว่าอาชีพนี้ อาจจะมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีหรือไม่มั่นคงเหมือนการ เป็นเจ้าคนนายคน คนรักดนตรีในสมัยก่อนย่อมต้องฝ่าฟันจากแรงกดดันอย่างหนัก อย่างหวังว่า พ่อแม่จะซื้อกีตาร์โปร่งให้สักตัว และยังถูกมองว่ามีนิสัยเกียจคร้านในสายตาของพวกเขาด้วยซ้ำ

ก่อนจะเดินเข้าห้องซ้อมดนตรีต้องเจียดเงินค่าขนมตัวเองและต้องไม่ให้ทางบ้านรู้เด็ดขาด มิเช่นนั้นเป็นอันบ้านแตก

ถึงแม้ในปัจจุบันเหตุการณ์เหล่านี้อาจจะลดน้อยลงเพราะผู้ปกครองเริ่มให้ความสำคัญกับลูกหลานมากขึ้น แต่ยังมีอีกหลายครอบครัวที่ยังมีความเชื่อที่เป็นทางลบเกี่ยวกับกิจกรรมประเภทนี้อยู่ โดยในปัจจุบัน มีเยาวชนไทยมากมายนับไม่ถ้วนที่ชื่นชอบการเล่นดนตรี แต่มีน้อยคนนักที่จะมีพ่อแม่ผู้ปกครองจะคอยส่งเสริมหรือแค่เพียงอนุญาตให้เล่นดนตรีได้เท่านั้น และหนึ่งในสาขาที่ผู้ปกครองไม่ยอมให้บุตรหลานเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยมากที่สุดคือสาขาที่เกี่ยวข้องกับดนตรี

2.2.1 สาเหตุหลักที่ทำให้พ่อแม่มักจะไม่สนับสนุนให้บุตรหลานเล่นดนตรี

(1) มองว่าการเล่นดนตรีนั้นเป็นเรื่องไร้สาระ เพราะการเล่นดนตรีนั้นเป็นกิจกรรมบันเทิงใจ ซึ่งไม่ใช่เรื่องแปลกที่จะถูกนำไปเปรียบเทียบกับกิจกรรมให้ความบันเทิงต่างๆ เช่นการเล่น เกมคอมพิวเตอร์

(2) มองว่าการเล่นดนตรีนั้นทำให้เสียการเรียน เพราะว่าการเล่นดนตรี จะให้แก่นั้นต้องมีการหมั่นฝึกซ้อมอยู่เป็นประจำ ซึ่งเหตุสืบเนื่องมาจากข้อที่ 1 ทำเรื่องไร้สาระบ่อยๆก็มีส่วนทำให้เสียการเรียนได้

(3) ยึดติดกับภาพลักษณ์ที่ว่าดนตรีเป็นอาชีพที่เดินกินรำกิ้น เมื่อลูกหลานเล่นดนตรีแล้วกลัวว่าจะไม่มีความมั่นคงในอาชีพ จึงห้ามไม่ให้เล่นดนตรีตั้งแต่เด็กๆ

(4) คิดว่าการเล่นดนตรีนั้นจะนำไปสู่อบายมุขต่างๆได้ง่าย

2.3 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

งานโฆษณาชุดนี้ เป็นโฆษณาณรงค์เพื่อให้ผู้ปกครองส่งเสริมบุตรหลานให้เล่นดนตรี ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายของโครงการนี้จึงเป็นกลุ่มผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเล่นดนตรีช่วงอายุตั้งแต่ 13 - 18 ปี หรือตั้งแต่ ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นไปจนถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย เหตุผลจากที่กลุ่มเป้าหมายต้องเป็นผู้ปกครองที่มีบุตรหลานในช่วงอายุดังกล่าวเนื่องจาก เป็นช่วงอายุที่เด็กๆ กำลังเริ่มโตเป็นวัยรุ่น เริ่มรวมตัวกันเป็นกลุ่มๆ มีความเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น และเป็นช่วงวัยที่เด็กๆ ทั่วไปมักจะชื่นชอบและเริ่มเล่นดนตรีมากที่สุด

2.4 วิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

จากความคิดเห็นที่ฟังลึก ทำให้เกิดการต่อต้านของผู้ปกครองโดยอัตโนมัติจึงเหมารวมไปว่าการเล่นดนตรีนั้นเป็นสิ่งที่ไม่ได้ประโยชน์เท่ากับโทษหรือบางคนอาจจะมองว่าไม่ได้ประโยชน์เลยด้วยซ้ำ เมื่อลูกหลานที่เล่นดนตรีทำตัวไม่ดี มักจะกล่าวโทษกับดนตรีเสียหมด แต่ที่จริงแล้วดนตรีนั้นมีประโยชน์มากมายกับตัวผู้เล่น หากผู้ปกครองรู้จักดูแลบุตรหลานคอยจัดการเวลาให้พวกเขาเล่นมันอย่างถูกวิธี ด้านผู้ปกครองเองยังขาดความรู้และความเข้าใจในด้านนี้อยู่ จึงคิดว่าห้ามไว้ก่อนเพื่อที่ไม่ต้องมาปวดหัวทีหลัง ซึ่งความตั้งใจและเป้าหมายของการโฆษณารณรงค์ชุดนี้เพื่อจะช่วยให้รู้ถึงประโยชน์ในด้านต่างๆ ของดนตรี เปลี่ยนทัศนคติในด้านลบของผู้ปกครองที่มีต่อดนตรี ให้เห็นประโยชน์ของดนตรีที่มีต่อตัวเด็กๆ และส่งเสริมให้พวกเขาเล่นดนตรีอย่างมีความสุข

2.5 วิเคราะห์สื่อที่ใช้

- (1) สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ : เป็นสื่อที่จะพบเห็นได้ตามสถานที่ และดึงดูดได้ดี สามารถติดได้ทุกที่ตามต้องการ
- (2) สื่อภาพยนตร์โฆษณา : เนื่องด้วยโฆษณาชุดนี้เป็นโฆษณาเกี่ยวกับดนตรี และเป็นโฆษณาที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนทัศนคติจากด้านลบไปเป็นด้านบวก ซึ่งแน่นอนว่าจะต้องเป็นสื่อที่มีภาพและเสียงจึงจะสามารถสื่อความหมายและอารมณ์ได้เข้าถึงคนดูมากที่สุด

บทที่ 3

การศึกษาการออกแบบเชิงข้อมูล

3.1 การรณรงค์

การรณรงค์ หมายถึง การระดมความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ความร่วมมือ ประกอบด้วยการวางแผนที่ดี อาศัยเทคนิคที่วิเคราะห์ว่ากลุ่มเป้าหมายจะรับสารและสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้อย่างไร ทำให้เกิดความร่วมมือทำตามที่ชักจูงเป็นไปตามที่องค์กรต้องการ

การประชาสัมพันธ์โดยใช้ความจริงเป็นหลัก จึงต้องวิเคราะห์ให้ชัดเจนว่า พื้นฐานปัญหาใดบ้างที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นหาจุดอ่อนจุดแข็งของกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้าถึง โดยอาศัยสื่อต่างๆ โน้มน้าวชักจูง บอกรถว่า ให้ความรู้ และให้ความร่วมมือเพื่อจูงใจให้เกิดการคล้อยตาม การรณรงค์ที่จัดเป็นกิจกรรมพิเศษมักเกิดขึ้นเสมอ เช่น การรณรงค์ให้ต่อต้าน ให้สนับสนุน อาจมีการทำให้วิตก โดยขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่จะทำ ความยากง่ายตามโครงสร้างข่าวสารที่จะป้อนให้เป้าหมายรับและทำให้เกิดผลสะท้อนกลับ

3.1.1 องค์ประกอบของการรณรงค์

- (1) ค่านิยม พฤติกรรม หรือโครงการที่ต้องการ
- (2) ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้อง
- (3) สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง
- (4) สาธารณมติ
- (5) พฤติกรรมหรือค่านิยมดั้งเดิม

(6) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(7) แผนการรณรงค์

3.1.2 เป้าหมายของการรณรงค์

(1) การสร้างค่านิยมที่ดีงาม

(2) การสร้างพฤติกรรมที่ดีงาม

(3) การสร้างการยอมรับโครงการ

(4) การสร้างการยอมรับแนวทางชีวิตใหม่

(5) การยอมรับความคิดใหม่

(6) การพัฒนาประเทศและสังคม

3.1.3 ขั้นตอนของการวางแผนการรณรงค์

(1) Survey เป็นการศึกษาวิจัยใหญ่ในหลายๆประเด็น ให้ภาพรวม ภาพใหญ่โดยทั่วไปของสถานการณ์ มีสมมุติฐาน มีทฤษฎีที่เป็นกรอบในการศึกษา)

(2) ทำ Polling โดยการสำรวจเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเรื่องปัจจุบันทันด่วน เพื่อให้ได้คำตอบในเรื่องที่ต้องการรู้เกี่ยวกับประเด็นที่มีความเป็นปัจจุบัน

3.1.4 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

- (1) กลุ่มเป้าหมายหลัก : ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง
- (2) กลุ่มเป้าหมายรอง : ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางอ้อม
- (3) หน่วยงานที่ต้องร่วมมือในการรณรงค์

3.1.5 การกำหนดเป้าหมาย

- (1) ต้องมีความชัดเจน
- (2) เจาะจงในเชิงปริมาณ
- (3) เป็นไปได้ตามสภาพแวดล้อม
- (4) เป็นไปได้ตามงบประมาณที่มี
- (5) มีการกำหนดเงื่อนไขเวลาในการบรรลุเป้าหมายที่ชัดเจน

3.2 งานโฆษณา

การโฆษณา คือ กิจกรรมสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้น เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภค มีพฤติกรรมอันเอื้ออำนวยต่อความเจริญของธุรกิจ การขายสินค้าหรือบริการ โดยอาศัยจากเหตุผล ซึ่งมีทั้งกลยุทธ์จริงและเหตุผลสมมติ ผ่านทางสื่อโฆษณาที่ต้องรักษาเวลาและเนื้อที่ที่มีการระบุบอกผู้โฆษณาอย่างชัดเจน ดังนั้น การที่จะผลิตชิ้นงานโฆษณาสักหนึ่งชิ้น จะต้องมีการวางแผนอย่างดีเยี่ยม เพื่อให้เกิดการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด และมีทางเลือกมากมายที่จะผลิตสื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆให้เหมาะสม

3.2.1 ประเภทของงานโฆษณา

โฆษณาที่พบเห็นอยู่ทุกวันนี้ เมื่อศึกษาถึงลักษณะของผู้โฆษณา สื่อที่ใช้ รวมทั้งจุดประสงค์ของการโฆษณาแล้ว สามารถแยกประเภทของการโฆษณาได้ 7 ลักษณะดังนี้

(1) Brand advertising เป็นลักษณะโฆษณาตราสินค้า โดยเน้นสัญลักษณ์ รูปภาพที่ให้นึกถึงตัวสินค้า โฆษณาประเภทนี้เหมาะสำหรับสินค้าที่เป็นที่จดจำอยู่แล้ว หรือเป็นสินค้าที่สร้างแบรนด์มายาวนาน

(2) Trade advertising การโฆษณาทางการค้า เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตกับผู้แทนจำหน่าย เพราะถือเป็นส่วนแรกที่จะแนะนำสินค้าจากบริษัทผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อให้ร้านค้ามั่นใจที่จะรับสินค้าไว้จำหน่าย

(3) Retail advertising การโฆษณาค้าปลีก เป็นการโฆษณาที่ไม่ได้มุ่งที่ตราสินค้า แต่เป็นการโฆษณาสถานที่จำหน่าย หรือผู้ประกอบการรายปลีกเพื่อให้ ผู้บริโภคมา ซื้อสินค้าหรือบริการ ณ สถานที่จำหน่าย เป็นการโฆษณา ในท้องถิ่น

(4) Professional advertising เป็นการโฆษณาที่มุ่งไปยังบุคคลในวงการวิชาชีพต่างๆ เพื่อ จูงใจให้กลุ่มบุคคลเหล่านี้แนะนำลูกค้าของตนให้ซื้อสินค้า ที่โฆษณา จึงเหมาะกับสินค้าที่ผู้บริโภคต้องฟังความคิดเห็น หรือคำแนะนำจากผู้ที่มีความชำนาญพิเศษ

(5) Corporate advertising เป็นการโฆษณาที่มุ่งเน้นสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรหรือสร้างการรับรู้ให้ภายนอกเกี่ยวกับองค์กรทำอะไร

(6) Idea advertising การโฆษณาแนวความคิด เป็นการเสนอความคิดเห็นไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการยอมรับความคิดเห็น เป็นการสร้างภาพพจน์หรือสร้างค่านิยมขึ้นใหม่

(7) Classified Advertising เป็นการโฆษณาย่อยใช้เนื้อที่ขนาดเล็ก มีแต่เฉพาะข้อความสั้นๆ หรืออาจมี ภาพประกอบเราจะพบเห็นได้ตามหน้าหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารเช่น การโฆษณาซื้อ - ขาย การรับสมัครงาน

3.2.2 หลักการสร้างสรรคงานโฆษณา

ตามหลักการ AIDA ของ St. Elmo Lewis โดยมีโครงสร้างสำคัญดังนี้

(1) Attention หรือการทำให้สะดุดใจ การโฆษณาที่ดีต้องสามารถดึงดูดความสนใจ เป็นสิ่งแรกในงานโฆษณาควรมี เป็นการวัดความรู้สึกรั้งแรกในการเห็นงานโฆษณา

(2) Interest หรือการสร้างความน่าสนใจ โฆษณาต้องเน้นให้ผู้บริโภคเห็นถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าหรือบริการ เพื่อทำให้เกิด ความสนใจติดตาม

(3) Desire การสร้างความปรารถนา การเสนอจุดขายที่ชัดเจน แสดงให้เห็นความแตกต่าง ของการมีสินค้ากับการไม่มีสินค้า หรือความแตกต่าง จากสินค้าประเภทเดียวกัน ทำให้ผู้บริโภคเกิด ความต้องการใน สินค้าหรือบริการนั้น

(4) Action ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม การโฆษณาต้องเชิญชวนให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้า หมายเกิดพฤติกรรมตอบสนอง(Action) โดยการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

3.2.3 รูปแบบการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ในงานโฆษณา

(1) การอุปมาทางการเห็น (Visual Metaphor)

(2) การใช้ภาพเหนือจริง (Surrealism)

(3) การสร้างความคิดผิดปกติจากของจริง (Violating Reality)

(4) การรวมเข้ากันของสิ่งสองสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Morphing Blending and Merging)

(5) การใช้มุมมองแทนสายตาผู้ดูหรือผู้ถ่าย (Subjective Camera)

(6) การล้อเลียน (Visual Parodies)

(7) ภาพที่มีขนาดไม่ปกติ (Unusual Size)

3.3 สื่อประเภทภาพยนตร์โฆษณา

หนังโฆษณาที่ดีจะมีคุณสมบัติข้อใดเด่นกว่าข้อใด ไม่ใช่เรื่องแปลก ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ การสื่อสารของแต่ละสินค้าหรือแต่ละยี่ห้อ ภาพยนตร์โฆษณาก็เป็นเพียงปัจจัยหนึ่งของการสื่อสารทางการตลาดเท่านั้น การใช้ภาพยนตร์โฆษณาต้องคำนึงถึงหลักของไอเอ็มซี คือ ความสอดคล้องกลมกลืนกันของแต่ละสื่อ การมองหนังโฆษณาหรือการใช้ประโยชน์ของหนังโฆษณาขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้มอง ซึ่งการทำภาพยนตร์โฆษณามีหลักการดังนี้

3.3.1 ต้องบรรลุวัตถุประสงค์

ก่อนจะทำหนังโฆษณา ต้องมีความแม่นยำในเรื่องวัตถุประสงค์ กล่าวคือ ต้องมีความชัดเจนว่า เมื่อโฆษณาไปแล้ว คาดว่าจะเกิดผลอะไร ? เพราะถ้าไม่ตอบคำถามข้อนี้ให้ได้ แนวทางในการทำหนังโฆษณาจะไม่มีทิศทาง ถ้าได้ผลก็เป็นเพราะความบังเอิญ

3.3.2 แนวคิดในการโฆษณาต้องเด่น

หนังโฆษณาต้องมีความโดดเด่นจึงจะเป็นที่จดจำ และกล่าวขวัญถึง หรือที่เรียกว่า ต้องมี Big Idea ต้องสร้างความประหลาดใจให้กับผู้ดู ถ้าให้ผู้ดูไม่สามารถคาดเดาได้ ยิ่งเรียกความสนใจได้มากเท่านั้น ภาพยนตร์โฆษณาที่ดีจะต้องมี อะไรบางอย่าง ที่สามารถดึงความสนใจจากคนดูที่วีให้หันมา สนใจและติดตามอย่างต่อเนื่อง เหมือนกับสนใจละครหรือเกมโชว์ การเรียกความสนใจจะต้องทำในฉากแรก ๆ ของหนัง เพราะมีฉะนั้นคนดูจะใช้รีโมทคอนโทรลเปลี่ยนช่องทันที การจัดการการในข้อนี้ ในภาษาโฆษณาเรียกว่าเป็นการเลือก วิธีการนำเสนอ หรือ Execution มีวิธีการนำเสนอทำได้หลายวิธี เช่น

(1) นำคุณสมบัติของสินค้ามานำเสนอ (Factual Message) เช่น โฆษณา meiji นมโคแท้ 100% ได้นำเสนอว่าเป็นนมที่อร่อยเข้มข้น ถูกใจวัยรุ่น และเป็นนมโคแท้อีกด้วย

(2) แนวตลกขบขัน (Humor) ตั้งแต่มีตลกที่โฆษณาโรลออนชูด เต่าเรียกแม่ ประสบความสำเร็จ จึงมีผู้ผลิตโฆษณาเริ่มหันมาผลิตโฆษณาในแนวทางนี้มาตลอด และจะเห็นว่าหนังหลายเรื่องเลือกนำเสนอโดยใช้แนวทางนี้ ตลกบ้างไม่ตลกบ้าง การใช้แนวทางนี้ต้องระวังให้ดี เพราะถ้านำเสนอไม่ดีจะทำให้ตลกขบขันไม่น่าเชื่อถือ

(3) วิถีชีวิต (Slice of Life) เป็นอีกวิธีหนึ่งที่นิยมทำกัน เป็นวิธีนำเสนอที่ทำให้คนดูมีอารมณ์ร่วมได้ง่าย การนำเสนอมักเป็นกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายทำ เช่น ถ้ากลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่นก็จะนำเสนอเป็นกีฬา การรับประทานอาหาร การท่องเที่ยวด้วยกันในกลุ่มเพื่อนฝูง

(4) การใช้ตัวแทนของผู้ใช้สินค้า (Testimonial) การนำเสนอแบบนี้เป็นการใช้บุคคลธรรมดา ๆ ที่มีบุคลิกที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย การดึงดูดด้วยวิธีนี้ทำให้ผู้บริโภคเชื่อถือในคุณสมบัติของสินค้ามากกว่าการใช้ดารา ตัวอย่างเช่น สินค้าของโตฟ จะเลือกใช้แนวทางนี้

(6) มีผู้รับรอง (Endorsement) เพื่อให้สินค้ามีความน่าเชื่อถือ การมีผู้รับรองเป็นวิธีที่นิยมทำกัน การรับรองอาจเป็นสถาบัน เช่น สถาบันพอนด์ หรือใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) หรือบุคคลในวิชาชีพนั้น ๆ เช่น บะหมี่ไฉ่โง้ว ใช้คุณหมึกแดงเป็นผู้รับรอง

3.3.3 เห็นประโยชน์ของโฆษณาตัวนั้น ๆ

เมื่อดูหนังโฆษณาเข้าใจแล้วว่า คุณสมบัติเด่น ๆ ของสินค้าคืออะไร ? กลุ่มเป้าหมายต้องเห็นว่าคุณสมบัตินั้นเป็นประโยชน์ต่อเขาด้วย ข้อนี้หนังโฆษณาจะสื่อประโยชน์ทางสินค้าได้ดีหรือไม่ เป็นผลต่อเนื่องมาจากการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ และการกำหนดจุดขายของโฆษณานั้น ๆ

3.3.4 กลุ่มเป้าหมายดูแลแล้วเชื่อ

หนังสือโฆษณาที่ดีต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้เสพเพราะการโฆษณาถ้าเน้นภาพลักษณ์ให้กับตัวเองมากเกินไปจนเกินความเป็นจริง ก็อาจทำให้ผู้เสพที่รู้ทันเกิดความไม่เชื่อใจในตัวสินค้านั้นๆ ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบอย่างมาก

3.3.5 เกิดทัศนคติที่ดี

เมื่อหนังสือโฆษณาออกอากาศไปแล้วต้องสร้างทัศนคติที่ดีต่อเนื้อหาของสินค้าด้วย การวัดทัศนคติให้เน้นที่กลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก หากกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดี แต่คนทั่วไปไม่ชอบต้องดูว่าคนทั่วไปนั้นเป็นผู้นำความคิด (Opinion leader) หรือไม่ ถ้าไม่ใช่ก็ไม่เป็นไร แต่ถ้าใช่ต้องพิจารณาให้ดี อย่าเสี่ยงเพราะปัจจุบันพลังของสังคมสามารถทำให้สินค้าเกิดหรือตายได้

3.3.6 คุณภาพของการผลิตผลงาน

หมายถึงคุณภาพการถ่ายทำ การกำกับ และปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นเรื่องของการผลิตจะ ต้องออกมาดูดี ที่ต้องคำนึงถึง คือ คุณภาพจะสูงระดับไหน หรือ คุณภาพระดับชาวบ้าน น่าจะเพียงพอไม่ได้หมายความว่าให้ทำคุณภาพต่ำแต่ให้ทำคุณภาพระดับที่ชาวบ้านดูแล้วประทับใจหรือระดับมาตรฐาน เพราะการทำให้คุณภาพ ดีเลิศ หมายถึง ต้นทุน ที่ต้องจ่ายซึ่งมักจะสูงมาก ๆ เหมาะสำหรับการประกวดเพื่อชิงรางวัลทางการผลิต แล้วลองนึกถึงคุณภาพของ การรับสัญญาณของชาวบ้าน ซึ่งมีตัวแปรหลายตัว เช่น เสืออากาศ สายอากาศ เครื่องรับโทรทัศน์ การทำ หนังสือออกมาสวยงามเกินมาตรฐาน เมื่อเข้าถึงแต่ละบ้าน ความสวยงามที่ปรากฏไม่เหมือนกัน เงินลงทุนที่ลงไปอาจจะไม่คุ้มค่า

3.4 สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์

โปสเตอร์ (Poster) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีบทบาทต่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุดหนึ่ง ทั้งนี้ เพราะโปสเตอร์ เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้สะดวกกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อเป็นอย่างดี

โปสเตอร์นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อ บอกกล่าว เผยแพร่ ให้ผู้ดูมีความรู้ความเข้าใจ และปฏิบัติตาม ไม่นั่นในการส่งเสริมการขายสินค้า ของผู้จัดทำ แต่จะ เน้นหนักไปการ สร้างภาพพจน์ขององค์กร ให้เป็นที่ยอมรับ เกิดความพึงใจ เชื่อถือ ศรัทธา นอกจากนี้ ยังมีการใช้เพื่อย้ำเตือนใจกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

3.4.1 ประเภทของโปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้คือ

(1) เพื่อขอความสนับสนุน เป็นการจัดทำเพื่อชักชวนให้ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย สนับสนุน เห็นด้วย ให้ความร่วมมือกับองค์กร ในความคิด เรื่องราว และประเด็นต่างๆ

(2) เผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับนโยบาย หรือกิจกรรมขององค์กร เพื่อเป็นการสร้าง ภาพพจน์ ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร โดยหวังให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึง ผลงาน บทบาท ความสำคัญ และความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่อสังคม

(3) เพื่อส่งเสริมสังคม อันเป็นการมุ่งเน้นที่จะให้ความคิด อันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เพื่อให้คนในสังคม อยู่ร่วมกันด้วยดี มีความสุข และมีความเป็นอยู่ดีขึ้น ซึ่งองค์กรผู้จัดทำจะได้ ประโยชน์ทางอ้อมจากการประชาสัมพันธ์นี้คือ ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เกิดทัศนคติ ที่ดีต่อ องค์กรว่ามีความรับผิดชอบต่อ และสนใจความเป็นไปของสังคม ซึ่งจะนำมาซึ่งความ ศรัทธา จาก ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในที่สุด

3.4.2 ข้อดีของการใช้โพลสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

- (1) สามารถกำหนดสถานที่ ของการเผยแพร่ได้อย่างแน่นอน
- (2) สามารถดึงดูดความสนใจของประชาชนได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ามีสีสันสวยงาม

มีขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ในทำเลที่เด่นและสะดุดตา

- (3) ช่วยย้ำเตือนความคิดเห็นบางอย่างแก่ประชาชนเป้าหมาย;
- (4) มีราคาถูก
- (5) ผลิตได้ง่าย
- (6) เผยแพร่ได้ง่าย โดยติดได้ทั่วไป และโอกาสที่จะใช้มีมาก

บทที่ 4

แนวคิดในการออกแบบ

4.1 แนวคิดในการออกแบบ

เนื่องด้วยงานโฆษณาชุดนี้ เป็นโฆษณาณรงค์เพื่อให้ผู้ปกครองส่งเสริมบุตรหลานให้เล่นดนตรี โดยกลุ่มเป้าหมายของโครงการนี้จึงเป็นกลุ่มผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเล่นดนตรีช่วงอายุตั้งแต่ 13 - 18 ปี เพราะฉะนั้นการที่จะสื่อสารให้ผู้ใหญ่เข้าใจนั้น ต้องสั้นเข้าใจง่ายไม่ตรงประเด็นและน่าจดจำ โดยอันดับแรกที่เป็นสิ่งสำคัญคือชื่อของโครงการ ข้าพเจ้าใช้ชื่อโครงการนี้ว่า “เล่นได้ เล่นดี”

4.1.1 ชื่อโครงการ

คำว่า “เล่นได้ เล่นดี” นั้นมีความหมายโดยนัยอยู่สองความหมาย ความหมายแรกเป็นไปในทางลบ ซึ่งใช้เป็นคำตำหนิ ยกตัวอย่างเช่น เวลาพ่อแม่เห็นลูกเล่นกิจกรรมที่ไม่มีสาระอยู่บ่อยๆ ก็มักจะพูดตำหนิลูกว่า “เล่นได้ เล่นดี นะเอ็ง” แต่ในอีกความหมายหนึ่งซึ่งตรงกันข้ามคือ เมื่อแปลแบบตรงตัวแล้ว จะทำให้คำว่า เล่นได้ เล่นดี มีความหมายไปในทางบวก ซึ่งแปลว่า “เล่นก็ได้ เล่นก็ดี” ไม่ต้องกลัวใครว่า

4.1.2 สื่อที่ใช้

สื่อที่ใช้ในงานรณรงค์ชุดนี้คือ

(1) สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ : เป็นสื่อที่จะพบเห็นได้ตามสถานที่ทั่วไป และดึงดูดได้ดี สามารถติดได้ทุกที่ตามต้องการ โดยโครงการชุดนี้จะมีการออกแบบโปสเตอร์ 3 รูปแบบ

(2) สื่อภาพยนตร์โฆษณา : เนื่องด้วยโฆษณาชุดนี้เป็นโฆษณาเกี่ยวกับดนตรี และเป็นโฆษณาที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงทัศนคติจากด้านลบไปเป็นด้านบวก ว่าจะต้องเป็นสื่อที่มีภาพและเสียงจึงจะสามารถสื่อความหมายและอารมณ์ได้ครอบคลุมและเข้าถึงผู้ชมมากที่สุด โดยโครงการรณรงค์ชุดนี้จึงมีการออกแบบสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ทั้งหมดจำนวน 2 ชุด

4.2 แนวคิดของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์

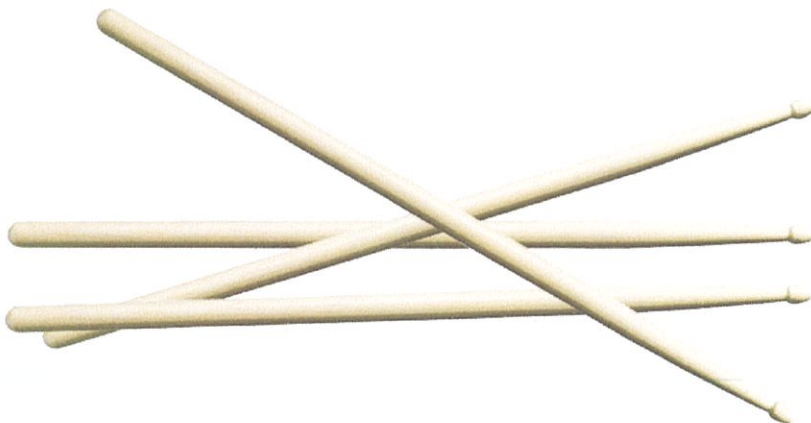
ลักษณะของภาพที่จะออกมาในรูปแบบโปสเตอร์ของงานชุดนี้ จะใช้หลักการเปรียบเทียบ (Visual Metaphor) โดยใช้เครื่องดนตรี ซึ่งพ่อแม่ผู้ปกครองมองว่าเป็นตัวร้ายสำหรับลูกๆ ของพวกเขา มาวางอยู่กับสิ่งของที่สื่อถึงประโยชน์ มีสาระและ สร้างสรรค์ เมื่อได้สังเกตเห็นแล้วก็จะรู้ว่าตามจริงแล้ว การเล่นดนตรีมันก็มีประโยชน์เหมือนกัน

4.2.1 โปสเตอร์ชิ้นที่ 1

ต้องการจะสื่อให้เห็นว่า การเล่นดนตรีต้องใช้สมองในการจดจำตัวโน้ตโดยเฉพาะตัวโน้ตของเปียโนซึ่งในเพลงบรรเลงเพลงหนึ่งจะมีตัวโน้ตมากมายมหาศาลที่ต้องจดจำสลับกับการเล่นตามไปตลอดทั้งเพลง ไม่ต่างอะไรกับการจดจำสูตรต่างๆ ในชั้นเรียน อย่างเช่นสูตรคณิตศาสตร์ หรือสูตรฟิสิกส์

4.2.2 โปสเตอร์ชิ้นที่ 2

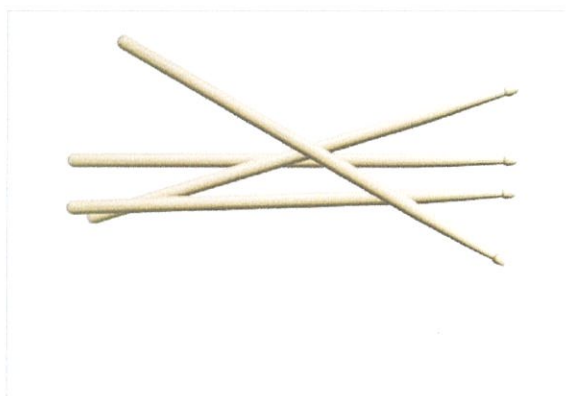
ต้องการจะสื่อให้เห็นว่า การเป็นผู้เล่นดนตรีที่ดีนั้น ต้องมีความอดทน หมั่นฝึกฝนฝีมืออยู่เนืองๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ดี ถ้าเด็กๆ รู้จักฝึกฝนเพื่อพัฒนาตนเองในด้านอื่นๆ ควบคู่ไปด้วย ดังนั้นภาพที่สื่อออกมาต้องแสดงถึงการฝึกฝน จึงต้องใช้จำนวนเข้ามาเกี่ยวข้องกับ เครื่องดนตรีชนิดหนึ่งที่แสดงออกถึงจำนวนได้เป็นอย่างดีคือ กลอง(ไม้กลอง) เพราะยิ่งซ้อมมาก จะต้องสำรวจไม้กลองไว้หลายคู่ และนำมาเปรียบเทียบกับอุปกรณ์ที่สื่อถึงความขยันอีกสิ่งหนึ่ง คือ ดินสอซึ่งสื่อถึงความขยันได้เป็นอย่างดี



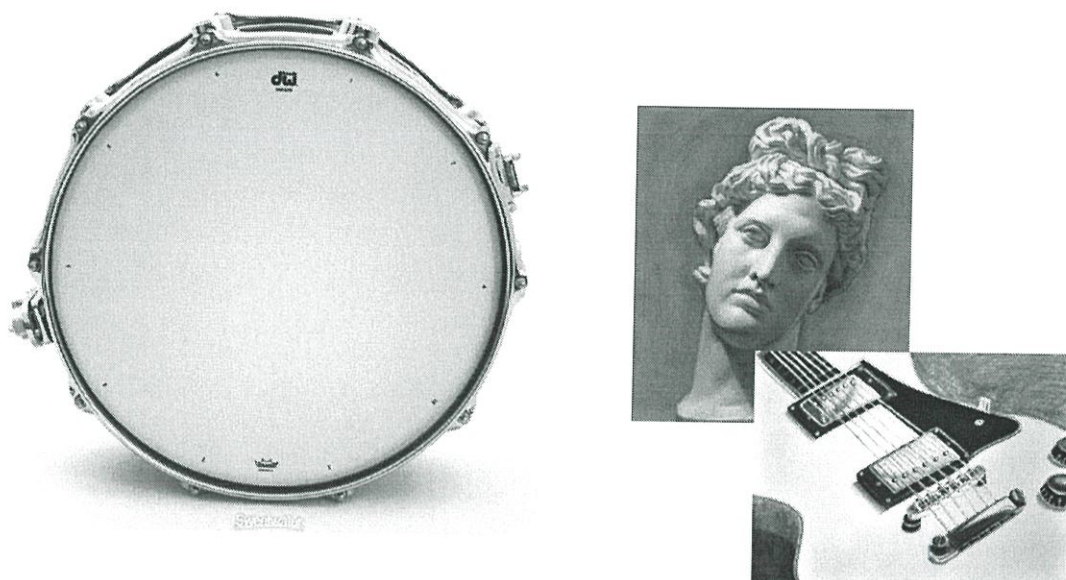
ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างภาพไม้กลอง



ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างภาพดินสอ



ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างการเปรียบเทียบระหว่างไม้กลองและดินสอ



ภาพที่ 4.8 ภาพกล่องแอสเนอร์และรูปวาด เพื่อเพิ่มความชัดเจนของการเปรียบเทียบ

4.2.1 ไปสเตอร์ชั้นที่ 3

ต้องการจะสื่อว่า การเล่นดนตรีสามารถช่วยให้เด็กที่เพิ่งหันมาชื่นชอบกิจกรรมดนตรีเล็ก ทำกิจกรรมอื่นๆที่ไร้สาระ อย่างเช่น การติดเกม ติดการ์ตูน แต่หันมาเล่นดนตรีแทน ดังนั้นภาพที่สื่อออกมา จะแสดงให้เห็นระหว่างสิ่งที่ไร้สาระกับมีประโยชน์ (ดนตรี) เครื่องดนตรีที่ใช้ในภาพนี้คือ กีตาร์ และสิ่งหนึ่งที่แทนคำว่าไร้สาระได้ดีที่สุดคืออุปกรณ์เกี่ยวกับเกม ซึ่งในภาพนี้ได้ใช้การ์ดเกม เป็นตัวสื่อสาร โดยในภาพจะเป็นการ์ดเกมที่ถูกตัดออกเป็นรูปปิ๊กกีตาร์ เพื่อสื่อถึงการทำให้เด็กทำสิ่งที่ไร้สาระและหันมาทำในสิ่งที่มีสาระ



ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างภาพกีตาร์



ภาพที่ 4.10 ตัวอย่างภาพการ์ดเกม



ภาพที่ 4.11 ตัวอย่างการเปรียบเทียบระหว่างกีตาร์และการ์ดเกม



ภาพที่ 4.12 ภาพกรรไกร เพื่อเพิ่มความชัดเจนของการเปลี่ยนแปลง

4.3 แนวคิดของสื่อภาพยนตร์โฆษณา

แนวคิดตามชื่อของโครงการ “ เล่นได้ เล่นดี ” ซึ่งหมายความว่าต้องสื่อความหมายออกมาให้กลุ่มเป้าหมายเห็นประโยชน์ของการเล่นดนตรีอย่างชัดเจน ต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการจดจำและคล้อยตาม จึงได้ใช้แนวคิดในการผลิตสื่อภาพยนตร์โฆษณาแบบ วิถีชีวิต (Slice of Life) ซึ่งเลียนแบบกิจกรรมและสถานที่ในชีวิตชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย ให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกได้ถึงการนำเสนอความจริงที่ต้องการจะสื่อสารว่าการเล่นดนตรีนั้นมีประโยชน์อย่างไร

4.3.1 ขั้นตอนการผลิตชิ้นงาน

- (1) เขียนบทพูด (Screenplay)
- (2) เขียนบทแสดง (Shooting script)
- (3) เขียนลำดับภาพ (Storyboard)
- (4) ทำลำดับภาพเสมือนจริง (Block Shot)
- (5) ถ่ายทำ
- (6) ตัดต่อ
- (7) ใส่เสียงและกราฟฟิกประกอบ

4.3.2.2 Shooting script

Shooting Script

Production : เต้นไม้แตงโม

ฉาก 1 ภายในบ้าน-ห้องเปิดคอก

LS ภู่ออกมาอยู่ที่โต๊ะในท้องตึก มีไฟจากโคมไฟส่องสว่างที่บนหัวของภู่ออกมา (ภาพจากด้านหน้า)

CU ทำท่าเหมือนหนีหรือ ภู่ออกมาด้วยความกลัวตึกและหนีเข้าห้องครัวและอยู่ แขนขวากับตัวอับซึ้นเลย

Voice over

* แป๊ะๆ *

LS พอดีขึ้นบันไดมาทำหน้าตาขามดดี มีวง

CU เลิกหนี

Voice over

* แป๊ะๆ *

MS พอดีขึ้นเสียงจิ้งหรีดขลุ่ยแล้วทำหน้ากลัว

MS-POV ประตูปิดอยู่

CU ทำท่าหนีจากหน้าประตูแล้วเข้าไปในประตู

CU พอดีนั่งประตูแล้ว

LS เห็นหน้าพอดีแล้วรีบออกและหนีมาบนบันไดหนีเข้าห้องที่ด้านหลังคอก

Voice over

* แป๊ะๆ *

MS พอดีหน้าคอก แล้วออกมาอีกที (หน้าคอก)

พอ

* ฮึ่มๆ เป็นวงดนตรีพื้นบ้าน *

CU พอดีหนีจากคอกแล้วออกมาหน้าคอกแล้วออกมาจากคอก

LS พอดีประตูปิดแล้วรีบเข้ามาที่หน้าคอกแล้วหนีเข้าคอก (ภาพจากด้านหน้า) (FG)

Voice over

* แป๊ะๆ *

LS ภู่ออกมาที่ตัวแล้วหนีมาทางคอก (ภาพจากด้านหน้า)

CU หนีเข้าคอกแล้วหนี แต่เป็นหนีที่คอกแล้ว

Voice over

* ฮึ่ม *

MS ภู่ออกมาที่ตัวแล้วหนีมาทางคอก (ภาพจากด้านหน้า)

Voice over

* ... *

LS-POV ภู่ออกมาที่ตัวแล้วหนีมาทางคอก (ภาพจากด้านหน้า)

พอ

* ... *

CU พอดีทำท่าหนี

พอ

* ... *

MS ภู่ออกมาที่ตัวแล้วหนีมาทางคอก (ภาพจากด้านหน้า)

MS พอดีหนีจากคอกแล้วทำท่าหนี (ภาพจากด้านหน้า)

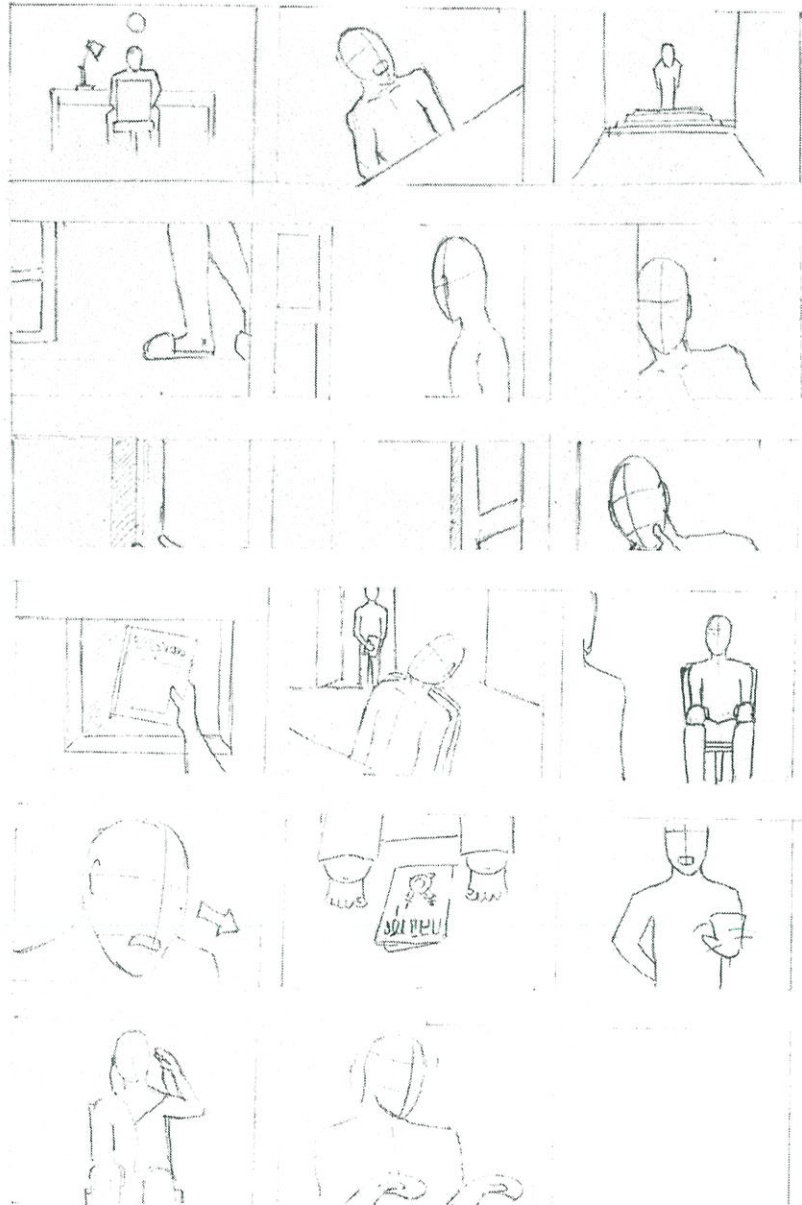
LS พอดีประตูปิดแล้วรีบเข้ามาที่หน้าคอกแล้วหนีเข้าคอก (ภาพจากด้านหน้า) (FG)

Voice over

* ... *













ภาพที่ 4.14 Shooting script 1

4.3.2.3 Storyboard



ภาพที่ 4.15 Storyboard 1

4.3.2.4 Block Shot

			
SFX : แปะๆๆ	SFX : แปะๆๆ	SFX : แปะๆๆ พ่อ : เอ๊ะ	SFX : แปะๆๆ พ่อ : ใช้นิ้วกดมันทำไมอะไรของมัน
	เปิด : อ้า		
			
SFX : เสียงน้ำระด	พ่อ : ไม่ได้ๆ กับไว้ดีกว่าแท้		เปิด : หิง
			
SFX : แปะๆๆๆ	SFX : เสียงคลิกปอกของดังขึ้น		
เปิดตั้งหูฟังออก			
			
เปิด : พ่อครับผมอยากศึกษาดอง	พ่อ : บ๊ะ แล้วทำไมไม่รับบอก โอเคๆ เดี่ยวพ่อซื้อให้	พ่อ : เอาๆ ตามสบายๆเลย	SFX : เสียงกลอง โฆษก : เพราะการเล่นดนตรี จะทำให้เจ้าจิตใจโลดไปร้อง ไม่คิดฟังชาน
		โฆษก : ดึกรับ	

ภาพที่ 4.16 Block Shot 1

4.3.3 ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องที่ 2

เนื้อเรื่องย่อ

เป็นเรื่องเกี่ยวกับเด็กชายสองคนที่กำลังเล่น Ipad ในโรงเรียนตอนเวลาพักกลางวัน เด็กชาย อ้ม นั่งเล่นเกมอย่างสนุกสนาน แล้วชิงหน้าไปถามเด็กชาย วุฑู ซึ่งนั่งอยู่ฝั่งตรงข้ามของโต๊ะอยู่เรื่อยๆ เล่นถึงไหนแล้ว เพราะว่าเขาเห็นเด็กชาย วุฑู นั่งยิ้มอยู่ตลอดเวลา เด็กชาย อ้ม เลยคิดว่าเขาคงจริงจังกับการเล่นเกมมาก เมื่อเด็กชาย อ้ม เล่นเกมเสร็จจึงถามเด็กชาย วุฑู อีกครั้งว่า เล่นถึงไหนแล้ว เด็กชาย วุฑู ไม่ยอมตอบ เด็กชาย อ้ม จึงสงสัยพร้อมกับดึงปลั๊กหูฟังออกจาก Ipad ของเด็กชาย วุฑู หลังจากนั้น เสียงเปียโนบรรเลงก็ดังขึ้น เด็กชาย อ้ม รีบลุกไปดู เห็นเด็กชาย วุฑู กำลังเล่นเปียโนบนโปรแกรมหนึ่งใน Ipad อ้ม ทำหน้าสงสัย และคิดไปเองว่าที่ผ่านมา วุฑู กำลังทำเรื่องไร้สาระเหมือนตนเองอยู่

4.3.3.1 Screenplay

SCREENPLAY	Voice over
<p>Production : เล่นได้สามสี่</p> <p>Title : ไม่มีเสียเวลา</p> <hr/> <p>ฉาก 1 <u>ภาพยนตร์เรื่อง-โรด: ย้ายห้องมาพักกลางวัน</u></p> <p style="text-align: center;"><u>ผู้ดำเนิน Angry birds</u> ผู้ระหว่างพักกลางวัน</p> <p style="text-align: center;">Voice over</p> <p style="text-align: center;">* เสียงคนเตรียม Angry birds *</p> <p>ผู้กำกับนำฉากขึ้นเดิน</p> <p style="text-align: center;">ผู้</p> <p style="text-align: center;">* ไม่ค่อยเลย *</p> <p>ผู้ดำเนินผู้ดำเนิน <u>ipad</u> กับคนละฝั่งของโต๊ะนำกินอาหาร ผู้กำกับหน้าฉากพูด</p> <p style="text-align: center;">ผู้</p> <p style="text-align: center;">* ผู้ดำเนินผู้ดำเนินแล้วละ *</p> <p>ผู้กำกับนำฉาก ผู้กำกับนำฉากเล่นกับ</p> <p style="text-align: center;">ผู้</p> <p style="text-align: center;">* แทะนะ ฮินๆ *</p> <p style="text-align: center;">ผู้</p> <p style="text-align: center;">* มกโดนเนใส่ใจผู้ดำเนินแล้ว *</p> <p>ผู้กำกับนำฉาก: Angry birds</p> <p style="text-align: center;">Voice over</p> <p style="text-align: center;">* เสียงเจ้าหน้าที่ในคณะ Angry birds *</p> <p style="text-align: center;">ผู้</p> <p style="text-align: center;">* ไม่ละ ใจ *</p>	<p style="text-align: center;">* เสียงคนเตรียม Angry birds *</p> <p>ผู้ดำเนินผู้ดำเนินบนโต๊ะโต๊ะหน้าฉากพูด</p> <p style="text-align: center;">ผู้</p> <p style="text-align: center;">* ผู้ดำเนิน ข้างบนแล้วนะ ระวังจะโยนผู้ดำเนิน *</p> <p>ผู้ดำเนินผู้ดำเนินกับฝั่งซ้ายพูดจาก <u>ipad</u> ผู้ดำเนิน</p> <p style="text-align: center;">Voice over</p> <p style="text-align: center;">* เสียงปืนในคณะ Angry birds ดังขึ้น *</p> <p>ผู้ดำเนินนำฉากพูด</p> <p style="text-align: center;">ผู้</p> <p style="text-align: center;">* ใจ โทษๆ *</p> <p>ผู้ดำเนินผู้ดำเนินบนโต๊ะบนโต๊ะใน <u>ipad</u> ผู้ดำเนินผู้ดำเนิน เมื่อเพลงจบ ผู้ดำเนินผู้ดำเนินพูดจาก</p> <p style="text-align: center;">ผู้</p> <p style="text-align: center;">* อะ โทษะ *</p> <p style="text-align: center;">Voice over</p> <p style="text-align: center;">* ช๊ะ เกลานะมีค่า เข้าเด็กใช้สาระไม่แน่นอน *</p> <p>ผู้ดำเนินนำฉากผู้ดำเนินผู้ดำเนิน</p> <p style="text-align: center;">Voice over</p> <p style="text-align: center;">* ค่ะดี เพราะการเล่นคนเล่นที่ทำได้ก็แบ่งเวลาและใช้เวลาวางแผนผู้ดำเนิน *</p> <p style="text-align: center;">Voice over</p> <p style="text-align: center;">* ฮุม *</p> <p>หนูเขี้ยวโดนกำจัด เคสีย</p> <p style="text-align: center;">ผู้</p> <p style="text-align: center;">* มส *</p> <p>ภาพด้านหน้าด้านหน้าด้านหน้าด้านหน้า</p>

ภาพที่ 4.17 Screenplay 2

4.3.3.2 Shooting script

Shooting Script

Production : เล่นได้ในสี่

ฉาก 1 ภายในห้องพักห้องนำย

CU หน้าผู้ถือกล้องที่ถือกล้องตั้งขาตั้งอยู่ริมๆ

Voice over

CU เห็นทั้งห้าอยู่แต่ก็รู้ก่อนหน้าไปมูวี่ออก (ภาพเข้ามาใกล้เห็นเห็นผู้ถือกล้องตั้งหน้า)

MS มูวี่ออกกำลังคิดกับมูวี่อย่างจริงจังหน้าตาเคร่งเครียด

LS ภาพด้านข้างที่มองเห็นคนเล่นอยู่

CU เห็นหน้าหน้ามูวี่

LS เห็นผู้เฝ้าหน้ามาตามมูวี่คนเดียว

เพื่อน

" ใช้มูวี่(เข้า)คุณคะ โด่กระ จะทำอะไรจริงจังขนาดนี้วะ "

CU เห็นหน้าหน้ามูวี่

เพื่อน

" มูวี่ หรือว่าลวาทังจะแล้ว "

LS เห็นสายหน้าแล้วหัวทำเขาเขย

เพื่อน

" แหมะ ใช้มูวี่ซึ่งมันก็ช่วยไม่ได้น้า มันอยู่ที่วาลาน "

MS เห็นมูวี่ดูปลวาทังๆแล้วหันคอมมูวี่มูวี่

เพื่อน

" มันต้องคนนี่เลยใช้มูวี่ มึงดูน้องนนนี่ โด่ครน้าก็กระจะ โน้ตก็คิดมาจากห้องพอต้องแม่เพิ่งเคยเจอ มูวี่วววว "

LS กล้องหมุนจากคอมมูวี่เพื่อนไปที่มูวี่มูวี่ มูวี่มูวี่กำลังมีสมาธิกับการอ่านโน้ตและเดินตีบมูวี่กับโปรแกรมมูวี่

CU หน้าจอมูวี่

LS ภาพด้านข้างที่มองเห็นคนเล่นอยู่

Voice over

" วาลานมีค่า เข้าไม่ทำอะไรให้วาระแล้ว ครับ การเล่นดนตรีเป็นการใช้เวลาอย่างคุ้มค่า "

ภาพที่ 4.18 Shooting script 2

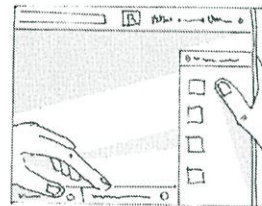
4.3.3.3 Storyboard



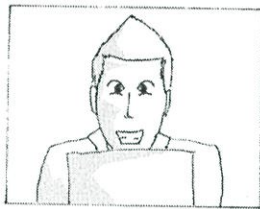
sfx : เสียงกิ่ง



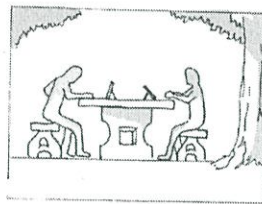
sfx : เสียงบรรยากาศ



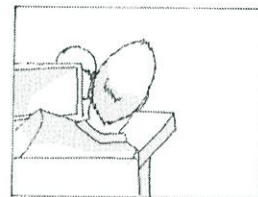
อิม : นิ่งแน่นจ้านิ่งแน่นๆ



อิม : นิ่งเมย์มาแล้วเว้ย



อิม : ตูต๊ต คนนี้เข้าขอเลขไอ้วู
สุดยอดดัด น่ารักอ๊า



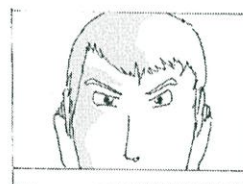
อิม : เท้ย ไอ้วูคุยกะใครอยู่วะ



วูเหลือบตามองแล้วกลับมามองที่เดิม
SFX : เสียงกด Ipod



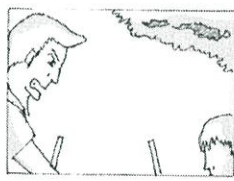
อิม : โดๆ แค่นี้ต้องอล อะๆถ้างั้น
เฮ้งวันผู้ข้านี้ เที่ยวะจะหาว่าไม่
ยุติธรรม



อิม : หนะ ดู ยังก ไม่ต้อง
มาทำหน้าที่นี้ไล่เลย ของยั้งมันอยู่ที่
กรรมนะวะ



อิม : ฮ่าๆๆ รีบๆหน่อยนะ เดี๋ยวจะ
หาว่าไม่รอ



อิม : ไอ้วู



อิม : อะไรวะ ไม่เห็นต้องอลขนาด....

ภาพที่ 4.19 Storyboard 2

บทที่ 5

ผลงานที่สำเร็จ

5.1 สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์

5.1.1 โปสเตอร์ชิ้นที่ 1

“เล่นดนตรี ทำไมจะไม่ฉลาด”



ภาพที่ 5.1 โปสเตอร์ 1

5.1.2 ไปสเตอร์ชิ้นที่ 2

“เล่นดนตรี ทำไมจะไม่ขยัน”



ภาพที่ 5.2 ไปสเตอร์ 2

5.1.3 โปสเตอร์ชิ้นที่ 2

“เล่นดนตรี ทำไมจะไร้สาระ”



ภาพที่ 5.3 โปสเตอร์ 2

5.2 สื่อภาพยนตร์โฆษณา

5.2.1 ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องที่ 1

“เพราะการเล่นดนตรี ทำให้จิตใจปลอดโปร่ง และไม่คิดฟุ้งซ่าน”



ภาพที่ 5.4 ภาพยนตร์โฆษณา 1

5.2.2 ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องที่ 2

“เพราะการเล่นดนตรี ทำให้รู้จักแบ่งเวลา และใช้เวลาว่างอย่างคุ้มค่า”



ภาพที่ 5.5 ภาพยนตร์โฆษณา 2

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 บทสรุป

การศึกษาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการเล่นดนตรีสำหรับเยาวชน “เล่นได้ เล่นดี” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้เปลี่ยนทัศนคติของผู้ปกครองจากที่ไม่เห็นความสำคัญของการที่ลูกหลานเล่นดนตรีให้หันมาส่งเสริมให้ลูกหลานเล่นดนตรีอย่างมีความสุข

การโฆษณาในปัจจุบันมีการพัฒนาไปมากและมีการแข่งขันสูง ด้วยวิธีและกลยุทธ์ต่างๆ จึงมีการสร้างสรรค์งานโฆษณาให้มีความน่าสนใจมากกว่าคู่แข่งเสมอ ดังนั้นการทำโฆษณาที่สามารถดึงดูดความสนใจนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญในการทำโฆษณาในปัจจุบัน เพื่อสร้างความสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย และสามารถสื่อสารสิ่งที่เราต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ ถ้าทำเช่นนั้นได้แล้วก็เท่ากับประสบความสำเร็จในการโฆษณา

6.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

(1) การเลือกประเด็นในการศึกษาควรเลือกให้ดี เพราะจะทำให้เกิดปัญหาใหญ่ในการทำงาน เช่น มีรูปแบบในการนำเสนอไอเดียหลากหลายเกินไป ทำให้งานไม่เป็น กลุ่ม เดียวกัน

(2) ควรศึกษาข้อมูลเรื่องอุปกรณ์และขั้นตอนการถ่ายทำโฆษณามาอย่างดี เพราะเมื่อถึงเวลาถ่ายทำจริงอาจเกิดปัญหาได้

(3) ควรแบ่งเวลาในการจัดระเบียบการทำงานอย่างเป็นระบบ เพราะอาจทำให้เกิดปัญหาในการทำงานไม่ทัน

6.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคต

- (1) ก่อนการทำงานควรหาข้อมูลให้ได้มากที่สุด ศึกษาในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง จากทุกๆ แหล่งข้อมูล รวมทั้งกลุ่มเป้าหมายเองด้วย
- (2) ในกรณีที่มีไอเดียหลากหลายแนวทาง อาจทำให้งานดูไม่เป็นไปในทางเดียวกันสามารถใช้รูปแบบในการนำเสนอเดียวกันเพื่อแก้ปัญหาได้ เช่น โทน หรือ เลย์เอาท์แบบเดียวกัน
- (3) ในการเสนอโครงการควรศึกษาความเป็นไปได้ของการทำงานเสียก่อนว่าสามารถทำได้จริงทุกขั้นตอน
- (4) วาง Concept ของงานให้ชัดเจนแน่นอนในการออกแบบ
- (5) ควรคำนึงถึงงบประมาณและระยะเวลาอย่างลงตัวเพื่อการทำงานที่ราบรื่น

บรรณานุกรม

- Delimel . ช่วยส่งเสริมพัฒนาการของสมอง สืบค้นได้จาก
<https://sites.google.com/site/krusertmusic/>
- ศาสตราจารย์ Nena Crouch . การเล่นเกมดนตรีช่วยให้เด็กปรับปรุงทักษะด้านภาษา สืบค้นได้จาก <https://sites.google.com/site/krusertmusic/>
- มหาวิทยาลัยนอร์ธเวสต์เทิร์น . เมื่อเล่นเกมดนตรีสมองจะหลั่งสารแห่งความสุข สืบค้นได้จาก <https://sites.google.com/site/krusertmusic/>
- Joseph Lepoux . การเชื่อมโยงกันของเซลล์ สืบค้นได้จาก
<https://sites.google.com/site/krusertmusic/>
- Bardeen , Cooper & Schrieffer . ทฤษฎีการส่งสัญญาณระหว่างสมองขึ้น สืบค้นได้จาก <https://sites.google.com/site/krusertmusic/>
- คุณ บัณฑิต อึ้งรัง . ดนตรีช่วยพัฒนาศักยภาพมนุษย์ สืบค้นได้จาก
<http://www.taladhoon.com/taladhoon/board/index.php?topic=8814.25>
- ผู้ที่มีชื่อเสียงระดับโลกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับดนตรี สืบค้นได้จาก
<http://www.taladhoon.com/taladhoon/board/index.php?topic=8814.25>
- หัวข้อ การรณรงค์ สืบค้นได้จาก
www.tja.or.th/index.php?option=com_rokdownloads&view
- หัวข้อ งานโฆษณา สืบค้นได้จาก <http://etcserv.pnru.ac.th/pcc/Newnat/ad2-1.html>
- หัวข้อ สื่อประเภทภาพยนตร์โฆษณา . สืบค้นได้จาก
http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=2221
- หัวข้อ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ . สืบค้นได้จาก
home.kku.ac.th/hslib/412365/printed%20media%20for%20pr.doc

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล นายอดิกันต์ ตัญญุตระกูล
ที่อยู่ 35/1 ซอยหลักเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ 67000
ประวัติการศึกษา
พศ. 2546-2552 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายโรงเรียนเพชรพิทยาคม
พศ. 2552-2556 การศึกษาระดับอุดมศึกษา ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง