

บทความวิจัย
การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาท
ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

ดร. สกนธ์ ภูงามดี*

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร เป็นโครงการวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และเครือข่ายวิจัยเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ภายใต้โครงการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนฐานราก ประจำปีงบประมาณ 2555 มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาความเป็นมาและผลสำเร็จของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานครโดยละเอียด 2) เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์สูงสุดของศูนย์ฯ 3) เพื่อออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์ฯ และ 4) เพื่อเสนอแนวทางการใช้สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์ฯ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ประเภทสื่อที่เป็นเป้าหมายด้านผลผลิตของโครงการวิจัย ได้แก่ ผลงานต้นแบบสื่อที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ประกอบด้วย 1) โบรชัวร์ (Brochure) 2) ใบปิดโฆษณา (Poster) 3) ป้ายโฆษณา (Billboard) และ 4) ภาพและข้อมูลโฆษณาทางเว็บไซต์ (Website advertisement) วิธีการวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 และข้อ 2 คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) จำนวน 2 ครั้ง โดยสัมภาษณ์ตัวแทนของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร และการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นแบบ Focus group จำนวน 2 ครั้ง โดยผู้ร่วมการประชุมคือ เยาวชนกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จากนั้นนำผลที่ได้ไปเป็นข้อมูลสำคัญในการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อ ตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 พร้อมทั้งนำเสนอแนวทางการใช้สื่อแก่ผู้แทนศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ตามวัตถุประสงค์ข้อ 4

ผลการวิจัยสรุปได้ 5 ประการ คือ **ประการที่ 1** การกิจหลักของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร คือ ให้การศึกษาแบบอาชีวศึกษาแก่เยาวชนยากจนและด้อยโอกาส ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนศึกษาสงเคราะห์ในจังหวัดต่างๆ ที่สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ นอกจากนี้ ยังบริการสังคมโดยจัดหลักสูตรการนั่งสมาธิแก่คนทั่วไปทั้งไทยและ

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต และผู้อำนวยการศูนย์ศักยภาพการแข่งขันด้านศิลปะเพื่อการ ออกแบบ (Center of Art Design Capabilities for Competition : CADCC) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ต่างชาติ รวมทั้งมีหลักสูตรสอนวิชาชีพแก่ผู้สนใจทั่วไปในวัยต่างๆ ปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2556) ศูนย์ฯ ใช้สื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของศูนย์ฯ เพียง 3 ประเภท คือ 1) โบรชัวร์หรือแผ่นพับซึ่งจัดทำเองโดยการถ่ายสำเนาหมีกขาว-ดำ 2) ป้ายไว้นิตที่ติดตั้งบริเวณด้านหน้าของศูนย์ฯ และ 3) ข้อความบน Facebook หรือ Blog สันทนาต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต โดยศูนย์ฯ ยังไม่ได้จัดทำเว็บไซต์ของศูนย์ฯ อย่างเป็นเอกเทศ ส่วนความต้องการด้านสื่อของศูนย์ฯ คือ ต้องการให้พัฒนาสื่อ 4 ประเภท คือ โบรชัวร์ (Brochure) ใบปิดโฆษณา (Poster) ป้ายโฆษณา (Billboard) รวมทั้งสื่อบนเว็บไซต์ (Website advertisement) **ประการที่ 2** ผลการทดสอบคุณภาพของผลงานต้นฉบับสื่อ ฉบับแรก ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ภายใต้เกณฑ์การทดสอบสื่อ 5 ด้าน สรุปได้ว่า สื่อทุกประเภท 1) มีความสวยงาม 2) กลุ่มเป้าหมายมีความสะดวกในการได้รับข้อมูลจากสื่อ 3) มีปริมาณข้อมูลที่เหมาะสมกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย 4) “สาร” (Message) ที่ปรากฏในสื่อมีประโยชน์ต่อการสื่อสารบทบาทและภาพลักษณ์ของศูนย์ฯ และ 5) สามารถโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้สนใจรับคำแนะนำและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม **ประการที่ 3** ข้อควรปรับปรุงเพิ่มเติมในผลงานต้นฉบับสื่อ ฉบับแรก โดยสรุป คือ 1) ในสื่อทุกประเภท ควรเพิ่มข้อความที่เป็นตัวอักษรในลักษณะสโลแกน (Slogan) ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม เพื่อสร้างการจดจำในด้านบทบาทและภาพลักษณ์ของศูนย์ฯ ควรเปลี่ยนภาพเป็นภาพของนักเรียนที่เรียนในศูนย์ฯ เพื่อสื่อสารข้อมูลที่เป็นสภาพจริงมากขึ้น ควรเพิ่มตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของศูนย์ฯ และของวัดอรุณราชวราราม ไว้คู่กัน และควรแก้ไขชื่อเว็บไซต์และที่อยู่ทางอีเมลล์ของศูนย์ฯ ให้ถูกต้อง และ 2) เฉพาะสื่อที่เป็น โบรชัวร์ ให้เพิ่มข้อความ 2 ข้อความ คือ ข้อความที่ 1 “หลักสูตรผู้ช่วยพยาบาล เรียนจบแล้ว ได้รับเกียรติบัตรจากมหาวิทยาลัยสยาม” และ ข้อความที่ 2 “หลักสูตรช่างไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ เรียนจบแล้ว ได้รับประกาศนียบัตรจากโรงเรียนสารพัดช่างธนบุรี” **ประการที่ 4** การปรับปรุงผู้ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่พัฒนาขึ้นสุดท้าย โดยประกอบด้วยสื่อตามความต้องการของศูนย์ฯ 4 ประเภท และผู้วิจัยออกแบบเพิ่มเติมอีก 1 ประเภท รวมเป็นสื่อ 5 ประเภท ดังนี้ 1) โบรชัวร์ (Brochure) มีขนาดจริง 210 x 297 มิลลิเมตร หรือเท่ากับขนาด A4 และพับเป็น 3 ตอน 2) ใบปิดโฆษณา (Poster) มีขนาดจริง คือ กว้าง 65 เซนติเมตร ยาว 50 เซนติเมตร 3) ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard) มีขนาดจริง คือ กว้าง 1.5 เมตร ยาว 2.0 เมตร 4) โฆษณบนเว็บไซต์ (Website) โดยขนาดขึ้นอยู่กัระบบทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้ และ 5) ป้ายแบนเนอร์ (Banner) มีขนาดจริง คือ กว้าง 1.5 เมตร ยาว 3.0 เมตร **ประการที่ 5** แนวทางการใช้สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย (1) สถานที่นำเสนอสื่อ ซึ่งได้แก่ ภายในวัดอรุณราชวราราม บริเวณหน้าศูนย์ฯ หน่วยงานใกล้เคียงเช่นสำนักงานเขตบางกอกใหญ่ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ โรงเรียนการศึกษาสงเคราะห์ทั่วประเทศ และ (2) ระยะเวลาในการนำเสนอสื่อ โดยเน้นการนำเสนอสื่อทุกประเภทอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้มอบเอกสารแนวทางการใช้สื่อ

ส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม พร้อมแผ่นบันทึกข้อมูล (DVD) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ให้แก่นายฮาร์เทนโต กุนวัน (Mr. Hartanto Gunawan) โดย นายฮาร์เทนโต กุนวัน ลงนามรับรองประโยชน์และคุณค่าด้านการใช้งานได้จริง (Practical use) ของ ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่ปรับปรุงและออกแบบโดยผู้วิจัย ในวันที่ 19 พฤศจิกายน 2556 รวมทั้งผู้วิจัยได้ติดตามการนำผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ไปผลิตและใช้งานจริง โดยศูนย์ฯ ได้ ผลิตสื่อประเภทป้ายแบนเนอร์ (Banner) และติดตั้งจริงเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2556 ในบริเวณ หน้าศูนย์การเรียนรู้ วัดอรุณราชวราราม ตามเอกสารแนวทางการใช้สื่อที่นำเสนอโดยผู้วิจัย

ABSTRACT

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

The results were as the followings;

1. Core missions of the Community Learning Center, Wat Arunrachawararam (The Dawn Temple), Bangkok have been 1) vocational education support provided for needy youths in Thailand with vocational programs and 2) social responsibilities provided for people (both Thai and foreigners) with short term of meditation practice and job trainings. At present, the Center has applied only three types of media which were; black-and-white copy of brochure, simple vinyl signs and temporary message blog in facebook, without the Center’s own website. The Center needed more types of media to help promote its image and role, namely; 1) brochure 2) poster 3) billboard) and website advertisement.

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

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

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

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

In final stage of research procedure, the document of media application guideline and DVD of final media manuscript were given to the Center's Director (Mr. Hartanto Gunawan). Additionally, The Director already signed his name on an official letter to confirm the practical use of final media manuscript, designed by the researcher, on November 19th, 2013. Furthermore, the Director applied the manuscript to produce the real Banner for posting in front of the Center on November 30th, 2013.

1. บทนำ

1.1 ความจำเป็นและความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของทุกประเทศ ดังที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (2552) ได้ระบุว่า การศึกษาก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี ทั้งนี้ การพัฒนาทางการศึกษาก็คือการพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของบุคคล และเมื่อบุคคลซึ่งเป็นสมาชิกของสังคมมีคุณภาพแล้วก็จะทำให้สังคมมีการพัฒนาต่อไปด้วย อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน ยังมีเยาวชนวัยแรงงานที่ไม่ได้รับโอกาสทางการศึกษาและฝึกทักษะด้านอาชีพจำนวนมาก โดยสำนักส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน (สสค.) (2554) ระบุว่า ปัจจุบัน มีเด็กและเยาวชนที่ขาดโอกาสทางการศึกษา การพัฒนาตนเองเพื่อการดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพประมาณ 3 ล้านคน ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้กลุ่มแรงงานดังกล่าวไม่ได้รับการพัฒนาตามสิทธิขั้นพื้นฐาน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและความมั่นคงทางสังคมของประเทศด้วย ในขณะที่แผนปฏิบัติการปฏิรูปประเทศไทยเพื่อสร้างสังคมแห่งความเป็นธรรมด้วยการสร้างอนาคตของชาติ (มติคณะรัฐมนตรี, 10 มกราคม 2554 อ้างถึงในสำนักส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน, 2554) ได้ให้ความสำคัญกับแนวทางการสร้างอนาคตของชาติด้วยการพัฒนาคนรวมทั้งเด็กและเยาวชน ให้ได้รับโอกาสทางการศึกษาและการเรียนรู้อย่างทั่วถึงเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมที่นำไปสู่การพัฒนาตนเองเพื่อการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ และการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน รวมทั้งแผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2552-2559 (สำนักเลขาธิการสภาการศึกษา, 2552: 137) ของไทยได้กำหนดให้ประชากรไทยทุกช่วงอายุต้องได้รับโอกาสทางการศึกษาตลอดชีวิตซึ่งรวมทั้งการศึกษานอกระบบโรงเรียนด้วย ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย กระทรวงศึกษาธิการ (สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย [กศน.], 2552) ได้กล่าวถึงการศึกษานอกระบบว่าเป็นการจัดการศึกษาตามความต้องการของประชาชนในแต่ละท้องถิ่นหรือตามความต้องการของแต่ละกลุ่มเป็นสำคัญ โดยเน้นการศึกษาที่ทำให้ผู้ศึกษาสามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตได้โดยตรง เพื่อเป็นการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพในการทำงานประกอบอาชีพและดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข ซึ่งนับว่าการศึกษานอกระบบจะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นการแก้ปัญหาการศึกษาที่ตรงตามความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง และนับได้ว่าเป็นการเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อการพัฒนาสังคมที่สำคัญยิ่ง

ปัจจุบัน มีหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ด้านการจัดการศึกษาสำหรับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสในลักษณะการศึกษานอกระบบโรงเรียน และการฝึกอาชีพ ซึ่งได้แก่ กระทรวงศึกษาธิการ ภายใต้กระทรวงดังกล่าว มีหน่วยงานระดับสำนักงาน 3 หน่วยที่เกี่ยวข้องกับภารกิจดังกล่าว คือ (1) สำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ (สศศ.) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาระดับพื้นฐาน

กระทรวงศึกษาธิการ (2) ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยกลุ่มเป้าหมายพิเศษ (สทพ.) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย กระทรวงศึกษาธิการ และ (3) สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) สังกัด กระทรวงศึกษาธิการ ไม่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนโดยตรง แต่ทำหน้าที่จัดการศึกษาที่เน้นการฝึกวิชาชีพและการปลูกฝังคุณธรรมที่อยู่ในระบบการศึกษาปกติระดับอาชีวศึกษา โดยจัดการศึกษาสำหรับกลุ่มเยาวชนทั่วไปที่มีอายุเกินจากการศึกษาขั้นพื้นฐานและอยู่ในวัยแรงงาน ทั้งนี้ สำนักงานดังกล่าว ยังไม่มีส่วนงานย่อยที่จัดการศึกษาด้านฝึกอาชีพเพื่อเยาวชนกลุ่มด้อยโอกาส หรืออยู่ในภาวะยากลำบากโดยเฉพาะ กล่าวโดยสรุปคือ การจัดการศึกษาของภาครัฐทั้ง 3 สำนักงาน ข้างต้น มีเพียงสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาแบบ อาชีวศึกษาหรือการพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพของเยาวชนกลุ่มแรงงานมากที่สุด อย่างไรก็ตาม สอศ. ยังไม่ใช่หน่วยงานที่จัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนโดยตรงเนื่องจากรัฐจัดให้อยู่ในระบบ การศึกษาปกติระดับอาชีวศึกษา และยังไม่มีส่วนงานที่จัดการศึกษาและฝึกอาชีพแก่เยาวชนที่ ด้อยโอกาสหรืออยู่ในภาวะยากลำบากโดยเฉพาะเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ สำนักงานดังกล่าว จึงยังไม่ สามารถประเมินผลการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพและคุณภาพชีวิต ของเยาวชนกลุ่มด้อยโอกาสที่อยู่ในวัยแรงงานได้โดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประเมินผลใน ลักษณะข้อมูลเชิงคุณภาพที่สะท้อนความเปลี่ยนแปลงด้านคุณภาพชีวิตของเยาวชนด้อยโอกาสที่จบ การศึกษาว่าเปลี่ยนแปลงอย่างไร นำความรู้ที่ได้จากการฝึกฝนอาชีพไปใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิต และประกอบอาชีพอย่างไร รวมทั้งมีคุณภาพชีวิตที่เปลี่ยนแปลงอย่างไร

ในปัจจุบัน มีองค์กรนอกภาครัฐหลายแหล่งที่จัดการศึกษานอกระบบแก่กลุ่มเด็กและ เยาวชนด้อยโอกาสที่เน้นทั้งการฝึกอาชีพและการปลูกฝังคุณธรรม โดยมีเป้าหมายในการทำให้ผู้ผ่าน การฝึกอบรมนั้นสามารถประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองและครอบครัวรวมทั้งมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม เป็นสถานศึกษาและฝึกวิชาชีพแห่งหนึ่งที่ไม่ได้เป็น หน่วยงานในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการโดยตรง ศูนย์ดังกล่าวเป็นสถานศึกษานอกระบบซึ่งจัดตั้งโดย องค์กรเอกชนไม่แสวงหากำไร (NGO) โดยได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากมูลนิธิ JWS 60 Foundation อย่างต่อเนื่อง และมีเป้าหมายหลัก คือ ส่งเสริมให้ผู้จบการศึกษามีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นใน แ่งของการมีศีลธรรมในชีวิตประจำวัน และมีงานทำเมื่อจบการศึกษา เพื่อคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน ปัจจุบัน ศูนย์ฯ ประสบความสำเร็จในการช่วยเหลือเด็กและเยาวชนยากจนและด้อยโอกาสโดยสามารถวัดผล สำเร็จได้ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพจนได้รับใบประกาศเกียรติคุณจากองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก : UNESCO) อย่างไรก็ตาม แม้ศูนย์ดังกล่าวจะสามารถสร้างผลงานด้าน การพัฒนาสังคมอย่างเป็นรูปธรรมและเป็นที่ยอมรับขององค์การระหว่างประเทศ (ยูเนสโก :

UNESCO) แต่ศูนย์ฯ กลับเป็นที่รู้จักของสังคมไทยในวงแคบ ทั้งนี้ เนื่องจากศูนย์ฯ ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในขอบเขตจำกัด ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 4 ข้อดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาความเป็นมาและผลสำเร็จของของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานครโดยละเอียด

1.2.2 เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์สูงสุดของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

1.2.4 เพื่อเสนอแนวทางการใช้สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

1.3 การดำเนินการวิจัย

1.3.1 กลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ สื่อเดิมของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ที่พบอยู่ในปัจจุบัน 3 ประเภท คือ **ป้ายไวนิล** ที่ติดตั้งบริเวณด้านหน้าทำการของศูนย์ หรือบริเวณที่มีกิจกรรมของศูนย์ฯ **โบรชัวร์** ที่แจกผู้มาเยือน และนักท่องเที่ยวยภายในวัดอรุณราชวราราม ซึ่งศูนย์จัดทำเองโดยการถ่ายสำเนาหมึกขาว-ดำ และ **ข้อความบน Social media** ที่ปรากฏในช่องทางการสนทนาต่างๆ เช่น Facebook ซึ่งบุคคลภายนอกทำการสื่อสารกันเองโดยสมัครใจโดย และยังไม่มีการนำเสนอข้อมูลประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ของศูนย์ฯ อย่างเป็นเอกเทศ โดยผู้วิจัยจะนำกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวไปวิเคราะห์เพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นข้อมูลหลักในการพัฒนาผลงานต้นแบบสื่อตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยต่อไป

2) กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการกลุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Technique) ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ

(1) ผู้แทนศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) สำหรับการศึกษาความเป็นมา ผลสำเร็จ ความต้องการในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ และเพื่อการทดสอบสื่อ (ผลงานต้นแบบสื่อ) ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 คน (Key informants) ดังนี้ (1.1) นายฮาร์เทน โต

คุณวัน (Mr. Hartanto Gunawan) ผู้อำนวยการศูนย์ฯ ฝ่ายฆราวาส (1.2) ผู้ช่วยเจ้าอาวาส (ผู้บริหารคณะ 6 วัดอรุณราชวราราม) ผู้อำนวยการศูนย์ฯ ฝ่ายสงฆ์ และ (1.3) อาจารย์ของศูนย์ฯ จำนวน 1 คน

(2) ผู้แทนเยาวชน จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) สำหรับการศึกษาความต้องการด้านสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร และเพื่อการทดสอบสื่อ (ผลงานต้นแบบสื่อ) ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย โดยผู้วิจัยกำหนดลักษณะของผู้แทนเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างไว้ดังนี้ คือ (2.1) เป็นเยาวชนกลุ่มด้อยโอกาสทางการศึกษาและกำลังศึกษาอยู่ในศูนย์ฯ โดยลักษณะการด้อยโอกาสในการวิจัยครั้งนี้ คือ เยาวชนคนนั้นๆ มีความยากจนมากจนส่งผลให้ไม่สามารถเข้ารับการศึกษาคือในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในระบบการศึกษาปกติได้ รวมทั้งมีรายได้เลี้ยงชีพที่จำกัดมากจนทำให้ขาดแคลนปัจจัยการดำรงชีพขั้นพื้นฐาน และ (2.2) เต็มใจให้ข้อมูลระหว่างการสนทนากับผู้วิจัย โดยผ่านวิธีการระดมความคิดเห็นแบบ Focus group ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากระเบียนนักเรียนของศูนย์ฯ ในการคัดเลือกเยาวชนตามลักษณะข้างต้น เพื่อใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน ตามที่การวิจัยระบุไว้

1.3.2 วิธีการวิจัย

1) วิธีการวิจัยสำหรับการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ประกอบด้วย (1.1) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) จำนวน 2 ครั้ง โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ซึ่งเป็นตัวแทนของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร และ (1.2) การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นแบบ Focus group จำนวน 2 ครั้ง โดยผู้ร่วมการประชุมคือ เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

2) วิธีการวิจัยสำหรับการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากหนังสือและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับสถิติและข้อมูลการศึกษาของเยาวชนกลุ่มด้อยโอกาสในประเทศไทย เอกสารรายงานการทำงานของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม รวมทั้งเอกสารเกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.3.3 เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย 1) แนวคำถามปลายเปิด สำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 1 2) แนวประเด็น หรือแนวคำถามสำหรับการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นแบบ Focus group ครั้งที่ 1 และ 3) แบบบันทึกผลการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานต้นแบบสื่อ สำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 2 และการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นแบบ Focus group ครั้งที่ 2

1.3.4 ขอบเขตการวิจัย มีดังนี้คือ 1) ขอบเขตพื้นที่การศึกษา ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร 2) ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ข้อมูลความเป็นมา ผลสำเร็จ ความต้องการในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์สูงสุดของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม และข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ข้อมูล

ตัวเลขที่เป็นจำนวนของสื่อที่ศูนย์ฯ ต้องการใช้ และตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อนิเทศศิลป์ ทั้งหมด 3) ขอบเขตของผลผลิต หมายถึง ประเภทสื่อที่เป็นเป้าหมายด้านผลผลิตของโครงการวิจัย ได้แก่ ผลงานต้นแบบสื่อที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ประกอบด้วย โบรชัวร์ (Brochure) ใบปิดโฆษณา (Poster) ป้ายโฆษณา (Billboard) รวมทั้งภาพและข้อมูลโฆษณาทางเว็บไซต์ (Website advertisement) 4) ขอบเขตด้านเวลา โครงการวิจัยเรื่องนี้ กำหนดดำเนินการในระยะเวลา 12 เดือน

1.4 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัย ได้นำทฤษฎีหลักๆ มาใช้เป็นแนวทางการศึกษาและออกแบบสื่อ สำหรับการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ดังนี้

1.4.1 ทฤษฎีการสื่อสาร เพื่อใช้องค์ความรู้จากทฤษฎีมาวิเคราะห์ว่า ศูนย์การเรียนรู้ ชุมชน วัดอรุณราชวราราม มีองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารอย่างไรบ้าง และการใช้สื่อปัจจุบัน ของศูนย์ฯ มีประสิทธิภาพหรือไม่ อย่างไร เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการออกแบบสื่อใหม่ตาม วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.4.2 แนวคิดและกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อใช้องค์ความรู้จากทฤษฎีมาวิเคราะห์ ช่องทางการตลาด และรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ได้ใช้ โดยผ่านสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน ผลการวิเคราะห์ที่ได้จะนำไปเป็นข้อมูลประกอบการออกแบบสื่อใหม่ให้ สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ได้มากขึ้น

1.4.3 องค์ความรู้เรื่องการประเมินสารตามแนวคิดทางนิเทศศาสตร์ เพื่อใช้องค์ความรู้ จากแนวคิดดังกล่าวมาวิเคราะห์ “สาร” (Message) ที่ปรากฏในสื่อที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณ ราชวราราม ใช้อยู่ในปัจจุบัน ผลการวิเคราะห์ที่ได้ จะนำไปเป็นข้อมูลประกอบการออกแบบสื่อใหม่ให้ สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ได้มากขึ้น

1.4.4 หลักการออกแบบสื่อทางนิเทศศิลป์ เพื่อนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ในการ ออกแบบสื่อใหม่ให้ตรงตามความต้องการของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม

1.5 ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับเมื่อดำเนินการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อ ส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร เสร็จสิ้น มีดังนี้

1.5.1 ผลสำเร็จ ประกอบด้วย

1) ผลงานต้นแบบสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของศูนย์การ เรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย อันประกอบด้วย (1.1) โบรชัวร์ (Brochure) (1.2) ใบปิดโฆษณา (Poster) (1.3) ป้ายโฆษณา (Billboard) และ (1.4) ภาพและข้อมูลโฆษณาทางเว็บไซต์ (Website advertisement) โดยเนื้อหาหลัก (Content) ของสื่อทั้ง 4

ประเภทนี้จะนำเสนอภาพและข้อมูลความเป็นมา ผลสำเร็จ และระเบียบการรับสมัครของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร โดยละเอียด ซึ่งนอกจากจะให้ความสำคัญกับความสมบูรณ์ของเนื้อหาหลักแล้ว ยังเน้นรูปลักษณะของสื่อที่เกิดจากหลักการออกแบบที่มีความสวยงามตามแนวทางสุนทรียศาสตร์และมีคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยที่เน้นการนำสื่อไปใช้งานได้จริงและกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลของสื่อได้อย่างครบถ้วน

2) แนวทางการใช้สื่อทั้งหมดที่ออกแบบโดยผู้วิจัยเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

1.5.2 ความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

ผลงานต้นแบบสื่อทั้งหมดที่ออกแบบโดยผู้วิจัยสามารถเป็นช่องทางการสื่อสารที่ทำให้ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร เป็นที่รู้จักของสังคมไทยในวงกว้างมากขึ้น และช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลสำหรับเยาวชนกลุ่มด้อยโอกาสที่ยังไม่มีช่องทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนให้เดินทางมารับคำแนะนำและศึกษาต่อในศูนย์ฯ ดังกล่าว ทั้งนี้ ความคุ้มค่าของการวิจัย สามารถวัดได้ในเชิงคุณภาพ ดังนี้ คือ

1) สื่อทั้งหมดที่ผลิตจากผลงานต้นแบบสื่อของผู้วิจัยเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมบทบาทหน้าที่ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ในการพัฒนาสังคมได้มากขึ้น

2) ผลงานต้นแบบสื่อของผู้วิจัย เป็นการนำเสนอแนวทางการพัฒนาสังคมที่บูรณาการระหว่างนักวิชาชีพในสาขานิตยศิลป์กับองค์กรพัฒนาเอกชนด้านการศึกษา ในการมีส่วนร่วมในกระบวนการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเยาวชนกลุ่มด้อยโอกาสอย่างแท้จริง

2. สรุปผลการวิจัย

2.1 ความเป็นมาและผลสำเร็จของของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม

ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม เป็นศูนย์การเรียนรู้ที่จัดตั้งขึ้นโดยองค์กรไม่แสวงผลกำไร (NGO) โดยเน้นให้เป็นสถานศึกษาและฝึกวิชาชีพสำหรับเยาวชนด้อยโอกาส ปัจจุบันศูนย์ฯ ดังกล่าว มีชื่อเรียกที่เป็นทางการตามวัตถุประสงค์ที่ครอบคลุมกิจกรรมที่กว้างขึ้น ซึ่งได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเพื่อพัฒนามนุษยชาติและศูนย์ปฏิบัติพุทธธรรมและบำเพ็ญกุศลนานาชาติ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากชื่อดังกล่าวเป็นชื่อที่ยาวและจำยาก คนส่วนใหญ่จึงเรียกชื่อสั้นๆ ว่า ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ทั้งนี้ ศูนย์ฯ ได้รับการรับรองจากกรมการศึกษานอกโรงเรียน (ชื่อเดิมเมื่อปี พ.ศ. 2552) กระทรวงศึกษาธิการ และจากองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก)

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

นอกจากภารกิจหลักดังกล่าวข้างต้น ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ยังดำเนินการในลักษณะบริการสังคมโดยขยายหลักสูตรการนั่งสมาธิแก่คนทั่วไปทั้งไทยและต่างชาติ รวมทั้งมีหลักสูตรสอนวิชาชีพต่างๆ แก่ผู้สนใจทั่วไปในวัยต่างๆ เช่น การทำขนมไทย การแกะสลักผลไม้ ภาษาอังกฤษเบื้องต้น คอมพิวเตอร์เบื้องต้น ดนตรีไทย และนาฏศิลป์ไทย

ความสำเร็จในการช่วยเหลือเด็กยากจนและด้อยโอกาสของศูนย์ฯ ในช่วงเวลาประมาณ 4 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2551-2554) เป็นความสำเร็จในเชิงคุณภาพ ศูนย์ดังกล่าวสามารถผลิตนักเรียนทั้งชายหญิงที่จบการศึกษาและมีงานทำทุกคน ซึ่งนักเรียนหญิงที่จบหลักสูตรผู้ช่วยพยาบาลจะได้ทำงานที่โรงพยาบาลจุฬารัตน์ นักเรียนชายที่จบหลักสูตรช่างไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ จะได้ทำงานที่บริษัทอิตาชิ ผลสำเร็จเชิงคุณภาพที่ถือว่าเป็นความภาคภูมิใจของศูนย์ฯ อาทิเช่น นักเรียนหญิงคนหนึ่งที่จบหลักสูตรผู้ช่วยพยาบาล รุ่นที่ 2 (พ.ศ. 2551) ได้รับทุนการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีด้านการพยาบาลที่ประเทศไต้หวัน ซึ่งนักเรียนคนนี้ แต่เดิมมีฐานะยากจน อาศัยอยู่ในหมู่บ้านห่างไกลในจังหวัดเชียงราย พ่อแม่เสียชีวิตตั้งแต่ยังเด็ก ต้องอาศัยอยู่กับยายที่อายุมากและทำงานไม่ได้ นักเรียนคนนี้ต้องทำงานรับจ้างทั่วไปพร้อมกับเข้าเรียนในโรงเรียนศึกษาสงเคราะห์จังหวัดเชียงราย จนทางโรงเรียนเห็นความตั้งใจและใฝ่ดี จึงเสนอชื่อมายังกรมการศึกษานอกโรงเรียนในขณะนั้น (ปัจจุบัน คือ ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยกลุ่มเป้าหมายพิเศษ) และส่งมาเรียนวิชาชีพผู้ช่วยพยาบาลที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม จนประสบความสำเร็จได้เป็นนักเรียนทุนของมหาวิทยาลัยในไต้หวันในปัจจุบัน

2.2 ความต้องการในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประโยชน์สูงสุดของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

ปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2556) สื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร มีเพียง 3 ประเภท คือ โบรชัวร์หมีกขาว-ดำ ป้ายไว้นิต และข้อความสนทนาทาง

อินเทอร์เน็ตโดยยังไม่มีเว็บไซต์ของศูนย์ฯ อย่างเป็นเอกเทศ สื่อเดิมดังกล่าว ยังมีความไม่หลากหลาย ไม่สวยงาม ไม่ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย และอาจมีผลทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักได้รับทราบข่าวสารของศูนย์ฯ ได้ไม่มากหรือไม่กว้างไกลเท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม หากต้องปรับปรุงหรือพัฒนาสื่อเพิ่มเติมเพื่อการประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ ควรเลือกสื่อประเภทที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ง่าย ชัดเจน และไม่ซับซ้อน ศูนย์ฯ จึงมีความเห็นว่า ควรพัฒนาสื่อไม่เกิน 4 ประเภท และควรประกอบด้วย โบรชัวร์ (Brochure) ใบปิดโฆษณา (Poster) และป้ายโฆษณา (Billboard) รวมทั้งสื่อที่เป็นภาพและข้อมูลโฆษณาทางเว็บไซต์ (Website advertisement) ซึ่งหากมีผู้สนับสนุนในการออกแบบเว็บไซต์ที่เป็นเอกเทศของศูนย์ฯ โดยตรง ก็จะเป็นสื่อใหม่ที่จะช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมของศูนย์ฯ ได้มากขึ้นตามสถานการณ์โลกปัจจุบัน

2.3 การออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

2.3.1 กระบวนการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก

2.3.1.1 การวิเคราะห์สื่อปัจจุบันของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร จะพบว่าสื่อเดิมของศูนย์ฯ ในปัจจุบันประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1) ผู้ส่งสาร (Sender) ซึ่งหมายถึงศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวรารามที่เป็นผู้จัดทำสื่อ 2) สาร (Message) ซึ่งได้แก่ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นทั้งภาพและตัวอักษรที่ปรากฏในสื่อเดิมของศูนย์ฯ และ 3) ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อกลาง (Channel or Medium) ซึ่งได้แก่ โบรชัวร์ และป้ายไวนิลเป็นหลัก โดยจากการวิเคราะห์ พบว่า ในปัจจุบันศูนย์ฯ ยังขาดอีก 2 องค์ประกอบในกระบวนการสื่อสาร คือ องค์ประกอบผู้รับสาร (Receiver) และองค์ประกอบข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสาร (Feedback) ทั้งนี้เนื่องจากเยาวชนกลุ่มตัวอย่างระบุว่า ได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรับสมัครนักเรียนใหม่ของศูนย์ฯ จากการบอกเล่าของคุณครูที่โรงเรียน การศึกษาสงเคราะห์ ไม่ใช่จากสื่อเดิมที่ศูนย์ฯ ดำเนินการจัดทำขึ้นเองและใช้อยู่ในปัจจุบัน เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงยังไม่เกิดข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสาร (Feedback) อันสะท้อนมาจากการใช้สื่อดังกล่าวเช่นกัน

หากพิจารณาตามแนวคิดเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาด จะพบว่า ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นสื่อเดิม อันประกอบด้วยโบรชัวร์หรือแผ่นพับ หมึกขาว-ดำ และป้ายไวนิล เป็นช่องทางการตลาดเพื่อให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์การเรียนการสอนของศูนย์ฯ แต่อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อเดิมของศูนย์ฯ นั้น ยังอยู่ในขอบเขตจำกัดอันเนื่องมาจากสื่อที่ใช้ไม่มีความหลากหลายและไม่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร ซึ่งส่งผลให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ถูกจำกัดตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาองค์ความรู้เรื่องการประเมินสารตามแนวคิดทางนิเทศศาสตร์ เปรียบเทียบกับองค์ประกอบภายในสื่อเดิมทั้ง 3 ประเภทของศูนย์ฯ จะพบว่า ในสื่อดังกล่าวประกอบด้วย “รหัสของสาร” (Message code) ทั้ง 2 ลักษณะ คือ 1) รหัสของสารที่ใช้คำ (verbal message codes) ได้แก่ คำหรือกลุ่มคำที่เป็นภาษาเขียนเพื่อสื่อสารหลักสูตรการเรียนการสอนและกิจกรรมของศูนย์ฯ และ 2) รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (non-verbal message codes) ได้แก่ ภาพกิจกรรมและเครื่องหมายของศูนย์ฯ อย่างไรก็ตาม สื่อเดิมของศูนย์ฯ ทั้ง 3 ประเภท ยังไม่สวยงามหรือดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร ดังนั้น แม้สื่อดังกล่าวจะมีการใช้รหัสของสารทั้ง 2 ลักษณะแต่ยังต้องอาศัยใช้หลักการออกแบบมาปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์และการจัดวางตำแหน่งของรหัสของสารทั้ง 2 ลักษณะให้มีความสวยงามและดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น

2.3.1.1 การศึกษาความต้องการด้านประเภทของสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า สื่อที่ศูนย์ฯ ต้องการให้มีการจัดทำเพิ่มขึ้นประกอบด้วยสื่อ 4 ประเภท คือ โบรชัวร์ (Brochure) ใบปิดโฆษณา (Poster) ป้ายโฆษณา (Billboard) รวมทั้งภาพและข้อความโฆษณาบนเว็บไซต์ (Website advertisement) โดยให้มียอดประกอบของการออกแบบสื่อทั้ง 4 ประเภท คือ รูปภาพการทำกิจกรรมของเด็กด้อยโอกาส ข้อความที่เป็นชื่อของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม และตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของศูนย์ฯ พร้อมทั้งมีรายละเอียดของหลักสูตรที่ทำการเรียนการสอน รวมทั้งข้อมูลเพื่อการติดต่อกับศูนย์ฯ

2.3.2 การปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก ผู้ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ดำเนินการโดยการทดสอบคุณภาพของผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก ภายใต้เกณฑ์การทดสอบสื่อ 5 ด้าน (เกณฑ์ด้านความสวยงาม เกณฑ์ด้านความสะดวกในการได้รับข้อมูล เกณฑ์ด้านปริมาณข้อมูลที่ได้จากสื่อ เกณฑ์ด้านประโยชน์จาก “สาร” (Message) ที่ปรากฏในสื่อ และเกณฑ์ด้านความสามารถของสื่อในการโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมาย) ผลสรุปการทดสอบคุณภาพของผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก คือ ผลงานต้นแบบสื่อดังกล่าว 1) มีความสวยงาม 2) กลุ่มเป้าหมายมีความสะดวกในการได้รับข้อมูลจากสื่อ 3) มีปริมาณข้อมูลที่เหมาะสมกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย 4) “สาร” (Message) ที่ปรากฏในสื่อมีประโยชน์ต่อการสื่อสารบทบาทและภาพลักษณ์ของศูนย์ฯ และ 5) สามารถโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้สนใจรับคำแนะนำและสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

อย่างไรก็ตาม ในผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับแรก ยังมีข้อควรปรับปรุง โดยสรุป คือ ในสื่อทุกประเภท 1) ควรเพิ่มข้อความที่เป็นตัวอักษร ในลักษณะสโลแกน (Slogan) ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม เพื่อสร้างการจดจำในด้านบทบาทและภาพลักษณ์ของศูนย์ฯ 2) ควรเปลี่ยนภาพเป็นภาพของนักเรียนที่เรียนในศูนย์ฯ เพื่อสื่อสารข้อมูลที่เป็นสภาพจริงมากขึ้น 3) ควรเพิ่มตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม และตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของ

วัดอรุณราชวราราม ไว้คู่กัน 4) ควรแก้ไขชื่อเว็บไซต์และที่อยู่ทางอีเมลของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวรารามให้ถูกต้อง และ 5) เฉพาะสื่อที่เป็น โบรชัวร์ ให้เพิ่มข้อความ 2 ข้อความ คือ ข้อความที่ 1 “หลักสูตรผู้ช่วยพยาบาล เรียนจบแล้ว ได้รับเกียรติบัตรจากมหาวิทยาลัยสยาม” และ ข้อความที่ 2 “หลักสูตรช่างไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ เรียนจบแล้ว ได้รับประกาศนียบัตรจากโรงเรียนสารพัดช่างธนบุรี”

2.3.3 การพิจารณาขั้นสุดท้ายผู้ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์

ผู้วิจัยได้ปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่พัฒนาขั้นสุดท้าย โดยประกอบด้วยสื่อตามความต้องการของศูนย์ฯ 4 ประเภท และออกแบบเพิ่มเติมอีก 1 ประเภท รวมเป็นสื่อ 5 ประเภท ดังนี้ 1) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทโบรชัวร์ (Brochure) มีขนาดจริง 210 x 297 มิลลิเมตร หรือเท่ากับขนาด A4 และพับเป็น 3 ตอน 2) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทใบปิดโฆษณา (Poster) มีขนาดจริง คือ กว้าง 65 เซนติเมตร ยาว 50 เซนติเมตร 3) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard) มีขนาดจริง คือ กว้าง 1.5 เมตร ยาว 2.0 เมตร 4) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทโฆษณาบนเว็บไซต์ (Website) โดยไม่สามารถระบุขนาดได้และขึ้นอยู่กับระบบทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้ และ 5) ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายแบนเนอร์ (Banner) มีขนาดจริง คือ กว้าง 1.5 เมตร ยาว 3.0 เมตร โดยเป็นสื่อประเภทที่ผู้วิจัยออกแบบให้เพิ่มเติมนอกเหนือจากที่ศูนย์ฯ ระบุไว้

ภาพผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่พัฒนาขั้นสุดท้าย ปรากฏดังนี้

2.3.3.1 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทโบรชัวร์ (Brochure) เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาด 210 x 297 มิลลิเมตร หรือเท่ากับขนาด A4 และพับเป็น 3 ตอน

2.3.3.2 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทใบปิดโฆษณา (Poster) เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดกว้าง 65 เซนติเมตร ยาว 50 เซนติเมตร



ภาพที่ 3 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทใบปิดโฆษณา (Poster)

2.3.3.3 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard) เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดกว้าง 1.5 เมตร ยาว 2.0 เมตร



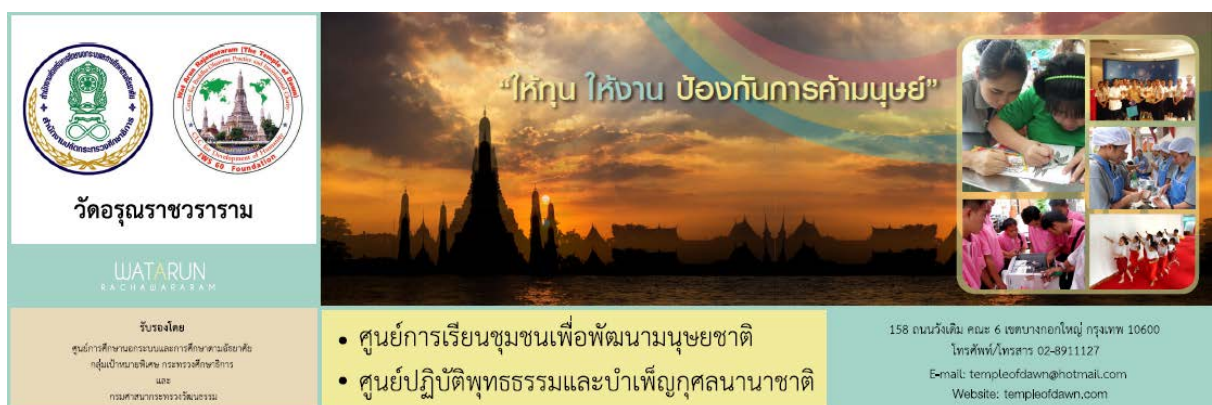
ภาพที่ 4 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard)

2.3.3.4 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทโฆษณาบนเว็บไซต์ (Website) ไม่สามารถระบุขนาด ขึ้นอยู่กับระบบทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้



ภาพที่ 5 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทโฆษณาบนเว็บไซต์ (Website) (หน้าหลัก)

2.3.3.5 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายแบนเนอร์ (Banner) เมื่อผลิตและใช้งานจริงจะมีขนาดกว้าง 1.5 เมตร ยาว 3.0 เมตร



ภาพที่ 6 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายแบนเนอร์ (Banner)

2.4 แนวทางการใช้สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

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

3. การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

3.1 การอภิปรายผล

3.1.1 ผลการวิจัยที่ระบุว่า กระบวนการสื่อสารที่ใช้สื่อเดิมของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ที่ในปัจจุบัน ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1) ผู้ส่งสาร (Sender) 2) สาร (Message) และ 3) ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อกลาง (Channel or Medium) ซึ่งยังขาดอีก 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบผู้รับสาร (Receiver) และองค์ประกอบข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับสาร (Feedback) นั้น เป็นผลการศึกษาที่สะท้อนให้เห็นถึงข้อบกพร่องของกระบวนการสื่อสารของศูนย์ ที่ควรมีการปรับปรุงให้เป็นกระบวนการสื่อสารที่สมบูรณ์มากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบกระบวนการสื่อสารของสมิต สัจฉกร (2547) ที่ระบุว่า การติดต่อสื่อสารควรมีองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 4 ประการ คือ ผู้ส่งสาร (Source or Sender) สาร (Message) ช่องทางที่จะส่งสาร หรือสื่อ (Channel or Medium) และผู้รับสาร (Receiver)

3.1.2 ผลการวิจัยที่ระบุว่า ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ต้องการให้มีการจัดทำสื่อเพิ่มขึ้นจากเดิม 3 ประเภท เป็น 4 ประเภท และผู้วิจัยได้ออกแบบเพิ่มเติมจากความต้องการของศูนย์อีก 1 ประเภท รวมทั้งสิ้น 5 ประเภทนั้น สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ของบาร์ทลันด์ (Barnlund, 2008 : 30) ที่เห็นว่า การสื่อสารความหมายที่มีประสิทธิภาพ ควรใช้ช่องทางหลายช่องทาง นอกจากนี้ ผลการวิจัยที่ระบุว่า ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ต้องการให้มีองค์ประกอบในการออกแบบสื่อ 4 ส่วน คือ 1) ข้อความที่เป็นสโลแกนของศูนย์ฯ 2) รายละเอียดของหลักสูตร และข้อมูลเพื่อการติดต่อกับศูนย์ฯ 3) รูปภาพกิจกรรมของเด็กด้อยโอกาส และ 4) ตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของศูนย์ฯ เมื่อพิจารณาผลการวิจัยส่วนนี้ เทียบเคียงกับองค์ความรู้เรื่องการประเมินสารตามแนวคิดทางนิเทศศาสตร์ (สกันธ์ ภู่งามดี อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชสกันธ์ ภู่งามดี. 2548 : 58-59) ในประเด็นลักษณะหลักของรหัสของ

สาร (message codes) จะพบว่า องค์ประกอบในการออกแบบสื่อทั้ง 4 ส่วนตามความต้องการของ ศูนย์ฯ นั้น ครอบคลุมลักษณะหลักของรหัสของสาร (message codes) ทั้ง “รหัสของสารที่ใช้คำ” (verbal message codes) และ “รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ” (non-verbal message codes)

3.1.3 ผลการวิจัย ที่ระบุถึงผลการทดสอบคุณภาพของผลงานต้นฉบับสื่อ ฉบับแรก โดย ผลสรุปประการหนึ่ง คือ ผลงานต้นฉบับสื่อดังกล่าว มีปริมาณข้อมูลที่เหมาะสมกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ผลดังกล่าวนี้ เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ วิโอ โกลด์ฮาร์เบอร์ และเยท (Wiio, Goldhaber & Yates, 1980 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. 2555) ที่พบว่า การได้รับ ข่าวสารมากเกินไปจะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเช่นเดียวกับการได้รับปริมาณ ข่าวสารน้อยเกินไป

3.1.4 ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ที่ออกแบบโดยผู้วิจัยนั้น ในภาพรวม ผู้วิจัยใช้ หลักการออกแบบโดยเน้นการสร้างสมดุล (Balance) แบบความสมดุลที่ต่างกัน (Asymmetrical Balance) แนวทางการออกแบบของผู้วิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดของสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2544 : 26) ที่กล่าวถึง หลักการสร้างสมดุล (Balance) ที่ครอบคลุมถึงความสมดุลที่ต่างกัน (Asymmetrical Balance) เช่นเดียวกัน

3.1.5 จากข้อเสนอของผู้วิจัย ที่นำเสนอแนวทางการใช้สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และ บทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร ที่กำหนดระยะเวลานำเสนอ สื่อทั้ง 5 ประเภทอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีนั้น สอดคล้องกับหลักสำคัญในการสื่อสารตามแนวคิดของ วิจิตร อาวะกุล (2525) ที่ระบุถึงองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่ง คือ ความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง (Continuity and Consistency) ทั้งนี้ เนื่องจากการสื่อข่าวสารจะได้ผลนั้น จะต้องส่ง “สาร” (Message) ป้อน และติดต่อกัน หรือมีการย้ำหรือซ้ำ เพื่อเตือนความทรงจำ หรือเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย

3.2 ข้อเสนอแนะ

3.2.1 หน่วยงานอื่นๆ ที่ให้ความช่วยเหลือแก่เด็กและเยาวชนด้อยโอกาส ควรนำ ผลการวิจัยฉบับนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทและภาพลักษณ์ขององค์กร

3.2.2 หน่วยงานภาครัฐ ควรพิจารณาประยุกต์ใช้แนวทางการพัฒนาสื่อในงานวิจัย ฉบับนี้ เพื่อเสนอแนะแผนประชาสัมพันธ์หน่วยงานย่อยที่ทำงานด้านส่งเสริมสวัสดิภาพของเด็กและ เยาวชนด้อยโอกาส

3.2.3 ภาคเอกชน ควรพิจารณาประยุกต์ใช้แนวทางการพัฒนาสื่อที่ปรากฏในงานวิจัย ฉบับนี้ เพื่อส่งเสริมสวัสดิภาพเด็กและเยาวชนด้อยโอกาสภายใต้แผนงานความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR)

3.2.4 ควรทำการศึกษาวิจัยต่อยอด โดยเน้นการวิเคราะห์ปัญหาการใช้สื่อ การออกแบบ และการสร้างสรรค์สื่อแบบครบวงจร (สื่อทุกประเภท) ภายใต้แผนการรณรงค์ทางการโฆษณา (Advertisement Campaign) ในเชิงลึกและรอบด้าน โดยหน่วยการศึกษาของการวิจัยอาจเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร รวมทั้งองค์กรพัฒนาเอกชนอื่นๆ ที่มีบทบาท ส่งเสริมสวัสดิภาพและคุณภาพชีวิตของเด็กและเยาวชนที่มีปัญหาในการใช้สื่อในปัจจุบัน ทั้งนี้ เพื่อให้นักวิชาการได้มีบทบาทในการช่วยแก้ปัญหาด้านสื่อควบคู่กับการส่งเสริมบทบาทและ ภาพลักษณ์ขององค์กรนอกภาครัฐโดยมีข้อมูลเชิงวิชาการรองรับ

บรรณานุกรม

กลุ่มตัวแทนเยาวชนศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร เป็นผู้ร่วมการประชุม กลุ่มย่อย ครั้งที่ 1, สกนธ์ ภู่งามดี เป็นผู้นำการประชุม, ที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2556.

.....เป็นผู้ร่วมประชุมกลุ่มย่อย ครั้งที่ 2, สกนธ์ ภู่งามดี เป็นผู้นำการประชุม, ที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2556.

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2555). การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. สืบค้นวันที่

5 กรกฎาคม 2555. จาก <http://coursewares.mju.ac.th:81/e-learning47/section2/ca520/11.htm>.

ดารา ทีปะปาล. (2546). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : อมรรการพิมพ์

วิจิตร อาวะกุล. (2525). การประชาสัมพันธ์: หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2548). บทเรียนหน่วยที่ 15 การประเมินสารในงานนิเทศศาสตร์ ภาคการศึกษาที่ 2 / 2548. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

สกนธ์ ภู่งามดี. (2548). การประเมินสารในงานนิเทศศาสตร์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

..... (2554). การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อผลิตงานโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มายน์คูลส์ พับลิชิ่ง

..... (2554). เอกสารคำสอน วิชา นท. 202 การออกแบบนิเทศศิลป์ 3 (CD 202 VISUAL

COMMUNICATION DESIGN 3) คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

สมควร กวียะ. (2546). ทฤษฎีการสื่อสารประยุกต์. กรุงเทพฯ : อักษราพิพัฒน์

สมิต สัมฤทธิ์. (2547). การสื่อสารสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. (2552). บทความเรื่องการพัฒนาสังคมกับ

การศึกษา. ค้นวันที่ 12 กรกฎาคม 2555 จาก http://www.nfe.go.th/home/index.php?option=com_content&view

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2552). แผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง

พ.ศ. 2552-2559. กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน. 2554 (24 มิถุนายน). **สถานการณ์เด็ก เยาวชน**

และผู้ด้อยโอกาสทางสังคม. ค้นวันที่ 16 กันยายน 2554 จาก <http://www.qlf.or.th/>

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2538). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์.** กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สุภาวศ์ จันทวานิช. (2547). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ(พิมพ์ครั้งที่ 2).** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

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

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2521). **การศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนต่อการศึกษา**

ของชาวบ้าน. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.

อาจารย์สอนวิชาไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ (ไม่ประสงค์ให้ระบุชื่อ) ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณ

ราชวราราม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สกนธ์ ภู่งามดี เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน

วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2556.

ฮาร์เทนโต คุณวัน (Mr. Hartanto Gunawan) เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สกนธ์ ภู่งามดี เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ศูนย์
การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2556.

.....เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สกนธ์ ภู่งามดี เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราช
วราราม กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2556.

.....เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สกนธ์ ภู่งามดี เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราช
วราราม กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2556

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

ภาคผนวก ก

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์ คือ นายฮาร์เทนโต กุนวัน (Mr. Hartanto Gunawan) ผู้อำนวยการศูนย์การเรียนรู้ วัดอรุณราชวราราม ฝ่ายฆราวาส ได้นำผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายแบนเนอร์ (Banner) ซึ่งเป็นผลผลิตตามเป้าหมายของโครงการวิจัยนี้ไปผลิตและใช้งานจริง โดยติดตั้งป้ายแบนเนอร์ (Banner) ขึ้นงานจริงขนาดกว้าง 1.5 เมตร ยาว 3.0 เมตร เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2556 ในบริเวณหน้าศูนย์การเรียนรู้ วัดอรุณราชวราราม ทั้งนี้ ปัจจุบัน (ธันวาคม 2556) ทางศูนย์ฯ กำลังอยู่ระหว่างการเจรจาจัดจ้างบริษัทผู้ผลิตสื่อเพื่อนำผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ อีก 4 ประเภท ซึ่งได้แก่ โบรชัวร์ (Brochure) ใบปิดโฆษณา (Poster) ป้ายโฆษณา (Billboard) ภาพและข้อความโฆษณาบนเว็บไซต์ (Website advertisement) ไปผลิตและใช้งานจริงภายในเดือนมกราคม 2557

ภาพเปรียบเทียบสื่อที่ผลิตจากผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายแบนเนอร์ (Banner) ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย กับสื่อเดิมของศูนย์การเรียนรู้ วัดอรุณราชวราราม ปรากฏดังนี้



ภาพที่ 30 ภาพเปรียบเทียบสื่อเดิมของศูนย์การเรียนรู้ วัดอรุณราชวราราม (ด้านซ้าย) กับป้ายแบนเนอร์ (Banner) ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย (ด้านขวา) ซึ่งติดตั้งที่บริเวณด้านหน้าของศูนย์ฯ ไว้คู่กัน

ภาคผนวก ข

จดหมายรับรองประโยชน์และคุณค่าด้านการใช้งานได้จริง (Practical use) (ฉบับภาษาไทย) ของ
ผลงานต้นฉบับสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ลงนามรับรองโดยนายฮาร์เทนโต กุนวัน (Mr. Hartanto Gunawan)

ศูนย์ศักยภาพการแข่งขันด้านศิลปะเพื่อการออกแบบ
(CADCC), มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
1761 ถนนพัฒนาการ 37 คลองตัน
สวนหลวง, กรุงเทพฯ 10250
โทร. 02-3202777 ต่อ. 1222 มือถือ 085-0998651

๑๑ พฤศจิกายน 2556

เรื่อง ขอเข้าพบเพื่อรับทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานต้นฉบับสื่อ ฉบับสมบูรณ์

เรียน คุณฮาร์เทนโต กุนวัน (Mr. Hartanto Gunawan)
ผู้อำนวยการศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม ฝ่ายข่าวราช

ตามที่คุณฮาร์เทนโต กุนวัน (Mr. Hartanto Gunawan) ได้กรุณาให้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 เมษายน และวันที่ 29 กันยายน 2556 นั้น กระผม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกันธ์ ภู่งามดี ผู้วิจัย โครงการ “การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร” ได้นำผลการสัมภาษณ์ทั้ง 2 ครั้งดังกล่าวไปเป็นข้อมูลสำคัญในการปรับแก้ผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับเบื้องต้น ซึ่งในขณะนี้ กระผมได้ปรับแก้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ ในวันที่ 24 พฤศจิกายน 2556 เวลา 10.00 น. กระผมขอเข้าพบท่านและเยาวชนกลุ่มที่เคยร่วมประชุมระดมความคิดเห็น (Focus group discussion) เพื่อนำเสนอผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ (Final media manuscript) และขอทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าด้านการใช้งานได้จริง (Practical use) ของผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อนำข้อคิดเห็นที่ได้ไปจัดทำรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ต่อไป

ในการนี้ หากท่านมีข้อคิดเห็นว่าผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สกันธ์ ภู่งามดี) มีประโยชน์ต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร รวมทั้งมีคุณค่าด้านการใช้งานได้จริง (Practical use) ขอได้โปรดลงนามเพื่อรับรองคุณค่าด้านการใช้งานได้จริง (Practical use) ของผลงานดังกล่าวด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สกันธ์ ภู่งามดี)

ผู้อำนวยการ

ศูนย์ศักยภาพการแข่งขันด้านศิลปะเพื่อการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ขอรับรองประโยชน์และคุณค่าด้านการใช้งานได้จริง (Practical use) ของผลงานต้นแบบสื่อ ฉบับสมบูรณ์ ที่ออกแบบ
โดยผู้วิจัย (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สกันธ์ ภู่งามดี)

(ลงนาม)

(นายฮาร์เทนโต กุนวัน (Mr. Hartanto Gunawan))

ผู้อำนวยการศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร

วันที่ 24 / NOVEMBER / 2013

ภาคผนวก ค

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สกนธ์ ภู่งามดี

(Assistant Professor SAKON PHU-NGAMDEE, Ph.D.)

เกิด : วันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2503

ที่อยู่ : หมู่บ้านวิสตาวิลล์ เลขที่ 55/274 หมู่ 9 ถนนลำลูกกา คลอง 3 (เลียบคลอง) ตำบลลาดสวาย
อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12150

หมายเลขติดต่อ : โทรศัพท์มือถือ : 085-099-8651 บ้าน 02-1931720

E-mail Address : sakon60@yahoo.com

ประวัติการศึกษา :

พ.ศ. 2523-2527 ประโยคประถมช่าง (ป.ป.ช.) และประโยคมัธยมช่าง (ป.ม.ช.) วิทยาลัย
ช่างศิลป์ กรมศิลปากร

พ.ศ. 2527-2530 การศึกษาระดับบัณฑิต (กศ.บ.) เอกศิลปศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตบางแสน

พ.ศ. 2540-2542 ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (ศป.ม.) สาขาทัศนศิลป์-ศิลปะสมัยใหม่
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พ.ศ. 2551-2553 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวัฒนธรรมศาสตร์ สถาบันวิจัยศิลปะและ
วัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ประสบการณ์ในการสอนล่าสุด :

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ปี พ.ศ.
2542-2545

อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะจินตทัศน์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทร
วิโรฒ ปี พ.ศ.2545-2546

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
ปี พ.ศ.2546-2548

อาจารย์ประจำสาขาวิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ วิทยาลัยเชียงราย ปี พ.ศ.2548-2549

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ปี พ.ศ.2549-2550

ประสบการณ์ด้านงานบริหาร

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ปี พ.ศ.2546-2548
คณบดี คณะศิลปกรรมศาสตร์ วิทยาลัยเชิงรับราย ปี พ.ศ.2548-2549

ตำแหน่งปัจจุบัน :

ผู้อำนวยการศูนย์ศักยภาพการแข่งขันด้านศิลปะเพื่อการออกแบบ (Center of Art Design Capabilities for Competition: CADCC) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาเขตพัฒนาการ ปี พ.ศ.2554 ถึงปัจจุบัน

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาเขตพัฒนาการ ปี พ.ศ.2554 ถึงปัจจุบัน

ประวัติการทำงาน :

Supervisor Designer : บริษัท Carpet International (Public Company)

Art Director : บริษัท อัมรินทร์พริ้นติ้ง กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (หนังสือแพรว & บ้านและสวน)

Art Director : บริษัท Thai Hakuodo Thailand

Art Director : บริษัท AMEX Team

Art Director : บริษัท Prakt & FCB (Public Company)

หัวหน้ากองบรรณาธิการ นิตยสาร Creative Living ปี พ.ศ. 2549

รางวัลเกียรติยศ :

ปี 2526 ได้รับทุน มรว. คึกฤทธิ์ ปราโมช วิทยาลัยช่างศิลป์ กรมศิลปากร

ปี 2526 รางวัลชมเชยอันดับ 1 วิชาวาดเส้น วิทยาลัยช่างศิลป์ กรมศิลปากร

ปี 2527 รางวัลชมเชยอันดับ 1 วิชาวาดเส้น วิทยาลัยช่างศิลป์ กรมศิลปากร

ปี 2527 รางวัลที่ 1 วิชาวาดเส้น วิทยาลัยช่างศิลป์ กรมศิลปากร

ปี 2533 ได้รับพระราชทานรางวัลอาจารย์สนับสนุนการสอน ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

ปี 2538 รางวัล SILVER การประกวดโฆษณายอดเยี่ยมแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 19

ปี 2539 รางวัล Asia Pacific FCB Creative Award (Creative Best of the Best) 1996 ณ

ประเทศฮ่องกง

ปี 2541 รางวัลชมเชยภาพประกอบนิทาน "นิทานมูลนิธิดี๋ย ครั้งที่ 2" เมษายน 2541

ปี 2542 ได้รับทุน “ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ” มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เดือน

กุมภาพันธ์

ปี 2542 ได้รับทุน “ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ” มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เดือนกรกฎาคม

ปี 2542 ได้รับคัดเลือกให้ร่วมปฏิบัติการ “ Workshop ประติมากรรมน้ำพุ ของ อาจารย์กมล ทัศนัญชลี (ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะ ปี 2542)” เพื่อติดตั้งภายในอาคารคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปี 2546 ร่วมปฏิบัติการทางศิลปะ(Art Workshop) ระหว่างมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒกับ สถาบันศิลปกรรมแห่งเดนมาร์ก (The Royal Academy of Fine Arts) ใน “ นิทรรศการผลงาน ศิลปกรรมไทย-เดนมาร์ก ” ณ หอศิลปกรรมศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ระหว่างวันที่ 30 มกราคม-7 กุมภาพันธ์ 2546

ปี 2550 ได้รับรางวัลชมเชยพิเศษจากมหาวิทยาลัยศิลปากร โดยสร้างผลงานจิตรกรรม ชื่อ ชา ลีมมงคลาสน์ สี่อะคริลิกบนผืนผ้าใบ ขนาด 60x40 ซม. เดือนธันวาคม 2550 เนื่องในโอกาสฉลอง 100 ปี พระราชวังสนามจันทร์

ปี 2552 ได้รับทุนการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวัฒนธรรมศาสตร์ สถาบันวิจัยศิลปะและ วัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปี พ.ศ. 2552

การแสดงผลงานจิตรกรรม

การแสดงนิทรรศการผลงานจิตรกรรมเดี่ยว 17 ครั้ง

การแสดงนิทรรศการผลงานจิตรกรรมกลุ่ม 63 ครั้ง

ผลงานการเขียนและเรียบเรียงตำราวิชาการ

หนังสือ ศิลปะเพื่อการสื่อสาร ปี พ.ศ. 2545 สำนักพิมพ์วาดศิลป์

หนังสือ การออกแบบการพิมพ์ ปี พ.ศ. 2545 สำนักพิมพ์วาดศิลป์

หนังสือ จิตวิทยากับการออกแบบ ปี พ.ศ. 2545 สำนักพิมพ์วาดศิลป์

หนังสือ จิตรกรรมสร้างสรรค์ ปี พ.ศ. 2545 สำนักพิมพ์วาดศิลป์

หนังสือ ฮานมิโร จิตรกรเซอร์เรียลิสต์ สีสันแห่งโลกตะวันออกปี พ.ศ. 2546 สำนักพิมพ์อินฟอร์ มีเดีย

หนังสือ การออกแบบและผลิตงานโฆษณา ปี พ.ศ. 2546 สำนักพิมพ์มายบุ๊กส์ พับบลิชิ่ง

หนังสือ ธุรกิจศิลปะ ปี พ.ศ. 2547 สำนักพิมพ์มายบุ๊กส์ พับบลิชิ่ง

หนังสือ พื้นฐานทัศนศิลป์ ปี พ.ศ. 2547 สำนักพิมพ์บุ๊กส์ฟอยท์

หนังสือ พื้นฐานการออกแบบตกแต่ง ปี พ.ศ. 2547 สำนักพิมพ์บุ๊กส์ฟอยท์

หนังสือ พื้นฐานการออกแบบกราฟิก ปี พ.ศ. 2547 สำนักพิมพ์บุ๊กส์ฟอยท์

หนังสือ การวางแผนในงานโฆษณา ปี พ.ศ. 2547 สำนักพิมพ์บุ๊กส์ฟอยท์

เอกสารประกอบการสอนวิชา CMM 237 หลักการออกแบบเบื้องต้น ปี พ.ศ. 2547 สาขาวิชา การโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

หนังสือ ศิลปปริทัศน์ ปี พ.ศ. 2548 สำนักพิมพ์บุ๊กส์ฟอยท์

หนังสือ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่องานโฆษณา ปี พ.ศ. 2554 สำนักพิมพ์มายบุ๊กส์ พับลีซิ่ง
เอกสารคำสอน วิชา นท. 202 การออกแบบนิเทศศิลป์ 3 (CD 202 VISUAL COMMUNICATION
DESIGN 3) ปี พ.ศ. 2554 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

หนังสือ สุนทรียะในการสร้างสรรค์งานนิเทศศิลป์ ปีการศึกษา 2554 คณะสถาปัตยกรรม
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ผลงานเขียนภาพประกอบ

กลุ่มหนังสือการ์ตูนคุณธรรม ของมูลนิธิดวงประทีป 8 เรื่อง ปี พ.ศ. 2556 ดังนี้ เรื่องดาวน้อย
เรื่องเจ้าตัวเล็ก เรื่องดินแดนแสงทอง เรื่องรองเท้ามอมแมม เรื่องปู่ป้ากวัดฟัน เรื่องไส้เดือนน้อย
ตะลุมดิน เรื่องหม้อวิเศษ และเรื่องเจ้าค้างคาวปากเปราะ

หนังสือประเภท HOW-TO ทางงานนิเทศศาสตร์ เรื่อง ทวีโดเอ็ด ปี พ.ศ. 2550

ผลงานการเขียนชุดวิชาสำหรับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

บทเรียนหน่วยที่ 15 การประเมินสารในงานนิเทศศาสตร์ ภาคการศึกษาที่ 2 / 2548

บทเรียนหน่วยที่ 4 สุนทรียะในการสร้างสรรค์งานโฆษณา ภาคการศึกษาที่ 1 / 2549

บทเรียนหน่วยที่ 5 การบริหารบริษัทตัวแทนโฆษณา ภาคการศึกษาที่ 1 / 2549

บทเรียนหน่วยที่ 10 การบริหารการผลิตงานโฆษณา ภาคการศึกษาที่ 1 / 2549

บทเรียนหน่วยที่ 13 การเสนอเรื่องราวในชิ้นงานโฆษณา ภาคการศึกษาที่ 1 / 2549

ผลงานการวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย “ การศึกษากระบวนการระบายสีในงานภาพประกอบเรื่องของ
รองศาสตราจารย์กรีก ยูนพันธ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525-2546 ” ปี พ.ศ. 2548 (ทุนอุดหนุนการวิจัยจาก
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี)

หัวหน้าโครงการวิจัย “ การศึกษากระบวนการระบายสีในงานจิตรกรรมของกุสตาฟ คลิมท์
ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1862-1918 และ ฟรานซิส เบคอน ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1909-1992 ” ปี พ.ศ. 2550 (ทุนอุดหนุน
การวิจัยจากบริษัทยูอาร์ เคมีคอล จำกัด)

หัวหน้าโครงการวิจัย “การสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อรณรงค์
การต่อต้านยาเสพติดในกลุ่มเยาวชน : กรณีศึกษา กลุ่มเยาวชนในมหาวิทยาลัยเขตภาคตะวันออกของไทย”
ปี พ.ศ. 2550-2551 (ทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ)

ผู้ช่วยผู้วิจัย โครงการวิจัยหัวข้อ “การประเมินความสามารถในการสื่อสารของป้ายโฆษณา
และป้ายประกาศของกรมการขนส่งทางบก บนทางหลวงแผ่นดินสายหลัก” ปี พ.ศ. 2550-2551 (นักวิจัย
หัวหน้าโครงการรศ. ดร. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)

หัวหน้าโครงการวิจัย “ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อรณรงค์ต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” ปี พ.ศ. 2555 (ทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต)

หัวหน้าโครงการวิจัย “การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน วัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร” (ทุนสนับสนุนการวิจัย ปีงบประมาณ 2555 โดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และเครือข่ายวิจัยเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน สถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญาและวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ)

หัวหน้าโครงการวิจัย “การศึกษางานจิตรกรรมฝาผนังวัดอรุณราชวราราม กรุงเทพมหานคร” (ทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต) ปี พ.ศ. 2556