ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเนื้อหาโฆษณาทางโทรทัศน์: กรณีศึกษาโครงการรวมพลังหารสอง ณ ตำบลบ้านปง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายนักรบ พิมพกรณ์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ดร.จิตรลดา บุรพรัตน์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเนื้อหาของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ในโครงการ “รวมพลังหารสอง” และเพื่อศึกษาทัศนคติ การเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาสื่อของประชากรตำบลบ้านปง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิเคราะห์สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์จำนวน 5 ชิ้น ที่ออกอากาศในปี พ.ศ. 2549 ซึ่งจะแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 วิเคราะห์การออกแบบเนื้อหา และส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจ

การวิเคราะห์การออกแบบเนื้อหาจะดำเนินการเป็น 2 ขั้นตอน คือขั้นตอนแรกเป็นการศึกษารายละเอียดของสื่อ และขั้นตอนที่สองเป็นการวิเคราะห์การออกแบบเนื้อหาโดยใช้เกณฑ์การตัดสินจากหลักการออกแบบ ที่มองในด้านเนื้อหาของสื่อ ซึ่งได้แก่ ความมีเอกภาพ ความกลมกลืน สัดส่วน ความสมดุล ช่วงจังหวะ จุดเด่น ความหลากหลาย ความลดหลั่น อารมณ์ การตัดกัน การรวมตัว และรูปแบบ จากนั้นนำข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับทัศนคติ การเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาของสื่อมาวิเคราะห์ แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์ทั้ง 2 ส่วนมาอธิบายแสดงความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน

ผลการศึกษา พบว่าโฆษณาของโครงการมักจะสร้างสรรค์อารมณ์ให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตามได้ดี มีการใช้จังหวะการนำเสนอสาระได้อย่างเหมาะสม สามารถร้อยเรียงเรื่องราวได้อย่างราบรื่น และมักจะเป็นเรื่องที่ตลกขบขัน แต่ต้องใช้วิจารณญาณในการรับชม และบางชิ้นก็สามารถนำเหตุการณ์ปัจจุบันมาสร้างสรรค์ได้อย่างน่าประทับใจ เนื้อหาของสื่อโฆษณาทั้ง 5 ชิ้น สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจพอสมควร แม้ว่าจะไม่สามารถดึงดูดความสนใจได้มากนัก และเนื้อหาไม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ถึงกับเข้าใจได้ง่าย แต่ก็สามารถกระตุ้นให้หันมาสนใจเรื่องการประหยัดพลังงาน โดยทำให้ผู้ชมได้รู้จักวิธีประหยัดพลังงานมากขึ้น สามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน และคิดว่าจะปฏิบัติตามวิธีการประหยัดพลังงานที่สื่อนำเสนอได้ สำหรับการออกแบบเนื้อหาของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ของโครงการรวมพลังหารสองที่เหมาะสมกับประชากรของตำบลบ้านปง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ควรจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบละครสั้นที่ตลกขบขัน โดยเป็นตลกที่ไม่มีพิษมีภัย สามารถนำเสนอความรู้ใหม่ที่ทำได้ง่ายในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเรื่องการประหยัดน้ำมัน ซึ่งควรจะให้ออกอากาศในช่วงข่าวหรือละครตั้งแต่เวลา 17.01น. เป็นต้นไป และควรจะออกอากาศให้มากขึ้น ด้วยการสลับสับเปลี่ยนโฆษณาให้ไม่ซ้ำกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title An Analysis of Content Design for Television Advertisement: The Case Study of Ruam Palang Harn Song Project, in Tambon Banpong, Amphoe Hang Dong, Changwat Chiang Mai.

Author Mr. Nakrop Phimphakorn

Degree Master of Arts (Media Arts and Design)

Independent Study Advisor Dr. Chitrlada Burapharat

ABSTRACT

The objectives of this independent study were to analyze the content design of television advertisements in the "Ruam Palang Harn Song" project, and to study the attitudes, mind-openness, and satisfactions of the media content, of people in Tambon Banpong, Amphoe Hang Dong, Changwat Chiang Mai. The study analyzed five television advertisements which were on the air in 2006, and it was divided into two sections: (1) the analysis of content design, and (2) the analysis of the surveyed data.

The analysis of content design comprised two steps: (1) the study of media details, and (2) the analysis of content design by employing the principles of design: Unity, Harmony, Proportion, Balance, Rhythm, Emphasis, Variety, Gradation, Mood, Contrast, Combination, and Form. Collected from the sample group, the data on attitudes, mind-openness, and satisfactions of media content were analyzed, and then the results of the two steps were discussed to explain their relationships.

The findings revealed that the advertisements appeared to create emotions easily enough for the viewers to follow, employed rhythms to present contents appropriately, organized stories smoothly, and tended to choose funny stories, though careful watching was needed. Some advertisements were able to apply current events in their stories creatively. All the five advertisements were able to satisfy the sample group quite well although they were not much

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

attractive and not quite easy to understand. However, they were able to motivate the viewers to be aware of saving energy by presenting some ways of saving more energy, which were practical and useful in everyday life. The suggestions on content design for television advertisement in the Ruam Palang Harn Song project which seemed suitable for people in Tambon Banpong, Amphoe Hang Dong, Changwat Chiang Mai, were that the advertisements should be presented in funny, short stories having no harm. The contents should be easy enough to apply in everyday life, especially saving oil. The advertisements should be broadcasted through a period of news or drama from 17:01 p.m. onwards, and should be broadcasted more by changing advertisements constantly.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved