

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ
โดยสำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Development of Digital Signage
By Office of Academic Resources Chulalongkorn University

นัยน์ปพร จารุเกษตรวิทย์

สำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
E-mail: naipaporn.j@car.chula.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพของสำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเพื่อพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความทันสมัย รวดเร็ว และลดจำนวนปริมาณของสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ โดยผู้ควบคุมสามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูล ข่าวสาร ภาพ และภาพเคลื่อนไหวได้โดยควบคุมระบบผ่านทางโครงข่าย IT ที่เข้ามาช่วยให้ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในระยะยาว ทั้งนี้ยังสามารถบริหารจัดการระบบ การออกแบบกราฟิก เพิ่มลูกเล่นให้มีความน่าสนใจและดึงดูดแก่ผู้พบเห็น

คำสำคัญ:

การพัฒนา, สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ

Abstract

This article is intended to develop media for digital signage of the Office of Academic Resources, Chulalongkorn University and to develop the media model to stay up-to-date, to be prompt for utilization, and to help reducing of printed media usage. Operators can control and publish the information and media such as stills and motions by controlling the digital signage system via IT network which thrives in cutting costs and reducing time consuming in the long run; likewise, it also contributes to more ease of administration of the system as well as the graphics having more added touch of attractions that certainly draw more eyes from people.

Keyword:

Development, Digital Signage

บทนำ

การประชาสัมพันธ์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 นับเป็นจุดเปลี่ยนของโลกการสื่อสารในปัจจุบันอย่างมาก เพราะเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับความเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ ได้อย่างเป็นรูปธรรมย่อมเป็นที่ประจักษ์ พัฒนาการของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ไปสู่รูปแบบใหม่ การใช้สื่อใหม่ หรือ “New Media” เข้ามามีบทบาทการผสมผสานในยุคโลกาภิวัตน์ มีการดำเนินการด้านดิจิทัล เพื่อการเข้าถึงความต้องการของผู้รับ เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงและวัดผลได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างโอกาสทางการรับรู้ให้กว้างขวางขึ้น หรืออย่างที่ภาคธุรกิจใช้คำว่า การตลาดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์จึงเป็นความจำเป็นที่ต้องคอยขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ในทุกยุคทุกสมัย (พรพิทักษ์ แม้นศิริ, 2560)

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือสื่อความหมายสร้างความรู้และความเข้าใจ แม้ว่าการสื่อสารจะเกิดขึ้นพร้อมกับการมีชีวิต สื่อความหมายด้วยเสียงร้อง สีหน้า ท่าทาง ภาษา คำพูด หรือสื่อความหมายตามสัญชาตญาณ แต่การสื่อสารเป็นศาสตร์และศิลป์ที่ต้องสร้างความเข้าใจอย่างเป็นระบบ เพราะการสื่อสารไม่เพียงแต่เป็นความจำเป็นในการดำรงชีพของมนุษย์เท่านั้น หากแต่หมายถึงการสร้างเครือข่ายสังคมและการพัฒนาคุณภาพชีวิตสู่ความมั่นคง การสื่อสารขับเคลื่อนได้โดยอาศัยตัวแปรต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน (พิชญพร ประครองใจ, 2558)

สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางการสื่อสารที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ที่จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ส่วนกิจกรรมประชาสัมพันธ์นั้น นักประชาสัมพันธ์สามารถนำกิจกรรมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทุกแขนงได้เพื่อให้เกิด Talk of the town สิ่งสำคัญคือนักประชาสัมพันธ์จะต้องสร้างกระแสให้เกิดขึ้นให้ได้เพื่อส่งผลให้ได้รับการเผยแพร่ (จินตวีร์ เกษมศุข, 2560)

ในปัจจุบันงานแสดงสินค้า หรือ งานอีเวนต์ต่าง ๆ ทุกวันนี้ สิ่งหนึ่งที่จะสังเกตเห็นได้มากขึ้น ก็คือ การลดจำนวนลงของสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น ธงราว ป้ายผ้า ป้ายไวเนลโปสเตอร์สแตนดาร์ด เนื่องจากผู้บริโภคเองส่วนใหญ่ ชอบฟังชอบดูมากกว่า ชอบอ่านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นส่วนช่วยเพิ่มลูกเล่นและความสะดวกสบายในการจัดการกับเนื้อหาอื่น ๆ ให้เกิดความหลากหลายน่าสนใจมากขึ้น และเป็นเทรนด์ใหม่ของสื่อโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เพื่อแทนป้ายประชาสัมพันธ์แบบเดิม ๆ ซึ่งถูกแทนที่ด้วยระบบป้ายดิจิทัล หรือจอประเภท LCD เราเรียกระบบสื่อสารแบบนี้ว่าระบบ Digital Signage หรือสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพนั่นเอง (เครือข่ายและคอมพิวเตอร์แม่ข่าย, 2560)

การจัดทำยุทธศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปี พ.ศ. 2560-2563 เพื่อผลักดันให้มหาวิทยาลัย ไปสู่ความเป็นเลิศตามวิสัยทัศน์ การบรรลุเป้าหมายสู่ความเป็นเลิศมีความท้าทายอย่างสูง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่มหาวิทยาลัยต้องกำหนดทิศทาง การขับเคลื่อนที่กระชับ ชัดเจน สื่อสารให้ประชาคมและนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทั้งหมด ได้ร่วมกันผลักดันให้มหาวิทยาลัยสามารถสร้างบัณฑิตที่มีความ สามารถด้านวิชาการ มีทักษะที่ทันสมัย มีจิตสาธารณะ และมีความเป็นผู้นำ สามารถบุกเบิก บูรณาการองค์ความรู้ สร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการเรียนการสอนและการวิจัย

สามารถสร้างผลงานวิชาการและวิจัยในระดับนานาชาติตลอดจนสามารถนำความรู้ไปขับเคลื่อน การพัฒนาประเทศและสังคมไทยได้อย่างยั่งยืน (สำนักบริหารยุทธศาสตร์และการงบประมาณ, 2560) ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นเจ้าหน้าที่บริการการศึกษา ฝ่ายบริการข้อมูลสารสนเทศ สำนักงาน วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งรับผิดชอบในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อการสื่อสารภายในหน่วยงาน จึงต้องการศึกษาแนวทางและการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านจอภาพ ซึ่งใช้มาเป็นเวลา 2 ปี ทั้งนี้เพื่อนำแนวทางที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านจอภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ โดยสำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่ โสตทัศนโสตหรือ ผู้ที่เกี่ยวข้องในสำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 6 คน ในเดือนกันยายน 2561 ดังนี้

1. คุณวิษรดา อินทร์ตัน ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริการสารสนเทศ ศูนย์สารสนเทศประเทศไทยและประชาคมอาเซียน
2. คุณกชกร สัจจาภาพพิชิต ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริการสารสนเทศ ศูนย์สารสนเทศ ประเทศไทยและประชาคมอาเซียน
3. คุณระเบียบ แสงจันทร์ ตำแหน่ง บรรณารักษ์ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศห้องสมุด
4. คุณปิยธิดา ห่อประทุม ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริการสารสนเทศ ฝ่ายเทคโนโลยี สารสนเทศห้องสมุด
5. คุณศิริลักษณ์ สุตันไชยนนท์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริการการศึกษา ฝ่ายบริการข้อมูล สารสนเทศ
6. คุณยุภาวดี ดิกลาง ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริการการศึกษา ฝ่ายบริการข้อมูลสารสนเทศ

ขั้นตอนการศึกษาแนวทางและการพัฒนาประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ กำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนา สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ กำหนดรูปแบบการนำเสนอของสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ

ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และเจ้าหน้าที่โสตศึกษาเทคโนโลยีหรือ ผู้ที่เกี่ยวข้องในสำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 6 คน

1. แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ เพื่อการสื่อสารภายในจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย

- ด้านรูปแบบ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ส่วนใหญ่ ต้องการให้พัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้มีความทันสมัยและควรคำนึงถึงอัตลักษณ์ภายในหน่วยงาน ทั้งนี้คุณวิษรา อินทร์ตัน ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริการสารสนเทศ ศูนย์สารสนเทศประเทศไทยและประชาคมอาเซียน ได้ให้ความเห็นว่า “หน้าจอของสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ ควรจะมีขนาดใหญ่กว่านี้ การออกแบบอยากให้เห็นและสะดุดตา ทั้งด้านสี และ เนื้อหา รูปภาพ ให้ดูน่าสนใจ”

คุณระเบียบ แสงจันทร์ ตำแหน่ง บรรณารักษ์ ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศห้องสมุด ได้ให้ความเห็นว่า “การออกแบบต้องตรงกับเนื้อหาของงานที่ได้รับหรือตามที่ประชุม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับงาน มีกราฟิก ลูกเล่นต่าง ๆ ซึ่งจะแตกต่างจากโปสเตอร์ที่เป็นกระดาษ”

- ด้านเนื้อหา

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ส่วนใหญ่ ต้องการให้มีเนื้อหาที่หลากหลาย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ข่าวสารต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย สารความรู้ทั่วไปที่เป็นประโยชน์ การใช้คำภาษาต้องชัดเจน เข้าใจง่าย ข้อความต้องไม่มากเกินไป และไม่เล็กเกินไป การเลือกเนื้อหาและกราฟิกให้เหมาะสม เช่น การเลือกสี กราฟิก ทั้งนี้ คุณศิริลักษณ์ สุตันไชยนนท์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริการการศึกษา ฝ่ายบริการข้อมูลสารสนเทศ ได้ให้ความเห็นว่า “เนื้อหาที่จะประชาสัมพันธ์ควรเน้นข่าวสารกิจกรรมในหน่วยงานเป็นสำคัญ และสอดแทรกสารความรู้ทั่วไปให้เนื้อหามีความหลากหลายและน่าสนใจยิ่งขึ้น”

คุณยุภาวดี ดิกลาง ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริการการศึกษา ฝ่ายบริการข้อมูลสารสนเทศ ได้ให้ความเห็นว่า “เนื้อหาต้องมีความหลากหลาย และเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน”

จากการสัมภาษณ์สรุปได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพเป็นสื่อที่เผยแพร่ รูปภาพ โปสเตอร์ คลิปวิดีโอ ส่งข้อมูลข่าวสารนี้ไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยมีการพัฒนารูปแบบให้มีความสวยงามทันสมัย สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของหน่วยงาน มีเนื้อหาที่หลากหลาย มีข่าวสารที่เป็นประโยชน์เหมาะสมสำหรับทุกเพศทุกวัย มีการใช้สี กราฟิกที่เหมาะสม ข้อความมีขนาดใหญ่ อ่านง่าย

ขั้นตอนที่ 3 การจัดเตรียมเนื้อหาของสื่อ เช่น ภาพเคลื่อนไหว โปสเตอร์ ข้อความที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับหน่วยงานในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพให้มีความสอดคล้องกับหน่วยงาน การกำหนดสี ข้อความ รูปภาพ กราฟิก ให้สื่อถึงอัตลักษณ์ของหน่วยงาน และการออกแบบกราฟิกของรูปแบบประชาสัมพันธ์ ข้อความ ตัววิ่ง ให้มีความเหมาะสม

เทคนิคการออกแบบเพื่อใช้ในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

ในการออกแบบงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประการแรกผู้ออกแบบจะต้องทราบวัตถุประสงค์ของงานว่าเพื่อใช้งานใด (ศักดิ์ดา ประจักษ์ศิลป, 2543)

1. ความสะดวก ต่อการนำไปใช้สอย มีขนาดและสัดส่วนเหมาะสม

- สะดวก ง่ายต่อการอ่าน ตัวอักษรจะต้องเป็นตัวที่อ่านง่าย สีและขนาดความสูงช่องไฟของตัวอักษร จะต้องเหมาะสมกับระยะของการอ่าน

- สะดวกต่อการเข้าใจ ควรใช้ข้อความสั้น ๆ อ่านและเข้าใจได้ทันที หากมีภาพประกอบก็ควรเป็นภาพที่มีลักษณะเด่นชัดในการสื่อความหมาย เข้าใจได้

2. ความเป็นเอกภาพ ในการออกแบบงาน ควรมีลักษณะเป็นหนึ่งเดียวคือจุดเด่นเพียงจุดเดียว ซึ่งสิ่งที่ช่วยเสริมจุดเด่นดังกล่าว ได้แก่

- เส้น ควรเป็นเส้นตรงเส้นขนาน และเส้นตั้งฉาก ซึ่งจะช่วยให้วัสดุมีลักษณะกลมกลืนกัน
- สี ควรใช้ในลักษณะที่กลมกลืนกัน เพื่อแสดงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เช่น สีเหลือง สีแดง
- รูปร่าง เนื้อที่ของวัสดุ ควรมีรูปร่างที่คล้ายคลึงกัน เช่น เป็นรูปร่างกลม หรือสี่เหลี่ยมด้วยกัน
- พื้นที่ในการออกแบบงาน ควรนึกถึงช่องว่างหรือพื้นที่ว่างเพื่อช่วยพักสายตา ซึ่งจะต้องเป็นระเบียบเดียวกัน
- ผิวพื้นวัสดุ เนื้อกระดาษที่นำมาใช้ในการออกแบบภาพประกอบ หรือประดิษฐ์ตัวอักษร ลักษณะของผิวพื้นวัสดุจะต้องกลมกลืนกัน

3. การเน้น ในเนื้อที่ของวัสดุจะต้องเน้นจุดใดจุดหนึ่งให้เด่นชัดขึ้น และส่วนอื่น ๆ จะเป็นส่วนช่วยเสริม วิธีการเน้นทำได้โดย

- มีแนวความคิดเดียว ในวัสดุแต่ละแผ่น ซึ่งอาจแสดงออกได้โดยเป็นข้อความ ภาพประกอบ
- มีจุดสนใจ เพียงจุดเดียวจุดสนใจดังกล่าวอาจจะเป็นภาพ สัญลักษณ์ หรือข้อความสั้น ๆ กระทัดรัด
- ขนาด ควรมีขนาดใหญ่กว่าส่วนประกอบอื่น ๆ
- มิติ การใช้มิติเพื่อให้ทราบว่าจุดเน้นอยู่บริเวณใด ก็จะทำให้จุดเน้นนั้นมีความเด่นกว่าสิ่งอื่น ๆ ที่เป็นส่วนประกอบ เช่น การเขียนภาพวิวทิวทัศน์ที่มีถนน ลำธาร จะเป็นส่วนประกอบให้กระท่อมที่เราต้องการเด่นกว่าสิ่งอื่น ๆ
- สีแสงและเงา จะช่วยให้ทราบว่าอะไรเป็นจุดเน้น โดยเลือกใช้สีเข้มมากเน้นแสงสว่างและเงาให้มากกว่าบริเวณอื่น
- ความสมดุลของภาพ น้ำหนักของภาพด้านซ้ายและด้านขวามีความสมดุลกัน คือมีความเท่ากัน อาจเป็นไปได้ทั้งลักษณะของภาพและลักษณะของสี

หลักการออกแบบส่วนประกอบของมัลติมีเดีย

การนำส่วนประกอบต่าง ๆ ของมัลติมีเดีย ไม่ว่าจะเป็นข้อความ ภาพและกราฟิก วิดิทัศน์ ภาพเคลื่อนไหว เสียง มาใช้ในการนำเสนอบนหน้าจอของบทเรียนมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ มีแนวทางการออกแบบดังนี้ (ณัฐกร สงคราม, 2557)

1. การใช้ข้อความ ข้อความนับเป็นองค์ประกอบหลักพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในการออกแบบมัลติมีเดีย ซึ่งผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงองค์ประกอบย่อย ๆ หลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบตัวอักษร ขนาดตัวอักษร ความหนาแน่นของตัวอักษร สีของข้อความ รวมทั้งการจัดข้อความร่วมกับภาพในหน้าจอ

2. การใช้ภาพนิ่งและกราฟิก เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกตัวหนึ่งของมัลติมีเดียเพราะช่วยสื่อความหมายให้ผู้ใช้งานเข้าใจได้เป็นอย่างดี การใช้ภาพนิ่งและกราฟิกนั้น นอกจากจะใช้เพื่อสื่อความเข้าใจเนื้อหาแล้ว ยังช่วยเพิ่มความสวยงามและสีสันให้มัลติมีเดียดูน่าสนใจยิ่งขึ้น

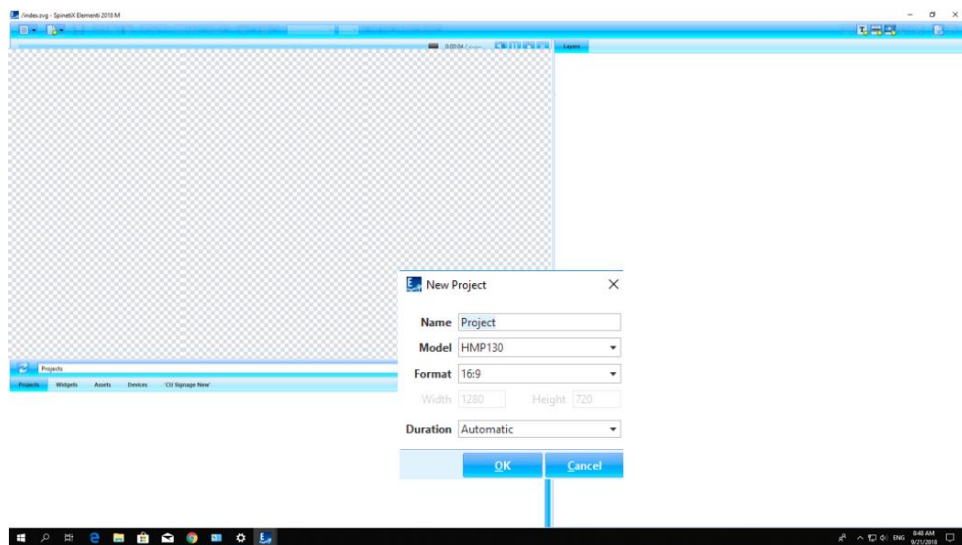
3. การใช้ภาพเคลื่อนไหว เป็นการนำภาพนิ่งหรือกราฟิกมาแสดงต่อเนื่องกันให้เกิดลักษณะการเคลื่อนไหว ซึ่งมีทั้งแบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ส่วนใหญ่การนำภาพเคลื่อนไหวมาใช้เพิ่มความน่าสนใจ

4. การใช้วีดิทัศน์ ใช้ในลักษณะที่ใกล้เคียงกับภาพเคลื่อนไหว แม้เนื้อหาบางอย่าง ภาพเคลื่อนไหวที่เป็นกราฟิกจะเหมาะสมกว่า แต่การนำเสนอด้วยวีดิทัศน์ ก็ได้เปรียบในแง่ของการถ่ายทอดภาพแห่งความเป็นจริงได้อย่างชัดเจน

5. การใช้เสียง ไม่ว่าจะเป็นเสียงพูดบรรยาย เสียงดนตรี และเสียงประกอบ ช่วยในการนำเสนอให้น่าสนใจ เสียงดนตรีช่วยเพิ่มความรื่นและบรรยากาศในการนำเสนอเนื้อหา เสียงประกอบฉากช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดจินตนาการ

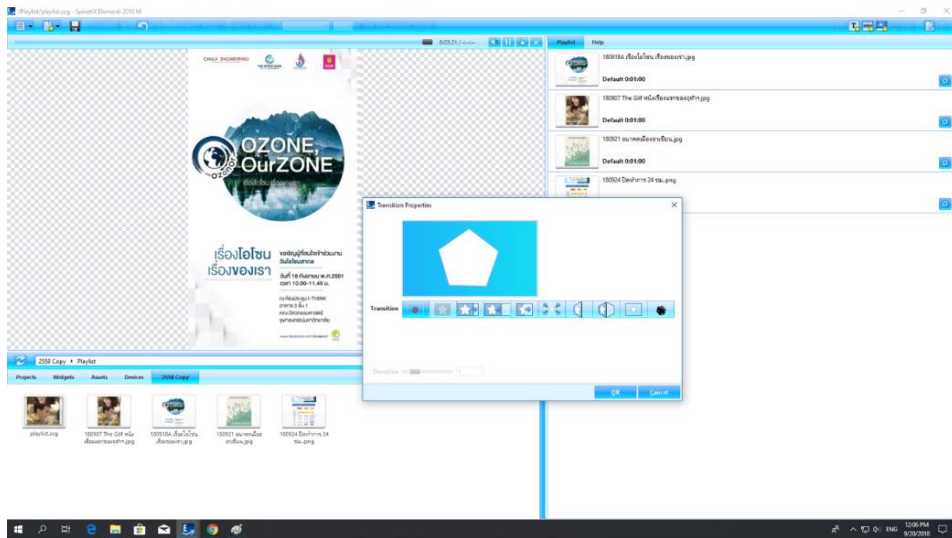
ขั้นตอนที่ 4 การถ่ายทอดสดด้วยโปรแกรม Mc Tek เป็นโปรแกรมตรวจสอบสัญญาณที่ส่งมาจากอีกเครื่องเข้ามาเครื่องเพื่อถ่ายทอดไปตามจุดต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ และการใช้โปรแกรม Spinetix Elementi เป็นซอฟต์แวร์ออกแบบและบริหารจัดการ เครื่องเล่นป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัล การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ

- เปิดโปรแกรม Spinetix Elementi เข้าไปที่ Projects > คลิกขวา New Project ใส่ชื่อ Project, Model HMP 130, Format 16:9 แล้วกด OK เพื่อสร้างโปรเจกงาน และเป็นที่รวมข้อมูลต่าง ๆ เช่น วิดีโอ, โปสเตอร์, ข้อความ, ตัววิ่ง โดยจัดเป็นหมวดหมู่อยู่ในโปรเจค



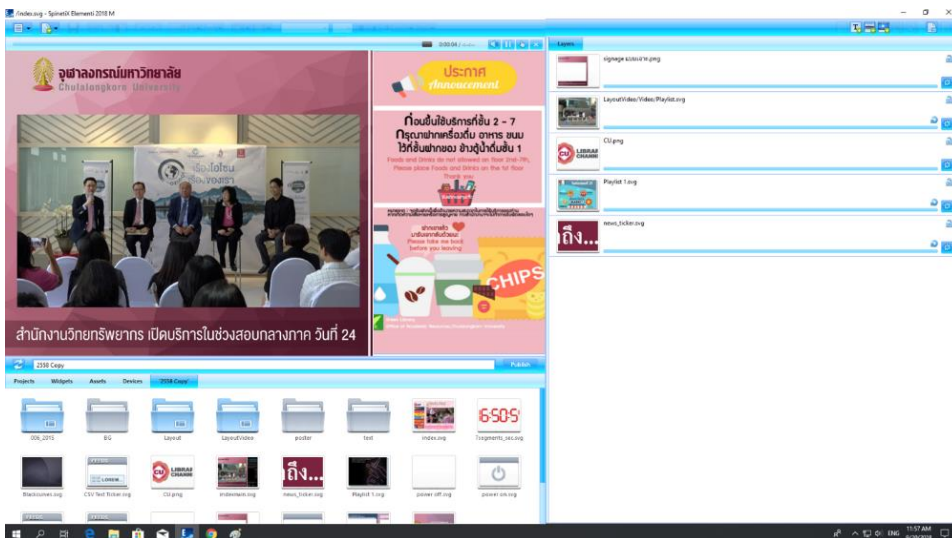
ภาพที่ 1 การสร้างโปรเจกงาน

- จัดเรียง Playlist Poster คลิกขวาที่ Project > New Playlist > เลือก OK > ดับเบิลคลิกที่ Playlist อีกครั้ง นำโปสเตอร์ที่ได้จัดเตรียมไว้ ลากใส่ Playlist และกำหนดค่าในการเปลี่ยนภาพ เพื่อให้โปสเตอร์เรียงตามลำดับที่จัดเตรียมไว้ ตั้งเวลาในการเปลี่ยนภาพ และเพิ่มลูกเล่นให้กับชิ้นงาน



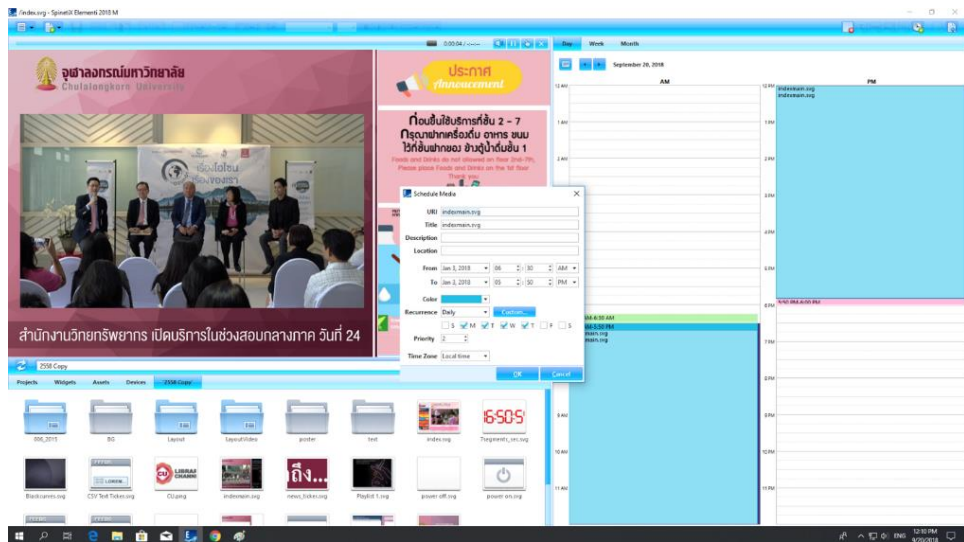
ภาพที่ 2 การจัดเรียงรายการ (Playlist) และการใส่เอฟเฟกต์ในการเคลื่อนไหวของภาพ

- การรวมเนื้อหา ไปที่ Indexmain > เลือกไฟล์รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้จัดเตรียมไว้ จัดวางภาพวิดีโอ โปสเตอร์ ตัววิ่ง ในตำแหน่งที่เหมาะสม



ภาพที่ 3 การรวมเนื้อหาหลากหลายสื่อเข้าด้วยกัน

- การจัดเรียง Schedule ไปที่ Index > ดับเบิ้ลคลิกที่ Schedule > ตั้งเปิด-ปิดเวลา ผ่านโปรแกรมและกำหนดวันเวลา และลำดับความสำคัญในการออกอากาศ



ภาพที่ 4 การจัดเรียงเวลาในการออกอากาศ

ขั้นตอนที่ 5 การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ



ภาพที่ 5 สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ

ผลการประเมินรูปแบบของการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ โดยสำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการประเมินรูปแบบของการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ โดยสำนักงานวิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อในการประเมิน	\bar{X}	SD	ระดับคุณภาพ
1. ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ			
1. สื่อวิดีโอ	4.44	0.62	ดีมาก
2. สื่อโปสเตอร์	4.19	0.74	ดีมาก
3. สื่อแบนเนอร์	3.81	0.82	ดีมาก
4. สื่อตัวอักษรวิ่ง	3.38	0.91	ดีมาก
เฉลี่ย	3.96	0.12	ดีมาก
2. รูปแบบการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ			
1. การนำเสนอของสื่อเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย	4.44	0.56	ดีมาก
2. ภาษาที่ใช้มีความเหมาะสมและเข้าใจ	4.34	0.70	ดีมาก
3. สื่อมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.22	0.71	ดีมาก
4. กราฟิกมีความสวยงาม	4.31	0.78	ดีมาก
เฉลี่ย	4.33	0.09	ดีมาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การประเมินรูปแบบของการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพที่เหมาะสมต่อการประชาสัมพันธ์จากกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกแบบเจาะจง จำนวน 33 คน ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ มีค่าเฉลี่ยทุกส่วนอยู่ที่ 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.12 เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า อยู่ในเกณฑ์ระดับดีมาก และรูปแบบการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพ มีค่าเฉลี่ยทุกส่วนอยู่ที่ 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.09 เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า อยู่ในเกณฑ์ระดับดีมาก

การนำไปใช้ประโยชน์

การจัดทำโครงการนี้เพื่อต้องการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านจอภาพและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยงาน กระบวนการออกแบบจึงเป็นสิ่งสำคัญ สี ตัวอักษร การใช้รูปภาพ ต้องไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สาร สารระความรู้ กิจกรรมต่าง ๆ ในสำนักงาน วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ไปสู่ผู้ใช้บริการให้ได้ประโยชน์สูงสุด

ข้อเสนอแนะ

- ควรซื้อตัวหนังสือบนจอทีวี เนื่องจากบางจุดที่ติดตั้งไม่สามารถเปิดเสียงได้
- การออกแบบ กราฟิก ลูกเล่นต่าง ๆ เป็นสิ่งสำคัญ และควรเน้นอัตลักษณ์ของหน่วยงาน

รายการอ้างอิง

ศักดิ์ดา ประจุกติลป. (2543). *สื่อ: โสตทัศนูปกรณ์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สัมพันธ์พาณิชย์: กรุงเทพฯ.

เครือข่ายและคอมพิวเตอร์แม่ข่าย. (2560). *Digital Signage*. เข้าถึงได้จาก

<http://netserv.pn.psu.ac.th/sinage.php>.

จินตวีร์ เกษมสุข. (2560). *หลักการและกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์*. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.stou.ac.th/offices/Oce/kmoce1/pr249561.pdf>.

ณัฐกร สงคราม. (2557). *การออกแบบและพัฒนาอัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย..

พรพิทักษ์ แม้นศิริ. (2560). *เอกสารประกอบการประชาสัมพันธ์ 4.0*. เข้าถึงได้จาก

https://s3-ap-southeast1.amazonaws.com/makeweb/nhdwndC0/Document/เอกสารประกอบการประชาสัมพันธ์_4_0.pdf

พิชญาวพร ประครองใจ. (2558). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักบริหารยุทธศาสตร์และการงบประมาณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560). *แผนยุทธศาสตร์*

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2560 – 2563. เข้าถึงได้จาก

<http://www.osm.chula.ac.th/index.php/m-strategy/m-st-cu>.