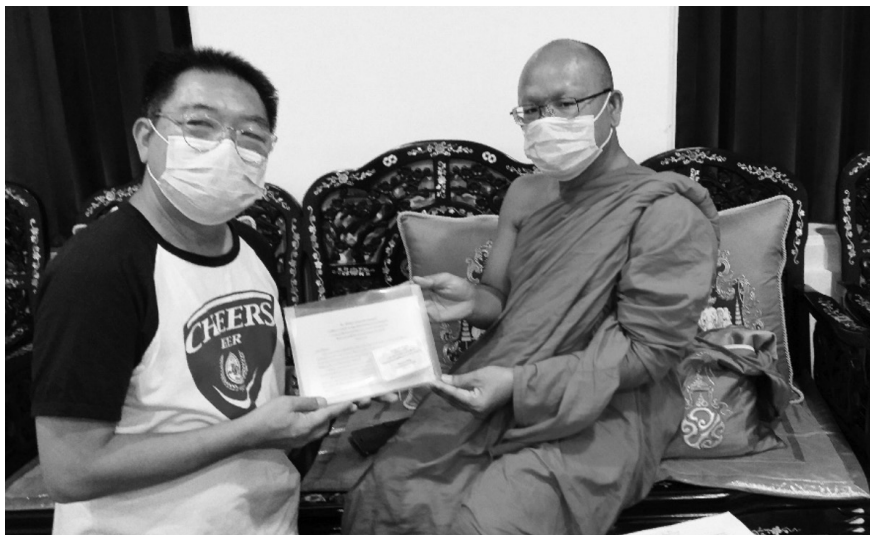




ภาพ: ผู้วิจัยส่งมอบแฟลชไดรฟ์ (Flash drive) บันทึกไฟล์ต้นแบบสื่อใหม่ ฉบับสมบูรณ์
 วิธีการใช้ไฟล์ต้นแบบสื่อใหม่ และแนวทางการใช้สื่อใหม่ ถวายแด่พระธรรมราชา นวัตกรรม
 (สุทัศน์ วรทสฺสี) เจ้าอาวาสวัดโมลีโลกยาราม ฯ วันที่ 30 เมษายน 2564
 ที่มา: ภาพถ่ายโดยพระมหานัฐพล วราสโก (พรวาหอม) ป.ธ.8

การพัฒนาสื่อสำหรับวัดในฐานะแหล่งเรียนรู้ชุมชน: การออกแบบสื่อ สำหรับวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร

Media Development for a Temple Performing as Community
 Learning Center: Media Design for Wat Molilokkayaram
 Rajaworawihan, Bangkok

สกนธ์ ภู่งามดี¹

Sakon Phu-Ngamdee

E mail: sakon60@yahoo.com

Received: July 8, 2021

Revised: September 5, 2021

Accepted: September 13, 2021

¹ รองศาสตราจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยชินวัตร
 Associate Professor, School of Liberal Arts, Shinawatra University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประวัติความเป็นมาและบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัญหาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมของวัด ฯ 3) ศึกษาความต้องการในการออกแบบสื่อชุดใหม่เพื่อเผยแพร่กิจกรรมของวัด ฯ และ 4) เพื่อพัฒนาสื่อชุดใหม่ที่เป็นต้นแบบในการผลิตแผ่นพับสำหรับโฆษณา ป้ายแขวน และเว็บไซต์รูปแบบใหม่ สำหรับเผยแพร่กิจกรรมของวัด ฯ วิธีการวิจัย ได้แก่ 1) ศึกษาวิจัยจากเอกสาร เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง 2) สังเกตแบบมีส่วนร่วม และ 3) สัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยมีดังนี้ 1) วัดโมลีโลกยารามเป็นวัดโบราณ สร้างมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี เป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนเนื่องจากจัดการศึกษาพระปริยัติธรรมทั้งแผนกธรรมและแผนกบาลี 2) ปัญหาในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิม คือ สื่อไม่มีความสวยงามเท่าที่ควรจึงไม่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย 3) ความต้องการในการออกแบบสื่อชุดใหม่ คือ ควรเน้นภาพลักษณ์ความเรียบง่าย ไม่หรูหรา ไม่ฟุ่มเฟือย และมีรรถประโยชน์อย่างแท้จริง 4) แนวทางการพัฒนาสื่อชุดใหม่ คือ เน้นภาพลักษณ์ของวัดและกำหนดรูปแบบไฟล์ต้นแบบสื่อให้สามารถนำไฟล์ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้นตามความต้องการของวัด

คำสำคัญ: แหล่งเรียนรู้ชุมชน การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ วัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the history and role of being a learning center of the community of Wat Molilokkayaram Ratchaworawihan, Bangkok, 2) to study the problems of using the original media of Wat Molilokkayaram, 3) to study the needs for designing a new media set to disseminate activities of Wat Molilokkayaram, and 4) to develop a new set of media as a prototype for the production of brochure, banner and websites in a new style for disseminating the temple's activities. Research methods consisted of 1) conducting documentary research to synthesize information from relevant documents, 2) participatory

observation, and 3) in-depth interview. The research result showed that 1) Wat Molilokkayaram has been an ancient temple, which was built since the Ayutthaya period. It has been a community learning center because it provides the curriculum of both Dharma and the Pali studies, 2) the problem with using the original public relations media was that the media were not as attractive as it should be; therefore, it did not draw attention to the target audience, 3) the needs for the design of the new media were that it should emphasize the image of simplicity, neither luxury nor extravagance, and being truly useful, and 4) the new media development approach was to emphasize the image of the temple and define the media template file format suitable for the production of various types of media according to the temple's needs.

Keywords: community learning center, use of public relations media, public relations media design, Wat Molilokkayaram Rajaworawihan, Bangkok

บทนำ

ศาสนาเป็นสถาบันที่สำคัญควบคู่กับสังคมมนุษย์มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สถาบันดังกล่าวมีความสำคัญสำหรับมนุษย์ทั้งส่วนบุคคลและส่วนรวม โดยในส่วนบุคคลนั้นจะช่วยให้บุคคลมีจิตใจสงบเยือกเย็น มีความเข้มแข็งอดทนพร้อมที่จะต่อสู้กับอุปสรรคในชีวิต และมีกำลังใจที่จะมีชีวิตอยู่ต่อไป อีกทั้งสามารถนำพาชีวิตของตนไปสู่จุดหมายปลายทางได้ นอกจากนี้ ศาสนายังช่วยทำให้คนมีสุขภาพกาย และสุขภาพจิตที่ดี ช่วยส่งเสริมสติปัญญา และการแก้ปัญหาชีวิต นอกจากนี้ ยังช่วยควบคุมความประพฤติของบุคคลไม่ให้ทำชั่วแม้อยู่ในที่ลับตาคน และช่วยยกระดับจิตใจของมนุษย์ให้สูงขึ้น (Adiwatanasith, 1980, p. 45)

ในสังคมไทย วัดมีบทบาทที่หลากหลายซึ่งครอบคลุมวิถีชีวิตคนและชุมชนในทุก ๆ ด้าน ทั้งนี้ กองแผนงาน กรมการศาสนา ได้สรุปบทบาทของวัดตั้งแต่อดีต เช่น 1) วัดเป็นโรงเรียนสอนทั้งวิชาทางโลก และวิชาทางธรรม 2) วัดเป็นสถานพยาบาลที่รักษาผู้เจ็บป่วยตามภูมิปัญญาของคนไทยสมัยก่อน 3) วัดเป็นสถานสงเคราะห์

ที่บุตรหลานชาวบ้านยากจนได้อาศัยเลี้ยงชีวิตและศึกษาเล่าเรียนรวมทั้งผู้สูงอายุที่มีฐานะยากจนได้พึ่งพาอาศัย 4) วัดเป็นสถานที่ที่ชาวบ้านใช้ประกอบการบุญการกุศลตลอดจนประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา 5) วัดเป็นบ่อเกิดและเป็นศูนย์กลางของศิลปกรรมแขนงต่าง ๆ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม วรรณกรรม และเป็นเสมือนพิพิธภัณฑ์สำหรับเก็บศิลปวัตถุและของมีค่าต่าง ๆ 6) วัดเป็นศูนย์กลางการบริหารหรือการปกครอง ที่กำนันหรือผู้ใหญ่บ้านจะเรียกลูกบ้านมาประชุมกัน เพื่อแจ้งข่าวต่าง ๆ เป็นต้น (Department of Religion, 1982, pp. 1-2)

นอกจากนี้ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ (Office of the Education Council, Ministry of Education, 2009, pp. 7-10) ได้กล่าวถึงแผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2552-2559 โดยแผนดังกล่าวมีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) พัฒนาคอนอย่างรอบด้านและสมดุลเพื่อเป็นฐานหลักของการพัฒนา 2) สร้างสังคมไทยให้เป็นสังคมคุณธรรม ภูมิปัญญา และการเรียนรู้ และ 3) พัฒนาสภาพแวดล้อมของสังคมเพื่อเป็นฐานในการพัฒนาคอน และสร้างสังคมคุณธรรมภูมิปัญญา และการเรียนรู้ โดยวัตถุประสงค์ดังกล่าวนำไปสู่การกำหนดแนวนโยบายด้านต่าง ๆ โดยนโยบายที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ข้อ 2 ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการจัดการศึกษา อบรม และการเรียนรู้ของสถาบันการศึกษา และสถาบันทางสังคม ทั้งการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย และ 2) สนับสนุนเครือข่ายภูมิปัญญา และการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม กีฬา ให้เป็นวิถีชีวิตที่มีคุณภาพตลอดชีวิต จากสาระสำคัญของแผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุงข้างต้น เมื่อพิจารณาเทียบเคียงกับบทบาทของวัดในการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนจะพบว่า บทบาทของวัดที่กล่าวถึงนั้นสอดคล้องกับแผนการศึกษาดังกล่าวด้วยเช่นกัน

วัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร เป็นวัดโบราณสร้างมาตั้งแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี โดยบทบาทของวัดมีทั้งการเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์และทางศาสนา ในส่วนของการเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์นั้น นับตั้งแต่อดีตวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร เป็นแหล่งประดิษฐานของศาสนสถานและสถาปัตยกรรมโบราณอันทรงคุณค่าของไทย ซึ่งปัจจุบันยังไม่เป็นที่รู้จักของคนส่วนใหญ่ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้เชิงประวัติศาสตร์ ส่วนของการเป็นแหล่งเรียนรู้ทางศาสนานั้น วัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร ได้จัดตั้งสำนักเรียนบาลีภายในวัด ซึ่งเป็น

สำนักจัดการศึกษาพระปริยัติธรรมทั้งแผนกธรรมและแผนกบาลี โดยจัดตั้งเป็นสำนักเรียนพระปริยัติธรรมตามมติมหาเถรสมาคม ครั้งที่ 20/2534 วันที่ 9 สิงหาคม 2534 แต่การดำเนินการของสำนักเรียนดังกล่าว ยังไม่เป็นที่รู้จักในสังคมวงกว้างเช่นกัน

ปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์บทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนและกิจกรรมต่าง ๆ ของวัดโมลีโลกยารามราชวรวิหาร จะเน้นสื่อสารข้อมูลเพื่อเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมาย เช่น เด็ก เยาวชน ผู้ปกครอง ครู อาจารย์ นักท่องเที่ยว ฯลฯ เข้ามาศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของวัดที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ชาติไทย รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับข้อปฏิบัติในพุทธศาสนา และกิจกรรมภายใต้โครงการของสำนักเรียนบาลี โดยเน้นการใช้สื่อเพียง 3 ชนิด ประกอบด้วย โบรชัวร์ (Brochure) ป้ายแขวน (Banner) และเว็บไซต์ (Website)

เมื่อพิจารณาถึงประเด็นการออกแบบและการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่าง ๆ รวมทั้งสื่อประชาสัมพันธ์ของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร โดยพิจารณาเทียบกับแนวคิดของแมคอินไทร์ (McIntire, 2008) ที่ระบุว่า ในศตวรรษที่ 21 เป็นช่วงเวลาที่เกิดความเปลี่ยนแปลงในหลายสิ่งหลายอย่างชัดเจนและเทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นสิ่งหนึ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้เนื่องจากมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำรงชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ทั้งนี้ ในงานการออกแบบสื่อต่าง ๆ ของโลกปัจจุบันก็ได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน ซึ่งในยุคก่อน การออกแบบสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบกราฟิกจะใช้วิธีการแบบดั้งเดิม โดยใช้องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ตัวหนังสือและภาพประกอบ นำมาสร้างผลงานออกแบบด้วยการเขียนตัวหนังสือด้วยมือ หรือพิมพ์ตัวหนังสือด้วยเครื่องพิมพ์ดีดหรือเครื่องคอมพิวเตอร์ รวมทั้งวาดภาพด้วยมือหรือนำภาพถ่ายมาใส่เพื่อเป็นภาพประกอบ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันมีการนำวิธีการออกแบบแนวใหม่มาใช้ในการผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์หลักและใช้โปรแกรม หรือซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ช่วยออกแบบงานตามความต้องการและตามความนิยมของคนยุคปัจจุบัน เช่น โปรแกรม Adobe Photoshop เป็นต้น จากแนวคิดของแมคอินไทร์ ดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า หากต้องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นในยุคปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีมาพัฒนาสื่อดังกล่าวเช่นกัน นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงแนวคิดของสตีเวนสัน (Stevenson, 2021) ที่กล่าวถึงความสำคัญของการออกแบบสื่อ จะพบว่า การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการสำคัญเนื่องจาก

เป็นเครื่องมือที่ช่วยทำให้ “สื่อ” เป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารให้มีประสิทธิภาพควบคู่กับความสวยงามของสื่อที่สามารถดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น โดยแนวคิดของสตีเวนสัน ได้กล่าวถึงหลักการออกแบบที่สำคัญซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นในยุคปัจจุบัน ประกอบด้วย การสร้างความกลมกลืน (Harmony) การสร้างความลดหลั่น (Gradation) การสร้างจังหวะและความเคลื่อนไหว (Rhythm and Movement or Flowing) การสร้างความสมดุล (Balance) การสร้างความเป็นเอกภาพ (Unity) การใช้สัดส่วน (Proportion) การใช้การตัดกัน (Contrast) การใช้การรวมตัว (Combine) และการใช้รูปทรง (Form)

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาแนวคิดเรื่องช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ของบาร์ลท์ (Barnlund, 2008, p. 30) ที่ระบุว่า การสื่อสารความหมายที่มีประสิทธิภาพ ควรใช้ช่องทางหลายช่องทาง ดังนั้น การใช้สื่อประชาสัมพันธ์บทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนทางประวัติศาสตร์และทางศาสนาของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร ในปัจจุบัน ยังมีข้อจำกัดในแง่ประเภทของสื่อที่ยังไม่หลากหลาย ข้อจำกัดในแง่ประเภทของสื่อที่ไม่หลากหลายนั้นส่งผลให้เกิดช่องทางการสื่อสารข้อมูลที่น้อยลงด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจดำเนินโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อสำหรับวัดในฐานะแหล่งเรียนรู้ชุมชน: การออกแบบสื่อสำหรับวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร โดยเน้นศึกษาข้อมูลเชิงลึกในเรื่องความเป็นมาและบทบาทของการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชน รวมทั้งมีการพัฒนาสื่อโดยผู้วิจัยเป็นผู้ออกแบบสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักในสังคมวงกว้างมากขึ้น ซึ่งรายละเอียดของการดำเนินโครงการ ได้นำเสนอไว้ในหัวข้อลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาและบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัญหาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความต้องการในการออกแบบสื่อชุดใหม่สำหรับเผยแพร่กิจกรรมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร

4. เพื่อพัฒนาสื่อชุดใหม่ที่เป็นต้นแบบในการผลิตแผ่นพับสำหรับโฆษณา ป้ายแขวน และเว็บไซต์รูปแบบใหม่ สำหรับเผยแพร่กิจกรรมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **หลักฐานเอกสารและวัตถุที่ทำการศึกษา** ประกอบด้วย 1) หลักฐานเอกสารข้อมูลและภาพประกอบที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ได้แก่ (1.1) ข้อมูลประวัติความเป็นมาและบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของวัดโมลีโลกยารามราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร และ (1.2) ภาพสื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร 2) หลักฐานทางวัตถุ เช่น งานประติมากรรม สถาปัตยกรรมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร และ 3) ผลงานสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย ป้ายแขวน (Banner) โบรชัวร์ขนาดเล็ก และภาพในเว็บไซต์ของวัด

2. **ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants)** หมายถึง ผู้แทนของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดทำและใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมของวัด และสามารถให้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมทั้งทำการประเมินคุณภาพของต้นแบบสื่อใหม่ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย โดยผู้แทนของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการวิจัย มีดังนี้

2.1 พระธรรมราชานุวัตร (สุทัศน์ วรทสสี) เจ้าอาวาสวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร ในฐานะพระสงฆ์ผู้บริหารสูงสุดของวัดที่บริหารจัดการดูแลการปฏิบัติกิจของสงฆ์ในวัดและมอบหมายงานที่เกี่ยวข้องกับพันธกิจของวัด ซึ่งรวมถึงการพิจารณาและอนุญาตให้จัดทำและให้ใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของวัด

2.2 พระมหานัฐพล วราสโก (พริ้วหอม) ป.ธ.8 ครูสอนบาลี ประจำศูนย์การศึกษาภาษาบาลี มหาวิทยาลัยราชภัฏ วัดโมลีโลกยาราม และเรือนจำกลางบางขวาง ผู้ได้รับมอบหมายจากพระธรรมราชานุวัตร (สุทัศน์ วรทสสี) เจ้าอาวาสวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร ในการจัดทำและใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด

3. **วิธีการวิจัย** ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัย 3 วิธี คือ 1) การศึกษาวิจัยจากเอกสาร

(Documentary research) 2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory observation) และ 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) มีรายละเอียด ดังนี้

3.1 การศึกษาวิจัยจากเอกสาร (Documentary research) เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจะนำข้อมูลที่สังเคราะห์ได้ไปประกอบการศึกษาวิเคราะห์ผลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

3.2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory observation) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร ในประเด็นต่อไปนี้ 1) ประวัติและกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชน และ 2) ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์และปัญหาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมของวัดโมลีโลกยาราม ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ร่วมกับผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 1

3.3 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก 2 ครั้ง ดังนี้ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 1 เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นของวัดโมลีโลกยาราม ควบคู่กับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory observation) ในประเด็นประวัติ และกิจกรรมของการเป็นศาสนสถาน และการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชน ปัญหาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมของวัด และ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 2 เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับต้นแบบสื่อที่ออกแบบโดยผู้วิจัย โดยผู้วิจัยใช้เอกสารแบบประเมินคุณภาพของต้นแบบสื่อ ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ใช้ควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งที่ 2 เพื่อนำความคิดเห็นดังกล่าวไปปรับปรุงเป็นต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ในลำดับต่อไป

4. เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบบันทึกผลการสังเกตแบบมีส่วนร่วม 2) แบบบันทึกผลการสัมภาษณ์เชิงลึก และ 3) แบบฟอร์มประเมินคุณภาพต้นแบบสื่อใหม่ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ซึ่งผู้แทนของวัดเป็นผู้ประเมินคุณภาพต้นแบบสื่อ ด้วยการบันทึกข้อมูลความคิดเห็นในแบบฟอร์มประเมินดังกล่าวโดยดำเนินการระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 2

ผลการวิจัย

1. ประวัติความเป็นมาและบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของ วัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร วัดโมลีโลกยาราม เป็นพระอารามหลวง ชั้นโท ชนิด ราชวรวิหาร เดิมเป็นวัดราชบูรณ์ สร้างมาแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา แต่ไม่ปรากฏว่าสร้างเมื่อพุทธศักราชเท่าใด และใครเป็นผู้สร้าง มีชื่อเรียกทั่วไปว่า "วัดท้ายตลาด" มาตั้งแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยา จนถึงยุคกรุงรัตนโกสินทร์ปัจจุบัน เนื่องจากตั้งอยู่ต่อจาก ตลาดเมืองกรุงธนบุรี

ความสำคัญของวัดโมลีโลกยาราม คือ วัดโมลีโลกยารามเป็นวัดโบราณที่มีความสำคัญในประวัติศาสตร์ชาติไทย ตั้งแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี จนกระทั่งกรุงธนบุรี ในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช จนถึงยุคกรุงรัตนโกสินทร์ วัดโมลีโลกยาราม เป็นพระอารามหลวงมาตั้งแต่สมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (รัชกาลที่ 1) เมื่อครั้งที่ทรงย้ายเมืองหลวงมาตั้งอยู่ด้านทิศตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ตรงข้ามกับที่ตั้งของกรุงธนบุรี ซึ่งเป็น พระบรมมหาราชวังในปัจจุบัน โดยสิ่งปลูกสร้าง ภายในวัดและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามการบันทึกและการบอกเล่าของผู้รู้ เป็นหลักฐาน สำคัญที่บ่งบอกถึงความเป็นมาของการสถาปนาวัดแห่งนี้อันยาวนานและเป็นທີ່เล่าขาน และดำรงรักษาไว้จนถึงปัจจุบัน

บทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร นั้น ดำเนินการผ่านสำนักเรียนวัดโมลีโลกยาราม ซึ่งเป็นสำนักจัดการ ศึกษาพระปริยัติธรรมทั้งแผนกธรรมและแผนกบาลี โดยนอกจากมีจัดการศึกษา พระปริยัติธรรมแผนกธรรมและแผนกบาลีแก่พระภิกษุสามเณรแล้ว ยังเปิดโอกาสให้ ขรवासเข้ามาเรียนบาลี ด้วยการจัดตั้งมหาวิทยาลัยขึ้นภายในวัด ในปี พ.ศ. 2555 มีเป้าหมายเพื่อให้ขรवासสามารถอ่านคำบาลีได้อย่างถูกต้อง และแปลภาษาบาลี เบื้องต้นได้ นอกจากนั้น ขรवासผู้ต้องการสอบบาลีศึกษาชั้นต่าง ๆ สามารถเข้าศึกษา ได้เช่นกัน ซึ่งมุ่งหวังให้ขรवासได้ศึกษาบาลีเป็นประเพณี นับเป็นมิติใหม่ของการศึกษา บาลีสำหรับขรवास

2. ปัญหาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร ทั้ง 3 ประเภท ซึ่งประกอบด้วย ป้ายแขวน แผ่นพับสำหรับโฆษณา และเว็บไซต์ ถูกจัดทำตามศักยภาพที่เจ้าหน้าที่ของวัดจะสามารถทำได้ นอกจากประเภท

ของสื่อที่มีเพียง 3 ประเภทแล้ว ทางวัดไม่สามารถออกแบบสื่อให้มีความสวยงามมากนัก โดยในสื่อจะเน้นการนำเสนอตัวหนังสือเป็นหลักในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารแก่บุคคลทั่วไป ส่วนภาพประกอบนั้น ทางวัดไม่ได้นำมาใช้ร่วมกับตัวหนังสือมากนัก เนื่องจากไม่มีความถนัดในการออกแบบหรือจัดวางตำแหน่งของตัวหนังสือและภาพประกอบให้มีความงามเชิงศิลปะ ด้วยเหตุนี้ จึงต้องผลิตสื่อใช้เองในลักษณะป้ายแสดงข้อความด้วยตัวหนังสือตามแบบป้ายทั่วไป รวมทั้งทางวัดจำเป็นต้องจัดทำสื่อในแบบง่าย ๆ และพิมพ์บนกระดาษขนาด A4 ซึ่งเป็นสื่อขนาดเล็กมาก ทั้งนี้ เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ของวัดดังกล่าวข้างต้น ยังมีความไม่หลากหลาย และยังไม่สวยงามหรือดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร ดังนั้น การรับรู้ข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งได้แก่ เด็กเยาวชน พ่อแม่ผู้ปกครอง และบุคคลทั่วไปนั้น ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากการบอกต่อ (Word of mouth) ซึ่งช่องทางการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวอาจมีผลทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักได้รับทราบข่าวสารของวัดได้ไม่มากหรือไม่กว้างไกลเท่าที่ควร

3. ความต้องการในการออกแบบสื่อชุดใหม่สำหรับเผยแพร่กิจกรรมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร หากจะมีการออกแบบสื่อชุดใหม่ ความต้องการของวัดคือ นอกจากการออกแบบสื่อใหม่จะทำให้มีรูปลักษณ์ที่สวยงามและช่วยดึงดูดใจผู้คนทั่วไป รวมทั้งช่วยเสริมภาพลักษณ์ของวัดให้ดูน่าสนใจท่ามกลางสังคมสมัยใหม่ให้ดียิ่งขึ้นแล้ว สิ่งที่ต้องรักษาไว้คือ “ข้อมูล” ที่วัดตั้งใจสื่อสารกับผู้อ่านตามวัตถุประสงค์ของวัดในแต่ละกิจกรรม ส่วนภาพประกอบนั้น ควรเป็นภาพประกอบที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของวัดโดยตรง แต่ทั้งนี้ เนื่องจากวัดโมลีโลกยารามราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร เป็นวัดโบราณและมีความเป็นมาเชิงประวัติศาสตร์ของชาติไทย ดังนั้น หากจะมีสิ่งใดที่สร้างขึ้นเพื่อมอบให้วัด ควรยึดถือความเรียบง่าย ไม่หรูหรา ไม่ฟุ่มเฟือย และมีอรรถประโยชน์อย่างแท้จริง ในกรณีที่เป็นการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับวัด ควรเป็นงานออกแบบในลักษณะต้นแบบงาน ที่ทางวัดสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย โดยไม่ต้องจัดทำสื่อประเภทหนึ่งที่ใช้ประโยชน์ในขอบเขตจำกัดจนทำให้ต้องใช้งบประมาณในการผลิตจำนวนมาก ซึ่งจะทำให้สิ้นเปลืองเวลา สิ้นเปลืองงบประมาณ และไม่สอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติของวัดที่เน้นความเรียบง่าย ไม่ฟุ่มเฟือย และมีอรรถประโยชน์อย่างแท้จริง

4. การพัฒนาสื่อชุดใหม่สำหรับเผยแพร่กิจกรรมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร

4.1 กระบวนการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก

4.1.1 แนวทางการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 1 ควบคู่กับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory observation) เพื่อศึกษาความต้องการในการออกแบบสื่อชุดใหม่สำหรับเผยแพร่กิจกรรมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร ดังกล่าวข้างต้น ประกอบกับการประยุกต์ใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการออกแบบสื่อทางนิเทศศิลป์ ผู้วิจัยได้นำมาพิจารณาและใช้เป็นข้อมูลหลักในการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก โดยดำเนินการออกแบบต้นแบบสื่อฉบับแรก ในช่วงระหว่างวันที่ 1 - 30 ธันวาคม 2563 เพื่อเตรียมนำไปสู่การพิจารณาและประเมินคุณภาพต้นแบบสื่อในระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 2 (วันที่ 15 มกราคม 2564) ในลำดับต่อไปนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการออกแบบผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก ดังนี้

4.1.1.1 ใช้แนวคิดหลัก (Concept) ในการออกแบบ ประกอบด้วย 1) เน้นการสะท้อน “ภาพลักษณ์การทำกิจกรรมทางพุทธศาสนาในลักษณะ สงบสำรวม มีความเรียบง่าย ไม่หรูหรา ไม่ฟุ้งเฟ้อ และมีอรรถประโยชน์อย่างแท้จริง” ของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร โดยใช้รูปแบบตัวอักษรและภาพประกอบซึ่งเกี่ยวข้องกับวัดโดยตรง รวมทั้งใช้องค์ประกอบศิลปะ ซึ่งได้แก่ เส้น และสี เป็นองค์ประกอบศิลปะหลักๆ ในการออกแบบเพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ (Image) ดังกล่าว และ 2) ออกแบบผลงานต้นแบบสื่อ จำนวน 2 ชุด โดยใช้องค์ประกอบภายในชุดที่เหมือนกัน คือ การจัดวางตัวอักษร และภาพประกอบเหมือนกัน ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อเป็นข้อมูลเดียวกัน แต่ใช้สีต่างกันในด้านแบบสื่อแต่ละชุด เพื่อให้วัดสามารถเลือกใช้เป็นต้นแบบในการผลิตสื่อตามโอกาสและความเหมาะสม

4.1.1.2 เลือกใช้สีให้เกิดความสวยงามและเหมาะสมกับการใช้ในศาสนสถาน โดยเลือกใช้สีหลัก 2 สี คือ โทนสีเหลือง สำหรับต้นแบบสื่อชุดที่ 1 และโทนสีม่วง สำหรับต้นแบบสื่อชุดที่ 2

4.1.1.3 เลือกใช้ภาพตัวบุคคล สิ่งก่อสร้าง วัตถุ และ ตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่จริงหรือเกี่ยวข้องกับวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร

เป็น “องค์ประกอบเด่น” ในสื่อ ซึ่งได้แก่ ภาพถ่ายพระภิกษุ สามเณร ตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อ โดยเน้นความเรียบง่าย เพื่อสื่อภาพลักษณ์ของวัด

4.1.1.4 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อออกแบบกราฟฟิกแบบ Raster (Bitmap) โดยกำหนดรูปแบบไฟล์ต้นแบบสื่อ เพื่อให้วัดสามารถนำไฟล์ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลาย

มากขึ้นตามความต้องการของวัด โดยความละเอียดของไฟล์ต้นแบบสื่ออยู่ในระดับที่สามารถนำไปขยายหรือย่อขนาดตามประเภทและขนาดของสื่อที่ต้องการผลิตได้อย่างคมชัด ส่วนลักษณะของไฟล์ต้นแบบสื่อและการใช้ประโยชน์จากไฟล์ มีดังนี้ 1) ไฟล์ JPEG เพื่อนำภาพไปประกอบการนำเสนอข้อมูลในไฟล์เอกสารหรือรายงานต่าง ๆ ได้ เช่น นำภาพไปประกอบในแฟ้มเอกสาร (Word Processing) หรือในไฟล์นำเสนองาน (Powerpoint) เป็นต้น 2) ไฟล์ PSD (Photoshop) สำหรับนำไฟล์ภาพไปเปิดในโปรแกรม Photoshop เพื่อการปรับเปลี่ยนข้อความและภาพประกอบตามความต้องการของวัด เช่น พิมพ์ข้อความเพิ่มเติม ลบข้อความเดิม เปลี่ยนภาพประกอบ เป็นต้น เพื่อให้ไฟล์ต้นแบบสื่อดังกล่าว สามารถนำไปใช้งานได้ในระยะยาว ซึ่งเป็นการสนับสนุนแนวคิดของวัดที่เน้นอรรถประโยชน์อย่างแท้จริง และลดความสิ้นเปลืองเวลาและงบประมาณ และ 3) ไฟล์ตัวอักษรต้นแบบ (Font) สำหรับติดตั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ก่อนใช้ไฟล์ PSD (Photoshop)

4.1.2 การปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก สู่ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 2 ซึ่งดำเนินการสัมภาษณ์พระมหานัฐพล วราสโก (พริ้วหอม) ป.ธ.8 วันที่ 15 มกราคม 2564 เวลา 10.00-11.30 น. ควบคู่กับการใช้แบบฟอร์มประเมินคุณภาพไฟล์ต้นแบบสื่อใหม่ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ซึ่งผู้แทนของวัดเป็นผู้ประเมินคุณภาพไฟล์ต้นแบบสื่อด้วยการบันทึกข้อมูลความคิดเห็นในแบบฟอร์มประเมินดังกล่าวในระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ครั้งที่ 2 โดยการดำเนินการทั้งหมดข้างต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก ซึ่งออกแบบโดยผู้วิจัย โดยผู้วิจัยจะได้นำความคิดเห็นที่ได้ไปปรับปรุงและจัดทำเป็นผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป สรุปได้ดังนี้

4.1.2.1 ข้อดีของไฟล์ต้นแบบสื่อ Pra Maha N. Warasako (personal communication, January 15, 2021) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก ทั้ง 2 ชุด ดังนี้

1) มิติความสวยงามของสื่อมีความสวยงามเนื่องจาก (1) ภาพผลงานต้นแบบสื่อทั้ง 2 ชุด ผู้วิจัยสามารถเลือกสีหลักของผลงานได้อย่างสะดุดตา มีสีสันสดใส และสวยงาม โดยสีดังกล่าว สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ที่พบเห็นสื่อได้ดี (2) จัดวางองค์ประกอบเหมาะสม โดยนำตัวหนังสือมาประกอบเป็นข้อความเพื่อสื่อถึงเป้าหมายของแต่ละกิจกรรมของวัด และนำภาพประกอบมาจัดวางในสัดส่วนที่เหมาะสม ไม่กรงกรังเกินไป และ (3) ทำให้ผู้พบเห็นสื่อเข้าใจภาพลักษณ์ (Image) ของวัด “การทำกิจกรรมทางพุทธศาสนาในลักษณะสงบสำรวม มีความเรียบง่าย ไม่หรูหรา ไม่ฟุ่มเฟือย และมีอรรถประโยชน์อย่างแท้จริง”

2) มิติความสะดวกในการได้รับข้อมูลจากสื่อ ภาพผลงานต้นแบบสื่อทั้ง 2 ชุด มีการออกแบบโดยใช้ตัวอักษรและภาพประกอบที่จัดวางองค์ประกอบอย่างเหมาะสม ไม่กรงกรัง และเรียบง่าย ประกอบกับใช้ตัวหนังสืออ่านง่าย ดังนั้น จึงมีส่วนทำให้บุคคลทั่วไปและกลุ่มเป้าหมายของวัดสามารถมองเห็นและรับข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในสื่อได้สะดวกภายในระยะเวลาอันสั้น

3) มิติปริมาณข้อมูลที่ได้จากสื่อ มีการออกแบบที่สามารถนำเสนอข้อความที่เป็นตัวอักษรและภาพในขนาดและจำนวนที่เหมาะสม ไม่กรงกรัง ไม่แน่นขนัด ทำให้มีพื้นที่ว่าง (Space) พอสมควรซึ่งทำให้การมองเห็นสื่อมีความสบายตา นอกจากนี้ ยังเหมาะสมต่อการมองเห็นของผู้พบเห็นในวัยต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้พบเห็นที่เป็นกลุ่มผู้ใหญ่จะสามารถมองเห็นภาพและตัวอักษรได้ชัดเจน และทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาอันสั้นเช่นกัน

4) มิติประโยชน์จาก “สาร” (Message) ที่ปรากฏในสื่อ จากการพิจารณา “สาร” (Message) ทั้ง 2 ลักษณะ คือ (1) รหัสของสารที่ใช้คำ (verbal message codes) ซึ่งได้แก่ คำหรือกลุ่มคำที่เป็นภาษาเขียนเพื่อสื่อสารกิจกรรมของวัด และ (2) รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (non-verbal message codes) ได้แก่ ภาพกิจกรรมของวัดและสัญลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งปรากฏในผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรกในภาพรวมนั้น ผู้วิจัยได้เลือกใช้ตัวอักษรเพื่อส่ง “สาร” (Message) เกี่ยวกับกิจกรรมของวัด ที่สั้นกระชับได้ใจความ และเอื้อประโยชน์ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ

ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของวัดได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ ในภาพรวมของผลงานต้นแบบสื่อทั้ง 2 ชุด ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย สามารถสื่อสารข้อมูลที่จำเป็นต่อการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับหนึ่ง

5) มิติความสามารถของสื่อในการโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายของวัด ซึ่งมีทั้งเด็ก เยาวชน พ่อแม่ผู้ปกครอง และพุทธศาสนิกชนวัยต่าง ๆ น่าจะสนใจอ่านข้อความทั้งที่เป็นตัวอักษรและภาพจากสื่อที่ออกแบบโดยผู้วิจัยมากขึ้นเมื่อเทียบกับสื่อดั้งเดิมที่วัดโมลีโลกยาราม ฯ เป็นผู้จัดทำเองก่อนหน้านี้ เนื่องจากผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรกในภาพรวม มีการใช้สีสันสวยงาม และมีการจัดวางองค์ประกอบที่เรียบง่ายตามภาพลักษณ์ของวัด

4.1.2.2 ข้อควรปรับปรุงในผลงานต้นแบบสื่อ Pra Maha N. Warasako (personal communication, January 15, 2021) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อควรปรับปรุงเพื่อพัฒนาสู่ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ สรุปได้ดังนี้

1) ควรแก้ไขลักษณะตัวหนังสือให้เป็นตัวอักษรที่มีหัวเพื่อให้อ่านง่ายมากขึ้น และสะท้อนความเป็นวัดโบราณของไทยมากขึ้น

2) ขอให้เพิ่มรูปภาพอีกเล็กน้อยหากเป็นไปได้ในผลงานชิ้นที่เชิญชวนเป็นเจ้าภาพภัตตาหาร-น้ำปานะ ถวายพระภิกษุและสามเณร ในโครงการอบรมบาลีก่อนสอบสนามหลวง โดยอาจนำภาพพระภิกษุและสามเณรที่กำลังศึกษาวิชาบาลีของวัด มาใช้ประกอบในชิ้นงานดังกล่าว

4.1.3 การพิจารณาขั้นสุดท้ายสู่ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์

ผู้วิจัยได้นำข้อคิดเห็นของ Pra Maha N. Warasako (personal communication, January 15, 2021) ไปปรับปรุงผลงานต้นแบบสื่อเพื่อให้ผลงานมีความสมบูรณ์มากขึ้น โดยได้นำผลงานต้นแบบสื่อฉบับที่พัฒนาครั้งสุดท้าย ไปนำเสนอต่อพระธรรมราชานุวัตร (สุทัศน์ วรทสฺสี) เจ้าอาวาสวัดโมลีโลกยารามราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร ในฐานะพระสงฆ์ผู้บริหารสูงสุดของวัด และพระมหานัฐพล วราสโก (พริ้วหอม) ป.ธ.8 อีกครั้ง เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2564 โดยพระคุณเจ้าทั้ง 2 รูป ได้ตรวจสอบผลงานต้นแบบสื่อฉบับที่พัฒนาครั้งสุดท้ายเปรียบเทียบกับข้อเสนอในการปรับปรุงสื่อตามความคิดเห็นของผู้แทนวัด ซึ่งพระคุณเจ้าทั้ง 2 รูป ได้ให้ความเห็นชอบต่อผลงานต้นแบบสื่อฉบับที่พัฒนาครั้งสุดท้าย และให้ถือว่าเป็นผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ที่ออกแบบและปรับปรุงโดยผู้วิจัย ซึ่งผู้

วิจัยได้ทำการส่งมอบแฟลชไดร์ (Flash drive) บันทึกผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ถวายแด่พระธรรมราชานุวัตร (สุทัศน์ วรทสฺสี) เจ้าอาวาสวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร ในฐานะพระสงฆ์ผู้บริหารสูงสุดของวัด นำไปใช้เป็นงานต้นแบบในกระบวนการผลิตสื่อตามแต่จะเห็นสมควรต่อไป ทั้งนี้ ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ที่บันทึกในแฟลชไดร์ (Flash drive) ประกอบด้วย ไฟล์ต้นแบบสื่อจำนวน 2 ชุด ชุดละ 8 ชิ้น โดยสื่อชุดที่ 1 โทนีสีเหลือง และสื่อชุดที่ 2 โทนีสีม่วง โดยไฟล์ต้นแบบสื่อทั้ง 2 ชุดสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ ตามความต้องการของวัดและความเหมาะสมต่อไป ทั้งนี้ ภาพผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ปรากฏดังนี้

4.1.3.1 ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ เพื่อชวนเชิญ

พุทธศาสนิกชนร่วมเป็นเจ้าภาพจัดหาและถวายภัตตาหารและน้ำปานะแด่พระภิกษุและสามเณรในโครงการอบรมบาลีก่อนสอบสนามหลวง ประจำปี ซึ่งในการผลิตสื่อสามารถนำต้นแบบสื่อชิ้นนี้ ไปปรับเพิ่มข้อความเกี่ยวกับวันเวลาของโครงการได้ตามความต้องการ



ภาพที่ 1 ต้นแบบสื่อชุดที่ 1 โทนีสีเหลือง ชิ้นที่ 1 ภาพที่ 2 ต้นแบบสื่อชุดที่ 2 โทนีสีม่วง ชิ้นที่ 1

4.1.3.2 ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ เพื่อรณรงค์การ

ห้ามสูบบุหรี่ภายในวัดโมลีโลกยาราม โดยข้อความที่สื่อสารเป็นข้อความที่ใช้รณรงค์เรื่องการไม่สูบบุหรี่ได้ในระยะยาว อย่างไรก็ตาม หากวัดต้องการปรับข้อความเป็นการรณรงค์ประเด็นอื่น ๆ เช่น การรณรงค์ไม่อบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เป็นของขบถในเทศกาลต่าง ๆ ของไทย ก็สามารถปรับเปลี่ยนข้อความ ภาพ และตราสัญลักษณ์ได้ตามต้องการ



ภาพที่ 3 ต้นแบบสื่อชุดที่ 1 โทนีสีเหลือง ชั้นที่ 2 ภาพที่ 4 ต้นแบบสื่อชุดที่ 2 โทนีสีม่วง ชั้นที่ 2

4.1.3.3 ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ นำเสนอประวัติของวัดโมลีโลกยาราม ซึ่งเป็นประวัติโดยย่อ ในรูปแบบที่เรียบง่าย อย่างไรก็ตาม หากต้องการเพิ่มข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ ทางวัดก็สามารถปรับเปลี่ยนข้อความที่เป็นตัวอักษรและภาพได้เช่นกัน



ภาพที่ 5 ต้นแบบสื่อชุดที่ 1 โทนีสีเหลือง ชั้นที่ 3 ภาพที่ 6 ต้นแบบสื่อชุดที่ 2 โทนีสีม่วง ชั้นที่ 3

4.1.3.4 ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ประเภทยาบอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาทำกิจกรรมทางศาสนาภายในวัด โดยทางวัดสามารถปรับเปลี่ยนข้อความเมื่อต้องการทำป้ายบอกทางในบริเวณอื่น ๆ ได้เช่นกัน



ภาพที่ 7 ต้นแบบสื่อชุดที่ 1 โทสนีเหลือง ชั้นที่ 4 ภาพที่ 8 ต้นแบบสื่อชุดที่ 2 โทสนีม่วง ชั้นที่ 4

4.1.3.5 ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายขอความร่วมมือ ซึ่งทางวัดได้รับผลกระทบจากรูปแบบการบริโภคของคนในสังคมยุคใหม่ และในสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ซึ่งผู้คนทั้งในภายในและภายนอกวัดมักสั่งอาหารและสิ่งของผ่านพนักงานขนส่ง ดังนั้น ทางวัดจึงทำป้ายขอความร่วมมือเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสงบของวัด ทั้งนี้ ทางวัดสามารถปรับเปลี่ยนข้อความเพื่อขอความร่วมมือในด้านอื่น ๆ ได้ด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 9 ต้นแบบสื่อชุดที่ 1 โทสนีเหลือง ชั้นที่ 5 ภาพที่ 10 ต้นแบบสื่อชุดที่ 2 โทสนีม่วง ชั้นที่ 5

4.1.3.6 ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายบอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาทำกิจกรรมทางศาสนาในพื้นที่เชื่อมต่อกันระหว่างวัดโมลีโลกยารามและวัดอรุณราชวราราม ทั้งนี้ เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสงบสำรวมในพื้นที่ระหว่างสองวัด โดยทางวัดโมลีโลกยารามสามารถปรับเพิ่มข้อความเมื่อต้องการทำป้ายบอกทางตามวัตถุประสงค์อื่น ๆ ได้



ภาพที่ 11 ต้นแบบสื่อชุดที่ 1 โทนสีเหลือง ชั้นที่ 6 ภาพที่ 12 ต้นแบบสื่อชุดที่ 2 โทนสีม่วง ชั้นที่ 6

4.1.3.7 ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ประเภทป้ายบอกที่ตั้งของศาสนสถานต่าง ๆ ภายในวัดโมลีโลกยาราม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาทำกิจกรรมทางศาสนา รวมทั้งเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความสงบสำรวมภายในโดยทางวัดโมลีโลกยารามสามารถปรับเพิ่มข้อความเมื่อต้องการทำป้ายบอกสถานที่อื่น ๆ ของวัดได้



ภาพที่ 13 ต้นแบบสื่อชุดที่ 1 โทนสีเหลือง ชั้นที่ 7 ภาพที่ 14 ต้นแบบสื่อชุดที่ 2 โทนสีม่วง ชั้นที่ 7

4.1.3.8 ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ เพื่อชวนเชิญพุทธศาสนิกชนร่วมเป็นเจ้าภาพจัดหาและถวายภัตตาหารเพลแด่พระภิกษุและสามเณรประจำวันอาทิตย์ ซึ่งในการผลิตสื่อ สามารถนำต้นแบบสื่อชิ้นนี้ ไปปรับเพิ่มตัวอักษรเพื่อเปลี่ยนชื่อเจ้าภาพและวันเวลาของกิจกรรม ได้ตามความต้องการ



ภาพที่ 15 ต้นแบบสื่อชุดที่ 1 โทณสีเหลือง ชั้นที่ 8 ภาพที่ 16 ต้นแบบสื่อชุดที่ 2 โทณสีม่วง ชั้นที่ 8

4.2 แนวทางการนำไฟล์ต้นแบบสื่อไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ นอกจากการออกแบบสื่อชุดใหม่แล้ว ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการนำไฟล์ต้นแบบสื่อไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อออกแบบกราฟฟิกแบบ Raster (Bitmap) ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ดังนี้

4.2.1 แนวทางการใช้ไฟล์ต้นแบบสื่อเพื่อผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ ประกอบด้วย (1) กำหนดประเภทของสื่อที่ต้องการผลิต และจัดเตรียมข้อมูลที่เป็นตัวอักษรและภาพซึ่งต้องการสื่อสาร จัดทำเป็นไฟล์รื้อไว้ (2) นำไฟล์ตัวอักษรต้นแบบ (Font) ที่ผู้วิจัยให้มาพร้อมกับไฟล์ PSD (Photoshop) ไปติดตั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จะใช้ในการปรับปรุงสื่อ เพื่อเตรียมความพร้อม (3) เปิดไฟล์ PSD (Photoshop) ในโปรแกรม Photoshop เพื่อการปรับเปลี่ยนข้อความและภาพประกอบตามความต้องการของวัด เช่น พิมพ์ข้อความเพิ่มเติม ลบข้อความเดิม เปลี่ยนภาพประกอบ เป็นต้น โดยความละเอียดของไฟล์ต้นแบบสื่ออยู่ในระดับที่สามารถนำไปขยายหรือย่อขนาดตามประเภทและขนาดของสื่อที่ต้องการผลิตได้อย่างคมชัด และ (4) บันทึกไฟล์ที่ปรับข้อความและภาพประกอบเรียบร้อยแล้วเป็นไฟล์ชนิด PSD (Photoshop) โดยร้านรับจ้างผลิตสื่อจะนำไฟล์เข้ากระบวนการพิมพ์และผลิตสื่อต่อไป นอกจากนี้ ไฟล์ดังกล่าว สามารถใช้เป็นต้นแบบการพิมพ์บนวัสดุที่เป็นกระดาษและไวเนล ทั้งที่เป็นสื่อขนาดเล็กและขนาดใหญ่โดยตัวหนังสือและภาพประกอบยังมีความคมชัดแม้มีการย่อขยายตามพื้นผิวและขนาดของวัสดุ

4.2.2 ประเภทของสื่อและช่องทางการเผยแพร่สื่อใหม่ ปรากฏตามตารางดังนี้

ตารางที่ 1 แนวทางการนำไฟล์ต้นแบบสื่อไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ

ประเภทสื่อ ที่สามารถผลิตจากไฟล์ ต้นแบบสื่อ	แนวทางการใช้สื่อ	
	สถานที่นำเสนอสื่อ	ระยะเวลานำเสนอสื่อ
แผ่นพับสำหรับโฆษณา (Brochure) เผยแพร่ ประวัติของวัดและ กิจกรรมของวัด	1. ควรจัดแผ่นพับสำหรับโฆษณา (Brochure) อย่างน้อย 200 ชุดไว้ที่หน่วยราชการและส่วนงานประชาสัมพันธ์ภายในสำนักงานต่างๆ เพื่อแจกแก่พุทธศาสนิกชนและผู้สนใจ 2. ควรจัดส่งแผ่นพับสำหรับโฆษณา (Brochure) อย่างน้อย 20 ชุด ไปยังสถาบันการศึกษา เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง	นำเสนอสื่อแผ่นพับสำหรับโฆษณา (Brochure) อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี
ป้ายบอกทางเข้า (Direction Sign) และป้ายโฆษณากิจกรรม ของวัด (Billboard)	ควรติดตั้งป้ายโฆษณากิจกรรมของวัด (Billboard) ในบริเวณทางเข้า-ออก ของหน่วยราชการและสถานศึกษาใกล้เคียง อย่างน้อย 1 ป้าย	นำเสนอสื่อประเภทป้ายบอก (Direction Sign) และป้ายโฆษณา กิจกรรมของวัด (Billboard) ควบคู่กับแผ่นพับสำหรับโฆษณา (Brochure) อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี
ภาพและข้อความในหน้า เพจหลักของเว็บไซต์และ เฟสบุ๊คส์วัดโมลีโลก ยาราม (Main page on Website and Facebook)	ควรนำไฟล์ต้นแบบสื่อที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ไปปรับเพิ่มข้อความ และนำเสนอไว้บนหน้าเพจหลักของเว็บไซต์และเฟสบุ๊คส์ของวัดโมลีโลกยาราม เพื่อให้เกิด “ความเป็นเอกภาพ” ของรูปลักษณ์ในสื่อทั้งหมดของวัด เพื่อสร้างความจดจำ ทำให้ผู้คนรู้จักวัดมากขึ้น และสนใจรับรู้ข่าวสารของวัด และร่วมกิจกรรมของวัดมากขึ้น	นำเสนอสื่อในลักษณะเพจหลักของเว็บไซต์และเฟสบุ๊คส์วัดโมลีโลกยาราม ควบคู่กับป้ายโฆษณากิจกรรมของวัด (Billboard) และแผ่นพับสำหรับโฆษณา (Brochure) อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

4.2.3 การส่งมอบไฟล์ต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ เพื่อการใช้ประโยชน์ และการใช้งานได้จริง

ผู้วิจัยได้ส่งมอบ (ถวาย) ผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ซึ่งบันทึกไว้ในแฟลชไดร์ (Flash drive) ถวายแด่พระธรรมราชา นวตฺร (สุทัศน์ วรทสฺสี) เจ้าอาวาสวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2564 โดยผลงานต้นแบบสื่อฉบับสมบูรณ์ ที่ส่งมอบ (ถวาย) นั้น ประกอบด้วย ไฟล์ต้นแบบสื่อ จำนวน 2 ชุด ชุดละ 8 ชิ้น ซึ่งสื่อชุดที่ 1 โทณสีเหลือง และสื่อชุดที่ 2 โทณสีม่วง ทางวัดสามารถนำไปประยุกต์ใช้ด้วยการปรับข้อความและภาพประกอบเพื่อจัดทำเป็นต้นแบบในการผลิตสื่อใหม่ประเภทต่าง ๆ ตามความต้องการของวัดและความเหมาะสมในขั้นตอนของการว่าจ้างบริษัทผู้ผลิตสื่อต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1. ประวัติความเป็นมาและบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร วัดโมลีโลกยาราม เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดราชวรวิหาร เดิมเป็นวัดราษฎร์ และเป็นวัดโบราณสร้างมาตั้งแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยา เป็นราชธานี แต่ไม่ปรากฏว่าสร้างเมื่อพุทธศักราชเท่าใด และใครเป็นผู้สร้าง มีชื่อเรียกทั่วไปว่า "วัดท้ายตลาด" มาตั้งแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยา จนถึงยุคกรุงรัตนโกสินทร์ปัจจุบัน เนื่องจากตั้งอยู่ต่อจากตลาดเมืองกรุงธนบุรี ความสำคัญของวัดโมลีโลกยาราม คือ วัดโมลีโลกยารามเป็นวัดโบราณที่มีความสำคัญในประวัติศาสตร์ชาติไทย ตั้งแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี จนกระทั่งกรุงธนบุรีในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช จนถึงยุคกรุงรัตนโกสินทร์ที่วัดโมลีโลกยารามเป็นพระอารามหลวงมาตั้งแต่สมัยของ พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (รัชกาลที่ 1) เมื่อครั้งที่ทรงย้ายเมืองหลวงมาตั้งอยู่ด้านทิศตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ตรงข้ามกับที่ตั้งของกรุงธนบุรี ซึ่งเป็นพระบรมมหาราชวังในปัจจุบัน นอกจากนี้ บทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร นั้น ดำเนินการผ่านสำนักเรียนวัดโมลีโลกยาราม ซึ่งเป็นสำนักจัดการศึกษาพระปริยัติธรรมทั้งแผนกธรรมและแผนกบาลี โดยนอกจากมีจัดการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกธรรมและแผนกบาลีแก่พระภิกษุสามเณรแล้ว ยังเปิดโอกาสให้ฆราวาสเข้ามาเรียนบาลีด้วยการจัดตั้งมหาบาลีวิทยาลัยขึ้นภายในวัด ในปี พ.ศ. 2555 มีเป้าหมายเพื่อให้ฆราวาสสามารถอ่านคำบาลีได้อย่างถูกต้อง และแปลภาษาบาลีเบื้องต้นได้ นอกจากนั้น ฆราวาสผู้ต้องการสอบบาลีศึกษาชั้นต่างๆ สามารถเข้าศึกษาได้เช่นกัน ซึ่งมุ่งหวังให้ฆราวาสได้ศึกษาบาลีเป็นประเพณี นับเป็นมิติใหม่ของการศึกษาบาลีสำหรับฆราวาส

2. ปัญหาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร ทั้ง 3 ประเภทซึ่งได้แก่ ป้ายแขวน แผ่นพับสำหรับโฆษณา และเว็บไซต์ ถูกจัดทำตามศักยภาพที่เจ้าหน้าที่ของวัดจะสามารถทำได้เนื่องจากไม่มีความถนัดในการออกแบบหรือจัดวางตำแหน่งของตัวหนังสือและภาพประกอบให้มีความงามเชิงศิลปะ ด้วยเหตุนี้ สื่อประชาสัมพันธ์ของวัดดังกล่าวข้างต้น จึงยังมีความไม่หลากหลาย และยังไม่สวยงามหรือดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร และมีผลทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักได้รับทราบข่าวสารของวัดได้ไม่มากหรือไม่กว้างไกลเท่าที่ควร

3. ความต้องการในการออกแบบสื่อชุดใหม่สำหรับเผยแพร่กิจกรรมของ วัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร หากต้องมีการออกแบบสื่อใหม่ ควรเป็นไปดังนี้

3.1 ประเภทของสื่อที่ต้องการให้ออกแบบใหม่ คือ ต้นแบบสื่อที่สามารถ ใช้งานได้จริงในระยะยาวเพื่อนำไปปรับเป็นสื่อประเภทต่างๆ ตามความเหมาะสม

3.2 รูปแบบของสื่อที่ต้องการ ควรมีตัวหนังสือและภาพประกอบ ที่จัดวางอย่างเรียบง่าย สวยงาม เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับการนำไปใช้ในศาสนา สถานในลักษณะที่ “ไม่หือหาว” โดยทางวัดสามารถปรับเปลี่ยนข้อความ ตัวอักษร ภาพประกอบได้เองตามความเหมาะสมของแต่ละกิจกรรมและตามวาระการจัดกิจกรรม ในแต่ละช่วงเวลา

3.3 ข้อมูลที่ควรนำเสนอในสื่อใหม่ ควรเป็นข้อความที่จำเป็นต่อการ ใช้งานจริงและเป็นประโยชน์ในปัจจุบันเพื่อความสงบและเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในวัด

4. การพัฒนาสื่อชุดใหม่สำหรับเผยแพร่กิจกรรมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร แนวทางการพัฒนาสื่อชุดใหม่ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย มี ดังนี้

4.1 ใช้แนวคิดหลัก (Concept) ในการออกแบบ ประกอบด้วย

4.1.1 เน้นการสะท้อน “ภาพลักษณ์การทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ในลักษณะสงบสำรวม มีความเรียบง่าย ไม่หือหาว ไม่ฟุ่มเฟือย และมีอรรถประโยชน์ อย่างแท้จริง” ของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร โดยใช้รูปแบบตัว อักษรและภาพประกอบซึ่งเกี่ยวข้องกับวัดโดยตรง รวมทั้งใช้องค์ประกอบศิลป์ ซึ่งได้แก่ เส้น และสี เป็นองค์ประกอบหลักในการออกแบบเพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ (Image) ดังกล่าว

4.1.2 ออกแบบผลงานต้นแบบสื่อ จำนวน 2 ชุด โดยมีองค์ประกอบ ภายในชุดที่เหมือนกัน คือ การจัดวางตัวอักษร และภาพประกอบเหมือนกัน ข้อมูล ข่าวสารที่ต้องการสื่อเป็นข้อมูลเดียวกัน แต่ใช้สีต่างกันในแต่ละชุด เพื่อให้ วัดสามารถเลือกใช้เป็นต้นแบบในการผลิตสื่อตามโอกาสและความเหมาะสม

1) การเลือกใช้สีให้เกิดความสวยงามและเหมาะสมกับการ ใช้ในศาสนสถาน โดยเลือกใช้สีหลัก 2 สี คือ โทนสีเหลือง สำหรับต้นแบบสื่อชุดที่ 1 และโทนสีม่วง สำหรับต้นแบบสื่อชุดที่ 2

2) การเลือกใช้ภาพตัวบุคคล สิ่งก่อสร้าง วัตถุ และตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่จริงหรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร เป็น “องค์ประกอบเด่น” ในสื่อ ซึ่งได้แก่ ภาพถ่ายพระภิกษุ สามเณร ตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อ โดยเน้นความเรียบง่าย เพื่อสื่อภาพลักษณ์ของวัด

4.2 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อออกแบบกราฟฟิกแบบ Raster (Bitmap)

เน้นการออกแบบต้นแบบสื่อ เพื่อเป็นงานต้นฉบับที่ทางวัดสามารถนำไฟล์ต้นแบบสื่อไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้นตามความต้องการของวัด โดยความละเอียดของไฟล์ต้นแบบสื่ออยู่ในระดับที่สามารถนำไปขยายหรือย่อขนาดตามประเภทและขนาดของสื่อที่ต้องการผลิตได้อย่างคมชัด ทั้งนี้ ลักษณะของไฟล์ต้นแบบสื่อและการใช้ประโยชน์จากไฟล์ มีดังนี้ (1) ไฟล์ JPEG เพื่อนำภาพไปประกอบการนำเสนอข้อมูลในไฟล์เอกสารหรือรายงานต่าง ๆ ได้ เช่น นำภาพไปประกอบในแฟ้มเอกสาร (Word Processing) หรือในไฟล์นำเสนองาน (Powerpoint) เป็นต้น (2) ไฟล์ PSD (Photoshop) สำหรับนำไฟล์ภาพไปเปิดในโปรแกรม Photoshop เพื่อการปรับเปลี่ยนข้อความและภาพประกอบตามความต้องการของวัด เช่น พิมพ์ข้อความเพิ่มเติม ลบข้อความเดิม เปลี่ยนภาพประกอบ เป็นต้น เพื่อให้ไฟล์ต้นแบบสื่อดังกล่าว สามารถนำไปใช้งานได้ในระยะยาว เป็นการสนับสนุนแนวคิดของวัดที่เน้นอรรถประโยชน์อย่างแท้จริง รวมทั้งไม่สิ้นเปลืองเวลาและงบประมาณ และ (3) ไฟล์ตัวอักษรต้นแบบ (Font) ที่ผู้วิจัยให้มาพร้อมกับไฟล์ PSD (Photoshop) เพื่อนำไปติดตั้งในเครื่องคอมพิวเตอร์ก่อนใช้ไฟล์ PSD (Photoshop)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ระบุว่า สื่อประชาสัมพันธ์ชุดเดิมของวัดโมลีโลกยาราม ราชวรวิหาร กรุงเทพมหานคร ถูกจัดทำขึ้นเองโดยพระสงฆ์ในวัดซึ่งไม่สามารถออกแบบสื่อให้มีความสวยงามมากนัก รวมทั้งสื่อเดิมยังมีความไม่หลากหลาย และยังไม่ดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้มากเท่าที่ควร รวมทั้งอาจมีผลทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักได้รับทราบข่าวสารของวัดได้ไม่มากหรือไม่กว้างไกลเท่าที่ควร ดังนั้น จึงต้องการให้มีการจัดทำสื่อใหม่ ผลการวิจัยข้อนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ของบาร์นลันด์ (Barnlund, 2008, p. 30) ที่เน้นว่า การสื่อสารความหมายที่มีประสิทธิภาพ

ควรใช้ช่องทางหลายช่องทาง และสร้างสรรค์สื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ผลการวิจัยที่ระบุว่า ผู้วิจัยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อออกแบบกราฟฟิกแบบ Raster (Bitmap) โดยเน้นการออกแบบต้นแบบสื่อ เพื่อเป็นงานต้นฉบับที่ทางวัดสามารถนำไฟล์ต้นแบบสื่อไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้นตามความต้องการของวัด โดยความละเอียดของไฟล์ต้นแบบสื่ออยู่ในระดับที่สามารถนำไปขยายหรือย่อขนาดตามประเภทและขนาดของสื่อที่ต้องการผลิตได้อย่างคมชัดนั้น ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดของแมคอินไทร์ (McIntire, 2008) ที่ระบุว่า งานการออกแบบสื่อต่าง ๆ ของโลกปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีการนำวิธีการออกแบบแนวใหม่มาใช้ในการผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์หลักและใช้โปรแกรมหรือซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ช่วยออกแบบงานตามความต้องการและตามความนิยมของคนยุคปัจจุบัน เช่น โปรแกรม Adobe Photoshop เป็นต้น จากแนวคิดของแมคอินไทร์ดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อออกแบบกราฟฟิกแบบ Raster (Bitmap) เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของวัดโมลีโลกยารามราชวรวิหาร บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ และจะทำให้สื่อชุดใหม่ที่เกิดจากการพัฒนาของผู้วิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นในยุคปัจจุบันเช่นกัน ส่วนผลการวิจัยที่ระบุว่า ผู้แทนของวัดขอแก้ไขลักษณะตัวหนังสือให้เป็นตัวอักษรที่มีหัว เพื่อให้อ่านง่ายขึ้น และสะท้อนความเป็นวัดโบราณของไทย และขอให้เพิ่มรูปภาพในสื่อชิ้นที่ประชาสัมพันธ์โครงการอบรมบาลีก่อนสอบสนามหลวง เพื่อให้ผลงานต้นแบบสื่อสามารถสื่อ “สาร” (message) ที่ถูกต้องควบคู่กับความสวยงามและดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้นนั้น เมื่อพิจารณาเทียบเคียงกับองค์ความรู้เรื่องการประเมินสารตามแนวคิดทางนิเทศศาสตร์ (Phu-ngamdee, 2005, pp. 58-59) ในประเด็นลักษณะหลักของรหัสของสาร (message codes) จะพบว่า ข้อมูลลักษณะเป็น “รหัสของสารที่ใช้คำ” (verbal message codes) และภาพประกอบที่จัดว่าเป็น “ข้อมูลภาพ” ในลักษณะเป็น “รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ” (non-verbal message codes) นั้น มีความสำคัญต่อการสื่อความหมายของสารให้มีความสมบูรณ์ตามลักษณะหลักของรหัสของสาร (message codes) ดังกล่าว ส่วนผลการวิจัยที่ระบุถึงข้อดีของผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรกที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ในส่วนที่ระบุว่า ผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรกนั้นมีปริมาณข้อมูลที่เหมาะสมกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ผลดังกล่าวนี้เป็นไปในทิศทาง

เดียวกับงานวิจัยของ วิโอ โกลด์ฮาร์เบอร์ และเยท (Kaewthep, and team, 2020) ที่พบว่า การได้รับข่าวสารมากเกินไปจะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เช่นเดียวกับการได้รับปริมาณข่าวสารน้อยเกินไป ส่วนผลการวิจัย ที่ระบุถึงข้อดีของ ผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรกที่ออกแบบโดยผู้วิจัย ที่ระบุว่า ผลงานต้นแบบสื่อฉบับแรก นั้น มีความสวยงามทั้งในแง่ของการเลือกใช้สี การใช้ภาพประกอบ และการจัดวาง ตำแหน่งขององค์ประกอบต่าง ๆ ภายในต้นแบบสื่อทั้ง 2 ชุด แนวทางการออกแบบของผู้วิจัยดังกล่าวนี้ สอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานของการออกแบบของสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (Wittayarat, 2001, p. 26) ที่ระบุไว้ว่า องค์ประกอบมูลฐานของการออกแบบ คือ การจัดองค์ประกอบศิลป์ (Composition) เพื่อให้เกิดคุณค่าทางศิลปะและความงาม โดยการจัดองค์ประกอบศิลป์เป็นหัวใจหลักของงานออกแบบ นอกจากนี้ จากข้อเสนอแนะของผู้วิจัยที่เสนอให้นำไฟล์ต้นแบบสื่อไปประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ รวมทั้งกำหนดระยะเวลานำเสนอสื่อที่ผลิตเรียบร้อยแล้วในสถานที่ที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีนั้น สอดคล้องกับหลักสำคัญในการสื่อสารตามแนวคิดของวิจิตร อาระกุล (Awakul, 1982) ที่ได้กล่าวถึง องค์ประกอบที่ทำให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ โดยองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่ง คือ ความบ่อยและความสม่ำเสมอต่อเนื่อง (Continuity and Consistency)

ข้อเสนอแนะการวิจัย

องค์กรที่มีบทบาทในลักษณะแหล่งเรียนรู้ชุมชนแห่งอื่นๆ เช่น สถานที่ที่เป็นศูนย์ฝึกอาชีพเพื่อกลุ่มคนด้อยโอกาส ควรพิจารณานำผลการวิจัยฉบับนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์บทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนให้เพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Adiwatanasith, J. (1980). *Sociology*. Bangkok: Department of Sociology and Anthropology. Bangkok: Faculty of Social Sciences, Kasetsart University.
- Awakul, W. (1982). *Public relations: principles and practices*. Bangkok : Thai Wattana Panich.
- Barnlund, D. C. (2008). *A transactional model of communication*. New Brunswick, New Jersey: Transaction.
- Department of Religion. (1982). *Guide to religious practice*. Bangkok : Planning Division, Department of Religion, Ministry of Education.
- Kaewthep, K., et al. (2020, July). *Communication development for the development of Thailand*. Retrieved July 10, 2020, from <http://coursewares.mju.ac.th:81/e-learning47/section2/ca520/11.htm>
- McIntire, P. (2008). *Visual Design for the Modern Web*. Chianghai: New Riders Press.
- Office of the Education Council, Ministry of Education. (2009). *National Education Plan, revised version 2009-2016*. Bangkok. Photocopy documents.
- Phu-ngamdee, S. (2005). *Message assessment in communication arts*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Stevenson, O. (2021, July). *What is design theory?, the only guide you need*. Retrieved July 26, 2021, from <https://www.shillingtoneducation.com/blog/design-theory/>
- Wittayarat, S. (2001). *Fundamentals of design*. Bangkok: Chulalongkorn University.