

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชภูมบนพื้นที่สูง นนทิวช แสงอำไพ¹, พิบูล ไวจิตรกรรม²

^{1,2} สาขาวิชาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

สื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชภูมบนพื้นที่สูง ได้เล่าถึงเรื่องราวต่าง ๆ ของชาวเขา ซึ่งครอบคลุมทุกเรื่องราวในวิถีชีวิต ตั้งแต่ที่พักอาศัย การแต่งกาย สิ่งของเครื่องใช้ ประเพณี เครื่องดนตรี ของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงในประเทศไทย หรือที่เรียกกลุ่มชนเหล่านี้ว่า “ชาวเขา” ซึ่งมีด้วยกันถึง 10 ชนเผ่า คือ กะเหรี่ยง, ม้ง (แม้ว), เมี่ยน (เย้า), ลีซู (ลีซอ), ลาหู่ (มูเซอ), อาข่า (อีเก้อ), ลัวะ, ถิ่น, ขมุ และมลาปรี (ผีตอเหลือง) สื่อประชาสัมพันธ์ออกแบบให้สอดคล้องตามกลุ่มวัยรุ่น เพื่อให้เกิดการสร้างภาพจินตนาการได้ด้วยการสัมผัสถึงบรรยากาศวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรม ที่มีเอกลักษณ์ จุดเด่นของแต่ละชนเผ่าที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม โดยใช้รูปแบบการออกแบบที่สนุกสนาน ข้อมูลกระชับง่ายต่อการเข้าใจ และมีลักษณะที่แปลกใหม่ น่าสนใจ วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชภูมบนพื้นที่สูงให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ดำเนินการวิจัยด้วยการสอบถามจากกลุ่มนักศึกษาวัยรุ่น และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

ผลการวิจัย พบว่า 1) พิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชภูมบนพื้นที่สูงเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นในกลุ่มวัยรุ่น 2) สื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชภูมบนพื้นที่สูงมีเนื้อหาที่กระชับเข้าใจง่าย มีภาพประกอบที่ดูสนุกสนานและสีสันสดใส 3) ส่งเสริมให้วัยรุ่นในปัจจุบันหันมาสนใจและให้ความสำคัญกับคุณค่าของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณีวัฒนธรรม ความเชื่อและภูมิปัญญาของชาวเขา เพื่อไม่ให้สูญหายไป

คำสำคัญ : การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์, กลุ่มชาติพันธุ์, วัยรุ่น

Public Relations Media Design of Highland People Discovery Museum Nanthavit Sangamphai¹, Pibool Wajittragum²

^{1,2} Department of Graphic and Multimedia Design, Faculty of Industrial Technology,
Suan Sunandha Rajabhat University

ABSTRACT

Public relations media of Highland People Discovery Museum tells the story of highland people's life, which cover all their lifestyles include housing, costumes, household equipment and tools, musical instruments of highland tribal folks in the country. These people in other words are known as "chao khao" or "hill tribes". These hill tribe people comprises 10 local tribes; namely, the Karen, Hmong (Miao), Mien (Yao), Lisu (Lisaw), Lahu (Mu Ser), Akha (Egor), Lua, Thin, Khamu and Mrabri (the yellow leaf people). Public relations media is designed to meet a group of teenagers in order to create fantasy images and give a touch a way of life, culture and traditions that are unique and highlight each hill tribe with has different culture. The design patterns are fun, concise, easy to understand, exotic and interesting. The purpose of this research is to design the museum's public relations media of Highlands People Discovery Museum to be more popular and well known. The research carried out by querying a group of teenage students and interviewing professional designers.

The results of the research indicate that: 1) Highland People Discovery Museum is better known to the group of teenagers 2) The content of public relations media of Highland People Discovery Museum is concise, easy to understand and the illustrations are fun and colourful. 3) Encourage teenagers nowadays to give precedence to the importance of value of lifestyle, traditions, culture, faith, beliefs and wisdom of the hill tribes in order to preserve these ethnic groups, their cultures and unique identities alive.

Keywords: Public relations media design, Ethnic group, Teenagers

บทนำ

พิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชวรณบนพื้นที่สูง แต่เดิมชื่อพิพิธภัณฑ์ชาวเขา มีประวัติก่อตั้งมาตั้งแต่มกรมประชาสงเคราะห์ กระทรวงมหาดไทย ได้จัดตั้งหน่วยงานเพื่อช่วยเหลือกลุ่มชนที่อพยพเข้ามาตามเทือกเขาสูง ตามแนวชายแดนทางภาคเหนือของประเทศไทย จัดตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2508 โดยนักมานุษยวิทยาจากมหาวิทยาลัยซิดนีย์ ออสเตรเลีย ตั้งอยู่ในอาคารที่ทำการศูนย์วิจัยชาวเขา ภายในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ต่อมาได้มีกลุ่มผู้สนใจจำนวนมากขึ้น จึงได้เปิดให้บริการเยี่ยมชม ณ อาคารในบริเวณสวนล้านนา ร.9 (ที่ตั้งปัจจุบัน) แก่บุคคลทั่วไปทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ และในปัจจุบันคนส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชวรณบนพื้นที่สูง ทั้งที่ภายในพิพิธภัณฑ์มีเรื่องราวที่น่าสนใจมากมายของประวัติอันยาวนานของกลุ่มชนชาวเขาที่มีทั้งประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ และแตกต่างกันออกไปตามวิถีชีวิต

พิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชวรณบนพื้นที่สูงจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดเก็บรวบรวมวัตถุพยาน ทางวัฒนธรรม เรื่องราวต่าง ๆ ของชาวเขาที่ผู้เข้าชมจะได้สัมผัสกับวัตถุจริง ซึ่งครอบคลุมทุกเรื่องราวในวิถีชีวิต ตั้งแต่ที่พักอาศัย การแต่งกาย สิ่งของเครื่องใช้ ประเพณี เครื่องดนตรี ของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงในประเทศไทย หรือที่เรียกกลุ่มชนเหล่านี้ว่า "ชาวเขา" ซึ่งมีด้วยกันถึง 10 ชนเผ่าคือ กะเหรี่ยง ม้ง เมี่ยน ลีซู ลาหู่ อาข่า ลัวะ ถิ่น ขมุ และมลาปรี สำหรับพิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชวรณบนพื้นที่สูง ได้แบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ภายในอาคาร (In door Museum) ประกอบด้วย 4 ชั้น ได้แก่ ชั้นที่ 1 แบ่งเป็นห้องจัดแสดงสารคดีเฉลิมพระเกียรติ และการพัฒนาบนพื้นที่สูง ห้องจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และนิทรรศการหลากหลายวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวบนพื้นที่สูง ชั้นที่ 2 แบ่งเป็นห้องเรียนรู้ราชวรณบนพื้นที่สูง 10 ชนเผ่า ชั้นที่ 3 แบ่งเป็น ห้องนิทรรศการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) กับการพัฒนาสังคมบนพื้นที่สูง ชั้นที่ 4

แบ่งเป็น ห้องนิทรรศการด้วยพระบารมีนำทางสู่การพัฒนาบนพื้นที่สูง และส่วนที่ 2 บ้านชาวเขา (Outdoor Museum) เป็นพื้นที่สำหรับจัดแสดงบ้านจำลองวิถีชีวิตชนเผ่า จำนวน 10 หลัง ซึ่งบริหารจัดการ โดยศูนย์พัฒนาราชวรณบนพื้นที่สูง 16 แห่ง "พิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชวรณบนพื้นที่สูง" แห่งนี้ นับว่าเป็นศูนย์กลางแห่งความจงรักภักดี แหล่งเรียนรู้ศาสตร์พระราชา รวบรวมองค์ความรู้ของราชวรณบนพื้นที่สูง แสดงออกทางอัตลักษณ์เพื่อสร้างความเข้มแข็ง โดยเปิดโอกาสให้ได้ใช้ประโยชน์ร่วมกันและขอให้ทุกภาคส่วนได้ใช้พื้นที่แห่งนี้เพื่อบูรณาการกลไกประชารัฐร่วมพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ขยายเครือข่าย ทั้งในระดับจังหวัดและภูมิภาคอาเซียน แต่ในปัจจุบันพิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชวรณบนพื้นที่สูงยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ก็ไม่สามารถสื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย จึงต้องการที่จะออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชวรณบนพื้นที่สูง ให้แตกต่างและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดยใช้จุดเด่นของพิพิธภัณฑ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อทำให้พิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชวรณบนพื้นที่สูงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และช่วยสร้างกำลังใจให้กับชาวเขาทำให้มีความภาคภูมิใจ และยังคงสืบสานวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป

จากข้อมูลเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงประโยชน์ที่จะศึกษาและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์เรียนรู้ราชวรณบนพื้นที่สูง เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และเป็นที่ยอมรับมากขึ้นทำให้ช่วยสร้างรายได้ให้กับชาวเขาและมีความภาคภูมิใจและยังคงสืบสานวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป เพื่อเชิญชวนให้วัยรุ่นในปัจจุบันหันมาสนใจและให้ความสำคัญกับคุณค่าของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี ความเชื่อ และภูมิปัญญาของชาวเขา เพื่อไม่ให้สูญหายไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานเรียนรู้ราชวรณพื้นที่สูงให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานเรียนรู้ราชวรณพื้นที่สูงให้ทันสมัยแปลกใหม่และสื่อสารอัตลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ขอการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. เพื่อเชิญชวนให้วัยรุ่นในปัจจุบันหันมาสนใจ และให้ความสำคัญกับคุณค่าของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี ความเชื่อและภูมิปัญญาของชาวเขา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ ตำรา สื่อเว็บไซต์และมัลติมีเดีย รวมทั้ง งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานเรียนรู้ราชวรณพื้นที่สูง
2. สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จะใช้กับกลุ่มเป้าหมาย และแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
3. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มนักศึกษา ชาย-หญิง ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์วิถีชีวิต ประเพณี จำนวน 50 คน
4. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) และค่าเฉลี่ย (MEAN) และใช้วิธีตีความจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ซึ่งจะสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
6. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานเรียนรู้ราชวรณพื้นที่สูง

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษา จำนวน 50 คน ผลที่ได้จะแยกเป็น 2 เรื่องคือ 1) พฤติกรรมการใช้สื่อประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ 2) ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการรวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 นักศึกษาเลือกสรรสื่อประเภทสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานเรียนรู้ราชวรณพื้นที่สูงโดยพิจารณาจากความสนใจลักษณะของเรื่อง ประเพณีและวัฒนธรรม เป็นหลัก รองลงมา คือ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ (ดังตารางที่ 1) รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักศึกษาสนใจมากที่สุด คือ รูปแบบที่สนุกสนาน เป็นหลัก รองลงมาเป็นรูปแบบทันสมัย (ดังตารางที่ 2) และประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักศึกษาต้องการมากที่สุด คือ เว็บไซต์ เป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องตามกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อพิจารณาในการสนใจพิพิธภัณฑสถานเรียนรู้ราชวรณพื้นที่สูง

ข้อพิจารณาในการเลือกลักษณะต่าง ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ประเพณีและวัฒนธรรม	22	42	1
วิถีชีวิตความเป็นอยู่	20	40	2
พื้นที่เกษตรกรรม	6	12	3
การนับถือความเชื่อ	2	4	4
รวม	50	100	

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์

รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
รูปแบบสนุกสนาน	28	56	1
รูปแบบทันสมัย	10	20	2
รูปแบบน่ารักสดใส	7	14	3
รูปแบบเรียบง่าย	5	10	4
รวม	50	100	

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์

ประเภทของสื่อ ประชาสัมพันธ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
เว็บไซต์	37	26.24	1
แอปพลิเคชัน	33	23.40	2
โปสเตอร์	31	21.99	3
หนังสือ	21	14.89	4
แผ่นพับ	19	13.48	5
รวม	141	100	

ส่วนที่ 2 นักศึกษาเลือกลักษณะและรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโปสเตอร์ที่เป็นรูปแบบเซตที่มีเรื่องราวต่อกัน (ดังตารางที่ 4) เลือกลักษณะของภาพประกอบเป็นภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์กราฟิก เป็นหลัก รองลงมา คือ ภาพถ่าย (ดังตารางที่ 5) เลือกองค์ประกอบสำคัญในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน คือ ภาพประกอบคอมพิวเตอร์กราฟิก (ดังตารางที่ 6)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบของโปสเตอร์

รูปแบบของโปสเตอร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
แบบเซต	9	18	1
แบบเดี่ยว	41	82	2
รวม	50	100	

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ประเภทของภาพประกอบ

ประเภทภาพประกอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ภาพคอมพิวเตอร์กราฟิก	24	48	1
ภาพถ่าย	11	22	2
ภาพวาดลายเส้น	7	14	3
ภาพวาดระบายสี	4	8	4
ภาพพิมพ์	4	8	4
รวม	50	100	

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว

องค์ประกอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ภาพประกอบ	23	46	1
คอมพิวเตอร์กราฟิก			
ภาพถ่าย	19	38	2
ข้อมูล	7	14	3
แผนที่	1	2	4
รวม	50	100	

ส่วนที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบได้ให้แนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานเรียนรู้ราชภัฏบนพื้นที่สูง ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 ท่าน ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานเรียนรู้ราชภัฏบนพื้นที่สูง ควรทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมทุกเรื่องราวของชาวเขา ทั้งวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ที่พักอาศัย การแต่งกาย สิ่งของเครื่องใช้ และเครื่องดนตรี ให้กระชับและง่ายต่อการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมายนักศึกษาช่วงอายุ 21 – 25 ปี และศึกษาพฤติกรรม และทัศนคติของวัยรุ่นที่ชอบความแปลกใหม่ ควรปรับสื่อประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับยุคสมัยในปัจจุบัน หรือสามารถเพิ่มความแปลกใหม่ร่วมกับความคลาสสิกความดั้งเดิมของพิพิธภัณฑสถานให้เป็นจุดแข็งของพิพิธภัณฑสถาน ด้านแนวความคิดที่จะใช้ควรดึงจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของพิพิธภัณฑสถานและผู้เข้าชมจะได้สัมผัสกับวัตถุจริง ซึ่งครอบคลุมทุกเรื่องราวในวิถีชีวิตของชนเผ่าทั้ง 10 ชนเผ่า หรือใช้เรื่องราวที่น่าสนใจของแต่ละชนเผ่ามาเล่าเรื่องให้เกิดความน่าสนใจ มีสัญลักษณ์หรือสิ่งที่น่าสนใจ ด้านรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ควรออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมกับสื่อและจะทำให้กลุ่มเป้าหมายสนุกกับสื่อและเป็นภาพจำให้กับกลุ่มเป้าหมายซึ่งตอบโจทย์การทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้พิพิธภัณฑสถานเรียนรู้ราชภัฏบนพื้นที่สูง

ผลการออกแบบ

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทำให้ได้ข้อมูลที่นำเชื่อถือและสม่ำเสมอ สามารถนำไปใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลผลิตของการวิจัยครั้งนี้ คือ สื่อประชาสัมพันธ์พินิจภัณฑ์เรียนรู้ราชกรบนพื้นที่สูง เป็นโครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แนวคิดที่ใช้ในการออกแบบ (Concept) คือ “สัมผัสหลากหลายวิถี 10 เผ่า” เพื่อนำเสนอความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชนเผ่าทั้ง 10 ชนเผ่า ออกแบบให้เกิดการสร้างภาพจินตนาการได้ด้วยการสัมผัสถึงบรรยากาศวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ จุดเด่นของแต่ละชนเผ่าที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม โดยใช้รูปแบบการออกแบบ (Mood & Tone) คือ สนุกสนาน (AMUSING) อิสระ (CASUAL) ธรรมชาติ (NATURAL) กลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษาชายและหญิง อายุ 21-25 ปี โดยสื่อประชาสัมพันธ์พินิจภัณฑ์เรียนรู้ราชกรบนพื้นที่สูงจะมีรูปแบบที่สนุกสนาน ข้อมูลกระชับง่ายต่อการเข้าใจ และมีลักษณะที่แปลกใหม่น่าสนใจ

ขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พินิจภัณฑ์เรียนรู้ราชกรบนพื้นที่สูง

1. ศึกษาข้อมูลพินิจภัณฑ์เรียนรู้ราชกรบนพื้นที่สูง และข้อมูลกลุ่มชาวเขาทั้ง 10 ชนเผ่า
2. ทำแบบร่างสื่อประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องตามแนวความคิด
3. ออกแบบภาพประกอบ เพื่อกำหนดสีของชนเผ่า สำหรับงานสื่อประชาสัมพันธ์
4. จัดวางองค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ ออกแบบโปสเตอร์ ป้ายโฆษณา หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว แผ่นพับ เว็บไซต์ และธงญี่ปุ่น
5. ทำแบบจำลองของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อทดสอบการใช้งาน ตรวจสอบแก้จุดบกพร่อง และทิศทางของสื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามแนวความคิด (ดังปรากฏในภาพที่ 1 ถึง 6)



ภาพที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพินิจภัณฑ์เรียนรู้ราชกรบนพื้นที่สูงและข้อมูลกลุ่มชาวเขาทั้ง 10 ชนเผ่า



ภาพที่ 2 แบบร่างสื่อประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 3 ลักษณะภาพประกอบตัวละครชนเผ่า



ภาพที่ 4 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโปสเตอร์



ภาพที่ 5 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทธงญี่ปุ่น



ภาพที่ 6 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับ

วิจารณ์ผลการวิจัย

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เรียนรู้อาณาชนพื้นถิ่นสูง ใช้หลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับนักศึกษาวัยรุ่น โดยเน้นองค์ประกอบที่น่าสนใจ ได้แก่ ภาพประกอบที่เหมาะสมจะทำให้รู้สึกถึงความแตกต่างของชนเผ่าสี่ล้านที่สนุกสนาน สดใส ให้ความรู้ถึงการสัมผัสกับประเพณี วัฒนธรรม ของชนเผ่าที่เราไม่เคยได้สัมผัส และข้อมูลที่กระชับเข้าใจง่าย ผสมผสานกับทฤษฎีพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายของวัยรุ่น สอดคล้องกับแนวความคิดที่ว่า สัมผัสหลากหลายวิถี 10 เผ่า ที่ออกแบบให้เกิดการสร้างภาพจินตนาการได้ด้วยการสัมผัสถึงบรรยากาศวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรม และเครื่องแต่งกายของกลุ่มชาวเขาของไทยทั้ง 10 ชนเผ่า ที่มีเอกลักษณ์ จุดเด่นของแต่ละชนเผ่าที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม

ผลการทดสอบการใช้สื่อแก่นักศึกษาแสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบสนุกสนานแปลกใหม่น่าสนใจ และเข้าใจง่าย จะดึงดูดความสนใจทำให้สื่อมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสนุกกับสื่อและเป็นภาพจำ ซึ่งตอบโจทย์การทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้พิพิธภัณฑ์เรียนรู้อาณาชนพื้นถิ่นสูง และยังเป็นการเชิญชวนให้วัยรุ่นในปัจจุบันหันมาสนใจและให้ความสำคัญกับคุณค่าของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อและภูมิปัญญาของชาวเขา

สรุปผลการวิจัย

สื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เรียนรู้อาณาชนพื้นถิ่นสูง จัดทำให้อวดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ภาพประกอบที่มีเอกลักษณ์สื่อสารเข้าใจได้ง่าย ตัวละครชาวเขามีบุคลิกภาพโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะชนเผ่า แผงความน่ารัก สดใส จัดจำได้ง่าย โทนสีที่ให้ความรู้สึกสนุกสนานและความแตกต่างของความหลากหลายของชนเผ่า เนื้อหาที่เหมาะสม กระชับเข้าใจง่าย และด้วยความแปลกใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบให้มีการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมกับสื่อ ทำให้กลุ่มเป้าหมายสนุกกับสื่อและเป็นภาพจำให้กับสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เรียนรู้อาณาชนพื้นถิ่นสูง สื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์เรียนรู้อาณาชนพื้นถิ่นสูงเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นทำให้ช่วยเสริมสร้างรายได้

ให้กับชาวเขาให้ภาคภูมิใจและยังคงสืบสานวิถีชีวิต
ภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป เพื่อเชิญชวนให้วัยรุ่นใน
ปัจจุบันหันมาสนใจและให้ความสำคัญกับคุณค่าของ
วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณีวัฒนธรรม ความเชื่อ
และภูมิปัญญาของชาวเขาไม่ให้สูญหายไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วย
ความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน จึงขอขอบพระคุณ
ณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร.พิบูล ไวจิตรกรรม ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ
แนวคิด ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดย
ตลอด จนงานวิจัยเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ
คุณพ่อและคุณแม่ และผู้ปกครอง ที่ให้คำปรึกษาใน
เรื่องต่าง ๆ ช่วยเหลือทุก ๆ ด้าน และคอยให้กำลังใจ
เสมอมา ขอขอบพระคุณพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
บนพื้นที่สูง ที่ให้ข้อมูลเพื่อศึกษาในการทำวิจัยเป็น
อย่างดี สุดท้ายขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ให้คำแนะนำ
สำหรับแนวความคิดที่ดี และเป็นกำลังใจให้ตลอดจน
งานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- จุฬารัตน์ จอกสูงเนิน. (2556). **การออกแบบกราฟิก**.
บางเบา ธิม. แหล่งข้อมูล : <http://bowtysnoo.blogspot.com/>. ค้นเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2561.
- จักรพงษ์ คำบุญเรือง. (2560). **พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เชียงใหม่ แหล่งศึกษาวิถีชีวิตคนบนดอย**.
เชียงใหม่นิวส์. แหล่งข้อมูล : <http://www.chiangmainews.co.th/page/archives/565017>. ค้นเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2561.
- นพ.สุริยเดว ทรีปาตี. (2555). **พฤติกรรมของวัยรุ่น**.
สถาบันสุขภาพเด็กแห่งชาตินวมหาราชาจีนี. แหล่งข้อมูล : <http://pinan2515.blogspot.com/2012/04/blog-post.html>. ค้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2561.

- ฝนทิพย์ พรหมแก้ว. (2560). **การออกแบบสิ่งพิมพ์**.
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. แหล่งข้อมูล : <http://fonthipdz.wikispaces.com>. วันที่ 22 มีนาคม 2561.
- พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบนพื้นที่สูง. (2561). **พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบนพื้นที่สูง แหล่งเรียนรู้ชาติพันธุ์ตามรอยพระราชาราช**.
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบนพื้นที่สูง. แหล่งข้อมูล : http://highlandmuseum.or.th/news_view.php?id=4. ค้นเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2561.
- พีม่ามิงกร. (2560). **เรียนรู้ “พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบนพื้นที่สูง”**. ไทยรัฐออนไลน์. แหล่งข้อมูล : <https://www.thairath.co.th/content>. ค้นเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2561.
- เพ็ญพิชชา. (2556). **เลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างไร ให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย**. สำนักพัฒนาวิชาการและนิเทศงาน กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. แหล่งข้อมูล : <http://203.157.7.7/KM/blog/Comment.php?IDWH=229>. ค้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2561
- มูลนิธิกระเจ๊กเงา. (2008). **ชนเผ่าอาข่า**. โครงการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติออนไลน์. แหล่งข้อมูล : <http://www.openbase.in.th/node/1423>. ค้นเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2561.
- สมาคมศูนย์รวมการศึกษาและวัฒนธรรมของชาวไทยภูเขาในประเทศไทย. (2559). **ชนเผ่าพื้นเมือง**. สมาคมศูนย์รวมการศึกษาและวัฒนธรรมของชาวไทยภูเขาในประเทศไทย. แหล่งข้อมูล : <http://impect.or.th/?p=15026>. ค้นเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2561.
- Jaruwan Suttimusig. (2559). **องค์ประกอบศิลป์คืออะไร**. วินน์ซอฟต์ สตูดิโอ. แหล่งข้อมูล : <https://www.wynnsoftstudio.com/Composition>. ค้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2561.