

ชื่อโครงการ กระบวนการสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลสำหรับใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ ของโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูป ที่ ๓ (แตงอย) จ.สกลนคร

ผู้วิจัย 1. เวทิต ทองจันทร์ **ปีการศึกษา** 2557

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาแนวทางในการสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลสำหรับใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปที่ ๓ (แตงอย) จ.สกลนคร และหารูปแบบในการจัดสรรเนื้อหาของภาพถ่ายที่ใช้แทนบริบทของโรงงานหลวงฯ ที่ ๓ (แตงอย) การวิจัยและสร้างสรรค์นี้ ผู้วิจัยในฐานะช่างภาพได้เสนอแนวคิดในการสร้างสรรค์ตามแรงบันดาลใจที่ต้องการการเล่าเรื่องราวของโรงงานหลวงฯ ที่ ๓ (แตงอย) เผยแพร่ผ่านสื่อเว็บไซต์ สื่อนิทรรศการ และสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ จึงได้นำเสนอกระบวนการสร้างสรรค์ภาพถ่ายกับเจ้าหน้าที่จากสำนักงานผู้แทนพิเศษ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ซึ่งคอยประสานงาน และให้ข้อคิดเห็นด้านเนื้อหาที่เหมาะสมของการสร้างสรรค์ภาพถ่ายในระหว่างการบันทึกภาพด้วยกล้อง DSLR โดยตลอด ทั้งนี้ได้มีการเดินทางเข้าพื้นที่เพื่อปฏิบัติงานทั้งหมดรวม 6 ครั้ง ตั้งแต่ เดือนตุลาคม พ.ศ.2555 จนถึง เดือนมกราคม พ.ศ.2558 จึงได้สร้างสรรค์ผลงานภาพถ่ายได้ครบทุกหัวข้อ และ ครบทุกช่วงฤดูกาลในรอบปี โดยมีจำนวนภาพทั้งหมดรวม 515 ภาพ

ผลสรุปแนวทางในการสร้างสรรค์ ใช้หลักแนวคิดสัญญาวิทยา และกระบวนการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์และสื่อดิจิทัล ในการวิเคราะห์และสังเคราะห์งาน โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ เพื่อพัฒนาความก้าวหน้าทางวิชาการ และปรับปรุงการเรียนการสอน ด้านการถ่ายภาพสำหรับสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อดิจิทัล ซึ่งได้ข้อสรุปที่สำคัญ 2 ประเด็น คือ **ด้านเนื้อหาในการสื่อความหมาย** ผู้สร้างสรรค์ต้องใส่สาร (Message) ในการสื่อความหมาย 2 แบบ คือ การสื่อความหมายตรง (Denotation) และ การสื่อความหมายแฝง (Connotation) **ด้านเทคนิคการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร** มีเทคนิคที่สำคัญในการถ่ายภาพเพื่อใช้ในสื่อ คือ 1. การบันทึกภาพในเชิงสารคดี (Documentary Photography) 2. มีการเน้นการสร้างความดึงดูดน่าสนใจ โดยใช้ความสดใสบริสุทธิ์ของคนในชุมชน 3. ต้องคำนึงถึงการนำไปใช้ในสื่อ

นอกจากนั้นแล้ว ยังได้ผลสรุปในการจัดสรรเนื้อหา แบ่งเป็นประเภทของลักษณะภาพถ่ายขององค์กรได้ 3 ประเภท โดยมีบริบททางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 13 หมวดหมู่ย่อย ประเภทที่ 1 ภาพถ่ายสถานที่และลักษณะเฉพาะขององค์กร ประกอบไปด้วยบริบท 4 หมวดหมู่ คือ อาคารโรงงาน สินค้าโรงงานหลวง บรรยากาศชุมชนกับโรงงานหลวงฯ บรรยากาศท้องถื่นอีสาน ประเภทที่ 2 ภาพถ่ายคนละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ประกอบไปด้วยบริบท 3 หมวดหมู่ คือ บรรยากาศการทำงานในโรงงานหลวงฯ ภาพเยาวชน ภาพผู้สูงอายุ ประเภทที่ 3 ภาพถ่ายกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ประกอบไปด้วยบริบท 6 หมวดหมู่ คือ การพัฒนาการเกษตร เกษตรวิถี ชีวิตพอเพียง ทัศนกรรม งานบุญประจำท้องถิ่น ศาสนา

คำสำคัญ ภาพถ่ายดิจิทัล โรงงานหลวง ชีวิตพอเพียง สารคดีภาพ

Research title: Digital Photographic Creative Procedure for Public Relations Media of the Third Royal Instant Food Factory (Tao-ngoy), Sakolnakorn.

Researcher: Vethit Thongchantr **Academic year:** 2014

ABSTRACT

This article is to study digital photographic creative procedure to used in public relation media of the Third Royal Factory (Tao-ngoy), Sakolnakorn. And to find formats to convey content in the pictures which represent the context of the Third Royal Factory. In this research and creative project, the researcher presents inspire concert to tell the story of the Third Royal Factory through medias such as website, exhibition and public relation article. That way the researcher presents the process of creative photographs to representatives of The Crown Property Bureau who coordinate and comment on appropriate content in the photograph. All the photographs are shot with DSLR camera, from five visits to the project since October, 2012 to January, 2015. The 515 photographs cover all the topics that will be represent overall project.

The conclusion of digital photographic creative procedure analyzed by using semiotics approach and the process of public relation and digital media. The objectives of the study are academic development in the field of the digital media public relation class. This comes into two conclusion, first is the content aspect which are Denotation meaning and Connotation meaning. Second, technical aspect in which the photograph was shot in documentary photography that portray the realism of the community where attracts audiences by the joyful and happiness of the community. Also the composition of photography have to be concerned with designing all media.

However, the conclusion to allocate the content, photographs are 3 categorized to signify the organization and convey meaning in 13 important elements of communication context: 1. Photographic of organizational facility and identity (4 elements: factory building, products, the community and factory atmosphere and Northeastern environment and atmosphere) 2. Photographic of organization participant (3 elements: working environment, children and elders) 3. Photographic of organizational activities (6 elements: agricultural development, agricultural way, self sufficiency, community craft work, traditional community ceremony and religion)

Keywords: Digital Photography, Royal Factory, Self Sufficiency, Documentary Photography