

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กระบวนการสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลสำหรับใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ ของโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูป ที่ ๓ (เต่างอย) จ.สกลนคร ผู้วิจัยได้ใช้วิธี การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประเภทการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ในรูปแบบการวิจัยแบบสร้างสรรค์ (Creative Research) โดยมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำงานและมีอิทธิพลในการคัดเลือกภาพสำหรับใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงงานหลวงฯ ที่ ๓ (เต่างอย) โดยเน้นการวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาจากงานสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้องค์ความรู้นำไปพัฒนาการทางวิชาการและการเรียนการสอน

การนำเสนอผลการวิจัยประกอบด้วยเนื้อหา 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แนวทางในการสร้างสรรค์

ผู้วิจัยพบว่า แนวทางในการสร้างสรรค์ มีแนวคิดที่สำคัญ 2 ประเด็นหลักที่ต้องใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัล คือ

1. **ด้านเนื้อหาในการสื่อความหมาย** ผู้สร้างสรรค์ต้องใส่สาร (Message) ในการสื่อความหมายทั้ง 2 แบบ คือ การสื่อความหมายตรง (Denotation) และ การสื่อความหมายแฝง (Connotation) ซึ่งต้องใช้ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน
2. **ด้านเทคนิคการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร** มีเทคนิคที่สำคัญในการถ่ายภาพเพื่อใช้ในสื่อ คือ 1. การบันทึกภาพในเชิงสารคดี (Documentary Photography) 2. มีการเน้นการสร้างความดึงดูดใจ โดยใช้ความสดใสบริสุทธิ์ของคนในชุมชน 3. ต้องคำนึงถึงการนำไปใช้ในสื่อ

ส่วนที่ 2 การจัดสรรเนื้อหา

ผู้วิจัย พบว่า การสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลชุดนี้ เป็นการดึงเอาจุดเด่นในประเด็นต่างๆ ที่ สนับสนุนแนวคิดหลัก คือ โรงงานหลวงฯ ที่ ๓ (เต่างอย) ตระหนักในการเน้นช่วยเหลือเกษตรกรให้สามารถดำรงชีวิตในแบบพอเพียงได้อย่างมั่นคงโดยไม่หวังผลกำไร จึงได้จัดแบ่งหมวดหมู่ภาพที่ใช้สื่อความหมายแทนในบริบท

ต่างๆ ขององค์กร โดยแบ่งเป็นประเภทของลักษณะภาพถ่ายขององค์กรได้ 3 ประเภท และมีบริบททางการสื่อสาร ที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 13 หมวดหมู่ย่อย คือ

1. ภาพถ่ายสถานที่และลักษณะเฉพาะขององค์กร มีเนื้อหาที่เป็นบริบททางการสื่อสาร รวม 4 หมวดหมู่ย่อย คือ อาคารโรงงาน สินค้าโรงงานหลวง บรรยากาศชุมชนกับโรงงานหลวงฯ บรรยากาศท้องถิ่นอีสาน
2. ภาพถ่ายคนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กร มีเนื้อหาที่เป็นบริบททางการสื่อสาร รวม 3 หมวดหมู่ย่อย คือ บรรยากาศการทำงาน คนรุ่นใหม่ (เยาวชน) คนรุ่นเก่า (ผู้สูงอายุ)
3. ภาพถ่ายกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์กร มีเนื้อหาที่เป็นบริบททางการสื่อสาร รวม 6 หมวดหมู่ย่อย คือ การพัฒนาการเกษตร เกษตรวิถี ชีวิตพอเพียง หัตถกรรม งานบุญประจำท้องถิ่น ศาสนา

ภาพถ่ายดิจิทัล โรงงานหลวงฯ ที่ ๓ (ต่างอย)

ลักษณะภาพองค์กร

บริบททางการสื่อสาร

ตัวอย่างภาพที่ใช้แทนความหมาย

ภาพถ่ายสถานที่และ
ลักษณะเฉพาะของ
องค์กร

1. อาคารโรงงาน



