

บทความวิจัย (ม.ค. – มิ.ย. 2562)

การเปรียบเทียบดนตรีอะคูสติคและแจ๊สประกอบคลิปวิดีโอเพื่อรณรงค์การบริจาคหนังสือ

โสฬส มุขลาย คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี,

e-mail: smooklai26@gmail.com

ผศ.ดร.กุลกนิษฐ์ ทองเงา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, e-mail: kullkanit_t@rmutt.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อคลิปวิดีโอรณรงค์การบริจาคหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบอะคูสติค และแจ๊ส เพื่อเปรียบเทียบผลความดึงดูดใจต่อคลิปวิดีโอรณรงค์การบริจาคหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบระหว่างอะคูสติค และแจ๊สกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยสื่อคลิปวิดีโอรณรงค์การบริจาคหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบอะคูสติค และแจ๊ส และแบบสอบถามความดึงดูดใจที่มีต่อสื่อคลิปวิดีโอรณรงค์การบริจาคหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบอะคูสติค และแจ๊ส ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติ t-test

ผลการศึกษาพบว่าการใช้ดนตรีประกอบในคลิปวิดีโอรณรงค์การบริจาคหนังสือ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านการสื่อความหมาย และด้านเสียงประกอบ มีผลต่อความดึงดูดใจอยู่ในระดับมากเท่ากัน โดยเสียงดนตรีประกอบประเภทอะคูสติคและแจ๊สส่งผลต่อความดึงดูดใจของกลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงกัน สรุปได้ว่าความดึงดูดใจของคลิปวิดีโอรณรงค์การบริจาคหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบอะคูสติค และแจ๊ส ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: อะคูสติค แจ๊ส ความดึงดูดใจ

Received: May 28, 2018, Accepted June 5, 2018

The Comparing of Acoustic and Jazz Used in the Book Donation Video Campaign

Soros Mooklai, Faculty of Mass Communication Technology

Rajamangala University of Technology Thanyaburi, e-mail: smooklai26@gmail.com

Assistant Professor Kullkanit Thongngao, Ph.D. Faculty of Mass Communication Technology,

Rajamangala University of Technology, e-mail: kullkanit_t@rmutt.ac.th

Abstract

This research aimed to analyze the differences between jazz and acoustic music that is used in the video clip media of the book donation campaign through examining and comparing their effectiveness. In order to properly compare the genres, data analysis is used to discover which type of music would attract and gain most positive feedback from the target samples. The samples used in this research consisted of 100 undergraduate students in faculty of mass communication technology at Rachamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT). The two video clips 1) Donation Books campaign video clip using acoustic 2) Donation Books campaign video clip using jazz, were used as a tools for the samples to watch and answer questionnaires. The instrument used to collect the data was a survey questionnaire. In addition, the statistics used to analyze the data include percentage, standard deviation, and t-test.

The result reveal that the sound of music used in the book donation campaign video clip affect four factors: the video content, the video design, the interpretation of the video and the sound itself. The results show that all four of these factors affect an individual's attention. Therefore both of the music

genre used in the donation video campaign were found to affect the samples of this study. However, there are no significant differences between the acoustic and jazz genres at the level of .05.

Keywords: Acoustic, Jazz, Attractiveness

คำขอบคุณ: งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาปริญญาโทฉบับนี้ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บทนำ

ปัจจุบันโลกทุกวันนี้อยู่ในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เราสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจำนวนมากได้ตลอดเวลา ด้วยรูปแบบและช่องทางที่แสนง่ายในการใช้งาน ที่สามารถใช้ได้ทุกที่ ทุกเวลาที่ต้องการ ตัวอย่างการมีส่วนร่วมแบบออนไลน์ เช่น Social networking Instant-messaging (IM) Video-streaming การแชร์ภาพ และการใช้อินเทอร์เน็ตแบบเคลื่อนที่ เป็นต้น ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้น ด้วยรูปแบบที่ใช้งานง่าย สะดวกในการเข้าถึงช่วยให้ติดต่อสื่อสารได้สะดวกรวดเร็วแล้วยังสามารถหาข้อมูลความรู้ ข่าวสาร จนถึงความบันเทิง

คลิปวิดีโอเป็นความบันเทิงรูปแบบหนึ่งที่เป็นที่นิยมกันมากในขณะนี้ เพราะการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ง่ายขึ้นและเทคโนโลยีที่เข้าถึงผู้คนมากขึ้น และสามารถใช้งานได้สะดวกทุกเวลาที่ต้องการ คลิปวิดีโอมีหลากหลายรูปแบบ เช่น สารความรู้ บันเทิง กีฬา ดนตรี รวมไปถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ฯลฯ แต่ละบุคคลก็จะมีความชอบที่ต่างกันไป ปัจจุบันมีการทำคลิปวิดีโออย่างแพร่หลาย นอกจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ วิทยูแล้ว คลิปวิดีโอโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตก็เป็นที่นิยมในปัจจุบันเช่นกัน เนื่องจากการที่เป็นที่นิยมจึงทำให้มีผู้จัดทำคลิปวิดีโอโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้นการที่จะทำให้คลิปวิดีโอเป็นที่น่าสนใจ จดจำก็มีหลายวิธี หนึ่งในนั้นคือการใช้เสียงดนตรีในการช่วยให้ผู้บริโภคจดจำมากขึ้น

ดนตรีเป็นสื่อภาษาสากลที่ชนทุกชาติพันธุ์ สามารถเข้าใจได้ดีไม่แบ่งชั้นวรรณะ อายุ เชื้อชาติ เห็นได้จากการร่วมวงกันบรรเลงดนตรี ระหว่างนานาชาติซึ่งแตกต่างกันทั้งภาษาที่ใช้ เพศ อายุ แต่ก็สามารถร่วมบรรเลงดนตรีด้วยกันได้เพราะทุกคนเข้าใจในภาษาของดนตรี ดนตรีเป็นผลงานในรูปของคลื่นเสียงที่ไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้ ต้องอาศัยโสตประสาทเท่านั้น เป็นตัวรับรู้ จิตของมนุษย์สามารถรับรู้และรู้สึกได้ทันทีโดยไม่ต้องแปล ดนตรีเป็นศิลปะที่อาศัยเสียง เพื่อเป็นสื่อในการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ ไปสู่ผู้ฟัง ง่ายต่อการสัมผัสทำให้เกิดความสุข ความพึงพอใจ เพราะในขณะที่ฟังเสียงดนตรีนั้น สมองจะหลั่ง ฮอร์โมน เอนดอร์ฟิน(Endorphin) ซึ่งเป็นสารก่อให้เกิดความสุขออกมา [2] นอกจากดนตรีจะให้ความบันเทิงแล้วดนตรียังได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ เช่น ดนตรีเพื่อการบำบัดสุขภาพ ดนตรีเพื่อการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ ดนตรีเพื่อการศึกษาดนตรีเพื่อการสื่อสาร ดนตรีเพื่อพิธีกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงการใช้ดนตรีเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

สำหรับการใช้ดนตรีเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์ ดนตรีมีความสามารถในการกระตุ้นความรู้สึกในเชิงพาณิชย์ เพราะเหตุที่ดนตรีมีความสามารถในการสร้างอารมณ์ให้เกิดความต้องการ ปลุกเร้าอารมณ์ที่เหมาะสม และมีอิทธิพลให้เกิดความชื่นชอบต่อตัวสาร ยกตัวอย่าง เช่น มีงานวิจัยเรื่องการใช้ เพลง Popular และเพลง Paradises ในงานโฆษณาทางโทรทัศน์สำหรับสินค้า เช่น อุปกรณ์กีฬา รองเท้า ขนม เครื่องดื่ม ซึ่งการใช้เพลงเหล่านั้นก่อให้เกิดผลในทางบวกต่อการระลึกถึงโฆษณานั้น ๆ ของผู้บริโภค เพลงจึงได้ถูกนำมาใช้ในภาพยนตร์โฆษณา โดยอาศัยลักษณะทั้งทำนองทางดนตรีที่สามารถสร้างอารมณ์ความรู้สึกให้กับโฆษณาและทำนองที่จะเกิดกระตุ้น ให้เกิดความชอบในตัวสินค้าที่โฆษณามากกว่าสินค้าอื่น ๆ ดังนั้นการเลือกสรรดนตรีที่เหมาะสมกับงานโฆษณาย่อมมีส่วนเสริมให้โฆษณานั้นโดดเด่นขึ้น ดนตรีที่ถูกเลือกนำมาใช้ในงานโฆษณาเป็นสัญญาณอย่างหนึ่งที่สื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดการรับรู้ความหมายที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้านั้นลักษณะเป็นอย่างไร หรือสินค้าแตกต่างจากสินค้าคู่แข่งอย่างไร และที่สำคัญเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดอารมณ์ร่วมในโฆษณาสินค้า อย่างไรก็ตามสินค้าแต่ละประเภทก็มีความเหมาะสมกับเพลงที่ไม่เหมือนกัน สินค้าที่นิยมใช้เพลงโฆษณา เช่น สินค้าสำหรับเด็กและกลุ่มวัยรุ่น สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เครื่องดื่มและอาหาร เพราะสินค้านี้กล่าวว่าเป็นสินค้าที่ถือว่าเป็นของจำเป็นและมีการแข่งขันในตลาดสูงเจ้าของสินค้าจึงจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นให้กับสินค้าตน เพื่อวางตำแหน่งของสินค้า (Positioning) ภายในผู้บริโภค โดยอาศัยลักษณะเฉพาะของดนตรีที่สามารถเข้าถึงจิตใจของผู้บริโภคได้ง่ายและการสร้างความน่าสนใจ ความน่าจดจำ และช่วยกระตุ้นการเปิดรับสื่อโฆษณาของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น

นอกจากการใช้คลิปวิดีโอช่วยในการโฆษณาแล้วคลิปวิดีโอยังช่วยในการรณรงค์ในเรื่องต่าง ๆ อีกด้วย ปัจจุบันมีการทำคลิปวิดีโอรณรงค์เรื่องต่าง ๆ ออกมาอย่างแพร่หลาย เช่น คลิปรณรงค์เลิกสูบบุหรี่ คลิปรณรงค์ไม่ทิ้งขยะ ฯลฯ แต่คลิปวิดีโอรณรงค์ในการบริจาคหนังสือ นั้นไม่ค่อยมี ทั้งที่หนังสือมีส่วนสำคัญต่อการเรียนรู้ [3] การศึกษาเป็นรากฐานสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมความรู้และพัฒนาทักษะให้แก่เด็กและเยาวชนไทยเติบโตอย่างมีคุณภาพ ซึ่งหนังสือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความรู้และพัฒนาทักษะให้แก่เด็กและเยาวชนไทย เป็นสื่อที่จะช่วยเพิ่มพูนความรู้ เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลพบว่า ห้องสมุดโรงเรียนในชนบทและถิ่นทุรกันดารที่ห่างไกลยังขาดแคลนหนังสือที่จะช่วยพัฒนาความรู้ความสามารถของเด็กและเยาวชนอีกเป็นจำนวนมาก การบริจาคหนังสือคุณภาพเข้าห้องสมุดไม่ใช่เรื่องง่าย โดยเฉพาะเมื่อราคาหนังสือสูงขึ้นเรื่อย ๆ [4] ห้องสมุดจำนวนมากไม่มีงบประมาณในการจัดซื้อหนังสือใหม่ แม้จะมีหลายหน่วยงานพยายามบริจาคหนังสือเข้าห้องสมุด แต่ปริมาณหนังสือยังน้อยอยู่ อีกทั้งมักเป็นหนังสือชำรุดแล้ว จากการที่ได้รับบริจาคหนังสือที่ไม่มีคุณภาพ หนังสือชำรุด หรือเอกสารต่าง ๆ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มีโครงการ “1 อ่าน ล้านตื่น” เป็นโครงการที่ต้องการสร้างแนวคิดในการบริจาคหนังสือใหม่ ด้วยการซื้อหนังสือคุณภาพเพื่อการบริจาค ไม่บริจาคเอกสารเหลือใช้จากองค์กร ไม่บริจาคหนังสือที่มีสภาพเก่าหรือมีการขีดเขียนมากเกินไป หรือไม่บริจาคหนังสือที่มีเนื้อหาล่อแหลมและไม่สร้างสรรค์

จากที่กล่าวมาดนตรีมีส่วนสำคัญในการโฆษณาสินค้าทำให้เป็นที่จดจำ คลิปวิดีโอเป็นสื่อที่เข้าถึงคนในยุคสมัยปัจจุบันได้ง่าย และหนังสือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความรู้ พัฒนาทักษะ การศึกษา ดังนั้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรณรงค์เพื่อปรับเปลี่ยนแนวคิดในการบริจาคหนังสือที่มีคุณภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้รับ ผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาการผลิตคลิปวิดีโอเพื่อการรณรงค์ โดยใช้เสียงดนตรีประกอบเพื่อช่วยในการเพิ่มความดึงดูดใจ และเปรียบเทียบความเหมาะสมของดนตรีประกอบ ระหว่าง อะคูสติค และแจ๊ส

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาคลิปวิดีโอโดยใช้ดนตรีประกอบระหว่าง อะคูสติค และ แจ๊ส
2. ศึกษาความดึงดูดใจที่มีต่อคลิปวิดีโอที่ใช้ดนตรีประกอบเพื่อการรณรงค์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีโดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และทำการสุ่มแบบง่ายจากนักศึกษาคณะสารสนเทศ จำนวน 100 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา

1.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

- 1) คลิปวีดิทัศน์รณรงค์การบริจาคหนังสือดนตรีประกอบ แบบอะคูสติค
- 2) คลิปวีดิทัศน์รณรงค์การบริจาคหนังสือดนตรีประกอบ แบบแจ๊ส

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

- 1) ความดึงดูดใจที่มีต่อดนตรีประกอบคลิปวิดีโอ แบบอะคูสติค
- 2) ความดึงดูดใจที่มีต่อดนตรีประกอบคลิปวิดีโอ แบบแจ๊ส

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 คลิปวีดิทัศน์รณรงค์การบริจาคหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบอะคูสติคและคลิปวีดิทัศน์รณรงค์การบริจาคหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบแจ๊ส โดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์ สังเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความเหมาะสมของคลิปวีดิทัศน์รณรงค์การบริจาคหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบอะคูสติคและคลิปวีดิทัศน์รณรงค์การบริจาคหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบแจ๊ส โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านการสื่อความหมาย และด้านเสียง

3.2 แบบประเมินความพึงพอใจของคลิปวิดีโอของโครงการบริการหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบอะคูสติคและคลิปวิดีโอของโครงการบริการหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบแจ๊ส โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านการสื่อความหมาย และด้านเสียง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 นำคลิปวิดีโอที่สร้างเรียบร้อยแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินด้วยแบบประเมินคุณภาพของคลิปวิดีโอ

4.2 แจกแบบประเมินความพึงพอใจให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน ที่ได้ทดลองรับชมคลิปวิดีโอของโครงการบริการหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบที่พัฒนาขึ้น

4.3 เก็บรวบรวมแบบประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์ผล ประเมินผล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อดำเนินการเก็บแบบสอบถามพร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถิติเชิงพรรณนา (Description Analysis) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean :) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และ t-test เพื่อวิเคราะห์ ข้อมูลในแบบสอบถามการหาความเหมาะสมของสื่อคลิปวิดีโอจากผู้เชี่ยวชาญ และความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง

5.2 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคลิปวิดีโอของโครงการบริการหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบที่พัฒนาขึ้น โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับค่าตอบความพึงพอใจ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แสดงผลการวิเคราะห์โดยแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วนำค่าเฉลี่ยมาตัดสินตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญมีต่อคลิปวิดีโอของโครงการบริการหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบทั้ง อะคูสติค และแจ๊ส อยู่ในระดับมากเท่ากัน ดนตรีอะคูสติค ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2 ดนตรีแจ๊ส ที่มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

ด้านของเนื้อหา พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อคลิปวิดีโอของโครงการบริการหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบ อะคูสติค และแจ๊ส ในด้านเนื้อหาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.2 : S.D. = .35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเรียงตามลำดับ ได้แก่ เนื้อหาถูกต้องและเหมาะสม ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .58$) ประเด็นเนื้อหาในคลิปวิดีโอมีความชัดเจนตรงตามวัตถุประสงค์ ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .58$) เนื้อหาเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .58$) ภาษาที่ใช้มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .00$) เนื้อหาไม่ประโยชน์ต่อผู้รับสาร ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .00$) ตามลำดับด้านการออกแบบ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อคลิปวิดีโอของโครงการบริการหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบ อะคูสติค และแจ๊ส ในด้านการออกแบบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.2 : S.D. = .35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเรียงตามลำดับ ได้แก่ รูปภาพประกอบและสีพื้นหลังมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .58$) ความเหมาะสมของรูปแบบตัวอักษรมีความชัดเจนเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .58$) เทคนิคการตัดต่อมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .58$) การจัดเรียงข้อมูลและรูปแบบการนำเสนอ ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .00$) การจัดองค์ประกอบที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .00$) ตามลำดับ

ด้านการสื่อความหมาย พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อคลิปวิดีโอของโครงการบริการหนังสือที่ใช้ดนตรีประกอบ อะคูสติค และแจ๊ส ในด้านการสื่อความหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเรียงตามลำดับ ได้แก่ เห็นถึงความสำคัญของการบริการหนังสือ ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .58$) เห็นถึงความสำคัญของการคัดหนังสือเพื่อบริการ ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .58$) การแบ่งปันหนังสือเหลือใช้เพื่อสร้างโอกาสให้กับผู้อื่น ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .58$) ข้อความ “แบ่งปันหนังสือ = แบ่งปันความรู้ = แบ่งปันอนาคต” สื่อให้เห็นถึงความสำคัญของการอ่าน ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .58$) เห็นถึงความสำคัญของหนังสือ ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .00$) ตามลำดับ

ด้านเสียงประกอบ อะคูสติก พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อคลิปวิดีโอการบรรยายที่ใช้นั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเรียงตามลำดับ ได้แก่ เสียงดนตรีประกอบอะคูสติกสามารถสร้างความดึงดูดใจให้กับคลิปวิดีโอ ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .58$) เสียงดนตรีอะคูสติกช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับวิดีโอ ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .00$) ดนตรีอะคูสติกมีความเหมาะสมกับคลิปวิดีโอ ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .00$) จากภาพรวมดนตรีอะคูสติกมีความเหมาะสมกับคลิปวิดีโอ ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .00$) เสียงผู้บรรยายมีความเหมาะสมดนตรีอะคูสติก ($\bar{X} = 3.7 : S.D. = .58$) ตามลำดับ

ด้านเสียงประกอบ แจ๊ส พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของสื่อคลิปวิดีโอการบรรยายที่ใช้นั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.7 : S.D. = .46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเรียงตามลำดับ ได้แก่ ดนตรีแจ๊สมีความเหมาะสมกับคลิปวิดีโอ ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .00$) เสียงดนตรีให้กับวิดีโอ ($\bar{X} = 3.7 : S.D. = .58$) จากภาพรวมดนตรีแจ๊สมีความเหมาะสมกับคลิปวิดีโอ ($\bar{X} = 3.7 : S.D. = .58$) ตามลำดับประกอบแจ๊สสามารถสร้างความดึงดูดใจให้กับคลิปวิดีโอ ($\bar{X} = 3.7 : S.D. = .58$) เสียงผู้บรรยายมีความเหมาะสมดนตรีแจ๊ส ($\bar{X} = 3.7 : S.D. = .58$) ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ความดึงดูดใจของนักศึกษาที่มีต่อคลิปวิดีโอการบรรยายที่ใช้นั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.1 : S.D. = .68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเรียงตามลำดับ ได้แก่ เนื้อหาสร้างให้ถึงความสำคัญในการคัดเลือกหนังสือเพื่ออ่าน ($\bar{X} = 4.2 : S.D. = .78$) เนื้อหาที่ใช้มีความดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.1 : S.D. = .66$) ภาษาที่ใช้มีความดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.1 : S.D. = .60$) ข้อความที่ใช้มีความดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .67$) ภาพที่ใช้มีความดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.8 : S.D. = .72$) ตามลำดับ

ด้านเนื้อหาของเนื้อหา พบว่า นักศึกษามีความดึงดูดใจต่อสื่อคลิปวิดีโอการบรรยายที่ใช้นั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.1 : S.D. = .68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อเรียงตามลำดับ ได้แก่ เนื้อหาสร้างให้ถึงความสำคัญในการคัดเลือกหนังสือเพื่ออ่าน ($\bar{X} = 4.2 : S.D. = .78$) เนื้อหาที่ใช้มีความดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.1 : S.D. = .66$) ภาษาที่ใช้มีความดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.1 : S.D. = .60$) ข้อความที่ใช้มีความดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .67$) ภาพที่ใช้มีความดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.8 : S.D. = .72$) ตามลำดับ

ด้านการออกแบบ พบว่า นักศึกษามีความดึงดูดใจต่อสื่อคลิปวิดีโอการบรรยายที่ใช้นั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.9 : S.D. = .69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความดึงดูดใจในระดับมากทุกข้อเรียงตามลำดับ ได้แก่ การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ในคลิปวิดีโอช่วยเพิ่มความดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.9 : S.D. = .72$) การลำดับภาพที่ใช้ช่วยเพิ่มความดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.9 : S.D. = .67$) ตามลำดับ

ด้านการสื่อความหมาย พบว่า นักศึกษามีความดึงดูดใจต่อสื่อคลิปวิดีโอการบรรยายที่ใช้นั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.2 : S.D. = .75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความดึงดูดใจในระดับมากทุกข้อเรียงตามลำดับ ได้แก่ เนื้อหาสื่อให้ถึงความสำคัญของหนังสือ ($\bar{X} = 4.3 : S.D. = .73$) ข้อความ “แบ่งปันหนังสือ = แบ่งปันความรู้ = แบ่งปันอนาคต” สื่อให้ถึงความสำคัญของการอ่าน ($\bar{X} = 4.2 : S.D. = .75$) เนื้อหาโดยรวมสร้างความดึงดูดใจให้อยากชมวิดีโอ ($\bar{X} = 4.2 : S.D. = .75$) ตามลำดับ

ด้านเสียงประกอบ อะคูสติก พบว่า นักศึกษามีความดึงดูดใจต่อสื่อคลิปวิดีโอการบรรยายที่ใช้นั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.8 : S.D. = .87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความดึงดูดใจในระดับมากทุกข้อเรียงตามลำดับ ได้แก่ เสียงดนตรีประกอบอะคูสติกสามารถสร้างความดึงดูดใจให้กับคลิปวิดีโอ ($\bar{X} = 3.8 : S.D. = .90$) ดนตรีอะคูสติกมีความเหมาะสมกับคลิปวิดีโอ ($\bar{X} = 3.8 : S.D. = .87$) เสียงผู้บรรยายมีความเหมาะสมดนตรีอะคูสติก ($\bar{X} = 3.7 : S.D. = .82$) จากภาพรวมดนตรีอะคูสติกมีความเหมาะสมกับคลิปวิดีโอ ($\bar{X} = 3.7 : S.D. = .88$) ตามลำดับ

ด้านเสียงประกอบ แจ๊ส พบว่า นักศึกษามีความดึงดูดใจต่อสื่อคลิปวิดีโอการบรรยายที่ใช้นั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความดึงดูดใจในระดับมากทุกข้อเรียงตามลำดับ ได้แก่ ดนตรีแจ๊สมีความเหมาะสมกับคลิปวิดีโอ ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .87$) จากภาพรวมดนตรีแจ๊สมีความเหมาะสมกับคลิปวิดีโอ ($\bar{X} = 4.0 : S.D. = .89$) เสียงดนตรีประกอบแจ๊สสามารถสร้างความดึงดูดใจให้กับคลิปวิดีโอ ($\bar{X} = 3.9 : S.D. = .92$) เสียงผู้บรรยายมีความเหมาะสมดนตรีแจ๊ส ($\bar{X} = 3.8 : S.D. = .89$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาการวิจัย การเปรียบเทียบสื่อคลิปปวีดีโอ เพื่อการรณรงค์การบริจาคหนังสือ โดยเปรียบเทียบระหว่างการใช้นิตริประกอบประเภทอะคูสติก และประเภทแฉัส สามารถวิเคราะห์ประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

เมื่อวิเคราะห์ในแต่ละด้านของสื่อคลิปปวีดีโอรณรงค์ พบว่า ด้านเนื้อหา สื่อคลิปปวีดีโอรณรงค์ที่ใช้นิตริประกอบอะคูสติกและสื่อคลิปปวีดีโอรณรงค์ที่ใช้นิตริประกอบแฉัส มีความดึงดูดใจต่อผู้รับสื่อเท่ากันทุกข้อ คือ เนื้อหาสร้างให้เห็นถึงความสำคัญในการคัดเลือกหนังสือเพื่อบริจาคความ ดึงดูดใจต่อเนื้อหาที่ใช้ ความดึงดูดต่อภาษาที่ใช้ ความดึงดูดต่อข้อความที่ใช้ ความดึงดูดต่อภาพที่ใช้

ด้านออกแบบ พบว่า สื่อคลิปปวีดีโอรณรงค์ที่ใช้นิตริประกอบอะคูสติกและสื่อคลิปปวีดีโอรณรงค์ที่ใช้นิตริประกอบแฉัส มีความดึงดูดใจต่อผู้รับสื่อเท่ากันทุกข้อ คือ ความดึงดูดใจต่อการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ในคลิปปวีดีโอ ความดึงดูดใจต่อเทคนิคการตัดต่อ

ด้านสื่อความหมาย พบว่า สื่อคลิปปวีดีโอรณรงค์ที่ใช้นิตริประกอบอะคูสติกและสื่อคลิปปวีดีโอรณรงค์ที่ใช้นิตริประกอบแฉัส มีความดึงดูดใจต่อผู้รับสื่อเท่ากันทุกข้อ คือ ให้เห็นถึงความสำคัญของหนังสือ ข้อความ “แบ่งปันหนังสือ = แบ่งปันความรู้ = แบ่งปันอนาคต” สื่อให้เห็นถึงความสำคัญของการอ่าน เนื้อหาโดยรวมสร้างความดึงดูดใจให้อยากร่วมบริจาคหนังสือ

ด้านเสียง พบว่า สื่อคลิปปวีดีโอรณรงค์ที่ใช้นิตริประกอบอะคูสติกและสื่อคลิปปวีดีโอรณรงค์ที่ใช้นิตริประกอบแฉัส มีความดึงดูดใจต่อผู้รับสื่อเท่ากันทุกข้อ คือ เสียงดนตรีประกอบอะคูสติกสามารถสร้างความดึงดูดใจให้กับคลิปปวีดีโอนี้ เสียงผู้บรรยายมีความเหมาะสมดนตรีอะคูสติก เสียงดนตรีอะคูสติกช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับคลิปปวีดีโอนี้ จากภาพรวมดนตรีอะคูสติกมีความเหมาะสมกับคลิปปวีดีโอนี้ ดนตรีอะคูสติกมีความเหมาะสมกับคลิปปวีดีโอรณรงค์ เสียงดนตรีประกอบแฉัสสามารถสร้างความดึงดูดใจให้กับคลิปปวีดีโอนี้ เสียงผู้บรรยายมีความเหมาะสมดนตรีแฉัส เสียงดนตรีแฉัสช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับคลิปปวีดีโอนี้ จากภาพรวมดนตรีแฉัสมีความเหมาะสมกับคลิปปวีดีโอนี้ ดนตรีแฉัสมีความเหมาะสมกับคลิปปวีดีโอรณรงค์

ทั้งนี้ผู้วิจัยมองเห็นว่า สื่อคลิปปวีดีโอรณรงค์ที่ใช้นิตริประกอบอะคูสติกและสื่อคลิปปวีดีโอรณรงค์ที่ใช้นิตริประกอบแฉัส ไม่มีความแตกต่างกันอย่างที่เราคาดคิดไว้ เป็นเพราะหลายปัจจัย อาทิ เช่น ความชอบส่วนบุคคลในแนวดนตรี ดนตรีที่ใช้มีความคล้ายคลึง เป็นต้น การเลือกใช้นิตริที่เหมาะสมปัจจัยสำคัญขึ้นอยู่กับเนื้อหา หัวข้อการนำเสนอ แต่อย่างไรก็ตามดนตรีมีส่วนช่วยเพิ่มความดึงดูดใจให้กับคลิปปวีดีโอมากขึ้น ถ้าเลือกได้เหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อหาของคลิปปวีดีโอนั้น ๆ

จากการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า การศึกษาความเหมาะสมของดนตรีประกอบคลิปปวีดีโอสื่อรณรงค์ ดนตรีประกอบมีส่วนสำคัญในการทำให้เกิดความดึงดูดใจแก่ผู้รับสื่อทำให้เกิดความสนใจในการเปิดรับสื่อมากขึ้น และยังช่วยในการจดจำ ซึ่งตรงกับแนวคิดของ [6] กล่าวว่า เสียง (Sound) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของวิทยุกระจายเสียง เสียงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ชมทั้งทางด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และสร้างความรู้สึกละอารมณ์ที่ผู้ชมมีต่อเรื่องที่กำลังชม เสียงช่วยสร้างความคิดให้แก่ผู้ชมว่า ควรจะให้ความหมายที่มีต่อภาพที่กำลังชมอย่างไร รวมทั้งเกิดความรู้สึกและอารมณ์อย่างไร เสียงมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการสื่อความหมายในโฆษณาเป็นอย่างมาก

รายการอ้างอิง

คมสันต์ วงศ์วรรณ. (2551). ดนตรีตะวันตก. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (5 ตุลาคม 2560)

จิราภรณ์ สุวรรณจากสิริกิจ. (2549). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (12 มกราคม 2561)

แยกแลกยิม. (2560). หนังสือ-สื่อการเรียนการสอนเก่า บริจาคที่ไหนดี. สืบค้นจาก<http://www.yaklakyim.com//หนังสือ-สื่อการเรียนการ/> (8 ตุลาคม 2560)

วินทร์ เลียววาริณ. (2560). โครงการ เติมห่วง ใส่ห้องสมุด. สืบค้นจาก <http://www.winbookclub.com/project.php> (8 ตุลาคม 2560)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). (2560). โครงการ ‘๑ อ่านล้านต้น’ หนุนบริจาคหนังสือ พร้อมมอบทุนพื้นที่ขาดแคลน. สืบค้นจาก <http://www.thaihealth.or.th/Content/39577-โครงการ%20%60๑%20อ่านล้านต้น%60%20หนุนบริจาคหนังสือ%20พร้อมมอบทุนพื้นที่ขาดแคลน.html> (5 ตุลาคม 2560)

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.). (2558). การรู้ดิจิทัล. สืบค้นจาก <https://www.nstda.or.th/th/nstda-knowledge/142-knowledges/2632> (5 ตุลาคม 2560)