

การสร้างและประยุกต์ใช้สื่อภาพยนตร์เพื่อการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย The Production and Application of The Movie for Public Relations of University.

สิริวิวัฒน์ ละตา

กลุ่มโปรแกรมคอมพิวเตอร์

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยการสร้างและประยุกต์ใช้นวัตกรรมโดยมีวัตถุประสงค์นี้เพื่อผลิตสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ศึกษาความพึงพอใจ และการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ในพื้นที่พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 4 โรงเรียน ได้มาด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง โดยเลือกโรงเรียนที่มีจำนวนนักเรียนที่เข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามในปี 2556 มากที่สุดของ 4 จังหวัด จำนวน 350 คน

ผลการวิจัยมี) ได้สื่อภาพยนตร์เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามเรื่อง “มนต์ฮักดอกจาน” มีความยาว 41.52 นาที ขนาด FullHD โดยมีผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ 6 ท่าน อยู่ในระดับมาก 2) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการรับชมภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก 3) การประเมินการรับรู้ก่อนและหลังชมสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยพบว่าคะแนนเฉลี่ยหลังชมสื่อภาพยนตร์ (Post) สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนชมสื่อภาพยนตร์ (Pre) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 คำสำคัญ: สื่อภาพยนตร์ มหาวิทยาลัย ประชาสัมพันธ์

Abstract

This research aims to produce and apply the movie for public relations of Rajabhat Mahasarakham University. Second, to examine satisfaction and recognition of the samples about the movie for public relations. The samples in experiment are the students who are studying at high school grade 6:4 province of the northeast in Thailand amount 4 schools. The amount of used purposive sampling is 350 cases.

The result of this research includes 1) the author has created the movie of public relations Rajabhat Mahasarakham University as "Mon-Hug-Dok-Jan" which it have length around 41.52 minutes and size Full HD. The movie is assessed by 6 experts which score of movie quality equal to high level ($\bar{x}=4.30$, S.D. = 0.40) 2) The satisfaction of audiences is high level 3) The result of pre-test and post-test in watching this movie find that the score of post-test is higher than the score pre-test significantly at .05 level.

Keyword : movie, film, public relations, university.

1. บทนำ

การสื่อสารในยุคปัจจุบันถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผลหลากหลายด้าน อาทิ ด้านการสื่อสาร การเรียนการสอน การเรียนรู้บนโลกอินเทอร์เน็ต และเช่นเดียวกันนั้น การสื่อสารก็ย่อมมีผลต่อการตัดสินใจต่าง ๆ ด้วย เช่น การเลือกสิ่งของ การโน้มน้าว การแสดงความคิดเห็น เจตคติ และรวมไปถึงการตัดสินใจต่าง ๆ ไม่เว้นแม้กระทั่งการตัดสินใจเพื่อเข้าศึกษาต่อยังสถาบันต่าง ๆ เนื่องจากปัจจุบันการศึกษาไทยเปิดกว้างและมีสถาบันการศึกษามากมาย ในระดับอุดมศึกษาที่มีทั้งมหาวิทยาลัยภาครัฐและเอกชนเข้ามาเพื่อบริหารและดำเนินการจัดการเรียนการสอนต่าง ๆ [1]

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามได้มีการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนเหล่านักเรียนเข้ามาศึกษาอย่างต่อเนื่อง อาทิ 1) การออกไปแนะแนวทางการศึกษา 2) การใช้ใบปลิว เอกสาร หรือวารสารแจกนักเรียน 3) การใช้วีดิทัศน์เชิงสารคดีเพื่อบอกความสำคัญและความพร้อมแก่นักเรียน แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกลุ่มนักเรียนส่วนมากเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่ในวัยที่ต้องการความตื่นเต้นและแสวงหาสิ่งเล่าต่างๆ การใช้วิทยุการสื่อสารบางอย่างอาจเข้าไม่ถึงกลุ่มนักเรียน ส่งผลให้ยากต่อการรับรู้และเกิดความเบื่อหน่ายแก่ผู้ชม ทำให้การสื่อสารของสื่อที่สร้างขึ้น ไม่ส่งผลที่จะช่วยสนใจให้นักเรียนตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยแห่งนี้

สื่อภาพยนตร์จึงเป็นสื่อชนิดหนึ่งที่น่าสนใจและติดตามอย่างมาก แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของภาพยนตร์ที่มีต่อการสื่อสารของกลุ่มต่าง ๆ ทำให้เห็นถึงความสำคัญอิทธิพลในตัวสื่อภาพยนตร์เอง โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยรุ่นหรือกลุ่มนักเรียนนักศึกษาเหล่านี้ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของภาพยนตร์เนื่องจากภาพยนตร์ที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์โดยเฉพาะการเล่าเรื่อง การนำเสนอ บทที่มีความน่าสนใจ ภาพที่สามารถสื่อสารกับผู้ชม เสียงที่เพิ่มอรรถรสในการให้ความรู้สึก สิ่งแฝงอยู่ในศิลปะของภาพยนตร์เหล่านี้ย่อมก่อให้เกิดการรับรู้และสื่อสารกับผู้ชมได้ดี [2] ซึ่งจะสามารถยังส่งผลต่อการตัดสินใจ หรือเกิดการรับรู้ต่อผู้ชมหรือนักเรียนนักศึกษาเพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น

ดังนั้นจึงนำเอาคุณประโยชน์และการสื่อสารของภาพยนตร์มาประยุกต์เป็นสื่อภาพยนตร์เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย วิทยาลัย วิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อผลิตสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจและการรับรู้ ที่มีต่อสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย

2.วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนวรรณกรรมหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จะประกอบไปด้วย กระบวนการสร้างและคุณค่าของงานภาพยนตร์เช่น

จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย [3] กล่าวว่า ในบรรดาสื่อมวลชนที่แสดงบทบาทการให้ข่าวสาร ความรู้และความบันเทิงนั้น เห็นจะไม่มีสิ่งใดที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงความรู้สึกนึกคิดและโน้มน้าวความคิดเห็นได้ดีเท่าสื่อภาพยนตร์ จนถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือ โฆษณาสินค้าประชาสัมพันธ์ ให้การศึกษา อบรมมากขึ้น ภาพยนตร์จึงสามารถสร้างวัฒนธรรมมวลชน (Mass Culture) ได้ไม่ยากนัก สาเหตุสำคัญก็เพราะธรรมชาติของตัวภาพยนตร์เองที่เอื้ออำนวยให้เกิดบทบาทหน้าที่เช่นนั้น

บุรณะ สมชัย [2] ได้กล่าวว่าภาพยนตร์ เป็นสื่อระดับสูง ที่ทำให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาได้ดีที่สุด เพราะแสดงทั้งภาพเคลื่อนไหวต่อเนื่องสมจริง ทั้งยังสามารถจำลองสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ในสภาวะจริงไม่สามารถเห็นได้

ณรงค์ สมพงษ์ [4] ได้กล่าวถึง ลักษณะของภาพยนตร์ว่า ภาพยนตร์เป็นสื่อมวลชนที่มีการพัฒนามาก่อนสื่อวิทยุและโทรทัศน์และมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตของคนทั้งในอดีตและปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะภาพยนตร์เป็นสื่อที่ดึงดูดและเร้าความสนใจของผู้ชมช่วยให้เกิดความเข้าใจต่อเนื้อหาสาระในระยะเวลาอันสั้น และมีอิทธิพลต่อทัศนคติและความเชื่อของผู้ชม

ซึ่งจากที่กล่าวมาจะเห็นได้ภาพยนตรนั้น เป็นสื่อที่สร้างขึ้นโดยมีกระบวนการ ผ่านการสร้างเหตุการณ์ และเรื่องราวเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดี มีความบันเทิง สนุกสนาน ทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจเนื้อหาได้ดี ในระยะเวลาอันสั้น เพราะสามารถจำลองสถานการณ์ต่างๆ ให้เห็นเป็นภาพ

ได้ และยังมีอิทธิพล ต่อทัศนคติ ความเชื่อของผู้ที่ได้ชมซึ่งส่งผลต่อการการประชาสัมพันธ์ อุดมศักดิ์ เวชราภรณ์ และคณะ [5] การประชาสัมพันธ์หมายถึง การติดต่อเผยแพร่ ข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ จากหน่วยงาน หรือจากผู้บริหาร ไปยังกลุ่มชนที่เกี่ยวข้อง โดยการประชาสัมพันธ์โดยตรง หรือใช้สื่อต่างๆ และเป็นการสำรวจทัศนคติความคิดเป็นของผู้ที่เกี่ยวข้องไปในตัวด้วยเพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มชนยอมรับ

ส่วนประโยชน์การประชาสัมพันธ์ตาม Edward L. Bernay and Edward J. Robinson 1952: 5, อ้างถึงในทวิศักดิ์ เทีชร ทรัพย์ [6] ได้แสดงความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ มีความหมาย 3 ประการคือ

- 1) เป็นการเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
- 2) ชักชวน จูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วมและเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ตลอดวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
- 3) เป็นการผสมผสานความคิดเห็นของประชาชน ที่เกี่ยวข้องให้ เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

นอกเหนือจากนั้นในการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีการประเมินตาม จิม แมคนามารา (Jim Macnamara's macro model of evaluation) [7] ซึ่งแบ่ง การประเมินผลออกเป็น 3 ประเภท มีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้

- 1) การประเมินผลปัจจัยนำเข้า (inputs) เพื่อประเมินความเพียงพอของ ข้อมูล ความรู้ และงานวิจัยที่ใช้ในการวางแผน ความเหมาะสมของเครื่องมือ และสื่อประชาสัมพันธ์ ความเหมาะสมของสารที่เผยแพร่ และคุณภาพในการนำเสนอสาร เป็นต้น

- 2) การประเมินผลผลิต (outputs) เพื่อประเมินว่ามีการผลิต เครื่องมือและสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่มากน้อยเพียงใด โดยประเมินผลจากจำนวนสารที่เผยแพร่ และจำนวนคนที่ให้ความสนใจเนื้อหาสาระของสาร เป็นต้น

- 3) การประเมินผลลัพท์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ (results) เพื่อประเมิน ผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานตามแผน โดยพิจารณาจากจำนวนคนที่เรียนรู้สารและมีความรู้ ความตระหนัก และความเข้าใจสารเพิ่มขึ้น จำนวนคนที่เปลี่ยนแปลง

ทัศนคติ จำนวนคน ที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามท้องถื่นที่ต้องการ

ซึ่งการประชาสัมพันธ์ ต้องอาศัยการประเมินผลดังกล่าว ผู้วิจัยได้มีการนำการประเมินความพึงพอใจ ในการตรวจสอบผลโดยอาศัยทฤษฎีความพึงพอใจดังนี้

Shelly, Maynard W. [8] ได้กล่าวถึง ทฤษฎีความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกสองรูปแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข และความรู้สึกทางลบ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

วุฒิชัย จานงค์ [9] ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เต็มใจและพร้อมใจที่จะปฏิบัติ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นจากแรงจูงใจหรือสิ่งจูงใจ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ และพอใจของบุคคลอันเป็นผลเนื่องมาจาก แรงจูงใจที่ได้รับ ทำให้ความรู้สึกตั้งใจและเต็มใจที่จะปฏิบัติสิ่งนั้น ให้บรรลุเป้าหมายและประโยชน์สูงสุด ซึ่งผลจากความพึงพอใจคือความต้องการนั่นเอง

ดังนั้น สรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของมนุษย์ เช่นความรู้สึกชอบ ความเชื่อมั่น การยอมรับและเจตคติที่ดี ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางบวก ที่เกิดจากแรงจูงใจ ของบุคคลที่นั้นมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองในความต้องการตามที่คาดหวัง

3.วิธีการดำเนินการวิจัย

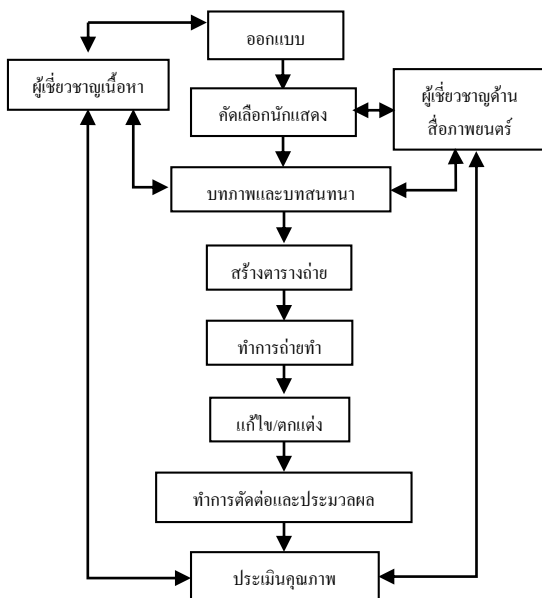
การวิจัยนี้เป็นการประยุกต์โดยใช้สื่อภาพยนตร์ เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย วิทยาลัยอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยมีการประเมินความพึงพอใจ การรับรู้ และประสิทธิผลของสื่อที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ โดยคัดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากโรงเรียนที่มีผู้เข้ามาเรียนต่อมากที่สุดในแต่ละจังหวัดประกอบไปด้วยโรงเรียนผดุงนารี ในเขตจังหวัดมหาสารคามมี โรงเรียน โรงเรียนสตรีศึกษา ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด โรงเรียนกมลลาไสย ในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ โรงเรียนศรีกระนวน วิทยาคม รวมทั้งหมด 2294 คน และทำ

การเลือกกลุ่มโดยใช้สูตร(Taro Yamane) [10] รวม 350 คน ประกอบไปด้วย 1) โรงเรียนผดุงนารี จังหวัดมหาสารคาม 91 คน 2) โรงเรียนโรงเรียนสตรีศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด 125 คน 3) โรงเรียนกมลลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ 35 คน 4) โรงเรียนศรีกระนวนวิทยาคม จังหวัดขอนแก่น 97 คน

4.เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยประกอบไปด้วย

1. สื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีกระบวนการสร้างเครื่องมือ และหาคุณภาพของเครื่องมือ ดังไดอะแกรมต่อไปนี้



1.1 การออกแบบเรื่องราว ในการออกแบบเรื่องราวได้ใช้การออกแบบเป็นเรื่องราวดังนี้ และตั้งชื่อเรื่องคือเรื่อง "มนต์ฮักดอกจาน" โดยมี Theme/ Plot / Synopsis

1.2 การหาตัวนักแสดง (Casting) ในสื่อภาพยนตร์เรื่องนี้มีตัวละครหลักอยู่ 4 ตัวละครคือ นุญสม ฟ้ายอด จิ๊จี้ ซึ่งมีลักษณะในการคัดเลือกนักแสดงตามบทบาทที่เหมาะสม

1.3 ออกแบบบทภาพและบทพูด (Screenplay)

ในการออกแบบบทภาพและบทพูดของสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามเรื่องมนต์ฮักดอกจาน ได้มีการเขียนเรื่องราวและบทพูดลงไปเพื่อใช้ในการถ่ายทำพร้อมกับบทที่นักแสดงที่ต้องพูดและแสดง โดยแบ่ง

ออกเป็น 19 scene หลักและมีส่วนที่เพิ่มแยกย่อยออกไปอีก รวม 24 scene

1.4 สร้างตารางถ่ายทำ (Breakdown) เป็นการกำหนดระยะเวลาในการถ่ายทำซึ่งพิจารณาจากสถานที่ และความสะดวกในการถ่ายทำ สถานที่ รวมถึงความสะดวกของนักแสดง โดยแบ่งถ่ายทั้งหมดจำนวน 3 วัน

1.5 กระบวนการถ่ายทำ (Production) ในการถ่ายทำเราทำการถ่ายทำโดยใช้กล้อง DSLR 2 กล้อง มีการบันทึกแสงแยกจากเครื่องบันทึกเสียง โดยส่วนใหญ่ใช้ไมค์บูม(shotgun) ในการบันทึก การถ่ายทำถ่ายทำตามตาราง (Breakdown) ที่วางเอาไว้ มีปัญหาคือเรื่องของทีมงานถ่ายทำเป็นมือใหม่และไม่เคยผ่านการทำภาพยนตร์อย่างมืออาชีพมา ซึ่งส่งผลกระทบต่อเรื่องของการทำงานที่ช้าลง แต่ก็แก้ปัญหาเฉพาะหน้าและผ่านไปได้

1.6 ขั้นตอนหลังการผลิตทำการแก้ไขตกแต่ง (Post-Production) โดยเริ่มจากนำส่วนที่มีปัญหามาแก้ไขและตกแต่ง (Efface) ในการทำการแก้ไข เนื่องจากทีมงานยังเป็นการทำหนังครั้งแรกจึงมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นหลายที่เช่นการบันทึกเสียงที่มีเสียง รบกวนเยอะเกินไป จึงต้องใช้โปรแกรมในการตกแต่งเสียง การถ่ายภาพแล้วเห็นเงาสะทอนคนถ่าย จึงต้องใช้ โปรแกรม Computer Graphic ในการแก้ไขภาพโดยในที่นี้ใช้โปรแกรม Adobe After Efface 6.0 ในการแก้ไขภาพ และทำการแก้ไขตกแต่งเสียงและตัดเสียงรบกวน (Noise) ด้วยโปรแกรม Adobe Audition 6.0 ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 : การแก้ไขภาพโดยใช้ Computer Graphic ด้วยโปรแกรม Adobe After Efface 6.0

1.7 ทำการตัดต่อและประมวลผล (Edit & Rendering)

ในกระบวนการตัดต่อคือกระบวนการในส่วน Post-Production โดยการนำเอาภาพที่บันทึกไว้มาเชื่อมโยงกับเสียงที่ถูกบันทึกมาเชื่อมโยงให้ตรงกันแล้วนำมาตัดต่อให้เกิดความน่าสนใจพร้อมกับใส่ดนตรีประกอบเพื่อเพิ่มอรรถรสในการชม โดยใช้

โปรแกรมในการตัดต่อได้ใช้ด้วยโปรแกรม Edius 6.0 และนำส่วนที่แก้ไขมารวมกับส่วนนี้เพื่อให้ได้คุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยจะมีการตกแต่งสีให้สวยงามเหมือนภาพยนตร์มากขึ้น จากนั้นทำการประมวลผลเก็บไว้ในรูปแบบ Full HD , DVD



ภาพที่ 2 : การตัดต่อด้วยโปรแกรม Edius 6.0

1.8 ทำการประเมินคุณภาพสื่อภาพยนตร์ โดยเมื่อได้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามเรื่อง มนต์อีกดอกจานแล้ว จากนั้นทำการบันทึกไฟล์ไว้ในรูปแบบต่างๆ เพื่อรอทำการประเมินคุณภาพของสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ

1.8.1 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ในการหาคุณภาพของสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จากผู้เชี่ยวชาญ โดยในการทำการประเมินคุณภาพของสื่อแบ่งออกเป็น 2 ด้านดังนี้คือ

1) การหาคุณภาพด้านเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน ซึ่งจะคอยดูในเรื่องของข้อมูลของเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์หรือข้อมูลเบื้องต้นในเรื่องและรายละเอียดต่าง ๆ ในการใช้บริการที่ถูกต้องและรวมไปถึงข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัย

2) การหาคุณภาพด้านสื่อภาพยนตร์จำนวน 3 ท่าน ซึ่งในด้านนี้จะเน้นหาคุณภาพด้านความสวยงามของสื่อภาพยนตร์ ภาพ เสียง มุมภาพ ความต่อเนื่องของภาพ การแสดง เป็นหลัก โดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินคุณภาพของสื่อภาพยนตร์

2. การสร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจได้มีกระบวนการการสร้างตามขั้นตอนดังนี้

2.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทาง การวัดความพึงพอใจ

2.2 นำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลแล้วนำมาออกแบบ แบบประเมิน แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถามได้แก่เรื่อง เพศ รายได้ และภูมิลำเนาของผู้กรอก

แบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ส่วนการประเมินความพึงพอใจจำนวน 11 ข้อ

2.3 นำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา

2.4 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้ว ทำการทดลองใช้กับนักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย แล้วทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ผลจากการวิเคราะห์ค่าความเชื่อของแบบประเมินความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ .891 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้มีความเชื่อมั่นสูง

2.5 ทำสำเนาแล้วจัดเตรียมเพื่อนำไปใช้ทดลอง

5.ผลการวิจัย

ในการวิจัยได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. ได้สื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เรื่อง มนต์อีกดอกจาน ชนิดของไฟล์ .MPEG จัดเก็บอยู่ในรูปแบบ Full HD ดังตัวอย่างภาพที่ 3 โดยมีบทบรรยายภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยมีความยาวทั้งสิ้น 41.52 นาที โดยผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพระดับมากจากผู้เชี่ยวชาญ 2 ด้านจำนวน 6 ท่านดังตารางที่ 1



ภาพที่ 3 : ภาพโปสเตอร์และฉากในภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์

2. ผลการจากการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 2

3. จากการประเมินการรับรู้ของผู้ชมพบว่า ก่อนชมแตกต่างจากคะแนนหลังชมสื่อภาพยนตร์ อย่างมีนัยสำคัญ ($t = -22.021$, $P\text{-Value} = 0.00$) โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของคะแนนแล้วพบว่า คะแนนการรับรู้หลังชมสื่อภาพยนตร์ ($\bar{x} = 8.88$) สูงกว่าคะแนนก่อนชมสื่อภาพยนตร์ ($\bar{x} = 4.98$) ดังตารางที่ 3 และ 4

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณภาพด้านสื่อภาพยนตร์

คุณภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. คุณภาพด้านสื่อภาพยนตร์	4.3	0.50	มาก
2. คุณภาพด้านเนื้อหา	4.3	0.30	มาก
โดยรวม	4.3	0.40	มาก

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
1. ภาพยนตร์มีเนื้อเรื่องที่น่าสนใจ คิดตาม	4.29	.68	มาก	1
2. ภาพยนตร์ทำให้ผู้ชมสนใจมหาวิทยาลัย	4.14	.71	มาก	8
3. ภาพยนตร์มีเนื้อหาทำให้รู้จักมหาวิทยาลัย	4.27	.65	มาก	3
4. ภาพยนตร์สามารถประชาสัมพันธ์ได้มากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ	4.19	.69	มาก	7
5. ดนตรีและเพลงประกอบเหมาะสม	4.23	.74	มาก	5
6. มุมภาพและแสงมีความสวยงาม	4.04	.81	มาก	11
7. ความต่อเนื่องของภาพดูแล้วไม่สะดุดตา	4.08	.78	มาก	10
8. ตัวละครเหมาะสมกับบทที่ได้รับ	4.22	.75	มาก	6
9. การแสดง (Acting)	4.13	.75	มาก	9
10. ง่ายต่อการเข้าใจและรับชม	4.27	.68	มาก	3
11. มีคุณค่าต่อการรับชม	4.29	.69	มาก	1
โดยรวมความพึงพอใจ	4.20	.50	มาก	

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลัง

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean	
Pair 1	Pre-test	4.96	350	3.06	.163
	Post-test	8.88	350	1.80	.096

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบทางสถิติ T-test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Pre-test Post-test	-3.91	3.33	.18	-4.264	-3.565	-22.021	349	.000

6.สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นเน้นการเผยแพร่เรื่องราวเพื่อการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยดึงเอกลักษณ์และสิ่งแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยมาออกแบบเรื่องราว ชื่อเรื่อง “มนต์ฮักดอกจาน” มีบทบรรยายภาษาไทย

และภาษาอังกฤษ โดยมีกระบวนการในการผลิตครบถ้วน และมีการตรวจสอบคุณภาพอยู่ในระดับมาก จากผู้เชี่ยวชาญ 6 ท่าน

2. เมื่อกลุ่มตัวอย่างรับชมสื่อภาพยนตร์ มีระดับความพึงพอใจในระดับอยู่ในระดับมาก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมดูภาพยนตร์หรือละคร และด้วยเนื้อหาและรูปแบบภาพยนตร์เป็นภาพยนตร์รัก ตลก สนุกสนาน สดใส ทำให้กลุ่มตัวอย่างติดตามภาพยนตร์

3. เมื่อผู้ชมได้รับชมสื่อภาพยนตร์แล้วเกิดการรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเกิดจากอิทธิพลของภาพยนตร์ที่เล่าเรื่องที่แฝงเรื่องราวและสถานการณ์ อาคาร สถานที่ลงไป

7.ข้อเสนอแนะของการวิจัย

เนื่องจากภาพยนตร์นี้มีการผลิตขึ้นมาใหม่และได้ยกกรณีศึกษาเป็นมหาลัยราชภัฏมหาสารคามซึ่ง สามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยได้ อย่างกว้างขวางเช่น อัปโหลดลง YouTube ฯลฯ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรหรือสถานศึกษาอื่นที่ต้องการจะแนะนำหรือประชาสัมพันธ์ ให้บุคคลทั่วไปทราบ

8.เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. 2559 .(ออนไลน์). แหล่งที่มา : www.mua.go.th, 14 สิงหาคม 2550.
- [2] จำริญลักษณ์ ธนะวังน้อย .ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทย ตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงสมัยสงครามโลก ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์2541.
- [3] บุรณะ สมชัย การสร้าง .CAI-Multimedia ด้วย Author ware 4.0. กรุงเทพฯ ,ซีเอ็ด ยูเคชั่น :2542.
- [4] ณรงค์ สมพงษ์ .สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม . กรุงเทพฯสำนักพิมพ์ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ,2543.
- [5] อุดมศักดิ์ เวชรากรณ์และคณะ. การประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพฯ ,วังอักษร :2537.
- [6] ทวีศักดิ์ เพ็ชรทรัพย์ .ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการณรงค์เพื่อเพิ่มจำนวนนักศึกษา : ศึกษาเฉพาะกรณี มหาวิทยาลัยเกริก .วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเกริก ,2543.
- [7] Jim Macnamara, “Measuring Public Relations & Public Affairs, speech to IIR.” conference Sydney, 1996.
- [8] Shelly, Maynard W, “Responding to Social Change. Pennsylvania : Dowden Huntchisam Press.” Inc, 1975.
- [9] วุฒิชัย จันทน์ :กรุงเทพฯ .การจูงใจในองค์กรธุรกิจ . โอเคเนชั่น ,2525.
- [10] Yamane, Taro. “Statistics: An Introductory Analysis.” Third editio. Newyork : Harper and Row Publication, 1973.