

บทที่ 1

บทนำ

ปัญหาและความเป็นมาของปัญหา

กระทรวงสาธารณสุข มีภารกิจในการส่งเสริม สนับสนุน ควบคุมและประสานกิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพกายและสุขภาพจิต โดยจัดบริการด้านสาธารณสุขที่มีประสิทธิภาพ และครอบคลุมทุกพื้นที่ ทั้งด้านการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสภาพร่างกาย เพื่อให้ประชาชนชาวไทยมีสุขภาพที่แข็งแรงสมบูรณ์ปราศจากโรค มีอายุยืนนาน และไม่เสียชีวิตก่อนวัยอันสมควร (ดวงมาลย์ สัมมาวิชาวิกุล , 2543 : 1)

การที่ประชาชนชาวไทยจะมีสุขภาพที่ดีได้นั้น วิธีการเบื้องต้นคือต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีสิทธิในการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขจึงได้กำหนดนโยบายสุขภาพศึกษาแห่งชาติ ที่ว่าด้วยการสนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่ถูกต้องไปสู่การมีพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง โดยการดำเนินงานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ ที่เหมาะสม สอดคล้องกับเทคโนโลยีการสื่อสารและการดำเนินชีวิตของประชาชน (กองสุขศึกษา , 2541 : 15)

การสื่อสารผ่านสื่อทุกรูปแบบจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการนำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพจากหน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขไปสู่ประชาชน ดังที่ สมบูรณ์ ขอสกุล และ สรวงศ์ภักดิ์ ดวงสวัสดิ์ (2536: 1) กล่าวว่า สื่อเป็นองค์ประกอบสำคัญของสื่อสารด้านการสาธารณสุข เป็นตัวกลางที่ทำให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้ เกิดความเข้าใจ เกี่ยวกับการแพทย์ และสาธารณสุขได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพไปในทิศทางที่พึงประสงค์

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อรูปแบบหนึ่ง ที่กระทรวงสาธารณสุขใช้ในการเผยแพร่ความรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพแก่ประชาชน และเผยแพร่กิจกรรมการดำเนินงาน ตลอดจนเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ด้วยวัตถุประสงค์และรูปแบบที่แตกต่างกันไป ตามคุณสมบัตินิยของสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละชนิด โดยก่อนดำเนินการเผยแพร่ความรู้หรือข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน กระทรวงสาธารณสุขจะดำเนินการวิเคราะห์ปัญหา วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อรวบรวมข้อมูลมาวางแผนผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท เช่น แผ่นพับ แผ่นปลิว โปสเตอร์ คู่มือ รายงาน จุลสาร อนุสาร จดหมายข่าว ฯลฯ เพื่อให้สื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้น

เป็นประโยชน์สำหรับเจ้าหน้าที่สาธารณสุขระดับผู้ปฏิบัติงาน ในการนำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สมบุญ ฆอสกุล และสรศักดิ์ภรณ์ ดวงสวัสดิ์, 2536 : 4-6)

โปสเตอร์เป็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจรูปแบบหนึ่ง ที่กระทรวงสาธารณสุขผลิตขึ้นเพื่อใช้ในการรณรงค์กิจกรรมต่างๆ หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสุขภาพในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเป็นสื่อที่สามารถใช้ร่วมกับสื่ออื่นๆ ได้เป็นอย่างดี จึงมักจะพบเห็นโปสเตอร์ของกระทรวงสาธารณสุขในสถานบริการของกระทรวงสาธารณสุข และสถานที่สาธารณะต่างๆ ได้เสมอ เพราะโปสเตอร์มีราคาถูก อีกทั้งยังมีรูปแบบที่สวยงาม ผู้อ่านสามารถอ่านทบทวนได้หลายครั้ง และทำให้ผู้รับสารที่เดินทางผ่านไปมารับทราบข้อมูลข่าวสารได้สะดวก ในเวลาอันสั้น

โปสเตอร์สามารถใช้ประโยชน์ ในการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลข่าวสารได้หลายประการ เช่น กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความคิดที่จะแก้ไข หรือร่วมมือในการทำงาน แจ้งข่าวสารให้ทราบย่ำสิ่งที่ต้องปฏิบัติหรือเตือนความจำ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เชิญชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น โน้มน้าวใจให้คล้อยตาม ปลุกเร้าให้ตระหนักถึงประเด็นใดประเด็นหนึ่ง สร้างความจดจำให้เกิดขึ้น และให้ความรู้อันเป็นประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมายได้ใช้เป็นแนวปฏิบัติ (ณรงค์ สมพงษ์, 2535 : 103) จึงนับได้ว่าโปสเตอร์เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์ที่มีประสิทธิภาพช่องทางหนึ่งในหลายๆ ช่องทางที่นิยมใช้อยู่ในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามโปสเตอร์ก็มีข้อจำกัดคือต้องติดอยู่กับที่ในที่สาธารณะ ไม่สามารถเคลื่อนไหวได้ และผู้ที่ผ่านไปมามองเห็นโปสเตอร์ในช่วงเวลาสั้นๆ ภายในพื้นที่ที่จำกัด โปสเตอร์จึงต้องสร้างความประทับใจ ด้วยการสร้างจุดเด่นและดึงดูดความสนใจของผู้ที่ผ่านไปมาในพื้นที่ที่มองผ่าน และสะดุดตาแก่ผู้พบเห็น (อารารวรรณ สุขุมลชาติ, 2540 : 597-598) โดยการใช้ภาษาที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ที่เรียบง่าย ใช้หลักจิตวิทยาที่ดีและมีการโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารคล้อยตาม (เลนท์ สฤษดิ์ธนารัตน์, 2525 : 97)

โปสเตอร์ที่ดีต้องประกอบด้วยส่วนสำคัญสองส่วน คือ ส่วนที่เป็นรูปภาพและส่วนข้อความ ทั้งสองส่วนต้องประสานสัมพันธ์สอดคล้องกันได้อย่างเหมาะสม จึงจะสามารถดึงดูดความสนใจผู้รับสารให้สนใจในโปสเตอร์ตั้งแต่ครั้งแรกที่มองผ่าน (ปรีชา สงกิตติสุนทร, 2541 : 2) ในส่วนของข้อความประกอบด้วย ส่วนพาดหัว ส่วนพาดหัวรอง ส่วนเนื้อหาและส่วนที่เป็นชื่อของหน่วยงานผู้ผลิตโปสเตอร์ ในส่วนของข้อความนั้น ส่วนพาดหัวในโปสเตอร์นับได้ว่าเป็นส่วนสำคัญที่สุด เพราะเป็นส่วนที่นำเสนอความคิดรวบยอดที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารรับรู้ (ศักดิ์ชัย เกียรติดิโนคินทร์, 2539 : 15)

พาดหัวโปสเตอร์ มักจะใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ และพิมพ์ในตำแหน่งที่เห็นเด่นชัด สามารถมองเห็นได้ในระยะไกล สะดุดตา ดึงดูดความสนใจผู้ที่เดินทางผ่านไปมาให้หยุดดูโปสเตอร์และสนใจในรายละเอียดอื่นๆ ข้อความในพาดหัวโปสเตอร์จึงต้องสั้น กระชับ สามารถสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร (บุษบา สุธีธร, 2530 : 443)

เมื่อพิจารณาตามหลักการสื่อสาร พาดหัวโปสเตอร์เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารที่เรียกว่า สาร (Message) ทำหน้าที่นำเรื่องราว เนื้อหาสาระ ที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปยังผู้รับสาร ทำให้เกิดการรับรู้ความหมายร่วมกัน สารประกอบด้วย เนื้อหาสาระ (content) การจัดสาร (treatment) และรหัสสาร (code) ดังที่ ระวีวรรณ ประกอบผล (2535 : 145) กล่าวว่าสารต้องประกอบด้วย เนื้อหาสาระที่เป็นความรู้ ประสบการณ์ ที่ผู้ส่งสารต้องการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกันกับผู้รับสาร ส่วนการจัดสาร คือการที่ผู้ส่งสารจัดเตรียมสารมาอย่างดี เพื่อให้สารนั้นสามารถดึงดูดความสนใจและเรียกร้องให้ผู้รับสารหยุดดูในทันทีที่มองผ่าน และรหัสสารคือภาษาหรือสัญลักษณ์ที่ทำหน้าที่บอกเรื่องราวต่างๆที่ผู้ส่งสารต้องการ

กล่าวได้ว่า การที่กระทรวงสาธารณสุขจะใช้โปสเตอร์เป็นสื่อกลางในการนำสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น สารในส่วนพาดหัวโปสเตอร์ซึ่งเป็นส่วนที่นำเสนอความคิดรวบยอดของโปสเตอร์ จะต้องมีพลังในการสื่อสาร กล่าวคือสารจะต้องมีเนื้อหาที่ชัดเจนน่าสนใจตรงตามวัตถุประสงค์ของกระทรวงสาธารณสุข มีการจัดสารที่นำเสนอด้วยการใช้รูปแบบการนำเสนอที่สะดุดตาโดยการให้จุดเร้าใจในสาร (message appeal) ที่สามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารให้สนใจในสาร ตลอดจนมีการใช้รหัสสารที่ทำให้ผู้รับสารประทับใจและจดจำสารได้ง่าย ดังตัวอย่างพาดหัวโปสเตอร์ ของกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2544 ต่อไปนี้

โปรดรู้ไว้ว่า ทุกครั้งที่ลูกเสพยา(บ้า) แม่เสียใจแทบบ้า

(กรมการแพทย์)

พาดหัวโปสเตอร์นี้ ได้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโทษของการเสพยาเสพติดที่มีต่อครอบครัว ด้วยการยกเหตุและผลที่มีความสัมพันธ์กัน คือการที่ลูกติดยาเสพติดจะส่งผลให้ผู้เป็นแม่มีความทุกข์และเสียใจอย่างรุนแรงจนแทบจะกลายเป็นคนวิกลจริต เพื่อให้ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย คือ เด็กและเยาวชนได้ตระหนักถึงพิษภัยของยาเสพติดประเภทยาบ้าว่า นอกจากยาเสพติดจะให้โทษแก่ผู้เสพเองแล้วยังนำความทุกข์ใจมาสู่แม่ผู้มิพระคุณอย่างยิ่งอีกด้วยเป็นการกำหนดเนื้อหาสาระที่ชัดเจนเข้าใจง่าย โน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายป้องกันตนเองให้ห่างไกลจากยาเสพติด

การจัดสารในพาดหัวโปสเตอร์นี้ ใช้รูปแบบการนำเสนอแบบวิงวอนขออภัยขอความเห็นใจของแม่ต่อลูก ด้วยการบอกกล่าวให้ลูกรู้ว่า ผู้เป็นแม่มีแต่ความทุกข์ทรมานอย่างแสนสาหัสจนแทบ

จะกลายเป็นคนวิกลจริตเมื่อรู้ว่าลูกเสพยาเสพติด ในส่วนของการสร้างจุดเข้าใจในสารนั้น ผู้ส่งสารได้นำหลักจิตวิทยาแรงจูงใจ เกี่ยวกับความรักมาใช้กล่าวคือ มนุษย์ต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม และเป็นที่รักของบุคคลอื่น (บีจจา วุฒิประดิษฐ์, 2534 : 38) โดยการนำความรักในครอบครัวซึ่งเป็นเรื่องใกล้ตัวผู้รับสารมานำเสนอ เพื่อแสดงให้เห็นความรักความผูกพันของแม่ที่มีต่อลูก ทำให้ผู้รับสารตระหนักว่า หากตนกระทำความผิดไปเสพยาเสพติด จะส่งผลให้ผู้เป็นแม่เกิดความทุกข์อย่างใหญ่หลวง

สำหรับการใช้รหัสสารหรือภาษาในพาดหัวนี้ ผู้ส่งสารนำคำว่า "โปรด" ซึ่งแสดงการขอร้องให้ปฏิบัติในสิ่งที่จะเกิดประโยชน์แก่ผู้ปฏิบัติเองมานำหน้าประโยค เพื่อโน้มน้าวใจผู้รับสารให้คล้อยตามเป็นการใช้คำที่มีน้ำหนักและความหมายในเชิงวิงวอน ขอร้อง ขอความเห็นใจอย่างนุ่มนวล หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่มุ่งบังคับให้ปฏิบัติ เพราะกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่นที่ไม่ชอบการบังคับข่มขู่ นอกจากนี้ยังมีการใช้เสียงสัมผัสที่มีความคล้องจองกันได้แก่ สัมผัสสระ คือสระอา ในคำว่า "ยา" กับคำว่า "บ้า" ทำให้ผู้รับสารสะดุดตาและจดจำได้ง่าย คำว่า "ยา" โดยทั่วไปหมายถึง สิ่งที่น่าบำบัดรักษาให้ร่างกายหายจากการเจ็บป่วย แต่ในพาดหัวนี้ผู้ส่งสารได้ใช้เครื่องหมาย นชลิขิต กับคำว่า "บ้า" เพื่อขยายคำว่า "ยา" เพื่อชี้ให้ผู้รับสารเห็นว่า "ยา" ในที่นี้หมายถึง ยาเสพติดชนิดหนึ่งที่ออกฤทธิ์ต่อร่างกาย เมื่อผู้เสพยาเข้าไปแล้วทำให้ต้องเสพเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนเกิดอาการคลุ้มคลั่งเหมือนคนวิกลจริต

ส่วนการกำหนดรหัสสารในพาดหัวนี้ ผู้ส่งสารได้นำไวยากรณ์ภาพพจน์แบบอุปมา มาเปรียบเทียบกับความทุกข์ระทม วิดกกังวลของแม่ที่เกิดจากการที่ลูกไปเสพยาเสพติด โดยการใช้คำว่า "แทบบ้า" เพื่อสร้างมโนภาพให้กลุ่มเป้าหมายเห็นว่าผู้เป็นแม่จะกลายเป็นคนวิกลจริต ทำให้ผู้รับสารเข้าใจถึงระดับความทุกข์ของแม่ได้เป็นอย่างดี

พาดหัวโปสเตอร์ดังกล่าวเป็นพาดหัวที่น่าสนใจอย่างยิ่ง มีการกำหนดเนื้อหาสาระที่ชัดเจน มีการจัดสารในรูปแบบของข่าวโดยใช้หลักจิตวิทยาเรื่องความรักมาเป็นประโยชน์ในการจัดสาร ตลอดจนมีการกำหนดรหัสของสาร โดยการนำคำและไวยากรณ์ภาพพจน์ ที่มีพลัง เร้าอารมณ์ มาใช้ร่วมกันได้อย่างกลมกลืน คือ "โปรด" "ยา" และ "แทบบ้า" ทำให้สามารถสื่อความหมายจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารได้อย่างชัดเจน นับได้ว่าการสร้างสรรค์สารในพาดหัวโปสเตอร์ของกระทรวงสาธารณสุข มีความโดดเด่น น่าสนใจ เป็นสารในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการสื่อความหมายไปสู่ผู้รับสารเป้าหมาย

จากความน่าสนใจของพาดหัวโปสเตอร์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาลักษณะของสารในพาดหัวโปสเตอร์ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขที่ผลิตขึ้นเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข โดยจะศึกษาองค์ประกอบของสารในพาดหัวโปสเตอร์ว่ามีลักษณะการกำหนด

เน้คณาสาว การจัคสาร และการใช้รหัสสารอย่างไร จึงสามารถดึงดูดความสนใจ ทำให้ผู้รับสารหยุดดูและเข้าใจในสารได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิเคราะห์ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค้พาดหัวโปสเตอร์ในสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

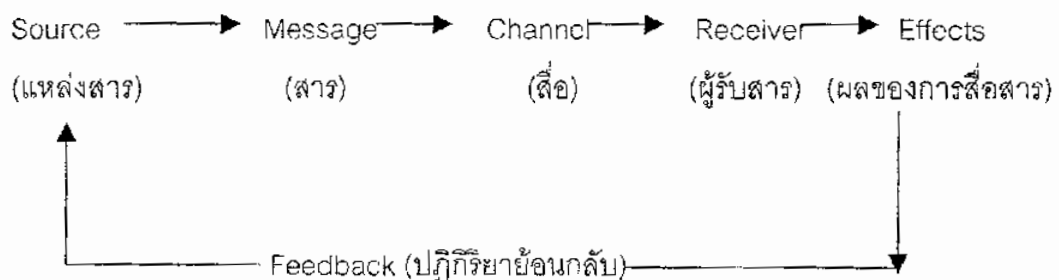
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เรื่อง สารในพาดหัวโปสเตอร์ขงกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2544 จำแนกได้ 4 หัวข้อ คือ 1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร 2) การสื่อสารกับงานสาธารณสุข 3) โปสเตอร์ และ 4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การสื่อสาร

1.1 องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นกระบวนการนำความรู้ ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก และจินตนาการ ตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยมีสารเป็นตัวกลางในการสร้างความเข้าใจร่วมกัน และส่งผ่านสื่อ

องค์ประกอบของการสื่อสารที่จะนำมาอธิบายงานวิจัยนี้ ได้จากแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของโรเจอร์ส (Rogers, อ้างถึงใน อนันต์ธนา อังกินันท์ และเกื้อกูล คูปรรัตน์, 2532 : 53) ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้



ที่มา : อนันต์ธนา อังกินันท์ และเกื้อกูล คูปรรัตน์, 2532 : 53

จากแบบจำลองข้างต้น สามารถสรุปองค์ประกอบของการสื่อสารได้ ดังนี้

1) แหล่งสาร หรือ ผู้ส่งสาร หมายถึง ผู้เริ่มต้นการสื่อสาร เพื่อบอกกล่าว ถ่ายทอด หรือ แลกเปลี่ยนข่าวสาร ได้แก่ผู้เขียน ผู้พูด เป็นต้น ในงานวิจัยนี้ หมายถึง หน่วยงานในสังกัดของกระทรวงสาธารณสุข ผู้ผลิตโปสเตอร์

2) สาร หมายถึง เรื่องราวหรือเนื้อหาสาระของเรื่องราว ได้แก่ ความรู้ ความคิด อารมณ์ ความรู้สึกและจินตนาการที่ผู้ส่งสารตั้งใจสร้างขึ้น เพื่อกกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาในตัวผู้รับสารเมื่อได้รับสาร ในงานวิจัยนี้ หมายถึง พาดหัวโปสเตอร์ของกระทรวงสาธารณสุข

3) สื่อ หมายถึง ตัวกลางที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ ในงานวิจัยนี้ หมายถึง สื่อโปสเตอร์ที่หน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขผลิตขึ้น

4) ผู้รับสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่เป็นเป้าหมายของการสื่อสาร ได้แก่ ผู้อ่าน ผู้ฟัง เป็นต้น ในงานวิจัยนี้ผู้รับสาร หมายถึง ตัวผู้วิจัยเองถือเป็นตัวแทนของผู้รับสาร

5) ผลของการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับสารภายหลังจากรับสารจากผู้ส่งสาร อาจเป็นได้ทั้งผลในทางบวกและผลในทางลบ เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ความรู้ ทักษะคติ ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจของผู้วิจัย ที่เกิดจากที่ผู้วิจัยนำสารมาวิเคราะห์ตีความตามองค์ประกอบของสาร คือ เนื้อหาสาระ การจัดสาร และรหัสของสาร

6) ปฏิกริยาย้อนกลับ หมายถึง ผลสืบเนื่องที่ผู้รับสารได้รับ ได้แก่ พฤติกรรมที่ผู้รับสารส่งมาให้ผู้ส่งสารรับทราบ เช่น จุดหมายแสดงความคิดเห็น ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้วิจัยที่มีต่อสารที่นำมาวิเคราะห์

1.2 สารและความสำคัญของสารในการสื่อสาร

สาร หมายถึง เรื่องราว สาระ เนื้อหา ที่ผู้ส่งสารตั้งใจสร้างขึ้นอย่างมีความหมาย โดยอาศัยสัญลักษณ์หรือภาษาในการถ่ายทอด ความรู้ ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก และจินตนาการของตน เพื่อกกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนองขึ้นในตัวผู้รับสาร ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เช่น การพูด การเขียน การวาด ดังนั้นผลสำเร็จของการสื่อสารจึงขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสารว่าสารนั้นจะสามารถทำให้ผู้รับสารรับรู้ความหมายได้มากน้อยเพียงไร โดยผู้ส่งสารต้องกำหนดข้อมูลเนื้อหาสาระ ที่ต้องการสื่อสารขึ้น แล้วจึงนำมาจัดรูปแบบของสารให้น่าสนใจสะดุดตา สามารถหยุดและดึงดูดความสนใจผู้รับสารได้ในทันที โดยการแปลงเนื้อหาสาระให้เป็นรหัสสารที่เหมาะสม ทำให้ผู้รับสารมีความเข้าใจได้ในทันที และประทับใจในสารสามารถจดจำสารได้ดี (ระวีวรรณ ประกอบผล , 2535 : 145)

1.3 องค์ประกอบของสาร

ระวีวรรณ ประกอบผล (2535 , 145-146) สรุปว่า สารประกอบด้วย องค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1) เนื้อหาสาระ (Content) หมายถึง สาระ เรื่องราว หรือความคิดและประสบการณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดการรับรู้ความหมายร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

2) การจัดการ (Treatment) หมายถึง การตัดสินใจของผู้ส่งสาร ในการเลือกและเรียบเรียงสาร ให้ผู้รับสารสนใจในสาร โดยการนำรหัสสารและเนื้อหาสารมารวมกันแล้วเรียบเรียงรหัสสารและเนื้อหาสาร ให้มีรูปแบบที่ดึงดูดความสนใจและรับรู้ความหมายได้ในเวลาอันสั้น ให้นับว่าใจผู้รับสารให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

3) รหัสสาร (Code) หมายถึง สัญลักษณ์หรือสัญญาณที่มนุษย์สร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมาย เพื่อใช้แสดงแทนความคิดและได้รับการยอมรับ ตลอดจนเป็นที่เข้าใจความหมายร่วมกัน ได้แก่ ภาษา สัญญาณต่างๆ เป็นต้น

จากหลักการดังกล่าว งานวิจัยนี้ จึงจำแนกองค์ประกอบของสาร ได้ดังนี้

1. เนื้อหาสาร คือ เรื่องราว สารระ เกี่ยวกับสุขภาพตามภารกิจของกระทรวงสาธารณสุขที่ปรากฏ ในพาดหัวโปรสเตอร์ที่หน่วยงานในสังกัดของกระทรวงสาธารณสุขผลิตขึ้นใน พ.ศ. 2544 จำนวน 7 เรื่อง ได้แก่

1.1) ยาเสพติด หมายถึง ยา สาร หรือวัตถุใดใด ที่เสพเข้าไปสู่ร่างกายไม่ว่าจะเป็นวิธีใดก็ตามแล้ว ทำให้มีความต้องการเสพยาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทั้งทางร่างกายและจิตใจ เมื่อไม่ได้เสพยาจะมีอาการขาดยา สุขภาพทรุดโทรม (วิโรจน์ วีระชัย และคณะ , 2544 : 84-85)

1.2) สุขภาพจิตที่ดี หมายถึง สภาพชีวิตที่เป็นสุขอันเป็นผลมาจากการมองตน มองโลก รวมทั้งสามารถจัดการกับความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ และการแสดงออกต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคมได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ภายใต้สภาพแวดล้อมและเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป (ปริยา ศรีพรหม , 2538 :96)

1.3) อาหาร หมายถึงสิ่งที่มนุษย์รับประทานได้ โดยไม่เป็นพิษต่อร่างกาย และมีประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตของร่างกาย ช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ ทำให้กระบวนการทำงานของร่างกายดำเนินไปได้อย่างปกติ ทำให้มีสุขภาพดีและเจริญเติบโตตามวัย มีสมรรถภาพในการทำงานดี มีความต้านทานโรคสูง มีชีวิตยืนยาวและมีอารมณ์แจ่มใส (ปริยา ศรีพรหม , 2538 : 108) ยา หมายถึง วัตถุที่ได้ปรุงแต่ง ผสมหรือประดิษฐ์ขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อป้องกันรักษา บรรเทา และวิเคราะห์วินิจฉัยโรคในคนและสัตว์ (ปริยา ศรีพรหม , 2538 : 105)

1.4) อุบัติเหตุ หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจหรือไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าจากปัจจัยต่าง ๆ เมื่อเกิดขึ้นแล้ว ส่งผลให้เกิดการบาดเจ็บ พิการ เสียชีวิต หรือสูญเสียทรัพย์สิน (ปริยา ศรีพรหม , 2538 : 88)

1.5) โรคติดต่อ หมายถึง โรคที่เกิดจากเชื้อโรคหรือพิษของเชื้อโรค ที่สามารถติดต่อจากสัตว์ คน หรือแหล่งโรค มาสู่คนได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม (ประกอบ บุญไทย , 2541 : 85)

1.6) อนามัยวัยเจริญพันธุ์ หมายถึง ภาวะความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกายและจิตใจ ที่เกิดจากกระบวนการและหน้าที่ของการเจริญพันธุ์ที่สมบูรณ์ของชายและหญิงทุกช่วงอายุของชีวิต ครอบคลุม ทั้งสุขภาพกาย สุขภาพจิต และสังคม ทำให้เขาเหล่านั้นมีชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข (จารุวรรณ จงวณิช , 2544 : 6)

1.7) การปฏิรูปสุขภาพ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินงานด้านสุขภาพ ด้วยการปรับแนวคิดของคนในสังคมเกี่ยวกับและแนวทางการดำเนินงานของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ระบบสุขภาพใหม่ที่เน้นการสร้างสุขภาพที่ดีแทนการซ่อมสุขภาพ โดยกระตุ้นให้ทุกคนในสังคมดูแลสุขภาพของตนและครอบครัว (สำนักงานโครงการปฏิรูประบบบริการสาธารณสุข , 2544 : 1)

2) การจัดสาร คือ การนำรหัสสารและเนื้อหาสารมารวมกันแล้วเรียบเรียงให้มีรูปแบบที่น่าสนใจ ได้แก่

2.1) การนำเสนอสาร คือ การใช้รูปแบบต่าง ๆ ในการนำเสนอสาร โดยการเลือกใช้ภาษาที่มีลักษณะเด่น น่าอ่าน จดจำง่าย เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารให้หยุดดูและสนใจในสาร เช่น พาดหัวแบบตั้งคำถาม แบบออกคำสั่ง เป็นต้น

2.2) จุดเร้าใจในสาร คือ การทำให้สารสามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารให้คล้อยตาม มีทัศนคติหรือปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารต้องการ และสามารถเชื่อมโยงสารที่ได้รับกับประสบการณ์เดิมของตนเอง อาจเป็นความต้องการทางด้านสรีระหรือจิตวิทยา เช่น การสร้างจุดเร้าใจด้วยการทำให้ผู้รับสารเกิดความกลัว การสร้างจุดเร้าใจเรื่องการมีสุขภาพดี เป็นต้น

3) รหัสสาร คือ ภาษาในพาดหัวโปสเตอร์ที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้ผู้รับสารรับรู้ เข้าใจ หรือเกิดความประทับใจในสาร ได้แก่ การใช้คำและโวหารภาพพจน์

1.4 อุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากตัวสาร

สิริวรรณ นันทจันทุล (2543 : 10) สรุปถึงสาเหตุที่การสื่อสารไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากตัวสาร ว่า เกิดจาก เนื้อหาสารที่ลึกซึ้ง ยากเกินกว่าความรู้และประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร การใช้ภาษาในสารมีความ ซับซ้อน เข้าใจยาก ทำให้ผู้รับสารตีความสารผิดไปจากวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร รูปแบบการจัดสารไม่น่าสนใจ ไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้ และ สารขัดต่อความเชื่อ ค่านิยมและสังคมของผู้รับสาร ดังนั้นองค์ประกอบทุกส่วนของสารจึงมีความสำคัญในการที่จะทำให้การสื่อสารนั้น ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.5 ภาษาเพื่อการสื่อสาร

ภาษา คือรหัสสาร ซึ่งเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่สำคัญในสาร ทำหน้าที่นำเนื้อหาจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันได้ การเลือกใช้ภาษาในสารให้เหมาะสมกับเนื้อหาสารและผู้รับสารมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะหากมีการใช้ภาษาในสารที่ไม่เหมาะสมแล้ว อาจทำให้การสื่อสารไม่สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารได้ (อวยพร พาณิช , 2539 : 1-2)

1.5.1 การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร

ปราณี สุวสิทธิ์ (2541 : 64 – 79) ได้สรุปว่า การที่สารจะทำหน้าที่ในการนำเนื้อหาสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น การใช้รหัสสารหรือภาษาในสารมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยผู้ส่งสารต้องเลือกคำมาใช้ในการสื่อความหมายให้ถูกต้องเหมาะสม ดังนี้

- 1) ใช้คำสั้น กระชับ ชัดเจน เข้าใจง่าย ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร และสะดุดตา สะดุดใจผู้รับสาร
- 2) ใช้คำที่มีพลัง เร้าอารมณ์ และความรู้สึกของผู้รับสาร สามารถกระแทกใจผู้รับสารให้เข้าใจได้อย่างรวดเร็ว
- 3) ใช้คำซ้ำอย่างมีศิลปะ เพื่อเพิ่มน้ำหนักของข้อความให้เด่นชัดขึ้น
- 4) สร้างคำใหม่ขึ้นมาใช้เพื่อให้โดดเด่นและตรงกับความรู้สึกนึกคิดของผู้ส่งสารที่ต้องการส่งไปให้ผู้รับสาร เช่น การซ้อนคำ การซ้ำคำ คำคล้องจอง โดยการสัมผัสอักษรและสัมผัสสระ เป็นการใช้คำที่มีเสียงสอดคล้องกันมาวางเรียงกัน เพื่อทำให้เกิดความไพเราะและจดจำได้ง่าย
- 5) ใช้คำให้เหมาะสมกับผู้รับสารทั้ง วัย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และเหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท

นอกจากนี้ ดวงใจ ไทยอุบุญ (2543 : 123 – 124) ได้กล่าวถึง การใช้ภาษาให้เหมาะสมกับผู้รับสารว่า การเลือกใช้คำที่สั้นแต่มีความหมายกว้าง เป็นภาษาที่ผู้รับสารรับสารแล้วสามารถสร้างจินตนาการได้ และให้ความรู้สึกที่แจ่มชัด เข้าใจในเนื้อหาสารได้ชัดๆ ชัดเจน เช่น คำแสดงภาพเป็นคำที่บอกความหมาย และทำให้เกิดภาพในใจในลักษณะต่างๆ เช่น หุรนหุราย หอมพุ้ง ชาวโพลน และคำแสดงอาการ เช่น ปลิวไสว โบกสะบัด ดวงตาเบิกโพลง เป็นต้น

1.5.2 โวหารภาพพจน์

การใช้ภาษาที่ทำให้ผู้รับสารเกิดภาพที่แจ่มชัดลึกซึ้งขึ้นในใจ ก่อให้เกิดผลต่อความรู้สึกและอารมณ์ของผู้อ่านมากกว่าปกติ และสามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้รับสารได้เป็นอย่างดี เป็นวิธีหนึ่งของการใช้ภาษาที่นิยมใช้ในการสื่อสาร เรียกว่า โวหารภาพพจน์ (Figures of speech) ซึ่งเป็นการเลือกสรรถ้อยคำ สำนวน ความเปรียบต่างๆอย่างมีชั้นเชิง มีนัย ให้ชวนคิดแทนการกล่าวอย่างตรงไปตรงมา (อลิสสา วานิชดี , 2538 : 59-61)

โวหารภาพพจน์ มีหลายประเภท (นภลัย สุวรรณธาดา , 2542 : 294 - 298) เช่น

1) อุปมา หมายถึง การนำสิ่งที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่ไม่ใช่ของสิ่งเดียวกันมาเปรียบเทียบเพื่อให้ผู้อ่านเห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยใช้คำแสดงการเปรียบเทียบ เช่น เหมือนเปรียบ ดัง ประดุจ ลาวประหนึ่ง ละม้าย เสมือน แทบ เป็นต้น

2) อุปลักษณ์ หมายถึง การกล่าวเปรียบเทียบเป็นนัยให้ผู้อ่านเข้าใจเอาเอง ไม่มีคำเชื่อมให้เห็นชัดเจนอย่างอุปมา เช่น ตกเหวรัก จะดินรน ไปจนตาย

3) บุคลาธิษฐาน หมายถึง การกล่าวถึง สิ่งที่ไม่มีชีวิต ไม่มีความคิด ให้เหมือนสิ่งเหล่านั้นมีชีวิต มีวิญญาณ สามารถเคลื่อนไหวได้ สามารถสื่อความรู้สึกมาสู่ผู้รับสารได้ เช่น ปางลูกทุกข์ฤดี ธรณีปางใจ ปางลูกร้องไห้ ธรณีให้หวน

4) อนุนามนัย หมายถึง การนำส่วนน้อยหรือส่วนย่อย หรือส่วนที่เด่นชัด มากกล่าวโดยหมายถึงส่วนทั้งหมด เช่น เมื่อดึงที่เด็กตกท่อ (การกล่าวถึงกรุงเทพฯในเชิงประชดประชัน)

5) นามนัย หมายถึง การเรียกชื่อสิ่งหนึ่งโดยใช้คำอื่นแทน ไม่เรียกตรงๆ แต่ต้องเป็นคำที่รู้จักกันทั่วไป เมื่อกกล่าวถึงกฐันทันทีว่าหมายถึงสิ่งใด เป็นการหลีกเลี่ยงการใช้คำธรรมดาซ้ำซาก โดยผู้ส่งสารไม่ต้องเสียเวลาอธิบายและผู้รับสารก็สามารถมองเห็นภาพได้ทันที เช่น ผ่านฟ้า ร่มเกล้า ในหลวง

6) อธิพจน์ หมายถึง การกล่าวเกินจริง อาจมากเกินจริงหรือน้อยเกินจริงก็ได้ เป็นการเปรียบเทียบที่ทำให้เห็นภาพได้ง่าย เช่น การบินไทย รักคุณ เท่าฟ้า

7) กระตุ้ถาม หมายถึง การถามที่ไม่ต้องการคำตอบ เป็นการย้ำหรือเน้นให้ผู้รับสารเห็นจริงหรือคล้อยตาม เพื่อเร่งเร้าให้ผู้รับสารหาคำตอบ

1.5.3 การใช้ภาษาในพาดหัวโปสเตอร์

ดาราวรรณ สุขุมลชาติ (2540 : 602) ได้กล่าวถึงความสำคัญของพาดหัวโปสเตอร์ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของโปสเตอร์ เพราะเป็นส่วนที่นำเสนอก่อนหรือหัวใจของชิ้นงาน ผู้รับสารอ่านเพียงพาดหัวก็อาจจะทราบทุกสิ่งที่คุณส่งสารต้องการจะบอกได้ การใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมายในพาดหัวโปสเตอร์จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ดังที่ ดารณี พานทอง

(2531 : 285) กล่าวว่า พาดหัวต้องมีลักษณะการใช้ภาษาที่สั้น กระชับ ได้ใจความ สื่อความหมาย ได้ชัดเจน และต้องทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกถึงความมีชีวิตชีวา ความเร่งเร้าอารมณ์ และเกิดความประทับใจ สอดคล้องกับที่ ณรงค์ สมพงษ์ (2535 : 103) และบุษบา สุธีธร (2530 : 443) ที่กล่าวว่า การใช้ภาษาในพาดหัวโปสเตอร์ต้อง สั้น กระชับ เข้าใจง่ายในทันที นอกจากนี้ อวยพร พานิช (2530 : 173) ได้สรุปถึง ลักษณะการใช้ภาษาพาดหัว ว่าต้องมีความสั้น กระชับ แม้อย่างเข้าใจก็อ่านได้จบ และเข้าใจในความหมายได้ในทันที โดยการใช้ภาษา ที่เหมาะสมกับผู้รับสาร

สรุปได้ว่า การใช้ภาษาในพาดหัวโปสเตอร์ ต้องสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ดึงดูดความสนใจในทันทีที่มองผ่าน โดยใช้คำที่มีพลัง เร้าอารมณ์ จดจำได้ง่าย กระตุ้นใจผู้รับสาร และสามารถสร้างภาพให้เกิดขึ้นในใจผู้รับสารได้อย่างชัดเจน

1.6 การจัดสาร

การจัดสาร เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของสาร กล่าวคือ เมื่อผู้ส่งสารกำหนดเนื้อหา และรหัสสารแล้วว่าการสื่อความหมายไปยังผู้รับสารอย่างไร จากนั้นผู้ส่งสารต้องสร้างความน่าสนใจขึ้นในสาร เพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสารให้สนใจสาร ทำให้สารนั้นประทับใจและดึงดูดความสนใจผู้รับสารได้ในทันที (อรวรรณ ปิลาธนีโอภาส , 2537 : 133)

1.6.1 รูปแบบการจัดสารในพาดหัวโปสเตอร์

การจัดสารโดยการกำหนดรูปแบบการนำเสนอพาดหัวให้น่าสนใจเป็นกลวิธีหนึ่ง ที่สามารถทำให้ผู้รับสารสนใจในพาดหัวในทันทีที่มองผ่าน โดยการเลือกใช้ภาษาที่มีลักษณะโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ น่าอ่าน จดจำง่าย สามารถนำเสนอได้หลายรูปแบบ (บุษบา สุธีธร , 2530 : 443)

ดังที่ อวยพร พานิช (2530 : 173-177) ได้เสนอรูปแบบของพาดหัวในโปสเตอร์เพื่อการค้าไว้ดังนี้

1) แบบใช้เหตุผล เป็นพาดหัวที่ใช้ภาษาที่นำเสนอ ความจริง ความเป็นเหตุเป็นผลมากระตุ้นผู้รับสาร เช่น พ่อแม่สุขใจ เมื่อลูกกร่ำกรำเริง แจ่มใส ออย่าปล้ำคย ให้ลูกห้องผูก

2) แบบคำขวัญ เป็นพาดหัวที่ใช้คำขวัญที่มีการใช้ภาษาที่สละสลวยมาพาดหัว เช่น พลังชีวิต พิชิตยาเสพติด

3) แบบเล่นคำเล่นสัมผัส เป็นพาดหัวที่ใช้การเล่นคำซ้ำ หรือสัมผัสคล้องจอง เป็นประโยคที่สร้างขึ้นใหม่โดยเฉพาะ เช่น ย้ำสีหนึ่ง...ย้ำสีหนึ่ง...คู่แท้คุณ

4) แบบปฏิเสธ เป็นพาดหัวที่นำคำว่า "ไม่" มาใช้เป็นการบอกปฏิเสธ เช่น มือเข้าทีอ่อย...คยไม่ได้

5) แบบเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย เป็นพาดหัวที่ใช้ภาษาในการเรียกร้องความสนใจจากบุคคล เฉพาะกลุ่ม โดยระบุไว้ในพาดหัวอย่างชัดเจน เช่น ตรงนี้...ที่เริ่มต้นวีรชยแห่งวัย พ้องวัยคุณ

6) แบบเกี่ยวข้องกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆในช่วงที่จัดทำโฆษณา เช่น ปี 2530 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยว ก็จะมีการเน้นคำว่าท่องเที่ยว เช่น เที่ยวเมืองไทย ภูมิใจบ้านเรา

ในขณะที่ บุษบา สุธีธร (2530 : 443) ได้กล่าวถึงรูปแบบการนำเสนอพาดหัวในโปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์และการณรงค์ที่แตกต่างจากพาดหัวโปสเตอร์เพื่อการค้า ไว้ดังนี้

1) แบบบอกวิธีการ เป็นการใช้ภาษาในการแนะนำเกี่ยวกับการป้องกันและการแก้ไขปัญหา ตลอดจนประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับ เช่น ไล่ห้วง ลูกห่าง

2) ตั้งคำถาม เป็นการใช้คำถามที่ก่อให้เกิดเหมือนการสนทนา สามารถเร้าอารมณ์ มีชีวิตชีวา และดึงดูดความสนใจได้ดี แต่คำถามต้องน่าสนใจมากพอ ที่จะทำให้ผู้รับสารอยากทราบคำตอบ เพื่อเรียกร้องให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ ต้องการหาคำตอบ เป็นการใช้คำถามทั่วไป หรืออย่างตรงไปตรงมาไม่อ้อมค้อม เช่น ท่านทราบไหมว่า 80 % ของคนไทย เป็นโรคเหงือก

สำหรับ ดารณี พานทอง (2531 : 288-293) ได้กล่าวถึงรูปแบบการนำเสนอสารของพาดหัวโปสเตอร์เพื่อการค้า ไว้ดังนี้

1) แบบข่าว คือ มีลักษณะการใช้ภาษาแบบรายงานข้อเท็จจริง รายละเอียดในสิ่งใหม่ๆ ที่น่าสนใจ น่าติดตาม เพราะคนเรามักจะมีความกระตือรือร้นและสนใจสิ่งใหม่ โดยเฉพาะถ้าสิ่งนั้นเกี่ยวข้องกับตัวเอง พาดหัวในรูปแบบนี้เด่น ในแง่ที่สามารถให้ข่าวสารได้ในเวลาสั้น เช่น ใหม่สุด อีซูซุพาสเตอร์แซด มิติใหม่แห่งกะบะดีเซล

2) แบบแนะนำหรือให้คำแนะนำ เป็นพาดหัวที่ใช้ภาษาขึ้นต้นด้วยการแนะนำสินค้าแล้วแนะนำประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้า มีลักษณะการแนะนำให้ทดลอง หากไม่เป็นไปตามคำแนะนำจะรับผิดชอบชดเชยหรือให้ผลประโยชน์ให้ เช่น ลดราคาครั้งยิ่งใหญ่ เครื่องไฟฟ้าใหม่แกะกล่องทุกชิ้นรับประกัน 2 ปี

3) แบบออกคำสั่ง เป็นพาดหัวที่ใช้ภาษาที่อ่านแล้วคล้ายๆกับเป็นการบังคับให้ให้สินค้า แต่อย่างไรก็ตามเป็นเพียงวิธีการในการสร้างพาดหัว ในความเป็นจริงแล้วผู้รับสารจะให้ความสนใจหรือไม่ก็ได้ การใช้พาดหัวแบบนี้ต้องระมัดระวังอย่าให้ผู้รับสารรู้สึกว่าถูกบีบบังคับมากเกินไป ควรให้รู้สึกว่าจะสูญเสียผลประโยชน์หากไม่ปฏิบัติตาม เช่น ทุกครั้ง ที่จะอัดภาพสี นึกถึงแต่กระดาษอัดภาพสีโกดัก

4) แบบให้ข้อมูลตรงไปตรงมา เป็นการให้ภาษาในการให้ข้อมูลที่สำคัญ ที่คาดว่าจะดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารและเป็นสิ่งที่ผู้รับสารต้องการอย่างหนักแน่น ไม่อ้อมค้อม เช่น ธนาคารกสิกรไทย บริการทุกระดับ ประทับใจ

5) แบบทางอ้อม เป็นพาดหัวที่ให้ข้อมูลในลักษณะของการใช้วิธีการปรับปรุงถ้อยคำสำนวน ในรูปแบบต่างๆ ทั้งการพรรณนา หรือ ใช้คำพูดใช้อวดคุณภาพ หรือสร้างความพิเศษให้สินค้า เช่น อบอุ่น อบอุ่นไหว พรายพริ้วไปกับเสียงเพลงและบรรยากาศ

รูปแบบการนำเสนอพาดหัวโปสเตอร์ทั้งในส่วนของโปสเตอร์เพื่อการค้าและโปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์ที่นักวิชาการหลายท่านนำเสนอดังกล่าว จะเห็นได้ว่ารูปแบบการจัดสารมีเกณฑ์การจัดแตกต่างกันได้หลายรูปแบบ อาจใช้เป็นแนวทางในการศึกษาคำนี้ ได้เช่น แบบแนะนำ แบบตั้งคำถาม แบบออกคำสั่ง และแบบคำขวัญ เป็นต้น

1.6.2 จุดเร้าใจในสาร

อรรถวรรณ ปิลาธนนิโควิท (2537 : 133-146) กล่าวถึง การจัดสารให้น่าสนใจ เพิ่มเติมว่า การสร้างจุดเร้าใจให้เกิดขึ้นในสาร คือการที่ผู้ส่งสารต้องทำให้สารน่าสนใจสามารถโน้มน้าวใจและ ผลักดันให้ผู้รับสารคล้อยตาม มีทัศนคติ หรือปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ดี โดยการทำให้ผู้รับสาร สามารถเชื่อมโยงสารที่ได้รับกับประสบการณ์เดิมของตัวเอง ทั้งความต้องการทางด้านสรีระหรือจิตวิทยา การสร้างจุดเร้าใจในสารที่นิยมใช้กันมาก เช่น

1) การใช้ความกลัว โดยผู้ส่งสารจะทำให้ผู้รับสารเกิดความกลัวตามที่สารเสนอ แล้วจึงเสนอ แนวทางแก้ไข

2) การใช้ความโกรธ ผู้ส่งสารจะใช้สารสร้างความโกรธหรือความคับข้องใจแก่ผู้รับสาร แล้ว เสนอวิธีการแก้ไข

3) การให้รางวัล ผู้ส่งสารจะเสนอสารที่แนะนำแนวทางที่ควรปฏิบัติ หากผู้รับสารปฏิบัติตามที่ ผู้ส่งสารเสนอแนะ ก็จะได้รับสิ่งตอบแทน

4) การใช้อารมณ์ขัน ผู้ส่งสารจะนำเสนอสารที่ลดความเครียดของผู้รับสาร เช่นการเขียนแบบ ประชดประชัน หรือการนำภาพเด็กน่ารักมาแสดงท่าทางที่ตลกขบขัน

5) การใช้แรงจูงใจทั้งด้านสรีรวิทยา จิตวิทยาและด้านสังคม ที่นิยมใช้กันมากในการ สร้างจุดเร้าใจในสาร คือแรงจูงใจ ตามแนวคิด เอ.เอช. มาสโลว์ (A.H. Maslow) ที่จำแนกความ ต้องการพื้นฐานของมนุษย์ออกเป็น ห้าชั้น คือ

ชั้นที่หนึ่ง ความต้องการด้านสรีระคือความต้องการน้ำ อาหาร การสืบพันธุ์

ชั้นที่สอง ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัยในการดำรงชีวิตอยู่

ชั้นที่สาม ความต้องการความรักจากบุคคลที่ใกล้ชิดและต้องการเป็นสมาชิกของสังคม

ชั้นที่สี่ ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องนับถือในสังคม

ชั้นที่ห้า ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตดังที่ตนเองคาดหวัง

ปัจจุบัน วุฒิประสิทธิ์ (2534 : 38) ได้จำแนกจุดเร้าใจในสารที่มีรากฐานมาจากแรงจูงใจเกี่ยวกับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ของ เอ.เฮท. มาสโลว์ ออกเป็น 8 ประเภท ดังนี้

- 1) จุดเร้าใจเรื่องอาหาร เป็นจุดเร้าใจที่เกี่ยวกับประโยชน์และคุณค่าของอาหารที่มีต่อร่างกาย
- 2) จุดเร้าใจเรื่องความสะดวกสบาย คือทุกคนต่างแสวงหาความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตทั้งร่างกายและจิตใจ
- 3) จุดเร้าใจเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- 4) จุดเร้าใจเรื่องการอยู่เหนือผู้อื่น ซึ่งแสดงออกในรูปความต้องการประสบความสำเร็จ ต้องการเป็นผู้ชนะ
- 5) จุดเร้าใจเรื่องเพศ ได้แก่เรื่องความสวยงาม ความน่ารัก เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจในสาร
- 6) จุดเร้าใจเรื่องความรักที่พ่อแม่มีต่อลูก ปราบปรามให้ลูกได้รับแต่สิ่งที่ดีในชีวิต ปราศจากภัยอันตราย
- 7) จุดเร้าใจเรื่องการยอมรับจากสังคม คือ มนุษย์มีความปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มปรารถนาที่จะได้รับการยอมรับ ยกย่องชมเชย
- 8) จุดเร้าใจเรื่องการใช้ชีวิตที่ยืนยาวและสุขภาพแข็งแรง คือ ความปรารถนาของทุกคนที่ต้องการมีสุขภาพที่ดี

ส่วนพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2546 : 130) กล่าวถึงความสำคัญของจุดเร้าใจในสารว่าเป็นสิ่งที่ทำให้สารน่าสนใจ จูงใจหรือโน้มน้าวและผลักดันให้ผู้รับสาร มีทัศนคติ คัดลอกตาม และปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารต้องการ โดยจุดเร้าใจต้องตรงกับความต้องการพื้นฐานหรือสัญชาตญาณและความรู้สึกของผู้รับสาร และจะโน้มน้าวใจผู้รับสารได้ดียิ่งขึ้น หากสามารถเชื่อมโยงและสอดคล้องกับประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร มี 2 ลักษณะ คือ (พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช , 2546 : 130-134)

- 1) การเร้าใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional appeal) คือ การเชื่อมโยงความรู้สึกทางอารมณ์กับสิ่งที่ต้องการให้ผู้รับสารปฏิบัติ โดยไม่กล่าวถึงความสำคัญหรือลักษณะของสิ่งที่นำเสนอโดยตรง แต่นำเสนอสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการทางสังคมและจิตวิทยา มาจูงใจและโน้มน้าวให้ผู้รับสารปฏิบัติตามที่สารเสนอแนะ โดยเน้นการเร้าอารมณ์และความรู้สึกของผู้รับสาร เมื่อผู้รับสารได้รับสาร จะเกิดความสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์กับสิ่งที่ต้องการให้ผู้รับสารปฏิบัติ

2) การเข้าใจด้วยเหตุผล (Rational appeal) คือ การให้ข้อมูลที่เป็นเหตุเป็นผล เป็นข้อเท็จจริงตรงไป ตรงมา เกี่ยวกับเรื่องราว ลักษณะหรือประโยชน์และอันตรายของสิ่งที่สามารถนำเสนอ มักเป็นข้อเท็จจริงวิชาการ หรือข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือ จูงใจได้ดี มีเหตุมีผล โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้รับสารได้ใช้ความคิดไตร่ตรองอย่างมีเหตุผลเพื่อปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

การศึกษาคัดเนื้อหาในสารในลักษณะต่าง ๆ ดังกล่าว สามารถสรุปวิธีการสร้างจุดเข้าใจในสาร ได้ดังนี้

1) การเข้าใจโดยใช้อารมณ์ คือ การเชื่อมโยงความรู้สึกทางอารมณ์กับสิ่งที่ต้องการให้ผู้รับสารปฏิบัติ โดยไม่กล่าวถึงความสำคัญหรือลักษณะของสิ่งที่นำเสนอโดยตรง แต่เน้นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการทางสังคมและจิตวิทยามาจูงใจและโน้มน้าวให้ผู้รับสารปฏิบัติตามที่เสนอแนะ เช่น จุดเข้าใจด้วยการให้รางวัล ด้วยความรัก และด้วยความกลัว เป็นต้น

2) การเข้าใจด้วยเหตุผล เป็นการเสนอแนะ ชี้แจง ให้ข้อมูลที่เป็นจริงเชิงวิชาการเกี่ยวกับการมีสุขภาพดีในด้านต่าง ๆ เพื่อโน้มน้าวใจผู้รับสารให้มีพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง เช่น การชี้ให้เห็นถึงความรุนแรงของโรคที่มีผลต่อสุขภาพ การมีความปลอดภัยเมื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และการอธิบายความสำคัญของอาหารและยาที่มีต่อสุขภาพ เป็นต้น

สรุปได้ว่า การที่สารจะสามารถเรียกความสนใจจากผู้รับสารได้ ผู้ส่งสารต้องมีการจัดสารที่สามารถดึงดูดความสนใจผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารต้องมีรูปแบบของภาษาในการนำเสนอสารที่น่าสนใจ และนำหลักจิตวิทยาที่เป็นเรื่องใกล้ตัวผู้รับสารมาสร้างเป็นจุดเข้าใจในสาร จึงจะทำให้ผู้รับสารหยุดดูและปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

2. การสื่อสารกับงานสาธารณสุข

การสาธารณสุขเป็นความจำเป็นขั้นพื้นฐานของประชาชนทุกคน ประเทศจะพัฒนาได้ต้องอาศัยประชาชนที่มีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ การดำเนินงานเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางด้านสาธารณสุขเพื่อให้ประชาชนทุกคนมีสุขภาพดี จำเป็นต้องใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ และมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพที่ดีไปในทิศทางที่พึงประสงค์ ตามแผนพัฒนาสาธารณสุขของประเทศ (อรสา ปานขาว , 2537 : 621)

2.1 วัตถุประสงค์ของงานสาธารณสุข

กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อพัฒนางานด้านสาธารณสุขไว้ 4 ประการ (อรสา ปานขาว, 2537 : 621 – 622) คือ

1) เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานและการดำเนินกิจกรรมต่างๆของหน่วยงานสาธารณสุข ทำให้เกิดความเข้าใจ ความศรัทธา ความน่าเชื่อถือ และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร นำไปสู่ความร่วมมือของประชาชนในการร่วมกิจกรรมด้านสาธารณสุข

2) ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยในด้านต่างๆ

3) โน้มน้าวใจให้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมสุขภาพ ไปสู่การมีพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์

4) กระตุ้นเตือนให้ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจ หรือถูกจูงใจให้มีพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องมาแล้ว แต่เกิดอาการเฉื่อยไม่กระตือรือร้น ให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องอย่างต่อเนื่อง

2.2 กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดภารกิจในการปฏิบัติงานไว้ 4 ด้าน คือ (วาสนา จันทร์สว่าง, 2541 : 55-58)

1) การส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนมีการปฏิบัติตนในการเสริมสร้างให้สุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ทั้งกายและจิต และเป็นผลรวมของความพยายามที่ต้องการให้เกิดความตระหนัก ความตื่นตัว ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นผลดีต่อสุขภาพ รวมถึงการควบคุมมลพิษ การออกกฎหมายห้ามสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ การสร้างพลังอำนาจให้ชุมชนเข้มแข็ง การสร้างกระแสการตื่นตัวและความสนใจของสังคมในเรื่องสุขภาพ และการให้ความรู้ผ่านสื่อ เป็นต้น

2) การป้องกัน หมายถึง การกระทำเพื่อหลีกเลี่ยงหรือหยุดยั้ง ไม่ให้มีการเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพกาย จิต และสังคม โดยเน้นการกระทำที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงต่อปัญหาสุขภาพ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตระหนักถึงพิษภัยอันตรายของโรคหรือภัยนั้น

3) การรักษาพยาบาล หมายถึง การกระทำที่มุ่งขจัด หรือบรรเทาอาการของโรค หรือการบาดเจ็บ เพื่อให้ร่างกายและจิตใจของบุคคลได้รับความปลอดภัย และกลับสู่ภาวะสุขภาพเดิมให้มากที่สุด

4) การฟื้นฟูสภาพ หมายถึงการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อคงไว้ซึ่งการทำหน้าที่ของร่างกาย และเพื่อป้องกันความพิการตั้งแต่ต้น และยับยั้งความพิการที่เกิดขึ้นให้กลับคืนสู่การทำหน้าที่ให้ใกล้เคียงกับปกติมากที่สุด สามารถปฏิบัติกิจกรรมต่างๆได้ด้วยตนเองและตามบทบาทในสังคมได้ดั้งเดิม ครอบคลุมทั้งการฟื้นฟูสภาพกาย จิต สังคม และจิตวิญญาณ

2.3 สื่อสิ่งพิมพ์กับงานสาธารณสุข

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อหนึ่งที่สำคัญในการดำเนินงานด้านสาธารณสุข โดยก่อนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ นักวิชาการด้านสาธารณสุขจะดำเนินการวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับสาธารณสุข แล้วนำข้อมูลที่ได้มากำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา รูปแบบ และชนิดของสื่อสิ่งพิมพ์ โดยสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละชนิดจะแตกต่างกันไปตามลักษณะการนำเสนอและการนำไปใช้ได้สะดวกและเหมาะสม (ลมบุญรอด ฆอสกุลและสรงภฎณี คำสวัสดิ์ , 2536 : 6) นอกจากนี้สื่อสิ่งพิมพ์ยังเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวร สามารถใช้ได้หลายครั้ง ผู้รับสารสามารถอ่านทบทวนได้หลายครั้งและมีราคาถูกเมื่อผลิตในปริมาณมากๆ (กรมการศึกษานอกโรงเรียน , 2529 : 11)

ดังนั้นหน่วยงานในสังกัดของกระทรวงสาธารณสุข จึงผลิตสื่อสิ่งพิมพ์มาสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในการนำความรู้เกี่ยวกับสุขภาพไปสู่ประชาชนเป็นจำนวนมาก ดังที่ดวงมาลย์ สัมมาวิภาวิกุล (2543 : 165) กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่เจ้าหน้าที่สาธารณสุขนิยมใช้ในการเผยแพร่ความรู้ด้านสุขภาพมากที่สุด คือ แผ่นพับและโปสเตอร์ เพราะมีราคาถูก้าผลิตในปริมาณมาก และเป็นสื่อที่สามารถใช้ได้อย่างกว้างขวางในทุกเรื่อง ทำให้เจ้าหน้าที่สาธารณสุขนิยมใช้โปสเตอร์ในการปฏิบัติงาน และโปสเตอร์ยังสามารถใช้เป็นส่วนประสมร่วมกับสื่ออื่นๆ ได้เป็นอย่างดี

3. โปสเตอร์

3.1 ความหมายและลักษณะของโปสเตอร์

โปสเตอร์เป็นคำทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษว่า poster เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งที่เป็นแผ่นกระดาษอาจจะหนาหรือบางก็ได้ มีขนาดต่างๆกัน โปสเตอร์ประกอบด้วยภาพและข้อความที่เร้าความสนใจ โดยทั้งสองส่วนจะต้องมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (นิภาพร เนียมแสง, 2537 : 1) มีจุดมุ่งหมายเพื่อแจ้งเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างย่อทำให้ผู้ที่ดูสามารถเข้าใจเรื่องราวและความหมายได้อย่างรวดเร็ว (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2535 : 585)

3.2 ประเภทของโปสเตอร์

โปสเตอร์แบ่งได้สามประเภท (ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์ , 2539 : 8 - 10) ดังนี้

- 1) โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง โปสเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารกิจกรรมของหน่วยงาน สถาบัน องค์กร เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ

2) โปสเตอร์เพื่อการรณรงค์ หมายถึง โปสเตอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรณรงค์ เชิญชวนให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายกระทำหรือไม่กระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง มักดำเนินงานโดยหน่วยงานของรัฐ เพื่อโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้คล้อยตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

3) โปสเตอร์เพื่อการค้า หมายถึง โปสเตอร์ที่โฆษณาเผยแพร่สินค้า โดยมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนว่าต้องการให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้อะไร ต้องการให้เกิดผลอะไร เพื่อชักจูงให้ซื้อสินค้า มักดำเนินการโดยบริษัท ร้านค้า

เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า โปสเตอร์ของกระทรวงสาธารณสุขส่วนใหญ่ เป็นโปสเตอร์ที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการรณรงค์และประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ

3.3 ข้อจำกัดของโปสเตอร์

คาราวรรณ สุขุมาลชาติ (2540 : 599 – 600) กล่าวถึงข้อจำกัดของโปสเตอร์ว่า โปสเตอร์เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ คือต้องติดตั้งอยู่กับที่ ต้องคอยให้ผู้รับสารเป็นฝ่ายเดินทางไปถึงจุดที่โปสเตอร์ตั้งแสดงอยู่ ในขณะที่สื่ออื่นๆจะนำเสนอเนื้อหาไปถึงผู้รับสารถึงในที่อยู่อาศัยโดยตรง ดังนั้นโปสเตอร์จึงต้องดึงดูดความความสนใจผู้รับสารให้ได้ในครั้งแรกที่ผู้รับสารมองผ่านโปสเตอร์ สอดคล้องกับที่ ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์ (2539 : 35) กล่าวว่าโปสเตอร์ต้องเรียกร้องความสนใจให้ผู้ผ่านไปมาหยุดดู โดยการให้หลักจิตวิทยาและการออกแบบที่สวยงาม มีการสื่อความหมายที่ดี เพื่อให้ผู้ดูเกิดพฤติกรรมที่ต้องการคือหยุดดู เข้าใจในการสื่อความหมายในเวลาอันสั้นและกระทำตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

3.4 องค์ประกอบของโปสเตอร์

บุษภา สุธีธร (2530 : 443) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของโปสเตอร์ ดังนี้

1) ส่วนพาดหัว เป็นจุดเด่นที่สำคัญที่สุดของข้อความในโปสเตอร์ มีการเลือกใช้ข้อความที่มีขนาดสั้น ดึงดูดความสนใจ เสนอแนวคิดรวบยอด เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

2) ส่วนข้อความ ต้องสนับสนุนเนื้อหาของโปสเตอร์โดยส่วนรวมอย่างรวบรัด ไม่เยิ่นเย้อ เมื่อกำหนดข้อความทั้งหมดแล้ว ต้องเลือกแบบตัวอักษรโดยคำนึงถึงหลักการอ่านง่ายของตัวพิมพ์เป็นสำคัญ

3) ส่วนภาพ ควรใช้ภาพที่เป็นภาพจำลองของจริง เมื่อมองเห็นแล้วสามารถเข้าใจได้ทันที เน้นจุดสนใจในภาพเพียงจุดเดียว และมองเห็นได้ชัดเจนในระยะไกล เป็นส่วนที่จะมาเสริมหรือขยายพาดหัว ต้องมีความสัมพันธ์กับพาดหัวตลอดจนเนื้อหาสาระอื่นๆในโปสเตอร์

4) ส่วนชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถาบันหรือองค์การผู้เผยแพร่ เป็นส่วนที่จะทำหน้าที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นเจ้าของของผู้เผยแพร่โปสเตอร์นั้นๆสู่สาธารณชน โดยอาจใช้เป็นชื่อหน่วยงานหรือสัญลักษณ์ของหน่วยงาน

5) การใช้สีในโปสเตอร์ การใช้สีสามารถทำได้ 2 ลักษณะ คือการใช้สีที่มีความกลมกลืนกัน คือใช้สีในวรรณะเดียวกัน ใช้สีที่ตรงข้ามหรือสีที่ตัดกัน เพื่อเรียกร้องความสนใจ การเลือกใช้สีได้นั้น ต้องคำนึงถึงสาระของเนื้อหาและอิทธิพลของสี เพื่อเลือกสีให้สอดคล้องกับเนื้อหาและอารมณ์ที่ต้องการจะให้เกิดขึ้น

3.5 ความสำคัญของพาดหัวโปสเตอร์

นอกจากโปสเตอร์จะต้องมีองค์ประกอบที่สอดคล้องกลมกลืนกันเพื่อให้น่าสนใจแล้ว การเลือกใช้ข้อความที่สามารถดึงดูดความสนใจผู้รับสารได้ในทันที ก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อความที่เป็นพาดหัวในโปสเตอร์ซึ่งเป็นข้อความที่ต้องการให้ผู้พบเห็นและสะดุดตาเป็นอันดับแรก ดังที่ เดวิด โฮกิลวี่ (อ้างถึงใน อวยพร พานิช, 2530 : 173) กล่าวว่า “พาดหัวเป็นประตูบานแรกของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้อนรับผู้สนใจเข้าสู่รายละเอียดส่วนอื่นๆ และโดยมากผู้อ่านจะสนใจอ่านพาดหัวมากกว่ารายละเอียดอื่นๆ” สอดคล้องกับที่ เบิร์ค (อ้างถึงใน สุรีย์ สิริพัตร, 2529 : 22) กล่าวถึงความสำคัญของพาดหัวว่า พาดหัวเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของโปสเตอร์ ถึงแม้ว่าจะจะเป็นข้อความเพียงเล็กน้อยก็สามารถกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของโปสเตอร์ได้

ในขณะที่ คัดดี้ชัย เกียรตินาคินทร์ (2539 : 15) อธิบายว่า พาดหัวในโปสเตอร์เป็นความคิดรวบยอดของโปสเตอร์ที่ต้องการให้ผู้รับสารทราบเป็นอันดับแรกในระยะเวลาอันสั้นในเวลา 2-3 วินาที ส่วน ดาราวรรณ สุขุมาลชาติ (2540 : 602) สรุปว่าข้อความส่วนพาดหัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของโปสเตอร์ เพราะเป็นส่วนที่นำเสนอก่อนหรือหัวใจของชิ้นงาน ที่ผู้รับสารอ่านเพียงพาดหัว ก็อาจจะรู้ทุกสิ่งทุกอย่างที่ผู้ส่งสารต้องการจะบอกได้

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้ภาษาในสื่อสิ่งพิมพ์

ในแง่การศึกษาการใช้ภาษาโฆษณา อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมหิต และอวยพร พานิช (2530) ได้ศึกษาวิวัฒนาการใช้ภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์ไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2387 - 2527 สรุปได้ว่า ภาษาโฆษณาในหนังสือพิมพ์ไทยเริ่มจากการใช้ประโยคที่ยาวพุ่มเฟื่อย แล้วพัฒนาการเป็นภาษาที่สั้น กระชับ ดึงดูดความสนใจ เช่น ภาษาพูด การใช้คำขวัญ การใช้คำขวัญที่เข้าใจง่าย

ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ภาษาในการเขียนข้อความโฆษณาในนิตยสารของ สุรีย์ ศรีพัฒน์(2529) สรุปได้ว่า ข้อความพาดหัวโฆษณาในนิตยสาร ต้องหนักแน่น เข้าใจง่าย ดึงดูดความสนใจ น่าตื่นเต้น และเข้าใจได้ในเวลาอันสั้น

สอดคล้องกับการศึกษาของ บัจจา วุฒิประสิทธิ์ (2537) เรื่องนิตยสารกับการใช้ภาพโฆษณา : ศึกษาในเชิงจิตวิทยาการสื่อสาร พบว่า ข้อความพาดหัวในภาพโฆษณา ต้องเป็นข้อความที่สั้น กระชับ ได้ใจความ เข้าใจได้ง่าย และการศึกษาในเชิงจิตวิทยาพบว่า จุดเร้าใจในภาพโฆษณาเชิงจิตวิทยา ต้องดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร โดยเน้นไปที่อารมณ์ ความรู้สึก ความคิด และความสนใจของผู้รับสาร

4.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้ภาษาในโปสเตอร์

ในส่วนของการใช้ภาษาในโปสเตอร์ นิภาพร เนียมแสง (2537) ได้ศึกษาพัฒนาการของ ภาษาในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทยที่ผลิต ระหว่าง ปี พ.ศ. 2500 – 2534 โดยวิเคราะห์รูปแบบการ นำเสนอและเนื้อหาในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย สรุปได้ว่า ภาษาในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย มีความเรียบง่าย สามารถเข้าใจความหมายได้ทันทีโดยไม่ต้องตีความ เน้นดึงดูดความสนใจ ให้ผู้รับสารสนใจและเข้าชมภาพยนตร์ ในขณะที่ นิจิตา บุญยรัตพันธุ์ (2537) วิเคราะห์โปสเตอร์ในด้าน องค์ประกอบ และลักษณะเนื้อหาที่ใช้เผยแพร่เกี่ยวกับความรู้เรื่องโรคเอดส์สำหรับวัยรุ่นใน กรุงเทพมหานครพ.ศ. 2535 พบว่า โปสเตอร์โรคเอดส์มีข้อความพาดหัวที่อยู่ในวรรณะสี่รอน เพื่อ ดึงดูดความสนใจผู้รับสารให้หยุดดู เนื้อหาในพาดหัวส่วนใหญ่เป็นวลีที่มีข้อความสั้นๆ ตาม ความนิยมของวัยรุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจูงใจผู้รับสารให้ป้องกันโรคเอดส์

4.3 งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อโปสเตอร์ในงานสาธารณสุข

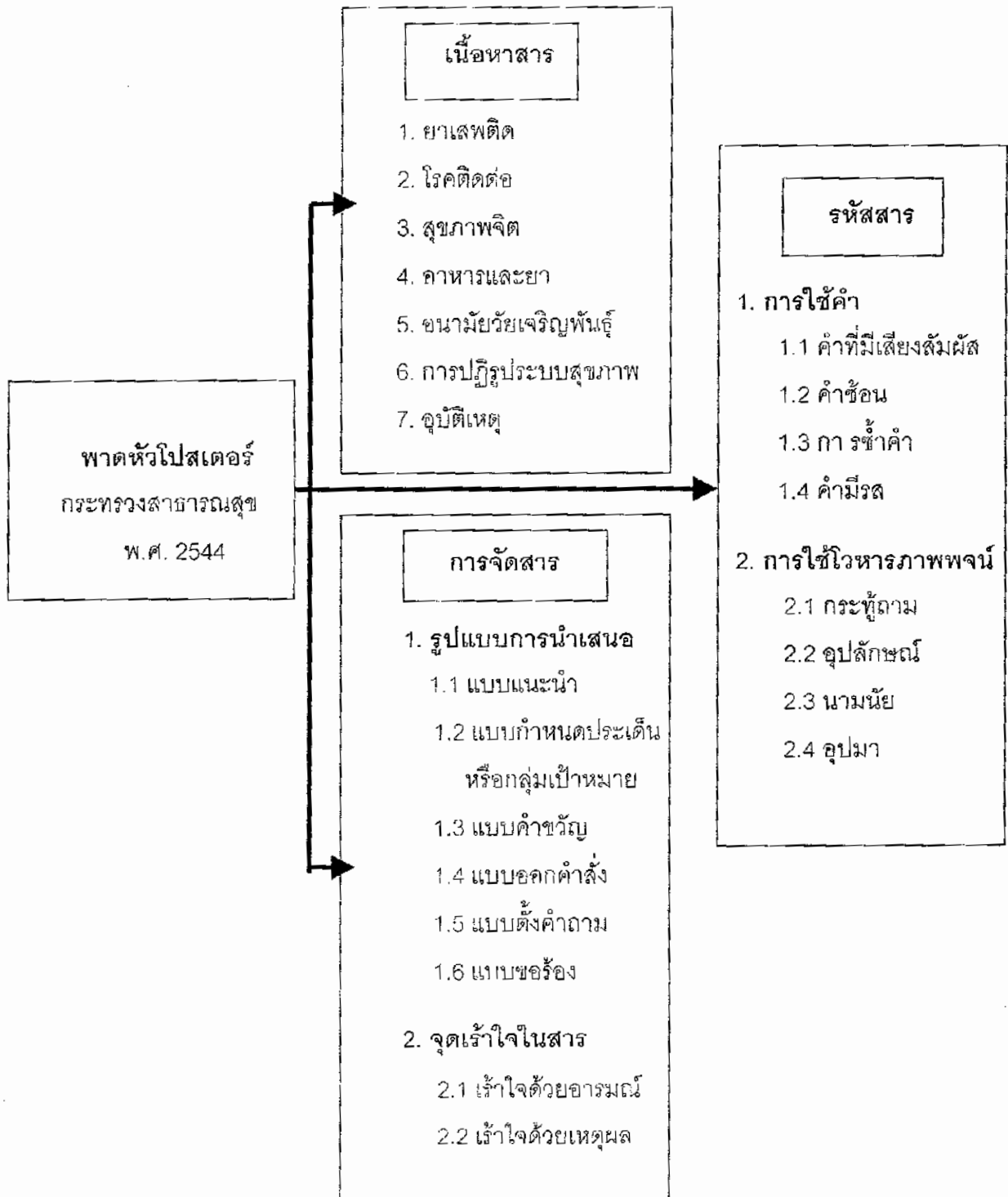
กระทรวงสาธารณสุขได้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตาม ภารกิจออกมาเป็นจำนวนมาก ดังที่ ดวงมาลย์ สัมมาวิภาวิกุล (2543) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการ และสภาพการใช้สื่อของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด พบว่า สื่อที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ซึ่งเป็นเครือข่ายการปฏิบัติงานของกระทรวงสาธารณสุขในระดับภูมิภาคนิยมใช้เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงาน คือ โปสเตอร์ เนื่องจากใช้ได้สะดวกและสามารถเข้าร่วมกับสื่ออื่นๆได้เป็นอย่างดี

ในแง่การรับรู้ความหมายจากถารของผู้รับสาร นลินี มกรเสน และคณะ (2542) ได้ ศึกษาประเมินผลสื่อโปสเตอร์ชุดครอบครัวไทยไร้เอดส์ สรุปได้ว่า ผู้รับสารส่วนใหญ่เข้าใจการ สื่อความหมายรบบยอของโปสเตอร์ ที่สอดคล้องกัน ระหว่างส่วนที่เป็นข้อความกับส่วนที่เป็นรูปภาพ ตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

จากการสำรวจเอกสารทั้งในด้าน การสื่อสาร การสื่อสารกับงานสาธารณสุข การใช้สื่อ
ในงานสาธารณสุข และโปสเตอร์ สรุปได้ว่า โปสเตอร์ของกระทรวงสาธารณสุข เป็นสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบ
หนึ่ง ที่นิยมใช้ในการณรงค์และประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพ โดยในสวนพาดหัวโปสเตอร์
ผู้ส่งสารมีการกำหนดเนื้อหาสาระที่ชัดเจนน่าสนใจเหมาะสมกับผู้รับสาร จัดสารด้วยการนำเสนอ
สารในรูปแบบต่างๆ และนำหลักจิตวิทยาทางการสื่อสารมาใช้ในการสร้างจุดเล้าใจในสาร เพื่อให้
ผู้รับสารเกิดความสนใจและหยุดดูพาดหัวโปสเตอร์หรือสารตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการ
ตลอดจนมีการเลือกใช้รหัสสารหรือภาษาในพาดหัวโปสเตอร์ที่สั้นกะทัดรัด กระชับชัด และมีพลัง
ทำให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจ ด้วยการใช้คำ และการใช้โวหารภาพพจน์ การสร้างสรรค์พาดหัว
สื่อโปสเตอร์ดังกล่าวต้องใช้ ความรู้ในการสร้างสรรค์ทั้งศาสตร์และศิลป์ประกอบกัน

ในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับโปสเตอร์ของกระทรวง
สาธารณสุขในแง่องค์ประกอบในโปสเตอร์ ยังไม่มีการศึกษาใดวิเคราะห์สารในพาดหัวโปสเตอร์ ผู้วิจัย
จึงสนใจที่จะวิเคราะห์สารในพาดหัวโปสเตอร์ของกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2544 โดยการวิเคราะห์
ในด้านองค์ประกอบของสารคือ เนื้อหาสาร การจัดสาร และรหัสสาร จากการศึกษาเอกสารและงาน
วิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของสารในพาดหัวโปสเตอร์ของกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2544 ในประเด็น เนื้อหาสาร การจัดสาร และรหัสสาร

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบองค์ประกอบของสารในพาดหัวโปสเตอร์ของกระทรวงสาธารณสุข
2. ทำให้ได้ความรู้เกี่ยวกับการเขียนพาดหัวโปสเตอร์ ที่หน่วยงานของกระทรวงสาธารณสุข และหน่วยงานอื่นๆ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนผลิตโปสเตอร์ และเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกให้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเฉพาะส่วนที่เป็นข้อความพาดหัวในโปสเตอร์ของหน่วยงานส่วนกลางในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ที่พิมพ์เผยแพร่ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2544 ถึง 31 ธันวาคม 2544 ซึ่งเป็นปีที่รัฐกมลปฏิรูประบบบริการสาธารณสุข ตามโครงการรณรงค์ต่าง ๆ จำนวนรวมทั้งหมด 92 แผ่น จำแนกตามหน่วยงาน ได้ดังนี้

1. กรมการแพทย์	จำนวน	33	แผ่น
2. กรมควบคุมโรคติดต่อ	จำนวน	17	แผ่น
3. กรมสุขภาพจิต	จำนวน	15	แผ่น
4. คณะกรรมการอาหารและยา	จำนวน	12	แผ่น
5. กรมอนามัย	จำนวน	9	แผ่น
6. สำนักปฏิรูปเพื่อสุขภาพ	จำนวน	5	แผ่น
7. กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์	จำนวน	1	แผ่น

ข้อตกลงเบื้องต้น

พาดหัวโปสเตอร์บางส่วนเป็นเพียงการแจ้งประเด็นหรือหัวเรื่องเท่านั้น ดังนั้นการที่จะทราบเนื้อหาในพาดหัวโปสเตอร์ได้ชัดเจน จำต้องนำองค์ประกอบอื่น ๆ ของโปสเตอร์ เช่นส่วนที่เป็นภาพหรือส่วนที่เป็นข้อความมาอธิบายประกอบด้วย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. สาร หมายถึง เรื่องราว สารระ เน้นหา ที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อความหมายไปยังผู้รับสารโดยใช้ภาษาในการถ่ายทอด

1.1 เนื้อหาสาร คือ เรื่องราว สารระ เกี่ยวกับสุขภาพที่ปรากฏในพาดหัวโปสเตอร์ที่หน่วยงานในสังกัดของกระทรวงสาธารณสุขผลิตขึ้นใน พ.ศ. 2544

1.2 การจัดสาร คือ การนำรหัสสารและเนื้อหาสารมารวมกันแล้วเรียบเรียงสารให้มีรูปแบบที่น่าสนใจและโน้มน้าวผู้รับสารให้คล้อยตาม การจัดสารประกอบด้วย รูปแบบการนำเสนอ และจุดเร้าใจในสาร

1.3 รหัสสาร คือ การใช้ภาษาในพาดหัวโปสเตอร์ที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้ผู้รับสารรับรู้ เข้าใจ หรือเกิดความประทับใจในสาร ได้แก่ การใช้คำและโวหารภาพพจน์

2. พาดหัวโปสเตอร์ หมายถึง ส่วนที่สำคัญที่สุดของข้อความในโปสเตอร์ เป็นข้อความสั้น ๆ ที่นำเสนอความคิดรวบยอดของโปสเตอร์ที่ต้องการให้ผู้รับสารทราบเป็นอันดับแรก มักใช้ภาษาที่สะดุดตา และดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อวิเคราะห์สารในพาดหัวโปสเตอร์ของกระทรวงสาธารณสุขที่พิมพ์เผยแพร่ใน พ.ศ. 2544 โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูล

1.1 สืบหาหนังสือ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

1.2 รวบรวมข้อมูลโปสเตอร์ ของกระทรวงสาธารณสุข ตามขอบเขตการวิจัย

2. วิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลพาดหัวโปสเตอร์ที่รวบรวมได้ มาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เนื้อหาสาร การจัดสาร และรหัสสาร

3. สรุปและรายงานผล

3.1 นำเสนอผลการวิเคราะห์

3.2 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และเสนอแนะ