



กระบวนการคิดเชิงออกแบบ

แนวทางการสื่อสารเพื่อลดความเสี่ยงการเป็น “นักดื่มหน้าใหม่” ในกลุ่มเยาวชน

โครงการ “การพัฒนานวัตกรรมสื่อเพื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนด้วยการคิดเชิงออกแบบ” มีวัตถุประสงค์ในดำเนินกิจกรรมเพื่อทราบทัศนคติและพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนภาคเหนือ 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ และพะเยา และดำเนินกิจกรรมโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มาเป็นกรอบในการดำเนินกิจกรรมตลอดโครงการ



กระบวนการทำงานเริ่มต้นจากการลงพื้นที่ทำกิจกรรมย่อยต่างๆ ครั้งที่ 1 เพื่อทราบข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มตัวอย่างแล้วผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อนำไปพัฒนาเป็นสื่อรณรงค์รอบที่ 1 (Draft ที่ 1) ได้แก่ สื่อภาพประกอบเรื่อง (Content Album) สื่ออินโฟกราฟิก (Infographic) สื่อภาพยนตร์สั้น (Short Film) และสื่อโมชั่นกราฟิก (Motion Graphic) ขณะที่จากการทำกิจกรรมย่อยต่างๆ ไปพร้อมกันนี้ กลุ่มตัวอย่างก็ได้

ข้อมูลหรือต้นแบบสื่อ (Prototype) ที่จะนำมาฝึกอบรมการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในครั้งต่อไปด้วย

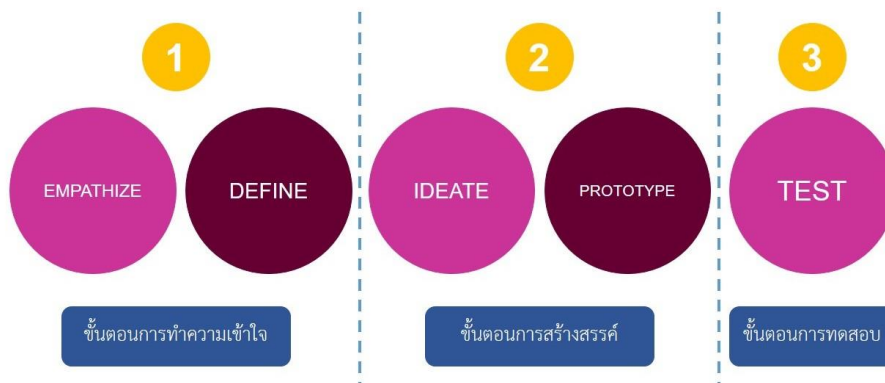
เมื่อผู้วิจัยพัฒนาสื่อรณรงค์ Draft ที่ 1 แล้วจึงนำเสนอไปเผยแพร่เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างประเมินผลความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อในการลงพื้นที่ครั้งที่ 2 ซึ่งผลการประเมินพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์ Draft ที่ 1 ทั้ง 4 ประเภทอยู่ในเกณฑ์มาก – มากที่สุด ขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างได้ฝึกปฏิบัติผลิตสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อใช้รณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ด้วยตัวเองไปพร้อมกันในช่วงตอนนี้ โดยผู้วิจัยต้องการให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างได้ตระหนักถึงผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ผ่านการค้นคว้าหาข้อมูลเนื้อหาด้วยตัวเองและนำมาสร้างสรรค์เป็นสื่อรณรงค์ตามรูปแบบที่ตัวเองอยากนำเสนอ ตลอดจนต้องการเพิ่มทักษะการผลิตสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิกเพื่อเป็นความรู้ในการต่อยอดของนักเรียนต่อไป

ทั้งนี้ จากการลงพื้นที่ครั้งที่ 2 ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทราบผลการประเมินความพึงพอใจสื่อรณรงค์จากนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งได้ทราบข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) แล้วนำมาปรับปรุงพัฒนาสื่อรณรงค์ให้เสร็จสมบูรณ์ จากนั้นนำเสนอไปเผยแพร่ให้กลุ่มตัวอย่างประเมินผลความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อในการลงพื้นที่ครั้งที่ 3 ซึ่งผลการประเมินพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อรณรงค์ ทั้ง 4 ประเภทอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยเมื่อเปิดรับนวัตกรรมสื่อรณรงค์ทั้ง 4 ประเภทแล้ว พบว่านักเรียนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมต่อประเด็นด้าน 1) การรับรู้ถึงอันตรายของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากได้รับชมสื่อ 2) การตระหนักถึงอันตรายของแอลกอฮอล์มากกว่าแต่ก่อน และ 3) สื่อรณรงค์มีผลต่อความรู้ที่อยากหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการพัฒนานวัตกรรมสื่อผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) สามารถนำมาใช้กับกระบวนการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์เพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนภาคเหนือได้มีประสิทธิภาพ เนื่องจาก “วัตถุดิบ” ในการผลิตสื่อ ได้แก่ ประเด็นเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเป็นสิ่งที่ได้จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกกับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการทำให้ผู้วิจัยสามารถผลิตสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ได้สอดคล้องกับความสนใจและความรู้ที่อยากเปิดรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากระบวนการคิดเชิงออกแบบจะเป็นหนึ่งในวิธีที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสื่อรณรงค์ดังที่กล่าวมาข้างต้น การสร้างสรรค์นวัตกรรมผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบทั้ง 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย 2) ขั้นตอนการสร้างสรรค์ และ 3) ขั้นตอนการทดสอบ ไม่สามารถทำให้เกิดนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพได้ดีที่สุดจากการทำกิจกรรมการคิดเชิงออกแบบเพียงครั้งเดียว กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การพัฒนานวัตกรรมสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนให้ได้

ประสิทธิภาพมากที่สุดจำเป็นต้องผ่านกระบวนการทำความเข้าใจ การสร้างสรรค์ และการทดสอบซ้ำวนกัน
หลายครั้ง ดังภาพ



กระบวนการดำเนินกิจกรรมโดยใช้การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

ในการดำเนินโครงการครั้งนี้ที่มีกำหนดระยะเวลาในการดำเนินงาน 1 ปี ผู้วิจัยจึงกำหนดการทดสอบ (ประเมินผลความพึงพอใจสื่อรณรงค์) กับกลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร ได้แก่ นักเรียนและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด 2 ครั้ง ซึ่งอาจยังทำให้งานนวัตกรรมสื่อรณรงค์ประเด็นปัญหาการดื่มแอลกอฮอล์ยังมีจุดที่ต้องปรับปรุงให้สมบูรณ์ได้มากขึ้นทั้งในมิติของด้านประเด็นเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าหากมีการพัฒนาต่อยอดโครงการเพื่อให้มีระยะเวลาการดำเนินงานที่มากขึ้นสำหรับการปรับปรุงและทดสอบคุณภาพสื่อ จะยังทำให้การผลิตสื่อรณรงค์ป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์ผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบนี้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความรู้สึกลอยๆเปิดรับสื่อของกลุ่มวัยรุ่นที่มีแนวโน้มเป็น “นักดื่มหน้าใหม่” ได้มากยิ่งขึ้น