

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเขียนเป็นกระบวนการสื่อสารที่มีความสำคัญกับมนุษย์มาช้านาน เนื่องจากเป็นวิธีที่สามารถถ่ายทอดความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้เขียนออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรและปรากฏเป็นหลักฐานได้อย่างชัดเจน ดังที่ นราวัลย์ พูลพิพัฒน์ (2529, หน้า 95) กล่าวไว้ว่า การเขียนเป็นการถ่ายทอดความคิดความรู้สึกรู้สึกของตนออกมาเป็นตัวอักษร เพื่อให้ผู้อ่านเกิดการรับรู้ และเข้าใจ การเขียนถือว่าเป็นองค์ประกอบของนักปราชญ์ เพราะการเขียนเป็นผลรวมของการพูด การอ่าน การฟัง และการคิด ดังนั้น การเขียนจึงเป็นเครื่องมือที่ใช้บันทึกเรื่องราวของสังคม สะท้อนให้เห็นถึงภาษาและวัฒนธรรมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ จินตนา ทองเรือง (2551, หน้า 8) ยังได้กล่าวถึงประโยชน์ของการเขียนที่มีต่อการศึกษาว่า เป็นกิจกรรมหลักกิจกรรมหนึ่งในการสอนในชั้นเรียนที่ส่งเสริมและกระตุ้นกระบวนการทางความคิดสร้างสรรค์ ช่วยทำให้จดจำบทเรียนและเป็นการฝึกฝนทักษะทางการใช้ภาษา

สำหรับการฝึกทักษะทางการใช้ภาษาด้วยการเขียนเชิงสร้างสรรค์นั้น นอกจากจะช่วยส่งเสริมกระบวนการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนแล้ว ถวัลย์ มาศจรัส (2546, หน้า 5-6) ยังได้กล่าวถึงความสำคัญของการเขียนเชิงสร้างสรรค์ไว้หลายประการด้วยกัน เริ่มจากประการแรกคือ ความสำคัญต่อชีวิต เช่น ทำให้เกิดภูมิปัญญาด้านสำนวนภาษาใหม่ๆ สำหรับการติดต่อสื่อสารได้ทันโลก ทันเหตุการณ์ เกิดอาชีพใหม่ๆ จากการใช้ภาษาเชิงสร้างสรรค์ อาทิ นักโฆษณา นักเขียน นักเขียนบทวิทยุ โทรทัศน์ โฆษก พิธีกร นักไดวาที นักแปล นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการสืบสานรากเหง้าทางวัฒนธรรม ได้แก่ การฟัง การพูด การอ่าน การเขียน รวมถึงการแสดงซึ่งเป็นทั้งสาระและความบันเทิงของชีวิต ส่วนประการต่อมา คือ ความสำคัญต่อบุคคล เช่น พัฒนาสมอง ชีงขวาในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ทำให้เกิดภูมิปัญญา (wisdom) ด้านต่าง ๆ ด้วยตนเอง อาทิ ภูมิปัญญาด้านภาษา ภูมิปัญญาด้านเหตุผลภูมิปัญญาด้านการศึกษา ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม และอีกประการหนึ่งก็คือ ความสำคัญต่อสังคม เช่น ทำให้เกิดรูปแบบใหม่ในการติดต่อสื่อสารของคนในสังคม และระหว่างสังคมต่อสังคม เกิดวัฒนธรรมและอารยธรรมใหม่ของการติดต่อสื่อสาร เป็นการจุดประกายความคิดให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในสังคมที่มาจากความคิด ความฝัน และจินตนาการ ผ่านการนำเสนอในรูปแบบการเขียนเชิงสร้างสรรค์

จากความสำคัญและประโยชน์ของการเขียนเชิงสร้างสรรค์ หลักสูตรแกนกลาง พุทธศักราช 2551 จึงมีตัวชี้วัดที่ระบุให้นักเรียนได้ฝึกเขียนสร้างสรรค์ในการเรียนวิชาภาษาไทย ซึ่งสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 นั้น จะได้ฝึกเขียนเชิงสร้างสรรค์ตามตัวชี้วัด ท.2.1 ม.3/2 ที่ระบุว่า ให้เขียนข้อความโดยใช้ถ้อยคำได้ถูกต้องตามระดับภาษาในสถานการณ์ และโอกาส ต่างๆ เช่น คติพจน์ สุนทรพจน์ คำขวัญ คำคม และโฆษณา ซึ่งจากสำรวจความต้องการของ นักเรียนพบว่า รูปแบบการเขียนที่นักเรียนให้ความสนใจและมีความต้องการเขียนมากที่สุด คือ การเขียนบทโฆษณา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำการเขียนบทโฆษณามาเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนา ความสามารถในการเขียนเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียน

การเขียนบทโฆษณานับเป็นงานเขียนเชิงสร้างสรรค์ประเภทหนึ่ง ดังที่ จริยา ปันทวังกูร (2551, หน้า 90) ได้อธิบายว่า การสร้างสรรค์ มักจะถูกตีความหมายว่าเป็นงานเชิงศิลปะ เป็นการคิดใหม่หรือเพื่อให้ได้สิ่งใหม่ ซึ่งในคำกล่าวนั้นหากพิจารณาในประเด็นของการโฆษณา ถือได้ว่าการโฆษณา เป็นการสร้างสรรค์ได้เช่นกัน เนื่องจากงานโฆษณามีลักษณะเป็นทั้ง ศาสตร์และศิลป์ คือ สามารถศึกษาได้ มีทฤษฎีและหลักในการปฏิบัติ และในขณะที่เดียวกันก็ใช้ ความสามารถส่วนบุคคลมาใช้ในการสร้างงานที่มีคุณภาพ ดังนั้น ในการโฆษณาเราจึงมัก มองเห็นความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่นักโฆษณายกมาคิดค้นและนำเสนอต่อผู้บริโภคอยู่เสมอ ซึ่งหลักสำคัญที่จะช่วยโฆษณาประสบความสำเร็จนั้น จริยา ปันทวังกูร (2551, หน้า 130 - 131) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ต้องเสนอสิ่งที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยมีการใช้เทคนิค และวิธีการต่างๆ ที่จะชักจูงพฤติกรรมผู้บริโภคให้คล้อยตามที่บอกไว้ในโฆษณา และที่สำคัญ คือ บทโฆษณาจะต้องสะดุดความสนใจ น่าสนใจติดตาม สร้างความต้องการในผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้เขียนบทโฆษณาจึงต้องถ่วงถ่วงความคิดของตนให้ออกมาเป็นภาษาเขียนที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ชวนติดตาม และเกิดความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความ ต้องการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์

การเขียนบทโฆษณาให้ดีและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารนั้น ผู้เขียนจะต้องใช้ทั้งศาสตร์ และศิลป์ กล่าวคือ นอกจากความรู้ในเรื่องที่เขียนแล้ว ผู้เขียนยังต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการ นำเสนอเรื่องราวให้น่าสนใจด้วย ดังที่ กองเทพ เคลือบพณิชกุล (2542, หน้า 123) ได้กล่าวไว้ว่า ประสิทธิภาพของการเขียนขึ้นอยู่กับสมรรถภาพของความคิด ดังนั้น หากจะพัฒนาให้นักเรียนมี ความสามารถในการเขียนบทโฆษณา ครูผู้สอนจำเป็นต้องให้นักเรียนได้เรียนรู้ทั้งเรื่องหลักการ เขียนบทโฆษณา ควบคู่ไปกับการฝึกความคิดสร้างสรรค์ ตามคำกล่าวของ สุวิทย์ มูลคำ (2547, หน้า 9) ที่ว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นความคิดที่ทำให้เด็กสามารถสร้างความคิดสร้างจินตนาการ โดยไม่จนต่อสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อม ทั้งนี้ เนื่องจากความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นพลังทาง ความคิดที่ทุกคนมีมาแต่กำเนิด หากได้รับการกระตุ้นและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

พลังแห่งการสร้างสรรค์ก็จะถูกผลักดันให้เกิดขึ้นซึ่งจะเป็นผลทำให้เด็กสามารถเสนอแนวคิดที่อิสระ มีความคิดที่ฉีกกรอบออกไปและสามารถหาหนทางในการสร้างสรรค์สิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ได้นานัปการ อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งในการที่จะช่วยกระตุ้นประสิทธิภาพในการเขียนให้กับเด็กจนมีความมั่นใจในการสร้างงานเขียนในเชิงสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดให้นักเรียนเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และใบปลิว เนื่องจากเป็นสื่อมาใช้ได้สะดวก วัสดุหาง่าย ดังนั้นสื่อดังกล่าวจึงมีความเหมาะสมและเอื้อต่อการจัดการเรียนรู้สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

อย่างไรก็ตาม แม้การศึกษาของไทยจะมุ่งพัฒนาให้นักเรียนมีความคิดและมีทักษะในการเขียนเชิงสร้างสรรค์มาโดยตลอด แต่จากประสบการณ์ของผู้วิจัยในฐานะครูผู้สอนวิชาภาษาไทยในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ของโรงเรียนท่าวังพาพิทยาคม อำเภอท่าวังพา จังหวัดน่าน พบว่า นักเรียนยังขาดทักษะดังกล่าวอยู่มาก เนื่องจากสาเหตุสำคัญประการแรก คือ การแบ่งนักเรียนออกเป็น 8 ห้อง โดยคัดตามความสามารถด้านการเรียน ในการนี้ผู้วิจัยได้รับมอบหมายให้สอนห้องที่นักเรียนมีผลการเรียนเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้ ซึ่งจากการสำรวจผลสัมฤทธิ์ทางการเขียน โดยเฉพาะการเขียนเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียนที่เรียนอยู่ในห้องเรียนที่ผู้วิจัยรับผิดชอบนั้น พบว่า นักเรียนส่วนมากถึงร้อยละ 80 มีคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้เป็นผลเนื่องมาจากสาเหตุสำคัญประการต่อมา คือ ครูผู้สอนขาดวิธีการสอนที่ส่งเสริมทักษะทางการเขียนเชิงสร้างสรรค์อย่างจริงจัง ทำให้นักเรียนขาดแรงจูงใจในการเขียน ซึ่งจากการสอบถามนักเรียน พบข้อคิดเห็นว่า การเขียนเป็นเรื่องที่ยากเกินความสามารถ รู้สึกเบื่อหน่ายและอยากหลีกเลี่ยงเมื่อครูมอบหมายให้เขียน ทำให้ไม่ภาคภูมิใจในผลงานของตนเอง และไม่เห็นความสำคัญของการเขียน

นอกจากนี้ ยังมีผู้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้นักเรียนที่ขาดความสามารถในการเขียนเชิงสร้างสรรค์ ดังเช่น ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์ (2546 , หน้า 53-57) และเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2546 , หน้า 27, 49-51) โดยชี้ว่า ครูผู้สอนยังมีได้มีกระบวนการฝึกที่จะทำให้เด็กเกิดทักษะทางการเขียนเชิงสร้างสรรค์อย่างจริงจัง แต่ครูกลับไปเน้นกระบวนการเรียนการสอนที่ใช้การบรรยายในเนื้อหา และเน้นหลักเกณฑ์ทางด้านหลักภาษามากเกินไป จึงขาดการสนับสนุนให้เด็กได้คิดแก้ปัญหาอย่างอิสระ อันเป็นผลทำให้เด็กไม่กล้าแสดงออกเพื่อเสนอแนวคิดที่แปลกใหม่ หรือในเชิงสร้างสรรค์ เพราะกลัวว่าจะผิดไปจากแนวคิดของครูที่กำหนดไว้ตายตัว ถึงแม้บางครั้งเด็กจะมีความคิดที่แปลกออกไป เขาก็ยังไม่กล้าแสดงออกและไม่กล้าที่จะนำเสนอคำตอบต่อครู เพราะต้องเสี่ยงต่อการถูกดูค่าว่าเป็นคำตอบที่ไร้สาระไม่มีใครยอมรับ ด้วยเหตุดังกล่าวจึงเป็นปัญหาสำคัญต่อการเขียนเชิงสร้างสรรค์ ในขณะที่ครูยังมุ่งให้เด็กยึดติดกับคำตอบที่เป็นแนวเดียวกันตามการชี้นำของครู

จากสภาพปัญหาดังกล่าวสะท้อนว่า ครูเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งที่จะพัฒนาความสามารถในการเขียนเชิงสร้างสรรค์ของนักเรียนให้เป็นที่ไปตามเจตนารมณ์ของหลักสูตรการศึกษา ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ค้นคว้าวิธีสอนต่างๆ ที่มุ่งพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์นั้น พบว่า ซินเนคติกส์ (Synectics) เป็นวิธีสอนหนึ่งที่สามารถนำมาแก้ปัญหาดังกล่าวได้อย่างตรงจุด ตามคำอธิบายของสุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ (2545, หน้า 154) ที่ว่า ซินเนคติกส์ (Synectics) เป็นการสอนที่มุ่งพัฒนาให้ผู้เรียนมีความคิดสร้างสรรค์ โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบสิ่งต่างๆ ซึ่งสิ่งที่นำมาเปรียบเทียบนั้นไม่จัดอยู่ในประเภทเดียวกัน ทำให้สามารถใช้ความคิดได้อย่างกว้างขวางและเป็นอิสระและสมศักดิ์ ภูวิภาคารวรรณ (2544, หน้า 106) ที่กล่าวถึงซินเนคติกส์ว่า เป็นเทคนิคที่เชื่อมโยงสัมพันธ์โดยใช้การเปรียบเทียบ 3 แบบ คือ 1) การเปรียบเทียบแบบทางตรง (Direct Analogy) เป็นการเปรียบเทียบทางตรงระหว่างของ สิ่งหรือมากกว่า สิ่งที่นำมาเปรียบเทียบอาจเป็นคน สัตว์ พืช หรือสิ่งของ โดยของที่นำมาเปรียบเทียบไม่จำเป็นต้องเหมือนกันทุกประการ จุดประสงค์ก็คือเพื่อให้มองเห็นปัญหาอีกแนวทางหนึ่งหรือเพื่อให้เกิดความคิดใหม่ซึ่งอาจนำมาใช้แก้ปัญหาที่ต้องการได้ 2) การเอาตัวเองไปเปรียบเทียบกับสิ่งอื่น (Personal Analogy) เป็นการสมมุติว่าตนเองสิ่งที่ต้องการเปรียบเทียบและบรรยายความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับคนเป็นสิ่งที่นั่น สิ่งเปรียบเทียบอาจเป็นคน พืช สัตว์ หรือสิ่งของ 3) การเปรียบเทียบโดยใช้คู่ที่มีความหมายขัดแย้ง (Compressed Conflict) เป็นการใช้นำเปรียบเทียบ 2 คำ ที่มีความหมายขัดแย้งกันหรือตรงกันข้ามมาอธิบายลักษณะของคน สัตว์ พืช หรือสิ่งของที่ต้องการ เช่น ฉลาดในเรื่องโง่ หรือสวยโทรมๆ เป็นต้น

หากวิเคราะห์การคิดเปรียบเทียบแบบซินเนคติกส์ทั้ง 3 แบบ จะพบว่าเทคนิคดังกล่าวเป็นเทคนิคที่สามารถนำมาใช้ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความสามารถในการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการคิดแบบเปรียบเทียบจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถสร้างสรรค์คำที่แปลกใหม่ สะดุดความสนใจ ชวนติดตาม ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ และบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการโฆษณา

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะใช้เทคนิคซินเนคติกส์เพื่อพัฒนาความสามารถในการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถในการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ และศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ โดยมีความมุ่งหวังว่าจะเป็นประโยชน์สำหรับครูเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสอน เขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ และนำเทคนิคซินเนคติกส์ ไปประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสามารถในการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ของนักเรียนที่เรียนโดยใช้เทคนิคซินเนคติกส์เปรียบเทียบกับผลสัมฤทธิ์กับเกณฑ์ร้อยละ 60
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ที่เรียนโดยใช้เทคนิคซินเนคติกส์

สมมติฐานการวิจัย

ความสามารถในการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ของนักเรียนที่เรียนโดยใช้เทคนิคซินเนคติกส์มีผลสัมฤทธิ์ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 60

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่เรียนอยู่ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 โรงเรียนท่าวังพาพิทยาคม อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน

2. ตัวแปร

2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

2.1.1 การสอนการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์โดยใช้เทคนิคซินเนคติกส์

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

2.2.1 ความสามารถในการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์

2.2.2 ความคิดเห็นต่อการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

เทคนิคซินเนคติกส์ หมายถึง การสอนที่มุ่งพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนโดยใช้กระบวนการเปรียบเทียบ 3 แบบ คือ

1. การเปรียบเทียบแบบทางตรง (Direct Analogy) เป็นการเปรียบเทียบทางตรงระหว่างของ 2 สิ่งหรือมากกว่า สิ่งที่น่ามาเปรียบเทียบอาจเป็นคน สัตว์ พืช หรือสิ่งของ โดยของที่น่ามาเปรียบเทียบไม่จำเป็นต้องเหมือนกันทุกประการ จุดประสงค์ก็คือ เพื่อให้มองเห็นปัญหาอีกแนวทางหนึ่งหรือเพื่อให้เกิดความคิดใหม่ซึ่งอาจนำมาใช้แก้ปัญหาที่ต้องการได้

2. การเอาตัวเองไปเปรียบเทียบกับสิ่งอื่น (Personal Analogy) เป็นการสมมุติว่าตนเองสิ่งที่ต้องการเปรียบเทียบและบรรยายความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับคนเป็นสิ่งที่นั่น สิ่งเปรียบอาจเป็นคน พืช สัตว์ หรือสิ่งของ

3. การเปรียบเทียบโดยใช้คู่ที่มีความหมายขัดแย้ง (Compressed Conflict) เป็นการใช้คำเปรียบเทียบ 2 คำ ที่มีความหมายขัดแย้งกันหรือตรงกันข้ามมาอธิบายลักษณะของคน สัตว์ พืช หรือสิ่งของที่ต้องการ เช่น สวยเจ็บ ยิ้มทั้งน้ำตา

บทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง ข้อความที่เขียนขึ้นเพื่อโฆษณาสินค้าสำหรับหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โบปลิว แผ่นพับ ซึ่งประกอบด้วย ชื่อสินค้า พาดหัว คำขวัญ เนื้อเรื่องโฆษณา และภาพประกอบ

ความสามารถในการเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง การถ่ายทอดกระบวนการคิดเปรียบเทียบของนักเรียนออกมาในรูปแบบงานเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เป็นแนวทางสำหรับครูในการปรับปรุงและพัฒนาการสอนเขียนบทโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ของนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3
2. เป็นแนวทางสำหรับครูในการใช้จินเนคติกส์ไปประยุกต์ใช้ในการสอนเขียนเชิงสร้างสรรค์ในงานเขียนประเภทอื่น เช่น สารคดี นิทาน