

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์:
กรณีศึกษา วารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

FACTORS DETERMINING PERCEPTION ON ART COMPOSITION IN
PUBLIC RELATION PUBLICATIONS: A CASE STUDY ON NEWSLETTER OF
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PHRA NAKHON



เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....120482
วัน, เดือน, ปี...2...สิ.ค...2555

id
b.12385094
i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตรอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ.2554

KMITL-2011-ED-M-222-193

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**FACTORS DETERMINING PERCEPTION ON ART COMPOSITION IN
PUBLIC RELATION PUBLICATIONS: A CASE STUDY ON NEWSLETTER OF
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PHRA NAKHON**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF INDUSTRIAL EDUCATION IN INDUSTRIAL DESIGN TECHNOLOGY
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2011

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในห้องสมุดของสถาบันฯ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2011

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสาร

ประเภทประชาสัมพันธ: กรณีศึกษา วารสารประชาสัมพันธ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

นักศึกษา

นายวิโรจน์ ยิ้มชลิม

รหัสประจำตัว

51611265

ปริญญา

ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

พ.ศ.

2554

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.นพดล สหชัยเสรี

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ 4 ข้อด้วยกัน คือ ข้อแรก เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบศิลป์ที่ใช้กับการจัดรูปแบบวารสารประชาสัมพันธมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ข้อสอง เพื่อศึกษาหลักการออกแบบขององค์ประกอบศิลป์ที่จำเป็นในการรับรู้ในวารสารประชาสัมพันธ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นกรณีศึกษา ข้อสาม เพื่อศึกษาประเด็นการรับรู้ที่เกิดจากกลุ่มเป้าหมายในองค์ประกอบศิลป์รูปแบบต่างๆ และข้อสุดท้าย เพื่อเสนอแนะการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ที่สามารถสื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณกับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้เข้าใจการรับรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบศิลป์ของวารสารประชาสัมพันธ จากการเก็บตัวอย่างแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยข้อมูลที่ได้นำมาจากการตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีการรวบรวมข้อมูลและประมวลผลค่าทางสถิติ โดยมีค่าสถิติที่ใช้ในการวิจัย เช่น ค่าเฉลี่ยรวม (Mean) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (T-Test) ค่าความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปร (Regression) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)

ผลการศึกษานี้สามารถสรุปได้ว่า การรับรู้สื่อประชาสัมพันธของกลุ่มบุคคลไม่ว่าจะเป็นในสถานศึกษาหรือเป็นผู้เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย มีประเด็นในการรับรู้ที่ไม่แตกต่างกันส่วนใหญ่จะมีประเด็นการรับรู้ตรงกัน การวิจัยนี้สามารถบอกปัจจัยในการรับรู้ถึงแนวทางในการจัดรูปแบบสื่อประชาสัมพันธประเภทสิ่งพิมพ์ ให้มีการจัดองค์ประกอบศิลป์ให้สื่อถึงการรับรู้ในด้านต่างๆ ทำให้เกิดรูปแบบและความเหมาะสมกับสื่อประชาสัมพันธนั้นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยในด้านบุคคล อาทิ เพศ อายุ การศึกษา มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ในสาระที่จะสื่อไม่ว่าจะเป็นในตัวเลข พรรณนา และภาพลักษณ์จะมีองค์ประกอบศิลป์เข้ามาช่วยส่งผลให้เกิดการรับรู้เนื้อหาสาระของวารสารประชาสัมพันธ์ได้แก่ การเร้าความสนใจ การตีความความหมาย ในส่วนขององค์ประกอบการออกแบบ และหลักการออกแบบ จะส่งผลให้มีการสื่อถึง ประเด็นในการรับรู้ในด้านการสื่อสาร การเร้าความสนใจ สุนทรียะ การสื่อความหมาย มีผลต่อการจัดองค์ประกอบศิลป์ในตรงกับกลุ่มเป้าหมาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis	Factors Determining Perception on Art Composition in Public Relation Publications: A Case Study on Newsletter of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.
Student	Mister Wirete Yimklib
Student ID.	51611265
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Industrial Design Technology
Year	2011
Thesis Advisor	Assoc.Prof.Dr.Nopadon Sahachaisaeree
Thesis Co-Advisor	Assoc.Prof.Udomsak Saributr

ABSTRACT

The public circulation media have been designed to reach a very large group of audiences in various forms such as newspapers, magazines, posters, bulletins, journals, television, radio, and broadcasting. The graphical composition design of the informative media in general and print material in particular plays a key role in conveying news, facts, or information both in brief and in details to their target audiences. The graphic design for disseminating print materials needs to be understandable and enticing. The study takes the case of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon Bulletin to examine factors that influence the perception of readers on the graphical composition of an informative print material. The main objectives of this study are to investigate factors influencing the perception of target groups including students, academic professionals, and staffs on the university newsletter; to study the principles of graphical composition for the informative print materials; and to propose the recommendation on appropriate guideline for graphical composition of public informative print materials. A framework of this study derives from the following line of thoughts: Gestalt theory, the principle of design theories, human perception, and the element of design concepts. The study designs photographic stimuli and perceptive questionnaire to collect information from 400 sample respondents who are working and studying at the Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, and also being involved in activities related to the campus. Data obtained from the survey will be analyzed statistically. The findings from the study will be used to set up a guideline for graphical composition design on the informative print materials.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีจากความอนุเคราะห์ของ รองศาสตราจารย์ ดร. นพดล สหชัยเสรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สารินบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำให้ความช่วยเหลือให้กำลังใจ และช่วยตรวจสอบตลอดจนการปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆจนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สิ้นธุภัก และ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่สละเวลาเพื่อตรวจสอบตลอดจนให้คำแนะนำงานวิทยานิพนธ์เสร็จสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ ประสบการณ์ ให้ข้อคิดต่างๆ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาและเป็นแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จด้วยดี

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติ พี่น้อง และผู้เป็นที่เคารพยิ่งทุกท่านที่ได้ให้ความรักและกำลังใจให้ความสนับสนุนและช่วยเหลือในทุกด้านตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ กลุ่มนักศึกษาปริญญาโทและปริญญาเอก และบุคคลที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวไว้ในที่นี้ ที่ได้ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลต่างๆในการทำงานวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณทุกอุปสรรค และคำแนะนำต่างๆ ที่เป็นกำลังใจและผลักดันให้เกิดการพัฒนาแก่ผู้วิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

วิโรจน์ ยิ้มขลิบ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญภาพ.....	X
สารบัญตาราง.....	XIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามของการวิจัย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.4 กรอบการวิจัย.....	3
1.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	4
1.6 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.7 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.8 นิยามศัพท์.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักองค์ประกอบศิลป์.....	6
2.1.1 เอกภาพ.....	8
2.1.2 ดุลยภาพ.....	10
2.1.3 ความกลมกลืน.....	14
2.1.4 สัดส่วน.....	18
2.1.5 ช่วงจังหวะ.....	18
2.1.6 การเน้น.....	20
2.1.7 องค์ประกอบที่สัมพันธ์.....	21
2.1.8 องค์ประกอบที่นำมาใช้ประโยชน์.....	21
2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบการออกแบบ.....	22
2.2.1 โครงสร้างในการออกแบบ (Structure).....	23
2.2.2 โครงสร้างที่มีแบบแผน (Formal Structure).....	22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
2.2.3 โครงสร้างกึ่งมีแบบแผน (Semi Formal Structure).....	21
2.2.4 โครงสร้างไม่มีแบบแผน (Informal Structure).....	22
2.2.5 โครงสร้างที่ไม่ชัดเจน (Inactive Structure).....	22
2.2.6 โครงสร้างที่ชัดเจน (Active Structure).....	23
2.2.7 โครงสร้างที่มองไม่เห็น (Invisible Structure).....	23
2.2.8 โครงสร้างที่มองเห็นได้ (Visible Structure).....	24
2.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบ.....	24
2.3.1 ส่วนประกอบขององค์ประกอบศิลป์.....	24
2.3.2 ลักษณะของเส้น.....	26
2.3.3. รูปร่างและรูปทรง.....	26
2.3.4. น้ำหนัก.....	28
2.3.5. สี.....	30
2.3.6. พื้นผิว.....	33
2.4 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนิตยสารสิ่งพิมพ์.....	34
2.4.1 รูปแบบของวารสาร.....	35
2.4.2 ลักษณะของวารสาร.....	35
2.4.3 รูปแบบของวารสารเพื่อประชาสัมพันธ์ภายใน.....	37
2.4.4 เนื้อหาของวารสารภายใน.....	37
2.4.5 ขนาดของนิตยสารหรือวารสาร.....	38
2.4.6 การแบ่งประเภทของนิตยสาร.....	40
2.4.7 ข้อเสียของการใช้วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์.....	43
2.4.8 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อ.....	43
2.4.9 การออกแบบสิ่งพิมพ์.....	44
2.4.10 หลักการดำเนินงานการออกแบบ.....	45
2.4.11 ส่วนประกอบของการออกแบบ.....	46
2.4.12 ข้อคำนึงในการออกแบบ.....	46
2.4.13 องค์ประกอบของสิ่งพิมพ์โฆษณา.....	47
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้.....	47
2.5.1 ทฤษฎีการรับรู้ (Perception Theory).....	48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

2.5.2 การรับรู้สภาพแวดล้อมทางกายภาพ.....	48
2.5.3 ทฤษฎีเกสตัลท์ (Gestalt Theory).....	50
2.6 แนวคิดที่เกี่ยวกับการใช้รูปภาพจำลอง (Stimuli).....	52
2.7 กรอบการเชื่อมโยงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	56
2.8 สรุปรายการทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำไปใช้ในงานวิจัย.....	56
2.9 ตัวแปรจากกรอบทฤษฎี.....	58
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	59
2.4.13 องค์ประกอบของสิ่งพิมพ์โฆษณา.....	47
2.5.4 ลักษณะรูปแบบวารสาร.....	61
2.5.5 การสร้างดัชนีลักษณะรูปแบบ (SAI).....	64
2.5.6 การสร้างตาราง.....	66
2.5.7 องค์ประกอบอื่นของดัชนี SAI.....	70
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	75
3.1 ขั้นตอนการวิจัย.....	75
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย.....	78
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	78
3.3.1 แบบสอบถาม.....	78
3.3.2 แบบสอบถามวัดระดับการรับรู้.....	79
3.3.3 แบบจำลองรูปภาพ.....	80
3.4 การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล.....	82
3.4.1 การศึกษาข้อมูลภาคปฐมภูมิ.....	82
3.4.2 การศึกษาข้อมูลภาคทุติยภูมิ.....	82
3.4.3 การรวบรวมเก็บข้อมูล.....	82
3.4.5 ตัวแปรที่ทำการศึกษา.....	82
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	83
3.5.1 ค่าเฉลี่ย(Mean).....	83
3.5.2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (T-Test).....	83
3.5.3 ค่าความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปร (Regression).....	83

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

: ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

3.5.4 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard deviation).....	83
3.5.5 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation).....	83
3.5.3 ค่าความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปร (Regression).....	83
3.5.4 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard deviation).....	83
3.5.5 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation).....	83
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	84
4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	84
4.2 การทดสอบเครื่องมือในงานวิจัย.....	86
4.3 วิเคราะห์ปัจจัยในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	87
4.3.1 ปัจจัยที่มีผลในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ระดับมาก.....	89
4.3.2 ปัจจัยที่มีผลในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ระดับปานกลาง.....	89
4.3.3 ปัจจัยที่มีผลในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ระดับน้อย.....	89
4.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ในประเด็นความต้องการภาพกับปัจจัยในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์.....	91
4.5 วิเคราะห์ความแตกต่างในการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง.....	93
4.5.1 วิเคราะห์ความแตกต่างในการรับรู้ต่อองค์ประกอบศิลป์ของวารสารระหว่างกลุ่มตัวอย่าง เพศชาย หญิง.....	95
4.5.2 วิเคราะห์ความแตกต่างในการรับรู้ต่อองค์ประกอบศิลป์ของวารสารระหว่างกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษา บุคคลทั่วไป.....	96
4.5.3 วิเคราะห์ความแตกต่างในการรับรู้ต่อองค์ประกอบศิลป์ของวารสารระหว่างกลุ่มตัวอย่างมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะและไม่มีความรู้ทางศิลปะ.....	102
4.6 ปัจจัยในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์(ตัวแปรอิสระ) ที่มีผลต่อการประเด็นการเลือกอ่านวารสารประชาสัมพันธ์(ตัวแปรตาม).....	105
4.6.1 ประเด็นการรับรู้ที่มีผลต่อความต้องการภาพในระดับมากที่สุด.....	107
4.6.2 ประเด็นการรับรู้ที่มีผลต่อความต้องการภาพในระดับปานกลาง.....	110
4.6.3 ประเด็นการรับรู้ที่มีผลต่อความต้องการภาพในระดับน้อย.....	112

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	120
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	120
5.1.1 หลักการออกแบบองค์ประกอบศิลป์ที่จำเป็นในการรับรู้ในวารสารประชาสัมพันธ์.....	120
5.1.2 การรับรู้ที่เกิดจากกลุ่มเป้าหมายในองค์ประกอบศิลป์.....	123
5.2 อธิบายผลการวิจัย.....	126
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	127
5.3.1 การจัดวางองค์ประกอบศิลป์ที่สามารถสื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย.....	127
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	139
บรรณานุกรม.....	130
ภาคผนวก.....	133
ภาคผนวก ก.....	134
ภาคผนวก ข.....	136
ภาคผนวก ค.....	138
ภาคผนวก ง.....	140
ภาคผนวก จ.....	142
ภาคผนวก ฉ.....	144
ภาคผนวก ช.....	153
ภาคผนวก ซ.....	162
ภาคผนวก ฌ.....	165
ภาคผนวก ฎ.....	168
ประวัติผู้เขียน.....	175

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กระบวนการสื่อสาร.....	2
1.2 กรอบการวิจัยแสดงความเชื่อมโยงแนวคิด.....	3
2.1 ตี๊กเอ็มไพร์เทค ที่นิวยอร์ก ใช้รูปทรงเรขาคณิต ดูมั่นคงเป็นเอกภาพแบบคงที่.....	9
2.2 การออกแบบถ่ายภาพ 3 มิติรูปทรงเรขาคณิต เป็นเอกภาพแบบคงที่.....	9
2.3 การออกแบบผู้หญิงด้วยลายเส้นแบบอิสระ เป็นเอกภาพที่ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว.....	9
2.4 การออกแบบลวดลายโดยใช้เส้นและรูปร่างคล้าย ๆ กัน.....	9
2.5 การออกแบบภาพพิมพ์แกะไม้ ใช้เส้นหลายชนิดให้เอกภาพ.....	10
2.6 การออกแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีคุณภาพเหมือนกันทั้งสองข้าง.....	10
2.7 การออกแบบสลักไม้ มีคุณภาพที่ไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง.....	11
2.8 คุณภาพของรูปร่างที่ต่างขนาด.....	11
2.9 คุณภาพของน้ำหนักที่ต่างขนาดกัน.....	12
2.10 ภาชนะที่ใช้ค้ำน้ำเป็นรูปสัตว์ในเทพนิยาย.....	12
2.11 การออกแบบให้มีคุณภาพแบบรัศมี.....	13
2.12 รูปร่างของสัตว์ที่มีคุณภาพแบบรัศมี.....	13
2.13 การออกแบบน้ำพุ ที่มีคุณภาพแบบรัศมี.....	14
2.14 ด้านซ้าย เส้นที่ใกล้กันจะกลมกลืนกัน ด้านขวา.....	14
2.15 แถวบน เป็นความกลมกลืนของรูปร่าง แถวล่าง เป็นความกลมกลืนของรูปทรง.....	14
2.16 ความกลมกลืนของขนาดและสัดส่วน.....	15
2.17 ความกลมกลืนของสีและน้ำหนัก.....	15
2.18 ความกลมกลืนของลักษณะผิว.....	15
2.19 เป็นภาพสัญลักษณ์ประเภทของกีฬา ให้ความรู้สึกกว่านักกีฬาเคลื่อนไหวได้.....	15
2.20 ด้านซ้าย ภาพวีนิัสแห่งมิลโล (Venus of Milo) ด้านขวา พระพุทธรูปปางลีลาฯ.....	16
2.21 โครงสร้างของสัดส่วน โกลด์มีน เรคแทงเกิ้ล (Golden Mean Rectangle).....	17
2.22 ความสัมพันธ์ของสัดส่วน โกลด์มีน เรคแทงเกิ้ล.....	17
2.23 การใช้สัดส่วนที่สัมพันธ์ของโกลด์มีน เรคแทงเกิ้ล.....	17
2.24 โครงสร้างของสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่ใช้ระบบราก (root).....	17
2.25 การออกแบบสร้างสรรค์ในคู่มือส่วนแบบแปลกฯ.....	18
2.26 ด้านซ้าย เป็นการซ้ำของรูปร่างที่มีขนาดและสัดส่วนเหมือนกันฯ.....	18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.27 นอกจากมีการซ้ำที่แตกต่างของช่องไฟระหว่างรูปร่าง.....	19
2.28 ด้านซ้าย เป็นจังหวะของการซ้ำที่มีความต่างของขนาดที่เพิ่มขึ้นๆ.....	19
2.29 เป็นภาพกลุ่มคนที่มีจังหวะสัมพันธ์ต่อเนื่องกันไป.....	20
2.30 การเน้นจุดเด่นด้วยน้ำหนัก บริเวณสีขาวที่เด่นจะแตกต่างๆ.....	20
2.31 การเน้นจุดเด่นด้วยขนาด.....	21
2.32 เส้นแสดงให้ความหมายความรู้สึกและอารมณ์.....	25
2.33 ลักษณะเส้นในรูปแบบต่างๆ.....	26
2.34 ลักษณะเส้นในรูปแบบต่างๆ.....	26
2.35 รูปอินทรีย์(Organic Form).....	27
2.36 รูปอิสระ (Free Form).....	27
2.37 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรง.....	28
2.38 การใช้ค่าน้ำหนัก.....	28
2.39 แสงและเงา (Light & Shade).....	29
2.40 การใช้ค่าน้ำหนัก.....	30
2.41 ประโยชน์ของสี.....	30
2.42 ผลงานสมัยอียิปต์โบราณ.....	31
2.43 ผลงานสมัยกรีกโบราณ.....	31
2.44 ขนบธรรมเนียมประเพณี.....	32
2.45 จิตรกรรมไทยร่วมสมัย.....	32
2.46 พื้นผิวลักษณะต่างๆ.....	33
2.47 องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ.....	44
2.48 ต้นฉบับการออกแบบสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วยภาพและตัวอักษรที่คมชัด.....	45
2.49 ประเภทของความหมายในสถาปัตยกรรม.....	49
2.50 แสดงภาพตัวอย่างลักษณะอาคารที่ใช้ในการประเมิน และได้รับการชื่นชม.....	55
2.51 แสดงภาพเครื่องมือ Emotion Circumplex ใช้ประเมินถึงความรู้สึกชื่นชมยินดี.....	55
2.52 แสดงภาพตัวอย่างลักษณะการแบ่งประเภท.....	57
2.53 แสดงการเชื่อมโยงกรอบวรรณกรรมสู่ผลสรุปของการศึกษาวิจัย.....	58
2.54 เป็นตัวอย่าง แสดงเลย์เอาท์ในช่วง ค.ศ. 1950.....	61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.55 การใช้ความสัมพันธ์แบบกลุ่มเพื่อสร้างเลย์เอาต์ที่มีลักษณะโดดเด่น.....	63
2.56 หน้าปกหนังสือนิตยสาร VOGUE ระหว่างปี 1916 -2006.....	63
2.57 หน้าปกนิตยสาร Cosmopolitan ระหว่างปี 1905 – 2008.....	64
2.58 การจัดวางปกนิตยสาร Cosmopolitan ปี 1953	66
2.59 การกำหนดผลต่างอนุพันธ์ทางความหมาย ฯ.....	67
2.60 การสร้างตาราง.....	68
2.61 ตัวอย่างการจัดวางองค์ประกอบโดยใช้ขั้นตอนวิธี.....	69
2.62 การสร้างเลย์เอาต์โดยใช้ความงามในช่วงปี 1950.....	69
2.63 ตัวแปรเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ปี 1950.....	70
2.64 โครงสร้างตารางส่วนที่เป็นสีทองแสดงถึงเวกเตอร์ความโดดเด่น.....	71
2.65 หน้าแปลที่ใช้ในการทดสอบเปรียบเทียบพื้นหลัง.....	72
2.66 ค่าเฉลี่ยจุดและคอลัมน์สำหรับพื้นที่รอบตัววัตถุและองค์ประกอบของเลย์เอาต์.....	73
2.67 วิธีการ 2 วิธีที่ใช้ความโดดเด่นของพื้นหลังในการจัดวางเลย์เอาต์.....	73
2.68 วิธีการแก้ปัญหาซึ่งนำมาจากแผ่นผสมสีที่กำหนด.....	73
2.69 ภาพเชิงเรขาคณิต/ออร์แกนิก.....	74
2.70 ตัวอย่างภาพที่สร้างขึ้นโดยใช้พารามิเตอร์เรขาคณิต ออร์แกนิก.....	74
2.71 ตัวอย่างเลย์เอาต์ที่สร้างขึ้น 3 รูปแบบ.....	75
3.1 ขั้นตอนการวิจัย.....	76
3.2 ตัวอย่างแบบสอบถามของผู้วิจัย ตอนที่ 1.....	79
3.3 ภาพที่ใช้ประกอบแบบสอบถาม.....	80
3.4 ภาพที่ใช้ประกอบแบบสอบถาม.....	81
5.1 แสดงปัจจัยในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์.....	121
5.2 กราฟแสดงข้อเสนอแนะในการออกแบบ.....	127

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 การแปลงนิยาม Conceptual เป็นนิยาม Operational.....	59
3.1 แสดงระดับการวัดความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง.....	79
3.2 แสดงประเด็นคำถามการวัดระความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง.....	79
3.3 การแปลงตัวแปรด้านมโนทัศน์เป็นตัวแปรเชิงปฏิบัติการ.....	81
4.1 องค์กรประกอบศิลป์ในการจัดรูปแบบวารสารประชาสัมพันธ์.....	85
4.2 ความเชื่อถือเครื่องมือวัด (Reliability)ค่าคอร์นบาร์ค อัลฟา (Cronbach's Alpha).....	86
4.3 ปัจจัยในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์จากกลุ่มตัวอย่าง.....	88
4.4 แสดงค่าเฉลี่ยความต้องการภาพในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	89
4.5 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นความต้องการภาพกับปัจจัยในการออกแบบ.....	92
4.6 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ กลุ่มเพศชาย หญิง.....	94
4.7 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ เพศชาย หญิง.....	95
4.8 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ เพศชาย หญิง.....	96
4.9 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป.....	97
4.10 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป.....	98
4.11 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป.....	99
4.12 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป.....	100
4.13 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป.....	101
4.14 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป.....	102
4.15 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ มีความรู้พื้นฐานทางศิลปะ ไม่มีความรู้ทางศิลปะ.....	103
4.16 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ มีความรู้พื้นฐานทางศิลปะ ไม่มีความรู้ทางศิลปะ.....	104
4.17 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ มีความรู้พื้นฐานทางศิลปะ ไม่มีความรู้ทางศิลปะ.....	105
4.18 แสดงประเด็นการรับรู้องค์ประกอบศิลป์(ตัวแปรอิสระ)ที่มีผลต่อประเด็นความ ต้องการภาพ(ตัวแปรตาม).....	106
4.19 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	108
4.20 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	109

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.21 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	110
4.22 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	111
4.23 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	112
4.24 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	113
4.25 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	114
4.26 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	115
4.27 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	116
4.28 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	117
4.29 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	118
4.30 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์.....	119



บทที่ 1

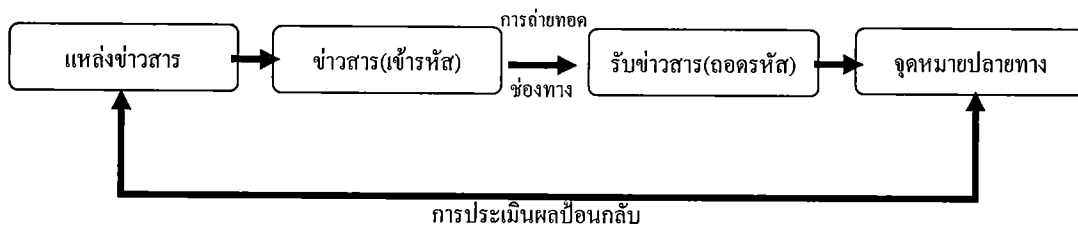
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในทุกวันนี้การติดต่อสื่อสารมนุษย์ในปัจจุบันจะต้องมีการติดต่อกับบุคคลต่างๆ เรื่องที่เป็นส่วนตัวหรืองานประจำ ความรู้สึก ความคิดของผู้ส่งสารและผู้รับจะเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะเกิดขึ้นได้ (อรพรรณ มีวงศ์อุโฆษ : 2553)

จากข้างต้นจะเห็นว่าการติดต่อสื่อสารของมนุษย์มีอุปสรรคหลายประการ ซึ่งการจะหลีกเลี่ยงหรือหาวิธีป้องกันแก้ไขเพื่อให้การติดต่อสื่อสารของมนุษย์เป็นไปโดยราบรื่นและมีประสิทธิภาพสูงสุดตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ นั่นเป็นสิ่งที่เราควรให้ความสนใจเพื่อประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารจึงขอกล่าวโดยสรุป คือ การสื่อสาร “มนุษย์ทุกคนต้องมีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน เพื่อการดำรงชีวิตในสังคม และเพื่อการพัฒนาสังคมให้มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น การติดต่อกันของมวลมนุษย์จะมีอยู่ตลอดเวลาตั้งแต่เกิดจนตาย ตั้งแต่ตื่นนอนจนหลับ มนุษย์ได้ใช้ความพยายามอันยาวนานในการพัฒนาการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน เพื่อที่จะให้ผู้อื่นเข้าใจตนและให้ตนเข้าใจผู้อื่นจนเกิดการติดต่อสื่อสารกันในรูปแบบต่างๆ เช่น ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาใบ้ เป็นต้น การเกิดภาษาที่ใช้ติดต่อกันในแบบต่างๆ ก็เนื่องมาจากความพยายามของมนุษย์ที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆ ทาง การสื่อสาร อันอาจเป็นเหตุให้เกิดความล้มเหลวทางการสื่อสารในการ ติดต่อสื่อสารนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องมีความเข้าใจความหมายของสารสามารถถอดรหัส เป็นความเข้าใจที่ตรงกันกับที่ผู้ส่งสารส่งมา การติดต่อสื่อสารของคนแต่ละกลุ่มจะใช้รหัสการติดต่อแตกต่างกันจึงทำให้เกิดภาษามากมายหลายภาษาขึ้นในโลก”(เสาวณีย์ สิกขา บัณฑิต : 2540)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่าการสื่อสารของมนุษย์เป็นขบวนการที่มีพลวัตร (Dynamic) มีผลกระทบต่อกันและกันระหว่างองค์ประกอบของการสื่อสาร ดังนั้นการสื่อสารของมนุษย์จึงมีความต่อเนื่อง (Continuous) มีการเปลี่ยนแปลง (Changing) ต้องอาศัยการปรับตัวตลอดเวลา การสื่อสารเป็นกระบวนการส่งสารหรือความรู้ซึ่งเป็นสิ่งเร้าต่างๆ ให้แก่ผู้รับสาร โดยผ่านพาหะซึ่งนำสื่อหรือข้อเท็จจริงต่างๆ การสื่อสารทุกระดับตั้งแต่ระดับง่ายไปจนถึงระดับซับซ้อนมากขึ้นนั้น มีขั้นตอนและผลปรากฏต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (ดังแสดงในภาพที่ 1.1)



ภาพที่ 1.1 กระบวนการสื่อสาร

จากกระบวนการสื่อสารดังกล่าวจะเห็นว่า ข่าวสารในรูปแบบของข้อสนเทศต่างๆ ได้รับการจัดระบบเป็นเรื่องราวโดยต้นตอหรือผู้ส่ง ซึ่งต้องเข้ารหัส (Encode) ความคิดหรือมโนภาพให้เป็นรูปเครื่องหมายสัญลักษณ์ในรูปคลื่นเสียง ภาษา คำบรรยายเป็นรูปข่าวสารแล้ว ข่าวสารนั้นจะส่งไปยังเครื่องส่งด้วยช่องทางที่เหมาะสมไปยังผู้รับ หรือจุดหมายปลายทางใช้ประสาทรับรู้ เช่น ตา หู ฯลฯ แล้วผู้รับจะถอดรหัส (Decode) ในสมองและจะมีการแปลความหมาย (ดวงแสง ณ นคร : 2542)

ปัจจุบันสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการรับรู้โดยทั่วไปนั้นจะมีด้วยกันอย่างหลากหลาย ซึ่งจะอยู่ในรูปแบบต่างๆ กัน เช่น หนังสือพิมพ์ จุลสาร วารสาร โปสเตอร์ แผ่นพับ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยสื่อจะมีจุดมุ่งหมายในการรับรู้แก่ผู้ได้รับสื่อไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร รายละเอียด ข้อเท็จจริง และข้อมูลอื่นๆ ที่ต้องการให้ผู้รับสื่อได้ทราบ และจากการที่สื่อประชาสัมพันธ์นั้นสื่อสารออกไปแล้วทำให้ผู้รับรู้ไม่ได้รับข้อมูลหรือเนื้อหา รายละเอียดที่ต้องการให้รับรู้ นอกจากนี้สื่อประชาสัมพันธ์ต้องมีรูปแบบให้มีความสนใจ เข้าใจถึงข้อมูลที่จะสื่อสารให้รับรู้ได้ง่ายและเข้าใจในเนื้อหา รายละเอียดในสื่ออื่นๆ และยังคงต้องมีการสร้างความดึงดูดและสนใจอีกด้วย

ดังนั้นปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการจัดรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการจัดรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสมกับสถานที่ต่างๆ อีกทั้งยังเป็นแนวทาง และมีหลักในการจัดรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับประเด็นที่ต้องการสื่อสาร และการรับรู้ของผู้รับสื่อประชาสัมพันธ์นั่นเอง ซึ่งการศึกษานี้จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการจัดรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา

1.2 คำถามของการวิจัย

คำถามการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลในสถานศึกษาหรือผู้เกี่ยวข้องนั้นมีประเด็นการรับรู้ตรงกันหรือไม่ อย่างไร และแนวทางในการจัดรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีการสื่อสารในการรับรู้นั้นมีรูปแบบ และมีความเหมาะสมอย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 : ไม่ว่าการณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

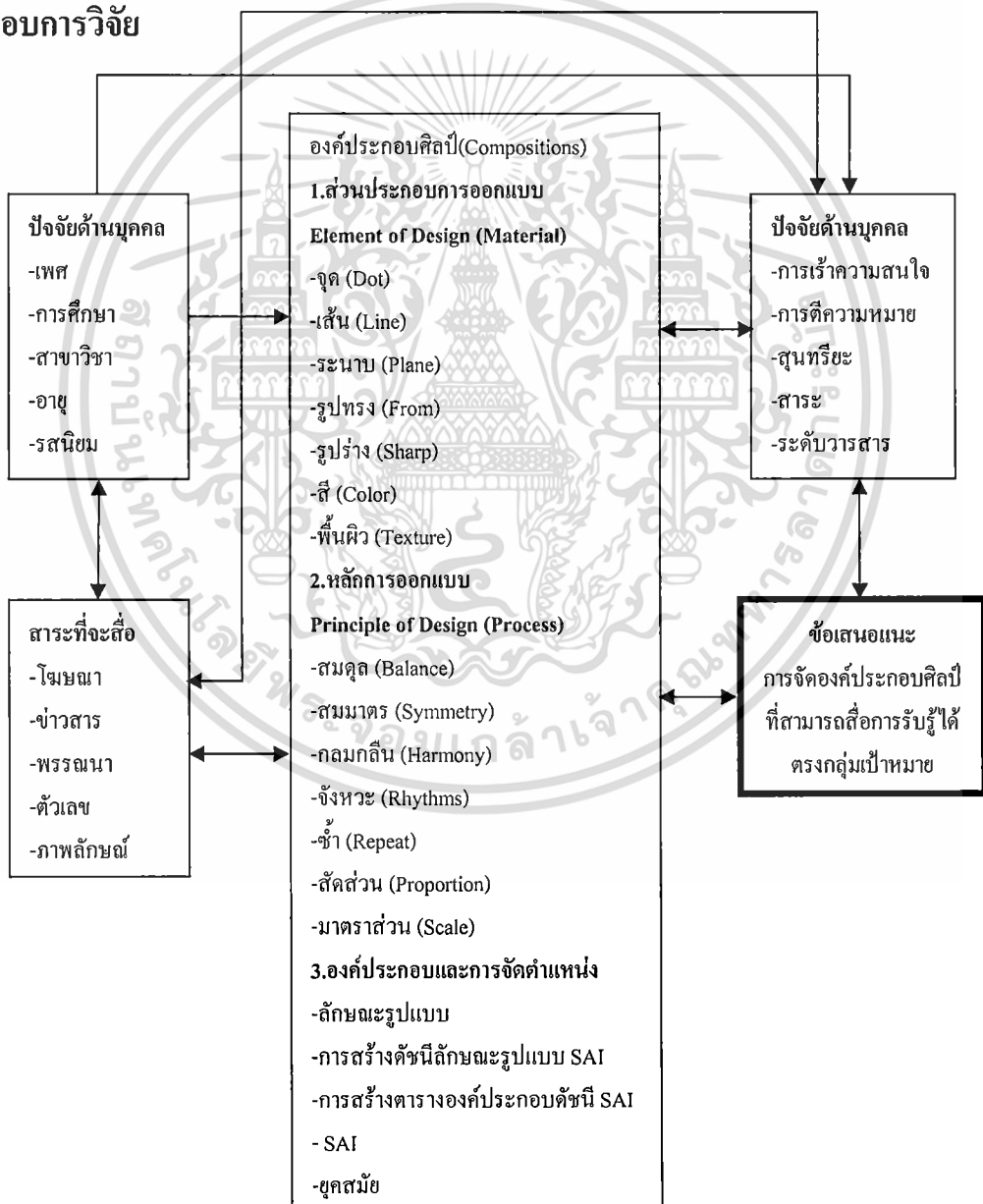
1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบศิลป์ที่ใช้กับการจัดรูปแบบวารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรณีศึกษา

1.3.2 เพื่อศึกษาหลักการออกแบบองค์ประกอบศิลป์ที่จำเป็นในการรับรู้ในวารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นกรณีศึกษา

1.3.3 เพื่อศึกษาประเด็นการรับรู้ที่เกิดจากกลุ่มเป้าหมายในองค์ประกอบศิลป์รูปแบบต่างๆ

1.3.4 เพื่อเสนอแนะการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ที่สามารถสื่อสาระได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

1.4 กรอบการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบการวิจัยแสดงความเชื่อมโยงแนวคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

- 1.5.1 ทฤษฎีเกสทอลท์ (Gestalt Theory)
- 1.5.2 ทฤษฎีการรับรู้ (Perception Theory)
- 1.5.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักองค์ประกอบศิลป์
- 1.5.4 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบการออกแบบ
- 1.5.5 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนิคยสารสื่อสิ่งพิมพ์

1.6 ขอบเขตของการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์: กรณีศึกษา วารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้มีขอบเขตในการวิจัยดังนี้

1.6.1 ตัวแปรที่ทำการศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยของบุคคลในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสารประชาสัมพันธ์

ตัวแปรตาม คือ ระดับความสนใจในการรับรู้ในการเลือกอ่านวารสารประชาสัมพันธ์ที่อธิบายถึงองค์ประกอบศิลป์จากกลุ่มเป้าหมาย

1.6.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มประชากรภายใน และบุคคลที่มาติดต่อกับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครเป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างมีระบบ (Systematic Sample) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างที่เกิดจากปัจจัยการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์

1.6.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม และการสร้างแบบจำลอง เครื่องมือที่ใช้มีการวางแผนและดำเนินการสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการสร้างเครื่องมืออย่างเป็นขั้นตอนไว้ดังนี้

แบบสอบถามเพื่อใช้สำหรับการศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้น ของกลุ่มเป้าหมายจะมีลักษณะคำถามแบบตรวจสอบและเติมในช่องว่าง

ตอนที่ 2 แบบจำลองความเห็นและทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการจำแนกการรับรู้สื่อวารสารประชาสัมพันธ์ จะเป็นรูปภาพเปรียบเทียบที่แสดงให้เห็นในการรับรู้

องค์ประกอบศิลป์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญและผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือตามวัตถุประสงค์การศึกษา

1.7 สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยการออกแบบด้านองค์ประกอบศิลป์ ในรูปแบบที่แตกต่างกันสามารถสร้างการรับรู้ในวารสารประเภทประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

1.8 นิยามศัพท์

เพื่อให้ความเข้าใจที่ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จึงกำหนดความหมายของคำที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1.8.1 ระดับความสนใจ หรือ ระดับการรับรู้ หมายถึง การรับรู้องค์ประกอบศิลป์ที่มีอยู่ในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์

1.8.2 การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาทไปยังสมอง เพื่อการแปลความ

1.8.3 องค์ประกอบศิลป์ หมายถึง การนำเอาส่วนต่างมาประกอบกัน ทำให้เกิดรูปแบบต่างๆ ที่มีคุณค่าทางความงามในงานศิลปะแขนงต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ คือ เส้น รูปร่าง แสงเงา บริเวณที่ว่าง สี และลักษณะผิว

1.8.4 ประชากรภายใน หมายถึง กลุ่มนักศึกษาทุกสาขาที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

1.8.5 ผู้มาติดต่อ หมายถึง บุคคลภายนอกที่มาติดต่อกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

1.8.6 กลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น หมายถึง กลุ่มนักศึกษาพื้นฐานที่นำมาทดสอบกับเครื่องมือวัด ก่อนที่จะลงไปเก็บจริงจากกลุ่มตัวอย่าง

1.8.7 วารสาร หมายถึง สิ่งพิมพ์เป็นเล่มกำหนดออกเป็นประจำในระยะเวลาสัปดาห์ ปีกันเดือน หรือรายปี มักจะมุ่งให้ความรู้เชิงวิชาการแก่ผู้อ่านเป็นส่วนรวม หรือเฉพาะกลุ่ม

1.8.8 ประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการของหน่วยงานที่มีแผนการ และกระทำต่อเนื่องกันไปเพื่อที่จะสร้าง หรือให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลต่างๆ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกันเพื่อให้งานไปได้ดีตรงกับความต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลปวิจารณ์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์ : กรณีศึกษา วารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบศิลป์ที่ใช้กับการจัดรูปแบบวารสารประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรณีศึกษา 2) เพื่อศึกษาหลักการออกแบบองค์ประกอบศิลป์ที่จำเป็นในการรับรู้ในวารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นกรณีศึกษา 3) เพื่อศึกษาประเด็นการรับรู้ที่เกิดจากกลุ่มเป้าหมายในองค์ประกอบศิลป์รูปแบบต่างๆ 4) เพื่อเสนอแนะการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ที่สามารถสื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลด้านทฤษฎี ด้านเอกสาร ตลอดจนการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีข้อมูลที่ทำการศึกษา ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักองค์ประกอบศิลป์
- 2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบการออกแบบ
- 2.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบ
- 2.4 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนิตยสารสิ่งพิมพ์
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
- 2.6 แนวคิดที่เกี่ยวกับการใช้รูปภาพจำลอง (Stimuli)
- 2.7 กรอบเชื่อมโยงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 สรุปการทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำไปใช้ในงานวิจัย
- 2.9 ตัวแปรจากกรอบทฤษฎี
- 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักองค์ประกอบศิลป์

เพื่อให้การศึกษานี้มีความครบถ้วนในเนื้อหาสาระ ผู้วิจัยจึงได้ค้นคว้าและรวบรวมความรู้เกี่ยวกับความหมายและความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่ององค์ประกอบศิลป์ ดังนี้

ถ้าจะพิจารณาตามความหมายของศิลปะนั้น พอจะกล่าวได้ว่า ศิลปะคือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อแสดงออกทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ความคิดหรือความงาม ก็จะเห็นได้ว่าศิลปะมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 2 ส่วน คือ ส่วนที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งได้แก่โครงสร้างทางวัตถุที่มองเห็นได้ หรือรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสส่วนหนึ่ง กับส่วนที่เป็นการแสดงออกอันเป็นผลที่เกิดจากเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงสร้างทางวัตถุนั้น อีกส่วนหนึ่ง เราเรียกองค์ประกอบส่วนแรกว่า รูปทรง (Form) หรือ องค์ประกอบทางรูปธรรม และเรียกส่วนหลังว่า เนื้อหา (Content) หรือองค์ประกอบทางนามธรรม ดังนั้นองค์ประกอบที่เป็นโครงสร้างหลักของศิลปะคือรูปทรงกับเนื้อหา (ชลูด นิ่มเสมอ 2538 : 18)

คำว่า Composition มาจากภาษาละตินว่า Compositio หมายถึง การจัดเข้าด้วยกันในทางศิลปะ Composition แปลว่า องค์ประกอบแห่งศิลป์ (สงวน รอดบุญ 2522 : 50) หมายถึง การนำ ส่วนประกอบของศิลปะ (Elements of Art) มาจัดเข้าด้วยกันตามความคิด จินตนาการหรือด้วย ประสบการณ์ผู้สร้างแต่ละคน โดยอาศัยหลักของศิลปะสร้างให้เกิดการประสานกลมกลืนกันอย่างมี เอกภาพ

องค์ประกอบศิลป์ตามพจนานุกรมฉบับเว็บสเตอร์ (Webster 1961 : 196) ได้อธิบายไว้ว่า ในทางจิตรศิลป์ หมายถึง ศิลปะหรือการปฏิบัติ กระทำให้เกิดการรวมกันของส่วนประกอบต่างๆ ในผลงาน และส่วนประกอบทั้งหมดนั้นจะต้องประสานกลมกลืนกัน

ตามความหมายในพจนานุกรม ฉบับภาษาอังกฤษเป็นไทยของ สอ เสถบุตร (ม.ป.ป. : 144) ได้ให้ความหมาย Composition ไว้ว่า คือ ส่วนประกอบ สัดส่วน ส่วนที่ประกอบขึ้น ความเรียง เพลงที่แต่งขึ้น และวัตถุผสม

อาลเลน และ โฮลเดน (Allen and Holden 1979 : 194) ได้ให้ความหมายของ องค์ประกอบศิลป์ไว้คือ การจัดระเบียบส่วนต่างๆ ภายในงานศิลปะให้ประสานกลมกลืนกันทั้ง ภาพ รูปที่มีองค์ประกอบที่ดีจะแสดงความสมดุลของรูปทรง การใช้สี ค่าน้ำหนักอ่อนแก่ ส่วนต่างๆ บริเวณว่า จังหวะและเนื้อหาที่เป็นเอกภาพ (อ้างอิงใน เทียนชัย ตั้งประเสริฐ 2533 : 2)

Arts Fundamentals Theory And Practice ให้คำจำกัดความว่า องค์ประกอบศิลป์ไว้ว่า องค์ประกอบศิลปะ หมายถึง เครื่องหมายที่นำมาจัดรวมกันแล้วจะเกิดรูปทรงต่างๆ ขึ้น ศิลปินจะใช้องค์ประกอบของศิลปะเป็นสื่อความหมายในการแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ของตน องค์ประกอบพื้นฐานดังกล่าว ได้แก่ เส้น รูป น้ำหนักอ่อนแก่ ลักษณะผิวและสี และจากหนังสือ The Art of Color And Design ให้คำจำกัดความองค์ประกอบของการออกแบบ คือองค์ประกอบที่สามารถมองเห็นได้ประกอบด้วย เส้น ทิศทาง รูป ขนาด ลักษณะผิว น้ำหนักอ่อนแก่และสี องค์ประกอบเหล่านี้เปรียบเสมือนตัวอักษรที่นักประพันธ์ใช้ในการเรียบเรียงถ้อยความอันไพเราะ และองค์ประกอบดังกล่าว เมื่อถูกนำมาจัดรวมเข้าด้วยกันเกิดเป็นรูปทรงขึ้น (พีระพงษ์ กุลพิศาล 2532 : 53)

ความหมายไว้ในหนังสือทฤษฎีแห่งองค์ประกอบ ของมหาวิทยาลัยศิลปากรว่า องค์ประกอบแห่งศิลปะนั้น หมายถึงการจัดมูลธาตุ ซึ่งแยกกันอยู่ให้เข้ารวมกันเป็นหมวดหมู่(ศิลป์ พีระศรี 2548 : 6)

องค์ประกอบศิลป์ หมายถึง การนำเอาสิ่งของ วัตถุ มนุษย์ สัตว์หรือหลายๆ สิ่งหลายๆ อย่าง หลายๆ ประเภท มารวมกันอยู่ในที่เดียวกัน โดยจัดสิ่งต่างๆ ตามที่กล่าวมานั้น โดยยึด ไม่ว่าการมีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักการจัดภาพ สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบศิลป์ หมายถึง สิ่งที่ศิลปินและนักออกแบบใช้เป็นสื่อในการแสดงออกและสร้างความหมาย โดยการนำมาจัดเข้าด้วยกันให้เกิดเป็นรูปทรงเด่นชัด โดยจัดระเบียบส่วนต่างๆ เหล่านั้นให้ประสานกลมกลืนกันในงานศิลปะ

ในการออกแบบสิ่งใดก็ตาม นักออกแบบควรจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและความงาม งานออกแบบนั้นจึงจะมีคุณค่าสมบูรณ์ ทางด้านประโยชน์ใช้สอย เราคงทราบกันดีแล้ว เช่น แก้วใช้ประโยชน์ในการนั่ง แต่ทางด้านความงามของรูปแบบแก้วก็มีไว้สำหรับชื่นชมสิ่งที่จะนำมาประกอบกันให้เกิดความงามก็คือ ส่วนประกอบในการออกแบบ แต่การจัดส่วนประกอบเข้าด้วยกันต้องมีหลักดังกล่าวต่อไปนี้

2.1.1 เอกภาพ

เอกภาพ(Unty) คือ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กัน มองดูแล้วเป็นกลุ่มก้อน ไม่แตกกระจาย การออกแบบสร้างสรรค์งานศิลปะ เป็นการสร้างเอกภาพขึ้นจากความสับสน ยุ่งเหยิง ทั้งยังเป็นการจัดระเบียบและดุลยภาพให้แก่สิ่งที่ขัดแย้งกัน เพื่อให้รวมตัวกันได้อย่างดี รายละเอียดเกี่ยวกับเอกภาพ มีดังนี้

แบบของเอกภาพ แบ่งอย่างกว้าง ๆ ได้ 2 แบบ คือ

เอกภาพแบบคงที่ (static unity) หมายถึง การจัดกลุ่มของรูปร่างหรือรูปทรงทางเรขาคณิต เอกภาพในลักษณะนี้จะให้ความรู้สึกแข็ง มั่นคง ไม่แสดงความรู้สึกเคลื่อนไหว เช่น งานออกแบบสถาปัตยกรรมทั่ว ๆ ไป รวมทั้งงานออกแบบ 2 มิติและ 3 มิติอื่น ๆ (ภาพที่ 2.1 – 2.2)



ภาพที่ 2.1 ตึกเอ็มไพร์เตต ประเทศนิวยอร์ก ใช้รูปทรงเรขาคณิต คู่มั่นคงเป็นเอกภาพแบบคงที่

(ที่มา: <http://gotoknow.org>)



ภาพที่ 2.2 การออกแบบถ่ายภาพ 3 มิติรูปทรงเรขาคณิต เป็นเอกภาพแบบคงที่

(ที่มา: <http://www.nsm.or.th>)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

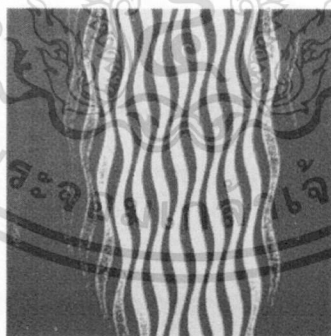
เอกภาพแบบเคลื่อนไหว (dynamic unity) หมายถึง การจัดกลุ่มของรูปร่างหรือรูปทรงอิสระ เอกภาพในลักษณะนี้จะให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว (ภาพที่ 2.3)



ภาพที่ 2.3 การออกแบบผู้หญิงด้วยลายเส้นแบบอิสระ เป็นเอกภาพที่ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว

(ที่มา: Hurwitz. 1967: 139)

การสร้างเอกภาพ สามารถทำได้ 2 วิธี คือ
 จัดกลุ่มของเส้น รูปร่าง และรูปทรงที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน การจัดวิธีนี้ให้ความกลมกลืนกันดี (ภาพที่ 2.4)
 จัดกลุ่มของเส้น รูปร่าง และรูปทรงที่มีลักษณะต่าง ๆ กัน โดยนำมาจัดรวมกัน การจัดวิธีนี้ให้ความรู้สึกน่าสนใจ (ภาพที่ 2.5)



ภาพที่ 2.4 การออกแบบลวดลายโดยใช้เส้นและรูปร่างคล้าย ๆ กันให้เอกภาพ

และความกลมกลืนกันดี (ที่มา: Bevin. 1980 : 73)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.5 การออกแบบภาพพิมพ์แกะไม้ ใช้เส้นหลายชนิด
ให้เอกภาพและกระตุ้นความสนใจได้ดี (ที่มา: Bevlin. 1980 : 69)

2.1.2 ดุลยภาพ

ดุลยภาพ(Balance) หมายถึง การออกแบบจัดภาพให้มีน้ำหนักถ่วงเท่ากับทั้งสองข้าง โดยมีแกนกลาง (Axis) ของภาพเป็นตำแหน่งในการแบ่งแยกภาพ ดุลยภาพหรือความสมดุลนี้รับรู้ได้ด้วยสายตาหรือการมองเห็น ลักษณะของดุลยภาพแบ่งออกได้ 3 แบบ คือ

ดุลยภาพที่เหมือนกันทั้งสองข้าง (Symmetrical balance) คือ ดุลยภาพที่มีส่วนประกอบของภาพเหมือนกันทั้งสองข้าง (ภาพที่ 2.6) ดุลยภาพแบบนี้ให้ความรู้สึกมั่นคงเที่ยงตรง สง่า เป็นทางการ นิยมใช้ออกแบบ โบสถ์ วิหาร สถานที่ราชการ และงานอื่นๆ ที่ต้องการให้มีความรู้สึกดังกล่าว เช่น ออกแบบเสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น



ภาพที่ 2.6 การออกแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีดุลยภาพเหมือนกันทั้งสองข้าง
(ที่มา: ทอม เชื้อวิวัฒน์. ม.ป.ป. : 95)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

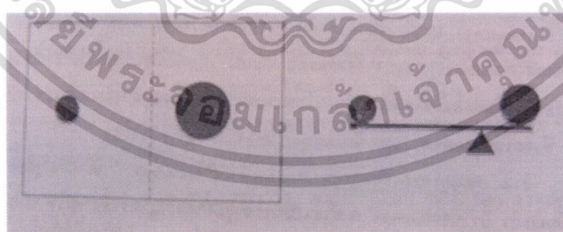
ดุลยภาพที่ไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง (asymmetrical balance) คือ ดุลยภาพที่มี ส่วนประกอบของภาพไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง แต่มีน้ำหนักของภาพเท่ากันทั้งสองข้างดุลยภาพแบบนี้ให้อิสระในการออกแบบ และให้ความรู้สึกน่าสนใจ (ภาพที่ 2.7)



ภาพที่ 2.7 การออกแบบสลักไม้ มีดุลยภาพที่ไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง
(ที่มา: Bevin. 1980 : 204)

การสร้างดุลยภาพที่ไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง มีข้อควรคำนึงถึงอยู่หลายประการ ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้

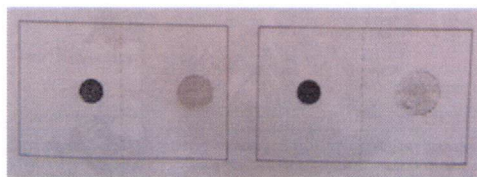
ดุลยภาพของรูปร่าง (balance of shape) หมายถึง ดุลยภาพที่เกิดจากรูปร่าง รูปร่างที่มีขนาดใหญ่จะดูหนักกว่ารูปร่างที่มีขนาดเล็กในกรณีเดียวกัน ดังนั้นเพื่อให้มีดุลยภาพ รูปร่างขนาดใหญ่ควรอยู่ใกล้ศูนย์กลางของภาพมากกว่ารูปร่างขนาดเล็ก (ภาพที่ 2.8)



ภาพที่ 2.8 ดุลยภาพของรูปร่างที่ต่างขนาดกัน
(ที่มา: ชะลูด นิ่มเสมอ. 2531 : 138)

ดุลยภาพของน้ำหนัก (balance of value) หมายถึง ดุลยภาพที่เกิดจากน้ำหนักอ่อนแก่ น้ำหนักที่ตัดกับพื้น จะดูหนักกว่าน้ำหนักที่กลืนไปกับพื้น ในกรณีของรูปร่างที่มีขนาดเท่ากัน ดังนั้นเพื่อให้มีดุลยภาพ ควรขยายขนาดของน้ำหนักที่กลืนไปกับพื้นให้ใหญ่ขึ้น ถ้าไม่ขยายขนาดก็ควรให้อยู่ห่างแกนกลางมากกว่าน้ำหนักที่ตัดกับพื้น (ภาพที่ 2.9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.9 คุณภาพของน้ำหนักที่ต่างขนาดกัน
(ที่มา: ชลูด นิ่มเสมอ. 2531 : 143)

คุณภาพของสี (balance of color) หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากสีที่มีความจัด (intensity) เท่ากัน ขนาดเท่ากัน จะเป็นสีเดียวกันหรือต่างสี ย่อมมีคุณภาพเหมือนกัน ส่วนสีที่ตัดกับพื้นจะดูใหญ่กว่าสีที่กลมกลืนไปกับพื้น ในกรณีที่มีขนาดเท่ากัน ดังนั้นควรขยายขนาดของสีที่กลมกลืนกับพื้น ให้ใหญ่ขึ้น หรือถ้าไม่ขยายขนาดก็ควรให้อยู่ห่างแกนกลางมากกว่าสีที่ตัดกับพื้น จึงจะเกิดคุณภาพ (ชลูด นิ่มเสมอ. 2531 : 141 – 142)

คุณภาพของลักษณะผิว (balance of texture) หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากลักษณะผิว ผิวในลักษณะต่าง ๆ ที่ใช้เป็นผิวของรูปร่างหรือรูปทรงที่น่าสนใจ จะมีน้ำหนักมากกว่าลักษณะผิวของรูปร่างหรือรูปทรงธรรมดา ๆ ในกรณีที่มีขนาดเท่ากัน (ภาพที่ 2.10)



ภาพที่ 2.10 ภาพชนะที่ใช้ค้ำน้ำ เป็นรูปสัตว์ในเทพนิยายที่หัวและคอมีขนาดเล็กกว่ารูปปากแตรที่อยู่ข้างหลังเล็กน้อยแต่ใช้ลักษณะผิวช่วยเน้นที่หัวและที่คอซึ่งเป็นบริเวณที่น่าสนใจทำให้มีคุณภาพได้อย่างน่าทึ่ง (ที่มา: Bevlín. 1980 : 187)

คุณภาพของจุดสนใจ (balance of interesting point) หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากจุดสนใจ จุดสนใจแม้จะมีขนาดเล็กกว่า ก็สามารถถ่วงดุลย์กับรูปร่างหรือรูปทรงที่ดูธรรมดา ๆ แต่มีขนาดใหญ่กว่าได้ จุดที่น่าสนใจมีหลายลักษณะ ดังต่อไปนี้ (ชลูด นิ่มเสมอ. 2531 : 139 : 140)

เส้นที่มีรูปร่างหรือลวดลายที่แปลกกว่าเส้นธรรมดา ๆ เช่น เส้นที่เป็นลวดลายต่าง ๆ จะดูน่าสนใจกว่าเส้นตั้ง เส้นนอน

รูปร่างหรือรูปทรงที่ค้อมีชีวิต เช่น รูปคน สัตว์ จะค้อมีชีวิตกว่าดอกไม้หรือวัตถุที่อยู่นิ่ง น้ำหนักตัดกัน เช่น น้ำหนักที่ตัดกันเป็นกลุ่ม จะดูน่าสนใจกว่าน้ำหนักกลมกลืนกันเป็นกลุ่ม

นอกจากนี้ยังมีอีกหลายสิ่งหลายอย่างที่ควรพิจารณาเพื่อให้เกิดความน่าสนใจยิ่งขึ้น เมื่อรู้เหตุที่นำมาใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำหนักร่อนกว่าแต่รูปทรงน่าสนใจกว่า เช่น ตัวอักษร ก. ใก้มีน้ำหนักสีเทา จะดูน่าสนใจกว่ารูปสี่เหลี่ยมที่มีน้ำหนักรีดำ

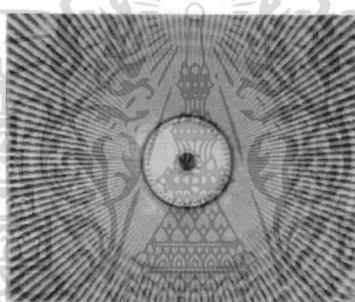
สีสดใส ฉูดฉาด เช่น สีเขียนสด จะดูน่าสนใจกว่า สีเทา

สีร้อน เช่น กลุ่มของสีร้อน จะดูน่าสนใจกว่ากลุ่มของสีเย็น

สีมีความจัดน้อยกว่าแต่รูปทรงมีความหมายมากกว่า เช่น รูปคนพอนรำสีน้ำตาลอ่อน จะดูน่าใจกว่ารูปสี่เหลี่ยมสีแดง

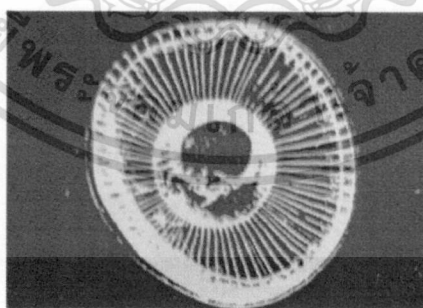
ลักษณะผิวที่หยาบขรุขระ เช่น ผิวของเปลือกทุเรียน จะดูน่าสนใจกว่าผิวของเปลือกสาเก

คุณภาพแบบรัศมี (radial balance) คือ คุณภาพที่มีส่วนประกอบของภาพกระจายออกจากศูนย์กลางเป็นรัศมี สามารถพบเห็นได้ตามธรรมชาติ เช่น โครงสร้างของดอกไม้ รัศมีของดวงอาทิตย์ รูปร่างของสัตว์ ตลอดจนสิ่งที่มนุษย์ออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น เช่น หน้าของเพชรพลอยที่เจียรไนแล้ว รวมทั้งการออกแบบน้ำพุสำหรับตกแต่งสถานที่ (ภาพที่ 2.11 – 2.13)



ภาพที่ 2.11 การออกแบบให้มีคุณภาพแบบรัศมี

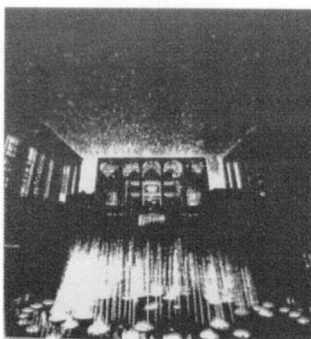
(ที่มา: Bevlin. 1980 : 182)



ภาพที่ 2.12 รูปร่างของสัตว์ที่มีคุณภาพแบบรัศมี

(ที่มา: Bevlin. 1980 : 182)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.13 การออกแบบน้ำพุ ที่มีดุลยภาพแบบรัศมี
(ที่มา: Bevlm. 1980 : 184)

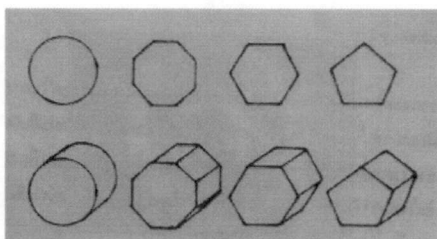
2.1.3 ความกลมกลืน

ในการออกแบบให้เกิดความงดงาม จะต้องประสานส่วนประกอบในการออกแบบให้กลมกลืน(Harmony) อย่างมีเอกภาพ โดยการจัดส่วนประกอบในการออกแบบให้กลมกลืนกัน หลักของความกลมกลืนกันพิจารณาอย่างกว้าง ๆ ได้แก่ ความคล้ายกัน ความใกล้เคียงกัน ความเหมือนกัน ความคิดในแนวเดียวกัน ความกลมกลืนมากที่สุด คือ ความเหมือนกัน ความกลมกลืนน้อยที่สุด คือ ความเกือบต่างกัน

ความกลมกลืนในการออกแบบ เป็นความกลมกลืนของส่วนประกอบในการออกแบบซึ่งมีทั้งความกลมกลืนของเส้น ทิศทาง รูปร่าง รูปทรง ขนาด สัดส่วน สี น้ำหนัก ลักษณะผิว รวมทั้งความกลมกลืนของความคิดและจุดมุ่งหมาย (ภาพที่ 2.14 – 2.19)

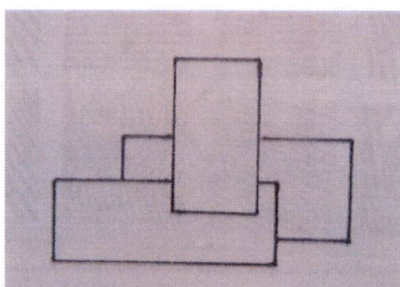


ภาพที่ 2.14 ด้านซ้าย เส้นที่ใกล้กันจะกลมกลืนกัน ด้านขวา ทิศทางที่ใกล้กันจะกลมกลืนกัน
(ที่มา: ชะลูด นิ่มเสมอ. 2531 : 177 – 178)

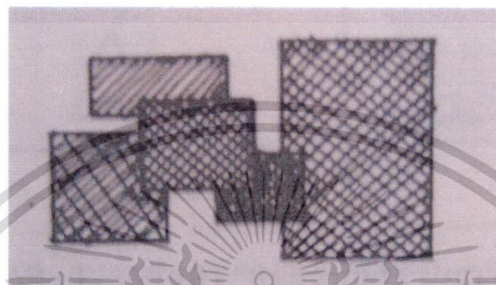


ภาพที่ 2.15 แถวบน เป็นความกลมกลืนของรูปร่าง แถวล่าง เป็นความกลมกลืนของรูปทรง

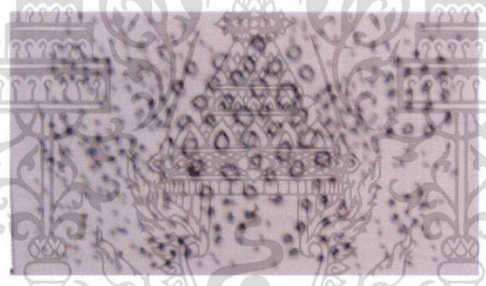
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



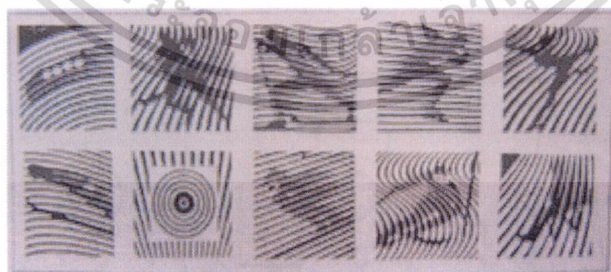
ภาพที่ 2.16 ความกลมกลืนของขนาดและสัดส่วน



ภาพที่ 2.17 ความกลมกลืนของสีและน้ำหนัก



ภาพที่ 2.18 ความกลมกลืนของลักษณะผิว



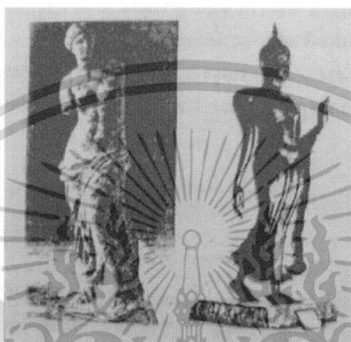
ภาพที่ 2.19 เป็นภาพสัญลักษณ์ประเภทของกีฬา ให้ความรู้สึกว่านักกีฬาเคลื่อนไหวได้ เป็นความกลมกลืนของความคิดและจุดมุ่งหมายของนักออกแบบ เมื่อผู้ดูแล้วเข้าใจรู้ว่าเป็น งานกีฬาประเภทใด (ที่มา: ศาสตร์พันธุ์. 2530 : 103)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.4 สัดส่วน

สัดส่วน (Proportion) หมายถึง ความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของสิ่งต่าง ๆ ซึ่งจำแนกออกได้ 2 ลักษณะ คือ

สัดส่วนที่สัมพันธ์กันในตัวเอง เช่น สัดส่วนของคน ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่าง หัว ตัว แขน ขา และส่วนประกอบอื่น ๆ คนที่มีสัดส่วนสวยงาม จะมีความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของร่างกายอย่างเหมาะสม สมส่วน เช่น สัดส่วนของวินัสที่มีชื่อเสียงทั่วโลก สัดส่วนของพระพุทธรูปปางลีลา สมัยสุโขทัย (ภาพที่ 2.20)

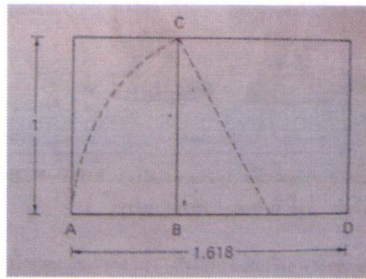


ภาพที่ 2.20 ด้านซ้าย ภาพวินัสแห่งมิโล (Venus of Milo) ด้านขวา พระพุทธรูปปางลีลา สมัยสุโขทัย (ที่มา: ชะลูด นิ่มเสมอ, 2531 : 163)

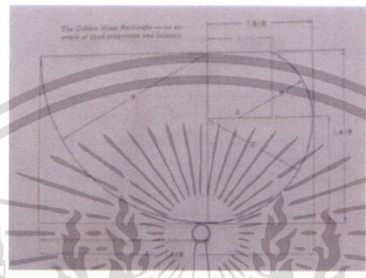
สัดส่วนของตัวเองที่ไปสัมพันธ์กับสิ่งอื่น เช่น สัดส่วนของแว่นตาที่รับกับใบหน้าของคน หรือสัดส่วนของคนที่สัมพันธ์กับขนาดของเก้าอี้ ประตู เสื้อผ้า เป็นต้น

ความงามของสัดส่วน ยังไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนตายตัว มีแต่เพียงความเชื่อที่สอดคล้องกันในสังคมแต่ละยุคแต่ละสมัยเท่านั้น เช่น ชาวกรีกสมัยโบราณประมาณศตวรรษที่ 5 ก่อนคริสต์ศักราช เชื่อว่า สัดส่วนของสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่งามที่สุดจะต้องมีสัดส่วน 1 : 1.618 หรือประมาณ 2 : 3 สัดส่วนนี้มีความสัมพันธ์กันดีมาก (ภาพที่ 2.21 – 2.23) ใช้ในการสร้างวิหารพาร์เธนอน (Parthenon) ที่มีชื่อเสียงโด่งดังของประเทศกรีก (Steinen, 1977 : 13 - 18) และจากสัดส่วนที่งดงามของวิหารพาร์เธนอนนี้เอง นักออกแบบทั่วโลกต่างยอมรับและนำสัดส่วนนี้ไปประยุกต์ใช้กับงานออกแบบทุก ๆ ด้าน เช่น งานทางด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม หัตถกรรม ตลอดจนงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ ในสมัยต่อ ๆ มา ได้มีผู้คิดสัดส่วนของสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่ต่างออกไป โดยใช้ระบบราก (root) สัดส่วนของราก 2 คือ 1 : 1.414, สัดส่วนของราก 3 คือ 1 : 1.732 , สัดส่วนของราก 4 คือ 1 : 2.000 และสัดส่วนของราก 5 คือ 1 : 2.236 (ภาพที่ 2.24) แต่ไม่โด่งดังเท่ากับสัดส่วน 1 : 1.618

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



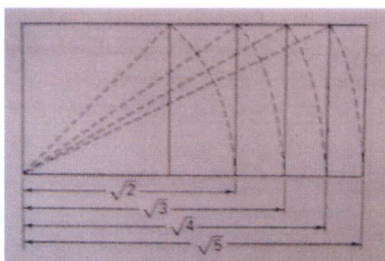
ภาพที่ 2.21 โครงสร้างของสัดส่วนโกลเด้น มิน เรคแทงเกิ้ล (Golden Mean Rectangle) คือ 1 : 6.18
(ที่มา: Steinen. 1977 : 17)



ภาพที่ 2.22 ความสัมพันธ์ของสัดส่วน โกลเด้น มิน เรคแทงเกิ้ล
ซึ่งมีความสัมพันธ์กันดีและมีคุณภาพ (Lindbeck, Duenk and Hansen. 1969 : 20)



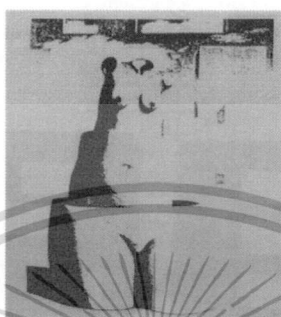
ภาพที่ 2.23 การใช้สัดส่วนที่สัมพันธ์ของโกลเด้น มิน เรคแทงเกิ้ล ในการออกแบบด้านหน้า
ของโบสถ์ ซานตา มารี (Santa Marie) ที่ประเทศอิตาลี
(ที่มา: Steinen. 1977 : 17)



ภาพที่ 2.24 โครงสร้างของสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่ใช้ระบบรูท (root)
(ที่มา: Steinen. 1977 : 17)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการออกแบบบางครั้งนักออกแบบหรือศิลปินอาจมีเจตนาออกแบบสร้างสรรค์ให้ดูผิดส่วนหรือไม่สมส่วน โดยมีจุดประสงค์จะให้สะดุดตาแก่ผู้ดู ก็ไม่ถือว่าเป็นความผิดพลาดในการออกแบบแต่อย่างใด (ภาพที่ 2.25) ในการออกแบบสัดส่วนนั้น ควรมีประสบการณ์ในการดูมาก ๆ จึงจะออกแบบได้ดี

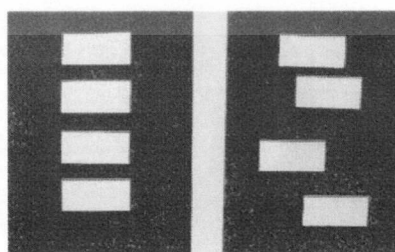


ภาพที่ 2.25 การออกแบบสร้างสรรค์ในดูผิดส่วนแบบแปลก ๆ
(ที่มา: Bevin. 1980 : 197)

2.1.5 ช่วงจังหวะ

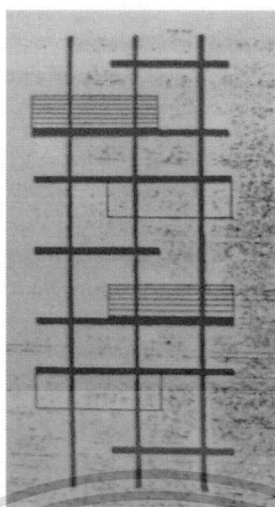
ช่วงจังหวะ(Rhythm) เปรียบเทียบได้กับการเดินของหัวใจที่มีการเดินเป็นระยะสม่ำเสมอหรือเปรียบเทียบกับกรตีกองที่มีลีลาของช่วงดีดีห่างเป็นระยะ ๆ ซึ่งมีช่วงจังหวะในการตีแตกต่างกันไปได้หลายลักษณะ เมื่อเปรียบเทียบกับกรออกแบบทางด้านทัศนศิลป์ ก็คือการจัดส่วนประกอบของการออกแบบให้มีช่วงจังหวะในลักษณะต่าง ๆ นั้นเอง ช่วงจังหวะในการออกแบบสามารถแบ่งออกได้ 3 ลักษณะ ดังต่อไปนี้ (Beitler and Lockhart. 1967 : 38 – 45)

จังหวะซ้ำ ๆ กัน (repetition) หมายถึง การออกแบบด้วยเส้น สี หรือ รูปร่าง ให้มีจังหวะซ้ำ ๆ กัน โดยให้คำนึงถึงหลักของสัดส่วน และเอกภาพเป็นสำคัญ (ภาพที่ 2.26 – 2.27)



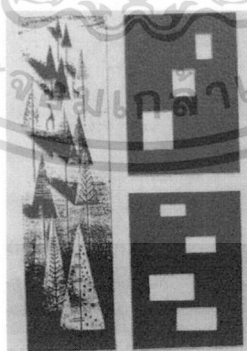
ภาพที่ 2.26 ด้านซ้าย เป็นการซ้ำของรูปร่างที่มีขนาดและสัดส่วนเหมือนกัน มีช่วงจังหวะของช่องไฟเท่า ๆ กัน ซึ่งดูแล้วรู้สึกน่าเบื่อ ด้านขวา เป็นการซ้ำที่มีขนาดและสัดส่วนเหมือนกัน แต่มีจังหวะของช่องไฟและตำแหน่งแตกต่างกัน ดูแล้วรู้สึกสนุกขึ้น (ที่มา: Beitler and lockhart. 1967 : 40)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.27 นอกจากมีการซ้ำที่แตกต่างของช่องไฟระหว่างรูปร่างแล้ว
ยังตกแต่งรายละเอียดได้อีก เช่น ใช้เส้นที่หนาและบางเข้าไปร่วมด้วย
(ที่มา: Beidler and Lockhart. 1967 : 40)

จังหวะที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง (gradation or progression) หมายถึงจังหวะการซ้ำของ
ส่วนประกอบในการออกแบบ ที่มีการเปลี่ยนความยาวหรือความหนาของเส้นแต่ถ้าเปลี่ยนเป็น
ลำดับเหมือน ๆ กันทั้งภาพก็จะดูน่าเบื่ออีก นอกจากการเปลี่ยนความยาวและความหนาของเส้นแล้ว
ยังมีการเปลี่ยนช่องไฟระหว่างเส้นหรือรูปร่าง เปลี่ยนสีเท้าน้ำหนักความจัดของสี หรือเปลี่ยน
ปริมาณการทับกันของส่วนประกอบ เปลี่ยนลักษณะผิวจากเรียบให้เป็นหยาบ และจากความสว่าง
สดใสให้จืดจาง (ภาพที่ 2.28)



ภาพที่ 2.28 ด้านซ้าย เป็นจังหวะของการซ้ำที่มีความต่างของขนาดที่เพิ่มขึ้น หรือลดลง คือ
ไม้ซำเรียงลำดับอย่างธรรมดา ด้านขวาบน เป็นจังหวะของการลดรูปร่างเป็นลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จังหวะที่เคลื่อนไหวสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง (Continuous related movement) หมายถึง จังหวะการซ้ำของส่วนประกอบในการออกแบบที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกันไปอย่างต่อเนื่อง และให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว (ภาพที่ 2.29)



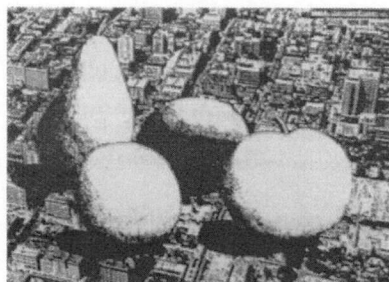
ภาพที่ 2.29 เป็นภาพกลุ่มคนที่มีจังหวะสัมพันธ์ต่อเนื่องกันไป ดูแล้วให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว (ที่มา: Bevlin. 1980 : 193)

2.1.6 การเน้น

การออกแบบทุก ๆ อย่างต้องการให้มีความเด่นสะดุดตา เพื่อให้ผู้ดูเกิดความสนใจสาระของงานออกแบบนั้น ๆ การสร้างความสนใจได้ดีก็คือ การเน้น (Emphasis) ดังนั้นงานออกแบบที่มีคุณภาพจึงควรมีจุดศูนย์กลางของความสนใจ หรือมีพื้นที่ที่เด่นประกอบอยู่ด้วยเสมอ การเน้นให้เกิดจุดเด่นสามารถทำได้โดยใช้ เส้น ทิศทาง รูปร่าง รูปทรง ขนาด ลักษณะผิว สี น้ำหนักตลอดจน บริเวณว่าง ให้มีความแตกต่างกับส่วนใหญ่ (ภาพที่ 2.30-2.31) การเน้นจุดเด่นควรเน้นจุดสำคัญเพียงแห่งเดียว และเน้นในปริมาณที่ไม่มากนัก มิฉะนั้นจะทำให้ขาดเอกภาพเกิดความไม่น่าดูขึ้นได้



ภาพที่ 2.30 การเน้นจุดเด่นด้วยน้ำหนัก บริเวณสีขาวที่เด่นจะแตกต่างกับพื้นที่ส่วนใหญ่ที่มีน้ำหนักเข้ม (ที่มา: Ittem. 1975 : 69)



ภาพที่ 2.31 การเน้นจุดเด่นด้วยขนาด
(ที่มา: Ittem. 1975 : 53)

2.1.7 องค์ประกอบที่สัมพันธ์

องค์ประกอบตั้งแต่หนึ่งองค์ประกอบขึ้นไป จำเป็นจะต้องควบคุมการจัดวาง โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบนี้ ทิศทางและตำแหน่งการจัดวางสามารถรับรู้ได้บางประเภทต้องอาศัยความรู้ลึกจากทฤษฎีการวิเคราะห์ โดยเฉพาะเรื่องของที่ว่างและแรงดึงดูด

ทิศทาง (Direction) ทิศทางของรูปร่างขึ้นอยู่กับว่า รูปร่างนั้นสัมพันธ์กันกับผู้ดูอย่างไร สัมพันธ์กันกับกรอบที่บรรจุอยู่หรือไม่หรือสัมพันธ์กับรูปร่างใกล้เคียงอย่างไร

ตำแหน่ง (Position) ตำแหน่งของรูปร่างพิจารณาโดย ความสัมพันธ์กันของรูปร่างกับกรอบ รูปร่างจะอยู่ห่างจากกรอบโดยรอบเท่ากัน หรือชิดกรอบด้านใดด้านหนึ่ง รูปร่างจะสัมพันธ์กับโครงสร้างในการออกแบบด้วย หากได้มีการออกแบบเบื้องต้น โดยคำนึงถึงโครงสร้างเป็นหลัก

ที่ว่าง (Space) รูปร่างของที่ว่าง ไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่ ต้องการที่อยู่ในที่ว่างเสมอที่ว่างจะถูกครอบคลุมหรือที่ว่างเปล่า ที่ว่างของงาน 2 มิติจะมีลักษณะแบนราบ หรือสร้างให้เกิดการลวงตาเห็นความลึกของที่ว่างดูเป็น 3 มิติได้

แรงดึงดูด (Gravity) แรงดึงดูดไม่สามารถมองเห็นได้แต่ผู้ดูสามารถรู้สึกได้ถึงแรงดึงดูดของโลกเราจะรู้สึกถึงความหนัก เบา มั่นคง หรือไม่มั่นคง ของรูปร่างเดี่ยวหรือกลุ่มของรูปร่างได้

2.1.8 องค์ประกอบที่นำมาใช้ประโยชน์

งานที่เหมือนจริง (Representation) เมื่อรูปร่างในงานศิลปะได้ถ่ายทอดมาจากธรรมชาติหรือโลกที่มนุษย์สร้างขึ้น เราจะเรียกงานนั้นว่างานที่เหมือนจริง (Representation) ซึ่งอาจจะดูเหมือนจริงจนใกล้เคียงจะเป็นงานนามธรรม

ความหมาย (Meaning) ความหมายของงานศิลปะแต่ละชิ้นจะแสดงออก เพื่อสื่อสารสามารถแนวคิดในการออกแบบ

ประโยชน์ใช้สอย (Function) ประโยชน์ใช้สอยในการออกแบบจะแสดงออกเมื่องานออกแบบนั้น สนองความต้องการทางด้านการใช้สอยของมนุษย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบการออกแบบ

2.2.1 โครงสร้างในการออกแบบ (Structure)

ในภาษาภาพเบื้องต้นองค์ประกอบที่มองเห็นได้ทุกชิ้น เราจะเรียกรูปร่าง (Form) รูปร่างในความหมายนี้หมายถึงรูปร่างที่มีขนาด สี และผิวสัมผัสชัดเจน การสร้างสรรค์รูปร่าง และนำมาจัดรูปร่างหนึ่งให้สัมพันธ์กับอีกรูปร่างหนึ่ง หรือสัมพันธ์กับรูปร่างอื่นๆ จำนวนมากด้วยวิธีจัดที่ค่อนข้างเป็นระเบียบ มีการจัดเรียงอย่างเป็นระบบ โดยมีแนวเส้นจริงหรือแนวในความนึกคิดที่เป็นสิ่งกำกับองค์ประกอบให้เรียงกันอย่างมีลำดับ เราเรียกระบบการจัดนี้ว่าระบบ "โครงสร้าง" ในการออกแบบทั่วไป มักจะต้องคำนึงถึงภาพเสมอ โครงสร้างจะเป็นสิ่งกำหนดและควบคุมตำแหน่งของรูปร่างในการออกแบบ (Unit Forms) จำนวนมาก หรือการออกแบบในวิธีที่ใช้องค์ประกอบซ้ำ การเรียงแถว การเว้นห่างขององค์ประกอบในระยะที่เท่าๆกัน การจัดหน่วยของรูปร่างให้ดูรวมเป็นรูปแบบใหม่ เช่น วงกลม หรือสี่เหลี่ยม โครงสร้างจะช่วยสร้างภาพให้มีระบบในการจัดอย่างมีระเบียบ โครงสร้างทั่วไป จะเป็นระบบที่จำกัดความสัมพันธ์ภายในของรูปร่างในการออกแบบให้อยู่ในระเบียบเราอาจจะสร้างสรรค์คืองานออกแบบประเภทนี้ขึ้นมาโดยปราศจากการตระหนักถึงความคิดทางด้าน โครงสร้างของภาพแต่โครงสร้างจะอยู่ในภาพเสมอเมื่อมีการจัดระบบขององค์ประกอบ โครงสร้างอาจจะมีระเบียบแบบแผน กึ่งมีแบบแผน หรือไม่มีแบบแผน สามารถที่จะมองเห็นแนวโครงสร้างได้ชัดเจน หรือไม่ปรากฏเส้น โครงสร้างอย่างชัดเจน และยังสามารถมองเห็นได้หรือมองไม่เห็นได้

2.2.2 โครงสร้างที่มีแบบแผน (Formal Structure)

โครงสร้างที่มีแบบแผนจะประกอบด้วยเส้น โครงสร้างที่ประกอบกันขึ้นมาอย่างมั่นคง ในลักษณะของการแบ่งส่วน การจัดวางองค์ประกอบด้วยวิธีคำนวณ เส้น โครงสร้างจะเป็นตัวนำในการจัดวางรูปร่างทั้งหมดของการออกแบบ ที่วางจะแบ่งออกเป็นส่วนย่อยที่สม่ำเสมอ หรือเป็นจังหวะ รูปร่างจัดอยู่ในระบบที่ให้ความรู้สึกถึงการเว้นช่องว่างที่เท่าๆกัน โครงสร้างประเภทนี้จะพบได้ในระบบการจัดองค์ประกอบที่ซ้ำกัน (Repetition)

2.2.3 โครงสร้างกึ่งมีแบบแผน (Semi Formal Structure)

โครงสร้างกึ่งมีแบบแผนค่อนข้างจะเป็น โครงสร้างแบบปกติธรรมดา เช่นเดียวกับ โครงสร้างที่มีแบบแผน มีการจัดวางรูปร่างให้มีระยะห่างเท่าๆ กันในระบบการจัดองค์ประกอบซ้ำ แต่ยังคงประกอบด้วยความคิดอยู่บ้าง เช่น การเว้นระยะห่างบางส่วนไม่เท่ากัน หรือที่การเปลี่ยนรูปร่าง ขนาดของรูปร่างบางรูป ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงจะทำได้เพียงส่วนน้อย แต่ยังคงความมีระเบียบของการจัดวางองค์ประกอบส่วนใหญ่อยู่

2.2.4 โครงสร้างไม่มีแบบแผน (Informal Structure)

โครงสร้างประเภทไม่มีแบบแผนจะไม่มีเส้นโครงสร้างการจัดระบบจะเป็นอิสระและไม่แน่นอน ไม่มีข้อกำหนดว่า จะต้องจัดวางรูปทรงให้มีความสัมพันธ์ในระยะห่างเท่าๆ กัน

2.2.5 โครงสร้างที่ไม่ชัดเจน (Inactive Structure)

เส้นโครงสร้างทุกประเภทสามารถเห็นได้ชัดเจนหรือไม่แสดงให้เห็นได้ชัดเจน โครงสร้างที่ไม่แสดงให้เห็นชัดเจนนั้นจะประกอบด้วยเส้นโครงสร้างซึ่งอยู่ในความนึกคิดแนวโครงสร้างจะเป็นเพียงแนวทางในการจัดวางรูปทรงหรือหน่วยของรูปทรงให้อยู่ในระบบโดยไม่รบกวนต่อรูปร่าง และไม่มีแบ่งที่ว่างเป็นบริเวณที่ชัดเจน ด้วยการเปลี่ยนแปลงสีในบริเวณช่องที่แบ่งไว้

2.2.6 โครงสร้างที่ชัดเจน (Active Structure)

โครงสร้างที่ชัดเจนประกอบด้วย เส้นโครงสร้างที่มองเห็นได้และรวมทั้งเส้นโครงสร้างในแนวความคิด แต่เส้นโครงสร้างที่ชัดเจนนี้ สามารถแบ่งที่ว่างเป็นส่วนๆ ซึ่งสัมพันธ์กับหน่วยของรูปทรง ซึ่งบรรจุอยู่ในส่วนนั้นด้วยวิธีทางต่างๆ

โครงสร้างจะทำหน้าที่แบ่งที่ว่างเป็นส่วนย่อยที่อิสระสำหรับบรรจุหน่วยของรูปทรง แต่ละหน่วยจะอยู่แยกจากกันเหมือนกับว่าหน่วยนั้นๆ มีขอบเล็กๆ ที่จะใช้อ้างอิงเป็นส่วนตัว หน่วยหนึ่งอาจจะมีสีของพื้นภาพแตกต่างจากพื้นภาพของหน่วยข้างเคียง การเปลี่ยนแปลงอย่างมีระบบ หรือการใช้วิธีสร้างภาพ Positive Form บนพื้นภาพลบลบคู่ไปกับการเปลี่ยนภาพเป็นพื้นภาพ Negative Form จะทำให้เห็น โครงสร้างกรอบของแต่ละหน่วยชัดเจนขึ้น

ภายใต้โครงสร้างที่แบ่งที่ว่างเป็นส่วนย่อย หน่วยของรูปทรงที่บรรจุอยู่ภายในส่วนย่อยนี้สามารถเคลื่อนออกจากตำแหน่งศูนย์กลาง หรือแม้แต่เคลื่อนบางส่วนจากรูปทรงให้อยู่ภายใต้บริเวณแนวที่แบ่งด้วยเส้น โครงสร้างเมื่อลักษณะเช่นนี้ปรากฏขึ้น ส่วนของรูปทรงที่อยู่ภายนอกกรอบเส้นโครงสร้างอาจจะถูกตัดหรือลบบอก ซึ่งมีผลต่อการการเปลี่ยนรูปร่างและขนาดหน่วยของรูปทรงนั้น

เมื่อหน่วยของรูปทรงบางส่วนข้ามเส้น โครงสร้างเข้าไปสู่เขตข้างเคียงที่อยู่ติดกัน สถานการณ์เช่นนี้เป็นการพบกันของรูปทรงหรือหน่วยของรูปทรง 2 รูป จะด้วยวิธีการสอดแทรก การเพิ่มรูป หรือการลดรูปได้

พื้นที่ว่างที่แยกตัวจากหน่วยของรูปทรง ในช่องย่อยซึ่งแบ่งออกด้วยเส้น โครงสร้างสามารถที่จะรวมตัวกับหน่วยของรูปทรงอื่นหรือรวมกับที่ว่างย่อยข้างเคียงให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้

2.2.7 โครงสร้างที่มองไม่เห็น (Invisible Structure)

ในงานออกแบบส่วนใหญ่ เรามักจะมองไม่เห็นเส้นโครงสร้างไม่ว่าจะเป็น โครงสร้างมีแบบแผน กิ่ง ไม่มีแบบแผน หรือ ไม่มีแบบแผนชัดเจน เส้นโครงสร้างที่มองไม่เห็นจะเป็นเส้นในความคิด ถึงแม้บางส่วนของหน่วยของรูปทรงจะถูกเลื่อนออกไปด้วยเส้น โครงสร้างก็ตาม เส้นแนวตัดนั้นชัดเจนเนื่องจากสามารถเห็นแนวตัดบนรูปทรงขององค์ประกอบอย่างมีระบบ แต่ไม่สามารถมองเห็นเป็นเส้นที่มีความหนาได้

2.2.8 โครงสร้างที่มองเห็นได้ (Visible Structure)

ในการออกแบบบางครั้ง ผู้ออกแบบชอบเส้น โครงสร้างที่มองเห็นได้ ซึ่งหมายความว่า เส้นโครงสร้างคงอยู่อย่างแท้จริงและมองเห็นถึงความหนาได้ เส้นโครงสร้างนี้ควรรวมเข้าอยู่กับรูปทรง เป็นหน่วยของรูปทรงพิเศษ Uniform เพราะจากการที่เป็นองค์ประกอบที่มองเห็นได้ จึงสามารถสร้างความสัมพันธ์เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับหน่วยของรูปทรงเดิม และที่ว่างที่บรรจุอยู่ในกรอบย่อยของเส้น โครงสร้างนั้น เส้นโครงสร้างที่มองเห็นได้ อาจจะเป็นภาพ positive หรือพื้นภาพ negative เมื่อเส้น โครงสร้างเป็นพื้นภาพจะรวมตัวเข้ากับพื้นภาพ Negative Space ซึ่งกลับเป็นรูปทรง Negative Form หรือหน่วยของรูปทรง การรวมตัวนี้ ยังพาดผ่านพื้นภาพที่กลับเป็นภาพ Positive Space เห็นได้ชัดเจนถึงความหนา ของเส้น โครงสร้างสีขาว บนพื้นดำ เส้น โครงสร้างที่มองเห็นได้สามารถนำมาใช้ร่วมกับเส้น โครงสร้างที่มองไม่เห็นได้ เราอาจจะเห็นเส้น โครงสร้างทางตั้ง หรือทางนอนแต่เป็นทิศทางเดียว หรืออาจจะเปลี่ยนไปมาอย่างมีระบบ เส้น โครงสร้างที่มองเห็นได้จะเป็นเส้นแบ่งพื้นที่ ที่บรรจุส่วนย่อยที่แบ่งด้วยเส้น โครงสร้างในความนึกคิดมากกว่า 1 ส่วนย่อยได้ เส้น โครงสร้างซ้ำ Repetition Structure เมื่อหน่วยของรูปทรงถูกจัดวางอยู่ในตำแหน่งสมมาตรมีพื้นภาพโดยรอบ หน่วยทุกหน่วยจะเท่ากัน เราอาจจะเรียกการใช้เส้น โครงสร้างวิธีนี้ว่า "เส้น โครงสร้างซ้ำ" เส้น โครงสร้างซ้ำมีระเบียบแบบแผนจะเป็นเส้น โครงสร้างที่ชัดเจนหรือไม่ชัดเจนมองเห็นได้หรือไม่เห็นก็ได้ โครงสร้างชนิดนี้จะแบ่งส่วนย่อยให้มีรูปร่างและขนาดเท่ากัน รวมทั้งพื้นที่ที่เหลือระหว่างส่วนย่อยที่เท่ากัน ตารางพื้นฐานเราใช้ตารางพื้นฐาน Basic Grid บ่อยๆ ใน โครงสร้างซ้ำ ตารางแต่ละช่องจะมีพื้นที่เท่ากันทั้งทางที่ โครงสร้างแนวตั้งและแนวนอนตัดกัน ผลที่ได้รับคือรูปทรงของส่วนย่อยเป็นรูปของสี่เหลี่ยมที่มีขนาดเท่ากัน ตารางพื้นฐานจะให้กำหนดหน่วยของรูปทรงที่มีพื้นที่ด้านบน ล่าง ซ้าย ขวา ขนาด และรูปร่างเดียวกัน ยกเว้นทิศทางที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เมื่อบรรจุรูปทรงลงไปในส่วนย่อยนั้น แต่ทั้งนี้จะต้องไม่มีการขึ้นนำทิศทางใดอย่างเด่นชัด ความหลากหลายของตาราง เส้น โครงสร้างที่เป็นตารางซ้ำๆ นี้ สามารถสร้างให้มีความหลากหลายได้มากมายจะทำได้ด้วยการเปลี่ยนสัดส่วน ทิศทาง การเคลื่อนเส้น การ โค้งงอของเส้น เป็นต้น

2.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบ

2.3.1 ส่วนประกอบขององค์ประกอบศิลป์

ส่วนประกอบขององค์ประกอบศิลป์ ซึ่งจะทำให้เราสร้างสรรค์ผลงานทุกรูปแบบได้น่าสนใจ มีความสวยงาม มีดังนี้

2.2.1.1 จุด (Point, Dot) คือ ส่วนประกอบที่เล็กที่สุด เป็นส่วนเริ่มต้นไปสู่ส่วนอื่นๆ เช่น การนำจุดมาเรียงต่อกันตามตำแหน่งที่เหมาะสม และซ้ำๆ กัน จะทำให้เรามองเห็นเป็นเส้น รูปร่าง รูปทรง ลักษณะผิว และการออกแบบที่น่าตื่นตาตื่นใจได้จากจุดหนึ่ง ถึงจุดหนึ่งมีเส้นที่มองไม่เห็นด้วยตา แต่เห็นได้ด้วยจินตนาการเราเรียกว่า เส้น โครงสร้าง นอกจากจุดที่เรานำมาจัดวางเพื่อการออกแบบแล้ว เราสามารถพบเห็นลักษณะการจัดวางจุดจากสิ่งเป็นธรรมชาติ ที่อยู่รอบๆ ตัวเราได้ เช่น ข้าวโพด รวงข้าว เมล็ดถั่ว ก้อนหิน เปลือกหอย ใบไม้ ลายของสัตว์นานาชนิด ได้แก่ เส้นไก่อ นก สุนัข ชู และแมว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ธรรมชาติได้ออกแบบไว้อย่างสวยงาม มีระเบียบ มีการซ้ำกันอย่าง มีจังหวะ และมีอิทธิพลต่อความคิดของมนุษย์เราเป็นอย่างมาก เช่น การออกแบบลูกคิด ลูกบิดประตู การร้อยลูกปัด สร้อยคอ และเครื่องประดับต่างๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เกิดมาจากจุดทั้งสิ้น

2.2.2.2 เส้น (Line) คือ เกิดจากจุดที่เรียงต่อกันในทางยาว หรือเกิดจากการลากเส้นไปยังทิศทางต่างๆ มีหลายลักษณะ เช่น ตั้ง นอน เอียง โค้ง ฯลฯ เส้น คือ ร่องรอยที่เกิดจากเคลื่อนที่ของจุด หรือถ้าเรานำจุดมาวางเรียงต่อๆ กันไป ก็จะเป็นเส้นขึ้น เส้นมีมิติเดียว คือ ความยาว ไม่มีความกว้าง ทำหน้าที่เป็นขอบเขต ของที่ว่าง รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี ตลอดจนกลุ่มรูปทรงต่างๆ รวมทั้งเป็นแกนหรือ โครงสร้างของรูปร่างรูปทรง(ภาพ 2.32)



ภาพที่ 2.32 เส้นแสดงให้ความหมายความรู้สึกลึกและอารมณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เส้นเป็นพื้นฐานที่สำคัญของงานศิลปะทุกชนิด เส้นสามารถให้ความหมาย แสดงความรู้สึก และอารมณ์ได้ด้วยตัวเอง และด้วยการสร้างเป็นรูปทรงต่าง ๆ ขึ้น เส้นมี 2 ลักษณะคือ เส้นตรง (Straight Line) และ เส้นโค้ง (Curve Line) เส้นทั้งสองชนิดนี้เมื่อนำมาจัดวางในลักษณะต่าง ๆ กัน จะมีชื่อเรียกต่าง ๆ และให้ความหมาย ความรู้สึก ที่แตกต่างกันอีกด้วย (ภาพที่ 2.33)



ภาพที่ 2.33 ลักษณะเส้นในรูปแบบต่างๆ

2.3.1 ลักษณะของเส้น

เส้นตั้ง หรือ เส้นตั้งให้ความรู้สึกทางความสูง สง่า มั่นคง แข็งแรงหนักแน่นเป็นสัญลักษณ์ของความซื่อตรง

เส้นนอน ให้ความรู้สึกทางความกว้าง สงบ ราบเรียบ นิ่ง ผ่อนคลาย

เส้นเฉียง หรือ เส้นทะแยงมุม ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่มั่นคง

เส้นหยัก หรือ เส้นซิกแซก แบบฟันปลา ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว อย่างเป็นจังหวะมีระเบียบ ไม่ราบเรียบ น่ากลัว อันตราย ขัดแย้ง ความรุนแรง

เส้นโค้ง แบบคลื่น ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ถิ่นไหล ต่อเนื่อง สุภาพอ่อนโยน นุ่มนวล

เส้นโค้งแบบก้นหอย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว คลี่คลาย หรือเติบโตในทิศทางที่ หมุนวนออกมา ถ้ามองเข้าไปจะเห็นพลังความเคลื่อนไหวที่ไม่สิ้นสุด

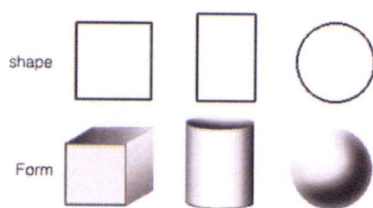
เส้นโค้งวงแคบ ให้ความรู้สึกถึงพลังความเคลื่อนไหวที่รุนแรง การเปลี่ยนทิศทางที่ รวดเร็ว ไม่หยุดนิ่ง

เส้นประ ให้ความรู้สึกที่ไม่ต่อเนื่อง ขาด หาย ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความเครียด

2.3.3. รูปร่างและรูปทรง

รูปร่าง(Shape and Form) คือ พื้นที่ ๆ ล้อมรอบด้วยเส้นที่แสดงความกว้าง และความยาว รูปร่างจึงมีสองมิติ รูปทรง คือ ภาพสามมิติที่ต่อเนื่องจากรูปร่าง โดยมีความหนา หรือความลึก ทำให้ภาพที่เห็นมี ความชัดเจน และสมบูรณ์ (ภาพที่ 2.34)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.34 ลักษณะเส้นในรูปแบบต่างๆ

2.3.3.1 รูปร่างและรูปทรง มี 3 ลักษณะ

รูปเรขาคณิต (Geometric Form) มีรูปที่แน่นอน มาตรฐาน สามารถวัดหรือคำนวณได้ง่าย มีกฎเกณฑ์ เกิดจากการสร้างของมนุษย์ เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปวงกลม รูปวงรี นอกจากนี้ยังรวมถึงรูปทรงของสิ่งที่มนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นอย่างมีแบบแผนแน่นอน เช่น รถยนต์ เครื่องจักรกลเครื่องบิน สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ที่ผลิตโดยระบบอุตสาหกรรม ก็จัดเป็นรูปเรขาคณิตเช่นกัน รูปเรขาคณิตเป็นรูป ที่ให้โครงสร้างพื้นฐานของรูปต่างๆ ดังนั้นการสร้างสรรค์รูปอื่น ๆ ควรศึกษารูปเรขาคณิตให้เข้าใจถ่องแท้เสียก่อน

ภาพที่ 2.35 รูปอินทรีย์ (Organic Form)

รูปอินทรีย์ (Organic Form) เป็นรูปของสิ่งที่มีชีวิต หรือ คล้ายกับสิ่งมีชีวิตที่สามารถเจริญเติบโต เคลื่อนไหว หรือเปลี่ยนแปลงรูปได้ เช่น รูปของคน สัตว์ พืช (ภาพที่ 2.35)

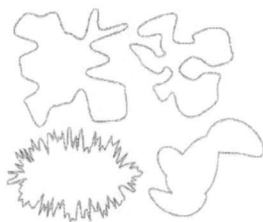


ภาพที่ 2.36 รูปอิสระ (Free Form)

รูปอิสระ (Free Form) (ภาพที่ 2.36) เป็นรูปที่ไม่ใช่แบบเรขาคณิต หรือแบบอินทรีย์ แต่เกิดขึ้นอย่างอิสระไม่มีโครงสร้างที่แน่นอน ซึ่งเป็นไปตามอิทธิพล และการกระทำจากสิ่งแวดล้อม เช่น รูปก้อนเมฆ ก้อนหิน หยดน้ำ ควัน ซึ่งให้ความรู้สึกที่เคลื่อนไหว มีพลัง รูปอิสระจะมีลักษณะ ขัดแย้งกับ รูปเรขาคณิต แต่กลมกลืน กับรูปอินทรีย์ รูปอิสระอาจเกิดจากรูปเรขาคณิต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือรูปอินทรีย์ ที่ถูกกระทำจนมีรูปลักษณะเปลี่ยนไปจากเดิมจนไม่เหลือสภาพ เช่น รดยนต์ที่ถูกชนจนยับเยินทั้งคัน เครื่องบินตก ตอไม้ที่ถูกเผาทำลาย หรือซากสัตว์ที่เนาเปื่อยผุพัง (ภาพที่ 2.36)



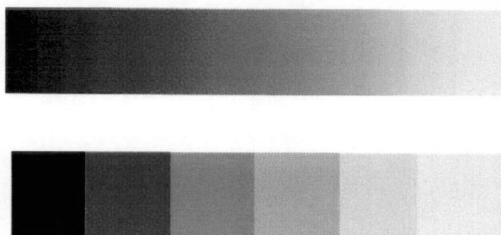
ภาพที่ 2.37 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรง

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรง (ภาพที่ 2.37) เมื่อนำรูปทรงหลายๆ รูปมาวางใกล้กัน รูปเหล่านั้นจะมีความสัมพันธ์ดึงดูด หรือผลักไส ซึ่งกันและกัน การประกอบกันของรูปทรง อาจทำได้โดยใช้รูปทรงที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน รูปทรงที่ต่อเนื่องกัน รูปทรงที่ซ้อนกัน รูปทรงที่ผนึกเข้าด้วยกัน รูปทรงที่แทรกเข้าหากัน รูปทรงที่สานเข้าด้วยกัน หรือ รูปทรงที่บิดพันกัน การนำรูปเรขาคณิต รูปอินทรีย์ และรูป อีสระมาประกอบเข้าด้วยกัน จะได้รูปลักษณะใหม่ๆ อย่างไม่สิ้นสุด (ภาพที่ 2.37)

2.3.4 น้ำหนัก

น้ำหนัก (Value) หมายถึงความอ่อนแก่ของสี หรือแสงเงาที่นำมาใช้ในการเขียนภาพ น้ำหนัก ทำให้รูปทรงมีปริมาตร และให้ระยะแก่ภาพ

ค่าน้ำหนัก คือ ค่าความอ่อนแก่ของบริเวณที่ถูกแสงสว่าง และบริเวณที่เป็นเงาของวัตถุ หรือ ความอ่อน ความเข้มของสีหนึ่ง ๆ หรือหลายสี เช่น สีแดง มีความเข้มกว่าสีชมพู หรือ สีแดงอ่อนกว่าสีน้ำเงิน เป็นต้น นอกจากนี้ยังหมายถึงระดับความเข้มของแสงและระดับ ความมืดของเงา ซึ่งไล่เรียงจากมืดที่สุด (สีดำ) ไปจนถึงสว่างที่สุด (สีขาว) น้ำหนักที่อยู่ระหว่างกลางจะเป็นสีเทา ซึ่งมีตั้งแต่เทาแก่ที่สุด จนถึงเทาอ่อนที่สุด (ภาพที่ 2.38)



ภาพที่ 2.38 การใช้ค่าน้ำหนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้ค่าน้ำหนักจะทำให้ภาพดูเหมือนจริงและมีความกลมกลืน ถ้าใช้ค่าน้ำหนักหลายๆ ระดับ จะทำให้มีความกลมกลืนมากยิ่งขึ้นและถ้าใช้ค่าน้ำหนักจำนวนน้อยที่แตกต่างกันมาก จะทำให้เกิด ความแตกต่าง ความขัดแย้ง(ภาพที่ 2.39-2.40)



ภาพที่ 2.39 แสงและเงา (Light & Shade)

แสงและเงา (Light & Shade) (ภาพที่ 2.39)เป็นองค์ประกอบของศิลป์ที่อยู่คู่กัน แสง เมื่อส่องกระทบ กับวัตถุ จะทำให้เกิดเงา แสงและเงา เป็นตัวกำหนดระดับของค่าน้ำหนัก ความเข้มของเงาจะขึ้นอยู่กับความเข้มของแสง ในที่ที่มีแสงสว่างมาก เงาจะเข้มขึ้น และในที่ที่มีแสงสว่างน้อยเงาจะไม่ชัดเจน ในที่ที่ไม่มีแสงสว่างจะไม่มีเงา และเงาจะอยู่ในทางตรงข้ามกับแสงเสมอ ค่าน้ำหนักของแสงและเงาที่เกิดบนวัตถุ สามารถจำแนกเป็นลักษณะที่ ต่าง ๆ ได้ดังนี้

บริเวณแสงสว่างจัด (Hi-light) เป็นบริเวณที่อยู่ใกล้แหล่งกำเนิดแสงมากที่สุด จะมีความสว่างมากที่สุด ในวัตถุที่มีผิวมันวาวจะสะท้อนแหล่งกำเนิดแสงออกมาให้เห็นได้ชัด

บริเวณแสงสว่าง (Light) เป็นบริเวณที่ได้รับแสงสว่าง ร่องลงมาจากบริเวณแสงสว่างจัด เนื่องจากอยู่ห่างจากแหล่งกำเนิดแสงออกมา และเริ่มมีค่าน้ำหนักอ่อน ๆ

บริเวณเงา (Shade) เป็นบริเวณที่ไม่ได้รับแสงสว่าง เป็นบริเวณที่ถูกบดบังจาก แสงสว่าง ซึ่งจะมีค่าน้ำหนักเข้มมากขึ้นกว่าบริเวณแสงสว่าง

บริเวณเงาเข้มจัด (Hi-Shade) เป็นบริเวณที่อยู่ห่างจากแหล่งกำเนิดแสงมากที่สุด หรือเป็นบริเวณที่ถูกบดบังมาก ๆ หลาย ๆ ชั้น จะมีค่าน้ำหนักที่เข้มมากไปจนถึงเข้มที่สุด

บริเวณเงาตกทอดเป็นบริเวณของพื้นหลังที่เงาของวัตถุทอดลงไป เป็นบริเวณเงาที่อยู่ภายนอกวัตถุ และจะมีความเข้มของค่าน้ำหนักขึ้นอยู่กับ ความเข้มของเงา น้ำหนักของพื้น หลังทิศทางและระยะของเงา

2.3.4.1 ความสำคัญของค่าน้ำหนัก

2.3.4.2 ให้ความแตกต่างระหว่างรูปและพื้น หรือรูปทรงกับที่ว่าง

2.3.4.3 ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว

2.3.4.4 ให้ความรู้สึกเป็น 2 มิติ แก่รูปร่าง และความเป็น 3 มิติแก่รูปทรง

2.3.4.5 ทำให้เกิดระยะความตื้น - ลึก และระยะใกล้ - ไกลของภาพ

2.3.4.6 ทำให้เกิดความกลมกลืนประสานกันของภาพ



ภาพที่ 2.40 การใช้ค่าน้ำหนัก

2.3.5. สี

สี (Color) คือ ลักษณะของแสงที่ปรากฏแก่สายตาให้เห็นเป็นสี (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน) ในทางวิทยาศาสตร์ให้คำจำกัดความของสีว่า เป็นคลื่นแสงหรือความเข้มของแสงที่สายตาสามารถมองเห็น ในทางศิลปะ สี คือ ทัศนธาตุอย่างหนึ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของงานศิลปะ และใช้ในการสร้างงานศิลปะโดยจะทำให้ผลงานมีความสวยงาม ช่วยสร้างบรรยากาศ มีความสมจริง เด่นชัดและน่าสนใจมากขึ้น สีเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของงานศิลปะ และเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก อารมณ์ และจิตใจ ได้มากกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ในชีวิตของมนุษย์มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสีต่าง ๆ อย่างแยกไม่ออก



ภาพที่ 2.41 ประโยชน์ของสี

2.3.5.1 สีจะให้ประโยชน์ (ภาพที่ 2.41)

2.3.5.1.1 ใช้ในการจำแนกสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เห็นชัดเจน

2.3.5.1.2 ใช้ในการจัดองค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสวยงามกลมกลืน เช่น การแต่งกาย การจัดตกแต่งบ้าน

2.3.5.1.3 ใช้ในการจัดกลุ่ม พวก คณะด้วยการใช้สีต่างๆ เช่น คณะสี เครื่องแบบต่าง ๆ

2.3.5.1.4 ใช้ในการสื่อความหมาย เป็นสัญลักษณ์ หรือใช้บอกเล่าเรื่องราว

2.3.5.1.5 ใช้ในการสร้างสรรค์งานศิลปะ เพื่อให้เกิดความสวยงาม สร้างบรรยากาศ

สมจริงและน่าสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.5.1.6 เป็นองค์ประกอบในการมองเห็นสิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์

2.3.5.2 การใช้สีในแต่ละยุคสมัย

อียิปต์โบราณ ในสมัยอียิปต์โบราณ การใช้สีมีความสัมพันธ์กับพิธีกรรม และเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับศาสนา การระบายสีไม่เกี่ยวข้องกับความเป็นจริงทางทัศนียวิทยา หรือหลักความเป็นจริง เป็นภาพที่ไม่มีแสงเงา เป็นรูปแบบระบายสีที่สว่างสดใส มองเห็นชัดเจน โดยใช้เทคนิคสีฝุ่นผสมไข่ขาว (egg tempera) หรือใช้ไข่ขาวเคลือบบนผิวที่เขียนด้วยสีฝุ่นผสมน้ำ



ภาพที่ 2.42 ผลงานสมัยอียิปต์โบราณ

กรีกโบราณ ผลงานในสมัยกรีกโบราณ ที่เห็นชัดเจนจะได้แก่งานประติมากรรมและสถาปัตยกรรม จะพบเห็น งานจิตรกรรมค่อนข้างน้อย ไม่ค่อยปรากฏงานจิตรกรรมฝาผนัง แต่จะพบในงานวาดภาพระบายสี ตกแต่งเครื่องปั้นดินเผา จะนิยมใช้สีเพียง 2 - 3 สี คือ ขาว เหลือง แดง และเคลือบดำ (ภาพที่ 2.43)



ภาพที่ 2.43 ผลงานสมัยกรีกโบราณ

โรมันโบราณ นิยมสร้างภาพบนผนังและพื้นห้องประดับด้วยโมเสก (Mosaic) สำหรับการวาดภาพใช้เทคนิค ผสมไข่ (Encaustic painting) ซึ่งเป็นการใช้สีผสมกับไข่ระบายในขณะที่ยังร้อนๆ จากการค้นพบ หลักฐานผลงานในสมัยโรมันหลาย ๆ แห่ง นิยมสร้างเป็นภาพในเมือง ชนบท ทูนา ทะเล การต่อสู้ กิจกรรมของพลเมือง การค้าขาย กีฬา เรื่องเกี่ยวกับนิยายปรัมปรา และประวัติศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จิตรกรรมไทย เป็นงานจิตรศิลป์ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ มีคุณค่าทางศิลปะและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ค้นคว้า เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และ โบราณคดี จิตรกรรมไทยแบ่งออกได้ คือ

จิตรกรรมไทยแบบประเพณี (Thai Traditional painting) (ภาพที่ 2.44) เป็นงานจิตรกรรมที่แสดงความรู้สึกรักชีวิตจิตใจ และความเป็นไทย ที่มีความละเอียด อ่อนช้อยงดงาม สร้างสรรค์สืบต่อกันมาตั้งแต่อดีต และสืบทอดกัน ได้ลักษณะประจำชาติ ที่มีรูปแบบเป็นพิเศษเฉพาะตัว เป็นงานศิลปะในแบบอุดมคติ (Idealistic Art) นิยมเขียนเป็นภาพที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวต่าง ๆ คือ

พุทธประวัติ และเรื่องราวอันเกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธ

พงศาวดาร ตำนาน เรื่องราวเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ เรื่องคตินิยมอันเป็นมงคล

วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียม ประเพณีต่าง ๆ



ภาพที่ 2.44 ขนบธรรมเนียมประเพณี

ลักษณะของผลงานเป็นภาพจิตรกรรม ระบายสีแบนเรียบด้วยสีที่ค่อนข้างสดใส แล้วตัดเส้นมีขอบ ที่คมชัด ให้ความรู้สึกเป็นภาพ 2 มิติ มีลักษณะในการจัดวางภาพแบบเล่าเรื่องเป็นตอนๆ จากบนลงล่าง มีวิธีการใช้สีแตกต่างกันออกไปตามยุคสมัย ทั้งสีเอกรงค์ และพหุรงค์

จิตรกรรมไทยร่วมสมัย (Thai Contemporary painting) เป็นงานจิตรกรรมที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมใหม่แนวความคิดใหม่ ที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน เป็นรูปแบบที่ได้รับอิทธิพลจากงานศิลปะตะวันตกที่นำมาผสมผสาน กับรูปลักษณะแบบไทย ๆ แล้วสร้างสรรค์เป็นรูปแบบใหม่ขึ้น (ภาพที่ 2.45)



ภาพที่ 2.45 จิตรกรรมไทยร่วมสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีที่ช่างนำมาใช้ในงานจิตรกรรมแต่เดิมนั้นมีน้อยมาก มักใช้สีเดียวที่เรียกว่า "เอกรงค์" โดยใช้สีขาว สีดำและสีแดงเท่านั้น ทำให้เกิดความกลมกลืนกันมาก ต่อมาสีที่ใช้ในภาพจิตรกรรมก็มีมากขึ้น มีการเขียนภาพ ที่เรียกว่า "เบญจรงค์" คือใช้สี 5 สี ได้แก่ สีเหลือง เขียวหรือคราม แดง ชาติ ขาว และดำ การวาดภาพที่ใช้ หลาย ๆ สี เรียกว่า "พหุรงค์" สีที่ใช้ล้วนได้มาจากธรรมชาติ เป็นส่วนใหญ่ และมีที่กำเนิดต่าง ๆ กัน บางสีเป็น ธาตุจากดิน บางสีได้จากสัตว์ จากกระดูก เขา เลือด บางสีได้จากพืช ลักษณะของสีที่นำมาใช้มักจะทำเป็น ผงละเอียด ซึ่งเรียกว่า สีฝุ่น (Tempera) นำมาผสมกับวัสดุอื่นเพื่อให้ยึดเกาะผิวหน้าวัตถุได้ดี ได้แก่ กาวหรือ ยางไม้ ที่นิยมใช้คือ ยางของต้นมะขวิด และกาวกระดิน ลักษณะเด่นของจิตรกรรมไทยอีกอย่างหนึ่งคือ การปิดทองคำเปลวในบางส่วนของภาพที่มีความสำคัญ เช่น เป็นเครื่องทรงหรือเป็นผิวกายของของบุคคล สำคัญในเรื่องเป็นส่วนประกอบของปราสาทราชวัง หรือสถาปัตยกรรมที่สำคัญ ๆ ในภาพ เป็นต้น

2.3.6 พื้นผิว (Texture)

พื้นผิว (Texture) ส่วนที่เป็นพื้นผิวของวัตถุที่มีลักษณะต่าง ๆ กัน เช่น เรียบ ขรุขระ หยาบ มัน นุ่ม ฯลฯ ซึ่งเราสามารถมองเห็นและสัมผัสได้ การนำพื้นผิวมาใช้ในงานศิลปะ จะช่วยให้เกิดความเด่นในส่วนที่สำคัญ และยังทำให้เกิดความงามสมบูรณ์

2.3.6.1 ลักษณะที่สัมผัสได้ของพื้นผิว

พื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยมือ หรือกายสัมผัส เป็นลักษณะพื้นผิวที่เป็นอยู่จริง ๆ ของผิวหน้าของวัตถุนั้นๆซึ่งสามารถสัมผัสได้จากงานประติมากรรม งานสถาปัตยกรรม และสิ่งประดิษฐ์อื่น ๆ

พื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยสายตา จากการมองเห็นแต่ไม่ใช่ลักษณะที่แท้จริงของผิววัตถุนั้นๆ เช่น การวาดภาพก้อนหินบนกระดาษ จะให้ความรู้สึกเป็นก้อนหินแต่ มือสัมผัสเป็นกระดาษ หรือใช้กระดาษพิมพ์ลายไม้ หรือลายหินอ่อนเพื่อปะ ทับ บนผิวหน้าของสิ่งต่าง ๆ เป็นต้น ลักษณะเช่นนี้ถือว่าเป็นการสร้างพื้นผิวลวงตา ให้สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นเท่านั้น



ภาพที่ 2.46 พื้นผิวลักษณะต่างๆ

ผิวลักษณะต่าง ๆ (ภาพที่ 2.46) จะให้ความรู้สึกต่องานศิลปะที่แตกต่างกัน พื้นผิวหยาบ จะให้ความรู้สึกกระดุนประสาธ หนักแน่น มันคง แข็งแรง ถาวร ในขณะที่ผิวเรียบ จะให้ความรู้สึกเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เบา สบาย การใช้ลักษณะของพื้นผิวที่แตกต่างกัน เห็นได้ชัดเจน จากงานประติมากรรม และมากที่สุดในงานสถาปัตยกรรมซึ่งมีการรวมเอาลักษณะต่าง ๆ กันของพื้นผิววัสดุหลาย ๆ อย่างเช่น อิฐ ไม้ โลหะ กระฉก คอนกรีต หิน ซึ่งมีความขัดแย้งกันแต่สถาปนิกได้นำมาผสมกลมกลืนได้อย่างเหมาะสม ลงตัวจนเกิดความสวยงาม

2.4 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนิตยสารสิ่งพิมพ์

วารสาร ตามลักษณะที่เป็นวารสารตามความหมายที่เข้าใจกันในปัจจุบัน เชื่อว่าพิมพ์ขึ้นครั้งแรก ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ชื่อว่า The Gentlemen's Magazine ในปี พ.ศ. 2274 ภายหลังที่อังกฤษมีหนังสือพิมพ์ถึง 56 ปี ส่วนในสหรัฐอเมริกามีวารสารครั้งแรก ใน พ.ศ. 2284 ที่เมือง ฟิลาเดลเฟีย มีชื่อว่า American Magazine ซึ่งมีขึ้นภายหลังการเกิดหนังสือพิมพ์ในอเมริกาถึง 15 ปี (วารุช ผลิตพันธ์ 2536:67-69)

ความเป็นมาของวารสารในประเทศไทย จากการศึกษาของ วีระวรรณ ประกอบผล พบว่า วารสารไทยมีความเป็นมาโดยสรุปดังนี้ คือ(วีระวรรณ ประกอบผล 2526:444)

วารสารไทยมีขึ้นครั้งแรกในปลายรัชกาลที่ 3 พ.ศ. 2387 โดย แคน บีช บรัดเลย์ มิชชันนารี ชาวอเมริกัน ชื่อ "Bangkok Recorder" และในสมัยรัชกาลที่ 4 พ.ศ. 2401 ออกหนังสือ "ราชกิจจานุเบกษา" แต่วารสารในสมัยแรกเริ่มยังไม่มิตักษณะเป็นวารสารเท่าใดนัก และพิมพ์เผยแพร่อยู่ในวงจำกัด จนกระทั่งพ.ศ. 2417 ในสมัยรัชกาลที่ 5 จึงมีวารสารไทยฉบับแรก ที่ออกโดยคนไทยคือ วารสาร ดร.โณวาท ออกโดยพระองค์เจ้าเกษมสันต์โสภาคย์

จำนวนวารสารในสมัยต่างๆ มีดังนี้คือ สมัยรัชกาลที่ 3 มี 2 ฉบับ สมัยรัชกาลที่ 4 มี 8 ฉบับ สมัยรัชกาลที่ 5 มี 47 ฉบับ สมัยรัชกาลที่ 6 มี 127 ฉบับ สมัยรัชกาลที่ 7 มี 160 ฉบับ สมัยรัชกาลที่ 8 มี 92 ฉบับ สมัยรัชกาลที่ 9 มีมากกว่า 1,200 ฉบับ

ลักษณะของวารสารสมัยต่างๆ แตกต่างกันไปตามสภาพสังคม เศรษฐกิจและการเมืองของประเทศ วารสารในสมัยแรกๆ คือช่วงรัชกาลที่ 3 ถึงรัชกาลที่ 5 วารสารมีลักษณะเป็นหนังสือเล่ม ขนาดเล็ก แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรกเรียกว่าจดหมายเหตุ หรือหนังสือข่าว ซึ่งพวกนี้ต่อมาได้พัฒนาไปเป็นวารสารทั้งสิ้น กลุ่มที่ 2 ในสมัยรัชกาลที่ 6 ถึงรัชกาลที่ 7 ก็มีลักษณะคล้ายกันคือ มีวารสารรายสัปดาห์จำนวนมากเรียกตัวเองว่า หนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง

วารสารสมัยแรกๆ เป็นกิจการของเจ้านายชั้นสูง ต่อมาจึงแพร่หลายไปสู่สามัญชนมากขึ้น จนกระทั่งถึงปัจจุบันมีวารสารที่จัดทำขึ้นสำหรับผู้่านเฉพาะกลุ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพัฒนาการของสื่อสารมวลชนคือสื่อมวลชนมีจุดเริ่มต้นจากชนชั้นสูงพัฒนาไปเป็นสื่อสำหรับมวลชน และพัฒนามาเป็นสื่อเฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะด้านมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุของวารสารในระยะแรก มักมีอายุไม่ยืนยาว วารสารบางประเภทที่มีมาตั้งแต่ยุคเริ่มแรก เช่น วารสารเด็ก วารสารผู้หญิง แต่ไม่ค่อยได้รับความนิยม เนื่องจากไม่สามารถจำหน่ายได้แพร่หลาย ส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 2 ปี วารสารต่างๆ เกิดขึ้นตามสภาพทางสังคม เช่น วารสารด้านบันเทิง เริ่มมีในปลายรัชกาลที่ 6 เพราะความนิยมในละครและภาพยนตร์

วารสารได้ขยายตัวเพิ่มปริมาณขึ้นตามความเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆ จนถึงปัจจุบัน การดำเนินงานด้านวารสารของเอกชนเป็นลักษณะของธุรกิจเต็มตัวมีการโฆษณาสินค้าจำนวนมาก

บทบาทหน้าที่ของวารสารไทยเปลี่ยนแปลง มา 3 ระยะเวลาคือ ระยะเวลาแรกมุ่งให้ความรู้และเพิ่มพูนสติปัญญาแก่ผู้อ่าน มีเรื่องบันเทิงและบริการทางธุรกิจเพียงเล็กน้อย ระยะเวลาที่สอง ประมาณสมัยรัชกาลที่ 6 ถึงรัชกาลที่ 7 เป็นการให้ข่าวสารและแสดงความคิดเห็นทางการเมือง ระยะเวลาที่สาม วารสารเป็นแนวให้ความบันเทิงเรีงรมย์ จนถึงปัจจุบันมีลักษณะเป็นแหล่งสารสนเทศให้ความบันเทิงและให้ความรู้เฉพาะด้านมากขึ้น

2.4.1 รูปแบบของวารสาร

สำหรับรูปแบบของวารสารภายใน ประกอบด้วย ขนาดและรูปเล่ม นับเป็นสิ่งบ่งชี้ถึงบุคลิกพิเศษของนิตยสารหรือวารสารแต่ละฉบับนั้น โดยทั่วไปรูปเล่มของวารสารหรือนิตยสารจะมีลักษณะคล้ายหนังสือ คือ มีปก เย็บเล่ม และมีความพิถีพิถันในการจัดรูปเล่ม ตลอดจนการใช้ภาษามากขึ้นกว่าหนังสือพิมพ์เนื่องจากเวลาอ่านวยให้ ขณะที่หนังสือพิมพ์จะมีความแตกต่างอย่างชัดเจน เพราะหนังสือพิมพ์นั้นแปลตรงตัวว่ากระดาดบอกข่าว จึงมักไม่มีการเย็บเล่ม ไม่มีปก นอกจากนี้ในส่วนเนื้อหาของนิตยวารหรือวารสารจะประกอบด้วยข้อเขียนหลายๆ ประเภท ไม่ได้เน้นที่ข่าว แต่หนังสือพิมพ์เน้นในเรื่องของข่าว ความคิดเห็น และเรื่องปัจจุบันที่อยู่ในความสนใจของผู้อ่านหรือแม้แต่นิตยสารที่เสนอข่าวในเล่มก็จะประกอบไปด้วย บทสรุปข่าววิจารณ์ข่าว ไม่ใช่ข่าวประจำวัน

การกำหนดขนาดและรูปเล่มของนิตยสารหรือวารสารจะขึ้นอยู่กับแนวคิดวัตถุประสงค์ของผู้จัดทำ ตลอดจนเนื้อหาของวารสารฉบับนั้นๆ เป็นสำคัญ แต่โดยทั่วไปจะยึดหลักประหยัดคือไม่เป็นขนาดที่ก่อให้เกิดการสูญเปล่าของกระดาษ โดยไม่จำเป็น สะดวกต่อการผลิตและจัดเก็บพกพาได้ง่าย เป็นต้น

2.4.2 ลักษณะของวารสาร

จากความหมายดังกล่าว วารสาร จึงเป็นสิ่งพิมพ์ที่ออกต่อเนื่องตามกำหนดหรือ ออกตามวาระ สามารถนำมาพิจารณากำหนดเป็นลักษณะของวารสารได้ดังนี้

2.4.2.1 เป็นสิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง (Periodical or Serial) มีกำหนดเวลาออกแน่นอนระยะเวลาที่นิยมกำหนดออก

-รายสัปดาห์ (Weekly) กำหนดออกสัปดาห์ละครั้งปีละ 52 ฉบับ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยและพัฒนาเท่านั้น ไม่ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- รายปักษ์(Fortnightly)กำหนดออกทุก2สัปดาห์ปีละ26ฉบับ
- รายครึ่งเดือน(Semimonthly)กำหนดออกเดือนละ2ครั้งปีละ24ฉบับ
- รายเดือน(monthly)กำหนดออกเดือนละครั้งปีละ12ฉบับ
- รายหกเดือนหรือรายครึ่งปี(Semiannually)กำหนดออกทุก6เดือน
- รายปี(Annually)กำหนดออกปีละฉบับ

นอกจากนี้บางฉบับอาจมีการกำหนดระยะเวลาออกที่แตกต่างออกไปจากที่กล่าวมาแล้ว เช่นรายครึ่งสัปดาห์ (Semiweekly) กำหนดออกสัปดาห์ละ 2 ฉบับ ปีละ 104 ฉบับ รายทศกำหนดออกทุก 10 วัน ปีละ 36 ฉบับ และรายสัปดาห์กำหนดออกไม่แน่นอนลักษณะความต่อเนื่องของวารสารไม่มีกำหนดว่าจะสิ้นสุดลงในฉบับใด

2.4.2.2 มีเลขกำกับประจำฉบับ ได้แก่ เลขปีที่ (Volume) เลขฉบับที่ (Issue Number) และวัน เดือน ปี (Date) การนับลำดับฉบับที่อาจนับเป็นปีๆ เช่น วารสารรายเดือน แต่ละปีจะมีตั้งแต่ฉบับที่ 1-12 หรืออาจนับต่อเนื่องไปเรื่อยๆ เช่นวารสารรายเดือน ฉบับแรกของปีที่ 2 ก็นับเป็นฉบับที่ 13 นอกจากเลขปีที่ ฉบับที่ และวันเดือนปี ซึ่งเป็นเลขที่ต้องต่อเนื่องเป็นลำดับกันไปแล้วยังมีเลขอีกชุดหนึ่งเป็นเลขเฉพาะที่แน่นอน ไม่มีการเปลี่ยนแปลงถือเป็นรหัสประจำวารสารแต่ละชื่อ เพื่อการควบคุมทางบรรณานุกรม ในระบบข้อมูลวารสารระหว่างชาติ เรียกว่า เลขสากลประจำวารสาร (International Standard Serial Number-ISSN) ซึ่งศูนย์ข้อมูลวารสารระหว่างชาติระดับสากล มอบให้ศูนย์ข้อมูลวารสารระหว่างชาติ ประจำประเทศสมาชิกแต่ละประเทศ เป็นผู้กำหนดให้แก่วารสารแต่ละชื่อในประเทศของตน สำหรับประเทศไทยมีหอสมุดแห่งชาติ เป็นศูนย์ข้อมูลวารสารระหว่างชาติแห่งประเทศไทย เป็นผู้กำหนดวารสารแต่ละชื่อที่ได้รับหมายเลขสากลประจำวารสาร และจะต้องพิมพ์ไว้ที่หน้าปกหรือหน้าปกใน หรือสันวารสาร ใก้ๆ กับชื่อวารสาร มีอักษร ISSN ตามด้วยเลข อารบิก 8 ตัว มีเครื่องหมายติดกัน (-) คั่นระหว่างเลข 4 ตัวแรกกับเลข 4 ตัวหลัง เช่นวารสารซีเนแม็ก ISSN0858-9305

2.4.2.3 รูปเล่ม มักทำให้มีบางส่วนมีลักษณะเหมือนกันทุกฉบับ เพื่อให้ผู้อ่านสังเกตและจำได้ง่าย เช่น ขนาดความกว้างยาวรูปแบบและสีของตัวอักษรชื่อวารสารที่หน้าปกและสัญลักษณ์ประจำวารสาร

2.4.2.4. เนื้อหา ประกอบด้วยบทความหลายบทความ จากผู้เขียนหลาย ๆ คน ถ้าเป็นวารสารมักจะเป็นวิชาการเฉพาะแขนงวิชา ถ้าเป็นนิตยสารมักจะมีบทความทั่ว ๆ ไป สารคดี หรือบันเทิง เช่น นวนิยาย เรื่องสั้น ลงติดต่อกันเป็นหลายๆ มีคอลัมน์บรรณาธิการ คอลัมน์ประจำวารสารบางชื่อเนื้อหาอาจเป็นรูปภาพ เป็นบทวิจารณ์ สรุปรข่าวและวิเคราะห์เหตุการณ์บ้านเมือง ฯลฯ ทั้งนี้เป็นไปตามประเภทและวัตถุประสงค์ของวารสารแต่ละฉบับ

2.4.2.5 ผู้จัดพิมพ์ ผู้จัดพิมพ์วารสารอาจเป็นเอกชน หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ สถาบัน องค์การ สมาคม ชมรม โดยมีวัตถุประสงค์บางอย่าง เช่น เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ ประชาสัมพันธ์หน่วยงาน ให้ความบันเทิง ความรู้ทั่วไปหรือเพื่อธุรกิจการค้า เป็นต้น

2.4.2.6 การเผยแพร่ มีทั้งการจำหน่ายและแจกฟรี การจำหน่ายอาจวางจำหน่ายตามร้านขายหนังสือ การให้ผู้อ่านบอกรับเป็นสมาชิกประจำค่าวารสารล่วงหน้าแล้วผู้จัดพิมพ์เป็นผู้ส่งวารสารไปให้สมาชิก

2.4.3 รูปแบบของวารสารเพื่อประชาสัมพันธ์ภายใน

“วารสารภายใน(Internal Periodicals)” จัดเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ภายในองค์กรประเภทหนึ่ง โดยองค์กรสถาบันจัดทำขึ้นเพื่อสื่อสารหรือสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนภายในองค์กร สถาบัน และทั่วไปมักเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีระยะเวลาออกเป็นประจำที่แน่นอน เช่น รายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน จากการที่กลุ่มเป้าหมายของวารสารภายในคือเจ้าหน้าที่ ดังนั้น บรรณาธิการของวารสารจึงเปรียบเสมือนคนกลางระหว่างฝ่ายบริหารกับฝ่ายปฏิบัติ ซึ่งจะต้องทำความเข้าใจกับความต้องการและปัญหาของทั้ง 2 ฝ่ายเพื่อให้ได้รับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของกันและกันเกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน และยอมเป็นที่มาในการเลือกสรรเนื้อหาในการนำเสนอที่ทั้งระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติมีความสนใจและต้องการอ่านหรือรับรู้ข้อมูลข่าวสารนั้นๆ

2.4.4 เนื้อหาของวารสารภายใน

จากวัตถุประสงค์ของการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ภายในองค์กรดังที่ได้กล่าวแล้ว วารสารภายในจะเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยตรง เช่น นโยบาย ระบบการทำงานด้านต่างๆ รวมถึงการเสนอเนื้อหากว้างๆ เกี่ยวกับองค์กรให้เจ้าหน้าที่รับรู้เช่น การปรับเงินเดือน ปัญหาระหว่างเจ้าหน้าที่กับองค์กร หรือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างเจ้าหน้าที่ด้วยกัน โดย M.Frazier Moore และ Bertrand R. Canfield ได้จัดแบ่งเนื้อหาสาระสำคัญของวารสารประชาสัมพันธ์ภายในไว้ดังนี้

2.4.4.1 ข่าวสังคมและความเป็นไปของเจ้าหน้าที่

2.4.4.2 การดำเนินงานของฝ่ายจัดการ ความก้าวหน้าขององค์กร นโยบาย ผลประโยชน์ของเจ้าหน้าที่ ข้อชี้แจงและแนะนำของบริษัท รางวัลแก่ผู้ปฏิบัติงานดี

2.4.4.3 ข่าวเกี่ยวกับความปลอดภัยและสุขภาพของเจ้าหน้าที่

2.4.4.4 ข่าวเกี่ยวกับสถานะทางเศรษฐกิจของชาติ อัตราการว่างงาน ภาษี ความเจริญเติบโตของธุรกิจและธุรกิจระหว่างประเทศ

การกำหนดเนื้อหา นับเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการจัดทำวารสาร ซึ่งกำหนดเนื้อหาจะต้องให้สอดคล้องและตอบสนองต่อนโยบาย วัตถุประสงค์ของการจัดทำวารสารและกลุ่มผู้อ่าน โดยวารสารประชาสัมพันธ์ที่มีจุดมุ่งหมายในการเผยแพร่ นโยบาย ผลงานขององค์กร และสร้างไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์อันดีระหว่างระดับผู้บริหารกับระดับปฏิบัติ จึงต้องประชาสัมพันธ์ความต้องการและนโยบายทั้งสองฝ่าย เพื่อให้แต่ละฝ่ายเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตน

การกำหนดเนื้อหาให้มีความสมดุลถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการจัดทำวารสารและนิตยสาร โดยความสมดุลนี้หมายถึงความสมดุลของเนื้อหาทั้งภายในฉบับเดียวกันและในระหว่างฉบับ ซึ่งโดยทั่วไปผู้อ่านมักต้องการความหลากหลายของเนื้อหาหลายประเภทที่มีลักษณะไม่แตกต่างกันจนเกินไป หรือไม่ห่างไกลจากจุดมุ่งหมายในการผลิตนิตยสาร วารสารนั้นๆ ความสมดุลของเนื้อหานี้อาจคิดเป็นจำนวนร้อยละ เช่น วารสารประชาสัมพันธ์ภายในกลุ่มเจ้าหน้าที่ อาจจะให้เนื้อหาที่ 40% ในการเสนอข่าวและสาระสำคัญเกี่ยวกับองค์กร อีก 20-41% เสนอเรื่องสาระความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวกับองค์กร อีก 20% เป็นข่าวของเจ้าหน้าที่ และส่วนที่เหลือเป็นความคิดเห็นอื่นๆ

ความหลากหลายของเนื้อหาในวารสารนับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง โดยเนื้อหาควรมีการผสมผสานระหว่างเรื่องราวที่มีสาระ เป็นวิชาการกับเรื่องเบาๆ สนุกสนานมีภาพประกอบ ควรมีการสลับระหว่างเรื่องยาวๆ กับบทความสั้นๆ ซึ่งจะทำให้สามารถชักจูงผู้อ่านได้ตลอดทั้งเล่ม ขณะที่ขอบเขตของเนื้อหาควรมีความครอบคลุมสาระหลายๆ รูปแบบ โดยต้องมีความคิดริเริ่มอยู่เสมอ นอกจากนี้ยังต้องมีความต่อเนื่องของเนื้อหาสาระในทุกฉบับ และการนำเสนอเนื้อหาต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดทำวารสารฉบับนั้นๆ นอกจากการเสนอเนื้อหาให้มีความสมดุลแล้ว การจัดทำวารสารยังต้องคำนึงถึงความรู้ความเข้าใจ และความสนใจของผู้อ่าน บรรณาธิการจึงต้องเลือกเสนอเนื้อหาสาระที่คาดว่าจะเป็นที่สนใจของผู้อ่าน เนื้อหาในวารสารแต่ละฉบับควรมีความหลากหลายเพื่อที่ผู้อ่านจะได้มีจุดสนใจของตนเองในการอ่านวารสารนั้นๆ ด้วยเหตุนี้ กองบรรณาธิการจึงต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับผู้อ่าน ต้องมีการศึกษาถึงทัศนคติ ความสนใจ แนวโน้ม ความชอบของผู้อ่านด้วย การวิจัยหรือประเมินผลจากผู้อ่านวารสารจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ บรรณาธิการไม่ควรยึดติดและทำให้วารสารหรือนิตยสารเป็นเครื่องแสดงความคิดเห็นของตนเพียงฝ่ายเดียว แต่จะต้องพัฒนารูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอให้สอดคล้องไปตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

2.4.5 ขนาดของนิตยสารหรือวารสาร

2.4.5.1 ขนาดฉบับกระเป๋ (Pocket)	ประมาณ 6 นิ้ว x 9 นิ้ว
2.4.5.2 ขนาดมาตรฐาน (Basic)	ประมาณ 8.25 นิ้ว x 11.75 นิ้ว
2.4.5.3 ขนาดนิตยสารภาพ (Picture)	ประมาณ 10.5 นิ้ว x 13 นิ้ว
2.4.5.4 ขนาดหนังสือพิมพ์เล็ก (Tabloid)	ประมาณ 11.5 นิ้ว x 14.5 นิ้ว

สำหรับขนาดที่เป็นที่นิยมมากที่สุดในการจัดทำวารสารภายใน คือ ขนาดมาตรฐาน เพราะใกล้เคียงกับกระดาษขนาดมาตรฐาน มีปริมาณที่จะถูกตัดเจียนออกน้อยที่สุด สะดวกเหมาะสม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มือ จัดวางตามชั้นหนังสือมาตรฐานได้ง่าย และเอื้อต่อการจัดหน้า ส่วนขนาดฉบับกระเป๋านั้นมักเป็นพวกเรื่องสั้น วารสารวิชาการต่างๆ ส่วนขนาดนิตยสารภาพและหนังสือพิมพ์เล็กนั้น มักใช้ในนิตยสารหรือวารสารที่ให้ความสำคัญกับภาพประกอบมากเท่าๆ กับเนื้อหา หรือบางครั้งเสนอภาพเป็นสำคัญ เช่น นิตยสารบ้าน และนิตยสารประเภทข่าวที่มุ่งให้เนื้อหาข่าวสารต่อผู้อ่านมากกว่าการเก็บรักษาไว้นานๆ มีลักษณะการใช้คล้ายกับหนังสือพิมพ์ คือ เมื่ออ่านเนื้อหาข่าวแล้วก็อาจทิ้งไป ไม่ต้องเก็บไว้นานๆ เหมือนนิตยสารแฟชั่นหรือนิตยสารภาพ เช่น มติชนสุดสัปดาห์ สยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์ ลักษณะรูปแบบของข่าวสารข้อมูลที่น่าสนใจในวารสารเหมือนนิตยสาร

บทความ เช่น ตลกขบขัน เกี่ยวกับบุคคล สัมภาษณ์ นวนิยาย เช่น เรื่องสั้น หรือนวนิยาย เรื่องยาวที่ลงพิมพ์เป็นตอนๆ แต่นิตยสารหรือวารสารเกี่ยวกับการค้า/ธุรกิจจะไม่มีกรนำเสนอข่าวสารประเภทนี้ จะเสนอเป็นบทความสารคดีและข่าวสารต่างๆ ภาพ ข่าว รวมถึงการวิจารณ์ข่าว คอลัมน์ประจำต่างๆ เช่น จดหมายถึงบรรณาธิการ อาหาร แฟชั่น ฯลฯ โดยครุณี หิรัญรักษ์ คอลัมน์บรรณาธิการ ซึ่งอาจมีชื่อผู้เขียนด้วยหรือไม่ก็ได้ จัดเป็นคอลัมน์ที่สำคัญอย่างมากต่อนิตยสารประเภทความคิดเห็น และนิตยสารขององค์กรภาครัฐ และเอกชน คลง ฉันท กาศย์ กลอน หรือคติสอนใจ การ์ตูนและจำขัน เบ็ดเตล็ดและเรื่องแทรก เช่น เกมสัปดาห์ปัญหา

วารสารนับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน นำมาใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในอย่างแพร่หลาย แม้ว่าปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีได้ทำให้สื่อมีพัฒนาการไปอย่างมาก และเอื้อให้เกิดการสื่อสารแบบสองทางได้มากขึ้น เช่น สื่ออินทราเน็ต (Intranet) ที่ใช้ภายในองค์กร ซึ่งรัฐสภายังไม่ได้มีการนำสื่ออินทราเน็ตเข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพราะมีข้อจำกัดที่ต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์จำนวนมาก และระบบการเชื่อมต่อยังไม่ได้ดำเนินการให้ครอบคลุมทั้งหมด รวมถึงความสะดวกและง่ายต่อการรับสื่อของเจ้าหน้าที่ ดังนั้น สื่อวารสารจึงเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่ยังคงได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

จุดเด่นของสื่อวารสารที่ได้รับความนิยมเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างแพร่หลายมานาน เนื่องจากลักษณะหรือข้อได้เปรียบของวารสารมีหลายประการ คือ สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ตามความประสงค์ที่เจาะจงหรือต้องการ สร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจได้ดี มีผลในการช่วยย้าเตือนความทรงจำและประทับใจ เพราะออกติดต่อกันเป็นประจำและต่อเนื่อง โดยสม่ำเสมอ มีเนื้อที่เพียงพอที่จะสื่อสารหรือชี้แจงรายละเอียดต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์ มีความสูญเสียในการเผยแพร่ น้อยมาก เพราะผู้รับสารได้รับการเลือกสรรมาอย่างดีแล้วจึงเจาะจงส่งไป มีความยืดหยุ่นสูง เพราะอาจเปลี่ยนแปลงเนื้อหา รูปเล่มให้เป็นไปตามความต้องการและงบประมาณขององค์กรได้ง่าย เสียค่าใช้จ่ายในการจัดส่งต่ำ เช่น สามารถส่งทางไปรษณีย์ ซึ่งยังคงมีค่าใช้จ่ายต่ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.6 การแบ่งประเภทของนิตยสาร

2.4.6.1 นิตยสารทั่วไป (General or Consumer Magazine) เป็นนิตยสารที่มีจำนวนจำหน่ายสูงสุดเพราะเป็นนิตยสารที่คนทั่วไปให้ความสนใจ นิตยสารประเภทนี้มีจำนวนมากที่สุดในท้องตลาด ส่วนใหญ่แล้วนิตยสารเหล่านี้มักจะมุ่งให้ความบันเทิงและความรู้ในด้านต่างๆ ตัวอย่างของนิตยสารประเภทนี้ ได้แก่ ลตนา ดิฉัน แพรว กุลสตรี สกุลไทย ขวัญเรือน สยามรัฐ สัปดาห้ วิจารณ์ มติชนสุดสัปดาห์ เป็นต้น สำหรับนิตยสารต่างประเทศที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ Reader's Digest, Time, Newsweek, Vogue, Elle เป็นต้น

2.4.6.2 นิตยสารวงการธุรกิจ (Business Publications) เป็นนิตยสารที่มุ่งกลุ่มผู้อ่านที่อยู่ในวงการธุรกิจ อุตสาหกรรม หรือผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น เพื่อให้เข้าใจถึงสถานะ สถานการณ์ ทางด้านวงการธุรกิจด้านต่าง ๆ นิตยสารประเภทนี้ในเมืองไทยมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่มักตีพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ ตัวอย่างของนิตยสารในกลุ่มนี้ ได้แก่ Business in Thailand, Business Review, Who is Who in Thailand, Lookeast, Business Industry and Agriculture, ธุรกิจอุตสาหกรรม อินดัสตรี เป็นต้น

2.4.6.3 นิตยสารสมาคม (Association Magazine) เป็นนิตยสารที่จัดทำขึ้นโดยสมาคมต่างๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อจะเผยแพร่ข่าวสารระหว่างหมู่สมาชิกด้วยกัน นิตยสารสมาคมเหล่านี้มีระยะเวลาในการออกแตกต่างกันไป อาจออกเป็นรายปี รายครึ่งปี รายสามเดือน หรือรายเดือน การจัดทำก็เป็นในรูปแบบของการอุปถัมภ์ช่วยเหลือจากสมาชิกหรือองค์กรต่างๆ หรือจากค่าสมาชิกของสมาคม นิตยสารของสมาคมนักข่าว สมาคมนักหนังสือพิมพ์ สมาคมโรตารี สมาคมแพทยศาสตร์แห่งประเทศไทย เป็นต้น

2.4.6.4 นิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relation Magazine) เป็นนิตยสารที่จัดทำขึ้นโดยองค์กรหรือบริษัทต่างๆ เพื่อต้องการแจกจ่ายไปยังพนักงาน ลูกค้า ผู้แทนจำหน่าย ผู้ถือหุ้น หรือผู้ที่สนใจ

อย่างไรก็ตาม การแบ่งประเภทของนิตยสารนั้นสามารถแบ่งออกได้หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการแบ่ง J.W. Click และ Russell N. Baird ได้แบ่งนิตยสารออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ คือ

นิตยสารเพื่อผู้อ่านทั่วไป (Consumer Magazines) นิตยสารประเภทนี้มุ่งสนองความสนใจและมีเป้าหมายไปยังผู้อ่านจำนวนมาก นิตยสารประเภทนี้ ได้แก่

นิตยสารข่าว (News Magazines) มีการเสนอเรื่องราวคล้ายหนังสือพิมพ์แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ตรงโครงสร้างของการนำเสนอ โดยวิธีการเขียนข่าวจะมีลักษณะแบบอธิบายข่าวสรุปข่าว วิจารณ์ข่าว รูปแบบการเขียนจะเป็นแบบพีรามิดหัวตั้งธรรมดา (upright Pyramid) ซึ่งตรงข้ามกับหนังสือพิมพ์ที่จะมีรูปแบบเป็นแบบพีรามิดหัวกลับ (Inverted Pyramid) การนำเสนอในรูปแบบพีรามิดธรรมดาเป็นการให้ข้อเท็จจริงที่ผู้อ่านรู้เรื่องช้า แต่จะได้รับความละเอียดมากกว่า

ไม่ว่าการณ์ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การอ่านจากหนังสือพิมพ์ นิตยสารประเภทนี้มีเนื้อหาอ่อนช้อยน่าอ่าน ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและการศึกษา ผู้อ่านจะได้รับความรู้ ความเข้าใจจากการอธิบายข่าว วิเคราะห์วิจารณ์ข่าว และการสรุปเรื่องสำคัญๆ ของนิตยสารประเภทดังกล่าว

นิตยสารภาพ (Picture Magazines) เป็นนิตยสารที่ลงภาพมากกว่าเรื่องหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่อธิบายด้วยตัวหนังสือ ทั้งนี้เนื่องจากว่าเป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดและนำข่าวสารได้ชัดเจนกว่าตัวหนังสือ ดังนั้นภาพจึงมีความสำคัญสำหรับนิตยสารประเภทนี้เป็นอย่างมาก ตัวอย่างนิตยสารภาพที่มีชื่อเสียงทั่วโลก ได้แก่ นิตยสาร Life เป็นต้น

นิตยสารประเภทย่อเรื่อง (Digest Magazines) นิตยสารประเภทนี้มักจะเป็นนิตยสารที่มีขนาดเล็ก เนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นการนำเอาเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่สำคัญ ๆ หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งเป็นเฉพาะด้านมาเสนอ โดยการย่อให้สั้นกว่าเรื่องเดิมที่เคยเสนอหรือปรากฏในหนังสือหรือนิตยสารอื่น ๆ มาก่อน โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้อ่านที่มีเวลาไม่มากได้อ่านและเข้าใจในเวลาอันสั้น เป็นการประหยัดเวลาและให้ความสนใจมากกว่าเรื่องที่มีความยาวและต้องใช้เวลานานมาก นิตยสารที่มีชื่อทั่วโลกได้แก่ นิตยสาร Reader's Digest เป็นต้น

นิตยสารประเภทเปิดเผยข้อเท็จจริง (Confession Magazines) หรือเรียกโดยทั่วไปว่า นิตยสารเบื้องหลังความจริง นิตยสารประเภทนี้มุ่งเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่คนทั่วไปสนใจและมีความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องของข้อเท็จจริงและเบื้องหลังต่างๆ ที่เกิดขึ้น นิตยสารประเภทนี้จึงนำข้อเท็จจริงและสิ่งที่เป็นเบื้องหลังมาตีแผ่และเปิดเผยให้ผู้อ่านได้ทราบถึงความจริงไปในด้านต่างๆ เช่น อาชญากรรม ชู้สาว บุคคล การเมือง สุขภาพ ความงาม ฯลฯ เป็นต้น

นิตยสารแฟน (Fan Magazines) เป็นนิตยสารที่เสนอเกี่ยวกับสารและเกิดความรู้ในด้านต่างๆ ที่คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจ เป็นนิตยสารที่จัดอยู่ในประเภทที่มีเนื้อหาล้ำคลึงกับนิตยสารประเภทเบื้องหลังความจริง แต่จะมุ่งเน้นหนักไปในด้านบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นต้น

นิตยสารกีฬา (Sport Magazines) นิตยสารประเภทนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬาทุกประเภท เช่น มวย ฟุตบอล เทนนิส กอล์ฟ ฯลฯ เป็นต้น บางฉบับจะเป็นนิตยสารกีฬาเฉพาะกลุ่ม เช่น นิตยสารมวย นิตยสารเทนนิส เป็นต้น

นิตยสารบุคคล (Personal Magazines) เป็นนิตยสารที่ลงเรื่องเกี่ยวกับบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการต่างๆ

นิตยสารชาย หญิง (Men and Women Magazines) เป็นนิตยสารที่มุ่งเสนอเนื้อหาสาระเพื่อผู้ชาย หรือผู้หญิงโดยเฉพาะ นิตยสารผู้ชายจะมีเนื้อหาสาระที่กว้างขวางที่เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผู้ชายและเป็นที่น่าสนใจของผู้ชายส่วนใหญ่ เช่น แฟชั่น การผจญภัย การออกกำลังกาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นต้น ส่วนนิตยสารผู้หญิง ได้แก่ นิตยสารที่ลงเรื่องราวเกี่ยวกับแม่และเด็ก แฟชั่น การบ้าน การเรียน การเสริมสวย ความงาม เป็นต้น

นิตยสารวิชาการ (Academic Magazines) เป็นนิตยสารที่มีเนื้อหาเฉพาะสาขาวิชา เช่น นิตยสารวิทยาศาสตร์ นิตยสารคณิตศาสตร์ เป็นต้น

นิตยสารการ์ตูน (Cartoon Magazines) เป็นนิตยสารที่มีทั้งเรื่องและภาพที่ตลกขบขันทั่วไป เช่น นิตยสารตัวตลก ขายหัวเราะ เป็นต้น

นิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (Specialized Magazines) นิตยสารประเภทนี้มุ่งเสนอเพื่อผู้อ่านที่สนใจและเกี่ยวข้องกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ การจัดทำและเผยแพร่มีอย่างจำกัดและอยู่ในแวดวงเฉพาะกลุ่มเท่านั้น นิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม แบ่งออกได้ ดังนี้

นิตยสารธุรกิจ (Business Publications) มีเนื้อหาที่มุ่งบริการผู้อ่านในด้านธุรกิจ การค้า อุตสาหกรรม เศรษฐกิจด้านต่างๆ ตลอดจนธุรกิจในวงการวิชาชีพสาขาต่างๆ นิตยสารประเภทนี้มีทั้งการดำเนินงานโดยอิสระไม่ขึ้นอยู่กับบริษัท ห้างร้าน สมาคม หรือหน่วยงานราชการ และอีกประเภทหนึ่งที่มีการดำเนินงานโดยบริษัท ห้างร้าน สมาคม และหน่วยงานราชการ ดังนั้นเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของนิตยสารธุรกิจจึงแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ดำเนินงาน เป็นสำคัญ

นิตยสารสมาคม (Association Magazines) เป็นนิตยสารที่จัดทำโดยสมาคมแห่งใดแห่งหนึ่ง เนื้อหาส่วนใหญ่ของนิตยสารประเภทนี้จะเน้นหนักไปในด้านเกี่ยวกับเรื่องราวข่าวสาร รายงานกิจกรรมของสมาคม ฯลฯ การจำหน่ายจ่ายแจกจะอยู่ในวงจำกัด เฉพาะสมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้องกับสมาคมเท่านั้น

นิตยสารประชาสัมพันธ์ (Public Relations Magazines) เป็นนิตยสารที่จัดพิมพ์โดยองค์กรหรือหน่วยงานของทั้งภาครัฐ เอกชนและรัฐวิสาหกิจ โดยมุ่งเน้นให้ผู้อ่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีหน้าที่โดยตรงได้รับการชี้แจงนโยบาย เป้าหมาย รายงานความคืบหน้าของหน่วยงานและองค์กร กลุ่มเป้าหมายสำหรับนิตยสารประเภทนี้ ได้แก่ พนักงาน ลูกจ้าง ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ผู้แทนจำหน่าย ผู้บริโภค ฯลฯ เป็นต้น

นิตยสารวาระพิเศษ (One-Shot Magazines) เป็นนิตยสารที่จัดพิมพ์ออกมาเพียงครั้งเดียวตามเหตุการณ์หรือวาระพิเศษ เนื้อหาจึงเน้นหนักไปตามเหตุการณ์หรือตามวาระพิเศษที่เกิดขึ้น ส่วนใหญ่จะมีภาพประกอบคล้ายกับนิตยสารภาพ

อย่างไรก็ตาม ด้วยลักษณะของสื่อวารสารมีข้อจำกัดเช่นกัน โดย วีรัช อภิรัตน์กุล ได้กล่าวถึงข้อเสียของการใช้วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.7 ข้อเสียของการใช้วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

2.4.7.1 มีแนวโน้มที่จะขุดเล็กได้ง่าย เมื่อประสบปัญหาด้านงบประมาณหรือภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

2.4.7.2 หากองค์กรไม่มีงบประมาณเพียงพอหรือขาดผู้ช่วยเหลือหรือผู้จัดทำแล้วก็ไม่สามารถออกวารสารได้

2.4.7.3 ผู้จัดทำไม่มีเวลาเพียงพอเพราะต้องมีภาระอื่นๆ ในองค์กรอีกมาก

2.4.7.4 หากวารสารที่ออกนั้นไม่สามารถตอบสนองนโยบายขององค์กร หรือตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มประชาชนเป้าหมายแล้วก็นับว่าไร้ประโยชน์หรือสูญเปล่า

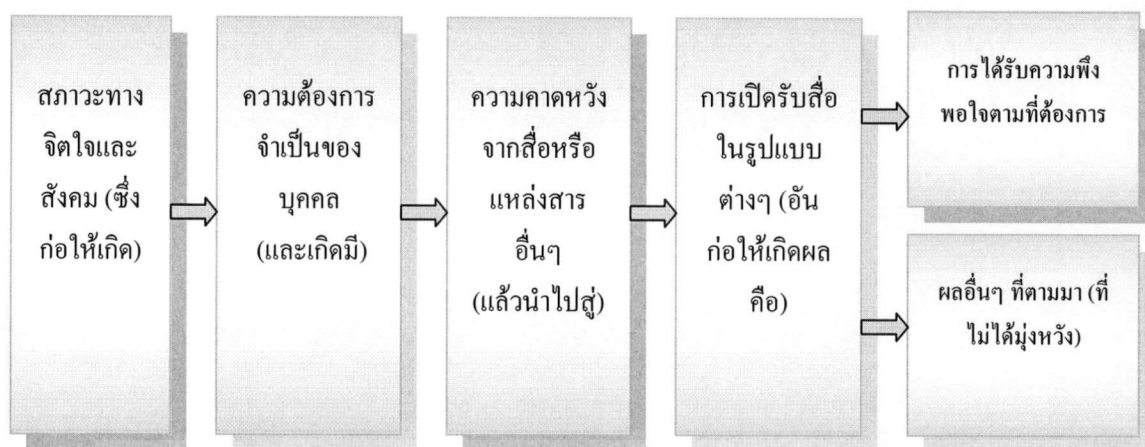
2.4.8 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อ

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อเป็นแนวคิดที่ศึกษากระบวนการสื่อสารในส่วนของผู้รับสาร ได้นำเอาข่าวสารที่ได้รับไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์กับตัวผู้รับสารเอง และเป็นแนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อ

แนวคิดนี้จะเน้นย้ำไปที่ตัวผู้รับสาร ซึ่งในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่อนำมาใช้ในอาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจในการกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง เป็นต้น และการเลือกนำเอาข่าวสารที่รับรู้มาใช้นั้นก็เพื่อจุดมุ่งหมายใดจุดมุ่งหมายหนึ่ง กล่าวคือ ในการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารจึงเป็นไปในทิศทางที่มีจุดประสงค์หรือเป้าหมายที่แน่นอน และต้องเป็นข่าวสารที่สนองต่อความต้องการของผู้รับสารด้วย จึงจะเป็นแรงจูงใจให้เกิดมีการแสวงหาและนำเอาข่าวสารที่ได้รับมาใช้ให้เกิดประโยชน์

แคทซ์ และคณะ (Katz E. And Others) ได้อธิบายแบบแผนเรื่องของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของบุคคลผู้รับสารไว้ว่า แนวทางการศึกษาเรื่องประโยชน์และความพึงพอใจนั้นเป็นการศึกษาผู้รับสารในเรื่อง สภาวะทางจิตใจและสังคมอันเกิดจากความต้องการของแต่ละบุคคลในการแสวงหาข่าวสารจากแหล่งข่าวสารหรือสื่อมวลชนที่มีการนำเสนอ ซึ่งเมื่อเกิดความต้องการในการที่จะรับข่าวสารบุคคลก็จะเลือกรับสารจากแหล่งข่าวสารหรือสื่อมวลชนตามความพึงพอใจซึ่งจะนำไปสู่การเกิดการยอมรับและนำเอาข่าวสารที่ได้มาใช้เป็นประโยชน์ ทั้งนี้หลังจากที่รับข่าวสารจากแหล่งสารมาแล้วอาจเกิดสิ่งที่ไม่ได้คาดคิดหรือผลที่ไม่ได้มุ่งหวังติดตามมาด้วยก็ได้

จากแนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อที่กล่าวมาข้างต้น สามารถแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อตามแบบจำลองด้านล่าง ดังนี้



ภาพที่ 2.47 องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

ทั้งนี้การพอใจและการเลือกรับเอาสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาใช้ นั้น มนุษย์เราจะต้องผ่านกระบวนการเลือกหรือกระบวนการในการกรองสิ่งที่รับรู้ ซึ่งประกอบด้วย

การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งข่าวสารต่างๆ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วบุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ของตนเองและมักหลีกเลี่ยงที่จะรับข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของตนเอง

การเลือกสนใจ (Selective Attention) หมายถึง การเลือกรับข่าวสารอย่างตั้งใจ โดยปกติมนุษย์จะรับข่าวสารในกตละวันมากมาย แต่จะเลือกรับรู้หรือสนใจข่าวสารที่ตรงกับความสนใจเดิมที่มีอยู่เท่านั้น

การเลือกตีความ (Selective Interpretation) หลังจากที่มีมนุษย์รับรู้ข่าวสารมาแล้วก็จะทำการตีความสารที่ได้ตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ความสนใจ หรือตามสภาวะร่างกายและอารมณ์ของตนเองในขณะนั้น

การเลือกจดจำ (Selective Retention) มนุษย์จะเลือกจดจำข่าวสารที่ตรงกับความต้องการ ทัศนคติและความคิดเห็นของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ

2.4.9 การออกแบบสิ่งพิมพ์

การออกแบบสิ่งพิมพ์ หมายถึง ไปปลิว โปสเตอร์ รวมทั้งหนังสือต่าง ๆ เช่น อนุสารวารสาร ตลอดจนสูจิบัตร ฯลฯ ระบบการพิมพ์ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน มีการพิมพ์ระบบตัวนูน ซึ่งเรียกว่า วิธีพิมพ์เลย์เตอร์เพลส (Letter press) ถ้าเป็นตัวอักษรจะใช้เรียงตัวต่อกันเป็นบรรทัด ถ้าเป็นภาพจะใช้การกัดกรวดบนผิวโลหะให้เป็นภาพที่มีจุดเล็ก ๆ ประกอบกัน วิธีนี้ไม่ค่อยนิยมใช้กันแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อีกวิธีหนึ่งนิยมใช้กันมาก คือ การพิมพ์ระบบออฟเซต (offset printing) แม่พิมพ์เป็นพื้นราบ ตัวอักษรหรือภาพจะเป็น ไซอยู่บนพื้นราบ ไซนี้จะรับหมึกและถ่ายทอดผ่านลูกกลิ้งยางมาสู่กระดาษ อีกทอดหนึ่ง ก่อนกลิ้งหมึกจะมีลูกกลิ้งน้ำกลิ้งไปบนแม่พิมพ์ น้ำจะกั้นไม่ให้หมึกพิมพ์ติดส่วนพื้นที่ ไม่ต้องการพิมพ์

ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ระบบออฟเซต เริ่มต้นด้วยการทำต้นแบบ หรืออาร์ตเวิร์ค (art work) เพื่อใช้ถ่ายทำแม่พิมพ์ (plate) ต้นแบบควรมีความคมชัดทั้งตัวหนังสือและภาพ ตัวหนังสือ นิยมใช้ตัวพิมพ์คอมพิวเตอร์กราฟิก (comp graphic) เพราะสวยงามกว่าตัวพิมพ์ดีดหรือตัวเรียงพิมพ์ ส่วน ภาพจะใช้ภาพถ่ายหรือภาพเขียนก็ได้ การจัดต้นแบบจะนำภาพและตัวหนังสือมาจัดประกอบกันบน กระดาษออกแบบให้สวยงาม เสร็จแล้วนำไปส่งร้านทำแม่พิมพ์ เพื่อถ่ายเป็นฟิล์ม อัดภาพลงบน แผ่นโลหะ และผ่านกรด จึงจะได้เพลทสังกะสีสำหรับใช้พิมพ์ (วิรุณ ตั้งเจริญ. 2527 : 109 – 110) การออกแบบสิ่งพิมพ์ ควรออกแบบให้สัมพันธ์กับระบบการพิมพ์ ตัวหนังสือควรสัมพันธ์กับภาพ งานออกแบบควรมีความประณีต ทันสมัย และมีคุณค่าทางความงามด้วย

ภาพที่ 2.48 ต้นฉบับการออกแบบสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วยภาพและตัวอักษรที่คมชัด
(ที่มา: <http://www.wu.ac.th>)

ศิลปะการพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์เป็นเรื่องของการส่งข่าวสารทางสายตา ซึ่งมีความสัมพันธ์ และมีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน เช่น ตัวอักษร สัญลักษณ์ เครื่องหมาย ป้ายโฆษณา ไปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ หนังสือ สัญญาณจราจร เป็นต้นศิลปะแขนงนี้ เรียกว่า " นิเทศศิลป์ "

"การออกแบบสิ่งพิมพ์ หรือ Graphic Design " คือ การออกแบบเพื่อการเผยแพร่ เป็นงาน ออกแบบที่มุ่งชักชวน เรียกร้อง หรือเผยแพร่ ผลិតภัณฑ์ บริการ และความคิดต่างๆ ซึ่งเป็นงานใน ลักษณะการพิมพ์ งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ งาน โฆษณา ภาพถ่ายภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ โทรทัศน์ นิทรรศการ เป็นต้น การออกแบบสิ่งพิมพ์ เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบสื่อสาร (Communication Design) สิ่งที่ควรคำนึงถึงอย่างมาก คือ ผู้ออกแบบจะต้องมีทักษะเกี่ยวกับการทำงาน มีแนวคิดที่ ก้าวหน้าทันสมัย ทั้งความรู้และประสบการณ์ รวมทั้งเทคนิคต่างๆ

2.4.10 หลักการดำเนินงานการออกแบบ

ผู้ออกแบบควรมีหลักการและข้อควรคำนึงถึงก่อนการเริ่มทำงาน เพื่อการแก้ปัญหาที่ถูกต้อง รัดกุม และวางแผนการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ตลอดจนสามารถดำเนินตามกระบวนการโดยไม่มี การเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อยๆ หลักการดำเนินงานและการวางแผนขั้นตอนของการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่ดีต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆดังต่อไปนี้

เป้าหมายของการออกแบบ (Objective) ผู้ออกแบบต้องรู้เป็นอันดับแรกว่าจะบอกกล่าวเรื่องราวข่าวสารอะไรแก่ผู้รับ เช่น ทฤษฎี หรือหลักการ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือ แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ เป็นต้น รวมทั้งต้องรู้วิธีการนำเสนอว่ามีวัตถุประสงค์อะไร เช่น ส่งเสริมการขาย ให้ความรู้ หรือความบันเทิง เป็นต้น

กลุ่มเป้าหมายที่รับข่าวสาร (Target) ผู้ออกแบบควรระบุให้ได้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นหญิงเป็นชาย หรือบุคคลทั่วไป และมีช่วงอายุเท่าไร เพื่อนำไปสู่การนำเสนอให้ตรงจุดกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

สิ่งที่ต้องการจะสื่อ วิธีการที่จะสื่อความหมายกับผู้รับที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้แล้ว ทำให้ผู้ออกแบบสื่อความหมายได้ง่ายขึ้น เช่น การใช้ภาษา ข้อความและสื่อที่เป็นนามธรรมหรือสัญลักษณ์และเครื่องหมาย ภาพประกอบต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมตามระดับความสามารถในการรับรู้ ทำให้เกิดความเข้าใจ และจดจำข่าวสารนั้นๆ ได้ดี

จะนำพาข่าวสารไปด้วยกรรมวิธี ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงสื่อในการนำเสนอข่าวสารว่าควรใช้รูปแบบใดจึงจะได้ผลและควรจะใช้วิธีการอย่างไร จึงจะสามารถโน้มน้าวจิตใจ และสื่อความหมายต่อผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ใช้ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์

2.4.11 ส่วนประกอบของการออกแบบ

ตัวอักษร หัวเรื่องหรือพาดหัว (HEADING) ต้องมีขนาดใหญ่เหมาะสม สามารถมองเห็นได้ชัดเจน หัวเรื่องรอง (SUB HEADING) ต้องมีขนาดเล็กกว่าหัวเรื่องและช่วยต่อเติมรายละเอียด เป็นข้อความ (COPY) ต้องไม่เล็กจนเกินไป บอกความได้ครบถ้วน

ภาพ รูปถ่าย (PHOTOGRAPH) ต้องจัดวางให้เกิดความน่าสนใจ และไม่แน่นจนเกินไป รูปประกอบ (ILLUSTRATION) ควรมีขนาดที่เหมาะสมสวยงามและสอดคล้องกับหัวเรื่อง

2.4.12 ข้อคำนึงในการออกแบบ

2.4.12.1 ตัวอักษรต้องมีขนาดใหญ่พอมองเห็นในระยะที่ต้องการ ถ้าเป็นป้ายขนาดใหญ่มาก ตัวอักษรต้องห่างกันพอสมควร

2.4.12.2 ถ้าเป็น BILL BOARD ต้องมีข้อความน้อย เพราะยากแก่การอ่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.12.3 ไม่จำเป็นต้องเป็นการออกแบบพื้นราบ (2 มิติ) เสมอไป สามารถทำให้เป็น 3 มิติได้

2.1.12.4 ต้องมีพื้นที่ว่างให้พักสายตา ไม่มีรายละเอียดมากเกินไป

2.4.13 องค์ประกอบของสิ่งพิมพ์โฆษณา

Headline, Slogan พาดหัว/หัวเรื่อง มีความสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้และนำความสนใจไปถึงภาพ หรือรายละเอียดด้วย

Illustration, Photo ภาพประกอบ ต้องสวยงามและสะอาดตา เหมาะกับสินค้า

Body Text, Body Copy ข้อความโฆษณา ต้องชี้แจงรายละเอียดได้

Brand, Logo, Symbol, Trademark ชื่อสินค้า ทำให้เกิดความจดจำ

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

แนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้สภาพแวดล้อมกายภาพของมนุษย์นั้นเป็นแนวคิดเชิงนามธรรม ในลักษณะของการศึกษาในเชิงจิตวิทยาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของมนุษย์ พฤติกรรมและสภาพแวดล้อมกายภาพซึ่งแสดงออกมาในลักษณะที่ต่างกันไปในแต่ละบุคคลตามสภาพแวดล้อมพื้นฐานที่ต่างกัน นักจิตวิทยาได้ให้ความหมายของคำว่า “สันทาน” หรือการรับรู้ (Perception) ไว้มากมายในที่นี้ขอยกตัวอย่างดังนี้

การรับรู้ เป็นกระบวนการตีความสิ่งที่เห็น สิ่งที่ได้ยินและสิ่งที่รู้สึกด้วยประสาทสัมผัสอื่นๆ เพื่อให้รู้ว่าคืออะไร สิ่งที่รับรู้มีทั้งที่เป็นวัตถุ มนุษย์ด้วยกันและความเป็นไปภายในจิตใจเราเอง

การรับรู้ คือการใช้ประสบการณ์เดิมแปลความสิ่งเร้าที่ผ่านประสาทสัมผัสและเกิดความรู้สึก ระลึกความหมายว่าเป็นอะไร

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการแปลความหมายจากการสัมผัสต่อสิ่งเร้าซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์เดิมด้วย

การรับรู้เป็นกระบวนการที่คนมีประสบการณ์กับวัตถุหรือเหตุการณ์ต่างๆ โดยอวัยวะสัมผัสและเป็นกระบวนการทางพฤติกรรมที่เกิดแทรกระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนองสิ่งเร้าและเป็นการได้ข้อมูลข่าวสารจากสภาพแวดล้อมด้วยสัมผัสต่างๆ และเป็นการตระหนักหรือเอาใจใส่ต่อองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมผ่านความรู้สึกที่มีต่อสภาพกายภาพ

จากความหมายการรับรู้ดังกล่าวมาทั้งหมดเป็นเรื่องของการแปลหรือตีความหมายสิ่งเร้าที่มากกระทบเป็นภาพจินตนาการของแต่ละคน ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงสรุปได้ว่า การรับรู้หมายถึง การตีความหมายต่อสภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์ เช่น สภาพกายภาพ ลักษณะเด่นภายในเมือง จากการอาศัยความรู้สึกและประสบการณ์เดิมและเป็นกระบวนการทางพฤติกรรมของบุคคลที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

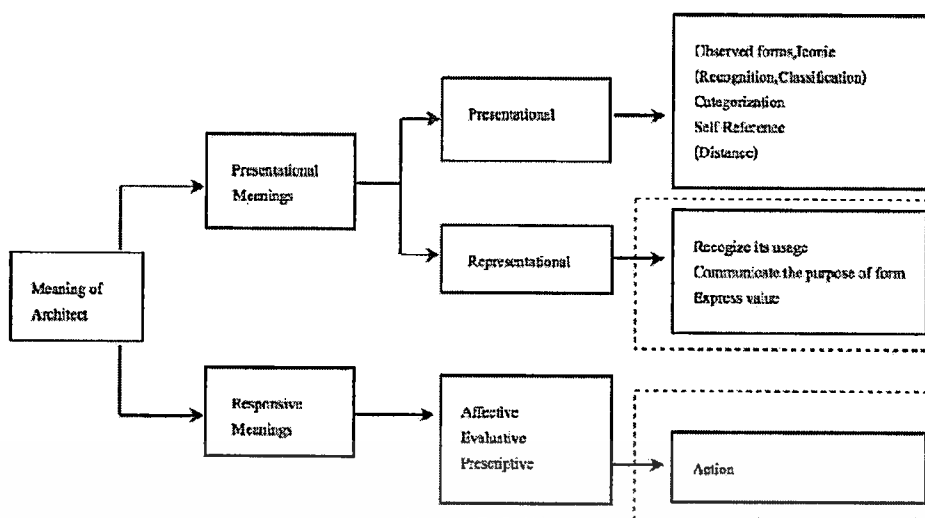
เกิดขึ้นต่อสภาพแวดล้อมช่วยในการแปลความหมายสภาพแวดล้อมออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจ ว่า สภาพแวดล้อมที่ดีส่งผลต่อเอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของเมืองหรือไม่อย่างไร และนอกจาก การรับรู้กายภาพเป็นการรับรู้จากประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว ผ่านประสบการณ์ รับรู้ต่างๆ แล้วการรับรู้ยังเป็นการรวมกันของความคิดและองค์ความรู้ที่เรียกว่า (กระบวน) การระลึกรู้ ซึ่งเป็นวิธีการต่างๆ ในการตระหนักหรือรู้ที่แทรกอยู่ระหว่างสิ่งเร้าภายนอกและการตอบสนอง ทางพฤติกรรมต่างๆ การตอบสนองขึ้นอยู่กับคุณสมบัติกายภาพของสิ่งเร้าและประสบการณ์การ รับรู้ที่เกิดหลังจากสิ่งเร้าประสบการณ์ในอดีตของบุคคลที่รับรู้สภาพแวดล้อมกายภาพ

2.5.1 ทฤษฎีการรับรู้ (Perception Theory)

การออกแบบสภาพแวดล้อมในการขายสินค้าประเภทเสื้อผ้านั้น ต้องสามารถเข้าใจว่า บุคคลรู้สึกและรับรู้อย่างไร โดยอาศัยทฤษฎีทางจิตวิทยาเพื่อเรียนรู้การรับรู้ของบุคคล และนำไปสู่ การเชื่อมโยงตัวแปรกับวิธีการในการวิจัย ในส่วนแรกจะอธิบายถึงการรับรู้สภาพแวดล้อมของ บุคคล และส่วนที่สองจะอธิบายถึงทฤษฎีเกสตัลท์ แยกย่อยเป็นการรับรู้พื้นและภาพ

2.5.2 การรับรู้สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ความหมายของสภาพแวดล้อมสรุปได้สองรูปแบบ ได้แก่ความหมายของสภาพแวดล้อม เสนอ (Presentational Meanings) และความหมายที่นำไปสู่การตอบสนอง (Responsive Meaning) ซึ่งสภาพแวดล้อมที่สภาพแวดล้อมเสนอนั้น ทำหน้าที่สำคัญสองอย่าง ได้แก่ การแสดงคุณลักษณะ (Presentational) ที่สื่อถึงรูปลักษณะที่มองเห็นได้ และการเป็นตัวแทน (Representational) ที่ทำหน้าที่ สื่อให้ผู้ใช้งานที่เข้าใจถึงประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่ เช่นพฤติกรรมภายในพื้นที่ และสื่อถึงถึง ความน่าใช้ไม่น่าใช้ รวมถึงคุณค่าของพื้นที่นั้นๆ อีกด้วย สำหรับความหมายที่นำไปสู่การ ตอบสนอง(Responsive Meaning) นั้นทำหน้าที่ก่อให้เกิดการกระทำได้แก่ ความรู้สึก (Affective) ชอบหรือไม่ชอบเมื่อพบเห็นครั้งแรก การประเมิน (Evaluative) สื่อถึงระดับความชอบ และแนวทาง การปฏิบัติ (Prescriptive) เป็นการนำผู้ไปสู่การกระทำ เช่น ไปนั่งเก้าอี้ตัวที่เห็นว่าสะดวกสบาย เป็นต้น (Hershberger, 1974) ภาพที่ 2.49



ภาพที่ 2.49 ประเภทของความหมายในสถาปัตยกรรม

(ที่มา : นพดล สหชัยเสรี, 2546)

การออกแบบสภาพแวดล้อมที่ดีควรสื่อความหมายที่สภาพแวดล้อมเสนอและสื่อถึง ความหมายที่นำไปสู่การตอบสนอง สำหรับการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่มีรูปลักษณะแตกต่างกันนั้นมีผลมาจากปัจจัยด้านประสบการณ์ในอดีตของผู้ใช้สถานที่ และปัจจัยด้านคุณลักษณะและ วัตถุประสงค์ของผู้ใช้สถานที่ ดังนั้นการวิจัยเพื่อการออกแบบจึงมักเกี่ยวข้องกับการศึกษา กระบวนการตอบสนองเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มคุณลักษณะของผู้ใช้สถานที่ รวมถึงการวิจัยด้าน รูปแบบ (Style) ของการออกแบบต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการสื่อความหมายด้านการค้าตลอดจนความ รักดีต่อเครื่องหมายทางการค้า (Brand Loyalty) เช่นการศึกษาถึงการสื่อความหมายของวัสดุ รูปแบบของภายนอกอาคารหรือสถานที่ เครื่องเรือน (Furniture) เป็นต้น (นพดล สหชัยเสรี, 2546)

A ในการรับรู้สภาพแวดล้อมนั้น มนุษย์มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมกายภาพซึ่งเป็นสิ่งที่ เป็นรูปธรรม ได้แก่ ภาชนะ เครื่องเรือน อาคาร ถนน ชุมชนหรือเมือง สภาพแวดล้อมทางอุณหภูมิแสง สว่าง เป็นต้น (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2541) โอกาสเป็นสิ่งที่เร้าที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทาง พฤติกรรมได้ อาจเป็นสิ่งเร้าอย่างง่ายๆ เช่น การมีดวงไฟ เหล่านี้ย่อมก่อให้เกิดการตอบสนองเป็ หมาย เกิดความพึงพอใจ หรือว่าก่อให้เกิดอุปสรรคต่อเป้าหมาย เกิดความไม่พอใจ ทั้งนี้ย่อมแล้วแต่ ว่าสภาพแวดล้อมที่เป็นสิ่งเร้านี้ ส่งเสริมหรือขัดขวางพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้น (Chein, 1954)

คุณสมบัติของสภาพแวดล้อมกายภาพเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมที่ควบคู่กับ โอกาสในฐานะที่เป็นสิ่ง เร้า สิ่งที่ปรากฏในสภาพแวดล้อมมีสภาพและคุณสมบัติแตกต่างกันไป และมีผลกระทบต่อลักษณะ ทางพฤติกรรม เช่น อาจมีความซับซ้อนมากจนกลายเป็นสิ่งที่น่าสนใจ อาจมีลักษณะกำกวม หลายแ่ มุม มีความไม่แน่นอน ซึ่งเป็นคุณสมบัติของสภาพแวดล้อมกายภาพที่สำคัญที่อาจนำมาใช้ในการ ออกแบบ (Rapoport ang Kantor, 1967) การมีความแตกต่างในสิ่งเร้า และความสามารถในการสื่อ ความหมายของสิ่งเร้าเป็นคุณสมบัติที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรม (Fiske and Maddi, 1961) สิ่งเร้าที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดีควรจะมีการแปรผันและเต็มไปด้วยความหมาย คุณสมบัติของสภาพแวดล้อมในฐานะที่เป็นสิ่งเร้ามีผลกระทบต่อความรู้สึก การรับรู้ การเรียนรู้ การจำ การคิด เป็นต้น

หลักมูลฐานในการออกแบบโดยสาระแล้วมีความคงที่ แม้ว่าแบบอย่างเฉพาะมีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ เพราะหลักมูลฐานในการออกแบบมีหน้าที่คล้ายกับไวพจน์ อย่างไรก็ตาม หลักมูลฐานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบนั้นแท้ที่จริงแล้วมาจากหลักการรับรู้ในจิตวิทยา เพราะผลงานออกแบบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียภาพของรูปทรงนั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของบุคคล แต่ที่แล้วยังไม่อาจกล่าวได้ว่า หลักมูลฐานในการออกแบบที่ได้พัฒนามานั้นได้อาศัยทฤษฎีการรับรู้ทางจิตวิทยา มาสนับสนุนหรืออธิบายหลักการที่ได้วางไว้อย่างจริงจัง หลักมูลฐานในการออกแบบยังคงเป็นหลักที่ยึดถือโดยปราศจากความเข้าใจเกี่ยวกับการรับรู้ ในกลุ่มสถาบันเบาเฮาส์ (Bauhaus) ก็ได้เน้นในเรื่องจิตวิทยาการรับรู้ และได้บรรจุวิชาจิตวิทยาไว้ในหลักสูตรของสถาบัน (Wing, 1969) แต่การนำทฤษฎีทางจิตวิทยาการรับรู้มาประสานกับหลักมูลฐานในการออกแบบ ปัจจุบันนับว่ายังขาดการพัฒนา ทำให้หลักการออกแบบขาดมูลฐานสนับสนุนทางทฤษฎี พฤติกรรมที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมนั้น ไม่ได้เกิดจากความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่ปรากฏอยู่จริง หากแต่เกิดจากความสัมพันธ์กับจินตภาพหรือรูปของสภาพแวดล้อมนั้น รวมทั้ง องค์ประกอบอื่นๆ ในระบบมโนทัศน์ บุคคลสร้างความสัมพันธ์กับสิ่งที่ปรากฏอยู่ในสมองที่ถ่ายทอดมาจากสภาพแวดล้อมจริง (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2541)

อย่างไรก็ตามเป็นที่เข้าใจโดยทั่วไปของนักทฤษฎีทางจิตวิทยาในปัจจุบันว่า Cognition คือกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรู้ที่แทรกอยู่ระหว่างการเข้ามาของพลังงานภายนอกในปัจจุบันและในอดีต กับพฤติกรรมตอบสนองทั้งหลาย ของมนุษย์ในปัจจุบันและในอนาคต กระบวนการต่างๆ ที่ว่านั้น ได้แก่ ความรู้สึก การรับรู้ การเกิดจินตภาพ การจำ การระลึก การเกิดความรู้สึกทางอารมณ์ การใช้เหตุผลในการแก้ปัญหา การประเมินและการตัดสินใจ (Moore, 1976) นั่นคือกระบวนการรับรู้เป็นกระบวนการย่อยของกระบวนการรู้ ประเด็นอยู่ที่ว่าสิ่งที่มีอยู่ในโครงสร้างการรู้ (Cognitive Structure) หรือที่ปรากฏเป็นระบบมโนทัศน์นั้น มีอิทธิพลต่อการรับรู้เสมอ บุคคลจะทำการเลือกสิ่งที่รับรู้ เข้ามาตามอิทธิพลของประสบการณ์ในอดีต ทำให้เกิดสภาพการรู้เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในโลกในลักษณะเฉพาะ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่ากระบวนการรับรู้เป็นระบบย่อยของกระบวนการรู้และขึ้นอยู่กับกระบวนการรู้ด้วย (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2541) ความหมายของสภาพแวดล้อม ที่มาจากการออกแบบควรสื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้สภาพแวดล้อมนั้นๆ ได้อย่างถูกต้องตามกาละเทศะ การออกแบบสภาพแวดล้อมที่ดีจะต้องบ่งบอกถึงกิจกรรมภายในพื้นที่ ซึ่งได้แก่กิจกรรมที่เหมาะสมภายในพื้นที่ แสดงถึงวิธีการและขั้นตอนของกิจกรรมแสดงถึงความต่อเนื่องของกิจกรรมบนพื้นที่ รวมถึงระดับการระดมการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนที่มาทำกิจกรรมคนกับสิ่งของ และสิ่งของกับสิ่งของ สถานที่นอกจากจะแสดงถึงประโยชน์ใช้สอยและกิจกรรมบนพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แล้วยังเป็นการแสดงภาพลักษณ์ (Images) และแม่แบบ (Ideals) ของสถานที่นั้นๆ อีกด้วย (Rapoport, 1982)

สรุปแนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้สภาพแวดล้อมเพื่อนำมาใช้ในการวิจัยได้ว่า บุคคลมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมกายภาพ ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึงการออกแบบวารสาร บุคคลมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมโดยการรับรู้ต่อสิ่งเร้า และก่อให้เกิดพฤติกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับหลักทางจิตวิทยาการรับรู้ ในการวิจัยนี้จึงอาศัยหลักการดังกล่าวในการพิสูจน์ข้อเท็จจริงที่ว่า บุคคลเกิดการรับรู้ต่อสิ่งเร้าจากวารสารหรือไม่อย่างไร และจะนำไปสู่พฤติกรรม (ความต้องการภาพ) หรือไม่ บทความข้างต้นจะนำไปสู่การเชื่อมโยงตัวแปรและประเด็นในการวัดของการวิจัย

2.5.3 ทฤษฎีเกสตัลท์ (Gestalt Theory)

แนวความคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ของทฤษฎีนี้ คือ การเรียนรู้เป็นกระบวนการทางความคิด ซึ่งเป็นกระบวนการภายในตัวมนุษย์ บุคคลจะเรียนรู้จากสิ่งเร้าที่เป็นส่วนรวม ได้ดีกว่าส่วนย่อยกลุ่ม เกสตัลท์ (Gestalt Psychology) แนวคิดของนักจิตวิทยา กลุ่มเกสตัลท์ ผู้นำกลุ่มได้แก่ แมกซ์ เวิร์ทเมออร์ (Max Wertheimer) และผู้ร่วมกลุ่มอีก 3 คน คือ เคอร์ท เลอวิน (Kurt Lewin), เคอร์ท คอฟฟ์กา (Kurt Koffka) และวอล์ฟแกง โคเลอร์ (Wolfgang Kohler) ซึ่งเป็นชาวเยอรมัน เกสตัลท์ แปลความหมายว่า เป็นส่วนรวมหรือส่วนประกอบทั้งหมด (Gestalt = The Wholeness) กลุ่มนี้มีแนวคิดว่าการเรียนรู้เกิดได้จากการจัดสิ่งเร้าต่างๆ มารวมกันเริ่มต้นด้วยการรับรู้โดยส่วนรวมก่อนแล้วจึงจะสามารถวิเคราะห์เรื่องการเรียนรู้ส่วนย่อยทีละส่วนต่อไป (Charles Wall Schlaeger, 1992) พฤติกรรมมนุษย์นั้นเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลภายในตัวบุคคลกับอิทธิพลภายนอกที่แต่ละบุคคลรับรู้ด้วยบุคคลจะมีพฤติกรรมอะไรและอย่างไร จึงไม่ได้ถูกกำหนดโดยมนุษย์ หรือโดยสิ่งเร้าภายนอกอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ถูกกำหนดโดยอิทธิพลมากมายทั้งหลายทั้งภายในและภายนอกที่สัมพันธ์กันตามที่เป็นประสบการณ์ของบุคคล (Lewin, 1951)

ทฤษฎีเกสตัลท์ได้พยายามชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มของการเห็นความแตกต่างระหว่างภาพกับพื้น (Figure and Ground) โดยทั่วไป เรามักเห็นภาพเป็นวัตถุแยกจากพื้น เฉพาะกรณีเท่านั้นที่เราจะเห็นกลับกันด้วย คือ เห็นพื้นเป็นภาพที่มีความสำคัญได้ด้วย และด้วยหลักการของทฤษฎีเกสตัลท์ดังกล่าวที่ทำให้เรามองเห็นสิ่งต่างๆ ในโลกที่เป็นอยู่ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร)

ภาพและพื้นภาพ (Figure and Ground) ทฤษฎีเกสตัลท์ช่วยให้เราเข้าใจว่าปกติแล้วมนุษย์เราสามารถเลือกรับรู้ในสิ่งเร้าที่น่าสนใจเท่านั้น และสามารถรับรู้ภาพที่มีรายละเอียดไม่สมบูรณ์ได้ โดยการประสานภาพที่หายไปให้สมบูรณ์ได้ แต่มนุษย์เราจะไม่สามารถรับรู้ภาพหลายๆ ภาพในเวลาเดียวกันได้ ถ้าเราให้ความสนใจไปในพื้นที่สีขาว เราจะเห็นภาพสัตว์ชนิดต่างๆ แต่ถ้าเราให้ความสนใจในพื้นที่สีดำ เราจะเห็นภาพต้นไม้ใหญ่ซึ่งองค์ประกอบทั้งสองเกือหนุนกันทางด้านระบบนิเวศเนื่องจากเราไม่สามารถรับรู้ภาพในเวลาเดียวกันได้ แต่เราสามารถมองภาพทั้งสองเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สลักรูปไปมาได้อย่างรวดเร็วจึงดูเหมือนว่าเรามองเห็นภาพทั้งสองเกือบในเวลาเดียวกันได้ดังนั้น เราจึงต้องเลือกที่จะกำหนดจุดมองภาพที่ปรากฏต่อสายตา จะเห็นได้ว่า ภาพเดียวกันคนบางคนยังเห็นไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมของแต่ละคน อิทธิพลของประสบการณ์ที่มีต่อการรับรู้ภาพและพื้น การมองเห็นรูปเป็นภาพและพื้นสลักรูปนั้นตามทฤษฎีของกลุ่มเกสตัลท์ เชื่อว่าการรับรู้ในลักษณะเช่นนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคลเป็นสำคัญ หรือประสบการณ์เดิมของบุคคลมีผลต่อการรับรู้ภาพและพื้นหรือภาพสองนัย สรุปจากทฤษฎีการรับรู้เพื่อใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้ว่า การเรียนรู้เป็นกระบวนการทาง ความคิด ที่เป็นกระบวนการภายในตัวมนุษย์ การเรียนรู้เกิดได้จากการจัดสิ่งเร้าต่างๆ มารวมกันเริ่มต้นด้วยการรับรู้โดยส่วนรวมก่อนแล้วจึงจะสามารถวิเคราะห์เรื่องการเรียนรู้ส่วนย่อยทีละส่วนและ พฤติกรรมมนุษย์นั้นเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลภายในตัวบุคคลกับอิทธิพลภายนอกที่แต่ แต่ละบุคคลรับรู้ บุคคลจะมีพฤติกรรมอะไรและอย่างไรสัมพันธ์กันตามที่เป็นประสบการณ์เดิมของ บุคคล บุคคลเห็นความแตกต่างระหว่างภาพกับพื้นและมองเห็นภาพเป็นวัตถุแยกจากพื้น จากบทความจะนำไปสู่การเชื่อมโยงตัวแปรและประเด็นในการวัด

2.6 แนวคิดที่เกี่ยวกับการใช้รูปภาพจำลอง (Stimuli)

ในส่วนนี้เป็นการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวคิด และแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย และวิธีการในการวิจัย ซึ่งนำเอางานวิจัยที่ศึกษาด้วยวิธีการใช้รูปภาพเป็นตัวกระตุ้นในการประเมิน และการศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็นของกลุ่มบุคคล มีดังนี้

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น (Stimuli) ที่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงในการปฏิบัติ การแก้ปัญหา งานออกแบบ เป็นการคิดงานออกแบบ โดยใช้สิ่งกระตุ้นด้วยรูปภาพที่เป็นภาพถ่าย และภาพสเก็ตด้วยมืออย่างหัด ๆ เป็นเครื่องมือในงานวิจัยนี้มุ่งเน้นเฉพาะการออกแบบด้วยการมองสิ่งที่แสดงอยู่ เห็นได้ว่าผลงานของนักออกแบบที่ทำงานในสภาพแวดล้อมที่สิ่งเร้าในแต่ละแบบแตกต่างกัน ซึ่งสิ่งเร้านี้มีอิทธิพลต่อการทำงานออกแบบ ขอบเขตในการชี้วัด คือ การใช้งานได้จริง ความคิดสร้างสรรค์ และการพัฒนางานออกแบบ ด้วยกลุ่มผู้ร่วมการทดลองเป็นนักศึกษาศาสาสถาปัตยกรรมศาสตร์ และออกแบบอุตสาหกรรม ถูกตั้ง โจทย์ เพื่อแก้ปัญหาของงานออกแบบทั้ง 2 ชั้นนี้ ภายใต้เงื่อนไขที่แตกต่างกัน กลุ่มเป้าหมายจะได้ โจทย์ที่แก้ปัญหา งานออกแบบ 2 ชั้น ซึ่งการทดลองถูกแบ่งเป็น 2 โจทย์ คือ โจทย์ที่หนึ่ง คือ กล้องซ็อคโกแลต โจทย์ที่สอง คือ ที่คาน้ำสำหรับดื่ม กลุ่มเป้าหมาย 36 คน ชาย 20 คน และหญิง 16 คน อายุ 21-26 ปี ทั้งหมดเป็นนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และมีสตูดิโอที่ใช้ในการทดลองทั้งหมด 3 แบบ ผู้ร่วมการทดลองถูกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ๆ ละ 12 คน แต่ละกลุ่มจะถูกทดสอบในสภาวะที่แตกต่างกัน 3 แบบ ค้นพบอาจเป็นได้ว่าสิ่งกระตุ้นมีผลกระทบต่อ การแก้ปัญหา ก่อนการออกแบบ แต่ที่ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ต้องการแก้ปัญหา (Gabriela Goldschmidt and Maria Smolkov, 2006)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาเกี่ยวกับการประเมินสภาพแวดล้อมด้วยรูปภาพ และความแตกต่างของความคิดในแต่ละบุคคล ซึ่งการศึกษานี้เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นภัย ของที่ตั้งบริษัท หรือโรงงานอุตสาหกรรม โดยการวิเคราะห์จากภาพถ่ายของที่ตั้งบริษัท หรือ โรงงานนั้น ธารณาจะ ใช้วิธีนี้ในการตรวจสอบ เพื่อเป็นข้อตัดสินใจเกี่ยวกับเครดิตในการตกลงทำประกัน โดยการสร้าง stimuli แล้วทดสอบโดยใช้ปัจจัย 6 ประเด็น คือ ความสว่าง, โครงสร้าง, ภาพรวมทั้งหมด, ทันสมัย, กำแพงขอบรั้ว, ความใหม่ของที่ตั้ง โดยใช้ผู้ร่วมการทดลองจำนวน 54 คน ครั้งหนึ่งเป็นนาย ธารณา และอีกครั้งหนึ่งเป็นนักศึกษา ซึ่งเป็นตัวแปรด้านบุคคล และสังคม โดยการแสดงภาพถ่าย จำนวน 21 ภาพ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการทดลองทั้งหมด 54 คน ชาย 41 คน และหญิง 13 คน ในการตอบแบบสอบถามโดยการให้คะแนนเป็นระดับโดยการแยกระหว่างเพศชาย และเพศหญิงที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ในการทดสอบครั้งนี้ไม่พบความแตกต่างแต่อย่างใดในการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องภัย หรือความเสี่ยงของภาพถ่าย กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย นักศึกษา 25 คน นาย ธารณา 29 คน ขั้นตอนการทดลอง คือ เป็นการตรวจเช็คสภาพแวดล้อมที่เป็นภัย จากภาพถ่ายของที่ตั้งบริษัท/โรงงานอุตสาหกรรม โดยผู้ร่วมการทดลอง เป็นการทดลองแบบกึ่งทดลอง โดยการแบ่งผู้ร่วมการทดลองเป็น 2 กลุ่ม เพื่อยืนยันระดับของสภาพแวดล้อมที่เป็นภัย ผู้ร่วมทดลองต้องตอบแบบสอบถาม โดยใช้ สเกล 7 ระดับ 1=ต่ำ, 7=สูง กับภาพถ่าย 15 ภาพแรก ในแบบสอบถามฉบับสั้น ๆ ตามลำดับ สำหรับอีก 6 ภาพ ผู้ร่วมทดลองต้องสามารถอธิบายภาพ ค้นพบว่า นายธารณา พบว่า ทั้งสองกลุ่มมีการประเมินความเสี่ยงที่แตกต่างกัน และลักษณะของสิ่งกระตุ้นไม่คงที่ มีความหลากหลาย และเด่นแต่โดยลักษณะของที่ตั้ง ไม่ใช่โดยบุคคล ผู้วิจัยได้พิสูจน์กลุ่มตัวอย่าง และสิ่งกระตุ้น สิ่งที่ต้องเพิ่ม หรือลดการรับรู้ทางสภาพแวดล้อมที่เสี่ยง ลักษณะของบุคคลไม่สำคัญ พบว่ามาตรวัดที่จะเป็นเครื่องมือฝึกหัดบุคคลที่ต้องเป็นผู้ตัดสินใจ หรือเป็นผู้ประเมินด้านความเสี่ยงของที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม การวิจัยต้องพิสูจน์สิ่งกระตุ้น (Stimuli) ให้มากขึ้น เพื่อการรับรู้ถึงอิทธิพลของความเสี่ยง และเพื่อการวิเคราะห์ที่เชื่อมต่อระหว่างลักษณะของที่ตั้ง และสิ่งกระตุ้น (Olaf Weber, 2001)

การศึกษาเกี่ยวกับการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะของสไตล์แบบหรูหรา และสไตล์แบบทั่วไป เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมแห่งที่พักออาศัย และการตอบสนองต่อสไตล์นั้น ระหว่างสถาปนิก และไม่ใช่สถาปนิก ใช้ภาพสไลด์ 40 ภาพ (สไลด์ละ 20 ภาพ) ให้คะแนนในขอบเขตของคุณสมบัติทางกายภาพ กำหนดให้สถาปนิก 20 คน และไม่ใช่สถาปนิก 20 คน การวิจัยนี้ค้นคว้าเกี่ยวกับความแตกต่างของลักษณะแต่ละสไตล์ สถาปัตยกรรมแห่งที่พักออาศัยในสไตล์หรูหรา (High Style) มีวัสดุอุปกรณ์น้อยกว่า, มีคอนกรีตมากกว่า, รูปแบบง่าย ๆ, มีสีขาวมาก และทางเข้าไม่อยู่ตรงกลาง พวกเขาพิจารณาว่ามีความซับซ้อน, สมัยใหม่ และน่าตื่นตึ่ง ส่วนสถาปัตยกรรมแห่งที่พักออาศัยในสไตล์ทั่วไป (Popular Style) มีลักษณะที่ใช้วัสดุมากกว่า, อยู่ในแนวนอน, มีหลังคาจั่ว, มีกรอบหน้าต่างชัดเจน, ทางเข้าอยู่ตรงกลาง และใช้สีแบบโทนร้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อคุณเห็นเป็นประโยชน์ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มมีการประเมินความรู้สึกที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง การมองเห็นเป็นสิ่งที่อาจอธิบายได้ถึงการประเมินด้านความงามของสถาปนิกกับบุคคลทั่วไปที่แตกต่างกัน



ภาพที่ 2.50 แสดงภาพตัวอย่างลักษณะอาคารที่ใช้ในการประเมิน และได้รับการชื่นชม
(ที่มา: Russell, Weiss, และ Mendelsohn: 1989)

ในงานวิจัยนี้เครื่องมือการวัดที่เป็นมาตรฐานที่เป็นแบบอย่างสากลถูกใช้ในการพิจารณา ระดับของแต่ละอาคาร ซึ่งมีการวัด 10 ระดับ (Scale) เริ่มจากกำหนดที่ระดับ 1 เป็นสถาปัตยกรรมที่ยอดเย้ย หรือน่ากลัว และกำหนดที่ระดับ 10 เป็นสถาปัตยกรรมที่ยอดเยี่ยม หรือน่าชื่นชม ยินดี เครื่องมือวัดความชื่นชม ยินดี (pleasure) และการกระตุ้น (arousal) ถูกพัฒนาขึ้นโดย Mehrabian และ Russell (1974) ลักษณะเป็นแผนภาพกราฟิก (graphic circumplex) และถูกทำให้สมบูรณ์ถูกต้องอีกครั้ง โดย Russell, Weiss, และ Mendelsohn (1989) และนำออกมาสำหรับการแบ่งระดับ ความต้องการวัดสิ่งต่าง ๆ (ภาพที่ 2.50) การวัดความชื่นชม ยินดี (pleasure) ถูกแสดงในแกนแนวนอน โดยเริ่มจากระดับจากความน่าเกลียด (ไม่พอใจ) จนถึงสวยงาม (เป็นที่พอใจ) และการวัดการกระตุ้น (arousal) ถูกแสดงในแกนแนวตั้ง โดยเริ่มจากระดับการกระตุ้นมาก (ตื่นเต้นมาก) จนถึงไม่กระตุ้น (เฉยชา)



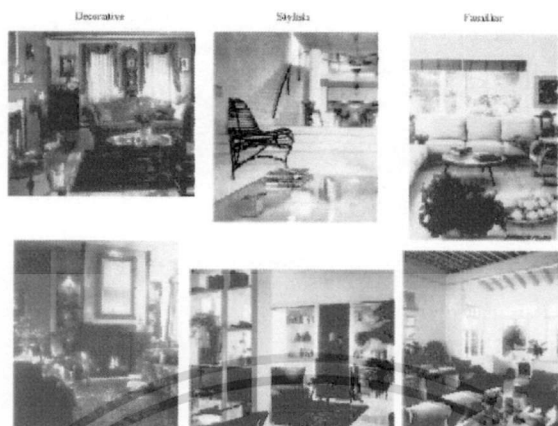
ภาพที่ 2.51 แสดงภาพเครื่องมือ Emotion Circumplex ใช้ประเมินถึงความรู้สึกชื่นชมยินดี (Pleasure) และความกระตุ้น (Arousal) ของตนเองต่อแต่ละสิ่งที่ต้องการวัด (ที่มา : Robert Gifford, Donald W. Hine, Werner Muller-Clemm, D'Arcy J. Reynolds, JR. and Kelly T. Shaw, 2000)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 2.51 เครื่องมือการวัดความประทับใจแห่งสถาปัตยกรรม เป็นตัวบ่งชี้ถึงความประทับใจแต่ละสิ่งก่อสร้างทำได้โดยการทำเครื่องหมายสำหรับแต่ละอาคารที่พรรณนาความประทับใจของตนเองไม่มีคำตอบที่ถูกจริง ต้องพิจารณาอาคารตามที่สะดวกใจ ถ้าใกล้ศูนย์กลางมากตรงกับความไม่ค่อยประทับใจเท่าที่ควรไกลจากศูนย์กลาง นั่นคือ ยืนยันความประทับใจมาก ถ้าพบว่า อาคารสวยงามมาก ต้องทำเครื่องหมายไปในทางขวา ถ้าพบว่าอาคารน่าเกลียด ควรทำเครื่องหมายไปทางด้านซ้าย ถ้าพบว่ามันกระตุ้นหรือตื่นเต้นมาก (คนละส่วนจากสวย/ไม่สวย) ทำเครื่องหมายไปทางด้านบน ถ้าพบว่ามันเฉย ๆ หรือไม่เกิดการกระตุ้น ให้ทำเครื่องหมายไปทางด้านล่างแผนภาพวงกลมสามารถบ่งชี้ที่หลากหลายของความประทับใจ เช่นว่าต้องการความร่าเริง (นั่นคือ ความสวยงามคู่กับการกระตุ้น) หรือต้องการความเงียบสงบ (นั่นคือ ความสวยงามคู่กับไม่เกิดการกระตุ้น) เป็นต้น

การศึกษาเกี่ยวกับการทดสอบการยอมรับ และตอบสนองต่อห้องรับประทานอาหาร และห้องรับแขก ของบุคคลในที่อยู่อาศัยด้วยการประเมินรูปภาพห้องในแบบต่าง ๆ ซึ่งทำการทดลอง 2 ครั้ง การทดลองที่หนึ่ง ประกอบด้วยผู้ร่วมทดลองที่เป็นนักศึกษาปริญญาตรี 19 คน จากหลักสูตรจิตวิทยาสังคม มหาวิทยาลัยโตรอนโต เป็นเพศหญิง 14 คน ชาย 5 คน ร่วมประเมินภาพถ่ายอย่าง 37 ภาพ ซึ่งเป็นภาพห้องรับประทานอาหาร และห้องรับแขกที่เลือกจากการออกแบบตกแต่งของอเมริกา และหนังสือนิตยสารการตกแต่งนักเรียนร่วมประเมินให้คะแนนแบ่งเป็น 7 ระดับ ของภาพ 9 รูปแบบ ได้แก่ คึ่งเต็ม-ทันสมัย, ชอบ-ไม่ชอบ, เป็นทางการ-ไม่เป็นทางการ, ค่อนข้าง-ไม่ค่อนข้าง, เรียบง่าย-ซับซ้อน, ร้อน-เย็น, กระตุ้นเร้าใจ-น่าเบื่อ, เป็นระเบียบ-ไม่เป็นระเบียบ, อยากอยู่-ไม่อยากจะอยู่ โดยวิเคราะห์ปัจจัยออกเป็น 3 ด้าน คือ การตกแต่ง (Decorative), ความทันสมัย (Stylish) และความคุ้นเคย (Familiar) จากกลุ่มเป้าหมายค้นพบว่าทำให้เกิดความรู้สึกว่ากว่าการพิจารณา cognitive ส่วนการทดลองที่สอง เป็นการหาผลกระทบของความเกี่ยวข้องที่มีความสัมพันธ์กัน ในการตอบสนองกับรูปแบบห้องที่จำแนกออกเป็น 3 แบบ ภาพตัวอย่างที่เป็นสิ่งเร้าประกอบด้วย 2 กลุ่ม (A และ B) รวม 12 ภาพ ผู้ร่วมทดลองเป็นเพศชาย 24 คน และเพศหญิง 24 คน จากหลักสูตรจิตวิทยาสังคม มหาวิทยาลัยโตรอนโต เป็นผู้ร่วมประเมินความรู้สึกจากการภาพห้องจำนวน 12 ภาพ และให้วิจารณ์แต่ละห้องโดยให้ค่าคะแนน 7 ระดับ และเขียนสรุปอธิบายจินตนาการของแต่ละช่วงที่จะใช้ห้อง เพื่อทำประโยชน์ในด้านใด และแสดงการรับรู้ในรายละเอียดต่าง ๆ ของแต่ละห้อง ลำดับคะแนน (scale rating) ความรู้สึก จะทำก่อน หรือหลังการบรรยายสิ่งที่พิจารณา จากผลการทดลองที่สองพบว่าใน 7 scale ปัจจัย Personally Involved มีความสัมพันธ์กับความเชื่อในความเป็นส่วนบุคคลของผู้อยู่อาศัย และความเกี่ยวเนื่อง ปัจจัยความชอบ สัมพันธ์กับความสวยงาม และความน่าอยู่ และปัจจัยบอกถึงสังคม สัมพันธ์กับบอกความเป็นตัวตน และความยากต่อการอธิบาย สิ่งที่ทำนายได้ดีที่สุดในการปรารถนาที่จะอยู่อาศัย คือ การรู้สึกถึงความงาม และ

ความผูกพันส่วนบุคคล ส่วนมากจะชอบห้องที่ให้ความรู้สึกคุ้นเคย ขณะที่การตกแต่งเป็นห้องที่บอกเกี่ยวกับบุคคล

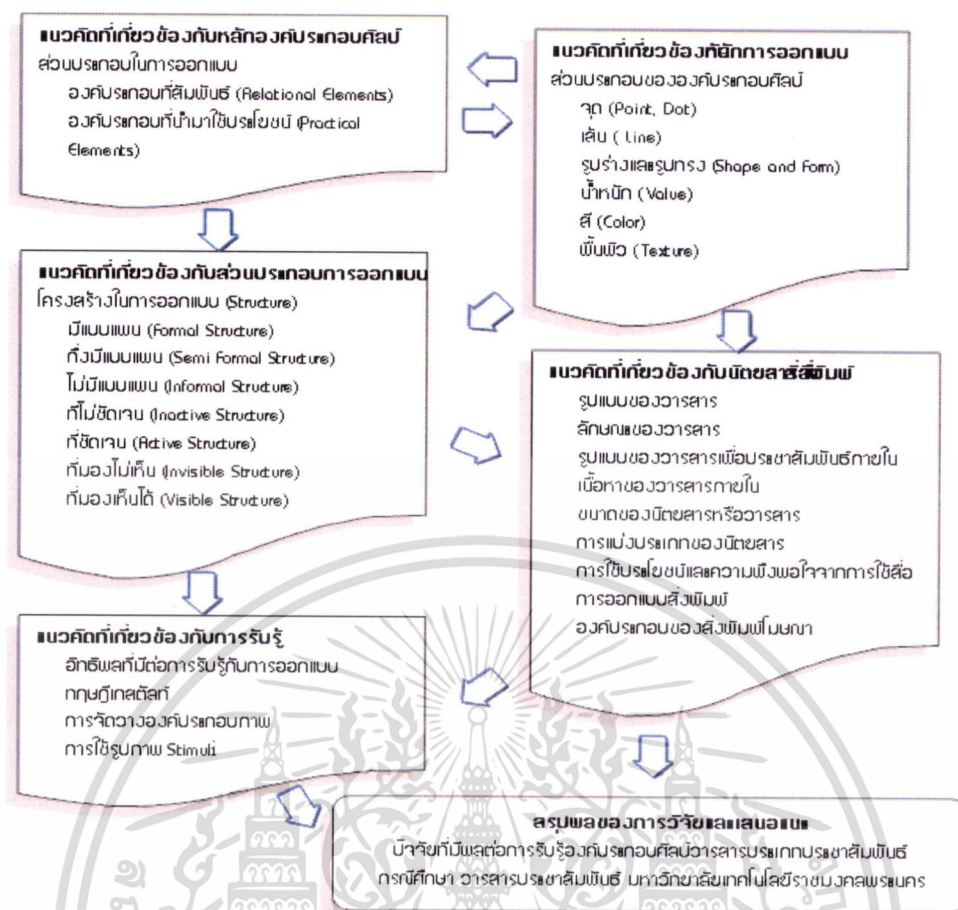


ภาพที่ 2.52 ลักษณะการแบ่งประเภทของห้อง การตกแต่ง ความทันสมัย และความคุ้นเคย
(ที่มา: Ute Ritterfeld and Gerald C. Cupchik, 1996)

2.7 กรอบการเชื่อมโยงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ประกอบด้วย แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักองค์ประกอบศิลป์ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบการออกแบบ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ เพื่อนำข้อสรุป เรียงให้ได้ผลสรุปที่เป็นวัตถุประสงค์สุดท้ายของการศึกษาครั้งนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบศิลป์ที่ใช้กับการจัดรูปแบบวารสารประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรณีศึกษา 2) เพื่อศึกษาหลักการออกแบบขององค์ประกอบศิลป์ที่จำเป็นในการสื่อสารในวารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นกรณีศึกษา 3) เพื่อศึกษาประเด็นการรับรู้ที่เกิดจากกลุ่มเป้าหมายในองค์ประกอบศิลป์รูปแบบต่างๆ 4) เพื่อเสนอแนะการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ที่สามารถสื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำมาสรุปเป็นกรอบการเชื่อมโยงวรรณกรรมสู่ผลสรุปของการศึกษาได้ดังนี้ ดังภาพที่ 2.53

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.53 แสดงการเชื่อมโยงกรอบวรรณกรรมผู้ผลสรุปของการศึกษาวิจัย

2.8 สรุปการทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำไปใช้ในงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยสามารถทำการสรุปประเด็นของแนวคิดที่นำมาในการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์ ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการที่จะสื่อสาระในการรับรู้ และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวิธีการออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.8.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักองค์ประกอบศิลป์ จะเป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นในส่วนประกอบในการออกแบบ การจัดส่วนประกอบเข้าด้วยกันนั้นจะต้องมีหลักที่สำคัญ คือ เอกภาพ(Unity) คุณภาพ(Balance) ความกลมกลืน(Harmony) สัดส่วน(Proportion) ช่วงจังหวะ (Rhythm) และการเน้น (Emphasis) นอกจากนี้ยังต้องมีองค์ประกอบที่สัมพันธ์(Relational Elements) ซึ่งจะประกอบไปด้วย ทิศทาง(Direction) ตำแหน่ง(Position) ที่ว่าง(Space) และแรงดึงดูด(Gravity) และยังรวมไปถึง องค์ประกอบที่นำมาใช้ประโยชน์(Practical Elements) จะมีลักษณะที่นำมาใช้ได้คือ งานที่เหมือนจริง(Representation) ความหมาย(Meaning) และประโยชน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้สอย (Function) ซึ่งจะนำไปสู่ตัวแปรที่เป็นปัจจัยของการศึกษาวิจัย คือ ประเด็นในหลักขององค์ประกอบศิลป์ในวารสารประเภทประชาสัมพันธ์

2.8.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบการออกแบบ จะเป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับโครงสร้างในการออกแบบ (Structure) ของวารสารประชาสัมพันธ์ที่จะอันจะมีโครงสร้างที่แตกต่างกัน ดังนี้ โครงสร้างที่มีแบบแผน(Formal Structure) โครงสร้างกึ่งมีแบบแผน(Semi Formal Structure) โครงสร้างไม่มีแบบแผน (Informal Structure) โครงสร้างที่ไม่ชัดเจน (Inactive Structure) โครงสร้างที่ชัดเจน (Active Structure) โครงสร้างที่มองไม่เห็น (Invisible Structure) และโครงสร้างที่มองเห็นได้ (Visible Structure) แนวคิดนี้จะนำไปสู่ตัวแปรที่เป็นปัจจัยของการศึกษาวิจัย คือ ประเด็นในลักษณะของส่วนประกอบการออกแบบจะต้องมีโครงสร้างในการออกแบบรวมอยู่ด้วย

2.8.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบ จะมีการศึกษาที่มุ่งเน้น ส่วนประกอบขององค์ประกอบศิลป์ ดังนี้ จุด (Point, Dot) เส้น (Line) รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form) น้ำหนัก (Value) สี (Color) และพื้นผิว (Texture) แนวคิดนี้จะนำไปสู่ตัวแปรที่เป็นปัจจัยของการศึกษาวิจัย คือ ประเด็นในส่วนของหลักในการออกแบบวารสารสื่อสิ่งพิมพ์ในทุกชนิดนั้น จะต้องมีการนำเอาส่วนประกอบขององค์ประกอบศิลป์ เข้าไปใช้การออกแบบในสื่ออื่นๆ

2.8.4 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ จะเป็นการศึกษาในส่วนต่างๆวารสารสื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่ รูปแบบของวารสาร ลักษณะของวารสาร เนื้อหาของวารสารภายใน ขนาดของนิตยสารหรือวารสาร การแบ่งประเภทของนิตยสารจะออกไปด้วย นิตยสารทั่วไป(General or Consumer Magazine) นิตยสารวงการธุรกิจ (Business Publications) นิตยสารสมาคม (Association Magazine) และนิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relation Magazine) ซึ่งรวมไปถึงยังการศึกษาของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อ การออกแบบสิ่งพิมพ์ และหลักการดำเนินงานการออกแบบ แนวคิดนี้จะนำไปสู่ตัวแปรที่เป็นปัจจัยของการศึกษาวิจัย คือ ประเด็นในส่วนของรูปแบบวารสารสื่อสิ่งพิมพ์จะต้องสื่อสารให้ผู้รับรู้ในวารสารประชาสัมพันธ์

2.8.5 แนวคิดที่เกี่ยวกับการรับรู้ จะเป็นการศึกษาในส่วนที่อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้กับการออกแบบ (Information) ทฤษฎีเกสตัลท์ และการใช้รูปภาพ Stimuli ในส่วนนี้เป็นการศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวคิดและแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการศึกษาวิจัยโดยใช้รูปภาพเป็นตัวกระตุ้นในการทดสอบ และการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

2.9 ตัวแปรจากกรอบทฤษฎี

ในการวิจัยนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานจากหลักทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการงานวิจัย มีอยู่ด้วยกัน ห้ากลุ่ม ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ได้ตัวแปรที่จะศึกษา คือ 1) การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลในสถานศึกษาหรือผู้เกี่ยวข้องนั้นมีประเด็นการรับรู้ตรงกันหรือไม่ 2) แนวทางการนำเสนอวารสารเป็นเอกสารหรือสิ่งพิมพ์หรือการเข้าถึงเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จัดรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีการสื่อสารในการรับรู้ที่มีรูปแบบ และมีความเหมาะสมจากการศึกษาข้างต้น จะนำไปสู่ผลสรุปและเสนอแนะแนวทางวิจัย และมีตัวแปรคือ หลักองค์ประกอบศิลป์ การออกแบบวารสารสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์สื่อสาระให้ผู้รับรู้ ซึ่งประเด็นทั้งหมดที่กล่าวข้างต้นจะมีผลต่อการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์ และเมื่อได้ตัวแปรจึงได้กำหนดนิยามด้านมโนทัศน์จากกรอบทฤษฎีเป็นนิยามด้านปฏิบัติการ และองค์ประกอบในการชี้วัด ได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 2.1 การเปลี่ยนนิยาม Conceptual เป็นนิยาม Operational

Conceptual	Operational
ตัวแปรอิสระ - ปัจจัยด้านบุคคล - องค์ประกอบศิลป์ในการจัดรูปแบบวารสาร	- คุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย - การจัดรูปแบบเนื้อหาของวารสาร - การออกแบบวารสาร - การวางโครงสร้างของวารสาร - ลักษณะโดยรวมของวารสาร
ตัวแปรตาม ระดับความสนใจในการรับรู้ที่อธิบาย ถึงองค์ประกอบศิลป์ของกลุ่มตัวอย่าง	- การรับรู้ในรูแปวารสาร ชอบหรือไม่ชอบ (ความต้องการ) - การเปรียบเทียบในการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พอล คลีฟแลนด์ (Paul Cleveland : 2009) ได้พิจารณาที่รูปร่างขององค์ประกอบและการจัดวางตำแหน่งในเลย์เอาต์ ซึ่งสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นๆ และศึกษาว่าจะสามารถสร้างวาทศิลป์ได้อย่างไรจากลักษณะเฉพาะซึ่งเป็นตัวกำหนดสไตล์การออกแบบ ที่สำคัญกว่านั้น การพัฒนารูปแบบหรือสไตล์ในการออกแบบการสื่อสารร่วมสมัยอาจถูกมองว่าเป็นการเติมเต็มการสื่อสารที่ซับซ้อนที่ได้มาจากไวยากรณ์ที่เป็นภาพ และไม่เพียงเหมือนกับรับรู้ด้วยสายตาเท่านั้น แต่ยังเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่เป็นสัญลักษณ์ซึ่งถูกสร้างขึ้นจากวัฒนธรรมเฉพาะ ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อข้อกำหนดเฉพาะการออกแบบ ดังนั้น การดำเนินรอยตามข้อกำหนดเฉพาะการออกแบบเหล่านี้จึงสามารถสร้างขึ้นใหม่ได้โดยใช้ข้อบังคับที่ควบคุมดูแลภาษาภาพ รูปแบบ (style) อาจถูกตีความหมายว่า เป็นการผสมผสานในลักษณะเฉพาะของความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบในภาษาภาพ ส้ารวจการประยุกต์ใช้ความสัมพันธ์นี้โดยการสร้างข้อบังคับขึ้นมา และนำไปประยุกต์ใช้กับระบบการจัดวางผังในคอมพิวเตอร์ซึ่งให้แนวทางแก้ปัญหาหลากหลายวิธีจากตรรกะที่กำหนดไว้แล้วล่วงหน้า สิ่งนี้คือหลักการเบื้องต้นของระบบการสร้างผัง รูปแบบเฉพาะอย่างหนึ่งในปี 1950 ถูกนำมาใช้ทดสอบความเที่ยงตรงของตรรกะที่ใช้ในการพัฒนาระบบอัตโนมัติเพื่อผูกโยงการเปลี่ยนแปลงเข้ากับข้อกำหนดเฉพาะการออกแบบ การตัดสินใจใช้ช่วงเวลาเฉพาะนี้ขึ้นอยู่กับความเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการในการทำงานที่มีตัวแปรจำกัดจำนวนหนึ่งเพื่อดูว่าข้อบังคับเฉพาะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ใจได้หรือไม่

เมื่อเป็นที่รับทราบว่ายี่ห้อเหล่านี้มีโครงสร้างที่กวดขันกว่าข้อกำหนดเฉพาะการออกแบบร่วมสมัย การประยุกต์ใช้หลักการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการเปลี่ยนแปลงในการออกแบบสามารถตีความในรูปแบบภาพร่วมสมัยได้มากขึ้น ลักษณะภายในของรูปร่างซึ่งแสดงองค์ประกอบของเลย์เอาต์ การจัดวาง และความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ ผูกโยงบริบทซึ่งสัมพันธ์กับช่วงเวลาการออกแบบตามประวัติศาสตร์เข้าด้วยกัน หากศึกษาเลย์เอาต์จากช่วงเวลาเฉพาะในศตวรรษที่ 20 เราจะสามารถระบุลักษณะเฉพาะของรูปร่าง สี น้ำหนัก สเตล ทิศทาง พื้นที่ และความสัมพันธ์ที่มีลักษณะเฉพาะของช่วงเวลานั้น ๆ ได้ ภาพที่ 2.54 เป็นตัวอย่าง แสดงเลย์เอาต์ในช่วง ค.ศ. 1950 ของอุตสาหกรรมรถยนต์ การศึกษาองค์ประกอบต่างๆ ซึ่งประกอบกันขึ้นเป็นองค์ประกอบของเลย์เอาต์ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ ให้สูตรสำหรับการผูกโยงกับการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ จากการจำแนกโครงสร้างที่กำหนดเป็นสูตร ณ ช่วงเวลาใด ๆ ก็ตาม ผลงานลอกเลียนแบบอาจถูกสร้างขึ้นอันเป็นการแสดงถึงช่วงเวลานั้น ๆ



ภาพที่ 2.54 เป็นตัวอย่าง แสดงเลย์เอาต์ในช่วง ค.ศ. 1950

(ที่มา : Paul Cleveland: 2009)

ภาพที่ 2.55 ใช้องค์ประกอบภาพถ่ายเหมือนกับที่แสดงในภาพที่ 1 และกำหนดคำนิยามใหม่ของคำว่า “เลย์เอาต์” โดยใช้ความสัมพันธ์กลุ่มที่เป็นแบบฉบับของปี 1960 (A), the 1970 (B), the 1980 (C), 1990 (D), และจุดเปลี่ยนของศตวรรษที่ 21 (E) สิ่งนี้อธิบายว่า มีความเป็นไปได้โดยการจัดกระทำกับตัวแปรจำนวนหนึ่งเพื่อสรุปผลรูปแบบที่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.10.1 ลักษณะรูปแบบวารสาร

ในระบบการจัดวางหน้ากระดาษ การจัดวางองค์ประกอบภาพที่มีความซับซ้อนจะก่อให้เกิดภาษาภาพ ภาษาภาพนี้มีรูปแบบหรือโครงสร้างของมันเองซึ่งเป็นตัวกำหนดการอ่านองค์ประกอบในแง่ของลักษณะเฉพาะ (นั่นคือ ลำดับความสำคัญ) และในทางกลับกัน ก็ได้ความหมายจากวัฒนธรรมของภาพนั้น ๆ

การจัดเรียงองค์ประกอบเฉพาะในวิธีการที่กำหนดไว้แล้วล่วงหน้า นำไปสู่การจัดกลุ่มผลลัพธ์ที่ถือว่าเป็นรูปแบบ (style) อย่างหนึ่ง โดยทั่วไปแล้ว วารสารจากช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งโดยเฉพาะมีแนวโน้มก่อให้เกิดรูปแบบบ้าน ซึ่งในหลาย ๆ กรณี มีอิทธิพลต่อรูปแบบของบ้าน และรูปแบบตามยุคสมัย (Cleveland, 2004) ผู้วิจัยได้ออกแบบวิธีการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบซึ่งรู้จักกันในชื่อเรียกว่า “ดัชนีลักษณะรูปแบบ” หรือ Style Attribution Index (SAI) ดัชนีลักษณะรูปแบบ” ประกอบด้วยองค์ประกอบรูปแบบ ความสัมพันธ์และการปฏิบัติที่เป็นลักษณะเด่นซึ่งนำไปสู่การสร้างรูปแบบที่สามารถเข้าใจได้ทั้งมนุษย์และคอมพิวเตอร์ การใช้รูปแบบนี้มีอยู่ในความรู้สึกของรูปแบบข้อมูลซึ่งแสดงความสัมพันธ์ที่มีอยู่ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ

บางทีคำถามที่สำคัญที่สุดสำหรับความพยายาม คือวัตถุประสงค์สุดท้าย งานหลายอย่างที่สัมพันธ์กับการจัดวางการออกแบบเป็นงานที่ทำซ้ำและปฏิบัติตามข้อบังคับที่กำหนดไว้แล้วล่วงหน้า การทำงานโดยอัตโนมัติทำให้นักออกแบบมีอิสระในการทำงาน ได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่แทบจะไม่มีผู้ริเริ่มสไตล์การออกแบบ การทำสิ่งใหม่ ๆ เป็นงานที่เสี่ยงอย่างหนึ่ง และการเปลี่ยนแปลงภาษาภาพอย่างสุดโต่งของสิ่งพิมพ์อาจต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงด้านสถิติและประชากร ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบมีแนวโน้มเกิดขึ้นแบบค่อยเป็นค่อยไปและขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีการสื่อสารที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในช่วงเวลานั้น นวัตกรรมมีแนวโน้มมาจากสิ่งพิมพ์ที่มีตราสินค้าเป็นที่นิยมของตลาด เช่น Wired, Colors, I-D และ The Face

องค์ประกอบรูปแบบคือ พื้นฐานขององค์ประกอบเลย์เอาท์ การตรวจสอบองค์ประกอบอธิบายถึงลักษณะการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบ ปรัชญาการมองเห็นได้จากการออกแบบปกหนังสือนิตยสาร VOGUE ตั้งแต่ปี 1916 จนถึง 2006 (ภาพที่ 2.55)

การออกแบบในปี 1916 ชื่อความจะเด่นสะดุดตา ซึ่งเป็นเครื่องบ่งชี้อย่างหนึ่งของข้อความที่ใช้กันแพร่หลายในยุคสมัยนั้น สิ่งพิมพ์ที่มีภาพประกอบกลายเป็นสิ่งที่คำนึงถึงในอันดับรองลงมา ปี 1919 มีการแก้ไขความโดดเด่นของตัวอักษรเพื่อให้มีอิทธิพลต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ในช่วงเวลานั้น นักวาดภาพตัวอย่างประกอบ อย่างเช่น Christian Berard และ Georges Lepape ได้พัฒนารูปแบบที่เป็นภาพประกอบซึ่งกลายมาเป็นคำที่มีความหมายเหมือนกับความสะดวกและเอกลักษณ์ ปี 1920 ถึงต้นปี 1930 รูปแบบโลโก้ข้อความ ซึ่งได้จากรูปทรงเรขาคณิตเปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบการพิมพ์ เทคนิคภาพประกอบในยุคนี้ถูกครอบงำอีกครั้งจากการใช้สีเรียบ แต่มีตัวอย่างภาพถ่ายอยู่บ้างแล้วที่ปรากฏในเลย์เอาท์ ภาพถ่ายเหล่านี้ได้รับอิทธิพลจากอุตสาหกรรมเอกสารนิตยสารที่ส่งงานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่โฆษณาเป็นการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพยนตร์และการเคลื่อนไหวของงานศิลปะในยุคนั้น กลางปี 1930 ศิลปะหน้าปกได้เปลี่ยนแปลงไปสู่เทคนิคการเขียนภาพแบบหลวม ๆ ข้อความก็ปรากฏอยู่เช่นกัน ภาพถ่ายทำให้มีการเปิดตัวหน้าปกครั้งแรกในปี 1936 และมีอิทธิพลนับตั้งแต่นั้นมา บางคนอาจแย้งว่ามีผลโดยตรงจากข้อเท็จจริงและเหตุการณ์เกี่ยวกับเทคโนโลยี และเราเห็นว่าการใช้ภาพถ่าย ก็เพื่อให้มีอิทธิพลต่อสาระสำคัญสำหรับการออกแบบหลังปี 1950



ภาพที่ 2.55 การใช้ความสัมพันธ์แบบกลุ่มเพื่อสร้างเลย์เอาต์ที่มีลักษณะโดดเด่น
(ที่มา : Paul Cleveland: 2009)



ภาพที่ 2.56 หน้าปกหนังสือนิตยสาร VOGUE ระหว่างปี 1916 -2006
(ที่มา : Paul Cleveland: 2009)

สงครามในช่วงปี 1940-1943 ได้เห็นถึงการครอบงำของภาพซึ่งเป็นสื่อกลาง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการออกแบบข้อความ Sans serif ตัวอักษรซึ่งใช้กันในปัจจุบันนี้ ปรากฏตัวครั้งแรกในปี 1939 ในปี 1940 ได้กลายมาตัวเลือกในการออกแบบตัวอักษร การตลาดช่วงหลังสงครามกำหนด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ว่าคุณค่าของตราสินค้ามีอยู่ในเอกลักษณ์เฉพาะของข้อความ โลโก้ สิ่งนี้จำเป็นต้องศึกษาวิธีการอื่นๆ เพื่อเน้นและยึดถือความสนใจของผู้มอง หรือที่รู้จักกันในคำว่า “ความสามารถในการปลุกเร้า”

Yarbus (1967) ซึ่งให้เห็นว่า ใบหน้าของผู้คนถูกนำเสนอสอดคล้องกับส่วนที่เป็นจุดเด่นของภาพ Cerf et al. (2007) ให้ข้อสังเกตว่า “แม้ว่านักสังเกตจะไม่ได้มองดูสิ่งใดๆ อย่างเฉพาะจงบนใบหน้าก็ตาม” ตั้งแต่ต้นปี 1960 จนถึงปัจจุบัน แนวคิดเกี่ยวกับการมองภาพบุคคลในนิตยสารได้กลายมาเป็นรูปแบบการออกแบบที่มีความโดดเด่น ตั้งแต่ปี 1980 จนถึงปัจจุบัน หน้าปกนิตยสาร VOGUE ทุกฉบับใช้วิธีการนี้ ลักษณะการมองตาของบุคคล เป็นวิธีการที่ดึงดูดและมีพลัง แต่ก็ยังมีวิธีการอื่น ๆ ที่ถูกนำมาใช้เพื่อปลุกเร้าความสนใจ

นับจากปลายปี 1940 เป็นต้นมา ผู้เข้าเนื้อหาถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปลุกเร้าบนหน้าปกนิตยสาร ปี 1950 ลักษณะเด่นของการออกแบบถูกนำไปใช้กับอสังหาริมทรัพย์ในหน้าปกนิตยสารมากขึ้น เพื่อเน้นผลกระทบ รูปแบบตัวอักษรดั้งเดิม คือ Serif ถูกเปลี่ยนไปเป็น San serif ตัวเอียงหนา ซึ่งเห็นได้จากการเปรียบเทียบกันของปกนิตยสารปี 1967 กับปี 2006 ในปี 1990 ไม่เพียงแต่จำนวนข้อความเพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ตัวอักษรมีขนาดใหญ่ขึ้นด้วย ตัวพิมพ์เล็กถูกนำมาใช้ เพราะมีแนวโน้มทำให้ภาพจากหลังปรากฏผ่านพื้นที่ที่ตัดกันได้มากกว่าตัวพิมพ์ใหญ่ หน้าปกนิตยสารในปี 2006 ในภาพที่ 2.56 แสดงถึงการปรับเปลี่ยนตัวลักษณะเด่นของอักษรเพื่อเพิ่มการปลุกเร้าความสนใจ ในที่นี้ เราไม่เพียงแต่มีข้อความขนาดต่างๆ เท่านั้น แต่ยังมีข้อความที่เป็นตัวพิมพ์ใหญ่และตัวพิมพ์เล็กในขนาดและสีที่แตกต่างหลากหลาย ความซับซ้อนในการจัดเรียงและการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบได้เพิ่มการปลุกเร้าความสนใจดังกล่าว เพื่ออธิบายให้เห็นว่าพัฒนาการภาษาภาพไม่ได้เป็นเหตุการณ์แยกต่างหากของตัวอย่างรูปแบบบ้านสำหรับนิตยสาร Cosmopolitan ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนารูปแบบที่เหมือนกัน (ภาพที่ 2.57)



ภาพที่ 2.57 หน้าปกนิตยสาร Cosmopolitan ระหว่างปี 1905 – 2008

(ที่มา: Paul Cleveland: 2009)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เราอาจเห็นได้จากตัวอย่างหน้าปกของนิตยสาร VOGUE และ Cosmopolitan ว่ายุคสมัยที่ต่างกันมีลักษณะรูปแบบเฉพาะของมันเองซึ่งประกอบขึ้นเป็น Grammar อย่างที่เห็นกันในปัจจุบัน เหล่านี้พบได้ในองค์ประกอบซึ่งประกอบด้วย การออกแบบ เครื่องมือออกแบบ ข้อความ ภาพประกอบ และรูปภาพ รวมถึงความใกล้ชิดของการจัดวางองค์ประกอบ ในอีกระดับหนึ่ง ลักษณะข้อความซึ่งมีสีสันและรูปแบบก็เป็นอุปกรณ์สำคัญในการสร้างลักษณะรูปแบบ ด้วยลักษณะรูปแบบที่แตกต่างกัน รวมถึงวิธีการออกแบบสามารถเปลี่ยนจากรูปแบบหนึ่งไปเป็นอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งในการทำดังกล่าวต้องตระหนักว่า ความสัมพันธ์ในการสื่อสารจะเปลี่ยนแปลงไป ด้วยเราอาจแย้งว่ามีผลกระทบ (Sapir-Whorf effect) ในการทำงาน การอ่านเลยเอาที่นอกเหนือเวลา ดั้งเดิมจะแตกต่างไปจากการอ่านเลยเอาที่ของผู้ชมร่วมสมัยค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงอาจมีข้อโต้แย้งว่า ความตั้งใจของนักออกแบบในช่วงปี 1950 แตกต่างไปจากความตั้งใจของนักออกแบบร่วมสมัยอย่างสิ้นเชิง สิ่งที่ปรากฏมีคุณค่าสูงในการปลุกเร้าความสนใจในปี 1950 อาจมี/หรือไม่มีคุณค่าเหมือนกับปัจจุบันก็ได้ การนำตัวแปรรูปแบบที่มีอยู่แล้วมาทำใหม่(retrofitting) ในยุคร่วมสมัย ซึ่งเห็นได้ชัดเจนช่วงหลังปี 2000 ซึ่งให้เห็นว่า การออกแบบตามสมัยนิยมยังคงมีศักยภาพสูงในการกระตุ้นเร้าความสนใจ

2.10.2 การสร้างดัชนีลักษณะรูปแบบ (SAI)

ในการจำลองแบบการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในเลย์เอาต์ เราจำเป็นต้องอาศัยกลไกที่สามารถเสนอตัวแปรที่มีความหมายจากสิ่งที่เราเลือก ดัชนีลักษณะรูปแบบ (SAI) เป็นระบบตรรกะอย่างหนึ่งซึ่งช่วยให้มีตัวเลือกดังกล่าว ดัชนี SAI ของทั้งหมดประกอบด้วยกลุ่มองค์ประกอบที่เป็นตัวสร้างเลย์เอาต์ การพิจารณาอย่างแรก คือ ลักษณะพิเศษขององค์ประกอบที่สามารถประกอบขึ้นเป็นเลย์เอาต์ ลำดับความโดดเด่น คือรูปแบบที่สำคัญอย่างหนึ่งในการสร้างดัชนี SAI เนื่องจากเป็นตัวกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ

ภาพที่ 2.58 อธิบายวิธีการต่าง ๆ สามารถอ่านลักษณะพิเศษได้ วิธีการด้านซ้ายมือในภาพที่ 2.55 ซึ่งให้เห็นถึงลักษณะพิเศษที่ใช้ข้อสรุปการวิจัยของ Yarbus ซึ่งขึ้นอยู่กับความกล้าเอียงจากบนลงล่างซึ่งพยายามสร้างความรู้สึกขององค์ประกอบ ดังนั้น นัยน์ตาของใบหน้าที่ใหญ่มีความโดดเด่นมากที่สุด รองลงมาคือ ใบหน้าอื่น ๆ จากนั้นจึงเป็นพาดหัวและข้อความ

ในปี 1953 เลย์เอาต์ด้านขวา-บน (B) กลุ่มวิธีการมองจากบนลงล่างซึ่งพัฒนาขึ้น โดย iLab มหาวิทยาลัยเซาธ์แคลิฟอร์เนีย (Lee et al., 1999) ถูกนำมาใช้เพื่อระบุเส้นทางที่มีลักษณะพิเศษ วิธีการนี้มีประสิทธิภาพและใกล้เคียงกับการตอบสนองของสิ่ง



ภาพที่ 2.58 การจัดวางปกนิตยสาร Cosmopolitan ปี 1953 วิธีการจากบนลงล่าง (ด้านซ้าย) และวิธีการจากล่างขึ้นบน (ด้านขวา) (ที่มา : Paul Cleveland : 2009)

รายละเอียดอธิบายกระบวนการ สามารถหาอ่านได้จาก “Computational Modeling of Visual Attention” (Itti and Koch, 2001) ข้อสรุปด้านขวามือ คือ การหมุนเวียนของลูกนัยน์ตาตามเข็มนาฬิกาซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะการมองเห็น เช่น ความเข้ม ความเปรียบต่าง ความขัดแย้งของสี การปรับและทิศทาง (Attic and Koch, 2001) โดยไม่ทำให้สูญเสียความรู้สึกแห่งการจินตนาการ ซึ่งอยู่นอกเหนือขอบเขตการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แต่งานวิจัยของ Itti and Koch (2001) ได้ให้ภาพรวมทั่วไปของกระบวนการ ความโดดเด่นหรือลักษณะพิเศษในกรณีนี้ขึ้นอยู่กับสี รูปร่าง รูปแบบ และการจัดวางตำแหน่งโดยไม่มีกรอ่านเนื้อหา มีคุณค่าในฐานะที่เป็นเครื่องมือวินิจฉัย

การจัดเรียงความโดดเด่นสำหรับภาพถ่ายไม่จำเป็นต้องกระทำแบบเปิดเผย และในการเปลี่ยนแปลงการออกแบบสามารถแลกเปลี่ยนระหว่างกันได้ (ภาพที่ 2.58 ตัวอย่าง 5C) สิ่งนี้ไม่ใช่ประเด็นสำคัญกับข้อความ เนื่องจากแบบแผนการเรียงพิมพ์ที่สัมพันธ์กับเลย์เอาต์สั่งให้มีการจัดเรียงลำดับความโดดเด่น ภาพที่ 2.58 ตัวอย่าง 5B อธิบายการเปลี่ยนแปลงการจัดเรียงความโดดเด่นของข้อความและรูปแบบขององค์ประกอบ เนื่องจากตัวอย่างเป็นหน้าคู่ และอ่านจากซ้ายไปขวา และจากบนลงล่าง ความลำเอียงของทิศทางมักเป็นการหมุนทวนเข็มนาฬิกา การนำแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบที่เป็นแหล่งที่มาของสัญลักษณ์ภาพของ Kress and Van Leeuwen’s (2001) ลักษณะพิเศษขององค์ประกอบข้อความในการรวมเข้าด้วยกันในลักษณะเฉพาะกำหนดการสร้างรูปแบบจากความสัมพันธ์ของความโดดเด่น ในอีกด้านหนึ่ง เลย์เอาต์อย่างเช่นที่ปรากฏในภาพที่ 5 เป็นรูปแบบอย่างง่าย และไม่ซับซ้อนเกินไปสำหรับนักออกแบบที่มีประสบการณ์ ในความเป็นจริง การตัดสินใจเกี่ยวกับองค์ประกอบของดัชนี SAI อย่างเช่น ความสมมาตร ความสมดุล และความเท่าเทียมกัน เป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนเมื่อนำองค์ประกอบในเลย์เอาต์มาวิเคราะห์ ดัชนี SAI ประกอบด้วยพารามิเตอร์ซึ่งกำหนดขอบเขตของตัวเลือก เหล่านี้สามารถอธิบายได้ว่าเป็นผลต่างอนุพันธ์ทาง

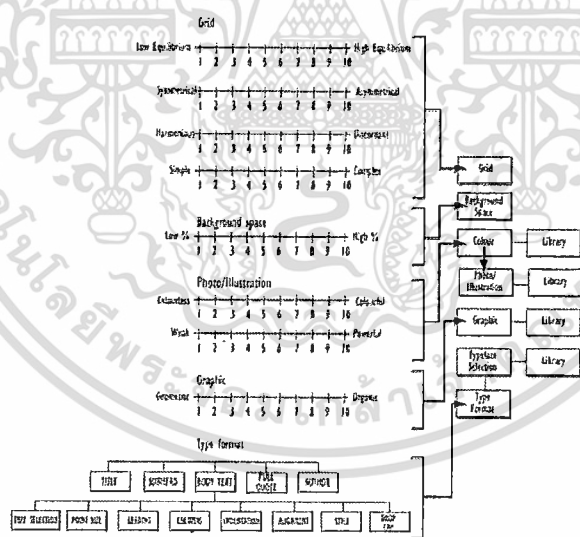
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความหมายซึ่งสามารถเลือกได้จากสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม (ภาพที่ 2.59) แสดงชั้นแรกของดัชนี SAI ซึ่งสามารถกำหนดไว้ก่อนล่วงหน้า และระบุตัวเลือกได้

2.10.3 การสร้างตาราง

การจัดวางองค์ประกอบถูกกำหนดจากฟังก์ชันด้านสุนทรียภาพซึ่งเป็นตัวกำหนดลำดับและความซับซ้อนของการออกแบบ สูตรการคำนวณที่ใช้ในวิธีการแก้ปัญหาได้จากงานวิจัยของ Birkhoff (1933) สูตร $M = O/C$ ซึ่งให้มาตรวัดด้านความงามสำหรับรูปทรงที่มีหลายมุม มาตรวัด (M) ทำกับลำดับ (O) ทหารด้วยความซับซ้อน (C) ผลรวมของเวกเตอร์ซึ่งอธิบายรูปทรงกลายมาเป็น มาตรวัดความซับซ้อน แนวคิดเดียวกันนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับการออกแบบเลย์เอาต์ เพื่อให้ค่าตัวแปรรูปแบบที่ยอมรับให้มีการเปลี่ยนแปลงความซับซ้อนในการออกแบบ ความซับซ้อนถูกมองว่าเป็นกลไกสร้างตัวกระตุ้นในลักษณะที่คล้ายกับการใช้ความซับซ้อนในการออกแบบปกนิตยสาร VOGUE สิ่งนี้อาจได้ผลในทางตรงกันข้ามหากลำดับเป็นตัวยับยั้งตัวกระตุ้นเร็ว

ตัวอย่างในภาพที่ 2.60 อธิบายวิธีการนำไปประยุกต์ใช้กับกระบวนการสร้างเลย์เอาต์ ความซับซ้อนจะคำนวณจากจำนวนที่น้อยที่สุดของแนวนอน (H) และแนวตั้ง (V) ที่ขยายออกไป ซึ่งจะทำให้เกิดเลย์เอาต์ สิ่งที่เพิ่มเข้าไปคือ จำนวนองค์ประกอบ (E) ในเลย์เอาต์ สูตร $C = \sum_{i=1}^n H + \sum_{j=1}^n V + \sum_{k=1}^n E$.



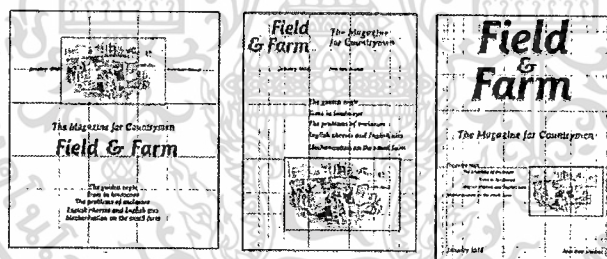
ภาพที่ 2.60 การกำหนดผลต่างอนุพันธ์ทางความหมาย และลักษณะพิเศษของตรรกะของดัชนี SAT (ที่มา : Paul Cleveland : 2009)

ตารางในภาพที่ 2.60 ใช้ค่าสูงของความสมมาตรในการสร้าง แต่แสดงความแตกต่างในด้านความซับซ้อนซึ่งตรงกับความแตกต่างในวิธีการแก้ปัญหาการวางจัดเลย์เอาต์ เลย์เอาต์ทางซ้ายมือมีค่าความซับซ้อนเท่ากับ 16 (5 + 5 + 6) ซึ่งจะถูกมองว่าเป็นผลลัพธ์ของตารางสมมาตร อีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สองตัวอย่างใช้อ็องค์ประกอบแบบเดียวกัน แต่ค่าความซับซ้อนแตกต่างกัน ตารางยังคงมีความสมมาตร แต่อັศยส่วนที่เป็นสี่ทง (อัตราส่วนด้านความงาม เท่ากับ 1.618) แทนที่จะมีช่องเว้นที่สม่ำเสมอ ค่าความซับซ้อนสำหรับส่วนกลาง คือ 24 (9 + 9 + 6) และด้านขวามือ คือ 32 (13 + 13 + 6) ทั้งสองวิธีแสดงค่าพลังงานสูงกว่าวิธีทางด้านซ้ายมือ

ขั้นตอนวิธี (Algorithm) ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ของเลย์เอาท์โดยใช้ตารางซึ่งยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงความซับซ้อนได้ ความเท่ากันอย่างสมมาตร และความกลมกลืนสอดคล้อง ไม่มีการตัดสินใจเกี่ยวกับแนวคิดด้านความงามที่เกี่ยวข้องกับค่าพารามิเตอร์ที่แตกต่างกัน ภาพที่ 2.61 อธิบายพารามิเตอร์ 4 ตัวในตาราง ความสมดุล หมายถึง สภาพที่การจัดวางองค์ประกอบแต่ละอันทำให้ได้แบบที่สม่ำเสมอและสมดุล ในการทดลองนี้ ค่าความสมดุลแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของระบบตาราง ค่าสมมาตรถูกกำหนดหากเส้นตารางถูกสะท้อนให้เห็นที่ส่วนกลางของเลย์เอาท์ในแนวนอนและแนวตั้ง มิติด้านความกลมกลืน/ขัดแย้งมีผลต่อการกำหนดทิศทางของตาราง ค่าต่ำจำกัดให้ตารางใช้วิธีการแนวนอนและแนวตั้ง ในขณะที่ค่าสูงยอมให้เส้นทแยงมุมซึ่งทอดคู่ขนานไปกับมุมสุม ค่าความซับซ้อนจะบอกว่าตารางตัวเลือกมีอยู่จำนวนเท่าไร และการพิจารณาในด้านอื่น เช่น จำนวนลักษณะตัวพิมพ์และองค์ประกอบที่สามารถในการใช้ในการแก้ปัญหา



ภาพที่ 2.60 การสร้างตาราง
(ที่มา : Paul Cleveland : 2009)

แผนการสร้างถูกระบุว่าเป็น “การประมวลผล” เครื่องมือในการมองภาพใช้ภาษาจาวา ภาพที่ 2.61 อธิบายวิธีการจัดวางเลย์เอาท์บางส่วนที่อาศัยข้อมูลป้อนเข้า ผลที่ได้ไม่สามารถนำมากำหนดแผนที่ให้ตารางได้ ดังนั้น จึงแสดงการจัดวางแบบสุ่มสำหรับวิธีที่ดีที่สุดที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลป้อนเข้า ภาพด้านซ้ายมือ แสดงค่าสูงสำหรับความสมมาตรแนวนอนและแนวตั้ง ความสมดุลและความเท่ากัน ภาพขวามือเกี่ยวข้องกับความเท่าเทียมกันเพียงอย่างเดียว ดังนั้น องค์ประกอบของภาพส่วนมากถูกถ่วงดุลด้วยพื้นที่เปิด

ภาพที่ 2.62 อธิบายผลสรุปบางประการของกลุ่มวิธีการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ภาพด้านซ้ายมือ ค่าความซับซ้อนต่ำ แต่ค่าความเท่าเทียมกันสูง ซึ่งสิ่งนี้เห็น ได้ชัดจากลักษณะที่สมมาตร เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ผ่านการแก้ไข ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กันของการจัดวางผัง วิธีการจะกำหนดจุดสมดุลของวัตถุแต่ละชิ้นและปรับการจัดวางตำแหน่งให้ สอดคล้องกัน ภาพด้านซ้ายมือ พื้นที่ขนาดใหญ่สีดำของภาพประกอบซึ่งแสดงเป็นผมและหมวก ถูกทำให้สมดุลกัน โดยข้อความสีขาวที่อยู่ด้านล่างซ้าย

วิธีการที่เราพัฒนาขึ้นนี้ ใช้ข้อมูลป้อนเข้าสำหรับวัตถุจำนวนหนึ่งและขนาดของวัตถุซึ่ง สัมพันธ์กัน ขนาดที่ใหญ่กว่าจะยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงมิติต่างๆ ในท่ามกลางองค์ประกอบได้ มากกว่า สามารถสร้างตัวเลือกได้ตามผลรวมของค่าสมมาตรตามแนวนอนและแนวตั้ง ความสมดุล และความเท่าเทียมกัน มิติความยาก-ง่ายจะกำหนดช่วงของตัวเลือกตารางที่สามารถใช้วิธีการ แก้ปัญหาได้ ส่วนมิติสมดุล-ไม่สมดุลจะกำหนดตำแหน่งของเส้นตาราง พารามิเตอร์นี้เป็นค่าเฉลี่ย ของการวัดความสมมาตรและความเท่าเทียมกัน ค่าต่ำจะให้การออกแบบที่สมมาตรและสมดุล แต่ ค่าสูงจะให้การออกแบบที่ไม่สมดุล

ในภาพที่ 2.62 ภาพส่วนตรงกลางอธิบายการจัดวางผังที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ภาพด้าน ขวามืออธิบายวิธีการจัดเลย์เอาต์ที่เหมาะสมกับตารางที่ค่อนข้างมีความซับซ้อน โครงสร้างตาราง เป็นผลโดยตรงของค่าที่สันนิษฐานว่าสมมาตรและเท่าเทียมกัน มีความเป็นไปได้สำหรับการ เปลี่ยนแปลง โครงสร้างตารางจากสัดส่วนความงามอื่น



ภาพที่ 2.61 ตัวอย่างการจัดวางองค์ประกอบ โดยใช้ขั้นตอนวิธี
(ที่มา : Paul Cleveland : 2009)



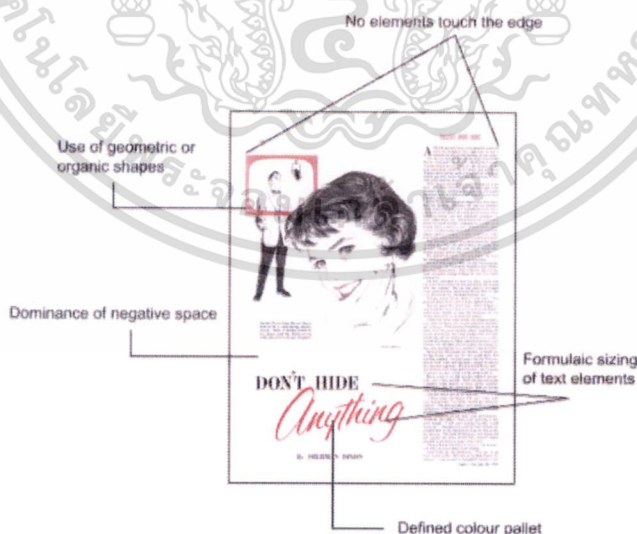
ภาพที่ 2.62 การสร้างเลย์เอาต์โดยใช้ความงามในช่วงปี 1950
(ที่มา : Paul Cleveland : 2009)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการทดสอบความเที่ยงตรงของตรรกะอัลกอริทึม รูปแบบในช่วงปี 1950 ถูกเลือกมา เนื่องจากรู้สึกว่าความงามในปี 1950 สามารถจัดให้เหมาะสมได้ง่ายโดยใช้เครื่องมือที่สร้างขึ้น พารามิเตอร์ที่ระบุในภาพที่ 2.63 อย่างเช่น องค์กรประกอบที่สมดุล โดยไม่มีความดึงเครียด ความสำคัญของพื้นที่รอบตัววัตถุ การใช้งานผสมสีที่จำกัด การจัดวางข้อความและองค์กรประกอบ ภาพเพื่อรองรับองค์กรประกอบที่สมดุล สามารถจัดให้เหมาะสมได้โดยใช้ขั้นตอนวิธี

Kadinsky (1979) กล่าวว่า องค์กรประกอบด้านความงามถูกกำหนดจากความสัมพันธ์กับ กรอบ Kadinsky สร้างทฤษฎีในลักษณะเชิงจิตพิสัยซึ่งเมื่อองค์กรประกอบเข้าถึงกรอบ ความรู้สึกดึงเครียดจะดูเหมือนเพิ่มขึ้นด้วย แต่เมื่อองค์กรประกอบสัมผัสขอบ ความดึงเครียดก็จะหายไป ดังนั้น การเพิ่มความดึงเครียดสูงสุดในภาพ จะต้องจัดวางองค์กรประกอบรอบๆ กรอบ การจัดวางเลย์เอาท์ปี 1950 โดยทั่วไปจะไม่แสดงค่าสูงของความดึงเครียด ดังนั้น องค์กรประกอบที่จัดวางอยู่ตำแหน่งกลาง จะเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด มิติอ่อนแอ/มีพลังของพารามิเตอร์ภาพ/ภาพประกอบในภาพที่ 2.58 ได้ ทัศนปรากฏการณ์นี้ โดยการยอมให้มีภาพที่เหลื่อมกันและภาพภาพที่ถูกตัดขอบ มิติความกลมกลืน/ขัดแย้งของพารามิเตอร์ในตาราง มีผลต่อการปรับทิศทางของภาพและข้อความเช่นกัน โดยยอมให้ ใช้วิธีการที่ไม่ใช่แนวนอนและแนวตั้ง โดยขึ้นอยู่กับค่าที่เลือก

ภาพที่ 2.64 อธิบายปรากฏการณ์เหล่านี้ในฐานะที่เป็นตัวแปรรูปแบบ ภาพที่ 2.64 A อธิบายการจัดวางเลย์เอาท์โดยใช้กฎเกณฑ์ตามวิธีการในปี 1950 เวคเตอร์ลักษณะพิเศษชี้ให้เห็นถึง การที่ภาพถูกตีความหมาย สิ่งนี้สอดคล้องกับเส้นทางการอ่านของ Kress และ Van Leeuwen (1996) ภาพที่ 2.64 B โดยเบื้องต้นแล้วจะเหมือนกับภาพที่ 2.64 A



ภาพที่ 2.63 ตัวแปรเกี่ยวกับสุนทรียศาสตร์ ปี 1950
(ที่มา : Paul Cleveland : 2009)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่ไม่มีภาพที่สัมผัสขอบ เป็นการยากที่จะเห็นว่าปัจจัยความตึงเครียดมีมากขึ้นในเลย์เอาต์ ภาพที่ 2.64 C แสดงค่าความตึงเครียดที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากการเหลื่อมกันของภาพ และมีทิศทางทแยงมุม ภาพที่ 2.64 D แสดงถึงความตึงเครียดที่เพิ่มขึ้น พร้อมกับค่าความเท่าเทียมและความสมมาตรต่ำ และองค์ประกอบที่อยู่ติดกับขอบของผัง ลักษณะที่โดดเด่นถูกแปลความหมายเป็นเส้นทแยงมุม ในแง่ของดัชนี SAI เราอาจกล่าวได้ว่า วิธีการ A, B และ C สามารถยอมรับได้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงที่เป็นวิธีการปี 1950 สำหรับประเภทเฉพาะ แต่วิธีการ D ไม่เป็นที่ยอมรับ

2.10.4 องค์ประกอบอื่นของดัชนี SAI

เราเพียงแต่มองการจัดตำแหน่งภาพซึ่งสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่น ๆ ภายในเลย์เอาต์ โดยผ่านการสร้างตาราง หนึ่งในองค์ประกอบที่มีอิทธิพลมากที่สุดของรูปแบบ คือการใช้พื้นที่ด้วยการจัดวางเลย์เอาต์ พื้นที่คืออสังหาริมทรัพย์ซึ่งมีองค์ประกอบต่าง ๆ อยู่ ปริมาณข้อมูลที่จัดวางในเลย์เอาต์ถูกควบคุมจากสัดส่วนของภาพต่อข้อความ และปริมาณพื้นที่ซึ่งถูกปล่อยให้ว่าง แม้ว่าพื้นที่จะถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่ว่าง แต่พื้นที่นั้นยังคงมีอิทธิพลสำคัญต่อสไตล์การออกแบบทั้งหมด ขั้นตอนวิธีของแผนงานสามารถปรับภาพและขนาดของข้อความให้เหมาะสมกับอัตราส่วนที่กำหนดไว้ก่อนแล้ว



ภาพที่ 2.64 โครงสร้างตารางส่วนที่เป็นสีทองแสดงถึงเวกเตอร์ความโดดเด่น (A) เลย์เอาต์ที่ใช้กฎการสร้างผัง, (B) เลย์เอาต์ที่มีความตึงเครียดของขอบ, (C) เลย์เอาต์ที่มีค่าความตึงเครียดสูงเนื่องจากการเหลื่อมกันของภาพที่, (D) ค่าความตึงเครียดเพิ่มขึ้นเมื่อค่าความเท่าเทียมกันและค่าความสมมาตรลดลง (ที่มา : Paul Cleveland : 2009)

จากตัวอย่าง เลย์เอาต์นิตยสารสำหรับเนื้อหาด้านบันเทิงคดีตั้งแต่ปี 1950 เป็นต้นมาชี้ให้เห็นถึงการใช้โครงสร้างการออกแบบที่เป็นสูตรอย่างเด่นชัด องค์ประกอบต่าง ๆ ของเลย์เอาต์เหล่านี้ประกอบด้วย ภาพพร้อมคำอธิบาย พาดหัว หัวข้อย่อย ข้อความ อักษรตัวโตกว่าขนาดปกติของย่อหน้า การเลือกข้อความที่ดึงดูดความสนใจ ชื่อผู้ประพันธ์ คุณสมบัติของผู้อธิบายภาพ และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวเรื่องกำกับหน้า เมื่อเห็นว่าองค์ประกอบทั้งหมดเหล่านี้กำหนดความโดดเด่น และความสัมพันธ์ต่อกันกำหนดตำแหน่งในเลย์เอาต์ แม้ว่าจะมีองค์ประกอบจำนวนมาก แต่ลักษณะเด่นอาจไม่ปรากฏเสมอไป ในบางกรณีพื้นที่รอบตัววัตถุอาจมีความโดดเด่นได้ คำว่า “พื้นที่รอบตัววัตถุ” (Negative space) หมายถึงพื้นที่ของเลย์เอาต์ซึ่งไม่ได้ถูกจับจองโดยองค์ประกอบของเลย์เอาต์ ในการกำหนดพื้นที่ การดูว่าความโดดเด่นขององค์ประกอบมีเหนือกว่าพื้นที่รอบตัววัตถุหรือไม่นั้น หน้าแผ่นปี 1950 (ระหว่างปี 1950 – 1958) จากนิตยสารที่นิยมกันถูกนำมาวิเคราะห์ ในเบื้องต้นทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบจากสิ่งพิมพ์ 8 ฉบับ จากนั้น วิเคราะห์หน้าคู่กลาง 5 คู่จากนิตยสารหนึ่งฉบับในลักษณะเดียวกัน (ภาพที่ 2.65) วิธีการจัดวางเลย์เอาต์ประเภทนี้อาศัยความสามารถของภาพที่ถูกคัดเลือก แต่ละภาพถูกแปลงให้เป็น ray scale และ threshold วิธีนี้จะแปลงวัตถุส่วนหน้าเป็นสีดำ และพื้นหลังให้เป็นสีขาว จากนั้นนับจุดภาพ (pixels) ซึ่งแปลงเป็นค่าร้อยละ

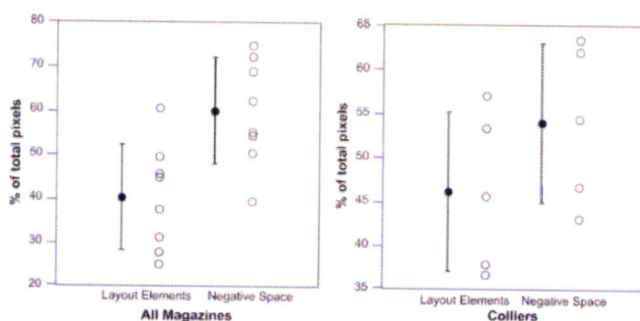
ค่าเฉลี่ยสำหรับนิตยสาร 2 กลุ่ม ซึ่งให้เห็นว่า ร้อยละของพิกเซลบนพื้นที่รอบตัววัตถุ สูงกว่าองค์ประกอบของเลย์เอาต์ (ภาพที่ 2.66) แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนที่นับได้ เพื่อให้เกิดความประทับใจกับรูปแบบซึ่งจำลองมาจากภาพที่ 2.65 สัดส่วนของพื้นที่รอบตัววัตถุต้องสูงกว่าพื้นที่ที่ถูกจับจองโดยองค์ประกอบของเลย์เอาต์ ร้อยละ 10-20 ภาพที่ 2.67 อธิบายแนวทาง 2 วิธีที่แตกต่างกัน โดยใช้อัตราส่วน องค์ประกอบของเลย์เอาต์ได้มาจากห้องสมุด ซึ่งขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่จัดวาง โดยจะเห็นได้จากภาพที่ 6 ยกตัวอย่างเช่น เมื่อจำนวนภาพถ่ายหรือภาพประกอบคำอธิบายถูกกำหนดโดยพารามิเตอร์ที่มีสีสันและมีประสิทธิภาพ เพื่อดูว่าความลึกและความอึดตัวของสีของภาพดั้งเดิมยังคงถูกรักษาไว้หรือว่าจางหายไป สีคือตัวปรับรูปแบบที่มีความสำคัญอย่างหนึ่ง การรวมสีบางสีเข้าด้วยกันอาจสะท้อนให้เห็นถึงยุคสมัยได้ ค่าสีต่ำจะให้วิธีการแก้ปัญหาแบบขาว-ดำ หากค่าสีสูงจะใช้สีทั้งหมด วิธีการที่มีค่าใกล้เคียงกับมิติไร้สีและอ่อนแอ จะให้วิธีการที่มีค่าเป็นสีเทา มิติอ่อนแอ/มีพลัง ก็เป็นตัวกำหนดว่าภาพที่ถูกดับขอบหรือเหลื่อมล้ำกับองค์ประกอบอื่นหรือไม่ ภาพที่ 2.68 อธิบายการใช้งานสีที่กำหนดไว้แล้วล่วงหน้าสำหรับวิธีการรูปแบบปี 1950 ซึ่งได้มาจากห้องสมุดซึ่งเสนอทางเลือกที่สามารถแลกเปลี่ยนกันได้



ภาพที่ 2.65 หน้าแผ่นที่ใช้ในการทดสอบเปรียบเทียบพื้นหลัง

(ที่มา : Paul Cleveland : 2009)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.66 ค่าเฉลี่ยจุดและคอดัมน์สำหรับพื้นที่รอบตัววัตถุและองค์ประกอบของเลย์เอ๊าท์
(ที่มา : Paul Cleveland : 2009)

วิธีการที่มีความซับซ้อนมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มภาพให้เป็นส่วนหนึ่งของวิธีการออกแบบพารามิเตอร์กราฟิกของดัชนี SAI ของ เรขาคณิต/ออร์แกนิก หมายถึงภาพที่ถูกสร้างเพิ่มขึ้น ภาพที่ 2.69 อธิบายการใช้กราฟิกเรขาคณิตทางด้านซ้ายด้วยการใช้สามเหลี่ยม วัตถุอินทรีย์ทางด้านขวาอยู่ในรูปของ blob type ในภาพชื่อหนังสือ

ต้องกล่าวอีกครั้งว่าวิธีการแก้ปัญหาต่างๆสามารถนำมาใช้สร้างวิธีการแก้ปัญหาดังกล่าวได้ ขั้นตอนวิธีจะผูกโยงภาพซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นพื้นหลังหรืออุปกรณ์เชื่อมโยงสำหรับองค์ประกอบอื่น ๆ ได้ ภาพที่ 2.70 อธิบายวิธีการแก้ปัญหาเชิงเรขาคณิต (ซ้ายมือ) และวิธีการแบบออร์แกนิกตามรูปแบบภาพที่ปี 1950 (ขวามือ)



ภาพที่ 2.67 วิธีการ 2 วิธีที่ใช้ความโดดเด่นของพื้นหลังในการจัดวางเลย์เอ๊าท์
(ที่มา : Paul Cleveland : 2009)



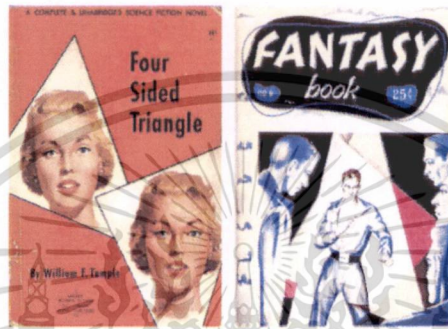
ภาพที่ 2.68 วิธีการแก้ปัญหาสี่ซึ่งนำมาจากแผ่นผสมสีที่กำหนดไว้ก่อนแล้ว

แสดงให้เห็นในวิธีการข้างต้น(ที่มา : Paul Cleveland : 2009)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.69 ภาพเชิงเรขาคณิต/ออร์แกนิก
(ที่มา : Paul Cleveland : 2009)



ภาพที่ 2.70 ตัวอย่างภาพที่สร้างขึ้น โดยใช้พารามิเตอร์เรขาคณิต/ออร์แกนิก
(ที่มา : Paul Cleveland : 2009)

ดัชนี SAI มีข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของข้อความ (ภาพที่ 2.59) ข้อมูลเหล่านี้ถูกอ้างอิงถึงขนาดทั้งหมดของหน้ากระดาษ ได้กำหนดไว้แล้วว่าประเภทของนิตยสารปี 1950 ที่เรากำลังพิจารณานั้น มีอัตราส่วนพื้นที่หลังมากกว่าองค์ประกอบของพื้นที่หน้า 10-20% เราสามารถปรับขนาดองค์ประกอบเหล่านี้ให้เหมาะสมได้ ประการแรก คือกำหนดจำนวนองค์ประกอบข้อความจากตัวอย่างในภาพที่ 2.70 องค์ประกอบสิ่งตีพิมพ์ ได้แก่ พาดหัว ชื่อผู้ประพันธ์ ชื่อนิตยสาร วันที่ และตัวข้อความ สิ่งนี้จะเป็นการเรียงลำดับลักษณะเด่นสำหรับนิตยสารบางประเภทโดยเฉพาะ การเรียงลำดับลักษณะเด่นถูกกำหนดจากข้อความที่มีค่าลักษณะเด่นที่เหมาะสม พาดหัว กำหนดค่าให้เป็น 1 จากนั้นกำหนดลักษณะตัวอักษร ขนาดของตัวอักษร รูปแบบตัวอักษร การจัดเรียง การนำเรื่องและความสัมพันธ์ระหว่างข้อความจากพารามิเตอร์รูปแบบที่กำหนดไว้แล้ว ความสัมพันธ์ของขนาดถูกกำหนดจากขนาดของตัวอักษร ในกรณีนี้ การเปลี่ยนแปลงขนาดตัวอักษร ถูกกำหนดให้อยู่ระหว่าง 8-11 วิธีการจะสุ่มเลือกขนาดตัวอักษรสำหรับข้อความระหว่างพารามิเตอร์ 2 ตัว และปรับขนาดรูปแบบอื่น ๆ ตามค่าลักษณะเด่น การเลือกตัวอักษรจะกำหนดจากคลังรูปแบบตัวอักษรซึ่งจะเลือกจากกลุ่มไบหน้าทีอธิบายลักษณะไว้ในจอแสดงภาพและ/หรือข้อความ ไบหน้าเหล่านี้จะเมื่อเหมาะสมกับวิธีการรูปแบบต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เราได้กล่าวถึงวิธีการสร้างองค์ประกอบในเลย์เอาต์และตารางไปบ้างแล้วภายหลังการคำนวณพื้นที่รอบตัววัตถุที่เหมาะสมกับผลลัพธ์ที่ต้องการ ประเด็นความสัมพันธ์ทั้งหมดระหว่างองค์ประกอบในแง่ของการจัดวางตำแหน่งไม่ได้นำมากล่าวถึง สิ่งนี้สามารถอธิบายได้ดีที่สุดจากการอธิบายกระบวนการที่วิธีการแก้ปัญหาขั้นสุดท้ายดำเนินการมาถึง แผนงานโดยผ่านขั้นตอนวิธีการค้นพบองค์ประกอบที่ประกอบขึ้นเป็นแบบจากรหัสข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วยรูปแบบตัวอักษร ข้อความ ภาพ องค์ประกอบและสีของภาพ แผนงานสร้างดีไซน์โดยการสุ่มจากองค์ประกอบ และกำหนดค่าให้แก่พารามิเตอร์แต่ละตัวในดัชนี SAI จากนั้นปรับเปลี่ยนแบบเล็กน้อย ๆ โดยเคลื่อนย้ายองค์ประกอบแต่ละตัว ปรับขนาดและสี รวมถึงการเลือกรูปแบบ หากแบบใหม่มีค่าใกล้เคียงกับแบบที่ต้องการ ก็จะถูกเก็บรักษาไว้ หรือมิฉะนั้นก็ต้องทิ้งไป และทำซ้ำใหม่ซึ่งต้องทำซ้ำหลายครั้ง แผนงานสิ้นสุดลงเมื่อดีไซน์เฉพาะ 1 แบบเป็นวิธีที่ดีที่สุด เมื่อจัดวางองค์ประกอบก็จะจัดเรียงในลักษณะเฉพาะ องค์ประกอบแรกที่ต้องจัดวาง คือตัวข้อความ หากมีข้อความ ก็มักจะจัดวางในคอลัมน์ที่เหมาะสม ตามด้วยการจัดวางภาพประกอบ/ภาพ/กราฟิก จากนั้นตามด้วยพาดหัว และข้อความอื่น ๆ ซึ่งกำหนดจากลำดับลักษณะเด่น เมื่อองค์ประกอบต่าง ๆ จัดวางบนเลย์เอาต์แล้ว พื้นที่เป้าหมายจะถูกกันไว้มิให้มีองค์ประกอบใด ๆ มาวางได้อีก เว้นแต่จะอนุญาตให้มีการเหลื่อมล้ำกันของภาพได้ ลำดับลักษณะเด่นของข้อความจะจัดวางในลักษณะใกล้ชิดกันหากมีพื้นที่พอ ภาพที่ 2.71 อธิบายการจัดวางองค์ประกอบเหล่านี้ด้วยวิธีการ 3 แบบจากวิธีการที่เป็นไปได้นับร้อยวิธี เห็นได้ชัดว่า บางภาพมีความโดดเด่นมากกว่าบางภาพ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบแต่ละอย่างมีผลกระทบสำคัญต่อการอ่านรูปแบบที่ถูกต้อง เช่น ภาพที่ 2.71 ตัวอย่างด้านซ้ายมือเป็นวิธีการที่ไม่ธรรมดาในช่วงปี 1950 เมื่อองค์ประกอบมีแนวโน้มลอยตัวมากกว่าการตั้งตูดซึ่งกันและกัน การจัดวางพาดหัวที่แฉกต่างของหน้ากระดาษ แทนการจัดวางที่ส่วนบนร้อยละ 50 ของกระดาษ สามารถเปลี่ยนแปลงลักษณะเด่นได้เมื่อเปรียบเทียบกับตัวอย่างอื่น ๆ



ภาพที่ 2.71 ตัวอย่างเลย์เอาต์ที่สร้างขึ้น 3 รูปแบบ ซึ่งแสดงความสัมพันธ์การจัดวางตำแหน่งข้อความ(ที่มา : Paul Cleveland : 2009)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ องค์ประกอบศิลป์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์: กรณีศึกษา วารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีวัตถุประสงค์ 4 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบศิลป์ที่ใช้กับการจัดรูปแบบวารสารประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 2) เพื่อศึกษาหลักการออกแบบขององค์ประกอบศิลป์ที่จำเป็นในการรับรู้ในวารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นกรณีศึกษา 3) เพื่อศึกษาประเด็นการรับรู้ที่เกิดจากกลุ่มเป้าหมายในองค์ประกอบศิลป์รูปแบบต่างๆ และ 4) เพื่อเสนอแนะการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ที่สามารถสื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อให้ผู้วิจัยได้ ทำการศึกษารรลุตาม วัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

- 3.1 ขั้นตอนการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์ โดยวิธีการศึกษาทั้งข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การทดสอบด้วยแบบจำลองและการตอบแบบสอบถามที่มีรูปภาพประกอบ การวิจัยนี้มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้ ดังแสดงในภาพที่ 3.1

ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นด้วยการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาจากการค้นคว้า เอกสาร ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงตัวแปรต่างๆ ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 ทำการเชื่อมโยงจากการทบทวนวรรณกรรมไปสู่ตัวแปรต่างๆ ไปใช้ในการสร้างเครื่องมือการวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 ทำการสร้างเครื่องมือโดยมีการพิสูจน์สมมุติฐาน แบ่งออกเป็นส่วนที่ 1 นำตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม มาใช้สร้างภาพจำลองในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 สร้างแบบสอบถามเพื่อวัดการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง จากแบบจำลองที่ได้สร้างขึ้น และนำเสนออาจารย์ผู้ควบคุมงานวิจัย ทำการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

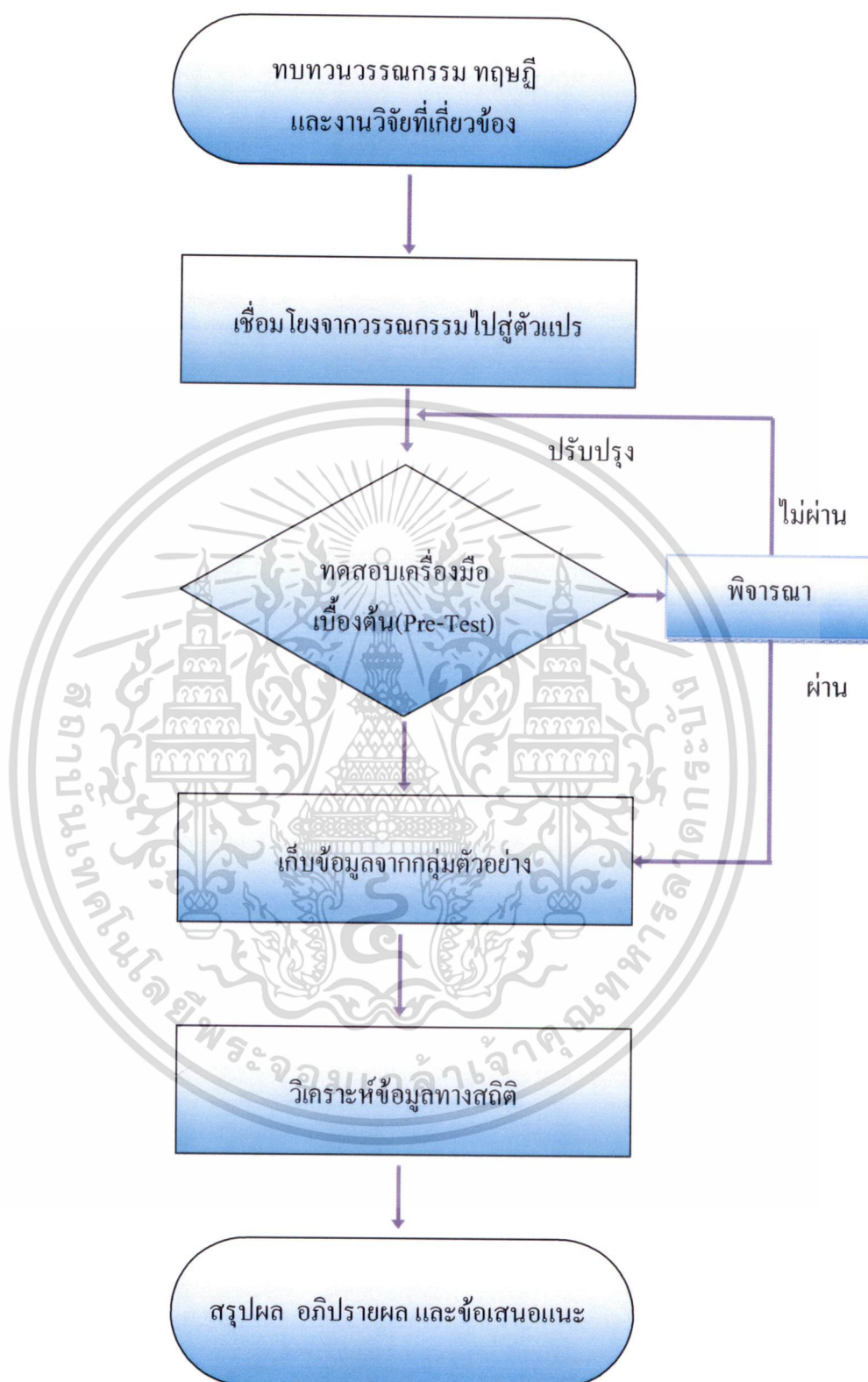
ขั้นตอนที่ 4 นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปทดสอบเบื้องต้น (Pre-Test) ก่อนที่จะนำไปใช้ทดสอบจริง และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้เครื่องมือสามารถสื่อปัจจัยที่แฝงในแบบทดสอบ และเพื่อให้เครื่องมือนั้นมีความครอบคลุม ครบถ้วนทางเนื้อหาผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น จำนวน 25 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์ผลเบื้องต้นก่อนนำไปเก็บจริงกับกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 5 นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแก้ไขจากการทดสอบเบื้องต้น ทำการหาค่าคอรีนบาร์ค อัลฟา(Cronbach's Alpha) เพื่อพิสูจน์ความน่าเชื่อถือ(Reliability) และความเที่ยงตรง(Validity) และความเสมอต้น-ปลาย(Consistency) ของโครงสร้างคำถามต่างๆ ซึ่งจะมีพิจารณาตัวชี้วัดที่ละตัวพร้อมกับการพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างตัวชี้วัดที่ผสมผสานกัน เพื่อวัดตัวแปรหนึ่งตัว หรือตัวแปรที่เป็นกลุ่ม

ขั้นตอนที่ 6 ทำการเก็บข้อมูลจากการกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษามหาวิทยาลัยฯ และบุคคลที่มีติดต่อกับมหาวิทยาลัยฯ

ขั้นตอนที่ 7 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่เก็บข้อมูลทั้งหมดจากกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 8 ทำการสรุปผล อภิปรายผลของข้อมูลที่ได้การทดสอบจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น และให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในให้นักออกแบบนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์ต่อไป



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

ในการวิจัยได้ครอบคลุมประชากร กลุ่มผู้ที่รับรู้สื่อวารสารประชาสัมพันธ์เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างมีระบบ (Systematic Sample) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างที่เกิดจากปัจจัยด้านการออกแบบที่แตกต่างกัน โดยใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ R.V.Krejcie จำนวน 400 คน เป็นเกณฑ์ในการการสุ่มตัวอย่าง นักศึกษามหาวิทยาลัยฯ จำนวน 200 คน และ บุคคลที่ติดต่อกับมหาวิทยาลัยฯ จำนวน 200 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับงานวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการสอบถามกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป แบบสอบถามวัดระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างและแบบจำลองรูปภาพ ส่วนเครื่องมือที่ใช้มีการวางแผนและดำเนินการสร้างเครื่องมือโดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

3.3.1 แบบสอบถาม(Questionnaire) แบบสอบถามในส่วนนี้เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ข้อมูลเบื้องต้น ของกลุ่มเป้าหมายจะมีลักษณะคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และเติมคำตอบในช่องว่าง เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา เป็นต้น ดังแสดงในภาพที่ 3.2 (ภาคผนวก)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าคำตอบที่เลือกตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ปี
3. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีขึ้นไป
4. จบการศึกษา สาขาวิชา.....
5. รายได้ บาท / เดือน
6. ท่านมีพื้นฐานด้านองค์ประกอบศิลป์
 มี ไม่มี

7.ท่าน.../

ภาพที่ 3.2 ตัวอย่างแบบสอบถามของผู้วิจัย ตอนที่ 1

3.3.2 แบบสอบถามวัดระดับการรับรู้ ในรูปแบบวารสารประชาสัมพันธ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างตอบระดับความรู้สึก ด้วยการตอบจากการดูภาพจำลองทั้งหมด 12 ชุดภาพ โดยใช้ตารางวัดระดับเจตคติโดยเทียบอิงตามหลักการของออสกูต (Osgood) ด้วยวิธีการวัดแบบ Semantic Differancetial ซึ่งเป็นการวัดระดับการรับรู้ความรู้สึกของบุคคล (Charies E.Osgood ,George J.Suci and Percy H.Tannenbaum. 1975) โดยงานวิจัยนี้ได้ปรับระดับตามความเหมาะสมกับงานวิจัย ซึ่งแบ่งระดับความรู้สึกออกเป็น ด้านชายและขวา มีด้านละ 5 ระดับ คะแนนเรียงกันจากน้อยไปมาก ดังนี้ ดังแสดงตารางที่ 3.1

- หมายเลข 0 หมายถึง ไม่มีความแตกต่างกัน
 หมายเลข 1 หมายถึง น้อยที่สุด
 หมายเลข 2 หมายถึง น้อย
 หมายเลข 3 หมายถึง ปานกลาง
 หมายเลข 4 หมายถึง มาก
 หมายเลข 5 หมายถึง มากที่สุด

ตารางที่ 3.1 แสดงระดับการวัดความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับคะแนน/ภาพ ชาย-ขวา	← มาก					ไม่แตกต่างกัน	น้อย → มาก				
ระดับคะแนน	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
ระดับในการแปลงค่าเป็นข้อมูล	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

ส่วนของประเด็นคำถามในการวิจัยนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การรับรู้(Cognitive) ได้แก่ ความสนใจ ความน่าอ่าน ความดึงดูดใจ ความชอบ ความซับซ้อน ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และส่งผลถึงการแสดงออกถึง พฤติกรรม (Affective) ได้แก่ ความต้องการภาพ โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกภาพจากปัจจัยในข้างใดข้างหนึ่ง จากภาพชายหรือขวาและมีมาตรวัด (Scale) ค่าความรู้สึกตามระดับความเห็นผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการการรับรู้สื่อวารสารประชาสัมพันธ์ จะมึรูปภาพเปรียบเทียบที่แสดงให้เห็นในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงประเด็นคำถามการวัดระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

รายละเอียดประเด็นต่างๆ	ภาพชาย					0	ภาพขวา					ไม่เกี่ยวกับประเด็น
	5	4	3	2	1		1	2	3	4	5	
วารสารความน่าสนใจ												
วารสารน่าอ่าน												
วารสารดึงดูดใจ												

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

รายละเอียดประเด็นต่างๆ	ภาพถ่าย						ภาพขวา					ไม่เกี่ยวกับ ประเด็น
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	
ความชื่นชอบวารสาร												
วารสารมีความซับซ้อน												
ความสอดคล้องของวารสาร												
ความเหมาะสมกับสัดส่วน												
อยากได้ภาพถ่าย / ขวา												

3.3.3 แบบจำลองรูปภาพ (Stimuli) จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้แปลความหมายสู่ตัวชี้วัด ด้วยการแยกปัจจัยออกเป็นคู่ที่มีความหมายตรงกันข้าม จากนั้นนำปัจจัยที่ได้มาสร้างภาพจำลองของรูปแบบของวารสาร โดยภาพจำลองจะมีความแตกต่างเฉพาะปัจจัยที่จะศึกษา เพื่อเปรียบเทียบตัวชี้วัดระหว่างภาพถ่าย-ขวา จำนวน 12 ชุดภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้แยกปัจจัยในการออกแบบวารสารสู่ตัวชี้วัดด้านต่างๆ ตามที่แสดงในตารางที่ 3.3 การใช้แบบจำลองรูปภาพในเครื่องมือการวิจัยนี้ อันเป็นผลมาจากแนวคิดที่มีงานวิจัยเชิงทดลองของการศึกษาด้านการออกแบบที่ให้รูปภาพในการหาข้อพิสูจน์ให้ได้ซึ่งคำตอบจากการวิจัย และยังใช้การวัดระดับเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย การวิจัยครั้งนี้จึงอิงแนวทางด้วยวิธีสร้างรูปภาพจำลอง เพื่อให้สื่อเนื้อหาสาระจากผู้วิจัย ไปยังผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ตรงกัน ดังแสดงในภาพที่ 3.3 -3.4 (ภาคผนวก)



ภาพที่ 3.3 ภาพที่ใช้ประกอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.4 ภาพที่ใช้ประกอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3.3 การแปลงตัวแปรด้านมโนทัศน์เป็นตัวแปรเชิงปฏิบัติการ

ตัวแปรด้านมโนทัศน์ (Conceptual Variable)	ตัวแปรด้านปฏิบัติการ (Operation Variable)	ตัวชี้วัด			อ้างอิง
		ชุดภาพที่			
รูปแบบ	สมมาตร	1	สมมาตร	ไม่สมมาตร	Paul Cleveland : 2009
การจัด	กราฟิก	2	ไม่มีกราฟิก(Graphic)	มีกราฟิก(Graphic)	Diamond : 2007
วารสาร	สี	3	มีสีสีน	ไม่มีสีสีน	Paul Cleveland : 2009
	พื้นที่(Space)	4	สเปซ(Space)มาก	สเปซ(Space)น้อย	Paul Cleveland : 2009
	ภาพ	5	ภาพจากธรรมชาติ	ภาพเลียนแบบธรรมชาติ	Paul Cleveland : 2009
	รูปแบบ	6	จัดชิดซ้าย	จัดชิดขวา	Paul Cleveland : 2009
	คอลัมน์	7	1 คอลัมน์(Colum)	2 คอลัมน์(Colum)	Paul Cleveland : 2009
	รูปแบบ	8	ฟิก(Fig)	ฟรีฟอร์ม(Free from)	Paul Cleveland : 2009
	ขนาดอักษร	9	อักษรขนาดเล็ก	อักษรขนาดใหญ่	Paul Cleveland : 2009
	ภาพ	10	ภาพเต็มพื้นที่(มีขอบ)	ภาพบางส่วน(ไม่มีขอบ)	Paul Cleveland : 2009
	ยุคสมัย	11	ภาพสื่อยุคเก่า	ภาพสื่อยุคใหม่	Paul Cleveland : 2009
	หน้าคู่	12	ภาพหน้าคู่สเปซน้อย	ภาพหน้าคู่สเปซมาก	Paul Cleveland : 2009

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

การสำรวจรวบรวมข้อมูลนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะได้ข้อมูลมาเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลปปีวารสารประเภทประชาสัมพันธ์: กรณีศึกษาวารสารประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลไว้ 2 วิธีด้วยกัน

3.4.1 การศึกษาข้อมูลภาคปฐมภูมิ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ในการเข้าไปเก็บข้อมูลในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คือ 1) ดำเนินการศึกษาข้อมูล จากหน่วยงานที่ให้เข้าไปศึกษาข้อมูล 2) ดำเนินการใช้เครื่องมือแบบสอบถาม และแบบจำลอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลปปีวารสารประเภทประชาสัมพันธ์

3.4.2 การศึกษาข้อมูลภาคทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลในภาคเอกสาร ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่อง การรับรู้ องค์ประกอบศิลปปีวารสารสื่อสิ่งพิมพ์ หลักการออกแบบ ได้แก่ หนังสือตำรา เอกสาร ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล จากห้องสมุดคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.4.3 การรวบรวมเก็บข้อมูล ในการรวบรวมเก็บข้อมูลกลุ่มประชากร ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขออนุญาตต่อ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร นักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา โดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง เข้าห้องประชุมโดยการแจกแบบสอบถาม และเปิดวิดิทัศน์ในการทำแบบสอบถาม รูปที่ 1 ตัวอย่างวารสารที่มีการจัดองค์ประกอบศิลป์ที่สื่อในการรับรู้ และในรูปที่ 2 จะเป็นตัวอย่างวารสารที่ไม่มีการจัดองค์ประกอบศิลป์ไม่สื่อถึงการรับรู้ข้อมูลชัดเจน โดยจะมีวารสารให้เปรียบเทียบด้านซ้ายและขวา เลือกลงคำถามในแบบสอบถาม

ในการรวบรวมข้อมูลจากบุคคลภายนอกที่มาติดต่อในมหาวิทยาลัย จะเป็นการแจกแบบสอบถาม และในส่วนตอนที่ 2 ในการทำแบบสอบถาม รูปที่ 1 ตัวอย่างวารสารที่มีการจัดองค์ประกอบศิลป์ที่สื่อในการรับรู้ และในรูปที่ 2 จะเป็นตัวอย่างวารสารที่ไม่มีการจัดองค์ประกอบศิลป์ไม่สื่อถึงการรับรู้ข้อมูลชัดเจน โดยจะมีวารสารให้เปรียบเทียบด้านซ้ายและขวา เลือกลงคำถามในแบบสอบถาม

3.4.5 ตัวแปรที่ทำการศึกษา ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านองค์ประกอบศิลป์ ในการจัดรูปแบบวารสาร ตัวแปรตาม คือ การเลือกอ่านวารสารประชาสัมพันธ์

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรตามหลักเกณฑ์ และนำไปวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลประมวลผลนำค่าที่ได้แปลงเป็นค่าทางสถิติ ดังนี้

3.5.1 ค่าเฉลี่ยรวม(Mean) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละภาพจำลองทั้งชาย-ขวา โดยแยกตามปัจจัยอิงค่าเฉลี่ยจากความต้องการภาพ เพื่อวิเคราะห์ว่ามีปัจจัยสำหรับการออกแบบอะไรที่ส่งผลต่อการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และส่งผลอย่างไร

3.5.2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (T-Test) ด้านเพศชาย-หญิง, กลุ่มนักเรียน-บุคคลทั่วไป, กลุ่มมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะ-ไม่มีความรู้ทางศิลปะ เพื่อวิเคราะห์ว่าในปัจจัยด้านบุคคลนั้น มีผลต่อการรับรู้ด้านการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ในวารสารประชาสัมพันธ์หรือไม่

3.5.3 ค่าความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปร (Regression) เพื่อวิเคราะห์ว่าในประเด็นเรื่อง ของ ความสนใจ ความน่าอ่าน ความดึงดูดใจ ความชอบ ความซับซ้อน ความสอดคล้อง ความเหมาะสม กับสัดส่วน ส่งผลถึงการแสดงออกถึง ประเด็นความต้องการภาพหรือไม่และอย่างไร

3.5.4 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard deviation) เพื่อวิเคราะห์ว่าจากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างมีความแปรปรวนหรือไม่

3.5.5 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ของประเด็นเรื่อง นำความต้องการภาพในแต่ละชุดภาพจำลอง เพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กัน

ในการวิจัยนี้จะพิจารณาว่า ตัวแปรอิสระ คือ ความสนใจ ความน่าอ่าน ความดึงดูดใจ ความชอบ ความซับซ้อน ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน นั้น มีผลกับ ตัวแปรตาม คือ ความต้องการภาพอย่างไร และความสัมพันธ์ของตัวแปรในแต่ละชุดภาพมีผลต่อการออกแบบวารสารอย่างไร เพื่อนำผลการวิเคราะห์ที่ได้นำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะ ในแต่ละประเด็นโดยนำมาเรียบเรียงเป็นรายชื่อไปสู่การสรุปเป็นแนวทางในเสนอเป็นเกณฑ์ในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์ในโอกาสต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาและวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์: กรณีศึกษา วารสารประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ 4 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบศิลป์ที่ใช้กับการจัดรูปแบบวารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรณีศึกษา 2) เพื่อศึกษาหลักการออกแบบองค์ประกอบศิลป์ที่จำเป็นในการสื่อสารในวารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นกรณีศึกษา 3) เพื่อศึกษาประเด็นการรับรู้ที่เกิดจากกลุ่มเป้าหมายในองค์ประกอบศิลป์รูปแบบต่างๆ และ 4) เพื่อเสนอแนะการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ที่สามารถสื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การทดสอบด้วยแบบจำลองและการตอบแบบสอบถามที่มีรูปภาพประกอบ ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 การทดสอบเครื่องมือในงานวิจัย
- 4.3 วิเคราะห์ปัจจัยในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์
- 4.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ในประเด็นความต้องการภาพกับปัจจัยในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์
- 4.5 วิเคราะห์ความแตกต่างในการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.6 ปัจจัยในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ (ตัวแปรอิสระ) ที่มีผลต่อการประเด็นการเลือกอ่านวารสารประชาสัมพันธ์ (ตัวแปรตาม)

4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลวิเคราะห์ข้อมูล ในส่วนของข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่างได้ตอบแบบสอบถาม เป็นสองส่วน คือ เป็นนักศึกษา ร้อยละ 50 และผู้ที่มาติดต่อกับทางมหาวิทยาลัย ร้อยละ 50 เพศชาย ร้อยละ 36.5 เพศหญิง ร้อยละ 63.5 โดยมีกลุ่มตอบแบบสอบถามอายุเฉลี่ย 19 ปี ร้อยละ 24.0 ในด้านระดับการศึกษา กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 78.0 ในด้านของการจบการศึกษา และหรือศึกษาในสาขาวิชาที่มีการเรียนการสอนทางศิลปะ ร้อยละ 62.0 และไม่มีการเรียนการสอนทางศิลปะ ร้อยละ 38.0 ในด้านรายได้มีระดับรายได้เฉลี่ย 5,000 บาท ในด้านของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้นฐานทางด้านองค์ประกอบศิลป์ มีพื้นฐานร้อยละ 72.8 และไม่มีพื้นฐาน ร้อยละ 28.2 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามได้เคยอ่านวารสาร หรือเอกสารประเภทประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย มีผู้ที่ไม่เคยอ่าน ร้อยละ 69.2 และไม่เคยอ่าน ร้อยละ 30.8 ในส่วนของนิตยสารวารสาร หนังสือต่างๆ มีผู้อ่านสูงสุด หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 59.0 (ภาคผนวก)

ผลวิเคราะห์ข้อมูลจากศึกษาและค้นคว้า ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทางทฤษฎีในส่วนของเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านองค์ประกอบศิลป์ และการจัดรูปแบบวารสาร ตลอดจนได้สร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับองค์ประกอบศิลป์นั้นมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ในการจัดรูปแบบวารสารประชาสัมพันธ์ โดยใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อใช้ทดสอบกลุ่มตัวอย่างในตอนต้นที่ 2 ของแบบสอบถามในแต่ละภาพ 1 – 12 จะมีองค์ประกอบศิลป์อยู่ในภาพทางซ้ายและขวา เพื่อทดสอบความต้องการภาพโดยหยิบยกนำองค์ประกอบศิลป์ ที่ใช้ในการจัดรูปแบบในบทที่ผ่านมาดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 องค์ประกอบศิลป์ในการจัดรูปแบบวารสารประชาสัมพันธ์

จัดรูปแบบ	องค์ประกอบภาพ		
	ซ้าย	ขวา	ข้อมูลอ้างอิง
ภาพชุดที่ 1	สมมาตร	ไม่สมมาตร	Paul Cleveland : 2009
ภาพชุดที่ 2	ไม่มีกราฟิก(Graphic)	มีกราฟิก(Graphic)	Diamond : 2007
ภาพชุดที่ 3	มีสีเส้น	ไม่มีสีเส้น	Paul Cleveland : 2009
ภาพชุดที่ 4	สเปซ(Space)มาก	สเปซ(Space)น้อย	Paul Cleveland : 2009
ภาพชุดที่ 5	ภาพจากธรรมชาติ	ภาพเลียนแบบธรรมชาติ	Paul Cleveland : 2009
ภาพชุดที่ 6	จัดชิดซ้าย	จัดชิดขวา	Paul Cleveland : 2009
ภาพชุดที่ 7	1 คอลัมน์(Colum)	2 คอลัมน์(Colum)	Paul Cleveland : 2009
ภาพชุดที่ 8	ฟิก(Fig)	ฟรีฟอร์ม(Free from)	Paul Cleveland : 2009
ภาพชุดที่ 9	อักษรขนาดเล็ก	อักษรขนาดใหญ่	Paul Cleveland : 2009
ภาพชุดที่ 10	ภาพเต็มพื้นที่(มีขอบ)	ภาพบางส่วน(ไม่มีขอบ)	Paul Cleveland : 2009
ภาพชุดที่ 11	ภาพสี่ยุคเก่า	ภาพสี่ยุคใหม่	Paul Cleveland : 2009
ภาพชุดที่ 12	ภาพหน้าคู่สเปซน้อย	ภาพหน้าคู่สเปซมาก	Paul Cleveland : 2009

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม โดยการสร้างภาพตัวอย่างวารสารในการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 ชุดภาพ โดยมีการใช้หลักองค์ประกอบศิลป์อยู่ในแต่ละชุดภาพให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ตอบจากประเด็นต่างๆในรูปแบบของวารสาร คือ ความน่า

ในใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความซับซ้อน ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และ ความต้องการภาพ ช่าย-ขวา เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับปัจจัยในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ในการ ออกแบบวารสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ โดยมีระดับความคิดเห็นในการตอบแบบสอบถามของ แต่ละชุดภาพ ซึ่งมีระดับคะแนนความพึงพอใจ 1-5 ของแต่ละชุดภาพ

4.2 การทดสอบเครื่องมือในงานวิจัย

สำหรับการสร้างแบบสอบถามและแบบจำลองวารสารประชาสัมพันธ์ที่มีการรับรู้ องค์ประกอบศิลป์ เพื่อให้เครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบใช้ได้ผลและมีความเที่ยงตรง ผู้วิจัยนำ เครื่องมือไปทดสอบเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่าง(Pre-Test) ซึ่งการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้หาความเชื่อถือ เครื่องมือวัด (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ทดสอบ โดยหาค่าคอรีนบาร์ค อัลฟา (Cronbach's Alpha) เพื่อแสดงถึงความเที่ยงตรง (Validity) มีเกณฑ์อยู่ที่ 0-1 โดยผู้วิจัยพิสูจน์ว่ามีการนำเครื่องมือ ไปใช้ทดสอบซ้ำอีก จะทำให้ได้ผลความความเที่ยงตรงต่อการทำวิจัยครั้งนี้

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล จากการหาค่าอัลฟาคอนบาร์ค ของชุดภาพในแต่ละปัจจัยในการ ออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์ มีค่าอัลฟาคอนบาร์คแต่ละปัจจัยอยู่ในเกณฑ์ที่สูง (ค่า 0.6 - 0.9) มี ค่าเฉลี่ยรวม คือ 0.976 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือในการวิจัยนี้มีความเที่ยงตรง และพิสูจน์ความ ซ้ำซ้อนของตัวแปรว่าไม่ได้ใช้ตัวเดียวกัน เมื่อนำเครื่องมือไปทดสอบซ้ำ จะได้ผลที่ใกล้เคียงกันทุก ครั้ง ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ความเชื่อถือเครื่องมือวัด (Reliability) ค่าคอรีนบาร์ค อัลฟา (Cronbach's Alpha)

ปัจจัย	การจัดภาพ(ตัวแปร)		ค่า Alpha
ชุดที่ 1	สมมาตร	ไม่สมมาตร	0.963
ชุดที่ 2	ไม่มีกราฟิก(Graphic)	มีกราฟิก(Graphic)	0.926
ชุดที่ 3	มีสีสัน	ไม่มีสีสัน	0.930
ชุดที่ 4	สเปซ(Space)มาก	สเปซ(Space)น้อย	0.993
ชุดที่ 5	ภาพจากธรรมชาติ	ภาพเลียนแบบธรรมชาติ	0.993
ชุดที่ 6	จัดชิดซ้าย	จัดชิดขวา	0.994
ชุดที่ 7	1 คอลัมน์(Colum)	2 คอลัมน์(Colum)	0.992
ชุดที่ 8	ฟิก(Fig)	ฟรีฟอร์ม(Free from)	0.963
ชุดที่ 9	อักษรขนาดเล็ก	อักษรขนาดใหญ่	0.987
ชุดที่ 10	ภาพเต็มพื้นที่(มีขอบ)	ภาพบางส่วน(ไม่มีขอบ)	0.990

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

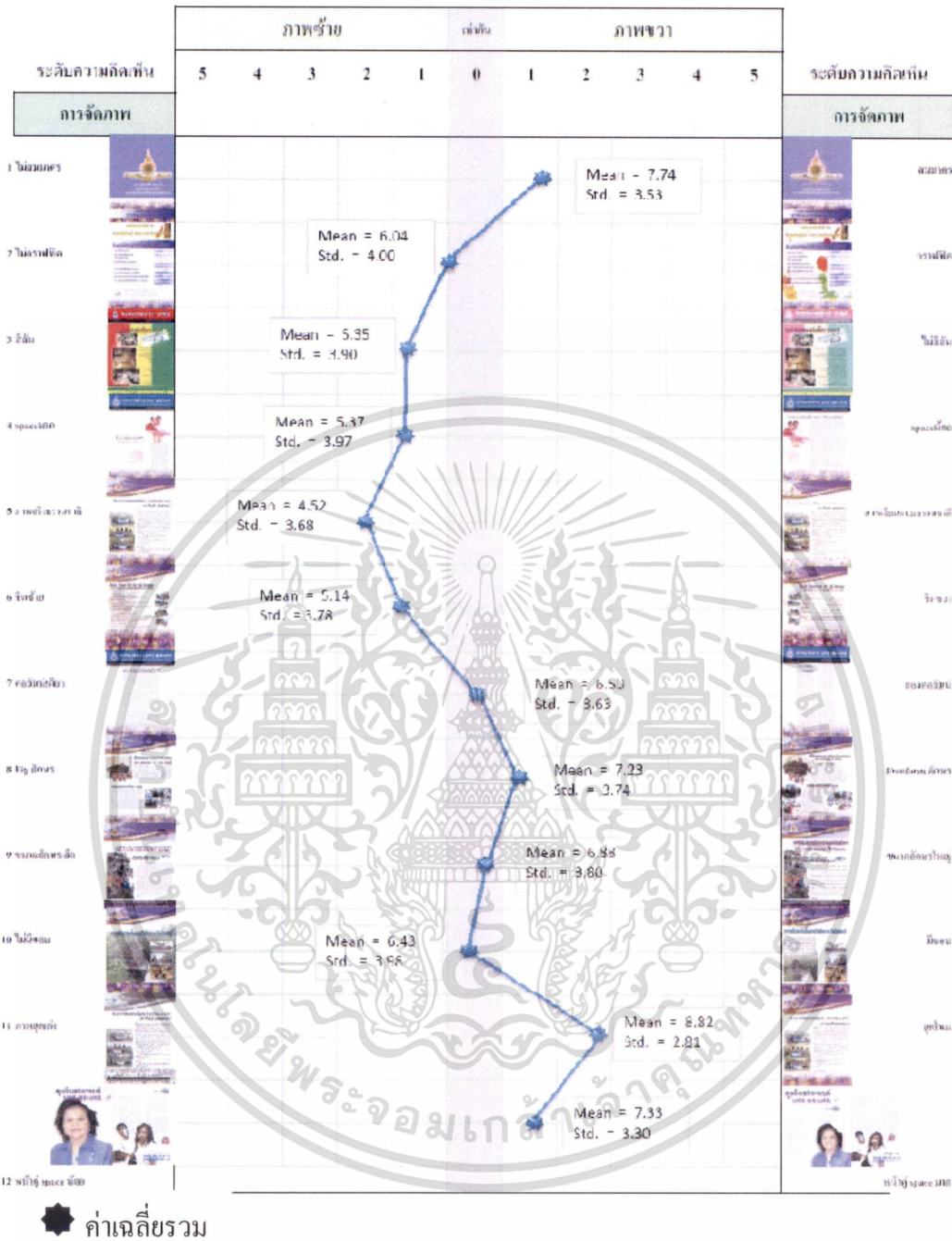
ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัจจัย	การจัดภาพ(ตัวแปร)		ค่า Alpha
ชุดที่ 11	ภาพสี่ยุคเก่า	ภาพสี่ยุคใหม่	0.990
ชุดที่ 12	ภาพหน้าคู่สเปชน้อย	ภาพหน้าคู่สเปชมาก	0.994
รวมเฉลี่ยค่า Alpha			0.976

4.3 วิเคราะห์ปัจจัยในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์

ในส่วนนี้การวิจัยจะพิสูจน์ว่ามีปัจจัยอะไรบ้างมีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ ซึ่งจะอ้างอิงจากประเด็นความต้องการภาพ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย พบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ทั้งหมด ในภาพรวมทั้งหมด ดังนี้ หนึ่ง ความสามารถ และไม่สมมาตร กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการภาพสมมาตร สอง ไม่มีกราฟิก และมีกราฟิก ค่าเฉลี่ย กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการไม่แตกต่างกัน สาม สี สัน ไม่มีสี สัน กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการสี สัน สี สเปชมาก และ สเปชน้อย กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการสเปชมาก ห้า ภาพจริงธรรมชาติ และภาพเลียนแบบธรรมชาติ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการภาพจริงธรรมชาติ หก การจัดขีดซ้าย และขีดขวา กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการขีดซ้าย เจ็ด การจัดคอลัมน์ และ สองคอลัมน์ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการไม่แตกต่างกัน แปด การจัดฟิอักษร อักษร และฟริฟอร์มอักษร กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการ อักษรฟริฟอร์ม เก้า การใช้อักษรขนาดใหญ่ และอักษรขนาดเล็ก กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการไม่แตกต่างกัน สิบ การใช้ภาพมีขอบ และ ไม่มีขอบ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการไม่แตกต่างกัน สิบหนึ่ง การใช้ภาพยุคเก่า และยุคใหม่ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการยุคใหม่ สิบสอง การใช้ สเปชหน้าคู่มาก และสเปชหน้าคู่ น้อย กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการใช้ สเปชหน้าคู่มาก ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์จากกลุ่มตัวอย่าง



ในส่วนนี้จะพิสูจน์ว่ามีปัจจัยการออกแบบที่ส่งผลต่อการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายความแตกต่างของการรับรู้ และส่งผลอย่างไรโดยวิธีการ คือ การวิเคราะห์ผลจากค่าทางสถิติ (ค่าเฉลี่ย) โดยจะพิจารณาจากตัวเลขที่ห่างจาก 6.00 (ตรงกลาง) ในการวิเคราะห์จากค่าเฉลี่ยโดยรวมของ ความต้องการภาพ จากการวิเคราะห์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายมีทั้งหมด 8 ปัจจัย จากทั้งหมด 12 ปัจจัย จากค่าเฉลี่ยทางสถิติ พบว่า สามารถแบ่งระดับในการรับรู้ได้ 3 ระดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.1 ปัจจัยที่มีผลในการรับรู้องค์ประกอบศิลปะระดับมาก

จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์มีปัจจัยในการรับรู้ระดับมาก คือ ความสมมาตร เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกในความน่าอ่าน และน่าสนใจ การใช้ภาคยุคใหม่ เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกในน่าสนใจ และความน่าอ่าน ส่วนการใช้ภาพประกอบด้วยรูปภาพจากธรรมชาติ เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกในความน่าใจ และความเหมาะสมกับสัดส่วน

4.3.2 ปัจจัยที่มีผลในการรับรู้องค์ประกอบศิลปะระดับปานกลาง

จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์มีปัจจัยในการรับรู้ระดับปานกลาง คือ การจัดภาพไม่มีกราฟิก เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกในความดึงดูดใจ และความซับซ้อน การใช้จัดอักษรคอลัมน์เดียว เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกความสอดคล้อง และ และความน่าอ่าน การใช้อักษรขนาดเล็ก เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกในน่าสนใจ ความดึงดูดใจ และความซับซ้อน การใช้ภาพไม่มีขอบ เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกในความเหมาะสมกับสัดส่วน ความน่าสนใจ และความดึงดูดใจ

4.3.3 ปัจจัยที่มีผลในการรับรู้องค์ประกอบศิลปะระดับน้อย










จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์มีปัจจัยในการรับรู้ระดับน้อย คือ การจัดอักษรฟรiform เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกในความดึงดูดใจ และความซับซ้อน การจัดภาพหน้าคู่สเปซมาก เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกน่าสนใจ และ และความเหมาะสมกับสัดส่วน การใช้ภาพที่มีสีสั่น เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกในความน่าอ่าน และความสอดคล้อง การจัดภาพสเปซว่างมาก เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกในความซับซ้อน และความเหมาะสมกับสัดส่วน การจัดภาพชิดซ้าย เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกในความซับซ้อน ความสอดคล้อง และความเหมาะสมกับสัดส่วน

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยความต้องการภาพในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ (รายละเอียดในภาคผนวก)

ระดับการส่งผลต่อการรับรู้	ลำดับเครื่องมือ	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้
ระดับมาก	ภาพชุดที่ 1	7.74	
	ภาพชุดที่ 11	8.82	


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ระดับการส่งผล ต่อการรับรู้	ลำดับ เครื่องมือ	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้
ระดับมาก	ภาพชุดที่ 5	5.42	 ภาพจริงธรรมชาติ
ระดับปานกลาง	ภาพชุดที่ 2	6.04	 ไม่มีกราฟิก
	ภาพชุดที่ 7	6.50	 1 คอลัมน์(Colum)
	ภาพชุดที่ 9	6.88	 อักษรขนาดเล็ก
	ภาพชุดที่ 10	6.43	 ภาพไม่มีขอบ
	ภาพชุดที่ 8	7.23	 ฟรีฟอร์ม (Free form)
	ภาพชุดที่ 12	7.33	 หน้าคู่สเปซ (Space)มาก
ระดับน้อย	ภาพชุดที่ 3	5.35	 สีสิ้น
	ภาพชุดที่ 4	5.37	 สเปซ(Space)มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้







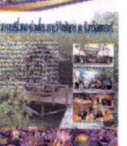
ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ระดับการส่งผล ต่อการรับรู้	ลำดับ เครื่องมือ	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้
ระดับน้อย	ภาพชุดที่ 6	5.14	 จัศชิดซ้าย

4.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ในประเด็นความต้องการภาพกับปัจจัยในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์

จากการทดสอบข้างต้นในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ของวารสารประชาสัมพันธ์ มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้วารสารสำหรับเป็นแนวทางในการออกแบบ พบว่า โดยส่วนใหญ่ปัจจัยการออกแบบที่ทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายมีผลต่อการรับรู้ ต่อจากนั้นการวิจัยจะพิสูจน์ต่อไปว่า ประเด็นความต้องการภาพ กับ ปัจจัยขององค์ประกอบศิลป์ของการออกแบบวารสารมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยใช้สถิติสัมพัทธ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (ปัจจัยขององค์ประกอบศิลป์) กับตัวแปรตาม (ประเด็นความต้องการภาพ) เพื่อพิสูจน์ว่าตัวแปรสัมพันธ์กันหรือไม่ พบว่า ทุกปัจจัยการออกแบบมีความสัมพันธ์เชิงสถิติ โดยอย่างมีนัยสำคัญที่ค่าความเชื่อมั่น 99% ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การรับรู้องค์ประกอบศิลป์มีผลต่อความต้องการภาพในวารสาร จากการวิเคราะห์ค่าทางสถิติสามารถเรียงลำดับความสัมพันธ์ที่สูงสุดในแต่ละปัจจัย ซึ่งมีค่าระดับที่ส่งผลในการออกแบบวารสาร 94%-97% และ ปัจจัยในการออกแบบวารสารที่ผลต่อความต้องการภาพในวารสารประชาสัมพันธ์โดยส่วนใหญ่ในแต่ละปัจจัยจะมีเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ประกอบด้วย การออกแบบวารสารจัดรูปแบบจัดซ้าย การจัดเป้ชมากในการออกแบบวารสาร การจัดรูปแบบอักษรฟรีฟอร์ม การจัดหน้าคู่ให้มีสเปชมาก การใช้อักษรขนาดเล็กสำหรับตัวหนังสือภาพที่ใช้ประกอบควรมีสีสัน และภาพที่ใช้ต้องไม่มีขอบ ดังแสดงในตารางที่ 4.5 (ภาคผนวก)

ตารางที่ 4.5 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นความต้องการภาพกับปัจจัยในการออกแบบ
(รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพทั้ง 12 ชุด)

Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ลำดับเครื่องมือ	ภาพทดสอบ	ปัจจัยการออกแบบ
.972**	0.000	ภาพชุดที่ 6		การจัดชิดซ้าย , ความเหมาะสมกับ สัดส่วน
.970**	0.000	ภาพชุดที่ 4		จัดสเปซ(Space)มาก , ความน่าอ่าน
.970**	0.000	ภาพชุดที่ 8		ฟรีฟอร์ม(Free form) , ความน่าอ่าน
.964**	0.000	ภาพชุดที่ 12		จัดหน้าคู่สเปซ (Space)มาก , ความชื่นชอบ
0.964**	0.000	ภาพชุดที่ 9		ใช้อักษรขนาดเล็ก , ความชื่นชอบ
.964**	0.000	ภาพชุดที่ 3		ใช้ภาพสีตัน , ความเหมาะสมกับ สัดส่วน
.972**	0.000	ภาพชุดที่ 6		การจัดชิดซ้าย , ความเหมาะสมกับ สัดส่วน
.960**	0.000	ภาพชุดที่ 10		ใช้ภาพมีขอบ , ความน่าอ่าน

** . Correlation is significant at the 0.01 level

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ลำดับเครื่องมือ	ภาพทดสอบ	ปัจจัยการออกแบบ
.958**	0.000	ภาพชุดที่ 5		ใช้ภาพจริงธรรมชาติ, ความเหมาะสมกับสัดส่วน
.955**	0.000	ภาพชุดที่ 2		ไม่มีกราฟิก, ความสอดคล้อง
.950**	0.000	ภาพชุดที่ 7		1 คอลัมน์(Colum), ความน่าสนใจ
.944**	0.000	ภาพชุดที่ 1		การจัดสมมาตร, ความน่าสนใจ
.943**	0.000	ภาพชุดที่ 11		ภาพยุคใหม่, ความน่าสนใจ

** . Correlation is significant at the 0.01 level

4.5 วิเคราะห์ความแตกต่างในการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยนี้ต้องมีการเชื่อมโยงการรับรู้ปัจจัยการออกแบบวารสารกับแรงจูงใจในการเลือกอ่านวารสารในตัวแปรด้านเพศชาย หญิง นักศึกษา บุคคลทั่วไป และมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะ ไม่มีความรู้ทางศิลปะ พิสูจน์ตัวแปรที่กล่าวมานี้มีการรับรู้ที่แตกต่างกันหรือไม่ โดยตั้งสมมติฐานว่า ปัจจัยด้านการออกแบบวารสารที่กระตุ้นให้เกิดการรับรู้ปัจจัยการออกแบบวารสาร คือ ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความซับซ้อน ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความต้องการภาพในแต่ละปัจจัยมีความแตกต่างกัน เพื่อทดสอบสมมติฐานกรณีที่ต้องการหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างว่าแตกต่างจากอีกกลุ่มหนึ่งหรือไม่ ในปัจจัยที่สื่อในการรับรู้และตัดสินใจที่จะเลือกอ่านวารสาร โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย(T-test) งานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ความแตกต่าง ถือว่าผลการทดสอบการรับรู้ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

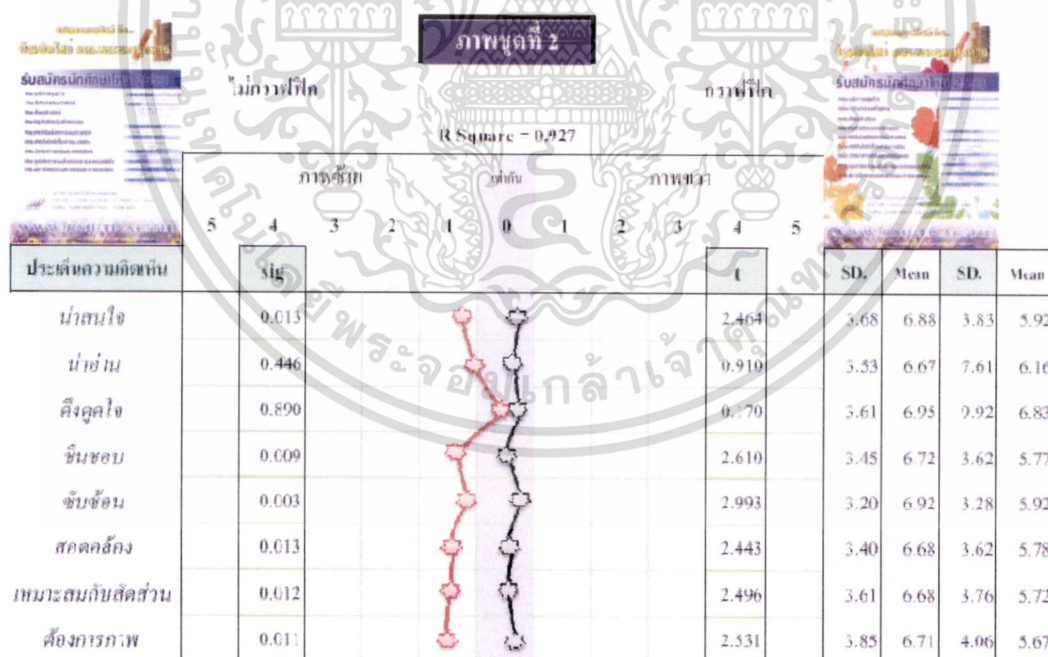
4.5.1 วิเคราะห์ความแตกต่างในการรับรู้ต่อองค์ประกอบศิลป์ของวารสารระหว่างกลุ่มตัวอย่าง เพศชาย หญิง

4.5.1.1 มีกราฟิกและไม่มีกราฟิก

ระหว่างวารสารที่มีกราฟิกและไม่มีกราฟิก เพศชายหญิงมีระดับของการรับรู้ในความรู้สึกต่างๆโดยภาพรวมทั้งหมดของประเด็นการรับรู้ต่างกัน ในประเด็นเรื่องความต้องการภาพ เพศชายหญิงมีระดับการรับรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยมีกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความต้องการออกแบบวารสารที่ไม่มีกราฟิกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย

ในประเด็นของความน่าสนใจ ชื่นชอบ ชับซ้อน สอดคล้อง และเหมาะสมกับสัดส่วน กลุ่มตัวอย่างเพศชาย หญิง มีระดับความรู้สึกของภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มเพศหญิงมีความรู้สึกสูงกว่าไปในทิศทางของวารสารที่ไม่มีกราฟิก เช่นเดียวกับในประเด็นความต้องการภาพ สดท้ายของประเด็นความน่าอ่าน และความดึงดูดใจที่ได้จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างเพศชายหญิง มีความคิดเห็นเหมือนกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ กลุ่มเพศชาย หญิง (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 2)



Independent Sample T-test ประเด็นต้องการภาพ Significant = .011

ชาย ♀ หญิง ♂

● ค่าเฉลี่ยรวม

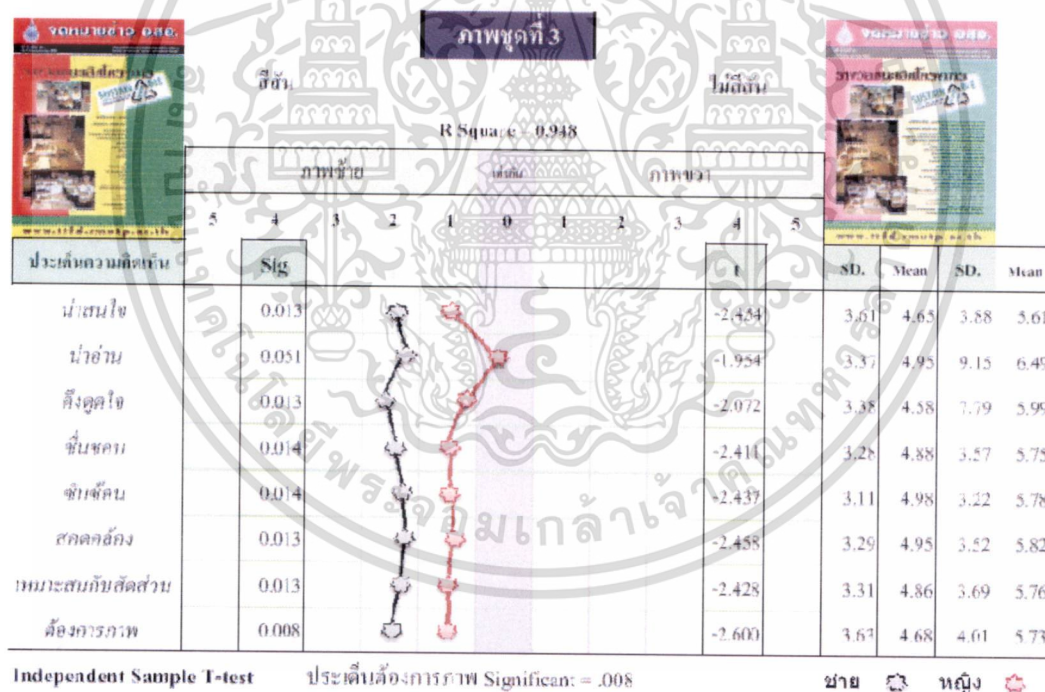
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5.1.2 มีสีสັນและไม่มีสีสັນ

ระหว่างวารสารที่มีสีสັນและไม่มีสีสັນ เพศชาย หญิงมีระดับของการรับรู้ในความรู้สึกต่างๆ โดยภาพรวมทั้งหมดของประเด็นการรับรู้ต่างกัน ในประเด็นเรื่องความต้องการภาพเพศชายมีระดับการรับรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยมีกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความต้องการออกแบบวารสารที่มีสีสັນมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

ในประเด็นของความน่าสนใจ ดึงดูดใจ ชื่นชอบ ชับซ้อน สอดคล้อง และเหมาะสมกับสัดส่วน กลุ่มตัวอย่างเพศชาย หญิง มีระดับความรู้สึกของภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มเพศชายมีความรู้สึกสูงกว่าไปในทิศทางของวารสารที่มีสีสັນ เช่นเดียวกับในประเด็นความต้องการภาพ สุดท้ายของประเด็นความน่าอ่านที่ได้จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีความคิดเห็นที่ไม่มีผลต่อการรับรู้ ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์เพศชาย หญิง (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 3)



● ค่าเฉลี่ยรวม

4.5.1.3 ภาพมีขอบและไม่มีขอบ

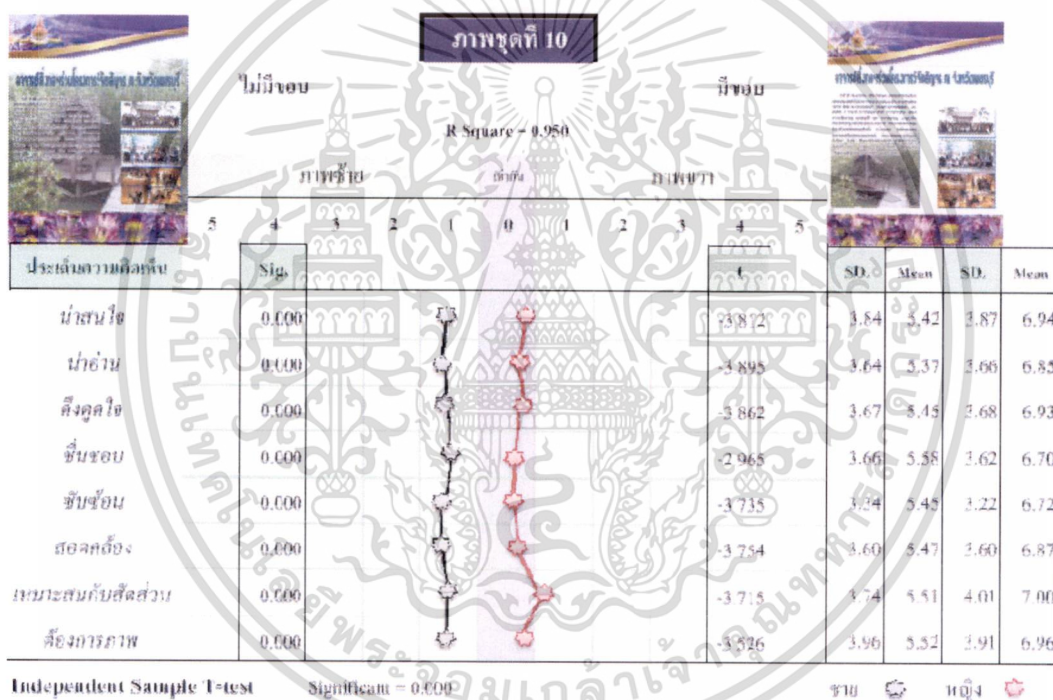
ระหว่างวารสารที่มีขอบและไม่มีขอบ เพศชาย หญิงมีระดับของการรับรู้ในความรู้สึกต่างๆ โดยภาพรวมทั้งหมดของประเด็นการรับรู้ต่างกัน ในประเด็นเรื่องความต้องการภาพเพศชายมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับการรับรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยมีกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความต้องการออกแบบวารสารภาพที่ไม่มีขอบมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

ในประเด็นของความน่าสนใจ ความน่าอ่าน ดึงดูดใจ ชื่นชอบ ชับช้อน และสอดคล้อง กลุ่มตัวอย่างเพศชาย หญิง มีระดับความรู้สึกของภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มเพศชายมีความรู้สึกสูงกว่าไปในทิศทางของวารสารภาพที่ไม่มีขอบ เช่นเดียวกับในประเด็นความต้องการภาพ สุดท้ายของประเด็นความเหมาะสมกับสัดส่วนที่ได้จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความคิดเห็นที่ต้องการภาพไม่มีขอบ ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ เพศชาย หญิง (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 3)



❖ ค่าเฉลี่ยรวม

4.5.2 วิเคราะห์ความแตกต่างในการรับรู้ต่อองค์ประกอบศิลป์ของวารสารระหว่างกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา บุคคลทั่วไป

4.5.2.1 ความสมมาตรและไม่สมมาตร

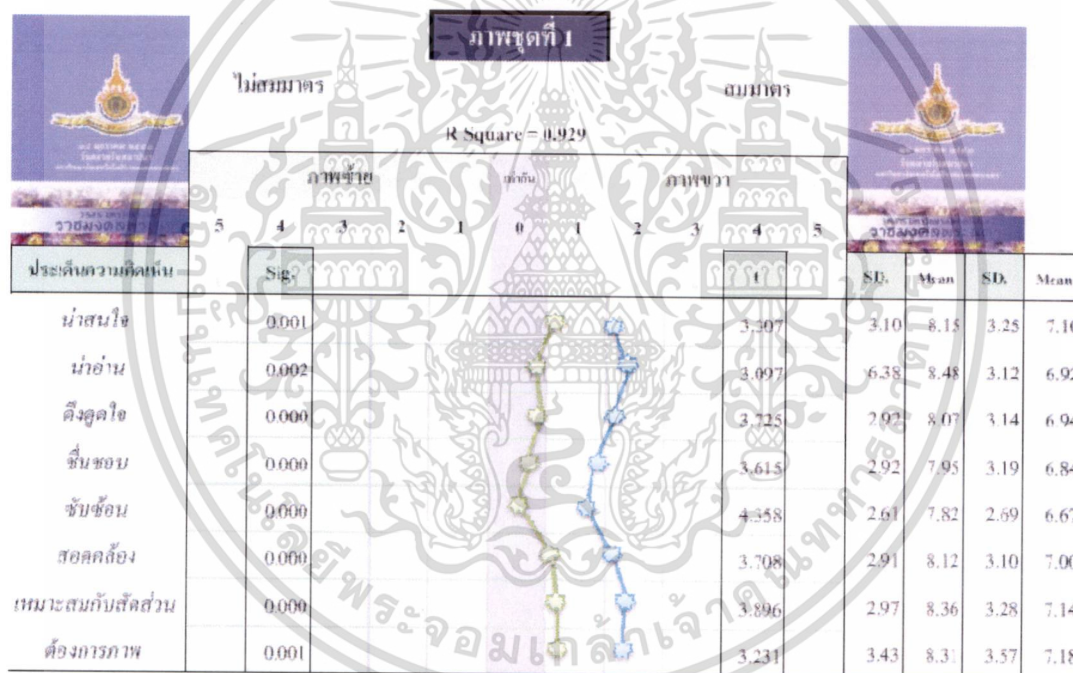
ระหว่างวารสารที่มีความสมมาตรและไม่สมมาตร นักศึกษาและบุคคลทั่วไป มีระดับของการรับรู้ในความรู้สึกต่างๆ โดยภาพรวมทั้งหมดของประเด็นการรับรู้ต่างกัน ในประเด็นเรื่องความต้องการภาพนักศึกษามีระดับการรับรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยมีกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามีความต้องการออกแบบวารสารภาพที่มีความสมมาตรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไป

ในประเด็นของความน่าสนใจ ความสอดคล้องและความเหมาะสมกับสัดส่วน กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา และบุคคลทั่วไป มีระดับความรู้สึกของภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มนักศึกษามีความรู้สึกสูงกว่าไปในทิศทางตรงกันของวารสารภาพที่มีความสมมาตร แต่เป็นทิศทางเดียวกับประเด็นความต้องการภาพ สุดท้ายของประเด็นความน่าอ่านดึงดูดใจ ชื่นชอบและซับซ้อนกับ ที่ได้จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปมีความคิดเห็นที่ต้องการภาพมีสมมาตรและไม่สมมาตรทั้งสองรูปแบบ ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 1)



Independent Sample T-test ประเด็นต้องการภาพ Significant = .001 นักศึกษา ทั่วไป

ค่าเฉลี่ยรวม

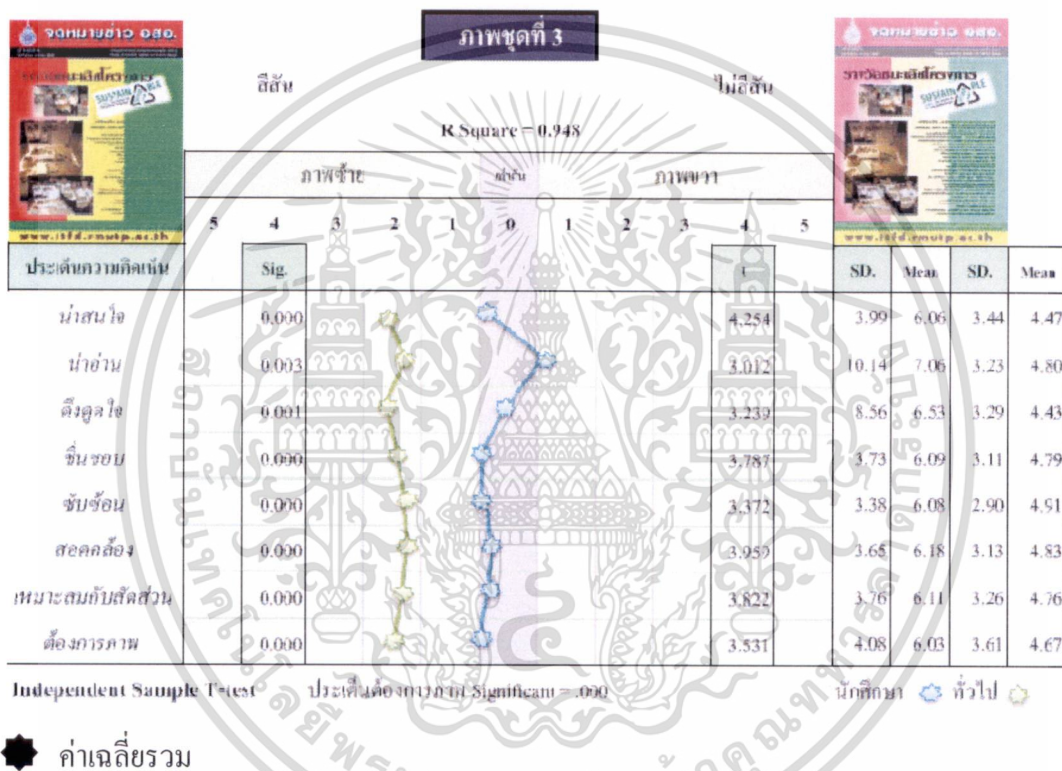
4.5.2.2 ภาพที่มีสีสันและไม่มีสีสัน

ระหว่างวารสารที่มีสีสันและไม่มีสีสัน นักศึกษาและบุคคลทั่วไป มีระดับของการรับรู้ในความรู้สึกต่างๆ โดยภาพรวมทั้งหมดของประเด็นการรับรู้ต่างกัน ในประเด็นเรื่องความต้องการภาพบุคคลทั่วไปมีระดับการรับรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยมีกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปมีความต้องการออกแบบวารสารที่มีสีสันมากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในประเด็นของความน่าสนใจ ดึงดูดใจ ชื่นชอบ ชับช้อน สอดคล้อง และเหมาะสมกับ สัตว์ส่วน กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา มีระดับความรู้สึกของภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความ เชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มนักศึกษา ความรู้สึกสูงกว่าไปในทิศทางของวารสารที่มีสีสันเช่นเดียวกับใน ประเด็นความต้องการภาพ สุดท้ายของประเด็นความน่าอ่านที่ได้จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษา มีความคิดเห็นที่ต้องการภาพที่มีสีสัน ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 3)



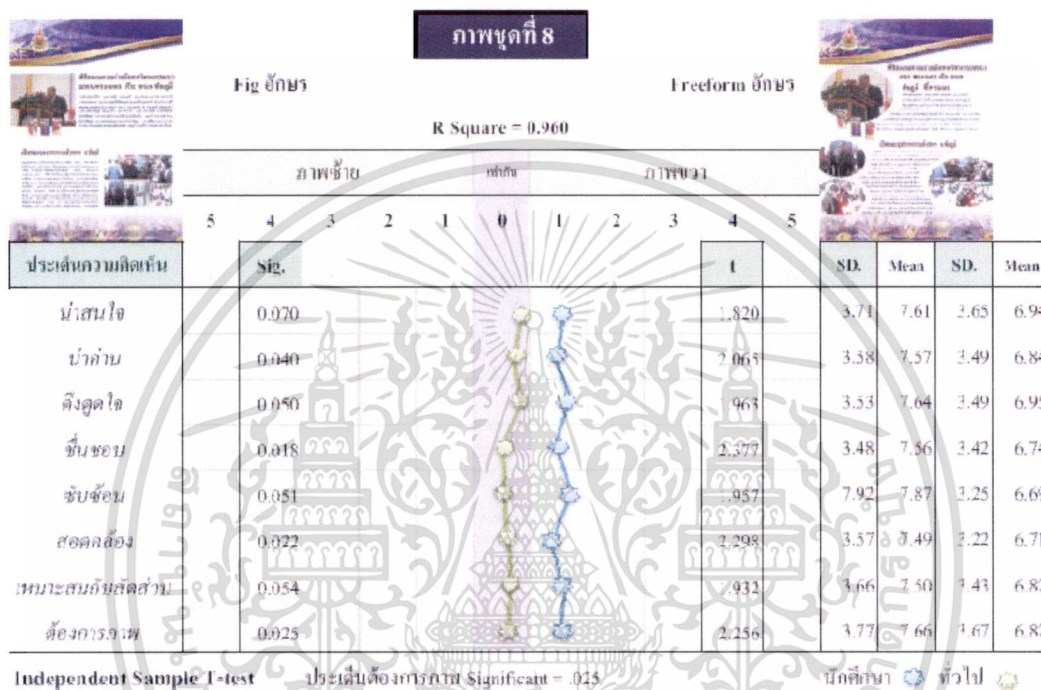
4.5.2.3 การจัดฟีกอักษรและฟรiform

ระหว่างวารสารที่มีการจัดฟีกและฟรiform นักศึกษาและบุคคลทั่วไป มีระดับของการรับรู้ในความรู้สึกต่างๆ โดยภาพรวมทั้งหมดของประเด็นการรับรู้ต่างกัน ในประเด็นเรื่องความต้องการภาพนักศึกษามีระดับการรับรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยมีกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามีความต้องการออกแบบวารสารที่มีการจัดฟรiformมากกว่ากลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไป

ในประเด็นของความน่าสนใจ ความน่าอ่าน ดึงดูดใจ ชื่นชอบ ชับช้อน สอดคล้อง และเหมาะสมกับสัตว์ส่วน กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา มีระดับความรู้สึกของภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มนักศึกษา ความรู้สึกสูงกว่าไปในทิศทางของวารสารที่มีการจัดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฟรีฟอร์มเช่นเดียวกับในประเด็นความต้องการภาพ สดท้ายของประเด็นความน่าสนใจ ความซับซ้อน และเหมาะสมกับสัดส่วน ที่ได้จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา มีความคิดเห็นที่ ต้องการภาพที่ฟีกอักษรและฟรีฟอร์ม ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 8)



ค่าเฉลี่ยรวม

4.5.2.4 ขนาดอักษรเล็กและใหญ่

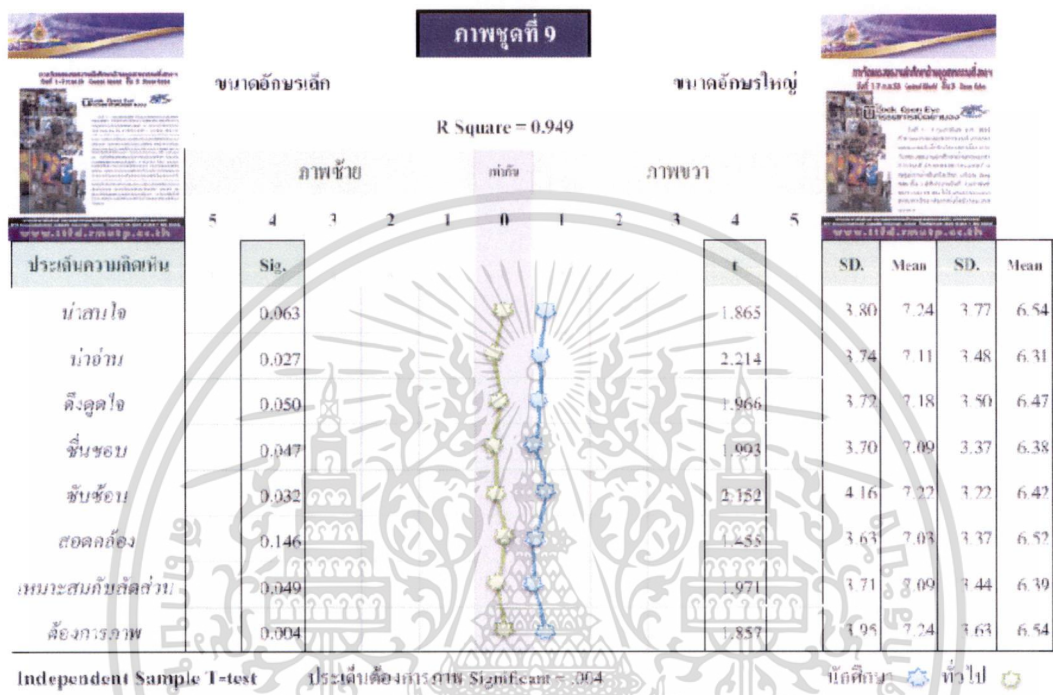
ระหว่างวารสารที่มีขนาดเล็กและขนาดใหญ่ นักศึกษาและบุคคลทั่วไป มีระดับของการรับรู้ในความรู้สึกต่างๆ โดยภาพรวมทั้งหมดของประเด็นการรับรู้ต่างกัน ในประเด็นเรื่องความต้องการภาพนักศึกษามีระดับการรับรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยมีกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามีความต้องการออกแบบวารสารที่มีการใช้อักษรขนาดใหญ่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไป

ในประเด็นของความน่าอ่าน ดึงดูดใจ ชื่นชอบ ซับซ้อน และเหมาะสมกับสัดส่วน กลุ่มตัวอย่างนักศึกษามีระดับความรู้สึกของภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มนักศึกษา ความรู้สึกสูงกว่าไปในทิศทางของวารสารที่มีการใช้อักษรขนาดใหญ่เช่นเดียวกับในประเด็นความต้องการภาพ สดท้ายของประเด็นความน่าสนใจ และความซับซ้อนที่ได้จากการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทดสอบกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไป มีความคิดเห็นที่ต้องการอักษรขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 9)



ค่าเฉลี่ยรวม

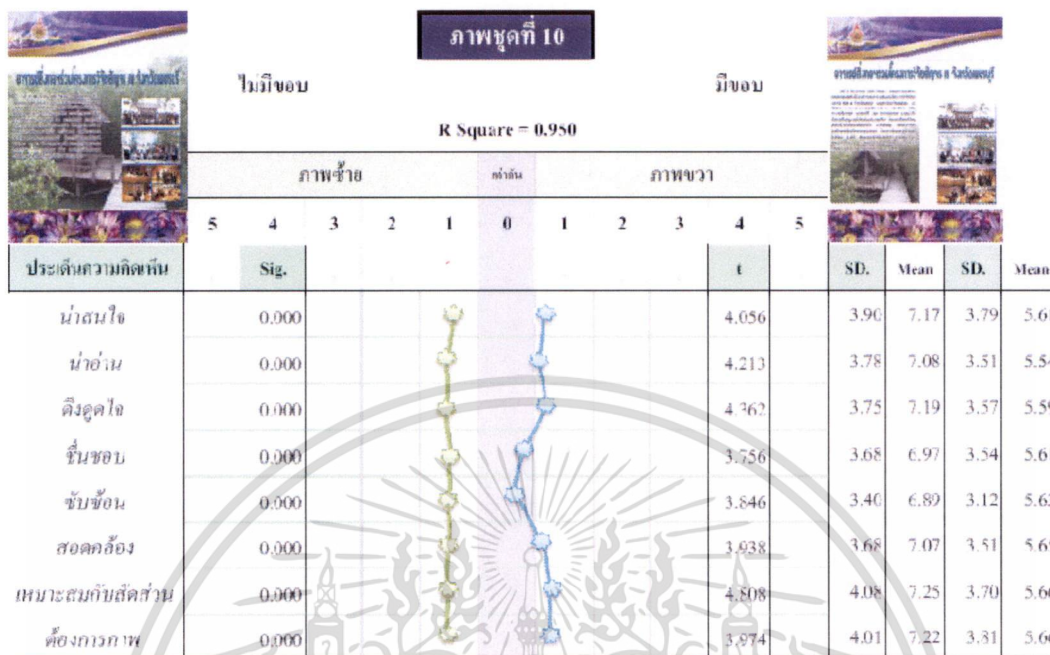
4.5.2.5 ภาพมีขอบและไม่มีขอบ

ระหว่างวารสารที่มีขอบและไม่มีขอบ นักศึกษาและบุคคลทั่วไปมีระดับของการรับรู้ในความรู้สึกต่างๆ โดยภาพรวมทั้งหมดของประเด็นการรับรู้ต่างกัน ในประเด็นเรื่องความต้องการภาพ นักศึกษามีระดับการรับรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยมีกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามีความต้องการออกแบบวารสารภาพที่ไม่มีขอบมากกว่ากลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไป

ในประเด็นของความน่าสนใจ ความน่าอ่าน ดึงดูดใจ ชื่นชอบ ซับซ้อน สอดคล้อง และเหมาะสมกับสัดส่วน กลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไป มีระดับความรู้สึกของภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มบุคคลทั่วไปมีความรู้สึกสูงกว่าไปในทิศทางของวารสารภาพที่ไม่มีขอบเช่นเดียวกับในประเด็นความต้องการภาพ สุดท้ายของประเด็นน่าสนใจ ดึงดูดใจ สอดคล้อง และเหมาะสมกับสัดส่วน ที่ได้จากการทดสอบกลุ่มนักศึกษามีความคิดเห็นที่ต้องการภาพที่มีขอบ ดังแสดงในตารางที่ 4.13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 10)



Independent Sample T-test ประเด็นต้องการภาพ Significant = .000 นักศึกษา ทั่วไป

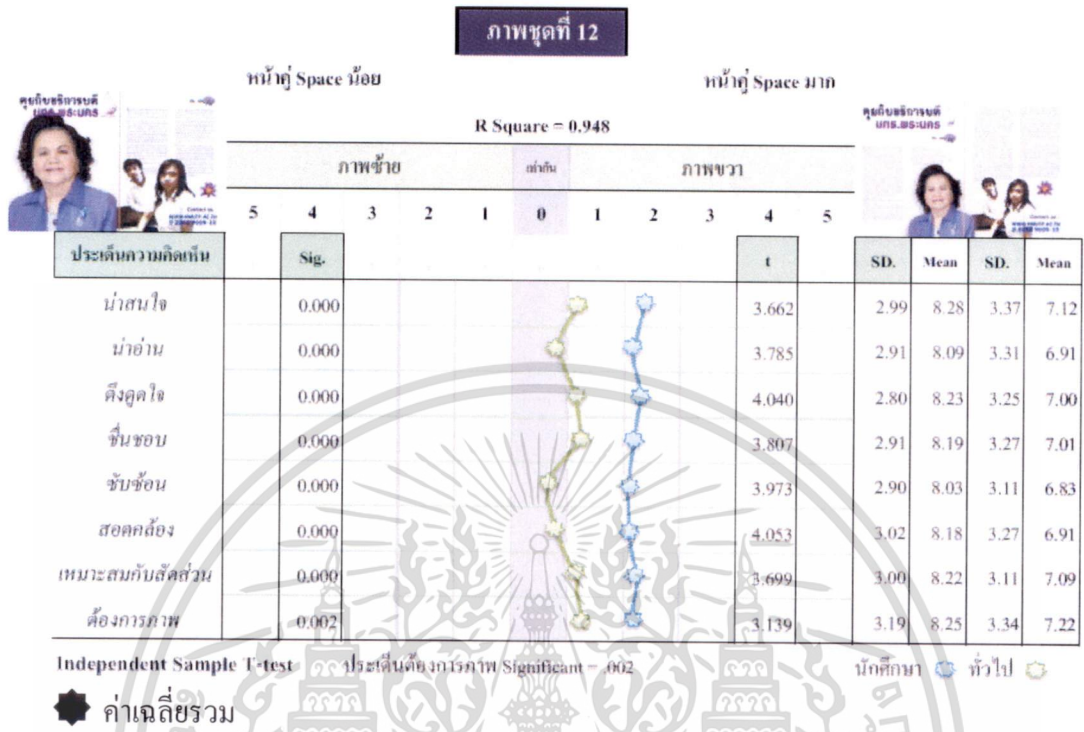
ค่าเฉลี่ยรวม

4.5.2.6 ภาพหน้าคู่สเปซมากและน้อย

ระหว่างวารสารที่มีสเปซมากและน้อย นักศึกษาและบุคคลทั่วไปมีระดับของการรับรู้ในความรู้สึกต่างๆ โดยภาพรวมทั้งหมดของประเด็นการรับรู้ต่างกัน ในประเด็นเรื่องความต้องการภาพ บุคคลทั่วไป มีระดับการรับรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยมีกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไป มีความต้องการออกแบบวารสารภาพที่ไม่มีหน้าคู่สเปซมากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักศึกษา

ในประเด็นของความน่าสนใจ ความน่าอ่าน ดึงดูดใจ ชื่นชอบ จับต้อง สอดคล้อง และเหมาะสมกับสัดส่วน กลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไป มีระดับความรู้สึกของภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มบุคคลทั่วไปมีความรู้สึกสูงกว่าไปในทิศทางของวารสารหน้าคู่สเปซมากเช่นเดียวกับในประเด็นความต้องการภาพ สุดท้ายของประเด็นความน่าอ่าน ดึงดูดใจ และเหมาะสมกับสัดส่วน ที่ได้จากการทดสอบกลุ่มนักศึกษามีความคิดเห็นที่ต้องการภาพหน้าคู่สเปซมากในทิศทางเดียวกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 12)



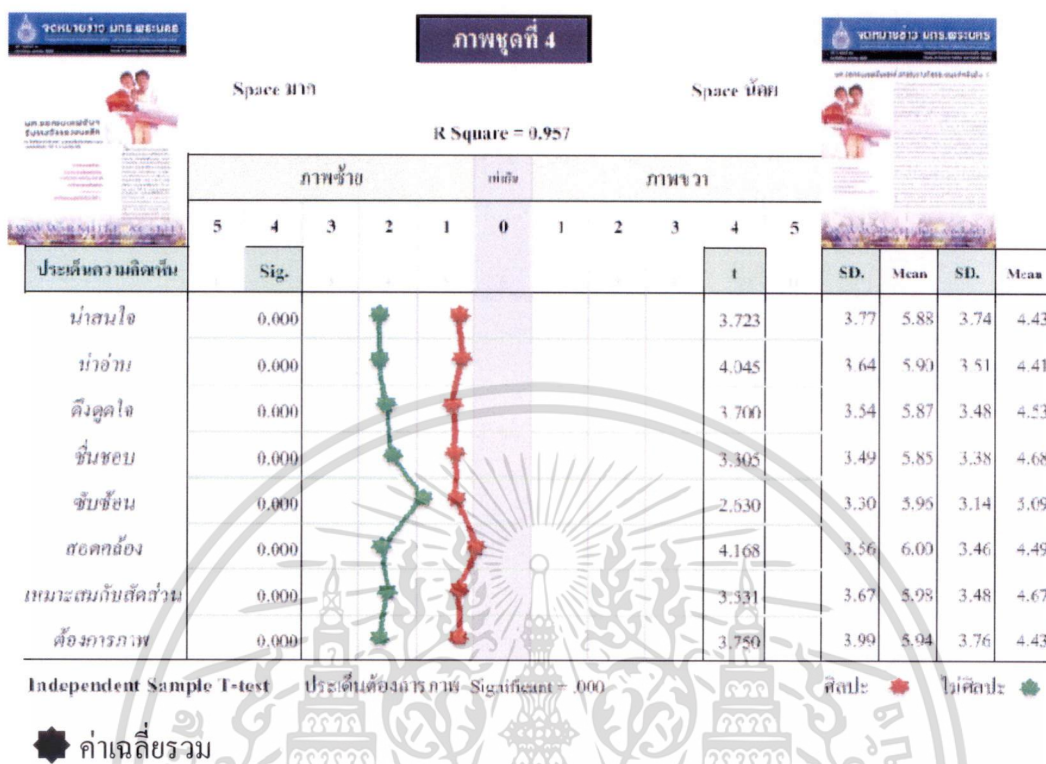
4.5.3 วิเคราะห์ความแตกต่างในการรับรู้ต่อองค์ประกอบศิลป์ของวารสารระหว่างกลุ่มตัวอย่างมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะและไม่มีความรู้ทางศิลปะ

4.5.3.1 การใช้สเปซมากและน้อย

ระหว่างวารสารที่มีสเปซมากและน้อย กลุ่มมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะและไม่มีความรู้ทางศิลปะมีระดับของการรับรู้ในความรู้ที่ต่างกัน โดยภาพรวมทั้งหมดของประเด็นการรับรู้ต่างกัน ในประเด็นเรื่องความต้องการภาพไม่มีความรู้ทางศิลปะมีระดับการรับรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยมีกลุ่มตัวอย่างไม่มีความรู้ทางศิลปะมีความต้องการออกแบบวารสารภาพที่ใช้สเปซมากกว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะ

ในประเด็นของความน่าสนใจ ความน่าอ่าน ดึงดูดใจ ชื่นชอบ จับช้อน สอดคล้อง และเหมาะสมกับสัดส่วน กลุ่มตัวอย่างไม่มีความรู้ทางศิลปะมีระดับความรู้สึกของภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มไม่มีความรู้ทางศิลปะมีความรู้สึกสูงกว่าไปในทิศทางของวารสารภาพที่ใช้สเปซเช่นเดียวกับในประเด็นความต้องการภาพ สุดท้ายทุกของประเด็นความจับช้อนที่ได้จากการทดสอบกลุ่มนักศึกษามีความคิดเห็นที่ต้องการภาพสเปซมากในทิศทางเดียวกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ มีความรู้พื้นฐานทางศิลปะ ไม่มี ความรู้ทางศิลปะ (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 4)



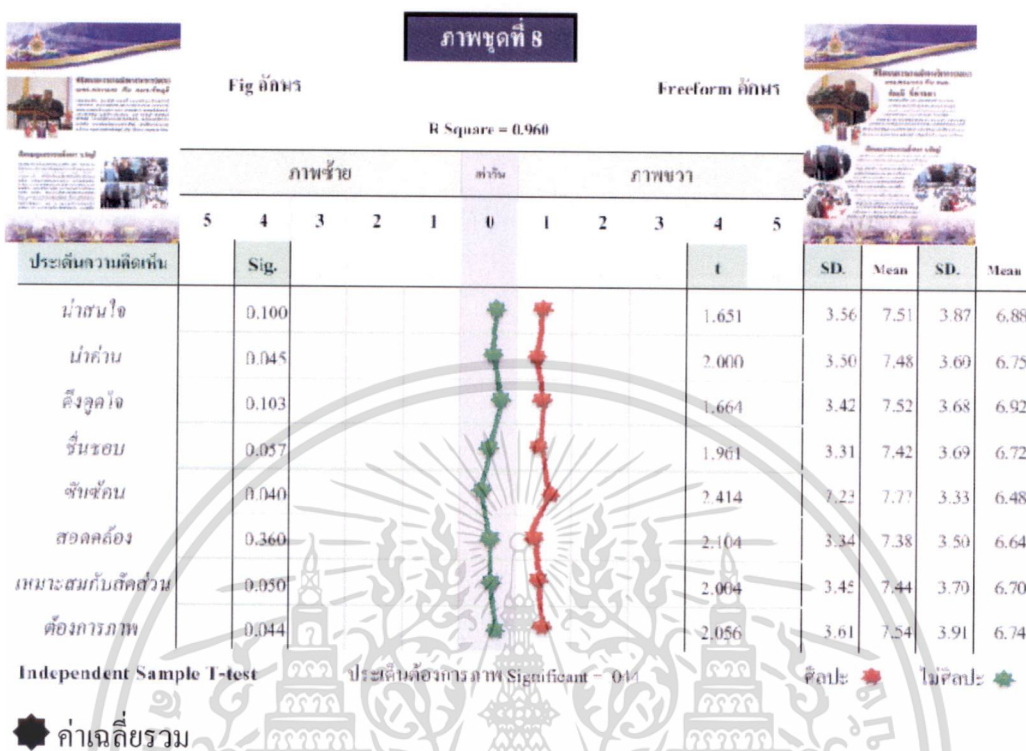
4.5.3.2 การจัดฟิสิกส์และฟรiform

ระหว่างวารสารที่มีการจัดฟิสิกส์และฟรiform มีความรู้พื้นฐานทางศิลปะและมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะมีระดับของการรับรู้ในความรู้สึกต่างๆ โดยภาพรวมทั้งหมดของประเด็นการรับรู้ต่างกัน ในประเด็นเรื่องความต้องการภาพมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะมีระดับการรับรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้พื้นฐานทางศิลปะมีความต้องการออกแบบวารสารที่มีการจัดฟรiformมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้พื้นฐานทางศิลปะ

ในประเด็นของความน่าสนใจ ความน่าอ่าน ซับซ้อน และเหมาะสมกับสัดส่วน กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้พื้นฐานทางศิลปะ มีระดับความรู้สึกของภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มนักศึกษา ความรู้สึกสูงกว่าไปในทิศทางของวารสารที่มีการจัดฟรiform เช่นเดียวกับในประเด็นความต้องการภาพ สูดท้ายของประเด็นความสนใจ ดึงดูดใจ ชื่นชอบและสอดคล้อง ที่ได้จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีความรู้ทางศิลปะ มีความคิดเห็นที่ต้องการภาพที่ฟิสิกส์และฟรiform ดังแสดงในตารางที่ 4.16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ มีความรู้พื้นฐานทางศิลปะ ไม่มี
ความรู้ทางศิลปะ(รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 8)

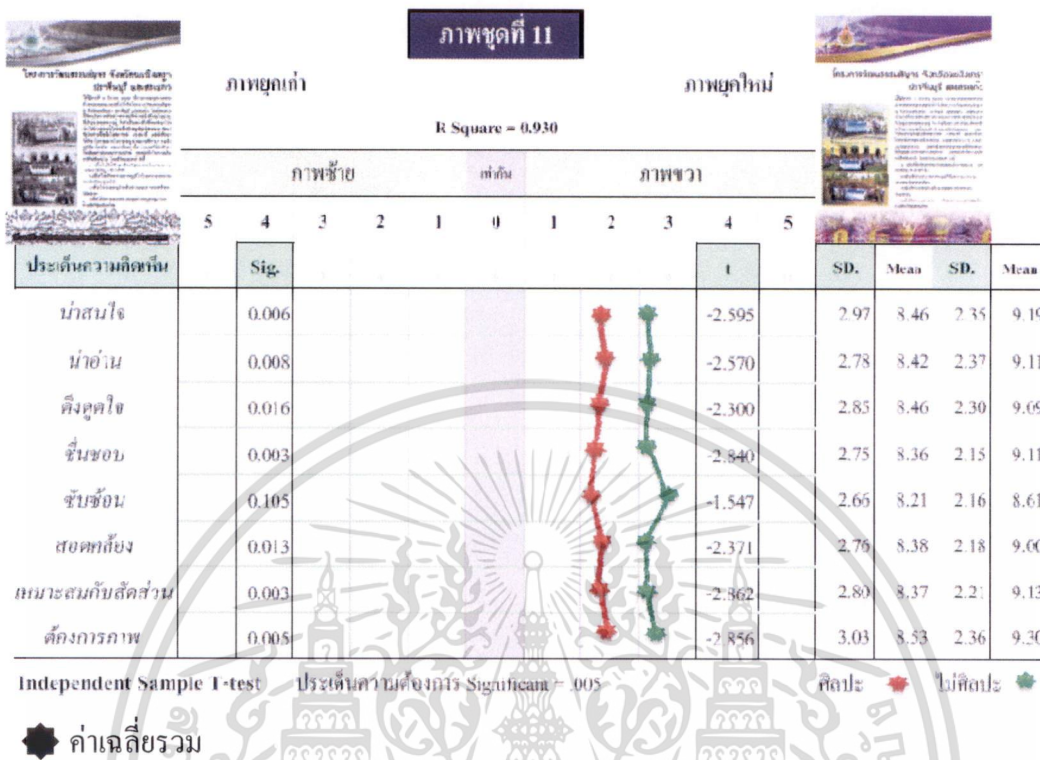


4.5.3.3 ใช้ภาพยุคใหม่และเก่า

ระหว่างวารสารที่มีการใช้ภาพยุคใหม่และเก่ากลุ่มมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะและมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะมีระดับของการรับรู้ในความรู้สึกต่างๆ โดยภาพรวมทั้งหมดของประเด็นการรับรู้ต่างกัน ในประเด็นเรื่องความต้องการภาพมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะมีระดับการรับรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยมีกลุ่มตัวอย่างมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะมีความต้องการออกแบบวารสารที่ใช้ภาพยุคใหม่ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะ

ในประเด็นของความน่าสนใจ ความน่าอ่าน ดึงดูดใจ ชื่นชอบ และเหมาะสมกับสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะ มีระดับความรู้สึกของภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% โดยกลุ่มไม่มีความรู้ทางศิลปะความรู้สึกสูงกว่าไปในทิศทางของวารสารที่ใช้ภาพยุคใหม่เช่นเดียวกับในประเด็นความต้องการภาพ สุดท้ายของประเด็นความซับซ้อนที่ได้จากการทดสอบกลุ่มตัวอย่างมีความรู้พื้นฐานทางศิลปะมีความคิดเห็นที่ต้องการภาพยุคใหม่ในทิศทางเดียวกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยที่มีความแตกต่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ มีความรู้พื้นฐานทางศิลปะไม่มีความรู้ทางศิลปะ (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 11)



4.6 ปัจจัยในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์(ตัวแปรอิสระ) ที่มีผลต่อการประเด็นการเลือกอ่านวารสารประชาสัมพันธ์(ตัวแปรตาม)

สำหรับในส่วนนี้ของการวิจัยนี้มีการเชื่อมโยงการรับรู้ปัจจัยการออกแบบวารสารกับแรงจูงใจในการอ่านวารสาร โดยตั้งสมมุติฐานว่า ปัจจัยในด้านการออกแบบที่กระตุ้นให้เกิดการรับรู้ต่างๆ คือ ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความจับใจ ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และ ความต้องการภาพ เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับปัจจัยที่สื่อในการรับรู้และยังสามารถอธิบายการตัดสินใจที่จะเลือกอ่านวารสารหรือไม่ การวิจัยนี้จึงใช้สถิติสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) ในการเชื่อมโยงตัวแปรอิสระ ที่สามารถอธิบายตัวแปรตาม อันได้แก่ การเลือกที่จะอ่านวารสาร จากการวิเคราะห์ทางสถิติ (Regression) พบว่า ค่า R-Square ในงานวิจัยนี้มีหลากหลายระดับ ที่ 0.91-0.95 หมายความว่า ในแต่ประเด็นความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความจับใจ ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และ ความต้องการภาพ จะส่งผลต่อการเลือกอ่านวารสารจากกลุ่มเป้าหมาย ระหว่าง 91%-95% ดังแสดงในตารางที่ 4.18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 แสดงประเด็นการรับรู้องค์ประกอบศิลป์(ตัวแปรอิสระ)ที่มีผลต่อประเด็นความต้องการภาพ(ตัวแปรตาม)

ระดับการส่งผลต่อการรับรู้	ลำดับเครื่องมือ	ค่า R-Squares	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้
ระดับมาก	ภาพชุดที่ 8	.595	ฟรีฟอร์ม(Free from)
	ภาพชุดที่ 4	.957	สเปซ(Space)มาก
	ภาพชุดที่ 6	.953	จัดชิดซ้าย
ระดับปานกลาง	ภาพชุดที่ 10	.949	ภาพไม่มีขอบ
	ภาพชุดที่ 12	.946	หน้าคู่สเปซ(Space)มาก
	ภาพชุดที่ 9	.945	อักษรขนาดเล็ก
	ภาพชุดที่ 3	.943	สีส้ม
	ภาพชุดที่ 5	.938	ภาพจริงธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

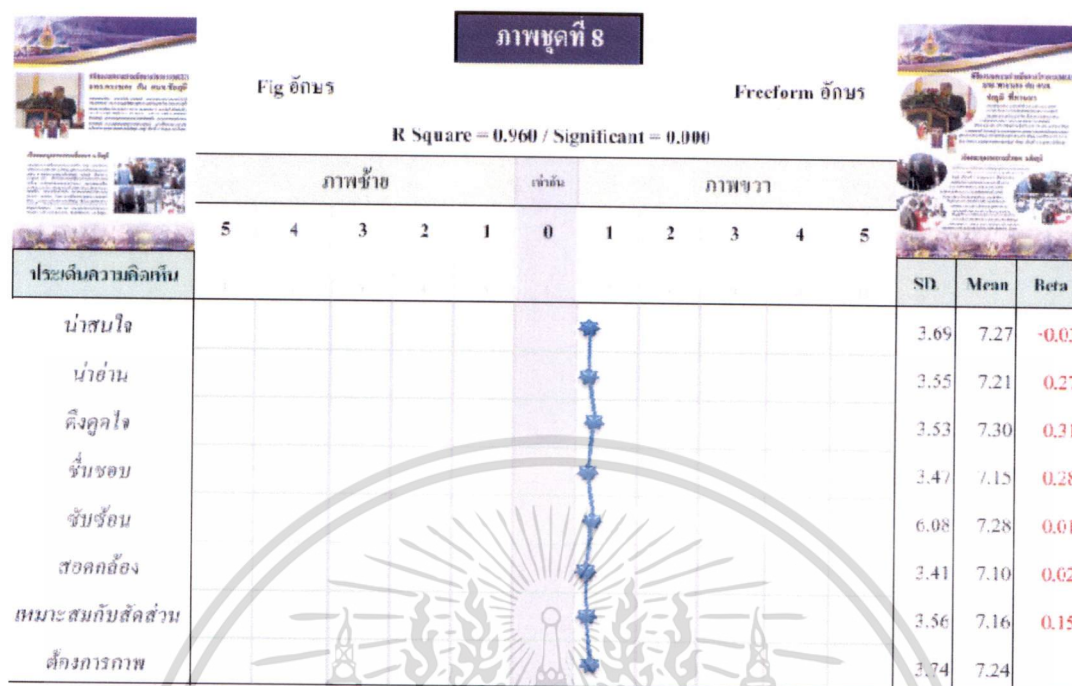
ระดับการส่งผลต่อการรับรู้	ลำดับเครื่องมือ	ค่า R-Squares	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้
ระดับน้อย	ภาพชุดที่ 11	.932	ยุคใหม่
	ภาพชุดที่ 2	.927	ไม่มีกราฟิก(Graphic)
	ภาพชุดที่ 1	.927	สมมาตร
	ภาพชุดที่ 7	.919	1 คอลัมน์(Colum)

4.6.1 ประเด็นการรับรู้ที่มีผลต่อความต้องการภาพในระดับมากที่สุด

ผลจากการวิจัย พบว่า การออกแบบวารสารที่ใช้อักษรพริพอร์มที่ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายในประเด็น ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความซับซ้อน ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความต้องการภาพ จะส่งผลต่อการเลือกอ่านวารสารจากกลุ่มเป้าหมาย จึงสามารถอธิบายแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้ที่จะเลือกอ่านวารสาร โดยสามารถอธิบายได้ 96% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95%

การรับรู้ความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการอ่านวารสารมากที่สุด คือ ความดึงดูดใจและความชื่นชอบ หมายความว่า ถ้าวารสารมีการออกแบบให้มีความรู้สึกดึงดูดใจ และมีความชื่นชอบในวารสาร กลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะเลือกอ่านวารสารมากกว่า วารสารที่ไม่ได้รับการออกแบบให้มีความรู้สึกดึงดูดใจดังที่กล่าวมา ดังแสดงในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 8)

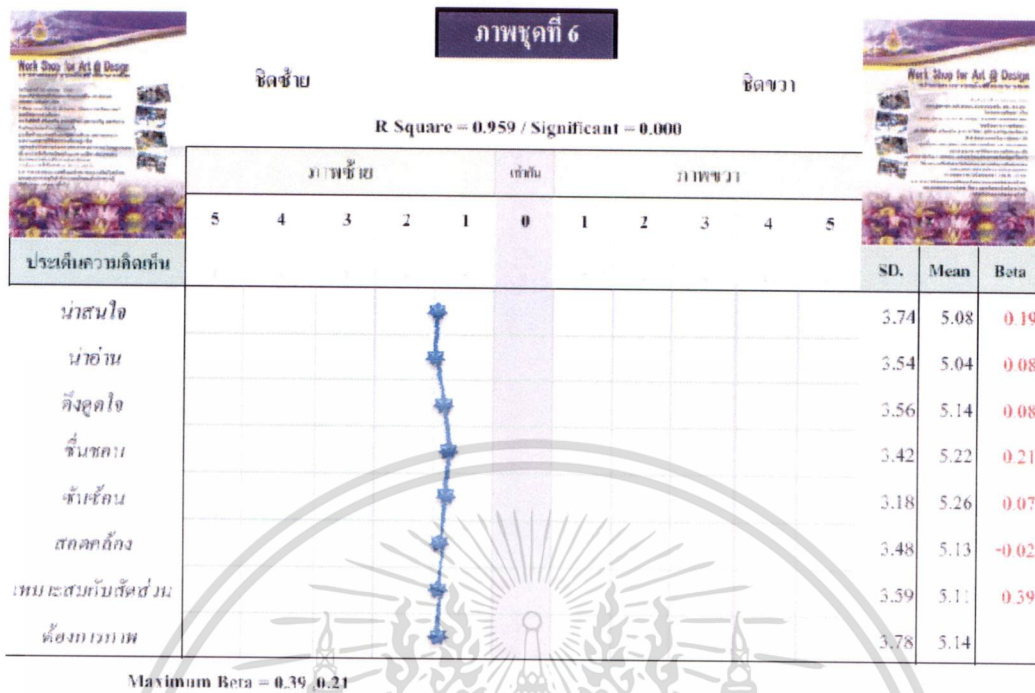


★ ค่าเฉลี่ยรวม

ผลจากการวิจัย พบว่า การออกแบบวารสารที่ใช้รูปแบบจัดชิดซ้าย ที่ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายในประเด็น ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความจับใจ ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความต้องการภาพ จะส่งผลต่อการเลือกอ่านวารสารจากกลุ่มเป้าหมาย จึงสามารถอธิบายแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้ที่จะเลือกอ่านวารสาร โดยสามารถอธิบายได้ 95% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95%

การรับรู้ความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการอ่านวารสารมากที่สุด คือ ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความชื่นชอบ หมายความว่า ถ้าวารสารมีการออกแบบให้มีความรู้สึกความเหมาะสมกับสัดส่วน และความชื่นชอบในวารสาร ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะเลือกอ่านวารสารมากกว่า วารสารที่ไม่ได้รับการออกแบบให้รับรู้ดังที่กล่าวมา ดังแสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 6)

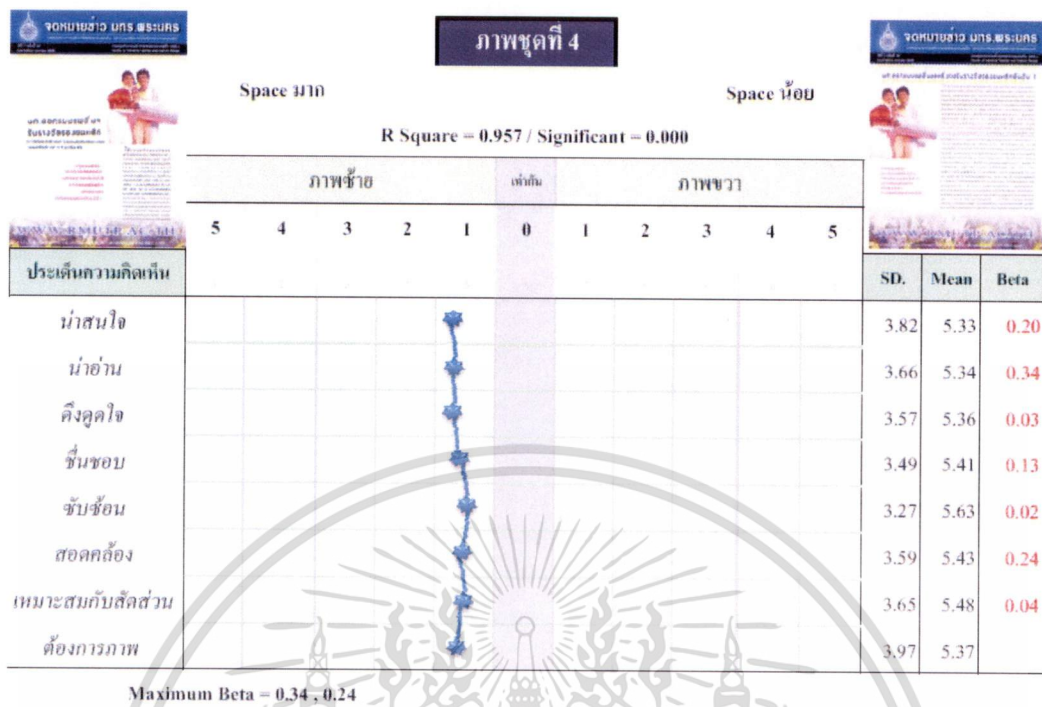


◆ ค่าเฉลี่ยรวม

ผลจากการวิจัย พบว่า การออกแบบวารสารที่ใช้รูปแบบสเปซว่างมาก ที่ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายในประเด็น ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความซับซ้อน ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความต้องการภาพ จะส่งผลต่อการเลือกอ่านวารสารจากกลุ่มเป้าหมาย จึงสามารถอธิบายแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้ที่จะเลือกอ่านวารสาร โดยสามารถอธิบายได้ 95% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95%

การรับรู้ความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการอ่านวารสารมากที่สุด คือ ความน่าอ่าน และความสอดคล้อง หมายความว่า ถ้าวารสารมีการออกแบบให้มีความรู้สึกความน่าอ่าน และความสอดคล้องในวารสาร ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะเลือกอ่านวารสารมากกว่า วารสารที่ไม่ได้รับการออกแบบให้มีรับรู้ดังที่กล่าวมา ดังแสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 4)



❖ ค่าเฉลี่ยรวม

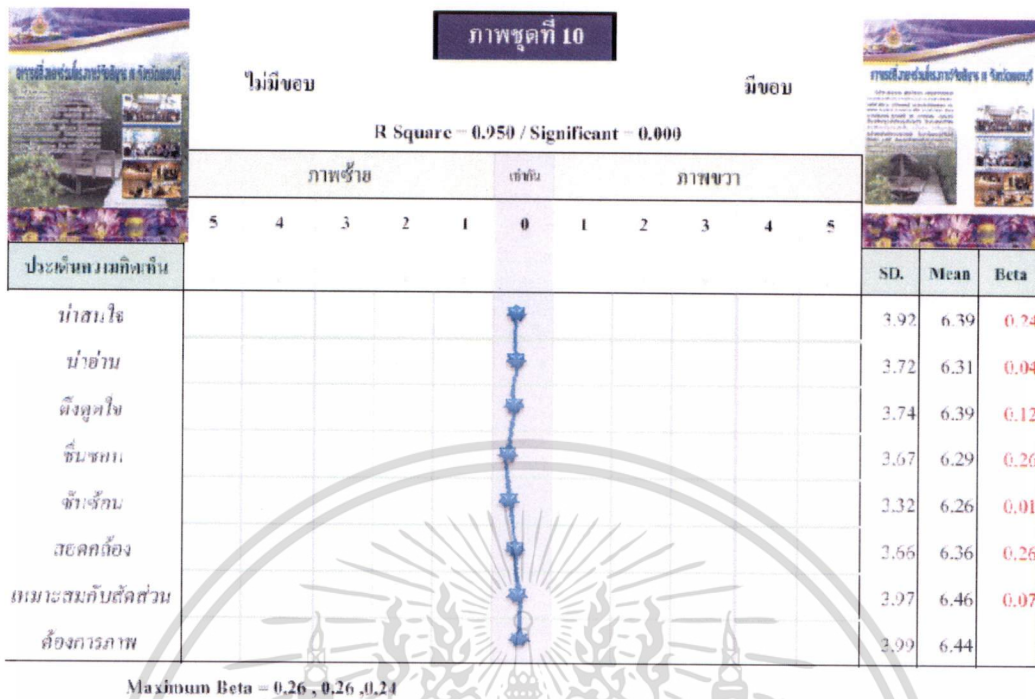
4.6.2 ประเด็นการรับรู้ที่มีผลต่อความต้องการภาพในระดับปานกลาง

ผลจากการวิจัย พบว่า การออกแบบวารสารที่ใช้รูปแบบภาพที่ไม่มีขอบ ที่ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายในประเด็น ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความจับใจ ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความต้องการภาพ จะส่งผลต่อการเลือกอ่านวารสารจากกลุ่มเป้าหมาย จึงสามารถอธิบายแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้ที่จะเลือกอ่านวารสาร โดยสามารถอธิบายได้ 95% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95%

การรับรู้ความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการอ่านวารสารมากที่สุด คือ ความชื่นชอบ ความสอดคล้อง และความน่าสนใจ หมายความว่า ถ้าวารสารมีการออกแบบให้มีความรู้สึกความชื่นชอบ ความสอดคล้อง และความน่าสนใจในวารสาร ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะเลือกอ่านวารสารมากกว่า วารสารที่ไม่ได้รับการออกแบบให้มีรับรู้ดังที่กล่าวมา ดังแสดงในตารางที่ 4.22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.22 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์(รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 10)



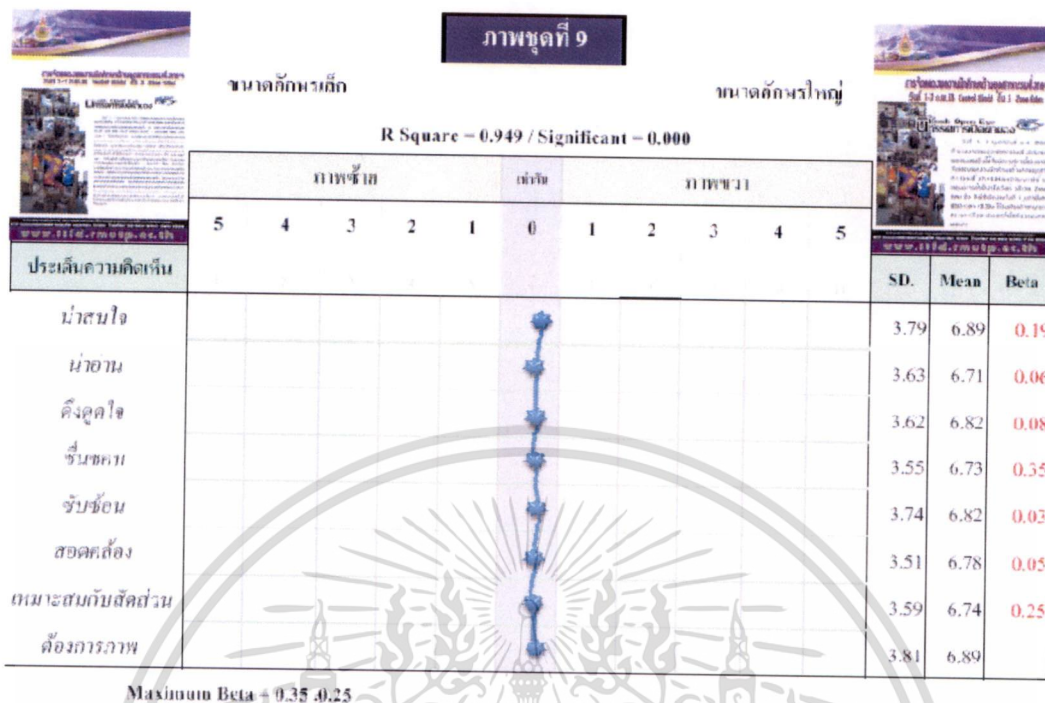
❖ ค่าเฉลี่ยรวม

ผลจากการวิจัย พบว่า การออกแบบวารสารที่ใช้รูปแบบอักษรขนาดใหญ่ ที่ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายในประเด็น ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความซับซ้อน ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความต้องการภาพ จะส่งผลต่อการเลือกอ่านวารสารจากกลุ่มเป้าหมาย จึงสามารถอธิบายแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้ที่จะเลือกอ่านวารสาร โดยสามารถอธิบายได้ 94% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95%

การรับรู้ความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการอ่านวารสารมากที่สุด คือ ความชื่นชอบและความเหมาะสมกับสัดส่วน หมายความว่า ถ้าวารสารมีการออกแบบให้มีความชื่นชอบ และความเหมาะสมกับสัดส่วนในวารสาร ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะเลือกอ่านวารสารมากกว่าวารสารที่ไม่ได้รับการออกแบบให้มีรับรู้ดังที่กล่าวมา ดังแสดงในตารางที่ 4.23

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 9)



❖ ค่าเฉลี่ยรวม

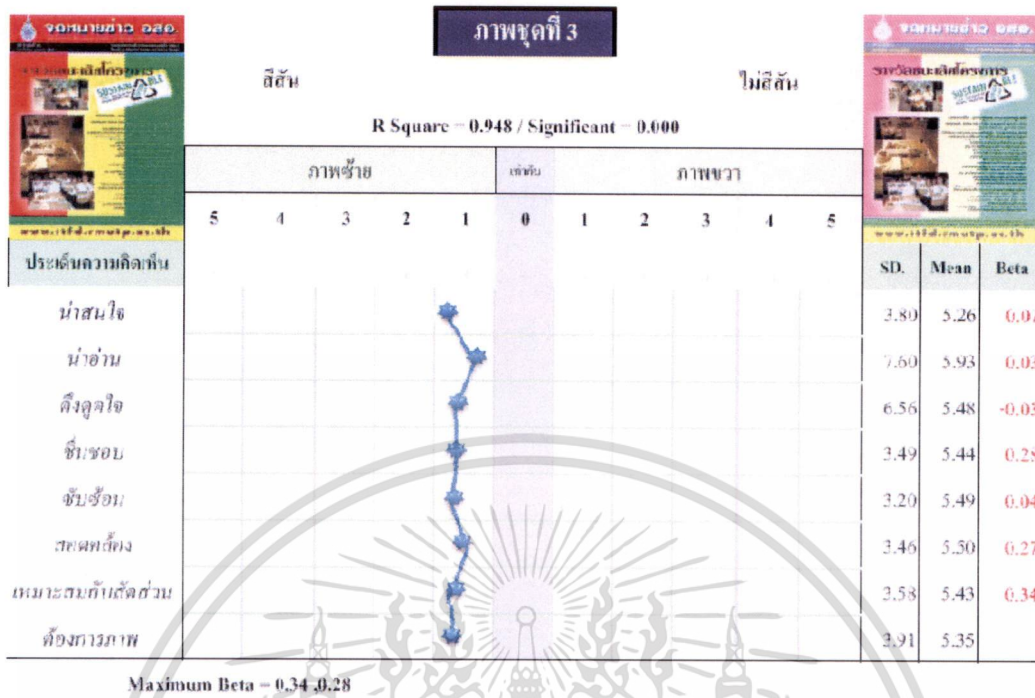
4.6.3 ประเด็นการรับรู้ที่มีผลต่อความต้องการภาพในระดับน้อย

ผลจากการวิจัย พบว่า การออกแบบวารสารที่ใช้รูปแบบหน้าคู่สเปซมาก ที่ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายในประเด็น ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความจับต้อง ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความต้องการภาพ จะส่งผลต่อการเลือกอ่านวารสารจากกลุ่มเป้าหมาย จึงสามารถอธิบายแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้ที่จะเลือกอ่านวารสาร โดยสามารถอธิบายได้ 94% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95%

การรับรู้ความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการอ่านวารสารมากที่สุด คือ ความชื่นชอบและความน่าอ่าน หมายความว่า ถ้าวารสารมีการออกแบบให้มีความชื่นชอบ และความน่าอ่านในวารสาร ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะเลือกอ่านวารสารมากกว่า วารสารที่ไม่ได้รับการออกแบบให้มีรับรู้ดังที่กล่าวมา ดังแสดงในตารางที่ 4.24

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์(รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 3)



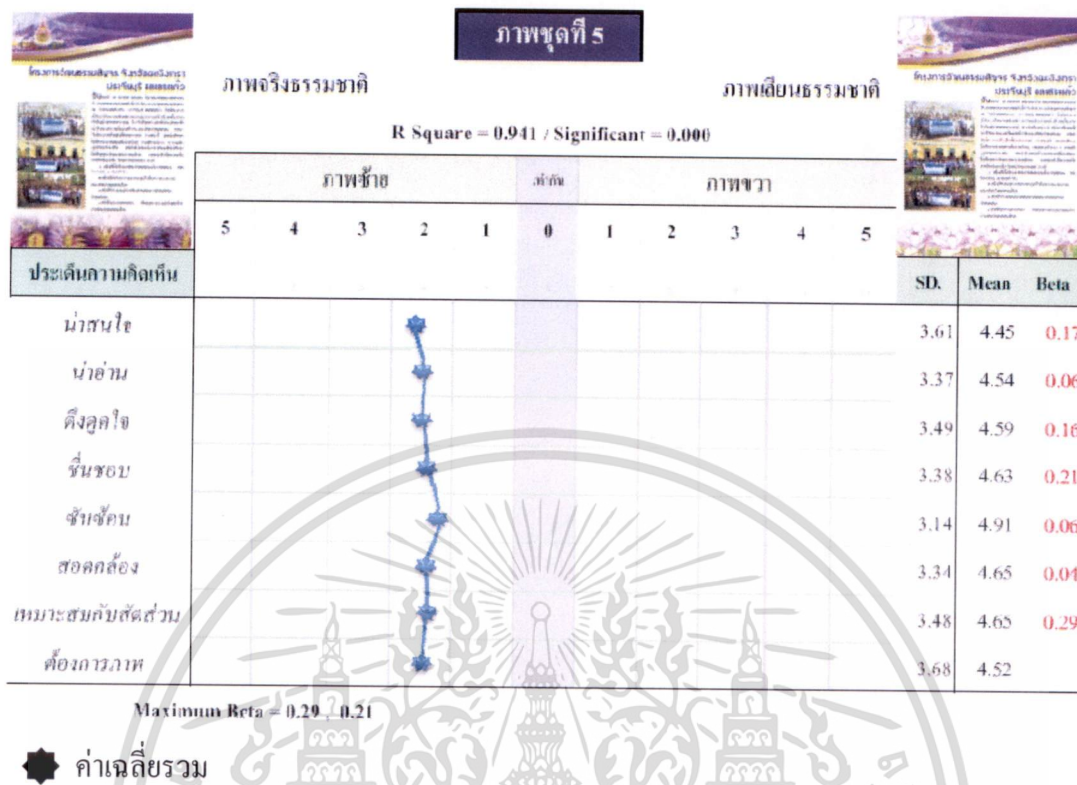
◆ ค่าเฉลี่ยรวม

ผลจากการวิจัย พบว่า การออกแบบวารสารที่ใช้รูปภาพจริงจากธรรมชาติ ที่ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายในประเด็น ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความจับใจ ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความต้องการภาพ จะส่งผลต่อการเลือกอ่านวารสารจากกลุ่มเป้าหมาย จึงสามารถอธิบายแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้ที่จะเลือกอ่านวารสาร โดยสามารถอธิบายได้ 94% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95%

การรับรู้ความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการอ่านวารสารมากที่สุด คือ ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความชื่นชอบ หมายความว่า ถ้าวารสารมีการออกแบบให้มีความเหมาะสมกับสัดส่วนและความชื่นชอบในวารสาร ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะเลือกอ่านวารสารมากกว่าวารสารที่ไม่ได้รับการออกแบบให้มีรับรู้ดังที่กล่าวมา ดังแสดงในตารางที่ 4.26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.26 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์(รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 5)

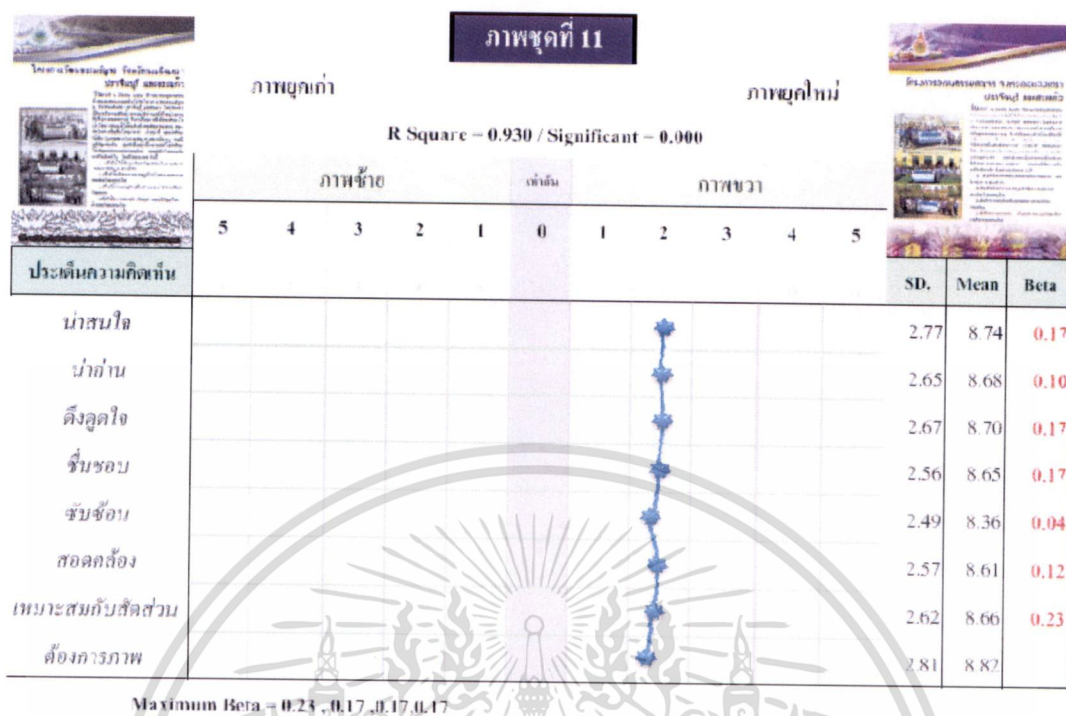


ผลจากการวิจัย พบว่า การออกแบบวารสารที่ใช้รูปภาพยุคใหม่ ที่ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายในประเด็น ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความซึ้งซึ้ง ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความต้องการภาพ จะส่งผลต่อการเลือกอ่านวารสารจากกลุ่มเป้าหมาย จึงสามารถอธิบายแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้ที่จะเลือกอ่านวารสาร โดยสามารถอธิบายได้ 93% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95%

การรับรู้ความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการอ่านวารสารมากที่สุด คือ ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความชื่นชอบ หมายความว่า ถ้าวารสารมีการออกแบบให้มีความเหมาะสมกับสัดส่วน ความน่าสนใจ ความดึงดูดใจ และความชื่นชอบในวารสาร กลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะเลือกอ่านวารสารมากกว่า วารสารที่ไม่ได้รับการออกแบบให้มีรับรู้ดังที่กล่าวมา ดังแสดงในตารางที่ 4.27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.27 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์(รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 11)

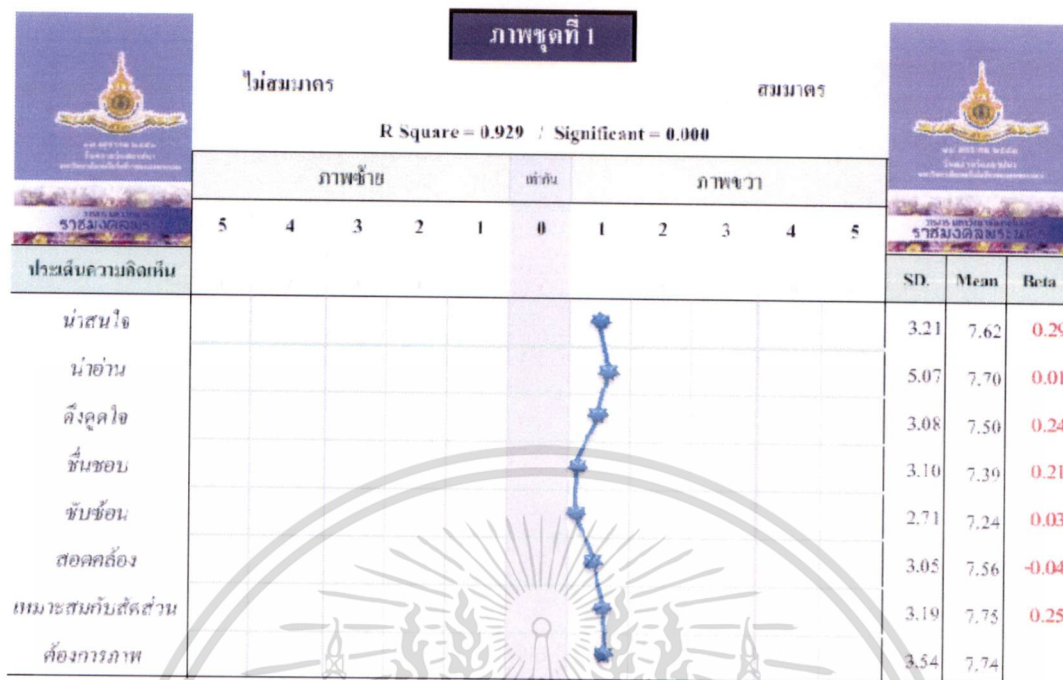


★ ค่าเฉลี่ยรวม

ผลจากการวิจัยพบว่า การออกแบบวารสารที่ใช้รูปภาพสมมาตร ที่ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายในประเด็น ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความจับใจ ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความต้องการภาพ จะส่งผลต่อการเลือกอ่านวารสารจากกลุ่มเป้าหมาย จึงสามารถอธิบายแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้ที่จะเลือกอ่านวารสาร โดยสามารถอธิบายได้ 92% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95%

การรับรู้ความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการอ่านวารสารมากที่สุด คือ ความน่าสนใจ และความเหมาะสมกับสัดส่วน หมายความว่า ถ้าวารสารมีการออกแบบให้มีความน่าสนใจ และความเหมาะสมกับสัดส่วนในวารสาร ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะเลือกอ่านวารสารมากกว่าวารสารที่ไม่ได้รับการออกแบบให้รับรู้ดังที่กล่าวมา ดังแสดงในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 1)



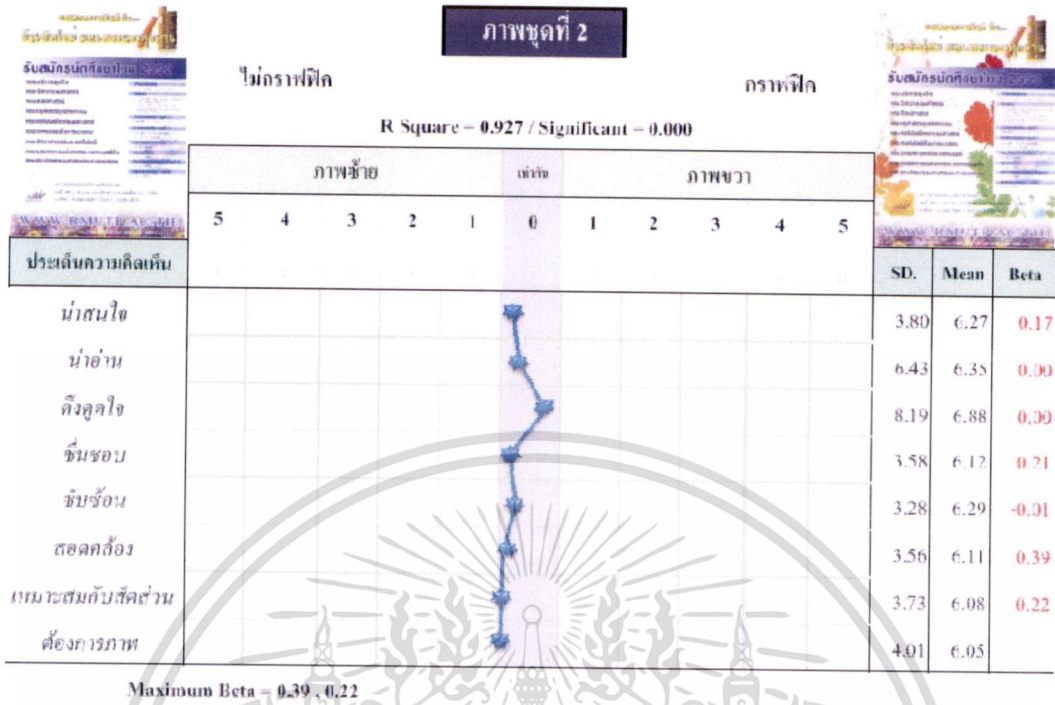
Maximum Beta = 0.29 , 0.26

● ค่าเฉลี่ยรวม

ผลจากการวิจัย พบว่า การออกแบบวารสารที่ใช้รูปแบบที่ไม่มีกราฟิก ที่ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายในประเด็น ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความชับช้อน ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความต้องการภาพ จะส่งผลต่อการเลือกอ่านวารสารจากกลุ่มเป้าหมาย จึงสามารถอธิบายแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้ที่จะเลือกอ่านวารสารโดยสามารถอธิบายได้ 92% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95%

การรับรู้ความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการอ่านวารสารมากที่สุด คือ ความสอดคล้อง และความเหมาะสมกันสัดส่วน หมายความว่า ถ้าวารสารมีการออกแบบให้มีความสอดคล้อง และความเหมาะสมกันสัดส่วนในวารสาร ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะเลือกอ่านวารสารมากกว่า วารสารที่ไม่ได้รับการออกแบบให้รับรู้ดังที่กล่าวมา ดังแสดงในตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์(รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 2)

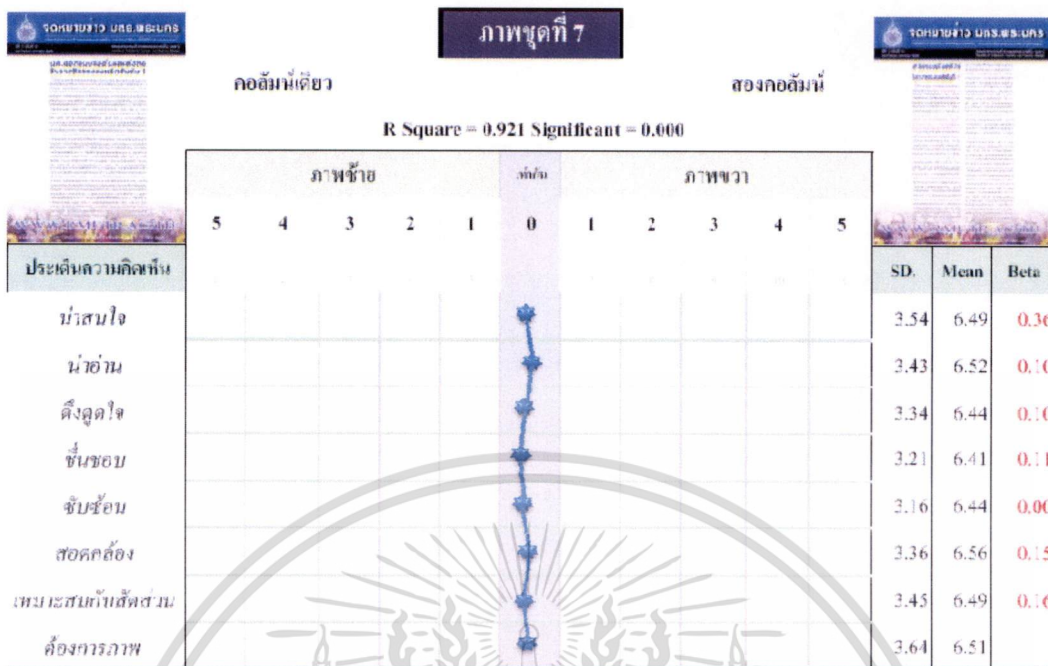


❖ ค่าเฉลี่ยรวม

ผลจากการวิจัย พบว่า การออกแบบวารสารที่ใช้จัด 12 คอลัมน์ ที่ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายในประเด็น ความน่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ความชื่นชอบ ความซับซ้อน ความสอดคล้อง ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความต้องการภาพ จะส่งผลต่อการเลือกอ่านวารสารจากกลุ่มเป้าหมาย จึงสามารถอธิบายแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้ที่จะเลือกอ่านวารสาร โดยสามารถอธิบายได้ 92% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95%

การรับรู้ความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อความต้องการอ่านวารสารมากที่สุด คือ ความน่าสนใจ และความเหมาะสมกันสัดส่วน หมายความว่า ถ้าวารสารมีการออกแบบให้มีความน่าสนใจ และความเหมาะสมกันสัดส่วนในวารสาร ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะเลือกอ่านวารสารมากกว่าวารสารที่ไม่ได้รับการออกแบบให้รับรู้ดังที่กล่าวมา ดังแสดงในตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ (รายละเอียดในภาคผนวก ชุดภาพที่ 7)



Maximum Beta = 0.36, 0.15

◆ ค่าเฉลี่ยรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ทดสอบกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ผลงานวิจัย “ปัจจัยมีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลปวัฒนธรรมประเพณีประชาสัมพันธ: กรณีศึกษา วารสารประชาสัมพันธ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร” ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อหาแนวทางในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ โดยมีนักศึกษาและบุคลากรที่ติดต่อกับมหาวิทยาลัย เป็นกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ผู้วิจัยได้หาข้อเท็จจริงจากการพิสูจน์ในประเด็นต่างๆ ในหลักการของออกแบบเพื่อหาปัจจัยในการรับรู้ จะเห็นได้ว่าหลักในการออกแบบนั้นเป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักออกแบบวารสาร และเป็นแนวทางที่จะสื่อสารให้ผู้อ่านวารสารไปสู่ความสนใจในตัวของวารสารประชาสัมพันธ และ ยังทำให้เกิดการรับรู้ข่าวสารที่จะประชาสัมพันธต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายต่อไป

งานวิจัยนี้สามารถหาแนวทางการในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธให้ผู้ที่ต้องการอ่านโดยอาศัยหลักการขององค์ประกอบศิลป์ไปเชื่อมโยงกับหลักการทางพฤติกรรมของผู้อ่านซึ่งตามหลักการทางจิตวิทยานั้น พฤติกรรมไม่ได้เกิดขึ้นเอง แต่เป็นผลมาจากการรับรู้ของแต่ละบุคคล และส่งผลต่อไปให้เกิดพฤติกรรม ในงานวิจัยนี้จึงได้ยึดหลักการการรับรู้เพื่อทดสอบการรับรู้และระดับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ที่ส่งผลไปยังพฤติกรรม เพื่อให้ได้มาซึ่งเกณฑ์ในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ ในส่วนของบทนี้ได้แยกออกหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

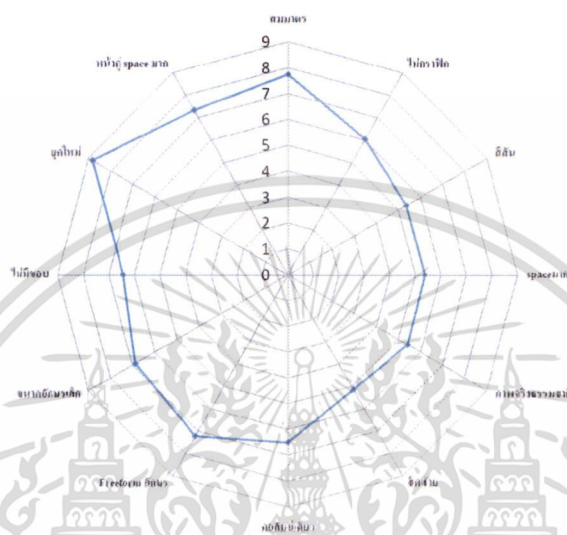
5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 หลักการออกแบบขององค์ประกอบศิลป์ที่จำเป็นในการรับรู้ในวารสารประชาสัมพันธ

ในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธควรออกแบบให้มีการรับรู้ในความสนใจตั้งแต่ปกวารสารจะทำให้กลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ที่สนใจเปิดอ่านหนังสือไปจนถึงเนื้อหาสาระไว้ในด้านในของวารสาร ในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ต่อความรู้สึกของความดีของการภาพแต่ละปัจจัยการออกแบบมีความสัมพันธ์กัน แสดงให้เห็นว่าการออกแบบวารสารนั้นมีความสำคัญในการรับรู้ความรู้สึกต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมายเพราะถ้าเมื่อกลุ่มเป้าหมายมีการรับรู้ในความรู้สึกต่างๆ จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โอกาสที่เปิดอ่านวารสาร ดังนั้น ในการออกแบบวารสารจำเป็นต้องมีปัจจัยที่ทำให้มีความต้องการในลักษณะการออกแบบตรงกับผู้อ่าน จึงมีปัจจัยการออกแบบที่มีผลต่อการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 8 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากองค์ประกอบที่กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการในความรู้สึกในประเด็นต่างๆ จากการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับการรับรู้ในการทดสอบจากการวิจัยนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปปัจจัยการออกแบบ ดังต่อไปนี้ (ดังภาพแสดงที่ 5.1)



ภาพที่ 5.1 แสดงปัจจัยในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์

ความสมมาตร การออกแบบวารสารที่มีความสมมาตร ซึ่งจะต้องการจัดการจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความรู้สึกในความน่าอ่าน และน่าสนใจ เพราะความสมมาตรจะทำให้ลักษณะของวารสารออกมา ไม่มีความหนักไปข้างใดข้างหนึ่ง โดยความสมมาตรนี้ยังมีผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ในระดับมาก

ภาพยุคใหม่ การออกแบบวารสารที่มีการใช้ภาพยุคใหม่ ซึ่งจะต้องการองค์ประกอบของภาพให้มีความรู้สึกน่าสนใจ และความน่าอ่าน เพราะการใช้ภาพยุคใหม่ควรออกแบบทำให้เกิดการรับรู้ความรู้สึกน่าสนใจ อันจะส่งผลให้ผู้อ่านมีความต้องการอ่านวารสารนั้นๆ ในการใช้ภาพยุคใหม่นี้มีผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ในระดับมาก

ภาพจริงจากธรรมชาติ การออกแบบวารสารที่มีการใช้ภาพจริงจากธรรมชาติ ซึ่งจะต้องการจัดการจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความรู้สึกน่าสนใจ และความเหมาะสมกับสัดส่วน เพราะการออกแบบวารสารจะต้องคำนึงถึงความสนใจ เป็นหลักต้นๆ และการออกแบบให้เกิดความเหมาะสม จะส่งผลให้เกิดการรับรู้ที่ได้ภาพจากธรรมชาติไม่ขัดต่อการเลียนแบบจากของจริง ในการใช้ภาพลักษณะนี้ ผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ในระดับมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดฟรีฟอร์ม(Free from) การออกแบบวารสารที่มีการจัดอักษรฟรีฟอร์ม ซึ่งจะต้องจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความรู้สึกดึงดูดใจ และความซับซ้อน เพราะการออกแบบวารสารในลักษณะนี้เป็นการออกแบบให้อักษรนั้น มีอิสระในการจัดรูปแบบไม่จำเป็นว่า อักษรต้องมีความเท่ากันในทุกบรรทัด ซึ่งจะต้องพิจารณาความซับซ้อนด้วย เพื่อให้มีความเข้าใจในตัววารสารนั้น การจัดรูปแบบลักษณะนี้ มีผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ในระดับมาก

การจัดหน้าคู่สเปซ(Space)มาก การออกแบบวารสารที่มีการจัดลักษณะหน้าคู่พื้นที่มาก ซึ่งจะต้องจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความรู้สึกน่าสนใจ และความเหมาะสมกันสัดส่วน เพราะการออกแบบวารสารในลักษณะนี้เป็นการออกแบบให้มีพื้นที่ว่างมาก จะทำให้มีจุดสนใจน้อย และเมื่อมีจุดน้อยจะต้องออกแบบให้มีความสนใจ และต้องมีความเหมาะสม ไม่มากหรือน้อยเกินไป การออกแบบวารสารลักษณะนี้ มีผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ในระดับค่อนข้างน้อย

ใช้ภาพที่มีสีสัน การออกแบบวารสารที่มีการจัดรูปแบบให้วารสารมีสีสัน ซึ่งจะต้องจัดการจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความรู้สึกความน่าอ่าน และความสอดคล้อง เพราะการออกแบบวารสารในลักษณะนี้เป็นการออกแบบให้มีการประกอบกับความน่าอ่าน ควบคู่กันกับความสอดคล้องด้วย จะเห็นว่าภาพที่มีสีสัน สามารถทำให้มีความโดดเด่น เมื่อเปรียบกับภาพที่ไม่มีสีสันจะทำให้ไม่มีชีวิตชีวาในบางกรณี การออกแบบวารสารลักษณะนี้ มีผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ในระดับค่อนข้างน้อย

ภาพสเปซ(Space)มาก การออกแบบวารสารที่มีการจัดลักษณะพื้นที่ว่างมาก ซึ่งจะต้องจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความรู้สึกซับซ้อน และความเหมาะสมกับสัดส่วน เพราะการออกแบบวารสารในลักษณะนี้เป็นการออกแบบให้มีพื้นที่ว่างมาก จะทำให้มีจุดสนใจน้อย และเมื่อมีจุดน้อยจะต้องออกแบบไม่ให้ซับซ้อน และต้องคำนึงถึงสัดส่วนประกอบด้วย การออกแบบวารสารลักษณะนี้ มีผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ในระดับค่อนข้างน้อย

การจัดภาพชิดซ้าย การออกแบบวารสารที่มีภาพชิดไปทางด้านซ้ายนี้ ซึ่งจะต้องจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความรู้สึกซับซ้อน และความเหมาะสมกับสัดส่วน เพราะการออกแบบวารสารในลักษณะนี้เป็นการออกแบบให้ซับซ้อน จะส่งผลให้ยากต่อการเข้าใจในวารสารนั้น รวมถึงความเหมาะสมในตัววารสารด้วย การออกแบบวารสารลักษณะนี้มีผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ในระดับค่อนข้างน้อย

นอกจากนี้ยังปัจจัยที่มีไม่มีผลต่อการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์ เพราะถ้าหากออกแบบมีการยึดปัจจัยเหล่านี้แล้ว จะทำให้ไม่มีผลต่อการรับรู้ในการออกแบบวารสารเหล่านั้น ดังต่อไปนี้

การจัดภาพไม่มีกราฟิก(Graphic) การออกแบบวารสารมีการจัดภาพที่ไม่มีกราฟิกประกอบ ซึ่งจะต้องจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความดึงดูดใจ และความซับซ้อน เพราะการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกแบบวารสารในลักษณะนี้ถ้ามีการออกแบบให้สร้างความดึงดูดใจ และลดความซับซ้อนจะทำให้ผู้ที่อ่านมีความต้องการที่จะอ่านวารสารนั้น การออกแบบวารสารลักษณะนี้มีผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ในระดับค่อนข้างน้อย

การจัดคอลัมน์ (Colum) การออกแบบวารสารควรมีการจัดอักษรให้มีเพียงคอลัมน์เดียว ซึ่งจะต้องจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความรู้สึกรู้สึกความสอดคล้อง และความน่าอ่าน เพราะการออกแบบวารสารในลักษณะนี้ถ้ามีการออกแบบให้สร้างสอดคล้องกันในตัววารสาร และสร้างความน่าอ่านให้มากที่สุด ซึ่งจะทำให้ผู้ที่อ่านมีความต้องการที่จะอ่านวารสาร การออกแบบวารสารลักษณะนี้มีผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ในระดับค่อนข้างน้อย

การใช้อักษร การออกแบบวารสารควรใช้อักษรขนาดเล็ก ซึ่งจะต้องจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความรู้สึกรู้สึกน่าสนใจ ความดึงดูดใจ และความซับซ้อน เพราะการออกแบบวารสารในลักษณะนี้ ซึ่งจะทำให้ผู้ที่อ่านมีความต้องการที่จะอ่านวารสารนั้น การออกแบบวารสารลักษณะนี้มีผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ในระดับค่อนข้างน้อย

การใช้ภาพไม่มีขอบ การออกแบบวารสารควรมีการจัดภาพไม่มีขอบ ซึ่งจะต้ององค์ประกอบของภาพให้มีความรู้สึกรู้สึกเหมาะสมกับสัดส่วน ความน่าสนใจ และความดึงดูดใจ เพราะการออกแบบวารสารในลักษณะนี้ ซึ่งจะทำให้ผู้ที่อ่านมีความต้องการที่จะอ่านวารสาร การออกแบบวารสารลักษณะนี้มีผลต่อการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ในระดับค่อนข้างน้อย

5.1.2 การรับรู้ที่เกิดจากกลุ่มเป้าหมายในองค์ประกอบศิลป์

ข้อคำนึงที่สำคัญที่นักออกแบบควรตระหนักถึงในการออกแบบในความน่าอ่าน และน่าสนใจ เพราะในทางจิตวิทยาความรู้สึกรู้สึกเหล่านี้มีผลอย่างมากในการตอบสนองของการรับรู้จากกลุ่มตัวอย่าง ในขณะที่นักศึกษาหรือบุคคลทั่วไปรับรู้ในความรู้สึกรู้สึกดังกล่าว จะส่งผลให้มีความต้องการวารสารเหล่านั้น และทำให้มีความต้องการเนื้อหาในด้านในของอ่านหนังสือไป นอกจากนี้ในการออกแบบวารสารยังต้องคำนึงถึงกลุ่มที่ผู้อ่าน หรือกลุ่มลูกค้าของวารสารที่จะออกแบบไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และยังมีแตกต่างในด้านต่างๆ ในการออกวารสารนั้นควรคำนึงถึงความแตกต่างด้วย ดังนี้

5.1.2.1 เพศชาย/หญิง

ระหว่างเพศชายหญิงมีความต้องการที่ไม่เหมือนกันควรคำนึงในองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบ ได้แก่

การใช้กราฟิก(Graphic) เพศหญิงนั้นมีความต้องการแตกต่างจากเพศชาย เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกรู้สึกชื่นชอบในการอ่านวารสาร เพศหญิงมีความต้องการให้ออกแบบไม่มีกราฟิกมากกว่าเพศชาย ในการออกแบบวารสารให้มีความชื่นชอบ การออกแบบ

ด้านการใช้กราฟิก เพศถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

การใช้สี เพศหญิงนั้นมีความต้องการแตกต่างจากเพศชายเพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกดึงดูดใจ เพศหญิงจะมีความต้องการให้ออกแบบวารสารให้มีสีสัน ในการออกแบบวารสารให้มีความดึงดูดใจ การออกแบบในการใช้สี เพศถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

การจัดชิดซ้ายขวา เพศหญิงนั้นมีความต้องการแตกต่างจากเพศชาย เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกน่าอ่านในการอ่านวารสาร เพศหญิงมีความต้องการให้ออกแบบจัดชิดซ้าย การออกแบบด้านการจัดชิดซ้าย เพศถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

การใช้ภาพ เพศชายนั้นมีความต้องการแตกต่างจากเพศหญิง เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกสอดคล้องในการอ่านวารสาร เพศชายมีความต้องการให้ออกแบบไม่มีขอบ การออกแบบด้านการใช้ภาพไม่มีขอบ ในด้านเพศถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

5.1.2.2 นักศึกษา/บุคคลทั่วไป

ระหว่างกลุ่มนักศึกษา/บุคคลทั่วไป มีความต้องการที่ไม่เหมือนกันควรคำนึงในองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบ ได้แก่

ความสมมาตร นักศึกษานั้นมีความต้องการแตกต่างจากบุคคลทั่วไป เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกความสอดคล้องในการอ่านวารสาร นักศึกษามีความต้องการให้ออกแบบให้มีความสมมาตร การออกแบบในด้านความสมมาตร กลุ่มนักศึกษาและบุคคลทั่วไปถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

การใช้สี บุคคลทั่วไปนั้นมีความต้องการแตกต่างจากนักศึกษา เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกดึงดูดใจและน่าสนใจในการอ่านวารสาร บุคคลทั่วไปมีความต้องการให้ออกแบบให้มีสีสันสดใส การออกแบบในด้านการใช้สี กลุ่มนักศึกษาและบุคคลทั่วไปถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

การจัดอักษร นักศึกษานั้นมีความต้องการแตกต่างจากบุคคลทั่วไป เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกความซับซ้อนและน่าสนใจในการอ่านวารสาร นักศึกษามีความต้องการให้ออกแบบให้มีอักษรฟรiform การออกแบบในด้านการจัดอักษรฟรiform กลุ่มนักศึกษาและบุคคลทั่วไปถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดอักษร นักศึกษานั้นมีความต้องการแตกต่างจากบุคคลทั่วไป เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกร่าสนใจและซับซ้อนในการอ่านวารสาร นักศึกษามีความต้องการให้ออกแบบให้มีอักษรขนาดเล็ก การออกแบบในด้านขนาดอักษร กลุ่มนักศึกษาและบุคคลทั่วไปถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

การใช้ภาพ นักศึกษานั้นมีความต้องการแตกต่างจากบุคคลทั่วไป เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกร่าสนใจและความเหมาะสมกับสัดส่วนในการอ่านวารสาร นักศึกษามีความต้องการให้ออกแบบให้มีรูปภาพมีขอบ ส่วนบุคคลทั่วไปต้องการใช้ภาพไม่มีขอบ การออกแบบในด้านการใช้ภาพ กลุ่มนักศึกษาและบุคคลทั่วไปถือว่าไปในทางตรงกันข้ามกัน แต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

การใช้หน้าคู่สเปซ(Space)มาก นักศึกษานั้นมีความต้องการแตกต่างจากบุคคลทั่วไป เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกร่าสนใจและสนใจในการอ่านวารสาร นักศึกษามีความต้องการให้ออกแบบให้มีหน้าคู่สเปซมาก การออกแบบในลักษณะหน้าคู่ กลุ่มนักศึกษาและบุคคลทั่วไปถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

5.1.2.3 มีพื้นฐานทางศิลปะ/ไม่มีความรู้ทางศิลปะ

ระหว่างผู้มีพื้นฐานทางศิลปะ/ไม่มีความรู้ทางศิลปะมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ควรคำนึงในองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบ ได้แก่

การใช้สี กลุ่มมีพื้นฐานทางศิลปะนั้นมีความต้องการแตกต่างจากผู้ไม่มีความรู้ทางศิลปะ เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกร่าอ่านและดึงดูดใจในการอ่านวารสาร ผู้มีพื้นฐานทางศิลปะความต้องการให้ออกแบบให้มีสีสัน การออกแบบในการใช้สีผู้ที่มีพื้นฐานทางศิลปะ/ไม่มีความรู้ทางศิลปะถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

การใช้สเปซ(Space) กลุ่มมีพื้นฐานทางศิลปะนั้นมีความต้องการแตกต่างจากผู้ไม่มีความรู้ทางศิลปะ เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกร่าสนใจและดึงดูดใจในการอ่านวารสาร ผู้มีพื้นฐานทางศิลปะความต้องการให้ออกแบบให้มีสเปซ การออกแบบในการใช้สเปซ ผู้มีพื้นฐานทางศิลปะ/ไม่มีความรู้ทางศิลปะ ถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

การจัดอักษร กลุ่มมีพื้นฐานทางศิลปะนั้นมีความต้องการแตกต่างจากผู้ไม่มีความรู้ทางศิลปะ เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกร่าสนใจและซับซ้อนในการอ่านวารสาร ผู้มีพื้นฐานทางศิลปะความต้องการให้ออกแบบในการจัดอักษรฟรีฟอร์ม การออกแบบใน

การใช้จัดอักษร ผู้มีพื้นฐานทางศิลปะ/ไม่มีความรู้ทางศิลปะ ถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

ภาพยุคสมัย กลุ่มไม่มีพื้นฐานทางศิลปะนั้นมีความต้องการแตกต่างจากผู้มีความรู้ทางศิลปะ เพราะในการออกแบบวารสารให้มีความรู้สึกซับซ้อนและน่าสนใจในการอ่านวารสาร ผู้มีพื้นฐานทางศิลปะความต้องการให้ออกแบบในการใช้ภาพสมัยใหม่ การออกแบบในการใช้ยุคสมัยของภาพ ผู้มีพื้นฐานทางศิลปะ/ไม่มีความรู้ทางศิลปะ ถือว่าไปในทางเดียวกันแต่ความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มใด

5.2 อธิบายผลการวิจัย

ในการออกแบบวารสารนักออกแบบควรตระหนักถึงกลุ่มเป้าหมายและเนื้อหาสาระที่มีในวารสาร การออกแบบกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึก น่าสนใจ น่าอ่าน ดึงดูดใจ ชื่นชอบ ซับซ้อน สอดคล้อง เพราะในทางจิตวิทยาแล้ว ความรู้สึกดังกล่าวมีผลอย่างมากต่อการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย เมื่อถูกคำรู้สึกวารสารมีความรู้สึกน่าอ่าน ดึงดูดใจแล้วจะส่งผลทางจิตวิทยาไปยังพฤติกรรมในความต้องการที่จะเปิดอ่าน ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นเพราะองค์ประกอบศิลป์ที่นักออกแบบได้นำมาใช้ในวารสารที่จะนำเสนอไปยังกลุ่มเป้าหมาย

นักออกแบบต้องคำนึงเป็นอย่างยิ่งไม่ว่าจะใช้องค์ประกอบศิลป์ต่างๆ เช่น ความสมมาตรของวารสาร ในที่นี้คือการออกแบบให้วารสารมีความน่าหนักบน ล่าง ซ้าย ขวา การใช้ความสมมาตรนี้ไม่จำเป็นต้องให้มีรูปแบบที่ตายตัว เพราะความสมมาตรนั้นอาจใช้สิ่งที่ออกแบบชนิดเดียวกันมาสร้างความสมมาตร ซึ่งอาจจะใช้รูปแบบอื่นนำมาสร้างความสมมาตรใช้แทนกันได้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความซ้ำซ้อนของรูปแบบวารสาร และยังเป็นการสร้างสมมาตรที่ไม่ให้ผู้อ่านได้สัมผัสได้โดยไม่ได้คาดคิด ภาพประกอบที่นำมาใช้ในการออกแบบก็เช่นกัน ลักษณะภาพประกอบที่นำมาใช้นักออกแบบควรพิจารณาด้วย หากวารสารนั้นมี เนื้อหา รูปแบบ อັตลักษณ์ ลักษณะใดบ้าง ภาพที่นำมาใช้เหมาะสมมากน้อยเพียงใด โดยทั่วไปแล้วกลุ่มเป้าหมายนั้น มีความต้องการภาพจริงที่เป็นธรรมชาติมากกว่า ภาพที่มีสร้างขึ้นด้วยคอมพิวเตอร์จาก โปรแกรมสำเร็จรูปที่มีอยู่ในปัจจุบัน ภาพจริงที่ได้จากธรรมชาติจะสร้างความรู้สึกนุ่มนวล ไม่แข็งกระด้าง เมื่อเปรียบเทียบกับภาพที่สร้างเลียนแบบธรรมชาตินั้นก็ให้อารมณ์ที่แตกต่างกัน แต่ภาพที่สร้างขึ้นที่อย่างประณีตจากการเลียนแบบเมื่อจนเปรียบเทียบไม่ได้ว่าภาพให้ที่แสดงให้เป็นภาพที่สร้างขึ้นย่อมเป็นผลดีจากนักออกแบบ เพราะสามารถทำให้ผู้ที่รับรู้ภาพที่ประดิษฐ์ขึ้น ไม่สามารถแยกแยะได้เป็นภาพจริงจากธรรมชาติ การใช้ยุคสมัยของภาพที่นำมาใช้ในการออกแบบวารสารก็เป็นอีกอย่างที่ต้องคำนึงเช่นกัน การใช้ภาพที่ทันสมัยนั้น จะทำให้ผู้ที่ได้รับรู้จากการออกแบบในวารสารมีการพัฒนาการออกแบบให้ทันกับกาลเวลา และยังสามารถสร้างความทันสมัยให้กับผู้ที่อ่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

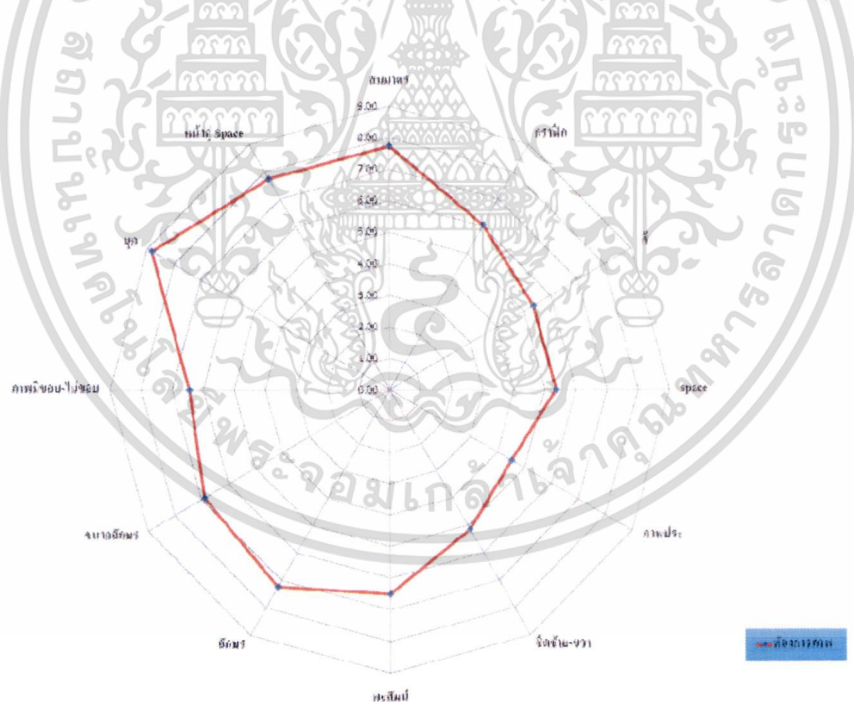
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วารสารประเภทต่างๆ ได้อีกเช่นกัน และยังคงคำนึงถึงความเหมาะสมกับประเภทของวารสารที่จะ ออกแบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่างๆ อีกด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 การจัดวางองค์ประกอบศิลป์ที่สามารถสื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

ในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์สิ่งแรกที่กลุ่มผู้ที่อ่านวารสารพบเห็น อาจส่งผล ให้เกิดความต้องการที่จะเปิดอ่านเนื้อหา หรือไม่ต้องการที่จะเปิดอ่าน นักออกแบบวารสารความ การนำองค์ประกอบศิลป์ในส่วนต่างๆ ที่ทำให้ผู้ที่ต้องการอ่านหรือกลุ่มลูกค้าของหนังสือ วารสาร หรือสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ ต้องการจะเข้าถึงผู้อ่าน เพื่อเป็นการดึงการรับรู้เข้าไปเพื่อการเปิดอ่าน และมีความต้องการอ่านนั้นถือว่สิ่งสำคัญของนักออกแบบที่ควรมี การสร้างแรงจูงใจ กลุ่มเป้าหมายได้มีความต้องการที่อยากจะเปิดอ่าน และต้องการดูเนื้อหาต่อไปในเล่มจะทำให้มีผล ในการสื่อสารให้กลุ่มผู้ที่อ่าน ได้รับรู้สาระในเนื้อหาเล่มเป็นอย่างไร ซึ่งปัจจัยที่จะกล่าวต่อไปนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ วารสารประเภท ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดังนี้ (ดังกราฟแสดงที่ 5.2)



ภาพที่ 5.2 กราฟแสดงข้อเสนอแนะในการออกแบบ

ฟรีฟอร์ม(Free form) ควรจัดรูปแบบอักษรในวารสารนักออกแบบควรจัดให้มีความ เป็นอิสระทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึก ความเหมาะสมกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สัดส่วน และความชื่นชอบ ซึ่งนักออกแบบได้จัดรูปแบบโดยให้ความเป็นอิสระจะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ต้องการจะเลือกอ่านวารสารมากกว่าที่ไม่ได้รับจัดในรูปแบบที่เป็นอิสระ

ขีดซ้ายขวา ควรจัดรูปแบบของวารสารให้อยู่ด้านซ้าย ควรจัดให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความรู้สึก ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความชื่นชอบ ซึ่งนักออกแบบได้จัดรูปแบบโดยให้ความเป็นซิดด้านซ้ายของวารสารจะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ต้องการจะเลือกอ่านวารสารมากกว่าที่ไม่ได้รับจัดในรูปแบบในด้านขวา

สเปซ(Space) ควรจัดรูปแบบของวารสารให้มีพื้นที่ว่างไม่มีความแออัด ของรูปภาพ และตัวหนังสือ ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความรู้สึก ความน่าอ่าน และความสอดคล้อง ซึ่งนักออกแบบได้จัดรูปแบบโดยให้ความเป็นปล่อยให้มีพื้นที่ในการพักสายตาของวารสารจะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ต้องการจะเลือกอ่านวารสารมากกว่าที่ไม่ได้รับจัดในรูปแบบให้มีพื้นที่น้อยแออัดจนเกินไป

การใช้ภาพ ควรจัดให้ภาพในของวารสารเป็นภาพในลักษณะที่ปูเต็มพื้นที่ของวารสาร ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความรู้สึก ความชื่นชอบ ความสอดคล้อง และความน่าสนใจ ซึ่งนักออกแบบใช้ภาพลักษณะจะใช้เป็นภาพใหญ่เต็มหน้าวารสาร จะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ต้องการจะเลือกอ่านวารสารมากกว่าที่ใช้ภาพหลายๆภาพหน้ากระดาษ

ขนาดอักษร ควรจัดรูปแบบของวารสารให้มีขนาดของอักษรใหญ่หรือตัวหนังสือขนาดใหญ่ ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความรู้สึก ความชื่นชอบ และความเหมาะสมกับสัดส่วน ซึ่งนักออกแบบได้จัดรูปแบบของอักษรให้มีขนาดใหญ่สอดคล้องกับวารสารในแต่ละหน้า และจะช่วยให้อ่านข้อความได้ชัดเจน จะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ต้องการจะเลือกอ่านวารสารมากกว่าที่ไม่ใช้อักษรที่มีขนาดเล็ก

หน้าคู่ของวารสาร ควรจัดรูปแบบของวารสารให้มีพื้นที่ว่างไม่มีความแออัด ของรูปภาพ และตัวหนังสือ ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความรู้สึก คือ ความชื่นชอบ และความน่าอ่าน ซึ่งนักออกแบบได้จัดรูปแบบโดยให้ความเป็นปล่อยให้มีพื้นที่ในการพักสายตาของวารสารจะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ต้องการจะเลือกอ่านวารสารมากกว่าที่ไม่ได้รับจัดในรูปแบบให้มีพื้นที่น้อยแออัดจนเกินไป

สี ควรจัดให้ภาพในของวารสารเป็นภาพที่มีสีสดใส ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความรู้สึก ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความชื่นชอบ ซึ่งนักออกแบบใช้ภาพลักษณะที่มีสีสดใส จะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ต้องการจะเลือกอ่านวารสารมากกว่าที่ไม่มีสีของภาพ

ภาพประกอบ ควรจัดให้ภาพในวารสารเป็นภาพจริงจากธรรมชาติ ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความรู้สึก ความเหมาะสมกับสัดส่วน และความชื่นชอบ ซึ่งนักออกแบบใช้ภาพลักษณะจะใช้ภาพเป็นภาพจริงหรือภาพถ่าย จะสร้างความเสมือนจริงได้มากกว่า

ภาพที่ประดิษฐ์ขึ้นโดยคอมพิวเตอร์ จากโปรแกรมสำเร็จรูป จะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ต้องการจะเลือกอ่านวารสารมากกว่าภาพที่เลียนแบบธรรมชาติ

ภาพยุคสมัย ควรจัดให้ภาพในของวารสารเป็นรูปภาพควรเน้นแนวยุคใหม่ ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความรู้สึก ความเหมาะสมกันสัดส่วน และความชื่นชอบ ซึ่งนักออกแบบใช้ลักษณะภาพไม่มีความล้ำสมัย เพราะจะช่วยให้วารสารมีความทันสมัยของตัวเองวารสารเอง จะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ต้องการจะเลือกอ่านวารสารที่มีภาพในแนวยุคสมัยใหม่มากกว่าภาพยุคสมัยเก่า

ความสมมาตร ควรจัดให้ภาพในของวารสารเป็นรูปแบบควรเน้นสมมาตรของวารสาร ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความรู้สึก ความน่าสนใจ และความเหมาะสมกันสัดส่วน ซึ่งนักออกแบบควรใช้จะภาพลักษณะใช้รูปแบบไม่ความสมดุลในตัววารสารในการจัดในลักษณะนี้เน้นให้วารสารไม่หนักไปข้างใดข้างหนึ่ง จะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ต้องการจะเลือกอ่านวารสารมากกว่าที่มีวารสารที่จัดภาพไม่สมมาตร

กราฟิก(Graphic) ควรจัดให้ภาพในของวารสารเป็นรูปแบบมีกราฟิก ทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความรู้สึก ความสอดคล้อง และความเหมาะสมกันสัดส่วน ซึ่งนักออกแบบควรใช้จะภาพลักษณะ ไม่มีกราฟิก โดยคำนึงในความสอดคล้องกันในตัววารสารด้วย และมีความเหมาะสม จะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ต้องการจะเลือกอ่านวารสารมากกว่าที่มีวารสารไม่มีกราฟิก

คอลัมน์ (Colum) ควรจัดให้ภาพในของวารสารแบ่งให้มีจำนวน 1 หรือ 2 คอลัมน์ ไม่มีผลทำให้มีความต้องการอ่านวารสารของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความรู้สึก ความน่าสนใจ และความเหมาะสมกันสัดส่วน ซึ่งนักออกแบบไม่จำเป็นต้องมี 1 หรือ 2 คอลัมน์ นักออกแบบควรแบ่งตามความสนใจของเนื้อหาและความเหมาะสมของวารสารเป็นหลัก จะทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่ต้องการจะเลือกอ่านวารสารที่ไม่มีคอลัมน์ในการแบ่งตัวหนังสือ

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัย “ปัจจัยมีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์: กรณีศึกษา วารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร” มีข้อเสนอแนะสำหรับในการทำวิจัยครั้งต่อไป จะพบว่าการทำวิจัยครั้งนี้จะได้ลักษณะการใช้เครื่องมือทดสอบการใช้สถิติ ตลอดจนกระบวนการวิจัยต่างๆ ที่สามารถใช้เป็นแนวทาง และขั้นตอนในการทำวิจัยครั้งต่อไป และยังเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยสามารถนำกระบวนการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ปรับใช้ ให้เหมาะสมกับงานประเภทอื่นๆ ในด้านการหาข้อพิสูจน์ในการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ผู้ออกแบบต่างๆ ได้ งานวิจัยนั้นมีสิ่งสำคัญที่นักวิจัยควรจะต้องตระหนักเสมอว่า งานวิจัยที่เป็นเชิงประจักษ์หรือไม่ สามารถนำไปใช้กับกลุ่มประชากรทั่วไป นักวิจัยควรแปลงแนวคิดเชิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นามธรรมไปสู่ตัวแปรที่แนวคิดเชิงรูปธรรม เพื่อให้งานวิจัยที่สำเร็จสามารถอธิบายและพิสูจน์สมมุติฐานที่ตั้งไว้ การวิจัยครั้งนี้มีปัจจัยอื่นๆมากมายในการทำงานของผู้วิจัยเอง ไม่ว่าจะเป็นระยะเวลา การศึกษา ระยะเวลาทำวิจัย และงบประมาณในการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอหยิบยกนำกรณีศึกษานี้มาเพื่อให้เหมาะสมกับระยะเวลาในการทำวิจัย

สำหรับนักวิจัยท่านที่มีความประสงค์ในการทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรพิจารณาความเหมาะสม การกำหนดกลุ่มประชากร ระยะเวลาการเก็บข้อมูล เครื่องมือการวิจัย และปัจจัยด้านอื่นๆ เพราะกลุ่มประชากรมีพื้นฐานในแต่ละด้านแตกต่างกัน และสิ่งที่ควรจะทำวิจัยเพิ่มในครั้งต่อไป ควรจะเป็นการรับรู้ในสื่อสิ่งพิมพ์ในประเภทอื่นๆ อาทิ เป็นแผ่นพับ หนังสือพิมพ์ โบปลิว ฯลฯ เพราะในสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นนั้น มีการรับรู้ในองค์ประกอบศิลป์ที่แตกต่างกัน จะช่วยทำให้นักออกแบบได้หลักเกณฑ์ในการออกแบบสิ่งพิมพ์แต่ละชนิดให้เป็นแนวทางในการออกแบบให้มีความเหมาะสมและตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

5.3.3 ข้อเสนอแนะปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมในการออกแบบ

ในการออกแบบวารสารประชาสัมพันธ์ มีปัจจัยหลายด้านที่นักออกแบบนั้นไม่สามารถควบคุมการออกแบบให้เป็นไปตามเกณฑ์ของการออกแบบได้ เพราะในการออกแบบในแต่ละชิ้นงานที่นักออกแบบได้สร้างสรรค์นั้น จำเป็นต้องมีการนำเสนอต่อผู้บังคับบัญชาในการติชมของงานออกแบบที่ได้นำเสนอ เพื่อเป็นการตัดสินใจว่าชิ้นงานที่ได้ออกแบบจะผ่านการพิจารณาจากคณะผู้บังคับบัญชาหรือไม่ จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ของการออกแบบ ต้องเผชิญกับอุปสรรคในการตัดสินใจของผู้บังคับบัญชา หรือ ทำตามคำสั่ง สำหรับการออกแบบวารสารนั้น ต้องคำนึงและยึดกลุ่มเป้าหมาย หรือลูกค้าเป็นหลัก เพราะวารสาร โดยส่วนใหญ่จะมีการแจกจ่ายไปยังสถานศึกษาต่างๆ ผู้บริหารนั้นต้องมีความเข้าใจในการออกแบบวารสารในแต่ละชิ้นงานเป็นหลัก ส่วนเกณฑ์การออกแบบควรนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ด้วยเหตุผลที่กล่าวมานี้ เหตุผลหลักๆและที่จำเป็นในการออกแบบ “ผู้บังคับบัญชามีความพึงพอใจหรือไม่” ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่านักออกแบบทุกคนจะประสบกับปัญหาเหล่านี้ และต้องปรับการออกแบบให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บังคับบัญชา และงานออกแบบจะไม่ได้รับการออกแบบตามเกณฑ์ที่ควรจะเป็น

ผู้วิจัยขอฝากให้ผู้ที่ได้อ่านวิจัยฉบับนี้ไปเป็นแนวคิด และประยุกต์ใช้ในการออกแบบให้มีความเหมาะสมมากที่สุด อย่างไรก็ตามนักออกแบบนักออกแบบย่อมจะต้องได้รับกำลังใจในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน เพื่อให้ชิ้นงานมีประสิทธิภาพสูงสุดอันจะเป็นผลดีแก่หน่วยงานของท่านต่อไป

บรรณานุกรม

- กิดานันท์ มะลิทอง. เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม ชวนพิมพ์ กรุงเทพฯ 2540
- ดวงพร ณ นคร . การใช้สื่อการสอน . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ,2542
- ชลุด นิ่มเสมอ. องค์ประกอบศิลป์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช . 2538
- เทียนชัย ตั้งพรประเสริฐ . องค์ประกอบศิลป์ . กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์. 2538
- พีระพงษ์ กุลพิศาล. ทฤษฎีและปฏิบัติการวิจารณ์ศิลปะกรุงเทพฯ : กรมวิชาการ, 2532
- สงวน รอดบุญ. ลัทธิและสกุลช่างศิลปะตะวันตก. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศาสนา, 2522
- เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต .การเขียนสำหรับสื่อการสื่อสาร . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดวงกมล , 2540
- จันทร์จิรา นันตา. 2546. “การศึกษาการรับรู้ของคนในชุมชนต่อจินตภาพและเอกลักษณ์เมืองเพื่อการปรับภูมิทัศน์: กรณีศึกษา พื้นที่เขตเทศบาลเมืองแพร่” วิทยานิพนธ์ปริญญาการวางแผนภาคและผังเมืองมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ฐปานนท์ อ่อนศรี. 2550. “พัฒนาการการวางรูปแบบนิตยสารสำหรับผู้หญิงไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นพดล สหชัยเสรี .2546 “เอกสารประกอบการสอน วิชา Environment & Behavior” ภาควิชาวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันสถาปัตย์เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เบญจวรรณ อรัญเรืองฤทธิ์. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อนิตยสาร” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน), มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ศิลป์ พีระศรี. ทฤษฎีแห่งองค์ประกอบ . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พระจันทร์, 2548
- ศรีดาราดิเพียร. 2550. “การวิจัยเชิงประจักษ์เพื่อหาแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมภายในห้องพักผู้ป่วยพิเศษ ในบริบทไทย”วิทยานิพนธ์ปริญญา สถาปัตยกรรมภายในมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เอกวัชร ฟองเหม. 2550. “การศึกษาและออกแบบกราฟิกสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”สารนิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อรพรรณ มีวงศ์อุโฆษ.2553. “รูปแบบการสื่อสาร และความพึงพอใจต่อการสื่อสารในองค์กรของ พนักงานบริษัท เคมสตาร์ ซิปโป่ง จำกัด” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ศูนย์คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต [Online] Available:

<http://www.rbru.ac.th>, <http://202.29.21.49/courseware/human/2641602/lesson6/lesson6.1.html>

มหาวิทยาลัยขอนแก่น Library and Learning Resource Center [online]Available[http://lib2.kku.](http://lib2.kku.ac.th/jn/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1)

[ac.th/jn/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1](http://lib2.kku.ac.th/jn/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1)

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ [Online] Available : <http://www.wu.ac.th>

องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี [Online]Available:

<http://www.nsm.or.th>

GOTOKNOW [online] Available: <http://gotoknow.org>

Keith, Davis. (1972). **Human Behavior at Work – Human Relations and Organizational Behavior**. New York : McGraw – Hill.

Paul Cleveland, **Design Studies** (2009), Style based automated graphic layouts, Queensland College of Art, South Bank Campus, Griffith University, South Bank, Queensland, Australia

Design Studies Vol.26 No. 3 May 2005, How much visual powers can a magazine take? Visual power in magazines Griffith University, Queensland College of Art, Design Program, South Bank Queensland, Australia

Charies E.Osgood , George J.Suci and Percy H.Tannenbaum. 1975. The measurement of J meaning. 9th. Illinois : University of Illinois.



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำสั่งคณะกรรมการอุดมศึกษา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ที่ ๐๒๑ / 2553

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและ
เค้าโครงวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบตำรอง ของ นายวิโรจน์ ชัยขลิบ

เพื่อให้การเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ ของ นายวิโรจน์ ชัยขลิบ รหัสประจำตัว 51611265
เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพจึงแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อปรึกษาและพิจารณาหัวข้อ
และเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ดังต่อไปนี้

1. คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รศ.ดร.นพดล	สหชัยเสรี	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
รศ.อุดมศักดิ์	สารินุตร	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
 2. คณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

รศ.สถาพร	คิบุญมี ณ ชุมแพ	ประธานกรรมการ
รศ.ดร.นพดล	สหชัยเสรี	กรรมการ
รศ.อุดมศักดิ์	สารินุตร	กรรมการ
ดร.อภิศักดิ์	สินธุภัก	กรรมการ
ดร.เกรียงศักดิ์	เขียวมิ่ง	กรรมการ (กรรมการภายนอก)
 3. คณะกรรมการสอบตำรอง

รศ.ประศาสน์	กฤษณะดิลล	กรรมการ (อาจารย์บัณฑิตพิเศษ)
ผศ.ดร.เลิศลักษณ์	กถินหอม	กรรมการ (อาจารย์บัณฑิตประจำ)
- ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2553

(รองศาสตราจารย์ พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

กณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประกาศคณะกรรมการอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เรื่อง ผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการอุตสาหกรรม โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ขอประกาศรายชื่อหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ หลักสูตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2553 ให้ดำเนินการดังนี้

นายวิโรจน์ ยิ้มขลิบ รหัสประจำตัว 51611265 ให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลปะวารสารประเภทประชสัมพันธ์ กรณีศึกษาวารสารประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร(Factors Determining Perception on Art Composition in Public Relation Publications : A Case Study on Newsletter of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon)” โดยมี รศ.ดร.นพดล สหชัยเสรี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และรศ.อุดมศักดิ์ สารินบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ทั้งนี้ให้นักศึกษาค้นคว้าและเขียนวิทยานิพนธ์ โดยปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้เสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนด ในระเบียบของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประกาศ ณ วันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

(รองศาสตราจารย์ พิระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

กณปติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก
หนังสือตอบรับการตีพิมพ์ : World Conference on Psychology, Counselling and Guidance(WCPCG-2010) Antalya, Turkey

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



World Conference on Psychology, Counselling and Guidance Majesty Mirage Park Resort Hotel

Antalya - Turkey
21-25 April, 2010

Tel: +9 05428566055, Fax: +90 3928157195, E-mail: info@wcpcg.org Web: www.wcpcg.org

March 25, 2010

Reference: *WCPCG-2010-M515*

Dear Wirote Yimklib & Nopadon Sahachaisaeree

I am pleased to inform you that your full paper titled "FACTORS DETERMINING PERCEPTION ON GRAPHICAL COMPOSITION OF PERIODICAL PRINTED MATERIALS: A CASE STUDY ON RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PHRA NAKHON'S BULLETIN" to the *World Conference on Psychology Counselling and Guidance – 2010* has been accepted for virtual presentation.

Your paper will be published in the *Procedia Social and Behavioural Sciences* and at the same time index on the *ScienceDirect* and *Scopus*.

If you have not registered yet, please visit these address to apply for registration <http://www.wces2010.org/registration.htm> and accommodation (<http://www.wcpcg.org/accomadation.htm>) to benefit from early opportunities.

Language and format editing process of the paper has been started. If you have made any changes in your paper, don't send it again, since it is not taken into account. If any serious problem is realized during editing process of your paper, you will be informed.

If you have any questions or problems, please do not hesitate to contact us, preferably by e-mail (wces.editor@gmail.com), quoting our reference *WCPCG-2010-M515* in all correspondence.

We look forward to meet you at the Conference in Antalya in Turkey.

Yours sincerely,

Deniz Özcan
WCPCG 2010 – Secretariat
info@wcpcg.org

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง

**หนังสือตอบรับการตีพิมพ์ : ASEAN Conference on Environment-Behaviour Studies
(ACEBS©2010) Kuching, Sarawak, Malaysia**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ACEBS 2010

141

<http://fspu.uitm.edu.my/cebs>

ASEAN Conference on Environment-Behaviour Studies
Kuching, Sarawak, 7-8 July 2010

Tel: (006) 03 – 55211541

Mobile: (006) 017-3864297

Fax: (006) 03 - 5544 4353

Email: cebsuitm@gmail.com

Reference: RSE 008

Date: 19th February 2010

Dear Wirote Yimklib and Nopadon Sahachaisaeree

We are pleased to inform you that your abstract entitled “**Graphical Composition of Periodical printed Materials: A Perceptive Case Study on RMUTP’s bulletin**” to the ASEAN Conference on Environment-Behaviour Studies (ACEBS 2010), has been accepted for oral presentation. Your **full paper** should be submitted as per the format attached to cebsuitm@gmail.com no later than **9th April 2010**.

The Paper Reviewer Committee will read your full paper to ensure that it is in line with the abstract you submitted and that it meets the standard requirements for the Conference. Please strictly follow as per the format. For authors whose first language is not English, please ensure that the paper had been proof read by a fluent English speaker. **Papers can be rejected if those do not conform to the format and due to a poor standard of English.**

All papers shall be published in the ACEBS 2010 Conference Proceedings which shall also be submitted to **Thomson Reuters Conference Proceedings Citation Index**. The registration at the conference of at least one author of the paper is a strict condition for publication of the papers.

Selected papers, upon double-blind reviews by international editors shall be published in the **Asian Journal of Environment-Behaviour Studies (AJEBS)**. Application for AJEBS to be indexed on the **ScienceDirect** and **SCOPUS** shall be made immediately after the publication of AJEBS, Vol.1, No. 3, September 2010 issue (their minimum requirement).

Details about conference registration and fee payment are at:-
<http://fspu.uitm.edu.my/cebs/index.php/acebs/acebs-2010/acebs-2010-conference-registration-a-fee-payment>

Kindly be reminded that the Early Bird’s Conference Registration fee deadline is on **9th April 2010** and the Conference Registration closes on **7th May 2010**.

Participants who wish to promote their works (books, etc) at the conference are encouraged to email to us (in jpeg format) for those to be displayed in advance prior to the conference at <http://fspu.uitm.edu.my/cebs/index.php/acebs/acebs-2010/acebs-2010-pot-luck-corner>

Kindly also visit the Programme page which shall be continuously updated at:
<http://fspu.uitm.edu.my/cebs/index.php/acebs/acebs-2010/acebs-2010-programme-tentative>

Do make your travel and accommodation arrangements early in anticipation of the large annual international crowd for the Rainforest World Music Festival.

Please do not hesitate to contact us for further enquiries.


See you in Kuching !

Yours sincerely


Mohamed Yusoff Abbas

Secretariat, ACEBS 2010 Kuching

Another event organised by

cE-Bs 

Centre for Environment-Behaviour Studies, FSPU, UiTM, Malaysia

In collaboration with

AMER

Association of Malaysian Environment-Behaviour Researchers

Universiti Teknologi MARA Sarawak, Malaysia

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งในการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Factors Determining Perception on Graphical Composition of Periodical printed Materials: A Case Study on Rajamangala University of Technology Phra Nakhon's bulletin.

Wirote Yimkliab^a & Nopadon Sahachaisaereeb^b

^aGraduate Program in Industrial Design Technology, Faculty of Industrial Education

^bAssoc. Prof., Ph.D. program in Multidisciplinary Design Research

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang



Introduction

The public circulation media have been designed to reach a very large group of audiences in various forms such as newspapers, magazines, posters, bulletins, journals, television, radio, and broadcasting. The graphical composition design of the informative media in general and print material in particular plays a key role in conveying news, facts, or information both in brief and in details to their target audiences. The graphic design for disseminating print materials needs to be understandable and enticing.

Utilizing the Rajamangala University of Technology Phra Nakhon (RMUTP) bulletin as a case study, the research aims to examine factors that influence the perception of readers on the graphical composition of an informative print material. The main objectives of this study are to investigate factors influencing the perception of target groups including students, academic professionals, and staffs on the university newsletter; to study the principles of graphical composition for the informative print materials; and to propose the recommendation on appropriate guideline for graphical composition of public informative print materials.

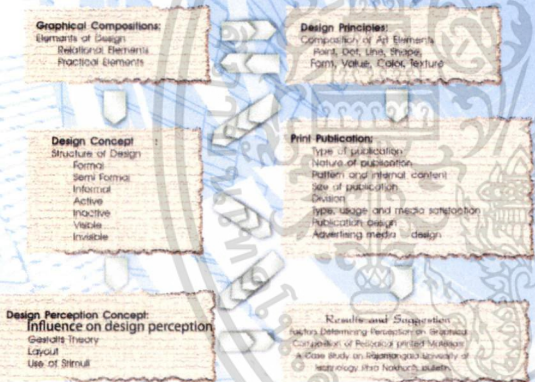
Methodology

The study employs the combination of quantitative and qualitative research approaches to examine factors influencing the perception of readers on the graphical composition of an informative print material. Using RMUTP's bulletin as a case study, the research develops a questionnaire by applying the concept of semantic differential measurement. The questionnaire was used to inquire the target group's perception on different image stimuli. The questionnaire comprised 2 major parts including personal attributes and preferences on the graphical compositions of publication. The second part was designed to measure the perception of the target groups on different set of graphic designs. Several pairs of photographs with contradictory design elements were utilized as stimuli to measure using the relative preference scaling of an 11-point relative scale.

Descriptions of Research Questionnaires

Description of Publication	Left Picture					Right Picture					Irrelevant Description
	5	4	3	2	1	1	2	3	4	5	
Interesting											
Readable											
Attractive											
Perceivable											
Complex											
Simple											
Prefer the left or right picture											

Theoretical Background



Research Questionnaires

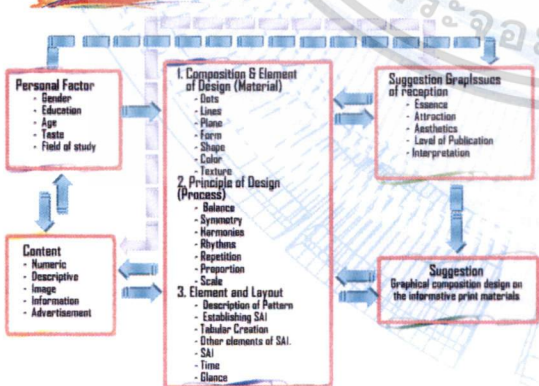


Figure 1



Figure 2

Conceptual Framework



Expectation of the Research

Data obtained from the survey will be analyzed statistically to investigate the interrelationships among relevant factors and to indicate the factors that significantly influence the graphical composition of informative publication. The study expects to derive the useful information for improving the graphical composition of print publication particularly the informative type of print material. By using RMUTP's bulletin as the case study, the findings from the research will bring about the design guideline for graphical composition of the print materials and also other informative media in general.

Presentation :

AcEBs 2010

ASEAN Conference on Environment-Behaviour Studies (AcEBs©2010)

Kuching, Malaysia, 7-8 July 2010

World Conference on Psychology, Counselling and Guidance (WPCPG-2010) Antalya, Turkey, 21-25 April 2010



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

S-no.

เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์

กรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร”

ด้วยนักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร” ซึ่งได้จัดทำแบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย โดยวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์ นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ และสามารถจัดรูปแบบที่จำเป็นในการสื่อสาระได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย จึงขอความกรุณาจากท่านได้ตอบแบบสอบถามฉบับนี้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ โดยแบบสอบถามมีทั้งหมดด้วยกัน 2 ตอน และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านที่ได้จากเก็บข้อมูลนี้ จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

อนึ่ง ความร่วมมือของท่านในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงในการตอบแบบสอบถาม มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

วิโรจน์ ยิ้มขลิบ

นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าคำตอบที่เลือกตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ปี
3. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี กำลังศึกษาปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
4. จบการศึกษา สาขาวิชา..... คณะวิชา.....
5. รายได้ บาท / เดือน
6. ท่านมีพื้นฐานด้านองค์ประกอบศิลป์ มี ไม่มี

7. ท่าน.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ท่านเคยอ่านวารสาร หรือเอกสารประเภทประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยฯหรือไม่

- เคยอ่าน ไม่เคยอ่าน

8. ท่านอ่านนิตยสาร / วารสาร / หนังสืออะไรบ้างต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- CLEO พลอยแถมเพชร
 Photography บ้านและสวน
 Cosmopolitan นิตยสารถ่ายภาพอื่น ๆ
 Elle คู่สร้างคู่สม
 Lips หนังสือพิมพ์ยี่ห้อ.....
 Image อื่น ๆ โปรดระบุ.....
 Art 4 D
 Seventeen

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามหลังจากการพิจารณารูปภาพ เพื่อเปรียบเทียบการจัดวารสารประเภทประชาสัมพันธ์ ในแต่ละชุดภาพ ท่านมีความคิดเห็นมากกว่ากัน ระหว่างภาพ ชาย หรือ ขวโปรด ทำเครื่องหมาย ✓ เพียง 1 ข้อ ในช่องคะแนนโดยมีระดับคะแนน ไม่มีความแตกต่าง = 0, 1 = น้อยมาก, 2 = น้อย, 3 = ปานกลาง, 4 = มาก, และ = 5 มากที่สุด

ภาพชุดที่ 1 จากรูปภาพทางชายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพชาย					0	ภาพขวา					รายละเอียดภาพไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1		1	2	3	4	5	
วารสารความน่าสนใจ												
วารสารน่าอ่าน												
วารสารดึงดูดใจ												
ความชื่นชอบวารสาร												
วารสารมีความซับซ้อน												
ความสอดคล้องของวารสาร												
ความเหมาะสมกับสัดส่วน												
ต้องการภาพชาย ขว /												

ภาพชุดที่ /...2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพชุดที่ 2 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ภาพชุดที่ 3 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ภาพชุดที่ /...4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพชุดที่ 4 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับ

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา					รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	
วารสารความน่าสนใจ												
วารสารน่าอ่าน												
วารสารดึงดูดใจ												
ความชื่นชอบวารสาร												
วารสารมีความซับซ้อน												
ความสอดคล้องของวารสาร												
ความเหมาะสมกับสัดส่วน												
ต้องการภาพซ้าย ขวา /												

ภาพชุดที่ 5 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา					รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	
วารสารความน่าสนใจ												
วารสารน่าอ่าน												
วารสารดึงดูดใจ												
ความชื่นชอบวารสาร												
วารสารมีความซับซ้อน												
ความสอดคล้องของวารสาร												
ความเหมาะสมกับสัดส่วน												
ต้องการภาพซ้าย ขวา /												

ภาพชุดที่ /...6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพชุดที่ 6 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา					รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	
วารสารความน่าสนใจ												
วารสารน่าอ่าน												
วารสารดึงดูดใจ												
ความชื่นชอบวารสาร												
วารสารมีความซับซ้อน												
ความสอดคล้องของวารสาร												
ความเหมาะสมกับสัดส่วน												
ต้องการภาพซ้าย ขวา /												

ภาพชุดที่ 7 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา					รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	
วารสารความน่าสนใจ												
วารสารน่าอ่าน												
วารสารดึงดูดใจ												
ความชื่นชอบวารสาร												
วารสารมีความซับซ้อน												
ความสอดคล้องของวารสาร												
ความเหมาะสมกับสัดส่วน												
ต้องการภาพซ้าย ขวา /												

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ **ภาพชุดที่ /...8** การค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพชุดที่ 8 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา					รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	
วารสารความน่าสนใจ												
วารสารน่าอ่าน												
วารสารดึงดูดใจ												
ความชื่นชอบวารสาร												
วารสารมีความซับซ้อน												
ความสอดคล้องของวารสาร												
ความเหมาะสมกับสัดส่วน												
ต้องการภาพซ้าย ขวา /												

ภาพชุดที่ 9 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา					รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	
วารสารความน่าสนใจ												
วารสารน่าอ่าน												
วารสารดึงดูดใจ												
ความชื่นชอบวารสาร												
วารสารมีความซับซ้อน												
ความสอดคล้องของวารสาร												
ความเหมาะสมกับสัดส่วน												
ต้องการภาพซ้าย ขวา /												

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพชุดที่ /...10

ภาพชุดที่ 10 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ภาพชุดที่ 11 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ภาพชุดที่ /...12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพชุดที่ 12 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ขอขอบคุณในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ครบถ้วนทุกข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข

แบบสอบถามสำหรับกลุ่มบุคคลทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

P-no.

--	--	--

เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลปะวารสารประเภทประชาสัมพันธ์
กรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร”

ด้วยนักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง ทำการศึกษาเรื่อง“ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลปะวารสารประเภท
ประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร” ซึ่งได้จัดทำแบบสอบถามความ
คิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย โดยวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบ
ศิลปะ นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการจัดวางองค์ประกอบศิลปะ และสามารถ
จัดรูปแบบที่จำเป็นในการสื่อสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย จึงขอความกรุณาจากท่านได้ตอบ
แบบสอบถามฉบับนี้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ โดยแบบสอบถามมีทั้งหมดด้วยกัน 2 ตอน และขอ
รับรองว่าข้อมูลของท่านที่ได้จากเก็บข้อมูลนี้ จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

อนึ่ง ความร่วมมือของท่านในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ
ท่านเป็นอย่างสูงในการตอบแบบสอบถาม มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

วิโรจน์ ยิ้มขลิบ

นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าคำตอบที่เลือกตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ปี
3. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีขึ้นไป
4. จบการศึกษา สาขาวิชา.....
5. รายได้ บาท / เดือน
6. ท่านมีพื้นฐานด้านองค์ประกอบศิลปะ มี ไม่มี

7.ท่าน/...

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ท่านเคยอ่านวารสาร หรือเอกสารประเภทประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยฯหรือไม่

- เคยอ่าน ไม่เคยอ่าน

8. ท่านอ่านนิตยสาร / วารสาร / หนังสืออะไรบ้างต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- CLEO พลอยแถมเพชร
 Photography บ้านและสวน
 Cosmopolitan นิตยสารถ่ายภาพอื่น ๆ
 Elle คู่สร้างคู่สม
 Lips หนังสือพิมพ์ ยี่ห้อ.....
 Image อื่น ๆ โปรดระบุ.....
 Art 4 D
 Seventeen

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบศิลป์วารสารประเภทประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามหลังจากการพิจารณารูปภาพ เพื่อเปรียบเทียบการจัดวารสารประเภทประชาสัมพันธ์ ในแต่ละชุดภาพ ท่านมีความคิดเห็นมากกว่ากัน ระหว่างภาพ ชาย หรือ ขว โปรตุเกส ทำเครื่องหมาย ✓ เพียง 1 ข้อ ในช่องคะแนน โดยมีระดับคะแนน ไม่มีความแตกต่าง = 0, 1 = น้อยมาก, 2 = น้อย, 3 = ปานกลาง, 4 = มาก, และ = 5 มากที่สุด

ภาพชุดที่ 1 จากรูปภาพทางชายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพชาย					ภาพขวา					รายละเอียดภาพไม่เกี่ยวข้องกัน	
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4		5
วารสารความน่าสนใจ												
วารสารน่าอ่าน												
วารสารดึงดูดใจ												
ความชื่นชอบวารสาร												
วารสารมีความซับซ้อน												
ความสอดคล้องของวารสาร												
ความเหมาะสมกับสัดส่วน												
ต้องการภาพชาย ขว /												

ภาพชุดที่ /...2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพชุดที่ 2 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ภาพชุดที่ 3 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ภาพชุดที่ /...4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพชุดที่ 4 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับ

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ภาพชุดที่ 5 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น **ภาพชุดที่ /...6**
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพชุดที่ 6 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ภาพชุดที่ 7 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด **ภาพชุดที่ /...8** คำ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพชุดที่ 8 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ภาพชุดที่ 9 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพชุดที่ /...10

ภาพชุดที่ 10 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ภาพชุดที่ 11 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ภาพชุดที่ /...12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพชุดที่ 12 จากรูปภาพทางซ้ายและขวา ภาพใดสามารถสื่อถึงประเด็นต่อไปนี้ได้มากกว่ากัน และสื่อในระดับใด

รายละเอียดประเด็น	ภาพซ้าย						ภาพขวา						รายละเอียดภาพ ไม่เกี่ยวข้องกัน
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5		
วารสารความน่าสนใจ													
วารสารน่าอ่าน													
วารสารดึงดูดใจ													
ความชื่นชอบวารสาร													
วารสารมีความซับซ้อน													
ความสอดคล้องของวารสาร													
ความเหมาะสมกับสัดส่วน													
ต้องการภาพซ้าย ขวา /													

ขอขอบคุณในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ครบถ้วนทุกข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชากร		จำนวน(คน)N = 400	ร้อยละ(%)
กลุ่มตัวอย่าง	นักศึกษา	200	50.00
	ผู้ติดต่อกับทางมหาวิทยาลัย	200	50.00
	รวม	400	100.00
เพศ	ชาย	146	36.5
	หญิง	254	63.5
	รวม	400	100.00
อายุ	ปี 19	96	24.0
	ปี 21	73	18.2
	ปี 20	68	17.0
	รวม	400*	100.00
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	70	17.5
	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	315	78.8
	สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.8
	รวม	400*	100.00
ศึกษาสาขาจบจากสาขา/	ทางด้านศิลปะ	248	62.0
	ทางด้านอื่น	152	38.0
	รวม	400	100.00
รายได้	5,000 บาท	25	6.2
	8,000 บาท	19	4.8
	4,000 บาท	15	3.8
	รวม	400*	100.00
พื้นฐานองค์ประกอบศิลป์	มีพื้นฐาน	289	72.2
	ไม่มีพื้นฐาน	111	27.8
	รวม	400	100.00
การคุ้นเคยกับวารสาร/ เอกสารประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัย	เคยอ่าน	277	69.2
	ไม่เคยอ่าน	123	30.8
	รวม	400	100.00








เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชากร		จำนวน(คน)N = 400	ร้อยละ(%)
การอ่านนิตยสาร / วารสาร/หนังสือต่างๆ	หนังสือพิมพ์	236	59.00
	บ้านและสวน	205	51.25
	คู่สร้างคู่สม	140	35.00
	Image	127	31.75
	Photography	122	30.5
	Seventeen	111	27.75
	Cleo	105	26.25
	Elle	102	25.5
	Lips	94	23.5
	นิตยสารภาพถ่ายอื่นๆ	58	14.5
	นิตยสารอื่นๆ	53	13.25
	Art 4D	48	12.00
	พลอยเกมเพชร	41	10.25
	Cosmopolitan	9	9.00
รวม	400	100	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ลำดับเครื่องมือ	ภาพทดสอบ	ปัจจัยการออกแบบ
.972**	0.000	ภาพชุดที่ 6		การจัดชิดซ้าย , ความเหมาะสมกับ สัดส่วน
.970**	0.000	ภาพชุดที่ 4		จัดสเปซมาก , ความน่าอ่าน
.970**	0.000	ภาพชุดที่ 8		จัดฟรื่อฟอร์ม , ความน่าอ่าน
.964**	0.000	ภาพชุดที่ 12		จัดหน้าคู่สเปซมาก , ความขึ้นชอบ
0.964**	0.000	ภาพชุดที่ 9		ใช้อักษรขนาดเล็ก , ความขึ้นชอบ
.964**	0.000	ภาพชุดที่ 3		ใช้ภาพสีสัน , ความเหมาะสมกับ สัดส่วน
.972**	0.000	ภาพชุดที่ 6		การจัดชิดซ้าย , ความเหมาะสมกับ สัดส่วน

** . Correlation is significant at the 0.01 level

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ลำดับเครื่องมือ	ภาพทดสอบ	ปัจจัยการออกแบบ
.960**	0.000	ภาพชุดที่ 10		ใช้ภาพมีขอบ , ความน่าอ่าน
.958**	0.000	ภาพชุดที่ 5		ใช้ภาพจริงธรรมชาติ , ความเหมาะสมกับ สัดส่วน
.955**	0.000	ภาพชุดที่ 2		ไม่มีกราฟิก , ความสอดคล้อง
.950**	0.000	ภาพชุดที่ 7		คอลัมน์เดียว , ความน่าสนใจ
.944**	0.000	ภาพชุดที่ 1		การจัดสมมาตร , ความน่าสนใจ
.943**	0.000	ภาพชุดที่ 11		ภาพชุดใหม่ , ความน่าสนใจ

** . Correlation is significant at the 0.01 level

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพประกอบแบบสอดตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดภาพที่ 3

ชาย

ขวา



ชุดภาพที่ 4

ชาย

ขวา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดภาพที่ 5



ชาย	ขวา
 <p>Work Shop for Art @ Design กิจกรรมการณืเพื่ออนาคต</p> <p>ในวันเสาร์ที่ 31 มกราคม 2552 คณะอุตสาหกรรมศิลป์ คณะออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้จัดอบรมเกี่ยวกับเรื่อง "Work Shop For Art @ Design" ประเด็นการณืเพื่ออนาคต โดยมีวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ ดร.ประเสริฐ และทีมงาน ซึ่งมีวิทยุประสบการณ์มากมาย ทั้งด้านออกแบบ และงานออกแบบชุมชน และขยายวิถีชีวิตจากพื้นที่สู่ชุมชน</p> <p>ผู้จัดอบรมได้ให้ความรู้แก่ผู้เรียนเกี่ยวกับความรู้ทางด้านศิลปะ การให้รางวัลได้แก่ใบประกาศนียบัตรและเงินรางวัล 150 บาท</p> <p>ณ อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5 อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5 อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5 อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5</p>	 <p>โครงการวัฒนธรรมศึกษาร จังหวัดฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี และสระแก้ว</p> <p>วันที่ ๓ มีนาคม ๒๕๕๒ ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ราชภัฏ ปราจีนบุรี และสระแก้ว โดยกิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับงานศิลปะ การออกแบบ และงานออกแบบชุมชน และขยายวิถีชีวิตจากพื้นที่สู่ชุมชน</p> <p>ผู้จัดอบรมได้ให้ความรู้แก่ผู้เรียนเกี่ยวกับความรู้ทางด้านศิลปะ การให้รางวัลได้แก่ใบประกาศนียบัตรและเงินรางวัล 150 บาท</p> <p>ณ อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5 อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5 อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5</p>

ชุดภาพที่ 6

ชาย	ขวา
 <p>Work Shop for Art @ Design กิจกรรมการณืเพื่ออนาคต</p> <p>ในวันเสาร์ที่ 31 มกราคม 2552 คณะอุตสาหกรรมศิลป์ คณะออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้จัดอบรมเกี่ยวกับเรื่อง "Work Shop For Art @ Design" ประเด็นการณืเพื่ออนาคต โดยมีวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ ดร.ประเสริฐ และทีมงาน ซึ่งมีวิทยุประสบการณ์มากมาย ทั้งด้านออกแบบ และงานออกแบบชุมชน และขยายวิถีชีวิตจากพื้นที่สู่ชุมชน</p> <p>ผู้จัดอบรมได้ให้ความรู้แก่ผู้เรียนเกี่ยวกับความรู้ทางด้านศิลปะ การให้รางวัลได้แก่ใบประกาศนียบัตรและเงินรางวัล 150 บาท</p> <p>ณ อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5 อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5 อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5</p>	 <p>Work Shop for Art @ Design กิจกรรมการณืเพื่ออนาคต</p> <p>ในวันเสาร์ที่ 31 มกราคม 2552 คณะอุตสาหกรรมศิลป์ คณะออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้จัดอบรมเกี่ยวกับเรื่อง "Work Shop For Art @ Design" ประเด็นการณืเพื่ออนาคต โดยมีวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ ดร.ประเสริฐ และทีมงาน ซึ่งมีวิทยุประสบการณ์มากมาย ทั้งด้านออกแบบ และงานออกแบบชุมชน และขยายวิถีชีวิตจากพื้นที่สู่ชุมชน</p> <p>ผู้จัดอบรมได้ให้ความรู้แก่ผู้เรียนเกี่ยวกับความรู้ทางด้านศิลปะ การให้รางวัลได้แก่ใบประกาศนียบัตรและเงินรางวัล 150 บาท</p> <p>ณ อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5 อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5 อาคารเรียนคณะศิลปกรรมศาสตร์ ชั้น 5</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดภาพที่ 7

ชาย	ขวา
 <p>นศ.ออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1</p> <p>นศ.ออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ RMUTP ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ในงานประกวดออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ ระดับนานาชาติ ประจำปี 2553 ที่เมืองกรุงเทพฯ ประเทศไทย โดยนศ.ออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ RMUTP ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ในงานประกวดออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ ระดับนานาชาติ ประจำปี 2553 ที่เมืองกรุงเทพฯ ประเทศไทย โดยนศ.ออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ RMUTP ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ในงานประกวดออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ ระดับนานาชาติ ประจำปี 2553 ที่เมืองกรุงเทพฯ ประเทศไทย</p> <p>WWW.RMUTP.AC.TH</p>	 <p>นศ.ออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1</p> <p>นศ.ออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ RMUTP ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ในงานประกวดออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ ระดับนานาชาติ ประจำปี 2553 ที่เมืองกรุงเทพฯ ประเทศไทย โดยนศ.ออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ RMUTP ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ในงานประกวดออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ ระดับนานาชาติ ประจำปี 2553 ที่เมืองกรุงเทพฯ ประเทศไทย</p> <p>WWW.RMUTP.AC.TH</p>

ชุดภาพที่ 8

ชาย	ขวา
 <p>พิธีลงนามความร่วมมือทางวิชาการ(MOU) มทร.พระนคร กับ อบจ.ชัยภูมิ</p> <p>รองศาสตราจารย์ ดร.อนุชาติ พงษ์พานิช อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และนายสุเมธ ธรรมะธรรมะ นายก อบจ.ชัยภูมิ ร่วมลงนามในพิธีลงนามความร่วมมือทางวิชาการ (MOU) ระหว่าง มทร.พระนคร กับ อบจ.ชัยภูมิ ณ ห้องประชุม อาคารศูนย์ปฏิบัติการพิเศษ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2553</p> <p>เปิดคณะอุตสาหกรรมรังสิตของ จ.ชัยภูมิ</p> <p>คณะอุตสาหกรรมรังสิตของจังหวัดชัยภูมิ นำโดยนายสุเมธ ธรรมะธรรมะ นายก อบจ.ชัยภูมิ และนายอนุชาติ พงษ์พานิช อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ร่วมเปิดคณะอุตสาหกรรมรังสิตของจังหวัดชัยภูมิ ณ ห้องประชุม อาคารศูนย์ปฏิบัติการพิเศษ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2553</p>	 <p>พิธีลงนามความร่วมมือทางวิชาการ(MOU) มทร.พระนคร กับ อบจ.ชัยภูมิ ที่สนามนา</p> <p>รองศาสตราจารย์ ดร.อนุชาติ พงษ์พานิช อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และนายสุเมธ ธรรมะธรรมะ นายก อบจ.ชัยภูมิ ร่วมลงนามในพิธีลงนามความร่วมมือทางวิชาการ (MOU) ระหว่าง มทร.พระนคร กับ อบจ.ชัยภูมิ ณ ห้องประชุม อาคารศูนย์ปฏิบัติการพิเศษ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2553</p> <p>เปิดคณะอุตสาหกรรมรังสิตของ จ.ชัยภูมิ</p> <p>คณะอุตสาหกรรมรังสิตของจังหวัดชัยภูมิ นำโดยนายสุเมธ ธรรมะธรรมะ นายก อบจ.ชัยภูมิ และนายอนุชาติ พงษ์พานิช อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ร่วมเปิดคณะอุตสาหกรรมรังสิตของจังหวัดชัยภูมิ ณ ห้องประชุม อาคารศูนย์ปฏิบัติการพิเศษ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2553</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดภาพที่ 11	
ซ้าย	ขวา
 <p>โครงการพัฒนาระบบวิชาชีพ จังหวัดเชียงใหม่ และสระแก้ว</p> <p>วันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๓ ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมี นายสุวิทย์ วิบุลยอินทร์ เป็นประธานในพิธีเปิดโครงการฯ โดยมี นายสุวิทย์ วิบุลยอินทร์ เป็นประธานในพิธีเปิดโครงการฯ โดยมี นายสุวิทย์ วิบุลยอินทร์ เป็นประธานในพิธีเปิดโครงการฯ</p>  	 <p>โครงการพัฒนาระบบวิชาชีพ จังหวัดเชียงใหม่ และสระแก้ว</p> <p>วันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๓ ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมี นายสุวิทย์ วิบุลยอินทร์ เป็นประธานในพิธีเปิดโครงการฯ โดยมี นายสุวิทย์ วิบุลยอินทร์ เป็นประธานในพิธีเปิดโครงการฯ โดยมี นายสุวิทย์ วิบุลยอินทร์ เป็นประธานในพิธีเปิดโครงการฯ</p>  

ชุดภาพที่ 12	
ซ้าย	ขวา
 <p>ด้วยกับขัตติการบพิตร มกร.พระบศ</p>   <p>Contact us : WWW.RMUTP.AC.TH 0 2282 9009-15</p>	 <p>ด้วยกับขัตติการบพิตร มกร.พระบศ</p>   <p>Contact us : WWW.RMUTP.AC.TH 0 2282 9009-15</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	วิโรจน์ ยิ้มขลิบ
วัน เดือน ปีเกิด	1 มิถุนายน 2522 ที่จังหวัดนนทบุรี
ที่อยู่	บ้านเลขที่ 25 หมู่ที่ 11 ตำบลบางแม่นาง อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11140
ประวัติการศึกษา	
2546	บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ) สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
2554	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต(คอ.ม) สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปัจจุบัน	ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
การนำเสนอผลงานการวิจัย	
2553	World Conference on Psychology, Counseling & Guidance, Antalya, Turkey 2010 (WCPCG 2010)
2553	ASIA Pacific International Conference On environment-Behavior Studies, Kuching, Sarawak, Malaysia, 2010 (ACEBS©2010)
2553	50 Year Anniversary, King Mongkut's Institute of Technology ladkrabang



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้