

การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า
สำหรับประชาชน

STUDY AND DESIGN OF PUBLIC RELATIONS MEDIA FOR DEPRESSION



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2562

KMITL-2019-ED-M-222-056

การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า
สำหรับประชาชน

STUDY AND DESIGN OF PUBLIC RELATIONS MEDIA FOR DEPRESSION



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตรอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2562

KMITL-2019-ED-M-222-056

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STUDY AND DESIGN OF PUBLIC RELATIONS MEDIA FOR DEPRESSION

NATTAPONG RUJICHIT

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF INDUSTRIAL PRODUCT DESIGN
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
2019

KMITL-2019-ED-M-222-056

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2019

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะ ซึมเศร้าสำหรับประชาชน
นักศึกษา	นายณัฐพงศ์ รุจิจิต
รหัสนักศึกษา	58603074
ปริญญา	ครุศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2562
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ อรรถพร ฤทธิเกิด
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน 2) เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน 3) เพื่อประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยมีวิธีการศึกษา คือ ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโรคซึมเศร้าและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมสำหรับการนำมาออกแบบ ขั้นตอนออกแบบสื่อแผ่นพับและสื่อวีดิทัศน์และขั้นตอนการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งาน

ผลการวิเคราะห์รูปแบบสื่อแผ่นพับ พบว่า 1. ด้านภาพประกอบ คือ ภาพแบบดิจิทัล 2. ด้านตัวอักษร คือ ตัวอักษรแบบมีเชิง ตัวอักษรแบบไม่มีเชิงและตัวอักษรแบบสมัยใหม่ 3. ด้านโทนสี คือ สีฟ้า สีขาว สีเขียว สีแดง สีเหลืองและสีม่วง 4. ด้านการจัดวางองค์ประกอบ คือ การกำหนดทิศทางของเนื้อหาและองค์ประกอบให้มีความกลมกลืนกัน ผลการวิเคราะห์รูปแบบสื่อวีดิทัศน์ พบว่า 1. ด้านโทนสี คือ สีน้ำเงิน สีฟ้า สีม่วงและสีชมพู 2. ด้านภาพประกอบ คือ ภาพเคลื่อนไหว 3. ด้านวีดิทัศน์ คือ การเลือกใช้การนำเสนอที่สามารถสื่อได้ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและเสียง 4. การใช้ข้อความแบบอิเล็กทรอนิกส์ 5. ด้านโครงสร้างหน้าจอ คือ ขนาด 1920 x 1080 pixels ผลการประเมินผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาสำหรับสื่อแผ่นพับ พบว่า มีความเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.34) และด้านเนื้อหาสำหรับสื่อวีดิทัศน์ คือ รูปแบบที่ 1 พบว่า มีความเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.42) ผลการประเมินผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อแผ่นพับ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.35) และด้านการออกแบบสื่อวีดิทัศน์ คือ รูปแบบที่ 1 พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.35) ผลการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ จากระบบออนไลน์ (Online) ด้านสื่อแผ่นพับ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.09) และด้านสื่อวีดิทัศน์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.05) จากระบบออฟไลน์ (Offline) ด้านสื่อแผ่นพับ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.06) และด้านสื่อวีดิทัศน์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.11)

Thesis Title	Study and Design of Public Relations Media for Depression
Student	Nattapong Rujichit
Student ID	58603074
Degree	Master of industrial Education
Program	Technology of Industrial Product Design
Year	2019
Thesis Advisor	Associate Professor Attaporn Ridhikerd
Thesis Co-Advisor	Dr. Suthasini Bureekhampun

ABSTRACT

This research aimed to study and analyze to design media to evaluate the perception of the general public's information on the public relations media about depression information for people. The study method is the process of studying information about depression and analyzing public relations media that is suitable for designing. The process of designing brochure and video media, and the process of evaluating general public's perception.

The research results of the brochure were as follow: 1. The illustration is a digital image. 2. The character is the type of character. Non-linear characters and modern characters 3. The color tone is blue, white, color, red, yellow and purple. 4. Composition is to determine the direction of the content to influence the eyes of the reader as seen. Determine the composition of the image, color and character to be harmonious and balanced. The research results of the video media were as follow: The color tone is blue, purple and pink. 2. The illustration is an animation. 3. The video is a selection of presentations that can convey both texts, still images, motion pictures and sounds that will help recipients understand the sequence of content easily and clearly. 4. The screen structure is 1920x1080. Pixels. The result of content for brochure media by the expert found that It's suitable with designing. (\bar{x} = 3.97, S.D. = 0.34). The result of content for video media by the expert found that It's suitable too. (\bar{x} = 4.21, S.D. = 0.42). The result of design brochure media evaluation by expert found that It's suitable with designing. (\bar{x} = 4.13, S.D. = 0.35) and the result of design video media evaluation by expert found that It's suitable too (\bar{x} = 4.28, S.D. = 0.35). The results of the evaluation of the general public's perception of information on public relations media. (from online system.), The brochure media is in a high level. (\bar{x} = 4.25, S.D. = 0.09) and video media is at a high level too. (\bar{x} = 4.32, S.D. = 0.05). (from offline system.). The brochure

media is in a high level. (\bar{x} = 4.06, S.D. = 0.06) and video media is at a high level too. (\bar{x} = 4.29, S.D. = 0.11)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ก็ด้วยความอนุเคราะห์จาก รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และ ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในขั้นตอนสุดท้ายจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร.กฤษณา คิตดี, รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดี และ รศ.ดร.บุญจันทร์ สีสันต์ ที่ได้กรุณาช่วยเหลือให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ เพื่อปรับปรุงให้มีคุณภาพและมีความเหมาะสมต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ พญ.อัมพา เตชาภิมุขกุล, ดร.ปุณณดา จิระอานนท์, นพ.ณชา รินทร์ พิภพทรศนี, นายธนกฤตชาติเชิดศักดิ์, นายทะนงศักดิ์ นุ่มดีและอาจารย์วัชรินทร์ คงพิบูล ที่ได้กรุณาช่วยเหลือให้คำแนะนำเรื่องข้อมูลและการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่ บิดาและมารดาของผู้วิจัยและผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ณัฐพงศ์ รุจิचित

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ	VIII
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 กรอบแนวความคิดในงานวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตการศึกษาข้อมูล	4
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ศึกษาความเป็นมาและสาเหตุการเกิดภาวะซึมเศร้า.....	9
2.2 ศึกษาหลักการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า	16
2.3 ศึกษารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์.....	16
2.4 ศึกษาหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า.....	23
2.5 ศึกษาเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด (QR Code)	29
2.6 ศึกษาหลักการยศาสตร์.....	30
2.7 ศึกษาวัสดุที่ใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	30
2.8 ศึกษาหลักการวิเคราะห์ข้อมูลและทฤษฎีความพึงพอใจ	30
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	31
3.1 ขั้นตอนการศึกษาและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับ ประชาชน.....	31
3.2 ขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน.....	35
3.3 ขั้นตอนการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะ ซึมเศร้าสำหรับประชาชน	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
4.1 ผลการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	44
4.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	69
4.3 ผลการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะ ซึมเศร้าสำหรับประชาชน	79
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	83
5.1 สรุปผลการวิจัย	83
5.2 อภิปรายผล	85
5.3 ข้อเสนอแนะ	87
บรรณานุกรม.....	88
ภาคผนวก.....	90
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	91
ภาคผนวก ข ผลการตรวจเครื่องมือ	103
ภาคผนวก ค หนังสือราชการประกอบการดำเนินการวิจัย.....	106
ภาคผนวก ง ใบประเมินการตรวจแบบชุดกิจกรรมศิลปะ	123
ภาคผนวก จ ผลการออกแบบ	131
ภาคผนวก ฉ บทความวิจัย.....	145
ประวัติผู้เขียน	159

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงระยะการมองเห็นของเพศชายและเพศหญิง.....	22
2.2 แสดงขนาดความสูงของระดับสายตาระหว่างคนตัวใหญ่และตัวเล็ก.....	23
2.3 แสดงรายละเอียดของกระดาษแต่ละชนิด.....	23
4.1 แสดงผลการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาวะซึมเศร้า.....	45
4.2 แสดงผลการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน.....	47
4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านภาพประกอบของสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน.....	48
4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านตัวอักษรของสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน.....	51
4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านโทนสีของสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน.....	55
4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านการจัดวางองค์ประกอบของสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน.....	59
4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านโทนสีของสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน.....	65
4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านภาพประกอบของสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน.....	66
4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านวิดีโอและเสียงประกอบของสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน.....	67
4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านตัวอักษรของสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน.....	69
4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านโครงสร้างหน้าจอของสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน.....	72
4.12 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหา (สื่อแผ่นพับ) (N=3).....	73
4.13 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อแผ่นพับ) (N=3).....	75
4.14 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหา (สื่อวีดิทัศน์) รูปแบบที่ 1 (N=3).....	77
4.15 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อวีดิทัศน์) รูปแบบที่ 1 (N=3).....	78
4.16 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหา (สื่อวีดิทัศน์) รูปแบบที่ 2 (N=3).....	80
4.17 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อวีดิทัศน์) รูปแบบที่ 2 (N=3).....	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหา (สื่อวีดิทัศน์) รูปแบบที่ 3 (N=3).....	104
4.19 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อวีดิทัศน์) รูปแบบที่ 3 (N=3).....	105
4.20 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหาที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	105
4.21 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน	105
4.22 แสดงผลการวิเคราะห์การประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อ สื่อแผ่นพับจากระบบออนไลน์ (Online).....	105
4.23 แสดงผลการวิเคราะห์การประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อ สื่อวีดิทัศน์จากระบบออนไลน์ (Online).....	105
4.24 แสดงผลการวิเคราะห์การประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อ สื่อแผ่นพับจากระบบออฟไลน์ (Offline)	105
4.25 แสดงผลการวิเคราะห์การประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อ สื่อวีดิทัศน์จากระบบออฟไลน์ (Offline).....	105
ข.1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับ การประเมินเนื้อหาสำหรับสื่อแผ่นพับเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน.....	125
ข.2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับ การประเมินเนื้อหาสำหรับสื่อวีดิทัศน์เพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน.....	126
ข.3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับ การออกแบบสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	127
ข.4 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับ การออกแบบสื่อวีดิทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	128
ข.5 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูล ของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสื่อแผ่นพับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนประเมิน พฤติกรรมทางการ.....	130
ข.6 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูล ของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสื่อแผ่นพับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนประเมิน.....	130

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ หรือมัลติมีเดีย	22
2.2 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อโปสเตอร์.....	23
2.3 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อใบปลิว.....	23
2.4 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อแผ่นพับ	24
2.5 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อเอกสารเย็บเล่ม.....	24
2.6 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อแคตาล็อก	25
2.7 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อจดหมายข่าวหรือจดหมายขาย.....	25
2.8 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อบัตร.....	26
2.9 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อแผ่นภาพโฆษณา.....	26
2.10 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโรคซึมเศร้า.....	27
2.11 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโรคซึมเศร้า.....	28
2.12 แสดงตัวอย่างขั้นตอนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์.....	30
2.13 แสดงตัวอย่างขั้นตอนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์.....	31
2.14 แสดงตัวอย่างหลักการออกแบบอินโฟกราฟิก.....	31
2.15 แสดงตัวอย่าง QR code และ Barcode.....	39
2.16 แสดงโครงสร้างของคิวอาร์โค้ด	39
2.17 แสดงตัวอย่างการถอดรหัสคิวอาร์โค้ดจากเว็บไซต์ที่ให้บริการออนไลน์.....	40
2.18 แสดงการสร้าง QR code แบบ Website URL.....	41
2.19 แสดงการเลือกรูปแบบ QR code.....	41
2.20 แสดงการเลือกไฟล์รูปภาพสำหรับนำมาเป็นพื้นหลัง QR code.....	42
2.21 แสดง QR code เว็บไซต์ www.peerawich.com	42
2.22 แสดงการสมัครใช้บริการ QR code Tracking.....	43
2.23 แสดงสถิติที่ผู้ใช้งาน QR code แยกตามประเทศ	43
2.24 แสดงสถิติที่ผู้ใช้งาน QR code แยกตามระบบปฏิบัติการ	44
2.25 แสดงตัวอย่างแอปพลิเคชัน (application) QR Code Reader สำหรับระบบปฏิบัติการ iOS.....	44
2.26 แสดงตัวอย่างแอปพลิเคชัน (application) QR Code Reader สำหรับระบบปฏิบัติการ Android	45
2.27 แสดงตัวอย่างมุมมองของการมองเห็นในแนวนอนขณะมองตรง	45
2.28 แสดงตัวอย่างมุมมองของการมองเห็นในแนวตั้งขณะมองตรง	46
2.29 แสดงสัดส่วนของการมองเห็นของเพศชายในขณะยืนตรง	46
2.30 แสดงสัดส่วนของการมองเห็นของเพศหญิงในขณะยืนตรง	47
2.31 แสดงสัดส่วนของการมองเห็นของเพศชายในขณะนั่ง.....	47
2.32 แสดงสัดส่วนของการมองเห็นของเพศหญิงในขณะนั่ง.....	48

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.33 แสดงสัดส่วนความสูงของระดับสายตาระหว่างคนตัวใหญ่และตัวเล็ก	48
2.34 แสดงระยะห่างและองศาการมองเห็นจากผู้ชมถึงหน้าจอ.....	49
3.1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การให้ ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	68
4.1 แสดงภาพส่วนเนื้อหาและการออกแบบแผ่นพับ (ด้านหน้าและด้านหลัง).....	93
4.2 แสดงภาพส่วนเนื้อหาและการออกแบบแผ่นพับ (ด้านใน).....	93
4.3 แสดงแบบภาพร่าง Story Board สื่อวีดิทัศน์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า รูปแบบที่ 1.....	95
4.4 แสดงแบบภาพร่าง Story Board สื่อวีดิทัศน์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า รูปแบบที่ 2.....	97
4.5 แสดงแบบภาพร่าง Story Board สื่อวีดิทัศน์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า รูปแบบที่ 3.....	99
จ.1 แสดงการออกแบบแผ่นพับ(ด้านหน้า และด้านหลัง)	170
จ.2 แสดงการออกแบบแผ่นพับ (ด้านใน).....	171
จ.3 แสดงการออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) รูปแบบที่ 1.....	172
จ.4 แสดงการออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) รูปแบบที่ 2.....	173
จ.5 แสดงการออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) รูปแบบที่ 3.....	174
จ.6 แสดงการออกแบบสื่อวีดิโอ 1.....	175
จ.7 แสดงการออกแบบสื่อวีดิโอ 2.....	176
จ.8 แสดงการออกแบบสื่อวีดิโอ 3.....	177
จ.9 แสดงการออกแบบภาพคิวอาร์โค้ด (QR Code).....	178
ฉ.1 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 1	180
ฉ.2 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 2	181
ฉ.3 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 3	182
ฉ.4 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 4	183
ฉ.5 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 5	184
ฉ.6 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 6	185
ฉ.7 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 7	186
ฉ.8 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 8	187
ฉ.9 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 9	188
ฉ.10 แสดงภาพใบประกาศนียบัตรการนำเสนอผลงานวิจัย	189

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประชาชนในปัจจุบันมีสาเหตุที่ทำให้เกิดความกดดันได้จากหลาย ๆ สิ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น ความกดดันจากการทำงาน จากครอบครัวและสิ่งแวดล้อมรอบข้าง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดภาวะซึมเศร้าได้ โรคซึมเศร้าจะเป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญอันดับที่ 2 รอง จากโรคกล้ามเนื้อหัวใจขาดเลือด จากการสำรวจของนายแพทย์ธรณินทร์ กองสุข พบว่า คนไทยร้อยละ 3.2 ของประชากรที่ป่วยเป็นโรคซึมเศร้า ซึ่งคนไทยในช่วงอายุระหว่าง 15-59 ปี ไม่น้อยกว่า 800,000 คน ป่วยเป็นโรคซึมเศร้าประเภทรุนแรง (Major depressive disorder) และอีกประมาณ 300,000 คน ป่วยเป็นโรคซึมเศร้าแบบเรื้อรัง (Dysthymia) พบในเพศหญิงมากกว่าเพศชายในอัตรา ส่วน 2: 1 (สมภพ เรื่องตระกูล. 2543: 1) ส่วนใหญ่พบมากอยู่ในช่วงอายุ 25-40 ปี เมื่อมีอายุมากขึ้น ความรุนแรงของอาการป่วยจะยิ่งเพิ่มมากขึ้น ส่วนมากผู้ป่วยที่เป็นโรคซึมเศร้านั้นจะมีประวัติครอบครัว ที่เกี่ยวข้องกับ การใช้สุราเรื้อรัง การถูกทอดทิ้งหรือการกระทำที่รุนแรงต่อกันและบางรายมีประวัติการ สูญเสียบิดา มารดาในวัยเด็ก เป็นต้น สาเหตุของโรคซึมเศร้าในปัจจุบันทางการแพทย์ไม่ได้กำหนด สาเหตุใดสาเหตุหนึ่งอย่างแน่ชัดว่าเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดโรคซึมเศร้า แต่หลายๆปัจจัยที่ประกอบกัน ทำให้เกิดโรคซึมเศร้าได้นั้น แบ่งออกได้ 3 สาเหตุได้แก่ สาเหตุทางกาย (Biological cause) สาเหตุ ด้านจิตใจ (Psychological cause) สาเหตุด้านสังคม (Social cause) (มาโนช หล่อตระกูล. 2550 : 143-159)

โดยประชาชนส่วนใหญ่ยังขาดการตระหนัก และรับรู้ถึงความสูญเสียที่เกิดจากการป่วย ด้วยโรคซึมเศร้านี้ ทั้งยังมีความเข้าใจถึงวิธีการป้องกันที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับอาการของโรคซึมเศร้าผู้ป่วย มักคิดว่าเป็นเรื่องธรรมดาที่สามารถหายเองได้และมักปฏิเสธการรักษาคิดเป็นร้อยละ 30 ของผู้ป่วย โรคซึมเศร้าทั้งหมด ดังนั้นผู้วิจัยจึงคิดว่าภาวะซึมเศร้าเป็นปัญหาที่สำคัญควรที่จะได้รับการรักษาและ รับรู้ถึงข้อมูลอย่างถูกต้อง หากไม่ได้รับการแก้ไขปัญหาย่างเร่งด่วน อาจส่งผลกระทบต่อสังคม และประเทศชาติได้ เช่น กลุ่มในช่วงวัยเด็กมีความเสี่ยงต่อปัญหาพัฒนาการที่ล่าช้า กลุ่มวัยรุ่นมีความ เสี่ยงในด้านพฤติกรรมความรุนแรง ตัดสินใจผิดพลาดและการฆ่าตัวตาย กลุ่มวัยทำงานมีปัญหาในการ ดำเนินชีวิตประจำวันซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงาน การเข้าสังคมและกลุ่มสุดท้ายกลุ่มผู้สูงอายุมีความ เสี่ยงในปัญหาด้านสุขภาพเป็นโรคสมองเสื่อมได้ (กรมสุขภาพจิต. 2560-2561: ออนไลน์) ดังนั้นการ เผยแพร่ข้อมูลเบื้องต้นที่ทำให้ประชาชนมีความเข้าใจในเรื่องภาวะซึมเศร้า โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วและครบถ้วนทำให้ประชาชนมีโอกาส เข้าถึงข้อมูลได้หลากหลายช่องทางทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์โดยนำเอา รูปแบบของสื่อวีดิทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์เข้ามามีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข้อมูลนั้นจึงถือเป็นทางเลือกหนึ่งที่ ประชาชนจะรับรู้และเข้าใจข้อมูลได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นการนำสื่อวีดิทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเบื้องต้นนั้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน จึงจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของสื่อวีดิทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะสามารถช่วยทำให้เกิดความเข้าใจและต้นตอต่อปัญหาภาวะซึมเศร้าได้ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ที่เป็นและไม่เป็นภาวะซึมเศร้านี้กลายเป็นปัญหาที่ทำให้การพัฒนาประเทศชาติเกิดความล่าช้าขึ้น จนกลายเป็นปัญหาต่อสังคมต่อไปในระยะยาวได้

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน
- 1.2.2 เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน
- 1.2.3 เพื่อประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย

ในการวิจัยเรื่องการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยใช้กรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัยดังนี้

1.3.1 กรอบแนวคิดให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนและวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยมีกรอบแนวคิด ดังนี้

1.3.1.1 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิดในการออกแบบสื่อด้านแผ่นพับของ ศิริพรณ์ ปีเตอร์ (2549: 202) ดังนี้

1. ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร
2. การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น
3. การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา
4. การใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสม สอดคล้องกับระยะเวลาการอ่าน
5. การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น ๆ
6. การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย
7. การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่ายและสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน

1.3.1.2 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิดในการออกแบบสื่อด้านวีดิทัศน์ ของ ดิเรก อธิระภูธร (2555: ออนไลน์) ดังนี้

1. การเลือกใช้สีตามหลักการออกแบบ
2. การใช้รูปภาพ (Graphic & Photo) เพื่อความสวยงามและดึงดูดความสนใจ
3. การเพิ่มวิดีโอและเสียงประกอบดึงดูดใจผู้ชม
4. การใช้ข้อความ
5. การกำหนดโครงสร้างหน้าจอให้พอดีเหมาะกับการนำเสนอข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.2 กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

1.3.2.1 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิดในการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อแผ่นพับของ (สิวาวุธ สุทธิ. 2553: ออนไลน์) ดังนี้

1. เนื้อหา มีการจัดลำดับชั้นการนำเสนอที่เหมาะสมถูกต้องและเข้าใจง่าย
2. ภาษาที่ใช้สื่อความหมายและเข้าใจได้ง่ายถูกต้องตามหลักไวยากรณ์
3. ด้านวัตถุประสงค์นำเสนอได้ชัดเจน ตรงประเด็น
4. ตัวอักษร ต้องมีความน่าสนใจความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ
5. ภาพประกอบ มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับเนื้อหา
6. สัญลักษณ์ ไอคอน ช่วยสื่อความหมายเกี่ยวกับแหล่งสารสนเทศได้ง่าย
7. รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจ ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ชัดเจน

1.3.2.2 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิดในการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ของ (สิวาวุธ สุทธิ. 2553: ออนไลน์) ดังนี้

1. เนื้อหา มีการจัดลำดับชั้นการนำเสนอที่เหมาะสมถูกต้องและเข้าใจง่าย
2. ภาษาที่ใช้สื่อความหมายและเข้าใจได้ง่ายถูกต้องตามหลักไวยากรณ์
3. ด้านวัตถุประสงค์นำเสนอได้ชัดเจน ตรงประเด็น
4. ตัวอักษร ต้องมีความน่าสนใจความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ
5. ภาพประกอบ มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับเนื้อหา
6. สัญลักษณ์ ไอคอน ช่วยสื่อความหมายเกี่ยวกับแหล่งสารสนเทศได้ง่าย
7. เทคนิควิธีการนำเสนอ มีความน่าสนใจ

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาของกรวิจัยไว้ ดังนี้

- 1.4.1.1 ศึกษาความเป็นมาและสาเหตุการเกิดภาวะซึมเศร้า
- 1.4.1.2 ศึกษาหลักการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า
- 1.4.1.3 ศึกษารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์
- 1.4.1.4 ศึกษาหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า
- 1.4.1.5 ศึกษาเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด (QR Code)
- 1.4.1.6 ศึกษาหลักการยศาสตร์
- 1.4.1.7 ศึกษาวัสดุที่ใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
- 1.4.1.8 ศึกษาหลักการวิเคราะห์ข้อมูลและทฤษฎีความพึงพอใจ
- 1.4.1.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.2.1 ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ แพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สจล. ทั้งหมดจำนวน 15 ท่าน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ แพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สจล. ทั้งหมดจำนวน 3 คน

โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า จำนวน 3 ชุด การถ่ายภาพและการจดบันทึก

3. การสร้างเครื่องมือ ได้แก่ ศึกษาข้อมูลการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่เกี่ยวข้องกับภาวะซึมเศร้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพและวุฒิการศึกษาสูงสุดของกลุ่มเจ้าหน้าที่แพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สจล.

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

4. การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ใช้การตรวจข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ให้มีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของงานวิจัย

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

5.1 ศึกษาเอกสารงานวิจัยจากฐานข้อมูลออนไลน์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยและฐานข้อมูลออนไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโรคภาวะซึมเศร้า

5.2 จัดทำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อนำไปตรวจสอบประโยชน์ของข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์และแก้ไขตามคำแนะนำ

5.3 ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการขออนุญาตเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

5.4 เก็บข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเก็บข้อมูลจากแพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สจล.

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การจดบันทึกและการถ่ายภาพมาทำการสรุปและวิเคราะห์ผลเป็นเชิงคุณภาพ

1.4.3.2 ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งหมด 6 ท่าน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1.2.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงเกณฑ์การเลือกผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานหรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยโรคภาวะซึมเศร้า ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป

1.2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เกณฑ์ในการเลือกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ คือ ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานหรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

2.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลโรคซึมเศร้า จำนวน 3 ชุด เนื้อหาสำหรับสื่อแผ่นพับ จำนวน 1 เรื่อง และเนื้อหาสำหรับสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 3 เรื่อง

2.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ คือ แบบสอบถาม จำนวน 3 ชุด แบบภาพร่างสื่อแผ่นพับ จำนวน 1 แบบ สตอรี่บอร์ด (Story Board) สำหรับสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 3 เรื่อง

3. การสร้างเครื่องมือ ได้แก่

3.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานการณ์ของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับเนื้อหาสำหรับออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

3.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานการณ์ของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

4. การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหา IOC (Index of Item - Objective Congruence) หรือความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทั้ง 3 ชุด เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1 ทำการออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story Board) จำนวน 3 เรื่องและภาพร่าง (Sketch design) จำนวน 1 แบบ

5.2 จัดทำแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลโรคซึมเศร้าสำหรับสื่อแผ่นพับและสื่อด้านวีดิทัศน์ จำนวน 3 ชุด สำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และแบบสอบถามการออกแบบสื่อแผ่นพับและด้านวีดิทัศน์ จำนวน 3 ชุด สำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ แล้วนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน IOC เพื่อแก้ไขตามที่ได้รับคำแนะนำ

5.3 ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการขออนุญาตเก็บข้อมูลสอบถามปัญหาและความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง

5.4 นำแบบสตอรี่บอร์ด (Story Board) และภาพร่าง (Sketch design) ไปปรับปรุงแก้ไขตามที่ได้รวบรวมข้อมูลมาจากกลุ่มตัวอย่างและนำไปสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ต้นแบบจริง

6. สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

6.1 สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)

6.2 สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.)

7. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

7.1 นำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับการออกแบบสื่อแผ่นพับและสื่อวีดิทัศน์ มาสรุปและวิเคราะห์ผลเป็นเชิงปริมาณ

7.2 นำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการออกแบบสื่อแผ่นพับและสื่อวีดิทัศน์ มาสรุปและวิเคราะห์ผลเป็นเชิงปริมาณ

1.4.3.3 ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ กลุ่มประชาชนทั่วไปแบบระบบออฟไลน์ (Offline) และระบบออนไลน์ (Online)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1.2.1 กลุ่มประชาชนทั่วไปแบบระบบออฟไลน์ (Offline) ภายในอาคารตึกแกรนด์เพลส จำนวน 10 ท่าน และภายในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 10 ท่าน รวมทั้งหมด 20 ท่าน

1.2.1 กลุ่มประชาชนทั่วไปจากระบบออนไลน์ (Online) จำนวน 50 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) หรือเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

2.1 กลุ่มประชาชนทั่วไปแบบระบบออฟไลน์ (Offline) คือ แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชน โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านสื่อแผ่นพับและด้านสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 20 ชุด ใช้การถ่ายภาพ และการจดบันทึก

2.1 กลุ่มประชาชนทั่วไปจากระบบออนไลน์ (Online) คือ แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชน ผ่านระบบกูเกิลฟอร์ม (Google Form) โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านสื่อแผ่นพับและด้านสื่อวีดิทัศน์ และการจดบันทึก

3. การสร้างเครื่องมือ ได้แก่ สร้างแบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มประชาชนทั่วไป
ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 2.1 แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อแผ่นพับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 2.2 แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

4. การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหา IOC (Index of Item – Objective Congruence) หรือความเที่ยงตรงของแบบสอบทั้ง 3 ชุด เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1 สร้างแบบสอบถามประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับระบบออฟไลน์ (Offline) และ ระบบออนไลน์ (Online) แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน IOC และแก้ไขตามคำแนะนำ

5.2 นำสื่อประชาสัมพันธ์และแบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลให้กลุ่มประชาชนทั่วไปจากระบบออฟไลน์ (Offline) และ ระบบออนไลน์ (Online) ทำการประเมิน หลังได้รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า ใช้การบันทึกภาพเคลื่อนไหว การถ่ายภาพและการจดบันทึกเพื่อความครบถ้วนของข้อมูล

6. สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

6.1 สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)

6.2 สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.)

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

7.1 นำแบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนจากระบบออฟไลน์ (Offline) และระบบออนไลน์(Online) มารวบรวมและวิเคราะห์ผลในรูปแบบข้อมูลเชิงปริมาณ

1.4.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.4.4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

1.4.4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการรับรู้ข้อมูลของประชาชนที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

1.5 นิยามศัพท์

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีนิยามศัพท์ซึ่งเกี่ยวข้องดังนี้

1.5.1 สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึงการนำข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้ามาสรุปเป็นสารสนเทศในรูปแบบลักษณะของสื่อด้านแผ่นพับและสื่อด้านวีดิทัศน์ ทั้งเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ประชาชนเข้าใจถึงสาเหตุและวิธีการป้องกันการรักษาเบื้องต้นได้

1.5.2 ภาวะซึมเศร้า หมายถึง ภาวะซึมเศร้า หรือ Depression เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากภาวะความผิดปกติทางอารมณ์ที่ผู้ป่วยอาจรู้สึกเศร้า สิ้นหวัง ช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ หรือรู้สึกท้อแท้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยค่า แสดงออกได้ทั้งทางด้านอารมณ์ พฤติกรรมความคิดและร่างกาย เป็นระยะเวลานานเกิน 2 สัปดาห์ขึ้นไป

1.5.3 การออกแบบสื่อ หมายถึง แนวทางการออกแบบที่ใช้กรอบแนวความคิดในการออกแบบสื่อด้านแผ่นพับ และกรอบด้านการออกแบบสื่อวิดีโอ

1.5.4 สื่อวีดิทัศน์ หมายถึง เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอทั้งภาพและเสียงเพื่อให้ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบกราฟิกและการนำเสนอข้อมูลเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า

1.5.5 สื่อแผ่นพับ หมายถึง สื่อที่ออกแบบเพื่อให้ผู้ที่รับสารเกิดความความเข้าใจผ่านการออกแบบด้านกราฟิกตามผู้ส่งสารต้องการจะสื่อ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า

1.5.6 ประเมินผลการรับรู้ข้อมูล หมายถึง การประเมินการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า

1.5.7 เนื้อหา หมายถึง ข้อความหรือข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับเนื้อหาภาวะซึมเศร้าเพื่อที่จะนำมาเสนอผ่านสื่อด้านสิ่งพิมพ์และสื่อด้านคอมพิวเตอร์สำหรับประชาชนทั่วไป เนื้อหาที่จะนำมาเสนอต้องมีความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนและตรงประเด็นง่ายต่อการเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอ

1.5.8 การเลือกใช้สี หมายถึง การใช้สีเพื่อให้ผลงานนำเสนอสำหรับสื่อด้านสิ่งพิมพ์และสื่อด้านคอมพิวเตอร์ต้องมีความน่าสนใจ สอดคล้องกับองค์ประกอบต่าง ๆ ในผลงานนำเสนอ โดยโทนสีที่ใช้มีความน่าสนใจและดึงดูดสายตา

1.5.9 องค์ประกอบ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่นำมาประกอบรวมกันในสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โทนสี ภาพประกอบ ภาพเคลื่อนไหว ตัวอักษรข้อความ เสียงประกอบ เป็นต้น เพื่อให้เกิดความสวยงามและเกิดความน่ามีความน่าสนใจ

1.5.10 ภาพประกอบ หมายถึง ภาพถ่ายหรือภาพวาดที่นำไปประกอบกับบทความหรือสื่อด้านสิ่งพิมพ์และสื่อด้านคอมพิวเตอร์เพื่อให้เกิดความสวยงามน่าสนใจและช่วยให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจในบทความนั้น ๆ ได้ง่ายขึ้น และสอดคล้องกับเนื้อหา

1.5.11 ไอคอน หมายถึง ภาพสัญลักษณ์ขนาดเล็กที่ปรากฏขึ้นบนหน้าจอจะทำหน้าที่แทนคำสั่งหรือสื่อความหมายต่าง ๆ เข้าใจได้ง่ายขึ้น

1.5.12 วิธีการนำเสนอ หมายถึง รูปแบบหรือวิธีการนำเสนอข้อมูลภาวะซึมเศร้าผ่านสื่อกราฟิกและสื่อคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ประชาชนที่ได้รับชมได้รับรู้และรับทราบถึงข้อมูลที่ต้องการ มีความน่าสนใจ สามารถเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น

1.5.13 โครงสร้างหน้าจอ หมายถึง ขนาดหน้าจอที่เหมาะสมสำหรับสื่อด้านคอมพิวเตอร์ที่ส่งผลกระทบต่อระยะการมองเห็นเพื่อให้เกิดความเข้าใจในด้านเนื้อหา

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินงานวิจัยการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวถึงทฤษฎีเพื่อเป็นพื้นฐานการทำความเข้าใจต่อกระบวนการต่าง ๆ รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอตามลำดับ ดังต่อไปนี้

- 2.1 ศึกษาความเป็นมาและสาเหตุการเกิดภาวะซึมเศร้า
- 2.2 ศึกษาหลักการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า
- 2.3 ศึกษารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์
- 2.4 ศึกษาหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า
- 2.5 ศึกษาเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด (QR Code)
- 2.6 ศึกษาหลักการยศาสตร์
- 2.7 ศึกษาวัสดุที่ใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
- 2.8 ศึกษาหลักการวิเคราะห์ข้อมูลและทฤษฎีความพึงพอใจ
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1. ความเป็นมาและสาเหตุการเกิดภาวะซึมเศร้า

(ดวงใจ กษานติกุล, 2542:7) กล่าวว่า ความหมายของภาวะซึมเศร้า การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับโรคซึมเศร้า พบว่าโรคซึมเศร้ามีความหมาย ดังนี้ ภาวะซึมเศร้าหรือโรคซึมเศร้าเป็นการป่วยทั้งร่างกาย จิตใจและความคิด ซึ่งผลของโรคกระทบต่อชีวิตประจำวัน เช่น การรับประทานอาหาร การหลับนอน ความรับรู้ตัวเอง ผู้ป่วยไม่สามารถประสานความคิด ความรู้สึก ของตัวเพื่อแก้ปัญหา หากไม่ได้รับการรักษาอาการอาจอยู่เป็นเดือน ซึ่งมักเกิดจากเมื่อมีความเครียดสะสมอยู่นาน ๆ สารเคมีที่เป็นสารนำสุข เช่น เอนดอร์ฟิน ซีโรโทนินในร่างกายและสมองลดจำนวนลงหรือ ทำหน้าที่ไม่ปกติ และสารเคมีที่เป็นสารนำทุกข์ได้แก่คอร์ติโซล นอร์แอดรีนาลินจะหลั่งออกมามากขึ้นส่งผลให้เกิดโรคต่างๆ เช่น โรคความดัน โรคเบาหวาน ไชมันในเลือดสูงและภูมิคุ้มกันของร่างกาย ลดลง ร่างกายอ่อนแอเจ็บป่วยหรือติดเชื้อง่าย ตามมาด้วยอารมณ์ท้อแท้ ซึมเศร้า สติสับสน หรือโรคสมองเสื่อม หลง ๆ ลืม ๆ ก่อนวัยอันควร บิดามารดาที่ป่วยเป็นโรคอารมณ์ผิดปกติก็จะสร้าง ความเจ็บปวดสะเทือนใจและส่งผลกระทบต่อบุตรหลานโดยเฉพาะบุตรวัยทารกหรือเด็กเล็กๆ ได้มากที่สุด ภาวะซึมเศร้าเป็นโรคทางจิตเวชที่พบได้บ่อยมากในประชากรทั่วไป ภาวะซึมเศร้าจะเป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญเป็นอันดับสองรองจากโรคหัวใจขาดเลือดในทุกประเทศทั่วโลก พบว่าร้อยละ 10-25 ของผู้หญิง และร้อยละ 5-12 ของผู้ชายเป็นโรคนี้ โรคนี้พบในผู้หญิงมากกว่าผู้ชายเป็นอัตราส่วน 2 : 1 โรคนี้พบได้ในทุกอายุ อายุเมื่อเริ่มเป็นโรคโดยเฉลี่ยคือ 24 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1 สาเหตุที่สำคัญมีด้วยกัน 3 ประการ

(สมภพ เรื่องตระกูล. 2543: 2-108) กล่าวไว้ว่า

2.1.1.1 พันธุกรรม การศึกษาพันธุกรรมของผู้ป่วยโรคซึมเศร้าบ่งบอกว่าพันธุกรรมเป็นสาเหตุที่สำคัญประการหนึ่งโดยพบลักษณะสำคัญดังนี้

(1) ญาติสนิทของผู้ป่วยมีโอกาสเป็นโรคนี้ด้วยสูงกว่าประชากรทั่วไป 1.5-3 เท่า และมีโอกาสเป็นโรคพิษสุราเรื้อรังในอัตราที่สูงกว่าประชากรทั่วไป

(2) ถ้าบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่งเป็นโรคซึมเศร้า บุตรจะมีโอกาสเป็นด้วยในอัตราที่สูงกว่าเด็กทั่วไป 2 เท่า และถ้าบิดาและมารดาเป็นโรคซึมเศร้า บุตรจะมีโอกาสเป็นโรคสูงกว่าเด็กทั่วไปถึง 4 เท่า

(3) จากการศึกษาคู่แฝดพบว่าในคู่แฝดที่เกิดจากไข่ใบเดียวกัน ถ้าคนหนึ่งเป็นโรคนี้ อีกคนจะเป็นด้วยร้อยละ 60 ในขณะที่โอกาสที่คู่แฝดจากไข่คนละใบจะมีโอกาสเป็นโรคด้วยเพียงร้อยละ 20

(4) การศึกษาโรคนี้ในบุตรบุญธรรมที่เกิดจากบิดาและมารดาเป็นโรคซึมเศร้าทั้ง 2 คน พบว่าบุตรบุญธรรมจะเป็นโรคซึมเศร้าด้วยในอัตราที่สูงกว่าบุตรบุญธรรมที่เกิดจากบิดามารดาที่เป็นปกติ

2.1.1.2 ปัจจัยทางจิตใจ ปัจจัยทางด้านจิตใจเป็นสาเหตุประการหนึ่งจากการศึกษาพบว่า

(1) โรคซึมเศร้านั้นมักจะเกิดภายหลังผู้ป่วยมีปัญหาทางด้านจิตใจอย่างรุนแรง เช่น การเสียชีวิตของบุคคลผู้เป็นที่รัก มีเรื่องบาดหมางกับคู่ครอง การหย่าร้าง ประสบปัญหาทางด้านการงานหรือเศรษฐกิจ

(2) ผู้ป่วยที่มีอาการซึมเศร้านั้นจะมีแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองทางด้านลบ

2.1.1.3 ความผิดปกติของชีวเคมีในสมอง ในปัจจุบันพบว่าผู้ป่วยมีความผิดปกติของการสังเคราะห์สารสื่อประสาทในระบบประสาทส่วนกลาง โดยมีระดับของสาร serotonin และ norepinephrine ต่ำกว่าปกติ ซึ่งเมื่อผู้ป่วยได้รับการรักษาและหายดีระดับของสารทั้ง 2 ชนิดนี้จะสูงขึ้นอยู่ในระดับปกติ

2.1.2 อาการของโรคซึมเศร้า

2.1.2.1 อาการที่สำคัญ ๆ ของโรคซึมเศร้านี้มีดังต่อไปนี้

1. มีอารมณ์เศร้า เป็นอาการสำคัญของโรค ความรู้สึกที่แสดงถึงอารมณ์เศร้านั้นมีหลายอย่าง เช่น ใจคอหดหู่ ไม่มีชีวิตชีวา รู้สึกไม่แจ่มใส ไม่เบิกบาน เป็นต้น

2. มีอารมณ์หงุดหงิดโกรธง่าย อารมณ์นี้เป็นอาการสำคัญ พบในผู้ป่วยเกือบทุกราย ผู้ป่วยจะรู้ถึงการเปลี่ยนแปลง แต่ควบคุมอารมณ์ไม่ได้ และมักจะรู้สึกเสียใจเมื่อทำสิ่งที่ไม่ดีไปแล้ว

3. มีความรู้สึกเบื่อหรือหมดความสนใจ ผู้ป่วยจะรู้สึกเบื่อและหมดความสนใจในสิ่งต่าง ๆ กิจกรรมประจำวันที่เคยทำก็ไม่อยากทำ ที่เคยชอบก็จะรู้สึกเบื่อและไม่สนใจดังเช่นเคยประมาณร้อยละ 60 ของผู้ป่วยความรู้สึกทางเพศจะลดลงหรือไม่มีเลย

4. อาการเบื่ออาหาร ผู้ป่วยมักเบื่ออาหารตั้งแต่เริ่มไม่สบาย การรู้สึกจะเปลี่ยนไปด้วย ผู้ป่วยจะไม่รู้สึกอยากอาหาร แม้นอนจะเคยชอบแต่มีบางรายรู้สึกอยากอาหารมากกว่าธรรมดา

5. นอนไม่หลับ มักจะปรากฏเป็นอาการแรก ผู้ป่วยอาจนอนไม่หลับเป็นเวลา 1-2 สัปดาห์ ก่อนมีอาการอื่น ในระยะแรกของโรคผู้ป่วยอาจจะหลับยาก หลับไม่สนิท ผื่นร้าย หรือตื่นบ่อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. อาการอ่อนเพลียไม่มีแรง ผู้ป่วยจะรู้สึกอ่อนเพลียแม้ไม่ได้ออกกำลังกาย และเป็นอยู่เกือบตลอดเวลา การพักผ่อนหรือหลับไม่ช่วยให้ดีขึ้นอาการอาจเกิดเฉพาะส่วนของร่างกายก็ได้ เช่น แขนหรือขา ผู้ป่วยบางรายคิดว่าเป็นโรคหัวใจเพราะเหนื่อยง่าย ทำให้เกิดความกังวลและถ้ามีอาการใจสั่นหรือเจ็บหน้าอกด้วยจะยิ่งกังวลมาก

7. อาการความคิดและการเคลื่อนไหวเชื่องช้า หรือพลุ่งพล่านกระวนกระวายตั้งแต่เริ่มไม่สบาย ผู้ป่วยจะมีความคิด การเคลื่อนไหว ตลอดจนการพูดจาเชื่องช้าแรก ๆ จะสังเกตว่าผู้ป่วยเฉื่อยและซึมลง ความสนใจต่างลดลง ขณะเดียวกันจะเพิ่มความสนใจตนเอง โดยเฉพาะจะกังวลเกือบตลอดเวลาต่ออาการต่าง ๆ ผู้ป่วยจะไม่กระตือรือร้นในชีวิต ไม่ร่าเริง แจ่มใสเหมือนเช่นเคย

8. ความรู้สึกที่ตัวเองไร้ค่าหรือตำหนิตัวเองมากผิดปกติ ผู้ป่วยโรคซึมเศร้าส่วนมาก รู้สึกตัวเองไม่มีค่าหรือหมดความสำคัญต่อใครทั้งสิ้นในด้านต่าง ๆ เช่น ความสามารถ สถิติปัญญา หรือเกียรติยศชื่อเสียง ความคิดเช่นนี้ถ้ามีมากและรุนแรงจะทำให้ผู้ป่วยคิดอยากตายและฆ่าตัวตายได้ เพราะผู้ป่วยจะมองตัวเองในด้านไม่ดี และไม่มีประโยชน์ตลอดเวลา ครุ่นคิดแต่ว่าตัวเองเป็นคนไม่มีค่าเป็นภาระของครอบครัว และนำความยุ่งยากมาให้

9. สมาธิเสีย ความจำไม่ดีและลืมง่ายเป็นอาการสำคัญ โดยจะปรากฏตั้งแต่เริ่มไม่สบาย ผู้ป่วยประมาณร้อยละ 90 มีอาการนี้ ผู้ป่วยจะรู้สึกว่าพูดอะไรไปแล้วนึกไม่ออกอ่านหนังสือแล้วจำไม่ได้หรือทำสมาธิปกติไม่ได้ ทำให้เกิดความวิตกกังวลมาก

10. มีความคิดอยากตายหรือมีคิดฆ่าตัวตาย ผู้ป่วยจำนวนไม่น้อยที่มีแนวโน้มจะฆ่าตัวตาย พบว่ามีอาการเศร้ามาก ๆ อาการไม่สบายและรู้สึกทรมาน เมื่อเป็นมากขึ้นถึงจุดที่ไม่อาจทนต่อไปได้ ผู้ป่วยจะหาหนทางหนีจากความทรมานและความตายเป็นทางออกที่ผู้ป่วยส่วนมากนึกถึงสิ่งแรก ยังมีอาการเศร้ามากความรู้สึกความคิดอยากฆ่าตัวตายก็จะรุนแรงขึ้นตามไปด้วย

11. มีความกลัวและความวิตกกังวล เป็นอาการสำคัญที่พบบ่อย ผู้ป่วยจะกลัวและกังวลไปต่าง ๆ เช่น กังวลว่าทำไมเป็นเช่นนั้นเช่นนั้น กลัวจะไม่หาย กลัวจะวิกลจริต กลัวจะเป็นโรคร้ายแรง กลัวเมื่ออยู่คนเดียวหรือกลัวจะทำอันตรายตนเอง ความกลัวและความวิตกกังวลเหล่านี้จะวนเวียนอยู่ในความคิดของผู้ป่วย ทำให้ไม่อาจทำใจให้สงบได้

12. มีอาการทางกาย ผู้ป่วยมักมีอาการทางกายร่วมด้วยเสมอและเกิดได้กับอวัยวะทุกระบบ เช่น ปวดท้อง ท้องอืดเพื่ออาหารไม่ย่อย คลื่นไส้อาเจียน ปวดศีรษะ เจ็บหน้าอก ปวดเมื่อยตามตัว เป็นต้น

2.1.3 ความรุนแรงของโรคซึมเศร้า

ผู้ที่เป็นโรคซึมเศร้าจะมีความรุนแรงของอาการแตกต่างกัน ดังนี้

2.1.3.1 เป็นในระดับน้อย ผู้ป่วยมีอาการเพียงเล็กน้อย มีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้ป่วยบ้าง เช่น ผู้ป่วยอาจต้องหยุดงานหรือหยุดเรียนเป็นบางครั้งหรือประสิทธิภาพในการเรียนลดลงบ้าง

2.1.3.2 เป็นในระดับปานกลาง ผู้ป่วยมีอาการมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อชีวิตผู้ป่วยเพิ่มขึ้นโดยอาจต้องหยุดเรียนหรือลาพักงานเพื่อรักษาตัว รวมทั้งประสิทธิภาพทางด้านต่าง ๆ ลดลงได้อย่างชัดเจน

2.1.3.3 เป็นในระดับมาก ผู้ป่วยมีอาการรุนแรงและต้องอยู่โรงพยาบาลเพื่อรับการรักษาอย่างใกล้ชิดเนื่องจากมีอาการไม่สบายซึ่งเป็นอันตรายต่อชีวิต เช่น มีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย

สูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3.4 เป็นในระดับอาการโรคจิตหรือวิกลจริต ในชนิดนี้ผู้ป่วยจะมีอาการหูแว่วได้ยินเสียงคนตำหนิติเตียนหรือนินทาว่าร้ายและมีอาการหลงผิด เช่น คิดว่าตนมีความผิดบาปหรือควรตายไปเสีย

2.1.4 อันตรายของโรค

2.1.4.1 ทำให้ประสิทธิภาพทางด้านต่าง ๆ ลดลง เช่น สอบตกเรียนหนังสือไม่ได้มีปัญหาเกี่ยวกับการทำงานหรือถูกให้ออกจากงานและการทำหน้าที่แม่บ้านบกพร่องหรือไม่สามารถดูแลครอบครัว

2.1.4.2 มีความบกพร่อง เกี่ยวกับการมีสัมพันธภาพกับผู้อื่น ทำให้เกิดการทะเลาะวิวาทหรือมีเรื่องบาดหมางกับคู่ครองหรือเกิดความไม่เข้าใจกันระหว่างบิดามารดา

2.1.4.3 ตัดสารเสพติด เช่น สุรา บุหรี่ ยานอนหลับและโคเคน ผู้ป่วยเสพสารเพื่อนอนหลับ อารมณ์แจ่มใสและลดความวิตกกังวล เมื่อตัดสารเสพติดจะยิ่งทำให้ผู้ป่วยมีอาการที่เศร้ามากยิ่งขึ้น เกิดความรู้สึกผิดหรือตำหนิตัวเองมากขึ้นและจะยิ่งเสพสารเหล่านี้เพิ่มขึ้นตามลำดับเกิดเป็นวงจรที่ไม่มีทางออก ทำให้เกิดความรู้สึกเบื่อที่จะอยากมีชีวิต มีความคิดอยากตายและมีโอกาสสูงที่จะฆ่าตัวตาย

2.1.4.4 ฆ่าตัวตายสำเร็จ พบว่าร้อยละ 15 ของผู้ป่วยโรคซึมเศร้าฆ่าตัวตายสำเร็จ ผู้ป่วยซึ่งฆ่าตัวตายสำเร็จมักมีอาการของโรคดังนี้

- (1) มีอารมณ์เศร้ามากและขาดความสุขโดยสิ้นเชิงในการทำกิจกรรมต่าง ๆ
- (2) มีอาการนอนไม่หลับรุนแรง
- (3) พลุ่พลุ่ผ่านกระวนกระวายใจมาก นิ่งนิ่ง ๆ แทบไม่ได้เลย
- (4) คิดว่าตนเป็นคนไร้ค่า มีความผิด มีบาปและหมดสิ้นความหวังในชีวิต
- (5) มีอาการหลงผิดคิดว่าตนเป็นโรคทางกายร้ายแรงหรือมีหูแว่วได้ยินเสียงคนพูดทำนองว่าไม่สมควรมีชีวิตอยู่ต่อไปหรือเป็นคนไม่มีประโยชน์
- (6) มีความคิดอยากตายและคิดฆ่าตัวตาย

2.1.4.5 ฆ่าผู้อื่น ผู้ป่วยโรคซึมเศร้าที่มีอาการรุนแรงและมีความคิดฆ่าตัวตายอาจฆ่าตัวเองและผู้อื่นซึ่งผู้ป่วยรัก เช่น คู่ครองหรือบุตรไปพร้อมกันโดยเกิดความคิดว่าเพื่อให้หลุดพ้นจากความทุกข์และเคราะห์กรรมไปด้วยกัน ความคิดดังกล่าวเป็นอาการหลงผิดของคนวิกลจริต ซึ่งเป็นอันตรายอย่างยิ่ง

2.1.5 วิธีการรักษาโรคซึมเศร้า

วิธีการรักษาโรคซึมเศร้าที่สำคัญมี 2 วิธี คือ

2.1.5.1 การรักษาด้วยยา ยาที่ใช้รักษาโรคซึมเศร้ามี่ 2 ประเภท คือ

- (1) ยารักษาอาการเศร้า
- (2) ยาคลายกังวล

2.1.5.2 การรักษาทางด้านจิตใจมี 3 ประเภท ดังนี้

- (1) จิตบำบัด
- (2) พฤติกรรมบำบัด
- (3) ครอบครัวและคู่สมรสบำบัด

2.1.6 วิธีการป้องกันการฆ่าตัวตาย

วิธีป้องกันการฆ่าตัวตายแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.6.1 การป้องกันเบื้องต้น หมายถึง ป้องกันไม่ให้เกิดความคิดอยากตายโดยต้องเริ่มต้นในระดับสังคม ซึ่งควรมีการกระทำดังต่อไปนี้

(1) พัฒนาความเป็นอยู่ในสังคมให้ดีขึ้น เพื่อที่ผู้สูงอายุและมีอาการซึมเศร้าด้วยจะไม่ต้องอยู่ต้องอยู่อย่างโดดเดี่ยว โดยมีระบบสังคมช่วยเหลือดูแล ซึ่งจะช่วยลดอัตราการฆ่าตัวตายในผู้สูงอายุลงได้

(2) มีโครงการช่วยเหลือผู้ติดสารเสพติด ซึ่งจะช่วยให้การฆ่าตัวตายในกลุ่มคนอายุน้อยหรือวัยรุ่นลดลง

(3) ควรให้การดูแลรักษาผู้ป่วยโรคจิตเภทซึ่งมีเป็นจำนวนมากและอยู่ตามบ้านอีกเป็นจำนวนมากให้มีประสิทธิภาพดีกว่าในปัจจุบัน ซึ่งจะช่วยลดอัตราการฆ่าตัวตายของผู้ป่วยโรคจิตเภทลงได้

(4) ห้ามสื่อทุกชนิดเผยแพร่ข่าวการฆ่าตัวตายโดยไม่มีความรับผิดชอบการที่สื่อแม่แต่ของรัฐได้แพร่ข่าวการฆ่าตัวตายอย่างอิสระเสรี เป็นการกระตุ้นให้เกิดการฆ่าตัวตายเลียนแบบให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การฆ่าตัวตายด้วยการกระโดดตึกซึ่งแม่แต่เด็กก็ยังสามารถเป็นผลมาจากการเผยแพร่ของสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์และวิทยุ เป็นการกระทำที่ถือว่าไม่ถูกต้องอย่างยิ่ง ในต่างประเทศที่เจริญแล้ว เขาจะให้ความสำคัญกับสิ่งนี้มาก และห้ามเผยแพร่ข่าวการฆ่าตัวตายโดยเด็ดขาด ยกเว้นการลงเป็นข่าวสั้น ๆ เท่านั้น

(5) ให้ความรู้แก่สังคมและบุคคลากรสาธารณสุขให้ทราบถึงอาการเตือนของการฆ่าตัวตาย รวมทั้งอาการของโรคทางจิตเวชที่มีความสัมพันธ์กับการฆ่าตัวตายสูง

(6) ผู้ป่วยสูงอายุและพยายามฆ่าตัวตายเป็นกลุ่มที่แพทย์ควรเข้าไปดูแลอย่างละเอียดรอบคอบ จากการศึกษาพบว่าร้อยละ 75 ของผู้ป่วยดังกล่าวได้รับการตรวจจากแพทย์ประมาณ 1 เดือนก่อนเสียชีวิต ซึ่งแสดงว่าแพทย์ขาดความรู้เกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตายและโรคซึมเศร้าที่ผู้ป่วยเป็นอยู่

2.1.6.2 การป้องกันขั้นที่สอง การป้องกันขั้นที่สองประกอบด้วย 2 ประการ

(1) การประเมินความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย จากหัวข้อเรื่องการประเมินความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตาย ถ้าผลจากการประเมินปรากฏว่าผู้ป่วยมีความเสี่ยงสูง ควรรับตัวผู้ป่วยเข้าไว้รักษาในโรงพยาบาล

(2) แนวทางการรักษา มีดังต่อไปนี้

(2.1) ช่วยแก้ไขข้อขัดแย้งใจหรือปัญหาชีวิตของผู้ป่วย

(2.2) เสริมให้ผู้ผู้ป่วยมีวิธีการแก้ไขปัญหที่ดีหรือมีประสิทธิภาพ

(2.3) ให้มีคนคอยสนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้ป่วย เช่น บิดามารดา พี่น้องหรือเพื่อนสนิท เพื่อให้ผู้ป่วยเกิดความรู้สึกอบอุ่นใจ

2.1.6.3 การป้องกันขั้นที่สาม

แม้จะได้มีการป้องกันเป็นอย่างดีแล้ว การฆ่าตัวตายก็เกิดขึ้นได้มีการศึกษา พบว่า “ความเศร้าโศกเสียใจ” ของผู้ที่ยังมีชีวิตอยู่ เช่น ครอบครัว คู่ครองหรือเพื่อน จะมีลักษณะแตกต่างจากความเศร้าโศกเสียใจธรรมดา โดยจะมีทั้งความรู้สึกโศกเศร้า ความรู้สึกมีความผิดและความโกรธ ซึ่งอาจมีผลอย่างรุนแรงทำให้ผู้นั้นป่วยด้วยโรคทางจิตเวชที่พบบ่อยคือโรคซึมเศร้าและมีความเสี่ยงต่อการฆ่าตัวตายสูงด้วย ซึ่งเป็นหน้าที่ของแพทย์ต้องคอยเฝ้าระวังดูแล และรีบให้การรักษาและช่วยเหลือแต่เนิ่น ๆ ก่อนที่อาการจะเป็นรุนแรงขึ้น

2.2 ศึกษาหลักการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า

2.2.1 การประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไป มีจุดมุ่งหมายสำคัญพอสรุปได้ 3 ประการ (ไชยยศ เรืองสุวรรณ. 2522: 23-25) กล่าวไว้ ดังนี้

2.2.1.1 เพื่อสร้างความนิยม (Positive Steps to Achieve Goodwill) จุดมุ่งหมายข้อนี้ประกอบไปด้วยการเร่งเร้า เพื่อสร้างและธำรงไว้ ซึ่งความนิยมเลื่อมใส และศรัทธาจากกลุ่มประชาชนในนโยบาย ท่าที วิธีการดำเนินงานและผลงานทั้งหลายของสถาบัน เพื่อให้การดำเนินงานของสถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่น สร้างความเจริญก้าวหน้าแก่สังคม

2.2.1.2 เพื่อรักษาชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย (Action to Safeguard Reputation) จุดมุ่งหมาย ข้อนี้ นับว่าเป็นจุดมุ่งหมายสำคัญอีกข้อหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์กล่าวคือ เรื่องกิตติศัพท์ชื่อเสียงของสถาบันย่อมทำให้เป็นที่ยอมรับและให้ความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับว่าประชาชนมีความเข้าใจในสถาบันถูกต้องกว้างขวางมากน้อยเพียงใด หากประชาชนเข้าใจผิดย่อมจะนำมาซึ่งอุปสรรคทั้งหลายในการดำเนินงาน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นเสมือนกระจกเงาของสถาบัน ในการพิจารณาข้อบกพร่องต่าง ๆ แล้วหาหนทางปรับปรุงแก้ไข เช่น การปรับปรุงแก้ไขระเบียบวิธีการหรือปฏิบัติต่าง ๆ ที่อาจก่อให้เกิดความไม่พอใจหรือความไม่สะดวกแก่ประชาชน เป็นต้น จุดมุ่งหมายข้อนี้กล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าเพื่อสร้างภาพพจน์หรือความเข้าใจที่ถูกต้องปราศจากมลทินให้แก่ประชาชน

2.2.1.3 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน (Internal Relationships) การดำเนินงานของสถาบันใด ๆ ก็ตาม จะเป็นไปด้วยความเรียบร้อยราบรื่นหรือไม่เพียงใดนั้น ความสัมพันธ์ของกลุ่มประชาชนภายในสถาบันเป็นปัจจัยหรืออุปสรรคสำคัญอันดับแรกของสถาบันกล่าวคือหากความสัมพันธ์ภายในสถาบันดี การดำเนินงานของสถาบันก็จะเป็นไปด้วยความราบรื่นแต่หากความสัมพันธ์ภายในไม่ดีแล้ว นอกจากจะเป็นอุปสรรคของการดำเนินงานแล้ว ยังมีผลต่อความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนภายนอกสถาบันด้วย ดังนั้น จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ประการที่สามนี้ จึงมีความสำคัญทั้งในแง่ของการบริหารภายในและการสร้างความสัมพันธ์กับภายนอกด้วยจุดมุ่งหมายทั้ง 3 ประการของการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น จะชี้ให้เห็นแนวทางและวิธีการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดีอย่างไรก็ตามจุดมุ่งหมายดังกล่าวมานี้ ถึงแม้จะแยกออกเป็นข้อ ๆ แต่ก็ยากที่จะแยกออกจากกันอย่างเด็ดขาดเมื่อปฏิบัติการประชาสัมพันธ์กล่าวคือ ถ้าจะดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยมเลื่อมใส และสนับสนุนการปฏิบัติงานของสถาบันให้เกิดขึ้นแก่ประชาชนแล้ว สถาบันก็ย่อมจะต้องชี้แจงเผยแพร่ข้อเท็จจริงต่าง ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิด ขณะเดียวกันในกลุ่มผู้ดำเนินงานในสถาบันในสถาบันก็จะต้องทราบนโยบาย มีส่วนร่วมในการตัดสินใจและมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดในการปฏิบัติงานของสถาบันด้วยนั่นเอง การประชาสัมพันธ์จึงมีหลักการปฏิบัติ หรือมียุทธศาสตร์ในการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปคล้ายคลึงกันเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายดังกล่าวข้างต้น

2.2.2 หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์จะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องยึดถือหลักการ เพราะเหตุว่างานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข่าวสารสู่สาธารณชน

(Newsom Doug Scott Alan & Turk Judy Vanslyke. 1989 : 4-5) ได้กล่าวว่า หลักการพื้นฐานที่สำคัญ 10 ประการของการประชาสัมพันธ์ คือ

(1) การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่จะต้องดำเนินการอย่างจริงจัง ไม่ใช่เป็นการสร้างภาพลวงตา การวางแผนประชาสัมพันธ์จึงต้องดำเนินการอย่างรอบคอบ ระมัดระวัง โดยการกำหนดนโยบายที่แจ่มชัด เพื่อเป็นพื้นฐานในการปฏิบัติ

(2) การประชาสัมพันธ์เป็นงานอาชีพที่มุ่งบริการ เพื่อผลประโยชน์ของสาธารณชนไม่ใช่เป็นการแสวงหารางวัลส่วนบุคคล เจื่อนไขที่ใช้ต้องพิจารณาในการปฏิบัติงานเป็นอันดับแรก

(3) แผนงาน แนวนโยบายและโปรแกรมต่าง ๆ ของการประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องได้รับการสนับสนุนจากประชาชนโดยรวม

(4) การประชาสัมพันธ์จะเกิดผลดีได้นั้น ต้องเลือกใช้สื่อมวลชนให้เหมาะสมกับลักษณะของสาธารณชนนั้น ๆ

(5) บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์นั้นถือได้ว่าเป็น บุคคลสำคัญที่จะเผยแพร่งานประชาสัมพันธ์ได้โดยตรง

(6) ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะต้องยึดมั่นในการวิเคราะห์ วิจัย เจตคติ ความคิดเห็นของสาธารณชน โดยมุ่งใช้วิธีการแบบสองทาง (Two ways communication)

(7) ในการที่จะทำความเข้าใจข้อเรียกร้องของสาธารณชนนั้น จะต้องใช้วิธีการศึกษาโดยคำนึงถึงหลักวิชาการทางด้านจิตวิทยา สังคมวิทยา จิตวิทยาสังคม และความรู้ว่าด้วยการติดต่อสื่อสาร

(8) งานวิจัยทางการประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินงานโดยยึดมั่นในทฤษฎีจากสาขาวิชาการต่าง ๆ

(9) นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความตื่นตัวในการที่จะต้องมุ่งอธิบายปัญหาให้กับประชาชนได้เข้าใจก่อนที่ปัญหานั้นจะกลายเป็นปัญหาที่วิกฤติ

(10) งานประชาสัมพันธ์ถือว่าเป็นงานที่จะต้องปฏิบัติโดยคำนึงถึงหลักเกณฑ์ของจริยธรรม จะเห็นได้ว่า หลักเกณฑ์ทั้ง 10 ประการ ดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นว่าการทำสื่อประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ละเอียดอ่อน เพราะเป็นการสื่อความเข้าใจระหว่างบุคคลต่อบุคคล หรือบุคคลต่อกลุ่มบุคคล กระบวนการสื่อความเข้าใจจึงต้องอาศัยหลักวิชาการ โดยเฉพาะหลักจิตวิทยาเป็นเรื่องสำคัญ

2.2.3 ประเภทของกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์

(วิช ลภรัตน์กุล. 2546: 193-195) กล่าวว่า ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น เราอาจแบ่งกลุ่มประชาชนออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

2.2.3.1 กลุ่มประชาชนภายใน (Internal Publics) คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ทำงานในองค์กรสถาบันมีความเกี่ยวข้องกับผูกพันกับองค์กรสถาบันอย่างใกล้ชิด เช่น หากเป็นบริษัทธุรกิจภาคเอกชน ก็ได้แก่บรรดาพนักงานลูกจ้างเจ้าหน้าที่ภายในบริษัท หากเป็นองค์กรของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ ก็ได้แก่ข้าราชการ พนักงาน เจ้าหน้าที่ เป็นต้น กลุ่มประชาชนภายในดังกล่าวนี้นับว่ามีความสำคัญต่อองค์กร สถาบันมากเพราะหากความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มประชาชนภายในเป็นไปด้วยดีราบรื่น กิจกรรมขององค์กรสถาบันนั้นก็ย่อมประสบความสำเร็จ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ภายในที่ดี ย่อมจะก่อประโยชน์และเอื้ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด ให้แก่องค์กรสถาบัน อันเป็นการเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการบริหารให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังส่งผลผูกพันไปถึงการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3.2 กลุ่มประชาชนภายนอก (External Public) คือกลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกองค์กรสถาบัน อาจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

(1) กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง ทั้งนี้อาจเป็นด้วยนโยบายหรือการดำเนินงานที่องค์กรต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนเหล่านี้ หรืออาจเกี่ยวข้องกันทางด้านผลประโยชน์หรือกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งขององค์กรสถาบัน เช่น กลุ่มผู้ถือหุ้น กลุ่มนักวิชาการกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มสื่อมวลชน เป็นต้น

(2) กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ในละแวกเดียวกันหรือท้องถิ่นเดียวกันกับองค์กรหรือสถาบัน หรือสถานที่ที่สถาบันตั้งดำเนินกิจการอยู่ กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นนี้จึงมีลักษณะเป็นชุมชนท้องถิ่น (Community public) หรือชุมชนในละแวกใกล้เคียงหรือเปรียบเสมือนเพื่อนบ้านกัน องค์กรสถาบันจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มประชาชนในท้องถิ่นหรือชุมชนดังกล่าวนี้ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานและกิจการของตน

(3) กลุ่มประชาชนทั่วไป คือกลุ่มประชาชนอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น กลุ่มประชาชนทั่วไปเหล่านี้ แม้อาจจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผูกพันกับองค์กรเหมือนอย่างกลุ่มประชาชนภายใน แต่องค์กรสถาบันก็จำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีไว้ เพราะการสร้างความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีต่อประชาชนทั่วไปย่อมจะเป็นผลดีต่อองค์กรเอง และเราไม่อาจทราบได้ว่าวันหนึ่งข้างหน้าประชาชนทั่วไปเหล่านี้ อาจจะมากลายเป็นประชาชนที่เราต้องมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงด้วยก็ได้หรือประชาชนทั่วไปเหล่านี้ อาจจะทำให้ความร่วมมือสนับสนุนขององค์กรสถาบันทางอ้อมได้เช่นกัน

2.3 ศึกษารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์

2.3.1 ประเภทของสื่อ

แพต โบว์แมนและไนเจล เอสลิส กล่าวว่า สื่อมี 5 ประเภท คือ

- (1) การสื่อสารด้วยบุคคล คือการพูดคุยอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ
- (2) การสื่อด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ คือ แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น
- (3) การสื่อด้วยการมองเห็น คือ การสื่อสารผ่านรูปภาพ ภาพยนตร์ เป็นต้น
- (4) การสื่อด้วยการได้ยิน คือ เครื่องรับกระจายเสียง วิทยุ โทรศัพท์ เป็นต้น
- (5) การสื่อสารพิเศษ คือ การจัดกิจกรรมพิเศษ การสัมมนา ประชุม เป็นต้น

เดวิด วู๊ด กล่าวว่า สื่อที่สมบูรณ์ คือสื่อที่สามารถนำข่าวสารไปสู่เป้าหมายได้ แบ่งออกเป็น

8 วิธี ดังนี้

- (1) สื่อคำพูด หมายถึง การพูดผ่านวิทยุและโทรทัศน์รวมถึงการพูดคุยกันด้วย
- (2) สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง อักษรบนกระดาษ เช่น กระดาษ จดหมาย โทรเลข โทรสาร เป็นต้น
- (3) สื่อโสตทัศน์ หมายถึง สื่อที่รวมทั้งภาพและเสียง เช่น วีดิโอ เป็นต้น
- (4) กราฟฟิกสองมิติ หมายถึง ภาพถ่าย ภาพเขียน ภาพวาด เป็นต้น
- (5) สื่อสามมิติ หมายถึง การแสดง นิทรรศการ เป็นต้น
- (6) สื่อประสม หมายถึง การใช้กิจกรรมสื่อต่าง ๆ เช่น การกล่าวสุนทรพจน์ การสัมภาษณ์

การประชุม การแถลงข่าว เป็นต้น

- (7) การเป็นผู้อุปถัมภ์ หมายถึง การให้ทุนการศึกษา เป็นต้น
- (8) กิจกรรมทางการศึกษา หมายถึง การเผยแพร่ความรู้ การรณรงค์ต่าง ๆ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จอห์น มาร์สตัน กล่าวว่า สื่อสามารถแบ่งได้ 13 ประเภท ดังนี้

- (1) หนังสือพิมพ์
- (2) นิตยสาร
- (3) การประชุม
- (4) วิทยุกระจายเสียง
- (5) วิทยุโทรทัศน์
- (6) โฆษณาในสุดหน้าเหลือง
- (7) โฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์
- (8) จดหมายโดยตรง
- (9) เปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงาน
- (10) นิตยสารหน่วยงาน
- (11) นิทรรศการ
- (12) การจัดกิจกรรมทางสังคม

(13) การร่วมงานในชุมชน

เซ็นเตอร์.เอช แอนเลน กล่าวว่า สื่อสามารถแบ่งได้เพียง 3 ประเภทเท่านั้น คือ

- (1) สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สิ่งพิมพ์ที่ทำขึ้นเอง จดหมาย ป้ายประกาศ คู่มือ เอกสารในงานต่าง ๆ

เป็นต้น

- (2) สื่อคำพูด คือ การประชุม ปาฐกถา สุนทรพจน์ เป็นต้น

- (3) จินตภาพ คือ ภาพยนตร์ โทรทัศน์วงจรปิด นิทรรศการ เป็นต้น

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร กล่าวว่าสื่อประชาสัมพันธ์มีเพียง 7 อย่าง คือ

- (1) หนังสือพิมพ์และนิตยสาร
- (2) วิทยุ โทรทัศน์
- (3) สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ วารสารภายใน
- (4) วิทยุกระจายเสียง
- (5) สื่อบุคคล
- (6) ภาพยนตร์ วีดิโอ
- (7) กิจกรรมช่วยเหลือสังคม

จากที่กล่าวมาลักษณะสื่อที่มีความจำเป็นสามารถสรุปได้ 3 ประเภท ดังนี้

- (1) สื่อคำพูด

(1.1) การพูดแบบธรรมดา คือ การสนทนากันระหว่างบุคคลต่อบุคคล ให้ความสนใจในคู่สนทนา พูดให้น่าพอใจสมผสานกับบุคลิกและท่าทาง เช่น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของบริษัทมีไว้สำหรับต้อนรับแขกที่มาเยือน

(1.2) การพูดโทรศัพท์ คือ การสนทนาผ่านเครื่องโทรศัพท์ ผู้ส่งสารควรพูดให้ชัดเจน ต้องขึ้นต้นและจบประโยคอย่างสุภาพ

(1.3) การปาฐกถา คือ การนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ น่าเลื่อมใส โดยที่ผู้พูดจะต้องเตรียมข้อมูลที่จะพูดให้ดี มีการลำดับเรื่องก่อนและหลัง ควรเริ่มต้นพูดด้วยการเรียกร้องความสนใจ ผู้พูดจะต้องบรรยายให้เห็นภาพลักษณ์ สรุปจบได้ใจความและเตรียมพร้อมสำหรับการตอบคำถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1.4) การปราศรัย คือ การพูดแบบประกาศต้อนรับหรือกล่าวการแต่งตั้ง คำพูดในลักษณะนี้ ไม่ควรพูดยาวเกินไปและควรใช้คำที่สละสลวย

(1.5) การประชุม การอภิปราย คือการพูดในกลุ่มคนหมู่มาก ดังนั้นการพูดในลักษณะนี้ต้องใช้ศิลปะในการพูดอย่างมาก

(2) สื่อประเภทสิ่งพิมพ์

(2.1) โปสเตอร์ วัตถุประสงค์ในการจัดทำขึ้นเพื่อประกาศเหตุการณ์ เสนอบริการ ขายสินค้า ลักษณะสื่อที่ดี คือ จะต้องชัดเจน ดึงดูดความสนใจ สีสันความสะอาดตา ต้องนำสายตาด้วยเส้นพื้น ลวดลายที่เหมาะสมและองค์ประกอบภาพควรมีความสมดุล มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว ตัวอักษรเน้นใหญ่ เล็ก ชัดเส้นใต้ ตัวเอนให้เด่นชัด

(3) สื่อประเภทวิทัศน์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือสื่อที่รวมเอาคำพูด ภาพและสิ่งพิมพ์เข้ามารวมอยู่ด้วยกัน เช่น รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ โดยสื่อประเภทจะใช้ไฟฟ้าเป็นตัวสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารในระยะไกล

2.3.2 การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์

(เกษม จันทรน้อย. 2537: 21-48) กล่าวไว้ว่า หลักการพิจารณาคุณสมบัติของการเลือกสื่อควรดูที่ลักษณะการสื่อสาร ความรวดเร็ว ความถูกต้องและความสามารถของผู้รับสาร ผู้ส่งสารจะต้องมองในเชิงปริมาณต้องคำนวณน้ำหนักบวก ลบ ดี พอใช้หรือไม่ดี ให้ผลบวก เช่น ใช้คนน้อย ไม่มีคู่แข่ง ประหยัด ทางลบ เช่น ฟุ่มเฟือย สิ้นเปลืองและใช้คนมาก ดังนั้นการเลือกสื่อจึงขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ส่งสารว่าจะเลือกใช้ช่องทางใดที่จะมีความเหมาะสมและคุ้มค่าที่สุด

2.3.3 ตัวแปรในการเลือกสื่อ

- (1) ประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
- (2) งบประมาณ
- (3) เวลา-ความรวดเร็ว ความถี่และจังหวะในการเผยแพร่สื่อ
- (4) ข่าวสารที่ดึงดูดความสนใจ
- (5) ผลที่คาดว่าจะได้รับ
- (6) ประสิทธิภาพของสื่อที่เลือกใช้
- (7) วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
- (8) ความสามารถของบุคลากร
- (9) ลักษณะและนโยบายของสถาบัน
- (10) ความพร้อมด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือ
- (11) ความสัมพันธ์ของเจ้าของสื่อกับคนคุมสื่อ
- (12) ตัวแปรอื่น ๆ

2.3.4 ความหมายของสื่อวิทัศน์หรือมัลติมีเดีย

(ราชบัณฑิตยสถาน. 2540: 96) ได้ให้ความหมายว่า มัลติมีเดีย ซึ่งบัญญัติไว้ 2 คำว่า

- (1) สื่อประสม
- (2) สื่อหลายแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(กิดานันท์ มลิทอง. 2540: 83-84) ได้ให้ความหมายของคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียไว้ว่า มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) โดยจัดให้มีความสัมพันธ์ระหว่างสื่อและผู้ใช้สื่อโดยนำอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องเล่น CD-ROM เครื่อง Audio-Digital เครื่องเล่น Laser disc ฯลฯ มาใช้ร่วมกันเพื่อเสนอเนื้อหาข้อมูลที่เป็นตัวอักษร ภาพกราฟิก ภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหว วิดีทัศน์และเสียงในระบบสตอรีโอ โดยใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ช่วยในการผลิต

(ครรรชิต มาลัยวงศ์. 2539: 219) มัลติมีเดีย หมายถึง สื่อหลายแบบของเทคโนโลยีที่ทำให้คอมพิวเตอร์สามารถแสดงข้อความ ภาพ และเสียงได้พร้อมกัน

(ธนะพัฒน์ ถึงสุขและชเนนทร์ สุขวาริ. 2538: 1) ได้ร่วมกันให้ความหมายของมัลติมีเดีย คือ การรวบรวมการทำงานของเสียง ภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง ไฮเปอร์เท็กซ์ และภาพวิดีโอมาใช้เชื่อมกัน โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์

(บุปผชาติ ทฬัทธิกรม. 2538: 25) กล่าวว่า มัลติมีเดีย คือการผสมผสานอักขระ เสียงภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และภาพวิดีโอทัศน สื่อความหมายข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์ไปสู่ผู้ใช้โปรแกรม

(พรทิพย์ อัจจิมารังสี. 2536: 21) กล่าวว่า มัลติมีเดีย คือ สื่อหลาย ๆ สื่อเอามาผสมผสานกัน วิธีผสมผสานสื่อหลายสื่อ่นั้นทำได้หลายวิธี โดยอาศัยคอมพิวเตอร์เป็นตัวจัดการให้

(เย็น ภู่วรรณ. 2538: 159) ได้ให้ความหมายว่า มัลติมีเดีย คือ สื่อหลายอย่าง สื่อหรือตัวกลาง คือ สิ่งที่จะส่งเสริมความเข้าใจระหว่างกันของผู้ใช้ เช่น ข้อมูลตัวอักษร รูปภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ และอื่น ๆ อีกที่นำมาประยุกต์ร่วมกัน

ดังนั้นจึงสามารถสรุปความหมายของมัลติมีเดียได้ว่า มัลติมีเดีย คือ การใช้คอมพิวเตอร์ร่วมกับโปรแกรมซอฟต์แวร์ในการสื่อความหมายโดยการผสมผสานสื่อหลายชนิด เช่น ข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง และวิดีโอ เป็นต้น

2.3.5 องค์ประกอบของมัลติมีเดีย

(ดิเรก ธีระภูธร. 2555 : 12-17) กล่าวว่า มัลติมีเดียสามารถจำแนกองค์ประกอบของสื่อต่าง ๆ ได้เป็น 5 ชนิด ประกอบด้วย ข้อความหรือตัวอักษร (Text) ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) และภาพวิดีโอ (Video) แล้วนำมาผสมผสานเข้าด้วยกัน เพื่อใช้สำหรับการปฏิสัมพันธ์หรือโต้ตอบ (Interaction) ระหว่างคอมพิวเตอร์กับผู้ใช้ซึ่งถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ผู้ใช้สามารถเลือกกระทำต่อมัลติมีเดียได้ตามต้องการตัวอย่างเช่น ผู้ใช้ได้ทำการเลือกรายการและตอบคำถามผ่านทางจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ จากนั้นระบบคอมพิวเตอร์ก็จะทำการประมวลผลและแสดงผลลัพธ์ย้อนกลับผ่านทางจอภาพให้ผู้ใช้เป็นอีกครั้ง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบอื่นๆ อีกมากมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเครื่องมือและรูปแบบที่จะนำมาประยุกต์ใช้งาน ตัวอย่างเช่น การสร้างปุ่มเมนูหรือข้อความที่มีสีแตกต่างจากข้อความปกติ เมื่อผู้ใช้ มีปฏิสัมพันธ์กับส่วนนี้ ระบบก็จะเชื่อมโยงไปยังส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงหรือวิดีโอ ตามที่ได้มีการออกแบบไว้ล่วงหน้าแล้วดังนั้นจึงถือได้ว่าการปฏิสัมพันธ์ในมัลติมีเดียเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าส่วนอื่น ๆ สำหรับหัวข้อย่อยของ เนื้อหาส่วนนี้ ประกอบด้วย

2.3.5.1 ข้อความหรือตัวอักษร (Text) ข้อความ เป็นส่วนที่เกี่ยวกับเนื้อหาของมัลติมีเดีย ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าเสนอซึ่งปัจจุบัน มีหลายรูปแบบ ได้แก่

(1) ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ เป็นข้อความปกติที่พบได้ทั่วไป ได้จากการพิมพ์ด้วยโปรแกรมประมวลผลคำ (Word Processor) เช่น Notepad, Text Editor, Microsoft Word โดยตัวอักษรแต่ละตัวเก็บในรหัส เช่น ASCII

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) ข้อความจากการสแกน เป็นข้อความในลักษณะภาพ หรือ Image ได้จากการนำเอกสารที่พิมพ์ไว้แล้ว (เอกสารต้นฉบับ) มาท การสแกน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะได้ผลออกมาเป็นภาพ (Image) 1 ภาพ ปัจจุบันสามารถแปลงข้อความภาพ เป็นข้อความปกติได้ โดยอาศัยโปรแกรม OCR (Optical Character Recognition)

(3) ข้อความอิเล็กทรอนิกส์เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อที่ใช้ประมวลผลได้ข้อความไฮเปอร์เท็กซ์ (Hyper Text) เป็นรูปแบบของข้อความ ที่ได้รับความนิยมสูงมาก ในปัจจุบัน โดยเฉพาะการเผยแพร่เอกสารในรูปของเอกสารเว็บ เนื่องจากสามารถใช้เทคนิค การลิงก์ หรือเชื่อมข้อความ ไปยังข้อความ หรือจุดอื่น ๆ ได้

2.3.5.2 ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพนิ่งเป็นภาพที่ไม่มีมีการเคลื่อนไหว เช่นภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น เป็นต้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร ทั้งนี้เนื่องจากภาพจะให้ผลในเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่านอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึก ซึ่งมากกว่าข้อความหรือตัวอักษรนั่นเองซึ่งข้อความหรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บนสื่อชนิดต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือวารสารวิชาการ เป็นต้น ภาพกราฟิก (Graphics) เป็นสื่อในการนำเสนอที่ดี เนื่องจากมีสีสันมีรูปแบบที่น่าสนใจ สามารถสื่อความหมายได้กว้าง ประกอบด้วย ภาพบิตแมพ (Bitmap) เป็นภาพที่มีการเก็บข้อมูลแบบพิกเซล หรือจุดเล็ก ๆ ที่แสดงค่าสี ดังนั้นภาพหนึ่ง ๆ จึงเกิดจากจุดเล็ก ๆ หลาย ๆ จุดประกอบกัน (คล้าย ๆ กับการปักผ้าครอสติก) ทำให้รูปภาพแต่ละรูป เก็บข้อมูลจำนวนมาก เมื่อนำมาใช้ จึงมีเทคนิคการบีบอัดข้อมูล ฟอรัมเมตของภาพบิตแมพ ที่รู้จักกันดีได้แก่ .BMP, .PCX, .GIF, .JPG, และ.TIF ภาพเวกเตอร์ (Vector) เป็นภาพที่สร้างด้วยส่วนประกอบของเส้นลักษณะต่าง ๆ และคุณสมบัติเกี่ยวกับสีของเส้นนั้น ๆ ซึ่งสร้างจากการคำนวณทางคณิตศาสตร์ เช่น ภาพของคน ก็จะถูกสร้างด้วยจุดของเส้นหลาย ๆ จุด เป็นลักษณะของโครงร่าง (Outline) และสีของคนก็เกิดจากสีของเส้นโครงร่างนั้น ๆ กับพื้นที่ผิวภายในนั่นเอง เมื่อมีการแก้ไขภาพ ก็จะเป็นการแก้ไขคุณสมบัติของเส้น ทำให้ภาพไม่สูญเสียความละเอียด เมื่อมีการขยายภาพนั่นเอง ภาพแบบ Vector ที่หลาย ๆ ท่านคุ้นเคยก็คือ ภาพ .wmf ซึ่งเป็น clipart ของ Microsoft Office นั่นเอง นอกจากนี้คุณสามารถพบภาพฟอรัมเมตนี้ได้กับภาพในโปรแกรม Adobe Illustrator หรือ Macromedia Freehand คลิปอาร์ต (Clipart) เป็นรูปแบบของการจัดเก็บภาพ จำนวนมาก ๆ ในลักษณะของตารางภาพ, ห้องสมุดภาพและคลังภาพ เพื่อให้เรียกใช้สืบค้นได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว Hyper Picture มักจะเป็นภาพชนิดพิเศษ ที่พบได้บนสื่อมัลติมีเดีย มีความสามารถเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาหรือรายละเอียดอื่น ๆ มีการกระทำ เช่น คลิก (Click) หรือเอาเมาส์มาวางไว้เหนือตำแหน่งที่ระบุ (Over)สำหรับการจัดหาภาพ หรือเตรียมภาพ ก็มีหลายวิธี เช่น การสร้างภาพเอง ด้วยโปรแกรมสร้างภาพ เช่น Adobe Photoshop, Photo Impact, CorelDraw หรือการนำภาพจากอุปกรณ์ เช่น กล้องถ่ายภาพดิจิทัล, กล้องวิดีโอดิจิทัลหรือสแกนเนอร์ เป็นต้น

2.3.5.3 ภาพเคลื่อนไหว (Animation) ภาพเคลื่อนไหว หมายถึง ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การเคลื่อนไหวของอะตอมในโมเลกุล หรือการเคลื่อนที่ของลูกสูบของเครื่องยนต์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทาง ซึ่งอาจมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่าตัวนั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.5.4 เสียง (Sound) เสียงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของมัลติมีเดีย โดยจะถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัล ซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับทำงานด้านเสียง หากในงานมัลติมีเดียมีการใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอ จะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามในเรื่องราวต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ลักษณะของเสียง ประกอบด้วยคลื่นเสียงแบบแอนะล็อก (Audio) ซึ่งมีฟอร์แมตเป็น .wav, .au การบันทึกจะบันทึกตามลูกคลื่นเสียง โดยมีการแปลงสัญญาณให้เป็นดิจิทัล และใช้เทคโนโลยีการบีบอัดเสียงให้เล็กลง (ซึ่งคุณภาพก็ต่ำลงด้วย) เสียง CD เป็นรูปแบบการบันทึก ที่มีคุณภาพสูง ได้แก่ เสียงที่บันทึกลงในแผ่น CD เพลงต่าง ๆ MIDI (Musical Instrument Digital Interface) เป็นรูปแบบของเสียงที่แทนเครื่องดนตรีชนิดต่าง ๆ สามารถเก็บข้อมูล และให้วงจรวินิลิกทรอนิกส์ สร้างเสียงตามตัวโน้ต เสมือนการเล่นของเครื่องดนตรีนั้น ๆ MPEG เป็นมาตรฐานการบีบอัดข้อมูลที่นิยมมากในปัจจุบัน โดยชื่อนี้ เป็นชื่อย่อของทีมงานพัฒนา Moving Picture Export Group โดยปัจจุบันมีฟอร์แมตที่นิยมคือ MP3 (MPEG 1 Audio Layer 3) ซึ่งก็คือเทคโนโลยีการบีบอัดข้อมูลเสียงของมาตรฐาน MPEG 1 นั่นเอง เป็นไฟล์ที่นิยมใช้กับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วย

2.3.5.5 วิดีโอ (Video) วิดีโอเป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากเนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของการใช้วิดีโอในระบบมัลติมีเดียก็คือ การสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นจำนวนมาก มีหลายรูปแบบได้แก่ AVI (Audio / Video Interleave) เป็นฟอร์แมตที่พัฒนาโดยบริษัทไมโครซอฟต์ เรียกว่า Video for Windows มีนามสกุลเป็น .avi ปัจจุบันมีโปรแกรมแสดงผลติดตั้งมาพร้อมกับชุด Microsoft Windows คือ Windows Media Player MPEG - Moving Pictures Experts Group รูปแบบของไฟล์ที่มีการบีบอัดไฟล์ เพื่อให้มีขนาดเล็กลง โดยใช้เทคนิคการบีบข้อมูลแบบ Inter Frame หมายถึง การนำความแตกต่างของข้อมูลในแต่ละภาพมาบีบ และเก็บ โดยสามารถบีบข้อมูลได้ถึง 200 : 1 หรือเหลือข้อมูลเพียง 100 kb/sec โดยคุณภาพยังดีอยู่ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดย MPEG-1 มีนามสกุล คือ .mpg Quick Time เป็นฟอร์แมตที่พัฒนาโดยบริษัท Apple นิยมใช้นำเสนอข้อมูลไฟล์ผ่านอินเทอร์เน็ต มีนามสกุลเป็น .mov



ภาพที่ 2.1 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ หรือมัลติมีเดีย

2.3.6 ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์

(มัญญ ไชยสมบูรณ์. 2551: ออนไลน์) กล่าวไว้ว่า

2.3.6.1 โปสเตอร์ (poster) คือ ภาพขนาดใหญ่พิมพ์บนกระดาษ ออกแบบเพื่อใช้ติดหรือแขวนบนผนังหรือกำแพง โปสเตอร์อาจจะเป็นภาพพิมพ์หรือภาพเขียน หรืออาจจะเป็นอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ จุดประสงค์ก็เพื่อให้เตะตาผู้ดูและสื่อสารข้อมูล โปสเตอร์อาจใช้สอยได้หลายประการ แต่ส่วนใหญ่มักจะใช้ในการเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการโฆษณา งานแสดงศิลปะ งานดนตรี หรือภาพยนตร์ การโฆษณาชวนเชื่อ หรือในการสื่อสารที่ต้องการสื่อสารความเชื่อต่อคนกลุ่มใหญ่ ประโยชน์ของโปสเตอร์อาจมีหลายจุดประสงค์ โดยส่วนมากจะเป็นเครื่องมือในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เช่น งานดนตรี ภาพยนตร์ และในบางครั้งก็ผลิตมาเพื่อใช้ในการศึกษาหรือเป็นสื่อการสอน นอกจากนั้นโปสเตอร์ยังใช้ในการพิมพ์ภาพจิตรกรรมของศิลปินคนสำคัญ ๆ หรือภาพถ่าย เพื่อใช้ในการตกแต่ง ซึ่งกลายมาเป็นศิลปะการค้าที่ทำรายได้ดีให้ทั้งพิพิธภัณฑ์และบริษัทการค้า หรือร้านทางอินเทอร์เน็ต เช่น ภาพเขียนของ โคลด โมเนท์ หรือ เลโอนาร์โด ดา วินชี หรืองานของช่างภาพอเมริกัน โรเบิร์ต เมเปิลธอร์พ (Robert Mapplethorpe) งานศิลปะการสร้างโปสเตอร์เริ่มเมื่อราวคริสต์ศตวรรษ 1890 โดยจิตรกรชาวฝรั่งเศสและเผยแพร่ไปทั่วยุโรป ศิลปินคนสำคัญที่สุดที่ริเริ่มความนิยมในการสร้างโปสเตอร์ก็คือ อองรี เดอ ทูลูส-โลเทรค และ จูลส์ เซเรท์ (Jules Chéret) จูลส์ เซเรท์ ถือกันว่าเป็นบิดาแห่งการโฆษณาด้วยป้าย คนส่วนใหญ่ที่สะสมโปสเตอร์ และโปสเตอร์ที่มีชื่อเสียง นักสะสมโปสเตอร์จะเก็บโปสเตอร์เก่าโดยมักจะใส่กรอบรูปและมีแผ่นรองหลังอย่างดี ขนาดโปสเตอร์ที่นิยมกันโดยทั่วไปอยู่ที่ 24x35 นิ้ว แต่โปสเตอร์ก็มีหลายขนาดหลากหลายและโปสเตอร์ขนาดเล็กที่มีไว้โฆษณาจะเรียกว่า แชนด์บิลด์ หรือ ไบปลิว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.2 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อโปสเตอร์

2.3.6.2 ใบปลิว (Leaflet Handbill) คือ สื่อโฆษณาที่มีลักษณะที่เป็นแผ่นหรือใบเดี่ยวโดด ๆ อาจตีพิมพ์เพียงหน้าเดียวหรือสองหน้าก็ได้เป็นรูปแบบที่ประหยัดและใช้ประโยชน์ได้หลายทาง โดยมีขนาดแตกต่างกันไป ใช้ในการจัดโดยส่งตรงไปยังลูกค้า หรือจัดวางบนเคาน์เตอร์สินค้าให้หยิบฉวยไปได้สำหรับผู้ที่สนใจ หรือจัดแจกโดยมีคนยืนแจกตามสถานที่ชุมนุมชนต่าง ๆ เช่น ศูนย์การค้า โรงเรียน ช้างสะพานลอย ฯลฯ ทั้งนี้อยู่กับกลุ่มเป้าหมายที่เราจะสื่อถึง นอกจากนั้นยังสอดรับไปกับจดหมายข่าวได้อีกด้วย อีกวิธีหนึ่งที่แจกคือ การโปรยแจกโดยเรียกชื่อประเภทนี้ว่า Flyers ใบปลิวลักษณะนี้ คือ จะเป็นเนื้อหามากกว่าภาพและจะเป็นข้อความที่ปกปิด เช่น ใบปลิวชักชวนต่อต้านทางการเมือง เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อใบปลิว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.6.3 แผ่นพับ (Folder) มีลักษณะคล้ายแผ่นปลิวแต่มีขนาดใหญ่กว่า (เมื่อคลี่ออกมา) เนื่องจากถูกออกแบบให้บรรจุรายละเอียดได้มากกว่าใบปลิว มีได้ตั้งแต่ 2-5 ทบ หรือมากกว่านั้น มีลักษณะเป็นใบแล้วพับทบไปมาพับได้มากกว่าหนึ่งครั้งขึ้นไป มีขั้นตอนที่ซับซ้อนกว่าใบปลิว วิธีการพับมีหลายแบบ เช่น พับทบกันไปมาเท่ากันทุกด้าน พับไม่เท่ากันทุกด้าน และในปัจจุบันมีการออกแบบให้มีลูกเล่นมากมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบและเจ้าของสินค้า วิธีการจัดแจกเป็น เช่นเดียวกับใบปลิว การออกแบบแผ่นพับเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากแผ่นพับมีวิธีการพับหลายแบบและไม่มีเลขหน้ากำกับ เหมือนกับหนังสือที่จะบังคับให้ผู้อ่าน อ่านไปที่ละหน้า ดังนั้นผู้ทำแผ่นพับจึงต้องออกแบบจัดเรียงลำดับการเสนอข้อความและรูปภาพในการโฆษณาให้เหมาะสมกับลักษณะของการพับนั้น ๆ เพราะถ้าออกแบบไม่ดีแล้วจะทำให้ผู้อ่านเกิดความสับสนใจการอ่านได้ง่าย



ภาพที่ 2.4 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อแผ่นพับ

2.3.6.4 เอกสารเย็บเล่ม (Brochure) เป็นเอกสารเช่นเดียวกับแผ่นพับแต่เย็บรวมเล่มเป็นเล่มบาง ๆ เย็บกลางคล้ายหนังสือ มีขนาดและรูปแบบต่าง ๆ กันไปแล้วแต่ออกแบบ บ่งบอกถึงรายละเอียดลักษณะ รูปแบบ ชนิด เนื้อหา สรรพคุณของสินค้าหรือบริการได้มากกว่าใบปลิวและแผ่นพับ หน้าปกต้องออกแบบให้สะดุดตา เพื่อให้รู้ว่า เป็นเอกสารเรื่องอะไร มีรูปภาพสีสันท่าหียบอ่าน เอกสารเย็บเล่มจะใช้เพื่องาน เผยแพร่ แนะนำ ที่มีความสำคัญมากกว่าแผ่นพับเพราะมีความพิถีพิถันในการจัดทำ และต้นทุนในการจัดทำสูงกว่า



ภาพที่ 2.5 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อเอกสารเย็บเล่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.6.5 แคตตาล็อก (Catalog) เรียกทับศัพท์ภาษาอังกฤษ เอกสารโฆษณาจะมีรายละเอียดสมบูรณ์ที่สุดในบรรดาเอกสารโฆษณาอื่น ๆ ส่วนมากแคตตาล็อกจะพิมพ์เป็น รูปเล่ม หรือเป็นแฟ้ม ซึ่งภายในจะแทรกใบแทรกขนาดเท่าแฟ้มไว้ก็ได้ แคตตาล็อกแบบแฟ้ม นี้กำลังเป็นที่นิยมมาก เพราะมีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนใบแทรก หากสินค้านั้นหมด หรือแก้ไขใหม่ สามารถพิมพ์เฉพาะใบได้ ไม่ต้องพิมพ์แก้ไขใหม่ทั้งหมดแบบแคตตาล็อกเล่ม ส่วนแคตตาล็อกเล่มจะแสดงให้เห็นได้ชัดเจนกว่า ดูมีค่า และสามารถสร้างภาพพจน์ของสินค้าได้มากกว่าแคตตาล็อกแฟ้ม สื่อโฆษณาชนิดนี้สามารถให้รายละเอียดของสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้สมบูรณ์ที่สุดในบรรดาสื่อโฆษณาตรงทั้งหมดนอกจากนี้อาจมีใบสั่งซื้อสินค้าแนบอยู่ด้วย



ภาพที่ 2.6 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อแคตตาล็อก

2.3.6.6 จดหมายข่าวหรือจดหมายขาย (Newsletter) เป็นจดหมายที่ผู้โฆษณาส่งไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อชักชวนให้ซื้อสินค้า โดยในจดหมายมักใช้ข้อความจูงใจต่าง ๆ หรือใช้สิ่งล่อใจ เช่น การให้ส่วนลด การให้ของแถม มีโบนัส คุปอง หรือใช้สิทธิพิเศษอื่น ๆ การใช้จดหมายในการโฆษณาเป็นวิธีที่ได้ผลพอสมควร ทั้งนี้เพราะจดหมายจำหน่ายถึงตัวลูกค้าแต่ละคนโดยเฉพาะ ทำให้ผู้รับเกิดความรู้สึกเป็นกันเอง และสนใจที่จะอ่านข้อความโฆษณานั้น



ภาพที่ 2.7 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อจดหมายข่าวหรือจดหมายขาย

2.3.6.7 บัตร (Card) นับเป็นสิ่งโฆษณาที่ถูกรับในบรรดาสื่อโฆษณาทั้งหลาย มีลักษณะเป็นบัตรที่มีที่ว่างสำหรับเขียนข้อความลงไปได้ และเนื่องจากจากเนื้อหาที่จะใส่ข้อความลงไปในนั้นมี จำกัด ดังนั้นผู้เขียนข้อความโฆษณาจึงต้องมีความสามารถในการใช้ถ้อยคำได้ดีพอสมควร จึงจะสามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้อ่านได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.8 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อบัตร

2.3.6.8 แผ่นภาพโฆษณา (Poster) เป็นแผ่นภาพโฆษณาแผ่นเดียวขนาดใหญ่ต่าง ๆ กันไป ใช้ติดตามภายในอาคาร สำนักงาน ร้านค้า สถานที่สาธารณะชนทั่วไป เพื่อเผยแพร่ข่าวสารสินค้าการบริการ การแสดง หรือรายการพิเศษ ของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ขนาดของแผ่นภาพโฆษณามีตั้งแต่ขนาดเล็กที่ต้องอ่านอย่างใกล้ชิด ไปจนถึงขนาดใหญ่ที่ใช้เทคนิคการพิมพ์ที่พิมพ์ข้อความและภาพนำมาต่อกัน เป็นแผ่นภาพโฆษณาขนาดใหญ่ สามารถอ่านเห็นได้ในระยะไกลโปสเตอร์เป็นสิ่งโฆษณาที่มีรูปแบบเด่นชัด



ภาพที่ 2.9 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อแผ่นภาพโฆษณา

2.3.6.9 อินโฟกราฟิกส์ (Infographics) คำว่า Infographics มาจากคำว่า Information + graphics ซึ่งมีความหมายว่า การนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศ ในลักษณะของข้อมูลและกราฟิกที่อาจเป็นลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมดได้โดยไม่ต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจอีก

(จงรัก เทศนา. 2555: ออนไลน์) อธิบายไว้ว่า Infographics มาจากคำในภาษาอังกฤษสองคำคือ Information หรือสารสนเทศ เป็นผลลัพธ์ของการประมวลผล การจัดทำเนียบและการเข้าประเภทข้อมูลโดยการรวมความรู้เข้าไปต่อผู้รับสารสนเทศนั้น สารสนเทศมีความหมายหรือแนวคิดที่กว้าง และหลากหลาย ตั้งแต่การใช้คำว่าสารสนเทศในชีวิตประจำวันจนถึงความหมายเชิงเทคนิคตามเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปกติในภาษาพูด แนวคิดของสารสนเทศใกล้เคียงกับความหมายของการสื่อสาร เงื่อนไข การควบคุม ข้อมูล รูปแบบ คำสั่งปฏิบัติการ ความรู้ ความหมาย สื่อความคิด การรับรู้ และการแทนความหมาย (Wikipedia) และ Graphics รวมกันแล้ว ได้ความใหม่ว่า อินโฟกราฟิกเป็นการแสดงผลของข้อมูลหรือความรู้ที่ผ่านการประมวล สรุปลงย่อให้เหลือใจความสำคัญหรือคำตอบที่ต้องการสื่อ โดยภาพ เพื่อให้เนื้อหาและข้อมูล ที่ต้องการนำเสนอสามารถอ่านและเข้าใจง่าย ตัวอย่างเช่น ป้าย แผนที่ งานวิจัย ปัจจุบันนิยมใช้ในสายงานด้าน วิทยาการคอมพิวเตอร์ คณิตศาสตร์ สถิติศาสตร์ เพื่อแสดงข้อมูลที่ซับซ้อนให้ดูเข้าใจง่ายขึ้น หรือสรุปคำตอบ ไม่ว่าจะ เป็นข้อมูลเชิงตัวเลขหรืออื่น ๆ ให้กับผู้รับสารเลย

(อาศิรา พนาราม. 2555: ออนไลน์) Infographic หรือ Information Graphic คือ ภาพหรือกราฟิกซึ่งบ่งชี้ถึงข้อมูล ไม่ว่าจะ เป็นสถิติ ความรู้ ตัวเลข ฯลฯ เรียกว่าเป็นการย่อข้อมูล เพื่อให้ประมวลผลได้ง่ายเพียงแค่วาดตามอง ซึ่งเหมาะสำหรับผู้คนในยุคไอทีที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลซับซ้อนมหาศาลในเวลาอันจำกัด

(สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และพัฒนาคุณภาพเยาวชน. 2555: ออนไลน์) Infographic คือเครื่องมือเล่าเรื่องทันสมัยที่จะเปลี่ยนข้อมูลยาก ๆ ให้เป็นเรื่องง่าย ๆ ที่ทุกคนจะชมได้อย่างสนุกสนาน Infographic นั้นมาจากคำในภาษาอังกฤษสองคำคือ Information และ Graphics คำแรกนั้นหมายถึงสารสนเทศหรือข้อมูลที่ถูกประมวลผลและจัดระบบไว้แล้ว ส่วนคำที่ 2 นั้นเป็นคำที่ใช้เรียกภาพหรือลวดลายประกอบต่าง ๆ ซึ่งสามารถปรากฏในมุมมองหรือวัสดุที่หลากหลาย

(จิตตานันท์ ทองทัพบ. 2562: ออนไลน์) การออกแบบอินโฟกราฟิก เป็นการนำข้อมูลที่เข้าใจยากหรือข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือจำนวนมากมานำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ ให้สามารถเล่าเรื่องได้ด้วยตัวเอง มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หัวข้อที่น่าสนใจ ภาพและเสียง ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้เพียงพอ แล้วนำมาสรุปวิเคราะห์ เรียบเรียง แสดงออกมาเป็นภาพจึงจะดึงดูดความสนใจได้ดี ช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติมกราฟิกที่ใช้อาจเป็นภาพ ลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม ตาราง แผนที่ ฯลฯ จัดทำให้มีความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้นาน ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น



ภาพที่ 2.10 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโรคซิมเศร่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.11 แสดงตัวอย่างรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโรคซึมเศร้า
ที่มา : (ประชาสัมพันธ์กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. 2558-2560 : ออนไลน์)

2.4 ศึกษาหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า

2.4.1 ขั้นตอนการออกแบบสื่อวีดิทัศน์หรือมัลติมีเดีย

การผลิตสื่อวีดิทัศน์ให้มีคุณภาพ มีขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ ดังนี้

2.4.1.1 ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-Production) คือการเตรียมพร้อมในด้านต่าง ๆ ก่อนการผลิตสื่อ ดังนี้

(1) ด้านบุคลากร ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์เป็นการทำงานที่เป็นทีม มีผู้ร่วมงานจากหลากหลายอาชีพ ฉะนั้นการทำงานจะประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับความเข้าใจซึ่งกันและกัน การรู้จักหน้าที่และรู้จักความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกัน

(2) ด้านสถานที่ในการผลิตสื่อ แบ่งออกเป็น 2 แห่ง คือ ภายในห้องผลิตสื่อและภายนอกห้องผลิตสื่อ

(2.1) ภายในห้องผลิตสื่อ (Studio) ผู้ผลิตจะต้องเตรียมการจองห้องผลิตและตัดต่อรายการล่วงหน้า จะกำหนดวัน เวลา ที่ชัดเจน กำหนดฉากและวัสดุอุปกรณ์ประกอบฉากให้เรียบร้อย

(2.2) ภายนอกห้องผลิตสื่อ ผู้ผลิตจะต้องดูแลเรื่องการควบคุมแสงสว่าง เสียง รบกวน โดยจะมีการสำรวจสถานที่ก่อนการถ่ายทำจริงเพื่อเตรียมการแก้ไขปัญหาและเพื่อประหยัดเวลาในการทำงานด้วย

(3) ด้านอุปกรณ์ในการผลิต ผู้กำกับจะเป็นผู้สั่งการเรื่องการเตรียมอุปกรณ์ เช่น กล้องวีดิทัศน์ ระบบเสียงและแสง นอกจากนั้นยังจำเป็นต้องเตรียมอุปกรณ์สำรองบางอย่างให้พร้อมเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ทัน

2.4.1.2 ขั้นตอนการผลิตสื่อ (Production) เป็นขั้นตอนการบันทึกวีดิทัศน์ตามแผนการทำงานซึ่งก่อนที่จะดำเนินการต้องแจ้งให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ทราบวันและเวลาล่วงหน้า เตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมต่อการใช้งาน ในขณะที่บันทึกวีดิทัศน์จะต้องตรวจสอบความถูกต้องทางด้านเทคนิค เมื่อบันทึกเสร็จแล้วควรมีการตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อหาข้อบกพร่องที่อาจจะเกิดขึ้นได้

2.4.1.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) คือขั้นตอนหลังการบันทึกสื่อแล้วนำภาพแต่ละช็อต (Shot) แต่ละซีน (Scene) มาจัดลำดับให้ต่อเนื่องตามบทวีดิทัศน์ ที่กำหนดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1) การลำดับภาพหรือการตัดต่อ (Editing) คือการนำภาพมาตัดต่อให้เป็นเรื่องราวตามบทวิดีโอ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ที่มีโปรแกรมเฉพาะทางสำหรับการตัดต่อ ซึ่งเป็นการทำงานที่รวดเร็วและมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด

(2) การบันทึกเสียง (Sound Recording) จะกระทำหลังจากได้ดำเนินการตัดต่อภาพตามบทวิดีโอเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำการบันทึกเสียงดนตรี เสียงบรรยายและเสียงประกอบลงไป

(3) การเปิดงานวิดีโอ (Preview) หลังจากตัดต่อภาพ และบันทึกเสียงเรียบร้อยแล้ว จะต้องนำผลการเปิดงานวิดีโอเพื่อตรวจสอบก่อนมีอะไรที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขหรือไม่

(4) การประเมินผล (Evaluation) เป็นการประเมินหลังการผลิตวิดีโอเสร็จเรียบร้อยแล้ว

2.4.2 ขั้นตอนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อประชาสัมพันธ์คือช่องทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่อุปกรณ์ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีหลากหลายรูปแบบ ยกตัวอย่างการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้สำหรับการโฆษณาหรือเชิญชวน ดังนี้

2.4.2.1 แผ่นพับ (Brochure) แผ่นพับหมายถึงการพิมพ์เนื้อหาลงบนกระดาษสำหรับพิมพ์ โดยที่กระดาษสามารถกางพับเข้าและกางออกได้ มีขนาดเล็ก หยิบง่ายให้ข้อมูล รายละเอียดได้มากพอสมควรมีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณา การออกแบบแผ่นพับในปัจจุบันจะเน้นการออกและการผลิตที่ใช้ต้นทุนต่ำเป็นหลัก

(1) องค์ประกอบของการออกแบบแผ่นพับ คือ

(1.1) รูปภาพ (Picture) รูปภาพมีบทบาทและความสำคัญของการสื่อความหมายด้วยภาพมาก ซึ่งสามารถจำแนกข้อเด่นได้ ดังนี้

(1.1.1) สะดุดตา

(1.1.2) น่าสนใจ

(1.1.3) สื่อความหมาย

(1.1.4) ประทับใจ

(1.2) พาดหัว (Headline) คือ การเขียนข้อความโฆษณา เป็นส่วนที่จำเป็นที่สุดของการโฆษณา เพราะเป็นใจความสำคัญที่จะเชิญชวนให้ผู้อ่านเกิดความสะดุดตา ดังนั้นการพาดหัวของข้อความที่ดีควรมีขนาดตัวอักษรที่ใหญ่และดูเด่น ข้อความกะทัดรัด อ่านง่ายชวนติดตามเรื่องราวต่อไป

(1.3) พาดหัวรอง (Sub headline) คือ ข้อความที่มีขนาดและความสำคัญรองลงมาจากพาดหัวหลักพาดหัวรองทำหน้าที่ตัดทอนประโยคยาวของพาดหัวหลักลงมาหรือขยายความจากพาดหัวให้ผู้อ่านเข้าใจเพิ่มขึ้น

(1.4) ข้อความบอกรายละเอียด (Body text) คือ การบอกรายละเอียดหรือการเน้นประโยชน์บางส่วนเพื่อช่วยสร้างความน่าสนใจของตัวโฆษณาแก่ผู้อ่านและยังช่วยให้ผู้อ่านเกิดแรงจูงใจในการซื้ออีกด้วย

(1.5) ข้อความพิสูจน์กล่าวอ้าง (Proof) ข้อความส่วนนี้มีไว้เพื่อสร้างความเชื่อถือหรือช่วยให้เกิดความมั่นใจในสินค้า โดยมักจะอ้างอิงบุคคลที่สามารถอ้างอิงได้ตั้งแต่บุคคลธรรมดา รวมไปถึง

ถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับและรู้จักกันดีในสังคม เช่น ดารา ก็จะทำให้ตัวโฆษณาได้รับความสนใจและได้รับความน่าเชื่อถือมากขึ้น

(1.6) ข้อความปิดท้าย (Closing) คือ ข้อความการจบโฆษณา โดยจะเป็นการสรุปให้ผู้อ่านทราบว่าควรทำอย่างไร โดยมากผู้ออกแบบสื่อมักจะนิยมใช้คำขวัญในส่วนข้อความปิดท้าย

(1.7) ผู้พิมพ์และโฆษณา (Publishers) คือ ผู้รับผิดชอบ หน่วยงานหรือต้นสังกัดงานเจ้าของเรื่อง



ภาพที่ 2.12 แสดงตัวอย่างขั้นตอนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

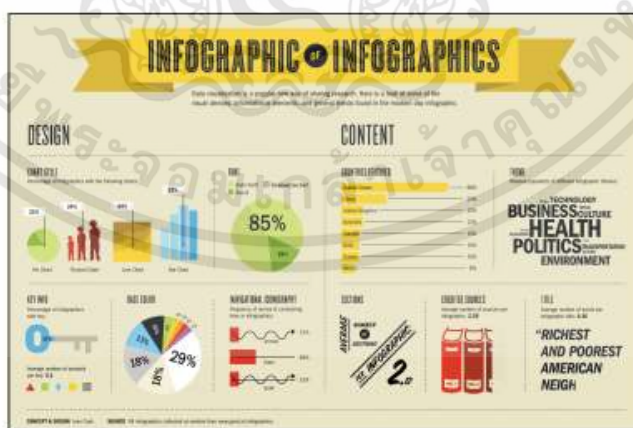
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.13 แสดงตัวอย่างขั้นตอนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์
 ที่มา : (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.2551 : ออนไลน์)

2.4.3 หลักการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) (จงรัก เทศนา. 2555: ออนไลน์)
 กล่าวว่า อินโฟกราฟิกสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ

- (1) ส่วนข้อมูล ข้อมูลที่จะนำเสนอต้องมีความหมาย มีความน่าสนใจ เรื่องราวเปิดเผยเป็นจริง มีความถูกต้อง
- (2) ส่วนการออกแบบ การออกแบบต้องมีรูปแบบ แบบแผน โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน และความสวยงาม โดยออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย และใช้ได้จริง



ภาพที่ 2.14 แสดงตัวอย่างหลักการออกแบบอินโฟกราฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3.1 การสร้างอินโฟกราฟิก (Infographic) ให้ดึงดูดความสนใจ (Designing an Amazing Infographics) ข้อมูลสารสนเทศสามารถนำมาจัดทำ ให้สวยงามและมีประโยชน์ หากมีการนำเสนอที่ดี ที่ผ่านมาข้อมูลสารสนเทศจำนวนมากถูกนำมาจัดกลุ่มทำให้ไม่น่าสนใจ การจัดทำข้อมูลให้เป็นภาพกราฟิกจึงเป็นที่นิยมในปัจจุบัน อินโฟกราฟิกเป็นการออกแบบให้เป็นภาพที่ช่วยอธิบายข้อมูลที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่าย Hyperakt's Josh Smith ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ค้นพบกระบวนการที่ดีในการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) 10 ขั้นตอน

(1) การรวบรวมข้อมูล (Gathering data) คัดเลือกข้อมูลดิบที่รวบรวมมาแต่ที่ยังไม่เป็นระเบียบ โดยอาจใช้โปรแกรม Microsoft Excel เขียนแหล่งอ้างอิงที่มาของข้อมูลที่เป็นต้นฉบับบันทึกภาพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ไม่ควรแยกภาพหรือแผนภาพกับข้อมูลออกจากกัน

(2) การอ่านข้อมูลทั้งหมด (Reading everything) การอ่านข้อมูลเฉพาะจุดเน้นหรืออ่านอย่างผิวเผินให้ผ่านไปอย่างรวดเร็วเพราะคิดว่าเสียเวลาจะทำให้ได้ข้อมูลไม่สมบูรณ์ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้เรามองเห็นภาพรวมของประเด็นสำคัญ ผู้ออกแบบอินโฟกราฟิกต้องมีความกระตือรือร้นในการจัดการข้อมูลและแน่ใจว่าข้อมูลที่สำคัญไม่ถูกละเลยที่จะมาสนับสนุนเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ

(3) การค้นหาวิธีการเล่าเรื่อง (Finding the narrative) การนำเสนอข้อมูลที่น่าเบื่อจะทำให้อินโฟกราฟิกน่าเบื่อ เว้นแต่ว่าจะค้นพบการนำเสนอเรื่องราวที่ดึงดูดความสนใจ อินโฟกราฟิกเริ่มที่จุดมุ่งหมายเดียว ขยายความข้อมูลที่ซับซ้อน อธิบายกระบวนการ เน้นที่แนวโน้มหรือสนับสนุนข้อโต้แย้ง การหาวิธีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจอาจจะยุ่งยากในระยะแรก ถ้าเราค้นเคยกับข้อมูลที่มีอยู่จะทำให้สามารถเล่าเรื่องราวได้ การใส่ใจกับเนื้อหาที่สำคัญที่จะช่วยให้การนำเสนอข้อมูลมีคุณค่า

(4) การระบุปัญหาและความต้องการ (Identifying problems) เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้อง อาจมีข้อมูลที่ไม่สนับสนุนหัวข้อหรือประเด็นที่เราต้องการนำเสนอ ควรมีการอภิปรายหาข้อสรุปที่แท้จริงเพื่อระบุปัญหาและความต้องการ ผู้ชมต้องการข้อมูลที่มีการจัดการและมีการออกแบบที่ดี มิฉะนั้นจะกลายเป็นหลักฐานที่ไม่ถูกต้อง ข้อมูลต้องถูกต้องและไม่ผิดพลาด ปรับปรุงข้อมูลและเรื่องราวให้มีเอกลักษณ์ตรงกับหัวข้อศึกษาบทวนหลาย ๆ ครั้ง การหาวิธีการนำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้องและมีคุณค่า ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายในการออกแบบให้ชนะใจผู้ชม นักออกแบบที่ดีต้องมีมุมมองและเห็นคุณค่าในรายละเอียดของข้อมูลที่ชัดเจน

(5) การจัดลำดับโครงสร้างข้อมูล (Creating a hierarchy) การจัดลำดับชั้นของข้อมูลเป็นที่นิยมในการสรุปข้อมูล เป็นการนำผู้ชมให้มองเห็นภาพรวมตั้งแต่ต้นจนจบ เป็นวิธีการจัดการกับข้อมูลในการสร้างอินโฟกราฟิกและตรึงผู้ชมตามโครงสร้างลำดับชั้นของข้อมูลการจัดรูปแบบข้อมูลตามลำดับจะส่งเสริมให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลเป็นช่วงระยะเวลาของการเล่าเรื่อง ซึ่งกลายเป็นวิธีการที่แพร่หลายในการออกแบบอินโฟกราฟิก

(6) การออกแบบโครงสร้างข้อมูล (Building a wireframe) เมื่อพิจารณาตรวจสอบคัดเลือกข้อมูลอย่างละเอียดแล้ว จัดแบ่งข้อมูลเป็นลำดับชั้น และออกแบบโครงสร้างของข้อมูล ผู้ออกแบบควรทำความเข้าใจกับภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลสำคัญที่จัดไว้เป็นลำดับชั้นแล้วนำไปให้ผู้ชมวิพากษ์วิจารณ์ การออกแบบที่ผ่านการโต้เถียงจากบุคคลในหลายมุมมองที่ให้ข้อเสนอแนะแตกต่างกันออกไป จะเป็นข้อสรุปของการจัดทำ โครงสร้างอินโฟกราฟิก

(7) การเลือกรูปแบบอินโฟกราฟิก (Choosing a format) เมื่อสิ้นสุดการกำหนดภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลแล้ว วิธีจัดกระทำข้อมูลที่ดีที่สุด คือ การนำเสนอข้อมูลด้วยแผนผัง กราฟต่าง ๆ เช่น กราฟแท่ง กราฟเส้น กราฟวงกลม หรืออาจจะใช้ไดอะแกรม หรือผังงานเพื่ออธิบายกระบวนการทำงาน อาจนำแผนที่มาประกอบในการเล่าเรื่อง หรือบางทีการใช้ตัวเลขนำเสนอข้อมูลง่าย ๆ อาจเป็นวิธีที่ดีที่สุด

(8) การกำหนดภาพให้ตรงกับหัวข้อ (Determining a visual approach) การเลือกใช้ภาพในการทำให้อินโฟกราฟิกให้ดูดีมีสองแนวคิด คือ ใช้ข้อมูลดิบมาจัดทำ เป็นกราฟหรือแผนผังให้น่าสนใจ ใช้สี การพิมพ์ และการจัดโครงสร้างในการออกแบบงานให้มีศิลปะ และใช้ลายเส้นวาดภาพหรือคำอุปมาเปรียบเทียบ ไม่แสดงข้อมูลตัวเลขออกมาอย่างชัดเจน จะเห็นเป็นภาพแสดงแทนข้อมูลคล้ายกับกราฟหรือแผนผังเท่านั้นเราไม่ควรติดยึดกับวิธีการใดวิธีการหนึ่ง ควรผสมผสานวิธีการใช้กราฟ แผนภาพ และแผนผังตกแต่งองค์ประกอบด้วยการวาดลายเส้นหรือนำ ภาพที่เป็นตัวแทนของข้อมูลมาจัดวางซ้อนกัน อาจเสริมด้วยข้อมูล สื่อ ตราสัญลักษณ์ และเนื้อหาในการออกแบบให้ตรงกับหัวข้อ

(9) การตรวจสอบข้อมูลและทดลองใช้ (Refinement and testing) เมื่อออกแบบอินโฟกราฟิกเสร็จแล้วเริ่มตรวจสอบข้อมูลอย่างละเอียด ผู้ชมจะดูทั้งข้อมูลและภาพที่เล่าเรื่องราวเพื่อให้แน่ใจว่าผลงานที่เสร็จแล้วมีคุณภาพตรงกับหัวข้อและเป้าหมาย ประเมินทั้งการออกแบบและจุดเน้นจนกระทั่งผลงานชัดเจนและเข้าใจง่าย ทดลองให้กลุ่มตัวอย่างชมผลงานและให้ข้อคิดเห็นที่สามารถเข้าใจได้ง่ายหรือไม่ โดยเฉพาะผู้ที่ไม่เคยเห็นข้อมูลมาก่อน ประเมินกลับไปกลับมาระหว่างผู้ชมและกลุ่มตัวอย่างจนกระทั่งลงตัวได้ข้อยุติ จึงนำเสนอเผยแพร่สู่สาธารณะ

(10) การแบ่งปันความรู้ในอินเทอร์เน็ต (Releasing it into the world) อินโฟกราฟิกส่วนใหญ่เผยแพร่แบ่งปันในอินเทอร์เน็ต มีแพร่หลายเป็นที่นิยม เป็นการทดสอบผลงาน ข้อมูลที่มีลักษณะที่น่าสนใจจะถูกอ่านโดยบุคคลทั่วไป ข้อมูลที่ถูกตรวจสอบและพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไม่ได้หมายความว่าเราจะเป็นผู้ค้นพบวิธีการเล่าเรื่องราวนั้น ถึงแม้ว่าผลงานจะเคยถูกเผยแพร่มาแล้ว การวิพากษ์วิจารณ์จากอินเทอร์เน็ตจะช่วยขยายข้อโต้แย้งและค้นพบวิธีการนำเสนอข้อมูลวิธีใหม่ได้ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ จะได้รับการปรับปรุงแก้ไข ผลงานที่ถูกวิจารณ์จากผู้เชี่ยวชาญมาสู่ตัวเราเหมือนเป็นรางวัลในการทำงาน การออกแบบที่ถูกกลั่นกรองอย่างเข้มข้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะสะกดผู้ชม

2.4.3.2 การสร้างอินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ (Designing Effective Infographics) อินโฟกราฟิกเป็นที่นิยมแพร่หลายในอินเทอร์เน็ต เพราะสามารถถ่ายทอดข้อมูลจากการออกแบบ ที่มีศิลปะอย่างแท้จริง เป็นภาษาสากลที่สามารถเล่าเรื่องราวแม้ว่าดูแค่ภาพที่น่าเสนอ เราสามารถพูดได้ว่าอินโฟกราฟิกไม่มีขอบเขตและขีดจำกัดในการเล่าเรื่องผ่านภาพ การใช้กราฟิกช่วยเพิ่มความสวยงามแก่สิ่งต่าง ๆ ทำให้ข้อมูลน่าประทับใจมีคุณค่าอย่างมีนัย เพื่อที่จะเผยแพร่สู่สาธารณะ

(1) เน้นที่หัวข้อหลักหัวข้อเดียว (Focus on a single topic) สิ่งแรกที่ต้องพิจารณา คือหัวข้อหลักในการสร้างอินโฟกราฟิก คุณจะมีผลงานที่มีประสิทธิภาพ ถ้าพยายามตอบคำถามเดียวจะชัดเจนถ้ารู้ทิศทางของสิ่งที่จะทำ สิ่งนี้จะขจัดความยุ่งยากสำหรับผู้อ่านและผู้ชม หลังจากกำหนดหัวข้อแล้วกำหนดคำถามเฉพาะที่ต้องการคำตอบในอินโฟกราฟิก

(2) ออกแบบให้เข้าใจง่าย (Keep it simple) ตั้งแต่เริ่มออกแบบข้อมูลคุณต้องแน่ใจว่าข้อมูลไม่อัดแน่นซับซ้อนสับสน เข้าใจได้ง่าย ไม่ทำให้ผู้อ่านและผู้ชมยุ่งยาก ภาพที่ซับซ้อนจะทำให้การตีความผิดพลาดไม่มีประสิทธิภาพ

(3) ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ (Data is important) การสร้างอินโฟกราฟิกต้องคำนึงถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อเป็นสิ่งสำคัญ การออกแบบต้องไม่ทำเกิน ขอบเขตของหัวข้อซึ่งจะเป็นการทำลายข้อมูลที่จำเป็น ต้องแน่ใจว่าการออกแบบเน้นที่ข้อมูลและรูปแบบ ของอินโฟกราฟิก

(4) แน่ใจว่าข้อเท็จจริงถูกต้อง (Be sure facts are correct) การทำข้อมูลให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญถ้าไม่ถูกต้องจะลดความน่าเชื่อถือของอินโฟกราฟิก ดังนั้นก่อนที่จะสร้างอินโฟกราฟิกต้องแน่ใจว่าข้อมูลถูกต้อง ศึกษาค้นคว้าหาข้อเท็จจริงและใช้ข้อมูลที่ถูกต้อง อย่าลืมอ่านผลงานและตรวจสอบข้อเท็จจริงให้ถูกต้อง

(5) ให้อินโฟกราฟิกเป็นตัวเล่าเรื่อง (Let it tell a story) อินโฟกราฟิกที่มีประสิทธิภาพสามารถเล่าเรื่องราวด้วยภาพวาดหรือกราฟิก ซึ่งสามารถบอกบางสิ่งบางอย่างและสามารถถ่ายทอดข้อมูลได้ถึงแม้ว่าผู้ชมจะไม่ได้อ่านข้อมูลมาก่อน

(6) การออกแบบที่ดีทำให้มีประสิทธิภาพ (Good design is effective) การบรรยายด้วยภาพถ้ามีการออกแบบที่ดีจะดึงดูดใจผู้ชม สิ่งสำคัญคือออกแบบอินโฟกราฟิก ให้เข้าใจง่าย ใช้ความคิดสร้างสรรค์ออกแบบให้น่าสนใจ ภาพ กราฟิก สี ชนิด แบบและช่องว่าง เป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบ

(7) ใช้สีที่ดึงดูดความสนใจ (Choose attractive colors) การใช้สีเป็นสิ่งจำเป็นควรเลือกใช้สีที่กระตุ้นดึงดูดความสนใจผู้ชมควรศึกษาทฤษฎีการใช้สีให้ถูกต้องเหมาะสมกับหัวข้อไม่จำเป็นต้องทำให้มีสีสันมาก อินโฟกราฟิกบางชิ้นมีสีเพียงเล็กน้อยก็มีประสิทธิภาพได้

(8) ใช้คำพูดที่กระชับ (Use short texts) การออกแบบภาพที่ใช้ในการนำเสนอจำเป็นต้องสรุปข้อความให้สั้นกระชับตรงกับจุดหมายที่ ต้องการนำเสนออาจใช้แผ่นป้ายหรือข้อมูลสั้น ๆ มาสนับสนุนภาพ การทำเรื่องราวให้ดึงดูดความสนใจอาจ ใช้ตัวเลขมาสรุปเปรียบเทียบข้อมูล และควรใช้ตัวหนังสือที่อ่านเข้าใจง่าย

(9) ตรวจสอบตัวเลขข้อมูล (Check your numbers) ถ้านำเสนอข้อมูลด้วยตัวเลขผ่านกราฟและแผนผังและตรวจสอบความถูกต้องของตัวเลขและภาพวาด วิธีนี้จะทำให้อินโฟกราฟิกมีประสิทธิภาพมากขึ้น

(10) ทำไฟล์อินโฟกราฟิกให้เล็ก (Make the file size small) ทำไฟล์อินโฟกราฟิกให้เล็กเพื่อให้ผู้ชมเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่าย และนำไปใช้ต่อได้ดีตาม จุดประสงค์ที่ต้องการดาวน์โหลดเร็วและใช้เวลาน้อยในการถ่ายโอนข้อมูลใส่แฟลชไดรฟ์ สามารถแนบไฟล์ส่งอีเมลไปให้ผู้อื่นแต่ไม่ควรลดคุณภาพของรูปภาพควรใช้ไฟล์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อที่จะดึงดูดผู้ชม

(สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และพัฒนาคุณภาพเยาวชน. 2555: ออนไลน์) ได้ให้เหตุผล 7 เหตุผล ของเว็บไซต์การศึกษาควรมี Infographic คือ

(1) ง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้อ่านทุกกลุ่ม ทั้งนักเรียน ครู และบุคลากรต่าง ๆ ด้านการศึกษา

(2) ผู้ใช้สามารถจดจำเนื้อหาซับซ้อนได้ง่ายขึ้น

(3) เป็นประโยชน์ในการทำซ้ำหรือเผยแพร่ข้อมูล

(4) ประหยัดเวลาของผู้อ่าน เพราะความอ่านง่ายทำให้สามารถศึกษาข้อมูลยาก ๆ ได้เร็วขึ้น

(5) ดึงดูดความสนใจได้ง่าย เพราะ Infographic ประกอบด้วยสีสันและลวดลายที่น่าสนใจ

(6) การเพิ่ม Infographic ให้เว็บ สามารถเสริมภาพลักษณ์ความสร้างสรรค์ให้เว็บได้

(7) เพิ่มกราฟิกให้กับเว็บไซต์ เพราะความง่ายในการศึกษาอาจทำให้มีผู้ติดใจต้องการกลับมาชม Infographic ใหม่ ๆ ตลอดเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนประกอบหลักของ Infographic คือข้อมูลหรือความรู้ที่ต้องการนำเสนอและภาพกราฟิก ซึ่งประกอบด้วยเส้น กล้อง ลูกศร สัญลักษณ์ต่าง ๆ รวมไปถึงสัญลักษณ์ pictogram ที่อธิบายความหมายในตัวของมันเองผ่านภาพเลียนแบบวัตถุต่าง ๆ เช่น สัญลักษณ์หน้าห้องน้ำชายและหญิง สัญลักษณ์ห้ามนำเครื่องดื่ม อาหารและสัตว์เข้าในสถานที่ เป็นต้น ดังนั้น ผู้ที่ต้องการสร้าง Infographic จะต้องจัดหาวัตถุดิบเหล่านี้มาให้ได้

2.4.4 การนำหลักการจิตวิทยามาใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

คุณลักษณะต่างๆ ขององค์ประกอบในสื่อประชาสัมพันธ์มีความสำคัญมากตามความสัมพันธ์กับการจัดองค์ประกอบ ซึ่งมีคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ สี รูปร่าง ขนาดสัดส่วนและเสียง เป็นต้น โดยคุณลักษณะที่ได้กล่าวมานั้นจะถูกใช้ในการจัดองค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้มนุษย์มีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถอธิบายคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการใช้หลักจิตวิทยาได้ ดังนี้

2.4.4.1 คุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลกระทบต่อความรู้สึกของมนุษย์ ลักษณะขององค์ประกอบที่มีความแตกต่างกันอาจทำให้เกิดความรู้สึกที่ตอบสนองต่ออารมณ์ที่ไม่เหมือนกันตามการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์นั้น ๆ ซึ่งสามารถทำให้มนุษย์สัมผัสความรู้สึกที่เกิดจากการออกแบบคุณลักษณะต่าง ๆ เช่น สี รูปร่าง ขนาดสัดส่วน และเสียง ตามคุณลักษณะที่เหมาะสมกับการจัดวางองค์ประกอบตามจุดประสงค์ที่ต้องการอีกด้วย ซึ่งการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้หลักการจิตวิทยาเกี่ยวข้องกับนั้นจะต้องคำนึงถึงอารมณ์ทั้งหมดที่สัมพันธ์กับกระบวนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจของมนุษย์ ความรู้สึกปลอดภัย การตื่นตัว ความมีเสน่ห์ และแรงจูงใจ ซึ่ง Simonds

(ประภาพร ธาราสายทอง. 2546: 1) ได้กล่าวถึง ตัวอย่างคุณลักษณะของสิ่งส่งผลกระทบต่อสภาวะจิตใจได้ดังต่อไปนี้

(1) คุณลักษณะที่ทำให้ เกิดความรู้สึกที่ดีต่อสภาวะจิตใจ ซึ่งหมายถึงคุณลักษณะที่สร้างความผ่อนคลาย ร่าเริง สดใสมีชีวิตชีวา การเบี่ยงเบนความสนใจและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

(1.1) ความผ่อนคลาย ซึ่งจะเกิดในรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความเรียบง่ายพอดี เหมาะสม มีขนาดของปริมาตรที่หลากหลาย มีองค์ประกอบที่รู้สึกคุ้นเคยและมีรูปร่างที่น่าพึงพอใจ มีการออกแบบเส้นสายที่ต่อเนื่องคดโค้งไปมาอย่างลื่นไหลสามารถมองเห็นโครงสร้างได้ชัดเจนและมั่นคง ใช้โทนสีเรียบ ๆ เพื่อสร้างความรู้สึกสบายจากการมองเห็น อ่อนโยน และใช้สีอ่อน ๆ และนุ่มนวลในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้สึกผ่อนคลาย

(1.2) การเพ่งพินิจ ขนาดพื้นที่ขององค์ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ไม่ได้เป็นสิ่งหลักที่จะรับรู้ได้ พื้นที่ขององค์ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์จะต้องสร้างความรู้สึกที่อ่อนโยน ไม่แสบแสร้ง ไม่สร้างสิ่งเบี่ยงเบนความสนใจจากความแตกต่างที่ชัดเจน ต้องสร้างความรู้สึกที่ปลอดภัย และสงบ ใช้สีที่มีลักษณะเยือกเย็น ควรใช้สีอ่อน ๆ ถ้าเกิดมีเสียงควรใช้เสียงที่ต่อเนื่องและมีระดับเสียงที่ต่ำ

(1.3) ความร่าเริงสดใสและมีชีวิตชีวา ซึ่งรูปแบบนี้ เกิดจากการจัดองค์ประกอบที่มีลักษณะอิสระไม่มีการจำกัดควบคุม มีความเป็นกันเอง มีความแปลกและสามารถสร้างจินตนาการที่เพ้อฝัน มีการเคลื่อนไหวในลักษณะที่เป็นวง ๆ คดเคี้ยว อย่างเข้ากันได้อย่างลงตัว ใช้รูปร่างและรูปแบบที่ต่อเนื่อง ราบรื่น รูปร่างและสีค่อนข้างเป็นไปตามอารมณ์ ใช้โทนสีอบอุ่นสว่างสดใส สีที่ใช้สอดแทรกจังหวะเป็นท่วงทำนองที่สนุกสนานเพื่อความมีชีวิตชีวา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1.4) ความพึงพอใจ สามารถเกิดขึ้นได้จากการจัดองค์ประกอบที่มีรูปร่าง สี สัญลักษณ์ เสียง อย่างเหมาะสม มีการลำดับองค์ประกอบและเรื่องราวพัฒนาอย่างต่อเนื่องและจบอย่างสมบูรณ์มีเอกภาพขององค์ประกอบที่หลากหลาย มีความสมดุลในความสัมพันธ์ มีความสวยงาม และสร้างความพึงพอใจในสิ่งที่คาดหวังได้ตามความต้องการ

(2) คุณลักษณะที่ทำให้เกิดผลกระทบที่ไม่ดีต่อสภาวะจิตใจ ซึ่งหมายถึงคุณลักษณะที่สร้างความเครียด ความน่ากลัว จนส่งผลถึงความไม่พึงพอใจต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการบำบัดนั้นควรหลีกเลี่ยงองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความรู้สึกข้างต้นซึ่งอธิบายได้ ดังนี้

(2.1) ความเครียด เกิดขึ้นจากการจัดองค์ประกอบที่แตกแยก ไม่มีจุดพักสายตา และมีความซับซ้อนที่ไร้เหตุผล ม้องค์ประกอบที่ไม่คุ้นเคย มีรูปร่างที่ไม่มั่นคง ม้องค์ประกอบศิลป์ ของภาพที่ไม่สมดุลกัน โทนมืดเข้ม ขัดแย้ง และขาดตอน มีการใช้เสียงก่อกวนที่สร้างความรำคาญจนเกิดความ เครียดขึ้นได้

(2.2) ความกลัวเกิดขึ้นจากการจัดวางองค์ประกอบที่ทำให้รู้สึกน่าตกใจประหลาดเกินธรรมชาติ มีลักษณะของการจัดวางองค์ประกอบที่ซับซ้อน บิดเบี้ยวไร้รูปทรงที่มั่นคงและชัดเจน สร้างความรู้สึกเหมือนถูกกักขังและมีคุณลักษณะที่กดดันและวุ่นวาย ไม่สามารถรับรู้ทิศทาง ขนาด หรือตำแหน่งได้ ม้องค์ประกอบที่แหลมคม แสดงถึงอันตราย ใช้สีโทมนต์ในปริมาณที่มากเกินไปหรือสีที่ไม่ปกติ หรือใช้สีเดียวทั้งหมด มีสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความน่ากลัว ความเจ็บปวดและความทรมาน

(2.3) ความไม่พึงพอใจ เกิดได้จากลักษณะการจัดวางองค์ประกอบที่ไม่เหมาะสม ความไม่เป็นระเบียบ ไม่มีเหตุผลในการจัดองค์ประกอบ ทำให้เกิดความเคลื่อนไหวที่ไม่ต่อเนื่องม้องค์ประกอบที่มากเกินไปไร้เหตุผล ฟุ่มเฟือยและสร้างความรำคาญ ใช้โทนสีที่ไม่เข้ากัน มีเสียงดังรบกวน

2.4.5 จิตวิทยาในการออกแบบจากอิทธิพลของสี (คีนิง เพชรสมัย. 2541: 4) กล่าวไว้ว่า

- (1) สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสะอาด สุขุม นุ่มนวล
- (2) สีแดง ให้ความรู้สึกมีพลังแสดงถึงความปรารถนาเป็นสีที่เด็กชื่นชอบ (โดยเฉพาะเด็กเล็ก) ถ้าผสมสีขาวเข้าไปด้วยจะช่วยลดความร้อนแรงกลายเป็นสีชมพู ให้ความรู้สึกอ่อนหวาน
- (3) สีเหลือง ให้ความรู้สึกสว่างเจิดจ้า แสดงถึงความเฉลียวฉลาด
- (4) สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกเกี่ยวกับพื้นดิน มั่นคง อบอุ่น
- (5) สีเขียว ให้ความรู้สึกสงบเย็น มีชีวิตชีวา
- (6) สีม่วง ให้ความรู้สึก ลึกลับ เก๋ไก๋ ขลัง
- (7) สีดำ ให้ความรู้สึกกว้างเปล่า เป็นสัญลักษณ์ของความมืด ความตาย ในการออกแบบหากใช้สีดำเป็นพื้นจะช่วยให้สีอื่นเด่นขึ้น
- (8) สีขาว ให้ความรู้สึกสะอาดบริสุทธิ์ เหมาะที่จะใช้เป็นสีพื้นสำหรับจัดวางสีอื่น ๆ ลงไป

2.4.6 หลักการจัดองค์ประกอบของทางศิลปะ

(วันชัย ศิริชนะ. 2539: 253-255) กล่าวว่า ในการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะของ การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ทุกชนิดมีหลักการสำคัญที่เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาร่วมกัน 6 ประการ ได้แก่

2.4.6.1 สัดส่วน (Proportion) ชั้นแรกในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ก็คือการ กำหนดขนาดและสัดส่วนของงานที่จะผลิตเพื่อเป็นแนวทางในการจัดวางองค์ประกอบย่อยอื่น ๆ เช่น ข้อความสัญลักษณ์หรือภาพประกอบ เพื่อให้มีขนาด สัดส่วนที่พอเหมาะกับองค์ประกอบโดยรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การกำหนดกรอบขอบเขตหรือขนาดของสิ่งพิมพ์โดยให้มีส่วนสูงและความกว้างที่สัมพันธ์กันดี ก็จะทำให้สื่อประชาสัมพันธ์นั้นดูน่าสนใจ สัดส่วนไม่เพียงแต่จะใช้ในการกำหนดขนาดความกว้างยาวของสิ่งพิมพ์เท่านั้นแต่สามารถใช้ในการกำหนดสัดส่วนของขนาดองค์ประกอบย่อย ๆ ในสิ่งพิมพ์ด้วยเช่นกัน

2.4.6.2 ความสมดุล (Balance) ความสมดุลจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ องค์ประกอบย่อยๆ ที่อยู่ในสิ่งพิมพ์ถูกจัดวางให้มีน้ำหนักเท่ากัน ทำให้เกิดความรู้สึกที่สมดุลแก่ผู้ที่ยังมอง น้ำหนักดังกล่าวเกิดขึ้นจากขนาด รูปร่าง สีและความเข้มจาง เป็นต้นว่าองค์ประกอบที่มีขนาดใหญ่จะดูมีน้ำหนักมากกว่าองค์ประกอบที่มีขนาดเล็ก รูปทรงกลมจะดูน้ำหนักมากกว่ารูปสี่เหลี่ยม และรูปทรงที่มีลักษณะแปลก ๆ จะดูมีน้ำหนักมากกว่ารูปทรงกลมทรงสี่เหลี่ยม องค์ประกอบที่มีสีเข้มจะดูมีน้ำหนักมากกว่าองค์ประกอบที่มีสีจาง ดังนั้นเราจึงพบว่าองค์ประกอบที่มีขนาดเล็กแต่สีเข้มจะดูมีน้ำหนักมากกว่าองค์ประกอบที่มีขนาดใหญ่แต่สีจาง องค์ประกอบของภาพของเราสมดุลหรือไม่นั้น ถ้าเป็นการพิจารณาในทางกายภาพ ก็เหมือนกันกับที่เรานึกถึงการเล่นกระดานหกของเด็กอ้วนกับเด็กผอมนั่นเอง การที่จะทำให้เด็กทั้งสองอยู่ในภาวะสมดุลได้ ก็จะต้องให้เด็กอ้วนนั่งใกล้จุดหมุนมากกว่าเด็กผอมหลักการดังกล่าวสามารถประยุกต์ใช้ได้กับการจัดองค์ประกอบในงานการจัดสื่อ ประชาสัมพันธ์ เช่นกัน แต่จุดสมดุลของภาพหรือที่เรียกว่า จุดตัดกลางสายตา (Optical Center) จะอยู่เหนือจุดกึ่งกลางของภาพ ซึ่งเป็นจุดกึ่งกลางของเส้นทแยงมุม องค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะสมดุลซ้าย-ขวาเหมือนกันจะให้ความรู้สึกทางอนุรักษนิยม (ความเป็นเอกลักษณ์) ความมั่นคง ส่วนการจัดองค์ประกอบของประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะสมดุลซ้าย-ขวา ไม่เหมือนกันจะให้ความรู้สึกตื่นเต้นมากกว่า เนื่องจากมีองค์ประกอบที่มีลักษณะต่าง ๆ กันทั้งความเข้มและน้ำหนัก เช่น ในการทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับธนาคาร บริษัท ประกันภัยหรือ สื่อประชาสัมพันธ์ก็ต้องการแสดงออกซึ่งความมีเกียรติเป็นที่เชื่อถือได้ จึงมักใช้หลักการจัดวาง ในลักษณะสมดุลแบบ ซ้าย - ขวา เหมือนกัน ถึงแม้ว่าแบบสมดุล ซ้าย-ขวา ไม่เหมือนกันจะดูน่าสนใจกว่าก็ตามการพิจารณาเลือกใช้จึงต้องพิจารณาเนื้อหาสาระของสารที่ต้องการสื่อความหมายประกอบไปด้วย

2.4.6.3 ความแตกต่าง (Contrast) ในการสื่อความหมายโดยทั่วไปย่อมต้องมีบางสิ่งที่ต้องการเน้นมากกว่าส่วนอื่น ๆ ซึ่งนอกจากจะเป็นการแสดงความสำคัญแล้วยังทำให้น่าสนใจมากขึ้นอีกด้วย การเน้นด้วยการสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นในสื่อประชาสัมพันธ์สามารถทำได้หลายวิธี กล่าวคือ การเน้นด้วยขนาด รูปร่าง ความแตกต่างของสี และทิศทาง

สีแบ่งได้เป็น 2 วรรณะ คือ วรรณะสีร้อน เช่น สีเหลือง สีส้ม ฯลฯ และวรรณะสีเย็น เช่น สีเขียว สีน้ำเงิน สีม่วง ฯลฯ ความแตกต่างในวรรณะของสีช่วยเพิ่มความน่าสนใจและมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและประสาทตาอย่างมาก นอกจากนั้นสียังนำไปใช้ในการตกแต่งให้ดูน่าสนใจเน้นความเด่นชัดให้กับสื่อประชาสัมพันธ์ได้มากขึ้น

การจัดวางองค์ประกอบของภาพให้มีความแตกต่างของทิศทาง สามารถนำมาใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้อ่านติดตามข้อความที่ต้องการสื่อความหมายด้วยการสร้างจุดปลายทางขึ้นในภาพ

2.4.6.4 ลีลา (Rhythm) ลีลา หมายถึง การเคลื่อนไหวที่มีความซ้ำและต่อเนื่องเป็นระยะ ๆ จากการเคลื่อนไหวซ้ำ ๆ กัน จะทำให้เกิดรูปร่าง ขนาดและลักษณะต่าง ๆ แตกต่างกันไป ในการจัดองค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ให้เกิดลีลาสามารถทำได้โดยการจัดวางองค์ประกอบให้เกิดรูปแบบที่ซ้ำกันและต่อเนื่อง อาจจะเป็นการซ้ำกันทางด้านรูปร่าง ความเข้มและจางหรือสี เพื่อให้

ผู้มองมองเห็นเกิดความคล้ายกันขององค์ประกอบได้ทันที และทำให้สายตาของผู้มองเคลื่อนไปตามตำแหน่งขององค์ประกอบที่ซ้ำ ๆ กันของภาพนั้น

2.4.6.5 ความมีเอกภาพ (Unity) การนำเอาองค์ประกอบซึ่งลักษณะต่าง ๆ กันเข้ามาจัดวางเพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์สื่อความหมายตามความต้องการนั้น จะต้องพิจารณาให้องค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้มีความสัมพันธ์กันอย่างมีเอกภาพด้วย ความมีเอกภาพในการจัดวางองค์ประกอบสามารถทำได้โดยการแบ่งกลุ่มองค์ประกอบ เช่น การจัดกรอบการวางภาพให้เคลื่อนกัน เป็นต้น

2.4.6.6 ความกลมกลืน (Harmony) ความกลมกลืน หมายถึง ความพอดีพอเหมาะของส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นสิ่งพิมพ์ ซึ่งเมื่อส่วนประกอบต่าง ๆ มีลักษณะพอดีพอเหมาะพอดีแล้วก็จะทำให้เกิดความงาม มีความสัมพันธ์กันและมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันความผสมกลมกลืนจะพบได้จากลักษณะขององค์ประกอบในทาง สี รูปร่าง และลักษณะของตัวอักษร เช่น ในหนังสือ 1 หน้า จะมีการใช้ตัวอักษรในสกุลเดียวกันตลอดทั้งหน้า แต่มีขนาดต่างกัน หรือเส้นหนา หนักเบาต่างกัน หรือตัวเอนตัวตรงปะปนกันมากไป ก็จะทำให้เกิดลักษณะแตกต่างกันไปเป็นจุด ๆ ไม่มีความสัมพันธ์และผสมกลมกลืนกัน

จากหลักการทั้ง 6 ประการ ในการพิจารณาเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะชิมเซร่านี้ เป็นหลักการพื้นฐานที่จำเป็นจะต้องทำความเข้าใจ และยึดเป็นหลักการสำคัญในงานออกแบบเพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นสื่อวีดิทัศน์ โปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นปลิว เอกสารเย็บเล่ม ฯลฯ เพื่อให้เกิดสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตมีความสวยงามและสื่อความหมายได้ตรงตามความต้องการที่จะถ่ายทอดต่อไป

2.5 ศึกษาเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด (QR Code)

2.5.1 คิวอาร์โค้ด (QR Code)

(พัชร พิพิชกุล. 2554. 72-74) กล่าวว่า คิวอาร์โค้ด มาจากคำภาษาอังกฤษว่า QR Code หรือคำเต็มว่า Quick Respond Code ซึ่งเป็นรหัสบาร์โค้ด แบบสองมิติ (Two-dimensional barcode หรือ 2D Barcode) คิดค้นขึ้นใน ค.ศ.1994 โดยบริษัทเด็นโซเวฟ (Denso Wave Inc.) ประเทศญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาต่อยอดจากรหัสบาร์โค้ดแบบหนึ่งมิติ ที่ผลิตขึ้นเมื่อ ค.ศ. 1952 โดยพัฒนาให้มีความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น มีความจุข้อมูลเพิ่มมากขึ้นและสามารถสนองตอบการถอดรหัส ข้อมูล ได้อย่างรวดเร็ว เป็นโปรแกรมเสรี (Open source software) ที่ผู้สนใจสามารถนำมาพัฒนา ประยุกต์ใช้ในงานต่าง ๆ ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศแรกที่ใช้งานคิวอาร์โค้ด โดยเริ่มแรกถูกนำมาใช้ในงานด้านอุตสาหกรรม การขนส่งและการตลาดสินค้า ต่อมาการใช้งานได้ขยายมายังประเทศแถบตะวันออกกลางและยุโรป จนกระทั่งปัจจุบันคิวอาร์โค้ดถูกใช้แพร่หลายไปทั่วโลก การใช้งานที่พบเห็นได้บ่อย คือ การส่งเสริมการตลาด โดยนำคิวอาร์โค้ดมาใช้ในการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายฉลากสินค้า ป้ายโฆษณา แผ่นพับของสินค้า นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ เป็นต้น



ภาพที่ 2.15 แสดงตัวอย่าง QR code และ Barcode

2.5.2 คุณสมบัติของคิวอาร์โค้ด

คิวอาร์โค้ดถูกพัฒนาต่อยอดจากบาร์โค้ดแบบหนึ่งมิติ ให้คุณสมบัติสามารถจัดเก็บข้อมูลได้หลายภาษาทั้งรูปแบบ แนวตั้งและแนวนอน ความจุของข้อมูลได้ถึง 4,000 ตัวอักษร หรือประมาณ 200 เท่าของบาร์โค้ดแบบหนึ่งมิติในขนาดหรือพื้นที่เท่ากัน สามารถตอบสนองการอ่านข้อมูลหรือถอดรหัสข้อมูลได้รวดเร็วและข้อมูลมีความคงทน (Reliability) ถึงแม้สัญลักษณ์บางส่วนเสียหายไปและต้องใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการอ่านข้อมูลที่เป็นสัญลักษณ์ของคิวอาร์โค้ด

2.5.3 โครงสร้างของคิวอาร์โค้ด

โครงสร้างของคิวอาร์โค้ดจะถูกกำหนดโดยขนาดของบาร์โค้ด ซึ่งมีด้วยกันทั้งหมด 40 รุ่น ขนาด 21x21 เมตริกซ์ จนถึงขนาด 177x177 เมตริกซ์ ซึ่งประกอบ 4 ส่วนสำคัญ ซึ่งแสดงในภาพ 1 ดังนี้

- (1) ส่วนค้นหา (Finder pattern) คือ ส่วนที่ (1) ใช้สำหรับระบุตำแหน่งบาร์โค้ด เพื่อถอดรหัส
- (2) ส่วนระบุตำแหน่งของข้อมูล (Timing pattern) คือ ส่วนที่ (2) ใช้สำหรับระบุพิกัดของสัญลักษณ์ในบาร์โค้ด เพื่อถอดรหัส
- (3) ส่วนข้อมูลที่ถูกรหัส (Encode data) คือส่วนที่ (3) เป็นข้อความที่ถูกรหัสทั้งหมด
- (4) ส่วนตรวจสอบข้อมูล (Format information) คือ ส่วนที่ (4) ใช้เก็บข้อมูลสำหรับตรวจสอบความผิดพลาดของข้อมูล เพื่อให้การแปลผลข้อมูลถูกต้องหรือเรียกคืนข้อมูลในส่วนที่เสียหายได้



ภาพที่ 2.16 แสดงโครงสร้างของคิวอาร์โค้ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.4 การเข้ารหัสและการถอดรหัส

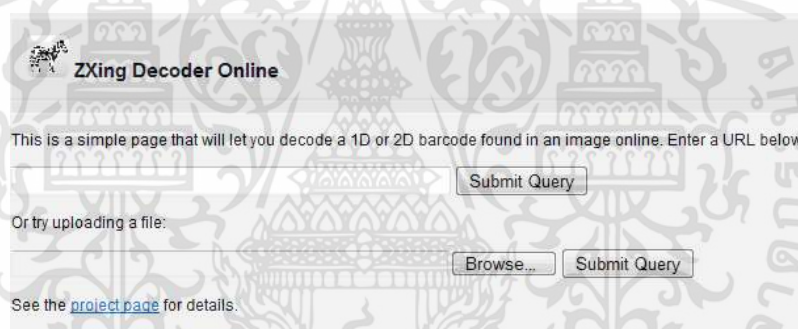
การเข้ารหัส (Encoding) เป็นการนำข้อมูลแปลงเป็นสัญลักษณ์คิวอาร์โค้ดทำได้ด้วยโปรแกรมจัดการคิวอาร์โค้ด (QR code generator) ซึ่งเป็นโปรแกรมเสรีและมีผู้พัฒนาไว้หลายโปรแกรม ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดหรือใช้งานออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย เมื่อแปลงข้อมูลเป็นคิวอาร์โค้ดแล้ว ผู้ใช้สามารถเลือกรูปแบบนำมาใช้งานได้ ทั้งในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์โดยดาวน์โหลดเป็นไฟล์และแบบสิ่งพิมพ์โดยสั่งพิมพ์หรือทำสำเนาภาพ

การถอดรหัส (Decoding) หรือการแปลงคิวอาร์โค้ดให้เป็นข้อมูลที่สามารถอ่านได้ด้วยสายตา ซึ่งในการถอดรหัสนั้นทำได้หลายวิธี ด้วยการสแกนสัญลักษณ์คิวอาร์โค้ดแล้วอ่านข้อมูลผ่านวิธีการต่อไปนี้

(1) เครื่องอ่านแบบ CCD (Charge coupled device) เป็นเครื่องอ่านเลเซอร์ลักษณะเดียวกับเครื่องอ่านบาร์โค้ดหนึ่งมิติที่ปรับเปลี่ยนข้อมูลสัญลักษณ์คิวอาร์โค้ดที่เป็นภาพแต่ละพิกเซลเป็นสัญญาณอนาล็อก ซึ่งสามารถแปลงเป็นข้อความที่อ่านได้ด้วยสายตา

(2) โทรศัพท์มือถือแบบชาญฉลาด (Smart phone) ที่มีกล้องถ่ายรูปและมีการติดตั้งโปรแกรมอ่านคิวอาร์โค้ดสำหรับใช้งานผ่านมือถือ

(3) เว็บไซต์ที่ให้บริการโปรแกรมถอดรหัสคิวอาร์โค้ด ซึ่งผู้ใช้สามารถอ่านข้อมูลได้แบบออนไลน์โดยไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลดหรือติดตั้งโปรแกรมใด ๆ ทั้งสิ้น



ภาพที่ 2.17 แสดงตัวอย่างการถอดรหัสคิวอาร์โค้ดจากเว็บไซต์ที่ให้บริการออนไลน์

2.5.5 การสร้างและการใช้งาน QR code

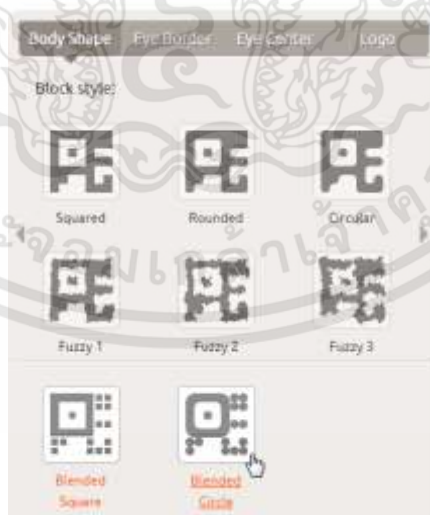
(พีราวิชน์ ภาคคนนทกุล. 2557: 40-45) กล่าวว่า การสร้าง QR code หรือที่เรียกว่า QR code Generator ในปัจจุบันมีบริษัทที่ผลิตโปรแกรม หรือ แอปพลิเคชัน (application) ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและการใช้งาน QR code หลายบริษัทมีทั้งแบบให้ใช้ฟรีและแบบมีค่าใช้จ่าย ซึ่งในตัวอย่างกรณีศึกษานี้จะแนะนำการสร้างและการใช้ ดังนี้

(1) เข้าเว็บไซต์ <http://azonmobile.com/en/qrcode-generator> จากนั้นสามารถเลือกรูปแบบ QR Code Content ที่ต้องการเช่น Website URL, Text, Phone Number, SMS Message เป็นต้น ซึ่งตัวอย่างจะเลือกแบบ Website URL

ภาพที่ 2.18 แสดงการสร้าง QR code แบบ Website URL

(2) พิมพ์ชื่อเว็บไซต์ที่ต้องการเช่น <http://www.peerawich.com> โดยคำสั่ง Shorten URL หมายถึงการทำให้ Website URL มีความยาว สั้นลง ตัวอย่าง Shorten URL : <http://amazon.com/biz/rxy> ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ <http://www.peerawich.com>

(3) เลือกรูปแบบของ QR code ซึ่งมีรูปแบบให้ เลือกปรับแต่งหลากหลายรูปแบบ เช่น Body Shape, Eye Border, Eye Center, Logo โดยตัวอย่างจะเลือกรูปแบบ Blended Square หรือ Blended Circle ซึ่งสามารถแทรกภาพพื้นหลัง (background) หรือหากต้องการรูปแบบอื่น ๆ สามารถเลือก ได้ตามต้องการ



ภาพที่ 2.19 แสดงการเลือกรูปแบบ QR code

(4) เลือกไฟล์ภาพที่ต้องการนำมาเป็นพื้นหลัง หลังจากที่ได้ไฟล์ภาพปรากฏสามารถที่จะปรับขนาด หรือเลื่อนตำแหน่งของภาพตามที่ต้องการได้ จากนั้นให้กดปุ่ม Generate เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.20 แสดงการเลือกไฟล์รูปภาพสำหรับนำมาเป็นพื้นหลัง QR code

(5) เว็บไซต์จะแสดงผล QR code ที่ได้ตามรูปแบบที่เลือกไว้ ถ้าหากไม่ต้องการปรับเปลี่ยนสามารถเลือกรูปแบบไฟล์ที่ต้องการบันทึก เช่น PNG, JPG, GIF จากนั้นคลิกปุ่ม Download เพื่อนำไปใช้งานต่อไป



ภาพที่ 2.21 แสดง QR code เว็บไซต์ www.peerawich.com

(6) หากต้องการวัดสถิติการสแกน QR code (QR code Tracking) เช่นในแต่ละวันมีจำนวนผู้สแกน กี่คน แบ่งตามประเทศ (Country) แบ่งตามระบบปฏิบัติการที่ใช้ (operating system) เป็นต้น สามารถที่จะใช้บริการได้โดยการสมัคร (Register)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Website URL:
 Website URL: <http://www.pearwvich.com>
 Shorten URL: ✖

If you need to change the URL later (Dynamic QR Code) or you need to have Tracking (visits & stats) please REGISTER - it is FREE!

azormobile Register

*Username:
 *Email:
 *Password:
 *Password (confirm):

Human Verification:

Can't read the image? [Try another](#)

Code:

[REGISTER](#)

By clicking on this button, you agree to Azormobile's Privacy Policy and Terms of Use.

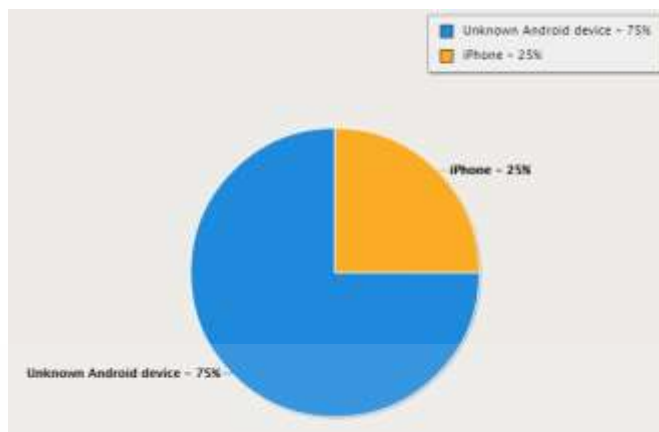
ภาพที่ 2.22 แสดงการสมัครใช้บริการ QR code Tracking

ภายหลังการสมัครสมาชิกแล้วสามารถเข้าดูสถิติต่าง ๆ ที่ทางเว็บไซต์มีให้บริการ เช่น จำนวนการสแกน QR code ในแต่ละวัน แยกผู้ใช้งานตามประเทศหรือแยกตามระบบปฏิบัติการของผู้ใช้งาน



ภาพที่ 2.23 แสดงสถิติที่ผู้ใช้งาน QR code แยกตามประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.24 แสดงสถิติที่ผู้ใช้สแกน QR code แยกตามระบบปฏิบัติการ

การสแกน QR code ผู้ใช้งานสามารถสแกนผ่านโทรศัพท์มือถือ (Smartphone) หรือแท็บเล็ต (Tablet) ซึ่งอุปกรณ์นั้นจะต้องรองรับระบบการอ่าน QR Code โดยต้องมีกล้องถ่ายภาพบรรจุมาด้วยและมีแอปพลิเคชัน (application) สำหรับการอ่านเรียกว่า QR Code Reader หากผู้ใช้งานยังไม่มีแอปพลิเคชัน (application) สามารถ Download ได้ขึ้นอยู่กับระบบปฏิบัติการ เช่น กรณีเป็นระบบปฏิบัติการ iOS ค้นหา QR Code Reader จาก App store ตัวอย่างแอปพลิเคชัน (application) : QR Code Reader, Quick Scan, Qrafter



ภาพที่ 2.25 แสดงตัวอย่างแอปพลิเคชัน (application) QR Code Reader สำหรับระบบปฏิบัติการ iOS

กรณีเป็นระบบปฏิบัติการ Android ค้นหา QR Code Reader จาก Google Play ตัวอย่างแอปพลิเคชัน (application) : QR Code Reader, QR Droid, QuickMark

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.26 แสดงตัวอย่างแอปพลิเคชัน (application) QR Code Reader สำหรับระบบปฏิบัติการ Android

2.6 ศึกษาหลักการยศาสตร์

2.6.1 สมรรถนะในการมองเห็น

2.6.1.1 มุมมองในแนวนอน

(รัชชานนท์ สิปปกกุล .2548.159-163) กล่าวว่า มุมของการมองเห็นในแนวนอนขณะมองตรง มีระยะของมุมในการมองเห็นภาพประมาณ 62 องศา และมีระยะของมุมในการอ่านตัวอักษรประมาณ 10-20 องศา โดยมีระยะมองเห็นของตาซ้ายและตาขวาประมาณ 94-104 องศา

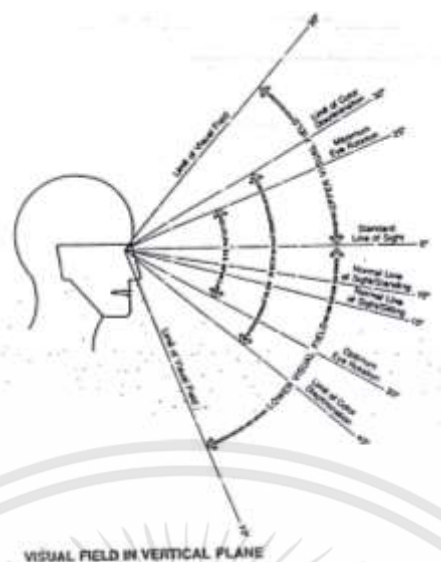


ภาพที่ 2.27 แสดงตัวอย่างมุมของการมองเห็นในแนวนอนขณะมองตรง

2.6.1.2 มุมมองในแนวตั้ง

มุมของการมองเห็นในแนวตั้งขณะมองตรง มีระยะของมุมในการมองเห็นภาพด้านบนประมาณ 50 องศา และมีระยะของมุมในการมองเห็นภาพด้านล่างประมาณ 70 องศา ขณะเดียวกันจะมีแนวสายตาในระดับยื่นประมาณ 10 องศา และในขณะนั่งประมาณ 15 องศา

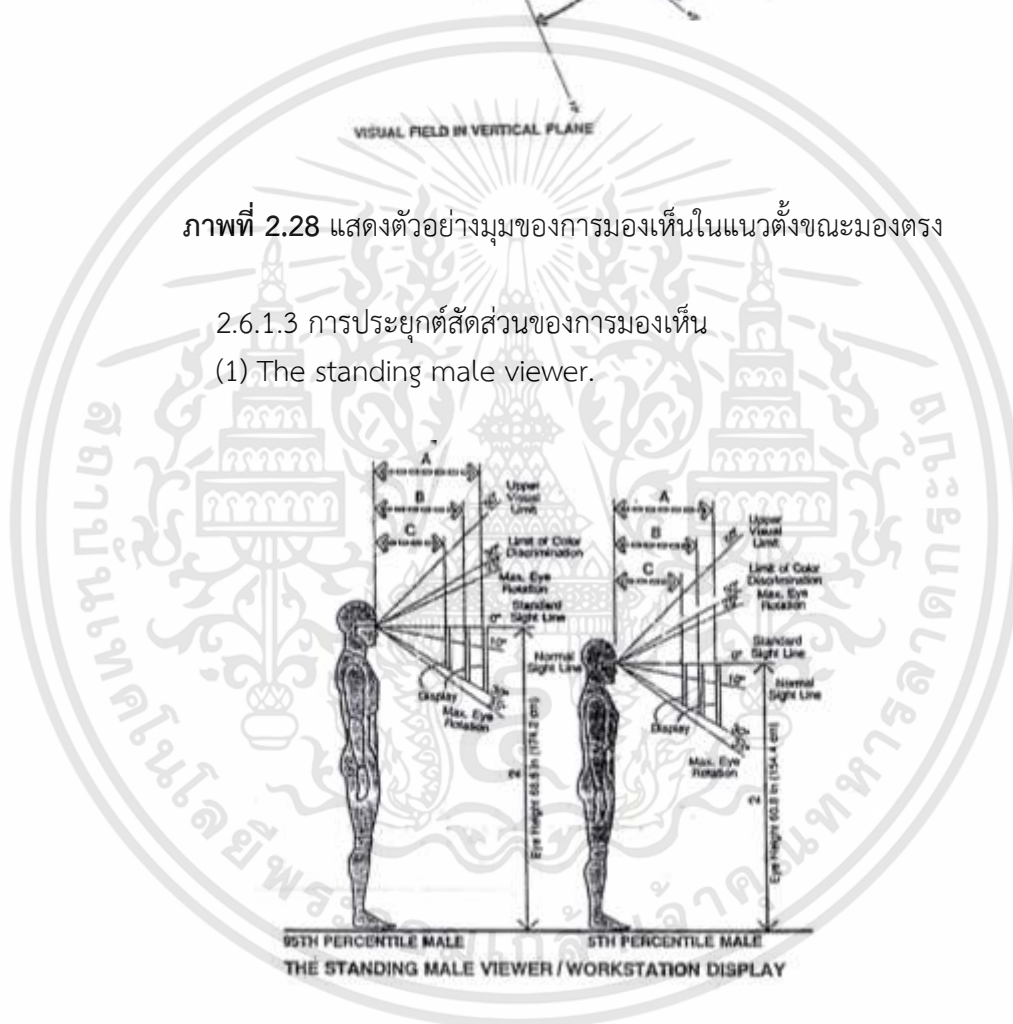
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.28 แสดงตัวอย่างมุมของการมองเห็นในแนวตั้งขณะมองตรง

2.6.1.3 การประยุกต์สัดส่วนของการมองเห็น

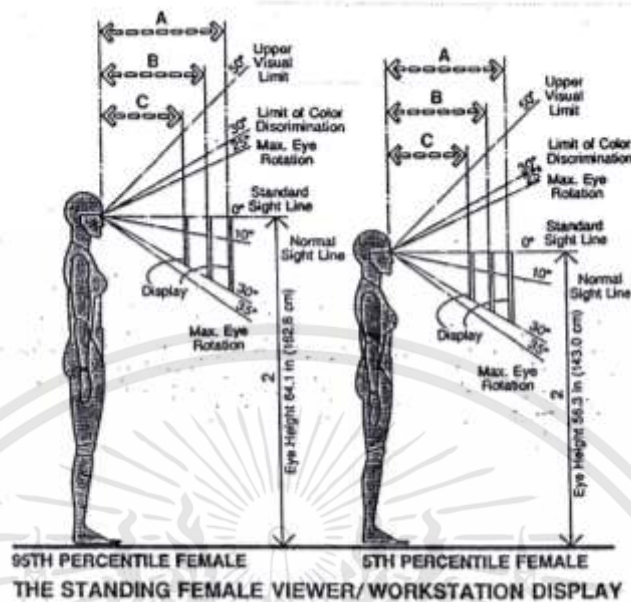
(1) The standing male viewer.



ภาพที่ 2.29 แสดงสัดส่วนของการมองเห็นของเพศชายในขณะยืนตรง

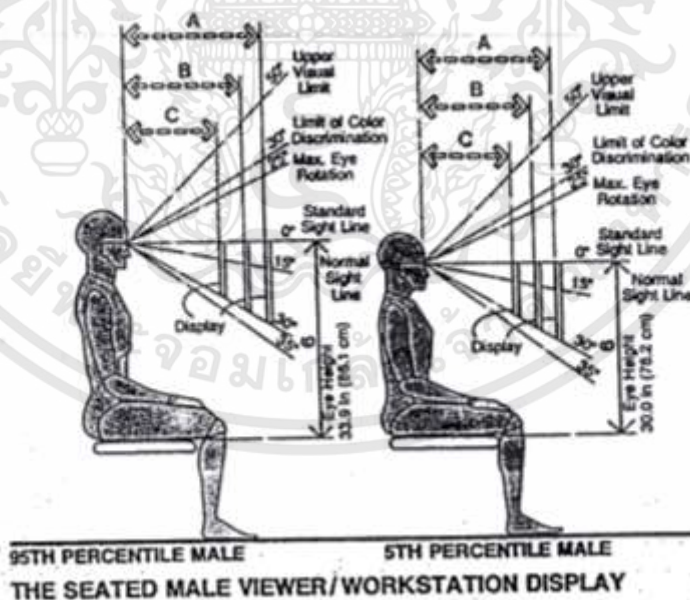
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) The standing female viewer.



ภาพที่ 2.30 แสดงสัดส่วนของการมองเห็นของเพศหญิงในขณะยืนตรง

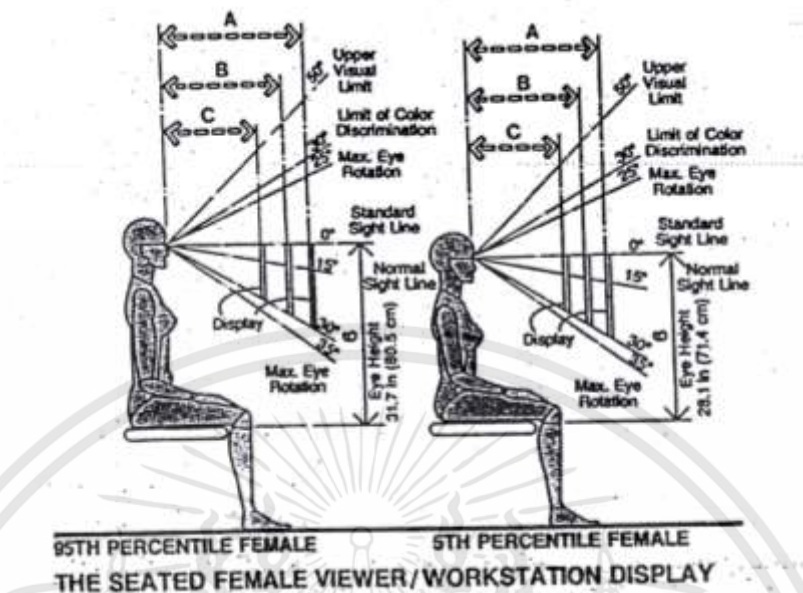
(3) The seated male viewer.



ภาพที่ 2.31 แสดงสัดส่วนของการมองเห็นของเพศชายในขณะนั่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) The seated male viewer.

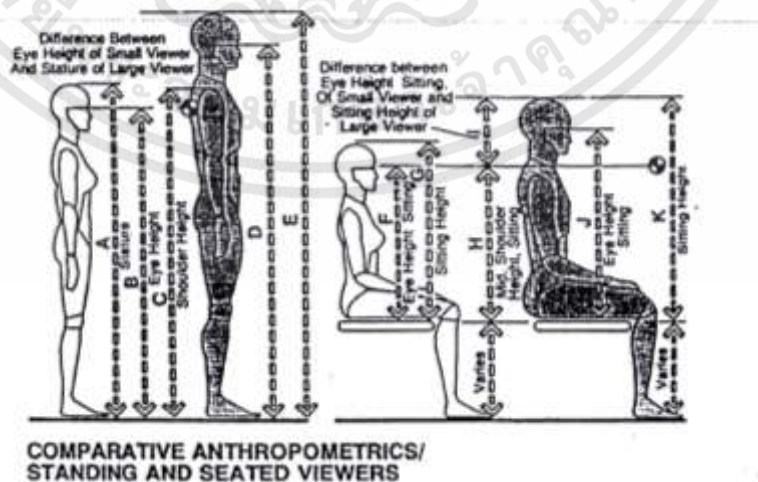


ภาพที่ 2.32 แสดงสัดส่วนของการมองเห็นของเพศหญิงในขณะนั่ง

ตารางที่ 2.1 แสดงระยะการมองเห็นของเพศชายและเพศหญิง

	in	Cm.
A	28 - 29	71.1 - 73.7
B	18 - 22	45.7 - 55.9
C	13 - 16	33.0 - 40.6

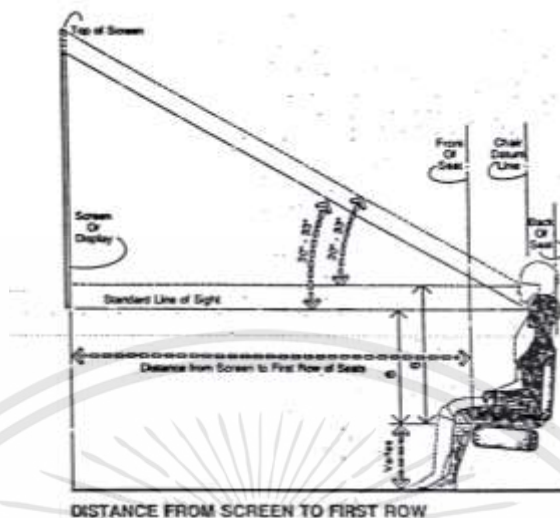
(5) Comparative anthropometrics/Standing and seated viewers.



ภาพที่ 2.33 แสดงสัดส่วนความสูงของระดับสายตาระหว่างคนตัวใหญ่และตัวเล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(6) Distance from screen to first row.



ภาพที่ 2.34 แสดงระยะห่างและองศาการมองเห็นจากผู้ชมถึงหน้าจอ

ตารางที่ 2.2 แสดงขนาดความสูงของระดับสายตาระหว่างคนตัวใหญ่และตัวเล็ก

	in	Cm.
A	59.0	149.9
B	56.3	143.0
C	57.8	146.8
D	68.6	174.2
E	72.8	184.9
F	28.1	71.4
G	29.6	75.2
H	27.3	69.3
I	9.3	23.6
J	33.9	86.1
K	36.6	93.0

2.7 ศึกษาวัสดุที่ใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

2.7.1 ประวัติความเป็นมาของกระดาษ

กระดาษ (Paper) คำว่า กระดาษ ตรงกับคำว่า Paper ในภาษาอังกฤษ และคำว่า Paper มีรากศัพท์มาจาก คำว่า Papyrus อันเป็นภาษากรีก ซึ่งเรียกว่าวัสดุสำหรับใช้เขียน ที่ชาวอียิปต์ได้คิดขึ้นในภาษาไทย คำว่า กระดาษนั้นไม่ใช่คำไทย แต่สันนิษฐานว่า เป็นคำที่แปลงมาจากภาษาโปรตุเกสว่า “Cartas” เข้าใจว่าโปรตุเกสคงเป็นผู้นำกระดาษแบบฝรั่งเข้ามา ก่อนในสมัยอยุธยา คำว่า “กระดาษ” จึงมีใช้ติดปากมาตั้งแต่สมัยนั้น ชาวอียิปต์โบราณได้นำ ต้นปาปิรัส (Papyrus) ซึ่งเป็นต้นกกน้ำชนิดหนึ่ง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาใช้เป็นวัสดุในดารเขียนหนังสือเป็นเวลากว่า 5,000 ปี มาแล้ว ในสมัยต่อมาชาวกรีกและโรมันได้หันมานิยมจารึกตัวหนังสือลงบนแผ่นหนังสัตว์ กรรมวิธีในการทำกระดาษปาปรัสของอียิปต์นั้น กระทำโดยการจัดวางต้นกกปาปรัสให้เป็นแนวขวางซัดกัน และนำมาบดจนแน่นพร้อมทั้งทำให้แห้งโดยการตากแดด ซึ่งกระบวนการการผลิกระดาษสำหรับใช้เขียนหนังสือ ในยุคโบราณก็ได้ถูกเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านวัสดุและวิธีการให้บังเกิดผลดียิ่งขึ้นจนถึงสมัยปัจจุบัน ถึงแม้คำว่า Paper จะมาจาก Papyrus แต่ในความเป็นจริงแล้ว ผู้ที่ได้ประดิษฐ์กระดาษอย่างแท้จริงกลับได้แก่ชาวจีน เมื่อ 2,000 ปีล่วงมาแล้ว ไช่ลั่น นักประดิษฐ์ชาวจีนได้นำเศษแหเก่า ๆ เศษผ้าขี้ริ้ว ตลอดจนเศษพืช นำมาต้มและทุบให้เปื่อย เมื่อนำมารวมกับน้ำก็จะเป็ยเยื่อกระดาษ (Pulp) นำเยื่อกระดาษ ดังกล่าวมาเกลี่ยบน ตระแกรงตามแนวนอนปล่อยให้ น้ำไหลออก จากตระแกรงแล้วนำมาบดอัดให้แห้ง ซึ่งข้อแตกต่างระหว่างกระดาษปาปรัสกับกระดาษในปัจจุบัน ก็คือ ในสมัยอียิปต์เส้นใยของต้นปาปรัสจะถูกฝาน จนเป็นแผ่นบางแล้วนำมาเรียงขวางสลับกัน แต่กระดาษในปัจจุบัน เยื่อกระดาษจะถูกนำมาย่อยจากเส้นใยของพืช และเส้นใยเหล่านี้จะถูกวางอย่างไม่เป็นระเบียบ ซึ่งจะมีผลทำให้กระดาษมีความเหนียวกว่าแต่ก่อน เทคนิคการผลิตกระดาษนี้แพร่หลาย จากจีนไปสู่ยุโรปตะวันตก โดยผ่านอาหรับ แต่อหรับไม่ส่งเสริมการพิมพ์ ดังนั้นกว่าที่เทคนิคการผลิตกระดาษจะเข้าสู่ยุโรป ก็เป็นสมัยยุคกลางตอนปลาย และเมื่ออังกฤษได้เริ่มตั้งโรงงานผลิตกระดาษขึ้นครั้งแรก ที่เมือง Herfordshire ใน ปี ค.ศ. 1490 กระดาษก็ได้ทำหน้าที่แพร่ขยายวรรณกรรมออกไปอย่างกว้างขวาง และความต้องการการใช้กระดาษ แม้ว่าในทุกวันนี้เยื่อกระดาษจะสามารถจะผลิต จากวัสดุได้หลายชนิดและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการผลิตกระดาษจะสมบูรณ์ขึ้นเพียงไร แต่หลักการพื้นฐานของการผลิตกระดาษก็ยังคงไม่เปลี่ยนแปลง ในปัจจุบันแม้จะมีกระดาษหลายพันชนิด

ผู้ผลิตและจำหน่ายกระดาษขนาดใหญ่สำหรับใช้ในโรงพิมพ์จะมีการบรรจุกระดาษเป็นห่อๆ ละ 500 แผ่นซึ่งเรียกว่า 1 รีม และมีการจัดขนาดของกระดาษเป็นมาตรฐาน ดังนี้

ขนาด	31 x 43	นิ้ว
ขนาด	35 x 43	นิ้ว
ขนาด	28 x 40	นิ้ว
ขนาด	25 x 36	นิ้ว
ขนาด	24 x 35	นิ้ว

2.7.2 ขนาดพิมพ์

เครื่องพิมพ์ในระบบออฟเซ็ทแบบป้อนแผ่นมีขนาดต่าง ๆ กัน ซึ่งยังผลให้ต้องตัดเจียนกระดาษ ที่สั่งซื้อมาให้เหมาะเครื่องพิมพ์แต่ละเครื่องก่อนที่จะนำมาพิมพ์งาน ขนาดของเครื่องพิมพ์จะเรียกตามขนาดกระดาษที่ใหญ่ที่สุดที่สามารถเข้าเครื่องได้ ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

ขนาดตัดหนึ่ง	พิมพ์กระดาษได้ใหญ่สุด	35 x 49	นิ้ว
ขนาดตัดสอง	พิมพ์กระดาษได้ใหญ่สุด	25 x 36	นิ้ว
ขนาดตัดสองพิเศษ	พิมพ์กระดาษได้ใหญ่สุด	28 x 41	นิ้ว
ขนาดตัดสาม	พิมพ์กระดาษได้ใหญ่สุด	21 x 31	นิ้ว
ขนาดตัดสี่	พิมพ์กระดาษได้ใหญ่สุด	18 x 25.5	นิ้ว
ขนาดตัดสี่พิเศษ	พิมพ์กระดาษได้ใหญ่สุด	21 x 28	นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ยังมีเครื่องพิมพ์ขนาดเล็ก คือ ขนาดตัดห้า ขนาดตัดแปด ขนาดตัดสิบเอ็ด หรือ เล็กกว่านั้น เครื่องพิมพ์ในระบบออฟเซ็ทแบบป้อนม้วนจะวัดขนาดด้วยข้อจำกัดของเส้นรอบวงของ โมลพิมพ์ โดยมีขนาดด้านเข้าเครื่องตายตัว ส่วนด้านขวางเครื่องสามารถปรับความกว้างได้ ส่วนใหญ่ เครื่องพิมพ์ที่มีอยู่จะมีขนาดด้านเข้าเครื่องจะมี 21 นิ้ว กับ 24 นิ้ว

ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ ให้คำนึงถึงชิ้นงานเทียบกับแผ่นพิมพ์เพื่อเป็นการประหยัดและไม่ให้เกิดการเสียเศษกระดาษ สำหรับการพิมพ์บนเครื่องพิมพ์แบบป้อนแผ่น ให้นำชิ้นงานมาวางลงใน กระดาษขนาดพิมพ์ซึ่งถูกตัดแบ่งมาจากขนาดมาตรฐานต่าง ๆ (เช่น กระดาษขนาด 31 x 43 นิ้ว เข้า เครื่องตัดสี่ ต้องแบ่งสี่ส่วนได้แผ่นพิมพ์ขนาด 15.5 x 21.5 นิ้ว) ว่ามีการเสียเศษมากน้อยเพียงใด แต่ หนึ่งต้องไม่วางชิดจนเกินไป ให้มีการเว้นช่องว่างระหว่างชิ้นงานไม่ต่ำกว่า 5 มิลลิเมตร และเว้นระยะห่าง ของชิ้นงานจากขอบกระดาษด้านยาวด้านหนึ่งไม่ต่ำกว่า 20 มิลลิเมตร ส่วนด้านที่เหลือไม่ต่ำกว่า 5 มิลลิเมตร

2.7.3 ชนิดและรายละเอียดของกระดาษที่มีจำหน่ายเป็นแผ่น

(มณูญ ไชยสมบูรณ์. 2008: ออนไลน์) เนื่องจากแหล่งผลิตกระดาษมาจากหลาย ๆ แหล่ง และมีความแตกต่างกันในกรรมวิธีการผลิตและการกำหนดรายละเอียด ข้อมูลตามตารางข้างล่างจึงเป็น แนวทางเพื่อให้เห็นภาพรวม ในทางปฏิบัติอาจมีรายละเอียดที่ต่างกันออกไป

ตารางที่ 2.3 แสดงรายละเอียดของกระดาษแต่ละชนิด

ชนิด	ขนาด (นิ้ว)	น้ำหนัก (กรัมตารางเมตร)	เหมาะสำหรับ ประเภทงาน
กระดาษปรี๊ฟ	31x43	48.8, 50,55	หนังสือพิมพ์ หนังสือ แผ่นพับ
กระดาษแบงค์	31x43 25x35.5	45, 55, 70, 80, 100	แบบฟอร์มต่าง ๆ
กระดาษปอนด์	31x43 24x35	55, 60, 70, 80, 100, 120	แผ่นพับ หนังสือ แบบฟอร์ม
กระดาษถนอมสายตา	31x43 24x35	65, 70, 75	หนังสือ แผ่นพับ
กระดาษอาร์ตมัน/ด้าน	31x43 24x35 25x36	85, 90, 100, 105, 115, 120, 128, 130, 150, 157, 160	แผ่นพับ โบรชัวร์ หนังสือ
กระดาษอาร์ตมันหน้าเดียว	31x43	75, 80, 85, 90	ฉลากบรรจุภัณฑ์
กระดาษกราฟสีขาว	31x43 35x47	100, 110, 120	ถุงกระดาษ
กระดาษกราฟที่น้ำตาล	31x43 35x47	80, 110, 125	ถุงกระดาษ ซอง เอกสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชนิด	ขนาด (นิ้ว)	น้ำหนัก (กรัมตารางเมตร)	เหมาะสำหรับ ประเภทงาน
กระดาษการ์ดสี	31x43 25x35.5 34x40.5	110, 120, 150, 180, 210, 240, 270, 300, 350	แฟ้ม ปกหนังสือ การ์ด นามบัตร
กระดาษอาร์ตการ์ดหน้า เดียว	31x43	170, 180, 190, 200, 210, 220, 230, 240, 250, 260, 270, 275, 280, 300, 325, 330, 350, 380, 390	กล่องบรรจุภัณฑ์ ป้าย
กระดาษอาร์ตการ์ดสอง หน้า	31x43 25x36	190, 210, 230, 260, 300, 310, 360	ปกหนังสือ กล่อง ป้าย นามบัตร
กระดาษกล่องขาว (ไม่ เคลือบผิว)	31x43 35x43	180, 230, 250, 270, 290, 310, 350, 400, 450, 500	กล่องบรรจุภัณฑ์ ป้าย
กระดาษกล่องแป้ง(เคลือบ ผิวมัน)	31x43 35x43	250, 270, 310, 350, 400, 450, 500, 550, 600	กล่องบรรจุภัณฑ์ ป้าย
กระดาษกล่องแป้งหลังขาว	31x43 35x43	220, 250, 270, 310, 350, 400, 450, 500, 550, 600	กล่องบรรจุภัณฑ์ ป้าย
กระดาษแข็ง	31x27	430, 535, 642, 752, 845, 1110, 1324, 1544, 1730, 2000	ใส่ในปกแข็ง ปฏิทินตั้ง โต๊ะบรรจุภัณฑ์
กระดาษแฟนซีต่าง ๆ	25x37 31x43	100, 120, 160, 200, 240, 300, 360	นามบัตร หัวจดหมาย ปกและเนื้อในหนังสือ

2.8 ศึกษาหลักการวิเคราะห์ข้อมูลและทฤษฎีความพึงพอใจ

2.8.1 หลักการวิเคราะห์ (analysis) เป็นความสามารถในการแยกแยะเรื่องราวสิ่งต่าง ๆ ออกเป็นส่วนย่อย ๆ ได้ว่าเรื่องราวหรือสิ่งนั้น ๆ ประกอบด้วยอะไรบ้าง มีความสำคัญอย่างไร อะไรเป็นเหตุอะไรเป็นผล และที่เป็นไปอย่างนั้นอาศัยหลักการอะไร การวิเคราะห์แบ่งเป็น 3 ลักษณะคือ

(1) การวิเคราะห์ความสำคัญ (analysis of elements) เป็นความสามารถในการค้นหาจุดสำคัญหรือหัวใจของเรื่อง ค้นหาสาเหตุ ผลลัพธ์ และจุดมุ่งหมายสำคัญของเรื่องต่าง ๆ เช่นอ่านบทความแล้วบอกได้ว่าใจความสำคัญของเรื่องคืออะไร เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ (analysis of relationship) เป็นความสามารถในการค้นหาความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันและการพาดพิงกันระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ว่ามีความเกี่ยวข้องกันในลักษณะใด คล้อยตามกัน หรือขัดแย้งกัน เกี่ยวข้องกัน หรือไม่เกี่ยวข้องกัน เช่น แยกข้อความที่ไม่จำเป็นในคำถามได้ ค้นหาความสัมพันธ์ของเบญจศีลกับเบญจธรรมเป็นรายชื่อได้ เป็นต้น

(3) วิเคราะห์หลักการ (analysis of organizational principles) เป็นความสามารถในการค้นหาว่าการที่โครงสร้าง ระบบของวัตถุ สิ่งของ เรื่องราวและการกระทำต่าง ๆ ที่ร่วมกันอยู่ในสภาพเช่นนั้นได้เพราะยึดหลักการหรือแกนอะไรเป็นสำคัญ เช่น การที่กระตักน้ำร้อนสามารถเก็บความร้อนไว้ได้เพราะยึดหลักการใด เป็นต้น

2.8.2 หลักการสังเคราะห์ (synthesis)

(พรรณพร น่วมสำลี. 2548: 23) กล่าวว่า หลักการสังเคราะห์เป็นความสามารถในการผสมผสานส่วนย่อยต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อเป็นสิ่งใหม่อีกรูปแบบหนึ่งมีคุณลักษณะ โครงสร้าง หรือหน้าที่ใหม่ที่แปลกแตกต่างไปจากของเดิม แบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ

(1) การสังเคราะห์ข้อความ (production of unique communication) เป็นความสามารถในการสังเคราะห์ข้อความโดยสื่อ หรือโดยการพูด การเขียน การวิพากษ์วิจารณ์ หาข้อยุติบางประการ เช่น สามารถแต่งเรื่องราวหรือบทกลอนได้โดยไม่ลอกเลียนใคร สามารถวาดภาพ โดยอาศัยจินตนาการของตนเองได้ เป็นต้น

(2) การสังเคราะห์แผนงาน (production of plan, or proposed set of operation) เป็นความสามารถในการกำหนดแนวทางวางแผน ออกแบบ เขียนโครงการหรือโครงการต่าง ๆ ล่วงหน้าขึ้นมาใหม่ให้สอดคล้องกับข้อมูลและจุดมุ่งหมายที่วางไว้ เช่น เขียนโครงการวิทยาศาสตร์ได้ วางแผนจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ได้ เป็นต้น

(3) การสังเคราะห์ความสัมพันธ์ (derivation of a set of abstract relations) เป็นความสามารถในการนำเอานามธรรมย่อย ๆ มาจัดระบบของข้อเท็จจริงหรือส่วนประกอบมาผสมผสานให้เป็นสิ่งสำเร็จรูปหน่วยใหม่ที่แปลกไปจากเดิม เกิดเป็นเรื่องราวใหม่ เป็นทฤษฎีกฎ สมมติฐาน หรือสูตรขึ้น เช่น ให้ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับปัญหาที่มีสาเหตุและผลของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ เมื่อกำหนดข้อเท็จจริงหรือเงื่อนไขของเรื่องราวให้ แล้วสมมติฐานสถานการณ์ที่เกิดขึ้นสามารถหาข้อยุติหรือข้อสรุปของเรื่องนั้นในแง่มุมต่าง ๆ ได้

2.8.3 การศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจ

2.8.3.1 ความหมายของความพึงพอใจ (Satisfaction) ได้มีการศึกษาตั้งช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 โดยเกิดขึ้นในประเทศอังกฤษ ยุโรป รวมทั้งในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเรื่องที่สำคัญที่นิยมศึกษา ได้แก่ การมุ่งตอบคำถามที่ว่าทำอะไรจึงจะเอาชนะความจำเจและความน่าเบื่อของงาน และช่วงตอนต้นศตวรรษที่ 20 มีการเสนอแนะเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจ โดยการจ่ายอัตราค่าจ้างการทำงานเป็นรายชิ้น การมีช่วงเวลาในการพักจากการทำงาน การทำให้งานมีความแตกต่างหลากหลายกันออกไป เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เป็นต้น ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจก็ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

(1) “พึง” เป็นคำช่วยกริยาอื่น หมายความว่า ควร เช่น พึงใจ หมายความว่าพอใจชอบใจ

(2) “พอ” หมายความว่า เท่าที่ต้องการ เต็มความต้องการ ถูกชอบ ดังนั้น เมื่อนำคำมาผสมกัน “พึงพอใจ” จะหมายความว่า ชอบใจ ถูกใจตามที่ต้องการจนถึงปัจจุบันจากการสำรวจถึงแนวความคิดเกี่ยวกับ “ความพึงพอใจ” ของ ออสกัมส์

(ฉัตรชัย คงสุข. 2535: 20-22) กล่าวว่า ความพึงพอใจมีความหมายอยู่ใน 3 นัย คือ

(1) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลปฏิบัติจริง ได้เป็นไปตามที่บุคคลได้คาดหวังไว้

(2) ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ

(3) ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็นไปตาม หรือตอบสนองต่อคุณค่าของบุคคล

จากความหมายทั้ง 3 นัยดังกล่าว Oskamps เห็นว่าได้นำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีว่าด้วยความพึงพอใจต่องาน 3 ทฤษฎีที่สำคัญ คือ ตามความหมายแรกอยู่ในกลุ่มทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theories) ตามความหมายที่สองอยู่ในกลุ่มทฤษฎีความต้องการ (Need Theories) และความหมายตามนัยที่สาม จัดอยู่ในทฤษฎีคุณค่า (Value Theories)

(นริษา นราศรี 2544: 28) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ทำให้ทุกคนเกิดความสบายใจเนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของเขา และทำให้เกิดความสุข

(อมร รักษาสัตย์.2522:12) มีความเห็นว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นมาตรการอย่างหนึ่ง ที่ใช้วัดประสิทธิภาพของการบริหารงานได้ เพราะการจัดบริการของรัฐนั้นมีใช้สักแต่จะทำให้เสร็จ ๆ ไป แต่หมายถึงการให้บริการที่ดีเป็นที่พอใจของประชาชน

(วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ. 2527: 31) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพอใจ ในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

(สุภัททา ปินทะแพทย์. 2532: 71) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ คือ อารมณ์ซึ่งเป็นสภาวะของร่างกายในขณะที่มีความรู้สึกเกิดขึ้น

(ภิญโญ สาทร. 2537: 271-272) ได้สรุปความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจของบุคคล เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับประโยชน์ที่ได้รับ และในขณะเดียวกันก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ชอบ หรือ พอใจต่อองค์ประกอบ และสิ่งจูงใจในด้านอื่น ๆ

(หลุย จำปาเทศ. 2533:31) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความต้องการ (need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุขสังเกตได้จากสายตา คำพูดและการแสดงออก

(กาญจนา อรุณสุขุรจี. 2546: 5) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่า บุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสร้างสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

2.8.3.2 การวัดความพึงพอใจ เนื่องจากความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม และค่อนข้างซับซ้อน จึงสามารถวัดได้โดยทางอ้อมโดยวัดความคิดเห็นของบุคคลนั้นแทน ทั้งนี้การวัดความคิดเห็นของบุคคลนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึงจะสามารถวัดความพึงพอใจได้ ฉะนั้นการวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตที่จำกัดด้วย อาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นเกิดขึ้นถ้าบุคคลเหล่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนเหล่านี้ย่อมเกิดขึ้นได้เป็นธรรมดาของการวัดโดยทั่วไป

(พรรณพร น่วมสำลี. 2548: 23 อ้างใน ภณิดา ชัยปัญญา. 2541: 11) กล่าวว่า มีวิธีที่สามารถวัดความพึงพอใจได้ ดังนี้

(1) การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถามจัดทำแบบสอบถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็น สามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ ซึ่งคำถามดังกล่าวอาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ

(2) การสัมภาษณ์ เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยตรงซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดี จึงจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง

(3) การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจ” เป็นการแสดงความรู้สึกที่ยินดีของเฉพาะบุคคลในการตอบสนองความต้องการในส่วนที่ขาดหายไป ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยเหล่านั้นสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลทั้งทางร่างกายและจิตใจได้อย่างเหมาะสมเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลที่จะเลือกปฏิบัติในกิจกรรมนั้น ๆ

2.9 ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชิตชบา สายใจและรัฐพล อันแดง (2558: 164) การพัฒนาสื่อการอบรมเพื่อป้องกันและควบคุมโรคไข้เลือดออกในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครมี วัตถุประสงค์เพื่อสร้างสื่อในการให้ความรู้สำหรับประชาชนในการป้องกันและควบคุมโรคและเพื่อประเมินความรู้ของประชาชนก่อนและหลังการอบรมให้ความรู้ด้วยสื่อที่พัฒนาขึ้น การศึกษานี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลองที่ศึกษาในประชากรของหมู่บ้านในเขตสายไหม ซึ่งประกอบด้วย 3 หมู่บ้าน จำนวน 320 คน โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ข้อมูลจากการทดสอบก่อนและหลังการอบรม ได้นำมาวิเคราะห์โดยการหาจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ Paired samples t-test

ผลการศึกษา พบว่า ผลการประเมินสื่อที่พัฒนาขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 ท่าน ในด้านเนื้อหาภาพและภาษาของแบบทดสอบที่ใช้สำหรับทดสอบก่อนและหลังการอบรมมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ใน ระดับมากและเมื่อนำสื่อไปใช้ในการฝึกอบรมแก่กลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในการป้องกันและควบคุมโรคไข้เลือดออกหลังการให้ความรู้โดยรวมสูงกว่าก่อนการให้ความรู้ และยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในการป้องกันและควบคุมโรคไข้เลือดออกหลัง การอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม โดยมีความคิดเห็นโดยรวมที่เปลี่ยนแปลงเป็นการเห็นด้วยที่มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อที่พัฒนาขึ้นนี้มีประสิทธิภาพที่ทำให้ประชาชนมีความรู้ การปรับเปลี่ยนทัศนคติและการปฏิบัติเพื่อป้องกันและควบคุมโรคไข้เลือดออก

ธัญพร ธนารุณ (2556: 1,12) งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนาสื่อความรู้สำหรับผู้สูงอายุที่เป็นโรคเบาหวานและเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้สูงอายุที่เป็นโรคเบาหวานเกิดความพึงพอใจในการเรียนรู้ โดยมีกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยคือผู้สูงอายุ โดยกำหนดพื้นที่เป็นกรณีศึกษา คือ โรงพยาบาลสระบุรีในแผนกอายุรกรรมและต้องได้รับการวินิจฉัยจากแพทย์ว่าเป็นเบาหวานชนิดที่ 2 โดยผู้ป่วยจะต้องมีอายุ 60 ปี ขึ้นไป เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยได้แก่ แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อผสม เพื่อการเรียนรู้โรคเบาหวานในผู้ป่วยวัยชรา แบบประเมินสำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และแบบประเมินสำหรับเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ดำเนินการวิจัยทดลองแบบกลุ่มเดียว (One-shot case study) หลังจากนั้นวิเคราะห์เนื้อหา เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจหลังการใช้งาน ออกแบบนำเสนอโดยใช้แผนภาพแสดงการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์เชิงสถิติ

ผลการวิจัย พบว่า การออกแบบสื่อผสมเพื่อการเรียนรู้โรคเบาหวานในผู้ป่วยวัยชรา ควรมีรูปแบบการสอนลักษณะกลุ่มการเรียนรู้ โดยสื่อที่ใช้ควรมีขนาดใหญ่เพื่อให้เห็นภาพและตัวอักษรได้ชัดเจน มีตัวอักษรที่อ่านง่าย มีกิจกรรมประกอบทักษะการเรียนรู้กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ และมีภาพประกอบเพื่อการอธิบายให้ผู้ป่วยได้มีความเข้าใจได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการใช้สื่อการเรียนรู้อยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในการใช้งานและจัดเก็บอยู่ในระดับดี-ดีมาก มีความเหมาะสมและความสวยงามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอยู่ในระดับโดยรวมดี

เกศริน บุญเลิศ และ ทะเนตร อุฤทธิ์ (2559: 37) ผลการใช้สื่อโปสเตอร์เพื่อส่งเสริมทัศนคติการออกกำลังกายของพนักงานในสถานีน้ำมันขนาดย่อม งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านทัศนคติการออกกำลังกายของพนักงานในสถานีสervisน้ำมันขนาดย่อม เพื่อศึกษาผลของการใช้สื่อโปสเตอร์ในการส่งเสริมทัศนคติการออกกำลังกายของพนักงานในสถานีสervisน้ำมันขนาดย่อมและเพื่อพัฒนาสื่อโปสเตอร์การออกกำลังกายที่เหมาะสมในการช่วยส่งเสริมทัศนคติการออกกำลังกายของพนักงานในสถานีสervisน้ำมันขนาดย่อม กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เป็นพนักงานในสถานีสervisน้ำมันขนาดย่อม จำนวนทั้งสิ้น 46 คน โดยวิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล และแบบทดสอบความรู้ และแบบทดสอบทัศนคติ

ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลพื้นฐานด้านทัศนคติการออกกำลังกายก่อนได้รับสื่อของพนักงานส่วนใหญ่ไม่ให้ความสนใจ เรื่องการดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายและหลังจากพนักงานได้รับความรู้จากสื่อโปสเตอร์เรื่องการออกกำลังกายส่งผลเรื่องทัศนคติเกี่ยวกับการออกกำลังกายสูงกว่าก่อนรับรู้จากสื่อโปสเตอร์จึงสรุปได้ว่าสื่อโปสเตอร์มีผลต่อทัศนคติการออกกำลังกายของพนักงาน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการดำเนินวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน
2. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน
3. เพื่อประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน
 - 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 3.3 การสร้างเครื่องมือ
 - 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ขั้นตอนการศึกษาและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

3.1.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 3.1.1.1 ประชากร ได้แก่ แพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สจล. ทั้งหมดจำนวน 15 ท่าน
- 3.1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ แพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สจล. ทั้งหมดจำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ของ พรสนอง วงศ์สิงทอง (2550: 125)

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือ เพื่อศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจำนวน 3 ชุด เพื่อสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนและใช้การถ่ายภาพ จดบันทึกเพื่อความครบถ้วนของข้อมูล

3.1.3 การสร้างเครื่องมือ

3.1.3.1 ผู้วิจัยศึกษาข้อมูล เอกสารงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและศึกษาข้อมูลมีความสอดคล้องกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มเจ้าหน้าที่แพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สจล. โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) สอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ วุฒิการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านแผ่นพับ ของ ศิริพรรณ ปีเตอร์ (2549: 202) ดังนี้

- (1) ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร
- (2) การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น
- (3) การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา
- (4) การใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสม สอดคล้องกับระยะเวลาการอ่าน
- (5) การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น ๆ
- (6) การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย
- (7) การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่ายและสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน

ด้านวีดิทัศน์ ของ ดิเรก ธีระภูธร (2555: ออนไลน์) ดังนี้

- (1) การเลือกใช้สีตามหลักการออกแบบ
- (2) การใช้รูปภาพ (Graphic & Photo) เพื่อความสวยงามและดึงดูดความสนใจ
- (3) การเพิ่มวิดีโอและเสียงประกอบดึงดูดใจผู้ชม
- (4) การใช้ข้อความ
- (5) การกำหนดโครงสร้างหน้าจอให้พอดีเหมาะกับการนำเสนอข้อมูล

3.1.4 การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการตรวจประโยคและอักษรของข้อความในแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อให้ข้อความมีความถูกต้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของงานวิจัย เพื่อและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยจะนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

- (1) รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดิ์
คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (2) รศ.ดร.บุญจันทร์ สีสันต์
คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (3) ผศ.ดร.กฤษณา คิตดี
คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.5.1 ผู้วิจัยศึกษาเอกสารงานวิจัยจากฐานข้อมูลออนไลน์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัย และฐานข้อมูลออนไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโรคภาวะซึมเศร้า เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

3.1.5.2 ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนและนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบประโยคและอักษรของข้อความในแบบสัมภาษณ์และนำไปแก้ไขตามคำแนะนำต่อไป

3.1.5.3 ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล จากสำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ แพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สจล.

3.1.5.4 เก็บข้อมูลต่างๆ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มแพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สจล. เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุของการเกิดภาวะซึมเศร้าและวิธีการรักษาภาวะซึมเศร้า ลักษณะการเก็บข้อมูลใช้การ จดบันทึกและการถ่ายภาพ เพื่อความครบถ้วนของข้อมูล

3.1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การจดบันทึกและการถ่ายภาพที่ได้จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลนำมาวิเคราะห์และสรุปผลเป็นเชิงคุณภาพแล้วนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนต่อไป

3.2 ขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

3.2.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1.1 ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อด้านกราฟิกและสื่อด้านคอมพิวเตอร์ ทั้งหมด 6 ท่าน

3.2.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

(1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ซึ่งผู้วิจัยได้ขอคำปรึกษาคำแนะนำและข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรคภาวะซึมเศร้า โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ของ พรสนอง วงศ์สิงทอง (2550: 125)

เกณฑ์การเลือกผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานหรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยโรคภาวะซึมเศร้า ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป

(1.1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

(1.1.1) พญ.อัมพา เตชาภิมุขกุล เป็นจิตแพทย์ประจำคลินิก สจล.

(1.1.2) ดร.ปุณณดา จิระอนันท์ เป็นแพทย์ประจำคลินิก สจล.

(1.1.3) นพ.ณชารินทร์ พิภพทรศนิ เป็นนายแพทย์ประจำคลินิก สจล.

(2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งผู้วิจัยได้ขอคำปรึกษา คำแนะนำที่เกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ของ พรสนอง วงศ์สิงทอง (2550: 125)

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ คือ ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานหรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป

(2.1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

(2.1.1) อาจารย์วัชรินทร์ คงพิบูล

คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(2.1.2) คุณธนภฤต ขาติเชิดศักดิ์

Senior computer graphic

(ผู้เชี่ยวชาญสื่อด้านกราฟิกและด้านคอมพิวเตอร์)

(2.1.3) คุณทะนงศักดิ์ นุ่มดี

Senior computer graphic

(ผู้เชี่ยวชาญสื่อด้านกราฟิกและด้านคอมพิวเตอร์)

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.2.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลโรคซึมเศร้า แบ่งออกเป็นด้านสื่อแผ่นพับและด้านสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 3 ชุด เนื้อหาเกี่ยวกับโรคซึมเศร้าสำหรับสื่อแผ่นพับ จำนวน 1 เรื่อง และเนื้อหาเกี่ยวกับโรคซึมเศร้าสื่อวีดิโอ จำนวน 3 เรื่อง

3.2.2.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ คือ ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็นด้านสื่อแผ่นพับและด้านสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 3 ชุด แบบภาพร่างสื่อแผ่นพับ (Sketch design) จำนวน 1 แบบ และสตอรี่บอร์ด (Story Board) สำหรับสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 3 เรื่อง เพื่อประเมินรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาสร้างต้นแบบจริง

3.2.3 การสร้างเครื่องมือ

3.2.3.1 ศึกษาเอกสาร ข้อมูลเกี่ยวกับโรคภาวะซึมเศร้าและการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาโรคซึมเศร้าเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสื่อด้านแผ่นพับและสื่อด้านวีดิทัศน์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ภูมิภาคการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับเนื้อหาสำหรับออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ใช้กรอบแนวความคิดด้านเนื้อหาสำหรับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

กรอบแนวความคิดด้านเนื้อหาสำหรับการออกแบบสื่อด้านแผ่นพับของ (ศิริพรรณ ปีเตอร์. 2549 : 202) ดังนี้

(1) ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร

(2) การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น

(3) การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา

กรอบแนวความคิดด้านเนื้อหาสำหรับการออกแบบสื่อด้านวีดิทัศน์ของ ดิเรก ชีระกูธร (2555: ออนไลน์) ดังนี้

(1) การเลือกใช้โทนสี

(2) การใช้รูปภาพ (Graphic & Photo)

(3) การใช้ข้อความ

โดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตรฐานประเมิน 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยระดับปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

โดยที่มีค่าเฉลี่ยเลขคณิต ดังนี้

4.50-5.00 = 5	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
3.50-4.49 = 4	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมาก
2.50-3.49 = 3	หมายถึง	เห็นด้วยระดับปานกลาง
1.50-2.49 = 2	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อย
1.00-1.49 = 1	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ข้อมูลเพิ่มเติมด้านเนื้อหาสำหรับออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

3.2.3.2 ศึกษาเอกสาร ข้อมูลการออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story Board) ภาพร่าง (Sketch design) และการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อด้านแผ่นพับและสื่อด้านวีดิทัศน์ เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ภูมิภาคการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนใช้กรอบแนวความคิดด้านการออกแบบ

กรอบแนวความคิดในการออกแบบสื่อด้านแผ่นพับของ (ศิริพรณ์ ปีเตอร์. 2549:202) ดังนี้

- (1) ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร
- (2) การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น
- (3) การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา
- (4) การใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสม สอดคล้องกับระยะเวลาการอ่าน
- (5) การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันประสานประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น ๆ
- (6) การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย
- (7) การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่าย และสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน

กรอบแนวความคิดในการออกแบบสื่อด้านวีดิทัศน์ของ ดิเรก ชีระภูธร (2555: ออนไลน์)

ดังนี้

- (1) การเลือกใช้สีตามหลักการออกแบบ
- (2) การใช้รูปภาพ (Graphic & Photo) เพื่อความสวยงามและดึงดูดความสนใจ
- (3) การเพิ่มวิดีโอและเสียงประกอบดึงดูดใจผู้ชม
- (4) การใช้ข้อความ
- (5) การกำหนดโครงสร้างหน้าจอให้พอดีเหมาะกับการนำเสนอข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตรฐานประเมิน 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยระดับปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

โดยที่มีค่าเฉลี่ยเลขคณิต ดังนี้

4.50-5.00 = 5	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
3.50-4.49 = 4	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมาก
2.50-3.49 = 3	หมายถึง	เห็นด้วยระดับปานกลาง
1.50-2.49 = 2	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อย
1.00-1.49 = 1	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้านแผนพับและวีดิทัศน์

3.2.4 การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหา IOC (Index of Item – Objective Congruence) หรือความเที่ยงตรงของแบบสอบทั้ง 3 ชุด เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน

ตรวจสอบหาความเที่ยงตรงโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

(1) รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดี

คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(2) รศ.ดร.บุญจันทร์ สีสันต์

คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(3) ผศ.ดร.กฤษณา คิตดี

คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เกณฑ์การให้คะแนนคำถาม

ผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจหาความสอดคล้องระหว่างคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด (Index Item of Congruent : IOC) โดยมีเกณฑ์คะแนน ดังนี้

+1	หมายถึง	คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
0	หมายถึง	คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์อย่างไม่แน่ใจ
-1	หมายถึง	แน่ใจในคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์

สูตรค่าความเที่ยงตรง (Index Item of Congruent : IOC)

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

IOC	หมายถึง	ดัชนีความสอดคล้อง
$\sum R$	หมายถึง	ผลคะแนนรวมการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ
N	หมายถึง	จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ข้อความ IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปเป็นคำถามที่ใช้ได้ ถ้าไม่ถึง 0.5 ต้องแก้ไขหรือตัดทิ้ง

3.2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.5.1 ทำการรวบรวมข้อมูลด้านเนื้อหาเกี่ยวกับโรคภาวะซึมเศร้า ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story Board) สำหรับสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 3 เรื่อง และภาพร่างสื่อแผ่นพับ (Sketch design) จำนวน 1 แบบ

3.2.5.2 จัดทำแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลโรคซึมเศร้าสำหรับสื่อแผ่นพับและสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 3 ชุด สำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและแบบสอบถามการออกแบบสื่อแผ่นพับและวีดิทัศน์ จำนวน 3 ชุด สำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนแล้วนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน IOC เพื่อแก้ไขตามที่ได้รับคำแนะนำ

3.2.5.3 ผู้วิจัยออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล จากสำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

3.2.5.4 นำข้อมูลด้านเนื้อหาเกี่ยวกับโรคภาวะซึมเศร้า สตอรี่บอร์ด (Story Board) สำหรับสื่อวีดิทัศน์ และภาพร่างสื่อแผ่นพับ (Sketch design) ไปปรับปรุงแก้ไขตามที่ได้รวบรวมข้อมูลมาจากกลุ่มตัวอย่างและนำไปสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ต้นแบบจริง

3.2.6 สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

3.2.6.1 สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)

$$\text{สูตร} \quad \bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด
	n	แทน	จำนวนข้อมูล

3.2.6.2 สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.)

$$\text{สูตร} \quad \text{S.D.} = \frac{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2}}{n(n-1)}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อ	S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
X		แทน	คะแนนแต่ละในกลุ่มตัวอย่าง
$n - 1$		แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ
n		แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$(\sum x)^2$		แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
$\sum x^2$		แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

3.2.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.7.1 นำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าและแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการออกแบบสื่อแผ่นพับและสื่อวีดิทัศน์ มาสรุปและวิเคราะห์ผลเป็นเชิงปริมาณ หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean : \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation S.D.) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบการบรรยายผล ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยระดับปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด
โดยที่มีค่าเฉลี่ยเลขคณิต ดังนี้		
4.50-5.00 = 5	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
3.50-4.49 = 4	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมาก
2.50-3.49 = 3	หมายถึง	เห็นด้วยระดับปานกลาง
1.50-2.49 = 2	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อย
1.00-1.49 = 1	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

3.3 ขั้นตอนการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

3.3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1.1 ประชากร ได้แก่ กลุ่มประชาชนทั่วไปแบบระบบออฟไลน์ (Offline) และระบบออนไลน์ (Online)

3.3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

(1) กลุ่มประชาชนทั่วไปแบบระบบออฟไลน์ (Offline) ภายในอาคารตึกกรมมีเพลส ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ จำนวน 10 ท่าน และภายในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ จำนวน 10 ท่าน รวมทั้งหมด 20 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) หรือเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling) (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์และประสพชัย พสุนนท์. 2559: 41)

(2) กลุ่มประชาชนทั่วไปจากระบบออนไลน์ (Online) จำนวน 50 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) หรือเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling) (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์และประสพชัย พสุนนท์. 2559: 41)

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.2.1 กลุ่มประชาชนทั่วไปแบบระบบออฟไลน์ (Offline) คือ แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไป โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านสื่อแผ่นพับและด้านสื่อวีดิทัศน์ ทั้งหมดจำนวน 20 ชุด ใช้การบันทึก VDO ถ่ายภาพและการจดบันทึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์

3.3.2.2 กลุ่มประชาชนทั่วไปจากระบบออนไลน์ (Online) คือ แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไป ผ่านระบบ google ฟอร์ม โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านสื่อแผ่นพับและด้านสื่อวีดิทัศน์ ใช้การจดบันทึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์

3.3.3 การสร้างเครื่องมือ

3.3.3.1 สร้างแบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนจากระบบออฟไลน์ (Offline) และ ระบบออนไลน์ (Online) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มประชาชนทั่วไปจากระบบออฟไลน์ (Offline) และระบบออนไลน์ (Online) โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถามเกี่ยวกับเพศ อายุ วุฒิการศึกษาและอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนจากระบบออฟไลน์ (Offline) และระบบออนไลน์ (Online)

ตอนที่ 2.1 แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อแผ่นพับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การพิจารณาของ (สิววุธ สุทธิ.2553: ออนไลน์) ดังนี้

- (1) เนื้อหามีการจัดลำดับชั้นการนำเสนอที่เหมาะสมถูกต้องและเข้าใจง่าย
- (2) ภาษาที่ใช้สื่อความหมายและเข้าใจได้ง่ายถูกต้องตามหลักไวยากรณ์
- (3) ด้านวัตถุประสงค์นำเสนอได้ชัดเจน ตรงประเด็น
- (4) ตัวอักษร ต้องมีความน่าสนใจความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ
- (5) ภาพประกอบ มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับเนื้อหา
- (6) สัญลักษณ์ ไอคอน ช่วยสื่อความหมายเกี่ยวกับแหล่งสารสนเทศได้ง่าย
- (7) รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจ ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ชัดเจน

ตอนที่ 2.2 แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การพิจารณาของ (สิววุธ สุทธิ. 2553: ออนไลน์) ดังนี้

- (1) เนื้อหามีการจัดลำดับชั้นการนำเสนอที่เหมาะสมถูกต้องและเข้าใจง่าย
- (2) ภาษาที่ใช้สื่อความหมายและเข้าใจได้ง่ายถูกต้องตามหลักไวยากรณ์
- (3) ด้านวัตถุประสงค์นำเสนอได้ชัดเจน ตรงประเด็น
- (4) ตัวอักษร ต้องมีความน่าสนใจความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ
- (5) ภาพประกอบ มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับเนื้อหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(6) สัญลักษณ์ ไอคอน ช่วยสื่อความหมายเกี่ยวกับแหล่งสารสนเทศได้ง่าย

(7) เทคนิควิธีการนำเสนอ มีความน่าสนใจ

โดยใช้เกณฑ์การรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยระดับปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

โดยที่มีค่าเฉลี่ยเลขคณิต ดังนี้

4.50-5.00 = 5	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
3.50-4.49 = 4	หมายถึง	เห็นด้วยระดับมาก
2.50-3.49 = 3	หมายถึง	เห็นด้วยระดับปานกลาง
1.50-2.49 = 2	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อย
1.00-1.49 = 1	หมายถึง	เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับผลการรับรู้ข้อมูลของประชาชนที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์

3.3.4 การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหา IOC (Index of Item – Objective Congruence) หรือความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทั้ง 3 ชุด เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบหาความเที่ยงตรงโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

(1) รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดิ์

คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(2) รศ.ดร.บุญจันทร์ สีสันต์

คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(3) ผศ.ดร.กฤษณา คิตดี

คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โดยเกณฑ์การให้คะแนนคำถามและสูตรที่ใช้คำนวณ

ผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจหาความสอดคล้องระหว่างคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด (Index Item of Congruent : IOC) โดยมีเกณฑ์คะแนน ดังนี้

+1	หมายถึง	คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
0	หมายถึง	คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์อย่างไม่แน่ใจ
-1	หมายถึง	แน่ใจในคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สูตรค่าความเที่ยงตรง (Index Item of Congruent : IOC)

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

IOC	หมายถึง	ดัชนีความสอดคล้อง
$\sum R$	หมายถึง	ผลคะแนนรวมการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ
N	หมายถึง	จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ข้อคำถาม IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปเป็นคำถามที่ใช้ได้ ถ้าไม่ถึง 0.5 ต้องแก้ไขหรือตัดทิ้ง

3.3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.5.1 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนที่มีสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับระบบออฟไลน์ (Offline) และระบบออนไลน์ (Online) แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน IOC และแก้ไขตามคำแนะนำ

3.1.5.2 นำสื่อประชาสัมพันธ์และแบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลสื่อแผ่นพับและสื่อวีดิทัศน์ให้กลุ่มประชาชนทั่วไปจากระบบออฟไลน์ (Offline) และระบบออนไลน์ (Online) ทำการประเมินหลังได้รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า ใช้การบันทึกภาพเคลื่อนไหว การถ่ายภาพ และการจัดบันทึกเพื่อความครบถ้วนของข้อมูล

3.3.6 สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

3.3.6.1 สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)

$$\text{สูตร} \quad \bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด
	n	แทน	จำนวนข้อมูล

3.3.6.2 สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.)

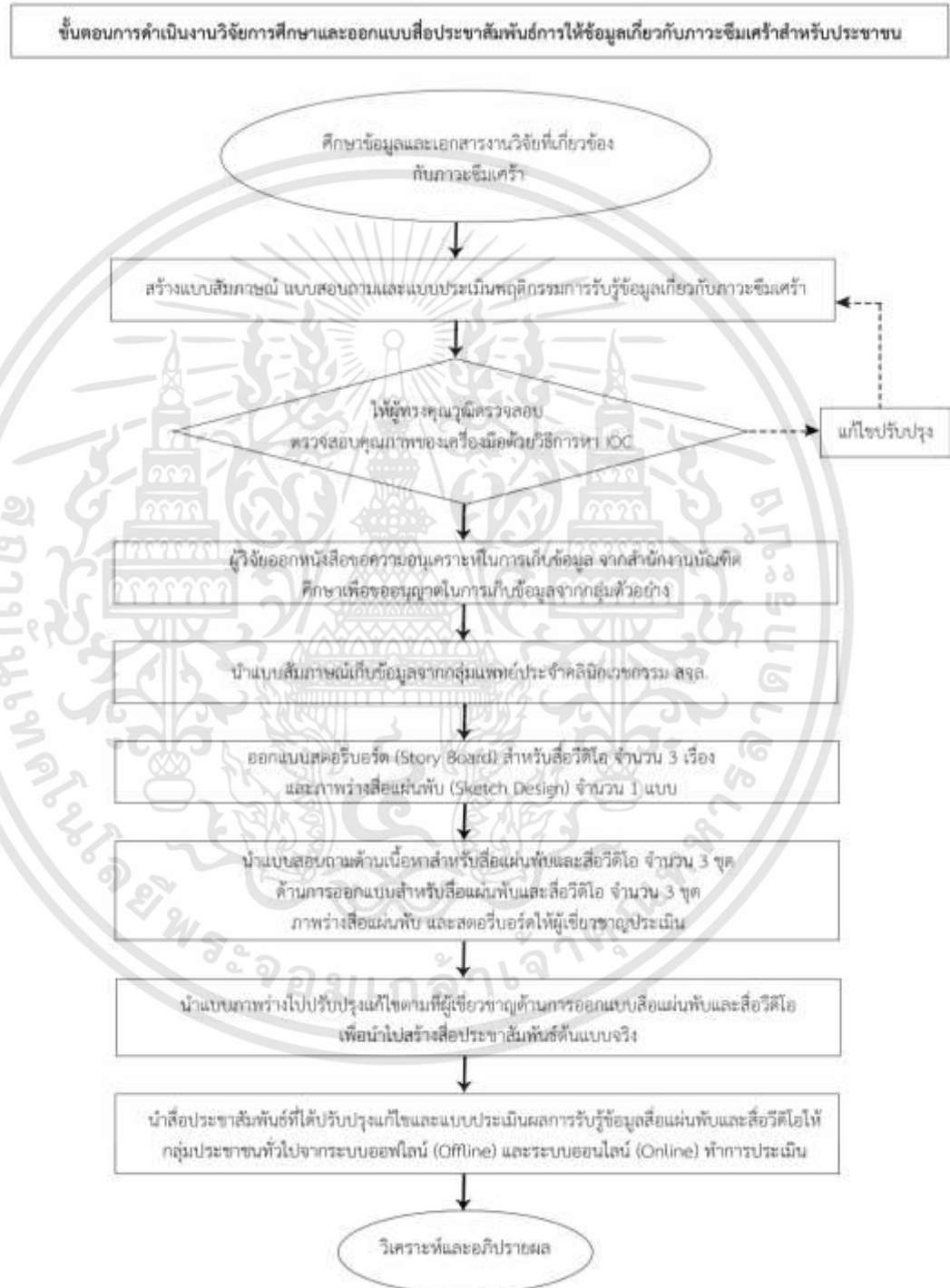
$$\text{สูตร} \quad \text{S.D.} = \sqrt{\frac{N(\sum x^2) - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	x	แทน	คะแนนแต่ละในกลุ่มตัวอย่าง
	$n - 1$	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.7.1 นำแบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลสื่อแผ่นพับและสื่อวีดิทัศน์ของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนจากระบบออฟไลน์ (Offline) และระบบออนไลน์ (Online) มาวิเคราะห์และสรุปผลในเชิงปริมาณ



ภาพที่ 3.1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

วิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยผู้วิจัยจำแนกผลการศึกษาข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน
- 4.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน
- 4.3 ผลการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

4.1 ผลการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

4.1.1 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า

ผู้วิจัยได้จำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า ออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. การวิเคราะห์ด้านเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับโรคภาวะซึมเศร้า
2. การวิเคราะห์ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลโรคภาวะซึมเศร้า

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า

เนื้อหา	รายการ
1.สาเหตุ	<ul style="list-style-type: none">- ปัจจัยทางชีวภาพ (Biological factors) ที่เกี่ยวข้องกับการเกิดโรคซึมเศร้า ได้แก่ ปัจจัยทางพันธุกรรม การเปลี่ยนแปลงความผิดปกติของระบบสารสื่อประสาท ฮอร์โมน รวมถึงความผิดปกติทางชีวภาพอื่น ๆ- ปัจจัยทางจิตสังคม (Genetic factors) ยังมีสมาชิกในครอบครัวป่วยโรคซึมเศร้ามากเท่าใด ก็ยิ่งเพิ่มโอกาสที่บุตรจะป่วยด้วยโรคซึมเศร้ามากขึ้นเท่านั้น เช่น หากบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่งป่วย บุตรจะมีโอกาสป่วยเป็นโรคซึมเศร้าถึงร้อยละ 10 – 25 บุตรของบิดามารดาที่เป็นโรคซึมเศร้าจะมีความเสี่ยงที่จะเป็นโรคซึมเศร้าเพิ่มสูงขึ้น แม้จะได้รับการเลี้ยงดูในครอบครัวที่ไม่มีการป่วยด้วยโรคนี้อีกก็ตาม และพบโพรงสมองที่โตขึ้น เปลือกสมองเหี่ยวลง ปริมาณเนื้อสมองลดลง ร่องสมองกว้างขึ้น มีการลดลงของเลือดที่ไปเลี้ยงสมอง- ปัจจัยทางความคิด (Cognitive factors) ความคิดที่บิดเบือนและกระบวนการคิดที่บิดเบือนไม่สมเหตุผล บุคคลที่เป็นโรคซึมเศร้าจะมีมุมมองทางลบต่อตัวเอง ประสบการณ์และสิ่งภายนอก รวมถึงอนาคต โดยจะมองว่าตนเองไม่มีความสามารถ ไม่เป็นที่การของใคร- ปัจจัยทางพฤติกรรม (Behavioral factors) ผู้ที่ประสบกับความล้มเหลวและความผิดหวังซ้ำ ๆ จะก่อให้เกิดความรู้สึกท้อแท้ สิ้นหวัง และหมด อาลัยตายอยาก การย่ำคิดถึงเรื่องเดิม ๆ เป็นเวลานาน ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

เนื้อหา	รายการ
	<p>- ปัจจัยทางสังคม (Interpersonal and social factors) เหตุการณ์ความเครียดต่าง ๆ ในชีวิต การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้ผู้ป่วยซึมเศร้าหลายรายมักจะประสบกับเหตุการณ์ความเครียดในชีวิตต่าง ๆ ในระยะ 6 เดือนถึง 1 ปี ก่อนที่จะเกิดอาการของโรคซึมเศร้า ได้แก่ อารมณ์เศร้าโศกจากการสูญเสีย ความขัดแย้งทางบทบาทสัมพันธภาพระหว่างบุคคล การเปลี่ยนผ่านบทบาท การเปลี่ยนช่วงวัย การเกษียณอายุ การหย่าร้าง ตกงาน ย้ายที่อยู่ เจ็บป่วย เป็นต้น</p>
2. อาการ	<p>- กลุ่มอาการทางอารมณ์ อาการที่เด่นชัดที่สุดของผู้ป่วยโรคซึมเศร้า คือ อารมณ์เศร้า ขาดความสนใจและแรงจูงใจในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และยังพบอาการอื่น ๆ เช่น รู้สึกกังวลไปล่วงหน้า อารมณ์หงุดหงิดและอารมณ์โกรธร่วมด้วย</p> <p>- กลุ่มอาการทางกาย ผู้ป่วยมักจะมีอาการอ่อนล้า หมดเรื้อรัง นอนไม่หลับ ตื่นกลางดึกบ่อยครั้ง น้ำหนักลดลงหรือเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ประจำเดือนผิดปกติ และยังมีพบอาการอื่น ๆ เช่น ปวดศีรษะ ปวดท้อง ท้องผูกหรือท้องเสียและคลื่นไส้อาเจียนร่วมด้วย</p> <p>- กลุ่มอาการทางจิตใจ ผู้ป่วยที่มีอาการทางจิตใจมักจะเคลื่อนไหวช้าลงจนแทบไม่ขยับ ไม่พูดคุย ผู้ป่วยบางรายมีอาการหงุดหงิด กระสับกระส่ายและลูกลี้ลูกกลน</p> <p>- กลุ่มอาการทางความคิด ผู้ป่วยจะขาดสมาธิ โดยส่วนใหญ่จะมีปัญหาเรื่องการคิดและการตัดสินใจ จะรู้สึกผิด มีความคิดโทษตัวเอง ท้อแท้ไร้ค่า จนถึงความคิดฆ่าตัวตาย</p> <p>- กลุ่มอาการทางสัมพันธภาพ (Cognitive symptoms) การไม่มีสมาธิ ซึ่งพบได้ถึงร้อยละ 84 การไม่สามารถคิดตัดสินใจ ความรู้สึกผิด ต่ำหน้าตัวเอง ท้อแท้สิ้นหวัง รู้สึกไร้ค่า จนอาจถึงความคิดอยากตาย หรือความคิดฆ่าตัวตาย</p>
3. ประเภท	<p>- โรคซึมเศร้าหลัก</p> <p>- ลักษณะอาการทางชีวภาพ ลักษณะอาการซึมเศร้าในกลุ่มนี้ถือเป็นอาการซึมเศร้าที่มีความรุนแรงอย่างเด่นชัด มีความผิดปกติทางชีวภาพ เช่น ความแปรปรวนของอารมณ์ในช่วงวัน เบื่ออาหาร น้ำหนักตัวลดลงอย่างเห็นได้ชัด เคลื่อนไหวเชื่องช้า และมีอาการหงุดหงิด</p> <p>- ลักษณะอาการทางโรคจิต อาการประมาณร้อยละ 15 ของผู้ป่วยจะมีอาการของโรคจิต เช่น อาการหลงผิด ประสาทหลอน หวาดระแวงว่าจะถูกปองร้าย จะถูกเอาชีวิต หมกมุ่นกังวลเกี่ยวกับร่างกาย ตื่นเช้ากว่าปกติ น้ำหนักลดลง</p> <p>- ลักษณะอาการที่ไม่เป็นไปตามแบบฉบับ จะมีอาการทางชีวภาพที่ตรงข้ามกับลักษณะอาการโดยทั่วไป เช่นอาการที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น หากประสบเหตุการณ์ที่ตีอารมณ์ก็จะดีขึ้น อยากอาหารเพิ่มขึ้น น้ำหนักตัวเพิ่มขึ้น นอนมากกว่าปกติ</p> <p>- ลักษณะอาการเคลื่อนไหวผิดปกติ เช่น การไม่เคลื่อนไหวหรือไม่ตอบสนองต่อสิ่งรอบข้าง นิ่งซึม หรือการเคลื่อนไหวที่มากเกินไปโดยไม่มีเป้าหมาย หรือการคงอยู่ในท่าทางแปลก ๆ หรือการเคลื่อนไหวในท่าเดิมซ้ำ ๆ หรือมีการพูดเลียนแบบตาม</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

เนื้อหา	รายการ
	<p>- โรคลี้มน้อยหรือไม่มีอาการ หมายถึง ผู้ที่อาการของโรคลี้มน้อยหรือไม่มีอาการอย่างต่อเนืองเป็นเวลา 2 ปี แต่ส่วนใหญ่ ผู้ที่มีอาการของโรคลี้มน้อยหรือไม่มีอาการจะมีความรุนแรงน้อยกว่าผู้ที่อาการของโรคลี้มน้อยหรือไม่มีอาการ โดยอาการของผู้ป่วยจะขึ้น ๆ ลง ๆ มีปัญหาเรื่องการนอนหลับและมีอาการทางชีวภาพร่วมด้วย ผู้ป่วยที่มีแนวโน้มจะป่วยนาน มีอาการเรื้อรังจะไม่สามารถหายขาดได้ มีโอกาสกลับมาเป็นซ้ำได้บ่อยข้างสูง</p>
4. การรักษา	<p>- การรักษาด้วยยา</p> <p>- ยา Serotonin-Specific Reuptake Inhibitors (SSRIs) เป็นยาที่นิยมใช้ในการรักษา เนื่องจากเริ่มต้นขนาดยาในการรักษาเพียงเม็ดเดียว จึงทำให้สะดวกในการรับประทานยา มีความปลอดภัยสูงในการรักษาผู้สูงอายุ เด็ก หญิงตั้งครรภ์และผลข้างเคียงน้อย อาการข้างเคียง ได้แก่ อาการคลื่นไส้ อาเจียน ท้องเสีย ปวดศีรษะ นอนไม่หลับ มือสั่น ปากแห้ง คอแห้ง ตาพร่า เป็นต้น</p> <p>- ยา Serotonin-Norepinephrine Reuptake Inhibitors (SNRIs) เป็นยาที่มีประสิทธิ ภาพในการรักษาได้รวดเร็ว เห็นผลเร็วกว่ากลุ่มอื่น ๆ เริ่มเห็นผลตั้งแต่ 2 อาทิตย์ อาการข้าง เคียง ได้แก่ คลื่นไส้ เบื่ออาหาร กระวนกระวาย คอแห้ง ท้องผูก เป็นต้น</p> <p>- การรักษาด้วยไฟฟ้า เป็นการรักษารูปแบบหนึ่งที่ใช้การปล่อยกระแสไฟฟ้าเข้าไปกระตุ้นสมอง เพื่อปรับสมดุลของระบบประสาทให้เป็นปกติ การรักษาด้วยไฟฟ้านั้น ได้ผลการรักษาที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพที่สุด ผู้ป่วยที่เหมาะสมกับการรักษาด้วยไฟฟ้า คือ ผู้ป่วยที่ไม่ตอบสนองต่อการรักษาด้วย ไม่สามารถต่ออาการข้างเคียงจากรักษาด้วยยา ผู้ที่มีลักษณะอาการทางชีวภาพ มีอาการโรคลี้มน้อยหรือไม่มีอาการและมีอาการทางจิตร่วมด้วย โดยจะให้การรักษา 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์และอาการจะดีขึ้นหลังการรักษาประมาณ 6-12 ครั้ง ผลข้างเคียงอาจทำให้เกิดอาการหลงลืมได้</p> <p>- การรักษาทางจิตบำบัด เป็นการรักษาโดยใช้จิตบำบัดแบบระยะสั้น ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - การบำบัดทางความคิด เป้าหมายของการรักษา คือ การแก้ไขความคิดและกระบวนการคิดที่บิดเบือนหรือผิดแปลกไปจากปกติที่จะก่อให้เกิดโรคลี้มน้อยหรือไม่มีอาการ มักจะเริ่มต้นด้วยการสอนให้ผู้ป่วยเข้าใจความคิดและอารมณ์ ใช้เวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 20 สัปดาห์ การรักษาจะส่งผลให้ผู้ป่วยมีมุมมองความคิดทางบวกมากขึ้น - การบำบัดพฤติกรรม เป้าหมายของการรักษา คือ ช่วยให้ผู้ป่วยลดพฤติกรรมที่เป็นสาเหตุให้เกิดโรคลี้มน้อยหรือไม่มีอาการ โดยการทำกิจกรรมที่ส่งเสริมความภาคภูมิใจให้ตนเอง ลดความรู้สึกไร้ค่าและเพิ่มปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น - การบำบัดสัมพันธภาพ เป้าหมายของการรักษา คือ แก้ไขปัญหาสัมพันธภาพระหว่างบุคคลด้านใดด้านหนึ่งใน 4 ด้าน ที่เกี่ยวข้องกับการเกิดโรคลี้มน้อยหรือไม่มีอาการ ได้แก่ 1) ความโคกเค็รจาการสูญเสีย 2) ความขัดแย้งระหว่างบุคคล 3) การเปลี่ยนผ่านบทบาท และ 4) ความบกพร่องทางสัมพันธภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาวะซึมเศร้า เพื่อเป็นองค์ความรู้แก่บุคคลทั่วไปและผู้ป่วยโรคซึมเศร้าให้เกิดความเข้าใจและรับรู้ถึงวิธีการจัดการกับภาวะซึมเศร้า โดยจะสามารถสำรวจและประเมินตนเองเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าได้ในระดับเบื้องต้น ผู้วิจัยได้สรุปเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนของสาเหตุ ส่วนอาการ และส่วนวิธีการรักษา

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

สื่อประชาสัมพันธ์	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
1. แผ่นปลิวหรือใบปลิว (leaflets)	 <p>สื่อโฆษณาที่มีลักษณะที่เป็นแผ่นหรือใบเดี่ยว โดด ๆ อาจตีพิมพ์</p>	- ใช้ราคาต้นทุนต่ำในการผลิต	- ประโยชน์ใช้สอยจำกัดที่เวลา
	<p>เพียงหน้าเดียวหรือสองหน้าก็ได้เป็นรูปแบบที่ประหยัดและใช้ประโยชน์ได้หลายทาง โดยมีขนาดแตกต่างกันไป ใช้ในการจัดโดยส่งตรงไปยังลูกค้า หรือจัดวางบนเคาน์เตอร์สินค้าให้หยิบฉวยไปได้ สำหรับผู้ที่สนใจ หรือจัดแจกโดยมีคนยืนแจกตามสถานที่ชุมนุมชนต่าง ๆ เช่น ศูนย์การค้า โรงเรียน ช่าง สะพานลอย ฯลฯ</p>	- เหมาะสมกับการชี้แจงกำหนดการหรือขั้นตอนสั้น ๆ เข้าใจง่าย	- เหมาะแก่การใช้งานระยะสั้น - มีรูปภาพประกอบน้อยเน้นข้อความ
2. แผ่นพับ (Folders)	 <p>มีลักษณะคล้ายแผ่นปลิว แต่มีขนาดใหญ่กว่า (เมื่อคลี่ออกมา) เนื่องจากถูกออกแบบให้บรรจุรายละเอียดได้มากกว่าใบปลิว มีได้ตั้งแต่ 2-5 ทบ หรือมากกว่านั้น มีลักษณะเป็นใบ แล้วพับทบไปมา</p>	- มีลักษณะการใช้งานให้ยาวนานขึ้นกว่า แผ่นปลิว - ข้อมูลเน้นความคงทนถาวรมากขึ้น มีเนื้อที่ซึ่งเพิ่มรายละเอียดทั้งเนื้อหาและภาพให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น	- วิธีการพับมีหลายแบบและไม่มีเลขหน้ากำกับเหมือนกับหนังสือที่จะบังคับให้ผู้อ่าน อ่านไปที่ละหน้าจึงต้องออกแบบให้ดี




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
	พับได้มากกว่า หนึ่ง ครั้งขึ้นไป วิธีการจัด แจกเป็น เช่นเดียวกับ ใบปลิว		
3. เอกสารแนะนำ ประกอบหรือเอกสารเย็บ เล่ม (Brochures)	เป็นเอกสาร เช่นเดียวกับแผ่นพับแต่ เย็บรวมเล่มเป็นเล่ม บาง ๆ เย็บกลางคล้าย หนังสือ มีขนาดและ รูปแบบต่าง ๆ กันไป แล้วแต่ออกแบบ บ่ง บอกถึงรายละเอียด ลักษณะ รูปแบบ ชนิด เนื้อหา สรรพคุณของ สินค้าหรือบริการได้ มากกว่าใบปลิวและ แผ่นพับ	- มีรูปภาพสีสน่า หยาบอ่าน - มีสีสันทที่สวยงาม มี การวาง layout ที่ดี	- ต้นทุนในการจัดทำ สูงกว่า - ใช้กระดาษ คุณภาพสูง
4. แคตตาล็อก (Catalog)	เอกสารโฆษณาจะมี รายละเอียดสมบูรณ์ ที่สุด ในบรรดาเอกสาร โฆษณาอื่น ๆ ส่วนมาก แคตตาล็อกจะพิมพ์เป็น รูปเล่ม หรือเป็น แฟ้ม ซึ่งภายในจะแทรกใบ แทรกขนาดเท่าแฟ้มไว้ ก็ได้	- สื่อโฆษณาชนิดนี้ สามารถให้ รายละเอียดของ สินค้าและผลิตภัณฑ์ ได้สมบูรณ์ที่สุดใน บรรดาสื่อโฆษณาตรง ทั้งหมด	- ใช้ต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากเป็นสื่อ โฆษณาแนะนำสินค้า ที่ต้องการภาพลักษณ์ ที่ดูน่าสนใจและบอก รายละเอียดแก่ผู้สนใจ สินค้านั้น
5. จดหมายข่าวหรือ จดหมายขาย (Newsletter)	เป็นจดหมายที่ผู้ โฆษณาส่งไปยังลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย เพื่อ ชักชวนให้ซื้อสินค้า โดยในจดหมายมักใช้ ข้อความจูงใจต่าง ๆ เช่น "ท่านเป็นผู้หนึ่งที่ ทางบริษัทได้พิจารณา แล้วว่าเป็นผู้ที่ เหมาะสม " หรือใช้สิ่ง	- ทำให้ผู้รับเกิด ความรู้สึกเป็นกันเอง และสนใจที่จะอ่าน ข้อความโฆษณานั้น	- การใช้จดหมายใน การโฆษณาเป็นวิธีที่ ได้ผลพอสมควร ทั้งนี้ เพราะจดหมายจำ หน้าซอง ถึงตัวลูกค้า แต่ละคนโดยเฉพาะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
	ล่อใจ เช่น การให้ ส่วนลด การให้ของ แถม มีโบนัส คุปอง หรือใช้สิทธิพิเศษอื่น ๆ		
6. แผ่นโฆษณา (Poster) 	เป็นแผ่นภาพโฆษณา แผ่นเดียวขนาดใหญ่ ต่าง ๆ กันไป ใช้ ติดตามภายในนอก อาคาร สำนักงาน ร้านค้า สถานที่ สาธารณะชนทั่วไป เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร สินค้าการบริการ การ แสดง หรือรายการ พิเศษ ของสินค้าหรือ บริการนั้น ๆ	- มีการใช้ภาพที่ น่าสนใจ - การจัดวางการ เรียงคำตัวอักษร พื้นที่ได้เหมาะสม ง่ายต่อการเข้าใจ	- แผ่นภาพโฆษณา ขนาดเล็กต้องอ่าน อย่างใกล้ชิด
7. อินโฟกราฟิกส์ (Infographics) 	การนำข้อมูลหรือ ความรู้มาสรุปเป็น สารสนเทศในลักษณะ ของข้อมูลและกราฟิก ที่อาจเป็นลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ ที่ ออกแบบเป็นภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว ดู แล้วเข้าใจง่ายในเวลา รวดเร็วและชัดเจน	- มีความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย สามารถจดจำ ได้ นาน ทำให้การ สื่อสารมี ประสิทธิภาพมากขึ้น	- การมีความยาก ความซับซ้อนในการ ผลิต การนำเสนอ
8. สื่อวีดิทัศน์หรือ มัลติมีเดีย 	มัลติมีเดียสามารถ จำแนกองค์ประกอบ ของสื่อต่าง ๆ ได้เป็น 5 ชนิด ประกอบด้วย ข้อความหรือตัวอักษร (Text) ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพเคลื่อนไหว	- สามารถสร้าง แรงจูงใจง่ายเพราะ เสนอได้ทั้งภาพและ เสียง ลักษณะภาพที่ แสดงสามารถทำให้ เข้าใจง่าย ผู้รับสาร เกิดการจดจำได้ดีกว่า วิทยุ เนื้อหาข้อมูลถึง	- การมีความยาก ความซับซ้อนในการ ผลิต การนำเสนอ ถูก จำกัดด้วยพื้นที่ หน้าจอโทรทัศน์ และ มีค่าใช้จ่ายสูงในการ ผลิตและเผยแพร่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
	(Animation)เสียง (Sound) และภาพ วิดีโอ (Video) แล้ว นำมาผสมผสานเข้าด้วยกันเพื่อใช้สำหรับการปฏิสัมพันธ์หรือโต้ตอบ (Interaction) ระหว่างคอมพิวเตอร์กับผู้ใช้ซึ่งถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ผู้ใช้สามารถเลือกกระทำต่อมัลติมีเดียได้ตามต้องการ	ผู้รับได้รวดเร็ว และสามารถให้ข้อมูลเนื้อหาที่หลากหลายด้วยสีสันทสวยงามสมจริง ทำให้สามารถสร้างภาพลักษณ์ได้ดีกว่า	

จากตารางที่ 4.2 ผู้วิจัยมีความเห็นว่าสื่อที่มีความเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนคือสื่อวีดิทัศน์หรือมัลติมีเดีย อินโฟกราฟิกส์และแผ่นพับ เพราะในยุคปัจจุบันสื่อวีดิทัศน์สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนได้ง่ายและรวดเร็ว โดยสามารถรองรับข้อมูลด้านเนื้อหาได้อย่างครอบคลุมทำให้ผู้รับสารเข้าใจข้อมูลได้ง่าย ทั้งยังเกิดการจดจำได้ดี สื่อทั้ง 3 ประเภทนี้มีรูปแบบที่หลากหลายในการนำเสนอข้อมูลด้วยสีสันทสวยงามและสมจริง ซึ่งสอดคล้องกับ ณรงค์ สมพงษ์ (2535: 125-126) ที่กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์สามารถใช้ได้หลาย ๆ ทาง ตามวัตถุประสงค์ที่จะนำไปใช้ อาจใช้เป็นสื่อให้การศึกษาด้วยตนเองหรือใช้สนับสนุนสื่ออื่น ๆ ก็ได้ สอดคล้องกับ พรปภัสสร ปริญญาญกุลและคณะ (2559: 12-13) สื่ออินโฟกราฟิกมีแผนภาพที่มีความสวยงาม ซึ่งสามารถทำให้คนทั่ว ๆ ไปสามารถเข้าถึงและเข้าใจข้อมูลปริมาณมาก ๆ ได้ด้วยแผนภาพ ส่วนสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ดึงดูดใจผู้บริโภคได้สูง เพราะมีภาพเคลื่อนไหวเสียงตัวอักษรทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

4.1.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านภาพประกอบของสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ด้านภาพประกอบ	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
1. ภาพถ่าย 	ภาพถ่ายเป็นภาพที่เกิดจากกรรมวิธีทางการถ่ายภาพ การถ่ายภาพเพื่อนำมาใช้ภาพประกอบในงาน	- ใช้ประโยชน์ได้ดีในงาน พิมพ์ เพราะภาพถ่ายมีคุณลักษณะเฉพาะตัวหลายอย่าง	- การใช้ภาพถ่ายต้องนำมาผ่านกระบวนการตกแต่งเพิ่มเติมสำหรับใช้ในงานต่าง ๆ เนื่องจากภาพถ่ายเป็น


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ด้านภาพประกอบ	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
	พิมพ์ ปัจจุบันนิยมใช้กล้องดิจิทัล ผลที่ได้ส่วนใหญ่จึงออกมาเป็นภาพสี (color print) แต่ถ้าต้องการภาพขาว-ดำ มักใช้คอมพิวเตอร์ช่วยแปลงภาพจากภาพสีให้เป็นภาพขาว-ดำ	ทั้งในแง่ความเหมือนจริงและความละเอียดลออ สามารถสร้างสรรค์ได้ตามความรู้สึก	ภาพที่ยังไม่ผ่านกระบวนการใด ๆ เลย
2. ภาพวาดลายเส้น 	ภาพวาดลายเส้นเป็นภาพที่ใช้ประกอบงานพิมพ์มาตั้งแต่ยุคแรกๆ และยังคงได้รับความนิยมอยู่จนถึงปัจจุบัน มีการใช้เทคนิคการวาดภาพผสมผสานกันหลายอย่าง เช่น การวาดลายเส้นแบบภาพการ์ตูนโดยการใช้ดินสอพู่กัน ปากกาหมึกดำ รวมทั้งการผสมสกรีนหรือการสร้างพื้นผิวลวดลายต่าง ๆ ร่วมกับภาพลายเส้นด้วย	- ภาพวาดลายเส้นสามารถสื่อถึงจินตนาการของผู้เขียนให้ผู้อ่านเข้าใจในด้านเนื้อหาที่จะสื่อได้ชัดเจนมากกว่าการใช้รูปแบบภาพถ่าย	- ต้องใช้ทักษะในการวาดเขียนและระยะเวลาที่มากกว่าสื่อแบบอื่น ๆ
3. ภาพระบายสี 	ภาพระบายสีจะประกอบด้วยสีต่าง ๆ มากมายหลากหลายสี โดยการเขียนหรือระบายสี มีกรรมวิธีหรือเทคนิคต่าง ๆ กันไปตามแต่รูปแบบที่จะเขียน	- ภาพวาดระบายสีให้สีสันที่สวยงามและนำมาใช้ในสื่อทางศิลปะได้ดีกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ - ภาพที่วาดสามารถให้มุมมองและรายละเอียดเหมือนกับภาพถ่ายได้และยังสามารถวาดในมุมมองที่ภาพถ่ายอาจทำไม่ได้อีกด้วย	- ต้องใช้ทักษะในการวาดและระบายสี ซึ่งต้องระยะเวลาในการสร้างสรรค์ชิ้นงานเป็นเวลานาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ด้านภาพประกอบ	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
		ภาพวาดจึงเป็นภาพอีกชนิดหนึ่งที่ใช้เป็นภาพประกอบได้อย่างดีเยี่ยม	
4. ภาพพิมพ์ 	ภาพพิมพ์ในที่นี้หมายถึงภาพที่ผ่านการพิมพ์มาแล้ว มีทั้งชนิดที่พิมพ์เป็นลายเส้นและพิมพ์เป็นภาพเม็ดสกรีน	- สามารถนำมาพิมพ์ซ้ำได้ ถ้าเป็นภาพลายเส้นจะได้คุณภาพใกล้เคียงของเดิม	- เมื่อนำมาพิมพ์ซ้ำหลายครั้ง อาจทำให้แม่พิมพ์เสื่อมสภาพ - มีค่าใช้จ่ายในการสร้างสรรค์ผลงานสูง
5. ภาพดิจิทัล 	ภาพดิจิทัล หมายถึงภาพที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์โดยคอมพิวเตอร์มาแล้ว ด้วยพัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน ทำให้ภาพทุกชนิดที่จะเข้าสู่ระบบการพิมพ์ต้องผ่านกระบวนการแปลงรูปภาพนั้นให้เป็นภาพดิจิทัล เช่น การสแกนภาพ (scan) การถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิทัล และการสร้างภาพขึ้นใหม่ด้วยคอมพิวเตอร์	- สามารถหาภาพเหล่านี้ได้ง่ายและรวดเร็วผ่านเว็บไซต์ต่างๆ โดยสามารถกำหนดคุณภาพได้ตามต้องการ	- ภาพบางภาพที่หามาจากเว็บไซต์อาจมีลิขสิทธิ์ไม่สามารถนำมาใช้ได้ ผู้ใช้งานจึงควรที่จะตรวจสอบให้แน่ชัดก่อนการนำมาใช้งาน

จากตารางที่ 4.3 ลักษณะภาพประกอบที่มีความเหมาะสมและเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ได้แก่ ภาพดิจิทัล เพราะ เป็นภาพที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์โดยคอมพิวเตอร์มาแล้ว มีความสวยงามช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อได้ง่าย สอดคล้อง ทฤษฎีสัดส่วนทองคำ (golden section) ของ เลโอนาร์โด ฟิโบนัชชี (อังกูโร กราฟิกบุพเฟต์. 2560: ออนไลน์) ที่กล่าวว่า หลักการสำคัญคือการใช้ประโยชน์ของเส้น Grid เพื่อกำหนด Space และ Alignment ของกราฟิกต่าง ๆ ให้สมดุล ในการออกแบบต่าง ๆ ก็ล้วนแต่ใช้สัดส่วนทองคำด้วยกันทั้งนั้น เพราะว่าสัดส่วนทองคำจะทำให้ภาพดูมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์แบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านตัวอักษรของสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ด้านตัวอักษร	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
 <p>ภาพตัวอย่างแสดงรูปแบบตัวอักษรแบบมีเชิง (Serif)</p>	<p>1.1 ตัวอักษรแบบมีเชิง เป็นอักษรที่มีเส้นยื่นของฐานและปลายตัวอักษร ในทางราบที่เรียกว่า Serif ลักษณะตัวอักษรจะมีเส้นตัวอักษรเป็นแบบหนบางไม่เท่ากัน ตัวอักษรแบบนี้บรรดาเซอร์หลายชนิดจะใช้ตัวอักษรแบบนี้เป็นหลัก เช่น Times New Roman, Garamond, Georgia และ New Century Schoolbook</p>	<p>- ตัวอักษรประเภทนี้เหมาะจะใช้เป็นรายละเอียดเนื้อหา</p>	<p>- ตัวอักษรประเภทนี้ไม่ค่อยเหมาะจะใช้กับตัวหนา</p>
 <p>ภาพตัวอย่างแสดงรูปแบบตัวอักษรแบบไม่มีเชิง (Sans Serif)</p>	<p>1.2 ตัวอักษรแบบไม่มีเชิง (Sans Serif) เป็นลักษณะของตัวอักษรอีกแบบหนึ่งที่รูปแบบเรียบง่าย เป็นทางการ ไม่มีเชิง หมายถึงไม่มีเส้นยื่นออกมาจากฐานและปลายของตัวอักษร ในทางราบ ได้แก่ Arial, Helvetica, Verdana, Geneva และ Univers</p>	<p>- ตัวอักษรประเภทนี้เหมาะที่จะใช้กับหัวข้อหรือตัวอักษรขนาดใหญ่</p>	<p>- ตัวอักษรประเภทนี้แต่ไม่เหมาะสมกับลักษณะเอียง</p>
 <p>ภาพตัวอย่างแสดงรูปแบบตัวอักษรแบบตัวเขียน (Script)</p>	<p>1.3 ตัวอักษรแบบตัวเขียน (Script) ตัวอักษรแบบนี้เน้นให้ตัวอักษรมีลักษณะคล้ายกับการเขียนด้วยลายมือ ซึ่งมีหางโยงต่อเนื่องระหว่างตัวอักษร มีขนาดเส้นอักษรหนบางแตกต่างกัน นิยมทำให้เอียงเล็กน้อย</p>	<p>- ตัวอักษรประเภทนี้ให้ความรู้สึกเหมือนเขียนจากลายมือจริง มีความเป็นธรรมชาติ อ่านแล้วมีความรื่นไหลดูสบายตา</p>	<p>- ตัวอักษรเขียนไม่นิยมใช้กับงานที่เป็นทางการหรือหน่วยงานราชการ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ด้านตัวอักษร	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
 <p>ภาพตัวอย่างแสดงรูปแบบตัวอักษรแบบตัวอักษร (Text Letter)</p>	<p>1.4 ตัวอักษรแบบตัวอักษร (Text Letter)</p> <p>เป็นตัวอักษรแบบโรมันแบบตัวเขียนอีกลักษณะหนึ่ง มีลักษณะเป็นแบบประดิษฐ์มีเส้นตั้งค้ำหนา ภายในตัวอักษรมีเส้นหนาบาง คล้ายกับการเขียนด้วยพู่กันหรือปากกาปลายตัด</p>	<p>- ตัวอักษรมีความสวยงาม ดูแปลกตา</p>	<p>- ตัวอักษรมีความซับซ้อน ไม่นิยมใช้กับงานแบบทางการ เนื่องจากค่อนข้างอ่านได้ยาก อาจทำให้ยากต่อการเข้าใจของผู้รับสาร</p>
 <p>ภาพตัวอย่างแสดงรูปแบบตัวอักษรแบบประดิษฐ์ (Display Type)</p>	<p>1.5 ตัวอักษรแบบประดิษฐ์ (Display Type) หรือ ตัวอักษรตัวพิมพ์ขนาดใหญ่</p>	<p>- ตัวอักษรมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา เหมาะกับใช้เป็นหัวเรื่อง หรือใช้ในการออกแบบโลโก้ (Logo) ต่าง ๆ</p>	<p>- ไม่นิยมนำมาใช้ในงานส่วนเนื้อหาและงานในลักษณะที่เป็นทางการ</p>
 <p>ภาพตัวอย่างแสดงรูปแบบตัวอักษรแบบสมัยใหม่ (Modern Type)</p>	<p>1.6 ตัวอักษรแบบสมัยใหม่ (Modern Type) เป็นตัวอักษรที่ประดิษฐ์ขึ้น มีลักษณะเรียบง่าย</p>	<p>- ตัวอักษรมีความเรียบง่าย ผู้รับสารสามารถอ่านได้ง่าย มีความสบายตา</p> <p>- สามารถใช้ได้กับงานที่เป็นแบบทางการและแบบไม่เป็นทางการ</p>	<p>- ไม่เหมาะสมกับงานในบางประเภท เช่น งานเชิงวัฒนธรรม ความเป็นไทย เนื่องจากตัวอักษรมีความสมัยใหม่มากเกินไป</p>
<p>2. ลักษณะและขนาดตัวอักษร</p>  <p>ภาพตัวอย่างแสดงรูปแบบลักษณะของตัวอักษร (Type Character)</p>	<p>2.2 ลักษณะของตัวอักษร (Type Character) จากรูปแบบตัวอักษรที่หลากหลาย การสร้างแบบอักษรก็ยังคงมีความแตกต่างที่หลากหลายรูปแบบ ทำให้มีลักษณะเฉพาะของตัวอักษรเปลี่ยนแปลงไป เช่น</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ตัวเอียง (Italic) 2. ตัวธรรมดา (Normal) 	<p>- การกำหนดลักษณะและขนาดของตัว อักษรนั้น จะช่วยให้ข้อความมีการแบ่งสัดส่วนที่ชัดเจนระหว่างหัวเรื่องและข้อความ</p> <p>- ช่วยทำให้ผู้อ่านเข้าใจ ความสำคัญของเนื้อหาหรือ</p>	<p>- การใช้ลักษณะและขนาดของตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ใส่ลงไปในด้านเนื้อหาจะทำให้ผู้อ่านรับรู้ข้อมูลด้านเนื้อหาได้ไม่ครบถ้วน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ด้านตัวอักษร	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
	3. ตัวบางพิเศษ (Extra Light) 4. ตัวแคบ (Condensed) 5. ตัวบาง (Light) 6. ตัวหนา (Bold) 7. ตัวเส้นขอบ (Outline) 8. ตัวหนาพิเศษ (Extra Bold) 9. ตัวดำ (Black) 2.3 ขนาดของตัวอักษร (Size Type) ขนาดของตัวอักษรเป็นการกำหนดขนาดที่เป็นสัดส่วนความกว้าง และสูงและรูปร่างของตัวอักษร โดยเอาความสูงเป็นหลักในการจัดขนาด เรียกว่า พอยต์ (Point) ขนาดตัวอักษรหัวเรื่องมักใช้ขนาดตั้งแต่ 16 พอยต์ขึ้นไป ส่วนขนาดของเนื้อหาจะใช้ขนาดประมาณ 6 พอยต์ ถึง 16 พอยต์ แล้วแต่ลักษณะของงานนั้น ๆ 12 พอยต์ = 1 ไพก์้า 6 ไพก์้า = 1 นิ้ว (2.5 ซม.) 75 พอยต์ = 1 นิ้ว ขนาดทางราบหรือทางกว้างของตัวอักษร เมื่อเรียงกันไปเป็นคำหรือความยาวใน 1 บรรทัด หรือเรียกว่าเป็น "ความยาวคอลัมน์" จะกำหนดเป็นไพก์้า (Pica)	จุดประสงค์ในการเน้นข้อความต่าง ๆ ที่ผู้เขียนต้องการสื่อ - ช่วยให้ข้อความดูสวยงาม น่าสนใจ อ่านได้ง่าย	- การใช้ลักษณะและขนาดตัวอักษรที่มีขนาดเล็กลงไป ในข้อความด้านเนื้อหา จะทำให้ผู้อ่านรับรู้ข้อมูลได้ไม่ชัดเจน





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ด้านตัวอักษร	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
<p data-bbox="284 300 582 383">3. ระยะช่องไฟและการจัดวางตัวอักษร</p>  <p data-bbox="284 636 582 768">ภาพตัวอย่างแสดงรูปแบบลักษณะระยะช่องไฟของตัวอักษร (Spacing)</p>	<p data-bbox="622 300 943 622">3.1 ระยะช่องไฟของตัวอักษร (Spacing) การจัดระยะช่องไฟตัวอักษรมีความสำคัญมาก เนื่องจากถ้ามีการออกแบบที่เหมาะสม และสวยงามแล้วจะทำให้ผู้ดูอ่านง่าย สบายตา</p> <p data-bbox="622 636 943 719">ชวนอ่าน การจัดช่องไฟมีหลักการใช้อยู่ 3 ข้อดังนี้</p> <ol data-bbox="622 732 943 2022" style="list-style-type: none"> 1. ระยะช่องไฟระหว่างอักษร (Letter Spacing) เป็นการกำหนดช่องไฟระหว่างตัวอักษรแต่ละตัว ที่จะต้องมีระยะห่างกันพอสมควร ไม่ติดหรือห่างกันเกินไป เราควรจัดช่องไฟโดยคำนึงถึงปริมาณที่มีความสมดุลโดยประมาณในระหว่างตัวอักษร หรือเรียกว่า ปริมาณความสมดุลทางสายตา 2. ระยะช่องไฟระหว่างคำ (Word Spacing) จะเว้นระยะระหว่างคำประมาณ 1 ตัวอักษรปกติ ถ้าห่างเกินไปจะทำให้อ่านยาก และชิดเกินไปจะทำให้ขาดความงาม 3. ระยะช่องไฟระหว่างบรรทัด (Line Spacing) ปกติจะใช้ระยะห่าง 0-3 พอยต์ หลักสำคัญในการกำหนดระยะระหว่างบรรทัดให้วัดส่วนสูงและส่วนต่ำสุดของตัวอักษร เมื่อจัดวางบนบรรทัดแล้วต้องไม่ซ้อนทับกัน 	<ul data-bbox="965 300 1187 913" style="list-style-type: none"> - การเว้นระยะช่องไฟของตัวอักษร ช่วยให้สามารถอ่านข้อมูลและเนื้อหาได้ชัดเจน - การจัดวางตัวอักษร ทำให้สามารถเข้าใจความหมายของคำที่จะสื่อได้อย่างชัดเจน ว่าส่วนใดคือข้อความสำคัญที่ผู้เขียนต้องการสื่อ 	<ul data-bbox="1209 300 1404 958" style="list-style-type: none"> - การเว้นช่องไฟของตัวอักษร หากเว้นระยะห่างหรือชิดมากจนเกินไปจะทำให้ข้อความหรือเนื้อหาเกิดความไม่ชัดเจน ส่วนการจัดวางตัวอักษรอาจทำให้ความหมายของข้อความคลาดเคลื่อนไปได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ด้านตัวอักษร	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
	<p>3.2 แบบการจัดตัวอักษร (Type Composition)</p> <p>การจัดเนื้อหาของตัวอักษรมีการจัดด้วยกันหลายวิธี ดังนี้</p> <p> จัดชิดซ้าย จะมีปลายด้านขวาไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากตัวอักษรในแต่ละบรรทัด มีความยาวไม่เท่ากัน แต่ผู้อ่านก็สามารถหาจุดเริ่มต้นของแต่ละบรรทัดได้ง่าย</p> <p> จัดชิดขวา ถึงแม้รูปแบบการจัดตัวอักษรแบบนี้จะน่าสนใจ แต่จุดเริ่มต้นในแต่ละบรรทัดที่ไม่สม่ำเสมอ ทำให้อ่านยาก ผู้อ่านต้องหยุดชะงัก เพื่อหาจุดเริ่มต้นของแต่ละบรรทัด</p> <p> จัดกึ่งกลาง จะใช้ได้ดีกับข้อมูลที่มีปริมาณไม่มากนัก และเหมาะกับรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น คำประกาศ หรือคำเชิญ เป็นต้น</p> <p> จัดชิดขอบซ้ายและขวา เมื่อจัดตัวอักษรแบบ justify จะมีพื้นที่ว่างเกิดขึ้นระหว่างคำ สิ่งที่เราควรระวังคือเกิดช่องว่าง ซึ่งจะรบกวนความสะดวกในการอ่าน แต่เป็นสิ่งยากที่จะหลีกเลี่ยง ในคอลัมน์ที่มีขนาดแคบ</p>		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





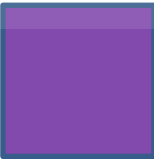
จากตารางที่ 4.4 พบว่า ลักษณะตัวอักษรที่มีความเหมาะสมและเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบสื่อต้นแบบสำหรับประชาชน ได้แก่ ตัวอักษรแบบมีเชิง ตัวอักษรแบบไม่มีเชิงและตัวอักษรแบบสมัยใหม่ ตัวอย่างฟอนต์ เช่น DB Helvethaica X Supermarket เพราะ เป็นตัวอักษรที่มีลักษณะเรียบง่าย ทำให้ผู้รับสารสามารถอ่านได้ง่าย มีความเป็นระเบียบ สวยตา สอดคล้อง (กิตติพงษ์ เงามู๋ทอง. 2552: 64) ที่กล่าวว่า การออกแบบตัวอักษรเพื่อสื่อความหมาย ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการออกแบบ เนื่องจากตัวอักษรการตัวอักษรแบบตัวพิมพ์สามารถนำมาใช้ในการนำเสนอข้อมูลได้อย่างสอดคล้องกับเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านโทนสีของสื่อต้นแบบเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ด้านโทนสี	ความหมาย
1. สีน้ำเงินหรือฟ้า 	<ul style="list-style-type: none"> - ความสงบ ความเงียบ ความมั่นคง ความศรัทธา ความมีระเบียบ ความจริง ความสุขุม ความเชื่อถือ ความจงรักภักดี ความเยือกเย็น ความราบรื่น ความเป็นเอกภาพ ความเป็นอนุรักษ์นิยม แรงบันดาลใจ - โทนสีนี้จะให้ความรู้สึกสงบเย็นที่สุด ช่วยทำให้ผ่อนคลายและทำให้จิตใจรู้สึกสงบ โทนสีฟ้าจะกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และอิสระ ส่วนโทนสีน้ำเงินนั้นจะสื่อถึงฐานะของสังคมชั้นสูง และความร่ำรวย สีน้ำเงินเข้มแสดงออกถึงความรู้ ความเฉลียวฉลาด ตรรกะเหตุผล และความไว้วางใจ - แต่ถ้ามีสีน้ำเงินเข้มเกินไป ก็จะทำให้รู้สึกซึมเศร้าได้
2. สีขาว 	<ul style="list-style-type: none"> - ความบริสุทธิ์ สันติภาพ ความสงบสุข ความดี ความเรียบง่าย ความสะอาด ความไร้เดียงสา ความอ่อนเยาว์ ความหลุดพ้น ความว่างเปล่า ความเบา ความเท่าเทียม การเกิด การแต่งงาน ความตาย สถานพยาบาล หิมะ การปลอดเชื้อโรค ความเย็น ถูคูหนาว - สีขาวมีพลังช่วยสร้างสมดุลให้กับการตัดสินใจ และสร้างความรู้สึกสะอาด ปลอดภัย และเรียบง่าย โดยที่สีขาวจะสื่อถึงความสมบูรณ์แบบ ความเปิดเผย ความจริง ความมีเมตตา การรักษา แง่บวก ช่วยชำระล้างความคิดและความรู้สึก รวมไปถึงจิตวิญญาณ และพลังด้านลบ ช่วยเพิ่มพื้นที่ว่างให้กับความคิดใหม่ ๆ - สีขาวยังสื่อถึงความรู้สึกหนาว เบื่อหน่าย จืดชืด และไม่มีความสุข หากใช้มากเกินไปอาจทำให้รู้สึกว่างเปล่าและเหงาได้
3. สีเขียว 	<ul style="list-style-type: none"> - ธรรมชาติ ชีวิต มนุษยชาติ การเริ่มต้น ความสดชื่น ความปลอดภัย อาหาร ความอุดมสมบูรณ์ ความเป็นอมตะ การเจริญงอกงาม การเติบโต การดูแล การรักษาเยียวยา ความเห็นอกเห็นใจ การควบคุม ความสมดุลทางกายและใจ ความสัมพันธ์ที่ดี - สีเขียวช่วยกระตุ้นให้เพื่อน ๆ รู้สึกสดชื่น ลดความเหน็ดเหนื่อย คลายความตึงเครียด ความตื่นตระหนกและความวิตกกังวลลงไป สีเขียวสามารถช่วยเพื่อน ๆ ผ่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ด้านโทนสี	ความหมาย
	คลายสายตา และระบบประสาท สีเขียวเข้มช่วยในเรื่องการมองเห็นและสมาธิ นอกจากนั้นยังมีพลังช่วยให้จิตใจภายในสงบ ช่วยพัฒนาอารมณ์และพฤติกรรม - สีเขียวมะนาวอ่อนจะสื่อถึงความอ่อนแรง
	คลายสายตา และระบบประสาท สีเขียวเข้มช่วยในเรื่องการมองเห็นและสมาธิ นอกจากนั้นยังมีพลังช่วยให้จิตใจภายในสงบ ช่วยพัฒนาอารมณ์และพฤติกรรม - สีเขียวมะนาวอ่อนจะสื่อถึงความอ่อนแรง
4. สีแดง 	- ความรัก ความหลงใหล ความตื่นเต้น ความกระตือรือร้น ความสนใจ ความเร็ว ไฟ ความร้อน สงคราม พลัง ความมีชีวิตชีวา ความโกรธ ความก้าวร้าว อันตราย ความมุ่งมาด ความเป็นผู้นำ ความแค้น และความกล้าหาญ - เป็นสีที่สร้างความตื่นเต้น และกระตุ้นสมอง ช่วยกระตุ้นการเจริญอาหารและความรู้สึทางเพศ เพิ่มการขับเหงื่อ เพิ่มอัตราการเผาผลาญและความดันโลหิต ช่วยทำให้วัตถุสิ่งของโดดเด่นและสะดุดตา ทำให้ประสาทสัมผัสตื่นตัวและทำให้มีปฏิกิริยาตอบสนองที่เร็วขึ้น - ต้องระวังการใช้สีแดงในการเจรจาต่อรองและสถานการณ์ที่ตึงเครียด อาจทำให้เกิดความลำบากได้
5. สีเหลือง 	- ความรื่นเริงเบิกบานใจ ความสุข ความสดใสรุ่งเรือง พลัง อนาคต การมองโลกในแง่ดี อุดมคติ จินตนาการ ความหวัง แสงสว่าง ฤดูร้อน ปัญญา ปรัชญาความคิดสร้างสรรค์ ความไม่จริงจัง ความซื่อสัตย์ การทรยศ ความริษยา ความเจ็บป่วย อันตราย - สีเหลืองเป็นสีที่ช่วยในเรื่องของการเจริญอาหาร การกระตุ้นสมองและความจำ และช่วยสร้างความมั่นใจ และยังเป็นสีที่ช่วยเรื่องการคิดวิเคราะห์และการใช้เหตุผล สีเหลืองช่วยเชื่อมต่อกับความคิดในจิตใต้สำนึกของเรา สีเหลืองเป็นสัญลักษณ์สากลของการเตือนให้ระวัง และเป็นสีที่ส่งพลังงานออกไปสู่สมองของเราได้ไวที่สุด - สีเหลืองหม่นจะให้ความรู้สึกเจ็บป่วยอ่อนแอ คนเราจะเสียอารมณ์ได้ง่ายขึ้นในห้องสีเหลือง และทารกก็ร้องไห้มากกว่าด้วยมันเป็นสีที่สายตาดูมองได้ยากมากที่สุด
6. สีม่วง 	- ฐานันดรศักดิ์ จิตวิญญาน ความสูงส่ง ความหรูหรา การเฉลิมฉลอง เวทมนตร์ คาถา ความลึกลับ ความเพ้อฝัน สติปัญญา การเปลี่ยนแปลง การหลุดพ้น การปรุงแต่ง ความโหดร้าย ความสง่างาม ความเย่อหยิ่งอวดดี ความโอ้อวด ความเศร้าโศก การไว้อาลัย - สีม่วงเป็นสีที่ช่วยในการทำสมาธิ และยังช่วยให้นอนหลับลึกได้เป็นอย่างดีเลย ค่ะ กระตุ้นความสร้างสรรค์ทางความฝันและสติปัญญา และที่สำคัญยังช่วยสงบจิตใจที่ว้าวุ่นได้ สีม่วงยังช่วยเติมเต็มความคิดและความปรารถนาภายใน สื่อถึงความเห็นอกเห็นใจ เชื่อมโยงกับพลังงานทางจิตวิญญานและพลังจิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ด้านโทนีสี่	ความหมาย
	- สีม่วงเข้มสื่อถึงความหรูหรา แต่ก็แฝงไปด้วยความรู้สึกเศร้าโศก อาลัยอาวรณ์ และความขุ่นเคืองใจ ในส่วนของสีม่วงอ่อนช่วยกระตุ้นความรู้สึกความอ่อนไหว

จากตารางที่ 4.5 พบว่า โทนีสี่ที่มีความเหมาะสมและเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบสื่อ ด้านแผ่นพับสำหรับประชาชน ได้แก่ 1. โทนีสี่ฟ้าให้ความรู้สึกสงบ ช่วยให้ผู้อ่านรู้สึกสบายตา 2. สีขาว ช่วยให้สื่อดูความสะอาดตา เรียบง่าย ทำให้รู้สึกถึงความชัดเจนและสีขาวยังเป็นสีที่สามารถอยู่ได้ทั้งใน โทนร้อนและโทนเย็นได้อีกด้วย 3. โทนีสี่เขียว เป็นสีที่ช่วยบรรเทาอาการเครียดได้ ให้ความรู้สึกสบายตา 4. โทนีสี่แดง เป็นสีที่กระตุ้นระบบประสาทของได้ดี พลังของสีแดงกระตุ้นพลังชีวิตและมีชีวิตชีวา 5. โทนีสี่เหลือง ใช้ลดอาการท้อแท้หดหู่และหมดกำลังใจได้ ช่วยดึงดูดความสนใจได้ดี 6. โทนีสีม่วงจะ ช่วยกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจใหม่ขึ้นมาได้ เป็นสีที่นิยมใช้ในงานออกแบบเพื่อดึงดูดความสนใจสอดคล้องกับ (กิตติพงษ์ เกาภูทอง, 2552: 74) ที่กล่าวว่า ในการออกแบบนอกจากสีมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์ บ่งบอกลักษณะและบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมายและถ่ายทอดความหมาย อารมณ์และความรู้สึก สียังสามารถโน้มน้าวความคิดและความรู้สึกให้คล้อยตามไปกับงานออกแบบ

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านการจัดวางองค์ประกอบของสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ลักษณะการจัดวางองค์ประกอบ	ความหมาย
1. ทิศทางและการเคลื่อนไหว	การกำหนดและชักจูงสายตาผู้รับสารให้เคลื่อนไหวในทิศทางที่ต้องการตามลำดับขององค์ประกอบที่ต้องการให้รับรู้ก่อน-หลัง โดยทั่วไปหากไม่มีการสร้างจุดเด่นขึ้นมา สายตาของผู้รับสารจะเริ่มที่มุมบนด้านขวาตามลำดับการจัดองค์ประกอบที่สอดคล้องกับธรรมชาติของการมอง
2. เอกภาพและความกลมกลืน	การนำองค์ประกอบที่แตกต่างกันมาวางไว้ในพื้นที่หน้ากระดาษเดียวกันอย่างกลมกลืนทำหน้าที่สอดคล้องและส่งเสริมกันและกัน
3. ความสมดุล	การจัดองค์ประกอบให้เกิดความสมดุล แบ่งได้เป็น 3 ลักษณะคือ - สมดุลแบบสมมาตร (Symmetrical Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบโดยให้องค์ประกอบในด้านซ้ายและด้านขวาพื้นที่หน้ากระดาษมีลักษณะเหมือนกันทั้งสองข้าง ซึ่งองค์ประกอบที่เหมือนกันในแต่ละด้านนี้จะถ่วงน้ำหนักกันและกันให้ความรู้สึกสมดุล - สมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetrical Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบโดยให้องค์ประกอบในด้านซ้ายและด้านขวาพื้นที่หน้ากระดาษมีลักษณะไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง แม้องค์ประกอบจะไม่เหมือนกันในแต่ละด้านแต่ก็จะถ่วงน้ำหนักกันและกันให้เกิดความสมดุล - สมดุลแบบรัศมี (Radial Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบ โดยให้องค์ประกอบแผ่ไปทุกทิศทางจากจุดศูนย์กลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




ตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านการจัดวางองค์ประกอบของสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับข้อมูลภาวะ
ซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ลักษณะการจัดวางองค์ประกอบ	ความหมาย
4. สัดส่วน	การกำหนดสัดส่วนนี้เป็นการกำหนดความสัมพันธ์ในเรื่องของขนาดเพื่อเน้นให้เกิดจุดเด่นของผลงาน ซึ่งการกำหนดสัดส่วนที่แตกต่างกันนั้นจะดึงดูดสายตาของผู้อ่านได้ดี
5. ความแตกต่าง	<ul style="list-style-type: none"> - ความแตกต่างโดยขนาด เป็นวิธีการที่ง่ายที่สุด โดยการเน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งให้เด่นขึ้นมาด้วยการเพิ่มขนาดให้ใหญ่กว่าองค์ประกอบอื่น ๆ โดยรอบ เช่น พาดหัวขนาดใหญ่ เป็นต้น - ความแตกต่างโดยรูปร่าง เป็นวิธีที่เน้นองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมาด้วยการใช้รูปร่างที่แตกต่างกันออกไปจากองค์ประกอบอื่นในหน้ากระดาษ - ความแตกต่างโดยความเข้ม เป็นวิธีการที่เน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมาด้วยการเพิ่มหรือลดความเข้มหรือน้ำหนักขององค์ประกอบนั้นให้เข้มหรืออ่อนกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ที่อยู่รวมกันในหน้ากระดาษ
6. จังหวะ ลีลาและการซ้ำ	การจัดวางองค์ประกอบหลาย ๆ ชิ้นโดยกำหนดตำแหน่งช่องว่างเป็นช่วง ๆ ตอน ๆ จะทำให้เกิดลีลาขึ้นและหากว่าองค์ประกอบหลาย ๆ ชิ้นนั้นมีลักษณะซ้ำกันหรือใกล้เคียงกัน ก็จะเป็นการเน้นให้เกิดจังหวะลีลาอีกด้วย

จากตารางที่ 4.6 สรุปได้ว่าการจัดวางองค์ประกอบสำหรับการออกแบบสื่อด้านแผ่นพับสำหรับประชาชน ผู้วิจัยได้กำหนดทิศทางของเนื้อหาในการชักจูงสายตาของผู้อ่าน โดยไล่ลำดับก่อน-หลังของเนื้อหาตามการมองเห็น กำหนดองค์ประกอบของภาพ สีและตัวอักษรให้มีความกลมกลืนกัน มีความสมดุลกับของหน้ากระดาษ กำหนดความแตกต่างของขนาดและรูปร่างตามความสำคัญของแต่ละข้อความอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ (เอกวัชร พงษ์เหม. 2550: 100) ที่กล่าวว่า การจัดให้รูปแบบขนาดของภาพ ตัวอักษรและโครงสร้างของสี ควรมีความสอดคล้อง ผสมกลมกลืนและการจัดองค์ประกอบสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย

4.1.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านโทนสีของสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ด้านโทนสี	ความหมาย
1. สีน้ำเงินและสีฟ้า 	<ul style="list-style-type: none"> - ความสงบ ความเรียบง่าย ความมั่นคง ความศรัทธา ความมีระเบียบ ความจริง ความสุขุม ความเชื่อถือ ความจงรักภักดี ความเยือกเย็น ความราบรื่น ความเป็นเอกภาพ ความเป็นอนุรักษ์นิยม แรงบันดาลใจ - โทนสีนี้จะให้ความรู้สึกสงบเย็นที่สุด ช่วยทำให้ผ่อนคลายและทำให้จิตใจรู้สึกสงบ โทนสีฟ้าจะกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และอิสระ ส่วนโทนสีน้ำเงินนั้นจะสื่อถึงฐานะของสังคมชั้นสูง และความร่ำรวย สีน้ำเงินเข้มแสดงออกถึงความรู้ ความเฉลียวฉลาด ตระการะเหตุผล และความไว้น้ำใจ - แต่ถ้ามีสีน้ำเงินเข้มเกินไป ก็จะทำให้รู้สึกซึมเศร้าได้
2. สีม่วง 	<ul style="list-style-type: none"> - ฐานันดรศักดิ์ จิตวิญญาณ ความสูงส่ง ความหรูหรา การเฉลิมฉลอง เวทมนตร์คาถา ความลึกลับ ความเพ้อฝัน สติปัญญา การเปลี่ยนแปลง การหลุดพ้น การปรุงแต่ง ความโหดร้าย ความสง่างาม ความเยอหยิ่งอวดดี ความโอ้อวด ความเศร้าโศก การไว้อาลัย - สีม่วงเป็นสีที่ช่วยในการทำสมาธิ และยังช่วยให้ผ่อนคลายได้เป็นอย่างดีเลยทีเดียว กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ทางความฝันและสติปัญญา และที่สำคัญยังช่วยสงบจิตใจที่ว้าวุ่นได้ สีม่วงยังช่วยเติมเต็มความคิดและความปรารถนาภายใน สื่อถึงความเห็นอกเห็นใจ เชื่อมโยงกับพลังงานทางจิตวิญญาณและพลังจิต
3. สีชมพู 	<ul style="list-style-type: none"> - ความนุ่มนวล ความอ่อนโยน ความไร้เดียงสา ความอ่อนเยาว์ การดูแลเอาใจใส่ การทะนุถนอม ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ จิตใจดี ความหวาน ความบอบบาง ความรัก ความเอ็นดู มิตรภาพ เสน่ห์ สุขภาพที่ดี - สีชมพูมีพลังในการรักษา โดยเฉพาะกับผู้มีปัญหาทางอารมณ์ ทั้งนี้สีชมพูยังช่วยให้จิตใจสงบ ผ่อนคลายและอ่อนโยนขึ้นได้อีกด้วย สีชมพูช่วยกระตุ้นให้รู้สึกถึงความรัก ความชื่นชม ความมั่นใจ ความกระปรี้กระเปร่า และความสนุกสนานได้

จากตารางที่ 4.7 โทนสีที่มีความเหมาะสมและเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบสื่อด้านวีดิทัศน์สำหรับประชาชน โดยผู้วิจัยเลือกใช้สีโทนเย็น ได้แก่ 1. โทนสีน้ำเงินช่วยให้ความรู้สึกสงบช่วยให้ผ่อนคลายและทำให้จิตใจรู้สึกสงบ 2. โทนสีฟ้าช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ อิสระ ปลอดภัย สีฟ้าเป็นสีโทนกลางช่วยให้ผู้อ่านรู้สึกสบายตา 3. โทนสีม่วง เป็นสีที่ช่วยให้เกิดสมาธิ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ทางสติปัญญาได้อีกด้วย 4. โทนสีชมพูเป็นสีที่ช่วยกระตุ้นให้รู้สึกถึงความกระตือรือร้นและความสุข สอดคล้องกับ (กิตติพงษ์ เงามูทอง. 2552: 74) ความหมายของสีก่อนเลือกใช้ให้เหมาะสม



กับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายจะสามารถช่วยให้นักออกแบบสามารถเลือกใช้สี เพื่อสื่อความหมายในงานออกแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านภาพประกอบของสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน

ด้านรูปภาพ	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
1. ภาพนิ่ง	- ภาพถ่าย 	- ได้ภาพที่มีความเสมือนจริงมากที่สุด สามารถบอกเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ผ่านการใช้สี สื่ออารมณ์ได้ชัด เจน ภาพถ่ายยังช่วยให้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการได้อีกด้วย	- ต้องใช้อุปกรณ์และต้นทุนสูงในการถ่ายภาพให้ได้คุณภาพ - อาจมีค่าใช้จ่ายในการซื้อภาพที่ต้องการใช้งานและอาจมีเงื่อนไขต่างในการใช้ภาพแต่ละประเภท
	- ภาพวาด 	- สามารถนำเสนอภาพจำลองเหตุการณ์สำคัญที่น่าสนใจที่กล้องถ่ายรูปไม่สามารถบันทึกเหตุการณ์ได้ เช่น 1. เรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ พงศาวดารในแต่ละสมัย จิตรกรรมฝาผนัง 2. เรื่องราวเกี่ยวกับความเชื่อ สิ่งเร้นลับ เทพเจ้า ภูตผี ปีศาจ 3. เรื่องราวเกี่ยวกับศาสนา วัฒนธรรม ชาดก พุทธประวัติ 4. เรื่องราวเกี่ยวกับวรรณคดี นิทานพื้นบ้าน ตำนาน เป็นต้น	- ภาพที่ได้อาจไม่เป็นไปตามที่ต้องการ หากขาดฝีมือหรือทักษะในการวาดภาพ - ได้ข้อมูลจากการจินตนาการของผู้สร้างผลงานเท่านั้น เนื้อหาอาจไม่ตรงกับความจริงทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ด้านรูปภาพ	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
	- ภาพลายเส้น 	- การเขียนภาพลายเส้น มีความรวดเร็ว ฉับไว คล่องตัวในการร่างภาพ มีความแม่นยำเรื่องขนาด และสัดส่วน	- มีข้อมูลหรือรายละเอียดในการนำเสนอต่อผู้รับสารน้อยเกินไป ขาดสีสันที่ทำให้เกิดความน่าสนใจ
	- ภาพกราฟิก 	- ภาพกราฟิกเป็นภาพมีสีสันสวยงาม สร้างความเร้าใจและน่าสนใจ สามารถสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ ๆ ได้	- ภาพชนิดนี้มีขนาดใหญ่ตามความละเอียดของภาพ เช่น ภาพที่มีความคมชัดสูงก็ต้องมีขนาดไฟล์ภาพที่ใหญ่ตามไปด้วย ทำให้เปลืองเนื้อที่ในการจัดเก็บไฟล์ภาพ
2. ภาพเคลื่อนไหว	- ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง	- เป็นสื่อที่ดีที่เหมาะสมกับการนำเสนอ เพราะมีสีสันและรูปแบบที่น่าสนใจ สามารถสื่อความหมายได้กว้าง - สามารถสร้างแรงจูงใจจากผู้รับสารได้ดี	- ไฟล์ของภาพเคลื่อนไหวมีขนาดใหญ่มากกว่าไฟล์ของภาพนิ่งหลายเท่า อาจทำให้เกิดปัญหาในการจัดเก็บได้

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ลักษณะภาพประกอบที่มีความเหมาะสมและเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบสื่อด้านวิดิทัศน์สำหรับประชาชน ได้แก่ ลักษณะภาพเคลื่อนไหว เพราะเป็นสื่อที่ดี มีการแสดงลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่องเหมาะสมกับการนำเสนอข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน รวมทั้งยังมีสีสันและรูปแบบที่น่าสนใจ สามารถสร้างแรงจูงใจจากผู้รับสารได้ดี สอดคล้องทฤษฎี อดส่วนทองคำ (golden section) ของ (เลโอนาร์โด ดา วินชี อังโน กราฟิค บุฟเฟต์. 2560: ออนไลน์) ที่กล่าวว่า การออกแบบภาพนั้นก็ล้วนแต่แฝงไปด้วย สัดส่วนทองคำ (Golden Ratio) ด้วยกันทั้งนั้นรวมถึง งานศิลปะหรืองานสถาปัตยกรรมต่าง ๆ เราสามารถใช้สัดส่วนทองคำในการถ่ายภาพได้ด้วยเช่นกัน เพราะสัดส่วนทองคำจะช่วยทำให้งานออกมาดูดี สมบูรณ์แบบ


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านวิดีโอและเสียงประกอบของสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ด้านวิดีโอและเสียงประกอบ	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
1. ภาพวิดีโอ	- องค์ประกอบของภาพวิดีโอถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก	- สามารถนำเสนอได้ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ซึ่งเป็นสื่อที่มีความสมบูรณ์มากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ	- การสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นจำนวนมาก
2. เสียง	- ลักษณะของเสียงประกอบด้วยคลื่นเสียงแบบออดิโอ (Audio) ซึ่งมีฟอร์แมตเป็น .wav, .au	- ช่วยสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามเนื้อหาได้เป็นอย่างดี	- อุปกรณ์ที่ใช้ในการบันทึกเสียงอาจมีราคาสูง โปรแกรมที่ใช้ในการตัดต่อเสียงต้องใช้ทักษะในการตัดต่อ


จากตารางที่ 4.9 พบว่า ลักษณะภาพวิดีโอสำหรับแนวทางการออกแบบสื่อด้านวีดิทัศน์ถือเป็นสื่อที่มีความสมบูรณ์มากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ เพราะสามารถนำเสนอได้ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพสัญลักษณ์และเสียง การใช้ทั้งวิดีโอและเสียงประกอบนั้นช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจในลำดับขั้นตอนของเนื้อหาได้ง่ายและชัดเจน รวมทั้งยังสามารถสร้างความน่าสนใจให้แก่เนื้อหาอีกด้วย สอดคล้องกับ (วีรยา มณีรัตนดำเกิง.2544 : 15) ที่กล่าวว่า การถ่ายทำจากของจริงทำได้สะดวกไม่ต้องล้างฟิล์มเหมือนภาพ ประโยชน์ที่จะได้จากการใช้วีดิทัศน์ก็คือ ได้เห็นทั้งภาพและได้ยินทั้งเสียงซึ่งจะมีส่วนเข้าใจและให้ความเข้าใจได้มากกว่าการบรรยาย

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านตัวอักษรของสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ด้านตัวอักษรและขนาด	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
1. ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ 	- ข้อความที่ได้จากการพิมพ์โดยทั่วไปจากการพิมพ์ด้วยโปรแกรมประมวลผลคำ	- สามารถนำไปใช้งานได้ง่ายและสะดวก	ต้องระงับการคัดลอกข้อความ เช่น คัดลอกบทความวิจัย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ด้านตัวอักษรและขนาด	รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
2. ข้อความจากการสแกน 	- เป็นข้อความในลักษณะรูปภาพ ได้จากเอกสารที่พิมพ์ไว้แล้ว มาทำการสแกน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะได้ผลออกมาเป็นภาพ (Image) 1 ภาพ	- สามารถใช้งานได้สะดวกและรวดเร็ว	- เพิ่มเติมเนื้อหาได้ยาก เพราะเมื่อผ่านการสแกนแล้วจะได้ผลงานออกมาเป็นรูปภาพ
3. ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ 	- เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อ ที่ใช้ประมวลผลได้ข้อความไฮเปอร์เท็กซ์ (Hyper Text) มักใช้กับการเผยแพร่เอกสารผ่านเว็บไซต์ สามารถใช้เทคนิคการลิงก์ไปยังข้อความ หรือจุดอื่น ๆ ได้	- ได้รับความนิยมสูง - สามารถใช้งานได้สะดวกและรวดเร็วต่อการหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง	- เป็นเนื้อหาที่บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่าย สามารถการเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ง่าย อาจทำให้เกิดความผิดพลาดของข้อมูลได้ง่าย - ข้อมูลและเนื้อหาบางส่วนไม่มีแหล่งที่มาที่ชัดเจน ขาดความน่าเชื่อถือ

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ลักษณะตัวอักษรและข้อความที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบสื่อด้านวิดิทัศน์สำหรับประชาชน ได้แก่ข้อความแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเป็นลักษณะข้อความที่เหมาะสมกับการเผยแพร่เอกสารผ่านเว็บไซต์ ได้รับความนิยมสูง สามารถใช้งานได้สะดวกและรวดเร็วต่อการหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ (วิทยาดา ชนาธินาถพงศ. 2555: 69) ที่กล่าวว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์นับว่าเป็นสื่อที่นิยมมากที่สุดและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านโครงสร้างหน้าจอของสื่อวิดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ด้านโครงสร้างหน้าจอ	รายการ
1. QCIF (Quarter Common Intermediate Format)	ภาพขนาด 176x144 มีขนาดภาพ 1 ใน 4 ของแบบ CIF ใช้ในโทรศัพท์มือถือที่มี อัตราเล่นต่อเนื่อง 15 เฟรม/วินาที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ด้านโครงสร้างหน้าจอ	รายการ
2. CIF (Common Intermediate Format)	ภาพขนาด 352x288 ใช้ในการบันทึกภาพของกล้องวงจรปิด CCTV และเป็นคุณสมบัติของการถ่ายภาพวิดีโอบนโทรศัพท์มือถือ
3. SD (Standard Definition) NTSC TV	ภาพขนาด 720x480 มีอัตราส่วนของการแสดงภาพ 1.5:1 (3:2) จัดอยู่ในประเภทการส่งภาพโทรทัศน์ความชัดเจนมาตรฐาน
4. SD (Standard Definition) PAL TV	ภาพขนาด 768x576 มีอัตราส่วนของการแสดงภาพใกล้เคียงมาตรฐาน (4:3) จัดอยู่ในประเภทการส่งภาพโทรทัศน์ความชัดเจนมาตรฐาน
5. PC XGA (Extended Graphics Array) 1024x768	ภาพขนาด 1024 X 768 ใช้ในการแสดงผลของจอภาพคอมพิวเตอร์ เป็นชนิดจอ LCD หรือ LED มีหลายมาตรฐาน
6. HD (High Definition)	ภาพขนาด 1280x720 ใช้สำหรับจอภาพที่มีขนาดต่ำกว่า Full HD แสดงผลบนโทรทัศน์แบบ 720p อัตราส่วน (16:9)
7. Full HD (High Definition)	ภาพขนาด 1920 x 1080 การแสดงผลของจอภาพโทรทัศน์ที่ให้รายละเอียดของภาพแบบ Full HD อัตราส่วน (16:9) แสดงผลบนโทรทัศน์แบบ 1080p และ 1080i

จากตารางที่ 4.10 สรุปว่าลักษณะโครงสร้างหน้าจอที่ผู้วิจัยเลือกใช้ คือ ขนาด 1920x1080 pixels = 2,073,600 พิกเซล (Pixels) เพราะเป็นขนาดที่สามารถแสดงผลของจอภาพแบบ Full HD (High Definition) อัตราส่วนของจอภาพ คือ ขนาดความกว้าง x ความสูง เป็น 16:9 และจอภาพแบบ Full HD นั้นยังเป็นขนาดโครงสร้างจอภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบันอีกด้วย (เดือน หงษา วดี. 2256: ออนไลน์)

4.2 ผลการวิเคราะห์การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

4.2.1 ผลการวิเคราะห์การออกแบบสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน



ภาพที่ 4.1 แสดงภาพส่วนเนื้อหาและการออกแบบแผ่นพับ (ด้านหน้าและด้านหลัง)



ภาพที่ 4.2 แสดงภาพส่วนเนื้อหาและการออกแบบแผ่นพับ (ด้านใน)

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา (สื่อแผ่นพับ) (N=3)

รายการประเมินเนื้อหาสื่อแผ่นพับ	ระดับความคิดเห็น		
	μ	σ	ความหมาย
1. เนื้อหาถูกต้องตามหลักทางการแพทย์	4.00	0	มาก
2. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	4.00	0	มาก
3. เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด	4.33	0.58	มาก
4. ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา	3.33	0.58	ปานกลาง
5. ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย	4.33	0.58	มาก
6. ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา	3.67	0.58	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

รายการประเมินเนื้อหาสื่อแผ่นพับ	ระดับความคิดเห็น		
	μ	σ	ความหมาย
7. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	3.67	0.58	มาก
8. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.33	0.58	มาก
9. ความเหมาะสมของคำถามในสื่อประชาสัมพันธ์	4.00	1.00	มาก
10. ภาพประกอบสื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหา	4.00	1.00	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	3.97	0.34	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาที่มีความเห็นต่อสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 3.97$) ($\sigma = 0.34$)

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อแผ่นพับ) (N=3)

รายการประเมินการออกแบบสื่อแผ่นพับ	ระดับความคิดเห็น		
	μ	σ	ความหมาย
1. ด้านสี			
1.1 การเลือกใช้สีเน้นข้อความให้ความเด่นชัด	4.33	0.58	มาก
1.2 การเลือกใช้สีที่ช่วยให้ข้อความอ่านได้ง่าย	4.00	0	มาก
1.3 การเลือกใช้สีที่ไม่เป็นอันตรายต่อสายตา	3.67	0.58	มาก
1.4 การเลือกใช้สีโดยรวมกลมกลืนและสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	4.00	1.00	มาก
1.5 การใช้สีโดยรวมมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา	3.67	0.58	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	3.93	0.36	มาก
2. ด้านรูปภาพ			
2.1 ภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.33	0.58	มาก
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมชัดเจน	4.00	1.00	มาก
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา	4.33	1.15	มาก
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	4.67	0.58	มากที่สุด
2.5 การจัดวางองค์ประกอบของภาพสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน	4.00	1.00	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.27	0.27	มาก
3. ด้านตัวอักษร			
3.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม	4.33	0.58	มาก
3.2 ตัวอักษรมีขนาดที่เหมาะสมสอดคล้องกับระยะเวลาการอ่าน	4.00	0	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

รายการประเมินการออกแบบสื่อแผ่นพับ	ระดับความคิดเห็น		
	μ	σ	ความหมาย
3.3 การเว้นวรรคตัวอักษรมีความเหมาะสมสามารถอ่านได้ง่าย	4.33	0.58	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.22	4.13	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13	0.35	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อประชาสัมพันธ์มีความเห็นต่อสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.13$) ($\sigma = 0.58$) มีความโดดเด่น อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$)

4.2.2 ผลการวิเคราะห์การออกแบบสื่อวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.3 แสดงแบบภาพร่าง Story Board สื่อวิดีโอทัศน์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า รูปแบบที่ 1

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา (สื่อวิดีโอทัศน์) รูปแบบที่ 1 (N=3)

รายการประเมินเนื้อหาสื่อวิดีโอทัศน์	ระดับความคิดเห็น		
	รูปแบบที่ 1		
	μ	σ	ความหมาย
1. เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด	4.33	1.15	มาก
2. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	3.67	0.58	มาก
3. ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา	4.67	0.58	มากที่สุด
4. เนื้อหาถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริง	3.67	1.53	มาก
5. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.33	1.15	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

รายการประเมินเนื้อหาสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็น		
	รูปแบบที่ 1		
	μ	σ	ความหมาย
6. ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา	4.67	0.58	มากที่สุด
7. ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย	4.33	0.58	มาก
8. ลำดับขั้นตอนการนำเสนอมีความต่อเนื่อง	4.33	0.58	มาก
9. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	4.00	0	มาก
10. ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา	4.33	0.58	มาก
11. ภาพประกอบสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.00	1.00	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.21	0.42	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา มีความเห็นต่อสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับ ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน รูปแบบที่ 1 อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.21$) ($\sigma = 0.42$) มีความโดดเด่น อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$)

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อวีดิทัศน์) รูปแบบที่ 1 (N=3)

รายการประเมินการออกแบบสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็น		
	รูปแบบที่ 1		
	μ	σ	ความหมาย
1. ด้านสี			
1.1 การเลือกใช้สีตัวอักษรที่มองเห็นได้ชัดเจน	4.00	0	มาก
1.2 การเลือกใช้โทนสีสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	4.00	0	มาก
1.3 การเลือกใช้สีระหว่างตัวอักษรและพื้นหลังแบ่งกัน ได้ชัดเจน	4.67	0.58	มากที่สุด
1.4 การเลือกชุดสีโดยรวมสอดคล้องกับองค์ประกอบ อื่น ๆ	4.00	0	มาก
1.5 การเลือกใช้โทนสีไม่เป็นอันตรายต่อสายตา	4.00	0	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.13	0.26	มาก
2. ด้านรูปภาพ			
2.1 ภาพประกอบเหมาะสมกับตำแหน่งบนหน้าจอ	4.00	0	มาก
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมกับหน้าจอ	4.00	0	มาก
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	4.67	0.58	มากที่สุด
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	4.67	0.58	มากที่สุด

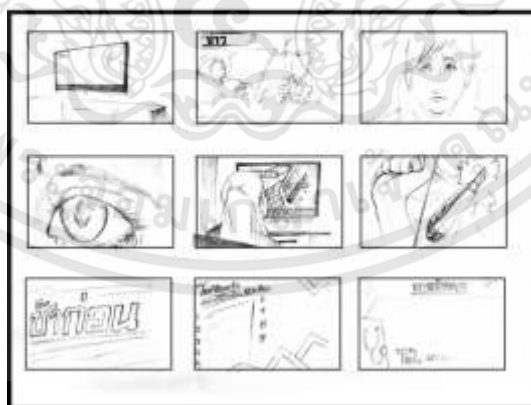
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

รายการประเมินการออกแบบสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็น		
	รูปแบบที่ 1		
	μ	σ	ความหมาย
2.5 การจัดวางองค์ประกอบภาพสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน	4.67	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.40	0.32	มาก
3. ด้านตัวอักษร			
3.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม	4.67	0.58	มากที่สุด
3.2 ตัวอักษรมีการใช้สีที่โดดเด่น อ่านง่าย	4.00	1.00	มาก
3.3 ตัวอักษรมีขนาดที่มองเห็นได้ชัดเจน	4.33	0.58	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.33	0.24	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.28	0.35	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อประชาสัมพันธ์มีความเห็นต่อสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน รูปแบบที่ 1 อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.28$) ($\sigma = 0.35$) มีความโดดเด่น อยู่ในระดับมากที่สุด คือ การเลือกใช้สีระหว่างตัวอักษรและพื้นหลังแบงกันได้ชัดเจน ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$)และการจัดวางองค์ประกอบภาพสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$)

รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.4 แสดงแบบภาพร่าง Story Board สื่อวีดิทัศน์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า รูปแบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา (สื่อวีดิทัศน์) รูปแบบที่ 2 (N=3)

รายการประเมินเนื้อหาสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็น		
	รูปแบบที่ 2		
	μ	σ	ความหมาย
1. เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด	3.33	0.58	ปานกลาง
2. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	2.00	0	น้อย
3. ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา	3.67	0.58	มาก
4. เนื้อหาถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริง	2.33	0.58	น้อย
5. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.33	0.58	มาก
6. ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา	3.33	0.58	ปานกลาง
7. ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย	4.33	0.58	มาก
8. ลำดับขั้นตอนการนำเสนอมีความต่อเนื่อง	3.33	0.58	ปานกลาง
9. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	4.00	0	มาก
10. ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา	4.33	0.58	มาก
11. ภาพประกอบสื่อความหมายได้ชัดเจน	3.33	0.58	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	3.48	0.23	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา มีความเห็นต่อสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน รูปแบบที่ 2 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 3.48$) ($\sigma = 0.23$)

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อวีดิทัศน์) รูปแบบที่ 2 (N=3)

รายการประเมินการออกแบบสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็น		
	รูปแบบที่ 2		
	μ	σ	ความหมาย
1. ด้านสี			
1.1 การเลือกใช้สีตัวอักษรที่มองเห็นได้ชัดเจน	3.33	0.58	ปานกลาง
1.2 การเลือกใช้โทนสีสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	2.67	0.58	ปานกลาง
1.3 การเลือกใช้สีระหว่างตัวอักษรและพื้นหลังแบ่งกัน ได้ชัดเจน	3.67	0.58	มาก
1.4 การเลือกชุดสีโดยรวมสอดคล้องกับองค์ประกอบ อื่น ๆ	3.00	0	ปานกลาง
1.5 การเลือกใช้โทนสีไม่เป็นอันตรายต่อสายตา	4.00	0	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	3.33	0.32	ปานกลาง

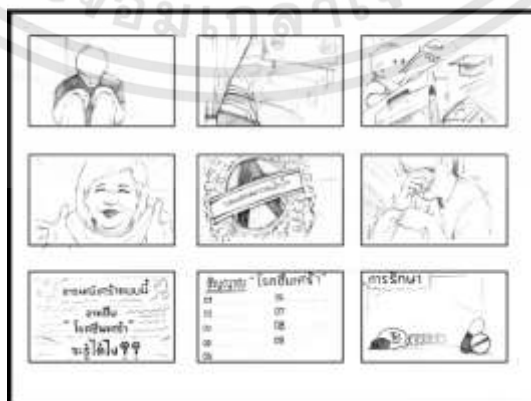
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

รายการประเมินการออกแบบสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็น		
	รูปแบบที่ 2		
	μ	σ	ความหมาย
2. ด้านรูปภาพ			
2.1 ภาพประกอบเหมาะสมกับตำแหน่งบนหน้าจอ	3.67	0.58	มาก
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมกับหน้าจอ	4.00	0	มาก
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	3.67	0.58	มาก
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	4.00	0	มาก
2.5 การจัดวางองค์ประกอบภาพสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน	5.00	0	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.07	0.32	มาก
3. ด้านตัวอักษร			
3.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม	4.67	0.58	มากที่สุด
3.2 ตัวอักษรมีการใช้สีที่โดดเด่น อ่านง่าย	3.33	0.58	ปานกลาง
3.3 ตัวอักษรมีขนาดที่มองเห็นได้ชัดเจน	2.67	0.58	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.00	0.33	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อประชาสัมพันธ์มีความเห็นต่อสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน รูปแบบที่ 2 อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 3.67$) ($\sigma = 0.58$) มีความโดดเด่น อยู่ในระดับมากที่สุด คือ การจัดวางองค์ประกอบภาพสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$) และตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$)

รูปแบบที่ 3



ภาพที่ 4.5 แสดงแบบภาพร่าง Story Board สื่อวีดิทัศน์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า รูปแบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา (สื่อวีดิทัศน์) รูปแบบที่ 3 (N=3)

รายการประเมินเนื้อหาสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็น		
	รูปแบบที่ 3		
	μ	σ	ความหมาย
1. เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด	3.33	0.58	ปานกลาง
2. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	3.67	0.58	มาก
3. ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา	3.33	0.58	ปานกลาง
4. เนื้อหาถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริง	4.00	0	มาก
5. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.67	0.58	มากที่สุด
6. ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา	5.00	0	มากที่สุด
7. ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย	4.00	0	มาก
8. ลำดับขั้นตอนการนำเสนอมีความต่อเนื่อง	3.33	0.58	ปานกลาง
9. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	3.33	0.58	ปานกลาง
10. ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา	4.00	0	มาก
11. ภาพประกอบสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.33	0.29	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	3.91	0.29	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา มีความเห็นต่อสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน รูปแบบที่ 3 อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 3.91$) ($\sigma = 0.29$) มีความโดดเด่น อยู่ในระดับมากที่สุด คือ เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$) และความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$)

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อวีดิทัศน์) รูปแบบที่ 3 (N=3)

รายการประเมินการออกแบบสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็น		
	รูปแบบที่ 3		
	μ	σ	ความหมาย
1. ด้านสี			
1.1 การเลือกใช้สีตัวอักษรที่มองเห็นได้ชัดเจน	3.67	0.58	มาก
1.2 การเลือกใช้โทนสีสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	3.00	0	ปานกลาง
1.3 การเลือกใช้สีระหว่างตัวอักษรและพื้นหลังแบ่งกัน ได้ชัดเจน	4.33	0.58	มาก
1.4 การเลือกชุดสีโดยรวมสอดคล้องกับองค์ประกอบ อื่น ๆ	4.00	0	มาก
1.5 การเลือกใช้โทนสีไม่เป็นอันตรายต่อสายตา	4.33	0.58	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	3.87	0.32	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

รายการประเมินการออกแบบสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็น		
	รูปแบบที่ 3		
	μ	σ	ความหมาย
2. ด้านรูปภาพ			
2.1 ภาพประกอบเหมาะสมกับตำแหน่งบนหน้าจอ	4.33	0.58	มาก
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมกับหน้าจอ	4.67	0.58	มากที่สุด
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	3.33	0.58	ปานกลาง
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	3.67	0.58	มาก
2.5 การจัดวางองค์ประกอบภาพสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน	5.00	0	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.20	0.26	มาก
3. ด้านตัวอักษร			
3.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม	4.67	0.58	มากที่สุด
3.2 ตัวอักษรมีการใช้สีที่โดดเด่น อ่านง่าย	3.67	0.58	มาก
3.3 ตัวอักษรมีขนาดที่มองเห็นได้ชัดเจน	3.00	0	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.00	0	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.33	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อประชาสัมพันธ์มีความเห็นต่อสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน รูปแบบที่ 3 อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$) มีความโดดเด่น อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ขนาดของภาพมีความเหมาะสมกับหน้าจอ ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), การจัดวางองค์ประกอบภาพสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$) และตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$)

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

รายการประเมินเนื้อหาสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	N=3		N=3		N=3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
1. เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด	4.33	1.15	3.33	0.58	3.33	0.58
2. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	3.67	0.58	2.00	0	3.67	0.58
3. ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา	4.67	0.58	3.67	0.58	3.33	0.58
4. เนื้อหาถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริง	3.67	1.53	2.33	0.58	4.00	0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

รายการประเมินเนื้อหาสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา					
	รูปแบบที่ 1 N=3		รูปแบบที่ 2 N=3		รูปแบบที่ 3 N=3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
5. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.33	1.15	4.33	0.58	4.67	0.58
6. ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา	4.67	0.58	3.33	0.58	5.00	0
7. ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย	4.33	0.58	4.33	0.58	4.00	0
8. ลำดับขั้นตอนการนำเสนอมีความต่อเนื่อง	4.33	0.58	3.33	0.58	3.33	0.58
9. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	4.00	0	4.00	0	3.33	0.58
10. ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา	4.33	0.58	4.33	0.58	4.00	0
11. ภาพประกอบสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.00	1.00	3.33	0.58	4.33	0.29
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.21	0.42	3.48	0.23	3.91	0.29

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผลการวิเคราะห์ด้านเนื้อหาสำหรับสื่อวีดิทัศน์ที่เหมาะสมต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน คือ รูปแบบที่ 1 โดยภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.21$) ($\sigma = 0.42$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.91$) ($\sigma = 0.29$) และรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 3.48$) ($\sigma = 0.23$)

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

รายการประเมินการออกแบบสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์					
	รูปแบบที่ 1 N=3		รูปแบบที่ 2 N=3		รูปแบบที่ 3 N=3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
1. ด้านสี						
1.1 การเลือกใช้สีตัวอักษรที่มองเห็นได้ชัดเจน	4.00	0	3.33	0.58	3.67	0.58
1.2 การเลือกใช้โทนสีสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	4.00	0	2.67	0.58	3.00	0
1.3 การเลือกใช้สีระหว่างตัวอักษรและพื้นหลังแบ่งกันได้ชัดเจน	4.67	0.58	3.67	0.58	4.33	0.58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

รายการประเมินการออกแบบสื่อวีดิทัศน์	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์					
	รูปแบบที่ 1 N=3		รูปแบบที่ 2 N=3		รูปแบบที่ 3 N=3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
1.4 การเลือกชุดสีโดยรวมสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	4.00	0	3.00	0	4.00	0
1.5 การเลือกใช้โทนสีไม่เป็นอันตรายต่อสายตา	4.00	0	4.00	0	4.33	0.58
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.13	0.26	3.33	0.32	3.87	0.32
2. ด้านรูปภาพ						
2.1 ภาพประกอบเหมาะสมกับตำแหน่งบนหน้าจอ	4.00	0	3.67	0.58	4.33	0.58
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมกับหน้าจอ	4.00	0	4.00	0	4.67	0.58
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	4.67	0.58	3.67	0.58	3.33	0.58
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	4.67	0.58	4.00	0	3.67	0.58
2.5 การจัดวางองค์ประกอบภาพสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน	4.67	0.58	5.00	0	5.00	0
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.40	0.32	4.07	0.32	4.20	0.26

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบสื่อวีดิทัศน์ที่เหมาะสมเพื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน คือ รูปแบบที่ 1 โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.28$) ($\sigma = 0.35$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.03$) ($\sigma = 0.25$) และรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.77$) ($\sigma = 0.30$)

4.3 ผลการวิเคราะห์การประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

4.3.1 ผลการวิเคราะห์การประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนจากระบบออนไลน์ (Online)

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์การประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อผ่านพีชจากระบบออนไลน์ (Online)

รายการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลสื่อผ่านพีชจากระบบออนไลน์ (Online)	ระดับความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนทั่วไป		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ข้อมูลเนื้อหาที่น่าเสนอตรงกับความสนใจ	4.36	0.66	มาก
2. การนำเสนอเนื้อหาสามารถจัดลำดับให้เข้าใจได้ง่าย	4.28	0.76	มาก
3. ได้รับความรู้เกี่ยวกับอาการของภาวะซึมเศร้า	4.48	0.65	มาก
4. เข้าใจเกี่ยวกับวิธีการรักษาเมื่อเป็นโรคซึมเศร้า	4.26	0.75	มาก
5. ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาสามารถสื่อให้เข้าใจได้ง่าย	4.30	0.54	มาก
6. ตัวอักษรที่ใช้อ่านได้ง่ายและมองเห็นชัดเจน	4.16	0.79	มาก
7. ภาพประกอบมีส่วนช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้มากขึ้น	4.27	0.86	มาก
8. สัญลักษณ์และไอคอนสื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย	4.24	0.72	มาก
9. โทนี่ที่ใช้น่าสนใจและดึงดูดสายตา	3.88	0.80	มาก
10. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลน่าสนใจและเข้าใจได้ง่าย	4.26	0.72	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.25	0.09	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผลการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อผ่านพีชจากระบบออนไลน์ (Online) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.25) (S.D. = 0.09)

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์การประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์จากระบบออนไลน์ (Online)

รายการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลสื่อวีดิทัศน์จากระบบออนไลน์ (Online)	ระดับความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนทั่วไป		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. เนื้อหาที่น่าเสนอตรงกับความสนใจ	4.34	0.63	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

รายการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลสื่อวีดิทัศน์จากระบบออนไลน์ (Online)	ระดับความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนทั่วไป		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
2. การนำเสนอเนื้อหาสามารถจัดลำดับให้เข้าใจได้ง่าย	4.34	0.59	มาก
3. ได้รับความรู้เกี่ยวกับอาการของภาวะซึมเศร้า	4.52	0.58	มากที่สุด
4. เข้าใจเกี่ยวกับวิธีการรักษาเมื่อเป็นโรคซึมเศร้า	4.42	0.64	มาก
5. ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาสื่อให้เข้าใจได้ง่าย	4.24	0.72	มาก
6. ตัวอักษรที่ใช้อ่านได้ง่ายและชัดเจน	4.2	0.73	มาก
7. ภาพประกอบที่ใช้สื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย	4.34	0.66	มาก
8. เสียงประกอบที่ใช้สื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย	4.3	0.65	มาก
9. สัญลักษณ์และไอคอนสื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย	4.32	0.68	มาก
10. วิธีการนำเสนอวิดีโอน่าสนใจ	4.18	0.72	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.32	0.05	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผลการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์จากระบบออนไลน์ (Online) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.32) (S.D. = 0.05) มีความโดดเด่นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ได้รับความรู้เกี่ยวกับอาการของภาวะซึมเศร้า มีสัดส่วนค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.52) (S.D. = 0.58)

สรุป จากผลการประเมินผลการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนจากระบบออนไลน์ (Online) ทั้งสื่อแผ่นพับและสื่อวีดิทัศน์ พบว่าประชาชนส่วนใหญ่เกิดการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้ามากขึ้น ทั้งยังตระหนักถึงความสำคัญว่าเป็นเรื่องใกล้ตัวไม่ควรมองข้าม โดยมองว่าภาวะซึมเศร้าใคร ๆ ก็สามารถเป็นได้ ประชาชนบางส่วนอยากให้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าเพิ่มเติมจากเนื้อหาที่นำเสนออยู่ เช่น วิธีการดูแลผู้ป่วยภาวะซึมเศร้า วิธีการพูดคุยกับผู้ป่วยภาวะซึมเศร้า เป็นต้น และเสนอว่าสื่อประชาสัมพันธ์ควรมีโทนสีที่สว่างสดใสมากขึ้น ภาษาที่ใช้ดูเป็นทางการเกินไปทำให้เข้าใจเนื้อหาได้ยาก ภาพประกอบที่นำมาใช้สื่อความหมายเนื้อหาแนะนำเสนอได้ดี สื่อวีดิโอมีความยาวของสื่อมากเกินไปทำให้ใช้เวลานานในการรับชม และสื่อแผ่นพับประชาชนมองว่าข้อความที่ใช้ในสื่อมีจำนวนมากเกินไป ทำให้องค์ประกอบของสื่อแผ่นพับขาดความน่าสนใจ

4.3.2 ผลการวิเคราะห์การประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนจากระบบออฟไลน์ (Offline)

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์การประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อ
ผ่านพีจจากระบบออฟไลน์ (Offline)

รายการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลสื่อผ่านพีจจากระบบออฟไลน์ (Offline)	ระดับความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนทั่วไป		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ข้อมูลเนื้อหาที่น่าเสนอตรงกับความสนใจ	4.05	0.76	มาก
2. การนำเสนอเนื้อหาสามารถจัดลำดับให้เข้าใจได้ง่าย	3.8	0.89	มาก
3. ได้รับความรู้เกี่ยวกับอาการของภาวะซึมเศร้า	4.15	0.67	มาก
4. เข้าใจเกี่ยวกับวิธีการรักษาเมื่อเป็นโรคซึมเศร้า	4.1	0.79	มาก
5. ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาสามารถสื่อให้เข้าใจได้ง่าย	3.95	0.76	มาก
6. ตัวอักษรที่ใช้อ่านได้ง่ายและมองเห็นชัดเจน	4.05	0.76	มาก
7. ภาพประกอบมีส่วนช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้มากขึ้น	4.3	0.73	มาก
8. สัญลักษณ์และไอคอนสื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย	4.4	0.68	มาก
9. โทนี่ที่ใช้น่าสนใจและดึงดูดสายตา	3.75	0.72	มาก
10. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลน่าสนใจและเข้าใจได้ง่าย	4	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.06	0.06	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่า พบว่า ผลการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อผ่านพีจจากระบบออฟไลน์ (Offline) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.06) (S.D. = 0.06)

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์การประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อ
วีดิทัศน์จากระบบออฟไลน์ (Offline)

รายการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลสื่อวีดิทัศน์จากระบบออฟไลน์ (Offline)	ระดับความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนทั่วไป		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. เนื้อหาที่น่าเสนอตรงกับความสนใจ	4.15	0.67	มาก
2. การนำเสนอเนื้อหาสามารถจัดลำดับให้เข้าใจได้ง่าย	4.50	0.51	มากที่สุด
3. ได้รับความรู้เกี่ยวกับอาการของภาวะซึมเศร้า	4.45	0.60	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

รายการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลสื่อวีดิทัศน์จากระบบออฟไลน์ (Offline)	ระดับความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนทั่วไป		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
4. เข้าใจเกี่ยวกับวิธีการรักษาเมื่อเป็นโรคซิมเศร้า	4.45	0.51	มาก
5. ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาสื่อให้เข้าใจได้ง่าย	4.1	0.79	มาก
6. ตัวอักษรที่ใช้อ่านได้ง่ายและชัดเจน	4.25	0.64	มาก
7. ภาพประกอบที่ใช้สื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย	4.3	0.80	มาก
8. เสียงประกอบที่ใช้สื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย	4.4	0.60	มาก
9. สัญลักษณ์และไอคอนสื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย	4.15	0.81	มาก
10. วิธีการนำเสนอวิดีโอน่าสนใจ	4.15	0.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.29	0.11	มาก

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผลการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์จากระบบออฟไลน์ (Offline) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.29$) (S.D. = 0.11) มีความโดดเด่นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การนำเสนอเนื้อหาสามารถจัดลำดับให้เข้าใจได้ง่าย ($\bar{X} = 4.50$) (S.D. = 0.51)

สรุป จากผลการประเมินผลการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซิมเศร้าสำหรับประชาชนจากระบบออฟไลน์ (Offline) ทั้งสื่อแผ่นพับและสื่อวีดิทัศน์ พบว่าประชาชนส่วนใหญ่เกิดการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับภาวะซิมเศร้ามากขึ้น และตระหนักได้ว่าเรื่องภาวะซิมเศร้าเป็นเรื่องใกล้ตัวไม่ควรมองข้าม หลังจากที่ประชาชนได้ทดลองแสกน QR-code จากสื่อแผ่นพับเพื่อรับชมสื่อวีดิทัศน์ เสนอว่าสื่อวีดิทัศน์มีความยาวของสื่อมากเกินไปทำให้ใช้เวลานานในการรับชม และด้านสื่อแผ่นพับควรลดทอนจำนวนของข้อความให้น้อยลงและเน้นใช้ภาพประกอบแทนความหมายของข้อความเพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยได้ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ คือ

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ด้านสื่อแผ่นพับวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของ ศิริพรณ์ ปีเตอร์ (2549: 202) คือ 1) ด้านการใช้ภาพ ประกอบแบบดิจิทัล 2) การใช้ตัวอักษรแบบมีเชิง แบบไม่มีเชิงและแบบสมัยใหม่ 3) การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย คือ สีฟ้า สีขาว สีเขียว สีแดง สีเหลืองส้มม่วง และ 4) กำหนดองค์ประกอบของภาพ สี และตัวอักษรให้มีความกลมกลืน ด้านสื่อวีดิทัศน์วิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของ ดิเรก ธีระภุช (2555: ออนไลน์) คือ 1) การเลือกใช้สี คือ สีน้ำเงิน สีฟ้า สีม่วงและสีชมพู 2) การใช้รูปภาพประกอบแบบภาพ เคลื่อนไหว 3) การเพิ่มวิดีโอและเสียงประกอบที่จะช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจในลำดับขั้นตอนของ เนื้อหาได้ง่าย 4) การใช้ข้อความแบบอิเล็กทรอนิกส์ 5) การกำหนดโครงสร้างหน้าจอขนาด 1920x1080 pixels

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

(1) ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ด้านเนื้อหาสำหรับสื่อแผ่นพับที่เหมาะสมต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 3.97$) ($\sigma = 0.34$) ด้านเนื้อหาสำหรับสื่อวีดิทัศน์ที่เหมาะสมต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน คือ รูปแบบที่ 1 พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.21$) ($\sigma = 0.42$)

(2) ผลการประเมินความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อประชาสัมพันธ์มีความเห็นต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ด้านสื่อแผ่นพับ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ยค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.13$) ($\sigma = 0.58$) ด้านสื่อวีดิทัศน์ คือ รูปแบบที่ 1 พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.28$) ($\sigma = 0.35$)

5.1.3 สรุปผลการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

(1) ผลการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนจากระบบออนไลน์ (Online) ด้านสื่อแผ่นพับ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.25) (S.D. = 0.09) ด้านสื่อวีดิทัศน์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.32) (S.D. = 0.05)

(2) ผลการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนจากระบบออฟไลน์ (Offline) ด้านสื่อแผ่นพับ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.06) (S.D. = 0.06) ด้านสื่อวีดิทัศน์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.29) (S.D. = 0.11)

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนซึ่งประกอบด้วย สื่อแผ่นพับและสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน การใช้สื่อดังกล่าวเข้ามามีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข้อมูลนั้นถือเป็นทางเลือกหนึ่งจะสามารถช่วยทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจข้อมูลได้อย่างชัดเจนชัดเจนและต้นตอต่อปัญหาภาวะซึมเศร้าได้อย่างดี

5.2.1 อภิปรายผลการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ด้านสื่อแผ่นพับวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของ ศิริพรรณ ปีเตอร์ (2549: 202) คือ 1) ด้านการใช้ภาพประกอบแบบดิจิทัล สอดคล้อง ทฤษฎีสัดส่วนทองคำ (golden section) ของ เลโอนาร์โด ฟิโบนัชชี (อ้างใน กราฟิก บุฟเฟต์. 2560: ออนไลน์) ที่กล่าวว่า หลักการสำคัญคือการใช้ประโยชน์ของเส้น Grid เพื่อกำหนด Space และ Alignment ของกราฟิกต่าง ๆ ให้สมดุล ในการออกแบบต่าง ๆ ก็ล้วนแต่ใช้สัดส่วนทองคำด้วยกันทั้งนั้น เพราะว่าสัดส่วนทองคำจะทำให้ภาพดูมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์แบบ 2) การใช้ตัวอักษรแบบมีเชิง แบบไม่มีเชิงและแบบสมัยใหม่ สอดคล้อง กิตติพงศ์ เงามูทอง (2552: 64) ที่กล่าวว่า การออกแบบตัวอักษรเพื่อสื่อความหมาย ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการออกแบบ เนื่องจากตัวอักษรการตัวอักษรแบบตัวพิมพ์สามารถนำมาใช้ในการนำเสนอข้อมูลได้อย่างสอดคล้องกับเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ 3) การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย คือ สีฟ้า สีขาว สีเขียว สีแดง สีเหลืองสีม่วง สอดคล้องกับ กิตติพงศ์ เงามูทอง (2552: 74) ที่กล่าวว่า ในการออกแบบนอกจากสีมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์บ่งบอกลักษณะและบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมายและถ่ายทอดความหมายอารมณ์และความรู้สึก สียังสามารถโน้มน้าวความคิดและความรู้สึกให้คล้อยตามไปกับงานออกแบบ และ 4) กำหนดองค์ประกอบของภาพ สีและตัวอักษรให้มีความกลมกลืนสอดคล้องกับ เอกวัชร พงษ์เหม (2550: 100) ที่กล่าวว่า การจัดให้รูปแบบ ขนาดของภาพ ตัวอักษรและโครงสร้างของสี ควรมีความสอดคล้อง ผสมกลมกลืนและการจัดองค์ประกอบสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญ ขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ด้านสื่อวีดิทัศน์วิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของ ดิเรก ชีระภุช (2555: ออนไลน์) คือ 1) การเลือกใช้สี คือ สีน้ำเงิน สีฟ้า สีม่วงและสีชมพู สอดคล้องกับ กิตติพงศ์ เงามูทอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2552: 74) ความหมายของสีก่อนเลือกใช้ให้เหมาะสมกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายจะสามารถช่วยให้นักออกแบบสามารถเลือกใช้สี เพื่อสื่อความหมายในงานออกแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 2) การใช้รูปภาพประกอบ คือ ภาพแบบเคลื่อนไหว สอดคล้อง ทฤษฎีสัดส่วนทองคำ (golden section) ของ เลโอนาร์โด ดา วินชี (อังกูโร กราฟิก บุฟเฟต์. 2560: ออนไลน์) ที่กล่าวว่า การออกแบบภาพนั้นก็ล้วนแต่แฝงไปด้วย สัดส่วนทองคำ (Golden Ratio) ด้วยกันทั้งนั้นรวมไปถึง งานศิลปะหรืองานสถาปัตยกรรมต่าง ๆ เราสามารถใช้สัดส่วนทองคำในการถ่ายภาพได้ด้วยเช่นกัน เพราะสัดส่วนทองคำจะช่วยให้งานออกมาดูดี สมบูรณ์แบบ 3) การเพิ่มวิดีโอและเสียงประกอบที่จะช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจในลำดับขั้นตอนของเนื้อหาได้ง่าย สอดคล้องกับ วีรยา มณีรัตนดังกิง (2544 : 15) ที่กล่าวว่า การถ่ายทำจากของจริงทำได้สะดวกไม่ต้องล้างฟิล์มเหมือนภาพ ประโยชน์ที่จะได้จากการใช้วีดิทัศน์ก็คือได้เห็นทั้งภาพและได้ยินทั้งเสียง ซึ่งจะมีส่วนเร้าใจและให้ความเข้าใจได้มากกว่าการบรรยาย 4) การใช้ข้อความแบบอเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับ วิยาดา ชนาธินาถพงศ์ (2555: 69) ที่กล่าวว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์นับว่าเป็นสื่อที่นิยมมากที่สุดและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ 5) การกำหนดโครงสร้างหน้าจอขนาด 1920 x 1080 pixels (เดือน หงษาชาติ. 2256: ออนไลน์) สอดคล้องกับ เพ็ญศรี จุลกาญจน์และชวิต น้อยหัวหาด. 2558 (อังกูโร วิชญ สุวรรณเพิ่ม. 2540: 2558: 176) ที่กล่าวว่า การออกแบบ ข้อความข่าวสารกระชับ ง่ายต่อการเข้าใจ ภาพกับข้อความมีความสอดคล้องกันสอดคล้องกับหลักการ ออกแบบที่กล่าวว่า หลักการออกแบบที่ดีนั้นต้องช่วยให้ผู้อ่านเข้าถึงข่าวสารอย่างรวดเร็ว เอื้อในการรับรู้

5.2.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

5.2.2.1 ผลการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ด้านเนื้อหาและการออกแบบสำหรับสื่อแผ่นพับ ผลการประเมินอยู่ในระดับมาก โดยผู้วิจัยได้ออกแบบโดยคำนึงถึงเนื้อหาของข้อมูลและหลักเกณฑ์การวัดผลเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้า โดยที่ประชาชนจะสามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโรคซึมเศร้า วิธีการสำรวจและการจัดการกับตนเอง อีกทั้งยังสามารถประเมินตนเองได้ในระดับเบื้องต้นอีกด้วย สอดคล้องกับ ณัฏพร วรคุณพิเศษ (2556: 40 อังกูโร วิชาญ ศิลป์ วุฒยา. 2544: บทคัดย่อ) แผ่นพับมีเนื้อหาสาระน่าสนใจ อ่านเข้าใจง่ายและมีรูปภาพสวยงาม สามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์กับตัวเองได้โดยตรง

5.2.2.2 ด้านเนื้อหาและการออกแบบสำหรับสื่อวีดิทัศน์ สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ รูปแบบที่ 1 โดยประชาชนจะได้รับชมวิดีโอจะรับรู้ถึงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการกับความผิดปกติที่เกิดจากภาวะซึมเศร้าและทราบถึงวิธีการรักษาภาวะซึมเศร้าได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับ ธนยพร ธนารุณ (2256: ออนไลน์) ที่กล่าวว่า การออกแบบสื่อผสมเพื่อการเรียนรู้ ควรเลือกรูปแบบการสอน ลักษณะกลุ่มการเรียนรู้ โดยสื่อที่ใช้ควรมีขนาดใหญ่เพื่อให้เห็นภาพและตัวอักษรได้ชัดเจน มีตัวอักษรที่อ่านง่ายและมีภาพประกอบเพื่อการอธิบายให้ผู้ปวยได้มีความเข้าใจได้ง่าย

5.2.3 อภิปรายผลการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนทั้งด้านสื่อแผ่นพับและสื่อวีดิทัศน์ หลังจากที้นำไปทดสอบหาผลการรับรู้กับประชาชน สรุปได้ว่าสื่อด้านแผ่นพับประชาชนสามารถเกิดการรับรู้ข้อมูลภาวะซึมเศร้ามากขึ้น เข้าใจถึงอาการและวิธีจัดการตนเองกับภาวะซึมเศร้าและสามารถ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเมินตนเองถึงระดับความเสี่ยงต่อภาวะซึมเศร้าในระดับเบื้องต้นได้จากสื่อแผ่นพับ ประชาชนเสนอว่าควรปรับโทนสีให้สว่างมากขึ้นและแก้ไของค์ประกอบต่าง ๆ ให้ดูสบายตาเพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น ด้านสื่อวีดิทัศน์ประชาชนรับรู้และเข้าใจถึงข้อมูลภาวะซึมเศร้าได้ดีรับรู้ถึงอาการต่าง ๆ ของภาวะซึมเศร้า รู้ว่าจะต้องทำอะไรเมื่อตนเองมีความเสี่ยงต่อภาวะซึมเศร้า ประชาชนส่วนใหญ่มองว่าการใช้สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าเป็นสิ่งที่ดีเนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ไม่ชอบการอ่านหนังสือสื่อวีดิทัศน์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทั้งยังเสนอให้ทำสื่อเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ เช่น วิธีการดูแลผู้ป่วยภาวะซึมเศร้า เป็นต้น วีดิทัศน์ที่น่าเสนอมีความยาวของเนื้อหามากเกินไปทำให้ต้องใช้เวลานานในการรับชมควรมีความยาววีดิทัศน์ให้มีเนื้อหาที่สั้นลงเพื่อง่ายต่อการทำความเข้าใจ จากผลวิจัยทั้งหมดสรุปได้ว่าสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนสามารถสื่อถึงข้อมูลภาวะซึมเศร้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการรับรู้สำหรับประชาชนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ เกศริน บุญเลิศ และ ทะเนตร อุทธิ (2559: 37) ที่กล่าวว่า หลังจากพนักงานได้รับความรู้จากสื่อโปสเตอร์ มีทัศนคติที่สูงกว่าก่อนรับรู้จากสื่อโปสเตอร์จึงสรุปได้ว่าสื่อโปสเตอร์มีผลต่อทัศนคติของพนักงาน และสอดคล้องกับ ชิตชบา สายใจและรัฐพล อ้นแฉ่ง (2558: 164) ที่กล่าวว่า ผลการประเมินสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้โดยรวมสูงกว่าก่อนการให้ความรู้และยังมีทัศนคติสูงกว่าก่อนการอบรม โดยมีความคิดเห็นโดยรวมที่เปลี่ยนแปลงเป็นการเห็นด้วยที่มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อมีประสิทธิภาพที่ทำให้ประชาชนมีความรู้ การปรับเปลี่ยนทัศนคติและการปฏิบัติได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1.1 ผู้ที่สนใจสามารถนำเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าที่อาจเป็นประโยชน์ไปใช้ในงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้

5.3.1.2 สื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้านั้นสามารถช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าใจถึงเนื้อหาและความสำคัญเกี่ยวกับโรคซึมเศร้าได้ง่าย โดยผู้ที่สนใจสามารถนำสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าไปเผยแพร่ได้

5.3.1.3 ผู้ที่สนใจสามารถนำหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ได้เพื่อให้ตรงกับรูปแบบงานแต่ละประเภทได้

5.3.1.4 หลักการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ข้อมูล เพื่อเพิ่มผลการรับรู้ ผู้ที่สนใจสามารถนำการวิเคราะห์หลักการสื่อไปเป็นแนวทางในการทำสื่อประชาสัมพันธ์ได้

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าในเนื้อหาส่วนอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อเป็นประโยชน์ในการทำสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าในผลงานชิ้นต่อไป

5.3.2.2 ควรหลีกเลี่ยงข้อความที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกผู้ป่วย เช่น การเน้นย้ำข้อความโรคซึมเศร้าแทนที่จะใช้คำว่าภาวะซึมเศร้า เป็นต้น

5.3.2.3 ควรลดเนื้อหาลงแล้วเน้นใช้รูปภาพประกอบให้มากขึ้น

5.3.2.4 ควรศึกษาเรื่องการบันทึกเสียงเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของเสียงในงานสื่อวีดิโอให้มีเสียงที่มีความคมชัดมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.2.5 คว้าศึกษาวิธีการตัดต่อวิดีโอเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน
และทำให้วิดีโอเกิดความน่าสนใจ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กาญจนา อรุณสุขรุจี. 2546. **ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอไชยปราการจังหวัดเชียงใหม่.** คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- กิดานันท์ มลิทอง. 2540. **เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนชม.
- กิตติพงศ์ เงามูทอง. 2552. **การศึกษาและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ.** ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เกษม จันทร์น้อย. 2537. **สื่อประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพฯ: บริษัท นานมีบุ๊คส์ จำกัด.
- คณิง เพชรสมย์. 2541. **การออกแบบหนังสือพิมพ์และนิตยสาร.** เชียงใหม่: โรงพิมพ์ช่างการพิมพ์.
- ครรชิต มาลัยวงศ์. 2539. **ก้าวไกลไปกับคอมพิวเตอร์.** กรุงเทพฯ: ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
- ฉัตรชัย คงสุข. 2535. **ความพึงพอใจของผู้รับบริการของแผนกคลังพัสดุ ฝ่ายกวดตาการและโภชนาการภายในประเทศ บริษัท การบินไทยจำกัด (มหาชน).** สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. 2522. **การประชาสัมพันธ์ : หลักการและแนวปฏิบัติ.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์.
- ฉัตรพร วรรณพิเศษ. 2556. **การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา.** คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดวงใจ กสานติกุล. 2542. **โรคซึมเศร้ารักษาหายได้.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์นำอักษร.
- ชนะพัฒน์ ถึงสุขและชเนนทร์ สุขวารี. 2538. **เปิดโลกมัลติมีเดีย.** กรุงเทพฯ: นำอักษรการพิมพ์.
- ธวัชชานนท์ สิปปภาคกุล. 2548. **การยศาสตร์และกายวิภาคเชิงกล.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บริษัท วาดศิลป์ จำกัด.
- นริษา นราศรี. 2544. **การศึกษาความพึงพอใจของบทเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนที่ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญที่สุดในกลุ่มวิชาสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดพิษณุโลก.** มหาวิทยาลัย สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- บุปผชาติ ทัพทิกกรณ์. 2538. **ความรู้เกี่ยวกับสื่อมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา.

- ประภาพร ชาราสายทอง. 2546. **ภูมิทัศน์เพื่อการบำบัดจิตใจ** วิทยานิพนธ์ปริญญา
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภูมิสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชร พิพิธกุล. 2554. **คิวอาร์โค้ดในงานบริการสารสนเทศห้องสมุด.**
วารสารบรรณศาสตร์ มศว. 4(1) : 72-74.
- พรรณพร น่วมสำลี. 2548. **การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
การใช้บริการชำระเงินทางไปรษณีย์ของ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด.**
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิตสถาบัน เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พีรวิชญ์ ภาคนนท์กุล. 2557. **การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด (QR Code).**
วารสารแม่โจ้ปริทัศน์. 15(6) : 40-45.
- พรทิพย์ อัจจิมารังสี. 2536. **มัลติมีเดีย : ผู้ช่วยสร้างบทเรียนสำหรับครู.**
วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์. 10 : 21.
- เพ็ญศรี จุลกาญจน์และชวิต น้อยหัวหาด. 2558. **การออกแบบกราฟิกและสื่อสิ่งพิมพ์
สำหรับประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านข้างวัด. สาขาการออกแบบ
คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.**
- ภิญโญ สาทร. 2537. **หลักการบริหารการศึกษา. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริม.**
- มานิช หล่อตระกูล. 2550. **เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับโรคซึมเศร้า. กรุงเทพฯ: วิสุมิการพิมพ์.**
- เย็น ภู่วรรณ. 2538. **เทคโนโลยีมัลติมีเดีย. Technology Journal. 22(121): 159.**
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2540. **ศัพท์คอมพิวเตอร์ฉบับราชบัณฑิต. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.**
- วันชัย ศิริชนะ. 2536. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดพิมพ์หนังสือ. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.**
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2546. **การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์.**
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ. 2527. **ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในชุมชนแออัดต่อ
โครงการฟื้นฟูการศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนแออัดสีน้ำเงิน.
วิทยานิพนธ์ สค.ม.(สิ่งแวดล้อม) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.**
- วิยาดา ชนาธินาถพงศ์. 2555. **การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์คุ้มเจ้าหลวงเมืองแพร่.
ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.**
- วีรยา มณีรัตนดำเกิง. 2544. **บทเรียนวีดิทัศน์เรื่อง กราฟิกส์สำหรับงานวารสาร.
ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาทาง
การอาชีพและเทคนิคศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.**
- ศิริพรรณ ปีเตอร์. 2549. **การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.**
- สุภัททา ปินตะแพทย์. 2532. **จิตวิทยาทั่วไป : แนวคิดและทฤษฎีขั้นมูลฐานและการประยุกต์.
กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.**
- สมภาพ เรื่องตระกูล. 2543. **โรคซึมเศร้าและการฆ่าตัวตาย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เรือนแก้ว
การพิมพ์.**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- หลุย จำปาเทศ. 2533. จิตวิทยาการจูงใจ. กรุงเทพฯ: สามัคคีสาสน.
- อมร รักษาสัตย์. 2522. **การพัฒนานโยบาย**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เอกวัชร ฟองเหม. 2550. **การศึกษาและออกแบบกราฟิกส์สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- Newsom Doug Scott Alan & Turk Judy Vanslyke. 1989. **This is PR the realities Of public relations**. Belmont. Calif : Wadsworth.
- เกศริน บุญเลิศและทะเลเนตร อุฑุทธิ. 2559. 10 มกราคม 2561. ผลการใช้สื่อโปสเตอร์ เพื่อส่งเสริมทัศนคติการออกกำลังกายของพนักงานในสถานบริการน้ำมันขนาดย่อม. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.gs.nsruc.ac.th/NSRUNC/research/pdf/3.pdf>.
- กรมสุขภาพจิต สาธารณสุข. 2560-2561. 7 มกราคม 2561. **นโยบายกรมสุขภาพจิต ประจำปี 2560-2561**. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.dmh.go.th/ebook/view.asp?id=373>.
- จิตตานันท์ ทองทับ. 2562. 17 มิถุนายน 2562. การออกแบบอินโฟกราฟิกส์ (Infographics Design). [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.learningstudio.info/infographics-design/>
- จงรัก เทศนา. 2555. 3 กุมภาพันธ์ 2561. **อินโฟกราฟิกส์ (Infographics)**. [Online]. เข้าถึงได้จาก : www.krujongrak.com/infographics_information.pdf.
- ชิตชบา สายใจและรัฐพล อันแฉ่ง. 2558. 10 มกราคม 2561. **การพัฒนาสื่อการอบรม เพื่อป้องกันและควบคุมโรคไข้เลือดออกในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร**. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-EJournal/article/view/40425>
- ดิเรก ชีระภุช. 2555. 16 มิถุนายน 2562. **การออกแบบมัลติมีเดีย**. [Online]. เข้าถึงได้จาก : www.ict.up.ac.th/itichai/cidtec/assets/.../e72b410c5873123ddcf798d0b55422b4.pdf.
- เดือน หงชาวดี. 2556. 1 เมษายน 2562. **อัตราส่วนการแสดงผลของจอภาพมาตรฐานต่างๆ**. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://arit.rmutsv.ac.th/th/blogs/55-อัตราส่วนการแสดงผลของจอภาพมาตรฐานต่างๆ-199>.
- ฉันทพร ธนาธุน. 2556. 10 มกราคม 2561. การออกแบบสื่อผสมเพื่อการเรียนรู้โรคเบาหวาน ในผู้ป่วยวัยชรา. [Online]. เข้าถึงได้จาก : www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000009401.
- บริษัท กราฟฟิคบุฟเฟต์ จำกัด. 2560. 20 เมษายน 2562. **ทฤษฎีสัดส่วนทองคำ Golden Ratio หัวใจหลักของการออกแบบ**. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://graphicbuffet.co.th/>
- ประชาสัมพันธ์กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. 2560. 20 เมษายน 2562. **Infographic**. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.prdmh.com>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มนูญ ไชยสมบูรณ์. 2551. 10 มกราคม 2561. การออกแบบสิ่งพิมพ์.

[Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.gotoknow.org/posts/193335>.

สิวารุช สุทธิ. 2553. 7 มกราคม 2561. การประเมินคุณภาพสื่อการเรียนรู้.

[Online]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.gotoknow.org/posts/338714>.

สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และพัฒนาคุณภาพเยาวชน. 2555. 17 มิถุนายน 2562.

Infographic เครื่องมือเล่าเรื่องพันธุ์ใหม่. [Online]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.qlf.or.th/Home/Contents/300>

อาศิรา พนาราม. 2555. 17 มิถุนายน 2562. **Infographic เทรนด์มาแรงในสังคม**

“เครือข่ายนิยม”. [Online]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.tcdc.or.th/articles/designcreativity/16562/>





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ภาคผนวก ข ผลการตรวจเครื่องมือ

ภาคผนวก ค หนังสือราชการประกอบการดำเนินการวิจัย

ภาคผนวก ง ใบประเมินการตรวจแบบสื่อประชาสัมพันธ์

ภาคผนวก จ ผลการออกแบบ

ภาคผนวก ฉ บทความวิจัย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



วัตถุประสงค์ที่ 1

เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

คำชี้แจง : โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของแพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สจล.

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของแพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สจล. (โปรดกรอกข้อมูลของท่าน)

1. ชื่อ.....
2. วุฒิการศึกษา.....
3. ชื่อสถาบัน.....
4. ประสบการณ์ในการทำงาน.....ปี

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภาวะซีมเศร้าสำหรับประชาชน

1. อธิบายข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรคภาวะซีมเศร้า

.....

.....

.....

.....

.....

2. สาเหตุส่วนใหญ่ที่ทำให้เกิดโรคภาวะซีมเศร้าคืออะไร

.....

.....

.....

.....

.....

3. อาการหลักที่เห็นได้เด่นชัดในผู้ป่วยโรคภาวะซีมเศร้าเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

4. วิธีการรักษาอาการของผู้ป่วยโรคภาวะซีมเศร้าทำได้อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

5. สามารถใช้เกณฑ์การวัดโรคภาวะซึมเศร้าในระดับเบื้องต้นด้วยตนเองอย่างไรได้บ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

6. ควรมีวิธีการปฏิบัติตัวเบื้องต้นอย่างไรหากมีเกณฑ์เข้าข่ายเป็นโรคภาวะซึมเศร้า

.....

.....

.....

.....

.....

7. ควรใช้รูปภาพอย่างไรที่จะมีความน่าสนใจ สามารถสื่อความหมายเกี่ยวกับโรคภาวะซึมเศร้าได้ดีและมีความเหมาะสมกับประชาชน

.....

.....

.....

.....

.....

8. ควรใช้โทนสีอย่างไรที่จะมีความน่าสนใจและมีความเหมาะสมกับประชาชน

.....

.....

.....

.....

.....

9. ควรใช้ลักษณะข้อความอย่างไรที่จะช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าใจข้อมูลได้ง่าย มีความถูกต้องและเหมาะสม

.....

.....

.....

.....

.....

10. ควรใช้ลักษณะวิดีโอและเสียงประกอบอย่างไรที่จะช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าใจเนื้อหาของโรคภาวะซีมเศร้าได้ง่าย มีความถูกต้องและเหมาะสม

.....

.....

.....

.....

.....



นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



วัตถุประสงค์ที่ 2

เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

**แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะ
 ชีมีเศร้าสำหรับประชาชน**

คำชี้แจง : โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาภาวะซึมเศร้า
 สำหรับประชาชน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับเนื้อหาสำหรับออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะ
 ชีมีเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเนื้อหาสำหรับออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะ
 ชีมีเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน
 (โปรดกรอกข้อมูลของท่าน)

1. ชื่อผู้เชี่ยวชาญ.....
2. วุฒิการศึกษา.....
3. ชื่อสถาบัน/บริษัท.....
4. ประสบการณ์ในการทำงาน.....ปี

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับเนื้อหาสำหรับออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 2.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับเนื้อหาสำหรับออกแบบสื่อแผ่นพับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

รายการประเมิน	รูปแบบเนื้อหา				
	5	4	3	2	1
1. ด้านเนื้อหาสื่อแผ่นพับ					
1.1 เนื้อหาถูกต้องตามหลักทางการแพทย์					
1.2 ความสมบูรณ์ของเนื้อหา					
1.3 เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด					
1.4 ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา					
1.5 ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย					
1.6 ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา					
1.7 ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้					
1.8 เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย					
1.9 ความเหมาะสมของคำถามในสื่อประชาสัมพันธ์					
1.10 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหา					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับเนื้อหาสำหรับออกแบบสื่อวีดิโอภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

	รูปแบบเนื้อหา														
	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
รายการประเมิน															
1. ด้านเนื้อหาสื่อวีดิโอ															
1.1 เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด															
1.2 ความสมบูรณ์ของเนื้อหา															
1.3 ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา															
1.4 เนื้อหาถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริง															
1.5 เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย															
1.6 ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา															
1.7 ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการประเมิน	รูปแบบเนื้อหา														
	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.8 ลำดับขั้นตอนการนำเสนอมีความต่อเนื่อง															
1.9 ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้															
1.10 ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา															
1.11 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ชัดเจน															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

**แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะ
 ชีมีเศร้าสำหรับประชาชน**

คำชี้แจง : โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อ
 ประชาสัมพันธ์
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า
 สำหรับประชาชน
- ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับ
 ประชาชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (โปรด
 กรอกข้อมูลของท่าน)

1. ชื่อผู้เชี่ยวชาญ.....
2. วุฒิการศึกษา.....
3. ชื่อสถาบัน/บริษัท.....
4. ประสบการณ์ในการทำงาน.....ปี

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 2.1 แบบสอบถามด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

รายการประเมินการออกแบบสื่อข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์				
	5	4	3	2	1
1.1 ด้านสี					
1.1.1 การเลือกใช้สีเน้นข้อความให้ความเด่นชัด					
1.1.2 การเลือกใช้สีที่ช่วยให้ข้อความอ่านได้ง่าย					
1.1.3 การเลือกใช้สีที่ไม่เป็นอันตรายต่อสายตา					
1.1.4 การเลือกใช้สีโดยรวมกลมกลืนและสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ					
1.1.5 การใช้สีโดยรวมมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา					
1.2 ด้านรูปภาพ					
1.2.1 ภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหา					
1.2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมชัดเจน					
1.2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา					
1.2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการประเมินการออกแบบสื่อข้อมูล ภาวะซีมีเศร้าสำหรับประชาชน	รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์				
	5	4	3	2	1
1.2.5 การจัดวางองค์ประกอบของภาพ สอดคล้องกับทิศทางการอ่าน					
1.3 ด้านตัวอักษร					
1.3.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม					
1.3.2 ตัวอักษรที่มีขนาดที่เหมาะสมสอดคล้องกับ ระยะการอ่าน					
1.3.3 การเว้นวรรคตัวอักษรมีความเหมาะสม สามารถอ่านได้ง่าย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2.2 แบบสอบถามด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อวีดิโอเกี่ยวกับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

รายการประเมินการออกแบบสื่อข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์				
	5	4	3	2	1
1.1 ด้านสี					
1.1.1 การเลือกใช้สีตัวอักษรที่มองเห็นได้ชัดเจนในระยะใกล้และไกล					
1.1.2 การเลือกใช้โทนสีสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ					
1.1.3 การเลือกใช้สีระหว่างตัวอักษร วัตถุและพื้นหลังแบ่งกันได้ชัดเจน					
1.1.4 การเลือกชุดสีโดยรวมกลมกลืนและสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ					
1.1.5 การเลือกใช้โทนสีไม่เป็นอันตรายต่อสายตา					
2. ด้านรูปภาพ					
2.1 ภาพประกอบเหมาะสมกับตำแหน่งบนหน้าจอ					
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมกับหน้าจอ					
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารทสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการประเมินการออกแบบสื่อข้อมูล ภาวะซีมีเศร้าสำหรับประชาชน	รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์				
	5	4	3	2	1
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี					
2.5 การจัดวางองค์ประกอบของภาพสอดคล้องกับทิศทางการอ่าน					
3. ด้านตัวอักษร					
3.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม					
3.2 ตัวอักษรมีการใช้สีที่โดดเด่น อ่านง่าย					
3.3 ตัวอักษรมีขนาดที่มองเห็นได้ชัดเจน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



วัตถุประสงค์ที่ 3

เพื่อประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า
สำหรับประชาชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของผู้ที่ใช้งานที่มีต่อ
สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

คำชี้แจง : โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มประชาชนทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มประชาชนทั่วไป (โปรดกรอกข้อมูลของท่าน)

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 25 ปี 25-35 ปี 36-45 ปี มากกว่า 45 ปี
3. ระดับการศึกษา ประถม มัธยมต้น มัธยมปลาย ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ.....

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูล ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

ตอนที่ 2.1 แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อแผ่นพับข้อมูล
ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

รายการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่ม ประชาชนที่มีต่อสื่อแผ่นพับข้อมูลภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ข้อมูลเนื้อหาที่น่าเสนอตรงกับความสนใจ					
2. การนำเสนอเนื้อหาสามารถจัดลำดับให้เข้าใจได้ ง่าย					
3. ได้รับความรู้เกี่ยวกับอาการของภาวะซึมเศร้า					
4. เข้าใจเกี่ยวกับวิธีการรักษาเมื่อเป็นโรคซึมเศร้า					
5. ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาสามารถสื่อให้ เข้าใจได้ง่าย					
6. ตัวอักษรที่ใช้อ่านได้ง่ายและมองเห็นชัดเจน					
7. ภาพประกอบมีส่วนช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้มาก ขึ้น					
8. สัญลักษณ์และไอคอนสื่อความหมายให้เข้าใจได้ ง่าย					
9. โทนมสีที่ใช้น่าสนใจและดึงดูดสายตา					
10. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลน่าสนใจและเข้าใจ ได้ง่าย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2.2 แบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีต่อสื่อวิดีโอข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

มี 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

รายการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสื่อวิดีโอข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. เนื้อหาที่นำเสนอตรงกับความสนใจ					
2. การนำเสนอเนื้อหาสามารถจัดลำดับให้เข้าใจได้ง่าย					
3. ได้รับความรู้เกี่ยวกับอาการของภาวะซึมเศร้า					
4. เข้าใจเกี่ยวกับวิธีการรักษาเมื่อเป็นโรคซึมเศร้า					
5. ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาสื่อให้เข้าใจได้ง่าย					
6. ตัวอักษรที่ใช้อ่านได้ง่ายและชัดเจน					
7. ภาพประกอบที่ใช้สื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย					
8. เสียงประกอบที่ใช้สื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย					
9. สัญลักษณ์และไอคอนสื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย					
10. วิธีการนำเสนอวิดีโอน่าสนใจ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ข.1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินเนื้อหาสำหรับสื่อแผ่นพับเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

รายการประเมินเนื้อหาสำหรับสื่อแผ่นพับเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1. เนื้อหาถูกต้องตามหลักทางการแพทย์	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
2. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
3. เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
4. ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
5. ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
6. ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
7. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
8. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
9. ความเหมาะสมของคำถามในสื่อประชาสัมพันธ์	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
10. ภาพประกอบสื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7}{10} \\ &= 0.7 \end{aligned}$$

สรุปว่า แบบสอบถามที่ 1 ใช้ได้

จากตารางที่ ข.1 แสดงคะแนนและผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินเนื้อหาสำหรับสื่อแผ่นพับเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ที่ได้รับการตรวจจากผู้ทรงคุณวุฒิ จากจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ ได้ข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ที่มีค่า 0.7 จำนวน 10 ข้อ

ตารางที่ ข.2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินเนื้อหาสำหรับสื่อวิดีโอเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

รายการประเมินเนื้อหาสำหรับสื่อแผ่นพับเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1. เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
2. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
3. ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
4. เนื้อหาถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริง	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
5. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
6. ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
7. ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
8. ลำดับขั้นตอนการนำเสนอมีความต่อเนื่อง	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
9. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
10. ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
11. ภาพประกอบสื่อความหมายได้ชัดเจน	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7}{11} \\ &= 0.7 \end{aligned}$$

สรุปว่า แบบสอบถามที่ 2 ใช้ได้

จากตารางที่ ข.2 แสดงคะแนนและผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินเนื้อหาสำหรับสื่อวิดีโอเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ที่ได้รับการตรวจจากผู้ทรงคุณวุฒิ จากจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 11 ข้อ ได้ข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ที่มีค่า 0.7 จำนวน 11 ข้อ

ตารางที่ ข.3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับการ
การออกแบบสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

รายการประเมินการออกแบบสื่อแผ่น พับเพื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1. ด้านสี						
1.1 การเลือกใช้สีเน้นข้อความให้ความ เด่นชัด	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
1.2 การเลือกใช้สีที่ช่วยให้ข้อความ อ่านได้ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
1.3 การเลือกใช้สีที่ไม่เป็นอันตรายต่อ สายตา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
1.4 การเลือกใช้สีโดยรวมกลมกลืน และสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
1.5 การใช้สีโดยรวมมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
2. ด้านรูปภาพ						
2.1 ภาพประกอบมีความสอดคล้อง กับเนื้อหา	1	0	0	1	0.3	ไม่สอดคล้อง
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสม ชัดเจน	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
2.5 การจัดวางองค์ประกอบของภาพ สอดคล้องกับทิศทางการอ่าน	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
3. ด้านตัวอักษร						
3.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
3.2 ตัวอักษรมีขนาดที่เหมาะสม สอดคล้องกับระยะการอ่าน	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
3.3 การเว้นวรรคตัวอักษรมีความ เหมาะสม สามารถอ่านได้ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง

$$\text{ค่า IOC} = \frac{0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7}{11}$$

$$= 0.7$$

สรุปว่า แบบสอบถามที่ 3 ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ ข.3 แสดงคะแนนและผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนที่ได้รับการตรวจจากผู้ทรงคุณวุฒิ จากจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 13 ข้อ ได้ข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์จำนวน 13 ข้อ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ข.4 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับการ
การออกแบบสื่อวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

รายการประเมินการออกแบบสื่อ วิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์ภาวะ ซึมเศร้าสำหรับประชาชน	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1. ด้านสี						
1.1 การเลือกใช้สีตัวอักษรที่มองเห็น ได้ชัดเจนในระยะใกล้และไกล	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
1.2 การเลือกใช้โทนสีสอดคล้องกับ องค์ประกอบอื่น ๆ	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
1.3 การเลือกใช้สีระหว่างตัวอักษร วัตถุและพื้นหลังแบ่งกันได้ชัดเจน	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
1.4 การเลือกชุดสีโดยรวมกลมกลืน และสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
1.5 การเลือกใช้โทนสีไม่เป็นอันตราย ต่อสายตา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
2. ด้านรูปภาพ						
2.1 ภาพประกอบเหมาะสมกับ ตำแหน่งบนหน้าจอ	1	0	0	1	0.3	ไม่สอดคล้อง
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสม กับหน้าจอ	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
2.5 การจัดวางองค์ประกอบของภาพ สอดคล้องกับทิศทางการอ่าน	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
3. ด้านวิดีโอและเสียงประกอบ						
3.1 วิดีโอและเสียงประกอบมีความ สอดคล้องกับเนื้อหา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
3.2 วิดีโอและเสียงประกอบมีความ น่าสนใจและดึงดูดใจผู้ชม	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
3.3 วิดีโอมีภาพคมชัด ต่อเนื่อง เข้าใจ ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
3.4 เสียงประกอบชัดเจน ใช้ภาษา เข้าใจง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
4. ด้านตัวอักษร						
4.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
4.2 ตัวอักษรมีการใช้สีที่โดดเด่น อ่าน ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
5. ด้านโครงหน้าจอ						
5.1 การบรรจุข้อความมีจำนวนที่ เหมาะสมกับหน้าจอ	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการประเมินการออกแบบสื่อ วิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์ภาวะ ซึมเศร้าสำหรับประชาชน	ระดับความคิดเห็นของ ผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
5.2 โครงสร้างของหน้าจอมีขนาดที่ เหมาะสม	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง

ค่า IOC =

$$\frac{0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7}{18}$$

$$= 0.7$$

สรุปว่า แบบสอบถามที่ 4 ใช้ได้

จากตารางที่ ข.4 แสดงคะแนนและผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนที่ได้รับการตรวจจากผู้ทรงคุณวุฒิ จากจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 18 ข้อ ได้ข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์จำนวน 13 ข้อ

ตารางที่ ข.5 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสื่อแผ่นพับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนประเมินพฤติกรรมทางการ

รายการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสื่อแผ่นพับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1. ข้อมูลเนื้อหาที่น่าสนใจ	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
2. การนำเสนอเนื้อหาสามารถจัดลำดับให้เข้าใจได้ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
3. ได้รับความรู้เกี่ยวกับโรคและวิธีการจัดการจากการนำเสนอเนื้อหา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
4. ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาสื่อให้เข้าใจได้ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
5. เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของเนื้อหาที่นำเสนอ	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
6. ตัวอักษรที่ใช้อ่านได้ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
7. ภาพประกอบที่ใช้ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้มากขึ้น	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
8. สัญลักษณ์และไอคอนสื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
9. โทนสีที่ใช้น่าสนใจและดึงดูดสายตา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
10. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลน่าสนใจ	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7}{10} \\ &= 0.7 \end{aligned}$$

สรุปว่า แบบสอบถามที่ 5 ใช้ได้

จากตารางที่ ข.5 แสดงคะแนนและผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสื่อแผ่นพับข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ที่ได้รับการตรวจจากผู้ทรงคุณวุฒิ จากจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ ได้ข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์จำนวน 10 ข้อ

ตารางที่ ข.6 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสื่อแผนผังข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนประเมินพฤติกรรมทางการ

รายการประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสื่อวิดีโอข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			รวม	ค่า IOC	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1. ข้อมูลเนื้อหาที่น่าสนใจ	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
2. การนำเสนอเนื้อหาสามารถจัดลำดับให้เข้าใจได้ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
3. ได้รับความรู้เกี่ยวกับโรคและวิธีการจัดการจากการนำเสนอเนื้อหา	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
4. เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของเนื้อหาที่นำเสนอ	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
5. ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาสื่อให้เข้าใจได้ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
6. ตัวอักษรที่ใช้อ่านได้ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
7. ภาพประกอบที่ใช้สื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
8. เสียงประกอบที่ใช้สื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
9. สัญลักษณ์และไอคอนสื่อความหมายให้เข้าใจได้ง่าย	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง
10. วิธีการนำเสนอวิดีโอที่น่าสนใจ	1	1	0	2	0.7	สอดคล้อง

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7+0.7}{10} \\ &= 0.7 \end{aligned}$$

สรุปว่า แบบสอบถามที่ 6 ใช้ได้

จากตารางที่ ข.5 แสดงคะแนนและผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบประเมินผลการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสื่อวิดีโอข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนที่ได้รับการตรวจจากผู้ทรงคุณวุฒิ จากจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ ได้ข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์จำนวน 10 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค
หนังสือขอความอนุเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / 1002 วันที่ 5 มิถุนายน 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามและแบบประเมิน

เรียน รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดิ์

ด้วย นายณัฐพงศ์ รุจิชิต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน" โดยมี รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามและแบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นายณัฐพงศ์ รุจิชิต มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

Sm ah
(ดร.ราตรี ตรีพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 /1802 วันที่ 5 มิถุนายน 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามและแบบประเมิน

เรียน ผศ.ดร.กฤษณา คิตติ

ด้วย นายณัฐพงศ์ รุจิชิต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน” โดยมี รศ.อรรรณพร ฤทธิ์เกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามและแบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นายณัฐพงศ์ รุจิชิต มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

สมิ ด้
(ดร.ราตรี ศิริพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติราชการแทนคณบดี



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / ๒๕๖๑

วันที่ 5 มิถุนายน 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามและแบบประเมิน

เรียน ผศ.ดร.บุญจันทร์ สีสันต์

ด้วย นายณัฐพงศ์ รุจิชิต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน” โดยมี รศ.อรุณพร ฤทธิเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.สุธาสิรินทร์ บุรีคำพันธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามและแบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นายณัฐพงศ์ รุจิชิต มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

Smr Ah
(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1062

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า

เรียน พญ.อัมพา เตชาภิรมกุล

ด้วย นายณัฐพงศ์ รุจิจิต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน” โดยมี รศ.อรรดพร ฤทธิเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า ของ นายณัฐพงศ์ รุจิจิต

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Sirint An
(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 090-982-2710

ลงชื่อ.....

พญ.อัมพา เตชาภิรมกุล

ผู้เชี่ยวชาญ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1062

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า

เรียน ดร.ปณตดา จิระอานนท์

ด้วย นายณัฐพงศ์ รุจิจิต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน" โดยมี รศ.อรุณพร ฤทธิเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.สุชาลินี บุรีคำพันธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า ของ นายณัฐพงศ์ รุจิจิต

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศรีพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 090-982-2710

ลงชื่อ

ปณตดา จิระอานนท์

ผู้เชี่ยวชาญ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1062

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า

เรียน นพ. ณชาวิรินทร์ พิภพพรคนีย์

ด้วย นายณัฐพงศ์ รุจิจิต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน" โดยมี รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.สุธาสิณี บุรีคำพันธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า ของ นายณัฐพงศ์ รุจิจิต

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Sirwan Osh
(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 090-982-2710

ลงชื่อ.....

(*ดร.ราตรี ศิริพันธุ์* / *สิริพันธุ์*)

ผู้เชี่ยวชาญ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1062

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

เรียน นายธนกฤต ชาติเชิดศักดิ์

ด้วย นายณัฐพงศ์ รุจิชิต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน" โดยมี รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.สุธาสิณี บุรีคำพันธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ของ นายณัฐพงศ์ รุจิชิต

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Sirwan Ahn
(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02-329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 090-982-2710

ลงชื่อ.....
(.....*ธนกฤต ชาติเชิดศักดิ์*.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1062

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

เรียน นายทองศักดิ์ นุ่มดี

ด้วย นายณัฐพงศ์ รุจิจิต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน” โดยมี รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.สุธาสิณี บุรีคำพันธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ของ นายณัฐพงศ์ รุจิจิต

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 090-982-2710

ลงชื่อ.....
(นายศักดิ์ นุ่มดี)
ผู้เชี่ยวชาญ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง
ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 1062

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 เมษายน 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

เรียน นายวัชรินทร์ คงพิบูลย์

ด้วย นายณัฐพงศ์ รุจิจิต นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน" โดยมี รศ.อรรถพร ฤทธิเกิด เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ของ นายณัฐพงศ์ รุจิจิต

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Sirrat
(ดร.ราตรี ศิริพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02- 329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 090-982-2710

ลงชื่อ

(*วัชรินทร์ คงพิบูลย์*)

ผู้เชี่ยวชาญ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง
ใบประเมินการตรวจเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซีมเตร้า
และรูปแบบแบบสื่อประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ง.1 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน (สื่อแผ่นพับ)

รายการประเมินเนื้อหา	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า		
	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3
1. เนื้อหาถูกต้องตามหลักทางการแพทย์	4	4	4
2. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	4	4	4
3. เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด	4	5	4
4. ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา	3	4	3
5. ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย	4	5	4
6. ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา	4	4	3
7. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	4	4	3
8. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4	5	4
9. ความเหมาะสมของคำถามในสื่อประชาสัมพันธ์	4	5	3
10. ภาพประกอบสื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหา	4	5	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ง.2 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน (สื่อวีดิโอ) รูปแบบที่ 1

รายการประเมินเนื้อหา	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า		
	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3
1. เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด	5	5	3
2. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	4	4	3
3. ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา	5	5	4
4. เนื้อหาถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริง	4	5	2
5. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5	5	3
6. ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา	5	5	4
7. ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย	4	5	4
8. ลำดับขั้นตอนการนำเสนอมีความต่อเนื่อง	4	5	4
9. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	4	4	4
10. ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา	4	5	4
11. ภาพประกอบสื่อความหมายได้ชัดเจน	4	5	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ง.3 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน (สื่อวีดิโอ) รูปแบบที่ 2

รายการประเมินเนื้อหา	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า		
	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3
1. เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด	4	3	3
2. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	2	2	2
3. ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา	4	4	3
4. เนื้อหาถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริง	2	3	2
5. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5	4	4
6. ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา	4	3	3
7. ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย	4	5	4
8. ลำดับขั้นตอนการนำเสนอมีความต่อเนื่อง	4	3	3
9. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	4	4	4
10. ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา	5	4	4
11. ภาพประกอบสื่อความหมายได้ชัดเจน	4	3	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ง.4 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน (สื่อวีดิโอ) รูปแบบที่ 1

รายการประเมินเนื้อหา	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า		
	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3
1. เนื้อหาเหมาะสมกับจุดประสงค์ที่กำหนด	3	4	3
2. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	4	4	3
3. ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา	4	3	3
4. เนื้อหาถูกต้องตรงตามข้อเท็จจริง	4	4	4
5. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5	5	4
6. ความเหมาะสมปริมาณเนื้อหา	5	5	5
7. ข้อมูลและเนื้อหาทันสมัย	4	4	4
8. ลำดับขั้นตอนการนำเสนอมีความต่อเนื่อง	3	4	3
9. ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	4	3	3
10. ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา	4	4	4
11. ภาพประกอบสื่อความหมายได้ชัดเจน	5	4	4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ๑.5 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูล
ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน (สื่อแผ่นพับ)

รายการประเมินเนื้อหา	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์		
	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3
1. ด้านสี			
1.1 การเลือกใช้สีเน้นข้อความให้ความเด่นชัด	4	4	5
1.2 การเลือกใช้สีที่ช่วยให้ข้อความอ่านได้ง่าย	4	4	4
1.3 การเลือกใช้สีที่ไม่เป็นอันตรายต่อสายตา	3	4	4
1.4 การเลือกใช้สีโดยรวมกลมกลืนและ สอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	4	3	5
1.5 การใช้สีโดยรวมมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา	4	3	4
2. ด้านรูปภาพ			
2.1 ภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4	4	5
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมชัดเจน	4	3	5
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดสายตา	5	3	5
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	5	4	5
2.5 การจัดวางองค์ประกอบของภาพสอดคล้อง กับทิศทางการอ่าน	4	3	5
3. ด้านตัวอักษร			
3.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม	4	4	5
3.2 ตัวอักษรมีขนาดที่เหมาะสมสอดคล้องกับ ระยะการอ่าน	4	4	4
3.3 การเว้นวรรคตัวอักษรมีความเหมาะสม สามารถอ่านได้ง่าย	4	5	4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ง.6 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูล
ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน (สื่อวิดีโอ) รูปแบบที่ 1

รายการประเมินเนื้อหา	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์		
	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3
1. ด้านสี			
1.1 การเลือกใช้สีตัวอักษรที่มองเห็นได้ชัดเจน	4	4	4
1.2 การเลือกใช้โทนสีสอดคล้องกับองค์ประกอบ อื่น ๆ	4	4	4
1.3 การเลือกใช้สีระหว่างตัวอักษรและพื้นหลัง แบ่งกันได้ชัดเจน	4	5	5
1.4 การเลือกชุดสีโดยรวมสอดคล้องกับ องค์ประกอบอื่น ๆ	4	4	4
1.5 การเลือกใช้โทนสีไม่เป็นอันตรายต่อสายตา	4	4	4
2. ด้านรูปภาพ			
2.1 ภาพประกอบเหมาะสมกับตำแหน่งบน หน้าจอ	4	4	4
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมกับหน้าจอ	4	4	4
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดความ สนใจ	5	4	5
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	5	4	5
2.5 การจัดวางองค์ประกอบภาพสอดคล้องกับ ทิศทางการอ่าน	5	4	5
3. ด้านตัวอักษร			
3.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม	4	5	5
3.2 ตัวอักษรมีการใช้สีที่โดดเด่น อ่านง่าย	5	4	3
3.3 ตัวอักษรมีขนาดที่มองเห็นได้ชัดเจน	4	5	4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ง.7 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูล
ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน (สื่อวิดีโอ) รูปแบบที่ 2

รายการประเมินเนื้อหา	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์		
	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3
1. ด้านสี			
1.1 การเลือกใช้สีตัวอักษรที่มองเห็นได้ชัดเจน	3	4	3
1.2 การเลือกใช้โทนสีสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	3	3	2
1.3 การเลือกใช้สีระหว่างตัวอักษรและพื้นหลังแบงกัน ได้ชัดเจน	4	4	3
1.4 การเลือกชุดสีโดยรวมสอดคล้องกับ องค์ประกอบอื่น ๆ	3	3	3
1.5 การเลือกใช้โทนสีไม่เป็นอันตรายต่อสายตา	4	4	4
2. ด้านรูปภาพ			
2.1 ภาพประกอบเหมาะสมกับตำแหน่งบนหน้าจอ	4	4	3
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมกับหน้าจอ	4	4	4
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	4	4	3
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	4	4	4
2.5 การจัดวางองค์ประกอบภาพสอดคล้องกับทิศ ทางการอ่าน	5	5	5
3. ด้านตัวอักษร			
3.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม	5	5	4
3.2 ตัวอักษรมีการใช้สีที่โดดเด่น อ่านง่าย	4	4	4
3.3 ตัวอักษรมีขนาดที่มองเห็นได้ชัดเจน	4	4	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ง.8 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูล
ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน (สื่อวีดิโอ) รูปแบบที่ 3

รายการประเมินเนื้อหา	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์		
	ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 3
1. ด้านสี			
1.1 การเลือกใช้สีตัวอักษรที่มองเห็นได้ชัดเจน	4	3	4
1.2 การเลือกใช้โทนสีสอดคล้องกับ องค์ประกอบอื่น ๆ	3	3	3
1.3 การเลือกใช้สีระหว่างตัวอักษรและพื้น หลังแบ่งกันได้ชัดเจน	4	4	5
1.4 การเลือกชุดสีโดยรวมสอดคล้องกับ องค์ประกอบอื่น ๆ	4	4	4
1.5 การเลือกใช้โทนสีไม่เป็นอันตรายต่อ สายตา	5	4	4
2. ด้านรูปภาพ			
2.1 ภาพประกอบเหมาะสมกับตำแหน่งบน หน้าจอ	5	4	4
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมกับ หน้าจอ	5	4	5
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดความ สนใจ	4	3	3
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	4	3	4
2.5 การจัดวางองค์ประกอบภาพสอดคล้อง กับทิศทางการอ่าน	5	5	5
3. ด้านตัวอักษร			
3.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม	5	4	5
3.2 ตัวอักษรมีการใช้สีที่โดดเด่น อ่านง่าย	4	3	4
3.3 ตัวอักษรมีขนาดที่มองเห็นได้ชัดเจน	4	3	4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมิน โรคซึมเศร้า ด้วยตัวเอง
กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข (ปี ๒๕๖๓-๖๔)

ในช่วง ๒ สัปดาห์ที่ผ่านมาคุณรู้สึกอย่างไร
กับอาการเหล่านี้ บ่อยแค่ไหน?

	ไม่มีเลย	มีบ้าง	มีบ่อย	มีตลอดเวลา
1. อารมณ์เศร้า คือ หด หงอย หรือรู้สึกเศร้า ตลอดเวลา	0	1	2	3
2. นอน ไม่อยากทำอะไร หรือไม่สามารถทำอะไร	0	1	2	3
3. เมื่ออาหารหรือกินมากก็ยังไม่ อิ่ม	0	1	2	3
4. ชอบกลืนยา หรือ ยา สั้นๆ หรือลืมกินยา	0	1	2	3
5. คิดซ้ำพูดซ้ำ ทำอะไรซ้ำจน รำคาญตัวเอง	0	1	2	3
6. รู้สึกอ่อนเพลียต่อเนื่อง ไม่เป็น ปกติ	0	1	2	3
7. สมาธิความสนใจอย่างอื่น ไม่ได้	0	1	2	3
8. รู้สึกหมดหวัง หรือสิ้นหวัง	0	1	2	3
9. คิดไปอยากมีชีวิตอยู่ ไม่ได้	0	1	2	3

รวมคะแนน

คะแนนรวม	การประเมิน	คำแนะนำ
0-6	ปกติ	ระวังสุขภาพ ระวังโรคซึมเศร้า
7-12	มีแนวโน้มซึมเศร้า	ควรปรึกษาแพทย์ หรือจิตแพทย์
13-18	มีอาการซึมเศร้า	ควรปรึกษาแพทย์ หรือจิตแพทย์
19-27	ซึมเศร้ารุนแรง	ควรปรึกษาแพทย์ หรือจิตแพทย์

ซึมเศร้า
เข้าใจได้ด้วยตัวคุณ

โรคซึมเศร้าเกิดขึ้นได้อย่างไร?
จะรู้ได้ไง...ว่าเป็นโรคซึมเศร้า
จะทำอะไร...เมื่อรู้ว่าเป็นโรคซึมเศร้า

	C : 8 M : 5 Y : 5 K : 0
	C : 0 M : 18 Y : 4 K : 0
	C : 92 M : 54 Y : 31 K : 9

	C : 17 M : 13 Y : 12 K : 0
	C : 0 M : 48 Y : 13 K : 0
	C : 78 M : 56 Y : 27 K : 6

	C : 26 M : 20 Y : 20 K : 0
	C : 0 M : 68 Y : 9 K : 0
	C : 87 M : 69 Y : 45 K : 35

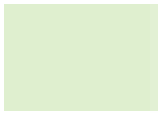
	C : 0 M : 1 Y : 25 K : 0
	C : 51 M : 65 Y : 18 K : 1
	C : 84 M : 80 Y : 47 K : 50

	C : 2 M : 1 Y : 76 K : 0
	C : 61 M : 19 Y : 13 K : 0
	C : 0 M : 0 Y : 0 K : 0

ภาพที่ จ.1 แสดงการออกแบบแผ่นพับ(ด้านหน้า และด้านหลัง)



C : 0
M : 0
Y : 0
K : 0



C : 12
M : 1
Y : 18
K : 0



C : 51
M : 34
Y : 0
K : 0



C : 0
M : 1
Y : 25
K : 0



C : 65
M : 0
Y : 60
K : 0



C : 51
M : 65
Y : 18
K : 1



C : 2
M : 1
Y : 76
K : 0



C : 25
M : 0
Y : 0
K : 0



C : 68
M : 53
Y : 29
K : 5



C : 10
M : 78
Y : 23
K : 0



C : 47
M : 0
Y : 13
K : 1



C : 80
M : 61
Y : 33
K : 13



C : 25
M : 100
Y : 97
K : 23

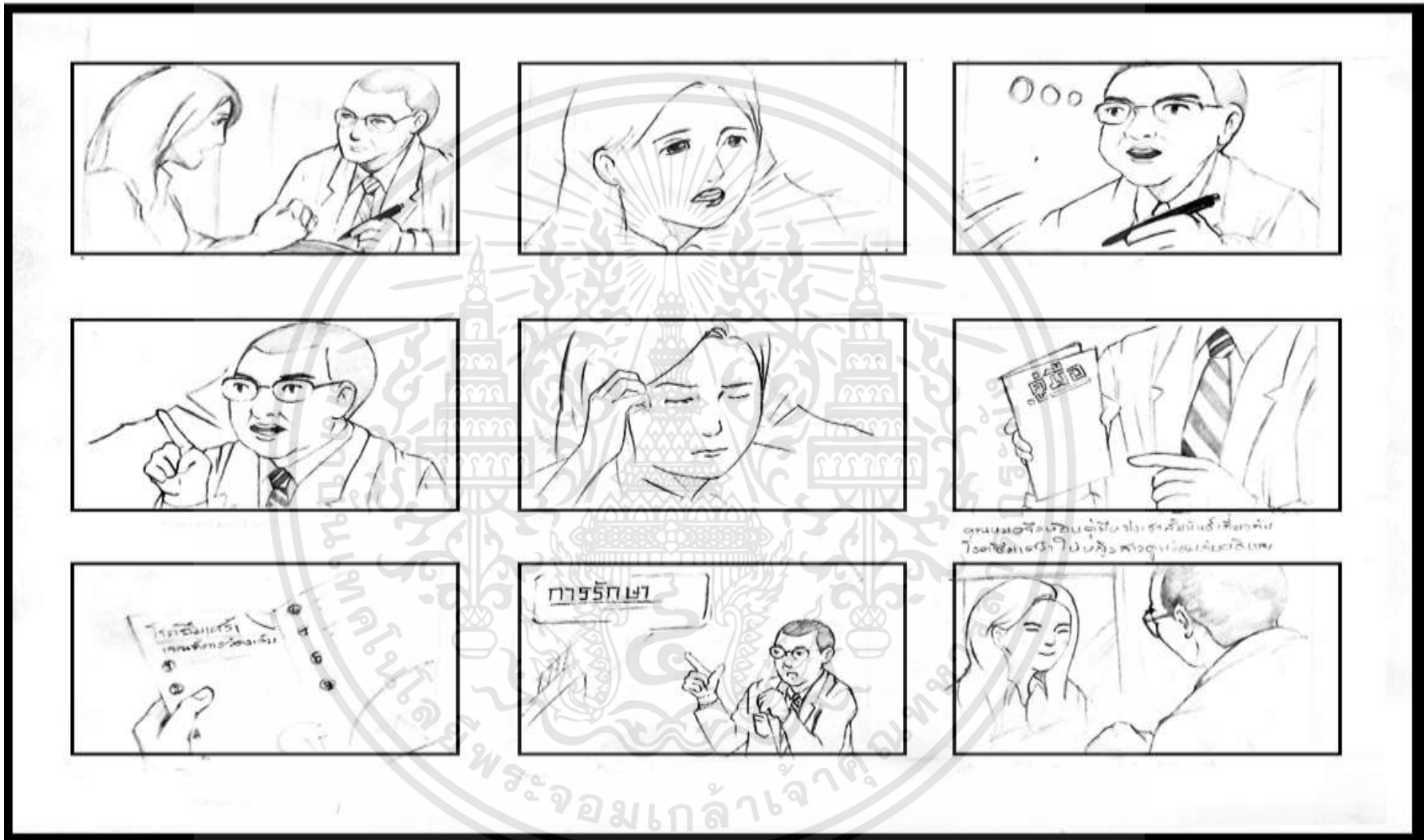


C : 74
M : 13
Y : 8
K : 0

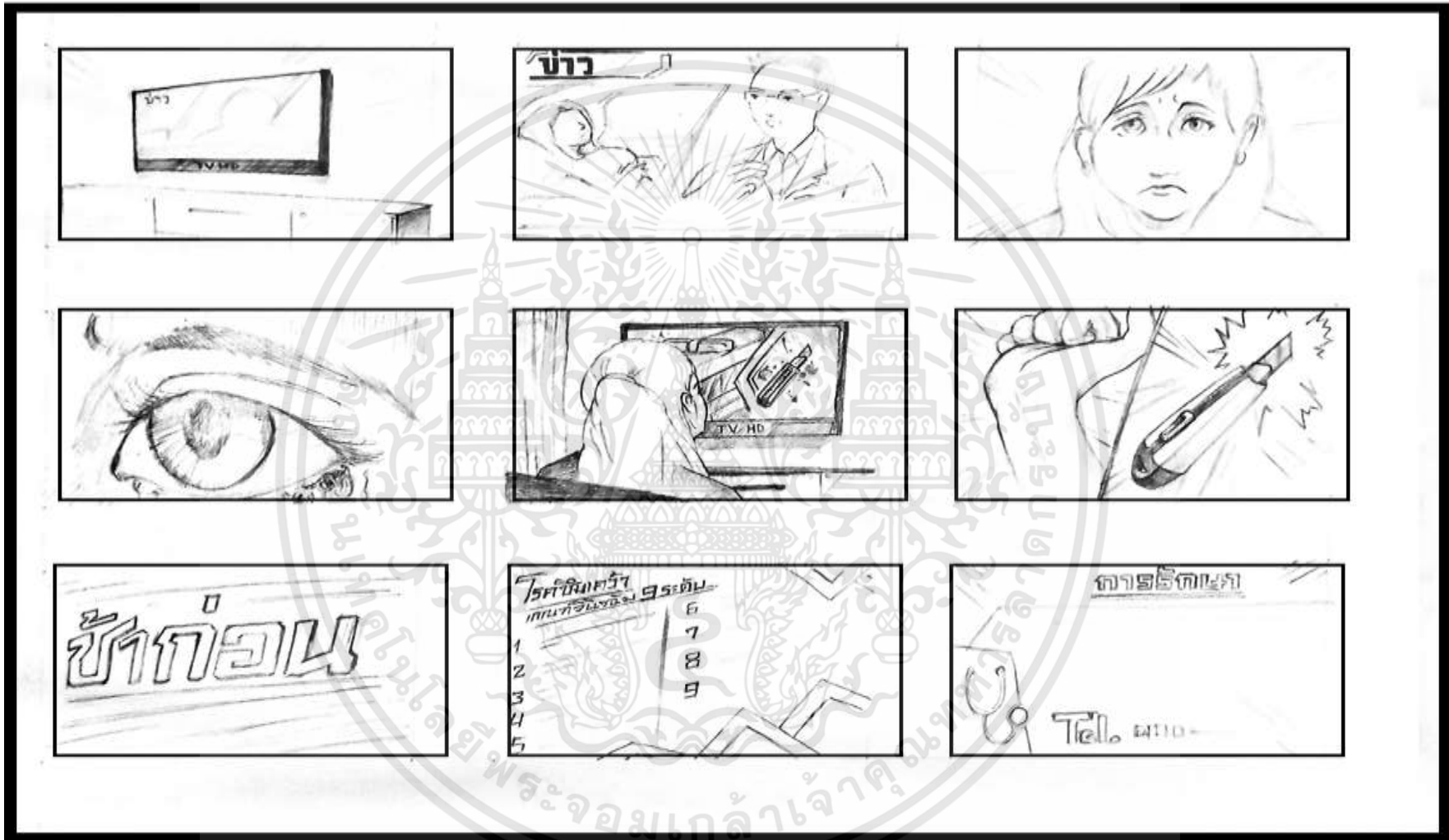


C : 84
M : 80
Y : 47
K : 50

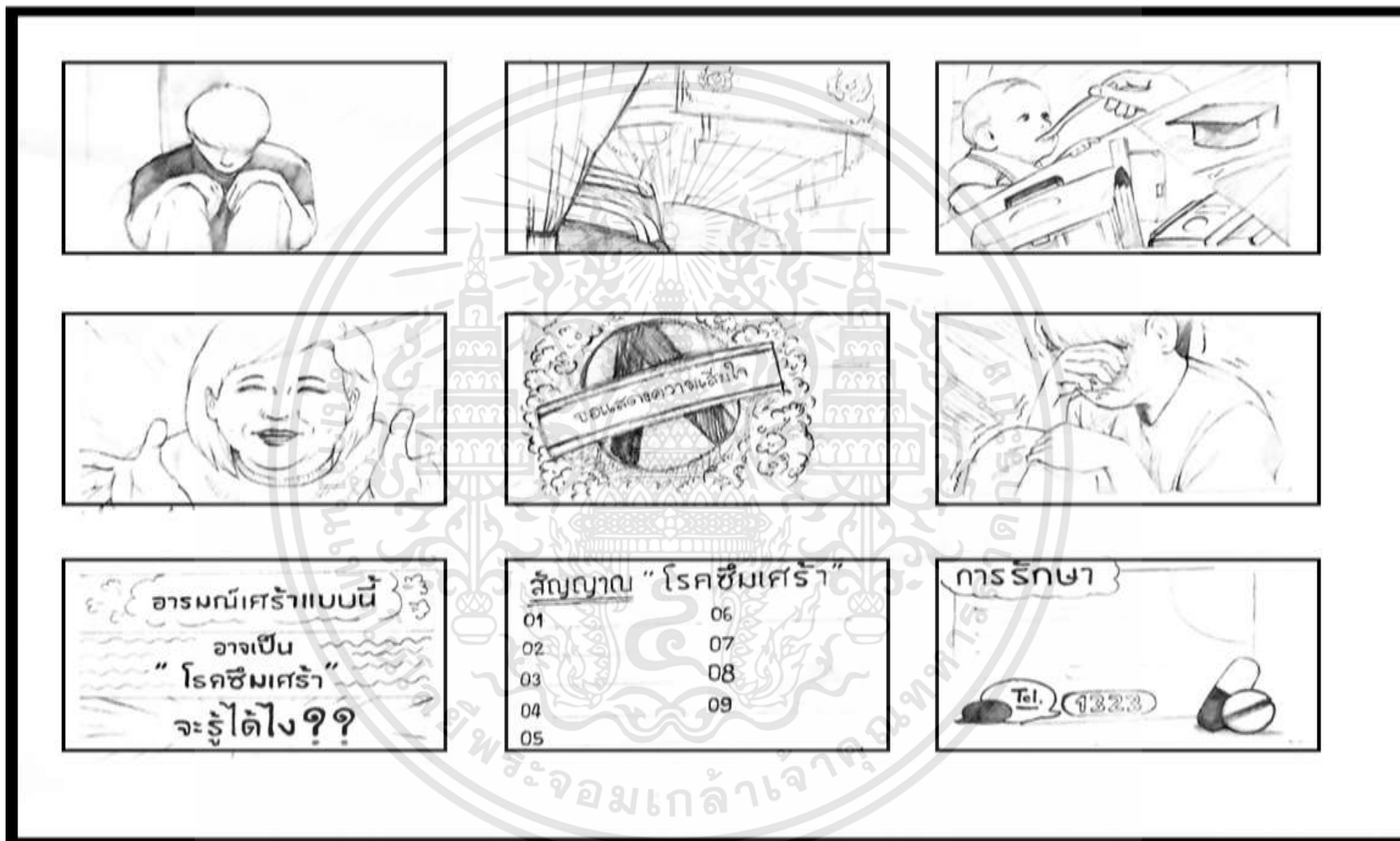
ภาพที่ จ.2 แสดงการออกแบบแผ่นพับ (ด้านใน)



ภาพที่ จ.3 แสดงการออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) รูปแบบที่ 1









ภาพที่ จ.4 แสดงการออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) รูปแบบที่ 2




ภาพที่ จ.5 แสดงการออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) รูปแบบที่ 3



	C : 8 M : 1 Y : 0 K : 0
	C : 23 M : 8 Y : 34 K : 0
	C : 26 M : 30 Y : 50 K : 0

	C : 13 M : 5 Y : 0 K : 0
	C : 13 M : 47 Y : 1 K : 0
	C : 47 M : 52 Y : 77 K : 29

	C : 23 M : 14 Y : 3 K : 0
	C : 11 M : 25 Y : 15 K : 0
	C : 83 M : 53 Y : 1 K : 0

	C : 31 M : 27 Y : 0 K : 0
	C : 24 M : 37 Y : 32 K : 0
	C : 93 M : 90 Y : 23 K : 10

	C : 79 M : 61 Y : 26 K : 7
	C : 40 M : 61 Y : 44 K : 11
	C : 80 M : 63 Y : 60 K : 59

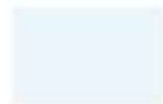
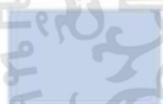













ภาพที่ จ.6 แสดงการออกแบบสื่อวิดีโอ 1



	C : 7 M : 0 Y : 1 K : 0		C : 24 M : 13 Y : 0 K : 0		C : 77 M : 37 Y : 0 K : 0		C : 91 M : 62 Y : 7 K : 0		C : 100 M : 97 Y : 31 K : 21
	C : 3 M : 24 Y : 76 K : 0		C : 1 M : 58 Y : 99 K : 0		C : 1 M : 21 Y : 5 K : 0		C : 2 M : 86 Y : 65 K : 0		C : 25 M : 99 Y : 95 K : 23
	C : 70 M : 0 Y : 76 K : 0		C : 75 M : 32 Y : 85 K : 19		C : 84 M : 62 Y : 60 K : 58		C : 74 M : 67 Y : 66 K : 86		C : 20 M : 16 Y : 16 K : 0

ภาพที่ จ.7 แสดงการออกแบบสไลด์วิดีโอ 2



	C : 7 M : 0 Y : 1 K : 0		C : 24 M : 13 Y : 0 K : 0		C : 77 M : 37 Y : 0 K : 0		C : 91 M : 62 Y : 7 K : 0		C : 100 M : 97 Y : 31 K : 21
	C : 3 M : 24 Y : 76 K : 0		C : 1 M : 58 Y : 99 K : 0		C : 1 M : 21 Y : 5 K : 0		C : 2 M : 86 Y : 65 K : 0		C : 25 M : 99 Y : 95 K : 23
	C : 54 M : 11 Y : 99 K : 0		C : 77 M : 11 Y : 56 K : 0		C : 82 M : 50 Y : 49 K : 23		C : 81 M : 62 Y : 60 K : 58		C : 0 M : 0 Y : 0 K : 0

ภาพที่ จ.8 แสดงการออกแบบสื่อวิดีโอ 3



ภาพที่ จ.9 แสดงการออกแบบภาพคิวอาร์โค้ด (QR Code)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน
STUDY AND DESIGN OF PUBLIC RELATIONS MEDIA FOR DEPRESSION.ณัฐพงศ์ รุจิซิด^{1*}, อรรถพร ฤทธิเกิด² และสุทธาสินี บุรีคำพันธ์¹

E-mail: Pepsivov@gmail.com, a.ridhikerd@gmail.com and Suthasini.lbu@kmitl.ac.th

¹ภาควิชาวิศวกรรมสถาปัตยกรรมและการออกแบบ ²ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการ

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520

¹Department of Architectural and Design Education, ²Department of Industrial Education,

Faculty of Industrial Education and Technology,

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok 10520

*Corresponding Author E-mail: a.ridhikerd@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยมีวิธีการศึกษา คือ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโรคซึมเศร้า วิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ ออกแบบสื่อแผ่นพับและสื่อวิดีโอ ประเมินสื่อประชาสัมพันธ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งหมดจำนวน 6 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีค่าความเชื่อมั่น 0.5 เพื่อรูปแบบที่ประเมินมาปรับปรุงแก้ไข ตามคำแนะนำและนำผลมาวิเคราะห์ผลด้วยค่า (\bar{X}) และ (S.D.) ผลการวิจัยดังนี้

ผลการวิเคราะห์รูปแบบสื่อแผ่นพับ พบว่า 1. ด้านภาพประกอบ คือ ภาพแบบดิจิทัล 2. ด้านตัวอักษร คือ ตัวอักษรแบบมีเชิง ตัวอักษรแบบไม่มีเชิงและตัวอักษรแบบสมัยใหม่ 3. ด้านโทนสี คือ สีฟ้า สีขาว สีเขียว สีแดง สีเหลืองและสีม่วง 4. ด้านการจัดวางองค์ประกอบ คือ การกำหนดทิศทางของเนื้อหาในการจัดวางสายตาของผู้่านตามการมองเห็น กำหนดองค์ประกอบของภาพ สีและตัวอักษรให้มีความกลมกลืนและความสมดุลกัน ผลการวิเคราะห์รูปแบบสื่อวิดีโอ พบว่า 1. ด้านโทนสี คือ สีน้ำเงิน สีฟ้า สีม่วงและสีชมพู 2. ด้านภาพประกอบ คือ ภาพเคลื่อนไหว 3. ด้านวิดีโอ คือ การเลือกใช้การนำเสนอที่สามารถสื่อได้ถึงข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและเสียงที่จะช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจในลำดับขั้นตอนของเนื้อหาได้ง่ายและชัดเจน 4. การใช้ข้อความแบบอิเล็กทรอนิกส์ 5. ด้านโครงสร้างหน้าจอ คือ ขนาด 1920 x 1080 pixels ผลการประเมินผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ด้านเนื้อหาสำหรับสื่อแผ่นพับ พบว่า มีความเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.34) และ ด้านเนื้อหาสำหรับสื่อวิดีโอ คือ รูปแบบที่ 1 พบว่า มีความเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.42) ผลการประเมินผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการออกแบบสื่อแผ่นพับ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.35) และ ด้านการออกแบบสื่อวิดีโอ คือ รูปแบบที่ 1 พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.35)

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์, ภาวะซึมเศร้า, ประชาชน, สื่อแผ่นพับ, สื่อวิดีโอ

ABSTRACT

This research aimed to study and analyze, to design media the public relations media about depression information for people. The research methodology consisted of the data about depression for people. Then, analyzed their form of public relations media, moreover design brochures and video media and evaluated by experts. Researcher use data analysis including mean and standard deviation.

The research results of the brochure were as follow: 1. The illustration is a digital image. 2. The character is the type of character. Non-linear characters and modern characters 3. The color tone is blue, white, color, red, yellow and purple. 4. Composition is to determine the direction of the content to influence the eyes of the reader as seen. Determine the composition of the image, color and character to be harmonious and

ภาพที่ ๑.1 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

balanced. The research results of the video media were as follow: The color tone is blue, purple and pink. 2. The illustration is an animation. 3. The video is a selection of presentations that can convey both texts, still images, motion pictures and sounds that will help recipients understand the sequence of content easily and clearly. 4. The screen structure is 1920 x 1080. Pixels. The result of content for brochure media by the expert found that it's suitable with designing. (\bar{X} = 3.97, S.D. = 0.34), The result of content for video media by the expert found that it's suitable too. (\bar{X} = 4.21, S.D. = 0.42). The result of design brochure media evaluation by expert found that it's suitable with designing. (\bar{X} = 4.13, S.D. = 0.35) and the result of design video media evaluation by expert found that it's suitable too (\bar{X} = 4.28, S.D. = 0.35).

Keywords: Public relations media, depression, people, brochures, video media

1. ความเป็นมาของปัญหา

ประชาชนในปัจจุบันมีสาเหตุทำให้เกิดความกดดันได้จากหลายสิ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น ความกดดันจากการทำงาน จากครอบครัวและสิ่งแวดล้อมรอบข้าง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดภาวะซึมเศร้าได้ จากการสำรวจของ นายแพทย์ธรรณิทร์ กองสุข พบว่าคนไทยร้อยละ 3.2 ของประชากรที่บ่นเป็นโรคซึมเศร้า ซึ่งคนไทยในช่วงอายุระหว่าง 15-59 ปี ไม่น้อยกว่า 800,000 คน บ่นเป็นโรคซึมเศร้าประเภทรุนแรง (Major depressive disorder) และอีกประมาณ 300,000 คน บ่นเป็นโรคซึมเศร้าแบบเรื้อรัง (Dysthymia) พบโรคเพศหญิงมากกว่าเพศชายในอัตราส่วน 2: 1 [1] ส่วนใหญ่พบมากอยู่ในช่วงอายุ 25-40 ปี เมื่อมีอายุมากขึ้นความรุนแรงของอาการป่วยจะยิ่งเพิ่มมากขึ้น สาเหตุของโรคซึมเศร้าในปัจจุบันทางการแพทย์ ไม่ได้กำหนดสาเหตุใดสาเหตุหนึ่งอย่างแน่ชัดว่าเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดโรคซึมเศร้า แต่หลายปัจจัยซึ่งประกอบกันทำให้เกิดโรคซึมเศร้าได้มี 3 สาเหตุได้แก่ สาเหตุทางกาย (Biological cause) สาเหตุด้านจิตใจ (Psychological cause) สาเหตุด้านสังคม (Social cause) [2]

โดยประชาชนส่วนใหญ่ใช้ทางการแพทย์และได้รับรู้ถึงความสูญเสียที่เกิดจากการป่วยด้วยโรคซึมเศร้านี้ ที่ยังมีความเข้าใจผิดวิธีการป้องกันที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับอาการของโรคซึมเศร้า ผู้ป่วยมักคิดว่าตนเองหรือรวมคนที่สามารถหายเองได้และมีกฎเกณฑ์รักษาคิดเป็นร้อยละ 50 ของผู้ป่วยโรคซึมเศร้าทั้งหมด ดังนั้นผู้วิจัยจึงคิดว่าภาวะซึมเศร้าเป็นปัญหาที่สำคัญควรที่จะได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเบื้องต้นอย่างถูกต้อง หากไม่ได้รับข้อมูลเบื้องต้นที่ถูกต้อง อาจส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันในสังคมได้ เช่น กลุ่มในครัววัยเด็กมีความเสี่ยงต่อปัญหาพัฒนาการที่ล่าช้า กลุ่มวัยรุ่นมีความเสี่ยงในด้านพฤติกรรมความรุนแรง ติดสารเสพติดและการฆ่าตัวตาย กลุ่มวัยทำงานมีปัญหาในการทำงานที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน การเข้าสังคมและกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ดูแลมีความเสี่ยงในปัญหาด้านสุขภาพเป็นโรคเรื้อรังของเสื่อมได้ [3] ดังนั้นการเผยแพร่ข้อมูลเบื้องต้นทำให้ประชาชนมีความเข้าใจในเรืองภาวะซึมเศร้า โดยการนำสื่อประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วและเข้าใจง่าย ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของสื่อวีดิโอและสื่อแผ่นพับเป็นทางเลือกหนึ่งที่ประชาชนจะสามารถรับรู้และเข้าใจข้อมูลได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในปัจจุบัน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นการนำสื่อวีดิโอและสื่อสิ่งพิมพ์เข้ามาเป็นส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเบื้องต้นนั้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน จึงจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของสื่อวีดิโอและสื่อแผ่นพับที่จะสามารถช่วยทำให้เกิดความเข้าใจและต้นตอของปัญหาภาวะซึมเศร้าได้ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผู้เป็นและไม่เป็นภาวะซึมเศร้านี้กลายเป็นปัญหาต่อสังคมต่อไปในระยะยาวได้

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน
- 2.2 เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

3. กรอบแนวคิด

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชนและวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน โดยมีกรอบแนวคิด ดังนี้

ภาพที่ ๑.2 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DRLE 2019

การประชุมวิชาการทางการศึกษาในระดับชาติครั้งที่ 9
"การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง: การเรียนการสอนยุคใหม่"

3.1 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการออกแบบสื่อต้นแบบของ ศิริพรณ์ ปีเตอร์ [4] ดังนี้

(1) ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร (2) การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงประเด็น (3) การใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา (4) การใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสม สอดคล้องกับระยะเวลาอ่าน (5) การใช้สีได้อย่างสอดคล้องกับประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น ๆ (6) การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้อ่านง่าย (7) การจัดวางองค์ประกอบที่อ่านได้ง่ายและสอดคล้องกับทิศทาง การอ่าน

3.2 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการออกแบบสื่อต้นแบบของ ศิเรก ชีระบุตร [5] ดังนี้

(1) การเลือกใช้สีตามหลักการออกแบบ (2) การใช้รูปภาพ (Graphic & Photo) เพื่อความสวยงามและดึงดูดความสนใจ (3) การเพิ่มวิดีโอและเสียงประกอบดึงดูดใจผู้ชม (4) การใช้ข้อความ (5) การกำหนดโครงสร้างหน้าจอให้พอดีเหมาะกับการนำเสนอข้อมูล

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง การศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

4.1.1 ประชากร ได้แก่ แพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สรล. ทั้งหมดจำนวน 15 ท่าน

4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ แพทย์ประจำคลินิกเวชกรรม สรล. ทั้งหมดจำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

4.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าจำนวน 3 ชุด การถ่ายภาพและการจดบันทึก

4.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ (1) ศึกษาเอกสารงานวิจัยจากฐานข้อมูลออนไลน์ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยและฐานข้อมูลออนไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางด้านสุขภาพจิต (2) จัดทำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อนำไปตรวจสอบประโยคข้อคำถามและแก้ไขตามคำแนะนำ (3) ผู้วิจัยทำหน้าที่ขอความอนุเคราะห์ในการขออนุญาตเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง (4) เก็บข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าแบบมีโครงสร้างกับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

4.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การบันทึกเสียง การจดบันทึก และการถ่ายภาพมาทำการสรุปและวิเคราะห์ผลเป็นเชิงคุณภาพ

4.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

4.2.1 ประชากร ได้แก่ (1) แพทย์ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า (2) ผู้ให้ข้อมูลด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้านสื่อต้นแบบและสื่อต้นแบบวิดีโอ

4.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ (1) แพทย์ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า จำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

(2) ผู้ให้ข้อมูลด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้านสื่อต้นแบบและสื่อต้นแบบวิดีโอ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง คือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานหรือออกแบบสื่อต้นแบบต้นแบบและสื่อต้นแบบวิดีโอตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป

4.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ (1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลโรคซึมเศร้า จำนวน 3 ชุด (2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ คือ แบบสอบถาม จำนวน 3 ชุด แบบภาพร่างจำนวน 1 แบบสตอรี่บอร์ด (Story Board) จำนวน 3 เรื่อง

4.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ (1) ทำการออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story Board) จำนวน 3 เรื่องและภาพร่างต้นแบบ (Sketch design) จำนวน 1 แบบ (2) จัดทำแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลโรคซึมเศร้าสำหรับสื่อต้นแบบต้นแบบและสื่อต้นแบบวิดีโอ จำนวน 3 ชุด สำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและแบบสอบถามการออกแบบสื่อต้นแบบต้นแบบและสื่อต้นแบบวิดีโอจำนวน 3 ชุด สำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แล้วนำมาแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน IOC เพื่อแก้ไขตามที่ได้รับคำแนะนำ (3) ผู้วิจัยทำหน้าที่ขอความอนุเคราะห์ในการขออนุญาตเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง (4) นำแบบสตอรี่บอร์ด (Story Board) และภาพร่างต้นแบบ (Sketch design) ไปปรับปรุงแก้ไขตามที่คำแนะนำและนำไปสร้างสไลด์ต้นแบบจริง

4.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามการออกแบบสื่อต้นแบบต้นแบบและแบบสอบถามการออกแบบสื่อต้นแบบวิดีโอของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน มาสรุปและวิเคราะห์ผลเป็นเชิงปริมาณ

ภาพที่ ๓.3 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DRLE 2019

การประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติดีครั้งที่ 9
"การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง: การเรียนการสอนยุคใหม่"

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

5.1.1 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า

5.1.1.1 สาเหตุ ได้แก่ สาเหตุที่สำคัญมีด้วยกัน 3 ประการ 1) ปัจจัยทางด้านพันธุกรรมมีอิทธิพลการเป็นภาวะซึมเศร้าสูงกว่าบุคคลทั่วไป 2) ปัจจัยทางจิตใจมักจะมีภายหลังจากผู้ป่วยมีเหตุการณ์ทางด้านจิตใจอย่างรุนแรง 3) ความผิดปกติของชีวเคมีในสมอง โดยผู้ป่วยมีระดับของสาร serotonin และ norepinephrine ต่ำกว่าปกติ

5.1.1.2 อาการ ได้แก่ มีอารมณ์เศร้า จากความสนใจและแรงจูงใจในการทำกิจกรรมต่าง ๆ มีความกลัวและความวิตกกังวล มีอาการทางกายโดยผู้ป่วยมักจะมีอาการอ่อนล้า นอนไม่หลับ หรือมีอาการหูตึงหรือตาบอด ผู้ป่วยโดยส่วนใหญ่จะมีปัญหาเรื่องการคิดและการตัดสินใจ คิดโทษตัวเอง

5.1.1.3 การรักษา ได้แก่ 1) การรักษาด้านยา 2) การรักษาด้วยไฟฟ้า 3) การรักษาทางจิตบำบัด

สรุป ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวกับภาวะซึมเศร้า โดยนำข้อมูลที่ได้มาประกอบในสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นองค์ความรู้แก่บุคคลทั่วไปและผู้ป่วยโรคซึมเศร้าให้เกิดความเข้าใจและรับรู้วิธีการจัดการกับภาวะซึมเศร้า โดยจะสามารถสำรวจและประเมินตนเองเกี่ยวกับภาวะซึมเศร้าได้ในระดับเบื้องต้นอีกด้วย

5.1.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบสื่อด้านแผนผังข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

5.1.2.1 ผลการวิเคราะห์ด้านภาพประกอบ

ลักษณะภาพประกอบที่มีความเหมาะสมและเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ได้แก่ ภาพสีที่สดใส เพราะ เป็นภาพที่กระตุ้นการมองการสว่างสรรค์โดยคนตัวคนแล้ว มีความสวยงามช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อได้ง่าย

5.1.2.2 ผลการวิเคราะห์ด้านตัวอักษร

ลักษณะตัวอักษรที่มีความเหมาะสมและเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบสื่อด้านแผนผังสำหรับประชาชน ได้แก่ ตัวอักษรแบบมีหาง ตัวอักษรแบบไม่มีหางและตัวอักษรแบบมีหาง เพราะ เป็นตัวอักษรที่มีลักษณะเรียบร้อย ทำให้ผู้รับสารสามารถอ่านได้ง่าย มีความเป็นระเบียบ สวยงาม

5.1.2.3 ผลการวิเคราะห์ด้านโทนสี

โทนสีที่มีความเหมาะสมและเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบสื่อด้านแผนผังสำหรับประชาชน ได้แก่ 1. โทนสีฟ้าให้ช่วยให้ผู้อ่านรู้สึกสงบ 2. สีขาว ช่วยให้สื่อมีความสะอาด เรียบง่าย ทำให้รู้สึกถึงความชัดเจนและสีขาวยังเป็นสีที่สามารถอยู่ได้ทั้งในโทนร้อนและโทนเย็นได้อย่างดี 3. โทนสีเขียว เป็นสีที่ช่วยบรรเทาความเครียดได้ดี 4. โทนสีแดง เป็นสีที่กระตุ้นระบบประสาทของได้ดี 5. โทนสีเหลือง ใช้ลดอาการที่ก่อให้เกิดความหงุดหงิดใจได้ 6. โทนสีม่วงจะช่วยกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจ โทนสีเทาได้

5.1.2.4 ผลการวิเคราะห์ด้านการจัดวางองค์ประกอบ

การจัดวางองค์ประกอบสำหรับการออกแบบสื่อด้านแผนผังสำหรับประชาชน ผู้วิจัยได้กำหนดทิศทางของเนื้อหาในการชักจูงสายตาของผู้อ่าน โดยไล่ลำดับก่อน-หลังของเนื้อหาตามการมองเห็น กำหนดองค์ประกอบของภาพ สีและตัวอักษรให้มีความกลมกลืนกัน กำหนดความแตกต่างของขนาดและรูปร่างตามความสำคัญของแต่ละข้อความอย่างชัดเจน

5.1.3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบสื่อด้านวิดีโอข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

5.1.3.1 ผลการวิเคราะห์ด้านโทนสี

โทนสีที่มีความเหมาะสมและเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบสื่อด้านวิดีโอสำหรับประชาชน โดยผู้วิจัยเลือกใช้สีโทนเย็น ได้แก่ 1. โทนสีน้ำเงินช่วยให้ความรู้สึกผ่อนคลาย 2. โทนสีฟ้าช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ ชีวระ บลอคโปร่ง 3. โทนสีม่วง เป็นสีที่ช่วยให้เกิดสมาธิ กระตุ้นความสร้างสรรค์ทางสติปัญญา 4. โทนสีชมพูเป็นสีที่ช่วยกระตุ้นให้รู้สึกถึงความกระตือรือร้นและความสุข

5.1.3.2 ผลการวิเคราะห์ด้านภาพประกอบ

ลักษณะภาพประกอบที่มีความเหมาะสมและเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบสื่อด้านวิดีโอสำหรับประชาชน ได้แก่ ลักษณะภาพเคลื่อนไหว เพราะเป็นสื่อที่มีการแสดงลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่องเหมาะสมกับการนำเสนอข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน รวมถึงยังมีรูปแบบที่น่าสนใจ สามารถสร้างแรงจูงใจจากผู้รับสารได้ดี

ภาพที่ ๑.4 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DRLE 2019

การประชุมวิชาการทางการศึกษา ระดับชาติ ครั้งที่ 9

"การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง: การเรียนการสอนยุคใหม่"

5.1.3.3 ผลการวิเคราะห์ด้านวิดีโอ (Story board)

ลักษณะภาพวิดีโอสำหรับแนวทางการออกแบบสื่อด้านวิดีโอถือเป็นสื่อที่มีความสมบูรณ์มากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ เพราะสามารถนำเสนอได้ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพเสียงลักษณะและเนื้อเรื่อง การใช้วิดีโอและเสียงประกอบนั้นช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจในลำดับขั้นตอนของเนื้อหาได้ง่ายและชัดเจน รวมทั้งยังสามารถสร้างความน่าสนใจให้แก่เนื้อหาอีกด้วย

5.1.3.4 ผลการวิเคราะห์ด้านตัวอักษร

ลักษณะตัวอักษรและข้อความที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบสื่อด้านวิดีโอสำหรับประชาชน ได้แก่ ข้อความแบบ อีเล็กทรอนิกส์ เพราะเป็นลักษณะข้อความที่เหมาะสมกับการเผยแพร่เอกสารผ่านเว็บไซต์ ได้รับความนิยมสูง สามารถใช้แทนได้สะดวกและรวดเร็วต่อการหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง

5.1.3.5 ผลการวิเคราะห์ด้านโครงสร้างหน้าจอ

ลักษณะโครงสร้างหน้าจอที่ผู้วิจัยเลือกใช้ คือ ขนาด 1920 x 1080 pixels = 2,073,600 พิกเซล เพราะเป็นขนาดที่สามารถแสดงผลของจอภาพแบบ Full HD (High Definition) อัตราส่วนของจอภาพ คือ ขนาดความกว้าง x ความสูง เป็น 16:9 และจอภาพแบบ Full HD นั้นยังเป็นขนาดโครงสร้างจอภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบันอีกด้วย [6]

5.2 ผลการวิเคราะห์การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน



ภาพที่ 1 แสดงหน้าจอ (color) และตัวอักษร (font) ที่ใช้ในการออกแบบสื่อแผนผังและวิดีโอ

ตารางที่ 1 ผลการประเมินด้านเนื้อหาสำหรับสื่อแผนผังและการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ระดับความพึงพอใจผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน

รายการประเมินเนื้อหาสำหรับสื่อแผนผังและการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน	ระดับความพึงพอใจผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน		
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	3.97	3.00	3.33

จากตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ด้านเนื้อหาสำหรับสื่อแผนผังที่เหมาะสมต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (M = 3.97, S.D. = 0.34)

ภาพที่ ๑.5 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DRLE 2019

การประชุมวิชาการทางการศึกษาในระดับชาติครั้งที่ 9
 "การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง: การเรียนการสอนยุคใหม่"

ตารางที่ 2 ผลการประเมินด้านเนื้อหาสำหรับสื่อวีดิโอเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการขึ้นเครื่องสำหรับประชาชน

รายการประเมินเนื้อหาสำหรับสื่อวีดิโอเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการขึ้นเครื่องสำหรับประชาชน	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน								
	รูปแบบที่ 1			รูปแบบที่ 2			รูปแบบที่ 3		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.21	0.42	มาก	3.48	0.23	ปานกลาง	3.91	0.29	มาก

จากตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ด้านเนื้อหาสำหรับสื่อวีดิโอที่เหมาะสมต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการขึ้นเครื่องสำหรับประชาชน คือ รูปแบบที่ 1 พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21, S.D. = 0.42$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91, S.D. = 0.29$) และรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48, S.D. = 0.23$)

ตารางที่ 3 ผลการประเมินด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการขึ้นเครื่องสำหรับประชาชน

รายการประเมินการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการขึ้นเครื่องสำหรับประชาชน	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ท่าน		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านสี			
1.1 การเลือกใช้สีสื่อความให้เกิดความสนใจ	4.33	0.58	มาก
1.2 การเลือกใช้สีสื่อความง่ายต่อความเข้าใจ	4.00	1.00	มาก
1.3 การเลือกใช้สีสื่อความชัดเจน	3.67	0.58	มาก
1.4 การเลือกใช้สีสื่อความสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	4.00	1.00	มาก
1.5 การใช้สีสื่อความเหมาะสมสวยงาม สบายตา	3.67	0.58	มาก
2. ด้านรูปภาพ			
2.1 ภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.33	0.58	มาก
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมชัดเจน	4.00	1.00	มาก
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงาม สบายตา	4.33	1.15	มาก
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	4.67	0.58	มากที่สุด
2.5 การเลือกรูปประกอบสื่อความหมายสอดคล้องกับเนื้อหา	4.00	1.00	มาก
3. ด้านตัวอักษร			
3.1 ตัวอักษรเลือกรูปแบบที่มองเห็น	4.33	0.58	มาก
3.2 ตัวอักษรใช้งานง่าย อ่านสอดคล้องกับระยะเวลา	4.00	0	มาก
3.3 การเว้นวรรคตัวอักษรมีความเหมาะสม สามารถอ่านได้ง่าย	4.33	0.58	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.13	0.35	มาก

จากตารางที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการขึ้นเครื่องสำหรับประชาชน พบว่า มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13, S.D. = 0.35$) มีความโดดเด่น อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี ($\bar{X} = 4.67, S.D. = 0.58$)

ภาพที่ ๑.6 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DRLE 2019

การประชุมวิชาการทางการศึกษาในระดับชาติครั้งที่ 9
 “การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง: การเรียนการสอนยุคใหม่”

ตารางที่ 4 ผลการประเมินด้านการออกแบบสื่อวีดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน

รายการประเมินการออกแบบสื่อวีดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้า สำหรับประชาชน	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ท่าน								
	รูปแบบที่ 1			รูปแบบที่ 2			รูปแบบที่ 3		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	\bar{X}	S.D.	ความ หมาย
1. ด้านเนื้อหา									
1.1 การเลือกใช้สีตัวอักษรที่มองเห็นได้ชัดเจน	4.00	0	มาก	3.33	0.58	ปานกลาง	3.67	0.58	มาก
1.2 การเลือกใช้โทนสีสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	4.00	0	มาก	2.67	0.58	ปานกลาง	3.00	0	ปานกลาง
1.3 การเลือกใช้สีระหว่างตัวอักษรและพื้นหลังแบ่งกันได้ชัดเจน	4.67	0.58	มากที่สุด	3.67	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก
1.4 การเลือกชุดสีโดยรวมสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ	4.00	0	มาก	3.00	0	ปานกลาง	4.00	0	มาก
1.5 การเลือกใช้โทนสีมีเป็นอันตรายพอสมควร	4.00	0	มาก	4.00	0	มาก	4.33	0.58	มาก
2. ด้านรูปภาพ									
2.1 ภาพประกอบเหมาะสมกับคำพูดบทนำจอ	4.00	0	มาก	3.67	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก
2.2 ขนาดของภาพมีความเหมาะสมกับหน้าจอ	4.00	0	มาก	4.00	0	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด
2.3 ภาพประกอบมีความสวยงามดึงดูดความสนใจ	4.67	0.58	มากที่สุด	3.67	0.58	มาก	3.33	0.58	ปานกลาง
2.4 ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี	4.67	0.58	มากที่สุด	4.00	0	มาก	3.67	0.58	มาก
2.5 การจัดวางองค์ประกอบภาพสอดคล้องกับหลักการอ่าน	4.67	0.58	มากที่สุด	5.00	0	มากที่สุด	5.00	0	มากที่สุด
3. ด้านตัวอักษร									
3.1 ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม	4.67	0.58	มากที่สุด	4.67	0.58	มากที่สุด	4.67	0.58	มากที่สุด
3.2 ตัวอักษรมีการใช้สีที่โดดเด่น อ่านง่าย	4.00	1.00	มาก	4.00	0	มาก	3.67	0.58	มาก
3.3 ตัวอักษรมีขนาดที่มองเห็นได้ชัดเจน	4.33	0.58	มาก	3.33	0.58	ปานกลาง	3.67	0.58	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการประเมิน	4.26	0.38	มาก	3.77	0.30	มาก	4.03	0.25	มาก

จากตารางที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบสื่อวีดีโอที่เหมาะสมเพื่อประชาสัมพันธ์ภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน คือ รูปแบบที่ 1 พบว่า มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.35) มีความโดดเด่น อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านเนื้อหา การเลือกใช้สีระหว่างตัวอักษร วัตถุประสงค์และพื้นหลังแบ่งกันได้ชัดเจน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.58), ด้านรูปภาพ ภาพประกอบมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.58), ภาพประกอบสื่อความหมายได้ดี ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.58), การจัดวางองค์ประกอบของภาพสอดคล้องกับหลักการอ่าน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.58), ด้านตัวอักษร ตัวอักษรมีรูปแบบที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.58)

6. อภิปรายและสรุปผล

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ด้านสื่อแผ่นพับวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของ ศิริพรณ์ ปิเตอร์ (4) คือ มีความครบถ้วนของข้อมูลและการสื่อความหมายที่ชัดเจน 1) การใช้ภาพประกอบแบบดิจิทัล สอดคล้อง ทฤษฎีของสัดส่วนทองคำ (golden section) ของ เลโอนาร์โด พิโนนชี อย่างไรก็ดี กราฟิก บุฟเฟต์ (6) ที่กล่าวว่า หลักการสำคัญคือการใช้ประโยชน์ของเส้น Grid เพื่อกำหนด Space และ Alignment ของกราฟิกต่าง ๆ ให้สมดุล ในการออกแบบต่าง ๆ ก็ล้วนแต่ใช้สัดส่วนทองคำด้วยกันทั้งนั้น เพราะสัดส่วนทองคำจะทำให้ภาพหรือองค์ประกอบที่สมบูรณ์แบบ 2) การใช้ตัวอักษรแบบมีเชิง แบบไม่มีเชิงและแบบสมัยใหม่ สอดคล้อง กิตติพงศ์ เชาว์ทอง (7) ที่กล่าวว่า การออกแบบตัวอักษรเพื่อสื่อความหมาย ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการออกแบบ เนื่องจากตัวอักษรการตัวอักษรแบบตัวพิมพ์สามารถนำมาใช้ในการนำเสนอข้อมูลได้อย่างสอดคล้องกับเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ 3) การใช้สีที่ช่วยเน้นข้อความให้เด่นชัด คือ สีฟ้า

ภาพที่ ๑.7 แสดงภาพบทความวิจัยหน้า 7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีขาว สีเขียว สีแดง สีเหลืองสีม่วง สอดคล้องกับ กิตติพงษ์ เภาภูทอง [7] ที่กล่าวว่า ในการออกแบบนอกจากสีมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์ ปบอกลักษณะและบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมายและถ่ายทอดความหมาย อารมณ์และความรู้สึก สียังสามารถเน้นนำความคิดและความรู้สึกให้เคลื่อนตามไปกับงานออกแบบ 4) กำหนดองค์ประกอบของภาพ สีและตัวอักษรให้มีความกลมกลืน ซึ่งสอดคล้องกับ เอกวิชัย พงษ์เหม [8] ที่กล่าวว่า การจัดให้รูปแบบ ขนาดของภาพ ตัวอักษรและโครงสร้างของสี ควบคุมความสอดคล้อง สมกลมกลืนและการจัดองค์ประกอบสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ด้านสื่อวีดิโอวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของของ ดิเรก ชีระบุตร [5] คือ 1) การเลือกใช้สี คือ สีน้ำเงิน สีฟ้า สีม่วง และสีชมพู สอดคล้องกับ กิตติพงษ์ เภาภูทอง [7] ความหมายของสีก่อนเลือกใช้ให้เหมาะสมกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายจะสามารถช่วยให้นักออกแบบสามารถเลือกใช้สี เพื่อสื่อความหมายในงานออกแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 2) การใช้รูปภาพประกอบแบบ ภาพเคลื่อนไหว สอดคล้อง ทัศนวิสัยสัดส่วนทองคำ (golden section) ของ เลโอนาร์โด ดา วินชี ย่างในกราฟิก บุฟเฟต์ [6] ที่กล่าวว่า การออกแบบภาพนั้นก็ล้วนแต่แฝงไปด้วย สัดส่วนทองคำ (Golden Ratio) ด้วยกันทั้งนั้น รวมไปถึงงานศิลปะหรืองานสถาปัตยกรรมต่าง ๆ เราสามารถใช้สัดส่วนทองคำในการถ่ายภาพได้ด้วยเช่นกัน เพราะสัดส่วนทองคำจะช่วยให้งานออกมามี สุนทรียภาพ 3) การเพิ่มวิดีโอและเสียงประกอบที่จะช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจในลำดับขั้นตอนของเนื้อหาได้เร็ว สอดคล้องกับ วิชามณีพรคนึง [9] ที่กล่าวว่า การถ่ายทำจากของจริงทำให้สะดวกไม่ต้องถ่ายภาพเหมือนภาพประกอบที่จะได้จากการใช้วิทัศน์ก็คือได้เห็นทั้งภาพและได้ยินเสียง ซึ่งจะมีส่วนเข้าใจและให้ความเข้าใจมากกว่าการบรรยาย 4) การใช้ข้อความแบบอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับ วิชิตา ชานินาตพงศ์ [10] ที่กล่าวว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์นับว่าเป็นสื่อที่มีคุณภาพที่สุดและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ 5) การกำหนดโครงสร้างหน้าจอขนาด 1920 x 1080 pixels ที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทียนศรี อุบลอุบลและชวีก น้อยพิลาหุล [12] ที่กล่าวว่า การออกแบบ ข้อความ ข่าวสารกระชับ ถ่ายทอดการเข้าใจ ภาพกับข้อความมีความสอดคล้องกัน สอดคล้องกับหลักการ ออกแบบที่กล่าวว่า หลักการออกแบบที่ดีนั้นต้องช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจข่าวสารอย่างรวดเร็ว เมื่อในการรับรู้

ผลการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลภาวะซึมเศร้าสำหรับประชาชน ด้านเนื้อหาและการออกแบบสำหรับสื่อแผ่นพับ ผลการประเมินอยู่ในระดับมาก โดยผู้วิจัยได้ออกแบบโดยคำนึงถึงเนื้อหาของข้อมูลและหลักการออกแบบที่สัมพันธ์กับข้อมูลภาวะซึมเศร้า โดยที่ประชาชนจะสามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโรคซึมเศร้า วิธีการสำรวจและการจัดการกับตนเอง อีกทั้งยังสามารถประเมินตนเองได้ในระดับเบื้องต้นอีกด้วย ด้านเนื้อหาและการออกแบบสำหรับสื่อวีดิโอ สามารถสรุปได้ดังนี้คือ รูปแบบที่ 1 โดยประชาชนจะได้รับชมวีดิโอถึงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับความผิดปกติที่เกิดจากภาวะซึมเศร้าและเกิดความเข้าใจในวิธีการรักษาภาวะซึมเศร้าเมื่อต้องไปปรึกษาแพทย์ ที่มีความสอดคล้องกันจนวนวิจัยของ อัมพร อนุวัฒน์ [13] การออกแบบสื่อผสมเพื่อการเรียนรู้ ควบคู่รูปแบบการสนทนาในกลุ่มการเรียนรู้ โดยสื่อที่เข้าร่วมมีขนาดใหญ่เพื่อให้เห็นภาพและตัวอักษรได้ชัดเจน มีตัวอักษรที่อ่านง่ายและมีภาพประกอบเพื่อการอธิบายให้ผู้รับมีความเข้าใจได้ง่าย

7. เอกสารอ้างอิง

- [1] สมภพ เวียงสุระกุล. 2545. โรคซึมเศร้าและการฆ่าตัวตาย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เวียนแก้วการพิมพ์.
- [2] มาโนช พงษ์ศฤง. 2550. เรื่องน่ารู้ เกี่ยวกับโรคซึมเศร้า. กรุงเทพฯ: วิสุทธิการพิมพ์.
- [3] กรมสุขภาพจิต. นโยบายกรมสุขภาพจิต 2560-2561. ค้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2562. จาก <https://www.dmh.go.th/ebook/view.asp?id=373>
- [4] ศิริธรรม มีโชติ. 2549. การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ: โฉมศิลป์.
- [5] ดิเรก ชีระบุตร. 2555. การออกแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์. ค้นเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2562. จาก <http://www.ict.up.ac.th/micha/cidtec/assets/uploaded/documents/d6d6bf2e5bece44c1be7b023268f7294.pdf>
- [6] บริษัท กราฟฟิก บุฟเฟต์ จำกัด. 2560. ทัศนวิสัยสัดส่วนทองคำ Golden Ratio หัวใจหลักของการออกแบบ. ค้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2562. จาก <https://graphicbuffet.co.th/>
- [7] กิตติพงษ์ เภาภูทอง. 2552. การศึกษาและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยาลัยการศึกษาดุสิตสาธิต กรุงเทพมหานคร สาขาเทคโนโลยีมีลิตกับที่อุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ภาพที่ ๘.8 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 8

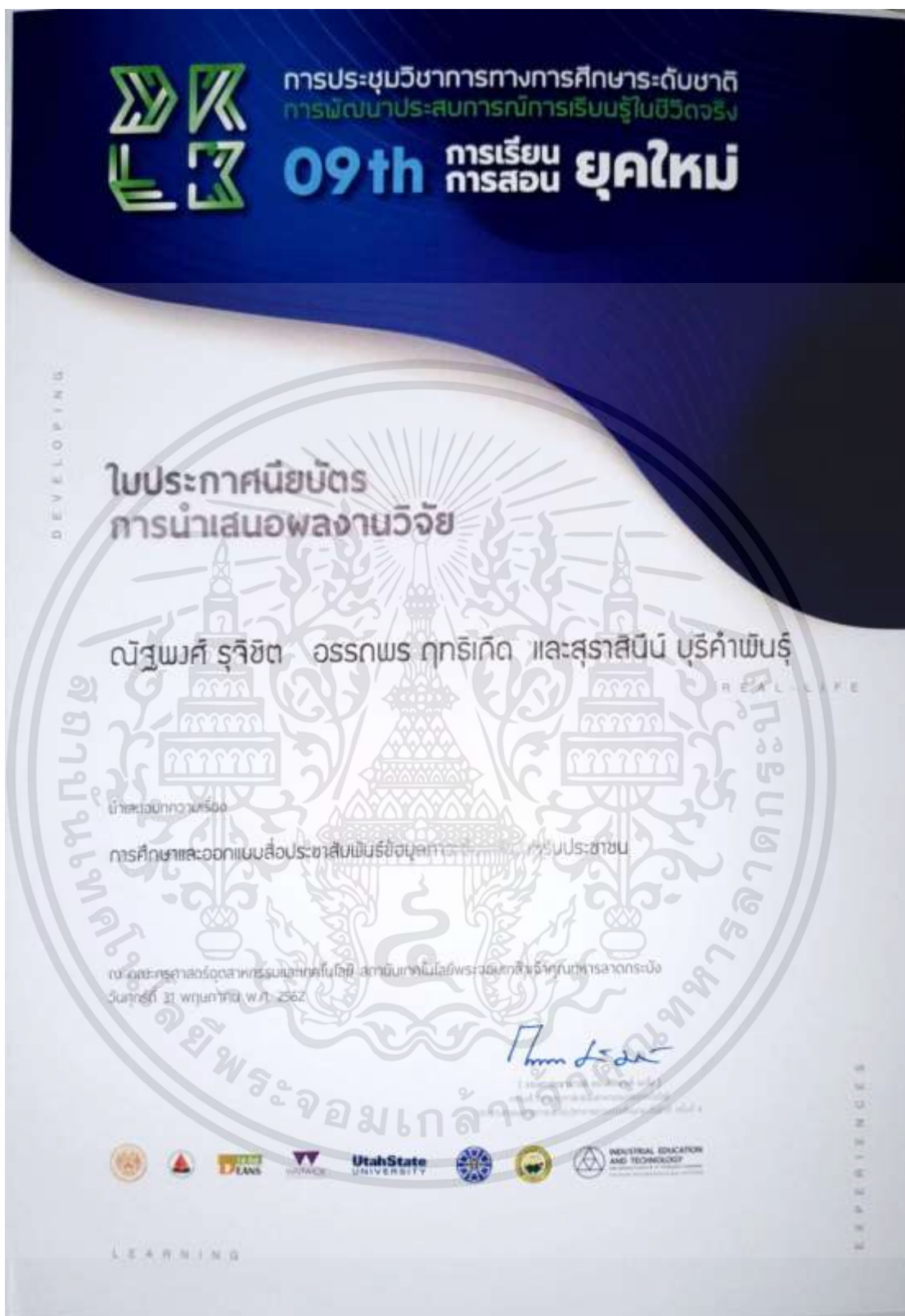
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- [8] เอกวิษฐ์ พ่องเหม. 2550. **การศึกษาและออกแบบกราฟิกสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีผลิตบัณฑิตอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- [9] วีรยา มณีรัตน์คำเก็ง. 2544: **บทเรียนวีดิทัศน์เรื่อง กราฟิกส์สำหรับงานวารสาร**. ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษาทางการอาชีพและเทคโนโลยีศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- [10] วิทยา ชนาอินาดพงษ์. 2555. **การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์คู่มือเจ้าหลวงเมืองแพร่**. ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- [11] เคียน ทงชาวดี. 2556. **อัตราส่วนการแสดงผลของจอภาพมาตรฐานต่างๆ**. ค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2562, จาก <https://arit.rmutsv.ac.th/th/blogs/55-อัตราส่วนการแสดงผลของจอภาพมาตรฐานต่างๆ-199>.
- [12] เพ็ญศรี จุลกรอุจน์และชวิต น้อยหิ่วหาด. 2558. **การออกแบบกราฟิกและสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านช้างวัด**. สาขาการออกแบบ คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- [13] ฉันทพร ธนารุณ. 2556. **การออกแบบสื่อผสมเพื่อการเรียนรู้โรคเบาหวานในผู้ป่วยวัยชรา**. ค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2561, จาก www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000009401.



ภาพที่ ๑.9 แสดงภาพบทความวิจัยหน้าที่ 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ๑.10 แสดงภาพใบประกาศนียบัตรการนำเสนอผลงานวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นายณัฐพงศ์ รุจิชาติ
 วัน เดือน ปีเกิด วันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2532
 สถานที่เกิด จังหวัดกรุงเทพมหานคร
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ 312 ซอยสีรินธร 7 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางบำหรุ
 เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2545 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา
 โรงเรียนอัสสัมชัญ
 ปีการศึกษา 2551 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
 สาขาศิลปกรรม
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 ปีการศึกษา 2558 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท
 หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
 สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประวัติการทำงาน

ปี พ.ศ. 2557 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ฝ่าย Computer Graphic
 บริษัท มิมีติ จำกัด