ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรม อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

อุษา อินทร์ประสิทธิ์

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ
กรกฎาคม 2563
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรม
อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย”
ของ นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.นิวัตร พัฒนะ)

.....ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ศาสตราจารย์ ดร.จิรวัฒน์ พิระสันต์)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธวัช พะยิ้ม)

อนุมัติ

.....

(ศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล มุณีสว่าง)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
24 มี.ค. 2563

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ด้วยความเมตตาที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาเป็นที่ปรึกษาพร้อมทั้งให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์ และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงยิ่ง รวมถึงขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อันประกอบไปด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.นิวัตร พัฒนะ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ศาสตราจารย์ ดร.จิรวัฒน์ พิระสันต์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธวัช พะยิ้ม กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

กราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเครื่องมือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก อินโฟกราฟิก สื่อประชาสัมพันธ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์สุโขทัย เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) จังหวัดสุโขทัย มัคคุเทศก์เชี่ยวชาญมรดกโลก นักวิชาการวัฒนธรรมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติรามคำแหง จ.สุโขทัย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานวิจัยทุกท่าน ทุกหน่วยงาน ที่เอื้อเฟื้อในการเข้าเก็บข้อมูล

เหนือสิ่งอื่นใดกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัวของผู้วิจัย และขอบคุณกัลยาณมิตร เพื่อนร่วมงาน รวมถึงลูกศิษย์ ที่คอยให้กำลังใจ เป็นแรงผลักดันที่ดีตลอดในการดำเนินงานวิจัย และขอบพระคุณทุก ๆ ท่าน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมา ณ ที่นี้

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบ และอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย สำหรับนักท่องเที่ยว และผู้สนใจไม่มากก็น้อย

อุษา อินทร์ประสิทธิ์

ชื่อเรื่อง	ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
ผู้วิจัย	อุษา อินทร์ประสิทธิ์
ประธานที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศป.ด. สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2562
คำสำคัญ	อินโฟกราฟิก การรับรู้ ศิลปกรรม อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย 2) เพื่อประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักวิชาการ อาจารย์ และผู้มีประสบการณ์เกี่ยวข้องในสาขาวิชาออกแบบกราฟิก อินโฟกราฟิก ประวัติศาสตร์สุโขทัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินการเลือกโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการออกแบบสัญลักษณ์ภาพสำหรับสื่ออินโฟกราฟิก แบบประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อการวิจัย แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการรับรู้และความเข้าใจการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ หรือเปอร์เซ็นต์ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) Independent Sample (t-test), One-Way ANOVA (F-test), และเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี LSD ผลการวิจัย พบว่า ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว, โปสเตอร์, แผ่นพับ และออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค โดยผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน พบว่า สื่อออนไลน์ เพจเฟสบุ๊ค ได้รับผลการประเมินเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.67) (S.D = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 2 คือ โปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.63) (S.D = 0.51) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 3 คือ หนังสือนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.57) (S.D = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้ายคือ แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.56) (S.D = 0.57) อยู่ในระดับมากที่สุด สรุปผลการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมใน

อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 31 – 40 ปี คิดเป็น ร้อยละ 29.90 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.98 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 18.14 รองลงมามีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ อาชีพข้าราชการและประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16.18 และมีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผลจากการประเมินการรับรู้หนังสือนำเที่ยวมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D = 0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลประเมินความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการรับรู้โปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.58) (S.D = 0.62) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D = 0.57) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการรับรู้แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.62) (S.D = 0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.63) (S.D = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด และผลการรับรู้เพจเฟสบุ๊ค มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.71) (S.D = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.71) (S.D = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด ระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิกหนังสือนำเที่ยว เพศ อายุ การศึกษา พบว่า ไม่แตกต่าง ส่วนอาชีพ และรายได้ ต่างกันการรับรู้และความเข้าใจต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิกโปสเตอร์ เพศ อายุ การศึกษา พบว่า ไม่แตกต่าง ส่วนอาชีพและรายได้ ต่างกันการรับรู้และความเข้าใจต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิกแผ่นพับ เพศ การศึกษา พบว่า ไม่แตกต่าง อายุ อาชีพ และรายได้ต่างกัน การรับรู้และความเข้าใจต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิกเพจเฟสบุ๊ค เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า การรับรู้และความเข้าใจไม่แตกต่างกัน

Title	THE EFFECT OF INFOGRAPHIC DESIGN TOWARDS THE ARTISTIC PERCEPTION OF SUKHOTHAI HISTORICAL PARK
Author	Usa Inprasit
Advisor	Associate Professor Nirat Soodsang, Ph.D.
Academic Paper	Thesis D.F.A. in Art and Design, Naresuan University, 2019
Keywords	Infographic, Perception, Fine Arts, Sukhothai Historical Park

ABSTRACT

The objectives of this research were to design infographic affecting the perception of fine arts at the Sukhothai Historical Park and to evaluate the perception and understanding of fine arts infographic at the Sukhothai Historical Park. The sample group was the scholars, professors, and experience people in graphic and infographic design, and Sukhothai history. Research tool was the evaluation form for selecting the historic sites in the Sukhothai Historical Park, the questionnaire about the opinion on graphic signs design for infographic media, the media quality evaluation form by the experts, the questionnaire about the opinions on the perception and understanding about infographic, printing, and online media. Statistics used involved percentage, mean ($\bar{x}$), standard deviation (S.D.), Independent Sample (t-test), One-Way ANOVA (F-test), and Multiple Comparison with LSD (least Square Difference). Research results showed that from the infographic design, which involved printing media including travel guide, poster, and brochure, online media including Facebook page, and 11 experts who were the scholars, graphic designers, and historical experts, online media and Facebook page had the highest mean ($\bar{x}$ = 4.67) and (S.D = 0.49), followed by posters ($\bar{x}$ = 4.63) and (S.D = 0.51), travel guide ($\bar{x}$ = 4.57) and (S.D = 0.58), and brochure ($\bar{x}$ = 4.56) and (S.D = 0.57). In short, the total mean of printing and online media was ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D = 0.54), which was at the highest level. The data for the evaluation of the perception and understanding about infographic in the Sukhothai Historical Park was collected from 204 tourists. Most of them aged 31-40 years old (29.90%), who were the employee at the private company (18.14%), followed by the government officer and business owner

(16.18%), and graduated with Bachelor's degree (50.98%). Their average income was 10,001 - 20,000 Baht (25.00%). The evaluation results showed that for the travel guide, the average of perception was ($\bar{x}$ = 4.60) and (S.D = 0.59) while the average of understanding was ($\bar{x}$ = 4.60) and (S.D = 0.61), which were at the highest level. The average of perception of poster was ($\bar{x}$ = 4.58) and (S.D = 0.62) while the average of understanding was ($\bar{x}$ = 4.61) and (S.D = 0.57), which was at the highest level. The average of perception of brochure was ($\bar{x}$ = 4.62) and (S.D = 0.56) while the average of understanding was ($\bar{x}$ = 4.63) and (S.D = 0.58), which was at the highest level. Further, the average of perception of Facebook page was ($\bar{x}$ = 4.71) and (S.D = 0.49) while the average of understanding was ($\bar{x}$ = 4.71) and (S.D = 0.49), which was at the highest level. Moreover, it was discovered that people with different age, gender, and education had similar perception and understanding level about travel guide and poster. On the other hand, those with different career and income had different perception and understanding with a statistical significance 0.05. For the brochure, people with different gender and education had similar perception and understanding level whereas those with different age and career had different perception and understanding with a statistical significance 0.05. Regarding the Facebook page, people with different gender, age, education, and career had similar perception and understanding level.

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ความเป็นมาของปัญหา	1
	จุดมุ่งหมายของการวิจัย	4
	สมมติฐานของการวิจัย	4
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
	ขอบเขตของการวิจัย	6
	นิยามศัพท์เฉพาะ	7
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
	แนวคิดและทฤษฎีการออกแบบกราฟิก	8
	แนวคิดและทฤษฎีอินโฟกราฟิก	128
	แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้และความเข้าใจ	177
	แนวคิดและทฤษฎีอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	208
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	252
3	วิธีดำเนินการวิจัย	269
	ขั้นตอนที่ 1 เพื่อออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	269
	ขั้นตอนที่ 2 ผลประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	276

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4	**ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**	281
	ตอนที่ 1 ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	281
	ตอนที่ 2 ผลประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	322
5	บทสรุป	411
	สรุปผลการวิจัย	411
	อภิปรายผล	435
	ข้อเสนอแนะ	449
บรรณานุกรม		450
ภาคผนวก		465
ประวัติผู้วิจัย		634

สารบัญตาราง

ตาราง หน้า

1 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีขาว..... 89
2 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีแดง..... 90
3 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีน้ำเงิน..... 90
4 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีเขียว..... 91
5 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีเหลือง..... 91
6 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีดำ..... 92
7 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีม่วง..... 92
8 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีน้ำตาล..... 92
9 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีเทา..... 93
10 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีทอง..... 93
11 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีแสด..... 93
12 แสดงผลการสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบ กราฟิก..... 124
13 แสดงผลการสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบ สัญลักษณ์ภาพ..... 126
14 แสดงผลการสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบ อินโฟกราฟิก..... 172
15 แสดงผลการสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การรับรู้..... 202
16 แสดงผลการสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์ความเข้าใจ..... 206
17 แสดงการวิเคราะห์โบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย..... 282
18 แสดงการวิเคราะห์เลือกรูปแบบศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย ที่เหมาะสมในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ..... 283
19 แสดงผลการพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยาน ประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ทั้งสิ้น 17 วัด..... 291

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

20 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว โดยผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน..... 307

21 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ โดยผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน..... 312

22 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ โดยผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน..... 316

23 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค โดยผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน..... 320

24 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว โปสเตอร์, แผ่นพับ และสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค โดยผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญ ด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน..... 321

25 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 322

26 แสดงผลการรับรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน..... 325

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

27 แสดงผลความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรม ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน..... 326

28 แสดงผลการรับรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรม ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน..... 327

29 แสดงผลความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรม ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน..... 328

30 แสดงผลรับการบรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรม ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน..... 329

31 แสดงผลความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรม ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน..... 330

32 แสดงผลการรับรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรม ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน..... 331

33 แสดงผลความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรม ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน..... 332

34 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินการรับรู้ของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว..... 333

35 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินความเข้าใจของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว..... 335

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

36 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินการรับรู้ของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ 337

37 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินความเข้าใจของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ 339

38 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินการรับรู้ของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ 341

39 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินความเข้าใจของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ 343

40 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินการรับรู้ของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค 345

41 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินความเข้าใจของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค 347

42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก จำแนกเพศ ของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว 349

43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอายุ 350

44 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอายุ 351

45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามการศึกษา 353

46 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามการศึกษา 354

47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ 356

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

48 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ..... 357

49 เปรียบเทียบรายอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว..... 359

50 เปรียบเทียบรายอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม..... 360

51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามรายได้..... 361

52 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามรายได้..... 362

53 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว..... 364

54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์..... 365

55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอายุ..... 366

56 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอายุ..... 367

57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามการศึกษา..... 369

58 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามการศึกษา..... 370

59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอาชีพ..... 372

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

60 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอาชีพ..... 373

61 เปรียบเทียบอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ด้านสื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้..... 375

62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามรายได้..... 376

63 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามรายได้..... 377

64 เปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ด้านเนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย..... 379

65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ..... 380

66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอายุ..... 381

67 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอายุ..... 382

68 เปรียบเทียบอายุภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม..... 384

69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามการศึกษา..... 385

70 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามการศึกษา..... 386

71 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอาชีพ..... 388

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

72 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอาชีพ..... 389

73 เปรียบเทียบอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้..... 391

74 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามรายได้..... 392

75 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามรายได้..... 393

76 เปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านเนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย..... 395

77 เปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ..... 396

78 เปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม..... 397

79 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค..... 398

80 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอายุ..... 399

81 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอายุ..... 400

82 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามการศึกษา..... 402

83 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามการศึกษา..... 403

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

84 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอาชีพ..... 405

85 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอาชีพ..... 406

86 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามรายได้..... 408

87 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามรายได้..... 410

สารบัญภาพ

ภาพ หน้า

1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย..... 5
2 แสดงการใช้จุดจำนวนมากมาเรียงต่อกันจะทำให้เกิดเป็นรูปร่าง..... 10
3 แสดงการลากเส้นต่าง ๆ ทำให้เกิดทิศทางขึ้นในงานออกแบบ..... 11
4 แสดงเรขาคณิตรูปทรงต่าง ๆ..... 12
5 แสดงภาพวาดสีน้ำมันของศิลปินชาวรัสเซีย "Pavel Sokov" 13
6 แสดงงาน "Running Fence, Sonoma and Marin Counties, CA" ของ Christo and Jeanne-Claude..... 14
7 แสดงวงล้อสี..... 15
8 แสดงการใช้ภาพและคำที่มีความหมายสอดคล้องกัน เป็นเอกภาพทางความคิด การจัดวางมีทิศทาง และมีการเรียงลำดับข้อมูลด้วยขนาดของตัวหนังสือ..... 17
9 แสดงการควบคุมองค์ประกอบเพื่อจัดลำดับการมองของผู้ดู..... 19
10 แสดงการใช้ภาพสองภาพ (ท้องฟ้าและทุ่งหญ้า) วางคู่กันโดยใช้สัดส่วนที่ต่างกัน... 21
11 แสดงการจัดองค์ประกอบสมดุลแบบสมมาตร..... 22
12 แสดงการจัดองค์ประกอบสมดุลแบบอสมมาตร..... 23
13 แสดงการจัดองค์ประกอบสมดุลแบบรัศมี..... 24
14 แสดงการจัดองค์ประกอบสมดุลแบบทิศทางและการเคลื่อนไหว..... 25
15 แสดงการจัดองค์ประกอบด้วยการใช้ความขัดแย้งโดยขนาดของตัวอักษร เพื่อให้สื่อสารอารมณ์ความรู้สึกถึงเสียงหัวเราะ..... 26
16 แสดงการจัดองค์ประกอบแบบขัดแย้งโดยรูปร่าง..... 27
17 แสดงการจัดองค์ประกอบแบบความขัดแย้งโดยน้ำหนักและความเข้ม..... 28
18 แสดงการจัดองค์ประกอบแบบขัดแย้งโดยทิศทาง..... 29
19 แสดงการจัดองค์ประกอบแบบขัดแย้งโดยพื้นผิว..... 30
20 แสดงการจัดองค์ประกอบแบบความขัดแย้งโดยการที่เว้นว่าง..... 30
21 แสดงการจัดองค์ประกอบใช้จังหวะ ลีลา การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ..... 31
22 แสดงการจัดองค์ประกอบใช้จังหวะ ลีลา การซ้ำ แบบไม่สม่ำเสมอ..... 32
23 แสดงการจัดองค์ประกอบใช้จังหวะ ลีลา การซ้ำ แบบพัฒนาการ..... 33

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ หน้า

24 แสดงการวางประชิด..... 34
25 แสดงตัวอย่างการออกแบบหนังสือ..... 38
26 แสดงตัวอย่างลักษณะหนังสือประเภทฟิกชัน..... 39
27 แสดงตัวอย่างลักษณะหนังสือประเภทนอน-ฟิกชัน..... 39
28 แสดงตัวอย่างลักษณะหนังสือประเภทตำราหรือหนังสือเรียน..... 40
29 แสดงตัวอย่างลักษณะหนังสือประเภทหนังสือจำหน่ายทั่วไป..... 41
30 แสดงตัวอย่างหนังสือปกแข็ง..... 41
31 แสดงตัวอย่างหนังสือปกอ่อน..... 42
32 แสดงตัวอย่างหนังสืออนุสาร..... 43
33 แสดงตัวอย่างหนังสือร้อยแก้ว..... 43
34 แสดงตัวอย่างหนังสือร้อยกรอง..... 44
35 แสดงตัวอย่างหนังสือการ์ตูน..... 45
36 แสดงตัวอย่างการออกแบบนิตยสาร "Wallpaper" 46
37 แสดงตัวอย่างนิตยสารเฉพาะ..... 47
38 แสดงตัวอย่างนิตยสารหรือวารสารวิชาชีพ..... 48
39 แสดงตัวอย่างนิตยสารสมาคม..... 49
40 แสดงตัวอย่างนิตยสารประชาสัมพันธ์..... 50
41 แสดงตัวอย่างการออกแบบหนังสือพิมพ์..... 51
42 แสดงตัวอย่างการออกแบบโปสเตอร์..... 53
43 แสดงตัวอย่างการออกแบบแผ่นพับ..... 56
44 แสดงสีเหลืองของกล้องฟิล์มสีโกดัก..... 59
45 แสดงสีแดงของโคคาโคล่า..... 59
46 แสดงวงล้อสี..... 61
47 แสดงสีขั้นที่ 1 (Primary color) สีขั้นที่ 2 (Secondary color) สีขั้นที่ 3 (Tertiary color) 62

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ หน้า

48 แสดงคู่สี..... 62
49 แสดงสีอุ่นและสีเย็น..... 63
50 แสดงน้ำหนักของสี (Value) 64
51 แสดงความสดของสี (Saturation) 64
52 แสดงสีแบบบวกหรือระบบสี RGB..... 65
53 แสดงสีแบบลบหรือระบบสี CMYK..... 66
54 แสดงสีแพนโทน (Pantone) 66
55 แสดงตัวอย่างตารางชุดสีแสดงค่า (CMYK) 67
56 แสดงป้ายแจ้งเตือนยานพาหนะให้หยุด..... 70
57 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีดำ..... 71
58 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีขาว..... 72
59 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีชมพู..... 72
60 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีน้ำเงิน..... 73
61 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีเขียว..... 74
62 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีแดง..... 74
63 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีเหลือง..... 75
64 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีดำ..... 76
65 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีขาว..... 77
66 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีเทา สีน้ำเงิน..... 77
67 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีน้ำเงิน..... 78
68 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีน้ำตาล..... 79
69 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีเขียว..... 79
70 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีส้ม..... 80
71 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีชมพู..... 81
72 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีม่วง..... 82
73 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีแดง..... 83

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
74	แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีเหลือง	84
75	แสดงตัวอย่างคำที่ใช้ระบุอารมณ์และน้ำเสียง (Mood & Tone)	85
76	แสดงสีตามบุคลิกภาพของ Shigenobu Kobayashi	88
77	แสดงฟอนต์ The Rotunda is a specific medieval blackletter script	96
78	แสดงฟอนต์ Designed by Robert Hunter Middleton, 1937	97
79	แสดงฟอนต์ Designed by Hermann Zapf, 1948	98
80	แสดงฟอนต์ Designed byStanley Morison and Victor Lardent, 1931	98
81	แสดงฟอนต์ Designed by Frank Hinman, 1934	99
82	แสดงฟอนต์ Designed by Morris Fuller Benton, 1919	100
83	แสดงฟอนต์ Designed by Adrian Frutiger, 1954	101
84	แสดงฟอนต์ Designed by Roger Escoffon, 1951	101
85	แสดงฟอนต์ TH Srisakdi. ออกแบบโดย ไพโรจน์ เปี่ยมประจักพงษ์, บวร จรดล	102
86	แสดงฟอนต์ RCW (@-D-RCW.)	103
87	แสดงฟอนต์ DB FongNam ออกแบบโดย ปริญญา โรจน์อารยานนท์	103
88	แสดงฟอนต์ DinDan ออกแบบโดย อนุทิน วงศ์สรรคกร	104
89	แสดงฟอนต์ SR Fahtalaijone font ออกแบบโดย ไพโรจน์ ธีระประภา	105
90	แสดงการใช้ตัวอักษรบอกชื่อเรื่อง ของปกหนังสือ TIME	106
91	แสดงการบอกชื่อตอน (Subtitle) ของโปสเตอร์หนังเรื่อง 30 กำลังแจ๋ว	107
92	แสดงการใช้ตัวอักษรอธิบายภาพ	108
93	แสดงการใช้ตัวอักษรสรุปหรือเรื่องย่อหลังปกของหนังสือ	109
94	แสดงการใช้ตัวอักษรแสดงรายละเอียดอื่น ๆ เช่น สำหรับแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับผู้จัดทำ	110
95	แสดงทิศทางที่ควรหลีกเลี่ยงในการจัดรูปแบบตัวอักษร	112
96	แสดงขนาดของตัวอักษรที่ระบุและเลือกใช้ตามขนาดความสูง (Font Size)	114
97	แสดงประเภทการวัดด้วย Picas & Point	114
98	แสดงขั้นตอนในการ Symbolization	120

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ หน้า

99 แสดงรูปต้นแบบเป็นรูปเต่า..... 121
100 แสดงรูปต้นแบบเป็นรูปอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย..... 122
101 แสดงขั้นตอนในการ Symbolization 1..... 123
102 แสดงขั้นตอนในการ Symbolization 2..... 123
103 แสดงอินโฟกราฟิก..... 132
104 แสดง Infographic แบบผสมผสาน..... 133
105 แสดง Infographic แสดงข้อมูลตามลำดับเวลา..... 133
106 แสดงงานพรีเซนเทชัน..... 134
107 แสดง Infographic แสดงข้อมูลเชิงภูมิศาสตร์..... 135
108 แสดงอินโฟกราฟิกด้านวิชาการ 1..... 142
109 แสดงอินโฟกราฟิกด้านวิชาการ 2..... 142
110 แสดงอินโฟกราฟิกด้านด้านธุรกิจ และการตลาด 1..... 143
111 แสดงอินโฟกราฟิกด้านด้านธุรกิจ และการตลาด 2..... 143
112 แสดงอินโฟกราฟิกด้านด้านธุรกิจ และการตลาด 3..... 144
113 แสดงอินโฟกราฟิกด้านด้านธุรกิจ และการตลาด 4..... 144
114 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง 1..... 145
115 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง 2..... 146
116 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง 3..... 146
117 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบบมีการโต้ตอบ..... 147
118 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบบภาพเคลื่อนไหว..... 148
119 แสดงตัวอย่างอินโพกราฟิกแบนราบ 1..... 149
120 แสดงตัวอย่างอินโพกราฟิกแบนราบ 2..... 149
121 แสดงตัวอย่างอินโพกราฟิกเสมือนจริง 1..... 150
122 แสดงตัวอย่างอินโพกราฟิกเสมือนจริง 2..... 150
123 แสดงตัวอย่างอินโพกราฟิกเสมือนจริง 3..... 151
124 แสดงตัวอย่างอินโพกราฟิกภาพจริง 1..... 152

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
125	แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกภาพจริง 2	152
126	แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกภาพจริง 3	153
127	แสดงแบบตารางตัวอย่างทั่วไป	154
128	แสดงตารางแบบเมตริกซ์	154
129	แสดงโวลุมแบบกราฟ	155
130	แสดงโวลุมแบบต้นไม้	155
131	แสดงแบบความสัมพันธ์ตัวอย่างแบบพีระมิด	156
132	แสดงแบบความสัมพันธ์ตัวอย่างแบบโดนัท	157
133	แสดงแบบความสัมพันธ์ตัวอย่างแบบต้นไม้	158
134	แสดงแบบความสัมพันธ์ตัวอย่างแบบ Venn Diagram	158
135	แสดงแบบความสัมพันธ์ตัวอย่างแบบเน็ตเวิร์ค	159
136	แสดงแบบแผนที่	159
137	แสดงแบบชาร์ต	160
138	แสดงแบบวงจร	161
139	แสดงตัวอย่างการใช้ “กราฟ” ผสม “typographic”	161
140	แสดงตัวอย่างการใช้ “ตาราง” และ “ไทม์ไลน์”	162
141	แสดงตัวอย่างการใช้ “แผนที่” และ “กราฟ”	162
142	แสดงตัวอย่างการใช้ “typography” “แผนที่” และ “กราฟ”	163
143	แสดงตัวอย่างการใช้แผนภาพสไตล์แผนที่รถไฟใต้ดิน (metro map)	164
144	ตัวอย่างการใช้ตารางธาตุ	165
145	แสดงการใช้งานดิจิทัลรอบโลกปี 2019	167
146	แสดงจำนวนประชากรทั่วโลกจำแนกตามอายุ	167
147	แสดง โซเชียลแพลตฟอร์มบัญชีผู้ใช้ที่ใช้งาน	169
148	แสดงโปร์ไฟล์ผู้ชมเฟสบุ๊ค	169
149	แสดงกระบวนการรับรู้ 1	179
150	แสดงกระบวนการรับรู้ 2	180

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ หน้า

151 แสดงปัจจัยจากความใกล้ชิด..... 188
152 แสดงปัจจัยจากความคล้ายคลึงกัน..... 188
153 แสดงปัจจัยจากการเปลี่ยนแปลงที่เหมือนกัน..... 190
154 แสดงปัจจัยจากการเตรียมการรับรู้ 1..... 191
155 แสดงปัจจัยจากการเตรียมการรับรู้ 2..... 192
156 แสดงปัจจัยจากความต่อเนื่อง 1..... 193
157 แสดงปัจจัยจากความต่อเนื่อง 2..... 193
158 แสดงปัจจัยจากการปิดส่วนที่ไม่สมบูรณ์..... 194
159 แสดงปัจจัยจากประสบการณ์เดิม..... 195
160 แสดงด้านข้างของพระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยที่ประดิษฐานอยู่ในวิหารหลวง ณ วัดมหาธาตุ..... 214
161 แสดงเจดีย์ประธานที่มีอิทธิพลของศิลปะหริภุญไชย ภายในวัดมหาธาตุ..... 214
162 แสดงทัศนียภาพด้านหน้าของวัดศรีสวาย ปรากฏปรางค์ 3 องค์ ศิลปะแบบลพบุรี..... 216
163 แสดงปูนปั้นประดับกลีบขนุนเป็นรูปครุฑยุดนาคและเทวดา ภายในวัดศรีสวาย..... 216
164 แสดงด้านข้างของพระพุทธรูปปางมารวิชัยที่ประดิษฐานอยู่ภายในวิหาร วัดตระพังเงิน..... 218
165 แสดงเจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูม หรือเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ภายในวัดตระพังเงิน..... 218
166 แสดงทัศนียภาพ และเจดีย์ทรงระฆังกลมที่ตั้งอยู่กลางน้ำขนาดใหญ่ ณ วัดสระศรี..... 220
167 แสดงทัศนียภาพของวัดศระสรีที่มีสระน้ำล้อมรอบ..... 220
168 แสดงภาพด้านข้างของศาลตาผาแดงที่ก่อด้วยศิลาแลงทั้งหมด 1..... 222
169 แสดงภาพด้านหลังของศาลตาผาแดงที่ก่อด้วยศิลาแลงทั้งหมด 2..... 222
170 แสดงทัศนียภาพและเจดีย์ทรงระฆังกลม ภายในวัดสรศักดิ์..... 224
171 แสดงลักษณะช้างที่ล้อมรอบฐานเจดีย์ (ช้างแบกเจดีย์) ภายในวัดสรศักดิ์..... 224

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
172	แสดงทัศนียภาพของวัดตระพังทอง ประกอบด้วย อุโบสถ เจดีย์ทรงระฆังกลม และมณฑป	226
173	แสดงทัศนียภาพวัดตระพังทอง และสะพานเดินข้ามสระน้ำไปมณฑปจัตุรมุข ที่ด้านในมีรอยพุทธบาทเบื้องขวาจากหินฉนวน	226
174	แสดงทัศนียภาพภายในวัดพระพายหลวง มีพระพุทธรูปสี่อิริยาบถ วิหาร เจดีย์ และปรางค์ 3 องค์ ซึ่งปัจจุบันเหลือแค่องค์เดียว	229
175	แสดงปรางค์ 3 องค์ ที่ปัจจุบันเหลือแค่องค์เดียว ภายในวัดพระพายหลวง	230
176	แสดงด้านหน้าของวัดศรีชุม อาคารภายในประดิษฐานพระพุทธรูปนั่งขนาดใหญ่ ลักษณะอาคารเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส	232
177	แสดงพระพักตร์พระพุทธรูปปางมารวิชัย (ตำนานพระพูดได้) ภายในวัดศรีชุม	232
178	แสดงทัศนียภาพภายในวัดเชตุพน ที่มองเห็น มณฑปย่อมุม และมณฑปจัตุรมุข	235
179	แสดงส่วนมณฑปจัตุรมุขที่มีกำแพงแก้วสลักหินฉนวนล้อมรอบภายในวัดเชตุพน	235
180	แสดงภาพด้านหน้าของวัดเจดีย์สี่ห้อง และเจดีย์ทรงระฆังกลม	237
181	แสดงฐานของวัดเจดีย์สี่ห้อง เป็นรูปบุคคล รูปนาคสวมอาภรณ์ เครื่องประดับต่างๆ หม้อปูรณฆฏะ ปูนปั้นรูปช้าง และสิงห์ประดับ	238
182	แสดงเจดีย์ทรงระฆังกลม ฐานเจดีย์เป็นรูปช้างล้อมรอบ และมีวิหารคด ล้อมรอบเจดีย์ ภายในวัดช้างล้อม	240
183	แสดงปูนปั้นช้างที่ฐานเจดีย์ ภายในวัดช้างล้อม	240
184	แสดงด้านหน้าของวิหาร ภายในวัดตระพังทองหลาง	243
185	แสดงทัศนียภาพมุมสูงของวัดตระพังทองหลาง	243
186	แสดงพระพุทธรูปปูนปั้นปางประทานอภัย สูง 12.50 เมตร ภายในวัดสะพานหิน	245
187	แสดงทางขึ้นวัดสะพานหิน ทางเดินปูลาดด้วยชนวนจากตีนเขาขึ้นไปเป็น ระยะทาง 300 เมตร	246
188	แสดงทางขึ้นวัดพระบาทน้อย	247
189	แสดงเจดีย์ทรงจอมแห และวิหารในปัจจุบันของวัดพระบาทน้อย	248
190	แสดงอุโบสถ และเจดีย์ วัดป่ามะม่วง	249

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ หน้า

191 แสดงทัศนียภาพวัดป่ามะม่วง..... 249
192 แสดงโบราณสถานเทวาลัยมหาเกษตร แผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ผนังก่อด้วยอิฐ..... 251
193 แสดงทัศนียภาพเทวาลัยมหาเกษตร..... 251
194 แสดงวิธีดำเนินการวิจัย..... 280
195 แสดงกระบวนการ Symbolization วัดที่ 1-7..... 287
196 แสดงกระบวนการ Symbolization วัดที่ 8-14..... 288
197 แสดงกระบวนการ Symbolization วัดที่ 15-17..... 289
198 แสดงสรุปผลของกระบวนการออกแบบสัญลักษณ์ที่เสร็จสมบูรณ์..... 290
199 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ วัดที่ 1-2.... 300
200 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ วัดที่ 3-5.... 301
201 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ วัดที่ 6-8.... 302
202 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ วัดที่ 9-11..... 303
203 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ วัดที่ 12-14..... 304
204 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ วัดที่ 15-17..... 305
205 เลย์เอาต์ส่วนปกหน้า และปกหลัง ของหนังสือนำเที่ยว..... 306
206 แสดงเลย์เอาต์ในส่วนภาพลายเส้นเรื่องราวชาดก ในอุโมงค์วัดศรีชุม ของหนังสือนำเที่ยว..... 307
207 แสดงตัวอย่างโปสเตอร์วัดมหาธาตุ..... 310
208 แสดงตัวอย่างโปสเตอร์วัดศรีสวาย..... 311
209 แสดงแผ่นพับ ด้านหน้า..... 314
210 แสดงแผ่นพับด้านหลังส่วนของแผนที่โบราณสถานทั้ง 17 วัด..... 315
211 แสดงหน้าหลักของเพจเฟสบุ๊ค..... 318

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
212	แสดงแฟ้มเก็บข้อมูลในส่วนรูปภาพของเพจเฟสบุ๊ค	318
213	แสดงแฟ้มเก็บข้อมูลในส่วนรูปภาพของเพจเฟสบุ๊ค ขณะการลงพื้นที่วิจัย	319
214	แสดงแฟ้มเก็บข้อมูลในส่วนวิดีโอของเพจเฟสบุ๊ค	319
215	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดมหาธาตุ	517
216	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดศรีสวาย	517
217	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดตระพังเงิน	518
218	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดสระศรี	518
219	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดตระพังทอง	519
220	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลศาลตาผาแดง	519
221	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดสรศักดิ์	520
222	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดพระพายหลวง	520
223	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดศรีชุม	521
224	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดเชตุพน	521
225	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดเจดีย์สี่ห้อง	522
226	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดช้างล้อม	522
227	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดตระพังทองหลาง	523
228	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดสะพานหิน	523
229	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดเขาพระบาทน้อย	524
230	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดป่ามะม่วง	524
231	แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลเทวาลัยมหาเกษตร	525
232	แสดงโลโก้ของการวิจัยแบบสี	526
233	แสดงคิวอาร์โค้ดของงานวิจัยเพื่อเชื่อมต่อเพจเฟสบุ๊ค	526
234	แสดงวิธีดำเนินการวิจัยเพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค	527
235	แสดงผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญการออกแบบ เพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค	528

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
236	แสดงการสังเคราะห์หลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ เพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค	529
237	แสดงการสังเคราะห์หลักการออกแบบอินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค	530
238	แสดงการสังเคราะห์เกณฑ์การรับรู้เพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค	531
239	แสดงการสังเคราะห์เกณฑ์ความเข้าใจเพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค	532
240	แสดงการสังเคราะห์โบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค	533
241	แสดงการสังเคราะห์เลือกรูปแบบโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เพื่อการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ และประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค	534
242	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดมหาธาตุ	535
243	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดศรีสวาย	536
244	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดตระพังเงิน	537
245	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดสระศรี	538
246	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดตระพังทอง	539
247	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: ศาลตาผาแดง	540
248	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดสรศักดิ์	541
249	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดพระพายหลวง	542

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
250	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดศรีชุม	543
251	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดเชตุพน	544
252	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดเจดีย์สี่ห้อง	545
253	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดช้างล้อม	546
254	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดตระพังทองหลาง	547
255	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดสะพานหิน	548
256	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดเขาพระบาทน้อย	549
257	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดป่ามะม่วง	550
258	แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: เทวาลัยมหาเกษตร	551
259	แสดงผลการพัฒนาสัญลักษณ์ภาพจากเกณฑ์การประเมินสัญลักษณ์ภาพ	552
260	แสดงผลการวิเคราะห์รูปแบบสัญลักษณ์ภาพ เพื่อนำมาออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์	553
261	แสดงการออกแบบหนังสือนำเที่ยว	554
262	แสดงภาพแผ่นพับ	628
263	แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพื่อสังเคราะห์โบราณสถานก่อนการออกแบบ	629
264	แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาพของโบราณสถาน	630

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ หน้า

265 แสดงการเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือวิจัยกับผู้เชี่ยวชาญ ด้านประวัติศาสตร์สุโขทัย และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ..... 631
266 แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย..... 632
267 แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย..... 633

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

จังหวัดสุโขทัยเป็นดินแดนแห่งหนึ่งของประเทศไทยที่มีความรุ่งเรืองของพระพุทธศาสนา ซึ่งดินแดนแห่งนี้ทำให้เกิดงานสร้างสรรค์ศิลปะและสถาปัตยกรรมมากมาย โดยมีสกุลช่างชื่อว่า "ศิลปะสุโขทัย" เกิดขึ้น เนื่องจากเป็นเมืองที่มีพระพุทธศาสนาเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตน อิทธิพลรูปแบบทางศิลปะ สถาปัตยกรรมได้ถูกเผยแพร่ไปยังดินแดนใกล้เคียงอื่น ๆ ทำให้มีพัฒนาการเป็นศิลปะไทยมาจนทุกวันนี้ ดังนั้นสุโขทัยจึงเป็นรัฐในอุดมคติที่คนไทยให้ความสำคัญและสนใจเรียนรู้ศึกษาอยู่เสมอมา (สุรพล ดำริห์กุล, 2562, น. 7) และเป็นที่ยอมรับกันว่าสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมที่เกิดจากการรังสรรค์ของช่างฝีมือชาวสุโขทัยเมื่อกว่า 700 ปีก่อนนั้น ถือเป็นสุดยอดฝีมือ งามเป็นเลิศที่สุดในสยามที่ไม่มีช่างยุคสมัยใดเทียบเคียงได้ถึงกับยกให้เป็นศิลปะยุคคลาสสิกของไทยเลยทีเดียว โดยเฉพาะพระพุทธรูปที่อ่อนช้อยงดงาม และเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ที่โดดเด่นเป็นประธานอยู่กลางศาสนสถาน นอกจากนี้รูปแบบศิลปะหลายอย่างของสุโขทัยซึ่งล้วนได้แรงบันดาลใจมาจากพุทธศาสนาฝ่ายเถรวาทก็ได้ส่งทอดต่อมาถึงสมัยอยุธยาและรัตนโกสินทร์ในที่สุด จึงนับว่างานช่างของสุโขทัย เป็นรากฐานของงานศิลปะไทยในปัจจุบัน (ศิริศักดิ์ คุ้มรักษา, 2546, น. 6) อัตลักษณ์ของศิลปะสมัยสุโขทัยสืบเนื่องมาจนถึงเวลาที่ราชสำนักสุโขทัยหมดความสำคัญลงงานช่างก็ขาดความเกื้อหนุน ค้ำจุน แต่แบบฉบับความงามของศิลปะสุโขทัยก็ยังเป็นแรงบันดาลใจสำหรับช่างในแคว้นล้านนา กรุงศรีอยุธยา รวมทั้งกรุงรัตนโกสินทร์ ซึ่งก็ยังมีการสร้างพระพุทธรูปแบบสุโขทัยอยู่ในปัจจุบัน (สันติ เล็กสุขุม, 2561) ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมถือเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีความสำคัญในการศึกษาเรียนรู้และถูกนำมาถ่ายทอดในระดับชาวบ้านจนนำสู่ระดับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ มากมาย เนื่องจากศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมเป็นผลงานสร้างสรรค์ จิตนาการ ความชำนาญของบุคคลที่ถ่ายทอดลงสู่ภาพวาด การปั้น การออกแบบสิ่งของหรือรูปทรงโบราณสถานที่สำคัญอันใช้ยึดเหนี่ยวจิตใจของมนุษย์ชาติ ซึ่งศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมจึงเป็นสื่อนำสัญลักษณ์การดำเนินชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมของแต่ละชาติ

ศาสตร์ทางศิลปะสามารถสื่อสารผ่านการรับรู้ได้ ซึ่งการรับรู้ คือ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายหลังจากสิ่งเร้ากระตุ้นการรู้สึกและถูกตีความเป็นสิ่งที่มีความหมายโดยใช้ความรู้ประสบการณ์และความเข้าใจของบุคคล พฤติกรรมการรับรู้ เป็นกระบวนการตอบสนองต่อ

สิ่งแวดล้อมที่ต่อเนื่องจากการรู้สึกสัมผัสรับรู้ เป็นกระบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามาในกระบวนการรู้สึก เมื่อเครื่องรับหรืออวัยวะรับสัมผัส สัมผัสสิ่งเร้า เราจะเกิดความรู้สึกแล้วส่งความรู้สึกนั้นไปตีความ หรือแปลความหมายกลายเป็นการรับรู้ (Weber, 1980, p. 6) ได้อธิบายในเรื่องการมองเห็นว่า ตาของมนุษย์มักถูกเปรียบเทียบกับการทำงานของกล้องถ่ายภาพแต่ก็เพราะว่าระบบการทำงานของกล้องถ่ายภาพก็นำมาจากระบบการทำงานของตานั้นเอง โดยเริ่มจากแสงตกกระทบวัตถุและสะท้อนเข้าสู่นัยน์ตาผ่านกระจกตา ม่านตา เข้าไปยังเลนส์ตา เพื่อปรับแสงให้ตกไปยังจอรับภาพซึ่งจอรับภาพนั้นจะมีเซลล์ประสาทรับแสงอยู่เป็นจำนวนมาก ประมาณ 70 % ของเซลล์รับความรู้สึกทั้งหมดของร่างกายภาพที่เกิดขึ้นบนจอรับภาพนั้นจะเป็นภาพหัวกลับ และกลับซ้าย-ขวา ของวัตถุจริง การทำงานของกล้องถ่ายภาพก็ทำงานเช่นเดียวกันจนถึงกระบวนการนี้กล้องจะสร้างภาพที่ได้นั้นลงไปบนฟิล์มเกิดเป็นภาพแฝง ซึ่งสามารถมองเห็นได้เมื่อไปผ่านกระบวนการ ล้าง-อัดภาพแต่การมองเห็นของมนุษย์นั้นแสงจากวัตถุที่เข้าสู่นัยน์ตาจะถูกใส่รหัสเป็นข้อมูลส่งไปยังสมองซึ่งสมองจะทำการถอดรหัสข้อมูลนั้น โดยการกลับภาพหัวกลับนั้นให้เป็นภาพที่ถูกต้อง และนำไปเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่มีอยู่เดิมก่อนจะแปลออกมาเป็นความหมายในที่สุด

เนื่องจากสังคมมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีพัฒนาการในทุก ๆ ด้านตั้งแต่วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การพัฒนาตนเองให้คลอดกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติลักษณะทางสังคมระเบียบ ประเพณี ความเชื่อ พัฒนาการทางด้านวิทยาการ เครื่องแต่งกาย อาหารการกิน ที่อยู่อาศัย ตลอดจนการสร้างระเบียบแบบแผนของการสื่อความหมายจนกลายเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) ที่มีกลไกสลับซับซ้อน พัฒนาการต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงและขยายตัวไปตามสภาพการเติบโตของสังคมอันเริ่มต้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคลไปสู่บุคคล ระหว่างบุคคลไปสู่กลุ่มชน โดยอาศัยภาษาท่าทางเป็นพื้นฐานและพัฒนาการมาเป็นภาษาพูด ภาษารูปภาพ ภาษาสัญลักษณ์ และภาษาเขียนในที่สุด การสื่อความหมายจึงเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสังคมที่จะนำทางไปสู่วัตถุประสงค์หลักได้อย่างง่ายดายที่แตกต่างกันไปบางครั้งเป็นเพียงการแจ้งให้ทราบบอกให้รู้ ต้องการสร้างจินตภาพร่วมกัน ต้องการให้เกิดทัศนคติที่ดีร่วมกัน ต้องการให้เกิดการยอมรับในข้อมูลข่าวสารนั้น หรืออาจเน้นลึกไปถึงขั้นอยู่กับเงื่อนไขหลายประการในการกำหนดรูปแบบ การสร้างสรรค์ การนำเสนอเนื้อหาสาระ การสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดความสวยงาม โดดเด่น แปลกตา เร้าใจและน่าเชื่อถือ เงื่อนไขต่าง ๆ เหล่านี้ งานกราฟิกจึงเป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทยิ่งต่อการออกแบบและกระบวนการผลิตสื่อ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, 2535, น. 11-13) กล่าวว่า ในยุคปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามสมัยนิยม

โดยเฉพาะเรื่องของการออกแบบกราฟิกซึ่งเข้ามามีบทบาทในการแก้ไขปัญหาหรือการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อการสื่อความหมาย งานออกแบบกราฟิกมีขอบข่ายกว้างขวาง นักออกแบบจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานด้านกราฟิกเป็นอย่างดีเพื่อที่จะได้สร้างแนวคิด และจัดเสนอรูปแบบกราฟิกให้สอดคล้องกับสื่อลักษณะต่าง ๆ รวมถึงมีความเข้าใจในระบบการสื่อสารและกระบวนการผลิตสื่อเพื่อการสื่อความหมายโดยถ่องแท้และมีคุณภาพ การออกแบบกราฟิกเป็นศาสตร์หนึ่งที่มีความสำคัญต่อการออกแบบศาสตร์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน ซึ่งนักออกแบบส่วนใหญ่ให้ความสนใจเรียนรู้กันอย่างแพร่หลาย ในการออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อความหมายอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษา และเรียนรู้และทำความเข้าใจในทฤษฎีการออกแบบและหลักการออกแบบ ตลอดจนกระบวนการการออกแบบก่อนที่จะเริ่มปฏิบัติการออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการออกแบบ ประเภทของสื่อการกราฟิก เทคโนโลยีในการผลิต และความสามารถในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย (ศิริพร ปีเตอร์, 2549, น. 2) ดังนั้น เพื่อข้อมูลถูกสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพไปพร้อมกับดึงดูดผู้ชมให้สนใจในระยะเวลาจำกัดในการจดจำและการทำความเข้าใจ การออกแบบโดยกระบวนการอินโฟกราฟิกจึงถูกนำมาใช้ในการออกแบบงานในยุคปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

ความหมายอินโฟกราฟฟิก (Infographic) เกิดจากคำ 2 คำ คือ คำว่า info (Information) หมายถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับคำว่า (graphic) หมายถึง ลายเส้นภาพวาดรูปทรงต่าง ๆ ดังนั้น อินโฟกราฟฟิก (Infographic) คือ การนำเสนอข้อมูล (info) ในรูปแบบของการวาดภาพ (graphic) ข้อมูลที่นำเสนอต้องสั้นกระชับ อ่านเข้าใจ และภาพที่นำมาใช้ต้องสื่อความหมายสอดคล้องกับข้อมูล จึงเป็นอินโฟกราฟฟิกที่ดีในการช่วยให้นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ไปถึงผู้รับสารได้ง่ายและเข้าใจยิ่งขึ้น (อิศเรศ ภาชนะกาญจน์, 2562, น. 2) และอินโฟกราฟิกที่ดีต้องอาศัยสัญลักษณ์ภาพที่ดี โดยหน้าที่ของสัญลักษณ์ภาพนั้นเป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการ การให้ข่าวสาร การให้บริการ การแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อเป็นการถ่ายทอดข้อความจากผู้ส่งไปถึงผู้รับภายในสภาวะแวดล้อม สัญลักษณ์ที่ดีต้องมองเห็นได้ง่ายสามารถเข้าใจได้ ไม่ก่อให้เกิดความสงสัยความหมายไม่คลุมเครือ ควรใช้สัญลักษณ์เดียวแทนข้อความหนึ่งข้อความ เพื่อสามารถเรียนรู้ และจดจำได้ง่ายในเวลาอันรวดเร็ว (เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา, 2543)

ศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า มีชื่อเสียงเป็นที่แพร่หลายไปทั่วสารทิศ กลายเป็นแหล่งตัวอย่างข้อมูลของการอนุรักษ์โบราณสถานโบราณวัตถุ แสดงให้เห็นถึงผลงานสร้างสรรค์ ความงดงามอลังการของศิลปกรรมสุโขทัยอันล้ำเลิศของมนุษย์ เป็นต้นแบบที่มีอิทธิพลต่อศิลปกรรมไทยทุกสกุลช่าง อีกทั้งยังเป็นแหล่งการท่องเที่ยวที่

สำคัญของประเทศไทย แต่ปัญหาปริมาณข้อมูลด้านศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยนั้น มีความซับซ้อน ทำให้ยากต่อ การรับรู้ ความเข้าใจ และการศึกษาของนักท่องเที่ยว หรือผู้สนใจ จากปัญหาข้างต้น อินโฟกราฟิกจึงเข้ามามีบทบาทในการแก้ไขปัญหาโดยการออกแบบให้เข้าใจง่าย มีความชัดเจน ถูกต้อง และสื่อความหมายของข้อมูลทั้งหมดได้โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจ ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด นำไปสู่ผลลัพธ์ด้านบวกทางการรับรู้ศิลปกรรมของโบราณสถาน ด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม อีกทั้งเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยต่อไป

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
2. เพื่อประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

สมมติฐานของการวิจัย

เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน มีการรับรู้และความเข้าใจงานออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยอย่างมาก ซึ่งงานวิจัยนี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจ ได้ความรู้เกี่ยวกับศิลปกรรมด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรมและจิตรกรรมสมัยสุโขทัย และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ดังแสดงในกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จากเอกสาร ตำรา หนังสือ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดเครื่องมือสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ให้ทราบถึงผลการออกแบบ สื่ออินโฟกราฟิก และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเพื่อทราบถึงการรับรู้และความเข้าใจที่มีต่อสื่อสื่ออินโฟกราฟิก 2 ประเภท ประกอบด้วย 1) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ไกด์บุ๊ค โปสเตอร์ และแผ่นพับ 2) สื่อออนไลน์ ได้แก่ เพจเฟสบุ๊ค

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการศึกษาเนื้อหาศิลปกรรมสมัยสุโขทัยในอุทยานประวัติศาสตร์ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประติมากรรม และด้านจิตรกรรม

1. ด้านสถาปัตยกรรม

1.1 ประเภทเจดีย์สถาน หมายถึง สถูป เจดีย์ ปรางค์ มหาธาตุเจดีย์ พระมณฑป ที่ประดิษฐานรอยพระพุทธบาท

1.2 ประเภทพุทธสถาน หมายถึง อุโบสถ วิหาร ศาลาการเปรียญ

1.3 ประเภทสังฆสถาน หมายถึง หอกลอง หอฉัน หอไตร กุฏิ

1.4 ประเภทบริวารสถาน หมายถึง ศาลาบาตร ศาลาราย กำแพงแก้ว ซุ้มเสมา ซุ้มโขง

1.5 ประเภทอนุสรณ์สถาน หมายถึง กู่ หรือสิ่งก่อสร้างที่บรรจุอัฐิของคนในวงศ์ตระกูลที่สร้างอุทิศต่อศาสนา

2. ด้านประติมากรรม

2.1 ประติมากรรมนูนต่ำ หมายถึง รูปปั้นหรือรูปแกะสลักที่มีความสูงของภาพนูนขึ้นเล็กน้อย

2.2 ประติมากรรมนูนสูง หมายถึง รูปปั้นหรือรูปแกะสลักที่มีความสูงของภาพนูนขึ้นมามากสามารถมองเห็นเป็นรูปได้ 3 ด้าน

2.3 ประติมากรรมลอยตัว หมายถึง รูปปั้นหรือรูปแกะสลักที่สามารถมองเห็นรูปทรงได้ทุกด้าน

3. ด้านจิตรกรรม

ภาพวาด หมายถึง ภาพลายเส้นเรื่องราวชาดกในอุโมงค์วัดศรีชุม

ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยมีเกณฑ์ในการเลือกโบราณสถาน ดังนี้ 1) โบราณสถานที่เหมาะสมกับร่องรอยประวัติศาสตร์ 2) ความนิยมของ

นักท่องเที่ยว 3) ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน 4) มีประวัติและความสำคัญ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 3 ท่าน ประเมินจากเกณฑ์การสังเคราะห์ข้อมูลเกณฑ์การเลือกโบราณสถานได้ จำนวน 17 วัด ได้แก่ วัดมหาธาตุ วัดศรีสวาย วัดตระพังเงิน วัดสระศรี วัดตระพังทอง ศาลตาผาแดง วัดศรศักดิ์ วัดพระพายหลวง วัดศรีชุม วัดเชตุพน วัดเจดีย์สี่ห้อง วัดช้างล้อม วัดตระพัง วัดสะพานหิน วัดเขาพระบาทน้อย วัดป่ามะม่วง และเทวาลัยมหาเกษตร

นิยามศัพท์เฉพาะ

การออกแบบอินโฟกราฟิก หมายถึง สิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย ไกด์บุ๊ค โปสเตอร์ แผ่นพับ เพจเฟสบุ๊ค ที่ถ่ายทอดเนื้อหาศิลปกรรมสมัยสุโขทัย ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประติมากรรม และด้านจิตรกรรม โดยมีตัวชี้วัด 3 ด้าน คือ

ด้านการออกแบบ หมายถึง สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน ตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจน รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความเหมาะสม สีที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสม

ด้านเนื้อหา หมายถึง เนื้อหามีความน่าสนใจ ความถูกต้องของเนื้อหา ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา สื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ

ด้านสื่อออนไลน์ หมายถึง สื่อสะดวกต่อการใช้งาน เนื้อหาของสื่อมีความต่อเนื่องในการนำเสนอสื่อสามารถเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอได้ง่าย สื่อดึงดูดกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจ การนำเสนอของสื่อทำให้อยากติดตามอย่างต่อเนื่อง

การรับรู้ หมายถึง สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ สื่อมีความชัดเจน สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม

ความเข้าใจ หมายถึง สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม

ศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์ หมายถึง พื้นที่ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทำวิจัย เรื่อง ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีวัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เพื่อประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงแนวความคิดและทฤษฎีที่ได้จากการศึกษาข้อมูลในภาคเอกสารจากแหล่งข้อมูลทั้งภาคภาษาไทยและภาษาอังกฤษจากสื่อต่าง ๆ ทั้งหนังสือ สิ่งพิมพ์ บทความ วารสารและจากเว็บไซต์ที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือได้ สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ได้เชื่อมโยงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในหลายประเด็นด้วยกัน จากนั้นกำหนดเป็นกรอบแนวความคิดและทฤษฎีรวมถึงได้ตัวแปรเพื่อเป็นแนวทางการสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูลต่อไป โดยมีแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในเรื่อง การออกแบบกราฟิก อินโฟกราฟิก การรับรู้ ความเข้าใจ ข้อมูลอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีการออกแบบกราฟิก

เมื่อมองงานศิลปะที่เกิดขึ้นจากการออกแบบ เราจะเห็นว่างานเหล่านั้นประกอบกันขึ้นจากองค์ประกอบเบื้องต้น ซึ่งมีอยู่ไม่กี่ชนิด อันได้แก่ จุด เส้น และที่ว่าง จากการนำรูปทรงที่กล่าวข้างต้นนี้ผสมผสานกับการเลือกวัสดุที่เหมาะสม ประกอบกันขึ้นเป็นงานศิลปะ โดยอาศัยหลักการจัดองค์ประกอบ (Composition) ความสมดุล ความเคลื่อนไหว สัดส่วน จังหวะ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และเทคนิคต่าง ๆ แรงที่เกิดขึ้นระหว่างองค์ประกอบทั้งหมด จะเน้นองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง หรือส่งเสริมซึ่งกันละกัน โดยรวม ๆ เราเรียกว่า การเน้นความสำคัญ (Emphasis) พื้นฐานของทฤษฎีศิลปะทั่วไป เป็นที่เชื่อกันว่าการที่จะเข้าถึงหรือเข้าใจและสามารถวิเคราะห์ระบบหนึ่งระบบใดได้ จำเป็นต้องศึกษาระบบนั้นอย่างถ่องแท้ จนกระทั่งเราสามารถจำแนกแจกแจงรายละเอียดออกเป็นส่วน ๆ และในขั้นตอนสุดท้ายต้องนำส่วนต่าง ๆ นั้นมาประกอบกันเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้โดยไม่ผิดพลาด ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจในโครงสร้างของภาษาภาพ (Visual Language) เราควรจะศึกษารายละเอียดขององค์ประกอบให้ชัดแจ้ง เพื่อช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในงานศิลปะให้มากขึ้น (เลอสม สถาปิตานนท์, 2537, น. 28)

ในการพัฒนาการออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารไปตามขั้นตอนจนเสร็จสิ้นเป็นอาร์ตเวิร์กที่พร้อมจะนำไปทำการผลิตนั้น นักออกแบบจะต้องเริ่มด้วยการเลือกหรือสร้างองค์ประกอบต่าง ๆ ในการออกแบบกราฟิกขึ้นมาใช้ ได้แก่ การเลือกใช้ภาพ ตัวหนังสือ หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ทางเทคนิคในการพิมพ์หรือการผลิต ทั้งนี้องค์ประกอบพื้นฐานเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบที่นักออกแบบกราฟิกมักหยิบมาใช้ในการอกแบบสื่อสารเพื่อการจัดลำดับของข้อมูลในการสื่อสาร ให้มีความน่าสนใจ และสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบ คือ องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ศาสตร์ทางด้านศิลปะและการออกแบบทุกแขนงนำไปประยุกต์ใช้ในแขนงของตนได้ องค์ประกอบเหล่านี้เปรียบเสมือนภาพต่อตัวเล็ก ๆ ซึ่งแต่ละตัวอาจมีหรือไม่มีความหมายอะไรในตัวเอง แต่เมื่อนำมาต่อกันตามหลักการออกแบบแล้วจะออกมาเป็นภาพใหญ่ที่มีความหมายและสื่อสารความคิดใหม่ได้ (ปาพจน์ หนุนภักดี, 2553, น. 112-113)

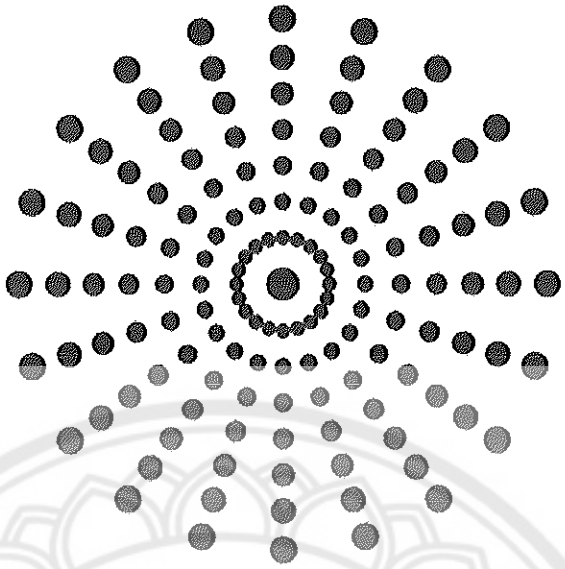
1. **องค์ประกอบงานกราฟิก**

องค์ประกอบต่าง ๆ สำหรับงานกราฟิก คือ องค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะที่จะถูกนำมาใช้ในการออกแบบ โดยองค์ประกอบเหล่านี้จะแบ่งออกเป็น 6 ปะเภท ดังนี้

1. จุด
2. เส้น
3. รูปร่าง
4. พื้นผิว
5. ที่เว้นว่าง
6. สี

จุด

จุด (Dot) เป็นองค์ประกอบที่มีความเรียบง่ายและซับซ้อนน้อยที่สุด ซึ่งโดยตัวเองแล้วจุดจะดูมีตำแหน่งแต่ไม่มีทิศทาง การใช้จุดจำนวนมากมาเรียงต่อกันจะทำให้เกิดการรับรู้เป็นเส้นหรือในบางกรณีจะเป็นรูปร่าง



ภาพ 2 แสดงการใช้จุดจำนวนมากมาเรียงต่อกันจะทำให้เกิดเป็นรูปร่าง

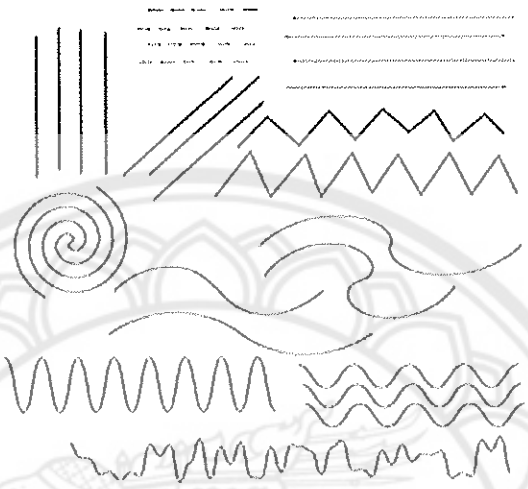
ที่มา: http://clipart-library.com/clipart/973327.htm

เส้น

เส้น (Line) เป็นองค์ประกอบที่เริ่มมีความซับซ้อนมากขึ้น โดยหากจะพิจารณาให้ดีแล้ว จะพบว่าเส้นนั้นเกิดจากจุดหลาย ๆ จุดมาเรียงต่อกัน หากเรียงด้วยระยะที่ห่างกันก็จะเกิดเป็นเส้นประ หากเรียงด้วยระยะห่างที่น้อยมาก ๆ ก็จะมองเป็นเส้นทึบ เส้นมีมากมายหลายชนิด นอกจากเส้นตรงที่เรารู้จักกันดีแล้ว ยังมีเส้นเฉียงคือ เส้นที่เอียงจากแนวปกติเป็นมุมต่าง ๆ เส้นโค้ง ซึ่งเกิดจากส่วนต่าง ๆ ของเส้นรอบวงของวงกลม เส้นหยักซึ่งเป็นเส้นที่เกิดจากเส้นเฉียงหลาย ๆ เส้นมาเรียงติดต่อกัน และเส้นคลื่น ซึ่งเป็นเส้นที่โค้งหลาย ๆ เส้นมาเรียงต่อกัน เส้นเหล่านี้มีความสำคัญนอกเหนือจากการที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบ ก็คือ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ก่อให้เกิดทิศทางซึ่งทิศทางนี้จะเป็นสิ่งที่ใช้บังคับสายตาของผู้ดูสิ่งพิมพ์ให้มองดูองค์ประกอบต่าง ๆ ตามลำดับที่ต้องการได้

การที่เส้นทำให้เกิดทิศทางขึ้นในงานออกแบบนั้น ทำให้เส้นมีประโยชน์ในการใช้เร้าความรู้สึกต่าง ๆ ได้ เส้นในแนวนอนซึ่งดูเป็นไปตามกฎแรงโน้มถ่วงจะก่อให้เกิดความรู้สึกนิ่ง สงบเงียบ ในขณะที่เส้นในแนวตั้งสามารถเร้าความรู้สึกล่องลอยมีพลังหากใช้เส้นในแนวนอนและเส้นในแนวตั้งร่วมกัน จะทำให้รู้สึกมั่นคงถาวร ปลอดภัย เส้นในแนวเฉียงสร้างความเคลื่อนไหวให้เกิดขึ้นในงานออกแบบได้ดี

ลักษณะของเส้นเองก็กระตุ้นความรู้สึกที่แตกต่างกันได้ เช่น เส้นหนักและไม่สม่ำเสมอ ให้ความรู้สึกถึงความสับสน ความรุนแรง และความไม่แน่นอน ในขณะที่เส้นเบา ๆ ตื้น ๆ ให้ความรู้สึกสบาย ๆ ความคุ้นเคย และการพักผ่อน



ภาพ 3 แสดงการลากเส้นต่าง ๆ ทำให้เกิดทิศทางขึ้นในงานออกแบบ

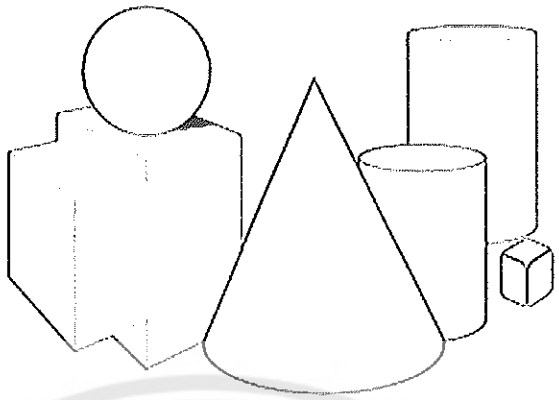
ที่มา: https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/20/line/

รูปร่าง

รูปร่าง (Shape) เป็นองค์ประกอบดูมีมิติมากกว่าจุดและเส้น การแบ่งรูปร่างและประเภทนั้น ทำได้หลายลักษณะ หากพิจารณาในด้านรูปแบบแล้วรูปร่างแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. รูปร่างเหมือนจริง (Organic Shape) หมายถึง รูปร่างตามที่เป็นจริงของสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น คน สัตว์ พืช หรือสิ่งของ กาสร้างส่วนองค์ประกอบทางการพิมพ์ให้เป็นรูปร่างเหมือนจริงนั้นก็ทำได้โดยนำเอาภาพมาตัดตามเส้นกรอบของสิ่งนั้น ๆ แล้ววางลงบนพื้นที่หน้ากระดาษ อย่างไรก็ตามการสร้างสรรค์รูปร่างเหมือนจริงไม่ได้หมายความว่าจะต้องทำจากภาพเสมอไป อาจใช้ตัวอักษรมาเรียงติดต่อกันให้อยู่ในรูปร่างของสิ่งต่าง ๆ ก็ได้

2. รูปเรขาคณิต (Geometric Shape) หมายถึง รูปร่างที่ได้รับการดัดแปลงให้เกิดเป็นรูปร่างง่าย ๆ เช่น สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม หรือวงกลม เป็นต้น การสร้างสรรค์ส่วนประกอบทางการพิมพ์ให้เป็นรูปร่างเรขาคณิตนั้นทำกันทั่วไปอยู่แล้ว คือ การวางข้อความเป็นย่อ ๆ ต่อเนื่องกันเป็นแถว ซึ่งก็คือรูปร่างสี่เหลี่ยมพื้นผ้านั้นเอง หรือการวางรูปภาพอยู่ในกรอบรูปวงรีก็เช่นเดียวกัน



ภาพ 4 แสดงเรขาคณิตรูปทรงต่าง ๆ

ที่มา: https://patsudabbcit58.files.wordpress.com/2015/08/15.jpg

แต่หากพิจารณาในด้านเนื้อหา รูปร่างจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. รูปร่างเหมือนจริง หรือรูปร่างธรรมชาติ (Realistic, Naturalistic Shape) หมายถึง รูปร่างที่สามารถดูออกได้ว่าเป็นตัวแทนของสิ่งที่รู้จักและคุ้นคุ้นเคย และระบุได้ว่าเป็นรูปร่างอะไร

2. รูปร่างนามธรรม (Abstract Shape) หมายถึง รูปร่างที่ไม่สามารถดูออกได้ว่าเป็นตัวแทนของสิ่งที่รู้จักและคุ้นเคย รูปร่างนามธรรมนี้อาจจะเป็นรูปร่างที่ดัดแปลงมาจากสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่รอบตัว (Objective Image) หรือรูปร่างที่พัฒนาขึ้นจากความนึกคิด (Non Objective Image)

3. รูปร่างล้อเลียน หรือบิดเพี้ยน (Caricature Shape) หมายถึง รูปร่างที่ผู้สร้างเจตนาที่จะดัดแปลงให้ภาพเป็นตัวแทนของสิ่งที่รู้จักและคุ้นเคย ดูผิดเพี้ยนออกไป เช่น ภาพล้อเลียนที่อาจจะเป็นภาพมีใบหูใหญ่ผิดปกติ เป็นต้น

พื้นผิว

พื้นผิว (Texture) เป็นองค์ประกอบที่มีความซับซ้อนมากขึ้น โดยมีความหมายถึง ลักษณะผิวของวัตถุซึ่งรู้สึกได้จากการสัมผัสหรือคาดเดาได้จากการมองเห็น พื้นผิวเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้เดี่ยว ๆ แต่ต้องใช้ร่วมกับองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น รูปร่าง ภาพ ฯลฯ

พื้นผิวช่วยในการสร้างมิติและความลึกให้การจัดวางองค์ประกอบ และทำให้เห็นความแตกต่างระหว่างส่วนที่เป็นองค์ประกอบและส่วนที่เป็นพื้นชัดเจนขึ้น

การสร้างพื้นผิวในการออกแบบนั้นทำได้ 2 ลักษณะ คือ การใช้พื้นผิวจริง ๆ ของสิ่งพิมพ์คือการใช้พื้นผิวสัมผัสของกระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ ซึ่งในปัจจุบันมีความหลากหลายทั้งที่

เป็นแบบเรียบและหยาบในระดับต่าง ๆ กัน พื้นผิวที่สัมผัสได้จริงนี้อาจจะเกิดจากเทคนิคทางการพิมพ์ต่าง ๆ เช่น การอาบมันที่ทำให้ผิวสัมผัสเรียบลื่นกว่าปกติ ส่วนการสร้างพื้นผิวในลักษณะที่สองนั้น เป็นพื้นผิวที่เกิดจากการลวงตาให้รู้สึกว่าผิวของกระดาษมีลักษณะต่าง ๆ เช่น หยาบ ขรุขระ อ่อนนุ่ม

ภาพ 5 แสดงภาพวาดสีน้ำมันของศิลปินชาวรัสเซีย "Pavel Sokov"

ที่มา: https://www.catdumb.com/pavel-sokov-6545/

การสร้างสรรค์ส่วนประกอบทางการพิมพ์ให้เป็นพื้นผิวที่ง่ายที่สุด ก็คือ การใช้รูปภาพนั้นเอง เช่น หากขยายภาพของเปลือกทุเรียนให้มีขนาดใหญ่เต็มหน้ากระดาษผู้ดูก็จะรู้สึกได้ถึงพื้นผิวที่แหลมคม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ตัวอักษรก็สามารถได้รับการสร้างสรรค์ให้สื่อถึงพื้นผิวได้เช่นกัน เช่น ตัวอักษรพาดหัวขนาดใหญ่ที่มีลักษณะเหมือนชอล์กบนกระดานดำก็อาจจะก่อให้เกิดความรู้สึกถึงพื้นผิวที่หยาบได้

ที่เว้นว่าง

ที่เว้นว่าง (Space) เป็นองค์ประกอบที่ผู้ที่ไม่มีประสบการณ์ในการออกแบบมักจะไม่นึกถึง ตัวอย่างง่าย ๆ เช่น เมื่อเราเขียนตัวอักษร "ง" ขึ้นมา เราได้สร้างที่ว่างรูปวงกลมขึ้น 2 รูปขึ้นพร้อม ๆ กันด้วย ซึ่งหากตัวอักษรนี้มีขนาดใหญ่มาก ๆ รูปวงกลมก็จะยิ่งสามารถมองเห็นและเป็นที่

รับรู้ได้ง่ายขึ้นด้วย การจัดวางองค์ประกอบในหน้ากระดาษจึงควรคำนึงถึงพื้นที่ส่วนที่เหลือด้วย เพราะพื้นที่เหล่านี้จะกลายเป็นรูปร่างขึ้นมาพร้อม ๆ กัน ดังนั้นการออกแบบที่ดีจึงเป็นการพยายามสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์ประกอบที่วางลงไปและที่ว่างที่จะเกิดขึ้น ที่ว่างที่ได้รับการว่างแผนเพื่อให้ออกมาเป็นรูปร่างที่สวยงาม หรือส่งเสริมภาพรวมของการออกแบบ เรียกว่า ที่เว้นว่าง ซึ่งหมายถึง พื้นที่ที่มีเจตนาจะเว้นไว้เป็นที่ว่าง ผลงานการออกแบบที่ให้ความสำคัญกับที่เว้นว่างจะแสดงออกถึงให้เห็นผลงานที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานความรอบรู้เชิงวิชาการ และความลุ่มลึกในสุนทรียศาสตร์

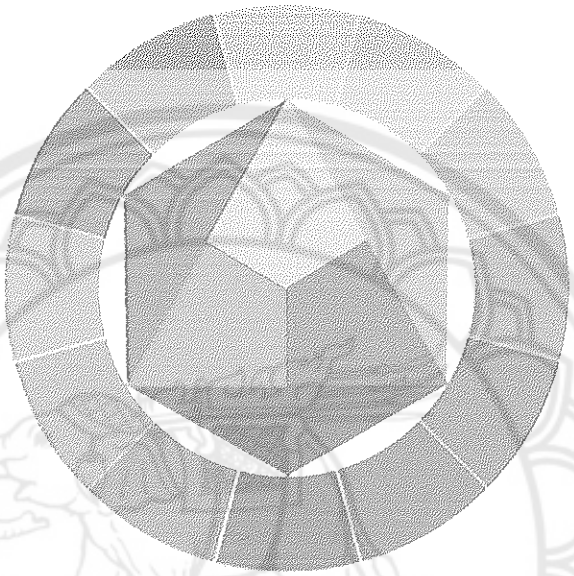
ภาพ 6 แสดงงาน "Running Fence, Sonoma and Marin Counties, CA" ของ Christo and Jeanne-Claude

ที่มา: http://christojeanneclaude.net/projects/running-fence

สี

สี (Color) เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้เดี่ยว ๆ เช่นเดียวกับพื้นผิว แต่ต้องใช้ร่วมกับองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น รูปร่าง ภาพ ฯลฯ นับเป็นเรื่องน่าแปลกที่สีเป็นองค์ประกอบที่มักได้รับความสำคัญเป็นอับดับรองลงไปจากองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความเคยชินของคนเราซึ่งมักจะสร้างรูปร่างขึ้นมาก่อนแล้วจึงระบายสีรูปร่างนั้นให้เป็นสีที่ต้องการ

แต่ในความเป็นจริงแล้ว สีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการสื่อสารข้อมูลอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการที่คนเรามักใช้สีเป็นสิ่งถึงระบุถึงสิ่งต่าง ๆ เช่น บ้านสีฟ้า แฟ้มสีน้ำเงิน เป็นต้น ดังนั้นนักออกแบบที่ดีจึงควรจะพิจารณาเลือกสีไปพร้อม ๆ กับการเลือกองค์ประกอบอื่น ๆ ไม่ใช้ไปเน้นที่รูปร่างก่อนแล้วจึงมาเลือกสีภายหลัง



ภาพ 7 แสดงวงล้อสี

ที่มา: https://www.w3schools.com/colors/colors_wheels.asp

ในการนำสีมาใช้ในการออกแบบนั้นจะต้องคำนึงถึงตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อการนำสีเหล่านั้นมาใช้งานด้วย เพราะสี ๆ เดียวกันหรือชุดสี (สีที่เลือกมาใช้ร่วมกัน) เดียวกัน อาจจะสื่อสารข้อมูลให้ผู้รับรู้ได้แตกต่างกันหากอยู่ในสถานการณ์ที่มีตัวแปรไม่เหมือนกัน

2. หลักการออกแบบกราฟิก

ในการพัฒนาการจัดทำเลย์เอาต์ในการพัฒนาการจัดทำเลย์เอาต์ให้เป็นไปตามขั้นตอนในกระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์นั้น มีหลักการออกแบบที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพ ตัวอักษร หรือองค์ประกอบอื่น ๆให้อยู่ร่วมกันในพื้นที่หน้ากระดาษได้อย่างเหมาะสมกับโจทย์ของการออกแบบที่ได้ตั้งเอาไว้หลักการออกแบบ หมายถึงวิธีการหรือแนวในการนำไปปฏิบัติ เพื่อกำหนดขนาดตำแหน่งและลักษณะการปรากฏขององค์ประกอบต่าง ๆ ในผลงานการออกแบบ ซึ่งครอบคลุมทั้งความสัมพันธ์กันระหว่างองค์ประกอบ

ย่อยและการทำงาน ร่วมกันขององค์ประกอบทั้งหมดหลักการออกแบบต่าง ๆ นั้น แม้จะสามารถแบ่งแยกอธิบายเพื่อความเข้าใจออกไปทีละเรื่องได้ แต่เมื่อนำไปประยุกต์ใช้หลักการเหล่านี้ล้วนไม่สามารถนำไปใช้ในลักษณะที่เป็นหลักการเดี่ยว ๆ ได้ แต่ต้องมีการเลือกนำเอาหลักการหลาย ๆ เรื่อง มาประยุกต์ใช้ร่วมกันในการสร้างสรรค์หลักการออกแบบทุกหลักการ ล้วนมีความสำคัญทั้งสิ้น แต่ในการแจกแจงเชิงทฤษฎีนั้นจะแยกประเภทหลักการอกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ หลักการเบื้องต้น (Primary Principle) และหลักการสนับสนุน (Support Principle) (ตติยา เทพพิทักษ์, 2558, น. 16)

หลักการเบื้องต้นเป็นหลักการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมภาพรวมของผลงานออกแบบ ซึ่งได้แก่

1. เอกภาพ (Unity) และความสัมพันธ์ระหว่างภาพและพื้น (Figure/Grond Relationship)
2. การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญ (Emphasis & Hierarchy)
3. สัดส่วน (Proportion)

หลักการสนับสนุน เป็นหลักการที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กันขององค์ประกอบย่อยต่าง ๆ ภายในงานออกแบบ

1. ขนาด (Scale)
2. ความสมดุล (Balance)
3. ทิศทางและการเคลื่อนไหว (Direction & Movement)
4. ความขัดแย้ง (Contrast)
5. จังหวะ ลีลา และการซ้ำ (Rhythm & Repetition)

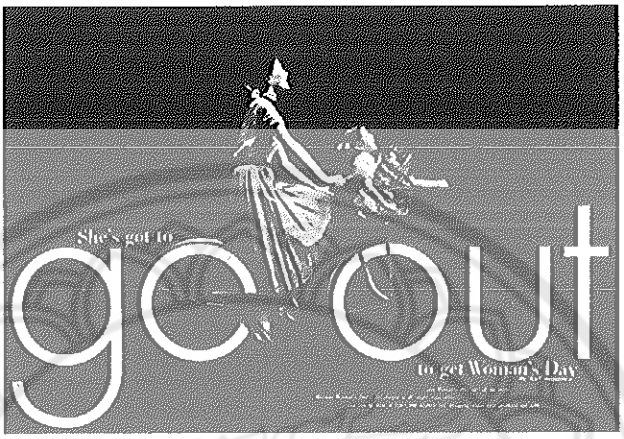
หลักการเบื้องต้น

เอกภาพ

เอกภาพเป็นหลักการที่จำเป็นสำหรับการออกแบบทุกชิ้น เอกภาพเกิดขึ้นในผลงานออกแบบมี 2 ลักษณะ คือ เอกภาพทางความคิด (Intellectual Unity) และเอกภาพทางการมองเห็น (Visual unity)

เอกภาพทางความคิด คือ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในเรื่องของความหมายขององค์ประกอบต่าง ๆ ในงานออกแบบ เอกภาพทางความคิดนั้นเป็นการจัดรวมกลุ่มที่เกิดขึ้นในสมองจากการตีความเนื้อหารวม (Context) ของภาพ ข้อความ และองค์ประกอบอื่น ๆ โดยองค์ประกอบเหล่านั้น โดยองค์ประกอบทั้งหมดร่วมกันทำหน้าที่สอดคล้องและส่งเสริมกันและกันในการสื่อสารความคิดที่ต้องการสื่อสาร รวมทั้งสื่อสารบุคลิกภาพของผลงานออกแบบนั้น ๆ

ส่วนเอกภาพทางการมองเห็นนั้น คือ ปรากฏการณ์ที่มองเห็นและตัดสินใจได้ว่า องค์ประกอบทั้งหมดทำงานร่วมกันอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในเชิงศิลปะและการออกแบบคือไม่มีองค์ประกอบใดที่ดูขัดตาผิดสัดส่วนที่ควรจะเป็น หรืออยู่ในตำแหน่งที่ไม่เข้าที่เข้าทาง



ภาพ 8 แสดงการใช้ภาพและคำที่มีความหมายสอดคล้องกัน เป็นเอกภาพทางความคิด การจัดวางมีทิศทาง และมีการเรียงลำดับข้อมูลด้วยขนาดของตัวหนังสือ

ที่มา: https://twitter.com/carltonreid/status/670239895349288960

งานออกแบบที่มีเอกภาพนั้นจะต้องประกอบไปด้วยเอกภาพทั้งสองประเภทข้างต้น ผลลัพธ์จะต้องดูแล้วรู้สึกว่าองค์ประกอบที่มีอยู่ทั้งหมดสมควรที่จะมีอยู่ในงานออกแบบคือ ไม่มีองค์ประกอบใดที่ดูเกินความจำเป็น หรือไม่ดูแล้วรู้สึกได้ว่าองค์ประกอบใดสามารถตัดออกไปได้โดยไม่มีผลต่อภาพรวมหรือความหมายรวมของงานออกแบบในขณะเดียวก็ต้องดูแล้ว ไม่รู้สึกว่ามีองค์ประกอบบางอย่างขาดหายไปเหมือนกับเป็นงานที่ออกแบบที่เหมือนทำไม่เสร็จ นอกจากนั้นองค์ประกอบที่มีอยู่จะต้องดูแล้วมีขนาดรูปร่างหน้าตาที่เหมาะสม และได้รับการจัดวางไว้ในตำแหน่งที่เหมาะสมด้วย

Zakia (1997) เอกภาพจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องอาศัยหลักการเบื้องต้นและหลักการสนับสนุนอื่น ๆ นอกจากนั้นจะต้องอาศัยความเข้าใจในหลักการทางจิตวิทยาทางการรับรู้ที่พัฒนาโดยกลุ่มเกสเตาท์ (Gestalt) ซึ่งเป็นกลุ่ม นักจิตวิทยาชาวเยอรมันในราวปี ค.ศ.1912 ตามหลักการที่ว่า "ภาพรวมนั้นมีความแตกต่างกัน (ความหมาย) มากกว่าเพียงการรวมกันของส่วนย่อย" (The whole is different from sum of its parts.) ตัวอย่างเช่น การจัดวางวงกลมสองวงต่อกันใน

แนวตั้ง ภาพรวมที่เกิดขึ้นจะไม่ได้เป็นส่วนผสมที่มีความหมายเพียงแค่วงกลมสองวงอีกต่อไป แต่จะจับกลุ่มกันทำให้มีความหมายใหม่กลายเป็นเลข 8 เป็นต้น หลักการของเกสเตาท์ ได้รับการนำมาพัฒนาประยุกต์ใช้กับงานออกแบบเรขศิลป์ อย่างกว้างขวาง และเรื่องที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการจัด วางองค์ประกอบและมีประโยชน์อย่างยิ่งในการสร้างเอกภาพในงานออกแบบ คือ เรื่องการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างภาพและพื้น

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างภาพและพื้น (figure/ ground relationship) เป็นหัวใจที่สำคัญในการได้ผลลัพธ์เป็นงานออกแบบที่มีเอกภาพ โดยภาพนี้ หมายถึง องค์ประกอบใดก็ตามที่วางลงในที่ว่าง ไม่ว่าจะเป็นเส้น รูปร่าง ตัวอักษร ภาพวาด ภาพถ่าย อื่น ๆ ส่วนพื้น หมายถึง ที่ว่างที่เหลืออยู่จากการจัดวางองค์ประกอบ ส่วนใหญ่แล้วนักออกแบบที่มีมีประสบการณ์มักจะให้ความสำคัญกับการเลือกและสร้างสรรค์องค์ประกอบต่าง ๆ จนลืมคำนึงถึงหน้าตาของพื้นหลังที่ทำให้เกิดหลังจากการวางองค์ประกอบในการออกแบบที่ดีนั้น นักออกแบบจำเป็นจะต้องออกแบบทั้งส่วนที่เป็นองค์ประกอบและส่วนที่เป็นพื้นหลังไปพร้อม ๆ กัน ให้พื้นหลังได้เป็นที่เว้นว่าง คือ ที่ที่เจตนาจะเว้นให้ว่าง ไม่ใช่พื้นที่ที่เกิดขึ้นเองโดยไม่ตั้งใจ ความสัมพันธ์ระหว่างภาพและพื้น แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

ระดับที่ 1 ภาพ/พื้นแบบแน่นอน (Stable Figure/Ground) หมายถึง ภาพและพื้นคงลักษณะการเป็นภาพหรือเป็นพื้นเอาไว้ได้อย่างชัดเจน แต่ดูมีแรงดึงดูดระหว่างภาพและพื้นเอาไว้ด้วยกัน

ระดับที่ 2 ภาพ/พื้นแบบกลับไปมา (Reversible Figure/Ground) หมายถึงภาพและพื้นสามารถถูกรับรู้สลับกันไปมาถ้ามองจดจ่อที่จุดที่หนึ่ง จุดที่สองจะกลายเป็นพื้น แต่ถ้ามองจดจ่อที่จุดที่สอง จุดที่สองจะกลายเป็นภาพและจุดที่หนึ่งจะกลายเป็นพื้นแทน การขยับหรือเปลี่ยนแปลงภาพ หรือพื้นจะมีผลทำให้ภาพรวมไม่เหมือนเดิมทันที

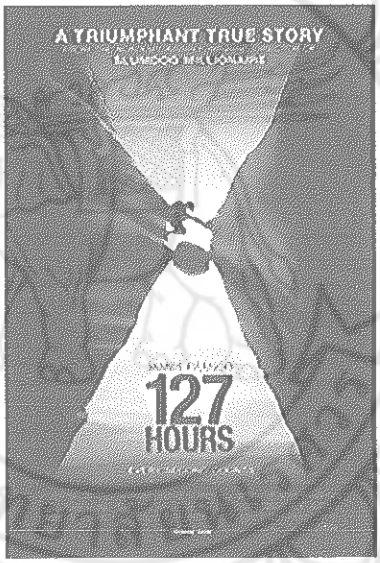
ระดับที่ 3 ภาพ/พื้นแบบสองนัย (Ambiguous Figure/Ground) หมายถึง ภาพ และพื้นชุดย่อย ๆ จะมีความหมายแบบหนึ่ง แต่หากเอาภาพและพื้นชุดย่อย ๆ ทั้งหมดมามองรวมกันจะให้ความหมายเป็นอีกนัยหนึ่งการขยับหรือการเปลี่ยนแปลงภาพหรือพื้นชุดใดชุดหนึ่งจะมีผลทำให้ภาพรวมไม่เหมือนเดิมทันที

การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญ

การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญเป็นหลักการออกแบบที่มีประโยชน์ต่อการออกแบบสิ่งพิมพ์ เนื่องจากจุดประสงค์สำคัญของการออกแบบสิ่งพิมพ์ คือการสื่อสารข้อมูล การที่ผู้รับสารจะได้ข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วนนั้น ผู้รับสารจะต้องรับรู้ด้วยการเลือกดูข้อความหรือภาพก่อนหลังมาเป็นลำดับอย่างถูกต้อง จึงจะเข้าใจในการสื่อสารที่ต้องการสื่อ การเน้นและการสร้าง

ลำดับความสำคัญยังช่วยให้ผู้รับสารสามารถติดตามสารตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องกวาดตามองไปมาหรือพยายามปะติดปะต่อเรื่องราว ซึ่งจะทำให้เกิดความสับสนและอาจทำให้ได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วนหรือเบื่อหน่ายที่จะติดตั้งข้อมูลไปจนจบ นอกจากนี้การเน้นและการสร้างลำดับ ความสำคัญยังเป็นพื้นฐานที่ทำให้ ผลงานออกแบบดูน่าสนใจขึ้น เนื่องจากเกิดองค์ประกอบที่เป็นจุดเด่นขึ้นมาเรียกร้องความสนใจ

ในการใช้หลักการนี้ นักออกแบบจะต้องเริ่มด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ และวางแผนว่า องค์ประกอบใดเป็นองค์ประกอบหลักในการสื่อสารสาระสำคัญของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร องค์ประกอบใดเป็นองค์ประกอบลงในลำดับต่อ ๆ มา องค์ประกอบใดมีแนวโน้มที่จะสะดุดตาและดึงดูดความสนใจ และองค์ประกอบใดเป็นข้อมูลสำคัญที่จะขาดไม่ได้



ภาพ 9 แสดงการควบคุมองค์ประกอบเพื่อจัดลำดับการมองของผู้ดู

ที่มา: https://www.imdb.com/title/tt1542344/

ข้อความหรือภาพได้รับการเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญจะเกิดเป็นองค์ประกอบเด่น ที่เรียกว่า สนใจ (Focal Point) ขึ้น ซึ่งจุดสนใจนี้จะเป็นจุดแรกที่ผู้รับสารเลือกที่จะรับรู้ ดังนั้นจึงควรเรียกจุดสนใจจากข้อความหรือภาพจับประเด็นหรือเป็นตัวแทนที่ดีของแนวความคิดของสารที่ต้องการสื่อ

การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญเป็นหลักการที่ต้องนำไปใช้กับสิ่งพิมพ์ทุกชิ้น สำหรับวิธีการที่จะได้ผลลัพธ์ตามหลักการนี้ มักจะต้องอาศัยหลักการสนับสนุนที่เรียกว่า ความขัดแย้ง

สัดส่วน

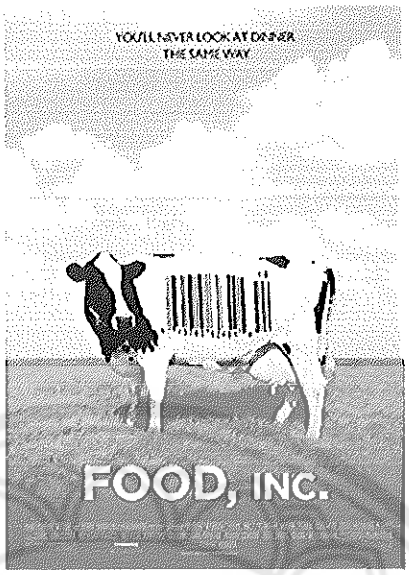
การกำหนดสัดส่วนในการออกแบบสิ่งพิมพ์นั้นเว้นวรรคมีลักษณะเป็นการกำหนด 2 ชั้นด้วยกัน โดยชั้นแรกเป็นการกำหนดสัดส่วนภายนอก (Outer Proportion) หรือมิติภายนอก (Outer Dimension) ซึ่งหมายถึง การให้ภาพรวมของสิ่งพิมพ์ว่าจะเป็นในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ใน 3 ลักษณะหลัก คือ

1. ลักษณะทางด้านตั้ง หมายถึง สัดส่วนของสิ่งพิมพ์ที่เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีด้านสูง มากกว่าด้านยาว ส่วนใหญ่แล้วคนทั่วไปจะคุ้นเคยกับสิ่งพิมพ์ที่มีสัดส่วนแบบนี้ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์

2. ลักษณะทางด้านนอก หมายถึง สัดส่วนของสิ่งพิมพ์ที่เป็นสี่เหลี่ยมพื้นผ้าที่มีด้าน ยาวมากกว่าด้านสูง สิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะภายนอกแบบนี้มักจะเป็นสิ่งพิมพ์พิเศษ เช่น ใบประกาศ การ์ด สมุดฝากเงิน หรือหนังสือที่เน้นรูปภาพ

3. ลักษณะจัตุรัส หมายถึง สัดส่วนของสิ่งพิมพ์ที่เป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส คือมีด้านยาว เท่ากับด้านสูง สิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะภายนอกแบบนี้มีไม่มากเหมือนสิ่งพิมพ์ในสองลักษณะแรกมัก นิยมใช้กับหนังสือขนาดใหญ่หรือหนาที่เน้นรูปภาพเป็นพิเศษ

ในการออกแบบสิ่งพิมพ์จะต้องมีการตัดสินใจเลือกสัดส่วนภายนอกก่อนแล้วจึง ดำเนินการจัดวางองค์ประกอบโดยใช้การแบ่งสัดส่วนภายใน (Internal Division) ซึ่งหมายถึง การ กำหนดความสัมพันธ์กันขององค์ประกอบต่าง ๆ ในเรื่องของขนาดในการจัดวางประกอบว่า องค์ประกอบใดจะ กินพื้นที่มากน้อยเพียงใดเมื่อนำมาอยู่รวมกันได้ในสัดส่วนภายนอกที่ได้กำหนด ไว้ก่อนหน้าแล้ว การแบ่งสัดส่วนภายในเป็นตัวแปรที่สำคัญในการสร้างความน่าสนใจให้แก่สิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะในสิ่งพิมพ์ที่ต้องการให้มีจุดเด่น เช่น หน้าปกหนังสือ เพราะองค์ประกอบที่มีสัดส่วน แตกต่างกัน จะดึงดูดสายตาที่ได้ดีกว่าการใช้องค์ประกอบทั้งหมดในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน



ภาพ 10 แสดงการใช้ภาพสองภาพ (ท้องฟ้าและทุ่งหญ้า) วางคู่กันโดยใช้สัดส่วนที่ต่างกัน

ที่มา: https://www.imdb.com/title/tt1286537/

ในการกำหนดสัดส่วนจึงต้องพิจารณาองค์ประกอบทั้งหมดในพื้นที่หน้ากระดาษไปพร้อม ๆ กัน ว่าควรจะเพิ่มหรือลดองค์ประกอบใด ไม่ใช้ค่อย ๆ ทำไปที่ละองค์ประกอบ อีกทั้งในขณะเดียวกันยังต้องพิจารณาพื้นที่ว่างที่เกิดขึ้นเมื่อวางองค์ประกอบทั้งหมดลงไปในหน้ากระดาษแล้วด้วยว่า เกิดเป็นพื้นที่ที่มีสัดส่วนที่สวยงามหรือไม่ โดยตัดสินจากภาพรวมของหน้ากระดาษที่เกิดขึ้น

หลักการสนับสนุน

ขนาด

หลักการเรื่องขนาดเป็นหลักการที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับหลักการเรื่องสัดส่วน กล่าวคือ สัดส่วนเป็นหลักการที่ว่าด้วยความสัมพันธ์ของความใหญ่เล็กขององค์ประกอบที่มีผลต่อภาพรวมของผลงานออกแบบ ส่วนขนาดนั้น หมายถึง ความสัมพันธ์ในลักษณะเปรียบเทียบความใหญ่เล็ก ระหว่างแต่ละองค์ประกอบซึ่งได้รับการจัดวางร่วมกันอยู่ในผลงานออกแบบ

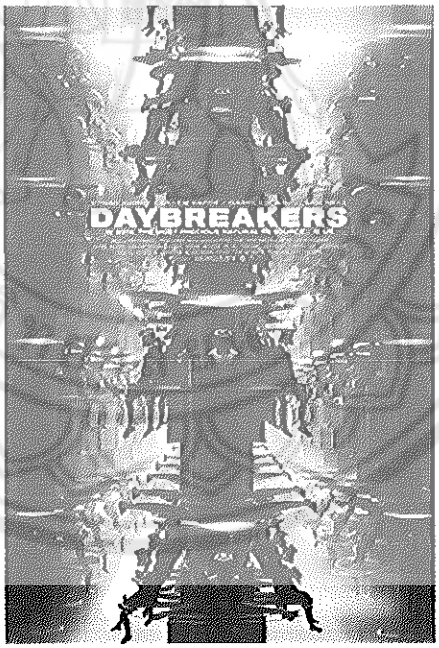
ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มักมีองค์ประกอบหลักหลายทั้งภาพและตัวอักษร การใช้ขนาดจะมีผลอย่างยิ่งต่อลำดับการสื่อสารที่ถูกต้อง องค์ประกอบต่าง ๆ จึงไม่ควรมีขนาดใกล้เคียงหรือแข่งขันกันไปทั้งหมด แต่ควรมีขนาดที่ลดหลั่นกันไปตามลำดับความสำคัญที่ถูกต้อง

โดยทั่วไปแล้ว องค์ประกอบที่มีขนาดใหญ่กว่าย่อมได้รับความสนใจจากผู้ดูก่อนองค์ประกอบที่มีขนาดเล็กกว่า

ความสมดุล

หลักการเรื่องความสมดุลนี้ เป็นการตอบสนองธรรมชาติของผู้รับสารในเรื่องราวของแรงโน้มถ่วง โดยการจัดวางองค์ประกอบทั้งหมดในพื้นที่หน้ากระดาษนั้น จะต้องไม่ขัดกับความรู้สึกนี้ คือ จะต้องไม่ดูเอนเอียงหรือหนักไปด้านใดด้านหนึ่ง โดยไม่มีองค์ประกอบมาถ่วงในอีกด้าน การจัดองค์ประกอบให้เกิดความสมดุลแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ความสมดุลแบบสมมาตร (Symmetrical Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบโดยให้องค์ประกอบในด้านซ้ายและด้านขวาของพื้นที่หน้ากระดาษมีลักษณะเหมือนกันทั้งสองด้าน ซึ่งองค์ประกอบที่เหมือนกันในแต่ละด้านนี้จะถ่วงน้ำหนักกันและกัน ให้เกิดความรู้สึกสมดุล การใช้สมดุลแบบสมมาตรมักจะนิยมใช้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเป็นทางการ เพื่อต้องการให้ดูน่าเชื่อถือ หรือดูมั่นคง



ภาพ 11 แสดงการจัดองค์ประกอบสมดุลแบบสมมาตร

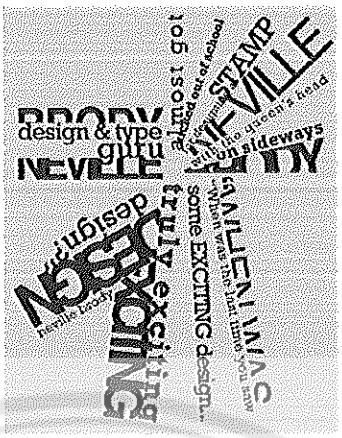
ที่มา: https://www.imdb.com/title/tt0433362/

2. สมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetrical Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบโดยให้องค์ประกอบในด้านซ้ายและด้านขวาของพื้นที่หน้ากระดาษมีลักษณะไม่เหมือนกันในสองด้าน ซึ่งแม้องค์ประกอบจะไม่เหมือนกันในแต่ละด้าน แต่ก็จะถ่วงน้ำหนักกันและกันให้เกิดความรู้สึกสมดุล เช่น ด้านซ้ายเป็นรูปวงกลมขนาดใหญ่ 1 วง ขณะที่ด้านขวาเป็นรูปวงกลมขนาดเล็ก 3 วง เรียงกันในแนวตั้ง เป็นต้นการใช้สมดุลแบบอสมมาตรมักจะนิยมใช้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะไม่เป็นทางการ หรือต้องการให้ดู มีความเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง

ภาพ 12 แสดงการจัดองค์ประกอบสมดุลแบบอสมมาตร

ที่มา: https://www.imdb.com/title/tt0109830/

3. สมดุลแบบรัศมี (Radial Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบโดยให้องค์ประกอบแผ่ออกไปทุกทิศทุกทางจากจุดศูนย์กลาง การใช้สมดุลแบบรัศมีในการออกแบบสิ่งพิมพ์มักจะไม่ค่อยพบเห็นบ่อยเท่ากับการเสียสมดุลในสองแบบแรก อาจจะกล่าวได้ว่า สมดุลแบบรัศมีให้ความรู้สึกกึ่งกลางระหว่างสมดุลแบบสมมาตรและอสมมาตร



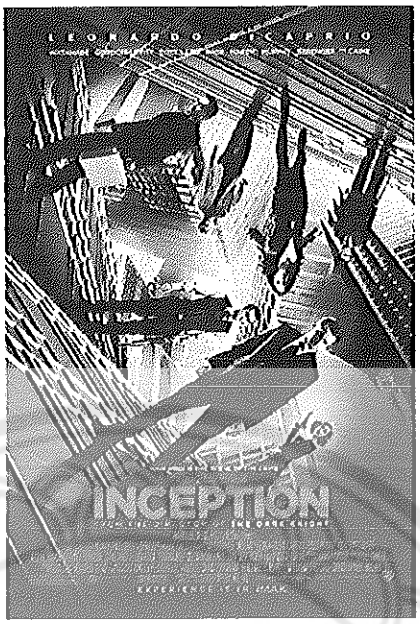
ภาพ 13 แสดงการจัดองค์ประกอบสมดุลแบบรัศมี

ที่มา: https://artdesign.rit.edu/faculty-staff/141/student/172

ทิศทางและการเคลื่อนไหว

หลักการเรื่องทิศทางและการเคลื่อนไหวเป็นหลักการที่ช่วยให้การสื่อสารเป็นไปตามลำดับสอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์เมื่อผู้รับสารดูสิ่งพิมพ์การรับรู้เกิดขึ้นเป็นลำดับตามการมองเห็น กล่าวคือ เกิดขึ้นตามการกวาดสายตาจากองค์ประกอบหนึ่งไปยังอีกองค์ประกอบหนึ่ง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการดำเนินการวางแผนกำหนดและชักจูงสายตาของผู้รับสารให้เคลื่อนไหวไปในทิศทางที่ถูกต้องตามลำดับขององค์ประกอบที่ต้องการให้รับรู้ก่อนและหลัง

โดยทั่วไปหากไม่มีการสร้างจุดเด่นขึ้นมา สายตาของผู้รับสารจะมองดูหน้ากระดาษตามกฎของแรงโน้มถ่วง คือ มองจากด้านบนลงด้านล่าง นอกจากนั้นคนส่วนใหญ่ยังคุ้นเคยกับการอ่านจากด้านซ้ายไปด้านขวา ลักษณะธรรมชาติของการมองดูสิ่งพิมพ์ของคนทั่วไปจะเป็นทิศทางของตัวอักษร z ในภาษาอังกฤษ คือ จะเริ่มมองที่มุมบนด้านซ้ายไปยังมุมบนด้านขวา แล้วไล่ลงมายังมุมด้านซ้ายไปจบที่มุมล่างด้านขวาตามลำดับ การจัดองค์ประกอบที่สอดคล้องกับธรรมชาติของการมองนี้ นับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการควบคุมการรับรู้สารในสิ่งพิมพ์ให้เป็นไปตามลำดับที่ต้องการ



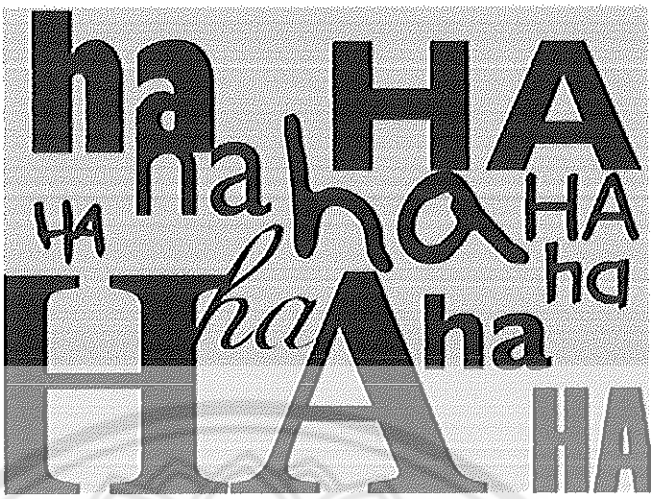
ภาพ 14 แสดงการจัดองค์ประกอบสมดุลแบบทิศทางและการเคลื่อนไหว

ที่มา: https://www.imdb.com/title/tt5295990/

ความขัดแย้ง

หลักการเรื่องความขัดแย้งเป็นหลักการที่เป็นทางเลือกซึ่งได้รับความนิยมใช้อย่างยิ่งในการออกแบบสิ่งพิมพ์ องค์ประกอบที่ได้รับการเรียกหรือออกแบบให้แตกต่างจากไปจากองค์ประกอบอื่นโดยรอบในพื้นที่หน้ากระดาษจะกลายเป็นจุดเด่นขึ้นมา การใช้ความขัดแย้งจึงเป็นวิธีหนึ่งในการเรียกร้องความสนใจมายังองค์ประกอบนั้นก่อนองค์ประกอบอื่น ๆ ซึ่งในการสร้างความขัดแย้งนี้สามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้

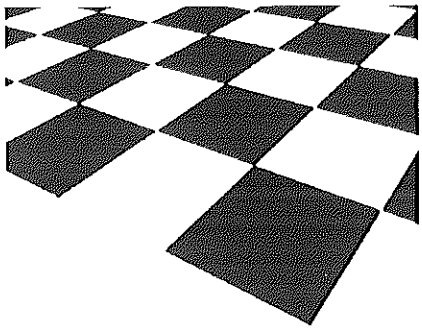
1. ความขัดแย้งโดยขนาด (Contrast of Scale) เป็นวิธีการที่ใช้ประโยชน์จากหลักการเรื่องขนาด และเป็นวิธีการที่ง่ายที่สุดโดยการเน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมาด้วยการเพิ่มขนาดให้ใหญ่กว่าองค์ประกอบอื่น ๆ โดยรอบ เช่น การใช้พาดหัวขนาดใหญ่ในสิ่งพิมพ์เป็นต้น ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วผู้ดูจะเลือกมองดูองค์ประกอบที่ใหญ่กว่าก่อนองค์ประกอบที่เล็กกว่า



ภาพ 15 แสดงการจัดองค์ประกอบด้วยการใช้ความขัดแย้งโดยขนาดของตัวอักษร เพื่อให้สื่อสารอารมณ์ความรู้สึกถึงเสียงหัวเราะ

ที่มา: https://www.slideshare.net/ethos3/what-teachers-make-515731/

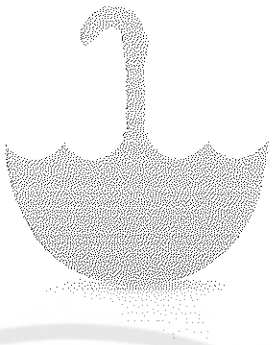
2. ความขัดแย้งโดยรูปร่าง (Contrast of Shape and Form) เป็นวิธีการที่เน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมาด้วยรูปร่างที่แตกต่างออกไป จากองค์ประกอบอื่นในหน้ากระดาษ เช่น การไดคัทหรือการตัดภาพไปตามเส้นรอบรูปเพื่อให้ภาพถ่ายให้มีรูปร่างอิสระไม่เป็นสี่เหลี่ยม แล้วนำไปจัดวางในพื้นที่หน้ากระดาษของสิ่งพิมพ์ซึ่งมีองค์ประกอบอื่น ๆ เป็นสี่เหลี่ยม เป็นต้น



ภาพ 16 แสดงการจัดองค์ประกอบแบบขัดแย้งโดยรูปร่าง

ที่มา: https://www.designspiration.net/save/350459504976/

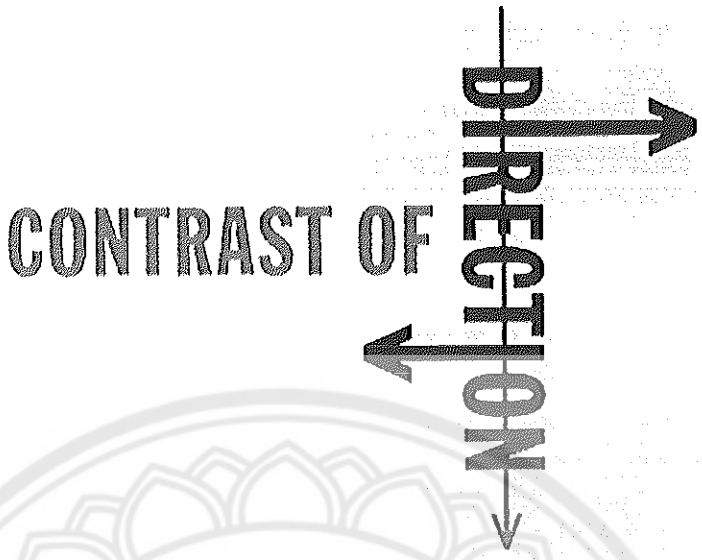
3. ความขัดแย้งโดยน้ำหนักหรือความเข้ม (Contrast of Weight) เป็นวิธีการที่เน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมาด้วยการเพิ่มหรือลดความเข้ม หรือน้ำหนักขององค์ประกอบนั้นให้เข้มหรืออ่อนกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมกันในหน้ากระดาษ เช่น การใช้ตัวอักษรที่เป็นตัวหนาในย่อหน้าที่ต้องการเน้นเพียงย่อหน้าเดียว



ภาพ 17 แสดงการจัดองค์ประกอบแบบความขัดแย้งโดยน้ำหนักและความเข้ม

ที่มา: https://www.pinterest.com/pin/2814818486967147/

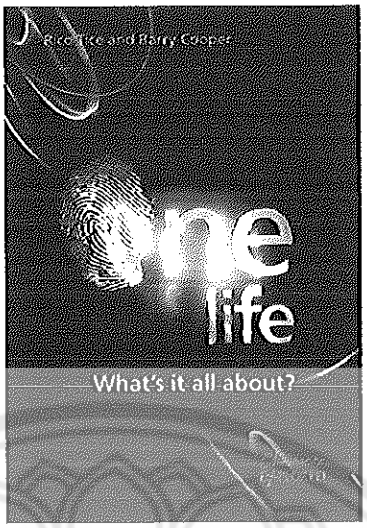
4. ความขัดแย้งโดยทิศทาง (contrast of Direction) เป็นวิธีการที่ใช้ประโยชน์จากหลักการเรื่องทิศทางและการเคลื่อนไหว เป็นวิธีการที่เน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมาด้วยการวางองค์ประกอบที่ต้องการจะเน้นนั้นให้อยู่ในทิศทางที่แตกต่างจากองค์ประกอบอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมกันในหน้ากระดาษเช่นการวางภาพเอียง 45 องศาหน้ากระดาษที่เต็มไปด้วยตัวอักษรที่เรียงเป็นแนวนอน เป็นต้น



ภาพ 18 แสดงการจัดองค์ประกอบแบบขัดแย้งโดยทิศทาง

ที่มา: https://creativepro.com/dot-font-seven-principles-of-typographic-contrast/

5. ความขัดแย้งโดยพื้นผิว (Contrast of Texture) เป็นวิธีการเน้นจากการนำเอาองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมาด้วยการเลือกหรือสร้างให้องค์ประกอบมีลักษณะพื้นผิวที่มองดูแตกต่างจากองค์ประกอบอื่น ในการออกแบบสิ่งพิมพ์นั้นอาจจะสร้างความขัดแย้งโดยพื้นผิวได้สองลักษณะ คือ พื้นผิวที่ขัดแย้งกันและรู้สึกได้ด้วยการสัมผัส เช่น การใช้กระดาษที่มีพื้นผิวต่างกันหรือการใช้เทคนิคทางการพิมพ์ที่ทำให้เกิดพื้นผิวที่เรียบหรือมันต่างกันนอกจากนั้นยังสามารถสร้างความพื้นผิวที่ขัดแย้งจากการมองเห็น ทั้ง ๆ ที่เป็นพื้นผิวกระดาษเดียวกัน เช่น การใช้ภาพดูหยาบหรือขรุขระ เป็นต้น



ภาพ 19 แสดงการจัดองค์ประกอบแบบขัดแย้งโดยพื้นผิว

ที่มา: https://www.amazon.com/One-Life-Whats-All-About/dp/1907377913

6. ความขัดแย้งโดยที่เว้นว่าง (Contrast of Space) เป็นวิธีการที่เน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมาด้วยการเว้นที่ว่างให้ห่างหรือแคบกว่าที่เว้นว่างระหว่างองค์ประกอบอื่น ๆ อย่างชัดเจน

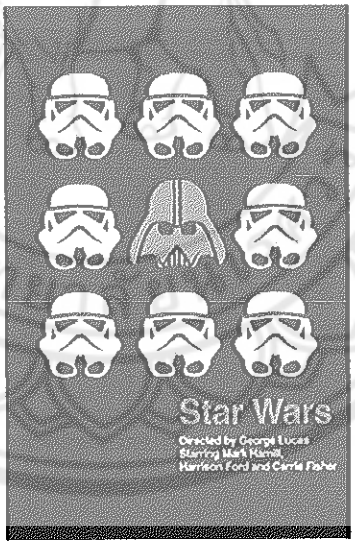
ภาพ 20 แสดงการจัดองค์ประกอบแบบความขัดแย้งโดยการที่เว้นว่าง

ที่มา: http://smearedblackink.com/swiss_style_timeline/

จังหวะ ลีลา และการซ้ำ

หลักการเรื่องการซ้ำเป็นหลักการจัดวางองค์ประกอบหลาย ๆ ชิ้นที่มีลักษณะเหมือนหรือใกล้เคียงกัน โดยกำหนดตำแหน่งให้เกิดมีช่องว่างเป็นช่วง ๆ ตอน ๆ อย่างมีการวางแผนล่วงหน้า จะทำให้เกิดจังหวะลีลาขึ้น และหากว่าองค์ประกอบหลาย ๆ ชิ้นนั้นเป็นองค์ประกอบที่มีลักษณะซ้ำกันหรือใกล้เคียงกัน ก็จะยิ่งเป็นการเน้นให้เกิดจังหวะและลีลาได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งจังหวะและลีลาใช้กันอยู่ในการออกแบบทั่ว ๆ ไปมี 3 ลักษณะ คือ

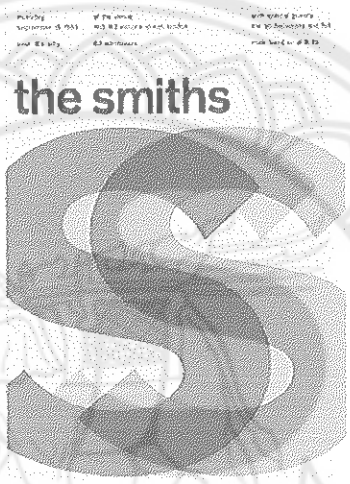
1. แบบสม่ำเสมอ (Regular) เป็นการจัดวางองค์ประกอบหลาย ๆ ชิ้น โดยเว้นให้เกิดช่องว่างระหว่างแต่ละชิ้นอย่างสม่ำเสมอและคาดเดาได้ เช่น แต่ละชิ้นห่างกัน 1 เซนติเมตร หรือชิ้นที่หนึ่งห่างจากชิ้นที่สอง 1 เซนติเมตร ชิ้นที่สองห่างจากชิ้นที่สาม 2 เซนติเมตร ชิ้นที่สามห่างจากชิ้นที่สี่ 1 เซนติเมตร สลับกันเรื่อยไป จนสามารถคาดเดาได้ว่าตำแหน่งของชิ้นต่อไปจะอยู่ที่ใด เป็นต้น จังหวะและลีลาลักษณะนี้จะก่อให้เกิดความรู้สึกที่เป็นทางการน่าเชื่อถือและสงบ ในการออกแบบสิ่งพิมพ์องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรส่วนใหญ่จะได้รับการจัดวางแบบสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดผลด้านการอ่านได้ง่าย



ภาพ 21 แสดงการจัดองค์ประกอบใช้จังหวะ ลีลา การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ

ที่มา: https://baristawithapaintbrush.wordpress.com/2013/02/08/final-star-wars-poster-design/

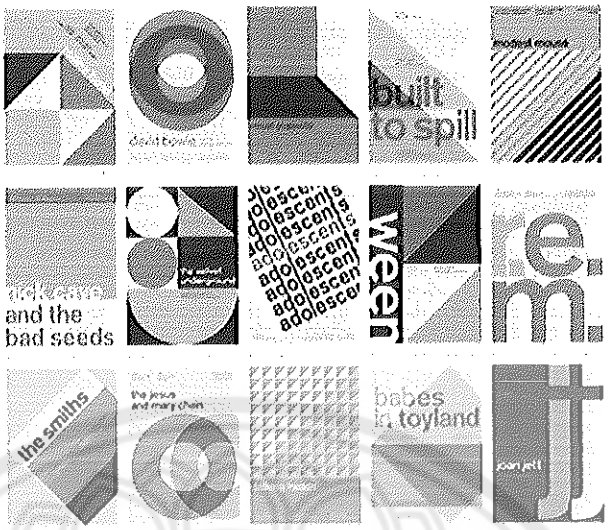
2. แบบไม่สม่ำเสมอ (Irregular) เป็นการจัดวางองค์ประกอบหลาย ๆ ชิ้น โดยเว้นให้เกิดช่องว่างระหว่างแต่ละชิ้นอย่างไม่สม่ำเสมอและไม่สามารถคาดเดาได้ ซึ่งเป็นการวางองค์ประกอบในลักษณะตรงกันข้ามกับแบบแรก จังหวะและลีลาลักษณะนี้จะก่อให้เกิดความรู้สึกที่ตื่นเต้น ดูเคลื่อนไหวและมีพลัง ในการออกแบบสิ่งพิมพ์องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรส่วนใหญ่มักจะไม่ใช้การจัดวางแบบไม่สม่ำเสมอเพราะจะยากแก่การอ่าน หากจะใช้มักจะเป็นกับตัวอักษรขนาดใหญ่และเป็นข้อความสั้น ๆ เพื่อเน้นให้แปลก



ภาพ 22 แสดงการจัดองค์ประกอบใช้จังหวะ ลีลา การซ้ำ แบบไม่สม่ำเสมอ

ที่มา: https://www.designspiration.net/save/44700677055768/

3. แบบพัฒนาการ (Progressive) เป็นการจัดวางองค์ประกอบหลาย ๆ ชิ้น โดยเว้นให้เกิดช่องว่างระหว่างแต่ละชิ้นให้เพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างสม่ำเสมอและคาดเดาได้ชิ้นที่หนึ่งห่างจากชิ้นที่สอง 1 เซนติเมตร ชิ้นที่สองห่างจากชิ้นที่สาม 2 เซนติเมตร ชิ้นที่สามห่างจากชิ้นที่สี่ 3 เซนติเมตร เป็นต้น จังหวะและลีลาลักษณะนี้จะก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดูเคลื่อนไหวอย่างมีทิศทาง ดูมีหลักวิชา และน่าติดตาม องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรส่วนใหญ่มักจะไม่มีการจัดวางแบบพัฒนาการ เพราะยากแก่การอ่าน หากจะใช้มักจะเป็นกับตัวอักษรขนาดใหญ่และเป็นข้อความสั้น ๆ เพื่อเน้นให้แปลกออกไป



ภาพ 23 แสดงการจัดองค์ประกอบใช้จังหวะ ลีลา การซ้ำ แบบพัฒนาการ

ที่มา: https://www.pinterest.com/pin/231020655855813127/

การใช้หลักการเรื่องความขัดแย้งร่วมกับ หลักการเรื่องการซ้ำ เป็นวิธีการหนึ่งที่นิยมใช้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์และเป็นวิธีการที่ง่ายในการสร้างจุดสนใจให้โดดเด่นออกมาโดยการใช้องค์ประกอบที่แตกต่างแทรกร่วมกันไปกับองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เหมือนหรือใกล้เคียงกัน (anomaly) วิธีการนี้ยังมีประโยชน์ในการช่วยงานออกแบบที่อ่านดูธรรมดาให้มีลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้น

โดยสรุป หลักการออกแบบที่ใช้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์จะประกอบไปด้วยหลักการเบื้องต้นและหลักการสนับสนุน

หลักการเบื้องต้นเป็นหลักการที่เกี่ยวข้องกับภาพรวมของผลงานออกแบบ ซึ่งประกอบไปด้วย เอกภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างภาพและพื้น การเน้น สัดส่วนและการสร้างลำดับความสำคัญ ซึ่งหลักการเบื้องต้นนี้จะต้องมีในสิ่งพิมพ์ทุกชิ้น

ส่วนหลักการสนับสนุน เป็นหลักการที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กันขององค์ประกอบต่าง ๆ ภายในงานออกแบบ ซึ่งประกอบไปด้วย ขนาด ความสมดุล ทิศทาง และการเคลื่อนไหว ความแตกต่าง และจังหวะ ลีลา และการซ้ำ ซึ่งหลักการสนับสนุนนี้เป็นหลักการที่เป็นทางเลือกในการออกแบบสิ่งพิมพ์

3. การจัดองค์ประกอบงานกราฟิก

ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์ (2550, น. 42-43) หากต้องการจัดวางองค์ประกอบของภาพประกอบด้วยรูปร่างที่เหมือนกัน หรือรูปร่างที่มีขนาดต่าง ๆ ไว้ด้วยกัน ถ้าวางไว้กระจัดกระจาย ก็จะไม่สามารถดึงความสนใจไปที่จุดใดจุดหนึ่ง และภาพโดยรวมก็ดูไม่เหมือนมีเอกภาพ จึงต้องรู้จักจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ และรูปร่างเข้าไว้ด้วยกันอย่างมีความสัมพันธ์เพื่อสร้างความน่าสนใจที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิผลมากขึ้น และทุก ๆ องค์ประกอบจะมีส่วนในการเชื่อมโยงสายตาให้ติดตามได้อย่างต่อเนื่อง การรูปร่างต่าง ๆ มาวางไว้ด้วยกัน) ดังนี้

1. การวางประชิด
2. การวางซ้อน

การวางประชิด

การวางรูปร่างแต่ละรูปที่มีความหลากหลาย เมื่อนำมาวางชิดกันหรือสัมผัสกัน ทำให้เหมือนมีแรงดึงดูดเชื่อมโยงกันไว้ด้วยกันในระดับความสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน

FraserPapers

ภาพ 24 แสดงการวางประชิด

ที่มา: https://all-free-download.com/free-vector/fraser.html

การวางซ้อน

เป็นการทำให้องค์ประกอบต่าง ๆ มีระดับของความสัมพันธ์ต่อกันได้มากขึ้น ตามลักษณะของการซ้อนและการซ้อนที่มีการสอดประสานในลักษณะที่แตกต่างกัน ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นย่อมมีความเหนียวแน่นหรือมีความแน่นแฟ้น มีเอกภาพมากขึ้น

1. การซ้อนบางส่วน (Partially) คือ การซ้อนกันขององค์ประกอบต่าง ๆ เพียงบางส่วน หรือการบังกันบ้างเพียงบางส่วน โดยที่ยังมองเห็นส่วนรวมของแต่ละองค์ประกอบได้อย่างชัดเจน

2. การซ้อนบัง (Completely) การนำองค์ประกอบขนาดเล็กกว่าวางบังไว้ด้านหน้าขององค์ประกอบส่วนที่ใหญ่กว่า

3. การซ้อนแบบสอด (Interpenetrate) เป็นลักษณะที่องค์ประกอบแต่ละส่วนสามารถนำมาสอดเกี่ยวกันหรือสอดทะลุกันได้

4. การซ้อนคล้องกันเป็นลูกโซ่ (Interlocking) เป็นองค์ประกอบที่มีลักษณะที่สามารถนำเอามาคล้องกันเป็นลูกโซ่ ทำให้เกิดความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ มีความเหนียวแน่นมากขึ้น

5. การซ้อนด้วยช่องว่างที่สอดกันได้ (Locking) องค์ประกอบหนึ่งสามารถสอดหรือนำมาประกอบเข้าด้วยกันได้กับอีกองค์ประกอบหนึ่ง เช่นเดียวกับการวางจิ๊กซอว์ลงไปล็อกกันได้

6. การซ้อนประสานกัน (Interlacing) องค์ประกอบที่มีบางส่วนไปวางทาบกับอีกองค์ประกอบหนึ่งด้านบน และถูกองค์ประกอบอีกชิ้นหนึ่งวางซ้อนทับต่อเนื่องประสานกันไป ระดับความสัมพันธ์เป็นการสอดประสานที่ผูกพันกันแต่พอไม่หลวมนัก แต่ก็ไม่เหนียวแน่นเท่าแบบลูกโซ่

สรุปการออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิกเป็นการนำศิลปะมาใช้ในงานออกแบบสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ ความสนใจ เกี่ยวกับธุรกิจ การค้า ตัวสินค้า หรือบริการให้แพร่กระจายออกไปจนเป็นที่รู้จัก อันยังผลให้เกิดผลดีต่อธุรกิจ การค้า การประชาสัมพันธ์ โดยนัยยะเดียวกันนี้ จึงเป็นความหมายกับศิลปะเพื่อการสื่อสาร การออกแบบกราฟิกเป็นผลงานที่มนุษย์สร้างขึ้นให้มีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มองเห็นและก่อให้เกิดความรู้สึก ส่วนงานการออกแบบ เป็นการแก้ไขปัญหาในการจัดวางองค์ประกอบพื้นฐานให้ความความสัมพันธ์กัน ประกอบไปด้วย จุด เส้น รูปร่าง พื้นผิว ที่เว้นว่าง สี และประกอบส่วนหลักการเบื้องต้น ได้แก่ เอกภาพ การเน้น สัดส่วน พร้อมหลักการองค์ประกอบสนับสนุน ในด้านขนาด ความสมดุล ทิศทางการเคลื่อนไหว ความขัดแย้ง จังหวะ ลีลา การซ้ำ การวางประชิด การซ้อน ล้วนแล้วมาจากต้นกำเนินของวัตถุประสงค์ของประโยชน์ใช้สอยในการผลิตชิ้นงานของสื่อประเภทต่าง ๆ โดยคำนึงถึงความรู้สึกและอารมณ์ของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสาร

4. การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

ความสำคัญของการออกแบบสิ่งพิมพ์

จากความหมายของการออกแบบสิ่งพิมพ์ข้างต้นจะเห็นได้ว่าในการจดทำสิ่งพิมพ์ขึ้นมานั้น ผู้จัดทำไม่ได้จัดทำเพื่อเก็บไว้ดูเองคนเดียว แต่มีจุดประสงค์หลักเพื่อใช้สื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจเนื้อหาที่นำมาพิมพ์ การออกแบบสิ่งพิมพ์จึงเป็นหนึ่งในตัวแปรที่สำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของสิ่งพิมพ์ เพราะแม้ว่าเนื้อหาที่นำมาพิมพ์นั้นจะมีคุณค่าหรือคุณประโยชน์มากมายเพียงใดแต่หากเมื่อนำมาจัดทำเป็นสิ่งพิมพ์แล้ว มีลักษณะที่ยากที่ผู้อื่นจะสามารถรับรู้ข้อมูลนั้นได้

หรือเห็นแล้วไม่มีใครสนใจจะเข้ามาดู ก็เท่ากับว่าเนื้อหานั้นไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์อะไรเพราะไม่มีใครได้นำไปใช้ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 2550, น. 21-23)

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าความสำคัญของการออกแบบสิ่งพิมพ์ก็คือ การออกแบบเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารให้เนื้อหาที่นำมาพิมพ์ หากจะขยายความถึงว่าการออกแบบช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารให้เข้าใจมากขึ้นอย่างไร ก็อาจจะอธิบายได้ว่า การออกแบบสิ่งพิมพ์นั้นเป็นการดำเนินการเพื่อให้เกิดผลลัพธ์เป็นขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ดึงดูดใจให้ผู้ที่พบเห็นให้เกิดความสนใจในสิ่งพิมพ์

เพื่อให้เกิดผลลัพธ์นี้ จะต้องเริ่มตั้งแต่การวางแผนเพื่อจัดทำสิ่งพิมพ์ โดยจะต้องมีการระบุผู้รับสารว่าเป็นผู้บริโภคกลุ่มใดให้ชัดเจนเสียก่อนว่า คนกลุ่มนี้มีลักษณะ นิสัยและรสนิยมอย่างไร นอกจากนี้จะต้องมีการกำหนดบุคลิกภาพซึ่งเป็นเอกลักษณะของสิ่งพิมพ์นั้นให้แน่นอนเสียก่อนว่าต้องการให้มีบุคลิกภาพแบบ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้นักออกแบบสามารถนำไปดำเนินการออกแบบตามขั้นตอนการออกแบบและได้เป็นผลงานที่ทำให้ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกถูกใจหรือสนใจเมื่อได้พบเห็น หากสิ่งพิมพ์นั้นได้รับการจัดทำขึ้นโดยมุ่งหวังผลตอบแทนทางการตลาด การออกแบบที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ ก็จะเป็นปัจจัยที่สำคัญประการแรกที่จะส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการขายสิ่งพิมพ์นั้น

ขั้นตอนที่ 2 ถ่ายทอดข้อมูลที่ต้องการจะสื่อสารอย่างชัดเจนและเหมาะสมกับผู้รับสื่อ

เมื่อสามารถใช้การออกแบบดึงดูดใจให้ผู้ที่พบเห็นเกิดความสนใจในสิ่งพิมพ์ไปแล้ว การออกแบบที่ถูกต้องตามขั้นตอน โดยมีการเลือกองค์ประกอบ เช่น แบบตัวอักษรชนิดของภาพเหมาะสม มาจัดวางอย่างถูกต้องตามหลักการออกแบบ โดยคำนึงถึงผู้รับสื่อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายจะมีผลทำให้สิ่งพิมพ์นั้นง่ายต่อการอ่าน และทำความเข้าใจ อีกทั้งยังเป็นการช่วยลำดับเนื้อหาที่จะนำเสนอทำให้ผู้อ่านสามารถติดตามและให้ความสำคัญกับข้อมูลอันเป็นเนื้อหาได้ถูกต้องตามลำดับที่ควรจะเป็นทำให้ ข้อมูลได้รับการสื่อสารไปยังผู้ที่รับสารอย่างมีประสิทธิอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 3 สร้างความประทับใจ ทำให้ข้อมูลที่สื่อสารเป็นที่จดจำ

ข้อมูลที่ได้รับการสื่อสารไปแล้วนั้น จะเกิดประโยชน์ก็ต่อเมื่อผู้ได้รับสารจดจำได้ การออกแบบจะนำเสนอข้อมูลตามบุคลิกภาพได้กำหนดไว้ล่วงหน้า ทำให้เกิดเป็นผลงานที่มีลักษณะโดดเด่นที่ไม่ซ้ำแบบใครและจะกลายเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวของสิ่งพิมพ์นั้น ๆ ที่จะอยู่ในความทรงจำของผู้รับสารแม้เมื่อได้อ่านสิ่งพิมพ์นั้นจบไปแล้วก็ตาม ประสิทธิภาพอันเป็นผลลัพธ์ในขั้นตอนที่ 3 นี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในกรณีของสิ่งพิมพ์ที่มีกำหนดระยะเวลา

เผยแพร่แน่นอนเป็นประจำ เพราะเมื่อผู้รับสาร มีความประทับใจในสิ่งพิมพ์ใดแล้วก็จะจดจำสิ่งพิมพ์นั้นได้และต้องการจะติดตาม สิ่งพิมพ์นั้นอีกในฉบับต่อ ๆ ไปในอนาคต

นอกจากการออกแบบสิ่งพิมพ์ จะมีความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลที่จะนำมาพิมพ์ตามขั้นตอนทั้งสามข้างต้นแล้ว การออกแบบสิ่งพิมพ์ยังมีความสำคัญในแง่ที่เป็นส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในขั้นตอนของการผลิตอีกด้วย

การออกแบบที่มีการวางแผนในการจัดทำที่รอบคอบ จะก่อให้เกิดความสะดวกในการผลิต ไม่เกิดเป็นปัญหายุ่งยากแก่ผู้ผลิตหรือผู้พิมพ์ อีกทั้งยังเกิดความรวดเร็วในการจัดทำ เพราะมีการกำหนดรายละเอียดและขั้นตอนในการดำเนินการไว้ล่วงหน้าซึ่งจะเกิดผลดีที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การประหยัดงบประมาณที่ต้องใช้ในการผลิตเพราะนอกจากสามารถนำสิ่งพิมพ์ออกเผยแพร่ได้ในเวลาอันรวดเร็วแล้ว การออกแบบที่มีการวางแผนที่ดียังช่วยให้ไม่เกิดวัสดุเหลือใช้ เช่น เศษกระดาษที่ต้องตัดทิ้งไป โดยในกรณีหลังนี้นอกจากจะถือเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสิ่งพิมพ์นั้น ๆ แล้วยังถือเป็นการแสดงความรับผิดชอบในฐานะนักออกแบบในการช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีค่าที่ต้องนำมาใช้ในการทำเป็นวัสดุซึ่งในการผลิตสิ่งพิมพ์อีกด้วย

การออกแบบหนังสือและนิตยสาร

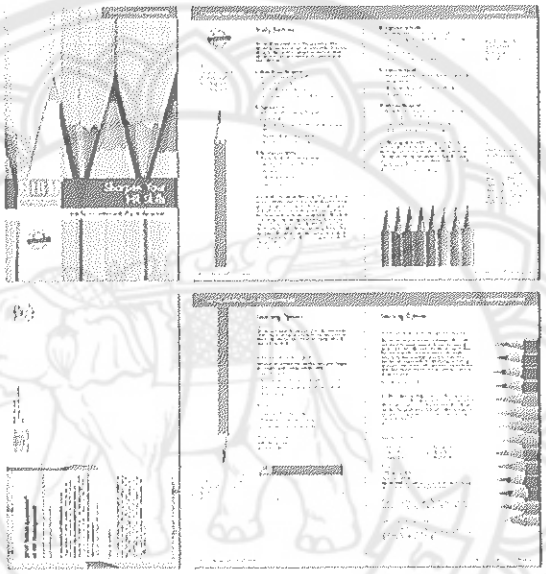
การออกแบบสิ่งพิมพ์มีความหมายแยกตามคำ ออกเป็นสองส่วนด้วยกัน คือ การออกแบบ และสิ่งพิมพ์ พระราชบัญญัติการพิมพ์พุทธศักราช 2484 ให้ความหมายของสิ่งพิมพ์ไว้ว่า "สมุด แผ่นกระดาษ หรือวัตถุใด ๆ ที่พิมพ์ขึ้นรวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผงผัง แผนภาพ ภาพวาด ภาพระบายสี ใบประกาศแผ่นเสียง หรือสิ่งอื่นใดอันมีลักษณะเช่นเดียวกัน" (ตติยา เทพพิทักษ์, 2558, น. 98-100)

สิ่งพิมพ์ จึงหมายถึง วัสดุตีพิมพ์ (Printed materials) ที่ได้รับการผลิตขึ้นด้วยกระบวนการทางการพิมพ์ระบบต่าง ๆ ลงบนกระดาษหรือวัสดุอื่น เพื่อใช้เป็นสื่อสำหรับติดต่อทำความเข้าใจกันด้วยภาษาเขียน ภาษาภาพ หรือสัญลักษณ์ในลักษณะต่าง ๆ โดยมีการผลิตออกมาเป็นสำเนาเพื่อแจกจ่ายให้กับผู้อ่าน สิ่งพิมพ์นั้นมีความหมายครอบคลุมถึงสื่อต่าง ๆ มากมายหลายชนิด โดยแบ่งเป็นสื่อหลัก ๆ ได้แก่

1. หนังสือ
2. นิตยสาร
3. หนังสือพิมพ์
4. สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจหรือสิ่งพิมพ์เบ็ดเตล็ด
   4.1 โปสเตอร์
   4.2 แผ่นพับ

หนังสือ

หนังสือ (Book) เป็นสิ่งพิมพ์ที่ประกอบด้วยหน้ากระดาษหรือวัสดุอื่นหลาย ๆ หน้า แล้วนำมารวมเข้าด้วยกันที่ขอบด้านใดด้านหนึ่งด้วยวิธีการต่าง ๆ ให้เป็นรูปเล่ม ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเป็นเนื้อเรื่องเดียวกันตลอดทั้งเล่มและส่วนใหญ่มีผู้เขียนคนเดียวกันทั้งเล่ม ยกเว้นหนังสือทางวิชาการที่อาจมีผู้แต่งร่วมกันหลายคนเพื่อให้ครอบคลุมองค์ความรู้ของศาสตร์ที่มีขอบเขตกว้างขวาง (ปาพจน์ หนุนภักดี, 2553, น. 297-306)

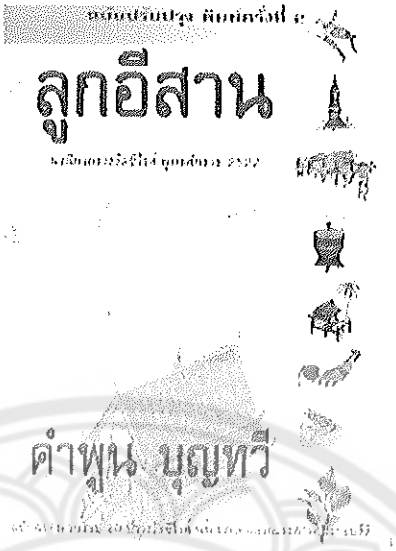


ภาพ 25 แสดงตัวอย่างการออกแบบหนังสือ

ที่มา: http://www.terrybiddle.com/portfolio/design/

โดยทั่วไปแล้ว หนังสือจะมีการแบ่งตามลักษณะเนื้อหาออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ฟิกชัน (Fiction) เป็นหนังสือที่แต่งขึ้นโดยมีเนื้อหาที่เน้นให้เกิดความสนุกเพลิดเพลินแก่ผู้อ่านเป็นหลัก อาจจะเป็นเนื้อหาที่มีพื้นฐานมาจากความเป็นจริง หรือเป็นเนื้อหาที่นึกฝันขึ้นจากจินตนาการของผู้เขียนล้วน ๆ ก็ได้ หนังสือประเภทนี้ ได้แก่ นวนิยาย เรื่องสั้น หรือโครงกลอนต่าง ๆ



ภาพ 26 แสดงตัวอย่างลักษณะหนังสือประเภทฟิกชัน

ที่มา: https://sites.google.com/site/naphaporn20216/home/free-style/hnangsux-thi-chxb

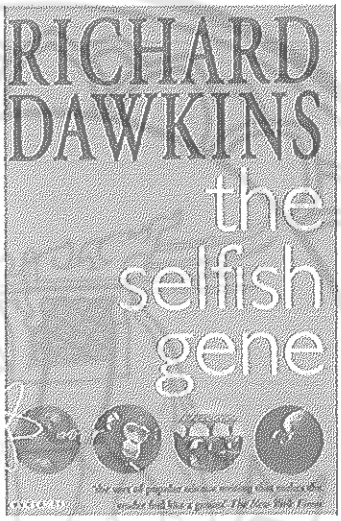
2. นอน-ฟิกชัน (Non-Fiction) เป็นหนังสือที่แต่งขึ้นมีเนื้อหาที่เน้นให้เกิด**ความรู้ความ**เข้าใจ ในศาสตร์หรือในเรื่องใดเรื่องหนึ่งแก่ผู้อ่านเป็นหลัก โดยจะต้องเป็นเนื้อหาที่มี**พื้นฐานความ**เป็นจริง หรือเป็นเนื้อหาที่เกิดจากการค้นคว้าวิจัยและวิเคราะห์ของผู้เขียน หนังสือประเภทนี้ ได้แก่ ตำรา วิจัย ประวัติ หรือสารคดีต่าง ๆ

ภาพ 27 แสดงตัวอย่างลักษณะหนังสือประเภทนอน-ฟิกชัน

ที่มา: www.goosiam.com/ทำนายฝัน/question.asp?gid=7568

การแยกประเภทหนังสือตามลักษณะเนื้อหาในอีกแนวทางหนึ่ง จะแบ่งหนังสือออกเป็น 2 ประเภท คือ

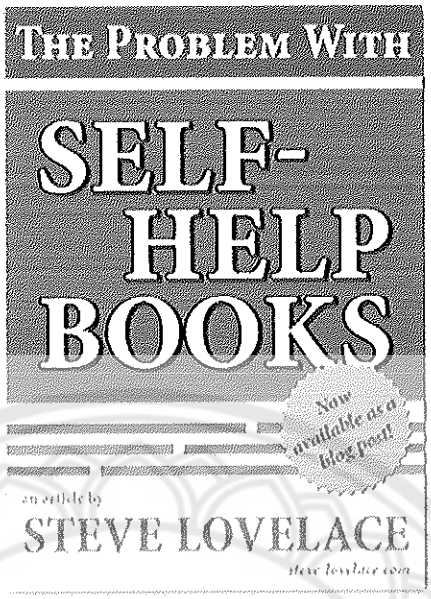
1. ตำราหรือหนังสือเรียน (Textbook) เป็นหนังสือที่แต่งขึ้นโดยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับศาสตร์ด้านใดด้านหนึ่ง เช่น วิทยาศาสตร์ ภาษาอังกฤษ ศิลปะ ฯลฯ เพื่อใช้สำหรับประกอบการเรียนการสอนศาสตร์นั้น ๆ เดี๋ยวจะดับชั้นต่าง ๆ มีผู้อ่านที่เฉพาะเจาะจง คือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา และนักวิชาการ



ภาพ 28 แสดงตัวอย่างลักษณะหนังสือประเภทตำราหรือหนังสือเรียน

ที่มา: http://www.vcharkarn.com/varticle/38226

2. หนังสือจำหน่ายทั่วไป (Trade Book) เป็นหนังสือที่แต่งขึ้นโดยมีเนื้อหาเป็นนวนิยาย หรือไม่ใช่นวนิยายก็ได้ แต่ไม่ได้มุ่งเน้นไปเพื่อใช้ในการประกอบการเรียนการสอนมีผู้อ่านไม่เฉพาะเจาะจงเหมือนประเภทแรก หนังสือจำหน่ายทั่วไปครอบคลุมไปถึงหนังสือประเภท "ทำได้ด้วยตนเอง" (Self-Help Book) ด้วย

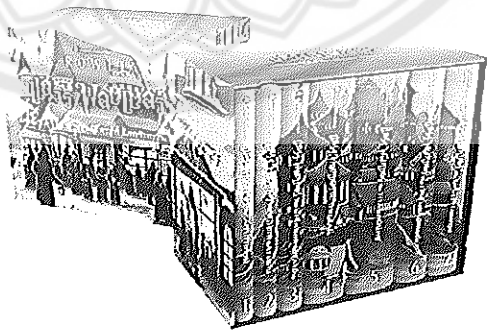


ภาพ 29 แสดงตัวอย่างลักษณะหนังสือประเภทหนังสือจำหน่ายทั่วไป

ที่มา: http://steve-lovelace.com/problem-self-help-books/

หากพิจารณาในเชิงลักษณะรูปเล่ม ก็อาจจะสามารถแบ่งหนังสือออกเป็น 3 ประเภท คือ

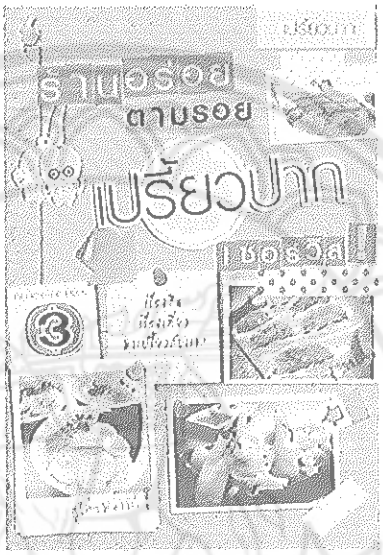
1. หนังสือปกแข็ง (Hardcover) เป็นหนังสือที่มีการรวมเล่มและหุ้มปกด้วยกระดาษหรือวัสดุอื่นที่หนา เพื่อเพิ่มความแข็งแรงปกติมักจะนิยมใช้กับการทำหนังสือตำรา หนังสืออ้างอิง หรือนวนิยายขนาดยาว



ภาพ 30 แสดงตัวอย่างหนังสือปกแข็ง

ที่มา: https://pantip.com/topic/35449089

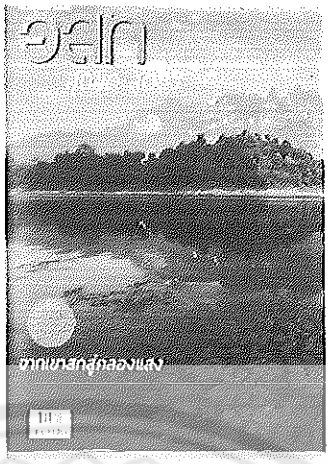
2. หนังสือปกอ่อน (Paperback) เป็นหนังสือที่มีการรวมเล่มและหุ้มปกด้วยกระดาษที่หนากว่าหน้าอื่น แต่ก็ไม่ใช่ปกแข็ง ทำให้มีความแข็งแรงทนทานน้อยกว่า แต่ก็มีราคาถูกกว่าในการผลิต จึงมีความนิยมที่จะพิมพ์หนังสือประเภทนี้มาก ซึ่งในปัจจุบันรู้จักกันในชื่อ พ็อกเก็ตบุ๊ค (ดังภาพ 2.30) ในต่างประเทศจะนิยมพิมพ์หนังสือเป็นปกแข็งก่อน เมื่อเริ่มออกขาย จนเมื่อผ่านไประยะหนึ่งจึงพิมพ์เป็นปกอ่อน



ภาพ 31 แสดงตัวอย่างหนังสือปกอ่อน

ที่มา: https://www.sanook.com/travel/1391904/

3. อนุสาร (Booklet) เป็นหนังสือที่มีการรวมเล่มและหุ้มปกด้วยกระดาษอ่อน มักมีขนาดเล็ก ๆ และมีหน้าไม่กี่หน้า ส่วนมากไม่ได้มีไว้จำหน่ายให้สาธารณะชน แต่มีเพื่อใช้ในหน่วยงานหรือกลุ่มสมาคม



ภาพ 32 แสดงตัวอย่างหนังสืออนุสาร

ที่มา: http://www.uebookexchange.com/product/28/อนุสาร-อสท-ปีที่-55-12-กรกฎาคม-2558

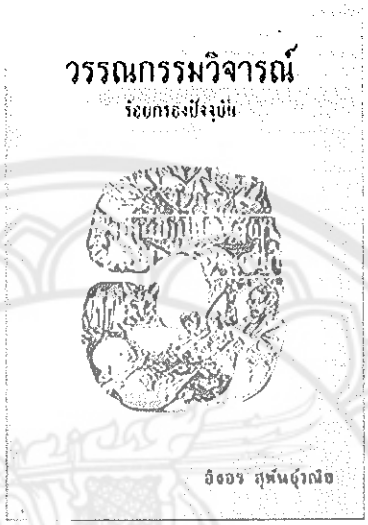
นอกจากนี้หากจะพิจารณาในการเนื้อหา จะสามารถแบ่งหนังสือออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. หนังสือร้อยแก้ว (Prose) เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาที่เขียนขึ้นเป็นรูปแบบความเรียงที่ไม่มีการบังคับฉันทลักษณ์ คือ ไม่ได้ใช้แบบแผนในเชิงโคลงกลอนใด ๆ

ภาพ 33 แสดงตัวอย่างหนังสือร้อยแก้ว

ที่มา: https://pantip.com/topic/31830744

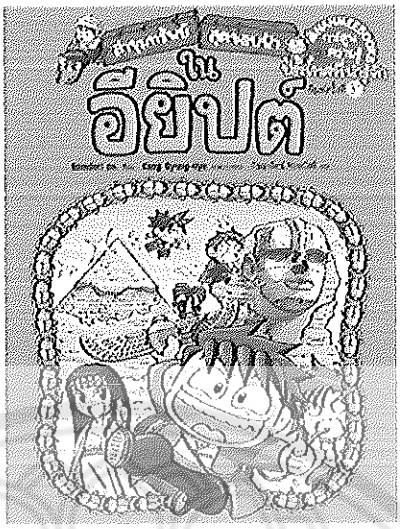
2. หนังสือร้อยกรอง (Poetry, Verse) เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาที่เขียนขึ้น ในรูปแบบที่เป็นไปตามการบังคับฉันทลักษณ์ คือ ใช้แบบแผนต่าง ๆ เช่น โคลง กลอน กาพย์ ร่าย ลิลิต เสภา ฯลฯ



ภาพ 34 แสดงตัวอย่างหนังสือร้อยกรอง

ที่มา: http://www.chulabook.com/description.asp?barcode=9786167514154

3. หนังสือการ์ตูน (Comic) เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาที่เขียนขึ้นในรูปแบบภาพวาดหรือบางครั้งก็เป็นภาพถ่ายในการถ่ายทอดเนื้อหา



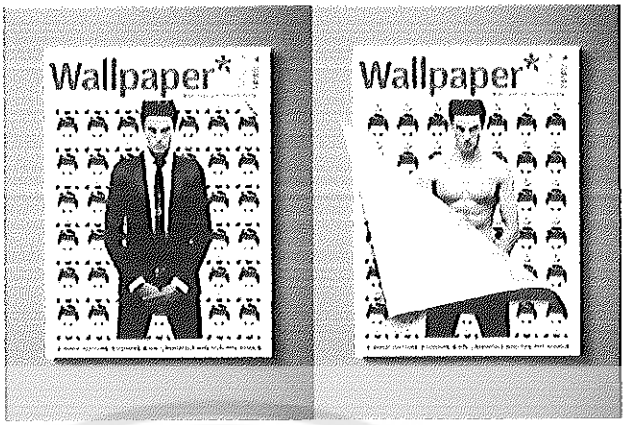
ภาพ 35 แสดงตัวอย่างหนังสือการ์ตูน

ที่มา: https://www.nanmeebooks.com/9786160442577.html

โดยสรุป การจำแนกหนังสือทำได้หลายแบบ โดยอาจจะแยกตามประเภทเนื้อหา ลักษณะรูปเล่ม หรือวิธีการเขียนเนื้อหา

นิตยสาร

นิตยสาร (Magazine) เป็นสิ่งพิมพ์ที่ประกอบด้วยหน้ากระดาษหรือวัสดุอื่นหลาย ๆ หน้าแล้วนำมารวมเข้าด้วยกันด้วยวิธีการต่าง ๆ เป็นรูปเล่มเช่นเดียวกับหนังสือ แต่มีเนื้อหาหลากหลาย โดยเนื้อหาเหล่านั้นจะต้องเป็นที่สนใจร่วมกันของบุคคลที่มีลักษณะนิสัยและรูปแบบการดำเนินชีวิตคล้ายคลึงกัน นิตยสารไม่มีการเรียงลำดับเนื้อหาเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ ผู้อ่านสามารถเลือกอ่านเรื่องใดก่อนหลังก็ได้



ภาพ 36 แสดงตัวอย่างการออกแบบนิตยสาร "Wallpaper"

ที่มา: https://www.campaignlive.co.uk/article/karl-lagerfeld-guest-edits-wallpaper-magazine-peelable-front-cover/936355

เนื่องจากนิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีผู้อ่านค่อนข้างแคบ หรือเฉพาะเจาะจงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์ การจำแนกประเภทนิตยสารจึงมีการแบ่งตามลักษณะของผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการแบ่งตามลักษณะของผู้อ่านนี้ จะมีผลเป็นการแบ่งตามลักษณะเนื้อหาไปด้วยในตัวเอง เนื่องจากผู้อ่านแต่ละกลุ่มก็จะมีความสนใจในเนื้อหาแต่ละประเภทแตกต่างกันคนข้างชัดเจน ซึ่งการแบ่งแบบนี้สามารถแยกนิตยสารออกเป็น 6 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. นิตยสารทั่วไป (General Magazing) เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายกว้างกว่านิตยสารประเภทอื่น นิตยสารทั่วไปนี้เป็นนิตยสารนิยมทำกันในช่วงแรก ๆ ของการทำนิตยสารในอดีต นิตยสารประเภทนี้จะมีเนื้อหาครอบคลุมในสิ่งที่ผู้คนทั่วไปสนใจ อย่างไรก็ตามนิตยสารประเภทนี้ไม่เป็นที่นิยมทำกันแล้วในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นเรื่องที่ยากที่จะทำนิตยสารที่ถูกใจผู้อ่านหลาย ๆ กลุ่มได้

2. นิตยสารเฉพาะ (Speciallzed Magazine) เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านเป็นกลุ่มเฉพาะเจาะจง และเป็นกลุ่มคน ที่มีลักษณะภูมิหลัง ลักษณะทางจิตวิทยาและพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตคล้ายคลึงกัน อีกทั้งมีความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ใกล้เคียงกัน นิตยสารเฉพาะนี้สามารถแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๆ ดังนี้

2.1 นิตยสารผู้หญิง

2.2 นิตยสารผู้ชาย

2.3 นิตยสารวัยรุ่น

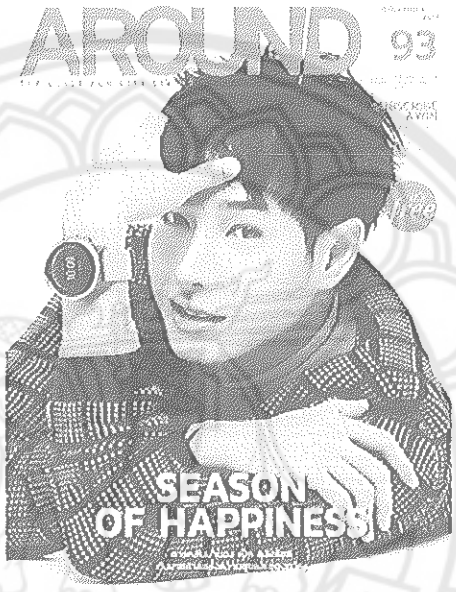
2.4 นิตยสารข่าว

2.5 นิตยสารธุรกิจ

2.6 นิตยสารบันเทิง

2.7 นิตยสารบ้าน การตกแต่ง และศิลปะ

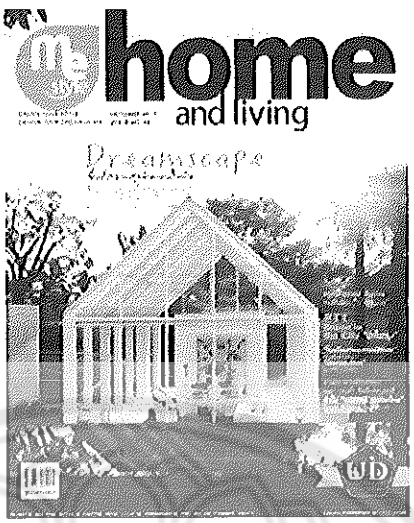
2.8 นิตยสารเฉพาะด้านอื่น ๆ



ภาพ 37 แสดงตัวอย่างนิตยสารเฉพาะ

ที่มา: http://www.magazinedee.com/home/main/issuelist/id/529-around.html

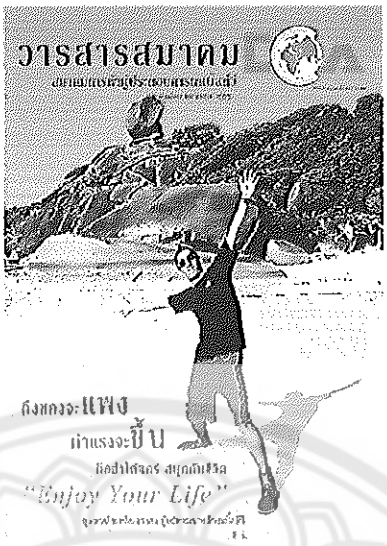
3. นิตยสารหรือวารสารวิชาชีพ (Trade Magazine/ Journal) (Professional Magazine/ Journal) เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านเป็นบุคคลกลุ่มอาชีพเดียวกัน เช่น แพทย์ สถาปนิก ฯลฯ โดยมีเนื้อหาจะเน้นเรื่องราวในวิชาชีพนั้น ๆ ทั้งในเชิงความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าใหม่ ๆ การรายงานผล การวิจารณ์ รวมทั้งเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลที่มีความสำคัญในวิชาชีพ นิตยสารประเภทนี้มักจะไม่มีวางจำหน่ายตามร้านทั่วไป ต้องมีการบอกรับเป็นสมาชิก



ภาพ 38 แสดงตัวอย่างนิตยสารหรือวารสารวิชาชีพ

ที่มา: http://www.magazinedee.com/home/main/magazinedetail/id/34914-me-style-home-and-living-vol-4-no-44-october-2017.html

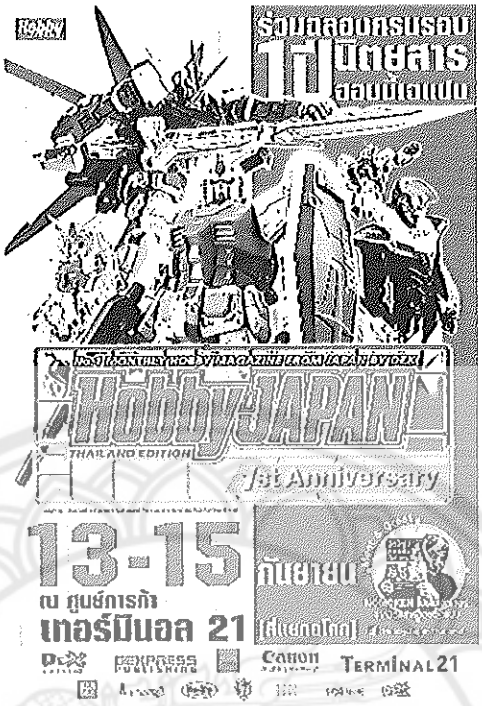
4. นิตยสารสมาคม (Association Magazine) เป็นนิตยสารที่ออกโดยสมาคมหรือองค์กร มีผู้อ่านเป็นสมาชิกของสมาคมนั้น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นสมาคมทางด้านวิชาชีพ เช่น สมาคมสถาปนิก หรือสมาคมทางการศึกษา เช่น สมาคมศิษย์เก่าของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เนื้อหาส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ของสมาคม รายงานทางด้านการใช้จ่าย และอาจมีบทความเรื่องน่ารู้ประกอบด้วย นิตยสารประเภทนี้มักจะคิดเงินรวมไว้แล้วกับค่าสมาชิกที่จ่ายให้กับสมาคม จึงไม่มีการวางขายตามร้านทั่วไป แต่จะส่งให้สมาชิกของสมาคมโดยตรง



ภาพ 39 แสดงตัวอย่างนิตยสารสมาคม

ที่มา: http://coacabletv.com/วารสาร-coa-ฉบับเดือน-มิถุนา

5. นิตยสารประชาสัมพันธ์ (Public Relation Magazine) เป็นนิตยสาร**ที่ออกโดย**บริษัท ผู้ผลิต หรือองค์กรรัฐบาล มีผู้อ่านเป็นลูกค้า ลูกจ้าง และผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้อง **นิตยสาร**ประเภทนี้ มีวัตถุประสงค์หลักคือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ผู้จัดทำ เนื้อหาจึง**เน้นไปที่การ**พัฒนา การขยาย หรือกิจกรรมต่าง ๆ นิตยสารประชาสัมพันธ์มักจะไม่มีการวางขายตา**มร้านทั่วไป** แต่จะส่งให้ผู้เป็นลูกค้า ลูกจ้าง หรือผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องโดยตรง



ภาพ 40 แสดงตัวอย่างนิตยสารประชาสัมพันธ์

ที่มา: https://akibatan.com/2013/09/hobby-japan-thailand-1st-anniversary/

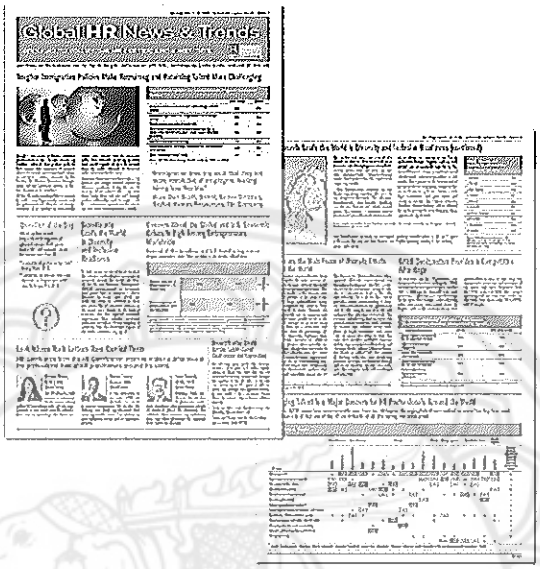
6. นิตยสารแทรกในหนังสือพิมพ์ เป็นนิตยสารที่ออกโดยหนังสือพิมพ์ โดยแทรกไว้ในฉบับวันใดวันหนึ่งของสัปดาห์ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นวันอาทิตย์ มีเนื้อหาครอบคลุมเนื้อหาหลากหลาย แต่มักเป็นเรื่องที่ไม่ได้เป็นข่าว ซึ่งต้องเสนออย่างรวดเร็ว เช่น เรื่องสถานที่ท่องเที่ยว ภาพยนตร์ ฯลฯ นิตยสารแทรกในหนังสือพิมพ์มักจะมีขนาดเล็กกว่าหนังสือพิมพ์ เช่น หากเป็นหนังสือพิมพ์ขนาดเต็มแผ่น มักจะใช้นิตยสารแทรกในหนังสือขนาดครึ่งแผ่น

โดยสรุป การจำแนกนิตยสารจะแยกตามประเภทเนื้อหาเป็นนิตยสารทั่วไป นิตยสารเฉพาะ นิตยสารหรือวารสารวิชาชีพ นิตยสารสมาคม นิตยสารประชาสัมพันธ์ และนิตยสารแทรกในหนังสือพิมพ์

การออกแบบหนังสือพิมพ์

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2550, น. 191-193) กล่าวว่า หนังสือพิมพ์ (Newspaper) เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีการรวมเป็นฉบับแต่ไม่มีการเย็บเล่ม มีเนื้อหาหลากหลาย โดยเนื้อหาเหล่านั้นแบ่งได้ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ส่วนที่เป็นข่าวและส่วนที่ไม่เป็นข่าวซึ่งหมายถึงความเห็นความรู้ต่าง ๆ

ที่ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไปในสังคม หนังสือพิมพ์ไม่มีการเรียงลำดับเนื้อหา ผู้อ่านสามารถเลือกอ่านเรื่องหรือข่าวใดก่อนหลังก็ได้



ภาพ 41 แสดงตัวอย่างการออกแบบหนังสือพิมพ์

ที่มา: http://www.terrybiddle.com/portfolio/design/

รูปแบบที่เป็นแนวนิยมของหนังสือพิมพ์สมัยใหม่นั้น ไม่ได้มุ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพียงอย่างเดียว แต่ยังมุ่งที่จะกระตุ้นความตื่นตัว มีชีวิตชีวา เพื่อให้แข่งขันได้กับสื่อใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น โดยมีจุดที่น่าสังเกต ดังนี้

1. การใช้สี หนังสือพิมพ์สมัยใหม่จะเน้นภาพสี่สีมากขึ้น โดยหน้าแรกที่พิมพ์สี่สีกลายเป็นสิ่งปกติของหนังสือพิมพ์ทั่วไป และมีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของการใช้หน้าสีขึ้นเรื่อย ๆ หนังสือพิมพ์เฉพาะด้าน เช่น หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจบางฉบับมีการพิมพ์สี่สีตลอดทั้งเล่ม การใช้สีในที่นี้รวมไปถึงการใช้ภาพสีจำนวนมาก และมีขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้นด้วย

2. การใช้องค์ประกอบอื่นทางเรขศิลป์ หนังสือพิมพ์สมัยใหม่ไม่ได้นำเสนอข้อมูลด้วยข้อความเนื้อหาเท่านั้น แต่ยังนำเสนอด้วยการสร้างแผนภูมิ แผนที่แบบต่าง ๆ หรือให้สถิติหรือข้อมูลที่ซับซ้อน เป็นที่เข้าใจได้ง่ายขึ้น

3. การจัดกลุ่มเนื้อหา หนังสือพิมพ์สมัยใหม่มุ่งสนองรูปแบบชีวิตอันเร่งรีบของคนสมัยใหม่โดยการจัดกลุ่มเนื้อหาที่เป็นความสนใจเดียวกันไว้ด้วยกัน เพื่อให้ง่ายและรวดเร็วต่อการค้นหา

4. การจัดวางองค์ประกอบ หนังสือพิมพ์สมัยใหม่จะใช้ระบบกริด เป็นโครงสร้างในการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ทำให้เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารแต่ละเรื่องมีรูปร่างเหมือนสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดต่าง ๆ ที่ถูกนำมาจัดเรียงไว้ด้วยกันในหน้ากระดาษ

สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจหรือสิ่งพิมพ์เบ็ดเตล็ด

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2550, น. 263-286) กล่าวว่า สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีการใช้ประโยชน์กันมายาวนาน อันที่จริงแล้วสิ่งพิมพ์ประเภทแรก ๆ ของโลกล้วนเป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ตัวอย่างเช่น โปสเตอร์ ซึ่งถือว่าเป็นสื่อแรกที่ใช้ในการประกาศข้อมูลให้คนจำนวนมากได้รับทราบอย่างมีประสิทธิภาพ แทนที่การใช้คนเปล่าประกาศในที่สาธารณะ

สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ คือ เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีการผลิตขึ้นเมื่อเกิดมีความต้องการจะใช้ประโยชน์ในการทำหน้าที่สื่อสารกับกลุ่มคนจำนวนมาก และเลิกการผลิตนั้นเมื่อการดำเนินการสื่อสารได้บรรลุผลตามตั้งใจแล้ว สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจโดยมากจึงมักจะไม่มีการเผยแพร่เป็นประจำ

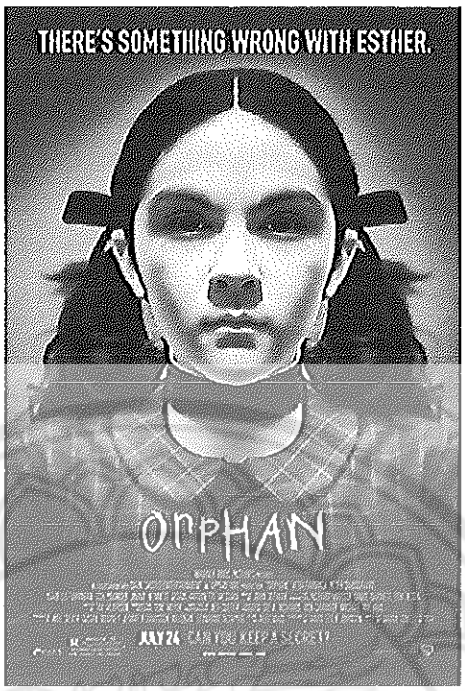
สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจมีรูปแบบที่หลากหลาย เนื่องจากเป็นสิ่งพิมพ์ที่เกิดขึ้นเพื่อสนองความซับซ้อนของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมเมืองซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันในเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต ความเข้าใจ และรสนิยม

สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจอาจจะทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณา เช่น โปสเตอร์โฆษณาสินค้าหรืออาจจะทำหน้าที่เป็นสื่อที่ให้ข้อมูล เช่น รายงานประจำปีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจมีหลักหลายชนิด และมีวัตถุประสงค์และลักษณะในการนำไปใช้งานที่แตกต่างกัน โดยสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่สำคัญในแง่การออกแบบ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว และรายงานประจำปี

การออกแบบโปสเตอร์

โปสเตอร์เป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจซึ่งมักใช้มากในการโฆษณาสินค้า บริการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงการโฆษณาชวนเชื่อ บางครั้งก็ใช้ในการให้ข้อมูลอย่างย่อ โปสเตอร์มีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียว มักมีขนาดใหญ่และพิมพ์ด้านเดียว การเผยแพร่มักจะใช้การติดตามผนัง บอร์ด กระจกหน้าร้าน และในสถานที่ที่คาดว่าจะมีกลุ่มเป้าหมายพบเห็น



ภาพ 42 แสดงตัวอย่างการออกแบบโปสเตอร์

ที่มา: https://th.wikipedia.org/wiki/ออร์แฟน_เด็กนรก

โปสเตอร์เป็นสื่อที่มีการใช้งานมาตั้งแต่สมัยโบราณแล้ว และการใช้โปสเตอร์ยิ่งแพร่หลายขึ้นเมื่อมีการคิดค้นระบบการพิมพ์ต่าง ๆ แต่โปสเตอร์ส่วนใหญ่ในอดีตจะเป็นโปสเตอร์ที่มีตัวหนังสือเป็นหลัก ส่วนภาพประกอบหากจะมีก็เป็นภาพลายเส้น โปสเตอร์ในรูปแบบสมัยใหม่นั้น เกิดขึ้นได้ด้วยปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง คือ การคิดค้นระบบการพิมพ์หิน (Lithography) ราวปี ค.ศ. 1798 ซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็นระบบโครโมลิโทกราฟิก (Chromolithography) ในช่วงทศวรรษปี ค.ศ. 1830 โดยระบบการพิมพ์นี้เป็นระบบแรกที่สามารถทำการพิมพ์สีหลาย ๆ สี เป็นภาพเหมือนจริงลงบนสิ่งพิมพ์ได้ ด้วยประโยชน์ที่สำคัญของการพิมพ์นี้เองที่ทำให้เกิดการนิยมครั้งใหม่ของโปสเตอร์ขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1880-1890 โดยมี จูลส์ เชอเรท (Jules Cheret) (ค.ศ. 1836-1932) ผู้ซึ่งมักจะได้รับการขนานนามว่า บิดาแห่งโปสเตอร์สมัยใหม่ และออองรี เดอตูลูส-โลเตร็ก (Henri de Toulouse-Lautrec) (ค.ศ.1864-1901) เป็นผู้บุกเบิกรูปแบบใหม่ในการออกแบบโปสเตอร์ในประเทศฝรั่งเศส

โปสเตอร์ถูกใช้เป็นสื่อในการโฆษณาชวนเชื่อ ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 โดยในประเทศสหรัฐอเมริกามีการพิมพ์โปสเตอร์กว่า 20 ล้านใบ หลังจากสงคราม รูปแบบของโปสเตอร์มีความ

ทันสมัยและเรียบง่ายขึ้น โดยอิทธิพลจากสถาบันเบาเฮาส์ในประเทศเยอรมนีและแนวนิยมสมัยใหม่อื่น ๆ ในยุโรป

ต่อมาในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ก็เริ่มมีการนำภาพถ่ายมาใช้มากขึ้นในการออกแบบโปสเตอร์ และภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อโทรทัศน์เริ่มเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้นโปสเตอร์จึงมีความสำคัญน้อยลง แต่การพัฒนาทางการออกแบบโปสเตอร์อย่างต่อเนื่องในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และต่อมาในอีกหลายประเทศทั่วโลก ทำให้โปสเตอร์สมัยใหม่มีรูปแบบที่หลากหลาย และสามารถตอบสนองรสนิยมของผู้บริโภคยุคใหม่ได้ อีกทั้งโปสเตอร์ก็ยังเป็นสื่อที่ราคาถูกกว่าสื่อโทรทัศน์เมื่อเปรียบในด้านเงินงบประมาณค่าใช้จ่ายในการผลิตและเผยแพร่ ก็ยังเป็นสื่อที่ราคาถูกกว่าสื่อโทรทัศน์เมื่อเปรียบในด้านเงินงบประมาณค่าใช้จ่ายในการผลิตและเผยแพร่ นอกจากนั้นโปสเตอร์ ยังสามารถเข้าถึงชุมชนที่ห่างไกลได้ทั่วถึง ทำให้โปสเตอร์ยังคงเป็นสิ่งพิมพ์หลักสื่อหนึ่งเรื่อยมา จนแม้ในปัจจุบันที่มีสื่อต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่ความนิยมในการใช้โปสเตอร์ก็ยังคงมีต่อเนื่องเสมอมา

ส่วนประกอบของโปสเตอร์

1. พาดหัว
2. ภาพ
3. เนื้อหา
4. ภาพสินค้า

การวางแผนการออกแบบโปสเตอร์

1. การกำหนดขนาดและรูปแบบโปสเตอร์
2. รูปแบบของภาพ
3. รูปแบบของตัวอักษร

ระบบกริดสำหรับการออกแบบโปสเตอร์

1. โมดูลาร์กริด
2. ไฮราซิเคิลกริด

กระดาษที่นิยมใช้พิมพ์โปสเตอร์ (Poster)

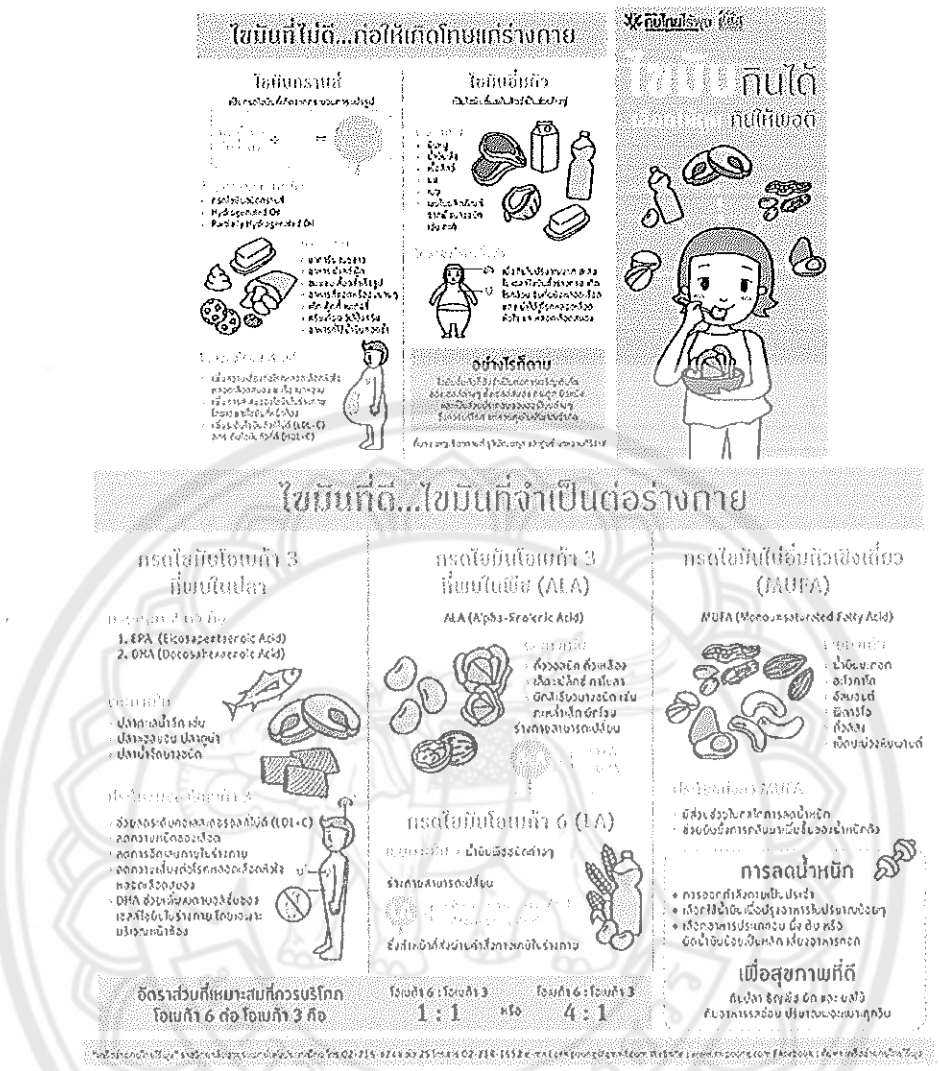
1. อาร์ตมัน 130-160 แกรม
2. อาร์ตมัน 190-310 แกรม
3. กระดาษปอนด์ 80-120 แกรม

ขนาดมาตรฐานโปสเตอร์ (Poster)

1. ขนาด 29.7x42 cm (A3)
2 ขนาด 42x59.4 cm (A2)
3. ขนาด 59.4x84 cm (A1)
4. ขนาด 31.0x21.0 นิ้ว
5. ขนาด 15.5x21.0 นิ้ว

การออกแบบแผ่นพับ

แผ่นพับ หมายถึง กระดาษที่พิมพ์ข้อมูลลงไป อาจจะพิมพ์ 1 ด้าน หรือ 2 ด้าน พิมพ์ 4 สี 2 สี หรือพิมพ์สีเดียว และมีการพับแผ่นพับ ที่นิยมพับกันจะเป็นนำใบปลิว A4 มาพับเป็นแผ่นพับ 2 พับ 3 ตอน หรือพับครึ่ง การผลิตแผ่นพับยิ่งพิมพ์จำนวนมากราคาต่อหน่วยจะยิ่งถูกลงเรื่อย ๆ แผ่นพับเป็นเอกสารที่มักใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ส่งข้อมูลให้สาธารณะไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูลในเชิงความรู้ หรือทางการขายสินค้า หรือเพื่อประโยชน์อื่นการจัดทำแผ่นพับนั้นอาจจะใช้วิธีถ่ายเอกสาร พิมพ์อิงค์เจ็ท พิมพ์เลเซอร์ หรือ การพิมพ์ออฟเซต การพิมพ์ออฟเซต 4 สีให้คุณภาพสีที่สดสวยและมีต้นทุนถูก รวมไปถึงยังสามารถพิมพ์ลงบนกระดาษอาร์ตมันได้



ภาพ 43 แสดงตัวอย่างการออกแบบแผ่นพับ

ที่มา: http://www.raipoong.com/content/detail.php?section=&category=&id=378

ประโยชน์ของแผ่นพับ

1. เพิ่มโอกาสให้กับการขาย
2. สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร
3. ลดต้นทุน ลดเวลาในการตอบคำถาม

ส่วนประกอบของแผ่นพับ

1. ปกหน้า
2. เนื้อใน

การวางแผนการออกแบบแผ่นพับ

1. การกำหนดขนาดและรูปแบบขึงแผ่นพับ

2. การกำหนดลักษณะการเผยแพร่

3. การกำหนดลำดับการอ่าน

ระบบกริดสำหรับการออกแบบแผ่นพับ

1. คอลัมน์กริด

2. โมดูลาร์กริด

ขนาดแผ่นพับ

1. ขนาดแผ่นพับที่นิยมกันนอกเหนือจาก A4 พับเป็น 2 พับ 3 ตอน หรือเป็นแผ่นพับ A4 แล้วพับครึ่งนั้นก็จะมี

2. ขนาดการออกเป็น A3 (29.7x42.0 cm) พับครึ่งสำหรับเป็น A4 (21.0x29.7 cm)

3. ขนาดการออก 21.0x20 cm (ประมาณ 2 ใน 3 ของ A4) แล้วพับครึ่งเป็น 21x10 cm

4. ขนาด A4 3 ตอนยาว (29.7x63.0 cm) แล้วพับเหลือเป็นขนาด A4 (21.0x29.7 cm)

ชนิดกระดาษที่ใช้ออกแบบแผ่นพับ

1. กระดาษปอนด์ 60-100 แกรม ในกรณีเน้นประหยัด กระดาษปอนด์ที่บางที่สุดที่สามารถพิมพ์ 4 สี 2 ด้านได้โดยยังดูไม่ทะลุจะเป็นกระดาษปอนด์ 70 แกรม

2. กระดาษอาร์ตมัน 85-160 แกรม เพื่อความดูดี ดูมีราคาของแผ่นพับขึ้นมาโดยกระดาษอาร์ตมัน 85 แกรมยังสามารถที่จะพิมพ์ออฟเซ็ต 4 สี 2 ด้านได้ดีอยู่

3. กระดาษอาร์ตการ์ด 190 แกรมขึ้นไป กระดาษการ์ดมีความหนาทำให้ไม่สามารถพับได้เลยทันที จะต้องปั๊มรอยพับก่อนแล้วจึงจะสามารถพับตามรอบพับได้

4. กระดาษการ์ดขาว กระดาษปก กระดาษนอก กระดาษแฟนซีกระดาษชนิดอื่น ๆ

เทคนิคพิเศษสำหรับออกแบบแผ่นพับ

1. การเคลือบยูวีมันจะทำให้แผ่นพับดูมันวาวขึ้น นิยมใช้กันในหมู่การท่องเที่ยวโดยเฉพาะทางทะเล

2. การเคลือบลามิเนต หรือ PVC ด้านจะทำให้แผ่นพับดูเรียบด้าน หรูหราขึ้นและมีความเหนียว และความหนาเพิ่มมากขึ้นจากการมีชั้นพลาสติกมาเคลือบไว้อีกชั้นบนกระดาษ เป็นลักษณะงานที่เป็นที่นิยมกันในหมู่โรงแรม

3. การปั๊มนูน ปั๊มทอง เหมาะที่จะพิมพ์สำหรับแผ่นพับที่เน้นความหรูหรา เป็นลักษณะกระดาษการ์ด เนื่องจากมีราคาต่อหน่วยสูง การไดคัทเป็นรูปทรงพิเศษ การพิมพ์งานสี

พิเศษ สีที่ 5 สีที่ 6 ใช้พิมพ์เพิ่มสีในกรณีที่มีสีที่แม่พิมพ์สี CMYK ไม่สามารถพิมพ์ออกมาได้ เช่น สีทอง สีเงิน เป็นต้น

สรุปการออกแบบสิ่งพิมพ์

การผลิตสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยได้เกิดมีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาในแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช แต่ยังไม่มีสิ่งพิมพ์ภาษาไทยการพิมพ์ สิ่งพิมพ์ภาษาไทยในประเทศไทยนั้นเริ่มมีขึ้นในรัชสมัยรัชกาลที่ 3 โดยมีนายแพทย์แดน บีช แบรดลีย์ หรือ "หมอบรัดเลย์" เป็นผู้บุกเบิก สิ่งพิมพ์มีการผลิตแพร่หลายในหมู่ชนชั้น ผู้นำ แวดวงราชการ และชาวต่างประเทศในประเทศไทยมากขึ้นในสมัยราชการที่ 4 และขยายตัวไปสู่สาธารณะชนในสมัยรัชกาลที่ 5 เมื่อเริ่มมีระบบโรงเรียนอย่างเป็นทางการ และแผนการศึกษาสำหรับประชาชนและต่อมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 ได้เกิดสิ่งพิมพ์หลากหลายรูปแบบมากขึ้น สิ่งพิมพ์ซบเซาลงในรัชกาลที่ 7 และกลับมาเติบโตหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ. 2475 และมีพัฒนาการเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

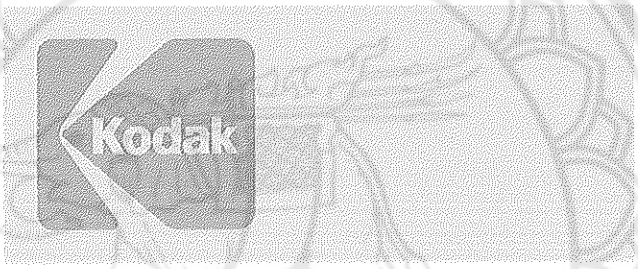
งานกราฟิกบนสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณามีหลายประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อทางด้านสิ่งพิมพ์ ปัจจุบันในวงการธุรกิจ นิยมใช้สื่อประเภทนี้ค่อนข้างสูง เพื่อช่วยส่งเสริมการขาย เพิ่มการตลาด หรือในบางที่ก็ใช้เป็นตัวขายสินค้า ต้องมีความสวยงาม น่าสนใจ ดึงดูดสายตา น่าประทับใจ ชี้แจงให้เข้าถึงประโยชน์ที่จำเป็นหรือเพื่อกระตุ้นเตือนความทรงจำ คุ้มค่าต่อการลงทุน วิธีในการสร้างสรรค์สื่อสิ่งพิมพ์มีมากมาย และตัวสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาเองก็มีการพัฒนาตัวเองให้ทันกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เข้ามา จึงช่วยส่งเสริมแนวทางในการออกแบบงานกราฟิก และเทคนิคในการออกแบบได้เป็นอย่างดี อีกทั้งกระบวนในการผลิตสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์นี้ก็ไม่ได้ยุ่งยากเหมือนแต่ก่อนแล้ว

สิ่งพิมพ์ หมายถึง วัสดุที่ได้รับการผลิตขึ้น ด้วยกระบวนการทางการพิมพ์ระบบต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสื่อสาร และมีการผลิตออกมาเป็นสำเนา เพื่อแจกจ่ายให้กับผู้อ่าน สิ่งพิมพ์แบ่งออกได้เป็น 4 ปะเภท ใหญ่ ๆ คือ หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร นิตยสาร และสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ

5. สีในงานออกแบบกราฟิก

สีได้ถูกใช้ในการสื่อความหมายแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในอดีตสีถูกใช้เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของหรือแสดงลำดับชั้นของยศถาบรรดาศักดิ์ แต่ในปัจจุบันสีได้ถูกใช้งานอย่างกว้างขวางขึ้นในฐานะตัวแทนของกลุ่มองค์กรและบริษัทต่าง ๆ เพื่อเชิงพาณิชย์มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น สีเหลืองของกล้องฟิล์มสีโกดัก และสีแดงของกระป๋องเครื่องดื่มโค้ก ล้วนเป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายขององค์กรนั้นทั้งสิ้น นอกจากนั้นสียังถูกใช้เพื่อสร้างบรรยากาศ ถ่ายทอดความรู้สึกและอารมณ์ต่าง ๆได้ สื่อกราฟิกต่าง ๆเช่น สีของบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์

โรมาเทอราปี เป็นต้น สีถือได้ว่าเป็นกุญแจสำคัญเสมอในการสื่อความหมายของการออกแบบกราฟิก และสีช่วยในการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาสู่งานออกแบบได้เพราะสีมีแนวโน้มที่จะปรากฏชัดเจน ต่อสายตาของเรา และมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์เราเสมอ จากการศึกษาทฤษฎีสีความหมายสีและจิตวิทยาของสี ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก ทำให้เราพบว่าสีได้เชื่อมโยง ความหมาย ความคิด อารมณ์ และความรู้สึกของคนเราแต่ละคนกับสิ่งต่าง ๆรอบตัว โดยผ่านประสบการณ์ที่เราได้รับ จนเกิดเป็นส่วนผสมที่สำคัญ ต่อการรับรู้และการตีความหมายของสี แต่มีข้อพึงระวังเนื่องจากประสบการณ์การรับรู้สีของแต่ละวัฒนธรรมแตกต่างกัน ดังนั้นนักออกแบบ จำเป็นต้องศึกษาความหมายของสี การเชื่อมโยงความหมายกับสิ่งต่าง ๆ ของวัฒนธรรมนั้น ๆ (ศิริพร ปีเตอร์, 2549, น. 105)



ภาพ 44 แสดงสีเหลืองของกล้องฟิล์มสีโกดัก

ที่มา: https://www.logodesignlove.com/kodak-logo

ภาพ 45 แสดงสีแดงของโคคาโคล่า

ที่มา: https://www.packagingnews.co.uk/news/materials/metal/coca-cola-design-spain-10-03-2015

พื้นฐานการใช้สีในงานกราฟิก

ความเข้าใจหลักการของการเลือกใช้สีอย่างลึกซึ้งนั้นเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบและยังเป็นหนังในเครื่องมือการออกแบบด้านกราฟิกที่สำคัญอีกด้วย การเลือกใช้สีมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมากมาย และการรวบรวมสีจากแหล่งต่าง ๆ ล้วนไม่มีที่สิ้นสุด ตั้งแต่สีจากหมึกพิมพ์ไปจนถึงสีจากหน้าจอที่เรามองเห็น ซึ่งสีแต่ละสีนั้นก็มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง สีมีความเป็นเอกลักษณ์ เป็นภาษาที่ซับซ้อน และมีความสามารถในการเปลี่ยนความหมายของตัวเองเมื่อไปจับคู่กับสีอื่น ๆ เมื่อคุณเลือกสีเพื่อจะนำมาใช้กับงานออกแบบ คุณต้องคำนึงถึงความตัดกันและความกลมกลืนกันของสี และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อความชัดเจนในการพิมพ์ นอกจากนี้คุณยังสามารถสร้างอารมณ์ของงานออกแบบโดยการใช้จิตวิทยาด้านสี แต่คุณจะต้องมั่งใจว่าคุณนั้นได้เลือกสีที่สื่อถึงข้อความได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้ผู้เข้าชมสามารถเข้าถึงสิ่งที่คุณต้องการจะสื่อออกไปได้ (จุติพงศ์ ภูสุมาศ, และสุวิภา แซ่อึ่ง, 2558, น. 88-91)

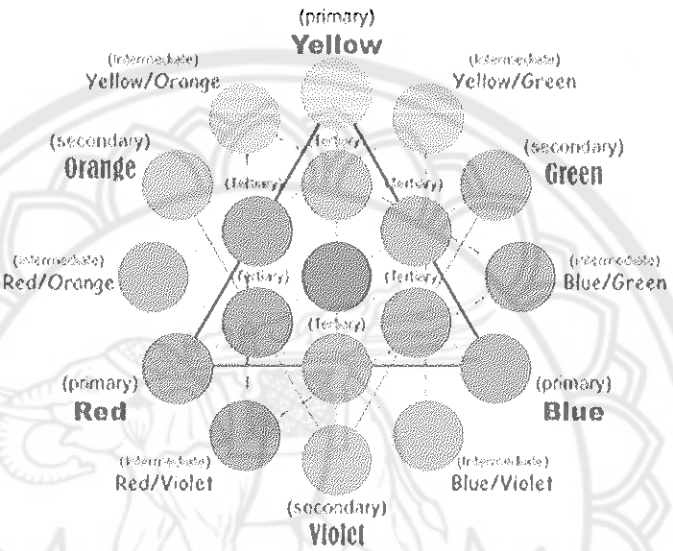
การทำความเข้าใจวิธีการเลือกหรือกำหนดสีเพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ใด ๆ นักออกแบบจะต้องพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการทำงานของสี วิธีการจัดประเภทสี และเงื่อนไขต่าง ๆ ของสีเป็นอันดับแรก โดยสีสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้านหลักคือ เนื้อสี, โทนสี และความสดของสี โดย "เนื้อสี" หมายถึง ชื่อทั่วไปของสี เช่น สีแดง สีเหลือง หรือสีน้ำเงิน ในเนื้อสีหนึ่ง ๆ จะมีหลายรูปแบบตั้งแต่ สว่าง (สีอ่อน) จนถึงมืด (สีเข้ม) ซึ่งจะเรียกว่าโทนสีหรือน้ำหนักสี นอกจากนี้เนื้อสียังสามารถแบ่งได้ตามความสดหรือความเข้มของสี (อาจเรียกได้ว่าความหนาแน่นของสี) ความสดของสีจะมีตั้งแต่ความหนาแน่นสูงจนถึงความหนาแน่นต่ำ หรือตั้งแต่สว่างจนถึงมืด สียังสามารถอธิบายได้ด้วยอุณหภูมิและพลวัตของสี เนื้อสีที่มีสเปกตรัม (Spectrum) ย่านสีแดงจะให้ความรู้สึกอบอุ่นและใกล้ชิดต่อผู้ชมมากกว่าเนื้อสีที่มีสเปกตรัมย่านสีน้ำเงินที่ให้ความรู้สึกเย็นและห่างไกล

การจับคู่สี เช่น สีแดงกับสีเขียวนั้นอยู่ตรงข้ามกันในวงล้อสี (Color wheel) ในขณะที่สีที่คล้ายคลึงอย่างสีเขียวกับสีน้ำเงินจะอยู่ติดกัน ก่อนอื่นเราต้องคำนึงถึงความคมชัดเป็นอับดับแรก จากนั้นจึงค่อยเชื่อมต่อไปยังความกลมกลืน เมื่อนำสีมารวมกันย่อมส่งผลต่อกันและกันอย่างลึกซึ้ง มักอาจจะตัดหรือผสมผสานเข้าด้วยกัน อาจโดดเด่นเมื่อนำมารวมกันอีกสีหนึ่ง และกลืนหายไปเมื่อนำมาวางกับอีกสีหนึ่งก็ได้ ยิ่งคุณทดลองด้านสี คุณจะยิ่งเข้าใจหลักการเลือก และจัดกลุ่มเนื้อสีเพื่อสื่อความหมายได้ดียิ่งขึ้น

คุณลักษณะของสี

วงล้อสี (Color wheel)

เมื่อลองเอารุ้งกินน้ำมาทำให้เป็นแถบวงกลม เราจะได้วงที่มีสี 8 สีโดยเพิ่มสีม่วงซึ่งเป็นรอยบรรจบระหว่างสีม่วงกับสีแดงเข้าไปอีก 1 สี โดยถ้าเพิ่มสีเขียวเหลือง เหลืองส้ม แสด และน้ำเงินเขียวเข้าไปอีก 4 สี ก็จะได้วงจรสีธรรมชาติ 12 สีที่มีความสมดุลกัน



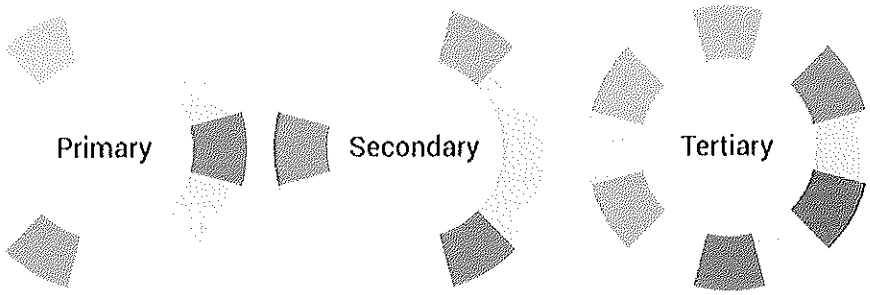
ภาพ 46 แสดงวงล้อสี

ที่มา: https://lifehacker.com/learn-the-basics-of-color-theory-to-know-what-looks-goo-1608972072

สีขั้นด้านในจำนวน 12 สีนั้นมีอยู่ 3 สี สีขั้นที่ 1 (Primary color) ที่เราไม่อาจผสมขึ้นได้ คือ สีเหลือง สีแดง และสีน้ำเงินที่เราเรียกกันว่าแม่สี

สีขั้นที่ 2 (Secondary color) ถ้านำแม่สีมาผสมกันทีละคู่เราจะได้สีขั้นที่ 2 คือ สีส้ม สีเขียว และสีม่วง

สีขั้นที่ 3 (Tertiary color) ถ้านำสีขั้นที่ 2 มาผสมกันทีละคู่เราจะได้เพิ่มอีก 6 สี คือ สีเหลืองส้ม สีแดงส้ม สีเขียวเหลือง สีเขียวน้ำเงิน สีม่วงแดง สีม่วงน้ำเงิน สีกลาง ถ้านำทุกสีมาผสมกันจะได้สีเทาแก่ ๆ เกือบดำเรียกกว่าสีกลาง หรือเอาแม่สีมาผสมกันก็จะได้สีกลางเช่นเดียวกัน

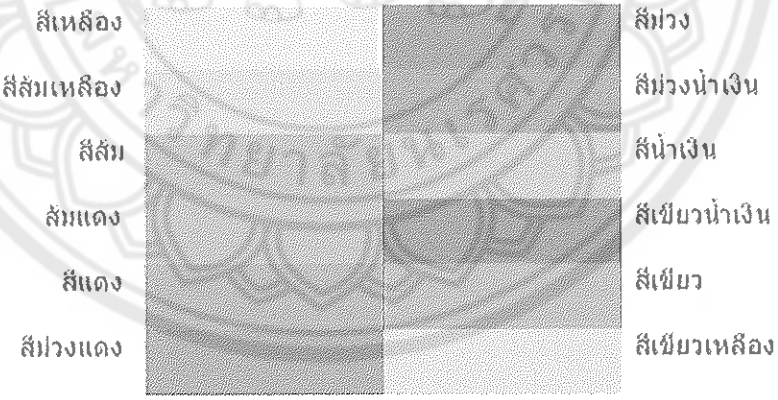


ภาพ 47 แสดงสีขั้นที่ 1 (Primary color) สีขั้นที่ 2 (Secondary color) สีขั้นที่ 3 (Tertiary color)

ที่มา: http://firstascentdesign.com/choosing-the-right-color-palette-for-your-brand/

คู่สี

สีที่อยู่ตรงกันข้ามกันในวงจรสีธรรมชาติ เมื่อนำมาวางคู่กันจะทำให้เกิด**ความสดใส** เพราะเป็นคู่ที่ตัดกันและขัดแย้งกัน ถ้านำคู่สีมาผสมกันจะได้สีกลาง ถ้านำสีหนึ่งเ**จือลงในคู่สี** เล็กน้อยจะทำให้เกิดความหม่น



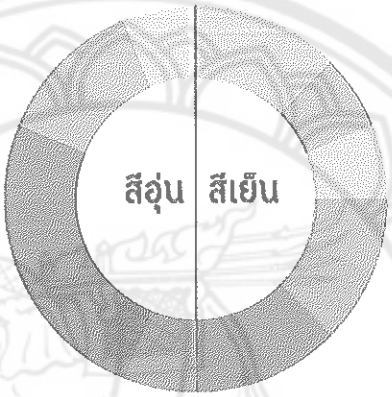
ภาพ 48 แสดงคู่สี

ที่มา: http://54020636simalinee.blogspot.com/2011/12/

สีอุ่นและสีเย็น

เราสามารถแบ่งวงจรสีออกเป็น 2 ส่วนด้วยเส้นแนวดิ่งเส้นหนึ่ง ได้แก่ สีวรรณะอุ่นคือ เหลือง (ครึ่งหนึ่ง) เหลืองส้ม ส้ม แดงส้ม แดง ม่วงแดง และ ม่วง

อีกซีกคือสีวรรณะเย็นคือ สีเหลือง (อีกครึ่งหนึ่ง) เหลืองเขียว น้ำเงินเขียว น้ำเงิน ม่วงน้ำเงิน และ ม่วง (อีกครึ่งหนึ่ง) โดยสีม่วงและสีเหลืองจะเป็นวรรณะกลาง ๆ คือถ้าอยู่ในกลุ่มสีอุ่นก็จะอุ่นด้วย ถ้าอยู่ในกลุ่มร้อนก็จะร้อนด้วย

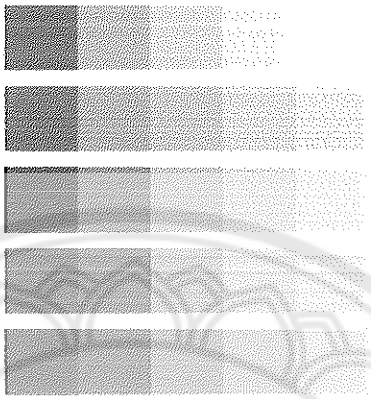


ภาพ 49 แสดงสีอุ่นและสีเย็น

ที่มา: http://baandotkosana.com/2013/06/colors/

น้ำหนักของสี (Value)

ความสว่างและความมืดของสี เช่น ถ้าเราเอาสีขาวไปผสมกับอีกสีหนึ่งสีนั้นจะสว่างขึ้น

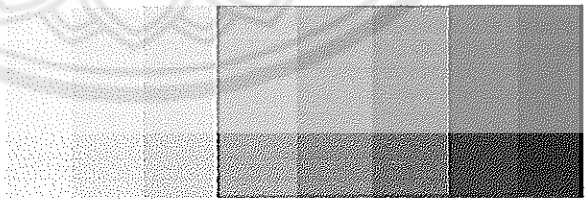


ภาพ 50 แสดงน้ำหนักของสี (Value)

ที่มา: http://www.hun.is/tiu-leidir-til-ad-auka-jakvaeda-orku-a-heimilinu/bildschirmfoto-2011-12-12-um-22-57-54/

ความจัดของสี (Intensity)

ความเข้มของสี ความสดหรือความบริสุทธิ์ของสี ๆ หนึ่ง เช่น สีที่ถูกสีดำผสมเข้าไปทำให้หม่นหมอง ความจัดของสีจะเรียงลำดับจากจัดสุดไปหม่นสุดด้วยการเพิ่มปริมาณของสีดำที่ผสมเรียงกันไปตามลำดับ

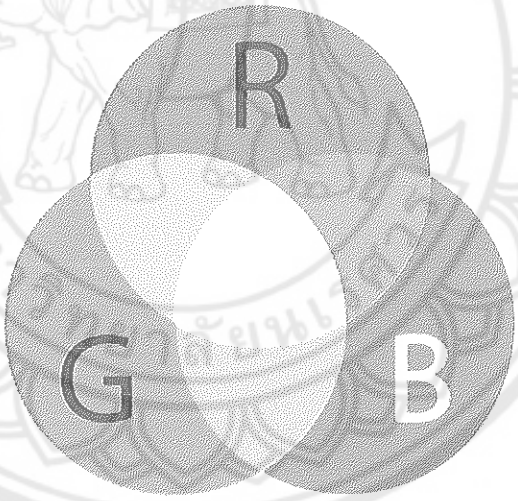


ภาพ 51 แสดงความสดของสี (Saturation)

ที่มา: https://karengillistaylor.files.wordpress.com/2010/01/valuescale.jpg

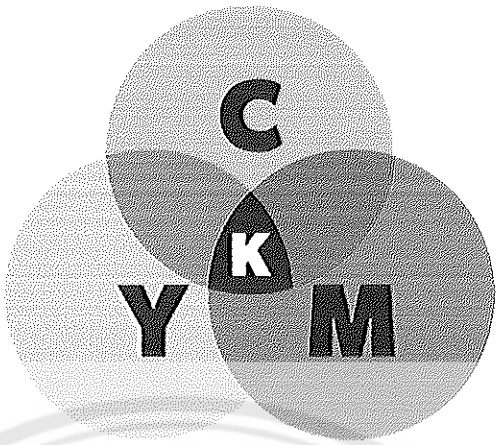
สีปฐมภูมิแบบบวกและสีปฐมภูมิแบบลบ

เพื่อทำความเข้าใจในการทำงานของสี จุดที่สำคัญที่สุดคือการรู้จักสีที่เกิดจากแสง (สีแบบบวกหรือระบบสี RGB) และสีที่เกิดจากเม็ดสี (สีแบบลบหรือระบบสี CMYK) ซึ่งทั้งสองแบบทำงานแตกต่างกัน เพื่อให้มองเห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน หากคุณทำงานด้วยคอมพิวเตอร์ของคุณ สีที่แสดงบนหน้าจอ (ระบบสี RGB) จะไม่เหมือนกับสีที่คุณพิมพ์ออกมา (ระบบสี CMYK) ปรากฏการณ์นี้สร้างปัญหาให้กับงานพิมพ์เป็นอย่างมาก เช่น สีที่แสดงอยู่บนหน้าจอนั้นจะมีความสว่างมากกว่าสีที่ได้จากงานพิมพ์ เมื่อไรก็ตามที่คุณทำงานด้วยระบบสีแบบลบในการพิมพ์แต่ละสีจะถูกพิมพ์ลงบนกระดาษเพื่อกลบพื้นสีขาว และหากใช้สีปฐมภูมิทั้งสามมาซ้อนทับกันจะเกิดเป็นสีดำ ในวงล้อสีแสดงให้เห็นว่าสีปฐมภูมิจะประกอบด้วยสีแดง สีเหลืองและสีน้ำเงิน ส่วนสีทุติยภูมิจะเกิดขึ้นจากการผสมสีปฐมภูมิเข้าด้วยกัน จะได้ออกมาเป็นสีส้ม สีเขียว และสีม่วงส่วนสีตติยภูมิคือการผสมกันระหว่างสีทุติยภูมิสองสีเข้าด้วยกัน ดังนั้น คำว่า "พิมพ์ 4 สี" หมายถึงการใช้สี 4 สีในการผสมกันเป็นทุก ๆ สี สีดังกล่าว ได้แก่ ฟ้าอมเขียว แดงอมม่วง เหลือง ดำ



ภาพ 52 แสดงสีแบบบวกหรือระบบสี RGB

ที่มา: https://hisour.com/rgb-color-model-24867/

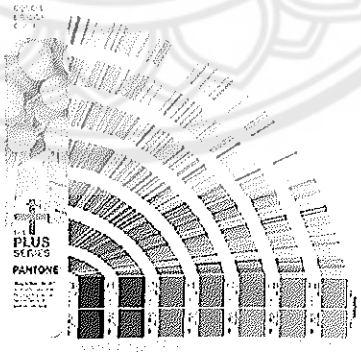


ภาพ 53 แสดงสีแบบลบหรือระบบสี CMYK

ที่มา: https://hisour.com/rgb-color-model-24867/

สีแพนโทน (Pantone)

สีแบบบวกที่ใช้ในงานออกแบบจะเรียกว่าสีพิเศษ เมื่อคุณต้องการเลือกสีที่จะนำไปใช้งาน คุณอาจจะใช้ระบบการจับคู่สีสากล หรือที่คุณรู้จักกันในชื่อของระบบการจับคู่สีแพนโทน (PMS) สีแพนโทนเกิดจากการผสมสีระหว่าง 15 เม็ดสี (รวมทั้งสีดำและสีขาว) และยังเป็นพื้นฐานที่ใช้ในการผสมสีสำหรับงานพิมพ์ ระบบนี้จะแตกต่างจากระบบสี CMYK แต่บางสีของแพนโทนอาจจะให้สีที่เหมือนกันกับระบบ CMYK



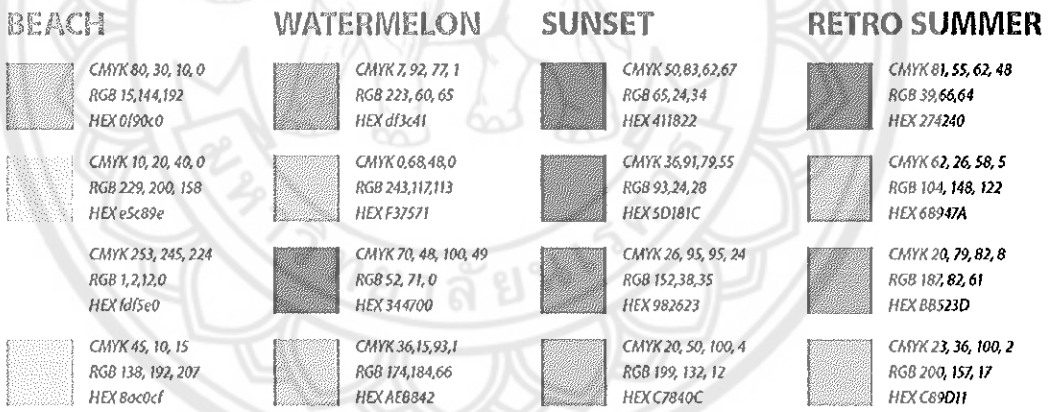
ภาพ 54 แสดงสีแพนโทน (Pantone)

ที่มา: https://www.pantone.com/products/graphics/color-bridge-coated

รูปแบบและตารางชุดสี

เมื่อเราใช้ระบบการพิมพ์ 4 สี (CMYK) คุณจะพบว่าการระบุสีที่ถูกต้องจะเกิดประโยชน์ต่อการใช้งานต่อไป คุณสามารถเลือกสีที่ต้องการพิมพ์จากตัวอย่างสีทั้งหมดที่โรงพิมพ์มี โดยตัวอย่างสีจะแสดงให้คุณเห็นสีทั้งหมดที่สามารถพิมพ์ขึ้นมาได้ โดยการระบุค่าสีที่มาผสมเข้าด้วยกัน ได้แก่ สีฟ้าอมเขียว, แดงอมม่วงเหลือง, ดำ (CMYK) เมื่อไรก็ตามที่คุณต้องการออกแบบการพิมพ์ด้วยการอ้างอิงสีจากหน้าจอ โปรดดูให้มั่นใจว่าคุณได้ใช้ระบบสี CMYK ไม่ใช่ระบบสี RGB หากคุณได้สีที่ต้องการแล้วคุณสามารถสร้างแถบสีใหม่ลงในแผ่นงานของคุณ และระบุข้อความแตกต่างของสี วิธีนี้จะช่วยให้งานพิมพ์ที่ออกมามีสีที่ตรงกับต้นฉบับที่ต้องการ

ตารางชุดสีเป็นเครื่องมือที่ดีในการใช้งานใช้อ้างอิงค่าสูตรสี ที่ใช้ในการพิมพ์ตั้งแต่กระบวนการออกแบบที่สามารถหาสูตรของสีบนหน้าจอแสดงผลในรูปแบบของเปอร์เซ็นต์ CMLK ที่แสดงเป็นตัวเลข อยู่บนแกนตั้งและแกนนอนของตาราง นักออกแบบสามารถทดลองหาสูตรของสีด้วยตนเอง เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้นตารางชุดสีที่มีอยู่ จะแบ่งออกเป็นสูตรสีหลายรูปแบบเช่น สูตรสองสี สูตรสี่สี การไล่เฉดสีเทาซึ่งอาจจะนำแถบสีที่สร้างขึ้นนี้มาพิมพ์กำกับไว้บนชิ้นงาน



ภาพ 55 แสดงตัวอย่างตารางชุดสีแสดงค่า (CMYK)

ที่มา: https://creativeready.com/4-great-color-sets-for-summer-designs/

สีและการรับรู้ (Color Legibility)

จุติพงศ์ ภูสุมาศ, และสุวิภา แซ่อึ่ง (2558, น. 92-93) กล่าวว่า ประสบการณ์เกิดขึ้นจากการทำงานจะเป็นสิ่งที่ทำให้เห็นมุมมองในการเลือกใช้สีที่เหมาะสมกับการออกแบบกราฟิก การเลือกใช้สีและความชัดเจนของสิ่งนั้น จะมีความแตกต่างกันอย่างมาก โดยมันจะเกิดขึ้นกับว่าเรามองสีนั้น ๆ ผ่านหน้าจอแสดงผลหรือมองผ่านการพิมพ์สีมีอิทธิพลและผลกระทบอย่างมากต่อการรับรู้ ดังนั้นเราควรต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วน ในส่วนความตัดกันและความกลมกลืนของสีจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจในงานออกแบบ

นักออกแบบเว็บไซต์ หรือโปรเจกต์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงผลผ่านจอ เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ การทำงานจะใช้สีแบบบวกในโหมด RGB ซึ่งเป็นโหมดสีที่แสดงผลระหว่างจอสู่จอได้ค่อนข้างน่าเชื่อถือและมีความเข้มสีได้มาตรฐาน แม้บางครั้งการเลือกใช้สีที่แตกต่างกันเพียงเล็กน้อย อาจไม่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมของงานแต่อาจส่งผลต่อการสั่นที่ขอบของสีได้ แต่ถ้าเป็นนักออกแบบ ในงานสื่อสิ่งพิมพ์ จะใช้โหมดสี CMLK จะได้งานพิมพ์ที่มีสีตรงตามความตั้งใจของนักออกแบบและผู้ว่าจ้าง แต่ถึงอย่างไรการทดสอบ ก่อนการพิมพ์นั้นเป็นวิธีเดียวที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด

การรับรู้จากสีนั้น หมายถึง การที่สามารถเข้าใจบางสิ่งบางอย่างได้อย่างชัดเจนมีปัจจัยมากมายที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และการสื่อความหมายของสี ดังนี้

1. เงื่อนไขเกี่ยวกับแสงและการมองเห็นในการอ่านมีผลกระทบอย่างชัดเจนต่อการรับรู้ทั้งในด้านงานพิมพ์หรือแม้แต่งานที่แสดงบนจอแสดงผล โดยวามารถเปรียบเทียบการรับรู้ได้จากการมองภาพผ่านจอแสดงผลในห้องมืดกับห้องที่ได้รับแสงอาทิตย์โดยตรง
2. การเลือกสี
3. สีพื้นหลังหรือพื้นผิวของสีที่ใช้ในการพิมพ์
4. ขนาดและรูปร่างของตัวอักษรหรือรูปภาพนำมาใช้งาน

การรับรู้จากสีที่ดีเกิดขึ้นเมื่อพื้นหลังและสีที่เลือกใช้นั้นตัดกันเช่นการใช้สีม่วงเข้ม (ค่อนไปทางดำ) บนพื้นหลังสีขาวและการรับรู้จากสีจะลดลงทันที หากเราเปลี่ยนจากสีม่วงเป็นสีเหลือง เป็นต้น อย่างไรก็ตามเนื่องจากสีม่วงและสีเหลืองเป็นสีที่ตรงกันข้ามกัน ดังนั้นการใช้สีร่วมกันจะเกิดการสั่นที่ขอบของทั้งสองสี การใช้สีที่ตัดกันนั้นเป็นหัวใจสำคัญของการรับรู้และนั่นหมายความว่านักออกแบบจะต้องใช้ความรู้ในเรื่องวงล้อสีประกอบด้วย

สีใดสีหนึ่งย่อมมีความสัมพันธ์กับสีรอบ ๆ ตัวของมัน สีจะดูเปลี่ยนไปเมื่ออยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ทดลองพิจารณาสีตัวอย่างในสภาพเป็นจริง ลองวางสีใดสีหนึ่งลงท่ามกลาง สีขาว เทา ดำ แล้วพิจารณาความแตกต่าง และก็ต้องไม่ลืมว่าสีแท้ก็มองเห็นแตกต่างกัน

ท่ามกลางแสงธรรมชาติ แสงฟลูออเรสเซนท์ แสงไฟ หรือในสภาพเรืองแสง ส่วนความชอบเกี่ยวกับสี ประชากรชื่นชมสีไม่คงที่ เปลี่ยนแปลงไป แต่ละปี หรือฤดูกาลสภาพของอายุ เศรษฐกิจ เพศ วัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ และศาสนา มีอิทธิพลต่อการชื่นชอบสีเป็นอย่างมาก แนวโน้มของการเลือกสีอาจจะได้มาจากข้อมูลจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ที่มีสี ทดสอบจากร้านค้าปลีก สัมภาษณ์นักออกแบบ ผู้ซื้อ เป็นการวิเคราะห์เพื่อการคาดเดาไปข้างหน้า (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2545, น. 142)

ส่วนการเลือกสีนั้น ก่อนอื่นจะต้องวิเคราะห์กลุ่มประชากรเป้าหมาย การเลือกสีที่กระตุ้นความสนใจ สีที่พร้อมจะเร้าการตอบสนอง การเลือกสีแท้ที่เรียกชื่อได้ทั่วไปสีที่รู้จักกันดี กินใจและสีที่ระลึกได้ จำกัดกลุ่มสีที่ใช้เพียง 2-3 สี งานกราฟิกควรเป็นงานที่ดูง่าย แต่นักออกแบบกราฟิก อย่าลืม เพศ เป้าหมาย รายได้ อายุ สภาพภูมิศาสตร์ และอื่น ๆ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งกับผลงานหรือการบริการ ตรวจสอบสภาพของแสง ตรวจสอบสภาพพื้นผิวที่จะระบายสี พื้นผิวเป็นมันหรือด้าน ถ้าเป็นโฆษณาทางโทรทัศน์ก็ต้องพิจารณาผลิตภัณฑ์ในสภาพน้ำหนักสีขาว-ดำ และอาจจะต้องปรับสีตามความจำเป็น เลือกใช้สีที่สัมพันธ์กับตลาดและผลิตภัณฑ์คู่แข่งอย่างมีเหตุผลในเชิงตรรกะ เป็นสิ่งที่จะต้องระลึกอยู่เสมอว่าผลทางตรงที่จะกระตุ้นอารมณ์ของประชากร ไม่ว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ สื่อสิ่งพิมพ์และงานโฆษณาอื่น ๆ จะต้องแสดงความโดดเด่นเพียงอย่างเดียวด้วยปัจจัยของการออกแบบและอย่าลืมเลือกสีที่เหมาะสมกับงาน ไม่ใช่เลือกสีแค่ตามความชอบใจเพียงอย่างเดียว

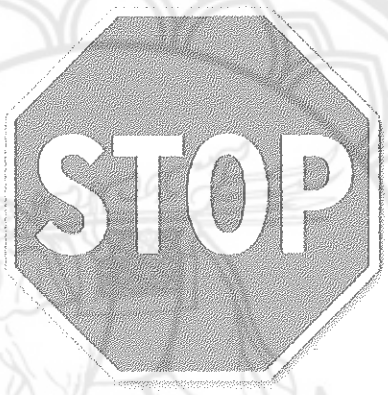
ความสำคัญและความหมายของสี

สีมีความสำคัญต่องานออกแบบกราฟิกเนื่องจากสีช่วยเกิดการรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว และสีที่ถูกใจกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายให้ความมั่นใจกับงานกราฟิกมากขึ้น นักออกแบบกราฟิกจึงควรมีความรู้และความเข้าใจในความสำคัญของสีดังนี้

1. ช่วยให้อ่านง่ายขึ้น
2. สีช่วยเน้นจุดสำคัญของข้อมูลสำคัญได้ดี
3. สีเชื่อมโยงความหมายกับประสบการณ์เดิมของกลุ่มเป้าหมายได้เพื่อช่วยในการตีความหมายได้
4. สีช่วยให้ระลึกถึงได้ง่าย
5. สีช่วยจัดหมวดหมู่ภาพในการรับรู้ได้
6. สีช่วยเพิ่มมิติให้กับงานกราฟิกได้
7. สีสร้างความประทับใจแก่กลุ่มเป้าหมายได้
8. สีช่วยสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ได้

ความหมายของสี

ศิริพร ปีเตอร์ (2549, น. 106) จากการศึกษาและเรียนรู้ความหมายของสีจะช่วยให้เราสามารถเลือกใช้สีเพื่อการสื่อความหมายได้อย่างชัดเจนและสอดคล้องกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายได้เราสามารถศึกษาและรู้ความหมายของสีได้จากสภาพแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรม ที่เราอาศัยอยู่ เช่น ป้ายจราจรสีแดง และมีตัวอักษรคำว่าหยุดเป็นสัญลักษณ์เตือนอันตราย และไฟจราจรสีเขียวหมายถึงปลอดภัย หรือผ่านไปได้เป็นต้น หน้าที่ของสีนอกจากที่สื่อความหมายแล้วยังสามารถแสดงถึง อารมณ์ความรู้สึกบุคลิกภาพ ฤดูกาล ได้อีกด้วย



ภาพ 56 แสดงป้ายแจ้งเตือนยานพาหนะให้หยุด

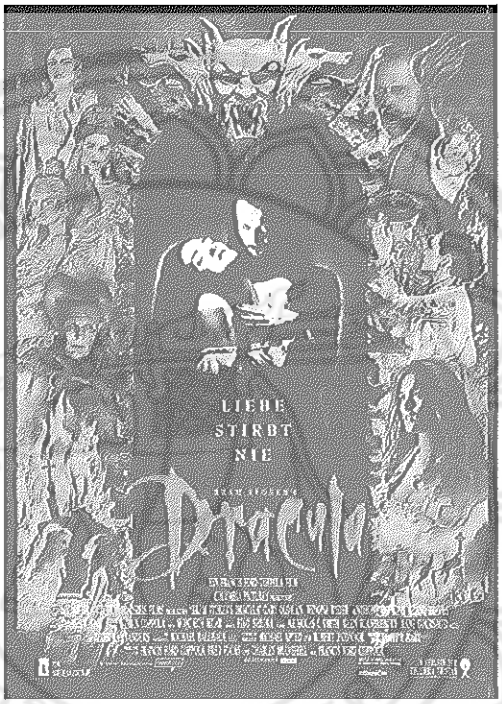
ที่มา: https://board.postjung.com/718709.html

จุติพงศ์ ภูสุมาศ, และสุวิภา แซ่อึ้ง (2558, น. 94-95) ทำไมการเลือกใช้สีถึงส่งผลต่อประสิทธิภาพของงาน นั่นเป็นเพราะสีแต่ละสีมีความผูกพันกับมนุษย์มาเป็นเวลานาน ทุก ๆ สีที่เกิดขึ้นมาจากธรรมชาติผ่านกาลเวลามายาวนานจนฝังรากลึกอยู่ในจิตวิญญาณของมนุษย์ สีเข้ามามีบทบาทในสังคม เป็นสัญลักษณ์ และสัมพันธ์กับอัตลักษณ์บุคคล ดังนั้น เพื่อให้การใช้สีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นักออกแบบกราฟิกต้องเรียนรู้ความสัมพันธ์ระหว่างสีกับการสื่อสารความหมายต่าง ๆ หรือการใช้สีกับระบบป้าย และการใช้สีให้สอดคล้องกับอารมณ์ ความเฉลียวฉลาด ความทรงจำ ประสบการณ์ และวัฒนธรรม ล้วนมีส่วนสัมพันธ์กับการใช้สีทั้งสิ้น ความแตกต่างของสีเพียงเล็กน้อยอาจส่งผลต่อการรับรู้ได้ โดยความหมายของสีจะเปลี่ยนแปลงไปตามพื้นฐานการเรียนรู้และพื้นฐานทางวัฒนธรรม สียังเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของทุก ๆ สังคม เป็นตัวแทนสื่อความหมายและสังคมที่แตกต่างกันย่อมนิยามความหมายของสีแตกต่างกัน

หลักการและตัวอย่างสำหรับการเลือกสีในการออกแบบ

ตัวอย่างการเลือกใช้สีในงานออกแบบตามหลักการต่าง ๆ และตัวอย่างการใช้งานมีรายละเอียด การเลือกใช้สีตามหลักจิตวิทยาและความหมาย (ปาพจน์ หนุนภักดี, 2553, น. 128-134)

1. สีดำแทนความตายในหลายวัฒนธรรม The color of Death



ภาพ 57 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีดำ

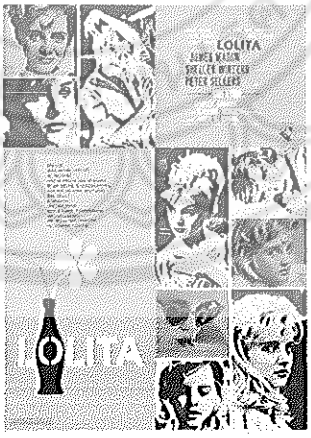
ที่มา: https://www.originalfilmart.com/products/dracula-1992-german

2. สีขาวแทนความบริสุทธิ์ หรือการแต่งงาน

ภาพ 58 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีขาว

ที่มา: https://en.wikipedia.org/wiki/Wedding_Daze

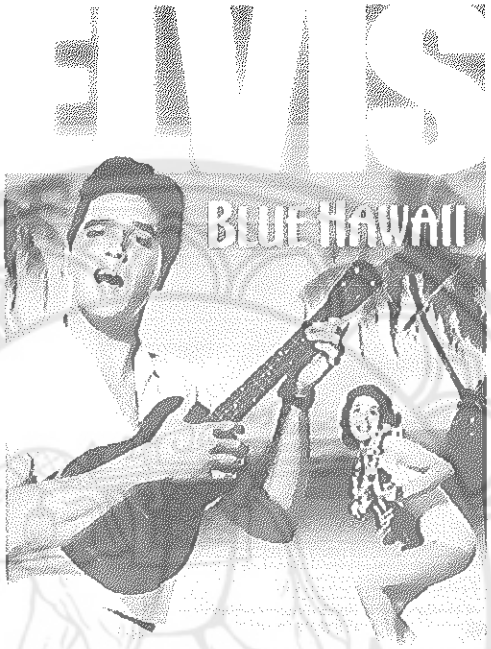
3. สีชมพูให้ความน่าสนใจได้เร็ว เมื่อสมัยยุค ค.ศ. 1970 โรงพยาบาลมักทาสีชมพู



ภาพ 59 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีชมพู

ที่มา: https://baiplu-httpwwwbloggercom.blogspot.com/2013/03/graphic-design.html

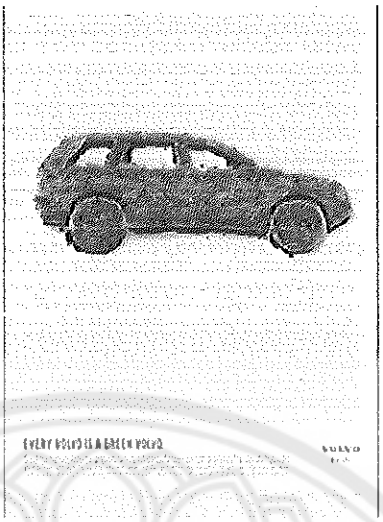
4. สีน้ำเงินแทนความพอใจ ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความอิสรเสรี ความสัมพันธ์กับเพื่อน และเป็นสีที่แทนท้องฟ้าและท้องทะเล สีน้ำเงินได้รับความนิยมสูงสุด แต่สำหรับคนทั่วไปอาจทำให้ความรู้สึกเย็นและหดหู่ในบางโอกาส



ภาพ 60 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีน้ำเงิน

ที่มา: https://play.google.com/store/movies/details/Blue_Hawaii

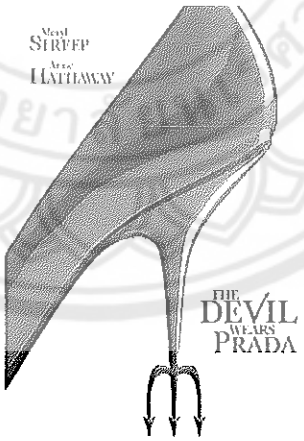
5. สีเขียวแทนการเคารพตัวเอง (Self-Respect) สามารถควบคุมเจตจำนงและความสามารถในความเพลิดเพลิน และสีเขียวนั้นแทนธรรมชาติ ครึ่งหนึ่งโรงพยาบาลทาสีเขียวเพราะมันทำให้รู้สึกผ่อนคลาย



ภาพ 61 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีเขียว

ที่มา: https://www.pinterest.com/pin/401664860489632345/

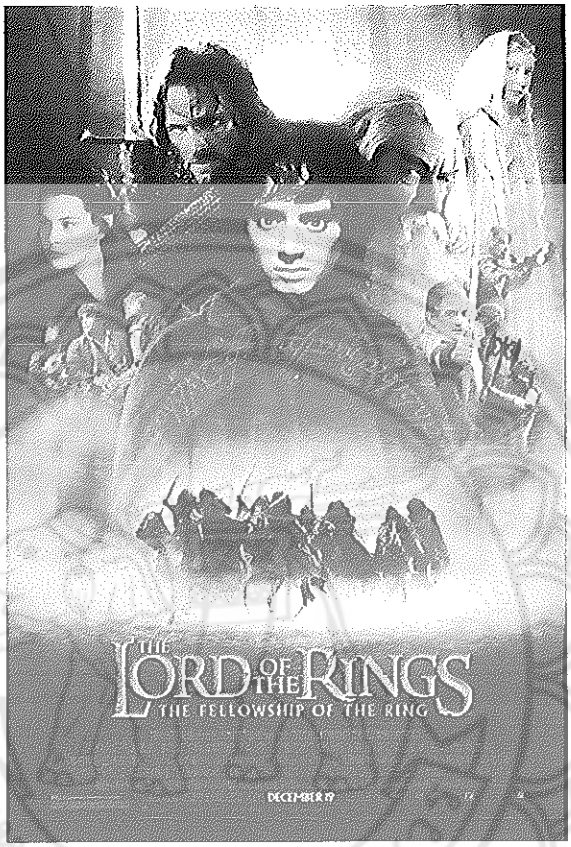
6. สีแดงแทนความรู้สึกเชื่อมั่นในตัวเอง (Self-Confidence) การมีกิจกรรมความสามารถในการตอบสนองต่อสิ่งท้าทาย



ภาพ 62 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของสีแดง

ที่มา: https://www.imdb.com/title/tt0458352/

7. สีเหลืองแทนการพัฒนา ทัศนคติเกี่ยวกับการคาดหวัง หรือทัศนคติที่พร้อมจะพัฒนาต่อสิ่งใหม่ ๆ



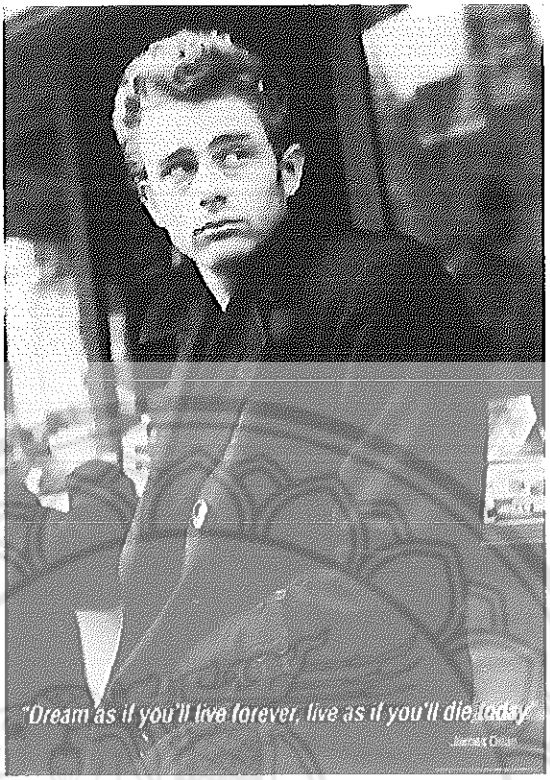
ภาพ 63 แสดงตัวอย่างการเลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมายของ**สีเหลือง**

ที่มา: https://www.imdb.com/title/tt0120737/

การเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่น

เนื่องจากงานออกแบบกราฟิกมักสัมพันธ์กันกับงานโฆษณาและการตลาดรวมทั้งเทรนด์แฟชั่นซึ่งอาจมีการแทนค่าสีแตกต่างออกไปจากหลักจิตวิทยา

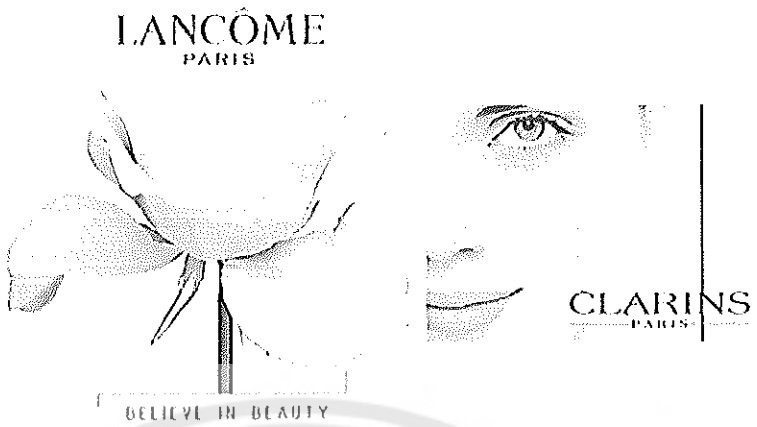
1. สีดำแทนความคลาสสิก ความอมตะความเป็นกบฏ ความลึกลับ สีดำเป็นสีที่ได้รับความนิยมสูงในวงการออกแบบ



ภาพ 64 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีดำ

ที่มา: https://www.ebay.com/itm/JAMES-DEAN-POSTER-PRINT-DREAM-AS-IF-YOULL-LIVE-FOREVER-/121348603098

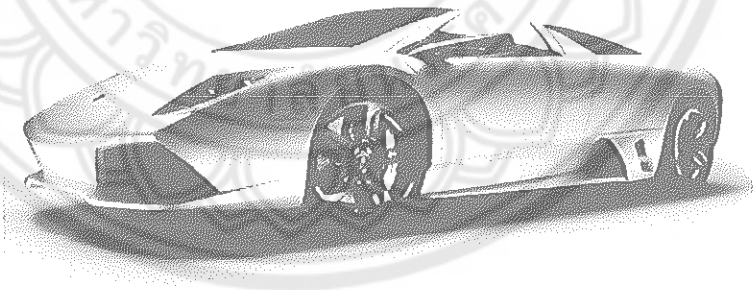
2. สีขาวความเป็นกลางความอ่อนน้อม ความบริสุทธิ์ ปราศจากเชื้อโรค ความอ่อนเยาว์ สีขาวมักได้รับการเลือกให้เป็นสีในภาพโฆษณาครีมบำรุงผิวและเป็น Backdrop ของเว็บไซต์ส่วนใหญ่



ภาพ 65 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีขาว

ที่มา: http://www.sapphirebeauty.fr/?cat=1&paged=5

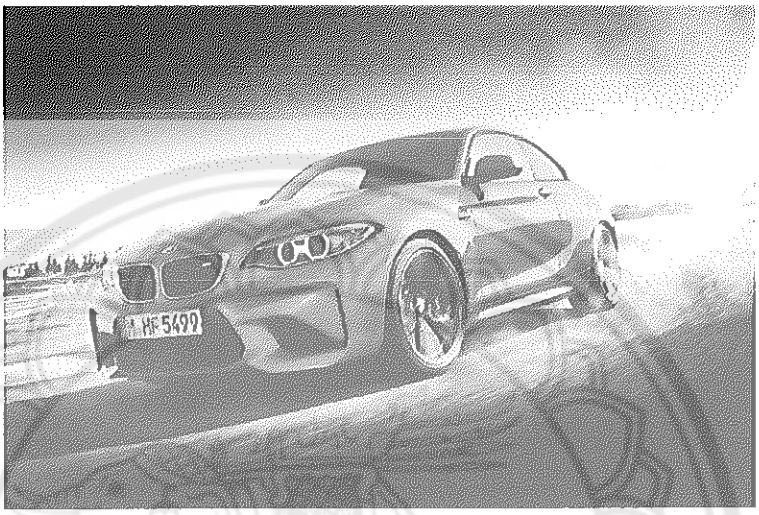
3. สีเทา สีเงิน แทนการปลอดภัยและสวัสดิ์ภาพ ความน่าเชื่อถือเป็นสีที่น่าจะเลือกใช้สำหรับธุรกิจที่สำคัญในอนาคต เพราะมนุษย์ยุคต่อไปจะเริ่มสนใจไปที่ความปลอดภัยของตน



ภาพ 66 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีเทา สีน้ำเงิน

ที่มา: https://farinapiada.com/

4. สีน้ำเงินเป็นสีที่ได้รับความนิยมสูงสุด ทั้งยังแสดงถึงความมั่นใจ ความมั่นคง เทคโนโลยี เช่นเดียวกับที่ตำรวจในต่างประเทศจะใช้ชุดตำรวจเป็นสีน้ำเงิน ซึ่งสีเทาและสีน้ำเงินจะเป็นสีที่ได้รับความนิยมใช้ในอนาคต



ภาพ 67 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีน้ำเงิน

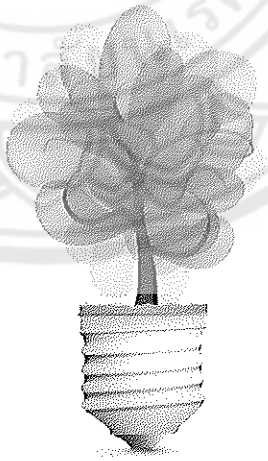
ที่มา: https://farinapiada.com/

5. สีน้ำตาลแทนความสบายแบบคลาสสิก ในวงการแฟชั่นมักใช้สีน้ำตาลเป็นตัวโฆษณา โดยใช้คู่กับสีดำและสีทอง เช่น แบรนด์อย่าง Gucci Amani แต่บางครั้งอาจใช้คู่กับสีเขียว แสดงถึงธรรมชาติของโลก หรือกระแส Eco-Design

ภาพ 68 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีน้ำตาล

ที่มา: https://businesslabs.org/learning-rooms/color-psychology-for-your-web-design/attachment/gucci-web-page-design/

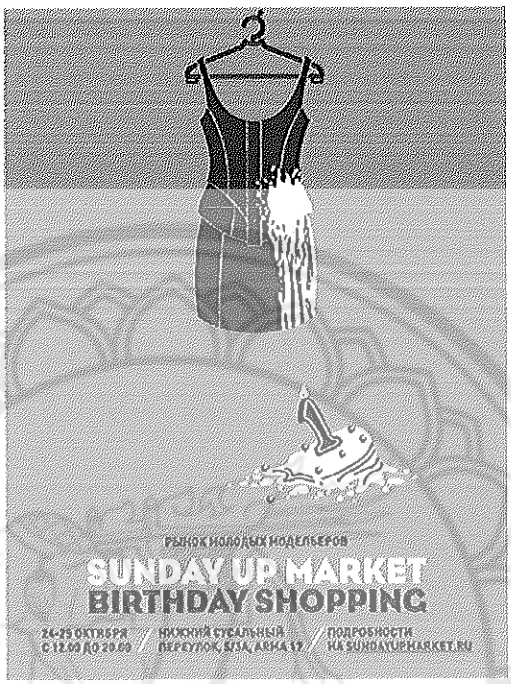
6. สีเขียวแทนความเป็นธรรมชาติ ความสงบ การเกิดใหม่ ความเยาว์วัย ในวงการออกแบบนิยมมากในช่วงกระแส Eco-Design



ภาพ 69 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีเขียว

ที่มา: http://gfx9.com/green-energy-bulb-2/194292/index.html

7. ส้มแทนความกระตือรือร้น เปรียบได้กับนิสัยของคนอเมริกัน คือ ต้องการความสมดุล บางครั้งพบว่าถูกนำไปใช้ในการรีแบรนด์สำหรับแบรนด์ที่ต้องการเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่



ภาพ 70 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีส้ม

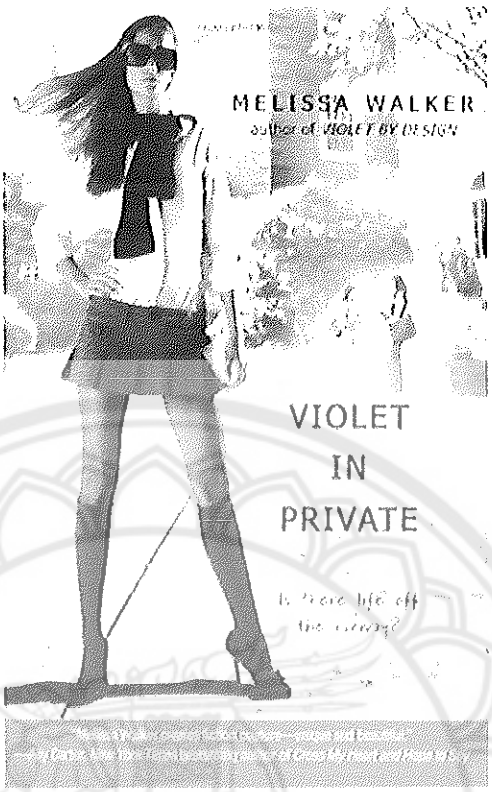
ที่มา: https://dodo-space.livejournal.com/63992.html

8. สีชมพูแทนความบริสุทธิ์ บางคนเปรียบว่าสีชมพูเป็นน้องสาวของสีแดง คุกบางแห่งใช้สีชมพูทาห้องขังในวงการตลาดจะใช้สีชมพูแสดงถึงวัยแรกรุ่นของหญิงสาว หรือในแบรนด์สำหรับเด็กอ่อน แต่บางครั้งก็ยากที่จะพบกับสีชมพูในงานออกแบบ

ภาพ 71 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีชมพู

ที่มา: https://nl.freepik.com/vrije-vector/leuke-achtergrond-van-het-woord-39-liefde-39-met-een-mooi-stel_1189430.htm

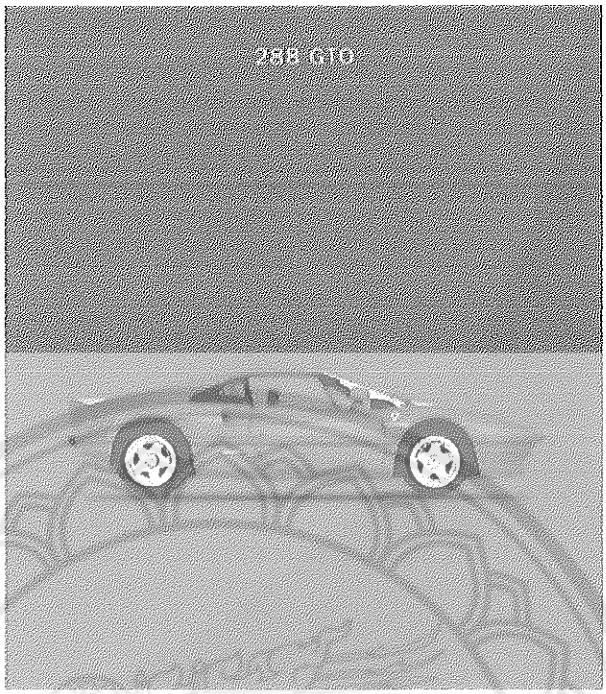
9. สีม่วงแทนความหรูหรา ชั้นสูง มีปัญญา แต่ในบางประเทศมักใช้กับความเศร้า ความเป็นม่ายซึ่งต่างจากแนวคิดทางตะวันตก จึงพบว่าสีม่วงในแบรนด์ตะวันตกจะมีความนิยมในธุรกิจหรูหรา สีม่วงอ่อนเหมาะกับการออกแบบเชิงสตรี หรือดึงดูดความสนใจของเด็ก ๆ ด้วยสีม่วง



ภาพ 72 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีม่วง

ที่มา: https://www.goodreads.com/book/show/2591867-violet-in-private

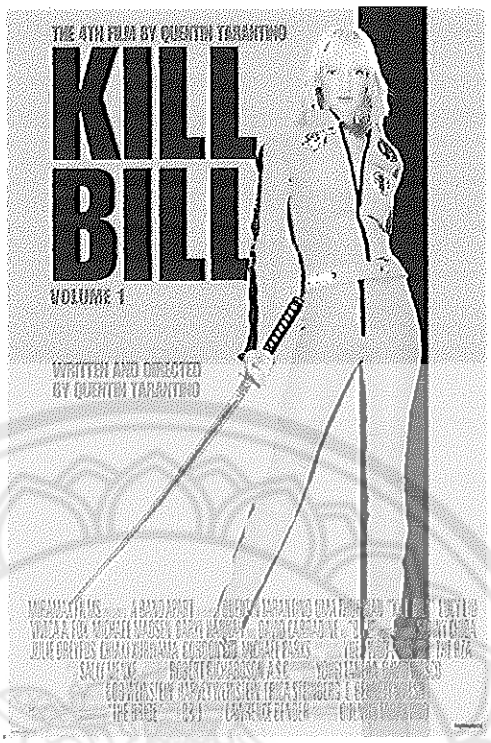
10. สีแดงแทนความมีพลัง กิเลส ความกล้าหาญ ความรัก ความอันตราย **ความก้าวร้าว** การดึงดูดทางเพศ สีแดงเป็นสีที่ได้รับความนิยมมากสีหนึ่งในแวดวงการตลาด**บางแห่ง เช่น** ประเทศจีนสีแดง หมายถึง ความโชคดีดูเหมือนว่าสีแดงจะเป็นสีที่กระตุ้นอารม**ณ์ที่สื่อความ** ร้อนแรงได้ดีที่สุด



ภาพ 73 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีแดง

ที่มา: https://fineartamerica.com/featured/the-ferrari-288-gto-mark-rogan.html?product=poster

11. สีเหลืองแทนความร่าเริง สนุกสนาน การมีความสุข ความมีไอเดีย มักใช้กับการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ต้องการภาพลักษณ์ใหม่

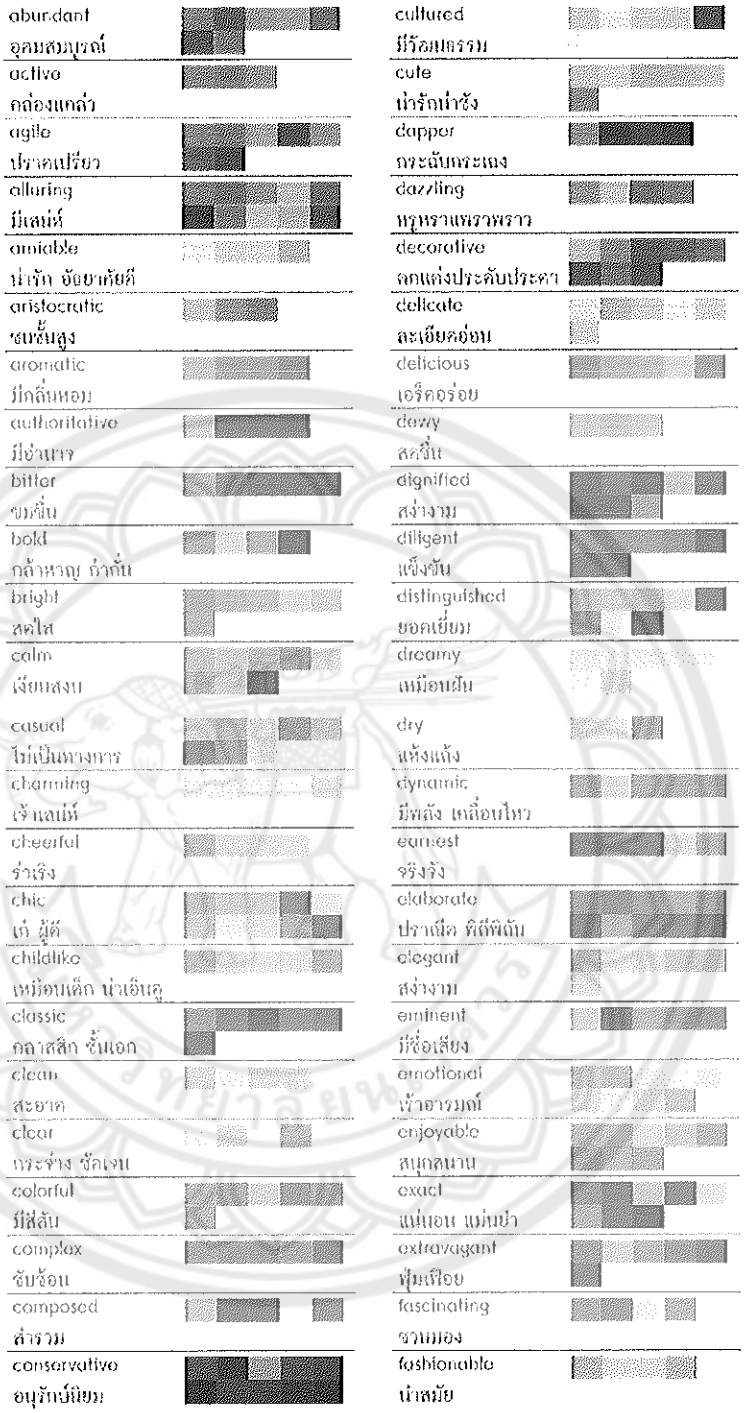


ภาพ 74 แสดงตัวอย่างการเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่นของสีเหลือง

ที่มา: https://www.imdb.com/title/tt0266697/

หลักการใช้สีตามบุคลิกภาพของ Shigenobu Kobayashi

Shigenobu Kobayashi (1990 อ้างถึงใน อาวิน อินทรรังสี, 2559, น. 112-113) ผู้เชี่ยวชาญด้านสีกับบุคลิกภาพ ได้กล่าวไว้ว่า การแบ่งประเภทของสีที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของบุคลิกภาพนั้น จะเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้สามารถเข้าใจและรับรู้ถึงการผสมผสานของสีเหล่านั้นได้เป็นอย่างดี โคบายาชิ ได้แบ่งบุคลิกต่าง ๆ เป็นคำย่อย ๆ ทั้งหมด 180 บุคลิกภาพ ดังนี้



ภาพ 75 แสดงตัวอย่างคำที่ใช้ระบุอารมณ์และน้ำเสียง (Mood & Tone)

feminine
เป็นผู้หญิง

festive
เทศกาล เฉลิมฉลอง

fiery
อึกทะนอง เด็ดร้อน

flamboyant
มีสีสัน

forceful
มีพลัง

formal
เป็นทางการ

free
อิสระ

fresh
สดใหม่

friendly
เป็นมิตร

generous
ใจกว้าง เอื้อเฟื้อ

gentle
สุภาพ อ่อนโยน

gorgeous
หรูหรา โอ่อ่า

graceful
งดงาม

grand
ยิ่งใหญ่

happy
มีความสุข

healthy
มีสุขภาพดี

hot
ร้อน เร่าร้อน

innocent
ไร้เดียงสา

intellectual
มีความรู้

interesting
น่าสนใจ น่าหลง

intimate
กันเอง

intrepid
กล้าหาญ

light
เบา

lighthearted
เบาสมอง

lively
มีชีวิตชีวา

luxurious
หรูหรา

majestic
ยิ่งใหญ่ เกรียงไกร

masculine
เป็นชาย

mature
เป็นผู้ใหญ่

mellow
สุขุม

merry
ร่าเริง

metallic
คุณวิวาร โลหะ

mild
อ่อน

modern
ทันสมัย

modest
สงบเสงี่ยม

mysterious
เร้นลับ พิศวง

natural
ธรรมชาติ

neat
เรียบร้อย

noble
สั้นสูง สงทัทค์

nostalgic
ปีกถึงอดีต

old-fashioned
ล้าสมัย

open
เปิด

peaceful
สงบ สันติ

placid
เงียบสงบ

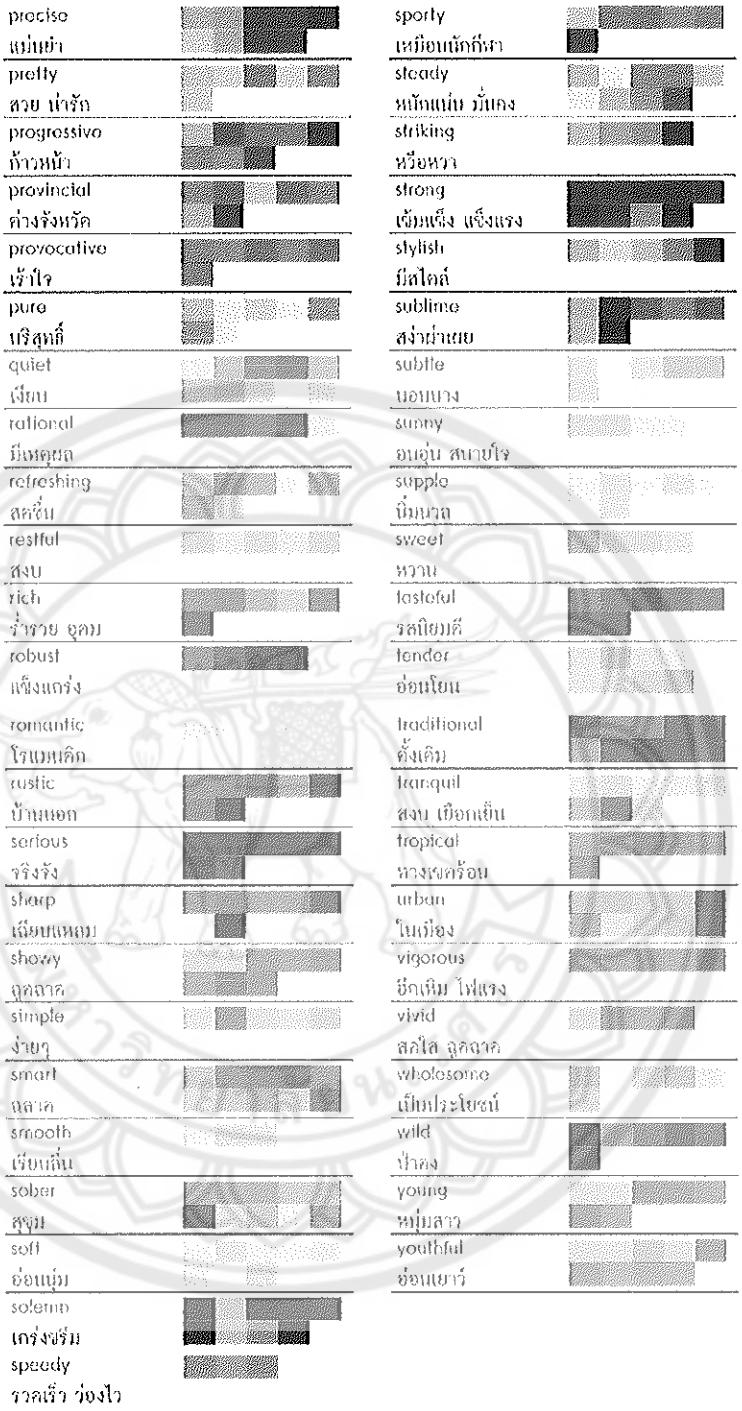
plain
เรียบๆ ธรรมดา

pleasant
น่ารื่นรมย์

polished
มันเงา

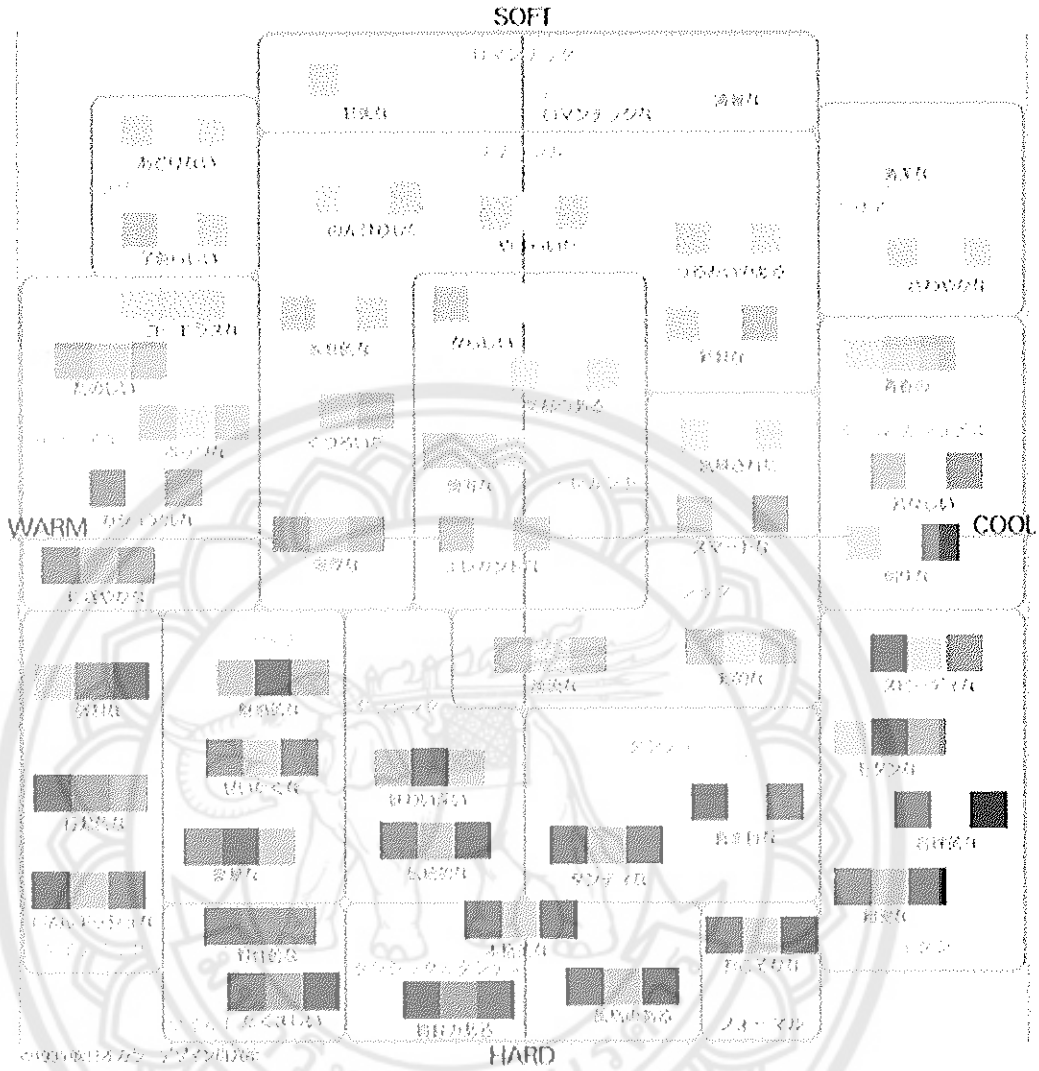
precious
มีค่า

ภาพ 75 (ต่อ)



ภาพ 75 (ต่อ)

ที่มา: อาวิน อินทรังษี, 2559, น. 112-113 as cited in Shigenobu kobayashi, 1990



ภาพ 76 แสดงสีตามบุคลิกภาพของ Shigenobu Kobayashi

ที่มา: https://www.pinterest.com/pin/190136415505398755/

ความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยง

นักจิตวิทยาที่สังเกตพฤติกรรมการมองเห็นรับรู้ได้พบว่า คนเรามีปฏิกิริยากับสีที่สายตามองเห็นอารมณ์ความรู้สึกการเต้นของชีพจรที่สามารถตรวจวัดความเปลี่ยนแปลงนี้ได้ หรือแม้แต่การสังเกตก็สามารถรู้สึกได้ เช่น สีเขียวของใบไม้สีเขียวของทุ่งหญ้า ทำให้เกิดความสบายตา ความสดชื่น สีแดงก่อให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ เป็นต้น (ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์, 2559, น. 53)

การศึกษาและเรียนรู้ ความหมายของสีจะช่วยให้เราสามารถเลือกใช้สีเพื่อการสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายได้ เราสามารถศึกษาและรู้ความหมายของสีได้จากสภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมที่เราอยู่อาศัย เช่น ป้ายจราจร สีแดงมีตัวอักษรคำว่า หยุด เป็นสัญลักษณ์เตือนอันตราย และไฟจราจรสีเขียว หมายถึง ปลอดภัยหรือผ่านไปได้ เป็นต้น หน้าที่ของสีนอกจากที่สื่อความหมายแล้ว ยังสามารถแสดงถึงอารมณ์ความรู้สึก บุคลิกภาพ ฤดูกาล ได้อีกด้วย (ศิริพร ปีเตอร์, 2549, น. 170-113)

ตาราง 1 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีขาว

สี	ความหมายเชิงบวก	ความหมายเชิงลบ	ความเชื่อมโยง
สีขาว	ศาสนา	-	แถบสีขาวบนธงชาติไทย
	ความบริสุทธิ์	-	เด็กแรกเกิดหรือแม่ซี
	ความสะอาด	-	ผ้าสีขาว
	ความรักที่บริสุทธิ์ของแม่	-	ดอกมะลิ
	ความบริสุทธิ์	-	เจ้าสาว/ชุดเจ้าสาว
		ความพ่ายแพ้ การยอมจำนน ความขลาดกลัว	เหมือนการยกธงขาว
		ว่างเปล่า งานยังไม่เสร็จ	กระดาษสีขาวที่ยังไม่ได้เริ่มเขียน หรือแผ่นผ้าใบวาดรูป
		หนาวเย็น	หิมะ

ตาราง 2 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีแดง

สี	ความหมายเชิงบวก	ความหมายเชิงลบ	ความเชื่อมโยง
สีแดง	ชาติไทย	-	แถบสีแดงบนธงชาติ
	ความรัก	-	ดอกกุหลาบสีแดง
	ความมีเสน่ห์	-	ผู้หญิงในชุดสีแดง
	เสน่ห์ร้อนแรง		
	รสเผ็ดจัด, เผ็ดร้อน	-	พริกสีแดง
	ความอบอุ่นจากกองไฟ	-	กองไฟ
	ความโรแมนติก		แสงเทียน
	การกู้ภัย	-	ถังดับเพลิงตามอาคาร
	ความปลอดภัย		รถดับเพลิง
	-	ห้ามหรืออันตราย	สัญญาณไฟจราจร
			ป้ายจราจร "หยุด"
	-	สงคราม การเข่นฆ่า	การนองเลือด
		พลังที่รุนแรง	ไฟ
		ความร้อน	
		การเผาผลาญ	

ตาราง 3 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีน้ำเงิน

สี	ความหมายเชิงบวก	ความหมายเชิงลบ	ความเชื่อมโยง
สีน้ำเงิน	พระมหากษัตริย์	-	สีน้ำเงินบนธงชาติ
	ความสดชื่นแจ่มใส	-	ท้องฟ้า
	ความสงบเยือกเย็น	-	น้ำ

ตาราง 4 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีเขียว

สี	ความหมายเชิงบวก	ความหมายเชิงลบ	ความเชื่อมโยง
สีเขียว	ความอุดมสมบูรณ์	-	พืชผัก
	สัญลักษณ์ต้นไม้	-	ป่าไม้
	ความสดชื่น	-	รสมิ้นท์

ตาราง 5 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีเหลือง

สี	ความหมายเชิงบวก	ความหมายเชิงลบ	ความเชื่อมโยง
สีเหลือง	ศาสนาพุทธ	-	ธงศาสนาตามวัด
	ความอุดมสมบูรณ์	-	ฤดูเก็บเกี่ยวและพืชไร่
	-	ความลังเลใจ	ดอกกุหลาบสีเหลือง
	-	สัญญาณเตือนอันตราย	ป้ายจราจร/สัญญาณไฟจราจร
	ความเบิกบาน/ความเยาว์วัย		แสงแดด เด็ก ๆ ที่มีสดใส วัยรุ่น
	ความกระจ่างแจ้ง	-	การมีไอเดีย ความคิด โดยใช้ดวงไฟ ความมีสติปัญญา
	-	ความขี้ขาด	นักข่าวประโคมโลก (Yellow Journalism)

ตาราง 6 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีดำ

สี	ความหมายเชิงบวก	ความหมายเชิงลบ	ความเชื่อมโยง
สีดำ	ความสง่างาม	-	ชุดทักสิโด้
	ความหรูหรา	-	รถยนต์หรือสีผลิตภัณฑ์
	-	ความเศร้าโศก	ตอนกลางคืน งานศพ การไวอาลัย
	-	ลางร้าย	แมวดำ

ตาราง 7 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีม่วง

สี	ความหมายเชิงบวก	ความหมายเชิงลบ	ความเชื่อมโยง
สีม่วง	ความสูงศักดิ์ ล้ำค่า สูงค่า	-	สีผ้าย้อมโบราณที่ใช้ สำหรับย้อมเสื้อราชวงศ์ เท่านั้น เพราะมีราคาแพง

ตาราง 8 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีน้ำตาล

สี	ความหมายเชิงบวก	ความหมายเชิงลบ	ความเชื่อมโยง
สีน้ำตาล	ธรรมชาติ	-	ดินเผา ไม้
	ความแข็งแรง	-	กระดาษลูกฟูก
	พิทักษ์ทรัพยากรการนำ กลับมาใช้อีกครั้ง	ต้นทุนต่ำ	กระดาษรีไซเคิล
	-	หม่นหมอง น่าเบื่อ	พื้นดินแห้ง

ตาราง 9 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีเทา

สี	ความหมายเชิงบวก	ความหมายเชิงลบ	ความเชื่อมโยง
สีเทา	ล้ำสมัย	-	เครื่องแต่งกาย สีผลิตภัณฑ์ เช่น โทรศัพท์ โทรทัศน์
	ไม่แสดงอารมณ์	-	ขี้เถ้าหรือเถ้าถ่าน
	-	ไม่ชัดเจนและคลุมเครือ	คำกล่าวว่า "Gray Business" หมายถึง ธุรกิจที่ไม่ถูกกฎหมายและไม่ผิดกฎหมายเสียทีเดียว

ตาราง 10 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีทอง

สี	ความหมายเชิงบวก	ความหมายเชิงลบ	ความเชื่อมโยง
สีทอง	ความร่ำรวย	-	ทอง
	ความสูงศักดิ์	-	พระมหากษัตริย์และราชวงศ์

ตาราง 11 แสดงความหมายของสี เชิงลบ เชิงบวก และความเชื่อมโยงของสีแสด

สี	ความหมายเชิงบวก	ความหมายเชิงลบ	ความเชื่อมโยง
สีแสด	ศาสนาพุทธ	-	ชุดผ้าเหลืองของพระ
	ความสุข อบอุ่น	-	ตะวันฉายแสง
	สุขภาพดี	-	วิตามินC, ผลส้ม

สรุปสีในงานออกแบบกราฟิก

สี คือ ลักษณะของแสงที่ปรากฏแก่สายตาให้เห็นเป็นสี ในทางศิลปะ สีคือ ทัศนธาตุอย่างหนึ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของงานศิลปะ และใช้ในการสร้างงานศิลปะ ในทางวิทยาศาสตร์ให้คำจำกัดความของสีว่า เป็นคลื่นแสงหรือความเข้มของแสงที่สายตาสามารถ

มองเห็นโดยจะทำให้ผลงานมีความสวยงาม ช่วยสร้างบรรยากาศ มีความสมจริง เด่นชัดและน่าสนใจมากขึ้น

สี เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของงานศิลปะ และเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อสื่อถึง ความรู้สึก อารมณ์ และจิตใจ ได้มากกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ในชีวิตของมนุษย์มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสีต่าง ๆ อย่างแยกไม่ออก โดยที่สีจะให้ประโยชน์อย่างมาก ได้ ช่วยให้อ่านง่านขึ้น ช่วยเน้นจุดสำคัญของข้อมูล ช่วยการตีความหมาย ช่วยให้ระลึกถึงได้ง่าย สีช่วยจัดหมวดหมู่ในการรับรู้ ช่วยเพิ่มมิติสร้างความประทับใจให้กับงานกราฟิกและกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น สีเป็นตัวแสดงอารมณ์ได้ดีไม่ว่าจะเป็นอารมณ์แบบจืดชืด เศร้าหมอง หรืออารมณ์ที่เกิดจากฤดูกาลต่าง ๆ สามารถที่จะใช้สีแสดงอารมณ์ได้ทั้งสิ้นนักออกแบบจะใช้สีในการสื่อความรู้สึกแสดงบางสิ่งบางอย่างออกมา โดนอาจไม่เปิดเผยชัดเจนโดยตรง ๆ แต่ซ่อนเอาไว้ในอดีตกราฟิกดีไซน์นั้นมีสีดำกับสีขาวเป็นพื้นฐาน ต่อมาก็มีสีอื่น ๆ มาสร้างความสมบูรณ์ให้กับกระบวนการออกแบบ นำมาซึ่งสื่อสมัยใหม่ที่มีผลในชีวิตประจำวัน จนการออกแบบกราฟิกกับสีเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ออก

6. ตัวอักษรในงานออกแบบกราฟิก

การใช้ตัวอักษร (Typography) คือกระบวนการจัดเรียงตัวอักษร คำ และข้อความในทุก ๆ งานที่ผู้ชมสามารถมองเห็นและรับรู้ได้ เป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่ช่วยยกระดับประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านสายตา ดังนั้น นักออกแบบกราฟิกจึงควรที่จะศึกษาในรายละเอียดต่าง ๆ ของตัวอักษร เพื่อนำไปสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบที่แปลกใหม่แต่ยังคงไว้ในกฎ และรูปแบบการใช้งานแบบดั้งเดิม การใช้งานตัวอักษรในงานออกแบบเป็นสิ่งแสดงความหมายด้านภาษาได้อย่างชัดเจนมากที่สุด ดังนั้นเราควรใช้ตัวอักษรในการแสดงความหมาย หรือยกระดับคุณค่าของงานรวมถึงใช้ตัวอักษรเป็นศูนย์กลางที่เชื่อมศาสตร์ด้านศิลปะ วิทยาศาสตร์ และภาษาศาสตร์เข้าด้วยกัน ตัวอักษรอาจถูกใช้ในการสื่อความ เช่น บทกวี หรือถูกใช้ในงานศิลปะที่ให้ความรู้สึกที่เคลื่อนไหว เช่น ในงานศิลปะแบบฟิวเจอริสม์ (Futurism) หรือศิลปะดาดา (Dada) โดยอักษรที่ปรากฏในงานศิลปะนั้นต้องทำหน้าที่เสริมความงดงาม และยังต้องสามารถอ่านและสื่อความไปยังผู้ชมได้ด้วยและในบางครั้ง อาจมุ่งเน้นใช้งานตัวอักษรเพื่อสร้างความงามเหนือกว่าการสื่อความหมาย (จุติพงศ์ ภูสุมาศ, และสุวิภา แซ่อึ่ง, 2558, น. 62-63)

การเขียนตัวอักษรด้วยมือจัดว่าเป็นทัศนศิลป์กลุ่มอักษรวิจิตร ที่สามารถสร้างสรรค์ได้ด้วยการเขียนมือซึ่งการเขียนตัวอักษรแบบวิจิตรนั้นจะช่วยให้นักออกแบบได้ทดลองสร้างรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับตัวอักษร ช่วยให้ประเมินได้ว่าตัวอักษรนั้นง่ายต่อการอ่านหรือไม่ก่อนที่จะนำไปสร้างตัวอักษรและเก็บรายละเอียดอีกครั้งด้วยคอมพิวเตอร์

การใช้ตัวอักษรนั้นนอกเหนือจากการให้ความสวยงามแล้วต้องสื่อความหมายให้กับผู้ชมได้ด้วย ดังนั้น ความหมาย และความสวยงามจึงเป็นหัวใจหลักของงานอักษรนับตั้งแต่รายละเอียดในส่วนที่เล็กที่สุด ตลอดจนภาพรวมเมื่อนำมาจัดเรียงเป็นข้อความ การใช้งานตัวอักษรเกิดขึ้นควบคู่กับภาษาทุกภาษามาโดยตลอด

ตัวอักษรและคำนั้นมีความสวยงามแฝงอยู่ มองเห็นและรับรู้ได้ผ่านโครงสร้างของมัน ตัวอักษรแต่ละตัวมีโครงสร้างหลักแตกต่างกัน บางครั้งเรามองตัวอักษรเหล่านั้นเป็นรูปทางศิลปะมากกว่าสนใจในความหมาย ในงานที่ต้องอาศัยตัวอักษร เช่น การจัดเรียงตัวอักษรให้หน้ากระดาษหรือแสดงผลบนหน้าจอเป็นต้องคำนึงถึงความหมายที่ต้องการสื่อออกไปประกอบด้วย ความหมายทางภาษาจึงเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญต่อการใช้งานตัวอักษร ที่จะถูกใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอ ควบคุม และสนับสนุนใช้งานตัวอักษร ไม่ว่าจะเป็นด้านขนาด หรือน้ำหนักรวมถึงการจัดวางบนหน้ากระดาษและระยะห่างระหว่างตัวอักษรแต่ละตัว

บางครั้งการใช้งานตัวอักษรกับสิ่งพิมพ์ เราควรมุ่งเน้นไปที่การใช้งานตัวอักษรเพื่อสร้างความใจและสื่อความหมายมากกว่าการมุ่งเน้นความสวยงาม เทคนิคการเลือกใช้เหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นที่นักออกแบบควรเรียนรู้เพื่อยกระดับความสื่อสาร และเสริมสร้างความมั่นใจในการทำงานกับตัวอักษร ทำให้การใช้งามตัวอักษรเป็นเสมือนภาษาที่ช่วยสนับสนุนภาษาหลักนั้นเอง

ความหมายตัวอักษร

ความหมายของคำ (Semantic) หมายถึง เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับทุก ๆ ด้านของการออกแบบ การพิจารณาถึงความหมายนั้นสำคัญ ควรใส่ใจในรายละเอียด และประยุกต์ความหมายให้เข้ากับรูปหรือภาษา ส่วน "ไวยากรณ์ (Syntax)" หมายถึง กฎการจัดการกับองค์ประกอบทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกันการสร้างประโยคหรือย่อหน้า เพื่อสื่อความหมายให้ถูกต้องตามจุดประสงค์ของผู้เขียน หากโครงสร้างไวยากรณ์ผิด มักจะสร้างความสับสนหรือเสียความหมายเดิม โดยทั่วไปแล้วความสามารถในการอธิบายความหมายของสิ่งต่าง ๆ มักขึ้นกับความสามารถในการถ่ายทอดแนวคิดและสื่อสารไปยังผู้อื่นได้ สำหรับภาษาศาสตร์ จะมีพื้นฐานเกี่ยวกับสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มาประกอบกันเป็นตัวอักษรหรือคำ และรวมถึงระยะห่างระหว่างคำ เครื่องหมายเว้นวรรคตอน และตำแหน่งการจัดวางตัวอักษรอย่างเป็นระบบ

นักออกแบบตัวอักษรอย่าง วูล์ฟกังไวน์การ์ต (Wolfgang Weingart), วิลเลมแซนด์เบิร์ก (Willem Sandberg) และ เอช. เอ็น. เวิร์คมาน (H. N. Werkmann) พยายามสื่อความหมายของผลงานตัวเองโดยจำกัดการใช้ตัวอักษรให้น้อยเท่าที่จำเป็น ที่เหลือจะเป็นหน้าที่ของผู้ชมในการ

ตีความหมายและขยายความต่อไป สังเกตได้ว่าผลงานในลักษณะนี้ต้องอาศัยพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับภาษาและความหมายที่ลึกซึ่ง

ศิลปินกลุ่มฟิวเจอร์ริสม์ (Futurism) หรือดาดา (Dada) เช่น เคิร์ทชวิทเทิร์ส (Kurt Schwitters), ตริสตันชารา (Tristan Tzara), มาริเนตติ (Marinnetti), วินด์แฮมเลวิส (Wyndham lewis) ได้ทดลองหาความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและความหมาย และพยายามศึกษาเกี่ยวกับทั้งสองสิ่งอย่างใกล้ชิด ก่อนจะกลายเป็นแรงบันดาลใจในการใช้งานตัวอักษรในผลงานของพวกเขา ลองดูผลงาน "กลโครง (Concrete Poetry)" คือการที่นักกวี อย่าง อี. อี. คัมมิ่ง (E. E. Cummings) หรือ อโพลิแนร์ (Apollinaire) นำบทร้อยกรองมาจัดวางตัวอักษรเป็นรูปร่างต่าง ๆ และผลงานของศิลปินร่วมสมัยอย่าง โรเบิร์ทแมสซิน (Robert Massin), โจฮานนา ดรังค์เคอร์ (Johanna Drucker) และเอริคชปีคเกอร์มานน์ (Erik Spiekermann) รวมถึงพิจารณาผลงานของเดวิด คาร์สัน (David Carson) ที่ได้นำเอาตัวอักษรใช้สร้างพื้นผิวให้กับนิตยสาร Ray Gun และผลงานการออกแบบโปสเตอร์และออกแบบกราฟิกในนิทรรศการของพอลลาแชร์ (Paula Scher)

ชนิดตัวอักษรภาษาอังกฤษและภาษาไทย

ชนิดตัวอักษรภาษาอังกฤษ

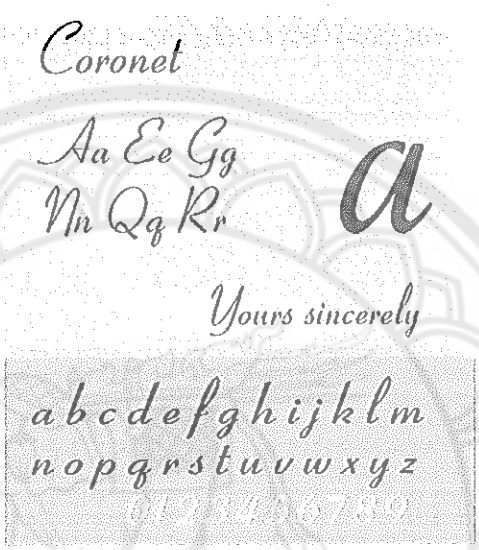
1. ตัวพิมพ์แบบตัวคัดลายมือ (Text letters or blackletter typefaces)

บางครั้งเรียกว่า ตัวอาลักษณ์ มีรูปแบบเหมือนเวลาเราคัดลายมือหรือเขียนด้วยปากกาคอแร้ง มักมีลักษณะความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร เหมาะกับการพิมพ์หัวข้อหรือข้อความที่ไม่ยาวมากนัก ให้ภาพลักษณ์ของความโบราณแบบคลาสสิก ตัวพิมพ์ที่สำคัญประเภทนี้ เช่น โรทันดา (Rotunda) (ปาพจน์ หนุนภักดี, 2553, น. 182-188)

ภาพ 77 แสดงฟอนต์ The Rotunda is a specific medieval blackletter script

ที่มา: https://www.myfonts.com/fonts/posterizer-kg/cal-rotunda/

2. ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or cursive typefaces) มีรูปแบบเหมือนเวลาเขียนด้วยลายมือภาษาอังกฤษ คือ เป็นเส้นต่อเนื่องไปแต่ละตัวเรื่อย ๆ มักมีลักษณะความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร เหมาะกับการพิมพ์ข้อความสั้น ๆ เช่นกัน ตัวพิมพ์สำคัญประเภทนี่ เช่น โคโรเนต (Coronet)

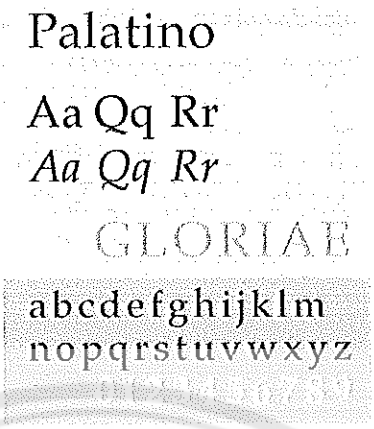


ภาพ 78 แสดงฟอนต์ Designed by Robert Hunter Middleton, 1937

ที่มา: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Coronet_fontsample.svg

3. ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ (Serif typefaces) บางครั้งเราเรียกว่า ตัวมีเชิงมักมีความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร ในอดีตนิยมการพิมพ์ข้อความยาว ๆ เนื่องจากอ่านได้ง่ายกว่าตัวอักษรไม่มีฐานหรือติ่งตัวพิมพ์ซึ่งแบ่งย่อยประเภทได้ดังนี้

3.1 ตัวพิมพ์แบบโอลด์ สไตล์ (Old Style) จุดเด่นของตัวพิมพ์นี้คือส่วนที่เป็นฐานหรือติ่งนั้นอยู่ที่ส่วนที่เป็นเส้นทแยงมุมของตัวอักษร โดยส่วนที่บางที่สุดจะเป็นมุมตัวอักษร ไม่ใช่ส่วนบนหรือล่างเหมือนตัวอักษรแบบเซอริฟ อื่น ๆ พิมพ์สำคัญประเภทนี้ ได้แก่ การามอนด์ (Garamond) กาวดี โอลด์ สไตล์ (Goudy Old Style) พาลาติโน (Palatino)



ภาพ 79 แสดงฟอนต์ Designed by Hermann Zapf, 1948

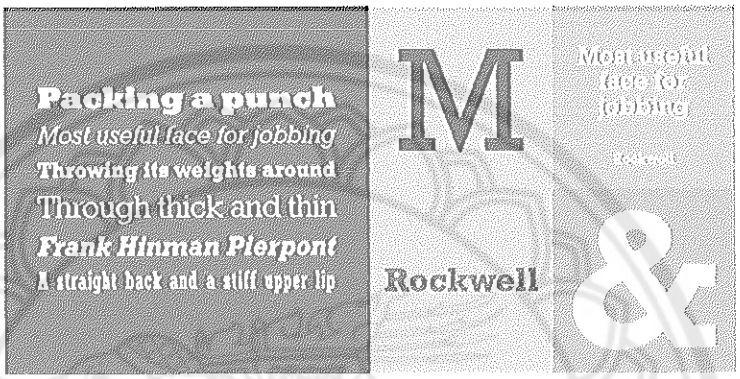
ที่มา: https://en.wikipedia.org/wiki/Palatino

3.2 ตัวพิมพ์แบบทรานซิสชันแนล (Transitional) บางครั้งเราเรียกตัวพิพม์นี้ว่าตัวบาโรค (Baroque) จุดเด่นของตัวพิมพ์นี้คือ ส่วนที่เป็นฐานหรือติ่งนั้นมีความหนาบางแตกต่างกันมากกว่าตัวพิมพ์แบบโอลด์ สไตล์ตัวพิมพ์สำคัญประเภทนี้ ได้แก่ ไทม์นิว โรมัน (Times new Roman) และบาสเคอร์วิลล์ (Baskerville)

ภาพ 80 แสดงฟอนต์ Designed byStanley Morison and Victor Lardent, 1931

ที่มา: https://en.wikipedia.org/wiki/Times_New_Roman)

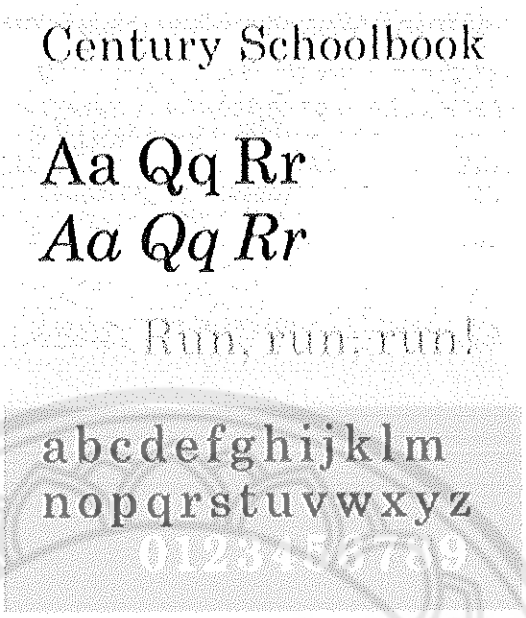
3.3 ตัวพิมพ์แบบสแควร์เซอริฟ (Squara Serif หรือ Stab Serif) บางครั้งเราเรียกตัวพิมพ์นี้ว่า ตัวอิยิปเตียน (Egyptian) หรือตัว แอนทิคส์ (Antiques) จุดเด่นของตัวพิมพ์นี้คือ ส่วนที่ฐานหรือติ่งนั้นมีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยม ส่วนใหญ่มักมีลักษณะความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากัน ตัวพิมพ์สำคัญประเภทนี้ ได้แก่ คลาเรนดอน (Clarendon) ร็อกเวล (Rockwell) และคูเลีย (Courier)



ภาพ 81 แสดงฟอนต์ Designed by Frank Hinman, 1934

ที่มา: http://pcfont.com/rockwell-font/

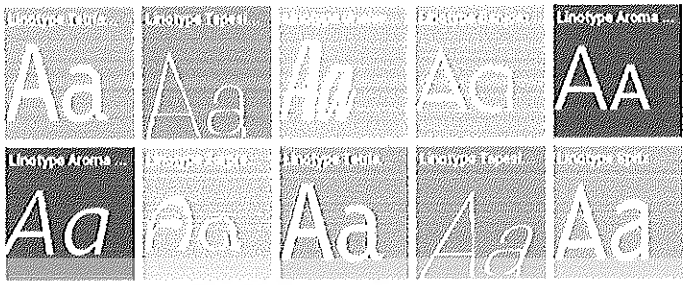
3.4 ตัวพิมพ์แบบโมเดิร์น (Modern) จุดเด่นของตัวพิมพ์นี้คือ ส่วนที่เป็นเส้นแนวตั้งของตัวอักษรมักเป็นเส้นตรงและหนา โดยส่วนที่เป็นฐานหรือติ่งจะบางมาก และมักมีความหนาบางไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร ตัวพิมพ์สำคัญประเภทนี้ ได้แก่ โบโดนี (Bodoni) และเซนจูรีสกูลบุ๊ค (Century Schollbook)



ภาพ 82 แสดงฟอนต์ Designed by Morris Fuller Benton, 1919

ที่มา: https://en.wikipedia.org/wiki/Century_type_family

4. ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typesaces) จุดเด่นของตัวพิมพ์ประเภทนี้คือ การเป็นตัวพิมพ์ที่ไม่มีฐานหรือติ่ง บางครั้งเราเรียกว่าตัวไม่มีเชิงส่วนใหญ่มักมีลักษณะความหนาบางเท่ากันทั้งตัวอักษร แต่ตัวพิมพ์ประเภทนี้ที่มีความหนาบางไม่เท่ากันทั้งตัวอักษรเราจะเรียกมันว่า ตัวกอธิกส์ (Gothics) ตัวพิมพ์แบบแซนส์เซอริฟเป็นตัวพิมพ์ที่อ่านยากกว่าตัวพิมพ์ที่มีฐานหรือติ่งในอดีตจึงนิยมใช้เฉพาะการพาดหัวโดยหลีกเลี่ยงการเขียนข้อความที่ต่อเนื่องยาว ๆ แต่ปัจจุบันด้วยประสิทธิภาพทางเทคโนโลยีเราจึงเห็นตัวพิมพ์แบบนี้ในข้อความที่ต่อเนื่องได้เช่นกัน ตัวพิมพ์สำคัญประเภทนี้ ได้แก่ เฮลเวติก้า (Helvetica) เอเรียล (Arial) ยูนิเวิร์ส (Univers)



ภาพ 83 แสดงฟอนต์ Designed by Adrian Frutiger, 1954

ที่มา: http://font.downloadatoz.com/free,1548,univers-fonts-linotype.html

5. ตัวพิมพ์แบบตัวตกแต่ง (Display Typefaces) จุดเด่นอยู่ที่ความอิสระในรูปทรงของตัวอักษรแตกต่างจากตัวอักษรทั่วไป มักถูกนำไปใช้งานประเภทตกแต่งโดยเฉพาะไม่ควรใช้ในการพิมพ์ข้อความยาว ๆ แต่นิยมใช้ในการพาดหัวเพื่อแสดงบุคลิกภาพเฉพาะพิเศษตามวัตถุประสงค์นั้น ๆ ตัวพิมพ์ประเภทนี้ไม่จำกัดอยู่ว่าจะต้องเป็นตัวอักษรล้วน ๆ อาจนำภาพอื่น ๆ มาผสมให้กลมกลืนกันหรือตัดทอน, ต่อเติม หรือแปรรูปอย่างใดก็ได้ให้เกิดความพิเศษในตัว

ภาพ 84 แสดงฟอนต์ Designed by Roger Escoffon, 1951

ที่มา: https://typofonderie.com/gazette/post/roger-excoffon-a-part-of-the-mythology-of-french-typography/

ชนิดของตัวอักษรภาษาไทย

1. ตัวอาลักษณ์ เทียบได้กับตัวพิมพ์แบบคัดลายมือในตัวพิมพ์ภาษาอังกฤษ เพราะเป็นตัวพิมพ์ที่มีลักษณะเหมือนกันคัดลายมือด้วยปากกาคอแร้งเช่นกัน นิยมใช้กับข้อความสั้น ๆ ที่ให้บุคลิกแบบโบราณ เช่น โปสเตอร์หนังย้อนยุค บอร์ดการจัดเทศกาลไทย ๆ ตามประเพณี, บรรจุภัณฑ์สินค้าที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ไทยโบราณ ตัวอาลักษณ์แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ตัวอาลักษณ์ที่มีเส้นตัวอักษรเท่ากัน และ 2) ตัวอาลักษณ์ที่มีเส้นตัวอักษรไม่เท่ากัน

ภาพ 85 แสดงฟอนต์ TH Srisakdi. ออกแบบโดย ไพโรจน์ เปี่ยมประจักพงษ์, บวร จรดล

ที่มา: http://www.thaisignmaker.com/TH+Srisakdi+Regular

2. ตัวพิมพ์แบบเขียน เป็นตัวพิมพ์ที่มีลักษณะเหมือนการเขียนด้วยลายมือ นิยมในการพิมพ์ข้อความสั้น ๆ เช่น บัตรเชิญ ตัวพิมพ์แบบเขียนแบ่งได้ 2 ประเภทคือ 1) ตัวพิมพ์แบบเขียนที่มีตัวอักษรเท่ากัน และ 2) ตัวพิมพ์แบบเขียนที่มีตัวอักษรไม่เท่ากัน

ภาพ 86 แสดงฟอนต์ RCW (@-D-RCW.)

ที่มา: https://neotarget.wordpress.com/tag/%E0%B8%8A%E0%B8%B1%E0%B8%A2-%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%A3/

3. ตัวพิมพ์แบบมีหัวเป็นตัวพิมพ์ที่มีหัวเป็นวงกลม เป็นตัวภาษาไทยที่อ่านง่ายที่สุด จึงนิยมใช้พิมพ์ข้อความหรือเนื้อเรื่องในลักษณะยาว ๆ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ตัวพิมพ์แบบมีหัวที่มีเส้นตัวอักษรเท่ากัน และ 2) ตัวพิมพ์แบบมีหัวที่มีเส้นตัวอักษรไม่เท่ากัน

ภาพ 87 แสดงฟอนต์ DB FongNam ออกแบบโดย ปริญญา โรจน์อารยานนท์

ที่มา: https://en.fontke.com/family/525787/

4. ตัวพิมพ์แบบไม่มีหัวหรือหัวปาด เป็นตัวพิมพ์ที่มีหัวเป็นจะงอยเหมือนถูกปาดออก แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ตัวพิมพ์แบบไม่มีหัวหรือตัวปาดที่มีเส้นตัวอักษรเท่ากัน และ 2) ตัวพิมพ์แบบไม่มีหัวหรือตัวปาดที่มีเส้นตัวอักษรไม่เท่ากัน

ภาพ 88 แสดงฟอนต์ DinDan ออกแบบโดย อนุทิน วงศ์สรรคกร

ที่มา: https://www.f0nt.com/forum/index.php?action=printpage;topic=16545.0

5. ตัวพิมพ์แบบตัวตกแต่ง เป็นตัวพิมพ์ที่ได้รับการออกแบบมาเป็นพิเศษเพื่อใช้ในงานเฉพาะอย่างมักใช้กับข้อความสั้น ๆ เช่น พาดหัวแต่อาจจะอ่านได้ค่อนข้างยาก สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ 1) ตัวพิมพ์แบบตัวตกแต่งที่มีเส้นตัวอักษรเท่ากัน และ 2) ตัวพิมพ์แบบตัวตกแต่งที่มีเส้นตัวอักษรไม่เท่ากัน

ภาพ 89 แสดงฟอนต์ SR Fahtalaijone font ออกแบบโดย ไพโรจน์ ธีระประภา

ที่มา: http://xn--12ccp4dmcag1b6a0dj9kc1tye.blogspot.com/2011/12/sr-fahtalaijone-np.html

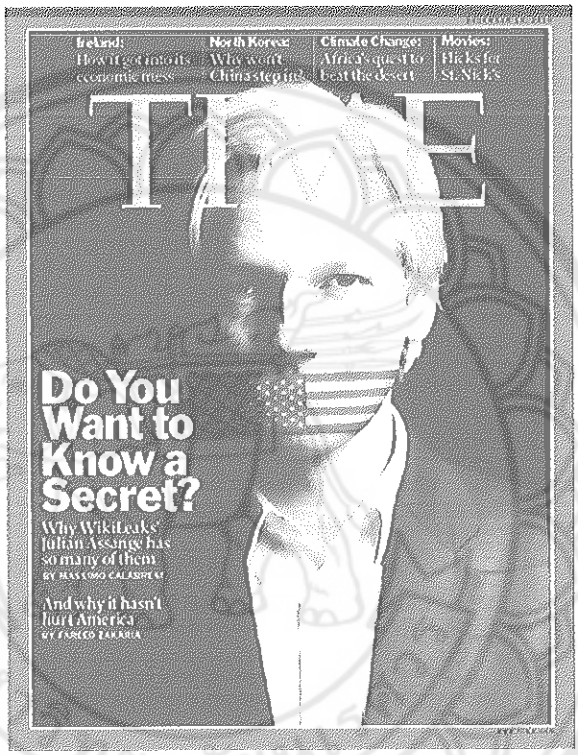
ความสำคัญของตัวอักษรในงานกราฟิก

ในการออกแบบกราฟิกเพื่อสื่อความหมายกับผู้อื่น อาทิ สิ่งพิมพ์ นิทรรศการ ต้นฉบับวัสดุฉาย ฯลฯ นอกจากการใช้รูปภาพหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ แล้ว ตัวอักษรก็ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับงานกราฟิก การใช้ตัวอักษรในงานกราฟิกพอสรุปได้ดังนี้ (โกวิท จิตบรรจง, 2542, น. 175-179)

1. บอกชื่อเรื่อง (Title)
2. บอกชื่อตอน
3. อธิบายภาพ
4. สรุปหรือเรื่องย่อ
5. แสดงรายละเอียดอื่น ๆ

บอกชื่อเรื่อง (Title)

ซึ่งได้แก่ ชื่อหนังสือ ชื่อเรื่องนิทรรศการ ชื่อเรื่องวัสดุฉาย (สไลด์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์) ตัวอักษรลักษณะนี้ควรมีขนาดใหญ่เพื่อความเร้าความสนใจจากผู้ดู โดนใช้ภาพประกอบเป็นฉากหลัง รูปแบบของตัวอักษรควรมีลักษณะกลมกลืนกับเนื้อหาของภาพแต่ใช้สีที่มีความตัดกันกับสีของภาพประกอบ



ภาพ 90 แสดงการใช้ตัวอักษรบอกชื่อเรื่อง ของปกหนังสือ TIME

ที่มา: http://antonyloewenstein.com/2010/12/04/wikileaks-hits-front-cover-of-time/

บอกชื่อตอน (Subtitle)

เป็นการบอกถึงหัวข้อย่อย เพื่อที่จะอธิบายให้ผู้ดูมีความเข้าใจในแต่ละตอน ตัวอักษรควรมีขนาดเล็กกว่าชื่อเรื่อง และควรใช้แบบตัวอักษรที่เรียบง่าย ไม่จำเป็นต้องมีภาพประกอบ เพราะจะทำหน้าที่เพียงบอกผู้ดูว่าขณะนั้นกำลังจะเข้าสู่หัวข้อใด

บอกชื่อตอน (Subtitle)
เป็นการบอกถึงหัวข้อย่อย
เพื่อที่จะอธิบายให้ผู้ดูมีความเข้าใจในเรื่องมากขึ้น

ภาพ 91 แสดงการบอกชื่อตอน (Subtitle) ของโปสเตอร์หนังเรื่อง 30 กำลังแจ๋ว

ที่มา: http://movie.kapook.com/photo/movie_13809.html

อธิบายภาพ

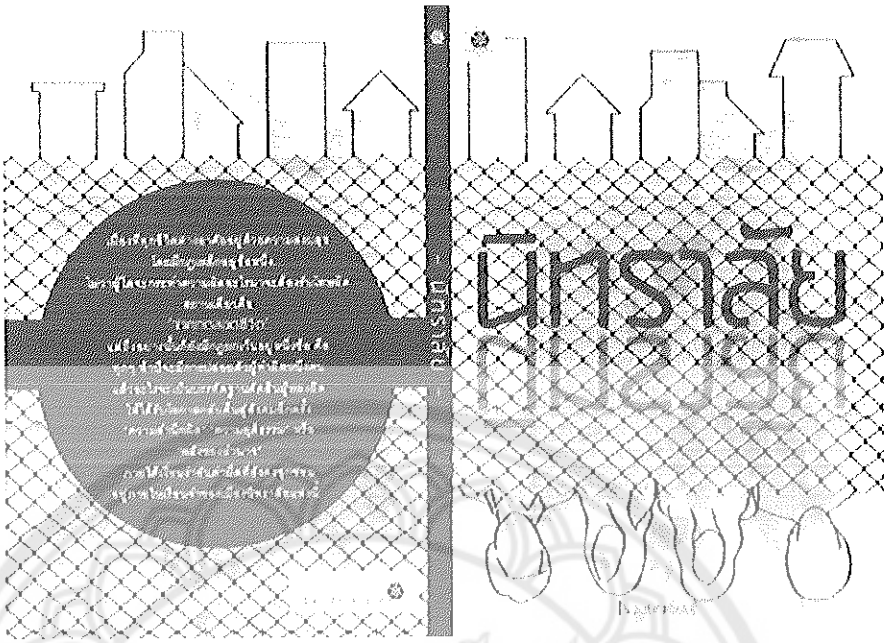
เป็นตัวอักษรซึ่งทำหน้าที่อธิบายประกอบภาพว่าเป็นภาพอะไร เพื่อให้ดูเข้าใจภาพได้ดียิ่งขึ้น หรือเป็นการบ่งชี้ในรายละเอียดของภาพว่ามีส่วนประกอบอะไรบ้าง ลักษณะของตัวอักษรที่ใช้ควรขนาดเล็กและรูปแบบเรียบง่าย

ภาพ 92 แสดงการใช้ตัวอักษรอธิบายภาพ

ที่มา: https://sites.google.com/site/healthyvc2016/hlik-leiyng-10-phvtikrrm-yayae-thi-banthxn-sukhphaph-kay-laea-sukhphaph-cit

สรุปหรือเรื่องย่อ

เป็นตัวอักษรซึ่งใช้สรุปเนื้อหาในส่วนของตอนเพื่อให้ผู้ดูเข้าใจในภาพ**รวมของเนื้อหา**ทั้งหมดก่อนที่จะนำเข้าสู่เนื้อหาตอนใหม่ตัวอักษรควรใช้ข้อความสั้นกะทัดรัด **มีขนาดเล็กแต่**อ่านง่าย

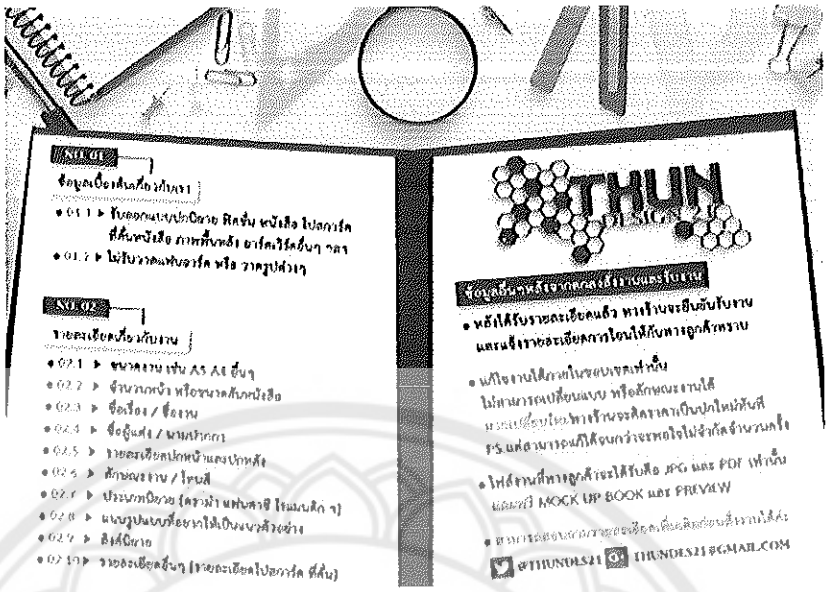


ภาพ 93 แสดงการใช้ตัวอักษรสรุปหรือเรื่องย่อหลังปกของหนังสือ

ที่มา: https://pantip.com/topic/31834286

แสดงรายละเอียดอื่น ๆ

เป็นตัวอักษรสำหรับแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับผู้จัดทำ คำแนะนำในการใช้สื่อนั้น ๆ ขนาดของตัวอักษรอาจมีได้หลายขนาดแต่ไม่ควรจะให้ใหญ่เกินไป รูปแบบตัวอักษรควรเป็นแบบเรียบ ๆ และอ่านง่าย



ภาพ 94 แสดงการใช้ตัวอักษรแสดงรายละเอียดอื่น ๆ เช่น สำหรับแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับผู้จัดทำ

ที่มา: https://twitter.com/thundes21

หลักการออกแบบตัวอักษร

ในการออกแบบกราฟิกด้วยตัวอักษรเพื่อสื่อความหมายนักออกแบบจะต้องคำนึงถึง 3 ส่วนดังนี้ คือ 1) วัตถุประสงค์ในการถ่ายทอด 2) กลุ่มเป้าหมายที่จะต้องรับรู้ข้อมูล 3) ประเภทของสื่อนำเสนอกราฟิก ประกอบกับหลักการออกแบบเบื้องต้น ซึ่งประกอบไปด้วย การเน้น ความแตกต่าง ความสมดุล การจัดวาง การซ้ำกัน ทิศทางการอ่านและการสร้างภาพด้วยตัวอักษร (ศิริพร ปีเตอร์, 2549, น. 94-102 as cited in Carter, 1977, pp. 10-21)

1. การเน้น การเน้นตัวอักษรมีความสำคัญยิ่งต่อการนำเสนอข้อความเพื่อการสื่อสารความหมายเนื่องจากการเน้นช่วยให้ข้อมูลที่สำคัญกลายเป็นจุดสนใจแรกที่กลุ่มเป้าหมายมองเห็นได้ง่ายข้อพึงระวังของการเน้นคือการเน้นทั้งหมดทุกคำก็เหมือนกับการที่ไม่ได้เน้นอะไรเลย ดังนั้นข้อความที่ถูกเน้นจะต้องเป็นข้อความที่สำคัญที่สุดวิธีการเน้นข้อความสามารถทำได้ ดังนี้

1.1 การเน้นด้วยตัวอักษรที่ใหญ่ที่สุด

1.2 การเน้นด้วยตัวอักษรที่หนาที่สุด

1.3 การเน้นสีที่สว่างที่สุด

1.4 การเพิ่มลักษณะพิเศษให้กับตัวอักษรการจัดวางตัวอักษรให้มี

รูปแบบที่แตกต่างจากองค์ประกอบอื่น ๆ

1. การเพิ่มกรอบหรือขอบโดยรอบตัวอักษร
2. จัดวางตามโครงร่างเพื่อสร้างภาพ
3. ใช้สีตัดกัน
4. ใช้พื้นที่ว่างโดยรอบเพื่อการเน้นให้ข้อความเด่น
5. ใช้เงาเน้นตัวอักษร
6. จัดวางในมุมที่แตกต่างจากองค์ประกอบอื่นที่อยู่บนเส้นนอน
7. เน้นให้เด่นแล้วทำให้องค์ประกอบอื่นโดยรอบสีจางลง

จากข้อเสนอแนะดังกล่าวมาข้างต้น การเน้นสามารถทำได้โดยการใช้องค์ประกอบอื่นมาร่วมเพื่อช่วยให้ตัวอีกษรเด่นชัดขึ้นได้

2. ความแตกต่าง การสร้างความแตกต่างของตัวอักษรก็ถือได้ว่าเป็นวิธีง่ายที่สุดในการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ให้เข้าไปสู่ข้อความสำคัญ ว่าด้วยกฎของความคล้ายกันเพื่อสร้างความ ซึ่งความแตกต่างสามารถช่วยให้ตัวอักษรเด่นขึ้น และดึงดูดความสนใจให้กลุ่มเป้าหมายต้องการติดตามอ่านได้

3. ความสมดุล ความสมดุลของการจัดวางตัวอักษรไม่ได้หมายถึง การใช้ตัวอักษรสองข้างเท่ากันเพียงอย่างเดียว แต่ความสมดุลสามารถครอบคลุมถึงการจัดองค์ประกอบร่วมกันของตัวอักษรและองค์ประกอบอื่นได้อีกด้วย

4. การจัดวาง การจัดวางตัวอักษรมีผลต่อการสื่อความหมาย และมีผลต่อการนำเสนอข้อมูลให้ง่ายต่อการอ่านอีกด้วย การใช้กริดเพื่อช่วยในการจัดวางองค์ประกอบมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากกริด สามารถช่วยให้เราควบคุมความสมดุลขององค์ประกอบโดยรวมทั้งหมดได้ และช่วยกำหนดจุดนำสายตาให้สอดคล้องกับหลักการอ่าน นอกจากนั้นกริดสามารถช่วยสร้างเอกลักษณ์เฉพาะให้กับงานได้ ในการออกแบบกราฟิก กริดช่วยให้นักออกแบบสามารถจัดวางองค์ประกอบได้อย่างรวดเร็วขึ้น ถ้านักออกแบบต้องจัดทำรูปแบบมากกว่า 1 แผ่น ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์หรือปฏิทิน นักออกแบบสามารถควบคุมความต่อเนื่องของงานออกแบบได้

5. การซ้ำกัน การซ้ำกัน หมายถึง การใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบหรือลักษณะเหมือนกันมาจัดวางในลักษณะซ้ำกันไปเรื่อย ๆ จนเกิดภาพหรือลวดลาย สามารถช่วยในการสร้างความโดดเด่นให้กับงานออกแบบได้

6. **ทิศทางการอ่าน** การจัดวางตัวอักษรตามทิศทางการอ่านมีความสำคัญกับการออกแบบกราฟิกเพื่อสื่อความหมายอย่างยิ่ง เนื่องจากทิศทางในการอ่าน เป็นตัวช่วยกำหนดความสำคัญขององค์ประกอบตามลำดับ และทิศทางในการจัดวางตัวอักษรที่สอดคล้องกับทิศทางในการอ่าน มีส่วนช่วยให้การออกแบบมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างและง่ายต่อการจดจำ โดยทิศทางการอ่านที่คนส่วนใหญ่อ่าน คือ จากซ้ายไปขวา และจงหลีกเลี่ยงการจัดวางตัวอักษร ดังข้อความด้านล่างนี้เพราะเป็นอุปสรรคในการอ่านอย่างยิ่งในการรับรู้

ภาพ 95 แสดงทิศทางที่ควรหลีกเลี่ยงในการจัดรูปแบบตัวอักษร

การจัดวางตัวอักษรจากบนลงล่างนี้ เช่นนี้ อาจถูกเลือกใช้ส่วนมากในภาษาจีนมากกว่าภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในต่างประเทศเลือกที่จะจัดวางเช่นนี้ก็ต่อเมื่อมีพื้นที่จำกัดเท่านั้น

7. **การสร้างภาพจากตัวอักษร** การจัดเรียงตัวอักษร เพื่อสร้างภาพตามแนวความคิดในการออกแบบของนักออกแบบจะทำให้สื่อความหมาย ซึ่งช่วยให้ผู้อ่านสามารถตีความหมายของภาพได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องอ่านรายละเอียดทั้งหมด แต่ถ้าอ่านรายละเอียดทั้งหมดจะช่วยให้ผู้อ่านสามารถจดจำข้อความทั้งหมดได้ดีขึ้น

8. **สี** สีมีความสำคัญอย่างยิ่งในการออกแบบตัวอักษรให้ง่ายต่อการอ่านและง่ายต่อการจดจำเนื่องจาก สีสามารถช่วยให้ตัวอักษรถ่ายทอดความหมายได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น โดยพิจารณาจากสิ่งดังต่อไปนี้ ประกอบในการตัดสินใจเลือกใช้สีของตัวอักษร

8.1 วัตถุประสงค์หลักในการใช้สีคือเพื่อดึงดูดความสนใจและสายตาไปสู่ข้อความหลักหรือภาพประกอบหลัก

8.2 สีมีความสอดคล้องกับเรื่องราวที่ต้องการสื่อความหมาย

8.3 สีช่วยให้อ่านเร็วและชัดเจน

8.4 หลีกเลี่ยงการใช้ตัวอักษรสีเหลืองบนพื้นสีขาว เพราะทำให้อ่านยาก

8.5 อย่าใช้สีมากจนเกินไปจะทำให้เกิดความรู้สึกรบกวนสายตา

8.6 ต้นทุนในการผลิตมีผลต่อการกำหนดจำนวนของสีบนสิ่งพิมพ์

8.7 สีเป็นสัญลักษณ์แทนเพื่อสื่อถึงสิ่งต่าง ๆ เช่น สีของหน่วยงานหรือสีขององค์กร เป็นต้น

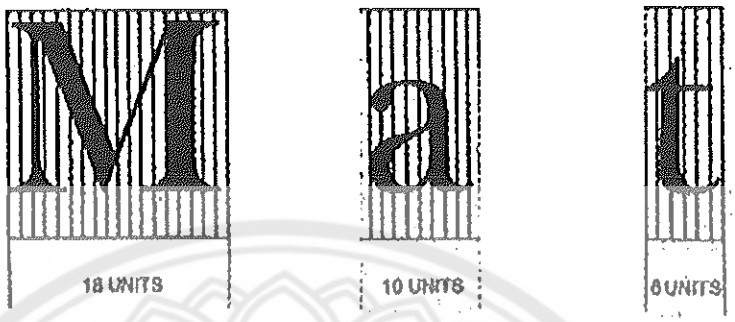
ดังนั้น การเลือกใช้สีของตัวอักษรต้องพิจารณาความสำคัญอันดับแรก คือ ง่ายต่อการอ่านและอันดับสอง คือ ต้นทุนในการผลิต เนื่องจากจำนวนของสีมีผลต่อการกำหนดต้นทุนในการผลิต นอกจากหลักการออกแบบตัวอักษรทั้ง 8 ข้อหลัก นักออกแบบกราฟิกต้องคำนึงถึงเรื่องของ ขนาดตัวอักษร ลักษณะการอ่าน การเลือกใช้ตัวอักษร ร่วมด้วยการหลักการออกแบบตัวอักษร จะเริ่มต้นจากการศึกษาถึงโครงสร้างของตัวอักษร ซึ่งตัวอักษรแต่ละตัวอักษรย่อมมีรูปลักษณะพื้นฐานเฉพาะสำหรับใช้เป็นบรรทัดฐานเป็นแนวคิดในการออกแบบ การจัดสร้างรูปแบบขึ้นมาใหม่จึงจำเป็นที่จะต้องให้อยู่ภายใต้ข้อกำหนดของโครงสร้างหลักเป็นสำคัญ องค์ประกอบที่สองก็จะต้องศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของขนาดสัดส่วนของตัวอักษร เพราะการออกแบบให้ได้ดี และได้แบบตัวอักษรที่สวยงามจะต้องมีสัดส่วนที่เหมาะสม ซึ่งจะมีผลกระทบต่อการอ่านด้วย (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, 2540, น. 177)

9. ขนาดของตัวอักษร Size of Letter ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์ (2550, น. 86- 90) ขนาดความกว้างของตัวอักษร ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีลักษณะคล้ายกันคือ เป็นตัวโดด ๆ มีทั้งขนาดความกว้างและแคบ แบ่งได้ 3 ขนาด

ตัวที่มีขนาด 10 หน่วย	:	ก ค ฑ ฉ ศ	a b c d g k
ตัวที่มีขนาด 10 หน่วยหรือน้อยกว่า	:	ข ช เ ร ใ ง	f l j I t
ตัวที่มีขนาด 10 หน่วยหรือมากกว่า	:	ณ ญ ฒ ฌ	m w W M

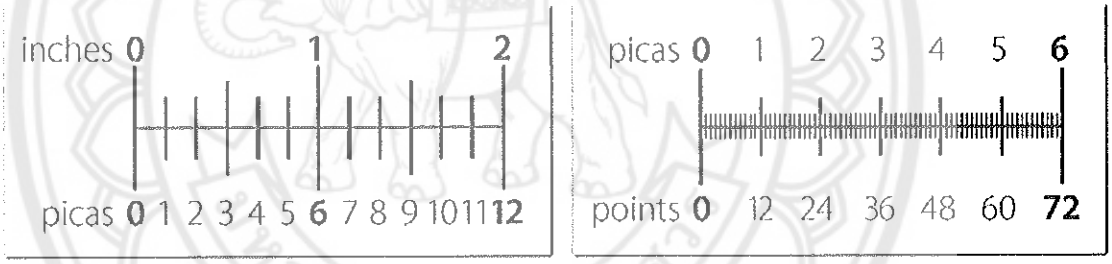
ตัวอักษรตัวพิมพ์จะเรียงตัวต่อเนื่องกันมาในส่วนที่เป็นตัวเรื่อง (Body Copy) จะไม่ปรากฏให้เห็นระยะห่างถี่เท่าใดนัก แต่เมื่อนำตัวอักษรตัวพิมพ์มาเป็นหัวเรื่องหรือชื่อสินค้าที่มีขนาดใหญ่อาจจะมองเห็นช่องว่างหรือระยะห่างที่ดูขัดตา จึงต้องสังเกตและทำการปรับปรุงแก้ไขระยะห่าง โดยการเพิ่มหรือลดโดยไม่เลือกการจัดแบบอัตโนมัติในเครื่อง ขนาดของตัวอักษรที่ระบุและเลือกใช้ตามขนาดความสูง (Font Size) ในระบบการเรียงพิมพ์ส่วนใหญ่จะออกแบบขนาด

ความสูงของตัวอักษรตัวพิมพ์ตั้งแต่ขนาด 6 พอยต์ จนถึง 72 พอยต์ และบางแบบจะมีขนาด 120 พอยต์ (ความสูง 72 พอยต์เท่ากับ 1 นิ้ว)



ภาพ 96 แสดงขนาดของตัวอักษรที่ระบุและเลือกใช้ตามขนาดความสูง (Font Size)

ที่มา: ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์, 2550, น. 86



ภาพ 97 แสดงประเภทการวัดด้วย Picas & Point

ที่มา: https://www.rockymountaintraining.com/measuring-type-with-picas-points/

ขนาดของตัวอักษร (Type Size) หมายถึง สัดส่วนตามโครงสร้างของตัวอักษร ได้แก่ ความสูง และความกว้างของตัวอักษร ขนาดความสูงของตัวอักษรในกลุ่มประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษจะนิยมใช้ระบบพอยท์(Point Size) โดยสามารถเปรียบเทียบกับมาตรวัดเป็นนิ้วและเซนติเมตร ได้ดังนี้ (โกวิท จิตบรรจง, 2542, น. 180- 184)

72 พอยท์	เท่ากับ 1	นิ้ว	หรือ	2.543	เซนติเมตร
12 พอยท์	เท่ากับ 1	ไพกา	หรือ	.423	เซนติเมตร
6 ไพกา	เท่ากับ 1	นิ้ว	หรือ	2.543	เซนติเมตร

การเลือกใช้ตัวอักษร

เนื้อหาและจุดประสงค์ในการออกแบบเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ตัวอักษรมากที่สุด ความชัดเจนในการออกแบบเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการเผยแพร่ข้อความที่ต้องการสื่อสาร ตัวอักษรแบบไม่มีเชิงอย่าง Interstate ที่มีลายเส้นสม่ำเสมอตลอดทั้งตัวอักษร ถูกออกแบบมาเพื่อสนับสนุนความสามารถในการอ่านให้มีประสิทธิภาพสูงสุด อีกทั้งตัวอักษรแบบไม่มีเชิงยังเหมาะสมต่อการใช้งานในขนาดเล็ก ๆ เช่น ใช้ในแผนภาพ คำอธิบายย่อย ๆ และแผนที่อีกด้วย ฟอนต์ Arial เป็นอีกฟอนต์หนึ่งที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายบนจอคอมพิวเตอร์หรือเว็บไซต์ และมักถูกติดตั้งมาให้ในคอมพิวเตอร์เกือบทุกเครื่อง (จุติพงศ์ ภูสุมาศ, และสุวิภา แซ่อึ้ง, 2558, น. 70)

1. ตัวเลือกการใช้ตัวอักษรอาจเปลี่ยนแปลงไปตามเรื่องราวที่ต้องการจะสื่อ รวมถึงเปลี่ยนไปตามความเข้าใจในจุดกำเนิดของตัวอักษรนั้น ๆ ยกตัวอย่างเช่น ฟอนต์ Caslon และ Baskerville นั้นให้ความเป็นอังกฤษแบบคลาสสิก Garamond ให้ความเป็นฝรั่งเศส Goudy ให้ความเป็นอเมริกัน Bodoni ให้ความเป็นอิตาเลี่ยน เป็นต้น

2. สิ่งพิมพ์บางประเภทอาจมีความท้าทายในการใช้งานตัวอักษรสูงขึ้น ยกตัวอย่างเช่น นิตยสารที่ผู้อ่านจะเข้าไปอ่านเนื้อความแต่ละส่วนอย่างไม่ปะติดปะต่อกัน แตกต่างจากหนังสือที่อ่านหน้าต่อหน้า ดังนั้น หากเนื้อความที่ไม่ยาวมากนัก เราอาจเลือกใช้ตัวอักษรที่แปลกตา เพื่อสร้างความสดใหม่ให้กับงานก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามไม่ควรเลือกใช้ฟอนต์มากมายหลายชนิดในงานออกแบบเดียว

3. ตัวอักษรสำหรับหัวเรื่อง มักมีความหลากหลายมากกว่าตัวอักษรที่ใช้สำหรับเนื้อความ เนื่องจากหัวเรื่องมีจุดประสงค์ที่ต้องการสร้างจุดสนใจมากกว่าตัวเนื้อความ ดังนั้น คุณอาจลองเลือกใช้ตัวอักษรใหม่ ๆ กับหัวเรื่องดูบ้างก็สาร้างความน่าสนใจกับงานได้

4. ตัวอักษรแบบไม่มีเชิงและตัวอักษรมีเชิงแบบ Alab มักดูมีความน่าเชื่อถือและหนามากกว่า มักถูกออกแบบมาเพื่อให้การอ่านเป็นเวลานาน ๆ แม้แต่การพิมพ์หนังสือโดยการใช้ตัวอักษรขนาดเล็ก ๆ ตัวอักษรแบบไม่มีเชิงยังคงเหมาะสมมากว่า ส่วนตัวอักษรแบบมีเชิงนั้นมักถูกเลือกใช้กับงานแบบอนุรักษ์นิยม

ข้อพิจารณาในการเลือกใช้ตัวอักษร

หลักการเลือกใช้ตัวอักษรในงานออกแบบกราฟิกจะต้องพิจารณาสิ่งสำคัญดังต่อไปนี้

1. อ่านได้ง่ายและชัดเจน
2. ไม่ควรใช้ตัวอักษรหลายรูปแบบร่วมกัน
3. หลีกเลี่ยงการใช้ตัวอักษรที่คล้ายคลึงกันปนกัน

4. ถ้าอักษรภาษาอังกฤษไม่ควรพิมพ์อักษรพิมพ์ใหญ่ทั้งหมดควรพิมพ์ตัวพิมพ์ใหญ่ร่วมกับตัวพิมพ์เล็กจะช่วยให้อ่านง่ายขึ้น

5. เลือกขนาดตัวอักษรที่สอดคล้องกับระยะในการอ่าน

6. หลีกเลี่ยงการใช้ตัวอักษรทึบหรืออักษรผอมบางจนเกินไป

7. หลีกเลี่ยงการใช้ตัวอักษรบีบหรืออักษรยืดมากจนเกินไป

8. อย่าพิมพ์ข้อความ 1 บรรทัดยาวจนสุดหน้ากระดาษถ้ากระดาษ มีขนาดใหญ่จะทำให้ผู้อ่านไม่สามารถจับใจความสำคัญได้หมด

9. กำหนดช่องไฟและระยะห่างในการเว้นบรรทัดอย่างเหมาะสมกับการอ่าน

10. ควรพิมพ์ชิดซ้ายให้เท่ากันจะอ่านได้ง่ายและรวดเร็วกว่า

11. ควรเว้นวรรคตามจังหวะของการอ่านอย่าให้ทำขาดหรือแยกจากกัน

12. กำหนดย่อหน้า เพื่อขึ้นให้ชัดเจน 13 พิจารณาคู่สีระหว่างตัวอักษรและพื้นของตัวอักษรอย่างรอบคอบเพื่อความสบายตาในการอ่าน 1

13. กำหนดขนาดของตัวอักษรและรูปแบบของตัวอักษรตามเทคโนโลยีการผลิตกราฟิก

จากทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นเพียงข้อพิจารณาบางส่วนเท่านั้นที่นักออกแบบจะพิจารณาเลือกใช้ตัวอักษรให้เหมาะสมกับข้อความที่นักออกแบบต้องการสื่อความหมายออกไป

ลักษณะของสภาพการอ่านที่ดี (Type of Good Legibility)

ตัวอักษรตัวพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นความพิถีพิถันในการเลือกขนาดแบบ และความประณีตในการจัดการกับสิ่งแวดล้อมที่จะปรากฏต่อสายตาในขณะที่อ่านตัวอักษรเหล่านั้น ล้วนช่วยทำให้เกิดสภาพการอ่านที่ดีได้รวดเร็วยิ่งขึ้นด้วยอันเกิดจากปัจจัยเหล่านี้คือ (ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์, 2550, น. 88-90 อ้างถึงใน Labuz, 1988)

1. ลักษณะรูปร่างของตัวอักษรสวย ได้สัดส่วนกว้าง: สูง

2. การเอาตัวอักษรมาประสมเป็นข้อความหรือบรรทัด

2.1 ตัวอักษรทั้งหมดต้องเป็นแบบเดียวกันทั้งหมด

2.2 ความยาวของบรรทัดต้องพอดี เวลาอ่านไม่ต้องหันไป-มา

2.3 ระยะห่างของบรรทัดต่อบรรทัดต้องพอเหมาะ

2.4 ตัวอักษรหลายแบบในหน้าเดียวกัน ทำให้อ่านได้ช้าลง

2.5 ตัวเอน อ่านได้ช้ากว่าตัวตรง

2.6 ตัวใหญ่อ่านได้ช้ากว่าตัวเล็ก

3. ความแตกต่างของสีและความหนาสีของตัวอักษรและพื้นมีความแตกต่างกันจะทำให้สะดวกในการมองเห็น

สรุปตัวอักษรในงานออกแบบกราฟิก

ตัวอักษรมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการออกแบบกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพราะตัวอักษรสามารถช่วยถ่ายทอดข้อมูลในรายละเอียดผ่านหัวข้อเรื่องหลัก หัวข้อเรื่องรอง และเนื้อเรื่องได้ นอกจากนั้นการออกแบบตัวอักษรให้มีลักษณะพิเศษตามความคิดสร้างสรรค์ ก็มีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ในการเน้นความสำคัญของข้อความให้โดดเด่น ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน และช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจในความหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้นเพราะตัวอักษรเป็นส่วนประกอบหลักในการนำเสนอข่าวสารการสื่อความหมายไปยังผู้ดูผู้อ่าน นักออกแบบกราฟิกจำเป็นต้องศึกษาประวัติศาสตร์การออกแบบตัวอักษรศึกษารูปแบบตัวอักษรภาษาอังกฤษและภาษาไทย รวมถึงความสำคัญและหลักการออกแบบตัวอักษรเบื้องต้น เพื่อให้นักออกแบบกราฟิกรู้จักวิธีการใช้ตัวอักษรอย่างเหมาะสมไม่ว่าจะเป็น การออกแบบชื่อเรื่อง ชื่อตอน อธิบายภาพ และการแสดงรายละเอียดอื่น ๆ หรือการออกแบบ ประดิษฐ์ และจัดตัวอักษรให้มีรูปลักษณ์ ขนาด ระยะห่าง และการวางตำแหน่งที่ดี เพื่อให้การออกแบบและจัดหน้า มีความสวยงาม สามารถส่งเสริมสื่อประชาสัมพันธ์ให้เนื้อหามีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

การเลือกใช้แบบตัวอักษรเป็นส่วนสำคัญอย่างมากที่ช่วยให้สื่อสิ่งพิมพ์หรืองานกราฟิDประเภทต่าง ๆ มีบุคลิกภาพ มีความสวยงาม ชวนอ่าน และเกิดความสะดวกสบายในการอ่าน ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร ที่ผู้อ่านสามารถรับสารได้มากกว่าภาษาหนังสือ แต่ยังแฝงไว้ด้วยบุคลิกภาพ ลีลา สไตล์ และรสนิยมของผู้ส่งสารได้ด้วย รวมทั้งหมด คือ ศิลปะของตัวอักษรตัวพิมพ์ที่เรียกว่า "Typography"

7. การออกแบบสัญลักษณ์

การสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในสังคม ไม่ว่าจะไปที่ไหนจะพบป้ายสัญลักษณ์ที่ไม่ต้องใช้ภาษาหนังสือสื่อสารความหมาย ไม่ว่าจะเป็นบนท้องถนน ในร้านอาหาร ภัตตาคาร สนามบิน ฯลฯ รอบตัวเราเต็มไปด้วยป้ายสัญลักษณ์ที่ทำความเข้าใจกันได้ไม่ว่าจะเป็นชนชาติภาษาใด การสื่อสารความคิด ความเข้าใจ ด้ายภาพวาดอย่างง่ายด้วยภาพเครื่องหมายต่าง ๆ ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ ทั้งการวาดเส้นและการระบายสี จนมาถึงปัจจุบันก็ยังคงมีการสื่อสารความหมายด้วยการเขียนเป็นรูปภาพแทนประโยคยาว ๆ โดยใช้เครื่องหมายที่สมบูรณ์เพียงภาพเดียวเพื่อเป็นการประหยัดเวลาในการทำความเข้าใจ นอกจากนี้ยังทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ เพราะสามารถสื่อความหมายในด้านภาพลักษณ์ได้ด้วย สัญลักษณ์ที่ใช้กันในวงธุรกิจการค้าในช่วงศตวรรษที่ 19 มีการออกแบบให้จดจำได้และดูทันสมัยขึ้นซึ่งสามารถพบเห็นได้ตั้งแต่

นามบัตร ซองจดหมาย อุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ ไปจนถึงบริเวณภายในภายนอกสำนักงาน จะมีสัญลักษณ์ที่ใช้แทนองค์กรหรือเพื่อสื่อความเข้าใจประทับติดอยู่ด้วยเสมอ คือรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพ หรือตัวหนังสือ ในปัจจุบันจะเจาะจงที่เป็นภาษาหนังสือมากกว่า เพราะนอกจากจะใช้เพื่อเรียกชื่อสินค้า หรือบริการนั้น ยังสามารถจะทะเบียนทางกฎหมายในการปกป้องผลประโยชน์และมีความจำเป็นอย่างมากในการป้องกันการลอกเลียนแบบของคู่แข่งขันส่วนโลโก้ (Logo) จะใช้เครื่องหมายการค้าเป็นการเรียกชื่อยี่ห้อหรือบริการได้ อย่างเช่น สบู่หอมตรานกแก้ว แต่ถ้าเครื่องหมายการค้าไม่สามารถแปรเป็นภาพเครื่องหมายได้โดยตรงจึงมีการใช้ภาพเครื่องหมายอื่นที่ทำให้เกิดการจดจำได้ง่ายขึ้นและความหมายที่ดีตามมาด้วย ภาพอย่างเดียว เป็นภาพของสัญลักษณ์หรือรูปภาพเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะในเมืองไทยสมัยก่อนที่มีประชาชนผู้รู้หนังสือจำนวนน้อย จึงจำเป็นต้องใช้ภาพเพียงอย่างเดียวในลักษณะภาพกราฟิก ทั้งที่เป็นภาพตามความจริงและภาพที่เป็นนามธรรม ตัวอักษรเพียงอย่างเดียว เป็นลักษณะของตัวอักษรโดยมีแบบของตัวอักษรที่เห็นได้ชัด ภาพและตัวอักษรนำมาใช้ร่วมกัน โดยจะเป็นภาพที่มีรายละเอียดหรือเป็นภาพของรูปร่างที่เป็นเส้นประกอบกับตัวอักษรด้วยการประดิษฐ์ให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น (ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์, 2550, น. 65-67)

กระบวนการสร้างสรรค์เครื่องหมายและสัญลักษณ์ ในการออกแบบเครื่องหมายและสัญลักษณ์นั้น จะมีลำดับขั้นของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ในลักษณะต่อไปนี้ การถ่ายทอดความคิดให้มีลักษณะเป็นรูปธรรม ผู้ออกแบบจะแปลความต้องการซึ่งลักษณะเป็นความคิดหรือเป็นนามธรรมให้ออกมาเป็นภาพในลักษณะรูปธรรม โดยสามารถกระทำได้ 3 ลักษณะ ดังนี้

1. การสร้างสัญลักษณ์ที่มาจากความต้องการด้านวัตถุ เช่น คน สัตว์ พืช และสิ่งของซึ่งมีลักษณะเป็นรูปธรรมผู้ออกแบบสามารถนำรูปวัตถุนั้น ๆ มาใช้เป็นรูปสัญลักษณ์ได้โดยตรงอันจะมีลักษณะเช่นเดียวกับการสร้างตัวอักษรภาพ หรือพิกโตกราฟ ในสมัยโบราณ ในสมัยปัจจุบันได้มีการนำสัญลักษณ์จากรูปวัตถุมาใช้ในการสื่อความหมายโดยตรงเช่นร้านขายเครื่องเขียนอาจนำรูปพู่กัน ดินสอ หมึก มาใช้เป็นสัญลักษณ์เพื่อให้ผู้อื่นรับรู้ได้

2. การสร้างสัญลักษณ์ที่มาจากความต้องการที่เป็นนามธรรม สัญลักษณ์ประเภทนี้ได้แก่การแสดงออกถึงความรู้สึก เช่น ความดีใจ ความเคารพศรัทธา ความมั่นคง ความมีอำนาจ เป็นต้น ผู้ออกแบบจะต้องใช้ลักษณะภาพแทนความคิดหรือ ไอดีกราฟ โดยดัดแปลงจากอักษรภาพ เช่น การที่ชาวอียิปต์แสดงภาษาที่แทนความคิดในลักษณะที่เป็นภาพ ตัวอย่างเช่น มือเป็นสิ่งที่ใช้ในการต่อสู้ฆ่าฟันจึงหมายถึงอำนาจหรือดวงอาทิตย์ที่กำลังจะตกเป็นสิ่งที่กำลังจะจากไปจึงหมายถึงความตาย เป็นต้น

การออกแบบสัญลักษณ์ในปัจจุบัน ผู้ออกแบบยังต้องใช้หลักการนี้อยู่ เพราะจะทำให้การสื่อความหมายระหว่างผู้ออกแบบและผู้รับสารเกิดความเข้าใจตรงกันได้ ตัวอย่างเช่น ในการออกแบบสัญลักษณ์ข้างหีบห่อเพื่อเตือนให้ระวังสิ่งของภายในจะเปียกน้ำ จะใช้สัญลักษณ์รูปร่มโดยผ่านขั้นตอนของการพัฒนาความคิด ดังนี้ มนุษย์มองเห็นสายฝนตกลงมาเป็นแนวเฉียง และต่างรับรู้กันว่าเส้นเฉียงเป็นเครื่องหมายแทนสายฝน การที่จะไม่ให้เปียกฝนจะต้องกางร่มบังฝน ดังนั้นภาพร่มและสายฝนจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ในการเตือนไม่ให้สิ่งของเปียกน้ำ เป็นต้น

3. ภาพสัญลักษณ์ที่คิดขึ้นโดยอิสระโดยเป็นที่ยอมรับร่วมกันในสังคมนั้น ๆ ได้แก่การที่มนุษย์ที่อยู่ร่วมกันชุมชนได้ยอมรับข้อตกลงร่วมกันในความหมายของสัญลักษณ์นั้น ๆ และสามารถสื่อความต้องการระหว่างกันได้ ตัวอย่างเช่น คนไทยในสมัยก่อนใช้ตราเฉลวรูปแพะแทนร้านขายนม เป็นต้น

การพัฒนาภาพรูปธรรมให้เป็นสัญลักษณ์ที่ดี ภาพรูปธรรมที่ผู้ออกแบบได้สร้างสรรค์ขึ้นแทนความคิดนั้น จำเป็นจะต้องได้รับการพัฒนาให้มีลักษณะเป็นรูปสัญลักษณ์ที่ดี เพราะความคิดสร้างสรรค์ในครั้งแรกอาจยังไม่งดงามสมบูรณ์ลงตัว เช่น ในการนำรูปธรรมชาติมาใช้เป็นสัญลักษณ์โดยตรงอาจไม่เหมาะสมต่อการนำเสนอเผยแพร่ จึงต้องนำมาปรับปรุงโดยผ่านการร่างแบบและแก้ไขหลายครั้งเพื่อเลือกภาพที่ดีที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ต่อไป

หลักการออกแบบสัญลักษณ์

เพื่อให้การออกแบบสัญลักษณ์แต่ครั้งประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และสามารถนำไปใช้งานได้อย่างมีประสิทธิผล ผู้ทำการออกแบบควรยึดหลักการ ดังนี้

1. ศึกษาจุดมุ่งหมาย (Objective) เป็นข้อกำหนดพื้นฐานว่า งานออกแบบต้องให้ผู้ดูหรือกลุ่มเป้าหมาย สนใจ เกิดการรับรู้ สร้างความเข้าใจที่ดี และง่ายแก่การจดจำ จำได้นาน สิ่งที่จะช่วยให้เกิดการรับรู้ได้เร็วและจำได้นาน คือ ความสวยงาม ชวนมอง น่าสนใจ, ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, สื่อความหมายได้เข้าใจ

2. กลุ่มเป้าหมาย (Audience) สัญลักษณ์ที่ออกแบบ ต้องคำนึงว่าจะนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายใด มีความต้องการอย่างไร อาจจะจัดเป็นกลุ่มตามระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา รายได้ ทัศนคติ ค่านิยม เป็นต้น

3. เนื้อหา (Content) นักออกแบบต้องคำนึงถึงเนื้อหาที่ต้องการแสดงออกว่าแทนความหมายหรือสื่อสารแทนสิ่งใดและเมื่อนำไปใช้เป็นเวลานานประชาชนจะเกิดความคุ้นเคยนาน ๆ เข้า สัญลักษณ์นั้นอาจสื่อความหมายได้กว้างขึ้น และกลายเป็นสัญลักษณ์ที่เป็นสากลได้

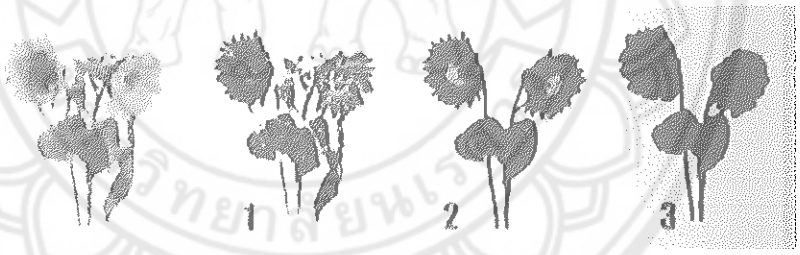
4. การผลิต (Production) สัญลักษณ์ที่ออกแบบแล้ว ต้องมีการทดลองปรับขนาดต่าง ๆ เช่น การย่อ หรือขยายหลาย ๆ ขนาด เพื่อพิจารณารายละเอียดต่าง ๆ โดยยึดหลักว่าต้องสามารถใช้งานได้ทุกขนาด และควรทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย สำรวจความคิดเห็นว่าเห็นด้วยหรือไม่อย่างไร แล้วจึงแก้ไขปรับปรุงให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ก่อนที่จะนำไปผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก ๆ

5. การใช้ (Utilization) การนำสัญลักษณ์ไปใช้ มีผลต่อการออกแบบ ต้องพิจารณาว่าเหมาะสมกับการใช้งานหรือไม่ เช่น ใช้ในสิ่งพิมพ์ (2 มิติ) หรือใช้ในงาน 3 มิติ

6. การประเมินผล (Evaluation) บริษัท ห้างร้าน ควรมีการติดตามผล เก็บข้อมูล แล้ววิเคราะห์ประเมินผลว่าสัญลักษณ์ที่ออกแบบนั้นสื่อความหมายกลับกลุ่มเป้าหมายได้หรือไม่ กลุ่มเป้าหมายยอมรับสัญลักษณ์นั้นมากน้อยเพียงใด

หลักการสัญลักษณ์แบบ Symbolization

หลักในการ Symbolization คือ การจับจุดเด่นของภาพ พยายามสร้างภาพใหม่ให้เข้าสู่องค์ประกอบพื้นฐานของภาพ คือ จุด เส้น และนาบ หรือพูดอีกนัยหนึ่งคือ การทำภาพง่าย และพยายามให้ภาพมีรายละเอียดน้อยที่สุด และยังคงความหมายของภาพได้ ลองดูตัวอย่างกัน



ภาพ 98 แสดงขั้นตอนในการ Symbolization

ที่มา: http://www.elfit.ssru.ac.th/somsakul_je/file.php/1/Symbol-graphic.pdf

จากภาพต้นฉบับเป็นรูปดอกทานตะวัน เราได้รูปสัญลักษณ์มา 3 แบบ เราจะมาดูว่าแบบไหนที่น่าจะใช้ในการทำภาพสัญลักษณ์มากที่สุด โดยอย่าลืมว่าเรากำลังจะซื้อถึง "ดอกทานตะวัน"

แบบที่ 1 รายละเอียดของภาพมากเกินไป องค์ประกอบเส้นมากมาย อยู่ในรูปโดยไม่ได้สื่อความหมายอะไรมากไปกว่าการเป็นรายละเอียดของดอกไม้

แบบที่ 2 เป็นแบบใช้รายละเอียดน้อย แต่ยังคงความหมายของดอกทานตะวันอยู่

แบบที่ 3 เราอาจมองภาพนี้เป็นเพียงดอกไม้ชนิดหนึ่งแต่ได้อาจระบุความเป็นดอกทานตะวันได้ เพราะภาพนี้เป็นแบบลดทอนรายละเอียดมากเกินไป จนขาดความหมายของภาพไม่คงความเป็นดอกทานตะวันเอาไว้

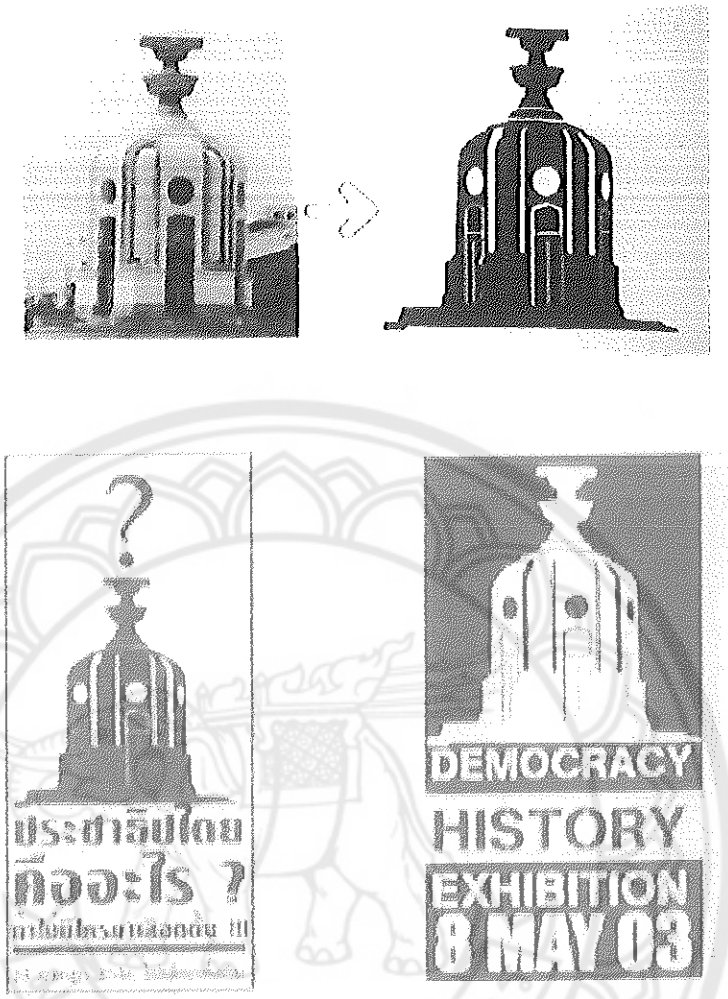
ดังนั้นในการออกแบบภาพสัญลักษณ์จึงควรใช้แบบที่ 2 เพราะเป็นภาพที่รายละเอียดน้อยแต่ยังคงความหมายของภาพต้นฉบับไว้ คือ ยังดูสื่อถึงดอกทานตะวัน

วิธีการ symbolization ภาพเพื่อนำไปใช้เป็นสัญลักษณ์

ภาพ 99 แสดงรูปต้นแบบเป็นรูปเต่า

ที่มา: http://www.elfit.ssru.ac.th/somsakul_je/file.php/1/Symbol-graphic.pdf

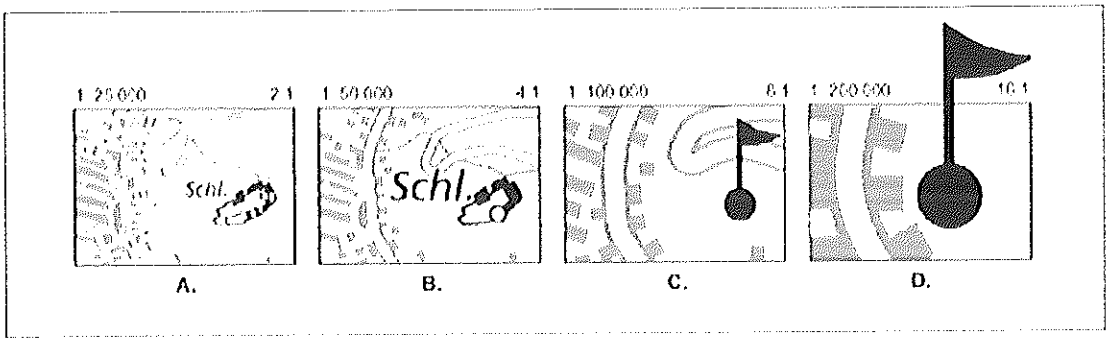
จุดเด่นของภาพที่จะสื่อความหมายของความเป็นเต่าก็คือ ตัวกระดองเต่า และหัวของมัน เส้นสายทางด้านบนถูกสร้างขึ้นมา เพื่อสื่อความเป็นกระดองเต่าในขณะที่เส้นบริเวณหัวช่วยสร้างลักษณะหน้าตาของเต่า โดยคำนึงถึงรายละเอียดน้อยลง โดยให้ภาพรวมของภาพสัญลักษณ์ยังคงสื่อความหมายเดิมเอาไว้ คือ เต่านั่นเอง และรูปของเต่าที่ผ่านการ Symbolization กลายมาเป็นส่วนประกอบในภาพสัญลักษณ์ต่าง ๆ ต่อไป เช่น เป็นสัญลักษณ์การแข่งขันวิ่งมาราธอน หรือป้ายบอกข้อมูลในสวนสัตว์ เป็นต้น



ภาพ 100 แสดงรูปต้นแบบเป็นรูปอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย

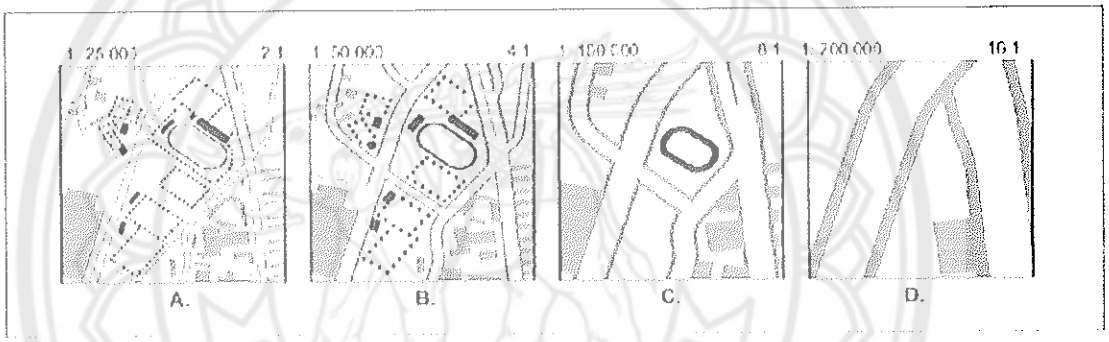
ที่มา: http://www.elfit.ssru.ac.th/somsakul_je/file.php/1/Symbol-graphic.pdf

นอกเหนือจากรูปทรงของตัวอนุสาวรีย์แล้ว จุดเด่นของภาพคือ หน้าต่างวงกลมและช่องประตู จะเอาจุดเด่นต่าง ๆ เหล่านั้น มาย่อภาพทำให้ง่ายเป็นเส้นและนาบอย่างที่เห็น นอกจากนี้การสร้างภาพสัญลักษณ์ยังต้องคำนึงถึงตัวภาพ และพื้นที่ว่างในภาพให้มีความสัมพันธ์กัน ภาพสัญลักษณ์ที่ได้อาจจะนำมาสลับขาว สลับดำ เพื่อความน่าสนใจในงานได้เช่นกัน รูปอนุสาวรีย์ที่ผ่านการ Symbolization แล้วก็นำไปเป็นส่วนประกอบในภาพสัญลักษณ์ต่าง ๆ ต่อไป เช่น โปสเตอร์รณรงค์เลือกตั้ง หรือ โปสเตอร์นิทรรศการงานแสดง เป็นต้น



ภาพ 101 แสดงขั้นตอนในการ Symbolization 1

ที่มา: http://www.gitta.info/Generalisati/en/html/GenProcedure_learningObject8.html



ภาพ 102 แสดงขั้นตอนในการ Symbolization 2

ที่มา: http://www.gitta.info/Generalisati/en/html/GenProcedure_learningObject8.html

สรุปการออกแบบสัญลักษณ์

สัญลักษณ์เกิดขึ้นมาตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ ในยุคแรกมนุษย์โบราณใช้สัญลักษณ์เป็นภาพอย่างง่ายเพื่อสื่อสารและบันทึกเรื่องราว ซึ่งสัญลักษณ์ในแรกเริ่มจะเป็นภาพแทนสิ่งต่าง ๆ ที่ผู้คนในสังคมรับรู้ความหมายได้ตรงกัน เช่น สัญลักษณ์บอกทิศทาง ระบุเพศ คน สัตว์ ใช้สื่อสารความหมายระหว่างมนุษย์ด้วยกันในลักษณะรูปภาพ โดยการรับรู้จากประสบการณ์ร่วมกันอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานจนเกิดความเข้าใจร่วมกันว่าภาพนั้น ๆ เป็นสัญลักษณ์แทนความหมายต่าง ๆ เช่น สัญลักษณ์ดวงอาทิตย์หัวใจ ดอกไม้ เป็นต้น สัญลักษณ์ถูกนำไปใช้งานในหลากหลายหน้าที่และบทบาทที่แตกต่างกันในการสื่อสาร เช่น การสื่อแทนสิ่งที่เคารพศรัทธาของมนุษย์ ได้แก่ ความเชื่อทางศาสนา หรือแทนหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน สัญลักษณ์อาจ

แทนถึงประเทศชาติ กลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดหรือหมู่บ้าน ซึ่งเหล่านี้ล้วนถูกนำไปใช้เพื่อสื่อความเป็นสังกัดในหน่วยการปกครอง ด้านของกฎระเบียบ หรือควบคุมพฤติกรรมต่าง ๆ ของคนในสังคม สัญลักษณ์ก็มีบทบาทในฐานะของเครื่องหมายที่ใช้ชี้แจงกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องหมายจราจร เครื่องหมายบังคับ ข้อห้ามต่าง เป็นที่ยอมรับและรับรู้ร่วมกันของคนในสังคม

สัญลักษณ์มีอีกบทบาทหนึ่งที่สำคัญ โดยเฉพาะในด้านการค้า สัญลักษณ์ถูกใช้เป็นเครื่องหมายที่บ่งบอกแทนบริษัทและห้างร้านที่ประทับลงบนสินค้าต่าง ๆ มาตั้งแต่โบราณ หรือตั้งแต่มนุษย์เริ่มมีการค้าขายกันเกิดขึ้น เครื่องหมายการค้า หรือโลโก้ของบริษัทแต่ละห้างร้านต่าง ๆ ในปัจจุบัน มีหน้าที่มากไปกว่าระบุความเป็นเจ้าของสินค้าและบริการ คือสามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ของบริษัทนั้น ๆ ได้อีกด้วย การออกแบบเครื่องหมายการค้าหรือโลโก้จึงควรคำนึงถึงหลักการออกแบบกราฟิกเป็นอย่างมาก นอกจากความง่ายต่อการสื่อสาร และยังต้องมีความสวยงาม การสื่อความหมายที่ดี จดจำได้ง่ายมีลักษณะในเชิงบวก มีความทันสมัยและมีลักษณะเฉพาะ ที่ไม่ซ้ำกับเครื่องหมายอื่น ๆ

8. การสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบกราฟิกจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย โดยศึกษาประเด็นหลักการออกแบบกราฟิก จำนวน 10 เล่ม จากนั้นนำมาสังเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ การจัดทำเลเอาต์ และการจัดทำสื่ออินโฟกราฟิกในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

ตาราง 12 แสดงผลการสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบกราฟิก

หลักการออกแบบกราฟิก	1.อาธยะ ศรีอัยยาณนุตระ. (2550)	2.พงษ์ศักดิ์ ไชทิพย์. (2549)	3.วรพงษ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2535)	4.ศิริพร ปิเตอร์. (2549)	5.วิรุณ ตั้งเจริญ. (2531)	6.ธาวิพย์ เสริมทวีผล. (2550)	7.ปาพจน์ หนูนักดี. (2553)	8.สกล บัวงาม. (2546)	9.ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2554)	10.วันชัย ศิริชนะ. (2536)	รวม	สำดับ
1. เอกภาพ	✓	✓	✓			✓		✓	✓	✓	7	2
2. การเน้น จุดเด่น และการสร้างลำดับความสำคัญ	✓	✓	✓	✓	✓		✓				6	3
3. ความมีสัดส่วนที่สวยงาม	✓	✓	✓			✓		✓	✓	✓	7	2

ตาราง 12 (ต่อ)

หลักการออกแบบกราฟิก	1.อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2550)	2.พงษ์ศักดิ์ ไชทิพย์. (2549)	3.วรพงษ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2535)	4.ศิริพร ปีเตอร์. (2549)	5.วิรุณ ตั้งเจริญ. (2531)	6.ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์. (2550)	7.ปาพจน์ หนุนภักดี. (2553)	8.สกล ภู่งามดี. (2546)	9.ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2554)	10.วันชัย ศิริชนะ. (2536)	รวม	ลำดับ
4. ขนาด	✓										1	6
5. ความสมดุล	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	9	1
6. ทิศทางและการเคลื่อนไหว	✓										1	6
7. ความขัดแย้ง	✓							✓	✓	✓	4	
8. จังหวะ ลีลา และการซ้ำ	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9	1
9. ความกลมกลืน		✓						✓		✓	3	5
10. ความง่าย			✓								1	6
11. ความแตกต่าง			✓	✓				✓		✓	4	4
12. การรับรู้			✓	✓	✓						3	5
13. ความต่อเนื่อง			✓	✓	✓	✓					4	4
คะแนนรวม	8	5	9	6	4	5	3	7	5	7		

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

จากตาราง 12 ผู้วิจัยสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องประเด็นหลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ โดยศึกษาเรื่อง หลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ จากเอกสาร ตำรางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 เล่ม ประกอบไปด้วย 1) อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2550) 2) พงษ์ศักดิ์ ไชทิพย์ (2549) 3) วรพงษ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2535) 4) ศิริพร ปีเตอร์ (2549) 5) วิรุณ ตั้งเจริญ (2531) 6) ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์ (2550) 7) ปาพจน์ หนุนภักดี (2553) 8) สกล ภู่งามดี (2546) 9) ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์ (2554) และ 10) วันชัย ศิริชนะ (2536)

หลังจากทำการสังเคราะห์ พบว่า มีหลายประเด็นที่มักใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการออกแบบกราฟิก โดยผู้วิจัยสรุปตามความเหมาะสม 5 ลำดับคือ 1) ความสมดุล, จังหวะ ลีลา และการซ้ำ 2) เอกภาพ, ความมีสัดส่วนที่สวยงาม 3) การเน้น จุดเด่น และการสร้างลำดับความสำคัญ, 4) ความแตกต่าง, ความต่อเนื่อง 5) ความกลมกลืน, การรับรู้

9. การสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย โดยศึกษา ประเด็นหลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ จำนวน 10 เล่ม จากนั้นนำมาสังเคราะห์เป็นเกณฑ์ในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ และเกณฑ์การประเมินผลงานการออกแบบสัญลักษณ์ภาพเพื่อการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยต่อไป

ตาราง 13 แสดงผลการสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ

หลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ	1.เอื้อเอ็นดู ศิศกุล ณ อยุธยา (2543). น.20-23	2.ทองเจือ เขียดทอง. (2548). น.91-95	3.ปาพจน์ หนุนภักดี. (2553). น.230-232	4.ศิริพงศ์ พะยอมแย้ม. (2537). น.154	5.ศิริพร ปิเตอร์. (2549). น.38-54	6.อิมลักษา พรมพันธุ์. (2545). น.112	7.ภาษม อมันตกุล. (2554). น.118-135.	8.Josselinz. (2562)	9.อาระยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2541)	10.จักรภัทร เครือฟ้า และ ชัยทิพย์ ปิ่นวัฒนะ. (2557)	รวม	ลำดับ
1. มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว	✓	✓	✓			✓		✓		✓	6	4
2. ดึงดูดใจ	✓	✓	✓	✓		✓			✓		6	4
3. เข้าใจง่าย	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	8	2
4. การลดย่อสัญลักษณ์ต้องคำนึง ถึงการนำไปใช้	✓		✓	✓					✓		4	6
5. มีลักษณะพื้นที่ว่างที่เหมาะสม	✓			✓							2	8
6. นำไปย่อหรือขยายได้	✓			✓					✓		3	7
7. ทิศทางของรูปทรง ทำให้เกิดความรู้สึกที่น่าสนใจ	✓										1	9
8. มีความเรียบง่าย		✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	7	3
9. สื่อความหมายได้เร็วตรงวัตถุประสงค์		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9	1
10. มองเห็นได้ง่าย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				7	3
11. เหมาะกับกาลเวลาทุกยุคทุกสมัยมีความร่วมสมัย	✓	✓	✓	✓		✓			✓	✓	7	3

ตาราง 13 (ต่อ)

หลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ	1.เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา (2543). น.20-23	2.ทองเจือ เฮียดทอง. (2548). น.91-95	3.ปาพจน์ หนุนภักดี. (2553). น.230-232	4.ศิริพงศ์ พะยอมแย้ม. (2537). น.154	5.ศิริพร ปิเตอร์. (2549). น.38-54	6.อินทิรา พรมพันธุ์. (2545). น.112	7.กมล อมันตกุล. (2554). น.118-135.	8.Josselinz. (2562)	9.อาจระ ศรีกัลยาณมิตร. (2541)	10.จักรกริช เครือฟ้า และ ชลทิพย์ ปิ่นถิ่นนะ. (2557)	รวม	สำดับ
12. รูปแบบควรเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม		✓		✓							2	8
13. เป็นสัญลักษณ์ที่สวยงามน่าสนใจ		✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	7	3
14. เป็นสัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียด		✓									1	9
15. สื่อความหมายในทางบวก					✓						1	9
16. มีความน่าเชื่อถือ		✓									1	9
17. ความเป็นเอกลักษณ์		✓	✓			✓					3	7
18. ความเป็นสากล		✓							✓		2	8
19. การนำไปใช้ประโยชน์ง่าย	✓	✓		✓					✓		4	6
20. ความเป็นเอกภาพความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน		✓		✓							2	8
21.มีความแตกต่าง		✓	✓							✓	3	7
22. เป็นอมตะใช้ได้ยาวนาน		✓	✓	✓		✓			✓		5	5
23. จดจำได้ง่าย		✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	7	3
24. การกำหนดสีที่ดี		✓	✓		✓			✓		✓	5	5
25. ความสวยงามของคู่สี		✓		✓				✓		✓	4	6
26. สีเด่นขัดสะดุดความสนใจ		✓				✓		✓		✓	4	6
คะแนนรวม	10	21	13	17	7	10	4	7	12	11		

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

จากตาราง 13 ผู้วิจัยสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องประเด็นหลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ โดยศึกษาเรื่อง หลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ จากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 เล่ม ประกอบไปด้วย 1) เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา (2543, น. 20-23) 2) ทองเจือ เขียดทอง (2548, น. 91-95) 3) ปาพจน์ หนุนภักดี (2553, น. 230-232) 4) ศิริพงศ์ พะยอมแย้ม (2537, น. 154) 5) ศิริพร ปีเตอร์ (2549, น. 38-54) 6) อินทิรา พรมพันธุ์, 2545, น. 112) 7) กษม อมันตกุล (2554, น. 118-135) 8) Josselinz (2019) 9) อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2541) และ 10) จักรภัทร เครือฟ้า และช่อทิพย์ ปิ่นวัฒนะ (2557)

หลังจากทำการสังเคราะห์ พบว่า มีหลายประเด็นที่มักใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ โดยผู้วิจัยสรุปตามความเหมาะสม 10 ลำดับคือ 1) สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว 2) มีความเรียบง่าย 3) เข้าใจง่าย 4) จดจำง่าย 5) มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม 6) มีความร่วมสมัย 7) มีความสวยงามน่าสนใจ 8) นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการย่อหรือขยาย 9) บุคลิกของสีเหมาะสมกับโบราณสถาน 10) สีมีความสวยงามน่าสนใจ

แนวคิดและทฤษฎีอินโฟกราฟิก

1. ความหมายอินโฟกราฟิก

อินโฟกราฟิก (Infographic) เกิดจากคำ 2 คำ คือ คำว่า Info (Information) ที่หมายถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับคำว่า Graphic ที่หมายถึง ลายเส้น ภาพวาดรูปทรงต่าง ๆ ดังนั้น อินโฟกราฟิก คือ การนำเสนอข้อมูล (Info) ในรูปแบบของภาพวาด (Graphic) ข้อมูลที่นำเสนอต้องสั้น กระชับ อ่านเข้าใจ และภาพวาดที่นำมาใช้ต้องสื่อความหมายสอดคล้องกับข้อมูล ถึงจะเป็นอินโพกราฟิกที่ดี ซึ่งช่วยให้การนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการไปถึงผู้รับได้ง่าย และเข้าใจมากขึ้น (อิศเรศ ภาชนะกาญจน์, 2562, น. 2)

Kajarp (2011) ได้อิบายว่าอินโฟกราฟิก หรือ infographics คือ การนำเสนอข้อมูลความรู้ให้ออกมาเป็นรูปภาพลายเส้นกราฟิกที่เข้าใจง่าย การใช้คำเรียกเฉพาะ infographics เนื่องจากมีการใช้ภาพและเทคนิคการผลิตที่หลากหลายประเภท ช่วยในการนำเสนอข้อมูลที่ซับซ้อน และมีการเผยแพร่แจกจ่ายทางอินเตอร์เน็ต ค้นหาและพบเห็นง่าย ผลิตออกมาสวยงามน่าสนใจ และสรุปข้อมูลได้ดี เข้าใจง่าย โดยในอดีตมีการผลิตสื่อแบบนี้ออกมานานแล้ว เช่น ผังเส้นทางรถไฟใต้ดินลอนดอน กราฟสถิติแบบต่าง ๆ ที่พบในหนังสือพิมพ์ต่างประเทศที่นิยมเล่าเรื่องด้วยภาพประกอบ (information design)ความคิดเห็นมีการนิยามความหมายหลากหลายกันไป

อุทัย หิรัญโต (2519) กล่าวว่า ความคิดเห็นของคนมีหลายระดับอย่างผิวเผินหรืออย่างลึกซึ่งสำหรับความคิดเห็นที่เป็นทัศนคตินั้น เป็นความคิดเห็นอย่างลึกซึ้งและติดตัวเป็นเวลานาน เป็นความคิดเห็นทั่ว ๆ ไป ไม่เฉพาะอย่าง ซึ่งมีประจำตัวของบุคคลทุกคน ส่วนความคิดเห็นเฉพาะอย่างและมีอยู่เป็นเวลาสั้นเรียกว่า Opinion

อดุล พนาคุปต์ (2530) กล่าวว่า ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกเฉพาะตัวของแต่ละบุคคลที่ตอบสนองคำถามในเรื่องต่าง ๆ โดยวินิจฉัยไม่ได้ว่าถูกหรือผิด ดีหรือไม่ดี

กล่าวโดยสรุป ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงแนวคิดเวลาสั้น ตามความรู้สึกของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และมุมมองของแต่ละบุคคล

Remmer (1954) กล่าวว่า ความคิดเห็นมี 2 ประเภท ด้วยกัน คือ

1. ความคิดเห็นสุดขั้ว (Extreme opinion) เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ซึ่งสามารถทราบทิศทางได้

2. ความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจ (Cognitive contents) เป็นความเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ชอบ ยอมรับ เห็นด้วย ความรู้ความเข้าใจในทางที่ไม่ดี ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย

จำเรียง อินทร์ผูก (2536) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคิดเห็นว่า ขึ้นอยู่กับกลุ่มทางชั้นสังคมในหลายประการ คือ

1. ภูมิหลังทางสังคม หมายถึง กลุ่มคนที่มีภูมิหลังที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันไปด้วย

2. กลุ่มอ้างอิง หมายถึง การที่คนเราจะคบหาสมาคมกับใคร หรือกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้แก่ผู้ใด หรือการกระทำที่คำนึงถึงอะไรบางอย่างร่วมกันหรืออ้างอิงกันได้ เช่น ประกอบอาชีพเดียวกัน การเป็นสมาชิกกลุ่ม หรือสมาคมเดียวกันเป็นต้นสิ่งเหล่านี้ย่อมมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นด้วย

3. กลุ่มกระตือรือร้น หรือกลุ่มเฉื่อยชา หมายถึง การกระทำใดที่ก่อให้เกิดความกระตือรือร้นเป็นพิเศษอันจะก่อให้เกิดกลุ่มผลประโยชน์ขึ้นมาได้ ย่อมส่งผลต่อการจูงใจให้บุคคลที่เป็นสมาชิกเหล่านั้นมีความคิดเห็นที่คล้อยตามได้ไม่ว่า จะให้คล้อยตามในทางที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยก็ตาม ในทางตรงกันข้ามกลุ่มเฉื่อยชาก็จะไม่มีอิทธิพลต่อสมาชิกมากนัก

ดังนั้นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของบุคคลโดยตรง เช่น เพศ อายุ รายได้ และปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยที่มีต่อความคิดเห็นของบุคคลโดยอ้อม เช่น สื่อมวลชน กลุ่มที่เกี่ยวข้องและครอบครัวที่ส่งผลต่อความ

คิดเห็นในลักษณะนั้น เช่นเดียวกับความคิดเห็นที่มีต่ออินโฟกราฟิกจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยสภาพแวดล้อม ที่การค้นพบในการวิจัยจะสามารถนำไปพัฒนาสื่อนี้ไปใช้ในการพัฒนาตัวเกษตรกรได้ในอนาคต (Doug Newsom, & Jim Haynes, 2004) อินโฟกราฟิก infographics หรืออินฟอร์เมชันกราฟิก information graphics เป็นการแสดงผลของข้อมูล หรือความรู้ โดยภาพอ่านและเข้าใจง่าย งานกราฟิกประเภทนี้นิยมใช้สำหรับข้อมูลที่มีความซับซ้อน ตัวอย่างเช่น ป้าย แผนที่ งานวิจัย โดยอินโฟกราฟิกนี้ยังคงนิยมใช้ในสายงานด้าน วิทยาการคอมพิวเตอร์ คณิตศาสตร์ สถิติศาสตร์ เพื่อให้แสดงถึงข้อมูลที่ซับซ้อนให้ง่ายขึ้น ปัจจุบันอินโฟกราฟิกปรากฏตามสื่อ ตามป้ายสาธารณะ หรือแม้แต่คู่มือการใช้งานในหลายอย่าง ซึ่งแสดงในลักษณะของตัวอักษร หรือสัญลักษณ์ ตัวอย่างที่มักเห็นได้บ่อยเช่น แผนที่รถไฟฟ้า แผนผังอาคาร แผนภาพการพยากรณ์อากาศ และข้อมูลทางด้านสถิติ ที่ปรากฏตามสื่อสาธารณะ อินโฟกราฟิกกล่าวรวมถึงการแสดงผลของข้อมูลโดยใช้งานเครื่องมือต่าง เช่น แผนผัง แผนภูมิ กราฟ ตาราง ไดอะแกรม แผนที่ โดยอินโฟกราฟิกที่เห็นได้บ่อยเช่น แผนภูมิแท่ง แผนภูมิวงกลม และ ตารางที่ใช้สรุปข้อมูลทางสถิติ ไดอะแกรมส่วนใหญ่จะใช้แสดงถึงการทำงานของงานที่เป็นระบบ และมีการใช้งานสำหรับผังองค์กรที่แสดงถึงเส้นของสายอำนาจ ในขณะที่ไดอะแกรมลักษณะโฟลว์ชาร์ตจะแสดงถึงเส้นทางของการเคลื่อนที่ ส่วนประกอบหลักของอินโฟกราฟิก คือเนื้อหาที่เป็นข้อมูลสารสนเทศหรือความรู้ที่ถูกนำมาแสดงผลในลักษณะของงานกราฟิก โดยถูกนำมาจัดเรียงในลักษณะของ เส้น กล่อง ลูกศร สัญลักษณ์ หรือ พิกโตแกรม เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ นอกจากข้อมูลหลักที่แสดงผลออกมาทางกราฟิกแล้ว ข้อมูลเสริมเช่น คำอธิบายเพิ่มเติม สัดส่วนสเกลในแผนที่ รวมถึงป้ายกำกับยังคงเป็นอินโฟกราฟิกที่เสริมเข้ามาในชิ้นงาน การอ่านและการตีความหมายของงานอินโฟกราฟิกจะมีหลายระดับโดยระดับพื้นฐาน งานอินโฟกราฟิกที่ใช้ข้อมูล สี หรือ สัญลักษณ์ที่เป็นสากลที่เข้าใจง่ายเพื่อให้ผู้อ่านสามารถได้ข้อมูลที่แสดงผลได้อย่างรวดเร็ว เช่น การใช้สีแดงแสดงถึงข้อมูลที่เร่งด่วน หรือเป็นอันตราย หรือการใช้สีเขียวแสดงถึงบริเวณป่าไม้ และสีฟ้าแทนพื้นน้ำบนแผนที่ ในขณะเดียวกันอินโฟกราฟิกที่มีความซับซ้อนของข้อมูลสูง จำเป็นต้องมีการเข้าใจรูปแบบของสัญลักษณ์เป็นพื้นฐานถึงจะเข้าใจข้อมูลทั้งหมดภายในงานนั้น เช่น สัญลักษณ์สี่เหลี่ยมแทนสถานีรถประจำทาง ขณะที่สัญลักษณ์วงกลมแทนป้ายจอดรถประจำทาง

อาศิรา พนาราม (2563) Infographic เทรนด์มาแรงในสังคม "เครือข่ายนิยม" infographic หรือ Information คือ ภาพหรือกราฟิกซึ่งบ่งชี้ถึงข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นสถิติ ความรู้ ตัวเลข ฯลฯ เรียกว่าเป็นการย่นย่อข้อมูลเพื่อให้ประมวลผลได้ง่ายเพียงแค่กวาดตามอง ซึ่งเหมาะสำหรับผู้คนในยุคไอทีที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลซับซ้อนมหาศาลในเวลาอันจำกัด ด้วยเหตุนี้ "อินโฟ

กราฟิก" จึงเป็นเหมือนพระเอกขี่ม้าขาวผู้เข้ามาจัดการกับ "ข้อมูล-ตัวเลข-ตัวอักษร" ที่เรียงรายเป็นตับเหมือนยาขม ให้กลายร่างมาเป็นภาพสวยงาม การทำอินโฟกราฟิกนี้ถือเป็นการเปิดโอกาสให้กราฟิกดีไซเนอร์ได้โชว์ทักษะด้านการสื่อสารกันแบบเต็มที่ เพราะอันที่จริงแล้ว การแปลงข้อมูลให้ออกมาเป็นภาพก็เป็นสิ่งที่คนทำกันมาตลอด ไม่ว่าจะเป็นภาพถ่าย ภาพวาด กราฟิก กราฟรูปทรงต่าง ๆ ตาราง แผนที่ แผนผัง หรือไดอะแกรม แต่ทักษะทางด้านอินโฟกราฟิกนั้นจำเป็นต้องจัดระเบียบข้อมูลที่ทั้งมากและหลากหลายให้ "จบได้ในภาพเดียว"

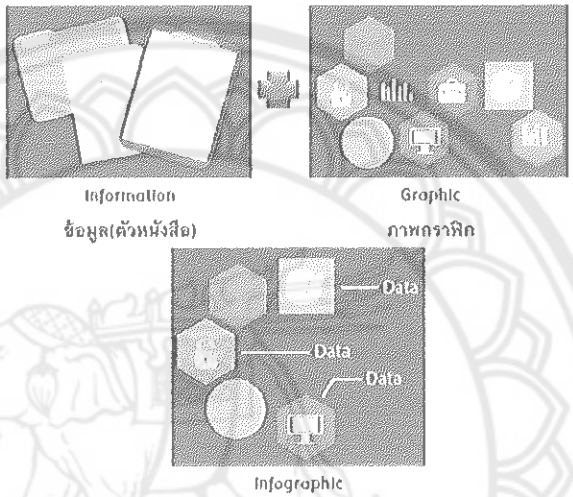
กนก เลิศพานิช และนายเลิศฤทธิ์ ทรัพย์เฉลิม (2556) กล่าวว่า อินโฟกราฟิก (Infographics) หมายถึง การนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูลและกราฟิกที่อาจเป็นลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมดได้โดยไม่จำ เป็นต้องมีผู้นำ เสนอมาช่วยขยายความเข้าใจอีก การออกแบบอินโฟกราฟิก เป็นการนำข้อมูลที่เข้าใจยากหรือข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือจำนวนมากมานำ เสนอในรูปแบบต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ ให้สามารถเล่าเรื่องได้ด้วยตัวเอง มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หัวข้อที่น่าสนใจ ภาพและเสียง ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้เพียงพอ แล้วนำมาสรุป วิเคราะห์ เรียบเรียง แสดงออกมาเป็นภาพจึงจะดึงดูดความสนใจได้ดี ช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติม กราฟิกที่ใช้อาจเป็นภาพ ลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม ตาราง แผนที่ ฯลฯ จัดทำให้มีความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย สามารถจดจำ ได้นาน ทำ ให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

Plejung (2011) กล่าวถึง อินโฟกราฟิก ว่าเป็นการนำข้อมูลที่เข้าใจยาก หรือข้อมูลจำนวนมากมานำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ หรือที่เรียกว่า Creative Way นั่นเอง เป็นการพัฒนาต่อยอดและปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสน ให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคข้อมูลมากขึ้น ทำให้เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้มากขึ้น ช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติม ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกสาขาอาชีพ ปัจจุบันนิยมในการนำมาประยุกต์ใช้ของนักการตลาดที่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร

ไท้ ปริญญา (2554) กล่าวว่า infographics หมายถึง การนำเอาข้อมูลหรือความรู้มาเผยแพร่ให้เข้าใจง่าย ๆ โดยการสร้างเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว และเน้นให้สิ่งที่สร้างออกมา สามารถจะสื่อให้ผู้ชมได้เห็นแล้วเข้าใจเอง โดยไม่จำเป็นจะต้องให้มีผู้นำเสนอเข้ามาช่วยขยายความเข้าใจอะไรอีก การผลิต infographicsมีองค์ประกอบหลักสามประการได้แก่ เรื่องที่จะเล่า ภาพจะแสดง และ เสียงที่ได้ยิน Infographicsจะทำให้บุคคลที่ทำหน้าที่ นำเสนอลดบทบาทลง

ไป เพราะ Infographics ที่ดีย่อมจะสามารถบอกเล่าเรื่องราวได้ด้วยตัวเอง และ Infographics เป็นการสื่อสารทางเดียว

สรุปได้ว่า อินโฟกราฟิกเป็นสื่อชนิดหนึ่งที่นำไปสู่การนำเสนอข้อมูล ความรู้โดยใช้เทคนิคการนำเสนอที่หลากหลาย เพื่อทำให้เข้าใจข้อมูลที่ยาก ๆ ได้ง่ายขึ้น และการสื่อสารด้วยอินโฟกราฟิกเป็นการสื่อสารทางเดียว



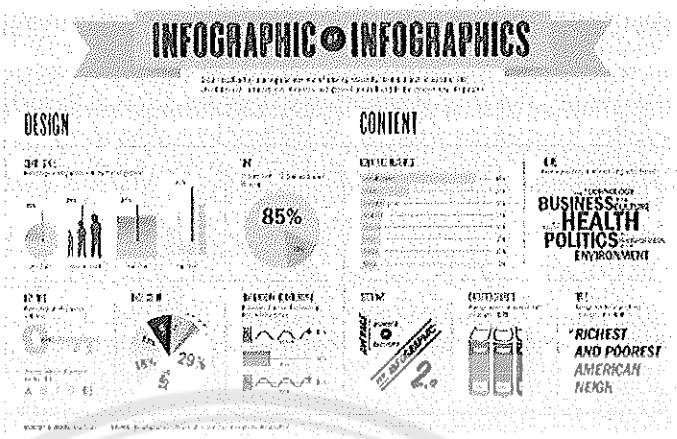
ภาพ 103 แสดงอินโฟกราฟิก

ที่มา: http://www.erp.mju.ac.th/acticleDetail.aspx?qid=618

2. ประเภทของอินโฟกราฟิก

อินทิรา นาควัชระ (2552) กล่าวถึง ประเภทอินโฟกราฟิกสามารถแบ่งรูปแบบอินโฟกราฟิกออกเป็นประเภทหลัก ๆ ได้ 4 ประเภท เพื่อให้รู้ถึงหน้าที่ว่าถูกนำไปใช้งานอย่างไร เหมาะสมกับข้อมูลหรืองานประเภทใด ดังนี้

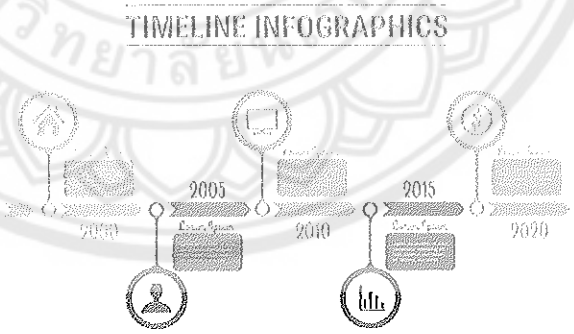
2.1 อินโฟกราฟิกสำหรับงานทางสถิติ (Statistical Based Information Graphics) ประกอบด้วย แผนผัง แผนภูมิ กราฟ ตาราง แผนที่ ลำดับรายการ แผนภูมิแท่งแนวตั้ง แผนภูมิแท่งแนวนอน แผนภูมิวงกลม นิยมนำมาใช้สำหรับข้อมูลตัวเลขที่มีจำนวนมาก



ภาพ 104 แสดง Infographic แบบผสมผสาน

ที่มา: https://www.learningstudio.info/infographics-design/

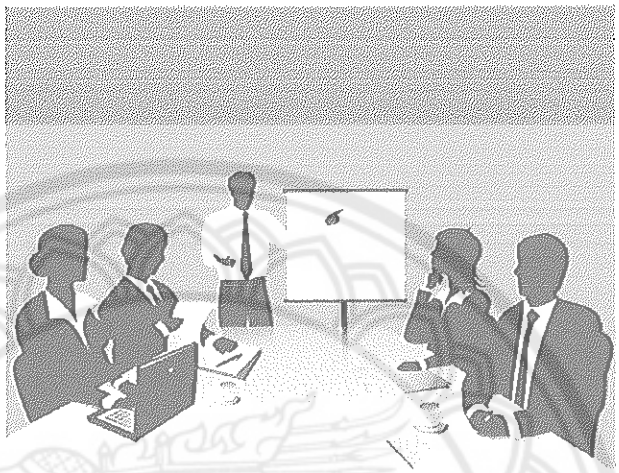
2.2 อินโฟกราฟิกเพื่อบอกการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลา (Timeline Based Information graphics) การใช้กราฟิก ที่มีลักษณะเป็นเส้นเพื่อบอกเหตุการณ์ในแต่ละช่วงเวลา (Timelines) นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาที่ดำเนินไป นำเสนอโดยเรียงลำดับไปเรื่อย ๆ ทำให้ผู้ชมเข้าใจความเชื่อมโยงกันของข้อมูล



ภาพ 105 แสดง Infographic แสดงข้อมูลตามลำดับเวลา

ที่มา: https://www.freepik.com/free-vector/timeline-infographic_774158.htm

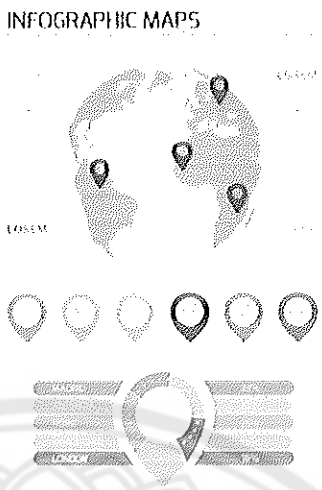
2.3 อินโฟกราฟิกเพื่อบอกขั้นตอนการทำงาน / กระบวนการทำงาน (Process Based Information Graphics) นิยมใช้สำหรับงานภายในออฟฟิศหรือโรงงาน การใช้ภาพสัมพันธ์กับข้อมูลเป็นการทำให้ขั้นตอนที่มีความเป็นเฉพาะกิจสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น



ภาพ 106 แสดงงานพรีเซนเทชัน

ที่มา: http://laoblogger.com/clipart-of-business-meeting.html#

2.4 อินโฟกราฟิกแบบภูมิศาสตร์ (Lodation or Geography Information Graphics) เป็นรูปแบบอินโฟกราฟิกที่คุ้นเคยกันมาก และมีการใช้งานมากที่สุด เช่น แผนที่ในโรงเรียน แผนที่ในเมืองและประเทศประกอบไปด้วย รูปสัญลักษณ์ แผนภาพ หรือ ไดอะแกรม (Diagram) กราฟ ตาราง ลูกศร ภาพ สัญลักษณ์ หรือไอคอน (Icon) ที่แสดงหัวข้อหลัก (Bullet)



ภาพ 107 แสดง Infographic แสดงข้อมูลเชิงภูมิศาสตร์

ที่มา: http://chesslinks.info/?n=Map+Infographic++YouTube

3. ประโยชน์ของอินโฟกราฟิก

ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านอินโฟกราฟิกทำให้คนหลาย ๆชาติ ต่างเพศ ต่างวัยกัน สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น เป็นการนำเสนอข้อมูล องค์ความรู้ต่าง ๆ ที่มีปริมาณ เนื้อหามาก มีความเข้าใจได้ยากหรือมีความซับซ้อน หรือข้อมูลที่มีความหลากหลายรูปแบบหลากหลายประเภท ให้อยู่ในรูปแบบกราฟิกที่สร้างความเข้าใจได้ง่ายขึ้น รวดเร็วขึ้น และสร้างความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ทำให้เกิดการจดจำได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น มากกว่าที่จะแสดงข้อมูลโดยนำเสนอในรูปแบบของข้อความตัวอักษรอย่างเดียว เพื่อเปิดเผยข้อมูลหรือทำให้สามารถค้นหาปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นได้โดยสะดวก เป็นเสมือนเครื่องมือที่ช่วยทำให้ติดต่อตามเฝ้าดูการเปลี่ยนแปลงของสิ่งต่าง ๆตามวันเวลา ให้มีความชัดเจนขึ้น (อินทรา นาควัชระ, 2552)

ช่วยให้การนำเสนอข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น เพราะใช้กราฟิกเป็นตัวเล่าเรื่อง ช่วยสร้างความน่าสนใจ แปลกตา ช่วยให้เข้าใจเนื้อหาสาระที่ต้องการสื่อได้ง่ายขึ้นและรวดเร็วขึ้น เพราะข้อมูลในอินโฟกราฟิกมักผ่านการสรุปเรียบเรียงให้สั้นกระชับ เข้าใจง่าย สื่อสารตรงไปตรงมา (ธัญรัช นันท์ชนก, 2559, น. 28)

4. หลักการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

4.1 ด้านข้อมูล ข้อมูลที่จะนำ เสนอ ต้องมีความหมาย มีความน่าสนใจ เรื่องราวเปิดเผยเป็นจริง มีความถูกต้อง

4.2 ด้านการออกแบบ การออกแบบต้องมีรูปแบบ แบบแผน โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน และความสวยงาม โดยออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย และใช้ได้จริง การสร้างอินโฟกราฟิกให้ดึงดูดความสนใจ (Designing An Amazing Infographics)

5. กระบวนการในการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographics)

ข้อมูลสารสนเทศสามารถนำมาจัดทำ ให้สวยงามและมีประโยชน์ หากมีการนำเสนอที่ดี ที่ผ่านมาข้อมูลสารสนเทศจำนวนมากถูกนำมาจัดกลุ่มทำ ให้ไม่น่าสนใจ การจัดทำข้อมูลให้เป็นภาพกราฟิกจึงเป็นที่นิยมในปัจจุบัน อินโฟกราฟิกเป็นการออกแบบให้เป็นภาพช่วยอธิบายข้อมูลที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่าย กระบวนการในการออกแบบอินโฟกราฟิกที่ดี มี 10 ขั้นตอน

5.1 การรวบรวมข้อมูล คัดเลือกข้อมูลดิบที่รวบรวมมาแต่ที่ยังไม่เป็นระเบียบ โดยอาจใช้โปรแกรม Microsoft Excelเขียนแหล่งอ้างอิงที่มาของข้อมูลที่เป็นต้นฉบับ บันทึกภาพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายไม่ควรแยกภาพหรือแผนภาพกับข้อมูลออกจากกัน

5.2 การอ่านข้อมูลทั้งหมด การอ่านข้อมูลเฉพาะจุดเน้นหรืออ่านอย่างผิวเผินให้ผ่านไปอย่างรวดเร็วเพราะคิดว่าเสียเวลาจะทำ ให้ได้ข้อมูลไม่สมบูรณ์ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้เรามองเห็นภาพรวมของประเด็นสำคัญ ผู้ออกแบบอินโฟกราฟิกต้องมีทักษะในการจัดการข้อมูลและแน่ใจว่าข้อมูลที่สำคัญไม่ถูกละเลยที่จะมาสนับสนุนเรื่องราวที่ต้องการนำ เสนอ

5.3 การค้นหาวิธีการเล่าเรื่อง การหาวิธีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจอาจจะยุ่งยากในระยะแรก ถ้าเราคุ้นเคยกับข้อมูลที่มีอยู่จะทำ ให้สามารถเล่าเรื่องราวได้ การใส่ใจกับเนื้อหาที่สำคัญที่จะช่วยให้การนำเสนอข้อมูลมีคุณค่าอินโฟกราฟิก (Infographics) เรื่อง หลักการออกแบบ Infographics

5.4 การระบุปัญหาและความต้องการ เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้อง อาจมีข้อมูลที่ไม่สนับสนุนหัวข้อหรือประเด็นที่เราต้องการนำ เสนอ ควรมีการอภิปรายหาข้อสรุปที่แท้จริงเพื่อระบุปัญหาและความต้องการ ผู้ชมต้องการข้อมูลที่มีการจัดการและมีการออกแบบที่ดี มิฉะนั้นจะกลายเป็นหลักฐานที่ไม่ถูกต้อง ข้อมูลต้องถูกต้องและไม่ผิดพลาด ปรับปรุงข้อมูลและเรื่องราวให้มีเอกลักษณ์ตรงกับหัวข้อศึกษาทบทวนหลาย ๆ ครั้ง หาวิธีการนำ เสนอข้อมูลอย่างถูกต้องและมีคุณค่า ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายในการออกแบบให้ชนะใจผู้ชม นักออกแบบที่ดีต้องมีมุมมองและเห็นคุณค่าในรายละเอียดของข้อมูลที่ชัดเจน

5.5 การจัดลำ ดับโครงสร้างข้อมูล การจัดลำดับชั้นของข้อมูลเป็นที่นิยมในการสรุปข้อมูล เป็นการนำผู้ชมให้มองเห็นภาพรวมตั้งแต่ต้นจนจบ เป็นวิธีการจัดการกับข้อมูลในการสร้างอินโฟกราฟิกและตรึงผู้ชมตามโครงสร้างลำดับชั้นของข้อมูล การจัดรูปแบบข้อมูลตามลำดับจะ

ส่งเสริมให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลเป็นช่วงระยะของการเล่าเรื่อง ซึ่งกลายเป็นวิธีการที่แพร่หลายในการออกแบบอินโฟกราฟิก

5.6 การออกแบบโครงสร้างข้อมูล เมื่อพิจารณาตรวจสอบคัดเลือกข้อมูลอย่างละเอียดแล้ว จัดแบ่งข้อมูลเป็นลำดับชั้น และออกแบบโครงสร้างของของข้อมูล ผู้ออกแบบควรทำความเข้าใจกับภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลสำคัญที่จัดไว้เป็นลำดับชั้นแล้วนำ ไปให้ผู้ชมวิพากษ์วิจารณ์ การออกแบบที่ผ่านการโต้เถียงจากบุคคลในหลายมุมมองที่ให้ข้อเสนอแนะแตกต่างกันออกไป จะเป็นข้อสรุปของการจัดทำ โครงสร้างอินโฟกราฟิก

5.7 การเลือกรูปแบบอินโฟกราฟิก เมื่อสิ้นสุดการกำหนดภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลแล้ว วิธีจัดกระทำข้อมูลที่ดีที่สุดคือ การนำ เสนอข้อมูลด้วยแผนผัง กราฟต่าง ๆ เช่น กราฟแท่ง กราฟเส้น กราฟวงกลม หรืออาจจะใช้ไดอะแกรม หรือผังงานเพื่ออธิบายกระบวนการทำ งาน อาจนำแผนที่มาประกอบในการเล่าเรื่อง หรือบางทีการใช้ตัวเลขนำ เสนอข้อมูลง่าย ๆ อาจเป็นวิธีที่ดีที่สุด

5.8 การกำหนดภาพให้ตรงกับหัวข้อ การเลือกใช้ภาพในการทำ ให้อินโฟกราฟิกให้ดูดีมีสองแนวคิด คือ ใช้ข้อมูลดิบมาจัดทำ เป็นกราฟหรือแผนผังให้น่าสนใจ ใช้สี การพิมพ์ และการจัดโครงสร้างในการออกแบบงานให้มีศิลปะ และใช้ลายเส้นวาดภาพหรือคำอุปมาเปรียบเทียบ ไม่แสดงข้อมูลตัวเลขออกมาอย่างชัดเจน จะเห็นเป็นภาพแสดงแทนข้อมูลคล้ายกับกราฟหรือแผนผังเท่านั้น เราไม่ควรติดยึดกับวิธีการใดวิธีการหนึ่ง ควรผสมผสานวิธีการใช้กราฟ แผนภาพ และแผนผัง ตกแต่งองค์ประกอบด้วยการวาดลายเส้นหรือนำ ภาพเป็นตัวแทนของข้อมูลมาจัดวางซ้อนกัน อาจเสริมด้วยข้อมูล สื่อ ตราสัญลักษณ์ และเนื้อหาในการออกแบบให้ตรงกับหัวข้อ

5.9 การตรวจสอบข้อมูลและทดลองใช้ เมื่อออกแบบอินโฟกราฟิกเสร็จแล้ว เริ่มตรวจสอบข้อมูลอย่างละเอียด ผู้ชมจะดูทั้งข้อมูลและภาพเล่าเรื่องราว เพื่อให้แน่ใจว่าผลงานที่เสร็จแล้วมีคุณภาพตรงกับหัวข้อและเป้าหมาย ประเมินทั้งการออกแบบและจุดเน้นจนกระทั่งผลงานชัดเจนและเข้าใจง่าย ทดลองให้กลุ่มตัวอย่างชมผลงานและให้ข้อคิดเห็นว่าสามารถเข้าใจได้ง่ายหรือไม่ โดยเฉพาะผู้ที่ไม่เคยเห็นข้อมูลมาก่อน ประเมินกลับไปกลับมาระหว่างผู้ชมและกลุ่มตัวอย่างจนกระทั่งลงตัวได้ข้อยุติ จึงนำ เสนอเผยแพร่สู่สาธารณะ

5.10 การแบ่งปันความรู้ในอินเทอร์เน็ต อินโฟกราฟส่วนใหญ่เผยแพร่แบ่งปันในอินเทอร์เน็ต มีแพร่หลายเป็นที่นิยม เป็นการทดสอบผลงาน ข้อมูลที่มีลักษณะที่น่าสนใจจะถูกอ่านโดยบุคคลทั่วไป ข้อมูลที่ถูกตรวจสอบและพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไม่ได้หมายความว่าเราจะเป็นผู้ค้นพบวิธีการเล่าเรื่องราวนั้น ถึงแม้ว่าผลงานจะเคยถูกเผยแพร่มาแล้ว การวิพากษ์วิจารณ์

จากอินเทอร์เน็ตจะช่วยขยายข้อโต้แย้งและค้นพบวิธีการนำ เสนอข้อมูลวิธีใหม่ได้ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ จะได้รับการปรับปรุงแก้ไข ผลงานที่ถูกวิจารณ์จากผู้เชี่ยวชาญมาสู่ตัวเราเหมือนเป็นรางวัลในการทำงานการออกแบบที่ถูกกลั่นกรองอย่างเข้มข้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะสะกดผู้ชม

6. การสร้างอินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ

อินโฟกราฟิกเป็นที่นิยมแพร่หลายในอินเทอร์เน็ต เพราะสามารถถ่ายทอดข้อมูลจากการออกแบบที่มีศิลปะอย่างแท้จริง เป็นภาษาสากลที่สามารถเล่าเรื่องราวแม้ว่าดูแค่ภาพนำสนอ เราสามารถพูดได้ว่าอินโฟกราฟิกไม่มีขอบเขตและขีดจำกัดในการเล่าเรื่องผ่านภาพ การใช้กราฟิกช่วยเพิ่มความสวยงาม แก่สิ่งต่าง ๆ ทำ ให้ข้อมูลน่าประทับใจมีคุณค่าอย่างมีนัยเพื่อที่จะเผยแพร่สู่สาธารณะ

6.1 เน้นที่หัวข้อหลักหัวข้อเดียว

สิ่งแรกที่ต้องพิจารณาคือหัวข้อหลักในการสร้างอินโฟกราฟิก คุณจะมีผลงานที่มีประสิทธิภาพ ถ้าพยายามตอบคำถามเดียวจะชัดเจนถ้ารู้ทิศทางของสิ่งที่จะทำสิ่งนี้จะขจัดความยุ่งยากสำหรับผู้อ่านและผู้ชม หลังจากกำหนดหัวข้อแล้วกำหนดคำถามเฉพาะที่ต้องการคำตอบในอินโฟกราฟิก

6.2 ออกแบบให้เข้าใจง่าย

ตั้งแต่เริ่มออกแบบข้อมูลคุณต้องแน่ใจว่าข้อมูลไม่อัดแน่นซับซ้อนสับสน เข้าใจได้ง่าย ไม่ทำให้ผู้อ่านและผู้ชมยุ่งยาก ภาพซับซ้อนจะทำให้การตีความผิดพลาดไม่มีประสิทธิภาพ

6.3 ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ

การสร้างอินโฟกราฟิกต้องคำนึงถึงข้อมูลที่เกี่ยวกับหัวข้อเป็นสำคัญ การออกแบบต้องไม่ทำเกินขอบเขตของหัวข้อซึ่งจะเป็นการทำลายข้อมูลที่จำเป็นต้องแน่ใจว่าการออกแบบเน้นที่ข้อมูล และรูปแบบของอินโฟกราฟิก

6.4 แน่ใจว่าข้อเท็จจริงถูกต้อง

การทำข้อมูลให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญถ้าไม่ถูกต้องจะลดความน่าเชื่อถือของอินโฟกราฟิกดังนั้นก่อนที่จะสร้างอินโฟกราฟิกต้องแน่ใจว่าข้อมูลถูกต้องศึกษาค้นคว้าหาข้อเท็จจริงและใช้ข้อมูลที่ถูกต้องอย่าลืมอ่านผลงาน และตรวจสอบข้อเท็จจริงให้ถูกต้อง

6.5 การออกแบบที่ดีทำให้มีประสิทธิภาพ

การบรรยายด้วยภาพถ้ามีการออกแบบที่ดีจะดึงดูดใจผู้ชม สิ่งสำคัญคือออกแบบอินโฟกราฟิกให้เข้าใจง่าย ใช้ความคิดสร้างสรรค์ออกแบบให้น่าสนใจ ภาพ กราฟิก สี ชนิด แบบ และช่องว่าง เป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบ

6.6 ใช้สีที่ดึงดูดความสนใจ

การใช้สีเป็นสิ่งจำเป็นควรเลือกใช้สีที่กระตุ้นดึงดูดความสนใจผู้ชม ควรศึกษาทฤษฎีการใช้สีด้วยใช้สีให้ถูกต้องเหมาะสมกับหัวข้อว่าเราจะออกแบบอินโฟกราฟิกให้ใครชมไม่จำเป็นต้องทำให้มีสีสันมากอินโฟกราฟิกบางชิ้นมีสีเพียงเล็กน้อยก็มีประสิทธิภาพได้

6.7 ใช้คำพูดที่กระชับ

การออกแบบภาพใช้ในการนำเสนอจำเป็นต้องสรุปข้อความให้สั้นกระชับตรงกับจุดหมายที่ต้องการนำเสนอ อาจใช้แผ่นป้ายหรือข้อมูลสั้น ๆ มาสนับสนุนภาพ การทำเรื่องราวให้ดึงดูดความสนใจอาจใช้ตัวเลขมาสรุปเปรียบเทียบข้อมูล และควรใช้ตัวหนังสือที่อ่านเข้าใจง่าย

6.8 ตรวจสอบตัวเลขข้อมูล

ถ้านำเสนอข้อมูลด้วยตัวเลขผ่านกราฟ และแผนผัง ตรวจสอบความถูกต้องของตัวเลข และภาพวาดและต้องรู้ว่าตัวเลขไหนควรใช้ และไม่ควรมีอยู่ด้วยวิธีนี้จะทำให้อินโฟกราฟิกมีประสิทธิภาพมากขึ้น

6.9 ทำไฟล์อินโฟกราฟิกให้เล็ก

ทำไฟล์อินโฟกราฟิกให้เล็กเพื่อให้ผู้ชมเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่าย และนำไปใช้ต่อได้ดีตามจุดประสงค์ที่ต้องการ ดาวน์โหลดเร็วและใช้เวลาน้อยในการถ่ายโอนข้อมูลใส่แฟลชไดร์ฟ สามารถแนบไฟล์ส่งอีเมลไปให้ผู้อื่น แต่ไม่ควรลดคุณภาพของรูปภาพควรใช้ไฟล์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อที่จะดึงดูดผู้ชม

7. สิ่งที่ไม่ควรทำในการออกแบบอินโฟกราฟิก

ปัจจุบันการใช้อินเทอร์เน็ตแพร่หลายมาก คนส่วนใหญ่จะรับข้อมูลที่เข้าถึงง่ายที่สุด ข้อมูลจำนวนมหาศาลที่แพร่หลายอยู่ในอินเทอร์เน็ต ข้อมูลบางส่วนออกแบบเป็นอินโฟกราฟิกซึ่งถูกตีพิมพ์ออกมาใช้งานด้วย อินโฟกราฟิกเป็นเครื่องมือสำคัญในการสอน วงการธุรกิจเป็นแรงบันดาลใจที่มีอิทธิพลในการนำ เสนอและการสื่อสารข้อมูลที่ยุ่งยากซับซ้อน ประสิทธิภาพของอินโฟกราฟิกนั้นต้องอาศัยวิธีการออกแบบที่มีพลังที่ยิ่งใหญ่ ต่อไปนี้เป็นสิ่งที่ช่วยให้นักออกแบบคำนึงถึงว่าไม่ควรทำ 10 อย่าง

7.1 อย่าใช้ข้อมูลมากเกินไป

อินโฟกราฟิกเป็นการออกแบบโดยใช้ภาพ ควรมีตัวหนังสือน้อยกว่าภาพหรือแบ่งส่วนเท่า ๆ กัน ซึ่งเหมาะสำ หรับผู้ที่อ่านน้อยและขึ้นอยู่ภาพข้อมูล ถ้าคุณยังคงใส่ตัวหนังสือมากและมีภาพน้อยก็ยังไม่ถึงวัตถุประสงค์ของอินโฟกราฟิก

7.2 อย่าทำข้อมูลที่นำเสนอให้ยุ่งยากซับซ้อน

data presentation) การนำเสนอข้อมูลที่ยุ่งยากซับซ้อนผิดวัตถุประสงค์ของการออกแบบอินโฟกราฟิก อย่าเสียเวลาเน้นข้อมูลที่ไม่จำ เป็น และต้องแน่ใจว่าคุณจัดการกับข้อมูลให้ชัดเจน และเข้าใจง่าย ซึ่งมักจะทำโดยการใช้กราฟภาพวาด และกราฟิกอื่น ๆ มองดูที่อินโฟกราฟิกเหมือนเป็นผู้ชมเองว่าสามารถตอบคำถามที่คุณต้องการบอกผู้ชมหรือไม่

7.3 อย่าใช้สีมากเกินไป

การออกแบบอินโฟกราฟิกโดยใช้สีมากเกินไปจะทำ ให้ประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูลน้อยลงผู้อ่านจะไม่สามารถอ่านและเข้าใจเนื้อหาได้ดี ควรศึกษาจิตวิทยาการใช้สีที่ตัดกันด้วยเพื่อคำนึงถึงสุขภาพของผู้ชม

7.4 อย่าใส่ตัวเลขมากเกินไป

การใช้ตัวเลขช่วยให้การสร้างอินโฟกราฟิกมีประสิทธิภาพ แต่อย่าใช้ให้มากเกินไปจะทำ ให้ผลผลิตของคุณออกมาเหมือนเป็นใบงานวิชาคณิตศาสตร์จำไว้ว่าคุณต้องใช้กราฟิกนำเสนอจำนวนต่าง ๆ อย่าใช้ตัวเลขทั้งหมดในการทำให้ข้อมูลยุ่งยากซับซ้อน ออกแบบตัวเลขให้ง่ายเท่าที่จะทำได้ และแน่ใจว่าข้อมูลถูกต้องเหมาะสมเข้าใจง่าย

7.5 อย่าละเลยข้อมูลที่ไม่สามารถระบุแยกแยะได้

อินโฟกราฟิกบางเรื่องขาดตัวเลขไม่ได้ข้อเท็จจริงบางอย่างต้องมีตัวเลขข้อมูลทางสถิติ แต่ผู้ชมอาจไม่เข้าใจทั้งหมดถึงแม้จะมีความชำนาญในการออกแบบถ้าใส่ข้อมูลโดยไม่ระบุคำอธิบายลงไปด้วยก็จะเป็นตัวเลขที่ไม่มีประโยชน์ ดังนั้นต้องแน่ใจว่าใส่ป้ายระบุคำอธิบายของข้อมูลแต่ละชุด

7.6 อย่าสร้างอินโฟกราฟิกให้น่าเบื่อ

อินโฟกราฟิกส่วนมากจะให้ความรู้ ประโยชน์ และความบันเทิง มีจุดมุ่งหมายที่การจัดการข้อมูลให้ผู้ชมเข้าใจง่าย ถ้าสร้างอินโฟกราฟิกให้น่าเบื่อจะไม่ดึงดูดความสนใจของผู้ชม ต้องวางแผนสร้างแนวทางของเรื่อง และการนำเสนอที่ดี จึงจะสามารถบอกเรื่องราวแก่ผู้ชมตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7.7 อย่าใช้วิธีการพิมพ์ผิด

หลักการพิมพ์มีบทบาทที่สำคัญในการออกแบบที่ช่วยให้อินโฟกราฟิกดูดีขึ้น ทำให้ง่ายในการถ่ายทอดข้อมูล แต่ถ้าใช้ผิดวิธีจะเป็นสิ่งที่เป็นผลเสียในการออกแบบ เราต้องรู้เทคนิค

เพื่อที่จะใช้การพิมพ์ที่ดีที่สุดในการนำ เสนอและจะไม่ทำ ให้การตีพิมพ์ผิดไป แน่ใจว่าใช้วิธีการพิมพ์ถูกต้องจะทำ ให้การตีความไม่ไขว้เขว สังเกตการใช้สีที่ดี และขนาดของ Fonts ด้วย

7.8 อย่านำเสนอข้อมูลที่ผิด

ไม่มีใครอยากเห็นอินโฟกราฟิกเสนอข้อมูลผิด เพื่อให้แน่ใจควรตรวจสอบข้อมูลสองครั้ง โดยเฉพาะการใช้ข้อมูลทางสถิติถ้าข้อมูลผิดพลาดจะทำให้ผู้อ่านเข้าใจผิดเป็นสิ่งไม่ดี ข้อมูลในอินโฟกราฟิกจะต้องแม่นยำ น่าเชื่อถือ และถูกต้อง

7.9 อย่าเน้นที่การออกแบบ

อินโฟกราฟิกไม่จำ เป็นต้องเน้นที่การออกแบบให้สวยงาม ควรเน้นที่การนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องการออกแบบอย่างสวยงามจะไม่มีประโยชน์ ถ้ามีข้อมูลผิดพลาดหรือมีประโยชน์น้อย ดังนั้น ก่อนสร้างอินโฟกราฟิกดูว่ามีข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดอย่างถูกต้อง การจัดการข้อมูลสามารถนำเสนอได้ชัดเจน แต่ไม่ได้หมายความว่าจะไม่สนใจการออกแบบแน่นอนมันสำคัญด้วย เพราะอินโฟกราฟิกเป็นการผสมผสานระหว่างข้อมูล และการออกแบบกราฟิกอย่างมีประสิทธิภาพ

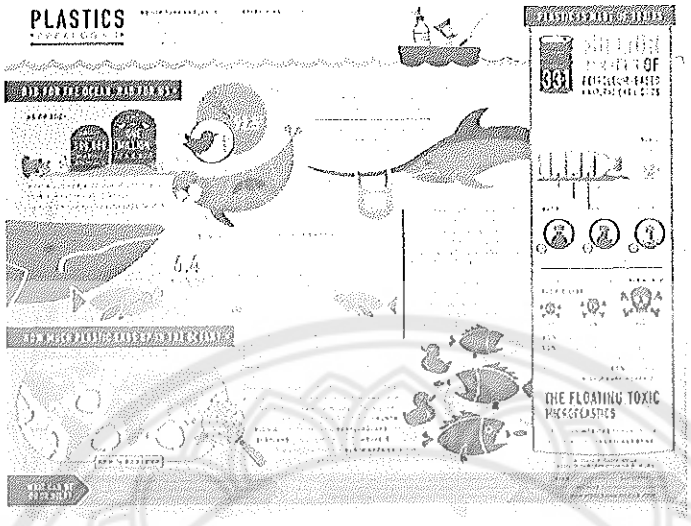
7.10 อย่าใช้แบบเป็นวงกลม

อินโฟกราฟิกที่ดีจะสามารถชี้นำผู้ชมดูและเข้าใจได้ทั้งหมด อย่าใส่องค์ประกอบทุกที่ที่เราคิดและอย่าออกแบบเป็นวงกลม ควรพิจารณาว่าผู้ชมจะสนใจจุดไหนต้องแน่ใจว่าผู้ชมสามารถเข้าใจในวิธีการนำเสนอ ต้องไม่ให้ผู้อ่านยุ่งยากเพราะไม่ได้ใส่ข้อมูลที่ดีไว้

8. อินโกราฟิกกับการนำไปใช้งาน

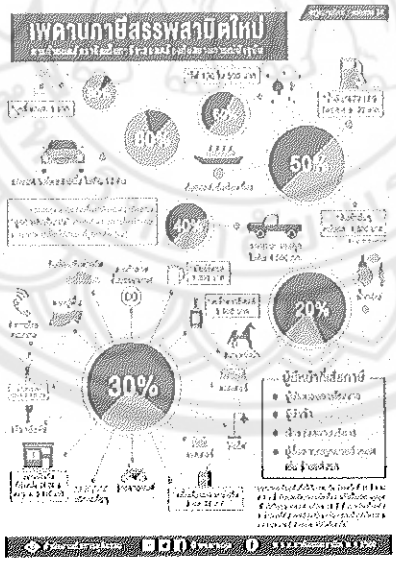
อิศเรศ ภาชนะกาญจน์ (2562, น. 6-11) อินโฟกราฟิกเป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อบอกข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่จะออกมาในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้จัดทำว่าต้องการเผยแพรในรูปแบบไหน โดยส่วนใหญ่อินโฟกราฟิกจะนำไปใช้กับงานด้านวิชาการ (Academic) และงานด้านธุรกิจ หรือการตลาด (Business & Marketing)

8.1 ด้านวิชาการ สำหรับงานด้านวิชาการ จะใช้อินโฟกราฟิกในการแสดงข้อมูลผลการวิจัยแบบสำรวจ ข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เช่น ข้อมูลผลกระทบของการทิ้งขยะพลาสติกลงในทะเล ข้อมูลอัตราการจัดเก็บภาษี ฯลฯ ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของแผ่นพับใบปลิว หรือสื่อออนไลน์ก็ได้เช่นกัน ตามที่เราเคยเห็นแผ่นพับแจกฟรีในหน่วยงานรัฐ หรือการแชร์ข้อมูลจาก Facebook และ Line ซึ่งนอกจากให้ข้อมูลข่าวสาด้านวิชาการแล้ว ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานไปได้อีกด้วย



ภาพ 108 แสดงอินโฟกราฟิกด้านวิชาการ 1

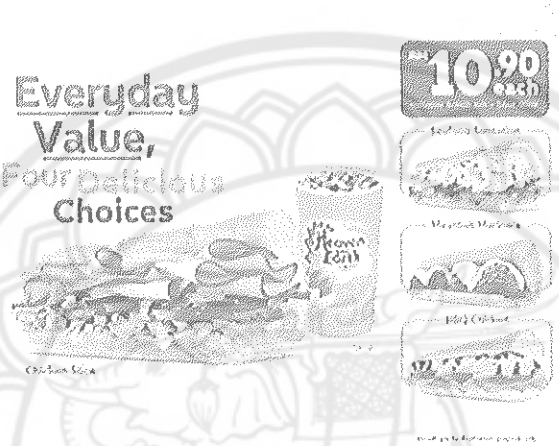
ที่มา: https://www.tumblr.com/explore/trending



ภาพ 109 แสดงอินโฟกราฟิกด้านวิชาการ 2

ที่มา: http://www.bangkok.go.th/law/page/sub/3983/0/3/info/

8.2 ด้านธุรกิจ และการตลาด สำหรับงานด้านธุรกิจและการตลาด จะใช้อินโฟกราฟิกในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เสียเป็นส่วนใหญ่ทั้งการนำเสนอสินค้าผลิตภัณฑ์ และการบริการ เช่น การนำเสนอแพ็คเกจ หรือโปรโมชันให้ลูกค้าได้เลือกทั้งอาหารฟาสต์ฟู้ด เครือข่ายโทรศัพท์ ประกันอุบัติเหตุ ฯลฯ ซึ่งจะมีทั้งในรูปแบบของใบปลิว หรือสื่อออนไลน์

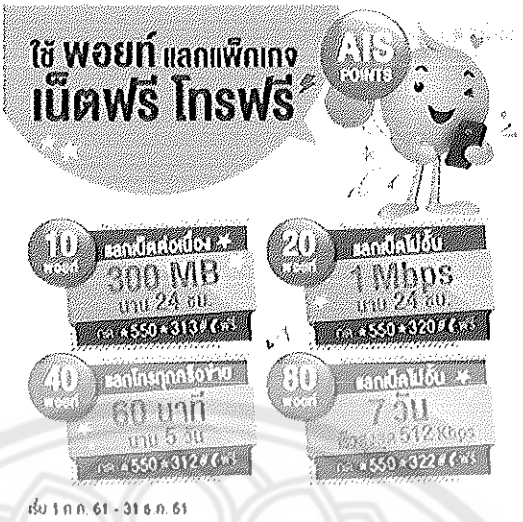


ภาพ 110 แสดงอินโฟกราฟิกด้านด้านธุรกิจ และการตลาด 1

ที่มา: https://twitter.com/myjoe_/status/

ภาพ 111 แสดงอินโฟกราฟิกด้านด้านธุรกิจ และการตลาด 2

ที่มา: http://bq.sg/2018/08/21/mcdonalds-hari-raya-haji



ภาพ 112 แสดงอินโฟกราฟิกด้านด้านธุรกิจ และการตลาด 3

ที่มา: https://www.facebook.com/AIS/photos/

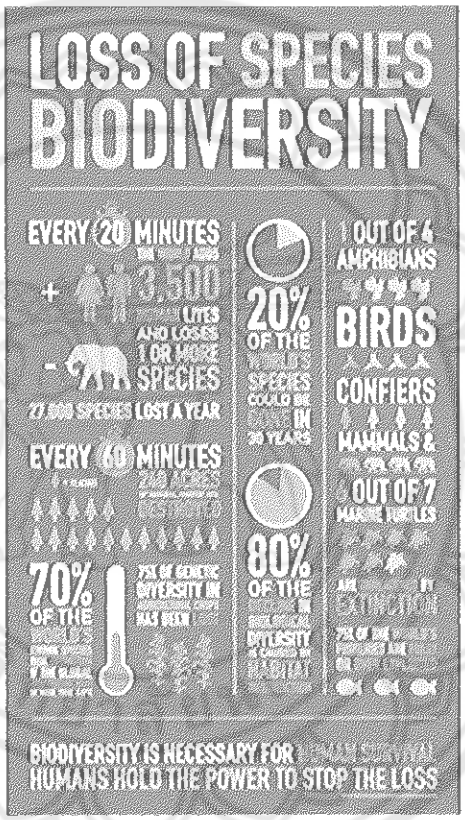
ภาพ 113 แสดงอินโฟกราฟิกด้านด้านธุรกิจ และการตลาด 4

ที่มา: acebook.com/GSB Society/photos/

9. รูปแบบอินโฟกราฟิก

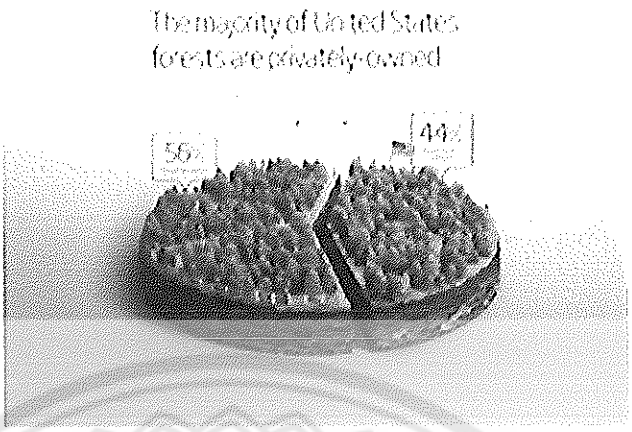
อินโฟกราฟิกมีมากมายหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับว่า จะใช้หลักอะไรในการแบ่ง ในที่นี้จะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ แบ่งตามภาพโดยรวมของอินโฟกราฟิกทั้งหมด แบ่งตามการออกแบบ และแบ่งตามรูปแบบการจัดวาง (Layout)

9.1 อินโฟกราฟิกภาพนิ่ง (Static infographic) เป็นอินโฟกราฟิกทั่ว ๆ ไป ซึ่งเห็นได้จากสื่อสิ่งพิมพ์ และโซเชียลมีเดีย ที่นำเสนอข้อมูลเป็นภาพนิ่ง ไม่สามารถขยับหรือเคลื่อนไหวได้



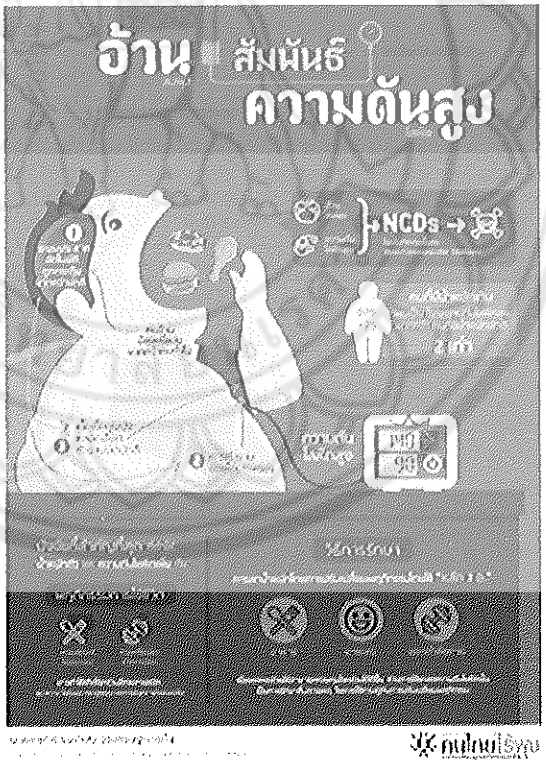
ภาพ 114 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง 1

ที่มา: designlisticle.com/info graphic-designs/



ภาพ 115 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง 2

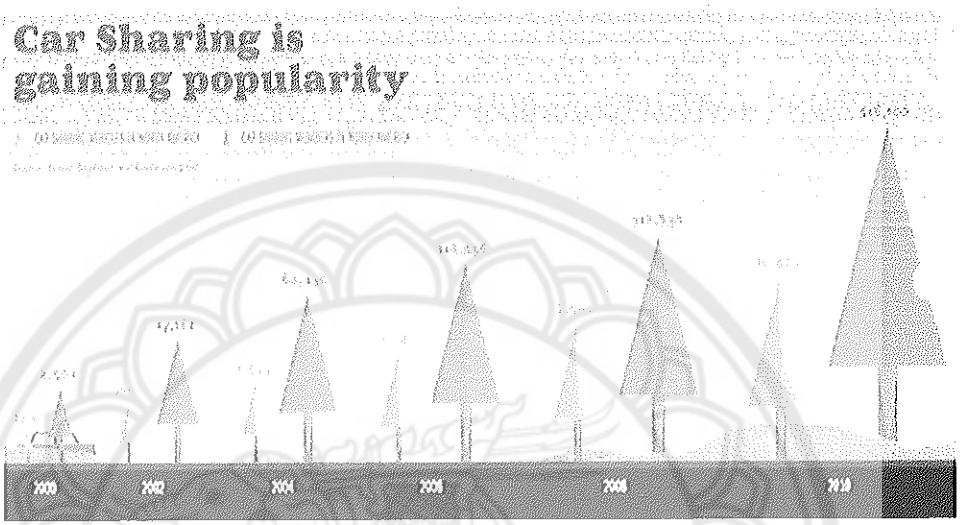
ที่มา: dribbble.com/shots/1610957-Forest-infographicslist=likes&offset=196



ภาพ 116 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบบภาพนิ่ง 3

ที่มา: futureofcarsharing.com

9.2 อินโฟกราฟิกที่มีการโต้ตอบ (Interactive Intographic) เป็นอินโฟกราฟิกที่เห็นได้จากเว็บไซต์ สามารถคลิกเพื่อให้แสดงข้อมูลส่วนที่ต้องการได้ และอาจจะมีการเคลื่อนไหวของกราฟิกในขณะที่คลิกแสดงข้อมูล



ภาพ 117 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบบมีการโต้ตอบ

ที่มา: futureofcarsharing.com

9.3 อินโฟกราฟิกภาพเคลื่อนไหว (Motion Infographic) เป็นอินโฟกราฟิกที่เห็นได้จากเว็บไซต์ หรือรายการโทรทัศน์ ซึ่งจะเป็นการแสดงข้อมูลด้วยการเคลื่อนไหวของภาพ หรืออาจจะเรียกว่าเป็น Motion Graphic (ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว) ก็ได้เช่นกัน เช่น การอธิบายกติกาการแข่งขันของรายการเกมโชว์

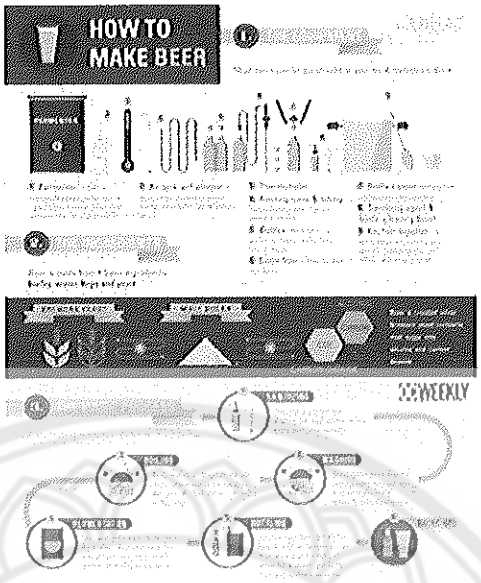
ภาพ 118 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบบภาพเคลื่อนไหว

ที่มา: https://www.nestlehealthscience-th.com/health-management/ aging/ muscle_long_live

10. รูปแบบอินโฟกราฟิกแบ่งตามการออกแบบ

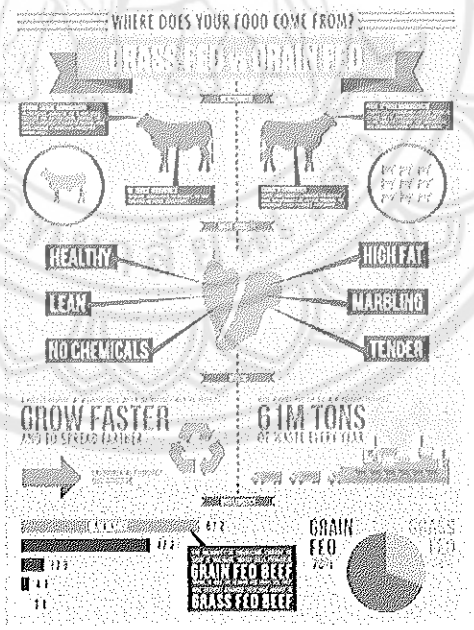
การแบ่งอินโฟกราฟิกตามการออกแบบ เป็นการแบ่งตามลักษณะของภาพรวมที่ได้ออกแบบส่วนใหญ่จะเป็นกราฟิก หรือรูปภาพที่นำมาใช้ ซึ่งจะมีอยู่ 3 แบบด้วยกัน

10.1 อินโพกราฟิกแบนราบ (Flat Intographic) เป็นอินโฟกราฟิกแบบเรียบ ๆ ไม่มีมิติ ซึ่งกราฟิก หรือรูปภาพที่นำมาใช้จะถูกวาดขึ้น (Vector) จากโปรแกรมกราฟิก ซึ่งสามารถหาดาวน์โหลดมาใช้ได้ฟรี อินโพกราฟิกแบบนี้เป็นที่นิยมมาก และพบเห็นได้ทั่วไป เนื่องจากรูปแบบที่ดูเข้าใจง่าย มีรายละเอียดที่ไม่ซับซ้อน



ภาพ 119 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบนราบ 1

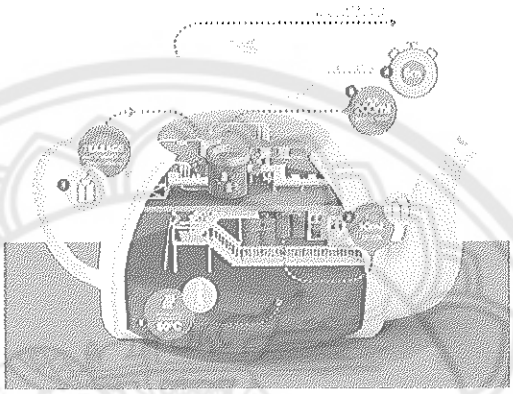
ที่มา: designroast/7-free-flat-infographic-kits-freebie



ภาพ 120 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกแบนราบ 2

ที่มา: gentlemansgazette.com/steak-guibe/grass fed vs grain fed

10.2 อินโฟกราฟิกเสมือนจริง (Realistic Intographic) เป็นอินโฟกราฟิกที่มีมิติเพิ่มขึ้นมา ซึ่งกราฟิกหรือรูปภาพที่นำมาใช้จะถูกวาดขึ้นเช่นกัน แต่เพิ่มแสงเงาเข้าไปเพื่อทำให้ภาพดูเสมือนจริงมากขึ้น ซึ่งจะมีความสวยงามมากกว่าแบบแบนราบ ผู้ออกแบบต้องมีความสามารถในการออกแบบกราฟิกพอสมควร

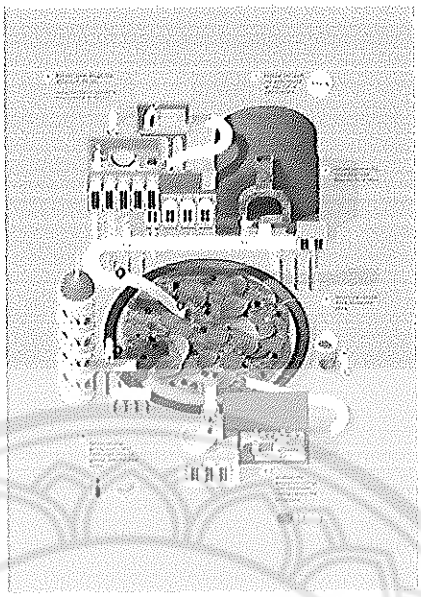


ภาพ 121 แสดงตัวอย่างอินโพกราฟิกเสมือนจริง 1

ที่มา: behance.net/gaiiery/8067551/Imaginary-factory

ภาพ 122 แสดงตัวอย่างอินโพกราฟิกเสมือนจริง 2

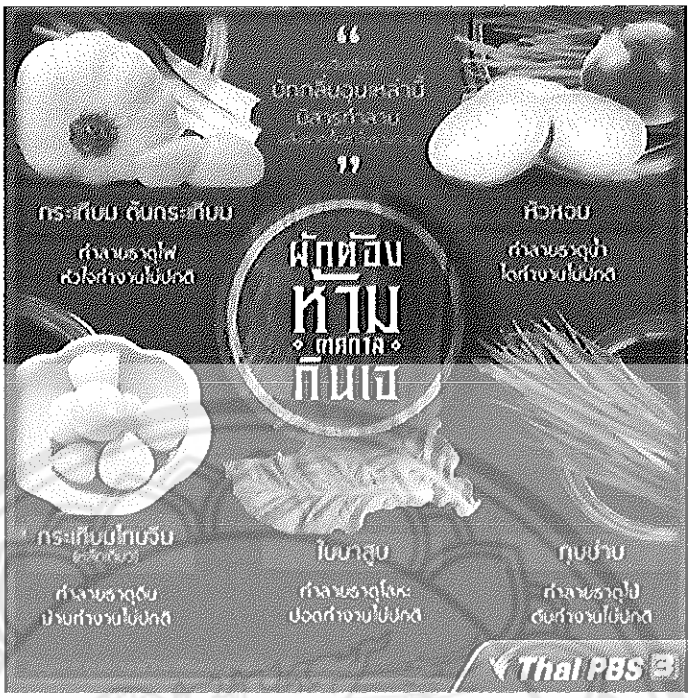
ที่มา: designlisticle.com/infographic-designs



ภาพ 123 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกเสมือนจริง 3

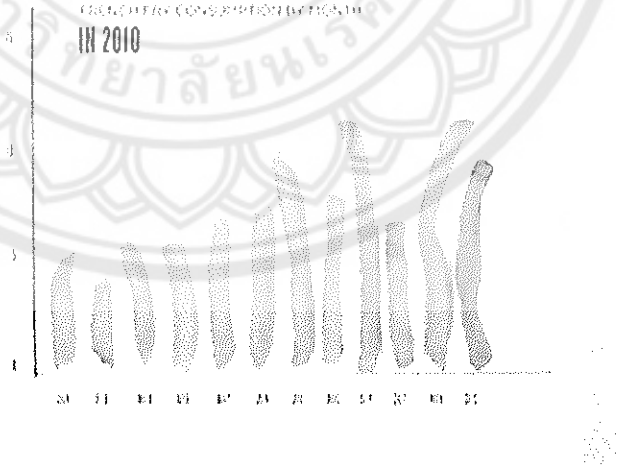
ที่มา: https://weandthecolor.com/recipe-infographics-jing-zhang/71688

10.3 อินโฟกราฟิกภาพจริง (Real Infographic) เป็นอินโฟกราฟิกที่ใช้ภาพถ่ายจริง ๆ มาใช้ทำอินโฟกราฟิกทำให้อินโฟกราฟิกรูปแบบนี้มีความน่าสนใจ และแปลกใหม่ แต่ผู้ทำต้องมีความสามารถทั้งด้านการถ่ายภาพ การตกแต่งรีทัชภาพ และการออกแบบกราฟิกอย่างมาก



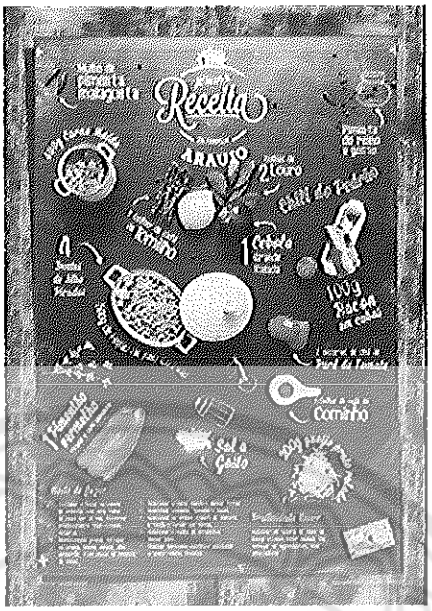
ภาพ 124 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกภาพจริง 1

ที่มา: https://twitter.com/ThaiPBS/status



ภาพ 125 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกภาพจริง 2

ที่มา: pinterest.com/pin/173177548140774549/



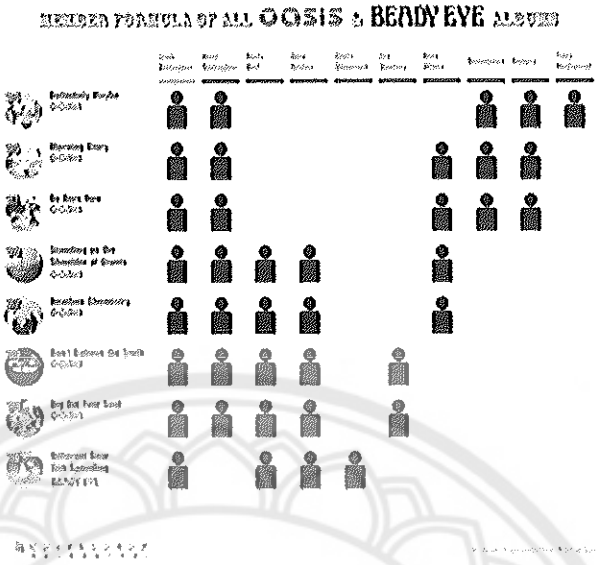
ภาพ 126 แสดงตัวอย่างอินโฟกราฟิกภาพจริง 3

ที่มา: https://assets.media-platform.com/roomie/dist/images/2015/01/140107ECreceitasdefamilia1.jpg

11. รูปแบบพื้นฐานการออกอินโฟกราฟิก

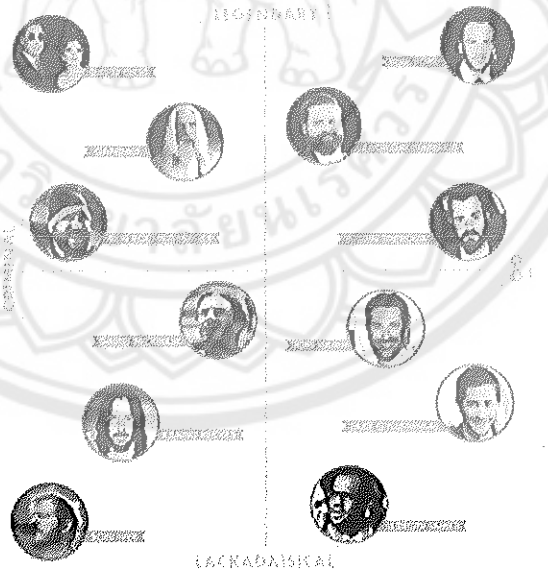
Jun Sakurada (2558, น. 139-153) รูปแบบพื้นฐานการออกอินโฟกราฟิกมีความสำคัญมาก เพราะเป็นตัวกำหนดโครงสร้างพื้นฐานทั้งหมด เช่นเดียวกับที่โครงสร้างเหล็กของอาคาร เป็นต้น รูปแบบพื้นฐานการออกแบบอินโฟกราฟิกมี 7 รูปแบบ ดังนี้

11.1 แบบตาราง เหมาะกับการใช้เปรียบเทียบของสองสิ่งขึ้นไป มีทั้งรูปแบบตารางธรรมดา และแบบเมตริกซ์



ภาพ 127 แสดงแบบตารางตัวอย่างทั่วไป

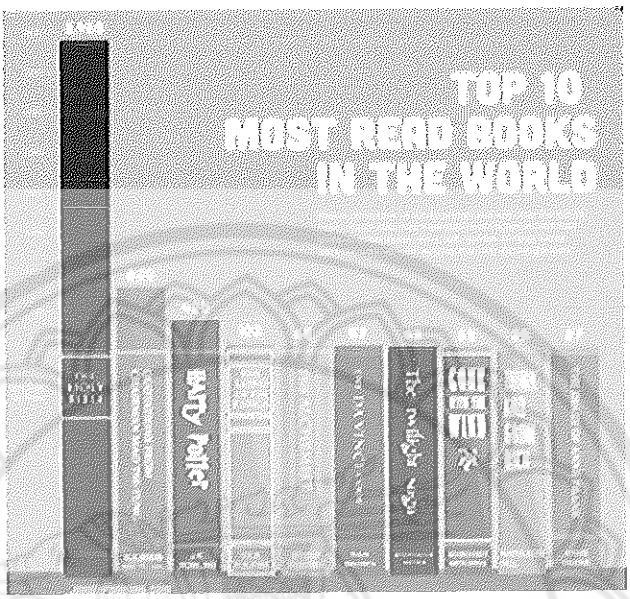
ที่มา: Jun Sakurada, 2015, p. 139



ภาพ 128 แสดงตารางแบบเมตริกซ์

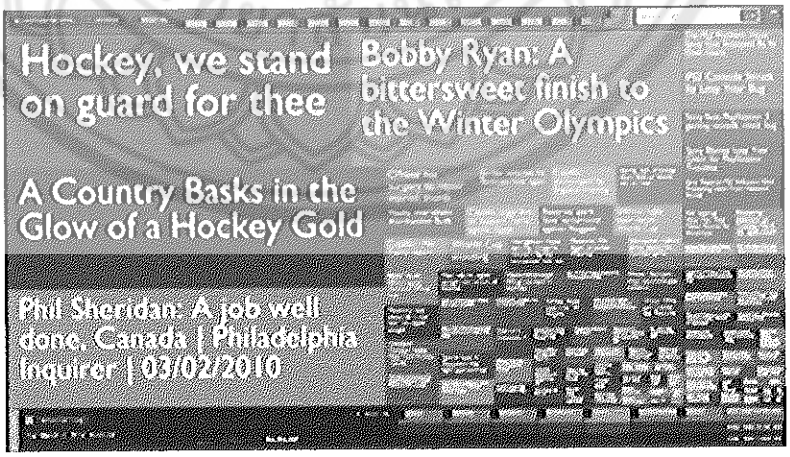
ที่มา: http://www.gq.com/how-to/groom/201111/beard-package- facial-hair-shaving-trimming

11.2 แบบโวลุม เหมาะกับการเปรียบเทียบปริมาณ หรือตัวเลข มักจะมีการใช้กราฟ, แผนภาพต้นไม้, Typog-raphy ร่วมด้วย



ภาพ 129 แสดงโวลุมแบบกราฟ

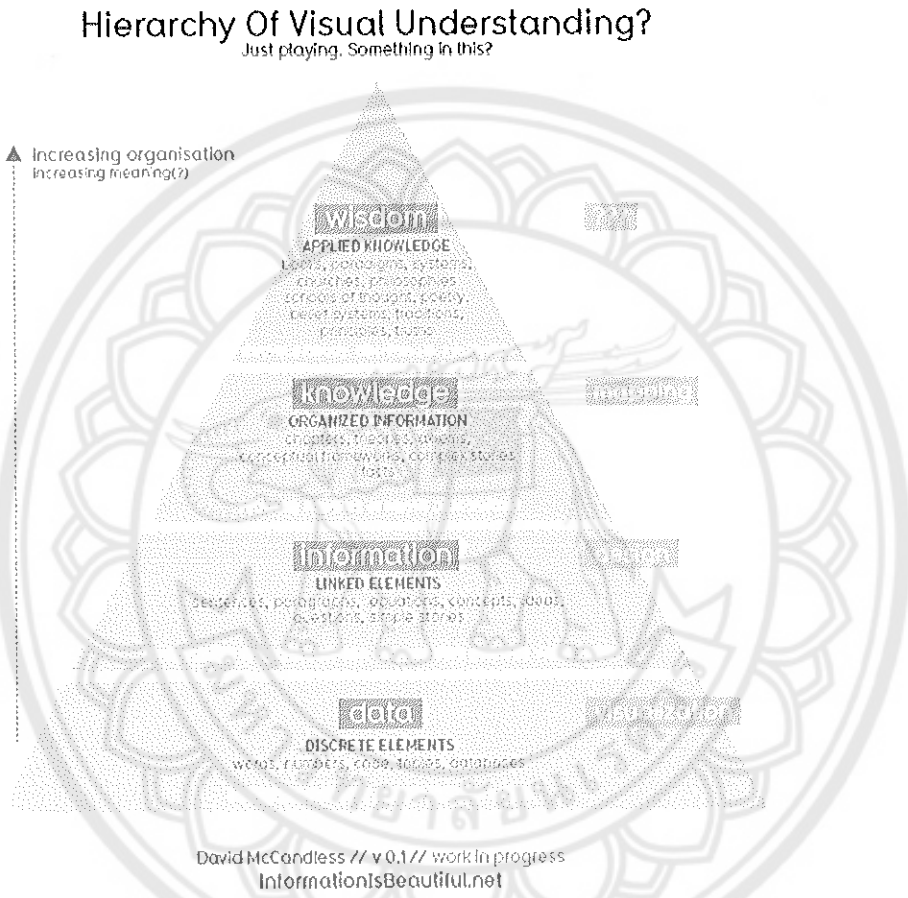
ที่มา: https://www.businessinsider.com/infographic-the-top-10-most-read-books-in-the-world-2012-5



ภาพ 130 แสดงโวลุมแบบต้นไม้

ที่มา: Jun Sakurada, 2015, p. 141

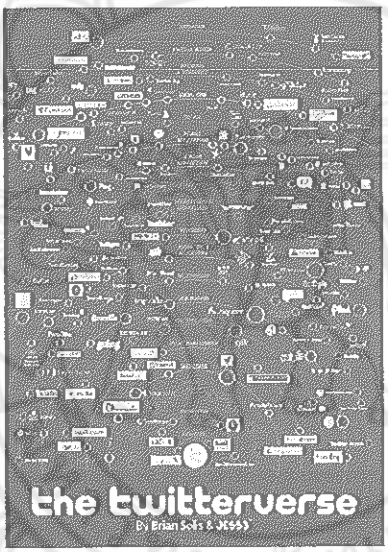
11.3 แบบความสัมพันธ์ เหมาะกับการอธิบายความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ถ้าเป็นเรื่องของลำดับชั้นที่ไม่เท่ากันก็จะใช้ แบบพีระมิด แบบโดนัท หรือแบบต้นไม้ แบบรวมข้อมูลก็อาจจะใช้ แบบ Venn หรือถ้าเป็นการเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ก็จะใช้ แบบเน็ตเวิร์ค



ภาพ 131 แสดงแบบความสัมพันธ์ตัวอย่างแบบพีระมิด

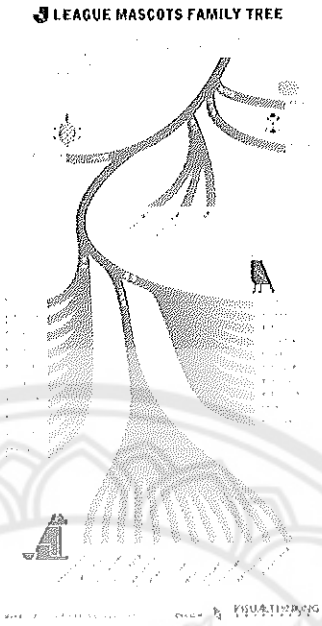
ที่มา: https://www.pinterest.at/pin/336292297156178102/

จากภาพ 131 DIKW Pyramid กล่าวถึงความแตกต่างระหว่าง D (Data) I (Information) K (Knowledge) และ W (Wisdom) เอาไว้ว่า Data หรือข้อมูลที่กระจัดกระจายอยู่ทั่วไป เมื่อนำมาจัดเก็บอย่างเป็นระบบจะกลายเป็น Information หรือสารสนเทศ และเมื่อนำสารสนเทศมาผ่านกระบวนการประมวลผล สารสนเทศนั้นก็จะเปลี่ยนเป็น Knowledge หรือความรู้ สุดท้ายเมื่อได้ความรู้แล้วก็จะพัฒนาการไปสู่ Wisdom หรือปัญญา อุปมาอุปมัยเหมือนทรง Pyramid ที่ฐานล่างกว้างที่สุดคือ Data ถัดขึ้นมาชั้นหนึ่งคือ Information ถัดขึ้นมาอีกหนึ่งชั้นก็คือ Knowledge และยอด Pyramid นั้นคือ Wisdom



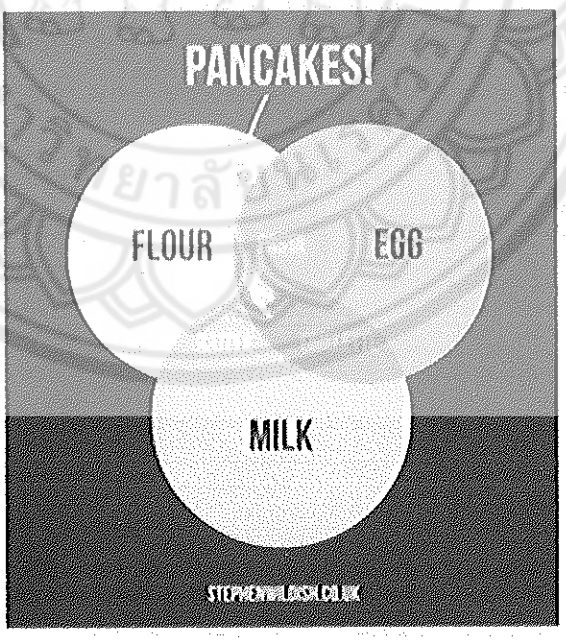
ภาพ 132 แสดงแบบความสัมพันธ์ตัวอย่างแบบโดนัท

ที่มา: Jun Sakurada, 2015, p. 143



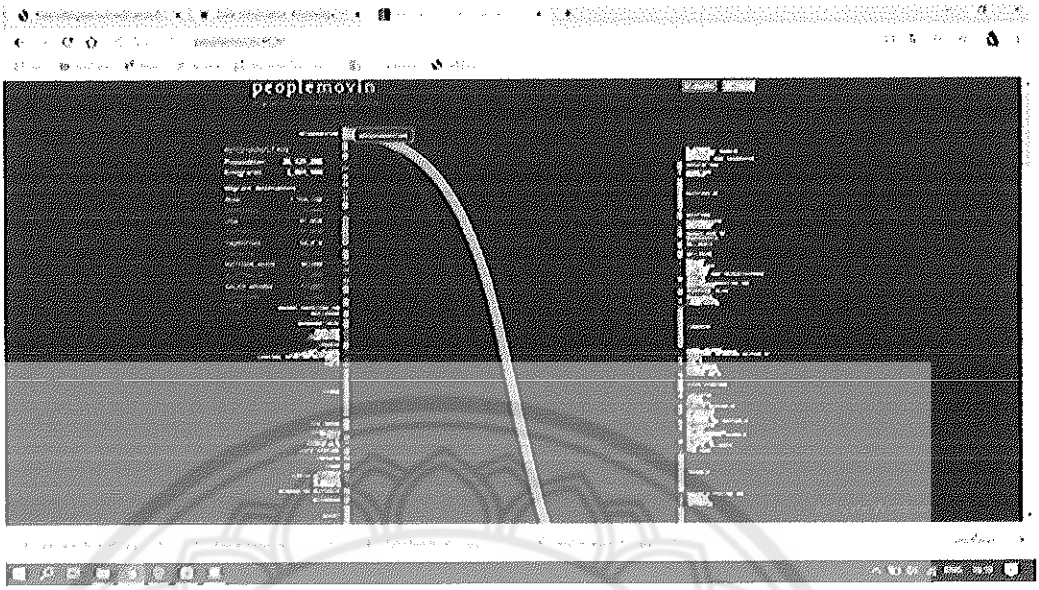
ภาพ 133 แสดงแบบความสัมพันธ์ตัวอย่างแบบต้นไม้

ที่มา: https://www.flickr.com/photos/mura7/8993647578/



ภาพ 134 แสดงแบบความสัมพันธ์ตัวอย่างแบบ Venn Diagram

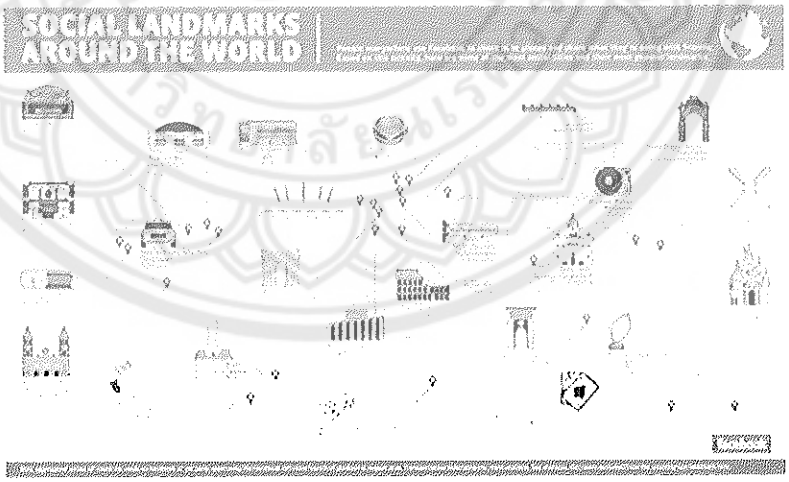
ที่มา: https://www.stephenwildish.co.uk/



ภาพ 135 แสดงแบบความสัมพันธ์ตัวอย่างแบบเน็ตเวิร์ค

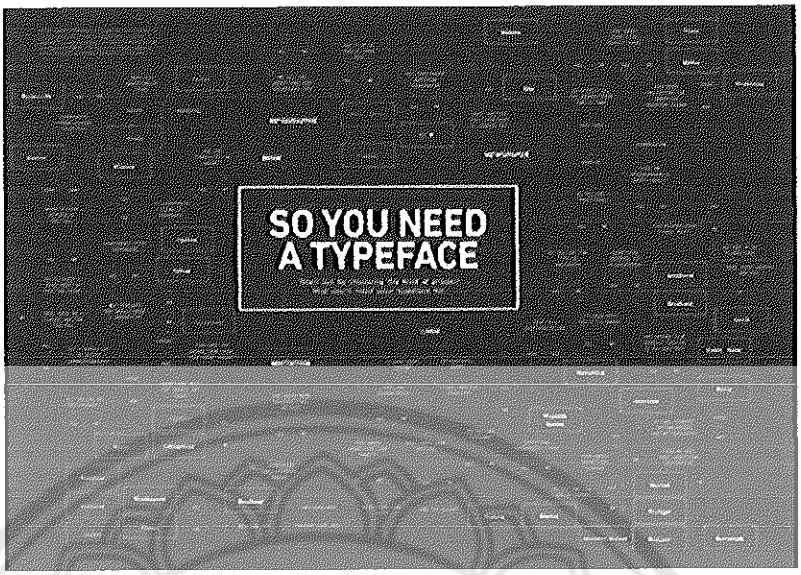
ที่มา: http://peoplemov.in/#f_AF

11.4 แบบแผนที่ เหมาะสำหรับการอธิบายแผนที่ และลักษณะเด่นของแต่ละภูมิภาค



ภาพ 136 แสดงแบบแผนที่

ที่มา: https://www.columnfivemedia.com/work-items/infographic-social-landmarks-around-the-world



ภาพ 137 แสดงแบบชาร์ต

ที่มา: https://julianhansen.com/soyouneedatypeface/yigvfvtjrx0apljbzko3cts1ri2gvx

11.5 แบบไทม์ไลน์ เหมาะกับการสรุปเรื่องราวที่เกิดขึ้นตามลำดับเวลา นอกจากจะมีการใช้ไทม์ไลน์แล้ว บางครั้งก็นำ ตารางแบบชาร์ต หรือ แผนภาพแบบวงจร เข้ามาใช้ด้วยเช่นกัน

ภาพ 138 แสดงแบบวงจร

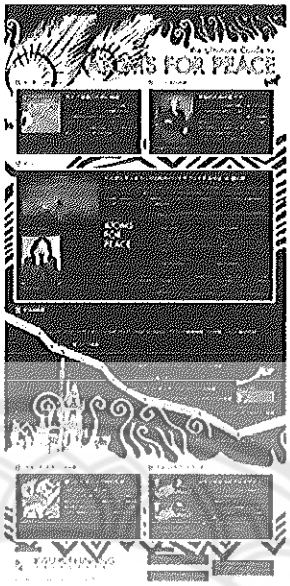
ที่มา: http://todayinfographic.com/49-the-life-death-rebirth-of-a-paper.html

11.6 แบบผสมผสาน เป็นรูปแบบที่เหมาะกับการอธิบายเนื้อหาในหลาย ๆ แง่มุม

ภาพ 139 แสดงตัวอย่างการใช้ "กราฟ" ผสม "typographic"

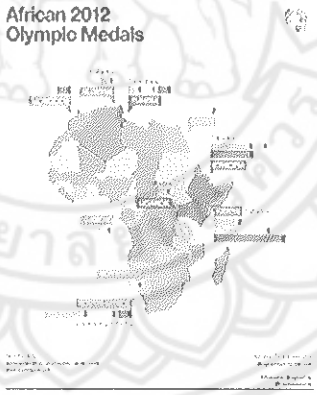
ที่มา: http://static.colourlovers.comuploads/images/color-of-the-year-2010.html

http://www.yulaoda.com/most-popular-color



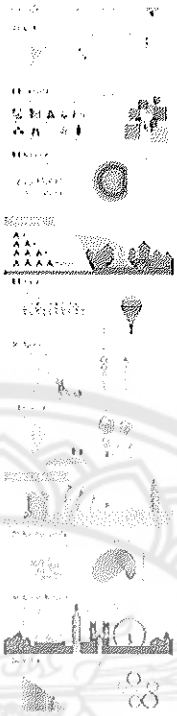
ภาพ 140 แสดงตัวอย่างการใช้ “ตาราง” และ “ไทม์ไลน์”

ที่มา: https://visualthinking.jp/archives/12376



ภาพ 141 แสดงตัวอย่างการใช้ “แผนที่” และ “กราฟ”

ที่มา: https://afrographique.tumblr.com/post/30051261392/an-infographic-featuring-the-final-african-medal



ภาพ 142 แสดงตัวอย่างการใช้ "typography" "แผนที่" และ "กราฟ"

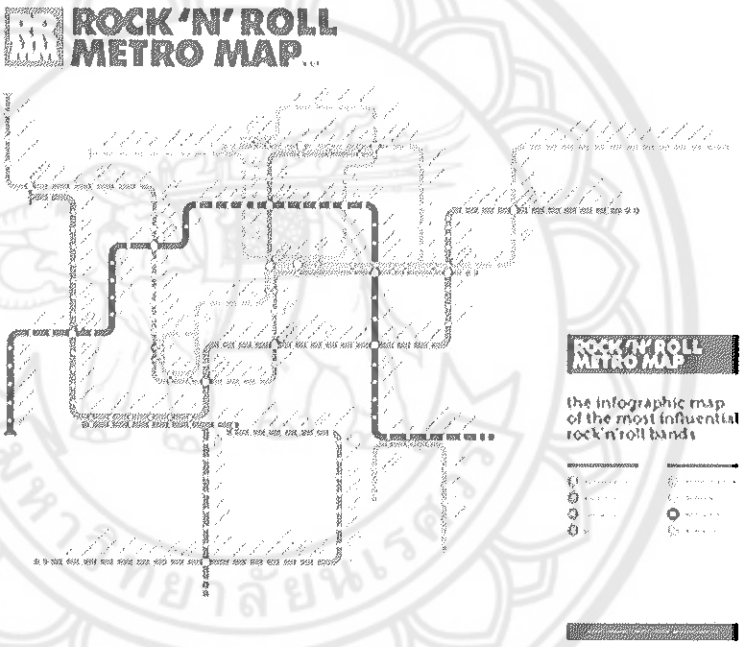
ที่มา: https://www.infographiclove.com/google-maps-popular-summer-searches-per-country/

11.7 ดีไซน์พิเศษ สำหรับหัวข้อนี้ผมจะขอยกตัวอย่างมา 2 แบบ คือ "แผนภาพสไตล์แผนที่รถไฟใต้ดิน (metro map)" และ "ตารางธาตุ" ถึงแม้จะเป็นรูปแบบที่อาจจะพบเห็นกันบ่อย ๆ แต่มีข้อควรระวังในการนำมาใช้งานเยอะ เลยไม่จัดไว้ในหมวดรูปแบบพื้นฐาน "แผนภาพสไตล์แผนที่รถไฟใต้ดิน (metro map)" นั้นเน้นแสดงวิธีเดินทางไปยังสถานที่ที่เราจะไป ส่วน "ตารางธาตุ" เน้นแสดงข้อมูลที่เกิดขึ้นตามลำดับเวลา บางคนก็คิดว่าการนำรูปแบบทั้งสองนี้ไปใช้ในการแสดงข้อมูลด้วยจุดประสงค์อื่นเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องเท่าไร

การใช้แผนภาพแบบรถไฟใต้ดิน หรือตารางธาตุนั้น จุดเด่นอยู่ที่การจัดการกับข้อมูลดิบและการเลือกวิธีนำเสนอข้อมูลอย่างเหมาะสม แต่ถ้าเอาไปใช้กับจุดประสงค์อื่นนั้นอาจจะกล่าวได้ว่า คนนั้นยังไม่เข้าใจเนื้อแท้ของแผนภาพรูปแบบเหล่านี้ดีพอ การเอาข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับลำดับของเวลามา แสดงด้วยตารางธาตุ ก็เหมือนกับการเรียงถุงเท้าตามเลขอะตอม กล่าวคือ เป็นการใช้ตารางที่แสดงความเปลี่ยนแปลงของเวลากับข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องอย่างไม่

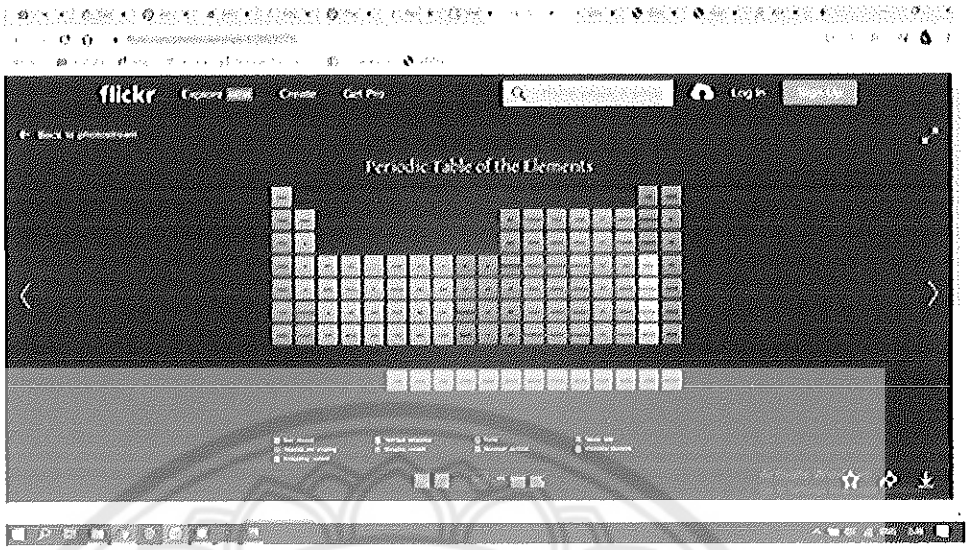
สมเหตุสมผล การหัดทำแผนภาพสไตล์รถไฟใต้ดิน หรือตารางธาตุด้วยข้อมูลแบบอื่นอาจจะสนุกและน่าสนใจ แต่การนำมาใช้จริงนั้นถือว่า ยังไม่เข้าใจเนื้อแท้หรือจุดสำคัญของวิธีการนำเสนอข้อมูล Beautifu/ Visualization" Noar Lliinsky

การแสดงข้อมูลด้วย "แผนภาพสไตล์แผนที่รถไฟใต้ดิน (metro map)" และ "ตารางธาตุ"นั้นน่าสนใจและดึงดูดสายตาผู้อ่านมาก แต่ก็ต้องระวังเรื่องว่าจะเข้าใจยาก หรือดูด้วยว่าจริง ๆ แล้วจำเป็นต้องใช้วิธีนี้หรือไม่ อยากให้มองว่าอินโฟกราฟิกก็เป็นอะไรที่ใกล้เคียงกับผลงานศิลปะอย่างหนึ่งเราควรเลือกใช้รูปแบบโดยคำนึงถึงความเหมาะสมด้วย



ภาพ 143 แสดงตัวอย่างการใช้แผนภาพสไตล์แผนที่รถไฟใต้ดิน (metro map)

ที่มา: https://www.flickr.com/photos/smoy/4413987999/sizes/o/



ภาพ 144 ตัวอย่างการใช้ตารางธาตุ

ที่มา: https://www.flickr.com/photos/aaronpk/6189297792

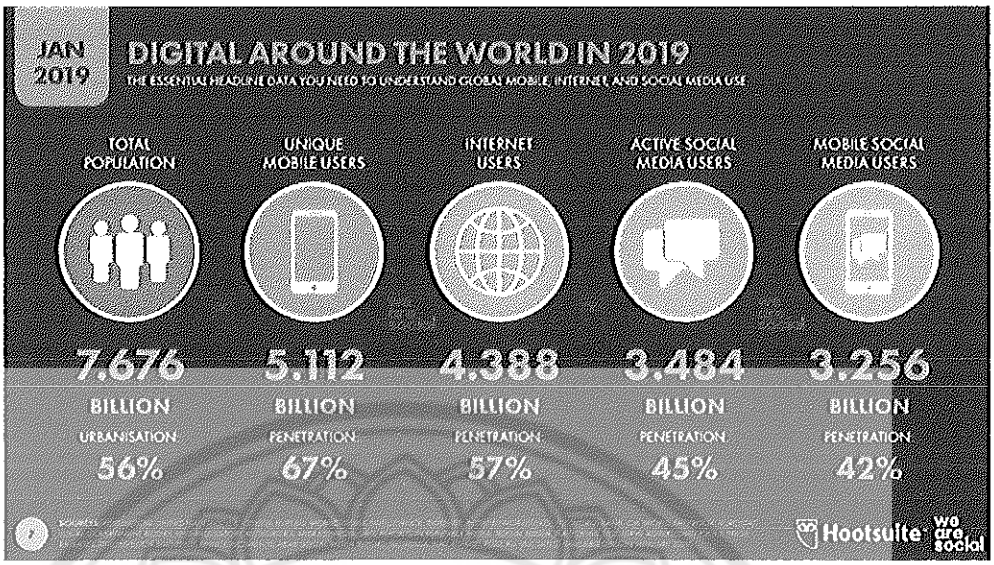
12. อินโฟกราฟิกบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

มนุษย์ชอบการมองดูรูปภาพมากกว่าการอ่านข้อความหรือหนังสือ เนื่องจากรูปภาพสามารถสร้างการจดจำ และดึงดูดความสนใจได้มากกว่า อีกทั้งการสื่อสารผ่านอินโฟกราฟิกไม่เพียงแค่สวย แต่ต้องสื่อให้เกิดความเข้าใจ ซึ่งการสื่อสารอินโฟกราฟิกส่วนใหญ่จะเน้นการสื่อสารด้วยภาพมากกว่าเนื้อหาจนอาจทำให้ข้อมูลบางอย่างที่ต้องการขาดหายไป ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ การสื่อสารไม่รู้เรื่อง ทำให้ผู้รับสารได้รับ ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ดังนั้น การออกแบบจึงไม่ได้เป็นเรื่องของการทำให้ดูสวยงามเท่านั้น แต่ยังต้องสามารถสื่อให้ใช้งานได้ด้วย เพื่อเกิดประโยชน์ต่อผู้รับสารที่สื่อออกไป (สฤณี อาชวานันทกุล, 2555) ปัจจุบันสื่ออินโฟกราฟิกได้แทรกซึมไปในทุก ๆ สื่อ อันได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ เช่น Website, Blog และ Social Media อีกทั้งคำว่า infographic มีการรายงานถึงการสืบค้นใน Google มากถึง 14.5 ล้านครั้ง จากข้อมูลเมื่อวันที่ 15 พ.ย. 2555 เพิ่มขึ้นร้อยละ 80 ภายในระยะเวลาเพียง 2 ปีเท่านั้น ดังนั้นจึงพิสูจน์ได้ว่าพลังของ infographic มีผลต่อการรับรู้ของมนุษย์โดยตรง ตัวอย่างที่มักมีการหยิบยกไปอ้างอิงอยู่เสมอ คือ ร้อยละ 90 ของข้อมูลที่เข้าสู่สมองของคนเรา คือ ข้อมูลที่เป็นรูปภาพ เนื่องจากรูปภาพและไอคอนกราฟฟิกต่าง ๆ เร้าความสนใจได้ดีกว่า (ธรรมรัตน์ เจริญพงศ์, 2558)

การสื่อสารข้อมูลระหว่างเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางซึ่งมีคุณลักษระที่สำคัญ คือ มีรูปแบบการทำงานในลักษณะออนไลน์และสามารถใช้สร้างเนื้อหา หรือเพิ่มเติมเนื้อหาในการเผยแพร่ข้อมูลระหว่างกันได้ (แสงเดือน ผ่องพุฒ, 2556) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีระบบเว็บ 2.0 (Web 20) ที่ทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ โดยอนุญาตให้บุคคหนึ่งสามารถเข้าถึงข้อมูล แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างเนื้อหา แบ่งปันและสื่อสารเนื้อหากับบุคคลอื่น ๆ รวมถึงการเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ในปัจจุบันนิยมใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารทางรุกิจ หรือการสื่อสารของหน่วยงานราชการ ตลอดจนองค์กรต่าง ๆ (Williamson, 2013) เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างกันซึ่งเป็นสังคมขนาดใหญ่ในโลกอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้ในการแบ่งปันข้อมูล แสดงความคิดเห็น โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไปยังกลุ่มคนจำนวนมาก ทำให้เกิดการขยายเครือข่ายออกไปเรื่อย ๆ เช่น Facebook, My space, YouTube, Twitter, Blogger เป็นต้น (ระวิ แก้วสุกใส, และชัยรัตน์ จุสปาโล, 2556) ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จะมีคุณลักษณะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ แต่ส่วนประกอบหลักที่เหมือนกัน คือ โปรไฟล์ (Profile) การเชื่อมต่อ (Connecting) และการส่งข้อความ (Messaging) ด้วยคุณลักษณะการสร้างวัฒนธรรมของชุมชนออนไลน์ (Online Community) ทำให้เกิดเป็นภาษาในการสื่อความหมายระหว่างกันที่สร้างความเข้าใจตรงกันและมีการใช้สัญลักษณ์เพื่อใช้แทนอารมณ์(Emotion) สามารถสร้างความพึงพอใจและความบันเทิงให้กับผู้รับสาร (ดารานิตย์ คงเทียม, 2556)

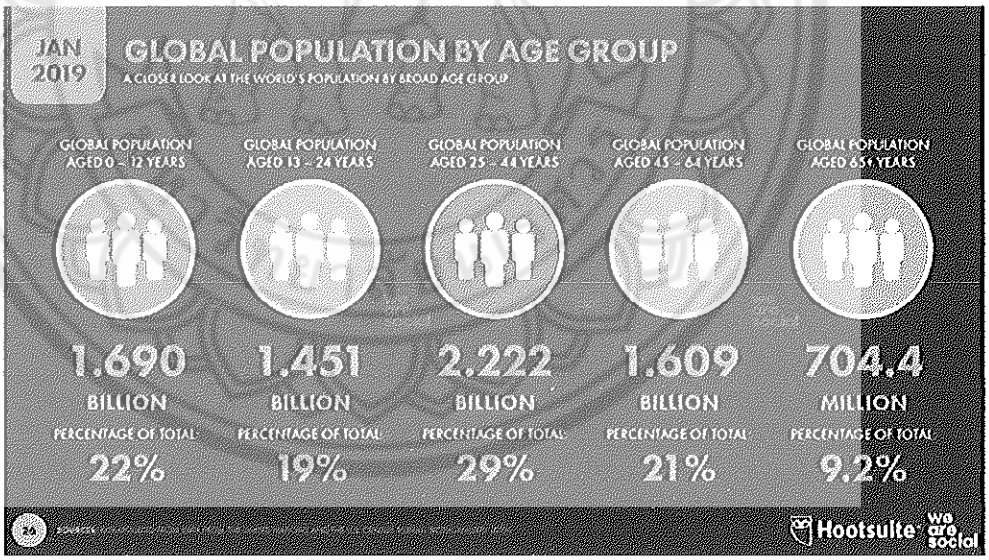
We Are Social, & Hootsuite (2019) เผยผลสำรวจ Global Digital 2019 ที่อัปเดตสถานการณ์การใช้งานดิจิทัล และอินเทอร์เน็ตประจำปี 2019 ที่รวบรวมทั่วโลกรวมทั้งประเทศไทย มากกว่า 50% ของประชากรโลก เข้าถึง "อินเทอร์เน็ต-โซเชียลมีเดีย" กล่าวว่า

1. ทั่วโลกมีประชากร 7,876 ล้านคน แบ่งเป็นประชากรผู้หญิง 49.5% – ผู้ชาย 50.5%
2. มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 4,388 ล้านคนของจำนวนประชากรโลก
3. ทั่วโลกมีจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ 5,112 ล้านคน
4. มีจำนวนผู้ใช้ Social Network 3,484 ล้านคนของจำนวนประชากรโลก
5. ในจำนวนผู้ใช้ Social Network ทั้งหมด พบว่า มีมากถึง 3,256 ล้านคนที่ใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ



ภาพ 145 แสดงการใช้งานดิจิทัลรอบโลกปี 2019

ที่มา: https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/



ภาพ 146 แสดงจำนวนประชากรทั่วโลกจำแนกตามอายุ

ที่มา: https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/

การใช้งาน Social Media เติบโตในประเทศกำลังพัฒนา จำนวนผู้ใช้งาน Social Media ปี 2019 อยู่ที่ 3,484 ล้านคน เติบโตจากปี 2018 ที่มีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์อยู่ที่ 3,196 ล้านคน "จีน" เป็นประเทศที่มีการเติบโตของจำนวนผู้ใช้ Social Media มากสุดของโลก ตามมาด้วย อินเดีย, อินโดนีเซีย, บราซิล และฟิลิปปินส์ สังเกตได้ว่าการเติบโตของผู้ใช้งาน Social Media มาจากประเทศกำลังพัฒนาเป็นหลัก

1. กลุ่มประชากรใหญ่ที่ใช้ Social Media ยังคงเป็นกลุ่มอายุ 18 – 24 ปี และช่วงอายุ 25 – 34 ปี

2. ใช้เวลาไปกับ Social Media โดยเฉลี่ย 2 ชั่วโมง 16 นาทีต่อวัน

3. ประชากร 1 คน โดยเฉลี่ยแล้วมีบัญชี Social Media 8.9 บัญชี

Facebook ยังเป็นสื่อสังคมออนไลน์ทรงอิทธิพลอันดับ 1 ของโลก

1. Social Media ยอดนิยม อันดับ 1 คือ Facebook ยอดผู้ใช้งานกว่า 2,200 ล้านคน / อันดับ 2 YouTube 1,900 ล้านคน / อันดับ 3 WhatsApp 1,500 ล้านคน / อันดับ 4 Facebook Messenger 1,300 ล้านคน / อันดับ 5 WeChat 1,083 ล้านคน

2. ผู้ใช้งาน Facebook ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 18 – 24 ปี และกลุ่ม 25 – 34 ปี

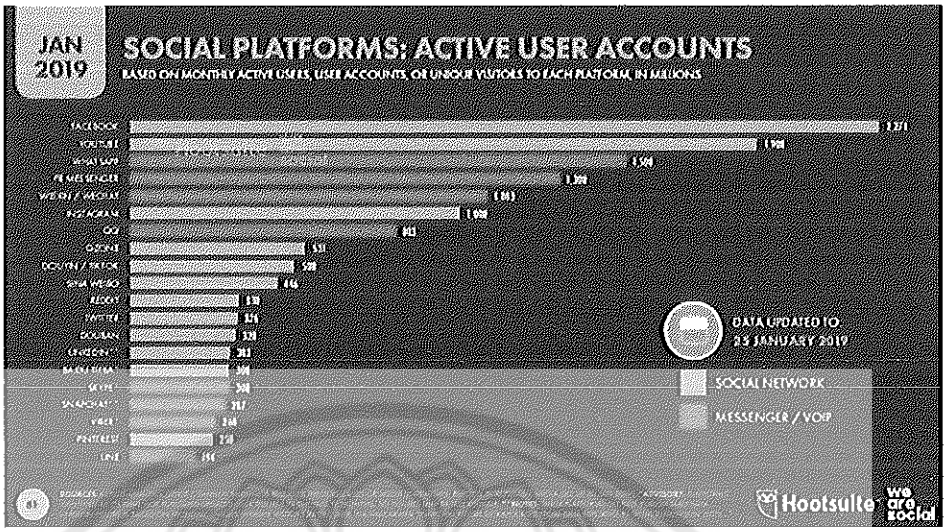
3. 96% ของผู้ใช้ Facebook เข้าผ่านสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต และ 25% เข้าผ่านคอมพิวเตอร์

4. จำนวนผู้ใช้งาน Facebook ที่เข้าถึง "โฆษณา" บนแพลตฟอร์มนี้ อยู่ที่ 2,121 ล้านคน โดย 43% เป็นกลุ่มผู้หญิง และอีก 57 คนเป็นผู้ชาย

5. Top Page ที่มี Fan Page มากสุดคือ Facebook กว่า 213 ล้านไลค์ ตามมาด้วย Samsung, Cristiano Ronaldo, Real Madrid C.F. และ Coca-Cola

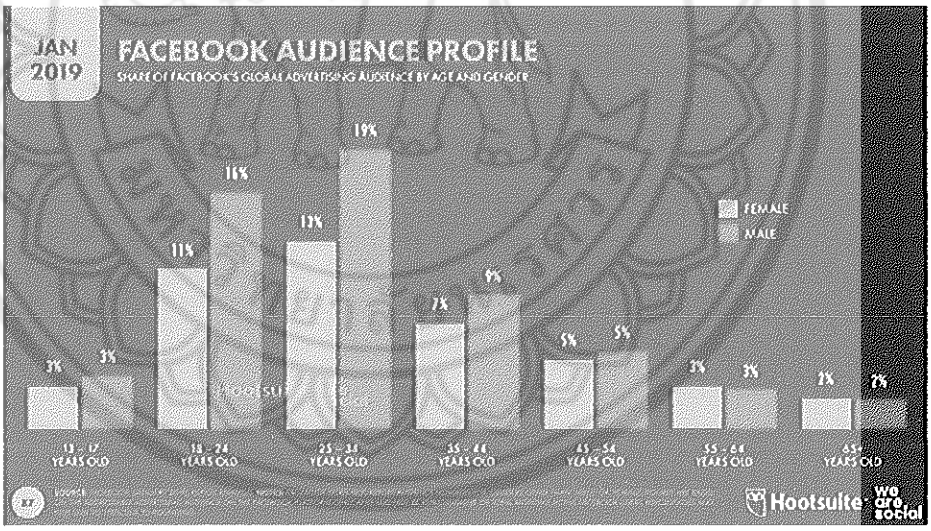
6. "ประเทศไทย" ที่มีผู้ใช้งาน Facebook ลดลง 2.0%

7. "ประเทศไทย" ติดอันดับ 1 ของ Organic Post Reach สะท้อนได้ว่าแม้ยอดผู้ใช้งาน Facebook ลดลง แต่ยังคงเป็นแพลตฟอร์ม Social Media หลักที่คนไทยใช้กันอยู่มาก



ภาพ 147 แสดง โซเชียลแพลตฟอร์มบัญชีผู้ใช้ที่ใช้งาน

ที่มา: https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/



ภาพ 148 แสดงโปร์ไฟล์ผู้ชมเฟสบุ๊ค

ที่มา: https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/

ด้วยลักษณะสำคัญของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) คือ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในระบบเครือข่าย จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ปริมาณของคนในเครือข่ายมีจำนวนมาก จนอาจนำไปสู่การสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นจริงในสังคม รูปแบบการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ การสื่อสารผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน ยังสมารถทำการสื่อสารได้ด้วยสารที่มีความหลากหลาย (พิมพ์เดือน จาตุรงคกุล 2550 อ้างใน ปิยะฉัตร พรหมมา, 2556) จำแนกรูปแบบของสารที่ได้รับความนิยมออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ข้อความหรือตัวอักษร (Text) เป็นสารที่ถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญของสื่อมัลติมีเดีย ซึ่งมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้ผู้ใช้สามารถใช้ได้อย่างหลากหลาย รวมทั้งสามารถกำหนดลักษณะต่าง ๆ ของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างการนำเสนอได้ แต่ในการสื่อสารประเภทตัวอักษรนี้อาจจะมีข้อจำกัดอยู่บางประการ เช่น ความแตกต่างในแต่ละภาษา ที่อาจสร้างความผิดพลาดในการสื่อสารได้

2. ภาพนิ่ง (Still Image) เป็นสารที่เป็นภาพที่ไม่เคลื่อนไหว ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งภาพวาดภาพถ่าย หรือภาพลายเส้นต่าง ๆ ที่มีบทบาทในด้านการรับรู้ได้ดีกว่าสารที่เป็นตัวอักษรเพียงอย่างเดียว เพราะมีการถ่ายทอดความหมายได้ดีกว่า และยังสามารถสื่อความหมายได้ทุกชาติทุกภาษา

3. ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เป็นสารที่เป็นภาพที่มีการเคลื่อนไหว เพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ช่วยในการสร้างเสริมจินตนาการให้กับผู้รับชม

4. เสียง (Sound) เป็นสารที่ถูกจัดเก็บเป็นสัญญาณดิจิตอล ให้สามารถเล่นซ้ำ ๆ ได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาเฉพาะสำหรับทำงานด้านเสียง ซึ่งเป็นสารที่ส่งผลให้เนื้อหาสารนั้นมีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้นหากมีการใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหา อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมให้สารนั้น ๆ มีความน่าสนใจและน่าติดตาม เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ใช้มากกว่าข้อความหรือภาพนิ่ง

5. ภาพวีดิโอ (Video) เป็นสารที่มีความสมบูรณ์มากกว่าสารประเภทอื่น ๆ เนื่องจากสามารถ ๆ นำเสนอได้ทั้งข้อความ ภาพ และเสียงเข้าไว้ด้วยกันได้เป็นอย่างดี ทำให้สารนั้นมีประสิทธิภาพอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามสารประเภทนี้ก็มีข้อบกพร่องอยู่บางประการ คือ ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่บนหน่วยความจำมาก ซึ่งเวลาเปิดรับชมอาจต้องใช้ระยะเวลาที่นานกว่าสารประเภทอื่น ๆ อาจส่งผลให้ประสิทธิภาพลดลงตามไปด้วย

สรุปอินโฟกราฟิก

เนื่องจากคนเรามีระยะเวลาจำกัดในการจดจำ และการทำความเข้าใจ การอ่านข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือเยอะ ๆ จะยากกว่า ถ้าเทียบการอ่านตัวหนังสือน้อย ๆ พร้อมกับมีภาพประกอบ ซึ่งแบบหลังนี้เองที่จะทำให้จำได้ดีกว่า และเข้าใจได้ง่ายกว่า เราจึงนำอินโฟกราฟิกมาใช้นำเสนอข้อมูลด้วย 3 เหตุผลหลัก ๆ ดังนี้

1. พูดด้วยภาพ เพราะภาพสื่อความหมายได้ดีกว่าตัวหนังสือ จากการวิจัย พบว่าคนเรามองเห็นและเข้าใจรูปภาพได้ดีกว่าตัวหนังสือ สังเกตได้จากเด็กน้อยที่อ่านหนังสือยังไม่ได้ แต่เมื่อดูภาพจากหนังสือนิทาน ก็สามารถเข้าใจเรื่องราวได้ แม้กระทั่งกับผู้ใหญ่บางคนที่ไม่ชอบอ่านหนังสือ แต่กลับมักจะชอบดูรูปภาพมากกว่า นั่นก็เพราะว่ารูปภาพสร้างการจดจำ และความเข้าใจได้ดีกว่าตัวหนังสือนั่นเอง

2. ลดความซับซ้อน หากเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอมีข้อมูลจำนวนมาก และมีความซับซ้อน ทำให้ยากต่อการทำความเข้าใจ การนำเสนอด้วยอินโฟกราฟิก จะช่วยลดความซับซ้อนของเนื้อหาและข้อมูลทำให้เข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้นด้วยการย่อยข้อมูลทั้งหมดให้น้อยลง แต่ใจความสำคัญยังอยู่ครบถ้วน หรือการใช้แผนภูมิต่าง ๆ เข้ามาช่วย หากมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวเลข

3. เข้าถึงได้ง่าย นอกจากเนื้อหาที่กระชับ และการเล่าข้อมูลด้วยภาพที่น่าสนใจจนทำให้ผู้อ่านเข้าถึงได้ง่ายแล้ว ยังสามารถเข้าถึงผู้คนจำนวนมากได้ง่ายเช่นกัน เพราะอินโฟกราฟิกสามารถแชร์ไปให้คนอื่นได้ง่าย และรวดเร็วในรูปแบบของสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ จึงเป็นอีกเหตุผลที่อินโฟกราฟิกเป็นที่นิยมใช้ในการนำเสนอข้อมูลที่ต้องการ

13. **ผลการสังเคราะห์โครงสร้างเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบอินโฟกราฟิกจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

จากการศึกษาเอกสาร เกณฑ์การประกวด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย โดยศึกษา ประเด็นหลักการออกแบบอินโฟกราฟิก จำนวน 24 เรื่อง จากนั้นนำมาสังเคราะห์เป็นเกณฑ์ในการออกแบบอินโฟกราฟิก และเกณฑ์การประเมินผลงานการออกแบบอินโฟกราฟิก เพื่อการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

ตาราง 14 แสดงผลการสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบอินโฟกราฟิก

เกณฑ์การคัดเลือกเอกสาร หลักการออกแบบอินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ	1.ชาติ เหลา. (2562) .	2.กนก ธีลาวัลย์. (2556).	3.Infographicthailand. (2561).	4.นฤพล ใบมีวัน. (2555).	5.ธัญญรัตน์ นันท์พนา. (2559).	6.ณัฐพงษ์ ปานทิพย์. (2558).	7.ศิลป ภาชนะกุลา. (2562).	8.ศุภกร ศุภกาล. (2560).	9.ภาณุพงศ์ ศุภกร. (2558).	10.พงศกร ศรศักดิ์ และคนอื่นๆ. (2562).	11.ธีรวัฒน์ ปานทองคำ และคนอื่นๆ. (2549).	12.กนก ตันตยกุล. (2554).	13.ชาคริต ชาครียนาคสกุล. (2558).	14.ทรงวิทย์ ศรสกล. (2557).	15.นันท์ ลิลิตานนท์. (2556).	16.จันทกุล จุลพราหมณ. (2259).	17.ประกอบ รุจาโรจน์อักษรและสิทธินารากร (Infographic). (2561).	18.ประกอบ ทัศนะ ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในการทำงานในยุคดิจิทัล. (2558).	19.ประกอบ Infographic "การใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ". (2556).	20.ประกอบคือ Infographic คนรุ่นใหม่ที่ใฝ่เรียนรู้และต้องการความสนใจ. (2556).	21.ทรงประกอบ "หลักวิทยาศาสตร์ส่งเสริมคุณธรรม".(2558).	22.เอกวิทย์ แสงสังสรรค์. (2562).	23.ศิลป ภาชนะกุลา. (2562).	24.ศิริประกอบ ประกอบวิชาชีพ. (2562)	ความถี่	ลำดับ
1. ต้องน่าสนใจ ดึงดูดน่าอ่าน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	12	3
2. ออกแบบให้น่าใจอ่าน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	21	1
3. ข้อมูลเข้าใจง่าย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6	7
4. แก้ไขง่ายสะดวกรวดเร็ว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6	7
5. ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	6
6. การออกแบบที่ดีทำให้ประหยัดเวลา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	5
7. ใช้ได้ดีทุกสถานที่	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	17	2
8. ใช้ได้ทุกที่	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9	4
9. ผลิตซ้ำและแชร์ได้ง่าย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6	6

ตาราง 14 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน อินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ	1.จารึก เทศน์. (2562) .	2.กนก ใสสกาวัฒ. (2556).	3.Infographicthailand. (2561).	4.บุญล ก้นวิริ. (2555).	5.ธัญธร นันทานต. (2559).	6.ณิชา นิรัญทุกข์. (2558).	7.อิสรา ศรสะกาญจน์. (2562).	8.จิตรา สุขกาล. (2560).	9.ภาณี ก้นคุก. (2558).	10.ทนงศักดิ์ แสวงผล เทพหล. (2562).	11.ลัดดา จันทะเสนา และคณะ. (2549).	12.ณพ ลักษณ. (2554).	13.จงกลณี จางวิเชียรสกุล. (2558).	14.ทรงวิทย์ สายทอง. (2557).	15.นันท์ ปฐพีกาศ. (2556).	16.ธันยกร อุดมรัตนศาล. (2559).	17.ปรกรณ จุลินทพงศ์กมลกิตติ์นทร์กาจาร (Infographic). (2561).	18.ปรกรณ ทัศน์ สุดสงวนลิขสิทธิ์ ศิลปินทางภูมิปัญญาไทย. (2558).	19.ปรกรณ Infographic "กำเนิดกิจการไฟฟ้าในประเทศไทย". (2556).	20.ปรกรณสิต์ Infographic สนุกไม่ไม่ได้ลองมาดูกันดีกว่าจบ. (2556).	21.ศศิประกรณ "ทัศนศิลป์ภาพ ส่งเสริมสุขภาพกาย".(2558).	22.เสกสิทธิ์ แสงสังขาน. (2562).	23.สิทธา ศรีสังข์ดี. (2562).	24.สิริประภา ปะกอกสกัดกั้น. (2562)	คะแนน	ลำดับ
10. ทำไฟล์อินฟิกราฟิกให้เร็ก	✓																								2	11
11. ออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย					✓	✓					✓													✓	4	9
12. ออกแบบให้เหมาะสมกับการแสดงผล					✓												✓							✓	3	10
13. สามารถนำไปใช้งานในสื่อหลายรูปแบบ								✓	✓																2	11
14. มีการเชื่อมโยงที่ดี								✓													✓	✓			4	9
15. มีผลสัมฤทธิ์ของงาน							✓		✓		✓		✓		✓						✓	✓			5	8
16. ความน่าเชื่อถือของข้อมูล/เนื้อหาถูกต้อง							✓														✓				3	10
17. ภาพประกอบมีความคมชัด										✓													✓		2	11
18. ภาพประกอบมีความน่าสนใจ										✓													✓		3	10

ตาราง 14 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน อินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ	1.นวัก เทศน. (2562) .	2.กนก ลัดกันยา. (2556).	3.Infographicthailand. (2561).	4.บุคล ถิ่นวิไล. (2555).	5.ธัญชัช นันท์ขุน. (2559).	6.ณัฐพงษ์ กุญชรกาญจน์. (2562).	7.อิสรา ศรสวรรค์. (2562).	8.ชุติมา ศุภเกษ. (2560).	9.ภาณุพันธ์ ศิลป์ดี. (2558).	10.ทนงศักดิ์ แสงบุญ เทพทอง. (2562).	11.สิริกัญ ทิวาพรพิทยา สุนารา. (2549).	12.เทพ ชัยพฤกษ์. (2554).	13.จงกลณี จงวัฒนสกนธ์. (2558).	14.ภาวิณี ศิลป์ศิริวัฒน์ ศรชดา. (2557).	15.นันทิ์ ปฐวีรัตน์. (2556).	16.ธันยกฤต จุลกรานิพนธ์. (2259).	17.ปรเทศ รุ่งโรจน์ศักดิ์ศรเกษตรกรทำการเกษตร (Infographic). (2561).	18.ปรเทศ หงษ์ทองคำ ศิลปกรรมบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2558).	19.ปรเทศ Infographic "การใช้ไม้ไผ่ในการก่อสร้าง". (2556).	20.ปรเทศ์ Infographic คนรุ่นใหม่ใส่ใจสุขภาพกับการออกกำลังกาย. (2556).	21.กรมอนามัย "หลักการสร้างสื่อสุขศึกษาที่ดี".(2558).	22.เอกสิทธิ์ แสงสิงขาว. (2562).	23.สิทธิ์ ภาณุรัตน์. (2562).	24.สิริลักษณ์ ปรเทศกรรัตน์. (2562)	ความ	ลำดับ
19. การใช้ภาพสื่อของภาพเป็นให้ภาพสีเดียวกันดู แล้วหมายตา										✓					✓									3	10
20. กระตุ้นให้เกิดการคิดตามข้อมูลต่างๆ											✓		✓											3	10
21. ภาพที่ใช้มีความชัดเจน										✓		✓								✓	✓	✓	✓	3	10
22. ภาพที่ใช้มีความสวยงาม											✓									✓	✓	✓	✓	5	8
23. ภาพที่ใช้มีความน่าสนใจ										✓										✓	✓	✓	✓	4	9
24. ภาพที่ใช้ประกอบสื่อมีความสอดคล้องกับเนื้อหา										✓							✓					✓	✓	4	9
25. การเรียงลำดับเนื้อหา										✓										✓				3	10

ตาราง 14 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน อินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ	1.จงรัก เทศนา. (2562) .	2.กนกเดิศ ทาบุ. (2556).	3.infographicthailand. (2561).	4.นฤมล กิ่งวัน. (2555).	5.ธัญธร นันทรัก. (2559).	6.ณิรมน มีสัญฤกษ์. (2558).	7.อิศเรส ศรนะกาญจน์. (2562).	8.จุติพงศ์ ภูมวศ. (2560).	9.ภานนท์ คู่เสถา. (2558).	10.พนมกรณ ผลสาลี และนฤมล เทพนวล. (2562).	11.ติดใจ จันทนาเศรี และทรงพรรณ รงนาม. (2549).	12.กษม อดันตกุล. (2554).	13.จงกลณี จงพรัฐยิมเจะคณะ. (2558).	14.พรชิพัลน์ สายทอง. (2557).	15.นิจภัค มีสุข่าที. (2556).	16.ชินกฤต อุดมลาภโพศาล. (2259).	17.ประกาศ ชุดโปสเตอร์ความปลอดภัยในการทำงาน (Infographic). (2561).	18.ประกาศ นักข่าว สังคมไทยสูงวัยไปด้วยกัน ด้วยนำนวัตกรรมแห่งชาติ. (2558).	19.ประกาศ Infographic "ถ้าปีไหนมี ไม่มีไฟฟ้าใช้". (2556).	20.ประกาศสื่อ Infographic คนรุ่นใหม่ใส่ใจความปลอดภัยทางถนน. (2556).	21.การประกวด "พลังสร้างสรรค์ ส่งเสริมคนไทยสุขภาพดี".(2558).	22.เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย. (2562).	23.ศิวดล ภาภิมณฑ์. (2562).	24.ศิริประภา ประภากเกียติ. (2562)	คะแนน	ลำดับ
26. สามารถนำความรู้ในครั้งนี้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน										√	√														2	11
27. เหมาะสมกับกาลเวลาทุกยุคทุกสมัย												√						√							2	11
28. นำไปใช้ประโยชน์หลายประการ												√													1	12
29. กระตุ้นให้เกิดความต้องการเรียนรู้													√	√											2	11
30. ใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่สื่อสารในระดับสากล															√				√						2	12
31. ความคิดสร้างสรรค์																	√	√	√	√	√				5	8
32. ตัวอักษรมองเห็นและอ่านได้ชัดเจน																						√	√	√	3	10
33. สีมีความเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหา																						√	√		2	11

ตารางที่ 14 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน สื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกให้มีประสิทธิภาพ	10	7	8	8	10	6	6	6	4	10	8	5	7	3	6	2	8	5	5	10	10	14	12	11	1	12
คะแนนรวม																										
38. ภาพโดยรวมของงานมีความสอดคล้องกลมกลืนกัน																	√			√	√	√	√			
37. ภาพรวมของงานมีความน่าสนใจ																	√				√	√	√			
36. ตำแหน่งของรูปภาพและข้อความมีความเหมาะสม																	√			√		√	√			
35. ภาพและสีมีความสอดคล้องกับเนื้อหา																										
34. ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสม																										
1.ง่ายต่อการเข้าใจ. (2562) .																										
2.ทนต่อสิ่งแวดล้อม. (2556).																										
3.Infographicthailand. (2561).																										
4.บรรจุภัณฑ์. (2555).																										
5.ธุรกิจนักท่อง. (2559).																										
6.อินเทอร์เน็ตประเทศไทย. (2558).																										
7.อิสระ ศรุยะกาญจน์. (2562).																										
8.จุฬาภรณ์ สุขเกษ. (2560).																										
9.ภาณุพันธ์ ศุภกร. (2558).																										
10.ทนงศักดิ์ เสถียรนนท์ เทพทอง. (2562).																										
11.อิสริยา ฉันทนาภิรมย์ และคณะ. (2549).																										
12.เทพ สมัยเทศ. (2554).																										
13.ชวกิต ลาภวัฒนะกิตติ. (2558).																										
14.พรรัตน์ ตรงพจน์. (2557).																										
15.นิศา ศิลาดี. (2556).																										
16.ธันยกร จุลกาลพัทธ. (2559).																										
17.อินเทอร์ เน็ตสีสันของภาพในการทำงาน (Infographic). (2561).																										
18.อินเทอร์ เน็ตจะ ทำอะ ดังเหมือนคุยกันต่อหน้าอย่างไร. (2558).																										
19.อินเทอร์เน็ต Infographic "ทำให้เห็นภาพ". (2556).																										
20.อินเทอร์เน็ต Infographic สนุกในห้องเรียนและสังคมการงาน. (2556).																										
21.การประกอบ "หัวใจ"ของสื่อสิ่งพิมพ์อย่างไร.(2558).																										
22.เอกสิทธิ์ แสงสุดาชาติ. (2562).																										
23.พิมพ์ อาจหาญ. (2562).																										
24.สิริภาภรณ์ อัครกิตติคุณ. (2562)																										
	10	7	8	8	10	6	6	6	4	10	8	5	7	3	6	2	8	5	5	10	10	14	12	11	1	12
																									คนแนน	คำตอบ

จากตาราง 14 แสดงผลการสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบอินโฟกราฟิก ผู้วิจัยสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องประเด็นออกแบบอินโฟกราฟิก โดยศึกษาเรื่อง หลักการออกแบบอินโฟกราฟิก จากเอกสาร ตำรา เกณฑ์การประกวด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 24 เรื่อง ประกอบไปด้วย 1) กนก เลิศพานิช, และนายเลิศฤทธิ์ ทรัพย์เฉลิม (2556) 2) กษม อมันตกุล (2554) 3) การประกวด (2557) สื่อประเภท Infographic คนรุ่นใหม่ใส่ใจความปลอดภัยทางถนน 4) การประกวด (2557) Infographic ถ้าปีใหม่นี้ไม่มีไฟฟ้าใช้? 5) การประกวด (2558) infographic และ animation หัวข้อ สังคมไทยสูงวัยไปด้วยกัน ด้วยบำนาญแห่งชาติ 6) การประกวด (2559) Infographic พลังสร้างสรรค์ ส่งเสริมคนไทยสุขภาพดี 7) การประกวด (2561) ชุดโปสเตอร์ความปลอดภัยในการทำงาน (Infographic) 8) จงกลนี จงพรชัย, กฤตติกา ตัญญะแสนสุข, และลาวัลย์ ศรัทธาพุทธ (2549) 9) จงรัก เทศนา (2562) 10) จุติพงศ์ ภูสุมาศ (2560) 11) ชินกฤต อุดมลาภไพศาล (2559) 12) ณิชมน หิรัญพฤกษ์ (2558) 13) ธัญธัช นันท์ชนก (2559) 14) ธิดาใจ จันทนามศรี, และพรพรหม ชมงาม (2561) 15) นฤมล ถิ่นวิรัตน์ (2555) 16) นัจภัค มีอุสาห์ (2556) 17) พงษ์พิพัฒ์ สายทอง (2557) 18) พนมวรรณ ผลสาลี่ และนฤมล เทพนวล (2562) 19) ภานนท์ คุ้นสุภา (2558) 20) ศิริประภา ประภากรเกียรติ (2562) 21) ศิวดล ภาภิรมณ์ย์ (2562) 22) อิศเรศ ภาชนะกาญจน์ (2562) 23) เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย (2562) 24) infographicthailand (2561)

หลังจากทำการสังเคราะห์ พบว่า มีหลายประเด็นที่มักใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการออกแบบอินโฟกราฟิก โดยผู้วิจัยสรุปตามความเหมาะสม ดังนี้ 1) มองเห็นได้ชัดเจน 2) สื่อความหมายได้ชัดเจน 3) ตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจน 4) รูปแบบตัวอักษรมีความเหมาะสม 5) สีที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสม 6) เนื้อหามีความน่าสนใจ 7) ความถูกต้องของเนื้อหา 8) ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม 9) ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา 10) สื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ 11) สะดวกต่อการใช้งาน 12) ความต่อเนื่องในการนำเสนอ 13) เข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอได้ง่าย 14) ดึงดูดกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจ 15) การนำเสนอของสื่อทำให้อยากติดตามอย่างต่อเนื่อง

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้และความเข้าใจ

การรับรู้

การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายหลังจากผู้บริโภค เลือกที่จะเปิดรับต่อสิ่งเร้าใด ๆ ที่ผ่านเข้ามา แล้วทำการจัดเรียบเรียง และตีความต่อสิ่งเร้านั้นในทางที่ตนเห็นว่าเหมาะสม ผู้บริโภคจะรับรู้ต่อสิ่งเร้าได้มากยิ่งขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถเชื่อมโยงได้กับความเชื่อและ

ประสบการณ์เดิมของผู้บริโภค โดยที่ตัวสิ่งเร้าจะต้องไม่มีความซับซ้อนมาก น่าเชื่อถือ สามารถตอบสนองกับความต้องการในปัจจุบัน และไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความกังวลหรือความกลัว เช่น โฆษณาใดที่สนับสนุนต่อความเชื่อเดิมของผู้ชม ก็มักจะได้รับการสังเกต และจดจำได้นาน และผู้บริโภคก็มักจะไม่ชอบดูโฆษณาของสินค้าที่ขัดแย้งกับประสบการณ์เดิม ตลอดจนความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้าของตน (Assael, 1995)

โดย Assael (1955) ได้นิยามสิ่งเร้าไว้ว่า สิ่งเร้า ได้แก่ สิ่งของ ภาพ หรือคำพูดใด ๆ ที่ส่งผลให้เกิดการตอบรับระหว่างบุคคลสิ่งเร้าที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคได้แก่ สิ่งเร้าในเชิงการตลาด (Marketing Stimuli) และสิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อม (Environment Stimuli) โดยสิ่งเร้าในเชิงการตลาด ได้แก่ สิ่งของ หรือการสื่อสารใดที่ถูกออกแบบมาให้มีผลต่อผู้บริโภค อย่างเช่น รูปร่างหน้าตาภายนอกของผลิตภัณฑ์ที่มองเห็นได้ชัดเจนตั้งแต่แรก ซึ่งจัดเป็นสิ่งเร้าขั้นปฐมภูมิ (Primary Stimuli) ส่วนการสื่อสารที่ต้องอาศัยการตีความและการทำความเข้าใจเพื่อให้มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเรียกว่า (Secondary Stimuli) เช่นการสื่อสารแทนตัวผลิตภัณฑ์ด้วยข้อความ รูปภาพ หรือสัญลักษณ์ในโฆษณา หรือการส่งผ่านสิ่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์นั้นเช่น ราคา ร้านค้าที่จำหน่าย หรือพนักงานขาย เป็นต้น ส่วนสิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพสังคมและวัฒนธรรมของ และผู้บริโภค โดยลักษณะรูปแบบองค์ประกอบของสิ่งเร้าในแง่การตลาดที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค แบ่งได้เป็น

1. องค์ประกอบด้านสัมผัส (Sensory Elements) ได้แก่ สี กลิ่น รส เสียง และความรู้สึก ซึ่งจะมีผลต่อการรับรู้ด้านอารมณ์ของผู้รับสาร การรับรู้ในด้านสัมผัสนี้ถูกนำมาใช้ในงานโฆษณาโดยการสื่อสารผ่านภาพโฆษณาเช่นโฆษณาสินค้าที่เกี่ยวกับเครื่องดื่ม ที่จะใช้ภาพแสดงความซ่าเย็น สดชื่นหรือโฆษณาสินค้าประเภทน้ำยาปรับผ้านุ่ม ก็มักจะใช้ภาพหรือสีที่แสดงสัมผัสของความนุ่มนวล หรือโฆษณาเครื่องปรุงอาหารก็มักจะแสดงควบคู่ไปกับภาพอาหารสวย ๆ น่ารับประทาน เพื่อสื่อถึงความรู้สึกอร่อยเป็นต้น

2. องค์ประกอบด้านโครงสร้าง (Structural Elements) มักเกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพ เช่นภาพมีขนาดใหญ่จะสังเกตได้ง่ายกว่าภาพมีขนาดเล็กการวางโฆษณาในตำแหน่งครึ่งหน้าบนจะทำให้ผู้อ่านสังเกตเห็นได้ง่ายกว่าตำแหน่งล่างภาพมีลักษณะของการตัดกัน (High contrast) จะเรียกร้องความสนใจได้ดีกว่าภาพธรรมดา หรือโฆษณาที่มีลักษณะของความแปลกใหม่หรือหวา จะเร้าให้ความสนใจมากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคได้

1. ความหมายของการรับรู้

จากการศึกษารวบรวม ได้มีผู้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้หลายท่านด้วยกัน อันอาจจะทำให้เห็นภาพรวมในความหมายของการรับรู้

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการในการจดจำ เลือก รวบรวม และตีความสิ่งเร้าต่าง ๆ เพื่อที่จะทำให้สามารถเข้าใจถึงสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรา

Henry Assael ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้เพิ่มเติมว่า คือ กระบวนการเลือก การรวบรวม และการตีความสิ่งเร้าทางการตลาด และสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจต่อสิ่งเร้านั้น ๆ ทำให้เกิดเป็นภาพรวมที่ชัดเจน (Assael, 1998, p. 205)

นอกจากนี้ Chris Fill ยังได้กล่าวว่า การรับรู้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิธีการที่แต่ละคนมองและทำความเข้าใจต่อสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการเลือก การรวบรวม และตีความ สิ่งเร้าต่าง ๆ โดยแต่ละคนซึ่งจะทำให้เกิดเป็นความเข้าใจที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล (Fill, 1995, p. 96)

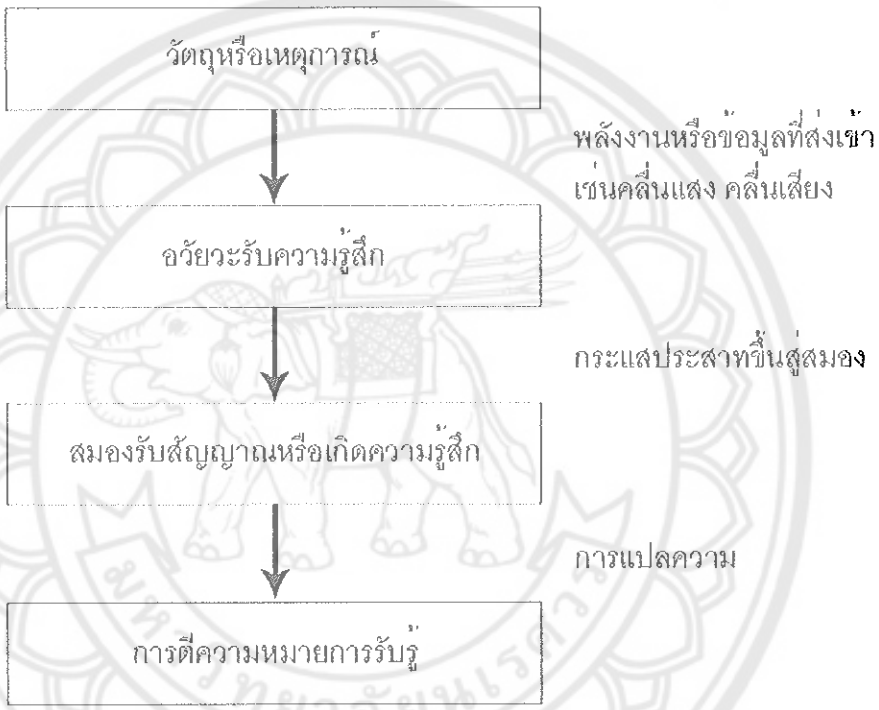
โดยสรุปแล้วจะพบว่า การรับรู้ คือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งกระบวนการนั้นมีองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่

ภาพ 149 แสดงกระบวนการรับรู้ 1

ที่มา: Fill, 1995

2. กระบวนการของการรับรู้

กระบวนการของการรับรู้ จะเริ่มจากการที่อวัยวะรับความรู้สึกถูกเร้า โดยสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่เข้ามาซึ่งอวัยวะรับความรู้สึกนั้นก็จะส่งกระแสประสาทขึ้นสู่สมอง เมื่อสมองรับสัญญาณหรือเกิดการรู้สึก (Sensation) ก็จะมีการแปลความหมาย เกิดเป็นการรับรู้ (Perception) การจะแยกความแตกต่างระหว่างการรู้สึกและการับรู้จึงเป็นสิ่งที่ยากมาก เพราะในขณะที่อวัยวะรับความรู้สึกทำงานก็จะเกิดความรับรู้ขึ้นตาม



ภาพ 150 แสดงกระบวนการรับรู้ 2

ที่มา: รัจรี นพเกตุ, 2540, น. 3

รัจรี นพเกตุ (2540, น. 129 -130) อธิบายในกระบวนการนี้ว่า เมื่อมนุษย์ถูกเร้าโดยสิ่งแวดล้อมก็จะเกิดความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensation) โดยอาศัยอวัยวะรับสัมผัส (Sensory Organs) ทั้ง 5 อันได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวกาย จากนั้นจึงเกิดความรู้สึกสัมผัส เช่น เห็นเป็นภาพ ได้ยินเป็นเสียง รู้กลิ่น รู้รส หรือรูสึกถึงความอ่อนนุ่ม ความกระด้าง ผู้รับสัมผัสจะต้องแปลความหมายของการสัมผัสออกมาโดยอาศัยประสบการณ์เดิม การแปลความหมายของความรู้สึกจากการสัมผัสเรียกว่า การรับรู้ (Perception) ดังนั้นการรับรู้จึงเป็นผลของความรู้เดิมบวกกับการรับ

สัมผัส เมื่ออวัยวะรับสัมผัสจากสิ่งเร้าแล้วส่งไปที่สมอง เกิดการคิด การเข้าใจ เกิดการรับรู้สองจึงส่งคำสั่งไปยังอวัยวะมอเตอร์ให้แสดงปฏิกิริยาตอบสนองพฤติกรรมที่เกิดเนื่องมาจากร่างกายได้รับสิ่งเร้านั้น ๆ โดยอาศัยความคิด ความเข้าใจ ประสบการณ์และบางครั้งก็กระทำออกไปโดยมีอารมณ์ปะปนไปด้วย ในทางจิตวิทยาเรียกว่า "พฤติกรรมที่มีความมุ่งหมาย" การรับรู้มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของบุคคล

กระบวนการเลือกสรรการรับรู้ (Perception selection)

กระบวนการเลือกสรรการรับรู้ต่อสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่งของผู้รับสาร จะต้องประกอบไปด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้ Assael (1995)

1. การเลือก (Selection) ผู้บริโภคอาจจะรับสิ่งเร้าพร้อมกันจำนวนมาก ทั้งโดยการเห็นหรือการได้ยิน แต่จะเลือกรับฟังเฉพาะสิ่งที่ต้องการ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการและทัศนคติ

2. การเปิดรับ (Exposure) เกิดขึ้นเมื่อสัมผัสของผู้บริโภค (การมองเห็น ได้ยิน จับต้องได้กลิ่น) ถูกกระตุ้น การที่ผู้บริโภคตกลงใจเลือกชมโฆษณาใดโฆษณาหนึ่ง และพร้อมที่จะรับสารจากโฆษณานั้น เรียกว่าผู้บริโภคยินยอมที่จะเปิดรับต่อสิ่งเร้าซึ่งจะนำไปสู่กระบวนการรับรู้ขั้นต่อไป

3. ความตั้งใจ (Attention) เป็นกระบวนการสังเกตสิ่งเร้าและพร้อมที่จะรับสารที่ส่งผ่านสิ่งเร้าที่เปิดรับมาแล้ว โดยผู้บริโภคมักจะเลือกส่วนของสิ่งเร้านั้นในทางที่เชื่อมโยงกับความต้องการ และเข้ากันได้กับประสบการณ์เดิมของตน

4. ความเข้าใจ (comprehension) เป็นการตีความ และทำความเข้าใจในสารที่ส่งมาภายหลังการเลือกรับสารนั้น โดยผู้บริโภคก็ยังคงตีความสารในทำนองที่สอดคล้องกับความเชื่อของตนเอง ยกตัวอย่าง เช่น ผู้บริโภคสองคนอาจตีความโฆษณาชิ้นเดียวกันในทางที่แตกต่างกันเพราะมีความเชื่อ ทัศนคติ และประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นต่างกัน

5. การจดจำ (Retention) ภายหลังจากเกิดความเข้าใจผู้บริโภคบางคนอาจหลงลืมสารโฆษณาที่ได้รับไปหมดภายในเวลาอันสั้น แต่โดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะจดจำสารที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์มากกว่า เช่น ผู้บริโภคจะจดจำราคาของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ปรากฏในโฆษณาได้หากเป็นผู้บริโภคที่กำลังต้องการซื้อคอมพิวเตอร์มาใช้ในขณะนั้น เป็นต้น

แนวความคิดเรื่องกระบวนการเลือกสรรการรับรู้ทั้ง 5 ขั้นตอนนี้ มีความสำคัญมากต่อกระบวนการสร้างสรรค์โฆษณาของนักโฆษณา เนื่องเพราะโฆษณาชิ้นหนึ่ง ๆ จะต้องแข่งขันกับคู่แข่งอีกเป็นจำนวนมาก เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เลือกเปิดรับโฆษณาของตน ตั้งใจชม ทำความเข้าใจและจดจำสารในโฆษณาชิ้นนั้นให้ได้มากที่สุด วิธีการสร้างความหมายผ่านสัญญะต่าง ๆ จึงถูกนำมาใช้กันอย่างเต็มที่ในชิ้นงานโฆษณา และเมื่อหันมามองในแง่ของผู้รับสารแล้ว

กระบวนการเลือกสรรการรับรู้จะนำมาใช้พิจารณาว่า ผู้บริโภคเลือกเปิดรับ ตั้งใจ ทำความเข้าใจ และจดจำต่อองค์ประกอบใดในภาพโฆษณาแต่ละชิ้น ในกรณีตัวอย่างเช่น การที่ผู้บริโภคสองคนอยู่ในสถานการณ์เดียวกันแต่รับรู้เหตุการณ์ไม่เหมือนกัน นั่นเป็นเพราะแต่ละคนเลือกที่จะเปิดรับต่อเหตุการณ์และเลือกรับหรือเน้นองค์ประกอบของเหตุการณ์ต่างกันไป เมื่อเปรียบเทียบกับการรับสารโฆษณา ผู้บริโภคสองคนที่ชมโฆษณาเดียวกันแต่รับรู้ในตัวสารได้แตกต่างกัน ก็เป็นเพราะแต่ละคนเลือกเปิดรับ รับรู้และทำความเข้าใจแต่เฉพาะในส่วนที่สอดคล้องกับประสบการณ์ความเชื่อหรือความชอบส่วนตนเท่านั้น (Assael, 1995, p. 200) เรียกกระบวนการนี้ว่า เป็นความระวังในการรับรู้ (Perception Vigilance) โดยชี้ให้เห็นว่าใน สินค้าที่มาความเกี่ยวพันสูง (High Involvement) ความระวังในการรับรู้จะเป็นตัวนำผู้บริโภคให้สนใจแต่ข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจซื้อเท่านั้น ซึ่งผู้บริโภคจะเลือกมองหาเฉพาะข้อมูลที่จะตรงต่อความต้องการอยากรู้ความเกี่ยวพันต่ำ (Low Involvement) ความระวังในการรับรู้จะมีบทบาทในการกลั่นกรองข้อมูลที่ได้รับให้เหลือน้อยที่สุดโดยกรองข้อมูลส่วนที่รู้อยู่แล้วออกไป นอกจากนี้ การเลือกรับรู้ยังทำหน้าที่ป้องกันผู้บริโภคออกจากสิ่งเร้าที่ตรงข้ามหรือขัดแย้งกับความเชื่อและประสบการณ์ของบุคคลด้วย (Perception Defense) กล่าวคือ คนที่จะรับสารที่เข้ากันได้กับความต้องการหรือความชอบมากที่สุด ในขณะเดียวกันก็หลีกเลี่ยงสารที่ขัดแย้งกับความต้องการหรือความเชื่อของตน เช่น คนที่ชอบสูบบุหรี่จะไม่ชอบดูโฆษณาที่ต่อต้านการสูบบุหรี่ เป็นต้น

3. การแปลความหมายของการรับรู้ของผู้บริโภค

การแปลความหมายของผู้บริโภคต่อสิ่งเร้าใด ๆ มักไม่ได้มาจากคุณภาพของตัวสิ่งเร้าเองมักจะมาจากการรับรู้ต่อคุณภาพเกิดขึ้นในการรับรู้มากกว่า (Berkman et al., 1997) โดยผู้บริโภคจะแปลความการรับรู้นั้นผ่านตัวกรองสาร (Filter) ซึ่งได้แก่ ความต้องการ (Needs) ความปรารถนา (Desires) และบุคลิกภาพส่วนบุคคล โดยแบ่งเป็น 2 วิธี คือ

3.1 การจัดกลุ่มความคิด (Consumer Categorization) เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่ผู้บริโภคเปรียบเทียบการรับรู้ต่อสิ่งเร้านั้นกับภาพในใจ ซึ่งมักอยู่ในรูปของความรู้สึก และมีจัดเป็นกลุ่มต่าง ๆ ขึ้นในความคิด การแปลความวิธีนี้ยังแบ่งย่อย ได้เป็น 2 แบบ คือ

3.1.1 การแตกเป็นกลุ่มย่อย (Analytic Categorization) หรือการรับรู้ต่อสิ่งเร้าโดยการแยกแยะออกเป็นแต่ละส่วน เพื่อเปรียบเทียบกับภาพในใจก่อนที่จะรวมเป็นชนิดเดียวกัน เช่น คนทั่วไปอาจคิดว่าเบียร์จะต้องมีสีเหลืองทอง มีกลิ่น มีฟอง และผสมแอลกอฮอล์ เท่านั้น ดังนั้น เมื่อมีเบียร์ยี่ห้อใหม่ที่เป็นสีขาวใส ไม่มีฟอง และไม่ผสมแอลกอฮอล์ อาจรับรู้ว่าเครื่องดื่มชนิดนี้ไม่ใช่เบียร์ แต่เป็นเครื่องดื่มชนิดอื่น เป็นต้น

3.1.2 การรวบเป็นภาพรวม (Nonanalytic Categorization) ได้แก่ การมุ่งมองไปที่ภาพรวมของสิ่งเร้า หากความรู้สึกต่อสิ่งเร้าสอดคล้องกับภาพในใจแล้ว ก็หมายความว่าผู้บริโภคเกิดการยอมรับในสิ่งเร้านั้น แต่หาไม่ก็จะถูกปฏิเสธเช่นหากเบียร์ที่ไม่ผสมแอลกอฮอล์ แต่เป็นสีเหลืองทอง มีกลิ่น มีฟองแบบเบียร์ทั่วไปก็อาจยอมรับได้ว่าเบียร์ชนิดใหม่นั้นเป็นเบียร์จริง ๆ ก็ได้สิ่งสำคัญของกระบวนการนี้คือตัวบ่งชี้ (Implication) ที่อยู่ในใจของผู้บริโภคซึ่งนักโฆษณาต้องหาให้พบ

3.2 การให้เหตุผลของผู้บริโภค (Consumer Attributions) เป็นกระบวนการเชื่อมโยงเหตุการณ์ หรือการกระทำด้วยคำว่า "เหตุและผล" หรือการหาเหตุผลให้กับสิ่งที่กำลังมองเห็นทำให้เกิดการติความหมายของสิ่งนั้นว่า "เป็นเพราะอย่างนั้นอย่างนี้" เป็นต้น เช่น เมื่อเห็นคนเป็นหวัด คนอื่นมักจะคิดว่าที่คนเป็นหวัดเพราะการที่ฝนตกทุกวัน หรือเพราะอากาศเปลี่ยนจึงทำให้ป่วยเป็นหวัด

จากลักษณะการรับรู้ของมนุษย์ที่เป็นผลมาจากการสัมผัสดังกล่าว การรับรู้จึงแยกได้ตามการสัมผัสของอวัยวะรับสัมผัสนั้นและโดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาไปที่การวิเคราะห์โฆษณาจากทฤษฎีเกสตัลต์ การรับรู้ในที่นี้จึงจะเน้นไปที่การรับรู้ทางการมองเห็นหรือการรับรู้ภาพ (Visual Perception)

4. ทฤษฎีเกสตัลต์ (Gestalt Theory)

Weber (1980, p. 6) ได้อธิบายในเรื่องการมองเห็นว่า ตาของมนุษย์มักถูกเปรียบเทียบกับการทำงานของกล้องถ่ายภาพแต่ก็เพราะว่า ระบบการทำงานของกล้องถ่ายภาพก็นำมาจากระบบการทำงานของตานั้นเอง โดยเริ่มจากแสงตกกระทบวัตถุและสะท้อนเข้าสู่นัยน์ตาผ่านกระจกตา ม่านตา เข้าไปยังเลนส์ตา เพื่อปรับแสงให้ตกไปยังจอรับภาพซึ่งจอรับภาพนั้นจะมีเซลล์ประสาทรับแสงอยู่เป็นจำนวนมาก ประมาณ 70 % ของเซลล์รับความรู้สึกทั้งหมดของร่างกายภาพเกิดขึ้นบนจอรับภาพนั้นจะเป็นภาพหัวกลับ และกลับซ้าย – ขวา ของวัตถุจริง การทำงานของกล้องถ่ายภาพก็ทำงานเช่นเดียวกันจนถึงกระบวนการนี้กล้องจะสร้างภาพได้นั้นลงไปบนฟิล์มเกิดเป็นภาพแฝงซึ่งสามารถมองเห็นได้เมื่อไปผ่านกระบวนการ ล้าง - อัดภาพแต่การมองเห็นของมนุษย์นั้นแสงจากวัตถุที่เข้าสู่นัยน์ตาจะถูกใส่รหัสเป็นข้อมูลส่งไปยังสมองซึ่งสมองจะทำการถอดรหัสข้อมูลนั้น โดยการกลับภาพหัวกลับนั้นให้เป็นภาพถูกต้อง และนำไปเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่มีอยู่เดิมก่อนจะแปลออกมาเป็นความหมายในที่สุด

การมองเห็น หรือการรับรู้ภาพของมนุษย์ จึงต่างไปจากรับภาพของกล้องถ่ายภาพภาพมองเห็นได้กับภาพในสมองจึงต่างกัน และถึงแม้ว่าจะมีการมองเห็นสิ่งต่าง ๆมากมายในแต่ละวัน แต่ตาและสมองของมนุษย์จะรับรู้เฉพาะสิ่งที่สนใจหรือสิ่งที่ต้องการจะเห็น ซึ่งเกิดจากการ

ทำงานของจิตใต้สำนึก การมองเห็นภาพต่าง ๆ นั้น จึงเกิดจากสิ่งที่ต้องการจะเห็นไม่ใช่ภาพอย่างที่เป็นอยู่จริง กระบวนการทำงานในการมองเห็นจึงอาจมีการทำงานที่ผิดพลาดได้ ดังกรณีของการเกิดภาพลวงตา ซึ่งเป็นการพิสูจน์ได้อย่างหนึ่งว่าสิ่งที่มองเห็นไม่สามารถเชื่อได้เสมอไป และดังที่กล่าวแล้วว่า การศึกษาจิตวิทยาการรับรู้ ได้ถูกนำไปใช้ และเป็นพื้นฐานของทฤษฎีในด้านอื่น ๆ ทางการโฆษณาก็เช่นเดียวกัน การศึกษาเรื่องการรับรู้เป็นกระบวนการที่สำคัญอย่างยิ่งกระบวนการหนึ่งในการสร้างสรรค์โฆษณา โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในกระบวนการรับสารโฆษณา ซึ่งถือว่าชิ้นงานโฆษณานั้นเป็นสิ่งเร้า (Stimuli) อย่างหนึ่งที่มากระตุ้นให้ผู้บริโภคกระทำการเลือกที่จะเปิดรับตีความหมายและรับรู้ความหมายเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการในสารโฆษณานั้น

จากความจริงที่ว่าการมองเห็นหรือรับรู้ภาพ (Visual Perception) ของมนุษย์ไม่ได้เป็นการบันทึกภาพเข้าสู่สมองอย่างตรงไปตรงมา เช่น การทำงานของกล้องถ่ายภาพ ภาพมองเห็นได้กับภาพในสมองจึงต่างกัน และถึงแม้ว่าจะมีการมองเห็นผ่านสิ่งต่าง ๆ มากมายในแต่ละวันตาและสมองของมนุษย์จะรับรู้เฉพาะสิ่งที่สนใจหรือสิ่งที่ต้องการจะเห็น ซึ่งเกิดจากการทำงานของจิตใต้สำนึกการมองเห็นภาพต่าง ๆนั้น จึงเกิดจากสิ่งที่ต้องการจะเห็นไม่ใช่ภาพอย่างที่เป็นอยู่จริง กระบวนการทำงานของการมองเห็นของมนุษย์จึงอาจมีการทำงานที่ผิดพลาดได้ ดังกรณีของการเกิดภาพลวงตา

เห็นว่า "สิ่งที่คิด มีอิทธิพลต่อสิ่งที่เห็น" ตัวอย่างเช่น ในเรื่องการมองเห็นขนาดของวัตถุ สิ่งที่จิตรับรู้อาจไม่สอดคล้องกับขนาดของวัตถุที่ปรากฏในเรตินา เช่น รถที่ปรากฏในเรตินาอาจมีขนาดเล็กแต่จิตของมนุษย์จะกำหนดว่ารถไม่ได้มีขนาดเล็กกระบวนการในการรับรู้ภาพของมนุษย์เกิดจากการทำงานที่ประสานกันของตา และสมองที่เมื่อตารับภาพแล้วภาพนั้น ๆ จะถูกนำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลหรือประสบการณ์เดิมที่ถูกเก็บไว้ในสมอง แล้วจึงแปลความหมายให้เกิดการรับรู้ภาพในสิ่งที่เห็นนั้นแต่การจะมองเห็นภาพเป็นอย่างไรยังขึ้นอยู่กับส่วนประกอบอีกหลายอย่าง

การแปลความหมายภาพตามกระบวนการการรับรู้ ต้องผ่านการจัดระเบียบการรับรู้ (Perceptual Organization) เพื่อเชื่อมโยงสิ่งต่างที่เห็นเข้าไว้ด้วยกัน นำมาประมวลกับสถานการณ์ ทัศนคติ และความเชื่อต่าง ๆ แนวคิดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบการรับรู้ทางการมองเห็นหรือรับรู้ภาพ คือ ทฤษฎีเกสตัลต์ (Gestalt Theory)

ทฤษฎีเกสตัลต์เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาที่อธิบายได้ถึงเรื่อง จิตวิทยาการรับรู้ (Psychology of Perception) โดยเน้นศึกษาไปที่เรื่องของ การจัดระเบียบการรับรู้ (Perceptual Organization) โดยเสนอแนวความคิดว่า กระบวนการในการจัดระเบียบการรับรู้จะเกิดขึ้นทันที ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ทางการมองเห็นหรือการได้ยินก็ตาม องค์ประกอบย่อย ๆ ต่าง ๆ ที่เข้ามาจะถูกจัดระบบ หรือจัดกลุ่มองค์ประกอบย่อย ๆ นั้นให้เกิดเป็นกลุ่ม (Group) หรือรูปบแบบที่มีความหมาย (Meaningful Patterns) และเด่นชัดขึ้นมาจากส่วนอื่นการศึกษาของกลุ่มเกสตัลต์จึงมุ่งไปที่การหาคำอธิบายว่า มนุษย์มีการจัดระบบ หรือจัดกลุ่มขององค์ประกอบย่อยต่าง ๆ และตีความหมายเป็นภาพรวมได้อย่างไร

ทฤษฎีของกลุ่มเกสตัลต์ สรุปได้ว่า การรับรู้โดยการมองนั้นกระบวนการของจิตจะแสวงหาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ย่อยเพื่อสร้างขึ้นเป็นองค์รวม หากพบว่ามีความสัมพันธ์นั้นเกิดขึ้นก็จะทำให้องค์รวมนั้นเป็นรูปทรงที่เข้าใจได้ โดยข้อสรุปสำคัญที่เป็นพื้นฐานแนวคิดของทฤษฎี คือข้อเสนอของกลุ่มเกสตัลต์ที่กล่าวว่า "The Whole is different from the sum of its part" (Lester, 2003, p. 48) ซึ่งหมายความว่ากระบวนการรับรู้จะรับรู้องค์รวมอย่างเป็นองค์เดียวมากกว่าที่จะพิจารณาองค์ย่อยทีละส่วนมารวมกัน นั่นคือ แม้ว่าองค์รวมจะประกอบอย่างเป็นระบบจากองค์ย่อย แต่องค์รวมจะส่งความหมายต่อการรับรู้ที่มากกว่าเพียงแค่การรวมตัวขององค์ย่อย (ฐานิศวร์ เจริญพงศ์, 2545, น. 40) หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การมองเห็นภาพหนึ่ง ๆ และรับรู้ว่ามันมีความหมายอย่างไรนั้น แตกต่างไปจากการมองและพิจารณาในแต่ละส่วนประกอบของภาพนั้น ๆ

ในการศึกษาดังกล่าว กลุ่มเกสตัลต์ได้นำเสนอหลักการหลายประการในการอธิบายถึงกระบวนในการจัดระเบียบการรับรู้ ซึ่งอธิบายถึงหลักการที่เป็นปัจจัยในการจัดระเบียบ หรือจัดกลุ่มองค์ประกอบต่าง ๆ ทำให้เกิดการรับรู้ในองค์รวมหรือรับรู้เป็นรูปแบบที่มีความหมาย ได้แก่

5. การรับรู้ภาพและพื้นภาพ (Figure - Ground Perception)

Lidwell, Holden, & Butler (2003) กล่าวถึง เรื่องนี้ว่า นักจิตวิทยากลุ่มเกสตัลต์ เชื่อว่าการรับรู้จะอยู่ในลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างภาพ และพื้นภาพ (Figure - Ground Relationship) เสมอ อาจกล่าวได้ว่า หลักเบื้องต้นในการรับรู้นั้น มนุษย์มีการแยกภาพกับพื้น (Figure and Ground) ออกจากกัน โดยที่ภาพ (Figure) คือ สิ่งที่ให้ความสนใจที่จะรับรู้ ส่วนพื้นภาพ (Ground) คือ สิ่งที่ไม่ให้ความสนใจ หรือส่วนที่เป็นพื้นหลัง (Background)

รัจรี นพเกตุ (2540, น. 108-111) ได้กล่าวถึงการศึกษาของรูบิน (Rubin) นักจิตวิทยาชาวเดนมาร์กที่ได้ให้ ข้อสังเกตในการพิจารณาว่าสิ่งใดคือภาพและสิ่งใดคือพื้นภาพว่า

1. ภาพมักเกิดพื้นที่น้อยกว่าพื้นภาพ กล่าวคือ หากในภาพมีสองส่วนที่แตกต่างกัน ส่วนที่ล้อมรอบใหญ่กว่าอีกส่วนหนึ่ง ส่วนที่เล็กกว่ามีแนวโน้มว่าจะมองเห็นเป็นภาพ ส่วนที่ล้อมรอบเป็นพื้นภาพ

2. การกำหนดทิศทางในแนวตั้งฉากและแนวนอน (Vertical and Horizontal Orientation)กล่าวคือ หากองค์ประกอบมีการจัดว่างตัวในแนวตั้งและ (หรือ) แนวนอน องค์ประกอบนั้นมีแนวโน้มที่จะมองดูเป็นภาพ

3. ความเปรียบต่าง (Contrast) องค์ประกอบที่มีความเปรียบต่างจากส่วนที่ล้อมรอบ (Surrounding Region) มากที่สุดจะมองเห็นเป็นภาพ

4. ความสมมาตร (Symmetry) องค์ประกอบที่มีลักษณะสมมาตรจะมองเห็นเป็นภาพ

5. ภาพจะดูมีเส้นเค้าโครง (Contour) หรือ ขอบเขตภาพ และพื้นภาพจะไม่มี

6. แม้ว่าทั้งภาพและพื้นภาพจะอยู่ในระนาบเดียวกันแต่ภาพมักจะมองดูเหมือนว่าอยู่ใกล้กว่าหรือนัยหนึ่งคือ พื้นภาพจะดูเหมือนอยู่ด้านหลังภาพ

7. ภาพจะมองดูมีลักษณะเด่นน่าประทับใจมีความหมายและจำได้ง่ายมากกว่าพื้นภาพ

โดย Zakia (1997, p. 3) เสริมว่าผู้ดูไม่สามารถมองภาพ และพื้นภาพพร้อมกันในเวลาเดียวกันได้ต้องมองเป็นลำดับก่อนหลัง และทั้งภาพและพื้นภาพอาจมีการสลับหน้าที่กันได้ (ภาพกลายเป็นพื้นภาพ และพื้นภาพกลายเป็นภาพ) แล้วแต่ว่าผู้ดูให้ความสนใจในองค์ประกอบใด

หลักของเพรกนานซ์ (Law of Pragnanz)

Zakia (1997, p. 65) กล่าวว่า จากหลักการจัดระเบียบการรับรู้ของทฤษฎีเกสตัลต์ที่นำเสนอหลักการซึ่งเป็นปัจจัยในการจัดระเบียบ หรือจัดกลุ่มองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการรับรู้ในองค์รวม หรือรับรู้เป็นรูปแบบที่มีความหมาย หากแต่เหตุผลที่ทำไมถึงได้มีการจัดระเบียบการรับรู้เป็นเช่นนั้นอธิบายอยู่ภายใต้แนวความคิดของหลักของเพรกนานซ์ (Law of Pragnanz) ที่นำเสนอโดย Max Wertheimer

ซึ่ง Rock (1995, p. 271) อธิบายไว้ว่า ไม่ว่าองค์ประกอบนั้นจะมีความกำกวม หรือซับซ้อนอย่างไร หลักการจัดระเบียบการเรียนรู้ มีแนวโน้มที่จะจัดระเบียบองค์ประกอบที่มองเห็นนั้นอย่างอัตโนมัติ จนได้ผลเป็นรูปทรงที่ดี (Good figure/Good gestalt) คือเข้าใจง่าย, มีความคงที่, สม่ำเสมอ, สมมาตร, หรือในภาษาเยอรมันที่จักจิตวิทยากลุ่มเกสตัลต์ ได้นำมาใช้คลอบคลุม

ลักษณะดังกล่าวว่า "เพรกนานซ์ (Pragnanz)" การรับรู้นี้จะเป็นโดยอัตโนมัติ และอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ซึ่งเปรียบเสมือนความพอใจต่อความเรียบง่ายมากกว่าความซับซ้อน พอใจในความมีรูปแบบมากกว่าความยุ่งเหยิงอาจคาดเดาได้เลยว่าการรับรู้ทั้งหลายมีความต้องการที่จะทำความเข้าใจ

ความสัมพันธ์ของประสบการณ์และกระบวนการทางสมอง (Isomorphism)

Viney (1993, pp. 363-364) กล่าวสรุปว่าว่า "Isomorphism" หมายถึง มีลักษณะหรือรูปทรงที่เหมือนกัน (Have the same appearance or the same form) ในทางเคมี Isomorphism ของสสารสองชนิด คือการมีโครงสร้างอะตอมที่เหมือน หรือคล้ายคลึงกัน แต่ในทฤษฎีเกสตัลต์ หมายถึง ความเหมือน หรือสอดคล้องกันของโครงสร้าง หรือองค์ประกอบ ระหว่างประสบการณ์ และกระบวนการทางสมอง เช่น เมื่อได้ยินท่วงทำนองของดนตรีทำนองหนึ่งนั้น กระบวนการทางสมองจะค้นหารูปแบบของจังหวะทำนองที่มีความเหมือนหรือสอดคล้องกับทำนองที่ได้ยินเกิดการรับรู้ว่าเป็นทำนองหรือเพลงอะไร

โดย Viney ย้ำว่าความเข้าใจผิดเกี่ยวกับหลักการในข้อนี้ คือ Isomorphism ไม่ได้เป็นการกล่าวถึง ความเหมือนกันหรือความสัมพันธ์กันของลักษณะโครงสร้างทางกายภาพของสิ่งที่เห็นกับกระบวนการทางสมอง หรือที่มีการอธิบายว่าเป็น "pictures in the head" หากแต่เป็นหลักการที่ว่าด้วย ความสัมพันธ์กันของประสบการณ์และกระบวนการทางสมอง (The relationship between experience and brain processes) เช่น เมื่อมองเห็นภาพงู ประสบการณ์และกระบวนการทางสมองของคน ๆ หนึ่งอาจจุดความรู้สึกให้เกิดความกลัว แต่ของผู้ที่เคยกินเนื้องูอาจทำให้เกิดความรู้สึกหิวขึ้นมาได้

หลักการจัดระเบียบการรับรู้ (Law of Organization in Perceptual Forms)

จากแนวคิดของทฤษฎีเกสตัลต์ที่ว่า ในการมองเห็น หรือรับรู้ภาพนั้นจะเกิดการจัดระบบ หรือการจัดระเบียบสิ่งที่มองเห็น อย่างใดอย่างหนึ่งเสียก่อน โดยองค์ประกอบย่อยต่าง ๆ ที่เข้ามาจะถูกจัดระบบ หรือจัดกลุ่มองค์ประกอบย่อยนั้น ๆ ให้เกิดเป็นกลุ่ม (Group) หรือรูปแบบที่มีความหมาย (Meaningful Patterns) จากแนวคิดดังกล่าว Wertheimer (1923) ได้นำเสนอถึงหลักการจัดระเบียบการรับรู้ (Law of Organization in Perceptual Forms) ซึ่งเป็นปัจจัยในการจัดระเบียบ หรือจัดกลุ่มในองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการรับรู้เป็นกลุ่มหรือรับรู้เป็นรูปแบบที่มีความหมายโดยหลักการดังกล่าว ได้แก่

1. ปัจจัยจากความใกล้ชิด (The Factor of Proximity) องค์ประกอบที่อยู่ใกล้ชิดกันจะถูกรับรู้ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือเป็นกลุ่มเดียวกันมากกว่าองค์ประกอบที่อยู่ห่างออกไป (Lidwell et al., 2003, p. 160)

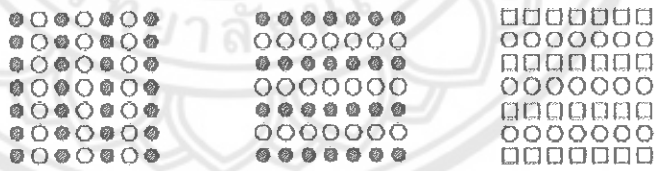
ก ข ค

ภาพ 151 แสดงปัจจัยจากความใกล้ชิด

ที่มา: Zakia, 1997, pp. 32 -33

โดย Zakia (1997, pp. 32 -33) ได้อธิบายจากตัวอย่างภาพ 3 ไว้ว่า **ในภาพ ก.** ระยะห่างระหว่างจุดแต่ละจุดเท่า ๆ กัน จะเกิดการรับรู้จุดทั้งหมดรวมกลุ่มกันเป็นสี่เหลี่ยม **ในภาพ ข.** ซึ่งระยะห่างของจุดในแนวนอนน้อยกว่าระยะห่างของจุดในแนวตั้ง จะรับรู้เป็นแถว**ในแนวนอน** ส่วนในภาพ ค. ซึ่งระยะห่างของจุดในแนวตั้งน้อยกว่าระยะห่างของจุดในแนวนอน **ก็จะรับรู้เป็น**แถวในแนวตั้ง

2. ปัจจัยจากความคล้ายคลึงกัน (The Factor of Similarity) องค์ประ**กอบที่มีความ**เหมือน หรือคล้ายคลึงกันจะถูกรับรู้ว่ามีความสัมพันธ์หรือเป็นกลุ่มเดียวกันมากกว่า**องค์ประกอบที่**ไม่เหมือนกัน (Lidwell et al., 2003, p. 184)



ก ข ค

ภาพ 152 แสดงปัจจัยจากความคล้ายคลึงกัน

ที่มา: Lidwell et al., 2003, p. 184

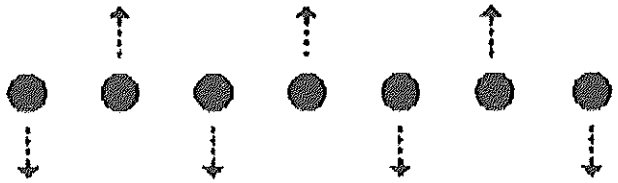
โดย Zakia (1997, pp. 32 -33) ได้อธิบายจากตัวอย่างง จะเห็นว่ารูปร่างรวมของทั้งสามภาพ เป็นสี่เหลี่ยมเหมือนกัน แต่ในภาพ ก. การรับรู้จะเป็นภาพของแถวแนวตั้งของจุดสีดำสลับกับจุดสีขาว ตรงข้ามกับภาพ ข. ที่จะรับรู้เป็นแถวแนวนอนของจุดสีดำสลับกับจุดสีขาว ส่วนในภาพ ค. จะรับรู้เป็นแถวแนวนอนที่สลับกันของสี่เหลี่ยม และวงกลม

และหากพิจารณาในเรื่องปัจจัยจากความใกล้ชิด (The Factor of Proximity) จะพบว่าระยะห่างระหว่าง แต่ละองค์ประกอบเท่ากันการจัดกลุ่มเป็นแถวแนวตั้ง หรือแนวนอนนั้น เกิดจากความเหมือนกันขององค์ประกอบในเรื่องสีหรือรูปทรง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยจากความคล้ายคลึงกัน (The Factor of Similarity) จะมีเหนือกว่าปัจจัยจากความใกล้ชิด (The Factor of Proximity)

3. ปัจจัยจากการเปลี่ยนแปลงที่เหมือนกัน (The Factor of Common Fate) องค์ประกอบที่มีการเคลื่อนที่ไปในทิศทางเดียวกันจะถูกรับรู้ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือเป็นกลุ่มเดียวกันมากกว่าองค์ประกอบที่มีการเคลื่อนที่ในทิศทางที่ต่างออกไป หรือไม่เคลื่อนที่ (Lidwell et al., 2003, p. 40)

โดย Lidwell et al. (2003) ได้อธิบายว่าปัจจัยจากการเปลี่ยนแปลงที่เหมือนกัน (The Factor of Common Fate) จะเด่นชัด เมื่อองค์ประกอบเหล่านั้นมีการเคลื่อนไหวไปในเวลาเดียวกัน ด้วยความเร็วเท่า ๆ กันและในทิศทางเดียวกัน หากขาดสิ่งใดไปก็จะทำให้องค์ประกอบนั้น ๆ มีความสัมพันธ์หรือความเป็นกลุ่มเดียวกันน้อยลง เว้นเสียแต่ว่าการเคลื่อนที่นั้นมีรูปแบบหรือจังหวะที่แน่นอน เช่น รูปแบบของคลื่น ซึ่งในกรณีนี้องค์ประกอบก็ยังดูมีความสัมพันธ์กัน นอกจากในเรื่องของการเคลื่อนที่ปัจจัยจากการเปลี่ยนแปลงที่เหมือนกันยังใช้อธิบายถึงรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบ เช่นการกระพริบของป้ายไฟโฆษณา ตำแหน่งของหลอดไฟที่กระพริบพร้อม ๆกันในความถี่และความเข้มเท่ากันก็จะดูเป็นกลุ่มเดียวกัน หรือตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การเต้นรำในลีลาและจังหวะเดียวกันของกลุ่มนักเต้น

ปัจจัยจากการเปลี่ยนแปลงที่เหมือนกัน (The Factor of Common Fate) มีผลต่อการรับรู้ในเรื่องของภาพ และพื้นภาพ (Figure and Ground) กล่าวคือ ในภาพรวมขององค์ประกอบที่มีการเคลื่อนที่และไม่เคลื่อนที่ องค์ประกอบที่มีการเคลื่อนที่จะถูกรับรู้ว่าเป็นภาพ (Figure) ส่วนองค์ประกอบที่ไม่เคลื่อนที่จะถูกรับรู้ว่าเป็นพื้นภาพ (Ground)



ภาพ 153 แสดงปัจจัยจากการเปลี่ยนแปลงที่เหมือนกัน

ที่มา: Lidwell et al., 2003

4. ปัจจัยจากการเตรียมการรับรู้ (The Factor of Objective Set) การเตรียมการรับรู้โดยการสร้างความคาดหมาย (Expectation) ให้กับผู้รับรู้ ทำให้เกิดการรับรู้ว่าองค์ประกอบนั้นมีความสัมพันธ์กัน หรือเป็นกลุ่มเดียวกันอย่างไร (Rock, 1975, p. 352 as cited in Wertheimer, 1923) ได้นำเสนอหลักการด้วยการยกตัวอย่าง ดังนี้

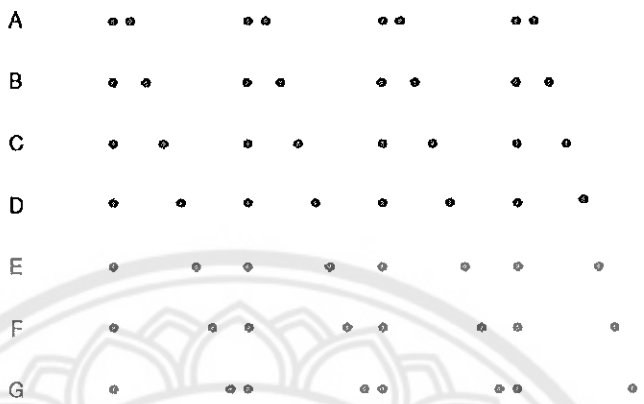
กำหนดให้ ระยะห่างระหว่าง a - b, c - d, ...คือ S1 = 2 มม.

ระยะห่างระหว่าง b - c, d - e .....คือ S2 = 20 มม.

และจัดระเบียบของจุดต่าง ๆ โดยให้ S1+S2 = 22 คงที่ได้เป็นแถว

แถว		
A	S1 = 2 มม.	S2 = 20 มม.
B	5	17
C	8	14
D	11	11
E	14	8
F	17	5
G	20	2

จากค่าดังกล่าวในแต่ละแถวจะมีการเรียงตัวของจุดต่าง ๆ ดังนี้



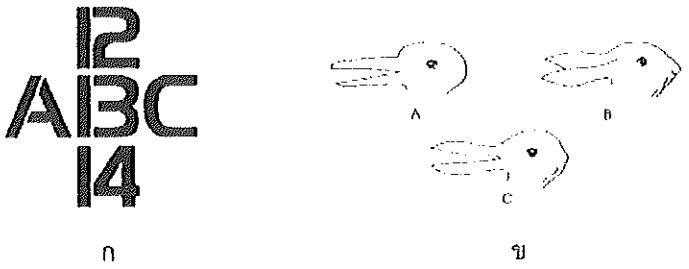
ภาพ 154 แสดงปัจจัยจากการเตรียมการรับรู้ 1

ที่มา: Rock, 1975, p. 352 as cited in Wertheimer, 1923

ซึ่ง รัจรี นพเกตุ (2540, น. 119-120) ได้อธิบายว่า แถว A การรับรู้จะเป็นกลุมของ ab cd ef……และแถว G การรับรู้จะเป็นกลุ่มของ bc de fg…..

แถวที่ต่อจาก แถว A ลงไปการรับรู้เป็นกลุ่มในลักษณะเดียวกับ แถว A จะลดลงทำนองเดียวกับแถวที่ถัดจากแถว G ขึ้นไปการรับรู้เป็นกลุ่มในลักษณะเดียวกับ แถว G ก็จะลดลงจนถึงแถว D ตรงกลางซึ่งเป็นแถวของจุดที่อยู่ห่างเป็นระยะเท่า ๆ กัน จะไม่มีการจัดกลุ่มแต่ถ้าดูเรียงตามลำดับจากแถวAไป G หรือแถว G ย้อนขึ้นมา A ที่ละแถวตามลำดับหลาย ๆ เที่ยว กลุ่มของจุดที่มองเห็นในแถว D จะเป็น ab cd ... ถ้าดูแถว A ก่อน และ bc de ….ถ้าดูแถว G ก่อนกลุ่มที่คงอยู่ในทุก ๆ แถวเรื่อยไปนี้ เกิดจากตัวกระตุ้นในแถวแรก ๆ เป็นตัวเตรียม (Set) กำหนดให้เกิดการรับรู้ในแถวต่อไป ฉะนั้นการจัดกลุ่มของแถว D จะเห็นแตกต่างกันถ้าดูจากแถว A ไป G กับถ้าดูจากแถว G ไป A

และ Schiffman (1996) ได้ยกตัวอย่างเพิ่มเติมในปัจจัยจากการเตรียมการรับรู้ดังนี้



ก ข

ภาพ 155 แสดงปัจจัยจากการเตรียมการรับรู้ 2

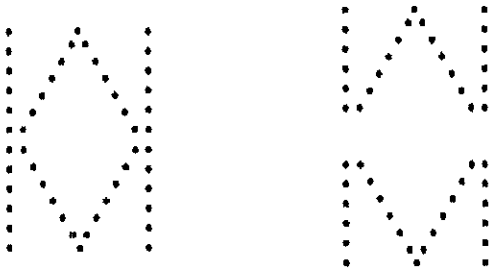
ที่มา: Schiffman, 1996

ภาพ ก. จะเห็นว่าองค์ประกอบตรงกลางสามารถถูกรับรู้ได้ทั้งในลักษณะของตัวอักษรหรือตัวเลข ขึ้นอยู่กับตัวเตรียม (Set) หรือ ในลักษณะนี้ก็คือ บริบทที่มาก่อนหน้า ส่วนในภาพ ข. เป็นภาพ "เป็ดหรือกระต่าย" การรับรู้ในภาพ C ซึ่งเป็นภาพสองนัยจะเป็นภาพเป็ด ถ้าดูภาพ A ก่อน แต่จะเป็นภาพกระต่ายถ้าดูภาพ B ก่อน

5. ปัจจัยจากความต่อเนื่อง (The Factor of Good Continuation) องค์ประกอบที่อยู่ในแนวเส้นตรงหรือเส้นโค้งที่สม่ำเสมอ จะถกรับรู้ว่าเป็นกลุ่มหรือมีความสัมพันธ์กัน มากกว่าองค์ประกอบที่ไม่อยู่ในแนวเส้นตรงหรือเส้นโค้งนั้น (Lidwel et al., 2003, p. 98)

โดย Lidwel et al. (2003) ได้อธิบายว่า องค์ประกอบที่ได้รับการจัดวางไว้ในแนวเดียวกัน จะถูกรับรู้ว่าเป็นกลุ่มเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมากกว่าองค์ประกอบที่ไม่อยู่ในแนว ตัวอย่างเช่น ตัวเลขที่อยู่บนมาตรวัดความเร็ว ที่ตีความได้ง่ายว่าเป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากมีการจัดวางที่อยู่ในแนวตามเส้นของวงกลม

หลักการนี้ยังอธิบายในเรื่องการรับรู้ในเรื่องทิศทางของเส้น ในภาพแรกจะถูกรับรู้ว่าเป็นรูปเส้นขนานกันสองเส้น และมีรูปสี่เหลี่ยมข้าวหลามตัดอยู่ตรงกลางมากกว่าที่จะรับรู้ว่ามันคือตัวอักษร W และ M ในภาพสอง



ภาพ 156 แสดงปัจจัยจากความต่อเนื่อง 1

ที่มา: Lidwel et al., 2003

เช่นเดียวกันกับที่ Rock (1975, pp. 258-259) อธิบายในภาพ 8 ว่าจากภาพแรกจะถูกรับรู้ว่าเป็นเส้น AB และเส้น CD แต่เมื่อมีความต่อเนื่องของเส้นมากขึ้น ดังภาพสอง การรับรู้ก็จะเป็นเส้น CD หรือภาพของเส้นตรงที่ตัดกับแนวเส้นของคลื่นมากกว่า

ภาพ 157 แสดงปัจจัยจากความต่อเนื่อง 2

ที่มา: Rock, 1975

6. ปัจจัยจากการปิดส่วนที่ไม่สมบูรณ์ (The Factor of Closer) มนุษย์มีแนวโน้มที่จะรับรู้ภาพประกอบขึ้นด้วยองค์ประกอบต่าง ๆเป็นภาพ ๆ เดียวและดูมีความหมายมากกว่าที่จะรับรู้ถึงองค์ประกอบแต่ละอันนั้น แม้ว่าภาพ ๆ นั้นจะมีองค์ประกอบไม่สมบูรณ์ แต่การรับรู้ของมนุษย์จะปิดส่วนที่ไม่สมบูรณ์ หรือเติมส่วนที่ขาดหายไปนั้นเอง (Lidwell et al., 2003, p. 34)

ก ข ค ง

ภาพ 158 แสดงปัจจัยจากการปิดส่วนที่ไม่สมบูรณ์

ที่มา: Lidwell et al., 2003

ภาพ ก จะถูกรับรู้ว่าเป็นรูปสามเหลี่ยม มากกว่าเป็นรูปเส้นตรงสามเหลี่ยม

ภาพ ข จะถูกรับรู้ว่าเป็นภาพขององค์ประกอบส่วนสีดำ เพราะทำให้เป็นรูปทรงที่สมบูรณ์ได้ง่ายกว่าส่วนสีขาว

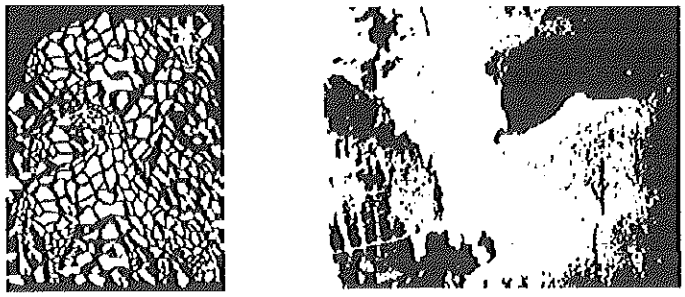
ภาพ ค แม้องค์ประกอบภาพจะไม่สมบูรณ์แต่ก็จะรับรู้ได้ว่าเป็นภาพอะไร

ภาพ ง จะรับรู้ว่าเป็นภาพของแท่งสี่เหลี่ยมตั้งอยู่ข้างหน้าแท่งสี่เหลี่ยมอีกแท่งที่วางนอน

7. ปัจจัยจากประสบการณ์เดิม (The Factor of Experience) ประสบการณ์เดิมทำให้เกิดการจำได้ (Recognition) และสามารถบ่งชี้ (Identification) ลักษณะในองค์ประกอบนั้น หรืออีกนัยหนึ่งประสบการณ์เดิม จะทำให้รับรู้ได้องค์ประกอบนั้นมีความสัมพันธ์กัน หรือเป็นกลุ่มเดียวกันอย่างไร Rock (1975, p. 337)

พิจารณากลุ่มของตัวอักษรนี้ "นางจวนชอบดมดอกนมแมว" ประสบการณ์จะมีส่วนเป็นอย่างมากในการรับรู้ เพื่อที่จะแบ่งคำได้ถูกต้อง และอ่านเป็นความหมายออกมาได้เป็น นาง จวน ชอบ ดม ดอก นม แมว หรือในภาษาอังกฤษ คำว่า NOWHERE ที่ต้องอ่านว่า NO WHERE ไม่ใช่ NOW HERE (รัจรี นพเกตุ, 2540, น. 119-123)

Schiffman (1996, pp. 189-190) อธิบายเพิ่มเติมว่าในการรับรู้ภาพมีลักษณะของภาพ และพื้นภาพไม่แยกออกจากกันอย่างเด่นชัด หรือองค์ประกอบของภาพไม่สมบูรณ์ อิทธิพลจากปัจจัยจากการเตรียมการรับรู้ (The Factor of Objective Set) จะสร้างการรับรู้โดยการจัดกลุ่มขององค์ประกอบเพื่อที่จะรับรู้ว่าอะไรควรจะอยู่ตรงไหน (what should be there) หากแต่ปัจจัยจากประสบการณ์เดิม (The Factor of Experience) จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รับรู้ได้ว่ากลุ่มขององค์ประกอบนั้นเป็นภาพอะไร (what is there)



ก ข

ภาพ 159 แสดงปัจจัยจากประสบการณ์เดิม

ที่มา: Schiffman, 1996

ในภาพ ก การจะรับรู้ได้ว่า เป็นภาพของยีราฟสองตัว ก็เพราะประสบการณ์เดิมทำให้เกิดการจำได้ว่ายีราฟนั้น มีลักษณะอย่างไร และเมื่อรับรู้ได้ว่าเป็นภาพอะไรในครั้งแรกก็จะเป็นการง่ายในการสร้างภาพการรับรู้นั้นได้อีกในครั้งต่อไป เช่นเดียวกันในภาพ ข. กระบวนการการรับรู้จะพยายามจัดระเบียบองค์ประกอบในภาพ เทียบเคียงกับประสบการณ์เดิม และรับรู้เป็นภาพมีความหมายขึ้นมา

6. ความเข้าใจ

ไพศาล หวังพานิช (2526, น. 105) ได้ให้ความหมายของความเข้าใจ ว่าหมายถึงความสามารถในการนำความรู้ความเข้าใจ ไปดัดแปลงปรับปรุงเพื่อให้สามารถจับใจความ อธิบายหรือเปรียบเทียบย่นย่อเรื่องราวความคิดเห็นข้อเท็จจริงต่าง ๆ ทั้งยังสามารถอธิบายละเปรียบเทียบที่มีลักษณะและสภาพคล้ายคลึงเป็นทำนองเดียวกับของเดิมได้ บุคคลที่มีความเข้าในสิ่งใดจะสามารถแปลความหมาย ตีความ หรือขยายความเกี่ยวกับสิ่งนั้นได้

อุทุมพร ทองอุไทย (2523, น. 68) ความรู้ให้ความหมายของความรู้ว่า คือ พฤติกรรมและสภาพการต่าง ๆ ซึ่งนั้นการจำไม่ว่าจะเป็นการระลึกถึงหรือการระลึกได้ก็ตาม เป็นสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นสืบเนื่องมากจากการเรียนรู้ โดยเริ่มต้นจากการรวมสาระต่าง ๆ เหล่านั้น จนกระทั่งพัฒนาไปสูขึ้นที่มีความสลับซับซ้อนยิ่งขึ้นไป ความเข้าใจ หมายถึง ขั้นตอนสำคัญของการสื่อความหมายโดยอาศัยความสามารถทางสมองและทัศนะ ซึ่งอาจกระทำได้โดยใช้ปากเปล่า ข้อเขียน ภาษา หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ โดยทำความเข้าใจ ซึ่งประกอบด้วยการแปล การตีความหมายและการสรุปอ้างอิง

สำเริง บุญเรืองรัตน์ (2536, น. 508) ให้ความหมายของความรู้ว่า หมายถึง ความสามารถของสมองที่เก็บรักษาหรือทรงไว้ซึ่งข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวทั้งปวงที่ผู้เรียนได้ประสบมา และความข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการอธิบายความรู้หรือข้อเท็จจริงในรูปแบบที่มีเค้าเหมือนเดิม ตลอดจนสามารถจับเอาข้อเท็จจริงต่าง ๆ มาสัมพันธ์กันจนสามารถกล่าวได้เป็นอีกแบบหนึ่ง จนถึงขยายความสัมพันธ์นั้น ๆ ออกไปให้กว้างไกลจากข้อเท็จจริงเดิม

พีระ จิระโสภณ (2529) กระบวนการรับสารของมนุษย์ ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ หรือการเลือกสนใจ (selective exposure or selective attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ซึ่งขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทัศนคติเดิมของผู้รับสารตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (theory of cognitive dissonance) ซึ่งเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการส่งสารไปยังผู้รับสาร บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่แล้วของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือความคิดเดิมของตนจะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางด้านจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า "ความไม่สอดคล้องกันทางด้านความเข้าใจ" ฉะนั้นการหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าว ผู้รับสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมของตนเอง เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน ก็จะมีแนวโน้มในการแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น (reinforcement information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่การะทำลงไป

2. การเลือกรับรู้และตีความ (selective perception or interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา การเปิดรับข่าวสารอาจไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสาร เนื่องจากผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายของข่าวสารชิ้นเดียวกันไม่ตรงกับความหมายของข่าวสารที่ผู้สางสารต้องการ ความหมายของข่าวสารจึงไม่ได้อยู่ที่อักษร รูปภาพหรือคำพูด แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความเข้าใจ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะตามร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะของตนซึ่งในบางครั้งคนเราอาจจะบิดเบือนสารเพื่อให้สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของตนเองด้วย ดังนั้นการรับรู้และตีความจึงเป็นลักษณะจำเพาะทางจิตวิทยาของมนุษย์แต่ละคน

3. การเลือกจำ (selective retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ความชอบ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมของตน และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือไม่ตรงกับความคิดของตน การเลือกจดจำเปรียบเทียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยการเลือกที่จะไม่เปิดรับข่าวสาร ในกรณีที่ผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้รับสารอาจจะพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับความเข้าใจหรือความต้องการของตนเอง หากข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายแตกต่างได้ ผู้รับสารก็มีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นชั้นสุดท้าย โดยเลือกจดจำเฉพาะบางส่วนที่ตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของคนเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยาก

อุทุมพร ทองอุไทย (2536, น. 68) ความรู้ให้ความหมายของความรู้ว่า คือ พฤติกรรมและสภาพการต่าง ๆ ซึ่งนั้นการจำไม่ว่าจะเป็นการระลึกถึงหรือการระลึกได้ก็ตาม เป็นสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นสืบเนื่องมากจากการเรียนรู้ โดยเริ่มต้นจากการรวมสาระต่าง ๆ เหล่านั้น จนกระทั่งพัฒนาไปสู่ขั้นที่มีความสลับซับซ้อนยิ่งขึ้นไป ความเข้าใจ หมายถึง ขั้นตอนสำคัญของการสื่อความหมายโดยอาศัยความสามารถทางสมองและทัศนะ ซึ่งอาจกระทำได้โดยใช้ปากเปล่า ข้อเขียน ภาษา หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ โดยทำความเข้าใจ ซึ่งประกอบด้วยการแปล การตี ความหมาย และการสรุปอ้างอิง

สำเริง บุญเรืองรัตน์ (2536, น. 508) ให้ความหมายของความรู้ว่า หมายถึง ความสามารถของสมองที่เก็บรักษาหรือทรงไว้ซึ่งข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวทั้งปวงที่ผู้เรียนได้ประสบมา และความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการอธิบายความรู้หรือข้อเท็จจริงในรูปแบบที่มีเค้าเหมือนเดิม ตลอดจนสามารถจับเอาข้อเท็จจริงต่าง ๆ มาสัมพันธ์กันจนสามารถกล่าวได้เป็นอีกแบบหนึ่ง จนถึงขยายความสัมพันธ์นั้น ๆ ออกไปให้กว้างไกลจากข้อเท็จจริงเดิม

7. การจดจำ

ธนัฏฐา สาริกบุตร (2557) การจดจำ คือ ความสามารถในการคงสิ่งที่เรียนรู้ไว้ และสามารถระลึกถึงได้ การจดจำเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ เช่นเดียวกับการรับรู้ ซึ่งการจดจำประกอบด้วย การเรียนรู้ และประสบการณ์ต่าง ๆ เพื่อรับข้อมูลข่าวสาร หลังจากนั้นจะทำการเก็บสิ่งที่เรียนรู้ และประสบการณ์ไว้และสามารถระลึกถึงสิ่งที่เรียนรู้และประสบการณ์นั้นเพื่อนำไปใช้ได้เหมาะสมกับเวลาและสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

กระบวนการจดจำ แบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การรับข้อมูล อันเป็นการทำงานของระบบประสาทสัมผัสที่รับข้อมูลเข้ามาซึ่งข้อมูลนั้นอาจจะเป็นภาษา สัญลักษณ์ หรือเหตุการณ์ และสมองจะแปลความหมายเหล่านั้นจนก่อให้เกิดความเข้าใจ

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บรักษาข้อมูลที่ถูกแปลจนเกิดความเข้าใจโดยสมอง

ขั้นตอนที่ 3 กี่ระลึกได้ อันเป็นการฟื้นความจำเมื่อต้องการนำข้อมูลที่เก็บไว้ไปใช้

ระบบการจดจำ

ตามแนวคิดของ Multiple Store Approach แบ่งออกได้เป็น 3 ชนิด คือ ระบบความจำ การรู้สึกสัมผัส ระบบความจำระยะสั้น และระบบความจำระยะยาว

1. ระบบความจำการรู้สึกสัมผัส (sensory memory หรือ sm) หมายถึง การคงอยู่ของความรู้สึกสัมผัส โดยข้อมูลที่เข้ามาสู่ผู้บริโภค จะผ่านขั้นความจำการรู้สึกสัมผัสเป็นลำดับแรก สิ่งเร้าที่มาสัมผัสกับประสาทรับความรู้สึก (sensory receptors) ทำให้เกิดความรู้สึก (sensations) เช่น การเห็นภาพ การได้กลิ่น ซึ่งความจำหรือการเก็บบันทึกในส่วนสำหรับความรู้สึกสัมผัสนี้ มีเนื้อที่ความจุใหญ่มาก คือสามารถเก็บบันทึกความรู้สึกทุกอย่างที่ประสาทสัมผัสส่งผ่านมาและ ยังเป็นตัวแทนข้อมูลได้คล้ายคลึงกับสิ่งเร้าจริง ๆ คือ ยังไม่มีการแปลงรูปหรือตีความแต่อย่างใด ความจำการรู้สึกสัมผัสจะเก็บข้อมูลไว้เพียงเสี้ยววินาที ถ้าไม่มีความตั้งใจเพียงพอข้อมูลก็จะหายไปโดยการเลื่อม การวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้นนี้ อยู่ในรูปแบบลักษณะทางกายภาพ เช่น ขนาด สี รูปทรงซึ่งนักโฆษณาให้เด่นชัดเกิดการจดจำได้ง่าย เพื่อที่จะเรียกความสนใจและทำให้ผู้บริโภครู้สึกประทับใจ ทั้งนี้ สื่อโฆษณากลางแจ้งนับว่า เป็นสื่อที่มีรูปแบบที่หลากหลายรวมถึงสถานที่ติดตั้ง ป้ายโฆษณาที่พยายามให้มีความเด่นชัดต่าง ๆ กันหรือตัวสาร โฆษณาที่ถูกออกแบบให้สวยสะดุดตา ซึ่งรูปแบบลักษณะทางกายภาพเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความจำ การรู้สัมผัสของผู้บริโภคในระดับต่าง ๆ กัน

2. ความจำระยะสั้น (short-term memory หรือ STM) จะเป็นตีความข้อมูลที่ได้รับและทำความเข้าใจความหมาย ซึ่งจะรวมข้อมูลที่เข้ามากับข้อมูลอื่นนั่นคือ ประสบการณ์ที่ผ่านมา ความรู้และความชอบ ซึ่งข้อมูลที่ถูกเลือกจำจากความจำระยะสั้น นี้ก็จะถูกส่งไปยังความจำระยะยาวต่อไปในความจำระยะสั้นนี้จะมีกระบวนการสร้างรหัส (coding) ซึ่งจัดข้อมูลให้เป็นแบบแผนที่สามารถจัดการและจดจำได้ง่ายขึ้น วิธีการสร้างรหัสนี้เรียกว่า การจัดกลุ่ม (chunking) ซึ่งเป็นวิธีรวบรวมหน่วยย่อยให้เป็นหน่วยใหญ่อันเป็นระบบระเบียบสามารถเข้าใจ และจัดการได้ง่ายขึ้น แม้ว่า ระยะเวลาของการจำระยะสั้นจะยาวกว่าความจำการรู้สึกสัมผัส แต่ยังคงมีความจำกัดมาก และนอกจากนี้ ความสามารถของความจำระยะสั้นยังมีข้อจำกัด คือ ในหนึ่งครั้งจะสามารถ

รวบรวมข้อมูลเพื่อจัดกลุ่มให้ได้มากที่สุดประมาณ 7 chunk เท่านั้นการรักษาข้อมูลของความจำระยะสั้น หรือส่งผ่านข้อมูลไปยังความจำระยะยาวจะต้องมีการทบทวน (rehearsal) ถ้าไม่มีการทบทวนข้อมูล ก็จะถูกลืมโดยผ่านกระบวนการเสื่อมสลาย

3. ความจำระยะยาว (long-term memory หรือ LTM) ระบบความจำระยะยาวนี้มีความสามารถเก็บข้อมูลได้อย่างไม่มีขีดจำกัด เงื่อนไขที่ทำให้เกิดการเข้ารหัสข้อมูล สำหรับเก็บในความจำระยะยาว คือ การมีความหมายซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ที่มีของแต่ละบุคคลที่ใช้ในการตีความข้อมูลร่วมประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ พื้นฐานความรู้ ความเชื่อ และความสนใจของแต่ละบุคคลข้อมูลที่ขัดกับประสบการณ์เดิมมักจะถูกปฏิเสธและไม่ยอมรับ แต่กระนั้นสิ่งที่เก็บไว้ในความจำระยะยาวก็สามารถถูกลืมได้ โดยอาจเกิดเนื่องจาก การเรียนรู้สิ่งใหม่ ทำให้สิ่งที่มีอยู่ในความทรงจำหรือสิ่งที่มีอยู่ในความจำรบกวนการจำของข้อมูลใหม่ก็อาจเป็นได้

ชัยพร วิชชาวุธ (2519) กระบวนในการจำ (memory process) ประกอบด้วย 3 กระบวนการสำคัญ ได้แก่

1. การใส่รหัสความจำ (encoding process) เป็นขั้นตอนของการแปลงข้อมูลที่เข้ามาเป็นรหัส (encoding) ซึ่งสมองสามารถเข้าใจและนำไปใช้ได้

2. การเก็บความจำ (storage) เป็นการเก็บข้อมูลสู่ระบบความจำและเก็บรักษาไว้เพื่อใช้ประโยชน์ในภายหลัง แบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ได้แก่

2.1 ความจำระยะสั้น (short-term memory) เป็นความจำหลังจากที่ได้รับข้อมูลเข้ามา จะมีเก็บจำข้อมูลและมีการระลึกออกมาทันที เมื่อเวลาผ่ายไปไม่มีการทบทวนอีกความจำนี้ก็จะเลือนหายไป ดังนั้นความจำนี้จะอยู่ได้ก็ต่อเมื่อมีการทบทวนตลอดเพื่อนำข้อมูลไปเก็บไว้ในความจำระยะยาว

2.2 ความจำระยะยาว (long-term memory) เป็นการเก็บข้อมูลชนิดถาวร เมื่อต้องใช้ข้อมูลหรือมีบางสิ่งมากระตุ้นก็สามารถนำข้อมูลนั้นออกมาใช้ได้ และลักษณะข้อมูลที่นำออกมาใช้จะมีเฉพาะใจความสำคัญของเรื่องมากกว่าที่จะกล่าวถึงรายละเอียดปลีกย่อยต่าง ๆ เมื่อเวลาผ่านไปข้อมูลที่เก็บไว้ในความจำระยะยาวจะไม่มีการเลือนหาย

3. การนำข้อมูลออกจากระบบความจำ (retrieval) แบ่งเป็น 2 ประเภท ตามกระบวนการในการนำข้อมูลออกจากระบบความจำ ได้แก่

3.1 การระลึกได้ (recall) หมายถึง การดึงตัวแทนของข้อมูลที่ต้องการออกมาจากระบบความจำ เมื่อข้อมูลที่ต้องการระลึกไม่อยู่ในขนาดนั้น สำหรับการระลึกซึ่งเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้ทดสอบความจำนั้น แบ่งตามลักษณะของสถานการณ์ที่ระลึกได้ 3 แบบ คือ

3.1.1 การระลึกได้อย่างเสรี (free recall) คือ การบอกได้ว่าสิ่งที่เคยเห็นหรือเคยเรียนรู้มานั้นมีอะไรบ้าง ระลึกได้สิ่งใดก่อนก็ตอบสิ่งนั้นก่อนไม่จำเป็นต้องนึกได้ตามลำดับก่อนหลังหรือตามลำดับสารที่เสนอให้

3.1.2 การระลึกตามลำดับ (serial recall) คือการตอบสิ่งที่เคยอ่านหรือเคยเรียนรู้จากสิ่งแรกที่เรียงลำดับถึงสิ่งสุดท้ายโดยไม่สลับตำแหน่งกัน ถ้าจำได้และเรียงลำดับได้หมดเรียกว่า ระลึกได้ตามลำดับ แต่ถ้าระลึกได้หมดโดยไม่เรียงลำดับ เรียกว่าระลึกเสรี

3.1.3 การระลึกตามตัวแนะ (cued recall) คือ การทดสอบสอบความจำโดยมีสิ่งเร้า (stimulus-s) เป็นตัวแนะ (cue) ให้ระลึกถึงตัวสนอง (response-r) ได้ว่าคืออะไร กล่าวคือจะต้องจำความสัมพันธ์ s-r ได้จึงจะเรียกได้ว่าระลึกได้ถูกต้อง

3.2 การจำได้ (recognition) หมายถึง การเกิดการจำได้เมื่อได้เห็นสิ่งที่มีบางอย่างเหมือนหรือคล้ายหรือคลับคล้ายคลับคลากับบางสิ่งที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน โดยที่มีตัวแทนของสิ่งนั้นอยู่ในสมองอยู่แล้ว

ความจำ (memory) คือ กระบวนการในการเก็บข้อมูล เรื่องราวที่คนได้จากการเรียนรู้จากสิ่งต่าง ๆ ที่ได้ประสบพบเจอ หรือเป็นประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมานำมาเก็บไว้และเมื่อมีการกล่าวถึง ก็จะสามารถระลึกถึงเหตุการณ์หรือข้อมูลเหล่านั้นออกมาได้

สุพจน์ ไพบูลย์พุฒิพงศ์ (2554) นอกจากนั้น ยังหมายถึง กระบวนการต่อเนื่องจากการรับรู้ คือการรักษาไว้ซึ่งผลที่เกิดจาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือการรับรู้ให้คงอยู่ต่อไป หรือการที่บุคคลสามารถถ่ายทอดสิ่งที่เคยรับรู้และเก็บเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ประสบมาได้อย่างถูกต้อง การจดจำประกอบด้วย การเรียนรู้ และประสบการณ์ต่าง ๆ เพื่อรับข้อมูลข่าวสาร หลังจากนั้นจะทำการเก็บสิ่งที่เรียนรู้ และประสบการณ์ไว้และสามารถระลึกถึงสิ่งที่เรียนรู้และประสบการณ์นั้นเพื่อนำไปใช้ได้เหมาะสมกับสถานการณ์

ธนัฏฐา สาริกบุตร (2557) การดำเนินกรรมวิธีเกี่ยวกับข่าวสารนั้น ให้ดำเนินภายใต้พื้นฐานความรู้และประสบการณ์ ที่ผู้รับสารมีอยู่ในความทรงจำ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ในการก่อปฏิกิริยาตอบโต้ติอข่าวสาร เพราะผู้รับสารแต่ละคนจะมีประสบการณ์ในความทรงจำที่แตกต่างไปนั้นเอง

ความสามารถด้านความทรงจำ

หลักการรับรู้ภาพและสัญลักษณ์ มนุษย์สามารถจดจำภาพสารพัดที่ผ่านมาได้ และภาพต่าง ๆจะถูกเก็บไว้ในจิตสำนึกซึ่งสามารถระลึกออกมาได้อย่างถูกต้อง อาศัยหลัก 3 ข้อ ดังนี้

1. เมื่อมนุษย์ได้เห็นภาพใด ๆเข้ามา ย่อมแปลความหมายออกมาเป็นถ้อยคำหรือรูปลักษณะต่าง ๆ ตามแต่ความทรงจำที่สะสมไว้

2. มนุษย์จะตอบสนองสิ่งเร้าใหม่ที่เป็นภาพหรือสัญลักษณ์ ในลักษณะที่ไม่เป็นภาษาหรือจิตนาการมาก่อน หลังจากนั้นชั่วขณะหนึ่งจะสามารถบอกได้ว่าสิ่งนั้นคืออะไร

3. มนุษย์ไม่ได้เก็บความทรงจำไว้ในระบบประสาท แต่คงอยู่เฉพาะในรูปแบบของการรับรู้ เช่น เมื่อดูภาพหนึ่งที่มีทั้งรูปและคำ จะนึกถึงความหมายของภาพและคำอย่างใดอย่างหนึ่ง แล้วแต่ว่าอย่างไหนจะเด่นชัดกว่ากัน ซึ่งหลักการข้อนี้จะสนับสนุนสิ่งเร้าที่เป็นทั้งภาพและคำคู่กัน

สรุปการรับรู้และความเข้าใจ

การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาทไปยังสมอง เพื่อการแปลความ โดยองค์ประกอบของการรับรู้ คือ สิ่งเร้าได้แก่วัตถุ แสง เสียง กลิ่น รสต่าง ๆ อวัยวะรับสัมผัส ได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้น ผิวหนัง ถ้าไม่สมบูรณ์จะทำให้สูญเสียการรับรู้ได้ ประสาทในการรับสัมผัสเป็นตัวกลางส่งกระแสประสาทจากอวัยวะรับสัมผัสไปยังสมองส่วนกลาง เพื่อการแปลความต่อไปประสบการณ์เดิม การรู้จัก การจำได้ ทำให้การรับรู้ได้ดีขึ้น ค่านิยม ทัศนคติ ความใส่ใจ ความตั้งใจ สภาพจิตใจ อารมณ์ เช่น การคาดหวัง ความดีใจ เสียใจ ความสามารถทางสติปัญญา ทำให้รับรู้ได้เร็ว

ความเข้าใจ คือ กระบวนการทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทำให้บุคคลสามารถคร่นคิดถึงสิ่งนั้น และสามารถใช้มโนทัศน์ (concept) เพื่อจัดกับกับสิ่งนั้นได้อย่างเพียงพอ สิ่งที่กล่าวถึงนี้อาจจะมีลักษณะเป็นนามธรรม หรือเป็นสิ่งทางกายภาพก็ได้เช่น บุคคล สถานการณ์ และสาร

ความเข้าใจ เป็นความสามารถในการผสมแล้วขยายความรู้ความจำให้ได้ไกลออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผลซึ่งจะต้องมีคุณสมบัติหลายประการดังนี้ คือ 1) รู้ความหมายและรายละเอียดย่อย ๆ ของเรื่องมาก่อนแล้ว 2) รู้ความเกี่ยวข้องความสัมพันธ์ระหว่างชั้นและความรู้ย่อย ๆ เหล่านั้น 3) สามารถอธิบายสิ่งเหล่านั้นได้ด้วยภาษาของตนเอง 4) เมื่อพบสิ่งอื่นใดที่มีสภาพทำนองเดียวกับที่เคยเรียนรู้มาก่อนก็สามารถตอบและอธิบายได้

8. ผลการสังเคราะห์โครงสร้างเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การรับรู้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัยโดยศึกษา ประเด็นการรับรู้ จำนวน 15 เล่ม จากนั้นนำมาสังเคราะห์เป็นเกณฑ์ประเมินการรับรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว, โปสเตอร์, แผ่นพับ และประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค เพื่อนำไปสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน ต่อไป

ตาราง 15 แสดงผลการสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การรับรู้

เกณฑ์การรับรู้	1. รัฐ นพดล. (2540).	2. ทิตา คูณวรนนท์. (2540).	3. Garrison,K C. & Magoon, R. (1972).	4. Fill, C. (2009).	5. Steer. Richard M. (1984).	6. คุทัย เยาวกิตติ. (2541).	7. กรกนก คูณวรนนท์. (2528).	8. ศุภ เกาะกูล. (2520).	9. ประชัย ปุปะ. (2521).	10. ทยนต คูณวรนนท์. (2521).	11.พรพนม ไม้ตรแก้ว และคณะ คูณวร. (2540).	12. Klapper, J. T. (1960).	13. คูณ ธีระ. (2549).	14. พรทิพย์ คงวรินทร์ และคณะ. (2557).	15. นันทลักษณ์ กฤษณะ. (2548).	ความหมาย	ค่าที่ได้
1. การเปิดรับ	✓				✓											2	6
2. การเปิดใจ	✓	✓			✓									✓	✓	7	1
3. ความตั้งใจ	✓													✓	✓	4	4
4. ความเข้าใจ	✓			✓		✓										4	4
5. การจดจำ	✓											✓	✓	✓	✓	6	2
6. การเรียนรู้		✓		✓		✓							✓	✓	✓	6	2
7. ความพึงพอใจ							✓	✓								2	6
8. พฤติกรรม						✓			✓	✓				✓	✓	4	4
9. สิ่งที่		✓		✓	✓				✓					✓	✓	7	1
10. การกำหนดสิ่งจูงใจ					✓										✓	2	6
ความหมาย																	**ค่าที่ได้**

ตาราง 15 (ต่อ)

เกณฑ์การรับรู้	1. ธีระ นพคุณ. (2540).	2. กันยา สุวรรณแสง. (2540).	3. Garrison,K C. & Magoon, R. (1972).	4. Fill, C. (2009).	5. Steer. Richard M. (1984).	6. สุกัทรา เลขานิสงส์. (2541).	7. ทรงศักดิ์ สุวรรณโกษ. (2528).	8. สุกัล เจริญผล. (2520).	9. ปรีชา ภาณีวัฒน. (2521).	10. ทองหล่อ สุวรรณทัช. (2521).	11.เทพพงษ์ เสนามนตรี และสมชาย สุวรรณ. (2540).	12. Klapper, J. T. (1960).	13. สุวิมล ติรกานันท์. (2549).	14. ผกากรอง อาจอินทร์ และคณะ. (2557).	15. กัลยลักษณ์ กฤษณะศิริ. (2548).	ศรเพชร ตรงจิตร	สำเนียง	รวม
11. เทพงษ์ เสนามนตรี และสมชาย สุวรรณ		✓														1	7	8
ตอบสนองการตลาดแบบผสมผสานและกลุ่มเป้าหมาย			✓											✓	✓	3	5	8
12. การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย						✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	3	5	8
13. ความเข้าใจ			✓	✓	✓	✓	✓									1	7	8
14. ความรู้ หรือการเรียนรู้									✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5	3	8
15. ประสบการณ์เดิม									✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5	3	8
16. แรงจูงใจ					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6	2	8
17. การตัดสินใจ																9	0	9
18. ดาราเมย์																6	2	8
19. สัตย์ญญา																2	6	8

ตาราง 15 (ต่อ)

เกณฑ์การรับรู้	1. รังรี นพเกตุ. (2540).	2. กันยา สุวรรณแสง. (2540).	3. Garrison,K.C. & Magoon, R. (1972).	4. Fill, C. (2009).	5. Steer. Richard M. (1984).	6. สุภัทรา เขงวานิชย์. (2541).	7. กรรณิการ์ สุวรรณโคตร. (2528).	8. สุใจ เจริญสุข. (2520).	9. ประสิทธิ์ คุปรัตย์. (2521).	10. ทองหล่อ สุวรรณกาฬ. (2521).	11. เพ็ญพนม เมืองแมน และสิริ สุวรรณ. (2540).	12. Klapper, J. T. (1960).	13. สุริโย สัยโสภา. (2549).	14. ชมจันทร์ ดาบเดือน และคนนะ. (2557).	15. เกียรติศักดิ์ กฤษ์บัตรศรี. (2548).	คะแนนรวม	ลำดับ
20. จิตสำนึก							✓									1	7
21. สถานภาพ							✓									1	7
22. วุฒิภาวะ							✓									1	7
23. ความสัมพันธ์เกี่ยวกับคนอื่น							✓			✓					✓	3	5
24. การจัดระเบียบ														✓	✓	2	6
25. การแปลความหมาย														✓	✓	2	6
คะแนนรวม	5	3	2	3	6	5	11	1	3	2	2	3	6	11	14		

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

จากตาราง 15 ผู้วิจัยสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องประเด็นการรับรู้ โดยศึกษาเรื่อง ทฤษฎีและหลักการการรับรู้ จากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 15 เล่ม ประกอบไปด้วย 1) รัจรี นพเกตุ (2540) 2) กันยา สุวรรณแสง (2540) 3) Garrison, K C., & Magoon, R. (1972) 4) Fill, C. (2009) 5) Steer. Richard M. (1984) 6) สุภัทรา เฮงวาณิชย์ (2541) 7) กรรณิการ์ สุวรรณโคตร (2528) 8) สุโท เจริญสุข (2520) 9) ประตินันท์ อุปรนัย (2521) 10) ทองหล่อ สุวรรณกาฬ (2521) 11) เทพพนม เมืองแมน, และสวิง สุวรรณ (2540) 12) Klapper, J. T. (1960) 13) สุริโย ชัยโสภา (2549) 14) ชมจันทร์ ดาวเดือน และคณะ (2557) 15) เกียรติศักดิ์ กฤษ์บัตรศรี (2548)

หลังจากทำการสังเคราะห์ พบว่า มีหลายประเด็นจากทฤษฎีและหลักการของการรับรู้ ที่สามารถนำมาเป็นหลักเกณฑ์ในการประเมินการรับรู้ โดยผู้วิจัยสรุปตามความเหมาะสม 5 ลำดับ คือ 1) สิ่งเร้า 2) การรับรู้, การจดจำ, การกำหนดสิ่งจูงใจ, แสดงออกหรือปฏิกิริยาตอบสนองการแสดงพฤติกรรม, การแปลความหมายจากสิ่งเร้า ความรู้หรือการเรียนรู้ 3) ประสบการณ์เดิม 4) ความเข้าใจ, พฤติกรรม 5) การเลือก, การเปิดรับ, การตัดสินใจ, อารมณ์, ความสัมพันธ์เกี่ยวกับคนอื่น เมื่อได้ประเด็นเกณฑ์ของการรับรู้ จากนั้นผู้วิจัยนำผลการสังเคราะห์ดังกล่าวมาปรับให้สมบูรณ์เพื่อนำไปประเมินผลกับนักท่องเที่ยวต่อไป

9. ผลการสังเคราะห์โครงสร้างเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์ความเข้าใจจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการวิจัย โดยศึกษา ประเด็นทฤษฎีความเข้าใจ จำนวน 14 เล่ม จากนั้นนำมาสังเคราะห์เพื่อเป็นเกณฑ์ในการประเมินความเข้าใจของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว, โปสเตอร์, แผ่นพับ และประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค เพื่อนำไปสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

ตาราง 16 แสดงผลการสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์ความเข้าใจ

เกณฑ์ความเข้าใจ	1.สำเริง บุญเรืองรัตน์. (2536).	2. กัมยา สุวรรณแสง. (2544).	3. สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2561).	4. สุภากรณ์ จันทร์พัฒนะ. (2546).	5. ศุภณิชย์ พลไพรินทร์. (2540).	6. เกศินี จุฑาวิจิตร. (2540).	7. ไพศาล หวังพานิช. (2526).	8. อรวรรณ ปิโส๊ะยงโกวาท. (2549).	9. สาธิต มีดี. (2544).	10. ณมัรัฐ ควรคิด. (2548).	11. เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์. (2545).	12.สุชีรา พระมาลา และคณะ .(2558).	13.จนาทิป จ่อนหวาน. (2553).	14. มัยถน กลิ่นรัตน์. (2533).	คะแนนรวม	ลำดับ
1. เข้าใจได้ง่าย			✓							✓	✓				3	5
2. สามารถจำได้	✓	✓													2	6
3. เสนอด้วยวิธีที่ง่าย	✓														1	7
4. ลำดับขั้นตอนการเสนอเนื้อหา	✓														1	7
5. การให้แรงเสริม	✓														1	7
6. การจูงใจ	✓														1	7
7. การรับรู้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	✓														1	7
8. การปรุงแต่งสิ่งที่รับรู้ไว้เป็นความจำ			✓												1	7
9. ความสามารถในการระลึกถึงสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปแล้ว			✓												1	7
10. การนำไปประยุกต์ใช้กับสิ่งที่เรียนรู้ไปแล้ว	✓														1	7
11. การแสดงออกพฤติกรรมที่เรียนรู้	✓	✓	✓												3	5
12. การแสดงผลการเรียนรู้กลับไปยังผู้รับสาร	✓		✓												2	6
13. สื่อความหมาย				✓	✓	✓	✓			✓					5	4
14. การแปลความ			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	11	1
15. การตีความ			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	10	2

ตาราง 16 (ต่อ)

เกณฑ์ความเข้าใจ	1.สำเริง บุญเรืองรัตน์. (2536).	2. กันยา สุวรรณแสง. (2544).	3. สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2561).	4. สุภากรณ์ จันทร์พัฒนะ. (2546).	5. ศุภกนิษฐ์ พลไพรินทร์. (2540).	6. เกศินี จุฑาวิจิตร. (2540).	7. ไพศาล หวังพานิช. (2526).	8. ธรรวรณ ปิตันธเนโอวาท. (2549).	9. สาธิต มีดี. (2544).	10. อนุวัช คงธคิด. (2548).	11. เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์. (2545).	12.สุธีรา พระมาลา และคณะ .(2558).	13.ธนาทิป ต้อนหงาน (2553).	14. นิตยน กลิ่นรัตน์. (2533).	คะแนนรวม	ลำดับ
16. การขยายความ			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	11	1
17. การแสดงความคิดเห็น	✓			✓	✓	✓	✓				✓				6	3
18. ความเข้าใจ	✓	✓	✓						✓	✓	✓				6	3
19. ความจำ		✓													1	7
20. ความคิด		✓													1	7
21. มโนภาพ		✓													1	7
22. การเรียนรู้	✓	✓													2	6
23. การตัดสินใจ	-	✓													1	7
24. การตอบสนอง	✓	✓													2	6
25. การประเมินค่า									✓						1	7
26. การคาดคะเน											✓				1	7
คะแนนรวม	13	9	8	5	5	5	5	3	5	2	6	3	3	3		

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

จากตาราง 16 ผู้วิจัยสังเคราะห์โครงสร้างของเอกสารที่เกี่ยวข้องประเด็นความเข้าใจ โดยศึกษาเรื่อง ทฤษฎีและหลักการการรับรู้ จากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 14 เล่ม ประกอบด้วย

1) สำเริง บุญเรืองรัตน์ (2536) 2) กันยา สุวรรณแสง (2544) 3) สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ (2561) 4) สุภาภรณ์ จันทร์พัฒนะ (2546) 5) ศุภกนิตย์ พลไพรินทร์ (2540) 6) เกศินี จุฑาวิจิตร (2540) 7) ไพศาล หวังพานิช (2526) 8) อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2549) 9) สาธิต มีดี (2544) 10) อนุวัช ควรคิด (2548) 11) เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์ (2545) 12) สุชีรา พระมาลา และคณะ (2558) 13) ชนาทิป อ่อนหวาน (2553) 14) นีออน กลิ่นรัตน์ (2533)

หลังจากทำการสังเคราะห์ พบว่า มีหลายประเด็นจากทฤษฎีและหลักการของความเข้าใจ ที่สามารถนำมาเป็นหลักเกณฑ์ในการประเมินความเข้าใจ โดยผู้วิจัยสรุปตามความเหมาะสม 5 ลำดับคือ 1) การขยายความ 2) การตีความ 3) การแสดงความคิดเห็น, ความเข้าใจ 4) สื่อความหมาย 5) เข้าใจได้ง่าย, การแสดงออกพฤติกรรมที่เรียนรู้ เมื่อได้ประเด็นเกณฑ์ของความเข้าใจ จากนั้นผู้วิจัยนำผลการสังเคราะห์ดังกล่าวมาปรับให้สมบูรณ์เพื่อนำไปประเมินผลกับนักท่องเที่ยวต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

1. ข้อมูลพื้นฐานทางประวัติศาสตร์อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 10-11) บริเวณที่ราบตอนล่างของลุ่มแม่น้ำยม ปิง น่าน ที่ราบลุ่มแม่น้ำเมย และที่ราบตอนบนของแม่น้ำป่าสัก เคยเป็นที่ชุมรมของบ้านเมืองในแคว้นสุโขทัย ซึ่งเจริญรุ่งเรืองอยู่ในระหว่างพุทธศตวรรษที่ 19-21 บริเวณดังกล่าวนี้อยู่ระหว่างอาณาจักรที่ยิ่งใหญ่และเจริญมาก่อน นั่นคืออาณาจักรพุกามทางด้านตะวันตกและอาณาจักรเขมรในด้านตะวันออก

ก่อนกำเนิดแคว้นสุโขทัยซึ่งมีทั้งศิลาจารึกและโบราณสถานมากมาย เป็นเครื่องสนับสนุนความเป็นแว่นแคว้นที่ปรากฏขึ้นเมื่อราวกลางศตวรรษที่ 18 นั้น ดินแดนสุโขทัยมีผู้คนเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่อาศัยตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์แล้วเมื่อได้ศึกษาย้อนเวลาขึ้นไปอีกจากหลักฐานทางโบราณคดีซึ่งพบเครื่องมือหินที่เขาเขนเขากา อำเภอศรีนคร จังหวัดสุโขทัย หรือแม้กระทั่งการพบโครงกระดูกที่บ้านบึงหญ้า อำเภอคีรีมาศ จังหวัดสุโขทัย ได้พบเครื่องมือหินที่สัมพันธ์กับชุมชนสมัยก่อนประวัติศาสตร์ในแถบประเทศกัมพูชา ลาว และเวียดนาม

ชุมชนสมัยก่อนประวัติศาสตร์เหล่านี้อาจอยู่ต่อเนื่องกันและตั้งเป็นบ้านเมืองขึ้นในเวลาต่อมา จนกระทั่งถึงประมาณพุทธศตวรรษที่ 12 เป็นต้นมา ได้มีการติดต่อกับดินแดนอื่นแถบบริเวณภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมแบบทวารวดีโดยได้พบโบราณทางวัตถุที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้แก่ การค้นพบลูกปัด เครื่องมือเครื่องใช้เหล็ก สำริด เงิน เหรียญที่มีรูปพระอาทิตย์ รวมทั้งหลักฐานโครงกระดูกมนุษย์ที่วัดชมชื่นในเขตเมืองเก่าศรีสัชนาลัย ซึ่งมีแท่งดินเผามีลวดลายปรากฏร่วมด้วย

การค้นพบโบราณสถานในศิลปะเขมรตั้งอยู่บนภูเขาเตี้ย ๆลูกหนึ่งในแถบบ้านนาเชิง อำเภอคีรีมาศ เรียกตามปากชาวบ้านว่าปรางค์ปู่จานั้น เป็นหลักฐานการเข้ามาของวัฒนธรรมเขมรโบราณที่สำคัญ แต่การกำหนดอายุให้แน่นอนทำได้ลำบากเนื่องจากลักษณะสำคัญได้ชำรุดหายไปเป็นอันมาก อย่างไรก็ดีหากคิดว่าวัฒนธรรมเขมรผ่านเข้ามาทางเมืองศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ แสดงว่าดินแดนที่ต่อมาเป็นแคว้นสุโขทัยนี้ได้เคยมีการติดต่อกับอาณาจักรเขมรโบราณมาตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 17 แล้วก็ได้

การแผ่กระจายของวัฒนธรรมเขมรปรากฏเป็นระยะต่อเนื่องเรื่อยมานับตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 17 จนถึงพุทธศตวรรษที่ 18 หลักฐานจากโบราณสถานที่เด่นชัดได้แก่ ศาลตาผาแดงในเขตเมืองเก่าสุโขทัย เป็นโบราณสถานร่วมสมัยกับสมัยบายนในศิลปะเขมรเมื่อราวพุทธศตวรรษที่ 18 และดูเหมือนว่านี่เป็นการพัฒนาการของเมืองในวัฒนธรรมเขมรในบริเวณที่ราบเชิงเขาประทักษ์เป็นครั้งแรก ราวพุทธศตวรรษที่ 18 เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ในอาณาจักรเขมร เมื่อพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 นำพุทธศาสนาแบบมหายานเข้ามาเป็นศาสนาหลักในราชอาณาจักรของพระองค์ การสร้าง เทวสถานเพื่อประดิษฐานรูปเคารพในศาสนาฮินดูแบบเดิมเริ่มเปลี่ยนแปลงไป มีการนำเรื่องตามพุทธประวัติมาประดับสถาปัตยกรรมและประดิษฐานพระพุทธรูปแทน ลักษณะดังกล่าวนี้ปรากฏขึ้นที่สถาปัตยกรรมแบบเขมรที่พบในประเทศไทยที่ในอดีตเคยได้รับอิทธิพลจากเขมรด้วย ตัวอย่างที่ปรางค์สามยอดกับปรางค์วัดมหาธาตุที่ลพบุรี และที่ปราสาทวัดพระพายหลวงเมืองเก่าสุโขทัย ชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเขมรแถบสุโขทัยคงอยู่สืบต่อกันมา เรื่องราวการตั้งตนขึ้นเป็นอิสระเพื่อปกครองสุโขทัยของกลุ่มชน ซึ่งต่อมาเป็นบรรพบุรุษของคนไทยในปัจจุบันจึงปรากฏขึ้นในราวกลางพุทธศตวรรษที่ 18

เมืองสุโขทัย

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 11-14) ศิลาจารึกหลักที่ 2 ซึ่งพบอยู่ในอุโมงค์วัดศรีชุม ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือนอกเมืองสุโขทัย ได้ให้เรื่องราวเกี่ยวกับสุโขทัยในระยะต้นว่า เมื่อพ่อขุนศรีนาวนำถุมเจ้าเมืองสุโขทัยสิ้นพระชนม์ลง ขอมสมาดโขลญลำพงได้เข้าครอบครองเมืองสุโขทัย พ่อขุนผาเมืองโอรสของพ่อศรีนาวนำถุมที่ครองเมืองราด ได้ชักชวนพระ

สหายคือพ่อขุนบางกลางหาวเข้าร่วมชิงเมืองสุโขทัยกลับคืนมาได้ แต่พ่อขุนผาเมืองกลับยกเมืองสุโขทัยของพระบิดา พร้อมกับได้มอบพระขรรค์ชัยศรีและพระนามศรีอินทราทิตย์ของพระองค์ให้กับพระสหาย พ่อขุนบางกลางหาวจึงมีพระนามเป็นที่รู้จักกันว่าพ่อขุนศรีอินทราทิตย์ ได้ปกครองกรุงสุโขทัยเป็นต้นราชวงศ์สุโขทัยสืบมา

สุโขทัยนามเมืองที่มีความหมายว่ารุ่งอรุณแห่งความสุขนั้น เมื่อสิ้นพ่อขุนศรีอินทราทิตย์ พ่อขุนบานเมืองโอรสองค์ใหญ่ได้ปกครองต่อมา ไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าในระยะต้นนี้ศูนย์กลางของเมืองยังคงอยู่ในบริเวณวัดพระพรายหลวง ซึ่งมีพื้นที่รูปสี่เหลี่ยมและมีคูน้ำคันดินล้อมรอบ หรือย้ายมาอยู่ตรงที่มีวัดมหาธาตุเป็นศูนย์กลางแล้ว แต่เมื่อพ่อขุนรามคำแหงพระอนุชาได้ขึ้นปกครองสุโขทัยต่อมา ข้อมูลจากศิลาจารึกหลักที่ 1 บอกให้ทราบว่าได้ย้ายเมืองมาอยู่ตรงที่มีวัดพระมหาธาตุเป็นศูนย์กลางแล้ว ศิลาจารึกหลักที่ 1 ได้กล่าวถึงความเกรียงไกรของพ่อขุนรามคำแหงไว้มากมายพระองค์ทรงเป็นนักรบที่ปรีชาสามารถเอาชนะขุนสามชนเจ้าเมืองฉอด ตั้งแต่พระชนมายุได้ 19 พรรษา อาณาเขตของแค้วนสุโขทัยในสมัยนี้ได้แผ่ขยายไปถึงเมืองหลวงพระบางและสุดแหลมมลายู ในทางตะวันตกติดเขตแดนเมาะตะมะ อาณาเขตที่กว้างใหญ่นี้นักวิชาการเชื่อว่าเป็นความสัมพันธ์ของเมืองสุโขทัยกับบรรดาบ้านเมืองน้อยใหญ่เหล่านี้ในลักษณะบ้านพี่เมืองน้อง มากกว่าจะหมายถึงอำนาจการปกครองทางการเมืองจริง ๆ

พ่อขุนรามคำแหงทรงนำพระพุทธศาสนาแบบเถรวาทที่กำลังเจริญอยู่ที่นครศรีธรรมราช เข้ามาเผยแพร่ที่สุโขทัย อันนับเป็นการเปลี่ยนแปลงความเชื่อความนับถืออย่างใหม่ให้แก่คนสุโขทัย พระองค์ทรงโปรดให้มีการฟังเทศน์ในวันธรรมสวนะ

ศิลาจารึกได้ให้ภาพความเป็นผู้นำของพ่อขุนรามคำแหงทั้งในทางโลกและทางธรรม กล่าวคือทรงมีความสามารถในการเป็นนักรบที่ปกครองไพร่ฟ้าให้มีความเป็นอยู่ที่ดี บ้านเมืองเป็นปกติสุขประชาชนมีอิสระในการทำการค้าถึงกับมีคำกล่าวว่า "เจ้าเมืองบ่เอาจกอบในไพร่ลู่ทางเพื่อนจูงวัวไปค้า ขี่ม้าไปขาย ใครจักใคร่ค้าช้าง ค้า ใครจักใคร่ค้าม้า ค้า" พระองค์ทรงเป็นองค์อุปถัมภ์พระพุทธศาสนาโปรดให้มีการประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุกลางเมืองศรีสัชนาลัยอันเป็นเมืองคู่ของสุโขทัยและก่อสร้างอารามพระพุทธรูปต่าง ๆ ขึ้นในสุโขทัยในช่วงเทศกาลออกพรรษาพ่อขุนรามคำแหงทรงขี่ช้างขึ้นไปไหว้พระในเขตอรัญญิกที่วัดสะพานหินเพื่อกรานกฐิน พระองค์ทรงเป็นแบบอย่างให้แก่กษัตริย์ไทยในเวลาต่อมา ความเป็นปึกแผ่นของเมืองสุโขทัยนอกจากจะมีกำลังที่เข้มแข็งบ้านเมืองเป็นสุขดังกล่าวแล้ว ยังมีตำนานเล่ากันในสมัยหลังต่อมาว่าพระองค์คือผู้ประดิษฐ์อักษรไทยขึ้นใช้เป็นพระองค์แรกด้วย

เมื่อสิ้นรัชกาลของพ่อขุนรามคำแหง สุโขทัยไม่สามารถดำรงความเป็นบ้านเมืองที่รุ่งเรืองมากเหมือนแต่ก่อนไว้ได้ อาจเป็นในสมัยของพญาเลอไท โอรสของพ่อขุนรามคำแหงหรือภายหลังของสมัยพญาเลอไทก็ได้ ที่มีเมืองต่าง ๆ ภายในแคว้นสุโขทัยได้แตกแยกเป็นอิสระปกครองกันเอง ไม่ยอมขึ้นกับเมืองสุโขทัยที่เคยเป็นศูนย์กลางเช่นเดิมดังนั้นเมื่อ พ.ศ. 1890 พระมหาธรรมราชาลิไท พระราชนัดดาของพ่อขุนรามคำแหงซึ่งขณะนั้นครองเมืองศรีสัชนาลัย จึงนำกองทัพเข้ามาปราบจนเป็นผลสำเร็จได้ขึ้นครองสุโขทัย และสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้แก่แคว้นสุโขทัยซึ่งประกอบด้วยเมืองต่าง ๆ อีกครั้ง

ในสมัยของพระมหาธรรมราชาลิไทเมืองสุโขทัยมีความเจริญรุ่งเรืองขึ้นมากพระองค์ทรงเป็น องค์อุปถัมภ์พระพุทธศาสนาที่ยิ่งใหญ่ได้อาราธนาพระมหาสามีสังฆราชจากนครพนม อันเป็นเมืองหนึ่ง ทางตอนใต้ของพม่า ขณะนั้นพุทธศาสนาจากลังกากำลังเจริญรุ่งอยู่ที่นั่น ด้วยความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา พระมหาธรรมราชาลิไทได้ออกผนวชและจำพรรษาอยู่ที่วัดป่ามะม่วงทางทิศตะวันตกนอกเมืองสุโขทัยพระองค์ได้ทรงพระราชนิพนธ์วรรณกรรมทางพระพุทธศาสนาขึ้นเรียกว่าเตภูมิกถาหรือไตรภูมิพระร่วง เพื่อสั่งสอนอบรมประชาชนของพระองค์ให้เลื่อมใสในพระพุทธศาสนาด้วย

ในสมัยนี้มีความเจริญรุ่งเรืองอีกประการหนึ่งที่เกิดขึ้นพร้อมกับพระพุทธศาสนาเพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความเลื่อมใสศรัทธานั้นคือ ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมซึ่งมีความงดงาม เป็นเอกลักษณ์และสะท้อนถึงความรู้ทางเทคนิควิทยาการต่าง ๆ เป็นอย่างดีจนอาจกล่าวได้ว่าเป็นยุคทองของศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมที่เดียว เช่นการสร้างพระพุทธรูปลีลาอันเป็นงานประติมากรรมลอยตัวที่หล่อได้อย่างวิเศษสุด เจดีย์ทรงดอกบัวตูมอันเป็นเอกลักษณ์ของทรงสถูปสุโขทัยนิยมสร้างขึ้นในสมัยนี้จนเป็นแบบฉบับที่ลงตัว

พระมหาธรรมราชาลิไททรงพระปรีชาสามารถ ทรงเห็นคุณประโยชน์ของพุทธศาสนาจึงได้นำมาปรับใช้ในด้านการเมืองการปกครอง โปรดให้มีการอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุไปยังเมืองต่าง ๆ เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนของพระองค์ ตลอดจนคนต่างเมืองโดยเฉพาะแคว้นล้านนาและกรุงศรีอยุธยา มีโอกาสได้สักการะบูชาพระบรมสารีริกธาตุ การสร้างเจดีย์ทรงดอกบัวตูมซึ่งเป็นเสมือนเครื่องหมายความสัมพันธ์ทางการเมืองและศาสนาในเมืองต่าง ๆ จึงเกิดขึ้นในสมัยนี้ เช่น วัดบรมธาตุนครชุม กำแพงเพชร, วัดสวนดอก เชียงใหม่, วัดสวนตาล น่าน, วัดเจดีย์ยอดทอง พิษณุโลก เป็นอาทิ (ปัจจุบันวัดที่กำแพงเพชร, เชียงใหม่ และน่านตามชื่อดังกล่าว ไม่มีเจดีย์ทรงดอกบัวตูมปรากฏให้เห็นแล้ว)

การสิ้นสุดของแคว้นสุโขทัย

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 14-15) ตั้งแต่ประมาณกลางพุทธ ศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา เกิดอาณาจักรที่มีอำนาจขึ้น ๒ อาณาจักร ทางเหนือของสุโขทัยมีอาณาจักรล้านนา ซึ่งมีศูนย์กลางอำนาจอยู่ที่เมืองเชียงใหม่สามารถแผ่อาณาเขตมาได้เมืองตาก ซึ่งเคยเป็นเมืองของสุโขทัยในเขตลุ่มแม่น้ำปิง และท้ายที่สุดก็สามารถครอบครองเมืองแพร่และน่านไว้ได้อย่างเด็ดขาด ทำให้เขตแดนของล้านนามาประชิดกับของสุโขทัย ทั้งทางลุ่มแม่น้ำปิง ยมและน่าน ส่วนของทางใต้ของสุโขทัยเจริญขึ้นมานั้น ได้แก่ อาณาจักรอยุธยา ที่ได้สถาปนาขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1893 ซึ่งสามารถควบคุมเมืองในแถบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาได้ไว้ได้นั้น เป็นเหตุให้กษัตริย์ของสุโขทัยในระยะนี้ตกอยู่ในสถานการณ์ที่ลำบาก

ครั้งหนึ่ง สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) แห่งกรุงศรีอยุธยา ได้ยกทัพมายึดเมืองสรลวงสองแคว (พิษณุโลก) ไว้ได้ มหาธรรมราชาลิไทต้องถวายบรรณาการเพื่อขอเมืองคืน อาจเป็นเหตุให้พระองค์ต้องเสด็จไปประทับอยู่ที่นั่น และโปรดให้พระยุพราชของพระองค์ปกครองสุโขทัยแทน เมื่อทรงได้รับคืนเมืองสรลวงสองแคว้นแล้ว เหตุการณ์ตอนนี้ชี้ ให้เห็นอย่างชัดเจนว่าราชบัลลังก์สุโขทัยได้ถูกทำลายคุณลักษณะในการเป็นที่ตั้งศูนย์อำนาจอันชอบธรรมของผู้ที่จะปกครองแคว้นสุโขทัยทั้งมวลลงไป

ปรากฏหลักฐานว่า เมื่อสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 แห่งกรุงศรีอยุธยา เสด็จสวรรคตเมื่อ พ.ศ. 1911 มหาธรรมราชาลิไททรงพยายามฟื้นฟูความเป็นเมืองศูนย์กลางของสุโขทัยอีกครั้งหนึ่ง ทรงเสด็จกลับสุโขทัยพร้อมไพร่พลบริวารที่เป็นเจ้าเมืองต่าง ๆ ของแคว้นสุโขทัยที่ยังจงรักภักดี แต่พระองค์ก็ไม่สามารถแสดงบทบาทด้านการเมืองต่อไปได้นาน พระองค์สวรรคตเมื่อประมาณปี พ.ศ. 1931-1914 อันเป็นเวลาที่สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 1 (พ่องั่ว) ได้เสวยราชสมบัติที่กรุงศรีอยุธยา และส่งกำลังเข้ายึดเมืองสุโขทัยและเมืองอื่น ๆ ในแว่นแคว้นได้หมด

ประวัติศาสตร์แคว้นสุโขทัยในช่วงเวลาต่อไปประมาณครึ่งศตวรรษ เป็นเรื่องที่กษัตริย์ราชวงศ์สุพรรณภูมิที่มีอำนาจอยู่ที่กรุงศรีอยุธยาและสุพรรณบุรี พยายามที่จะเข้าครอบงำแคว้นสุโขทัยทีละเล็กทีละน้อย โดยการสมรสระหว่างเจ้านายของทั้งสองราชวงศ์ การใช้ระบบขุนนางเข้าแทรกซึมตลอดจนการสนับสนุนด้านการกำลังแก่เจ้านายสุโขทัยที่เป็นพรรคพวก เครือญาติ ที่ฝ่ายสุวรรณภูมิมีศักดิ์เหนือกว่า

ด้วยเหตุนี้จึงปรากฏว่าอย่างน้อยก็เมื่อพ.ศ. 1918 ที่แคว้นสุโขทัยทั้งหมดได้กลายเป็นดินแดนส่วนหนึ่งของพระนครศรีอยุธยา ที่ชาวอยุธยาเรียกว่าเมืองเหนือแล้ว เพราะในปีนี้เป็นปีที่สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 (สมเด็จเจ้าสามพระยา) ได้ส่งโอรสที่สมภพจากพระชายาราชวงศ์

สุโขทัยมากครองเมืองพิษณุโลกในตำแหน่งพระราเมศวรอันเป็นตำแหน่งพระมหาอุปราช ปกครองกลุ่มเมืองเหนือทั้งมวล โดยขึ้นต่อกรุงศรีอยุธยาอีกทีหนึ่ง

2. โบราณสถานอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

วัดมหาธาตุ

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 15-16) ตั้งอยู่ใจกลางเมืองตามแบบแผนความเชื่อในเรื่องจักรวาลแบบอินเดียโบราณ เป็นวัดที่มีความสำคัญประกอบด้วยเจดีย์ประธาน วิหาร มณฑป โบสถ์ และเจดีย์ราย จำนวนมากถึง 200 องค์ เจดีย์ประธานของวัด ซึ่งตั้งเด่นสง่างาม มีลักษณะเป็นเจดีย์ทรงดอกบัวตูมถือว่าเป็นสถาปัตยกรรมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัยโดยแท้ แต่คงมิได้เป็นรูปแบบแรกเริ่มเมื่อมีการสร้างวัดมหาธาตุขึ้น ของเดิมน่าจะมีลักษณะเช่นเดียวกับเจดีย์ทิศที่ตั้งอยู่บนฐานเดียวกัน และตั้งอยู่ตรงกลางของด้านทั้งสี่ รายรอบเจดีย์ประธานเป็นเจดีย์ทิศ จำนวน 8 องค์ องค์ที่ตั้งอยู่ตรงมุมทั้งสี่เป็นเจดีย์ที่มีอิทธิพลของศิลปะหริภุญไชย (ลำพูน) ส่วนเจดีย์ที่ตั้งอยู่กึ่งกลางของด้านทั้งสี่เป็นเจดีย์ทรงปราสาทแบบสุโขทัยซึ่งมีลวดลายปูนปั้นแบบอิทธิพลศิลปะลังกา รอบ ๆ เจดีย์ประธานมีปูนปั้นรูปพระสาวกในท่าอัญชุลีเดินประทักษิณโดยรอบพระมหาธาตุ ในศิลาจารึกหลักที่ 1 ได้บรรยายว่า...กลางเมืองสุโขทัยนี้มีพิหารมีพระพุทธรูปทอง มีพระอัฏฐารศมีพระพุทธอันใหญ่ มีพระพุทธอันราม... พระพุทธรูปทองเข้าใจโดยทั่วไปว่า หมายถึงหลวงพ่อโตของชาวเมืองเก่าเมื่อต้นรัตนโกสินทร์ ที่ประดิษฐานอยู่ที่วิหารหลวงในวัดมหาธาตุ ต่อมาพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกโปรดเกล้าฯ ให้อัญเชิญโดยล่องแพไปที่ วิหารหลวงวัดสุทัศน์เทพวราราม กรุงเทพมหานครต่อมาพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยได้ถวายพระนามว่าพระศรีศากยมุนี พระพุทธรูปนี้น่าจะเป็นพระพุทธรูปสำริดที่พระมหาธรรมราชาลิไททรงโปรดให้หล่อขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1905 เป็นพระพุทธปรางมารวิชัย อันเป็นแบบที่นิยมมากในสมัยสุโขทัย ที่วิหารหลวงในวัดพระธาตุสุโขทัย ยังคงปรากฏแท่นฐานขนาดใหญ่ของพระพุทธรูปองค์นี้เหลือให้เห็น ส่วนพระอัฏฐารศ ที่กล่าวถึงในจารึก หมายถึงพระพุทธรูปยืน ที่มีขนาดใหญ่สูงราว 18 ศอก ประดิษฐานภายในมณฑปที่ขนาบอยู่สองข้างของเจดีย์ประธาน

ถัดจากวิหารหลวงไปทางตะวันออกเป็นวิหารสูง ที่เรียกชื่อเช่นนี้เนื่องจากวิหารหลังนี้มีฐานก่ออิฐเป็นลักษณะฐานบัว มีความสูงประมาณ 1.5 เมตร เป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมสมัยอยุธยาซึ่งสร้างขึ้นในภายหลัง ทำให้พื้นที่ว่างระหว่างหน้าวิหารสูงกับกำแพงแก้วด้านหน้าเหลือเพียงพื้นที่แคบ ๆไม่ได้สัดส่วนกับความสูงของตัวอาคาร นอกจากนี้ในวัดมหาธาตุยังมีกลุ่มเจดีย์จัดแยกออกเป็นกลุ่มหนึ่งอยู่ทางทิศใต้ของเจดีย์ประธาน ได้พบหลักฐานที่เป็นจารึกทอง มีข้อความระบุเป็นที่น่าเชื่อถือว่า เจดีย์ 5 ยอดองค์นี้เป็นเจดีย์บรรจุอัฐิของพระมหาธรรมราชาลิไท

ภาพ 160 แสดงด้านข้างของพระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัยที่ประดิษฐานอยู่ใน**วิหารหลวง** ณ วัดมหาธาตุ

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

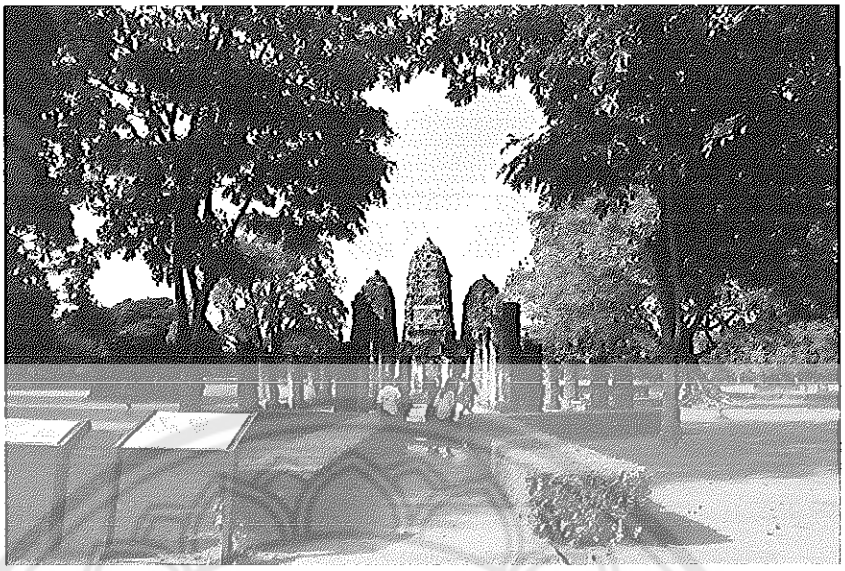
ภาพ 161 แสดงเจดีย์ประธานที่มีอิทธิพลของศิลปะหริภุญไชย ภายในวัดมหาธาตุ

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

วัดศรีสวาย

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 16) ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของวัดมหาธาตุห่างออกไปประมาณ 350 เมตร โบราณสถานสำคัญตั้งอยู่ในกำแพงแก้วนั้นประกอบไปด้วยปรางค์ 3 องค์ ที่มีรูปแบบศิลปะลพบุรีแต่ลักษณะของปรางค์ค่อนข้างเพรียว ตั้งอยู่บนท่านเตี้ย ๆ มีลวดลายปูนปั้นบางส่วนเหมือนลายบนเครื่องถ้วยจีนสมัยราชวงศ์หยวน ได้พบทับหลังสลักเป็นรูปนารายณ์บรรทมสินธุ์ ชิ้นส่วนของเทวรูปและศิวลึงค์อันเป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่าวัดศรีสวาย เคยเป็นเทวสถานในศาสนาของพราหมณ์ มาก่อนแล้วแปลงเป็นพุทธสถานโดยต่อเติมวิหารขึ้นที่ด้านหน้าเป็นวัดในพระพุทธศาสนาภายหลัง

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 60-61) วัดศรีสวายหลักฐานที่ปรากฏในปัจจุบัน เป็นวัดเนื่องในพระพุทธศาสนาที่ตั้งอยู่ภายในกำแพงเมืองสุโขทัยรุ่นหลัง อยู่ทางทิศใต้ของวัดมหาธาตุห่างออกไปประมาณ 350 เมตร โบราณสถานตั้งอยู่ภายในกำแพงวัด ประกอบด้วยปรางค์หรือปราสาทสามองค์ แต่ละองค์ตั้งแยกกันอยู่บนฐานศิลาแลง มีกำแพงแก้วคูน้ำอยู่มุมทิศเหนือ และทิศตะวันออก ในขุดแต่งและบูรณะของกรมศิลปากรระหว่าง พ.ศ.2496-2509 พบโบราณวัตถุประเภททับหลัง ประตูจำหลักศิลาเป็นรูปพระนารายณ์บรรทมสินธุ์ รูปพระนารายณ์สี่กร และพระพุทธรูปสำริดหลายชิ้นเดิมทีวัดศรีสวายคงเป็นศาสนสถานพราหมณ์หรืออินดู ศิลปะเขมรแบบบายน ในสมัยสุโขทัยเก่าทางทิศใต้ ซึ่งเป็นโบราณสถานสมัยเดียวกันกับปราสาทวัดพระพายหลวงและศาลตาผาแดง แต่ภายหลังอาจพังทลายลงมาเหลือเฉพาะส่วนฐาน แล้วมีการปฏิสังขรณ์ปรับปรุงขึ้นใหม่ด้วยการก่ออิฐ ซึ่งโดยรูปแบบเฉพาะที่เกิดขึ้นที่สุโขทัยส่วนการกำหนดอายุนั้น เนื่องจากปรากฏอิทธิพลศิลปกรรมยุคแรกเริ่มของศิลปะสุโขทัยควรอยู่ในราวกลางถึงปลายพุทธศตวรรษที่ 19 ส่วนลวดลายอาจเป็นงานที่เกิดจากการบูรณะในรุ่นหลังราว พุทธศตวรรษที่ 20 หรือสมัยอยุธยาตอนต้นในช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 20



ภาพ 162 แสดงทัศนียภาพด้านหน้าของวัดศรีสวาย ปรากฏปรางค์ 3 องค์ ศิลปะแบบลพบุรี

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

ภาพ 163 แสดงปูนปั้นประดับกลีบขนุนเป็นรูปครุฑยุดนาคและเทวดา ภายในวัดศรีสวาย

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

วัดตระพังเงิน

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 18) ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของวัดมหาธาตุ มีระยะห่างประมาณ 300 เมตร โบราณสถานแห่งนี้ไม่มีกำแพงแก้ว ประกอบด้วย เจดีย์ ประธาน วิหาร และโบสถ์กลางน้ำ โบราณสถานของวัดนี้มีเจดีย์ทรงดอกบัวตูมเป็นประธาน โดยมีวิหารประกอบอยู่ด้านหน้า ลักษณะที่เด่นของเจดีย์ทรงดอกบัวตูมของวัดนี้คือมีจระนำที่เรือนธาตุทั้งสี่ด้านสำหรับประดิษฐานพระพุทธรูปยืนและลีลา ซึ่งแตกต่างไปจากเจดีย์ทรงดอกบัวตูมในที่อื่น ๆ ด้านตะวันออกของเจดีย์ เป็นเกาะมีโบสถ์ตั้งอยู่กลางน้ำตามคตินิยมสี่มา เช่นเดียวกับวัดสระศรี โบสถ์ที่ตั้งอยู่ในสระน้ำที่ชื่อว่า ตระพังเงิน

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 74-75) วัดตะพังเงินเป็นโบราณสถานสำคัญที่มีความโดดเด่น กล่าวคือ มีตะพังขนาดใหญ่ที่มีน้ำขังตลอดปี ตรงขอบสระด้านตะวันตกมีเจดีย์ยอดดอกบัวตูม หรือพุ่มข้าวบิณฑ์เป็นประธานของวัด มีวิหารอยู่ด้านหน้า และเจดีย์รายทรงปราสาท (ทรงวิมาน) อยู่ด้านทิศเหนือของเจดีย์ประธาน กลางตระพังมีเกาะและมีอุโบสถตั้งอยู่เจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูมที่เรือนธาตุทีซุ้มจระนำ ด้านทิศตะวันออกประดิษฐานพระพุทธรูปลีลา ส่วนด้านอื่น ๆ เป็นพระพุทธรูปปางประทานอภัยซึ่งลักษณะเช่นนี้พบไม่มากนัก การประดับพระพุทธรูปลีลา และพระพุทธรูปปางอื่น ๆ ทั้งสี่ด้านนี้อาจสอดคล้องกับความนิยมสร้างพระสี่อิริยาบถที่รับมาจากลังกาและพุกาม ดังนั้น จึงมีอายุร่วมสมัยเดียวกัน คือราวกลางพุทธศตวรรษที่ 19 ถึงพุทธศตวรรษที่ 20

ภาพ 164 แสดงด้านข้างของพระพุทธรูปปางมารวิชัยที่ประดิษฐานอยู่ภายในวิหารวัดตระพังเงิน

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

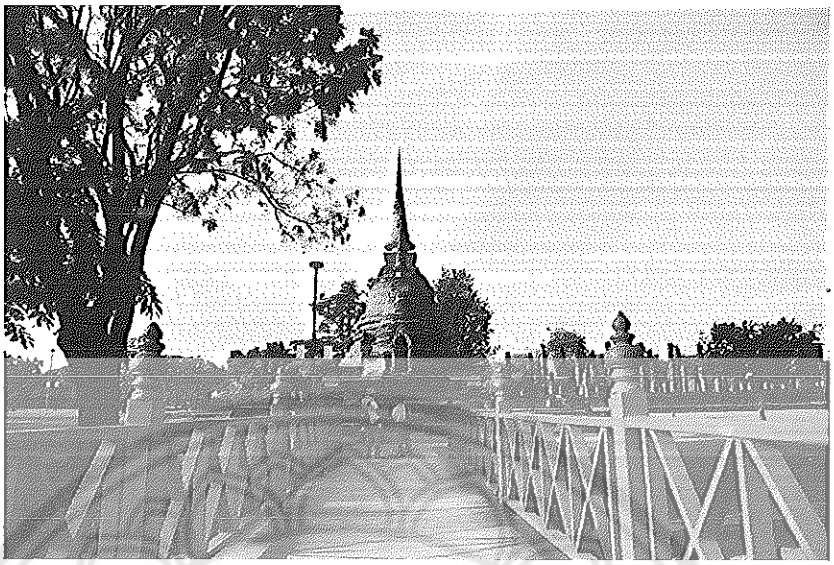
ภาพ 165 แสดงเจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูม หรือเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ภายในวัดตระพังเงิน

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

วัดสระศรี

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 18) เป็นวัดที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของวัดมหาธาตุ โบราณสถานนี้มีความงดงามมากอีกแห่งหนึ่ง เนื่องจากที่ตั้งอยู่ใกล้น้ำที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ชื่อว่า ตระพังตระกวน สิ่งสำคัญของวัดประกอบด้วย เจดีย์ทรงระฆังกลม วิหาร และโบสถ์กลางน้ำ ก่อน พ.ศ. 2521 มีถนนจรดวิถีถ่องตัดผ่านกลางวัด ซึ่งทำลายคุณค่าและเป็นอันตรายต่อโบราณสถาน กรมศิลปากรจึงได้ปรับปรุงทัศนียภาพเพื่อรักษาโบราณสถานโดยขุดรื้อถนนออกไปสร้างถนนเลียบสระน้ำขึ้นแทน เจดีย์ทรงระฆังกลมของวัดเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์แสดงถึงการรับพระพุทธศาสนาจากลังกาของสุโขทัย บางครั้งจึงเรียกเจดีย์แบบนี้ว่าเจดีย์ทรงลังกาส่วนโบสถ์ที่อยู่กลางน้ำเป็นความเชื่อถือของพระพุทธศาสนาที่ใช้น้ำในความหมายของความบริสุทธิ์ของขอบเขตที่กันไว้สำหรับให้พระสงฆ์ทำสังฆกรรม เรียกว่า นทีสีมา

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 77-78) วัดสระศรีวัดเป็นโบราณสถานตั้งอยู่บนเกาะสองเกาะกลางสระน้ำขนาดใหญ่ซึ่งชื่อว่า "ตระพังสระศรี" เกาะแรกเป็นที่ตั้งของเจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย ซึ่งเป็นเจดีย์ประธานของวัด มีวิหารหลวงตั้งอยู่ทางทิศตะวันออก มีเจดีย์รายขนาดเล็กหนึ่งองค์ตั้งอยู่ด้านทิศใต้ของเจดีย์ประธาน ส่วนอุโบสถตั้งอยู่อีกเกาะหนึ่งใกล้ ๆ กันทางด้านทิศตะวันออกเดิมที่ตระพังสระศรีกับตระพังตระกวนอยู่แยกกัน และมีถนนจรดวิถีถ่องตัดผ่านกลางในระหว่าง พ.ศ. 2520-2525 กรมศิลปากรได้รื้อถนนออก และขุดรวมตระพังสระศรีเข้ากับตระพังตระกวน จึงกลายเป็นตระพังขนาดใหญ่เรียกกันทุกวันนี้ว่า "ตระพังสระศรี" เจดีย์ประธานของวัดเป็นเจดีย์ทรงพระระฆังแบบสุโขทัย หรือเจดีย์ทรงกลมแบบลังกา ที่มีลักษณะเหมือนกันกับเจดีย์วัดช้างล้อมสุโขทัย ต่างกันเพียงฐานไม่มีช้างล้อม ดังนั้น จึงควรมีอายุในราวต้นพุทธศตวรรษที่ 20 สำหรับเจดีย์รายเป็นเจดีย์ทรงระฆังที่มีการประดับซุ้มจระนำทั้งสี่ด้านคล้ายกับเจดีย์ทรงระฆังของวัดศรีสรรเพชญ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีการทำมุขที่สี่ด้านเรียกว่า จัตุรมุข เสมือนเป็นการทำเจดีย์ทรงระฆังให้เป็นเจดีย์ทรงปราสาทยอด คือเป็นเรือนธาตุประดิษฐานพระพุทธรูป เจดีย์รายนี้น่าจะสร้างขึ้นภายหลัง และอาจได้รับอิทธิพลศิลปะอยุธยามาแล้ว ส่วนอุโบสถตั้งอยู่บนเกาะมีน้ำล้อมรอบ สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นตามคติเรื่อง นทีสีมา รับมาจากลังกา คือ การใช้น้ำเป็นสิ่งที่กำหนดขอบเขตวิสุงคามสีมาถือเป็นขอบเขตบริสุทธิ์ พบในสุโขทัยหลายแห่ง เช่นวัดตะพังเงิน วัดตระพังทอง เป็นต้น



ภาพ 166 แสดงทัศนียภาพ และเจดีย์ทรงระฆังกลมที่ตั้งอยู่กลางน้ำขนาดใหญ่ ณ วัดสระศรี

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

ภาพ 167 แสดงทัศนียภาพของวัดศระสรีที่มีสระน้ำล้อมรอบ

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

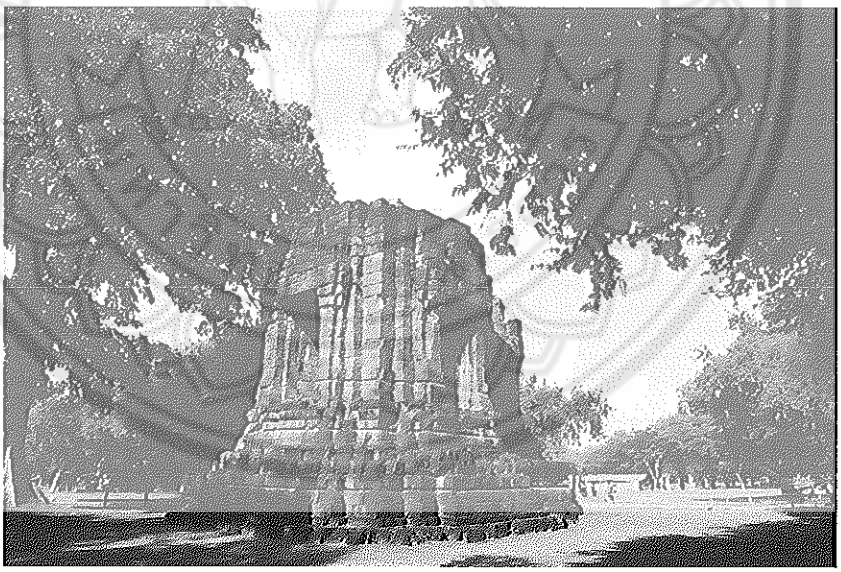
ศาลตาผาแดง

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 20-21) ตั้งอยู่ติดกับตระพังตระกวนทางด้านทิศเหนือ และใกล้กับประตูเมือง ปรากฏในแผนที่รัชสมัย ร.5 เรียกว่าศาลเทพารักษ์ใหญ่และศาลตาผ้าแดง ลักษณะเป็นโบราณสถานหลังเดียวแบบปราสาทเขมร ก่อด้วนศิลาแลงทั้งหมด ส่วนบนฐานบัวลูกพัก ด้านหน้ามีห้องยาวหรือส่วนที่ยื่นออกไปจากตัวปราสาท อยู่ทางด้านตะวันออก และตะวันตก โดยห้องด้านตะวันออกมีความยาวกว่าด้านตรงข้าม เมื่อกรมศิลปากรดำเนินการขุดแต่งและบูรณะศาลตาผาแดง ได้พบชิ้นส่วนเทวรูปและเทวสตรีประดับด้วยเครื่องตกแต่งอย่างงดงาม เมื่อได้ศึกษาเปรียบเทียบแล้ว อาจเทียบได้กับศิลปะเขมรแบบบายนรุ่นแรก ๆ ปัจจุบันจึงแสดงอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติรามคำแหงโบราณสถานแห่งนี้เป็นหลักฐานยืนยันถึงการมีชุมชนที่มีวัฒนธรรมเขมรนับถือศาสนาของพราหมณ์ปะปนอยู่ในแถบนี้แล้วตั้งแต่ประมาณต้นพุทธศตวรรษที่ 18

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 59-60) ศาลตาผาแดงโบราณสถานศาลตาผาแดงตั้งอยู่ติดกับตระพังกวนทางด้านทิศเหนือ และใกล้กับประตูเมืองสุโขทัยรุ่นหลังด้านเหนือ ปรากฏชื่อในแผนที่สมัยรัชกาลที่เรียกว่า ศาลเทพารักษ์ใหญ่และศาลตาผาแดง เดิมคงเป็นศาสนสถานเนื่องในศาสนาฮินดู หรือพุทธศาสนามหายาน ซึ่งตั้งอยู่นอกเมืองสุโขทัยยุคเริ่มแรก และเป็นโบราณสถานสมัยเดียวกันกับปราสาทวัดพายหลวง ลักษณะเป็นปราสาทศิลปะเขมรอย่างแท้จริง สร้างด้วยศิลาแลงขนาดใหญ่ ส่วนยอดของปราสาทพังทลายลงมาทั้งหมด สันนิษฐานว่าน่าจะเป็นเรือนชั้นซ้อนแบบปราสาทเขมรโดยทั่วไป และอาจเปรียบเทียบได้กับปราสาทวัดพระพายหลวงที่ยังเหลืออยู่ จากการขุดแต่งและบูรณะของกรมศิลปากรได้พบประติมากรรมลอยตัวรูปเทวดาและเทวสตรีจำนวน 6 องค์ ปัจจุบันจัดแสดงในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติรามคำแหง จังหวัดสุโขทัย จากการศึกษาทางศิลปกรรมอาจเปรียบเทียบได้กับทวารบาล เทวดา และเทวสตรีในศิลปะเขมรแบบบายน ซึ่งมีอายุในราวครึ่งแรกของพุทธศตวรรษที่ 18 ด้วยเหตุนี้โบราณสถานศาลตาผาแดงจึงควรมีอายุอยู่ในช่วงเวลานี้เช่นกัน

ภาพ 168 แสดงภาพด้านข้างของศาลตาผาแดงที่ก่อด้วยศิลาแลงทั้งหมด 1

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561



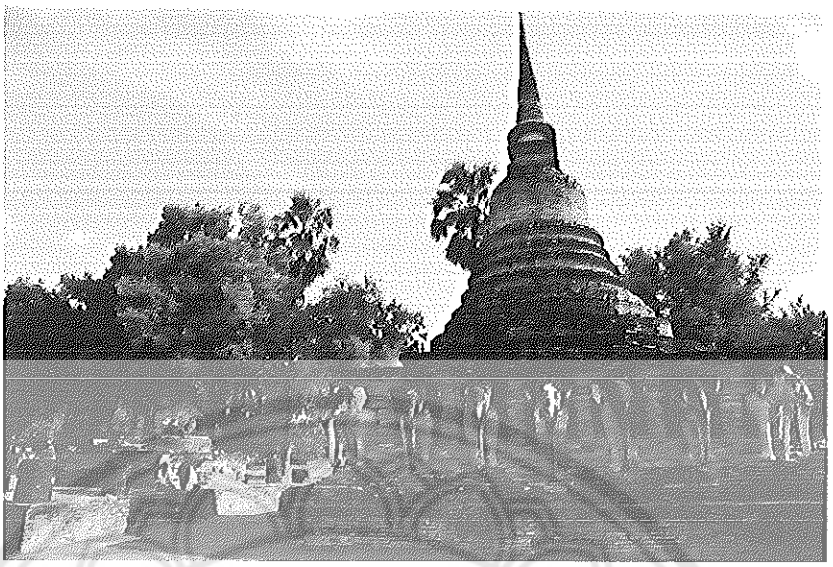
ภาพ 169 แสดงภาพด้านหลังของศาลตาผาแดงที่ก่อด้วยศิลาแลงทั้งหมด 2

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

วัดสรศักดิ์

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 21) ตั้งอยู่ในกำแพงเมืองด้านเหนือ มีศาลตาผาแดงอยู่ในทิศตะวันตกเยื้องไปทางทิศใต้ของวัด หลักฐานเกี่ยวกับวัดนี้ปรากฏอยู่ในศิลาจารึกวัดสรศักดิ์ว่า นายอิน ทรสรศักดิ์ ได้ขอพระราชทานที่ดินขนาด 15x30 วา ออกจากญาธรรมราชาเมืองสุโขทัยขณะนั้น เพื่อสร้างวัดถวาย ครั้น สร้างสำเร็จแล้วจึงให้นิมนต์พระมหาเถรธรรมไตรโลกฯ จากตำบลดาวขอน ผู้เป็นน้าของออกญาธรรมราชา เจ้าเมืองสุโขทัยให้มาจำพรรษาที่วัดนี้ด้วย ต่อมาเมื่อ พ.ศ.1959 สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 เจ้าสามพระยา ขณะที่ยังทรงพระเยาว์โดยเสด็จ มาบำเพ็ญพระราชกุศล พร้อมพระราชมารดา และพระมาตุจฉา (น้า) ที่เมืองสุโขทัย การเสด็จคราวนี้พระมาตุจฉาได้เสด็จเข้าพำนักยังพระตำหนักหัวสนามเก่า ด้านทิศตะวันตกติดกับวัดสรศักดิ์ ความในศิลาจารึกวัดสรศักดิ์ตอนนี้เอง ที่ช่วยชี้ตำแหน่งของพระตำหนัก หรือวังของเจ้านาย ตลอดถึงกษัตริย์ของสุโขทัยว่าควรจะอยู่ตรงบริเวณทิศตะวันตกของวัดสรศักดิ์เหนือศาลตาผาแดงนี่เอง และที่ปัจจุบันเป็นถนน จากวัดมหาธาตุ ผ่านศาลตาผาแดง ผ่านระหว่างวัดสรศักดิ์และพระตำหนักสู่ประตูศาลหลวง ด้านทิศเหนือนี้ คือ "สนาม" ที่กล่าวถึงในจารึกวัดสรศักดิ์ ลักษณะเด่นของวัดนี้คือ มีเจดีย์ทรงลังกาอีกแบบหนึ่งที่นิยมสร้างมาแต่ครั้งสมัยสุโขทัยแล้วคือเจดีย์ทรงกลมที่มีช้างล้อมรอบฐาน (ช้างแบกเจดีย์) ตามความเชื่อว่าช้างเป็นสัตว์พาหนะของพระเจ้าจักรพรรดิ ที่คู่ควรกับการเป็นพาหนะค้ำจุน พระพุทธศาสนาให้ยังยืนตลอด 5,000 ปี

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 79-80) วัดสรศักดิ์ วัดนี้เป็นโบราณสถานขนาดเล็ก ตั้งอยู่ทางด้านทิศเหนือของวัดมหาธาตุประกอบด้วยเจดีย์ช้างล้อม และวิหารพบประวัติการก่อสร้างปรากฏใน ศิลาจารึกหลักที่ 49 กล่าวว่า นายอินทสรศักดิ์ได้มีจิตศรัทธาสร้างพระอาราม และพระเจดีย์แห่งนี้ขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1955 เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระมหาธรรมราชาที่ 2 จารึกหลักนี้ยังกล่าวว่า นายอินทสรศักดิ์ได้ขอที่ดิน จาก "ออกญาธรรมราชา" เจ้าเมืองสุโขทัยเพื่อใช้ในการสร้างวัดแห่งนี้ ทั้งนี้ระยะเวลาที่สร้างวัดสรศักดิ์เป็นช่วงเวลาที่สมเด็จพระนครินทราชาธิราช แห่งราชวงศ์สุพรรณภูมิครองราชย์ที่กรุงศรีอยุธยาแล้ว และหลักฐานจากจารึกวัดสรศักดิ์นี้ชี้ให้เห็นอย่างชัดจนว่า ในช่วงเวลานี้แคว้นสุโขทัยถูกผนวกเข้ากับอาณาจักรกรุงศรีอยุธยาอย่างเป็นทางการแล้ว เจดีย์วัดสรศักดิ์เป็นเจดีย์ช้างล้อม มีลักษณะโดยทั่วไปเหมือนกับเจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย แต่ที่ฐานมีช้างปูนปั้นประดับโดยรอบ สภาพของเจดีย์วัดสรศักดิ์ก่อนได้รับการบูรณะเหลือร่องรอยเพียงส่วนฐานล่างที่มีช้างล้อม กับชั้นหน้ากระดานกลมที่อยู่เหนือขึ้นไปเพียงสองชั้นเท่านั้น ต่อมากรมศิลปากรได้ทำการขุดแต่งและบูรณะเป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2508 และใน พ.ศ. 2526 ได้ทำการบูรณะต่อเติมส่วนบนเจดีย์องค์นี้จนมีความสมบูรณ์เต็มทั้งองค์ดังปรากฏในปัจจุบัน



ภาพ 170 แสดงทัศนียภาพและเจดีย์ทรงระฆังกลม ภายในวัดสรศักดิ์

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

ภาพ 171 แสดงลักษณะช้างที่ล้อมรอบฐานเจดีย์ (ช้างแบกเจดีย์) ภายในวัดสรศักดิ์

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

วัดตระพังทอง

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 19-20) ตั้งอยู่ภายในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ใกล้พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสุโขทัยมีสระน้ำขนาดใหญ่อยู่ภายในบริเวณวัด ที่เรียกว่าสระตระพังทอง เป็นสระน้ำที่เก็บน้ำไว้ใช้อุปโภคบริโภคมาแต่โบราณ บริเวณเกาะกลางสระน้ำ เป็นที่ตั้งของโบราณสถานสำคัญของวัดตระพังทอง อันประกอบไปด้วย มณฑปจัตุรมุข ตั้งอยู่ด้านหน้าเจดีย์ประธาน เป็นมณฑปขนาดเล็ก ภายในมณฑปประดิษฐาน รอยพระพุทธบาทเบื้องขวา จากหินสีเทาดำ สร้างขึ้นสมัย พระมหาธรรมราชาลิไทเมื่อปี พ.ศ. 1902 โดยทรงให้จำลองแบบจากศรีลังกา และได้นำไปประดิษฐานไว้ที่เขาพระบาทใหญ่ (เขาสุมนกูฏ) ปัจจุบันได้อัญเชิญมาประดิษฐานไว้ที่มณฑปจัตุรมุข ภายในรอยพระพุทธบาทนั้นจำหลักเป็นลายมงคลหนึ่งร้อยแปด และลายดอกจันโดยรอบ พระอุโบสถ ตั้งอยู่ด้านหลังเจดีย์ประธาน สร้างขึ้นด้วยการเรี่ยไรทรัพย์ชาวเมืองเพื่อสร้างพระอุโบสถ โดย พญาธรณชาญ (ครุฑ) เจ้าเมืองสุโขทัย ครั้งเมื่ออุปสมบทที่วัดแห่งนี้ พระอุโบสถก่ออิฐถือปูน ด้านหน้าเป็นมุขโถง ไม่มีเสาพาไลรองรับหลังคา หน้าบันไม้แบบลูกฟัก หลังคาทรงจั่วลด 2 ชั้น มีหางหงส์ปูนปั้นรูปมกร และใบเสมาหินชนวนคู่ตั้งอยู่รอบพระอุโบสถ ภายนอกก่อเป็นกำแพงแก้ว ภายในพระอุโบสถประดิษฐานด้วยพระพุทธรูปปูนปั้นสีขาวนามว่า หลวงพ่อขาว เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย เป็นเจดีย์ประธาน ตั้งอยู่ระหว่างพระอุโบสถและมณฑปจัตุรมุข เป็นเจดีย์ทรงระฆังสมัยสุโขทัย ฐานก่อด้วยหินศิลาแลง ส่วนบนก่อด้วยอิฐ เจดีย์ตั้งอยู่บนฐานบัวลูกแก้วอกไก่รูปสี่เหลี่ยม ส่วนบนเป็นฐานกลมลดหลั่นขึ้นไป ถึงชั้นบัวถลา ถัดขึ้นไปเป็นชั้นบัลลังก์ก้านฉัตร และปลียอด

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 75) วัดตระพังทองตั้งอยู่ด้านทิศตะวันออกของเมือง ตัววัดตั้งอยู่บนเกาะกลางตระพังขนาดใหญ่ มีขนาดกว้างและยาวด้านละ 200 เมตร ปัจจุบันเป็นวัดที่มีพระสงฆ์จำพรรษา โบราณสถานของวัดตระพังทองประกอบด้วย เจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัยหรือเจดีย์ทรงกลมแบบลังกา ฐานเป็นศิลาแลงและตอนบนก่ออิฐส่วนที่น่าสนใจของเจดีย์องค์นี้อยู่ที่ฐาน ซึ่งทำเป็นฐานบัวลูกฟักศิลาแลงอันเป็นฐานตั้งเดิม เป็นตัวอย่างของฐานเจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัย และเป็นหลักฐานสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความนิยมที่สืบต่อมาจากวัฒนธรรมเขมรได้เป็นอย่างดี ด้านทิศตะวันตกเป็นอุโบสถที่สร้างขึ้นใหม่ ส่วนทิศตะวันออกของเจดีย์มีมณฑปที่ประดิษฐานรอยพระพุทธบาท ซึ่งย้ายมาจากวัดเขาพระบาทใหญ่ สันนิษฐานว่าเป็นรอยพระพุทธบาทของเมืองสุโขทัยที่สร้างขึ้นในสมัยพระมหาธรรมราชาลิไท ตามที่ปรากฏข้อความใน ศิลาจารึกหลักที่ 3 (จารึกนครชุม) ที่กล่าวถึงพระมหาธรรมราชาลิไทโปรดให้ช่างไปจำลองรอยพระพุทธบาทจากยอดเขาสุมนกูฏในประเทศศรีลังกา และนำมาประดิษฐานประจำเมืองสำคัญต่าง ๆ ของอาณาจักรสุโขทัย คือ สุโขทัย ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร และพิษณุโลก

ภาพ 172 แสดงทัศนียภาพของวัดตระพังทอง ประกอบด้วย อุโบสถ เจดีย์ทรงระฆังกลม และมณฑป

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

ภาพ 173 แสดงทัศนียภาพวัดตระพังทอง และสะพานเดินข้ามสระน้ำไปมณฑปจัตุรมุข ที่ด้านในมีรอยพุทธบาทเบื้องขวาจากหินฉนวน

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

วัดพระพายหลวง

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 22-23) ตั้งอยู่ใกล้ ๆ ประตูเมืองด้านเหนือและอยู่ขนาบกำแพงเมืองชั้นนอกจัดเป็นโบราณสถานที่เก่าแก่และมีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์สุโขทัยอีกแห่งหนึ่ง พอมีสิ่งก่อสร้างในรูปแบบสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมตั้งแต่ยุคเริ่มแรกของเมืองสุโขทัยและก่อสร้างเพิ่มเติมสืบต่อกันมาจนถึงสมัยสุโขทัยตอนปลาย กลุ่มโบราณสถานตั้งอยู่ตรงกลางในพื้นที่ที่มีคูน้ำล้อมรอบคูน้ำแต่ละด้านมีความยาวประมาณ 600 เมตรโบราณสถานที่เก่าแก่ที่สุดในวัดเป็นปราสาท 3 องค์ปัจจุบันพังทลายลงเหลือเพียง 2 ฐานองค์และสมบูรณ์แบบเพียงองค์ด้านทิศเหนือนั้นมีลักษณะของปราสาทและลวดลายปูนปั้นประดับเล่าเรื่องตามพุทธประวัติเหมือนกับปราสาทที่วัดพระศรีรัตนมหาธาตุลพบุรีแต่ที่ปราสาทปาลิไลย์ก็ในเมืองพระนครหลวงของเขมรเป็นเครื่องยืนยันว่าในราวพุทธศตวรรษที่ 18 ชุมชนสุโขทัยวัฒนธรรมร่วมกับเขมรในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 และมีความเกี่ยวข้องกับเมืองละโว้ลพบุรีเมืองใหญ่ที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมเขมรในลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ถัดจากประสาทไปทางตะวันออกทางนอกจากจะมีวิหารแล้วยังมีเจดีย์ทรงเหลี่ยมปิระมิดประดับทุก ๆ ด้านด้วยซุ้มพระพุทธรูปลดหลั่นเป็นชั้น ๆ ขึ้นไปเหมือนกับเจดีย์กู่กุดจังหวัดลำพูน ที่เจดีย์นี้มีหลักฐานการก่อสร้างซับซ้อนกันมาหลายสมัยเช่นมีพระพุทธรูปในซุ้มเป็นแบบหมวดวัดตระกวนอยู่ภายในที่ถูกปิดและซ้อนทับอยู่ด้วยพระพุทธรูปสุโขทัยหัวใจอันเป็นที่รู้จักกันทั่วไปเป็นต้น ทางด้านตะวันออกสุดของกลุ่มโบราณสถานเป็นมณฑปประดิษฐานพระพุทธรูปสี่อิริยาบถ ได้แก่ นั่ง นอน ยืนและเดิน ซึ่งเข้าใจว่าน่าจะสร้างในสมัยหลังที่สุดในบรรดาโบราณสถานที่กล่าวมาแล้ว คือในสมัยสุโขทัยตอนปลาย

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 55-59) วัดพระพายหลวงเป็นโบราณสถานตั้งอยู่นอกเมืองสุโขทัยรุ่นหลัง ทางด้านทิศเหนือประมาณ 1 กิโลเมตร ที่นี่คือศาสนสถานที่เป็นศูนย์กลางของเมืองสุโขทัยยุคแรก มีคูน้ำหรือคูเมืองรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าล้อมรอบ แต่ละด้านมีความยาวประมาณ 600 เมตร เรียกว่า คูแม่โจน วัดพระพายหลวงเป็นโบราณสถานขนาดใหญ่ที่มีมาตั้งแต่ยุคเริ่มแรกของเมืองสุโขทัย สืบต่อกันมาจนถึงสมัยสุโขทัยตอนปลาย ศาสนสถานแห่งนี้มีระบบผังแบบวัฒนธรรมเขมร กล่าวคือ มีศาสนสถานตั้งอยู่กึ่งกลาง มีคูน้ำล้อมรอบชั้นใน และมีสระน้ำล้อมรอบชั้นนอกอีกชั้นหนึ่ง นอกจากนี้ด้านทิศตะวันออกยังมีบารายขนาดใหญ่ ซึ่งน่าจะเป็นแหล่งน้ำสำหรับชุมชนโบราณสถานของวัดพระพายหลวงประกอบด้วย ปราสาทสามองค์ เป็นประธานของวัดด้านหลังของปราสาทเป็นฐานอุโบสถ และด้านหน้าของปราสาทเป็นฐานของวิหารห้าห้อง ถัดจากวิหารห้าห้องมาทางด้านหน้าเป็นเจดีย์สี่เหลี่ยมยอดหักก่อด้วยอิฐ มีระเบียงคดโดยรอบ และมณฑปก่อด้วยอิฐ มีพระพุทธรูปปูนปั้นเป็นพระพุทธรูปลีลา และพระพุทธรูปยืนรวม 5 องค์ ด้านหน้ามณฑปเป็นฐานวิหารที่ประดิษฐานพระพุทธรูปนอนซึ่งชำรุดเหลือแต่ฐาน นอกจากนี้ยังมีฐานวิหาร

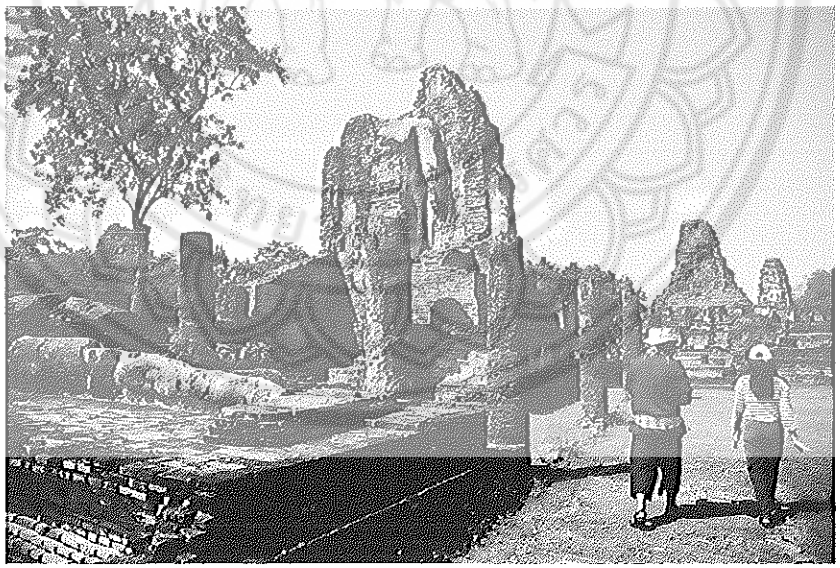
น้อย และเจดีย์รายแบบต่าง ๆ ประมาณ 30 องค์ ตั้งเรียงรายอยู่ภายในบริเวณวัด โบราณสถานสำคัญ และน่าสนใจของวัดพระพายหลวง คือ ปราสาทสามองค์ และเจดีย์สี่เหลี่ยม ซึ่งมีรายละเอียดและผลการศึกษาดังนี้

ปราสาทสามองค์ก่อด้วยศิลาแลง ตั้งเรียงกันในแนวทิศเหนือ-ใต้ ปราสาทองค์กลางและด้านทิศใต้พังทลายเหลือแต่ฐาน มีเพียงปราสาทด้านทิศเหนือองค์เดียวที่ยังสามารถศึกษาได้ลักษณะของปราสาทแสดงให้เห็นถึงรูปแบบ และเทคนิคการก่อสร้างในศิลปะเขมรแบบบายน จากรายงานการขุดแต่ง และบูรณะของกรมศิลปากรเมื่อ พ.ศ. 2498 กล่าวถึงปราสาทสามองค์นี้ว่าแต่เดิมคงเป็นเทวสถานในศาสนาฮินดู เพราะได้พบชิ้นส่วนของเทวรูป และฐานศิวลึงค์ภายหลังคงแปลงให้เป็นวัดในพระพุทธศาสนาแบบมหายาน ทั้งนี้ได้พบพระพุทธรูปสลักหินปางสมาธิประทับอยู่ภายในซุ้ม และเศษพระพุทธรูปนาคปรกที่ปราสาทองค์กลาง และบริเวณด้านหน้าวิหารพบพระพุทธรูปองค์ใหญ่ปางสมาธิ สลักจากศิลา สภาพชำรุดเหลือแต่ส่วนล่างของพระองค์ ลักษณะเหมือนกับพระพุทธรูปฉลองพระองค์ที่พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 (พ.ศ. 1700-1750) ทรงสร้างขึ้น และนำไปประดิษฐานตามเมืองต่าง ๆ ภายหลังขอมเสื่อมอำนาจ ราชวงศ์พระร่วงขึ้นปกครองเมือง พระพุทธศาสนาแบบหินยานเจริญขึ้นในสุโขทัย คงดัดแปลงสิ่งต่าง ๆ ตามคตินิยมแบบหินยาน เช่น ที่พบการก่อสร้างพระพุทธรูปปูนปั้นสมัยสุโขทัยภายในปราสาทองค์กลางหัน พระพักตร์ไปทางทิศตะวันตก และพบเศียรพระพุทธรูป พระกรปูนปั้นสมัยเชียงแสนในพระอุระของพระพุทธรูปปูนปั้นที่ผุยุ่ย ไม่สามารถรักษาไว้ได้จึงจำเป็นรื้อออก

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาลวดลายปูนปั้นประดับหน้าบันปราสาทด้านทิศเหนือ เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับพุทธประวัติ คือ ด้านทิศใต้เป็นตอนมหาภิเนษกรมณ์ ด้านทิศตะวันตกเป็นตอนตรัสรู้ และด้านทิศเหนือเป็นตอนมารผจญลักษณะลวดลายแสดงว่ามีฝีมือช่างท้องถิ่นปะปนอยู่บางแห่งแสดงว่าอาจมีการบูรณะ หรือปั้นใหม่ขึ้นภายหลัง สำหรับอายุการก่อสร้างปราสาทสามองค์ พิจารณาจากลักษณะรูปแบบของฐาน และเรือนธาตุเป็นรูปแบบร่วมลักษณะศิลปะเขมรแบบบายน โดยปราสาทด้านทิศเหนือมีลักษณะบางประการแตกต่างไปจากปราสาทเขมรแบบบายน ดังเช่น หลังคาสูง ลวดลายปูนปั้นประดับหน้าบัน และกลีบขนุน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ปราสาทด้านทิศเหนือน่าจะสร้างขึ้นในช่วงเวลาที่ชาวไทยได้เข้ามาปกครองสุโขทัย และอาจเป็นไปได้ว่าปราสาทที่วัดพระพายหลวงน่าจะสร้างขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 1780 ภายใต้การปกครอง ของพญาศรีนาวนำถุม ผู้ปกครองกรุงสุโขทัย

โบราณสถานสำคัญ และน่าสนใจอีกแห่งหนึ่งของวัดพระพายหลวง คือเจดีย์สี่เหลี่ยม ซึ่งเป็นเจดีย์ยอดหักก่อด้วยอิฐ มีลักษณะเป็นเจดีย์สี่เหลี่ยมที่มีเรือนธาตุซ้อนกันหลายชั้น แต่ละชั้น

มีพระพุทธรูปปูนปั้นประทับนั่งลดหลั่นอยู่ภายในซุ้มจระนำทั้งสี่ด้าน จัดเป็นเจดีย์ทรงปราสาทยอดอยู่ในผังสี่เหลี่ยม ซึ่งเป็นรูปแบบเจดีย์ศิลปะหริภุญไชย เช่นเดียวกับที่เจดีย์กู่กุด วัดจามเทวี จังหวัดลำพูน ศาสตราจารย์ฌอง บวสเซอลิเยร์ นักโบราณคดีชาวฝรั่งเศส สันนิษฐานว่าพระเจดีย์องค์นี้คงสร้าง และซ่อมเป็น 3 ระยะ เจดีย์องค์ในที่ถูกสร้างครอบทับ แลเห็นพระพุทธรูปนั่งอยู่ 3 ตอน ลักษณะพระพุทธรูปเป็นแบบเชียงแสนมีทั้งทำสังฆาฏิสั้นและยาว การพอกทับชั้นที่ 2 ตอนกลางเจดีย์เป็นพระพุทธรูปปูนปั้นประทับนั่งภายในซุ้มอยู่กลางเจดีย์ทั้งสี่ด้าน พอกทับชั้นที่ 3 แลเห็นซุ้มพระอยู่เสมอพื้นทั้งสี่ด้าน ตอนบนขึ้นไปชำรุดหมด แสดงว่าเจดีย์องค์นี้คงสร้างช่วงที่ขอมมีอำนาจอยู่ ก่อน พ.ศ. 1700-1750 แล้วต่อมาถูกซ่อมเป็นตอน ๆ จนถึงสมัยราชวงศ์สุโขทัยมีอำนาจ และได้รับอิทธิพลศิลปะเชียงแสนภายหลังมีการซ่อมทับอีก แสดงว่าวัดนี้เป็นวัดที่สำคัญมาตลอดสมัยสุโขทัย สรุปความสำคัญของเจดีย์สี่เหลี่ยมนี้ได้ว่า พบประติมากรรมปูนปั้นพระพุทธรูป และเทวดาที่จัดอยู่ในศิลปะสุโขทัยระยะแรก (ครึ่งแรกพุทธศตวรรษที่ 19) และสุโขทัยในสมัยพุทธศตวรรษที่ 19 ลงมา โดยมีข้อสังเกตคือ พระพุทธรูปและเทวดาในระยะแรกมีพระพักตร์กลม พระพุทธรูปมีชายสังฆาฏิสั้น ส่วนพระพุทธรูปและเทวดาในรุ่นหลังมีพระพักตร์รูปไข่ พระพุทธรูปมีชายสังฆาฏิยาว



ภาพ 174 แสดงทัศนียภาพภายในวัดพระพายหลวง มีพระพุทธรูปสี่อิริยาบถ วิหาร เจดีย์และปรางค์ 3 องค์ ซึ่งปัจจุบันเหลือแค่องค์เดียว

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

ภาพ 175 แสดงปรางค์ 3 องค์ ที่ปัจจุบันเหลือแค่องค์เดียว ภายในวัดพระพายหลวง

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

วัดศรีชุม

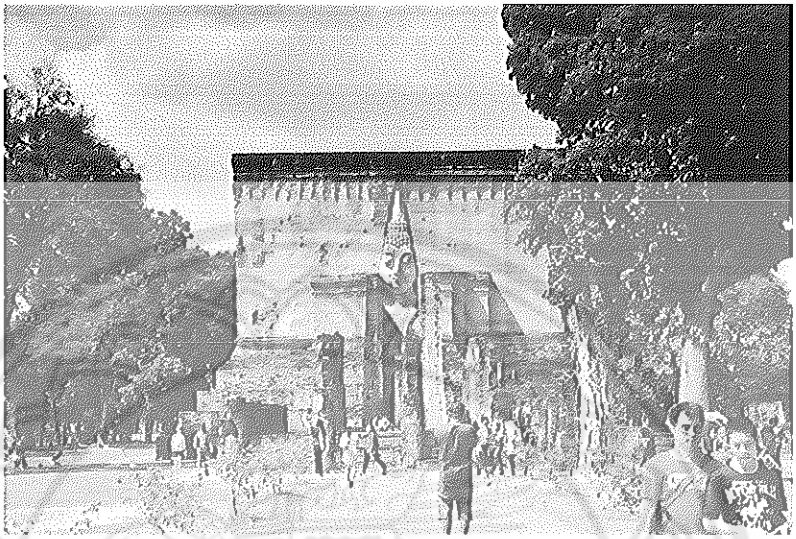
สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 23-24) อยู่นอกกำแพงเมืองตรงมุมตะวันตกเฉียงเหนือพอดี สิ่งที่สำคัญที่ปรากฏอยู่โดดเด่นได้แก่อาคารที่ภายในประดิษฐานพระพุทธรูปนั่งขนาดใหญ่เต็มพื้นที่มีขนาดหน้าตักกว้างประมาณ 11.30 เมตร ซึ่งเชื่อกันว่าชื่อพระพุทธรูปเรียกตามที่ปรากฏในศิลาจารึกหลักที่ 1 ว่าพระอจนะ มีความหมายว่าผู้ไม่หวั่นไหว สร้างเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย ซึ่ง "มุทรา"หรือท่วงท่าการวางพระหัตถ์ที่นำมาใช้กับพระพุทธรูปปางมารวิชัยนี้ ตำรับชาวอินเดียให้ความหมายว่าความแน่วแน่ไม่หวั่นไหวพระพุทธรูปองค์ที่เห็นในปัจจุบันนี้ได้บูรณะปฏิสังขรณ์ ใหม่ราว พ.ศ. 2496 ถึง 2497 อาคารที่ประดิษฐานพระพุทธรูปขนาดใหญ่ประทับนั่งเต็มพื้นที่ภายในเช่นนี้พบหลายแห่งทั้งในเมืองเมืองสุโขทัย ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร เป็นอาคารที่ก่ออิฐคลุมส่วนบนที่เป็นตั้งค่าซึ่งแสดงว่าเป็นอาคารที่มีระดับศักดิ์สูง สำหรับที่นี่ หมายถึง พระคันธกุฏิหรือกุฏิส่วนพระองค์ของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าเชื่อมต่อกับด้านหน้าเป็นวิหารมีหลังคาเครื่องไม้มุงกระเบื้องอันมีระดับศักดิ์ต่ำกว่า สำหรับเป็นสถานที่ให้สาธุชนใช้เป็นที่นมัสการองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าที่ประทับอยู่ในพระคันธกุฏิ คำว่า "ศรี" มาจากคำเดียวพื้นเมืองของเดิมของไทยว่า สะหลี ซึ่งหมายถึงต้นโพธิ์แต่ในหนังสือพระราชพงศาวดารกรุงศรีอยุธยาที่เขียนในสมัยอยุธยาตอนปลายไม่เข้าใจความหมายนี้แล้ว จึงเรียกสถานที่นี้ว่า ฤาษีชุม ในตอนที่กล่าวถึงสถานที่ที่พระนเรศวรมาประชุมกันอยู่ที่นั่นก่อนที่จะยกทัพไปปราบเมืองสวรรค

โลกอันเป็นต้นตอของตำนานเรื่องพระ (อจนะ) พูดได้ที่เล่าขานกันมา วัดศรีชุมมีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์สุโขทัยอีก ในช่องผนังของมณฑปได้ค้นพบศิลาจารึกหลักที่ 2 เรียกว่า จารึกวัดศรีชุม ที่เล่าเรื่องราวของการก่อตั้งราชวงศ์สุโขทัยของคนไทยกลุ่มหนึ่ง และที่เพดานของช่องผนังดังกล่าวมีภาพจิตรกรรมลายเส้นเป็นภาพเล่าเรื่องพระพุทธเจ้าในชาติต่าง ๆ ที่เรียกว่า ชาดก บางภาพมีลักษณะทางศิลปกรรมคล้ายกับศิลปะลังกาโดยมีอักษรสมัยสุโขทัยกำกับบอกเรื่องราวชาดกไว้ที่ภาพแต่ละภาพด้วย

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 81) วัดศรีชุมตั้งอยู่นอกกำแพงเมืองสุโขทัยยุคหลังทางด้านทิศเหนือ เป็นวัดขนาดใหญ่ อยู่ห่างจากมุมกำแพงด้านทิศตะวันตกเฉียงประมาณ 500 เมตร เป็นวัดที่มีคูน้ำล้อมรอบในผังรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีโบราณสถานภายในประกอบด้วยมณฑปขนาดใหญ่เป็นประธาน ภายในประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้นขนาดใหญ่ ปางมารวิชัย ขนาดหน้าตักกว้างประมาณ 11.30 เมตร เชื่อกันว่าคือ "พระอจนะ" ที่ปรากฏใน ศิลาจารึหลักที่ 1 ด้านหน้าเป็นฐานของวิหารขนาดหกห้อง มีผนังก่ออิฐเจาะช่องเป็นรูปกากบาท ด้านเหนือมีวิหารขนาดย่อมอีกหนึ่งหลัง มีมณฑปขนาดเล็กที่มีพระพุทธรูปอยู่ภายใน และเจดีย์รายอีก 56 องค์ กรมศิลปากรได้ขุดแต่งและบูรณะในระหว่าง พ.ศ. 2496-2499 มณฑปวัดศรีชุมเป็นมณฑปที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในบรรดามณฑปที่พบในสมัยสุโขทัย มีลักษณะพิเศษ คือ การทำผนังอาคารเป็นสองชั้นสำหรับเป็นอุโมงค์เดินเข้าไปภายใน และเดินขึ้นไปถึงชั้นหลังคาได้ ชั้นหลังคาของมณฑปน่าจะเป็นเครื่องไม้มุงกระเบื้อง ทำเป็นหลังคาลดชั้น

หลักฐานสำคัญที่พบภายในมณฑปวัดศรีชุมได้แก่ ศิลาจารึกหลักที่ 2 ของพระมหาเถรศรีศรัทธาราชจุฬามุนี ซึ่งเป็นจารึกสำคัญที่กล่าวถึงลำดับกษัตริย์และศาสนาในสมัยสุโขทัย ศิลาจารึกหลักนี้พลโทพระยาสโมสรสรรพกรเป็นผู้พบในอุโมงค์วัดศรีชุม และที่เพดานของอุโมงค์มณฑป วัดศรีชุม มีภาพจิตรกรรมที่จารบนแผ่นหิน เป็นภาพลายเส้นเล่าเรื่องชาดก มีอักษรสุโขทัยกำกับบอกเรื่องของแต่ละภาพด้วย ทางด้านศิลปกรรมลายเส้นจารึกบนแผ่นหินภาพชาดกนี้เปรียบเทียบกับภาพสลักบนรอยพระพุทธบาท โดยเชื่อมโยงกับหลักฐานที่กล่าวถึงในศิลาจารึกหลักที่ 3 ที่สร้างขึ้นในสมัยพระมหาธรรมราชาลิไทเปรียบเทียบกับอายุภาพจิตรกรรมฝาผนังที่วัดเจดีย์เจ็ดแถว เทวรูปสมัยสุโขทัย รวมทั้งเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่กล่าวถึงพระมหาเถรศรีศรัทธาราชจุฬามุนีเสด็จกลับจากลังกา ทำให้สามารถกำหนดอายุวัดศรีชุมว่าน่าจะสร้างขึ้นในราวปลายพุทธศตวรรษที่ 19 อย่างไรก็ดีมีอีกความเห็นหนึ่งเสนอว่า ศิลาจารึกหลักที่ 2 และภาพลายเส้นชาดกคงต้องสร้างขึ้นในคราวเดียวกัน ดังนั้น มณฑปวัดศรีชุมจึงน่าจะเป็นงานที่สร้างขึ้น

ในช่วงครึ่งแรกของพุทธศตวรรษที่ 2 แล้ว ดังนั้น "พระอจนะ" ของวัดศรีชุมจึงไม่น่าจะเป็น พระอจนะที่ถูกกล่าวถึงในศิลาจารึกหลักที่ 1



ภาพ 176 แสดงด้านหน้าของวัดศรีชุม อาคารภายในประดิษฐานพระพุทธรูปนั่งขนาดใหญ่ ลักษณะอาคารเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

ภาพ 177 แสดงพระพักตร์พระพุทธรูปปางมารวิชัย (ตำนานพระพูดได้) ภายในวัดศรีชุม

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

วัดเชตุพน

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 29-31) ลักษณะโดดเด่นของโบราณสถานแห่งนี้เป็นพระพุทธรูปสี่อิริยาบท (นั่ง นอน ยืน เดิน) ขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถมองเห็นได้แต่ไกล โดยสร้างอยู่ภายในมณฑปจตุรมุข องค์พระพุทธรูปปั้นโดยรอบผนังอิฐซึ่งทำหน้าที่เป็นแกนรองรับหลังคาอันเป็นลักษณะที่พัฒนามาจากสถาปัตยกรรมของพม่าในเมืองพุกาม ถัดไปทางด้านตะวันตกของมณฑปจตุรมุขนี้มีมณฑปย่อมุมไม้ยี่สิบขนาดเล็กมีหลังคาก่อซ้อนกันเป็นเสา และใช้หินชนวนขนาดใหญ่ทำเป็นเพดาน ยังปรากฏร่องรอยของพระพุทธรูปประทับนั่งปางมารวิชัยแต่ชำรุดมากแล้ว ที่ผนังด้านนอกมีลายเขียนสีดำ แสดงลักษณะลายแบบที่ปรากฏบนเครื่องถ้วยจีนเป็นลายพันธุ์พฤกษา วัดเชตุพนยังมีสิ่งที่น่าดูอีกอย่างหนึ่งก็คือ กำแพงแก้วที่ล้อมมณฑปจตุรมุขนี้สร้างจากหินชนวนที่มีขนาดใหญ่และหนา โดยมีการสกัดและบากหินเพื่อทำเป็นกรอบและขื่กรงเลียนแบบเครื่องไม้ ถัดจากมณฑปจตุรมุขและมณฑปย่อมุมไปทางตะวันตก มีลานก่ออิฐสูงราว 1 เมตร ใช้เป็นที่ปลูกต้นพระศรีมหาโพธิ์ ไม่ปรากฏหลักฐานว่าวัดนี้สร้างในสมัยใด เชื่อว่าในสมัยพ่อขุนรามคำแหงคงยังไม่สร้างขึ้น จารึกวัดสรศักดิ์ กล่าวถึงเหตุการณ์เมื่อกลางพุทธศตวรรษที่ 20 ว่าเมื่อพระมหาเถรธรรมไตรโลกฯ มีศักดิ์เป็นน้าของพระมหาธรรมราชาเจ้าเมืองสุโขทัยพระองค์หนึ่ง มาจำพรรษาอยู่ที่วัดสรศักดิ์ได้ร่วมชุมนุมกับพระวัดเชตุพน พิจารณาการสร้างเจดีย์ช้างรอบและศาสนสถานอื่น ๆ ที่วัดสรศักดิ์ จากข้อความที่ระบุชื่อวัดเชตุพนในศิลาจารึกหลักนี้ ประกอบกับรูปแบบทางศิลปกรรมของที่นี่แสดงให้เห็นว่า วัดเชตุพนคงเป็นวัดที่มีความสำคัญ และเจริญรุ่งเรืองในช่วงสุโขทัยตอนปลาย นอกจากนี้ยังได้พบจารึกที่วัดเชตุพน กล่าวถึงเจ้าธรรมรังษีซึ่งบวชได้ 22 พรรษา มีจิตศรัทธาสร้างพระพุทธรูปขึ้นใน พ.ศ. 2057

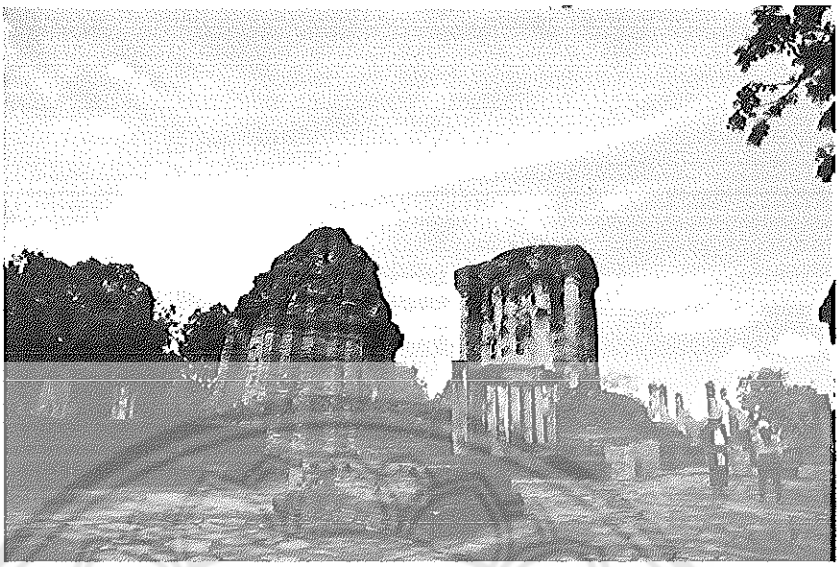
สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 90-92) วัดเชตุพน ศาสนสถานแห่งนี้เป็นวัดขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่นอกกำแพงเมืองสุโขทัยทางทิศใต้ โดยกลุ่มโบราณสถานสำคัญจะตั้งอยู่ภายในคูน้ำรูปสี่เหลี่ยม แต่มีอุโบสถตั้งอยู่นอกคูน้ำออกมาทางทิศใต้ ตัววัดมีขนาดใหญ่ แบ่งพื้นที่ออกเป็นสองส่วน คือ ส่วนพุทธาวาสและสังฆาวาส ซึ่งส่วนพุทธาวาสมีคูน้ำล้อมรอบภายในอีกชั้นหนึ่ง แผนผังประกอบด้วย วิหารทางด้านหน้า มณฑปพระสี่อิริยาบถ มีกำแพงหินชนวนล้อมรอบ และมีกำแพงเตี้ย ๆ อีกชั้นหนึ่งล้อมรอบมณฑปขนาดเล็กย่อมุมเอาไว้ ด้านหลังมณฑปเป็นอาคารโล่ง

โบราณสถานสำคัญที่เป็นประธานของวัดนี้ คือ วิหาร หรือมณฑปพระสี่อิริยาบถ เป็นอาคารจัตุรมุข มีพระพุทธรูปสี่อิริยาบถอยู่ทั้งสี่ด้านในลักษณะหันพระปฤษฎางค์ (หลัง) ชนกันรอบแกนหลักภายในอาคาร ปัจจุบันส่วนเครื่องหลังคาพังลงหมดแล้ว มณฑปพระสี่อิริยาบถประกอบด้วย พระพุทธรูปลีลาอยู่ทางทิศตะวันออก พระพุทธรูปยืนปางประทานอภัยอยู่ทิศตะวันตก พระพุทธรูปนั่งปางมารวิชัยอยู่ด้านทิศเหนือ และพระพุทธรูปนอนไสยาสน์อยู่ด้านทิศใต้

ด้านทิศตะวันออกของมณฑปพระสี่อิริยาบถเป็นวิหารขนาดหกห้อง และทางด้านทิศใต้มีเจดีย์ทรงมณฑปขนาดย่อม ภายในมีร่องรอยของพระพุทธรูปปูนปั้น และมีเจดีย์รายโดยรอบ กรมศิลปากรเริ่มดำเนินการชุดแต่งโบราณสถานตั้งแต่ พ.ศ. 2497 แต่ยังไม่แล้วเสร็จ และมาดำเนินงานต่อเมื่อ พ.ศ. 2512 เมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระมกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงดำรงตำแหน่งสมเด็จพระบรมโอรสาธิราช เจ้าฟ้ามหาวชิราวุธมกุฎราชกุมาร ได้เสด็จประพาสเมืองเก่าสุโขทัยเมื่อ พ.ศ. 2450 ทรงพระราชนิพนธ์ เที่ยวเมืองพระร่วง ทรงกล่าวถึงวัดเชตุพนแห่งนี้ว่า เป็นวัดที่มีขนาดใหญ่มาก ทำไมจึงมาอยู่นอกเมือง หรือแต่เดิมศูนย์กลางของเมืองนั้นอาจจะอยู่บริเวณนี้มาก่อนได้หรือไม่ แต่ก็ทรงเห็นว่าชื่อเชตุพนนั้นเป็นวัดป่า ก็ควรจะสร้างอยู่นอกเมืองตามแบบวัดเชตุพนที่สร้างอยู่นอกกรุงสาวัตถี และอาจจะเป็นวัดสำคัญในเขตอรัญญิกก็เป็นได้

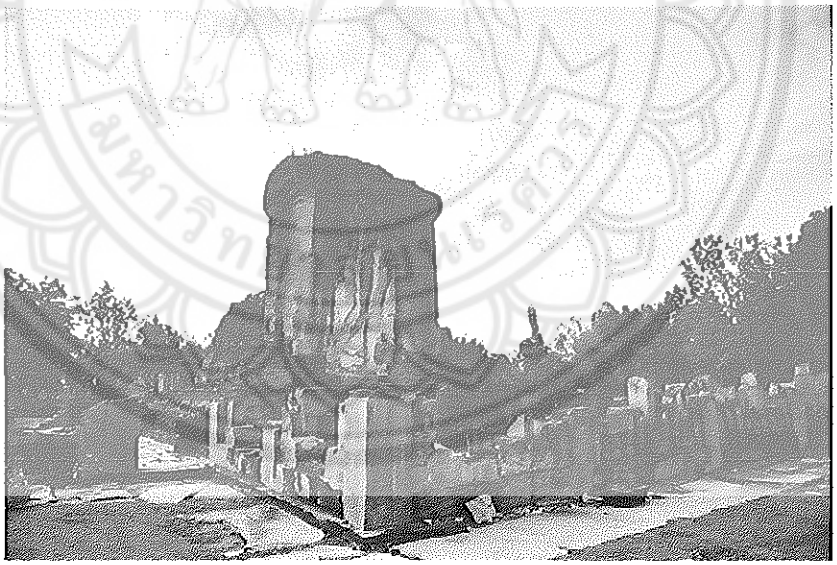
อย่างไรก็ดีวัดเชตุพนมีชื่อปรากฏใน ศิลาจารึกหลักที่ 49 (จารึกวัดสรศักดิ์ พ.ศ. 1960) ซึ่งเกล่าถึงการฉลองวัดสรศักดิ์ มีการอาราธนาพระภิกษุจากวัดเชตุพนมาทางเรือ จึงกล่าวได้ว่าวัดเชตุพนมีมาก่อนวัดสรศักดิ์

สำหรับการกำหนดอายุอาคารมณฑปพระสี่อิริยาบถ วัดเชตุพน น่าจะเกิดขึ้นไม่เก่าไปกว่าวิหารพระนอนและพระยืนที่วัดพระพายหลวง โดยวิหารพระนอนวัดพระพายหลวงนั้นตามระเบียบของแผนผังสร้างอยู่หน้าสุด คงสร้างขึ้นหลังเจดีย์สี่เหลี่ยม น่าจะอยู่ในสมัยสุโขทัยแล้ว รวมทั้งพระพุทธรูปลีลานั้นน่าจะเริ่มต้นขึ้นในราวกลางพุทธศตวรรษที่ 19 ดังนั้นวิหารที่วัดพระพายหลวงน่าจะสร้างขึ้นในช่วงระยะเวลานี้ ส่วนวัดเชตุพนที่มีวิวัฒนาการไปแล้วคงสร้างขึ้นภายหลัง อาจอยู่ในช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 20 และหากวัดนี้เป็นวัดเชตุพนจริงตามที่กล่าวไว้ใน ศิลาจารึกวัดสรศักดิ์ แสดงให้เห็นว่าย่อมมีมาก่อน พ.ศ. 1960 ส่วนวัดพระสี่อิริยาบถ เมืองกำแพงเพชร น่าจะสร้างหลังจากวัดเชตุพนไม่นานนัก



ภาพ 178 แสดงทัศนียภาพภายในวัดเชตุพน ที่มองเห็น มณฑปย่อมุม และมณฑปจัตุรมุข

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561



ภาพ 179 แสดงส่วนมณฑปจัตุรมุขที่มีกำแพงแก้วสลักหินฉนวนล้อมรอบ ภายในวัดเชตุพน

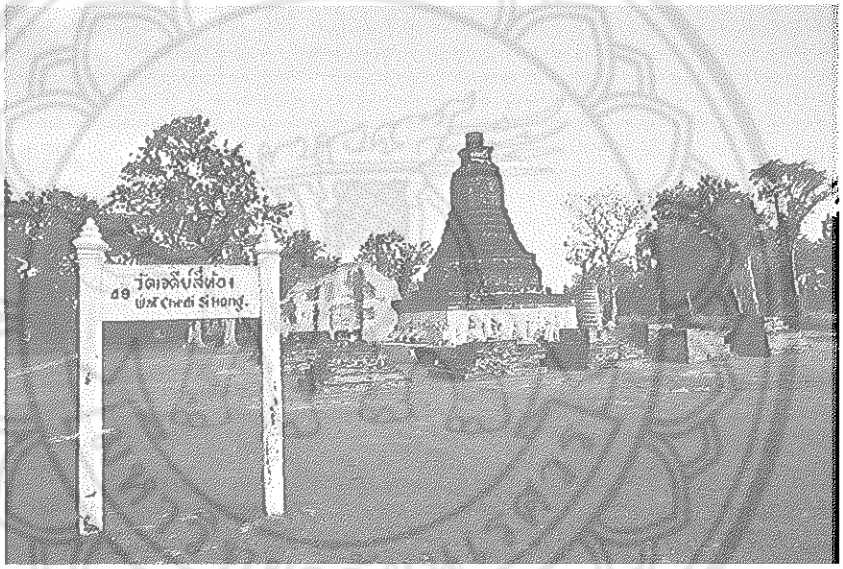
ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

วัดเจดีย์สี่ห้อง

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 31) ตั้งอยู่ทางตะวันออกของวัดเชตุพน ห่างกันประมาณ 100 เมตร นอกจากวิหาร เจดีย์ประธาน และเจดีย์รายต่าง ๆ แล้ว สิ่งที่สำคัญของวัดคือ ที่ฐานเจดีย์ประธานมีภาพปูนปั้นประดับอยู่โดยรอบ ปั้นเป็นรูปบุคคล รูปบุรุษและสตรี สวมอาภรณ์และเครื่องประดับต่าง ๆ กัน ในมือถือภาชนะมีพันธุ์พฤกษางอกโผล่พ้นออกมาแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ ความเจริญงอกงาม ภาชนะนี้เรียกว่า หม้อปูรณฆฏะ นอกนั้นก็มีปูนปั้นรูปช้างและสิงห์ประดับ รูปบุคคลที่กล่าวนี้อาจหมายถึงมนุษย์นาค ซึ่งถือว่าเป็นเทพอยู่ในโลกบาดาลตามแบบอย่างคติที่นิยมในลังกา องค์เจดีย์ประธานที่ได้รับการบูรณะมาแล้วหลายสมัยนั้น เป็นทรงระฆังกลม ส่วนยอดของเจดีย์ได้พังทลายลง คงปรากฏส่วนปล้องไฉนตกอยู่ที่ฐานเจดีย์

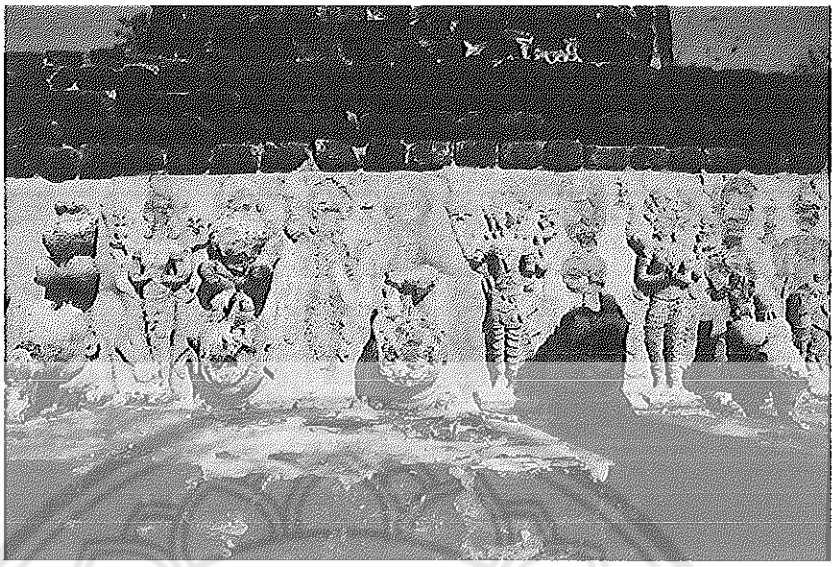
สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 92-93) วัดเจดีย์สี่ห้องตั้งอยู่นอกกำแพงเมืองสุโขทัยทางด้านทิศใต้ ห่างจากประตูนะโมไปประมาณ 1.5 กิโลเมตร และอยู่ใกล้กับวัดเชตุพน ไม่ปรากฏประวัติการก่อสร้างแน่ชัด แต่ในพระราชนิพนธ์ เที่ยวเมืองพระร่วง ในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงสันนิษฐานไว้ว่า "..ที่โบสถ์นี้ห่างจากวัดเชตุพนเพียงประมาณสองเส้นเท่านั้น จึ่งเห็นว่าน่าจะเป็นวัดเดียวกับวัดเชตุพนนั้นเอ ...ถ้าวัดนี้ไม่ใช่อันหนึ่งอันเดียวกับวัดเชตุพนแล้ว ก็ต้องเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นภายหลัง เมื่อวัดเชตุพนหายเป็นวัดสำคัญเสียแล้ว" วัดแห่งนี้ได้รับการขุดแต่งและบูรณะเมื่อ พ.ศ. 2506 แต่ไม่แล้วเสร็จ ต่อมาได้มีดำเนินการขุดแต่ง และบูรณะเพิ่มเติมอีกครั้งจนแล้วเสร็จใน พ.ศ. 2512 วัดเจดีย์สี่ห้องเป็นกลุ่มโบราณสถานที่มีคูน้ำล้อมรอบ มีศาสนสถานตั้งอยู่ตรงกลาง ประกอบด้วยฐานพระวิหารขนาดใหญ่ กว้าง 19 เมตร ยาว 25 เมตร พระเจดีย์ประธานตั้งอยู่ด้านท้ายวิหาร และมีเจดีย์รายตั้งอยู่โดยรอบฐานพระเจดีย์ประธานอีก 14 องค์ ห่างออกไปทางทิศเหนือของโบราณสถานกลุ่มนี้มีพระอุโบสถหนึ่งหลัง จากหลักฐานภาพถ่ายในอดีตพบว่า เจดีย์ประธานวัดเจดีย์สี่ห้องมีสภาพชำรุดพังทลายเหลืออยู่แค่เพียงส่วนฐาน แต่จากสภาพที่ปรากฏในปัจจุบัน เจดีย์แห่งนี้ได้รับการบูรณะต่อเติมเสริมยอดจนมีสภาพสมบูรณ์ มีลักษณะเป็นเจดีย์ทรงกลม ก่อด้วยศิลาแลง มีขนาดของฐานยาวด้านละ 8 เมตร ซึ่งแบบแผนของเจดีย์ ประกอบด้วยฐานล่างสุดเป็นฐานเขียงสี่เหลี่ยมเตี้ย ๆ รองรับฐานสี่เหลี่ยมสูงที่มีชั้นบัวหงายด้านบน โดยรอบฐานส่วนนี้มีงานประติมากรรมนูนสูงปูนปั้นรูปสิงห์ขี่บนคอช้าง โดยตัวช้างโผล่ออกมาจากผนังครึ่งตัว กับมีรูปเทวดายืนทำเป็นสองกรบ้าง สี่กรบ้าง ถือแจกันดอกไม้สลับกับรูปสิงห์ขี่ช้าง หรืออาจเป็นมนุษย์นาคถือภาชนะลักษณะคล้ายหมอศักดิ์สิทธิ์ยืนสลับกันไปกับรูปสิงห์และช้าง งานประติมากรรมปูนปั้นเหล่านี้คงได้รับอิทธิพลมาจากศิลปะลังกา ถัดขึ้นไปเป็นหน้ากระดานสี่เหลี่ยมซ้อมลดหลั่นกันขึ้นไปสามชั้นเหนือขึ้นไปฐานปัทม์กลม และมาลัยเถาเป็นแบบบัวถลาสามชั้นรับองค์ระฆังกลม มีบัลลังก์เป็นฐานปัทม์ลูกแก้วอกไก่ ส่วนยอดชำรุดเหลือเพียงก้าน

ฉัตรจากการสอบถามเจ้าหน้าที่กรมศิลปากรที่เกี่ยวข้องกับการบูรณะเจดีย์แห่งนี้ก็ไม่ทราบถึงที่มาของรูปแบบเจดีย์ที่นำมาเป็นต้นแบบในการบูรณะครั้งนั้น ด้วยเหตุนี้จึงไม่อาจทราบได้ว่าแบบแผนของเจดีย์ประธานวัดเจดีย์สี่ห้องแต่ดั้งเดิมนั้นเป็นเช่นไร แต่ร่องรอยที่เหลืออยู่เฉพาะส่วนฐานเจดีย์ที่ปรากฏมีงานประติมากรรมปูนปั้นรูปสิงห์ขี่บนคอช้างอยู่โดยรอบฐานนั้น มีลักษณะพิเศษที่ไม่เคยพบในที่แห่งใดมาก่อน ซึ่งน่าจะสะท้อนให้เห็นว่าแบบแผนทางศิลปะสถาปัตยกรรมของเจดีย์แห่งนี้มีลักษณะพิเศษที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะลังกา จึงคาดว่าน่าจะมีอายุอยู่ในสมัยสุโขทัยตอนปลายหรือในราวครึ่งหลังพุทธศตวรรษที่ 20 เนื่องจากระยะนั้นมีคณะสงฆ์เดินทางไปเกาะลังกาและกลับมาเป็นอันมาก



ภาพ 180 แสดงภาพด้านหน้าของวัดเจดีย์สี่ห้อง และเจดีย์ทรงระฆังกลม

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561



ภาพ 181 แสดงฐานของวัดเจดีย์สี่ห้อง เป็นรูปบุคคล รูปนาคสวมอาภรณ์ เครื่องประดับต่างๆ หม้อบูรณฆฏะ ปูนปั้นรูปช้าง และสิงห์ประดับ

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

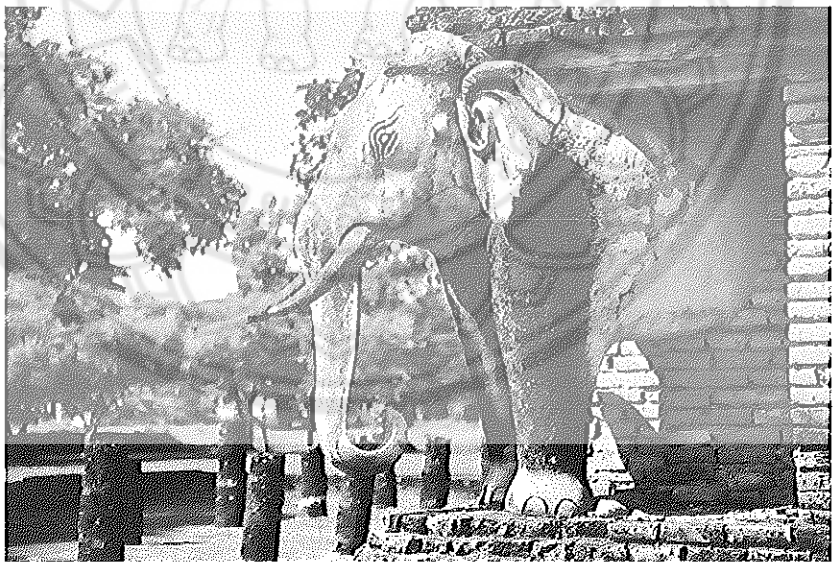
วัดช้างล้อม

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 34-35) จากประตูกำแพงหักไปตามถนนจรดวิถีถ่อง วัดช้างล้อมตั้งอยู่ทางฝั่งซ้าย ห่างถนนออกไปราว 100 เมตร และตั้งอยู่ทางฝั่งเหนือของคลองแม่ลำพัน ได้พบศิลาจารึกที่วัดนี้เขียนเล่าเหตุการณ์ในระหว่างก่อน พ.ศ.1905-1933 ว่าพ่อนมไสดำผัวแม่นมเทด เป็นขุนนางที่จงรักภักดีต่อพระมหาธรรมราชาลิไท มีใจศรัทธาออกบวชตามพระมหาธรรมราชาลิไท จนถึง พ.ศ. 1927 ภายหลังจากพระมหาธรรมราชาลิไทสวรรคาลัยไปแล้วพระศรีเทพาหูราชเจ้าเมืองสุโขทัยในสมัยนั้นได้ขอให้สึกออกมาช่วยราชการและได้อุทิศที่ดินของตนสร้างวิหารในปี พ.ศ.1933 สร้าง พระพุทธรูป หอพระไตรปิฎกปลูกต้นพระศรีมหาโพธิ์ อุทิศบุญกุศลถวายแด่พระมหาธรรมราชาลิไท ซึ่งเสด็จสวรรคตแล้วและสร้างพระพุทธรูปหิน อุทิศบุญกุศลถวายแด่พระมเหสีของพระมหาธรรมราชาบิไทผู้วายชนม์ไปแล้วด้วย โบราณสถานวัดนี้มีพื้นที่กว้างขนาด 100x157 มีคูน้ำล้อมรอบนอกคู่น้ำห่างไปทางตะวันออกมีอุโบสถแบบนทีสีมา เป็นวัดมี่มีขนาดใหญ่มาก เจดีย์ประธานเป็นเจดีย์ทรงระฆังกลม มีฐานเจดีย์ทำเป็นรูปช้างล้อมจำนวน 32 เชือก มีลานประทักษินโดยรอบ มีวิหารหน้าเจดีย์มีพระพุทธรูปปูนปั้นชำรุดมากแล้ว โบราณสถานอื่นก็มีเจดีย์ราย มีกำแพงแก้วล้อมรอบชั้นหนึ่งก่อนที่เป็นชั้นของคูน้ำ

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 85-86) วัดช้างล้อม เป็นโบราณสถานโบราณ ตั้งอยู่นอกกำแพงเมืองสุโขทัยทางด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ห่างจากประตูกำแพงหักไปประมาณ 1 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากฝั่งลำน้ำแม่ลำพันในทางทิศเหนือประมาณ 200 เมตร มีประวัติการก่อสร้างปรากฏหลักฐานในศิลาจารึกว่า พนมไสคำ ข้าราชบริพารผู้ใกล้ชิดของพระมหาธรรมราชาลิไท เป็นผู้สร้างวัดแห่งนี้ขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1927 พนมไสคำ นี้ก็ คือ สามีของแม่นมเทด ซึ่งเป็นแม่นมของพระศรีเทพาหูราช พนมไสดำเคยเป็นข้าราสำนักเก่าแก่ของพระมหาธรรมราชาลิไท เมื่อครั้งพระมหาธรรมราชาลิไทออกผนวชใน พ.ศ. 1904 พนมไสคำได้อุปสมบทด้วย และครองเพศบรรพชิตเรื่อยมา แม้เมื่อพระมหาธรรมราชาลิไท และพระมหาเทวีสิ้นพระชนม์แล้ว พนมไสคำก็ยังอยู่ในเพศบรรพชิต จนกระทั่งเมื่อพระศรีเทพาหูราชได้ขึ้นเป็นเจ้าเมือง จึงได้ขอให้พนมไสคำสึกจากพระมาช่วยราชการ ซึ่งพนมไสดำก็สึกออกมาตามพระราชประสงค์ พระศรีเทพาหูราชนี้น่าจะเป็นพระนามของสมเด็จพระนครินทราชาธิราช กษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยาเมื่อครั้งมาครองเมืองสุโขทัย วัดช้างล้อมมีเจดีย์ทรงระฆังแบบสุโขทัยหรือเจดีย์ทรงกลมแบบลังกา ที่ฐานมีช้างล้อมปูนปั้นประดับ มีระเบียงคดล้อมรอบ ด้านหน้ามีวิหารที่เชื่อมต่อกับระเบียงคด และมีกำแพงแก้วล้อมรอบอีกชั้นหนึ่ง มีทางเข้าสี่ทาง บริเวณวัดล้อมรอบด้วยคูน้ำ ระเบียบแผนผังของวัดดังกล่าวจัดเป็นลักษณะของการวางผังวัดในเมืองสุโขทัยโดยทั่วไป ส่วนพระอุโบสถตั้งอยู่ด้านหน้าเยื้องไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ มีคูน้ำล้อมรอบเป็นขอบเขตต่างหาก กรมศิลปากรได้เริ่มดำเนินการขุดแต่งโบราณสถานวัดช้างล้อมเมื่อ พ.ศ. 2507 แต่ไม่แล้วเสร็จ ต่อมาใน พ.ศ. 2511 ได้ทำการขุดแต่งและบูรณะจนแล้วเสร็จใน พ.ศ. 2512 จากการขุดแต่งและบูรณะครั้งนั้นได้พบพระพิมพ์โลหะชิน ซึ่งมีลักษณะเป็นพระพิมพ์แบบเดียวกับที่พบในกรุพระปรางค์วัดราชบูรณะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ภาพ 182 แสดงเจดีย์ทรงระฆังกลม ฐานเจดีย์เป็นรูปช้างล้อมรอบ และมีวิหารคด ล้อมรอบเจดีย์ ภายในวัดช้างล้อม

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561



ภาพ 183 แสดงปูนปั้นช้างที่ฐานเจดีย์ ภายในวัดช้างล้อม

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

วัดตระพังทองหลาง

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 35-36) วัดตระพังทองหลาง อยู่ริมถนนจรดวิถีถ่อง หากเดินทางมาจากจังหวัดสุโขทัยวัดตระพังทองหลางจะตั้งอยู่ริมซ้ายมือ จุดสังเกตง่าย ๆ ก็คือมีซุ้มประตูประดับกระจกทางเข้าวัดตระพังทองหลางซึ่งเป็นวัดสมัยปัจจุบัน วัดนี้ไม่ปรากฏหลักฐานเอกสารว่าสร้างในสมัยใด เป็นวัดขนาดกลาง โบราณสถานหลักก็มีมณฑปประกอบวิหารที่งดงามแห่งหนึ่งของสุโขทัย เจดีย์รายมีคูน้ำล้อมรอบ และโบสถ์อยู่ทางตะวันออก วัดตระพังทองหลางไม่มีเจดีย์ประธาน แต่ใช้มณฑปทำหน้าที่เหมือนเป็นเจดีย์ประธานอันเป็นลักษณะเฉพาะแบบหนึ่งของ การสร้างวัดที่สุโขทัย วัดนี้มีมณฑปขนาดกลางที่มีสัดส่วนงดงามที่สุด มณฑปก่อด้วยอิฐ เป็นอาคารในผังรูปสี่เหลี่ยมจตุรัส ภายในมณฑปประดิษฐานพระพุทธรูปขนาดใหญ่เต็มพื้นที่ แต่ปัจจุบันชำรุดหมดแล้ว มณฑปด้านทิศตะวันออกเป็นซุ้มประตู อีกสามด้านเป็นผนังที่ประดับด้วยปูนปั้น เป็นเรื่องตามพุทธประวัติที่ชำรุดเกือบหมดแล้ว แต่จากหลักฐานที่บันทึกเป็นภาพถ่ายเก่าทำให้ทราบเรื่องราวได้ ดังนี้

ผนังด้านเหนือ เป็นภาพตอนพระพุทธเจ้าทรมานช้างนาฬาคีรี โดยปั้นรูปพระพุทธองค์ประทับยืนเคียงข้างด้วยอัครสาวกคือพระอานนท์ ที่ปลายพระบาทของพระพุทธเจ้ามีร่องรอยให้ทราบว่าเป็นหัวเข่าช้าง ซึ่งคุกเข่ายอมแพ้พระพุทธเจ้า

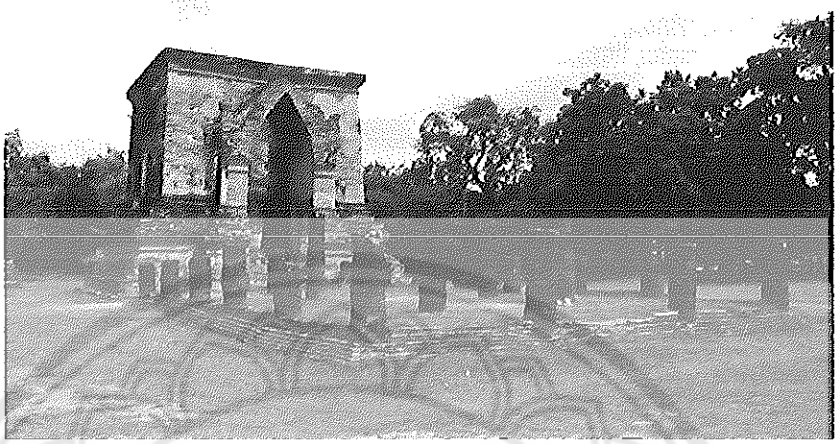
ผนังด้านใต้ เป็นภาพตอนพระพุทธเจ้าเสด็จลงจากสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ ภายหลังเสด็จขึ้นไปโปรดพระพุทธมารดา ปั้นรูปพระพุทธเจ้าในท่าลีลา มีพระอินทร์กับพระพรหมและเหล่าทวยเทพตามเสด็จมาส่ง ได้มีการถอดพิมพ์ภาพปูนปั้นนี้ขณะที่อยู่ในสภาพสมบูรณ์กว่า จัดแสดงอยู่ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติรามคำแหง สุโขทัย

ผนังด้านตะวันตก เป็นภาพตอนพระพุทธเจ้าโปรดเทศนาสั่งสอนพวกศากยวงศ์ที่เมืองกบิลพัสดุ์ ขณะทรงสั่งสอนทรงแสดงยมกปาฏิหาริย์ เป็นรูปรัศมีเปลวไฟล้อมรอบพระพุทธองค์และมีรูปบรรดาพระญาติแวดล้อมอยู่ภาย นอกรูปรัศมีนั้นบรรดาภาพปูนปั้นเหล่านี้ในวัดตระพังทองหลาง แสดงถึงลักษณะศิลปะสุโขทัยที่เจริญสูงสุด หรือที่เรียกว่ายุคทองของศิลปะสุโขทัย ซึ่งอายุอยู่ในราวกลางพุทธศตวรรษที่ 20

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 86-88) วัดตระพังทองหลางตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกของเมืองสุโขทัยและห่างจากกำแพงเมืองออกไปประมาณ 2 กิโลเมตร เป็นวัดที่มีคูน้ำล้อมรอบในผังรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ศาสนาสถานภายในบริเวณวัดนี้มีมณฑปรูปสี่เหลียมจัตุรัสขนาดใหญ่เป็นหลักของวัด ด้านหน้าเป็นวิหารขนาดห้าห้อง มีเสา 4 แถว ด้านหลังและด้านข้างเป็นฐานเจดีย์ราย 16 องค์ ทางทิศตะวันออกของคูน้ำมีฐานอุโบสถก่ออิฐตั้งอยู่ กรมศิลปากรทำการขุดแต่ง และบูรณะเมื่อ พ.ศ. 2505 แต่ ไม่แล้วเสร็จ และได้ดำเนินการต่อจนเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2511

มณฑปวัดตระพังทองหลางมีลักษณะเป็นอาคารสี่เหลี่ยมจัตุรัส ก่อด้วยอิฐ ฉาบปูน ด้านหน้ามีประตูทางเข้าไปสู่ภายในได้ ส่วนอีกสามด้านประดับซุ้มจระนำ มีงานประติมากรรมปูนปั้นเล่าเรื่องทั้งสามด้าน ส่วนหลังคามณฑปพังทลายลงไปแล้ว น่าจะเป็นงานเครื่องไม้มุงกระเบื้อง

งานปูนปั้นประดับที่ผนังมณฑปทั้งสามด้านเป็นงานประติมากรรมที่มีชื่อเสียง เป็นภาพเล่าเรื่องพุทธประวัติ ผนังด้านทิศเหนือเป็นตอนทรมานช้างนาฬาคีรี ประกอบด้วยรูปพระพุทธเจ้าประทับยืนโดยมีพระอานนท์อยู่ใกล้ ๆ พระพุทธองค์ทรงชี้พระหัตถ์ไปยังเบื้องล่างที่มีช้างหมอบอยู่ ผนังด้านทิศตะวันตกเป็นตอนยมกปาฏิหาริย์ แสดงเหตุการณ์ตอนที่พระพุทธเจ้าแสดงปาฏิหาริย์ปราบพวกเดียรถีย์ที่กรุงสาวัตถี พระพุทธเจ้าประทับอยู่เหนือต้นมะม่วง มีเหล่าเทวดา และชาวเมืองสาวัตถีล้อมรอบ พระพุทธเจ้าแสดงอิริยาบถลีลา ด้านทิศใต้เป็นตอนเสด็จลงจากสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ เป็นภาพเหตุการณ์ตอนที่พระพุทธเจ้าทรงเสด็จลงจากสวรรค์ขึ้นดาวดึงส์ ภายหลังจากเสด็จขึ้นไปแสดงเทศนาโปรดพุทธมารดา และประทับอยู่ 1 พรรษา เมื่อครบแล้วจึงเสด็จลงมายังโลกมนุษย์ที่เมืองสังกัสสะ มีพระอินทร์ พระพรหม และเหล่าเทวดาตามลงมาส่งเสด็จ พระอินทร์ได้เนรมิตบันได 3 บันได คือ บันไดแก้ว บันไดทอง และบันไดเงิน พระพุทธเจ้าเสด็จลงมาตามบันไดแก้ว พระอินทร์และพระพรหมกั้นฉัตรอยู่ด้านข้าง ส่วนเบื้องล่างเป็นชาวเมืองสังกัสสะมารอรับเสด็จวิหารวัดตระพังทองหลางเป็นตัวอย่างของวิหารแบบพุกาม ซึ่งตั้งอยู่ทางด้านหน้าของมณฑป อันเป็นที่ประดิษฐานพระประธานและมีหลังคา เชื่อมต่อกับตัววิหาร ซึ่งอาจจะเป็นวิหาโถงที่มีชายคาลดหลั่นลงมาต่ำอันเป็นรูปแบบที่นิยมกันที่เมืองพุกามในระหว่าง พ.ศ. 1750-1830 ส่วนลวดลายปูนปั้นที่ประดับอยู่ที่มณฑปของวัดตระพังทองหลาง ดังเช่นภาพพระพุทธองค์เสด็จลงจากดาวดึงส์บนผนังด้านทิศใต้ ปางยมกปาฏิหาริย์บนผนังด้านทิศตะวันตก และปางทรมานช้างนาฬาคีรีบนผนังด้านทิศเหนือแสดงให้เห็นอิทธิพลจากศิลปะลังกา ดังนั้นจึงกำหนดอายุมณฑปของวัดตระพังทองหลางว่าอยู่ประมาณต้นพุทธศตวรรษที่ 20 ในรัชกาลพระมหาธรรมราชาลิไท



ภาพ 184 แสดงด้านหน้าของวิหาร ภายในวัดตระพังทองหลาง

ที่มา: https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/detail/itemid/5421

ภาพ 185 แสดงทัศนียภาพมุมสูงของวัดตระพังทองหลาง

ที่มา: https://www.silpa-mag.com/history/article_36470

วัดสะพานหิน

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 37) วัดสะพานหิน หรือวัดตะพานหิน ตั้งอยู่นอกเขตกำแพงเมืองเก่าสุโขทัยทางทิศตะวันตก โดยอยู่ในเขตอรัญวาสี หรือวัดป่า วัดนี้ตั้งอยู่บนเนินเขาสูงประมาณ 200 เมตร บริเวณทางเดินขึ้นโบราณสถานมีทางเดินปูลาดด้วยหินชนวนจากตีนเขาขึ้นไปเป็นระยะทาง 300 เมตร สิ่งสำคัญภายในวัด ได้แก่ พระประธานเป็นพระพุทธรูปยืนขนาดใหญ่ เป็นที่ประดิษฐานพระปางประทานอภัย สูง 12.50 เมตร เรียกว่า พระอัฏฐารส ตั้งอยู่บนเขาความสูง 200 เมตร มีเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์อยู่ระหว่างทางเดินขึ้นเขามีพระพุทธรูปประทับยืนปางประทานอภัยขนาดใหญ่อยู่ภายในวิหาร เป็นโบราณสถานนอกกำแพงเมืองสุโขทัยด้านตะวันตก วัดสะพานหิน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ซึ่งตั้งอยู่ในเขต "อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย" และ จัดเป็นโบราณสถานด้านนอกกำแพงเมืองทิศตะวันตก ตั้งอยู่บนเนินเขาที่มีความสูง 200 เมตร โดยชื่อวัดสะพานหิน เรียกตามลักษณะทางที่ปูลาดด้วยหินชนวนจากตีนเขาขึ้นไปเป็นระยะทาง 300 เมตร ก่อนถึงตัววัดบนเนินลาดมีเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ขนาดเล็ก บนยอด เนินเป็นวิหารพระยืน ผนังรับองค์พระก่อด้วยอิฐ พระวิหารใช้เสาศิลา สภาพปัจจุบันของวัดสะพานหินนั้นมีลักษณะเป็นซากปรักหักพัง มีพระพุทธรูปยืนปางประทานอภัย มีขนาดใหญ่สูง 12.50 เมตร เรียกว่า "พระอัฏฐารส" ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในวัด ซึ่งหมายถึงพระพุทธรูปประทับยืนที่นิยมสร้างกันในสมัยสุโขทัย สันนิษฐานกันว่า พระอัฏฐารส คือพระพุทธรูปยืนขนาดใหญ่ที่ศิลาจารึกหลักที่ 1 กล่าวถึงเมืองสุโขทัยสมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราชว่า "ในกลางอรัญญิก มีพิหารอันฌ่งมนใหญ่ สูงงามแก่กม มีพระอัฏฐารสอันฌึ่งลุกยืน" และสันนิษฐานกันอีกว่าวัดสะพานหินนี้น่าจะเป็นวัดที่พ่อขุนรามคำแหงมหาราชทรงช้างเผือกชื่อ รูจาคีรี ขึ้นไปนบพระทุกวันข้างขึ้น 15 ค่ำและข้างแรม 15 ค่ำ

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 98-99) วัดสะพานหิน (วัดตะพานหิน) เป็นวัดที่ตั้งอยู่บนภูเขาเตี้ย ๆ ที่มีความสูงประมาณ 200 เมตร มีทางเดินปูด้วยหินจากเชิงเขาค้นทิศตะวันออกขึ้นไปจนถึงบริเวณลานวัดบนเขา ระยะทางประมาณ 300 เมตร โบราณสถานวัดสะพานหินเป็นมณฑปมีเสา 4 แถว แถวละ 5 ต้น หันหน้าไปทางทิศตะวันออก ในวิหารมีพระพุทธรูปปูนปั้นประทับยืนปางประทานอภัย ยกพระหัตถ์ขวา สูง 12.50 เมตร มีชื่อเรียกว่า พระอัฏฐารส และมีฐานเจดีย์รายอยู่อีก 4-5 องค์ กรมศิลปากรได้ทำการขุดแต่ง และบูรณะเมื่อ พ.ศ. 2498 พบพระพุทธรูปอยู่บนลานวิหารตรงบันไดขึ้นลานวัด เป็นพระพุทธรูปสมัยทวารวดี ทำจากหินทราย ไม่มีพระเศียร ปัจจุบันเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ รามคำแหง พระอัฏฐารสองค์นี้เข้าใจว่าจะเป็นพระพุทธรูปองค์ที่กล่าวถึงใน ศิลาจารึก หลักที่ 1 ว่า

"ในกลางอรัญญิก มีพิหารอันนึ่งมนใหญ่ สูงงามแก่กม มีพระอัฏฐารสอันณึ่ง ลุกยืน" สันนิษฐานว่าวัดสะพานหินเป็นวัดที่พ่อขุนรามคำแหงทรงช้างเผือกชื่อ รูจาคีรี เพื่อไปนบพระในวัดนี้ ทุกวันข้างขึ้นและแรม 15 คำ

คติความชื่อเกี่ยวกับพระอัฏฐารสปรากฏอยู่ใน คัมภีร์มธุรัตถวิลาสินีอรรถกถาพุทธวงศ์ ของประเทศศรีลังกา ซึ่งมีความเชื่อว่า พระพุทธเจ้ามีความสูงเท่ากับ 18 ศอก จึงมีคตินิยมสร้างพระพุทธรูปสูงใหญ่อยู่ในสมัยโปลนนารุวะประเทศศรีลังกา เมื่อราวพุทธศตวรรษที่ 17-18 ดังตัวอย่างอยู่ในวิหารลังกาติลกประเทศศรีลังกา

ภาพ 186 แสดงพระพุทธรูปปูนปั้นปางประทานอภัย สูง 12.50 เมตร ภายในวัด**สะพานหิน**

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

ภาพ 187 แสดงทางขึ้นวัดสะพานหิน ทางเดินปูลาดด้วยชนวนจากตีนเขาขึ้นไปเป็นระยะทาง 300 เมตร

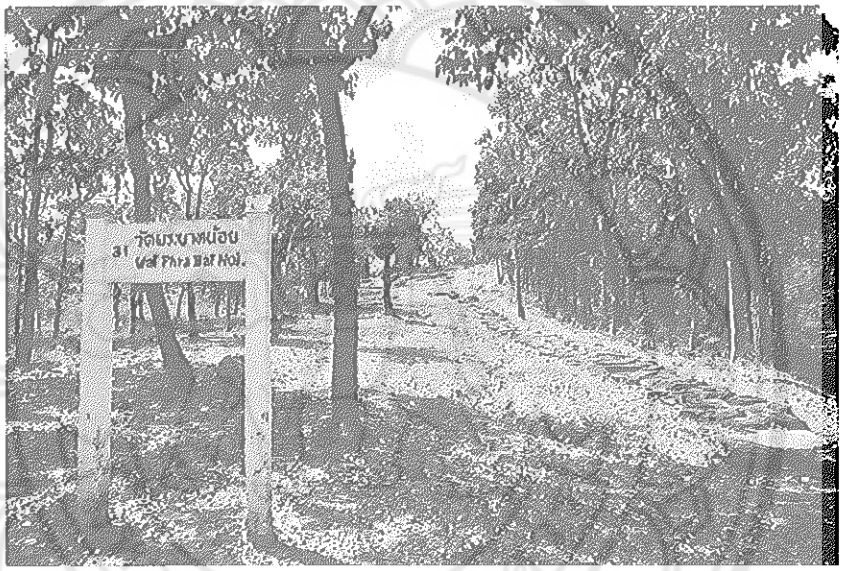
ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

วัดพระบาทน้อย

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 39) อยู่นอกกำแพงเมืองด้านทิศตะวันตก ห่างจากประตูออกประมาณ 2.7 กิโลเมตรตั้งอยู่บนเนินเขาเตี้ย ๆโบราณสถานที่สำคัญคือเจดีย์ทรงจอมแห มีส่งประดิษฐานพระพุทธรูป 4 ทิศองค์ระฆังมีรอยเป็นริ้ว ๆ ลักษณะเหมือนการแตกแห ซึ่งพบองค์เดียวในเมืองสุโขทัย ด้านหน้าเจดีย์ทรงจอมแหมีวิหารประดิษฐานรอยพระพุทธบาท 4 รอย ปัจจุบันจัดแสดงที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติรามคำแหงนอกจากนี้ยังมีกุฏิสงฆ์สำหรับวิปัสสนาและฐานเจดีย์ศิลาแลงขนาดใหญ่

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 99-100) วัดเขาพระบาทน้อย วัดเขาพระบาทน้อยตั้งอยู่บนภูเขาเตี้ย ๆ สูงประมาณ 150 เมตร ทางขึ้นปูด้วยแผ่นหินบาง ๆ บนลานวัดมีเจดีย์ทรงจอมแห ฐานสี่เหลี่ยมจัตุรัสกว้างด้านละ 7.50 เมตร มีคูหาตั้งพระพุทธรูปสี่ทิศ โดยองค์ระฆังทำเป็นริ้ว ๆ ลักษณะเหมือนตาแหจึงเรียกว่า เจดีย์ทรงจอมแห ด้านหน้าเจดีย์เป็นวิหารที่มีเสา 4 แถว ๆ ละ 5 ห้อง วิหารนี้เคยเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธบาทสี่รอย ปัจจุบันจัดแสดงอยู่ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติรามคำแหง จังหวัดสุโขทัย กรมศิลปากรทำการขุดแต่งและบูรณะเมื่อ พ.ศ. 2508 พบพระพุทธรูปรูปหินและพระพุทธรูปสำริด รวมทั้งชิ้นส่วนโบราณสถาน คติการบูชารอยพระพุทธบาท

ปรากฏเรื่องราวในหนังสือ มหาวงศ์ (วรรณกรรมทางประวัติศาสตร์ของศรีลังกา) กล่าวว่า พระพุทธเจ้าเสด็จทางอากาศไปยังลังกาทวีป และทรงเทศนาสั่งสอนชาวลังกาจนเกิดความเลื่อมใส ก่อนจะเสด็จกลับ จึงทรงทำปาฏิหาริย์ประทับรอยพระพุทธบาทไว้ ณ ยอดเขาสุมนกูฏ เพื่อให้ชาวลังกาได้สักการบูชา จึงเกิดเป็นคติการบูชารอยพระพุทธบาทขึ้นที่ศรีลังกา ทั้งนี้สุโขทัยได้รับคติการบูชารอยพระพุทธบาทเข้ามาพร้อมกับพระพุทธศาสนาลังกาวงศ์น่าจะในราวต้นพุทธศตวรรษที่ 20 โดยเฉพาะในรัชสมัยของพระมหาธรรมราชาลิไทโปรดให้สร้างรอยพระพุทธบาทประดิษฐานไว้ตามเมืองสำคัญต่าง ๆ ในอาณาเขตของพระองค์



ภาพ 188 แสดงทางขึ้นวัดพระบาทน้อย

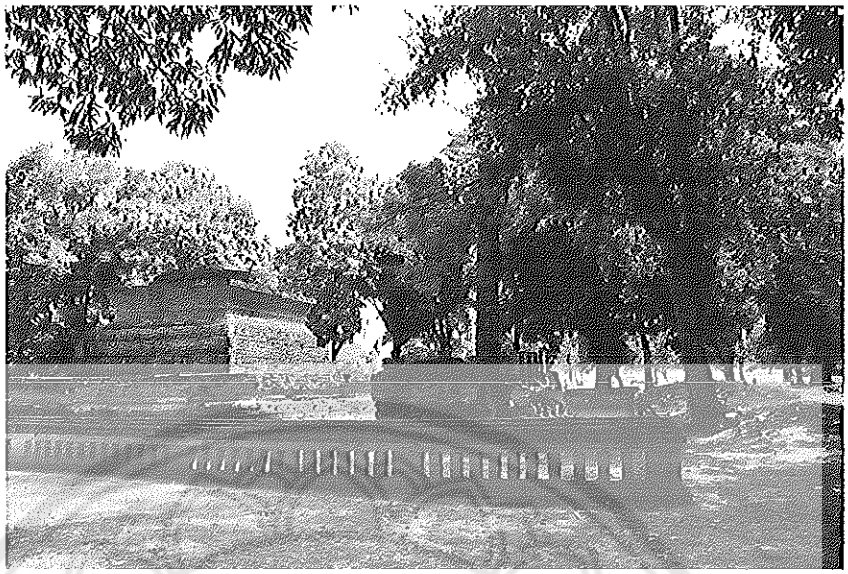
ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

ภาพ 189 แสดงเจดีย์ทรงจอมแห และวิหารในปัจจุบันของวัดพระบาทน้อย

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

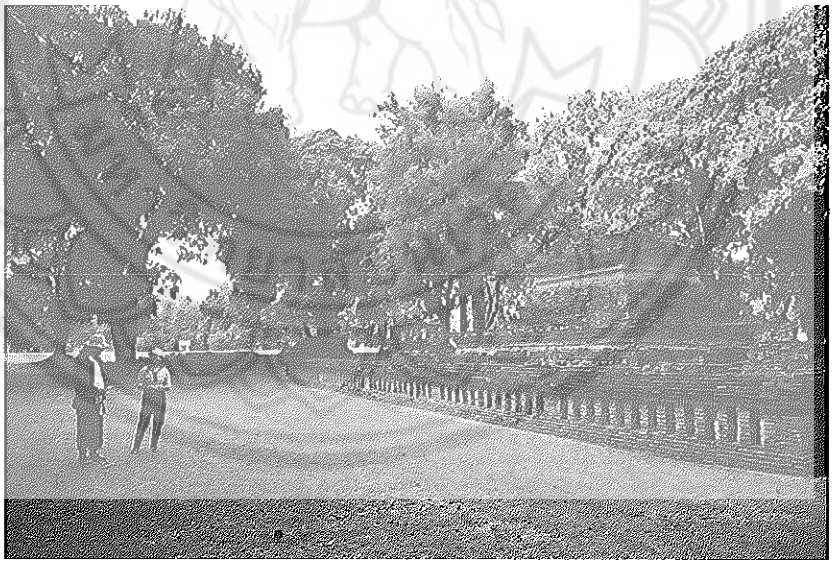
วัดป่ามะม่วง

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 39) จารึกสมัยสุโขทัยหลาย**หลักกล่าวถึง**ป่ามะม่วง ซึ่งอยู่ทางตะวันตกของเมืองสุโขทัย มีจารึกหลักที่ 6 ค้นพบในวัดป่า**มะม่วง พูดถึง**ความสำคัญของวัดนี้ว่าพระมหาธรรมราชาลิไททรงออกผนวช เมื่อ พ.ศ. 1905 ในวัดป่ามะม่วงปัจจุบันประกอบด้วยอุโบสถและเจดีย์ต่าง ๆ และอยู่ไม่ไกลจากเทวาลัย มหาเกษตร **ซึ่งเป็นที่ที่พบ**เทวรูปสำริดศิลปะสุโขทัยอันเป็นรูปเคารพในศาสนาฮินดู อาทิ พระนารายณ์ **พระศิวะ และ**พระพรหม



ภาพ 190 แสดงอุโบสถ และเจดีย์ วัดป่ามะม่วง

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561



ภาพ 191 แสดงทัศนียภาพวัดป่ามะม่วง

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

เทวาลัยมหาเกษตร

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร (2553, น. 40-41) เทวาลัยมหาเกษตร พบอยู่ ในศิลาจารึกวัดป่ามะม่วงของพระมหาธรรมราชาลิไท ซึ่งทำเมื่อ พ.ศ. 1905 กล่าวถึง พระมหาธรรมราชาลิไททรงประดิษฐานรูปพระอิศวร และรูปพระนารายณ์ไว้ที่เทวาลัยมหาเกษตร ในป่ามะม่วงนี้เพื่อเป็นที่สักการะ บูชาของพวกดาบสและพราหมณ์ทั้งหลาย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 1892 รูปพระอิศวรและพระนารายณ์ตามที่กล่าวนี้ เชื่อกันว่าตรงกับกลุ่มประติมากรรมลอยตัวเทวรูปสำริด นุ่งผ้าและสวมเครื่องประดับอย่างที่เรียกว่าทรงเครื่อง คือมีเครื่องประดับรัดต้นแขนและรัดเกล้า ปัจจุบันจัดแสดงอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนครหลายองค์ องค์ที่มีขนาดใหญ่นั้นคือ พระอิศวร สูง 3.08 เมตร และพระนารายณ์ สูง 2.67 เมตร ตัวโบราณสถานที่ประดิษฐานเทวรูปเหล่านี้ มีแผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ผนังก่อด้วยอิฐ ทั้งผนังและเสามณฑปมีขนาดใหญ่หันหน้าสู่ทิศตะวันออก

สุรพล ดำริห์กุล (2562, น. 95) หอเทวาลัยมหาเกษตรพิมาน ชื่อ "เทวาลัยมหาเกษตรพิมาน" มีปรากฏอยู่ในศิลาจารึกวัดป่ามะม่วง ซึ่งพระมหาธรรมราชาลิไทโปรดให้ทำขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1904 กล่าวถึง พระมหาธรรมราชาลิไท โปรดให้ประดิษฐานเทวรูปพระอิศวร พระนารายณ์ และพระคเณศ ไว้ในหอเทวาลัยมหาเกษตรพิมานในป่ามะม่วง เพื่อให้ดาบส และพราหมณ์ทั้งหลายบูชาเป็นนิตย์ ตัวโบราณสถานที่ประดิษฐานเทวรูปเหล่านี้มีแผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ผนังก่อด้วยอิฐทั้งผนัง และเสามณฑปมีขนาดใหญ่ หันหน้าไปทางทิศตะวันออก

ภาพ 192 แสดงโบราณสถานเทวาลัยมหาเกษตร แผนผังเป็นรูปสี่เหลี่ยม**จัตุรัส** ผนังก่อด้วยอิฐ

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

ภาพ 193 แสดงทัศนียภาพเทวาลัยมหาเกษตร

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2561

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกวลี ล่อใจ (2555) ได้วิจัยเรื่องความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรมการเปิดรับและความคิดเห็นของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีต่ออินโฟกราฟิก โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง คือ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งหมด 9 หลักสูตร จำนวน 195 คน การศึกษาพบว่าจากกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 57.5 มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับกลาง เมื่อจำแนกตามชั้นปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นปีมีความรู้ความเข้าใจไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อจำแนกตามหลักสูตรพบว่า กลุ่มตัวอย่างในแต่ละหลักสูตรมีความรู้ความเข้าใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 37.6 มีการเปิดรับสื่อจากอินเทอร์เน็ต มีความถี่ในการใช้อยู่ที่มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน โดยระยะเวลาในการใช้โดยเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ชั่วโมงและจะใช้สื่อกันที่บ้านโดยกลุ่มตัวอย่างจะมีประสบการณ์ต่ออินโฟกราฟิก น้อยกว่า 1 ปี ผลวิเคราะห์ความคิดเห็นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่ออินโฟกราฟิกอยู่ในระดับมากเมื่อนำมาเปรียบเทียบความคิดเห็นโดยจำแนกตามชั้นปี พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อจำแนกตามหลักสูตรพบว่ากลุ่มตัวอย่าง แต่ละหลักสูตรมีความคิดเห็นในด้านความพึงพอใจแตกต่างกันส่วนความคิดเห็นด้านการนำไปใช้และประโยชน์ไม่แตกต่างกัน

สุภาวดี คงเจริญ (2535) ศึกษาทัศนคติของผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยวิธีสำรวจเนื้อหาและรูปแบบเอกสาร และแบบสอบถามของทัศนคติของผู้ใช้ที่มีต่อเอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยว ในด้านความต้องการ และการใช้เนื้อหาและรูปแบบของเอกสารรวมทั้งวัตถุประสงค์ของเอกสาร ประโยชน์ที่ได้รับและปัญหาในการใช้ ผลการวิจัย พบว่าผู้ใช้เอกสารส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เอกสารเพื่อประกอบการท่องเที่ยวของตนเอง และได้รับประโยชน์จากการใช้เอกสารเป็นคู่มือในการท่องเที่ยว ในด้านการนำเสนอเนื้อหาพบว่า เนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ และสามารถเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอได้ง่าย ในระดับมากที่สุด คือ แผนที่จังหวัด หรือภาค สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ด้านที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวและภูมิศาสตร์ สภาพทั่วไป ส่วนรูปแบบเอกสารที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ในระดับมาก คือ การจัดเนื้อหาสถานที่ท่องเที่ยวตามเขตการปกครองและสัญลักษณ์หรือภาพประกอบแสดงสถานที่ท่องเที่ยวนอกจากนั้นจากการวิจัยยังพบว่า ในด้านการใช้ความพึงพอใจและความต้องการด้านเนื้อหา ของเอกสาร พบว่า หัวข้อเนื้อหาที่ใช้นำไปใช้ในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยว (เรื่องการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว) หัวข้อเนื้อหาที่ผู้ใช้

พึงพอใจในระดับมากสูงสุด คือ วัฒนธรรม (เรื่องศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน) หัวข้อเนื้อหาที่ผู้ใช้ต้องการในระดับมากสูงสุด คือ แผนที่จังหวัดหรือแผนที่ภาค

พิชญ์ดินี แสงขำ (2537) ศึกษา การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวด้านเนื้อหาในแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2536-2537 โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า เทคนิคการจูงใจสามารถทำได้โดยการใช้จุดจับใจสองประเภท คือ จุดจับใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก และจุดจับใจที่เป็นเหตุผล การเลือกใช้จุดจับใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก จะมีการเลือกรหัสสารด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้การจูงใจมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และการจูงใจในแผ่นพับ จะมีจุดจับใจทั้งสองด้านควบคู่กันไป นอกจากนี้ การวิเคราะห์เนื้อหาด้านอวัจนภาษา และจากการสัมภาษณ์ผู้มีหน้าที่สร้างสรรค์งานโฆษณา พบว่า การจูงใจสามารถสร้างสรรค์งานผ่านสีภาพประกอบ การจัดหน้าตัวอักษรเพื่อให้เกิดการรับรู้ และความรู้สึกดี ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมในการมาท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์พนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ในกระบวนการเข้ารหัสสาร ยังมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทิศทางและลักษณะเนื้อหาคือ ปัจจัยในการเข้ารหัสสารของผู้ส่งสาร ได้แก่ ความรู้ ทัศนคติ ทักษะ สถานภาพทางสังคม และวัฒนธรรม นอกจากนี้ พบว่า โครงการรณรงค์เป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดความเคลื่อนไหวของสื่อแผ่นพับคือ การเปลี่ยนเนื้อหาด้านวัจนภาษา และอวัจนภาษาไปตามโครงการรณรงค์

พัชนี เชยจรรยา, และเมตตา วิวัฒนากูล (2538) ศึกษาการประเมินผลสื่อการประชาสัมพันธ์และโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยวิธีการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการศึกษาจากเอกสาร ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสารของนักท่องเที่ยว คือ เปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด แต่มุ่งเน้นเพื่อความบันเทิง อย่างไรก็ตามการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ก็ทำให้มีภาพเหมารวม (stereotype) ได้ว่า ภาพใดเป็นของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เนื่องจากมีลักษณะเฉพาะที่คุ้นเคย แต่กลับพบว่า สิ่งที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สื่อบุคคล ภาพรวมเกี่ยวกับสื่อเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในทัศนะของนักท่องเที่ยว พบว่า ภาพลักษณ์ของสื่อท่องเที่ยวเป็นไปในด้านบวก โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า มีความสวยงามและเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยว แต่ภาพลักษณ์ในแง่ลบที่ควรระวัง คือ การโฆษณาชวนเชื่อ ในด้านเอกลักษณ์ของสื่อไม่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เนื่องจากเป็นการประชาสัมพันธ์สิ่งที่เป็นสาธารณะทั่วไป ไม่ใช่สินค้าเฉพาะ เมื่อพิจารณาด้านประสิทธิภาพของสื่อ พบว่า สื่อบรรลุวัตถุประสงค์กว้าง ๆ แต่ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง อย่างชัดเจนพอ ขาดจุดยืนหรือหลักเกณฑ์ในการเข้าถึง ไม่มีการตั้งเป้าหมาย และขาดการศึกษาและวิเคราะห์ เพื่อให้สามารถผลิตสื่อได้ตรงกับ

ปัญหาและความต้องการที่แท้จริง พัชรี เชยจรรยา และเมตตา วิวัฒนากูล ได้ให้ข้อเสนอแนะในการศึกษาไว้ ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาและประเมินผลอย่างรอบด้าน ก่อนการวางหรือกำหนดนโยบายของการผลิต และการใช้สื่อของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในแต่ละปี โดยศึกษาทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กลุ่มผู้รับสาร และสภาพแวดล้อมอื่น ๆ

2. ควรนำผลจากการศึกษาและประเมินผล ในข้อ 1.มาสร้างแผ่นแม่บทเพื่อสามารถผลิตสื่อให้ตรงกับปัญหา และความต้องการอย่างแท้จริง โดยต้องคำนึงถึงการนำทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมารวมกันในการทำแผน การปรับปรุงแก้ไขข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ การวางแผนร่วมกัน การประชุมแลกเปลี่ยนความเห็นเป็นระยะ ๆ และการจัดตั้งคนกลางระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับประชาชน

3. ควรผลิตและใช้สื่อแต่ละประเภทให้มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงธรรมชาติ ข้อจำกัดและศักยภาพของสื่อแต่ละชนิด กำหนดวัตถุประสงค์ให้แคบและน้อยที่สุด กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เลือกสื่อ เวลา และความถี่ให้เหมาะสม และคุ้มค่าที่สุด

4. ควรเพิ่มเอกลักษณ์ให้กับสื่อของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อการรับรู้และจดจำในเรื่อง Logo slogan เพลงประกอบละคร และพิธีกร

5. ควรมีการประเมินผลการใช้สื่อเป็นระยะ ๆ ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

รพีพล ยูวะนิยม (2537) ศึกษาการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิจากการตองแบบสอบถามของผู้บริการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 50 คน และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการในกองประชาสัมพันธ์ จำนวน 10 คน จากการศึกษา พบว่า นโยบายการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นนโยบายที่ดี คือ หน่วยงานสามารถใช้นโยบายเป็นหลักในการปฏิบัติภารกิจของตน สามารถประสานสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่นที่มีภารกิจที่แตกต่างกันออกไปได้ แต่การวางแผนอาจคลาดเคลื่อนเนื่องจากประสบการณ์ส่วนตัวของผู้วางแผน ซึ่งอาจทำให้ไม่ทราบความเป็นจริงอย่างถ่องแท้ นอกจากนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังไม่มีการประเมินผลประชาสัมพันธ์โดยตรง ทำให้ไม่สามารถทราบได้ว่า รายได้จากการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น เกิดจากการประชาสัมพันธ์โดยตรงแต่เพียงอย่างเดียว หรือเนื่องจากการดำเนินการด้านการตลาด ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการวางแผนการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คือ บุคลากรและงบประมาณไม่เพียงพอ จึงอาจทำให้หนึ่งคนต้องปฏิบัติงานหลายหน้าที่ อาจก่อให้เกิดสภาพงานล้นมือ และไม่สามารถดำเนินการตามแผนที่วางไว้ได้

รุ่งกานต์ มงคลวีราพันธ์ (2542) ศึกษาการสื่อความหมายของโปสเตอร์ในการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ.2530-2543 โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า นโยบายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นในแต่ละปี จะมีความสัมพันธ์กับการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาที่ปรากฏอยู่บนโปสเตอร์ การสื่อความหมายทางคำ เป็นการสื่อความหมายแบบนัยตรง และนัยแฝง ซึ่งส่วนมากเป็นการสื่อความหมายแบบนัยแฝงเพื่อดึงดูดและทำให้เกิดความสนใจมากขึ้น สื่อโปสเตอร์มีการใช้จุดเร้าใจทางอารมณ์ ซึ่งเน้นวัฒนธรรมท้องถิ่น อาหารไทยและศิลปหัตถกรรม เพื่อต้องการสื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและสวยงามของไทย นอกจากนั้น รุ่งกานต์ มงคลวีราพันธ์ ยังพบว่า โปสเตอร์ในแต่ละปีแสดงถึงความสวยงามในด้านศิลปะประเพณี ความเป็นไทย รวมทั้งการสื่อความหมายผ่านคำและภาพ ซึ่งสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับสถานการณ์หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เป็นการสื่อสารที่เข้าใจง่าย และเน้นจุดเร้าใจที่ทำให้โปสเตอร์มีความน่าสนใจมากขึ้น โปสเตอร์ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับบริษัทโฆษณานั้นมีความแตกต่างในด้านการออกแบบสร้างสรรค์งาน ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นรูปแบบธรรมดา เรียบง่าย ส่วนบริษัทโฆษณาจะมีการจัดวางหน้าและการออกแบบที่ทันสมัย ซึ่งทำให้มีความคมชัดละสวยงามมากขึ้น

วรางคณา รัตนรักษ์ (2540) ศึกษากระบวนการสื่อสารมวลชนเพื่อการรณรงค์โครงการไทยโดยใช้การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้รับผิดชอบ และการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลสื่อ พบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยึดหลักการหาช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลที่แน่นอนเป็นหลักในการดำเนินงานด้วยการเช่างบประมาณในการเช่าซื้อเวลา และสนับสนุนรายการที่ได้รับความนิยม และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่มในสื่อโทรทัศน์และวิทยุ และให้ความสำคัญกับความถี่ในการนำเสนอ เงื่อนไขอีกประการหนึ่งที่สามารถเข้าไปใช้ช่องทางที่แน่นอนได้ คือ ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของเวลาด้วย วรางคณา รัตนรักษ์ พบว่า รูปแบบการนำเสนอสารเป็นสารคดีสั้น สารคดียาว สารคดีวาไรตี้ และสารคดีเชิงข่าวเพื่อนำข้อมูลเฉพาะในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เนื้อหาสารที่นะเสนอเป็นข้อมูลทางการท่องเที่ยวโดยทั่วไป และข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยใช้จุดเร้าใจต่าง ๆ คือ จุดเร้าใจที่เป็นเหตุเป็นผล จุดเร้าด้านอารมณ์ จุดเร้าใจเชิงลบ และจุดเร้าใจโดยใช้จุดอ้างอิง

วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ (2532) ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาสภาพลักษณะทางประชากรและสังคม ลักษณะการเดินทางและข่าวสารที่น่าดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเพื่อเป็น

แนวทางในการกำหนดหรือปรับปรุงนโยบายแผนการสื่อสารให้สอดคล้องและเกิดประสิทธิภาพต่อการท่องเที่ยวในทิศทางที่เหมาะสม จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อบุคคลจากบริษัทท่องเที่ยว ส่วนสื่ออื่นที่ได้รับ ได้แก่ จุลสาร (Brochure) ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อ เห็นว่า สื่อที่สะดวกที่สุดและน่าเชื่อถือที่สุดต่อการรับข้อมูลข่าวสาร คือ สื่อบุคคล ลักษณะข่าวสารที่ดึงดูดใจ คือ ภาพโบราณสถานและประติมากรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา งานเขียนและการพูดคุยบอกเล่าเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ นอกจากนั้นจากการศึกษา วิไลลักษณ์ พบว่า หน่วยงานระดับจังหวัดยังไม่มีนโยบายและแผนงานหลักด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงควรมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ซึ่งจะช่วยให้การท่องเที่ยวของจังหวัดเติบโตมากขึ้น โดยการพิจารณาใช้สื่อผสมผสาน (Multi - Media) เพื่อเสริมด้านการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สนิ นัยวินิจ (2538) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลเมือง จังกาญจนบุรี เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความรู้ และทัศนคติ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถาม การศึกษาพบว่าประชาชนกลุ่มต่าง ๆ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน แต่พบว่า ความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในงานวิจัยดังกล่าว สนิ นัยวินิจ เสนอแนะว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวแก่คนที่มีอายุระหว่าง 17 – 25 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาซึ่งมีการเปิดรับข่าวสารในด้านดังกล่าว และสามารถเป็นตัวแทนให้บุคคลกลุ่มอื่นต่อไป และเนื่องจากผลการวิจัย พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยว ดังนั้น จึงควรได้มีการพิจารณาดำเนินการเพิ่มเนื้อหาสาระด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวให้มากขึ้นและทำการเผยแพร่สู่ประชาชนให้เกิดความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้นกว่าเดิม

สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์ (2530) ศึกษาเรื่อง วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลนคร นครเชียงใหม่ โดยการใช้แบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ พบว่าประชาชนในเขตเทศบาลนคร นครเชียงใหม่มีทัศนคติค่อนข้างดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว และ

มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับปานกลาง และได้ให้ข้อเสนอแนะว่า สื่อที่ใช้ควรเน้นการเผยแพร่ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านสื่อบุคคลไปสู่ประชาชนในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้มาก โดยแทรกไปในการประชุมเจ้าหน้าที่ฝ่ายการปกครองของจังหวัด หรือการประชุมลูกเสือชาวบ้านเป็นต้น และในการให้ข้อมูลผ่านสื่อ นอกจากนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรเน้นให้ข่าวสารเกี่ยวกับประโยชน์ที่ประชาชนในท้องถิ่นได้รับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่า จะก่อประโยชน์ให้กับประชาชนในท้องถิ่นอย่างไร รวมทั้งควรมีการบรรจุเรื่องของการส่งเสริมความรู้ความเข้าเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแก่ประชาชนไว้เป็นนโยบายหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและดำเนินการอย่างจริงจัง โดยคำนึงถึงความพร้อมของคนในท้องถิ่นทั้งในด้านความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกว่าเอื้ออำนวยต่อ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพียงใด

นงนุช โรจนเวทย์ (2529) ศึกษาการพัฒนาโครงข่าย และแบบแผนการท่องเที่ยวภายในประเทศ: ศึกษาเฉพาะเส้นทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการประเมินศักยภาพ และใช้แบบสอบถาม พบว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนามีศักยภาพสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งปราสาทหินต่าง ๆ และสถานที่จำพวกศาสนสถานที่มีสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัดต่าง ๆ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพรองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ซึ่งสถานที่เด่น ได้แก่ แม่น้ำและภูเขา ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมที่ระดับศักยภาพต่ำที่สุด เนื่องจากส่วนใหญ่ต้องการการปรับด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอีกมาก ในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่เคยไปภาคตะวันออกเฉียงเหนือแล้วส่วนใหญ่จะประทับใจในวัฒนธรรม ประเพณี และชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ส่วนผู้ที่ยังไม่เคยไปโดยมากจะสนใจเช่นกัน แต่ไม่มีข้อมูลข่าวสารพอ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจจะไปมากที่สุด คือแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมและเหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ได้รับความสนใจในลำดับรองลงมาและไม่ต่างกันนัก

นันทนา อนันต์ไทย (2537) ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี โดยการวิเคราะห์เอกสาร พบว่า สถานภาพโดยทั่วไปของจังหวัดเอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว คือ สภาพภูมิประเทศ วัฒนธรรม และประเพณีเก่าแก่ ตลอดจนความพร้อมของการให้บริการด้านสาธารณูปการ ส่งผลให้ตลาดท่องเที่ยวขยายตัวขึ้น นักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี มักเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระจายอยู่ในอำเภอเมือง อำเภอเมืองวารินชำราบ อำเภอพิบูลมังสาหาร และอำเภอโขง

เจียม แหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองมีจุดเด่นในด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมท้องถิ่น ส่วนแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอวารินชำราบ และอำเภอพิบูลมังสาหารจะมีจุดเด่นในด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมของคนในท้องถิ่น ส่วนแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอโขงเจียมจะมีจุดเด่นในด้านธรรมชาติมาก ส่วนอุปสรรคที่มีต่อการท่องเที่ยว คือ ด้านการขาดการอนุรักษ์หรือปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ความไม่พร้อมด้านโครงสร้าง พื้นฐาน ที่จะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่จะชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ยังไม่ชัดเจนและจริงจังเท่าที่ควร

กรุณา เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา (2539) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความทันสมัยและความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว ตัวอย่างของชาวบ้านปราสาท ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้การสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามและการสังเกต พบว่าในด้านพฤติกรรมการสื่อสารกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาเป็นวิทยุในขณะที่มีการเปิดรับสื่อทางหนังสือพิมพ์น้อยมากเพียง 1 วันต่อสัปดาห์ สำหรับข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมนั้น กลุ่มตัวอย่างจะได้รับจากกำนัน ผู้ใหญ่บ้านและหัวหน้าคุ้มเป็นส่วนใหญ่ สำหรับพฤติกรรมการสื่อสารพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนา หมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่าง เนื่องจากชาวบ้านได้เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ในแง่ของการรับข่าวสารเพื่อความทันสมัย ทันโลก มากกว่าที่จะเจาะจงมนเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้นพฤติกรรมการรับข่าวสารของชาวบ้านไม่มีความสัมพันธ์ที่จะทำให้ชาวบ้านเปลี่ยนทัศนคติได้เพราะเนื้อหาไม่เกี่ยวข้องกับการจูงใจให้ตระหนักในการพัฒนาหมู่บ้านให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ขณะเดียวกันความทันสมัยระดับบุคคล และความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกลับมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนา เนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่มีความทันสมัยอยู่ในระดับค่อนข้างสูงทำให้มีความกล้าเสี่ยงที่จะยอมรับสิ่งใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น และประชาชนในหมู่บ้านส่วนใหญ่เชื่อว่าเจ้าหน้าที่ของทางราชการมีความสามารถและเป็นที่น่าเชื่อถือแก่ประชาชนในภาคอีสานอยู่แล้ว นอกจากนั้น งานวิจัยดังกล่าวยังพบว่า บริเวณแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้านเท่านั้นที่ได้รับการดูแลความสะอาดและเมื่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะนำนักท่องเที่ยวมาพักในหมู่บ้านจะมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ซึ่งชาวบ้านจะร่วมมือกันทำความสะอาดบริเวณหมู่บ้านเป็นครั้งคราว ไม่มีหน่วยงานใดรับภาระในเรื่องนี้โดยตรงจึงขาดความต่อเนื่องในการบำรุงรักษา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงควรจัดตั้งองค์กรระดับชาวบ้านให้มีส่วนร่วมหรือช่วยกันรับผิดชอบดูแล สาธารณสมบัติและเข้าไปดำเนินการพัฒนาอาชีพเสริมให้แก่

ชาวบ้านพร้อมกับสร้างกลไกทางการตลาด และการลงทุนที่เป็นรูปธรรมแน่นอนเพื่อให้เกิดการสร้างรายได้เสริม

อธิวัฒน์ จุลมัจฉา (2547) ศึกษาเรื่อง การออกแบบสัญลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า การศึกษาเก็บรวมข้อมูลเรื่องป้ายสัญลักษณ์ในกรุงเทพมหานคร และนำมาวิเคราะห์ปัญหาที่มีอยู่ปัจจุบัน เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้ได้ผลชัดเจน และสามารถนำไปเป็นมาตรฐานสากล และจัดทำป้ายสัญลักษณ์ในทิศทางเดียวกัน (Unity) สื่อสาร (Communicate) เข้าใจง่าย ชัดเจน และสามารถผลิตออกมาในรูปแบบ GUIDE BOOK เพื่อเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวในอนาคตได้

บุษฎี เหล่ามานะเจริญ (2550) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไทย กล่าวว่า การใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไทยส่วนไทย เน้นการใช้ "รูปภาพและตัวอักษร" โดยลักษณะของรูปภาพเลือกใช้มากที่สุดคือ "ภาพกราฟิก" หรือภาพตัดตอนจากภาพจริง "ภาพนก" เป็นภาพมีการถูกเลือกใช้ซ้ำกันมากที่สุด พบมีการใช้ "ภาษาอังกฤษ" มากที่สุด การเลือกใช้สีบนตราสัญลักษณ์ของธนาคารส่วนใหญ่นั้นจะพบว่ามีการใช้สีจำนวน "2 สี" มากที่สุด โดยรูปภาพมักจะมีเพียงสีเดียว ส่วนสีบนตัวอักษรนั้นส่วนใหญ่จะพบทั้งการใช้เพียงสีเดียว และ 2 สี ซึ่งแสดงถึง "ความมั่นคง" เป็นส่วนใหญ่ และตัวแปรที่มีผลต่อการใช้ตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร ได้แก่

1. "ประวัติความเป็นมา และภูมิหลัง" พบว่าโดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับ รูปภาพและตัวอักษร บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

2. "อายุ /ความเก่าแก่" พบว่า โดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับรูปภาพและตัวอักษรบนตราสัญลักษณ์องค์กรธนาคาร

3. "สถานภาพของธนาคาร" มี 2 ลักษณะ คือ 1) สถานภาพการเกิดของธนาคาร 2) สถานะปัจจุบันของธนาคารว่าเป็นรัฐวิสากิจ หรือเป็นบริษัทเอกชน พบว่าโดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับ รูปภาพ ตัวอักษร และสี บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร

4. วัฒนธรรมองค์กร พบว่า โดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับ สี บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร จ.กลุ่มเป้าหมาย/ขอบข่ายการให้บริการ พบว่าโดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับภาษา บนตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคาร โดยภาพรวมพบว่าตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไทยไม่ได้สื่อสาร วัฒนธรรมเฉพาะหรือความเป็นตัวตนเฉพาะของแต่ละองค์กร แต่สื่อสารลักษณะร่วมของ ความเป็นองค์กรธนาคาร ซึ่งมุ่งเน้นเรื่องความมั่นคง และความทันสมัยเป็นหลัก

โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรที่มีการปรับหรือเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ขององค์กรจะมุ่งเน้นใช้ตราสัญลักษณ์ที่มีความเป็นสากล และทันสมัยมากขึ้น

ลัดดาวรรณ์ ลัมภเวช (2554) ศึกษาเรื่อง การศึกษาภาพสัญลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับเด็กอายุ 6-9 ปี กล่าวว่า การย่อหรือสรุปภาพในลักษณะสัญลักษณ์นั้น ต้องการความเรียบง่าย และลดรายละเอียดที่เห็นจากสภาพจริง ภาพสัญลักษณ์ที่ประสบผลสำเร็จ เมื่อมองดูแล้วจะรู้ได้ว่าความหมายถึงอะไร รวมไปถึงการจำได้ง่าย และการผลิตได้ง่ายดูแล้วจะรู้ได้ว่าหมายถึงอะไร รวมไปถึงการจำได้ง่าย และผลิตได้ง่ายด้วยสัญลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญ จะส่งผลต่อการสื่อความหมายถึงลักษณะงานนั้น ๆ (เลอสม สถาปิตานนท์, 2536, น. 2) ดังคำพูดที่ว่า ภาพเขียนภาพหนึ่งมีค่าเท่ากับคำพูดแสนคำ ภาพสัญลักษณ์ภาพหนึ่งมีค่าเท่ากับภาพเขียนพันภาพ ซึ่งการออกแบบภาพสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายภาพ เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวันถ้าเรามองไปรอบ ๆ ตัวจะเห็นสื่อที่เป็นเครื่องหมายภาพปรากฏอยู่ทั่วไป

ณัฏฐิกา เมณฑกา (2550) ศึกษาแนวทางของการออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการปรับภาพลักษณ์องค์กร กล่าวว่า การปรับภาพลักษณ์องค์กร ความซับซ้อน และมีกระบวนการหลายขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การศึกษาสภาพปัญหา การวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในองค์กร ไปจนกระทั่งขั้นตอนสำคัญที่ทำให้การปรับภาพลักษณ์องค์กรมีประสิทธิภาพ คือ การวางแผนกลยุทธ์โดยใช้วิธีการออกแบบสัญลักษณ์ขององค์กรหรือ Symbol ขึ้นมาใหม่ ซึ่งการออกแบบสัญลักษณ์ (Symbolic design) นั้นถูกกำหนดด้วยหลายปัจจัย ทั้งในด้าน แนวคิด รสนิยม คุณค่าเชิงทัศนศิลป์ทั้งในส่วนขององค์กร และกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยที่สำคัญที่สุด นั่นคือ การสื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงถึงลักษณะเฉพาะหรือสัญลักษณ์ขององค์กรในใจกลุ่มเป้าหมาย สัญลักษณ์จึงเป็นองค์ประกอบแรกสุดที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ และจดจำภาพลักษณ์องค์กรที่ได้รับการปรับเปลี่ยนใหม่ สถานะภาพของนักออกแบบจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการออกแบบสัญลักษณ์ให้สวยงาม และสามารถสื่อถึงความหมายตามความต้องการขององค์กร ประกอบกับลักษณะที่เปลี่ยนไปของวิถีทางธุรกิจ การตลาด และการจัดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง แนวคิดและรูปของสัญลักษณ์ จึงต้องผ่านกระบวนการคิดซับซ้อนหลายมิติเพื่อให้ผลออกมาครองใจกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

รจนา จันทราสา, และภานุ พัฒนปณิธิพงศ์ (2554) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสากิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าว อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม กล่าวว่า การประเมินรูปแบบของตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ โดยการออกแบบประเมินความสวยงามความเหมาะสมด้านการ

ออกแบบตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ พบว่า การออกแบบตราสัญลักษณ์ ภาพรวมดูเรียบง่าย สร้างความจดจำได้ง่าย มีความเป็นสากลร่วมสมัย รูปแบบมีเอกลักษณ์ การใช้งานง่ายเหมาะสม ส่วนด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องมีรูปแบบที่สามารถคุ้มครองรักษา และเป็นสื่อให้ข้อมูล คำอธิบาย คำบรรยายแก่ผู้อุปโภค-บริโภค มีการห่อหุ้มรองรับตัวสินค้าให้สามารถขนถ่ายจัดจำหน่ายได้อย่างปลอดภัย และป้องกันตัวสินค้าให้ปลอดภัยมิให้เกิดความเสียหาย ด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์ ผู้วิจัยได้ใช้แรงบัลดาลใจจากสิ่งใกล้ตัวของกลุ่ม เช่น กล้วย ใบตอง และจั่วบ้านแบบโบราณ มาตัดทอดรูปแบบให้ดูจดจำง่าย และเป็นเอกลักษณ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์แก่ทางกลุ่ม การออกแบบสัญลักษณ์ควรมีรูปลักษณ์ที่น่าจดจำ ให้ความรู้สึกคุ้นเคย แต่ต้องดูไม่ธรรมดา ควรเรียบง่ายสื่อความหมายได้รวดเร็ว แต่สมบูรณ์พร้อมด้วยสาระ และรายละเอียดมีความร่วมสมัย เหมาะกับกาลเวลา ไม่ล้ำยุคจนทำให้ล้าสมัยได้โดยเร็ว ควรสะดวกต่อการใช้งานดูเหมาะสมกับปรัชญา และกิจกรรมของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

กิตติพงษ์ รุธิรวรรณวงศ์ (2559) ศึกษาเรื่อง ออกแบบป้ายสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสารการโดยสารรถไฟฟ้า บี ที เอส กล่าวว่า การสื่อสารผ่านภาพสัญลักษณ์ที่ถือเป็นภาษาสากล จึงอาจเป็นสื่อกลางที่จะช่วยให้ผู้ใช้บริการทุกคนทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติได้รับทราบข้อควรปฏิบัติ และมารยาทเบื้องต้นบนรถไฟฟ้า บี ที เอส อย่างถูกต้อง และเป็นต้นแบบให้ระบบบริการสาธารณะอื่นได้นำไปประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หรือเป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจได้ศึกษาเพิ่มเติม ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับป้ายสัญลักษณ์ ในปัจจุบันป้ายสัญลักษณ์บนรถไฟฟ้า บี ที เอส จะใช้สื่อสารข้อปฏิบัติข้อควรระวัง ข้อห้าม อาทิ ป้ายที่นั่งสำรองสำหรับพระภิกษุ ป้ายระวังช่องว่างระหว่างชานชาลา และป้ายห้ามรับประทานอาหาร เป็นต้น แต่ไม่ปรากฏป้ายสัญลักษณ์ที่สื่อสารมารยาทการโดยสารรถไฟฟ้า โดยผู้วิจัยวิเคราะห์รูปแบบของป้ายสัญลักษณ์ที่ใช้งานในระบบรถไฟฟ้า บี ที เอส แล้วพบว่า มีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ภาพ ลดทอนจากความเป็นจริง แต่อยู่ในระดับที่เข้าใจง่าย

2. สี มีการใช้งานอยู่สองประเภท คือ พื้นเหลือง-ภาพดำ เป็นการใช้งานป้ายเตือนอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้น และเป็นภัยต่อร่างกายของผู้โดยสาร อาทิ ระวัง ประตูหนีบมือ ห้ามยืนพิงประตู และอีกประเภทหนึ่งคือ พื้นน้ำเงิน/ภาพขาวเป็นการใช้งานป้ายเตือนทั่วไป อาทิ ห้ามรับประทานอาหาร ปละเครื่องดื่มห้ามสูบบุหรี่ เป็นต้น

3. รูปทรง เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวตั้งตำแหน่งติดอยู่ในระดับสายตา ขนาดประมาณ 14x8 ซม. ติดบริเวณประตูเข้าออกขบวน และเหนือที่นั่ง ในระดับประมาณ 170 ซม. จากพื้น

ชวนพ ชีวรัศมี (2557) ศึกษาเรื่อง การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ตำรวจทางหลวงกับชาวต่างชาติโดยอาศัยทฤษฎีการเชื่อมโยงมโนภาพ กล่าวว่า ระบบป้ายสัญลักษณ์ (signage system) มีความสำคัญ และมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลโดยทั่วไปในหลากหลายสถานที่ และสิ่งสำคัญในการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ก็คือ กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่จำเป็นต้องเข้าใจความหมายเพื่อให้ปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง ในประเทศไทยมีการใช้ระบบป้ายสัญลักษณ์ในสถานที่ต่าง ๆ โดยอาศัยต้นแบบจากต่างประเทศมาใช้ในการออกแบบส่วนของสัญลักษณ์ภาพ ป้ายสัญลักษณ์จราจรมาตรฐาน และป้ายสัญลักษณ์ที่เป็นสากลแบบต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันได้มีการนำไปประยุกต์ใช้ในงานออกแบบเพื่อใช้ในการสื่อสาร ทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และเป็นที่จดจำได้ง่ายสำหรับผู้ที่พบเห็น การศึกษาทฤษฎีการเชื่อมโยงมโนภาพนั้น สามารถนำคุณสมบัติการเชื่อมโยงมาเป็นหลักเกณฑ์ในการหามโนภาพซึ่งเป็นการรับรู้ในใจที่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์เดิมของชาวต่างชาติ และเป็นประโยชน์ในการหาแนวทางการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ให้มีความสามารถในการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ตำรวจทางหลวงกับชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามหลักการออกแบบบุคลิกของสีเหมาะสมกับโบราณสถาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญศรี จุลกาญจน์ และชวิศ น้อยหัวหาด (2559, น. 1764) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบกราฟิกและสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านข้างวัด พบว่า สัญลักษณ์ในการสื่อความหมายมีความสำคัญในการสื่อสารเพื่อแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์และเนื้อหา ให้เข้าใจได้ง่ายรวมถึงการ เลือกใช้สีที่เหมาะสมเข้ากับบุคลิกภาพ ซึ่งมาจากประเพณีนิยมพื้นถิ่นจะสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจนโดยมีเกณฑ์การประเมินผลงาน คือ มีความน่าสนใจ, เนื้อหาเข้าใจง่าย, เนื้อหาเหมาะสมและครอบคลุม, ขนาดตัวอักษรเหมาะสม, รูปแบบตัวอักษรเหมาะสม, การใช้สีในการออกแบบมีความเหมาะสม, ภาพประกอบสามารถสื่อความหมาย, ภาพหนังสือพอเหมาะ, สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้บ้านข้างวัด

พงษ์พิพัฒน์ สายทอง (2557, น. 132-133) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบอินโฟกราฟิกแอนิเมชันเพื่อการเรียนการสอน พบว่า การเลือกใช้สี พื้นผิว การลงสีภาพกราฟิก และฉากหลังในการออกแบบอินโฟกราฟิกข้อมูลหนึ่ง ๆ ประกอบไปด้วยข้อมูลที่ซับซ้อนหลายรูปแบบ การเลือกใช้สีเพื่อแยกแยะข้อมูลและแบ่งเนื้อหาเป็นส่วน ๆ ทำให้สวยงาม รับรู้ได้ง่าย และรวดเร็ว ส่วนการเลือกรูปแบบ ขนาด สี และการจัดเรียงตัวอักษร และการจัดเรียงตัวอักษรที่มีประสิทธิภาพสามารถทำให้งานออกแบบเพื่อนำเสนอข้อมูลบรรลุวัตถุประสงค์ที่สำคัญของอินโฟกราฟิกแอนนิเมชันได้ ช่วยสร้างความน่าสใจ ดึงดูดใจ และมีเอกลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับภาพกราฟิกและฉากหลังด้วย

วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561) ศึกษาเรื่อง รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y พบว่า คน Gen Y เป็นคนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กล้าแสดงออก ไม่สนใจต่อคำวิจารณ์ มีความมั่นใจในตัวเองชอบความสะดวกรวดเร็ว และใช้เทคโนโลยีเสมือนเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อชีวิต ทุกคำถามมีคำตอบซึ่งหาได้จากโลกอินเทอร์เน็ต และอีกลักษณะหนึ่งที่โดดเด่นของคน Gen Y คือ อยากใช้ชีวิตแบบสมดุล ไม่ใช่อะไร ๆ ก็งาน จึงมักจะพบเห็นคนในเจนเนอเรชั่นนี้ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Youtube เป็นต้น โดยจะพบถึงการเล่าเรื่องรายละเอียดการเดินทาง ประกอบ ภาพถ่าย แบบทันทีทันใด ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากคนจนเนอเรชั่นก่อนหน้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y รวมถึงแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เข้าใจถึงความเป็นตัวตนของคน Gen Y ในด้านการท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องในอนาคต

Growthbee (2015) บทความเรื่อง สรุปทุกอย่างของ Content marketing ที่คุณต้องอ่าน! ให้นิยามของการตลาดแบบเน้นเนื้อหา Content Marketing ไว้ว่าเป็นเทคนิคด้านการตลาดรูปแบบหนึ่งโดยใช้การเผยแพร่และส่งต่อเนื้อหาที่มีคุณค่าต่อกลุ่มผู้อ่านซึ่งเป็นลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งมุ่งหวังให้กลุ่มผู้อ่านเหล่านี้ได้กลับมาใช้สินค้าเราในอนาคต สำหรับเนื้อหาหรือ Content ที่กล่าวถึงในที่นี่จะเป็นเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อใดก็ได้ จะขอยกตัวอย่างประเภทสื่อที่ได้รับความนิยมดังนี้ 1) บทความ เนื้อหาเชิงซ้อนเขียนที่บันทึกลงในเว็บไซต์หรือเขียนลงในเพจเฟสบุ๊ค ซึ่งเป็นได้ทั้งเนื้อหารูปแบบที่มีความยาวหรือในรูปแบบสั้น ๆ 2) กราฟฟิก คือ การนำข้อเขียนยาว มีรายละเอียดเยอะ หรือเป็นสิ่งที่คนทั่วไปทำความเข้าใจได้ยาก มาสร้างเป็นกราฟฟิกให้ดูน่าสนใจและเข้าใจง่าย เช่น ในรูปแบบ infographics ซึ่งกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากกระทั่งมีบริษัทที่รับเปิดสอนทำโดยเฉพาะ 3) วีดีโอ เป็นเนื้อหาอีกหนึ่งรูปแบบที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในประเทศไทยรวมถึงในต่างประเทศโดยเฉพาะช่องทางที่ผ่าน Facebook หรือ YouTube ซึ่งสามารถทำรายได้ และสร้างชื่อเสียงได้เป็นอย่างดี

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2557) หลัก 5 ข้อง่าย ๆ ของ Valuable content เล่าให้คลิกพลิกแบรนด์ให้ดัง ได้แนะนำหลักการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า (Valuable Content) ในรูปแบบที่สามารถเข้าใจและทำตามได้ง่าย และสามารถนำไปต่อยอดเพิ่มเติมได้ ดังนี้ 1) มีประโยชน์ (Uaeful) โดยธรรมชาติมนุษย์จะคิดว่าสิ่งใดมีคุณค่าก็ต่อเมื่อสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นได้ให้ประโยชน์กับเราไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เนื้อหาก็เช่นกัน ต้องคำนึงถึงว่าเมื่อนำเสนอไปแล้วจะก่อให้เกิดประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ ตรงกับสิ่งที่เขาคาดหวังไว้หรือเปล่า แทนการคิดว่าจะมีประโยชน์กับ

แบรนด์หรือไม่เพียงอย่างเดียว โดยคำว่าประโยชน์ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเนื้อหาวิชาการ หรือมีสาระหนัก ๆ หากหมายถึงการให้ความรู้ การแนะนำ หรือการให้ความบันเทิงใด ๆ ก็ตาม 2) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่ควรคำนึงเมื่อต้องการทำเนื้อหาที่ดีและมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายนั้น คือการพิจารณาว่าเนื้อหาต้องสื่อสารวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน และตอบได้ว่าเนื้อหาเหล่านั้นมีความเกี่ยวข้องหรือมีความเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างไร เพราะไม่ว่าเราจะทำบทความออกมาได้ดีแค่ไหน หากสุดท้ายไม่สามารถเชื่อมต่อกับกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาเหล่านั้นก็จะถูกเพิกเฉยจากพวกเขาได้ทันที 3) ชัดเจน เข้าใจง่าย นอกจากต้องพิจารณาในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายแล้ว อีกปัจจัยที่สำคัญนั่นคือการสร้างเนื้อหาที่ทำให้ทุกคนที่ได้อ่านสามารถเข้าใจได้ทันทีว่าเราต้องการสื่อสาร หรือมีวัตถุประสงค์อยากบอกเรื่องอะไร โดยต้องไม่นำบรรทัดฐานในการตัดสินแบบส่วนตัวมาพิจารณามากจนเกินไป กระทั่งทำให้เนื้อหาดูอ่านยาก มีความสลับซับซ้อน ซึ่งเป็นอีกจุดหนึ่งที่นักสร้างเนื้อหามักจะต้องเผชิญ 4) มีคุณภาพที่ดี เมื่อทำเนื้อหาที่มีประโยชน์และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว เรื่องคุณภาพของเนื้อหาก็เป็นอีกสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ ไม่ควรคัดลอกหรือนำลายน้ำตลอดจนข้อความมาโพสต์ลงเป็นของตัวเอง รวมถึงการใส่ใจในรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพความคมชัดของรูปภาพ วีดีโอที่ใช้ถ่ายทำ มาตรฐานของโปรดักชั่น เพราะสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อประสบการณ์ และเป็นความประทับใจที่ผู้อ่านจะจดจำจากเราไป 5) มีความเป็นต้นฉบับในรูปแบบของตัวเอง ผู้ที่ทำหน้าที่ผลิตเนื้อหาที่ดีควรจะต้องแสวงหาเอกลักษณ์หรือความเป็นต้นฉบับในแบบของตัวเองให้เจอ ซึ่งสามารถสะท้อนผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสำนวนและลีลาการเขียน โครงสร้างของเนื้อหา เอกลักษณ์ในการถ่ายภาพ การใส่ลายน้ำในภาพถ่ายของตัวเอง เพื่อให้ผู้อ่านเกิดการจดจำทั้งยังเป็นการสร้างความแตกต่างที่ดีจากบรรดาคู่แข่ง แนวคิดการตลาดแบบเน้นเนื้อหา (Content Marketing) ทำให้ทราบว่าการทำเนื้อหาเพื่อการสื่อสารต้องให้ความสำคัญกับคุณค่าของเนื้อหาสาร โดยสร้างเนื้อหาที่เป็นประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมายมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม ทั้งนี้ต้องไม่ยัดเยียดโฆษณาหรือรบกวนการรับชมเนื้อหาของผู้รับสารจนเกินไป ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิด Value Content มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ณัฐภณ กิตติทนนท์ชัย (2558) ศึกษาเรื่อง "การวิเคราะห์เนื้อหาสารและการตอบสนองบนเพจเฟซบุ๊คเว็บท่องเที่ยว กรณีศึกษาเพจเฟซบุ๊คเว็บ Chillpinainai" ซึ่งเป็นการศึกษาในแง่มุมที่ต่างออกไปจากผู้วิจัยหลายท่านที่เคยทำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มุ่งศึกษาไปที่เว็บบอร์ดสาธารณะ โดยผู้วิจัยจะศึกษาการนำเสนอเนื้อหาทาง facebook ของเว็บไซต์ท่องเที่ยวอันดับหนึ่งในประเทศไทย (Truehits.net, 2559) เพื่อให้ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับองค์กรผู้จัดสร้างสื่อ

ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นแนวทางในการพัฒนาเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของผู้ใช้สื่อออนไลน์มากที่สุด การวิเคราะห์เนื้อหาสารและการตอบสนองบนเพจเฟซบุ๊คท่องเที่ยวกรรีศึกษาเพจเฟซบุ๊ค Chillpainai พบว่า ประเภทเนื้อหาทางเพจนำเสนอเรื่องที่พักมากที่สุด ส่วนปฏิกิริยาตอบกลับพบว่าเนื้อหาประเภทคำคมมีค่าเฉลี่ย Engagement มากที่สุด ด้านวัตถุประสงค์การสื่อสาร พบว่า มีความสอดคล้องกันทั้งเรื่องจำนวน และปฏิกิริยาตอบกลับคือ ใช้วัตถุประสงค์เพื่อให้ความรอบรู้มากที่สุด กลยุทธ์การสร้าง และตรึงความสนใจทางเพจเลือกใช้กลยุทธ์แบบการกระทำคือ นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจหลาย ๆ แบบ ส่วนปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสารมีต่อการใช้กลยุทธ์แบบความเป็นจริงมากที่สุดคือ ใช้รูปภาพหรือเปรียบเทียบทำให้เห็นภาพตามวัตถุประสงค์เดียวกัน ส่วนภาษา และลีลาการเขียนจะเน้นเรื่องความถูกต้อง ชัดเจนมากที่สุด รวมถึงผู้รับสารก็มีปฏิกิริยาตอบกลับต่อการใช้เทคนิคนี้มากที่สุดเช่นเดียวกัน และยังพบว่า ทางเพจเน้นการใช้ภาพถ่ายประเภทสถานที่เยอะที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสัดส่วนของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอมากที่สุดบนเพจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสารที่พบว่ามีต่อประเภทภาพถ่ายแนวฮิปสเตอร์มากที่สุด สำหรับประเภทคอนเทนต์บน Facebook ที่ทางเพจนิยมใช้มากที่สุดคือการใช้ Link ซึ่งด้วยเทคโนโลยีของ Facebook ในปัจจุบันเมื่อวางลิงค์ลงไปจะปรากฏภาพหลักของเนื้อหาปลายทาง ซึ่งเป็นการเร้าความสนใจจาผู้อ่านด้วยรูปภาพด้วยอีกทางหนึ่ง โดยปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสารมีต่อประเทคอนเทนต์แบบ Photo มากที่สุด รวมถึงใช้เทคนิคพาดหัว Facebook เพื่อให้ผู้อ่านสนใจโดยเน้นการพาดหัวที่เล่นกับความสำคัญหรือความเด่นมากที่สุด ขณะที่ปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสารมีต่อการพาดหัวที่เน้นความรวดเร็วสดใหม่มากที่สุด นอกจากนี้ในเรื่องหลักการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า ทางเพจใช้หลักการสร้างเนื้อหาที่มีประโยชน์ (Useful) มากที่สุด แต่ปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสารกลับมีต่อหลักการสร้างเนื้อหาที่มีความเป็นต้นฉบับของตัวเองมากที่สุด เพราะฉะนั้นการทำเนื้อหาบนเพจ Facebook เว็บไซต์ท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จควรคำนึงถึงเนื้อหาที่ผู้บริโภคมีปฏิกิริยาตอบกลับที่ดีเป็นสำคัญ นั่นคือเน้นการนำเสนอเนื้อหาประเภทภาพถ่ายให้มากยิ่งขึ้น อาทิ ภาพถ่ายสถานที่ ภาพพร้อมข้อความคำโดยต้องนำประเภทภาพถ่ายที่กำลังได้รับความนิยมมาปรับใช้นำเสนอด้วย เช่น ภาพถ่ายแนวฮิปสเตอร์ นอกจากนี้ควรใช้การนำเสนอเนื้อหาแบบให้เห็นภาพเป็นรูปธรรม รวมทั้งต้องสร้างเนื้อหาที่มีความเป็นต้นฉบับของตัวเองด้วย

กังสดาล นาควิโรจน์ (2549) วิจัยเรื่อง การเปิดรับการจดจำและทัศนคติของผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานครที่มีต่อสื่อโฆษณาทางรถไฟฟ้ามหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า หากพิจารณากระบวนการเลือกสรรเพื่อการรับรู้ (perception

process) จะพบว่าหลังจากผู้รับสารเปิดรับสื่อ และได้ผ่านขั้นตอนการรับรู้ และตีความข้อมูลต่าง ๆ แล้วข้อมูลนั้น จะถูกเก็บรักษาอยู่ในความทรงจำ คือ ขั้นตอน selective retention ในเรื่องของความจำนี้มีความสำคัญในแง่ของการตลาด เพราะเพียงแค่ผู้รับสารรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อนั้นไม่เพียงพอ แต่ต้องสามารถสร้างความเข้าใจ และจดจำข้อมูลได้ด้วย เพื่อนำไปสู่การติดตามข้อมูลจากแหล่งที่ชื่นชอบ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้

นัจภัค มีอุสาห์ (2556) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของชุดข้อมูลและสีสันต่อความเข้าใจเนื้อหาของภาพอินโฟกราฟิก กล่าวว่า อินโฟกราฟิกเป็นการจัดระเบียบข้อมูลที่มีบทบาทในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และโฆษณาอย่างมาก การออกแบบอินโฟกราฟิกนักออกแบบต้องรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลบนพื้นฐานของความเข้าใจ สรุปใจความสำคัญและหลีกเลี่ยงการใช้ข้อมูลที่เป็นเท็จ นอกจากนี้การออกแบบอินโฟกราฟิกต้องคำนึงถึงเนื้อหา วิธีการเล่าเรื่อง และการออกแบบซึ่งการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีประสิทธิภาพ คือ การใช้ข้อมูลสัญลักษณ์กราฟิก ทั้งในลักษณะภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว โดยแปลงข้อมูลที่มีความซับซ้อนให้เป็นรูปแบบที่เข้าใจง่าย น่าสนใจและสวยงาม ซึ่งภาพกราฟิกต่าง ๆ นั้นสามารถเพิ่มการมองเห็นได้ชัดเจน สร้างการรับรู้ และการจดจำได้ ตลอดจนสร้างความรู้สึกร่วม และกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาบางอย่าง ในปัจจุบันในการออกแบบอินโฟกราฟิกส่วนใหญ่ให้ข้อมูลที่มากเกินความจำเป็นทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาได้ยากจนอาจเกิดความผิดพลาดในการส่งข้อมูลไปยังผู้รับ

เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย (2562) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิก โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเพื่ออธิบายหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า การพัฒนาสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิก ทำให้ผู้ใช้สื่อ และรับสื่อนั้นสามารถเข้าใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ได้ดีกว่าสื่อเดิมที่อยู่ในลักษณะของเอกสารและหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ผู้เชี่ยวชาญให้ความคิดเห็นในการพัฒนาสื่อว่า การใช้รูปแบบของสื่อที่เป็นอินโฟกราฟิกจะช่วยทำให้ผู้รับสื่อ เข้าถึงเนื้อหาโครงการในระยะเวลาอันสั้น ง่ายต่อการรับรู้ และเข้าใจของผู้ใช้สื่อ อีกทั้งยังดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานได้ดีกว่าสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ อีกด้วย ผู้วิจัยใช้เครื่องมือประเมินคุณภาพสื่อ ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพ ด้านประสิทธิผล และด้านความพึงพอใจ ดังนี้ 1) ประสิทธิภาพของอินโฟราฟิก คือ โลโก้มองเห็นได้ชัดเจน ตัวละครสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ภาพหลังมองเห็นได้ชัดเจน ตัวอักษรสามารถมองเห็นได้ชัดเจน เสียงประกอบสามารถได้ยินชัดเจน เสียงบรรยายสามารถได้ยินชัดเจน 2) ด้านประสิทธิผลของปฏิทินต้นแบบ คือ ตัวอักษรสามารถมองเห็นและอ่านได้ชัดเจน ตัวเลขสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ภาพตัวละครสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ภาพประกอบกราฟิกสามารถมองเห็นได้ชัดเจน คิวอาร์โค้ดวางตำแหน่ง

ในการมองเห็นได้ชัดเจน ความรวดเร็วในการเข้าถึงสื่อเมื่อสแกนคิวอาร์โค้ด 3) ด้านประสิทธิผล คือ เนื้อหาของโครงการหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง "อยู่เย็น เป็นสุข"โดยรวมมีความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ เนื้อหามีความต่อเนื่องในการนำเสนอ, เนื้อหาที่นำเสนอสามารถเข้าใจได้ง่าย การอธิบายมีความชัดเจนตามวัตถุประสงค์ เนื้อหามีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย 4) ด้านความพึงพอใจ คือ ตัวอักษรที่อยู่ในสื่อต้นแบบอินโฟกราฟฟิคมีความสวยงาม,ตัวอักษรที่อยู่ในสื่อปฏิสัมพันธ์ต้นแบบมีความสวยงาม การใช้สีมีความเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหา การออกแบบคาแรคเตอร์มีความสวยงาม การออกแบบฉากประกอบมีความสวยงาม การออกแบบในการจัดองค์ประกอบของภาพในสื่อเหมาะสมและสวยงาม เสียงประกอบสอดคล้องและเหมาะสมต่อเนื้อหา, เสียงผู้บรรยายสอดคล้องต่อเนื้อหาและสอดคล้องต่อเสียงประกอบ ด้านระยะเวลาในการนำเสนอเนื้อหาเพียงพอความพึงพอใจภาพรวมทั้งหมดของงาน

ศิวดล ภาภิรมย์ (2562, น. 70) วิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้การออกแบบ แบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุดการเรียนสำหรับหลักสูตรโครงการการศึกษาเพื่อต่อต้านการใช้ยาเสพติดในเด็กนักเรียน ผลการศึกษา พบว่า จากผลการวิเคราะห์ ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ที่มีส่วนสำคัญในการให้ข้อมูล เนื้อหาที่จะนำมาพัฒนาสื่อ คือ เรื่องบุหรี่ กัญชา สุรา และยาบ้า ทั้งนี้ สื่อโมชั่นกราฟิก เป็นสื่อที่ต้องมีลักษณะเข้าใจง่าย มีการออกแบบที่ตรงกับความต้องการของทั้งผู้ที่มีส่วนสำคัญในการให้ข้อมูล กับความต้องการของนักเรียน เข้ามามีส่วนช่วยในการอธิบายเนื้อหาของบุหรี่ กัญชาสุรา และยาบ้า สื่ออินโฟกราฟิกจะสามารถช่วยให้นักเรียนทำความเข้าใจเนื้อหารายละเอียดมาก ๆได้ในเวลาอันสั้น สามารถสร้างความจดจำ กระตุ้นความสนใจ ให้กับนักเรียนเข้าถึงข้อเท็จจริงจากผลกระทบของสิ่งเสพติดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น และติดตามอย่างต่อเนื่อง

จงกลนี จงพรชัย และคณะ (2555, น. 98-99) วิจัยเรื่อง อินโฟกราฟิกและการประยุกต์ในงานสุขภาพและเภสัชกรรม พบว่า อินโฟกราฟิก คือ รูปแบบการเรียนรู้จากการมองช่วยเพิ่มความสนใจของผู้รับสาร และลดระยะเวลาในการทำความเข้าใจเนื้อหา หลักการจัดทำอินโฟกราฟิกมีองค์ประกอบด้วยทักษะ 3 ประการ คือ วิเคราะห์ เรียบเรียง และออกแบบ การจัดทำจะเริ่มจากการแปลงใจความสำคัญของเนื้อหาเป็นรูปภาพ โดยรูปภาพนั้นต้องอธิบายเนื้อหาได้ครบถ้วนเข้าใจง่าย มีสถิติ และเอกสารอ้างอิงประกอบเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และน่าเชื่อถือ ในงานสุขภาพและเภสัชกรรมก็มีการใช้อินโฟกราฟฟิกอย่างกว้างขวาง และแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะทางเครือข่ายสังคมบนอินเทอร์เน็ต การใช้อินโฟกราฟิกมีบทบาทในด้านนี้มากขึ้นเนื่องจากความต้องการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร ความง่ายในการเผยแพร่ผลงานได้หลาย

ช่องทาง และความสามารถของวิธีสื่อสารที่ช่วยเพิ่มพลังความตั้งใจในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร ช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม ซึ่งประโยชน์ที่สำคัญ และจำเป็นในปัจจุบันไม่มีข้อกำหนดที่ชัดเจน ในการสร้างอินโฟกราฟิก หากต้องการสร้างอินโฟกราฟิกที่ดีและมีประสิทธิภาพควรยึดตามหลักการจัดทำสื่อ จงกลนี จงพรชัย และคณะ (2555, น. 113-114) กล่าวว่า ประโยชน์ของอินโฟกราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจของคนได้ตั้งแต่แรกที่เห็นชิ้นงาน และทำให้ผู้คนเหล่านั้นมีความตั้งใจที่จะเข้ามาเรียนรู้เรื่องราวที่แสดง นอกจากนั้นแล้วอินโฟกราฟิกยังต้องดึงดูด และนำพาผู้คนให้เข้าร่วมสิ่งที่ต้องการนำเสนอได้ตั้งแต่ต้นจนจบด้วยเนื้อหาที่เป็นประเด็นสำคัญร่วมกับสื่อสารด้วยภาพที่สวยงาม และน่าสนใจ อินโฟกราฟิกสามารถลดระยะเวลาในการทำความเข้าใจเนื้อหาได้ เนื่องจากสื่อในรูปแบบนี้เกิดจากการที่ผู้สร้างชิ้นงานได้สรุปเนื้อหาออกมาแล้ว เพื่อให้ได้เนื้อหาที่เข้าใจง่าย และรวดเร็วที่สุด มีผู้กล่าวว่าสื่อประเภทนี้เกิดขึ้นมาจากนักอ่านวารสารที่มักอ่านผ่านตามสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นไปตามการพัฒนาของผู้คนในยุคปัจจุบัน ชีวิตที่เร่งรีบและความต้องการที่รวดเร็วนำมาสู่การใช้อินโฟกราฟิก อินโฟกราฟิกสามารถนำเสนอ และเผยแพร่ได้ง่ายทั้งในรูปแบบภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว หรือจะนำเสนอผ่านสังคมออนไลน์ก็สามารถทำได้อย่างง่ายดาย จากประโยชน์หลาย ๆ ด้านที่กล่าวมา จึงทำให้อินโฟกราฟิกเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

Smiciklas (2012) กล่าวว่า อินโฟกราฟิกในปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมในโลกเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) การสื่อสารด้วยอินโฟกราฟิก จึงเหมาะสำหรับการสื่อสารในยุคดิจิตอลที่กำลังเข้าถึงข้อมูลที่ซับซ้อนด้วยเวลาอันจำกัด เนื่องจากง่ายต่อการทำความเข้าใจทำให้จดจำเนื้อหาที่ซับซ้อนได้ง่ายขึ้น สามารถดึงดูดความสนใจด้วยสีสัน และภาพประกอบที่สวยงาม หลักการออกแบบอินโฟกราฟิกแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกด้านข้อมูล ข้อมูลที่นำเสนอจะต้องมีความหมายที่น่าสนใจ เรียงเนื้อหาเป็นลำดับ มีเรื่องราวที่เปิดเผยต้องเป็นจริง และถูกต้อง ส่วนที่สองด้านการออกแบบ ในการออกแบบต้องมีรูปแบบ แบบแผน โครงสร้างหน้าที่การทำงาน และความสวยงาม โดยออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย และใช้ได้จริง

เพ็ญศรี จุลกาญจน์ และคณะ (2559, น. 1764) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบกราฟิกและสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านข้างวัด พบว่า สัญลักษณ์ในการสื่อความหมายมีความสำคัญในการสื่อสารเพื่อแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์และเนื้อหา ให้เข้าใจได้ง่ายรวมถึงการเลือกใช้สีที่เหมาะสมเข้ากับบุคลิกภาพ ซึ่งมาจากประเพณีนิยมพื้นถิ่นจะสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยฉบับนี้ เป็นการดำเนินกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แบ่งระเบียบวิธีวิจัยออกเป็นขั้นตอนให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์เลือกโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ที่เหมาะสมในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ไกด์นำเที่ยว และเจ้าหน้าที่ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ไกด์นำเที่ยว และเจ้าหน้าที่ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

1. คุณชัยวัฒน ทองศักดิ์ เจ้าพนักงานพิพิธภัณฑ์ชำนาญงาน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติรามคำแหง
2. คุณสุรางคนางค์ พ่วงแผน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ (อพท.)
3. คุณเรณู ปิ่นทอง เจ้าหน้าที่พัฒนาพื้นที่พิเศษ (อพท.)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ โบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย

ตัวแปรตาม คือ สรุปจำนวนโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จากการค้นคว้า และสัมภาษณ์ ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คือ คุณชัยวัฒน ทองศักดิ์ คุณสุรางคนางค์ พ่วงแผน และคุณเรณู ปิ่นทอง เพื่อนำผลการสังเคราห์โบราณสถานมาออกแบบสัญลักษณ์ภาพ

เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ

แบบสอบถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์โบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย โดยเกณฑ์การเลือกโบราณสถาน 4 เกณฑ์ คือ 1) โบราณสถานเหมาะสมตาม

ร่องรอยประวัติศาสตร์ 2) ความนิยมของนักท่องเที่ยว 3) ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน 4) มีประวัติความสำคัญ

การเก็บรวมรวบข้อมูล

ศึกษาวิเคราะห์โบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยการค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ไกด์นำเที่ยว และเจ้าหน้าที่ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวน 3 ท่าน คือ คุณชัยวัฒน ทองศักดิ์ คุณสุรางคนางค์ พ่วงแผน และคุณเรณู ปิ่นทอง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้เชี่ยวชาญเลือกรูปแบบศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย ที่เหมาะสมในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ โดยระดับคะแนน มีดังนี้ 12-10 ระดับดีมาก, 9-7 ระดับดี, 6-4 ระดับปานกลาง, 3-0 ระดับพอใช้ ถ้าผู้เชี่ยวชาญประเมินอยู่ใน ระดับดีขึ้นไป จึงนำโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย มาออกแบบสัญลักษณ์ภาพต่อไป

2. การพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบกราฟิก

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบกราฟิก ประกอบด้วยอาจารย์ และนักออกแบบที่เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสิฐ จันมา สาขาวิชาการออกแบบสื่อนวัตกรรม ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

2. ดร.วราภรณ์ มามี อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

3. ดร.จอมจรัญ มะโนปัน อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

4. อาจารย์ทายาท เตชะสุวรรณ์ อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตเพาะช่าง และนักออกแบบตำแหน่ง design director Nitas Tessile.co., ltd. บริษัท นิทัส เทสซิเล จำกัด

5. คุณรัตน์ติกาล มณีรัตนฤกษ์ ตำแหน่ง Color Designer Supervisor บริษัท TOA Paint Public Company Limited.

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ สัญลักษณ์ภาพโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ตัวแปรตาม คือ ผลการออกแบบสัญลักษณ์ภาพโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เพื่อนำไปออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ

แบบสอบถามเพื่อประเมินสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย จำนวน 17 วัด จากกระบวนการ Symbolization และหลักการใช้สีตามบุคลิกภาพของ Shigenobu Kobayashi ให้สื่ออารมณ์ความรู้สึกและถึงบุคลิภาพของโบราณสถานในแต่ละที่

การเก็บรวมรวบข้อมูล

ใช้เกณฑ์จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรื่องหลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อออกแบบสัญลักษณ์ภาพ เรื่อง 1) สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว 2) มีความเรียบง่าย 3) เข้าใจง่าย 4) จดจำง่าย 5) มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม 6) มีความร่วมสมัย 7) มีความสวยงามน่าสนใจ 8) นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการย่อหรือขยาย 9) บุคลิกของสีเหมาะสมกับโบราณสถาน 10) สีมีความสวยงามน่าสนใจ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนน มีระดับคะแนน ดังนี้ (ล้วน สายยศ, และอังคณา สายยศ, 2548, น. 248-249)

5	คะแนน	หมายถึง	มีค่าคะแนนอยู่ในระดับ เหมาะสมมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	มีค่าคะแนนอยู่ในระดับ เหมาะสมมาก
3	คะแนน	หมายถึง	มีค่าคะแนนอยู่ในระดับ เหมาะสมปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	มีค่าคะแนนอยู่ในระดับ เหมาะสมน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	มีค่าคะแนนอยู่ในระดับ เหมาะสมน้อยที่สุด

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและสรุปผลในรูปแบบของการคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยมีเกณฑ์การแปล

ความหมาย เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยในช่วงคะแนน ดังต่อไปนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2548, น. 248-249)

4.50 - 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ น้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

3. การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว โปสเตอร์ และแผ่นพับ ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร - ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

ผู้เชี่ยวชาญทางวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอินโฟกราฟิกหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง และนักวิชาการทางด้านประวัติศาสตร์ เพื่อประเมินการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

กลุ่มตัวอย่าง - ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ จำนวน 5 ท่าน

เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล รวมถึงการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เลือกกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิแบบเจาะจงบุคคล โดยมีเกณฑ์การพิจารณา คือ เป็นนักวิชาการที่สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาโท ทางด้านการออกแบบกราฟิก หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยรายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเครื่องมือ ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิจติพงษ์ ประชาชิต อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์พิพัฒน์ สายทอง อาจารย์ภาควิชาสื่อนฤมิต คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนโชติ เทียนมงคล อาจารย์ภาควิชาสื่อนฤมิต คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสิฐ จันมา สาขาวิชาการออกแบบสื่อนวัตกรรม ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

5. อาจารย์รุ่งโรจน์ รัตนพิเชฐกุล สาขาวิชาการออกแบบสื่อนวัตกรรม ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผู้เชี่ยวชาญทางวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และนักวิชาการทางด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน

ผู้เชี่ยวชาญทางวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอินโฟกราฟิกหรือสาขาที่เกี่ยวข้อง และนักวิชาการทางด้านประวัติศาสตร์ เพื่อประเมินการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวน 11 ท่าน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นอาจารย์ หรือนักวิชาการทางด้านการออกแบบอินโฟกราฟิก การออกแบบกราฟิก หรือสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สอนมาแล้วอย่างน้อย 5 ปี ขึ้นไป และสำเร็จการศึกษาขั้นต่ำระดับปริญญาโท 2) ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบกราฟิกและอินโฟกราฟิก 3) นักวิชาการทางด้านประวัติศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย 5 ปี ขึ้นไป ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญทางวิชาการ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิจติพงษ์ ประชาชิต อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์พิพัฒน์ สายทอง อาจารย์ภาควิชาสื่อนฤมิต คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนโชติ เทียนมงคล อาจารย์ภาควิชาสื่อนฤมิต คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

4. ดร.วราภรณ์ มามี อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

5. อาจารย์นฤเบศร สันติเดชา อาจารย์พิเศษคณะนิเทศศาสตร์ สาขาสื่อผสม Multimedia มหาวิทยาลัยรังสิต และ อาจารย์พิเศษคณะนิเทศศาสตร์ สาขาการออกแบบสื่อเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

1. คุณประดิษฐ์ พูลสาริกิจ ตำแหน่ง design Editor บริษัท เนชั่น นิวส์ เน็ตเวิร์ค จำกัด

2. อาจารย์ทายาท เตชะสุวรรณ์ อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตเพาะช่าง และนักออกแบบตำแหน่ง design director Nitas Tessile.co., ltd. บริษัท นิทัส เทสซิเล จำกัด.

3. คุณรัตน์ติกาล มณีรัตนฤกษ์ ตำแหน่ง Color Designer Supervisor บริษัท TOA Paint Public Company Limited

4. คุณอริย์ธัช ปานท่าไข่ ตำแหน่ง SENIOR SUPERVISOR–DESIGNER, CONSTRUCTION MANAGEMENT บริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด นักวิชาการทางด้านประวัติศาสตร์

5. คุณสุรางคนางค์ พ่วงแผน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) จังหวัดสุโขทัย

6. คุณสิรวีย์ เอี่ยมสุดใจ มัคคุเทศก์เชี่ยวชาญมรดกโลก นักวิชาการวัฒนธรรมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ รามคำแหง จังหวัดสุโขทัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ อินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบไปด้วย ไกด์บุ๊ค โปสเตอร์ แผ่นพับ และสื่อออนไลน์ ประกอบไปด้วย เพจเฟสบุ๊ค

ตัวแปรตาม คือ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบอินโฟกราฟิกและวิชาการทางด้านประวัติศาสตร์ ที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบไปด้วย ไกด์บุ๊ค โปสเตอร์ แผ่นพับ และสื่อออนไลน์ ประกอบไปด้วย เพจเฟสบุ๊ค

เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ

แบบสอบถาม สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและวิชาการทางด้านประวัติศาสตร์สมัยสุโขทัย ในการประเมินคุณภาพและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อ “ออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์” โดยการประเมินจะเทียบเกณฑ์มาตราส่วนแบบ ประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

โดยเกณฑ์ในการให้คะแนนของแบบสอบถามด้านความคิดเห็นที่มีต่อออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ใช้เกณฑ์ การให้คะแนนมีระดับคะแนน ดังนี้ (ล้วน สายยศ, และอังคณา สายยศ, 2548, น. 248-249)

คะแนน		ระดับการประเมินคุณภาพ
5	หมายถึง	ดีมาก
4	หมายถึง	ดี
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	พอใช้
1	หมายถึง	ควรปรับปรุง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนประเมินด้านความคิดเห็นที่มีต่อด้านการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ หลังจากนั้นจะนำผลคะแนนรวมทั้งหมดของ 11 ท่าน มารวมกันและคิดค่าเฉลี่ยทางสถิติหาว่ารูปแบบอินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์มีความเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวมากที่สุด เพื่อนำไปสู่กระบวนการผลิตรูปแบบอินโฟกราฟิกประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวประเมินแบบสอบถามการรับรู้และความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยต่อไป

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและสรุปผลในรูปแบบของการคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยในช่วงคะแนน ดังต่อไปนี้ (ล้วน สายยศ, และอังคณา สายยศ, 2548, น. 248-249)

4.50 - 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ น้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ขั้นตอนที่ 2 ผลประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจที่เดินทางมาเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ค่าเฉลี่ยต่อเดือน 82,540 คน จากสรุปจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสุโขทัย ประจำปี 2559

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล รวมถึงการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เลือกกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิแบบเจาะจงบุคคล โดยมีเกณฑ์การพิจารณา คือ เป็นนักวิชาการที่สำเร็จการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาโท ทางด้านการออกแบบกราฟิก หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยรายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเครื่องมือ ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิจติพงษ์ ประชาชิต อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะ และการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์พิพัฒน์ สายทอง อาจารย์ภาควิชาสื่อนฤมิต คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนโชติ เทียนมงคล อาจารย์ภาควิชาสื่อนฤมิต คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสิฐ จันมา สาขาวิชาการออกแบบสื่อนวัตกรรม ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

5. อาจารย์รุ่งโรจน์ รัตนพิเชฐกุล สาขาวิชาการออกแบบสื่อนวัตกรรม ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจ

นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจที่เดินทางมาเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวน 204 คน ได้มาจากการคำนวณตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 7% โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) ผู้วิจัยจะใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane ระบุจำนวนตัวอย่างที่จะสุ่มเมื่อทราบจำนวนประชากรและขนาดตัวอย่างสำหรับประชากรขนาด 500-มากกว่า 10,000 คน (Yamane, 1967 อ้างถึงในนิรัช สุดสังข์, 2548, หน้า 49-50)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ อินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบไปด้วย ไกด์บุ๊ค โปสเตอร์ แผ่นพับ และสื่อออนไลน์ ประกอบไปด้วย เพจเฟสบุ๊ค

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์ ด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบไปด้วย ไกด์บุ๊ค โปสเตอร์ แผ่นพับ และสื่อออนไลน์ ประกอบไปด้วย เพจเฟสบุ๊ค

เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ

แบบสอบถามการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกของนักท่องเที่ยวมีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบไปด้วย ไกด์บุ๊ค โปสเตอร์ แผ่นพับ และสื่อออนไลน์ ประกอบไปด้วย เพจเฟสบุ๊ค โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. แบบสอบถามการรับรู้ของของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นการสอบถามโดยใช้วิธีการให้นักท่องเที่ยวสื่ออินโฟกราฟิก และตอบแบบสอบถามแสดงระดับความคิดเห็น (Rating Scale) โดยแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถามการรับรู้ที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

โดยเกณฑ์ในการให้คะแนนแบบสอบถามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวมีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบไปด้วย ไกด์บุ๊ค โปสเตอร์ แผ่นพับ และสื่อออนไลน์ ประกอบไปด้วย

เพจเฟสบุ๊ค ให้คะแนนด้านการรับรู้ มีระดับคะแนน ดังนี้ (ล้วน สายยศ, และอังคณา สายยศ, 2548, น. 248-249)

5 คะแนน หมายถึง การรับรู้อยู่ในระดับ มากที่สุด
4 คะแนน หมายถึง การรับรู้อยู่ในระดับ มาก
3 คะแนน หมายถึง การรับรู้อยู่ในระดับ ปานกลาง
2 คะแนน หมายถึง การรับรู้อยู่ในระดับ น้อย
1 คะแนน หมายถึง การรับรู้อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

2. แบบสอบถามความเข้าใจของของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นการสอบถามโดยใช้วิธีการให้นักท่องเที่ยวดูสื่ออินโฟกราฟิก และตอบแบบสอบถามแสดงระดับความคิดเห็น (Rating Scale) โดยแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถามความเข้าใจที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

โดยเกณฑ์ในการให้คะแนนแบบสอบถามความเข้าใจของนักท่องเที่ยวมีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบไปด้วย ไกด์บุ๊ค โปสเตอร์ แผ่นพับ และสื่อออนไลน์ ประกอบไปด้วย เพจเฟสบุ๊ค ให้คะแนนด้านการเข้าใจ มีระดับคะแนน ดังนี้ (ล้วน สายยศ, และอังคณา สายยศ, 2548, น. 248-249)

5 คะแนน หมายถึง ความเข้าใจอยู่ในระดับ มากที่สุด
4 คะแนน หมายถึง ความเข้าใจอยู่ในระดับ มาก
3 คะแนน หมายถึง ความเข้าใจอยู่ในระดับ ปานกลาง
2 คะแนน หมายถึง ความเข้าใจอยู่ในระดับ น้อย
1 คะแนน หมายถึง ความเข้าใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เข้าลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวน 204 คน โดยอธิบายวัตถุประสงค์ของการแจกแบบทดสอบ เพื่อขอความกรุณาในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนและมีความสมบูรณ์

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้เพื่อนำไปสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้และความเข้าใจ การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูล จากนักท่องเที่ยว และสรุปผลในรูปแบบของการคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยในช่วงคะแนน ดังต่อไปนี้ (ล้วน สายยศ, และอังคณา สายยศ, 2548, น. 248-249)

เกณฑ์การแปลความหมายของความเข้าใจ เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ในช่วงคะแนน ดังต่อไปนี้

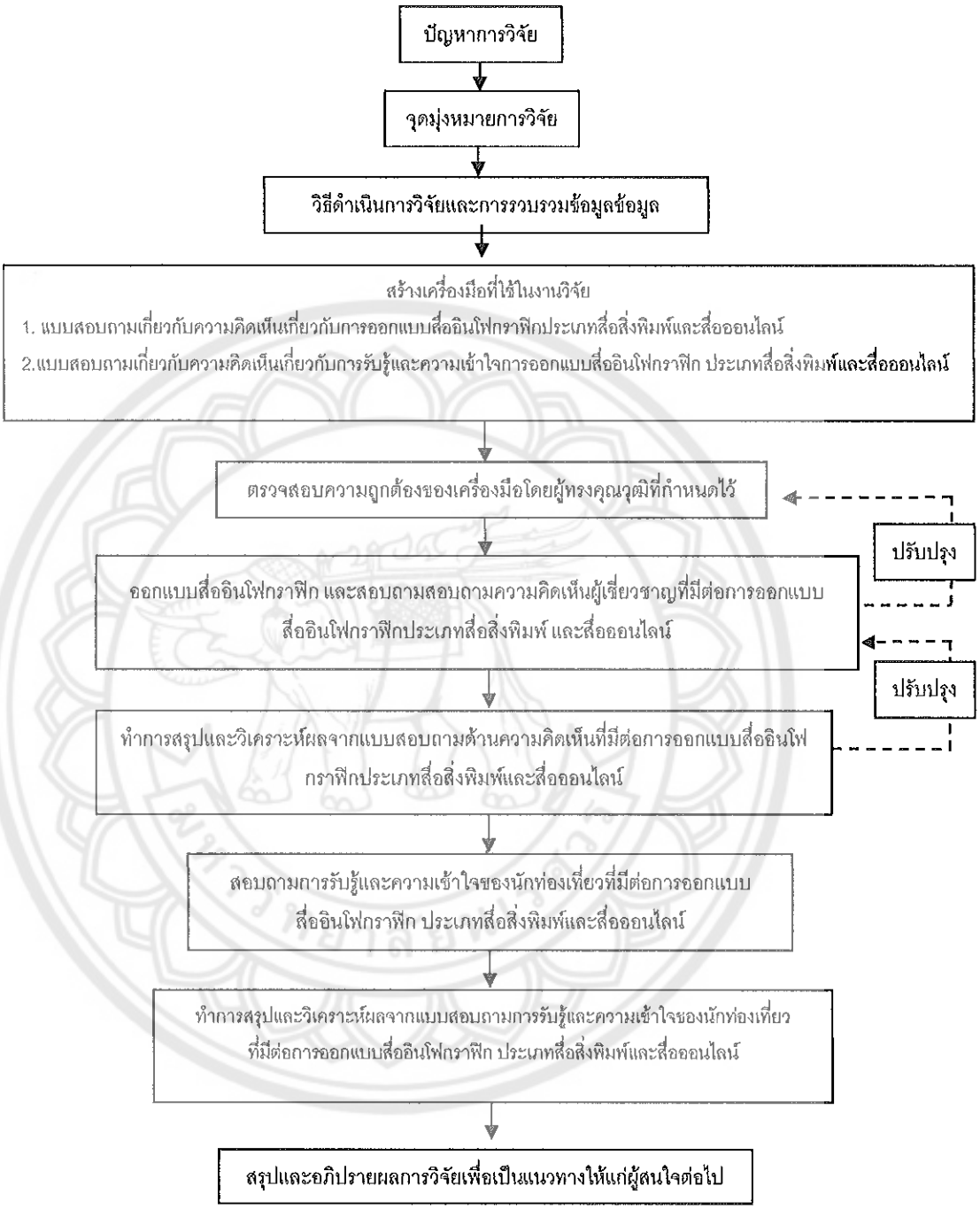
4.50 - 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ น้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

วิเคราะห์ข้อมูล เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน มีการรับรู้และความเข้าใจงานออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยต่างกัน

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ 1) เพศต่างกัน 2 เพศ ใช้สถิติ Independent Sample (t-test)

2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป 1) อายุต่างกัน 2) การศึกษาต่างกัน 3) อาชีพต่างกัน 4) รายได้ต่างกัน ใช้สถิติค่าร้อยละ หรือ % เปอร์เซ็นต์ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) One-Way ANOVA (Ftest) และเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี LSD

ขั้นตอนการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย



ภาพ 194 แสดงวิธีดำเนินการวิจัย

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2563

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และ 2) เพื่อประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ตอนที่ 2 ผลประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ตอนที่ 1 ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย สามารถแบ่งออกได้เป็น 8 ขั้นตอน ดังนี้

1. **ผลการวิเคราะห์โบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ที่เหมาะสมในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ**

การศึกษาวิเคราะห์โบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยการค้นคว้า และสัมภาษณ์ ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ไกด์นำเที่ยว และเจ้าหน้าที่ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ตาราง 17 แสดงการวิเคราะห์โบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย

โบราณสถานในเมือง	โบราณสถานนอกเขตกำแพงเมือง			
	โบราณสถานด้านเหนือ	โบราณสถานด้านใต้	โบราณสถานด้านตะวันออก	โบราณสถานด้านตะวันตก
1.วัดมหาธาตุ	1.วัดพระพายหลวง	1.ประตูนะโม	1.วัดช้างล้อม	1.วัดสะพานหิน
2.เนินปราสาท	2.วัดศรีชุม	2.วัดก้อนแลง	2.วัดตระพังทองหลาง	2.วัดอรัญญิก
3.วัดศรีสวาย	3.วัดอ้อมรอบ	3.วัดต้นจันทร์	3.วัดเจดีย์สูง	3.วัดตระพัง
4.วัดตระพังเงิน	4.วัดเตาทุเรียง	4.วัดเชตุพน		ช้างเผือก
5.วัดสระศรี	5.วัดสังฆาวาส	5.วัดเจดีย์สี่ห้อง		4.วัดช้างรอบ
6.วัดชนะสงคราม	6.วัดตระพังผักตบ	6.วัดศรีพิจิตรกิรติ		5.วัดเขาพระบาท
7.วัดตระพังทอง	7.วัดแม่โจน	กัลยาราม		น้อย
8.วัดตระกวน	8.วัดร่องขวาง	7.วัดวิหารทอง		6.วัดป่ามะม่วง
9.ศาลตาผาแดง	ตะวัน	8.วัดอโสการาม		7.วัดศรีโทล
10.วัดศรศักดิ์	9.วัดเตาทุเรียงบน	9.วัดโพร่งเม่น		8.วัดตึก
11.วัดซ่อนข้าว	10.วัดมะขามป้อม	10.วัดมุมลังกา		9.เทวาลัยมหา
	11.วัดหนองปรือ			เกษตร
	12.วัดเนินร่องทอง			10.วัดเจดีย์งาม
				11.วัดถ้ำหีบบน
				12.วัดหีบล่าง
				13.วัดเขาพระ
				บาทใหญ่

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

จากตาราง 17 แสดงการวิเคราะห์รูปแบบศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย พบว่า จำนวนวัดในอุทยานประวัติศาสต์สุโขทัย โดยการค้นคว้า และสัมภาษณ์ ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีทั้งสิ้น 49 วัด โดยการแบ่งเป็น โบราณสถานในเมือง โบราณสถานด้านเหนือ โบราณสถานด้านใต้ โบราณสถานด้านตะวันออก โบราณสถานด้านตะวันตก

2. ผลการวิเคราะห์เลือกรูปแบบศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย ที่เหมาะสมในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การประเมินหาโบราณสถานที่ทำการศึกษา 4 เกณฑ์ คือ 1) โบราณสถานเหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์ 2) ความนิยมของนักท่องเที่ยว 3) ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน 4) มีประวัติความสำคัญ เพื่อวิเคราะห์เลือกรูปแบบศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย ที่เหมาะสมในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ โดยระดับคะแนน มีดังนี้ 12-10 ระดับดีมาก 9-7 ระดับดี 6-4 ระดับปานกลาง 3-0 ระดับพอใช้ ถ้าผู้เชี่ยวชาญประเมินอยู่ใน ระดับดี ขึ้นไป จึงนำโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย มาออกแบบสัญลักษณ์ภาพเพื่อการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยต่อไป

ตาราง 18 แสดงการวิเคราะห์เลือกรูปแบบศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย ที่เหมาะสมในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ

ลำดับ	รายชื่อโบราณสถาน	เกณฑ์การประเมินหาโบราณสถาน				
		โบราณสถานเหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์	ตามความนิยมของนักท่องเที่ยว	ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน	มีประวัติ/ความสำคัญ	ผลรวมคะแนนจากเกณฑ์การประเมิน
	ในเมือง					
1	วัดมหาธาตุ	3	3	3	3	12
2	เนินปราสาท	0	0	0	1	1
3	วัดศรีสวาย	3	3	3	3	12
4	วัดตระพังเงิน	3	3	3	3	12
5	วัดสระศรี	3	3	3	3	12
6	วัดชนะสงคราม	1	0	1	0	2
7	วัดตระพังทอง	0	3	3	3	9
8	วัดตระกวน	1	1	1	1	4
9	ศาลตาผาแดง	3	3	3	0	9
10	วัดศรศักดิ์	3	3	3	3	12
11	วัดซ่อนข้าว	0	0	0	0	0

ตาราง 18 (ต่อ)

ลำดับ	รายชื่อโบราณสถาน	เกณฑ์การประเมินหาโบราณสถาน				
		โบราณสถานเหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์	ตามความนิยมของนักท่องเที่ยว	ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน	มีประวัติ/ความสำคัญ	ผลรวมคะแนนจากเกณฑ์การประเมิน
	ด้านเหนือ					
12	วัดพระพายหลวง	3	3	3	3	12
13	วัดศรีชุม	3	3	3	3	12
14	วัดอ้อมรอบ	0	0	0	0	0
15	วัดเตาทุเรียง	1	0	0	1	2
16	วัดสังฆาวาส	1	0	0	1	2
17	วัดตระพังผักตบ	0	0	0	0	0
18	วัดแม่โจน	1	1	1	1	4
19	วัดร่องขวางตะวัน	0	0	0	0	0
20	วัดเตาทุเรียงบน	0	0	0	1	1
21	วัดมะขามป้อม	0	0	0	0	0
22	วัดหนองปรือ	0	0	0	0	0
23	วัดเนินร่องทอง	0	0	0	0	0
	ด้านใต้					
24	ประตูนะโม	0	0	0	0	0
25	วัดก้อนแลง	0	0	0	0	0
26	วัดต้นจันทร์	0	0	0	0	0
27	วัดเชตุพน	0	3	3	3	9
28	วัดเจดีย์สี่ห้อง	0	3	3	3	9
29	วัดศรีพิจิตรกิรติ	2	1	2	1	6
	กัลยาราม					
30	วัดวิหารทอง	0	0	0	1	1
31	วัดอโสการาม	1	0	0	2	3
32	วัดโพร่งเม่น	0	0	0	0	0
33	วัดมุมลังกา	0	0	0	0	0

ตาราง 18 (ต่อ)

ลำดับ	รายชื่อโบราณสถาน	เกณฑ์การประเมินหาโบราณสถาน				
		โบราณสถานเหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์	ตามความนิยมของนักท่องเที่ยว	ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน	มีประวัติ/ความสำคัญ	ผลรวมคะแนนจากเกณฑ์การประเมิน
	ด้านตะวันออก					
34	วัดช้างล้อม	3	3	3	3	12
35	วัดตระพังทองหลาง	3	3	3	3	12
36	วัดเจดีย์สูง	1	0	3	1	5
	ด้านตะวันตก					
37	วัดสะพานหิน	0	3	3	3	9
38	วัดอรัญญิก	0	0	0	0	0
39	วัดตระพังช้างเผือก	1	0	0	1	2
40	วัดช้างรอบ	1	0	0	2	3
41	วัดเขาพระบาทน้อย	3	0	3	3	9
42	วัดป่ามะม่วง	3	2	3	3	11
43	วัดศรีโทล	1	0	1	1	3
44	วัดตึก	2	0	2	2	6
45	เทวาลัยมหาเกษตร	3	2	3	3	11
46	วัดเจดีย์งาม	1	0	0	1	2
47	วัดถ้ำหีบบน	0	0	0	0	0
48	วัดหีบล่าง	0	0	0	0	0
49	วัดเขาพระบาทใหญ่	0	0	0	0	0

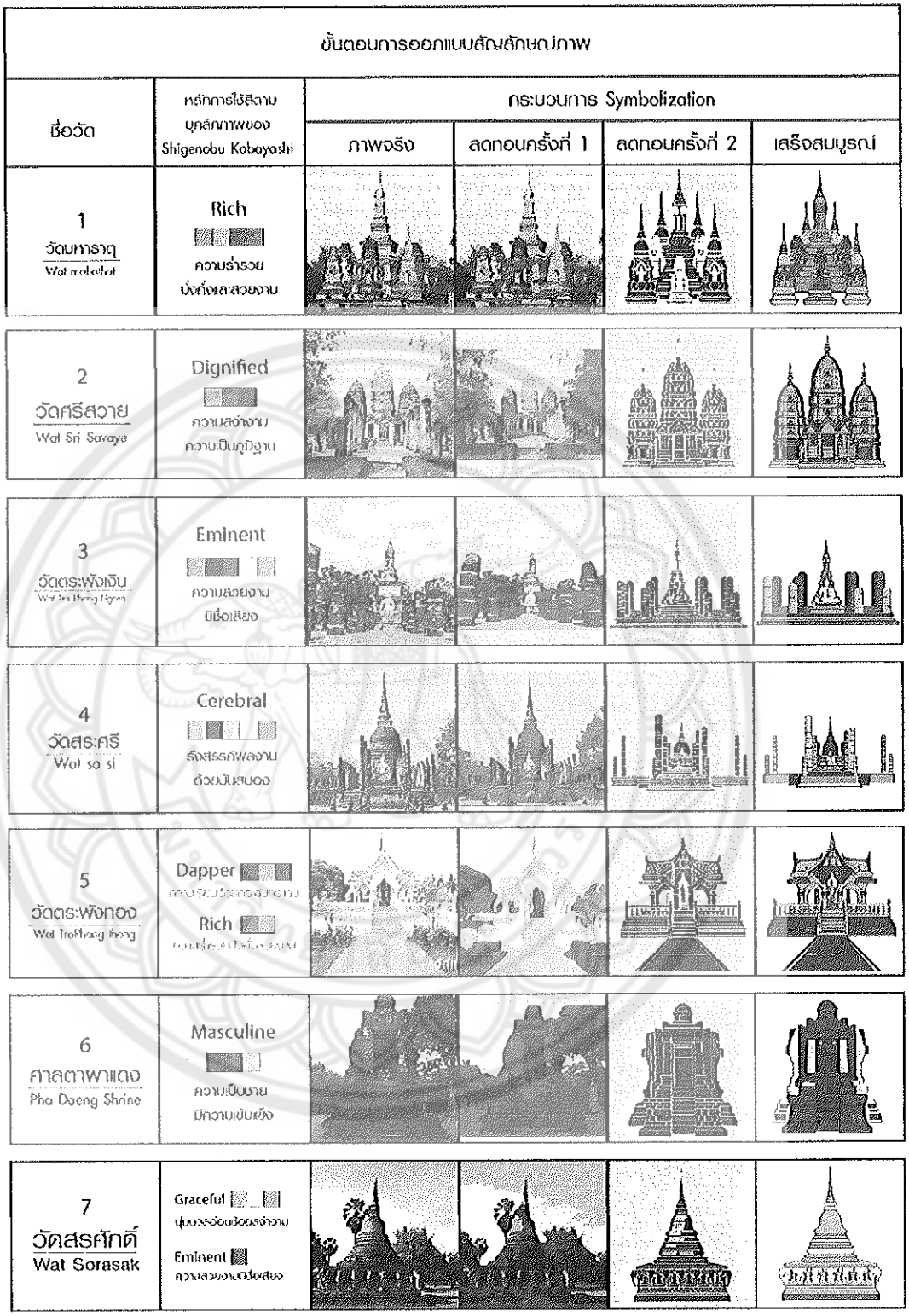
ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

จากตาราง 18 แสดงการวิเคราะห์เลือกรูปแบบศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย ที่เหมาะสมในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ ผลการวิเคราะห์โบราณสถานที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ประเมินโดยมีผู้เชี่ยวชาญพิจารณาสรุปผลประเมินอยู่ในระดับดี มีทั้งสิ้นจำนวน 17 วัด จากโบราณสถานจำนวนทั้งหมด 49 วัด ได้แก่ 1) วัดมหาธาตุ 2) วัดศรีสวาย 3) วัดตระพังเงิน 4) วัดสระศรี 5) วัดตระพังทอง 6) ศาลตาผาแดง 7) วัดสรศักดิ์

8) วัดพระพายหลวง 9) วัดศรีชุม 10) วัดเชตุพน 11) วัดเจดีย์สี่ห้อง 12) วัดช้างล้อม 13) วัดตระพังทองหลาง 14) วัดสะพานหิน 15) วัดเขาพระบาทน้อย 16) วัดป่ามะม่วง 17) เทวาลัยมหาเกษตร

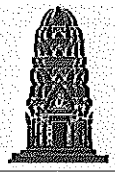
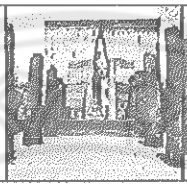
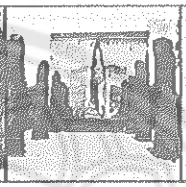
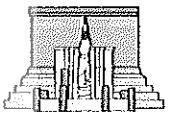
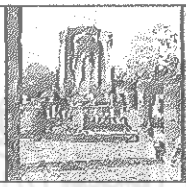
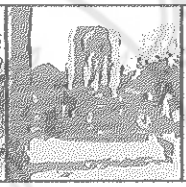
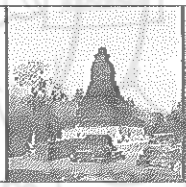
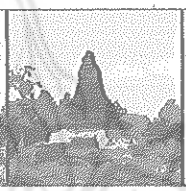
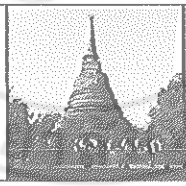
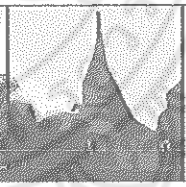
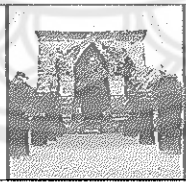
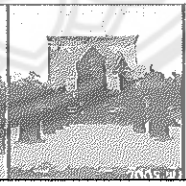
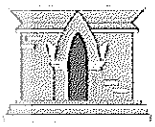
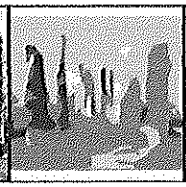
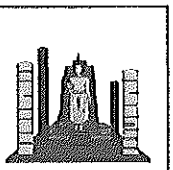
3. ผลการพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย

เมื่อผู้วิจัยได้เกณฑ์การออกแบบและประเมินสัญลักษณ์ภาพ จึงพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย จำนวน 17 วัด จากกระบวนการ Symbolization โดยการย่อยหรือสรุปภาพในลักษณะของการเป็นสัญลักษณ์ นำองค์ประกอบพื้นฐานที่มีอยู่ในภาพ จุด เส้น ระนาบ ออกมาแสดงอย่างเรียบง่ายและลดทอนรายละเอียดให้เห็นจากสภาพจริง แต่คงความหมายเดิมของภาพนั้นเอาไว้ โดยนำหลักการ Symbolization คือ จับจุดเด่นของภาพ พยายามสร้างภาพใหม่ให้เข้าสู่องค์ประกอบพื้นฐานโดยการทำภาพให้ง่าย ภาพที่ออกแบบมีละเอียดที่น้อยแต่ยังคงความหมายของภาพนั้นไว้ และนำหลักการใช้สีตามบุคลิกภาพของ Shigenobu Kobayashi ให้สื่ออารมณ์ความรู้สึกและถึงบุคลิภาพของโบราณสถานในแต่ละที่ แล้วสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบสัญลักษณ์ภาพ จำนวน 5 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยอาจารย์ และนักออกแบบที่เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก



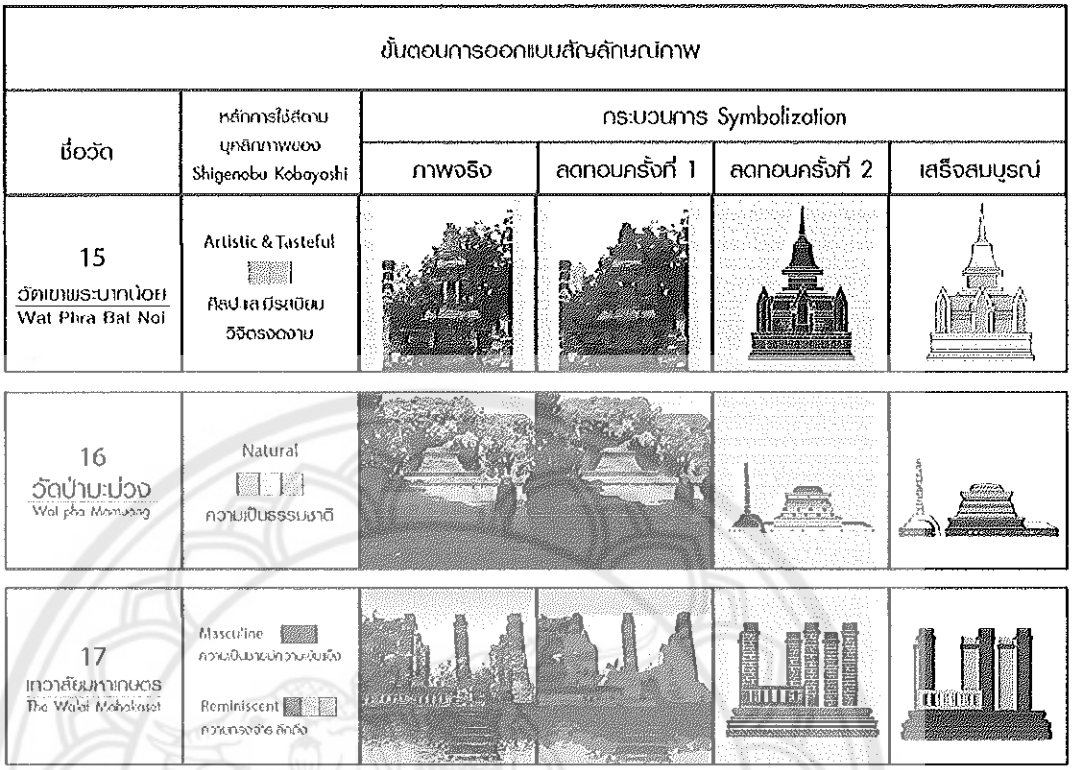
ภาพ 195 แสดงกระบวนการ Symbolization วัดที่ 1-7

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

ขั้นตอนการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ					
ชื่อวัด	หลักการใช้สีตามบุคลิกภาพของ Shigenobu Kobayashi	กระบวนการ Symbolization			
		ภาพจริง	ลดทอนครั้งที่ 1	ลดทอนครั้งที่ 2	เสร็จสมบูรณ์
8 วัดพระพายหลวง Wat Pra Phai luang	Refined & Comely การกลั่นและสุภาพ				
9 วัดศรีชุม Wat Sri Chum	Graceful นุ่มนวลอ่อนช้อยงดงาม Eminent ความสง่างามน่าชื่อถือ				
10 วัดเชตุพน Wat Chetuphon	Tranquil เรียบง่าย Dignified สง่างาม				
11 วัดเจดีย์สี่ห้อง Wat Chedi Si Hong	Simple & Honest เรียบง่าย มีความซื่อสัตย์				
12 วัดช้างล้อม Wat Chang Lom	Robust แข็งแรง เข้มแข็ง ล่ำกำยำ				
13 วัดตระพังทองหลาง Wat Tra Phang Thong Lang	Fashionable น่าสนใจ ตามสมัยนิยม				
14 วัดสะพานหิน Wat SaPhan Hin	Artistic & Tasteful ศิลปะ วิจิตรงดงาม Heavy & Deep ความหนักแน่น				

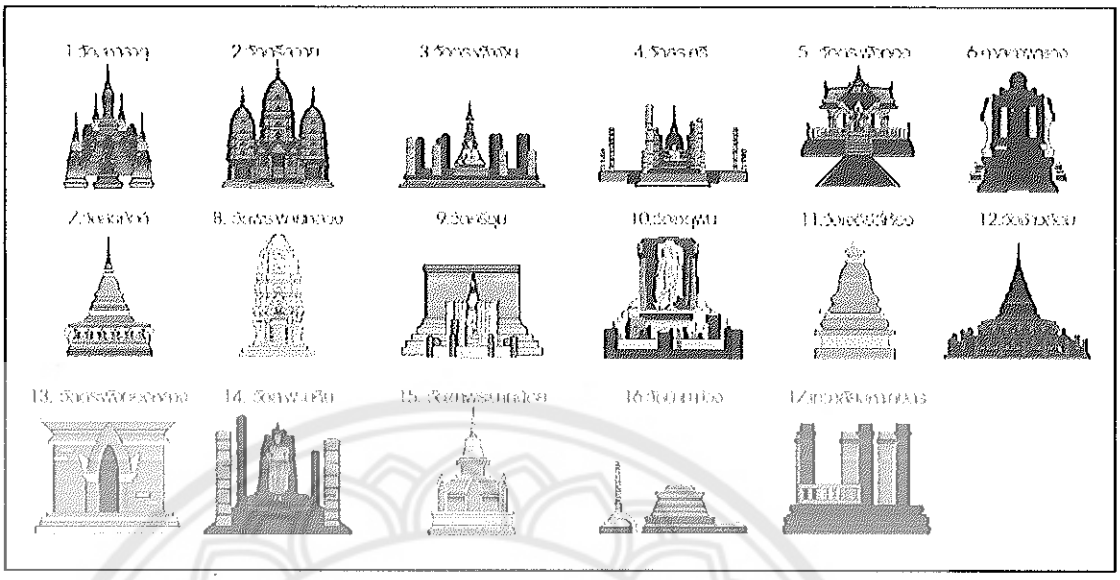
ภาพ 196 แสดงกระบวนการ Symbolization วัดที่ 8-14

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562



ภาพ 197 แสดงกระบวนการ Symbolization วัดที่ 15-17

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562



ภาพ 198 แสดงสรุปผลของกระบวนการออกแบบสัญลักษณ์ที่เสร็จสมบูรณ์

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

ตาราง 19 แสดงผลการพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ทั้งสิ้น 17 วัด

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	1.วัดมหาธาตุ			2.วัดศรีสวาย			3.วัดตระพังเงิน		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
1.	สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว	4.60	0.54	มากที่สุด	5.00	0	มากที่สุด	4.80	0.44	มากที่สุด
2.	มีความเรียบง่าย	4.40	0.89	มาก	4.60	0.54	มากที่สุด	4.80	0.44	มากที่สุด
3.	เข้าใจง่าย	4.20	0.83	มาก	4.60	0.89	มากที่สุด	4.20	0.83	มาก
4.	จดจำง่าย	4.20	0.44	มาก	4.60	0.54	มากที่สุด	4.60	0.54	มากที่สุด
5.	มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม	3.80	0.83	มาก	4.20	0.83	มาก	4.40	0.89	มาก
6.	มีความร่วมสมัย	4.00	0.70	มาก	3.75	0.50	มาก	4.20	0.83	มาก
7.	มีความสวยงามน่าสนใจ	4.40	0.54	มาก	4.60	0.54	มากที่สุด	4.40	0.54	มาก
8.	นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการย่อหรือขยาย	4.00	0.70	มาก	4.60	0.89	มากที่สุด	4.00	1.00	มาก
9.	บุคลิกของสีเหมาะสมกับโบราณสถาน	3.80	1.30	มาก	4.20	1.30	มาก	3.40	1.51	มาก
10.	สีมีความสวยงามน่าสนใจ	4.20	1.09	มาก	4.20	1.09	มาก	3.80	0.83	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.16	0.79	มาก	4.43	0.79	มาก	4.26	0.87	มาก

ตาราง 19 (ต่อ)

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	4.วัดสระศรี			5.วัดตระพังทอง			6.ศาลตาผาแดง		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
1.	สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว	4.40	0.54	มาก	4.60	0.54	มากที่สุด	3.60	0.89	มาก
2.	มีความเรียบง่าย	4.60	0.54	มากที่สุด	4.40	0.89	มาก	3.80	0.44	มาก
3.	เข้าใจง่าย	4.00	0.70	มาก	4.00	1.00	มาก	3.60	1.14	มาก
4.	จดจำง่าย	4.00	0.70	มาก	4.00	0.70	มาก	3.80	1.09	มาก
5.	มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม	4.20	0.83	มาก	3.80	0.83	มาก	3.20	0.83	มาก
6.	มีความร่วมสมัย	4.20	0.83	มาก	3.80	0.83	มาก	3.60	1.14	มาก
7.	มีความสวยงามน่าสนใจ	4.20	0.44	มาก	4.20	0.83	มาก	3.20	1.30	มาก
8.	นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการย่อหรือขยาย	3.80	0.83	มาก	3.80	1.30	มาก	3.40	1.14	มาก
9.	บุคลิกของสีเหมาะสมกับโบราณสถาน	4.00	1.22	มาก	3.60	1.14	มาก	2.80	1.30	ปานกลาง
10.	สีมีความสวยงามน่าสนใจ	4.00	1.00	มาก	3.60	1.14	มาก	3.00	1.22	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.14	0.75	มาก	3.98	0.91	มาก	3.40	1.03	มาก

ตาราง 19 (ต่อ)

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	7.วัดสรศักดิ์			8.วัดพระพายหลวง			9.วัดศรีชุม		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
1.	สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว	4.60	0.54	มากที่สุด	4.80	0.44	มากที่สุด	4.40	0.89	มาก
2.	มีความเรียบง่าย	4.60	0.54	มากที่สุด	4.80	0.44	มากที่สุด	4.20	0.44	มาก
3.	เข้าใจง่าย	4.40	0.89	มาก	4.40	0.89	มาก	4.00	1.00	มาก
4.	จดจำง่าย	4.20	0.83	มาก	4.60	0.54	มากที่สุด	4.20	0.44	มาก
5.	มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม	4.20	0.83	มาก	4.20	0.83	มาก	4.00	1.00	มาก
6.	มีความร่วมสมัย	4.20	0.83	มาก	4.00	1.00	มาก	4.20	0.83	มาก
7.	มีความสวยงามน่าสนใจ	4.20	0.83	มาก	4.40	0.54	มาก	4.00	0.70	มาก
8.	นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการย่อหรือขยาย	3.40	1.14	มาก	4.40	0.89	มาก	3.60	1.34	มาก
9.	บุคลิกของสีเหมาะสมกับโบราณสถาน	3.20	1.48	มาก	3.20	1.48	มาก	3.00	1.58	มาก
10.	สีมีความสวยงามน่าสนใจ	3.60	1.51	มาก	3.60	1.51	มาก	3.60	1.14	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.06	1.01	มาก	4.24	0.98	มาก	3.92	0.98	มาก

ตาราง 19 (ต่อ)

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	10.วัดเชตุพน			11.วัดเจดีย์สี่ห้อง			12.วัดช้างล้อม		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
1.	สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว	4.40	0.89	มาก	4.40	0.89	มาก	4.80	0.44	มากที่สุด
2.	มีความเรียบง่าย	4.00	0.70	มาก	4.00	1.22	มาก	4.40	0.54	มาก
3.	เข้าใจง่าย	4.00	1.00	มาก	4.00	1.00	มาก	4.20	0.83	มาก
4.	จดจำง่าย	3.80	1.09	มาก	4.20	0.83	มาก	4.40	0.54	มาก
5.	มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม	3.80	1.30	มาก	3.40	1.14	มาก	4.00	1.00	มาก
6.	มีความร่วมสมัย	3.80	0.83	มาก	3.60	1.34	มาก	3.40	1.14	มาก
7.	มีความสวยงามน่าสนใจ	4.00	1.22	มาก	3.40	1.51	มาก	4.60	0.54	มากที่สุด
8.	นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการย่อหรือขยาย	3.20	1.48	มาก	4.00	1.41	มาก	3.20	1.09	มาก
9.	บุคลิกของสีเหมาะสมกับโบราณสถาน	3.60	1.51	มาก	3.00	1.58	มาก	3.80	1.09	มาก
10.	สีมีความสวยงามน่าสนใจ	3.80	1.30	มาก	3.60	1.67	มาก	3.40	0.89	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	3.84	1.09	มาก	3.76	1.23	มาก	4.02	0.93	มาก

ตาราง 19 (ต่อ)

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	13.วัดตระพังทองหลาง			14.วัดสะพานหิน			15.วัดเขาพระบาทน้อย		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
1.	สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว	4.40	0.54	มาก	4.80	0.44	มากที่สุด	4.80	0.44	มากที่สุด
2.	มีความเรียบง่าย	4.40	0.54	มาก	4.40	0.54	มาก	4.60	0.54	มากที่สุด
3.	เข้าใจง่าย	4.00	1.00	มาก	4.00	1.00	มาก	4.00	1.00	มาก
4.	จดจำง่าย	4.40	0.89	มาก	4.00	0.70	มาก	4.40	0.89	มาก
5.	มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม	3.40	1.14	มาก	4.00	1.00	มาก	3.80	1.09	มาก
6.	มีความร่วมสมัย	3.80	1.09	มาก	4.00	1.00	มาก	3.80	1.30	มาก
7.	มีความสวยงามน่าสนใจ	3.60	1.67	มาก	4.20	0.44	มาก	4.20	0.83	มาก
8.	นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการย่อหรือขยาย	4.00	1.41	มาก	3.60	0.89	มาก	4.00	1.41	มาก
9.	บุคลิกของสีเหมาะสมกับโบราณสถาน	2.80	1.30	ปานกลาง	3.80	1.30	มาก	3.20	1.48	มาก
10.	สีมีความสวยงามน่าสนใจ	3.20	1.64	มาก	3.80	1.30	มาก	3.60	1.51	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	1.19	มาก	4.06	0.89	มาก	4.04	1.10	มาก

ตาราง 19 (ต่อ)

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	16.วัดป่ามะม่วง			17.เทวาลัยมหาเกษตร		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
1.	สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว	4.40	0.54	มาก	4.20	0.83	มาก
2.	มีความเรียบง่าย	4.00	0.70	มาก	4.00	0.70	มาก
3.	เข้าใจง่าย	4.00	0.70	มาก	3.80	0.83	มาก
4.	จดจำง่าย	4.00	1.00	มาก	4.00	0.70	มาก
5.	มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม	3.40	0.89	มาก	3.40	0.89	มาก
6.	มีความร่วมสมัย	3.60	0.89	มาก	4.00	1.00	มาก
7.	มีความสวยงามน่าสนใจ	4.00	1.22	มาก	4.20	0.44	มาก
8.	นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการย่อหรือขยาย	3.60	1.34	มาก	4.00	1.00	มาก
9.	บุคลิกของสีเหมาะสมกับโบราณสถาน	3.40	1.34	มาก	3.40	1.51	มาก
10.	สีมีความสวยงามน่าสนใจ	3.60	1.14	มาก	3.60	1.14	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	0.96	มาก	3.86	0.90	มาก

จากตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ของผลการพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษาทั้งหมด 10 เกณฑ์การประเมิน 3 ลำดับที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแต่ละด้าน พบว่า

1. **สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว** วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดศรีสวาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 5.00) (S.D. = 0) อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 5 วัด คือ วัดตระพังเงิน วัดพระพายหลวง วัดช้างล้อม วัดสะพานหิน และวัดเขาพระบาทน้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.80) (S.D. = 0.44) อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดตระพังทอง และวัดสรศักดิ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D. = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด

2. **มีความเรียบง่าย** วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พระพายหลวง และวัดตระพังเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.80) (S.D. = 0.44) อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4 วัด คือ วัดเขาพระบาทน้อย วัดศรีสวาย วัดสระศรี และวัดสรศักดิ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D. = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 5 วัด คือ วัดช้างล้อม วัดตระพังทองหลาง วัดสะพานหิน วัดมหาธาตุ และวัดตระพังทอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.40) (S.D. = 0.89) อยู่ในระดับมาก

3. **เข้าใจง่าย** วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดศรีสวาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D. = 0.89) อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 วัด คือ วัดสรศักดิ์ และวัดพระพายหลวง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.40) (S.D. = 0.89) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดตระพังเงิน และวัดช้างล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.20) (S.D. = 0.83) อยู่ในระดับมาก

4. **จดจำง่าย** ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดศรีสวาย วัดพระพังเงิน และวัดพระพายหลวง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D. = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 วัด คือ วัดช้างล้อม วัดตระพังทองหลาง และวัดเขาพระบาทน้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.40) (S.D. = 0.54) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดสรศักดิ์ วัดศรีชุม และวัดเจดีย์สี่ห้อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.20) (S.D. = 0.44) อยู่ในระดับมาก

5. **มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม** ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดตระพังเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.40) (S.D. = 0.89) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4 วัด คือ วัดศรีสวาย วัดสระศรี วัดสรศักดิ์ และวัดพระพายหลวง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.20) (S.D. = 0.83) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 วัด คือ วัดศรีชุม วัดช้างล้อม และวัดสะพานหิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.00) (S.D. = 1.00) อยู่ในระดับมาก

6. **มีความร่วมสมัย** วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดตระพังเงิน วัดสระศรี และวัดสรศักดิ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.20) (S.D. = 0.83) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดพระพายหลวง วัดสะพานหิน และเทวาลัยมหาเกษตร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.00) (S.D. = 0.70) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4 วัด คือ วัดตระพังทอง วัดเชตุพน วัดตระพังทองหลาง และวัดเขาพระบาทน้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 3.80) (S.D. = 0.83) อยู่ในระดับมาก

7. **มีความสวยงามน่าสนใจ** วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดช้างล้อม และวัดศรีสวาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D. = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดตระพังเงิน และวัดพระพายหลวง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$= 4.40) (S.D. = 0.54) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 6 วัด คือวัดสระศรี วัดตระพังทอง วัดสรศักดิ์ วัดสะพานหิน วัดเขาพระบาทน้อย และเทวาลัยมหาเกษตร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.20) (S.D. = 0.83) อยู่ในระดับมาก

8. **นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการย่อหรือขยาย** วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดศรีสวาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D. = 0.89) อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 คือ วัดพระพายหลวง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$= 4.40) (S.D. = 0.89) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 6 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดตระพังเงิน วัดเจดีย์สี่ห้อง วัดตระพังทองหลาง วัดเขาพระบาทน้อย และเทวาลัยมหาเกษตร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$= 4.00) (S.D. = 1.41) อยู่ในระดับมาก

9. **บุคลิกของสีเหมาะสมกับโบราณสถาน** วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดศรีสวาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$= 4.20) (S.D. = 1.30) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 2 คือ วัดสระศรี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.00) (S.D. = 1.22) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดช้างล้อม และวัดสะพานหิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$= 3.80) (S.D. = 1.30) อยู่ในระดับมาก

10. **สีมีความสวยงามน่าสนใจ** วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดมหาธาตุ และวัดศรีสวาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$= 4.20) (S.D. = 1.09) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 2 คือ วัดสระศรี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.00) (S.D. = 1.00) อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 วัด คือ วัดเชตุพน และวัดสะพานหิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$= 3.80) (S.D. = 1.30) อยู่ในระดับมาก

4. ผลการพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 ท่าน

จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 ท่าน มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อการพัฒนารูปแบบสัญลักษณ์ให้มีความสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ผู้วิจัยได้สรุปจากข้อเสนอแนะเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

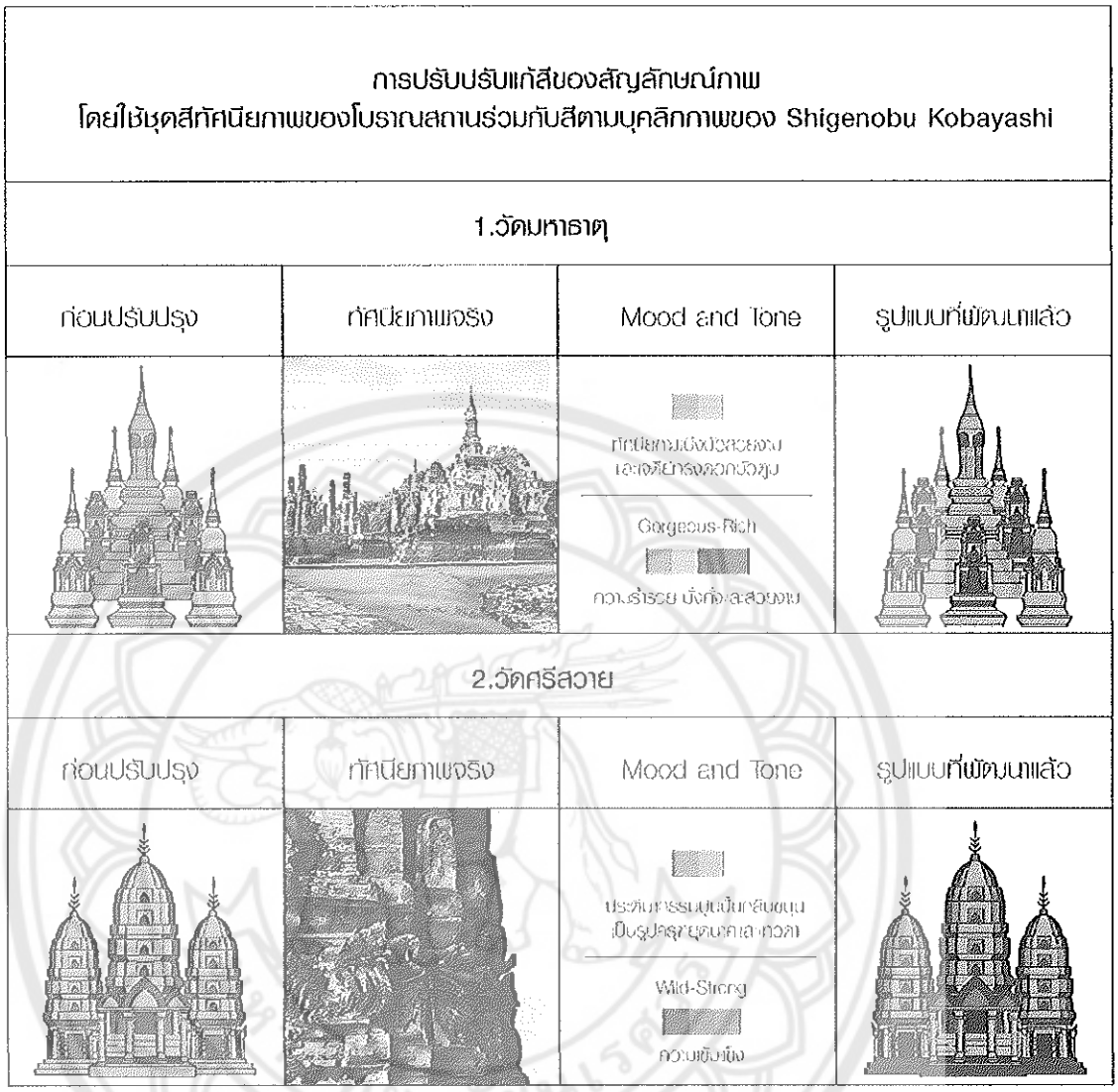
1. การออกแบบสัญลักษณ์ภาพควรเน้นความชัดเจน มีจุดสนใจในแต่ละสถานที่
2. ควรเลือกโทนสีสันที่แตกต่างกันเพื่อลดความสับสนในการรับรู้ข้อมูลในแต่ละแห่ง
3. การนำสีมาใช้ในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพนอกจากการศึกษาหลักการใช้สีตามบุคลิกภาพของ Shigenobu Kobayashi แล้วนั้น อาจนำการใช้สีของโบราณสถานแต่ละแห่ง หรือทัศนีภาพโดยรอบ มากำหนดสีที่ใช้ เพื่อการสื่อความหมายแต่ละสถานที่ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

4. ควรใช้โทนสีที่มีความหลากหลายเพื่อสามารถสร้างความแตกต่างของโบราณสถานในแต่ละแห่งได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

5. รายละเอียดของภาพอาจปรับลด หรือเพิ่มเติมรายละเอียด หรืออาจเน้นสถานที่ที่มีความเด่นชัดของพื้นที่ ลักษณะเด่น จุดสนใจ จุดที่ควรเน้น

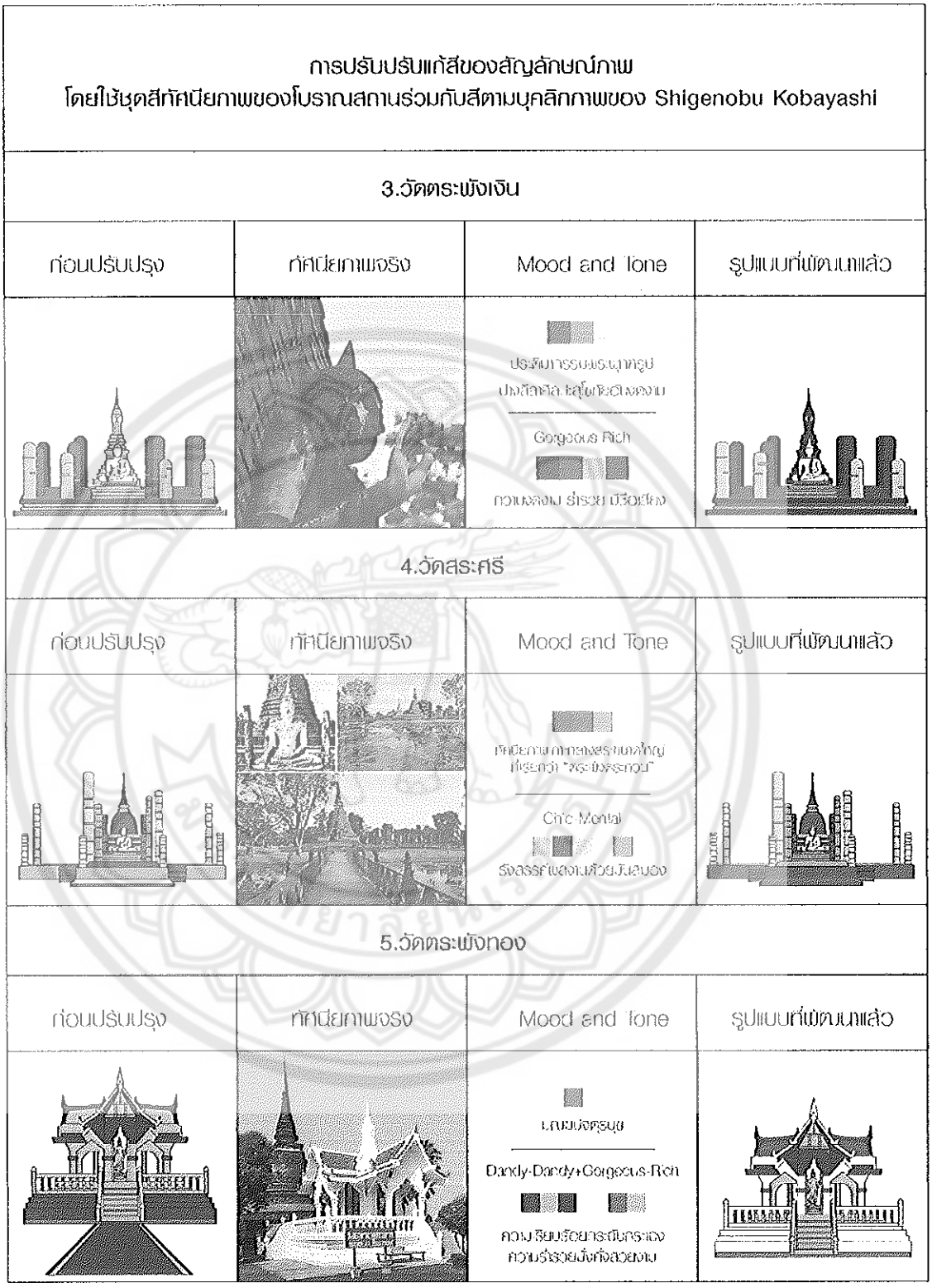
6. การออกแบบสัญลักษณ์ภาพให้ลดทอนรายละเอียดให้อยู่ในรูปทรงเลขาคณิต เพื่อให้เกิดการจดจำและรับรู้ได้ง่ายขึ้น

จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญในข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะข้องผู้เชี่ยวชาญ โดยเลือกในบางประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นควรว่า มีความเป็นไปได้ในการนำมาปรับใช้กับการพัฒนาผลงานออกแบบได้ผลดังนี้



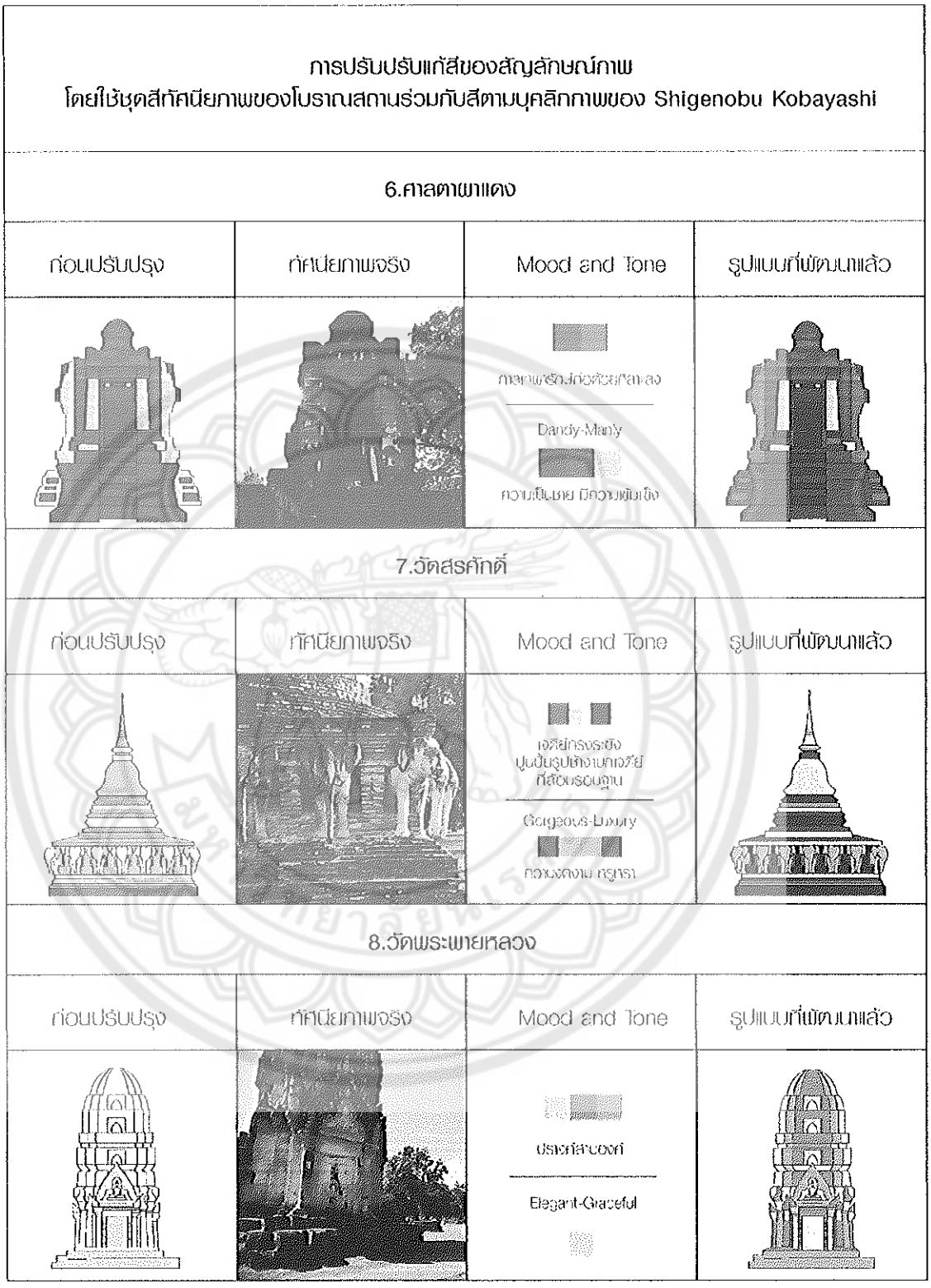
ภาพ 199 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ วัดที่ 1-2

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562



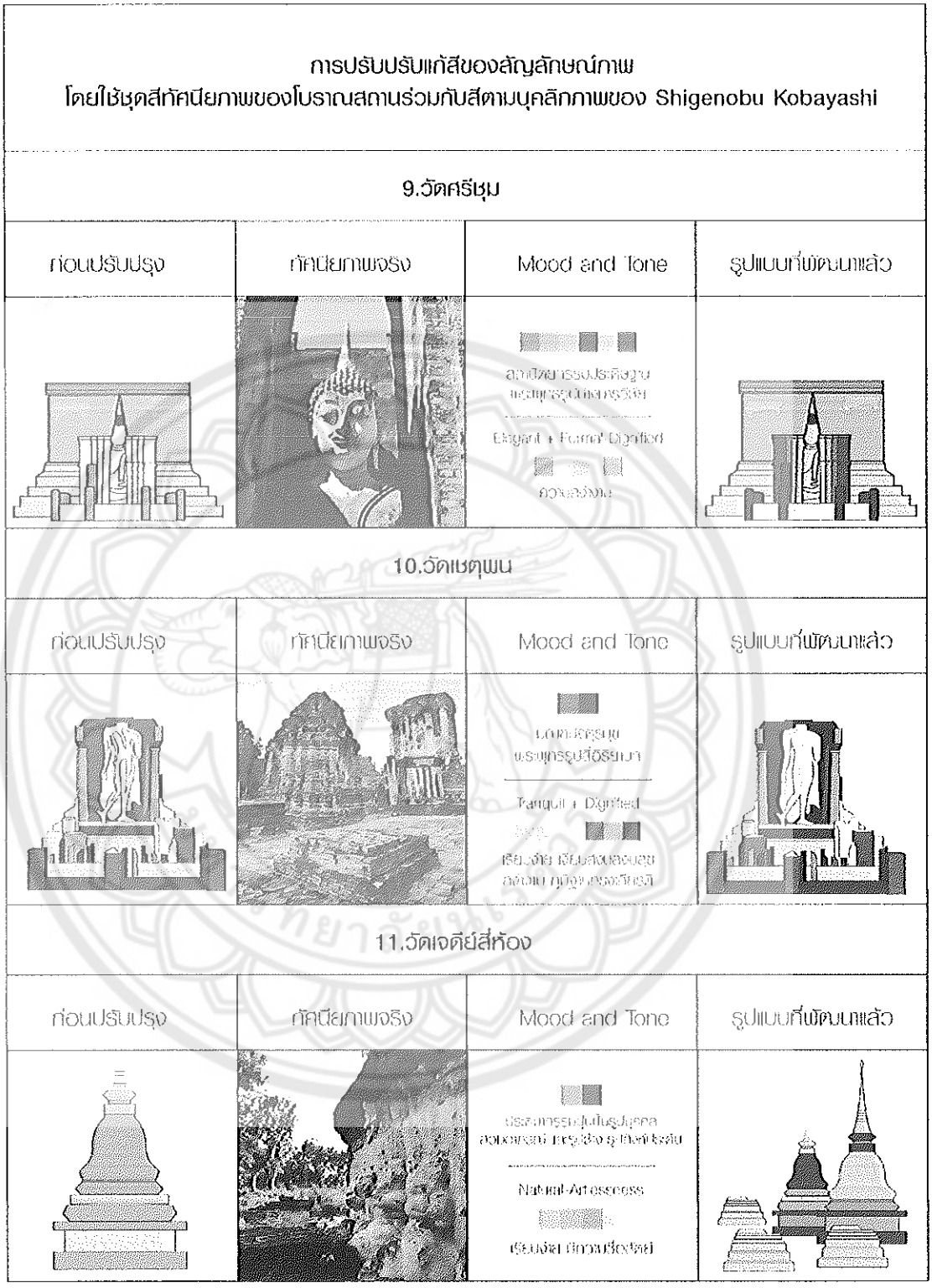
ภาพ 200 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ วัดที่ 3-5

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562



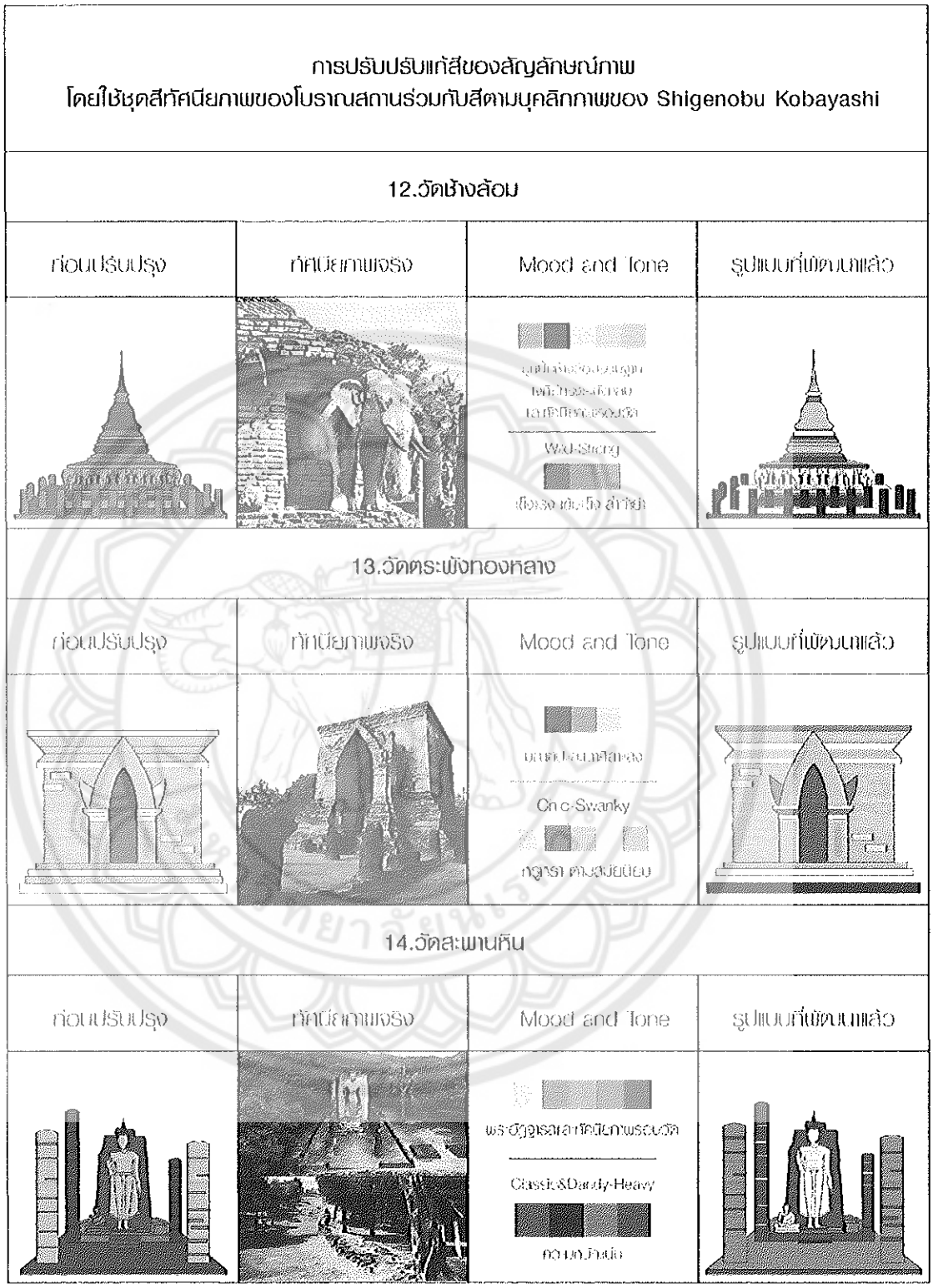
ภาพ 201 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ วัดที่ 6-8

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562



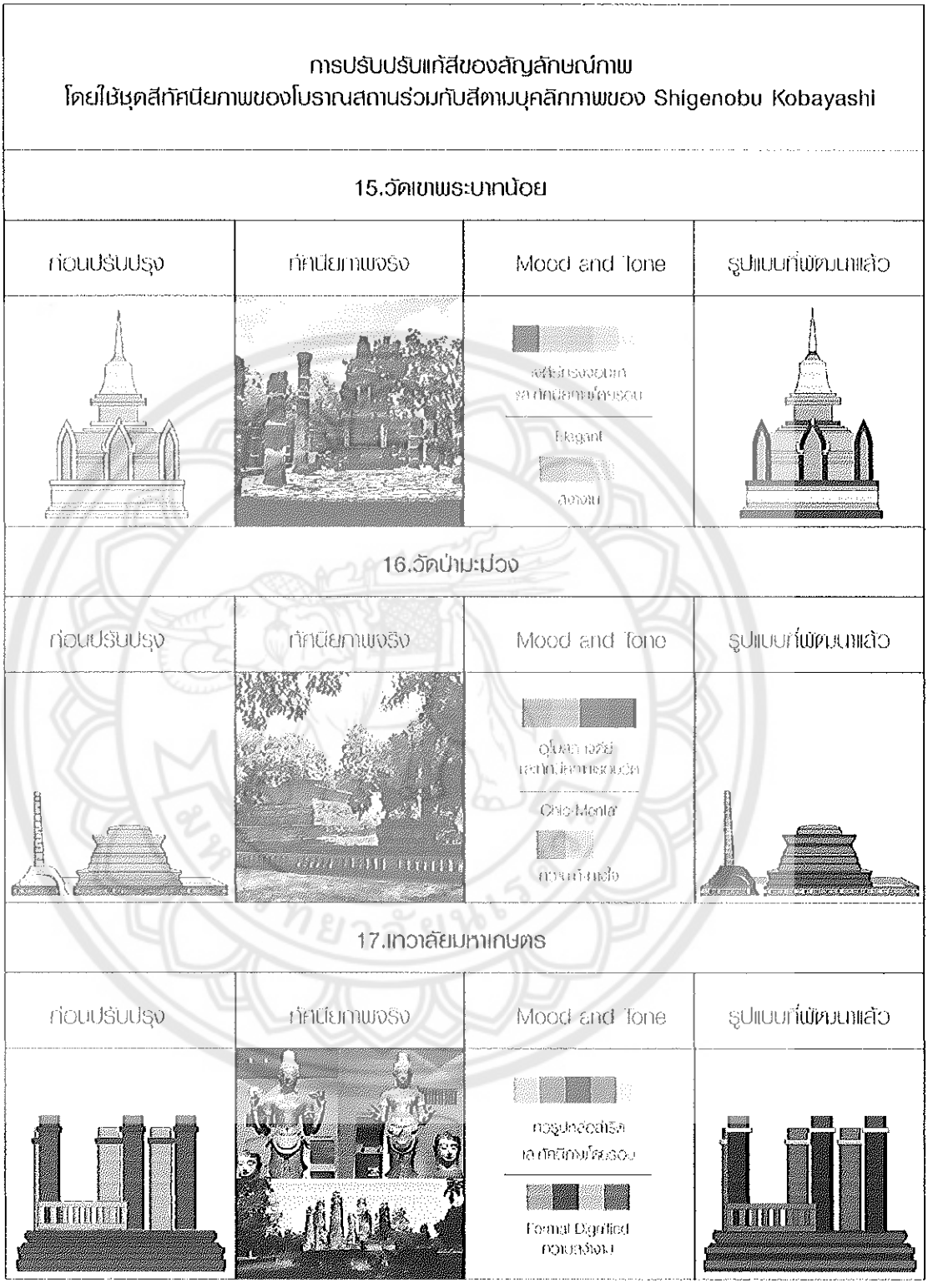
ภาพ 202 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ วัดที่ 9-11

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562



ภาพ 203 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ วัดที่ 12-14

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562



ภาพ 204 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ วัดที่ 15-17

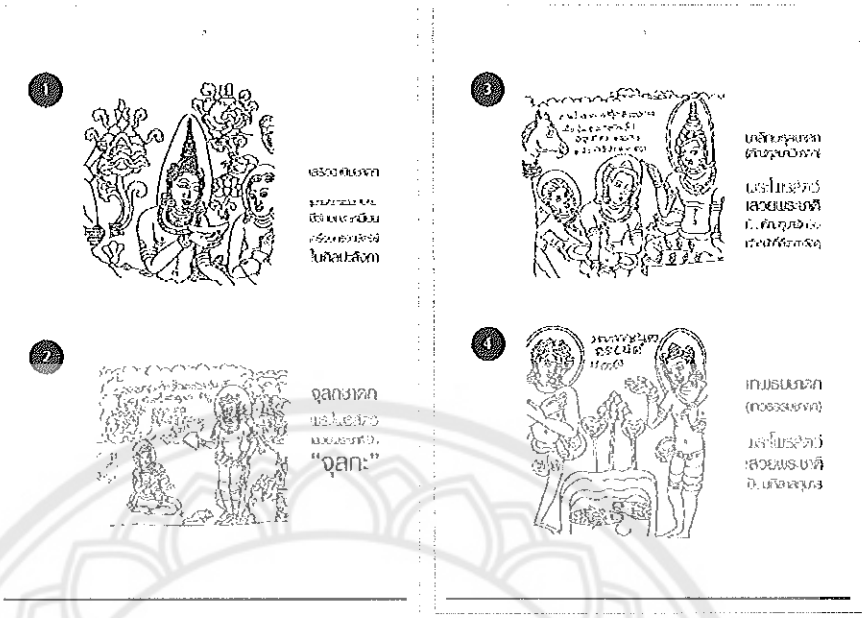
ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

5. ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว

ผู้วิจัยออกแบบหนังสือนำเที่ยว ขนาด A5 ที่สามารถพกพาได้สะดวก จำนวน 70 หน้า พิมพ์ 4 สี ประกอบด้วยเนื้อหาของศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวนทั้งสิ้น 17 วัด ตามการศึกษาศิลปกรรม 3 ด้าน คือ ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประติมากรรม และด้านจิตรกรรม พร้อมรวบรวมภาพจิตรกรรมในช่องกำแพง อุโมงค์นิมิต วัดศรีชุมอีก 51 ภาพ และแผนที่การท่องเที่ยวทั้ง 17 วัด จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน ประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ เป็นผู้ประเมินผลงานการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว

ภาพ 205 เลย์เอาต์ส่วนปกหน้า และปกหลัง ของหนังสือนำเที่ยว

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562



ภาพ 206 แสดงเลย์เอาต์ในส่วนภาพลายเส้นเรื่องราวชาดก ในอุโมงค์วัดศรีชุม ของหนังสือนำเที่ยว

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

ตาราง 20 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว โดยผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	ด้านการออกแบบ			
1.	สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน	5.00	0.00	มากที่สุด
2.	สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.90	0.30	มากที่สุด
3.	ตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจน	4.45	0.82	มาก
4.	รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความเหมาะสม	4.18	0.87	มาก
5.	สีที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสม	4.72	0.46	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.65	0.49	มากที่สุด

ตาราง 20 (ต่อ)

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	ด้านเนื้อหา			
1.	เนื้อหามีความน่าสนใจ	4.54	0.68	มากที่สุด
2.	ความถูกต้องของเนื้อหา	4.63	0.50	มากที่สุด
3.	ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม	4.36	0.80	มาก
4.	ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	4.36	0.80	มาก
5.	สื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ	4.54	0.52	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.49	0.66	มาก
	ผลรวมของค่าเฉลี่ย	4.57	0.58	มากที่สุด

จากตาราง 20 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน พบว่า

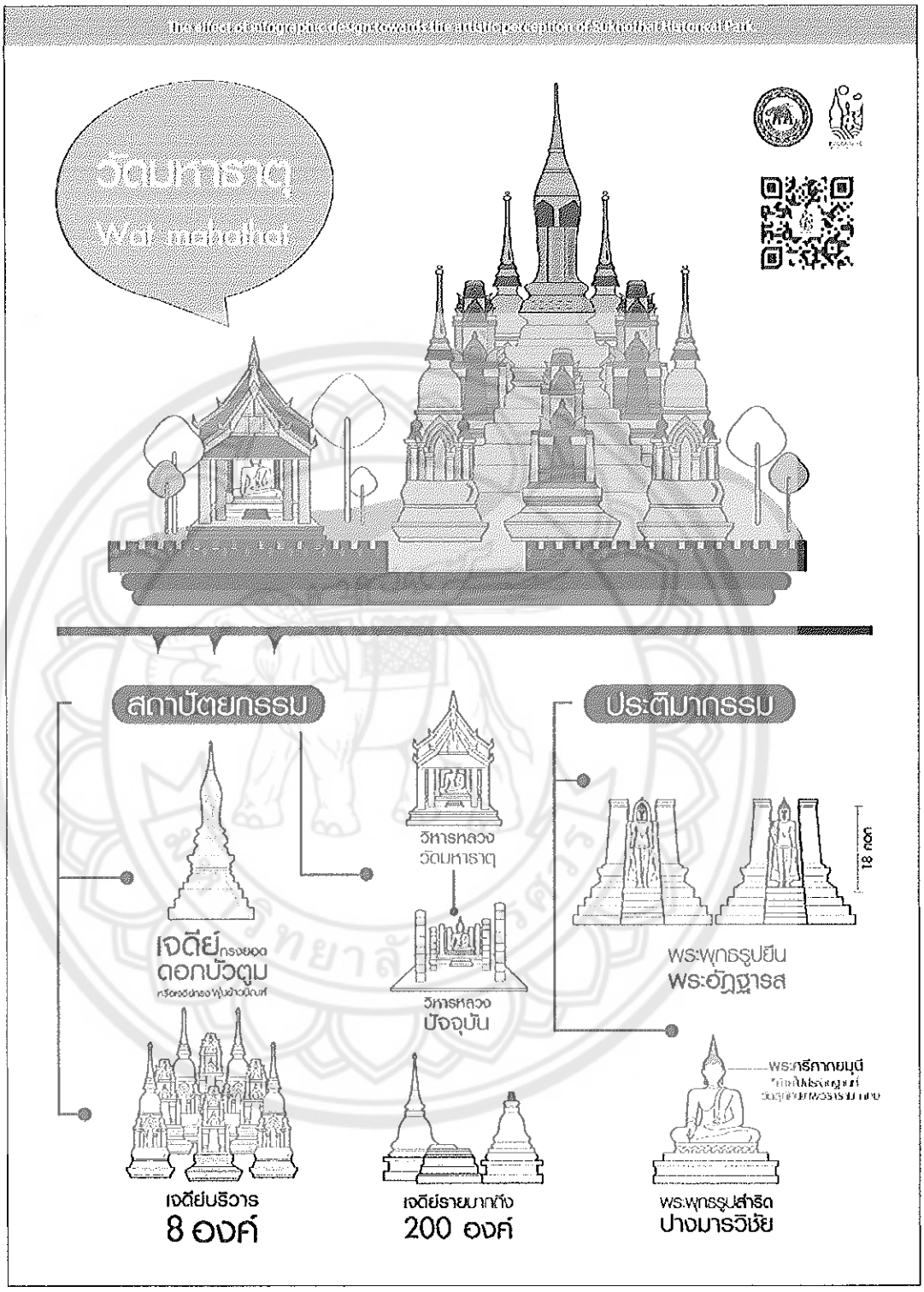
ด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.65) (S.D = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 5.00) (S.D. = 0.00) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.90) (S.D. = 0.30) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.18) (S.D. = 0.87) อยู่ในระดับมาก

ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.49) (S.D = 0.66) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.63) (S.D. = 0.50) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมามีระดับคะแนนเท่ากัน คือ เนื้อหามีความน่าสนใจ ($\bar{x}$ = 4.54) (S.D. = 0.68) และสื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.54) (S.D. = 0.52) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย มีระดับคะแนนเท่ากัน คือ ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม และความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.36) (S.D. = 0.80) อยู่ในระดับมาก

และสรุปผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.57) (S.D = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด

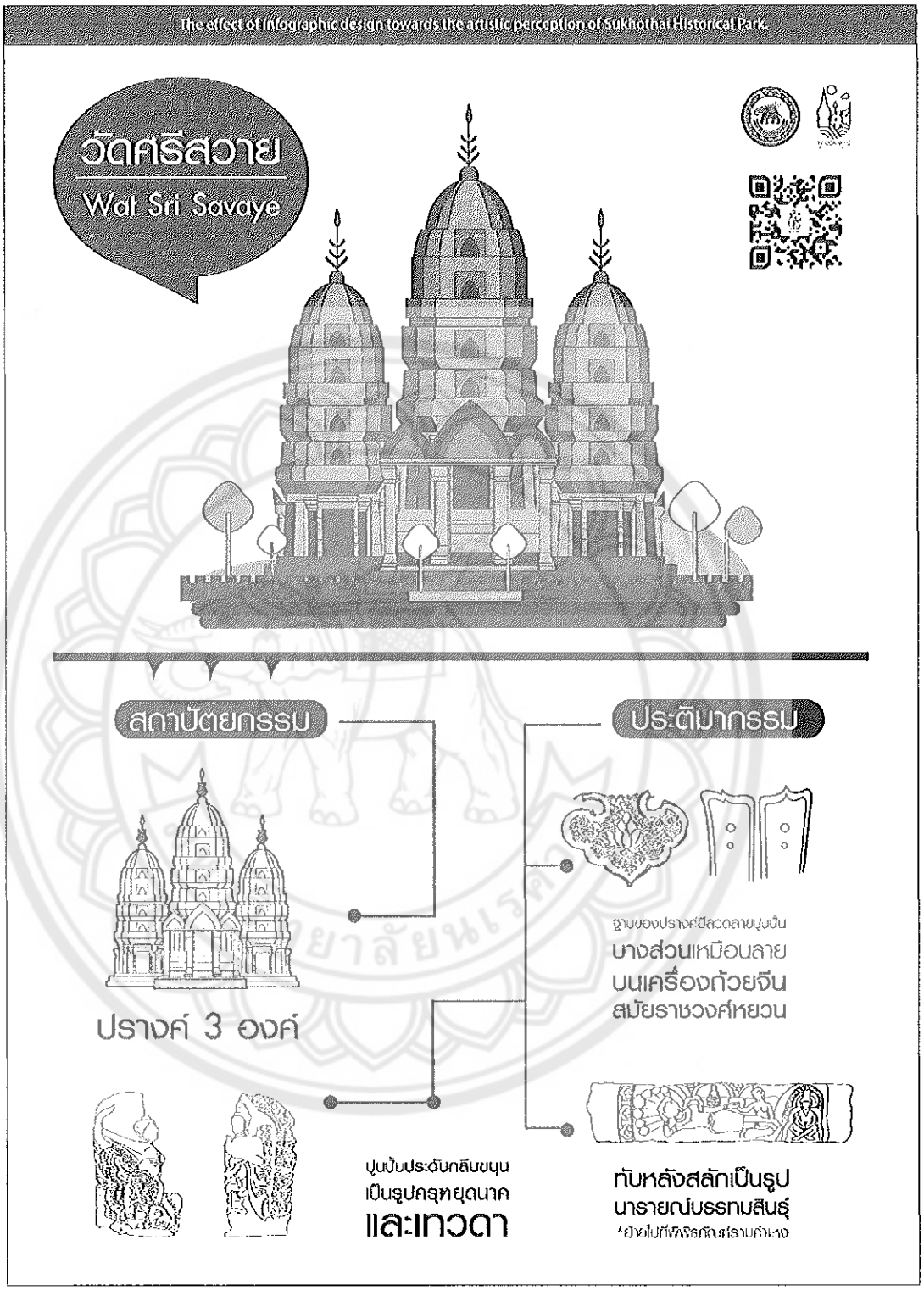
6. ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์

ผู้วิจัยออกแบบโปสเตอร์ ขนาด A2 พิมพ์ 4 สี ประกอบด้วยเนื้อหาของศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวนทั้งสิ้น 17 วัด ตามการศึกษาศิลปกรรม 3 ด้าน คือ ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประติมากรรม และด้านจิตรกรรม จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน ประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ เป็นผู้ประเมินผลงานการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์



ภาพ 207 แสดงตัวอย่างโปสเตอร์วัดมหาธาตุ

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562



ภาพ 208 แสดงตัวอย่างโปสเตอร์วัดศรีสวาย

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

ตาราง 21 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ โดยผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	ด้านการออกแบบ			
1.	สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน	4.90	0.30	มากที่สุด
2.	สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน	5.00	0.00	มากที่สุด
3.	ตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจน	4.54	0.68	มากที่สุด
4.	รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความเหมาะสม	4.36	0.80	มาก
5.	สีที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสม	4.63	0.50	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.69	0.46	มากที่สุด
	ด้านเนื้อหา			
1.	เนื้อหามีความน่าสนใจ	4.63	0.50	มากที่สุด
2.	ความถูกต้องของเนื้อหา	4.72	0.46	มากที่สุด
3.	ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม	4.36	0.80	มาก
4.	ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	4.54	0.52	มากที่สุด
5.	สื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ	4.54	0.52	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.56	0.56	มากที่สุด
	ผลรวมของค่าเฉลี่ย	4.63	0.51	มากที่สุด

จากตาราง 21 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน พบว่า

ด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.69) (S.D = 0.46) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 5.00) (S.D. = 0.00) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจนมี

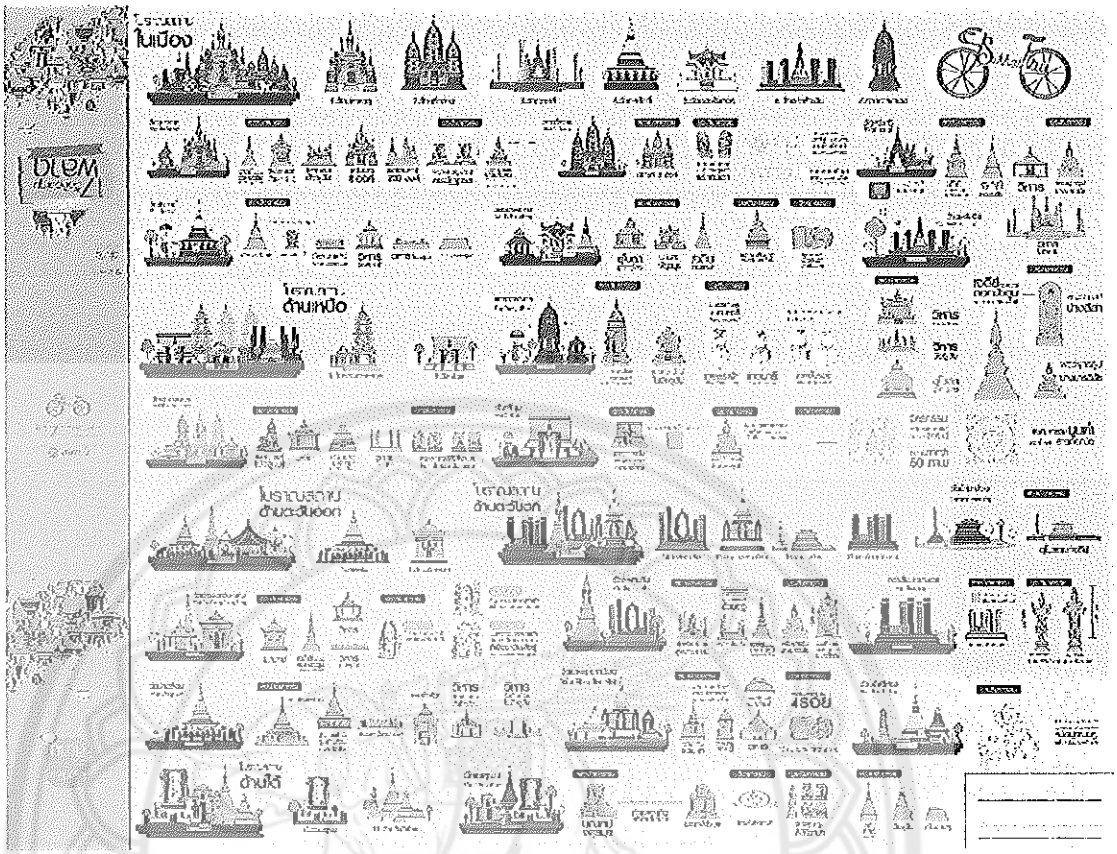
ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.90) (S.D. = 0.30) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.36) (S.D. = 0.80) อยู่ในระดับมาก

ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.56) (S.D = 0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความถูกต้องของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.72) (S.D. = 0.46) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา เนื้อหามีความน่าสนใจ ($\bar{x}$ = 4.63) (S.D. = 0.50) และลำดับสุดท้าย ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.36) (S.D. = 0.80) อยู่ในระดับมาก

สรุปผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.63) (S.D = 0. 0.51) อยู่ในระดับมากที่สุด

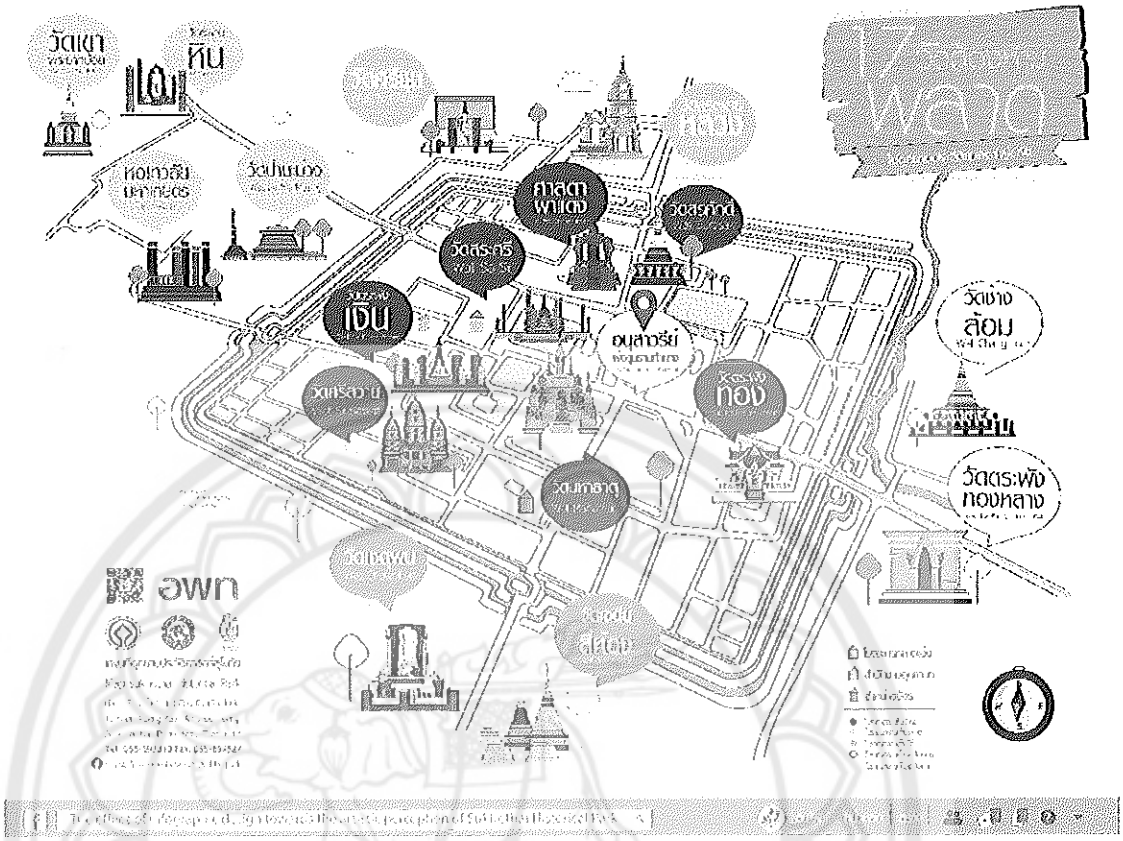
7. ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ

ผู้วิจัยออกแบบแผ่นพับ ขนาด A1 พิมพ์ 4 สี ด้านหน้า-ด้านหลัง ที่สามารถพกพาได้สะดวก เนื้อหาด้านหน้า ประกอบด้วย เนื้อหาของศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวนทั้งสิ้น 17 วัด ตามการศึกษาศิลปกรรม 3 ด้าน คือ ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประติมากรรม และด้านจิตรกรรม ด้านหลัง ประกอบด้วย แผนที่การท่องเที่ยวทั้ง 17 วัด จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน ประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ เป็นผู้ประเมินผลงานการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ



ภาพ 209 แสดงแผ่นพับ ด้านหน้า

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562



ภาพ 210 แสดงแผ่นพับด้านหลังส่วนของแผนที่โบราณสถานทั้ง 17 วัด

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

ตาราง 22 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ โดยผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	ด้านการออกแบบ			
1.	สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน	4.54	0.68	มากที่สุด
2.	สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.90	0.30	มากที่สุด
3.	ตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจน	3.90	0.83	มากที่สุด
4.	รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความเหมาะสม	4.27	0.90	มาก
5.	สีที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสม	4.63	0.50	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.45	0.65	มาก
	ด้านเนื้อหา			
1.	เนื้อหามีความน่าสนใจ	4.72	0.46	มากที่สุด
2.	ความถูกต้องของเนื้อหา	4.72	0.46	มากที่สุด
3.	ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม	4.54	0.52	มากที่สุด
4.	ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	4.81	0.40	มากที่สุด
5.	สื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ	4.54	0.52	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.67	0.48	มากที่สุด
	ผลรวมของค่าเฉลี่ย	4.56	0.57	มากที่สุด

จากตาราง 22 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน พบว่า

ด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.45) (S.D = 0.65) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.90) (S.D. = 0.30) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา สีที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสม

มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.63) (S.D. = 0.50) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย ตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 3.90) (S.D. = 0.83) อยู่ในระดับมาก

ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.67) (S.D = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.81) (S.D. = 0.40) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมามีระดับคะแนนเท่ากัน คือ เนื้อหามีความน่าสนใจ และความถูกต้องของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.72) (S.D. = 0.46) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้ายมีระดับคะแนนเท่ากัน คือ ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม และสื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.54) (S.D. = 0.52) อยู่ในระดับมากที่สุด

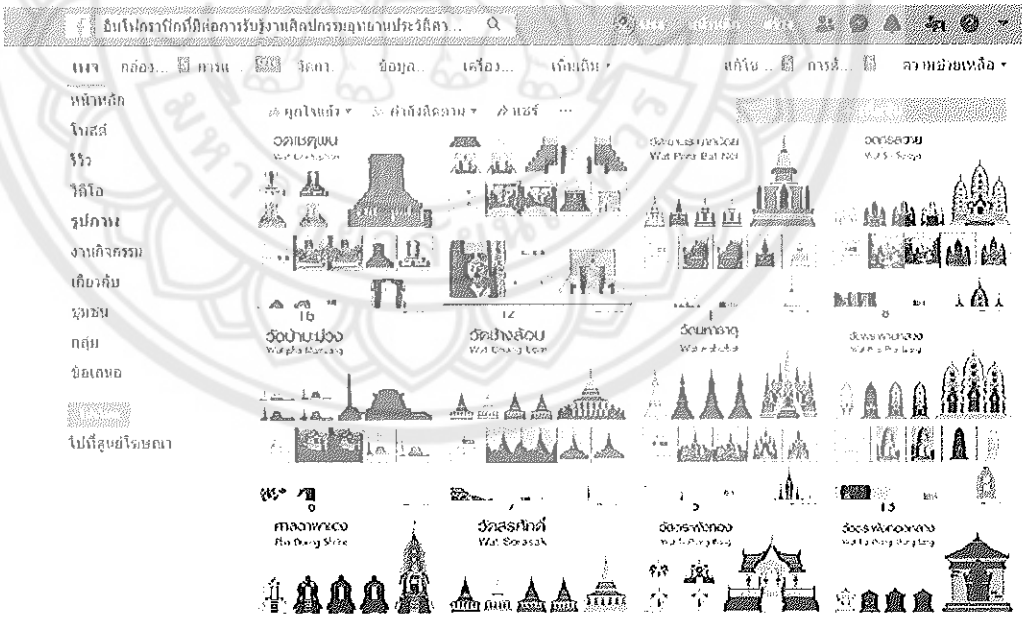
สรุปผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.56) (S.D = 0.57) อยู่ในระดับมากที่สุด

8. ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค

ผู้วิจัยออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค โดยในเพจเฟสบุ๊คประกอบด้วยเนื้อหาของศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวนทั้งสิ้น 17 วัด ตามการศึกษาศิลปกรรม 3 ด้าน คือ ด้านสถาปัตยกรรม ด้านประติมากรรม ด้านจิตรกรรม ที่เป็นสื่อแบบภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และแผนที่การท่องเที่ยวทั้ง 17 วัด จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน ประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ เป็นผู้ประเมินผลงานการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค

ภาพ 211 แสดงหน้าหลักของเพจเฟสบุ๊ค

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

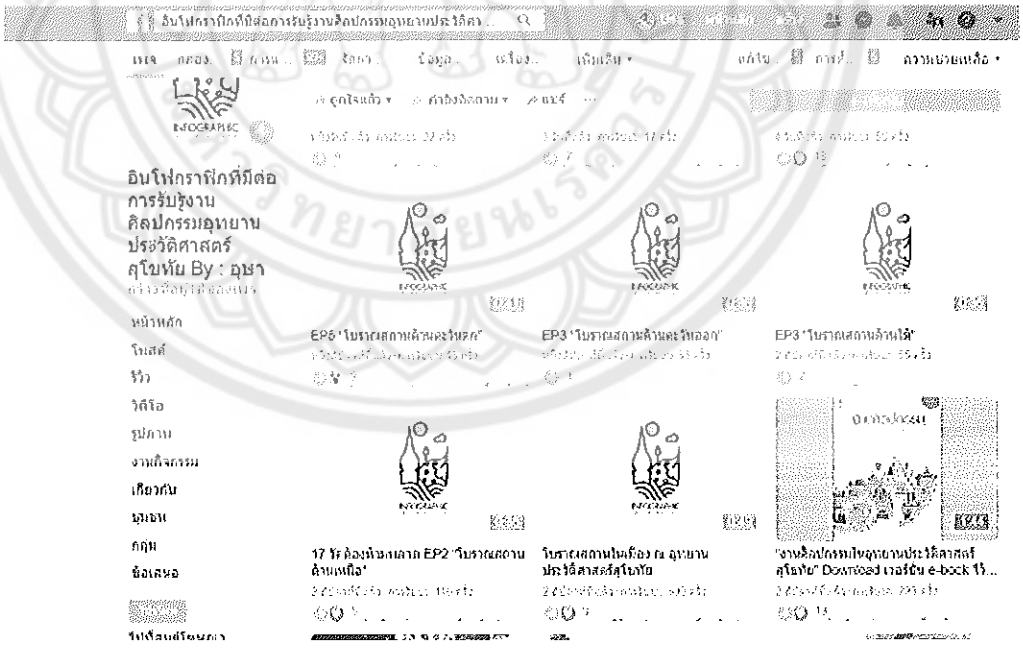


ภาพ 212 แสดงแฟ้มเก็บข้อมูลในส่วนรูปภาพของเพจเฟสบุ๊ค

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

ภาพ 213 แสดงแฟ้มเก็บข้อมูลในส่วนรูปภาพของเพจเฟสบุ๊ค ขณะการลงพื้นที่วิจัย

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562



ภาพ 214 แสดงแฟ้มเก็บข้อมูลในส่วนวิดีโอของเพจเฟสบุ๊ค

ที่มา: อุษา อินทร์ประสิทธิ์, 2562

ตาราง 23 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค โดยผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	สื่อออนไลน์			
1.	สื่อสะดวกต่อการใช้งาน	4.81	0.40	มากที่สุด
2.	เนื้อหาของสื่อมีความต่อเนื่องในการนำเสนอ	4.81	0.40	มากที่สุด
3.	สื่อสามารถเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอได้ง่าย	4.72	0.46	มากที่สุด
4.	สื่อดึงดูดกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจ	4.63	0.50	มากที่สุด
5.	การนำเสนอของสื่อทำให้อยากติดตามอย่างต่อเนื่อง	4.36	0.67	มาก
	ผลรวมของค่าเฉลี่ย	4.67	0.49	มากที่สุด

จากตาราง 23 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน พบว่า

ผลการออกแบบสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.67) (S.D = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สองอันดับแรก มีระดับคะแนนเท่ากัน คือ สื่อสะดวกต่อการใช้งาน และเนื้อหาของสื่อมีความต่อเนื่องในการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.81) (S.D. = 0.40) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา สื่อสามารถเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.72) (S.D. = 0.46) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย การนำเสนอของสื่อทำให้อยากติดตามอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.36) (S.D. = 0.67) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 24 แสดงผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว โปสเตอร์, แผ่นพับ และสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค โดยผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญ ด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน

ลำดับ	รายการสื่ออินโฟกราฟิก	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
1	หนังสือนำเที่ยว	4.57	0.58	มากที่สุด
2	โปสเตอร์	4.63	0.51	มากที่สุด
3	แผ่นพับ	4.56	0.57	มากที่สุด
4	เพจเฟสบุ๊ค	4.67	0.49	มากที่สุด
	ผลรวมของค่าเฉลี่ย	4.61	0.54	มากที่สุด

จากตาราง 24 แสดงประเภทสื่อพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว, โปสเตอร์, แผ่นพับ และออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค โดยผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย นักวิชาการ นักออกแบบกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญ ด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 11 ท่าน พบว่า สื่อออนไลน์ เพจเฟสบุ๊ค ได้รับผลการประเมินเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.67) (S.D = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 2 คือ โปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.63) (S.D = 0.51) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 3 คือ หนังสือนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.57) (S.D = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้ายคือ แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.56) (S.D = 0.57) อยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 2 ผลประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ของผู้ตอบแบบสอบถาม และผลการรับรู้ และเข้าในการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ผลจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของการประเมินการรับรู้ และความเข้าใจของแต่ละบุคคล, ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว โปสเตอร์ แผ่นพับ และสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค เกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

ตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับ	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	79	38.73
	หญิง	125	61.27
	รวม	204	100.00
2.	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี	21	10.30
	21 – 30 ปี	44	21.57
	31 – 40 ปี	61	29.90
	41 – 50 ปี	30	14.71
	51 – 60 ปี	24	11.76
	ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	24	11.76
	รวม	204	100.00
3.	การศึกษา		
	ประถมศึกษา	29	14.22
	มัธยมศึกษาตอนต้น	12	5.89
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	18	8.82

ตาราง 25 (ต่อ)

ลำดับ	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	อนุปริญญา	20	9.80
	ปริญญาตรี	104	50.98
	ปริญญาโท	16	7.84
	ปริญญาเอก	0	0.00
	ไม่ได้ศึกษา	5	2.45
	รวม	204	100.00
4.	อาชีพ		
	นักเรียน	12	5.88
	นักศึกษา	17	8.33
	ข้าราชการ	33	16.18
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	33	16.18
	พนักงานของรัฐ	23	11.27
	เกษตรกร	2	0.98
	รับจ้าง	14	6.87
	ค้าขาย	23	11.27
	พนักงานบริษัทเอกชน	37	18.14
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	10	4.90
	รวม	204	100.00
5.	รายได้		
	ไม่มีรายได้	30	14.71
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	21	10.29
	10,001 - 20,000บาท	51	25.00
	20,001 - 30,000 บาท	38	18.63
	30,001 - 40,000 บาท	20	9.80
	40,001 - 50,000 บาท	20	9.80
	50,001 - 60,000 บาท	10	4.90

ตาราง 25 (ต่อ)

ลำดับ	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	มากกว่า 60,000 บาท	14	6.87
	รวม	204	100.00

จากตาราง 25 แสดงผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 204 คน เป็นเพศชาย 79 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 และเพศหญิง 125 คิดเป็นร้อยละ 61.27

ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 อันดับ 2 อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 21.57 อันดับ 3 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 30 คน เป็นร้อยละ 14.71 อันดับ 4 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน คือ อายุ 51 – 60 ปี และ ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 และอายุที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30

ด้านการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 50.98 อันดับ 2 ระดับประถมศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.22 อันดับ 3 ระดับอนุปริญญา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 อันดับ 4 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.82 อันดับ 5 ระดับปริญญาโท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.84 อันดับ 6 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.89 อันดับ 7 ไม่ได้ศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.45 และระดับปริญญาเอก จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.14 อันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ อาชีพข้าราชการ และประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.18 อันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ อาชีพพนักงานของรัฐและค้าขาย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.27 อันดับ 4 เป็นนักศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 อันดับ 5 อาชีพรับจ้าง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.87 อันดับ 6 เป็นนักเรียน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88 อันดับ 7 ไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และน้อยสุด คือ อาชีพเกษตรกร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.98

ด้านรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อันดับ 2 มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 18.63 อันดับ 3 ไม่มีรายได้ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.71 อันดับ 4 มีรายได้ต่ำกว่า

10,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.29 อันดับ 5 มีรายได้เท่ากัน คือ 30,001 - 40,000 บาท และ 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 อันดับ 6 มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท จำนวน 14 คิดเป็นร้อยละ 6.87 และอันดับสุดท้ายมีรายได้ 50,001 - 60,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90

ตาราง 26 แสดงผลการรับรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว
โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับการรับรู้		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	การรับรู้			
1.	สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.69	0.59	มากที่สุด
2.	สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.57	0.60	มากที่สุด
3.	สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.52	0.59	มากที่สุด
4.	สื่อมีความชัดเจน	4.54	0.63	มากที่สุด
5.	สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.70	0.54	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.60	0.59	มากที่สุด

จากตาราง 26 แสดงผลการรับรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ผลการรับรู้มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D = 0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.70) (S.D = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 2 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.69) (S.D = 0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.57) (S.D = 0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อมีความชัดเจน ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.54) (S.D = 0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.52) (S.D = 0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 27 แสดงผลความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับความเข้าใจ		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	ความเข้าใจ			
1.	สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.56	0.63	มากที่สุด
2.	เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.55	0.61	มากที่สุด
3.	องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.61	0.61	มากที่สุด
4.	สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.63	0.60	มากที่สุด
5.	สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.65	0.62	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.60	0.61	มากที่สุด

จากตาราง 27 แสดงผลความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ผลความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.65) (S.D = 0.62) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.63) (S.D = 0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.56) (S.D = 0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.55) (S.D = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 28 แสดงผลการรับรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับการรับรู้		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	การรับรู้			
1.	สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.61	0.63	มากที่สุด
2.	สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.57	0.63	มากที่สุด
3.	สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.46	0.63	มาก
4.	สื่อมีความชัดเจน	4.58	0.61	มากที่สุด
5.	สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.70	0.61	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.58	0.62	มากที่สุด

จากตาราง 28 แสดงผลการรับรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ผลการรับรู้มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.58) (S.D = 0.62) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.70) (S.D = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D = 0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.58) (S.D = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.57) (S.D = 0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.46) (S.D = 0.63) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 29 แสดงผลความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับความเข้าใจ		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	ความเข้าใจ			
1.	สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.55	0.61	มากที่สุด
2.	เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.55	0.58	มากที่สุด
3.	องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.66	0.54	มากที่สุด
4.	สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.66	0.57	มากที่สุด
5.	สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.65	0.59	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.61	0.57	มากที่สุด

จากตาราง 29 แสดงผลความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ผลความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D = 0.57) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.66) (S.D = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.66) (S.D = 0.57) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.65) (S.D = 0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.55) (S.D = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.55) (S.D = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 30 แสดงผลรับการบรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับการรับรู้		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	การรับรู้			
1.	สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.66	0.58	มากที่สุด
2.	สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.62	0.56	มากที่สุด
3.	สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.53	0.60	มากที่สุด
4.	สื่อมีความชัดเจน	4.58	0.59	มากที่สุด
5.	สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.74	0.49	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.62	0.56	มากที่สุด

จากตาราง 30 แสดงผลการรับรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ผลการรับรู้มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.62) (S.D = 0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.74) (S.D = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.66) (S.D = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.62) (S.D = 0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.58) (S.D = 0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.53) (S.D = 0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 31 แสดงผลความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับความเข้าใจ		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	ความเข้าใจ			
1.	สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.60	0.60	มากที่สุด
2.	เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.61	0.62	มากที่สุด
3.	องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.60	0.59	มากที่สุด
4.	สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.67	0.57	มากที่สุด
5.	สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.71	0.56	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.63	0.58	มากที่สุด

จากตาราง 31 แสดงผลความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ผลความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.63) (S.D = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.71) (S.D = 0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.67) (S.D = 0.57) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D = 0.62) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D = 0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D = 0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 32 แสดงผลการรับรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับการรับรู้		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	การรับรู้			
1.	สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.77	0.48	มากที่สุด
2.	สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.69	0.50	มากที่สุด
3.	สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.65	0.52	มากที่สุด
4.	สื่อมีความชัดเจน	4.73	0.48	มากที่สุด
5.	สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.75	0.49	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.71	0.49	มากที่สุด

จากตาราง 32 แสดงผลการรับรู้การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ผลการรับรู้มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.71) (S.D = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.77) (S.D = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.75) (S.D = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.73) (S.D = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.69) (S.D = 0.50) อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.65) (S.D = 0.52) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 33 แสดงผลความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับความเข้าใจ		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	ความเข้าใจ			
1.	สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.65	0.54	มากที่สุด
2.	เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.73	0.48	มากที่สุด
3.	องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.73	0.48	มากที่สุด
4.	สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.72	0.48	มากที่สุด
5.	สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.76	0.48	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.71	0.49	มากที่สุด

จากตาราง 33 แสดงผลความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ผลความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.71) (S.D = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.76) (S.D = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน คือ เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย และองค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.73) (S.D = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.72) (S.D = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.65) (S.D = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 34 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินการรับรู้ของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนัง**สือนำเที่ยว**

ประเด็นพิจารณา	ระดับการรับรู้					$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	142 (69.61)	45 (22.06)	17 (8.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.69	0.59	มากที่สุด
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	129 (63.24)	64 (31.37)	10 (4.90)	0 (0.00)	1 (0.49)	4.57	0.60	มากที่สุด
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	106 (51.96)	88 (43.14)	9 (4.41)	0 (0.00)	1 (0.49)	4.52	0.59	มากที่สุด
4. สื่อมีความชัดเจน	128 (62.75)	69 (33.82)	5 (2.45)	1 (0.49)	1 (0.49)	4.54	0.63	มากที่สุด
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	156 (76.47)	36 (17.65)	11 (5.39)	0 (0.00)	1 (0.49)	4.70	0.54	มากที่สุด

จากตาราง 34 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินการรับรู้ของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน เมื่อพิจารณาผลการรับรู้เป็นรายด้าน พบว่า

สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.69) (S.D = 0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 69.61 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.06 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33

สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.57) (S.D = 0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 63.24 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 31.37 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยสะ 4.90 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.49

สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.52) (S.D = 0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 51.96 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 43.14 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.41 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.49

สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.54) (S.D = 0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 33.82 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.45 ตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.49 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.49

สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.70) (S.D = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 76.47 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.39 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.49

ตาราง 35 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินความเข้าใจของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: **หนังสือนำเที่ยว**

ประเด็นพิจารณา	ระดับความเข้าใจ					$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	124 (60.79)	69 (33.82)	10 (4.90)	1 (0.49)	0 (0.00)	4.56	0.63	มากที่สุด
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	118 (57.84)	82 (40.20)	3 (1.47)	0 (0.00)	1 (0.49)	4.55	0.61	มากที่สุด
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	140 (68.63)	59 (28.92)	4 (1.96)	1 (0.49)	0 (0.00)	4.61	0.61	มากที่สุด
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	143 (70.10)	53 (25.98)	7 (3.43)	1 (0.49)	0 (0.00)	4.63	0.60	มากที่สุด
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	144 (70.59)	49 (24.02)	10 (4.90)	1 (0.49)	0 (0.00)	4.65	0.62	มากที่สุด

จากตาราง 35 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินความเข้าใจของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน เมื่อพิจารณาผลความเข้าใจเป็นรายด้าน พบว่า

สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.56) (S.D = 0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 60.79 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 33.82 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.49

เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.55) (S.D = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 57.84 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 40.20 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.47 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.49

องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 68.63 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.92 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.96 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.49

สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.63) (S.D = 0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 70.10 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 25.98 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 7คน คิดเป็นร้อยละ 3.43 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.49

สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.65) (S.D = 0.62) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 70.59 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.02 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.49

ตาราง 36 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินการรับรู้ของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์

ประเด็นพิจารณา	ระดับการรับรู้					$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	151 (74.00)	46 (22.50)	5 (2.50)	1 (0.50)	1 (0.50)	4.61	0.63	มากที่สุด
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	128 (62.70)	66 (32.40)	9 (4.40)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.57	0.63	มากที่สุด
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	117 (57.40)	77 (37.70)	10 (4.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.46	0.63	มาก
4. สื่อมีความชัดเจน	124 (60.80)	67 (32.80)	12 (5.90)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.58	0.61	มากที่สุด
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	151 (74.00)	46 (22.50)	6 (2.90)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.70	0.61	มากที่สุด

จากตาราง 36 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินการรับรู้ของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน เมื่อพิจารณาผลการรับรู้เป็นรายด้าน พบว่า

สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D = 0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.57) (S.D = 0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 62.70 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 32.40 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.46) (S.D = 0.63) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 57.40 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 37.70 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90

สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.58) (S.D = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.90 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.70) (S.D = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตาราง 37 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินความเข้าใจของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์

ประเด็นพิจารณา	ระดับความเข้าใจ					$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	128 (62.70)	65 (31.90)	10 (4.90)	0 (0.00)	1 (0.50)	4.55	0.61	มากที่สุด
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	123 (60.30)	73 (35.80)	7 (3.40)	0 (0.00)	1 (0.50)	4.55	0.58	มากที่สุด
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	135 (66.20)	60 (29.40)	8 (3.90)	0 (0.00)	1 (0.50)	4.66	0.54	มากที่สุด
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	140 (68.60)	53 (26.00)	10 (4.90)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.66	0.57	มากที่สุด
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	146 (71.60)	47 (23.00)	10 (4.90)	0 (0.00)	1 (0.50)	4.65	0.59	มากที่สุด

จากตาราง 37 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินความเข้าใจของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน เมื่อพิจารณาผลความเข้าใจเป็นรายด้าน พบว่า

สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.55) (S.D = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 62.70 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 31.90 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.55) (S.D = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.66) (S.D = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 66.20 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.66) (S.D = 0.57) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 68.60 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.65) (S.D = 0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 71.60 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตาราง 38 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินการรับรู้ของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ

ประเด็นพิจารณา	ระดับการรับรู้					$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	145 (71.10)	49 (24.00)	9 (4.40)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.66	0.58	มากที่สุด
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	134 (65.70)	62 (30.40)	8 (3.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.62	0.56	มากที่สุด
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	121 (59.30)	71 (34.80)	12 (5.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.53	0.60	มากที่สุด
4. สื่อมีความชัดเจน	130 (63.70)	63 (30.90)	11 (5.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.58	0.59	มากที่สุด
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	156 (76.50)	43 (21.10)	5 (2.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.74	0.49	มากที่สุด

จากตาราง 38 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินการรับรู้ของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน เมื่อพิจารณาผลการรับรู้เป็นรายด้าน พบว่า

สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.66) (S.D = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 71.10 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.62) (S.D = 0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 65.70 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 30.40 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90

สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.53) (S.D = 0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 121คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.90

สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.58) (S.D = 0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 63.70 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.40

สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.74) (S.D = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตาราง 39 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินความเข้าใจของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ

ประเด็นพิจารณา	ระดับความเข้าใจ					$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	133 (65.20)	61 (29.90)	9 (4.40)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.60	0.60	มากที่สุด
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	136 (66.70)	58 (28.40)	9 (4.40)	0 (0.00)	1 (0.50)	4.61	0.62	มากที่สุด
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	132 (64.70)	63 (30.90)	8 (3.90)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.60	0.59	มากที่สุด
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	146 (71.60)	49 (24.00)	8 (3.90)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.67	0.57	มากที่สุด
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	154 (75.50)	41 (20.10)	8 (3.90)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.71	0.56	มากที่สุด

จากตาราง 39 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินความเข้าใจของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน เมื่อพิจารณาผลความเข้าใจเป็นรายด้าน พบว่า

สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D = 0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D = 0.62) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 28.40 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D = 0.59) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 64.70 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.67) (S.D = 0.57) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 71.60 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.71) (S.D = 0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.10 ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 และตอบแบบสอบถามในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตาราง 40 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินการรับรู้ของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค

ประเด็นพิจารณา	ระดับการรับรู้					$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	164 (80.40)	34 (16.70)	6 (2.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.77	0.48	มากที่สุด
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	144 (70.60)	56 (27.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.69	0.50	มากที่สุด
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	138 (67.60)	61 (29.90)	5 (2.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.65	0.52	มากที่สุด
4. สื่อมีความชัดเจน	152 (74.50)	48 (23.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.73	0.48	มากที่สุด
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	160 (78.40)	38 (18.60)	6 (2.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.75	0.49	มากที่สุด

จากตาราง 40 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินการรับรู้ของแต่ละบุคคลประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน เมื่อพิจารณาผลการรับรู้เป็นรายด้าน พบว่า

สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.77) (S.D = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 80.40 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90

สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.69) (S.D = 0.50) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 70.60 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.65) (S.D = 0.52) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 67.60 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.73) (S.D = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.75) (S.D = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 78.40 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90

ตาราง 41 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินความเข้าใจของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อออนไลน์: **เพจเฟสบุ๊ค**

ประเด็นพิจารณา	ระดับความเข้าใจ					$\bar{x}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	140 (68.60)	57 (27.9)	7 (3.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.65	0.54	มากที่สุด
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	153 (75.00)	47 (23.00)	4 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.73	0.48	มากที่สุด
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	152 (74.50)	48 (23.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.73	0.48	มากที่สุด
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	150 (73.50)	51 (25.00)	3 (1.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.72	0.48	มากที่สุด
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	161 (48.90)	38 (18.60)	5 (2.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.76	0.48	มากที่สุด

จากตาราง 41 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการประเมินความเข้าใจของแต่ละบุคคล ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน เมื่อพิจารณาผลความเข้าใจเป็นรายด้าน พบว่า

สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.65) (S.D = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 68.60 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40

เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.73) (S.D = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.73) (S.D = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.72) (S.D = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.76) (S.D = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 48.90 ตอบแบบสอบถามในระดับมาก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 และตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

การทดสอบสมมติฐานด้านระดับความสำคัญของเกณฑ์ประเมินการรับรู้และความเข้าใจ ประเภทสื่อพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว, โปสเตอร์ , แผ่นพับ และสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค

การทดสอบสมมติฐานในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เลือกใช้สถิติ ANOVA ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์ T –Test และ F – Test รวมทั้งใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง โดยรายละเอียดของการตั้งสมมติฐาน มีดังนี้

ตาราง 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว

ประเด็นพิจารณา	เพศชาย (n = 79)			เพศหญิง (n = 125)				
	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	t	Sig
การรับรู้								
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.61	0.62	มากที่สุด	4.62	0.64	มากที่สุด	0.092	0.927
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.49	0.74	มาก	4.62	0.55	มากที่สุด	1.254	0.212
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.35	0.71	มาก	4.53	0.56	มากที่สุด	1.928	0.055
4. สื่อมีความชัดเจน	4.52	0.71	มากที่สุด	4.62	0.55	มากที่สุด	1.091	0.276
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.66	0.71	มากที่สุด	4.72	0.54	มากที่สุด	0.696	0.487
รวม	4.52	0.69	มากที่สุด	4.62	0.56	มากที่สุด		
ความเข้าใจ								
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.49	0.69	มาก	4.58	0.55	มากที่สุด	0.974	0.332
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.52	0.63	มากที่สุด	4.57	0.54	มากที่สุด	0.586	0.559
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.71	0.55	มากที่สุด	4.62	0.53	มากที่สุด	1.087	0.278
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.67	0.63	มากที่สุด	4.65	0.52	มากที่สุด	0.279	0.781
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.61	0.66	มากที่สุด	4.67	0.55	มากที่สุด	0.749	0.455
รวม	4.60	0.63	มากที่สุด	4.61	0.53	มากที่สุด		
ค่าเฉลี่ยรวม	4.56	0.66	มากที่สุด	4.62	0.54	มากที่สุด		

จากตาราง 42 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการวิเคราะห์ ของระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ไม่แตกต่าง

ตาราง 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอายุ

รายการ	1. ต่ำกว่า 20 ปี (n = 21)		2. 21-30 ปี (n = 44)		3. 31-40 ปี (n = 61)		4. 41-50 ปี (n = 30)		5. 51-60 ปี (n = 24)		6. 61 ปีขึ้นไป (n = 24)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้												
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.57	0.60	4.64	0.61	4.51	0.74	4.77	0.57	4.67	0.56	4.63	0.58
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.24	0.70	4.61	0.62	4.64	0.52	4.47	0.86	4.71	0.55	4.58	0.58
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.38	0.59	4.34	0.64	4.54	0.56	4.37	0.81	4.54	0.59	4.58	0.58
4. สื่อมีความชัดเจน	4.48	0.51	4.52	0.63	4.67	0.51	4.47	0.82	4.63	0.65	4.63	0.65
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.48	0.75	4.68	0.60	4.80	0.44	4.77	0.77	4.67	0.56	4.58	0.72
รวม	4.43	0.63	4.55	0.62	4.63	0.55	4.57	0.76	4.64	0.58	4.60	0.62
ความเข้าใจ												
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.48	0.60	4.48	0.70	4.61	0.56	4.60	0.67	4.58	0.58	4.50	0.59
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.43	0.51	4.59	0.50	4.61	0.49	4.40	0.81	4.54	0.66	4.63	0.58
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.52	0.51	4.77	0.42	4.64	0.55	4.70	0.65	4.63	0.58	4.58	0.58
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.43	0.68	4.80	0.41	4.72	0.45	4.60	0.77	4.54	0.66	4.63	0.58
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.43	0.75	4.68	0.52	4.75	0.47	4.70	0.70	4.46	0.72	4.63	0.58
รวม	4.45	0.61	4.66	0.51	4.66	0.50	4.60	0.72	4.55	0.64	4.59	0.58
ค่าเฉลี่ยรวม	4.44	0.62	4.60	0.56	4.64	0.52	4.58	0.74	4.59	0.61	4.59	0.60

จากตาราง 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอายุ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.64) (S.D. = 0.52) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 อายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.60) (S.D. = 0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 อายุ 61 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.59) (S.D. = 0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.44) (S.D. = 0.62) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 44 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอายุ

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	1.511	5	0.302	0.740	0.594
	ภายในกลุ่ม	80.896	198	0.409		
	รวม	82.407	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	3.474	5	0.695	1.751	0.125
	ภายในกลุ่ม	78.565	198	0.397		
	รวม	82.039	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	1.942	5	0.388	0.976	0.433
	ภายในกลุ่ม	78.745	198	0.398		
	รวม	80.686	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	1.370	5	0.274	0.711	0.616
	ภายในกลุ่ม	76.375	198	0.386		
	รวม	77.745	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	2.201	5	0.440	1.163	0.329
	ภายในกลุ่ม	74.956	198	0.379		
	รวม	77.157	203			
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	0.704	5	0.141	0.368	0.870
	ภายในกลุ่ม	75.806	198	0.383		
	รวม	76.510	203			

ตาราง 44 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.390	5	0.278	0.820	0.537
	ภายในกลุ่ม	67.120	198	0.339		
	รวม	68.510	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.191	5	0.238	0.802	0.549
	ภายในกลุ่ม	58.789	198	0.297		
	รวม	59.980	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.633	5	0.527	1.646	0.150
	ภายในกลุ่ม	63.348	198	0.320		
	รวม	65.980	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	2.705	5	0.541	1.533	0.181
	ภายในกลุ่ม	69.883	198	0.353		
	รวม	72.588	203			

จากตาราง 44 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามช่วงอายุ ผลการวิเคราะห์ พบว่าไม่แตกต่าง

ตาราง 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามการศึกษา

รายการ	1. ประถมศึกษา (n = 29)		2.มัธยมศึกษาตอนต้น (n = 12)		3.มัธยมศึกษาตอนปลาย (n = 18)		4.อนุปริญญา (n = 20)		5.ปริญญาตรี (n = 104)		6.ปริญญาโท (n = 16)		7.ปริญญาเอก (n = 0)		8.ไม่ได้ศึกษา (n = 5)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้																
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.72	0.53	4.42	0.67	4.78	0.43	4.70	0.57	4.55	0.71	4.63	0.62	-	-	4.80	0.45
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.69	0.54	4.83	0.58	4.61	0.61	4.45	0.69	4.57	0.57	4.25	1.06	-	-	4.60	0.55
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.62	0.49	4.25	0.62	4.67	0.49	4.25	0.55	4.50	0.61	4.19	1.05	-	-	4.20	0.45
4. สื่อมีความชัดเจน	4.66	0.61	4.67	0.65	4.61	0.50	4.45	0.51	4.62	0.53	4.25	1.18	-	-	4.60	0.55
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.66	0.61	4.83	0.58	4.72	0.57	4.75	0.55	4.72	0.53	4.44	1.09	-	-	4.60	0.89
รวม	4.67	0.55	4.60	0.62	4.67	0.52	4.52	0.57	4.59	0.59	4.35	1.00	-	-	4.56	0.57
ความเข้าใจ																
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.55	0.51	4.25	0.97	4.83	0.38	4.45	0.60	4.58	0.57	4.31	0.87	-	-	4.80	0.45
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.59	0.57	4.67	0.65	4.78	0.43	4.45	0.51	4.54	0.52	4.25	1.00	-	-	4.80	0.45
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.62	0.49	4.58	0.67	4.78	0.43	4.75	0.44	4.66	0.53	4.50	0.82	-	-	4.60	0.55
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.52	0.57	4.67	0.65	4.72	0.57	4.50	0.69	4.72	0.49	4.50	0.82	-	-	5.00	0.00
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.59	0.63	4.67	0.78	4.78	0.55	4.45	0.69	4.68	0.53	4.50	0.82	-	-	5.00	0.00
รวม	4.57	0.55	4.56	0.74	4.77	0.47	4.52	0.58	4.63	0.52	4.41	0.86	-	-	4.84	0.29
ค่าเฉลี่ยรวม	4.62	0.55	4.58	0.68	4.72	0.49	4.52	0.57	4.61	0.55	4.38	0.93	-	-	4.70	0.43

จากตาราง 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามการศึกษา จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.72) (S.D. = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ไม่ได้ศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.70) (S.D. = 0.43) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 ระดับประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.62) (S.D. = 0.55) อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับสุดท้าย คือ ระดับปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.38) (S.D. = 0.93) อยู่ในระดับมาก และการศึกษาระดับปริญาเอกไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 46 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามการศึกษา

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	2.076	6	0.346	0.849	0.534
	ภายในกลุ่ม	80.330	197	0.408		
	รวม	82.407	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	3.209	6	0.535	1.337	0.243
	ภายในกลุ่ม	78.830	197	0.400		
	รวม	82.039	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	4.621	6	0.770	1.995	0.068
	ภายในกลุ่ม	76.065	197	0.386		
	รวม	80.686	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	2.484	6	0.414	1.083	0.374
	ภายในกลุ่ม	75.262	197	0.382		
	รวม	77.745	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	1.526	6	0.254	0.663	0.680
	ภายในกลุ่ม	75.630	197	0.384		
	รวม	77.157	203			

ตาราง 46 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	4.015	6	0.669	1.819	0.097
	ภายในกลุ่ม	72.495	197	0.368		
	รวม	76.510	203			
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.101	6	0.517	1.557	0.162
	ภายในกลุ่ม	65.408	197	0.332		
	รวม	68.510	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.954	6	0.159	0.531	0.785
	ภายในกลุ่ม	59.027	197	0.300		
	รวม	59.980	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.548	6	0.425	1.319	0.250
	ภายในกลุ่ม	63.433	197	0.322		
	รวม	65.980	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	2.297	6	0.383	1.073	0.380
	ภายในกลุ่ม	70.291	197	0.357		
	รวม	72.588	203			

จากตาราง 46 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามการศึกษา ผลการวิเคราะห์ พบว่าไม่แตกต่าง

ตาราง 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

รายการ	1.นักเรียน (n = 12)		2.นักศึกษา (n = 17)		3.ข้าราชการ (n = 33)		4.ประกอบธุรกิจส่วนตัว (n = 33)		5.พนักงานของรัฐ (n = 23)		6.เกษตรกร (n = 2)		7.รับจ้าง (n = 14)		8.ค้าขาย (n = 23)		9. พนักงานบริษัทเอกชน (n = 37)		10.ไม่ได้ประกอบอาชีพ (n = 10)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้																				
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.67	0.65	4.76	0.44	4.55	0.62	4.64	0.60	4.74	0.45	5.00	0.00	4.93	0.27	4.57	0.73	4.30	0.85	4.90	0.32
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.33	0.78	4.47	0.62	4.42	0.66	4.58	0.61	4.52	0.51	5.00	0.00	4.86	0.36	4.48	0.95	4.70	0.52	4.80	0.42
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.42	0.51	4.59	0.51	4.48	0.62	4.45	0.67	4.43	0.59	4.00	0.00	4.50	0.52	4.52	0.99	4.30	0.52	4.80	0.42
4. สื่อมีความชัดเจน	4.50	0.52	4.65	0.49	4.61	0.61	4.48	0.71	4.52	0.51	5.00	0.00	4.57	0.65	4.61	0.94	4.54	0.51	4.90	0.32
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.67	0.65	4.59	0.71	4.70	0.59	4.73	0.57	4.65	0.57	5.00	0.00	4.71	0.47	4.43	0.99	4.86	0.42	4.80	0.42
รวม	4.51	0.62	4.61	0.55	4.55	0.62	4.57	0.63	4.57	0.52	4.80	0.00	4.71	0.45	4.52	0.92	4.54	0.56	4.84	0.38
ความเข้าใจ																				
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.67	0.49	4.47	0.62	4.64	0.55	4.55	0.62	4.65	0.49	5.00	0.00	4.79	0.43	4.39	0.78	4.38	0.72	4.60	0.52
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.42	0.51	4.65	0.49	4.48	0.57	4.55	0.51	4.43	0.51	5.00	0.00	4.71	0.61	4.48	0.95	4.59	0.50	4.70	0.48
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.50	0.52	4.76	0.44	4.76	0.50	4.70	0.53	4.65	0.49	4.50	0.71	4.71	0.47	4.48	0.85	4.62	0.49	4.70	0.48
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.50	0.67	4.59	0.62	4.64	0.60	4.73	0.45	4.65	0.49	4.50	0.71	4.71	0.61	4.30	0.82	4.84	0.37	4.90	0.32
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.58	0.67	4.41	0.71	4.73	0.45	4.61	0.61	4.61	0.50	5.00	0.00	4.86	0.53	4.26	0.92	4.84	0.37	4.90	0.32
รวม	4.53	0.57	4.57	0.57	4.65	0.53	4.62	0.54	4.59	0.49	4.80	0.28	4.75	0.53	4.38	0.86	4.65	0.49	4.76	0.42
ค่าเฉลี่ยรวม	4.52	0.59	4.59	0.56	4.60	0.57	4.59	0.58	4.58	0.50	4.80	0.14	4.73	0.49	4.45	0.89	4.59	0.52	4.80	0.40

จากตาราง 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อาชีพเกษตรกร มีค่าเฉลี่ยรวม เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.80) (S.D. = 0.14) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.80) (S.D. = 0.40) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 อาชีพรับจ้าง มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.73) (S.D. = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อาชีพค้าขาย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.45) (S.D. = 0.89) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 48 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	7.218	9	0.802	2.069*	0.034
	ภายในกลุ่ม	75.189	194	0.388		
	รวม	82.407	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	4.494	9	0.499	1.249	0.267
	ภายในกลุ่ม	77.545	194	0.400		
	รวม	82.039	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	3.007	9	0.334	0.834	0.585
	ภายในกลุ่ม	77.680	194	0.400		
	รวม	80.686	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	2.006	9	0.223	0.571	0.820
	ภายในกลุ่ม	75.739	194	0.390		
	รวม	77.745	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	3.206	9	0.356	0.935	0.496
	ภายในกลุ่ม	73.950	194	0.381		
	รวม	77.157	203			
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	3.634	9	0.404	1.075	0.383
	ภายในกลุ่ม	72.876	194	0.376		
	รวม	76.510	203			

ตาราง 48 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.019	9	0.224	0.655	0.749
	ภายในกลุ่ม	66.491	194	0.343		
	รวม	68.510	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.775	9	0.197	0.657	0.747
	ภายในกลุ่ม	58.205	194	0.300		
	รวม	59.980	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	5.310	9	0.590	1.887	0.056
	ภายในกลุ่ม	60.671	194	0.313		
	รวม	65.980	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	7.575	9	0.842	2.512*	0.010
	ภายในกลุ่ม	65.013	194	0.335		
	รวม	72.588	203			

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ พบว่า มี 2 ตัวแปร **คือ สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว** และสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม แตกต่างอย่าง**มีนัยสำคัญทาง**สถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 49 แสดงการเปรียบเทียบรายอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว

อาชีพ	1. นักเรียน	2. นักศึกษา	3. ข้าราชการ	4. ประกอบธุระกิจส่วนตัว	5. พนักงานของรัฐ	6. เกษตรกร	7. รับจ้าง	8. ค้าขาย	9 พนักงานบริษัทเอกชน	10. ไม่ได้ประกอบอาชีพ
1.นักเรียน	-	0.098	0.121	0.030	0.072	0.333	0.262	0.101	0.369	0.233
2.นักศึกษา		-	0.219	0.128	0.026	0.235	0.164	0.199	.467*	0.135
3.ข้าราชการ			-	0.091	0.194	0.455	0.383	0.020	0.248	0.355
4.ประกอบธุรกิจส่วนตัว				-	0.103	0.364	0.292	0.071	.339*	0.264
5.พนักงานของรัฐ					-	0.261	0.189	0.174	.442*	0.161
6.เกษตรกร						-	0.071	0.435	0.703	0.100
7.รับจ้าง							-	0.363	.631*	0.029
8.ค้าขาย								-	0.268	0.335
9.พนักงานบริษัทเอกชน									-	.603*
10.อื่น ๆ										-

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 เปรียบเทียบรายอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว พบว่า การรับรู้และความเข้าใจของอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างจากไม่ได้ประกอบอาชีพ

ตาราง 50 แสดงการเปรียบเทียบรายอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม

อาชีพ	1. นักเรียน	2. นักศึกษา	3. ข้าราชการ	4. ประกอบธุระกิจส่วนตัว	5. พนักงานของรัฐ	6. เกษตรกร	7. รับจ้าง	8. ค้าขาย	9 .พนักงานบริษัทเอกชน	10. ไม่ได้ประกอบชีพ
1. นักเรียน	-	0.172	0.144	0.023	0.025	0.417	0.274	0.322	0.255	0.317
2. นักศึกษา		-	0.316	0.194	0.197	0.588	.445*	0.151	.426*	.488*
3. ข้าราชการ			-	0.121	0.119	0.273	0.130	.466*	0.111	0.173
4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว				-	0.003	0.394	0.251	.345*	0.232	0.294
5. พนักงานของรัฐ					-	0.391	0.248	.348*	0.229	0.291
6. เกษตรกร						-	0.143	0.739	0.162	0.100
7. รับจ้าง							-	.596*	0.019	0.043
8. ค้าขาย								-	.577*	.639*
9. พนักงานบริษัทเอกชน									-	0.062
10. อื่น ๆ										-

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 เปรียบเทียบรายอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม พบว่า การรับรู้และความเข้าใจของนักศึกษาแตกต่างจากกลุ่มอาชีพรับจ้าง อาชีพค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน และไม่ได้ประกอบอาชีพ ในขณะที่ข้าราชการแตกต่างจากอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานของรัฐ และอาชีพรับจ้าง

ตาราง 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์:หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามรายได้

รายการ	1. ไม่มีรายได้ (n = 30)		2. ต่ำกว่า 10,000 บาท (n = 21)		3. 10,001-20,000 บาท (n = 51)		4. 20,001-30,000 บาท (n = 38)		5. 30,001-40,000 บาท (n = 20)		6. 40,001-50,000 บาท (n = 20)		7. 50,001-60,000 บาท (n = 10)		8. มากกว่า 60,000 บาท (n = 14)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้																
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.73	0.52	4.76	0.44	4.61	0.63	4.71	0.52	4.60	0.68	4.10	0.97	4.60	0.52	4.64	0.63
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.50	0.68	4.76	0.54	4.59	0.50	4.66	0.58	4.50	0.69	4.50	1.00	4.50	0.53	4.36	0.63
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.53	0.51	4.52	0.60	4.43	0.64	4.53	0.56	4.60	0.68	4.15	0.88	4.40	0.52	4.43	0.65
4. สื่อมีความชัดเจน	4.60	0.50	4.62	0.67	4.67	0.48	4.53	0.65	4.60	0.68	4.30	0.92	4.70	0.48	4.57	0.65
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.60	0.67	4.67	0.66	4.73	0.53	4.84	0.44	4.55	0.69	4.65	0.93	4.70	0.48	4.71	0.61
รวม	4.59	0.57	4.66	0.58	4.60	0.55	4.65	0.55	4.57	0.68	4.34	0.94	4.58	0.50	4.54	0.63
ความเข้าใจ																
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.53	0.57	4.71	0.46	4.65	0.56	4.55	0.65	4.55	0.69	4.25	0.79	4.40	0.52	4.50	0.65
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.50	0.51	4.71	0.56	4.57	0.50	4.63	0.49	4.55	0.69	4.25	0.91	4.70	0.48	4.43	0.51
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.63	0.49	4.81	0.40	4.69	0.51	4.79	0.41	4.65	0.67	4.40	0.75	4.75	0.53	4.50	0.65
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.57	0.63	4.67	0.58	4.75	0.44	4.68	0.53	4.60	0.68	4.60	0.82	4.75	0.53	4.71	0.47
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.50	0.68	4.71	0.64	4.75	0.52	4.68	0.53	4.50	0.69	4.65	0.75	4.75	0.53	4.71	0.47
รวม	4.54	0.57	4.72	0.52	4.68	0.50	4.66	0.52	4.57	0.68	4.43	0.80	4.67	0.51	4.57	0.55
ค่าเฉลี่ยรวม	4.56	0.57	4.69	0.55	4.64	0.52	4.65	0.53	4.57	0.68	4.38	0.87	4.62	0.50	4.55	0.59

จากตาราง 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามรายได้ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.69) (S.D. = 0.55) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 รายได้ 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.65) (S.D. = 0.53) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 รายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.64) (S.D. = 0.52) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ รายได้ 40,001-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.38) (S.D. = 0.87) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 52 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามรายได้

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	6.544	7	0.935	2.415*	0.022
	ภายในกลุ่ม	75.863	196	0.387		
	รวม	82.407	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	2.110	7	0.301	0.739	0.639
	ภายในกลุ่ม	79.929	196	0.408		
	รวม	82.039	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	2.819	7	0.403	1.014	0.423
	ภายในกลุ่ม	77.867	196	0.397		
	รวม	80.686	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	2.257	7	0.322	0.837	0.558
	ภายในกลุ่ม	75.488	196	0.385		
	รวม	77.745	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	1.624	7	0.232	0.602	0.754
	ภายในกลุ่ม	75.533	196	0.385		
	รวม	77.157	203			

ตาราง 52 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	3.116	7	0.445	1.189	0.311
	ภายในกลุ่ม	73.394	196	0.374		
	รวม	76.510	203			
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.144	7	0.449	1.347	0.230
	ภายในกลุ่ม	65.366	196	0.334		
	รวม	68.510	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.129	7	0.447	1.541	0.155
	ภายในกลุ่ม	56.851	196	0.290		
	รวม	59.980	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.093	7	0.156	0.472	0.854
	ภายในกลุ่ม	64.887	196	0.331		
	รวม	65.980	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	1.999	7	0.286	0.793	0.594
	ภายในกลุ่ม	70.590	196	0.360		
	รวม	72.588	203			

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 52 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความ**เข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามรายได้ พบเพียง 1 ตัวแปร คือ สื่อช่วยให้**รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 53 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว

รายได้	1. ไม่มีรายได้	2. ต่ำกว่า 10,000	3. 10,001 - 20,000	4. 20,001 - 30,000	5. 30,001 - 40,000	6. 40,001 - 50,000	7. 50,001 - 60,000	8. มากกว่า 60,000
1.ไม่มีรายได้	-	0.029	0.125	0.023	0.133	.633*	0.133	0.090
2. ต่ำกว่า 10,000 บาท		-	0.154	0.051	0.162	.662*	0.162	0.119
3. 10,001 - 20,000 บาท			-	0.103	0.008	.508*	0.008	-0.035
4. 20,001 - 30,000 บาท				-	0.111	.611*	0.111	0.068
5. 30,001 - 40,000บาท					-	.500*	0.000	-0.043
6. 40,001 - 50,000 บาท						-	.500*	.543*
7. 50,001 - 60,000 บาท							-	-0.043
8. มากกว่า 60,000 บาท								-

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 การเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว พบว่า ไม่มีรายได้แตกต่างจากรายได้ 40,001 - 50,000 บาท ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท และ 30,001 - 40,000 บาท

ตาราง 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์

ประเด็นพิจารณา	เพศชาย (n = 79)			เพศหญิง (n = 125)				
	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	t	Sig
การรับรู้								
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.73	0.65	มากที่สุด	4.66	0.55	มากที่สุด	0.462	0.644
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.56	0.65	มากที่สุด	4.58	0.57	มากที่สุด	0.563	0.574
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.47	0.67	มาก	4.56	0.53	มากที่สุด	0.728	0.468
4. สื่อมีความชัดเจน	4.49	0.65	มาก	4.57	0.61	มากที่สุด	0.020	0.984
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.65	0.64	มากที่สุด	4.74	0.47	มากที่สุด	0.430	0.668
รวม	4.58	0.65	มากที่สุด	4.62	0.54	มากที่สุด		
ความเข้าใจ								
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.58	0.70	มากที่สุด	4.55	0.53	มากที่สุด	0.420	0.675
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.58	0.65	มากที่สุด	4.54	0.53	มากที่สุด	0.928	0.355
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.66	0.65	มากที่สุด	4.58	0.53	มากที่สุด	1.648	0.101
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.66	0.61	มากที่สุด	4.61	0.59	มากที่สุด	0.332	0.740
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.65	0.69	มากที่สุด	4.66	0.55	มากที่สุด	0.450	0.653
รวม	4.62	0.66	มากที่สุด	4.58	0.57	มากที่สุด		
ค่าเฉลี่ยรวม	4.60	0.65	มากที่สุด	4.60	0.55	มากที่สุด		

จากตาราง 54 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการวิเคราะห์ของระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ไม่แตกต่าง

ตาราง 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอายุ

รายการ	1. ต่ำกว่า 20 ปี (n = 21)		2. 21-30 ปี (n = 44)		3. 31-40 ปี (n = 61)		4. 41-50 ปี (n = 30)		5. 51-60 ปี (n = 24)		6. 61 ปีขึ้นไป (n = 24)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้												
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.67	0.73	4.73	0.45	4.67	0.51	4.63	0.89	4.67	0.56	4.79	0.51
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.38	0.59	4.61	0.54	4.61	0.56	4.57	0.77	4.54	0.66	4.63	0.58
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.24	0.70	4.55	0.59	4.61	0.53	4.53	0.63	4.46	0.66	4.58	0.50
4. สื่อมีความชัดเจน	4.57	0.60	4.55	0.59	4.54	0.59	4.57	0.77	4.50	0.66	4.50	0.66
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.52	0.68	4.59	0.58	4.79	0.45	4.70	0.70	4.71	0.46	4.33	0.38
รวม	4.47	0.66	4.60	0.55	4.64	0.52	4.60	0.75	4.57	0.60	4.66	0.52
ความเข้าใจ												
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.29	0.64	4.50	0.59	4.66	0.54	4.57	0.86	4.58	0.65	4.67	0.56
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.52	0.60	4.57	0.50	4.61	0.56	4.50	0.86	4.54	0.59	4.50	0.66
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.43	0.60	4.61	0.49	4.64	0.58	4.53	0.90	4.63	0.58	4.75	0.53
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.29	0.72	4.64	0.49	4.70	0.56	4.63	0.72	4.67	0.56	4.67	0.64
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.33	0.73	4.59	0.58	4.79	0.49	4.63	0.85	4.67	0.56	4.71	0.55
รวม	4.37	0.65	4.58	0.53	4.68	0.54	4.57	0.83	4.61	0.58	4.66	0.58
ค่าเฉลี่ยรวม	4.42	0.65	4.59	0.54	4.66	0.53	4.58	0.79	4.59	0.59	4.66	0.55

จากตาราง 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอายุ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อายุ 31-40 ปี เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.66) (S.D. = 0.53) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 อายุ 61 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.66) (S.D. = 0.55) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 อายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.59) (S.D. = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.42) (S.D. = 0.65) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 56 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอายุ

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	0.449	5	0.090	0.250	0.939
	ภายในกลุ่ม	71.095	198	0.359		
	รวม	71.544	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	1.005	5	0.201	0.546	0.741
	ภายในกลุ่ม	72.892	198	0.368		
	รวม	73.897	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	2.343	5	0.469	1.354	0.243
	ภายในกลุ่ม	68.534	198	0.346		
	รวม	70.877	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	0.120	5	0.024	0.059	0.998
	ภายในกลุ่ม	80.566	198	0.407		
	รวม	80.686	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	2.064	5	0.413	1.393	0.229
	ภายในกลุ่ม	58.696	198	0.296		
	รวม	60.760	203			
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	2.582	5	0.516	1.285	0.272
	ภายในกลุ่ม	79.590	198	0.402		
	รวม	82.172	203			

ตาราง 56 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.358	5	0.072	0.186	0.968
	ภายในกลุ่ม	76.049	198	0.384		
	รวม	76.407	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.396	5	0.279	0.735	0.598
	ภายในกลุ่ม	75.232	198	0.380		
	รวม	76.627	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.897	5	0.579	1.621	0.156
	ภายในกลุ่ม	70.789	198	0.358		
	รวม	73.686	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	3.498	5	0.700	1.852	0.104
	ภายในกลุ่ม	74.791	198	0.378		
	รวม	78.289	203			

จากตาราง 56 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกของตามอายุกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ พบว่าไม่แตกต่าง

ตาราง 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามการศึกษา

รายการ	1. ประถมศึกษา (n = 29)		2.มัธยมศึกษาตอนต้น (n = 12)		3.มัธยมศึกษาตอนปลาย (n = 18)		4.อนุปริญญา (n = 20)		5.ปริญญาตรี (n = 104)		6.ปริญญาโท (n = 16)		7.ปริญญาเอก (n = 0)		8.ไม่ได้ศึกษา (n = 5)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้																
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.76	0.64	4.75	0.62	4.72	0.46	4.80	0.41	4.66	0.55	4.44	1.03	-	-	5.00	0.00
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.62	0.56	4.75	0.62	4.50	0.62	4.65	0.49	4.58	0.59	4.31	0.87	-	-	4.60	0.55
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.66	0.55	4.92	0.29	4.56	0.70	4.50	0.51	4.48	0.61	4.25	0.58	-	-	4.60	0.55
4. สื่อมีความชัดเจน	4.59	0.63	4.75	0.62	4.72	0.57	4.60	0.50	4.48	0.62	4.38	0.89	-	-	4.60	0.55
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.69	0.54	4.92	0.29	4.72	0.46	4.65	0.59	4.70	0.52	4.56	0.89	-	-	4.80	0.45
รวม	4.66	0.58	4.81	0.48	4.64	0.56	4.64	0.50	4.58	0.57	4.38	0.85	-	-	4.72	0.42
ความเข้าใจ																
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.55	0.63	4.50	0.67	4.61	0.61	4.55	0.51	4.58	0.60	4.38	1.02	-	-	5.00	0.00
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.62	0.62	4.75	0.62	4.72	0.46	4.55	0.51	4.50	0.57	4.38	1.02	-	-	4.80	0.45
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.66	0.61	4.67	0.65	4.61	0.50	4.65	0.49	4.60	0.58	4.44	1.03	-	-	4.80	0.45
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.59	0.63	4.83	0.58	4.78	0.43	4.65	0.59	4.59	0.60	4.50	0.82	-	-	5.00	0.00
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.66	0.61	4.83	0.58	4.72	0.57	4.60	0.50	4.66	0.57	4.38	1.09	-	-	4.80	0.45
รวม	4.61	0.62	4.71	0.62	4.68	0.51	4.60	0.52	4.58	0.58	4.41	0.99	-	-	4.88	0.27
ค่าเฉลี่ยรวม	4.63	0.60	4.76	0.55	4.66	0.53	4.62	0.51	4.58	0.57	4.39	0.92	-	-	4.80	0.34

จากตาราง 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามการศึกษา จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ไม่ได้ศึกษา เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.80) (S.D. = 0.34) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.76) (S.D. = 0.55) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.66) (S.D. = 0.53) อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับสุดท้าย คือ ระดับปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.39) (S.D. = 0.92) อยู่ในระดับมาก และการศึกษาระดับปริญญาเอกไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 58 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามการศึกษา

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	2.014	6	0.336	0.951	0.460
	ภายในกลุ่ม	69.530	197	0.353		
	รวม	71.544	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	1.747	6	0.291	0.795	0.575
	ภายในกลุ่ม	72.150	197	0.366		
	รวม	73.897	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	3.803	6	0.634	1.862	0.089
	ภายในกลุ่ม	67.074	197	0.340		
	รวม	70.877	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	2.079	6	0.347	0.868	0.519
	ภายในกลุ่ม	78.607	197	0.399		
	รวม	80.686	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	0.978	6	0.163	0.537	0.780
	ภายในกลุ่ม	59.782	197	0.303		
	รวม	60.760	203			

ตาราง 58 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	1.637	6	0.273	0.667	0.676
	ภายในกลุ่ม	80.535	197	0.409		
	รวม	82.172	203			
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.218	6	0.370	0.982	0.439
	ภายในกลุ่ม	74.189	197	0.377		
	รวม	76.407	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.805	6	0.134	0.349	0.910
	ภายในกลุ่ม	75.822	197	0.385		
	รวม	76.627	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.103	6	0.350	0.965	0.450
	ภายในกลุ่ม	71.583	197	0.363		
	รวม	73.686	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	1.889	6	0.315	0.812	0.562
	ภายในกลุ่ม	76.401	197	0.388		
	รวม	78.289	203			

จากตาราง 58 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามการศึกษา ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่แตกต่าง

ตาราง 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอาชีพ

รายการ	1.นักเรียน (n = 12)		2.นักศึกษา (n = 17)		3.ข้าราชการ (n = 33)		4.ประกอบธุรกิจส่วนตัว (n = 33)		5.พนักงานของรัฐ (n = 23)		6.เกษตรกร (n = 2)		7.รับจ้าง (n = 14)		8.ค้าขาย (n = 23)		9. พนักงานบริษัทเอกชน (n = 37)		10.ไม่ได้ประกอบอาชีพ (n = 10)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้																				
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.67	0.89	4.76	0.44	4.76	0.50	4.61	0.56	4.65	0.65	5.00	0.00	4.64	0.50	4.65	0.93	4.68	0.47	4.90	0.32
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.42	0.67	4.47	0.51	4.33	0.60	4.73	0.63	4.48	0.67	5.00	0.00	4.50	0.52	4.52	0.79	4.76	0.43	4.90	0.32
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.50	0.80	4.35	0.61	4.39	0.66	4.70	0.47	4.52	0.51	4.50	0.71	4.43	0.51	4.43	0.73	4.65	0.54	4.60	0.52
4. สื่อมีความชัดเจน	4.58	0.67	4.53	0.51	4.48	0.62	4.55	0.67	4.57	0.66	5.00	0.00	4.71	0.47	4.30	0.88	4.57	0.55	4.70	0.48
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.58	0.67	4.59	0.62	4.79	0.42	4.70	0.53	4.70	0.47	5.00	0.00	4.71	0.47	4.43	0.90	4.84	0.37	4.80	0.42
รวม	4.55	0.74	4.54	0.53	4.55	0.56	4.65	0.57	4.58	0.59	4.90	0.14	4.59	0.49	4.46	0.84	4.70	0.47	4.78	0.41
ความเข้าใจ																				
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.33	0.78	4.71	0.47	4.55	0.62	4.64	0.65	4.48	0.67	5.00	0.00	4.64	0.50	4.43	0.95	4.54	0.51	4.80	0.42
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.58	0.67	4.53	0.51	4.55	0.51	4.61	0.61	4.52	0.67	5.00	0.00	4.79	0.43	4.35	0.98	4.54	0.51	4.60	0.52
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.33	0.65	4.71	0.47	4.67	0.54	4.67	0.60	4.57	0.66	5.00	0.00	4.50	0.65	4.52	0.95	4.59	0.50	4.80	0.42
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.42	0.67	4.41	0.71	4.67	0.48	4.64	0.60	4.57	0.66	5.00	0.00	4.71	0.47	4.43	0.84	4.81	0.46	4.80	0.42
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.33	0.89	4.59	0.51	4.61	0.50	4.64	0.65	4.57	0.66	5.00	0.00	4.71	0.47	4.48	0.99	4.89	0.31	4.90	0.32
รวม	4.39	0.73	4.59	0.53	4.61	0.53	4.64	0.62	4.54	0.66	5.00	0.00	4.67	0.50	4.44	0.94	4.67	0.45	4.78	0.42
ค่าเฉลี่ยรวม	4.47	0.73	4.56	0.53	4.58	0.54	4.64	0.59	4.56	0.62	4.95	0.07	4.63	0.49	4.45	0.89	4.68	0.46	4.78	0.41

จากตาราง 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอาชีพ จากนักท่องเที่ยวจำนวน 204 คน พบว่า อาชีพเกษตรกร เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.95) (S.D. = 0.07) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.78) (S.D. = 0.41) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.68) (S.D. = 0.46) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อาชีพค้าขาย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.45) (S.D. = 0.89) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 60 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอาชีพ

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	1.222	9	0.136	0.375	0.946
	ภายในกลุ่ม	70.322	194	0.362		
	รวม	71.544	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	6.177	9	0.686	1.966*	0.045
	ภายในกลุ่ม	67.720	194	0.349		
	รวม	73.897	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	2.994	9	0.333	0.951	0.482
	ภายในกลุ่ม	67.883	194	0.350		
	รวม	70.877	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	2.550	9	0.283	0.704	0.705
	ภายในกลุ่ม	78.136	194	0.403		
	รวม	80.686	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	3.235	9	0.359	1.212	0.289
	ภายในกลุ่ม	57.525	194	0.297		
	รวม	60.760	203			

ตาราง 60 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	2.763	9	0.307	0.750	0.663
	ภายในกลุ่ม	79.409	194	0.409		
	รวม	82.172	203			
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.291	9	0.255	0.666	0.739
	ภายในกลุ่ม	74.115	194	0.382		
	รวม	76.407	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.354	9	0.262	0.683	0.724
	ภายในกลุ่ม	74.273	194	0.383		
	รวม	76.627	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	4.245	9	0.472	1.318	0.230
	ภายในกลุ่ม	69.441	194	0.358		
	รวม	73.686	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	5.274	9	0.586	1.557	0.131
	ภายในกลุ่ม	73.015	194	0.376		
	รวม	78.289	203			

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 60 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอาชีพ พบเพียง 1 ตัวแปร คือ สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 61 แสดงการเปรียบเทียบอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ด้านสื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้

อาชีพ	1. นักเรียน	2. นักศึกษา	3. ข้าราชการ	4. ประกอบธุระกิจส่วนตัว	5. พนักงานของรัฐ	6. เกษตรกร	7. รับจ้าง	8. ค้าขาย	9 .พนักงานบริษัทเอกชน	10. ไม่ได้ประกอบอาชีพ
1. นักเรียน	-	0.054	0.083	0.311	0.062	0.583	0.083	0.105	0.340	0.483
2. นักศึกษา		-	0.137	0.257	0.257	0.529	0.029	0.051	0.286	0.429
3. ข้าราชการ			-	.394*	0.145	0.667	0.167	0.188	.423*	.567*
4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว				-	0.249	0.273	0.227	0.206	0.029	0.173
5. พนักงานของรัฐ					-	0.522	0.022	0.043	0.278	0.422
6. เกษตรกร						-	0.500	0.478	0.243	0.100
7. รับจ้าง							-	0.022	0.257	0.400
8. ค้าขาย								-	0.235	0.378
9. พนักงานบริษัทเอกชน									-	0.143
10. อื่น ๆ										-

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 61 แสดงการเปรียบเทียบอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ด้านสื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ พบว่า อาชีพข้าราชการ มีการรับรู้ต่างกันกับอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชน และไม่ได้ประกอบอาชีพ

ตาราง 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามรายได้

รายการ	1. ไม่มีรายได้ (n = 30)		2. ต่ำกว่า 10,000 บาท (n = 21)		3. 10,001-20,000 บาท (n = 51)		4. 20,001-30,000 บาท (n = 38)		5. 30,001-40,000 บาท (n = 20)		6. 40,001-50,000 บาท (n = 20)		7. 50,001-60,000 บาท (n = 10)		8. มากกว่า 60,000 บาท (n = 14)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้																
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.70	0.65	4.86	0.36	4.73	0.49	4.82	0.39	4.60	0.60	4.35	0.99	4.50	0.85	4.71	0.47
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.50	0.57	4.62	0.50	4.65	0.52	4.55	0.60	4.55	0.60	4.55	0.83	4.30	0.82	4.71	0.61
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.47	0.68	4.62	0.50	4.57	0.61	4.58	0.55	4.55	0.51	4.25	0.72	4.50	0.53	4.57	0.51
4. สื่อมีความชัดเจน	4.57	0.57	4.71	0.46	4.57	0.61	4.63	0.63	4.55	0.60	4.10	0.72	4.40	0.84	4.57	0.65
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.57	0.63	4.81	0.40	4.69	0.55	4.66	0.58	4.85	0.37	4.70	0.73	4.80	0.82	4.71	0.47
รวม	4.56	0.62	4.72	0.44	4.64	0.55	4.64	0.55	4.62	0.53	4.39	0.79	4.50	0.77	4.65	0.54
ความเข้าใจ																
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.60	0.62	4.71	0.46	4.57	0.57	4.47	0.60	4.70	0.57	4.40	0.94	4.40	0.84	4.64	0.63
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.57	0.57	4.67	0.48	4.63	0.53	4.66	0.53	4.60	0.60	4.10	0.85	4.20	0.79	4.64	0.63
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.57	0.57	4.71	0.56	4.69	0.51	4.66	0.48	4.60	0.60	4.35	0.99	4.50	0.85	4.57	0.65
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.47	0.68	4.67	0.48	4.71	0.54	4.61	0.55	4.70	0.57	4.65	0.75	4.50	0.85	4.64	0.63
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.50	0.68	4.76	0.44	4.71	0.54	4.63	0.54	4.75	0.55	4.60	0.94	4.50	0.85	4.71	0.61
รวม	4.54	0.62	4.70	0.48	4.66	0.53	4.60	0.54	4.67	0.57	4.42	0.89	4.42	0.83	4.64	0.63
ค่าเฉลี่ยรวม	4.55	0.62	4.71	0.46	4.65	0.54	4.62	0.54	4.64	0.55	4.40	0.84	4.46	0.80	4.64	0.58

จากตาราง 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามรายได้ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.71) (S.D. = 0.46) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 รายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.65) (S.D. = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 รายได้ 30,001-40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.64) (S.D. = 0.55) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย รายได้ 40,001–50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.40) (S.D. = 0.84) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 63 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามรายได้

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	4.098	7	0.585	1.701	0.111
	ภายในกลุ่ม	67.446	196	0.344		
	รวม	71.544	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	1.546	7	0.221	0.598	0.757
	ภายในกลุ่ม	72.351	196	0.369		
	รวม	73.897	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	2.057	7	0.294	0.837	0.558
	ภายในกลุ่ม	68.821	196	0.351		
	รวม	70.877	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	5.103	7	0.729	1.891	0.073
	ภายในกลุ่ม	75.583	196	0.386		
	รวม	80.686	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	1.415	7	0.202	0.668	0.699
	ภายในกลุ่ม	59.345	196	0.303		
	รวม	60.760	203			

ตาราง 63 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	2.088	7	0.298	0.730	0.647
	ภายในกลุ่ม	80.083	196	0.409		
	รวม	82.172	203			
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.485	7	0.926	2.597*	0.014
	ภายในกลุ่ม	69.922	196	0.357		
	รวม	76.407	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.163	7	0.309	0.814	0.577
	ภายในกลุ่ม	74.464	196	0.380		
	รวม	76.627	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.421	7	0.203	0.551	0.795
	ภายในกลุ่ม	72.265	196	0.369		
	รวม	73.686	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	1.642	7	0.235	0.600	0.756
	ภายในกลุ่ม	76.647	196	0.391		
	รวม	78.289	203			

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 63 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจ**สื่ออินโฟกราฟประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์** จำแนกตามรายได้ พบเพียง 1 ตัวแปร คือ เนื้อหาของ**สื่อเข้าใจง่าย** แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 64 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ด้านเนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย

รายได้	1. ไม่มีรายได้	2. ต่ำกว่า 10,000	3. 10,001 - 20,000	4. 20,001 - 30,000	5. 30,001 - 40,000	6. 40,001 - 50,000	7. 50,001 - 60,000	8. มากกว่า 60,000
1.ไม่มีรายได้	-	0.100	0.061	0.091	0.033	.467*	0.367	0.076
2. ต่ำกว่า 10,000 บาท		-	0.039	0.009	0.067	.567*	.467	0.024
3. 10,001 - 20,000 บาท			-	0.030	0.027	.527*	.427*	0.015
4. 20,001 - 30,000 บาท				-	0.058	.558*	.458*	0.015
5. 30,001 - 40,000บาท					-	.500*	0.400	0.043
6. 40,001 - 50,000 บาท						-	0.100	.543*
7. 50,001 - 60,000 บาท							-	0.443
8. มากกว่า 60,000 บาท								-

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0

จากตาราง 64 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ด้านเนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท แตกต่างจากรายได้ 50,001 - 60,000 บาท และรายได้ มากกว่า 60,000 บาท

ตาราง 65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ

ประเด็นพิจารณา	เพศชาย (n = 79)			เพศหญิง (n = 125)				
	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	t	Sig
การรับรู้								
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.63	0.64	มากที่สุด	4.67	0.55	มากที่สุด	0.462	0.644
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.65	0.57	มากที่สุด	4.60	0.55	มากที่สุด	0.563	0.574
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.49	0.67	มาก	4.56	0.55	มากที่สุด	0.782	0.468
4. สื่อมีความชัดเจน	4.58	0.56	มากที่สุด	4.58	0.61	มากที่สุด	0.020	0.984
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.72	0.55	มากที่สุด	4.75	0.45	มากที่สุด	0.430	0.668
รวม	4.61	0.59	มากที่สุด	4.63	0.54	มากที่สุด		
ความเข้าใจ								
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.62	0.64	มากที่สุด	4.58	0.57	มากที่สุด	0.420	0.675
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.56	0.71	มากที่สุด	4.64	0.55	มากที่สุด	0.928	0.355
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.68	0.58	มากที่สุด	4.54	0.58	มากที่สุด	1.648	0.101
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.68	0.61	มากที่สุด	4.66	0.55	มากที่สุด	0.332	0.740
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.68	0.63	มากที่สุด	4.72	0.51	มากที่สุด	0.450	0.653
รวม	4.64	0.63	มากที่สุด	4.62	0.55	มากที่สุด		
ค่าเฉลี่ยรวม	4.62	0.61	มากที่สุด	4.63	0.54	มากที่สุด		

จากตาราง 65 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการวิเคราะห์ Independent-Sample t-test ของระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ไม่แตกต่าง

ตาราง 66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอายุ

รายการ	1. ต่ำกว่า 20 ปี (n = 21)		2. 21-30 ปี (n = 44)		3. 31-40 ปี (n = 61)		4. 41-50 ปี (n = 30)		5. 51-60 ปี (n = 24)		6. 61 ปีขึ้นไป (n = 24)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้												
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.67	0.58	4.55	0.66	4.70	0.49	4.67	0.66	4.79	0.51	4.58	0.65
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.48	0.68	4.50	0.63	4.70	0.49	4.70	0.47	4.71	0.46	4.54	0.66
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.38	0.67	4.34	0.71	4.67	0.47	4.60	0.56	4.58	0.65	4.54	0.59
4. สื่อมีความชัดเจน	4.52	0.60	4.52	0.63	4.56	0.56	4.70	0.60	4.75	0.53	4.50	0.66
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.48	0.68	4.66	0.57	4.85	0.36	4.77	0.50	4.79	0.41	4.75	0.44
รวม	4.50	0.64	4.51	0.64	4.69	0.47	4.68	0.55	4.72	0.51	4.58	0.60
ความเข้าใจ												
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.43	0.60	4.48	0.59	4.67	0.51	4.70	0.70	4.54	0.66	4.71	0.62
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.38	0.74	4.64	0.53	4.66	0.48	4.57	0.86	4.75	0.53	4.54	0.72
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.48	0.60	4.55	0.55	4.64	0.55	4.60	0.72	4.67	0.56	4.63	0.65
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.38	0.74	4.59	0.54	4.80	0.40	4.63	0.72	4.75	0.53	4.67	0.64
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.38	0.86	4.64	0.57	4.87	0.34	4.70	0.60	4.75	0.53	4.67	0.56
รวม	4.41	0.70	4.58	0.55	4.72	0.45	4.64	0.72	4.69	0.56	4.64	0.63
ค่าเฉลี่ยรวม	4.45	0.67	4.54	0.59	4.70	0.46	4.66	0.63	4.70	0.53	4.61	0.61

จากตาราง 66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอายุ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อายุ 31-40 ปี เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.70) (S.D. = 0.46) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 อายุ 51-60 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.70) (S.D. = 0.53) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 อายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.66) (S.D. =0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อายุต่ำกว่า 20 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.45) (S.D. = 0.67) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 67 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอายุ

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	1.258	5	0.252	0.725	0.606
	ภายในกลุ่ม	68.723	198	0.347		
	รวม	69.980	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	2.033	5	0.407	1.296	0.267
	ภายในกลุ่ม	62.143	198	0.314		
	รวม	64.176	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	3.487	5	0.697	1.937	0.090
	ภายในกลุ่ม	71.273	198	0.360		
	รวม	74.760	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	1.519	5	0.304	0.858	0.510
	ภายในกลุ่ม	70.065	198	0.354		
	รวม	71.583	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	2.609	5	0.522	2.216	0.054
	ภายในกลุ่ม	46.622	198	0.235		
	รวม	49.230	203			

ตาราง 67 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	2.260	5	0.452	1.264	0.281
	ภายในกลุ่ม	70.779	198	0.357		
	รวม	73.039	203			
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.898	5	0.380	0.979	0.431
	ภายในกลุ่ม	76.730	198	0.388		
	รวม	78.627	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.668	5	0.134	0.376	0.865
	ภายในกลุ่ม	70.371	198	0.355		
	รวม	71.039	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.305	5	0.661	2.044	0.074
	ภายในกลุ่ม	64.028	198	0.323		
	รวม	67.333	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	4.135	5	0.827	2.719*	0.021
	ภายในกลุ่ม	60.218	198	0.304		
	รวม	64.353	203			

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 67 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอายุ พบเพียง 1 ตัวแปร คือ สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 68 แสดงการเปรียบเทียบอายุภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม

อายุ	1. ต่ำกว่า 20 ปี	2. 21 - 30 ปี	3. 31 - 40 ปี	4. 41 - 50 ปี	5. 51 - 60 ปี	6. 61 ปีขึ้นไป
1. ต่ำกว่า 20 ปี	-	0.255	.488*	.319*	.369*	0.286
2. 21 - 30 ปี		-	.232*	0.064	0.114	0.030
3. 31 - 40 ปี			-	0.169	0.119	0.202
4. 41 - 50 ปี				-	0.050	0.033
5. 51 - 60 ปี					-	0.083
6. 61 ปีขึ้นไป						-

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 68 การเปรียบเทียบอายุภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม พบว่า ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี แตกต่างจากช่วงอายุ 31-40 ปี อายุ 41 - 50 ปี และ 51 - 60 ปี

ตาราง 69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามการศึกษา

รายการ	1. ประถมศึกษา (n = 29)		2.มัธยมศึกษาตอนต้น (n = 12)		3.มัธยมศึกษาตอนปลาย (n = 18)		4.อนุปริญญา (n = 20)		5.ปริญญาตรี (n = 104)		6.ปริญญาโท (n = 16)		7.ปริญญาเอก (n = 0)		8.ไม่ได้ศึกษา (n = 5)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้																
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.66	0.61	4.58	0.51	4.72	0.57	4.75	0.44	4.63	0.58	4.63	0.89	-	-	5.00	0.00
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.55	0.69	4.92	0.29	4.72	0.46	4.80	0.41	4.53	0.59	4.63	0.50	-	-	5.00	0.00
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.55	0.69	4.83	0.39	4.72	0.57	4.60	0.50	4.45	0.61	4.44	0.73	-	-	4.80	0.45
4. สื่อมีความชัดเจน	4.55	0.63	4.57	0.62	4.72	0.46	4.60	0.50	4.52	0.62	4.69	0.60	-	-	4.80	0.45
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.66	0.61	4.92	0.29	4.72	0.46	4.57	0.44	4.75	0.46	4.69	0.70	-	-	4.80	0.45
รวม	4.59	0.64	4.76	0.42	4.72	0.50	4.66	0.45	4.57	0.57	4.61	0.68	-	-	4.88	0.27
ความเข้าใจ																
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.69	0.54	4.50	0.67	4.67	0.59	4.80	0.41	4.57	0.59	4.38	0.89	-	-	4.60	0.55
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.66	0.61	4.83	0.58	4.56	0.62	4.60	0.50	4.59	0.58	4.50	1.03	-	-	4.80	0.45
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.66	0.61	4.58	0.67	4.72	0.46	4.70	0.47	4.55	0.59	4.50	0.82	-	-	4.80	0.45
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.60	0.68	4.83	0.58	4.78	0.55	4.70	0.47	4.63	0.54	4.63	0.81	-	-	4.80	0.45
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.62	0.62	4.83	0.58	4.72	0.75	4.65	0.49	4.72	0.55	4.63	0.72	-	-	5.00	0.00
รวม	4.64	0.61	4.71	0.61	4.69	0.59	4.69	0.46	4.61	0.57	4.52	0.85	-	-	4.80	0.38
ค่าเฉลี่ยรวม	4.61	0.62	4.73	0.51	4.70	0.54	4.67	0.45	4.59	0.57	4.56	0.76	-	-	4.84	0.32

จากตาราง 69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามการศึกษา จากนักท่องเที่ยว จำนวน204 คน พบว่า ไม่ได้ศึกษา เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.84) (S.D. = 0.32) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.73) (S.D. = 0.51) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.70) (S.D. = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับสุดท้าย คือ ระดับปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.56) (S.D. = 0.76) อยู่ในระดับมากที่สุด และการศึกษาระดับปริญญาเอกไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 70 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามการศึกษา

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	1.026	6	0.171	0.488	0.816
	ภายในกลุ่ม	68.955	197	0.350		
	รวม	69.980	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	3.613	6	0.602	1.959	0.073
	ภายในกลุ่ม	60.564	197	0.307		
	รวม	64.176	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	3.012	6	0.502	1.379	0.225
	ภายในกลุ่ม	71.747	197	0.364		
	รวม	74.760	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	1.551	6	0.258	0.727	0.628
	ภายในกลุ่ม	70.033	197	0.355		
	รวม	71.583	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	0.663	6	0.111	0.448	0.845
	ภายในกลุ่ม	48.567	197	0.247		
	รวม	49.230	203			

ตาราง 70 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	2.153	6	0.359	0.997	0.428
	ภายในกลุ่ม	70.886	197	0.360		
	รวม	73.039	203			
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.143	6	0.191	0.485	0.819
	ภายในกลุ่ม	77.484	197	0.393		
	รวม	78.627	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.200	6	0.200	0.564	0.758
	ภายในกลุ่ม	69.839	197	0.355		
	รวม	71.039	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.863	6	0.144	0.426	0.861
	ภายในกลุ่ม	66.471	197	0.337		
	รวม	67.333	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	1.034	6	0.172	0.536	0.780
	ภายในกลุ่ม	63.319	197	0.321		
	รวม	64.353	203			

จากตาราง 70 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามการศึกษา ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่แตกต่าง

ตาราง 71 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอาชีพ

รายการ	1.นักเรียน (n = 12)		2.นักศึกษา (n = 17)		3.ข้าราชการ (n = 33)		4.ประกอบธุรกิจส่วนตัว (n = 33)		5.พนักงานของรัฐ (n = 23)		6.เกษตรกร (n = 2)		7.รับจ้าง (n = 14)		8.ค้าขาย (n = 23)		9. พนักงานบริษัทเอกชน (n = 37)		10.ไม่ได้ประกอบอาชีพ (n = 10)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้																				
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.83	0.39	4.59	0.71	4.64	0.65	4.61	0.56	4.83	0.39	5.00	0.00	4.79	0.43	4.48	0.73	4.65	0.48	4.60	0.70
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.50	0.67	4.29	0.69	4.36	0.55	4.73	0.52	4.74	0.45	5.00	0.00	4.71	0.61	4.52	0.67	4.81	0.40	4.80	0.42
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.58	0.67	4.29	0.69	4.45	0.67	4.64	0.60	4.57	0.51	5.00	0.00	4.71	0.47	4.30	0.70	4.62	0.55	4.60	0.52
4. สื่อมีความชัดเจน	4.58	0.51	4.41	0.71	4.67	0.48	4.55	0.67	4.61	0.58	5.00	0.00	4.71	0.61	4.35	0.78	4.65	0.48	4.70	0.48
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.58	0.67	4.59	0.71	4.82	0.39	4.70	0.53	4.78	0.42	4.50	0.71	4.79	0.43	4.61	0.58	4.86	0.53	4.80	0.42
รวม	4.61	0.58	4.43	0.70	4.58	0.54	4.64	0.59	4.70	0.47	4.90	0.14	4.74	0.51	4.45	0.69	4.71	0.48	4.70	0.50
ความเข้าใจ																				
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.58	0.51	4.53	0.72	4.52	0.62	4.67	0.65	4.61	0.66	5.00	0.00	4.79	0.43	4.61	0.72	4.49	0.51	4.80	0.42
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.50	0.67	4.35	0.79	4.61	0.56	4.70	0.53	4.65	0.65	5.00	0.00	4.79	0.43	4.39	0.94	4.62	0.49	4.90	0.32
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.58	0.51	4.53	0.72	4.58	0.50	4.70	0.53	4.65	0.65	5.00	0.00	4.50	0.76	4.43	0.79	4.59	0.50	4.80	0.42
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.50	0.80	4.35	0.70	4.70	0.47	4.75	0.52	4.70	0.63	5.00	0.00	4.79	0.43	4.48	0.79	4.81	0.40	4.70	0.48
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.33	0.98	4.53	0.72	4.70	0.47	4.76	0.56	4.70	0.63	5.00	0.00	4.86	0.36	4.57	0.59	4.86	0.53	4.80	0.42
รวม	4.49	0.69	4.45	0.73	4.62	0.52	4.71	0.55	4.66	0.64	5.00	0.00	4.74	0.48	4.49	0.76	4.67	0.48	4.80	0.41
ค่าเฉลี่ยรวม	4.55	0.63	4.44	0.71	4.60	0.53	4.67	0.57	4.68	0.55	4.95	0.07	4.74	0.49	4.47	0.72	4.69	0.48	4.75	0.45

จากตาราง 71 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอาชีพ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อาชีพเกษตรกร เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.95) (S.D. = 0.07) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.75) (S.D = 0.45) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 อาชีพรับจ้าง มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.74) (S.D. = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อาชีพนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.44) (S.D. = 0.71) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 72 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอาชีพ

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	2.448	9	0.272	0.781	0.634
	ภายในกลุ่ม	67.533	194	0.348		
	รวม	69.980	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	7.159	9	0.795	2.706*	0.005
	ภายในกลุ่ม	57.018	194	0.294		
	รวม	64.176	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	4.014	9	0.446	1.223	0.283
	ภายในกลุ่ม	70.746	194	0.365		
	รวม	74.760	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	2.949	9	0.328	0.926	0.504
	ภายในกลุ่ม	68.635	194	0.354		
	รวม	71.583	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	2.145	9	0.238	0.982	0.456
	ภายในกลุ่ม	47.086	194	0.243		
	รวม	49.230	203			
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	2.155	9	0.239	0.655	0.749
	ภายในกลุ่ม	70.885	194	0.365		
	รวม	73.039	203			

ตาราง 72 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.241	9	0.471	1.229	0.279
	ภายในกลุ่ม	74.386	194	0.383		
	รวม	78.627	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.968	9	0.219	0.614	0.784
	ภายในกลุ่ม	69.071	194	0.356		
	รวม	71.039	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	4.194	9	0.466	1.432	0.177
	ภายในกลุ่ม	63.139	194	0.325		
	รวม	67.333	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	4.260	9	0.473	1.528	0.140
	ภายในกลุ่ม	60.093	194	0.310		
	รวม	64.353	203			

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 72 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอาชีพ พบเพียง 1 ตัวแปร คือ สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 73 แสดงการเปรียบเทียบอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้

อาชีพ	1. นักเรียน	2. นักศึกษา	3. ข้าราชการ	4. ประกอบธุระกิจส่วนตัว	5. พนักงานของรัฐ	6. เกษตรกร	7. รับจ้าง	8. ค้าขาย	9 .พนักงานบริษัทเอกชน	10. ไม่ได้ประกอบอาชีพ
1. นักเรียน	-	0.206	0.136	0.227	0.239	0.500	0.214	0.022	0.311	0.300
2. นักศึกษา		-	0.070	.433*	.445*	0.706	.420*	0.228	.517*	.506*
3. ข้าราชการ			-	.364*	.375*	0.636	.351*	0.158	.447*	.436*
4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว				-	0.012	0.273	0.013	0.206	0.084	0.073
5. พนักงานของรัฐ					-	0.261	0.025	0.217	0.072	0.061
6. เกษตรกร						-	0.286	0.478	0.189	0.200
7. รับจ้าง							-	0.193	.289*	0.278
8. ค้าขาย								-	.289*	0.278
9. พนักงานบริษัทเอกชน									-	0.011
10. อื่น ๆ										-

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 73 แสดงการเปรียบเทียบอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ พบว่า นักศึกษาแตกต่างจากอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานของรัฐ รับจ้าง พนักงานบริษัทเอกชน และไม่ได้ประกอบอาชีพ ในขณะที่อาชีพข้าราชการแตกต่างกับอาชีพรับจ้าง และค้าขาย

ตาราง 74 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามรายได้

รายการ	1. ไม่มีรายได้ (n = 30)		2. ต่ำกว่า 10,000 บาท (n = 21)		3. 10,001-20,000 บาท (n = 51)		4. 20,001-30,000 บาท (n = 38)		5. 30,001-40,000 บาท (n = 20)		6. 40,001-50,000 บาท (n = 20)		7. 50,001-60,000 บาท (n = 10)		8. มากกว่า 60,000 บาท (n = 14)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้																
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.60	0.67	4.86	0.36	4.75	0.48	4.61	0.64	4.75	0.55	4.40	0.75	4.50	0.53	4.64	0.63
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.40	0.67	4.62	0.59	4.69	0.55	4.61	0.59	4.60	0.50	4.75	0.44	4.50	0.53	4.79	0.43
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.43	0.68	4.62	0.50	4.59	0.61	4.47	0.69	4.55	0.51	4.65	0.67	4.40	0.52	4.50	0.52
4. สื่อมีความชัดเจน	4.47	0.63	4.76	0.54	4.63	0.56	4.66	0.58	4.55	0.60	4.45	0.60	4.50	0.71	4.50	0.65
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.53	0.68	4.86	0.36	4.78	0.42	4.74	0.50	4.85	0.37	4.80	0.52	4.70	0.48	4.64	0.50
รวม	4.48	0.66	4.74	0.47	4.68	0.52	4.61	0.60	4.66	0.50	4.61	0.59	4.52	0.55	4.61	0.54
ความเข้าใจ																
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.57	0.63	4.81	0.40	4.69	0.47	4.58	0.60	4.60	0.60	4.40	0.75	4.20	0.92	4.64	0.63
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.43	0.73	4.76	0.44	4.78	0.42	4.61	0.55	4.65	0.59	4.35	0.93	4.20	0.92	4.71	0.47
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.53	0.63	4.62	0.67	4.71	0.46	4.63	0.54	4.55	0.60	4.40	0.75	4.50	0.85	4.64	0.50
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.40	0.72	4.86	0.36	4.82	0.39	4.58	0.55	4.65	0.59	4.75	0.72	4.40	0.84	4.71	0.47
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.40	0.81	4.86	0.36	4.84	0.37	4.71	0.52	4.65	0.59	4.70	0.57	4.50	0.85	4.86	0.36
รวม	4.46	0.70	4.78	0.44	4.76	0.42	4.62	0.55	4.62	0.58	4.52	0.74	4.36	0.87	4.71	0.48
ค่าเฉลี่ยรวม	4.47	0.68	4.76	0.45	4.72	0.47	4.61	0.57	4.64	0.54	4.56	0.66	4.44	0.71	4.56	0.51

จากตาราง 74 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามรายได้ จากนักท่องเที่ยว จำนวน204 คน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$= 4.76) (S.D. = 0.45) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 รายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.72) (S.D. = 0.47) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 รายได้ มากกว่า 60,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$= 4.66) (S.D. = 0.51) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ รายได้ 50,001-60,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.44) (S.D. = 0.71) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 75 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามรายได้

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	3.179	7	0.454	1.333	0.237
	ภายในกลุ่ม	66.801	196	0.341		
	รวม	69.980	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	2.558	7	0.365	1.162	0.326
	ภายในกลุ่ม	61.619	196	0.314		
	รวม	64.176	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	1.214	7	0.173	0.462	0.861
	ภายในกลุ่ม	73.546	196	0.375		
	รวม	74.760	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	1.933	7	0.276	0.777	0.607
	ภายในกลุ่ม	69.650	196	0.355		
	รวม	71.583	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	2.132	7	0.305	1.268	0.268
	ภายในกลุ่ม	47.098	196	0.240		
	รวม	49.230	203			

ตาราง 75 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	3.777	7	0.540	1.527	0.160
	ภายในกลุ่ม	69.263	196	0.353		
	รวม	73.039	203			
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.188	7	0.884	2.392*	0.023
	ภายในกลุ่ม	72.440	196	0.370		
	รวม	78.627	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.726	7	0.247	0.697	0.675
	ภายในกลุ่ม	69.314	196	0.354		
	รวม	71.039	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	5.330	7	0.761	2.407*	0.022
	ภายในกลุ่ม	62.003	196	0.316		
	รวม	67.333	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	5.056	7	0.722	2.388*	0.023
	ภายในกลุ่ม	59.297	196	0.303		
	รวม	64.353	203			

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 75 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามรายได้ พบว่ามี 3 ตัวแปร คือ เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ และสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 76 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านเนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย

รายได้	1. ไม่มีรายได้	2. ต่ำกว่า 10,000	3. 10,001 - 20,000	4. 20,001 - 30,000	5. 30,001 - 40,000	6. 40,001 - 50,000	7. 50,001 - 60,000	8. มากกว่า 60,000
1. ไม่มีรายได้	-	0.329	.351*	0.172	0.217	0.083	0.233	0.281
2. ต่ำกว่า 10,000 บาท		-	0.022	0.157	0.112	.412*	.562*	0.048
3. 10,001 - 20,000 บาท			-	0.179	0.134	.434*	.584*	0.070
4. 20,001 - 30,000 บาท				-	0.045	0.255	0.405	0.109
5. 30,001 - 40,000บาท					-	0.300	0.450	0.064
6. 40,001 - 50,000 บาท						-	0.150	0.364
7. 50,001 - 60,000 บาท							-	.514*
8. มากกว่า 60,000 บาท								-

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 76 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านเนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย พบว่า ไม่มีรายได้แตกต่างกันกับรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ในขณะที่รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างจากรายได้ 10,001 - 20,000 บาท และรายได้ 50,001 - 60,000 บาท

ตาราง 77 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ

รายได้	1. ไม่มีรายได้	2. ต่ำกว่า 10,000	3. 10,001 - 20,000	4. 20,001 - 30,000	5. 30,001 - 40,000	6. 40,001 - 50,000	7. 50,001 - 60,000	8. มากกว่า 60,000
1.ไม่มีรายได้	-	.457*	.424*	0.179	0.250	.350*	0.000	0.314
2. ต่ำกว่า 10,000 บาท		-	0.034	0.278	0.207	0.107	.457*	0.143
3. 10,001 - 20,000 บาท			-	.245*	0.174	0.074	.424*	0.109
4. 20,001 - 30,000 บาท				-	0.071	0.171	0.179	0.135
5. 30,001 - 40,000บาท					-	0.100	0.250	0.064
6. 40,001 - 50,000 บาท						-	0.350	0.036
7. 50,001 - 60,000 บาท							-	0.314
8. มากกว่า 60,000 บาท								-

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 77 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ พบว่า ไม่มีรายได้ แตกต่างกันกับรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท 40,001 - 50,000 บาท 50,001 - 60,000 บาท ในขณะที่รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างจากรายได้ 10,001 - 20,000 บาท

ตาราง 78 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม

รายได้	1. ไม่มีรายได้	2. ต่ำกว่า 10,000	3. 10,001 - 20,000	4. 20,001 - 30,000	5. 30,001 - 40,000	6. 40,001 - 50,000	7. 50,001 - 60,000	8. มากกว่า 60,000
1.ไม่มีรายได้	-	.457*	.443*	.311*	0.250	0.300	0.100	.457*
2. ต่ำกว่า 10,000 บาท		-	0.014	0.147	0.207	0.157	0.357	0.000
3. 10,001 - 20,000 บาท			-	0.133	0.193	0.143	0.343	0.014
4. 20,001 - 30,000 บาท				-	0.061	0.011	0.211	0.147
5. 30,001 - 40,000บาท					-	0.050	0.150	0.207
6. 40,001 - 50,000 บาท						-	0.200	0.157
7. 50,001 - 60,000 บาท							-	0.357
8. มากกว่า 60,000 บาท								-

* $p < 0.05$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 78 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม พบว่า ไม่มีรายได้แตกต่างจากกลุ่มที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท และมากกว่า 60,000 บาท

ตาราง 79 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค

ประเด็นพิจารณา	เพศชาย (n = 79)			เพศหญิง (n = 125)				
	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความ	t	Sig
การรับรู้								
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.75	0.54	มากที่สุด	4.79	0.44	มากที่สุด	0.648	0.518
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.76	0.48	มากที่สุด	4.64	0.51	มากที่สุด	1.672	0.096
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.67	0.54	มากที่สุด	4.64	0.51	มากที่สุด	0.407	0.684
4. สื่อมีความชัดเจน	4.75	0.49	มากที่สุด	4.71	0.48	มากที่สุด	0.494	0.622
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.76	0.51	มากที่สุด	4.75	0.48	มากที่สุด	0.105	0.916
รวม	4.73	0.51	มากที่สุด	4.70	0.48	มากที่สุด		
ความเข้าใจ								
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.71	0.55	มากที่สุด	4.62	0.53	มากที่สุด	1.187	0.237
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.75	0.51	มากที่สุด	4.72	0.46	มากที่สุด	0.382	0.703
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.77	0.50	มากที่สุด	4.70	0.47	มากที่สุด	1.083	0.280
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.70	0.51	มากที่สุด	4.74	0.46	มากที่สุด	0.574	0.567
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.75	0.54	มากที่สุด	4.78	0.43	มากที่สุด	0.422	0.673
รวม	4.73	0.52	มากที่สุด	4.71	0.47	มากที่สุด		
ค่าเฉลี่ยรวม	4.73	0.52	มากที่สุด	4.71	0.48	มากที่สุด		

จากตาราง 79 แสดงถึงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการวิเคราะห์ ของระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ไม่แตกต่าง

ตาราง 80 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอายุ

รายการ	1. ต่ำกว่า 20 ปี (n = 21)		2. 21-30 ปี (n = 44)		3. 31-40 ปี (n = 61)		4. 41-50 ปี (n = 30)		5. 51-60 ปี (n = 24)		6. 61 ปีขึ้นไป (n = 24)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้												
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.81	0.40	4.70	0.51	4.72	0.52	4.80	0.48	4.75	0.61	5.00	0.00
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.62	0.50	4.59	0.58	4.67	0.51	4.73	0.45	4.71	0.55	4.88	0.34
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.71	0.46	4.59	0.62	4.64	0.48	4.57	0.57	4.75	0.53	4.75	0.44
4. สื่อมีความชัดเจน	4.71	0.46	4.70	0.55	4.67	0.51	4.77	0.43	4.79	0.51	4.79	0.41
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.76	0.44	4.64	0.61	4.77	0.46	4.80	0.48	4.79	0.51	4.83	0.38
รวม	4.72	0.45	4.64	0.57	4.69	0.49	4.73	0.48	4.75	0.54	4.85	0.31
ความเข้าใจ												
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.71	0.46	4.52	0.63	4.64	0.52	4.67	0.55	4.63	0.65	4.88	0.34
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.71	0.46	4.66	0.57	4.74	0.44	4.77	0.50	4.67	0.56	4.88	0.34
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.81	0.40	4.61	0.58	4.74	0.44	4.83	0.38	4.63	0.65	4.79	0.41
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.76	0.44	4.59	0.58	4.75	0.43	4.70	0.47	4.75	0.53	4.83	0.38
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.71	0.46	4.59	0.62	4.84	0.37	4.73	0.52	4.83	0.48	4.92	0.28
รวม	4.74	0.44	4.59	0.59	4.74	0.44	4.74	0.48	4.70	0.57	4.86	0.35
ค่าเฉลี่ยรวม	4.73	0.44	4.61	0.58	4.71	0.46	4.73	0.48	4.72	0.55	4.85	0.33

จากตาราง 80 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอายุ จากนักท่องเที่ยว จำนวน204 คน พบว่า อายุ 61 ปีขึ้นไป เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.85) (S.D. = 0.33) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 อายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.73) (S.D. = 0.44) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับที่ 3 อายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.73) (S.D. = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D. = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 81 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอายุ

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	1.668	5	0.334	1.437	0.212
	ภายในกลุ่ม	45.959	198	0.232		
	รวม	47.627	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	1.440	5	0.288	1.130	0.346
	ภายในกลุ่ม	50.481	198	0.255		
	รวม	51.922	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	0.935	5	0.187	0.669	0.648
	ภายในกลุ่ม	55.354	198	0.280		
	รวม	56.289	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	0.457	5	0.091	0.375	0.865
	ภายในกลุ่ม	48.171	198	0.243		
	รวม	48.627	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	0.875	5	0.175	0.709	0.617
	ภายในกลุ่ม	48.870	198	0.247		
	รวม	49.745	203			
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	2.044	5	0.409	1.390	0.230
	ภายในกลุ่ม	58.245	198	0.294		
	รวม	60.289	203			

ตาราง 81 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.871	5	0.174	0.729	0.602
	ภายในกลุ่ม	47.300	198	0.239		
	รวม	48.172	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.404	5	0.281	1.178	0.322
	ภายในกลุ่ม	47.223	198	0.239		
	รวม	48.627	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.183	5	0.237	1.021	0.407
	ภายในกลุ่ม	45.891	198	0.232		
	รวม	47.074	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	2.390	5	0.478	2.135	0.063
	ภายในกลุ่ม	44.316	198	0.224		
	รวม	46.706	203			

จากตาราง 81 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอายุ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่แตกต่าง

ตาราง 82 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามการศึกษา

รายการ	1. ประถมศึกษา (n = 29)		2.มัธยมศึกษาตอนต้น (n = 12)		3.มัธยมศึกษาตอนปลาย (n = 18)		4.อนุปริญญา (n = 20)		5.ปริญญาตรี (n = 104)		6.ปริญญาโท (n = 16)		7.ปริญญาเอก (n = 0)		8.ไม่ได้ศึกษา (n = 5)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้																
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.90	0.31	4.67	0.49	4.61	0.61	4.70	0.57	4.79	0.48	4.75	0.58	-	-	5.00	0.00
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.83	0.38	4.75	0.45	4.44	0.62	4.70	0.47	4.67	0.51	4.63	0.62	-	-	5.00	0.00
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.79	0.41	4.58	0.51	4.56	0.51	4.50	0.69	4.69	0.50	4.44	0.63	-	-	4.80	0.45
4. สื่อมีความชัดเจน	4.86	0.35	4.83	0.39	4.72	0.46	4.55	0.51	4.69	0.52	4.81	0.54	-	-	4.80	0.45
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.86	0.35	4.83	0.39	4.83	0.38	4.65	0.59	4.70	0.54	4.88	0.50	-	-	4.80	0.45
รวม	4.84	0.36	4.73	0.44	4.63	0.51	4.62	0.56	4.70	0.51	4.72	0.57	-	-	4.88	0.27
ความเข้าใจ																
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.86	0.35	4.67	0.49	4.39	0.61	4.60	0.60	4.63	0.56	4.69	0.60	-	-	4.80	0.45
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.93	0.26	4.83	0.39	4.61	0.50	4.60	0.60	4.71	0.50	4.69	0.60	-	-	4.80	0.45
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.83	0.38	4.83	0.39	4.61	0.50	4.75	0.44	4.67	0.53	4.81	0.54	-	-	5.00	0.00
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.79	0.41	4.83	0.39	4.67	0.49	4.75	0.44	4.69	0.50	4.63	0.62	-	-	5.00	0.00
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.86	0.35	4.83	0.39	4.72	0.46	4.70	0.57	4.77	0.49	4.63	0.62	-	-	4.80	0.45
รวม	4.85	0.35	4.79	0.41	4.60	0.51	4.68	0.53	4.69	0.51	4.69	0.59	-	-	4.88	0.27
ค่าเฉลี่ยรวม	4.84	0.35	4.76	0.42	4.61	0.51	4.65	0.54	4.69	0.51	4.70	0.58	-	-	4.88	0.27

จากตาราง 82 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามการศึกษา จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ไม่ได้ศึกษา เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.88) (S.D. = 0.27) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ระดับประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.84) (S.D. = 0.35) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับที่ 3 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.76) (S.D. = 0.42) อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับสุดท้าย คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.61) (S.D. = 0.51) อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับการศึกษาปริญาเอกไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 83 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออิน**โฟกราฟิก** ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามการศึกษา

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	1.447	6	0.241	1.029	0.408
	ภายในกลุ่ม	46.180	197	0.234		
	รวม	47.627	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	2.255	6	0.376	1.490	0.183
	ภายในกลุ่ม	49.667	197	0.252		
	รวม	51.922	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	2.278	6	0.380	1.385	0.222
	ภายในกลุ่ม	54.011	197	0.274		
	รวม	56.289	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	1.560	6	0.260	1.088	0.371
	ภายในกลุ่ม	47.067	197	0.239		
	รวม	48.627	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	1.271	6	0.212	0.861	0.525
	ภายในกลุ่ม	48.475	197	0.246		
	รวม	49.745	203			

ตาราง 83 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	2.744	6	0.457	1.565	0.159
	ภายในกลุ่ม	57.546	197	0.292		
	รวม	60.289	203			
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.981	6	0.330	1.408	0.213
	ภายในกลุ่ม	46.190	197	0.234		
	รวม	48.172	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.473	6	0.245	1.026	0.410
	ภายในกลุ่ม	47.154	197	0.239		
	รวม	48.627	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.994	6	0.166	0.709	0.643
	ภายในกลุ่ม	46.079	197	0.234		
	รวม	47.074	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	0.768	6	0.128	0.549	0.770
	ภายในกลุ่ม	45.938	197	0.233		
	รวม	46.706	203			

จากตาราง 83 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามการศึกษา ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่แตกต่าง

ตาราง 84 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอาชีพ

รายการ	1.นักเรียน (n = 12)		2.นักศึกษา (n = 17)		3.ข้าราชการ (n = 33)		4.ประกอบธุรกิจส่วนตัว (n = 33)		5.พนักงานของรัฐ (n = 23)		6.เกษตรกร (n = 2)		7.รับจ้าง (n = 14)		8.ค้าขาย (n = 23)		9. พนักงานบริษัทเอกชน (n = 37)		10.ไม่ได้ประกอบอาชีพ (n = 10)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้																				
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.92	0.29	4.88	0.33	4.73	0.57	4.73	0.52	4.87	0.34	5.00	0.00	4.86	0.36	4.78	0.52	4.59	0.60	5.00	0.00
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.67	0.49	4.71	0.47	4.64	0.55	4.61	0.66	4.70	0.47	5.00	0.00	4.79	0.43	4.74	0.45	4.68	0.47	4.80	0.42
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.67	0.49	4.82	0.39	4.64	0.55	4.55	0.62	4.65	0.57	5.00	0.00	4.64	0.50	4.70	0.56	4.57	0.50	4.90	0.43
4. สื่อมีความชัดเจน	4.75	0.45	4.76	0.44	4.73	0.52	4.61	0.61	4.74	0.45	5.00	0.00	4.79	0.43	4.83	0.39	4.68	0.53	4.80	0.42
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.75	0.45	4.76	0.56	4.79	0.48	4.64	0.60	4.83	0.39	5.00	0.00	4.93	0.27	4.78	0.52	4.68	0.53	4.80	0.42
รวม	4.75	0.43	4.78	0.43	4.70	0.53	4.62	0.60	4.75	0.44	5.00	0.00	4.80	0.39	4.76	0.48	4.64	0.52	4.86	0.33
ความเข้าใจ																				
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.67	0.49	4.82	0.39	4.67	0.60	4.58	0.71	4.65	0.49	5.00	0.00	4.86	0.36	4.61	0.58	4.51	0.51	4.80	0.42
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.92	0.29	4.82	0.39	4.67	0.54	4.70	0.59	4.70	0.47	5.00	0.00	4.79	0.43	4.74	0.54	4.68	0.47	4.80	0.42
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.83	0.39	4.88	0.33	4.67	0.60	4.76	0.56	4.70	0.47	5.00	0.00	4.71	0.47	4.78	0.42	4.62	0.49	4.70	0.48
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.75	0.45	4.76	0.44	4.67	0.54	4.64	0.60	4.74	0.45	5.00	0.00	4.79	0.43	4.70	0.47	4.76	0.43	4.80	0.42
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.83	0.39	4.76	0.44	4.73	0.57	4.73	0.57	4.78	0.42	5.00	0.00	4.71	0.47	4.70	0.56	4.81	0.40	4.90	0.32
รวม	4.80	0.40	4.80	0.39	4.68	0.57	4.68	0.60	4.71	0.46	5.00	0.00	4.77	0.43	4.70	0.51	4.67	0.46	4.80	0.41
ค่าเฉลี่ยรวม	4.77	0.41	4.79	0.41	4.69	0.55	4.65	0.60	4.73	0.45	5.00	0.00	4.78	0.41	4.73	0.49	4.65	0.49	4.83	0.37

จากตาราง 84 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอาชีพ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อาชีพเกษตรกร เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 5.00) (S.D. = 0.00) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.83) (S.D. = 0.37) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับที่ 3 อาชีพนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.79) (S.D. = 0.41) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.65) (S.D. = 0.60) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 85 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอาชีพ

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	2.700	9	0.300	1.296	0.241
	ภายในกลุ่ม	44.927	194	0.232		
	รวม	47.627	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	0.841	9	0.093	0.355	0.955
	ภายในกลุ่ม	51.081	194	0.263		
	รวม	51.922	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	2.051	9	0.228	0.815	0.603
	ภายในกลุ่ม	54.238	194	0.280		
	รวม	56.289	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	1.090	9	0.121	0.494	0.877
	ภายในกลุ่ม	47.537	194	0.245		
	รวม	48.627	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	1.431	9	0.159	0.638	0.763
	ภายในกลุ่ม	48.314	194	0.249		
	รวม	49.745	203			
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	2.505	9	0.278	0.934	0.496
	ภายในกลุ่ม	57.784	194	0.298		
	รวม	60.289	203			

ตาราง 85 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.112	9	0.124	0.509	0.867
	ภายในกลุ่ม	47.060	194	0.243		
	รวม	48.172	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.360	9	0.151	0.620	0.779
	ภายในกลุ่ม	47.268	194	0.244		
	รวม	48.627	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.723	9	0.080	0.336	0.962
	ภายในกลุ่ม	46.351	194	0.239		
	รวม	47.074	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	0.674	9	0.075	0.316	0.969
	ภายในกลุ่ม	46.032	194	0.237		
	รวม	46.706	203			

จากตาราง 85 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอาชีพ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่แตกต่าง

ตาราง 86 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามรายได้

รายการ	1. ไม่มีรายได้ (n = 30)		2. ต่ำกว่า 10,000 บาท (n = 21)		3. 10,001-20,000 บาท (n = 51)		4. 20,001-30,000 บาท (n = 38)		5. 30,001-40,000 บาท (n = 20)		6. 40,001-50,000 บาท (n = 20)		7. 50,001-60,000 บาท (n = 10)		8. มากกว่า 60,000 บาท (n = 14)	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
การรับรู้																
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	4.90	0.31	4.95	0.22	4.75	0.44	4.68	0.62	4.80	0.41	4.70	0.73	4.80	0.42	4.64	0.50
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	4.73	0.45	4.86	0.36	4.65	0.52	4.61	0.59	4.70	0.47	4.65	0.59	4.70	0.48	4.71	0.47
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	4.73	0.45	4.81	0.40	4.65	0.56	4.61	0.59	4.65	0.49	4.65	0.59	4.60	0.52	4.43	0.51
4. สื่อมีความชัดเจน	4.77	0.43	4.86	0.36	4.75	0.52	4.71	0.52	4.75	0.44	4.60	0.60	4.50	0.53	4.71	0.47
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.73	0.52	4.95	0.22	4.75	0.52	4.74	0.55	4.70	0.47	4.75	0.55	4.70	0.48	4.71	0.47
รวม	4.77	0.53	4.88	0.31	4.71	0.51	4.67	0.57	4.72	0.45	4.67	0.61	4.66	0.48	4.64	0.48
ความเข้าใจ																
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	4.80	0.41	4.86	0.36	4.57	0.57	4.58	0.64	4.70	0.47	4.54	0.69	4.70	0.48	4.71	0.47
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	4.87	0.35	4.86	0.36	4.71	0.50	4.63	0.59	4.75	0.44	4.65	0.59	4.70	0.48	4.71	0.47
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	4.87	0.35	4.81	0.40	4.67	0.52	4.71	0.52	4.70	0.47	4.55	0.69	4.70	0.48	4.86	0.36
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	4.77	0.43	4.90	0.30	4.73	0.49	4.63	0.54	4.75	0.44	4.60	0.60	4.80	0.42	4.64	0.50
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	4.80	0.41	4.90	0.30	4.75	0.48	4.63	0.63	4.80	0.41	4.80	0.52	4.80	0.42	4.79	0.43
รวม	4.82	0.39	4.86	0.34	4.68	0.51	4.63	0.58	4.74	0.44	4.62	0.61	4.74	0.45	4.74	0.44
ค่าเฉลี่ยรวม	4.79	0.46	4.87	0.32	4.69	0.51	4.65	0.57	4.73	0.44	4.64	0.61	4.70	0.46	4.69	0.46

จากตาราง 86 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามรายได้ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.87) (S.D. = 0.32) อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ไม่มีรายได้ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.79) (S.D. = 0.46) อยู่ในระดับมากที่สุด อับดับ 3 รายได้ 30,001- 40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.73) (S.D. = 0.44) อยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ รายได้ 40,001-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.64) (S.D. = 0.61) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 87 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามรายได้

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	1.864	7	0.266	1.140	0.339
	ภายในกลุ่ม	45.763	196	0.233		
	รวม	47.627	203			
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	1.050	7	0.150	0.578	0.773
	ภายในกลุ่ม	50.871	196	0.260		
	รวม	51.922	203			
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	1.530	7	0.219	0.782	0.603
	ภายในกลุ่ม	54.759	196	0.279		
	รวม	56.289	203			
4. สื่อมีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	1.280	7	0.183	0.757	0.624
	ภายในกลุ่ม	47.347	196	0.242		
	รวม	48.627	203			
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	0.964	7	0.138	0.553	0.793
	ภายในกลุ่ม	48.781	196	0.249		
	รวม	49.745	203			

ตาราง 87 (ต่อ)

รายการประเมินการรับรู้และความเข้าใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F	Sig.
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	ระหว่างกลุ่ม	3.038	7	0.434	1.486	0.174
	ภายในกลุ่ม	57.252	196	0.292		
	รวม	60.289	203			
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.446	7	0.207	0.867	0.534
	ภายในกลุ่ม	46.726	196	0.238		
	รวม	48.172	203			
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.809	7	0.258	1.082	0.376
	ภายในกลุ่ม	46.818	196	0.239		
	รวม	48.627	203			
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.534	7	0.219	0.943	0.474
	ภายในกลุ่ม	45.539	196	0.232		
	รวม	47.074	203			
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	ระหว่างกลุ่ม	1.211	7	0.173	0.745	0.634
	ภายในกลุ่ม	45.495	196	0.232		
	รวม	46.706	203			

จากตาราง 87 แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามรายได้ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่แตกต่าง

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัย เรื่อง ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และ 2) เพื่อประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการรายงานผลในการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและเสนอแนะผลการวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

แบ่งการสรุปผลการวิจัยตามจุดประสงค์ของการวิจัย คือ

1. **เพื่อออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย**

ผู้วิจัยสรุปผลจากเอกสาร ตำรา งานวอจัยที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ สามารถแบ่งออกได้เป็น 8 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์โบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ที่เหมาะสมในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ

ผลการวิเคราะห์รูปแบบศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย พบว่า จำนวนวัดในอุทยานประวัติศาสต์สุโขทัย โดยการค้นคว้า และสัมภาษณ์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ไกด์นำเที่ยว และเจ้าหน้าที่ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีจำนวนโบราณสถานทั้งสิ้น 49 วัด โดยการแบ่งเป็นโบราณสถานในเมือง จำนวน 11 วัด โบราณสถานด้านเหนือ จำนวน 12 วัด โบราณสถานด้านใต้ จำนวน 10 วัด โบราณสถานด้านตะวันออก จำนวน 3 วัด และโบราณสถานด้านตะวันตก จำนวน 13 วัด

1.2 ผลการวิเคราะห์เลือกรูปแบบศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย ที่เหมาะสมในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ

ผลการวิเคราะห์เลือกรูปแบบศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย จากเกณฑ์การประเมินหาโบราณสถานที่ทำการศึกษา 4 เกณฑ์ คือ

1) โบราณสถานเหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์ 2) ความนิยมของนักท่องเที่ยว 3) ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน 4) มีประวัติความสำคัญ จากการวิเคราะห์เลือกรูปแบบศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย ที่เหมาะสมในการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ ผลการวิเคราะห์โบราณสถานที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ประเมินโดยมีผู้เชี่ยวชาญพิจารณาสรุปผลประเมินอยู่ในระดับดี มีทั้งสิ้นจำนวน 17 วัด จากโบราณสถานจำนวนทั้งหมด 49 วัด ได้แก่ 1) วัดมหาธาตุ 2) วัดศรีสวาย 3) วัดตระพังเงิน 4) วัดสระศรี 5) วัดตระพังทอง 6) ศาลตาผาแดง 7) วัดสรศักดิ์ 8) วัดพระพายหลวง 9) วัดศรีชุม 10) วัดเชตุพน 11) วัดเจดีย์สี่ห้อง 12) วัดช้างล้อม 13) วัดตระพังทองหลาง 14) วัดสะพานหิน 15) วัดเขาพระบาทน้อย 16) วัดป่ามะม่วง 17) เทวาลัยมหาเกษตร

ผลการศึกษาวิเคราะห์แยกตามเกณฑ์การประเมิน พบว่า

เกณฑ์ที่ 1 โบราณสถานเหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์

วัดหรือโบราณสถานที่เหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์ ที่น่าสนใจจากการศึกษา พบว่า วัดพระพายหลวง เป็นวัดเก่าแก่มีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์สุโขทัย เพราะมีสิ่งก่อสร้างในรูปแบบสถาปัตยกรรม และศิลปกรรมตั้งแต่ยุคแรกของเมืองสุโขทัย

วัดตระพังเงิน โบราณสถานของวัดนี้มีเจดีย์ประธานทรงพุ่มข้าวบิณฑ์หรือทรงดอกบัวตูม ซึ่งมีวิหารประกอบอยู่ด้านหน้า โดยมีลักษณะที่โดดเด่นก็คือ เจดีย์ทรงดอกบัวตูมของวัดนี้จะมีจระนำที่เรือนธาตุทั้งสี่ด้านสำหรับประดิษฐานพระพุทธรูปยืนและเดิน (ปางลีลา) ซึ่งมีความแตกต่างไปจากเจดีย์ทรงดอกบัวตูมในที่อื่น ๆ

วัดเขาพระบาทน้อย โบราณสถานสำคัญคือ เจดีย์ ทรงจอมแห มีซุ้มประดิษฐานพระพุทธรูป 8 ทิศ องค์ระฆังมีรอยเป็นริ้ว ๆ ลักษณะเหมือนการตากแห ซึ่งพบเพียงองค์เดียวในเมืองสุโขทัย

วัดสรศักดิ์ ลักษณะเด่นคือ มีเจดีย์ทรงลังกาอีกแบบหนึ่งที่นิยมสร้างมาแต่ครั้งสมัยสุโขทัยแล้ว คือ เจดีย์ทรงกลที่มีช้างล้อมรอบฐาน (ช้างแบกเจดีย์) ตามความเชื่อว่าช้างเป็นสัตว์พาหนะของพระเจ้าจักรพรรดิ ที่คู่ควรกับการเป็นพาหนะค้ำจุนพระพุทธศาสนาให้ยั่งยืนตลอด 5,000 ปี

เกณฑ์ที่ 2 ความนิยมของนักท่องเที่ยว

วัดหรือโบราณสถานที่มีความสวยงามทางศิลปะ ความเก่าแก่ และมีคุณค่าทางประวัติศาตร์เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว จากการศึกษา พบว่า วัดมหาธาตุ มีเจดีย์ประธานของวัด

ตั้งเด่นสง่างาม มีลักษณะเป็นเจดีย์ทรงดอกบัวตูม ที่ถือว่าเป็นสถาปัตยกรรมแสดงถึงเอกลักษณ์ของศิลปะสุโขทัย

วัดศรีชุม เป็นวัดที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปางมารวิชัยองค์ใหญ่ซึ่งมีนามว่า "พระอจนะ" มีตำนานพระพูดได้ และมีจิตรกรรมภายในช่องกำแพงผนังมากกว่า 50 ภาพ และเป็นวัดที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องมาเยี่ยมชม

วัดตระพังทอง เป็นวัดมีสระน้ำขนาดใหญ่อยู่ภายในบริเวณวัด สระน้ำเป็นที่เก็บน้ำไว้ใช้อุปโภคบริโภคมาแต่โบราณ และปัจจุบันเป็นวัดแห่งเดียวที่มีพระสงฆ์จำพรรษาอยู่ ผู้คนนิยมมาพักผ่อนและให้อาหารปลาในยามเย็น

วัดสระศรี เป็นโบราณสถานที่มีความงดงามมากอีกแห่งหนึ่ง เนื่องจากวัดตั้งอยู่กลางสระน้ำที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของเมืองสุโขทัยชื่อว่า "ตระพังตระกวน" และเจดีย์ทรงระฆังกลมของวัดเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์แสดงถึงการรับพระพุทธศาสนาจากลังกาของสุโขทัย บางครั้งจึงเรียกเจดีย์แบบนี้ว่า เจดีย์ทรงลังกา

เกณฑ์ที่ 3 ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน

วัดหรือโบราณสถานที่มีความสมบูรณ์ ได้แก่ วัดศรีสวาย ซึ่งปรางค์ของวัดศรีสวายแตกต่างจากปรางค์สมัยกรุงศรีอยุธยาซึ่งมีต้นแบบจากปรางค์ในศิลปะขอม และคล้ายคลึงแบบขอมมากกว่าปรางค์ในแบบของช่างสุโขทัย และยังมีความสมบูรณ์ของโบราณสถานอยู่มาก

วัดมหาธาตุ มีเจดีย์ประธาน ล้อมรอบด้วยเจดีย์ 8 องค์ บนฐานเดียวกัน คือ ปรางค์ศิลาแลงตั้งอยู่ที่ทิศทั้ง 4 และเจดีย์ทรงปราสาทก่อด้วยอิฐที่ได้รับอิทธิพลมาจากล้านนา จากการสำรวจ พบว่าบริเวณวัดมหาธาตุมีเจดีย์แบบต่าง ๆ มากถึง 200 องค์ วิหาร 10 แห่ง ซุ้มพระ (มณฑป) 8 ซุ้ม พระอุโบสถ 1 แห่ง ตระพัง 4 แห่ง ด้านตะวันออกบนเจดีย์ประธานมีวิหารขนาดใหญ่ก่อด้วยศิลาแลง มีแท่นซึ่งเคยเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปสำริดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย คือ พระศรีศากยมุนี ที่ด้านเหนือ และด้านใต้ของเจดีย์มหาธาตุมีพระพุทธรูปยืนภายในซุ้มพระเรียกว่า "พระอัฏฐารส"

เกณฑ์ที่ 4 มีประวัติความสำคัญ

วัดหรือโบราณสถานที่มีประวัติและความสำคัญ ได้แก่ เทวลัยมหาเกษตร ตามการจารึกไว้เมื่อปี พ.ศ. 1904 ได้กล่าวถึง พระมหาธรรมราชาที่ 1 (พญาลิไท) ทรงโปรดฯ ให้สร้างหอเทวาลัยมหาเกษตร โดยใช้เป็นที่ประดิษฐานรูปพระอิศวร พระนารายณ์ เพื่อเป็นที่สักการบูชาของเหล่าพราหมณ์ และดาบสทั้งหลาย

วัดตระพังทองหลาง วัดนี้มีความสำคัญมากในแง่ของสถาปัตยกรรมและประติมากรรม โบราณสถานที่สำคัญประกอบด้วย มณฑป วิหาร เจดีย์ราย มีคูน้ำล้อมรอบ วัดนี้ไม่มีเจดีย์ประธาน แต่ใช้มณฑปทำหน้าที่เสมือนเป็นเจดีย์ประธาน

วัดเชตุพน ลักษณะเด่นของวัดแห่งนี้เป็นพระพุทธรูปสี่อิริยาบถ (นั่ง นอน ยืน เดิน) ขนาดใหญ่ ในศิลาจารึกแสดงให้เห็นถึงความสำคัญและเจริญรุ่งเรืองในช่วงสุโขทัยตอนปลาย เจดีย์สี่ห้อง อีกหนึ่งโบราณสถานที่มีความสำคัญ บริเวณฐานเจดีย์ประดับด้วยปูนปั้นโดยรอบทั้งสี่ด้าน เป็นรูปมนุษยนาค ถือหม้อปูรณฆฏะ ซึ่งเป็นเครื่องหมายแห่งความอุดมสมบูรณ์

1.3 ผลการพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย

ผลการพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย จำนวน 17 วัด มาจากกระบวนการ Symbolization โดยการย่อยหรือสรุปภาพในลักษณะของการเป็นสัญลักษณ์ จับจุดเด่นของภาพ สร้างภาพใหม่ ทำภาพให้ง่าย และนำหลักการใช้สีตามบุคลิกภาพของ Shigenobu Kobayashi (1990 อ้างถึงใน อาวิน อินทรรังสี, 2559, น. 112-113) ให้สื่ออารมณ์ความรู้สึกและถึงบุคลิภาพของโบราณสถานในแต่ละที่ แล้วสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบสัญลักษณ์ภาพ จำนวน 5 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยอาจารย์และนักออกแบบที่เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก ของผลการพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษาทั้งหมด 10 เกณฑ์ จากการสังเคราะห์เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ หลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ จำนวน 10 เล่ม ผลการประเมิน 3 ลำดับ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแต่ละด้าน พบว่า

1. สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดศรีสวาย อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 5 วัด คือ วัดตระพังเงิน วัดพระพายหลวง วัดช้างล้อม วัดสะพานหิน และวัดเขาพระบาทน้อย อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดตระพังทอง และวัดสรศักดิ์ อยู่ในระดับมากที่สุด

2. มีความเรียบง่าย วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พระพายหลวง และวัดตระพัง อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4 วัด คือ วัดเขาพระบาทน้อย วัดศรีสวาย วัดสระศรี และวัดสรศักดิ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 5 วัด คือ วัดช้างล้อม วัดตระพังทองหลาง วัดสะพานหิน วัดมหาธาตุ และวัดตระพังทอง อยู่ในระดับมาก

3. เข้าใจง่าย วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดศรีสวาย อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 วัด คือ วัดสรศักดิ์ และวัดพระพายหลวง อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดตระพังเงิน และวัดช้างล้อม อยู่ในระดับมาก

4. จดจำง่าย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดศรีสวาย วัดพระพังเงิน และวัดพระพายหลวง อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 วัด คือ วัดช้างล้อม วัดตระพังทองหลาง และวัดเขาพระบาทน้อย อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดสรศักดิ์ วัดศรีชุม และวัดเจดีย์สี่ห้อง อยู่ในระดับมาก

5. มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดตระพังเงิน อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4 วัด คือ วัดศรีสวาย วัดสระศรี วัดสรศักดิ์ และวัดพระพายหลวง อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 วัด คือ วัดศรีชุม วัดช้างล้อม และวัดสะพานหิน อยู่ในระดับมาก

6. มีความร่วมสมัย วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดตระพังเงิน วัดสระศรี วัดสรศักดิ์ อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดพระพายหลวง วัดสะพานหิน และเทวาลัยมหาเกษตร อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4 วัด คือ วัดตระพังทอง วัดเชตุพน วัดตระพังทองหลาง และวัดเขาพระบาทน้อย อยู่ในระดับมาก

7. มีความสวยงามน่าสนใจ วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดช้างล้อม และวัดศรีสวาย อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดตระพังเงิน และวัดพระพายหลวง อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 6 วัด คือวัดสระศรี วัดตระพังทอง วัดสรศักดิ์ วัดสะพานหิน วัดเขาพระบาทน้อย และเทวาลัยมหาเกษตร อยู่ในระดับมาก

8. นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการย่อหรือขยาย วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดศรีสวาย อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 2 คือ วัดพระพายหลวง อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 6 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดตระพังเงิน วัดเจดีย์สี่ห้อง วัดตระพังทองหลาง วัดเขาพระบาทน้อย และเทวาลัยมหาเกษตร อยู่ในระดับมาก

9. บุคลิกของสีเหมาะสมกับโบราณสถาน วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดศรีสวาย อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 2 คือ วัดสระศรี อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3 วัด คือ วัดมหาธาตุ วัดช้างล้อม และวัดสะพานหิน อยู่ในระดับมาก

10. สีมีความสวยงามน่าสนใจ วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ วัดมหาธาตุ และวัดศรีสวาย อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 2 คือ วัดสระศรี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2 วัด คือ วัดเชตุพน และวัดสะพานหิน อยู่ในระดับมาก

1.4 ผลการพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 ท่าน

ผู้วิจัยนำผลการพัฒนาสัญลักษณ์ภาพและข้อเสนอของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน มาสังเคราะห์และปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้สัญลักษณ์ภาพมีความสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยปรับปรุงผลงาน ดังนี้ 1) เลือกโทนสีสันที่แตกต่างกันเพื่อลดความสับสนในการรับรู้ข้อมูลในแต่ละแห่ง 2) การนำหลักการใช้สีตามบุคลิกภาพของ Shigenobu Kobayashi ร่วมกับการใช้สีของโบราณสถานแต่ละแห่ง และทัศนียภาพโดยรอบมากำหนดสีที่ใช้ เพื่อการสื่อความหมายแต่ละสถานที่ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น 3) ลดทอนรายละเอียด และเพิ่มเติมรายละเอียดของโบราณสถานบางแห่ง เพื่อการจดจำ และรับรู้ได้ง่ายขึ้น สรุปผลจากการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญทำให้สัญลักษณ์ภาพดังกล่าว มีความสามารถในการสื่อสาร สร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และช่วยส่งเสริมการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.5 ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว

ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน พบว่า ผลรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาตามเกณฑ์การประเมิน 2 ด้าน มีผลดังนี้

ด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมามีระดับคะแนนเท่ากัน คือ เนื้อหามีความน่าสนใจ และสื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย มีระดับคะแนนเท่ากัน คือ ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม และความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

1.6 ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์

ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน พบว่า ผลรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาตามเกณฑ์การประเมิน 2 ด้าน มีผลดังนี้

ด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความถูกต้องของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา เนื้อหามีความน่าสนใจ และลำดับสุดท้าย ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

1.7 ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ

ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน พบว่า ผลรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาตามเกณฑ์การประเมิน 2 ด้าน มีผลดังนี้

ด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา สีที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย ตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมามีระดับคะแนนเท่ากัน คือ เนื้อหามีความน่าสนใจ และความถูกต้องของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย มีระดับคะแนนเท่ากัน คือ ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม และสื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

1.8 ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค

ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน

พบว่า ผลรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาตามเกณฑ์การประเมินสื่อออนไลน์ มีผลดังนี้ สองอันดับแรก มีระดับคะแนนเท่ากัน คือ สื่อสะดวกต่อการใช้งาน และเนื้อหาของสื่อมีความต่อเนื่องในการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา สื่อสามารถเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย การนำเสนอของสื่อทำให้อยากติดตามอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สรุปผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว, โปสเตอร์, แผ่นพับ และสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 ท่าน พบว่า สื่อออนไลน์ เพจเฟสบุ๊ค ได้รับผลการประเมินเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 2 คือ โปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 3 คือ หนังสือนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้ายคือ แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สรุปผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ผลประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถามประกอบผลงานการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ เก็บข้อมูลจากนักท่องที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยจำนวน 204 คน ได้มาจากการคำนวณตามตารางสำเร็จรูปของ (Yamane, 1967 อ้างถึงใน นิรัช สุดสังข์, 2548, น. 49-50) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 7% โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จากนั้นแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพศต่างกัน 2 เพศ ใช้สถิติ Independent Sample (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป คือ อายุต่าง ศึกษา อาชีพต่าง และรายได้ โดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ หรือ % เปอร์เซ็นต์ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) One-Way ANOVA (F-test) และเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี LSD พบว่า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมาเป็นเพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 31 – 40 ปี อันดับ 2 อายุ 21 – 30 ปี อันดับ 3 อายุ 41 – 50 ปี อันดับ 4 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน คือ อายุ 51–60 ปี และ ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และอายุที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อันดับ 2 ระดับประถมศึกษา อันดับ 3 ระดับอนุปริญญา อันดับ 4 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อันดับ 5 ระดับปริญญาโท 6 ระดับมัธยมศึกษา

ตอนต้น อันดับ 7 ไม่ได้ศึกษา และระดับปริญญาเอกไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ อาชีพข้าราชการ และประกอบธุรกิจส่วนตัว อันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คืออาชีพพนักงานของรัฐ และค้าขาย อันดับ 4 เป็นนักศึกษา อันดับ 5 อาชีพรับจ้าง อันดับ 6 เป็นนักเรียน อันดับ 7 ไม่ได้ประกอบอาชีพ และคนตอบสอบถามน้อยสุด คือ อาชีพเกษตรกร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท อันดับ 2 มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อันดับ 3 ไม่มีรายได้ อันดับ 4 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท อันดับ 5 มีรายได้เท่ากัน คือ 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท อันดับ 6 มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท และอันดับสุดท้ายมีรายได้ 50,001-60,000 บาท

ผลการรับรู้และความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

การรับรู้

ผลการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อมีความชัดเจน ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ความเข้าใจ

ผลความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการรับรู้และความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

การรับรู้

ผลการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยให้รับรู้

ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ความเข้าใจ

ผลความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการรับรู้และความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

การรับรู้

ผลการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ความเข้าใจ

ผลความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการรับรู้และความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค โดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน

การรับรู้

ผลการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ความเข้าใจ

ผลความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน คือ เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย และองค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลวิเคราะห์จากการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่างประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นเพศชาย อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ประเมินโดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ผลรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาแยกตามเพศ และเกณฑ์การประเมิน 2 ด้าน มีผลดังนี้

เพศชาย

การรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อมีความชัดเจน ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

อันดับ4 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย คือ สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เพศหญิง

การรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ และสื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปผลการวิเคราะห์ของระดับการรับรู้ และความเข้าใจ ไม่มีความแตกต่างของระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ระหว่างเพศชายและเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอายุ

ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอายุ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 อายุ 21 - 30 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ อายุ 61 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 อายุ

41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอายุ

ค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามช่วงอายุ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่แตกต่าง

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามการศึกษา

ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามการศึกษา จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ไม่ได้ศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 ระดับประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 ระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ ระดับปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามการศึกษา

ค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามการศึกษา ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่แตกต่าง

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อาชีพเกษตรกร มีค่าเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 อาชีพรับจ้าง มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 อาชีพข้าราชการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อาชีพค้าขาย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

ผลความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ พบว่า มี 2 ตัวแปร คือ สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว และสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลเปรียบเทียบรายอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว

ผลเปรียบเทียบรายอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว พบว่า การรับรู้และความเข้าใจของอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างจากไม่ได้ประกอบอาชีพ

ผลเปรียบเทียบรายอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม

ผลเปรียบเทียบรายอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม พบว่า การรับรู้และความเข้าใจของนักศึกษาแตกต่างจากกลุ่มอาชีพรับจ้าง อาชีพค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน และไม่ได้ประกอบอาชีพ ในขณะที่ข้าราชการแตกต่างจากอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานของรัฐ และอาชีพรับจ้าง

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามรายได้

แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามรายได้ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 รายได้ 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 รายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ รายได้ 40,001-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามรายได้

แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว จำแนกตามรายได้ พบเพียง 1 ตัวแปร คือ สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว

ผลการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ด้านสื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว พบว่า ไม่มีรายได้แตกต่างจากรายได้ 40,001 - 50,000 บาท ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท และ 30,001 - 40,000บาท

ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นเพศชาย อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ประเมินโดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ผลรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาแยกตามเพศ และเกณฑ์การประเมิน 2 ด้าน มีผลดังนี้

เพศชาย

การรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

เพศหญิง

การรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ที่สุด อันดับ 4 สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ของระดับการรับรู้ และความเข้าใจ ไม่มีความแตกต่างของระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ระหว่างเพศชาย และเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอายุ

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอายุ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อายุ 31-40 ปี เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 อายุ 61 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 อายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอายุ

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอายุ ผลการวิเคราะห์ของระดับการรับรู้ และความเข้าใจ สื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณา พบว่า ไม่มีความแตกต่างของระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ระหว่างแต่ละดับช่วงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามการศึกษา

ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามการศึกษา จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ไม่ได้ศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ที่สุด อันดับ 3 ระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 ระดับประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับสุดท้าย คือ ระดับ ปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และการศึกษาระดับปริญญาเอกไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามการศึกษา

ไม่มีความแตกต่างของระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ระหว่างแต่ละดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก **ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอาชีพ**

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอาชีพ จากนักท่องเที่ยวจำนวน 204 คน พบว่า อาชีพเกษตรกร เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อาชีพค้าขาย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอาชีพ

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอาชีพ พบเพียง 1 ตัวแปร คือ สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลเปรียบเทียบอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ด้านสื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้

ผลการเปรียบเทียบอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ด้านสื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ พบว่า อาชีพข้าราชการ มีการรับรู้ต่างกันกับอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานเอกชน และไม่ได้ประกอบอาชีพ

ผลแสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามรายได้

ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามรายได้ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 รายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 รายได้ 30,001-40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4

รายได้มากกว่า 60,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ รายได้ 40,001-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิกประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามรายได้

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามรายได้ พบเพียง 1 ตัวแปร คือ เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ด้านเนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย

ผลเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ ด้านเนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท แตกต่างจากรายได้ 50,001 - 60,000 บาท และรายได้ มากกว่า 60,000 บาท

ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นเพศชาย อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ประเมินโดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ผลรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาแยกตามเพศ และเกณฑ์การประเมิน 2 ด้าน มีผลดังนี้

เพศชาย

การรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้

มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

เพศหญิง

การรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปผลการวิเคราะห์ของระดับการรับรู้ และความเข้าใจ ไม่มีความแตกต่างของระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ระหว่างเพศชายและเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอายุ

ผลแสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอายุ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อายุ 31-40 ปี เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 อายุ 51-60 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 อายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อายุต่ำกว่า 20 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอายุ

ผลแสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอายุ พบเพียง 1 ตัวแปร คือ สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลเปรียบเทียบอายุภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม

จากเปรียบเทียบอายุภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม พบว่า ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี แตกต่างจากช่วงอายุ 31-40 ปี อายุ 41 - 50 ปี และ 51 - 60 ปี

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามการศึกษา

แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามการศึกษา จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ไม่ได้ศึกษา เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับสุดท้าย คือ ระดับปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และการศึกษาระดับปริญญาเอกไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามการศึกษา

ค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามการศึกษา ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่แตกต่าง

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอาชีพ

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอาชีพ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อาชีพเกษตรกร เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 อาชีพรับจ้าง มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อาชีพนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอาชีพ

จากตาราง แสดงค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามอาชีพอ พบเพียง 1 ตัวแปร คือ สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลเปรียบเทียบอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับด้านสื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้

ผลแสดงการเปรียบเทียบอาชีพภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ พบว่า พบว่า นักศึกษาแตกต่างจากอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานของรัฐ รับจ้าง พนักงานบริษัทเอกชน และไม่ได้ประกอบอาชีพ ในขณะที่อาชีพข้าราชการแตกต่างกับอาชีพรับจ้าง และค้าขาย

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับจำแนกตามรายได้

ผลเฉลี่ยระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามรายได้ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 รายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 รายได้ มากกว่า 60,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ รายได้ 50,001-60,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามรายได้

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ จำแนกตามรายได้ พบว่ามี 3 ตัวแปร คือ เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ และสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านเนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย

ผลการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านเนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย พบว่า ไม่มีรายได้แตกต่างกันกับรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ในขณะที่รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างจากรายได้ 10,001 - 20,000 บาท และรายได้ 50,001 - 60,000 บาท

ผลเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ

ผลการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ พบว่า ไม่มีรายได้ แตกต่างกันกับรายได้ ต่ำกว่า

10,000 บาท รายได้ 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท 40,001 - 50,000 บาท 50,001 - 60,000 บาท ในขณะที่รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างจากรายได้ 10,001 - 20,000 บาท

ผลเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม

ผลการเปรียบเทียบรายได้ภายหลังวิเคราะห์ความแปรปรวน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ด้านสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม พบว่า ไม่มีรายได้แตกต่างจากกลุ่มที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท และมากกว่า 60,000 บาท

ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก จำแนกเพศของกลุ่มตัวอย่างประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นเพศชาย อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: แผ่นพับ ประเมินโดยนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ผลรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาแยกตามเพศ และเกณฑ์การประเมิน 2 ด้าน มีผลดังนี้

เพศชาย

การรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอัดดับสุดท้าย คือ สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

เพศหญิง

การรับรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้

รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับ 1 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปผลการวิเคราะห์ของระดับการรับรู้ และความเข้าใจ ไม่มีความแตกต่างของระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว ระหว่างเพศชายและเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอายุ

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: โปสเตอร์ จำแนกตามอายุ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อายุ 61 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 อายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 อายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 อายุ 51-60 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ อายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอายุ

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอายุ ผลการวิเคราะห์ของระดับการรับรู้ เมื่อพิจารณา พบว่า ไม่มีความแตกต่างของระดับการรับรู้ และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค ระหว่างแต่ละอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามการศึกษา

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามการศึกษา จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า ไม่ได้ศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ระดับประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

อันดับ 3 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 ระดับปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับสุดท้าย คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับการศึกษาปริญาเอกไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามการศึกษา

ค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามการศึกษา ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่แตกต่าง

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก **ประเภทสื่อ**ออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอาชีพ

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อ**ออนไลน์: เพจ**เฟสบุ๊ค จำแนกตามอาชีพ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า อาชีพเกษตรกร **มีค่าเฉลี่ยรวม**เป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ยรวมอ**ยู่ในระดับมาก**ที่สุด อันดับ 3 อาชีพนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 อาชีพรับ**จ้าง มีค่าเฉลี่ย**รวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่า**เฉลี่ยรวมอยู่ใน**ระดับมากที่สุด

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอาชีพ

ค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามอาชีพ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่แตกต่าง

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก **ประเภทสื่อ**ออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามรายได้

ผลค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อ**ออนไลน์: เพจ**เฟสบุ๊ค จำแนกตามรายได้ จากนักท่องเที่ยว จำนวน 204 คน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 2 รายได้ ไม่มีรายได้ มีค่า**เฉลี่ยรวมอยู่ใน**ระดับมากที่สุด อันดับ 3 รายได้ 30,001-40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ 4 รายได้50,001-60,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้าย คือ รายได้ 40,001-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามรายได้

ค่าความแปรปรวนระดับของการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค จำแนกตามรายได้ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่แตกต่าง

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ผู้วิจัยอภิปรายผลเป็นรายประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. **เพื่อออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย**

การพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ผู้วิจัยพัฒนาสัญลักษณ์ภาพศิลปกรรมโบราณสถาน ทำให้สัญลักษณ์ภาพดังกล่าวมีการออกแบบสัญลักษณ์ภาพสำหรับอินโฟกราฟิกเพื่อรับรู้ข้อมูลศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย การประเมินผลการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมหลักเกณฑ์ในการประเมินผลของสัญลักษณ์ภาพ จากการศึกษา ค้นคว้า หนังสือ ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ เปรียบเทียบ เพื่อสร้างเป็นแนวทางสำหรับการประเมินผลงานออกแบบสัญลักษณ์ภาพให้มีประสิทธิภาพและคลอบคลุมการใช้งานในการสื่อสารข้อมูลงานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย โดยสามารถอภิปรายผลเป็นหลักเกณฑ์ในการประเมิน 10 ข้อ ดังนี้

สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิวัฒน์ จุลมัจฉา (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า การสื่อสารกันด้วยสัญลักษณ์ที่เข้าใจง่าย สามารถสื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว ชัดเจนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน จึงเป็นส่วนที่ช่วยลดความเข้าใจผิดพลาดด้านการสื่อสารได้มาก

มีความเรียบง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์พิพัฒน์ สายทอง (2557, น. 126-128) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบอินโฟกราฟิกแอนิเมชันเพื่อการเรียนการสอน พบว่า การออกแบบเพื่อค้นหารูปแบบในการนำเสนอต้องมีความชัดเจน ไม่สร้างความซับซน มีความเรียบง่าย โดยส่วนประกอบที่ไม่เกี่ยวข้องกับข้อมูลออกไปให้หมด และมีการคุมโทนสีโดยรวมของงาน (Simple and Clarity)

เข้าใจง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ จงกลนี จงพรชัย และคณะ (2555, น. 100-101) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ อินโฟกราฟิกและการประยุกต์ในงานสุขภาพ และเภสัชกรรม พบว่า การสัญลักษณ์ภาพแทนข้อมูลหรือความคิด สามารถช่วยเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่ซับซ้อนให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย รวดเร็ว ชิ้นงานอินโฟกราฟิกบางชิ้นงานมีแค่เพียงรูปภาพเพียงอย่างเดียวก็สามารถกระตุ้นความสนใจและทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาได้แล้ว

จดจำง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวนพ ชีวรัศมี (2557, น. 1375) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ ตำรวจทางหลวงกับชาวต่างชาติโดยอาศัยทฤษฎีการเชื่อมโยงมโนภาพ พบว่า การออกแบบสัญลักษณ์ภาพ ป้ายสัญลักษณ์ จราจรมาตรฐาน และป้ายสัญลักษณ์ที่เป็นสากลแบบต่าง ๆ ในปัจจุบันมีการนำไปประยุกต์ใช้ในงานออกแบบ เพื่อใช้ในการสื่อสาร ทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และเป็นที่จดจำได้ง่ายสำหรับผู้ที่พบเห็น

มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติพงษ์ รุธิรวรรณวงศ์ (2559, น. 55) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ออกแบบป้ายสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสารการโดยสารรถไฟฟ้า บี ที เอส พบว่า การสื่อสารผ่านภาพสัญลักษณ์ถือเป็นภาษาสากลเป็นสื่อกลางช่วยให้ทุกคนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้รับทราบข้อมูลอย่างถูกต้องและสามารถนำสัญลักษณ์ภาพนำไปประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์หรือเป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจได้ศึกษาเพิ่มเติมได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวนพ ชีวรัศมี (2557, น. 1376) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ ตำรวจทางหลวงกับชาวต่างชาติโดยอาศัยทฤษฎีการเชื่อมโยงมโนภาพ พบว่า สัญลักษณ์นำมาใช้ในการแก้ปัญหาในการสื่อสาร จึงเป็นการใช้ภาพในการสื่อความหมายแทนการใช้ภาษาซึ่งภาพถือได้ว่าเป็นภาษาสากล

มีความร่วมสมัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษฎี เหล่ามานะเจริญ (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไทย พบว่า การออกแบบตราสัญลักษณ์องค์กรธนาคารไทย ต้องมุ่งเน้นความมั่นคง และความทันสมัยเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรที่มีการปรับหรือเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ขององค์กรจะมุ่งเน้นใช้ตราสัญลักษณ์ที่มีความเป็นสากล และทันสมัยมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รจนา จันทราสา และคณะ (2554, น. 347) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าว อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า การออกแบบสัญลักษณ์ควรได้แรงบันดาลใจมาจากสิ่งรอบตัวของกลุ่ม มีความเรียบง่าย ร่วมสมัย ใช้งานได้ง่ายและสื่อถึงกิจกรรมหรือปรัชญาของกลุ่ม

มีความสวยงามน่าสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฏฐิกา เมณฑกา (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การศึกษาแนวทางการออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการปรับภาพลักษณ์องค์กร พบว่า สัญลักษณ์เป็นองค์ประกอบแรกที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้และจดจำภาพลักษณ์องค์กร นักออกแบบจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการออกแบบสัญลักษณ์ให้สวยงามน่าสนใจ และสามารถสื่อความหมายตามความต้องการขององค์กรประกอบกับลักษณะที่เปลี่ยนไปของวิถีทางธุรกิจ การตลาด และการจัด การแข่งขัน กันอย่างรุนแรงแนวคิด และรูปแบบของสัญลักษณ์จึงต้องผ่านกระบวนการคิดซับซ้อนหลายมิติ เพื่อให้ผลออกมาครองใจกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดย การย่อหรือขยาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดาวรรณ์ สัมภเวช (2554, น. 43 อ้างถึงใน เลอสม สถาปิตานนท์, 2536, น. 2) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาภาพสัญลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับเด็ก 6-9 ปี พบว่า การย่อหรือสรุปภาพในลักษณะสัญลักษณ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายต้องอาศัยการความเรียบง่ายและลดทอนรายละเอียดที่เห็นจากสภาพจริง ภาพสัญลักษณ์ที่ประสบความสำเร็จเมื่อมองดูแล้วจะรู้ถึงความหมาย รวมไปถึงการจำได้ง่ายและการผลิตได้ง่าย

บุคลิกของสีเหมาะสมกับโบราณสถาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญศรี จุลกาญจน์ และคณะ (2559, น. 1764) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบกราฟิกและสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านข้างวัด พบว่า สัญลักษณ์ในการสื่อความหมายมีความสำคัญในการสื่อสารเพื่อแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์และเนื้อหา ให้เข้าใจได้ง่ายรวมถึงการ เลือกใช้สีที่เหมาะสมเข้ากับบุคลิกภาพ ซึ่งมาจากประเพณีนิยมพื้นถิ่นจะสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน

สีมีความสวยงามน่าสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์พิพัฒน์ สายทอง (2557, น. 132) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบอินโฟกราฟิกแอนิเมชันเพื่อการเรียนการสอน พบว่า การเลือกใช้สี พื้นผิวและลงสีภาพกราฟิกและฉากหลัง ในการออกแบบอินโฟกราฟิกข้อมูลหนึ่ง ๆ ประกอบไปด้วยข้อมูลที่ซับซ้อนหลายรูปแบบ การเลือกใช้สีเพื่อแยกแยะข้อมูลและแบ่งเนื้อหาเป็นส่วน ๆ ทำให้สวยงาม รับรู้ได้ง่าย และรวดเร็ว

การออกแบบสัญลักษณ์ภาพจากผลในการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการออกแบบสัญลักษณ์ภาพทำให้ง่ายในการรับรู้ มีความชัดเจน ความหมายของข้อมูลสัญลักษณ์ภาพทั้งหมดได้โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจ ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดที่สื่อสารข้อมูลศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย และผลของการศึกษาครั้งนี้ได้ผ่านกระบวนการตามกฎเกณฑ์ และขอบเขตของงานวิจัย เพื่อให้ได้คำตอบที่มีความน่าเชื่อถือและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์: หนังสือนำเที่ยว, โปสเตอร์, แผ่นพับ และประเภทสื่อออนไลน์: เพจเฟสบุ๊ค

การประเมินผลการออกแบบอินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมหลักเกณฑ์ในการประเมินผลของการออกแบบอินโฟกราฟิก จากการศึกษาค้นคว้า หนังสือ ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ เปรียบเทียบ เพื่อสร้างเป็นแนวทางสำหรับการประเมินผลงานให้มีประสิทธิภาพ โดยสามารถอภิปรายผลเป็นหลักเกณฑ์ในการประเมิน 3 ด้าน คือ ด้านการออกแบบ ด้านเนื้อหา และด้านสื่อออนไลน์ ดังนี้

ด้านการออกแบบ

สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน สอดคล้องกับ นัจภัค มีอุสาห์ (2556) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของชุดข้อมูลและสีสันต่อความเข้าใจเนื้อหาของภาพอินโฟกราฟิก กล่าวว่า การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีประสิทธิภาพ คือ การใช้ข้อมูลสัญลักษณ์กราฟิก ทั้งในลักษณะภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว โดยแปลงข้อมูลที่มีความซับซ้อนให้เป็นรูปแบบที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ และสวยงาม ซึ่งภาพกราฟิกต่าง ๆ นั้นสามารถเพิ่มการมองเห็นได้ชัดเจน สร้างการรับรู้ และการจดจำได้ตลอดจนสร้างความรู้สึกร่วม และกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาบางอย่าง ในปัจจุบันในการออกแบบอินโฟกราฟิกส่วนใหญ่ให้ข้อมูลที่มากเกินความจำเป็นทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาได้ยาก จนอาจเกิดความผิดพลาดในการส่งข้อมูลไปยังผู้รับ

สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน สอดคล้องกับ ลัดดาวรรณ์ ลัมภเวช (2554) ศึกษาเรื่อง การศึกษาภาพสัญลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับเด็กอายุ 6-9 ปี กล่าวว่า การย่อหรือสรุปภาพในลักษณะสัญลักษณ์นั้น ต้องการความเรียบง่าย และลดรายละเอียดที่เห็นจากสภาพจริง ภาพสัญลักษณ์ที่ประสบผลสำเร็จ เมื่อมองดูแล้วจะรู้ได้ว่าความหมายถึงอะไร รวมไปถึงการจำได้ง่าย และการผลิตได้ง่ายดูแล้วจะรู้ได้ว่าหมายถึงอะไร รวมไปถึงการจำได้ง่าย และผลิตได้ง่ายด้วย สัญลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญ จะส่งผลต่อการสื่อความหมายถึงลักษณะงานนั้น ๆ (เลอสม สถาปิตานนท์, 2536, น. 2) ดังคำพูดที่ว่า ภาพเขียนภาพหนึ่งมีค่าเท่ากับคำพูดแสนคำ ภาพสัญลักษณ์ภาพหนึ่งมีค่าเท่ากับภาพเขียนพันภาพ ซึ่งการออกแบบภาพสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายภาพ เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวันถ้าเรามองไปรอบ ๆ ตัวจะเห็นสื่อที่เป็นเครื่องหมายภาพปรากฏอยู่ทั่วไป และยังสอดคล้องกับ ณัฏฐิกา เมณฑกา (2550) ศึกษาแนวทางของการออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการปรับภาพลักษณ์องค์กร กล่าวว่า การปรับภาพลักษณ์องค์กร ความซับซ้อน และมีกระบวนการหลายขั้นตอน การวางแผนกลยุทธ์โดยใช้วิธีการออกแบบสัญลักษณ์ขององค์กร หรือ Symbol ขึ้นมาใหม่ ซึ่งการออกแบบสัญลักษณ์ (Symbolic design) นั้นถูกกำหนดด้วยหลายปัจจัย

ทั้งในด้าน แนวคิด รสนิยม คุณค่าเชิงทัศนศิลป์ทั้งในส่วนขององค์กร และกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยที่สำคัญที่สุด นั่นคือ การสื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงถึงลักษณะเฉพาะหรือสัญลักษณ์ขององค์กรในใจกลุ่มเป้าหมาย สัญลักษณ์จึงเป็นองค์ประกอบแรกสุดที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้และจดจำภาพลักษณ์องค์กรที่ได้รับการปรับเปลี่ยนใหม่ ออกแบบสัญลักษณ์ให้สวยงาม และสามารถสื่อถึงความหมายตามความต้องการขององค์กร

ตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจน สอดคล้องกับจุติพงศ์ ภูสุมาศ, และสุวิภา แซ่อึ่ง (2558, น. 62-63) กล่าวว่า การใช้ตัวอักษร (Typography) คือกระบวนการจัดเรียงตัวอักษร คำ และข้อความในทุก ๆ งานที่ผู้ชมสามารถมองเห็นและรับรู้ได้ เป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่ช่วยยกระดับประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านสายตา การใช้งานตัวอักษรในงานออกแบบเป็นสิ่งแสดงความหมายด้านภาษาได้อย่างชัดเจนมากที่สุด ดังนั้นเราควรใช้ตัวอักษรในการแสดงความหมาย หรือยกระดับคุณค่าของงานรวมถึงใช้ตัวอักษรเป็นศูนย์กลางที่เชื่อมศาสตร์ด้านศิลปะ วิทยาศาสตร์ และภาษาศาสตร์เข้าด้วยกัน โดยอักษรที่ปรากฏในงานศิลปะนั้นต้องทำหน้าที่เสริมความงดงาม และยังต้องสามารถอ่านและสื่อความไปยังผู้ชมได้ด้วย และในบางครั้ง อาจมุ่งเน้นใช้งานตัวอักษรเพื่อสร้างความงามเหนือกว่าการสื่อความหมาย

รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความเหมาะสม สอดคล้องกับ พิชญ์ดินี แสงขำ (2537) ศึกษา การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวด้านเนื้อหาในแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี พ. ศ.2536-2537 พบว่า การเลือกใช้จุดจับใจด้านอารมณ์ความรู้สึก จะมีการเลือกรหัสสารด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้การจูงใจมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และการจูงใจในแผ่นพับ จะมีจุดจับใจทั้งสองด้านควบคู่กันไป นอกจากนี้ การวิเคราะห์เนื้อหาด้านอวัจนภาษา และจากการสัมภาษณ์ผู้มีหน้าที่สร้างสรรค์งานโฆษณา พบว่า การจูงใจสามารถสร้างสรรค์งานผ่านสีภาพประกอบ การจัดหน้าตัวอักษรเพื่อให้เกิดการรับรู้ และความรู้สึกดีซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมในการมาท่องเที่ยวได้ และสอดคล้องกับ ชวนพ ชีวรัศมี (2557) ศึกษาเรื่องการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ตำรวจทางหลวงกับชาวต่างชาติโดยอาศัยทฤษฎีการเชื่อมโยงมโนภาพ กล่าวว่า ระบบป้ายสัญลักษณ์ (signage system) มีความสำคัญ และมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลโดยทั่วไป ในหลากหลายสถานที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญศรี จุลกาญจน์, และชวิศ น้อยหัวหาด (2559, น. 1764) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกและสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านข้างวัด พบว่า สัญลักษณ์ในการสื่อความหมายมีความสำคัญในการสื่อสารเพื่อแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์และเนื้อหา ให้เข้าใจได้ง่ายรวมถึงการ เลือกใช้สีที่เหมาะสมเข้ากับบุคลิกภาพ มีความน่าสนใจ, เนื้อหาเข้าใจง่าย,

เนื้อหาเหมาะสมและครอบคลุม, ขนาดตัวอักษรเหมาะสม, รูปแบบตัวอักษรเหมาะสม, การใช้สีในการออกแบบมีความเหมาะสม, ภาพประกอบสามารถสื่อความหมาย, ภาพหนังสือพอเหมาะ และสอดคล้องกับ พงษ์พิพัฒน์ สายทอง (2557, น. 133) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบอินโฟกราฟิกแอนิเมชันเพื่อการเรียนการสอน กล่าวว่า การเลือกรูปแบบ ขนาด สี และการจัดเรียงตัวอักษรที่มีประสิทธิภาพ สามารถทำให้งานออกแบบเพื่อนำเสนอข้อมูลบรรลุวัตถุประสงค์ที่สำคัญของอินโฟกราฟิกแอนนิเมชันได้ ช่วยสร้างความน่าสนใจ ดึงดูดใจ และมีเอกลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับภาพกราฟิก และฉากหลังด้วย

สีที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสม สอดคล้องกับ ศิริพร ปีเตอร์ (2549, น. 94-102 as cited in Carter, 1977, pp. 10-21) กล่าวว่า สีมีความสำคัญอย่างยิ่งในการออกแบบตัวอักษรให้ง่ายต่อการอ่าน และง่ายต่อการจดจำเนื่องจาก สีสามารถช่วยให้ตัวอักษรถ่ายทอดความหมายได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น โดยพิจารณาจากสิ่งดังต่อไปนี้ ประกอบในการตัดสินใจเลือกใช้สีของตัวอักษร 1) วัตถุประสงค์หลักในการใช้สีคือเพื่อดึงดูดความสนใจ และสายตาไปสู่ข้อความหลักหรือภาพประกอบหลัก 2) สีมีความสอดคล้องกับเรื่องราวที่ต้องการสื่อความหมาย 3) สีช่วยให้อ่านเร็วและชัดเจน 4) อย่าใช้สีมากจนเกินไปจะทำให้เกิดความรู้สึกรบกวนสายตา 5) ต้นทุนในการผลิตมีผลต่อการกำหนดจำนวนของสีบนสิ่งพิมพ์ 6) สีเป็นสัญลักษณ์แทนเพื่อสื่อถึงสิ่งต่าง ๆ เช่นสีของหน่วยงาน หรือสีขององค์กร เป็นต้น และยังสอดคล้องกับ วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2540, น. 177) กล่าวว่า นักออกแบบกราฟิกต้องคำนึงถึงเรื่องของ ขนาดตัวอักษร ลักษณะการอ่าน การเลือกใช้ตัวอักษร ร่วมด้วยการหลักการออกแบบตัวอักษรจะเริ่มต้นจากการศึกษาถึงโครงสร้างของตัวอักษร ซึ่งตัวอักษรแต่ละตัวอักษรย่อมมีรูปลักษณะพื้นฐานเฉพาะสำหรับใช้เป็นบรรทัดฐานเป็นแนวคิดในการออกแบบ การจัดสร้างรูปแบบขึ้นมาใหม่จึงจำเป็นที่จะต้องให้อยู่ภายใต้ข้อกำหนดของโครงสร้างหลักเป็นสำคัญ องค์ประกอบที่สอง ก็จะต้องศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของขนาดสัดส่วนของตัวอักษร เพราะการออกแบบให้ได้ดี และได้แบบตัวอักษรที่สวยงามจะต้องมีสัดส่วนที่เหมาะสม ซึ่งจะมีผลกระทบต่อการอ่านด้วย

ด้านเนื้อหา

เนื้อหามีความน่าสนใจ สอดคล้องกับ ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2557) หลัก 5 ข้อง่าย ๆ ของ Valuable content เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้แนะนำหลักการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า (Valuable Content) เพื่อให้ผู้อ่านเกิดการจดจำทั้งยังเป็นการสร้างความแตกต่างที่ดีจากบรรดาคู่แข่ง แนวคิดการตลาดแบบเน้นเนื้อหา (Content Marketing) ทำให้ทราบว่าการทำเนื้อหาเพื่อการสื่อสารต้องให้ความสำคัญกับคุณค่าของเนื้อหาสาร โดยสร้างเนื้อหาที่เป็นประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมายมีความน่าสนใจ ชวนติดตาม ทั้งนี้ต้องไม่ยัดเยียดโฆษณาหรือรบกวนการรับชม

เนื้อหาของผู้รับสารจนเกินไป ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิด Value Content มาเป็นกรอบในกาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ความถูกต้องของเนื้อหา ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐภณ กิตติทนนท์ชัย (2558) ศึกษาเรื่อง "การริเคราะห์เนื้อหาสารและการตอบสนองบนเพจเฟซบุ๊คเว็บท่องเที่ยว กรณีศึกษาเพจเฟซบุ๊คเว็บ Chillpinainai" กล่าวว่า กลยุทธ์การสร้างเพจเฟซบุ๊ค ให้ตรึงความสนใจ ต้องนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจหลาย ๆ แบบ ส่วนปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสาร ใช้กลยุทธ์แบบความเป็นจริงมากที่สุด คือ ใช้รูปภาพ หรือเปรียบเทียบทำให้เห็นภาพตามวัตถุประสงค์ และที่สำคัญคือ ภาษา เน้นลีลาการเขียน เน้นเรื่องความถูกต้อง และความชัดเจนมากที่สุด

ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม สอดคล้องกับ จุติพงศ์ ภูสุมาศ, และสุวิภา แซ่อึ่ง (2558, น. 70) กล่าวว่า เนื้อหาและจุดประสงค์ในการออกแบบเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ตัวอักษรมากที่สุด ความชัดเจนในการออกแบบเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการเผยแพร่ข้อความที่ต้องการสื่อสาร สิ่งพิมพ์บางประเภท หากเนื้อความที่ไม่ยาวมากนัก เราอาจเลือกใช้ตัวอักษรที่แปลกตา เพื่อสร้างความสดใหม่ให้กับงานก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามไม่ควรเลือกใช้ฟอนต์มากมายหลายชนิดในงานออกแบบเดียว

ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา สอดคล้องกับ ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2557) หลัก 5 ข้อง่าย ๆ ของ Valuable content เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้แนะนำหลักการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า (Valuable Content) ในรูปแบบที่สามารถเข้าใจและทำตามได้ง่าย และสามารถนำไปต่อยอดเพิ่มเติมได้ สิ่งที่ควรคำนึงเมื่อต้องการทำเนื้อหาที่ดีและมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายนั้น คือ การพิจารณาว่าเนื้อหาต้องสื่อสารวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน และตอบได้ว่าเนื้อหาเหล่านั้นมีความเกี่ยวข้องหรือมีความเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างไร เพราะไม่ว่าเราจะทำบทความออกมาได้ดีแค่ไหน หากสุดท้ายไม่สามารถเชื่อมต่อกับกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาเหล่านั้นก็จะถูกเพิกเฉยจากพวกเขาได้ทันที

สื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ สอดคล้องกับ Zakia (1997) กล่าวว่า การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญเป็นหลักการออกแบบที่มีประโยชน์ต่อการออกแบบสิ่งพิมพ์ เนื่องจากจุดประสงค์สำคัญของการออกแบบสิ่งพิมพ์ คือการสื่อสารข้อมูล การที่ผู้รับสารจะได้ข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วนนั้น ผู้รับสารจะต้องรับรู้ด้วยการเลือกดูข้อความ หรือภาพก่อนหลังมาเป็นลำดับอย่างถูกต้อง จึงจะเข้าใจในการสื่อสารที่ต้องการสื่อ การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญยังช่วยให้ผู้รับสารสามารถติดตามสารตั้งแต่ต้นจนจบได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องกวาดตามองไปมาหรือพยายามปะติดปะต่อเรื่องราว ซึ่งจะทำให้เกิดความสับสนและอาจทำให้

ได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วนหรือเบื่อหน่ายที่จะติดตั้งข้อมูลไปจนจบ นอกจากนี้การเน้นและการสร้างลำดับ ความสำคัญยังเป็นพื้นฐานที่ทำให้ ผลงานออกแบบดูน่าสนใจขึ้น เนื่องจากเกิดองค์ประกอบที่เป็นจุดเด่นขึ้นมาเรียกร้องความสนใจ นักออกแบบกราฟิกจะต้องเริ่มด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ และวางแผนว่า องค์ประกอบใดเป็นองค์ประกอบหลักในการสื่อสาร สาระสำคัญของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร องค์ประกอบใดเป็นองค์ประกอบลงในลำดับต่อ ๆ มา องค์ประกอบใดมีแนวโน้มที่จะสะดุดตาและดึงดูดความสนใจ และองค์ประกอบใดเป็นข้อมูลสำคัญที่จะขาดไม่ได้

ด้านสื่อออนไลน์

สื่อสะดวกต่อการใช้งาน สอดคล้องกับ วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561) ศึกษาเรื่องรูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y พบว่า คน Gen Y เป็นคนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กล้าแสดงออก ไม่สนใจต่อคำวิจารณ์ มีความมั่นใจในตัวเองชอบความสะดวกรวดเร็ว และใช้เทคโนโลยีเสมือนเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อชีวิต ทุกคำถามมีคำตอบซึ่งหาได้จากโลกอินเทอร์เน็ต จึงมักจะพบเห็นคนในเจนเนอเรชั่นนี้ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Youtube เป็นต้น โดยจะพบถึงการเล่าเรื่องรายละเอียดการเดินทาง ประกอบ ภาพถ่ายแบบทันทีทันใด ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากคนเจนเนอเรชั่นก่อนหน้า

เนื้อหาของสื่อมีความต่อเนื่องในการนำเสนอ สอดคล้องกับ ศิริพร ปีเตอร์ (2549, น. 94-102 อ้างถึงใน Carter 1977, pp. 10-21) กล่าวว่า การจัดวางตัวอักษรมีผลต่อการสื่อความหมาย และมีผลต่อการนำเสนอข้อมูลให้ง่ายต่อการอ่านอีกด้วย การใช้กริดเพื่อช่วยในการจัดวางองค์ประกอบมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากกริด สามารถช่วยให้เราควบคุมความสมดุลขององค์ประกอบโดยรวมทั้งหมดได้ และช่วยกำหนดจุดนำสายตาให้สอดคล้องกับหลักการอ่าน นอกจากนั้นกริดสามารถช่วยสร้างเอกลักษณ์เฉพาะให้กับงานได้ ในการออกแบบกราฟิก กริดช่วยให้นักออกแบบสามารถจัดวางองค์ประกอบได้อย่างรวดเร็วขึ้น ถ้านักออกแบบต้องจัดทำรูปแบบมากกว่า 1 แผ่น ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์หรือปฏิทิน นักออกแบบสามารถควบคุมความต่อเนื่องของงานออกแบบได้

สื่อสามารถเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอได้ง่าย สอดคล้องกับ สุภาวดี คงเจริญ (2535) ศึกษาทัศนคติของผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การสำรวจเนื้อหาและรูปแบบเอกสาร สอบถามทัศนคติของผู้ใช้ที่มีต่อเอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยว ในด้านความต้องการ และการใช้เนื้อหา และรูปแบบของเอกสารรวมทั้งวัตถุประสงค์ของเอกสาร พบว่า ผู้ใช้เอกสารส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เอกสารเพื่อประกอบการท่องเที่ยวของ

ตนเอง และได้รับประโยชน์จากการใช้เอกสารเป็นคู่มือในการท่องเที่ยว ในด้านการนำเสนอเนื้อหาต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้และสามารถเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอได้ง่าย

สื่อดึงดูดกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจ สอดคล้องกับ Growthbee (2558) บทความเรื่อง สรุปทุกอย่างของ Content marketing ที่คุณต้องอ่าน! ให้นิยามของการตลาดแบบเน้นเนื้อหา Content Marketing ไว้ว่าเป็นเทคนิคด้านการตลาดรูปแบบหนึ่งโดยใช้การเผยแพร่และส่งต่อเนื้อหาที่มีคุณค่าต่อกลุ่มผู้อ่านซึ่งเป็นลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งมุ่งหวังให้กลุ่มผู้อ่านเหล่านี้ได้กลับมาใช้สินค้าเราในอนาคต สำหรับเนื้อหาหรือ Content ที่กล่าวถึงในที่นี่จะเป็นเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อใดก็ได้ โดยเนื้อหาบทความรูปแบบสั้นหรือยาว ต้องน่าสนใจ การนำรูปแบบมาสร้างเป็นงานกราฟิกให้ดูน่าสนใจและเข้าใจง่าย เช่น ในรูปแบบ infographics ซึ่งกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในประเทศไทยรวมถึงในต่างประเทศโดยเฉพาะช่องทางที่ผ่าน Facebook หรือ YouTube ซึ่งสามารถทำรายได้ และสร้างชื่อเสียงได้เป็นอย่างดี

การนำเสนอของสื่อทำให้อยากติดตามอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย (2562) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิก โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเพื่ออธิบายหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จากการใช้เครื่องมือประเมินคุณภาพสื่อ ด้านประสิทธิภาพ และด้านประสิทธิผล พบว่า ประสิทธิภาพของอินโฟราฟิก คือ โลโก้ ตัวละคร ภาพพื้นหลัง, ตัวอักษร ตัวเลข ภาพประกอบกราฟิก คิวอาร์โค้ด ต้องมองเห็นได้ชัดเจน เสียงประกอบและบรรยายต้องได้ยินชัดเจน และด้านประสิทธิผล คือ เนื้อหาถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ มีความต่อเนื่องในการนำเสนอ เข้าใจง่าย เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การอธิบายมีความชัดเจนตามวัตถุประสงค์ และยังสอดคล้องกับ ศิวดล ภาภิรมย์ (2562, น. 70) วิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้การออกแบบ แบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุดการเรียนสำหรับหลักสูตรโครงการการศึกษาเพื่อต่อต้านการใช้ยาเสพติดในเด็กนักเรียน ผลการศึกษา พบว่า สื่ออินโฟกราฟิกจะสามารถช่วยให้นักเรียนทำความเข้าใจเนื้อหารายละเอียดมาก ๆ ได้ในเวลาอันสั้น สามารถสร้างความจดจำ กระตุ้นความสนใจ ให้กับนักเรียน เข้าถึงข้อเท็จจริงจากผลกระทบของสิ่งเสพติดได้อย่างมีมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น และติดตามอย่างต่อเนื่อง

2. เพื่อประเมินการรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

การรับรู้และความเข้าใจอินโฟกราฟิกศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมหลักเกณฑ์ในการประเมินผลของการรับรู้ และความเข้าใจ จากการศึกษา ค้นคว้า หนังสือ ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อสร้างเป็นแนวทางสำหรับการประเมินการรับรู้ และความเข้าใจให้มีประสิทธิภาพ

โดยสามารถอภิปรายผลเป็นหลักเกณฑ์ในการประเมิน 3 ด้าน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การรับรู้ และความเข้าใจ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รองลงมาเป็นเพศชาย สอดคล้องกับ ธาวิษ ถนอมจิตศ์ (2560, น. 633) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกสุโขทัย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย โดยมีค่าข้อมูลค่าสถิติ เพศหญิงร้อยละ 53.50 รองลงมาเป็นเพศชาย 46.50 และสอดคล้องกับ อภิวัฒน์ ปันทะธง (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มแบบวิธีบังเอิญ (Accidental Sampling) นักท่องเที่ยว จำนวน 100 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68 เพศชายร้อยละ 32 และยังสอดคล้องกับ วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561, น. 141) ศึกษาเรื่อง รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y ศึกษากลุ่มคนไทย Gen Y จำนวน 394 คน พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66.24

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี อันดับ 2 อายุ 21-30 ปี สอดคล้องกับ ธาวิษ ถนอมจิตศ์ (2560, น. 633) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกสุโขทัย กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 28.82 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 16-25 ปี ร้อยละ 26.32 และสอดคล้องกับ อภิวัฒน์ ปันทะธง (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า ส่วนใหญ่อายุ 26-30 ปี ร้อยละ 23 รองลง อายุ 31-35 ปี ร้อยละ 22 และยังสอดคล้องกับ วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561, น. 141) ศึกษาเรื่อง รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y พบว่า เจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y หรือ Why Generation) อายุ 22-36 ปี เป็นวัยเริ่มทำงาน เป็นเป็นเจนเนอเรชั่นที่มีจำนวนมากในขณะนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา คือ ระดับประถมศึกษา สอดคล้องกับ ธาวิษ ถนอมจิตศ์ (2560, น. 633) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกสุโขทัย พบว่า วุฒิการศึกษาส่วนใหญ่ตั้งแต่ระดับปริญญาตีขึ้นไปเกือบร้อยละ 60 รองลงมา คือ วุฒิการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 และสอดคล้องกับ อภิวัฒน์ ปันทะธง (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พบว่า การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48 และยังสอดคล้องกับ วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561, น. 141) ศึกษา

เรื่อง รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.61

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ อาชีพข้าราชการ และประกอบธุรกิจส่วนตัว สอดคล้องกับ ศรินท์ทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมของท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน พบว่า อาชีพส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยว เป็นอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 29.25 รองลงมา อาชีพรับราชการ ร้อยละ 17.00 48 และยังสอดคล้องกับ วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561, น. 141) ศึกษาเรื่อง รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างหรือพนักงานเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.94

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท อันดับ 2 มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท สอดคล้องกับ ศรินท์ทิพย์ คาวาโนเบะ (2554) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมของท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน พบว่า รายได้ส่วนใหญ่ 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 43.50 รองลงมา 20,001-30,000 ร้อยละ 25.00 และยังสอดคล้องกับ วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561, หน้า 141) ศึกษาเรื่อง รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.36

การรับรู้

สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว สอดคล้องกับ จงกลนี จงพรชัย และคณะ (2555, น. 113-114) กล่าวว่า อินโฟกราฟิกสามารถลดระยะเวลาในการทำความเข้าใจเนื้อหาได้ เนื่องจากสื่อในรูปแบบนี้เกิดจากการที่ผู้สร้างชิ้นงานได้สรุปเนื้อหาออกมาแล้ว เพื่อให้ได้เนื้อหาที่เข้าใจง่ายและรวดเร็วที่สุด มีผู้กล่าวว่าสื่อประเภทนี้เกิดขึ้นมาจากนักอ่านวารสารที่มักอ่านผ่านตามสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นไปตามการพัฒนาของผู้คนในยุคปัจจุบัน ชีวิตที่เร่งรีบและความต้องการที่รวดเร็วนำมาสู่การใช้อินโฟกราฟิก อินโฟกราฟิกสามารถนำเสนอ และเผยแพร่ได้ง่ายทั้งในรูปแบบภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว หรือจะนำเสนอผ่านสังคมออนไลน์ก็สามารถทำได้อย่างง่ายดาย จากประโยชน์หลาย ๆ ด้านที่กล่าวมา จึงทำให้อินโฟกราฟิกเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ สอดคล้องกับ นัจภัค มีอุสาห์ (2556) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของชุดข้อมูลและสีสันต่อความเข้าใจเนื้อหาของภาพอินโฟกราฟิก กล่าวว่า การออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีประสิทธิภาพ คือ การใช้ข้อมูลสัญลักษณ์กราฟิก ทั้งในลักษณะภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว โดยแปลงข้อมูลที่มีความซับซ้อนให้เป็นรูปแบบที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ และสวยงาม ซึ่งภาพกราฟิกต่าง ๆ นั้นสามารถเพิ่มการมองเห็นได้ชัดเจน สร้างการรับรู้ และการจดจำได้

ตลอดจนสร้างความรู้สึกร่วม และกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาบางอย่าง ในปัจจุบันในการออกแบบอินโฟกราฟิกส่วนใหญ่ให้ข้อมูลที่มากเกินความจำเป็นทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาได้ยาก จนอาจเกิดความผิดพลาดในการส่งข้อมูลไปยังผู้รับ และยังสอดคล้องกับ เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย (2562, น. 8) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิก โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเพื่ออธิบายหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า การพัฒนาสื่อในรูปแบบอินโฟกราฟิก ทำให้ผู้ใช้สื่อ และรับสื่อนั้นสามารถเข้าใช้งานได้ง่ายไม่ซับซ้อน ได้ดีกว่าสื่อเดิมที่อยู่ในลักษณะของเอกสารและหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)

สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้ สอดคล้องกับ Zakia (1997) กล่าวว่า หลักการเรื่องขนาดเป็นหลักการที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับหลักการเรื่องสัดส่วน กล่าวคือ สัดส่วนเป็นหลักการที่ว่าด้วยความสัมพันธ์ของความใหญ่เล็กขององค์ประกอบที่มีผล ต่อภาพรวมของผลงานออกแบบส่วนขนาดนั้น หมายถึง ความสัมพันธ์ในลักษณะเปรียบเทียบความใหญ่เล็ก ระหว่างแต่ละองค์ประกอบซึ่งได้รับการจัดวางร่วมกันอยู่ในผลงานออกแบบ ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มักมีองค์ประกอบหลักหลายทั้งภาพ และตัวอักษร การใช้ขนาดจะมีผลอย่างยิ่งต่อลำดับการสื่อสารที่ถูกต้อง องค์ประกอบต่าง ๆ จึงไม่ควรมีขนาดใกล้เคียง หรือแข่งขันกันไปทั้งหมด แต่ควรมีขนาดที่ลดหลั่นกันไปตามลำดับความสำคัญที่ถูกต้อง และโดยทั่วไปแล้ว องค์ประกอบที่มีขนาดใหญ่กว่าย่อมได้รับความสนใจจากผู้ดูก่อนองค์ประกอบที่มีขนาดเล็กกว่า

สื่อมีความชัดเจน สอดคล้องกับ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 2550, น. 21-23) กล่าวว่า การถ่ายทอดข้อมูลที่ต้องการจะสื่อสารอย่างชัดเจน และเหมาะสมกับผู้รับสื่อ สามารถใช้การออกแบบดึงดูดใจให้ผู้ที่พบเห็นเกิดความสนใจในสิ่งพิมพ์ไปแล้ว การออกแบบที่ถูกต้องตามขั้นตอน โดยมีการเลือกองค์ประกอบ เช่น แบบตัวอักษรชนิดของภาพเหมาะสม มาจัดวางอย่างถูกต้องตามหลักการออกแบบ โดยคำนึงถึงผู้รับสื่อที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย จะมีผลทำให้สิ่งพิมพ์นั้นง่ายต่อการอ่าน และทำความเข้าใจ อีกทั้งยังเป็นการช่วยลำดับเนื้อหาที่จะนำเสนอทำให้ผู้อ่านสามารถติดตามและให้ความสำคัญกับข้อมูลอันเป็นเนื้อหาได้ถูกต้องตามลำดับที่ควรจะเป็นทำให้ข้อมูลได้รับการสื่อสารไปยังผู้ที่รับสารอย่างมีประสิทธิอย่างมีประสิทธิภาพ

สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม สอดคล้องกับ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 2550, น. 21-23) กล่าวว่า การสร้างความประทับใจ ทำให้ข้อมูลที่สื่อสารเป็นที่จดจำ โดยข้อมูลที่ได้รับการสื่อสารไปแล้วนั้น จะเกิดประโยชน์ก็ต่อเมื่อผู้ได้รับสารจดจำได้ การออกแบบจะนำเสนอข้อมูลตามบุคลิกภาพได้กำหนดไว้ล่วงหน้า ทำให้เกิดเป็นผลงานที่มีลักษณะโดดเด่นที่ไม่ซ้ำแบบใครและจะกลายเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวของสิ่งพิมพ์นั้น ๆ ที่จะอยู่ในความทรงจำของผู้รับสารแม้เมื่อได้

อ่านสิ่งพิมพ์นั้นจบไปแล้วก็ตาม ประสิทธิภาพอันเป็นผลลัพธ์ของการสร้างความประทับใจ และทำให้ข้อมูลที่สื่อสารเป็นที่จดจำ นี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในกรณีของสิ่งพิมพ์ที่มีกำหนดระยะเวลาเผยแพร่แน่นอนเป็นประจำ เพราะเมื่อผู้รับสาร มีความประทับใจในสิ่งพิมพ์ใดแล้วก็จะจดจำสิ่งพิมพ์นั้นได้และต้องการจะติดตาม สิ่งพิมพ์นั้นอีกในฉบับต่อ ๆ ไปในอนาคต

ความเข้าใจ

สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้ สอดคล้องกับ Smiciklas (2012) กล่าวว่า อินโฟกราฟิกในปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมในโลกเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) การสื่อสารด้วยอินโฟกราฟิก จึงเหมาะสำหรับการสื่อสารในยุคดิจิตอลที่กำลังเข้าถึงข้อมูลที่ซับซ้อนด้วยเวลาอันจำกัด เนื่องจากง่ายต่อการทำความเข้าใจทำให้จดจำเนื้อหาที่ซับซ้อนได้ง่ายขึ้น สามารถดึงดูดความสนใจด้วยสีสัน และภาพประกอบที่สวยงาม หลักการออกแบบอินโฟกราฟิกแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกด้านข้อมูล ข้อมูลที่นำเสนอจะต้องมีความหมายที่น่าสนใจ เรียงเนื้อหาเป็นลำดับมีเรื่องราวที่เปิดเผยต้องเป็นจริง และถูกต้อง ส่วนที่สองด้านการออกแบบ ในการออกแบบต้องมีรูปแบบ แบบแผน โครงสร้างหน้าที่การทำงาน และความสวยงาม โดยออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย และใช้ได้จริง

เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย สอดคล้องกับ ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2557) หลัก 5 ข้อง่าย ๆ ของ Valuable content เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้แนะนำหลักการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า (Valuable Content) ในรูปแบบที่สามารถเข้าใจและทำตามได้ง่าย และสามารถนำไปต่อยอดเพิ่มเติมได้ สิ่งที่ควรคำนึงเมื่อต้องการทำเนื้อหาที่ดีและมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายนั้น คือ เนื้อหาต้องชัดเจน เข้าใจง่าย นอกจากต้องพิจารณาในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายแล้ว อีกปัจจัยที่สำคัญนั่นคือการสร้างเนื้อหาที่ทำให้ทุกคนที่ได้อ่านสามารถเข้าใจได้ทันที่ว่าเราต้องการสื่อสาร หรือมีวัตถุประสงค์อยากบอกเรื่องอะไร โดยต้องไม่นำบรรทัดฐานในการตัดสินแบบส่วนตัวมาพิจารณามากจนเกินไป กระทั่งทำให้เนื้อหาดูอ่านยาก มีความสลับซับซ้อน ซึ่งเป็นอีกจุดหนึ่งที่นักสร้างเนื้อหามักจะต้องเผชิญ เนื้อหาต้องมีมีคุณภาพที่ดี เมื่อทำเนื้อหาที่มีประโยชน์และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว เรื่องคุณภาพของเนื้อหาก็เป็นอีกสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ ไม่ควรคัดลอกหรือนำลายน้ำ ตลอดจนข้อความมาโพสต์ลงเป็นของตัวเอง รวมถึงการใส่ใจในรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพความคมชัดของรูปภาพ วีดีโอที่ใช้ถ่ายทำ มาตรฐานของโปรดักชันเพราะสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อประสบการณ์ และเป็นความประทับใจที่ผู้อ่านจะจดจำจากเราไป

องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย สอดคล้องกับ นัจภัค มีอุสาห์ (2556) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของชุดข้อมูลและสีสันต่อความเข้าใจเนื้อหาของภาพอินโฟกราฟิก กล่าวว่า อินโฟกราฟิกเป็นการจัดระเบียบข้อมูลที่มีบทบาทในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และโฆษณาอย่าง

มาก การออกแบบอินโฟกราฟิกนักออกแบบต้องรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลบนพื้นฐานของความเข้าใจ สรุปใจความสำคัญและหลีกเลี่ยงการใช้ข้อมูลที่เป็นเท็จ นอกจากนี้การออกแบบอินโฟกราฟิกต้องคำนึงถึงเนื้อหา วิธีการเล่าเรื่อง และการออกแบบ ซึ่งการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีประสิทธิภาพ คือ การใช้ข้อมูลสัญลักษณ์กราฟิก ทั้งในลักษณะภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว โดยแปลงข้อมูลที่มีความซับซ้อนให้เป็นรูปแบบที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ และสวยงาม ซึ่งภาพกราฟิกต่าง ๆ นั้นสามารถเพิ่มการมองเห็นได้ชัดเจน สร้างการรับรู้ และการจดจำได้ ตลอดจนสร้างความรู้สึกร่วม และกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาบางอย่าง ในปัจจุบันในการออกแบบอินโฟกราฟิกส่วนใหญ่ให้ข้อมูลที่มากเกินความจำเป็นทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาได้ยาก จนอาจเกิดความผิดพลาดในการส่งข้อมูลไปยังผู้รับ

สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ สอดคล้องกับ กังสดาล นาควิโรจน์ (2549) วิจัยเรื่อง การเปิดรับการจดจำและทัศนคติของผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานครที่มีต่อสื่อโฆษณาทางรถไฟฟ้ามหานคร พบว่า หากพิจารณากระบวนการเลือกสรรเพื่อการรับรู้ (perception process) จะพบว่า หลังจากผู้รับสารเปิดรับสื่อ และได้ผ่านขั้นตอนการรับรู้ และตีความข้อมูลต่าง ๆ แล้ว ข้อมูลนั้น จะถูกเก็บรักษาอยู่ในความทรงจำ คือ ขั้นตอน selective retention ในเรื่องของความจำนี้มีความสำคัญในแง่ของการตลาด เพราะเพียงแค่ผู้รับสาร รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อนั้นไม่เพียงพอ แต่ต้องสามารถสร้างความเข้าใจ และจดจำข้อมูลได้ด้วย เพื่อนำไปสู่การติดตามข้อมูลจากแหล่งที่ชื่นชอบ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ และยังสอดคล้องกับ เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย (2562, น. 8) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิก โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเพื่ออธิบายหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ผู้เชี่ยวชาญให้ความคิดเห็นในการพัฒนาสื่อว่า การใช้รูปแบบของสื่อที่เป็นอินโฟกราฟิก จะช่วยทำให้ผู้รับสื่อเข้าถึงเนื้อหาโครงการในระยะเวลาอันสั้น ง่ายต่อการรับรู้ และเข้าใจของผู้ใช้สื่อ อีกทั้งยังดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานได้ดีกว่าสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ อีกด้วย

สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม สอดคล้องกับ จงกลนี จงพรชัย และคณะ (2555, น. 98-99) วิจัยเรื่อง อินโฟกราฟฟิกและการประยุกต์ในงานสุขภาพและเภสัชกรรม พบว่า ในงานสุขภาพและเภสัชกรรมก็มีการใช้อินโฟกราฟฟิกอย่างกว้างขวาง และแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะทางเครือข่ายสังคมบนอินเทอร์เน็ต การใช้อินโฟกราฟิกมีบทบาทในด้านนี้มากขึ้น เนื่องจากความต้องการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร ความง่ายในการเผยแพร่ผลงานได้หลายช่องทาง และความสามารถของวิธีสื่อสารที่ช่วยเพิ่มพลังความตั้งใจในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร ช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม ซึ่งประโยชน์ที่สำคัญ และจำเป็น

ในปัจจุบันไม่มีข้อกำหนดที่ชัดเจน ในการสร้างอินโฟกราฟิก หากต้องการสร้างอินโฟกราฟิกที่ดีและมีประสิทธิภาพควรยึดตามหลักการจัดทำสื่อ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การออกแบบสัญลักษณ์ภาพ สื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบขึ้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นสื่อในรูปแบบอื่นได้ เช่น ระบบป้ายสัญลักษณ์ ป้ายบอกทาง ป้ายให้ข้อมูลโบราณสถาน และสื่อกลางแจ้ง ภายในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย รวมถึง สินค้าของที่ระลึก ทั้งหมดนี้ให้อยู่ในรูปแบบอัตลักษณ์เดียวกัน และการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยครั้งนี้ เป็นต้นแบบการออกแบบอินโฟกราฟิกของลักษณะศิลปกรรมที่ใกล้เคียงกันสำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจได้

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลจากองค์ความรู้ เนื้อหา การออกแบบสัญลักษณ์ภาพ และการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ สังเคราะห์ ทดสอบ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ การเรียนรู้ หรือการให้ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว หรือผู้สนใจได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การออกแบบสัญลักษณ์ภาพที่มีลักษณะของการบอกความหมายอย่างชัดเจน ในลักษณะที่เป็นรูปธรรมของโบราณสถาน (วัด) จะช่วยให้เกิดการรับรู้ และความเข้าใจในความหมายของสัญลักษณ์ภาพที่ดี โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลทางด้านภาษาเพิ่มเติม

2.2 สามารถเพิ่มการนำเสนอในรูปแบบแอนิเมชั่นโดยใช้การ์ตูนหรือตัวละครมาช่วยในการนำเสนอสื่อ เพราะอาจทำให้สื่ออินโฟกราฟิกแต่ละประเภทเกิดความน่าสนใจมากขึ้น

2.3 การออกแบบและการผลิตสื่ออินโฟกราฟิก ควรเป็นสื่อประเภทออนไลน์ทั้งหมด เพราะสามารถแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น และง่ายต่อการศึกษาข้อมูลที่สะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย

2.4 สามารถนำความรู้ที่ได้ไปทำการศึกษาวิจัยสำหรับสื่ออินโฟกราฟิกโบราณสถานใกล้เคียงกันได้ในอนาคตก็จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กนก เลิศพานิช, และเลิศฤทธิ์ ทรัพย์เฉลิม. (2556). *ความคิดเห็นที่มีต่ออินโฟกราฟิกของเกษตรกร ตำบลห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

กรรณิการ์ สุวรรณโคตร. (2528). บทบาทพยาบาลด้านการปรับสภาพการรับรู้ต่อภาวะเครียด. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชามโนมติและกระบวนการพยาบาล หน่วยที่ 1-7* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

กรุณา เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา. (2539). *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความทันสมัย และความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเป็น หมู่บ้านท่องเที่ยว ตัวอย่างของชาวบ้านปราสาท ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กวิสรา ธิสาคร. (2559). *Social media advertising*. นนทบุรี: ไอดีซีฯ.

กษม อมันตกุล. (2554). การออกแบบสัญลักษณ์ในเมืองมรดกโลก "หลวงพระบาง" และอัตลักษณ์ที่ยังคงอยู่. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 3*(2), 118-135.

กังสดาล นาควิโรจน์. (2549). *การเปิดรับ การจดจำ และทัศนคติของผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานครที่มีต่อโฆษณาทางไฟฟ้ามหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กันยา สุวรรณแสง. (2544). *จิตวิทยาทั่วไป: General psychology* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: รวมสาร์น.

กาญจนา แก้วเทพ. (2555). *สื่อเก่า-สื่อใหม่ สัญญะ อัตลักษณ์ อุดมการณ์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

กิตติพงษ์ รุธิรวรรณวงศ์. (2559). *ออกแบบป้ายสัญลักษณ์เพื่อการสื่อการการโดยสารรถไฟฟ้า บี ที เอส* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

เกวลี ล่อใจ. (2555). *ความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรมการเปิดรับอินโฟกราฟิกของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง* (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.

เกศินี จุฑาวิจิตร. (2540). *การศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น*. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์.

เกียรติศักดิ์ กฤษ์บัตรศรี. (2548). *การรับรู้ความเคลื่อนไหวทางสายตากับการออกแบบสถาปัตยกรรม* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

โกวิท จิตบรรจง. (2542). ศิลปะกับงานกราฟิก. ใน *โครงการตำราวิชาการราชภัฏเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษา 6 รอบ*. สงขลา: สถาบันราชภัฏสงขลา.

จงกลนี จงพรชัย, กฤตติกา ตัญญะแสนสุข, และลาวัลย์ ศรัทธาพุทธ. (2559). *อินโฟกราฟิกและการประยุกต์ในงานสุขภาพ และเภสัชกรรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

จงรัก เทศนา. (2562). *สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรากรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย*. สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก http://chachoengsao.cdd.go.th/

จำเรียง อินทร์ผูก. (2536). *ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเห็น*. กรุงเทพฯ: พิชาญพริ้นติ้ง.

จิรนัยน์ ยอดดี, และรัตนโชติ เทียนมงคล. (2560). การประยุกต์ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีปฏิทินบาร์โค้ดสองมิติเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเพณีฮีตสิบสอง ของจังหวัดหาสารคาม. *วารสารศรีวนาลัยวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 7*(2), 1-16.

จุติพงศ์ ภูสุมาศ, และสุวิภา แซ่อึ่ง. (2558). *เปลี่ยนจินตนาการสู่การออกแบบ*. นนทบุรี: ไอดีพี พรีเมียร์.

จุติพงศ์ ภูสุมาศ, และสุวิสา แซ่อึ่ง. (2558). *สิบรูปแบบการสร้างนวัตกรรมหลักการสร้างพัฒนาการที่ยิ่งใหญ่*. นนทบุรี: ไอดีพี พรีเมียร์.

จุติพงศ์ ภูสุมาศ. (2560). *Principles infographic*. นนทบุรี: ไอดีพี พรีเมียร์.

ชนาทิป อ่อนหวาน. (2553). *ความรู้ความเข้าใจและทัศนคติที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่มีฉลากคาร์บอน ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชมจันทร์ ดาวเดือน. และคณะ. (2557). ผลการรับรู้ผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 5*(2), 56-102.

ชวนพ ชีวรัศมี. (2557). *การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ตำรวจทางหลวงกับชาวต่างชาติโดยอาศัยทฤษฎีการเชื่อมโยงมโนภาพ.* นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชัยพร วิชชาวุธ. (2519). *การวิจัยเชิงจิตวิทยา = Psychological research.* กรุงเทพฯ: สารมวลชน.

ชินกฤต อุดมลาภไพศาล. (2559). การสร้างภาพแทนเพื่อสื่อสารเชิงอินโฟกราฟิกในข่าวของหนังสือพิมพ์เฟ่งคุณภาพ. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่, 9*(1), 18-30.

ณัฏฐิกา เมณฑกา. (2550). *การศึกษาแนวทางการออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการปรับภาพลักษณ์องค์กร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง. (2557). *หลัก 5 ข้อง่ายๆ ของ Valuable content.* สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก http://www.nuttaputch.com/5-criteria-of-valuable-content/

ณัฐภณ กิตติทนนท์ชัย. (2558). *การวิเคราะห์เนื้อหาสารและการตอบสนองบนเพจเฟซบุ๊คเว็บทองเที่ยวกรณีศึกษาเพจเฟซบุ๊คเว็บ chillpainal* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณิชมน หิรัญพฤกษ์. (2558). *Basic Infographic.* นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์.

ดารานิตย์ คงเที่ยม. (2556). *การแสดงตัวตนของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์บนเว็บไซต์ยูทูบดอทคอม* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ตติยา เทพพิทักษ์. (2558). *กราฟิกเพื่อการสื่อสาร.* พิษณุโลก: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ทองเจือ เขียดทอง. (2548). *การออกแบบสัญลักษณ์.* กรุงเทพฯ: สิปประภา.

ทองหล่อ สุวรรณกาฬ. (2521). *จิตวิทยาการศึกษา.* อุบลราชธานี: หน่วยเอกสารทางการพิมพ์ วิทยาลัยครูอุบลราชธานี.

เทพพนม เมืองแมน, และสวิง สุวรรณ. (2540). *พฤติกรรมองค์การ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ไท้ ปริญญา. (2554). *Infographics คืออะไร.* สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก http://www.parinya.net-node-1647

ธนัฏฐา สาริกบุตร. (2557). *การวิเคราะห์เนื้อหาป้ายโฆษณาบนถนนริมทางเท้าส่งผลต่อการรับรู้และการจดจำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธรรมรัตน์ เจริญพงศ์. (2558). *Infographic คืออะไร*. สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก https://www.slideshare.net/YuiNawaporn/infographic-54911959

ธัญธัช นันท์ชนก. (2559). *Infographic design ฉบับ quick start+easy workshop+make money*. กรุงเทพฯ: พี อาร์ คัลเลอร์พริ้นท์.

ธัญรัช นันท์ชนก. (2559). *Infographic Design*. กรุงเทพฯ: พี อาร์ คัลเลอร์พริ้นท์.

ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์. (2550). *ทัศนศิลป์: การออกแบบพาณิชยศิลป์*. กรุงเทพฯ: หลักไทช่างพิมพ์.

ธาราทิพย์ เสรินทวัฒน์. (2550). *ทัศนศิลป์: การออกแบบพาณิชย์ศิลป์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธาวิษ ถนอมจิตศ์. (10 มีนาคม 2560). พฤติกรรมของนังท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกสุโขทัย. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4*. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

ธิดาใจ จันทนามศรี, และพรพรหม ชมงาม. (2561). *เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อสร้างการรับรู้และจดจำบนเฟซบุ๊คแฟนเพ็จ ของ อินโฟกราฟิกไทยแลนด์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นงนุช โรจนเวทย์. (2529). *รายงานการศึกษา เรื่องการพัฒนาโครงข่าย และแบบแผนการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ: ศึกษาเฉพาะเส้นทางภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

นันทนา อนันต์ไทย. (2537). *การศึกษาเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดอุบลราชธานี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

นิรัช สุดสังข์. (2548). *การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

นีออน กลิ่นรัตน์. (2533). *ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ: การสร้างเครื่องมือวัดในการวิจัยทางสาธารณสุข*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นฤมล ถิ่นวิรัตน์. (2555). *อิทธิพลของอินโฟกราฟิกต่อการสื่อสารข้อมูลเชิงลึก กรณีศึกษาโครงการ รู้สู้ flood* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นัจภัค มีอุสาห์. (2556). *อิทธิพลของชุดข้อมูลและสีสันต่อความเข้าใจเนื้อหาของภาพอินโฟกราฟิก* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

บุษฎี เหล่ามานะเจริญ. (2550). *การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์ขององค์กรธนาคารไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประชิด ทิณบุตร. (2530). *การออกแบบกราฟิก*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ประชิด สกุณะพัฒน์. (2551). *มรดกทางวัฒนธรรมภาคเหนือ*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.

ประตินันท์ อุปรนัย. (2521). *การศึกษาเชิงประเมนหลักสูตรจิตวิทยาการศึกษาในวิทยาลัยครู* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปาพจน์ หนุนภักดี. (2553). *หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์*. นนทบุรี: ไอดีซีพรีเมียร์.

ปาพจน์ หนุกภักดี. (2553). *Graphic design หลักและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์*. นนทบุรี: ไอดีซีฯ.

ปาพจน์ หนุนภักดี. (2553). *Graphic design principles*. นนทบุรี: ไอดีซีฯ.

ปิยะฉัตร พรหมมา. (2556). *การเปิดรับข่าวสาร ความผูกพัน และการตอบสนองผู้บริโภคต่อการสื่อสารเฟซบุ๊คแฟนเพจ* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พงษ์พิพัฒน์ สายทอง. (2557). *การออกแบบอินโฟกราฟิกแอนิเมชันเพื่อการเรียนการสอน*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พนมวรรณ ผลสาลี่, และนฤมล เทพนวล. (2562). การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกตามทฤษฎีการถ่ายโยงความรู้ เรื่องการออม เพื่ออนาคตสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, *13*(3), 89-100.

พรเทพ เดิศเทวศิริ. (2545). *Design education*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2545). *วิธีวิทยาการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: เท็กซ์แอนด์เจอร์นัลพับลิเคชั่น.

พิชญ์ดินี แสงขำ. (2537). *การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวด้านเนื้อหาในแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2536 – 2537* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิมพ์เดือน จาตุรงคกุล. (2550). มัลติมีเดียเพื่องานนิเทศศาสตร์. ใน *เอกสารประกอบการสอนคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

พีระ จิรโสภณ. (2529). *หลักทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พัชนี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล, และถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์. (2538). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.

เพ็ญศรี จุลกาญจน์, และชวิศ น้อยหัวหาด. (2559). การออกแบบกราฟิกและสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านข้างวัด. ใน *นเรศวรวิจัย: วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ* (น. 1766-1767). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ไพศาล หวังพานิช. (2526). *การวัดผลการเรียน*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ภานนท์ คุ้นสุภา. (2558). อินโฟกราฟิกเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในยุคการตลาดเชิงเนื้อหา. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า*, *2*(1), 155-172.

รจนา จันทราสา, และภานุ พัฒนปณิธิพงศ์. (2554). การพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน ประเภทผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าว อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม. ใน *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554 "การพัฒนาอนาคต ชนบทไทย: ฐานรากที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน"* (น. 342-348). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

รพีพล ยูวะนิยม. (2537). *การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์หมาวิทยาลัย.

ระวิ แก้วสุกใส, และชัยรัตน์ จุสปาโล. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณี เฟซบุ๊ค (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. *Princess of Naradhiwas University Journal*, *5*(4), 195-205

รัจรี นพเกตุ. (2540). *จิตวิทยาการรับรู้*. กรุงเทพฯ: ยงพลเทรดดิ้ง.

รุ่งกานต์ มงคลวีราพันธ์. (2542). *การวิเคราะห์การสื่อสารความหมายของโปสเตอร์ในการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2530–2542* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ล้วน สายยศ, และอังคณา สายยศ. (2548). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา.* กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ลัดดาวรรณ์ สัมภเวช. (2554). *การศึกษาภาพสัญลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับเด็ก 6-9 ปี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เลอสม สถาปิตานนท์. (2537). *การออกแบบคืออะไร.* กรุงเทพฯ: กราฟิก & พับบลิเคชั่นส์.

วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์. (2561). รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12*(ฉบับพิเศษ), 137.

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2538). *บทความรู้ทางการออกแบบพาณิชยศิลป์: ออกแบบกราฟิก.* กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2540). *บทความรู้ทางการออกแบบพาณิชยศิลป์: ออกแบบกราฟิก* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ศิลปาบรรณาคาร.

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2540). *ออกแบบกราฟิก Graphic design* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โสภณ การพิมพ์.

วรางคณา รัตนรักษ์. (2540). *กระบวนการสื่อสารมวลชนเพื่อการรณรงค์โครงการ "ไทยเที่ยวไทย"* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันชัย ศิริชนะ. (2536). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วิรุณ ตั้งเจริญ. (2545). *ออกแบบกราฟิก.* กรุงเทพฯ: อีแอนด์ไอดิว.

วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. (2532). *การกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว "ศึกษา เฉพาะกรณีพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เว็บไซต์การประกวด Contestwar. (2557). *สื่อประเภท Info graphic คนรุ่นใหม่ใส่ใจความปลอดภัยทางถนน ปี 2014.* สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก http://contestwar.com/th/contest/4548

เว็บไซต์การประกวด Contestwar. (2557). *Infographic ถ้าปีใหม่นี้ ไม่มีไฟฟ้าใช้.* สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก http://contestwar.com/contest/4649

เว็บไซต์การประกวด Contestwar. (2558). *Infographic และ animation. หัวข้อสังคมไทยสูงวัย ไปด้วยกัน ด้วยบำนาญแห่งชาติ.* สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก http://contestwar.com/th/contest/4841

เว็บไซต์การประกวด Contestwar. (2559). *Infographic พลังสร้างสรรค์ ส่งเสริมคนไทย สุขภาพดี.* สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก http://contestwar.com/contest/13092

เว็บไซต์การประกวด Contestwar. (2561). *ชุดโปสเตอร์ความปลอดภัยในการทำงาน (Infographic).* สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก https://www.tosh.or.th/index.php/tosh-news/news/211-Infographic

เว็บไซต์ Growthbee. (2558). *สรุปทุกอย่างของ Content marketing ที่คุณต้องอ่าน.* สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก http://www.growthbee.com

เว็บไซต์ Infographicthailand. (2561). *กฎการออกแบบอินโฟกราฟิก Infographic Design Rules.* สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก https://infographicthailand.com/infographic-design-rules/

เว็บไซต์ Josselinz. (2562). *หลักการออกแบบโลโก้ที่ดี ต้องเป็นอย่างไร?.* สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก http://josselinz.com/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%9A%E0%B9%82%E0%B8%A5%E0%B9%82%E0%B8%81%E0%B9%89/

เว็บไซต์ Kajarp. (2554). *ภาพกราฟิกบรรยายข้อมูล หรือ อินโฟกราฟฟิคส์ (infographic).* สืบค้น 29 กรกฎาคม 2555, จาก http://kajarp.wordpress.com/2011/12/05/infographic/

ศรินท์ทิพย์ คาวาโมเบะ. (2554). *แรงจูงใจและพฤติกรรมของท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2554). *@ design หลักการออกแบบศิลปะ Principles of Design* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไว้ลาย.

ศิริประภา ประภากรเกรียรติ. (2562). *การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้แนวความคิดชุมชนเป็นหลักฐาน* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ศิริพงศ์ พยอมแย้ม. (2537). *เทคนิคงานกราฟิก*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ศิริพร ปีเตอร์. (2549). *การออกแบบกราฟิก*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ศิริศักดิ์ คุ้มรักษา. (2546). *เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย*. กรุงเทพฯ: แปลน รีดเดอร์ส.

ศิวดล ภาภิรมณ์ย์. (2562). *การประยุกต์ใช้การออกแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาชุดการเรียนสำหรับหลักสูตรโครงการการศึกษาเพื่อต่อต้านการใช้ยาเสพติดในเด็กนักเรียน* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ศุภกนิตย์ พลไพรินทร์. (2540). *เทคนิคการประมวลผล*. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.

สกล ภู่งามดี. (2546). *การออกแบบและการผลิตงานโฆษณา*. กรุงเทพฯ: แซทโฟร์พริ้นติ้ง.

สนิ นัยวินิจ. (2538). *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอัน เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจแพท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลเมือง จังหวัด กาญจนบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สฤณี อาชวานันทกุล. (2555). *อินโฟกราฟิกที่ดี (1): ข้อมูลคือหัวใจ*. สืบค้น 1 มกราคม 2562, จาก http://thaipublica.org/2012/09/good-infographics-1/

สันติ เล็กสุขุม. (2545). *เจดีย์ ความเป็นมาและคำศัพท์เรียกองค์ประกอบเจดีย์ในประเทศไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: มติชน.

สันติ เล็กสุขุม. (2550). *ความสัมพันธ์ จีน-ไทย โยงใยในลวดลายประดับ*. กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.

สันติ เล็กสุขุม. (2551). *โบราณสถานกับรูปแบบสันนิษฐานมรดกโลก สุโขทัย ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร 1*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

สันติ เล็กสุขุม. (2551). *โบราณสถานกับรูปแบบสันนิษฐานมรดกโลก สุโขทัย ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร 2*. กรุงเทพฯ: ทวีวัฒน์การพิมพ์.

สันติ เล็กสุขุม. (2561). *ศิลปะสุโขทัย* (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: เมืองโบราณ.

สาธิต มีดี. (2544). *ความรู้ความเข้าใจในการเลือกตั้งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540: ศึกษาเฉพาะกรณีนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนเทพลีลา* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2561). *งานผลการสำรวจการรับรู้เข้าใจผิดทางองค์กรของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการและการนำไปใช้ในการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561.* กรุงเทพฯ: สำนักนโยบาย และยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักโบราณคดี กรมศิลปากร. (2553). *นำชมอุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สุโขทัย: วิทยาคอมพิวเตอร์-ออฟเซต.

สำเริง บุญเรืองรัตน์. (2536). *ทฤษฎีและวิธีการวัดด้วยพุทธพิสัย: สังคมวิทยาพื้นฐานเพื่อการวัดและประเมินผลการศึกษา.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สุชีรา พระมาลา, กัลยกร ศรีภักดี, และมนไท ประมูลจักโก. (2558). การรับรู้และความเข้าใจต่อการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ของผู้ใช้บริการร้านอินเตอร์เน็ต กรณีศึกษา: อำเภอเมืองอุบลราชธานี. ใน *การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ "สร้างสรรค์และพัฒนา เพื่อก้าวหน้าสู่ประชาคมอาเซียน ครั้งที่ 2* (น. 651-658). นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา.

สุโท เจริญสุข. (2520). *บทศึกษาจิตวิทยาเพื่อการศึกษาการแนะแนวสุขภาพจิตในโรงเรียน.* กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์. (2530). *การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและทัศนคติต่ออุตสาหกรรม ท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุพจน์ ไพบูลย์พุฒิพงศ์. (2554). *อิทธิพลของการเป็นผู้สนับสนุนด้านกีฬา (sports sponsorship) ในการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกที่มีผลต่อการจดจำตราสินค้าของผู้เข้าชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุภัทรา เฮงวาณิชย์. (2541). *การรับรู้ภาวะทางเศรษฐกิจในช่วง พ.ศ.2540-2541 และพฤติกรรมประหยัดของบิดามารดา และบุตรวัยรุ่น* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุภาภรณ์ จันทร์พัฒนะ. (2546). *ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการที่มีต่อระบบงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุภาวดี คงเจริญ. (2535). *ทัศนคติของผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภาวดี บุญยฉัตร, และชาย สัญญาวิวัฒน์. (2558). *อาคารเข้าใจง่ายด้วยป้ายบอกทาง.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรพล ดำริห์กุล. (2562). *ประวัติศาสตร์และศิลปะสุโขทัย.* นนทบุรี: เมืองโบราณ.

สุริโย ชัยโสภา. (2549). *การรับรู้บรรยากาศองค์การของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมรถยนต์ ศึกษากรณี บริษัท อาซาฮีสมบูรณ์ อลูมิเนียม จำกัด* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ฉะเชิงเทรา: มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.

แสงเดือน ผ่องพุฒ. (2556). *สื่อสังคมออนไลน์: แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้.* สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก http:/library.senate.go.th/document/Ext6685/6685991_0004.PDF

อดุล พนาคุปต์. (2530). *ความรู้และพฤติกรรมของนักศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล ความหมายของความคิดเห็น.* กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

อธิวัฒน์ จุลมัจฉา. (2547). *การออกแบบสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อนุวัช ควรคิด. (2548). *ความรู้ความเข้าใจประชาชนเกี่ยวกับการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดโดยตรง ตามพระราชบัญญัติเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่น และผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ. 2545: กรณีศึกษาอำเภอพระสมุทรเจดีย์จังหวัดสมุทรปราการ* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

อภิวัฒน์ ปันทะธง. (2555). *การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2549). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าว* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2541). *การออกแบบตราสัญลักษณ์.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อาศิรา พนาราม. (2563). *การออกแบบอินโฟกราฟิก infographics design.* สืบค้น 10 มกราคม 2563, จาก http://www.learningstudio.info/infographics-design/

อินทิรา นาควัชระ. (2552). การออกแบบเลขนศิลป์ข้อมูลข่าวสาร. *วารสารวิชาการศิลปะและการออกแบบ, 3*, 32-48.

อินทิรา พรมพันธุ์. (2545). ประเมินการรับรู้ระบบสัญลักษณ์ในท่าอากาศยานนานาชาติ. ใน *รวมบทความและรายงานวิจัยศาสตร์แห่งการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อิศเรศ ภาชนะกาญจน์. (2562). *เล่าเรื่องให้ง่ายด้วย Infographic*. นนทบุรี: ไอดีซีฯ.

อุทัย หิรัญโต. (2519). *พฤติกรรมความหมายของความคิดเห็น*. กรุงเทพฯ: โพธิ์สามต้นการพิมพ์.

อุทุมพร ทองอุไทย. (2523). *สารบบจำแนกจุดมุ่งหมายทางการศึกษา: พุทธปริเขต*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกลักษณ์ แสงเดือนฉาย. (2562). *การพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเพื่ออธิบายหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์. (2545). *เทคโนโลยีการศึกษา: หลักการและแนวคิดสู่ปฏิบัติ*. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา. (2543). *ระบบป้ายสัญลักษณ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Assael, Henry. (1995). *Consumer behavior and marketing action*. Cincinnati, OH: Sout Western College.

Assael, Henry. (1998). Consumer behavior and marketing action (6th ed.). Cincinnati, OH: South- Western College.

Batra, Rajeev, Myers, John, G., & Aaker, David, A. (1996). Advertising management (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2001). *Advertising and promotion* (5th ed.). Boston: McGraw – Hill.

Berkman, H. W., Lindquist, J. D., & Sirgy, M. J., & Bloom. (1956). *Handbook on Formation and Summatic of Stubent Learning.* New York: McGraw Hill.

Carter, Howard. (1997). *Working with computer type 4 experimental typography*. Switzerland: Roto Vision.

Doug Newsom, & Jim Haynes. (2004). *Public relations writing: Form and style.* USA: Amazon.

Lupton, E., & Jennifer Cole Phillips, J. (2017). *Grachic design the new basics.* USA: Amazon.

Fill, C. (2009). *Marketing communications: Interactivity, communities and content.* New Jersey: Perntce Hall.

Garrison, K. C., & Magoon, R. (1972). *Educational psychology.* Ohio: Charles E. Morrill.

Jun, Sakurada. (2015). *Basic infographic.* N.P.: BNN.

Kai, W. (2013). *Infographics & data visualizations.* Hong Kong: Design Madia.

Klapper, J. T. (1960). *The effect of mass communication.* New York: The Free Press.

Labuz Ronald. (1988). *Typography & typesetting: Typen design and manipulation using today Technology.* NY: Van Nostrand Reinhold.

Lester, P. M. (2003). *Visual communication: images with messages.* Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning.

Lidwell, W., Holdenk, P., & Butler, J. (2003). *Universal principles of design.* Gloucester, MA: Rockport.

Mangold, W., & Faulds, J. (2009). *Social media: The new hybrid element of the promotion mix.* Kentucky: Business Horizons.

Rock, I. (1975). *An Introduction to Perception.* New York: Macmillan.

Remmer, H. H. (1954). *Introduction to opinion and attitude.* New York: Harper and Row.

Smiciklas, M. (2012). *The Power of infographics: Using pictures to communicate and connect with your audiences (Que Biz- Tech).* New York: Que.

Steer Richard, M. (1984). *Introduction organization behavior.* Dallas: Scott Foresman.

Shigenobu Kobayashi. (1998). *Colorist a practical handbook for personal and professional use.* Japan: Kodansha International.

Viney, W. (1993). *A history of psychology: Ideas and context.* Boston: Allyn and Bacon.

We Are Social, Hootsuite. (2019). *Global Digital 2019.* Retrieved May 1, 2020, from https://www.marketingoops.com/reports/global-and-thailand-digital-trend-2019/

Weber, E. A. (1980). *Vision, composition and photography*. Berlin: Walter de Gruyter.

Williamson, A. (2013). *Social madia guidelines for parliaments*. Retrieved May 1, 2020, from http:www.ipu.org/pdf/publications/SMG2013EN.pdf

Zakia, R. (1997). *Perception and imaging*. Boston: Focal.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย งานวิชาการ โทร. ๘๘๓๑
ที่ อว.๐๖๐๓.๐๒/ว ๐๓๗๗ วันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒
เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสิฐ จันมา

ด้วย นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์ รหัสประจำตัว ๕๙๐๓๐๔๓๒ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจสนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๒/ว ๐๙๗๗

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนโชติ เที่ยงมงคล

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย **นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๙๐๓๐๙๓๑ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจสนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๘
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๙๖๐๘๕๙

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๒/ว ๐๙๗

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ทิพัฒน์ สายทอง

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์ รหัสประจำตัว ๕๙๐๓๐๙๓๒ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจสนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๘
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๔๖๐๘๕๙

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๒/ว ๐๓๙๗

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิจวิ.พงษ์ ประชาชิต

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย **นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๙๐๓๐๔๓๖ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาสาระของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้เป็นอย่างดียิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจสนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐-๕๕๙๖-๘๘๑๘
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๕๖๐๘๕๙

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย งานวิชาการ โทร. ๘๘๓๓

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๖/ว ๐๓๗๗ **วันที่** ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เรียน อาจารย์รุ่งโรจน์ รัตนพิเชฐกุล

ด้วย นางสาว**อุษา อินหร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๙๐๓๐๙๓๒ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจสนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ข ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๖/ว ๐๙๙๙

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณชัยวัฒน ทองศักดิ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วย นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์ รหัสประจำตัว ๕๗๐๓๐๔๓๖ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจลนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐ ๕๕๙๖ ๘๘๓๙
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๐๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๙๖๐๘๕๙

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๒/ว ๐๙๙๙ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณประดิษฐ์ พูลสาริกิจ

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วย **นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๙๐๓๐๙๓๒ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ ถิรลมาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐-๕๕๙๖-๘๘๙๙
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๑๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๔๖๐๘๕๙

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๒/ว ๐๙๙๙ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณรัตน์ดิกาล มณีรัตนฤกษ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วย นางสาวอุษา **อินทร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๙๐๓๐๙๓๒ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจลนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐ ๕๕๙๖-๘๘๓๙
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๑๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๙๔๖๐๘๕๙

ที่ อว.๐๖๑๓.๐๒/ว ๐๙๙๙ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณเรณู ปิ่นทอง

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วย **นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๗๐๓๐๔๓๒ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจลนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐ ๕๕๙๖ ๘๘๓๙
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๑๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๔๖๐๘๕๙

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๒/ว ๐๙๙๙

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณสิรวิชย์ เอี่ยมสุดใจ

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วย **นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๗๐๓๐๔๙๒ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจลนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐ ๕๕๙๖ ๘๘๓๙
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๐๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๔๖๐๘๕๙

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๒/ว ๐๙๙๙ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณสุรางคนางค์ พ่วงแผน

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วย นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์ รหัสประจำตัว ๕๗๐๓๐๔๓๒ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "**ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย**" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจลนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐ ๕๕๙๖ ๘๘๙๙
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๖๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๘๖๐๘๕๙

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๒/ว ๐๙๗๙

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ดร.วราภรณ์ มามี

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วย **นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๗๐๓๐๙๙๒ นิสิตระดับบริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจสนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐ ๕๕๙๖ ๘๘๓๙
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๑๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๔๖๐๘๕๙

ที่ อว.๖๖๐๓.๐๒/ว ๐๙๙๙ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร. กิจติพงษ์ ประชาชิต

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วย **นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๗๐๓๐๙๓๒ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจลนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐ ๕๕๙๖-๘๘๓๙
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๖๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๔๖๐๘๕๙

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๒/ว ๐๙๙๙ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.พงษ์พิพัฒน์ สายทอง

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วย **นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๗๐๓๐๙๓๒ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจลนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐ ๕๕๙๖ ๘๘๙๙
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๔๖๐๘๕๙

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๒/ว ๐๙๙๙ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.รัตนโชติ เทียนมงคล

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วย **นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๗๐๓๐๔๓๖ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์ทันธ์ กิจลนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐-๕๕๙๖-๘๘๓๙
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๑๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๔๖๐๘๕๙

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๒/ว ๐๙๙๙

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์คุณหายาท เตชะสุวรรณ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วย **นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๙๐๓๐๙๙๒ นิสิตระดับบริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจสนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐ ๕๕๙๖ ๘๘๓๙
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๔๖๐๘๕๙

ที่ อว.๐๖๐๓.๐๖/ว ๐๙๙๙

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์นฤเบศร สันติเตชา

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน.....ฉบับ

ด้วย **นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์** รหัสประจำตัว ๕๙๐๓๐๙๓๒ นิสิตระดับบริญญาเอก สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **"ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่าน บัณฑิตวิทยาลัย จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้นิสิตดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ กิจสนาโยธิน)
รองคณบดีฝ่ายนโยบายและแผน ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

๑. งานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย
โทร ๐ ๕๕๙๖ ๘๘๓๙
โทรสาร ๐-๕๕๙๖-๘๘๒๖
๒. นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
โทร ๐๙๘-๗๔๖๐๘๕๙

ภาคผนวก ค แบบประเมินการเลือกโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

แบบประเมินการเลือกโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

วิทยานิพนธ์ : ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ผู้วิจัย : นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์

คำชี้แจง

1.แบบประเมินฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

2.ผู้ตอบแบบประเมิน คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์, ไกด์นำเที่ยว, และเจ้าหน้าที่ของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ดังนั้นจึงขอความร่วมมือจากท่าน โปรดตอบคำถามตามความจริง ซึ่งคำตอบของท่านมีส่วนช่วยในการวิเคราะห์สังเคราะโบราณสถาน เพื่อการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยมีนางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์ เป็นหัวหน้าโครงการและรองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุดสังข์เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ขอให้ท่านตอบข้อคำถามต่อไปนี้ตามสภาพความเป็นจริง ข้อมูลทั้งหมดจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในทางการศึกษาเท่านั้น หากท่านมีข้อสงสัยประการใด โปรดติดต่อที่หมายเลขโทรศัพท์ 098-746-0859 หรือ e-mail: usa.inprasit@hotmail.com ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาให้ข้อมูลในครั้งนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ชื่อ-สกุล.....อายุ.....ปี

อาชีพ/ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน.....

.....

ประสบการณ์ทำงาน.....ปี ระดับ.....

การศึกษา.....

.....

.....

ผลงาน.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 ประเมินโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เมื่อรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญแล้ว มีคะแนนอยู่ระดับดีขึ้นไป จึงนำโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จังหวัดสุโขทัย มาออกแบบสัญลักษณ์ภาพเพื่อการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยต่อไป โดยระดับคะแนน มีดังนี้ 12-10 ระดับดีมาก, 9-7 ระดับดี, 6-4 ระดับปานกลาง, 3-0 ระดับพอใช้

ลำดับ	รายชื่อโบราณสถาน	ผู้เชี่ยวชาญ	เกณฑ์การประเมิน								
			โบราณสถานที่เหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์		ตามความนิยมของนักท่องเที่ยว		ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน		มีประวัติ/ความสำคัญ		คะแนนรวม
			เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
1	วัดมหาธาตุ	1									
		2									
		3									
		รวม									
2	เนินปราสาท	1									
		2									
		3									
		รวม									
3	วัดศรีสวาย	1									
		2									
		3									
		รวม									
4	วัดตระพังเงิน	1									
		2									
		3									
		รวม									
5	วัดสระศรี	1									
		2									
		3									
		รวม									
6	วัดชนะสงคราม	1									
		2									
		3									
		รวม									

ลำดับ	รายชื่อโบราณสถาน	ผู้เชี่ยวชาญ	เกณฑ์การประเมิน								คะแนนรวม
			โบราณสถานที่เหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์		ตามความนิยมของนักท่องเที่ยว		ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน		มีประวัติ/ความสำคัญ		
			เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
7	วัดตระพังทอง	1									
		2									
		3									
		รวม									
8	วัดตระกวน	1									
		2									
		3									
		รวม									
9	ศาลตาผาแดง	1									
		2									
		3									
		รวม									
10	วัดศรศักดิ์	1									
		2									
		3									
		รวม									
11	วัดซ่อนข้าว	1									
		2									
		3									
		รวม									
12	วัดพระพายหลวง	1									
		2									
		3									
		รวม									

ลำดับ	รายชื่อโบราณสถาน	ผู้เชี่ยวชาญ	เกณฑ์การประเมิน								คะแนนรวม
			โบราณสถานที่เหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์		ตามความนิยมของนักท่องเที่ยว		ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน		มีประวัติ/ความสำคัญ		
			เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
13	วัดศรีชุม	1									
		2									
		3									
		รวม									
14	วัดอ้อมรอบ	1									
		2									
		3									
		รวม									
15	วัดเตาทุเรียง	1									
		2									
		3									
		รวม									
16	วัดสังฆาวาส	1									
		2									
		3									
		รวม									
17	วัดตระพังผักตบ	1									
		2									
		3									
		รวม									
18	วัดแม่โจน	1									
		2									
		3									
		รวม									

ลำดับ	รายชื่อโบราณสถาน	ผู้เชี่ยวชาญ	เกณฑ์การประเมิน								คะแนนรวม
			โบราณสถานที่เหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์		ตามความนิยมของนักท่องเที่ยว		ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน		มีประวัติ/ความสำคัญ		
			เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
19	วัดร่องขวางตะวัน	1									
		2									
		3									
		รวม									
20	วัดเตาทุเรียงบน	1									
		2									
		3									
		รวม									
21	วัดมะขามป้อม	1									
		2									
		3									
		รวม									
22	วัดหนองปรือ	1									
		2									
		3									
		รวม									
23	วัดเนินร่องทอง	1									
		2									
		3									
		รวม									
24	ประตูนะโม	1									
		2									
		3									
		รวม									

ลำดับ	รายชื่อโบราณสถาน	ผู้เชี่ยวชาญ	เกณฑ์การประเมิน								คะแนนรวม
			โบราณสถานที่เหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์		ตามความนิยมของนักท่องเที่ยว		ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน		มีประวัติ/ความสำคัญ		
			เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
25	วัดก้อนแลง	1									
		2									
		3									
		รวม									
26	วัดต้นจันทร์	1									
		2									
		3									
		รวม									
27	วัดเชตุพน	1									
		2									
		3									
		รวม									
28	วัดเจดีย์สี่ห้อง	1									
		2									
		3									
		รวม									
29	วัดศรีพิจิตรกิรติกัลยาราม	1									
		2									
		3									
		รวม									
30	วัดวิหารทอง	1									
		2									
		3									
		รวม									

ลำดับ	รายชื่อโบราณสถาน	ผู้เชี่ยวชาญ	เกณฑ์การประเมิน								คะแนนรวม
			โบราณสถานที่เหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์		ตามความนิยมของนักท่องเที่ยว		ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน		มีประวัติ/ความสำคัญ		
			เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
31	วัดอโสการาม	1									
		2									
		3									
		รวม									
32	วัดโพร่งเม่น	1									
		2									
		3									
		รวม									
33	วัดมุมลังกา	1									
		2									
		3									
		รวม									
34	วัดช้างล้อม	1									
		2									
		3									
		รวม									
35	วัดตระพังทองหลาง	1									
		2									
		3									
		รวม									
36	วัดเจดีย์สูง	1									
		2									
		3									
		รวม									

ลำดับ	รายชื่อโบราณสถาน	ผู้เชี่ยวชาญ	เกณฑ์การประเมิน								คะแนนรวม
			โบราณสถานที่เหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์		ตามความนิยมของนักท่องเที่ยว		ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน		มีประวัติ/ความสำคัญ		
			เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
37	วัดสะพานหิน	1									
		2									
		3									
		รวม									
38	วัดอรัญญิก	1									
		2									
		3									
		รวม									
39	วัดตระพังช้างเผือก	1									
		2									
		3									
		รวม									
40	วัดช้างรอบ	1									
		2									
		3									
		รวม									
41	วัดเขาพระบาทน้อย	1									
		2									
		3									
		รวม									
42	วัดป่ามะม่วง	1									
		2									
		3									
		รวม									

ลำดับ	รายชื่อโบราณสถาน	ผู้เชี่ยวชาญ	เกณฑ์การประเมิน								คะแนนรวม
			โบราณสถานที่เหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์		ตามความนิยมของนักท่องเที่ยว		ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน		มีประวัติ/ความสำคัญ		
			เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
43	วัดศรีโทล	1									
		2									
		3									
		รวม									
44	วัดตึก	1									
		2									
		3									
		รวม									
45	เทวาลัยมหาเกษตร	1									
		2									
		3									
		รวม									
46	วัดเจดีย์งาม	1									
		2									
		3									
		รวม									
47	วัดถ้ำหีบบน	1									
		2									
		3									
		รวม									
48	วัดหีบล่าง	1									
		2									
		3									
		รวม									

ลำดับ	รายชื่อโบราณสถาน	ผู้เชี่ยวชาญ	เกณฑ์การประเมิน								คะแนนรวม
			โบราณสถานที่เหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์		ตามความนิยมของนักท่องเที่ยว		ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน		มีประวัติ/ความสำคัญ		
			เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
49	วัดเขาพระบาทใหญ่	1									
		2									
		3									
		รวม									

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม)

ภาคผนวก ง แบบสอบถามความคิดเห็นการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ

แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการออกแบบสัญลักษณ์ภาพสำหรับสื่ออินโฟกราฟิก

วิทยานิพนธ์ : ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ผู้วิจัย : นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์

สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์

คำชี้แจง

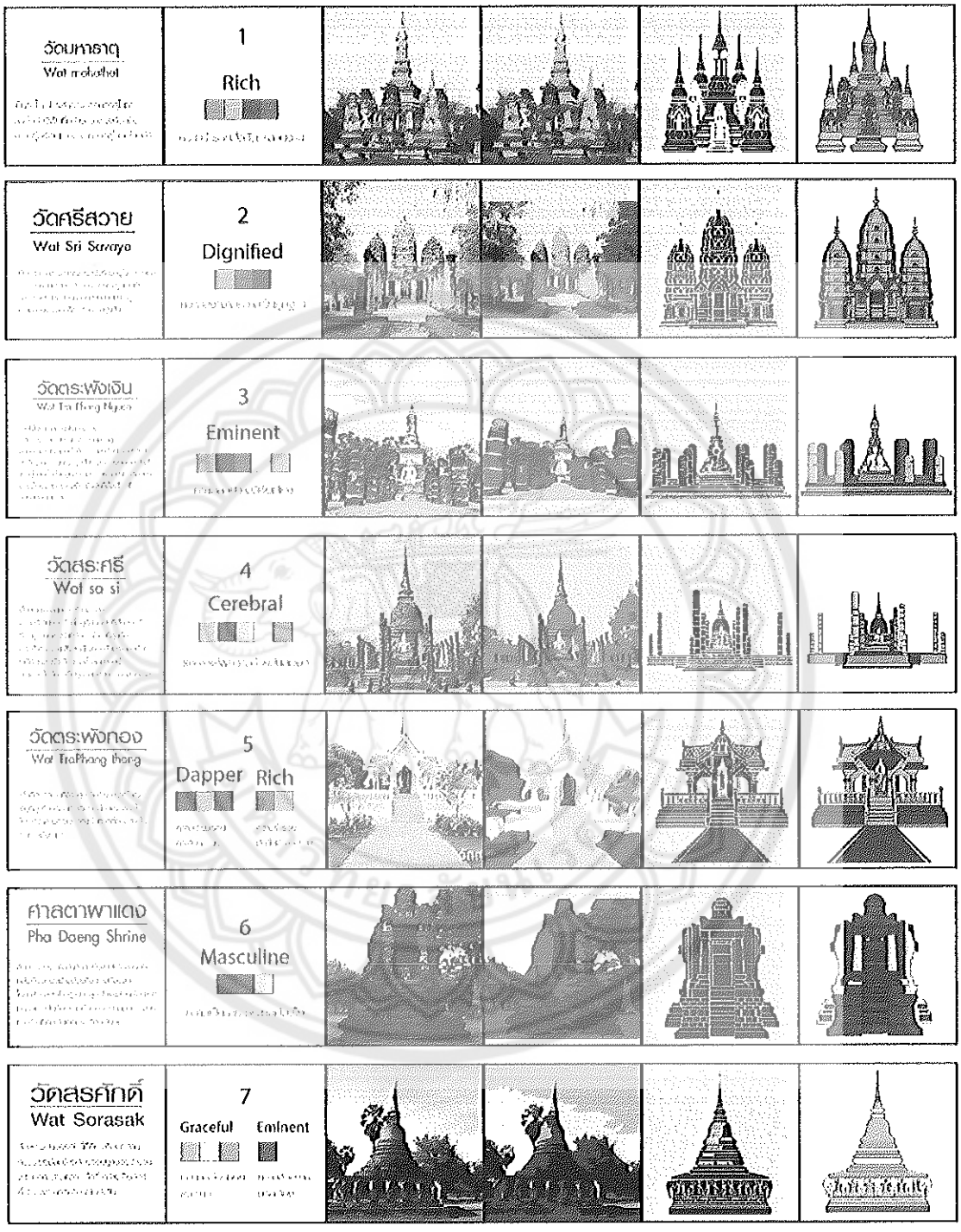
1.แบบประเมินฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

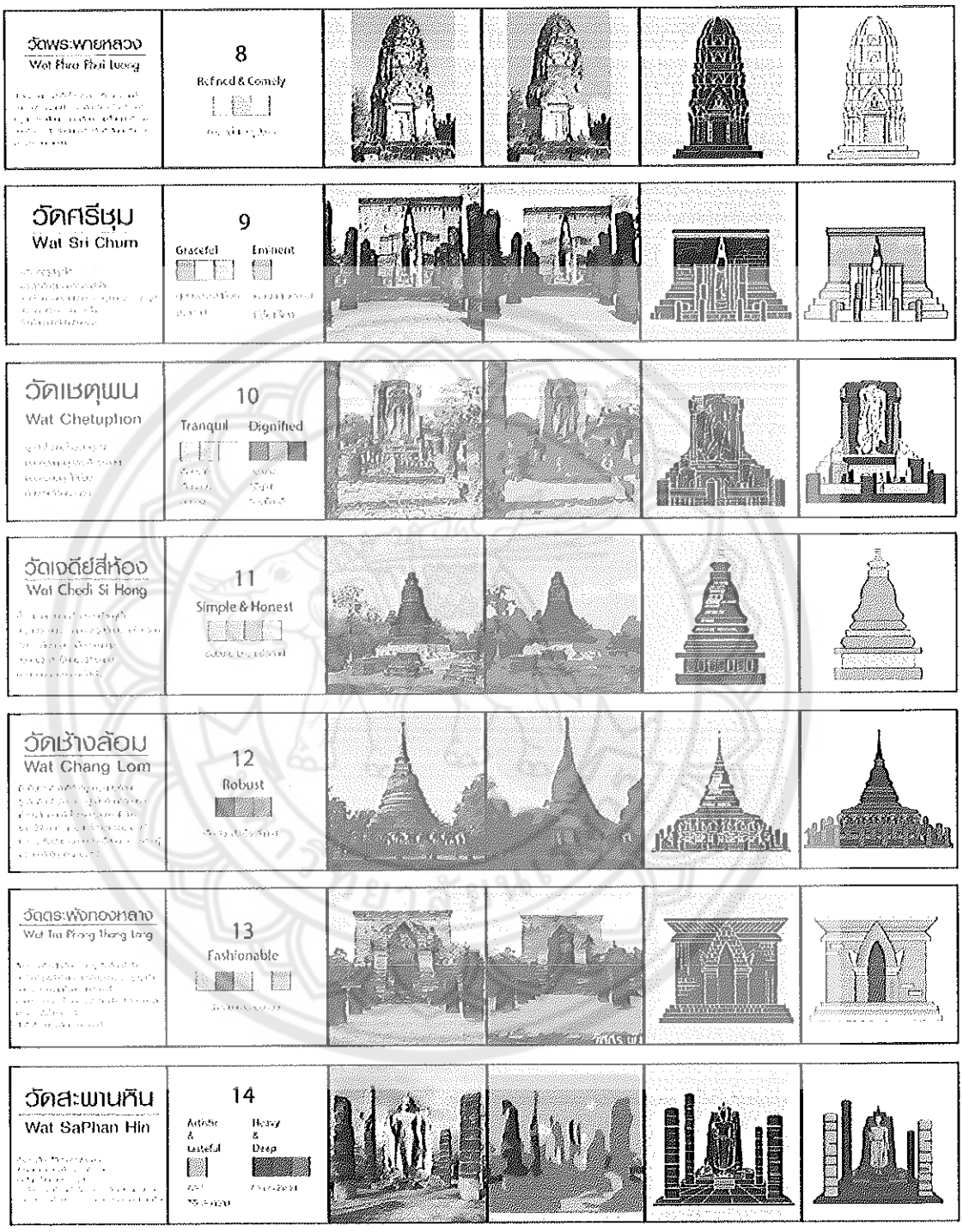
2.ผู้ตอบแบบประเมิน คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก และอินโฟกราฟิก

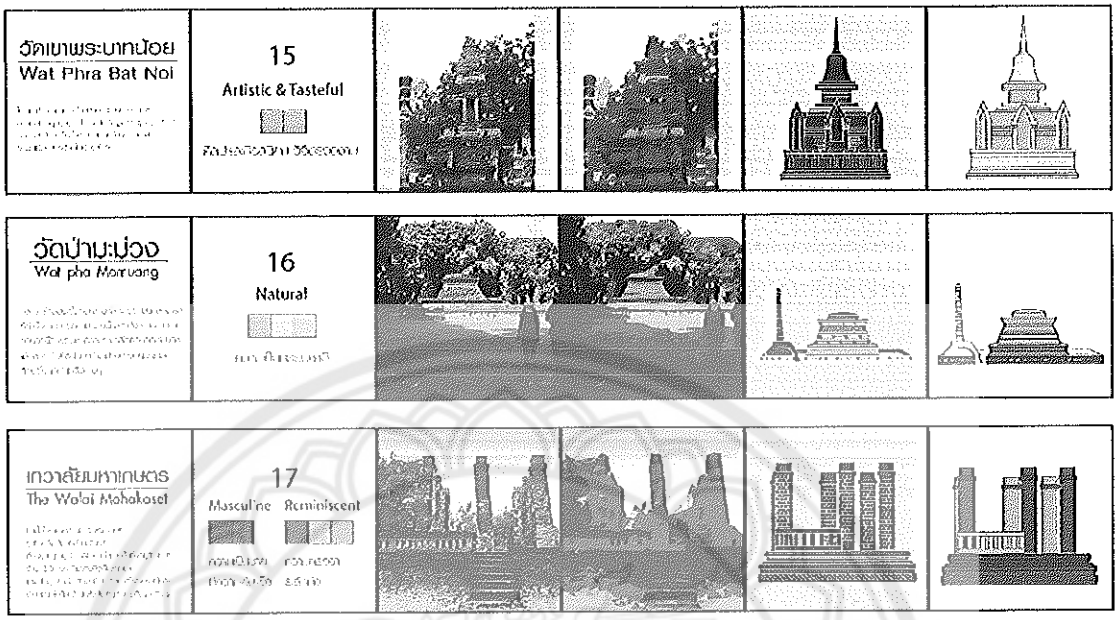
ดังนั้นจึงขอความร่วมมือจากท่าน โปรดตอบคำถามตามความจริง ซึ่งคำตอบของท่านมีส่วนช่วยในการวิเคราะห์และออกแบบสัญลักษณ์ภาพ เพื่อสื่ออินโฟกราฟิกมีต่อการรับรู้อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ โดยมีนางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์ เป็นหัวหน้าโครงการ และรองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุดสังข์เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ขอให้ท่านตอบข้อคำถามต่อไปนี้ ตามสภาพความเป็นจริง ข้อมูลทั้งหมดจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในทางการศึกษาเท่านั้น หากท่านมีข้อสงสัยประการใด โปรดติดต่อที่หมายเลขโทรศัพท์ 098-746-0859 หรือ e-mail: usa.inprasit@hotmail.com ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาให้ข้อมูลในครั้งนี้

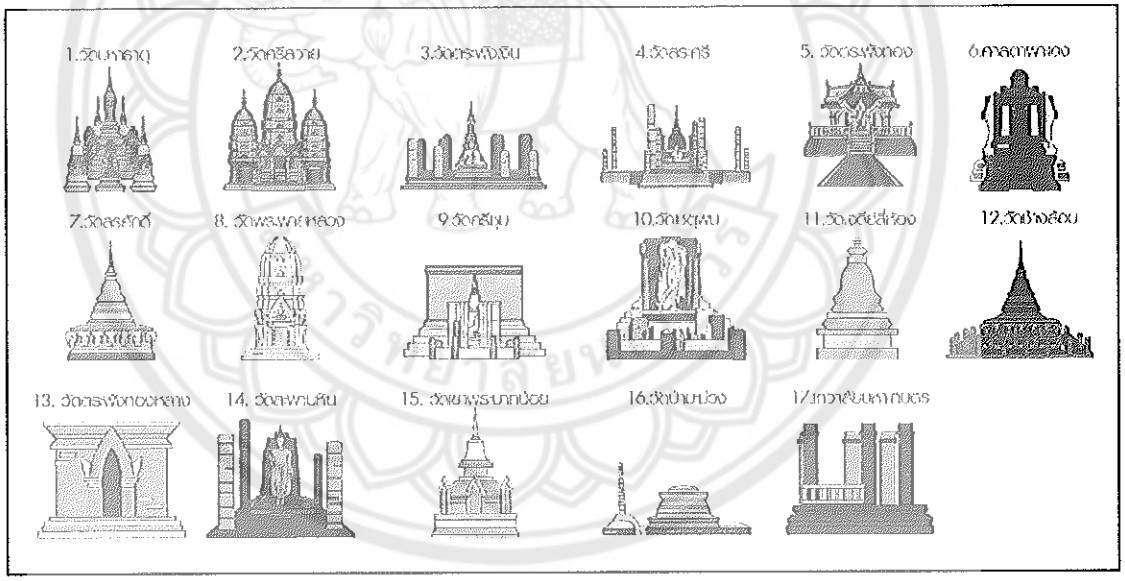
แนวความคิด : ผู้วิจัยออกแบบสัญลักษณ์ภาพโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ด้านสถาปัตยกรรม จากการสังเคราะห์โบราณสถานที่เหมาะสมตามร่องรอยประวัติศาสตร์ ความนิยมของนักท่องเที่ยว ความสมบูรณ์ของโบราณสถาน และมีประวัติความสำคัญ ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านโบราณสถาน 3 ท่าน จากการประเมินได้จำนวน 17 วัด ประกอบด้วย 1) วัดมหาธาตุ 2) วัดศรีสวาย 3) วัดตระพังเงิน 4) วัดสระศรี 5) วัดตระพังทอง 6) ศาลตาผาแดง 7) วัดสรศักดิ์ 8) วัดพระพายหลวง 9) วัดศรีชุม 10) วัดเชตุพน 11) วัดเจดีย์สี่ห้อง 12) วัดช้างล้อม 13) วัดตระพังทองหลาง 14) วัดสะพานหิน 15) วัดเขาพระบาทน้อย 16) วัดป่ามะม่วง 17) เทวาลัยมหาเกษตร

จากนั้นผู้วิจัยออกแบบสัญลักษณ์ภาพโบราณสถานแบบ (Symbolization) โดยการย่อยหรือสรุปภาพในลักษณะของการเป็นสัญลักษณ์ จับเอาองค์ประกอบพื้นฐานที่มีอยู่ในภาพ จุด, เส้น, ระนาบ ออกมาแสดงอย่างเรียบง่ายและลดทอนรายละเอียดให้เห็นจากสภาพจริง แต่คงความหมายเดิมของภาพนั้นเอาไว้ โดยนำหลักการ Symbolization ประกอบด้วย 1) จับจุดเด่นของภาพ 2) พยายามสร้างภาพใหม่ให้เข้าสู่องค์ประกอบพื้นฐานโดยการทำภาพให้ง่าย 3) ภาพที่ออกแบบมีละเอียดที่น้อยแต่ยังคงความหมายของภาพนั้นไว้ และนำทฤษฎีสีของ Shigenobu Kobayashi ให้สื่ออารมณ์ความรู้สึกและถึงบุคลิภาพของโบราณสถานในแต่ละที่ดังนี้


วัดมหาธาตุ
1
Rich
วัดศรีสวาย
Wat Sri Sawai
2
Dignified
3
Eminent
วัดสระศรี
Wat sa si
4
Cerebral
5
Dapper
Rich
ศาลตาพาแดง
Pha Daeng Shrine
6
Masculine
วัดสรศักดิ์
Wat Sorasak
7
Graceful
Eminent


วัดพระพายหลวง
Wat Phra Phai Luang
8
Refined & Comely
วัดศรีชุม
Wat Sri Chum
9
Graceful
Eminent
วัดเชตุพน
Wat Chetuphon
10
Tranquil
Dignified
วัดเจดีย์สี่ห้อง
Wat Chedi Si Hong
11
Simple & Honest
วัดช้างล้อม
Wat Chang Lom
12
Robust
วัดตระพังทองหลาง
Wat Tra Phang Thong Lang
13
Fashionable
วัดสะพานหิน
Wat SaPhan Hin
14
Artistic & tasteful
Heavy & Deep





ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ชื่อ-สกุล.....อายุ.....ปี

อาชีพ/ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน.....

ประสบการณ์ทำงาน.....ปี ระดับ.....

การศึกษา.....

.....

ส่วนที่ 2 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ

คำชี้แจง : ระดับการประเมินจะถูกแทนค่าด้วยเลข 5 คือ ดีมาก, 4 คือ ดี, 3 คือ ปานกลาง, 2 คือ พอใช้, 1 คือ ควรปรับปรุง ตามลำดับ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ลำดับ	เกณฑ์	1.วัดมหาธาตุ					2.วัดศรีสวาย					3.วัดตระพังเงิน					4.วัดตระศรี					5. วัดตระพังทอง				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1	สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว																									
2	เข้าใจง่าย																									
3	จดจำง่าย																									
4	ของเห็นได้ง่าย																									
5	มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม																									
6	มีความร่วมสมัย																									
7	มีความสวยงามน่าสนใจ																									
8	นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการย่อหรือขยาย																									
9	บุคลิกของสิ่งเหมาะสมกับโบราณสถาน																									
10	สีโดยรวมสวยงามน่าสนใจ																									

ลำดับ	เกณฑ์	[illegible]					[illegible]					[illegible]					[illegible]					[illegible]					[illegible]				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1	สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว																														
2	เข้าใจง่าย																														
3	จดจำง่าย																														
4	ของเห็นได้ง่าย																														
5	มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลายกลุ่ม																														
6	มีความร่วมสมัย																														
7	มีความสวยงามน่าสนใจ																														
8	นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการย่อหรือขยาย																														
9	บุคลิกของสิ่งเหมาะสมกับโบราณสถาน																														
10	สีโดยรวมสวยงามน่าสนใจ																														

ลำดับ	เกณฑ์	12.	13.	14.	15.	16.	17.
		5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
1	สื่อหาอยากได้อย่างรวดเร็ว						
2	เข้าใจง่าย						
3	ราคาถูก						
4	ยอมรับได้ง่าย						
5	มีความเป็นสากลสื่อได้กับคนหลากกลุ่ม						
6	มีความร่วมสมัย						
7	มีความสวยงามน่าสนใจ						
8	นำไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายโดยการน้อมรำลึก						
9	บุคลิกลอยสัมพันธ์กับโบราณสถาน						
10	สื่อความหมายชัดเจน						

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม)

ภาคผนวก จ แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรื่อง : ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

คำชี้แจง : แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยเรื่อง เรื่อง ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อคำถาม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะทำการประเมินความเที่ยงตรงในแบบสอบถาม

โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง

+1 = แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม

0 = ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่

-1 = แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญได้กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแบบสอบถาม โดยใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

แบบประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อการวิจัย

เรื่อง ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ดังนั้น จึงขอความร่วมมือจากท่าน โปรดตอบคำถามตามความเป็นจริง ซึ่งทุกคำตอบของท่านมีส่วนช่วยในวิเคราะห์และปรับปรุงการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ ให้ดียิ่งขึ้น

2. ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบกราฟิก อินโฟกราฟิก ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์สุโขทัย

3. แบบสอบถามนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบประเมินด้านความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
ประเมินความคิดเห็นฉบับนี้เป็นอย่างยิ่ง

(นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์)
นิสิตหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร

ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
	เหมาะสม 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม				
ชื่อ-สกุล..... อายุ.....ปี อาชีพ/ตำแหน่ง..... สถานที่ทำงาน..... การศึกษา..... ผลงาน.....				
ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
	เหมาะสม 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ **คำชี้แจง** : ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนน โดยเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้ 5 หมายถึง ดีมาก 4 หมายถึง ดี 3 หมายถึง ปานกลาง 2 หมายถึง พอใช้ 1 หมายถึง ควรปรับปรุง				
ด้านการออกแบบ				
1.สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน				
2.สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน				
3.ตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจน				
4.รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความเหมาะสม				
5.สีที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสม				
ด้านเนื้อหา				
1.เนื้อหามีความน่าสนใจ				
2.ความถูกต้องของเนื้อหา				
3.ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม				
4.ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา				
5.สื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ				

แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้และความเข้าใจ
การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

เรื่อง : ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ดังนั้น จึงขอความร่วมมือจากท่านโปรดตอบคำถามตามความเป็นจริง ซึ่งทุกคำตอบของท่านมีส่วนช่วยในการวิเคราะห์และออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกมีต่อการรับรู้อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ นักท่องเที่ยว
2. แบบสอบถามนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการรับรู้และความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

ดังนั้น ขอให้ท่านตอบข้อคำถามต่อไปนี้ ตามสภาพความเป็นจริง ข้อมูลทั้งหมดจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในทางการศึกษาเท่านั้น หากท่านมีข้อสงสัยประการใด โปรดติดต่อที่หมายเลขโทรศัพท์ 098-746-0859 หรือ e-mail: usa.inprasit@hotmail.com ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาให้ข้อมูลในครั้งนี้

(นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์)
นักศึกษาหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยนเรศวร

ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
	เหมาะสม 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม **คำชี้แจง** : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านและเติมข้อความในช่องว่างที่เว้นไว้				
1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง				
2.อายุ ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 21-30 ปี ☐ 31-40 ปี ☐ 41-50ปี ☐ 51-60 ปี ☐ 61 ปีขึ้นไป				
3.การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย ☐ อนุปริญญา ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก ☐ อื่น ๆ.....				
4.อาชีพ ☐ นักเรียน ☐ นักศึกษา ☐ ข้าราชการ ☐ ประกอบธุกิจส่วนตัว ☐ พนักงานของรัฐ ☐ เกษตรกร ☐ รับจ้าง ☐ ค้าขาย				

ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
	เหมาะสม 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ อื่น ๆ				
5.รายได้/เดือน ☐ ไม่มีรายได้ ☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,001-20,000 บาท ☐ 20,001-30,000 บาท ☐ 30,001-40,000 บาท ☐ 40,001-50,000 บาท ☐ 50,001-60,000 บาท ☐ มากกว่า 60,000 บาท				
ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ คำชี้แจง : ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนโดยเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้ 5 หมายถึง การรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับ มากที่สุด 4 หมายถึง การรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับ มาก 3 หมายถึง การรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับ ปานกลาง 2 หมายถึง การรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับ น้อย 1 หมายถึง การรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด				
การรับรู้ 1.สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว				
2.สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้				
3.สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้				
4.สื่อมีความชัดเจน				
5.สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม				
ความเข้าใจ 1.สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้				
2.เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย				
3.องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย				
4.สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ				
5.สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม				

ภาคผนวก ฉ แบบประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อการวิจัย

แบบประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อการวิจัย

วิทยานิพนธ์ : ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ผู้วิจัย : นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์

คำชี้แจง

1. แบบประเมินฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

2. ผู้ตอบแบบประเมิน คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก นักวิชาการ นักประวัติศาสตร์

ดังนั้นจึงขอความร่วมมือจากท่าน โปรดตอบคำถามตามความจริง ซึ่งคำตอบของท่านมีส่วนช่วยในการวิเคราะห์และออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกมีต่อการรับรู้อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ โดยมีนางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์ เป็นหัวหน้าโครงการ และรองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุดสังข์เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ขอให้ท่านตอบข้อคำถามต่อไปนี้ ตามสภาพความเป็นจริง ข้อมูลทั้งหมดจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในทางการศึกษาเท่านั้น หากท่านมีข้อสงสัยประการใด โปรดติดต่อที่หมายเลขโทรศัพท์ 098-746-0859 หรือ e-mail: usa.inprasit@hotmail.com ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาให้ข้อมูลในครั้งนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ชื่อ-สกุล.....อายุ.....ปี

อาชีพ/ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน.....

ประสบการณ์ทำงาน.....ปี ระดับ.....

การศึกษา.....

.....

ผลงาน.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์

คำชี้แจง : ระดับการประเมินจะถูกแทนค่าด้วยเลข 5 คือ ดีมาก, 4 คือ ดี, 3 คือ ปานกลาง, 2 คือ พอใช้, 1 คือ ควรปรับปรุง ตามลำดับ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

สื่อสิ่งพิมพ์

รายการ	หนังสือนำเที่ยว					โปสเตอร์					แผ่นพับ				
	ระดับการประเมิน					ระดับการประเมิน					ระดับการประเมิน				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.ด้านการออกแบบ															
1.1 สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน															
1.2 สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน															
1.3 ตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจน															
1.4 รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความเหมาะสม															
1.5 สีที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสม															
2. ด้านเนื้อหา															
2.1 เนื้อหามีความน่าสนใจ															
2.2 ความถูกต้องของเนื้อหา															
2.3 ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม															
2.4 ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา															
2.5 สื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ															

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สื่อออนไลน์

รายการ	เพจเฟสบุ๊ค				
	ระดับการประเมิน				
	5	4	3	2	1
ด้านสื่อออนไลน์ 1.1 สื่อสะดวกต่อการใช้งาน					
1.2 เนื้อหาของสื่อมีความต่อเนื่องในการนำเสนอ					
1.3 สื่อสามารถเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอได้ง่าย					
1.4 สื่อดึงดูดกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจ					
1.5 การนำเสนอของสื่อทำให้อยากติดตามอย่างต่อเนื่อง					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม)

ภาคผนวก ช แบบสอบถามความคิดเห็นการรับรู้และความเข้าใจการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการรับรู้และความเข้าใจการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

ชื่อโครงการวิจัย: ผลการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ผู้วิจัย: นางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์
สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
ที่ปรึกษาโครงการ: รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุดสังข์

คำชี้แจง

1.แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง ผลของการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

2.ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ นักท่องเที่ยว

ดังนั้นจึงขอความร่วมมือจากท่าน โปรดตอบคำถามตามความจริง ซึ่งคำตอบของท่านมีส่วนช่วยในการวิเคราะห์และออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกมีต่อการรับรู้อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยของนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ โดยมีนางสาวอุษา อินทร์ประสิทธิ์ เป็นหัวหน้าโครงการ และรองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุดสังข์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ขอให้ท่านตอบข้อคำถามต่อไปนี้ ตามสภาพความเป็นจริง ข้อมูลทั้งหมดจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในทางการศึกษาเท่านั้น หากท่านมีข้อสงสัยประการใด โปรดติดต่อที่หมายเลขโทรศัพท์ 098-746-0859 หรือ e-mail: usa.inprasit@hotmail.com ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาให้ข้อมูลในครั้งนี้

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านและเติมข้อความในช่องว่างที่เว้นไว้

1.เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2.อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 21-30 ปี ☐ 31-40 ปี

☐ 41-50 ปี ☐ 51-60 ปี ☐ 61 ปีขึ้นไป

3.การศึกษา

☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย

☐ อนุปริญญา ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท

☐ ปริญญาเอก ☐ ไม่ได้ศึกษา

4.อาชีพ

☐ นักเรียน ☐ นักศึกษา ☐ ข้าราชการ

☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ☐ พนักงานของรัฐ ☐ เกษตรกร

☐ รับจ้าง ☐ ค้าขาย ☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ไม่ได้ประกอบอาชีพ

5.รายได้/เดือน

☐ ไม่มีรายได้ ☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,001-20,000 บาท

☐ 20,001-30,000 บาท ☐ 30,001-40,000 บาท ☐ 40,001-50,000 บาท

☐ 50,001-60,000 บาท ☐ มากกว่า 60,000 บาท

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการรับรู้และความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

คำชี้แจง : ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยระดับการประเมินจะถูกแทนค่าด้วย

5 คะแนน หมายถึง การรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับ มากที่สุด
4 คะแนน หมายถึง การรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับ มาก
3 คะแนน หมายถึง การรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับ ปานกลาง
2 คะแนน หมายถึง การรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับ น้อย
1 คะแนน หมายถึง การรับรู้และความเข้าใจอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

แบบประเมินการรับรู้และความเข้าใจสื่ออินโฟกราฟิก ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

เกณฑ์ประเมิน	หนังสือนำเที่ยว					โปสเตอร์					แผ่นพับ					เพจเฟสบุ๊ค				
	ระดับความคิดเห็น					ระดับความคิดเห็น					ระดับความคิดเห็น					ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
การรับรู้																				
1.สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว																				
2.สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้																				
3.สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้																				
4.สื่อมีความชัดเจน																				
5.สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม																				
ความเข้าใจ																				
1.สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้																				
2.เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย																				
3.องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย																				
4.สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ																				
5.สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม																				

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม)

ภาคผนวก ซ ค่าความสอดคล้องแบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC)

ค่าความสอดคล้องแบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของแบบประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อการวิจัย จำนวน 5 ท่าน

รายการประเมินข้อคำถาม	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ					ค่า (IOC)
	1	2	3	4	5	
1.ด้านการออกแบบ						
1.1 สัญลักษณ์ภาพมองเห็นได้ชัดเจน	1	1	1	1	1	1
1.2 สัญลักษณ์ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน	1	1	1	1	1	1
1.3 ตัวอักษรมองเห็นได้ชัดเจน	1	1	1	1	1	1
1.4 รูปแบบตัวอักษร (Font) มีความเหมาะสม	1	1	1	1	1	1
1.5 สีที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสม	1	1	1	1	1	1
2. ด้านเนื้อหา						
2.1 เนื้อหามีความน่าสนใจ	1	1	1	1	1	1
2.2 ความถูกต้องของเนื้อหา	1	1	1	1	1	1
2.3 ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม	1	1	1	1	1	1
2.4 ความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	1	1	1	1	1	1
2.5 สื่อความหมายได้ครบถ้วนโดยใช้คำที่กระชับได้ใจความ	1	1	1	1	1	1
1. ด้านสื่อออนไลน์						
1.1 สื่อสะดวกต่อการใช้งาน	1	1	1	1	1	1
1.2 เนื้อหาของสื่อมีความต่อเนื่องในการนำเสนอ	1	1	1	1	1	1
1.3 สื่อสามารถเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอได้ง่าย	1	1	1	1	1	1
1.4 สื่อดึงดูดกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจ	1	1	1	1	1	1
1.5 การนำเสนอของสื่อทำให้อยากติดตามอย่างต่อเนื่อง	1	1	1	1	1	1

จากการพิจารณาผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าข้อคำถามกับเนื้อหา วัตถุประสงค์ มีความถูกต้องเที่ยงตรง เนื้อหาครอบคลุมทุกด้าน ซึ่งจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน พบว่า มีข้อคำถามทั้ง 15 ข้อ สามารถนำไปใช้ในการสร้างแบบประเมินคุณภาพสื่ออินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ เพื่อนำไปเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก อินโฟกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์สุโขทัยต่อไป

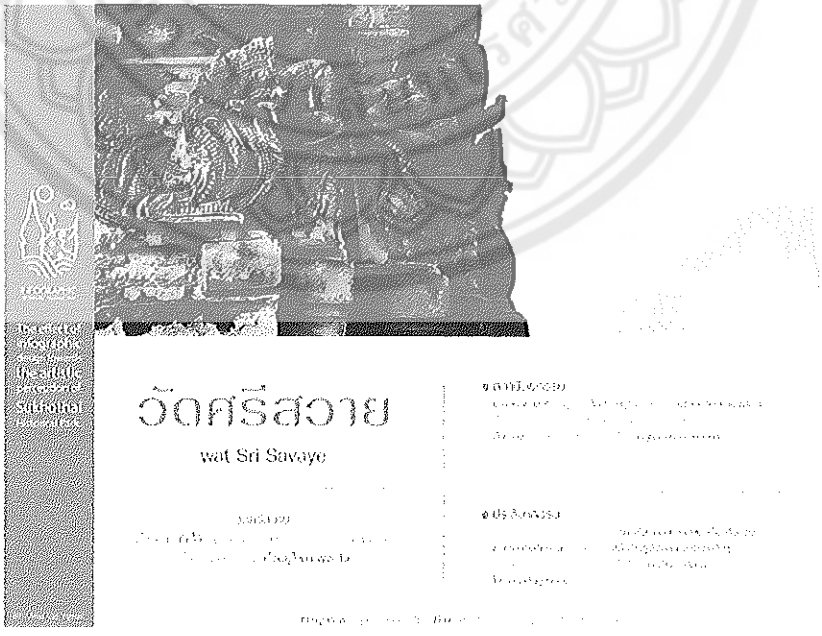
ค่าความสอดคล้องแบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการรับรู้และความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ โดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อการวิจัย จำนวน 5 ท่าน

รายการประเมินข้อคำถาม	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ					ค่า (IOC)
	1	2	3	4	5	
การรับรู้						
1. สื่อช่วยให้รับรู้ข้อมูลได้รวดเร็ว	1	1	1	1	1	1
2. สื่อเข้าใจง่ายต่อการรับรู้	1	1	1	1	1	1
3. สื่อมีขนาดเหมาะสมต่อการรับรู้	1	1	1	1	1	1
4. สื่อมีความชัดเจน	1	1	1	1	1	1
5. สื่อมีความน่าสนใจชวนติดตาม	1	1	1	1	1	1
ความเข้าใจ						
1. สื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาเป็นลำดับได้	1	1	1	1	1	1
2. เนื้อหาของสื่อเข้าใจง่าย	1	1	1	1	1	1
3. องค์ประกอบของสื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่าย	1	1	1	1	1	1
4. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ	1	1	1	1	1	1
5. สื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการศึกษาเพิ่มเติม	1	1	1	1	1	1

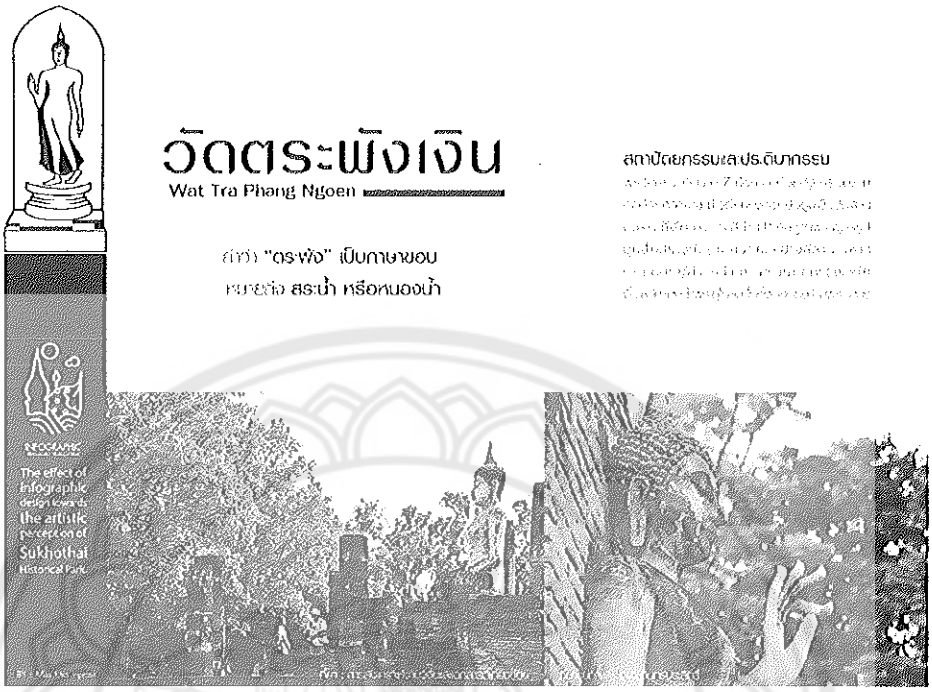
จากการพิจารณาผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าข้อคำถามกับเนื้อหา วัตถุประสงค์ มีความถูกต้องเที่ยงตรง เนื้อหาครอบคลุมทุกด้าน ซึ่งจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน พบว่า มีข้อคำถามทั้ง 10 ข้อ สามารถนำไปใช้ในการสร้างแบบประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการรับรู้และความเข้าใจการออกแบบอินโฟกราฟิกที่มีต่อการรับรู้งานศิลปกรรมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ เพื่อนำไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่อไป

ภาคผนวก ฌ การสังเคราะห์ข้อมูลโบราณสถาน 17 แห่ง ก่อนการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก และเพื่อการประชาสัมพันธ์ลงเพจเฟสบุ๊ค

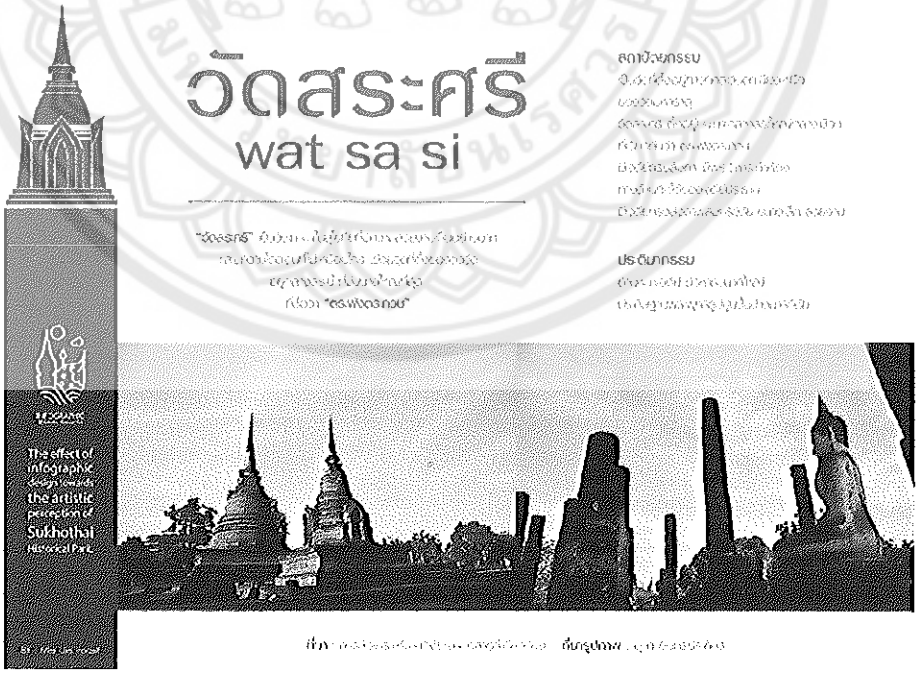
ภาพ 215 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดมหาธาตุ



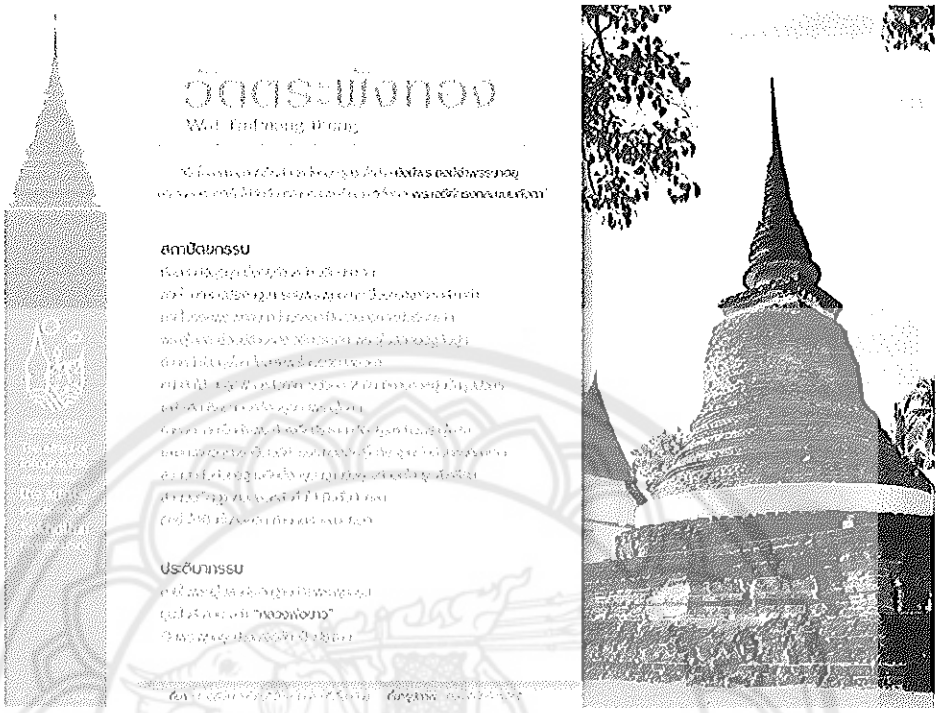
ภาพ 216 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดศรีสวาย



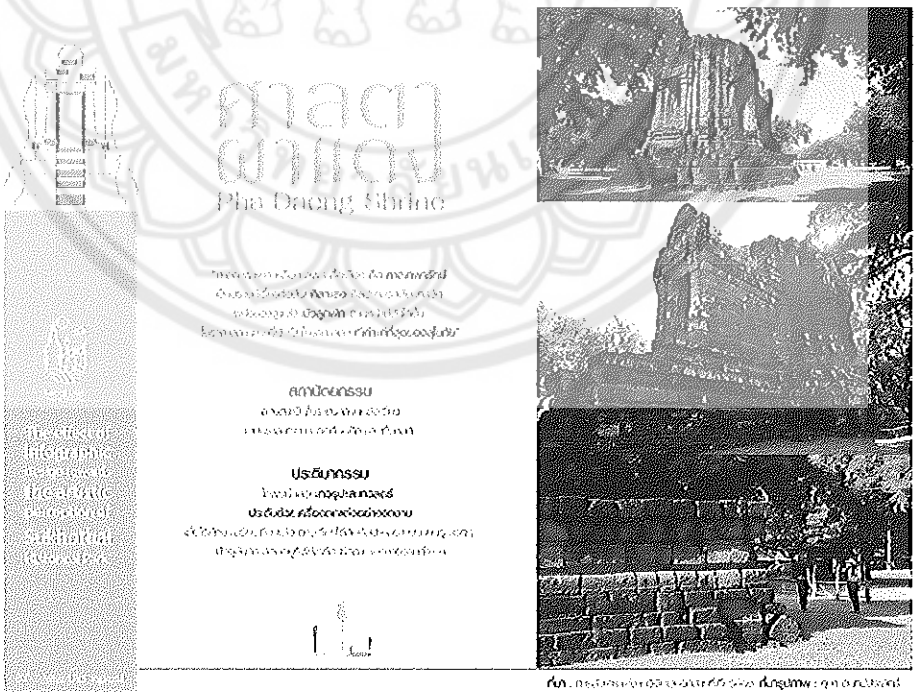
ภาพ 217 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดตระพังเงิน



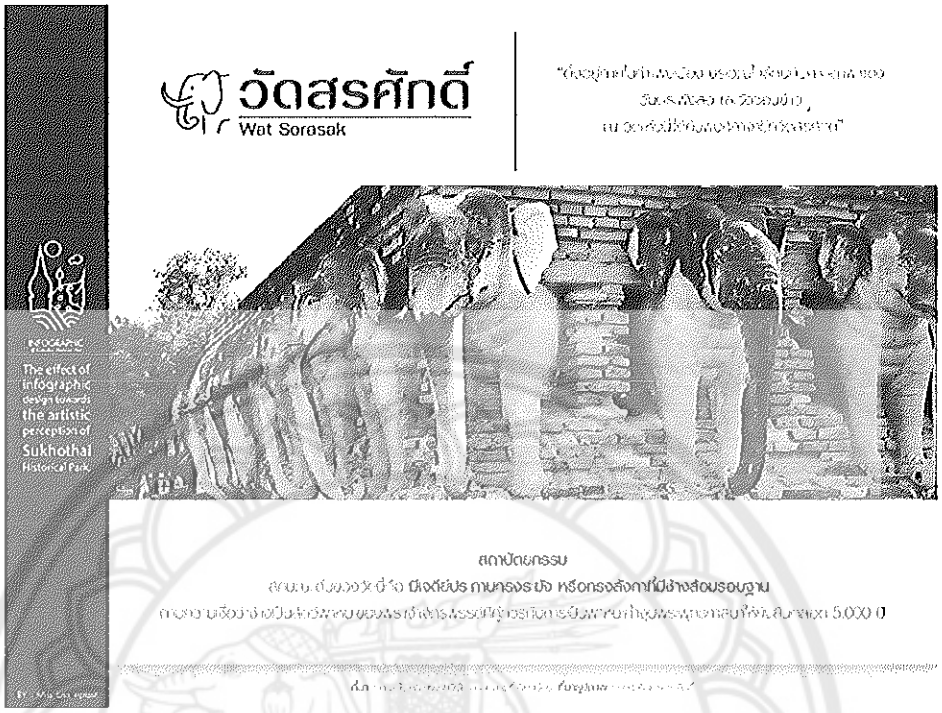
ภาพ 218 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดสระศรี



ภาพ 219 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดตระพังทอง

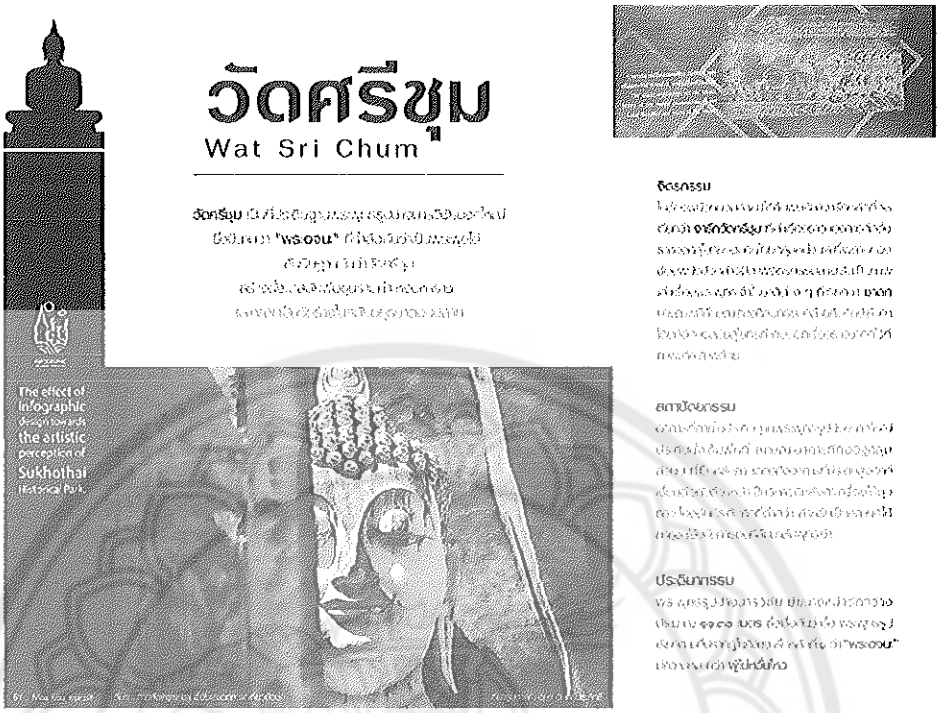


ภาพ 220 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลศาลตาผาแดง

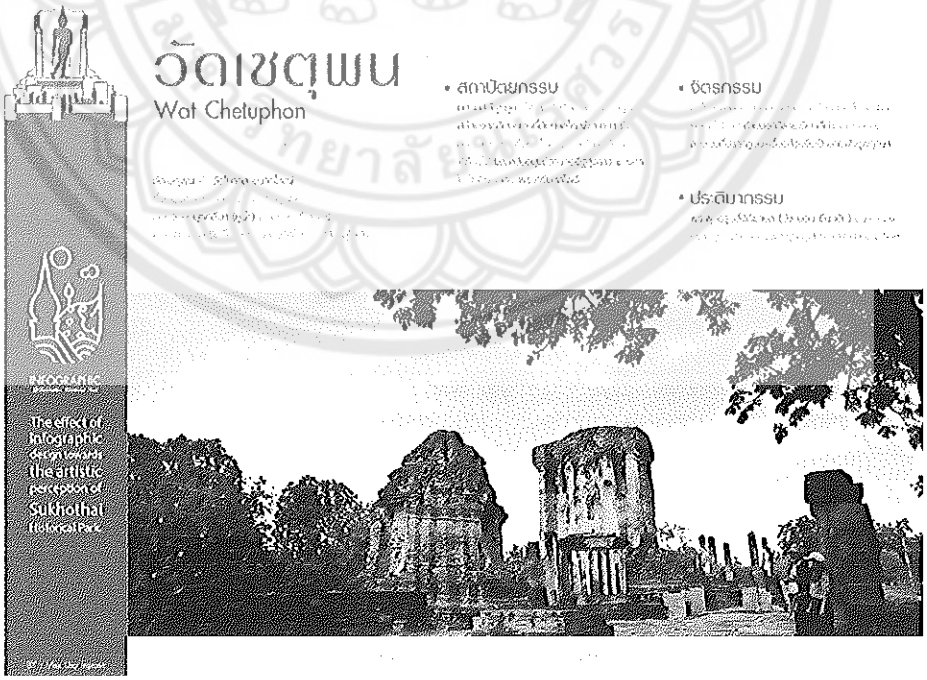


ภาพ 221 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดสรศักดิ์

ภาพ 222 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดพระพายหลวง

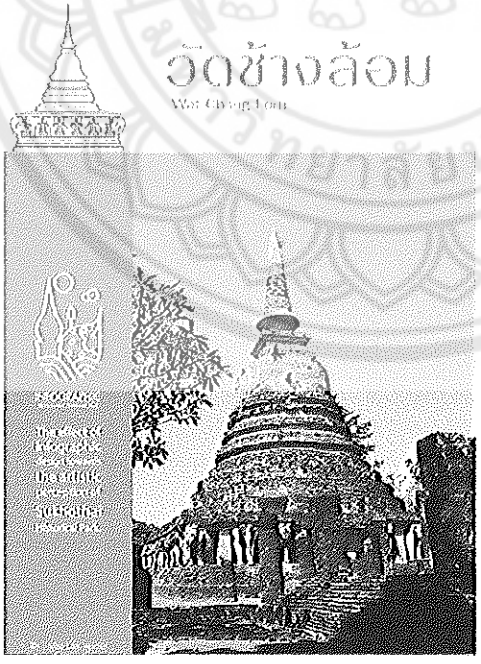


ภาพ 223 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดศรีชุม

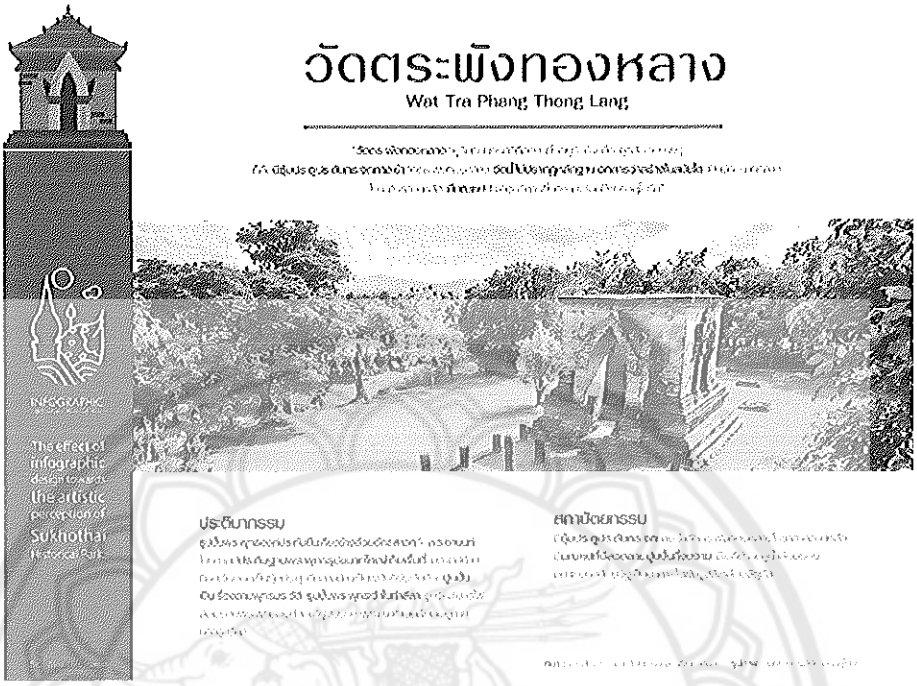


ภาพ 224 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดเชตุพน

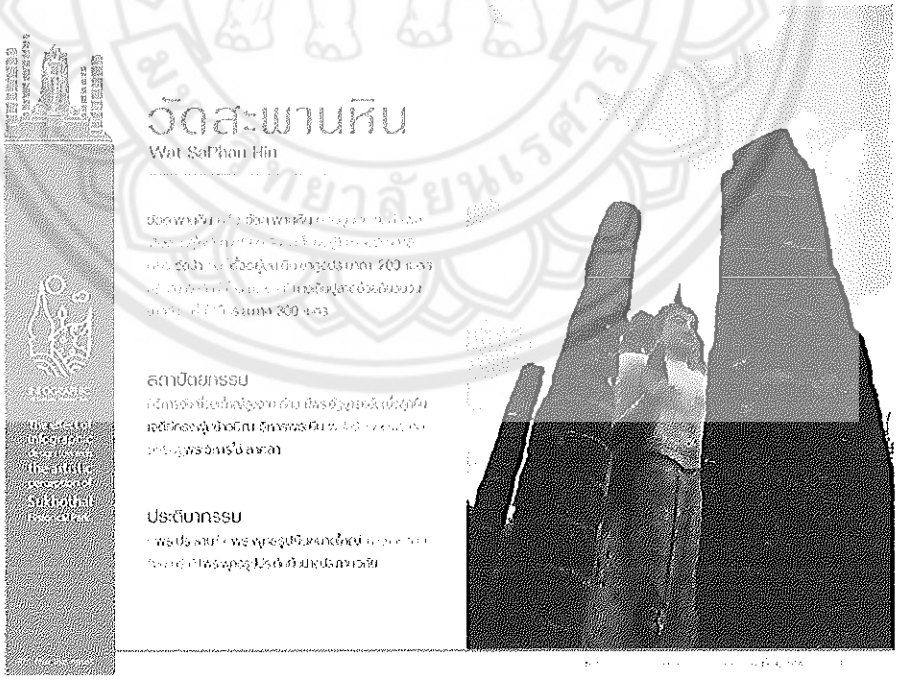
ภาพ 225 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดเจดีย์สี่ห้อง



ภาพ 226 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดช้างล้อม



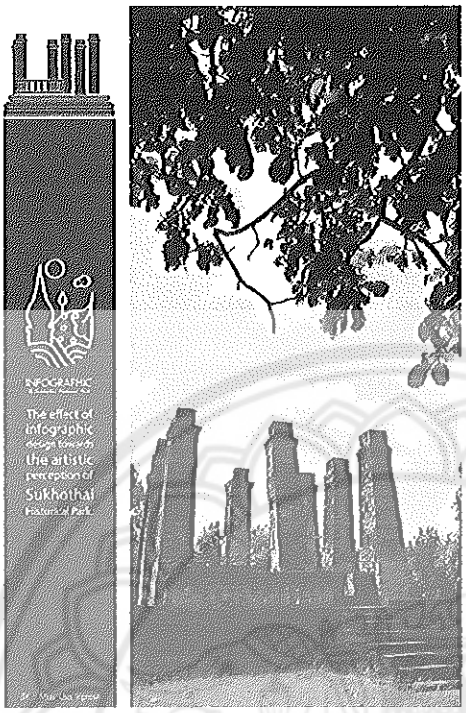
ภาพ 227 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดตระพังทองหลาง



ภาพ 228 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดสะพานหิน

ภาพ 229 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดเขาพระบาทน้อย

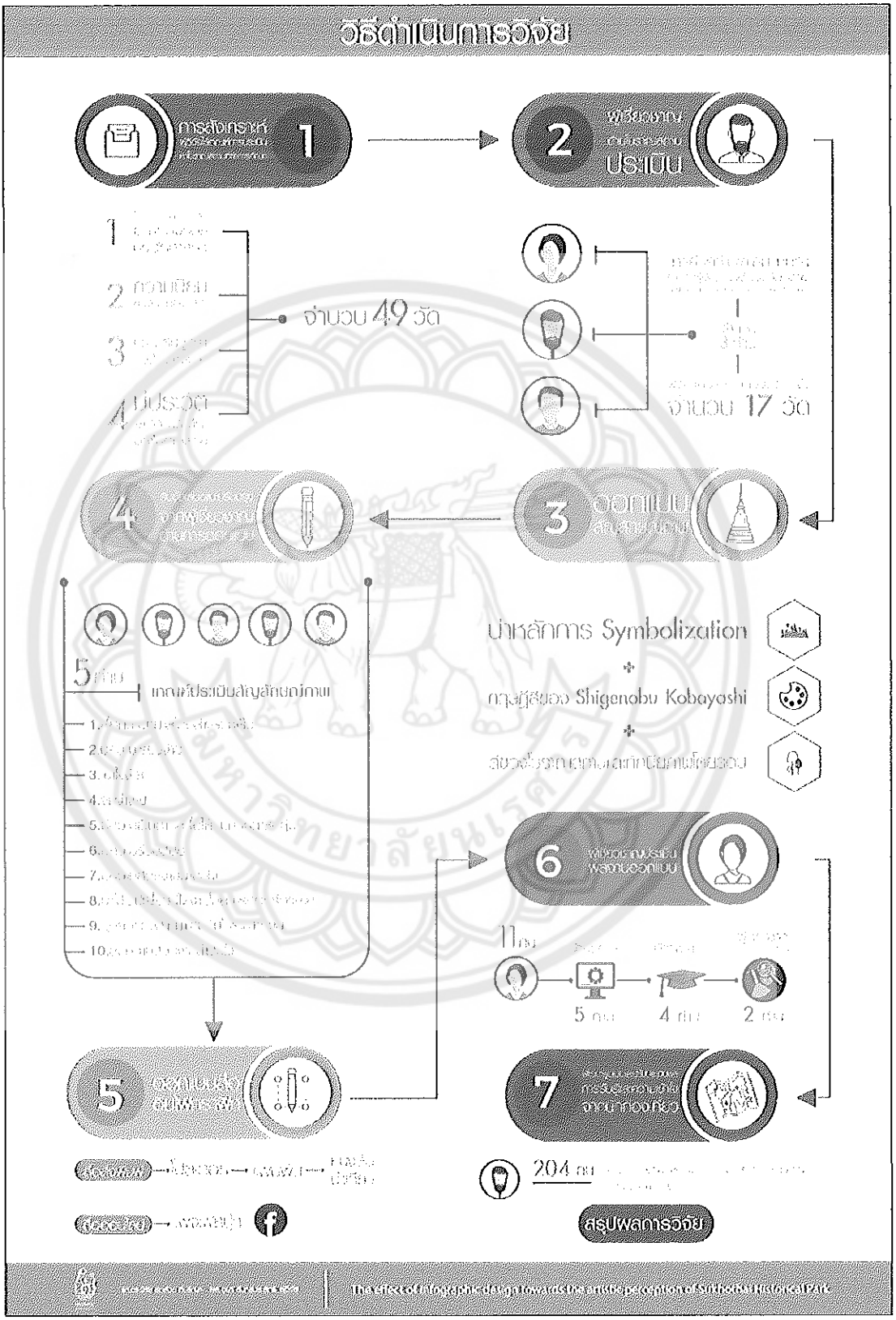
ภาพ 230 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลวัดป่ามะม่วง



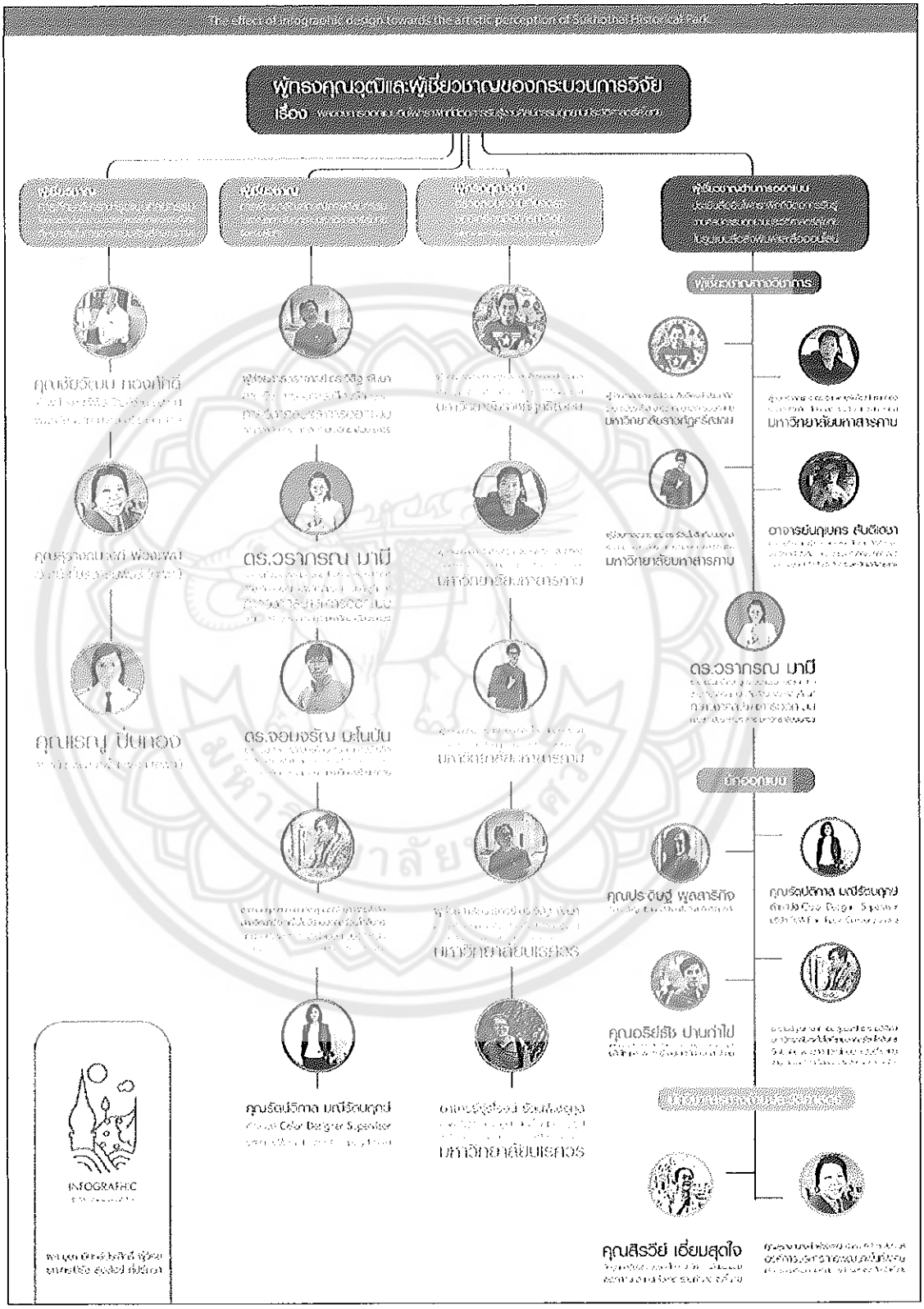
ภาพ 231 แสดงการสังเคราะห์ข้อมูลเทวาลัยมหาเกษตร

ภาพ 232 แสดงโลโก้ของการวิจัยแบบสี

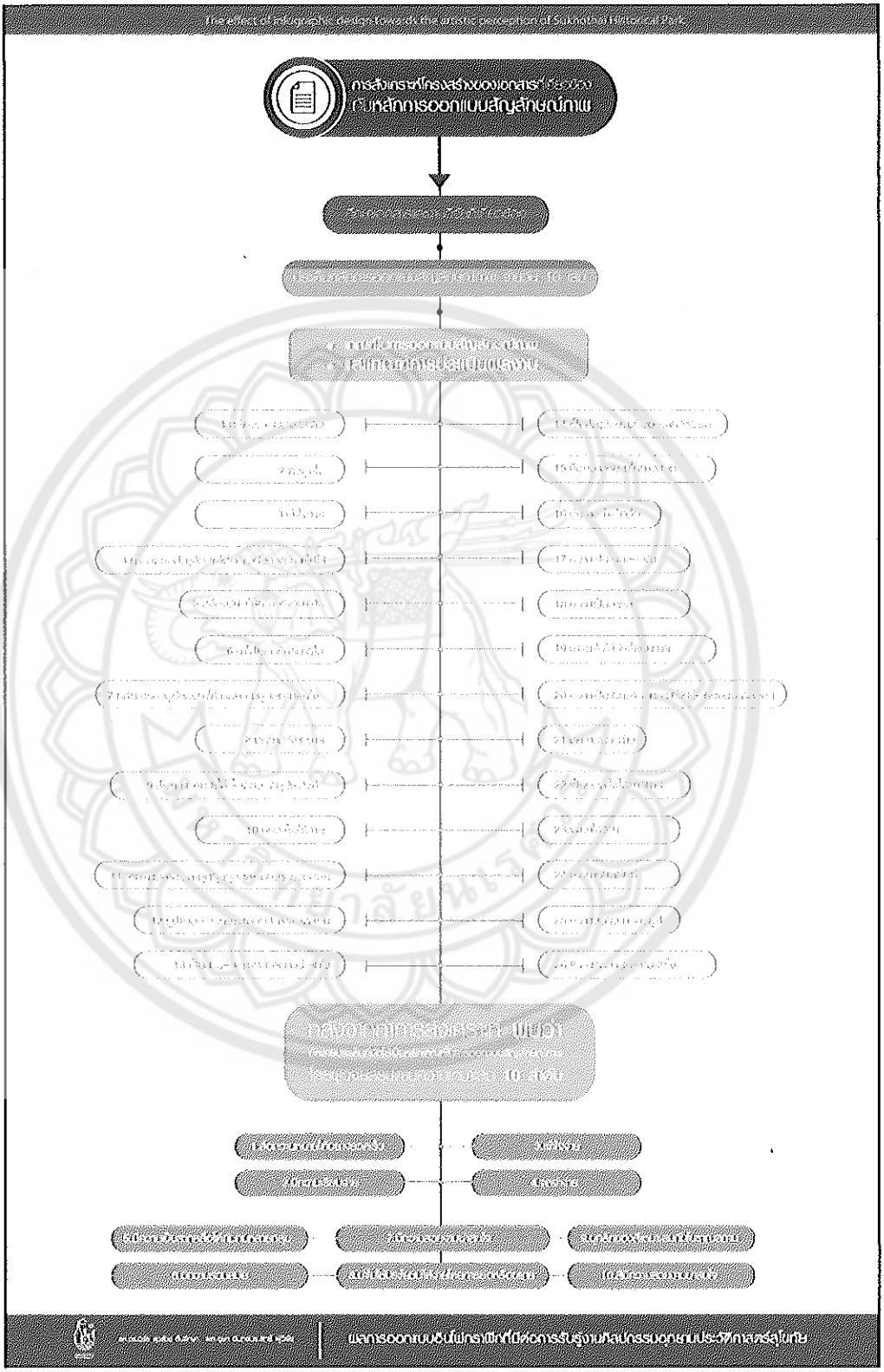
ภาพ 233 แสดงคิวอาร์โค้ดของงานวิจัยเพื่อเชื่อมต่อเพจเฟสบุ๊ค



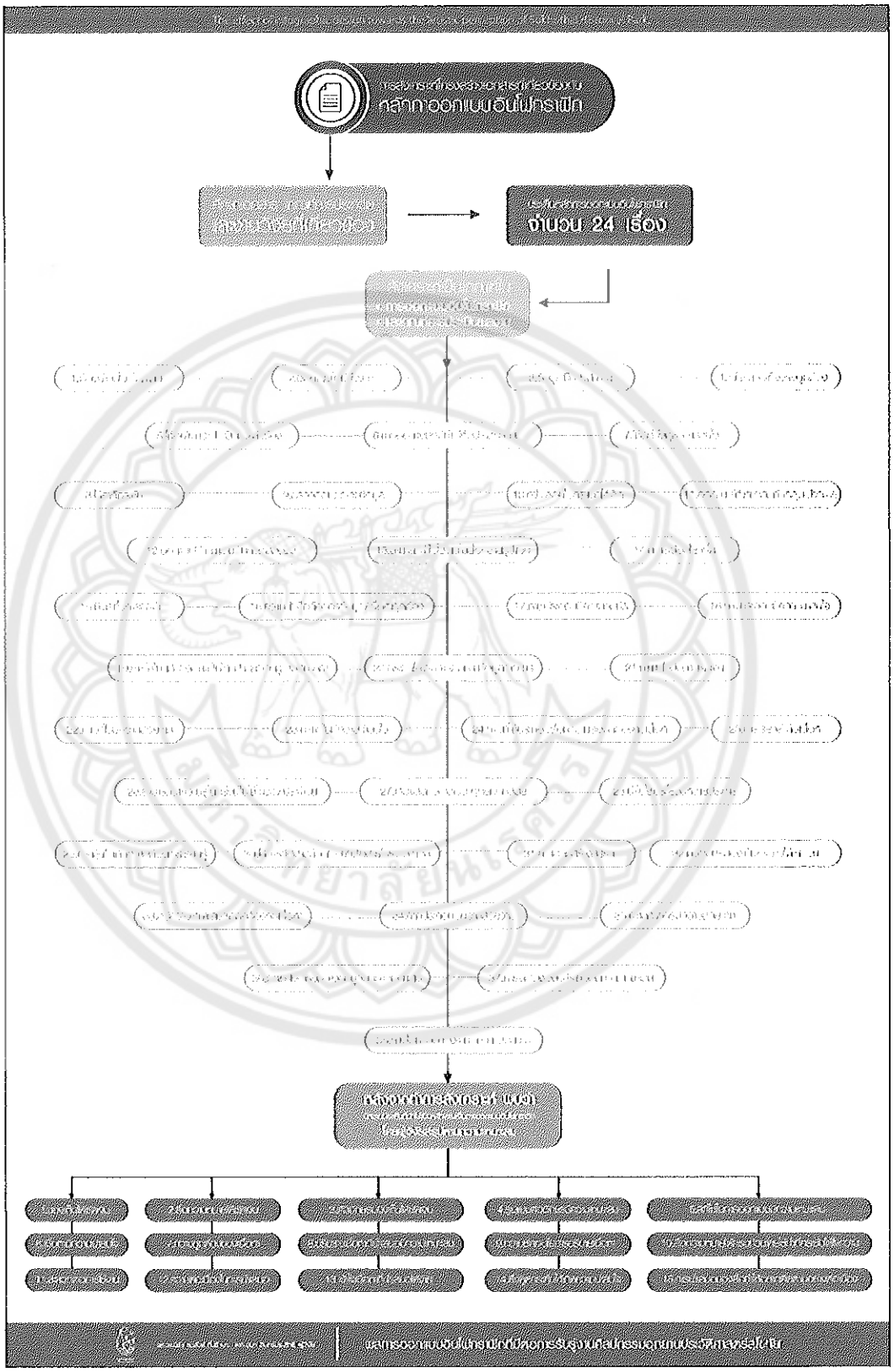
ภาพ 234 แสดงวิธีดำเนินการวิจัยเพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค



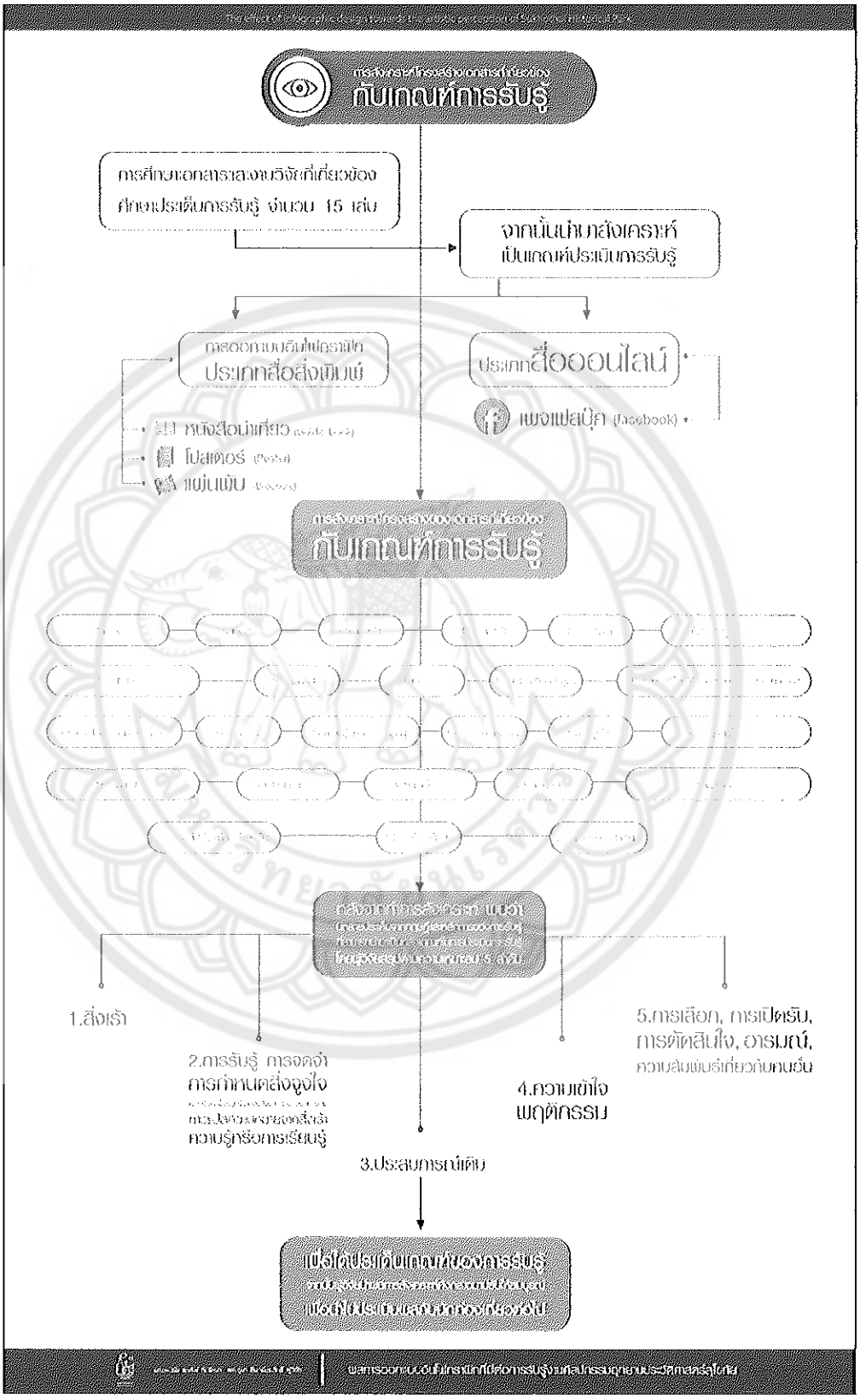
ภาพ 235 แสดงผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญการออกแบบ
เพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค



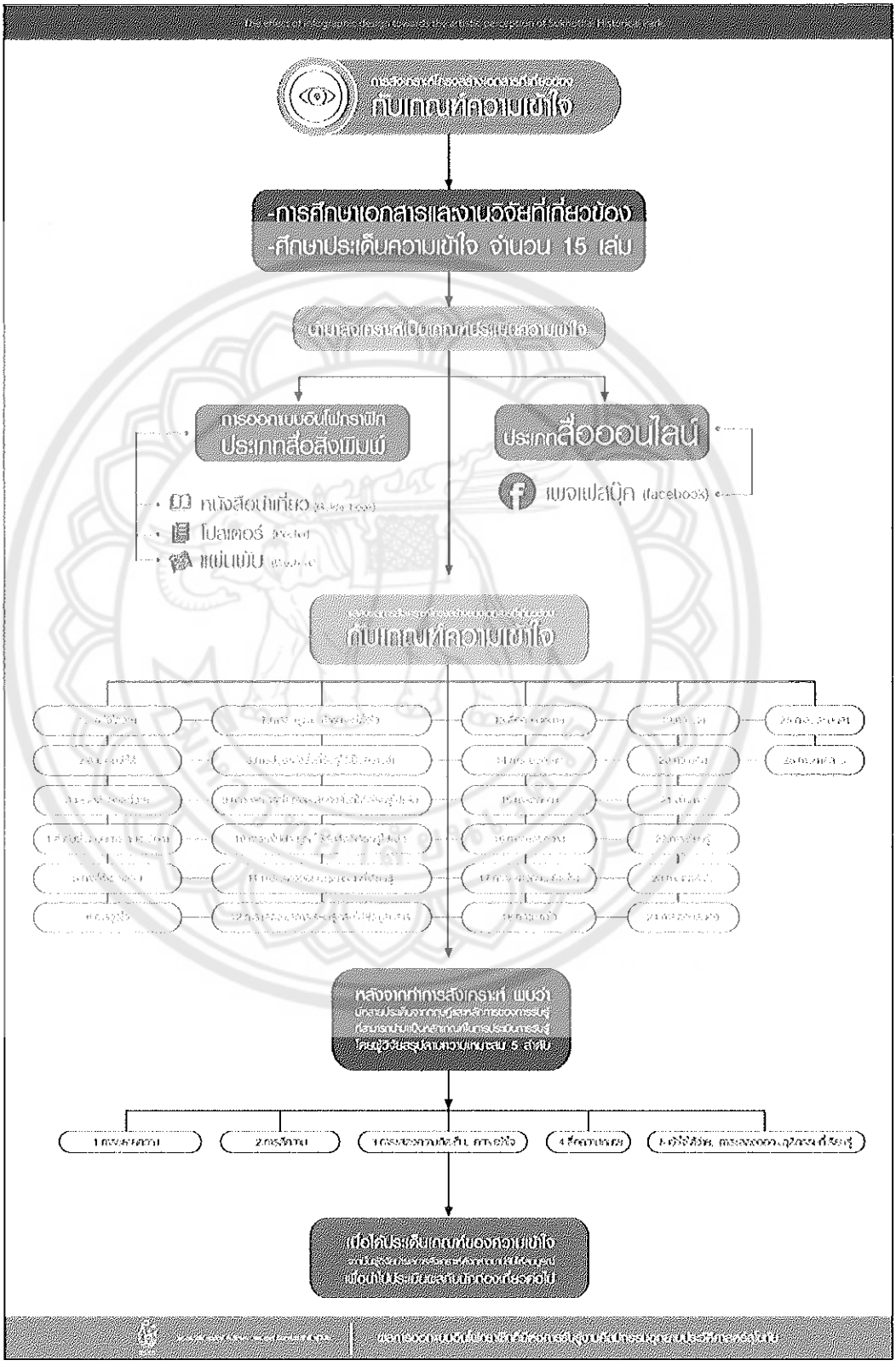
ภาพ 236 แสดงการสังเคราะห์หลักการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ
เพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค



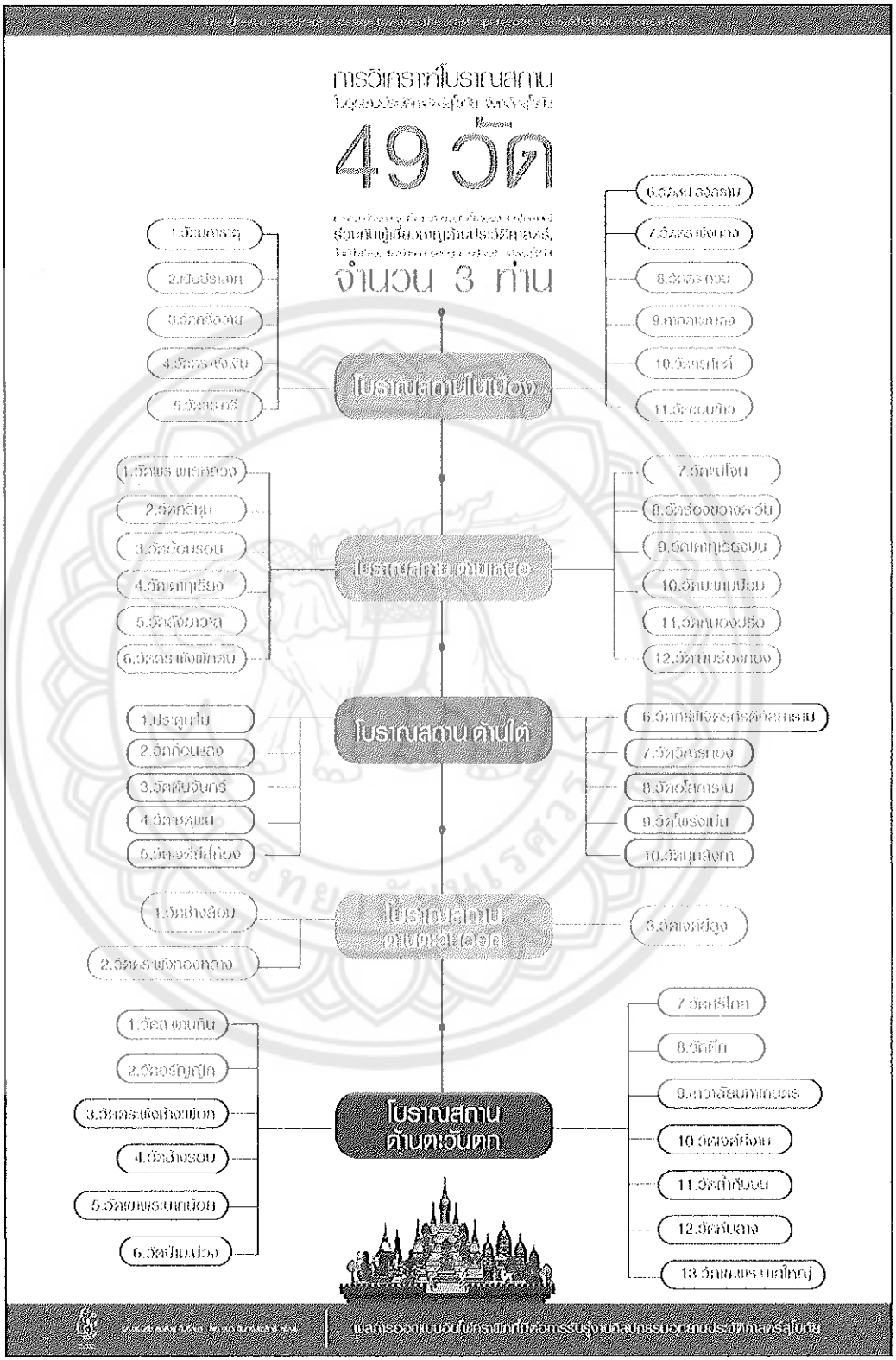
ภาพ 237 แสดงการสังเคราะห์หลักการออกแบบอินโฟกราฟิก
เพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค



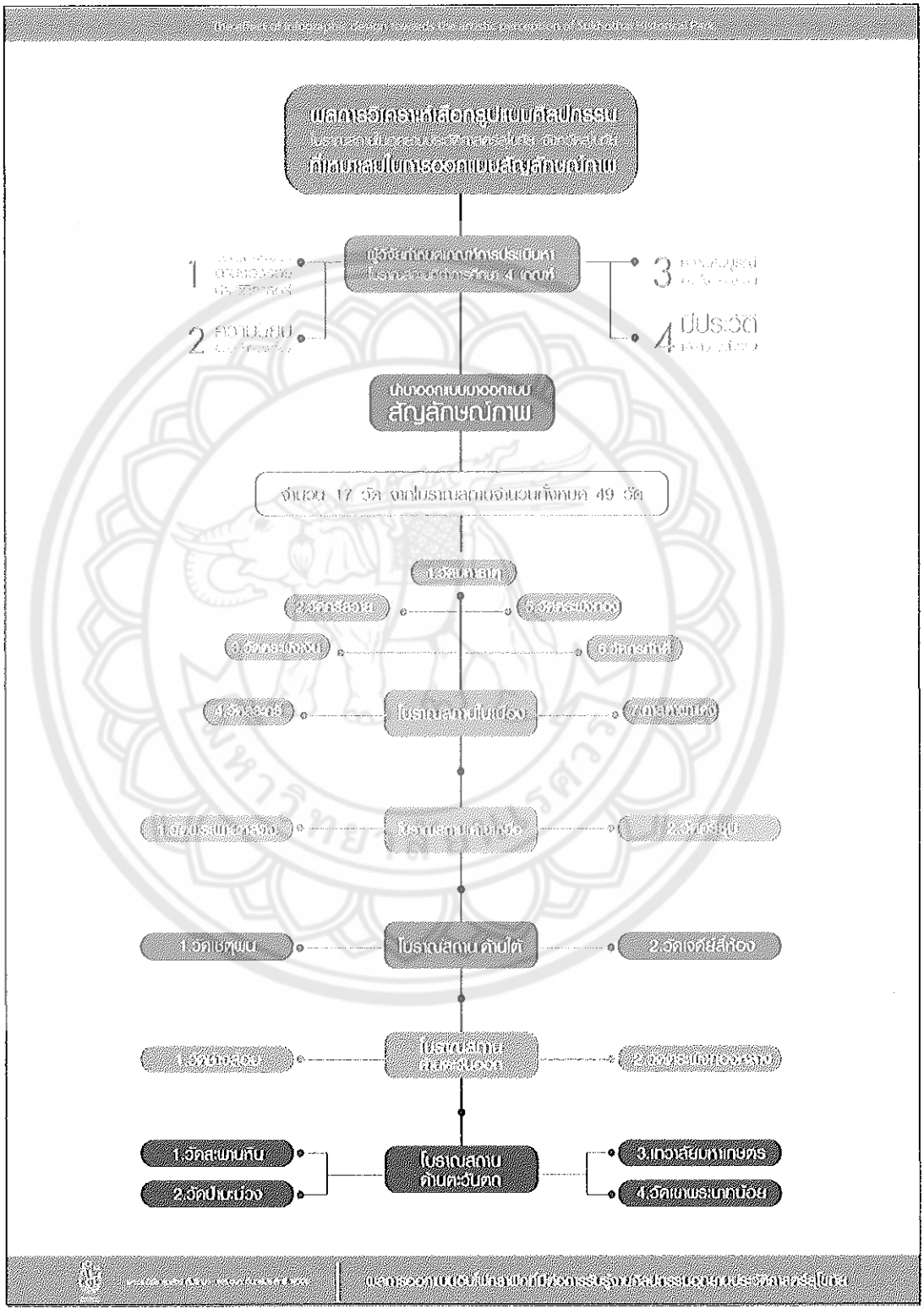
ภาพ 238 แสดงการสังเคราะห์เกณฑ์การรับรู้เพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค



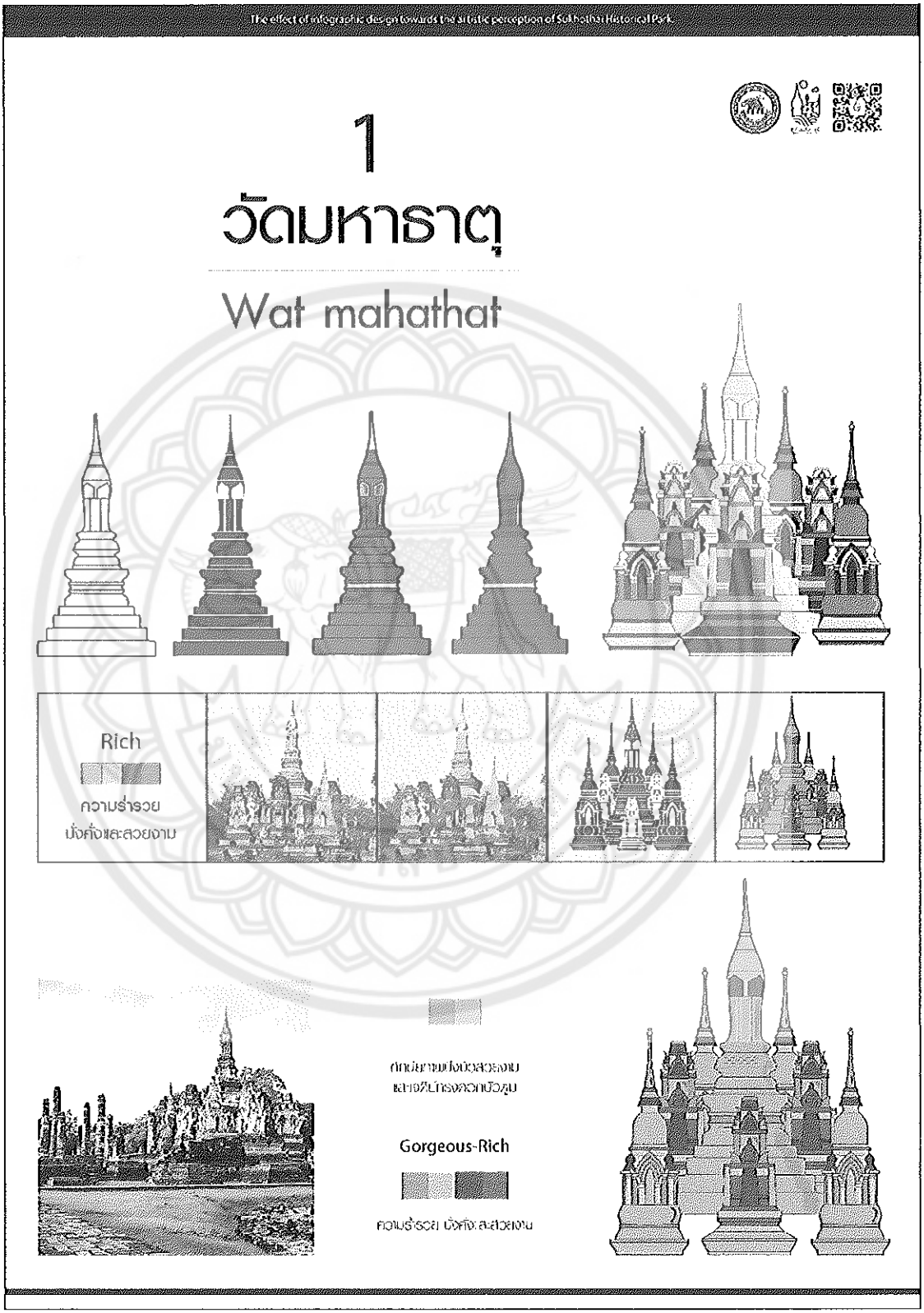
ภาพ 239 แสดงการสังเคราะห์เกณฑ์ความเข้าใจเพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค



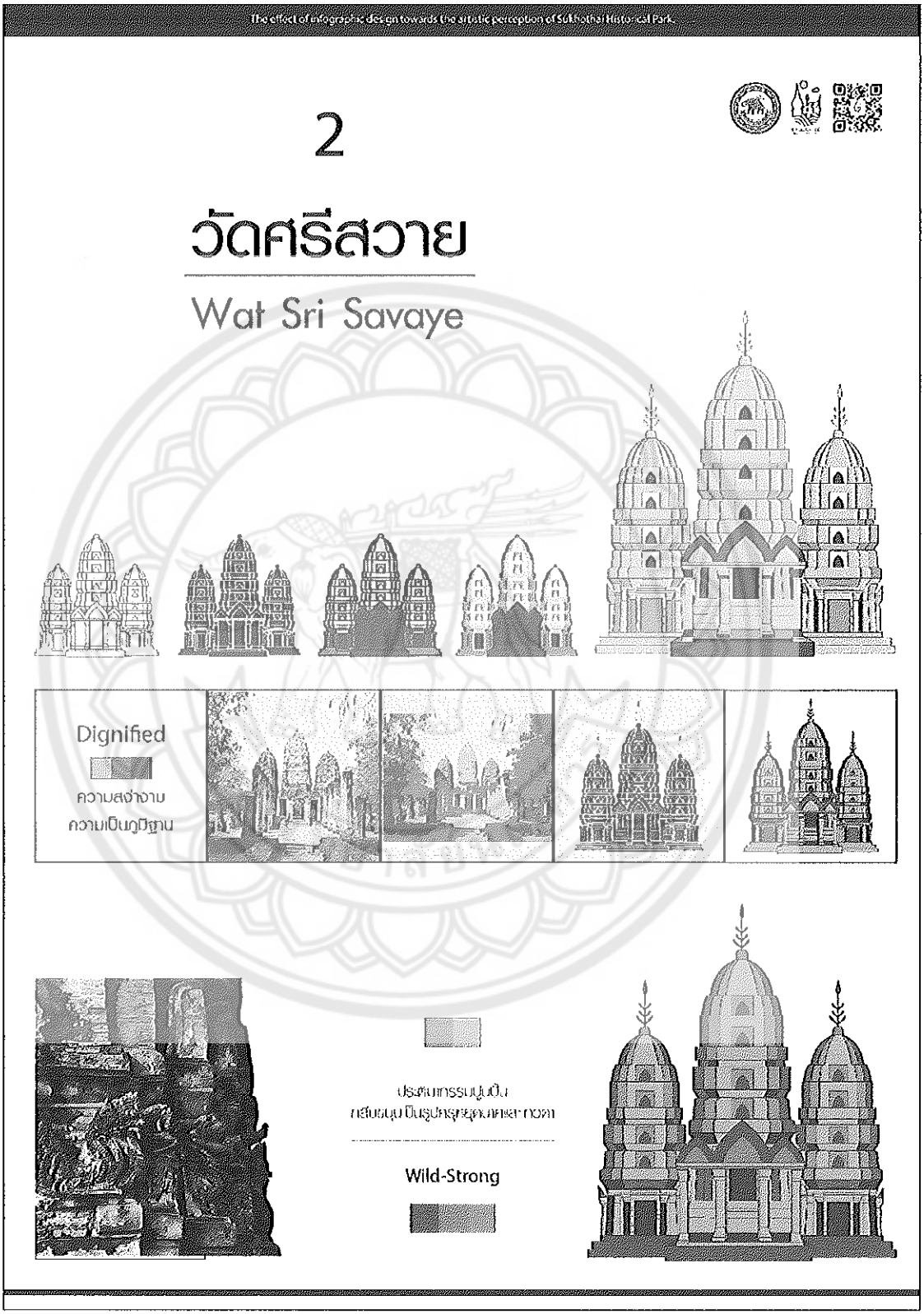
ภาพ 240 แสดงการสังเคราะห์โบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เพื่อประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค



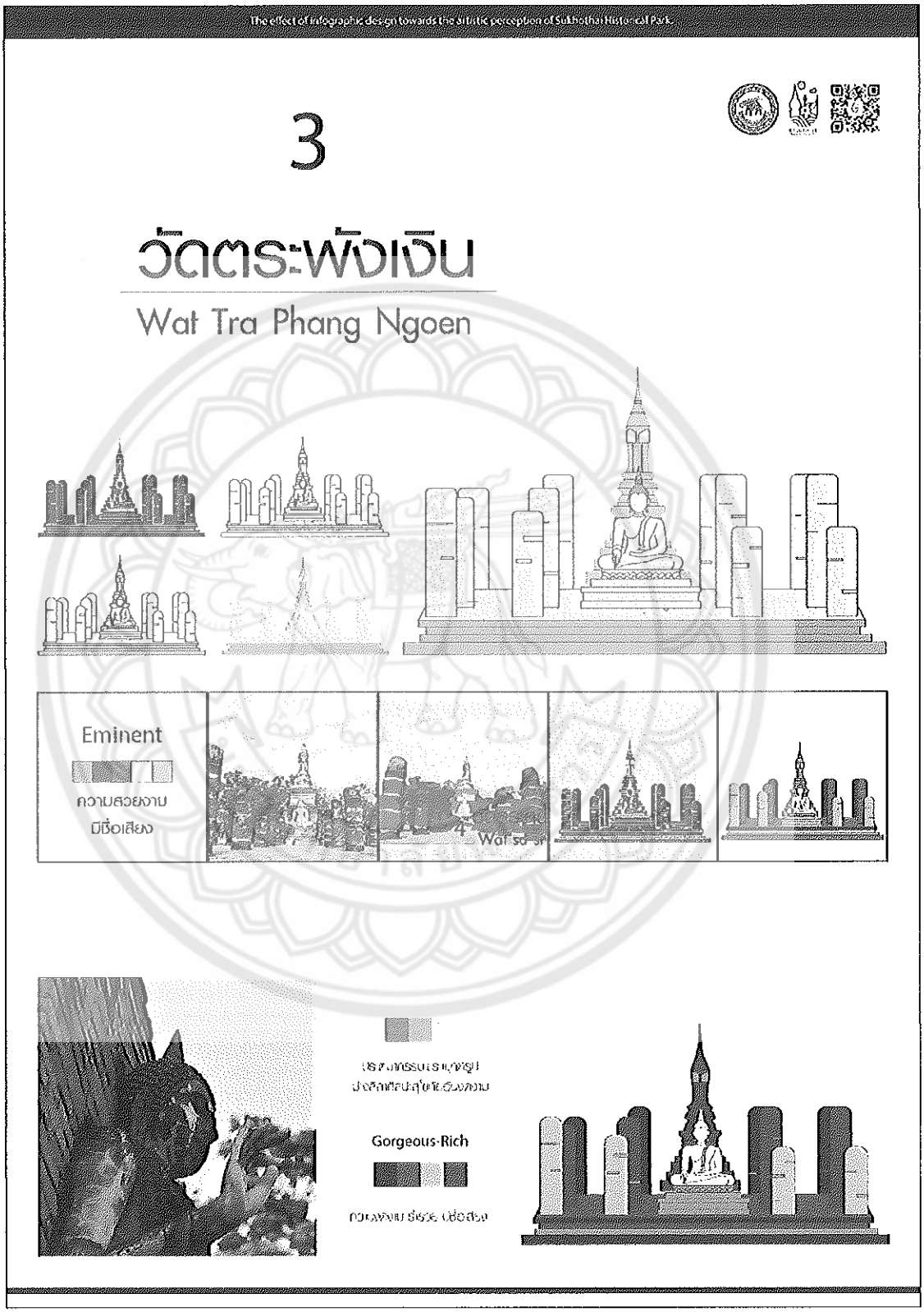
ภาพ 241 แสดงการสังเคราะห์เลือกรูปแบบโบราณสถานในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เพื่อการออกแบบสัญลักษณ์ภาพ และประชาสัมพันธ์ในเพจเฟสบุ๊ค



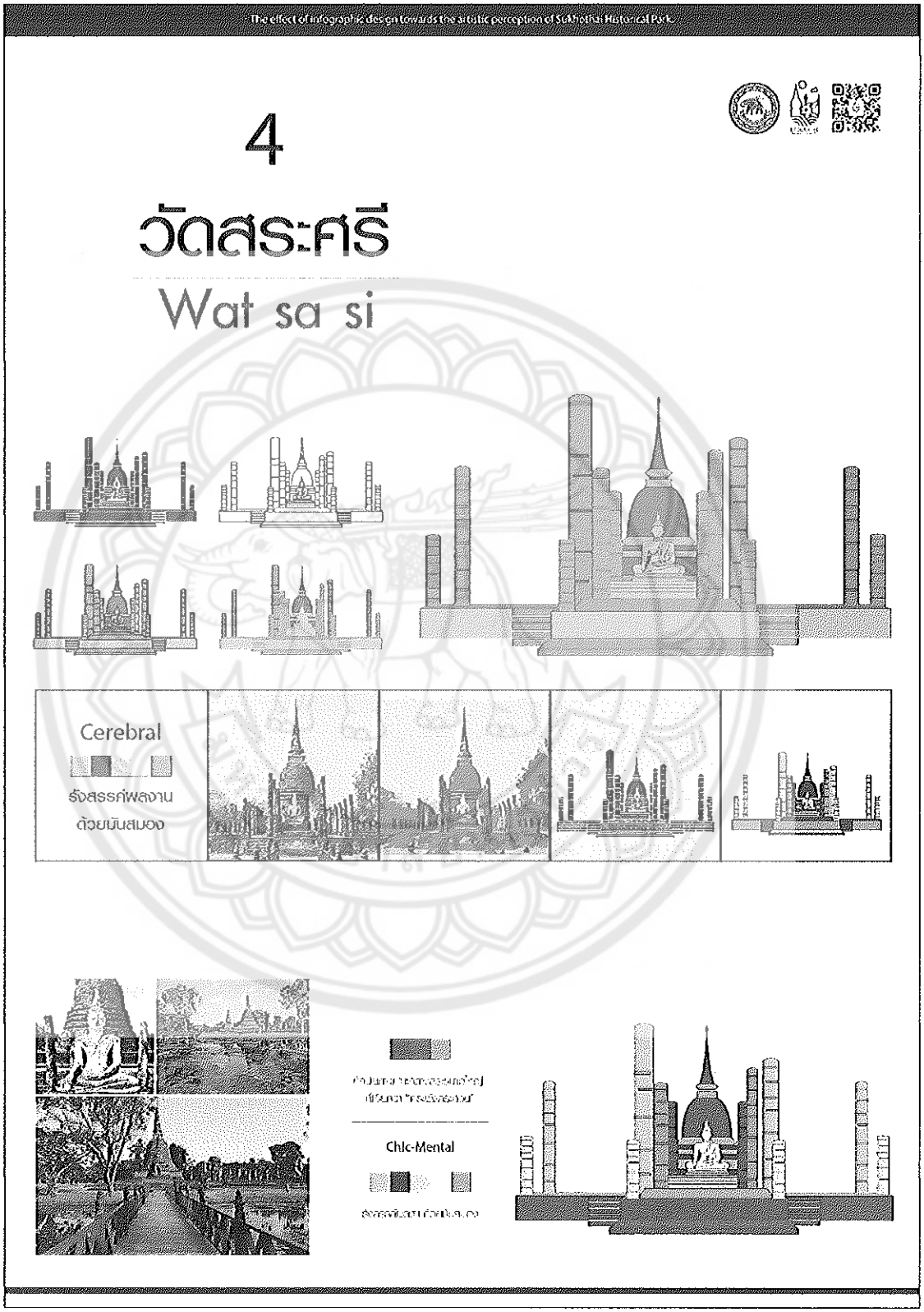
ภาพ 242 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดมหาธาตุ



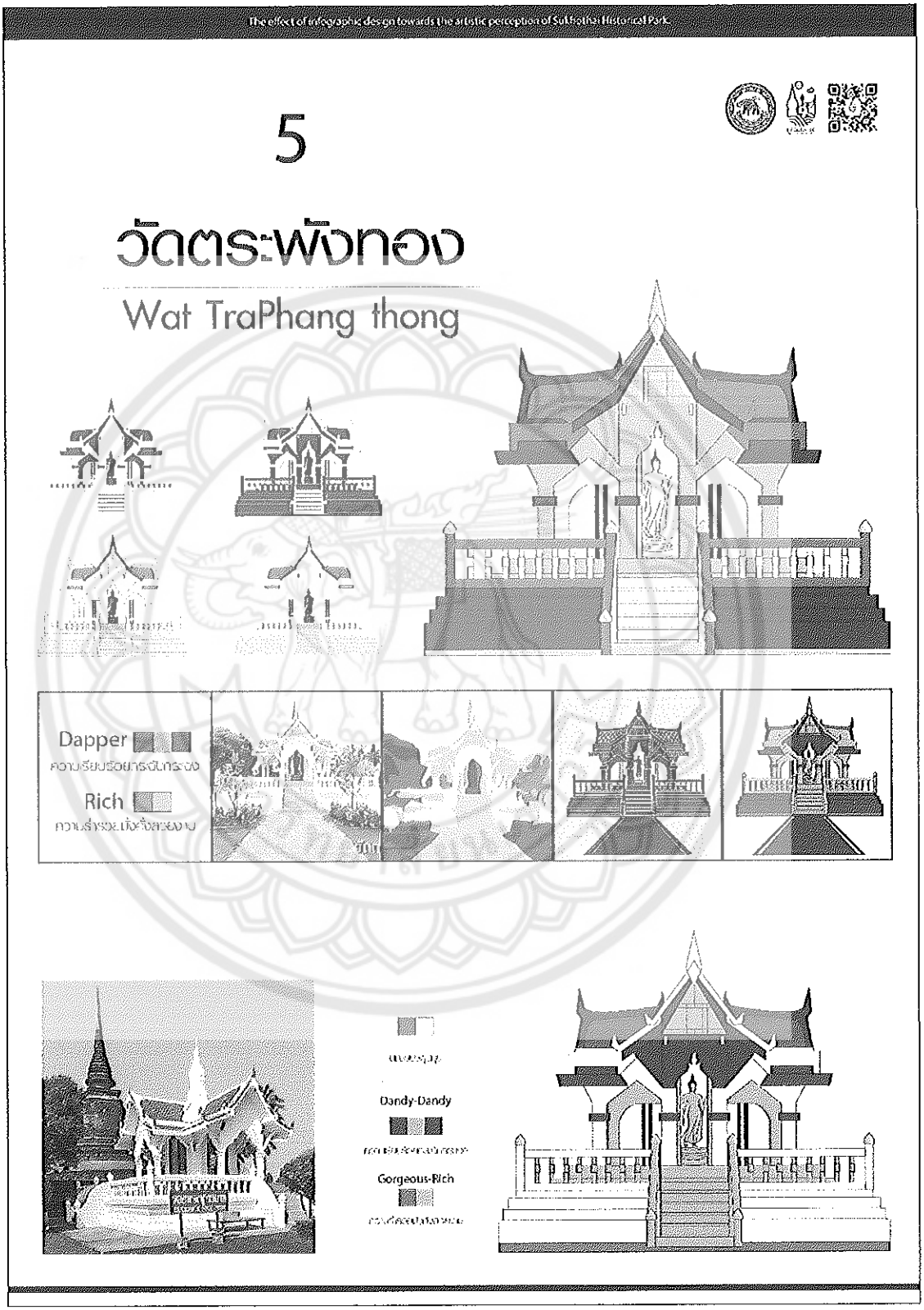
ภาพ 243 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดศรีสวาย



ภาพ 244 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดตระพังเงิน



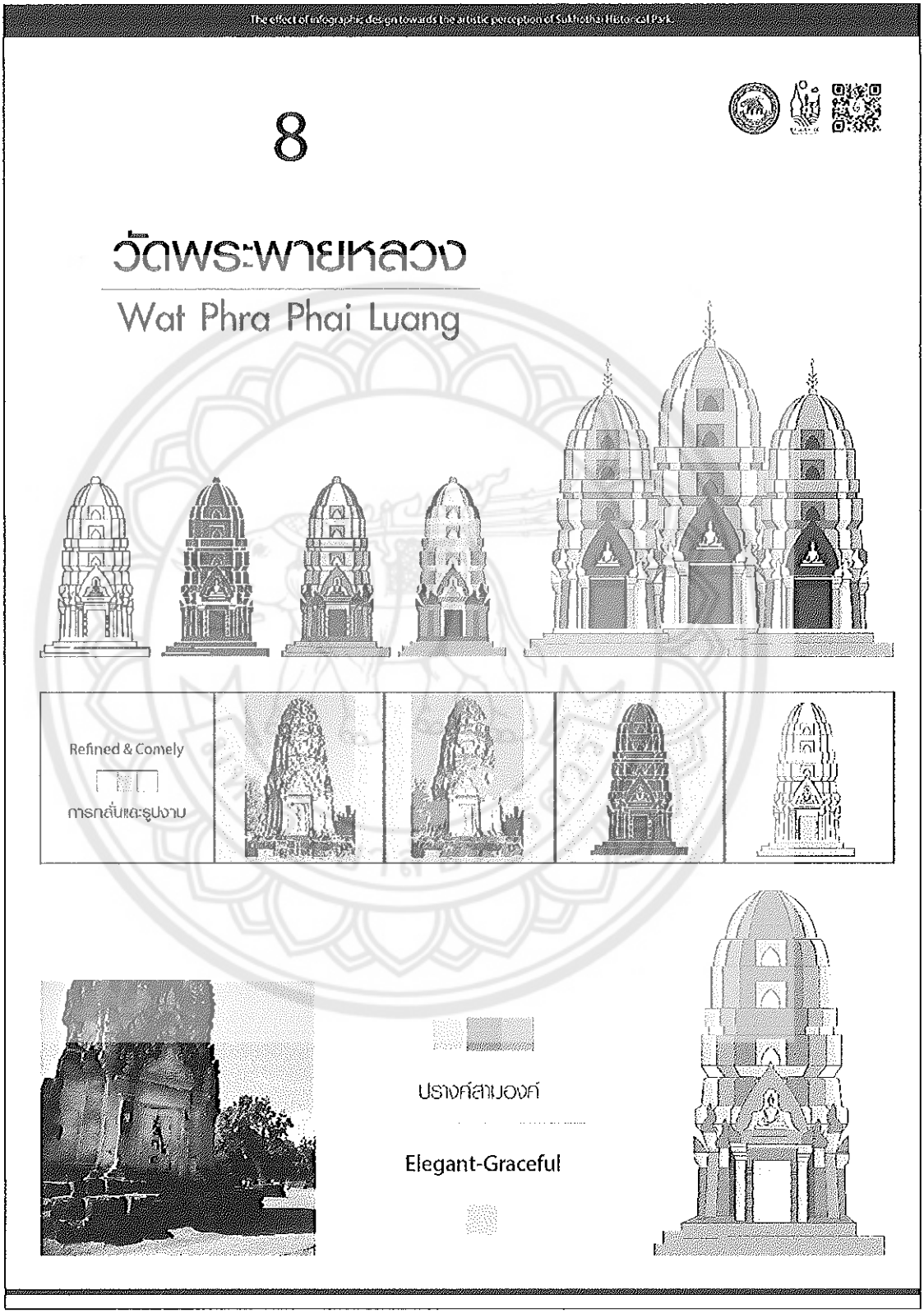
ภาพ 245 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดสระศรี



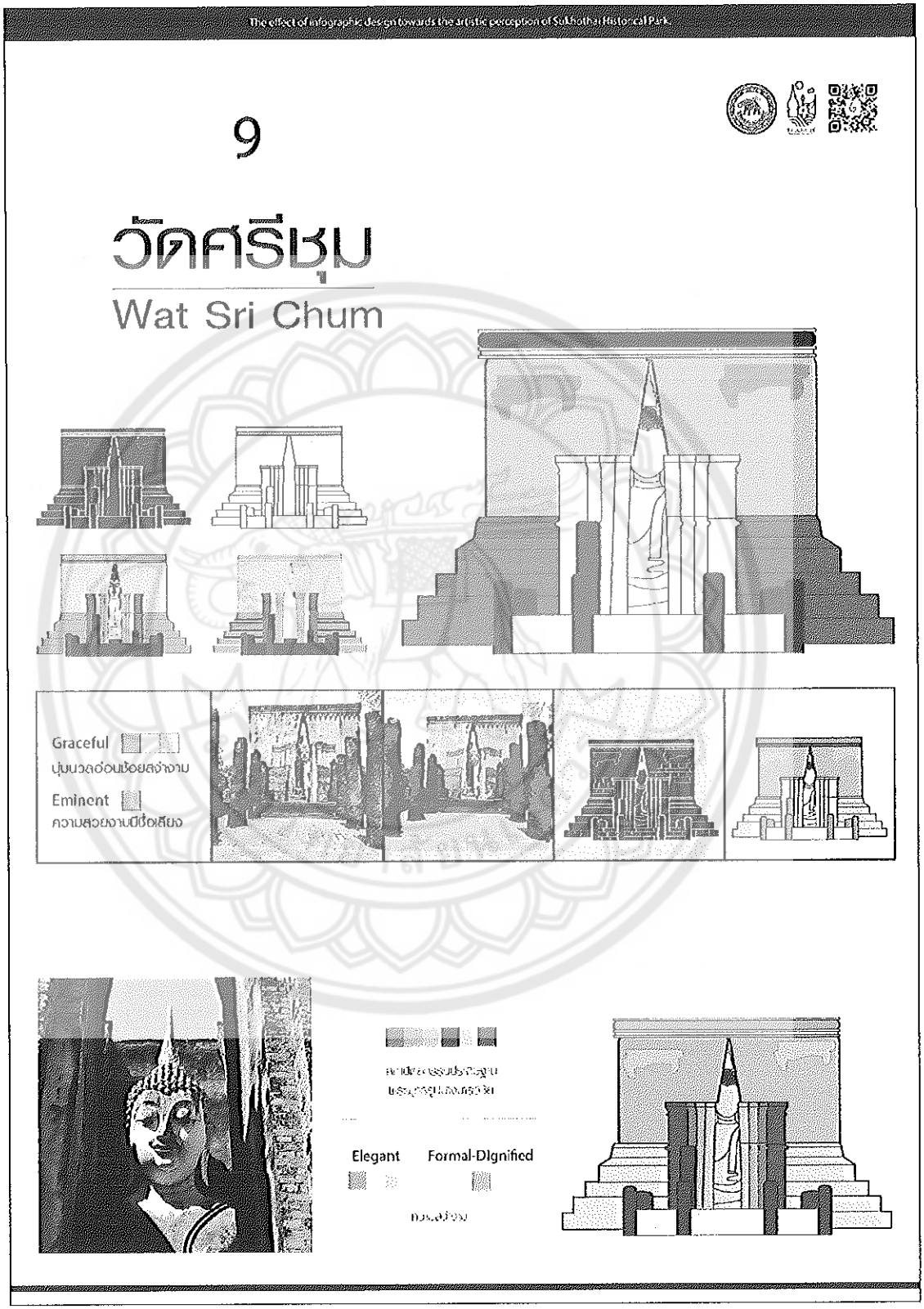
ภาพ 246 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดตระพังทอง

ภาพ 247 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: ศาลตาผาแดง

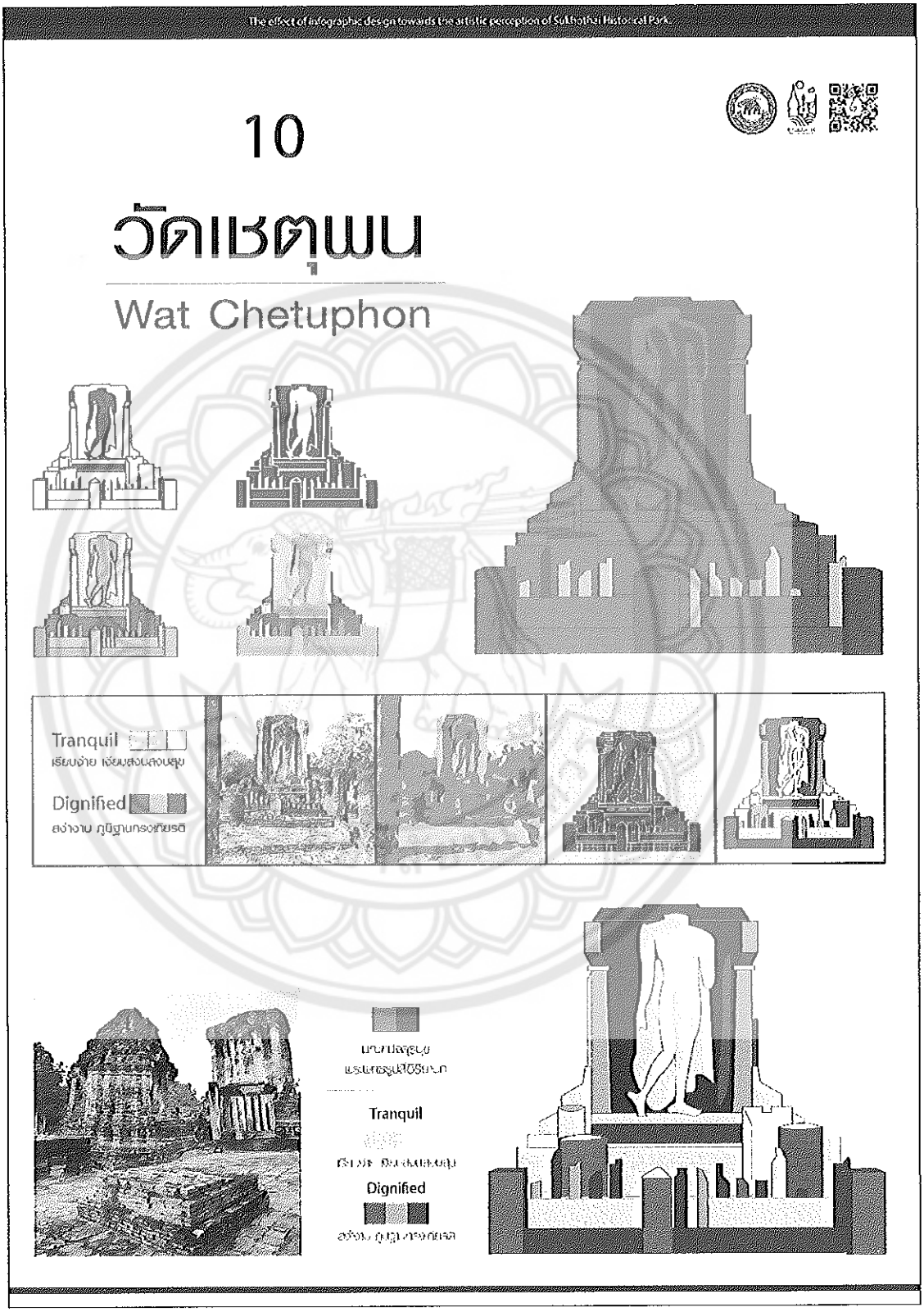
ภาพ 248 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดสรศักดิ์



ภาพ 249 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดพระพายหลวง

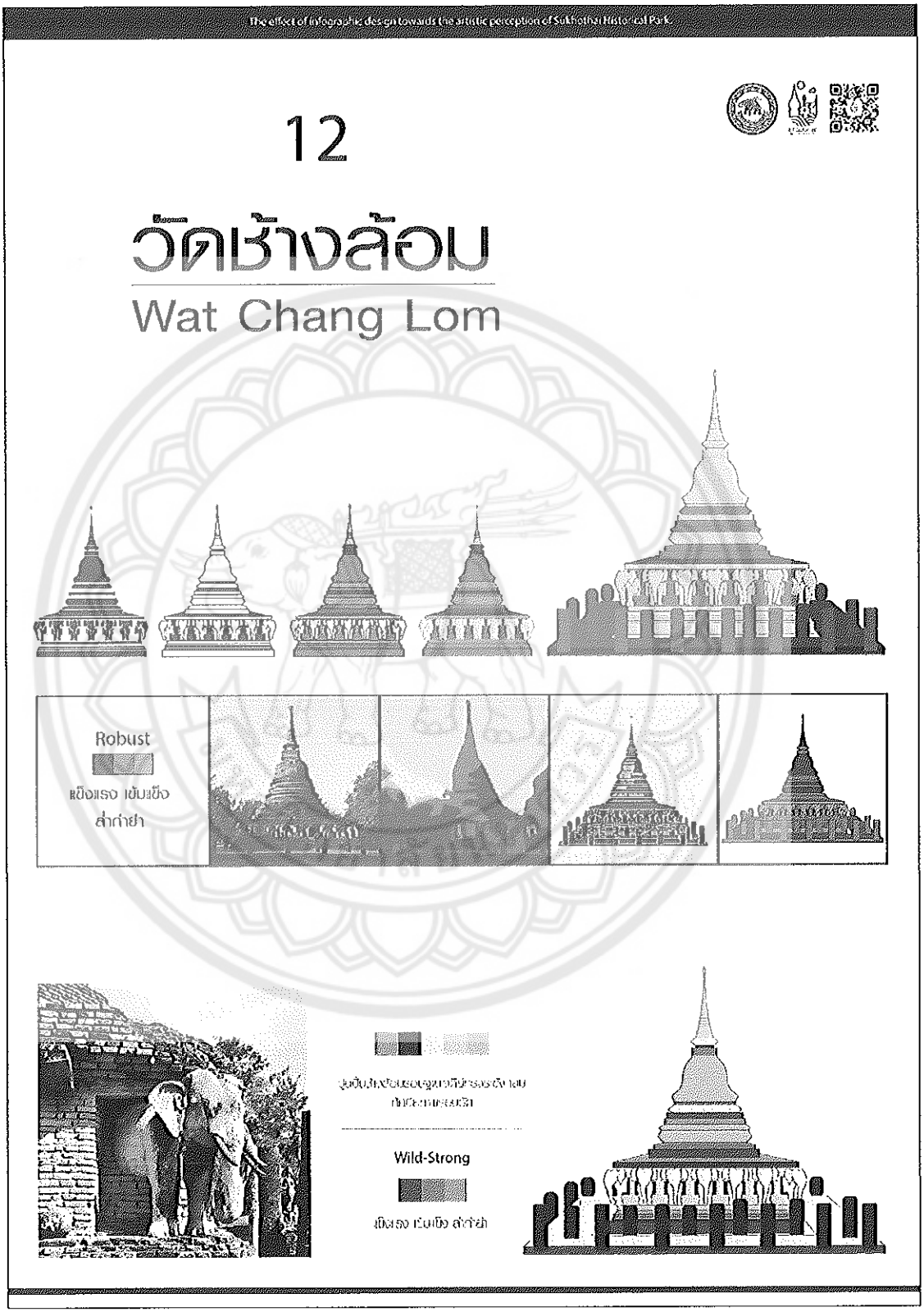


ภาพ 250 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดศรีชุม

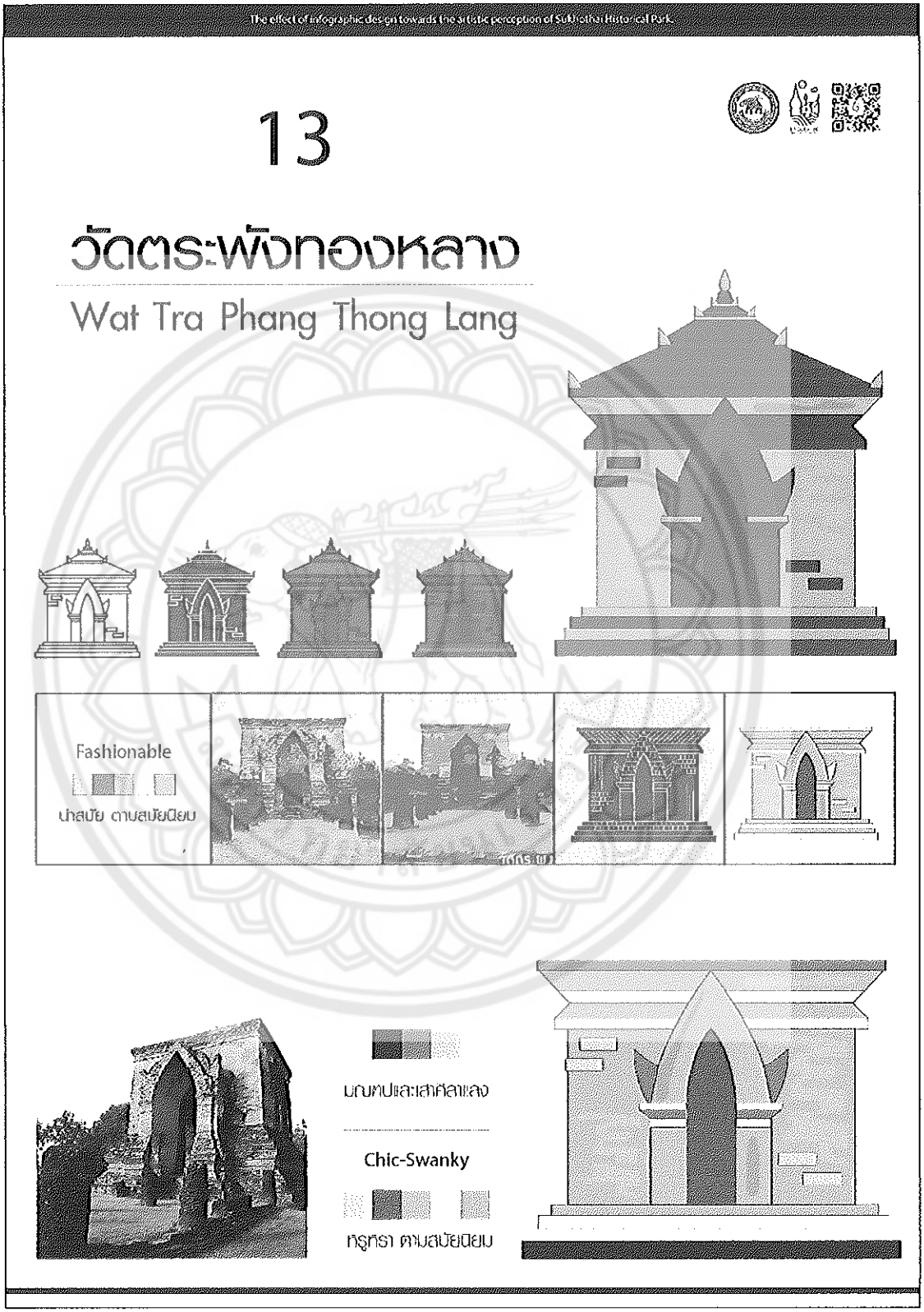


ภาพ 251 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดเชตุพน

ภาพ 252 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดเจดีย์สี่ห้อง

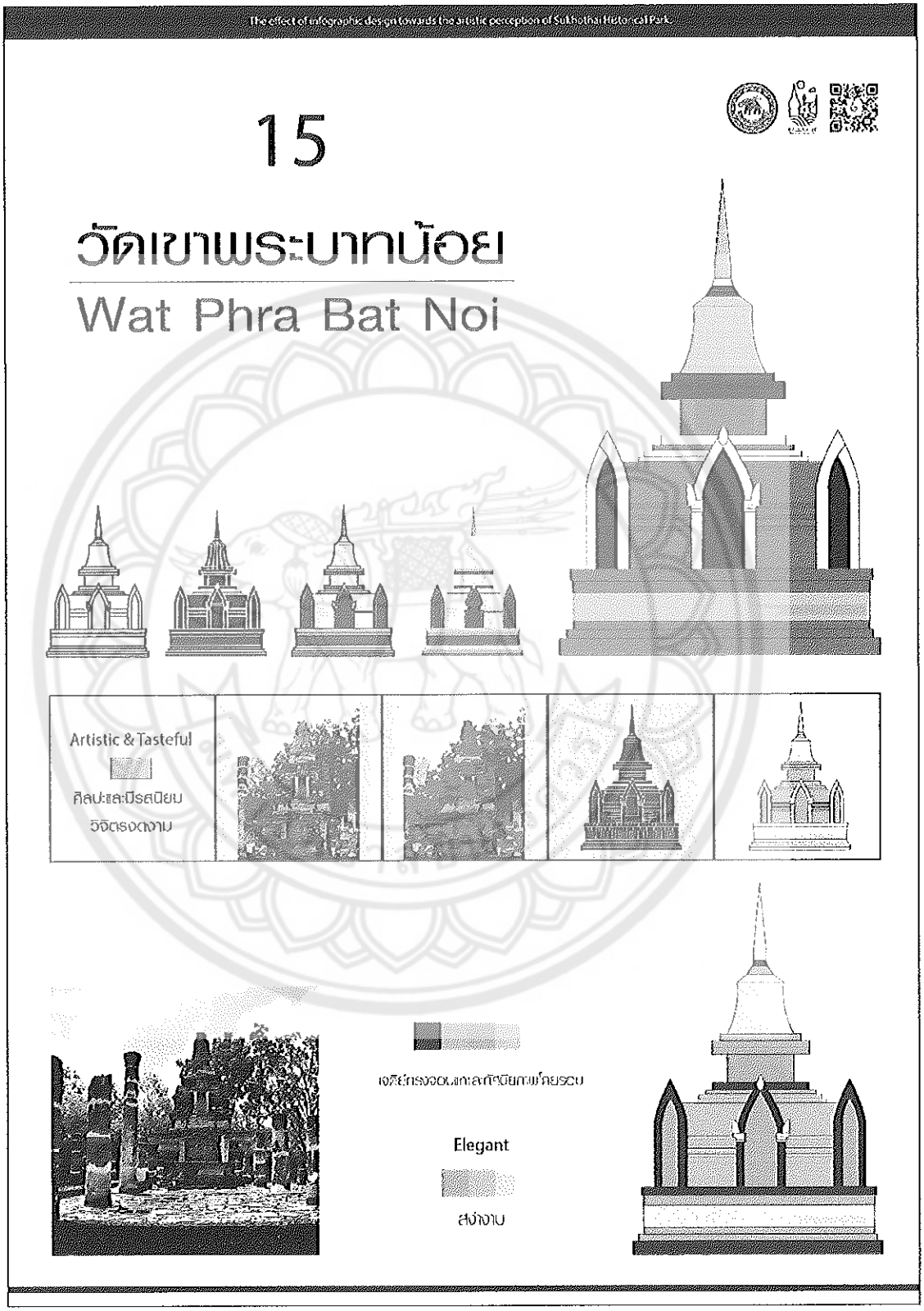


ภาพ 253 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดช้างล้อม

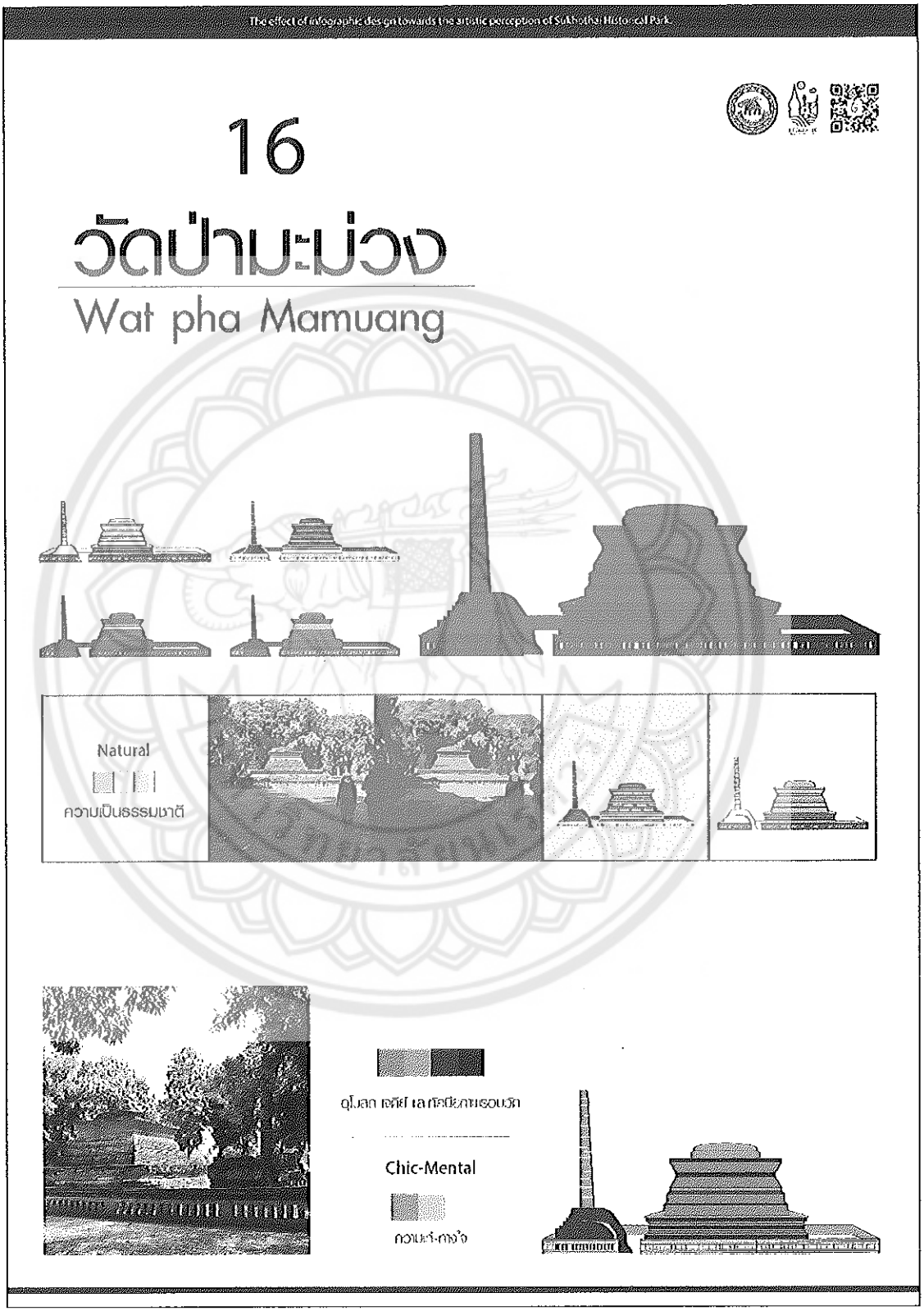


ภาพ 254 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดตระพังทองหลาง

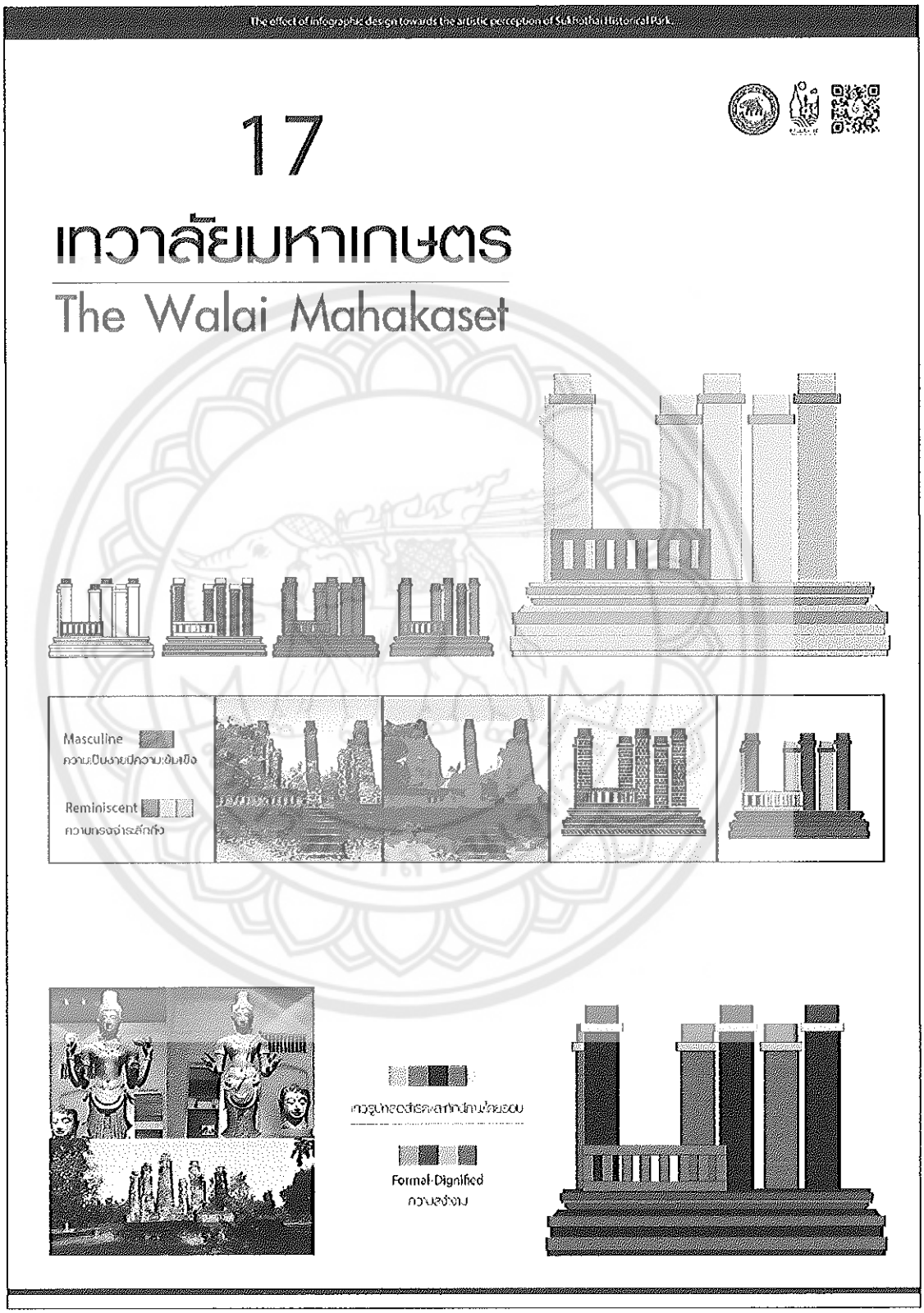
ภาพ 255 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดสะพานหิน



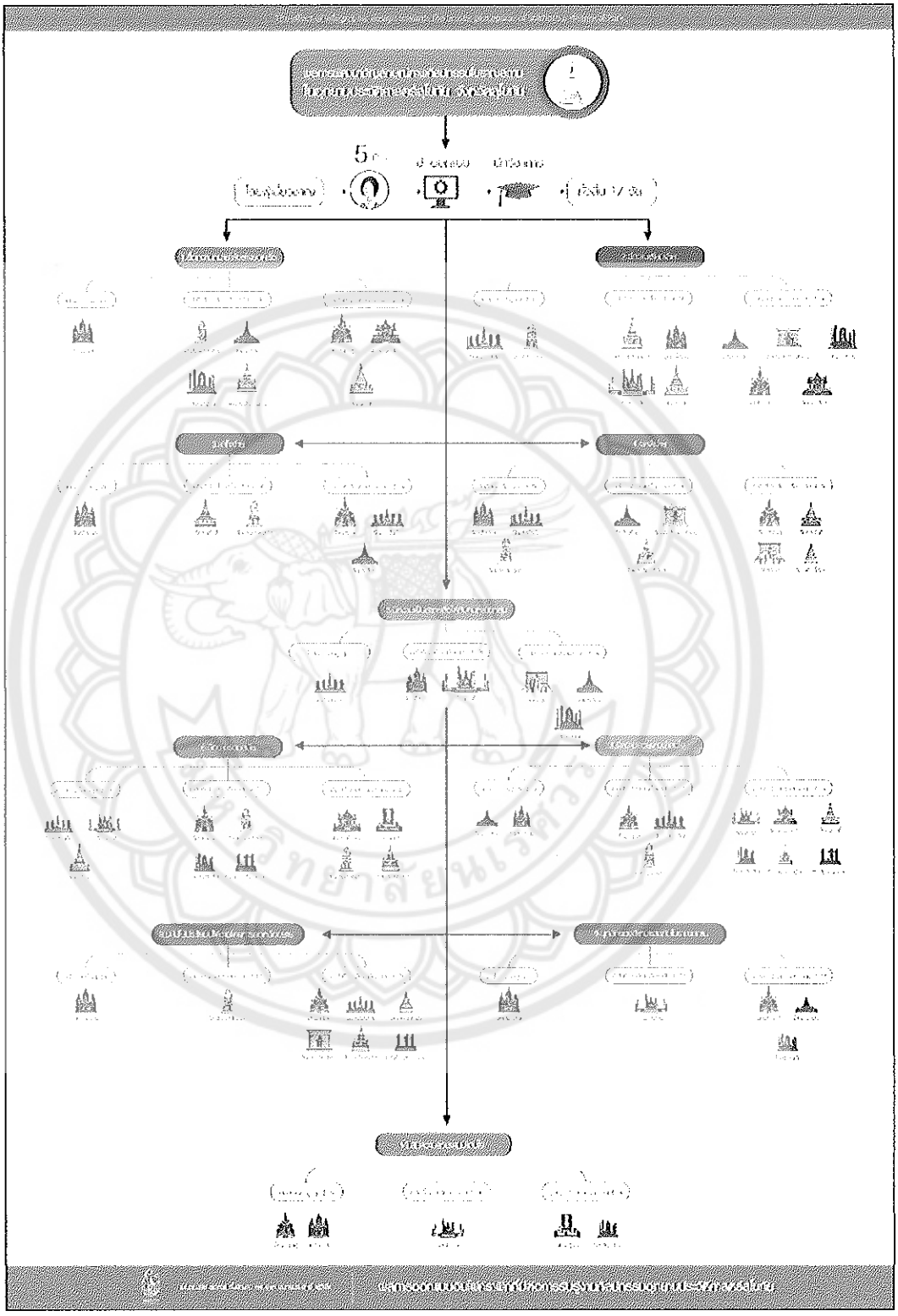
ภาพ 256 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดเขาพระบาทน้อย



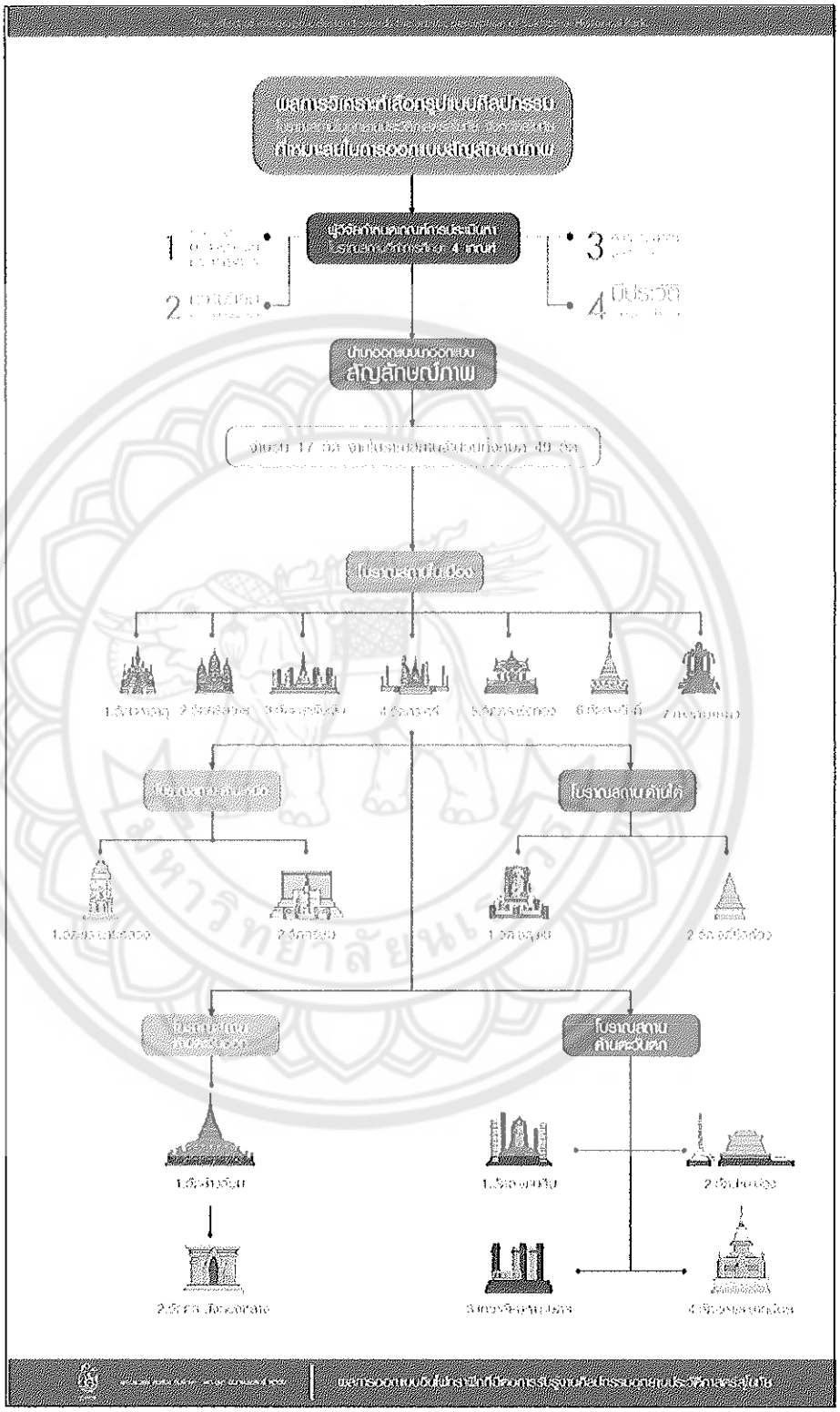
ภาพ 257 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: วัดป่ามะม่วง



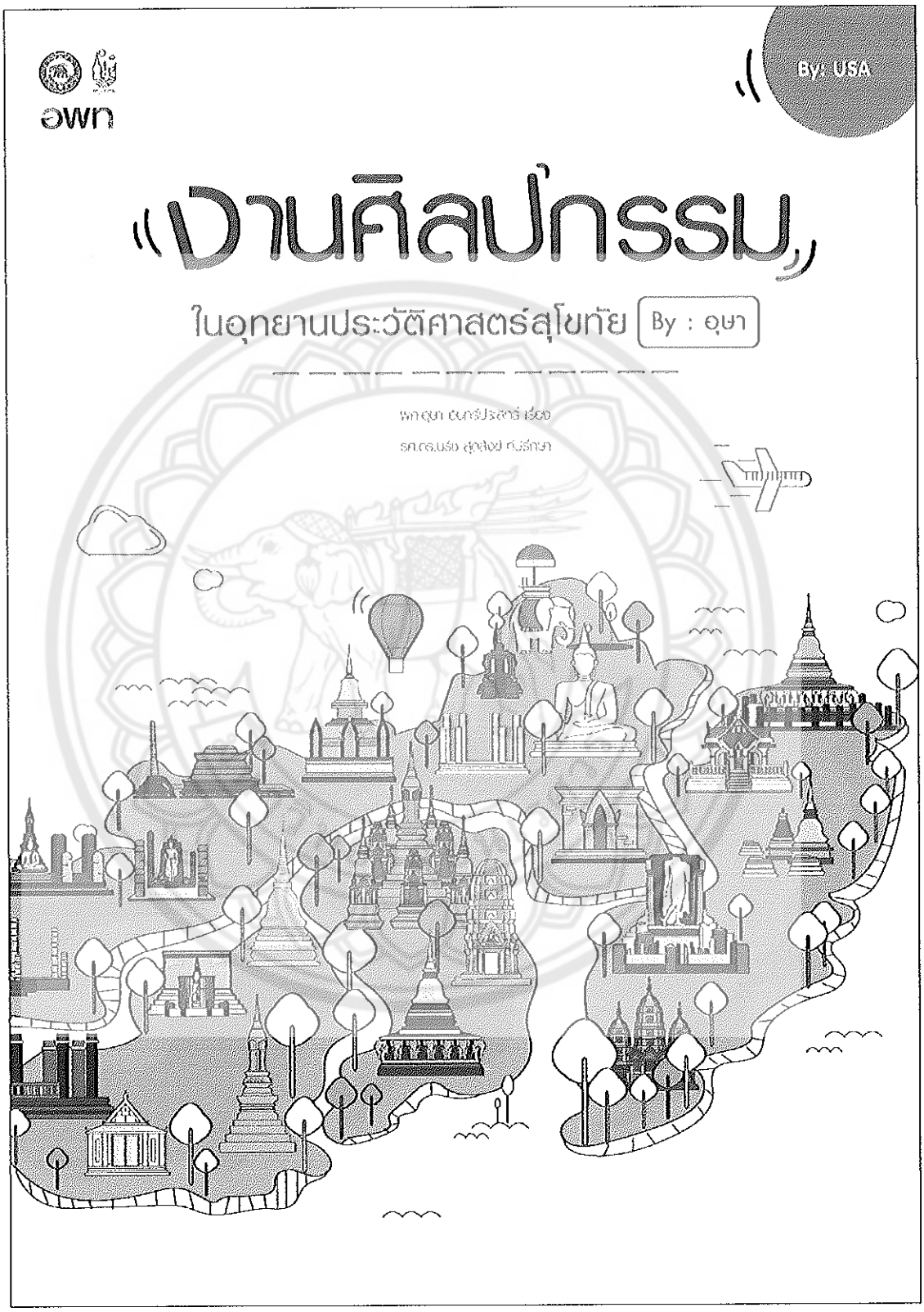
ภาพ 258 แสดงการพัฒนาและปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ: เทวาลัยมหาเกษตร



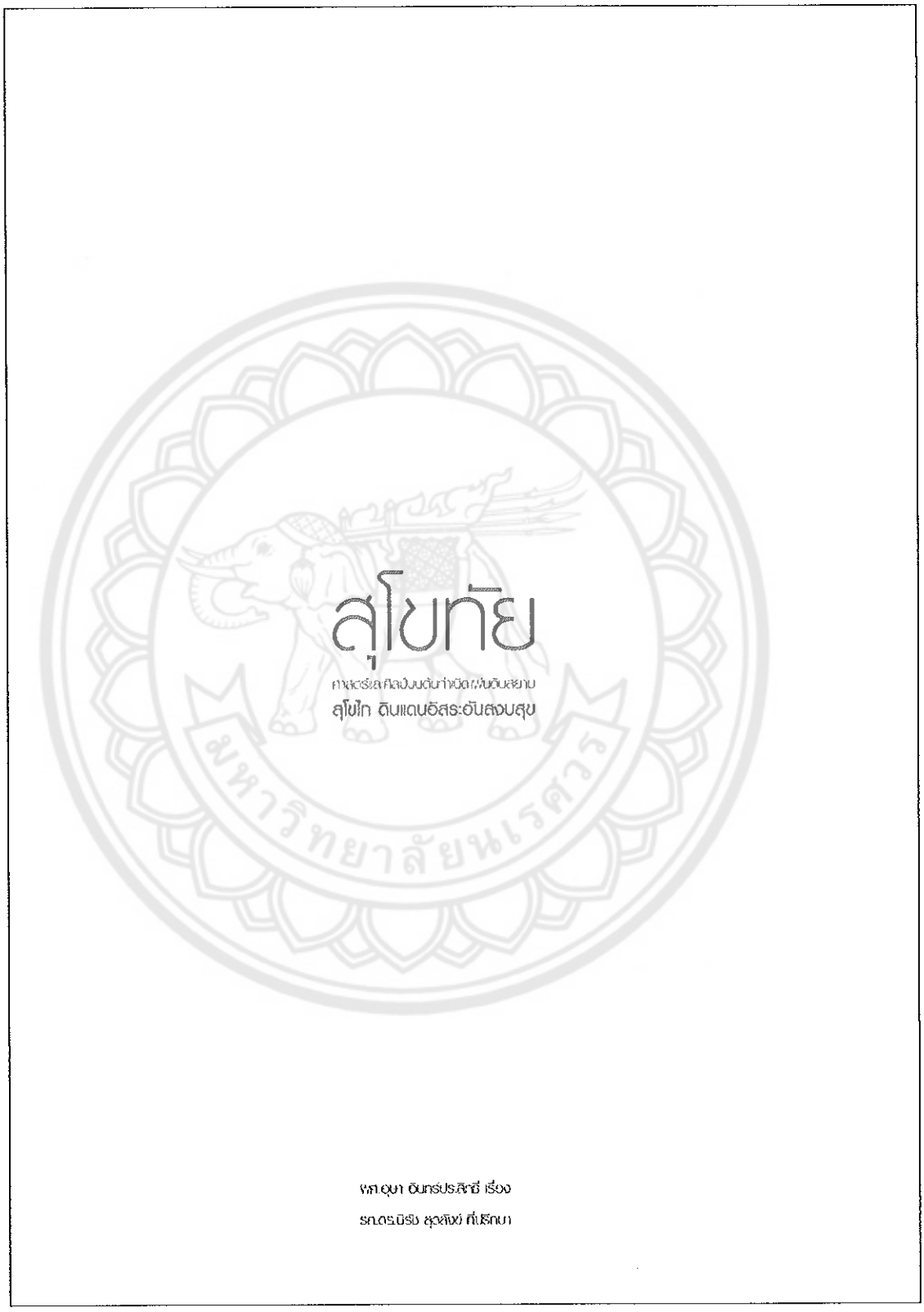
ภาพ 259 แสดงผลการพัฒนาสัญลักษณ์ภาพจากเกณฑ์การประเมินสัญลักษณ์ภาพ



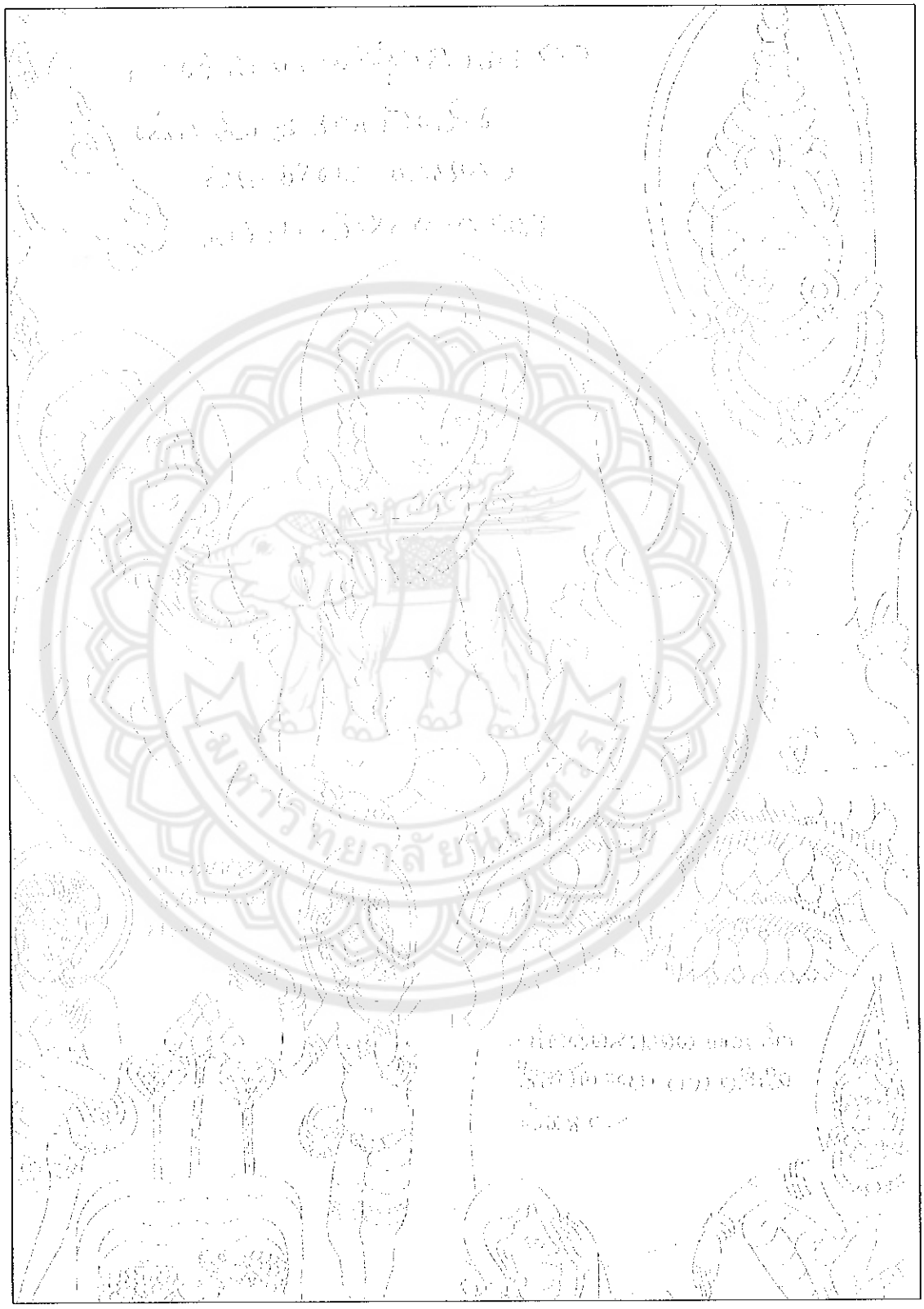
ภาพ 260 แสดงผลการวิเคราะห์รูปแบบสัญลักษณ์ภาพ เพื่อนำมาออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์



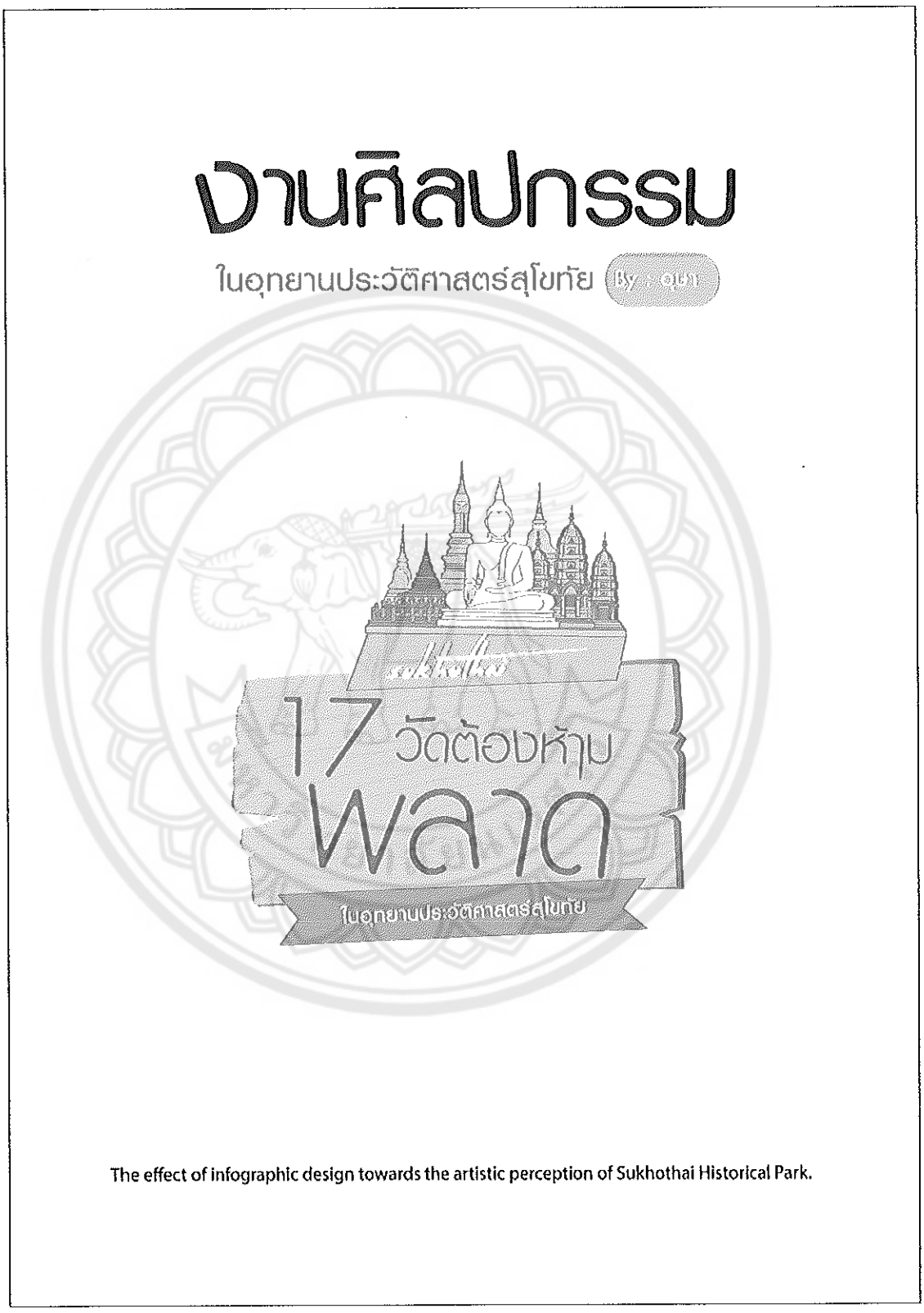
ภาพ 261 แสดงการออกแบบหนังสือนำเที่ยว


สุโขทัย
คาหลัดร่ะลาศิลาจึงบงต้นก่หนัดผ่นดินสยาม
สุโขไท ดินแดนอิสระอันสงบสุข
พล.อุบา อินทร์ประสิทธิ์ เรื่อง
รศ.ดร.นิธิ สุวลักษ์ ที่ปรึกษา

ภาพ 261 (ต่อ)



ภาพ 261 (ต่อ)



The effect of infographic design towards the artistic perception of Sukhothai Historical Park.

ภาพ 261 (ต่อ)

งานศิลปกรรม

ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พ.ศ. ๒๕๓๗

- **ผู้วิจัย**
  ผู้ช่วยศาสตราจารย์อุษา อนการ์ประสกส์

- **ที่ปรึกษา**
  รองศาสตร์จารย์ ดร.บิรัช สุดสังข์

- **ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ**
  ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์พัฒน์ สายทอง
  ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนโชต เกียมมงคล
  ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กงต์พงษ์ ประชาชิต
  ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสิฐ จันเมา
  อาจารย์รุ่งโรจน์ รัตนพิเชฐกุล
  ดร.วราภรณ์ มามี
  อาจารย์นฤเบศร สันติเดชา
  อาจารย์กายาท เตชะสุวรรณ์
  คุณประดิษฐ พูลสาริกจ
  คุณรัตน์ติกาล มณีรัตนฤกษ์
  คุณสุรางคนางค์ พ่วงแพน
  คุณสิรวิชย์ เอี่ยมสุดใจ
  คุณเชียวัฒน์ กองศักดิ์
  คุณสุรางคนางค์ พ่วงแพน
  คุณเรณู ปั่นทอง

ภาพ 261 (ต่อ)

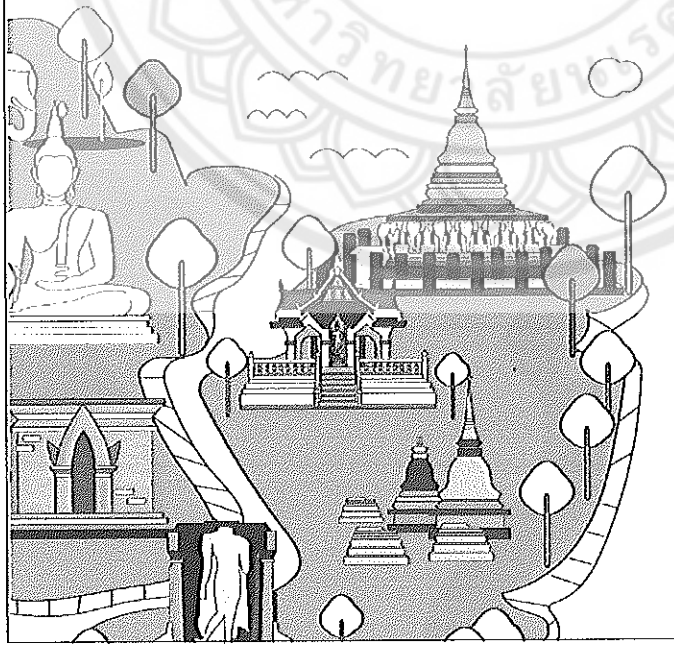
คำนำ

ความรุ่งเรืองของพระพุทธศาสนาในสมัยสุโขทัยทำให้เกิดการสร้างสรรค์ศิลปะและโบราณสถาน ในพระพุทธศาสนาที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตน และเป็นสกุลช่างชื่อว่า "ศิลปะสุโขทัย" เพราะหลายส่วนอิทธิพลรูปแบบทางศิลปะไปยังดินแดนใกล้เคียงอื่น ๆ ทำให้มีพัฒนาการเป็นศิลปะไทย มาจนทุกวันนี้ เราเรียกโบราณสถานส่วนใหญ่ในอุทยานประวัติศาสตร์ว่า " วัด" ได้กลายเป็น จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทุกสาธารณะ

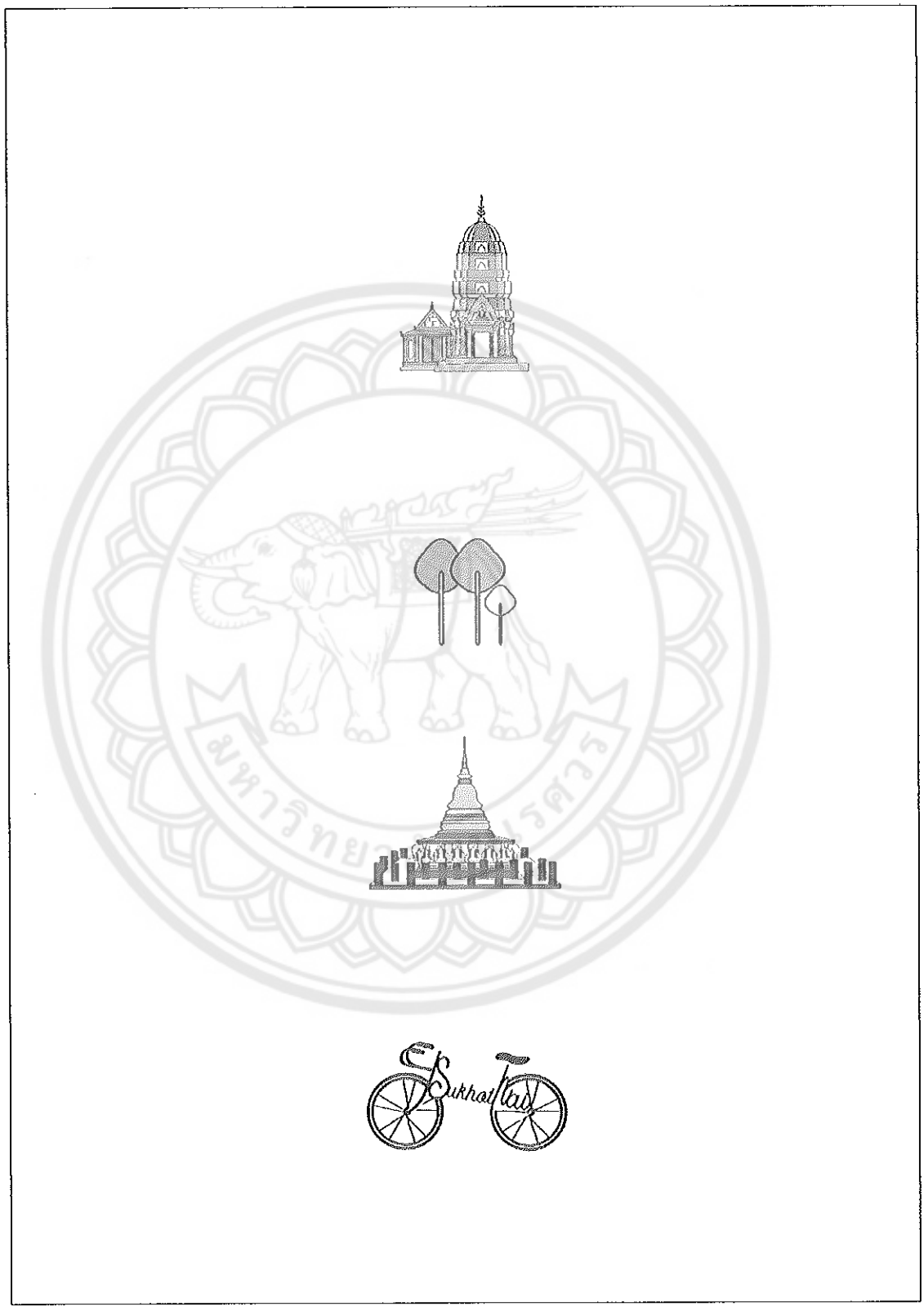
ณ ปัจจุบันนี้อะไรก็รวดเร็ว การรับรู้ข่าวสารก็เช่นกัน ต้องกระชับ เข้าใจง่ายและน่าสนใจ อินโฟกราฟิกจึงเป็นหนึ่งในกำตอนของการสื่อสารข้อมูลเหล่านั้น ให้มีประสิทธิภาพพร้อมกับ ดึงดูดความสนใจของผู้ชม โดยแปลงข้อมูลจำนวนมากให้เป็นภาพที่เข้าใจง่ายและจับต้องได้ ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของศิลปกรรมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จึงจัดทำหนังสือ นำเที่ยวเล่มนี้เพื่อบอกเล่าเนื้อหา ศิลปกรรมด้านสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และจิตรกรรม

ผู้วิจัยขอพระคุณขอบคุณ รองศาสตร์จารย์ ดร.นิธิช สุดสังข์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยชี้แนะแนวทางการผลิตผลงานชิ้นนี้ ทั้งขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ด้านโบราณสถาน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก การออกแบบอินโฟกราฟิก และทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมในการจัดทำหนังสือนำเที่ยว 17 วัดต้องห้ามพลาดในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เพื่อประโยชน์ในการรับรู้และเข้าใจศิลปกรรมอย่างเป็นสุขต่อนักท่องเที่ยวและผู้สนใจต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อุษา อนครประสิทธิ์
ผู้วิจัย



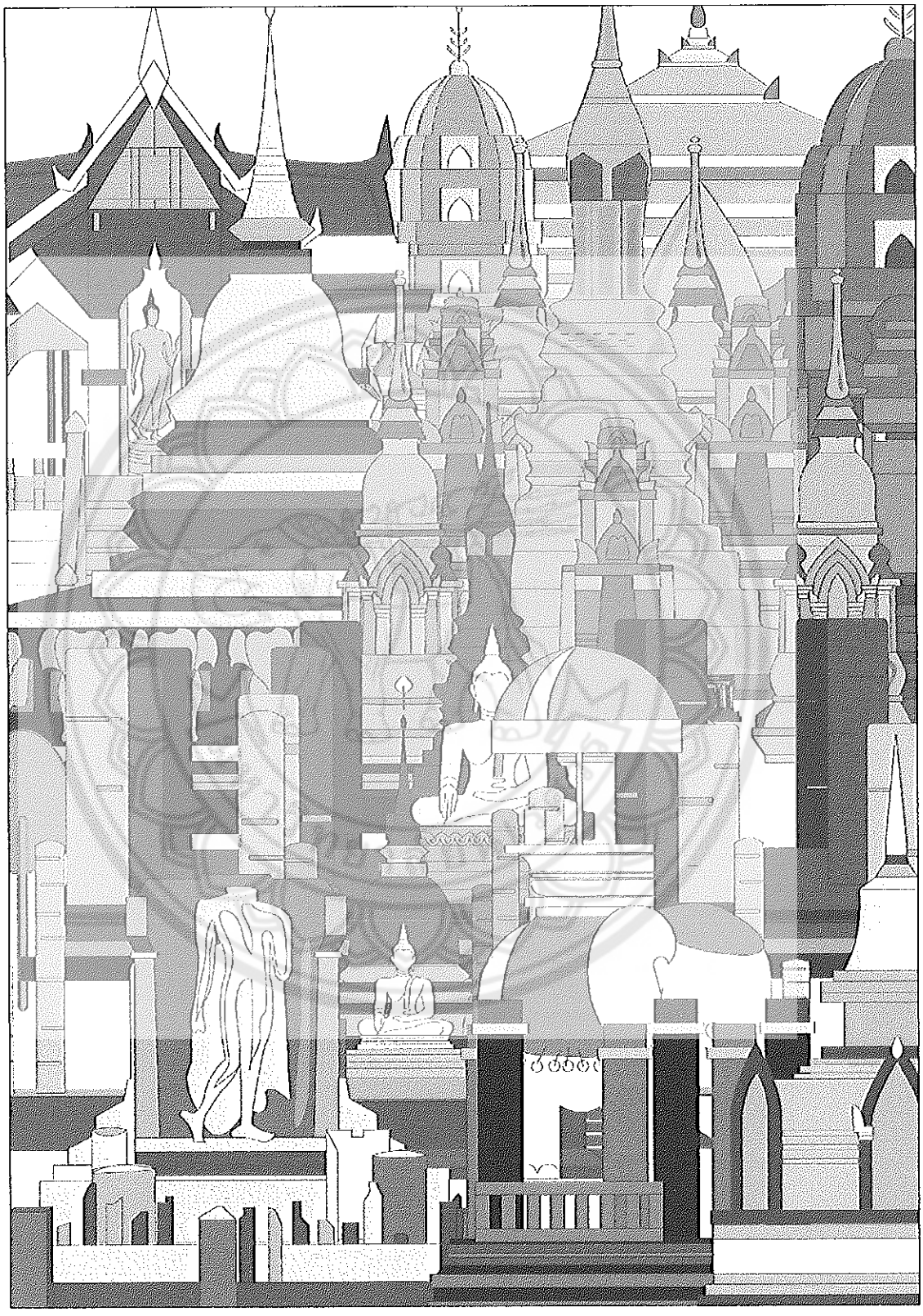
ภาพ 261 (ต่อ)



ภาพ 261 (ต่อ)

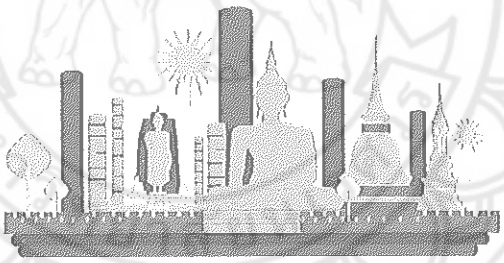
สารบัญ
งานศิลปกรรม ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
9 ศิลปะสุโขทัย
11 ศิลปกรรม ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย แบ่งเป็น 4 ด้าน
12 ด้านสถาปัตยกรรม
14 ด้านประติมากรรม
16 ด้านจิตรกรรม
18 ด้านศิลปกรรมอื่น ๆ
20 17 วัดต้องห้าม พลาด ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
32 51 ภาพ ในอุโมงค์นิมิต วัดศรีชุม

ภาพ 261 (ต่อ)

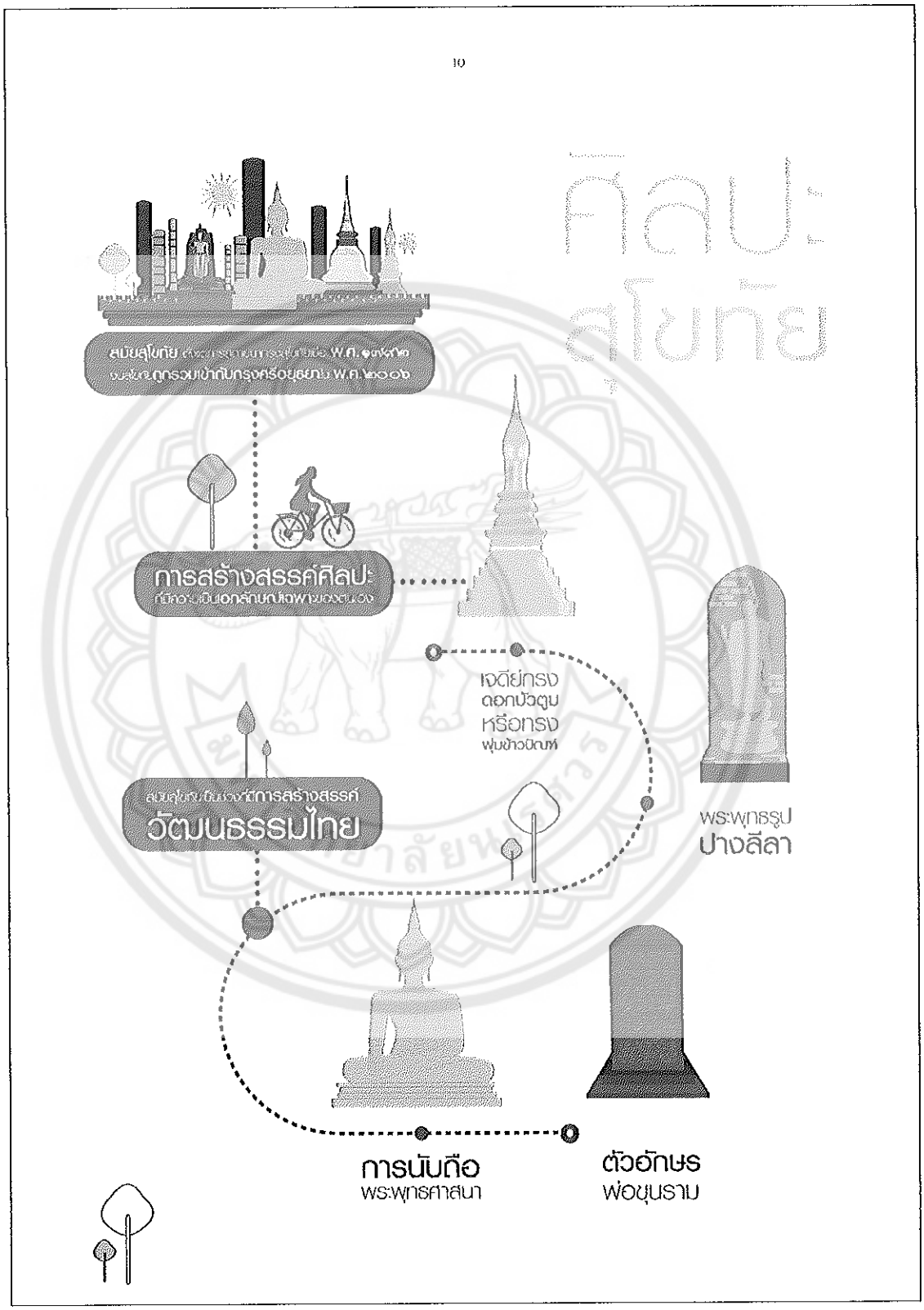


ภาพ 261 (ต่อ)

ศิลปะสุโขทัย



ภาพ 261 (ต่อ)


ศิลปะสุโขทัย
สมัยสุโขทัย
การสร้างสรรค์ศิลปะ
เจดีย์กรงดอกบัวตูมหรือทรงฟุมข้าวบิณฑ์
พระพุทธรูปปางลีลา
สมัยสุโขทัยเป็นจุดเริ่มต้นการสร้างสรรค์วัฒนธรรมไทย
การนับถือพระพุทธศาสนา
ตัวอักษรพ่อขุนราม

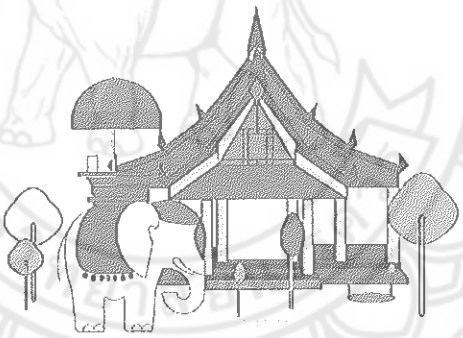
ภาพ 261 (ต่อ)

ศิลปกรรม ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

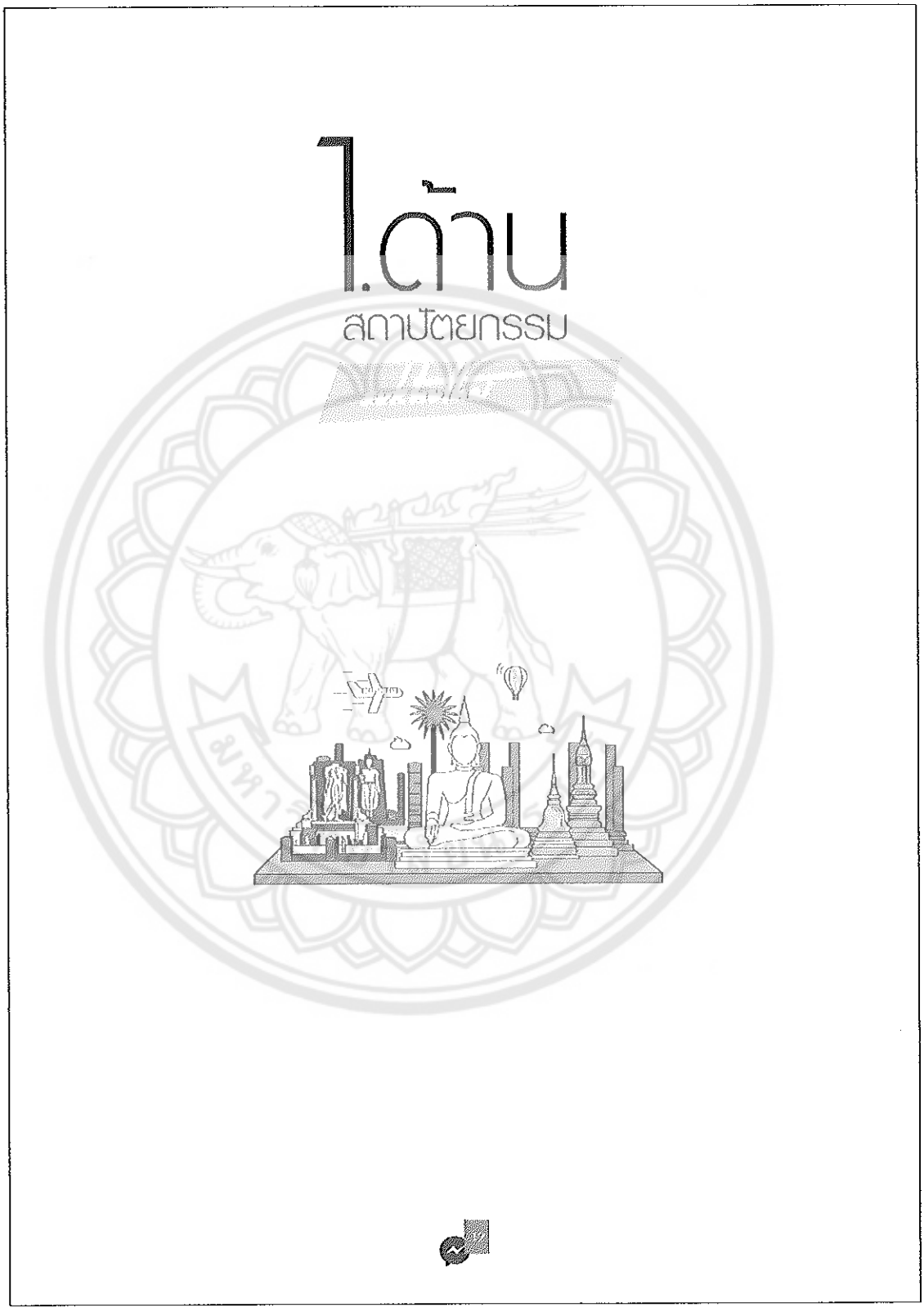
แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่

สถาปัตยกรรม ประติมากรรม

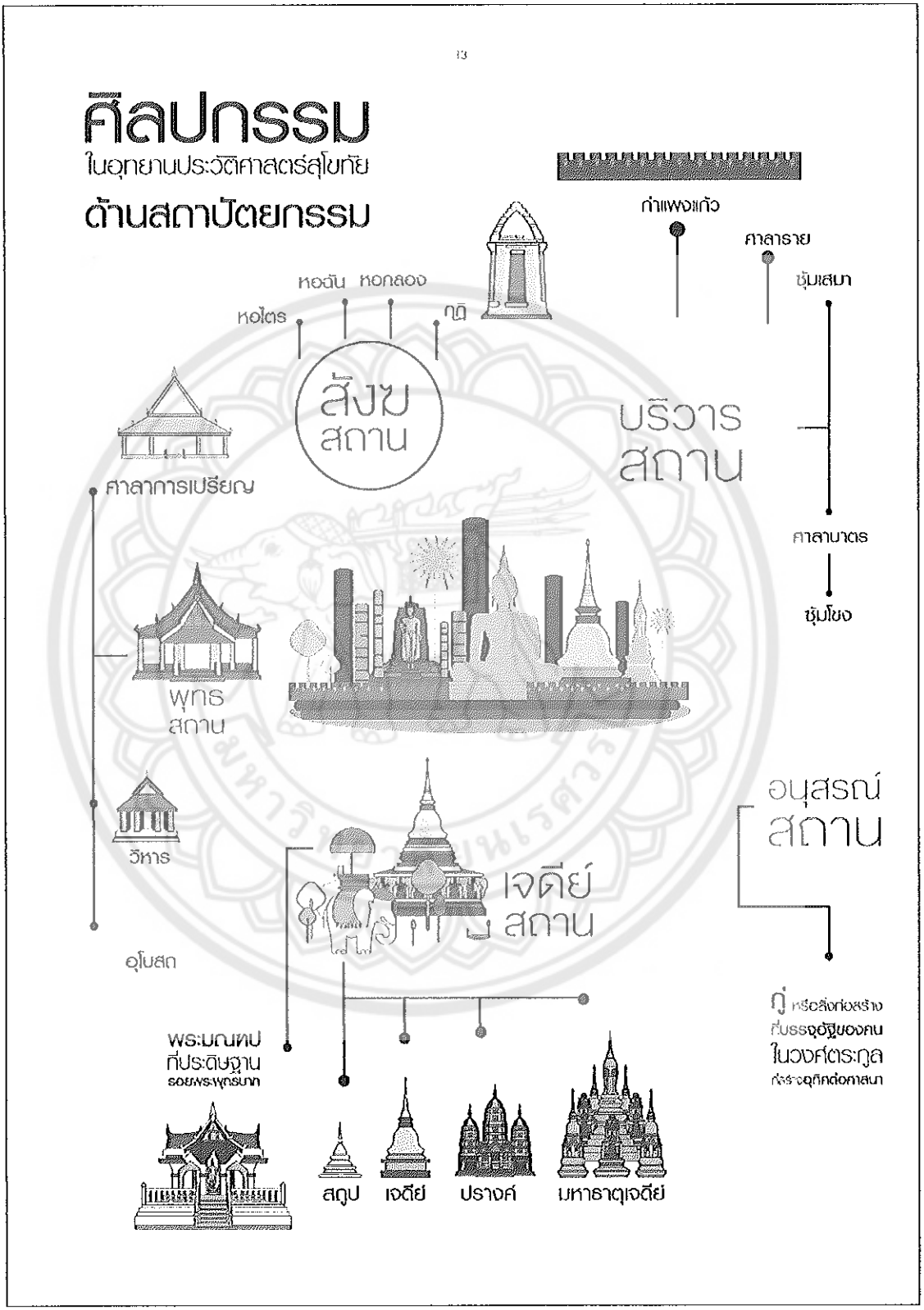
จิตรกรรม และศิลปกรรมอื่น ๆ



ภาพ 261 (ต่อ)

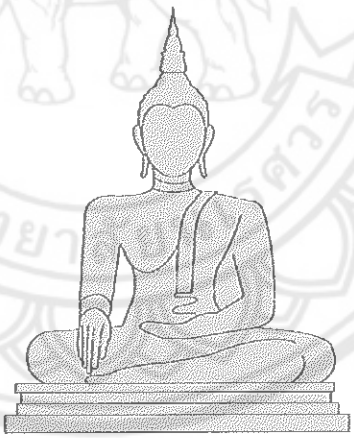


ภาพ 261 (ต่อ)

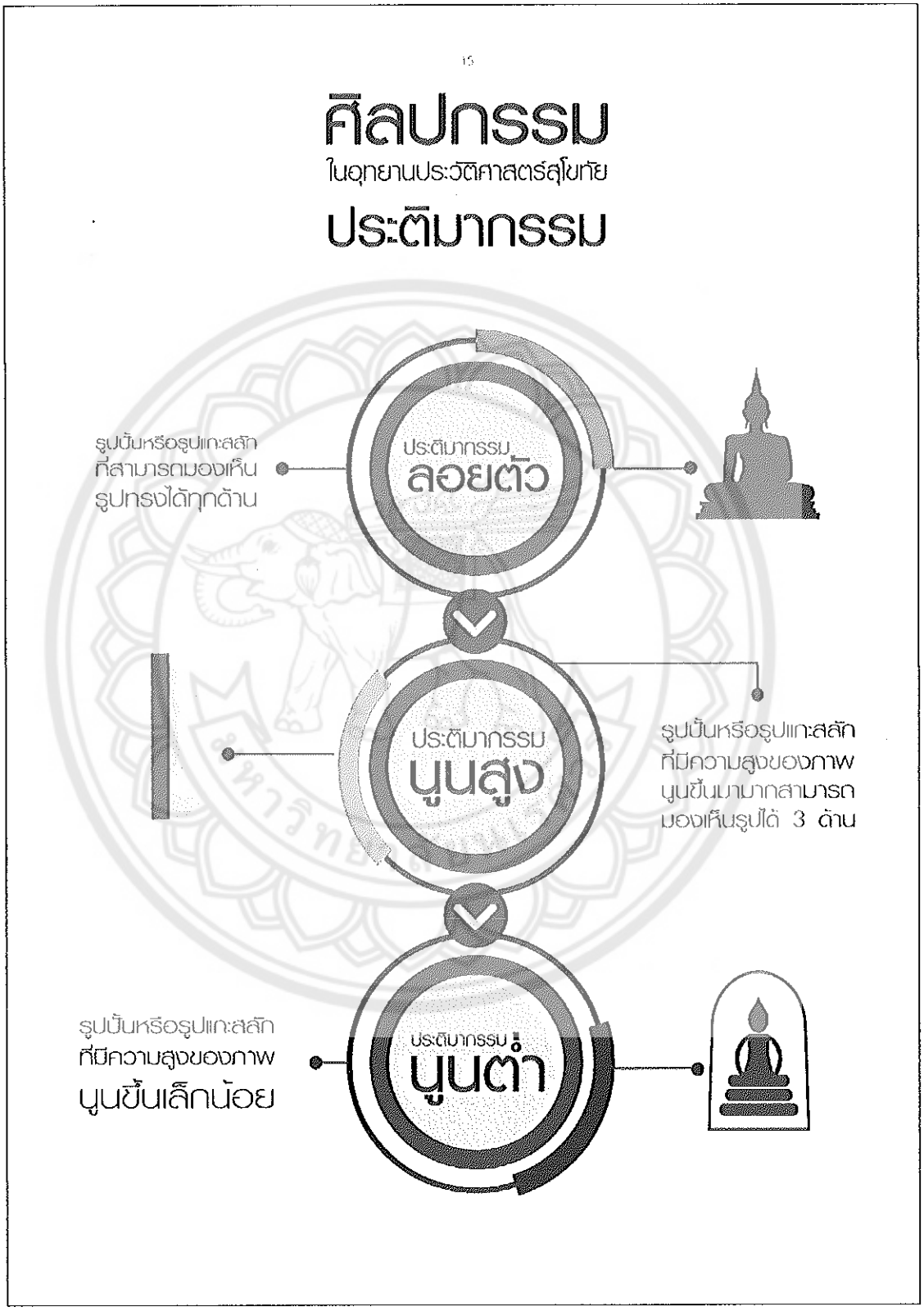

ศิลปกรรม
ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
ด้านสถาปัตยกรรม
กำแพงแก้ว
ศาลาราย
ซุ้มเสมา
หอไตร
หอฉัน
หอกลอง
กุฏิ
สังฆสถาน
บริวารสถาน
ศาลาการเปรียญ
ศาลานาตร
ซุ้มโขง
พุทธสถาน
วิหาร
เจดีย์สถาน
อนุสรณ์สถาน
อุโบสถ
พระมณฑปที่ประดิษฐานรอยพระพุทธบาท
กู่ หรือสิ่งก่อสร้างที่บรรจุอัฐิของคนในวงศ์ตระกูลก่อนจะอุทิศต่อศาสนา
สถูป
เจดีย์
ปรางค์
มหาธาตุเจดีย์

ภาพ 261 (ต่อ)

2.ด้าน
ประติมากรรม

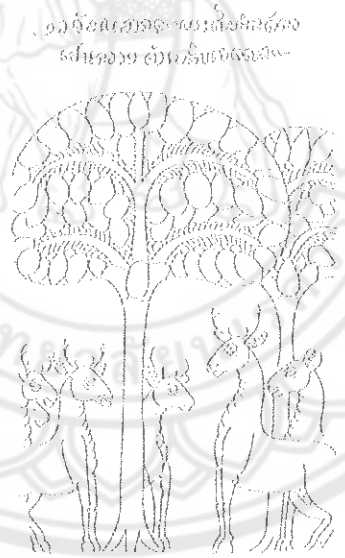


ภาพ 261 (ต่อ)


ศิลปกรรม
ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
ประติมากรรม
ประติมากรรม
ลอยตัว
รูปปั้นหรือรูปแกะสลัก
ที่สามารถมองเห็น
รูปทรงได้ทุกด้าน
ประติมากรรม
นูนสูง
รูปปั้นหรือรูปแกะสลัก
ที่มีความสูงของภาพ
นูนขึ้นมามากสามารถ
มองเห็นรูปได้ 3 ด้าน
ประติมากรรม
นูนต่ำ
รูปปั้นหรือรูปแกะสลัก
ที่มีความสูงของภาพ
นูนขึ้นเล็กน้อย

ภาพ 261 (ต่อ)

3.ด้าน
จิตรกรรม

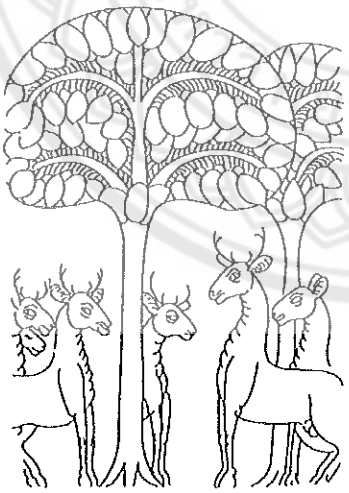


ภาพ 261 (ต่อ)

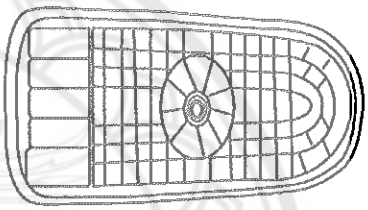
ศิลปกรรม
ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

จิตรกรรม

ภาพวาด
จิตกรรมฝาผนัง



ลายเส้นบนรอย
พระพุทธบาท



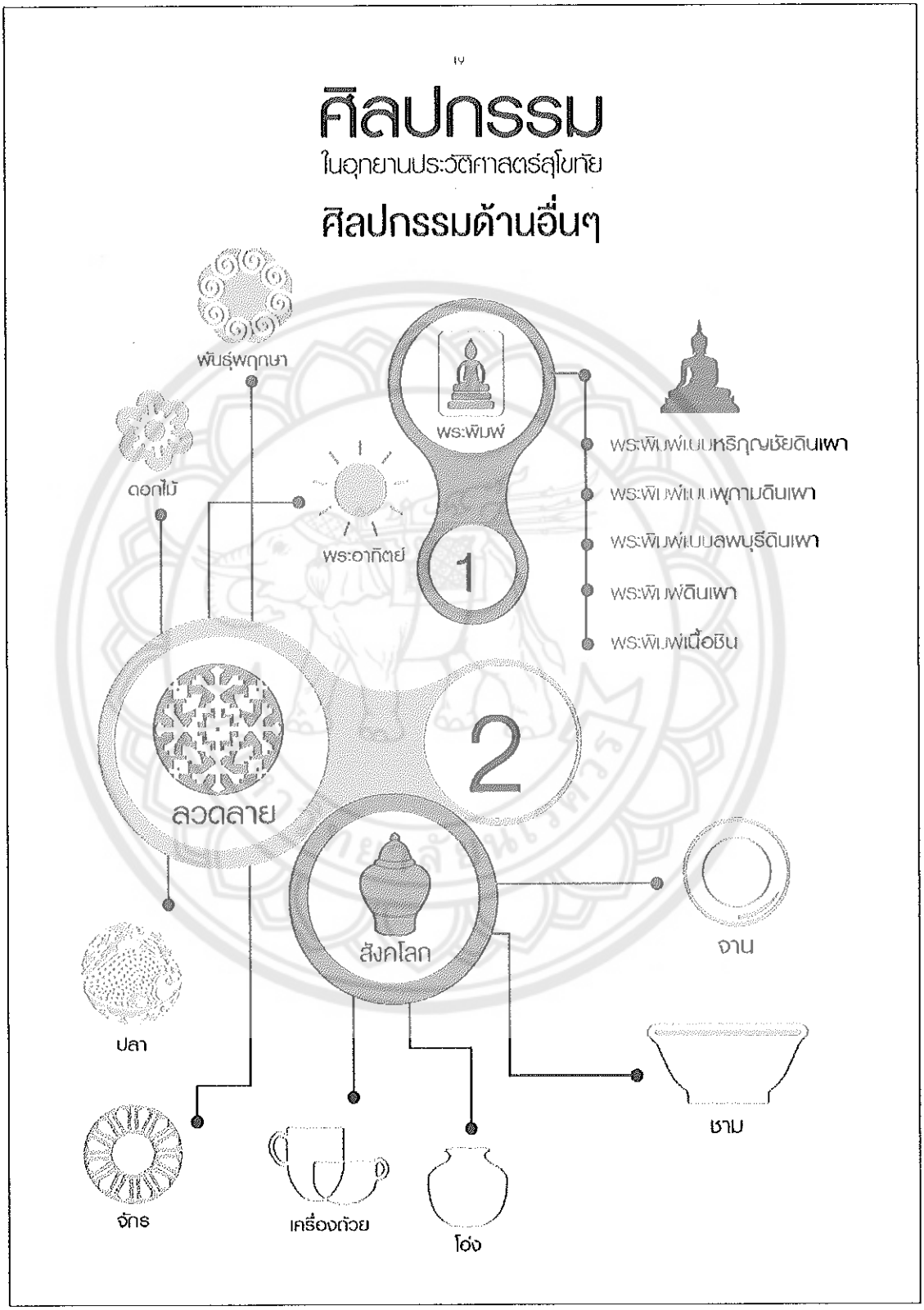
ภาพลายเส้น
เรื่องราวชาดก

ภาพ 261 (ต่อ)

4.ด้าน

ศิลปกรรมอื่น ๆ

ภาพ 261 (ต่อ)


ศิลปกรรม
ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
ศิลปกรรมด้านอื่นๆ
พันธุ์พฤกษา
ดอกไม้
พระอาทิตย์
พระพิมพ์
1
พระพิมพ์เบญจมหาบุรุษดินเผา
พระพิมพ์เบญจพุทธดินเผา
พระพิมพ์เบญจลพบุรีดินเผา
พระพิมพ์ดินเผา
พระพิมพ์เนื้อชิน
ลวดลาย
2
สังคโลก
จาน
ปลา
ชาม
จักร
เครื่องถ้วย
โอ่ง

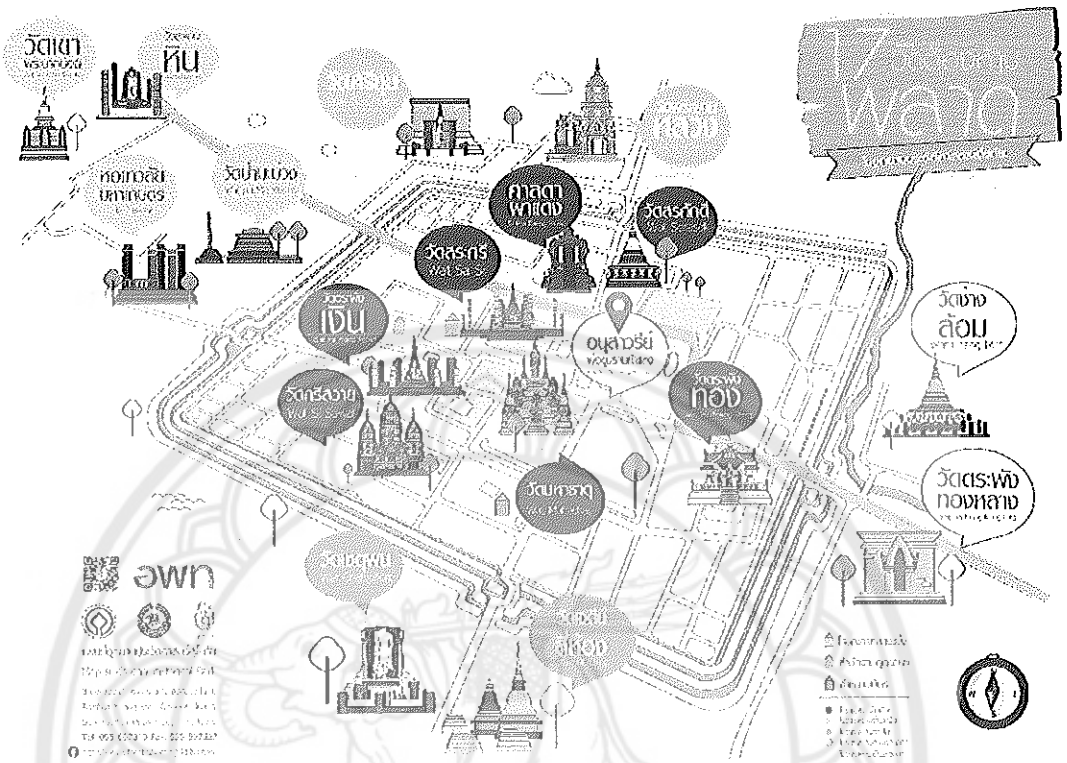
ภาพ 261 (ต่อ)

17 วัดต้องห้าม

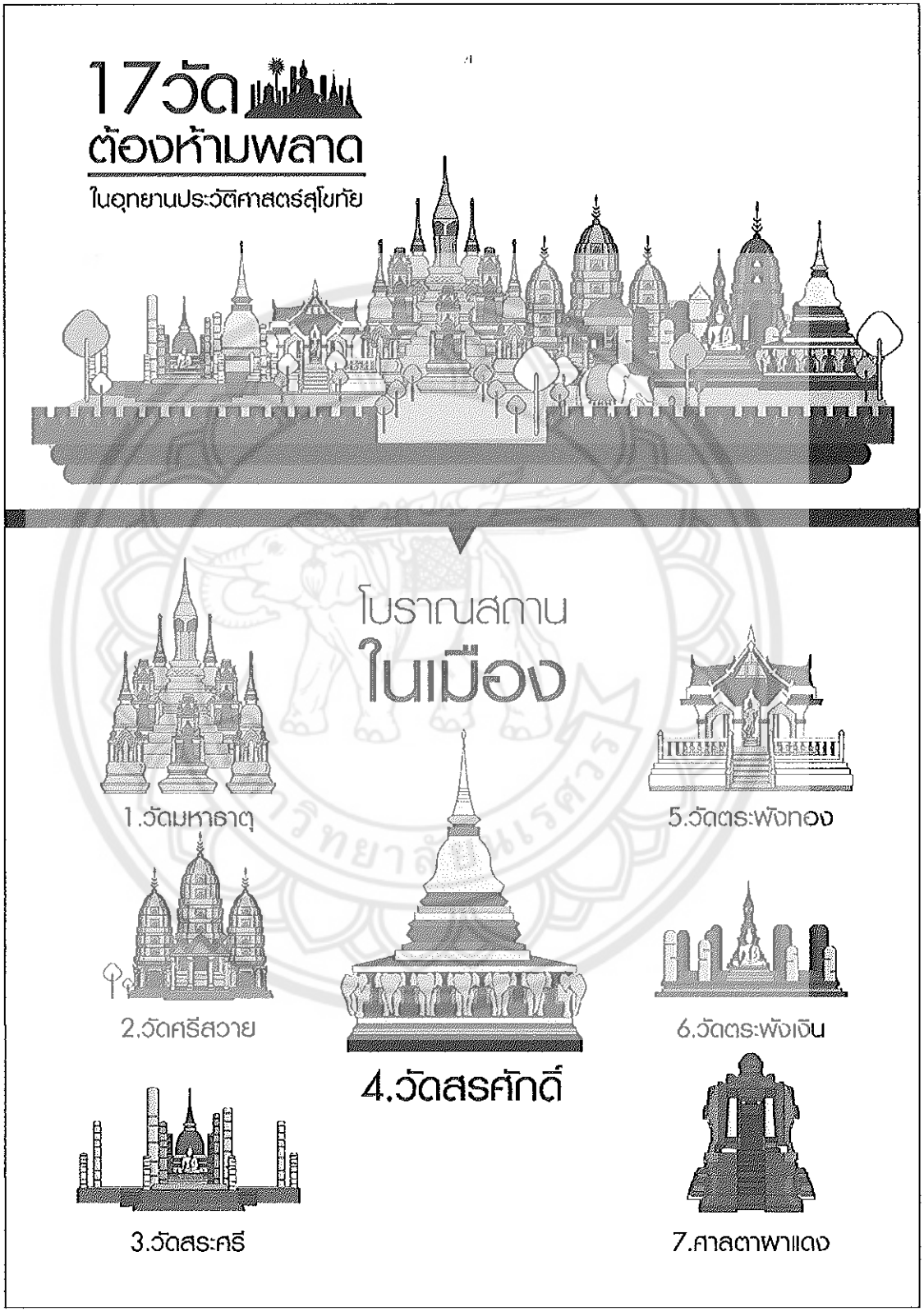
พลาด

ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

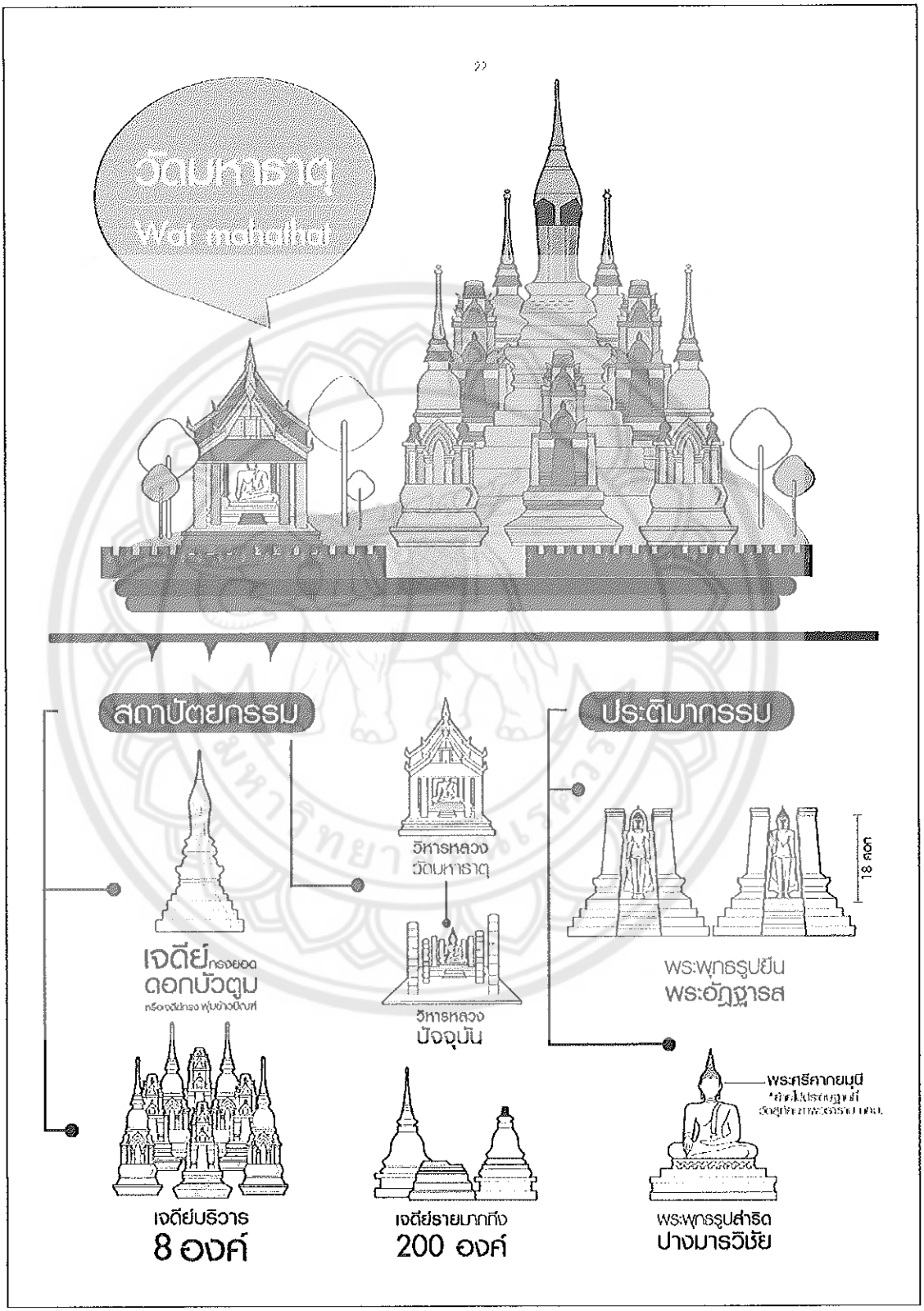
ภาพ 261 (ต่อ)


วัดเขา
หิน
วัดน้ำเมือง
วัดสระกำแพง
ใหญ่
วัดสระกำ
แพงน้อย
วัดราช
เงิน
วัดกลิ่งราย
อนุสาวรีย์
วัดราช
ทอง
วัดช้าง
ล้อม
วัดตระพัง
ทองหลาง
วัดมหาธาตุ
วัดศรี
สำโรง

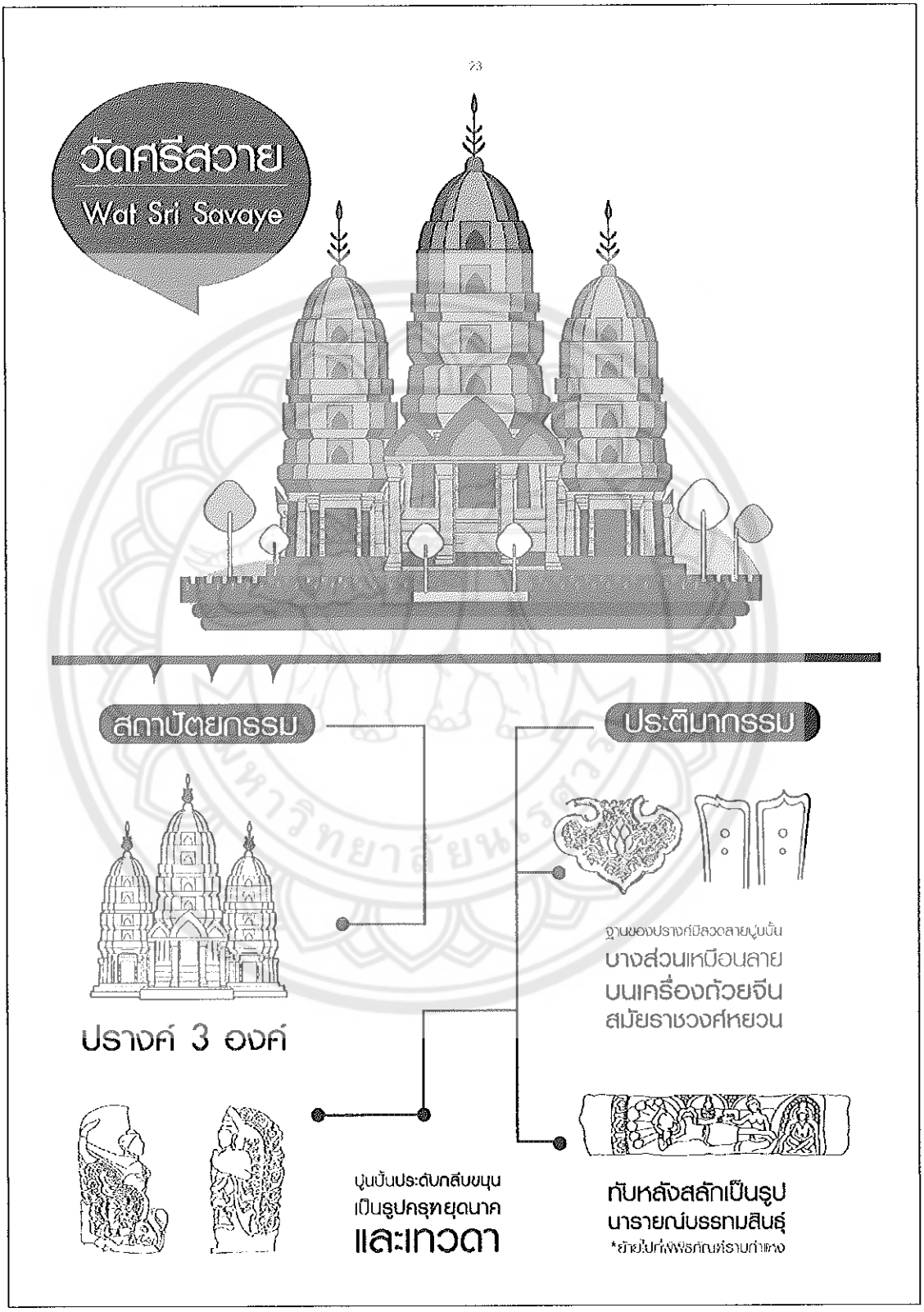
ภาพ 261 (ต่อ)


17วัด
ต้องห้ามพลาด
ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
โบราณสถาน
ในเมือง
1.วัดมหาธาตุ
2.วัดศรีสวาย
3.วัดสระศรี
4.วัดสรศักดิ์
5.วัดตระพังทอง
6.วัดตระพังเงิน
7.ศาลตาพาแดง

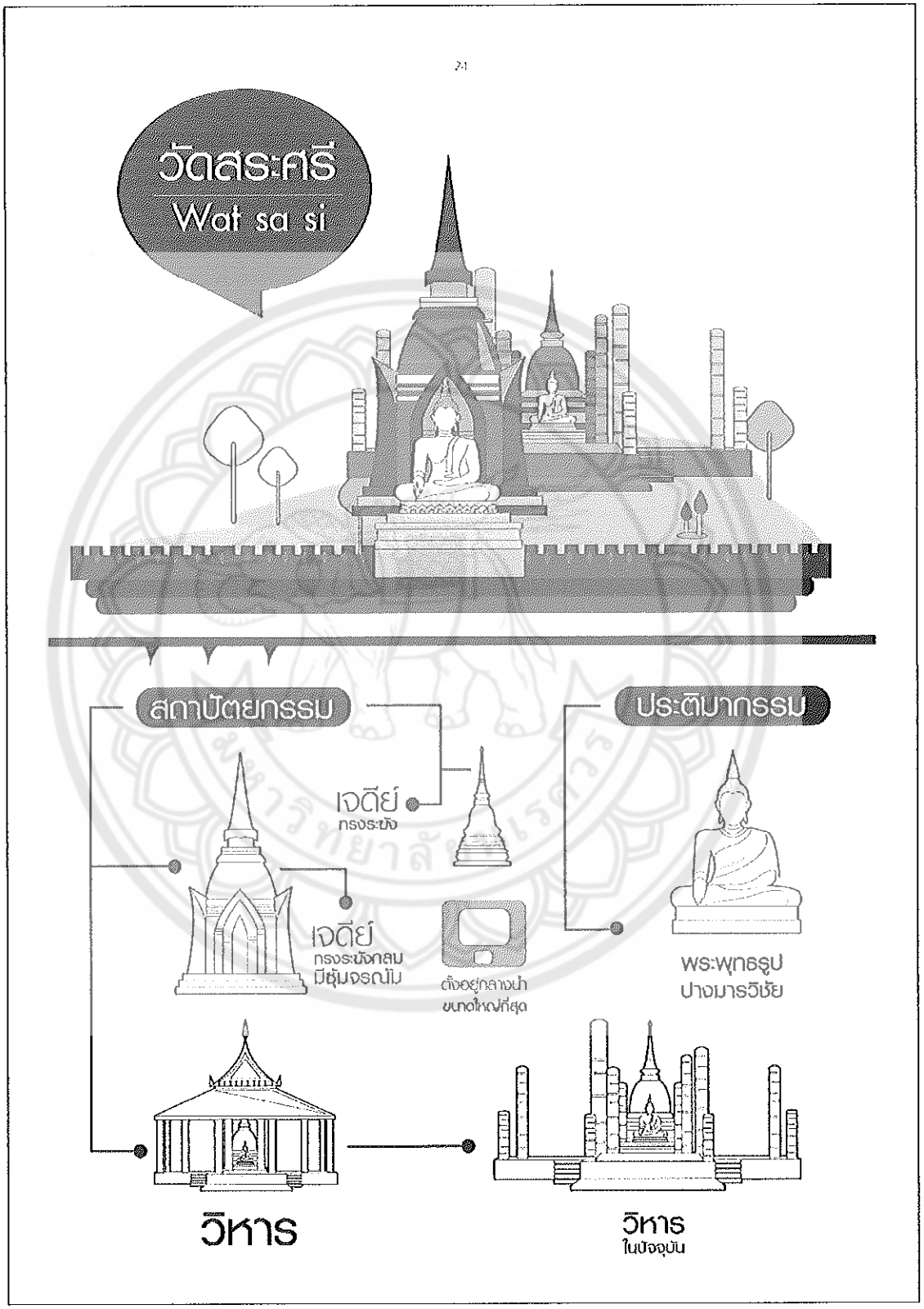
ภาพ 261 (ต่อ)


วัดมหาธาตุ
Wat Mahathat
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
วิหารหลวง
วัดมหาธาตุ
18 คอก
เจดีย์กรองยอด
ดอกบัวตูม
วิหารหลวง
ปัจจุบัน
พระพุทธรูปยืน
พระอัฏฐารส
พระศรีศากยมุนี
เจดีย์บริวาร
8 องค์
เจดีย์รายมากถึง
200 องค์
พระพุทธรูปสำริด
ปางมารวิชัย

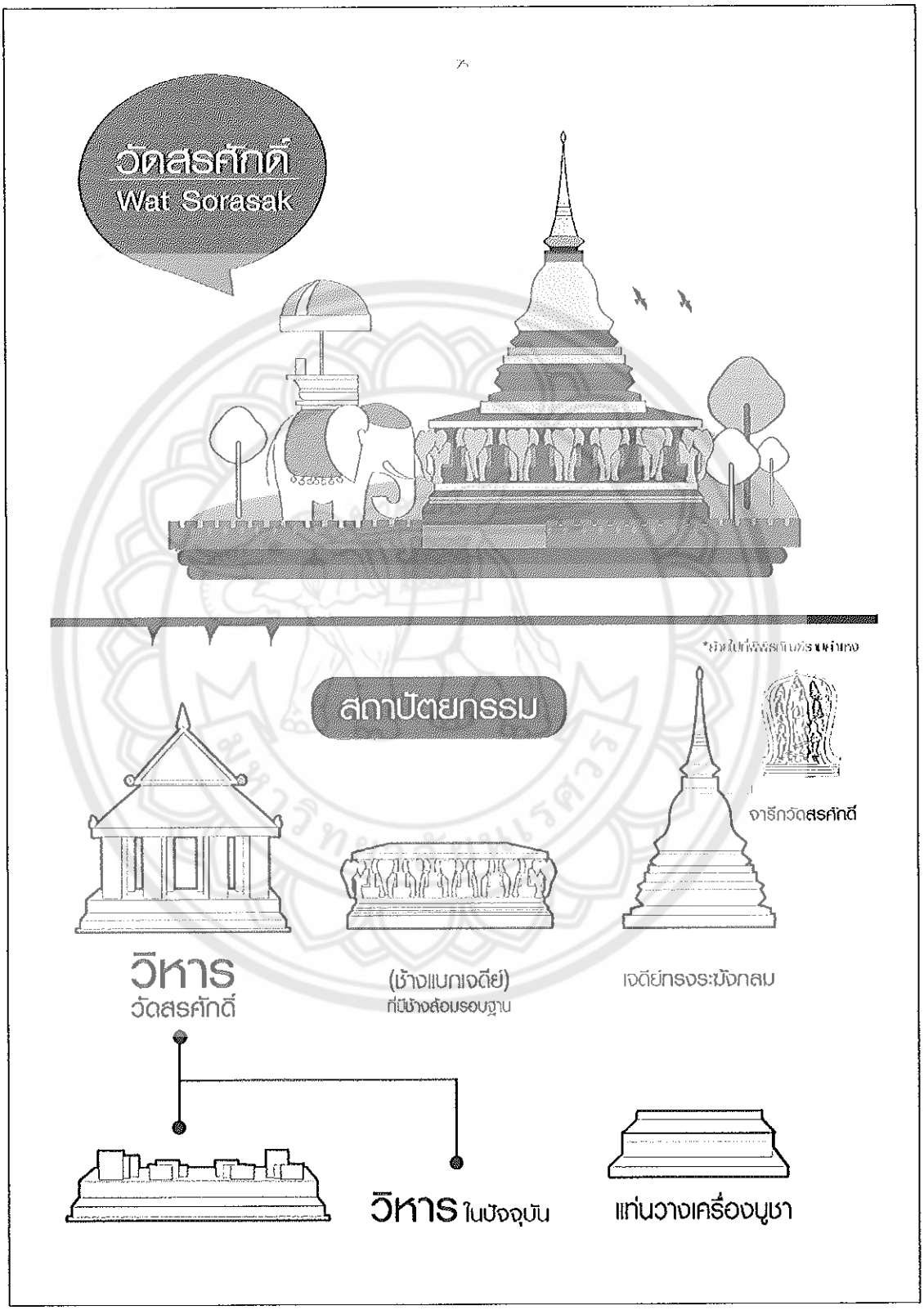
ภาพ 261 (ต่อ)


วัดศรีสวาย
Wat Sri Savaye
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
ปรางค์ 3 องค์
ฐานของปรางค์มีลวดลายปูนปั้น
บางส่วนเหมือนลาย
บนเครื่องถ้วยจีน
สมัยราชวงศ์หยวน
ปูนปั้นประดับกลีบขนุน
เป็นรูปครุฑยุดนาค
และเทวดา
ทับหลังสลักเป็นรูป
นารายณ์บรรทมสินธุ์
*ยังไปกำพระศิวะที่ราบกำแพง

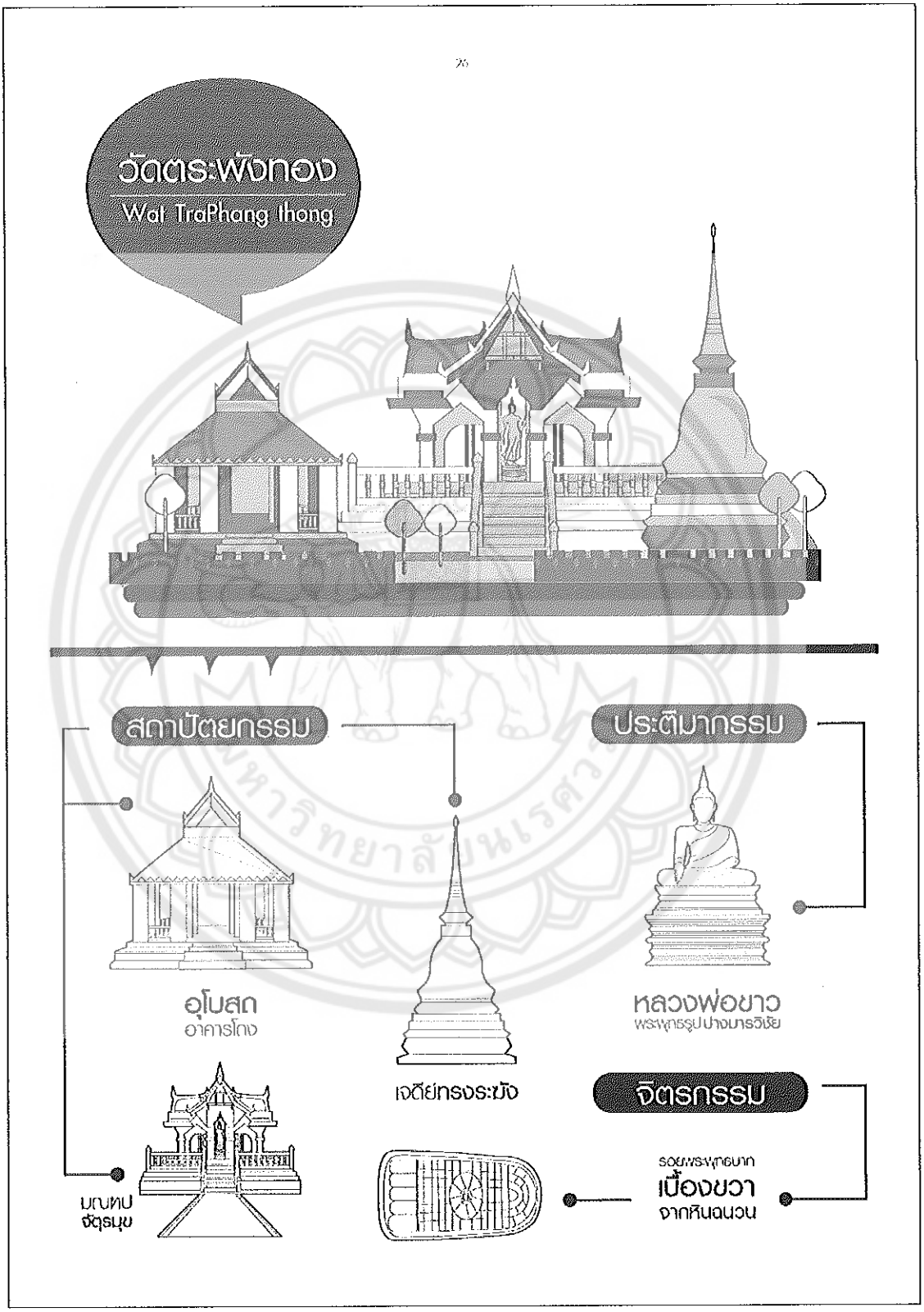
ภาพ 261 (ต่อ)


วัดสระศรี
Wat sa si
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
เจดีย์
ทรงระฆัง
เจดีย์
ทรงระฆังกลม
มีซุ้มจรณัม
ตั้งอยู่กลางน้ำ
ขนาดใหญ่ที่สุด
พระพุทธรูป
ปางมารวิชัย
วิหาร
วิหาร
ในปัจจุบัน

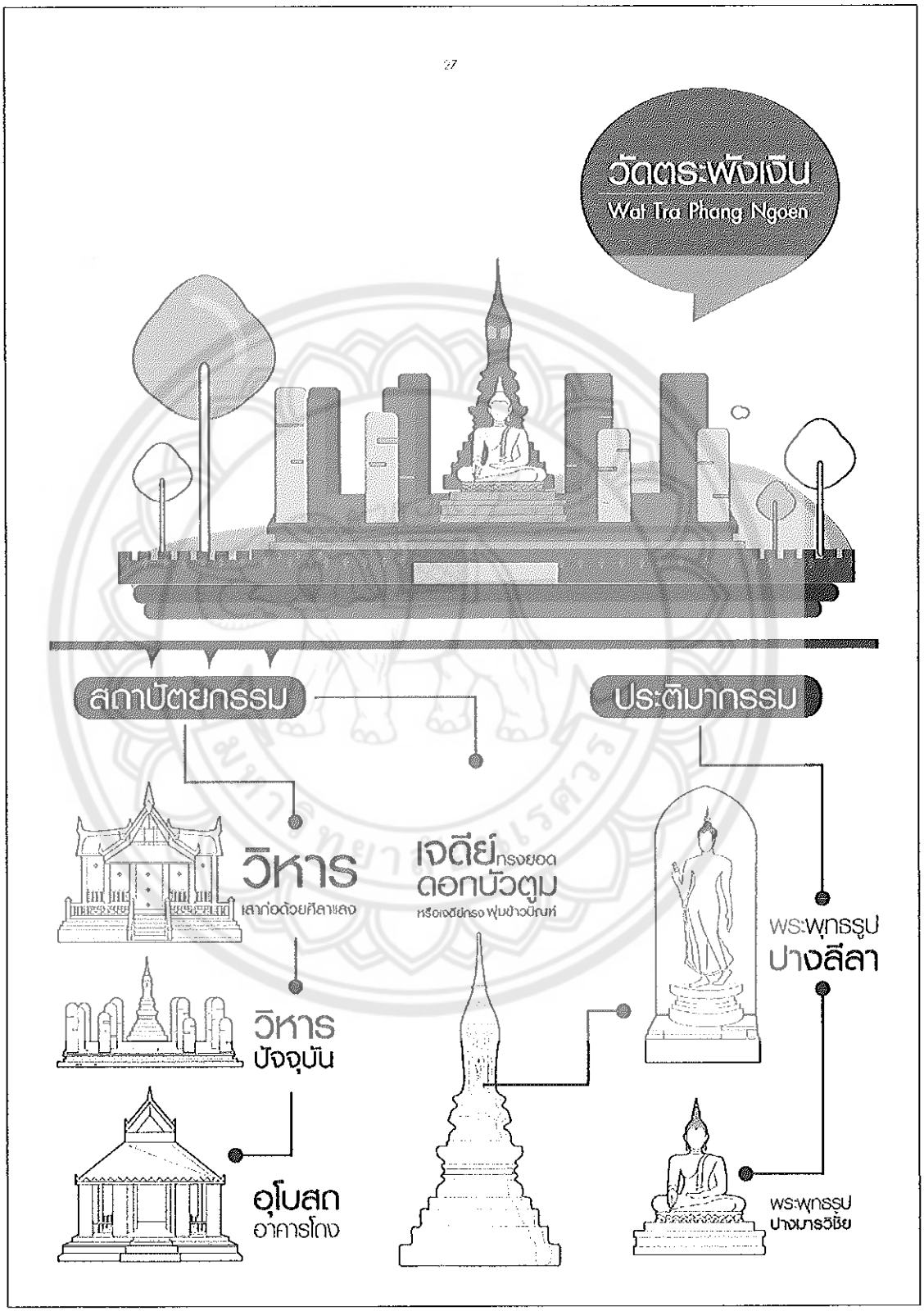
ภาพ 261 (ต่อ)


วัดสรศักดิ์
Wat Sorasak
สถาปัตยกรรม
จารึกวัดสรศักดิ์
วิหาร
วัดสรศักดิ์
(ช้างแบกเจดีย์)
ที่มีช้างล้อมรอบฐาน
เจดีย์ทรงระฆังกลม
วิหาร ในปัจจุบัน
แท่นวางเครื่องบูชา

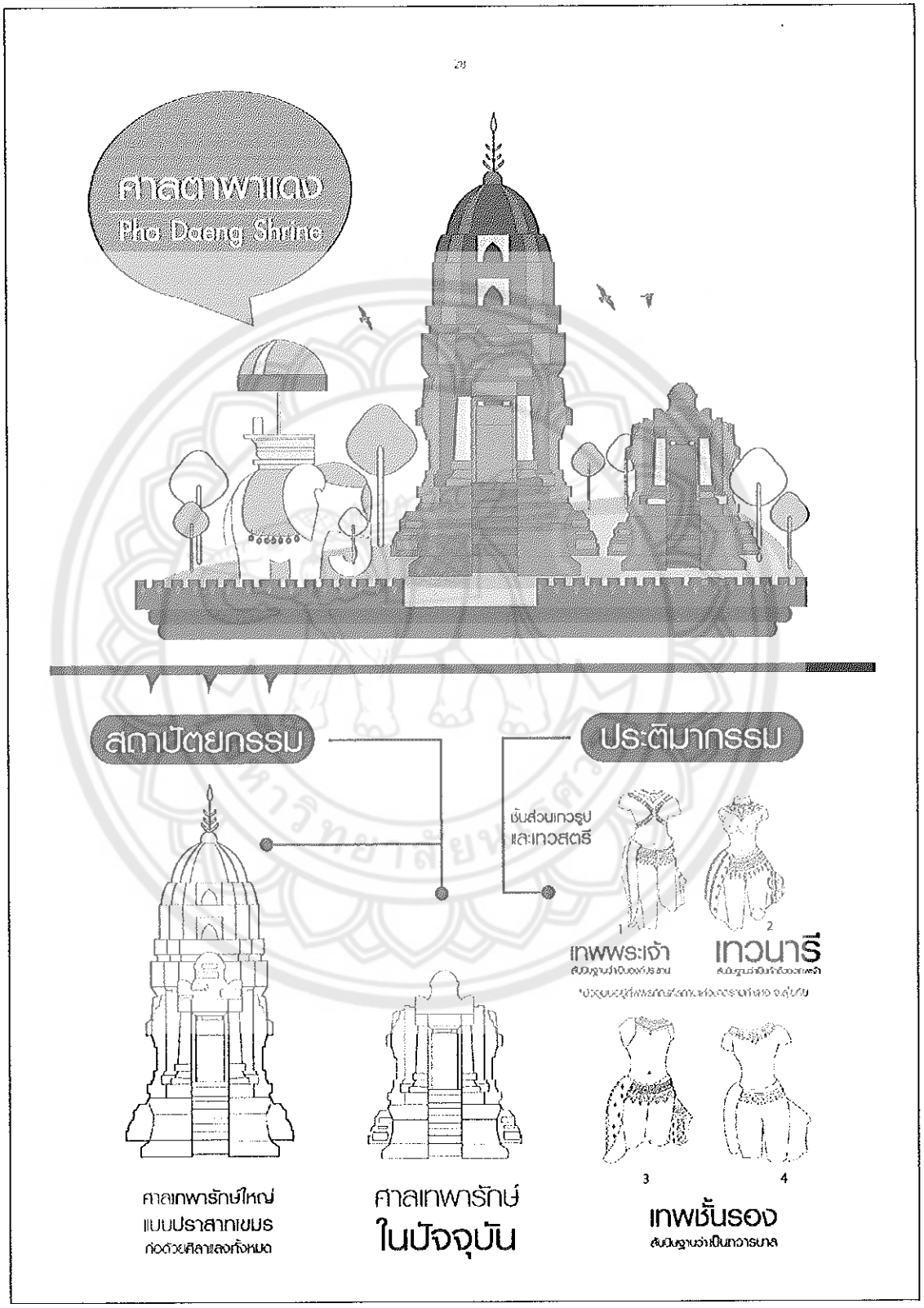
ภาพ 261 (ต่อ)


วัดตระพังทอง
Wat TraPhang Thong
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
อุโบสถ
อาคารโถง
หลวงพ่อยาว
พระพุทธรูปปางมารวิชัย
เจดีย์ทรงระฆัง
จิตรกรรม
มณฑป
จัตุรมุข
รอยพระพุทธบาท
เบื้องขวา
จากหินฉนวน

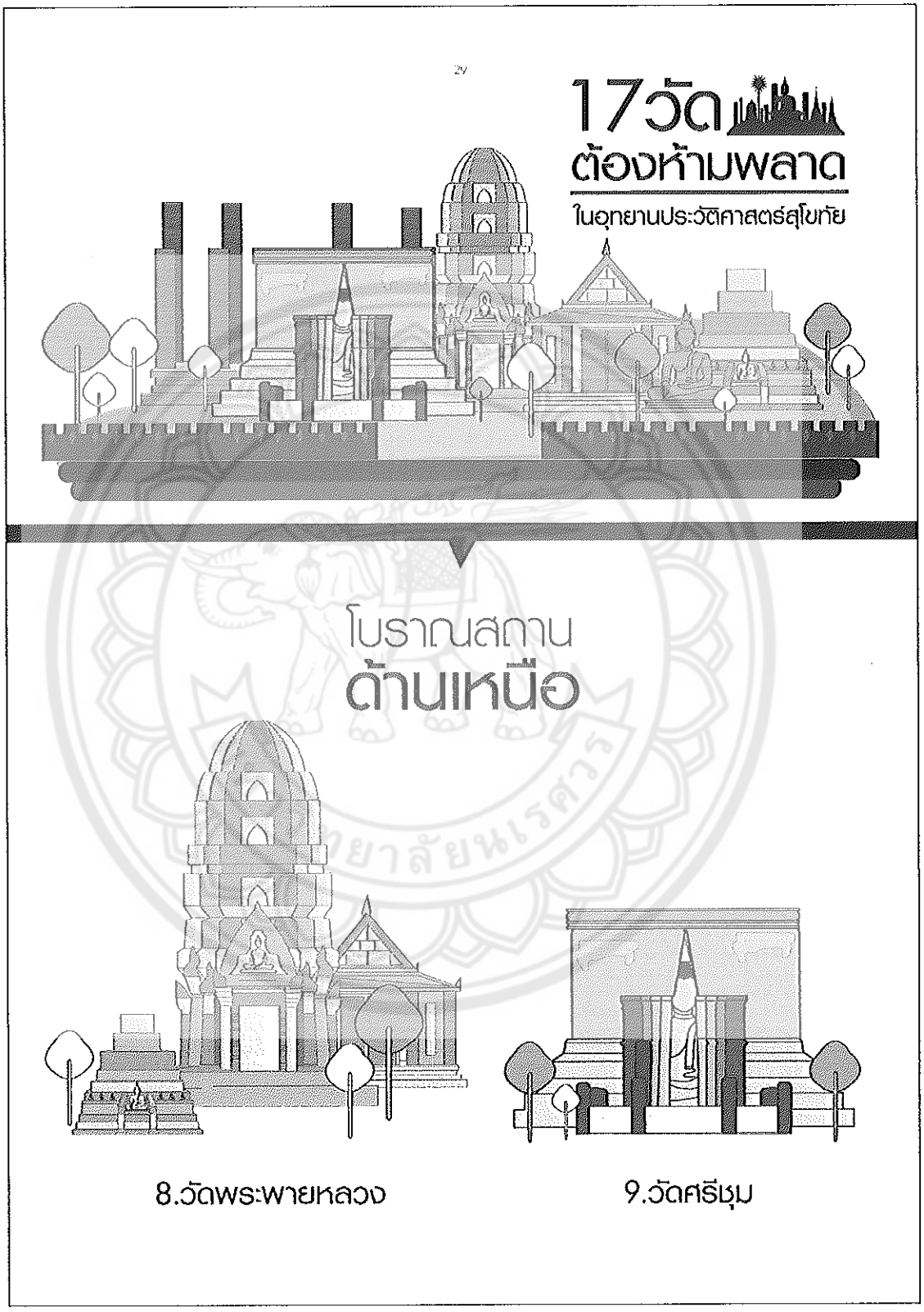
ภาพ 261 (ต่อ)


วัดตระพังเงิน
Wat Tra Phang Ngoen
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
วิหาร
เสาก่อด้วยศิลาแลง
เจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูม
หรือเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์
พระพุทธรูปปางลีลา
วิหารปัจจุบัน
อุโบสถ
อาคารโถง
พระพุทธรูปปางมารวิชัย

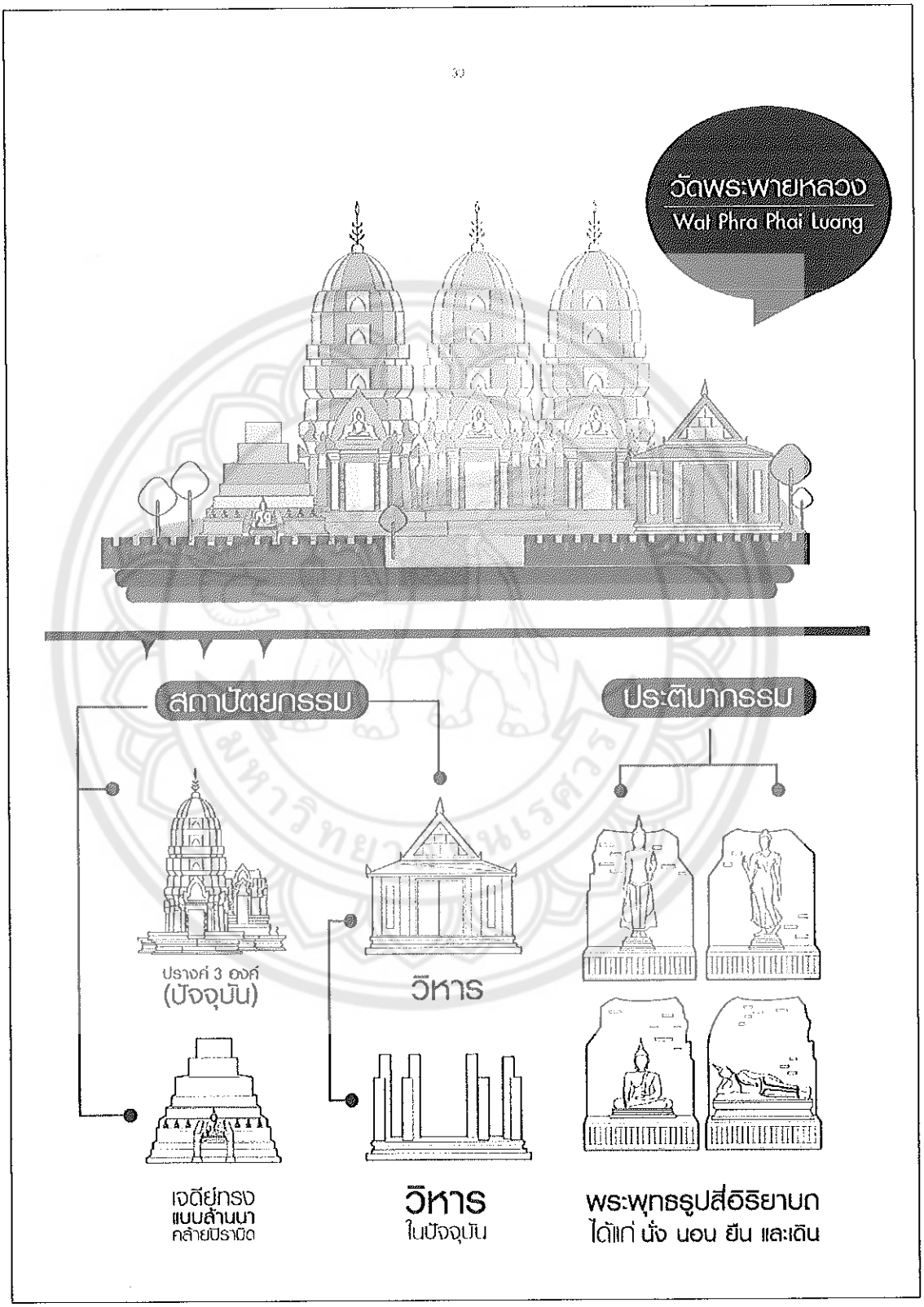
ภาพ 261 (ต่อ)


ศาลตาพาแดง
Pho Daeng Shrine
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
ชั้นส่วนเทวรูป
และเทวสตรี
1
2
เทพพระเจ้า
เทวนารี
3
4
เทพชั้นรอง
ศาลเทพารักษ์ใหญ่
แบบปราสาทเขมร
ก่อด้วยศิลาแลงทั้งหมด
ศาลเทพารักษ์
ในปัจจุบัน

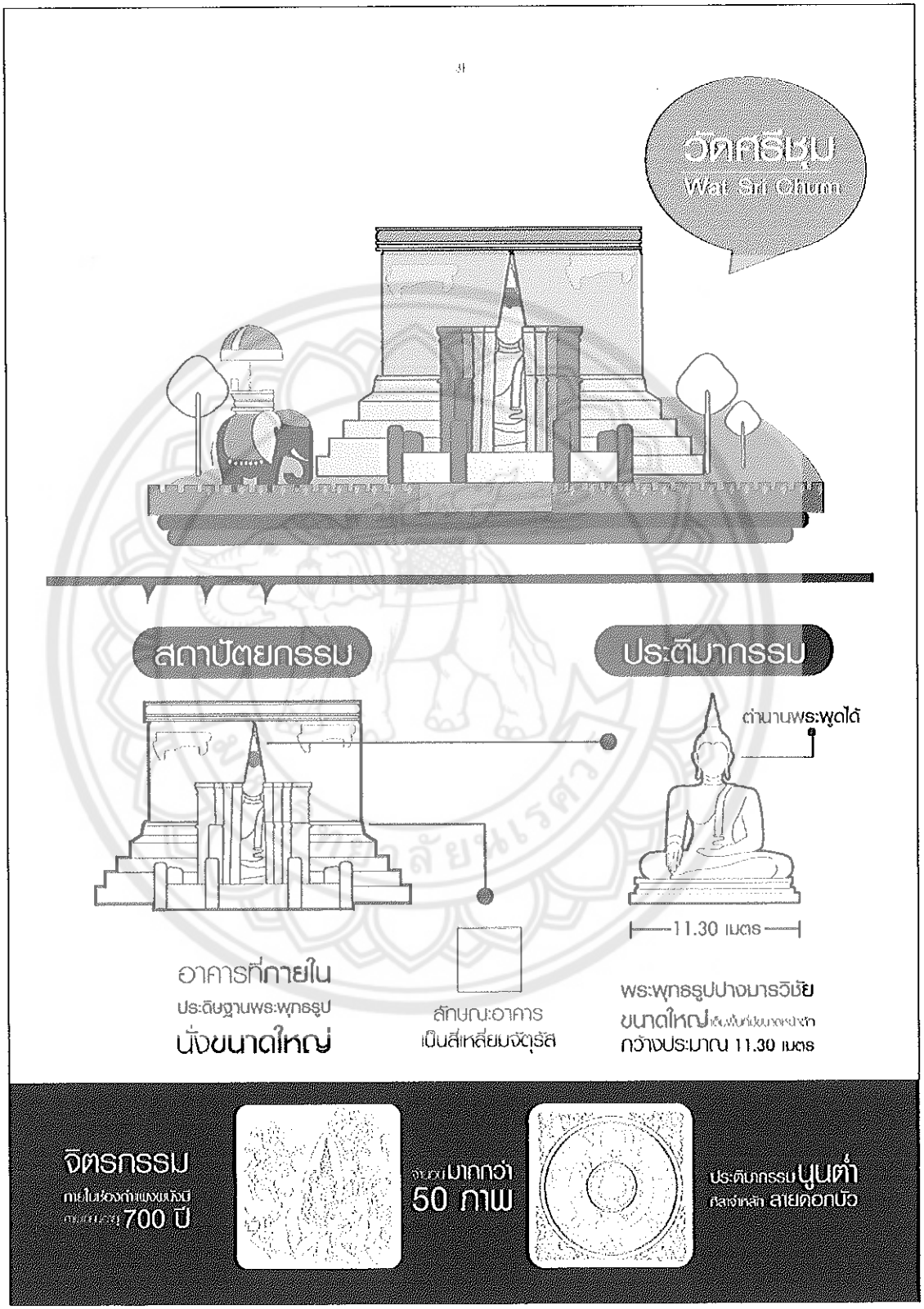
ภาพ 261 (ต่อ)


17วัด
ต้องห้ามพลาด
ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
โบราณสถาน
ด้านเหนือ
8.วัดพระพายหลวง
9.วัดศรีชุม

ภาพ 261 (ต่อ)

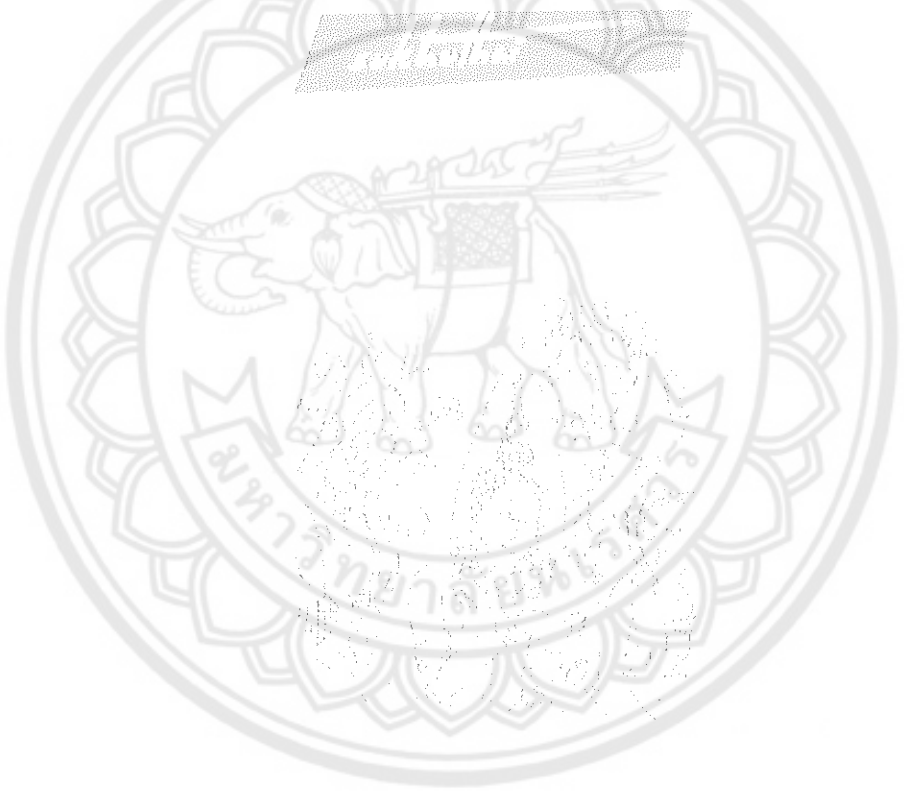

วัดพระพายหลวง
Wat Phra Phai Luang
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
ปรางค์ 3 องค์
(ปัจจุบัน)
วิหาร
เจดีย์ทรง
แบบล้านนา
คล้ายปิรามิด
วิหาร
ในปัจจุบัน
พระพุทธรูปสี่อิริยาบถ
ได้แก่ นั่ง นอน ยืน และเดิน

ภาพ 261 (ต่อ)


วัดศรีชุม
Wat Si Chum
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
ตำนานพระพูดได้
11.30 เมตร
อาคารที่ภายใน
ประดิษฐานพระพุทธรูป
นั่งขนาดใหญ่
ลักษณะอาคาร
เป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส
พระพุทธรูปปางมารวิชัย
ขนาดใหญ่
กว้างประมาณ 11.30 เมตร
จิตรกรรม
700 ปี
มากกว่า
50 ภาพ
ประติมากรรมนูนต่ำ
ลายดอกบัว

ภาพ 261 (ต่อ)

51 ภาพ
ในอุโมงค์นิมิต
วัดศรีชุม



ภาพจิตรกรรม สลักบนแผ่นหินชนวน
เรื่องย่อจาก "นิบาตชาดก"

ภาพ 261 (ต่อ)

1

เสริวาณิชชาดก

รูปทรงศิราภรณ์ประดับศีรษะ
มีลักษณะเหมือน
เครื่องทรงกษัตริย์
ในศิลปะลังกา

2

จุลกชาดก

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติเป็น
“จุลกะ”

ภาพ 261 (ต่อ)

34

3

นาลิทนธุลชาดก
(ตัณฑุลนาฬิชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นตัณฑุนาฬิหรือ
เจ้าหน้าที่ตีราคาวัสดุ

4

เทพธรรมชาดก
(เทวธรรมชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นมหิสาสกุมาร

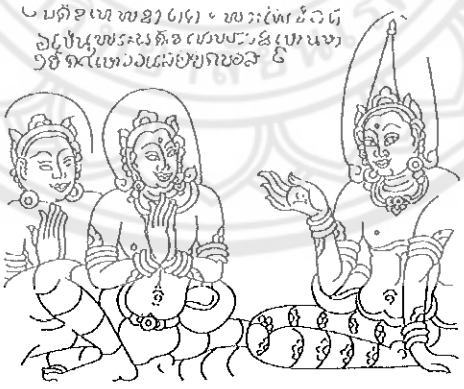
ภาพ 261 (ต่อ)

5

กดถหาธิชาดก
(กัฏฐหาริชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นลูกชาย
ของสตรีเก็บฟืน

6

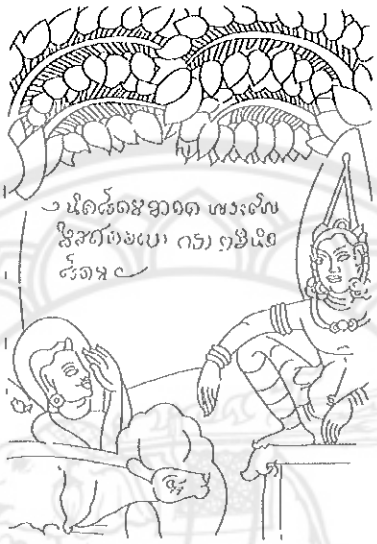


มัฆเทวชาดก
(มฆเทวชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพระราชา

ภาพ 261 (ต่อ)

7



นิคโรดธชาดก
(นิโครธชาดก)

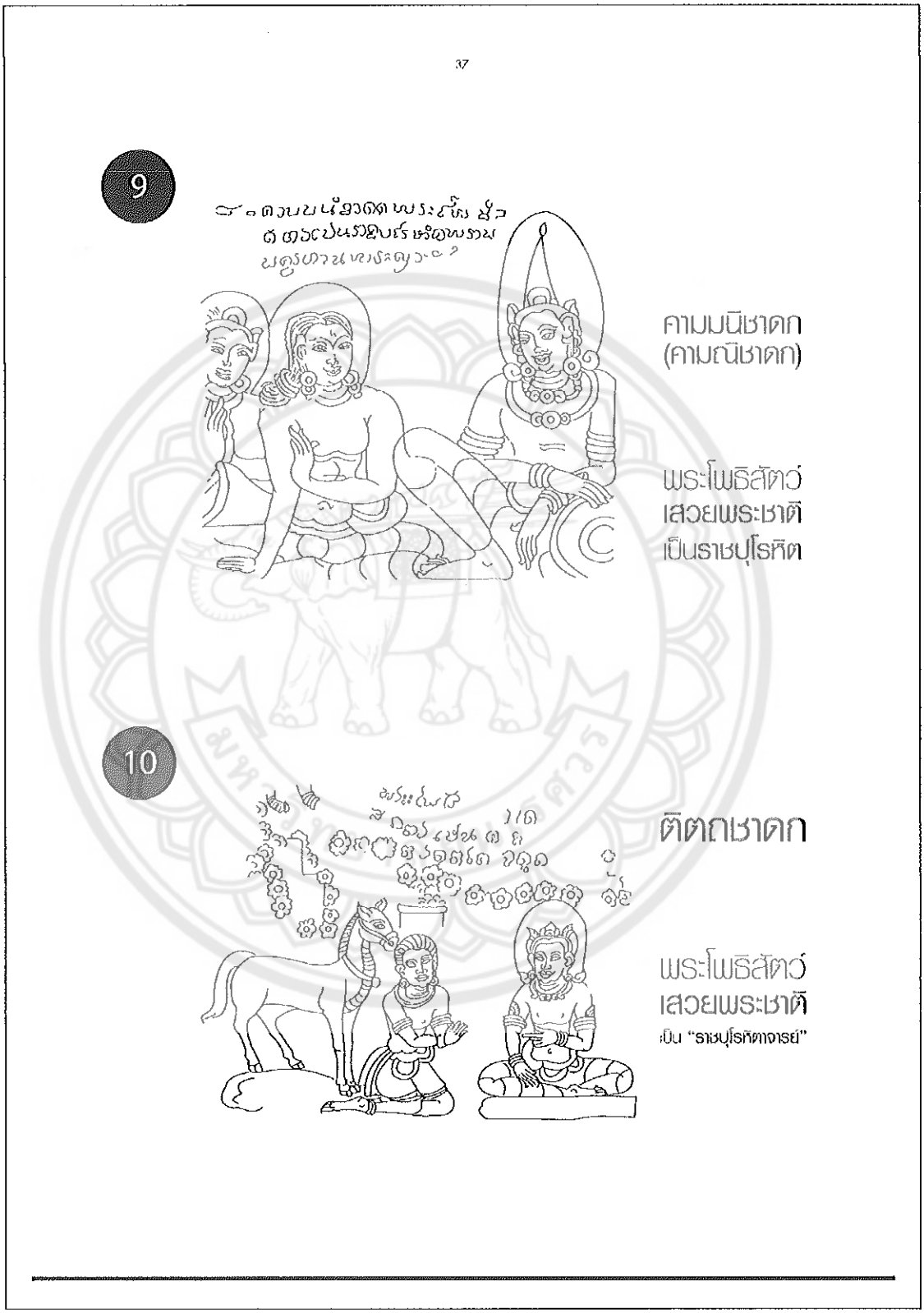
พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นกวางเนื้อจ่าฝูง

8

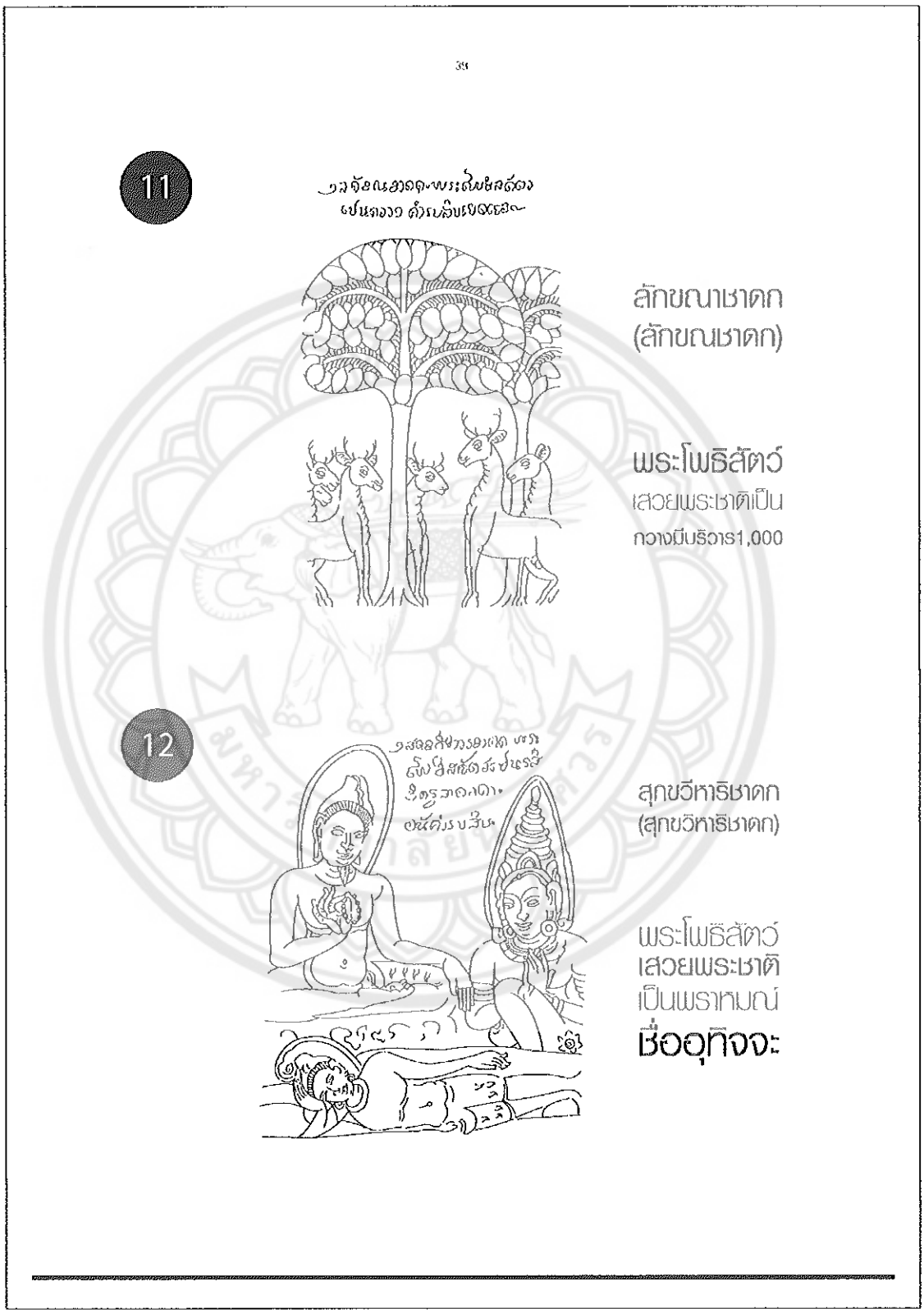
กันทิชาดก
(กัณฑินชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นเทพยดาในป่า

ภาพ 261 (ต่อ)


9
คามมนีชาดก
(คามณีชาดก)
พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นราชปุโรหิต
10
ติตถชาดก
พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็น "ราชปุโรหิตาจารย์"

ภาพ 261 (ต่อ)


11
ลักขณาชาดก
(ลักขณชาดก)
พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติเป็น
กวางมีบริวาร1,000
12
สุกขวิหาริชาดก
(สุกขวิหาริชาดก)
พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพราหมณ์
ชื่ออุทิจจะ

ภาพ 261 (ต่อ)

13

วาตมิคชาดก

พระโพธิสัตว์
เป็นพระยาพาราณสี

14

ชราทิยามิคชาดก
(ชราทิยชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพญาเนื้อ
มีบริวารแวดล้อม

ภาพ 261 (ต่อ)

15

ติปัลลตมิคโปตชาดก
(ติปัลลัตถ-มิคชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพญาเนื้อ
มีบริวารแวดล้อม

16

มาลุกชาดก
(มาลุตชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นฤษี

ภาพ 261 (ต่อ)

17

มตกภัตตชาดก

พราหมณ์ผู้หนึ่ง
ในราชสำนักของ
พระเจ้าพรหมทัตต์
ต้องการ "มตกภัตต"
(ฆ่าสัตว์พลีกรรมบูชาไฟ)

18

อายาจิตพัดชาดก
(อายาจิตภัตตชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพญาเทวดา

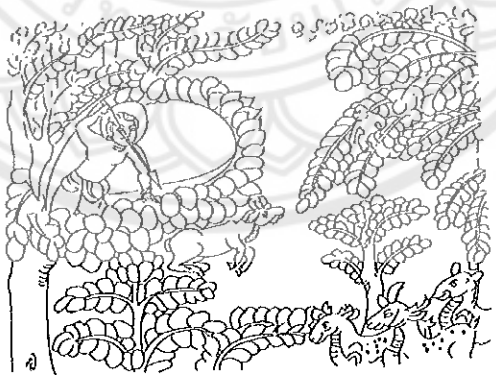
ภาพ 261 (ต่อ)

19

นฬีบานชาดก
(นฬีกปานชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพญาวานรมีฝูงวานร
เป็นบริวาร

20

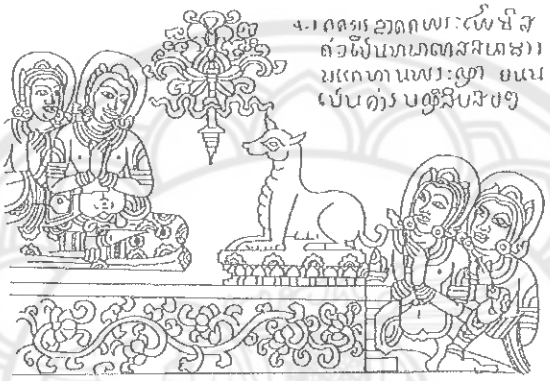


กุรุงคมิคชาดก
(กุรุงคมิคชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติเป็น
กวาง

ภาพ 261 (ต่อ)

21



ภาพจิตรกรรมฝาผนัง
ที่วัดศรีชุม จ.สุโขทัย

แสดงให้เห็นเครื่องประดับ
ของชนชั้นสูง
ในสมัยสุโขทัย

22

เรื่องโกษาชานิยชาดก

ชุดพระเจ้าห้าร้อยชาติ
ลงบนแผ่นหินชนวน

พบที่เพดานมณฑป
วัดศรีชุม จ.สุโขทัย

ภาพ 261 (ต่อ)

23

โคชชานิยชาดก
(โภชชานิยชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติเป็น
ม้าอาชาไนยพันธุ์
โภชประเทศ

24

วัฏฏกชาดก
(วัฏฏกชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นลูกนกคุ่ม

ภาพ 261 (ต่อ)

25

ติตติรชาดก

พระโพธิสัตว์
เสวยชาติ
เป็นนกกระทา
(ติตติระ)

26

พกชาดก

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นรุกขเทวดา
สิงสถิตอยู่ในต้นไม้
ใกล้สระบัวได้เห็นปลาถูก
หลอกล่อโดยนกกระสา

ภาพ 261 (ต่อ)

27

สกุนาชาดก
(สกุณชาดก)

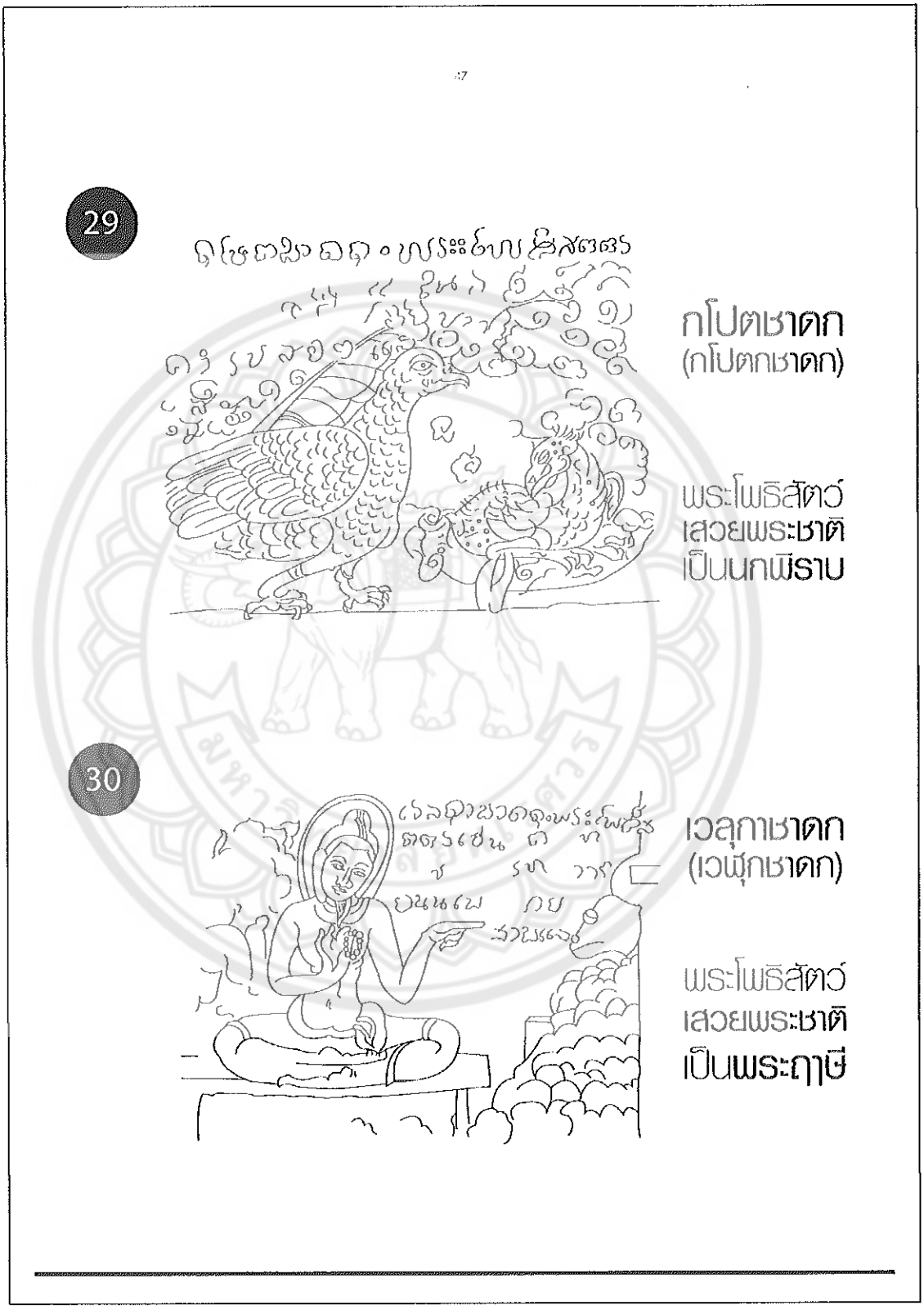
พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นนก

28

โมรนัจจชาดก

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพญาหงส์ทอง

ภาพ 261 (ต่อ)


29
กโปตชาดก
(กโปตกชาดก)
พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นนกพิราบ
30
เวลุกาชาดก
(เวฬุกชาดก)
พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพระฤาษี

ภาพ 261 (ต่อ)

31

มักกสชาดก
(มกสชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพ่อค้า
ในเมืองพาราณสี

32

โรหินีชาดก
(โรหิณีชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติเป็น
ลูกมาณพของกรมชฎี เมืองพาราณสี

ภาพ 261 (ต่อ)

33

วารุณีทูสกชาดก
(วารุณีทูสกชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นเศรษฐี
ในเมืองพาราณสี

34

อารามทูสกชาดก

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นบัณฑิต
ในนครพาราณสี

ภาพ 261 (ต่อ)

35

เวทบพชาดก
(เวทัพพชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นลูกศิษย์
ของพราหมณ์

36

นกขตชาดก
(นักขัตตชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นบัณฑิต

ภาพ 261 (ต่อ)

37

ทุมเมธชาดก

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพระพรหมทัตต์กุมาร

38

มหาสีลวชาดก

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพระโอรสของ
พระเจ้าพรหมทัตต์

ภาพ 261 (ต่อ)

39

จุลชนกชาดก

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพระโอรส
ของพระราชา

40

ปุณณปานิชาดก
(ปุณณปาติกชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นเศรษฐี
ในเมืองพาราณสี

ภาพ 261 (ต่อ)

41

ผลชาดก
(กิมผลชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นพ่อค้าคุมเกวียน
500 เล่มเกวียน

42

ปญจาวุทธชาดก
(ปัญจาวุธชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นราชโอรส
พระเจ้าพาราณสี

ภาพ 261 (ต่อ)

43

กานจนขนนธชาดก
(กัญจนขันฑชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นชาวนาแห่ง
เมืองพาราณสี

44

ตโยธมมชาดก
(ตโยธัมมชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นลูกลิง
ในหิมวันตประเทศ

ภาพ 261 (ต่อ)

45

เพริวาทธชาดก
(เภริวาทกชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นคนตีกลอง

46

สังคชาดก
(สังขธัมมชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นลูกคนป่า

ภาพ 261 (ต่อ)

47

เรื่องอลาตมันตชาดก
จารึกลงบนแผ่นหินฉนวน

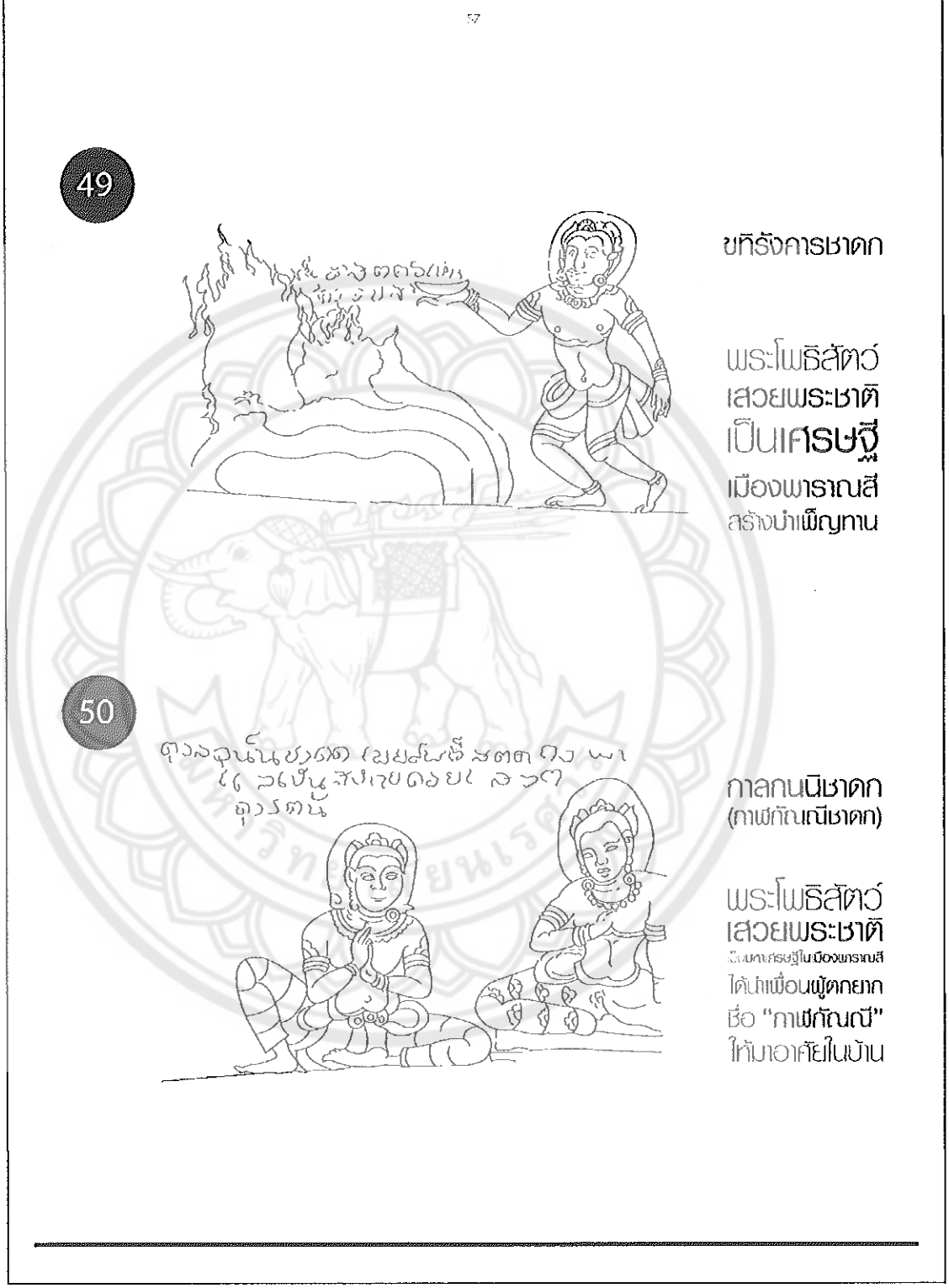
ภาพตั้งอันมีขาเป็นเท้าคล้าย
ตั่งขาสิงห์
เข้าใจว่ามีแบบอย่างจาก

48

นนทชาดก
(นันทชาดก)

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นเศรษฐี

ภาพ 261 (ต่อ)


49
ขทิรังคารชาดก
พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นเศรษฐี
เมืองพาราณสี
สร้างบำเพ็ญทาน
50
กาลกนนิชาดก
(กาฬกัณณีชาดก)
พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
ได้นำเพื่อนผู้ตกยาก
ชื่อ "กาฬกัณณี"
ให้มาอาศัยในบ้าน

ภาพ 261 (ต่อ)

51

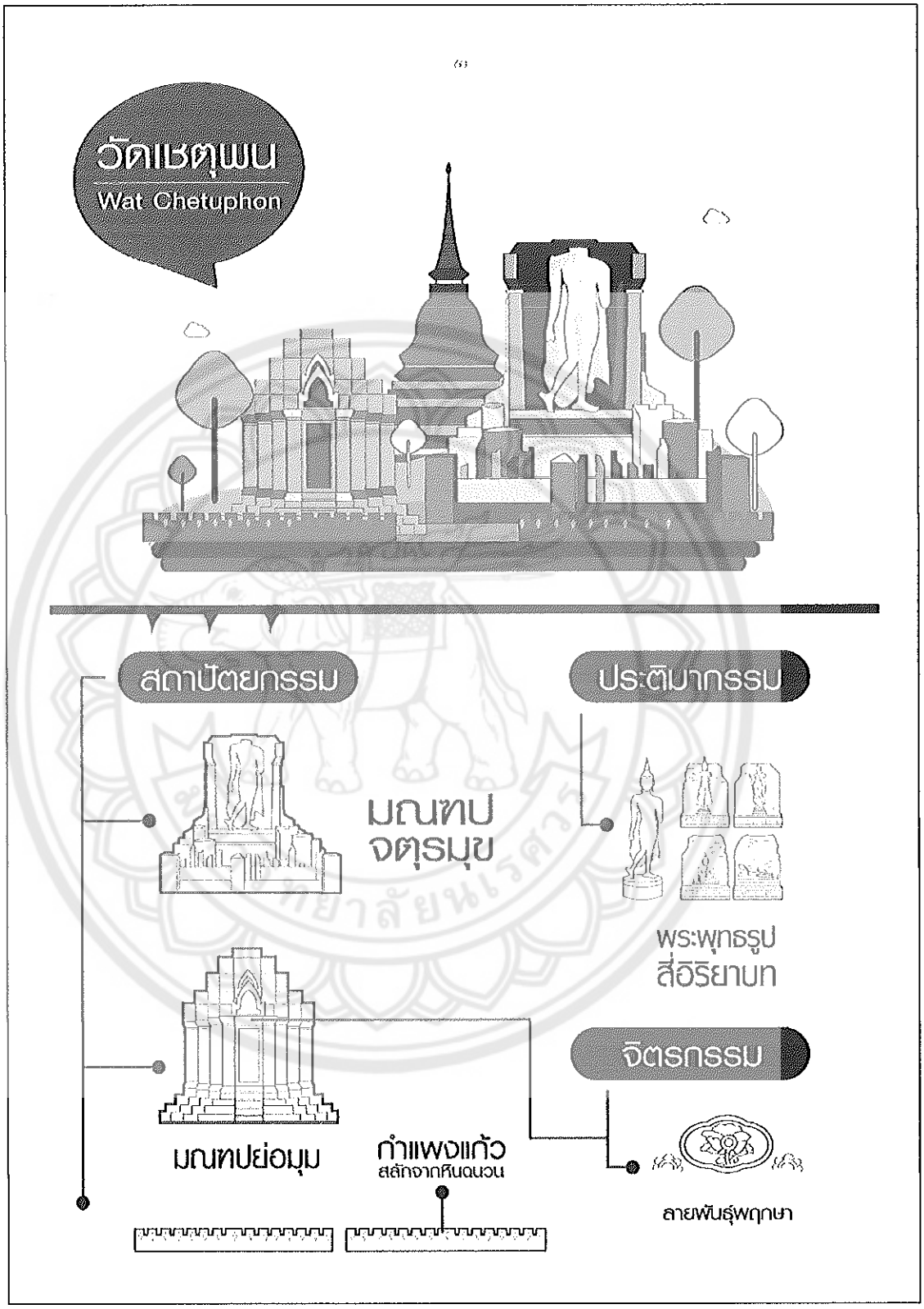
อัตตัสสทวารชาดก

พระโพธิสัตว์
เสวยพระชาติ
เป็นมหาเศรษฐี
แห่งเมืองพาราณสี

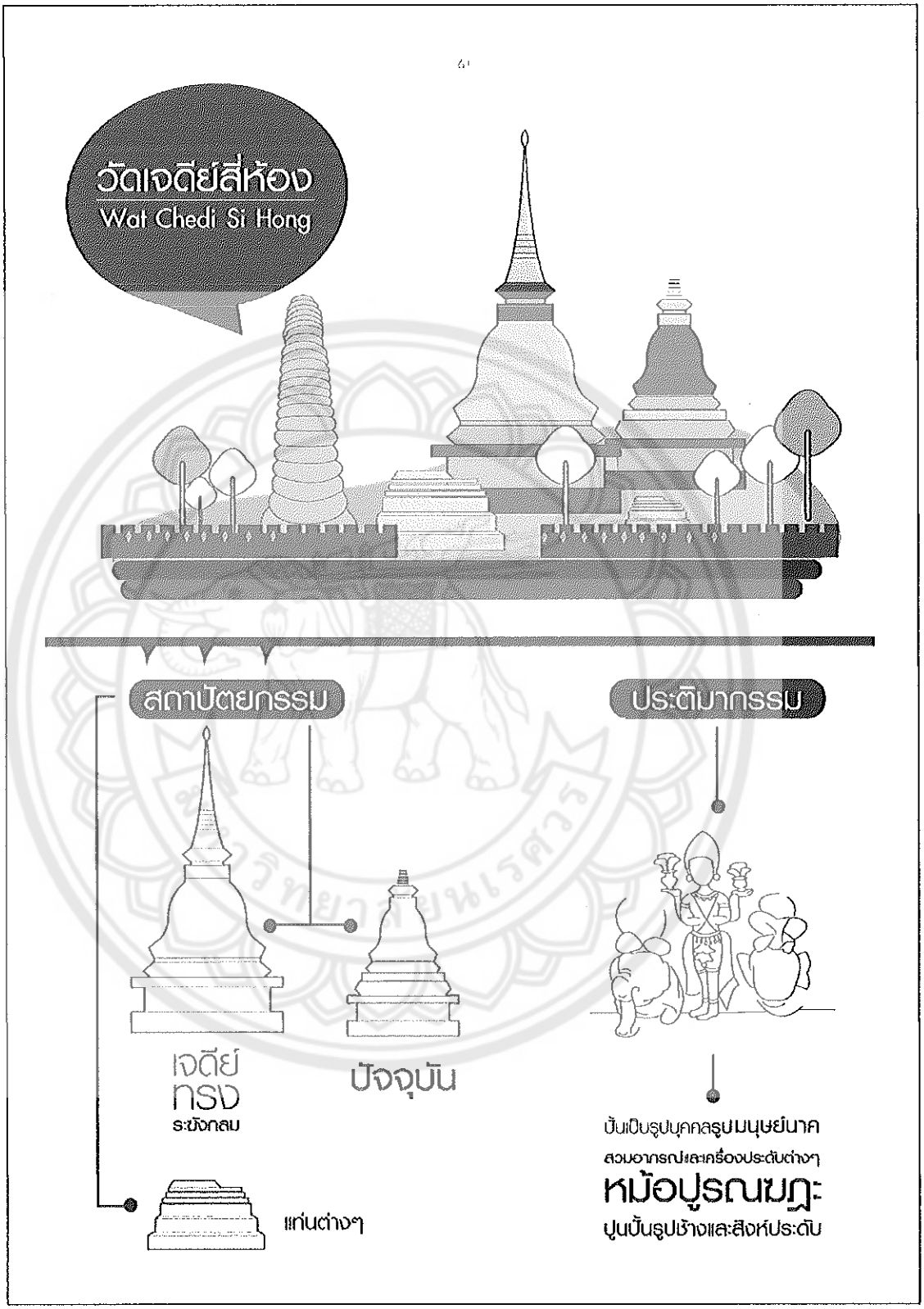
ภาพ 261 (ต่อ)

17วัด
ต้องห้ามพลาด
ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
โบราณสถาน
ด้านใต้
10.วัดเชตุพน
11.วัดเจดีย์สี่ห้อง

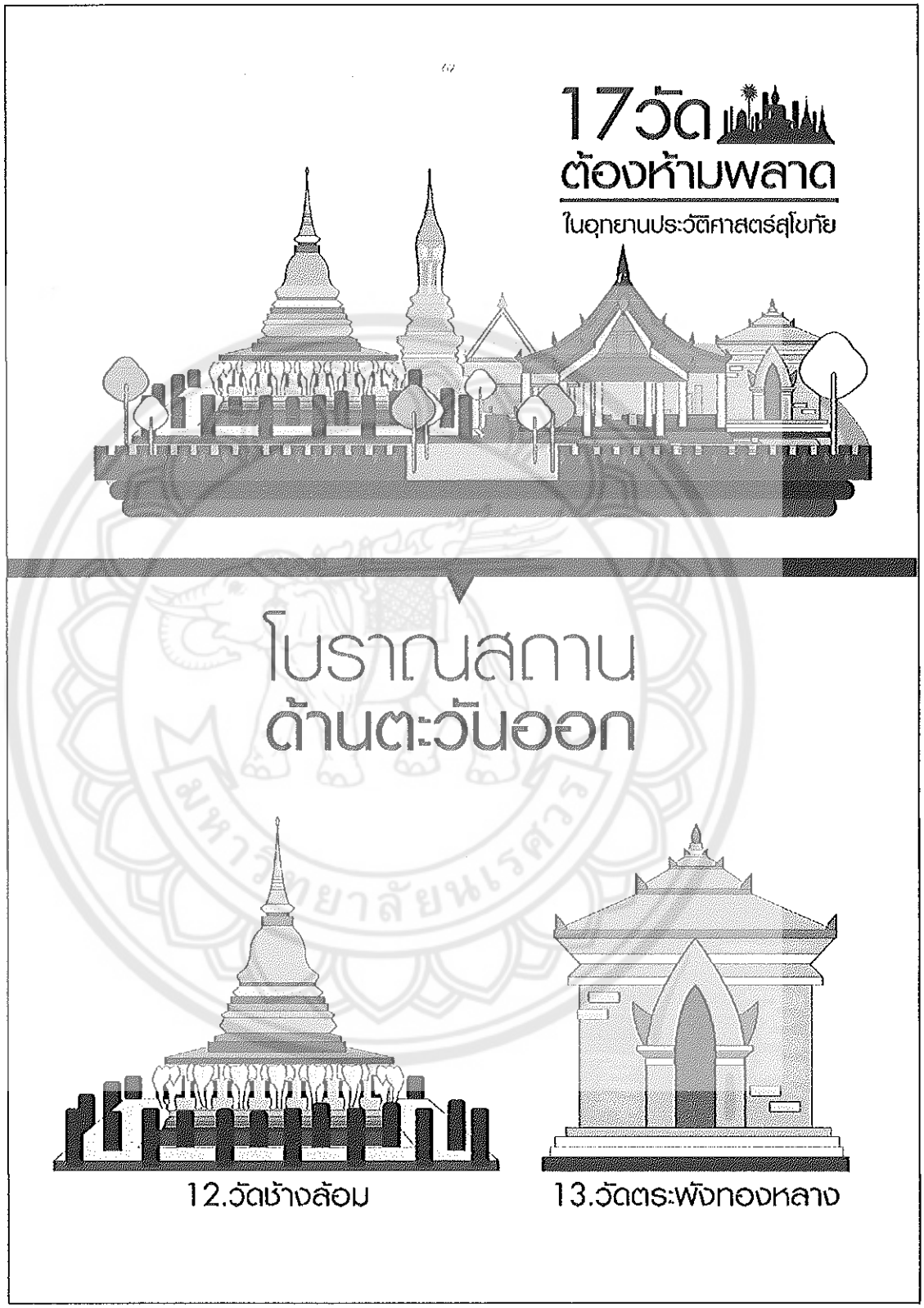
ภาพ 261 (ต่อ)


วัดเชตุพน
Wat Chetuphon
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
มณฑปจตุรมุข
พระพุทธรูปสี่อิริยาบท
จิตรกรรม
มณฑปย่อมุม
กำแพงแก้ว
สลักจากหินฉนวน
ลายพันธุ์พฤกษา

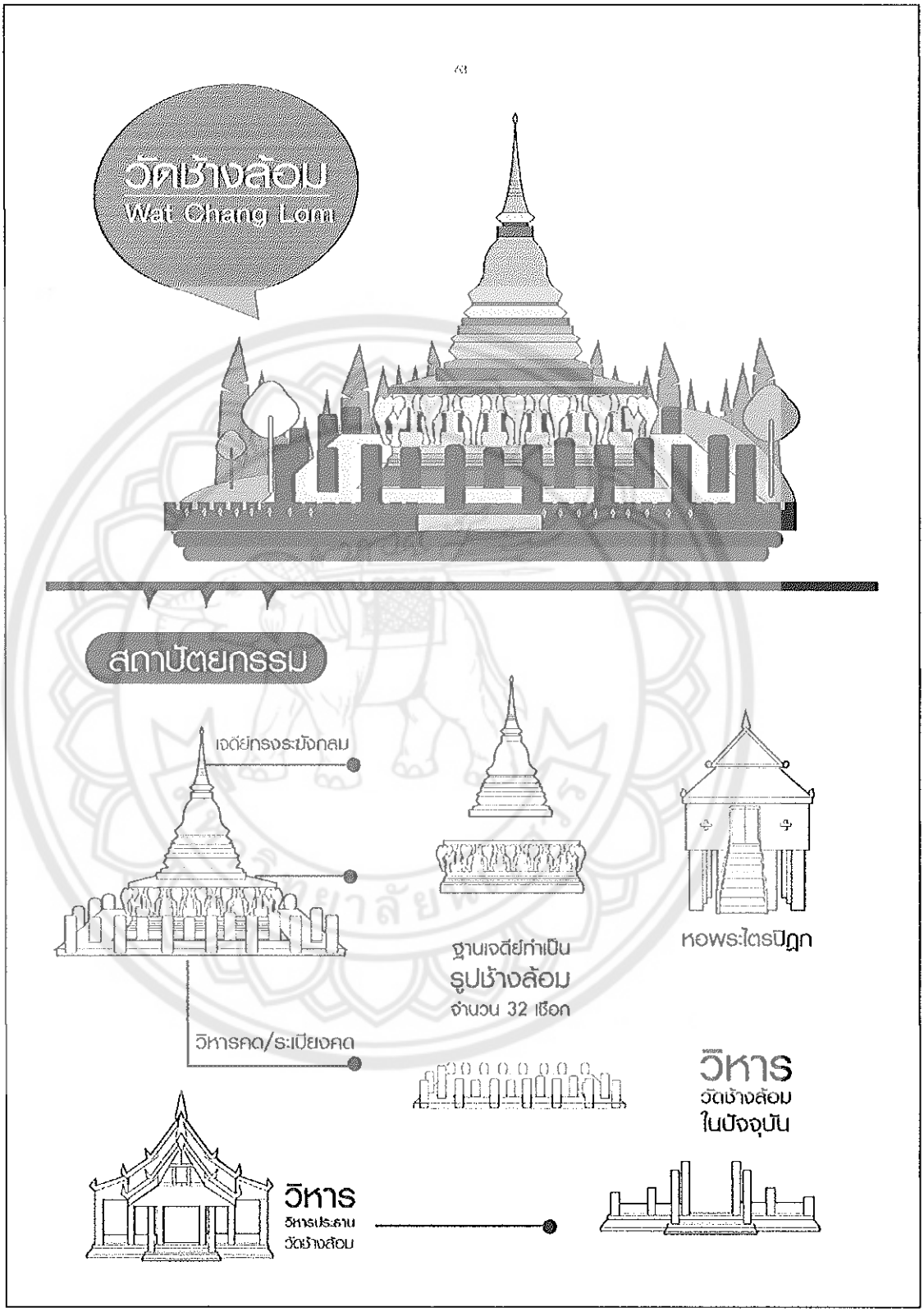
ภาพ 261 (ต่อ)


วัดเจดีย์สี่ห้อง
Wat Chedi Si Hong
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
เจดีย์ทรงระฆังกลม
ปัจจุบัน
แท่นต่างๆ
ปั้นเป็นรูปบุคคลรูปมนุษย์นาค
สวมอาภรณ์และเครื่องประดับต่างๆ
หม้อปูรณฆฏะ
ปูนปั้นรูปช้างและสิงห์ประดับ

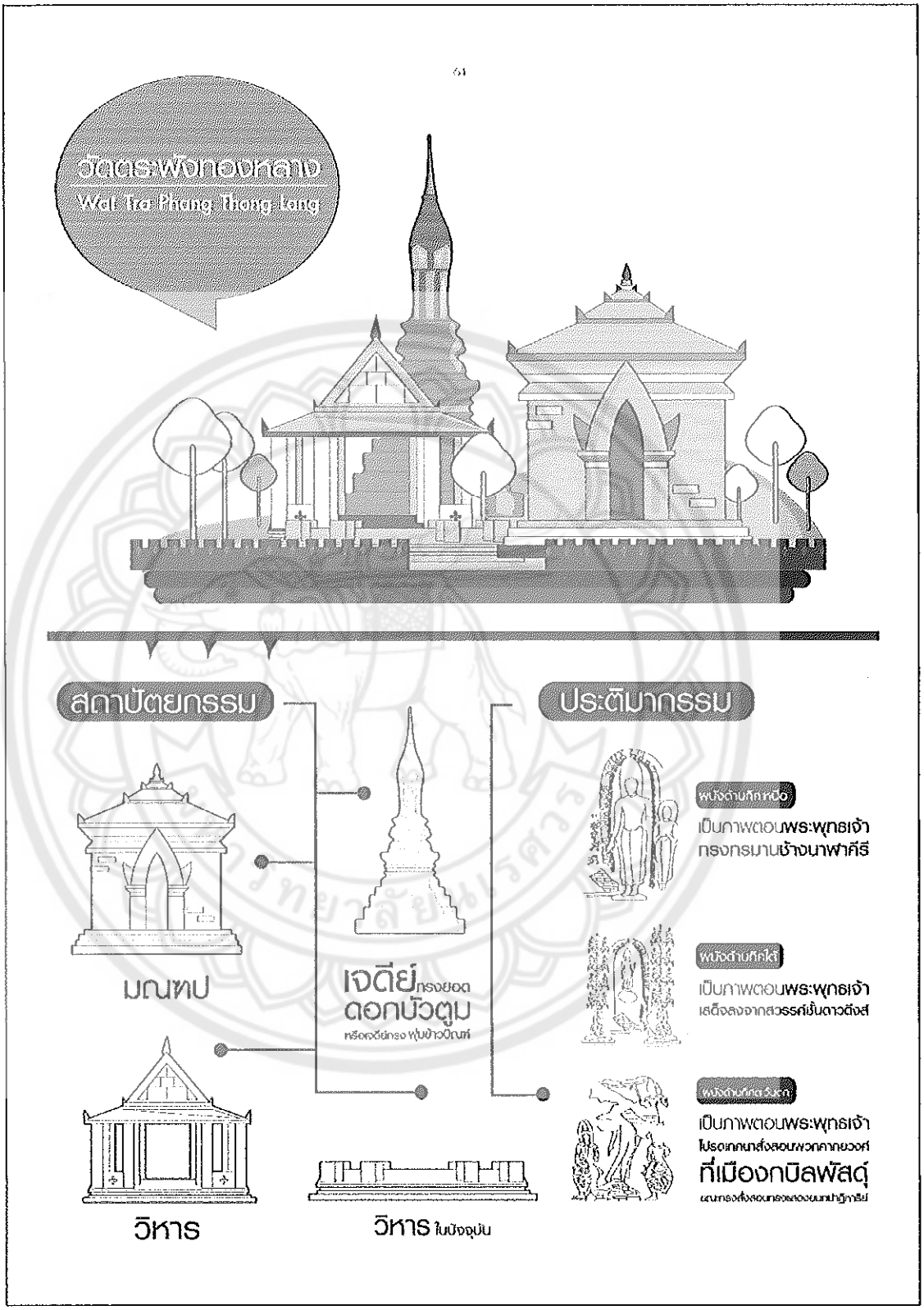
ภาพ 261 (ต่อ)


17วัด
ต้องห้ามพลาด
ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
โบราณสถาน
ด้านตะวันออก
12.วัดช้างล้อม
13.วัดตระพังทองหลาง

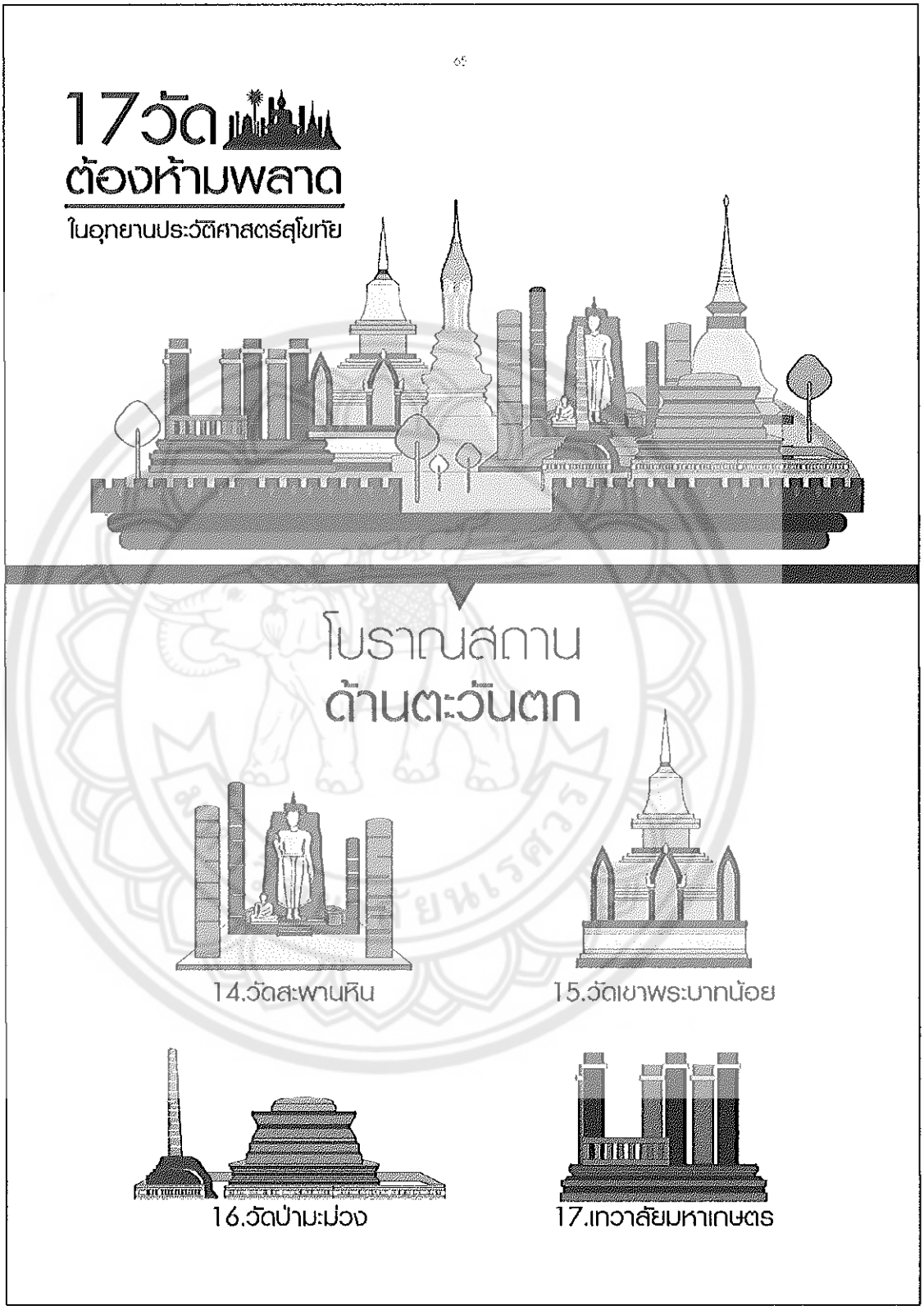
ภาพ 261 (ต่อ)


วัดช้างล้อม
Wat Chang Lom
สถาปัตยกรรม
เจดีย์ทรงระฆังกลม
ฐานเจดีย์ทำเป็น
รูปช้างล้อม
จำนวน 32 เชือก
หอพระไตรปิฎก
วิหารคด/ระเบียงคด
วิหาร
วัดช้างล้อม
ในปัจจุบัน
วิหาร
วิหารประธาน
วัดช้างล้อม

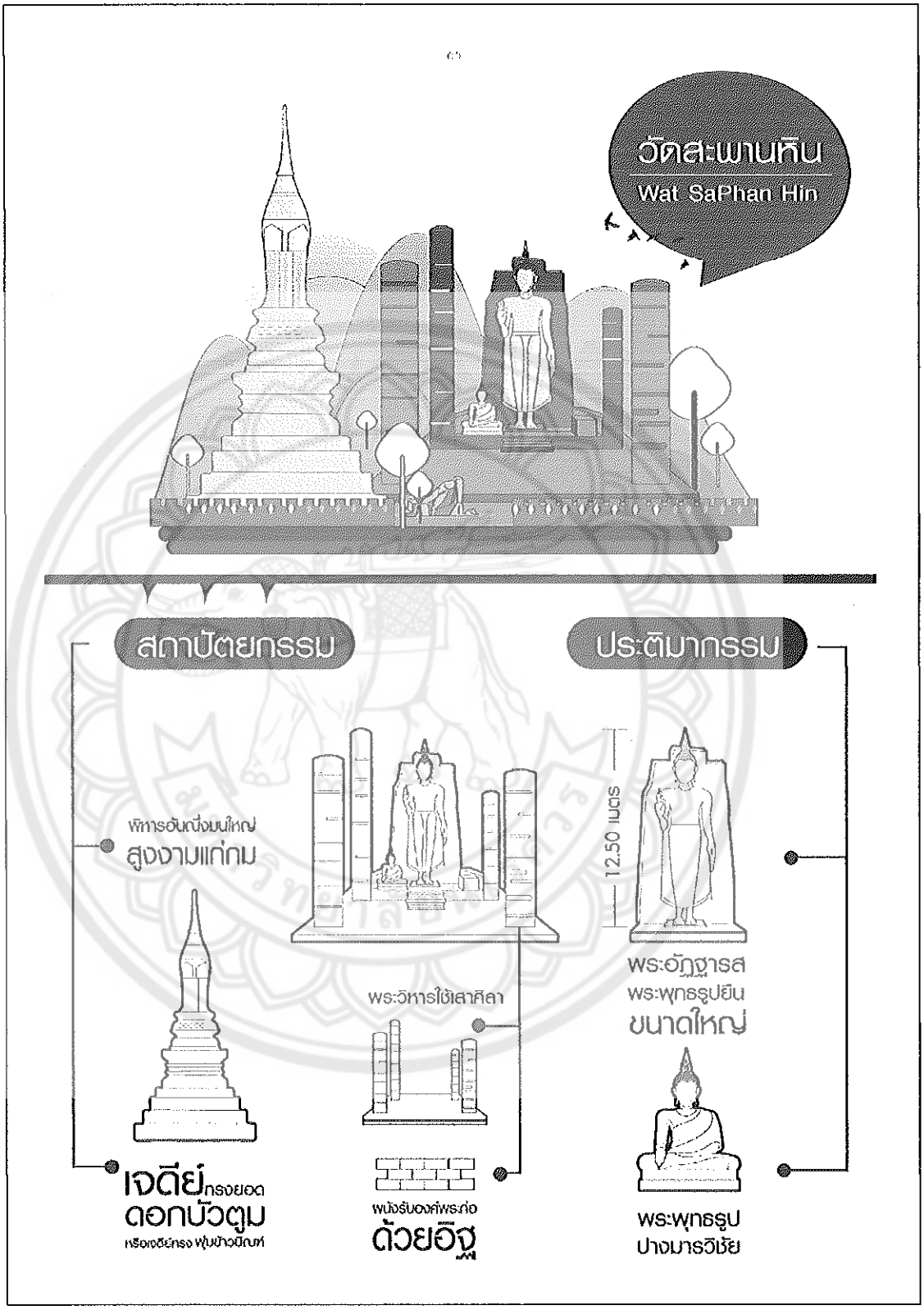
ภาพ 261 (ต่อ)


วัดตระพังทองหลาง
Wat Tra Phang Thong Lang
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
มณฑป
เจดีย์ทรงยอดดอกบัวตูม
หรือทรงข้าวบิณฑ์
วิหาร
วิหาร ในปัจจุบัน
ผนังด้านทิศเหนือ
เป็นภาพตอนพระพุทธเจ้าทรงกรมานช้างนาฬาคีรี
ผนังด้านทิศใต้
เป็นภาพตอนพระพุทธเจ้าเสด็จลงจากสวรรค์ชั้นดาวดึงส์
ผนังด้านทิศตะวันตก
เป็นภาพตอนพระพุทธเจ้าโปรดเกศนาสั่งสอนพวกคากยวงศ์
ที่เมืองกบิลพัสดุ์
ผนังทางทิศตะวันออกของมณฑปปัจจุบัน

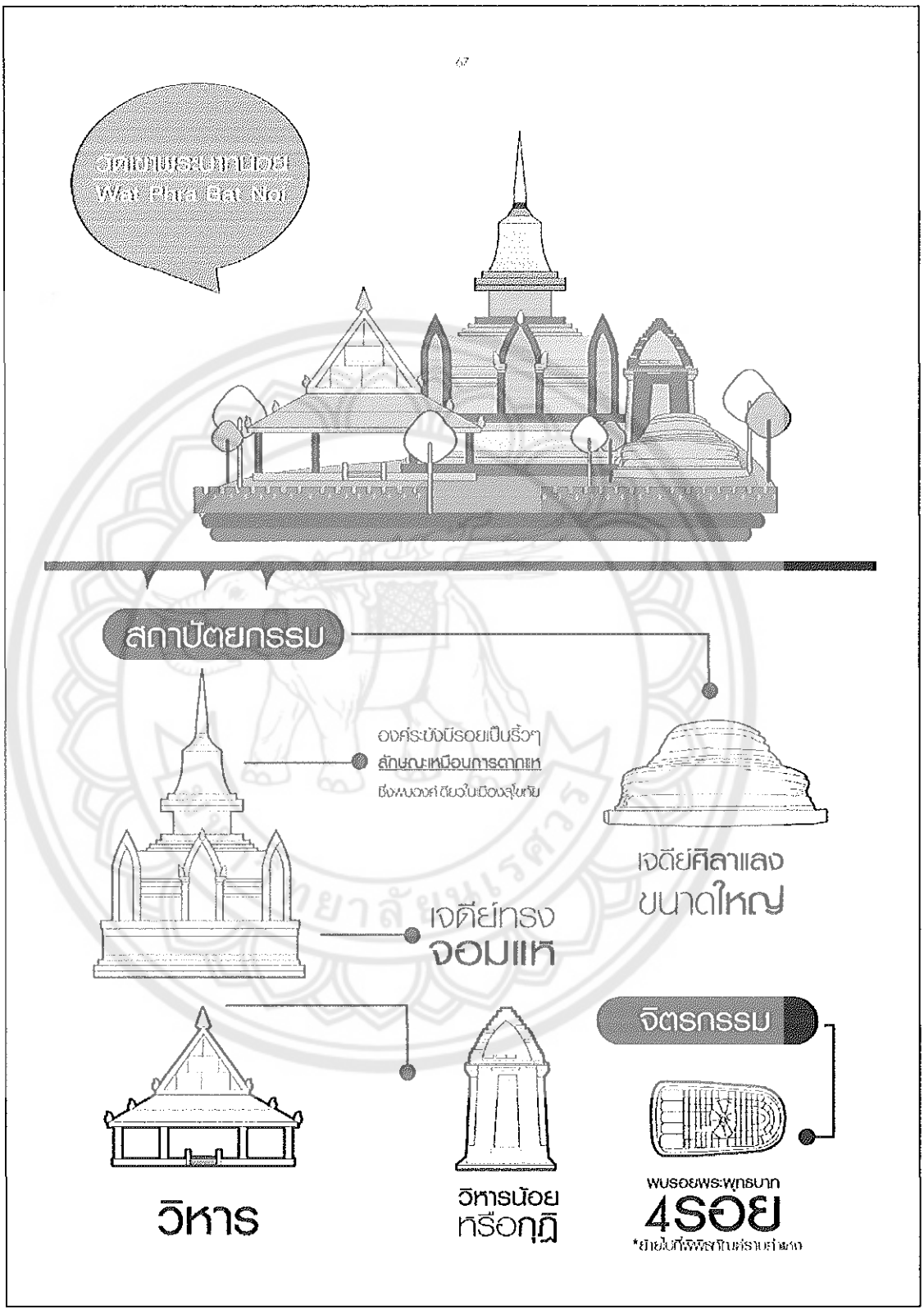
ภาพ 261 (ต่อ)


17วัด
ต้องห้ามพลาด
ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย
โบราณสถาน
ด้านตะวันตก
14.วัดสะพานหิน
15.วัดเขาพระบาทน้อย
16.วัดป่ามะม่วง
17.เทวาลัยมหาเกษตร

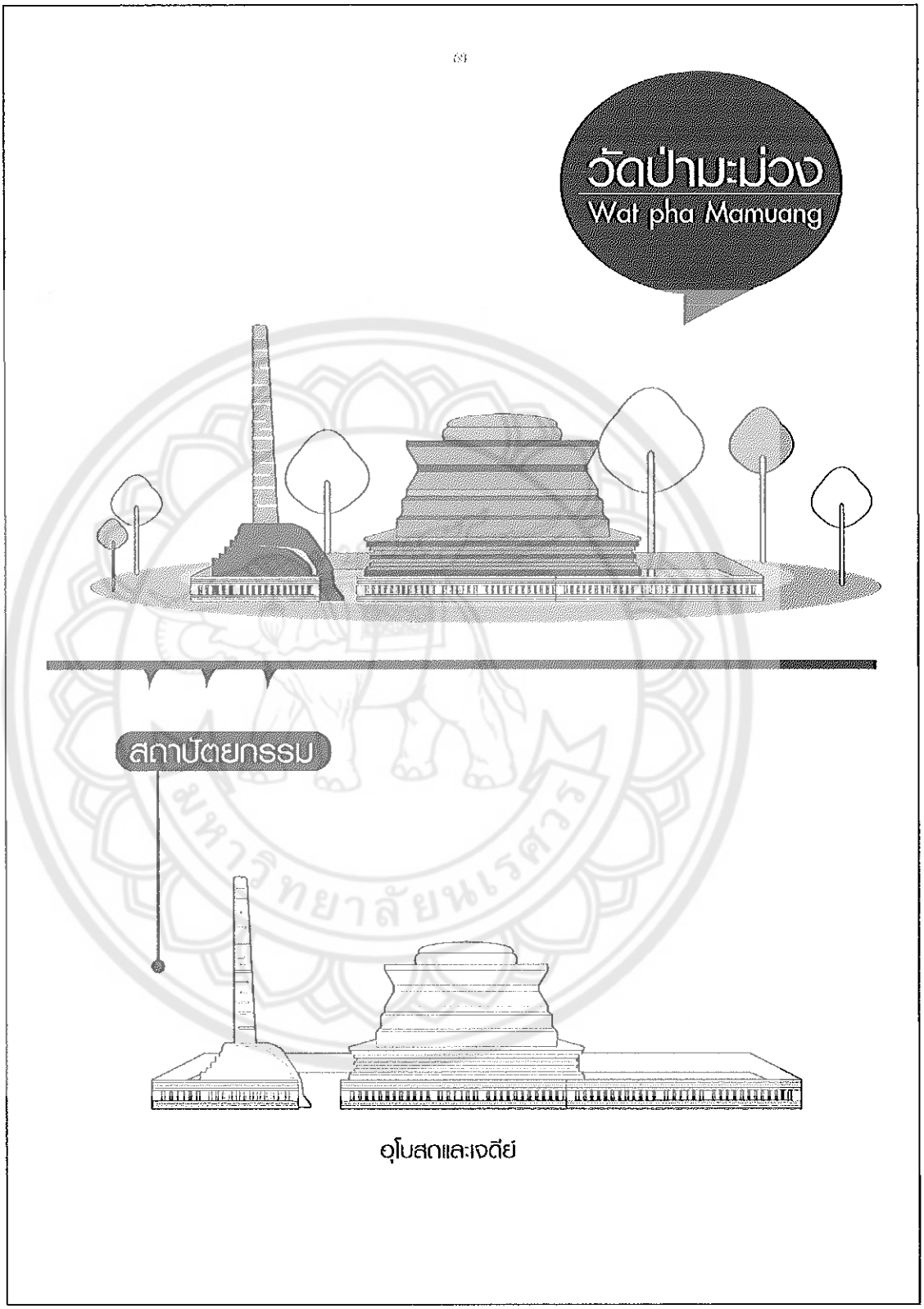
ภาพ 261 (ต่อ)


วัดสะพานหิน
Wat SaPhan Hin
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
พิหารอันเป็นมนใหญ่
สูงงามแก่กม
12.50 เมตร
พระอัฏฐารส
พระพุทธรูปยืน
ขนาดใหญ่
พระวิหารใช้เสาศิลา
เจดีย์ทรงยอด
ดอกบัวตูม
พนังรับองค์พระก่อ
ด้วยอิฐ
พระพุทธรูป
ปางมารวิชัย

ภาพ 261 (ต่อ)

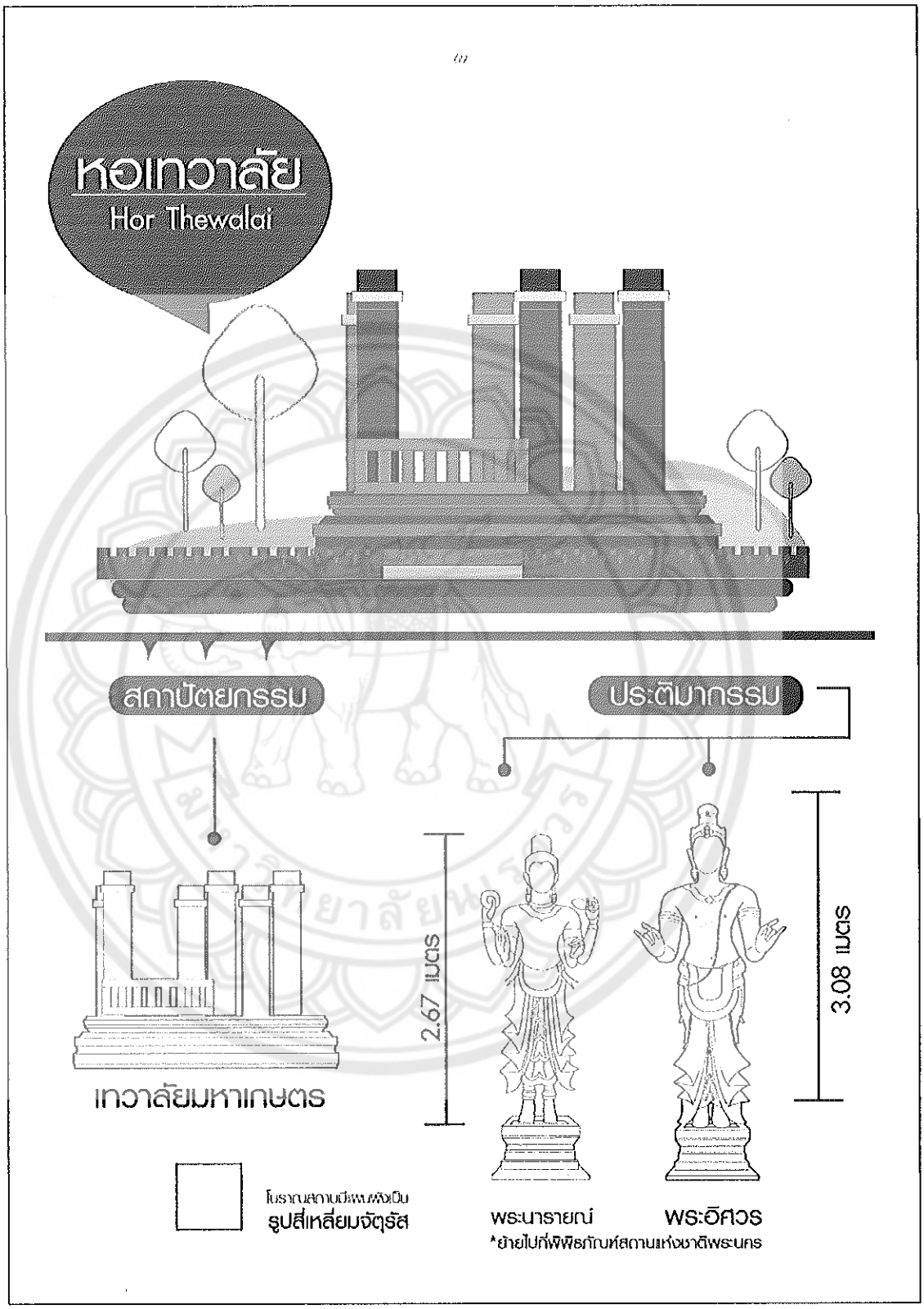

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม
Wat Phra Si Rattana Satsadaram
สถาปัตยกรรม
องค์ระฆังมีรอยเป็นริ้วๆ
ลักษณะเหมือนการตากแห
ซึ่งพบองค์เดียวในเมืองสุโขทัย
เจดีย์ทรงจอมแห
เจดีย์ศิลาแลงขนาดใหญ่
วิหาร
วิหารน้อยหรือกุฏิ
จิตรกรรม
พบรอยพระพุทธบาท 4 รอย
*ยังไม่ที่ที่พิสูจน์ได้ว่าของใคร

ภาพ 261 (ต่อ)

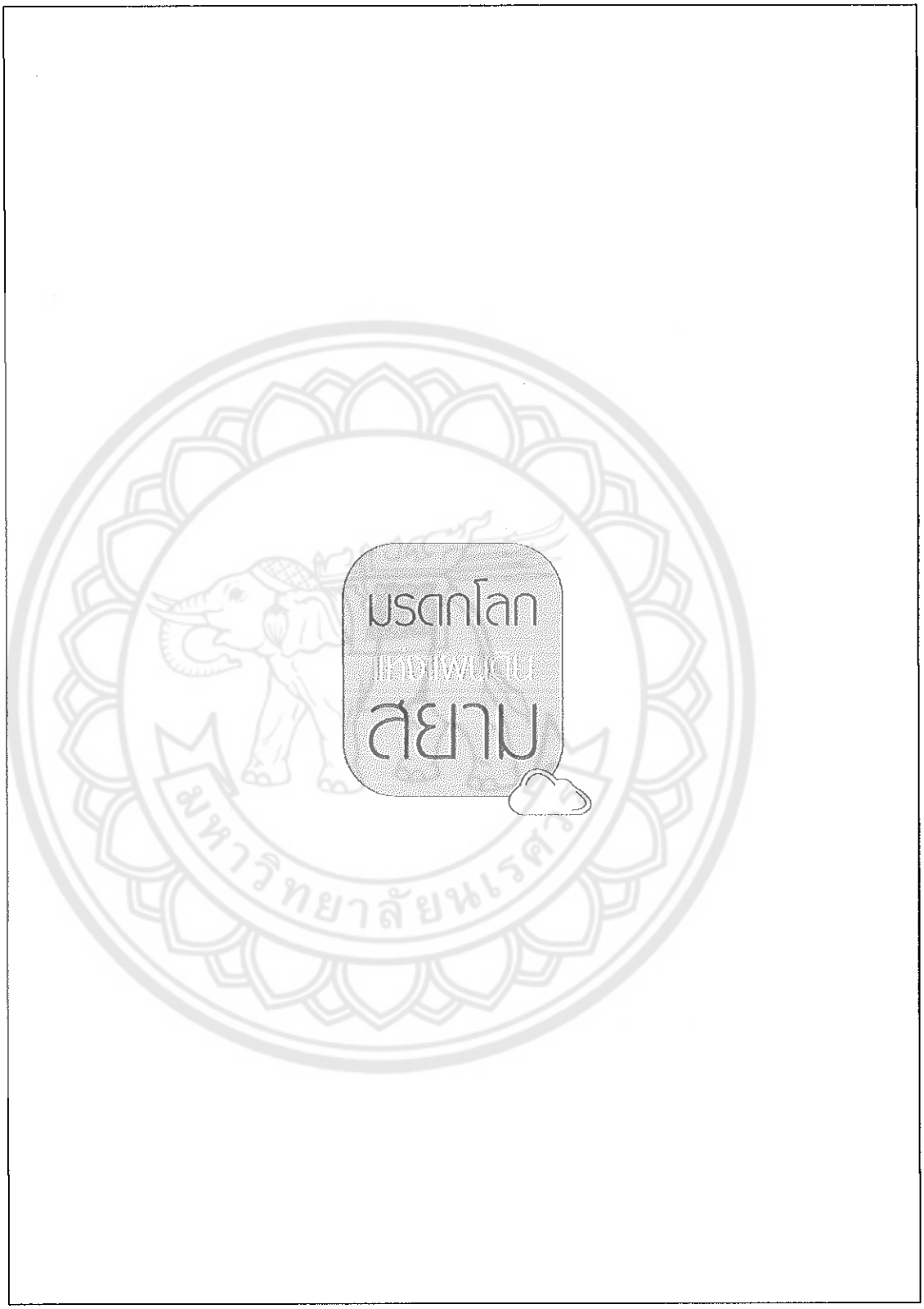


อุโบสถและเจดีย์

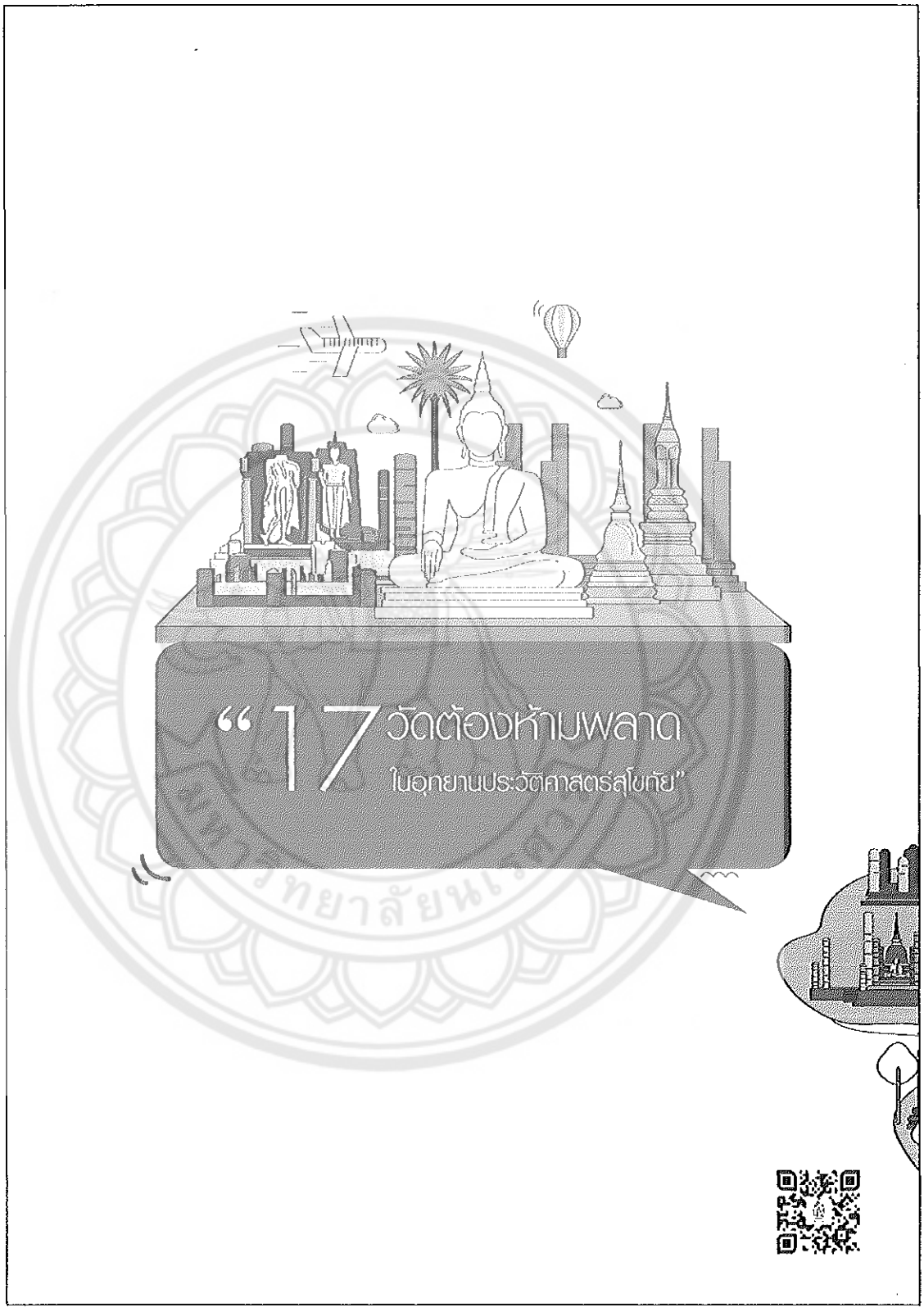
ภาพ 261 (ต่อ)


หอเทวาลัย
Hor Thewalai
สถาปัตยกรรม
ประติมากรรม
เทวาลัยมหากษัตร
2.67 เมตร
3.08 เมตร
โบราณสถานมีผนังเป็น
รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส
พระนารายณ์
พระอิศวร
*ย้ายไปที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร

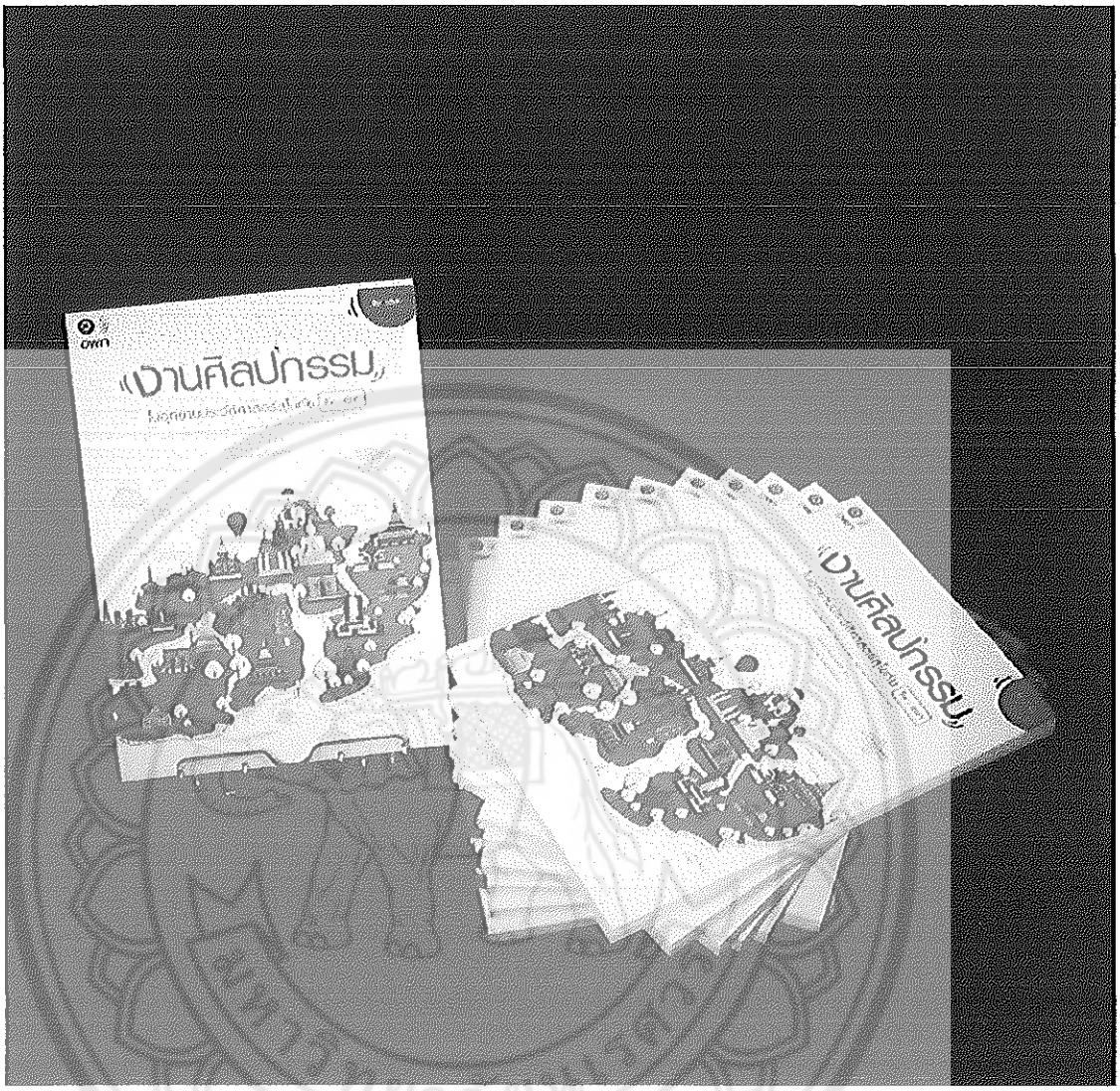
ภาพ 261 (ต่อ)



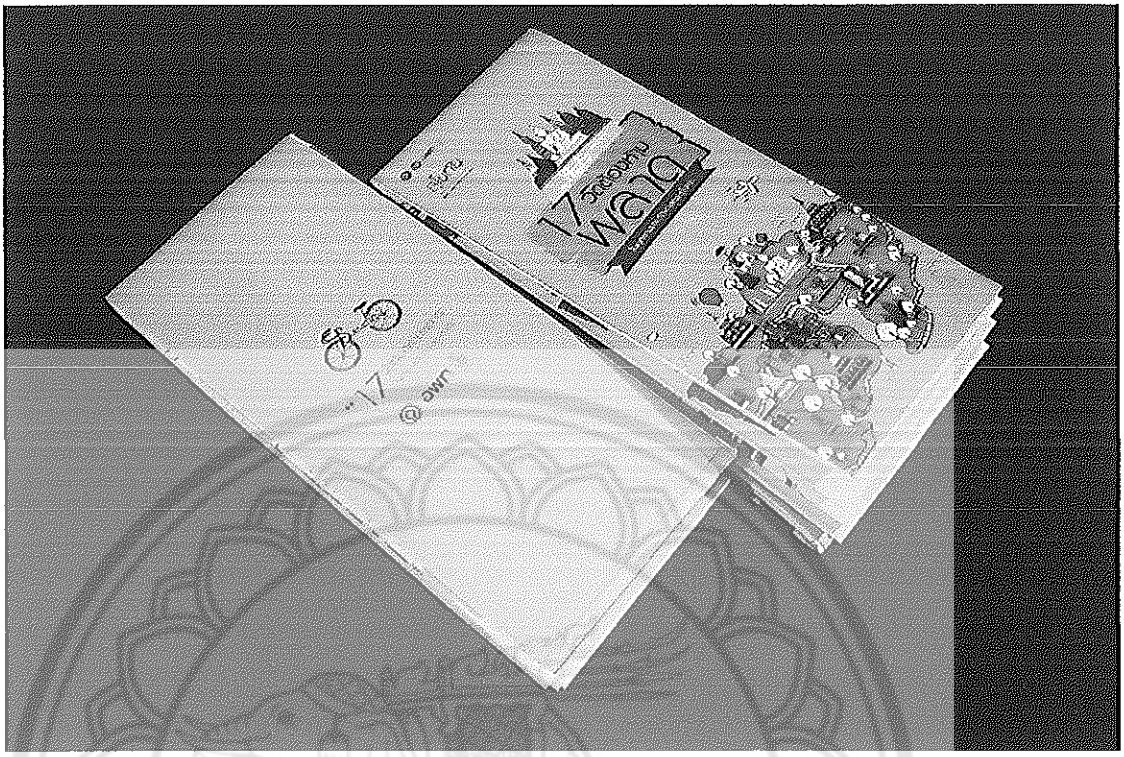
ภาพ 261 (ต่อ)



ภาพ 261 (ต่อ)

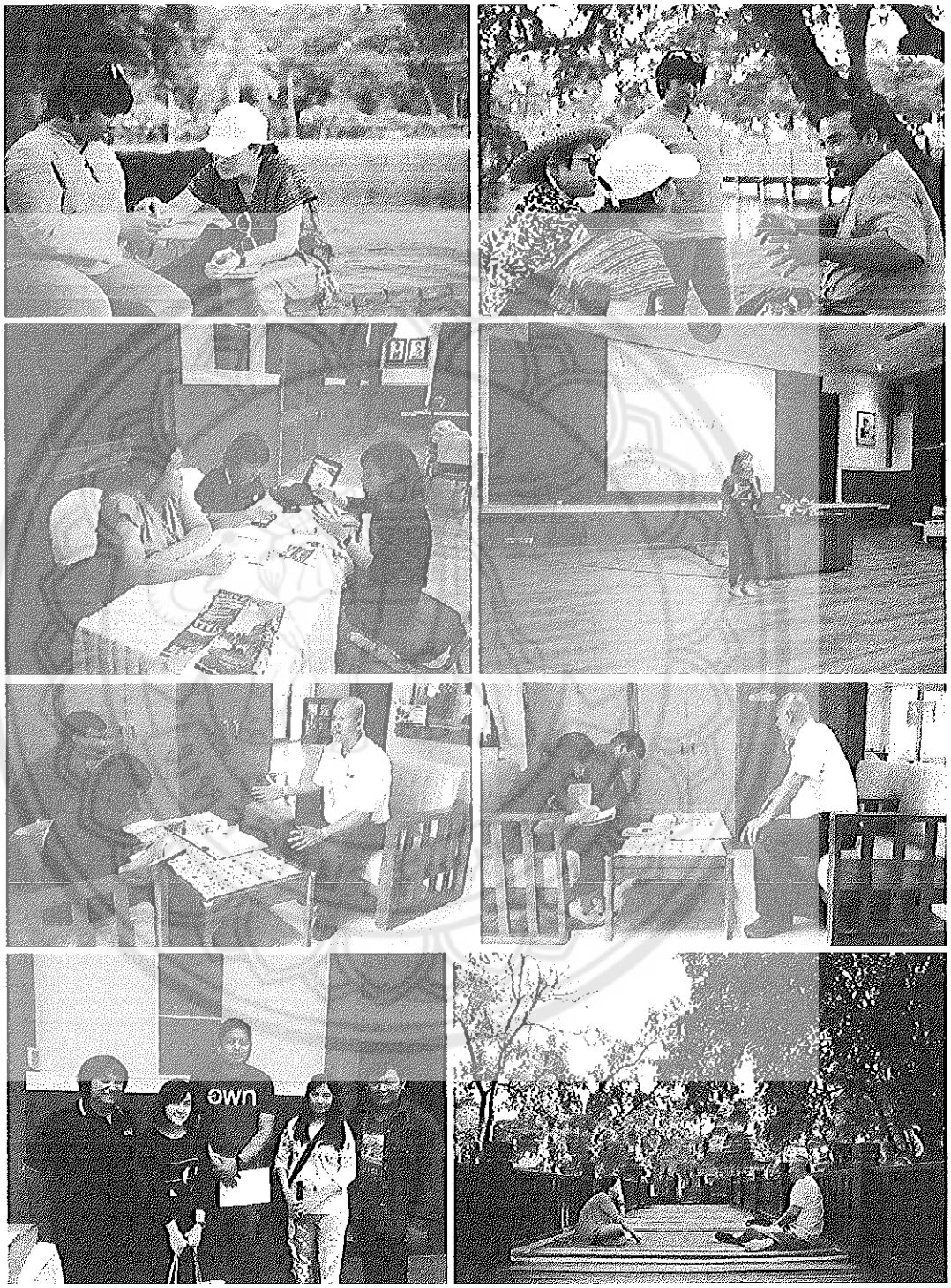


ภาพ 261 (ต่อ)

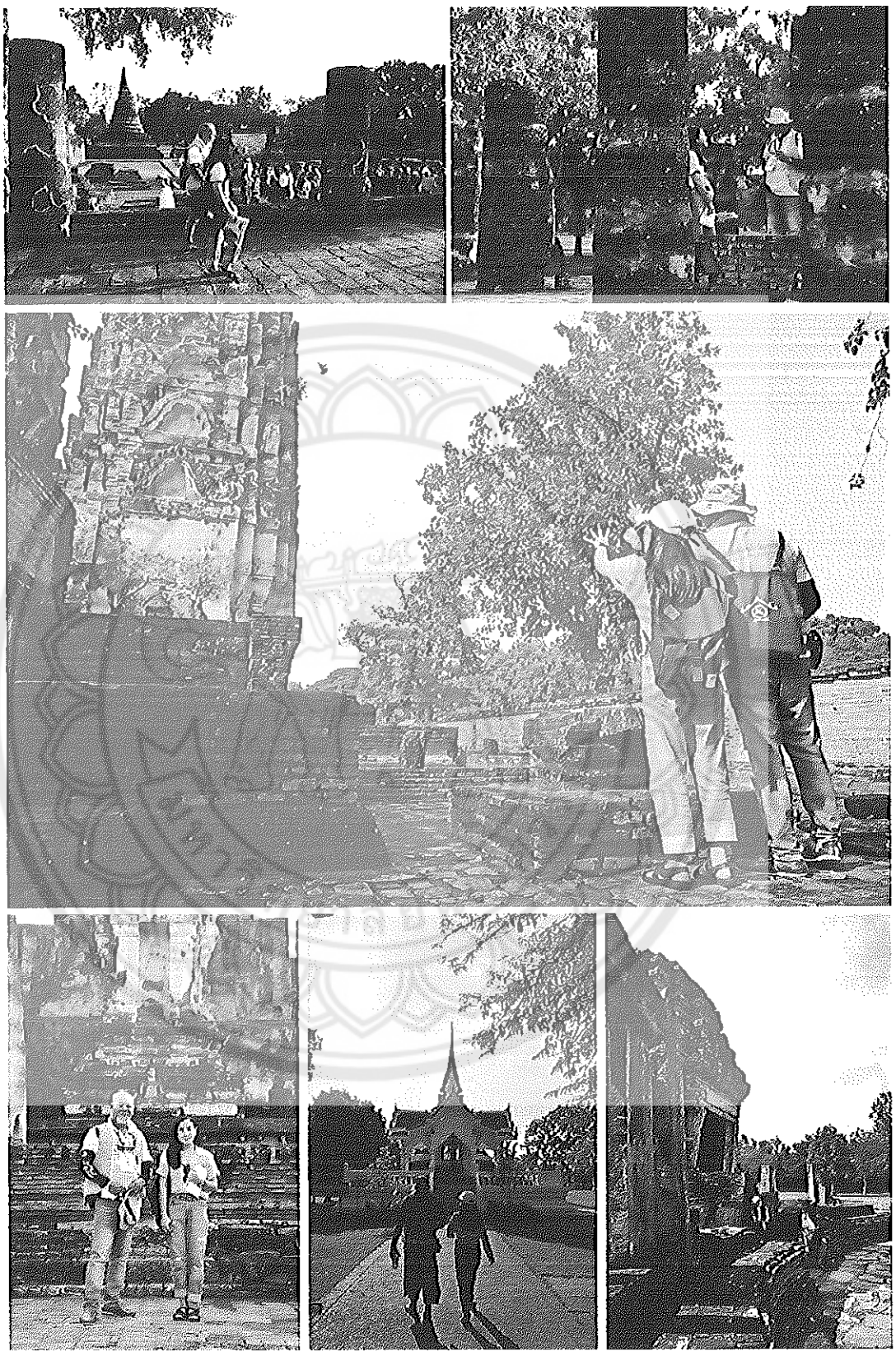


ภาพ 262 แสดงภาพแผ่นพับ

ภาคผนวก ฎ การลงพื้นที่ก่อนดำเนินการวิจัย

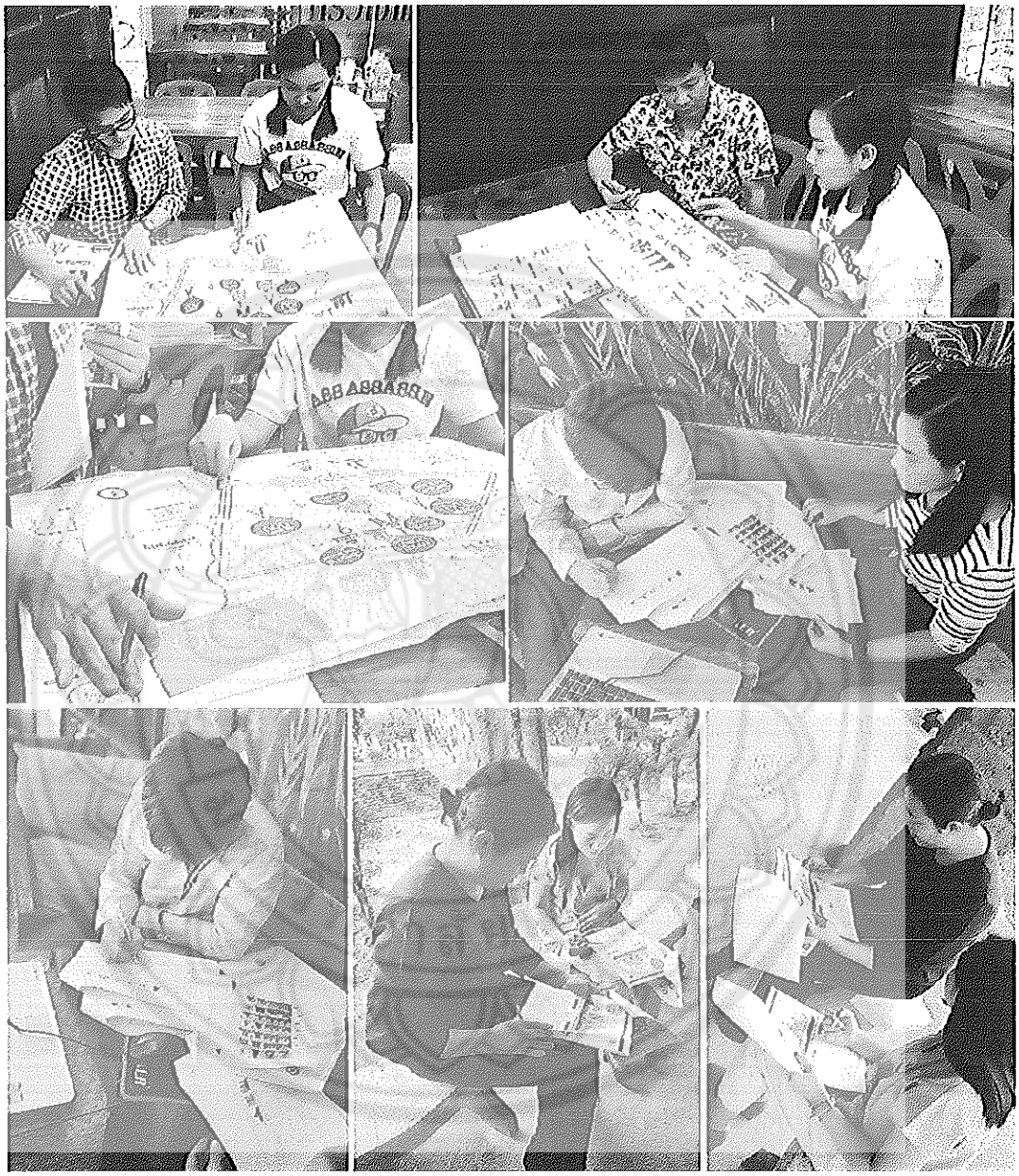


ภาพ 263 แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพื่อสังเคราะห์โบราณสถานก่อนการออกแบบ



ภาพ 264 แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาพของโบราณสถาน

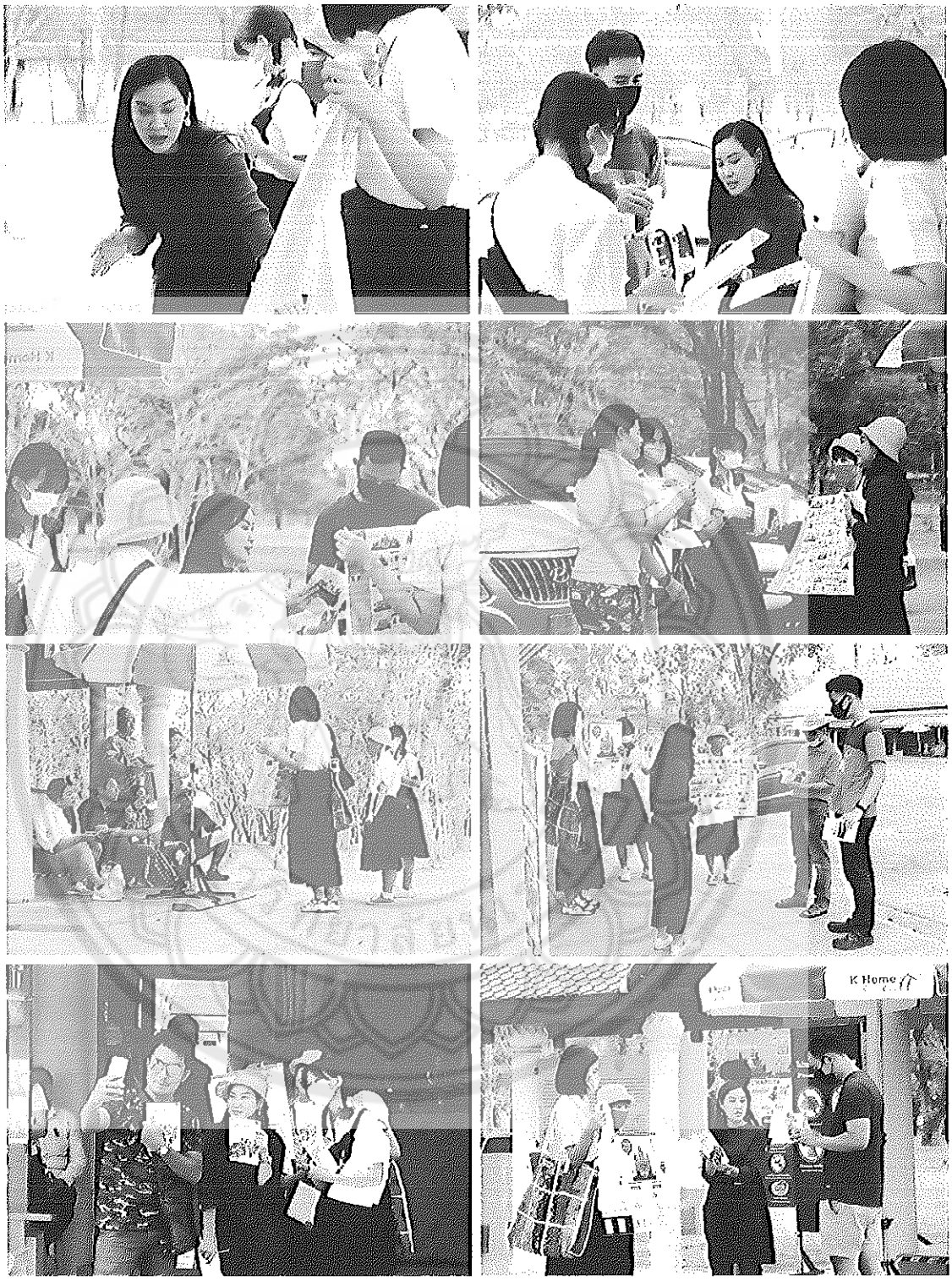
ภาคผนวก ฏ ประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อการวิจัย



ภาพ 265 แสดงการเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือวิจัยกับผู้เชี่ยวชาญ ด้านประวัติศาสตร์สุโขทัย และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

ภาคผนวก ฐ ลงพื้นที่ประเมินการรับรู้และความเข้าใจจากนักท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ภาพ 266 แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย



ภาพ 267 แสดงการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย