

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อการประเมินการรับรู้ทันที ในสัญลักษณ์โทรศัพท์มือถือ 2) เพื่อหาแนวทางพัฒนาความเข้าใจในการออกแบบสัญลักษณ์โทรศัพท์มือถือ 3) เพื่อศึกษาภาพรวมของการรับรู้สัญลักษณ์โทรศัพท์มือถือ กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้มีประสบการณ์ในการใช้โทรศัพท์มือถือจำนวน 50 คน คือนักศึกษา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยเป็นเพศชาย และ เพศหญิง อายุระหว่าง 20-35 ปี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1)แบบสอบถามการจัดอันดับ (Appropriateness Ranking Method) 2)แบบทดสอบ การจับคู่ (Matching Studies)

ผลจากการศึกษาพบว่า สัญลักษณ์ (Icon) ที่มีผลต่อการรับรู้มากที่สุด เป็นสัญลักษณ์ที่เป็นภาพจริงหรือภาพเหมือน (Realistic) เป็นภาพที่แสดงรายละเอียดเหมือนจริงมากที่สุด และความหมายของภาพที่ชัดเจนมีเอกลักษณ์ไม่มีความหมายซ้อนทับกับสิ่งอื่น จากการศึกษาสัญลักษณ์โทรศัพท์มือถือนำมาใช้ ส่วนมากจะเป็นแบบภาพการ์ตูน (Distortion) คือเป็นภาพลายเส้นอย่างง่าย ภาพที่สามารถสื่อสารรับรู้ได้ดีจะเป็นภาพที่มีองค์ประกอบมากกว่า 1 สิ่ง ความสับสนที่เกิดจากความเข้าใจผิดในการตีความหมาย ของภาพนั้นสามารถแบ่งได้ 3 แบบ คือ 1) ความสับสนในความคล้ายกันของภาพเนื่องมาจากความคล้ายกันของรูปร่าง 2) ความสับสนในความคล้ายกันของแนวคิดเนื่องจากลักษณะทางการจินตนาการภาพมีความคล้ายคลึงกัน 3) ความสับสนในการตีความหมายหน้าที่การใช้งานของ

อย่างไรก็ตามการรับรู้จะดีมากหรือน้อยเพียงใดจะขึ้นอยู่กับความสามารถของประสาทสัมผัสทางตาในแต่ละบุคคลที่มีความสามารถไม่เท่ากัน ความแตกต่างกันระหว่างบุคคล และนอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ อิทธิพลจากสิ่งที่คาดหวังและรับรู้ อารมณ์ ความสนใจขณะนั้น ระดับความเข้มของสิ่งเร้า และประสบการณ์ของผู้รับ

This independent study has 3 main objectives, which are 1) To assess icon perception on mobile phone; 2) To study and develop icon design guideline; and 3) To study overview of icon perception. Research participants are Master of Media Arts & Design, Chiang Mai University students composed of males and females age between 20-35 year old. Two types of questionnaires are distributed: Appropriateness Ranking Method; and Matching Studies.

The results of this study imply that icons best communicate the meaning are those participants felt easy to understand and looks realistic. Each icon should contain its own uniqueness while represent the meaning that should not cause confusion in translation. An icon image is preferred to be an easy outline with Distortion effects or an easy graphic draft line with more than one component. There are three common confusions found causing misinterpretation which are 1) Confusion caused by an identical of shape; 2) Confusion caused by identical imagination; and 3) Confusion caused by icon functional usage. The meaning interpretation of an icon, however, depends on different factors such as the users' experiences, visual senses as well as factors derive from expectation, emotion, stimulant during the interpretation of the icon's meanings.