

ศึกษารูปแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
จังหวัดราชบุรี

โดย

นางสาวสุจิตตรา

จันทร์ลอย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**A STUDY OF POSTER PUBLIC RELATIONS STYLE FOR ADMISSIONS
OF MUBAN CHOMBUENG RATJABHA UNIVERSITY RATCHABURI PROVINCE**

**By
Suchittra Chanloy**

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF EDUCATION

Department of Educational Technology

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2007

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ศึกษารูปแบบ
โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี”
เสนอโดย นางสาวสุจิตตรา จันทร์ลอย เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตั้งกูร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ
รองศาสตราจารย์ศิริพงษ์ พยอมรัมย์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ
..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์สมหญิง เจริญจิตรกรรม)
...../...../.....

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ศิริพงษ์ พยอมรัมย์)
...../...../.....

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิวรรณ จันทร์เทพย์)
...../...../.....

47257418 : สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

คำสำคัญ : รูปแบบโปสเตอร์รับนักศึกษาใหม่

ศุจิตตรา จันทร์ลอย : ศึกษารูปแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : รศ. ศิริพงศ์ พยอมยิ้ม . 210 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสม ในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี 2) เพื่อศึกษาอันดับความพึงพอใจของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโปสเตอร์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างขึ้น 3) เพื่อศึกษาอันดับความพึงพอใจ ของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อ โครงสีที่สร้างขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการความพึงพอใจที่มีต่อโปสเตอร์ที่สร้างขึ้น เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ของโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในอำเภอจอมบึง นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยหมู่บ้านจอมบึง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี จำนวน 165 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย โปสเตอร์ 3 รูปแบบ คือ รูปแบบตัวแอล รูปแบบตัวเอส รูปแบบตัวที โปสเตอร์ 3 โครงสี คือ สีโทนร้อน 80:20% สีโทนเย็น 80 :20 % สีโทนร้อนและสีโทนเย็น 50:50 % วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติบรรยายโดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และหาค่าเฉลี่ย (\bar{x})

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง คือ รูปแบบตัวแอล รูปแบบตัวเอส และรูปแบบตัวที

2. กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวแอลที่มีโครงสีโทนเย็นเป็นอันดับ 1 ส่วนใน รูปแบบตัวเอสและรูปแบบตัวที กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและโทนเย็นเป็นอันดับ 1 เหมือนกัน โดยนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น เป็นอันดับ 1 นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1, 3, 4 และบุคลากร มีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 เหมือนกัน ส่วนนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1

3. กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนรูปแบบตัวเอส เป็นอันดับ 1 ในโครงสีโทนเย็น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวแอล เป็นอันดับ 1 และในโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวที เป็นอันดับ 1 โดยนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวที เป็นอันดับ 1 นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1, 2 และบุคลากร มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวที เป็นอันดับ 1 ส่วนนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3, 4 มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและ โทนเย็น รูปแบบตัวเอส เป็นอันดับ 1

ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

47257418 : MAJOR : EDUCATIONAL TECHNOLOGY

KEY WORDS : POSTER STYLE FOR NEW ADMISSIONS

SUCHITTRA CHANLOY : A STUDY OF POSTER PUBLIC RELATIONS STYLE FOR ADMISSION OF MUBAN CHOMBUENG RAJABHAT UNIVERSITY RATCHABURI PROVINCE. AN INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASSOC. PROF. SIRIPONG PAYOMYAM. 210 pp.

The purpose of the research were to 1) to study suitable poster styles in public relations for the new admissions of Muban Chombueng Rajabhat University Ratchaburi Province 2) to study satisfaction level of students and staff in Muban Chombueng Raiabhat University to styles of poster those have been created 3) To study satisfaction level of students and staff in Muban Chombueng Rajabhat University to colour structures of the posters those have been created. Providing styles of posters from studying documents and interviewing 10 specialists and staff in Muban Chombueng Rajabhat University.

The sample were 165 Mattayomsuksa 6 students in secondary schools in Amphure Chombueng , bechlor students and staff in Muban Chombueng Rajabhat University Amphur Chomubueng, Ratchaburi Province. Instruments used in this research consisted of 3 poster styles those are L style (L shape layout) S style (S shape layout) T style (T shape layout) and 3 poster colour structures those are warm tone with percentage of 80 : 20, cool tone with percentage of 80 : 20 and mix tone warm and cool at the percentage of 50 : 50

Statistics used for analyzing data were frequency, percentage and mean(\bar{X}).

The research finding were sumurized as fallow.

1. The suitable poster style in public relations for the new admissions of Muban Chombueng Rajabhat University were L style S style and T style.

2. The sample satisfied in poster L style with warm tone the most. For the S and T styles, the sample satisfied mix tone warm and cool of colour structure. Mattayomsuksa 6 students satisfied in poster L style with cool tone colour structure the most. Bechlor students year 1, 3, 4 and staff in Muban Chombueng Rajabhat University satis fied in poster S style with mix tone warm and cool the most, the students year 2 satisfied in poster T style with mix tone warm and cool colour structure the most.

3. About the colour structure The samples satisfied in poster with warm tone S style the most In cool tone, the sample satisfied poster L style the most. And in mix tone warm and cool, the sample satisfied poster T style the most by the students in Mattayomsuksa 6 satisfied poster with warm tone T style the most. The bechlor students year 1, 2 and staff of Moban Chombueng Ratjabhat University satisfied poster with mix tone warm and cool T style the most and the students year 3 and 4 satisfied poster with mix tone warm and cool in S style the most.

Department of Educational Technology Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2007

Student's signature

An Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ศิริพงศ์ พยอมแย้ม อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ให้คำแนะนำช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ เป็นอย่างดีมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ สมหญิง เจริญจิตรกรรม และผู้ช่วยศาสตราจารย์วิวรรณ จันทร์เทพย์ ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการ และกรรมการในการสอบตลอดจนให้ข้อเสนอแนะและให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาสื่อเครื่องมือการวิจัยให้มีคุณภาพตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทุกประการ

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ที่ให้ความรู้ และประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้วิจัย ตลอดเวลาที่ศึกษาอยู่ในภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล พยอมแย้ม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรางค์ มั่นยานนท์ อาจารย์ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภาคย์ อาจารย์ทัศนัย จิตต์พัฒนกุล อาจารย์ภูมินทร์ อ่อนละมุด และอาจารย์มนัส อารีรอบ อย่างสูงที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินสื่อ ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นและข้อมูลต่างๆ เพื่อให้การออกแบบ แก้ไขปรับปรุงสื่อที่ใช้ในการวิจัย สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบคุณและคณาจารย์ นักเรียน นักศึกษา โรงเรียนคุรุราษฎร์รังสฤษดิ์และ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณคุณคณาจารย์ ประสูตรแสงจันทร์ ผู้ที่คอยช่วยเหลือสนับสนุนให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาตลอดเวลารวมถึงเพื่อนร่วมชั้นเรียนระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการศึกษา ภาควิชาความร่วมมือรุ่นที่ 5 และกลุ่มพี่รุ่น 4 ที่คอยสนับสนุนและส่งเสริมให้กำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณนางสาววิไลพร ไชยสิทธิ์ นายอรรถพร เฟื่องมา นายรัตนะ เจริญรัตน์ และเพื่อนบรรณารักษ์ เพื่อนร่วมคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงที่อำนวยความสะดวกและสนับสนุนเอกสารและเครื่องมือต่างๆ ให้เป็นอย่างดี

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณค่า และประโยชน์แห่งงานวิจัยฉบับนี้ แต่ คุณพ่อสมจิตร จันทร์ลอย และคุณแม่สมหมาย สิทธิสมบัติ ตลอดจนพี่สาวและผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
สมมติฐานการวิจัย	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
ข้อตกลงเบื้องต้น	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อ	10
ความหมายของสื่อ	10
การแบ่งประเภทของสื่อ.....	12
บทบาทและหน้าที่ของสื่อ.....	12
เกณฑ์ในการเลือกใช้สื่อ.....	13
ปัญหาด้านสื่อและปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการของผู้รับสื่อ	15
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อโปสเตอร์	17
ความหมายของสื่อโปสเตอร์.....	17
ประเภทของสื่อโปสเตอร์.....	19
องค์ประกอบของสื่อโปสเตอร์.....	20
ลักษณะที่ดีของสื่อโปสเตอร์.....	25
คุณค่าของสื่อโปสเตอร์	26
ประโยชน์ของสื่อโปสเตอร์	26
รูปแบบของสื่อโปสเตอร์.....	27

บทที่		หน้า
2	ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	32
	ความหมายของการประชาสัมพันธ์.....	32
	โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	34
	จุดมุ่งหมายของโปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	34
	ข้อดีและข้อจำกัดของการใช้โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์	36
	ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์	38
	การจัดองค์ประกอบศิลป์	38
	การวางเลย์เอาท์.....	45
	หลักการออกแบบ	48
	ทฤษฎีสีและ โครงสี.....	55
	แนวคิดในการใช้สี	55
	องค์ประกอบของสี	57
	หลักการ ใช้สี	58
	กลุ่มของสีที่ให้ความรู้สึกต่างกัน.....	60
	จิตวิทยาการรับรู้ในการออกแบบ.....	62
	จิตวิทยาการรับรู้กับการจัดองค์ประกอบศิลป์	62
	สิ่งเร้าและการรับรู้.....	63
	หลักการสร้างความสนใจ	65
	จิตวิทยาโน้มน้าวใจ.....	66
	แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น	69
	ความสนใจของวัยรุ่น.....	69
	ความพึงพอใจ.....	70
	ความหมายของความพึงพอใจ	70
	การวัดความพึงพอใจ	72
	เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	73
	งานวิจัยในประเทศ	73
	งานวิจัยต่างประเทศ.....	74

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... 76
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 76
	ตัวแปรที่ศึกษา..... 77
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 77
	การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ 78
	การสร้างแบบประเมิน 80
	แบบประเมินความพึงพอใจ 81
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 82
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 83
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 84
	ส่วนที่ 1 ผลการศึกษารูปแบบ โปสเตอร์ที่เหมาะสม ในการประชาสัมพันธ์ รับนักศึกษาใหม่ 84
	ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาคำพึงพอใจของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรใน มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโปสเตอร์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างขึ้น 86
	ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาคำพึงพอใจ ของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรใน มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโครงสร้างที่สร้างขึ้น 97
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 107
	สรุปผลการวิจัย..... 108
	การอภิปรายผลการวิจัย..... 110
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย 121
บรรณานุกรม 122
ภาคผนวก 130
	ภาคผนวก ก ราชานามผู้เชี่ยวชาญ..... 131
	ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย..... 133
	รูปแบบและทิศทางการจัดเลย์เอาต์โปสเตอร์ 134
	แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย 138

บทที่	หน้า
แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ	140
แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา.....	142
ภาคผนวก ค สรุปการสัมภาษณ์ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ บุคลากร และนักศึกษา เกี่ยวกับรูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสม.....	145
สรุปการสัมภาษณ์ความคิดเห็นและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง และผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อเครื่องมือวิจัย	150
ภาคผนวก ง สื่อโปสเตอร์ที่ใช้ในงานวิจัย	200
ประวัติผู้วิจัย	210

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนร้อยละของรูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ รับนักศึกษาใหม่.....	85
2	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	86
3	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	86
4	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบของโปสเตอร์ โครงสีโทนร้อน	86
5	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบของโปสเตอร์ โครงสีโทนเย็น.....	87
6	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบของโปสเตอร์ โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น	88
7	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในโครงสีและรูปแบบของ โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	88
8	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในโครงสีและรูปแบบของ โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1	90
9	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในโครงสีและรูปแบบของ โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2.....	91
10	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในโครงสีและรูปแบบของ โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3	92
11	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในโครงสีและรูปแบบของ โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4	93
12	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในโครงสีและรูปแบบของ โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏ หมู่บ้านจอมบึง	94
13	สรุปอันดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบและโครงสีของ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์.....	95
14	สรุปอันดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบของโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์	96

ตารางที่		หน้า
15	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจใน โครงสร้างของโปสเตอร์ รูปแบบตัวแอล	97
16	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจใน โครงสร้างของโปสเตอร์ รูปแบบตัวเอส	97
17	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจใน โครงสร้างของโปสเตอร์ รูปแบบตัวที	98
18	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบและ โครงสร้างของ โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	99
19	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบและ โครงสร้างของ โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1	100
20	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบและ โครงสร้างของ โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2	101
21	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบและ โครงสร้างของ โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3	102
22	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบและ โครงสร้างของ โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ หมู่บ้านจอมบึง	103 104
24	สรุปอันดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบและ โครงสร้าง ของโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์	105
25	สรุปอันดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ โครงสร้างของโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์	106

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมชนิดหนึ่งที่ต้องดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันได้ด้วยการสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและติดต่อสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในอดีตการติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างง่าย ๆ ตรงไป ตรงมาสื่อสารกันในกลุ่มคนเพียงกลุ่มเล็ก ๆ อาจเป็นครอบครัวเดียวกันหรือชุมชนเดียวกัน ทำให้เข้าใจกันได้ง่ายและรวดเร็ว ต่อมาภายหลังเมื่อการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นที่อยู่ต่างชุมชนและห่างไกลออกไป การสื่อสารจึงเริ่มพัฒนาขยายเป็นวงกว้างจึงจำเป็นต้องอาศัยสื่อหรือวิธีการในการสื่อสารให้ได้ผลดีตามความต้องการของผู้สื่อสาร โดยเฉพาะในสภาพสังคมปัจจุบันซึ่งเป็นสังคมยุคโลกาภิวัตน์หรือโลกไร้พรมแดน สังคมมนุษย์มีการติดต่อสัมพันธ์กันอย่างกว้างขวางและสลับซับซ้อนมากขึ้น ทำให้นักการศึกษาหลายคนทำการศึกษาค้นคว้าจนก่อให้เกิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร การใช้สื่อเพื่อเรียนรู้ การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จะเห็นได้ว่าการติดต่อสื่อสารเป็นการจัดการพื้นฐานของมนุษย์ในฐานะที่เป็นเผ่าพันธุ์เดียวกัน พฤติกรรมที่แสดงออกในการติดต่อสื่อสารเป็นการจัดการพื้นฐานของมนุษย์ในฐานะที่เป็นเผ่าพันธุ์เดียวกัน พฤติกรรมที่แสดงออกในการติดต่อสื่อสารทำให้มนุษย์มีความแตกต่างไปจากสัตว์อื่น ซึ่งสัตว์อื่นสื่อสารกันด้วยสัญชาตญาณตามธรรมชาติเท่านั้น (Hanneman and Mcewen 1975 : 21-22) แต่มนุษย์มีการติดต่อสื่อสารกันได้หลายรูปแบบแต่ละรูปแบบมีศักยภาพในการถ่ายทอดเนื้อหาสาระแตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อมนุษย์ต้องการความสำเร็จตามแนวคิด ความรู้สึก หรือความต้องการของตนเองหรือองค์กรก็สามารถเลือกใช้วิธีสื่อสารแต่ละรูปแบบให้เหมาะกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ได้ รูปแบบการติดต่อสื่อสารมีทั้งการฟัง การพูด การอ่าน การเขียน การแสดงกิริยาท่าทาง การติดต่อแบบ ตัวต่อตัวหรือผ่านสื่อกลางที่อยู่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์จำพวกวารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามมนุษย์ย่อมมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งเสมอ วัตถุประสงค์ในที่นี้อาจเพื่อการบอกกล่าวให้ความรู้ ให้ข้อมูลข่าวสารให้ความบันเทิง เพลิดเพลิน สบายใจ ให้เกิดอารมณ์ความรู้สึก ทางใดทางหนึ่ง เช่น ฮิกเกิม กลัว โกรธ ฯลฯ วัตถุประสงค์เฉพาะเช่น เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพ เพื่อให้เกิดความคิดค้น เพื่อให้เกิดการประสานงาน ฯลฯ (แม้นมาส ชาวลิค, อ้างถึงใน ปราณี กุ่มคำ 2537 : 7) นอกจากนี้ การสื่อสารอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือองค์กร การประชาสัมพันธ์จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้รัฐบาลประสบ

ผลสำเร็จตามเป้าหมาย และช่วยแก้ปัญหาหลายประการที่เกิดขึ้นกับประชาชน ไม่ว่าจะเป็นปัญหา เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง หรือแม้กระทั่งด้านการศึกษาที่สามารถช่วยเสริมให้ เป้าหมายของสถาบันหรือองค์กรประสบความสำเร็จได้ทีว้างไว้

ปัจจุบันสภาพของสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความตระหนักถึงความจำเป็น ต้องปฏิรูปการศึกษา ตลอดจนความพยายามในการวางแผนการจัดการศึกษาเพื่อการปฏิรูปนั้นได้มี อย่างต่อเนื่อง ในสถานะทางการศึกษามีปัญหาสูงมากทั้งในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และ อุดมศึกษา แต่ละสถาบันหรือองค์กรต่างๆ ก็จะมีปัญหาที่แตกต่างกันออกไป ก็ได้ประจักษ์ในการ เปลี่ยนแปลงของสังคมโลกพร้อมกับตระหนักถึงภาระทางการปฏิรูปการศึกษา ไม่ว่าจะเป็นด้าน การจัดการศึกษา ด้านเนื้อหาหลักสูตร ด้านการบริหารจัดการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และอื่นๆ “จำเป็นที่การจัดการศึกษาของประเทศจะต้องเร่งพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เพื่อสามารถพัฒนา คนของประเทศให้มีความเพียงพอต่อการดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพในสังคมที่เปลี่ยนแปลง และ ร่วมมือแข่งขันได้อย่างเหมาะสมทัดเทียมโดยยังสามารถคงความเป็นไทยในประชาคมโลก (คณะกรรมการปฏิรูประบบบริหารการศึกษาในกระทรวงศึกษาธิการ 2542 : 6)

มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ประสบปัญหาหรือผลกระทบในเรื่องของจำนวน นักศึกษาลดน้อยถอยลง ล่าสุดจำนวนนักศึกษาภาคปกติจำแนกตามคณะหลักสูตรและชั้นปี ปี การศึกษา 2/2548 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 2,497 คน (สำนักส่งเสริม วิชาการและทะเบียนมหาวิทยาลัย 2549 : 48) ในสภาพปัจจุบันองค์กรหรือสถาบันต่างๆ ทั้ง ภาครัฐและเอกชน ได้จัดการศึกษาให้กับกลุ่มเป้าหมายโดยอาศัยรูปแบบต่างๆ ที่มีการแข่งขันใน ระดับเดียวกันมากขึ้น ซึ่งกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันนี้ยังมีหลากหลาย และมีลักษณะแตกต่างกันมาก เช่น อายุ ความสนใจ อาชีพ พื้นฐานการศึกษา ทักษะคิด ความเชื่อ การรับรู้ สภาพความเป็นอยู่ ความใกล้ชิดหรือไกล และโอกาสที่จะศึกษาได้อย่างกว้างขวางภายใต้เงื่อนไขของตนเอง

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญอธิการบดีฝ่ายประชาสัมพันธ์ (วิวรรณ จันทร์เทพย์ 2549) กล่าวว่าปัจจัยที่ทำให้ประสบปัญหาโดยตรงก็คือ (1) ระยะทางภูมิประเทศที่ห่างไกลจากตัวจังหวัดราชบุรี ซึ่งมีผลกระทบเรื่องของการเดินทางเข้ามาเรียนจะยากลำบากต่อนักศึกษาที่อยู่ไกลจากภาคเหนือ อีสาน ได้ เนื่องจากมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรีอยู่ในส่วนของกลุ่มภาค ตะวันตกของประเทศไทย ไกลจากตัวเมืองราชบุรี ถึง 30 กิโลเมตร ทำให้ภาพลักษณ์หรือทัศนคติ ของนักศึกษามองว่า จะไม่ได้รับความสะดวกสบายในด้านความเป็นอยู่มากนัก แต่เมื่อได้มาสัมผัส จริงๆ หรือได้รับการถ่ายทอดจากผู้ที่ได้อยู่จึงจะเข้าใจ ซึ่งเป็นข้อเสียเปรียบกว่ามหาวิทยาลัยอื่นๆ (2) ขาดความโดดเด่นทางวิชาการที่เป็นแรงจูงใจในด้านวิชาชีพหรือความต้องการของนักศึกษาหรือ บัณฑิตที่จบไป บางโปรแกรมหรือบางสาขา ได้ทำการปิดไปหรือทำได้ในระดับแคบๆ เฉพาะที่

(3) ขาดการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะสื่อพื้นฐาน รูปแบบต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์จำพวกวารสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับโปสเตอร์ เป็นต้น รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่รองรับความรู้สึกของเด็กในการตัดสินใจเข้ามาเรียนได้ ย่อมเป็นตัวกระตุ้นได้มากขึ้น

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์นายกสมาคมศิษย์เก่าหรือผู้ทรงคุณวุฒิคณะกรรมการส่งเสริมมหาวิทยาลัย (สุรัชย์ ศรีแปลก 2549) ได้กล่าวว่า บางส่วนในระบอบของมหาวิทยาลัยยังมีศักยภาพไม่เต็มที่ ปัจจัยที่ควรส่งเสริมการบริหารจัดการก็คือ (1) ยุทธศาสตร์การดำเนินการ ด้านงบประมาณ เงินสนับสนุนต่างๆ หากมหาวิทยาลัยมีงบประมาณน้อย จัดสรรการบริหารจัดการการดำเนินงานก็จะไม่ค่อยคุณภาพ (2) ด้านการบริการของแต่ละส่วนควรให้ความรับผิดชอบทุกหน่วยงาน โดยเฉพาะบุคลากรในมหาวิทยาลัยควรให้ความสนใจและสร้างองค์กรให้เกิดความประทับใจ น่าเชื่อถือ จุดอ่อนที่ทางมหาวิทยาลัยไม่ควรมองข้าม (3) ด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม บุคคลที่จบไปที่เป็นศิษย์เก่า สามารถช่วยขยายผลประชาสัมพันธ์ปากต่อปาก บัณฑิตที่เป็นตัวอย่างสามารถชักจูงและให้คำแนะนำกับศิษย์รุ่นปัจจุบันได้ แหล่งสื่อที่หลากหลาย ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนรูปแบบที่มีการพัฒนา น่าเชื่อถือ ศรีทธา กับองค์กร หากงบประมาณแต่จัดสรรวิธีการที่ชาญฉลาดก็สามารถทำได้ สื่อที่ออกมายังไม่ได้พัฒนาอย่างเต็มที่ หากเปรียบเทียบกับอื่นที่พัฒนาการแข่งขันกันทุกวันนี้ ภาพลักษณ์ด้วยรูปแบบที่เป็นจุดขายของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ความเป็นอยู่ บรรยากาศ สิ่งแวดล้อม ค่าครองชีพไม่สูง เน้นจุดเด่นลงในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสื่อให้ผู้บริโภคสื่อได้เห็นว่ามีการพัฒนาที่ดีขึ้นเรื่อยๆ นั่นคือ ศักยภาพของมหาวิทยาลัย

จะเห็นได้ว่าผู้บริหารได้เล็งเห็นความสำคัญรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินงานส่วนหนึ่งให้กับมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นตัวกลางที่ช่วยถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการประชาสัมพันธ์ ที่จะทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อกับทางมหาวิทยาลัย ให้เกิดทัศนคติที่ดี เป็นแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจ นำมาซึ่ง ความศรัทธา ของมหาวิทยาลัย

ในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยที่พิจารณาถึงสื่อสิ่งพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ได้เสนอแนะไว้ในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์ถึงประเด็นสำคัญอย่างหนึ่งก็คือสามารถผลิตได้เป็นจำนวนมากและมีข้อดีในการให้การศึกษาและประชาสัมพันธ์ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2530: 90, อ้างถึงใน ปราณี คุ้มคำ 2544 :3)

1. มีความคงทนถาวร อายุการใช้งานนาน สามารถอ่านซ้ำได้อีกโดยไม่จำกัดเวลา
2. มีโอกาสเตรียมการในการผลิตได้มาก ย่อมทำได้ตามวัตถุประสงค์ตามความต้องการ
3. สามารถดึงดูดผู้ดูได้ด้วยเทคนิคการออกแบบ การใช้สี ภาพประกอบ

4. สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา เพราะมีความคงทนถาวร เป็นหลักฐานนำมาดูหรือตรวจสอบเมื่อข้อใจสงสัยได้ตลอดเวลา

5. ต้นทุนไม่มากนัก สามารถจัดทำได้ตามงบประมาณที่มี

6. มีเนื้อที่เพียงพอที่ใช้บรรจุเนื้อหาสาระ ข้อความหรือภาพต่างๆ ได้ตามวัตถุประสงค์

7. สะดวกในการใช้ดูข่าวสารหรือค้นหาข้อมูลได้ตามความมุ่งหมาย

8. ให้อุณหภูมิเหมาะสม ความรู้ความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง

สื่อโปสเตอร์ (Poster) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีบทบาทต่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุดหนึ่ง เพราะโปสเตอร์ เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้สะดวกกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อเป็นอย่างดี โปสเตอร์นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ มีจุดประสงค์เพื่อบอกกล่าว เผยแพร่ให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ข่าวสารข้อมูล สร้างภาพพจน์ขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับ เกิดความพึงใจ เชื่อถือ ศรัทธา นอกจากนี้ ยังเพื่อย้ำเตือนใจกลุ่มเป้าหมายด้วย ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงได้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลายประเภท ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ คัดเอาท์ แผ่นพับ และสื่อโปสเตอร์ แต่ได้มุ่งเน้นสื่อประเภทสิ่งพิมพ์เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจาก ให้ข้อมูลได้ละเอียด มีรูปภาพประกอบที่สวยงาม สื่อโปสเตอร์เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดหนึ่ง สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ให้กับทางมหาวิทยาลัยสามารถผลิตได้ในปริมาณมากพอสมควร ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ได้มากที่สุด ควบคู่ไปกับสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย

และจากสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อสื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ในปี 2547 – 2548 ของทางมหาวิทยาลัย จำนวน 60 คน พบว่า

1. ขนาดของโปสเตอร์ เห็นว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 43.33 ระดับปานกลาง ร้อยละ 40 ระดับมากที่สุด ร้อยละ 3.40 และระดับน้อย ร้อยละ 8.33

2. ความน่าสนใจของภาพประกอบอยู่ในระดับ ปานกลาง ร้อยละ 43.33 ระดับมาก ร้อยละ 38.33 ระดับมากที่สุด ร้อยละ 13.33 และระดับน้อย ร้อยละ 5

3. ความสดใสของสีภายในภาพอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 43.33 ระดับปานกลาง ร้อยละ 35 ระดับมากที่สุด ร้อยละ 18.33 และระดับน้อย ร้อยละ 3.33

4. การจัดภาพและข้อความอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 48.33 ระดับมาก ร้อยละ 35 ระดับมากที่สุด ร้อยละ 6.6 ระดับน้อย ร้อยละ 6.6 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 3.3

5. รูปแบบ – สีของตัวอักษรอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 50 ระดับปานกลาง ร้อยละ 30 ระดับน้อย ร้อยละ 11.66 ระดับมากที่สุด ร้อยละ 5 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 3.3

6. ขนาดของตัวอักษรอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 40 ระดับปานกลาง ร้อยละ 28.3 ระดับน้อย ร้อยละ 21.66 ระดับมากที่สุด ร้อยละ 6.6 ระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 3.3

7. ข้อความอ่านแล้วเข้าใจง่ายอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 40 ระดับมาก ร้อยละ 38.33 ระดับมากที่สุด ร้อยละ 11.66 ระดับน้อย ร้อยละ 10

8. ความเหมาะสมของข้อความอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 45.0 ระดับปานกลาง ร้อยละ 38.33 ระดับมากที่สุด ร้อยละ 15.01 ระดับน้อย ร้อยละ 8.33 % และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 1.66

9. ความเหมาะสมในการสื่อความหมายอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 43.33 ระดับปานกลาง ร้อยละ 41.66 ระดับมากที่สุด ร้อยละ 13.33 และระดับน้อย ร้อยละ 1.66

10. คู่มือแล้วอยากเรียน อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 36.66 ระดับปานกลาง ร้อยละ 33.33 ระดับมากที่สุด ร้อยละ 23.33 และระดับน้อย ร้อยละ 6.66

จากผลสรุปได้ว่า โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ปี 2547 – 2548 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลางถึงมากเป็นส่วนใหญ่ แต่ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับทางมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จึงต้องการศึกษาและปรับปรุงรูปแบบให้เหมาะสมที่สุดและหาแนวทางในการพัฒนาโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น และมีความต้องการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในการใช้สื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องการทราบถึงการเปลี่ยนแปลงกระบวนการรับรู้ที่ได้รับในการตัดสินใจจากสื่อโปสเตอร์ ประกอบกับปัจจุบันมีการผลิตสื่อประเภทนี้มาก และมีแนวโน้มการผลิตสูงขึ้น แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าไม่ค่อยมีผู้ใดหรือหน่วยงานใดศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบสื่อประเภทนี้ และหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ที่ผลิตส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีการประเมินสื่อที่ผลิตหรือทดลองใช้ก่อนผลิตจริงๆ ทั้งๆ ที่ในการผลิตแต่ละครั้งผลิตขึ้นเป็นจำนวนมาก ต้องใช้งบประมาณสูง ในขั้นตอนการออกแบบส่วนใหญ่หน่วยงานต่างๆ มักจะออกแบบเองหรือลอกแบบตามหน่วยงานอื่นๆ จึงทำให้รูปแบบสื่อโปสเตอร์มีทั้งความเหมือนและแตกต่างกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องออกแบบสื่อโปสเตอร์ให้ดึงดูดความสนใจและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เนื้อหาสาระหรือแนวคิดในสื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย อันจะทำให้ได้รับความข่าวสารข้อมูลได้อย่างเต็มที่ ผู้วิจัยจึงเห็นว่ารูปแบบมีบทบาทในการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ดี ทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหาเป็นสื่อสองมิติที่มีศักยภาพในการแสดงเนื้อหาและกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุนี้รูปแบบสื่อโปสเตอร์ที่ผลิตขึ้น น่าจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพในการเสนอข่าวสารการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ผ่านสื่อโปสเตอร์ เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาศึกษาในปริมาณที่มากขึ้น ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการศึกษาการวิเคราะห์รูปแบบและโครงสร้างของสื่อโปสเตอร์ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบ

ของสื่อโปสเตอร์ให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงได้มากยิ่งขึ้นต่อไป

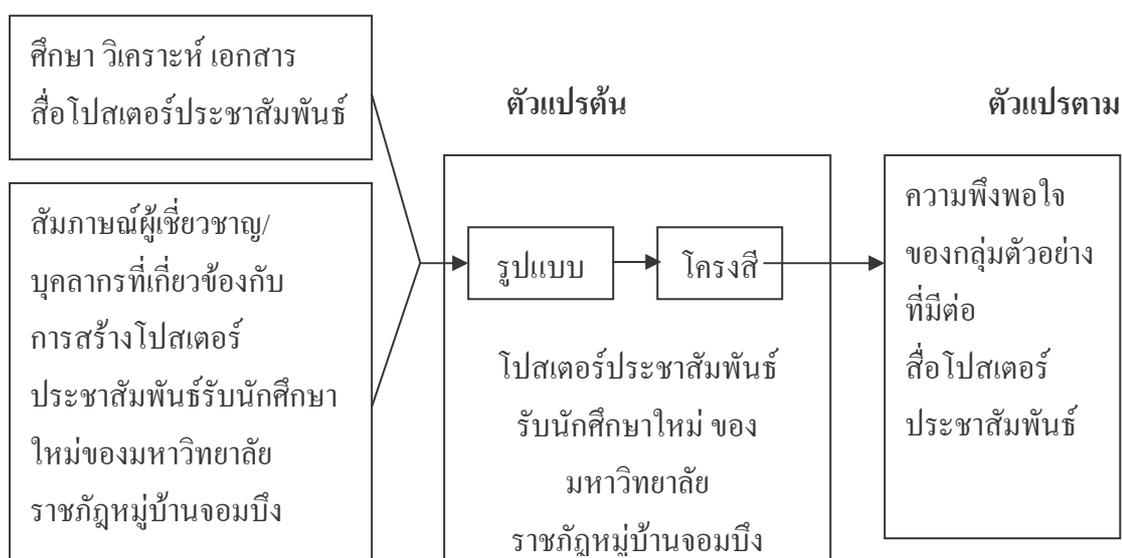
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสม ในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาอันดับความพึงพอใจของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโปสเตอร์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างขึ้น
3. เพื่อศึกษาอันดับความพึงพอใจ ของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโครงสร้างที่สร้างขึ้น

สมมติฐานของการวิจัย

1. นักเรียน นักศึกษาและบุคลากรมีความพึงพอใจต่อโปสเตอร์รูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นแตกต่างกัน
2. นักเรียน นักศึกษาและบุคลากรมีความพึงพอใจต่อโครงสร้างที่สร้างขึ้น แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรที่ใช้ในการสัมภาษณ์หารูปแบบที่เหมาะสมของโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ในการศึกษาคั้งนี้ เป็น

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ	จำนวน 2 คน
บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 3 คน
นักศึกษา	จำนวน 5 คน

2. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็น

นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนคุรุราษฎร์รังสฤษดิ์	จำนวน 287 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 566 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 572 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 476 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 579 คน
บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 375 คน

3. กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้มาโดยการใช้ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane Taro (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) มีรายละเอียดดังนี้

นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนคุรุราษฎร์รังสฤษดิ์	จำนวน 30 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 30 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 30 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 30 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 30 คน
บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 15 คน

4. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ

4.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่ รูปแบบและโครงสร้างของโปสเตอร์

4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความพึงพอใจของนักเรียน

นักศึกษาและบุคลากรที่มีต่อโปสเตอร์

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลอง ทำการทดลองในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2550

6. เนื้อหา ในการศึกษาคั้งนี้ ใช้ข้อมูลเนื้อหาในการรับสมัครนักศึกษาประจำปี 2550 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. การวิจัยครั้งนี้ ไม่คำนึงถึงเพศ อายุ ความรู้พื้นฐานทางศิลปะ ตลอดจนสภาพเศรษฐกิจถึงแวดล้อมอื่นๆ ของกลุ่มเป้าหมาย
2. การสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง โดยใช้สื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
3. สื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่สร้างขึ้น มีรูปแบบตามข้อสรุปที่ได้จากการศึกษาเอกสาร และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
4. โครงสีโปสเตอร์แต่ละรูปแบบจะมีโครงสีต่าง ๆ คือ
 - 4.1 สีโทนร้อน 80:20 % (Worm Tone 80:20 %)
 - 4.2 สีโทนเย็น 80:20 % (Cool Tone 80:20 %)
 - 4.3 สีโทนร้อนและสีโทนเย็น 50 : 50% (50% Warm Tone and 50% Cool Tone)
5. เครื่องมือที่ใช้วัดระดับความพึงพอใจ ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง และน้อย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โปสเตอร์ หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ จุดมุ่งหมายเพื่อแจ้งเรื่องการรับนักศึกษาใหม่ เป็นการชักชวนเข้าศึกษาต่อกับทางมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ภาษาที่ใช้ จะเป็นภาษาสั้นๆ ง่ายๆ แต่ได้ใจความ กระชับรัด มีตัวอักษรที่โตพอจะอ่านได้จากระยะไกล ทั้งนี้ เพราะโปสเตอร์ เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้สะดวกกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อเป็นอย่างดี
2. รูปแบบโปสเตอร์ หมายถึง การออกแบบที่สมบูรณ์สวยงามของงานโปสเตอร์ ทั้งในด้านขนาดตัวอักษร รูปภาพ องค์ประกอบและการจัดลำดับความเหมาะสมในแบบต่างๆ ตามที่ได้ศึกษาและเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

3. โครงสี หมายถึง แบบร่างในการเลือกใช้สีในโปสเตอร์ กำหนดเป็น 3 โทนสี คือ โครงสีโทนร้อน (Warm Tone) 80 : 20 เปอร์เซ็นต์ สีโทนเย็น (Cool Tone) 80 : 20 เปอร์เซ็นต์ และสีผสมระหว่างสีโทนร้อนและสีโทนเย็น 50 : 50 เปอร์เซ็นต์ (50% Warm Tone and 50% Cool Tone) จากการศึกษาเอกสาร

4. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจ ความชอบ ความประทับใจของนักศึกษาและบุคลากรที่มีต่อรูปแบบและโครงสีของโปสเตอร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาใช้ในการทดลอง โดยประเมินระดับความพึงพอใจได้จากแบบสอบถาม

5. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการของมหาวิทยาลัย ที่มีขั้นตอนการวางแผนการและดำเนินการกระทำต่อเนื่องกันไป โดยอาศัยกระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ ในการสร้างหรือรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้ เพื่อความสะดวกในการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยแบ่งเอกสารและงานวิจัยออกเป็นหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อ
2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อโปสเตอร์
3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
4. ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์
5. ทฤษฎีสื่อและ โครงสี
6. จิตวิทยาการรับรู้ในการออกแบบ
7. ความพึงพอใจ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อ

ความหมายของสื่อ

ความหมายของคำว่า “สื่อ” หมายถึง ทำการติดต่อให้ถึงกัน ชักจูงให้รู้จักกัน และตามความหมายที่นักวิชาการหลายท่านนิยามไว้พอสรุปได้ว่า คือ พาหะ หรือตัวกลาง หรือตัวพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปได้ก็ต้องอาศัยสื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารออกไป และข่าวสารจะไปถึงมือผู้รับได้ก็ต้องอาศัยสื่อพาไป เช่น คลื่นวิทยุในอากาศนำเสียงไปให้ผู้ฟัง กระดาษนำตัวอักษรและภาพที่ปรากฏไปให้ผู้อ่าน เป็นต้น ทางด้านผู้รับก็เช่นกัน ต้องอาศัยสื่อในการรับสารนั้น ๆ ผู้รับต้องมีเครื่องรับวิทยุและมีความสามารถที่จะอ่านหนังสือรู้ ทำนอง สิ่งลลางฉนิช (2525 : 7 – 8, อ้างถึงใน วิชาญ ศิลปวุฒยา 2544 : 9 – 15)

ณรงค์ สมพงษ์ (2535 : 30 – 32) กล่าวถึงที่มาของสื่อว่า สื่อมาจากคำว่า Medium (เอกพจน์) Media (พหูพจน์) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความหมายว่า

สื่อ (กริยา) คือ ทำการติดต่อให้ถึงกัน ชักจูงให้รู้จักกัน

สื่อ (นาม) คือ ผู้ หรือสิ่งของที่ทำให้การติดต่อให้ถึงกันหรือชักจูงให้รู้จักกันหรือเมื่อนำเอาคำว่าสื่อ (Media) ไปผสมกับคำอื่น ๆ ก็จะเป็นคำใหม่ ซึ่งมีความหมายที่กว้างขวางแตกต่าง

กันออกไป คำที่ได้ยินอยู่เสมอ คือ

สื่อการศึกษา (Education media) เช่น เอกสารเผยแพร่ที่เกี่ยวข้องกับอาชีพต่าง ๆ วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษา

สื่อการสอน (Instructional Media) เป็นสื่อที่มุ่งเน้นการเรียนการสอน เช่น ตำราเรียน หรือคู่มือต่าง ๆ

สื่อมวลชน (Mass media) เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีผู้รับสารที่เป็นมวลชน (Mass) จำนวนมากที่ไม่สามารถนับได้แน่นอน

โสตทัศนอุปกรณ์ (Audiovisual media) เป็นสื่อที่ใช้เพื่อให้เกิดการเรียนรู้จากการได้ฟัง และได้เห็น เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2523 : 112) อธิบายความหมายของสื่อว่า “หมายถึง วัสดุ อุปกรณ์และวิธีการที่ใช้เป็นสื่อกลางสำหรับส่งเสริมหรือถ่ายทอดความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ”

เป็รื่อง กุมุท (2519 : 3) ได้กล่าวว่า หมายถึงเครื่องมือที่ช่วยเป็นทางให้สารอาศัยผ่าน หรืออาจหมายถึง วัตถุที่นำสารไปผ่านเครื่องมือั้น”

องอาจ จิระนันท์ (2523 : 1) อธิบายความหมายของสื่อว่า “หมายถึง ตัวกลางหรือพาหนะที่ใช้นำเรื่องราวหรือความรู้ระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ ซึ่งสอดคล้องกัน”

ชม ภูมิภาค (2524 : 19) ได้อธิบายความหมายของสื่อว่า “เป็นตัวกลางหรือตัวเชื่อมค่าระหว่างจุดหมายปลายทางทั้งสองข้าง”

น้อย สิริโชติ (2523 : 137) ได้อธิบายความหมายของคำว่าสื่อดังนี้ “สื่อ คือสิ่งที้นำมาใช้เป็นตัวกลางในการช่วยให้การส่งข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับสาร หรือระหว่างผู้ให้การฝึกอบรมและผู้เข้ารับการอบรม ให้สามารถดำเนินในการอบรมตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้”

แซนอนและวีเวอร์ (Shanon and Weaver) (อ้างถึงใน ณรงค์ สมพงษ์ 2540 : 30-34) ได้ อธิบายความหมายของสื่อในแบบจำลองการสื่อสาร โดยกล่าวถึงเครื่องส่ง (Transmitter) ว่าคือผู้ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดสารให้เป็นสัญญาณ และจะถูกส่งไปยังเครื่องรับ (Receiver) ซึ่งจะเป็นผู้แปลสัญญาณเป็นสารส่งไปยังจุดหมายปลายทาง

ความหมายของสื่อที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า สื่อเป็นตัวกลางที่ใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารระหว่างแหล่งส่งสารกับผู้รับสาร เพื่อให้เกิดการรับรู้และการเรียนรู้ ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนความคิด ความรู้สึก คำนิยม และทักษะระหว่างบุคคล กลุ่ม ชุมชน และสังคม

การแบ่งประเภทของสื่อ

เนื่องจากสื่อมีลักษณะและคุณสมบัติตลอดจนการนำไปใช้แตกต่างกันไป จึงมีผู้ที่พยายามใช้เหตุผลต่างๆ มาประกอบในการแบ่งแยกประเภทของสื่อออกเป็นหลายแบบ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2523 : 112) และ ณรงค์ สมพงษ์ (2540 : 33 – 34) สรุปหลักการพิจารณาในเรื่องลักษณะของสื่อที่จะนำไปใช้ โดยจำแนกออกเป็น 3 ลักษณะใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1. เครื่องมือหรืออุปกรณ์ (Hardware) ได้แก่สื่อประเภทที่ประกอบไปด้วยกลไกไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น เครื่องฉายทั้งหลาย เครื่องเสียง วิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งเครื่องสอนและคอมพิวเตอร์ บางทีเรียกว่า สื่อประเภทหนัก

สื่อประเภทนี้เป็นตัวกลางหรือทางผ่านของความรู้ที่จะถ่ายทอดไปสู่ผู้รับ โดยตัวของมันเองไม่สามารถสื่อความหมายได้ต้องอาศัยสื่ออื่นมาช่วยเช่น เครื่องฉายภาพยนตร์ต้องการฟิล์มภาพยนตร์ วิทยุและโทรทัศน์ต้องการรายการ เป็นต้น

2. วัสดุ (Software) ได้แก่สื่อประเภทที่บรรจุเนื้อหาและรายการต่างๆ เอาไว้บางชนิดสามารถใช้ได้โดยตัวของมันเองโดยเอกเทศ เช่น ของจริง หุ่นจำลอง รูปภาพ ป้ายนิเทศ เป็นต้น แต่บางชนิดต้องอาศัยสื่อประเภทหนักมาช่วย เช่น ฟิล์มภาพยนตร์ แผ่นสไลด์ ม้วนเทปบันทึกเสียง เป็นต้น บางทีเราเรียกว่า สื่อประเภทเบา

3. เทคนิคหรือวิธีการ (Techniques or Methods) การสื่อความหมายหรือการถ่ายทอดประสบการณ์ในรูปของกิจกรรมคือ อาจารย์รวมทั้งเครื่องมือ วัสดุ และวิธีการเข้าด้วยกันแต่นั้นเทคนิคหรือวิธีการเป็นสำคัญ เช่น ต้องการสอนการขยายพันธุ์พืชด้วยวิธีตอนกิ่งให้กับเกษตรกรอาจต้องใช้ทั้งแผนภูมิแสดงขั้นตอนในการทำ ใช้เทคนิคของการสาธิตให้เกษตรกรได้เห็นวิธีการที่ถูกต้องในการจัดนิทรรศการ การจัดประกวด เป็นต้น

บทบาทและหน้าที่ของสื่อ

ในด้านบทบาทและหน้าที่ของสื่อต่องานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลสมบูรณ์ในเวลาอันรวดเร็ว ดังที่ นภาพรณ อัจฉริยะกุล (2527 : 187) ได้กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของสื่อไว้ว่า สื่อมีบทบาทและหน้าที่ช่วยดึงดูดความสนใจ ทำให้ความหมายของเรื่องราวเนื้อหาที่ต้องการเสนอ ถ่ายทอดชัดเจนและเข้าใจดีขึ้น ทำสิ่งที่ยากดูง่ายขึ้น ช่วยสร้างแนวความคิดอันเป็นนามธรรมให้เกิดมโนภาพเป็นของจริง ทำให้เกิดความเข้าใจซาบซึ้ง สร้างความประทับใจโน้มน้าวให้ผู้ดูหรือผู้ฟัง มีความเห็นและความเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ตรงกัน ตรงกับความประสงค์ของผู้ประชาสัมพันธ์

ไชยยศ เรื่องสุวรรณ (2520 : 104) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ถ่ายทอดข่าวสารหรือเรื่องราวที่น่าสนใจให้ประชาชนทราบ
2. ให้ความรู้แก่ประชาชน
3. เสริมสร้างความคิดใหม่ ๆ และกิจกรรมต่าง ๆ

เดล (Dale 1969 : 65 – 71) ได้กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของสื่อดังนี้ คือ

1. สื่อเป็นเครื่องสร้างฐานที่เป็นรูปธรรมแก่ความคิดรวบยอด จึงลดการพูดตอบสนองทางวาจา

2. สื่อเป็นสิ่งที่สร้างความสนใจเป็นอย่างสูง
3. สื่อทำการเรียนรู้มีความคงทนถาวร
4. สื่อให้ประสบการณ์ที่เป็นจริง
5. สื่อพัฒนาความต่อเนื่องของความคิด พัฒนาคำพูดและคำศัพท์ต่าง ๆ
6. สื่อช่วยให้ความหมายออกเฝยขึ้นเรื่อย ๆ จึงช่วยในการพัฒนาคำพูดและศัพท์ต่าง ๆ
7. สื่อให้ประสบการณ์ซึ่งไม่สามารถได้รับโดยวิธีอื่น

วิลเบอร์ (Wilbur 1964 : 127 – 128) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อดังนี้ คือ

1. แจกข่าวสารให้ประชาชน
2. ขยายทัศนวิสัยแก่ประชาชนให้กว้างขวางขึ้น เช่น นำสิ่งที่ไม่เคยพบไม่เคยเห็นไม่เคยได้ยินเข้ามาสู่ประสบการณ์ของประชาชน
3. สร้างความสนใจเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นกับประชาชน
4. เสริมสร้างความทะเยอทะยานทั้งในส่วนบุคคลและส่วนรวม
5. สร้างบรรยากาศสำหรับการพัฒนา โดยการกระตุ้นด้วยข่าวสารเพื่อให้เกิดความรู้ต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง

กล่าวโดยสรุป คือ สื่อมีบทบาทต่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ โดยช่วยกระจายข่าวสาร ให้ความรู้ เสริมสร้างความคิด ปลุกเร้าให้เกิดความสำนึก ความร่วมมือกัน สร้างความสัมพันธ์ในการพัฒนาและประเทศชาติ

เกณฑ์ในการเลือกใช้สื่อ

สื่อมีหลายชนิด แต่ละชนิดมีศักยภาพแตกต่างกัน การเลือกสื่อมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ จึงควรมีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังที่ นภากาศ อัจฉริยะกุล (2527 : 84, อ้างถึงใน วิชาญ ศิลปวุฒยา 2544 : 12 – 15) ได้ให้แนวทางในการพิจารณาเลือกใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ พอสรุปได้ว่า สื่อแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน เช่น ลักษณะแตกต่างกันในด้านความรวดเร็ว (Speed) สื่อที่มีความรวดเร็วที่สุด คือ วิทยุ โทรทัศน์ เหมาะสำหรับเสนอข่าวสารเคลื่อนไหว ต้องการ

ความรวดเร็วเพื่อโน้มน้าวชักจูงใจ และสื่อที่มีความคงทนถาวร (Permanence) มากที่สุด คือ ประเภทหนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งตีพิมพ์ เหมาะสำหรับการใช้ในการเสนอเรื่องราวข่าวสารที่เต็มไปด้วยรายละเอียดและเหตุผล สื่อที่มีลักษณะเปิดโอกาสให้ผู้รับมีส่วนร่วมด้วยจะได้ผลดีกว่าสื่อที่ไม่เปิดโอกาส ดังที่ ไชยยศ เรื่องสุวรรณ (2520 : 12) ได้อธิบายถึงการใช้สื่อต่าง ๆ ว่า ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ เช่น ทักษะของผู้ใช้ หมายถึง ผู้ใช้สื่อมีความชำนาญในการใช้สื่อ นั้นได้เหมาะสมกับเนื้อหา เวลา และใช้ได้ถูกวิธีตามลักษณะของสื่อ เพื่อให้การใช้สื่อที่ให้บริการข่าวสาร เพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ดำเนินไปด้วยดีตามจุดมุ่งหมาย ผู้ใช้สื่อต้องเลือกใช้สื่อให้ถูกต้องเหมาะสมกับวัย สื่อมีความสัมพันธ์กับเรื่องที่จะเผยแพร่ผู้รับบริการจะได้อะไรจากสื่อ ลักษณะของสื่อที่น่าสนใจหรือไม่ ช่วยเสริมสร้างแนวความคิด เหมาะสมกับเวลา สถานที่ เนื้อหาของสื่อสมบูรณ์ คุณภาพของสื่อ เช่น สี ขนาดใกล้เคียงกับความเป็นจริง และทันต่อเหตุการณ์

ฉลองชัย สุรวัดตนบุรณ์ (2528 : 174) ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์ในการเลือกสื่อต่าง ๆ ไปดังนี้ คือ

1. เนื้อหาของสื่อเหมาะสมกับวัตถุประสงค์หรือไม่
2. เนื้อหาของสื่อมีขอบเขตเพียงพอที่จะทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่
3. สื่อนั้นใช้กับหน่วย หรือประสบการณ์อย่างหนึ่งอย่างใดได้มากน้อยเพียงใด
4. สื่อมีขนาด รูปร่าง สี สเกล ระยะทาง ตัวเลข ข้อมูล เนื้อหาความคิดรวบยอด การสรุปถูกต้อง ทันสมัย หรือไม่
5. เนื้อหาชัดเจน แข็งขัน ใหม่
6. ความยาก-ง่ายเป็นที่พอใจใหม่
7. การเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจหรือเข้าใจใหม่
8. เนื้อหาที่มีความเป็นรูปธรรมสำหรับกิจกรรมบางอย่างที่ต้องการใหม่
9. มีความยุ่งยากซับซ้อนมากไปใหม่
10. ต้องใช้คนควบคุมการใช้หลายคนหรือไม่ จะใช้ด้วยตนเองได้ใหม่
11. คุณค่าทางเทคนิคเป็นที่พอใจใหม่
12. ศิลปะการจัดทำโดยสรุปเป็นที่พอใจใหม่
13. สัญลักษณ์หรือรหัสสัญญาณที่ใช้ในการสื่อความหมายถูกต้องเหมาะสมใหม่
14. นำไปใช้เหมาะกับยุทธวิธีที่ต้องการได้ใหม่
15. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายใหม่
16. ระบบการจัดทำเชื่อถือได้ใหม่
17. ใช้ง่าย สะดวก ปลอดภัยใหม่

18. การรับประกัน การบริการตรวจสอบเป็นที่พอใจใหม่

19. คุณค่าของสื่อโดยสรุปเป็นที่พอใจใหม่

นอกจากนี้ นักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวทางในการพิจารณาเลือกใช้สื่อ เช่น วิรุพห์ สีลาพฤทธิ (2522 : 23 – 24) กิดานันท์ มลิทอง (2531 : 83) วารินทร์ รัศมีพรหม (2531 : 35)บราวน์และคณะ (Brown James W 1973) ซึ่งพอสรุปเกณฑ์ในการเลือกใช้สื่อได้ดังนี้

1. สื่อนั้นต้องตรงจุดมุ่งหมายและเนื้อหาถูกต้องทันสมัย
2. สื่อต้องมีความเหมาะสมกับประสบการณ์ของกลุ่มเป้าหมาย
3. สื่อต้องเหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อม
4. สื่อต้องหามาได้สะดวก ราคาไม่แพงเกินไป

จากที่กล่าวมา พอสรุปในการพิจารณาเลือกใช้สื่อได้ว่า สื่อต้องสัมพันธ์กับเนื้อหา และจุดมุ่งหมาย ที่ถูกต้อง ทันสมัย น่าสนใจ เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย สื่อนั้นต้องหามาได้อย่างสะดวกและคุ้มค่างับผลลัพธ์ที่ได้ รวมถึงราคาไม่แพง

ปัญหาด้านสื่อและปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของผู้รับสื่อ

ธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์ (2539 : 942 – 947, อ้างถึงใน วิชาญ ศิลปวุฒยา 2544 : 27) มุ่งเน้นพิจารณาปัญหา 2 ด้าน ด้านแรกคือ ปัญหาด้านสื่อ หมายถึง จุดจำกัดหรือข้อเสียของสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการใช้ของประชาชนผู้อ่าน และอีกด้านหนึ่ง คือ ปัญหาของผู้รับสื่อ หรือปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมในการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ของผู้รับสื่อ อันได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางสังคม

1. ปัญหาด้านสื่อ ได้กล่าวว่า สื่อส่วนใหญ่นำเสนอข่าวสาร บทความ หรือสารคดีแก่มวลชน ข้อดีของสื่อสิ่งพิมพ์ก็คือ สามารถเก็บรวบรวมข้อเท็จจริง รายละเอียด การอ้างอิง แนวความคิด หรืออะไรก็ตาม ซึ่งเราต้องการใช้สำหรับการศึกษาหาความรู้ สิ่งพิมพ์ยังสามารถเก็บรักษาได้ง่าย ผู้ใช้สามารถนำมาใช้ได้โดยสะดวก และสามารถนำมาใช้ได้อีกเมื่อมีความจำเป็นในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อเป็นการยืนยันหรือเพื่อพิสูจน์ ดังนั้น ข้อมูลหลักฐานต่าง ๆ จึงมักจะทำกันในรูปของเอกสารสิ่งพิมพ์ที่ลายลักษณ์อักษรแน่ชัด มากกว่าที่จะใช้วิธีเก็บข้อมูลหลักฐานด้วยวิธีอื่น แม้ว่าวิทยาการเทคโนโลยีจะมีความก้าวหน้ามากขึ้นก็ตาม เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ แถบบันทึกเสียงหรือฟิล์มภาพยนตร์ แต่เมื่อถึงเวลาที่จะนำออกมาใช้จริง ๆ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ แถบบันทึกเสียง หรือฟิล์มภาพยนตร์ ก็จะถูกนำออกมาใช้ในลักษณะของลายลักษณ์ อักษรหรือพิมพ์ออกมาใช้นั่นเอง

อย่างไรก็ตามแม้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์จะมีข้อดีอย่างมากก็ตาม แต่จุดจำกัดหรือข้อเสียก็มีอยู่เช่นกัน นั่นคือ สื่อสิ่งพิมพ์จะใช้ให้เป็นประโยชน์ได้ ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ใช้หรือผู้อ่านที่จะเข้าใจถึงสาระที่ปรากฏอยู่ เช่น ความสามารถในการอ่านหนังสือออก และแม้ว่าอ่านหนังสือออกได้ แต่ถ้าขาดความรู้หรือการศึกษาแล้ว ก็อาจจะไม่เกิดประโยชน์ขึ้นได้ สิ่งพิมพ์โดยเฉพาะ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และหนังสือเล่ม จึงมักเป็นที่นิยมเฉพาะผู้ที่ได้รับการศึกษาเท่านั้น

2. ปัญหาด้านปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของผู้รับสื่อ มีข้อจำกัดของสื่อสิ่งพิมพ์ในด้านที่เกี่ยวกับผู้รับสื่อ นอกจากจะขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้อ่านที่จะเข้าใจสาระที่ปรากฏอยู่แล้ว รายละเอียดและแง่มุมที่สำคัญก็อาจจะไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควรจากผู้อ่านที่ไม่ได้ตั้งใจ ส่วนสภาพแวดล้อมของผู้อ่านก็จะได้จากการเห็นเนื้อหาสาระเพียงอย่างเดียว หรือเมื่อผู้อ่านได้อ่านเท่าที่ตนพอใจกับความอยากเห็นแล้ว เนื้อหาที่เหลืออาจไม่ได้รับความสนใจ และเนื้อหาสาระต่าง ๆ ก็ไม่สามารถถูกบังคับให้ไปถึงผู้อ่านตามเวลาที่ต้องการได้

อย่างไรก็ตามสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ มักจะอยู่ภายใต้ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการรับสื่อของประชาชน ชีร์กัทร์ เสรีรังสรรค์ (2539 : 942 – 947, อ้างถึงใน วิชาญ ศิลปวุฒยา 2544 : 27) อันได้แก่

1. อายุ อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนมีอายุน้อยมักจะมีความคิดที่เสรีนิยมมากกว่าคนที่มีความสูงวัย ในขณะที่คนมีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์มากกว่า ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ที่ดีกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่มีความสูงวัยมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้าย

สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากคนที่มีความสูงวัย มีประสบการณ์ในชีวิตที่เข้มข้นลำบากยากแค้น ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีความสูงวัย จึงทำให้ทัศนคติและความรู้สึกคิดต่างรุ่นต่างวัยไม่เหมือนกัน นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงจะน้อยลง และคนต่างวัยกัน มักจะมีความต้องการสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล การมีบ้านและที่ดินเป็นของตนเอง ขณะที่คนหนุ่มสาวจะสนใจเรื่องการศึกษาหาความรู้ ความยุติธรรม และความเสมอภาคในสังคม

ถ้าพิจารณาอายุโดยไม่คำนึงถึงประเภทของสื่อพบว่า ผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 20-24 ปี ให้ความสำคัญของสื่อทุกประเภทโดยเฉลี่ยมากกว่าผู้ที่อยู่ในช่วงอายุอื่น ๆ ถ้าพิจารณาค่าความสำคัญของสื่อ แต่ประเภทปรากฏว่าผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 50-54 ปี ให้ความสำคัญต่ำกว่าผู้ที่อยู่ในช่วงอายุอื่น ๆ

2. เพศ การวิจัยทางจิตวิทยา ได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชาย มีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization)

ได้ทำให้บทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศแตกต่างกัน และโดยธรรมชาติแล้ว ผู้หญิงมักจะมีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ มีอุปนิสัยชอบโอบอ้อมผ่อนตามและเป็นแม่บ้านแม่เรือนมากกว่าผู้ชาย สำหรับในเรื่องของการใช้สื่อสิ่งพิมพ์และพฤติกรรมในการรับสื่อสิ่งพิมพ์ก็เช่นกัน เพศเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้การใช้และพฤติกรรมในการรับสื่อสิ่งพิมพ์มีความแตกต่างกันด้วย

3. การศึกษาหรือความรู้เป็นปัจจัยอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้ตื้นลึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้ เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจในเนื้อหาของสาระของสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอมักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าคนที่มึระดับการศึกษาต่ำ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำกว่ามักจะใช้สื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ หากผู้มีการศึกษาสูง มีเวลาว่างพอ คนเหล่านี้จะใช้ทั้งสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่ถ้ามีเวลาจำกัด ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่ถ้ามีเวลาจำกัด ผู้ที่มีการศึกษามักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

4. สถานภาพทางสังคม ได้แก่ เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ อาชีพ หน้าที่การงาน ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ ซึ่งให้เห็นว่า สถานภาพทางสังคมของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ที่มีสถานภาพทางสังคมระดับค่อนข้างต่ำ เป็นผู้รับสื่อทุกประเภทในสัดส่วนน้อยที่สุด และไม่ใช้สื่อเป็นสัดส่วนสูงที่สุด ตรงข้ามกับผู้มีสถานภาพทางสังคมค่อนข้างสูงจะรับสื่อทุกประเภทในสัดส่วนที่สูงกว่าระดับอื่น ๆ

กล่าวโดยสรุป ปัญหาการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในทุกสังคมย่อมประกอบไปด้วยปัญหาด้านสื่ออันได้แก่ ข้อจำกัดในประเภทของสื่อ และช่องทางหรือวิธีการที่สื่อจะไปถึงผู้รับ และอีกประการหนึ่ง ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมในการรับสื่อของผู้รับสารอีกด้วย อันได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และสถานภาพทางสังคม

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อโปสเตอร์

ความหมายของโปสเตอร์

โปสเตอร์เป็นคำทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษ “Poster” หมายถึง ประกาศโฆษณาที่

ติดตั้งที่สาธารณะ เพียงมองเห็นครั้งแรกก็สามารถเข้าใจเรื่องราวและความหมายได้ทันที เป็นการประกาศแจ้งความให้คนรู้ว่า มีอะไร ที่ไหน เมื่อไร หรืออาจเป็นประกาศชักชวนให้ไปชนงานแสดงอย่างใดอย่างหนึ่ง ตลอดจนอาจเป็นการชักจูงใจให้ประชาชนร่วมมือร่วมใจทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การรักษาความสะอาด หรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งก็สามารถใช้โปสเตอร์เป็นประโยชน์ได้ทุกทาง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา โดยเริ่มแรกมีเพียงเขียนตัวหนังสือหรือข้อความเพียงเดียว ต่อมาเมื่อวิวัฒนาการขึ้น มีการพัฒนาด้านศิลป์ จึงได้มีการวาดรูปประกอบข้อความที่จะประกาศ เพื่อดึงดูดความสนใจ อีกทั้งยังเป็นการพัฒนารูปแบบในด้านความคิดสร้างสรรค์อีกด้วย (จตุวิทย์ พิมพ์ทอง 2546 : 23)

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2530 : 273) ให้ความหมายของโปสเตอร์ คือ โปสเตอร์มีลักษณะคล้ายกับแผ่นภูมิหรือแผ่นภาพอย่างมาก แต่ที่แตกต่างเด่นชัดคือ โปสเตอร์ เป็นแผ่นภาพที่ออกแบบพิเศษ เพื่อดึงดูดความสนใจ และสื่อความหมายได้ทันที โปสเตอร์ที่ดีจึงต้องออกแบบสวยงาม เด่นชัด และบรรจุเนื้อหาประเด็นสำคัญเพียงประเด็นเดียว ผู้ดูไม่ต้องใช้ความพยายามในการดู หรืออ่านดูเพียงผ่าน ๆ ก็สามารถเข้าใจและจับประเด็นได้ ตัวอย่างที่ดีในการออกแบบโปสเตอร์คือ ความพยายามของการออกแบบโปสเตอร์โฆษณาสินค้า เพื่อให้ภาพและข้อความสะดุดตาชวนมอง นอกจากจะใช้ประโยชน์ในการโฆษณา ชักชวนให้ผู้ดูถูกกระทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว โปสเตอร์ยังสามารถแสดงเรื่องราวให้แนวความคิดและเสนอข้อเท็จจริงต่าง ๆ ได้อีกด้วย โดยเฉพาะการนำโปสเตอร์มาใช้ในการเรียนการสอน ซึ่งมีประโยชน์ดังต่อไปนี้คือ

1. ใช้ประกาศจูงใจให้ผู้เรียนปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับหรือข้อตกลงใด ๆ ของหมู่คณะ
2. ใช้โปสเตอร์ชี้ประเด็นปัญหา หรือชักชวนให้ผู้เรียนเกิดความสนใจในปัญหาหรือเรื่องที่จะสอน
3. ใช้เสนอข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ อาจจะเป็นโปสเตอร์ที่ผู้สอนหรือผู้เรียนทำขึ้น เพื่อเป็นการสื่อสารในชั้นเรียนหรือโรงเรียน
4. ใช้สรุปเนื้อหาสาระสำคัญของบทเรียน ที่เรียกมาแล้วเพื่อเตือนความจำหรือเชื่อมโยงกับบทเรียนอื่น ๆ
5. ใช้เตือนใจในสิ่งที่จะต้องปฏิบัติหรือหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะเป็นอันตราย

ชม ภูมิภาค (2529 : 146) กล่าวว่าไว้ว่าโปสเตอร์ หมายถึง ทรรศนวัสดุที่สร้างขึ้นเพื่อประกาศหรือจูงใจให้ผู้ดูได้กระทำตาม ภาพโฆษณาประกอบด้วยภาพและข้อความสั้น ๆ ที่อาจจะเป็นคำถาม คำพังเพย หรือข้อความที่คล้องจองกัน ทำให้ผู้ดูเข้าใจ จดจำได้ง่าย เพื่อให้ผู้ดูระลึกถึงและปฏิบัติตาม

ประชิด ทิณบุตร (2530 : 136) ให้ความหมายของโปสเตอร์ หมายถึง สื่ออย่างหนึ่งที่บอกกล่าวถึงรายละเอียดให้ผู้คนที่ได้พบเห็นได้ทราบ โดยที่จุดเด่นและเข้าใจในระยะเวลาสั้น ๆ ในภาพโฆษณาอาจบรรจุตัวหนังสือหรือภาพ หรือทั้งสองอย่าง

จ่านง วันวิชัย (2532 : 43) ได้สรุปความหมายของโปสเตอร์ หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ชนิดหนึ่งที่ใช้สำหรับชักชวนประกาศ บอกข่าวสารในงานต่าง ๆ เช่น หน่วยงานของทางราชการทั่วๆ ไป หรืองานโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อการค้าของเอกชน เป็นต้น ลักษณะของโปสเตอร์จะมีลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ คือ จะใช้ปิดหรือแขวนอยู่กับที่ และต้องให้คนเข้าไปอ่าน จึงจะทราบเรื่องราวคืออะไร

ณรงค์ สมพงษ์ (2540 : 155) ได้ให้ความหมายของโปสเตอร์ หมายถึง กระดาษเพียงแผ่นเดียวมีข้อความหรือภาพประกอบ ช่วยสื่อความหมายในการบอกกล่าว ชักจูงใจ หรือเรียกความสนใจเพื่อรณรงค์ในเรื่องต่าง ๆ

ศิริพงศ์ พยอมแย้ม (2537 : 159) ได้กล่าวถึงโปสเตอร์ มักเรียกกันว่า “ใบปิด” หรือทับศัพท์ว่า “โปสเตอร์” เป็นสื่อที่นิยมใช้สำหรับการโฆษณาอย่างกว้างขวาง เพราะมีขนาดไม่ใหญ่มาก สามารถผลิตเป็นจำนวนมาก ๆ ได้ง่าย วัสดุที่ใช้ ได้แก่ กระดาษ โลหะ พลาสติก ด้วยการพิมพ์

สุชาดา แสงดวงดี (2542 : 412) กล่าวว่าโปสเตอร์ หมายถึง เป็นแผ่นประกาศที่นิยมใช้กันทั้งในงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เป็นทัศนวัสดุที่มีจุดมุ่งหมายให้เด่น สะดุดตา และดึงดูดความสนใจผู้คนที่ผ่านไปมาให้เกิดความสนใจและเข้าใจความหมายตามวัตถุประสงค์ได้ในทันทีที่เห็น

ประเสริฐ ศีลรัตน (2546 : 61) กล่าวว่าโปสเตอร์ หมายถึง ทัศนวัสดุอย่างหนึ่งที่สูงขึ้นด้วยแผ่นกระดาษหรือแผ่นป้ายแข็งมีภาพกับคำเขียนง่าย ๆ เพื่อแสดงออกซึ่งเรื่องราว ความคิด หรือข้อเท็จจริงตามความต้องการของผู้ทำ สามารถสื่อความหมายได้ทันทีโดยที่ผู้ดูไม่ต้องใช้ความพยายามในการแปลความหมาย ดูเพียงผ่าน ๆ ก็เข้าใจและจับใจความได้

ดังนั้นสรุปความหมายของโปสเตอร์ว่า หมายถึง สื่ออย่างหนึ่งแสดงถึงรายละเอียด มีจุดมุ่งหมายให้ผู้อ่านได้ปฏิบัติตามหรือรับรู้เรื่องราว ประกอบด้วยภาพง่าย ๆ ข้อความสั้น ๆ ชวนให้ดู และจดจำง่าย

ประเภทของโปสเตอร์

โปสเตอร์มีหลายประเภทขึ้นอยู่กับเกณฑ์ในการจำแนก จ่านง วันวิชัย (2534 : 43) ได้จำแนกประเภทของโปสเตอร์ออกมาในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. ที่โรงพิมพ์จัดพิมพ์ ซึ่งในกรณีที่ผู้จัดทำโปสเตอร์ต้องการพิมพ์เผยแพร่จำนวนมาก การพิมพ์ชนิดนี้จะสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมาก

2. จัดพิมพ์เอง โดยใช้ระบบการทำซิลค์สกรีน ซึ่งสามารถพิมพ์ได้เป็นจำนวนมากเช่นกัน แต่ขั้นตอนต่าง ๆ ในการพิมพ์ จะไม่เหมาะสมและเป็นปัญหาแก่ผู้ที่ไม่มีพื้นฐานความรู้ทางด้านซิลค์สกรีน

3. จัดทำเองโดยไม่ต้องพิมพ์ และไม่ต้องจ้าง ซึ่งการทำในลักษณะนี้ เหมาะสำหรับคนที่ไม่มีพื้นฐานความรู้ด้านศิลปะ เพียงแต่มีความเข้าใจเล็กน้อยก็สามารถสร้างงานได้ แต่การจัดทำโปสเตอร์นี้ไม่สามารถทำเป็นจำนวนมาก ๆ ได้ เพราะเป็นงานฝีมือทำเป็นจำนวนน้อยไว้สำหรับติดตามบอร์ดในหน่วยงานต่าง ๆ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2530 : 30) ได้แบ่งประเภทของโปสเตอร์ไว้ 2 ลักษณะ ดังนี้

1. โปสเตอร์สิ่งพิมพ์ เป็นโปสเตอร์ที่ใช้การพิมพ์เป็นหลัก ปิดประกาศโฆษณาได้ตามสถานที่สาธารณะทั่วไป ถึงทั้งขนาดเล็ก จนถึงโปสเตอร์ขนาดยักษ์ สามารถอ่านเห็นได้ในระยะไกล โปสเตอร์ที่ติดตั้งนั้นอาจจะเป็นประกาศด้วยคำธรรมดา ไม่มีภาพประกอบ หรือมีภาพประกอบก็ได้

2. โปสเตอร์ที่ไม่ใช่สิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ลักษณะนี้มีมาตั้งแต่ยุคก่อนที่เกิดการพิมพ์ จนกระทั่งในยุคปัจจุบัน เป็นการใช้วัสดุต่าง ๆ ทำโปสเตอร์ เช่น ป้ายโฆษณาที่วาดหรือเขียนด้วยข้อความโฆษณาสินค้าและบริการต่าง ๆ วัสดุที่ใช้ทำอาจใช้เขียนหรือวาด รวมถึงการประดิษฐ์ลงบนกระดาษ แผ่นไม้ และแผ่นโลหะต่าง ๆ

จากการศึกษาค้นคว้าดังกล่าวข้างต้น พอสรุปประเภทของโปสเตอร์ออกเป็น 2 ลักษณะคือ 1) โปสเตอร์ที่ผลิตจากโรงพิมพ์ 2) โปสเตอร์ที่ผลิตขึ้นเอง ซึ่งในลักษณะที่ 2 นี้ สามารถที่จะเขียนหรือวาดขึ้นเองโดยวิธีการแบบง่าย ๆ เช่น ตัดปะ ฉีกกระดาษ ผ้า หรือเศษวัสดุต่าง ๆ มาประดิษฐ์สร้างภาพให้เกิดความสนใจยิ่งขึ้น

องค์ประกอบของสื่อโปสเตอร์

สื่อโปสเตอร์ที่มีศักยภาพในการสื่อสารได้ดี ควรมีองค์ประกอบที่สำคัญหลายประการ ดังที่ ปิลันธนา สงวนบุญญพงศ์ (2542 : 32 – 37) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของสื่อโปสเตอร์ โดยทั่วไปไม่ว่าจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ หรือประเภทใดก็ตาม จะประกอบด้วยส่วนสำคัญต่างๆ ดังนี้

1. ส่วนที่เป็นพาดหัวหรือหัวเรื่อง (Headline) และหัวเรื่องรอง (Sub Headline)
2. ส่วนที่เป็นข้อความ (Body Copy)
3. ส่วนที่เป็นภาพประกอบ (Illustrations)

4. ส่วนที่เป็นชื่อ เครื่องหมาย และสัญลักษณ์ขององค์กรผู้เผยแพร่ (Brand Identification & Logo)

บางครั้งโปสเตอร์ที่พบเห็นโดยทั่วไป อาจมีองค์ประกอบมากหรือน้อยกว่าก็ได้ แต่กระนั้นก็ตาม ความสวยงามของโปสเตอร์ ก็ขึ้นอยู่กับการจัดองค์ประกอบของโปสเตอร์ให้มีลักษณะประสานสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม ส่วนที่เป็นพาดหัวหรือหัวเรื่อง (Headline) และหัวเรื่องรอง (Sub Headline)

ขนาดของโปสเตอร์ โปสเตอร์เป็นแผ่นกระดาษแผ่นเดียว มีหลายขนาดทั้งแบบแนวตั้งและแบบแนวนอน จนถึงรูปทรงที่ผิดแปลกแตกต่างออกไป ซึ่งโดยทั่วไปมีลักษณะ ดังนี้

ขนาดโปสเตอร์มีหลายชนิด เช่น ขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปการกำหนดขนาดว่าเป็นเท่าใด มักจะกำหนดจากขนาดของกระดาษ ที่มีจำหน่ายในท้องตลาด ซึ่งในประเทศไทยมีอยู่ 2 ขนาด คือ 31x 43 นิ้ว และ 24 x35 นิ้ว ซึ่งถ้าแบ่งกระดาษเป็นขนาดเล็กลง สำหรับทำแผ่นโปสเตอร์จะได้ขนาดเป็น 12 x17.5 นิ้ว 15x21.5 นิ้ว และ 24x17.5 นิ้ว และถ้าต้องการให้โปสเตอร์มีลักษณะและแปลกออกไป อาจแบ่งเป็นขนาดอย่างอื่น เช่น 8x17.5 นิ้ว 10 x21 นิ้ว และ 24 x 11.5 นิ้ว

การกำหนดขนาดจากกระดาษแผ่นใหญ่ จะทำให้กระดาษไม่เหลือเศษ ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นการใช้เนื้อที่กระดาษอย่างเต็มที่ นอกจากวิธีการกำหนดจากขนาดของกระดาษแล้ว อาจจะพิจารณาถึงความสะดวกในการนำไปใช้ด้วย

1. พาดหัว (Headline) พาดหัวหรือหัวเรื่อง เป็นสิ่งที่สำคัญของโปสเตอร์ เพราะช่วยดึงดูดความสนใจ หรือติดตามดูรายละเอียดอื่นๆ ของข้อความในโปสเตอร์ภาพ หรือข้อความ หรือทั้งภาพและข้อความก็ได้ แต่ส่วนมากจะใช้ ข้อความมีความยาวมาก อาจจะแบ่งเป็น หัวเรื่องรอง (Subhead line)

1.1 พาดหัวของโปสเตอร์มีลักษณะ ดังนี้

- 1.1.1 มีข้อความสั้น กระชับ ได้ใจความ สื่อความหมายได้เร็ว
- 1.1.2 มีความกระชับ สามารถดึงดูดความสนใจ ของผู้ที่คาดว่าจะเป็
กลุ่มเป้าหมายได้
- 1.1.3 มีความเหมาะสม ตอบสนองความต้องการ ของผู้ที่คาดว่าจะเป็
กลุ่มเป้าหมายได้
- 1.1.4 มีความน่าสนใจ เพื่อเรียกร้องให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมายสนใจ โดย
ใช้หลักการทางจิตวิทยาและการใช้ภาษามีเพียงแนวคิดเดียว ในโปสเตอร์แต่ละแผ่น
- 1.1.5 มีความน่าเชื่อถือ คือ ข้อความที่กล่าวอ้าง ต้องมีน้ำหนัก น่าเชื่อถือ

1.2 ประเภทของพาดหัว พาดหัวสามารถแบ่งเป็นประเภทย่อยๆ ได้ดังนี้

1.2.1 พาดหัวแบบข่าว (News Headline) เป็นพาดหัวที่รายงานเกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ ลักษณะคล้ายกับการพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ว่า มีอะไร ที่ไหน หรือเกิดเหตุการณ์อะไรใหม่ๆ อย่างไร ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ เพราะปกติคนเรามักมีนิสัยอยากรู้ อยากเห็นอยู่แล้ว พาดหัวแบบนี้มักจะขึ้นด้วยคำว่า ใหม่, มาแล้ว, ปรับปรุงใหม่, เดิมนี่, เชิญพบกับ, ขอเสนอขอแนะนำ, วัฒนาการใหม่ ฯลฯ เป็นการเรียกร้องความสนใจจากผู้อ่าน

1.2.2 พาดหัวแบบบอกวิธีการ (How Headline) เป็นพาดหัวแบบตั้งคำถามถึงวิธีการแนะนำให้ทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อประโยชน์แก่ผู้อ่าน

1.2.3 พาดหัวแบบตั้งคำถาม (Question Headline) เป็นการตั้งคำถาม เพื่อกระตุ้นให้เกิดอยากรู้อยากเห็น หาคำตอบ และติดตามข่าวสารในโปสเตอร์แผ่นนั้นต่อไป ทำให้พาดหัวมีชีวิตชีวา ดูเหมือนการสนทนา เร้าอารมณ์และความสนใจได้ดี แต่คำถามนั้นต้องน่าสนใจมากพอที่จะทำให้ผู้รับ อยากทราบคำตอบคืออะไร

1.2.4 พาดหัวแบบออกคำสั่งหรือชี้ชวน (Order Headline) เพื่อชี้ให้ผู้อ่านเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อปฏิบัติตามพาดหัวแบบนี้ จะเลือกใช้ภาษาที่มีลักษณะเป็นคำสั่ง เพื่อให้ผู้รับปฏิบัติตาม เพื่อผลประโยชน์ที่ดีตอบแทน

1.2.5 พาดหัวแบบคำขวัญ (Slogan Headline) เป็นการนำคำขวัญมาเป็นพาดหัว ซึ่งเป็นที่นิยมไม่น้อย อย่างไรก็ตาม คำขวัญทุกชิ้นนี้จะสามารถนำมาเป็นพาดหัวได้ การใช้พาดหัวแบบนี้ จึงความพิจารณาถึงความเหมาะสมของข้อความ และโอกาสที่ใช้ด้วย คำขวัญที่เลือกใช้ ความสัมพันธ์กับภาพประกอบและส่วนอื่นๆ ของโปสเตอร์ฉบับนั้นด้วย

1.2.6 พาดหัวแบบใช้ภาพแทนคำพูดหรือใช้ภาพประกอบข้อความ (Picture and Caption Headline) เป็นการใช้รูปภาพแทนถ้อยคำในส่วนที่เป็นพาดหัว คือ ใช้ภาพอธิบายแทนพาดหัวแล้วสรุปด้วย ส่วนลงท้ายหรืออาจมีทั้งภาพและพาดหัวที่เกี่ยวข้องกับภาพซึ่งจะต้องดูทั้งสองส่วนไปพร้อมๆ กัน จึงจะเข้าใจก็ได้ และภาพที่นำมาใช้ควรจะเป็นภาพที่สามารถอธิบายเรื่องราวในตัวเองได้

พาดหัวที่เลือกใช้อาจจะมีลักษณะอื่นอีก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าผู้ผลิตอาจจะมีแนวคิดที่แตกต่างออกไป แต่อย่างไรก็ตาม การเลือกใช้พาดหัวควรจะต้องสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และเรื่องราวที่ต้องการสื่อความหมายในแต่ละครั้ง

พาดหัวรอง (Sub Headline) นิยมใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่รองจากพาดหัว ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงพาดหัว ไปยังเนื้อเรื่องในโปสเตอร์ ใช้ในกรณีที่พาดหัวจะให้รายละเอียดได้เพียงพอจึงจำเป็นที่จะต้องมีการขยายความให้กระจ่างขึ้น

2. ข้อความ (Body Copy) คือ ส่วนที่เป็นเนื้อหารายละเอียด เพิ่มเติมจากพาดหัวของโปสเตอร์ฉบับนั้นๆ ข้อความจะสนับสนุนเนื้อหาของโปสเตอร์โดยส่วนรวม มีการคัดเลือกรายละเอียดชัดเจน ไม่คลุมเครือ หรือเข้าใจไปได้หลายทาง และใช้ข้อความที่สั้น กระชับรัดกุม อักษรชัดเจน อ่านง่าย เข้าใจทันที ตอบสนองความต้องการใคร่รู้ของผู้อ่าน และมองเห็นได้ไกล ลักษณะของข้อความในโปสเตอร์ สามารถแบ่งตามลักษณะของการเขียน ได้ดังต่อไปนี้

2.1 ข้อความแบบพรรณนา (Descriptive Copy) เป็นข้อความที่เขียนอย่างตรงไปตรงมา พรรณนาถึงลักษณะของสิ่งที่ต้องการนำเสนออย่างละเอียด ให้ผู้อ่านเข้าใจในเรื่องที่ต้องการสื่อสารดีขึ้น จึงเป็นข้อความที่มุ่งให้ข้อมูลแก่ผู้อ่าน มากกว่าจะเป็นการจูงใจ นิยมใช้กับเรื่องที่มีรายละเอียดมาก ๆ หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับระบบกลไก ที่ผู้อ่านต้องทำความเข้าใจ

2.2 ข้อความแบบบรรยายหรือเล่าเรื่อง (Narrative Copy) เป็นข้อความในแบบเล่าเรื่อง เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่กล่าวถึง ข้อความแบบนี้ ก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นจริงเป็นจัง เหมาะกับเรื่องที่ผู้อ่านขาดความรู้ ความเข้าใจ การให้เหตุผลต่าง ๆ จะช่วยโน้มน้าวให้ผู้อ่านเกิดความเชื่อมั่นในการที่จะกระทำสิ่งนั้น ๆ

2.3 ข้อความแบบให้เหตุผล (Reason Copy) เป็นข้อความที่ให้ในเรื่องเหตุผล เพื่อสร้างความเชื่อถือให้กับผู้อ่าน โดยชี้แจงว่าทำไมเขาจึงควรเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าว

2.4 ข้อความแบบบรรยายภาพ (Illustration-Caption Copy) เป็นข้อความสั้นๆ ที่ใช้บรรยายภาพเท่านั้น เหมาะกับโปสเตอร์ที่คนเชื่อถือในองค์กรและเป็นที่ยึดมั่นอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องพรรณนาอะไรมาก เพียงแต่ใช้คำบรรยายสั้นๆ ประกอบภาพก็เพียงพอ

2.5 ข้อความแบบสนทนา (Dialogue Copy) เป็นข้อความในรูปของการสนทนา เพื่อเป็นการแนะนำ หรืออธิบายเรื่องที่กล่าวถึง

2.6 ข้อความแบบบอกวิธีใช้ (How-to Copy) เป็นข้อความที่บอกวิธี หรือขั้นตอนให้กับผู้อ่าน เพื่อให้เข้าใจในเรื่องนั้นๆ ได้ง่ายขึ้น

ลักษณะของข้อความในโปสเตอร์ยังมีลักษณะอื่นๆ อีกมาก ทั้งนี้การเลือกใช้ลักษณะของข้อความแต่ละประเภท จะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และเรื่องราวที่ต้องการเผยแพร่เป็นสำคัญ

3. ภาพประกอบ (Illustration) ภาพประกอบคือ ส่วนที่มาเสริมหรือขยายพาดหัวตลอดจนสร้างความเข้าใจเพิ่มขึ้นจากข้อความ ช่วยสร้างหรือดึงดูดความสนใจ และภาพที่นำมาใช้ควรเป็นภาพที่ดูง่าย สามารถเข้าใจได้ทันที เน้นจุดสนใจในภาพ เพียงจุดเดียว และมองเห็นได้ในระยะไกล สามารถสื่อความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างแจ่มชัด รวมทั้งสามารถสร้างความจดจำให้แก่ผู้รับได้ด้วย ลักษณะของภาพประกอบที่ใช้ในโปสเตอร์ โดยส่วนใหญ่มีลักษณะดังนี้

3.1 ภาพเหมือนธรรมชาติที่มองเห็น (Realistic) เป็นรูปแบบของภาพที่ต้องการแสดงความเหมือนจริง ความถูกต้อง และบรรยากาศในขณะนั้น ทั้งนี้เพราะรูปแบบเหมือนธรรมชาตินี้ง่ายต่อการรับรู้ของคนทั่วไป ภาพเหมือนจริงที่ใช้ในโปสเตอร์ ส่วนใหญ่จะเป็นภาพถ่าย และนับว่าเป็นภาพที่ได้เปรียบกับภาพชนิดอื่น ตรงที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี ให้ความรู้สึกกว่า สิ่งที่เห็นในภาพกำลังเคลื่อนไหว กำลังเกิดขึ้น และสร้างความรู้สึกร่วมในเหตุการณ์ได้ ความสวยงามของภาพ และองค์ประกอบของภาพที่สมบูรณ์ จะช่วยให้ผู้ดูเกิดสุนทรียทางอารมณ์ สร้างความประทับใจและจดจำได้ง่าย

3.2 ภาพที่ตัดแปลงมาจากธรรมชาติ (Modulation Style) เป็นภาพที่สร้างขึ้นเพื่อต้องการให้สอดคล้องกับเนื้อหาหรือข้อความ ซึ่งบางครั้งไม่มีรูปในธรรมชาติ หรือเป็นการออกแบบขึ้น เพื่อแสดงสาระของภาพในลักษณะภาพประติมากรรม เพื่อเน้นให้รูปภาพดูน่าสนใจขึ้น

3.3 ภาพซ้อน (Composite) ซึ่งเป็นการแสดงเทคนิคการถ่ายภาพ หรือการสร้างภาพด้วยคอมพิวเตอร์

3.4 ภาพการ์ตูน (Cartoon) เป็นภาพที่ใช้กันมาก เพราะดูได้ทั้งเด็ก ผู้ใหญ่ ทุกวัย ภาพการ์ตูน ประกอบโปสเตอร์ มีทั้ง การ์ตูนแบบภาพเดี่ยว แบบเป็นเรื่องราวต่อเนื่อง สิ่งสำคัญในการนำภาพการ์ตูนมาใช้คือภาพการ์ตูนที่นำมาใช้ ต้องสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ นั้น ๆ ด้วย

3.5 ภาพในรูปแบบอิสระ (Free Style) เป็นรูปแบบที่ไม่แสดงเนื้อหา เรื่องราว อาจจะเป็นภาพศิลป์ ภาพนามธรรม หรือเป็นเพียงลวดลาย หรือรูปทรงแปลก ๆ แสดงนำหน้าก่อนแก่ และพื้นผิว เพื่อตกแต่งโปสเตอร์ให้ดูสวยงาม แปลกตา

4. ชื่อหรือสัญลักษณ์ขององค์การผู้เผยแพร่ (Identification) สัญลักษณ์ หมายถึง เครื่องหมายที่ได้รับการออกแบบ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ขององค์กร หรือเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายแทน กิจกรรมของเรื่องนั้นๆ ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการแสดงตัวหรือแนะนำตัวเอง หรือแสดงความเป็นเจ้าของ ผู้เผยแพร่โปสเตอร์นั้นๆ ผู้สาธารณชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอันหนึ่ง ที่จะสะท้อนถึงภาพพจน์ของเรื่องนั้นๆ โดยอาจใช้เป็น ชื่อหรือสัญลักษณ์ หรือแสดงทั้งชื่อและสัญลักษณ์พร้อมกันก็ได้ โดยทั่วไปไม่มีหลักเกณฑ์ว่า จะต้องอยู่ส่วนใดของโปสเตอร์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการจัดองค์ประกอบของภาพให้ดูสวยงามเหมาะสม ส่วนมากมักจะนำไปไว้ในส่วนล่าง หรือมุมล่างด้านขวา

ส่วนลงท้าย (Ending) ส่วนลงท้าย เป็นส่วนปิดท้ายโปสเตอร์ เป็นส่วนที่มีหรือไม่มีก็ได้ โปสเตอร์ที่มีส่วนลงท้ายโดยทั่วไป จะประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

การใช้สีในโปสเตอร์ สีที่ใช้ในโปสเตอร์ จะเป็นส่วนขององค์ประกอบที่จะถ่ายทอดความรู้สึก เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ให้สัมพันธ์กับความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย เนื้อเรื่อง และวัตถุประสงค์

ในการจัดทำ นอกจากนี้ สียังช่วยสร้างบรรยากาศและอารมณ์ร่วม เพื่อการโน้มน้าวใจได้อีกด้วยการใช้สีที่เหมาะสมสามารถ ที่จะเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมาย เกิดพฤติกรรม หรือปฏิบัติตามในเรื่องนั้นๆ ได้เร็วขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น เป็นหลักในการออกแบบภาพโปสเตอร์ ดังนั้น งานสำคัญที่ผู้ออกแบบโปสเตอร์จะต้องพยายามทำให้สำเร็จคือ จะต้องสร้างความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้องค์ประกอบต่าง ๆ ดังที่กล่าวมา และหัวใจสำคัญของวิธีการที่จะสร้างความสนใจนั้นก็คือ ความง่ายและตรงไปตรงมาของการสื่อสาร ซึ่งความง่ายในที่นี้หมายถึง ความง่ายที่จะเข้าใจในองค์ประกอบของโปสเตอร์ โดยเฉพาะองค์ประกอบสำคัญก็คือ ส่วนที่เป็นภาพ ถ้อยคำ ตัวอักษรที่ประกอบกันแล้ว จะต้องสอดคล้องกัน เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจและประทับใจ

ลักษณะที่ดีของโปสเตอร์

ลัดดา สุขปรีดี (2523 : 183) ได้กล่าวถึงลักษณะที่ดีของโปสเตอร์ไว้ ดังนี้

1. ใช้ภาพง่าย ๆ สะดุดตา ข้อความสั้น กระชับ มีความหมายดีและจำง่าย
2. ใช้สีเด่นตัดกัน เพื่อดึงดูดความสนใจ แต่ไม่ควรใช้สีมากเกินไป
3. ออกแบบน่าสนใจ เข้าใจง่าย และให้แนวคิดเพียงแนวเดียว

ดังนั้น ลักษณะที่ดีของโปสเตอร์ประกอบไปด้วย ภาพง่าย ๆ สะดุดตา ข้อความสั้น กระชับ มีความหมาย ใช้สีเด่นตัดกัน ไม่ควรใช้สีมากเกินไป ออกแบบน่าสนใจ และเข้าใจง่าย และยังคงกล่าวอีกว่า

นอกจากนี้ การทำภาพโฆษณาขึ้นใช้เองหรือเพื่อชักจูงใจให้ทำกิจกรรมหรือให้เกิดการเรียนรู้มีดังต่อไปนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายให้เห็นชัดว่าจะให้ใครดู ต้องการจะบอกอะไร และต้องการให้ผู้ดูทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร
2. ลองออกแบบด้วยการสเก็ตภาพง่าย ๆ ประกอบข้อความสั้น ๆ ที่คิดว่าจะช่วยให้ผู้ดูเข้าใจง่าย การวางรูปและตัวอักษรให้กลมกลืน และอย่าให้แน่นจนเกินไป
3. กำหนดสีที่ใช้ตกแต่ง เพื่อให้สะดุดตา และเร้าความสนใจ
4. พัฒนาอย่างรอบคอบก่อนลงมือเขียนจริง ภาพที่ใช้ต้องให้ความหมายที่เป็นหัวใจของเรื่อง

ดังนั้นการจัดทำโปสเตอร์ควรกำหนดจุดมุ่งหมายให้ชัดเจนว่าจะให้ใครดู ต้องการจะบอกอะไร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ออกแบบด้วยภาพง่าย ๆ ข้อความสั้น ๆ สีที่ใช้สะดุดตาและเร้าความสนใจ

การนำโปสเตอร์ไปใช้งาน สามารถนำมาใช้ได้ สถานการณ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ใช้โปสเตอร์เพื่อประกาศหรือกระตุ้นให้ทำกิจกรรม
2. ใช้โปสเตอร์เพื่อนำเข้าสู่บทเรียน
3. อาจใช้โปสเตอร์จากหนังสือหรือแผ่นป้ายโฆษณามาดัดแปลงเขียนข้อความเสียใหม่ให้สอดคล้องกับเนื้อหา
4. ติดโปสเตอร์ให้แน่นหนาไม่หลุดง่าย เมื่อหมกกำหนดเวลาในการใช้แล้วควรเก็บให้เรียบร้อย

ดังนั้น การนำโปสเตอร์ไปใช้เพื่อที่จะประกาศ หรือกระตุ้นให้ทำกิจกรรมนำเข้าสู่บทเรียนเขียนข้อความใหม่ให้สอดคล้องกับเนื้อหา หนาแน่นและไม่หลุดง่าย

คุณค่าของสื่อโปสเตอร์

ชม ภูมิภาค (2529 : 147) ได้กล่าวถึงคุณค่าของโปสเตอร์ ไว้ดังนี้

1. เป็นเครื่องเร้าความสนใจ จูงใจให้กระทำในสิ่งที่ต้องการ
2. เป็นเครื่องเตือนใจให้ทราบถึงสิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ปฏิบัติ
3. โปสเตอร์มีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับวิชาการที่ต้องการชักจูงและชักจูงใจให้สามารถปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน

ปีลันธนา สงวนบุญยพงษ์ (2542 : 42-43) กล่าวไว้ดังนี้

1. ดึงดูดความสนใจ กล่าวคือ มีจุดเด่นที่สะดุดตาผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นการจูงใจให้เกิดความสนใจ ที่จะทราบเนื้อหาสาระในโปสเตอร์นั้นต่อไป
2. กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็น
3. มีข้อเสนอที่เด่นชัด
4. สมองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
5. เร่งเร้าให้เกิดพฤติกรรม

ดังนั้นสรุปได้ว่า คุณค่าของโปสเตอร์ควรเร้าความสนใจ จูงใจให้กระทำในสิ่งที่ต้องการ เป็นเครื่องเตือนใจให้ปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้

ประโยชน์ของสื่อโปสเตอร์

การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทสื่อโปสเตอร์ในการให้ความรู้มีความแตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ที่จำเป็นต้องอาศัยความสามารถในการอ่าน และการแปลความหมายสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่อยู่ในสิ่งพิมพ์นั้น แต่ถ้าหากมีการเตรียมการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์อย่างมีจุดประสงค์แล้ว สื่อประเภทนี้ก็

ช่วยสนับสนุนให้ผู้อ่านสามารถรับรู้ความรู้ข่าวสารจากสื่อได้ชัดเจน และตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยการเขียนให้อ่านง่าย การลำดับข่าวสารให้เหมาะสม

จุมพล รอดคำดี (2533 : 249-251) ยังได้กล่าวถึงประโยชน์สื่อสิ่งพิมพ์ที่สำคัญในการใช้สื่อที่ช่วยให้บรรลุเป้าหมาย ได้ดังนี้

1. ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนได้ด้วยตนเอง และเรียนได้เมื่อมีเวลาว่างไม่จำเป็นต้องกำหนดเวลาเรียนไว้แน่นอน อีกทั้งยังช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนตามระดับความสามารถและความเข้าใจ
 2. ประหยัด สิ่งพิมพ์เป็นอุปกรณ์ที่ประหยัด ในแง่ที่เมื่อคิดเปรียบเทียบปริมาณ
 3. เป็นโครงสร้างพื้นฐานของการเรียนการสอน ในแง่ที่ช่วยสร้างประสบการณ์ร่วมให้ผู้เรียนโดยอาศัยการอ่านเป็นสำคัญ อีกทั้งยังช่วยให้ผู้เรียนได้ทำกิจกรรมเดียวกัน ตอบคำถามชุดเดียวกัน เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจบทเรียนได้ง่ายขึ้น
 4. ช่วยให้การเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ คือ การอ่านหนังสือบ่อย ๆ ช่วยให้ภาษาดีขึ้น มีความรู้มากขึ้น สามารถชั่งน้ำหนักข้อเท็จจริงต่าง ๆ ได้ อันจะนำไปสู่แนวทางในการปฏิบัติที่ดี
 5. เก็บรักษาง่าย ปรับขนาดเพื่อเก็บรักษาได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ อายุของกระดาษที่ผลิตในปัจจุบันนี้ค่อนข้างคงทนถาวร เสื่อมสลายช้า ทำให้ข้อมูลที่บันทึกเอาไว้สามารถเก็บไว้ใช้ประโยชน์ได้นาน
 6. มีน้ำหนักเบากว่าสื่อประเภทอื่น ๆ พกพาได้สะดวก การขนส่งไม่ลำบาก
 7. สามารถตีกรอบความคิดได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขณะที่กำลังอ่าน
 8. สามารถจัดพิมพ์ได้หลายรูปแบบ ตามวัตถุประสงค์ที่นำไปใช้
 9. สามารถผลิตเพื่อใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะด้านได้
- จากที่กล่าวมา พอสรุปได้ว่า ประโยชน์ของสื่อโปสเตอร์ กระดานและดึงดูดความสนใจ ความอยากรู้อยากเห็นต่อกลุ่มเป้าหมายให้เกิดพฤติกรรม และยังสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและตามวัตถุประสงค์ที่จะนำไปใช้

รูปแบบของสื่อโปสเตอร์

การออกแบบจัดหน้า เป็นเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ โดยมีตัวอักษร ข้อความ และภาพประกอบ เป็นองค์ประกอบสำคัญ ที่ผู้ออกแบบจะจัดวางให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดทำ และการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบจัดหน้าโปสเตอร์มีหลายรูปแบบ โดย วรพงศ์ วิชาดิอุคมพงศ์ (2538 : 220), ปิณฑนา สงวนบุญญาพงษ์ (2542 : 50), ศิริพงศ์ พยอมแย้ม (2537 : 170) ได้ให้แนวทางในการจัดหน้ารูปแบบ พอสรุปได้ดังนี้ คือ

1. การจัดหน้าโดยเน้นภาพประกอบ

1.1 แบบหน้าต่างภาพ (Picture-Window Layout) เป็นการเน้นภาพใหญ่เป็นจุดเด่นเพียงภาพเดียว (อาจมีภาพเล็กๆ ประกอบบ้าง) และมีข้อความประกอบ ลักษณะการจัดแบบนี้ ผู้ดูภาพอันโดดเด่น แล้วจะอ่านข้อความที่เสนอตามมา ซึ่งส่วนใหญ่จะจัดวางแบบกึ่งกลาง ใช้มากในโปสเตอร์ที่ต้องการความเป็นทางการ ในลักษณะการจัดแบบหน้าต่างภาพนี้ ภาพจะเป็นตัวหยุดผู้ดู ได้ภาพมักจะมีตัวอักษรหนึ่งบรรทัด บทอาจแตกออกเป็นคอลัมน์สั้น ๆ กระจายออกจากกัน เพื่อจะรวมภาพเข้ากับบท นักออกแบบมักจะพิมพ์พาดหัวทาบลงบนภาพ หรือพิมพ์ทับซ้อนบนภาพ ภาพปกติจะอยู่ส่วนบน แต่ก็มีได้มีข้อจำกัดอย่างไรก็จะวางพาดหัวไว้ตอนบน

1.2 แบบหนักบท (Copy-heavy Layout) ผู้โฆษณานิยมแบบหนักบทด้วยเหตุผล 2 ประการ คือ

1.2.1 สิ่งที่ต้องการจะบอกเป็นเรื่องสำคัญ มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ มีศักดิ์ศรีเกิดกว่าจะถ่ายทอดออกเป็นภาพได้

1.2.2 โฆษณาของคนอื่นในสื่อประเภทเดียวกัน เป็นโฆษณาประเภทช่องภาพหรือมีภาพมากอยู่แล้ว แบบหนักบทจึงเท่ากับเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศ

ด้วยเหตุว่าแบบหนักบทออกจะเป็นแบบที่ค่อนข้างเครียดกว่าแบบอื่นๆ จึงมักจะนิยมแบบที่มีการจัดเรียงส่วนประกอบต่างๆ ให้ได้คล้อยอย่างเป็นทางการ พาดหัวจะอยู่ตรงกลางภาพอย่างไรก็ตาม อาจจัดให้น่าสนใจมากกว่านี้ แทนที่จะจัดคล้อยอย่างเป็นทางการจริงจัง

1.3 แบบตาราง (Mandarin Layout) เป็นการจัดโดยใช้แนวนอนของเส้นตั้งและเส้นนอน ประกอบกันเป็นรูปสี่เหลี่ยม หลายรูป มาประกอบกันอย่างได้สัดส่วน เนื้อที่ในแต่ละสี่เหลี่ยมผืนผ้า จะใช้บรรจุองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น พาดหัว ข้อความ ภาพประกอบ และสัญลักษณ์ โดยแยกกันอย่างเป็นระเบียบ ตามลักษณะที่เหมาะสมกับหลักการออกแบบ แบบที่รู้จักอย่างแพร่หลาย คือ แบบมองเดรียน ตั้งชื่อขึ้นตามจิตรกรชาวดัช ชื่อ ปีเอต มองเดรียน (Piet Mondrain) มองเดรียนใช้เวลาตลอดชีวิตศึกษา เรื่องสัดส่วน เขานิยมใช้เส้นหรือบริเวณทึบหรือเป็นแท่งสี แบ่งผ้าใบออกเป็นช่องสี่เหลี่ยม โดยลากเส้นตามแนวนอนและแนวตั้ง มองเดรียนจะออกแบบหลายครั้งก่อนที่จะพอใจเกี่ยวกับขนาดและความสัมพันธ์ของรูปเหลี่ยม สำหรับมองเดรียนแล้วความงามเป็นเรื่องของรูปทรงเรขาคณิต

ส่วนนักออกแบบโฆษณานั้นมักจะใช้รูปเหลี่ยมของตัวพิมพ์ หรือของงานศิลปะ เหมือนกับที่มองเดรียนใช้แท่งสี บางครั้งนักออกแบบก็ทิ้งเส้นหรือแท่งไว้บนภาพ เพื่อแยกส่วนประกอบออกจากกันเหมือนกับมองเดรียน การจัดภาพตามแนวทางของมองเดรียนเป็นวิธีที่ง่าย มีเหตุผล และใช้การได้ดีในการแสดงตัวพิมพ์ และงานศิลปะ

แต่อย่างไรก็ดีนักออกแบบโฆษณาตามแนวทางของมองเดรียนมักจะเน้นในเรื่องของสัดส่วนมากกว่าหลักเกณฑ์ข้ออื่น ๆ ซึ่งไม่มีอะไรผิดปกติในเรื่องนี้ เพราะงานโฆษณาบางอย่างสัดส่วนเป็นเรื่องสำคัญ ลักษณะการจัดวางแบบมองเดรียนนี้จะใช้กันบ่อยในหน้าหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร เพราะความสะอาดและคล่องของเส้นที่เกิดจากรูปสี่เหลี่ยม

1.4 แบบภาพปริศนา (Rebus Layout) เป็นการจัดโดยใช้ภาพ เป็นส่วนสำคัญ ให้ภาพหลายภาพอธิบายตนเอง แทนคำบางคำ หรือแทนข้อความบางข้อความ และใช้ข้อความประกอบเพียงเล็กน้อย ดังนั้นภาพจะกระจายอยู่ทั่วไปบนแผ่นภาพ อาจมีขนาดใหญ่บ้าง เล็กบ้าง เพื่อดึงดูดความสนใจ ภาพปริศนาที่ใช้ภาพมาสอดในประโยคแทนข้อความในแบบโฆษณาประเภทนี้ เราจะเห็นภาพปรากฏอยู่บนประโยคเป็นครั้งคราว โดยปกติผู้โฆษณามักจะไม่นิยมปริศนา แต่จะนิยมความชัดเจน แต่บางครั้งเราต้องการจะเน้นคำโดยการเขียนภาพประกอบซ้ำคำลงไป ภาพอาจมีขนาดเท่ากันทั้งหมด หรือบางครั้ง ภาพอาจมีขนาดเท่ากันทั้งหมดหรือจะใหญ่บ้างเล็กบ้างก็ได้

1.5 แบบตัวที (T shape Layout) เป็นวางองค์ประกอบให้มีลักษณะเป็นรูปตัวที ในอักษรโรมัน ซึ่งจะทำให้ลักษณะภาพโฆษณามีลักษณะสมดุลน่าเชื่อถือ

1.6 แบบตัวแอล (L shape Layout) เป็นการวางองค์ประกอบให้มีลักษณะเป็นรูปตัวแอล ในอักษรโรมัน ซึ่งจะทำให้ลักษณะภาพโฆษณาไม่เท่ากันจนเกินไปและเกิดความน่าสนใจแก่ผู้ดู

1.7 แบบตัวแซด (Z shape Layout) เป็นการจัดองค์ประกอบให้มีเส้นแกนหลักเป็นรูปตัวแซดในอักษรโรมัน ซึ่งจะทำให้ภาพโฆษณามีลักษณะเคลื่อนไหวและมีทิศทางที่น่าสนใจ โดยอาจใช้เส้นชักนำสายตาหรือหัวลูกศรเข้าช่วย

1.8 แบบตัวเอส (S shape Layout) เป็นการวางองค์ประกอบให้มีเส้นแกนหลักเป็นรูปตัวเอสในอักษรโรมัน ซึ่งจะทำให้ภาพโฆษณามีทิศทางเคลื่อนไหวที่อ่อนช้อยนุ่มนวลและเกิดความรู้สึกต่อเนื่อง

1.9 แบบจุด (Spot Layout) เป็นการวางรูปภาพให้มีลักษณะเป็นจุดลอยกลางพื้นภาพ และใช้ข้อความจำนวนน้อยเพื่อสร้างความเด่นชัดในงานโฆษณา

2. การจัดหน้าโดยเน้นข้อความ

2.1 แบบเน้นตัวอักษร (Type specimen Layout) เป็นการจัดโดยการเน้นตัวอักษรมากกว่ารูปภาพ ดังนั้นการจัดแบบนี้ จึงต้องพิจารณา รูปแบบของตัวอักษร และขนาดของตัวอักษรให้เหมาะกับคำ หรือเนื้อหาเป็นพิเศษ รูปภาพจะทำหน้าที่เป็นส่วนประกอบรองลงไป หรืออาจไม่มีก็ได้ โรงพิมพ์มักจะมีคู่มือบอกขนาดตัวอักษรให้กับลูกค้าเพื่อว่าลูกค้าจะได้เลือกขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม ตัวอักษรขนาดใหญ่อาจเป็นที่น่าสนใจ สำหรับนักออกแบบ เพราะมี

ความมนหรือความโค้งชวนมองได้เหมือนกัน นักออกแบบจะต้องศึกษาตัวอักษร โดยคำนึงถึงว่า เฉพาะตัวอักษรเท่านั้นที่อาจดึงดูดสายตาชาวบ้านธรรมดาได้เหมือนกัน

2.2 แบบเน้นเนื้อความรายละเอียด (Copy heavy Layout) รูปแบบนี้ จะใช้เมื่อต้องการ เน้นที่ข้อความเนื้อหา และสาระข้อความมีความสำคัญมาก เพราะเป็นจุดสำคัญของการนำเสนอ

3. การจัดหน้าโดยให้ความสัมพันธ์กับภาพเท่า ๆ กัน

3.1 แบบกรอบ (Frame Layout) เป็นการนำเอาศิลปะการออกแบบกรอบ มาดัดแปลง รูปแบบ และจัดวางตำแหน่งของภาพประกอบและข้อความทั้งหมด ไว้ให้อยู่ในแนวกรอบเดียวกัน แบบกรอบมักจะใช้กันมากในโฆษณาตามหน้าหนังสือพิมพ์มากกว่าตามหน้านิตยสาร ส่วนประกอบต่าง ๆ จะถูกล้อมไว้ในกรอบ ปิดกันมิให้ไปพัวพันกับโฆษณาอื่นบนหน้าเดียวกัน แบบกรอบมักจะนิยมวางงานศิลปะไว้รอบ ๆ ทำเป็นวงล้อมบริเวณที่เป็นบทและพาดหัวเรือ อาจใช้ ภาพถ่าย หรือภาพเต็มทั้งหน้าแล้วพิมพ์ ตัวอักษรลงบนภาพ

3.2 แบบกระจาย (Circus Layout) เป็นการจัดแบบข้อความที่มีภาพประกอบมาก มีความหลากหลาย โดยใช้ภาพขนาด ใกล้เคียงกันหลายภาพ วางกระจายเต็มหน้ามีข้อความอธิบาย ภาพ บางครั้งเราจำเป็นต้องบรรจุความรุนแรงลงบนแบบซึ่งเป็นการชะลอผู้ดู ทำให้เป็นการลำบาก ที่จะดูว่าอะไรเป็นอะไรได้อย่างทันทีทันใด และในกระบวนการที่ผู้ดูต้องแยกส่วนต่าง ๆ ผู้ดูจะ จดจำอะไรมากกว่า เราเรียกแบบโฆษณาชนิดนี้ว่า “แบบละครสัตว์” มีรูปทรงผิขขนาด เอียงโยกโย้ แบบอาจดูไม่สะดวกตา แต่ก็ช่วยขายสินค้าบางอย่างให้กับลูกค้าบางประเภทได้

3.3 แบบภาพเงา (Silhouette Layout) เป็นแบบอีกประเภทหนึ่ง นักออกแบบจะจัด ส่วนประกอบเข้าด้วยกันทำให้เกิดเป็นภาพเงา หรือภาพคนตัดกับพื้นขาว เหมือนกับรอยทาบของ เงาบนพื้นหรือเหมือนภาพบนจอหนังตะลุง

เราอาจตัดภาพถ่ายเอาแต่เฉพาะตัวคนแล้ววางบนพื้นขาว ยิ่งภาพเงามีลักษณะ แปลกตาเท่าไร ยิ่งจะทำให้โฆษณาชวนมองมากเท่านั้น แต่นี้ไม่ได้เป็นวิธีเดียว เราอาจตัดภาพเป็น รูปสี่เหลี่ยม แล้ววางบนพื้นขาว ก็อาจเรียกได้ว่าเป็นแบบภาพได้เหมือนกัน

ถ้าหากเราเว้นช่องว่างไว้มากระหว่างภาพเงา ความเป็นกลุ่มก้อนอันหนึ่งอัน เดียวของโฆษณาก็หมดไป ดังนั้นนักออกแบบมักจะทิ้งช่องว่างไว้รอบนอกให้ห้องล้อมภาพเงาลอย ซึ่งเท่ากับเป็นการลดขนาดของภาพโฆษณาทั้งชิ้น และไม่ให้ผู้โฆษณารู้สึกว่ามีได้ทำประโยชน์กับ บริเวณที่ใช้โฆษณาทั้งหมด

3.4 แบบแถบซ้อน (Multipanel Layout) แบบนี้ใช้เทคนิคของช่องหนังสือการ์ตูน ใช้ ภาพถ่ายแทนภาพวาดโดยปกติแล้วจะมีบทไว้ใต้ภาพแทนที่จะทำเป็นวงไว้ในภาพ เหมือนหนังสือ การ์ตูนนักออกแบบมักจะทำช่องให้มีขนาดเท่ากันดึงดูดผู้ดูให้ติดตามไปที่ละช่อง ช่องอาจทำการ

เล่าเรื่อง หรืออาจใช้แต่เพียงเพื่อบอกสินค้าชนิดต่าง ๆ ในแบบโฆษณาประเภท นี้ ตัวอักษรจะมีบทบาทมากกว่างานศิลปะและเป็น แบบโฆษณาที่เรามักจะพบเห็นตามร้านค้าตามร้านค้าขายปลีก

3.5 แบบแรงคลใจจากตัวอักษร (Alphabet-inspired Layout) ความงามของตัวอักษร ซึ่งเขียนด้วยตัวอักษรคล้าย ๆ แบบโบราณหรือเป็นเชิงกนก อาจเป็นที่มาของแรงคลใจของนักออกแบบ

ภาพโฆษณาซึ่งยึดรูปร่างของลักษณะตัวอักษรเป็นหลัก โดยปกติจะมีลักษณะเป็นกลุ่มก้อนและชักนำสายตาได้ดี อย่างไรก็ตามนักออกแบบจะต้องพยายามจัดเรียงในลักษณะที่ไม่บอกอย่างโจ่งแจ้งว่าเป็นอักษรอะไร อักษรควรใช้เป็นจุดเริ่มต้นเท่านั้น ผู้อ่านโดยปกติจะไม่รู้สึกตัวว่าการจัดเรียงส่วนต่าง ๆ นั้นแท้จริงแล้วเป็นตัวอักษร หรือตัวเลข

ด้วยเหตุดังกล่าว โปสเตอร์จึงถูกนำมาเป็นสื่อกลาง (Medium) ในการบอกกล่าวต่อผู้ผู้พบเห็นให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาเฉพาะกรณี ซึ่งพอจะสรุปรวมได้ว่า

1. การใช้โปสเตอร์เพื่อเสริมแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะก่อให้เกิดการกระทำหรือเกิดความ “อยาก” และหรือความต้องการ (Need) ขึ้นภายในจิตใจผู้พบเห็น เช่น ภาพโปสเตอร์โฆษณาผลิตภัณฑ์สินค้าต่างๆ ที่พยายามแสดงตนออกมาเพื่อที่จะสนองความต้องการของลูกค้านำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อขายหรือใช้บริการในที่สุด

2. การใช้โปสเตอร์สำหรับเป็นเครื่องเตือนใจ (Reminders) ข้อควรระวัง (Awareness) ในพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิต เช่น เพื่อชักชวนให้เกิดความเชื่อ ค่านิยมและเอกลักษณ์ของชาติชักชวนให้เกิดความเชื่อ ค่านิยมและเอกลักษณ์ของชาติอันเดียวกันหรือความเอาใจใส่ในสภาพแวดล้อม การดำรงไว้ซึ่งสถานภาพของสังคม ฯลฯ เป็นต้น ดังนั้นการออกแบบกราฟิกสำหรับโปสเตอร์เพื่อนำเสนอต่อผู้ผู้พบเห็นจึงควรมีข้อคำนึงในการออกแบบ ดังนี้

2.1 ควรนำเสนอแนวความคิดและเรื่องราวเพียงหนึ่งเดียว

2.2 ควรนำเสนอเป็นรูปแบบที่ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อนซึ่งผู้ออกแบบอาจจะใช้ภาพถ่าย ภาพเขียนหรืองานวาดเส้น เป็นภาพประกอบกับข้อความหรือเนื้อหาสั้น ๆ ตีพิมพ์ด้วยตัวอักษรที่ชัดเจนและสะดวกต่อการอ่าน ความหมายของข้อความจะต้องชัดเจน กระชับ และสั้น

2.3 ควรใช้ตัวอักษรที่เด่น สะดุดตา และควรคำนึงถึงขนาดและระยะห่างทางการอ่านที่ได้สัดส่วนกัน

2.4 ในส่วนสำคัญควรใช้สีที่เด่น สะดุดตาที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหาและจิตวิทยาการใช้สีด้วย

2.5 การคำนึงถึงหลักศิลปะการจัดภาพ (Composition) โดยทั่วไป 3 ประการคือ 1) ความมีเอกภาพ (Unity) 2) ความสมดุล (Balance) 3) จุดสนใจของภาพ (Center of Interest) ด้วยการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีประกอบกันขึ้นเป็นผลงานที่เหมาะสมและมีคุณค่าทางสุนทรีย

3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

ลักษณะ สตะเวทิน (2540 : 2) อธิบายคำว่า “การประชาสัมพันธ์” ไว้ดังนี้ คำว่า การประชาสัมพันธ์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public Relations ซึ่งเป็นคำที่ใช้กันแพร่หลายมากในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะงานประชาสัมพันธ์กำลังเป็นที่ได้รับความสนใจ ด้วยเหตุที่เป็นงานที่ช่วยสร้างเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น ๆ ถ้าจะพิจารณาคุณถึงศัพท์ระหว่างภาษาไทยกับภาษาอังกฤษแล้ว จะเห็นได้ว่า สามารถกลมกลืนกันได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม คือ ประชา (Pubic) แปลว่า กลุ่มคน และสัมพันธ์ (Relations) แปลว่า ความเกี่ยวข้องกับผูกพัน ซึ่งเมื่อรวมกันแล้ว คำว่า การประชาสัมพันธ์ ก็คือ การเกี่ยวข้องกับผูกพันกับประชาชน

ในด้านความหมายของการประชาสัมพันธ์นี้มีผู้ให้ความหมายไว้มาก ดังนี้

สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Public Relations Association IPRA, อ้างถึงในวิชาญ ศิลปวุฒนา 2544 : 32) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการซึ่งต้องอาศัยการวางแผนที่ดีและมีการกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสรรค์และธำรงรักษาซึ่งความเข้าใจอันดีและได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่องค์กรสถาบันเกี่ยวข้องกับ โดยองค์กรจะต้องใช้วิธีการวัดประเมินถึงประชาติ ที่ประชาชนมีต่อองค์กรแล้วนำมาใช้ประกอบ เพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณากำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์กรสถาบัน โดยให้สอดคล้องกับประชาติหรือต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชนเพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย คือ องค์กรและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

เมตตา กฤตวิทย์ (2532 : 63) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงานหรือกลุ่มบุคคล เป็นการใช้ความพยายามในการโน้มน้าวจิตใจ ประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ (Image) ที่ดีมีความเชื่อถือและสนับสนุนหน่วยงาน โดยมีเป้าหมายเพื่อชี้แจงให้ข้อมูลข่าวสารต่อประชาชน เป้าหมายโน้มน้าวจิตใจให้เกิดหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรม และเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกัน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับประชาชน

แฮโรว์ (Harow 1970, อ้างถึงใน วิชาญ ศิลปวุฒนา 2544 : 32) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นกระบวนการจัดการที่สำคัญเด่นชัดในการช่วยเสริมการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร และปวงชนให้มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน มีการยอมรับและการร่วมมือกัน การประชาสัมพันธ์มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา การจัดการให้ข่าวสารและตอบสนองความคิดเห็นของ

ประชาชน การประชาสัมพันธ์ควรมุ่งเน้นความรับผิดชอบและตอบสนองความสนใจของปวงชน ช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี นอกจากนี้แล้วการประชาสัมพันธ์ยังอาจจะทำหน้าที่ตรวจสอบความหวังของกลุ่มชนได้ถูกต้องแม่นยำขึ้น ทั้งนี้โดยใช้การวิจัยและเทคนิคทางการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยให้ภาระต่างๆ ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น

อัปสรศรี ปลอดเปลี่ยว (2533 : 11) ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ว่า หมายถึงวิธีการของหน่วยงานหรือสถาบัน ที่ดำเนินงานอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงโดยมีแผนการดำเนินงานที่ถูกต้องและกระทำต่อเนื่องกันไป ในการที่จะสร้างหรือก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของบุคคลหรือสถาบันกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มีความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ความศรัทธา ให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันหรือหน่วยงานนั้นสามารถดำเนินงานไปด้วยดีสมความมุ่งหมาย มีการดำเนินงานในระบบยุคลวิธิ (two-way process) โดยมีการใช้ประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐาน

เสรี วงษ์มณฑา (2535 : 3) ได้กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของความพยายามที่มีการวางแผนล่วงหน้าที่จะสร้างอิทธิพลเหนือความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชนให้เกิดทัศนคติที่ดีเกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อหน่วยงานและองค์การต่าง ๆ ที่นำไปสู่ความร่วมมือและความช่วยเหลือต่อไปในอนาคต ซึ่งหมายถึงกิจกรรมหลายสิ่งหลายอย่างที่เป็นเครื่องมือสำหรับประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การเผยแพร่ การเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชนต่าง ๆ

ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2536 : 55) สรุปความหมายการประชาสัมพันธ์ว่า คือ การสื่อสารสาขาหนึ่งในรูปแบบของการสื่อสารองค์กรที่ต้องการอาศัยความชำนาญเฉพาะด้านเป็นอย่างมาก ต้องใช้ความสามารถทั้งศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินงานสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์ความรู้ ความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกัน ระหว่างบุคลากรภายในองค์กร และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดความสนับสนุนร่วมมือ เชื่อถือ ศรัทธา ตลอดจนสร้างชื่อเสียง เกียรติยศ การยอมรับ การไว้วางใจ อันเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานเพื่อความสำเร็จในงานองค์กร

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2536 : 4) สรุปว่า การประชาสัมพันธ์หมายถึงความพยายามที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยการกระทำสิ่งที่ดี มีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรม หรือสินค้าหน่วยงานและเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว

จากคำจำกัดความต่างๆ ของการประชาสัมพันธ์ นักวิชาการสามารถสรุปและอธิบายเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ได้ ดังนี้

วิรัช ทภีรัตนกุล (2529 : 21) สรุปว่า การประชาสัมพันธ์ คือการเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน

คูทลิปและศูนย์ (Cutlip and Center 1978 : 4) สรุปการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นการติดต่อ เผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงานไปยังกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและ ประชามติที่ประชาชนมีต่อหน่วยงาน ด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดยมุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ ร่วมกัน

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารรูปหนึ่ง ในองค์การหรือหน่วยงานเพื่อ สร้างหรือธำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มคนภายในองค์การและระหว่างองค์การ โดยการ ให้ข่าวสารและการจูงใจแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดทัศนคติ ความคิด และกระทำตามที่ วัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์ได้กำหนดไว้

โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

โปสเตอร์เป็นสื่อที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลายด้าน โดยเฉพาะด้านการ ประชาสัมพันธ์ ดังที่ ปิรันธนา สงวนบุญญพงษ์ (2542 : 23) โปสเตอร์นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อ บอกกล่าว เผยแพร่ ให้ผู้มีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติตาม ไม่นั่นในการ ส่งเสริมการขายสินค้า ของผู้จัดทำ แต่จะเน้นหนักไปการสร้างภาพพจน์ขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับ เกิดความพึงใจ เชื่อถือ ศรัทธา นอกจากนี้ ยังมีการใช้เพื่อย้ำเตือนใจกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ด้วย

ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2536 : 58) โปสเตอร์เพื่อการ ประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสาร โน้มน้าวใจที่ยึดหลักความเป็นจริง มุ่งให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือและ ปฏิบัติตามโดยสมัครใจ โดยยึดหลักความเป็นจริงอย่างมีความรับผิดชอบเต็มที่

การประชาสัมพันธ์นอกจากจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความจริง ยังต้องคำนึงถึง ประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ ซึ่งต่างจากการโฆษณาชวนเชื่อที่ใช้วิธีการต่างๆ ชักนำให้ ประชาชนเชื่อและปฏิบัติตาม โดยกล่าวถึงแต่สิ่งดีๆ อาจไม่เป็นจริงมีการบิดเบือน ชอนเร้นไม่ คำนึงถึงศีลธรรมจรรยา มุ่งแต่ประโยชน์ฝ่ายเดียว

จุดมุ่งหมายโปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

การนำโปสเตอร์มาใช้ในงานประชาสัมพันธ์มีจุดมุ่งหมายหลายประการ ดังที่นักการ ศึกษา เสาวนีย์ สิกขาบัณฑิต (2534 : 106) ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ มี ดังนี้

1. เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร สถาบันและหน่วยงานกับประชาชน ด้วยการแจ้งธุรกิจของตนให้กับประชาชนทราบ เพื่อให้ได้เลือกใช้บริการและให้ความร่วมมือได้ถูกต้องและเหมาะสม

2. เพื่อให้องค์กร สถาบันและหน่วยงาน ได้ทราบความคิดเห็นของประชาชนอันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้

3. เพื่อสร้างความศรัทธา ความนิยมให้เกิดขึ้นกับองค์กร สถาบันและหน่วยงานนั้น

4. เพื่อรักษาชื่อเสียงเกียรติยศขององค์กร สถาบันและหน่วยงาน มิให้เสื่อมเสีย

5. เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร สถาบันและหน่วยงาน ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

6. เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นภายในองค์กร สถาบันและหน่วยงาน อันจะเป็นผลให้การปฏิบัติงานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จากคำจำกัดความดังกล่าวข้างต้น เตือนจิตต์ จิตต์อารีย์ (2537 : 2) สรุปแนวคิดไว้ว่า

1. การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ ต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ มีการดำเนินงานตามแผน และขั้นตอนอย่างเหมาะสม โดยมีจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม และมีได้มุ่งผลประโยชน์เฉพาะตนหรือของหน่วยงานองค์กร สถาบันแต่ฝ่ายเดียว

2. การประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องระยะยาว โดยหลักทั่วไปแล้ว การขาดความรู้รับข่าวสารเป็นระยะเวลาสั้น ๆ เป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดความเข้าใจไม่ดี ผิดพลาดคลาดเคลื่อน หรือมีผลในทางลบต่อภาพพจน์ของสถาบันได้ ในบางกรณีการประชาสัมพันธ์อาจต้องเริ่มจากสิ่งที่เป็นนามธรรม แล้วพยายามทำให้ผลที่เห็นเป็นรูปธรรม ดังนั้นการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในระยะยาวจึงเป็นปัจจัยสำคัญของการประชาสัมพันธ์

3. การประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน ความสัมพันธ์ที่เป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง เพื่อให้ทราบความต้องการความคิดเห็นหรือเจตคติของกันและกัน หน้าที่ของหน่วยงานหรือสถาบัน คือ การวิเคราะห์วิจัยข่าวสารเกี่ยวกับความต้องการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ถูกต้องและมีคุณค่าแก่ประชาชน

4. การประชาสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติ จุดมุ่งหมายที่สำคัญประการหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างภาพพจน์ที่ดี (Image) เสริมสร้างความรู้สึกรักใคร่ที่ดี โน้มน้าวจิตใจของปวงชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน รวมทั้งกิจกรรมและบริการหรือสินค้าของหน่วยงาน การที่จะให้มวลชนที่มีทัศนคติที่ดีนั้น ย่อมหมายถึงหน่วยงานพยายามส่งเสริมให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนมีความรู้สึกที่ดี และมี

พฤติกรรมให้การสนับสนุนหรือความร่วมมือ นอกจากนี้แล้วยังต้องป้องกันความรู้สึกรังหรือเจตคติที่ไม่ดีต่อหน่วยงานเป็นต้นว่า การขาดความมั่นคงของสถาบันทางการเงิน รวมทั้งเป็นการเอาชนะจิตใจหรือประมาท

เสาวนีย์ สิกขาบัณฑิต (2534 : 106) ได้กล่าวถึง ประเภทของโปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้คือ

1. เพื่อขอความสนับสนุน เป็นการจัดทำเพื่อชักชวนให้ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย สนับสนุนเห็นด้วย ให้ความร่วมมือกับองค์กร ในความคิดเรื่องราวและประเด็นต่าง ๆ

2. เผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับนโยบายหรือกิจกรรมขององค์กร เพื่อเป็นการสร้าง ภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร โดยหวังให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึง ผลงาน บทบาท ความสำคัญและความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่อสังคม

3. เพื่อส่งเสริมสังคม อันเป็นการมุ่งเน้นที่จะให้ความคิด อันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เพื่อให้คนในสังคม อยู่ร่วมกันด้วยดี มีความสุข และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งองค์กรผู้จัดทำจะได้ ประโยชน์ทางอ้อมจากการประชาสัมพันธ์นี้คือ ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เกิดทัศนคติที่ดีต่อ องค์กรว่ามีความรับผิดชอบต่อ และสนใจความเป็นไปของสังคม ซึ่งจะนำมาซึ่งความ ศรัทธาจาก ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในที่สุด

ดังนั้น การกำหนดจุดมุ่งหมายให้ชัดเจนในการประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างความ เข้าใจ และดำเนินตามแผนวัตถุประสงค์อันดีของหน่วยงานหรือสถาบันที่ส่งผลต่อกลุ่มเป้าหมาย ทำให้เกิดความสนใจ สร้างศรัทธาและทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

ข้อดีข้อจำกัดของการใช้โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ปีลันธนา สงวนบุญญพงษ์ (2542 : 72) ได้จำแนกข้อดีและข้อจำกัดของการใช้ โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้ดังต่อไปนี้

1. ข้อดีของการใช้โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์
 - 1.1 สามารถกำหนดสถานที่ของการเผยแพร่ได้อย่างแน่นอน
 - 1.2 สามารถดึงดูดความสนใจของประชาชนได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ามีสีสัน สว่างงาม มีขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ในทำเลที่เด่นและสะดุดตา
 - 1.3 ช่วยย้ำเตือนความคิดเห็นบางอย่างแก่ประชาชนเป้าหมาย
 - 1.4 มีราคาถูก
 - 1.5 ผลิตได้ง่าย
 - 1.6 เผยแพร่ได้ง่าย โดยคิดได้ทั่วไปและ โอกาสที่จะใช้มีมาก

2. ข้อจำกัดของการใช้โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

2.1 ไม่คงทนถาวร

2.2 ไม่สามารถบอกรายละเอียดได้มาก

2.3 เมื่อหมดอายุก็จะทำให้เกิดความรกตาหรือสร้างความสกปรก อันจะเป็นผลลัพธ์ในทางลบแก่หน่วยงานได้

ณรงค์ สมพงษ์ (2535 : 125 – 126) ได้กล่าวถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อโปสเตอร์ วัสดุสิ่งพิมพ์ ดังนี้

1. ข้อดีที่วัสดุสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีมานานก่อนสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ ตั้งแต่ในยุคแรกของการฟื้นฟูศิลปวิทยาการและยังคงใช้อยู่ในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้สื่อมีลักษณะดีหลายประการคือ

1.1 กระบวนการในการผลิตวัสดุสิ่งพิมพ์สามารถทำได้หลายแบบ เปิดโอกาสให้เลือกวิธีผลิตที่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ เช่น พิมพ์เป็นเอกสาร โรเนียวเป็นวิธีที่ง่ายที่สุด หากต้องการให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นก็ใช้การพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์ ซึ่งสามารถเลือกพิมพ์เป็นขาวดำ หรือสีก็ได้

1.2 สามารถจัดพิมพ์ได้ได้หลายรูปแบบ ตามวัตถุประสงค์ที่จะนำไปใช้

1.3 สามารถใช้วัสดุสิ่งพิมพ์ได้หลาย ๆ ทาง อาจใช้เป็นสื่อให้การศึกษาด้วยตัวเอง หรือใช้สนับสนุนสื่ออื่นได้ เช่น ใช้สื่อพิมพ์ในการณรงค์ สามารถเลือกจัดพิมพ์ให้มีระยะเวลาใช้งานต่าง ๆ

2. ข้อจำกัดของวัสดุสิ่งพิมพ์ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ เอกสารเผยแพร่ ก็ยังมีหลายประการ คือ

2.1 วัสดุสิ่งพิมพ์มีความบอบบางและฉีกขาดง่าย

2.2 เก็บรักษายากเนื่องจาก และขนาดแตกต่างกัน

2.3 การเก็บรักษาในระยะยาวสำหรับสิ่งพิมพ์จำนวนมาก ๆ ยากที่จะป้องกันให้พ้นจากความเปียกชื้น ความร้อน และฝุ่นละออง

2.4 การพิมพ์ในระบบที่มีคุณภาพต้องใช้ทุนสูงมากโดยเฉพาะการพิมพ์ในระบบสีสี่

2.5 อาจมีปัญหาและอุปสรรคในการแจกจ่ายเพราะเนื่องจากวัสดุสิ่งพิมพ์ที่มีความสัมพันธ์การขนส่ง (Transportation) ถ้าหากการขนส่งไปไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารด้วยวัสดุสิ่งพิมพ์ก็จะขาดตอน

2.6 การใช้วัสดุสิ่งพิมพ์กับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่รู้หนังสือ ต้องอาศัยการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีความหมายและน่าสนใจ เนื่องจากผู้ที่ต้องใช้วัสดุสิ่งพิมพ์ต้องให้ความสนใจ และอาศัยเวลามากกว่าการสื่อสารอื่น ๆ

4. ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์

การจัดองค์ประกอบศิลป์

เมื่อมองงานศิลปะที่เกิดขึ้นจากการออกแบบ เราจะเห็นได้ว่างานเหล่านั้นประกอบกันขึ้นจากองค์ประกอบเบื้องต้น องค์ประกอบหมายถึง ส่วนย่อย ๆ ที่นำมาประกอบกันเข้าให้เป็นส่วนรวม เช่น ร่างกายของเราก็ต้องประกอบด้วยลำตัว ศีรษะ แขน ขา ฯลฯ แต่ในทางศิลปะ องค์ประกอบศิลป์ ก็คือ การนำเอาเส้น สี แสงเงา รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก ฯลฯ มาประกอบกันเข้าให้มีความงามความกลมกลืนและการประสานกันอย่างมีเอกภาพ ซึ่งการนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความการจัดองค์ประกอบศิลป์ ในการออกแบบ ได้ดังต่อไปนี้

ศิริพงศ์ พยอมแย้ม (2537 : 36) ให้คำจำกัดความว่า การจัดองค์ประกอบศิลป์ (Composition) หมายถึง การจัดกระทำต่อส่วนประกอบของงานออกแบบ เพื่อให้เกิดคุณค่าทางศิลปะและความงาม การจัดองค์ประกอบศิลป์จึงนับได้ว่าเป็นหัวใจของงานออกแบบ

สงวน รอดบุญ (2522 : 50) ได้กล่าวถึงคำว่า Composition มาจากภาษาละตินคำว่า Compositio นั้นหมายถึง การจัดเข้าด้วยกันในทางศิลปะ แปลว่า องค์ประกอบศิลป์ หมายถึง การนำส่วนประกอบของศิลปะ (Elements of Art) มาจัดเข้าด้วยกันตามความคิด จินตนาการหรือด้วยประสบการณ์ผู้สร้างแต่ละคนโดยอาศัยหลักของศิลปะสร้างให้เกิดการประสานกลมกลืนกันอย่างเป็นเอกภาพ

พจนานุกรม ฉบับภาษาอังกฤษเป็นของ สอ เสถบุตร (ม.ป.ป. : 144) ได้อธิบายความหมายของคำว่า Composition คือ ส่วนประกอบ สัดส่วน สิ่งที่ประกอบขึ้นความเรียงเพลงที่แตกขึ้น และวัตถุผสม

แอลเลน และโฮลเดน (Allen and Holden 1979 : 194, อ้างถึงใน เทียนชัย ตั้งประเสริฐ 2533 : 2) ได้กล่าวถึง ความหมายขององค์ประกอบศิลป์ไว้คือ การจัดระเบียบส่วนต่าง ๆ ภายในงานศิลปะให้ประสานกลมกลืนกันทั้งภาพ รูปที่มีองค์ประกอบที่ดีจะแสดงความสมดุลของรูปทรงการใช้สี ค่าน้ำหนักอ่อนแก่ ส่วนต่าง ๆ บริเวณว่าง จังหวะและเนื้อหาที่เป็นเอกภาพ

ศิลป์ พีระศรี (2487 : 6) กล่าวไว้ในหนังสือทฤษฎีแห่งองค์ประกอบ ของมหาวิทยาลัยศิลปากรว่า องค์ประกอบแห่งศิลปะนั้น หมายถึง การจัดมุขธาตุ ซึ่งแยกกันอยู่ให้เข้ารวมกันเป็นหมวดหมู่

จันจ วังศ์สว่าง (2506 : 13) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบศิลป์ หมายถึง การนำเอาสิ่งของ วัตถุ มนุษย์ สัตว์หรือหลาย ๆ สิ่งหลาย ๆ อย่าง ประเภทมารวมกันอยู่ในที่เดียวกัน โดยจัดสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น โดยยึดหลักการจัดภาพ

จึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า องค์ประกอบศิลป์ หมายถึง การจัดกระทำต่อ ส่วนประกอบของงานออกแบบ เพื่อให้เกิดคุณค่าทางศิลปะและความงาม การจัดองค์ประกอบ ศิลป์จึงนับได้ว่าเป็นหัวใจของงานออกแบบทั้งสิ้น

การออกแบบกราฟิกซึ่งมีลักษณะ 2 มิติ ผู้ออกแบบจะต้องคำนึง 2 หลักการจัดการ ออกแบบ ซึ่ง ศิริพงษ์ พยอมแย้ม (2537 : 36) , ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (2540 : 131) , ไพฑูรย์ ทองทรัพย์ (2542 : 53) กล่าวโดยรวมและ สรุปได้ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบมูลฐานของการออกแบบ (Element of design) องค์ประกอบมูลฐานของ การออกแบบ หมายถึง สิ่งซึ่งปรากฏแก่สายตารอบตัว โดยออกแบบสามารถนำมาประสมประสาน ให้เกิดเป็นผลงานการออกแบบ ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงจำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์ถึงคุณสมบัติและ บทบาทขององค์ประกอบมูลฐานต่าง ๆ ให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริงในข้อดีและข้อจำกัดต่างๆ เพื่อ จะได้นำข้อดีขององค์ประกอบมูลฐานมาใช้กับงานออกแบบอย่างมีประสิทธิภาพ และพยายาม หลีกเลี่ยงข้อจำกัดขององค์ประกอบมูลฐานเพื่อให้ทำลายหรือลดคุณค่าของงานออกแบบ ตัวอย่าง เช่น สีส้มแดงเป็นสีวรรณะร้อนมีคุณสมบัติทำให้ผู้ดูเกิดความรู้สึกอบอุ่น กระฉับกระเฉง ผู้ออกแบบควรนำสีส้มแดงไปใช้กับงานกราฟิกที่ต้องการความรู้สึกร้อน เช่น ภาพโฆษณา การ แข่งขันกีฬา ปกหนังสือสงคราม เป็นต้น แต่ไม่ควรนำไปใช้กับงานกราฟิกที่ต้องการความรู้สึกสงบ เยือกเย็น เช่น ภาพโฆษณาเรื่องราวทางศาสนา เพราะจะทำให้เกิดความรู้สึกขัดแย้ง และทำลาย คุณค่าของงานออกแบบนั้น องค์ประกอบมูลฐานของการออกแบบที่สำคัญได้แก่ จุด (Dot) เส้น (Line) รูปร่าง รูปทรง (Shape & Form) แสงและเงา (light & Shade) ช่องว่าง (Space) สี (Colour) ลักษณะพื้นผิว (Texture)

1.1 จุด (Dot) จุดเป็นองค์ประกอบศิลป์ที่มีขนาดเล็กที่สุด เป็นพื้นฐานของ องค์ประกอบอื่นๆ ดังที่ ศิริพงษ์ พยอมแย้ม (2537 : 37) กล่าวถึง จุดเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ สำคัญสำหรับการออกแบบ เพราะจุดเป็นต้นกำเนิดของเส้น และน้ำหนักของภาพ ดังจะเห็นได้ว่า ในการพิมพ์ภาพโทนต่อเนื่อง (Half Tone) การเกิดน้ำหนักอ่อนแก่ในภาพเป็นการใช้จุด ใน บริเวณที่เป็นน้ำหนักอ่อน เกิดจากจุดหรือเม็ดสกรีนที่เล็กและห่าง ส่วนในบริเวณที่มีน้ำหนักเข้ม จะประกอบด้วยจุดที่มีขนาดใหญ่ การที่ผู้ออกแบบจะนำจุดมาใช้ในการออกแบบสามารถใช้ได้ 3 ลักษณะ ดังนี้ 1.1) การวางตำแหน่งของจุดในลักษณะซ้ำนิยมใช้ในการออกแบบแนวนอน 1.2) การวางตำแหน่งของจุดในลักษณะเน้นช่วงจังหวะ เป็นการวางจุดโดยให้พักเป็นระยะ 1.3) การวาง ตำแหน่งของจุดเป็นกลุ่ม เป็นการทำให้จุดในงานออกแบบเกิดเอกภาพ สามารถกระทำได้ใน ลักษณะต่อไปนี้ ลักษณะที่ 1 การวางจุดหลายขนาดไว้ด้วยกันลักษณะที่เหมือนกันของจุดจะทำให้

เกิดเอกภาพ ลักษณะที่ 2 การใช้จุดขนาดเดียวกันแต่ใช้เส้นเชื่อมโยง เพื่อให้จุดเกิดเอกภาพ
 ลักษณะที่ 3 การวางจุดรอบภาพ โดยใช้จุดเป็นตัวเน้นและกรอบภาพเป็นตัวสร้างเอกภาพ

ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (2540 : 131) กล่าวว่า จุดเป็นการเริ่มต้นของงาน
 ออกแบบ หากนักออกแบบต้องการแสดงจินตนาการหรือความคิดของตนให้ปรากฏเป็นรูปร่างหรือ
 รูปทรงชนิดต่าง ๆ จุดเริ่มต้นจุดแรกก็คือ การจรดปากกาหรือดินสอลงบนกระดาษ รอยจรดปากกา
 หรือดินสอกว่า หากสิ้นสุดเพียงแค่นั้น ก็ถือได้ว่า “เกิดรูปรอยของจุดขึ้นแล้ว” ขนาดของจุดก็
 เช่นเดียวกัน มีมากมายหลาย ๆ ขนาด ตามความต้องการของนักออกแบบ ประโยชน์ของจุด
 นอกจากใช้สร้างสรรค์รูปแบบทางด้านศิลปกรรมแล้ว ยังสามารถสร้างสรรค์รูปแบบต่าง ๆ
 ทางการออกแบบได้อีกด้วย เช่น การเขียนภาพประกอบโดยใช้จุดที่เรียกว่า “การเขียนภาพแบบ
 ป้อยท์ทิลลิซึม (Pointilism Drawing)”

ไพฑูรย์ ทองทรัพย์ (2542 : 53) องค์กรประกอบแรกสุดของการออกแบบ ไม่ว่าจะ
 เป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ก็สามารถที่จะเขียนจุดได้โดยไม่ต้องใช้ความสามารถในเรื่องของศิลปะ แต่การ
 ที่จะออกแบบและการจัดจุดให้สวยงามจำเป็นจะต้องใช้ความสามารถในการจัดวางให้เหมาะสม
 ต้องพิจารณาประกอบกับสิ่งอื่น เช่น ช่วงระยะและความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เมื่อเรานำจุดมา
 เรียงกันจัดเข้า จะเกิดเส้น รูปร่าง รูปทรง ลักษณะผิวและและลวดลายขึ้น จุดมีรูปร่างและขนาด
 ของตัวเอง ซึ่งเกิดจากการใช้วัสดุที่แตกต่างกัน เช่น ดินสอ ปากกา พู่กัน แปรง เป็นต้น จุดทำ
 ให้เกิดการเคลื่อนไหวแสดงทิศทางได้ซึ่งเกิดจากธรรมชาติ เช่น จุดบนตัวสัตว์ เสือดาว กวางดาว
 ผีเสื้อ สุนัข ไก่ หรือใบไม้ ลักษณะของเม็ดทรายก็เป็นจุด นอกจากนี้จุดยังมีความสำคัญในงาน
 ออกแบบตกแต่ง ซึ่งต้องใช้ขนาดแตกต่างกัน เช่น ลายจุดบนเสื้อผ้า เป็นต้น

1.2 เส้น (Lines) เส้นเกิดจากจุดเริ่มต้นและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการ
 ออกแบบ หากจุดติดต่อกันมากมายจนเป็นเส้นที่ทำให้เกิดเป็นแนวต่าง ๆ ของงานออกแบบ โดยมี
 หลักสำคัญดังต่อไปนี้

ศิริพงษ์ พยอมรัมย์ (2537 : 39) เส้นเกิดจากการเดินทางหรือการต่อเนื่องของจุด
 ในลักษณะทิศทางเดียว ไม่ปะปะกระจัดกระจาย ในการออกแบบเส้นอาจเกิดจากการลากพู่กัน
 (Brush Stroke) การขีดด้วย ดินสอ ปากกา ซอลัก ของแหลมคม ฯลฯ นักออกแบบถือว่าเส้นเป็น
 องค์ประกอบมูลฐานที่สำคัญ เนื่องจากเส้นเป็นต้นกำเนิดของรูปร่าง รูปทรง ทิศทาง พื้นผิว และแสง
 เงาในภาพ งานศิลปะตะวันออกนิยมเน้นความงามที่เส้นรอบรูปมากกว่าการใช้สีสร้างแสงเงา เพราะ
 เส้นที่เน้นน้ำหนักต่างกันสามารถสร้างแสงเงาในภาพได้ ตัวอย่างเช่น ในงานไทยสามารถสร้าง
 ความรู้สึกที่กลมในใบหน้าจากการใช้เส้นบางในด้านที่เป็นแสง และเส้นหนักในด้านที่เป็นเงา
 คาลวิน (Harlen Calvin) ได้กล่าวถึงความสำคัญของเส้นว่า “เส้นสามารถแทนได้ทั้งสิ่งซึ่งมองเห็น

และสิ่งที่มองเห็น” (Calvin 1970 : 30) ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (2540 : 132) ได้กล่าวว่า เส้นเกิดจากการสร้างจุดอย่างต่อเนื่องให้มองเห็นเป็นเส้นชนิดต่าง ๆ หากเป็นเส้นที่ยังคงลักษณะของจุดก็เรียกว่า “เส้นไปปลา” หรือเส้นประ แต่หากไม่ปรากฏลักษณะของจุดให้เห็น ก็จะเรียกว่า เส้น

ไพฑูรย์ ทองทรัพย์ (2542 : 59) ได้กล่าวถึง เส้นเกิดจากจุดเริ่มต้น และติดต่อกันมากมายจนเป็นเส้นทำให้เกิดเป็นแนวตั้ง แนวนอน โค้งเกิดเป็นรูปร่าง รูปทรง แสดงทิศทาง บอกความแรง ความเร็ว เกิดเป็นสื่อความหมาย สัญลักษณ์ให้เข้าใจได้ เส้นมีความสำคัญเป็นส่วนประกอบที่ทำให้เกิดภาพ มีขนาดน้ำหนัก ลักษณะพื้นผิว เกิดเป็นแผนผัง ภาพนิ่ง ภาพเหมือน ภาพทิวทัศน์ เส้นทำให้เกิดความเคลื่อนไหว แสดงความกล้า อ่อนไหว ความมั่นใจ เส้นเกิดจากการลาก ขูด จีด เขียน มีลักษณะแตกต่างกันตามวัสดุที่ใช้ ลักษณะของเส้นที่ใช้ในงานออกแบบนิยมเรียกกันโดยทั่วไป ได้แก่ เส้นนอน เส้นตั้ง เส้นเฉียง เส้นโค้ง เส้นซิกแซก และเส้นคลื่น เส้นหลักเหล่านี้ผู้ออกแบบจำเป็นต้องศึกษาถึงคุณสมบัติในการสร้างความรู้สึกรับรู้ของผู้ดูเหล่านี้มาใช้ให้เกิดผลดีในการออกแบบได้ โดยเส้นแต่ละลักษณะจะให้ความรู้สึกต่าง ๆ คือ

1.2.1 เส้นตรง คือ เส้นที่มีทิศทางไปในทางเดียวกันตลอดซึ่งมีลักษณะต่างๆ กัน ดังนี้ 1) เส้นราบหรือเส้นระดับ คือ เส้นที่มีทิศทางไปในแนวนอน ซึ่งแสดงออกถึง ความสงบ และเยือกเย็น ความราบเรียบ ความกว้างใหญ่ไพศาล การพักผ่อน ความจัดชิด ความมีชีวิตชีวา 2) เส้นตั้งฉากหรือเส้นตั้ง คือ เส้นที่มีทิศทางไปในแนวตั้งฉาก 90 องศา กับเส้นราบ ซึ่งแสดงออกถึงความมั่นคง แข็งแรง ความสง่างามน่าเกรงขาม ความทะเยอทะยาน การทรงตัว การเชิดชูและความมั่นคง 3) เส้นทแยงหรือเส้นเฉียง คือ เส้นที่มีทิศทางไปในแนวเฉียงทำมุมน้อยกว่าหรือมากกว่า 90 องศา กับเส้นราบ ซึ่งแสดงออกถึงความเคลื่อนไหว ความมีชีวิตชีวา สามารถที่จะพาสายตาจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้ แต่มีลักษณะขาดความสมดุล มีอุปสรรค สับสน และไม่มั่นคง 4) เส้นหยัก คือ เส้นตรงที่เปลี่ยนทิศทางอย่างกะทันหัน ไม่ว่าจะเป็บนบน ล่างซ้าย หรือขวา ก่อให้เกิดความเป็นมุมแหลม ซึ่งแสดงออกถึงความเปลี่ยนแปลง ความตื่นเต้น ซึ่งขัดกับความรู้สึกธรรมดา

1.2.2 เส้นโค้ง คือ เส้นที่มีทิศทางไปในแนวเดียวกันแล้วค่อย ๆ เปลี่ยนองศาไป ซ้ำๆ ก็จะเป็นเส้นโค้งได้ เมื่อดูเส้นโค้งแล้วจะรู้สึกสบายตา เส้นโค้งได้ชื่อว่าเป็นเส้นแห่งความงาม เพราะมีความอ่อนโยนละมุนละไม เคลื่อนไหว และไม่หยุดนิ่ง มีลีลาคล้ายกับเกลียวคลื่น ดูสวยงาม และมีชีวิตชีวา

เส้นตรงและเส้นโค้งที่กล่าวมานี้อาจมีการแสดงออกได้ 2 วิธี คือ ใช้มือเขียนโดยตรง และการใช้เครื่องมือช่วยในการเขียน การแสดงออกโดยวิธีใช้มือเขียนจะสามารถถ่ายทอดอารมณ์ได้

อย่างนุ่มนวลเป็นกันเองมีชีวิตชีวา ส่วนการใช้เครื่องมือ จะให้ความรู้สึกแน่นอน หนักแน่นจริงจัง ไม่เป็นกันเอง

1.3 รูปร่าง (Shape) รูปร่างเกิดจากเส้นที่ประกบกัน แสดงเส้นรอบนอก เส้นขอบเขต (Outline) เป็นรูปแบบแสดงทั้งระนาบคือกว้างยาว มีลักษณะเป็น 2 มิติ ทำให้เรารู้ขนาดเกิดเป็นลักษณะมิติที่ 3 ได้นั้นคือความสามารถของผู้เขียนให้เห็นเป็นรูปภาพ มีระยะใกล้ไกล มีความลึกตื้น อาจกล่าวได้ว่ารูปร่างเป็นลักษณะ 2 มิติ มิติที่ 3 เกิดจากความรู้สึกของผู้ดูต่อภาพบนพื้นระนาบ 2 มิติ นั่นคือ

1.3.1 รูปร่างธรรมชาติหรือรูปร่างธรรมชาติ (Natural Shape) เช่น คน สัตว์ ต้นไม้ และอื่น ๆ เป็นต้น

1.3.2 รูปทรง (Form) รูปทรงถือว่าเป็นลักษณะของวัตถุที่เราสามารถมองเห็นได้ทั้ง 3 ด้าน เป็น 3 มิติ คือ ความกว้าง ความยาว ความสูง เมื่อเรามองเห็นเส้นขอบนอกก็จะเห็นรูปร่างและเราจะเห็นรูปทรงได้จากเส้น สี แสง และเงา รูปทรงพอจะแบ่งได้หลายลักษณะ ได้แก่ รูปทรงแนวตรง (Straight Forms) มนุษย์นิยมรูปร่างสี่เหลี่ยมมุมฉากเป็นรูปร่างแนวตรง มีความสม่ำเสมอและความราบเรียบ ดังจะเห็นได้จากอาคารสี่เหลี่ยมมุมฉากที่ปรากฏอยู่ทั่วไป ซึ่งอาจรวมไปถึงสาธารณูปโภคอื่นๆ เช่น ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ ตู้เอกสาร กระเป๋า เสื้อผ้า รถยนต์ รถไฟ ถนน เป็นต้น ซึ่งเหตุผลที่ยอมรับรูปร่างนี้มีสาเหตุมาจากความสะดวกสบายในการบรรจุ หรือจัดเรียงลงในช่วงบรรจุหรือในช่วงพื้นที่ หรือเกิดจากความเหมาะสมของการออกแบบที่จะให้ช่างประดิษฐ์ประกอบเข้ารูปทรง และมีรูปลักษณะที่ดูสะอาดตาและจะแจ่มชัดเจน รูปทรงแนวโค้ง (Curved Forms) เป็นรูปร่างตามปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ต้นไม้ ดอกไม้ ก้อนหิน ภูเขา แม่น้ำ เมื่อใช้รูปร่างประเภทนี้ผสมกับรูปร่างแนวตรง จะก่อให้เกิดความรู้สึกเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวได้ รูปทรงอิสระ (Irregular Forms) เป็นการผสมผสานกับรูปร่างปกติหลาย ๆ รูปรวมกันเป็นรูปเดียว การรวมรูปเช่นนี้ทำให้ขาดเอกลักษณ์และความมั่นคงของรูป แต่ในการบรรจุรูปสี่เหลี่ยมใช้เป็นฐานบ้าง จะช่วยให้มีคุณสมบัติเด่นเพิ่มขึ้น ในงานสถาปัตยกรรมโครงสร้างหลักส่วนมากจะใช้ฐานรูปเรขาคณิต และมีส่วนที่ตกแต่งเป็นรูปอิสระในแนวที่กลมกลืนกัน ซึ่งต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์กับโครงสร้างที่เป็นส่วนภายใน และการตกแต่งส่วนภายนอกด้วย

จะเห็นว่ารูปวงกลมและรูปทรงกลม เป็นรูปทรงที่เรียบร้อยและเป็นรูปทรงที่ประหยัด โดยที่รูปวงกลมและทรงกลมจะครอบคลุมพื้นที่หรือบริเวณได้มากกว่ารูปร่างอื่น ๆ โดยการใช้พื้นที่ขนาดเท่าๆ กัน เช่น การใช้หลังคารูปครึ่งทรงกลม

การใช้รูปร่างอิสระจำเป็นต้องคำนึงถึงน้ำหนัก เทอมของน้ำหนัก ซึ่งอาจหมายถึงการเปรียบเทียบโดยขนาดมวล (Mass) ที่มองเห็นและการเน้นโดยใช้สี

1.4 ช่วงระยะ (Space) หมายถึงระยะช่องว่างโดยรอบวัตถุ (Object) เรียกว่า Negative Space และช่องว่างที่ตัวของวัตถุ เรียกว่า Positive Space โดยการออกแบบต่างๆ นั้น ช่วงระยะมีความสำคัญมาก ถ้าช่วงระยะโดยรอบไม่สัมพันธ์กันกับที่ตัวของวัตถุจะทำให้งานออกแบบนั้น ๆ ผลงานออกมาไม่สมบูรณ์ในตัวของมันเอง ถึงแม้ว่าการออกแบบรูปร่าง และรูปทรง จะมีความเพียงพอต่อการรับรู้ หรือสัมผัสความงาม แต่อย่างไรก็ตามการจัดรูปร่างและรูปทรงให้สัมพันธ์กัน จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงช่วงระยะด้วย เพราะองค์ประกอบใด ๆ ก็ตามจะขาดพื้นฐานของรูปร่าง รูปทรง และช่วงระยะไม่ได้ ในสมัยก่อนส่วนมากแล้วจะไม่ค่อยได้คำนึงถึงพื้นฐานเหล่านี้มากนัก แต่ในปัจจุบันสภาวะความเป็นอยู่ของมนุษย์ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปมาก จึงได้เน้นประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่มากขึ้น ซึ่งก็เป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะจัดวางแนวทางการใช้ประโยชน์ของที่ว่างหรือช่วงระยะให้เป็นประโยชน์มากขึ้น

สภาพในปัจจุบันได้มีแนวคิดเน้นในเรื่องลักษณะของสภาวะแวดล้อมที่สมควรกันมากขึ้น แม้กระทั่งในเรื่องของการตกแต่งภายในก็คู่จะมีความสัมพันธ์กับพื้นที่ภายนอกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

บทบาทของช่วงระยะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับรูปร่าง รูปทรง และสัดส่วนสัมพันธ์ อาจจะสรุปได้ดังนี้

1.4.1 โดยปกติสายตาของมนุษย์ เราจะมองเห็นภาพของวัตถุสิ่งหนึ่ง มีขนาดแตกต่างกันมีระยะต่าง ๆ เช่น เมื่อมองในระยะใกล้จะมองเห็นวัตถุมีขนาดใหญ่ ซึ่งเราเรียกว่าคุณสมบัติของการมองภาพทางลึก

1.4.2 ถ้ามีวัตถุวางซ้อนกัน อยู่ในแนวเส้นจะเห็นเหมือนกับว่าวัตถุวางทับกันอยู่ สามารถที่จะบอกได้ว่าอันไหนอยู่ข้างหน้าหรือข้างหลัง เรียกว่า คุณสมบัติช่วงระยะ

1.4.3 การมองวัตถุในระยะไกลออกไป จะเห็นส่วนรายละเอียดของวัตถุมีความชัดเจนน้อยลงเนื่องมาจากสมรรถนะของนัยน์ตามนุษย์ในการมองภาพ ทำให้เกิดความรู้สึกเปรียบเทียบช่วงระยะ

1.4.4 การมองวัตถุที่อยู่ระยะไกลออกไป สีของวัตถุที่มองเห็นจะดูจางลงตามระยะทางที่ไกลออกไป ซึ่งสอดคล้องกับหลักการทัศนศาสตร์ (Optics) ที่เกี่ยวกับการมองภาพนั่นเอง

ความเป็นอยู่ของมนุษย์ มักจะเกี่ยวข้องกับช่วงระยะสามมิติ สิ่งแวดล้อม โดยต้องคำนึงถึงความกว้าง ความสูง และความลึก ที่สัมพันธ์กัน ถ้าแสดงออกมาในแบบของลายเส้นรูปแบบจะเป็นเพียงภาพสองมิติ ในทัศนะของนักออกแบบจำเป็นจะต้องจำแนกช่วงระยะออกเป็น 2

ลักษณะ คือ ช่วงระยะทางบวก (Positive Space) หมายถึงตัววัตถุ (รูปทรง) และช่วงระยะลบ (Negative Space) หมายถึงสิ่งหรือพื้นที่แวดล้อม ลักษณะทั้งสองนี้เป็นสิ่งจำเป็นในการออกแบบทั้งสิ้น และต้องพิจารณา ให้มีความสัมพันธ์กันให้พอเหมาะ ส่วนในการออกแบบงานศิลปะสาขาต่างๆ จะต้องคำนึงถึงช่วงระยะที่เกิดขึ้นรอบนอกและช่วงระยะของวัตถุให้เหมาะสมกับการออกแบบในสาขานั้นๆ

1.5 ลักษณะพื้นผิว (Texture) ลักษณะผิว เป็นลักษณะภายนอกของสิ่งต่างๆ ทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น พื้นผิวตามธรรมชาติ เช่น พื้นผิวของเปลือกไม้ พื้นผิวของก้อนหิน พื้นผิวของก้อนกรวด พื้นผิวของทราย พื้นผิวของคน พื้นผิวของเปลือกหอย พื้นผิวของเปลือกผลไม้ ฯลฯ ส่วนพื้นผิวที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น พื้นผิวของเนื้อผ้า พื้นผิวของกระดาษทราย พื้นผิวของกระจก พื้นผิวของโลหะ พื้นฐานผิวของอาคาร ฯลฯ

ผิวนอกของสิ่งต่างๆ นี้มีลักษณะต่างๆ กัน เช่น ผิวมัน ผิวด้าน ผิวละเอียด ผิวหยาบ ผิวเรียบ ผิวขรุขระ ซึ่งเราสามารถรับรู้ในเรื่องเหล่านี้ได้ทางสายตาและการสัมผัส ลักษณะพื้นผิวให้ความรู้สึกแตกต่างกันดังนี้

1.5.1 ลักษณะพื้นผิวมัน จะให้ความรู้สึกละมุนละไม หุหุหุ และรู้สึกว่าเป็นเนื้อที่ใหญ่มากกว่าที่เป็นจริง

1.5.2 ลักษณะพื้นผิวใหญ่มาก จะให้ความรู้สึกมั่นคง แข็งแรง และรู้สึกเนื้อที่แคบกว่าที่เป็นจริง เช่น ถ้าเรานำก้อนหินใหญ่หลาย ๆ ก้อนมาทำให้เป็นแผ่น โดยให้ลักษณะพื้นผิวของหินแต่ละก้อนอยู่ในลักษณะเดิมจะรู้สึกว่าลักษณะพื้นผิวของหินแผ่นนี้เล็กกว่าที่เป็นจริง ที่มองเห็นเป็นเช่นนี้เพราะหินแต่ละก้อนเป็นก้อนใหญ่ ทำให้เกิดเงา จึงทำให้รู้สึกว่าแคบกว่าที่เป็นจริง

1.5.3 ลักษณะพื้นผิวหยาบน้อย เช่น ถ้าเรานำก้อนหินเล็ก หรือกรวดเล็ก ๆ มาทำให้เป็นแผ่น โดยให้ความหยาบของกรวดและหินเป็นผิวหน้า จะให้ความรู้สึกว่าเป็นเนื้อที่ของแผ่นกรวดหรือหินเล็กกว่าที่เป็นจริง

1.5.4 ลักษณะพื้นผิวละเอียด จะให้ความรู้สึกละมุนละไมและใหญ่มากกว่าที่เป็นจริง ในด้านที่เกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรม สิ่งที่ไม่ควรจะมีมองข้ามในการออกแบบ คือ การเลือกใช้พื้นผิวที่มีลวดลายหยาบนั้นยากแก่การรักษาดูแลให้ดูสะอาดตา เพราะว่ามีลักษณะขรุขระ จะเป็นที่สะสมของฝุ่นละออง ที่ไม่สามารถขัดล้างให้สะอาดโดยสิ้นเชิงได้ ในโรงแรมหรือห้องประชุมใหญ่ การใช้พรมปูพื้นหนาๆ นั้นดูสวยงาม โอ่อ่า หุหุหุ และแสดงมูลค่าสูงก็จริงอยู่ แต่ถ้าเป็นชุมชนแล้ว ไม่เหมาะสมเพราะไม่สามารถจะรักษาพื้นที่ให้สะอาด รวมทั้งการสึกหรออย่างรวดเร็ว จะทำให้คุณค่าของการออกแบบของสิ่งแวดล้อมใกล้เคียงลดถอยลงไปด้วย

นักออกแบบหรือศิลปิน จะต้องมีความรู้ความสามารถในการเลือกลักษณะผิวที่สังเคราะห์ขึ้นใหม่ ทั้งนี้เพื่อจะออกแบบผลงานของตนอย่างฉลาดและกลมกลืนเหมาะสม ในการออกแบบที่พบเห็นโดยทั่วไป จะพบว่าลักษณะผิวเป็นปัญหาสำคัญอย่างหนึ่ง การออกแบบไม่คำนึงถึงความแตกต่างในลักษณะผิว จะให้ความรู้สึกจืดชืด และไม่สมบูรณ์ทางองค์ประกอบ แต่ถ้าการออกแบบนั้นได้พยายามจัดลักษณะผิวให้กลมกลืนหรือตัดกันอย่างเหมาะสมแล้วความสมบูรณ์ที่เกิดจากการประกอบกับส่วนอื่น ๆ ก็จะเด่นชัดยิ่งขึ้น และการจัดลักษณะผิวนั้นจะต้องอยู่ในจุดประสงค์ว่า จะให้เกิดการตัดกันแล้วตื่นตื้นมากหรือน้อย เพราะการตัดกันหรือขัดแย้งกันอย่างรุนแรงมากขึ้นเท่าใด ความรู้สึกตื่นตื้นก็จะตามมาเป็นทวีคูณ เหมือนกับการขัดแย้งในความคิดของมนุษย์ ยิ่งต่างคนต่างมีเหตุผลมากขึ้น ความรู้สึกที่ตัดกันก็จะมีมากขึ้น แต่ถ้ามนุษย์ยอมติดตามกันไป ในทางเดียวกันหมด ความอับเฉาของสังคมก็จะคงสภาพอยู่เช่นนั้น และจะไม่มีเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาใด ๆ ได้เลย

การวางเลย์เอาต์

หลักของการออกแบบไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดผลทางการสื่อสารของงานกราฟิกโดยตรง โดยคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น การสร้างเลย์เอาต์ ส่วนประกอบทางการออกแบบกราฟิก และหลักการออกแบบกราฟิก

1. ความหมายของเลย์เอาต์ (Layout)

ในวงวิชาชีพออกแบบกราฟิก คำว่า “เลย์เอาต์” (Layout) เป็นคำพ้องๆ ที่นักออกแบบกราฟิกหรือบุคคลในวงการพิมพ์มักจะพูดถึงกันบ่อยๆ จนติดปาก ประหนึ่งว่าได้กลายเป็นคำในภาษาไทยไปเสียแล้ว ความเป็นมาและความหมายที่แท้จริงของคำว่า เลย์เอาต์นั้น ประกอบด้วยหลายส่วน มีความหมายที่เหมือนกันและแตกต่างกัน

การ์แลนด์ (Garland 1980 : 12) กล่าวว่า เลย์เอาต์ หมายถึง แผนหรือแบบที่ออกแบบให้เห็นถึงการบรรลุผลหรือเป้าประสงค์ทางการพิมพ์ ด้วยวิธีการนำเสนอแนวคิดผ่านกระบวนการสื่อความหมายทางการมองเห็น

วิลสัน (Wilson 1974 : 11) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเลย์เอาต์ ในทิศทางของการออกแบบหนังสือว่า “เลย์เอาต์ หมายถึง ภาพร่างหนังสือ โดยเริ่มต้นจากแนวคิดของมนุษย์ที่รวบรวมเป็นภาพคร่าวๆ ในจินตนาการให้ปรากฏเป็นรูปเล่ม ฉาก ตอน และหมวดหมู่ ด้วยวิธีการง่าย ๆ เพื่อช่วยเหลือให้ผู้อ่านเกิดความสะดวกต่อการอ่านการค้นคว้า และง่ายต่อการจัดเก็บรักษา

ไซรจ์ (Craig 1974 :187) ผู้มีประสบการณ์และเชี่ยวชาญทางด้านงานพิมพ์ได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับความหมายของเลย์เอาต์ว่า “หมายถึง การร่างภาพด้วยมือหรือการพิมพ์บน

กระดาษพิมพ์เขียวที่ได้ทำการจัดเป็นส่วนประกอบเบื้องต้นในงานออกแบบ แสดงให้เห็นตำแหน่ง ขนาดและสัดส่วน ก่อนที่จะลงมือถ่ายภาพในขั้นสำเร็จ รวมทั้งการแสดงให้เห็นถึงขนาดของตัว เรียงพิมพ์ ภาพประกอบ พื้นที่ว่าง และส่วนประกอบอื่นๆ ที่จำเป็น”

ส่วนความหมายที่น่าสนใจ เพราะประกอบด้วยคำสองคำ คือ “เลย์เอาท์ กริด” (Layout Grid) นั้น การ์แลนด์ (Garland 1984 : 12) ได้อธิบายเพิ่มเติมไว้ว่า “หมายถึง กระดาษออกแบบ สำเร็จรูปสำหรับจัดทำต้นฉบับ แสดงเส้นตั้งและเส้นนอนของเส้นบรรทัดรวมทั้งจำนวนคอลัมน์ตาม ความประสงค์ของนักออกแบบซึ่งเป็นผู้จัดทำเลย์เอาท์ ถือเป็นขั้นตอนพื้นฐานในการจัดทำต้นฉบับ ทางกราฟิกพิมพ์”

สรุปได้ว่าการ เลย์เอาท์ หมายถึง เครื่องมือหรือแบบแผนขั้นพื้นฐานที่จะอำนวยความสะดวกให้ งานออกแบบกราฟิกนั้น ๆ ดำเนินไปสู่เป้าหมายและวัตถุประสงค์ได้ ส่วนความหมายที่แท้จริงขึ้นอยู่กับ ธรรมชาติหรืองานกราฟิกแต่ละประเภท เช่น งานกราฟิกโฆษณา และงานกราฟิกหนังสือ เป็นต้น

2. ลักษณะของเลย์เอาท์ที่ดี

ไซเบิร์ต และ บาลลาร์ด (Siebert and Ballard, อ้างถึงในปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ 2540 : 204) การสร้างเลย์เอาท์ที่ดี (A Good Layout) ต้องมีลักษณะดังนี้ 1) มีพลัง 2) มี องค์ประกอบอย่างเป็นระบบ 3) ดึงดูดใจผู้พบเห็น

เลย์เอาท์ที่ดีต้องมีพลัง หมายถึง ผู้รับสารจะต้องสามารถเก็บเนื้อหาจากเลย์เอาท์ได้ อย่างรวดเร็ว และมีวิธีการในการสื่อความหมายได้อย่างเหมาะสม

เลย์เอาท์ที่ดีต้องมีองค์ประกอบอย่างเป็นระบบ หมายถึง ผู้อ่านหรือผู้รับสารจะ สามารถเคลื่อนหรือกราดสายตาไปทั่วทั้งแผ่นงานกราฟิก ได้อย่างนุ่มนวลและง่ายดายทั้งแผ่น

เลย์เอาท์ที่ดีต้องมีสิ่งดึงดูดใจต่อผู้พบเห็น หมายถึงว่า เลย์เอาท์นั้นๆ จะต้องมีความ เด่นสง่า และมีสมรรถนะในการดึงดูดใจผู้รับสารเหนือคู่แข่งอันที่เป็นเลย์เอาท์ในประเภทเดียวกัน

หน้าที่หลักสามประการของเลย์เอาท์ที่กล่าวถึงนี้ จะสร้างปัญหาให้นักออกแบบต้อง เผชิญกับคำถามในด้านถัดไปก็คือ “นักออกแบบจะมีวิธีการนำหลักการใหญ่ๆ ทั้งสามประการไป ใช้ร่วมกันได้อย่างไรในการสร้างสรรค์เลย์เอาท์เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับตนเอง เมื่อ เผชิญหน้ากับโจทย์ของงานโดยทันทีทันใด”

สรุปใจความได้ว่า เลย์เอาท์ที่ดีนั้น จะต้องประกอบด้วยหลักการใหญ่ ๆ 3 ประการ คือต้องมีพลัง ต้องมีองค์ประกอบอย่างเป็นระบบ และต้องดึงดูดใจต่อผู้พบเห็น

3. ประโยชน์ของการเลย์เอาท์

ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (2540 : 206) ได้กล่าวถึงประโยชน์ในการทำเลย์เอาท์ มี ดังต่อไปนี้

3.1 ตัดสินใจเกี่ยวกับสาระที่เป็นหลักหรือหัวใจของชิ้นงาน รวมทั้งการวางแผนเกี่ยวกับเลย์เอาต์อย่างรอบคอบ (เลือกรูปสนับสนุนสาระหรือข้อความหลัก)

3.2 กำหนดขนาดของชิ้นงานที่จะใช้ ให้ลงตัวเสียก่อนๆ ที่จะเริ่มลงมือทำเลย์เอาต์ (หากเป็นแผ่นพับ จะต้องกำหนดขนาดที่เหมาะสมต่อการพับและพกติดตัว)

3.3 ฟังใจและติดตามผู้พบเห็นในทุก ๆ ที่ (ซึ่งนิเทศารมมองเห็นได้ง่าย แม้ม้าจะวิ่งผ่านไปอย่างรวดเร็ว)

3.4 รักษากลุ่มเป้าหมายไว้ในใจเมื่อมีการกำหนดขนาดของรูปและการเลือก ขนาดตัวพิมพ์ (สร้างสรรค์ทุกสิ่งทุกอย่างให้มีขนาดใหญ่พอเหมาะ และง่ายต่อการมองเห็น หากกลุ่มเป้าหมายของเราเป็นผู้สูงอายุ)

3.5 ตรวจสอบกับที่ทำการไปรษณีย์ใกล้ตัว เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นได้ว่า สื่อที่สร้างสรรค์ขึ้น สามารถส่งไปทางไปรษณีย์ได้ (โดยปกติระบบการขนส่ง จะมีผลกระทบเกี่ยวกับขนาด น้ำหนัก ปลายทาง และรูปแบบของการพับ)

3.6 เลือกและจัดเก็บกระดาษไว้สำหรับงานที่จำเป็นต้องใช้ระบบการพิมพ์เลเซอร์ ในกรณีของกระดาษจดหมาย จดหมายขาย แผ่นปลิว หากไม่พิมพ์ในระบบแรก จะใช้ระบบการพิมพ์แบบใด

3.7 เลือกกระดาษที่มีสีสว่าง และเลือกใช้น้ำหนักหมึกเข้ม หากจำเป็นต้องอัดสำเนาด้วยเครื่องถ่ายเอกสาร

3.8 ต้องเชื่อมั่นว่า โลโก้จะต้องชัดเจนมองเห็นได้ง่ายในทุกขนาดที่จำเป็นต้องใช้ นอกจากนี้ ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (2540 : 206) ยังได้กล่าวถึง การองค์ประกอบของเลย์เอาต์ที่ดีในการสร้างเลย์เอาต์ที่ดีที่มีประโยชน์ต่อการออกแบบโปสเตอร์ได้ดังนี้

1. การใช้ตัวพิมพ์ที่มีขนาดแตกต่างกัน (หัวเรื่องหลักควรใหญ่กว่าหัวเรื่องรอง)
2. การจัดวางพื้นที่สำคัญ ๆ ของข้อมูล จะต้องทำให้ลงตัวก่อนการคิดเรื่องสี
3. การสลับน้ำหนักตัวพิมพ์ (ตัวพิมพ์ชนิดกึ่งอ้วนดูเด่น แต่แท้ที่จริงตัวพิมพ์ที่อ้วนจริงดูเด่นกว่า)
4. การทิ้งพื้นที่สีขาวหรือสีอ่อนรอบตัวสาร
5. การเลือกตำแหน่งการจัดวางสาระสำคัญที่ดีที่สุด (โดยปกติส่วนบนมุมซ้ายมือผู้อ่านจะดูก่อน)
6. การจัดกลุ่มถ้อยคำให้เป็นแนวหรือแถวเดียวกัน
7. การจัดภาพเป็นประเด็นสำคัญต่อเนื่องจากสาระและถ้อยคำ
8. การกำหนดให้ภาพทำหน้าที่ดึงดูดใจและเป็นตัวเสริมกำลังให้ถ้อยคำ

9. การจัดตัวพิมพ์ใส่กรอบ หรือสร้างสรรค์ในรูปแบบที่น่าสนใจกว่า
10. การจัดหัวข้อสำคัญตามลำดับ เพื่อให้ผู้อ่านมองเห็นได้ง่ายๆ โดยวางจุดคำกลม ๆ เล็ก ๆ หน้าข้อความ
11. การแลกเปลี่ยนตัวพิมพ์
12. การใช้สีแตกต่างกันหรือกลับคำนำหน้า

หลักการออกแบบ (Principles of Design)

ในชีวิตประจำวันตั้งแต่ลืมตาขึ้นมาในตอนเช้าเราจะพบเห็นสิ่งต่างๆ มากมาย มนุษย์เรารู้จักการพัฒนาวิธีการดำรงชีวิต มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ในการปรับปรุงต้องมีการวางแผน คิดคำนึงประโยชน์ใช้สอย เหล่านี้เป็นสาเหตุของการออกแบบทั้งหลาย ซึ่งในการออกแบบมีอิทธิพลโดยตรงกับการสร้างสรรค์งานศิลปะเป็นอย่างยิ่ง การออกแบบให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรคำนึงถึงการจัดองค์ประกอบให้สัมพันธ์และกลมกลืนกับหลักการธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์นั้นๆ เสมอ พวงศักดิ์ ประจุกุศล (2535 : 27-29, อ้างถึงใน วิวรรณ จันทรเทพย์ 2548 : 95) ในการออกแบบที่ดีนั้นจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น ความสมดุล สัดส่วน ความกลมกลืน ความแตกต่าง ช่วงจังหวะ การเน้นจุดเด่น เอกภาพ ดังนั้นการออกแบบจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจหลักการออกแบบเป็นพื้นฐาน เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบดังต่อไปนี้

1. ความสมดุล (Balance) หมายถึง ความเท่ากัน เสมอกัน เป็นการออกแบบให้วัตถุ นั้นๆ สามารถทรงตัวอยู่ได้อย่างมั่นคง เปรียบเสมือนกับตาชั่งที่มีความสมดุลกันทั้งสองข้าง หรือร่างกายมนุษย์สัตว์ ที่ธรรมชาติสร้างขึ้นมาให้มีความสมบูรณ์ในตัวเอง

การออกแบบให้เกิดความสมดุลกันระหว่างทั้ง 2 ข้างหรือมากกว่านั้น คือ ถ้าน้ำหนักของทั้งสองข้างมีน้ำหนักเท่ากัน และมีระยะห่างศูนย์กลางเท่ากัน ก็ย่อมจะเกิดความสมดุล แต่ถ้าน้ำหนักข้างหนึ่งหนักกว่าอีกข้างหนึ่งแล้ว จะต้องเลื่อนน้ำหนักข้างที่มีน้ำหนักมากกว่าเข้ามาใกล้จุดศูนย์กลาง วิธีนี้จึงจะทำให้เกิดความสมดุล

ความสมดุลที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะก็เช่นเดียวกัน จะมีความแตกต่างกันระหว่าง ความสมดุลของศิลปะและความสมดุลของวัตถุ คือไม่มีผู้ใดสามารถจะบอกได้ว่า ความสมดุลของศิลปะข้างไหน มีน้ำหนักเท่าใด จึงจะเรียกว่ามีความสวยงามและเกิดความสมดุล ฉะนั้นถ้าเป็น ความสมดุลของวัตถุเราสามารถจะมองด้วยตาเปล่าได้ง่ายกว่าว่ามีความสมดุลกันหรือไม่ เช่น กระดานกระดกของเด็กเล่น ถ้าเด็กที่เล่นกระดานกระดกมีน้ำหนักตัวเท่ากันก็ย่อมจะเล่นกระดานกระดกได้สบาย แต่ถ้าเป็นความสมดุลทางศิลปะก็จะดูได้ยากกว่า เพราะความสมดุลในลักษณะของศิลปะ เน้นความรู้สึกที่ต้องใช้สายตาและตามความรู้สึก ถ้าผลงานของทางศิลปะ มีผลงานที่ดี

และประสบความสำเร็จ ก็จะดูสวยงามสบายตาสบายใจ ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบว่าจะมีความสามารถในการนำความสมดุลมาใช้ในลักษณะใด ความสมดุลแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ

1.1 ความสมดุลที่เหมือนกันทั้งสองข้างเท่ากัน (Symmetrical หรือ Formal Balance) หมายถึง ความสมดุลชนิดที่มีลักษณะซ้ายขวาเหมือนกันเท่ากัน และเห็นได้ชัดในธรรมชาติ เช่น ใบหน้าของมนุษย์ ที่มีด้านซ้ายและด้านขวาเหมือนกันทั้งสองข้าง ยกเว้นผู้ใดที่มีความผิดปกติจากธรรมชาติซึ่งจะไม่เหมือนกันทั้งซ้ายและขวา ความสมดุลสองข้างเท่ากันและเหมือนกันนี้ เป็นความสมดุลที่ให้ความรู้สึกธรรมดา ตรงไปตรงมา ในทางศิลปะความสมดุลแบบนี้มีมิช้อย จะใช้ในกรณีที่เป็น เมื่อต้องการความมีระเบียบ ความเรียบง่ายหรือเพื่อมุ่งให้มีหน้าที่ใช้สอยที่จำเป็นต้องการให้ผลงานมีลักษณะซ้ายและขวาเหมือนกันกระดกได้

1.2 ความสมดุลทั้งสองข้างไม่เท่ากัน (Asymmetrical หรือ Informal or Occult Balance) หมายถึง ความสมดุลที่ทั้งสองข้าง มีลักษณะต่างกันทั้งซ้ายและขวา ไม่จำเป็นต้องเหมือนกันเท่ากัน แต่ในความรู้สึก ลักษณะความสมดุลแบบนี้ ส่วนมากจะเกิดจากการสมดุลในตัวเอง โดยการจัดองค์ประกอบการออกแบบได้อย่างเหมาะสม จะทำให้เกิดความสมดุลที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะด้วยน้ำหนัก ขนาด สัดส่วน รูปร่างลักษณะทางพื้นผิวและสี ปัจจุบันนิยมใช้ความสมดุลในลักษณะนี้กับงานศิลปะและการออกแบบทั่วไป เพราะทำให้เกิดความน่าสนใจ มากกว่าความสมดุลแบบชนิดสองข้างเท่ากัน ความสมดุลที่สองข้างไม่เท่ากันแบ่งได้ 3 ลักษณะ ดังนี้ 1) ความสมดุลที่เกิดจากน้ำหนัก การออกแบบในลักษณะนี้ต้องคำนึงถึงน้ำหนัก ซึ่งอาจจะเกิดจากผลรวมของขนาด ลักษณะผิว น้ำหนักสี ทำให้รู้สึกน้ำหนักซ้ายขวาสมดุลกัน โดยที่รูปทรงซ้ายขวามีลักษณะต่างกัน 2) ความสมดุลที่เกิดจากสิ่งที่น่าสนใจ การออกแบบลักษณะนี้เป็นการออกแบบที่กำหนดให้มีสิ่งที่น่าสนใจ ด้านใดด้านหนึ่งเป็นตัวถ่วงคูลน้ำหนัก ขนาด รูปร่าง สี ถือว่าสิ่งที่น่าสนใจนั้นมีน้ำหนักหรือความเด่นอยู่ในตัวของมัน 3) ความสมดุลที่เกิดจากสภาพตัดกัน การออกแบบในลักษณะนี้ เป็นการออกแบบที่คำนึงถึงการตัดกันของสี หรือของรูปทรงซ้ายขวาตามความแตกต่างอย่างชัดเจน

1.3. ความสมดุลที่เป็นในลักษณะกระจายเป็นรัศมี (Radial Balance) หมายถึง การออกแบบรอบวง โดยมีจุดศูนย์กลางหรือจะออกแบบจากจุดศูนย์กลางไปหาวงรัศมีก็ได้ ทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว โดยมีแกนกลางในการออกแบบจะพบความสมดุลชนิดนี้มาก ในการออกแบบลวดลายที่ใช้ตกแต่งบริเวณตรงกลางด้านในของเครื่องถ้วยชาม และจาน ฯลฯ

2. สัดส่วน (Proportion) หมายถึง การได้ส่วนของรูปลักษณะ ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับขนาดโดยตรง โดยเน้นความสัมพันธ์กลมกลืนอย่างเหมาะสมของส่วนประกอบรูปทรง หรือลักษณะที่เห็นในสภาพส่วนรวม และขนาดที่สัมพันธ์กันระหว่างสิ่งหนึ่งกับสิ่งอื่น ๆ เมื่อเกิดการเปรียบเทียบกัน เช่น สัดส่วนที่ดีของมนุษย์ หมายถึง การมีรูปร่างและขนาดของลำตัว ศีรษะ แขน ขา เท้า มือ

ได้ส่วนสัมพันธ์กัน โดยไม่มีส่วนใดของร่างกายที่มีรูปร่างและขนาดใหญ่ หรือเล็กจนเกินไป ทำให้แลดูไม่งาม หรือสัดส่วนที่ดีของสุนัข หมายถึง การมีรูปร่างของศีรษะ ขาทั้งสี่ ลำตัว ลำคอ หลัง หน้าอก หาง จะต้องมีการรูปร่างได้สัดส่วนสวยงามตามชนิดและลักษณะของพันธุ์สัตว์ต่าง ๆ ไม่สามารถจะกำหนดเป็นกฎเกณฑ์ตายตัวลงไปได้ ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาเอาเองว่า สัดส่วนขนาดใดจึงจะเหมาะสมและงามตา เหมาะกับงานแต่ละลักษณะ ผลของงานที่ปรากฏออกมาจะดีหรือไม่นั้น ผู้ออกแบบจะต้องมีความรอบรู้และมีประสบการณ์ ต้องเป็นคนช่างสังเกต จดจำ ผลงานของตนเอง และผลงานของผู้อื่น เช่น ถ้าเราจะออกแบบเหยือกน้ำ หรือกาน้ำให้ได้สัดส่วนกันระหว่างส่วนที่บรรจุกับการจับถือได้สบายมือและการรินน้ำไหลได้สะดวก

ดังนั้นการออกแบบ จึงจำเป็นจะต้องจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ให้ได้สัดส่วนกันของรูปลักษณะ มีสัดส่วนที่ดี จะช่วยให้ส่วนประกอบของรูปทรงและรูปลักษณะ มีความสัมพันธ์กลมกลืนกันอย่างเหมาะสม สัดส่วนที่ดีไม่จำเป็นต้องเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติเสมอไป แต่อาจจะเป็นส่วนที่นักออกแบบคิดออกมาตามความเหมาะสมได้ หลักการจัดส่วนจำแนกออกเป็น 2 ลักษณะได้แก่ ลักษณะการจัดสัดส่วนของรูปร่าง เป็นการจัดสัดส่วนขององค์ประกอบต่าง ๆ ให้งดงาม การจัดสัดส่วนของรูปร่างนี้ ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายและรูปลักษณะของงาน เช่น การออกแบบเสื่อให้มีรูปลักษณะที่แตกต่างกัน ในสมัยอียิปต์โบราณ สัดส่วน ประติมากรรมรูปคนจะมีขนาดใหญ่ หรือขนาดเล็กตามความหมายและความสำคัญ เช่น ถ้าเป็นกษัตริย์จะมีขนาดใหญ่กว่าคนธรรมดา ในสมัยกรีกโบราณนิยมรูปร่างและสัดส่วนเหมือนอุดมคติและความเป็นจริง ฉะนั้นการจัดสัดส่วนของรูปร่างจึงมีความสำคัญในการออกแบบและลักษณะการจัดสัดส่วนของเนื้อที่ คือ การจัดสัดส่วนของเนื้อที่เกี่ยวกับการออกแบบ การจัดวางเนื้อที่ซึ่งมีความจำเป็นมาก สำหรับงานที่เริ่มจากแผนผังเนื้อที่ เช่น การออกแบบอาคารตามสัดส่วนที่สวยงาม สัดส่วนของเนื้อที่ที่มีความสำคัญในการจัดกำแพง ช่องว่าง ช่องลม บานหน้าต่าง และองค์ประกอบอื่นๆ โดยทั่วไปอาคารมักจะใช้รูปร่างสี่เหลี่ยม และมีองค์ประกอบอื่นๆ โดยทั่วไปอาคารมักจะใช้รูปร่างสี่เหลี่ยม และมีองค์ประกอบอื่นๆ ของอาคารเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมไปด้วย เช่น หน้าต่าง ประตู เพื่อให้เกิดความกลมกลืนและสัมพันธ์กันในรูปร่าง

3. ความกลมกลืน (Harmony) หมายถึง การประสานกัน หรือเป็นการรวมหน่วยต่างๆ ของส่วนประกอบของการออกแบบให้ดูเหมาะสมกลมกลืนเป็นหน่วยเดียวกัน อาจจะทำให้ได้โดยทำให้ซ้ำกัน คล้ายคลึงกัน ทำให้เกิดเอกภาพหรือเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

การประสานกันหรือการรวมหน่วยให้กลมกลืนกัน เป็นวิธีการออกแบบอย่างหนึ่ง ที่ทำให้เกิดความสวยงาม การประสานกันไม่ควรประสานกลมกลืนกันมากหรือน้อยเกินไป เพราะอาจทำให้แลดูขัดตา ไม่น่าสนใจหรือทำให้เกิดความเบื่อหน่ายง่าย ในการออกแบบที่ดี ควรรู้จักเลือกและรู้จักใช้ส่วนประกอบต่าง ๆ สร้างความกลมกลืนให้ส่วนรวมหรือส่วนใหญ่กลมกลืนกัน และให้มี

ความแตกต่างหรือแทรกสีที่ขัดแย้งในส่วนน้อยก็จะทำให้แลดูงดงามน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยใช้หลักของความกลมกลืนประสานกันดังต่อไปนี้

3.1 ความกลมกลืนที่ทำให้เส้นไปในทางเดียวกัน เช่น ความกลมกลืนในแนวระนาบแนวโค้ง และในแนวทแยง เช่น ลายเส้นของกระเบื้องประดับลายไทย ลายเส้นในผ้า สิ่งเหล่านี้เป็นการออกแบบที่ทำให้ความงาม ความประณีต ด้วยวิธีการใช้เส้นที่ประสานกลมกลืนกัน

3.2 ความกลมกลืนกันด้วยขนาดคล้ายคลึงกัน หรือเท่ากัน คือเกิดจากการทำให้ขนาดเท่ากัน เช่น ขนาดของถ้วยกาแฟที่เป็นชุด

3.3 ความกลมกลืนของรูปร่างและรูปทรง เป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการใช้รูปร่าง รูปทรงคล้ายคลึงกันและเท่ากัน เช่น การออกแบบแจกันทรงกลมด้วยรูปดอกไม้หรือจุดกลม เป็นต้น ส่วนความไม่กลมกลืนของรูปร่างรูปทรงที่มีลักษณะเป็นชุดเดียวกัน เปรียบเทียบได้จากรูปทรงที่ใช้ร่วมกันของถ้วยกาแฟกับจานรอง ถ้าจานรองเป็นรูปวงกลม ตัวถ้วยเป็นรูปสามเหลี่ยมหรือสี่เหลี่ยม จะขาดความประสานกลมกลืน จะรู้สึกว่ามันสวยงาม เกิดการขัดกันกับรูปทรงเดิม

3.4 ความกลมกลืนของพื้นผิว คือ การทำให้งานมีลักษณะพื้นผิวคล้ายคลึงกันเหมือนกันและใกล้เคียงกัน การออกแบบให้เกิดความกลมกลืนของพื้นผิวอาจทำได้โดยใช้ลักษณะพื้นผิวที่มีความเรียบ หยาบขรุขระ หรือเป็นลวดลายให้เกิดลักษณะกลมกลืนกันบนผิวของงานหนึ่งอย่าง หรืออาจให้ลักษณะพื้นผิวของงานหลาย ๆ ชนิดที่ประกอบเข้าด้วยกัน โดยจัดให้เกิดความสัมพันธ์กลมกลืนของพื้นผิว

3.5 ความกลมกลืนของสี โดยการใช้สีที่อยู่ใกล้เคียงกัน หรือสีที่อยู่ในวรรณะเดียวกันให้เกิดความประสมประสานกลมกลืน มองดูแล้วไม่แตกต่าง หรือเป็นคู่ปฏิบัติกัน

3.6 ความกลมกลืนในด้านความคิด เป็นความกลมกลืนของความคิดทางด้านการออกแบบ เนื่องจากงานออกแบบแต่ละประเภท มีลักษณะแตกต่างกันในแต่ละยุคสมัย ไม่ว่าจะเป็นทางด้านรูปทรงลวดลาย เช่น ลวดลายที่ใช้ตกแต่งผลิตภัณฑ์ รูปทรงไม่มีความเหมาะสมกับรูปทรงสมัยใหม่ ดังนั้นนักออกแบบจำเป็นต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบให้ลักษณะประสานกลมกลืนกัน ถ้ารูปทรงมีลักษณะเป็นแบบไทยหรือรูปทรงแบบสากล ลวดลายที่ใช้ตกแต่งหรือส่วนประกอบอื่นๆ ก็ควรออกแบบให้มีความสัมพันธ์ เป็นแบบอย่างเดียวกันด้วย

4. ความแตกต่าง หรือ การตัดกัน (Contrast) หมายถึง การออกแบบที่ไม่ให้เกิดการซ้ำซาก โดยการจัดส่วนประกอบของการออกแบบ เช่น มีรูปร่าง พื้นผิว สี แตกต่างกันไป เรื่องความต่างนี้เป็นเรื่องตรงข้ามกับความกลมกลืน และมีคุณค่าในทางศิลปะ เพราะว่าการออกแบบโดยอาศัยหลักความแตกต่าง สามารถใช้แก้ไขสิ่งทีกลมกลืนมากเกินไป จนเกิดความเบื่อหน่ายจำเจให้แลดูเป็นที่น่าสนใจขึ้น

ปัจจุบันนักออกแบบมักจะหาทางให้เกิดความรู้สึกแตกต่างกันเพื่อให้สะดุดตา เช่น การออกแบบตกแต่งลวดลายโดยการนำเอาเส้นตรง หรือเส้นนอนมาใช้ทั้งหมด อาจทำให้ดูแล้วไม่สวยงามและน่าเบื่อ เพราะดูกลมกลืนไปหมด ควรจะนำเส้นโค้งหรือเส้นทแยงมาใช้ในทีละอย่างเหมาะสม แต่ไม่ควรใช้มากเกินไป เส้นที่นำมาใช้ให้เกิดความแตกต่างกันเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้น เพื่อช่วยให้มีการเคลื่อนไหวของลวดลาย ไม่ซ้ำซากเกินไป ช่วยให้เกิดจุดสนใจ และไม่ทำให้เกิดความเบื่อหน่าย

ในการนำความแตกต่างมาใช้ในการออกแบบ ต้องใช้ให้ถูกต้องและเหมาะสมจึงจะทำให้แลดูงดงาม หลักของความแตกต่างอาจจะทำได้หลายวิธีดังนี้

4.1 ความแตกต่างในเรื่องเส้น โดยการใช้น้ำหนักเส้นที่มีลักษณะตรงกันข้ามหรือไม่เหมือนกันเข้ามาจัดรวมกันด้วย เช่น รูปทรงของอาคารเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม แต่มีการนำเอาส่วนโค้งที่หลังคาหน้ามุขเข้ามาใช้จะทำให้ดูเด่นขึ้น หรือแจกันรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ายาวขนานไปกับพื้นโต๊ะ และมีเส้นลวดลายแจกันตัดตามแนวตั้ง ทำให้เกิดความแตกต่างในทิศทางของเส้น

4.2 ความแตกต่างด้วยลักษณะพื้นผิว หมายถึง การนำพื้นผิวในลักษณะที่แตกต่างกันมาจัดรวมกันไว้ในงานออกแบบให้เหมาะสม เช่น งานออกแบบที่มีลักษณะผิวหยาบขรุขระ หรือละเอียด นอกจากจะให้ความรู้สึกสัมผัสในการใช้แล้ว ยังให้ความรู้สึกในทางงดงามด้วย

4.3 ความแตกต่างในรูปทรงและลักษณะ ได้แก่ รูปทรงเหลี่ยมกับรูปทรงกลม เช่น แจกันรูปทรงเหลี่ยม มีฝาปิดเป็นรูปทรงกลม และลวดลายดอกไม้มีลักษณะกลมบนพื้นผิวแจกันที่เป็นรูปทรงเหลี่ยม

4.4 ความแตกต่างในเรื่องสี หมายถึง การใช้สีที่แตกต่างกันในบางจุด ควรใช้เนื้อที่ๆ มีปริมาณน้อยๆ ที่ต้องการเน้นให้สะดุดตา และใช้ให้พอเหมาะ จะทำให้แลดูน่าสนใจยิ่งขึ้น

4.5 ความแตกต่างในการให้แสงเงา หมายถึง การออกแบบที่ต้องการให้แสงที่ส่องมากระทบพื้นผิวที่มีสีอ่อนแก่และพื้นผิวสูงต่ำ โค้งนูน เรียบหรือขรุขระ ทำให้ปรากฏแสงและเงาแตกต่างกันและแลดูน่าสนใจยิ่งขึ้น

5. ช่วงจังหวะ (Rhythm) หมายถึง การจัดส่วนประกอบของการออกแบบ ให้มีจังหวะต่อเนื่องกันด้วยความรู้สึกเคลื่อนไหวจากช่วงหนึ่ง และมีระยะความถี่ห่างในตัวเอง เช่น การเคลื่อนไหวที่มีจังหวะของเส้น รูปลักษณะ รูปทรง สี แสง และเงา หรือช่วงจังหวะของลวดลาย ซึ่งจะเห็นได้จากการต่อเนื่องกันของจังหวะที่มีในธรรมชาติ เช่น การเคลื่อนไหวของคลื่นในท้องทะเลที่โค้งขึ้นลงมากน้อยเป็นจังหวะต่อเนื่องไม่ขาดระยะ หรือลวดลายของนกยูงรำแพนเกิดการเคลื่อนไหวในลักษณะที่ซ้ำกันเป็นระเบียบ ทำให้เกิดจังหวะที่เป็นความรู้สึกของผู้พบเห็น ลักษณะของการต่อเนื่องกันของจังหวะในศิลปะดูได้จาก การเดินรำ การเคลื่อนไหวของเท้า ตัว แขน เข้ากับจังหวะของดนตรีจะแลดูเป็นช่วงจังหวะที่เหมาะสม ซึ่งถ้าไม่มีช่วงจังหวะที่ดีแล้วจะแลดูแข็งกระด้างหมด

ความงามไป นอกจากนี้ยังมีลีลาของเส้นโค้งขึ้นลงประสานกันง่ายๆ ของลายไทยก็เป็นช่วงจังหวะที่ดีเช่นกัน

ช่วงจังหวะมีความสำคัญต่องานศิลปะดังนี้ ช่วยวางระเบียบจังหวะในการจัดเส้น สี แสง และเงา เพื่อให้แลดูงดงามและง่ายต่อความเข้าใจ ช่วงจังหวะที่ดีจะช่วยสร้างความสนใจ เพิ่มความมีชีวิตชีวาและบางครั้งสามารถทำให้แลเห็นว่ามีมีการเคลื่อนไหวและแสดงอารมณ์ ถ้าเป็นช่วงจังหวะที่ซ้ำๆ กันจะทำให้เกิดความกลมกลืน เช่น การวางเครื่องประดับภายในห้องซ้ำๆ กันอย่างมีระเบียบ จะแลดูเรียบร้อยกลมกลืนกัน หลักในการจัดช่วงจังหวะซึ่งทำได้ 3 แบบ คือ

5.1 การจัดช่วงจังหวะแบบซ้ำกัน (Repetition Rhythm) คือ การใช้รูปร่าง รูปลักษณะ เส้น และสี เมื่อนำจัดให้ซ้ำๆ กันมีช่วงจังหวะพอเหมาะดีจะเกิดความงามน่าสนใจ แต่ถ้าซ้ำกันมากเกินไปจะทำให้เกิดความเบื่อหน่ายได้

5.2 การจัดช่วงจังหวะแบบก้าวหน้า (Progression Rhythm) คือการเพิ่มเส้น รูปทรง ความอ่อนแก่ ลักษณะพื้นผิวและสี เป็นการจัดช่วงของจังหวะโดยการเพิ่มขยายขนาดจากเล็กไปหาใหญ่ เช่น การออกแบบลูกไม้ที่ใช้การจัดช่วงจังหวะให้มีการขยายเพิ่มมากขึ้น โดยขนาดหรือต้นไม้ที่อยู่ริมทางทั้งสองฝั่ง ขนาดของต้นไม้ก็จะมีขนาดใหญ่ใกล้ตัวผู้เขียนและเล็กลงเรื่อยๆ เมื่อไกลตัวผู้เขียน การจัดช่วงจังหวะแบบนี้เป็นอีกแบบหนึ่งที่สวยงามและเป็นระเบียบและทำให้ดูรู้สึก มีระยะใกล้ไกล เป็นการจัดจากขนาดใหญ่ไปหาเล็ก

5.3 การจัดช่วงจังหวะแบบต่อเนื่อง (Continuous Rhythm) คือการจัดช่วงจังหวะให้ต่อเนื่องกัน โดยให้มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านขนาด รูปทรง สี ความอ่อนแก่ ลักษณะพื้นผิวที่กระทำต่อเนื่องกันไป เช่น การสลักหินของไทย การออกแบบเป็นการจัดช่วงจังหวะให้มีการต่อเนื่องกัน ลวดลายนี้สวยงามมาก มีความเป็นระเบียบ ซึ่งศิลปินได้เน้นถึงการให้จังหวะอย่างเห็นได้ชัด จะเป็นรูปดอกไม้และใบไม้ที่อยู่ในอุดมคติ ส่วนที่เป็นเม็ดในดอก เป็นจุดสนใจและมีความงดงามเป็นอย่างยิ่ง

6. การเน้นให้เกิดจุดเด่น (Emphasis) หมายถึง การเน้นทำให้เด่นเฉพาะบางแห่งที่ต้องการให้ชวนดูแปลกตา หรือให้เป็นจุดสนใจและทำให้เกิดความแตกต่างไปจากที่อื่น การออกแบบในลักษณะเรียบและง่าย ก็เป็นการออกแบบในลักษณะหนึ่ง แต่ถ้านำหลักการเน้นมาใช้เพื่อให้เกิดจุดเด่น ย่อมจะทำให้งานนั้นเพิ่มความสวยงามและสง่างามกว่าเดิม แต่ถ้านักออกแบบไม่มีความเข้าใจที่จะนำเอาหลักการเน้นให้เกิดจุดเด่นมาใช้ อาจจะไม่เพิ่มความสวยงามและกลับทำให้ไม่น่าดูด้วย เช่น ผู้หญิงคนหนึ่งใส่รองเท้าสีดำ ใส่รองเท้าลายขาว นุ่งกระโปรงผ้าตาสีเหลือง คาดเข็มขัดเส้นใหญ่แล้วใส่หมวกซึ่งประดับด้วยดอกไม้เต็มไปหมด จะเห็นได้ว่าผู้หญิงคนนี้ แต่งตัวไม่สวยงาม รูปแบบและเครื่องประดับมากมายแลดูสับสนวุ่นวายไปหมด ไม่สวยงามแล้วยัง

ดูน่าเกลียด มองดูแล้วเหมือนตัวตลกมากกว่าที่จะเป็นการแต่งตัวสวยงามธรรมดา เหตุที่เป็นเช่นนี้ เพราะการแต่งตัวในลักษณะนี้เป็นแบบที่ใช้หลักการเน้นในทุกๆ ที่ ไม่ทำให้สวยงามขึ้นเลยและ ทุกๆ ส่วนของเครื่องแต่งกายไม่มีส่วนใดเป็นส่วนที่สำคัญรองลงมาดังนี้ เป็นต้น เพราะฉะนั้นการที่จะนำหลักการเน้นมาใช้ควรจะได้เตรียมดังต่อไปนี้

6.1 จะเน้นอะไร หมายถึง การออกแบบที่จัดให้มีส่วนที่มีความสำคัญรองลงมาและ ส่วนที่ดึงใจให้เป็นเบื้องหลัง หลักการเน้นอยู่ที่ความตั้งใจของผู้ออกแบบ การวางโครงการและ รูปร่างของงานเป็นอย่างไร ซึ่งมีความสำคัญมาก ในการทำงานที่ประสบความสำเร็จ ผู้ออกแบบ มีความจำเป็นต้องวางโครงสร้างของงานที่แน่นอน เมื่อถึงขั้นการทำงานก็จะต้องปฏิบัติตาม โครงสร้างที่วางไว้ ฉะนั้นการที่จะเห็นอะไร ก็ย่อมจะรู้และนำหลักการมาใช้และเมื่อรู้แล้วว่าจะ เน้นอะไรให้สำคัญแล้ว ก็ย่อมจะต้องออกแบบให้ส่วนอื่นมีความสำคัญน้อยลง

6.2 จะเน้นอย่างไรนั้น มีวิธีการออกแบบได้หลายวิธี สามารถที่จะสร้างสรรค์ การ เน้นให้สะดุดตาได้เช่น การเน้นวิธีการจัดกลุ่ม การเน้นด้วยวิธีตรงกันข้ามกันด้วยความสว่าง ความ มืด ด้วยสีรูปร่าง ด้วยพื้นผิว ด้วยขนาด การเน้นด้วยการประดับตกแต่ง การเน้นด้วยการออกแบบ ส่วนที่มีความสำคัญอยู่ตรงกลาง และส่วนประกอบเรียงอยู่ล้อมรอบ และการเน้นด้วยการใช้เส้น รูปร่าง ขนาดและสีให้มีความแตกต่างกัน

6.3 จะเน้นมากน้อยแค่ไหน ศิลปะแต่ละแขนงที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ไม่มีกฎตายตัว หรือข้อกำหนดที่แน่นอนและยึดถือเป็นหลักการเน้น เพื่อให้เกิดจุดเด่นและความสำคัญ การที่นักออกแบบจะให้มีการเน้นมากน้อยแค่ไหนเพื่อให้เกิดจุดเด่นก็ต้องขึ้นอยู่กับลักษณะของงาน

6.4 จะเน้นที่ตรงไหน ผู้ออกแบบจะต้องเป็นผู้กำหนดการวางแผนของงาน ให้เหมาะสมกับการออกแบบของงานแต่ละชนิด เพราะฉะนั้น การออกแบบจะต้องมีการร่างแบบ โดยอาศัยการวาดรูปเป็นการนำเอาความคิดออกมาเพื่อที่จะรู้ว่าควรจะเน้นที่ตรงไหน

การออกแบบที่ประสบความสำเร็จ มีหลักการออกแบบคือ การเน้นเพื่อให้เกิดจุดสนใจในการออกแบบในแต่ละลักษณะของงานพอที่จะจัดลำดับความสำคัญของงานดังนี้ ลำดับที่ หนึ่ง จุดที่สำคัญที่สุดของงาน ลำดับที่สอง จุดรองลงมา และลำดับที่สาม จุดสำคัญรองลงมาจาก ลำดับที่สอง

การออกแบบที่นำเอาหลักการเน้นมาใช้ จะต้องพิจารณาถึงการจัดคุณภาพและ ประสิทธิภาพของรูปทรง รูปร่าง ช่วงระยะ เส้น สี และพื้นผิวในการออกแบบ

7. เอกภาพ (Unity) หมายถึง ความสัมพันธ์ต่อเนื่องขององค์ประกอบต่างๆ ไม่จะเป็นจุด เส้น รูปร่าง รูปทรง มวล ปริมาตร ลักษณะผิว บริเวณว่าง สี สิ่งเหล่านี้จะต้องมีความสัมพันธ์ ต่อเนื่องเป็นอย่างดี

การออกแบบที่มีเอกภาพ จะต้องให้สิ่งต่างๆ มีความสัมพันธ์กันไม่แตกกระจายออกจากกัน ถ้ามีส่วนหนึ่งส่วนใดแยกออกมาบ้าง ส่วนนั้นๆ จะต้องเป็นส่วนที่เล็ก ดูแล้วไม่ทำให้รู้สึกว่สิ่งนั้นๆ แตกกระจายออกมา ในการออกแบบที่มีเอกภาพย่อมจะต้องมีความสัมพันธ์กันทั้งหมด การเป็นเอกภาพเป็นหัวใจสำคัญข้อหนึ่งในการออกแบบ ที่จะต้องมีความสัมพันธ์และกลมกลืนกันกับรูปร่าง เส้น พื้นผิว และสี ตัวอย่างเช่น การจัดตกแต่งภายในห้อง ถ้าจัดกลุ่มของเครื่องเรือนให้เป็นเอกภาพที่มีความสัมพันธ์กันภายในห้อง ก็จะทำให้รู้สึกว่ห้องนั้นสวยงามและใช้สอยสะดวก หรือภายในภัตตาคารที่จัดแบ่งเป็นห้องเพื่อให้เป็นสัดส่วนไม่ปนเปื้อนกับผู้อื่น ทั้งนี้เพื่อการสนทนาเฉพาะกลุ่ม การออกแบบก็จะต้องพิจารณาตามความประสงค์ คือละความสว่างภายในห้อง ไม่ใช่สีที่สดใส ไม่ใช่แสงสว่างมาก ซึ่งจะช่วยให้บรรยากาศภายในห้องเหมาะสำหรับที่จะเป็นห้องสนทนาและรับประทานอาหารไปด้วย หรือถ้าเป็นห้องเรียนก็จะต้องพิจารณาถึงความสว่าง ความสูงของเพดาน เป็นต้น

ในการพิจารณาเอกภาพของแต่ละงานที่ออกแบบ ถ้าผู้ออกแบบไม่มีความระมัดระวัง อาจจะมีผลในทางตรงกันข้ามและทำให้เกิดผลเสียหลายได้ เช่น ห้องเรียนถ้าไม่พิจารณาเอกภาพให้ถูกต้อง ก็จะออกแบบให้แสงสว่างน้อย เพดานภายในห้องต่ำ การถ่ายเทอากาศไม่ดี ทำให้การเรียนไม่ได้ผลเท่าที่ควร บทสรุปหลักการออกแบบ มีความสำคัญมีความจำเป็นต่อความเป็นอยู่ของมนุษย์เป็นอันมาก กล่าวได้ว่า สิ่งของที่มนุษย์สร้างขึ้นทุกชิ้น ย่อมต้องได้รับการออกแบบมาก่อนเสมอ อาจจะเริ่มจากการร่างบนกระดาษหรือคิดอยู่ในหัวก่อนก็ได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่าถ้าเราจะออกแบบอะไรออกมาสักอย่างหนึ่งแล้ว เราคิดหลักคิดอย่างฉลาด มีแบบมีแผน ทำตามหลักเกณฑ์ที่ถูกต้อง ผลงานของเราก็น่าจะออกมาดีกว่าที่เราคิดแบบไร้ทิศทางแน่นอน

ความสมดุล สัดส่วน ความกลมกลืน ความแตกต่าง ช่วงจังหวะ การเน้นจุดเด่น เอกภาพ ผู้เรียนสามารถนำไปใช้ในการเขียนภาพประกอบการาสอน ภาพโฆษณา แผนภูมิ สถิติ หน้าปก หนังสือ สมุดภาพและสิ่งประดิษฐ์อื่น ๆ ได้

5. ทฤษฎีสีและโครมสี

แนวคิดในการใช้สี

การที่มนุษย์สามารถมองเห็นสีต่างๆ ได้ เกิดจากการรับรู้แสงซึ่งเป็นพลังงานรูปหนึ่งแผ่รังสีในรูปสเปกตรัมแม่เหล็กไฟฟ้า (Electromagnetic Spectrum) โดยตาของมนุษย์สามารถมองเห็นแสงในช่วงคลื่นที่อยู่ระหว่าง 390-700 นาโนเมตร แสงอัลตราไวโอเล็ต (UV) เป็นแสงที่มีสั้น (ต่ำกว่า 390 นาโนเมตร) มนุษย์จึงไม่สามารถมองเห็นได้เช่นกัน การที่เราสามารถมองเห็นเป็นสีต่างๆ ได้ เนื่องจากวัตถุดูดกลืนช่วงแสงสีหนึ่งไว้และสะท้อนสีตรงข้ามให้ตามมนุษย์มองเห็น ตัวอย่างเช่นพืชมี

รงควัตถุสีเขียวที่เรียกว่าคลอโรฟิลล์สามารถดูดกลืนช่วงแสงสีแดงได้ดีที่สุด และสะท้อนแสงสีเขียวของสเปกตรัมออกมา (Purves and Orians 1983 : 187) และการที่มนุษย์มองเห็นใบไม้เป็นสีเขียวได้ จำเป็นต้องมีแสงสว่างถ้าปราศจากแสงสว่างก็จะเห็นแต่สีดำเท่านั้น ในการสร้างสรรค์เกี่ยวกับสีของมนุษย์ (ศิริพงษ์ พยอมแย้ม 2537 : 70) มีแนวทางในการใช้สีเป็น 2 ระบบ ได้แก่ ได้แก่

1. ระบบสีแสง (Light Colour)

ระบบสีแสงหรือสีฟิสิกส์เกิดขึ้นเมื่อ นิวตัน (Sir Isaac Newton) ได้ทำการทดลองให้แสงจากดวงอาทิตย์ส่องลอดช่องและผ่านแท่งแก้วสามเหลี่ยม (Prism) แสงที่ตกกระทบบนจอจะเกิดเป็นสีรุ้ง (spectrum) 7 สี (เมื่อปี ค.ศ. 1660) แต่ตาของมนุษย์รับรู้ได้ 6 สี ได้แก่ สีม่วง สีนํ้าเงิน สีเขียว สีเหลือง สีแสด และสีแดง นักวิทยาศาสตร์สาขาฟิสิกส์ได้ศึกษาต่อไปว่าในจำนวนสีทั้ง 6 สี สามารถกำหนดเป็นแม่สีได้ 3 สี ได้แก่ สีแดง สีเขียว และสีนํ้าเงิน เมื่อนำแม่สีมาผสมกันแต่ละคู่จะได้สีขึ้นที่ 2 ดังนี้

สีแดง ผสม สีเขียว จะเป็นสีเหลือง (Yellow)

สีเขียว ผสม สีนํ้าเงิน จะเป็นสีฟ้า (Cyan)

สีนํ้าเงิน ผสม สีแดง จะเป็นสีแดงอมม่วง (Magenta)

ถ้านำแม่สีทั้งสามมาผสมกันจะได้สีขาว การผสมสีในระบบนี้เรียกว่าวิธีบวก (Additive Colour Mixture) ประโยชน์ของการใช้สีแสงนี้สามารถนำมาใช้ในเรื่องของการจัดไฟ ตกแต่งเวที การอัดขยายภาพสี การพิมพ์ภาพสี เป็นต้น

2. ระบบสีวัตถุ (Pigmentary Colour)

ระบบสีวัตถุหรือระบบสีทางเคมี หมายถึง สีที่เกิดจากการผสมกันด้วยเนื้อของสีโดยการระบายลงบนวัสดุรองรับสี เช่น กระดาษ ผ้า ไม้ ฯลฯ สีประเภทนี้ ได้แก่ สีน้ำ สีฝุ่น สีน้ำมัน สีอะคริลิก เป็นต้น สีในระบบนี้จะเกี่ยวข้องกับการผลิตกราฟิก ประกอบด้วยแม่สีหรือสีขั้นที่หนึ่ง (Primary Colour) จำนวน 3 สี ได้แก่ สีแดง (Crimson) สีเหลือง (Gamboges) และสีนํ้าเงิน (Prussian) คุณสมบัติของแม่สีหมายถึง สีซึ่งไม่สามารถหาสีอื่นใดผสมกันเป็นคู่ๆ จะได้สีขั้นที่สอง (Secondary Colour) สีแดงผสม สีนํ้าเงิน เกิดเป็นสีม่วง สีแดง ผสม สีเหลือง เกิดเป็นสีแสด หรือสีส้ม สีเหลือง ผสม สีนํ้าเงิน เกิดเป็นสีเขียว และถ้านำแม่สีทั้งสามมาผสมกันจะเกิดเป็นสีกลาง (Neutral) การผสมสีด้วยเนื้อสีนี้เรียกว่าวิธีลบ (Subtractive Colour Mixture)

จากระบบสีทั้งสองระบบทำให้นักออกแบบและศิลปินต่างพากันหาทางกำหนดทฤษฎีการใช้สีเพื่อให้เกิดความสะดวกต่อการออกแบบโดยประมวลได้ ดังนี้

1. ทฤษฎีสีของแปร็ง (Prang's theory) เป็นการพัฒนาระบบสีวัตถุ โดยนำแม่สีมาผสมกันเกิดเป็นขั้นที่สอง และเมื่อนำสีขั้นที่สองมาผสมกับสีขั้นที่หนึ่งอย่างละ 50 % จะทำให้เกิดเป็น

สีชั้นที่สามขึ้นอีก 6 สี เช่น นำสีแดงมาผสมกับสีส้มทำให้เกิดเป็นสีส้มแดง นำสีแดงมาผสมกับสีม่วงทำให้เกิดสีม่วงแดง นำสีเหลืองมาผสมกับสีส้มทำให้เกิดสีส้มเหลือง นำสีเหลืองมาผสมกับสีเขียวทำให้เกิดเป็นสีเขียวเหลือง นำสีน้ำเงินมาผสมกับสีม่วงทำให้เกิดเป็นสีม่วงน้ำเงิน นำสีน้ำเงินผสมกับสีเขียวทำให้เกิดสีเขียวน้ำเงิน ซึ่งเมื่อรวมจำนวนสีชั้นที่หนึ่ง ชั้นที่สอง และชั้นที่สามแล้วจะมี 12 สี เรียกว่า “วงล้อสี” (Colour Whell)

2. ทฤษฎีสีของมันเชลล์ (Munsell's Theory) มันเชลล์ได้นำสีของรุ้งหรือสเปกตรัมมาใช้ 5 สี โดยตัดสีส้มซึ่งมองไม่ชัดออกไป ได้แก่ สีม่วง สีน้ำเงิน สีเขียว สีเหลือง และสีแดง ซึ่งสามารถผสมให้เกิดเป็นสีชั้นที่สองได้อีก 5 สี รวมเป็น 10 สี และยังกำหนดให้ใช้สีขาวและสีดำมาผสมทำให้เกิดระยะของสีเพิ่มขึ้น 9 ระยะ สีระบบมันเชลล์นี้จึงสามารถผสมสีได้ถึง 360 สี จึงเป็นที่นิยมใช้ในระบบอุตสาหกรรมโดยทั่วไป

3. ทฤษฎีสีของวอลเลอร์ (Waller's Theory) วอลเลอร์ได้สร้างแม่สีขึ้นมา 4 สี ประกอบด้วย สีแดง สีเขียว สีน้ำเงิน และสีเหลือง โดยต่างจากมันเชลล์ตรงที่ไม่มีสีม่วง และนำมาผสมเป็นสีชั้นที่สองได้อีก 4 สี ได้แก่ สีส้ม สีเขียวเหลือง สีน้ำเงินเขียว และสีม่วง

สรุป ทฤษฎีสีได้แบ่งสีออกเป็น 2 ระบบ ได้แก่ ระบบสีแสงตามหลักฟิสิกส์ และระบบสีวัดตามหลักเคมี การนำสีมาใช้ในการออกแบบ ได้มีผู้วางแนวความคิดไว้หลายแนวความคิด ได้แก่ ทฤษฎีสีของแปรง ทฤษฎีสีของมันเชลล์ และ ทฤษฎีสีของวอลเลอร์

องค์ประกอบของสี

ศิริพงษ์ พยอมแย้ม (2537 : 72) ได้กล่าวว่า แต่ละสีย่อมประกอบด้วยองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ตัวสี (Hue) เป็นลักษณะความแตกต่างของสี ซึ่งย่อมแตกต่างกันไปตามความถี่ของคลื่นแสง เช่น สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน เป็นต้น ลักษณะของตัวสีนี้ถือได้ว่าเป็นมิติที่ 1 ของสี

2. ค่าของสี (Value) หมายถึง ความสว่างความมืดของสีแต่ละสี โดยทั่วไปจะกำหนดไว้เป็น 10 ระยะ ตั้งแต่ 0-10 ค่าของสีระยะ 0 จะเป็นสีดำ และระยะ 10 จะเป็นสีขาวในธรรมชาติเมื่อนำลูกบิดเลียดสีเขียวมาวางไว้ในส่วนที่ได้รับแสงจ้าที่สุดจะเห็นเป็นสีขาว แต่ถ้าค่อย ๆ ปิดห้องให้มีมือลงทีละน้อยสีเขียวของสีเขียวของลูกบิดเลียดนั้นจะเห็นค่อย ๆ คล้ำลงจนเมื่อไม่มีแสงสว่างเลย ลูกบิดเลียดนั้นจะเป็นสีดำ ในการผสมสีเพื่อให้เกิดค่าของสีจากตัวสีอาจใช้สีขาวค่อย ๆ ผสมตัวสี ให้ค่อย ๆ คล้ำลงจนเป็นสีดำเรียกว่า “สีเฉด” (Shade) ค่าของสีนี้ถือได้ว่าเป็นมิติที่ 2 ของสี

3. ความเข้มของสี (Chroma) ความเข้มของสีจะมีระดับใดนั้นขึ้นอยู่กับว่าตัวเนื้อสีสามารถสะท้อนความเข้มออกมาได้มากน้อยเพียงไร โดยสามารถวัดออกมาเป็นตัวเลขได้ตั้งแต่ 1,2,4 ไป

ตามลำดับ ยิ่งตัวเลขสูงสีนั้นจะมีความเข้มมาก คุณสมบัติของสีแต่ละสีจะให้ความเข้มได้ไม่เท่ากัน นับเป็นมิติ ที่ 3 ของสี

การที่ผู้ออกแบบจะกำหนดให้สีแต่ละสีมีความสมดุลกัน จำเป็นจะต้องคำนวณจากความสัมพันธ์ระหว่าง พื้นที่ของ x ค่าของสี x ความเข้มของสี โดยแต่ละสีจะต้องมีตัวเลขที่เท่ากัน การใช้สีดังกล่าวจึงเกิดความสมดุลได้ นอกจากนี้ การที่มนุษย์จะรับรู้เรื่องสีได้นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน อาทิ อัตราการสะท้อนแสงของวัตถุ เช่น วัตถุที่มีผิวเรียบย่อมสะท้อนความสดใสของสีได้ดีกว่าวัตถุผิวหยาบ ความเข้มของแสงสว่างที่สะท้อนวัตถุก็มีผลต่อการรับรู้ เช่น แสงสว่างที่มากย่อมให้สีที่สดใสกว่าแสงสว่างน้อย เป็นต้น ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงองค์ประกอบของสี ตลอดจนปัจจัยในการมองเห็นสี เพื่อผลในการออกแบบอย่างมีประสิทธิภาพ

หลักการใช้สี

ในการใช้สีสำหรับงานออกแบบเพื่อให้เกิดผลในการจูงใจและสร้างความสนใจแก่ผู้ดูนั้น ผู้ออกแบบสามารถพิจารณาจากจุดมุ่งหมายของงานออกแบบว่า ต้องการสร้างความรู้สึกต่อผู้ชมอย่างไรและการเลือกใช้สีตามวรรณะ (Tone) หรือกลุ่มสีที่เรียงต่อกันในวงล้อสีให้เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละงาน โดยมีวิธีใช้ดังนี้

1. การใช้สีวรรณะเดียวกัน เป็นการใช้ วรรณะ (Tone) หรือกลุ่มของสีซึ่งอยู่ครึ่งหนึ่งของวงล้อสี (ตามทฤษฎีสีของแปรง) โดยเอาแนวสีเหลืองและสีม่วง เป็นเส้นผ่านศูนย์กลาง สีในกลุ่มที่อยู่ทางซีกสีแดง ได้แก่ สีเหลือง สีส้มเหลือง สีส้ม สีส้มแดง สีแดง สีม่วงแดง และสีม่วง จัดเป็นสีวรรณะร้อน (Warm Tone) เพราะให้อิทธิพลความรู้สึกที่อบอุ่น ตื่นเต้น กระฉับกระเฉง แก่ผู้ดู สำหรับกลุ่มสีที่อยู่ทางซีกสีน้ำเงิน ได้แก่ สีเหลือง สีเขียวเหลือง สีเขียว สีเขียวน้ำเงิน สีน้ำเงิน สีม่วงน้ำเงิน และสีม่วง จัดเป็นสีวรรณะเย็น (Cool Tone) เพราะให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น แก่ผู้ดู จะเห็นว่า สีในแต่ละวรรณะจะมีจำนวน 7 สี โดยสีเหลืองและสีม่วงสามารถที่จะอยู่ได้ทั้งสองวรรณะ ตลอดจนสามารถจูงใจให้ผู้ดูเกิดความรู้สึกคล้ายตามได้ ตัวอย่างเช่น ในการออกแบบภาพสีเกี่ยวกับศาสนาผู้ออกแบบควรใช้สีวรรณะเย็น เป็นต้น

2. การใช้สีต่างวรรณะ เป็นการใช้สีทั้งสองวรรณะเข้าด้วยกันในภาพ โดยที่การใช้สีวรรณะเดียวในภาพแม้ว่าจะทำให้เกิดเอกภาพและความกลมกลืน แต่เมื่อดูภาพนั้นไปนาน ๆ จะทำให้รู้สึกน่าเบื่อหน่าย ดังนั้น ในการสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นในภาพ ผู้ออกแบบจึงควรใช้สีต่างวรรณะเข้าด้วยกัน แต่ก็ไม่ควรใช้สีทั้งสองต่างวรรณะเข้าด้วยกันควรกำหนดให้สีวรรณะใดวรรณะหนึ่งมากกว่าในอัตรา 80% ต่อ 20 % ตัวอย่างเช่น ถ้าต้องการใช้สีกลุ่มวรรณะเย็นในพื้นที่ส่วนใหญ่ก็

ควรเว้นพื้นที่ประมาณ 20 % (ควรเป็นบริเวณจุดแห่งความสนใจ) สำหรับสีวรรณะร้อนซึ่งจะทำให้งานออกแบบดูน่าสนใจและไม่ขาดเอกภาพ

3. การใช้สีตรงกันข้าม สีตรงข้ามจะทำให้ความรู้สึกที่ตัดกันรุนแรง สร้างความเด่น และเร้าใจได้มากแต่หากใช้ไม่ถูกหลัก หรือ ไม่เหมาะสม หรือใช้จำนวนสีมากเกินไป ก็จะทำให้ความรู้สึกพราวมีว ลายตา ขัดแย้ง ควรใช้สีตรงข้าม ในอัตราส่วน 80% ต่อ 20% หรือหากมีพื้นที่เท่ากันที่จำเป็นต้องใช้ ควรนำสีขาว หรือสีดำ เข้ามาเสริม เพื่อ ตัดเส้นให้แยกออกจาก กันหรืออีกวิธีหนึ่งคือการลดความสดของสีตรงข้ามให้หม่นลงไป

สีตรงข้ามมี 6 คู่ได้แก่

สีเหลือง	ตรงข้ามกับ	สีม่วง
สีแดง	ตรงข้ามกับ	สีเขียว
สีน้ำเงิน	ตรงข้ามกับ	สีส้ม
สีเขียวเหลือง	ตรงข้ามกับ	สีม่วงแดง
สีส้มเหลือง	ตรงข้ามกับ	สีม่วงน้ำเงิน
สีส้มแดง	ตรงข้ามกับ	สีเขียวน้ำเงิน

สีตรงข้ามหรือสีคู่ปฏิปักษ์นี้จะมีความขัดแย้งกันอย่างรุนแรงถ้านำมาใช้เข้าด้วยกัน ผู้ดูจะเกิดความรู้สึกขัดแย้งและไม่สนใจ ผู้ออกแบบจึงควรหลีกเลี่ยงการนำสีตรงกันข้ามมาใช้ด้วยกันในลักษณะตรง ๆ ตัวอย่างเช่น ไม่ควรใส่เสื้อสีแดงและนุ่งกระโปรงสีเขียว เป็นต้น แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าผู้ออกแบบนำสีตรงข้ามมาใช้ด้วยกันอย่างมีระบบและหลักการแล้ว การใช้สีตรงกันข้ามนั้นก็กลับจะทำให้งานออกแบบมีคุณค่าและน่าสนใจยิ่งกว่าการใช้คู่ประกอบอื่นๆ หลักในการนำสีตรงกันข้ามมาใช้เข้าด้วยกัน มีดังต่อไปนี้

1. การใช้สีตรงกันข้ามในปริมาณที่สีข้างหนึ่งสีอีกข้างหนึ่งในอัตรา 80 % ต่อ 20% ตัวอย่างเช่น ใช้สีน้ำเงินในพื้นที่ส่วนใหญ่ และใช้สีส้มในพื้นที่ส่วนน้อยบริเวณจุดแห่งความสนใจ

2. การลดความสดไสของสีตรงข้าม การลดความสดไสหรือการฆ่าสี (Colour Break) การลดความสนใจของสีแดงจะต้องนำสีเขียวที่อยู่ตรงข้ามผสมลงในสีแดงเล็กน้อยจะทำให้สีแดงนั้นหม่นลง สีตรงกันข้ามที่ลดความสดไสลงนั้นสามารถนำมาใช้เข้าด้วยกันได้โดยไม่เกิดความรู้สึกขัดแย้ง นอกจากนี้ การลดความสดไสของสียังนำไปใช้แสดงถึงสีส่วนที่เป็นเงาของวัตถุ และวัตถุที่อยู่ระยะไกลได้

3. การใช้สีขาวผสมลงในสีแท้ การผสมสีขาวหรือการทำสีทินดั้นนั้น นับเป็นการลดความเข้มหรือความสดไสของสีแท้ลง สีตรงข้ามที่ผสมด้วยสีขาวจึงสามารถนำมาใช้เข้าด้วยกันโดยไม่เกิดความรู้สึกขัดแย้ง

4. การใช้สีดำผสมลงในสีแท้ การผสมสีดำหรือการทำสีเจดนั้น เป็นการลดความสดใสของสีแท้ให้หม่นหมองลง สีตรงกันข้ามที่ผสมด้วยสีดำจึงสามารถนำมาใช้เข้าด้วยกันโดยไม่เกิดความรู้สึกขัดแย้งได้

5. การใช้ขาวตัดเส้นระหว่างสีตรงกันข้าม สีขาวซึ่งอยู่ระหว่างรอยต่อของสีตรงกันข้ามจะช่วยลดความสนใจของสีแท้ลง ดังนั้น การใช้สีตรงข้ามที่ตัดเส้นด้วยสีขาวจึงอยู่ด้วยกันโดยไม่เกิดความขัดแย้ง

6. การใช้สีดำตัดเส้นระหว่างสีตรงกันข้าม สีดำจะมีผลในการลดความสดใสของสีแท้ ได้เช่นเดียวกับสีขาว และทำให้การใช้สีตรงกันข้ามด้วยวิธีนี้ไม่เกิดความรู้สึกที่ขัดแย้งต่อผู้ดู

7. การใช้สีตรงกันข้ามโดยการปรับค่าระยะของสี สีแท้ซึ่งผ่านการปรับระยะค่าของสีแล้ว จะถูกลดความสดใสของสีลงเป็นลำดับ จนทำให้สีตรงกันข้ามสามารถอยู่ด้วยกันได้โดยไม่ขัดแย้ง

กลุ่มของสีที่ให้ความรู้สึกต่างกัน

นักออกแบบโฆษณาได้ศึกษาและทดลองการใช้กลุ่มของสี จำนวน 3-4 สีในการสร้างความรู้สึกแก่กลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการโฆษณา (Beaumout 1987 : 79-80) สามารถสรุปลักษณะของกลุ่มสี ที่ให้ความรู้สึกต่างกัน ได้ดังนี้

1. กลุ่มสีที่ก่อให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ (Excitement Colour) เหมาะสำหรับการออกแบบประเภทป้ายเตือนให้ระวังอันตราย ได้แก่ สีแดง สีดำ สีเหลือง และสีแสด

2. กลุ่มสีซึ่งแสดงความเป็นผู้หญิง (Feminine Colour) เหมาะสำหรับการออกแบบที่เน้นความเป็นผู้หญิง หรือผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิง ได้แก่ สีชมพู สีฟ้า สีเหลืองอ่อน และสีเขียวอ่อน

3. กลุ่มสีซึ่งแสดงความเป็นผู้ชาย (Masculine Colour) เหมาะสำหรับการออกแบบซึ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ชาย หรือผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชาย ได้แก่ สีดำ สีน้ำเงิน สีเทา และสีแสด

4. กลุ่มสีที่เน้นความสด (Fresh Colour) เหมาะสำหรับการออกแบบที่เน้นความสดของสินค้า เช่น อาหาร เครื่องดื่ม เป็นต้น ได้แก่ สีเหลือง สีเขียวเหลือง และสีน้ำเงิน

5. กลุ่มสีที่แสดงออกถึงสุขภาพ (Healthy Colour) เหมาะสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นด้านสุขภาพ เช่น อาหารเสริม ยา ได้แก่ สีเหลือง สีน้ำตาล และสีเขียว

6. กลุ่มสีที่แสดงออกถึงความน่าเชื่อถือ (Sophisticated Colour) เป็นสีที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบซึ่งต้องการจูงใจให้ผู้ดูเชื่อถือในสินค้า หรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้แก่ สีดำ สีเหลือง สีน้ำตาล และสีทอง

นอกจากนี้ สียังให้ความรู้สึกถึงการเป็นสัญลักษณ์ในแต่ละฤดูกาลต่าง ๆ ได้อีกด้วย ตัวอย่างเช่น สีเขียวใส หมายถึงฤดูใบไม้ผลิ สีเหลืองสด หมายถึง ฤดูร้อน สีส้มหรือสีน้ำตาล หมายถึงฤดูใบไม้ร่วง สีขาวหรือสีน้ำเงิน หมายถึงฤดูหนาว และสำหรับเทศกาลต่างๆ ยังมีการใช้สีเป็นสัญลักษณ์ ในลักษณะสากล ดังนี้ สีแดงและสีเขียวสำหรับเทศกาลคริสต์มาส สีม่วงลาเวนเดอร์ (Lavender) สำหรับเทศกาลอีสเตอร์และสีแดงส้มจีน (Red Tangerine) สำหรับเทศกาลเซนต์พาทริคส์ (St. Patrick's day) เป็นต้น และสีในโทนต่างๆ ยังใช้สื่อถึงความหมาย และอารมณ์ต่างๆ ได้ดังนี้

สีร้อน (สีอุ่น) Warm Colours นับจากโทนสีเหลือง ชมพู แดง ส้ม ม่วง น้ำตาล สีเหล่านี้ให้ความหมายที่เร้าร้อน ก้าวร้าว มีอิทธิพลต่อการดึงดูดและกระตุ้นอารมณ์ได้มากกว่าโทนสีอื่นๆ สีเหล่านี้จะใช้มากกับงานประเภท หัวหนังสือ นิตยสาร แคตตาล็อก ตลอดจนป้ายโฆษณาต่างๆ ซึ่งจะกระตุ้นความสนใจต่อผู้พบเห็นได้เร็ว

สีโทนร้อน คือสีที่ให้ความหมาย รื่นเริง สดชื่น อบอุ่น บาดอารมณ์

สีเย็น (Cool Colors) เริ่มจากสีเทา ฟ้ำ น้ำเงิน เขียว สีโทนนี้จัดอยู่ในสีโทนเย็นให้อารมณ์ความรู้สึก สงบ สะอาด เย็นสบาย

สีขาว (White) คือสีแห่งความสะอาด บริสุทธิ์ ไร้เดียงสา เหมือนกับสำนวนที่ ชอบพูดว่า "เด็กที่เกิดมาเหมือนผ้าขาวที่ยังไม่มีรอยแปดเปื้อน

สีดำ (Black) คือ สัญลักษณ์แห่งความโศกเศร้าและความตาย และบางความหมายใช้แทนความชั่วร้าย ในความหมายของคนยุโรป อเมริกา แทนความเป็นผู้ดี ขริม มั่นคง

สีแดง (Red) คือสีแห่งความกระตือรือร้น เร้าร้อน รุนแรง สะเทือนอารมณ์ มีพลังความสว่างโชติช่วง เป็นสัญลักษณ์แห่งความรัก คึงดูด ความสนใจ หากเป็นสีชมพู ซึ่งความเข้มของสีจะจางลงจะให้ความรู้สึกหวาน โรแมนติก

สีเหลือง (Yellow) คือสีแห่งความสุขสดชื่น ร่าเริงมีชีวิตชีวา เป็นสีที่เข้าได้กับทุกสี

สีเขียว (Green) คือสีของต้นไม้ ใบหญ้า เป็นสัญลักษณ์ของความสงบ เรียบง่าย ความเข้มของสีเขียวให้ความหมายถึงความอุดมสมบูรณ์

สีม่วง (Purple) คือสีแห่งความลึกลับ ซ่อนเร้น เป็นสีที่มีอิทธิพลต่อจินตนาการ และความอยากรู้อยากเห็นกับเด็ก เช่น เรื่องเทพนิยายต่าง ๆ

สีน้ำตาล (Brown) เป็นสีสัญลักษณ์แห่งความร่วงโรยเปรียบเสมือนต้นไม้มีใบร่วงหล่นเมื่อถึงอายุขัย เป็นสีที่ให้ความหมายดูเหมือนธรรมชาติ เช่น สีน้ำตาลอ่อนและสีแก่นของลายไม้

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของสีแบ่งออกเป็น ตัวสี ค่าของสี และความเข้มของสี หลักในการใช้สีให้เกิดคุณค่าต่อการออกแบบ ได้แก่การใช้สีในลักษณะต่อไปนี้ การใช้สีวรรณะเดียว

การใช้สีต่างวรรณะ และการใช้สีตรงกันข้าม นอกจากนี้ การจัดกลุ่มของสีให้มีความรู้สึกต่างกัน ยังเป็นประโยชน์ต่อการโฆษณาได้ตรงตามลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

6. จิตวิทยาการรับรู้ในการออกแบบ

จิตวิทยาการรับรู้กับการจัดองค์ประกอบศิลป์

การออกแบบกราฟิกถือได้ว่าได้เป็นสาขาหนึ่งของงานทัศนศิลป์ซึ่งผู้จะต้องอาศัยประสาทสัมผัสทางตาต่อสิ่งเร้า อันก่อให้เกิดการรับรู้ ถ้าผู้ดูสามารถจดจำการรับรู้ของประสบการณ์และสามารถระลึกถึงพฤติกรรมการรับรู้และตีความหมายต่องานออกแบบได้ 2 ลักษณะโดยจำแนกตามกลุ่มนักจิตวิทยา ดังนี้ (ศิริพงศ์ พยอมแย้ม 2537 : 64)

1. กลุ่มทฤษฎีการวางเงื่อนไขสิ่งเร้าและการตอบสนอง (S-R Theory) โดยการเชื่อว่ามนุษย์จะสนใจต่อสิ่งเร้า (ปัญหา) และจะหาทางตอบสนอง (แก้ปัญห) ดังนั้น ในการจัดองค์ประกอบศิลป์ผู้ออกแบบจึงไม่จำเป็นต้องออกแบบให้ผู้ดูมองเห็นภาพทั้งหมดอย่างชัดเจน แต่อาจนำเสนอเพียงบางส่วนซึ่งจะทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้าให้ผู้ดูมองเห็นภาพเกิดความสนใจและพยายามทำความเข้าใจต่อสิ่งที่ผู้ออกแบบไม่ได้แสดง ตัวอย่างเช่น การนำบางส่วนของร่างกาย ได้แก่ มือ ปาก ตา มาใช้ในการออกแบบโดยที่ผู้ดูย่อมตีความไปได้ถึงลักษณะของคนทั้งหมดในการออกแบบลักษณะนี้อาจเกิดปัญหาแก่ผู้ดูในกรณีผู้ดูขาดประสบการณ์พื้นฐานในสิ่งนั้น เช่น ผู้ดูไม่เคยรู้จักโทรศัพท์มาก่อน เมื่อผู้ออกแบบนำบางส่วนของโทรศัพท์มาเสนอผู้ดูจะเกิดความรู้สึกสับสนและไม่เข้าใจได้ การเกิดการลวงตา (Visual Illustration) เกิดจากการตีความต่อสิ่งเร้าผิดพลาดหรือการติดแน่นกับประสบการณ์การรับรู้เดิม

2. กลุ่มทฤษฎีสันนาม หรือ กลุ่มเกสตัลท์ นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้มีความเชื่อว่า ผู้ดูสามารถตีความต่องานออกแบบเมื่อได้เห็นภาพรวมของงานออกแบบมากกว่าการเห็นที่ส่วนย่อยซึ่งพอจะสรุปทัศนะต่อการออกแบบได้ดังนี้

2.1 การมองเห็นรูปและพื้นภาพ การที่ผู้ดูจะแยกแยะว่าพื้นที่บริเวณใดเป็นตัวรูป และพื้นที่บริเวณใดเป็นพื้นอาศัยหลักการดังต่อไปนี้

2.1.1 ผู้ดูจะตีความว่าบริเวณพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นและพื้นที่ส่วนน้อยจะเป็นรูป

2.1.2 บริเวณที่ถูกล้อมรอบ ผู้ดูจะรู้สึกว่าเป็นตัวรูป และบริเวณที่เป็นตัวล้อมรอบจะเป็นบริเวณพื้น

2.2 การจัดหมวดหมู่การรับรู้ นักจิตวิทยาในกลุ่มเกสตัลท์ที่มีความเชื่อว่าผู้ดูจะตีความต่องานออกแบบให้เกิดเป็นภาพได้ในลักษณะต่อไปนี้

2.2.1 กฎแห่งความใกล้ชิด ผู้ดูมีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งที่อยู่ใกล้ชิดกันเป็นภาพเดียวกัน เช่น การที่นักดาราศาสตร์มองเห็นกลุ่มดาวที่อยู่ใกล้ชิดกันเป็นรูปภาพต่างๆ

2.2.2 กฎแห่งความคล้ายคลึงกัน ผู้ดูมีแนวโน้มที่จะรับรู้องค์ประกอบที่คล้ายคลึงกันจะเป็นภาพเดียวกัน

2.2.3 กฎแห่งความต่อเนื่อง ผู้ดูจะรับรู้องค์ประกอบที่มีความต่อเนื่องกัน ย่อมเกิดเป็นภาพได้ง่ายกว่า องค์ประกอบที่ขาดการต่อเนื่อง

2.2.4 กฎการประสานสนธิ ภาพที่ใกล้จะเสร็จสมบูรณ์หรือการความสมบูรณ์เพียงเล็กน้อยย่อมทำให้ผู้รับว่าเป็นภาพที่สมบูรณ์ได้ในบางครั้งอาจทำให้เกิดความรู้สึกร่วมกันระหว่างรูปและพื้น เช่น ภาพวัว ผู้ดูอาจเห็นเป็นหน้าวัว โดยมีลำตัวอยู่ด้านขวามือเป็นสีขาว หรืออาจเห็นเป็นลำตัวด้านซ้ายมือก็ได้

สรุปได้ว่า การออกแบบในการจัดองค์ประกอบศิลป์ เป็นการจัดการกระทำต่อองค์ประกอบของงานออกแบบเพื่อให้เกิดคุณค่าทางความงาม แบ่งออกเป็นองค์ประกอบมูลฐานของการออกแบบ ได้แก่ เส้น จุด รูปร่าง แสงเงา ช่องว่าง สี ลักษณะพื้นผิว เป็นต้น หลักการออกแบบ ได้แก่ การเน้น ความสมดุล เอกภาพ จังหวะและความเรียบง่าย จิตวิทยาในการรับรู้ย่อมมีผลต่อการจัดองค์ประกอบศิลป์ เนื่องจากการออกแบบจะเกิดผลสมความต้องการหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับการศึกษาตามจิตวิทยาการรับรู้ของผู้ดูเป็นสำคัญ

สิ่งเร้าและการรับรู้

เป็นที่ทราบกันคืออยู่แล้วว่าในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียนที่เกิดการเรียนรู้ได้นั้นเนื่องจากมีสิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการตอบสนอง พะยอม วงศ์สารศรี (2526 : 36-37) กล่าวว่า

สิ่งเร้า (Stimulus) เป็นต้นเหตุแสดงพฤติกรรม หรือกล่าวได้ว่าเป็นตัวกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมออกมา สิ่งเร้าแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สิ่งเร้าภายนอก (External Stimulus) ได้แก่ วัตถุ คน สิ่งของ สัตว์ รวมทั้งหลักศีลธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีในสังคม สิ่งเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมที่ต่างกันออกมา

2. สิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) ได้แก่ สิ่งแวดล้อมภายใน ซึ่งได้แก่การกระทำของอวัยวะต่างๆ ในร่างกายมนุษย์ที่เป็นสาเหตุให้มนุษย์กระทำพฤติกรรมนั้นๆ

จึงเห็นได้ว่าสิ่งเร้ามีส่วนสำคัญต่อกระบวนการเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียน เมื่อมีสิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ของผู้เรียน เมื่อมีสิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ได้นั้น จะต้องมีการรับรู้เกิดขึ้นก่อน เพราะ การรับรู้เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ การรับรู้เป็นหนทางที่นำไปสู่ การแปลความหมายที่เข้าใจกัน ได้ การรับรู้จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิด ความคิดรวบยอด ทักษะคิด ของมนุษย์อันเป็นส่วนสำคัญยิ่งในกระบวนการเรียนการสอนและการใช้สื่อการสอน(ฉลองชัย สุรวัดนบูรณ์ 2528 : 8)

กิบสัน (Gibson, อ้างถึงใน ศิริยงค์ ฉัตรโท 2539 : 16) ได้กล่าวถึงการรับรู้ไว้ว่า “การรับรู้ เป็นกระบวนการที่รับข้อมูลโดยตรงจากโลกที่อยู่รอบตัว การรับรู้มีด้านที่เกี่ยวกับปรากฏการณ์ ซึ่งเป็นความตระหนักถึงเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นในสภาวะแวดล้อม และด้านที่เกี่ยวกับการตอบสนอง ซึ่งได้แก่การตอบสนองแบบแบ่งแยก และการตอบสนองแบบเลือกสรร ต่อสิ่งเร้าที่อยู่ในสภาวะแวดล้อม รอบๆ ตัวเรา”

ศิริยงค์ ฉัตรโท (2539 : 6) ได้กล่าวว่า “การรับรู้เมื่อถูกกระตุ้นด้วยในสภาพแวดล้อมของการนำเสนอ เกิดเป็นกระบวนการสื่อสารหรือสื่อความหมายร่วมกันของมวลมนุษย์ เป็นการถ่ายทอดความรู้สึคนึกคิด ความเห็น ความรู้วิทยาศาสตร์ และอื่นๆ ต่อกัน โดยที่มนุษย์ใช้ระบบประสาทสัมผัสทั้ง 5 เป็นช่องทางรับรู้ข่าวสารซึ่งกันและกัน”

ชัยงค์ พรหมวงศ์ (2520 :74) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ผลของการวิจัยปรากฏว่า มนุษย์เรียนรู้ได้ดีที่สุดและรองลงมาตามลำดับ ด้วยประสาทสัมผัสดังต่อไปนี้คือ จักขุสัมผัส ร้อยละ 75 โสตสัมผัส ร้อยละ 13 การสัมผัส ร้อยละ 6 ชิวหาสัมผัส ร้อยละ 3 และ ฆาษสัมผัส ร้อยละ 3 หมายความว่า การรับรู้ของความรู้สึกรวมจาก จักขุสัมผัสถึงร้อยละ 75 ซึ่งสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น

ดังนั้นอาจสรุปกล่าวได้ว่า การเชื่อมโยงข้อมูลจากวัตถุหรือเหตุการณ์แต่ละอย่าง สามารถให้ข้อมูลที่รับรู้ทางประสาทสัมผัส เช่น เมื่อมองดูด้วยตาจะรับรู้วัตถุอย่างหนึ่ง แต่เมื่อฟังเสียงหรือแตะต้องวัตถุนั้นก็จะได้ข้อมูลอีกอย่างหนึ่ง สิ่งที่มีมองเห็นได้ยินและสัมผัสจะสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

มีนักทฤษฎีการรับรู้ อย่างน้อย 2 กลุ่ม ที่มองมนุษย์ในฐานะที่เป็นระบบพุทธิปัญญา (The Nature of the Human Cognitive System) ดังนี้

1. กลุ่มนักประมวลข้อมูล (The Information Processing View) นักทฤษฎีกลุ่มนี้เปรียบสมองมนุษย์เหมือนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีระบบการทำงานสลับซับซ้อน สมองมนุษย์จะมีโปรแกรมต่างๆ สำหรับกระทำต่อข้อมูลที่รับเข้ามา มีการสร้าง การรับ การเปลี่ยน การเก็บและการนำข้อมูลออกมาใช้

2. กลุ่มเพียเจต์ (The Piagetian View) นักทฤษฎีกลุ่มนี้มองมนุษย์ว่าเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความสลับซับซ้อน มีกิจกรรมทางปัญญาตลอดเวลาในการเลือกรับและแปลความหมายของ

สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างเป็นความรู้ของตนเอง มนุษย์ไม่ได้หยุดนิ่งหรือเป็นผู้รับข้อมูล ตามที่มีการนำเสนอเข้าสู่ประสาทสัมผัสเท่านั้น เมื่อได้รับข้อมูลใหม่เข้ามา มนุษย์จะทำการปรับและตีความหมายของข้อมูลใหม่ตามความรู้เดิมที่มีอยู่และตามความเป็นจริงของสิ่งเร้า แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างทางความคิดของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาขึ้นตามลำดับ

นอกจากนี้ กระบวนการรับรู้ ยังสามารถใช้เป็นประโยชน์ในการเรียนการสอนด้วย ดังนี้ เฟลมมิ่ง (Fleming 1979 : 3) ให้ข้อเสนอแนะว่า มีเหตุผลหลายประการที่นักออกแบบเพื่อการเรียนการสอนจำเป็นต้องรู้ และนำหลักการของการรับรู้ไปประยุกต์ใช้ กล่าวคือ

โดยทั่วไปสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็น วัตถุ บุคคล เหตุการณ์ หรือความสัมพันธ์อันก่อให้เกิดการรับรู้ที่ดีกว่า ย่อมทำให้จดจำได้ดีอีกด้วยในการเรียนการสอนจำเป็นต้องระมัดระวังในการเกิดการรับรู้ผิดพลาด ไม่ตรงประเด็น ทำให้นักเรียนไม่เข้าใจในสิ่งที่ต้องเรียนรู้เพื่อเสนอสื่อในการเรียนการสอน ซึ่งใช้แทนหรือนำมาซึ่งข้อเท็จจริงต่างๆ ที่จำเป็นต้องรู้ว่าจะอย่างไรจึงจะเกิดการรับรู้ในข้อเท็จจริงนั้นได้อย่างเพียงพอ จะเห็นได้ว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้า การแสดงพฤติกรรมการเรียนการสอน รวมถึงการนำเสนอประสบการณ์มาเป็นส่วนประกอบในการเกิดการรับรู้ด้วย ภาพทัศนกราฟิก และเทคนิคต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เรียนได้รับรู้ในเนื้อหาของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งในบางครั้งอาจจำเป็นที่จะต้องใช้ประสบการณ์รองแทนประสบการณ์ตรง เช่น ใช้ในการวาดภาพ หนังสือเรียน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่ผลิตด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อให้เกิดประสบการณ์ใกล้เคียงกับของจริง ซึ่งทำให้เกิดการรับรู้ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพสูงสุด

หลักการสร้างความสนใจ

วรพงษ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2538 : 150) ซึ่งได้อธิบายถึงหลักการสร้างความสนใจว่า

1. การเสนอด้วยรูปแบบของคำถาม เป็นการสร้างความสนใจได้วิธีหนึ่ง คือการกำหนดเป็นในรูปของคำถาม โดยปกติคนเรามักจะมีความอยากรู้อยากเห็นกับสิ่งแปลกใหม่ สิ่งที่เป็นข้อสงสัย ความเป็นนักคิดนักแก้ปัญหาของมนุษย์โดยธรรมชาติจึงให้ความสนใจมากขึ้นต่อสิ่งที่ยังไม่รู้อย่างไร การสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นในรูปแบบของคำถามเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่จะเร้าใจให้ผู้ดูเฝ้าติดตามหรือคิดต่อ ทั้งนี้ผู้ออกแบบจะต้องวางแผนงานออกแบบกราฟิกให้สอดคล้องกันไปด้วยทั้งรูปแบบภาพ รูปภาพตัวอักษร รายละเอียดข้อความ และเนื้อหาของภาพทั้งหมด

2. การชี้แจงรายละเอียด การนำเสนออีกแบบหนึ่ง คือการบอกรายละเอียดเนื้อหา เป็นการสร้างความสนใจแก่ผู้ดู โดยการให้ข้อมูลเพิ่มเติมผู้บริโภครายกลุ่มจะได้รับความรู้จากสื่อที่พบเห็น การนำเสนอแบบนี้มักนิยมใช้กับงานที่เป็นข่าวสารใหม่ เทคโนโลยีใหม่ หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าชิ้นใหม่ หรือรุ่นใหม่

3. การขอร้อง เป็นการสร้างความสนใจด้วยวิธีการที่นุ่มนวลในการรณรงค์เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ นิยมใช้การขอร้องเป็นการโน้มน้าวใจให้ทำตามหรือมีทัศนคติคล้ายตาม

4. การแนะนำให้คล้ายตามหรือรับทราบ เป็นการชี้แนะแนวทางใหม่ๆ หรือกำหนดทิศทางใหม่ให้ผู้เกิดทัศนคติคล้ายตามหรือปฏิบัติตามหรือให้รับรู้ในข้อมูลข่าวสารนั้น

5. การชักชวน ตามธรรมชาติของมนุษย์มักจะยอมรับและคล้ายตามตามการชักชวนของผู้อื่น โดยเฉพาะถ้าผู้ชักชวนเป็นบุคคลที่เป็นการยอมรับด้วยแล้ว การชักชวนย่อมเกิดสัมฤทธิ์ผลเป็นอย่างสูง การใช้ถ้อยคำภาษาการออกแบบตัวอักษร ต้องคำนึงถึงรูปแบบที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือด้วย

6. การสร้างปริศนา ความสงสัยในปริศนาที่ผู้ออกแบบได้สร้างหรือกำหนดขึ้น ย่อมเป็นการท้าทายให้ผู้บริโภคเกิดความอยากรู้อยากเห็น และอยากทดลองในปริศนานั้น การสร้างปริศนาที่ดีต้องไม่ซับซ้อนเกินไป ภาพต้องเป็นปริศนาที่น่าสนใจ ไม่เป็นภาพลักษณะนามธรรมจนเกินไป และมีความคมชัด ชวนมองด้วย

7. การเสนอลักษณะท้าทาย การท้าทายเป็นกลยุทธ์ที่ยั่วให้ผู้หรือผู้บริโภคมีความรู้สึกอยากเข้าไปมีส่วนร่วมต่อเงื่อนไขตามสาระ หรืออยากเอาชนะต่อสิ่งที่ท้าทายตามข้อมูลที่นำเสนอ ในลักษณะของการท้าทายผู้ออกแบบจะต้องระมัดระวังการใช้ถ้อยคำและการคัดเลือกอย่างละเอียดถี่ถ้วน

สรุปได้ว่า หลักการสร้างความสนใจเป็นการสร้างวิธีการเพื่อโน้มน้าวใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยใช้หลักการเสนอด้วยรูปแบบคำถาม ชี้แจงรายละเอียด การขอร้อง การแนะนำให้คล้ายตามรับทราบ ชักชวน สร้างปริศนา และการเสนอลักษณะตามเงื่อนไข

จิตวิทยาการโน้มน้าวใจ

แนวคิดหลักของการออกแบบงานกราฟิก ย่อมมีจุดหมายปลายทางคือการรับรู้และกระทำตามข้อมูลและสาระที่นำเสนอ การโน้มน้าวใจผู้บริโภคจะต้องดำเนินตามจังหวะและเป็นขั้นเป็นตอน ตั้งแต่การให้ความสนใจและพึงพอใจในสื่อสาระนั้น และควรจะต้องให้เกิดการยอมรับหรือมีความเชื่อมั่น และยอมเปลี่ยนทัศนคติเดิมให้คล้ายตามไปจนถึงขั้นได้ยอมต้องอาศัยวิธีการบางประการ ดังที่อริสโตเติลได้กำหนดหลักการโน้มน้าวใจไว้เป็น 3 วิธีคือ

1. Ethos คือการโน้มน้าวใจโดยใช้ตัวบุคคล การที่ใช้ตัวบุคคลในการอ้างอิงหรือนำมาเป็นภาพประกอบการออกแบบให้ปรากฏอยู่ในสื่อต่างๆ สามารถแบ่งออกได้ เป็น 3 กลุ่มด้วยกันคือ

1.1 การโน้มน้าวใจโดยเชื่อถือกลุ่มผู้ผลิตสื่อหรือผลิตผู้ผลิตสินค้าในกรณีที่เป็นกรออกแบบโฆษณาสินค้า

1.2 การโน้มน้าวใจโดยเชื่อถือกลุ่มบุคคลผู้ให้ข่าวสารหรือผู้โฆษณา

1.3 การโน้มน้าวใจโดยเชื่อถือกลุ่มหรือบุคคลที่ปรากฏอยู่ในข้อมูล ข่าวสาร หรือในสื่อโฆษณาในกรณีนี้ บุคคลที่นำมาปรากฏในการอ้างอิงจะต้องเหมาะสมกับองค์ประกอบอื่นๆ ด้วย และมักนิยมสรรหาบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนทั่วไป

2. Pathos คือการโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์ การรู้จักถึงอารมณ์ของแต่ละคนแต่ละกลุ่มแต่ละเพศ แต่ละวัยก็จะสามารถสร้างกลยุทธ์ที่จะทำให้เกิดแรงจูงใจได้อย่างดี มาสโลว์ (A.H.Maslow) ได้กล่าวถึงความรู้สึกต้องการขั้นพื้นฐานไว้เป็น 5 ลำดับขั้นตอนด้วยกันคือ

2.1 ความต้องการร่างกาย (Physiological Needs)

2.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)

2.3 ความต้องการความรักและการมีส่วนร่วมในสังคม (Belongingness and Love Needs)

2.4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs)

2.5 ความต้องการความสำเร็จ (Self Fulfillment Needs)

ความรู้สึก ความต้องการของมนุษย์จะเริ่มต้นจากความต้องการทางร่างกายและจะต้องการเพิ่มขึ้นตามลำดับขั้น จากลำดับแรกไปสู่ลำดับที่ห้า (ความต้องการ ความสำเร็จ)

นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดเชิงจิตวิทยาอีกหลายกรณีที่น่าสนใจ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิด และมีผลให้เกิดแรงกระตุ้นในการกระทำตามหรือแสดงออกอย่างไร อย่างหนึ่งหรือเป็นการหว่านล้อมให้คนเกิดความเชื่อถือ อันได้แก่

พวกมากลากไป เป็นลักษณะของการอ้างว่าทุกๆ คน ทุกสังคมนิยมใช้นิยมทำ เพื่อให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามและกระทำตามไปด้วย

ลักษณะชาตินิยม ได้แก่การสร้างความรู้สึกด้วยการดลใจให้สำนึก ในความรักชาติ รักถิ่นและสังคมของตน เช่น พลังไทย...เพื่อไทย หรือไทยทำ...ไทยใช้ เป็นต้น

การเข้าหามวลชน คือลักษณะของการโน้มน้าวบรรยากาศไปสู่กลุ่มมวลชนหรือชาวบ้าน เพื่อดึงความรู้สึกของคนเหล่านั้นให้เข้ามาเป็นกลุ่มเป็นพวก เช่นจักรยานดี..ขวัญใจคนจน

การเน้นลักษณะเด่นเฉพาะบุคคล เพื่อเป็นการเน้น การยกย่องให้เกิดความภาคภูมิใจและพร้อมที่จะมีส่วนร่วมด้วย

การอ้างเป็นพวกเดียวกัน เป็นการเสนอแนวทางของสาระข้อมูลในลักษณะที่ผู้ส่งข้อมูลกับผู้บริโภคเป็นพวกเดียวกัน มักใช้คำพูดว่า “เรา” เช่น เรารักคุณเท่าฟ้า

ความกลัว เป็นการนำเสนอให้ผู้ดูหรือผู้บริโภครู้สึกเกิดความกลัวตามที่เสนอแนะสาระข้อมูล และกระทำตาม เช่น “ตัดก่อนตาย เตือนก่อนสาย เตือนก่อนนายवाद”

การอำพรางบางส่วน เป็นการนำเสนอเฉพาะส่วนที่ดีของสิ่งนั้นๆ เพื่อโน้มน้าวให้เกิดความรู้สึกว่า สิ่งที่ยกออก สิ่งที่ดีมากเกินไปหรือดีไปหมด

การอ้างชื่อสนับสนุน การใช้ชื่อของบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของบุคคลของสังคม หรือกลุ่มเป้าหมายชื่อชอบมาสนับสนุนงานที่นำเสนอ เช่น การอ้างชื่อบุคคลเด่นๆ ดารา นางงาม เป็นต้น

การช่วยอุปสรรคสัมผัส ได้แก่การสร้างสิ่งแปลกใหม่ การใช้สิ่งสวยงาม มหัศจรรย์ เช่น ภาพอาหารน่ารับประทาน ทิวทัศน์สวยงาม ผู้หญิงสวยเด็กน่ารัก ฯลฯ

จิตวิทยาด้านภาษา ได้แก่การใช้ถ้อยคำสำนวนของภาษาที่ไพเราะ การสร้างคำขวัญ การใช้ภาษา ต่างประเทศบ้างคิดปน หรือการใช้ภาษาพื้นฐาน หรืออาจเป็นการสร้างคำใหม่ๆ ซึ่งจะทำให้เกิดความแปลกในการเห็นได้ขึ้นและเกิดความสนใจตามมา

การเน้นเกิดความจริง เพื่อดึงดูดความน่าสนใจโดยไม่นึกถึงหลักความจริง เช่น ตำรวจในพริบตา สุขจนลืมตา

3. Logos คือ การโน้มน้าวใจโดยใช้เหตุผล การใช้เหตุผลมาอ้างเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความรู้สึกที่คล้อยตาม ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่เหมาะสมแก่ผู้มีการศึกษา ซึ่งต้องการศึกษาถึงสาระข้อมูลที่เหมาะกับเหตุผลและเงื่อนไขอื่นๆ ที่มีความเป็นไปได้ การอ้างเหตุผลสามารถนำเสนอได้หลายลักษณะ ได้แก่

3.1 การอ้างเหตุผลแบบนิรนัย (Deduction) คือการอ้างสิ่งที่เป็นที่ยอมรับของสังคม เพื่อโยงสิ่งที่ต้องการเสนอให้ครอบคลุมไปกับสิ่งที่เป็นเหตุผลที่ยอมรับแล้ว

3.2 การอ้างเหตุผลแบบอุปนัย (Induction) คือการอ้างเหตุผลถึง บางคน บางกลุ่ม บางสิ่งเท่านั้นเพื่อยืนยันมาเป็นข้อสรุป

3.3 การอ้างเหตุไปสู่ผลหรือผลไปสู่เหตุ เป็นการสร้างแรงจูงใจให้เกิดความน่าเชื่อถือ โดยไม่ต้องพิจารณารายละเอียดมากนัก เมื่อเหตุผลมีความสมจริง สมจริง

การตัดสินใจที่จะใช้แนวทางใดในการออกแบบนั้นถือได้ว่ามีความสำคัญยิ่งการโน้มน้าวใจอาจเน้นด้วยภาพหรือข้อความสำนวนภาษา หรือทั้งสองอย่าง พร้อมๆ กัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสถานการณ์และวัตถุประสงค์ที่ผู้ออกแบบจะต้องตัดสินใจอย่างรอบคอบ เรื่องของจิตวิทยาเป็นเรื่องละเอียดอ่อน การใช้หลักการได้ดี จะส่งผลในทิศทางที่ดี และอาจเกิดผลในทางตรงกันข้ามเมื่อขาดการพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วน

จะเห็นได้ว่าบทบาทของสื่อที่จะทำให้เกิดกระบวนการสื่อสารอย่างครบวงจร นั้นต้องอาศัยปัจจัยหลายสิ่งหลายอย่างที่ผู้ออกแบบจะต้องนำมาขบคิดกันก่อนตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของจิตวิทยาการรับรู้ และการสื่อความหมายหลักการ ทฤษฎีแนวคิดต่างๆ ดังกล่าวแล้วจะเป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยผลักดันให้งานออกแบบไปสู่เป้าหมายอย่างไม่ลำบาก

แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

ความหมายของคำว่า “วัยรุ่น” แปลว่าการเจริญเติบโตก้าวพ้นจากการเป็นเด็กไปสู่การเป็นผู้ใหญ่ โดยที่เด็กผู้หญิงเข้าสู่วัยรุ่นอายุประมาณ 13-15 ปี เด็กผู้ชายเริ่มเป็นวัยรุ่น อายุประมาณ 15 ปี และทั้งสองเพศจะสิ้นสุดการเป็นวัยรุ่นเมื่ออายุ 21 ปี โดยมีการพัฒนาดังนี้

1. วัยรุ่นตอนต้น อายุ 13-15 ปี ร่างกายจะมีการพัฒนาความเจริญเติบโตอย่างสมบูรณ์
2. วัยรุ่นตอนกลาง อายุ 15-18 ปี เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงทางจิตและความรู้สึกนึกแบบค่อยเป็นค่อยไป
3. วัยรุ่นตอนกลาง อายุ 18-21 ปี เริ่มมีการพัฒนาทางจิตใจมากกว่าทางร่างกายวัยนี้จะพยายามแสวงหาความรู้ที่ประโยชน์ต่อการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม

การเปลี่ยนแปลงของวัยรุ่นมีผลต่อการดำเนินชีวิตในอนาคต หากวัยรุ่นไม่ได้รับการตอบสนองก็อาจเกิดภาวะความคับข้องใจและจะทำให้เกิดปัญหาในด้านการปรับตัวก็ได้ ดังนั้นความต้องการและความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ของวัยรุ่น ก็จะส่งให้เกิดการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการของตนเองภาวะของเด็กวัยรุ่น ได้แก่ การเจริญเติบโตในทางชีวะสรีระและจิตวิทยา โดยเด็กวัยรุ่นจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นวัยแห่งการเสริมสร้างคือความเจริญเติบโตทางร่างกายเป็นไปอย่างรวดเร็ว เช่น ความสูง น้ำหนัก เป็นต้น
2. เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง คือมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งร่างกาย ความสนใจและความเห็นต่างๆ
3. เป็นวัยที่มีความคิดอย่างเป็นอิสระ มีความคิดที่จะพึ่งตนเอง และคิดต่อต้านผู้ใหญ่อยากลองดี ชอบความก้าวร้าว
4. เป็นวัยที่ต้องเผชิญปัญหา เป็นวัยวิกฤต เกิดความขัดแย้งอยู่ในใจ การตัดสินใจเป็นไปอย่างรวดเร็ว แสดงออกด้วยอารมณ์รุนแรง

ความสนใจของวัยรุ่น

ความสนใจของวัยรุ่นแต่ละคนขึ้นอยู่กับเพศ สติปัญญา สภาพแวดล้อม โอกาสในการเรียนรู้ ความสนใจของกลุ่มเพื่อนและความสนใจของครอบครัวและปัจจัยอื่น ๆ

กันยา สุวรรณแสง (2536 : 73) ได้แบ่งความสนใจวัยรุ่น ดังนี้

1. ความสนใจทางสังคม (Social Interests) ในระยะวัยรุ่นตอนต้น เพศหญิงมีความสนใจในการพบปะสนทนากันมากกว่าเพศชายเพราะเพศหญิงจะเข้าสู่วัยรุ่นเร็วกว่าเพศชาย 1-2 ปี เพศหญิงชอบคุยเกี่ยวกับงานเลี้ยง เพศตรงข้ามเรื่องตลกขบขัน หนังสือ ภาพยนตร์ ดนตรี กีฬา ครูอาจารย์ และเพื่อน ๆ ที่โรงเรียน ส่วนวัยรุ่นชายพูดคุยเรื่องกีฬา ภาพยนตร์ เพศตรงข้ามและเรื่องการเมือง นอกจากนี้ทั้งวัยรุ่นชายหญิงยังสนใจในชีวิตความเป็นอยู่ของบุคคลในสังคมด้วย

2. ความสนใจส่วนบุคคล (Personal Interests)

2.1 ความสนใจในการแต่งกาย เช่น การรักสวยรักงามของวัยรุ่นหญิง

2.2 ความสนใจในสุขภาพ ได้แก่ การกิน การป้องกัน โรคภัยไข้เจ็บ

2.3 ความสนใจในเพศตรงข้าม เช่น การปรับปรุงตัวให้เข้ากับเพศตรงข้าม

2.4 ความสนใจที่จะแสวงหาความเป็นอิสระในตัวเอง

2.5 ความสนใจในการอาชีพเพื่อวางแผนอาชีพในอนาคต

2.6 ความสนใจในศาสนา การรู้ตัวรู้ชั่ว

2.7 ความสนใจในการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เกมกีฬา อ่านหนังสือ ดูภาพยนตร์ ฟังวิทยุ และดูโทรทัศน์

ความต้องการและความสนใจของวัยรุ่นดังที่ได้กล่าวมาสรุปได้ว่า ความต้องการและความสนใจมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตในอนาคตซึ่งหากวัยรุ่นไม่ได้รับการตอบสนองก็อาจเกิดภาวะข้องใจและจะทำให้เกิดปัญหาในด้านการปรับตัวได้ ดังนั้น ความต้องการและความสนใจในสิ่งต่างๆ ของวัยรุ่นก็จะส่งผลให้เกิดการเปิดรับข่าวสารจากสังคมรอบข้างเพื่อสนองความต้องการของเขานั่นเอง)

7. ความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction) ได้มีการศึกษามาตั้งแต่ช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 โดยเกิดขึ้นในประเทศอังกฤษ ยุโรป รวมทั้งในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเรื่องที่สำคัญที่นิยมศึกษา ได้แก่ การมุ่งตอบคำถามที่ว่าทำอะไรจึงจะเอาชนะความจำเจและความน่าเบื่อของงาน และช่วงตอนต้นศตวรรษที่ 20 มีการเสนอแนะเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจ โดยการจ่ายอัตราค่าจ้างการทำงานเป็นรายชิ้น การมีช่วงเวลาในการพักจากการทำงาน การทำให้งานมีความแตกต่างหลากหลายกันออกไป เน้นการสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เป็นต้น ซึ่ง

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจก็ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

“พึง” เป็นคำช่วยกริยาอื่น หมายความว่า ควร เช่น พึงใจ หมายความว่าพอใจ ชอบใจ

“พอ” หมายความว่า เท่าที่ต้องการ เต็มความต้องการ ถูกชอบ

ดังนั้น เมื่อนำคำมาผสมกัน “พึงพอใจ” จะหมายความว่าถึง ชอบใจ ถูกใจตามที่ต้องการ

จนถึงปัจจุบันจากการสำรวจถึงแนวความคิดเกี่ยวกับ “ความพึงพอใจ” ของ Oskamps (อ้างถึงใน นิตยสาร คงสุข 2535 : 20 – 22) พบว่า ความพึงพอใจมีความหมายอยู่ใน 3 นัย คือ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลปฏิบัติจริง ได้เป็นไปตามที่บุคคลได้คาดหวังไว้

2. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ

3. ความพึงพอใจ หมายถึง การทำงานได้เป็นไปตาม หรือตอบสนองต่อคุณค่าของบุคคล

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

อุทัย หิรัญโต (2523 : 272) กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ทำให้ทุกคนเกิดความสบายใจเนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของเขา และทำให้เกิดความสุข

อมร รักษาสัตย์ (2522 : 12) มีความเห็นว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นมาตรการอย่างหนึ่ง ที่ใช้วัดประสิทธิภาพของการบริหารงานได้ เพราะการจัดบริการของรัฐนั้นมีใช้สักแต่จะทำให้เสร็จ ๆ ไป แต่หมายถึงการให้บริการอย่างดีเป็นที่พอใจของประชาชน

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ (2527 : 31) กล่าวไว้ว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น”

สุภัททา ปิณฑะแพทย์ (2532 : 71) ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจ คือ อารมณ์ ซึ่งเป็นสภาวะของร่างกายในขณะที่มีความรู้สึกเกิดขึ้น”

ภิญโญ สาทร (2537 : 271 – 272) ได้สรุปความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจของบุคคลเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับประโยชน์ที่ได้รับ และในขณะเดียวกันก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ชอบหรือพอใจต่อองค์ประกอบ และสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ

หุสย จำปาเทศ (2538 : 8) กล่าวว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมากี่จะมีความสุขสังเกตได้จากส่ายตา คำพูดและการแสดงออก”

ระวัง เนตรโพธิ์แก้ว (2542 : 187) อธิบายความพึงพอใจไว้ว่า เป็นสภาวะของการมีอารมณ์ที่ดี เกิดขึ้นจากการประเมิเหตุการณ์แล้วมีความรู้สึกชอบด้วยความยินดีทั้งร่างกายและจิตใจ ทำให้มีความปลาบปลื้มและมีความสุขกายสุขใจ

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

จากที่กล่าวว่า จะเห็นได้ว่ามีผู้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ไว้แตกต่างกัน แต่สามารถที่จะกล่าวโดยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึก หรือทัศนคติซึ่งเป็นผลรวมของความรู้ ความเข้าใจ อารมณ์ และพฤติกรรมที่บุคคลได้แสดงออกมาในเชิงของการประเมินค่า ต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในลักษณะที่เป็นเชิงบวกว่ามีความสุข หรือไม่มีความสุข เมื่อได้รับสิ่งที่ตรงตามความคาดหวัง ตรงตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการหรือตามแรงจูงใจของตน

การวัดความพึงพอใจ

เนื่องจากความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมและค่อนข้างซับซ้อน จึงสามารถวัดได้โดยทางอ้อมโดยวัดความคิดเห็นของบุคคลนั้นแทน ทั้งนี้การแสดงความคิดเห็นของบุคคลนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึงจะสามารถวัดความพึงพอใจได้ ฉะนั้น การวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตที่จำกัดด้วย อาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นถ้าบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนเหล่านี้ย่อมเกิดขึ้นได้เป็นธรรมดาของการวัดโดยทั่วไป

ภณิดา ชัยปัญญา (2541 : 11) กล่าวว่า มีวิธีที่สามารถวัดความพึงพอใจได้ดังนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถามจัดทำแบบสอบถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็น สามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ ซึ่งคำถามดังกล่าวอาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยตรงซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจึงจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง

3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจ” เป็นการแสดงความรู้สึกดีใจ ยินดี ของเฉพาะบุคคลในการตอบสนองความต้องการในส่วนที่ขาดหายไป ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยเหล่านั้นสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลทั้งทางร่างกายและจิตใจได้อย่างเหมาะสมและเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลที่จะเลือกปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

ชัยยศ วณิชวัฒนาวุฒิ (2540: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความชอบอักษรและพื้นที่ที่มีระดับความเข้มในการพิมพ์สีขาว-ดำ แตกต่างกันของนักเรียน นักศึกษา ในระดับมัธยมศึกษา เทคนิคศึกษา และระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี และนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาในแต่ละระดับชั้นเรียนมีความชอบในเรื่องของระดับความเข้มในการพิมพ์สีขาว-ดำ ของคู่อักษรและพื้นที่ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมชาย สหวิศิษฐ์ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความชอบรูปแบบและขนาดของตัวอักษร 2 รูปแบบ ที่มีความยาก-ง่ายในการอ่านของสื่อสิ่งพิมพ์ทางการศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2541 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จำนวนระดับละ 90 คน ผลการวิจัยปรากฏว่า นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปีที่ 2 และระดับปริญญาตรีปีที่ 2 มีความชอบต่อรูปแบบและขนาดตัวอักษรทั้ง 2 รูปแบบ คือตัวอักษรแบบตัวโค้งมน และตัวอักษรแบบตัวเหลี่ยมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

จตุรวิทย์ พิมพ์ทอง (2546 : 98-99) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการให้บริการการศึกษาตามอวัยวะด้วยภาพโปสเตอร์ แผ่นพับ และนิตยสารด้านสุขภาพในสถานพยาบาลมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 300 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18-15 ปีมากที่สุด และเป็นนิสิตปริญญาตรีมากที่สุด การใช้บริการของสถานพยาบาลนาน ๆ ครั้งมากที่สุด และมีความสนใจภาพโปสเตอร์ แผ่นพับและนิตยสารด้านสุขภาพมากที่สุด ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง 7 กลุ่มที่มีต่อภาพโปสเตอร์ ผลปรากฏว่า

ข้าราชการสาย ก มีความพึงพอใจต่อภาพโปสเตอร์ ระดับมากทุกด้าน คะแนนมากเป็นอันดับแรกคือ ด้านเนื้อหา รองลงมาคือ ด้านสี ภาพประกอบ และรูปแบบตัวอักษร

ข้าราชการสาย ข มีความพึงพอใจต่อภาพโปสเตอร์ ระดับปานกลางทุกด้าน

ข้าราชการสาย ค มีความพึงพอใจต่อภาพโปสเตอร์ ระดับมากเพียงด้านเดียวคือ ด้านเนื้อหา ด้านอื่นๆ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

ลูกจ้างประจำ มีความพึงพอใจต่อภาพโปสเตอร์ ระดับมาก 3 ด้านคือ ด้านสี เนื้อหา และรูปแบบตัวอักษร ส่วนความพึงพอใจระดับปานกลางคือ ด้านภาพประกอบ

พนักงาน มีความพึงพอใจต่อภาพโปสเตอร์ ระดับมาก 3 ด้านคือ ด้านเนื้อหา สี และรูปแบบตัวอักษร ส่วนความพึงพอใจระดับปานกลางคือ ด้านภาพประกอบ

นิสิตปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อภาพโปสเตอร์ ระดับมากทุกด้าน คะแนนมากเป็นอันดับแรกคือ ด้านเนื้อหา รองลงมาคือ ด้านสี รูปแบบตัวอักษร และภาพประกอบ

นิสิตปริญญาโท/เอก มีความพึงพอใจต่อภาพโปสเตอร์ ระดับมากทุกด้าน คะแนนมากเป็นอันดับแรกคือ ด้านเนื้อหา รองลงมาคือ ด้านรูปแบบตัวอักษร สี และภาพประกอบ

อโนทัย ประสาน (2545 : บทคัดย่อ) จากการศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ของสถาบันราชภัฏบุรีรัมย์ เพื่อการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์ 4 ประเภทคือ สื่อโปสเตอร์ สื่อแผ่นพับ สื่อแผ่นปลิว และสื่อจดหมายข่าว ซึ่งเป็นสื่อที่ทางสถาบันได้ผลิตขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังทุกโรงเรียนในระดับมัธยมศึกษา ให้กับนักเรียนที่มีความสนใจเข้ารับการศึกษาระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาต่าง ๆ ในจังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดใกล้เคียงความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทั้ง 4 ประเภทนั้นได้พบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง นักเรียนส่วนมากเคยได้รับสื่อโปสเตอร์มากสำหรับสื่อแผ่นพับ สื่อแผ่นปลิวและสื่อจดหมายข่าวเคยได้รับเป็นส่วนน้อย สำหรับด้านรูปแบบของสื่อโปสเตอร์ นักเรียนมีความสนใจในการจัดวางสื่อโปสเตอร์แนวตั้ง ร้อยละ 69.65 การจัดวางข้อความพาดหัวสื่อโปสเตอร์ด้านบน ร้อยละ 63.47 การจัดวางตราสัญลักษณ์ นักเรียนมีความเห็นว่า มีการจัดวางแบบกึ่งกลาง ร้อยละ 42.84 และด้านมุมซ้าย ร้อยละ 17.54 การพิมพ์สื่อโปสเตอร์พิมพ์ 2 สี ขึ้นไป ร้อยละ 80.22 มีภาพประกอบและตัวอักษร ร้อยละ 99.85

งานวิจัยต่างประเทศ

ไบรเรน (Birren 1938 : 62) ได้ทำการศึกษาและสำรวจความสามารถในการเห็นตัวอักษรได้ชัดเจนในระยะไกล ในสถานการณ์การมองปกติ พบว่า คู่สีที่อ่านง่ายที่สุดคือ คำบนพื้นขาว ถ้าต้องการดึงดูดความสนใจ คู่สีที่อ่านง่ายที่สุดคือ คำบนพื้นเหลือง อันดับต่อไปคือ

เจียวบนพื้นขาว แดงบนพื้นขาว น้ำเงินบนพื้นขาว ตามลำดับ ในสถานการณ์ซึ่งมีแสงสว่างมากกว่าปกติ ตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นสีเข้มจะอ่านได้ง่ายที่สุด และในสถานการณ์ซึ่งแสงสว่างน้อยกว่าปกติตัวอักษรสีเข้มบนพื้นสีอ่อนจะดีกว่า

ทิงเกอร์(Tinker 1932 : 459-461) ได้ทำการศึกษาถึงความสามารถ แยกแยะตัวอักษรห้าตัวในคำเร็ว โดยใช้การหาระยะทางในการรับรู้ได้ที่ไกลที่สุด กับกลุ่มตัวอย่าง 10 กลุ่ม จำนวน 60 คน พบว่า ลำดับความยากง่ายในการอ่านคำคู่สีต่าง ๆ เป็นดังนี้

1) สีน้ำเงิน บน สีขาว 2) สีดำ บน สีเหลือง 3) สีเจียว บน สีขาว 4) สีดำ บน สีขาว 5) สีเจียว บน สีแดง 6) สีแดง บน สีเหลือง 7) สีแดง บน สีขาว 8) สีส้ม บน สีดำ 9) สีดำ บน สีม่วง 10) สีส้ม บน สีขาว 11) สีแดง บน สีเจียว คู่สีแต่ละคู่ที่กล่าวมาแล้วนั้น มีความยากง่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น ลำดับที่ 3 , 4 และ 5 ที่ไม่แตกต่างกัน

ต่อมาทิงเกอร์ และแพตเตอร์สัน (Tinker and Paterson) ได้ศึกษาค้นคว้าต่อไปในเรื่องของความชอบของผู้อ่านที่มีต่อสีของตัวอักษรและสีพื้นแต่ละคู่ ซึ่งมีความมีความสัมพันธ์ต่อความยากง่ายในการอ่านโดยใช้คู่สีเดิม 11 คู่สีกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 210 คน โดยให้จัดลำดับความชอบต่อคู่สีทั้ง 11 คู่สีข้างต้น ผลจากการศึกษา พบว่า ความชอบของผู้อ่านที่มีต่อคู่สีที่เป็นตัวอักษรและสีพื้นเรียงลำดับได้ดังนี้ 1) สีดำ บน สีขาว 2) สีน้ำเงิน บน สีขาว 3) สีดำ บน สีเหลือง 4) สีเจียว บน สีเหลือง 5) สีแดง บน สีเหลือง 6) สีแดง บน สีขาว 7) สีเจียว บน สีแดง 8) สีส้ม บน สีดำ 9) สีส้ม บน สีขาว 10) สีดำ บน สีม่วง 11) สีแดง บน สีเจียว

เฟลมมิ่ง (Fleming 1979 : 31) จากการทดสอบและศึกษาทางวิทยาศาสตร์ โดยทั่วไปคนส่วนมากชอบสีแดง สีน้ำเงิน และสีเจียว เป็นอันดับแรก สีม่วงและสีเหลือง เป็นสีที่คนชอบน้อย ปรากฏว่าชายกับหญิงมีความชอบสีต่างกันเล็กน้อย เช่น ผู้ชายชอบสีน้ำเงินเป็นอันดับแรก และชอบสีแดงเป็นอันดับรอง ส่วนผู้หญิงชอบสีแดงเป็นอันดับแรกและสีน้ำเงินเป็นอันดับรอง อาจกล่าวได้ว่า ผู้ชายและผู้หญิงชอบสีแดงและสีน้ำเงิน ส่วนการชอบสีอื่นนั้นเรียงตามลำดับ คือ สีเจียว สีส้ม และสีเหลือง ตามลำดับ

จากงานวิจัยและเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น เป็นการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ สี ตัวอักษร และการมองเห็นตัวอักษรในระยะต่าง ๆ ซึ่งสามารถนำมาเป็นแนวทางในการจัดทำวิจัยเรื่องนี้ได้พอสมควร โดยอาศัยหลักฐานงานวิจัยและทฤษฎีต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วมาเป็นข้อมูลและแนวทางในการศึกษาถึงความพึงพอใจในสื่อโปสเตอร์การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ได้อย่างเหมาะสมกับระดับของผู้เรียน และเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อโปสเตอร์การประชาสัมพันธ์รูปแบบใดจึงจะเหมาะสม ตรงกับจุดประสงค์ และตรงกับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Design) เพื่อศึกษารูปแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และศึกษาความพึงพอใจของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงที่มีต่อรูปแบบและโครงสร้างของโปสเตอร์ที่สร้างขึ้น โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
4. วิธีดำเนินการวิจัย
5. รูปแบบการทดลอง
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรที่ใช้ในการสัมภาษณ์หารูปแบบที่เหมาะสมของโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็น

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ	จำนวน 2 คน
บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 3 คน
นักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 5 คน

2. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็น

นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนคุรุราษฎร์รังสฤษดิ์	จำนวน 287 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 566 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 572 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 476 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 579 คน
บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน 375 คน

3. กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้มาโดยการใช้ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane Taro (1973) ระดับความเชื่อมั่น 95% ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) มีรายละเอียดดังนี้

นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนคุรุราษฎร์รังสฤษดิ์	จำนวน	30 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน	30 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน	30 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน	30 คน
นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน	30 คน
บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	จำนวน	15 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่ รูปแบบและโครงสร้างของโปสเตอร์
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความพึงพอใจของ นักเรียน นักศึกษา และบุคลากรที่มีต่อโปสเตอร์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็น โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบบประเมินสื่อและแบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อโปสเตอร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. โปสเตอร์ รูปแบบต่างๆ 3 รูปแบบ ตามข้อสรุปที่ได้จากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ได้แก่

1.1 รูปแบบตัวแอล (L Shape Layout)

1.2 รูปแบบตัวเอส (S Shape Layout)

1.3 รูปแบบตัวที (T Shape Layout)

2. โปสเตอร์ 3 โครงสร้าง ได้แก่

2.1 สีโทนร้อน 80 : 20 % (Warm Tone 80 : 20 %)

2.2 สีโทนเย็น 80 : 20 % (Cool Tone 80 : 20 %)

2.3 สีโทนร้อนและสีโทนเย็น 50 : 50% (50% Warm Tone and 50% Cool Tone)

3. แบบประเมินสื่อ (โปสเตอร์) โดยผู้เชี่ยวชาญ

4. แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโปสเตอร์ที่สร้างขึ้น

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

1. การสร้างโปสเตอร์ รูปแบบและโครงสร้างต่าง ๆ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและดำเนินการสร้างโปสเตอร์ต่างๆ ดังนี้

1.1 ศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.1.1. หลักการและทฤษฎีทางด้านศิลปะ การออกแบบโปสเตอร์

1.1.2 ศึกษารูปแบบสื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์

1.2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ได้รูปแบบโปสเตอร์ 3 รูปแบบ คือ รูปแบบตัวแอล (L Shape Layout) รูปแบบตัวเอส (S Shape Layout) และรูปแบบตัวที (T Shape Layout)

1.3 ศึกษารูปแบบโปสเตอร์ 3 รูปแบบ คือ รูปแบบตัวแอล (L Shape Layout) รูปแบบตัวเอส (S Shape Layout) และรูปแบบตัวที (T Shape Layout)

1.4 ศึกษาแบบสื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ถึงองค์ประกอบและปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อโปสเตอร์ ดังหัวข้อสำคัญต่อไปนี้

- 1) ภาพประกอบ
- 2) ความน่าสนใจของภาพ
- 3) การจัดภาพและข้อความ
- 4) รูปแบบของตัวอักษร
- 5) ตำแหน่งของตัวอักษร
- 6) ขนาดของตัวอักษร
- 7) สีของตัวอักษร
- 8) ความเหมาะสมของข้อความ
- 9) ความเหมาะสมในการสื่อความหมาย

1.5 การวางโครงสร้างของโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ดังนี้

- 1) สีโทนร้อน 80 : 20 % (Worm Tone 80 : 20 %)
- 2) สีโทนเย็น 80 : 20 % (Cool Tone 80:20 %)
- 3) สีโทนร้อนและสีโทนเย็น 50 : 50% (50% Warm Tone and 50% Cool Tone)

1.6 ศึกษารายละเอียด เนื้อหาของโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การใช้สื่อโปสเตอร์ที่วางไว้

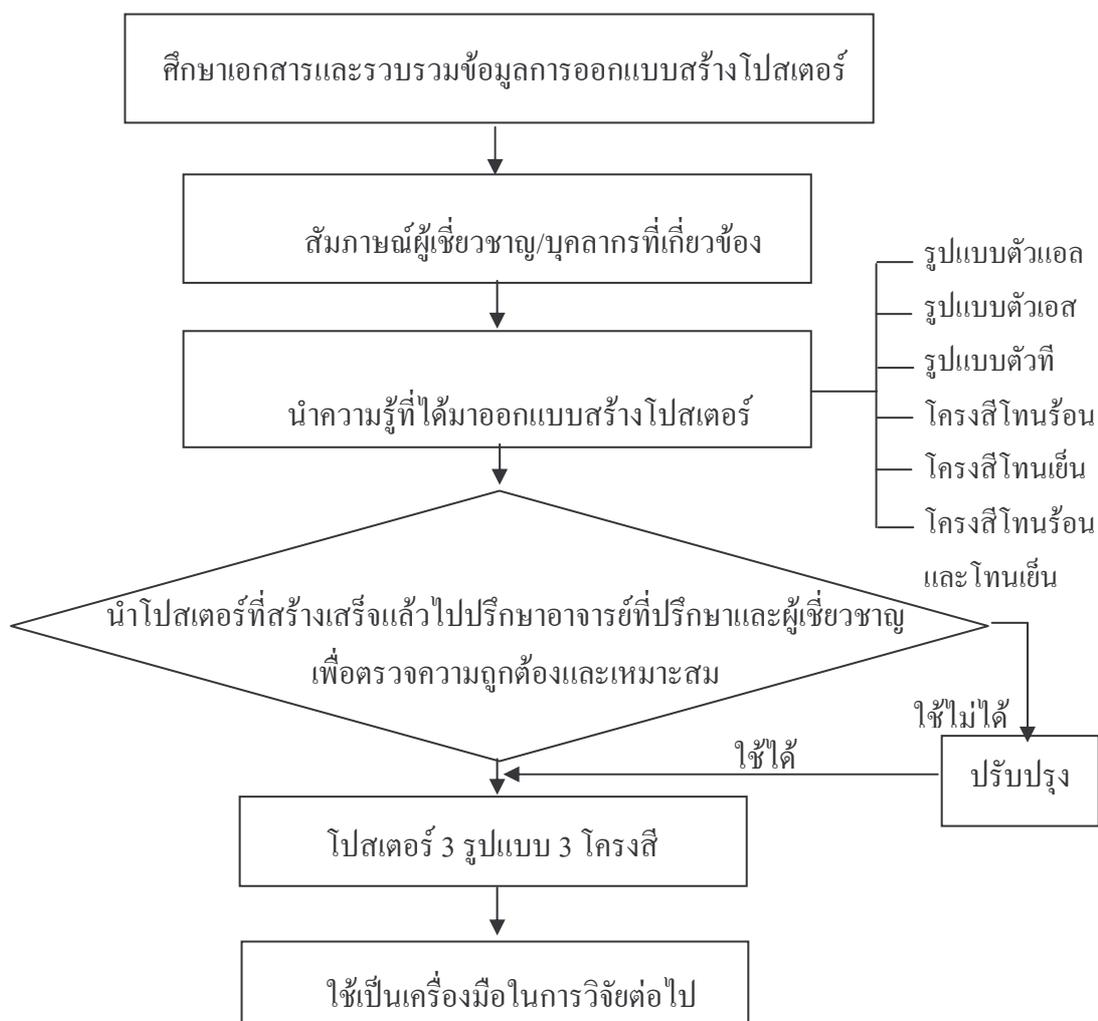
2. ออกแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ตามรูปแบบและโครงสร้างที่กำหนด โดยมีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ แล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เพื่อขอรับความเห็นชอบและข้อเสนอแนะ

3. ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของสื่อโปสเตอร์ตามข้อเสนอแนะ

4. นำสื่อโปสเตอร์ไปขอรับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ และด้านจิตวิทยา

5. ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของสื่อโปสเตอร์ตามข้อเสนอแนะ

6. นำสื่อโปสเตอร์ไปใช้ในการวิจัยต่อไป

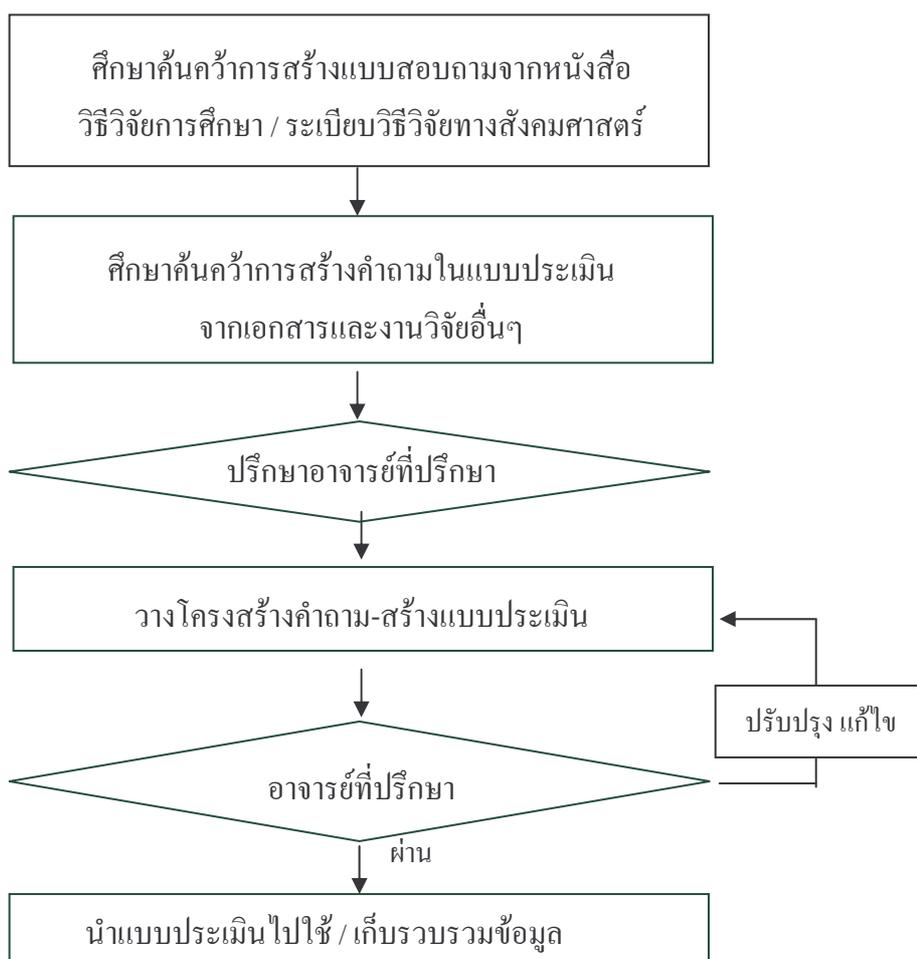


แผนภาพที่ 2 แสดงขั้นตอนในการสร้างสื่อโปสเตอร์

การสร้างแบบประเมิน

การสร้างแบบประเมินสื่อ/แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อโปสเตอร์ ดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือวิจัยการศึกษา (บุญเรียง ขจรศิลป์ 2530 : 94 – 98) ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ (บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ์ 2531 : 116)
2. ศึกษาวิธีการสร้างคำถามจากแบบสอบถามจากเอกสารและงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญงานวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลมาสร้างคำถาม
 - 2.2 วางโครงสร้างและสร้างคำถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้
3. นำคำถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ด้านเนื้อหา วัตถุประสงค์และภาษาที่ใช้
4. นำคำถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วไปใช้จริงและเก็บข้อมูลรวบรวมต่อไป



แผนภาพที่ 3 ขั้นตอนการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อโปสเตอร์

การประเมินความพึงพอใจ

การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อโปสเตอร์ที่สร้างขึ้นนี้ ใช้รูปแบบการประเมินแบบเมทริกซ์ (Matrix) โดยทำการประเมิน 2 แกน ดังนี้

1. รูปแบบของโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์

1.1 รูปแบบตัวแอล (L Shape Layout) ประเมินเปรียบเทียบระหว่าง

1.1.1 รูปแบบตัวแอล ที่มีโครงสีโทนร้อน 80 : 20 % (Warm Tone)

1.1.2 รูปแบบตัวแอล ที่มีโครงสีโทนเย็น 80 : 20 % (Cool Tone)

1.1.3 รูปแบบตัวแอล ที่มีโครงสีโทนร้อนและสีโทนเย็น 50 : 50 %

(50% Warm Tone and 50 % Cool Tone)

1.2 รูปแบบตัวเอส (S shape layout) ประเมินเปรียบเทียบระหว่าง

1.2.1 รูปแบบตัวเอส ที่มีโครงสีโทนร้อน 80 : 20 % (Warm Tone)

1.2.2 รูปแบบตัวเอส ที่มีโครงสีโทนเย็น 80 : 20 % (Cool Tone)

1.2.3 รูปแบบตัวเอส ที่มีโครงสีโทนร้อนและสีโทนเย็น 50 : 50 %

(50% Warm Tone and 50 % Cool)

1.3 รูปแบบตัวที (T shape layout) ประเมินเปรียบเทียบระหว่าง

1.3.1 รูปแบบตัวที ที่มีโครงสีโทนร้อน 80 : 20 % (Warm Tone)

1.3.2 รูปแบบตัวที ที่มีโครงสีโทนเย็น 80 : 20 % (Cool Tone)

1.3.3 รูปแบบตัวที ที่มีโครงสีโทนร้อนและสีโทนเย็น 50 : 50 %

(50% Warm Tone and 50 % Cool)

2. โครงสีของโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์

2.1 สีโทนร้อน 80 : 20 % (Warm Tone) ประเมินเปรียบเทียบระหว่าง

2.2.1 สีโทนร้อน ที่มีรูปแบบตัวแอล (L Shape Layout)

2.2.2 สีโทนร้อน ที่มีรูปแบบตัวเอส (S Shape Layout)

2.2.3 สีโทนร้อน ที่มีรูปแบบตัวที (T Shape Layout)

2.2 สีโทนเย็น 80 : 20 % (Cool Tone) ประเมินเปรียบเทียบระหว่าง

2.2.1 สีโทนเย็น ที่มีรูปแบบตัวแอล (L Shape Layout)

2.2.2 สีโทนเย็น ที่มีรูปแบบตัวเอส (S Shape Layout)

2.2.3 สีโทนเย็น ที่มีรูปแบบตัวที (T Shape Layout)

2.3 สีโทนร้อนและสีโทนเย็น 50:50 % (50% Warm Tone and 50 % Cool)

ประเมินเปรียบเทียบระหว่าง

2.3.1 ลีโตนร้อนและลีโตนเย็น ที่มีรูปแบบตัวแอล (L Shape Layout)

2.3.2 ลีโตนร้อนและลีโตนเย็น ที่มีรูปแบบตัวเอส (S Shape Layout)

2.3.3 ลีโตนร้อนและลีโตนเย็น ที่มีรูปแบบตัวที (T Shape Layout)

เกณฑ์การประเมินระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นี้ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยกำหนดความหมายเป็น 3 ระดับ ดังนี้

มาก มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน

ปานกลาง มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน

น้อย มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

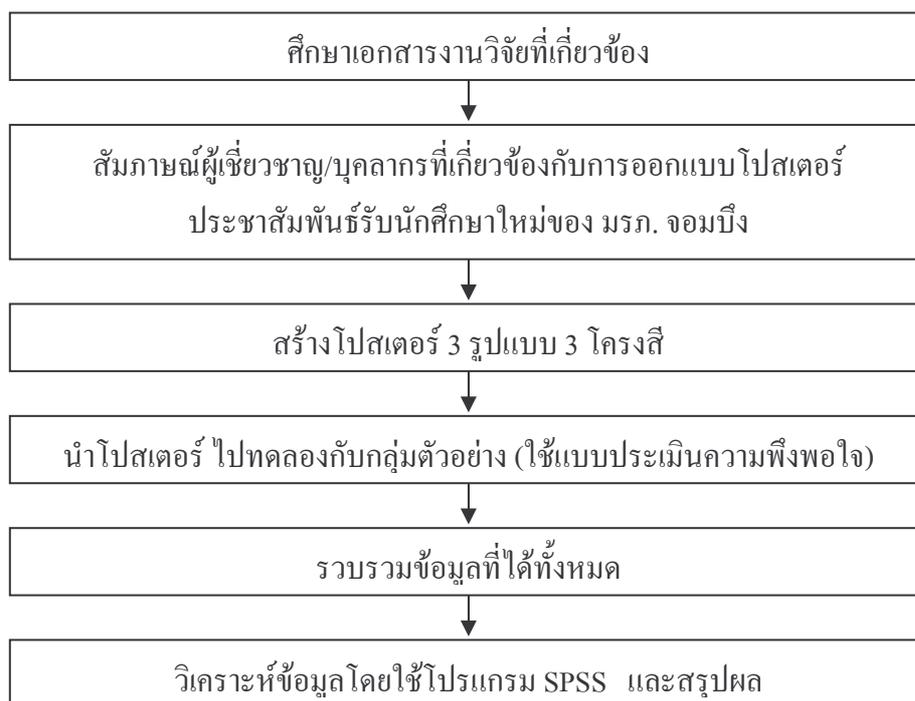
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ตั้งแต่การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง เพื่อกำหนดเป็นรูปแบบโปสเตอร์ที่สร้างขึ้น 3 รูปแบบ รูปแบบละ 3 โครงสี เมื่อนำโปสเตอร์ที่สร้างขึ้นไปปรับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว จึงนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ โดยให้กลุ่มตัวอย่างได้พิจารณาโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ที่สร้างขึ้น แล้วตอบแบบสอบถามรวมถึงให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการอธิบายจุดประสงค์ ขั้นตอนและวิธีการตอบแบบสอบถามอย่างชัดเจน เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจในการตอบแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ และเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด เพื่อนำมาวิเคราะห์ผล โดยใช้สถิติบรรยายโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ของข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัย แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียงเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสม ในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโปสเตอร์ในรูปแบบต่างๆ ที่สร้างขึ้น

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจ ของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโครงสีที่สร้างขึ้น



แผนภาพที่ 4 แสดงขั้นตอนการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาค่าจำนวนเฉลี่ย (Mean) (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ 2538 : 73)

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

\bar{X} คือ จำนวนเฉลี่ย

$\sum X$ คือ ผลรวมของค่าจำนวนทั้งหมด

N คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (จำนวนข้อมูล)

2. การหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD (Standard Deviation) (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ 2538 : 79)

$$\text{สูตร} \quad SD = \sqrt{\frac{N \sum fx^2 - (\sum fx)^2}{N(N-1)}}$$

SD คือ ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

N คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

X คือ คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

f คือ ความถี่

3. สถิติร้อยละ (Percentage)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี โดยการนำโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นตามที่ได้ศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและด้านจิตวิทยาทั้งหมด 3 รูปแบบๆ ละ 3 โทนีสี แล้วนำไปสอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนราษฎร์รังสฤษดิ์ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 – 4 และบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี รวมทั้งหมด 165 คน ซึ่งผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติบรรยายโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ของข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัย โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษารูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสม ในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโปสเตอร์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างขึ้น

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจ ของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโครงสร้างที่สร้างขึ้น

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษารูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสม ในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่

จากการศึกษาเอกสาร และสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสม ในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 2 คน บุคลากรที่เกี่ยวข้องในการสร้างโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จำนวน 3 คน และนักศึกษาสาขาวิชาออกแบบประยุกต์ศิลป์ จำนวน 5 คน สามารถสรุปผลได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของรูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่

แหล่งข้อมูล	รูปแบบ												
	แถบ	แกน	ตัวที	ตัวแอล	ตัวเอส	ตัวแซด	ตัวโอ	ตาราง	หน้าต่าง	กรอบภาพ	จุด	เน้นข้อความ	เน้นตัวอักษร
จากเอกสาร	/	/	/	/	/	/		/	/	/	/	/	/
ผู้เชี่ยวชาญ1			/	/	/								
ผู้เชี่ยวชาญ2			/	/	/	/	/						
บุคลากร1			/	/	/							/	/
บุคลากร2			/	/		/						/	
บุคลากร3	/		/	/									
นักศึกษา1		/	/	/									
นักศึกษา2			/	/	/	/							
นักศึกษา3		/	/	/	/								
นักศึกษา4					/	/				/			
นักศึกษา5				/		/				/			
รวม	2	3	9	10	7	5	1	1	1	3	1	3	2
ร้อยละ	18.18	27.27	81.82	90.91	63.64	45.45	9.09	9.09	9.09	27.27	9.09	27.27	18.18

จากตารางที่ 1 พบว่า รูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง คือ รูปแบบตัวแอลมากที่สุด ร้อยละ 90.91 รองลงมาคือ รูปแบบตัวที ร้อยละ 81.82 รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 63.64 และรูปแบบตัวแซด ร้อยละ 45.45 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโปสเตอร์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างขึ้น

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	30	18.18
นักศึกษาชั้นปีที่ 1	30	18.18
นักศึกษาชั้นปีที่ 2	30	18.18
นักศึกษาชั้นปีที่ 3	30	18.18
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	30	18.18
บุคลากร	15	9.09

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และนักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 จำนวนอย่างละเท่ากันคือร้อยละ 18.18 และบุคลากรร้อยละ 9.09

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	50	30.30
หญิง	115	69.70

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 69.70 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบของโปสเตอร์
โครงสีโทนร้อน 80:20% (Warm Tone)

รูปแบบ	อันดับ ความพึง พอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
โครงสีโทนร้อน ที่มีรูปแบบ ตัวแอล (L Shape Layout)	3	1.87	.831	41.5	29.4	29.0

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รูปแบบ	อันดับ ความพึง พอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
โครงสร้างสีโทนร้อน ที่มีรูปแบบ ตัวเอส (S Shape Layout)	1	2.07	.801	28.6	35.4	36.0
โครงสร้างสีโทนร้อน ที่มีรูปแบบ ตัวที (T Shape Layout)	2	2.05	.804	29.8	35.2	34.9

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจในรูปแบบของโปสเตอร์โครงสร้างสีโทนร้อน (80 : 20) รูปแบบตัวเอส มากที่สุด ร้อยละ 36.0 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.07 รองลงมาคือโปสเตอร์โครงสร้างสีโทนร้อน(80 : 20) รูปแบบตัวที ร้อยละ 34.9 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.05 และโปสเตอร์โครงสร้างสีโทนร้อน(80 : 20) รูปแบบตัวแอล น้อยที่สุด ร้อยละ 29.0 มีค่าเฉลี่ย 1.87

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบโปสเตอร์โครงสร้างสีโทนเย็น 80:20% (Cool Tone)

รูปแบบ	อันดับ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปาน กลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
โครงสร้างสีโทนเย็น ที่มีรูปแบบตัวแอล (L Shape Layout)	1	2.03	.827	32.7	31.6	35.8
โครงสร้างสีโทนเย็น ที่มีรูปแบบตัวเอส (S Shape Layout)	2	1.98	.847	36.8	28.2	35.0
โครงสร้างสีโทนเย็น ที่มีรูปแบบตัวที (T Shape Layout)	3	1.99	.773	30.6	40.2	29.2

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจรูปแบบของโปสเตอร์โครงสร้างสีโทนเย็น (80:20%) รูปแบบตัวแอล มากที่สุด ร้อยละ 35.8 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.03 รองลงมาคือ โปสเตอร์โครงสร้างสีโทนเย็น(80:20%) รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 35.0 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98 และโปสเตอร์โครงสร้างสีโทนเย็น (80:20%) รูปแบบตัวที น้อยที่สุด ร้อยละ 29.2 มีค่าเฉลี่ย 1.99

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบของโปสเตอร์

โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น 50 : 50 (50% Warm Tone and 50% Cool Tone)

รูปแบบ	อันดับ ความพึง พอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น ที่มีรูปแบบตัวแอล (L Shape Layout)	3	1.78	.795	44.7	32.2	23.1
โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น ที่มีรูปแบบตัวเอส (S Shape Layout)	2	2.09	.794	27.3	36.1	36.6
โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น ที่มีรูปแบบตัวที (T Shape Layout)	1	2.12	.817	28.0	31.7	40.3

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในโปสเตอร์โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น (50 : 50) รูปแบบตัวที มากที่สุด ร้อยละ 40.3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 รองลงมาคือโปสเตอร์โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น (50 : 50) รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 36.6 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.09 และโปสเตอร์โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น (50 : 50) รูปแบบตัวแอล น้อยที่สุด ร้อยละ 23.1 มีค่าเฉลี่ย 1.78

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในโครงสร้างและรูปแบบของโปสเตอร์

ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

โครงสร้างและรูปแบบ	อันดับ ความพึง พอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
โครงสร้างโทนร้อน รูปแบบตัวแอล	9	1.73	.789	48.1	30.7	21.1
โครงสร้างโทนร้อน รูปแบบตัวเอส	6	1.97	.806	34.1	35.2	30.7
โครงสร้างโทนร้อน รูปแบบตัวที	1	2.30	.754	17.8	34.1	48.1
โครงสร้างโทนเย็น รูปแบบตัวแอล	4	2.04	.826	32.2	31.9	35.9
โครงสร้างโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	8	1.30	.768	41.1	37.4	21.5
โครงสร้างโทนเย็น รูปแบบตัวที	2	2.16	.818	26.7	30.7	42.6

ตารางที่ 7 (ต่อ)

โครงสร้างและรูปแบบ	อันดับ ความพึง พอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวแอล	7	1.80	.793	43.3	33.3	23.3
โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	5	2.01	.827	33.7	31.9	34.4
โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวที	3	2.19	.786	23.0	34.8	42.2

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสร้างโทนร้อน รูปแบบตัวที เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 48.1 ค่าเฉลี่ย 2.30 อันดับ 2 คือ โครงสร้างโทนเย็น รูปแบบตัวที ร้อยละ 42.6 ค่าเฉลี่ย 2.16 และอันดับ 3 คือ โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวที ร้อยละ 42.2 ค่าเฉลี่ย 2.19

และมีระดับความพึงพอใจในแต่ละโครงสร้าง ดังนี้

โครงสร้างโทนร้อน พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่รูปแบบตัวที มากที่สุด ร้อยละ 48.1 ค่าเฉลี่ย 2.30 รองลงมาคือ รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 30.7 ค่าเฉลี่ย 1.94 และรูปแบบตัวแอล น้อยที่สุด ร้อยละ 21.1 ค่าเฉลี่ย 1.73

และโครงสร้างโทนเย็น พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวที มากที่สุด ร้อยละ 42.6 ค่าเฉลี่ย 2.16 รองลงมาคือ รูปแบบตัวแอล ร้อยละ 35.9 ค่าเฉลี่ย 2.04 และรูปแบบตัวเอส น้อยที่สุด ร้อยละ 21.5 ค่าเฉลี่ย 1.30

ส่วนโครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวที มากที่สุด ร้อยละ 42.2 ค่าเฉลี่ย 2.19 รองลงมาคือ รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 34.4 ค่าเฉลี่ย 2.01 และรูปแบบตัวแอล น้อยที่สุด ร้อยละ 23.3 ค่าเฉลี่ย 1.80

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจใน โครงสร้างและรูปแบบของ
โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1

โครงสร้างและรูปแบบ	อันดับ ความพึง พอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
โครงสร้างโทนร้อน รูปแบบตัวแอล	7	1.82	.844	45.9	25.9	28.1
โครงสร้างโทนร้อน รูปแบบตัวเอส	3	2.13	.779	24.4	37.8	37.8
โครงสร้างโทนร้อน รูปแบบตัวที	4	2.04	.798	29.6	36.3	34.1
โครงสร้างโทนเย็น รูปแบบตัวแอล	7	1.90	.811	38.5	33.3	28.1
โครงสร้างโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	5	2.04	.782	28.5	38.9	32.6
โครงสร้างโทนเย็น รูปแบบตัวที	2	2.06	.849	33.0	27.8	39.3
โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวแอล	8	1.73	.779	47.4	32.2	20.4
โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	6	2.03	.763	27.4	41.9	30.7
โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวที	1	2.24	.829	25.2	25.9	48.9

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวที เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 48.9 ค่าเฉลี่ย 2.24 อันดับ 2 คือ โครงสร้างโทนเย็น รูปแบบตัวที ร้อยละ 39.3 ค่าเฉลี่ย 2.06 และอันดับ 3 คือ โครงสร้างโทนร้อน รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 37.8 ค่าเฉลี่ย 2.13

และมีระดับความพึงพอใจในแต่ละโครงสร้าง ดังนี้

โครงสร้างโทนร้อน พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่รูปแบบเอส มากที่สุด ร้อยละ 37.8 ค่าเฉลี่ย 2.13 รองลงมาคือ รูปแบบตัวที ร้อยละ 34.1 ค่าเฉลี่ย 2.04 และรูปแบบตัวแอล น้อยที่สุด ร้อยละ 28.1 ค่าเฉลี่ย 1.82

และโครงสร้างโทนเย็น พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวที มากที่สุด ร้อยละ 39.3 ค่าเฉลี่ย 2.06 รองลงมาคือ รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 32.6 ค่าเฉลี่ย 2.04 และรูปแบบตัวแอล น้อยที่สุด ร้อยละ 28.1 ค่าเฉลี่ย 1.90

ส่วนโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวที่ มากที่สุด ร้อยละ 48.9 ค่าเฉลี่ย 2.24 รองลงมาคือ รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 30.7 ค่าเฉลี่ย 2.03 และรูปแบบตัวแอล น้อยที่สุด ร้อยละ 20.4 ค่าเฉลี่ย 1.73

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในโครงสีและรูปแบบโปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2

โครงสีและรูปแบบ	อันดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวแอล	7	1.85	.827	42.6	29.6	27.8
โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวเอส	4	1.97	.840	36.7	29.6	33.7
โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวที่	3	2.18	.750	20.7	40.7	38.5
โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวแอล	5	1.98	.811	33.7	34.4	31.9
โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	8	1.81	.801	43.0	32.0	24.4
โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวที่	2	2.20	.794	23.3	33.0	43.7
โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวแอล	9	1.73	.754	45.2	36.3	18.5
โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	6	1.90	.825	39.6	31.1	29.3
โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวที่	1	2.37	.734	15.2	32.6	52.2

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวที่ อันดับ 1 ร้อยละ 52.2 ค่าเฉลี่ย 2.37 อันดับ 2 คือ โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวที่ ร้อยละ 43.7 ค่าเฉลี่ย 2.20 และอันดับ 3 คือ โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวที่ ร้อยละ 38.5 ค่าเฉลี่ย 2.18

และมีระดับความพึงพอใจในแต่ละโครงสี ดังนี้

โครงสีโทนร้อน พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่รูปแบบตัวที่ มากที่สุด ร้อยละ 38.5 ค่าเฉลี่ย 2.18 รองลงมาคือ รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 33.7 ค่าเฉลี่ย 1.97 และรูปแบบตัวแอล น้อยที่สุด ร้อยละ 27.8 ค่าเฉลี่ย 1.85

และโครงสีโทนเย็น พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวที่ มากที่สุด ร้อยละ 43.7 ค่าเฉลี่ย 2.20 รองลงมาคือ รูปแบบตัวแอล ร้อยละ 31.9 ค่าเฉลี่ย 1.98 และรูปแบบตัวเอส น้อยที่สุด ร้อยละ 24.4 ค่าเฉลี่ย 1.81

ส่วนโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวที่ มากที่สุด ร้อยละ 52.2 ค่าเฉลี่ย 2.37 รองลงมาคือ รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 29.3 ค่าเฉลี่ย 1.90 และรูปแบบตัวแอล น้อยที่สุด ร้อยละ 18.5 ค่าเฉลี่ย 1.73

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในโครงสีและรูปแบบของโปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3

โครงสีและรูปแบบ	อันดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวแอล	3	2.02	.813	31.9	34.1	34.1
โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวเอส	4	2.01	.816	32.6	33.7	33.7
โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวที่	5	1.97	.824	35.6	32.2	32.2
โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวแอล	2	2.16	.829	27.4	28.9	43.7
โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	7	2.03	.761	27.4	42.2	30.4
โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวที่	8	1.81	.823	45.2	28.0	25.9
โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวแอล	9	1.82	.800	42.6	33.0	24.4
โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	1	2.23	.780	21.5	34.1	44.4
โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวที่	6	1.95	.819	35.9	33.0	31.1

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวเอส เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 44.4 ค่าเฉลี่ย 2.23 อันดับ 2 คือ โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวแอล ร้อยละ 43.7 ค่าเฉลี่ย 2.16 และอันดับ 3 คือ โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวแอล ร้อยละ 34.1 ค่าเฉลี่ย 2.02

และมีระดับความพึงพอใจในแต่ละโครงสี ดังนี้

โครงสปีโทนร้อน พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่รูปแบบตัวแอล มากที่สุด ร้อยละ 34.1 ค่าเฉลี่ย 2.02 รองลงมาคือ รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 33.7 ค่าเฉลี่ย 2.01 และรูปแบบตัวที น้อยที่สุด ร้อยละ 32.2 ค่าเฉลี่ย 1.97

โครงสปีโทนเย็น พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวที มากที่สุด ร้อยละ 43.7 ค่าเฉลี่ย 2.20 รองลงมาคือ รูปแบบตัวแอล ร้อยละ 31.9 ค่าเฉลี่ย 1.98 และรูปแบบตัวเอส น้อยที่สุด ร้อยละ 24.4 ค่าเฉลี่ย 1.81

ส่วนโครงสปีโทนร้อนและโทนเย็น พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวแอล มากที่สุด ร้อยละ 43.7 ค่าเฉลี่ย 2.16 รองลงมาคือ รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 30.4 ค่าเฉลี่ย 2.03 และรูปแบบตัวที น้อยที่สุด ร้อยละ 25.9 ค่าเฉลี่ย 1.81

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในโครงสปีและรูปแบบของโปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4

โครงสปีและรูปแบบ	อันดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
โครงสปีโทนร้อน รูปแบบตัวแอล	5	1.97	.860	38.1	26.3	35.6
โครงสปีโทนร้อน รูปแบบตัวเอส	2	2.24	.741	18.1	39.3	42.6
โครงสปีโทนร้อน รูปแบบตัวที	8	1.78	.781	43.7	34.4	21.9
โครงสปีโทนเย็น รูปแบบตัวแอล	3	2.05	.850	33.7	27.8	38.5
โครงสปีโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	4	2.20	.693	15.9	48.1	35.9
โครงสปีโทนเย็น รูปแบบตัวที	6	1.75	.837	50.4	24.1	25.6
โครงสปีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวแอล	6	1.84	.803	41.1	33.3	25.6
โครงสปีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	1	2.31	.736	16.3	36.3	47.4
โครงสปีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวที	7	1.85	.820	42.2	30.7	27.0

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสปีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวเอส เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 47.4 ค่าเฉลี่ย

2.31 อันดับ 2 คือ โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 42.6 ค่าเฉลี่ย 2.24 และอันดับ 3 คือ โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวแอล ร้อยละ 38.5 ค่าเฉลี่ย 2.05

และมีระดับความพึงพอใจในแต่ละโครงสี ดังนี้

โครงสีโทนร้อน พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวเอส มากที่สุด ร้อยละ 42.6 ค่าเฉลี่ย 2.24 รองลงมาคือ รูปแบบตัวแอล ร้อยละ 35.6 ค่าเฉลี่ย 1.97 และรูปแบบตัวที น้อยที่สุด ร้อยละ 21.9 ค่าเฉลี่ย 1.78

โครงสีโทนเย็น พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีรูปแบบแอล มากที่สุด ร้อยละ 38.5 ค่าเฉลี่ย 2.0 รองลงมาคือ รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 35.9 ค่าเฉลี่ย 2.22 และรูปแบบตัวที น้อยที่สุด ร้อยละ 25.6 ค่าเฉลี่ย 1.75

และโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวเอส มากที่สุด ร้อยละ 47.4 ค่าเฉลี่ย 2.31 รองลงมาคือ รูปแบบตัวที ร้อยละ 27.0 ค่าเฉลี่ย 1.85 และรูปแบบตัวแอล น้อยที่สุด ร้อยละ 25.6 ค่าเฉลี่ย 1.84

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในโครงสีและรูปแบบของ

โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

โครงสีและรูปแบบ	อันดับ ความพึง พอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวแอล	9	1.82	.818	43.7	30.4	25.9
โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวเอส	2	2.16	.775	23.0	37.8	39.3
โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวที	4	2.01	.828	33.3	31.9	34.8
โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวแอล	3	2.09	.805	28.1	34.8	37.0
โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	5	2.07	.749	24.4	43.7	31.9
โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวที	6	1.34	.874	47.4	21.5	31.1
โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวแอล	8	1.77	.880	52.6	17.8	29.6
โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	7	2.07	.729	23.0	46.7	30.4
โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวที	1	2.15	.797	25.2	34.8	40.0

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มีความพึงพอใจไปสเตอร์โครงสีร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวที่ เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 40.0 ค่าเฉลี่ย 2.15 อันดับ 2 คือ โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 39.3 ค่าเฉลี่ย 2.16 และอันดับ 3 คือ โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวแอล ร้อยละ 37.0 ค่าเฉลี่ย 2.09

และมีระดับความพึงพอใจในแต่ละโครงสี ดังนี้

โครงสีโทนร้อน พบว่า บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มีความพึงพอใจไปสเตอร์ที่รูปแบบตัวเอส มากที่สุด ร้อยละ 39.3 ค่าเฉลี่ย 2.16 รองลงมาคือ รูปแบบตัวที่ ร้อยละ 34.8 ค่าเฉลี่ย 2.01 และรูปแบบตัวแอล น้อยที่สุด ร้อยละ 25.9 ค่าเฉลี่ย 1.82

และโครงสีโทนเย็น พบว่า บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มีความพึงพอใจไปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวแอล มากที่สุด ร้อยละ 37.0 ค่าเฉลี่ย 2.09 รองลงมาคือ รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 31.9 ค่าเฉลี่ย 2.07 และรูปแบบตัวที่ น้อยที่สุด ร้อยละ 31.1 ค่าเฉลี่ย 1.34

ส่วนโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น พบว่า บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มีความพึงพอใจไปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวที่ มากที่สุด ร้อยละ 40.0 ค่าเฉลี่ย 2.15 รองลงมาคือ รูปแบบตัวเอส ร้อยละ 30.4 ค่าเฉลี่ย 2.07 และรูปแบบตัวแอล น้อยที่สุด ร้อยละ 29.6 ค่าเฉลี่ย 1.77

ตารางที่ 13 สรุปอันดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบและโครงสีของไปสเตอร์
ประชาสัมพันธุ์

โครงสี	อันดับ 1	ร้อยละ	อันดับ 2	ร้อยละ	อันดับ 3	ร้อยละ
โครงสีโทนร้อน	รูปแบบตัวเอส	36.0	รูปแบบตัวที่	34.9	รูปแบบตัวแอล	29.0
โครงสีโทนเย็น	รูปแบบตัวแอล	35.8	รูปแบบตัวเอส	35.0	รูปแบบตัวที่	29.2
โครงสีโทนร้อน และโทนเย็น	รูปแบบตัวที่	40.3	รูปแบบตัวเอส	36.6	รูปแบบตัวแอล	23.1

จากตารางที่ 13 พบว่า ในโครงสีโทนร้อน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจไปสเตอร์รูปแบบตัวเอส เป็นอันดับ 1 ในโครงสีโทนเย็น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจไปสเตอร์รูปแบบตัวแอล เป็นอันดับ 1 และในโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจไปสเตอร์รูปแบบตัวที่ เป็นอันดับ 1

ตารางที่ 14 สรุปอันดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบของโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์

กลุ่มตัวอย่าง	อันดับ 1	ร้อยละ	อันดับ 2	ร้อยละ	อันดับ 3	ร้อยละ
นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6	รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น	58.1	รูปแบบตัวเอส โครงสีโทน ร้อนและโทน เย็น	48.3	รูปแบบตัวที โครงสีโทนเย็น	42.4
นักศึกษาปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1	รูปแบบเอส โครงสีโทน ร้อนและโทน เย็น	59.0	รูปแบบที โครงสีโทน ร้อนและโทน เย็น	52.4	รูปแบบแอล โครงสีโทนร้อน และโทนเย็น	42.9
นักศึกษาปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2	รูปแบบที โครงสีโทน ร้อนและโทน เย็น	52.6	รูปแบบเอส โครงสีโทน ร้อนและโทน เย็น	47.6	รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น	40.7
นักศึกษาปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3	รูปแบบตัวเอส โครงสีโทน ร้อนและโทน เย็น	57.9	รูปแบบตัวที โครงสีโทน ร้อนและโทน เย็น	55.0	รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น	54.5
นักศึกษาปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4	รูปแบบตัวเอส โครงสีโทน ร้อนและโทน เย็น	61.4	รูปแบบตัวที โครงสีโทน ร้อนและโทน เย็น	55.7	รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนร้อน	35.7
บุคลากร มรภ. หมู่บ้านจอมบึง	รูปแบบตัวเอส โครงสีโทน ร้อนและโทน เย็น	63.8	รูปแบบตัวที โครงสีโทน ร้อนและเย็น	60.5	รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น	41.9

จากตารางที่ 14 พบว่า นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น เป็นอันดับ 1 นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1, 3, 4 และบุคลากร มีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 เหมือนกัน ส่วน

นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีความพึงพอใจไปสเตอร์รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อนและ โทนเย็น เป็นอันดับ 1

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจ ของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏ หมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโครงสีที่สร้างขึ้น

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในโครงสีของไปสเตอร์รูปแบบ ตัวแอล (L Shape Layout)

โครงสี	อันดับ ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
รูปแบบตัวแอล ที่มีโครงสีโทนร้อน (80:20)	3	1.80	.809	44.8	30.6	24.6
รูปแบบตัวแอล ที่มีโครงสีโทนเย็น (80:20)	1	2.25	.753	19.0	37.1	43.9
รูปแบบตัวแอล ที่มีโครงสีโทนร้อน และ โทนเย็น (50:50)	2	1.95	.822	36.3	32.3	31.4

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจในโครงสีของไปสเตอร์รูปแบบตัว แอลที่มีโครงสีโทนเย็น (80:20) มากที่สุด ร้อยละ 43.9 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 รองลงมาคือไปสเตอร์ รูปแบบตัวแอลที่มีโครงสีโทนร้อนและ โทนเย็น (50:50) ร้อยละ 31.4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 และ ไปสเตอร์รูปแบบตัวแอลที่มีโครงสีโทนร้อน (80:20) น้อยที่สุด ร้อยละ 24.6 มีค่าเฉลี่ย 1.80

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละ ของระดับความพึงพอใจในโครงสีของไปสเตอร์รูปแบบ ตัวเอส (S Shape Layout)

โครงสี	อันดับ ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
รูปแบบตัวเอส ที่มีโครงสีโทนร้อน (80:20)	3	1.73	.773	47.1	32.9	20.0

ตารางที่ 16 (ต่อ)

โครงสรี	อันดับ ความ พึง พอใจ	ค่า เฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
รูปแบบตัวเอส ที่มีโครงสรีโทนเย็น (80:20)	2	1.91	.754	33.2	42.4	24.4
รูปแบบตัวเอส ที่มีโครงสรีโทนร้อนและ โทนเย็น (50:50)	1	2.36	.789	19.6	24.7	55.7

จากตารางที่ 16 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจโครงสรีของโปสเตอร์รูปแบบตัวเอสที่มีโครงสรีโทนร้อนและโทนเย็น (50:50) มากที่สุด ร้อยละ 55.7 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.36 รองลงมาคือโปสเตอร์รูปแบบตัวเอสที่มีโครงสรีโทนเย็น (80:20) ร้อยละ 24.4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.91 และโปสเตอร์รูปแบบตัวเอสที่มีโครงสรีโทนร้อน (80:20) น้อยที่สุด ร้อยละ 20.0 มีค่าเฉลี่ย 1.73

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละ ของระดับความพึงพอใจในโครงสรีของโปสเตอร์รูปแบบตัวที (T Shape Layout)

โครงสรี	อันดับ ความ พึง พอใจ	ค่า เฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
รูปแบบตัวที ที่มีโครงสรีโทนร้อน (80:20)	3	1.75	.791	46.9	31.2	21.9
รูปแบบตัวที ที่มีโครงสรีโทนเย็น (80:20)	2	1.95	.759	31.3	42.2	26.5
รูปแบบตัวที ที่มีโครงสรีโทนร้อนและ โทนเย็น (50:50)	1	2.30	.803	21.8	26.7	51.5

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจโครงสรีของโปสเตอร์รูปแบบตัวทีที่มีโครงสรีโทนร้อนและโทนเย็น (50:50) มากที่สุด ร้อยละ 51.5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.30 รองลงมาคือโปสเตอร์รูปแบบตัวทีที่มีโครงสรีโทนเย็น (80:20) ร้อยละ 26.5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 และโปสเตอร์รูปแบบตัวทีที่มีโครงสรีโทนร้อน (80:20) น้อยที่สุด ร้อยละ 21.9 มีค่าเฉลี่ย 1.75

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบและโครงสร้างของ
โปสเตอร์ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

รูปแบบและ โครงสร้าง	อันดับ ความพึง พอใจ	ค่า เฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
รูปแบบตัวแอล โครงสร้างโทนร้อน	9	1.55	.691	56.4	32.1	11.4
รูปแบบตัวแอล โครงสร้างโทนเย็น	1	2.50	.635	7.6	34.3	58.1
รูปแบบตัวแอล โครงสร้างโทนร้อนและ โทนเย็น	6	1.94	.814	36.2	33.6	30.2
รูปแบบตัวเอส โครงสร้างโทนร้อน	8	1.70	.726	46.2	38.1	15.7
รูปแบบตัวเอส โครงสร้างโทนเย็น	5	2.08	.797	28.1	36.0	36.0
รูปแบบตัวเอส โครงสร้างโทนร้อนและ โทนเย็น	2	2.23	.831	25.7	26.0	48.3
รูปแบบตัวที โครงสร้างโทนร้อน	7	1.67	.792	53.3	26.4	20.2
รูปแบบตัวที โครงสร้างโทนเย็น	3	2.33	.635	9.0	48.6	42.4
รูปแบบตัวที โครงสร้างโทนร้อนและ โทนเย็น	4	2.00	.867	37.6	25.0	37.4

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวแอล โครงสร้างโทนเย็น เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 58.1 ค่าเฉลี่ย 2.50 อันดับ 2 คือ รูปแบบตัวเอส โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น ร้อยละ 48.3 ค่าเฉลี่ย 2.23 และอันดับ 3 คือ รูปแบบตัวที โครงสร้างโทนเย็น ร้อยละ 42.4 ค่าเฉลี่ย 2.33 และมีระดับความพึงพอใจในแต่ละรูปแบบ ดังนี้

รูปแบบตัวแอล พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสร้างโทนเย็นมากที่สุด ร้อยละ 58.1 ค่าเฉลี่ย 2.50 รองลงมาคือ โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น ร้อยละ 30.2 ค่าเฉลี่ย 1.94 และ โครงสร้างโทนร้อน น้อยที่สุด ร้อยละ 11.4 ค่าเฉลี่ย 1.55

และรูปแบบตัวเอส พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น มากที่สุด ร้อยละ 48.3 ค่าเฉลี่ย 2.23 รองลงมาคือ โครงสร้างโทนเย็น ร้อยละ 36.0 ค่าเฉลี่ย 2.08 และ โครงสร้างโทนร้อน น้อยที่สุด ร้อยละ 15.7 ค่าเฉลี่ย 1.70

ส่วนรูปแบบตัวที่ พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจไปสเตอร์ที่มีโครง
 สี่โทนเย็น มากที่สุด ร้อยละ 42.1 ค่าเฉลี่ย 2.33 รองลงมาคือ โครงสี่โทนร้อนและโทนเย็น ร้อยละ
 37.4 ค่าเฉลี่ย 2.00 และ โครงสี่โทนร้อน น้อยที่สุด ร้อยละ 20.2 ค่าเฉลี่ย 1.67

ตารางที่ 19 แสดง ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบและโครงสี่ของ
 ไปสเตอร์ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1

รูปแบบและโครงสี่	อันดับ ความพึง พอใจ	ค่า เฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
รูปแบบตัวแอล โครงสี่โทนร้อน	6	1.75	.804	47.9	29.3	22.9
รูปแบบตัวแอล โครงสี่โทนเย็น	4	2.09	.769	25.5	40.2	34.4
รูปแบบตัวแอล โครงสี่โทนร้อนและ โทนเย็น	3	2.16	.819	26.7	30.5	42.9
รูปแบบตัวเอส โครงสี่โทนร้อน	7	1.78	.769	42.9	36.2	21.0
รูปแบบตัวเอส โครงสี่โทนเย็น	9	1.83	.735	36.7	43.3	20.0
รูปแบบตัวเอส โครงสี่โทนร้อนและ โทนเย็น	1	2.39	.805	20.5	20.5	59.0
รูปแบบตัวที โครงสี่โทนร้อน	8	1.73	.778	47.6	32.1	20.2
รูปแบบตัวที โครงสี่โทนเย็น	5	1.95	.771	32.1	40.5	27.4
รูปแบบตัวที โครงสี่โทนร้อนและ โทนเย็น	2	2.32	.790	20.2	27.4	52.4

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 มีความ
 พึงพอใจไปสเตอร์รูปแบบตัวเอส โครงสี่โทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 59.0 ค่าเฉลี่ย
 2.39 อันดับ 2 คือ รูปแบบตัวที โครงสี่โทนร้อนและโทนเย็น ร้อยละ 52.4 ค่าเฉลี่ย 2.32 และอันดับ
 3 คือ รูปแบบตัวแอล โครงสี่โทนร้อนและโทนเย็น ร้อยละ 42.9 ค่าเฉลี่ย 2.16

และมีระดับความพึงพอใจในแต่ละรูปแบบ ดังนี้

รูปแบบตัวแอล พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจไปสเตอร์ที่มีโครงสี่
 โทนร้อนและโทนเย็นมากที่สุด ร้อยละ 42.9 ค่าเฉลี่ย 2.16 รองลงมาคือ โครงสี่โทนเย็น ร้อยละ 34.4
 ค่าเฉลี่ย 2.09 และ โครงสี่โทนร้อน น้อยที่สุด ร้อยละ 22.9 ค่าเฉลี่ย 1.75

และรูปแบบตัวเอส พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มี
โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น มากที่สุด ร้อยละ 59.0 ค่าเฉลี่ย 2.39 รองลงมาคือ โครงสีโทนร้อน
ร้อยละ 21.0 ค่าเฉลี่ย 1.78 และโครงสีโทนเย็น น้อยที่สุด ร้อยละ 20.0 ค่าเฉลี่ย 1.83

ส่วนรูปแบบตัวที พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครง
สีโทนร้อนและโทนเย็น มากที่สุด ร้อยละ 52.4 ค่าเฉลี่ย 2.32 รองลงมาคือ โครงสีโทนเย็นร้อยละ
27.4 ค่าเฉลี่ย 1.95 และโครงสีโทนร้อน น้อยที่สุด ร้อยละ 20.2 ค่าเฉลี่ย 1.73

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบและ โครงสีของ
โปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2

รูปแบบและ โครงสี	อันดับ ความพึง พอใจ	ค่า เฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนร้อน	7	1.82	.827	45.0	28.3	26.7
รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น	3	2.18	.776	22.6	36.7	40.7
รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนร้อนและ โทนเย็น	4	2.00	.807	32.4	35.0	32.6
รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อน	5	1.95	.814	35.7	33.6	30.7
รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนเย็น	8	1.77	.733	44.8	33.6	21.7
รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อนและ โทนเย็น	2	2.28	.771	19.5	32.9	47.6
รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อน	9	1.81	.743	38.6	41.4	20.0
รูปแบบตัวที โครงสีโทนเย็น	6	1.81	.840	46.7	26.0	27.4
รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อนและ โทนเย็น	1	2.38	.729	14.8	32.6	52.6

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีความ
พึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 52.6 ค่าเฉลี่ย
2.38 อันดับ 2 คือ รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น ร้อยละ 47.6 ค่าเฉลี่ย 2.28 และ
อันดับ 3 คือ รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น ร้อยละ 40.7 ค่าเฉลี่ย 2.18

และมีระดับความพึงพอใจในแต่ละรูปแบบ ดังนี้

รูปแบบตัวแอล พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสีโทนเย็นมากที่สุด ร้อยละ 40.7 ค่าเฉลี่ย 2.18 รองลงมาคือ โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น ร้อยละ 32.6 ค่าเฉลี่ย 2.00 และ โครงสีโทนร้อน น้อยที่สุด ร้อยละ 26.7 ค่าเฉลี่ย 1.82

รูปแบบตัวเอส พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น มากที่สุด ร้อยละ 47.6 ค่าเฉลี่ย 2.28 รองลงมาคือ โครงสีโทนร้อน ร้อยละ 30.7 ค่าเฉลี่ย 1.95 และ โครงสีโทนเย็น น้อยที่สุด ร้อยละ 21.7 ค่าเฉลี่ย 1.77

ส่วนรูปแบบตัวที พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น มากที่สุด ร้อยละ 52.6 ค่าเฉลี่ย 2.38 รองลงมาคือ โครงสีโทนเย็น ร้อยละ 27.4 ค่าเฉลี่ย 1.81 และ โครงสีโทนร้อน น้อยที่สุด ร้อยละ 20.0 ค่าเฉลี่ย 1.81

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบและโครงสีของโปสเตอร์ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3

รูปแบบและ โครงสี	อันดับความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนร้อน	7	1.82	.773	40.5	37.1	22.4
รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น	3	2.38	.755	16.7	28.8	54.5
รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น	6	1.80	.789	42.9	34.0	23.1
รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อน	9	1.64	.779	54.5	26.7	18.8
รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนเย็น	5	1.96	.709	26.9	49.8	23.3
รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น	1	2.39	.782	18.6	23.6	57.9
รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อน	4	1.83	.803	42.4	32.6	25.0
รูปแบบตัวที โครงสีโทนเย็น	8	1.87	.716	32.9	47.1	20.0
รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น	2	2.30	.841	24.8	20.2	55.0

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 57.9 ค่าเฉลี่ย 2.39

อันดับ 2 คือรูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น ร้อยละ 54.5 ค่าเฉลี่ย 2.38 และอันดับ 3 คือ รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น ร้อยละ 55.0 ค่าเฉลี่ย 2.30

และมีระดับความพึงพอใจในแต่ละรูปแบบ ดังนี้

รูปแบบตัวแอล พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจไปสเตอร์ที่มีโครงสีโทนเย็น มากที่สุด ร้อยละ 54.5 ค่าเฉลี่ย 2.38 รองลงมาคือ โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น ร้อยละ 23.1 ค่าเฉลี่ย 1.80 และโครงสีโทนร้อน น้อยที่สุด ร้อยละ 22.4 ค่าเฉลี่ย 1.82

รูปแบบตัวเอส พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจไปสเตอร์ที่มีโครงสีโทนร้อนและเย็น มากที่สุด ร้อยละ 57.9 ค่าเฉลี่ย 2.39 รองลงมาคือ โครงสีโทนเย็น ร้อยละ 23.3 ค่าเฉลี่ย 1.96 และโครงสีโทนร้อน น้อยที่สุด ร้อยละ 18.8 ค่าเฉลี่ย 1.64

ส่วนรูปแบบตัวที พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจไปสเตอร์ที่มีโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น มากที่สุด ร้อยละ 55.0 ค่าเฉลี่ย 2.30 รองลงมาคือ โครงสีโทนร้อน ร้อยละ 25.0 ค่าเฉลี่ย 1.83 และโครงสีโทนเย็น น้อยที่สุด ร้อยละ 20.0 ค่าเฉลี่ย 1.87

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบและโครงสีของ

ไปสเตอร์ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4

รูปแบบและ โครงสี	อันดับ ความพึง พอใจ	ค่า เฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนร้อน	3	1.98	.858	37.9	26.4	35.7
รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น	4	2.12	.727	21.2	46.0	32.9
รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนร้อนและ โทนเย็น	5	1.90	.846	41.0	27.6	31.4
รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อน	9	1.66	.745	50.5	33.1	16.4
รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนเย็น	7	1.89	.738	33.6	44.3	22.1
รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อนและ โทนเย็น	1	2.45	.754	16.0	22.6	61.4
รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อน	6	1.80	.832	46.9	26.7	26.4
รูปแบบตัวที โครงสีโทนเย็น	8	1.82	.712	36.0	46.2	17.9
รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อนและ โทนเย็น	2	2.39	.762	17.1	27.1	55.7

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 มีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 61.4 ค่าเฉลี่ย 2.45 อันดับ 2 คือ รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น ร้อยละ 55.7 ค่าเฉลี่ย 2.39 และอันดับ 3 คือ รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนร้อน ร้อยละ 35.7 ค่าเฉลี่ย 1.98

และมีระดับความพึงพอใจในแต่ละรูปแบบ ดังนี้

รูปแบบตัวแอล พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสีร้อนมากที่สุด ร้อยละ 35.7 ค่าเฉลี่ย 1.98 รองลงมาคือ โครงสีโทนเย็น ร้อยละ 32.9 ค่าเฉลี่ย 2.12 และโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น น้อยที่สุด ร้อยละ 31.4 ค่าเฉลี่ย 1.90

รูปแบบตัวเอส พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น มากที่สุด ร้อยละ 61.4 ค่าเฉลี่ย 2.45 รองลงมาคือ โครงสีโทนเย็น ร้อยละ 22.1 ค่าเฉลี่ย 1.89 และโครงสีโทนร้อน น้อยที่สุด ร้อยละ 16.4 ค่าเฉลี่ย 1.66

ส่วนรูปแบบตัวที พบว่า นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสีโทนร้อนและเย็น มากที่สุด ร้อยละ 55.7 ค่าเฉลี่ย 2.39 รองลงมาคือ โครงสีโทนร้อน ร้อยละ 26.4 ค่าเฉลี่ย 1.80 และโครงสีโทนเย็น น้อยที่สุด ร้อยละ 17.9 ค่าเฉลี่ย 1.82

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และร้อยละของระดับความพึงพอใจในรูปแบบและโครงสีของโปสเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

รูปแบบและโครงสี	อันดับ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	SD.	ระดับความพึงพอใจ		
				น้อย	ปานกลาง	มาก
				ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนร้อน	4	1.95	.840	37.6	29.5	32.9
รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น	3	2.20	.771	21.4	36.7	41.9
รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น	5	1.84	.800	41.0	33.8	25.5
รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อน	9	1.55	.732	59.0	26.7	14.3
รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนเย็น	7	1.96	.691	25.7	52.4	21.9
รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น	1	2.49	.746	15.2	21.0	63.8
รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อน	8	1.59	.767	58.6	24.3	17.1
รูปแบบตัวที โครงสีโทนเย็น	6	1.92	.724	30.5	47.1	22.4
รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น	2	2.50	.686	11.0	28.6	60.5

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 ร้อยละ 63.8 ค่าเฉลี่ย 2.49 อันดับ 2 คือ รูปแบบตัวที โครงสีโทนร้อนและเย็น ร้อยละ 60.5 ค่าเฉลี่ย 2.50 และ อันดับ 3 คือ รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น ร้อยละ 41.9 ค่าเฉลี่ย 2.20

และมีระดับความพึงพอใจในแต่ละรูปแบบ ดังนี้

รูปแบบตัวแอล พบว่า บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสีเย็น มากที่สุด ร้อยละ 41.9 ค่าเฉลี่ย 2.20 รองลงมาคือ โครงสีโทนร้อน ร้อยละ 32.9 ค่าเฉลี่ย 1.95 และโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น น้อยที่สุด ร้อยละ 25.2 ค่าเฉลี่ย 1.84

รูปแบบตัวเอส พบว่า บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น มากที่สุด ร้อยละ 63.8 ค่าเฉลี่ย 2.49 รองลงมาคือ โครงสีโทนเย็น ร้อยละ 21.9 ค่าเฉลี่ย 1.96 และโครงสีโทนร้อน น้อยที่สุด ร้อยละ 14.3 ค่าเฉลี่ย 1.55

รูปแบบตัวที พบว่า บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น มากที่สุด ร้อยละ 60.5 ค่าเฉลี่ย 2.50 รองลงมาคือ โครงสีโทนเย็น ร้อยละ 22.4 ค่าเฉลี่ย 1.92 และโครงสีโทนร้อน น้อยที่สุด ร้อยละ 17.1 ค่าเฉลี่ย 1.59

ตารางที่ 24 สรุปอันดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบและโครงสีของโปสเตอร์
ประชาสัมพันธ์

รูปแบบ/โครงสี	อันดับ 1	ร้อยละ	อันดับ 2	ร้อยละ	อันดับ 3	ร้อยละ
รูปแบบตัวแอล	โครงสีโทนเย็น	43.9	โครงสีโทนร้อน และโทนเย็น	31.4	โครงสี โท น ร้อน	24.6
รูปแบบตัวเอส	โครงสีโทนร้อน และโทนเย็น	55.7	โครงสีโทนเย็น	24.4	โครง สี โท น ร้อน	20.0
รูปแบบตัวที	โครงสีโทนร้อน และโทนเย็น	51.5	โครงสีโทนเย็น	26.5	โครง สี โท น ร้อน	21.9

จากตารางที่ 24 พบว่า ในรูปแบบตัวแอล กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสีโทนเย็น เป็นอันดับ 1 ส่วนในรูปแบบตัวเอส และรูปแบบตัวที กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 เหมือนกัน

ตารางที่ 25 สรุปอันดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโครงสีของโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์

กลุ่มตัวอย่าง	อันดับ 1	ร้อยละ	อันดับ 2	ร้อยละ	อันดับ 3	ร้อยละ
นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6	โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวทึบ	48.1	โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวทึบ	42.6	โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวทึบ	42.2
นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1	โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบทึบ	48.9	โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวทึบ	39.3	โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวเอส	37.8
นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2	โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวทึบ	52.2	โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวทึบ	43.7	โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวทึบ	38.5
นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3	โครงสีโทนร้อนและเย็น รูปแบบตัวเอส	44.4	โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	43.7	โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวเอส	34.1
นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4	โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	47.4	โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวเอส	42.6	โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	38.5
บุคลากร มรภ.หมู่บ้านจอมบึง	โครงสีร้อนและเย็น รูปแบบตัวทึบ	40.0	โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวเอส	39.3	โครงสีโทนเย็น รูปแบบตัวเอส	37.0

จากตารางที่ 25 พบว่านักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสีโทนร้อน รูปแบบตัวทึบ เป็นอันดับ 1 นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1, 2 และบุคลากร มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวทึบ เป็นอันดับ 1 ส่วนนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3, 4 มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวเอส เป็นอันดับ 1

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง“การศึกษารูปแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสม ในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาอันดับความพึงพอใจของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโปสเตอร์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างขึ้น
3. เพื่อศึกษาอันดับความพึงพอใจ ของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโครงสร้างที่สร้างขึ้น

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ

1. ตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่ รูปแบบและโครงสร้างของโปสเตอร์
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความพึงพอใจของ นักเรียน นักศึกษา และบุคลากรที่มีต่อโปสเตอร์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง เพื่อกำหนดเป็นรูปแบบโปสเตอร์ที่จะสร้างขึ้น แล้วทำการออกแบบสร้างโปสเตอร์ตามรูปแบบและโครงสร้างที่กำหนดเป็นโปสเตอร์ 3 รูปแบบ คือ รูปแบบตัวที (T Shape Layout) รูปแบบตัวแอล (L Shape Layout) รูปแบบตัวเอส (S Shape Layout) และโปสเตอร์ 3 โครงสร้าง ได้แก่ สีโทนร้อน 80 :20 (Warm Tone) สีโทนเย็น 80 :20 (Cool Tone) สีโทนร้อนและสีโทนเย็น 50:50 (50% Warm Tone and 50% Cool Tone) ที่ออกแบบรวม 9 ชิ้น และนำไปรับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านการออกแบบและด้านจิตวิทยา รวม 6 คน แล้วนำโปสเตอร์ที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทำการทดลอง ดำรวจความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบและโครงสร้างของโปสเตอร์ที่สร้างขึ้น โดยมีวิธีการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ 1 เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ผู้วิจัยทำการแนะนำตนเอง อธิบายวัตถุประสงค์ รายละเอียด ขั้นตอนในการทดลอง การพิจารณาเปรียบเทียบสื่อโปสเตอร์ วิธีการตอบแบบสอบถาม แล้วแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ดูเปรียบเทียบรูปแบบของโปสเตอร์ที่สร้างขึ้นทั้ง 3 รูปแบบ แล้วตอบคำถาม และดูเปรียบเทียบโครงสีของโปสเตอร์ที่สร้างขึ้น 3 โครงสี แล้วตอบคำถามทำเช่นนี้จนครบจำนวน 30 คน

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ 2 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีวิธีการทดลองและเก็บข้อมูลเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และสอบถามให้ครบจำนวน 30 คน

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ 3 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีวิธีการทดลองและเก็บข้อมูลเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และสอบถามให้ครบจำนวน 30 คน

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ 4 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 มีวิธีการทดลองและเก็บข้อมูลเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และสอบถามให้ครบ 30 คน

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ 5 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีวิธีการทดลองและเก็บข้อมูลเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และสอบถามให้ครบจำนวน 30 คน

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ 6 เป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มีวิธีการทดลองและเก็บข้อมูลเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และสอบถามให้ครบจำนวน 15 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติบรรยายโดยการแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษารูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสม ในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโปสเตอร์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างขึ้น

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจ ของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโครงสีที่สร้างขึ้น

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง“การศึกษารูปแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี” สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษารูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสม ในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรีจากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสร้างโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง พบว่า รูปแบบที่เหมาะสม ได้แก่ รูปแบบตัวแอล รูปแบบตัวเอส และรูปแบบตัวที

2. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรใน มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโปสเตอร์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างขึ้น

2.1 การจัดอันดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบของโปสเตอร์ 3 รูปแบบ พบว่า ในรูปแบบตัวแอล กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสร้างเป็น 3 โทนเย็น เป็นอันดับ 1 ส่วนในรูปแบบตัวเอส และรูปแบบตัวที กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสร้างเป็น 3 โทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 เหมือนกัน

จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโปสเตอร์ทั้ง 3 รูปแบบมีความแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

2.2 การจัดอันดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มที่มีต่อรูปแบบของโปสเตอร์ พบว่า นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวแอล โครงสร้างเป็น 3 โทนเย็น เป็นอันดับ 1 นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1, 3, 4 และบุคลากร มีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวเอส โครงสร้างเป็น 3 โทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 เหมือนกัน ส่วนนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวที โครงสร้างเป็น 3 โทนร้อนและโทนเย็นเป็นอันดับ 1

จึงสรุปได้ว่า นักเรียน นักศึกษาและบุคลากรมีความพึงพอใจต่อโปสเตอร์ทั้ง 3 รูปแบบ แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

3. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจ ของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรใน มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่มีต่อโครงสร้างที่สร้างขึ้น

3.1 การจัดอันดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโครงสร้างของโปสเตอร์ 3 โครงสร้าง พบว่า ในโครงสร้างโทนร้อน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวเอส เป็นอันดับ 1 ในโครงสร้างโทนเย็น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวแอล เป็นอันดับ 1 และในโครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโปสเตอร์รูปแบบตัวที เป็นอันดับ 1

จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโปสเตอร์ทั้ง 3 โครงสร้าง มีความแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

3.2 การจัดอันดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มที่มีต่อโครงสร้างของโปสเตอร์ พบว่า นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสร้างโทนร้อน รูปแบบตัวที เป็นอันดับ 1 นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1, 2 และบุคลากร มีความพึงพอใจ

โปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวทึ เป็นอันดับ 1 ส่วนนักศึกษาระดับปริญญาตรี
ชั้นปีที่ 3,4 มีความพึงพอใจโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น รูปแบบตัวเอส เป็นอันดับ 1

จึงสรุปได้ว่า นักเรียน นักศึกษาและบุคลากรมีความพึงพอใจต่อโปสเตอร์ทั้ง 3
โครงสี แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง“การศึกษารูปแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของ
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี” สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

**ความพึงพอใจของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
ที่มีต่อโปสเตอร์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างขึ้น**

จากตารางที่ 13 จะเห็นได้ว่าในเรื่องรูปแบบของโปสเตอร์ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจใน
โปสเตอร์รูปแบบแบบตัวเอส มากที่สุด เนื่องจากโปสเตอร์ที่มีรูปแบบตัวเอส เป็นโปสเตอร์ที่วาง
องค์ประกอบให้เส้นหลักเป็นรูปตัวเอสทำให้ภาพมีทิศทางการเคลื่อนไหวที่อ่อนช้อยนุ่มนวล เกิด
ความรู้สึกต่อเนื่อง ทำให้แลเห็นว่ามี การเคลื่อนไหวและแสดงอารมณ์ สอดคล้องกับที่ไพฑูรย์
ทองทรัพย์ (2542 : 59) กล่าวว่า เมื่อดูเส้นโค้งแล้วจะรู้สึกสบายตา มีความอ่อนโยนละมุนละไม
เคลื่อนไหวและไม่หยุดนิ่ง มีลีลาคล้ายกับเกลียวคลื่น ดูสวยงามและมีชีวิตชีวา มากกว่ารูปแบบตัวทึ ที่
ทำให้ภาพมีลักษณะน่าเชื่อถือ หรือรูปแบบตัวแอลที่ทำให้ภาพน่าสนใจจากลักษณะที่ไม่เท่ากัน ทั้งนี้
ผู้ออกแบบได้นำ สิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์และชื่อสถาบัน มาเป็นส่วนหัวเรื่องและส่วน
ภาพประกอบที่น่าสนใจ มาจัดวางเป็นองค์ประกอบให้เกิดเส้นหลักเป็นรูปตัวเอส เพื่อให้โปสเตอร์ที่
สร้างขึ้นมีศักยภาพในการสื่อสารได้ดี ตามที่ ปิณฑนา สงวนบุญญาพงศ์ (2542 : 32 – 37) กล่าวไว้ คือ
หัวเรื่อง มีข้อความสั้น กระชับ ได้ใจความ สื่อความหมายได้เร็ว มีความกระชับ มีความน่าเชื่อถือ
และน่าสนใจ และใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพถ่ายเหมือนธรรมชาติมาเสริมช่วยสร้างความเข้าใจ
เพิ่มขึ้นจากข้อความ โดยใช้ภาพที่ดูง่าย สามารถเข้าใจได้ทันที ดึงดูดความสนใจได้ดี ให้ความรู้สึก
ว่า สิ่งที่เห็นในภาพกำลังเคลื่อนไหว กำลังเกิดขึ้น และสร้างความรู้สึกร่วมในเหตุการณ์ได้ ใช้ความ
สวยงามของภาพ และองค์ประกอบของภาพที่สมบูรณ์ ให้ผู้ดูเกิดสุนทรียทางอารมณ์ สร้างความ
ประทับใจ จดจำ และปรารถนาจะเข้ามามีส่วนร่วมตามภาพที่เห็น

**ความพึงพอใจ ของนักเรียน นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอม
บึง ที่มีต่อโครงสีที่สร้างขึ้น**

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโปสเตอร์ที่มีโครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็นมากที่สุด เนื่องจากโปสเตอร์ที่มีโครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น จะมีสีที่หลากหลายทั้งในโทนสีร้อนและโทนสีเย็นที่ผู้ออกแบบนำมาใช้น้ำหนักกลุ่มตัวอย่าง ช่วยสร้างบรรยากาศและอารมณ์ร่วมทั้งโทนสีร้อนที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น ตื่นเต้น กระฉับกระเฉง รื่นเริง สดชื่น และโทนสีเย็นที่ให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น อุดมสมบูรณ์ จึงเป็นที่พึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างมากกว่าโปสเตอร์ที่มีโครงสร้างโทนร้อนหรือโทนเย็นเพียงอย่างเดียว โดยผู้ออกแบบได้นำหลักการออกแบบในเรื่องความกลมกลืนของสี การใช้สีทั้งในโทนเดียวกันให้เกิดความประสานกลมกลืน มองดูแล้วไม่แตกต่าง หรือเป็นคู่ปฏิปักษ์กัน นำมาใช้ในการออกแบบร่วมกับหลักของความแตกต่าง หรือ การตัดกัน (Contrast) ตามที่พุงศ์ศักดิ์ ประจุศิลป์ (2535 : 27-29, อ้างถึงในวิวรรธน์ จันทรเทพย์ 2548 : 95) ระบุไว้ เพื่อไม่ให้เกิดการซ้ำซาก ช่วยมิให้ความกลมกลืนที่มีเป็นสาเหตุของความเบื่อหน่ายจำเจ ช่วยให้ดูแล้วเป็นที่สะดุดตาม น่าสนใจขึ้นแทน และในเรื่องของการใช้สีตรงข้ามหรือใช้สีต่างโทนกันนั้นผู้ออกแบบได้นำหลักการจัดช่วงจังหวะและการใช้สีเข้ามาช่วยในการออกแบบเพื่อให้สีตรงกันข้ามสามารถอยู่ด้วยกันได้โดยไม่ขัดแย้ง กล่าวคือ การจัดช่วงจังหวะแบบต่อเนื่อง ในด้านความอ่อนแก่ของสี การลดความสดใสหรือการฆ่าสี (Colour Break) การใช้สีขาวและสีดำมาช่วยในการตัดเส้นหรือการผสมลงในสีแท้ ทำให้โทนสีตรงกันข้ามสามารถอยู่ด้วยกันได้อย่างกลมกลืน ไม่ขัดแย้งหรือเกิดความระคายเคืองในการรับรู้ รวมทั้งช่วงเวลาในการทดลองเป็นระยะเวลาช่วงสั้นๆ กลุ่มตัวอย่างไม่มีเวลาพิจารณาถึงความนุ่มนวลของสีได้ ในช่วงเวลาที่จำกัดนี้ สีตรงข้ามย่อมเป็นสิ่งเร้าที่สามารถกระตุ้นการรับรู้ได้ดีกว่าสีที่อยู่โทนเดียวกัน

นอกจากการใช้รูปแบบและโครงสร้างเป็นสิ่งเร้าให้กลุ่มตัวอย่างสนใจรับรู้สารที่ต้องการสื่อแล้ว ผู้ออกแบบได้ออกแบบรายละเอียดต่างๆ ในโปสเตอร์ตามหลักจิตวิทยาการรับรู้และหลักการสร้างความสนใจ ดังนี้ การนำเสนอภาพประกอบที่เกี่ยวข้องในการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี เพียงบางส่วนเพื่อเป็นสิ่งเร้าให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความสนใจและพยายามทำความเข้าใจต่อสิ่งที่ผู้ออกแบบไม่ได้แสดง ตามทฤษฎีการวางเงื่อนไขสิ่งเร้าและการตอบสนอง (ศิริพงษ์ พยอมแย้ม 2537 : 64)

และจากการสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบและโครงสร้างของโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การรับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แล้วนำมาเปรียบเทียบกับผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและด้านจิตวิทยาแล้ว แล้วพบว่า ทั้งกลุ่มตัวอย่าง และผู้เชี่ยวชาญ มีความคิดเห็นและความพึงพอใจ ที่สอดคล้องและแตกต่างกันในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโครงสร้างของโปสเตอร์รูปแบบตัวแอล ตัวเอส และตัวที

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในโครงสร้างโทนเย็นของโปสเตอร์รูปแบบตัวแอล เป็นอันดับ 1 ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา แต่แตกต่างกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทั้งนี้เมื่อได้สอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่างในบางส่วน ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้เกิดมุมมองเชิงศิลปะและมุมมองเชิงจิตวิทยา รวมถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ที่ทำให้ความคิดเห็นและความพึงพอใจมีความสอดคล้องและแตกต่างกัน กล่าวคือ

กลุ่มตัวอย่าง พึงพอใจในโครงสร้างโทนเย็นของโปสเตอร์รูปแบบตัวแอล เป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกที่ สดใส เย็นใจ สบายตา สงบร่มรื่นเป็นธรรมชาติ อ่านแล้วใช้เวลาได้นานไม่ปวดตา สามารถอ่านได้เรื่อยๆ อ่านง่าย เข้าใจง่าย โทนสีให้ความรู้สึกที่สงบ เยือกเย็น มีการจัดวางรูปแบบได้ดี มีความเรียบง่าย เหมาะสมกับการสื่อสารทางวิชาการ สีโทนเย็น โดยเฉพาะสีเขียว นอกจากให้รู้สึกสดชื่น เย็นสบาย ชุ่มชื้น แล้วเข้ากับภูมิทัศน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่อุดมไปด้วยธรรมชาติ ต้นไม้เขียวชอุ่ม ต้นไม้ล้อมรอบหุบเขา ให้ความรู้สึกสบายตา สบายใจอยู่เสมอ ให้ความรู้สึกอ่อนโยนแบบมีพลัง เพราะมีสีดำเข้ามาช่วย เหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ สถานศึกษา

สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน ซึ่งให้ความคิดเห็นว่า โครงสร้างโทนเย็นของโปสเตอร์รูปแบบตัวแอล เมื่อดูแล้ว แล้วสงบ เย็นตา เวลาอ่านเพราะการดูโปสเตอร์ที่มีรายละเอียดไม่ใช่ดูแล้วผ่านไป ตามจุดมุ่งหมายของโปสเตอร์คือต้องให้กลุ่มเป้าหมายอ่าน เวลาอ่านพินิจพิจารณาควรอยู่ในอารมณ์ที่สงบ สบาย สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายตามความต้องการหลักของมนุษย์ตามหลักของมาสโลว์ (Maslow) ที่มีระดับ 1 – 5 ชั้น (ความต้องการทางด้านร่างกาย ความปลอดภัย ความรักและมีส่วนร่วมในสังคม การมีเกียรติยศชื่อเสียง ความสำเร็จ) เมื่อเทียบกับโครงสร้างโทนร้อนที่แม้จะดูสะดุดตา แต่โดยรวมถ้าหากต้องอ่านเนื้อหาต่างๆ คงเกิดผลกระทบต่อสายตามากกว่าโครงสร้างโทนเย็น ส่วนในโครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น ผู้วิจัยออกแบบสีของข้อความบางช่วงจมน้ำไม่เด่น อ่านยาก ในเชิงจิตวิทยาถ้าเจอเรื่องยากๆ ก็จะเลิกสนใจผ่านไปเลย(กุมินทร์ อ่อนละมุด 2550) รวมทั้ง ที่มีความเหมือนกันในการใช้มุมมองในแง่จิตวิทยา และความชอบตามวัย เห็นว่าในโครงสร้างโทนเย็นนี้ให้ความรู้สึกเย็น สงบ เรียบร้อย จิตใจถูกน้อมลงให้อ่านข้อความตามที่ต้องการสื่อด้วยอิทธิพลของรูปแบบและโทนสี ดีกว่าโครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น หรือโครงสร้างโทนร้อนที่ให้ความรู้สึกที่ร้อนแรง เมื่อต้องดูหรืออ่านในเวลาที่ยาวนานขึ้นทำให้มีผลต่อสายตาและจิตใจเช่นกัน(สุรพล พยอมแย้ม 2550 และสุรางค์ มั่นยานนท์ 2550) และผลการประเมินความ

พึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบพบว่า ผู้เชี่ยวชาญคนหนึ่งที่มีความพึงพอใจในโครงสร้างโทนเย็นของโปรสแตออร์รูปแบบแอล เช่นเดียวกัน โดยมุ่งประเด็นในการจัดองค์ประกอบศิลป์ในรูปแบบตัวแอลได้อย่างดี มีจุดเด่นที่เป็นสีโทนร้อนและตัวใหญ่ เรื่องรองคือ ตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย ในภาพรวมจึงน่าพึงพอใจมากกว่าโครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็น ที่ใช้ตัวอักษรบริเวณส่วนล่างกลืนกัน ไปหน่อย หรือในโครงสร้างโทนร้อน ที่มีสีแดงมาทำให้ความสำคัญของหัวเรื่องน้อยลง (ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภาศย์ 2550)

แตกต่างไปจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอีก 2 ท่าน ที่มีความ พึงพอใจในโครงสร้างโทนร้อนเป็นอันดับ 1 โดย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบท่านหนึ่งได้มองว่า ในโครงสร้างโทนเย็นของโปรสแตออร์รูปแบบตัวแอลนี้ รูปแบบเรียบง่าย ง่ายด้วยสีโทนเย็น ให้ความรู้สึก เย็นชา ไม่ดึงดูดสายตา ไม่เหมาะกับวัยของกลุ่มตัวอย่าง จืดชืดในการตื่นตัวของกลุ่มเป้าหมายหรือการประชาสัมพันธ์ เวลามองต้องมองตรงจุดขาย โปรสแตออร์เป็นสื่อที่ไม่ได้ชิ้นใหญ่มาก ไม่ใช่ cut out จึงต้องให้สะดวกตาแต่ไกลแล้วค่อยมาสื่อด้วยข้อความ รายละเอียด โครงสร้าง โครงสร้างเย็นจึงไม่น่าสนใจเท่าโครงสร้างโทนร้อน ที่ดูแล้วให้ความรู้สึกอบอุ่น ลักษณะคล้ายที่เป็น window ดูง่ายในมุมมองของรูปแบบที่เป็นกันเอง แต่ก็มีความเป็นระเบียบวินัยอยู่ในตัว สีโทนร้อนในงานศิลปะในการออกแบบ กระตุ้นการรับรู้ได้ดี สีสนับมน้ำให้เห็นถึงความโดดเด่นจุดขายของการประชาสัมพันธ์ ให้เกิดการกระทำคือเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ ใจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นได้ดีกว่าโทนสีผสมและโทนสีเย็น ตามที่ตนเองได้คลุกคลีกับเด็กวัยรุ่นช่วงชั้นที่ 4 คือ มัธยมศึกษา ปีที่ 4 มัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 รู้ถึงความต้องการของเด็กวัยนี้ว่า เขาต้องการอะไร (ทัศนัย จิตต์พัฒนากุล 2550)

ซึ่งความแตกต่างนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบให้ความเห็นว่า อาจเนื่องมาจากความชอบส่วนบุคคล ถึงแม้จะมีหลักการในเรื่ององค์ประกอบศิลป์ ผู้เชี่ยวชาญคนอื่นอาจมองถึงการดึงดูดสายตาได้ดีกว่า ดูไกลๆ แล้วปะทะสายตาดี โครงสร้างโทนเย็นอาจดูแล้วนิ่งเกินไป แต่ทำให้โครงสร้างโทนเย็นเป็นอันดับที่ 1 คือให้ความสำคัญกับตัวอักษรหัวเรื่อง การสื่อสารที่ง่ายและชัดเจน(ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภาศย์ 2550)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในโครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็นของโปรสแตออร์รูปแบบตัวเอส เป็นอันดับ 1 ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ แต่แตกต่างกับผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ทั้งนี้เมื่อได้สอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่างในบางส่วน ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้เกิดมุมมองที่ทำให้ความคิดเห็นและความพึงพอใจมีความสอดคล้องและแตกต่างกัน กล่าวคือ

กลุ่มตัวอย่าง พึงพอใจใน โครงสร้างโทนร้อนและโทนเย็นของโปรสแตออร์รูปแบบตัวเอส เป็นอันดับ 1 เพราะ มีสีสนับที่สดใส สวยงาม ดูแล้วเหมือนสายรุ้ง โดดเด่นสะดุดตาด้วยการเล่นสี ได้

น้ำหนักและเจดสี มีทั้งร้อนและเย็นที่กลมกลืนเข้าด้วยกัน ดึงดูดความสนใจ และกระตุ้นให้ผู้ดูเกิดความกระฉับกระเฉงที่จะรับรู้ สีสี่ตัวอักษรอ่านง่าย บวกกับการนำรูปภาพกิจกรรมของนักศึกษา มาจัดเรียงให้เป็นรูปแบบ S ที่คูนุ่มนวล ลื่นไหล โน้มน้ำวจิตใจให้เกิดความรู้สึกเป็นอิสระตรง ร่าเริง เบิกบาน ตรงกับความรู้สึกและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยนักศึกษา

สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 ท่าน ให้ความคิดเห็นว่า เมื่อดูโปสเตอร์รูปแบบเอส ในโครงสีโทนร้อนและโทนเย็นแล้วชอบมากกว่าโทนสีอื่นๆ เนื่องจากมีการไล่ส่วนกัน ให้น้ำหนักไล่เลี่ยกันลงมาทำให้เกิดบรรยากาศมากกว่าโทนร้อนหรือโทนเย็น มีการใช้โทนสีผสมที่ดี ไล่โทนสีโดยการลดค่าสีอันใดอันหนึ่งลงไป เพื่อให้ค่าสีอีกอันเด่นขึ้นหรือกลมกลืนกันแม้จะเป็นสีคู่ปฏิปักษ์ก็สามารถอยู่กันได้อย่างสวยงาม ในขั้นนี้มองอัตราส่วนจากภาพรวมแล้วออกมาในโทนร้อนมากกว่าโทนเย็นเนื่องจากการใช้สีเหลืองสีนี้ ทำให้คล้ายเป็น 70:30 แทน 50:50 แต่ถ้าหากใช้สีเหลืองอีกค่าหนึ่งก็จะออกในโทนเย็นมากกว่าโทนร้อน การออกแบบตัวหนังสืออ่านง่าย ลอยเด่นออกมาไม่จมเหมือนในโทนเย็น ตัวหัวเรื่องพร้อมที่จะสื่อสารไปถึงผู้อ่าน หนึ่งชัดเจน ไม่รวนเหมือนในโทนร้อน(ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภักย์ 2550) และสอดคล้องกับความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (ทัศนัย จิตต์พัฒนากุล 2550) ที่พึงพอใจในโครงสีโทนร้อนและโทนเย็นมากที่สุด ด้วยมีจุดเด่นอยู่ที่การใช้สีแบบเรนโบว์ มีการไล่สีและน้ำหนักที่สมดุลมีความฉลาดในเรื่องการถ่วงน้ำหนักที่ดูแล้วไม่ขัดแย้ง ดังเช่น รูปภาพประกอบที่ไล่เรียงเป็นอักษรเอส มีความลื่นไหล ถ่วงดุลด้วยรูปแต่งครุยชุดคำที่ให้สีหนัก และกิจกรรมต่างๆ ของรูปภาพที่เป็นชุดขาวแต่มีจำนวนมาก เลยช่วยรับน้ำหนักได้พอดี จัดวางรูปภาพได้สมดุล ดูภาพรวมแล้วรู้สึกมีอิสระตรงกับความชอบของกลุ่มตัวอย่าง แต่ความอิสระนั้นมีความเป็นเอกภาพที่ชัดเจน ดึงดูดสายตาได้ดีกว่าโครงสีโทนเย็นหรือโทนร้อน ไม่ใช่ออกแบบสมดุลแบบที่หลายๆ ไม่น่าสนใจ และจัดรูปภาพเล็กใหญ่ไม่ซ้ำกัน มีการเน้นและให้จังหวะได้ดี

และสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา 1 ท่าน ที่เห็นว่าในโครงสีโทนร้อนและโทนเย็นนี้ มีความเด่นชัดในเรื่องของสีที่ไล่น้ำหนักได้อย่างดี ประกอบกับรูปแบบ S ทำให้น่าสนใจมากกว่าโทนร้อนหรือโทนเย็น (สุรางค์ มั่นยานนท์ 2550)

ซึ่งแตกต่างไปจากผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาอีก 2 คน ที่มีความพึงพอใจในโครงสีโทนเย็นมากกว่า โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรางค์ มั่นยานนท์ กล่าวว่า อาจเพราะมีมุมมองที่แตกต่าง ไม่ได้ยึดติดกับหลักการเดิม เหมือนที่ใช้ในการประเมินโครงสีของรูปแบบ L ที่ผ่านมากล้าที่จะมองและเห็นว่ารูปแบบที่เปลี่ยนไป ความสัมพันธ์ที่มีต่อสีย่อมเปลี่ยนไปด้วย คือ ไม่ได้ยึดคุณสมบัติของสีหรือความตัดสินใจด้วยหลักการต่างๆ เพียงอย่างเดียว จึงอาจเห็นในมุมมองที่แตกต่างไปจากผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาอีก 2 คน ที่มีความพึงพอใจในโครงสีโทนเย็นของโปสเตอร์รูปแบบตัวเอส เป็นอันดับ 1 ด้วย

มุมมองที่แตกต่าง ดังที่ผู้เชี่ยวชาญ (ภูมินทร์ อ่อนละมุล 2550) ให้มุมมองจากการสัมภาษณ์ว่า ในโครงสีโทนเย็นเมื่อดูแล้วอารมณ์สงบ เย็นตา สามารถอ่านพินิจพิจารณาเนื้อหาที่ต้องการสื่อได้ดีกว่าในโทนร้อนและโทนเย็น หรือโทนร้อน โดยเฉพาะในโทนร้อนนั้นในเชิงจิตวิทยามักไม่ค่อยนำสีโทนร้อนมาใช้ และมุมมองของผู้เชี่ยวชาญอีกท่าน ในเรื่องของโครงสีโทนเย็นที่มีสีเหลืองเข้ามาช่วยในปริมาณที่มาก ทำให้ไม่จืดชืดหรือเขียวทึบเข้มขึ้นเกินไป สีเหลืองเข้ามาช่วยในโทนเย็น จึงดูความสวยเพิ่มมากขึ้น และหัวเรื่องที่ใช้สีแดงก็ชัดเจน อ่านง่ายกว่าในสีโทนอื่น เพราะคือจุดเด่นหรือไฮไลท์ในโปสเตอร์ มีสีแดงที่ช่วยให้ความชัดเจนตรงหัวเรื่อง ลอยเด่นออกมา มีพื้นหลังที่เป็นเหลืองเหลืองเข้ามาช่วยในโทนเย็น ให้น่าสนใจ คือความเย็นมันต้องนำ และโทนร้อนบางส่วนมาเอื้อช่วยให้ดูดีมากขึ้น (สุรพล พยอมแย้ม 2550)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในโครงสีโทนร้อนและโทนเย็นของโปสเตอร์รูปแบบตัวที่เป็นอันดับ 1 ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ด้วยเหตุผลต่างๆ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง พึงพอใจในโครงสีโทนร้อนและโทนเย็นของโปสเตอร์รูปแบบตัวที่เป็นอันดับ 1 เพราะดูน่าสนใจ สะดุดตา ด้วยโทนสีที่ตัดเข้าหากันดีได้อย่างกลมกลืน ชอบในการเลือกสีที่มีความต่อเนื่อง ให้ความรู้สึกสดใสไม่จืดชืด ไม่รบกวนในการมอง ดูแล้วรู้สึกสดใส กระฉับกระเฉงไม่น่าเบื่อ โทนสีเขียวให้ความรู้สึกเย็นตา สดชื่นและมีสีแดงที่ดูแล้วตื่นตัวไม่ร้อนจนเกินไป สดใสเข้าใจ เน้นในเรื่องการจัดสี และการวางองค์ประกอบ การออกแบบข้อความตัวอักษรทำให้ง่ายต่อการอ่าน ไม่รบกวนสายตาเพราะมีการจัดสีเข้มไว้ด้านบนและด้านล่างของโปสเตอร์

สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา 2 ท่าน ที่เห็นว่าโครงสีโทนร้อนและโทนเย็นของโปสเตอร์รูปแบบตัวที่มีความเด่นในเรื่องการให้สี การไล่สีที่ดูดี ไม่จืดเหมือนโครงสีโทนเย็นหรือร้อนแรงมากเกินไปเหมือนโครงสีโทนร้อน(สุรางค์ มั่นยานนท์ 2550) ให้เหตุผลว่าในโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น โดดเด่นด้วยมีช่วงเย็นและที่ร้อนผสมกัน มีสีเขียวในโทนผสมเข้ามาบรรเทา เป็น tone down ลงไป ไม่ได้ร้อนเลยซะทีเดียวและก็ไม่มันไม่เหงา หรือแฉะกว้างจนเกินไปเช่นในโครงสีโทนเย็นที่เย็นเป็นพีคเลยทีเดียว ดูแล้วเหงาๆ หรือในโทนร้อนที่ดูร้อนไปหมด) และที่ชอบอีกอย่างหนึ่งคือ มีโทนเย็นมาช่วยสะท้อนความรู้สึก ขณะที่ปะทะร้อนในการอ่านได้(สุรพล พยอมแย้ม 2550 และ ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภักย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ที่เห็นว่ามีการใช้สีที่ดีทำให้เกิดมิติและบรรยากาศ ทำให้ตัวอักษรลอยเด่นออกมา การใช้โทนสีร้อนและสีเย็นผสมกันดีกว่า โครงสีเย็นที่ดูแล้วอาจสบายตาแต่นิ่งเกินไป หรือ โครงสีโทนร้อน ที่หากอ่านข้อความนานๆ จะเมื่อยล้าสายตา โดยเฉพาะถ้าเป็นสเกลที่โตมากๆ กว่านี้ สเกลแค่นี้ใช้ตลอดนี้อาจจะไม่มีผลนักหากดูในช่วงระยะเวลาสั้นๆ (ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภักย์ 2550)

ซึ่งแตกต่างจาก ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และ ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ที่มีความพึงพอใจใน โครงสีโทนร้อนของ โปสเตอร์รูปแบบตัวที เป็นอันดับ 1 ด้วย เห็นว่า โครงสีโทนร้อน จะกระตุ้นการรับรู้ได้ดี จูงใจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นได้ดีกว่า โทนสีผสมและ โทนสีเย็น มีการแบ่งสัดส่วนที่ดี ในส่วนหัวเรื่องมีความชัดเจน มีการนำสีมาช่วยเบรก การจัดวางรูปภาพในแนวกรอบ ตัวที่น่าสนใจ ข้อความและรูปภาพเป็น โทนเย็นมาช่วย จึงไม่ร้อนแรง แสบตาเหมือน โทนร้อนในรูปแบบตัวแอลและตัวเอส (ทัศนัย จิตต์พัฒนากุล 2550)

ซึ่งความพึงพอใจที่แตกต่างกันระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและด้านจิตวิทยานี้ กล่าวได้ว่า อาจเกิดจากความเป็นปัจเจกบุคคล ความรู้สึกพึงพอใจ ค่านิยม ภูมิหลังและประสบการณ์ส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน การมองในมุมที่แตกต่างมุมกลับ ค่านิยมที่ยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต โดยทัศนัย จิตต์พัฒนากุล ได้ให้ความคิดเห็นส่วนตัวเพิ่มเติมว่า วัยแต่ละบุคคลมีความสำคัญต่อการพิจารณาเลือกหรือตัดสินใจได้เหมือนกันและไม่เหมือนกัน สิ่งที่เหมือนและสอดคล้องกันคือ ประสบการณ์ความคิดที่มีภูมิหลัง สิ่งที่เป็นความคิดสร้างสรรค์มองภาพรวม เหมือนดังในงานศิลปะที่บอกว่า “ศิลปะไม่มีวันตาย” นั่นคือความคิดสร้างสรรค์ในงานออกแบบทุกประเภทไม่ใช่อยู่ในทฤษฎีหลักการมากเกินไป(ทัศนัย จิตต์พัฒนากุล 2550และภูมินทร์ อ่อนละมุล 2550) สอดคล้องกับ นายสมพงษ์ เกศนิลพรรณ (2546 : 52) ที่กล่าวว่า ตามหลักการใช้สีของศิลปะอาจเป็นหลักการกว้างๆ เท่านั้น เพราะเมื่อสร้างสรรค์งานศิลปะจริงๆ จะเคร่งคัดตามเกณฑ์ทุกประการไปคงไม่ได้ ผู้สร้างสรรค์ควรต้องมีการฝึกฝนและพลิกแพลงวิธีการใช้งานด้วยตนเอง

ความพึงพอใจในโครงสีโทนเย็นของโปสเตอร์รูปแบบตัวแอลและตัวทีของกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

จากผลสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มย่อย ที่มีต่อ โครงสีของ โปสเตอร์รูปแบบตัวแอล ตัวเอส และตัวที พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจที่ค่อนข้างแตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มย่อยอื่นๆ คือ ในรูปแบบตัวแอลและรูปแบบตัวที พบว่า กลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจใน โครงสีโทนเย็น เป็นอันดับ 1 ทั้งนี้ เมื่อได้สอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมจากกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 5 คน ให้เหตุผลว่า เนื่องจาก โครงสีโทนเย็นเป็น โทนสีที่ค่อนข้างอ่อน เป็น โทนเดียว ไม่หลากหลาย ดูดีสะอาดตา โทนเย็นดูให้ความสุข ร่มรื่นและเป็นธรรมชาติดี ไม่จูดจาดมากเกินไป มีการไล่ระดับสีได้กลมกลืน สีเขียวเหลืองทำให้รู้สึกสบายตา เขา มีความเย็นช่วยผ่อนคลายให้ความรู้สึกรายกายอ่าน แม้ข้อความบางช่วงอาจจะจมไปสักนิดหนึ่ง ภาพประกอบดูเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ ดูน่าสนใจ นำมาเรียน สีและสะอาดตาเวลามอง ในส่วนที่เป็นท้องฟ้าดูสดใส มีสีขาวตรงแสงสวยดีน่าสนใจและเข้ากับสีโทนเย็น

มากที่สุด ให้ความรู้สึกเย็น ให้ความเป็นมิตร สบายตาเย็นใจ มีฐานสีดำชนสีเขียวดูแล้วคลาสสิกมาก ดูน่าเชื่อถือ มันคงตรงฐานและมีพลัง ดูเป็นโปสเตอร์ที่แข็งแรง และเรียบง่ายที่มีอยู่ในตัว

ซึ่งการที่กลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความพึงพอใจใน โครงสีโทนเย็นของโปสเตอร์รูปแบบตัวแอลและตัวที เป็นอันดับ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ให้ความเห็นว่า อาจเป็นด้วยพัฒนาการทางอารมณ์ของวัยเด็กวัยนี้จะมีลักษณะเป็นกลางๆ คือ ไม่ดีหรือร้ายจนเกินไป เด็กวัยนี้มีความคิดที่ละเอียดอ่อนมากขึ้น สามารถเข้าใจอารมณ์ของตนเองและผู้อื่น ได้ดีขึ้น ควบคุมอารมณ์ของตนได้ เรียนรู้ที่จะแสดงอารมณ์ได้เหมาะสมในรูปแบบที่สังคมยอมรับได้ (ทิพย์ภา เศรษฐ์ชาวลิต 2541 : 81-82 ; สุชา จันทรเอม 2540 : 131-132) จึงทำให้เด็กช่วงนี้มีพัฒนาการอารมณ์ที่อยู่กลางๆ ร่าเริงแจ่มใส อารมณ์ดีอ่อนโยน คงเป็นไปได้ว่าเด็กชอบอะไรที่สบายๆ และสนใจในเรื่องธรรมชาติ

2. ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบของโปสเตอร์โครงสีโทนร้อน โทนเย็น โทนร้อนและโทนเย็น

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรูปแบบตัวเอสของโปสเตอร์โครงสีโทนร้อน เป็นอันดับ 1 ซึ่งมีความสอดคล้องและแตกต่างจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และด้านจิตวิทยาในมุมมองที่แตกต่างกัน คือ

กลุ่มตัวอย่าง พึงพอใจในรูปแบบตัวเอสของโปสเตอร์โครงสีโทนร้อน เป็นอันดับ 1 เพราะการจัดองค์ประกอบของรูปแบบที่ดูเด่น สะดุดตาทั้งตัวอักษรและรูปภาพ มีสีสันที่ดูเข้ากันได้ดี รูปแบบไม่กระจุกกระจาย ดูแปลกไปจากโปสเตอร์ที่พบเห็นทั่วไป มีอิสระแบบลงตัว ไม่รู้สึกกดดัน ดูลื่นไหล ให้ความรู้สึกต่อเนื่อง นุ่มนวลด้วยเส้นโค้งและได้สัดส่วน สมดุลดี รูปแบบ หัวเรื่องลงตัว อ่านง่าย มีความสอดคล้องในรูปแบบและสีสันที่สวยงาม ร้อนแรงดีกว่าโครงสีโทนเย็น หรือโครงสีโทนร้อนและโทนเย็น คูมีชีวิตชีวา ให้ความรู้สึกกระฉับกระเฉง ร้อนแรง เปรียบเสมือนเรียนแล้วไม่เหนื่อย

สอดคล้องกับความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา 2 คน โดย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ มองในเรื่องของรูปแบบและการจัดวางองค์ประกอบ ว่ารูปแบบตัวเอสของโปสเตอร์โครงสีโทนร้อน น่าสนใจ เนื่องจากมีรูปแบบที่ดี ดูแล้วให้ความรู้สึกเป็นอิสระ มีการจัดวางองค์ประกอบที่ดีกว่ารูปแบบตัวแอล และ รูปแบบตัวที ตรงกับความสนใจความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นได้ดีกว่า(ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภาศ 2550 และทัศนัย จิตต์พัฒนากุล 2550) ส่วนผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา มองในเรื่องของการนำเสนอและการจัดวางรูปภาพ คือ นอกจากเห็นว่ามีกลิ่นอายที่เคลื่อนไหว แล้วการนำรูปภาพกิจกรรมที่มากและหลากหลายมาวางเป็นรูปแบบตัวเอส เป็นรูปแบบที่ให้ความรู้สึกอิสระ เคลื่อนไหว เป็นจุดที่ดึงดูดความสนใจอย่างที่พบว่าคนไทยอ่านหนังสือน้อย จะสนใจรูปภาพประกอบมากกว่าตัวหนังสือ หรือ

เหมือนการจัดนิทรรศการถ้ามีรูปภาพประกอบจะน่าสนใจมากกว่าพวกตัวหนังสือ เนื้อหา (ภูมินทร์ อ่อนละมุล 2550 และ สุรางค์ มั่นยานนท์ 2550)

ซึ่งแตกต่างไปจากความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ที่มีความพึงพอใจในรูปแบบตัวแอลมากกว่า ด้วยเหตุผลว่า มีสีดำที่เป็นฐานมาเบรก สีดำที่มาชนสีเขียวในรูปแบบ L นี้ ช่วยให้งานสวยได้เยอะ ในรูปแบบตัวที และรูปแบบตัวเอส ถึงจะมีสีเหลืองมาช่วยก็จริง แต่ไม่ดีเท่ากับสีดำที่มาชนสีเขียว ไม่มีอะไรมาช่วยลดความรุนแรงของสีแดงได้เลย โดยให้มองว่ามีความคิดเห็นแตกต่างไปจากผู้เชี่ยวชาญคนอื่น อาจเนื่องจาก ให้ความสำคัญในสิ่งที่ไม่เหมือนกัน บางท่านอาจจะมองเรื่องรูปภาพที่เป็นกิจกรรมเข้ามาช่วย แต่โดยส่วนตัวจะมองในเรื่องการสื่อความด้วยข้อความมากกว่า ชอบรูปแบบแอล ที่ดูแล้วสบายตา และหัวเรื่องก็เจาะเห็นพื้นขาวสื่อความได้ง่าย ใช้สีดำเป็นฐาน ช่วยเบรกลดความร้อนแรงได้มาก ในรูปแบบเอสมีภาพเยอะจนดูไม่น่าสนใจและเป็นเพียงภาพบุคคลไม่ได้เน้นกิจกรรมอะไร ดูรกตามากกว่า (สุรพล พยอมแย้ม 2550)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรูปแบบตัวแอล ของโปสเตอร์โครงสีโทนเย็น เป็นอันดับ 1 ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ แต่แตกต่างกับผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ทั้งนี้เมื่อได้สอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่างในบางส่วน ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้เกิดมุมมองที่ทำให้ความคิดเห็นและความพึงพอใจมีความสอดคล้องและแตกต่างกัน กล่าวคือ

กลุ่มตัวอย่าง พึงพอใจในรูปแบบตัวแอล ของโปสเตอร์โครงสีโทนเย็น เป็นอันดับ 1 เพราะมีการจัดวางที่สวยงาม สดใสด้วยสีเขียว ให้ความรู้สึกที่ เย็นใจ สบายตา สงบ เยือกเย็น ร่มรื่นเป็นธรรมชาติ เข้ากับภูมิทัศน์และความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่อุดมไปด้วยธรรมชาติ ต้นไม้เขียวขจี ต้นไม้ล้อมรอบหุบเขา ชวนให้อยากอ่านเนื้อหา และเมื่อต้องใช้เวลาอ่านนานพอสมควรก็อ่านได้ง่าย สบาย ไม่ปวดตา สีโทนเย็นให้ความรู้สึกอ่อนโยนแบบมีพลัง ด้วยมีสีดำมาตัดทำให้รู้สึกว่ามีทั้งพลังอำนาจและความอ่อนโยนในตัวเอง และยังสร้างบรรยากาศที่นิ่งขรึม ให้อารมณ์ที่ลึกซึ้งได้ดีมาก การออกแบบสวยเด่นชัดเข้ากับสีพื้นหลังได้อย่างมีชีวิตชีวา ถึงแม้จะไม่เข้าใจเท่ากับสีอื่น แต่ความมีพลังอำนาจก็ช่วยให้โดดเด่นขึ้น การไล่โทนสีที่กลมกลืนเข้ากัน ไล่ระดับเขียวเข้มเขียวอ่อนเป็นระดับลงไป รูปแบบอักษรหัวเรื่องภาษาอังกฤษเจาะขาวดูทันสมัย การจัดวางเป็นรูปแบบตัวแอล เหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์สถานศึกษา ดูแล้วน่าเชื่อถือ น่าติดตาม ดูเรียบง่ายแต่ทันสมัยคลาสสิก ลักษณะการนำเส้นของตัวอักษรแอล มาใช้จัดองค์ประกอบนั้นเป็นแบบสมดุลไม่เท่ากัน เป็นแนวทางของเส้นที่นำสายตาได้ดีมีเส้นตรงและเส้นนอนของฐานเข้ามาช่วยในการออกแบบ เส้นตรงให้ความรู้สึกมั่นคงเป็นระเบียบมีทิศทางและความต่อเนื่องได้ดี ดูแล้วมั่นคง หนัก

แน่นให้กับความรูสึกภายในของตนเองได้ การจัดวางภาพและข้อความอ่านง่าย อยู่ในกรอบเป็นสัดส่วน มีระเบียบวินัย ไม่สับสน วุ่นวาย

สอดคล้องกับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ที่เห็นว่าในรูปแบบตัวแอล ดูแล้วค่อนข้างลงตัว น่าสนใจมากกว่ารูปแบบตัวเอส ส่วนในรูปแบบตัวที ประเด็นถูกแยกมากไปหน่อยในเรื่องการใช้ภาพ (ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภักย์ 2550)และผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ให้เหตุผลว่า รูปแบบตัวแอล ดูแล้วสบายตากว่า รูปแบบตัวเอสที่มีลูกเล่นที่หัวเรื่อง หรือรูปแบบตัวที ที่หัวเรื่องดูทึมกว่า และดูแล้วเหมือนมีการแยกส่วนกัน(สุรางค์ มั่นยานนท์ 2550)

แตกต่างไปจากความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ที่มีความพึงพอใจในรูปแบบตัวเอสของโปสเตอร์ โครงสีโทนเย็น เป็นอันดับ 1 เนื่องจากดูแล้วให้ความรูสึกเป็นอิสระ มีการจัดวางองค์ประกอบที่ดีกว่ารูปแบบตัวแอลและตัวที จะตรงกับความสนใจ ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นได้ดีกว่า(ทัศนัย จิตต์พัฒนากุล 2550) และสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาอีก 2 คน คือ อาจารย์ภูมินทร์ อ่อนละมุล ดูแล้วมีไดนามิกดี มีความเคลื่อนไหว มีรูปภาพกิจกรรมที่มากและหลากหลายเช่นเดียวกับในร้อน การจัดองค์ประกอบศิลป์น่าสนใจมากกว่ารูปแบบตัวแอลและตัวที(ภูมินทร์ อ่อนละมุล 2550) และ รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล พยอมแย้ม มีความพึงพอใจที่มีสีเหลืองเข้ามาแทรก ลดความน่าเบื่อความเหงาไปได้ คนเราส่วนใหญ่ไม่ได้ชอบสีเดียว โทนเดียวไปตลอด ชอบตรงสีที่เข้ามาไล่น้ำหนัก ในรูปแบบตัวที ดูแล้วรูสึกเย็นก็จริงแต่สีแดงที่มาใช้ใน หัวเรื่องชัดเจนมากไป ส่วนในรูปแบบตัวแอล หัวเรื่องเป็นเย็นไปหมด ถึงแม้จะมีสีแดง แต่เมื่อเป็นสีเขียวจะขาว ขาวเป็นส่วนที่แปลกปลอมเข้ามา ดูแล้วไม่กลมกลืนเข้าหากัน(สุรพล พยอมแย้ม 2550)

ซึ่งในความเห็นที่แตกต่างระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ที่มีความพึงพอใจทั้งในรูปแบบตัวแอล และรูปแบบตัวเอสนั้น ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา กล่าวว่า เนื่องจากมุมมองที่แตกต่าง ไม่ได้ยึดติดกับหลักการเดิม รูปแบบที่เปลี่ยนไป ความสัมพันธ์ที่มีต่อสีย่อมเปลี่ยนไปด้วย ทำให้มีผลต่อความน่าสนใจแตกต่างกันไปเช่นกัน (สุรางค์ มั่นยานนท์ 2550)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรูปแบบตัวทีของโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 ซึ่งแตกต่างกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ทั้งนี้เมื่อได้สอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่างในบางส่วน ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ให้มุมมอง ความคิดเห็นที่แตกต่างกัน คือ

กลุ่มตัวอย่าง พึงพอใจในรูปแบบตัวทีของโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 เพราะรูปแบบการจัดวางองค์ประกอบที่มีระเบียบดี แบ่งเป็นสัดส่วน ได้ชัดเจน แยกเป็นเนื้อหาและภาพประกอบ จึงอยากจะเข้าไปศึกษามากกว่ารูปแบบอื่นๆ ได้สัดส่วนในการจัด

กึ่งกลาง มีภาพประกอบเยอะดี น่าสนใจ ดูแล้วเกิดจินตนาการตามภาพ และดูเด่นสะดุดตาในเรื่อง การจัดสี ไล่สีโทนร้อนและโทนเย็นเข้าหากันดี สดใสไม่ขัดตา มีทั้งร้อนและเย็นที่กลางๆ เนื่องจาก สีเขียวให้ความรู้สึกเย็นตา สดชื่นและมีสีแดงที่ดูแล้วตื่นตัวไม่ร้อนจนเกินไป ความสดใสของสีให้ความรู้สึกเร้าใจที่จะเข้ามาดู ไม่รบกวนในการอ่านหรือมองนานๆ ลักษณะการอ่านของข้อความก็อ่านง่าย มีการแบ่งเนื้อหาเป็นสองข้างให้เกิดความสมดุล เป็นระเบียบ ไม่ลายตา ไม่รบกวนสายตา เพราะมีการจัดสีเข้มไว้ด้านบนและด้านล่างของโปสเตอร์ รูปแบบตัวที่ให้ความรู้สึกเป็นกลาง ดูเป็นวิชาการน่าเชื่อถือ แบบอ่านง่าย น่าสนใจ รูปแบบตัวที่ทำให้ดูสวยงามค่อนข้างยาก ในโทนผสมจึงดูดีมากที่สุด หากใช้โทนร้อน หรือ โทนเย็นอย่างเดียวคงทำให้ดูทื่อไปหมด โดยเฉพาะหากนำไปเทียบกับรูปแบบตัวแอลและตัวเอส

แตกต่างไปจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 2 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา 1 คน ที่มีความพึงพอใจในรูปแบบตัวเอสของโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและโทนเย็นเป็นอันดับ 1 คือ ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภักย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ พึงพอใจในหัวเรื่องที่มีความเด่น การใช้สีที่ก่อให้เกิดมิติ ดีกว่าในรูปแบบตัวที่ ที่จัดวางรูปแบบด้วยภาพที่มาก หยุ่มหิรมไปหมด ส่วนในรูปแบบตัวแอลดูแล้วเรียบง่ายเกินไป(ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภักย์ 2550) และผู้เชี่ยวชาญอีกคนหนึ่งคือทัศนัย จิตต์พัฒนากุล กล่าวว่า รูปแบบตัวเอสดูแล้วให้ความรู้สึกเป็นอิสระ มีการจัดวางองค์ประกอบที่ดีกว่ารูปแบบตัวที่และตัวแอล และตรงกับความสนใจความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นได้ดีกว่า(ทัศนัย จิตต์พัฒนากุล 2550) และ ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา พึงพอใจในการจัดวางรูปแบบและตัวหนังสือที่ลอยเด่นชัด สะดุดตา มีการไล่สีน้ำหนักรสได้อย่างกลมกลืน มีจุดพักสายตาตรงสีกลางคือเหลือง จึงเห็นในเชิงจิตวิทยาไม่ใช่สลับจากโทนร้อนแล้วมาโทนเย็นเลย(ภูมิรินทร์ อ่อนละมุล 2550)

และแตกต่างไปจากผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาอีก 2 คน ที่มีความพึงพอใจในรูปแบบตัวแอล ของโปสเตอร์โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น เป็นอันดับ 1 โดยเห็นว่าดูแล้วเกิดความน่าสนใจ น่าประทับใจในการใช้สี และรูปแบบที่เหมาะสมมากกว่ารูปแบบตัวเอสและตัวที่ (สุรางค์ มั่นยานนท์ 2550) และ เห็นว่าดูแล้วไม่ได้ร้อนแรงหรือสีสดเท่ากับ รูปแบบตัวเอสและตัวที่ ดูแล้วให้ความรู้สึกลับแบบเฉื่อยๆ ได้ มีตัวหนังสือตรงหัวเรื่องที่เป็นสีแดงช่วยให้ความรู้สึกได้น่าสนใจการอ่านมากกว่ารวมๆ ทั้งการออกแบบและการให้สีช่วยทำให้น่าอ่านมากกว่า สีมัน Average มากขึ้น มันไม่เหี่ยวแห้งจนเกินไป ในรูปแบบตัวที่ ดูแข็งชัดเจนและไม่มีความต่อเนื่อง(สุรพล พยอมแย้ม 2550)

ซึ่งความแตกต่างนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา กล่าวว่า เนื่องจากได้มองในแง่จิตวิทยา และศิลปะซึ่งในโทนผสมนี้มีการไล่สีน้ำหนักรสได้อย่างกลมกลืน ตัวหนังสือลอยเด่นชัด เห็นแล้วสะดุดตา มีจุดพักสายตาตรงสีกลางคือเหลือง จึงเห็นในเชิงจิตวิทยาไม่ใช่สลับจากโทนร้อนแล้วมา

โทนเย็นเลย หรือด้วยการมองที่แตกต่างกันของบุคคล บางคนอาจมองด้วยความรู้สึกความชอบของตนเองที่แตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่าง แต่จริงๆ แล้วสื่อที่ใช้ในเชิงจิตวิทยาโชนานั้นต้องมีความดึงดูดใจ ดึงดูดสายตาเป็นประเด็นสำคัญ (ภูมินทร์ อ่อนละมุล 2550)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรนำผลการวิจัยไปใช้การออกแบบโปสเตอร์รูปแบบต่าง ๆ และหลักการใช้สีแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สถานศึกษามีรูปแบบโปสเตอร์ที่น่าสนใจ
2. ควรมีการศึกษารูปแบบตัวอักษรภาษาอังกฤษอื่นๆ เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบโปสเตอร์ ที่จะทำโปสเตอร์นั้น ๆ มีความน่าสนใจ
3. การควบคุม INTENSITY คือ ค่าความสดของสีที่ใช้ปริมาณเปอร์เซ็นต์ของโครงสร้างโปสเตอร์เท่าๆ กัน
4. ควรควบคุมปริมาณสีโทนร้อนและสีโทนเย็นให้แตกต่างกันอย่างเด่นชัด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การสร้างรูปแบบโปสเตอร์ควรมีการศึกษารูปแบบลักษณะของตัวอักษรโรมันอื่นๆ มาเป็นแนวทางในการออกแบบ เช่น รูปแบบตัวโอ รูปแบบตัวยู รูปแบบตัวแซด เป็นต้น
2. ควรมีการศึกษาแนวทางในการออกแบบ โดยใช้รูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากรูปแบบของตัวอักษร เช่น แบบจัดหน้าโดยเน้นภาพประกอบ การจัดหน้าโดยเน้นข้อความ การจัดหน้าโดยให้ความสัมพันธ์กับภาพเท่า ๆ กัน เช่น แบบหน้าตาภาพ แบบกรอบ แบบตาราง เป็นต้น
3. การศึกษาปฏิสัมพันธ์ระยะเวลาของรูปแบบและโครงสร้างโปสเตอร์ ในช่วงเวลาการนำเสนอของการรับรู้ที่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กระทรวงศึกษาธิการ. คณะกรรมการปฏิรูประบบบริหารการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์(ร.ส.พ.), 2542.
- กันยา สุวรรณแสง. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บำรุงสาสน์, 2536.
- กาญจนา แก้วเทพ. **สื่อสารมวลชนขณะทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541.
- กาญจนา อรุณสุขรุจี. **ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่ : คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.
- กิดานันท์ มลิทอง. **เทคโนโลยีการศึกษาร่วมสมัย**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- โกวิทย์ จิตบรรจง. **ศิลปะกับงานกราฟิก**. พิมพ์ครั้งที่ 2. ราชบุรี: โครงการเอกสารประกอบการสอน คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, 2543.
- จตุวิทย์ พิมพ์ทอง. “การให้บริการการศึกษาตามอรรถศาสตร์ด้วยภาพโปสเตอร์แผ่นพับและนิตยสารด้านสุขภาพในสถานพยาบาลมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.
- จันทนา ทองประยูร. **การออกแบบและจัดหน้าหนังสือพิมพ์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537.
- จารุวรรณ อรุณฤกษ์. “การประชาสัมพันธ์.” เอกสารประกอบโปรแกรมวิชานิตยศาสตร์พัฒนาการ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, 2543. (อัดสำเนา)
- จ้านง วงศ์สว่าง. **ทฤษฎีศิลป์**. พระนคร : โรงพิมพ์ชุมนุมชน, 2506.
- จ้านง วันวิชัย. **เอกสารการทำโปสเตอร์อย่างง่าย**. กรุงเทพมหานคร : กองพัฒนาสื่อ กรมการศึกษา นอกโรงเรียน, 2534.
- จุมพล รอดคำดี. **สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ฉลองชัย สุรวัฒนบุรณ. **การเลือกและการใช้สื่อการสอน**. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2528.

ฉัตรชัย คงสุข. “ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกคลังพัสดุฝ่ายกวดตาดการ และโภชนาการภายในประเทศ บริษัท การบินไทย จำกัด.” วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2535.

ชนาธิป วิทาโน. “การเปิดรับสื่อโฆษณาการจดจำ และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มน้ำนม
ข้าวอายุในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546.

ชม ภูมิภาค. เทคโนโลยีทางการสอนและการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ประสานมิตร,
2524.

_____. เทคโนโลยีทางการสอนและการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประสานมิตร,
2529.

_____. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักโอเดียนสโตร์, 2526.

ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์. “การวิเคราะห์ค่านิยมที่ปรากฏในงานโฆษณาทางหนังสือพิมพ์.” ชลบุรี :
สำนักสื่อสารทางการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา, 2545.

ชัยยงค์ พรหมวงศ์. เอกสารประกอบการสอนชุดเทคโนโลยีและสื่อการศึกษาเล่มที่ 1.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย, 2523.

ชัยยศ วณิชวัฒนาวัด. “การศึกษาเปรียบเทียบความชอบอักษรและพื้นที่ที่มีระดับความเข้มใน
การพิมพ์สีขาว-ดำ แตกต่างกันของนักเรียน นักศึกษา.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีเทคนิคศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2547.

ชุตินา เศรษฐภักดี. “การวิเคราะห์เนื้อหาบทความด้านเทคโนโลยีการศึกษาในวารสารการศึกษา
คัตสรรของไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2535 – 2537 .” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา
ประถมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ไชยยศ เรื่องสุวรรณ. เครื่องมือเทคโนโลยีทางการศึกษา. มหาสารคาม : กองการพิมพ์มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม, 2520.

ณรงค์ สมพงษ์. สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. กรุงเทพมหานคร : ฝ่ายสื่อสารการศึกษา สำนักส่งเสริม
ฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2530.

_____. สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2535.

ดวงพร คำบุญวัฒน์. สื่อสารการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
ที.พี.พรินท์, 2536.

เดือนจิตต์ จิตต์อารี. วิธีการวิจัยการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2537.

ทวีเดช จิวบาง. เรียนรู้ทฤษฎีสื่อ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2547.

- ทำนอง ลิงคาลวนิช. **การใช้สื่อทางไกลทำงานส่งเสริมการเกษตร หน่วยที่ 1.** นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2525.
- ทิพย์ภา เชษฐ์เชาวลิต. **จิตวิทยาพัฒนาการสำหรับพยาบาล.** สงขลา: ชานเมืองการพิมพ์, 2541.
- เทียนชัย ตั้งประเสริฐ. **องค์ประกอบศิลป์ 1.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : เฟื่องฟ้าพรินต์ติ้ง, 2540.
- ธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 14.** พิมพ์ครั้งที่ 11. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.
- น. ณ ปากน้ำ [นามแฝง]. **หลักการใช้สี.** กรุงเทพมหานคร: บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2525.
- นภาพรณ อัจฉริยะกุล. “โสตทัศนูปกรณ์ สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์.” **คู่มือการประชาสัมพันธ์.** ภาคพัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู, 2527. (อัครา)
- นภาพรวิ สืบสุข. “ประสิทธิผลของงานโฆษณาสิ่งพิมพ์ที่สื่อความหมายด้วยภาพโดยปราศจากข้อความ.” **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,** 2544.
- น้อย ศิริโชติ. **เทคนิคการฝึกกรรม.** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรสาสน์, 2523.
- นิติพัฒน์ มามูล. “อิทธิพลของสื่อป้ายโฆษณาของไฮเปอร์มาร์เก็ตที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่.” **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้,** 2545.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ. **การวิเคราะห์ความแปรปรวน.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล, 2531.
- บุญเรือง ขจรศิลป์. **วิธีวิจัยทางการศึกษา.** กรุงเทพมหานคร : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2530.
- บุษราคัม ชินทศุก. “ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการรับข่าวสารภาษาอังกฤษของนักศึกษาวิชาเอกภาษาอังกฤษ.” **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาภาษาอังกฤษ สถาบันราชภัฏลำปาง,** 2544.
- ประชิด ทิณบุตร. **การออกแบบกราฟฟิก.** กรุงเทพมหานคร : สำนักงานพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2530.
- ประเสริฐ สีรัตน์นา. **การออกแบบนิเทศการ.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ลีปประภา, 2546.
- ปราณี คุ่มคำ. “การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้ เรื่องโรคหลอดเลือดหัวใจตีบของศูนย์โรคหัวใจ ในเขตกรุงเทพมหานคร.” **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,** 2542.
- ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. **การออกแบบนิเทศศิลป์ 1 โปรแกรมวิชาออกแบบหนังสือ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2540.

- ปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาของธุรกิจในเมือง จังหวัด เชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2544.
- ปิลันธนา สงวนบุญญพงษ์. โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ โปรแกรมวิชานิติศาสตร์. เพชรบูรณ์: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์, 2542.
- เป็รื่อง กุมุท. การวิจัยสื่อและนวัตกรรมการสอน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2519.
- พยนต์ สันตกิจ. เอกสารประกอบการสอนรายวิชาหลักการประชาสัมพันธ์. ราชบุรี : สถาบันราชภัฏ หน้บ้านจอมบึง, 2545.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2527.
- พรสวรรค์ ภูประกร. “การสร้างสื่อเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ เรื่อง การแปรรูปการไฟฟ้าส่วน ภูมิภาค ในส่วนกลาง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544.
- พะยอม วงศ์สารศรี. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2526.
- พาศนา ตัญจลักษณ์. หลักการออกแบบ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2526.
- ไพฑูรย์ ทองทรัพย์. “หลักการออกแบบ.” เอกสารประกอบโปรแกรมวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม คณะวิทยาการและเทคโนโลยี สถาบันราชภัฏนครสวรรค์, 2542. (อัดสำเนา)
- ภณิดา ชัยปัญญา. “ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อกิจกรรมไร่นาสวนผสมภายใต้โครงการปรับ โครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรของจังหวัดเชียงราย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2541.
- ภิญโญ สาทร. หลักการบริหารการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2537.
- มงคล ไชยวงศ์. “การศึกษาองค์ประกอบศิลป์จากภาพประกอบแนวประเพณีไทยระหว่าง 2542 – 2544.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2547.
- มนูญ แสงหิรัญและคณะ. การโฆษณาความหมายและการสร้างงานโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2542.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏหน้บ้านจอมบึง. สำนักส่งเสริมวิชาการและทะเบียนมหาวิทยาลัย. ราชบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏหน้บ้านจอมบึง, 2549.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. การผลิตงานประชาสัมพันธ์ หน่วย 1-8. กรุงเทพมหานคร :

โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530.

เมตตา กฤตวิทย์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2532.

ระวัง เนตรโพธิ์แก้ว. มนุษย์สัมพันธ์ในองค์กร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พิทักษ์อักษร,
2542.

ล้วน สายยศ. เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
สุวีริยาสาสน์, 2538.

ลักขณา สตะเวทิน. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เฟื่องฟ้า, 2540.

ลัดดา ศุขปริดี. เทคโนโลยีการเรียนการสอน. พิมพ์ครั้งที่ 3. ชลบุรี : ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน, 2523.

เลอสม สถาปิตานนท์. การออกแบบคืออะไร. กรุงเทพมหานคร : 49 กราฟฟิก & พับบลิเคชัน,
2539.

_____. การออกแบบเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : ด้านสุทธาการพิมพ์, 2540.

วรพงศ์ วิชาดิอุดมพงศ์. ออกแบบกราฟิก Graphic design. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร :
ศิลปะบรรณาการ, 2538.

วัฒนะ จุฑะวิภาค. การออกแบบ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ปรารถนา, 2527.

วันเพ็ญ เจริญพาโชค. “พฤติกรรมกรรมการบริโภคและการใช้ปัจจัยด้านการโฆษณาในการตัดสินใจซื้อ
ไวน์คูลเลอร์ของการศึกษา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546.

วารินทร์ รัศมีพรหม. สื่อการสอนเทคโนโลยีทางการศึกษาและการสอนร่วมสมัย. กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์ชวนพิมพ์, 2531.

วิชาญ ศิลปวุฒยา. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพิ่มการประชาสัมพันธ์ของ
การไฟฟ้าหลวง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2544.

วิมล จิโรจพันธ์. “สื่อประชาสัมพันธ์.” เอกสารประกอบโปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
เพชรบุรีวิทยาการ, 2542.(อัคราณา)

วิรัช ถิรรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2529.

วิรุณ ตั้งเจริญ. การออกแบบ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิณวลอาร์ต, 2527.

- วิรุฬ พรรณเทวี. ความพึงพอใจของประชาชนต่อการใช้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทย
ในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,
2542.
- วิรุฬห์ ลีลาพฤทธิ. คำบรรยายวิชาการใช้สื่อการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาโสตทัศนศึกษา,
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2522.
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรชัมมะ. “ความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในชุมชนแออัดต่อโครงการฟื้นฟูนคร
ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนแออัดสีน้ำเงิน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2527.
- วิวรรณ จันท์เทพย์. วิชาการจัดนิทรรศการ. ราชบุรี: ภาควิชาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทาง
การศึกษา สถาบันราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, 2542.
- ศิริพงศ์ พยอมแย้ม. เทคนิคงานกราฟิก. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2537.
- ศิลป์ พีระศรี. ทฤษฎีแห่งองค์ประกอบ. พระนคร : โรงพิมพ์พระจันทร์, 2541.
- สงวน รอดบุญ. ลัทธิและสกุลช่างศิลปะตะวันตก. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา, 2522.
- สมเกียรติ ตั้งนะโม. ทฤษฎีสื่อ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2542.
- สมชาย พรหมสุวรรณ. “องค์ประกอบศิลปะและหลักการออกแบบ.” โปรแกรมวิชาศิลปกรรม
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยา, 2542. (อัดสำเนา)
- สมชาย สหวิศิษฐ์. “การศึกษาเปรียบเทียบความชอบรูปแบบและขนาดตัวอักษรเฉพาะส่วนที่เป็น
สื่อสิ่งพิมพ์ทางการศึกษาของนักศึกษา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา
เทคโนโลยีเทคนิคการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2542.
- สมพงษ์ เกศนิลพรรณ. วรรณะของสี [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 สิงหาคม 2550. เข้าถึงได้จาก
www.thaigoodview.com/library/teachershow/pechburi/somphong_k/color.html
- สรารุณี ชาลีเครือ. “ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนปลายที่มี
ต่อลักษณะไอคอนบนเว็บเพจ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา
เทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544.
- สุชา จันท์เอม. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2539.
- _____. ความต้องการของเด็กและวัยรุ่น. จิตวิทยาเด็กเกร. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2542.
- สุชาดา แสงดวงดี. “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.” โปรแกรมวิชาการประชาสัมพันธ์
คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2542. (อัดสำเนา)
- สุภัททา ปิณฑะแพทย์. จิตวิทยาทั่วไป แนวคิดและทฤษฎีขั้นมูลฐาน. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชา
จิตวิทยาและการแนะแนว วิทยาลัยครูสวนสุนันทา, 2532.

สุรศักดิ์ สันติชัยญาโชค. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์**. ยะลา : คณะวิทยาการจัดการ
สถาบันราชภัฏยะลา, 2544.

เสรี วงษ์มณฑา. **การวิจัยสำหรับนักโฆษณา**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2535.

เสาวนีย์ สิกขาบัณฑิต. **การเขียนสำหรับการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2534.

หลุย จำปาเทศ. **จิตวิทยาการจูงใจ**. กรุงเทพมหานคร : บริษัทสามัคคีสาสน์ จำกัด, 2533.

องอาจ จิยะนันท์. **เอกสารประกอบการสอน การจัดการบริการสื่อการสอน**. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัย
ศรีนครวิโรฒ ประสานมิตร, 2523.

อโนทัย ประสาน. “การศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่6 ในจังหวัดบุรีรัมย์ที่มี
ต่อในระดับปริญญาตรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี, 2545.

อมร รักษาสัตย์. “บทบาทจากผู้ได้บังคับบัญชาในการส่งเสริมประสิทธิภาพของข้าราชการ.”
วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ 2, 5 (เมษายน 2522): 26 – 28.

อัปสรศรี พลอดเปลี่ยว. **การประชาสัมพันธ์โรงเรียน**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, 2533.

อุทัย หิรัญโต. **หลักการบริหารบุคคล**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พีระพัฒนา, 2523.

ภาษาต่างประเทศ

Ballard, Lisa and Siebert Lori. **Making a Good Layout**. Cincinnati : North Light Books, 1992.

Birren, Faber. **Monument to Color**. New York : McFarlane Warde McFarlane, 1938.

Brown James W. and other. **AV instruction : technology media and Methods**. 4 th ed.
New Jersey: McGraw-Hill Book Company, 1973.

Calvin, Harlen. **Vision and Invention : A Course in Art Fundamentals**. New York : Engle wood
Cliffs Prentice Hall Inc, 1970.

Ching, Francis D.K. **Architecture: Form, Space & Order**. New York : Van Nostrand Reinhold,
1979.

Craig, James. **Production for the Graphic Designer**. London : Pitman Publishing, 1994.

Craig, James. **Production for the Graphic Designer**. 2 nd ed. New York : Waston - Guphill
Publication, 1974.

- Cutlip, Scott M. and Allen II Center. **Effective public Relations**. 5 th ed. New Jersey : Prentice Hall, 1978.
- Dale Edgar. **Audiovisual Methods in Teaching**. 3 rd ed. Ohio :The Dryden printout and Winstor, Inc., 1969.
- Fleming Malcolm L. and W. Howard Levie. **Instructional Message Design**. 2 nd ed. New Jersey : Educational Technology Publications, Inc., 1979.
- Frazee, Bruce and Rose Rudnitski. **Integrated Teaching Methods**. New York : Delmar,1998.
- Garland, Ken. **Illustrated Graphics Glossary**. London : Barrie & Jenkins, 1980.
- Hanneman Gerhard J. and William J. Mcewen., **Communcion and Behavior Reading**. Massachuetts: Addison Wesley Pulishing Company, 1975.
- Harlow, R.F. . **Building A Public Relation**. 2 nd ed. Ohio : Charles E. Merrill Publishing Company, 1970.
- Purves, W. K., and G. H. Orians. **Life: The science of biology**. Boston : Willard Grant, 1983.
- Siebert, Lori and Lisa Ballard. **Making a Good Layout**. Cincinnati : North Light Books, 1992.
- Tinker, Miles. **A legibility of Print**. 3 rd ed. Lowa : State University Press, 1969.
- Willson, Adrian. **The Design of Books**. Santo Barbara : Peregrine Smith, 1974.
- Wilbur, S. **Mass Media and National Development Standard**. California : Standford University Press, 1964.
- Yamane, Taro. **Statistics : An Introd Analysis**. 3 rd ed. New York : Harper and Rows, 1973.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย

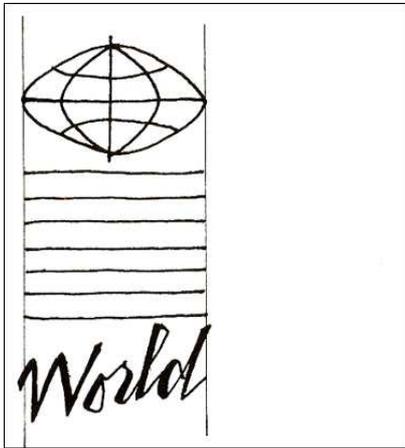
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

อาจารย์ ทศนัย จิตต์พัฒนากุล	อาจารย์สอนวิชาศิลปะ โรงเรียนคุรุราษฎร์รังสฤษดิ์ (โรงเรียนมัธยมศึกษา)
อาจารย์ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภักย์	อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
อาจารย์มนัส อารีรอบ	อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา	
อาจารย์ภูมินทร์ อ่อนละมุล	อาจารย์ประจำฝ่ายแนะแนว โรงเรียนคุรุราษฎร์รังสฤษดิ์ (โรงเรียนมัธยมศึกษา)
ศส.สุรางค์ มั่นยานนท์	อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
รศ.ดร.สุรพล พยอมยิ้ม	อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

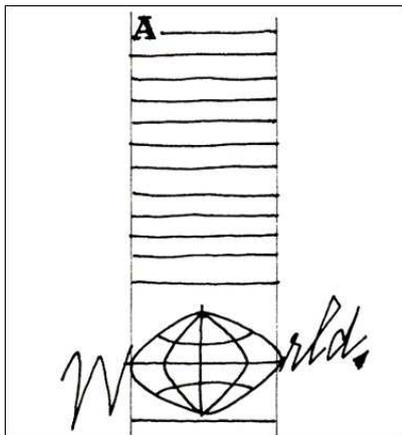
ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

รูปแบบและทิศทางการจัดเลี้ยงเจ้าหน้าที่สื่อสิ่งพิมพ์/โปสเตอร์
แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย
แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา

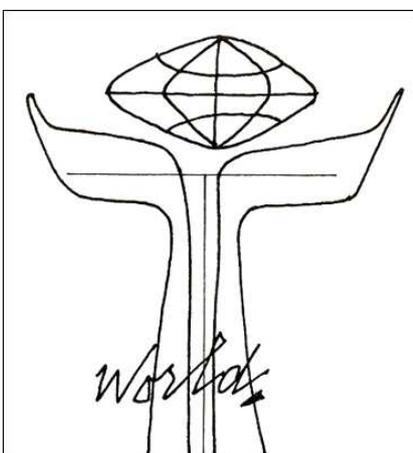
รูปแบบและทิศทางการจัดเลย์เอาต์ของสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา/โปสเตอร์



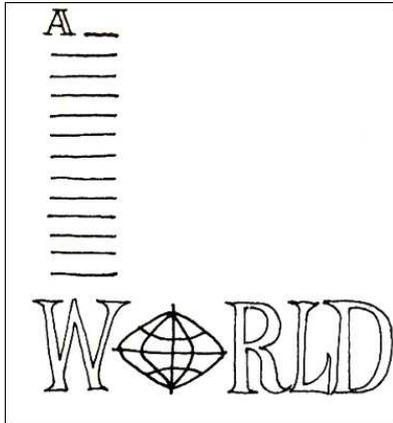
1. รูปแบบแถบ (BAND LAY OUT) เป็นการวางองค์ประกอบอันได้แก่รูปภาพและข้อความในลักษณะเป็นแถบตามแนวตั้งชิดขอบภาพด้านในด้านหนึ่ง การวางเลย์เอาต์ลักษณะนี้จะเกิดบริเวณพื้นที่ว่างและเน้นให้มีความสะดุดตาน่าสนใจ



2. รูปแบบแกน (AXIAL LAY OUT) เป็นการเลย์เอาต์ให้องค์ประกอบมีลักษณะเป็นแกนตรงกลาง ในแนวตั้ง โดยอาจมีแกนแนววางประกอบด้วย



3. รูปแบบตัวที (T SHAPE LAY OUT) เป็นการวางองค์ประกอบในลักษณะตัวทีของอักษรโรมัน (T) ซึ่งจะทำให้ภาพมีลักษณะสมดุลน่าเชื่อถือ



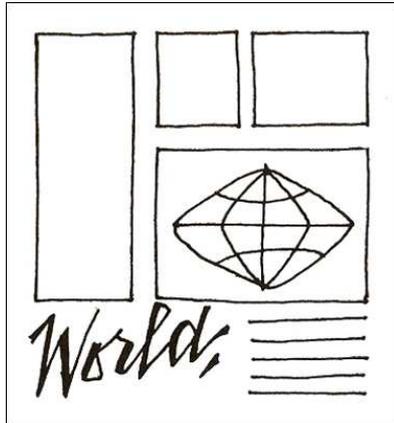
4.รูปแบบตัวแอล (L SHAPE LAY OUT) เป็นการวางองค์ประกอบให้มีลักษณะเป็นรูปตัวแอล (L) ในอักษรโรมัน ซึ่งจะทำให้ลักษณะภาพไม่เท่ากันจนเกินไปและเกิดความน่าสนใจให้แก่ผู้ดู



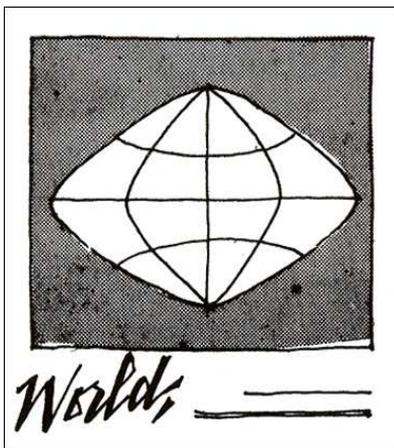
5.รูปแบบตัวแซด (Z SHAPE LAY OUT) เป็นการจัดองค์ประกอบให้เส้นแกนหลักมีรูปคล้ายตัวแซด (Z) ในอักษรโรมัน ซึ่งจะทำให้ภาพมีลักษณะเคลื่อนไหวและมีทิศทางที่น่าสนใจ โดยอาจใช้เส้นชักนำสายตาหรือหัวลูกศรเข้าช่วย



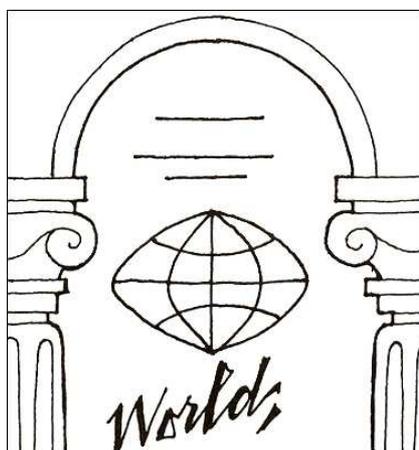
6.รูปแบบตัวเอส (S SHAPE LAY OUT) เป็นการจัดวางองค์ประกอบให้มียเส้นแกนหลักเป็นรูปตัวเอส (S) ในอักษรโรมัน ซึ่งจะทำให้ภาพมีทิศทาง การเคลื่อนไหวที่อ่อนช้อยนุ่มนวลและเกิดความรู้สึกต่อเนื่อง



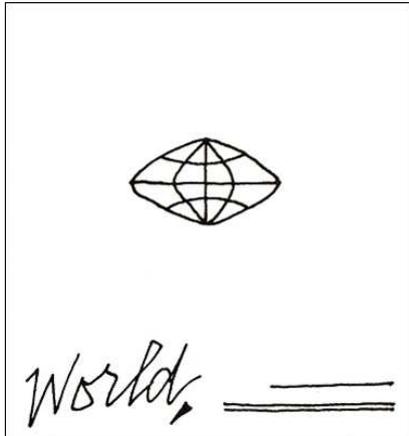
7. รูปแบบตารางหรือรูปแบบมอนเดรียน (MONDRIAN LAY OUT) เป็นการวางองค์ประกอบในลักษณะตารางย่อย ๆ โดยมีขนาดที่แตกต่างกันในภาพ



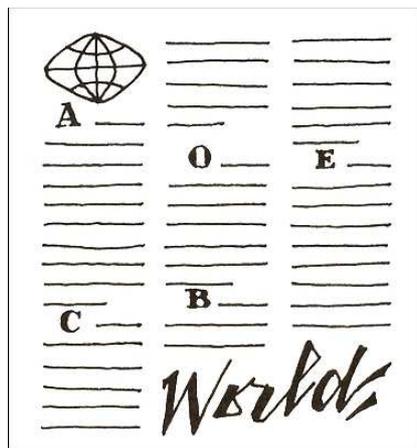
8. รูปแบบหน้าต่าง (PICTURE WINDOW LAY OUT) เป็นการจัดวางรูปภาพให้อยู่ในกรอบช่องสี่เหลี่ยมคล้ายช่องหน้าต่าง



9. รูปแบบกรอบภาพ (FRAME LAY OUT) เป็นการสร้างกรอบภาพล้อมรูปภาพและข้อความภายในเพื่อบิบบสายตาผู้ดูให้พุ่งเข้าไปที่กรอบภาพนั้นๆ



10. รูปแบบจุด (SPOT LAY OUT) เป็นการวางรูปภาพให้มีลักษณะเป็นจุดลอยกลางพื้นภาพและใช้ข้อความจำนวนน้อยเพื่อสร้างความเด่นชัด



11. รูปแบบเน้นรายละเอียดของข้อความมากกว่ารูปภาพ (COPY HEAVY LAY OUT) เป็นการวางองค์ประกอบโดยเน้นข้อความที่แสดงรายละเอียดของงานมากกว่ารูปภาพ



12. รูปแบบเน้นตัวอักษร (TYPE LAY OUT) เป็นการนำตัวอักษรที่มีลักษณะและขนาดต่างกัน มาจัดวางอย่างมีคุณค่าทางศิลปะการออกแบบ

ประเด็นหัวข้อในการศึกษา โครงสี	โทนร้อน 80:20			โทนเย็น 80:20			โทนผสม 50:50		
	รูปแบบ L	รูปแบบ S	รูปแบบ T	รูปแบบ L	รูปแบบ S	รูปแบบ T	รูปแบบ L	รูปแบบ S	รูปแบบ T
1. สีของภาพประกอบ									
2. สีของตัวอักษรหัวเรื่อง									
3. สีข้อความ									
4. ความเหมาะสมสีพื้นหลัง									
5. ความเหมาะสมของโทนสี กับ รูปแบบ									
6. สีเส้นกระตุ้นความสนใจของ ภาพประกอบ									
7. สีเส้นกระตุ้นการรับรู้ของ ตัวอักษร									
8. การดึงดูดยศตาของภาพ									
9. ความเหมาะสมของโทนสีที่ช่วย โน้มน้าวใจ									

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรูปแบบโปสเตอร์

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงโครงสี

.....

.....

.....

.....

.....

ประเด็นหัวข้อในการศึกษา โครงสั	โทนร้อน 80:20			โทนเย็น 80:20			โทนผสม 50:50		
	รูปแบบ L	รูปแบบ S	รูปแบบ T	รูปแบบ L	รูปแบบ S	รูปแบบ T	รูปแบบ L	รูปแบบ S	รูปแบบ T
1. สีของภาพประกอบ									
2. สีของตัวอักษรหัวเรื่อง									
3. สีข้อความ									
4. ความเหมาะสมสีพื้นหลัง									
5. ความเหมาะสมของโทนสี กับ รูปแบบ									

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรูปแบบโปสเตอร์

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงโครงสั

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ประเด็นหัวข้อในการศึกษา โครงสั	โทนร้อน 80:20			โทนเย็น 80:20			โทนผสม 50:50		
	รูปแบบ L	รูปแบบ S	รูปแบบ T	รูปแบบ L	รูปแบบ S	รูปแบบ T	รูปแบบ L	รูปแบบ S	รูปแบบ T
1. สีสันของภาพประกอบกระตุ้น ความสนใจ									
2. สีสันของตัวอักษรกระตุ้นการรับรู้									
3. การดึงดูดสายตาของภาพ									
4. ความเหมาะสมของโทนสีที่ช่วย โน้มน้าวใจ									

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรูปแบบโปสเตอร์

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงโครงสั

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ตำแหน่ง.....

ภาคผนวก ค

สรุปการสัมภาษณ์ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ บุคลากร และนักศึกษา
เกี่ยวกับรูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสม
สรุปการสัมภาษณ์ความคิดเห็นและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง
และผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อเครื่องมือวิจัย

สรุปการสัมภาษณ์ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ บุคลากรและนักศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบโปสเตอร์ที่เหมาะสม ได้ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบคนที่ 1

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิวรรณ จันทร์เทพย์ (สัมภาษณ์ วันที่ 18 มีนาคม 2550 เวลา 11.30 น.)

อาจารย์ผู้มีประสบการณ์การสอนและการทำงานเกี่ยวกับการออกแบบงานกราฟิกมากกว่า 30 ปี โดยเฉพาะการออกแบบโปสเตอร์ทั้งที่เป็นเชิงการศึกษาและงานเชิงอาชีพ

ผู้วิจัย : ในฐานะอาจารย์เป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับการออกแบบงานกราฟิกมาเป็นเวลายาวนาน อาจารย์มีข้อสังเกตเกี่ยวกับรูปแบบของโปสเตอร์อย่างไร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิวรรณ : การพิจารณารูปแบบโปสเตอร์เป็นเรื่องยากที่จะระบุได้ว่ารูปแบบเฉพาะของโปสเตอร์เป็นอย่างไร เพราะการออกแบบโปสเตอร์มีองค์ประกอบหลายอย่าง รวมถึงความคิดสร้างสรรค์และความสามารถของนักออกแบบก็มีส่วนสำคัญที่ทำให้รูปแบบโปสเตอร์มีหลากหลายอย่างที่เห็นในปัจจุบัน

ผู้วิจัย : อยากทราบรูปแบบที่ได้รับความนิยมหรือที่ประสบผลสำเร็จในการใช้งานที่พอจะเป็นช่องทางในการนำมาทำงานวิจัย มีสาระสำคัญเพียงพอที่จะนำมาเป็นประเด็นในการวิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิวรรณ : ก่อนอื่นต้องจำแนกรับทของโปสเตอร์เป็นโปสเตอร์ในวงการนักออกแบบมืออาชีพ (professional design) กับโปสเตอร์ในวงการสื่อทางการศึกษา (academy learning) ถ้าเป็นโปสเตอร์แบบนักออกแบบอาชีพจะมีรูปแบบแปลกๆ เพิ่มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์มากมาย ต้องอาศัยประสบการณ์หรือความชำนาญด้านศิลปะการออกแบบอย่างมาก ยากที่ถ่ายทอดให้ผู้เรียนมีความทักษะในการสร้างสรรค์ในเวลาอันสั้นได้ ส่วนโปสเตอร์ในวงการศึกษามจะมีรูปแบบง่าย ๆ เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถสร้างสรรค์ได้ในเวลาอันรวดเร็ว โดยการอาศัยรูปแบบของตัวอักษรภาษาอังกฤษบางตัว เป็นโครงร่างของการออกแบบ เช่น รูปแบบตัว U, S, T, I, Z, O, L เป็นต้น

ผู้วิจัย : รายละเอียดของแต่ละรูปแบบมีมากน้อยที่เดียว อยากทราบแต่ละรูปแบบ เป็นอย่างไร แบบไหนที่น่าจะเป็นประเด็นการวิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิวรรณ : สามารถนำมาเป็นประเด็นได้ทั้งในส่วนที่อยู่ในวงการอาชีพ และวงการศึกษามันขึ้นอยู่กับว่าปัญหาการวิจัยคืออะไร จะเอาโปสเตอร์ไปตอบปัญหาในงานวิจัยในแง่ใด ถ้าจะพูดถึงรูปแบบโปสเตอร์ในวงการอาชีพการออกแบบ จะมีหลายรูปแบบ เช่น window, circus, frame, axial, band เป็นต้น ซึ่งแต่ละแบบก็จะเหมาะกับเนื้อหาที่แตกต่างกัน ส่วนรายละเอียดของรูปแบบสามารถสร้างสรรค์ให้ดูแปลกและสวยงามได้ตามความสามารถของนักออกแบบแต่ละคน ซึ่งยากในการสอนในเวลาอันสั้นได้ ต่างกับการออกแบบโปสเตอร์โดยใช้รูปแบบ

ตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นโครงร่าง อันนั้นสอนให้ผู้เรียนที่ไม่ได้เรียนทางศิลปะก็สามารถทำได้ ง่ายตาย เพียงแต่ร่างแบบตามลักษณะตัวอักษรแล้วใส่องค์ประกอบให้ครบถ้วนตามโครงร่างนั้นก็จะได้โปสเตอร์ตามต้องการ ลองดูตัวอย่าง (มีการสาธิตให้ผู้วิจัยดูหลายแบบ)

ผู้วิจัย : อาจารย์พอจะทราบ แบบโครงร่างตัวอักษรอะไรที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วุฒิธรณ์ : เท่าที่เห็นอาจารย์ที่สอนวิชาเทคโนโลยีการศึกษาสอนให้นักศึกษาทำโปสเตอร์ด้วยโครงร่างตัวอักษรก็เห็นทำกันเกือบทุกแบบนะ แต่เห็นว่าดูน่าสนใจและเห็นอยู่บ่อย ๆ คงจะเป็นรูปตัว S, ตัว T, และตัว L อาจเป็นเพราะว่ารูปแบบตัว S มีความอ่อนช้อยและมีเส้นเชื่อมโยงจากด้านบนมาด้านล่างทำให้เนื้อหาสาระมีความต่อเนื่อง จึงดูเป็นแบบที่ค่อนข้างสมบูรณ์ ส่วนตัว T อาจดูแข็งแรงดี แบบนี้จะมีจุดเด่นอยู่ที่ส่วนหัว ส่วนขาตัวที่และพื้นที่ล้อมรอบจะเป็นส่วนประกอบ ส่วนตัว L จุดเด่นอยู่ที่ด้านประกอบมุมฉากของตัวแอลทั้ง 2 ด้านช่วยอุ้มเนื้อหาสาระให้อยู่รวมกันเป็นกลุ่มก้อน ทำให้เกิดเอกภาพได้ง่าย

ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบคนที่ 2

อาจารย์ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภาคย์ (สัมภาษณ์ วันที่ 21 มีนาคม 2550 เวลา 09.00 น)

อาจารย์ประจำภาควิชาศิลปกรรมและผู้มีประสบการณ์การสอนและการทำงานเกี่ยวกับการงานด้านศิลปะ

ผู้วิจัย : อยากทราบรูปแบบที่ได้รับความนิยมหรือที่ประสบผลสำเร็จในการใช้งานและที่ได้รับความนิยมมากที่สุดที่พอจะเป็นช่องทางในการนำมาทำงานวิจัยในครั้งนี้

อาจารย์ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภาคย์ : เท่าที่เห็นอาจารย์ที่สอนวิชาศิลปกรรมให้นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นั้น ไม่ว่าจะออกแบบสื่อหลายๆ ประเภท เช่น คัดเอ้าท์ โปสเตอร์ และที่เห็นดูน่าสนใจตามท้องตลาดทั่วไป คงจะเป็นโครงร่างรูปแบบตัวอักษร T L S Z O โดยเฉพาะ รูปแบบตัว S หรือ Z จะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน มีรูปแบบมากมายแล้วแต่ผู้ออกแบบจะดึงมาใช้ แต่โดยส่วนตัวจะชอบรูปแบบการจัดวางแบบตัวอักษร ไม่ว่าจะ T L S Z O เพราะจะทำให้สื่อโปสเตอร์มีความน่าสนใจ น่าเชื่อถือ ตรงกับจุดประสงค์ในการประชาสัมพันธ์รับนักศึกษา เพราะเป็นการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาได้

ผู้วิจัย : เหตุที่ท่านอาจารย์เลือก แบบโครงร่างตัวอักษร T L S Z O เพราะเหตุใด

อาจารย์ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภาคย์ : เพราะว่ารูปแบบตัว T L มีความแข็งแรง ดูแล้วให้ความเชื่อถือ ยิ่งนำมาใช้กับสถานศึกษาด้วยแล้ว ส่วนตัว S Z ให้ความรู้สึกอ่อนไหว เคลื่อนที่ไม่หยุดนิ่ง มีเส้นเชื่อมโยงจากด้านบนมาด้านล่างทำให้เนื้อหาสาระมีความต่อเนื่องและสร้างความสมดุลได้ดี จุดเด่นของ ตัว S Z คือเส้นที่นำสายตาตามลักษณะของอักษร ส่วนตัว O ก็เป็นจุดสนใจ เน้นความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันก็รูปหรือเนื้อหาที่อยู่กลางวง ทำให้สาระอยู่จุดใดจุดหนึ่ง

บุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง คนที่ 1

นางลัดดา อุทัยนา (สัมภาษณ์ วันที่ 10 มีนาคม 2550 เวลา 12.30 น.)

ผู้วิจัย : ในฐานะที่คลุกคลีกับงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย มีการจัดทำสื่อหรือเห็นสื่อหลายๆ รูปแบบ รูปแบบที่ได้รับความนิยมหรือที่ประสบผลสำเร็จในการใช้งานและที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

นางลัดดา : สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการเผยแพร่การประชาสัมพันธ์รับนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยแล้วนั้น มีหลากหลายรูปแบบมาก และก็จะใช้กันมาทุกๆ ปีช่วงมี การเปิดรับนักศึกษา หากถามว่ารูปแบบของสื่อที่นิยมนั้น ก็ไม่ค่อยเก่งในงานออกแบบหรือมองไม่ค่อยเป็นนัก แต่พอเห็นเป็นโครงร่างของอักษรที่มีการจัดวาง ส่วนใหญ่ก็จะเป็นรูปแบบตัว T L S และที่เป็นเน้นข้อความเน้นตัวอักษร ส่วนใหญ่จะเห็นกับสื่อประเภทโปสเตอร์และแผ่นพับต่างๆ นอกจากรูปแบบตัวอักษรที่มีใช้อยู่ทั่วไปแล้ว การประชาสัมพันธ์รับสมัครนักศึกษาต้องมีรายละเอียดให้อ่านประกอบการตัดสินใจพอสมควร แบบเน้นข้อความหรือแบบเน้นตัวอักษรก็น่าจะเป็นรูปแบบที่นำมาใช้ด้วยแต่ต้องออกแบบให้ดีไม่อย่างนั้นจะไม่ดึงดูดความสนใจของผู้ดูได้

บุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง คนที่ 2

นางสาวสุจิตรา เนตรอุบล (สัมภาษณ์ วันที่ 11 มีนาคม 2550 เวลา 16.00 น.)

ผู้วิจัย : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยได้มีการจัดเตรียมสื่อที่จะเผยแพร่ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ แผ่นพับ หรือหนังสือพิมพ์ และจุลสารต่างๆ ส่วนใหญ่รูปแบบที่ได้รับความนิยมหรือที่ประสบผลสำเร็จในการใช้งานและที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือรูปแบบใด

นางสาวสุจิตรา : ต้องบอกว่าสื่อปัจจุบันได้มีความสวยงามและมีความคิดสร้างสรรค์มากด้วยเทคโนโลยีบวกกับความคิดความอ่านในการสร้างสรรค์งานออกแบบต่างๆ บางครั้งงานออกแบบก็ดูไม่ออกว่าเป็นรูปแบบใด เพราะมีการใช้รูปภาพประกอบ และข้อความมาใช้ในการสร้างสรรค์งาน แต่ถ้ามองดีๆ ที่เห็นและนิยมก็คือ รูปแบบตัว T L Z และแบบเน้นข้อความ เนื่องจาก การวางเลย์เอาต์เป็นรูปแบบตัวอักษรจะถูกนำมาใช้กันมาก นักออกแบบสามารถออกแบบให้ดูมีลูกเล่นได้ดีดึงดูดความสนใจด้วยข้อความหรือภาพประกอบที่นำมาจัดวางอย่างมีศิลปะและที่อยากให้เน้นข้อความเพราะต้องการให้ข้อมูลเพียงพอต่อผู้ดูคือนักศึกษาให้มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับหลักสูตร/สาขาที่ทางมหาวิทยาลัยเปิดสอน

บุคลากรฝ่ายผลิตสื่อหนังสือพิมพ์จอมบึงทูเดย์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง คนที่ 3
นางสาวปราณปรียา สิมมา (สัมภาษณ์ วันที่ 16 มีนาคม 2550 เวลา 14.45 น.)

ผู้วิจัย : อยากทราบรูปแบบที่ได้รับความนิยมหรือที่พบเห็นกับสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพราะเป็นที่แน่นอนอยู่แล้วว่า การจัดทำสื่อหนังสือพิมพ์ให้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงนั้น จำเป็นจะต้องวางเลย์เอ๊าท์หรือออกแบบเพื่อมาเป็นช่องทางในการทำงาน

นางสาวปราณปรียา สิมมา : ส่วนใหญ่งานผลิตสื่อหนังสือพิมพ์ของมหาวิทยาลัยก็จะมี การดูแบบของเดิมๆ บ้าง หรืออาศัยดูจากทางอินเตอร์เน็ตงานออกแบบที่มีการสร้างสรรค์งานที่ สวยๆ และเหมาะกับสถานที่จัดเตรียมสื่อเผยแพร่ หากถามว่าชอบหรือเห็นที่นิยมกัน น่าจะ เป็นรูปแบบแถบ รูปแบบตัว T L เนื่องจากเป็นโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษาที่ ต้องมีความน่าเชื่อถือสูงจึงน่าจะใช้รูปแบบที่สามารถจัดวางองค์ประกอบแบบจึงน่าจะใช้รูปแบบที่ สามารถจัดวางองค์ประกอบแบบแถบและตัวแอล ที่เรียบง่ายแต่น่าสนใจด้วยรูปภาพประกอบและ ข้อความที่ต้องการสื่อ หรือแบบตัวท ที่จะทำให้แถบและตัวแอล ที่เรียบง่ายแต่น่าสนใจด้วยรูปภาพ ประกอบและข้อความที่ต้องการสื่อ หรือแบบตัวทที่จะทำให้โปสเตอร์มีความน่าเชื่อถือด้วยเน้นที่ หลักแห่งความสมดุล แถบยังนำมาคิดแปลงใช้กับงานหนังสือพิมพ์บางคอลัมน์ได้อีกด้วย

นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 เอกออกแบบประยุกต์ศิลป์ คนที่ 1

นายเอกราช แฉล้มนงนุช (สัมภาษณ์ วันที่ 16 มีนาคม 2550 เวลา 14.45 น.)

ผู้วิจัย : ในการเรียนการสอนวิชาออกแบบประยุกต์ศิลป์ พอจะทราบถึงรูปแบบของงาน ออกแบบที่ได้รับความนิยมหรือที่พบเห็นกับสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆมากที่สุด รูปแบบใดบ้าง

นายเอกราช แฉล้มนงนุช : เท่าที่อาจารย์สอนให้หาอ่านตามหนังสือหลักการออกแบบและ สะสมงานแอดโฆษณาต่าง ๆ นั้น มักจะเห็นมากที่สุด ในมุมมองของผมคือ รูปแบบตัว S Z และ แบบกรอบภาพ เนื่องจาก รูปแบบ S และ Z จะมีความต่อเนื่องและให้ความรู้สึกอิสระมากกว่าแบบ อื่น ๆ จะตรงกับความรู้สึกของกลุ่มนักศึกษามากที่สุด สามารถนำเสนอเส้นสาย ภาพหรือตัวอักษรมาจัด วางให้เกิดความงามที่สมบูรณ์แบบได้ง่าย ส่วนในรูปแบบกรอบภาพนั้นจะดึงดูดสายตาของผู้ดูได้ มากที่สุด

นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 เอกออกแบบประยุกต์ศิลป์ คนที่ 2

นายณัฐกร เนตรน้อย (สัมภาษณ์ วันที่ 16 มีนาคม 2550 เวลา 14.45 น.)

ผู้วิจัย : ในการเรียนการสอนวิชาออกแบบประยุกต์ศิลป์ พอจะทราบถึงรูปแบบของงาน ออกแบบที่ได้รับความนิยมหรือที่พบเห็นกับสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆมากที่สุด รูปแบบใดบ้าง

นายณัฐกร เนตรน้อย : ส่วนใหญ่ที่นำมาเป็นหลักการออกแบบจะใช้คือรูปแบบตัวอักษร แต่ถ้าถามว่านิยมใช้ ส่วนใหญ่ผลจะใช้รูปแบบตัว L Z และกรอบภาพ เนื่องจาก รูปแบบ L และ Z จะดูสะอาด เรียบง่าย มีฐานที่มั่นคง เหมาะกับความเป็นมหาวิทยาลัยส่วนแบบกรอบภาพจะทำให้รูปภาพและข้อความที่ต้องการสื่อ นั้นมีความโดดเด่น ดึงดูดสายตาได้ดี

นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 เอกศิลปกรรม คนที่ 3

นายกิตติ สมพงษ์ (สัมภาษณ์ วันที่ 25 มีนาคม 2550 เวลา 12.10 น.)

ผู้วิจัย : ในการเรียนการสอนวิชาศิลปกรรมพอจะทราบถึงรูปแบบของงานออกแบบที่ได้รับ ความนิยมทั่วไปหรือที่พบเห็นกับสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ มากที่สุด รูปแบบใดบ้าง

นายกิตติ สมพงษ์ : ในวิชาหลักการออกแบบที่อาจารย์ภาคศิลปะ ได้สอน ก็มีหลากหลาย ในหลักการทฤษฎีต่าง ๆ แต่ส่วนใหญ่จะเห็นตามป้ายนิเทศทั่วไป ในมุมมองส่วนตัวมักจะเห็น รูปแบบแกน รูปแบบตัว T L เนื่องจากมีลักษณะที่เรียบง่าย สะอาดตา สามารถวางจุดเด่นได้ง่าย ให้ความสมดุล มีหลักมีฐานเหมาะต่อการออกแบบสำหรับสถานศึกษาที่ไม่ควรเป็นแบบที่หวือหวา เหมือนการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการของหน่วยงานอื่นๆ

นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 เอกศิลปกรรม คนที่ 4

นายเจษฎา พูลสุวรรณ (สัมภาษณ์ วันที่ 25 มีนาคม 2550 เวลา 12.10 น.)

ผู้วิจัย : ในการเรียนการสอนวิชาศิลปกรรมพอจะทราบถึงรูปแบบของงานออกแบบที่ได้รับ ความนิยมทั่วไปหรือที่พบเห็นกับสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ มากที่สุด รูปแบบใดบ้าง

นายเจษฎา พูลสุวรรณ : รูปแบบตัว T L S เนื่องจากในการจัดเป็นรูปแบบตัวอักษรแบบ ต่างๆ สามารถทำให้โปสเตอร์นั้นมีลูกเล่น และหากออกแบบหลาย ๆ ชิ้น โดยให้เป็นรูปแบบ ตัวอักษรต่าง ๆ นี้ สามารถนำมาจัดเป็นชุดเดียวกันหรือเป็นซีรีส์เดียวกันได้ ถ้าเป็นแบบอื่นๆ เช่น แบบแถบตาราง หน้าต่าง กรอบภาพ ก็จะแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง

นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 เอกศิลปกรรม คนที่ 5

นายพรชนศักดิ์ ใจผาวัง (สัมภาษณ์ วันที่ 25 มีนาคม 2550 เวลา 12.10 น.)

ผู้วิจัย : ในการเรียนการสอนวิชาศิลปกรรมพอจะทราบถึงรูปแบบของงานออกแบบที่ได้รับ ความนิยมทั่วไปหรือที่พบเห็นกับสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ มากที่สุด รูปแบบใดบ้าง

นายพรชนศักดิ์ ใจผาวัง : มักจะเห็นรูปแบบแกน T L S เพราะว่าเห็นตามโฆษณาและที่ เรียนมามากจะใช้ รูปแบบตัว T และตัว L เนื่องจากรูปแบบนี้ให้ความรู้สึกแข็งแรง น่าเชื่อถือ มั่นคง เพราะมีกรอบหรือฐานตรงหัวด้านบนหรือล่าง น้ำหนักจะอยู่ตรงนั้น มีเส้นกรอบตามลักษณะของ

อักษรที่ลงตัวดี ดูแล้วให้น่าเชื่อถือและเป็นที่น่าสนใจยิ่งนำมาใช้กับสีสันที่ลงตัว แต่สามารถประยุกต์ใช้กับงานอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี ยิ่งนำมาใช้กับสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาด้วยแล้ว ก็ทำให้คุณูภูมิฐานยิ่งขึ้น ส่วนตัว S มักเห็นในงานโฆษณาต่างๆ เส้นของรูปแบบเอส ให้ความรู้สึกอ่อนไหวเคลื่อนที่ไปมา ดูเก๋ไก๋ดี มีเส้นเชื่อมโยงจากด้านบนมาด้านล่างทำให้เนื้อหาสาระมีความต่อเนื่องและสร้างความสมดุลได้ดีอีกด้วย

สรุปการสัมภาษณ์ความคิดเห็นและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างและผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อเครื่องมือวิจัย

สรุปการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

สรุปผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อรูปแบบและโครงสร้างของโปสเตอร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น (ด้วยแบบสอบถาม) เป็นดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง	รูปแบบตัว L			รูปแบบตัว S			รูปแบบตัว T		
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
ม.6	โทนเย็น	โทนผสม	โทนร้อน	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน	โทนเย็น	โทนผสม	โทนร้อน
ปี 1	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน	โทนผสม	โทนร้อน	โทนเย็น	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน
ปี 2	โทนเย็น	โทนผสม	โทนร้อน	โทนผสม	โทนร้อน	โทนเย็น	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน
ปี 3	โทนเย็น	โทนผสม	โทนร้อน	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน	โทนผสม	โทนร้อน	โทนเย็น
ปี 4	โทนร้อน	โทนเย็น	โทนผสม	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน	โทนผสม	โทนร้อน	โทนเย็น
บุคลากร	โทนเย็น	โทนร้อน	โทนผสม	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน
เฉลี่ย	โทนเย็น	โทนผสม	โทนร้อน	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน
ออกแบบ	โทนร้อน	โทนเย็น	โทนผสม	โทนผสม	โทนร้อน	โทนเย็น	โทนผสม	โทนร้อน	โทนเย็น
จิตวิทยา	โทนเย็น	โทนผสม	โทนร้อน	โทนเย็น	โทนผสม	โทนร้อน	โทนผสม	โทนร้อน	โทนเย็น

กลุ่ม ตัวอย่าง	โครงสัโทนร้อน			โครงสัโทนเย็น			โครงสัโทนผสม		
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
ม.6	T	S	L	T	L	S	T	S	L
ปี 1	S	T	L	T	S	L	T	S	L
ปี 2	T	S	L	T	L	S	T	S	L
ปี 3	L	S	T	L	S	T	S	T	L
ปี 4	S	L	T	L	S	T	S	T	L
บุคลากร	S	T	L	L	S	T	T	S	L
รวมเฉลี่ย	S	T	L	L	S	T	T	S	L
	36.0			35.8			40.3		
ออกแบบ	S	L	T	L	S	T	S	L	T
จิตวิทยา	S	T	L	S	L	T	S	L	T

กลุ่มตัวอย่าง : มัธยมศึกษาปีที่ 6

1. นายรัตนโชติ ทาพล มัธยมศึกษาปีที่ 6 (สัมภาษณ์ วันที่ 24 สิงหาคม 2550 เวลา 14. 38 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เหตุผลเพราะว่ามีการจัดองค์ประกอบของรูปแบบที่ดูเด่นสะดุดตาทั้งตัวอักษรและรูปภาพ ดูแล้วได้ความลงตัวและเรียบง่ายและไม่รก

รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เหตุผลเพราะว่ามีรูปแบบที่แปลกตา มีความโค้งแบบตัวอักษรเอสเข้ามาออกแบบในโปสเตอร์ จึงดูสะดุดตาดี

รูปแบบที มาเป็นอันดับ 3 เพราะดูการจัดรูปแบบที่เชยๆ ดูแข็งและเรียบง่ายกว่ารูปแบบอื่นๆ และยังมีข้อความที่เป็นสัดส่วนทำให้ไม่น่าสนใจ

2. ฟังพอใจโครงสัของโปสเตอร์ของโปสเตอร์ โครงสัไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสัรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสัโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 ดูแล้วสีไม่จัดและไม่อ่อนจนเกินไป ทำให้ความรู้สึกสดใสและดูสะดุดตาในการมองป้ายประกาศโปสเตอร์ที่ไกลๆ สีข้อความหรือสีหัวเรื่องก็คมชัด ชัดเจนอ่านง่าย และรูปแบบอักษรก็ดูเหมาะสมกับวัยรุ่นดี

ฟังพอลใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เหตุผลเพราะว่าเป็นสีที่เย็นตา
อยากอ่าน และสีสดคมชัดได้ใจกับผู้พบเห็น เพียงแต่ข้อความจางบางช่วง เพราะสีพื้นหลังเข้มจนมอง
ไม่ค่อยชัด ต้องอ่านระยะใกล้ๆ มาก

ฟังพอลใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะสีแดงเข้ม แดง ส้ม
เหลือง เป็นกลุ่มสีโทนร้อน ถึงแม้จะมีปริมาณสีเหลืองเข้ามาช่วย แต่ก็ไม่สามารถลดความร้องแรงไป
ได้

ฟังพอลใจโครงสีรูปแบบที

ฟังพอลใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เหตุผลเพราะว่าโทนเย็นมีสีที่
ปริมาณเท่าๆ กันและสีสวยตรงท้องฟ้าและบรรยากาศที่เหมาะสมและเข้ากับองค์ประกอบภาพต่างๆ
ทำให้โปสเตอร์โทนเย็นดูน่าสนใจ และไม่ขัดแย้งดูแล้วลงตัวดี

ฟังพอลใจโครงสีโทนผสม รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เหตุผลเพราะดูแล้วดูฉลาดและ
สดใสแบบสด สะดุดตามากเวลาพบเห็น ตัวหนังสือหัวเรื่องหรือข้อความก็ดูเป็นทางการไปบ้าง
ค่อนข้างเป็นระเบียบ แต่ก็ดูน่าสนใจอีกรูปแบบหนึ่ง

ฟังพอลใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 สีที่ใช้จะจัดเป็นบ้างช่วง ดูแล้วขัด
ตา จึงไม่น่าสนใจโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์

ฟังพอลใจโครงสีรูปแบบแอล

ฟังพอลใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะสีของโทนดูแล้ว
สะดุดสายตา แต่ไม่ร้อนแรงจนเกินกว่าจะอ่าน ก็แปลกและดูสวยดี สีที่ใช้ก็ไม่แรงตรงพื้นหลัง

ฟังพอลใจโครงสีโทนผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 ดูแล้วสีสดใสแบบเบาๆ ไม่แรง
และสดจนเกินไป แต่ก็ยังไม่สวยเท่ากับเอสและที

ฟังพอลใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบแอลมาเป็นอันดับ 3 เหตุผลเพราะว่าดูสีค่อนข้างอ่อน
และเป็นสีเดียวไม่หลากหลาย ดูจัดเมื่อเทียบกับโทนสีอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด เพียงแค่สบายตาเท่านั้น

2. นายศรัชย์ บุญนาค มัธยมศึกษาปีที่ 6 (สัมภาษณ์ วันที่ 24 สิงหาคม 2550 เวลา 14.38 น)

1. ฟังพอลใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

อันดับ 1 รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 เหตุผลเพราะว่าเป็นรูปแบบที่ดูสวยงาม มีความ
เป็นอิสระในตัว ชอบการจัดวางภาพเล็กใหญ่และมีรูปภาพประกอบบัณฑิตด้านบนดูมีเรื่องราวและ
ต่อเนื่อง ได้ Concept ดี

อันดับ 2 รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เหตุผลเพราะว่ามีรูปแบบเป็นสัดส่วนที่สมดุล มี
ความเป็นระเบียบวินัยดี และมีภาพประกอบที่ดูแล้วน่าสนใจ รวมถึงบรรยายความมุ่งมั่นที่ใส่ใน
กรอบที

อันดับ 3 รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เพราะว่าดูเรียบง่ายและให้ความรู้สึกมั่นคงดี แต่ดูแล้วเหงาๆ ด้วยสีที่ไม่สดใสมาก

2. ฟังพอใจโครงสีของโปสเตอร์ โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 เพราะสีโทนเย็นดูให้ความสุข ร่มรื่นและเป็นธรรมชาติ ไม่ดูจืดจางมากเกินไป มีการไล่ระดับสีได้กลมกลืน

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะว่าให้ความรู้สึกสดใส ไปอีกแบบหนึ่ง สีสดเข้ม ชัดเจน สะดุดตากับผู้พบเห็นได้ง่าย เพียงแต่ไล่สีแบบสายรุ้งไป

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะว่าเป็นสีค่อนข้างรุนแรง ดูแล้วไม่สบายตากับผู้พบเห็น หรืออาจจะเลือกอ่านโปสเตอร์ข้างๆ มากกว่าโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ของจอมบึง

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบที

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เหตุผลเพราะว่าโทนเย็นให้ความ เย็นสบายดูแล้วลึ้นตา ไม่ขัดแย้ง ชอบตรงภาพประกอบที่มีสีท้องฟ้าสดใส และมีสีขาวตรงแสงสวย ดิน่าสนใจและเข้ากับสีโทนเย็นมากที่สุด

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เหตุผลเพราะดูแล้วสีสด เข้มและ คมชัดมาก และมีหลากหลายสีให้น่าสนใจ และดูใจกับผู้ดูได้เป็นอย่างดี

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 เหตุผลเพราะดูแล้วค่อนข้างร้อน มาก สีมันดูเหงาๆ ครีมนีแดงเข้ม และสีของรูปก็เป็นสีที่ไม่ธรรมชาติ จึงขัดกับความเป็นจริง

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะสีของโทนเย็นให้ ความเป็นมิตร สบายตาเย็นใจ อยากอ่านแล้วอ่านอีก ยังมีฐานสีดำชนเขียวดูแล้วคลาสสิกมาก

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 ดูแล้วสีใสบๆ และไม่ร้อน จนเกินไป ยังมีสีฐานดำตัดกับแดง จึงลดความแรงได้ ก็ดูแปลกดี

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบแอลมาเป็นอันดับ 3 เหตุผลเพราะว่าดูสีค่อนข้าง อ่อนและเบาๆ ตรงพื้นหลัง มีสีทั้ง 2 โทนแต่กลับไม่สวยเท่าที่ควร

3. นางสาวน้ำทิพย์ โพธิ์คำ มัธยมศึกษาปีที่ 6 (สัมภาษณ์ วันที่ 24 สิงหาคม 2550 เวลา 14.38 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจรูปแบบเอสมาเป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกคู่มือการเคลื่อนไหวหรือความเป็นอิสระของตัวเอง มีภาพประกอบที่เห็นให้อยากมาเรียน จุดสนใจตรงบันทึกและหัวเรื่อง ฟอนต์ไม่เป็นทางการ จึงน่าสนใจ

ฟังพอใจรูปแบบแอลเป็นอันดับ 2 เพราะว่าให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ และมีกรอบที่สีดีได้สัดส่วนและมีความเรียบง่าย สวยตรงตัวหนังสือและเส้นๆ ด้านบน แต่ไม่ชอบเจาะขาว

ฟังพอใจรูปแบบที มาเป็นอันดับ 3 เพราะว่าคู่มือการแบ่งแยกซ้ายขวาเท่ากัน เป็นทางการมากเกินไป และดูแข็งให้ความรู้สึกมีอะไรมากขึ้น อึดอัดจึงไม่เด่น

2. ฟังพอใจโครงสร้างของโปสเตอร์ของโปสเตอร์ โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสร้างในรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสร้างโทนเย็นแอลมาเป็นอันดับ 1 เพราะดูน่าเชื่อถือ มั่นคงตรงฐานและมีพลัง ดูเป็นโปสเตอร์ที่แข็งแรง และเรียบง่ายที่มีอยู่ในตัว พอใจมากกับรูปแบบแอล สวยดีและมีความเป็นโปสเตอร์ได้ดี

ฟังพอใจโครงสร้างโทนผสมแอล มาเป็นอันดับ 2 เพราะเป็นสีที่มีสีส้มเพิ่มขึ้นมาอีกนิด ช่วยให้เห็นจุดสายตาได้ แต่สีที่ใช้ยังไม่สวยตรงความกลมกลืนของสี และดูตื้นๆ ไม่น่าสนใจ

ฟังพอใจโครงสร้างโทนร้อนแอล มาเป็นอันดับ 3 เพราะสีค่อนข้างร้อนและภาพอาคารตึกใช้สีเข้มแดงดูน่ากลัว มากกว่ามาเรียน ไม่เป็นธรรมชาติ แต่รูปแบบยังคงสวยอยู่กับการกับจัดวางองค์ประกอบศิลป์ด้วย

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสร้างโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 คู่มือสีใสและดึงดูดความสนใจได้ดี ข้อความอ่านง่ายโดยเฉพาะหัวเรื่องชอบรูปแบบฟอนต์ที่ดูไม่ทางการ เหมาะกับรูปแบบเอสได้เป็นอย่างดี

ฟังพอใจโครงสร้างโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะสีเขียวเหลืองทำให้รู้สึกสบายตา มีความเย็นช่วยผ่อนคลายให้ความรู้สึกอยากอ่าน แต่ข้อความอาจจะจมไปสักนิดหนึ่ง

ฟังพอใจโครงสร้างโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะสีค่อนข้างจะแรงไป ดูไม่น่าอ่าน

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบที

ฟังพอใจโครงสร้างโทนเย็น รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เพราะว่าสีเย็นตาเหมือนกับรูปแบบอื่นๆ แต่ที่ยังมีภาพประกอบเข้ามาช่วย เมื่อเปรียบเทียบกับแบบอื่นๆ ไม่ว่าจะป็นท้องฟ้าหรือภูเขาจึงอยากเห็นภาพมาเป็นอันดับแรก

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบที่ มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูสดใสมากๆ สีเข้มสด และมีปริมาณเท่ากัน กลมกลืนได้ดี แต่ไม่ชอบตรงหัวเรื่องที่คุณแล้วไม่เข้าเท่าไร เหมือนกับวิชาการมากเกินไป

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบที่ มาเป็นอันดับ 3 เหตุผลคล้ายๆกับ โทนร้อนรูปแบบอื่นๆ คือสีแรงจนเกินไป ถึงแม้จะมีปริมาณสีเย็นเข้ามาช่วย แต่ไม่น่าอ่านเพราะจะทำให้อ่านยากต้องเพ่งสายตา

4. นายอานนท์ ราชพรมา มัธยมศึกษาปีที่ 6 (สัมภาษณ์ วันที่ 24 สิงหาคม 2550 เวลา 14.38 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

อันดับ 1 รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 เพราะว่ามีการจัดองค์ประกอบของรูปแบบที่ดูเด่นสะดุดตาและเป็นสีเหมือนกับธรรมชาติมีสีเขียวต่างๆ กับต้นไม้ใบหญ้า และรูปแบบภาพประกอบดูเห็นเด่นชัด

อันดับ 2 รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 เนื่องจากมีการจัดรูปแบบที่เป็นทางการดูเรียบง่ายขึ้น ไม่เด่น แต่ก็ยังมีความเรียบร้อยเป็นระเบียบดีและมีกรอบที่ดูทันสมัย

อันดับ 3 รูปแบบที มาเป็นอันดับ 3 เพราะดูการจัดรูปแบบเรียบง่ายกว่ารวมรูปแบบอื่นๆ แต่ให้ความรู้สึกที่แข็งแต่ก็มั่นคงด้วยพอ ๆ กัน

2. ฟังพอใจโครงสีของโปสเตอร์ โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสีในรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 ดูแล้วสีสดใสสดกว่ารูปแบบแอลโทนเย็น ให้ความรู้สึกคนละแบบ ดูเอสแล้วอ่อนโยน และไม่จัดและไม่อ่อนจนเกินไป ทำให้ความรู้สึกสดใสและดูสะดุดตาได้ดี

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะสีสด และเข้มเห็นชัดเจน มีความโดดเด่นมาแต่ไกลๆ และยังมีจุดพักสายตาคือสีเขียวเหลืองทำให้รู้สึกสบายลดความร้อนได้อย่างดี

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะสีค่อนข้างจะแรงและจัด ไม่มีสีเข้ามาช่วยเหมือนกับรูปแบบแอล จึงยังดูไม่ร้อนแรงเท่ากับที่

ฟังพอใจโครงสีในรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะสีสดใสแบบเย็นๆ เป็นธรรมชาติดี และอ่านง่ายไม่รบกวนสายตา พื้นสีก็เย็นกำลังดี รวมถึงหัวเรื่องที่คุณ ไม่ร้อนแรง

ฟังพื่อใจโครงสีโทนผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 คุณแล้วสีใสบแบบเบาๆ และเป็นสีสดดูสะอาดตา ดึงดูดความสนใจได้ แต่สีไม่ค่อยหลากหลายเท่ากับโทนผสมอื่นๆ ในที่นี้เหลือบน้อยจึงลดความสนใจไปนิด

ฟังพื่อใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เหตุผลเพราะว่าคุณสีค่อนข้างร้อนแรง น่าจะมีอะไรมาเสริมให้ดูน่าสนใจ คุณแล้วร้อนในความคิด

ฟังพื่อใจโครงสีในรูปแบบที่

ฟังพื่อใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เพราะว่าคุณสีร้อนแรงดี ดูแล้วกล้ากับประสบการณ์ สวยอีกมุมหนึ่ง จึงดูแปลกตาและสดใส

ฟังพื่อใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เพราะคุณสีสะอาดตา เย็นใจ ให้ความโล่งยามที่ได้มาอ่านโปสเตอร์ และสีของภาพประกอบดูน่าสนใจอยากเข้ามาเรียน

ฟังพื่อใจโครงสีโทนผสม รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 เพราะคุณสีจัดจ้านและผสมผสานกันมากเกินไป และสีไม่ไหลเท่ากับเอส และรวมถึงสีที่กระโดดของรูปแบบที่สัมพันธ์กัน

5. นางสาวผาสุก โคมศรี มัธยมศึกษาปีที่ 6 (สัมภาษณ์ วันที่ 24 สิงหาคม 2550 เวลา 14. 38 น.)

1. ฟังพื่อใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

ฟังพื่อใจรูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 คือให้ความรู้สึกที่ดูเป็นระบบระเบียบ ในการจัดวางรูปภาพและข้อความ เห็นง่ายชัดเจนและสวยงามกับเส้นกรอบที่วิ่งเป็นอักษรมีฐานที่ใหญ่ ดูรับน้ำหนักได้ดี จึงน่าสนใจมาก

ฟังพื่อใจรูปแบบเอส เป็นอันดับ 2 เพราะว่าเป็นรูปแบบที่มีสวยงามอ่อนโยน และแปลกที่ใช้รูปภาพมาวิ่ง ดูสวยดีและเหมาะกับวัยรุ่น องค์กรประกอบโดยรวมสวยและลงตัวได้ทุก

ฟังพื่อใจรูปแบบที มาเป็นอันดับ 3 เป็นรูปแบบที่มีความสมดุลของภาพและข้อความ แต่ให้ความรู้สึกแข็ง คุณแล้วเครียด ซึ่งโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ไม่น่าจะเป็นทางการมากเกินไป

2. ฟังพื่อใจโครงสีของโปสเตอร์ โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพื่อใจโครงสีในรูปแบบเอส

ฟังพื่อใจโครงสีโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 เพราะคุณแล้วสดใสมาก โดดเด่นสะอาดตาและน่ามอง และหลากหลายสีที่ให้ความรู้สึกกระชุ่มกระชวย ไม่เหงาเมื่อเทียบกับรูปแบบอื่นๆ ที่ไม่หลากหลายเท่ากับรูปแบบเอส

ฟังพื่อใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะให้ความรู้สึกเย็นตา สบายตาสอดคล้องและสัมพันธ์กับองค์ประกอบรูปแบบเอสทั้งหัวเรื่อง เนื้อหาและรูปภาพ ขาดแต่ภาพกิจกรรมน่าจะมีมาเสริมก็คงจะดี

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะสีผสมทั้ง 2 โทนมากเกินไป ดูแล้วลายตาด้วยการไล่สี แต่ในที่นี้ก็เกิน แต่ก็ไม่ชอบโทนร้อนโดยส่วนตัว

ฟังพอใจโครงสีในรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะว่าสีที่ให้ความรู้สึกสบายตา มาก สดใส

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 ดูแล้วสีใบบางๆ เพียงแต่สีที่ผสมยังไม่ใส จึงไม่ค่อยดึงดูดสายตา

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เหตุผลเพราะว่าดูสีค่อนข้างอ่อนและร้อนเป็นสีเดียวไม่หลากหลาย ดูแล้วร้อนแบบจืด ไม่น่าสนใจ

ฟังพอใจโครงสีในรูปแบบที

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เพราะว่าโทนผสมดูสดใส มีชีวิตชีวา และข้อความน่าอ่าน มีรูปภาพประกอบที่สวยงามและจัดองค์ประกอบศิลป์ได้เป็นสัดส่วน ดูแล้วให้รู้สึกถึงความเป็นทางการ

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูสีเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ น่ามาเรียน ใสและสะอาดตาเวลามอง แต่จะขัดกับรูปแบบที่มีทั้งแนวตั้งและตรง

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 สีที่ใช้ดูชัดๆ สายตาเวลามอง สีที่ใช้กับภาพก็ดูไม่สดชื่นแบบร้อนๆ ดูแข็งๆ และยังจะร้อนไม่ชวนมอง

กลุ่มตัวอย่าง : ปริญาตรีชั้นปีที่ 1

1. นายสุรสิทธิ์ แจ่มประดิษฐ์ ปริญาตรีปีที่ 1 (สัมภาษณ์ วันที่ 24 ส.ค.2550 เวลา 15.30 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

อันดับ 1 รูปแบบเอสมาเป็นอันดับ 1 เพราะว่ามันดูอิสระแบบลงตัว ให้ความรู้สึกเพราะรูปแบบเอสดูสั้นไหล ดูนุ่มนวลด้วยเส้นโค้งและได้สัดส่วนดี มีการจัดองค์ประกอบที่อยู่ตรงกลาง สมดุลดี หัวเรื่องก็วัยรุ่นอ่านง่าย

อันดับ 2 รูปแบบแอล เป็นอันดับ 2 เนื่องจากมีการจัดแบ่งสัดส่วนเห็นได้ชัดเจนระหว่างรูปภาพกับข้อความ มีความสมดุลกัน และเป็นรูปแบบที่เรียบง่าย

อันดับ 3 รูปแบบที เป็นอันดับ 3 เพราะดูจากภาพประกอบเยอะเกินไปและก็รูปแบบแข็ง แต่ไม่ชอบเพราะเป็นวิชาการ

2. ฟังพอใจโครงสีของโปสเตอร์ โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบเอส

ฟังพื่อใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกเข้มข้นชัดเจน ให้แสงสว่างในความเข้มข้น และสีสดใสดูแจ่มแจ้งดีและสว่างสดใสตื่นตื่นร้อนแรง

ฟังพื่อใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะความรู้สึกสบายตาจิตใจ สดในหรือสดชื่นสบายตา สบายกายให้ความชุ่มชื้นทางสภาพร่างกายและความอ่อนโยน

ฟังพื่อใจโครงสีโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะมีความเข้มข้นทางอารมณ์และจิตใจ เป็นสีที่ผสมผสานกันหลากหลายสีเป็นสีที่ให้ความชุ่มชื้นผสมผสานกับโทนร้อน

ฟังพื่อใจโครงสีรูปแบบแอล

ฟังพื่อใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะเป็นสีเข้มข้นสดใส ให้ทางอารมณ์และร้อนแรง ดูแล้วกระฉับกระเฉงดี

ฟังพื่อใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 เป็นสีที่สดในชุ่มชื้นเหมือนธรรมชาติเขียวสดใสเป็นสบายตาดูแล้วก็น่าสนใจ แต่อาจจะดูจืดไปสักนิด

ฟังพื่อใจโครงสีโทนผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เพราะเป็นสีที่ผสมผสาน หลากสีดี ทั้งร้อนและเย็น ดูสดใสและกลมกลืนกัน มองเห็นได้ง่ายและสะดุดตา

ฟังพื่อใจโครงสีรูปแบบที

ฟังพื่อใจโครงสีโทนผสม รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เพราะว่าโทนผสมคล้ายๆกับ รูปแบบเอส ดูสีสดใสและดึงดูดความสนใจได้กว่าโครงสีอื่นๆ ชอบในการเลือกสีที่มีความต่อเนื่อง โดยที่ไม่ขัดกัน

ฟังพื่อใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูสดใสแบบสบายๆ พัก สบายตาได้ดี และเข้ากับสีบรรยากาศของจริงกับรูปภาพประกอบ ดูแล้วร่มรื่นมีความสุขกับการอ่าน ไปสเตอร์

ฟังพื่อใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 เหตุผลคล้ายๆกับโทนร้อนรูปแบบ อื่นๆ คือสีแรงจนเกินไป ถึงแม้จะมีปริมาณสีเย็นเข้ามาช่วย แต่ไม่น่าอ่านเท่าไร

2. นายวรรณะ อินนาจิตร ปริญญาตรีปีที่ 1 (สัมภาษณ์ วันที่ 24 ต.ค.50 เวลา 15.30 น.)

1. ฟังพื่อใจรูปแบบของไปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

อันดับ 1 รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เพราะดูเป็นรูปแบบที่มีระเบียบดี ได้สัดส่วนในการจัดกึ่งกลาง และดูมีภาพประกอบเยอะดี น่าสนใจ

อันดับ 2 รูปแบบแอล เป็นอันดับ 2 เนื่องจากมีรูปแบบที่เรียบง่ายและสวยด้วย ข้อความที่ทันสมัยตัวภาษาอังกฤษ มีการจัดแบ่งสัดส่วนเห็นได้ชัดเจนระหว่างรูปภาพกับข้อความ มีความสมดุลกัน

อันดับ 3 รูปแบบเอสเป็นอันดับ 3 เพราะดูจากภาพประกอบเยอะเกินไปและไม่ค่อยมีบรรยายภาพหรือทิวทัศน์มีแต่คน

2. ฟังพอใจโครงสีของโปสเตอร์ โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกเข้มข้น และสว่างไสว ดูแล้วเหมือนสายรุ้ง แต่กลมกลืนด้วยสี ชอบและอ่านง่ายไม่รบกวนสายตา

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะความรู้สึกสบายตาและเย็นใจ แต่สีพื้นเขียว ใช้ปริมาณค่าสีที่เข้มจนทำให้ตัวหนังสือจางไปนิด

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะมีความเข้มข้นทางอารมณ์และจิตใจ เป็นสีที่ดูและดูร้อนแรงมากเกินไป ไม่เหมาะกับโปสเตอร์ที่มีข้อความ

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะเป็นสีที่ให้ความรู้สึกเย็นและดูร่มรื่นยังมีความสัมพันธ์ด้วยภาพประกอบที่เข้ากับบรรยากาศได้ดี

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 เป็นสีดูกล้าดี ร้อนและไม่แรงมีความทันสมัยและแปลกใหม่กับงานโปสเตอร์ อ่านง่ายเพราะพื้นไม่ได้เข้มมาก

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เพราะเป็นสีที่ผสมผสานกันทั้งโทนร้อนและเย็น เพียงแต่ว่าดูไม่สด จึงไม่ค่อยน่าสนใจเท่าไร

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบที

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เพราะว่ามีสีที่ทำให้รู้สึกสบายตาดี ไม่ร้อนความรู้สึก และทำให้เย็นตาตรงมีสีเหลืองเข้ามาเชื่อมจึงดูสว่างดี

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูแล้วมีสีสันที่สดใส มีการเคลื่อนไหวได้สวย ไม่ขัดตา เพียงแต่ว่าโดยส่วนตัวไม่ชอบสีที่เยอะกลัวจะเปราะและเอะไปโปสเตอร์

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 เหตุผลคล้ายๆกับโทนร้อนรูปแบบอื่นๆ คือสีแรงจนเกินไป ถึงแม้จะมีปริมาณสีเย็นเข้ามาช่วย แต่ก็ดูไม่น่าสนใจทำให้มองไกลๆ ก็ไม่น่าอ่าน

3. นายฉัตรชัย จันทาท ปริญญาตรีปีที่ 1 (สัมภาษณ์ วันที่ 24 ส.ค.50 เวลา 15.30 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

อันดับ 2 รูปแบบที เนื่องจากมีเนื้อหาที่แบ่งได้เด่นชัดมาก จึงอยากจะเข้าไปศึกษา มากกว่ารูปแบบอื่นๆ การจัดแบ่งสัดส่วนเห็นได้ชัดเจนระหว่างรูปภาพกับข้อความ มีความสมดุลกันดี

อันดับ 1 รูปแบบเอส เพราะว่า คูอิสระแบบลงตัว ความรู้สึกที่ได้เอสคู่สั้นไหล คุณุ่มนวลด้วยเส้นโค้งและได้สัดส่วนดี มีการจัดองค์ประกอบที่อยู่ตรงกลาง หัวเรื่องก็วัยรุ่นอ่านง่าย รูปแบบลงตัว

อันดับ 3 รูปแบบแอล เพราะว่าดูว่าเรียบไป กลัวจะมองไกลๆ แล้วจะไม่น่าสนใจ แต่สิ่งที่ดีมีความเย็นตาดี และอีกประการหนึ่ง จากภาพประกอบอาจจะน้อยเกินไป โดยส่วนตัวชอบรูปภาพประกอบดูน่าสนใจ นอกนั้นก็ดูเรียบง่าย

2. ฟังพอใจโครงสร้างของโปสเตอร์โครงสร้างสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสร้างโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 รู้สึกสดใสและดึงดูดความสนใจได้ดี ข้อความอ่านง่าย หัวเรื่องน่าสนใจ ฟอนต์สวยดึงดูดได้ดี

ฟังพอใจโครงสร้างโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูเย็นตา สบายใจ ให้ความรู้สึกผ่อนคลายเวลาอ่าน และมีสีเขียวเหลือบทำให้รู้สึกสบายตาด้วย

ฟังพอใจโครงสร้างโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะสีค่อนข้างร้อนและแสบตา หากจะอ่านนานๆ คงไม่ได้แน่นอน

ฟังพอใจโครงสร้างในรูปแบบที

ฟังพอใจโครงสร้างโทนร้อน รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เพราะว่าโทนร้อนในที่ มีสีพื้นที่เป็นสีคำเข้ามาช่วย จึงลดความรุนแรงได้ ไม่ถึงกับร้อนสาวยตาเวลาอ่าน

ฟังพอใจโครงสร้างโทนเย็น รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูเบบสบายๆ พักสายตาได้ดี และเข้ากับสีบรรยากาศของจริงมีต้นไม้ ภูเขา ที่ร่มรื่น สดชื่นและดูสบายตรงบรรยากาศ

ฟังพอใจโครงสร้างโทนผสม รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 เพราะอาจจะดูรกด้วยสีเขียวเยอะเยอะเกินไป จะไปดึงดูดแข่งกับจุดอื่นได้

ฟังพอใจโครงสร้างในรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสร้างโทนผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะว่าสีของโทนผสม ดูแล้วไม่เข้มและเด่นชัด มีการลดสีที่ทำให้ไม่ไปรบกวนสายตา และสีก็สบายๆ ไม่ทำให้หลากหลายยังที่คิด

ฟังพอใจโครงสร้างโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 ดูแล้วก็น่าสนใจกับสีที่เข้ากับบรรยากาศ และเย็นตาดี แต่อาจจะจืดชืดไปนิดหน่อย

ฟังพอใจโครงสร้างโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เหตุผลเพราะว่าดูแล้วให้ความรู้สึกร้อนแรงมากเกินไป จึงดูไม่น่าสนใจ

4. นางสาวศิริโสภา ทองดอนใหม่ ปริญญาตรีปีที่ 1 (สัมภาษณ์ วันที่ 24 ต.ค.50 เวลา 15.30 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจรูปแบบแอล เป็นอันดับ 1 เพราะดูรูปแบบที่เรียบง่าย ชอบตรงงานออกแบบ เส้นนำมาตกแต่งให้ดูน่าสนใจ

ฟังพอใจรูปแบบที่มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูเป็นรูปแบบที่มีระเบียบวินัยดี ได้สัดส่วนแบบ Balance และมีภาพประกอบทั้งแนวนอนและแนวตั้ง น่าสนใจกับผู้อ่านโปสเตอร์

ฟังพอใจ รูปแบบเอสเป็นอันดับ 3 เพราะดูจากภาพประกอบไม่น่าสนใจมีแต่รูปคน ไม่มีกิจกรรม

2. ฟังพอใจโครงสีของโปสเตอร์โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสีในรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกเข้มข้น และสว่างไสว ดูแล้วเหมือนสายรุ้ง แต่กลมกลืนด้วยสี ชอบและอ่านง่ายไม่รบกวนสายตาเกินไป

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะความรู้สึกสบายตาและเย็นใจ แต่สีพื้นเขียว ใช้สีที่เข้มจนทำให้ตัวหนังสือไม่ค่อยเห็น

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะมีความเข้มข้นทางอารมณ์และจิตใจ เป็นสีที่ดูและดูร้อนแรงมากเกินไป

ฟังพอใจโครงสีในรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะเป็นสีที่ให้ความรู้สึกเย็น และดูร่มรื่นทั้งต้นไม้และตึกราวภูเขา ดูเข้าบรรยากาศที่สวยงามรวมทั้งสีที่ใช้เหมาะสมกับโปสเตอร์

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 เป็นสีดูแล้วสวยและแปลกในตัว ไม่ค่อยมีใครออกแบบและทำ ร้อนและไม่แรงมีความทันสมัยกับงานโปสเตอร์

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เพราะเป็นสีที่ผสมผสานกันทั้งโทนร้อนและเย็น เพียงแต่ว่าดูไม่สด จึงไม่ค่อยน่าสนใจเท่าไร

ฟังพอใจโครงสีในรูปแบบที

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบที มาเป็นอันดับ 1 เพราะว่ามีสีที่ทำให้รู้สึกสบายตาดี ไม่ร้อนความรู้สึก และทำให้เย็นตาตรงมีสีเหลืองเข้ามาเชื่อมจึงดูสว่างดี

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูแล้วมีสีสันที่สดใส มีการเคลือบสีได้สวย ไม่ขัดตา เพียงแต่ว่าโดยส่วนตัวไม่ชอบสีที่เยอะกั้วจะเปรอะและจะหายไปโปสเตอร์

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบที่มาเป็นอันดับ 3 เหตุผลคล้ายๆกับโทนร้อนรูปแบบอื่นๆ คือสีแรงจนเกินไป ถึงแม้จะมีปริมาณสีเย็นเข้ามาช่วย แต่ก็ดูไม่น่าสนใจทำให้มองไกลๆ ก็ไม่น่าอ่าน

5. นางสาวเจนจิรา จิตงามขำ ปริญญาตรีปีที่ 1 (สัมภาษณ์ วันที่ 22 สิงหาคม 2550 เวลา 22.30 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

อันดับ 1 รูปแบบที่ มาเป็นอันดับ 1 เพราะมีความเรียบง่ายดูแล้วรู้สึกมีไอเดียที่เก๋ไก๋ มีความเป็นธรรมชาติทำให้คนที่มองคือ มีจินตนาการตามภาพ มีหลากหลายดี

อันดับ 2 รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะมีการจัดรูปแบบดีดูมีความอ่อนโยน และแปลกตาด้วยเส้นโค้งที่มีภาพประกอบเข้ามาช่วยในงานออกแบบ แต่อาจจะขาดธรรมชาติไปหน่อย

อันดับ 3 รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เพราะดูเรียบง่ายเกินไปมีรูปภาพน้อยไม่ค่อยดึงดูดความสนใจส่วนมากที่จะดึงดูดความสนใจได้จะมีที่เป็นรูปมากกว่า และจัดไป

2. ฟังพอใจโครงสีของโปสเตอร์โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบที่

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบที่มาเป็นอันดับ 1 ดูมีสีสันดึงดูดความสนใจได้หลากหลายหรืออาจจะเป็นสีฉูดฉาด จึงทำให้ดูสะดุดตาเมื่อมองระยะที่ไกลๆ ที่จะมองเห็นกับสีได้

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบที่เป็นอันดับ 2 เพราะมีความเป็นธรรมชาติที่ดูสวยของภาพประกอบดูแล้วน่ามอง แต่ไม่ค่อยดึงดูดความสนใจเรื่องสีเท่านั้นที่ชัดเจน

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบที่มาเป็นอันดับ 3 เพราะเป็นสีที่ฉูดฉาดในโทนร้อนเกินไป น่าจะเหมาะกับข้อความสั้นๆมากกว่า

ฟังพอใจโครงสีในรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบเอสเป็นอันดับ 1 เหตุผลว่ามองเห็นเป็นธรรมชาติดี ดูแล้วสะดุดตาและรูปแบบก็ดูน่าสนใจ เย็นตาดี

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูสีหลากหลายและสดใส มีความกลืนของสี จึงดูแล้วน่าสนใจ แต่สีสดและเข้มมากเกินไป

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบเอสมาเป็นอันดับ 3 เพราะสีร้อนแรง ดูแล้วจะอ่านยากบางข้อความและสีรูปภาพประกอบดูแล้วขัดกับความเป็นจริง

ฟังพอใจโครงสีในรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะว่ามันดูแล้วเป็นธรรมชาติ สั้นตาลิ้นใจเวลาอ่าน เพราะสีเย็นตาน่าอ่าน ถึงแม้จะมีภาพประกอบน้อยก็ตาม แต่ดูและพิจารณาดีกว่ารูปแบบอื่นๆ ตามความรู้สึก

ฟังพื่อใจโครงสีโทนผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 ก็ดูสวยและสดใสแบบนุ่มๆ ดี เพียงแต่ไม่สะอาดตา เพราะสีเบาไม่สดใสเท่าที่ควร

ฟังพื่อใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เพราะว่าจะเป็นที่ร้อนแรง ดูแล้วฉลาดให้รู้สึกสะอาดตาที่จริง แต่อ่านได้ไม่นานนัก

กลุ่มตัวอย่าง : นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 2

1. นายวาทัญญู สุขประเสริฐ ปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 (สัมภาษณ์วันที่ 15 สิงหาคม 2550 เวลา 14. 58 น.)

1. ฟังพื่อใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

ฟังพื่อใจรูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกในตัวผมที่ว่า ดูแล้ว น่าเชื่อถือ น่าติดตาม ดูเรียบง่ายแต่ทันสมัยคลาสสิกไปในตัวดีครับ ลักษณะการนำเส้นของตัวอักษร แอลมาใช้จัดองค์ประกอบนั้นเป็นแบบสมดุลไม่เท่ากัน (Informal) ดูรูปแบบมีกรอบหรือบล็อกที่ฐาน ที่ดูแล้วมันคงหนักแน่นให้กับความรู้สึกภายในของตนเองได้

ฟังพื่อใจรูปแบบเอสมาเป็นอันดับ 2 ในสายตาของผมว่ามันดูมีการเคลื่อนไหวหรือ ความเป็นอิสระในตัวมากเกินไป ไม่เรียบง่ายเท่ากับตัวเอส มันดูแล้วไม่มีความโดดเด่นในสายตาผม ถึงแม้จะดูไหลและเคลื่อนไหวก็ตามที ทำให้รู้สึกไม่มีหลัก หรือไม่มีกรอบเหมือนดังรูปแบบอื่นๆ

และรูปแบบที่ฟังพื่อใจมาเป็น อันดับ3 มันมีการแบ่งแยกซ้ายขวาเท่ากัน เป็นทางการ มากเกินไปในสายตาของผม ดูแล้วรู้สึกอึดอัด ไม่น่าสนใจ ข้อความเนื้อหาแยกคนละข้าง จึงต้อง อ่านข้ามไปข้ามมา

2. ฟังพื่อใจโครงสีของโปสเตอร์โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพื่อใจโครงสีรูปแบบแอล

ฟังพื่อใจโครงสีโทนร้อนรูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 น่าเชื่อถือ มันคง มีพลัง เพราะ มีสีดำเข้ามาเป็นฐานรู้สึกถึงความอบอุ่น แบบมีพลังที่ยิ่งใหญ่ มากกว่าโครงสีโทนร้อนรูปแบบอื่นๆ ที่ปริมาณสีโทนร้อนมากเกินไป

ฟังพื่อใจโครงสีเย็น ก็ไม่ถึงกับไม่ฟังพื่อใจ แต่มาเป็นอันดับที่ 2 แต่เป็นโครงสีเย็น ของแอล เพราะให้ความรู้สึกถึงความมีพลังเหมือนกัน เพราะรูปแบบแอล มีฐานที่หมกแล้วมาข้างต้น มีสีดำมาช่วยในงานออกแบบ จึงเป็นความรู้สึกที่แท้จริง

ฟังพื่อใจรูปแบบเอสและรูปแบบที่มาเป็นอันดับ 3 เพราะโครงสีผสมทั้ง 2 นั้น ใกล้เคียงกัน ดูสีสดและสีแรงแต่ไม่ถึงกับไปกระแทกตา จนอ่านไม่ได้ หากไปเปรียบกับโทนผสม ของแอล หากมีเทียบเคียงกันทั้ง 3 รูปแบบ จึงทำให้โครงสีผสมของแอล ด้อยไปหาดนัตตา

ฟังพื่อใจโครงสีรูปแบบเอส

ฟังพอใจ โครงสีโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 คุณีศดใสและดึงดูความสนใจได้ดี ข้อความอ่านง่ายโดยเฉพาะหัวเรื่องชอบรูปแบบพอนต์ที่ดูไม่ทางการ เหมาะกับรูปแบบเอสได้เป็นอย่างดี

ฟังพอใจ โครงสีโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะสีเขียวเหลืองทำให้รู้สึกสบายตา มีความเย็นช่วยผ่อนคลายให้ความรู้สึกอยากอ่าน แต่ข้อความอาจจะจมไปสักนิดหนึ่ง

ฟังพอใจ โครงสีโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะสีค่อนข้างจะแรงไป ดูไม่น่าอ่าน

ฟังพอใจ โครงสีรูปแบบที

ฟังพอใจ โครงสีโทนผสม รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เพราะว่าโทนผสมคล้ายๆกับรูปแบบเอส คุณีศดใสและดึงดูความสนใจได้ดีกว่าโครงสีอื่นๆ ชอบในการเลือกสีที่มีความต่อเนื่อง โดยที่ไม่ขัดกับ

ฟังพอใจ โครงสีโทนเย็น รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เพราะคุณีศดใสแบบสบายๆ พักสายตาได้ดี และเข้ากับสีบรรยากาศของจริงกับรูปภาพประกอบ ดูแล้วร่มรื่นมีความสุขกับการอ่านไปสเตอร์

ฟังพอใจ โครงสีโทนร้อน รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 เหตุผลคล้ายๆกับโทนร้อนรูปแบบอื่นๆ คือสีแรงจนเกินไป ถึงแม้จะมีปริมาณสีเย็นเข้ามาช่วย แต่ไม่น่าอ่านเท่าไร

2. นางสาวพจมาศ ทงทับทิม ปริญญาตรีชั้นปีที่2 (สัมภาษณ์วันที่ 21 สิงหาคม 2550 เวลา 10.42 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

อันดับ 1 รูปแบบเอส เพราะว่ามันไม่มีกรอบอะไรมากมาย คุณีศระแบบลงตัว ความรู้สึกที่ได้เห็นก็ไม่มีกีดกันอะไรสำหรับการอ่านฟรีสไตล์ดีค่ะ เพราะรูปแบบเอสดูสั้นไหลดูนุ่มนวลด้วยเส้นโค้งและได้สัดส่วนดี มีการจัดองค์ประกอบที่อยู่ตรงกลาง สมดุลดี หัวเรื่องก็วัยรุ่นอ่านง่าย รูปแบบลงตัว อีกทั้งยังข้อความตัวหนังสือก็อยู่ในส่วนนอกของรูปแบบได้สัดส่วนดี

อันดับ 2 รูปแบบที เนื่องจากมีการจัดแบ่งสัดส่วนเห็นได้ชัดเจนระหว่างรูปภาพกับข้อความ มีความสมดุลกัน แต่เหตุที่ชอบรองลงมาเพราะว่ารูปภาพที่มองเป็นแนวตั้ง ให้ความรู้สึกแข็ง และไม่อ่อนโยนเท่ากับรูปแบบเอส

อันดับ 3 รูปแบบแอล เพราะดูจากภาพประกอบอาจจะน้อยเกินไป โดยส่วนตัวชอบรูปภาพประกอบดูน่าสนใจ นอกนั้นรูปแบบก็ดูเรียบง่าย แต่มีกรอบเข้ามาช่วยจึงดูไม่อิสระตามความคิดส่วนตัว

2. ฟังพอใจโครงสีของโปสเตอร์โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสีโทนมผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 คุณีศดใสและดึงดูความสนใจได้ดี ข้อความอ่านง่ายโดยเฉพาะหัวเรื่องชอบรูปแบบพอนต์ที่ดูไม่ทางการ เหมาะกับรูปแบบเอสได้เป็นอย่างดี

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะสีเขียวเหลืองทำให้รู้สึกสบายตา มีความเย็นช่วยผ่อนคลายให้ความรู้สึกอยากอ่าน แต่ข้อความอาจจะจมไปสักนิดหนึ่ง

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะสีค่อนข้างจะแรงไป ดูไม่น่าอ่าน

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบที

ฟังพอใจโครงสีโทนมผสม รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เพราะว่าโทนมผสมคล้ายๆกับรูปแบบเอส คุณีศดใสและดึงดูความสนใจได้ดีกว่าโครงสีอื่นๆ ชอบในการเลือกสีที่มีความต่อเนื่องโดยที่ไม่ขัดกับ

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เพราะคุณีศดใสแบบสบายๆ พักสายตาได้ดี และเข้ากับสีบรรยากาศของจริงกับรูปภาพประกอบ ดูแล้วร่มรื่นมีความสุขกับการอ่านไปสเตอร์

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 เหตุผลคล้ายๆกับโทนร้อนรูปแบบอื่นๆ คือสีแรงจนเกินไป ถึงแม้จะมีปริมาณสีเย็นเข้ามาช่วย แต่ไม่น่าอ่านเท่าไร

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะว่าสีของโทนเย็นรูปแบบแอล ดูเป็นสีที่อ่านง่ายกว่ารูปแบบอื่นๆ และสีเขียวก็เข้ากับบรรยากาศกับรูปภาพ ดูแล้วสบายตา พื้นสีเขียวรูปแบบแอลก็อ่านง่ายมาก สามารถใช้ในการพิจารณาพิจารณาข้อความที่จะประชาสัมพันธ์ได้ด้วย

ฟังพอใจโครงสีโทนมผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 ดูแล้วก็น่าสนใจ เพียงดีว่าไม่สดใสเท่ากับผสมเอสและที วิถีแบบนี้ น่าจะดูฉลาดและสดใส

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เหตุผลเพราะว่าโดยส่วนตัวไม่ชอบสีร้อนหมดซะทีเดียว จึงดูไม่น่าสนใจ

3. นางสาวสมฤทัย แสงสุริยา ปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 (สัมภาษณ์ วันที่ 22 สิงหาคม 2550

เวลา 22. 428น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

อันดับ 1 รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 เพราะว่ามีการจัดองค์ประกอบของรูปแบบที่ดูเด่นสะดุดตาทั้งตัวอักษรและรูปภาพ มีสีตันที่ดูเข้ากันได้ดี รูปแบบไม่กระจัดกระจาย ดูแล้วชอบ

อันดับ 2 รูปแบบที่ มาเป็นอันดับ 2 เนื่องจากมีการจัดรูปแบบที่เป็นทางการดูเรียบง่ายเกินไป ไม่เด่น แต่ก็ยังมีความเรียบร้อยเป็นระเบียบดี

อันดับ 3 รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เพราะดูการจัดรูปแบบเรียบง่ายกว่ารูปแบบที่ และยังมีข้อความที่เป็นสัดส่วน รูปภาพก็แบ่งส่วน จึงรู้สึกไม่น่าสนใจ

2. ฟังพอใจโครงสีของโปสเตอร์โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสีในรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 ดูแล้วสีไม่จัดและไม่อ่อนจนเกินไป ทำให้ความรู้สึกสดใสและดูสะอาดตา

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะสีเขียวเหลือบทำให้รู้สึกสบายตา มีความเย็นช่วยผ่อนคลายให้ความรู้สึกอยากอ่าน แต่ข้อความอาจจะจมไปสักนิดหนึ่ง

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะสีค่อนข้างจะแรงและจัดไปในทางร้อนมาก

ฟังพอใจโครงสีในรูปแบบที

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เพราะว่าโทนผสมมีสีที่ปริมาณเท่าๆ กัน สีไม่จัดและอ่อนเกินไป ดูสดใส

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูดีสะอาดตา และเบา อ่านหนังสือได้ง่าย

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 สีที่ใช้จะจัดเป็นบ้างช่วง ดูแล้วจัดตา จึงไม่น่าสนใจโปสเตอร์

ฟังพอใจโครงสีในรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะว่าสีของโทนดูแล้วสะอาดสบายตา แต่ไม่ร้อนแรงจนเกินกว่าจะอ่าน ก็แปลกและดูสวยดี สีที่ใช้ก็ไม่แรงตรงพื้นหลัง

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 ดูแล้วสีใสแบบเบาๆ ไม่แรงและสดจนเกินไป แต่ก็ยังไม่สวยเท่ากับเอสและที

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เหตุผลเพราะว่าดูสีค่อนข้างอ่อนและเป็นสีเดียวไม่หลากหลาย ดูจืดเมื่อเทียบกับโทนสีอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด เพียงแค่สบายตาเท่านั้น

4. นางสาวเบญจมาศ ชาญฉลาด ปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 (สัมภาษณ์ วันที่ 22 สิงหาคม 2550

เวลา 22.28น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

อันดับ 1 รูปแบบที่ มาเป็นอันดับ 1 เพราะมีความเรียบง่ายอยู่แล้วรู้สึกมีไอเดียที่เก๋ มีความเป็นธรรมชาติทำให้คนที่มองคือ มีจินตนาการตามภาพ มีหลากหลายดี โดยเฉพาะรูปภาพที่น่าสนใจ

อันดับ 2 รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะมีการจัดรูปแบบดีเหมือนกันแต่การจัดภาพอาจจะนำเอาธรรมชาติเข้ามาอีกก็จะดี เพราะรูปแบบดึงดูดสายตาได้ดี แต่อาจจะขาดธรรมชาติไปหน่อย มีรูปบุคคลมากเกินไป

อันดับ 3 รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เพราะดูเรียบง่ายเกินไปมีรูปภาพน้อยไม่ค่อยดึงดูดความสนใจส่วนมากที่จะดึงดูดความสนใจได้จะมีที่เป็นรูปมากกว่า

2. ฟังพอใจโครงสร้างของโปสเตอร์โครงสร้างไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบที่

ฟังพอใจโครงสร้างโทนผสม รูปแบบที่มาเป็นอันดับ 1 รู้สึกดึงดูดความสนใจได้หลากหลายหรืออาจจะเป็นสัญลักษณ์ จึงทำให้ดูสะดุดตาเมื่อมองไกลๆ

ฟังพอใจโครงสร้างโทนเย็น รูปแบบที่เป็นอันดับ 2 เพราะมีความเป็นธรรมชาติของภาพประกอบดูแล้วน่ามอง แต่ไม่ค่อยดึงดูดความสนใจเรื่องสีเท่านี้

ฟังพอใจโครงสร้างโทนร้อน รูปแบบที่มาเป็นอันดับ 3 เพราะเป็นสีที่ดูฉลาดในโทนร้อนเกินไป

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสร้างโทนเย็น รูปแบบเอสเป็นอันดับ 1 เพราะว่ามันมองเห็นเป็นธรรมชาติดี ดูแล้วสะดุดตาและรูปแบบก็น่าสนใจ

ฟังพอใจโครงสร้างโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูดีหลากหลายและสดใส มีความกลืนของสี จึงดูแล้วน่าสนใจ แต่สีสดจนแสบตา

ฟังพอใจโครงสร้างโทนร้อน รูปแบบเอสมาเป็นอันดับ 3 เพราะสีร้อนเกินไป ดูแล้วจะอ่านยากบางข้อความ

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสร้างโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะว่ามันดูแล้วเป็นธรรมชาติ เย็นตาน่าอ่าน ถึงแม้จะมีภาพประกอบน้อยก็ตาม ให้ความรู้สึกอยากอ่านนานๆ

ฟังพอใจโครงสร้างโทนผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 ก็ดูสวยดี แต่ไม่สะดุดตา เพราะสีเขาไม่สดใสเท่าที่ควร

ฟังพอใจโครงสร้างโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เพราะว่าจะเป็นที่แรงแต่จัดในระดับสีโทนร้อน จึงไม่สะดุดตาเหมือนกับสีอื่นๆ

5. นางสาวจินตามณี นุชนารถ ปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 (สัมภาษณ์ วันที่ 15 สิงหาคม 2550
เวลา 15.22น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจรูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกว่ามีกลิ่นไอหวาดูอิสระ ไม่มีกรอบ นุ่มนวลดี

ฟังพอใจรูปแบบแอลเป็นอันดับ 2 เพราะว่าเป็นรูปแบบที่มีสัดส่วน ให้ความน่าเชื่อถือ ความรู้สึกที่เป็นทางการ บ่งบอกการใช้ชีวิตมหาวิทยาลัย แต่ดูระเบียบจนเกินไป

อันดับ 3 รูปแบบที มาเป็นอันดับ 3 เป็นรูปแบบที่มีความสมดุลของภาพและข้อความ แต่ให้ความรู้สึกแข็ง ดูแล้วเครียด มีการแบ่งแยกซ้ายขวาเท่ากัน อึดอัด

2. ฟังพอใจโครงสีของโปสเตอร์โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 เพราะดูแล้วสดใส ดูมีชีวิตชีวา ให้ความรู้สึกกระฉับกระเฉง แรงแบบเก่ง เปรียบเสมือนเรียนแล้วไม่เฉื่อยชา และดูสะอาดตา

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะให้ความรู้สึกไม่ไร้ความสนใจ ได้ดีกว่าโทนร้อน ถึงแม้จะมีสีที่สบายตาก็ตาม

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะสีผสมทั้ง 2 โทนมากเกินไป ดูแล้วตาด้วยการไล่สี

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะว่ามีสีที่ให้ความรู้สึกกล้าที่จะมาเรียน ไม่ได้แรงเกินจนอ่านไม่ได้

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 ดูแล้วสีใบบางๆ เพียงแต่สีที่ผสมยังไม่ใส จึงไม่ค่อยดึงดูดสายตา

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เหตุผลเพราะว่าดูสีค่อนข้างอ่อนและเป็นสีเดียวไม่หลากหลาย ดูแล้วเยือกเย็นและจืด

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบที

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เพราะว่ามีโทนผสมดูสดใส มีชีวิตชีวา และข้อความน่าอ่าน มีรูปภาพประกอบที่สวยงาม

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูสีเป็นธรรมชาติ ใสและสะอาดตาเวลามอง แต่ไม่ดึงดูดใจมาก

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 สีที่ใช้ดูชัดๆ ไม่กลืนกันเท่าไรนัก และร้อนแรงเกินไป

กลุ่มตัวอย่าง : นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 3

1. นายเกียรติดำรง ปลอดภัย ปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 (สัมภาษณ์ วันที่ 21 สิงหาคม 2550

เวลา 13.28น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจรูปแบบเอสเป็นอันดับ 1 เนื่องจากเวลามองแล้วให้ความรู้สึกสิ้นไหลติ คุณแล้วไม่มีกรอบ อีสาระ คุณให้ความรู้สึกนุ่มนวลและไม่แข็งเท่ากับรูปแบบเอสและรูปแบบแอล

ฟังพอใจมาเป็นอันดับ 2 คือรูปแบบแอล เพราะให้ความรู้สึกของส่วนตัวตรงที่ว่าแอลมีการจัดองค์ประกอบหนักไปข้างใดข้างหนึ่ง และมีการจัดวางรูปภาพและข้อความที่เป็นสัดส่วนจนเกินไป จึงดูแยกส่วนกัน

ฟังพอใจรูปแบบที ก่อนข้างจะแข็งรู้สึกเหมือนบีบบังคับมากเกินไป ดูเป็นส่วนๆ มีความสมดุลแบบชนิดตั้งใจมากเกินไป จึงค่อนข้างไม่น่าสนใจเท่าที่ควร

2. ฟังพอใจโครงสร้างของโปสเตอร์โครงสร้างไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบแอล

ฟังพอใจมากโครงสร้างเขียนรูปแบบแอล เป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกที่สบายตา สงบร่มรื่นเป็นธรรมชาติ อ่านแล้วใช้เวลาได้นานไม่ปวดตา สามารถอ่านได้เรื่อย ๆ

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบแอล พอใจเป็นอันดับ 2 เพราะรู้สึกน่าสนใจ มีชีวิตชีวาที่สะดุดสะดุดใจ ไม่ได้ร้อนจนเกินไป สีไม่ได้เข้มในช่วงการจัดวางข้อความ ยังคงความอ่านง่ายและกระตุ้นการรับรู้ได้ดี

และโครงสร้างร้อนและสีเขียนรูปแบบแอลเป็นอันดับ 3 ยิ่งไม่ฟังพอใจในรูปแบบแอล ทั้งนี้เนื่องจากสีที่ผสมในอัตราที่ปริมาณเท่ากัน เป็นสีตรงข้ามที่นำมาใช้ตัดกันดูแล้วไม่สดใส

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบเอส

ฟังพอใจมากโครงสร้างผสม ของรูปแบบเอส เป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกที่สดใส มีสีสันที่สวยงาม มีทั้งร้อนและเย็นที่กลมกลืนเข้าด้วยกัน อ่านไม่ยากบวกกับสัมพันธ์กับรูปแบบเอสที่ดีสิ้นไหลเข้ากับสีได้ดี

ฟังพอใจรองมาโครงสร้างเขียน รูปแบบเอส เป็นอันดับ 2 เพราะรู้สึกน่าสนใจ ที่ให้ความรู้สึกเย็น สบายๆ ดูกลมกลืนแบบเป็นธรรมชาติ ดูรูปลักษณะที่เรียบง่ายด้วยสีและรูปแบบที่ลงตัว

และโครงสร้างรูปแบบเอสเป็นอันดับ 3 ให้ความรู้สึกที่แปลกดี ดูสะดุดตาที่สีเหมือนเป็นการสร้างสรรค์ที่ดูลงตัว แต่เหตุที่ไม่เลือกเพราะหากมองนานๆ จะรู้สึกร้อน

2. นายอรรถพร เฟื่องมา ปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 (สัมภาษณ์ วันที่ 21 สิงหาคม 2550 เวลา 13.28น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจรูปแบบเอส มากที่สุด เป็นอันดับ 1 เพราะว่ารูปแบบเอสมีจุดเด่นและจุดน่าสนใจเพียงจุดเดียว คือความสั้นไหลของเส้นโค้ง ที่ให้ความรู้สึกที่นุ่มนวล มีความต่อเนื่องของภาพ

ฟังพอใจรูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 เพราะให้ความรู้สึกที่เรียบง่าย สบายๆ เวลาชมเปรียบเทียบทั้ง 3 รูปแบบ อีกทั้งความลงตัวของฐานตัวแอล ดูให้น่าหนักดี เปรียบเสมือนความมั่นคงของภาพ

ฟังพอใจรูปแบบที่เป็นอันดับ 3 ให้ความรู้สึกเป็นทางการ ดูเป็นงานที่มีระเบียบวินัย น่าจะเอาไปใช้กับหนังสือมากกว่า และมองเข้าไปยังมีความเท่ากันทั้ง 2 ฟัง เลยดูไม่น่าสนใจเท่าที่ควร รูปภาพประกอบก็สวยงาม และคิดว่าเยอะเกินไปที่จะนำไปใช้

2. ฟังพอใจโครงสร้างของโปสเตอร์โครงสร้างสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสร้างสีของรูปแบบแอลเป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกที่ เย็นใจ สบายตา ความสุขของสีที่ให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น แล้ว จึงส่งผลให้น่าอ่านรายละเอียด ทำให้สงบร่มรื่นเป็นธรรมชาติ อ่านแล้วใช้เวลาได้นานไม่ปวดตา สามารถอ่านได้เรื่อยๆ

ฟังพอใจโครงสร้างสีร้อนของรูปแบบแอลพอใจเป็นอันดับ 2 เพราะรู้สึกน่าสนใจดี ดูแล้วมีความตื่นตาตื่นใจ ไม่ได้ร้อนจนรับไม่ได้ สวนเพราะสีร้อนที่ไล่เรียงกัน และยังคงง่ายกับการอ่านของข้อความ ความร้อนไม่ได้ไปรบกวนรายละเอียดข้อมูลการอ่าน

และโครงสร้างสีเย็นและสีเย็นรูปแบบแอลเป็นอันดับ 3 เพราะว่าสีผสมของรูปแบบแอลดูไม่สะอาดตา ถึงแม้จะมีการผสมสี ทั้ง 2 โทน สิ่งสีโทนร้อนบางครั้งก็ดูได้หากมาใช้ให้ถูกกับบริบทยังไม่ฟังพอใจในรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบเอส

ฟังพอใจมากโครงสร้างสีผสม ของรูปแบบเอสเป็นอันดับ 1 เพราะสีผสมของเอสดูน่าสนใจ ดูแล้วสะอาดตากว่ารูปแบบและสีใด สีสดพร้อมทั้งรูปแบบเอสที่ดูนุ่มตา สั้นไหลให้ความอิสระทุกอย่าง ย่อมลงตัวและสอดคล้องทุกประการ

ฟังพอใจรองมาโครงสร้างสีเย็น รูปแบบเอส เป็นอันดับ 2 เนื่องจากสีเย็นให้ความรู้สึกสดใสน่าสนใจ เพียงแต่สีพื้นกับตัวหนังสือจมไป จึงลดความน่าสนใจตรงนี้ไปเลย

และโครงสร้างสีร้อนรูปแบบแอลเป็นอันดับ 3 ให้ความรู้สึกที่แปลกดี ดูสะอาดตาที่สีเหมือนเป็นการสร้างสรรค์ที่ดูลงตัว แต่เหตุที่ไม่เลือกเพราะหากมองนานๆ จะรู้สึกร้อน

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบที

ฟังพอใจมากโครงสร้างสีผสม ของรูปแบบที เป็นอันดับ 1 เพราะสีผสมของทีดูน่าสนใจเท่าๆ กับ รูปแบบเอส ดูแล้วสะอาดตากว่ารูปแบบและสีใด สีสดถึงแม้โทนสีที่ปรากฏจะสัมพันธ์กับโครงสร้างของที แต่ก็กลืนด้วยสีและการจัดองค์ประกอบได้

ฟังพอใจรองมาโครงสี่เขียน รูปแบบที่ เป็นอันดับ 2 เนื่องจากสี่เขียนให้ความรู้สึกสดใส ช่วยลดความแข็งกระด้างของรูปตัวที่ได้ เพียงแต่ติดความเป็นเอกลักษณ์ของรูปแบบที่ ที่มีกรอบในการออกแบบ

และโครงสี่ร้อนรูปแบบที่เป็นอันดับ 3 ให้ความรู้สึกที่แปลกดี ดูร้อนจนเกินไป ถึงแม้จะสุดตาก็จริง แต่ข้อความเนื้อหาสาระที่อ่านจะยากกว่า 2 โทนสีที่กล่าวมา

3. นางสาวภาวิณี หลุ่มคำ ปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 50 เวลา 23.02 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

รูปแบบเอสมากที่สุดเป็นอันดับ 1 เพราะสามารถเห็นได้ชัดเกี่ยวกับการแสดงข้อความ และมีสีสัน โดยเฉพาะรูปลักษณะโค้งของเส้น ดูชวนมอง

ฟังพอใจมาเป็นอันดับ 2 คือรูปแบบที่ บ่งบอกถึงลักษณะของมหาวิทยาลัยได้ดี มีรูปภาพที่เป็นกิจกรรมและตึกอาคารชวนมอง เป็นแบบแผนและระเบียบดี แต่ไม่ดึงดูดเท่ากับเอง

รูปแบบแอลเป็นอันดับ 3 ดูแล้วรูปภาพไม่น่าสนใจ โดยส่วนตัวชอบมองรูปภาพประกอบเป็นส่วนใหญ่ หากไม่มีรูปภาพก็คงไม่สามารถที่เข้ามาอ่านโปสเตอร์ ได้

2. ฟังพอใจโครงสี่ของโปสเตอร์โครงสี่ไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสี่รูปแบบเอส

ฟังพอใจมากโครงสี่ผสมของรูปแบบเอส เป็นอันดับ 1 เพราะสีลักษณะของอักษรกับพื้นหลังสามารถเข้ากันได้ดี และการใช้ตัวอักษรสีขาวของข้อความดูอ่านง่าย ชัดเจนและดูสะอาดตาแต่ไกล จึงชอบ

โครงสี่เขียนของรูปแบบเอสพอใจเป็นอันดับ 2 เพราะรู้สึกน่าสนใจดี แต่ตัวอักษรข้อความยังกลืนกับพื้นหลังไปหน่อย ก็จะทำให้ดูน่าอ่านมากขึ้น

และโครงสี่ร้อนรูปแบบแอลเป็นอันดับ 3 ยิ่งไม่ฟังพอใจในรูปแบบเอสทั้งนี้เนื่องจากสีอักษรและสีพื้นหลังไม่เข้ากัน และดูรวมๆ อ่านแล้วไม่สบายตา

ฟังพอใจโครงสี่รูปแบบที่

ฟังพอใจมากโครงสี่ร้อน ของรูปแบบที่ เป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกที่ดูทันสมัย แต่ยังคงมีระเบียบวินัยในตัว สีอักษรหรือข้อความก็ชัดเจน

ฟังพอใจรองมาโครงสี่ผสม รูปแบบที่ เป็นอันดับ 2 เพราะรู้สึกน่าสนใจดี ตรงสีที่สดใสมองแล้วสะอาดตา ข้อความหรือหัวเรื่องอ่านได้ชัดเจน แต่สีช่วงหัวเรื่องกับรูปยังไม่เชื่อมต่อกันมองแล้วขาดตาบ้างเล็กน้อย

และโครงสี่เขียนรูปแบบที่เป็นอันดับ 3 ให้ความรู้สึกจืดชืด เนื้อสีเขียวเข้มไปดูแล้วไม่สร้างความรู้สึกและอาจจะดูเก่าไปหน่อย

ฟังพื่อใจโครงสักรูปแบบแอล

ฟังพื่อใจมากโครงสักร้อน ของรูปแบบแอล เป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกที่สะดุดตา และแปลกใหม่ กระตุ้นการมองหรืออ่านโปสเตอร์

ฟังพื่อใจรองมาโครงสักรเย็น รูปแบบแอล เป็นอันดับ 2 เพราะรู้สึกตัวอักษรอ่านชัดเจน สบายตาแต่ไม่ดูเก่า เท่ากับ โทนเย็นรูปแบบที่

และโครงสักรูปแบบแอลเป็นอันดับ 3 ตัวหนังสือและภาพพื้นหลังจะไม่ค่อยเข้ากัน ดูไม่สบายตาถึงแม้สีจะเบาๆ แต่ก็ดูไม่น่ามองเท่ากับผสมรูปแบบอื่นๆ

4. นางสาวจันทร์เพ็ญ พรหมพัฒน์ ปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2550

เวลา 23.02 น.)

1. ฟังพื่อใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

รูปแบบเอสมากที่สุด เป็นอันดับ 1 เพราะว่าหัวเรื่องเป็นพอนด์น่ารักไม่วิชาการมากไป เหมาะกับวัยรุ่น และข้อความหรือการจัดองค์ประกอบเข้ากับเด็กมหาวิทยาลัยได้ดี

ฟังพื่อใจรูปแบบที่มาเป็นอันดับ 2 เพราะให้ความรู้สึกดูน่าเชื่อถือ แต่การจัดเรียงดู แข็งๆ ไป และรูปภาพประกอบดูแน่น

ฟังพื่อใจรูปแบบแอลเป็นอันดับ 3 เนื่องจากข้อมูลเยอะอ่านยาก การจัดรูปประกอบ น้อย ทำให้ดูแล้วเนื้อหามันเยอะเกินไป น่าจะมีรูปภาพประกอบเท่าๆ กับรูปแบบอื่นๆ จะได้ดู น่าสนใจมากกว่านี้

2. ฟังพื่อใจโครงสักรูปแบบแอล

ฟังพื่อใจโครงสักรูปแบบแอล

ฟังพื่อใจมากโครงสักรเย็นของรูปแบบแอลเป็นอันดับ 1 เพราะสวยในการจัดวาง สดใส ด้วยสีเขียว ดูแล้วสบายๆ เพลนสายตาดี ชวนให้อยากไปอ่าน

โครงสักรูปแบบแอลเป็นอันดับ 2 เพราะว่าสีผสมของรูปแบบแอล ดูแล้วสดใส แบบมีสีที่มันไม่ใช่สีเขียว แต่สีไม่ค่อนสดดูอ่อนๆ

และโครงสักรูปแบบแอลดูแล้ว ให้เป็นอันดับ 3 เพราะร้อนในการดู ทำให้ไม่น่าสนใจเท่าไร เมื่อรู้สึกร้อนความสนใจก็จะน้อยลง

ฟังพื่อใจโครงสักรูปแบบเอส

ฟังพื่อใจมากโครงสักรเย็น ของรูปแบบเอสเป็นอันดับ 1 เพราะดูสดใสกว่าทุกรูปแบบ เนื่องจากอาจจะเห็นเพราะการจัดรูปแบบที่เป็นการลื่นไหล ดูแล้วอิสระดี

ฟังพื่อใจรองมาโครงสักรเย็น รูปแบบเอส เป็นอันดับ 2 เนื่องจากดูสะอาดตา สบายๆ แต่ สีก็ยังคงดูเข้มเกินไป

และโครงสร้างรูปแบบเอส เป็นอันดับ 3 รู้สึกสี่เข็มดูจุดดามากในโทนร้อน ทำให้
อักษรจม

พึงพอใจโครงสร้างแบบที

พึงพอใจมากโครงสร้างผสม ของรูปแบบที เป็นอันดับ 1 เพราะสีผสมด้วยสีสดเข้าหากัน
ดี และสไตน์ไม่ขัดตา มีทั้งร้อนและเย็นที่กลางๆ ไม่รบกวนในการมอง น่าสนใจและโดดเด่นมากใน
รูปแบบที

พึงพอใจรองมาโครงสร้างสี่เหลี่ยม รูปแบบที เป็นอันดับ 2 เพราะสีโทนเย็นประกอบกับ
รูปภาพที่เป็นบรรยากาศ ก็ดูดีไปอีกแบบหนึ่ง ดูแล้วสบายตาและรูปก็มีสีฟ้าที่ช่วยให้ดูนุ่มมากขึ้น

และโครงสร้างรูปแบบทีเป็นอันดับ 3 ให้ความรู้สึกที่แปลกดี แต่ดูร้อนจนเกินไป
ควรจะมาใช้กับโปสเตอร์ที่มีแต่รูปไม่ควรมีข้อความ

5. นางสาวอุกนก ทองเงิน ปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 (สัมภาษณ์ วันที่ 22 สิงหาคม 50 เวลา 15.30 น.)

1. พึงพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

รูปแบบแอล มากที่สุดเป็นอันดับ 1 เนื่องจากเวลามองดูแล้วสบายตา เป็นรูปแบบที่
เรียบง่าย เก๋ไก๋แบบมีสไตล์ ดูแล้วไม่เบื่อ อยากมองอีกและใช้ได้กับงานอื่นๆ เพราะเป็นรูปแบบแบบ
กลางๆ เชื่อในความรู้สึก

รูปแบบเอสพึงพอใจมาเป็นอันดับ 2 เพราะให้ความรู้สึกแบบวัยรุ่น แปลกตาดี มี
ความเป็นเอกลักษณ์ของอักษร และมีการใช้รูปสื่อมาเป็นเส้นโค้งในลักษณะตัวเอส จึงน่าสนใจ
แบบวัยรุ่น

รูปแบบที เป็นอันดับ 3 ค่อนข้างจะเป็นระเบียบ ให้ความรู้สึกเหมือนบิบบังคับใน
กรอบ ดูแล้วไม่สบายตาเท่ากับแอลและเอส จึงค่อนข้างไม่น่าสนใจเท่าที่ควร

2. พึงพอใจโครงสร้างของโปสเตอร์โครงสร้างไหน เพราะอะไร

พึงพอใจโครงสร้างแบบแอล

พึงพอใจมากโครงสร้างสี่เหลี่ยมของรูปแบบแอลเป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกที่ สบายตา
สงบร่มรื่นเป็นธรรมชาติ อ่านแล้วใช้เวลาได้นานไม่ปวดตา สามารถอ่านได้เรื่อยๆ และชอบตรง
รูปแบบอักษรหัวโปรยของตัวภาษาอังกฤษเจาะขาวดูทันสมัยดี

โครงสร้างสี่เหลี่ยมของรูปแบบเอสพอใจเป็นอันดับ 2 เพราะรู้สึกแปลกตา น่าอ่านไปอีกแบบ
แต่ก็ไม่ชอบเท่าโทนเย็นที่น่าสนใจยิ่งกว่า

และโครงสร้างสี่เหลี่ยมและสี่เหลี่ยมรูปแบบแอลเป็นอันดับ 3 พึงพอใจสุดท้ายในรูปแบบแอล
เพราะสีที่ผสมในอัตราที่ปริมาณเท่ากัน และสีไม่ค่อยสไตน์หากนำมาเปรียบเทียบไม่เหมาะสม
เท่าไร

พึงพอใจโครงสร้างรูปแบบแอล

พึงพอใจมาก โครงสร้างผสม ของรูปแบบแอลเป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกเป็นอิสระ ไม่มีอะไรมาถ่วง คูดิแบบวัยกำลังศึกษา น่าสนใจอีกแบบและมีรูปเข้ามาช่วย น่าดู

โครงสร้างรูปแบบแอลเป็นอันดับ 2 ให้ความรู้สึกที่ร้อนแรง ถึงแม้จะมีสีเขียวบ้าง แต่แปลกตา ดี ดูสะดุดตาที่สี เหมือนเป็นการสร้างสรรค์ที่กล้า และไม่ยึดติดกับสี เหมือนกับมองในมุมมองที่จะนำเสนอประชาสัมพันธ์

พึงพอใจรองมา โครงสร้างเส้น รูปแบบแอล เป็นอันดับ 3 เพราะรู้สึกน่าสนใจตรงที่สีสวย ได้กลมกลืน แต่เหตุที่ไม่ชอบตรงเส้นของสีเหลือง มาไว้ด้านล่าง จึงดูหนักๆ ไม่ลงตัวนัก ความคิดเห็นตรงนี้

พึงพอใจโครงสร้างรูปแบบที

พึงพอใจมาก โครงสร้างผสม ของรูปแบบที เป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกเป็นมีความเป็นกลาง ดูวิชาการน่าเชื่อถือ และสีทันสมัย ไม่รบกวนสายตา

พึงพอใจรองมา โครงสร้างเส้น รูปแบบที เป็นอันดับ 2 เพราะรู้สึกน่าสนใจตรงที่มีสีของรูปมาช่วย จึงดูน่าสนใจและไม่จืดจาง

ส่วน โครงสร้างรูปแบบทีเป็นอันดับ 3 ให้ความรู้สึกที่ร้อนแรง หากจะใช้งานก็ได้ แต่ลดความแรงของมืออีกนิด แล้วดึงสีโทนเย็นเข้ามาอีก ก็จะน่าสนใจมากกว่านี้

กลุ่มตัวอย่าง : นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 4

1. น.ส. ปทุมมา บ่อเพชร ปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 (สัมภาษณ์ วันที่ 19 สิงหาคม 2550 เวลา 19.45 น.)

1. พึงพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร ?

พึงพอใจรูปแบบแอล เป็นอันดับ 1 เพราะเป็นรูปแบบค่อนข้างคลาสสิก ดูเรียบง่ายแต่มีสไตล์ในการออกแบบมากกว่ารูปแบบเอสและรูปแบบที เหตุผลที่ชอบจุดเด่นที่สุด คงเป็นที่แนวทางของเส้นที่นำสายตาได้ดีที่มีเส้นตรงและเส้นนอนของฐานเข้ามาช่วยในการออกแบบ เพราะเส้นตรงให้ความรู้สึกมั่นคงเป็นระเบียบมีทิศทางและความต่อเนื่องได้ดี และอีกประการหนึ่งก็คือ การจัดวางภาพและข้อความอ่านง่าย อยู่ในกรอบเป็นสัดส่วน มีระเบียบวินัย ไม่สับสนวุ่นวาย

รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เนื่องจากความรู้สึกส่วนตัวเป็นคนชอบอะไรที่มีระเบียบวินัย มีกรอบเหมือนกับรูปแบบแอล เพราะเป็นรูปแบบเอส รู้สึกไม่เป็นระเบียบ ไม่อยู่ในกรอบ เพราะรูปแบบเอสเป็นลักษณะการใช้เส้นโค้งเส้นไหล มันพลิ้วไหวมากเกินไป และตัวดิฉันเองก็ปี 4 แล้วคงเป็นไปได้ว่า ไม่ชอบอะไรที่พลิ้วไหวเท่ากับเด็กวัยรุ่นอื่นๆ

และรูปแบบที มาเป็นอันดับ 3 เพราะรูปแบบทีจะมีกรอบแนวคล้ายกับรูปแบบแอลก็ ตาม แต่ก็ยังให้ความรู้สึกไม่ดีเท่ากับแอล ทั้งนี้เนื่องจาก รูปแบบทีมีการแบ่งซ้ายขวาของข้อความ

เท่ากัน อ่านยาก โดยมีการจัดรูปภาพขึ้นตรงกลางตามรูปแบบอักษรจึงดูไม่น่าสนใจ เป็นทางการและดูเป็นผู้ใหญ่มากเกินไป ยังไม่คลาสสิกเท่ากับรูปแบบแอล

2. ฟังพอใจโครงสัของโปสเตอร์โครงสัไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสัรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสัโทนเย็นของแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะโดยส่วนตัวเป็นคนชอบสีเขียว ให้อารมณ์สดชื่น เย็นสบาย ชุ่มชื้น และสบายตามากกว่าสีอื่นๆ อีกทั้งยังเข้าใจ Concept ของความเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่อุดมไปด้วยธรรมชาติ ต้นไม้เขียวขจี ต้นไม้ล้อมรอบหุบเขา ดูเท่าไรก็รู้สึกสบายตา สุขสบาย

โครงสัโทนผสมของแอล มาเป็นอันดับ 2 เพราะรู้สึกรองจากโครงสัเย็น เนื่องจากเป็นสีที่ให้ความสดใสแต่ก็ไม่ถึงกับร้อนเหมือนกับโทนร้อน ยังมีแบ่งครึ่งสีที่เชื่อมโยงได้ดีไม่ตัดกันจนเกินไป โดยเฉพาะยังมีสีเขียวเข้ามาช่วย เพราะความรู้สึกแล้วสีเขียว เป็นสีที่ให้ความรู้สึกสดใสอยู่ ปลอดภัย และดึงดูดสายตาได้ดี

และโครงสัโทนร้อนเป็นอันดับ 3 ไม่ฟังพอใจมาก เพราะให้ความรู้สึกกับตัวเองว่าเหมือนไฟ ความร้อน พลังงานและความรุนแรง ไม่เหมาะกับมหาวิทยาลัยแห่งนี้ และยังมีมองๆนานๆทำให้ไม่สบายตา

ฟังพอใจโครงสัรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสัผสมรูปแบบเอสมาเป็นอันดับ 1 ทั้งๆ ให้ความรู้สึกของดิฉันเป็นคนชอบสีเขียวของโทนเย็นก็ตาม เพราะโทนเย็นในรูปแบบเอสไล่สีเขียว เขียวอ่อน เหลือง ฐานของเอสมันไม่หนักกลายเป็นสีเขียว จึงดูแล้วให้ความรู้สึกซัดๆ หนักด้านบนมากเกินไป การอ่านของข้อความก็ยากเพราะมีการไล่สีมากเกินไป

ฟังพอใจโทนเย็นของเอสให้เป็นอันดับ 2 เพราะ ดูสดใส มีชีวิตชีวา ทันสมัยและมีความสดชื่นอยู่ในตัวเพราะยังมีโทนเย็นช่วยครึ่งหนึ่ง จึงรู้สึกน่าสนใจ

และโครงสัร้อนให้เป็นอันดับ 3 ไม่ฟังพอใจ เหตุที่ไม่ฟังพอใจเพราะว่า ร้อนเหมือนดวงอาทิตย์ ไฟ พลังงานและความแรงของสีมากเกินไป มองนานๆ จะทำให้รู้สึกไม่สบายตา

ฟังพอใจโครงสัรูปแบบที

ฟังพอใจโครงสัผสมมารูปแบบทีเป็นอันดับ 1 เพราะว่า โทนผสมของรูปแบบทีจะคล้ายๆกับรูปแบบเอสในเรื่องของโครงสั ดูแล้วรู้สึกสดใส กระฉับกระเฉง ไม่น่าเบื่อ รวมทั้งมีปริมาณสีที่เท่ากันแบบอ่านง่าย น่าสนใจ สลับกันผสมผสานกันอย่างต่อเนื่อง ดูแล้วดีใจ ปลอดภัย ช่วยลดความรุนแรงของสีร้อนในโทนผสมได้

โครงสัเย็นของรูปแบบที ฟังพอใจเป็นอันดับ 2 เพราะดูสบายตาน่ามอง ดูยังกลมกลืนของสีอยู่ เหตุที่ไม่ฟังพอใจเท่ากับโครงสัผสมเพราะว่า เวลาเอามาโครงสัเย็นวางคู่กับโทนผสมของที

คุณได้ชัดเจนว่า โครงผสมคุณเด่นและดึงดูดสายตาได้ดีกว่า ทั้งๆที่ความรู้สึกของตนเองเล็กๆ ชอบสีโทนเย็นที่ออกเป็นธรรมชาติ เหมือนดังข้างต้นที่ได้กล่าวมา แต่อย่างไรก็ดีให้โทนผสมของที่มาเป็นอันดับ 1 มากกว่าโครงสร้างสีเย็น

และโครงสร้างสีร้อน ไม่เพียงพอใจเลยให้เป็นอันดับ 3 รุนแรงมากเกินไป เกินมาที่จะนำมาใช้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง นำไม่น่าเรียน ไม่น่าอยู่กับธรรมชาติ ความล้มเหลวในการตัดสินใจมาเรียนตามรู้สึกของตนเอง บ่งบอกได้ว่า ลดการสนใจไปมากเลยทีเดียว

2. น.ส.ศุภาวิณี อัจฉกร ปริญาตรีชั้นปีที่ 4 (สัมภาษณ์ วันที่ 19 สิงหาคม 2550 เวลา 20. 30 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร ?

ฟังพอใจรูปแบบแอลเป็นอันดับ 1 เพราะเป็นรูปแบบดูเหมาะสมเป็นวิชาการดีตามความรู้สึกของตัวเอง เพราะเป็นแหล่งสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา ควรนำให้ความเชื่อถือ และคุณลักษณะการดีไซน์ก็น่ารัก เป็นแบบเรียบง่ายไม่รุงรัง รูปภาพและข้อความก็ไม่เยอะจนเกินไป ดูแล้วผ่อนคลายน่าอ่าน ชวนติดตามดี และที่สำคัญรูปแบบทันสมัยให้ความเป็นระเบียบดี

ฟังพอใจรูปแบบที่ เป็นอันดับ 2 เนื่องจากรูปแบบที่ยังคงความวิชาการเสมือนกับแอลอยู่ ยังมีกรอบและความน่าเชื่อถือที่ชัดเจนตรงเข้ามาช่วย เพราะความรู้สึกในขณะนี้ชอบอะไรที่เป็นทางการ ไม่อิสระเกินความจำเป็น จะได้สร้างความน่าเชื่อถือ

และรูปแบบเอส เป็นอันดับ 3 เนื่องจากมีรูปเยอะดูแล้วไม่เหมือนโปสเตอร์ แต่เหมือนวารสารหรือหนังสือมากกว่า และดูเป็นวัยรุ่นเป็นวัยสดใส เลขจัดกับความรู้สึกของตนเองที่อยู่ในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 แล้ว ดูแล้วไม่ผ่อนคลาย สับสนหลากหลายมีลูกเล่นมากเกินไปในลักษณะการไหลลื่นของเส้นอักษรเอส โดยพื้นฐานเป็นบุคคลที่ไม่ชอบที่อ่อนโยน อ่อนไหว อยากให้คุณแข็งแรงมากกว่า และอีกอย่างก็ระดับมหาวิทยาลัยควรมองรวมๆและภาพลักษณ์ของหลักวิชาการเยาวชนจะได้เข้ามาเรียนมากกว่านี้

2. ฟังพอใจโครงสร้างของโปสเตอร์โครงสร้างไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบแอล

โครงสร้างสีเย็นของรูปแบบแอลเป็นอันดับ 1 ดูเหมาะสมตามทัศนภูมิทัศน์ของจอมบึง มหาวิทยาลัยแห่งขุนเขาธรรมชาติ ไม่หรูหรา เป็นธรรมชาติ สีโทนเย็นยังให้ความรู้สึกอ่อนโยนแบบมีพลัง เพราะมีสีดำเข้ามาตัดจึงรู้สึกว่าเป็นสีแห่งอารมณ์พลังอำนาจและมีความอ่อนโยนในตัวของตัวเอง และที่สำคัญยังสร้างบรรยากาศที่นิ่งขรึม ล้ำลึกให้อารมณ์ได้ดีมาก

โครงสร้างสีผสมของรูปแบบแอล ที่ฟังพอใจเป็นอันดับ 2 เพราะว่าสีที่ผสมไม่ได้ดูรุนแรงเกินไป เป็นสีที่ชวนหลงใหลเพราะดูสดใส ดูอบอุ่นกระฉับกระเฉงกระปรี้กระเปร่าดี เต็มไปด้วย

ชีวิตชีวา เพราะ 2 โทนมืดแล้วสมดุลกัน ไม่โดดไปสีใดสีหนึ่ง จะบอกได้ว่าเป็นสีที่แสดงถึงความฉลาด ความสว่างไสว ดูแล้วเบิกบานอย่างบอกไม่ถูกเลยทีเดียว

และโครงสีร้อน คงต้องไว้สุดท้ายเพราะเป็นสีที่ดูแล้วอบอุ่นจนร้อน เหมือนกับไปใช้พลังงาน รู้สึกอึกเขมและเร่งเร้าจนมองไม่เหมาะสมกับมหาวิทยาลัยนี้

พึงพอใจโครงสีรูปแบบที่

โครงสีเย็นรูปแบบที่ เป็นอันดับ 1 ดูแล้วชุ่มชื่นใจ สบายใจสบายตาอย่างบอกไม่ถูก แต่ที่ไม่ให้เป็นอันดับ 1 เพราะยังมีเส้นสีขาวเป็นเส้นตรงแนวดิ่งที่คู่กับภาพ ดูแล้วยังขัดๆ กับสายตา ดูแล้วยังไม่สัมพันธ์กลมกลืน

โครงสีผสมรูปแบบที่ เป็นอันดับ 2 คล้าย ๆ กับรูปแบบเอสมีลักษณะเหมือนกัน การใช้สีสดใส ผสานกันได้ดี แต่ขณะเดียวกันก็ขัดแย้งไม่กลมกลืนเหมือนกับแบ่งชิ้นส่วนของโปสเตอร์ คือ ส่วนหัว ส่วนรูปที่เป็นกรอบและส่วนข้อความ ถ้าดูรวมๆ ให้ความรู้สึกเป็นบล็อกรวมๆ

และโครงสีร้อน รูปแบบที่เป็นอันดับ 3 ดูชวนน่ากลัว ดูเคียด มีอิทธิพลต่อสายตา ดูได้ไม่นานเท่ากับสีโทนเย็นและสีโทนผสม

พึงพอใจโครงสีรูปแบบเอส

พึงพอใจโครงสีโทนเย็นรูปแบบเอสเป็นอันดับ 1 ของทุกรูปแบบ เพราะรู้สึกที่ธรรมชาติ น่าหลงใหลงดงาม ไม่จัดจ้านดูแล้วสดใสในตัวสร้างบรรยากาศในการอ่านได้ดี แต่ก็ไม่เท่ากับโครงสีเย็นแอลและที สร้างความรู้สึกได้ดีกว่า และเหมาะสมกว่า สามารถให้เวลากับการอ่านได้มากมาย

โครงสีผสมรูปแบบเอสเป็นอันดับ 2 ที่ช่วยให้ความรู้สึกกระปรี้กระเปร่า ดูแล้วเหมือนมีความคิดสร้างสรรค์เพราะสร้างความสมดุลของสีได้ดีพอๆ กับรูปแบบที่ แต่ทั้งนั้นก็ขัดกับสีที่เป็นด้านหัวเรื่องโดยเฉพาะ Black ground ที่รู้สึกสีโดด ๆ สีน้าเงินออกม่วง ที่ไม่กลมกลืนกับสีโทนผสมในบางส่วน

และโครงสีร้อนรูปแบบเอส เป็นอันดับ 3 รู้สึกถึงความเป็นอิสระ กล้าและเฉพาผลาญสายตา ดูแล้วก็ร้อนตามความรู้สึกไม่ได้ช่วยให้ผ่อนคลายได้เลย

3. น.ส.สมคิด จันทะเวช ปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 (สัมภาษณ์ วันที่ 19 สิงหาคม 2550 เวลา 20. 48 น.)

1. พึงพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร ?

รูปแบบแอล เป็นอันดับ 1 บ่งบอกถึงความสมบูรณ์ สีแห่งความแจ่มใส เบิกบาน และสุขุมอยู่ในตัว งานออกแบบที่ได้เห็นอยู่ในขณะนี้ มีความเจียบของสีค่าที่รู้สึกชอบมาเป็น

องค์ประกอบหลักของการออกแบบ คุณแล้วกลมกลืนเข้ากับเขียวเข้ม และเขียวอ่อนที่ไล่ระดับลงไป ให้เจดสีที่ไปทิศทางเดียวกับ ที่สีและดูน่าสนใจสำหรับความรู้สึกตัวเอง

รูปแบบที่ เป็นอันดับ 2 เพราะมีความละม้ายคล้ายกับรูปแบบแอล มีสไตล์เหมือนกัน แต่รูปแบบที่จะต่างระดับความเป็นคลาสสิก มีสีอื่นเข้ามาขัดไม่สวยเท่ากับแอล เพราะในรูปแบบที่จะเน้นรูปแบบที่ดูไล่เรียงกันเป็นระเบียบและสีวรรณะเย็น ของมีเจดสีมากกว่าคุณแล้วก็กลิ่นไหลแต่ยังไม่เท่ารูปแบบแอล ที่ลงตัวได้มากกว่า

และรูปแบบเอส เป็นรูปแบบเดียวที่ไม่มีกรอบ เป็นอันดับ 3 ให้ความเป็นอิสระ สนุกสนานคุณแล้วรีนเรจกระฉับกระเฉงตามทิศทางของเส้น แต่ก็ถือว่าไม่พอใจตัวหนังสือการจั่ววาง อ่านยากมากกว่ารูปแบบอื่นๆ คุณแล้วเหมาะกับการจัดทำปฏิทิน เป็นปกมากกว่าโปสเตอร์

2. พึงพอใจโครงสีของโปสเตอร์โครงสีไหน เพราะอะไร

พึงพอใจโครงสีรูปแบบแอล

โครงสีโทนเย็นรูปแบบแอล เป็นอันดับ 1 เพราะเป็นความชอบส่วนตัว ลักษณะการใช้สีดูเป็นผลทางบวก ไม่ทำร้ายสายตาใครๆ ที่พบเห็น ออกแบบได้สวยเด่นชัดเข้ากับสีที่เป็นพื้นฐานได้อย่างมีชีวิตชีวา ถึงแม้จะไม่เร้าใจเท่ากับสีอุ่น แต่ความเป็นพลังมีอำนาจก็ช่วยให้โดดเด่นขึ้นได้ ความเรียบง่าย ความนิ่ง ถือว่าเป็นตัวส่งผลในสาระนั้นๆ ได้ดี เช่น การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

โครงสีโทนร้อนรูปแบบแอล เป็นอันดับ 2 เป็นการใช้สีสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่น สดในตัว ถึงจะมีความแรงอยู่ในสี อาทิเช่น แดงเข้ม แดง ส้ม ก็ให้ความรู้สึกในทางบวก คุณแล้วให้ราเป็นคนตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา และสีดำที่ใกล้ตำแหน่งส้มดูเป็นสีอุ่น ไม่จัดจ้านและน่าเบื่อ

และโครงสีผสม เป็นอันดับ 3 ให้ความรู้สึกไม่พอใจเท่าไร ถึงแม้จะมีหลากหลายสีเข้ามาผสมกัน แต่คุณดู ๆ ไม่น่าสนใจ เท่ากับสีผสมของรูปแบบอื่นๆ

พึงพอใจโครงสีรูปแบบเอส

โครงสีโทนผสมรูปแบบเอส เป็นอันดับ 1 ให้ความรู้สึกสดใสดี คุณแล้วน่าสนใจและมีความอิสระอยู่ในตัว มีการไล่สีจากเข้มไปอ่อนและอ่อนจากเข้ม ที่ต่างระดับคุณแล้วเร้าความสนใจมาแต่ไกล และเหมาะสมกับวัยรุ่นขนาดนี้รวมถึงตัวเราเอง

โครงสีโทนร้อนรูปแบบเอส เป็นอันดับ 2 ให้ความรู้สึกอบอุ่นดี เร้าร้อนเพราะใช้สีสด เข้มจัดดูชัดเจดดี แต่ก็ร้อนไปทางเดียวไม่มีอะไรมาช่วยลดความร้อนของสี มีเพียงสีเหลืองที่ใช้ลดสีได้ แต่ก็ไม่เท่าสีโทนผสม คุณแล้วสมบูรณ์มากกว่าโทนร้อน

และโครงสีโทนเย็นรูปแบบเอส เป็นอันดับ 3 เมื่อมาวางเทียบกัน เลยคือเป็นอันดับสุดท้าย เพราะไม่จูงใจเท่าไร จมกับตัวหนังสือที่อ่านยาก ถึงแม้สีจะสด แต่ก็ไม่ได้ดึงดูดเท่ากับโทนผสมและโทนร้อนของรูปแบบเอส

ฟังพื่อใจโครงสร้างรูปแบบที่

โครงสร้างโทนผสมรูปแบบที่ เป็นอันดับ 1 ให้ความรู้สึกคล้ายกับรูปแบบเอสทุกประการ เพราะการไล่สีดูแล้วกลมกลืน ดูแล้วเร้าความสนใจเหมือนกัน แต่สิ่งหนึ่งที่ดูดีออกจากรูปแบบเอสคือ รูปแบบที่มีบล็อกมาขึ้นระหว่างสีที่เป็นโทนผสม เลขดูไม่สิ้นเท่ากับโทนผสมรูปแบบเอส

โครงสร้างโทนร้อนรูปแบบที่ เป็นอันดับ 2 ให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวาเหมือนกัน แต่ยังไม่พื่อใจเท่ากับโทนร้อนเอส เพราะดูอุ่นๆ ไม่ถึงกับร้อนแรงจนเกินไป ตามความรู้สึกของตัวเอง

และโครงสร้างโทนเย็นรูปแบบที่ เป็นอันดับ 3 ดูแล้วให้ความรู้สึกเฉื่อยๆ ไม่มีอะไรน่าสนใจ

4. น.ส.ธิดารัตน์ ปัญญาชัชวาลย์ (สัมภาษณ์ วันที่ 20 สิงหาคม 2550 เวลา 11.00 น.)

1. ฟังพื่อใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

ฟังพื่อใจรูปแบบแอลเป็นอันดับ 1 เพราะเป็นรูปแบบที่เรียบง่าย ลงตัวแบบฉบับของตัวเอง ให้ความรู้สึกมีระเบียบวินัยด้วยกรอบที่เป็นแนวตรง ดูแล้วได้สัดส่วนและเหมาะสมไม่เป็นการจนเกินไป

ฟังพื่อใจรูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เนื่องจากรูปแบบเอสถึงไม่มีกรอบก็จริง แต่ดูแล้วก็ให้ความรู้สึกมีการเคลื่อนไหว ให้ความรู้สึกอ่อนโยน นุ่มนวลดี และอีกประการหนึ่งรูปภาพและกิจกรรมดูน่าสนใจ รูปปรับปริมาตรอยู่บนสุดแสดงถึง ความก้าวหน้า ความสำเร็จในการศึกษา

ฟังพื่อใจรูปแบบที่ มาเป็นอันดับ 3 เพราะดูเป็นทางการแบบแข็งๆ ด้วยความที่มันจัดองค์ประกอบที่เท่ากัน มีการแบ่งซ้ายขวาด้วยเนื้อหา รู้สึกถึงความบังคับด้วยเส้นอึดอัดและยังมีกรอบแนวนอนและแนวตั้ง จึงเลือกมาเป็นที่สุดท้าย

2. ฟังพื่อใจโครงสร้างของโปสเตอร์โครงสร้างไหน เพราะอะไร

ฟังพื่อใจโครงสร้างรูปแบบเอส

โครงสร้างโทนผสมรูปแบบเอสให้เป็นอันดับ 1 เพราะว่าสีทันสมัย การจัดวางสีดูดีได้น่าหนักสีได้สวย ตามหลักแล้วเป็นคนไม่ชอบสีอะไรมากมาย แต่สีผสมของเอสรู้สึกกระตุ้นความน่าสนใจได้ดี

โครงสร้างโทนเย็นรูปแบบเอสให้เป็นอันดับ 2 เพราะ ให้ความรู้สึกสบายๆ ดี เป็นสีที่สดน่านมอง ไม่รบกวนสายตา

และโครงสร้างโทนร้อนรูปแบบเอส ให้เป็นอันดับ 3 เพราะร้อนของเอสดูดีเข้มหนักๆ ไปด้วยกัน ดูแล้วไม่ลงตัวเท่ากับร้อนแอล ไม่ถ่วงดุลกันสักเท่าไร และร้อนสีสดเลยไม่พื่อใจให้มาที่สุดท้าย

ฟังพื่อใจโครงสร้างรูปแบบที่

โครงสร้างโทนผสมมาเป็นอันดับ 1 เนื่องจากสีเขียวให้ความรู้สึกเย็นตา สดชื่นและมีสีแดงที่ดูแล้วตื่นตัวไม่ร้อนจนเกินไป ยังผสมผสานเข้าด้วยกัน ความสัมพันธ์ของสีทั้ง 2 ก็เชื่อมโยงกันดีเลยทีเดียว

โครงสร้างโทนเย็น เป็นอันดับ 2 เพราะว่าโทนเย็นของรูปแบบที่มีการแบ่งสัดส่วนดูแล้วตรงรูปบรรยากาศแนวอนเข้ากับสีเขียวที่เป็นแนวโค้งดี รวมถึงสีของท้องฟ้าที่เป็นสีฟ้าช่วยให้สีเขียวตรงพื้นดูนุ่มขึ้นด้วย

และโครงสร้างผสมให้เป็นอันดับ 3 ให้ความรู้สึกที่ไม่สัมพันธ์กับรูปแบบที่สักเท่าไร รูปตรงแนวอนใช้สีอ่อนเกินไป ดูภาพรวมๆ ไม่น่าสนใจ ดูดูและร้อนเกินไปในความรู้สึก

ฟังพื่อใจโครงสร้างรูปแบบแอล

ฟังพื่อใจโครงสร้างโทนเย็น รูปแบบแอล เป็นอันดับ 1 เพราะว่าสีของโทนเย็นให้ความเป็นมิตร สบายตาเย็นใจ อยากอ่านแล้วอ่านอีก ยังมีฐานสีคำชนเขียวดูแล้วคลาสสิกมาก

ฟังพื่อใจโครงสร้างโทนร้อน รูปแบบแอล เป็นอันดับ 2 ดูแล้วสีใสบๆ และไม่ร้อนจนเกินไป ยังมีฐานคำตัดกับแดง จึงลดความแรงได้ ก็ดูแปลกดี

ฟังพื่อใจโครงสร้างโทนผสม รูปแบบแอลมาเป็นอันดับ 3 เหตุผลเพราะว่าดูสีค่อนข้างอ่อนและเบาๆ ตรงพื้นหลัง ดูไม่สวยเท่ากับสีผสมรูปแบบอื่นๆ

5. น.ส.พลอยไพรินทร์ สโมทัย ปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 (สัมภาษณ์ วันที่ 20 สิงหาคม 2550

เวลา 12.00 น.)

1. ฟังพื่อใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร ?

รูปแบบแอลมาเป็นอันดับ 1 ให้ความรู้สึกโดดเด่นตรงตัวอักษรแอล ที่ลอยออกมาอย่างโดดเด่น และฐานสีคำก็ทำให้มันคงดี ดูรวมๆจริงชอบที่เป็นอะไรเรียบง่าย และก็คลาสสิกดี และออกแบบการจัดวางภาษาอังกฤษที่เป็นแนวโค้ง เจาะพื้นด้วยสีขาว ออกแบบได้น่ารักดี จึงดึงดูดสายตาได้มากกว่ารูปแบบอื่นๆ

ฟังพื่อใจรูปแบบเอสเป็นอันดับ 2 เพราะมีความอ่อนนุ่มดี มีการใส่รูปภาพและกิจกรรมที่มี Concept คือตึกที่เป็นฐานการจัดวาง แล้วค่อยๆ มาเป็นรูปกิจกรรมต่างๆ จนไปถึงสิ้นสุดที่รูปบัณฑิต เป็นอะไรที่เข้าใจด้วยโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยอย่างแท้จริง

ฟังพื่อใจรูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 ถึงแม้จะมีกรอบคล้ายกับแอล ก็การจัดวางดูเท่ากันจนเกินไป เป็นระเบียบแบบบังคับ และดูรูปแบบก็แข็ง กรอบที่จัดวางอย่างไม่มีอิสระในตัว จึงให้ความรู้สึกอึดอัดไม่น่ามอง

2. ฟังพื่อใจโครงสร้างของโปสเตอร์โครงสร้างไหน เพราะอะไร

พึงพอใจโครงสร้างรูปแบบแอล

โครงสร้างโทนผสมรูปแบบเอสมาเป็นที่ 1 เพราะว่ามีการใช้สี 2 โทนมามาผสมผสานกัน ไม่ยึดติดด้านใดด้านหนึ่ง ให้ความรู้สึกไม่อยู่ที่ดูสวยงามไปอีกแบบ การอ่านก็ไม่ยากและไม่ร้อนตาจนเกินไป เพราะมีสีเขียวช่วยจุดพักสายตาได้

โครงสร้างโทนเย็นรูปแบบแอลมาเป็นที่ 2 เพราะให้ความรู้สึกสบายๆ ก็สีที่ไม่ฉูดฉาด ดูโทนที่ใช้กลมกลืนกันดี ถึงแม้จะเป็นสีเขียวปริมาณที่มากก็ตาม แต่เหตุที่ไม่เลือกเป็นที่ 1 เพราะดูนิ่งๆ ไป

และโครงสร้างโทนร้อนรูปแบบแอลเป็นที่ 3 เป็นการใช้สีที่ร้อนและกล้าดี แต่โดยความรู้สึกว่าแรงจนเกินไป แต่สะดวกตาในการมองดีเพราะสีแดงที่มีปริมาณมากๆ กระตุ้นได้ดี แต่ว่าไม่มีสีเขียวมาเบรกเลย ทำให้ลดความน่าสนใจในการอ่าน

พึงพอใจโครงสร้างรูปแบบเอส

โครงสร้างโทนผสมรูปแบบเอส เป็นที่ 1 ให้ความรู้สึกสดใส ดูแล้วน่าสนใจและมีความอิสระอยู่ในตัว เหมาะสมกับวัยรุ่นขนาดนี้ที่ชอบอะไรเป็นอิสระ ไม่มีกรอบจนเครียดมากเกินไป และสีสันก็สดกระตุนกับรับรู้ได้ดีเลยทีเดียว

และโครงสร้างโทนเย็นรูปแบบเอส เป็นที่ 2 ให้ความรู้สึกเย็นตา แต่มีความสดใสในตัว เพราะเป็นสีสดดี แต่เหตุที่ให้เป็นอันดับ 2 เพราะพื้นเขียวเข้มตัวหนังสือจมไปหน่อย จึงลดความสนใจตรงนี้

โครงสร้างโทนร้อนรูปแบบเอส เป็นที่ 3 ให้ความรู้สึกอุ่น ดี กระตุนสายตาได้ดี เพราะใช้สีสด แต่ที่ร้อนไปทางเดียวไม่มีอะไรมาช่วยลดความร้อนของสี มีเพียงสีเหลืองที่ใช้ลดสีได้ แต่ก็ไม่เท่าสีโทนผสม ดูแล้วสมบูรณ์มากกว่าโทนร้อน

พึงพอใจโครงสร้างรูปแบบที

โครงสร้างโทนผสมรูปแบบทีเป็นอันดับ 1 ให้ความรู้สึกคล้ายกับรูปแบบเอสตรงที่ว่า มีสีสันของความกลมกลืนน้ำหนักรูปร่างๆ ดูแล้วเร้าความสนใจพอๆ กัน แต่สิ่งหนึ่งที่ดูดีกว่ารูปแบบเอสคือ รูปแบบที่มีบล็อกมาขึ้นระหว่างสีที่เป็นโทนผสม แต่สำหรับเอสจะดูฉูดฉาดมากกว่าด้วยรูปแบบและสีสันที่สัมพันธ์กัน

โครงสร้างโทนเย็นรูปแบบที เป็นอันดับ 2 ให้ความรู้สึกทรงลงมา เหตุผลที่เห็นเด่นชัดคือสีที่สัมพันธ์กับบรรยากาศภูมิทัศน์จึงกลืนด้วยสี ดูสวยงาม แต่คิดที่เป็นรูปแบบที่บังคับเป็นบล็อกเลยดูอึด

และโครงสร้างโทนร้อนรูปแบบที เป็นอันดับ 3 ให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวาเหมือนกัน แต่ยังไม่พอใจเท่ากับโทนร้อนเอส เพราะดูอึดๆ ไม่ถึงกับร้อนแรงจนเกินไป แต่รูปแบบที่รู้สึกร้อนเมื่อมาเทียบกัน

กลุ่มตัวอย่าง : บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

1. นางอนงค์ มูลสวัสดิ์ (สัมภาษณ์ วันที่ 15 สิงหาคม 2550 เวลา 12.12 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร ?

รูปแบบที่มากที่สุดเป็นอันดับ 1 เนื่องจากเวลาผ่านไปสายตารู้สึกถึงความโดดเด่น และทันสมัยดูเป็นมิติ น่าสนใจมาก ลักษณะ การจัดองค์ประกอบภาพดูชัดเจน ลำดับความต่อเนื่องของภาพประกอบได้ดี ดูแล้วทันสมัยเหมาะสมกับความเป็นมหาวิทยาลัยในยุคนี้ ลักษณะของเนื้อหาที่อ่านง่ายเพราะรูปแบบที่มีการแบ่งเนื้อหา 2 ข้างให้ความสมดุล (Balance) กัน เน้นความรู้สึกไม่ล้นตา ทำให้อ่าน เป็นระเบียบและเข้าใจได้ง่ายขึ้น จึงชอบรูปแบบตัวที่มากที่สุด

รูปแบบแอล ฟังพอใจมาเป็นอันดับ 2 ความรู้สึกของส่วนตัวตรงที่ว่า แอลมีการจัดองค์ประกอบหนักไปข้างใดข้างหนึ่ง การจัดวางไม่ว่าจะเป็นภาพประกอบหรือเนื้อหา แยกเป็นส่วนๆ ด้านใดด้านหนึ่งเป็นเรื่อง ๆ ดูไม่ผสมกลมกลืนกันเท่ากับรูปแบบอื่น ๆ

รูปแบบเอส เป็นอันดับ 3 เพราะว่ารูปแบบเอส ก่อนข้างการจัดกระจายไม่เป็นระเบียบตามความรู้สึกของตัวเอง ดูแล้วอิสระมากเกินไป ถึงแม้การจัดวางภาพประกอบดูแล้วลื่นไหลก็จริง แต่ความรู้สึกที่ได้เห็นทางตานั้นยังไม่น่าสนใจเท่ากับรูปแบบที่

2. ฟังพอใจโครงสีของโปสเตอร์โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบแอล

ฟังพอใจมากโครงสีเย็นของรูปแบบแอล เป็นอันดับ1 ดูสบายตา สงบร่มรื่นเป็นธรรมชาติ อ่านแล้วใช้เวลาได้นานไม่ปวดตา สามารถอ่านได้เรื่อยๆ เพราะสีโปสเตอร์ต้องใช้เวลาในการอ่าน จึงทำให้พอใจกับโครงสีเย็นของรูปแบบแอล

โครงสีร้อนของรูปแบบแอล เป็นอันดับ 3 ดูแล้วให้ความรู้สึกร้อน ตื่นเต้น ตามไปด้วยสีน้ำตาล แดงเข้ม แดง ส้ม และสีเหลือง ดูแล้วขัดแย้งกับความรู้สึกตัวเองอย่างแท้จริง

และโครงสีโทนผสม เป็นอันดับ 3 ยิ่งไม่ฟังพอใจในรูปแบบแอล ทั้งนี้เนื่องจากสีที่ผสมในอัตรา 50 : 50 เป็นสีตรงข้ามที่นำมาใช้ตัดกันคือส้มกับเขียว เพียงแต่กลืนเข้าหากัน ซึ่งสีที่กลืนหากันดูตื้นๆ ไม่สดใส เสมือนกับมีสีขาวผสมอยู่นิดๆ จึงไม่สวยและสดใสเท่ากับโครงสีผสมในรูปแบบเอสและรูปแบบที่ จึงเป็นที่มาของเหตุผลที่ไม่ชอบสีโทนผสมของรูปแบบแอล

2. นางสาวภิรมย์ โพธิ์คำ (สัมภาษณ์ วันที่ 21 ส.ค.50 เวลา 16.00 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร ?

รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เพราะว่ารูปแบบและโครงสร้างของแอลให้ลักษณะที่ดูโดดเด่น เรียบง่าย เก๋ไก๋ และดูน่าสะกดตาในความรู้สึกส่วนตัว การจัดวางรูปแบบอักษรหัวเรื่องหรือข้อความก็ดูชัดเจน ภาพไม่รกไม่เยอะและน้อยเกินไป

รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะว่าดูแล้วให้ความรู้สึกอ่อนหวาน อ่อนโยนกับโครงสร้างที่เป็นรูปแบบเอส แต่ที่ไม่ให้มาเป็น 1 เพราะมองในเรื่องของภาพประกอบ เยอะและแน่นมากเกินไป

รูปแบบที มาเป็นอันดับ 3 เพราะว่าจะมองเรื่องภาพประกอบที่โดดเด่นจากรูปแบบอื่น รกมากที่สุดเยอะเกินไป และลักษณะโครงสร้างไม่ชอบเพราะดูแข็ง คุนึ่งๆ เลย์ไม่น่าสนใจ

2. พึงพอใจโครงสร้างของโปสเตอร์โครงสร้างไหน เพราะอะไร

พึงพอใจโครงสร้างรูปแบบแอล

รูปแบบแอลโทนผสม เป็นอันดับ 1 เพราะดูเด่นมากกว่าเย็นและร้อน เป็นสีที่มีทั้งโทนร้อนและโทนเย็นเท่าๆ กัน แต่ไม่ได้ขัดแย้งที่มีผลต่อการอ่าน สีไม่ได้แรงจนอ่านไม่ได้ รู้สึกกลมกลืนกับสีที่ไล่มาชนกัน

รูปแบบแอลโทนเย็น เป็นอันดับ 2 เพราะดูสบายตา เย็นใจดี และดูสวยในความรู้สึกแต่ไม่จืดจางเท่าโทนผสมแค่นั้น เพราะเป็นสีเดียวจะคุนึ่งๆ ไป

รูปแบบแอลโทนร้อน เป็นอันดับ 3 ก็ชอบนะแปลกตาดี เพียงแต่ให้ความรู้สึกร้อนกว่าโทนอื่นๆ เท่านั้นเอง

พึงพอใจโครงสร้างรูปแบบเอส

รูปแบบเอสโทนผสม เป็นอันดับ 1 ดูดีสดใส สว่างตา เป็นสีที่ให้ความรู้สึกตื่นตัวและสบายๆ อยู่ด้วยกัน ถึงแม้สีจะเข้มแต่ไม่ได้มีผลต่อการพรวดตา เพราะสีจะค่อยๆ ไล่สีหน้าหนักเข้าหากัน และไม่ได้ขัดแย้งหลักการแต่อย่างใด ซึ่งเป็นความคิดสร้างสรรค์ให้กับนักออกแบบ

รูปแบบเอสโทนเย็น เป็นอันดับ 2 เพราะดูสบายตาคล้ายๆ กับโทนเย็นแอล แต่ให้ความรู้สึกสดกว่า แต่ก็ไม่เท่ากับผสม

รูปแบบเอสโทนร้อน เป็นอันดับ 3 ความรู้สึกร้อนและก็แรงของสี แต่ก็สวยตามสีและแบบของตัวเอง

พึงพอใจโครงสร้างรูปแบบที

รูปแบบทีโทนร้อน เป็นอันดับ 1 ดูแปลกตาและสว่างดี ไม่ได้ดูร้อนซะทีเดียว เพราะมีเส้นสีขาวขนานคู่กับรูปแบบ และยังมีช่วงหัวเรื่องที่เป็นสัดส่วนใช้สีดำเข้ามาเบรก จึงช่วยให้สีโทนร้อนในรูปแบบที่น่าสนใจมากเป็นครั้งแรก

รูปแบบทีโทนผสม เป็นอันดับ 2 เพราะให้ความรู้สึกสดใส และมีความกลมกลืนระหว่างสีโทนร้อนและสีโทนเย็นที่ไล่ตามเทคนิคทางคอมพิวเตอร์ด้วย ดูดีตาดีใจ

รูปแบบทีโทนเย็น เป็นอันดับ 2 เพราะให้ความรู้สึกไม่สดใสเท่ากับโทนผสมและโทนร้อน ยังจืดๆ ไม่น่าสนใจ

3. นายโผน เกิดสว่าง (สัมภาษณ์ วันที่ 21 ต.ค.50 เวลา 17.00 น.)

1. ฟังพอใจรูปแบบของโปสเตอร์ รูปแบบไหน เพราะอะไร

รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 ให้ความรู้ว่าเรียบร้อย มีระเบียบวินัยอยู่ในตัว ความเป็นกรอบที่ดูสวยงาม มีสไตล์

รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูมีระเบียบวินัยเหมือนกัน เพราะความที่มีกรอบนอกเข้ามาช่วยในการออกแบบ มีการแบ่งครึ่งของรูปแบบที่ให้ความสมดุลกันมากขึ้น

รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 ก็ดูสวยสำหรับกลุ่มวัยรุ่นมากกว่า เพราะดูแล้วทันสมัย ไรล้นทันสมัยในรูปแบบเอส

2. ฟังพอใจโครงสร้างของโปสเตอร์โครงสร้างไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบแอล

รูปแบบแอลโทนเย็น มาเป็นอันดับ 1 เพราะดูเย็นสบายตา และสดชื่นของสี ดูได้เป็นเวลานาน

รูปแบบแอลโทนผสม มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูแล้วรู้สึกสดใสดี เป็นสีที่สดโดนใจกับกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบแอลโทนร้อน มาเป็นอันดับ 3 เพราะดูร้อนเกินไป รวมถึงสีของภาพประกอบที่ให้ความรู้สึกอึดอัดมากจึงไม่พอใจ

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบเอส

รูปแบบเอสโทนเย็นมาเป็นอันดับที่ 1 เพราะว่ามีรูปภาพน่าสนใจ มีหลากหลายสะดุดตา รวมถึงสีที่ไม่ฉูดฉาดเกินไป มีการเคลื่อนไหวดี ทำให้ดูน่าสนใจมาเป็นอันดับแรก

รูปแบบเอสโทนผสมให้เป็นอันดับที่ 2 เพราะว่ามีสีสันดูแรงและไม่ถึงกับอ่านยาก สวยอีกแบบ มีการจัดสีได้อย่างกลมกลืน แต่โดยส่วนตัวให้รองอันดับสอง

รูปแบบเอสโทนร้อนมาเป็นอันดับที่ 3 เพราะว่ามีสีที่ร้อนของสี ทำให้มองได้ไม่นาน แต่ก็สวยแบบโทนร้อน แต่ความรู้สึกยังให้มาเป็นอันดับสาม

ฟังพอใจโครงสร้างรูปแบบที

รูปแบบทีโทนผสม เป็นอันดับที่ 1 เพราะว่ามีผสมในรูปแบบที่มีความสดใสสดชื่นของสี และให้ความรู้สึกเข้าใจที่จะเข้ามาดู ลักษณะการอ่านของข้อความก็อ่านง่าย ไม่รบกวนสายตาเพราะมีการจัดสีเข้มไว้ด้านบนและด้านล่างของโปสเตอร์

รูปแบบทีโทนร้อน เป็นอันดับที่ 2 เพราะว่ามีสีที่แรงไปก็จริง แต่ก็ยังคงความแปลกและดูสวยไปอีกแบบ เพราะชอบลักษณะการใช้สีที่เข้ามาช่วยในงานออกแบบ เพื่อให้รูปและข้อความไปทิศทางเดียวกัน

รูปแบบทีโทเนียน เป็นอันดับที่ 3 เพราะว่าลักษณะรูปแบบของทีที่เป็นสัญลักษณ์อักษรมาเป็นบวกกับทีโทเนียน ไม่เข้ากัน ดูชัดเจน ๆ ทีมี ๆ มันไม่สัมพันธ์กัน ดูมันแยกส่วนแต่ละเรื่องราว

4. นางสาวชัตติยา มีจันทร์ สัมภาษณ์ วันที่ 21 สิงหาคม 2550 เวลา 12.12 น.)

1. ความพึงพอใจแต่ละรูปแบบของโปสเตอร์

พึงพอใจรูปแบบแอล มาเป็นที่ 1 เพราะให้ความรู้สึกอ่านง่าย ชัดเจน ดูแล้วเข้าใจสื่อและสีสันเรียบง่ายและสบายตา เป็นรูปลักษณะที่ดูมีสไตล์อีกมุมหนึ่ง ที่ไม่ค่อยได้เจอในหน่วยงานการศึกษา ให้ความรู้สึกสบายๆ

พึงพอใจรูปแบบเอส มาเป็นที่ 2 ให้ความรู้สึกอ่อนโยน นุ่มนวลดี ลักษณะของเอสที่เป็นเส้นโค้ง

พึงพอใจรูปแบบที มาเป็นที่ 3 ให้ความรู้สึกแข็งแรง ทื่อๆ แบบไม่มีอะไร ไม่ค่อยชอบดูกระด้างด้วยลักษณะของเส้นตรง และอึดอัดที่มีกรอบในตัว

2. พึงพอใจโครงสร้างของโปสเตอร์โครงสร้างไหน เพราะอะไร

พึงพอใจโครงสร้างรูปแบบแอล

พึงพอใจในรูปแบบแอลเย็น อันดับ 1 เพราะสบายตาด้วยโทเนียน ดูนุ่ม มันไม่ต้องใช้สายตาในการเพ่ง อ่านง่ายไม่ล้าตากับสีที่เป็นแบร์คกราวน์

พึงพอใจในรูปแบบแอลร้อน อันดับ 2 ให้ความรู้สึกชอบนะ สวยดี ไม่ได้ร้อนไปสักทีเดียวเพราะความเบาของสีมีส่วนช่วย

พึงพอใจในรูปแบบแอลผสม อันดับ 3 ให้ความรู้สึกทีมี ๆ ตุ่น ๆ ของสี ไม่สวยไม่สดเท่ากับสีผสมรูปแบบอื่นๆ

พึงพอใจโครงสร้างรูปแบบเอส

พึงพอใจในรูปแบบเอสร้อน อันดับ 1 เพราะสีสว่าง สดใส ดูหรือมองเห็นไกล และเป็นสะดุดตาสนใจได้ดี

พึงพอใจในรูปแบบเอสเย็น อันดับ 2 ให้ความรู้สึกสบายๆ ตาคี เย็นของสีให้ดูแล้วไม่รบกวนสายตา ชอบในสิ่งที่ชัดเจน สดชื่นมากกว่าอาจจะเป็นไปได้ว่าชอบอะไรที่เป็นสีเขียวตามความรู้สึกของตนเอง

พึงพอใจในรูปแบบเอสผสม อันดับ 3 ให้ความรู้สึกทีมี ๆ ตุ่น ๆ ของสี ไม่สวยไม่สดเท่ากับสีผสมรูปแบบอื่นๆ

พึงพอใจโครงสร้างรูปแบบที

ฟังพอในรูปแบบที่เย็น อันดับ 1 เพราะสี่สหายตาก็สนใจได้ดี คุณก็ไปกับบรรยากาศโดยรวม ของรูปภาพประกอบ

ฟังพอในรูปแบบที่ผสม อันดับ 2 ให้ความรู้สึกสดใส สว่าง ชัดเจนมาก สวยตามแบบฉบับที่เป็นสี่สันแบบเรนโบว์ สวยแบบจัดจ้านไม่รบกวนสายตอะไรมากมาย แต่ความรู้สึกของตนเองยอมให้เย็นมาก่อน

ฟังพอในรูปแบบที่ร้อน อันดับ 3 ให้ความรู้สึกที่ทุกๆ คนๆ ของสี่ ไม่สวยไม่สดเท่ากับสี่ผสมรูปแบบอื่น ๆ

5. นางสาวอรุณ ระยะเวลา (สัมภาษณ์วันที่ 23 สิงหาคม 2550 เวลา 16.30 น.)

1. ความพึงพอใจแต่ละรูปแบบของโปสเตอร์

รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เนื่องจาก คุณแล้วให้ความรู้สึกเย็น ร่มรื่น ในรูปแบบตัวแอล ช่วยให้ดูเป็นหลักเป็นฐานมากขึ้น เหมาะสำหรับการประชาสัมพันธ์สถานศึกษา

รูปแบบ S มาเป็นอันดับ 2 เนื่องจาก การให้สี่สันที่น่าสนใจ ตัวรูปภาพที่นำมาใช้ประกอบเป็นรูปตัวเอส ช่วยให้มีที่น่าสนใจ คุณแล้วมีความต่อเนื่องของรูปภาพท่ามกลางความหลากหลายของสี่สัน ไม่น่าเบื่อ

รูปแบบ T ฟังพอใจในโครงสีโทนผสม เป็นอันดับที่ 1

รูปแบบที มาเป็นอันดับ 3 ทำให้ดูสวยงามก่อนข้างยาก ในโทนผสมจึงดูดีมากที่สุด หากใช้โทนร้อน หรือโทนเย็นอย่างเดียวกจะทำให้ดูทื่อไปหมด โดยเฉพาะหากนำไปเทียบกับรูปแบบแอลและเอส

2. ฟังพอใจโครงสีของโปสเตอร์โครงสีไหน เพราะอะไร

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบเอส

ฟังพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 1 เพราะให้ความรู้สึกสดใส และดูมีชีวิตชีวาและเป็นสี่ที่ผสมผสานกันหลากหลายสี่เป็นสี่ที่ให้ความชุ่มชื้น

ฟังพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 2 เพราะให้ความรู้สึกกล้าและดูแปลกสวยสดใสตื่นเต้นร้อนแรง

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบเอส มาเป็นอันดับ 3 เพราะความรู้สึกสบายตาจิตใจสดใสหรือสดชื่นสบายตา สบายกายให้ความชุ่มชื้นทางสภาพร่างกายและความอ่อนโยน

ฟังพอใจโครงสีรูปแบบแอล

ฟังพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 1 เป็นสี่ที่สดใสชุ่มชื้นเหมือนธรรมชาติและให้ความรู้สึกสบายตาคุณแล้วก็น่าสนใจ ดี น่าอ่าน

พึงพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 2 เพราะเป็นสีเข้มสดชัดเจน สดใสให้ทางอารมณ์และร้อนแรง ดูแล้วกระฉับกระเฉงดี

พึงพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบแอล มาเป็นอันดับ 3 เพราะเป็นสีที่ผสมผสาน หลากสีดี ทั้งร้อนและเย็น ดูสดใสและกลมกลืนกัน มองเห็นได้ง่ายและสะอาดตา

พึงพอใจโครงสีรูปแบบที

พึงพอใจโครงสีโทนผสม รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 1 เพราะโทนผสมคล้ายๆกับ รูปแบบเอส ดูสดใสและดึงดูดความสนใจได้กว่าโครงสีอื่นๆ ชอบในการเลือกสีที่มีความต่อเนื่อง โดยที่ไม่ขัดกัน

พึงพอใจโครงสีโทนเย็น รูปแบบที มาเป็นอันดับ 2 เพราะดูสดใสแบบสบายๆ พักสายตาได้ดี และเข้ากับสีบรรยากาศของจริงกับรูปภาพประกอบ ดูแล้วรุ่มรื่นมีความสุขกับการอ่าน ไปสเตอร์

พึงพอใจโครงสีโทนร้อน รูปแบบทีมาเป็นอันดับ 3 เหตุผลคล้ายๆ กับโทนร้อน รูปแบบอื่นๆ คือสีแรงจนเกินไป ถึงแม้จะมีปริมาณสีเย็นเข้ามาช่วย แต่ไม่น่าอ่านเท่าไร

สรุปการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

สรุปผลความพึงพอใจของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและด้านจิตวิทยา ที่มีต่อรูปแบบ และ โครงสีของโปสเตอร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น (ด้วยแบบสอบถาม) เป็นดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญ	รูปแบบตัว L			รูปแบบตัว S			รูปแบบตัว T			
	ด้าน	โทน ร้อน	โทน เย็น	โทน ผสม	โทน ร้อน	โทน เย็น	โทน ผสม	โทน ร้อน	โทน เย็น	โทน ผสม
ออกแบบ		2.41	1.81	1.78	1.81	1.67	2.52	2.00	1.63	2.37
จิตวิทยา		1.53	2.33	2.13	1.28	2.40	2.33	1.87	1.53	2.60
เฉลี่ย		1.97	2.07	1.96	1.54	2.04	2.43	1.94	1.58	2.49

ผู้เชี่ยวชาญ	โครงสีโทนร้อน			โครงสีโทนเย็น			โครงสีโทนผสม			
	ด้าน	L	S	T	L	S	T	L	S	T
ออกแบบ		2.00	2.60	1.40	2.33	2.07	1.60	2.00	2.73	1.27
จิตวิทยา		1.83	2.25	1.92	2.00	2.50	1.50	2.17	2.33	1.50
เฉลี่ย		1.92	2.43	1.66	2.17	2.29	1.55	2.09	2.53	1.39

1. อาจารย์ทรงศักดิ์ เกษมรุจิภักย์ (สัมภาษณ์ วันที่ 22 สิงหาคม 2550 เวลา 13.50 น.)

ผลการสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบและ โครงสร้างของโปสเตอร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น (ด้วยแบบสอบถาม) มีดังนี้

รูปแบบ/โครงสร้าง	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
รูปแบบ L	โทนเย็น	โทนผสม	โทนร้อน
รูปแบบ S	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน
รูปแบบ T	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน
โทนร้อน (80:20)	S	L	T
โทนเย็น (80:20)	L	S	T
โทนผสม (50:50) (โทนร้อนและโทนเย็น)	S	L	T

ผลการสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบและ โครงสร้างของโปสเตอร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีดังนี้

ในรูปแบบ L พึงพอใจในโครงสร้างโทนเย็น เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจาก มีการจัดองค์ประกอบศิลป์ที่ดี มีจุดเด่นที่เป็นสี โทนร้อนและตัวใหญ่ เรื่องรองคือ ตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย ไม่รกจนสายตา

ในโครงสร้างโทนผสม (เป็นอันดับที่ 2) เป็นเรื่องของสี ถึงแม้จะเป็น โทนร้อนอยู่บ้าง แต่ทำให้ตัวอักษรบริเวณส่วนล่างกลืนกัน แต่ไม่ถึงกับอ่านไม่ได้

ในโครงสร้างโทนร้อน (เป็นอันดับที่ 3) มีสีแดงที่ทำให้กลายเป็นว่ามีความสำคัญมากกว่าหัวเรื่อง

ที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 คน (โครงสร้าง โทนร้อน เป็นอันดับที่ 1) อาจเนื่องมาจากความชอบส่วนบุคคล ถึงแม้จะมีหลักการในเรื่อง องค์ประกอบศิลป์ ผู้เชี่ยวชาญคนอื่นอาจมองถึงการดึงดูดสายตาได้ดีกว่า ดูไกลๆ แล้วปะทะสายตาดี โครงสร้างโทนเย็นอาจดูแล้วนิ่งเกินไป แต่ที่ให้โครงสร้างโทนเย็นเป็นอันดับที่ 1 คือให้ความสำคัญกับ ตัวอักษรหัวเรื่อง การสื่อสารที่ง่ายและชัดเจน

ในรูปแบบ S พึงพอใจในโครงสร้างโทนผสม เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากมีการไล่ส่วนกัน ให้น้ำหนักไล่เล็กกันลงมาทำให้เกิดบรรยากาศมากกว่าโทนร้อนหรือโทนเย็น มีการใช้โทนสีผสมที่ดี ไล่ โทนสีโดยการลดค่าสีอันใดอันหนึ่งลงไป เพื่อให้ค่าสีอีกอันเด่นขึ้นหรือกลมกลืนกันแม้จะเป็นสีคู่ ปฏิปักษ์ก็สามารถอยู่กันได้อย่างสวยงาม ในขั้นนี้มองอัตราส่วนจากภาพรวมแล้วออกมาในโทนร้อน

มากกว่าโทนเย็นเนื่องจากการใช้สีเหลืองสีนี้ ทำให้กลายเป็น 70:30 แทน 50:50 แต่ถ้าหากใช้สีเหลืองอีกคำหนึ่งก็จะออกในโทนเย็นมากกว่าโทนร้อน

การออกแบบตัวหนังสืออ่านง่าย ลอยเด่นออกมาไม่จมเหมือนในโทนเย็น ตัวหัวเรื่องพร้อมที่จะสื่อสารไปถึงผู้อ่าน นิ่งชัดเจน ไม่รวนเหมือนในโทนร้อน

ในโทนเย็น (เป็นอันดับที่ 2) แม้ภาพรวมจะดูแล้วสบายตา ตัวหนังสือจม มืดนเทาโทนมผสม

ในโทนร้อน (เป็นอันดับที่ 3) ดูรกไปหน่อย หัวเรื่องรวน เนื่องจากเป็นคนที่ให้ความสำคัญต่อหัวเรื่อง แล้วก็เรื่องราวองค์ประกอบ การอ่านง่ายเป็นอันดับรองลงมา จะใช้สีแบบไหนก็ได้แต่ดูแล้วต้องเด่น

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 คน (โครงสี โทนมผสมเป็นอันดับที่ 1)

ในรูปแบบ T ฟังพอใจในโครงสีโทนมผสม เป็นอันดับที่ 1 มีเหตุผลคล้ายกับรูปแบบ S ในเรื่องของการใช้สีที่ดี ทำให้เกิดมิติและบรรยากาศ และตัวอักษรลอยเด่นออกมา

ในโทนเย็น (เป็นอันดับที่ 2) ดูแล้วสบายตา แต่นิ่งเกินไป

ในโทนร้อน (เป็นอันดับที่ 3) อ่านนานๆ จะเมื่อยล้าสายตา โดยเฉพาะถ้าเป็นสเกลที่โตมากๆ กว่านี้ สเกลแก่ที่ใช้ทดลองนี้อาจจะไม่มีผลนักหากดูในช่วงระยะเวลานี้

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 คน (โครงสี โทนมผสมเป็นอันดับที่ 1)

ในโครงสีโทนร้อน ฟังพอใจในรูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากมีรูปแบบที่ดี น่าสนใจ

ในรูปแบบ L (เป็นอันดับที่ 2) การวางองค์ประกอบน่าสนใจน้อยกว่า

ในรูปแบบ T (เป็นอันดับที่ 3) ดูแล้วมีกลุ่มเล็กหลายกลุ่ม ดูรก เปรอะ

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 คน (รูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1)

ในโครงสีโทนเย็น ฟังพอใจในรูปแบบ L เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากดูแล้วค่อนข้างลงตัว น่าสนใจมากกว่า

ในรูปแบบ S (เป็นอันดับที่ 2) ความน่าสนใจมีน้อยกว่ารูปแบบ L

ในรูปแบบ T (เป็นอันดับที่ 3) ประเด็นถูกแยกมากไปหน่อยในเรื่องการใช้ภาพ

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 คน (รูปแบบ L เป็นอันดับที่ 1)

ในโครงสีโทนมผสม ฟังพอใจในรูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากมีความเด่นในเรื่องหัวเรื่อง การใช้สีที่ก่อให้เกิดมิติ

ในรูปแบบ L (เป็นอันดับที่ 2) ดูแล้วเรียบง่าย

ในรูปแบบ T (เป็นอันดับที่ 3) ภาพมาก หยุ่มหิมไปหมด

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 คน (รูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1)

การใช้โทนสีผสม ถึงแม้จะเป็นสีที่เป็นปฏิปักษ์กัน แต่ไม่ได้นำมาชนกันตรงๆ เลยไม่เกิดปัญหา มีการไล่โทนสีทำให้สามารถอยู่ด้วยกันได้ ลดความกระด้างลงได้อย่างดี

2. อาจารย์ทัศนัย จิตต์พัฒนากุล (สัมภาษณ์ วันที่ 23 สิงหาคม 2550 เวลา 14.00 น.)

ผลการสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบและโครงสร้างของโปสเตอร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น (ด้วยแบบสอบถาม) มีดังนี้

รูปแบบ/โครงสร้าง	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
รูปแบบ L	โทนร้อน	โทนผสม	โทนเย็น
รูปแบบ S	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน
รูปแบบ T	โทนร้อน	โทนผสม	โทนเย็น
โทนร้อน (80:20)	S	L	T
โทนเย็น (80:20)	S	L	T
โทนผสม (50:50) (โทนร้อนและโทนเย็น)	S	L	T

ผลการสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบและโครงสร้างของโปสเตอร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีดังนี้

ในรูปแบบ L พึงพอใจในโครงสร้างโทนร้อน เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากเป็นรูปแบบที่เรียบง่ายให้ความรู้สึกอบอุ่น ลักษณะคล้ายที่เป็น window ดูง่ายในมุมมองของรูปแบบที่เป็นกันเอง แต่ก็มีความเป็นระเบียบวินัยอยู่ในตัว สีโทนร้อนในงานศิลปะในการออกแบบ กระตุ้นการรับรู้ได้ดี สีสันโน้มน้าวให้เห็นถึงความโดดเด่นจุดขายของการประชาสัมพันธ์ ให้เกิดการกระทำคือเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ จูงใจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นได้ดีกว่าโทนสีผสมและโทนสีเย็น ตามที่ตนเองได้คลุกคลีกับเด็กวัยรุ่นช่วงชั้นที่ 4 คือ ม.4 ม.5 และ ม.6 รู้ถึงความต้องการของเด็กว่า เขาต้องการอะไร

ในโครงสร้างโทนผสม (เป็นอันดับที่ 2) มีความน่าสนใจมากกว่าเย็น มีสีทั้ง 2 โทนช่วยกันอย่างกลมกลืนถึงแม้จะไม่พึงพอใจมาเป็นที่ 1 แต่ก็สามารถดึงความสนใจที่กลมกลืนกันอย่างต่อเนื่อง มีโทนร้อนเข้ามาช่วยสนับสนุนในงานออกแบบ เพราะเน้นการปะทะสายตาแล้วหันหรือเดินเข้ามาอ่านได้ดีมากกว่าสีโทนเย็น

ในโครงสีโทนเย็น (เป็นอันดับที่ 3) รูปแบบเรียบง่าย นิ่งด้วยสีโทนเย็น ให้ความรู้สึกเย็นชา ไม่ดึงดูดสายตา ไม่เหมาะกับวัยของกลุ่มตัวอย่าง จืดชืดในการตื่นตัวของอารมณ์หรือการประชาสัมพันธ์ เวลามองต้องมองตรงจุดขาย โปสเตอร์เป็นสื่อที่ไม่ได้ขึ้นใหญ่มาก ไม่ใช่ cut out จึงต้องให้สะดุดตาแต่ไกลแล้วค่อยมาสื่อด้วยข้อความ รายละเอียด โครงสี

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 คน (โครงสีโทนร้อน เป็นอันดับที่ 1)

ในรูปแบบ S พึงพอใจในโครงสีโทนผสม เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากมีจุดเด่นอยู่ที่การใช้สีแบบเรนโบว์ มีการไล่สีและน้ำหนักที่สมดุลมีความฉลาดในเรื่องการถ่วงน้ำหนักที่ดูแล้วไม่ขัดแย้ง ดังเช่น รูปภาพประกอบที่ไล่เรียงเป็นอักษรเอส มีความลื่นไหล ถ่วงดุลด้วยรูปแต่งครุยชุดดำที่ให้สีหนัก และกิจกรรมต่างๆ ของรูปภาพที่เป็นชุดขาวแต่มีจำนวนมาก เลยช่วยรับน้ำหนักได้พอดี จัดวางรูปภาพได้สมดุล ดูภาพรวมแล้วรู้สึกมีอิสระตรงกับความชอบของกลุ่มตัวอย่าง แต่ความอิสระนั้นมีความเป็นเอกภาพที่ชัดเจน ดึงดูดสายตาได้ดีกว่าโครงสีโทนเย็นหรือโทนร้อน ไม่ใช่ออกแบบสมดุลแบบที่อื่นๆ ซ้ำๆ ไม่น่าสนใจ และจัดรูปภาพเล็กใหญ่ไม่ซ้ำกัน มีการเน้นและให้จังหวะได้ดี

ในโทนเย็น (เป็นอันดับที่ 2) ดูเป็นแบบเรียบง่าย แต่ยังไม่ดึงดูดสายตา

ในโทนสีร้อน (เป็นอันดับที่ 3) สีค่อนข้างแรง รกกวนสายตา

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 คน (โครงสีโทนผสมเป็นอันดับที่ 1)

ในรูปแบบ T พึงพอใจในโครงสีโทนร้อน เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากกระตุ้นการรับรู้ได้ดี ใจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นได้ดีกว่าโทนสีผสมและโทนสีเย็น แต่ไม่ค่อยชอบรูปแบบ T นี้ เพราะดูแข็งๆ ไม่น่ามอง ความมีกรอบทำให้ดูเครียด ไม่ควรนำเส้นขาวมาใช้ดูแล้วขัดตา

ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 คน (โครงสีโทนผสมเป็นอันดับที่ 1) เนื่องจากความพึงพอใจ ค่านิยม และประสบการณ์ส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน การมองในมุมที่แตกต่าง/มุมกลับ ค่านิยมที่ยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต งานศิลปะมีความเปลี่ยนแปลง เป็นงานที่ไม่มีวันตาย

ในโครงสีโทนร้อน โทนเย็น และโทนผสม พึงพอใจในรูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากดูแล้วให้ความรู้สึกเป็นอิสระ มีการจัดวางองค์ประกอบที่ดีกว่ารูปแบบ L และ T และตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นได้ดีกว่า

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 คน (รูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1)

สรุปการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา

สรุปผลความพึงพอใจของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและด้านจิตวิทยา ที่มีต่อรูปแบบและโครงสร้างของโปสเตอร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น (ด้วยแบบสอบถาม) เป็นดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญด้าน	รูปแบบตัว L			รูปแบบตัว S			รูปแบบตัว T		
	โทนร้อน	โทนเย็น	ผสม	โทนร้อน	โทนเย็น	ผสม	โทนร้อน	โทนเย็น	ผสม
ออกแบบ	2.41	1.81	1.78	1.81	1.67	2.52	2.00	1.63	2.37
จิตวิทยา	1.53	2.33	2.13	1.28	2.40	2.33	1.87	1.53	2.60
เฉลี่ย	1.97	2.07	1.96	1.54	2.04	2.43	1.94	1.58	2.49

ผู้เชี่ยวชาญด้าน	โครงสร้างโทนร้อน			โครงสร้างโทนเย็น			โครงสร้างโทนผสม		
	L	S	T	L	S	T	L	S	T
ออกแบบ	2.00	2.60	1.40	2.33	2.07	1.60	2.00	2.73	1.27
จิตวิทยา	1.83	2.25	1.92	2.00	2.50	1.50	2.17	2.33	1.50
เฉลี่ย	1.92	2.43	1.66	2.17	2.29	1.55	2.09	2.53	1.39

1. อาจารย์ภูมิินทร์ อ่อนละมุล (สัมภาษณ์ วันที่ 9 สิงหาคม 2550 เวลา 09.00 น.)

ผลการสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบและโครงสร้างของโปสเตอร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น (ด้วยแบบสอบถาม) มีดังนี้

รูปแบบ/โครงสร้าง	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
รูปแบบ L	เย็น	ร้อน	ผสม
รูปแบบ S	เย็น	ผสม	ร้อน
รูปแบบ T	ร้อน	ผสม	เย็น
โทนร้อน (80:20)	S	T	L
โทนเย็น (80:20)	S	L	T
โทนผสม (50:50) (โทนร้อนและโทนเย็น)	S	T	L

ในรูปแบบ L ฟังพอใจในโครงสรีโทนเย็น เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากดูแล้วสงบ เย็นตา เวลาอ่านเพราะไม่ใช่ดูแล้วผ่านไป ตามจุดมุ่งหมายของโปสเตอร์คือต้องให้กลุ่มเป้าหมายอ่าน เวลาอ่านพินิจพิจารณาควรอยู่ในอารมณ์ที่สงบ สบาย สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายตามความต้องการหลักของมนุษย์ตามหลักของมาสโลว์ (A.H.Maslow) ที่มีระดับ 1-5 ชั้น (ความต้องการทางด้านร่างกาย ความปลอดภัย ความรักและมีส่วนร่วมในสังคม การมีเกียรติยศชื่อเสียง ความสำเร็จ)

ในโครงสรีโทนร้อน (เป็นอันดับที่ 2) ดูแล้วอาจสะดุดตา และในส่วนหัวเรื่องยังคงมีสีโทนเย็นมาช่วยอยู่บ้าง แต่โดยรวมถ้าหากต้องอ่านนานๆ เพื่ออ่านเนื้อหาในโปสเตอร์คงเกิด Effect กับสายตา โทนร้อนเหมาะสำหรับโปสเตอร์ที่ใช้เวลาสั้นๆ ในการมองมากกว่าที่ต้องมีเวลาในการอ่าน

ในโครงสรีโทนผสม (เป็นอันดับที่ 3) ข้อความบางช่วงจมน ไม่เด่น อ่านยาก ในเชิงจิตวิทยา ถ้าเจอเรื่องยากๆ ก็จะเลิกสนใจ ผ่านไปเลย

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (โครงสรีโทนเย็น เป็นอันดับที่ 1)

ในรูปแบบ S ฟังพอใจในโครงสรีโทนเย็น เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากดูแล้วอารมณ์สงบ เย็นตา สามารถอ่านพินิจพิจารณาเนื้อหาที่ต้องการสื่อได้ดีกว่า

ในโทนผสม (เป็นอันดับที่ 2) มีความสะดุดตาในการนำสีโทนร้อนมาผสม แต่ยังคงมีโทนเย็นที่ช่วยให้น่าอ่านอยู่

ในโทนร้อน (เป็นอันดับที่ 3) ในเชิงจิตวิทยามักไม่ค่อยนำสีโทนร้อนมาใช้ และในรูปแบบ S เป็นโทนร้อนมากกว่ารูปแบบ L จึงให้เป็นอันดับที่ 3

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (โครงสรีโทนเย็น เป็นอันดับที่ 1)

ในรูปแบบ T ฟังพอใจในโครงสรีโทนร้อน เป็นอันดับที่ 1 อาจจะไม่สอดคล้องกับรูปแบบ S และ L เนื่องจากบางช่วงอารมณ์ก็ไหว หากให้เวลาพินิจนานๆ ก็อาจชอบในโทนเย็นเช่นกัน แต่ที่ให้เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากมีการแบ่งสัดส่วนที่ดี ในส่วนหัวเรื่องมีการนำสีค้ำมาช่วยเบรก ข้อความและรูปภาพเป็นโทนเย็นมาช่วย จึงไม่ร้อนแรง แสบตาเหมือนโทนร้อนในรูปแบบ L และ S

ในโทนผสม (เป็นอันดับที่ 2) ความลอยของตัวอักษรในภาพรวม ดีกว่าโทนเย็น

ในโทนเย็น (เป็นอันดับที่ 3) ตัวอักษรในข้อความจมนไปกับพื้นหลัง

ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (โครงสรีโทนผสมเป็นอันดับที่ 1) ด้วยความเป็นปัจเจกบุคคล ภูมิหลังและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ที่ให้โทนร้อนเป็นอันดับที่ 1 ด้วยมีหัวเรื่องที่ชัดเจน จัดรูปภาพภายในกรอบอักษร T

ในโครงสรีโทนร้อน พึ่งพอใจในรูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากดูแล้วมัน ไดนามิกส์ มีความเคลื่อนที่ เคลื่อนไหว มีรูปภาพกิจกรรมที่มากและหลายหลายมากกว่ารูปแบบ T และ L อย่างที่พบว่าคนไทยอ่านหนังสือน้อย จะสนใจรูปภาพประกอบมากกว่าตัวหนังสือ หรือเหมือนการจัดนิทรรศการถ้ามีรูปภาพประกอบจะน่าสนใจมากกว่าพวกตัวหนังสือ เนื้อหา

สอดคล้องกับความคิดเห็น โดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 คน (รูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1)

ในโครงสรีโทนเย็น พึ่งพอใจในรูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากดูแล้วมัน ไดนามิกส์ มีความเคลื่อนที่ เคลื่อนไหว มีรูปภาพกิจกรรมที่มากและหลากหลายเช่นเดียวกับใน โทนร้อน การจัดองค์ประกอบศิลป์น่าสนใจมากกว่ารูปแบบ L และ T

สอดคล้องกับความคิดเห็น โดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (รูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1)

ในโครงสรีโทนผสม พึ่งพอใจในรูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากมีการไล่น้ำหนักสีได้อย่างกลมกลืน ตัวหนังสือลอยเด่นชัด เห็นแล้วสะดุดตา มีจุดพักสายตาตรงกลางคือเหลือง จึงเห็นในเชิงจิตวิทยาไม่ใช่สลัดจากโทนร้อนแล้วมาโทนเย็นเลย

ในรูปแบบ T (เป็นอันดับที่ 2) และรูปแบบ L (เป็นอันดับที่ 3) ไม่มีสีตรงหัวเรื่อง เป็นสีเดียวกับพื้นหลังและมีช่องว่าง สีที่ใช้ไม่สดเท่ากับรูปแบบ S และ T ไม่ดึงดูดใจ

สอดคล้องกับความคิดเห็น โดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (รูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1) เนื่องจากในการให้คะแนนความพึงพอใจ ได้ให้คะแนนความพึงพอใจในรูปแบบ S มากที่สุด (ระดับ 3) ในทุกข้อที่ประเมิน จึงทำให้คะแนนเฉลี่ยรวมของรูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1 แต่ไม่สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาอีก 2 คนที่ให้รูปแบบ L เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากได้มองในแง่จิตวิทยาและศิลปะซึ่งในโทนผสมนี้มีการไล่น้ำหนักสีได้อย่างกลมกลืน ตัวหนังสือลอยเด่นชัด เห็นแล้วสะดุดตา มีจุดพักสายตาตรงกลางคือเหลือง จึงเห็นในเชิงจิตวิทยาไม่ใช่สลัดจากโทนร้อนแล้วมาโทนเย็นเลย หรือด้วยการมองที่แตกต่างกันของบุคคล บางคนอาจมองด้วยความรู้สึกความชอบของตนเองที่ soft กว่ากลุ่มตัวอย่าง เพราะจริงๆ แล้วสีที่ใช้ในเชิงจิตวิทยาโฆษณา (สุชา จันทร์เอม, 2526) นั้นต้องมีความดึงดูดใจ ดึงดูดสายตา

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรางค์ มั่นยานนท์ (สัมภาษณ์ วันที่ 20 สิงหาคม 2550 เวลา 12.15 น.)

ผลการสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบและ โครงสร้างของโปสเตอร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น (ด้วยแบบสอบถาม) มีดังนี้

รูปแบบ/โครงสร้าง	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
รูปแบบ L	โทนเย็น	โทนผสม	โทนร้อน
รูปแบบ S	โทนผสม	โทนร้อน	โทนเย็น
รูปแบบ T	โทนผสม	โทนเย็น	โทนร้อน
โทนร้อน (80:20)	S	T	L
โทนเย็น (80:20)	L	S	T
โทนผสม (50:50) (โทนร้อนและโทนเย็น)	L	S	T

ในรูปแบบ L พึงพอใจในโครงสร้างโทนเย็น เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากใช้มุมมองในแง่จิตวิทยา และความชอบตามวัย มองแล้วให้ความรู้สึกเย็น สงบ เรียบร้อย จิตใจถูกน้อมลงให้อ่านข้อความตามที่ต้องการสื่อด้วยอิทธิพลของรูปแบบและ โทนสี

ใน โครงสร้าง โทนผสม (เป็นอันดับที่ 2) ถึงแม้มีการไล่โทนสีที่กลมกลืนทำให้โทนร้อนและ โทนเย็นอยู่ด้วยกันได้อย่างดี มีจุดพักสายตา แต่การใช้สีของตัวอักษรไม่เด่นชัดทุกจุด มีบางส่วนต้องใช้ เวลาในการเพ่งมองมากกว่าในโทนสีเย็นที่อ่านได้ชัดเจนสบายตา

ใน โครงสร้าง โทนร้อน (เป็นอันดับที่ 3) ให้ความรู้สึกร้อนแรง เมื่อต้องดูหรืออ่านในเวลาที่ยาวนานขึ้นทำให้มีผลต่อสายตาและจิตใจ

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (โครงสร้างโทนเย็น เป็นอันดับที่ 1)

ในรูปแบบ S พึงพอใจในโครงสร้างโทนผสม เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากมีเรื่องสีที่เด่นชัด ไล่ น้ำหนักสีได้อย่างดี ประกอบกับรูปแบบ S ทำให้น่าสนใจมากกว่าโทนร้อนหรือโทนเย็น

ในโทนร้อน (เป็นอันดับที่ 2) มีความร้อนแรงในภาพรวมมาก ถึงแม้จะมีข้อดีที่ตรงที่ให้ผู้ สัมผัสอยู่ด้านหัวและท้าย และข้อความต่างๆ อยู่ในช่วงกลาง

ในโทนเย็น (เป็นอันดับที่ 3) ข้อความจมไปกับพื้นหลังมากกว่าโทนร้อน

ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (โครงสร้างโทน เย็นเป็นอันดับที่ 1) เนื่องจากมีมุมมองที่แตกต่าง ไม่ได้ยึดติดกับหลักการเดิม เหมือนกับรูปแบบ L ที่ ผ่านมา ด้วยกล้าที่จะมองและเห็นว่ารูปแบบที่เปลี่ยนไป ความสัมพันธ์ที่มีต่อสียอมเปลี่ยนไปด้วย จึง

อาจเห็นในมุมมองที่แตกต่างกัน ไม่ได้ยึดคุณสมบัติของสีหรือความตัดสีด้วยหลักการต่างๆ ที่เคยทราบ

ในรูบบท T พึ่งพอใจในโครงสีโทนผสม เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากมีความเด่นในเรื่องการใช้สี การไล่น้ำหนักสีได้อย่างดี เช่นเดียวกับรูบบท S

ในโทนเย็น (เป็นอันดับที่ 2) การจัดรูบบท T ในโทนเย็นทำให้ดูจืดไปเมื่อเทียบกับโทนผสม

ในโทนร้อน (เป็นอันดับที่ 3) ดูบรรยากาศโดยรวมแล้วมีปริมาณความร้อนมากไป สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (โครงสีโทนผสมเป็นอันดับที่ 1)

ในโครงสีโทนร้อน พึ่งพอใจในรูบบท S เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากมีความโดดเด่นในการนำภาพกิจกรรมที่หลากหลายมาจัดเรียงเป็นรูบบทที่ให้ความรู้สึกอิสระ เคลื่อนไหว

ในรูบบท T (เป็นอันดับที่ 2) การจัดเรียงรูปภาพในกรอบ ทำให้ดูแข็ง ไม่น่าสนใจ

ในรูบบท L (เป็นอันดับที่ 3) มีรูปภาพประกอบน้อย ไม่ดึงดูดความสนใจ

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (รูบบท S เป็นอันดับที่ 1)

ในโครงสีโทนเย็น พึ่งพอใจในรูบบท L เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากในรูบบทของ L ดูแล้วสบายตาว่า

ในรูบบท S (เป็นอันดับที่ 2) หัวเรื่องมีการใช้ลูกเล่นกว่ารูบบท L

ในรูบบท T (เป็นอันดับที่ 3) หัวเรื่องดูทึมกว่าแบบอื่นๆ และดูแล้วเหมือนมีการแยกส่วนกัน

ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (รูบบท S เป็นอันดับที่ 1) เนื่องจากมีมุมมองที่แตกต่าง ไม่ได้ยึดติดกับหลักการเดิม รูบบทที่เปลี่ยนไป ความสัมพันธ์ที่มีต่อสียอมเปลี่ยนไปด้วย ทำให้มีผลต่อความน่าสนใจแตกต่างกันไป

ในโครงสีโทนผสม พึ่งพอใจในรูบบท L เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากเกิดความน่าสนใจน่าประทับใจในการใช้สี และรูบบทที่เหมาะสมมากกว่า S และ T

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (รูบบท L เป็นอันดับที่ 1)

3. รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล พยอมแย้ม (สัมภาษณ์วันที่ 26 สิงหาคม 2550 เวลา 16.00 น.)

ผลการสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบและ โครงสร้างของ โปสเตอร์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น (ด้วยแบบสอบถาม) มีดังนี้

รูปแบบ/โครงสร้าง	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
รูปแบบ L	โทนผสม	โทนร้อน=โทนเย็น	-
รูปแบบ S	โทนเย็น	โทนผสม	โทนร้อน
รูปแบบ T	โทนผสม	โทนร้อน	โทนเย็น
โทนร้อน (80:20)	L	T	S
โทนเย็น (80:20)	S	T	L
โทนผสม (50:50) (โทนร้อนและโทนเย็น)	L	S	T

ในรูปแบบ L พึงพอใจในโครงสร้างโทนผสม เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจาก การให้สีสันนำสนใจ ในโครงสร้างโทนร้อน ใช้สีโทนร้อนในรูปภาพ เช่น ตีกร้อนด้วยสีแดง มันไม่ให้ความรู้สึก น่าเรียน ดูร้อนไปหมด

ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (โครงสร้างโทนเย็น เป็นอันดับที่ 1) อาจเป็นเพราะ ช่วงเวลาในการพิจารณา ความรู้สึกในแต่ละช่วงเวลานั้นๆ ทำให้สามารถเปลี่ยนแปลงได้

เพราะเมื่อมีเวลาพิจารณาพอสมควรในช่วงเวลานี้ ให้โทนเย็นเป็นอันดับ 1 ความ น่าสนใจอยากมาเรียนสคิไสมาก โทนร้อนและโทนผสม คือความร้อนของสีที่มีผลต่อสายตา เอฟเฟกซ์ ที่สะท้อนเข้าตาเรา ก็มีผลไม่ว่าจะเป็นภาพความชัดเจน เหลืองกับขาว เห็นชัดมากกว่า เหลืองกับแดง สีของตึกโทนเขียวเย็นยังสคิไสมากกว่ากัน

ในรูปแบบ S พึงพอใจในโครงสร้างโทนเย็น เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจาก มีสีเหลืองเข้ามาช่วยใน ปริมาณที่มาก ทำให้ไม่จืดชืดหรือเขียวทึบเข้มขึ้นเกินไป สีเหลืองเข้ามาช่วยใน โทนเย็น จึงดูความสวย เพิ่มมากขึ้น และหัวเรื่องที่ใช้สีแดงก็ชัดเจน อ่านง่ายกว่าในสีโทนอื่น เพราะคือจุดเด่นหรือไฮไลท์ใน โปสเตอร์ มีสีแดงที่ช่วยให้ความชัดเจนตรงหัวเรื่อง ลอยเด่นออกมา มีพื้นหลังที่เป็นเหลืองเหลืองเข้า มาช่วยในโทนเย็น ให้ดูน่าสนใจ คือความเย็นมันต้องนำ และ โทนร้อนบางส่วนมาเอื้อช่วยให้ดูดีมาก ขึ้น

ในโทนผสม (เป็นอันดับที่ 2) มีโทนร้อนที่มาผสมหนักไป ผนวกกับจำนวนคนในรูปภาพ เยอะจึงไม่เอื้อต่อกัน

ในโทนร้อน (เป็นอันดับที่ 3) เนื่องจากปริมาณของสีเหลืองเมื่อเข้ามาใช้กับสีแดง ก็ยังลดความร้อนได้ไม่มาก หัวเรื่องยังไม่เด่นชัดเท่ากับโทนเย็น

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (โครงสีโทนเย็นเป็นอันดับที่ 1)

ในรูปแบบ T พึงพอใจในโครงสีโทนผสม เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจาก มีสีเขียวในโทนผสมเข้ามาเบรก เป็น tone down ลงไป ไม่ได้ร้อนเลยซะทีเดียวและก็ไม่มันไม่เหงา หรือเค็งคว้างจนเกินไป เพราะตามฟอร์มของ T มันมีช่วงเย็นและก็ร้อน ไม่ใช่เหมือนโทนเย็นที่เป็นพีคเลยทีเดียวนะ ดูแล้วเหงาๆ และที่ชอบอีกอย่างหนึ่งคือ สีเย็นมันมาสะท้อนความรู้สึก ขณะที่ปะทะร้อนในการอ่านได้

ในโทนร้อน (เป็นอันดับที่ 2) ดูไม่สบายตาเท่ากับโทนผสมร้อนก็ร้อนซะทีเดียว ดูร้อนหมด

ในโทนเย็น (เป็นอันดับที่ 3) เพราะใช้อักษรสีดำ พื้นหลังเป็นสีเขียวหรือสีเทา มันจมหายไปเป็นปัญหาในการอ่าน เมื่อเป็นโปสเตอร์จึงจำเป็นต้องอ่านไม่ยากและก็ยังอยู่ในฟอร์ม Balancing

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (โครงสีโทนผสมเป็นอันดับที่ 1) คงเป็นมุมมองเดียวกัน เพราะโทนร้อนและโทนเย็นของผู้วิจัยออกแบบในฟอร์มที่ Balancing มันดูเหงาและไม่มีอะไรกระตุ้นความรู้สึกถึงแม้จะมีภาพกิจกรรมก็ตาม สีตรงกรอบฟอร์มของ T ที่สลับกับสี background ช่วยได้เยอะ

ในโครงสีโทนร้อน พึงพอใจในรูปแบบ L เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจาก มีสีดำที่เป็นฐานมาเบรก สีดำที่มาจากสีเขียวในรูปแบบ L นี้ ช่วยให้งานสวยได้เยอะ

ในรูปแบบ T (เป็นอันดับที่ 2) และรูปแบบ S (เป็นอันดับที่ 3) ถึงจะมีสีเหลืองมาช่วยก็จริง แต่ไม่ดีเท่ากับสีดำที่มาจากสีเขียว ไม่มีอะไรมาช่วยลดความรุนแรงของสีแดงได้เลย

ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (รูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1) เนื่องจาก อาจจะให้ความสำคัญในสิ่งที่ไม่เหมือนกัน บางท่านอาจจะมองเรื่องรูปภาพที่เป็นกิจกรรมเข้ามาช่วย แต่โดยส่วนตัวจะมองในเรื่องการสื่อความด้วยข้อความมากกว่า ชอบรูปแบบ L ดูแล้วสบายตา และหัวเรื่องก็เจาะเห็นพื้นขาวสื่อความได้ง่าย แล้วสีดำเป็นฐาน ก็ช่วยเบรกได้อีก ลดความร้อนแรงได้มาก รูปแบบ S มีภาพเยอะจนดูไม่น่าสนใจและเป็นเพียงภาพบุคคลไม่ได้เน้นกิจกรรมอะไร ดูรกตา

ในโครงสีโทนเย็น พึงพอใจในรูปแบบ S เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจาก เพราะมีสีเหลืองเข้ามาแทรก ลดความน่าเบื่อความเหงาไปได้ คนเราส่วนใหญ่ไม่ได้ชอบสีเขียว โทนเดียวไปตลอด ชอบตรงสีที่เข้ามาไล่น้ำหนัก

ในรูปแบบ T (เป็นอันดับที่ 2) ดูแล้วรู้สึกเย็นก็จริงแต่สีแดงที่มาใช้ในหัวเรื่องชัดเจนมาก
ไป

ในรูปแบบ L (เป็นอันดับที่ 3) หัวเรื่องเป็นเย็นไปหมด ถึงแม้จะมีสีแดง แต่เมื่อเป็นเขียว
เจาะขาว ขาวเป็นส่วนที่แปลกล้อมเข้ามา ดูแล้ว ไม่กลมกลืนเข้าหากัน

สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (รูปแบบ S เป็น
อันดับที่ 1)

ในโครงสร้างโทนผสม ฟังพอใจในรูปแบบ L เป็นอันดับที่ 1 เนื่องจาก ดูแล้วไม่ได้ร้อนแรง
หรือสีสดเท่ากับ รูปแบบ S และ T ดูแล้วให้ความรู้สึกเบบเฉื่อยได้ มีตัวหนังสือตรงหัวเรื่องที่เป็นสี
แดงช่วยให้ความรู้สึกได้น้ำหนักน่านการอ่านมากกว่า รวมทั้งการออกแบบและการใช้สีช่วยทำให้น่า
อ่านมากกว่า สีมัน **Average** มากขึ้น มันไม่เหี่ยวแห้งจนเกินไป

ในรูปแบบ S (เป็นอันดับที่ 2) ความต่อเนื่องของสี รูปแบบ S จะดีกว่ารูปแบบ T สีสดเข้า
หากัน ได้ดี

ในรูปแบบ T (เป็นอันดับที่ 3) สีถูกเป็นช่วงๆ อ่อนๆ คล้ำไม่ต่อเนื่อง จึงดูแล้วไม่น่าสนใจ
สอดคล้องกับความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาทั้ง 3 คน (รูปแบบ L เป็น
อันดับที่ 1) ตรงความสบายตาและความไม่เข้มของสี และความสัมพันธ์ของฟอร์มที่ไม่เข้ากัน เช่น T
ดูแข็งขัดตาและไม่มีความต่อเนื่อง

ภาคผนวก ง
สื่อโปสเตอร์ที่ใช้ในงานวิจัย

สื่อโปสเตอร์ที่ใช้ในงานวิจัย
โปสเตอร์รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนร้อน



CHOMBUENG MUBAN
Rajabhat University



มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ประจำปีการศึกษา
มหาวิทยาลัยดีเด่น **TOP TEN**
ในการจัดลำดับมหาวิทยาลัยราชภัฏ 40 แห่งทั่วประเทศ

ลำดับ 3 : สาขาวิทยาศาสตร์ ลำดับ 5 : ด้านการเรียนการสอน ลำดับ 10 : ด้านการวิจัย

หลักสูตรที่เปิดสอน 2557
ในปีการศึกษา

<p>คณะครุศาสตร์ (ค.บ.) คณิตศาสตร์ , คอมพิวเตอร์ศึกษา วิทยาศาสตร์ทั่วไป , ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ , การศึกษาปฐมวัย พลศึกษา-เทคโนโลยีผู้สื่อข่าวกีฬา (หลักสูตร ๕ ปรียญ)</p>	<p>คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.บ.) เคมี , ชีววิทยาประยุกต์ , วิทยาการคอมพิวเตอร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร , เกษตรศาสตร์ เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ก่อสร้าง) เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ไม้แปรรูป) เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (การผลัด)</p>
<p>คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ (ศศ.บ.) ภาษาจีน , ภาษาอังกฤษธุรกิจ ศิลปการดนตรี , ออกแบบประยุกต์ศิลป์ การจัดการสารสนเทศ , พักนุชนิยม รัฐประศาสนศาสตร์ , นิติศาสตร์ (บ.บ.)</p>	<p>คณะวิทยาการจัดการ (บธ.บ./ศศ.บ.) นิเทศศาสตร์ (วิทยุ - โทรทัศน์) อุตสาหกรรมท่องเที่ยว คอมพิวเตอร์ธุรกิจ , บริหารธุรกิจ (การบัญชี) บริหารธุรกิจ (การตลาด) , การจัดการทั่วไป บริหารธุรกิจ (บริหารทรัพยากรมนุษย์)</p>

วิทยาลัยมวยไทย
การจัดการสุขภาพชุมชน

มหาวิทยาลัยราชภัฏที่เก่าแก่และโดดเด่นมีเอกลักษณ์ ดังนี้

- กุณลักษณ์ต้นแบบวิถีชีวิตและงานใช้จริง
- มีทุนค่าครองชีพฟรี ปีละ 9,000 บาท (ฟรี)
- ค่าครองชีพถูก เพียงวันละ 50 บาท ก็เพียงพอต่อวัน
- มีงานทำระหว่างเรียน (๕,๐๐๐/เดือน)
- มีระบบยศาสตร์ ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่สวยงาม
- นักศึกษา มีงานทำทันทีที่สำเร็จการศึกษาว่าร้อยละ 90
- มีหอพักมหาวิทยาลัยให้ในราคาถูก (1,800บาท/การศึกษา)



MCRU
www.mcru.ac.th

หมายเหตุ :
เปิดสอนนี้หลักสูตร ปริญญาตรี (4 ปี)
และหลักสูตร ปวช. ๕ ปี

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่:
สำนักงานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
0-3226-1790 ถึง 1400, 1404
ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 0-3226-1790 ต่อ 1109 , 1105
รองอธิการบดี (อ.กาญจนา นาสถ) 08-1736-5720

เรียนอย่างมี...ความสุข จบอย่างมี...คุณภาพ
ต้องมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ราชบุรี ●●●

โปสเตอร์รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนเย็น

MUBAN

CHOMBUNG

Rajabhat University



มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ประจำปีการศึกษา
มหาวิทยาลัยดีเด่น **TOP TEN**
ในการจัดลำดับมหาวิทยาลัยราชภัฏ 40 แห่งทั่วประเทศ

ลำดับ 5 : สาขาวิทยาศาสตร์ ลำดับ 5 : ด้านการเรียนการสอน ลำดับ 10 : ด้านการวิจัย

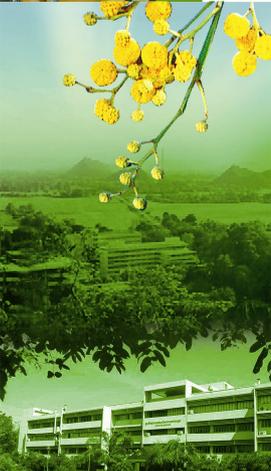
หลักสูตรที่เปิดสอน

ในปีการศึกษา 2551

<p>คณะครุศาสตร์ (ค.บ.) คณิตศาสตร์ , คอมพิวเตอร์ศึกษา วิทยาศาสตร์ทั่วไป , ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ , การศึกษาปฐมวัย พลศึกษา-เทคโนโลยีผู้สูงอายุกีฬา (หลักสูตร ๒ ปี) (ปริญญา) เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา</p>	<p>คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.บ.) เคมี , ชีววิทยาประยุกต์ , วิทยาการคอมพิวเตอร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร , เกษตรศาสตร์ เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ก่อสร้าง) เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ไฟฟ้า) เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (การผลิต)</p>
<p>คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ (ศศ.บ.) ภาษาจีน , ภาษาอังกฤษธุรกิจ ศิลปการดนตรี , ออกแบบประยุกต์ศิลป์ การจัดการสารสนเทศ , ศึกษาศาสตร์ การศึกษานานาชาติ , นิติศาสตร์ (น.บ.)</p>	<p>คณะวิทยาการจัดการ (บธ.บ./ศศ.บ.) นิเทศศาสตร์ (วิทยุ - โทรทัศน์) อุตสาหกรรมท่องเที่ยว คอมพิวเตอร์ธุรกิจ , บริหารธุรกิจ (การบัญชี) บริหารธุรกิจ (การตลาด) , การจัดการทั่วไป บริหารธุรกิจ (บริหารทรัพยากรมนุษย์)</p>

วิทยาลัยมวยไทย
การจัดการสุขภาพชุมชน

มหาวิทยาลัยราชภัฏที่เก่าแก่และโดดเด่นมีเอกลักษณ์ ดังนี้
คุณลักษณะเด่นมีดังนี้:
มีทุนค่าครองชีพให้ ปีละ 9,000 บาท (ฟรี)
ค่าครองชีพถูก เพียงวันละ 50 บาท ก็เพียงพอต่อวัน
มีงานทำระหว่างเรียน (๒,๐๐๐/เดือน)
มีบรรยากาศ ภายใต้อาคารล้อมที่สวยงาม
นักศึกษามีงานทำทันทีสำเร็จการศึกษาทำร้อยละ 90
มีหอพักมหาวิทยาลัยให้ในราคาถูก (1,800/ภาคการศึกษา)



MCRU

www.mcru.ac.th




สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่:
สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
0-3226-1790 ต่อ 1400, 1404
ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 0-3226-1790 ต่อ 1109 , 1105
รองอธิการบดี (อ.กาญจนา นลาต) 08-1736-3720

เรียนอย่างมี...ความสุข จบอย่างมี...คุณภาพ
ร่วมมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ราชบุรี ●●●

โปสเตอร์รูปแบบตัวแอล โครงสีโทนร้อนและโทนเย็น



มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ประจำปีการศึกษา
มหาวิทยาลัยดีเด่น **TOP TEN** 2551
ในการจัดลำดับมหาวิทยาลัยราชภัฏ 40 แห่งทั่วประเทศ

ลำดับ 3 : สาขาวิทยาศาสตร์ ลำดับ 5 : ด้านการเรียนการสอน ลำดับ 10 : ด้านการวิจัย

หลักสูตรที่เปิดสอน 2551
ในการศึกษา

คณะครุศาสตร์ (ค.บ.)
คณิตศาสตร์ , ภาษาไทย
สังคมศึกษา , คอมพิวเตอร์ศึกษา
ภาษาอังกฤษ , การศึกษาปฐมวัย
วิทยาศาสตร์ทั่วไป
พลศึกษา-เทคโนโลยีผู้สื่อข่าวกีฬา
เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.บ.)
เคมี , ชีววิทยาประยุกต์ , วิทยาการคอมพิวเตอร์
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร , เกษตรศาสตร์
เทคโนโลยีสารสนเทศ , วัสดุศึกษา , วัสดุ
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ก่อสร้าง)
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ไฟฟ้า)
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (การผลิต)
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (การจัดการอุตสาหกรรม)

**คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ (ศศ.บ.)**
ภาษาจีน , ภาษาอังกฤษธุรกิจ
ศิลปการดนตรี , ออกแบบประยุกต์ศิลป์
การจัดการสารสนเทศ , การพัฒนาชุมชน
รัฐประศาสนศาสตร์ , สารสนเทศศาสตร์
นิติศาสตร์ (น.บ.)

วิทยาลัยมวยไทย (ศศ.บ.)
การจัดการสุขภาพชุมชน

คณะวิทยาการจัดการ (บธ.บ./ศศ.บ.)
นิติศาสตร์ (วิทย์ - โครทัศน์)
นิติศาสตร์ (ประชาสัมพันธ์)
อุตสาหกรรมมารองเท้า
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ , บริหารธุรกิจ (การบัญชี)
บริหารธุรกิจ (การตลาด) , การจัดการทั่วไป
บริหารธุรกิจ (บริหารทรัพยากรมนุษย์)

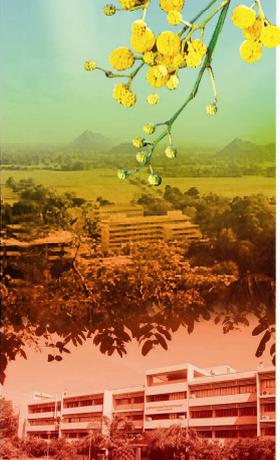
วิทยาลัยมวยไทย (ศศ.บ.)
การจัดการสุขภาพชุมชน

มหาวิทยาลัยราชภัฏที่เก่าแก่และโดดเด่นมีเอกลักษณ์ ดังนี้

ทุนหลักสูตรเนติบัณฑิตจึงและทำงานได้จริง
มีทุนค่าครองชีพให้ ปีละ 9,000 บาท (ฟรี)
ค่าครองชีพถูก เพียงวันละ 50 บาท ก็เพียงพอต่อวัน
มีงานทำระหว่างเรียน (2,000/เดือน)
มีบรรยากาศ ภายได้สิ่งแวดล้อมที่สวยงาม
นักศึกษามีงานทำทันทีที่สำเร็จการศึกษาทำร้อยละ 90
มีหอพักมหาวิทยาลัยให้ในราคาถูก (1,800/ภาคการศึกษา)

หมายเหตุ :
เปิดสอนทั้งหลักสูตรปริญญาตรี (4,5 ปี)
และหลักสูตร ต่อเนื่อง 2 ปี

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่:
สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
0-3226-1790 ต่อ 1400, 1402-1404
ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 0-3226-1790 ต่อ 1105 , 1109





เรียนอย่างมี...ความสุข จบอย่างมี...คุณภาพ
ต้องมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ราชบุรี ●●●

โปสเตอร์รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนร้อน

มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
MUBAN CHOM BUEANG RAJABHAT UNIVERSITY 2008
 เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ประจำปีการศึกษา
 ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป **2551**

มหาวิทยาลัยดีเด่น **TOP TEN** ในการจัด
 ลำดับมหาวิทยาลัยราชภัฏ 40 แห่งทั่วประเทศ
 ลำดับ3: สาขาวิทยาศาสตร์ ลำดับ5 : ด้านการเรียนการสอน
 ลำดับ10 : ด้านการวิจัย

หลักสูตรที่เปิดสอน
ในปีการศึกษา 2551

- **คณะครุศาสตร์ (ค.บ.)**
 ศึกษาศาสตร์, คอมพิวเตอร์ศึกษาศาสตร์, ศึกษาศาสตร์ทั่วไป, ภาษาอังกฤษ, การศึกษานานาชาติ และศึกษาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 (หลักสูตร 2 ปี) สาขาใหม่สอนวิธีการทางการศึกษา
- **คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ (ค.ศ.บ.)**
 ภาษาจีน, ภาษาอังกฤษ, ศิลปการดนตรี, ออกแบบประยุกต์ศิลป์, การจัดการระบบสารสนเทศ, วัฒนธรรม, รัฐประศาสนศาสตร์, ศึกษาศาสตร์ (ค.บ.)
- **คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.บ.)**
 เคมี, ชีววิทยาประยุกต์, วิทยาการคอมพิวเตอร์, วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร, เกษตรศาสตร์, เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ก่อสร้าง), เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ไม้แผ่น), เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (การผลิต)
- **วิทยาลัยมวยไทย: การจัดการสุขภาพชุมชน**

มหาวิทยาลัยราชภัฏที่เก่าแก่และโดดเด่นมีเอกลักษณ์ ดังนี้
 ทุนอุดหนุนรัฐบาลประจำปี 1,800 ล้านบาท (รวม)
 กำไรสุทธิปีละ 50 ล้านบาท (กำไรสุทธิ)
 มีงานทำระหว่างเรียน (2,000 ชั่วโมง), เป็นระบบการศึกษาที่ได้เปรียบด้วยค่าเล่าเรียนที่สมเหตุสมผล
 มีนักศึกษามากมายที่สนใจที่จะมาศึกษาที่มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง (1,800 ทางการศึกษา)

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ :
 สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน : 0-3226-1790 ต่อ 1400,1404 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 0-3226-1790 ต่อ 1109 , 1105
 รองอธิการบดี (อ.กาญจนา นาลา) 08-1736-3720

โปสเตอร์รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนเย็น



มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

MUBAN CHOM BUENG RAJABHAT UNIVERSITY 2006

เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ประจำปีการศึกษา 2551

ตั้งแต่วันที่ ๒๕ กันยายน ๒๕๕๐ เป็นต้นไป

มหาวิทยาลัยดีเด่น TOP TEN ในการจัด
ลำดับมหาวิทยาลัยราชภัฏ 40 แห่งทั่วประเทศ

ลำดับ3: สาขาวิทยาศาสตร์ ลำดับ5 : ด้านการเรียนการสอน
ลำดับ10 : ด้านการวิจัย

หลักสูตรที่เปิดสอน

ในปีการศึกษา 2551

- **คณะครุศาสตร์ (ค.บ.)**
ศึกษาศาสตร์ , คอมพิวเตอร์ศึกษา
ศึกษาศาสตร์ทั่วไป , ภาษาไทย
ภาษาอังกฤษ , การศึกษานานาชาติ
พลศึกษา - เทคโนโลยีชีวิตวิถีใหม่
ศิลปกรรม ๒ (นิเทศฯ)
เทคโนโลยีระบบวิศวกรรมการศึกษา
- **คณะมนุษยศาสตร์
และศิลปศาสตร (ศ.บ.)**
ภาษาไทย , ภาษาอังกฤษ
ศิลปการดนตรี , ออกแบบประยุกต์ศิลป์
การจัดการสารสนเทศ
พัฒนาชุมชน รัฐประศาสนศาสตร์
นิเทศศาสตร์ (อ.บ.บ.)
- **คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.บ.)**
เคมี , ชีววิทยาประยุกต์ , วิทยาการคอมพิวเตอร์
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร , เทคโนโลยีสารสนเทศ ,
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ก่อสร้าง) , เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ไฟฟ้า)
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (การผลิต)
- **วิทยาลัยมวยไทย:** การจัดการสุขภาพชุมชน
- **คณะวิทยาการจัดการ (อ.บ.บ./ศ.บ.บ.)**
นิเทศศาสตร์ (วิทยุ - โทรทัศน์)
อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ , บริหารธุรกิจ (การบัญชี)
บริหารธุรกิจ (การตลาด)
การจัดการทั่วไป
บริหารธุรกิจ (บริหารแผนกมนุษย)

มหาวิทยาลัยราชภัฏที่เก่าแก่และโดดเด่นมีเอกลักษณ์ ดังนี้

ทุนหลักอุดหนุนวิจัยวิจัยระหว่างได้จริง , มีทุนสำรองเงินใช้ ปีละ ๑,๐๐๐ บาท (ฟรี)
ค่าครองชีพถูก เพียงวันละ ๕๐ บาท ที่เพียงพอต่อวัน
มีงานทำระหว่างเรียน (๑,๐๐๐ต่อวัน) , มีบรรยากาศดี ภายใต้อาคารล้อมรอบด้วยสวน
นักศึกษาเป็นงานทำมีที่สำหรับการศึกษาทำวิจัย ๕๐
มีหอพักมหาวิทยาลัยให้ในราคาถูก (1,๕๐๐บาทการศึกษา)

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ :
สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน : 0-3226-1790 ต่อ 1400,1404 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 0-3226-1790 ต่อ 1109 , 1105
รองอธิการบดี (อ.กาญจนา นาลาด) 08-1736-3720

โปสเตอร์รูปแบบตัวเอส โครงสีโทนผสม

มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
MUBAN CHOM BUENG RAJABHAT UNIVERSITY 2006
เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ประจำปีการศึกษา
ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป 2551

มหาวิทยาลัยดีเด่น **TOP TEN** ในการจัด
 ลำดับมหาวิทยาลัยราชภัฏ 40 แห่งทั่วประเทศ
 ลำดับ3: สาขาวิทยาศาสตร์ ลำดับ5 : ด้านการเรียนการสอน
 ลำดับ10 : ด้านการวิจัย

หลักสูตรที่เปิดสอน
ในปีการศึกษา 2551
2 5 5 1

- **คณะครุศาสตร์ (ค.บ.)**
 ศึกษาศาสตร์ , คอมพิวเตอร์ศึกษา
 วิทยาศาสตร์ทั่วไป , ภาษาไทย
 ภาษาอังกฤษ , การศึกษานานาชาติ
 และศึกษาศาสตร์-เทคโนโลยีช่วยผู้พิการ
 (ศึกษาศาสตร์ 2 วิชาสาขา)
 เทคโนโลยีระบบนิเทศกรรมการศึกษา
- **คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ (ศ.บ.)**
 ภาษาอังกฤษ , ภาษาอังกฤษธุรกิจ
 ศิลปวัฒนธรรม , ออกแบบประยุกต์ศิลป์
 การจัดการสารสนเทศ
 แพทย์แผนไทย , รัฐประศาสนศาสตร์
 นิติศาสตร์ (อ.บ.บ.)
- **คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ว.บ.)**
 เคมี , ชีววิทยาประยุกต์ , วิทยาการคอมพิวเตอร์
 วิทยาการต่อเติมเทคโนโลยีการอาหาร , เทคโนโลยีสารสนเทศ ,
 เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ก่อสร้าง) , เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ไม้แผ่น)
 เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (การผลิต)
- **วิทยาลัยมวยไทย:** การจัดการสุขภาพชุมชน

มหาวิทยาลัยราชภัฏที่เก่าแก่และโดดเด่นมีเอกลักษณ์ ดังนี้
 คุณหลักอุดมธรรมาภิบาลและสำนึกใญ่จิ๋ว , มีทุนค่าครองชีพให้ ปีละ 9,000 บาท (ฟรี)
 ค่าธรรมเนียมถูก เพียงวันละ 50 บาท ก็เพียงพอต่อวัน
 มีงานทำระหว่างเรียน (2,000เดือน) , มีบรรยากาศดี ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่สวยงาม
 นักศึกษามีงานทำทันทีสำหรับนักศึกษาวิจัยละ 90
 มีชื่อเสียงมหาวิทยาลัยในราชภัฏ (1,800ภาคการศึกษา)

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ :
 สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน : 0-3226-1790 ต่อ 1400,1404 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 0-3226-1790 ต่อ 1109 , 1105
 สอวอธิการบดี (อ.กาญจนา นาลาด) 08-1736-3720

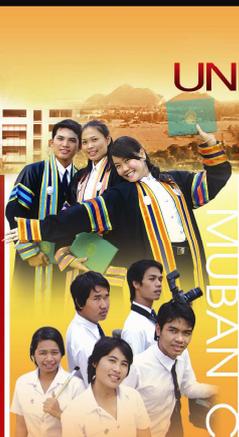
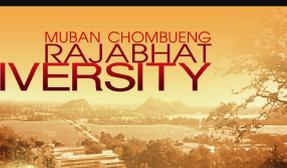
โปสเตอร์รูปแบบตัวที่ โครงสีโทนร้อน



มหาวิทยาลัยราชภัฏจุฬานจอมบึง

เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ประจำปีการศึกษา **2551**

มหาวิทยาลัยต้น **TOP TEN** ในการจัดลำดับมหาวิทยาลัยราชภัฏ 40 แห่งทั่วประเทศ
ลำดับ3 : สาขาวิทยาศาสตร์ ลำดับ5 : ด้านการเรียนการสอน ลำดับ10 : ด้านการวิจัย

**MUBAN CHOMBUENG
RAJABHAT
UNIVERSITY**

หลักสูตรที่เปิดสอน ในปีการศึกษา 2551

คณะครุศาสตร์ (ค.บ.)
ครุศาสตรบัณฑิต , คอมพิวเตอร์ศึกษา
ศึกษาศาสตร์ทั่วไป , ภาษาไทย
ภาษาอังกฤษ , การศึกษานานาชาติ
พลศึกษา-เทคโนโลยีผู้สูงอายุศึกษา
(หลักสูตร 2 ปีบริบูรณ์)
เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา

**คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ (ศศ.บ.)**
ภาษาจีน , ภาษาอังกฤษธุรกิจ
ศิลปการดนตรี , ออกแบบประยุกต์ศิลป์
การจัดการสารสนเทศ , พืชมานุษยชน
รัฐประศาสนศาสตร์ , นิติศาสตร์ (พ.บ.)

**มหาวิทยาลัยราชภัฏที่เก่าแก่
และโดดเด่นมีเอกลักษณ์ ดั้งเดิม**

คุณหลักสูตรนิยมมีอัตราเงินค่าเล่าเรียน
มีทุนค่าครองชีพให้ ปีละ 9,000 บาท (ฟรี)
ค่าครองชีพถูก เพียงวันละ 50 บาท ก็เพียงพอต่อวัน
มีงานทำระหว่างเรียน (ขอสมัครเรียน)
มีระบบดี ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่สวยงาม
นักศึกษาเป็นกันที่ใส่ใจใส่ใจกว่าร้อยละ 90
มีหอพักมหาวิทยาลัยในราคาถูกลง (1,800บาทการศึกษา)

หมายเหตุ :
เปิดสอนวันอาทิตย์ (4 ปี) และหลักสูตร ต่อเนื่อง 2 ปี

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
โทร: 3996-1700 ต่อ 1400, 1404
ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 0-3226-1790 ต่อ 1109 , 1105
รองอธิการบดี (อ.กาญจนา นาคเดช) 08-1756-5720
www.mcu.ac.th

หลักสูตรที่เปิดสอน ในปีการศึกษา 2551

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.บ.)
เคมี , ชีววิทยาประยุกต์ , วิทยาการคอมพิวเตอร์
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร , เทคโนโลยีสารสนเทศ
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ก่อสร้าง)
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ไฟฟ้า)
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (การผลิต)

คณะวิทยาการจัดการ (บธ.บ./ศศ.บ.)
นิเทศศาสตร์ (วิทยุ - โทรทัศน์)
อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ , บริหารธุรกิจ (การบัญชี)
บริหารธุรกิจ (การตลาด) , การจัดการทั่วไป
บริหารธุรกิจ (บริหารทรัพยากรมนุษย์)

วิทยาลัยมวยไทย
การจัดการสุขภาพชุมชน

**เรียนอย่างมี..ความสุข
จบอย่างมี..คุณภาพ**

โปสเตอร์รูปแบบตัวที โครงสีโทนเย็น



มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ประจำปีการศึกษา **2551**
 มหาวิทยาลัยติด **TOP TEN** ในการจัดลำดับมหาวิทยาลัยราชภัฏ 40 แห่งทั่วประเทศ
 ลำดับ 3 : สาขาวิทยาศาสตร์ ลำดับ 5 : ด้านการเรียนการสอน ลำดับ 10 : ด้านการวิจัย



MUBAN CHOMBUENG
RAJABHAT
UNIVERSITY

หลักสูตรที่เปิดสอน ในปีการศึกษา 2551

คณะครุศาสตร์ (ค.บ.)
 ศึกษาศาสตร์ , คอมพิวเตอร์ศึกษา
 ศึกษาศาสตร์ทั่วไป , ภาษาไทย
 ภาษาอังกฤษ , การศึกษาปฐมวัย
 พลศึกษา-เทคโนโลยีสื่อทางอา
 ศาสตร์ 2 (ปริญญา)
 เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา

**คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ (ศ.บ.)**
 ภาษาจีน , ภาษาอังกฤษธุรกิจ
 ศิลปะการดนตรี , ออกแบบประยุกต์ศิลป์
 การจัดการสารสนเทศ , ฝึกนายนวม
 รัฐประศาสนศาสตร์ , นิติศาสตร์ (บ.บ.)

**มหาวิทยาลัยราชภัฏที่เก่าแก่
และโดดเด่นมีเอกลักษณ์ ดังนี้**
 ทุนการศึกษาของนิสิตที่จบแล้วจะรับเงินให้จริง
 มีทุนค่าครองชีพให้ ปีละ 9,000 บาท (ฟรี)
 ค่าครองชีพสูงๆ เดือนละ 50 บาท ก็เพียงพอต่อวัน
 มีงานทำระหว่างเรียน (๒,๐๐๐ต่อชม)
 มีระบบดี ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่สวยงาม
 นักศึกษาเป็นงานทำในที่สุดจึงทำให้จบแล้วมีงานทำ ๑๐
 มีคอมมิวนิตี้อาสาสมัคร (1,800ภาคการศึกษา)

หมายเหตุ :
 เปิดสอนทั้งหลักสูตรปริญญาตรี (4 ปี)และหลักสูตร ต่อเนื่อง ๒ ปี

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
 สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
 0-3226-1700 ต่อ 1400, 1404
 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 0-3226-1790 ต่อ 1109 , 1105
 อีเมล: oia@mcu.ac.th (อ.กาญจนา นาลา) 08-1736-3720
 www.mcu.ac.th

หลักสูตรที่เปิดสอน ในปีการศึกษา 2551

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.บ.)
 เคมี , ชีววิทยาประยุกต์ , วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์
 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร , เทคโนโลยีสารสนเทศ
 เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ก่อสร้าง)
 เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ไฟฟ้า)
 เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (การผลิต)

คณะวิทยาการจัดการ (บธ.บ./ศบ.บ.)
 มีกศศาสตร (ศึกษ - ทัศน)
 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 คอมพิวเตอร์ธุรกิจ , บริหารธุรกิจ (การบัญชี)
 บริหารธุรกิจ (การตลาด) , การจัดการทั่วไป
 บริหารธุรกิจ (บริหารทรัพยากรมนุษย์)

วิทยาลัยมวยไทย
 การจัดการสุขภาพชุมชน

เรียนอย่างมี..ความสุข
จบอย่างมี..คุณภาพ



MUBAN CHOMBUENG



โปสเตอร์รูปแบบตัวที่ โครงสีโทนมผสม



มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ประจำปีการศึกษา **2551**
 มหาวิทยาลัยติดอันดับ **TOP TEN** ในการจัดลำดับมหาวิทยาลัยราชภัฏ 40 แห่งทั่วประเทศ
 ลำดับที่ 3 : สาขาวิทยาศาสตร์ ลำดับที่ 5 : ด้านการเรียนการสอน ลำดับที่ 10 : ด้านการวิจัย



หลักสูตรที่เปิดสอน ในปีการศึกษา 2551

คณะครุศาสตร์ (ค.บ.)
 คณิตศาสตร์ , คอมพิวเตอร์ศึกษา
 วิทยาศาสตร์ทั่วไป , ภาษาอังกฤษ
 ภาษาอังกฤษ , การศึกษาปฐมวัย
 แพลศึกษา-เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาศาสตร์ (หลักสูตร 2 ปีเรียนจบ)
 เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา

**คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ (ศ.บ.)**
 ภาษาอังกฤษ , ภาษาอังกฤษธุรกิจ
 ศิลปการดนตรี , ออกแบบประยุกต์ศิลป์
 การจัดการสารสนเทศ , พิษณุชนุชน
 รัฐบาลศาสตร์ , นิติศาสตร์ (น.บ.)

**มหาวิทยาลัยราชภัฏที่เก่าแก่
และโดดเด่นยิ่งเอกลักษณ์ ดังนี้**
 ทุนอุดหนุนมีมติของรัฐและทำงานได้จริง
 มีทุนอุดหนุนปีละ 100 ล้านบาท (งบรัฐ)
 ค่าครองชีพถูก เพียงวันละ 50 บาท ก็เพียงพอต่อวัน
 มีงานทำระหว่างเรียน (๕,๐๐๐บาท/เดือน)
 มีระบบที่ ภายใต้อุปกรณ์ที่ทันสมัย
 นักศึกษาเป็นงานทำกันที่สำเร็จการศึกษาว่าร้อยละ ๑๐
 มีหอพักมหาวิทยาลัยได้ในราคาถูก (1,8๐๐บาทการศึกษา)

หมายเหตุ :
 เปิดสอนในหลักสูตร ปีการศึกษา 14 ปีและหลักสูตร คณิต ๒ ๒ ปี

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
 สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
 ต. ๕994-1700 ถึง 1400 1404
 หมายเลขโทรสาร 0-3820-1700 ต่อ 1109 , 1105
 รองอธิการบดี (อำนวยการ ภาควิชา) 08-1736-3720
 แผนก.น. mcrn.dcc.th

MUBAN CHOMBUENG

หลักสูตรที่เปิดสอน ในปีการศึกษา 2551

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (คท.บ.)
 เคมี , ชีววิทยาประยุกต์ , วิชาการคอมพิวเตอร์
 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร , เทคโนโลยีการ
 เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ก่อสร้าง)
 เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (ไฟฟ้า)
 เทคโนโลยีอุตสาหกรรม (การผลิต)

คณะวิทยาการจัดการ (บช.บ./ศบ.บ.)
 นิเทศศาสตร์ (วิทยุ - โทรทัศน์)
 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 คอมพิวเตอร์ธุรกิจ , บริหารธุรกิจ (การบัญชี)
 บริหารธุรกิจ (การตลาด) , การจัดการทั่วไป
 บริหารธุรกิจ (บริหารทรัพยากรมนุษย์)

วิทยาลัยมวยไทย
 การจัดการสุขภาพชุมชน

เรียนอย่างมี..ความสุข
จบอย่างมี..คุณภาพ



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาวสุจิตตรา จันทร์ลอย
วัน-เดือน-ปีเกิด	8 กันยายน 2522
สถานที่เกิด	จังหวัดกาญจนบุรี
ที่อยู่	48/1 หมู่ 9 ตำบลหนองหญ้า อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2545	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีและนวัตกรรม การศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
พ.ศ. 2548	ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาบริหารการศึกษา (ศษ.ม.) สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2545	เจ้าหน้าที่ผลิตสื่อ โครงการผลิตสื่อเพื่อการศึกษาและการ ประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ผลิตสื่อ โครงการพระราชดำริสมเด็จพระเทพฯ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง