

การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม
กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องบินดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ

พฤษภาคม 2556

การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม
กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องบินดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอนุรักษ์ศิลปกรรมและการออกแบบ

พฤษภาคม 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม
กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอนุรักษ์ศิลปกรรมและการออกแบบ

พฤษภาคม 2556

ศิริเพ็ญ พิลาคุณ. (2556). การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม
กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.

ปริญญาานิพนธ์ ศป.ม. (นวัตกรรมการออกแบบ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระวิเทพ มุสิกะปาน,

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวมอญในเกาะเกร็ดและ
ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาชาวมอญ และพัฒนารูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่สามารถเพิ่มมูลค่า
ของผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นจากการท่องเที่ยว
กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือนักท่องเที่ยวในบริเวณเกาะเกร็ด และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อ
มัลติมีเดีย ทำการศึกษาโดยสำรวจความต้องการจากนักท่องเที่ยวและพัฒนาสื่อที่สอดคล้องกับ
ความต้องการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และ
แบบสอบถามความเหมาะสมของสื่อมัลติมีเดีย สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการศึกษาเบื้องต้นโดยการทำแบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มจากจำนวนนักท่องเที่ยว
จำนวน 50 คน พบว่า ความต้องการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมัลติมีเดียอยู่ในระดับมาก
ซึ่งถือเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการสร้างสื่อมัลติมีเดียตามความต้องการของนักท่องเที่ยว จากข้อมูล
ข้างต้นผู้วิจัยได้ทำการออกแบบและพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย โดยมีการนำเรื่องราวความเป็นมาทาง
วัฒนธรรมของชาวมอญในเกาะเกร็ด การนำเอกลักษณ์เฉพาะตัวของลวดลายเครื่องปั้นดินเผา และ
ขั้นตอนการผลิตเครื่องปั้นดินเผา มาเป็นจุดแข็งในการนำเสนอผ่านสื่อมัลติมีเดียรูปแบบวีดิทัศน์เชิงสาร
คดีสั้น ผลการประเมินสื่อมัลติมีเดียที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญ ในด้านโครงสร้างการนำเสนอ
มัลติมีเดีย ด้านรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อวีดิทัศน์ ด้านเทคนิคพิเศษในการนำเสนอภาพกราฟิก ด้าน
ความเหมาะสมของเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดียในการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่าอยู่ในระดับความ
เหมาะสมมาก และจากการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับชมสื่อมัลติมีเดียที่
ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น พบว่าพอใจอยู่ในระดับมาก สรุปได้ว่า การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียที่เหมาะสมสามารถ
ช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นได้

A STUDY AND DEVELOPMENT OF TOURISM MULTIMEDIA FOR VALUE ADDED
LOCAL WISDOM PRODUCTS: A CASE STUDY OF THAI EARTHENWARE
AT KOH KRED, PAK KRED, NONTHABURI.



Present in Partial Fulfillment of the Requirement for the
Master Degree of Fine Arts and Applied Arts in Innovation Design
at Srinakharinwirot University

May 2013

Siripen Pilakhun. (2013). *A Study and Development of Tourism Multimedia for Value Added Local Wisdom Products: A Case Study of Thai Earthenware at Koh Kred, Pak Kred, Nonthaburi*. Master thesis, M.F.A. (Innovation Design). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Asst. Prof. Dr. Ravitep Musikapan.

This research aims to study the traditional culture of the Mon in Koh Kret and The value-added Mon pottery products and to develop multimedia applications that can enhance the value of products and linked to culture to achieve a higher economic value from tourism. The research samples were tourists in Koh Kret area and Multimedia design professionals. The study was conducted by using Survey to obtain the requirement of the tourism and developed the media that related to the needs. The 5-degree rating scale questionnaire and the suitable multimedia evaluation form were used as research tools. The statistics used in this study were frequency, percentage, mean and standard deviation.

Preliminary study using the survey of a random number of 50 people found that the perception through multimedia in public relations was at a high level. This was a reasonable approach to create multimedia from tourism's needs. From the above data, the researcher has designed and developed multimedia by bringing the cultural capital of the Mon in Koh Kret, the unique designs of pottery and production Process of pottery to be the strengths in multimedia presentation video documentary. The Evaluation of researcher's developed multimedia by experts in terms of structured multimedia presentations, the presentation format via video, special technical graphics presentation, and suitability of the content of the media in a press release were founded at high level of suitability. Also, the questionnaire assessment from the multimedia audience showed that the satisfaction of multimedia developed was at high level. In conclusion, the development of a suitable multimedia can help adding value to the local products.



งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย
จาก
ทุนพัฒนาบุคลากร 60 ปี ศรีสังฆามหานคร ปี พ.ศ.2553
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประกาศคุณูปการ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผศ.สินีนารถ เลิศไพโรจน์ ประธานหลักสูตรนวัตกรรมการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษา อันเป็นแนวทางในการทำวิจัยและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดทั้งให้กำลังใจให้ผู้วิจัยมีความมานะพยายาม ไม่ย่อท้อในการทำวิจัย ครั่งนี้มาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในวาระที่ ศ.ดร.วิรุณ ตั้งเจริญ ดำรงตำแหน่งอธิการบดี คณะกรรมการพิจารณาทุนพัฒนานุเคราะห์ 60 ปี ศรีสง่างามนคร ประจำปี พ.ศ. 2553 ทุกท่าน ขอขอบพระคุณท่าน รศ.สุมาลี เหลืองสกุล รองอธิการบดีฝ่ายบุคคลในสมัยนั้น ที่ได้มอบโอกาสในการศึกษาและเพิ่มพูนศักยภาพ กรุณาสันับสนุน ส่งเสริมด้านการศึกษา ขอบพระคุณ รศ.ดร.วิภาวี อนุพันธ์พิศิษฐ์ รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ ผศ.ดร.ปฐมทัศน์ จิระเดชะ ซึ่งดำรงตำแหน่งประธานโครงการบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษาในขณะนั้น และผู้อำนวยการสถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญาและวิจัยในปัจจุบัน และ ดร.อาจริ ศุภสุธิกุล ผู้บังคับบัญชาเบื้องต้น ที่ให้การสนับสนุนด้านการศึกษาพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า ในการให้คำแนะนำ คำปรึกษา ปรับปรุงผลงานวิจัยให้มีประสิทธิภาพ ขอขอบคุณคณาจารย์ประจำสาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ ผศ.ดร.ระวิเทพ มุสิกะปาน ดร.กรกมล คำสุข อาจารย์ยศไกร ไทรทอง และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ และสั่งสมความรู้ประสบการณ์ในการเรียนที่ดี พร้อมทั้งให้คำแนะนำ ให้การช่วยเหลือทั้งในเรื่องการเรียนและการวิจัยในครั้งนี ขอขอบคุณเพื่อนๆ ร่วมชั้น สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ รุ่น 53 ทุกคนที่ร่วมเรียน ร่วมทุกข์ ร่วมสุข และช่วยเป็นกำลังใจไม่ให้ท้อถอยแก่ผู้วิจัยเสมอมา ตลอดจนให้ความช่วยเหลือด้านการเรียนแก่กันและกันเรื่อยมาจนวันสำเร็จการศึกษาด้วยใจจริง โดยเฉพาะคุณนรพงษ์ กิ่งศักดิ์ที่คอยช่วยเหลือในเรื่องการเรียบเรียงข้อมูลรูปแบบงานวิจัยในครั้งนี ขอขอบคุณเพื่อนสนิททุกท่าน สวีตโมสร์ทุกคน กับการมอบความรักและห่วงใยให้กันอย่างบริสุทธิ์ใจ ขอขอบคุณคุณข้าวหอม ที่คอยให้มุมมองการมองโลกในแง่ดีเสมอมา ไม่ว่าเหตุการณ์ในการดำเนินชีวิตจะเปลี่ยนแปลงไปในทางใด แต่ในที่สุดก็ผ่านมาจนได้ รวมทั้งผู้ที่ไม่ได้อ้างชื่อในที่นี้เป็นแรงบันดาลใจ และแรงผลักดันให้มีจิตใจเข้มแข็งยามท้อแท้ในการเรียนและการทำวิจัย ครั่งนี้ ด้วยความซาบซึ้งใจมา ณ โอกาสนี้

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดาและมารดา ที่เป็นกำลังใจสำคัญในการเรียนและการทำวิจัยครั้งนี้อย่างหาที่สุดมิได้ และหวังว่าจะเป็นแรงใจให้ผู้วิจัย ได้มีโอกาสในการพัฒนาตน ด้านการเรียนนี้ให้ดียิ่งๆ ขึ้นต่อไป เพื่อความภาคภูมิใจของครอบครัวเรา

ศิริเพ็ญ พิลาคูณ

สารบัญ

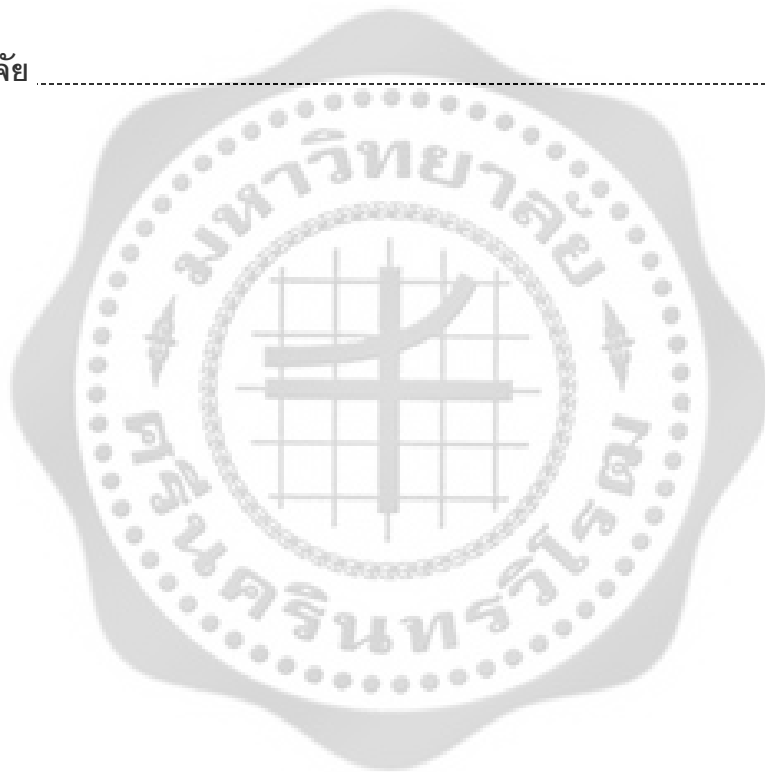
บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ความเป็นมาของเกาะเกร็ดและผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ของเกาะเกร็ด.....	10
ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของเกาะเกร็ด.....	10
ความเป็นมาของเครื่องปั้นดินเผา.....	10
แนวคิดความต้องการการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมัลติมีเดียของนักท่องเที่ยว ในเกาะเกร็ด.....	28
แนวคิดสัณฐานวิทยา.....	28
แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	30
แนวคิดทางสุนทรียศาสตร์.....	33
ทฤษฎีการสื่อสาร.....	38
ทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้.....	43
แนวคิดทางการตลาด.....	45
หลักการทั่วไปในการผลิตสื่อมัลติมีเดีย.....	47
หลักการผลิตวีดิโอ.....	47
แนวคิดการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย.....	63
ทฤษฎีการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย.....	66
ทฤษฎีการผลิตภาพยนตร์.....	67

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
แนวคิดในการผลิตสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.....	79
แนวคิดการปรับสีภาพวิดีโอแบบ Flim Look.....	79
แนวคิดการปรับสีภาพวิดีโอแบบโลโม (LOMO).....	84
แนวคิดการปรับสีภาพวิดีโอแบบวีวีวิด (Vivid).....	85
แนวคิดการสร้างภาพเคลื่อนไหวด้วยโปรแกรม After Effect.....	86
แนวความคิดด้านสี อิสระไร้กฎเกณฑ์ Carefree Attitude.....	100
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	101
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	105
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	105
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	105
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	107
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	108
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	111
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	126
บรรณานุกรม.....	132
ภาคผนวก.....	137
ภาคผนวก ก.....	138
ภาคผนวก ข.....	142
ภาคผนวก ค.....	156

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก (ต่อ)	
ภาคผนวก ง.....	159
ภาคผนวก จ.....	163
ภาคผนวก ฉ.....	165
ภาคผนวก ช.....	182
ประวัติย่อผู้วิจัย	190



บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามความต้องการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อ	112
2 แบบสอบถามความต้องการรับรู้ข่าวสาร.....	114
3 แสดงแบบร่าง แสดงถึงลักษณะการถ่ายภาพและโทนสี แสดงอารมณ์ (Mood and Tone).....	115
4 แสดงผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียต้นแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญ.....	116
5 ผลวิเคราะห์การผลิตสื่อมัลติมีเดียต้นแบบครั้งที่ 2 รูปแบบวีดิทัศน์.....	118
6 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	121
7 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับชมสื่อมัลติมีเดีย.....	123
8 แบบสอบถามการเพิ่มแรงจูงใจในการสร้างทัศนคติที่ดี.....	124



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด.....	13
2 การปั้นการขึ้นรูป.....	18
3 ลวดลายเครื่องปั้น.....	20
4 เครื่องปั้นดินเผาทรงโกฏี.....	22
5 การเขียน Story Board.....	71
6 หน้าต่างการใช้โปรแกรม Color.....	79
7 ตัวอย่างการพิจารณาโทนสี.....	80
8 ตัวอย่างก่อนการปรับย้อมสี.....	81
9 ตัวอย่างหลังการปรับย้อมสี.....	82
10 ตัวอย่างหลังการปรับย้อมสี.....	83
11 ตัวอย่างหลังการปรับย้อมสีที่เสร็จสมบูรณ์.....	84
12 การปรับสีภาพแบบ LOMO.....	85
13 การปรับสีภาพแบบ Vivid.....	86
14 โปรแกรม After Effect.....	87
15 หน้าต่างโปรแกรม After Effect.....	88
16 หน้าต่างโปรแกรม After Effect.....	89
17 ภาพตัวอย่างการใช้โปรแกรม After Effect ในงานโทรทัศน์.....	91
18 ภาพตัวอย่างการใช้โปรแกรม After Effect ในงานภาพยนตร์.....	91
19 ภาพหน้าต่างโปรแกรม After Effect.....	93
20 ภาพหน้าต่างโปรแกรม After Effect.....	94
21 หน้าต่าง Timeline.....	95
22 หน้าต่าง File ชื่อ.....	96
23 หน้าต่างการ Import File.....	96
24 หน้าต่าง Composition Setting.....	97
25 หน้าต่าง ลาก file boy.avi จากหน้าต่าง Project window มายัง Time line.....	97
26 Key frame.....	98
27 ภาพตัวอย่างการกำหนดค่า key frame.....	98

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
28 ตัวอย่างการกำหนดค่า Render.....	99
29 กำหนดค่า Render.....	99
30 กลุ่มโทนสีแบบอิสระไร้กฎเกณฑ์ (Carefree Attitude).....	101



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวของโลกได้เติบโตอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องและมีการพัฒนาอย่างเป็นระบบจนกลายเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก(รายงานของ World Travel and tourism council 1991) มีการขยายตัวอย่างมากและมีการแข่งขันกันอย่างสูงทั้งภายในและภายนอกประเทศ (จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์. 2554)

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้กับหลายประเทศ ก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและช่วยสร้างงานสร้างอาชีพให้ประชาชนมีงานทำมีรายได้ สำหรับประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศเป็นอันดับสองรองจากการส่งออกคอมพิวเตอร์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ยังคงทำงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศมาอย่างต่อเนื่อง 51 ปี โดยกำหนดวิสัยทัศน์ที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวโดยยืนอยู่บนพื้นฐาน การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ความสง่างามของความเป็นไทย และมีมาตรฐานระดับสากล เพื่อให้เกิดดุลยภาพทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และยังมีเป้าหมายทางการตลาดในเชิงเศรษฐกิจ: ตลาดต่างประเทศ : สร้างรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 (ประมาณการจำนวนรายได้ 600,000 ล้านบาท และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว 15.5 ล้านคน) ตลาดในประเทศ : สร้างรายได้หมุนเวียนภายในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 (ประมาณการจำนวนรายได้ 432,000ล้านบาท และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว 91ล้านคน-ครั้ง) ซึ่งเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ได้มาจากมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของชาติ (รายงานประจำปีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2554: 80) ภาพรวมสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างประเทศ สถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้าประเทศไทยปี 2554 มีจำนวน 19.09 ล้านคน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.84 ทั้งนี้จำนวนนักท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตสะสมในช่วง 10 เดือนแรกมาโดยตลอด โดยเฉพาะเดือนพฤษภาคมที่นักท่องเที่ยวขยายตัวสูงถึงร้อยละ 70.26 แต่จากผลกระทบของวิกฤติอุทกภัยส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเดือนตุลาคม 2554 ชะลอการเติบโตและหดตัวร้อยละ 18 ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2554 แต่ด้วยอาณิสัยของการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในช่วง 10 เดือนแรกจึงทำให้ทุกกลุ่มตลาดยังคงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในระดับที่ดี คือ เอเชียตะวันออก เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.30 อาเซียน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.96 เอเชียใต้ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.54 โอเชียเนีย เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.61อเมริกา เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.85 ยุโรป เพิ่มขึ้นร้อยละ

11.40 แอฟริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.73 และตะวันออกกลาง เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.95 ตามลำดับส่วนภาพรวม สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยของคนไทยภายในประเทศทั้งปี 2554 คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยว เดินทางประมาณ 98 ล้านคน-ครั้ง ต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ 104.5 ล้านคน-ครั้ง สร้างรายได้ประมาณ 407,600 ล้านบาท ต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ 421,100 ล้านบาท จากผลของกำลังซื้อที่หดตัวอย่าง รุนแรงในช่วงครึ่งปีหลังจากเหตุวิกฤตอุทกภัย จุดให้การเดินทางที่มีแนวโน้มเติบโตดีในช่วงครึ่งปีแรก สะดุดลง ปีงบประมาณ 2554 เป็นปีที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ มากมายทั้งจากปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกประเทศ อันได้แก่ ความไม่แน่นอนทางการเมือง สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และภัยพิบัติทางธรรมชาติ ถึงกระนั้น ด้วยความพยายามร่วมแรงร่วมใจในการ ดำเนินงานสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยจากบุคลากรทุกภาคส่วน ในการ เจริญฟื้นฟู ส่งเสริม และพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเจริญรุ่งเรือง ส่งผลให้ประเทศไทย ยังคงรักษาสถานะของการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติและ ผู้ประกอบการชั้นนำของโลก อันเป็นที่ยอมรับในฐานะแหล่งท่องเที่ยวในฝันที่ต้องการเดินทางมาเยือน

จังหวัดนนทบุรี เป็นเมืองเก่าแก่มาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีมีความเป็นมาทาง ประวัติศาสตร์อันยาวนานกว่า 460 ปี พ.ศ. 2179 ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวนผลไม้ และทำไร่ ทำนา ปัจจุบันพื้นที่ ของจังหวัดซึ่งเคยเป็นสวนผลไม้และมีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพฯ เริ่มมีการ เปลี่ยนแปลงเป็นที่อยู่ อาศัยของประชาชนที่อพยพมาจากทุกภาคของประเทศ นอกจากนี้ พื้นที่ บางส่วนของจังหวัดในบางอำเภอยังเป็นที่รองรับการขยายตัวในด้านอุตสาหกรรม มีการจัดสรรที่ดิน และก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรม เป็นจำนวนมาก ในตำบลมีท่าเทียบเรือเอกชนและท่าเทียบเรือวัด สนามเหนือและวัดกลางเกร็ดที่ใช้เป็นท่าเรือเดินทางไปเกาะเกร็ด

อำเภอปากเกร็ดมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญคือ เกาะเกร็ด เป็นสถานที่ขึ้นชื่อของชุมชนกลุ่มชาว มอญและมีเครื่องปั้นดินเผาชั้นดี เป็นสินค้าประจำของเกาะเกร็ด โดยมีพระเจดีย์มูเตตาของวัดปรมย์ยิ กาวาส เป็นสัญลักษณ์ประจำฝั่งทำน้ำของเกาะเกร็ดมีหมู่บ้านช่างปั้น อยู่เกาะเกร็ดในท้องที่หมู่ 1,5,6,7 ตำบลเกาะเกร็ด มีช่างปั้นอาศัย อยู่นับสิบราย เป็นศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านชาวมอญ จัดแสดง เครื่องปั้นดินเผามอญ ลายโบราณ การปั้นเครื่องปั้นดินเผานั้นเป็นอาชีพชาวมอญ มาตั้งแต่ ครั้งตั้งถิ่นฐาน แถบลุ่มแม่น้ำอ่าวดี เอกลักษณ์ของศิลปะสกุลช่าง เกาะเกร็ด ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะคือ โองสลัก หรือหม้อสลัก หรือที่เรียกในปัจจุบันว่า "หม้อลายวิจิตร" ที่มีสัดส่วนและการตกแต่งงดงาม และมีมา ตั้งแต่สมัย กรุงธนบุรี นับเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่เก่าแก่ที่สุดในจังหวัดนนทบุรี ลวดลาย ประณีต สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และยังเป็นสัญลักษณ์ตราประจำ จังหวัดนนทบุรี พิพิธภัณฑ์แห่งนี้เริ่ม โดยคุณพิศาล บุญผูก เครื่องปั้นดินเผาต่างๆ สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิต และภูมิปัญญาความศรัทธาใน พุทธศาสนา ของชาวมอญได้อย่างชัดเจน อาทิ เจียม (กะละมัง) หม้อสังกรานต์ซึ่งใช้ใส่ข้าวแช่ นำไปถวาย

พระในวันสงกรานต์ ฯลฯ นอกจากนี้ระหว่างสองข้างทางเดิน บนเกาะมีบางบ้านที่ทำเครื่องปั้นดินเผา ภาชนะของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น กระถาง ครก โถงน้ำ ฯลฯ ซึ่งนับเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มของชุมชนแห่งนี้ที่มักได้รับความนิยมในการจำหน่าย ซื่อขายเป็นที่ระลึก ของฝากในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ

ยังขาดสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์นี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการสื่อสารที่ดีระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการบอกถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นเสมือนการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าในระยะยาว และทำการโฆษณาช่วยทำให้เกิดแรงกระตุ้นเร่งเร้าด้วยวิธีการต่างๆ ในการซื้อของนักท่องเที่ยว (นิชา ชัชกุล. 2555: 355)

ซึ่งเมื่อพูดถึงการท่องเที่ยวก็มักจะสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ มักนิยมซื้อสินค้าประเทศนั้นๆ เป็นที่ระลึก เก็บไว้เองหรือฝากญาติมิตร สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อไปฝากญาติมิตรนี้ย่อมเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความมีน้ำใจและความระลึกถึงของผู้เดินทางต่อผู้รับฝาก ทำให้ผู้รับก็ดีใจผู้ให้ก็มีความสุข ไม่ว่าจะด้วยจุดประสงค์ของการนำไปใช้เองในชีวิตประจำวันหรือเก็บไว้เตือนใจถึงถิ่นที่เคยไปเยือน ฝากญาติมิตร ซึ่งลักษณะสินค้าก็จะเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นซึ่งอาจเกิดจากประวัติความเป็นมาครั้งโบราณ ประวัติศาสตร์ที่เป็นมา มีราคาถูก หรือแพงตามความยากง่ายของการได้มาของผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเหล่านั้น เป็นสินค้าที่ใช้แรงงานหรือวัสดุในท้องถิ่น หรือเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวได้เองทำหรือเห็นขั้นตอนการผลิต (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548: 83-84)

จากแนวโน้มของปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลกและกับประเทศไทยที่เริ่มจะคลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้น ประกอบกับจากนโยบายของรัฐบาลยุคปัจจุบันที่มุ่งเน้นพัฒนาผู้ประกอบการ โดยนำนโยบายของไทยเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ จึงทำให้เห็นว่า ในอนาคตต่อไปข้างหน้าการแข่งขันจะทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการไทยจะต้องนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือปรับปรุงรูปแบบการดำเนินธุรกิจของตนเอง (สุจิตร์ บุญยขจร. 2555: ออนไลน์)

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพราะการท่องเที่ยวสามารถได้เข้าสู่ประเทศหลายแสนล้านบาทโดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวสวยงามและมีคุณค่าทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้งทั้งความมีมิตรไมตรีของคนไทยล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาเยือนในไทยเป็นจำนวนมาก (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548: 1)

ประกอบกับในช่วงเดือนตุลาคม ปี พ.ศ.2554 เกิดเหตุการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ ทำให้พื้นที่ในตำบลเกาะเกร็ดเกิดภาวะน้ำท่วมขังรุนแรงวิกฤติหนักเป็นเวลานานถึง 2-3 เดือนทำให้โรงงานและเตาเผาเครื่องปั้นดินเผาของผู้ประกอบการต้องจมอยู่ใต้น้ำสร้างความเสียหายต่ออาชีพหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเป็นอย่างมาก จากสถานการณ์น้ำท่วมบริเวณชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของคนใน ต.เกาะเกร็ด เป็นอย่างมากร้านค้าปิดตัวลง ส่งผลกระทบกับจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง และจากเหตุการณ์น้ำท่วมดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งที่เดิมที่มีอยู่จำนวน 10 ราย ลดเหลืออยู่เพียง 3-4 รายเท่านั้นที่ยังคงมุ่งมั่นสืบสานงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาไว้อยู่

จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยมีแนวความคิดว่า นอกเหนือจากการส่งเสริมผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาชาวอมฤตในเกาะเกร็ดให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น สามารถผลิตและขายได้ในเชิงพาณิชย์ สร้างความเข้มแข็งทางการตลาด รวมทั้งสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจแล้วนั้น การนำสื่อมัลติมีเดียที่มีการนำองค์ประกอบของสื่อชนิดต่างๆ มาผสมผสานเข้าด้วยกัน ซึ่งประกอบด้วย ตัวอักษร (Text) ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพเคลื่อนไหวหรืออนิเมชัน (Animation) เสียง (Sound) และวิดีโอ (Video) โดยผ่านกระบวนการทางระบบคอมพิวเตอร์เพื่อสื่อความหมายกับผู้ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ (Interactive Multimedia) ที่ได้รับการออกแบบตามหลักการออกแบบพัฒนาให้มีความเหมาะสมกับการใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สามารถเล่าเรื่องราว ร้อยเรียง เรื่องเล่าของท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์และยังสามารถนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างสากล ไปจนถึงขั้นตอนการทำเทคนิคพิเศษต่างๆ ภายหลังการถ่ายทำ นำเสนอแนวทางในมุมมองที่แปลกใหม่ ทั้งนี้เพื่อช่วยสร้างแรงจูงใจ สร้างความตระหนักถึงการที่จะต้องช่วยกันอนุรักษ์สืบทอดฟื้นฟูการประกอบอาชีพหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่นับวันจะเหลือน้อยลงทุกที ให้มีการสืบทอดอยู่คู่ชาวเกาะเกร็ด และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของเครื่องปั้นดินเผาผ่านขั้นตอนการบันทึกที่มีขั้นตอนมากมายให้เข้าใจง่าย ถ่ายทอดตัวผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาให้ผู้ชมด้วยมุมมองการถ่ายทำที่ประณีตงดงามสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเยี่ยมชม และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านธุรกิจการตลาด ทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้น ที่เกิดจากการท่องเที่ยว การจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้เป็นอย่างดี สามารถเป็นแนวทางช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ สามารถพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไปเปิดตลาดต่างประเทศได้ต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการรับรู้สื่อข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมัลติมีเดียของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น ในเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีความสนใจในงานผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญในเกาะเกร็ด

2. เพื่อพัฒนารูปแบบของสื่อมัลติมีเดียในประเด็นของกระบวนการผลิต การออกแบบ ที่สามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เล่าเรื่องราววัฒนธรรมท้องถิ่นเชื่อมโยงสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มในท้องถิ่นอย่างเป็นสากล สร้างความต้องการสินค้าและบริการ สร้างความตระหนักในตราสินค้า เน้นความสนใจซื้อของผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นจากการท่องเที่ยว

ความสำคัญของการวิจัย

1. เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบสื่อมัลติมีเดีย ที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ มีส่วนช่วยกระตุ้นบรรยากาศในการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นได้

2. ได้สื่อมัลติมีเดีย ที่มีความเหมาะสมสำหรับการเป็นสื่อสร้างสรรค์ที่สามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เล่าเรื่องราวของท้องถิ่นเพื่อเป็นการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาและการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

เป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของหลักการการออกแบบรูปแบบสื่อมัลติมีเดีย ที่สามารถใช้งานได้ อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

1. รูปแบบของสื่อมัลติมีเดีย ที่ใช้สำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญคัดเลือก รูปแบบผลงานการออกแบบที่มีความเหมาะสม

2. นักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด โดยใช้วิธีการการสุ่ม แบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากประชากรคณะแพทยและวัย จำนวน 50 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่ได้รับการออกแบบเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ต่อการตัดสินใจในดารท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่น

1.2 จำนวนของของสื่อมัลติมีเดียจำนวน 1 ชุด

2. ตัวแปรตาม ประสิทธิภาพ ความพึงพอใจของการได้รับข้อมูลจากการออกแบบด้วยสื่อมัลติมีเดียจากแบบสอบถาม

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **สื่อมัลติมีเดีย** หมายถึง การนำองค์ประกอบของสื่อชนิดต่างๆ มาผสมผสานเข้าด้วยกัน ซึ่งประกอบด้วย ตัวอักษร (Text) ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพเคลื่อนไหวหรือแอนิเมชัน (Animation) เสียง (Sound) และวิดีโอ (Video) โดยผ่านกระบวนการทางระบบคอมพิวเตอร์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม ได้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์การใช้งานสำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และสื่อมัลติมีเดียในที่นี้หมายถึงสื่อวีดิทัศน์ในรูปแบบสารคดีสั้น

2. **การท่องเที่ยว** หมายถึง เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

3. **ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น (OTOP) เป็นหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ของเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ได้รับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มของสินค้าในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่ได้รับการพัฒนา และถูกนำมาใช้เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจ

4. **สื่อสร้างสรรค์** หมายถึง สื่อมัลติมีเดียที่ได้รับการออกแบบมาเป็นอย่างดีในเชิงสร้างสรรค์สร้างทัศนคติที่ดี ทำความเข้าใจและสร้างให้เกิดการยอมรับท้องถิ่นให้เกิดกับนักท่องเที่ยวและมีวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เล่าเรื่องราววัฒนธรรมท้องถิ่นเชื่อมโยงสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มในท้องถิ่นอย่างเป็นสากล สร้างความต้องการสินค้าและบริการ สร้างความตระหนักในตราสินค้า เน้นความสนใจซื้อ

5. **การโฆษณาและประชาสัมพันธ์** หมายถึง การนำเสนอข่าวสารในรูปแบบการกระตุ้นเร่งเร้าด้วยวิธีต่างๆ ไปสู่ผู้บริโภคซึ่งเป็นเป้าหมายของการตลาด (Target Marget) โดยมีมุ่งหวังที่จะก่อให้เกิดปฏิกิริยาการตอบสนองจากกลุ่มผู้บริโภคนั้นตามที่กำหนดหรือคาดหวังล่วงหน้า เป็นเสมือนการสร้างมูลค่าให้กับตราสินค้าในระยะยาว เพื่อให้เกิดแรงกระตุ้น สามารถรักษามูลค่าในสายตาผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง

6. **ประสิทธิภาพของสื่อ** หมายถึง สื่อมัลติมีเดียที่สร้างขึ้นนี้ ผ่านขั้นตอนกระบวนการออกแบบและการผลิตสื่อโดยมีเกณฑ์การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมาก และการประเมินจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด ต.เกาะเกร็ด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี จำนวน 10 คนอยู่ในระดับมาก

สมมุติฐานการวิจัย

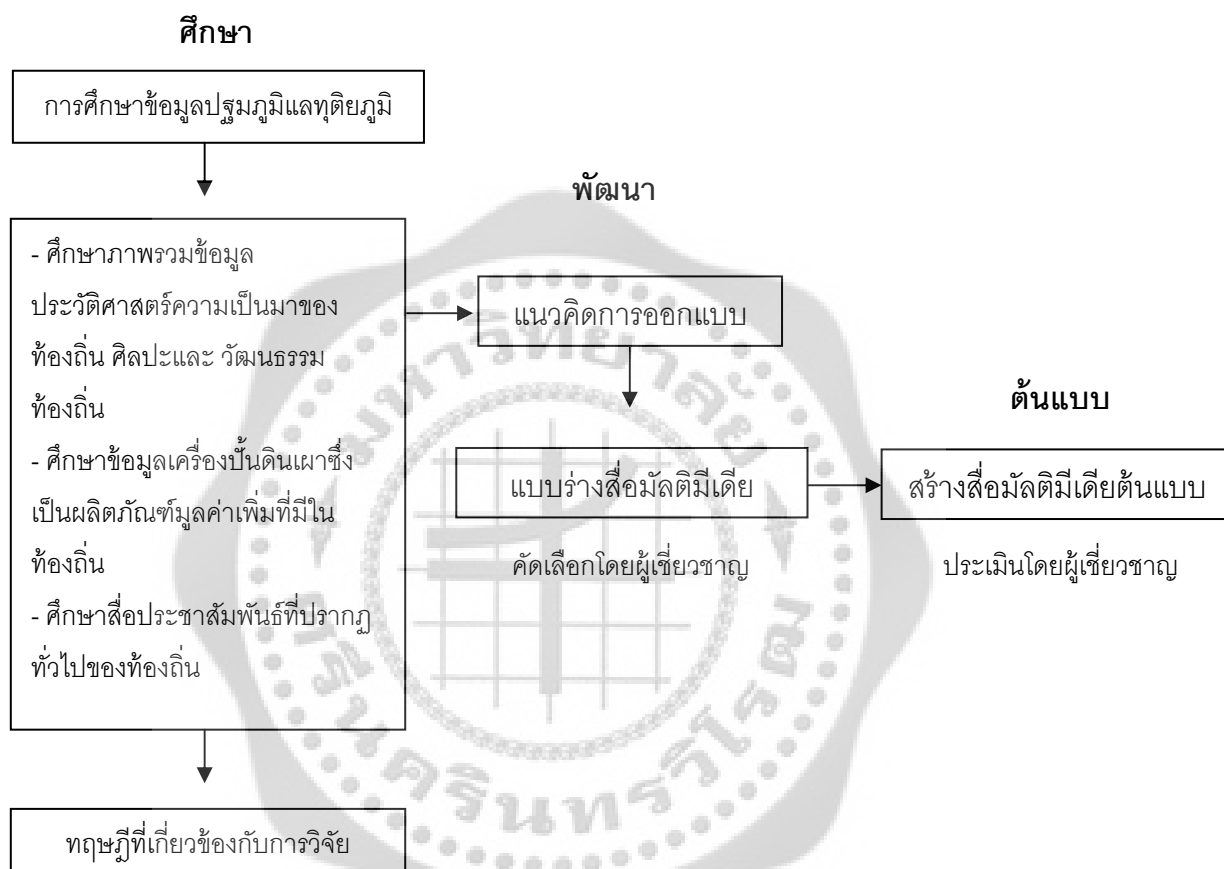
สื่อมัลติมีเดียที่ได้รับการออกแบบสร้างสรรค์ที่ดีมีประสิทธิภาพ มีความสอดคล้องและเหมาะสมในการใช้งาน สามารถสร้างความแตกต่างด้านรูปแบบการเป็นสื่อกลางระหว่างการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มีความแปลกใหม่ มีความทันสมัย มีประสิทธิภาพสามารถดึงดูดความสนใจและส่งผลต่อการท่องเที่ยวและการตัดสินใจของที่ระลึกผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นที่เกิดจากการท่องเที่ยว สร้างรายได้แก่ประชาชนและผู้ประกอบการได้อย่างยั่งยืน

ข้อตกลงเบื้องต้น

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างสรรค์รูปแบบสื่อมัลติมีเดีย เป็นวิดิทัศน์นำเสนอในเชิงสารคดีสั้น ตามทฤษฎีการสื่อสาร ทฤษฎีการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย แนวคิดการออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมอนุรักษ์และสร้างความตระหนักถึงคุณค่าทางทุนวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษของชาวมอญ ในเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี กระตุ้นการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผา

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวสำหรับผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษา กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี



- แนวคิดสัญวิทยา
- แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- แนวคิดทางการตลาด
- ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย
- ทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้
- ทฤษฎีการสื่อสาร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ความเป็นมาเกาะเกร็ดและผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ด
 - 1.1 ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของเกาะเกร็ด
 - 1.2 ความเป็นมาของเครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ด
2. แนวคิดความต้องการการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด
 - 2.1 แนวคิดสัญวิทยา
 - 2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 - 2.3 แนวคิดทางด้านสุนทรียศาสตร์
 - 2.4 ทฤษฎีการสื่อสาร
 - 2.5 ทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้
 - 2.6 แนวคิดทางการตลาด
3. หลักการทั่วไปในการผลิตสื่อมัลติมีเดีย แนวคิด และทฤษฎี
 - 3.1 หลักการผลิตวีดิโอ
 - 3.2 แนวคิดการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย
 - 3.3 ทฤษฎีการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย
 - 3.4 ทฤษฎีการผลิตภาพยนตร์
4. แนวคิดในการผลิตสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มกรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
 - 4.1 แนวคิดการปรับสีภาพวีดิทัศน์แบบ Film Look
 - 4.2 แนวคิดการปรับสีภาพแบบโลโม (LOMO)
 - 4.3 แนวคิดการปรับสีภาพแบบวีวิด (Vivid)
 - 4.4 แนวคิดการสร้างภาพเคลื่อนไหวด้วยโปรแกรม After Effect
 - 4.5 แนวคิดด้านสี อิสระไร้กฎเกณฑ์ (Carefree Attitude)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความเป็นมาเกาะเกร็ดและผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ด

1.1 ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของเกาะเกร็ด

เกาะเกร็ดเกิดขึ้นจากการขุดคลองลัดลำน้ำเจ้าพระยา ตรงที่มีแหลมยื่นไปตามความโค้งของแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระ แห่งกรุงศรีอยุธยา ในปี พ.ศ. 2265 เกาะเกร็ดเป็นเกาะขนาดใหญ่กลางลำน้ำเจ้าพระยา มีฐานะเป็นตำบล แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 หมู่บ้าน เกาะเกร็ดยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ที่ปรากฏให้เห็นได้จากคำขวัญของจังหวัดนนทบุรีที่ว่า “พระตำหนักสง่างาม ลือนามสวนสมเด็จ เกาะเกร็ดแหล่งดินเผา วัดเก่านามระบือ เลื่องลือทุเรียนนนท์ งามน่ายลศูนย์ราชการ”

จากคำขวัญของจังหวัดนนทบุรีที่กล่าวถึง เกาะเกร็ดแหล่งดินเผา ทำให้เรารู้ได้ว่าชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการทำเครื่องปั้นดินเผา และประกอบกับรัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมให้มีการทำผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาชุมชนของตนเองภายใต้โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่นส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น

เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากดินเหนียวท้องถิ่น ซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวมอญ หรือชาวมอญที่อาศัยอยู่บริเวณเกาะเกร็ดมากกว่า 200 ปี แต่เดิมชาวมอญที่อพยพมาตั้งรกรากที่เกาะเกร็ด เดิมทีได้ผลิต โอ่ง อ่าง ครก กระปุก ไห ต่างๆ เป็นของใช้ในครัวเรือน ต่อมาเทคโนโลยีทันสมัยขึ้นได้มีสิ่งของมาใหม่ๆ มาทดแทนของเหล่านี้ เช่น อ่างดินก็มีกะละมังอลูมิเนียม พลาสติก ครกก็มีเครื่องปั้นเครื่องเบดต่างๆมาทดแทน ประกอบกับเด็กรุ่นใหม่ที่จะจบการศึกษาแล้วมักจะไปประกอบอาชีพอื่นกันหมด ทำให้มีกลุ่มชนกลุ่มหนึ่งต้องการอนุรักษ์ศิลปะของตนเองไว้ จึงได้จัดตั้งกลุ่มหัตถกรรมเกาะเกร็ด เพื่อรื้อฟื้นผลิตเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดขึ้นมาใหม่ โดยพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับยุคสมัย จากการผลิตแต่เครื่องมือเครื่องใช้ มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการตกแต่ง ซึ่งมีลวดลายที่เป็นงานศิลปะที่ต้องใช้ฝีมือ บวกกับการผลิตที่ซับซ้อน ทำให้มีราคาสูง แต่ทางกลุ่มหัตถกรรมเกาะเกร็ดยังขาดสื่อที่จะมาประชาสัมพันธ์ที่จะทำให้เข้าใจว่าเครื่องปั้นดินเผามีใช้งานที่ผลิตขึ้นเพื่อขายเพียงอย่างเดียว แต่ยังผลิตขึ้นเพื่อการอนุรักษ์ศิลปะของชาวมอญให้คงอยู่สืบต่อไป

1.2 ความเป็นมาของความเป็นมาของเครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ด

หลังจากเกิดน้ำท่วมเมื่อปี พ.ศ. 2538 ทำให้ชาวบ้านที่เกาะเกร็ดต้องมีบ้านที่อยู่ใต้น้ำ และน้ำท่วมครั้งนี้ทำให้เตาเผาซึ่งเป็นเครื่องมือหลักการประกอบอาชีพของชาวบ้านเสียหายเกือบทุกเตา ทำให้ชาวบ้านต้องหยุดทำ งานเครื่องปั้นดินเผาหลักๆ พวกโอ่ง อ่าง กระถาง ไป เมื่อชาวบ้านเห็น

ว่าเตาเผาของตนเองเสียหายแล้ว และการซ่อมแซมต้องใช้เงินจำนวนพอสมควร ทำให้ชาวบ้านเริ่มที่จะคิดว่าไม่ต้องการที่จะซ่อมแซมเตาเผาของตนและคิดไปหาอาชีพอื่นทำจนกระทั่งปี พ.ศ.2539 คุณยุพิน หะสิตเวส เริ่มมีความคิดว่า เมื่อชาวบ้านไม่คิดจะทำ เครื่องปั้นดินเผากันแล้วงานฝีมือในด้านนี้จะต้องหมดไป จึงเริ่มคิดที่จะชวนชาวบ้านที่รู้จักในบริเวณใกล้เคียงและคนในหมู่บ้านมารวมกลุ่มกัน และเริ่มรวบรวมความคิดว่าจะทำ อย่างไร คุณยุพิน ใช้ความพยายามรวมกลุ่มอยู่เป็นเวลาพอสมควร จนกลุ่มเป็นรูปร่าง เมื่อปี พ.ศ.2540 และเริ่มจดทะเบียนกลุ่มและโครงการของงบประมาณในปี 2540 มาส่วนหนึ่งเพื่อมาทำ เตาและแท่นปั้นโดยการเริ่มต้นนี้ได้รับการสนับสนุนส่วนหนึ่งจากหน่วยพัฒนาชุมชน อ.ปากเกร็ดด้วยเพื่อการอนุรักษ์งานปั้นที่เป็นสิ่งแสดงถึงความเป็นเกาะเกร็ดและไม่ต้องการให้คนงานฝีมือของเกาะเกร็ดต้องหายไปอยู่ในชุมชนอื่น กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาจึงได้เริ่มก่อตั้งตั้งแต่ปี 2540 โดยการรวมตัวกันของชาวบ้านในชุมชนเกาะเกร็ดที่ได้รับการถ่ายทอดการแกะลายจิตรและการปั้นเครื่องปั้นดินเผามาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ ปัจจุบันมีสมาชิก 23 คน โดยมีคุณศรีเมือง ทรรทุรานัน เป็นประธานกลุ่มและใช้ชื่อกลุ่มว่ากลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา

ช่างปั้นบ้านเกาะเกร็ด เป็นผู้สืบทอดการทำเครื่องปั้นดินเผาจากบรรพบุรุษที่เป็นช่างปั้นจากเมืองมอญ ที่มีความรู้ความสามารถในการทำเครื่องปั้นดินเผา ตั้งแต่เมื่อครั้งมอญมีประเทศ มีเอกราช มีพระมหากษัตริย์ มีพระสงฆ์ชั้นผู้ใหญ่ มีความเจริญรุ่งเรือง ในบ้านเมืองของตน เครื่องปั้นดินเผาได้มีบามบามสนองรับใช้ในราชสำนักมอญ ช่างปั้นจึงมีความรู้ความชำนาญในการทำเครื่องปั้นดินเผานานาชนิดสามารถประดิษฐ์เครื่องมือในการขึ้นรูปเครื่องปั้นดินเผาที่มีขนาดใหญ่และมีประสิทธิภาพในการเผาเครื่องปั้น

นอกจากนั้นช่างปั้นบ้านเกาะเกร็ด มีความรู้และความชำนาญในการปั้นเครื่องปั้นประเภทต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปั้นและตกแต่งเครื่องปั้นที่มีความสวยงาม เป๊ะตานานที่มาของเครื่องปั้นดินเผาที่มีความสวยงามสำหรับเป็นเครื่องบรรณาการที่เรียกว่า “เนิง” ในภาษามอญ หรือหม่อน้ำสลักลายจิตร ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์ประจำจังหวัดนนทบุรีในปัจจุบัน (พิศาล บุญผูก. 2553: 10) ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

1.2.1 เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

ชาวไทยเชื้อสายมอญที่เกาะเกร็ดมีวิถีชีวิตเกี่ยวพันกับการทำเครื่องปั้นดินเผามาแต่อดีต นับแต่อพยพมาจากดินแดนมอญจนกระทั่งปัจจุบันเกือบทั้งหมดในอดีตมีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผา (อลิสรา รามโกมุท. 2542 : 32)

เครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด เป็นเครื่องปั้นที่มีชื่อเสียงมากทั้งในด้านความงามของรูปทรง การตกแต่งลวดลายและความทนทาน เป็นที่รู้จักดีมาตั้งแต่โบราณจนถึงปัจจุบัน จนเป็นที่ยอมรับของทางราชการ และได้นำรูปเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ดมาทำเป็นรูปตามจังหวัดนนทบุรี ดังนั้นการทำเครื่องปั้นดินเผาจึงได้เป็นอาชีพหลักของชาวมอญ เกาะเกร็ดและมีชื่อเสียงไปทั่วทุกถิ่น

การทำเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญที่ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปาดเกร็ด จังหวัดนนทบุรี สืบทอดมาจากบรรพบุรุษชาวมอญที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี บรรพบุรุษของชาวมอญเหล่านี้มีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผามาตั้งแต้อยู่ในประเทศมอญก่อนอพยพเข้ามาในดินแดนประเทศไทย ฉะนั้นเมื่อชาวมอญได้รับพระบรมราชานุญาตให้ตั้งบ้านเรือนบริเวณปากเกร็ด ซึ่งเป็นบริเวณที่สภาพดินเหมาะสมในการทำเครื่องปั้นดินเผามาก โดยเฉพาะบริเวณเกาะเกร็ด จึงได้ตั้งหลักแหล่งสร้างเรือนที่อยู่อาศัยและผลิตเครื่องปั้นดินเผาเป็นอาชีพ ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ชาวมอญตั้งบ้านเรือนอยู่ทางด้านทิศตะวันตกติดกับคลองลัดเกร็ดและทางทิศเหนือติดแม่น้ำเจ้าพระยา แหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญเกาะเกร็ดที่สำคัญอยู่ที่หมู่ 1, 6 และ 7 ตั้งอยู่ระหว่างวัดปรมย์ยิกาวาสและวัดไผ่ล้อมคนมอญเรียกว่า กวานอาม่าน แปลว่า บ้านเครื่องปั้น การทำเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญเกาะเกร็ดในอดีตมี 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันที่ทำขึ้นใช้เองและไว้ขาย และเครื่องใช้ประเภทสวยงามที่ทำขึ้นเป็นการพิเศษเพื่อมอบให้บุคคลสำคัญหรือใช้เองในโอกาสพิเศษ

เครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ดเป็นเครื่องปั้นดินเผาประเภทเนื้อเครื่องดินไม่เคลือบ มีความพรุนตัวมาก (Earthenware) สีส้มอ่อนจนถึงสีแดง ที่ เครื่องปั้นดินเผาสีด้านนี้ดินที่ใช้ปั้นจะผสมเกลบลงไปเหนื่อดิน และเผาด้วยไฟแรงสูงมากเปรียบเทียบกับ เครื่องปั้นดินเผาของด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา บริเวณเกาะเกร็ดด้านทิศตะวันออกและทิศเหนือที่ติดกับคลองลัดเกร็ด และแม่น้ำเจ้าพระยา เดิมนั้นเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาของมอญตั้งแต่โบราณดังกล่าว จุดเริ่มต้นที่ทำเครื่องปั้นดินเผาหรืออาจเป็น แหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่สำคัญของคนมอญ คงจะอยู่ที่ หมู่ 7 ตำบลเกาะเกร็ด คืออยู่ระหว่างวัดปรมย์ยิกาวาสและวัดไผ่ล้อม เพราะคนมอญเรียกหมู่บ้านนี้ว่า “กวานอาม่าน” แปลว่า “บ้านเครื่องปั้น”

1.2.2 การทำเครื่องปั้นของบ้านเกาะเกร็ดแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

(1) ประเภทเครื่องใช้ประจำวัน เช่น โอ่ง อ่าง ครก กระปุก โอ่งพญาน้ำตาล เป็นต้น การทำเครื่องปั้นประเภทนี้ ส่วนใหญ่จะปั้นให้มีรูปทรง ความงาม หรือคุณลักษณะอื่นๆ ให้เหมาะสมแก่วัตถุประสงค์ที่จะใช้เครื่องปั้นเหล่านั้น แต่ไม่เน้นลวดลาย หรือรูปทรงให้ประณีต เพียงแต่ให้เรียบร้อยขัดผิวหรือถ้าจะทำลวดลายก็เป็นลายง่าย ๆ ผิวมันธรรมชาติ ขนาดของเครื่องปั้นประเภทนี้มีตั้งแต่ขนาดใหญ่ จนถึงขนาดเล็ก สำหรับเครื่องปั้นขนาดใหญ่ นั้นคือโอ่งดินเผา ช่างปั้นบ้านเกาะเกร็ดสามารถปั้นให้มีขนาดใหญ่กว่าเครื่องปั้นจากแหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศไทย หรือกล่าวได้ว่า ช่างปั้นบ้านเกาะเกร็ดสามารถปั้นโอ่งดินเผามีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

(2) เครื่องปั้นดินเผาประเภทสวยงาม เครื่องปั้นดินเผาประเภทนี้จะมีขนาดเล็กกว่าประเภทแรก แต่มีรูปทรงลวดลายตกแต่งที่สวยงาม ประณีตเป็นพิเศษ ส่วนใหญ่จะเป็นโถ่งใส่น้ำ ซึ่งมีหลายรูปแบบ นอกจากนั้นเป็นเครื่องปั้นขนาดเล็กที่มีลวดลายงดงามอื่น ๆ อีก เครื่องปั้นประเภทสวยงามนี้ ส่วนใหญ่ช่างปั้นมิได้ทำเพื่อการค้า แต่ทำด้วยใจรักและมักทำให้ผู้ที่ตนเคารพนับถือ ดังนั้นเครื่องปั้นประเภทนี้จึงมีความสวยงามเป็นพิเศษ ไม่ว่าจะเป็นรูปทรงและลวดลายตกแต่ง เพราะช่างปั้นทำด้วยความตั้งใจเป็นพิเศษ และให้ได้ผลงานที่ยอดเยี่ยมจริงๆ

เครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ดเป็นเครื่องปั้นดินเผาประเภทไม่เคลือบ ทึบแสง มีความพรุนตัวมาก เเผาในอุณหภูมิประมาณ 800 – 1,000 องศาเซลเซียส ดังนั้น เมื่อบรรจุน้ำจะมีความเย็นและหอมเนื้อดิน น้ำดื่ม



ภาพประกอบ 1 เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

1.2.3 วัตถุดิบที่ใช้ในการทำเครื่องปั้นดินเผา

วัตถุดิบที่สำคัญในการทำเครื่องปั้น คือ

1. ดินเหนียว ต้องเป็นดินเหนียวที่ไม่มีวัชพืช หรือกรวดทรายปน ดินที่เหมาะสมในการทำเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด คือดินบนเกาะเกร็ดนั่นเอง การสังเกตลักษณะดินเหนียวที่ดี มีไม่ดำเกินไป มีสีนวลหรือปนเหลือง เนื้อดินจับกันเป็นก้อนแน่นไม่ร่วนซุย

2. ทราย สำหรับผสมเนื้อดิน เพื่อเพิ่มความแกร่งของเครื่องปั้น และใช้สำหรับรองพื้น ไม่ให้ดินเกาะติดกระดานรองปั้นหรือรองพื้นในขณะเหยียบดินบนพื้นของโรงปั้น ทรายที่ดีจะต้องเป็นทรายละเอียด เวลาใช้ต้องร่อนเอาเศษผง กรวดต่าง ๆ ออกให้หมด

3. ฟืน สำหรับใช้เผาเครื่องปั้น แต่เดิมใช้ฟืนไม้เบญจพรรณ และเมื่อต้องการให้ไฟแรงใช้ไม้ตาตุ่ม ปัจจุบันใช้เศษไม้จากโรงเรือบ และทางมะพร้าวแห้งสำหรับเร่งไฟไปแรงแทนไม้ตาตุ่ม (จิรดา แพร่ใบศรี. 2548: 30)

1.2.4 อุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการทำเครื่องปั้นดินเผา

การทำเครื่องปั้นดินเผาที่บ้านเกาะเกร็ด ช่างปั้นจะใช้เครื่องมือที่สำคัญ ๆ ดังนี้

(1) แป้นหมุน เป็นอุปกรณ์สำคัญสำหรับขึ้นรูปภาชนะดินเผา ทำจากท่อนไม้ขนาดใหญ่ แต่งเป็นรูปครึ่งวงกลม รูปร่างคล้ายลูกข่าง ด้านบนตัดแบนราบ มีไม้กลมแบนอยู่ด้านบนจึงดูเหมือนลูกข่างที่มีด้านบนแบน เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 50 – 60 เซนติเมตร ภายในด้านล่างคว้านเป็นรูปกลม เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 10 เซนติเมตร ลึกประมาณ 30 – 40 เซนติเมตร การตั้งแป้นหมุน ต้องขุดดินเป็นหลุมให้มีขนาดใหญ่กว่าตัวแป้นเล็กน้อย ตรงกลางหลุมมีหลักไม้ปักแน่นอยู่ในดิน หลักนี้ทำจากไม้เนื้อแข็ง และตั้งตรงที่สุดทั้งมันคงแน่นอยู่ในดิน หลักนี้ทำจากไม้เนื้อแข็งและตั้งตรงที่สุดฝังแน่นอยู่ในดิน เมื่อนำแป้นมาสวมแล้วแป้นหมุนได้คล่องตัวได้สมดุลไม่สั่นคลอน ส่วนที่โผล่จากพื้นหลุม ควรมีความสูงกว่าปากหลุมประมาณ 10 เซนติเมตร เมื่อนำแป้นมาสวมบนแกนไม้แล้วแป้นจะลอยตัวสูงกว่าระดับพื้นดินประมาณ 7 – 10 เซนติเมตร และวางอยู่ในหลุมดินพอเหมาะหมุนตัวได้อย่างคล่องตัว ส่วนบนของแป้นเป็นไม้กลมแบน เนื้อไม้กลมแบนนี้จะมีแท่งดินกลมทรงกระบอกสูงประมาณ 10 – 15 เซนติเมตร วางอยู่กึ่งกลางของแผ่นไม้ติดแน่น ส่วนบนของแท่งดินนี้บางที่มีไม้กลมแบนวางอยู่ด้วย เวลาปั้นจะปั้นบนแท่งดินทรงกระบอกนี้และหมุนแป้นเพราะแป้นจะอยู่ในระดับพอเหมาะกับการทำงาน

(2) กระดานรองปั้น การปั้นภาชนะขนาดใหญ่จะต้องปั้นบนกระดานรองเป็นแผ่นไม้รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสขนาด 40 x 40 เซนติเมตร เวลาปั้นช่างปั้นจะนำกระดานรองไปวางบนแท่งดินบนแป้น และปั้นบนกระดานรองนี้ ที่ต้องใช้กระดานรองเพราะเพื่อสะดวก ในการหมุนแป้นและสะดวกเวลายกชิ้นงานออกจากแป้น แต่ถ้าเป็นการปั้นเครื่องปั้นขนาดเล็ก เช่น ครก กระปุก ฯลฯ จะปั้นบนแป้นไม่ใช้กระดานรอง ในปัจจุบันใช้เป็นแป้นหมุนแบบไฟฟ้าที่ใช้มอเตอร์ไฟฟ้าเป็นตัวทำให้แป้นหมุน

(3) ผ้า การปั่นเครื่องปั่นบ้านเกาะเกร็ด เวลาปั่นช่างปั่นจะใช้ผ้าเปียกน้ำจับดิน ผ้าที่ใช้เป็นผ้าดิบมีขนาดใหญ่กว่าผ้าเช็ดหน้ารูปผืนเล็กยาวให้มีส่วนกว้างประมาณ 7 เซนติเมตร เวลาปั่นต้องจุ่มน้ำให้ผ้าเปียกอยู่เสมอ การใช้ผ้าจับเวลาปั่น จะทำให้ผิวของเครื่องปั่นเรียบร้อยไม่เป็นคลื่นเป็นรอยมือ ทำให้การจับดินขึ้นรูปสะดวกเพราะผ้าลื่น ลดการเสียดสีของดินและมือได้อย่างดี ช่วยทำให้การปั่นทำได้รวดเร็วขึ้นด้วย

(4) อ่างน้ำ ขณะปั่นต้องมีอ่างน้ำขนาดเล็ก 1 ใบ อยู่ด้านขวามือของช่างปั่น ช่างปั่นจะใช้ผ้าจุ่มให้เปียกอยู่ตลอดเวลาที่ปั่น และใช้ล้างมือเมื่อดินติดมือมากด้วย

(5) ไม้วง ทำด้วยไม้ไผ่แบบขดเป็นวงกลม เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 10 เซนติเมตร ใช้สำหรับขูดผิวเครื่องปั่นภายนอกขณะปั่น

(6) หอยกาบ เป็นฝาหอยกาบน้ำจืดขนาดใหญ่ประมาณฝ่ามือ เป็นหอย 2 ฝา มีมากในแม่น้ำเจ้าพระยาตอนเหนือ หอยกาบนี้ใช้แต่งผนังภายในให้เรียบร้อย การใช้ไม้วงและหอยกาบนี้ ช่างปั่นจะใช้พร้อมกันเพื่อแต่งทั้งภายนอกและภายในของเครื่องปั่น มือซ้ายจับไม้วง มือขวาจับหอยกาบ ขณะหมุนแป้น ช่างปั่นจะใช้เครื่องมือทั้งสองแต่งเครื่องปั่นโดยวางน้ำหนักมือทั้งสองข้างให้เท่ากัน พร้อมขูดดินแต่งผนังเครื่องปั่น ประคองน้ำหนักมือให้พอดี ไม่ให้ฝาผนังโป่งออกหรือยุบเข้าจนเสียทรง

(7) ไม้ปลายแหลม เป็นไม้กลม ยาวประมาณ 80 เซนติเมตร ปลายเรียวแหลมใช้สำหรับแต่งส่วนล่างของเครื่องปั่น แต่งดินส่วนเกินรอบนอกของก้นเครื่องปั่นให้กลมเรียบ และแต่งผนังด้านล่างของเครื่องปั่นให้เรียบร้อยยิ่งขึ้น

(8) ลวดหรือเชือกตัดดิน เป็นเส้นลวดหรือเส้นด้ายขนาดเล็กใช้สำหรับตัดเครื่องปั่นขนาดไม่ใหญ่ที่ไม่ต้องใช้กระดานรองขณะปั่นออกจากตัวแป้น ความยาวของเส้นลวดหรือเส้นด้ายนี้ประมาณ 30 เซนติเมตร

(9) กระดานรองดินที่ใช้ปั่น เป็นแผ่นกระดานขนาดใหญ่ รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า วางอยู่ด้านขวามือของช่างปั่น เมื่อเตรียมดินเสร็จพร้อมที่จะใช้ปั่นได้ ดินเหล่านั้นจะนำมาวางไว้บนกระดานรองดินนี้

(10) เหล็กหรือไม้ขูด ถ้าเป็นเหล็กนิยมใช้เหล็กลานนาฬิกาที่เสียแล้ว ถ้าเป็นไม้จะใช้เปลือกไม้ไผ่ เหล่าให้แบนยาวประมาณ 20 เซนติเมตร เสียมทั้งสองด้านให้แบนเรียบคล้ายมีดด้านคมสำหรับขูดส่วนก้นของเครื่องปั่นให้เรียบร้อย

(11) กะลา เป็นกะลามะพร้าวขนาดใหญ่ แต่มีความหนาตัดแต่งขอบให้เรียบเป็นมัน ใช้สำหรับขัดแต่งและเกลาริผิวของเครื่องปั่นขนาดใหญ่ เช่น โถง ให้มีผิวมันเรียบ

(12) หินขัด หรือลูกสะบ้า ใช้สำหรับขัดแต่งขั้นสุดท้ายให้เครื่องปั่นมีผิวมันเป็นเงางาม และเรียบเสมอกัน หินที่ใช้ต้องใช้หินก้อนกลมเกลี้ยง ผิวเรียบเป็นมัน ส่วนใหญ่เป็นก้อนหินที่มีอยู่ตามชายฝั่งทะเลหรือแม่น้ำต่างๆ ส่วนลูกสะบ้าเป็นผลของลูกสะบ้า ซึ่งมีผิวมัน แข็งและมีน้ำหนักเบาเหมาะมือสำหรับใช้ขัดแต่งผิวเครื่องปั่น การขัดแต่งผิวต้องใช้หินขัดหรือลูกสะบ้าขนาดเล็กจะสะดวกและผิวมันงามดีมาก

(13) ที่ตีดิน ทำด้วยดินเผารูปก้อนกลม ด้านล่างแบน ด้านบนมีที่จับ ใช้ตีดินในส่วนที่เป็นก้น ภายในของเครื่องปั้นให้แน่นและเรียบรูปร่างของที่ตีดินนี้คล้ายลูกตุ้มส่วนล่างโค้งเล็กน้อย

(14) ไม้สลัก ทำด้วยไม้ไผ่ ใช้สำหรับสลักลายเครื่องปั้น

(15) มีดตัดดิน เป็นมีดปลายแหลมขนาดเล็ก สำหรับฉลุลายเครื่องปั้น หรือตัดดินเพื่อให้ลวดลายเครื่องปั้นเด่นชัดสวยงามยิ่งขึ้น

(16) เครื่องทำลวดลาย ตัวแบบจะทำด้วยไม้หนามทองหลางป่า ซึ่งเป็นไม้ที่มีคุณสมบัติพิเศษใช้แกะเป็นแบบลวดลายได้ดี และนำมาคลายต่างๆ ตามตำแหน่งที่ต้องการบนเครื่องปั้นเพิ่มความสวยงามให้แก่เครื่องปั้นได้เป็นอย่างดี

1.2.5 โรงปั้นเครื่องดินเผา

โรงปั้นเครื่องปั้นของบ้านเกาะเกร็ดนี้เป็นโรงปั้นที่มีขนาดใหญ่ เป็นอาคารหลังคาสูงแหลม ความสูงประมาณ 20 เมตร ยาวประมาณ 30 – 80 เมตร ชายคาเกือบจรดพื้นดิน หลังคาจะลาดลงจนชายคาเกือบถึงพื้นดินดังกล่าว ด้านหน้า-หลัง ปิดทึบ มีประตูเข้า – ออก ด้านหน้าที่ต้องสร้างขนาดใหญ่ เพราะต้องเก็บดินไว้เป็นกองขนาดใหญ่ในโรงปั้นรวมทั้งเครื่องปั้นทุกอย่างจะเก็บไว้อย่างดีภายในโรงปั้นนี้ด้วย ที่ต้องทำหลังคาลาดลงเกือบถึงพื้นเพื่อป้องกันมิให้ลมโกรกภายในดังนั้น อากาศภายในจึงไม่ร้อนและไม่มืดมัว เหมาะสำหรับเก็บเครื่องปั้นที่ยังไม่ได้เผาป้องกันแตกร้าวได้เป็นอย่างดี

1.2.6 เตาเผาเครื่องปั้นดินเผา

เตาเผาเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ด มีขนาดใหญ่มากและการก่อตัวเตาอาศัยความรู้ความชำนาญของคนโบราณเป็นอย่างมาก ขนาดของเตานี้ใหญ่กว่าเตาเผาแห่งอื่นๆ ในประเทศเตาขนาดใหญ่ที่มีความยาวประมาณ 40 เมตร ส่วนกว้างสุดประมาณ 10 เมตร ส่วนสูงสุดประมาณ 15 เมตร มีหลังคามยาว ขนาดใหญ่สร้างครอบเตาไว้ ลักษณะเตาเผาบ้านเกาะเกร็ดนี้มีรูปป้อม เรียกว่าเตาแบบประทุนระบบความร้อนเอียงขึ้น ความร้อนจะเริ่มจากด้านหน้าเตาพุ่งขึ้นสู่ตัวภายในเตาแล้วทะลุออกทางปล่องท้ายเตาการก่อเตาของบ้านเกาะเกร็ดนี้ เป็นการก่อเตาที่ใช้เทคนิคอย่างดีเยี่ยม เริ่มตั้งแต่การทำอิฐ ต้องใช้อิฐขนาดใหญ่ ขนาด 15 x 30 เซนติเมตร หนาประมาณ 8 เซนติเมตร การก่ออิฐฐานเตาจะเริ่มจากระดับต่ำกว่าเนื้อดินแล้วก่อเป็นผนังขึ้น การเรียงอิฐที่ฐานเตาจะใช้อิฐเรียงไขว้กันไปมาฐานจึงใหญ่และหนา ป้องกันเตาทรุดได้อย่างดี เมื่อก่อฐานสูงขึ้นจะต้องนำดินไปอัดให้แน่นในระดับบนเหนือฐานซึ่งเป็นพื้นของเตา พื้นจะลาดเอียงจากท้ายเตาไปสู่ปากเตา เพื่อสะดวกในการให้ไฟวิ่งขึ้นไปสู่ปล่องท้ายเตา ความสูงของพื้นเตาจะสูงกว่าระดับพื้นเกือบ 3 เมตร ในส่วนที่เป็นระดับสูงสุด

เมื่อก่อฐานเตาแล้ว จะนำไม้ไผ่มาทำเป็นโครงภายในตามรูปของเตา แล้วก่ออิฐขึ้นตามโครงไม้ไผ่ก่อขึ้นต่อไปจนเป็นรูปเตา การเรียงรูปเตาการเรียงอิฐทำผนังเตาใช้วิธีเรียงอิฐทำเป็นลิ้นแทนการซ้อนกันแบบธรรมดา ซึ่งต้องถากอิฐให้ได้รูปวางซ้อนอัดแน่นในแต่ละช่องแนบสนิทตามความโค้งของเตา การเรียงอิฐก่อเตาเช่นนี้จะทำให้เตามีความแข็งแรงมั่นคงมาก ใช้เผากันนานหลายสิบปี หรือเป็นร้อยปีเตาก็ยังคงแข็งแรงดีอยู่ผนังเตาจะมีความหนา ส่วนฐานหนาประมาณ 50 เซนติเมตร ส่วนผนังเตาประมาณ 30 เซนติเมตร การเก็บความร้อนภายในเตาจึงมีมากนอกเหนือจากความแข็งแรงมั่นคง พื้นเตาภายในจะลาดเอียงขึ้นจากปากเตาจนถึงท้ายเตาบริเวณท้ายสุดจะเป็นปล่องปากเตาเป็นรูปประตูโค้ง จากปากเตาเข้าไปประมาณ 2 เมตร เป็นพื้นราบเสมอกับหน้าเตาตรงนี้เป็นเรือนไฟสำหรับใส่ฟืนเวลาเผาเลยเรือนไฟไปจะเป็นยกพื้นสูงขึ้นประมาณ 60 เซนติเมตร เป็นพื้นเตาที่วางเครื่องปั้นในเวลาเผา พื้นเตาจะค่อย ๆ ลาดเอียงขึ้นสู่ท้ายเตาจนถึงบริเวณที่เป็นปล่องเตา ภายนอกเตาด้านข้างทั้งสองจะก่อผนังอิฐเป็นรูปปีกนกจากเสาอาคารหลังคาคลุมมายันกับตัวเตา เพื่อยึดเตาให้มั่นคงแข็งแรงยิ่งขึ้นด้านหน้าบริเวณใกล้ประตูเตาจะก่อปีกนกขนาดใหญ่ทั้งสองข้างบริเวณตรงกลางใกล้ขอบบนของปีกนกนี้จะเจาะเป็นช่องไว้ด้านละ 1 ช่อง เป็นช่องสี่เหลี่ยมขนาด 20 x 20 เซนติเมตร เป็นที่สำหรับให้ควันเตาเมื่อทำพิธีเช่นเตापีกนกทั้งสองข้างที่ยื่นออกมาข้างปากเตานี้ ทางมอญเรียกว่า “หนูข้าง” ถ้ามองรูปเตาของมอญทางด้านหน้าและด้านข้างแล้วจะเหมือนข้างกำลังนอนหมอบอยู่มาก ตัวเตาซึ่งป้อม – ป่องตรงกลาง หลังจะโค้งจากปากเตาเป็นสันตรงกลาง และค่อยลาดลงท้ายเตา จึงดูคล้ายหลังและตัวข้างมาก ด้านหน้ามีปีกกางอยู่สองข้าง จึงยิ่งดูเหมือนหนูข้างเนื่องจากเป็นเตาขนาดใหญ่ และใช้เผาเครื่องปั้นขนาดใหญ่ด้วย ดังนั้นระยะเวลาในการเผาก็ต้องใช้เวลานานประมาณ 20 – 25 วัน และต้องใช้ฟืนเป็นเชื้อเพลิงจำนวนมาก คนเผาเตาจะต้องอยู่ประจำตลอดเวลาปกติใช้คนเผา 2 คน ผลัดเวรกันกะละ 6 ชั่วโมงต้องผลัดกันเผาตลอดเวลาทั้งกลางวันและกลางคืนไม่มีเวลาหยุด ยิ่งเมื่อขึ้นไฟแรง คนเผาจะต้องระวังไฟไหม้ให้อยู่ในระดับที่ค่อย ๆ สูงขึ้น ๆ จนกว่าเครื่องปั้นจะสุกจึงจะปิดเตาได้เมื่อปิดเตาแล้วจะต้องทิ้งไว้ให้เย็นอีกประมาณ 5 – 7 วัน จึงจะนำเครื่องปั้นออกมาจากเตาได้

1.2.7 การเตรียมดิน

ดินเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการทำเครื่องปั้นดินเผา นอกจากจะต้องเลือกหาดินที่เหมาะสมกับการทำเครื่องปั้นดินเผาแล้วยังจะต้องมีการเตรียมดินที่ดีและถูกต้องอีกด้วย เครื่องปั้นที่ได้จึงจะมีคุณภาพดีตามที่ต้องการ การเตรียมดินที่ดีที่สุดจึงเป็นวิธีการที่สำคัญในการทำเครื่องปั้นดินเผา การเตรียมดินทำเครื่องปั้นดินเผาของบ้านเกาะเกร็ด มีดังนี้

(1) การหมักดิน เมื่อขุดดินขึ้นจากพื้นดินแล้ว จะกองตากแดดตากฝนไประยะหนึ่ง (ยิ่งนานยิ่งดี) หรือจะใช้วิธีรดน้ำให้ดินชุ่มอยู่ตลอดเวลาก็ได้ จากนั้นจึงนำดินไปทำให้ละเอียดและเหนียวด้วยการย่ำดิน

(2) การย่ำดิน นำดินที่ได้ผ่านการขุดและหมักไว้แล้วนั้น มาวางแผนในพื้นที่ของโรงปั้นใช้ทรายรองพื้นก่อน กันไม่ให้ดินติดกับโรง ดินจะวางบนพื้นโรงเป็นกองขนาดใหญ่สูงประมาณ 50 – 60 เซนติเมตร เพื่อให้มีระดับเสมอกันตามพื้นของโรงปั้นการย่ำดิน ใช้ควายเดินย่ำไปมาบนกองดินจนควายย่ำบนดินนั้นต้องคอยเอาน้ำรดดินเสมอเพื่อให้ดินนิ่มตัวและผสมผสานกันได้ง่าย และช่วยให้ควายเดินได้สบายด้วย ไม่มีดินติดที่ขาควาย ควายจะไม่เหนื่อยมาก และก้าวขาได้สะดวก

(3) เมื่อความย่ำดินมีความเหนียวดีแล้ว จะรวมดินปั้นเข้าเป็นกองดินใหญ่อยู่ในมุมใดมุมหนึ่งของโรงปั้น ใช้ใบตองแห้งคลุมไว้คอยพรมน้ำเสมอเพื่อมิให้ดินแข็ง

(4) เมื่อต้องการใช้ดินจะใช้น้ำพรมกองดินมุมใดที่ต้องการปั้นให้เปียกแล้วใช้พลั่วไม่แฉะดินเป็นแผ่นๆ มอญเรียกว่า “เซต้าย” มากองรวมอยู่ที่พื้น พรมน้ำให้ชุ่มแล้วเหยียบดินนั้นให้จับเป็นก้อนแน่นอยู่กับพื้นนั้น

(5) การเหยียบดิน เพื่อให้ดินมีความเหนียวมากยิ่งขึ้น ต้องนำดินที่ผ่านการเหยียบในขั้นตอนก่อนนี้มาเหยียบทำเป็นกองดินเล็กๆ ใหม่ นำดินที่ผ่านการเหยียบครั้งแรกนั้นมากองที่ละน้อย ใช้เท้าเหยียบให้ดินนั้นละเอียดเข้ากันและเหนียวยิ่งขึ้น ค่อยๆ เพิ่มดินให้มากขึ้นทีละน้อยจนดินเข้ากันได้ดีและกลับดินนั้นเหยียบกลับไปมาอีก 2 – 3 ครั้ง เมื่อใช้งานได้แล้วก็เหยียบเป็นกองกลมแบนขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 2 เมตร และสูงประมาณ 50 เซนติเมตร การเหยียบดินเช่นนี้เป็นการแสดงความสามารถของผู้เหยียบดิน นอกจากสามารถเหยียบให้ได้ดินที่มีความเหนียวดีแล้ว ยังจะต้องให้ได้กองดินรูปวงกลมสวย และใช้เท้าเหยียบให้เป็นเหมือนรูปดอกไม้ คนเก่งๆ จะทำกองดินได้เหมือนรูปดอกไม้กลมขนาดใหญ่ได้ โดยใช้เท้าเหยียบให้เป็นรูปเช่นนั้น ดินที่ผ่านการเหยียบแล้วนี้ พร้อมที่จะนำไปใช้ปั้นได้



ภาพประกอบ 2 การปั้น การขึ้นรูป

1.2.8 การปั้น

การปั้นเครื่องปั้นบ้านเกาะเกร็ด ขึ้นรูปโดยใช้แป้นหมุน และใช้ดินขดขึ้นรูปเป็นผนังของเครื่องปั้นก่อนในขั้นแรก จากนั้นช่างปั้น จึงจับผ่านั้นให้เป็น รูปภาชนะขึ้นตามที่ต้องการ ต่อไปการปั้นเครื่องปั้นขนาดใหญ่ โดยเฉพาะโถ่งจะต้องปั้นสองท่อนต่อกัน ในขั้นแรกจะปั้นท่อนล่างก่อน แล้วปล่อยให้แห้งให้หมาดมีความแข็งแรงที่จะรับน้ำหนักของท่อนบนได้ จึงปั้นต่อท่อนบน ต่อไปการปั้นต้องใช้คน 2 คน คนแรกคือ ช่างปั้น มอญเรียกว่า “อาจารย์” ส่วนคนที่สองคือคนหมุนแป้นและเตรียมดิน เรียกว่า “ลูกศิษย์” ลูกศิษย์ต้องเตรียมดินให้พร้อมก่อนอาจารย์ลงมือปั้นเริ่มตั้งแต่การแทงดินจากกองใหญ่ จนมาเหยียบเป็นกองดินรูปดอกไม้ ดังที่ได้กล่าวแล้วในเรื่องการเตรียมดิน ลูกศิษย์จะต้องทำดินเป็นขดยาวเพื่อใช้ปั้น ขดยาวนี้มอญเรียกว่า “กลอน” ลูกศิษย์จะต้องตีกลอนเตรียมทำขดยาวไว้ให้พร้อม โดยแบ่งดินออกจากกองดินที่เหยียบไว้ แบ่งดินเป็น 2 ส่วนขนาดพอถือได้ในแต่ละมือ แล้วตบดินนั้นให้เข้ากัน 2 – 3 ครั้ง จะทำให้ดินเหนียวยิ่งขึ้นจากนั้นมาเหยียบเป็นแท่งยาวแล้วใช้มือคลึง ยื่นปล่อยให้ส่วนปลายของขดยาวค่อยๆ เลื่อนลงจากมือต้องใช้กำลังแขนทั้งสองมากเพื่อคลึงดิน จนเป็นขดยาวตามต้องการ แท่งดินนี้จะมีขนาดใหญ่กว่าแขนเล็กน้อย ความยาวประมาณ 50 – 80 เซนติเมตร แล้วแต่ขนาดของภาชนะที่จะปั้น บางคนสามารถคลึงกลอนนี้ยาวถึง 100 เซนติเมตร การปั้นเครื่องปั้นที่มีส่วนกันกว้าง เช่น โถ่ง อ่าง ลูกศิษย์ต้องเตรียมดินอีกประเภทหนึ่งเรียกว่า “ลูกตาล” มีลักษณะคล้ายลูกตาล ขนาดของลูกตาลก็ขึ้นอยู่กับขนาดของภาชนะที่จะปั้นเช่นกัน ลูกศิษย์จะเตรียมลูกตาลและกลอนไว้บนกระดานรองดินที่อยู่ด้านขวามือของอาจารย์เตรียมใส่น้ำในอ่าง ทราวยละเอียดต้องมีพร้อมอยู่ทางด้านขวามืออาจารย์เช่นกัน พร้อมทั้งกระดานรองปั้นก็เตรียมพร้อม อุปกรณ์การปั้นอื่นๆ อาจารย์จะจัดเตรียมมาวางไว้ด้านขวามือของตนเอง ที่นั่งของอาจารย์ปั้น จะต้องปรับให้สูงขึ้นตามระดับความสูงของเครื่องปั้นที่จะปั้น โดยปกติแล้วถ้าปั้นของขนาดเล็กไม่ใหญ่ ที่นั่งจะอยู่ในระดับเหนือแป้นเล็กน้อย

หรือประมาณ 15 เซนติเมตร จากพื้นดิน ถ้าปั้นของที่มีความสูง ใหญ่ อาจารย์ปั้นอาจจะต้องยืนปั้นถึงจะปั้นได้ถนัดมือ ส่วนลูกศิษย์ผู้หมุนแป้นจะนั่งลงกับพื้นดินตรงข้ามอาจารย์และใช้มือสาวแป้นให้หมุนไปเรื่อยๆ วิธีการหมุนแป้นมี 2 วิธี ถ้าปั้นของขนาดใหญ่ เช่น โถ่ง อ่าง ลูกศิษย์ต้องนั่งกับพื้นใช้มือสาวแป้นให้หมุน เรียกวิธีนี้ว่า “ชักแป้น” เนื่องจากการปั้นของขนาดใหญ่ ใช้ความเร็วของแป้นไม่มาก วิธีนี้จึงเหมาะกับการปั้นของใหญ่ ถ้าปั้นของขนาดเล็ก ลูกศิษย์จะยืนใช้เท้าขวาถีบแป้นให้หมุนยืนเท้าซ้ายเท้าเดียว วิธีนี้เรียกว่า “ถีบแป้น” วิธีนี้แป้นจะหมุนเร็วและเร่งความเร็วได้ เหมาะสำหรับปั้นของขนาดเล็กเครื่องปั้นที่ปั้นเสร็จแล้ว ถ้าเป็นของขนาดใหญ่หรือของที่ต้องการมีการตกแต่งลวดลาย

จะไม่นำออกแดดแต่จะเก็บไว้ในโรงปั้น เพื่อตกแต่งลวดลายและปล่อยให้แห้งไปเองช้าๆ แต่ถ้าเป็นเครื่องปั้นขนาดเล็ก เช่น ครก อ่าง นำไปตากแดดไว้ แต่พอหมาดดีต้องนำไปผึ่งในโรงปั้น

1.2.9 การตกแต่งลวดลาย

เมื่อภาชนะเหมาะสมแล้ว ตั้งแต่ผิวภายนอกให้เรียบร้อย ใช้กะลาหรือหินขัดลูกสะบ้าขัดก็ได้ ส่วนกันของเครื่องปั้นต้องชุดแต่งให้เรียบร้อยด้วยเช่นกัน ถ้าเครื่องปั้นนั้นเป็นประเภทที่ต้องตกแต่งเป็นพิเศษ ช่างปั้นจะต้องสลักลวดลายต่างๆ อย่างวิจิตรบรรจงตามความสามารถของช่าง ซึ่งมีวิธีการตกแต่ง ดังนี้



ภาพประกอบ 3 ลวดลายเครื่องปั้น รูป

1. การแกะสลักด้วยไม้สลัก
2. การฉลุและตัดดินด้วยมีดปลายแหลม
3. การทำลวดลายด้วยไม้หนามทองหลางป่า
4. การกดลายลงในเนื้อดิน

ลายที่ตกแต่งเครื่องปั้นจึงมี 3 ประเภทตามลักษณะของวิธีการแต่งลาย คือ

1. ลายที่เกิดจากการขีดหรือสลัก
2. ลายที่เกิดจากการตัดดินหรือฉลุโปร่ง
3. ลายที่เกิดจากการกดให้เนื้อดินนูนหรือต่ำลงตามแบบของลาย

ลวดลายที่ตกแต่งบนเครื่องปั้น เป็นลายแบบมอญ ซึ่งมีดังนี้ เช่น

1. ลายกลีบบัว
2. ลายเครือเถา

3. ลายดอกไม้ต่างๆ

4. ลายสร้อยคอ

5. ลายใบไม้

6. ลายเทพพนม

7. ลายรูปสัตว์

8. ลายพวงมาลัย

9. ลายฉลุโปร่ง

10. ลายพวงดอกไม้

เครื่องปั้นประเภทสรวงงามนี้ส่วนใหญ่ เป็นโอ่งน้ำ แต่มีรูปทรง ลวดลายการตกแต่งแตกต่างกัน

หลายแบบ รูปทรงที่นิยมทำกัน คือ

1. ทรงหม้อน้ำลวดลายวิจิตร (ก้นกลม คอสูง)

2. ทรงก้นกลมคอสั้น

3. ทรงโอ่งสลักเอวใหญ่

4. ทรงโอ่งสลักเอวคอด

5. ทรงโอ่งสลักทรงสูง เอวคอด

6. ทรงขวดโหล

7. ทรงปากทองคอสั้น

8. ทรงปากทองคอสูง

9. ทรงมะยม

10. ทรงกระบอก

11. ทรงกระบอกปากผาย

12. ทรงตลกอื่นๆ

13. ทรงกลมมีรูปสัตว์ (ไก่, นก)

โอ่งน้ำที่ทำลวดลายวิจิตรของบ้านเกาะเกร็ดนี้นับว่าเป็นเลิศในการออกแบบที่มีความงามทั้งรูปทรงและการตกแต่งลวดลาย ในกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาประเภทดินแดงไม่เคลือบนี้เครื่องปั้นบ้านเกาะเกร็ดมีความงามเหนือกว่าเครื่องปั้นประเภทเดียวกันนี้ในทุกแห่ง

1.2.10 ลักษณะพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นบ้านเกาะเกร็ด



ภาพประกอบ 4 เครื่องปั้นดินเผาทรงโกฏี

1. การตกแต่งลวดลายที่นิยมทำเป็นลายฉลุโปร่งที่ขอร่อง นอกจากจะเพิ่มสวยงามให้แก่เครื่องปั้นแล้ว ยังนับว่าเป็นความฉลาดของช่างปั้นโบราณ เพราะประโยชน์ของขอร่องเช่นนี้มีมาก ช่วยทำให้มีการระบายอากาศได้ไองน้ำ ทำให้น้ำเย็น และไม่ให้เกิดความชื้นที่พื้น เมื่อวางบนพื้นบ้านที่เป็นพื้นไม้ ป้องกันมิให้พื้นบ้านผุได้เป็นอย่างดี เพิ่มความเย็นให้น้ำในไองนั้นเป็นอย่างดีด้วย

2. นิยมทำขอร่องไองน้ำ ขอร่องนี้ทำด้วยดินเผาเช่นเดียวกัน สลักลายงดงาม เป็นส่วนประกอบของตัวไองน้ำนั้น ดังนั้น ไองน้ำบ้านเกาะเกร็ดจึงนิยมทำเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นตัวไอง ส่วนที่เป็นฝา และส่วนที่เป็นขอร่อง

3. ลักษณะของฝาไอง นอกจากจะทำลวดลายสวยงามเช่นเดียวกันแล้ว ฝาไองนิยมทำทรงยอดแหลมสูง

4. ลักษณะเด่นในการทำขอบของเครื่องปั้น จะมีการทำเป็นเส้นลายบนขอบอีกชั้นหนึ่ง และตามส่วนต่างๆ ของเครื่องปั้นบางแห่ง เช่น ตามขอบล่าง ตามไหล่ จะมีการทำเป็นเส้นลายบนขอบอีกชั้นหนึ่ง และตามส่วนต่างๆ ของเครื่องปั้นบางแห่ง เช่น ตามขอบล่าง ตามไหล่ จะมีการทำเป็นเส้นลายเพื่อความสวยงามด้วย แม้จะเป็นเครื่องปั้นธรรมดา เช่น อ่าง ครก ก็ทำเช่นนี้ด้วย ซึ่งทำให้ขอบ

เครื่องปั้นดินเผาเป็นพิเศษ หว่าเครื่องปั้นแหล่งอื่นๆ ในประเทศไทยทั้งหมด ยิ่งถ้าเป็นเครื่องปั้นประเภทสอยงามแล้ว จะมีการทำลวดลายที่ขอบนี้สวยงามยิ่งขึ้น การสลักลายต้องทำหลักจากใต้เก็บภาชนะที่เก็บไว้หลักจากปั้นเสร็จแล้วระยะหนึ่งเนื้อดินไม่นิ่มหรือแข็งเกินไป เมื่อสลักลายตรงๆ แล้วต้องเก็บไว้ในร่มไม่มีลมผ่าน ใช้ใบตองแห้งคลุมไว้อีกระยะหนึ่งจนภาชนะแห้ง จึงขัดผิวให้เป็นมันเรียบร้อย และเก็บความเรียบร้อยอื่นๆ อีกครั้ง จึงเก็บต่อไปจนแห้งสนิทพร้อมที่จะนำไปเข้าเตาเผาได้

1.2.11 การเผาเครื่องปั้น

ก่อนจะถึงวันเข้าเตา จะต้องตรวจดูความเรียบร้อยของเตาอีกครั้ง ถ้ามีรูหรือช่องว่างระหว่างแผ่นอิฐจะต้องใช้ดินเหนียวผสมทราย ยาให้หมด เพื่อป้องกันมิให้ความร้อนผ่านออกไปได้เป็นการสูญเสียเชื้อเพลิงการนำเครื่องปั้นเข้าเตานี้จะกล่าวเฉพาะเตาเผาขนาดใหญ่ และเผาเครื่องปั้นขนาดใหญ่เป็นหลัก ซึ่งต้องใช้คนจำนวนมากและใช้ความชำนาญมากด้วยเช่นกัน เรียกกันทั่วไปว่า เข้าเตา

สำหรับการนำเครื่องปั้นเข้าเตาเผาจำนวนคนที่ต้องใช้ในการเข้าเตาไม่น้อยกว่า 20 คน ถ้าเตากับโรงปั้นอยู่ห่างกันมากยิ่งต้องใช้คนมากขึ้น ผู้ทำหน้าที่ต่างๆ ในวันเข้าเตาจะถูกกำหนดตัวไว้อย่างมีระบบ ดังนี้ คือ

1. หัวหน้าใหญ่ มอญเรียกว่า “อาจารย์เลียง” หรือเป็นอาจารย์ใหญ่ เป็นผู้ควบคุมการจัดวางเครื่องปั้นภายในเตาให้ถูกต้อง จะคอยสั่งการอยู่ภายในเตา ทุกคนต้องคอยฟังคำสั่งและช่วยเหลือร่วมกันทำงานตามที่หัวหน้าใหญ่นี้สั่ง

2. หัวหน้ารอง มอญเรียกว่า “เลียงจาง” มีจำนวน 2 คน มีหน้าที่จัดเรียงโถ่งใหญ่ ซึ่งต้องวางอยู่บนพื้นของเตา โถ่งขนาดใหญ่นี้จะวางเรียงเป็นแถวหน้ากระดานตามขวางของเตาเครื่องปั้นที่จะนำเข้าเตาเผาจะต้องผ่านการตรวจความสมบูรณ์ก่อนอย่างถี่ถ้วน ยิ่งถ้าเป็นโถ่ง อ่างขนาดใหญ่แล้วจะต้องตรวจเป็นพิเศษ ถึงกับต้องใช้เทียนส่องดูภายในว่ามีรอยร้าวหรือไม่ ถ้าพบต้องคัดออก ถ้านำของชำรุดไม่สมบูรณ์ไปเผาเป็นการเสียประโยชน์ และถ้าเป็นเครื่องปั้นขนาดใหญ่ เช่น โถ่ง อ่างขนาดใหญ่ นอกจากจะเสียประโยชน์สิ้นเปลืองเชื้อเพลิง ดังกล่าวแล้วยังจะเป็นอันตรายอีกด้วย ทั้งนี้เพราะโถ่งใหญ่ ๆ ต้องวางอยู่ด้านล่าง ต้องรับน้ำหนักเครื่องปั้นอื่นๆ อีกมาก รวมทั้งอ่างขนาดใหญ่ จะวางอยู่ด้านบนเหนือโถ่ง และมีเครื่องปั้นเล็กๆ วางซ้อนด้านบนอีก ถ้าเครื่องปั้นมีชำรุดขณะเผาอาจจะเกิดแตกร้าวมากยิ่งขึ้น หรือเกิดแตกออกจากกัน ก็จะทำให้ของที่ซ้อนไว้ด้านบนพังทลายลงมาจนได้รับความเสียหายมากได้ จึงต้องระมัดระวังตรวจความสมบูรณ์ของภาชนะนี้มากการลำดับเครื่องปั้นภายในเตาชั้นล่างสุด จะเป็นโถ่งขนาดใหญ่เรียงแถวหน้ากระดานขวางกับตัวเตา ใบล่างสุดตั้งหงายเอาปากโถ่งขึ้นจากนั้นใช้โถ่งขนาดใหญ่ขนาดเดียวกันซ้อนในลักษณะคว่ำเอียง วางบนปากของโถ่งใบล่างให้ปากชนกัน วางเอียงเป็นแถวเรียงหน้ากระดานขวางกับตัวเตาเองไปทางซ้ายหรือขวาก็ได้ จะซ้อนกันเช่นนี้อีก 1 ชั้น (เฉพาะตรงส่วนที่สูงที่สุดของเตา) ตรงส่วนสูงสุดจึงวางโถ่งซ้อนกันได้ถึง 3 ใบ และลดลงตามความลาดของตัวเตา ตรงกลางและหน้าเตาซึ่งเป็นส่วนที่มีความสูงมากจะซ้อนกันได้ถึง 3 ชั้น

เครื่องปั้นที่มีขนาดรองหรือขนาดเล็ก จะถูกจัดวางตามซอกมุมและด้านบนซ้อนขึ้นไป จนถึงหลังเตา หัวหน้าใหญ่ต้องชำนาญในการจัดวางเครื่องปั้นภายในเตา ต้องชำนาญในการดูทางรถไฟที่จะผ่าน

3. ผู้ช่วยหัวหน้าใหญ่ จำนวน 2 – 3 คน ทำหน้าที่ส่งเครื่องปั้นให้หัวหน้า และช่วยคอยจัดเรียงเครื่องปั้นให้เรียบร้อย ตามตำแหน่งต่างๆ ภายในเตาทั้งหัวหน้าใหญ่และผู้ช่วยชุดนี้ จะทำงานอยู่ด้านบน เหนือชั้นของโถ่งใหญ่ที่วางระดับพื้นเตาขึ้นไป ในขณะที่หัวหน้ารอง ทำหน้าที่จัดวางโถ่งใหญ่ในระดับพื้นเตาขึ้นมา

4. คนหาบโถ่งใหญ่ มีจำนวน 2 คน ถึง 6 คน แล้วแต่ระยะไกลหรือใกล้ระหว่างโรงปั้นและเตา มีหน้าที่หาบโถ่งใหญ่และโถ่งกลางจากโรงปั้นไปเตาเผา ชุดละ 2 คน ใช้ไม้หาบโถ่งขนาดใหญ่ หาบโถ่งที่ใส่อยู่ในสาแหรกครั้งละ 2 ใบ ถ้าระยะทางไกลจะต้องใช้คนหาบโถ่งนี้ 2 – 3 ชุด

5. คนส่งเครื่องปั้นให้หัวหน้าใหญ่หรือผู้ช่วยหัวหน้าใหญ่ จำนวน 2 – 3 คน มีหน้าที่ช่วยส่งเครื่องปั้นต่างๆ ให้หัวหน้าใหญ่หรือผู้ช่วย หรือนำของไปวางในตำแหน่งต่างๆ ที่หัวหน้าใหญ่สั่ง

6. คนหาบเครื่องปั้นอื่นๆ มีหน้าที่หาบหรือขนเครื่องปั้นอื่นๆ ไปที่เตา เช่น โถ่งเล็ก ครก อ่าง กระปุก เป็นต้น ซึ่งต้องใช้คนอีกประมาณ 7 – 8 คน เนื่องจากเป็นเตาขนาดใหญ่และมีเครื่องปั้นขนาดใหญ่จนถึงขนาดเล็กๆ มีจำนวนมาก จึงต้องใช้คนมากด้วย การเข้าเตานี้จะลงมือทำงานแต่เช้าประมาณ 7.30 น. เสร็จประมาณ 15.00 – 16.00 น. การเรียงเครื่องปั้นดินเผาภายในเตานั้นมีความสำคัญมาก ผู้เรียงต้องมีความรู้เรื่องการระบายความร้อนภายในเตาจากช่องไฟที่ใส่เชื้อเพลิง จนถึงปล่องท้ายเตาที่ความร้อนจะระบายจากช่องไฟไปสู่ปล่อง เครื่องปั้นที่นำมาเรียงภายในเตาจะต้องไม่ปิดทางระบายความร้อนและปิดช่องไฟที่จะกระจายไปสู่ปล่องท้ายเตาและเครื่องปั้นที่นำมาเรียงภายในเตาจะต้องมั่นคงไม่เคลื่อนย้าย ป้องกันการล้มเสียหายเมื่อเข้าด้านหน้าสุดจะใช้ครกวางเรียงบังไฟอยู่บริเวณด้านนี้จะอยู่ใกล้เปลวไฟมาก ความร้อนจึงสูงกว่าจุดอื่นๆ ในเตาเครื่องปั้นมักจะเสียหายง่ายเพราะดินเหนียวนี้มีแร่เหล็กผสมอยู่มากเมื่อถูกเผาไฟในอุณหภูมิสูงๆ แต่จำนวนหนึ่งจะเสียหายเพราะ เคลือบจะเกาะตัวเพราะ ทำให้เครื่องปั้นติดกัน หรือแตกเสียหาย หรือมีขี้เถ้ามาเกาะติดเสียหายเช่นกัน ครกด้านหน้าส่วนใหญ่จึงกลายเป็นครกเคลือบ ด้วยเหตุดังกล่าว แต่เครื่องปั้นภายในจะไม่มีกรเคลือบ

เมื่อจัดวางเครื่องปั้นภายในเตาเรียบร้อยแล้ว จึงปิดปากเตาใช้อิฐก่อมีดินเหนียวผสมเกลบใช้เป็นตัวเชื่อมและโบกทับด้านนอกประตูให้เรียบร้อย ที่ประตูจะเจาะช่องเล็กๆ ไว้ 2 ช่อง ขนาดประมาณ 25 x 25 เซนติเมตร ช่องแรกจะอยู่ติดกับพื้นดินตรงกลางของประตูเตา ช่องที่สองจะอยู่เหนือช่องแรกประมาณ 1 เมตร อยู่ในแนวกึ่งกลางเช่นเดียวกับช่องแรกเหนือช่องที่สองเล็กน้อย จะทำดินพอกเป็นสันนูนขึ้นมาเพื่อใช้เป็นที่พักบูบ เทียน เวลาให้ว้เตาหลังจากปิดช่องบน และเริ่มเร่งไฟสูงขึ้นนั้น เจ้าขอต้องทำพิธีเช่น ตามความเชื่อถือของคนมอญเพราะ การเผาเตาจะเริ่มตั้งแต่วันเช้าเตาจนถึงวันปิดเตาซึ่งใช้เวลาประมาณ 22 – 25 วัน

ตลอดเวลาต้องมีคนคอยเผาไล่เชื้อเพลิง คือ ฟืน อยู่ตลอดเวลา จะหยุดไม่ได้โดยเฉพาะใน ระยะเวลาที่ไฟแรง ต้องรักษาระดับความร้อนให้ค่อยๆ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตลอดเวลา การเผาจะต้องมีคน คอยเผาอยู่ประจำตลอดเวลา ใช้คนเผา 2 คน แบ่งเวลาเผา 2 ผลัดๆ ละ 6 ชั่วโมง ผลัดกันเช่นนี้จนปิด เตาไม่ว่าจะเป็นเวลากลางคืนหรือกลางวัน จะต้องไล่ไฟตลอดเวลา คนเผาก็ต้องเป็นคนชำนาญในการ เผาด้วย การเผาจะเริ่มไล่ไฟอ่อนๆ ที่ช่องล่าง ช่องบน จะปิดไว้ก่อนระยะนี้ถือว่าเป็นการค่อยๆ ปรับ ความร้อนภายในเตาให้ค่อยๆ สูงขึ้น จะเร่งไฟทันทีไม่ได้ ของภายในเตาจะแตกหมด ระยะแรกนี้จะใช้ เวลาเผา ประมาณ 8 – 10 วัน จากไฟอ่อนๆ และค่อยๆ เพิ่มความร้อนขึ้นเรื่อยๆ คนมอญจะเลือก ระยะเวลาเผาช่วงนี้แต่ละวันว่า “อะคา” ซึ่งแปลว่า ขอบ 1 วัน เท่ากับ 1 ขอบ เเผาเช่นนี้ไปจนถึง 8 – 9 ขอบ จึงเร่งไฟสูงขึ้นได้ เหตุที่เรียกว่าขอบนี้ เพราะเปรียบได้กับเรียกเด็กๆ เพราะเป็นช่วงที่ใช้ไฟอ่อนๆ พอพ้นจากนี้ไปแล้วเริ่มขึ้นไฟแรงขึ้นๆ จนถึงจุดที่ต้องการความร้อนที่ใช้ในการเผาเครื่องปั้น ประมาณ 800 – 1,250 องศาเซลเซียส(ผลจากการสำรวจของผู้วิจัย) สังเกตเปลวไฟมีสีเขียวเข้มของในเตาเผามีสี แดงจัดเมื่อเครื่องปั้นสุกปิดเตาเผาได้ การปิดเตาเผา ใช้ธูปปิดช่องไล่ไฟทั้ง 2 ใช้โคลนหรือดินเหนียว ผสมทรายโบกทับ เป็นอันเสร็จการเผาเตา หลังจากปิดเตาแล้วต้องปล่อยเตาไว้อีกประมาณ 5 – 7 วัน จึงเปิดเอาของออกได้ การเปิดเตาจะต้องค่อยๆ เปิดทีละน้อยๆ ประมาณหลังปิดเตาแล้ว 3 – 4 วัน จะ ค่อยๆ เปิดประตูเตาด้านบนก่อน ด้วยการเปิดแผ่นธูปออก 4 - 5 แผ่น และวันถัดไปก็ค่อยๆ เปิดวันละ น้อยๆ จนเปิดได้หมด ทั้งนี้เพื่อมิให้อากาศเย็นจากภายนอกเข้าไปภายในเตามากเกินไปจะทำให้ของ แตกเสียหายได้ง่าย การทำเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ดนี้ ได้สะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่ตั้งถาม หลายๆ อย่าง ไม่เพียงแต่ผลิตภัณฑ์อันงดงามที่ช่างปั้นได้ประดิษฐ์ด้วยใจรักอย่างสุดฝีมือ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกำหนดรูปแบบของสังคมได้จากการทำเครื่องปั้นดินเผาด้วย ดังนี้คือ

1. การแสดงความเคารพในผู้สูงอายุ ดังได้กล่าวไว้แล้วว่า ผู้เป็นช่างปั้น จะเรียกว่า อาจารย์ อาจารย์ปั้น จะเป็นผู้ที่ได้รับการยกย่อง ยำเกรง จากชาวบ้านมาก โดยเฉพาะลูกศิษย์ผู้ทำหน้าที่ ช่วยเหลืออาจารย์นั้น ต้องทำหน้าที่ของตนเองให้พร้อมเมื่อเวลาอาจารย์ลงมือปั้น ต้องมาก่อนอาจารย์ เพื่อเตรียมดินที่ปั้น และอุปกรณ์ต่างๆ เช่น กระดานรอง ทราวย ให้พร้อม เมื่ออาจารย์ปั้นเสร็จแล้ว ลูก ศิษย์ยังกลับไม่ได้ต้องเก็บเครื่องใช้ต่างๆ ให้เรียบร้อย และเตรียมดินให้พร้อมสำหรับให้อาจารย์ปั้นใน วันรุ่งขึ้นส่วนอาจารย์ต้องทำหน้าที่เป็นครูถ่ายทอดความรู้ให้แก่ลูกศิษย์ด้วย ศิษย์จะได้เป็นช่างปั้นใน วันหน้าต่อไป ในการเข้าเตาก็เช่นกัน จะเห็นความยิ่งใหญ่ของอาจารย์ใหญ่ ที่ทำหน้าที่หัวหน้าในการ นำเครื่องปั้นเข้าในเตา ทุกคนที่ไปร่วมทำงานด้วยต้องคอยฟังคำสั่งและทำงานร่วมกันอย่างดี

2. แสดงความสามัคคีของคนในหมู่บ้าน

3. ความเชื่อเกี่ยวกับการทำเครื่องปั้นดินเผาบ้านเกาะเกร็ดนี้มีพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาชีพ คือ การบูชาเตา และเช่นเตา การบูชาเตาและเช่นเตาในวันเข้าเตา เมื่อปิดปากเตาแล้วพอเริ่มใส่ไฟต้อง ทำพิธีไหว้เตา ด้วยการนำดอกไม้ธูปเทียน ทองคำเปลวมาไหว้เตา และปักธูปเทียนบริเวณเหนือช่องใส่ ไฟ ชั้นบนที่ได้ทำไว้แล้ว ต้องเตรียมอาหารไหว้ด้วย อาหารทำจากข้าวคลุกถั่ว งา ใส่กระทงเล็กๆ 7 กระทง มีเทียนเล่มเล็ก ๆ ปัก ไว้ตรงกลางกระทง เมื่อไหว้เตาแล้ว จะนำกระทงอาหารมาวางที่ปากเตา ใกล้ ๆ ช่องใส่ไฟ หลังจากนั้นทุกวันต้องจุดธูปเทียนไหว้เตาเมื่อไฟแรงและเปิดช่องไฟด้านบน แล้วต้อง ทำพิธีเช่นเตา พิธีเช่นเตานี้ ต้องจัดเครื่องไหว้มา 2 ถาด ถาดแรกเป็นเสื้อผ้าซึ่ง มักเป็นเสื้อผ้าของบรรพบุรุษ ที่ลูกหลานเก็บไว้ และดอกไม้ธูปเทียน ทองเปลว น้ำอบ แป้ง และถาดที่ 2 เป็นอาหาร มีกล้วยน้ำว้า ขนมห่มข้าว ขนมห่มแดง ข้าว ไข่ต้ม และน้ำ เมื่อทำพิธีจะต้องนำผ้าไปพาดไว้ที่เตา ดอกไม้ธูปเทียนบูชา ที่ช่องที่ทำไว้ที่ปากหูข้าง 2 ข้างเตา และที่ปากเตา อาหารจะแบ่งใส่ใบตอง 5 - 6 ที่ ประพรมน้ำอบที่เตา แบ่งเจิมเตา เมื่อเสร็จพิธีเช่นเตาแล้วอาหารจะแจกจ่ายให้เด็ก ๆ (นาถวุฒิ พริงลำภู. 2555: 22-36)

เกาะเกร็ดหมู่ 1

ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดมีความโดดเด่นในด้านการกะลวดลายอันวิจิตรซึ่งได้รับการสืบทอดต่อกันมา และทางกลุ่มได้พัฒนารูปแบบรวมถึงลวดลายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ในการการออกแบบจะได้รับคำ แนะนำ จากลูกค้าด้วยทางหนึ่งและทางกลุ่มได้คิดออกแบบเองด้วย ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วได้มาจากการดูงานกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาที่ทำ คล้ายๆ กันแล้วนำ มาปรับปรุงให้เข้ากับสินค้าของกลุ่ม สินค้าที่ผลิตส่วนใหญ่จะเป็น ของดั้งเดิมประเภทหม้อน้ำ หม้อขมิ้น และของที่ระลึกที่ย่อยส่วนมาเช่น หม้อขมิ้นใบเล็ก แจกันใบเล็กโองใบเล็ก ส่วนพวกของใช้จะเป็นพวก โคมไฟ เตาน้ำหอม และทางกลุ่มได้คิดออกแบบ จาน ชาม ถ้วยกาแฟ ซึ่งกำลังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนากระบวนการเคลือบผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดหมู่ 1 มีจำหน่ายที่ทำการกลุ่มและร้านเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดที่เป็นสมาชิกของกลุ่ม ในชุมชนเกาะเกร็ด

กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด

การตลาดและการประชาสัมพันธ์

การตลาดในช่วงแรกเป็นการผลิตและให้สมาชิกนำไปขายโดยทางกลุ่มขายให้ในราคาค้นทุน และให้สมาชิกที่ไม่ได้ผลิตนำไปขาย ส่วนทางร้านค้าที่ไม่ได้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาก็จะมารับจากทางกลุ่ม ด้วยราคาค้นแล้วก็นำไปขายให้กับนักท่องเที่ยวด้วยทางหนึ่ง อีกช่องทางหนึ่ง คือ การออกร้านจำหน่าย ซึ่งสินค้าก็ได้เป็นสินค้า โอท็อปของจังหวัด ได้ออกบูธในส่วนราชการต่างๆ ด้วยทำ ให้เป็นที่รู้จักได้มากขึ้น ปัจจุบันมีการช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้นทางอินเทอร์เน็ตด้วยทางหนึ่ง

การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์

ทางราชการจะเข้ามาช่วยในเรื่องการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้สินค้าของเราเข้าสู่สากลตามแนวคิดของโอท็อป

ปัญหาการผลิต

ช่วงแรกยังไม่ได้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ยังคงเป็นรูปแบบเดิมๆ ที่บรรพบุรุษทำ มาพวกหม้อขมิ้น โอ่ง แป้งรำ แต่หลังจากที่ได้รับคำ แนะนำ จากทางราชการ การออกร้านจำหน่ายซึ่งหน่วยราชการสนับสนุน และได้คำ แนะนำ จากลูกค้าด้วยทางหนึ่ง ทำให้มีการปรับเปลี่ยนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ส่วนมากเป็นของใช้เพิ่มเติม เช่น โคมไฟ โคมเทียน เตาต้มหม้อจามสามเคลือบเดิมเป็นชนิดไม่เคลือบแต่ได้รับคำ แนะนำ จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมาสอนให้

ความช่วยเหลือจากภาครัฐ

ด้านการตลาด ได้รับคำ แนะนำ และความช่วยเหลือจากรัฐบาล ในช่วงแรกได้มีการจำหน่ายเองภายในหมู่บ้านก่อน แล้วจึงมีการสั่งซื้อและจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆ ปัจจุบันมีการเพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์จากเดิมส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องใช้ ภายหลังผลิตเป็นของที่ระลึกรูปแบบต่างๆ มากมาย

แหล่งวัตถุดิบ

การผลิตเครื่องปั้นดินเผา มีวัตถุดิบหลัก คือ ดิน ในอดีตผู้ผลิตก็จะใช้ดินซึ่งเป็นวัตถุดิบในท้องถิ่น และเมื่อใช้ไปในระยะเวลาที่ยาวนานดินที่เคยเป็นวัตถุดิบในท้องถิ่นก็ได้หมดลง ปัจจุบันจึงใช้วัตถุดิบ ดิน นี้จากการซื้อและขนส่งมาทางเรือ จากจังหวัดปทุมธานีแทน

วัตถุดิบที่ใช้ผลิต

ดินเหนียว

ขั้นตอนการผลิตเครื่องปั้นดินเผา

1. เตรียมดินโดยหมักดิน กรองดินไม่ให้มีเมล็ดทราย
2. ปั้นขึ้นรูป ทิ้งไว้ให้หมาด 1 วัน
3. เอาที่ปั้นไว้มาแกะตามจินตนาการผู้แกะ หรือตามความต้องการของลูกค้า
4. เก็บรายละเอียด
5. ผึ่งแห้งในที่ร่ม ขั้นนี้ใช้เวลาานมาก ถ้าชิ้นเล็กก็ประมาณ 2-3 วัน
6. เมื่อแห้งแล้วก็จะนำไปเผา ใช้อุณหภูมิแตกต่างกันตามสีที่ต้องการ ถ้าสีแดงทั่วไปประมาณ 1,000 องศา ถ้าสีดำ ประมาณ 1,250 องศา ใช้เวลา 24 ชั่วโมง เมื่อเผาเสร็จก็ทิ้งไว้อีก 24 ชั่วโมง ก่อนจะเปิดเตา

2. แนวคิดความต้องการการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด

2.1 แนวคิดสัญวิทยา (Semiology)

แนวคิดสัญวิทยา เป็นแนวคิดที่ผู้ศึกษานำมาศึกษาหาสัญญาณทางวัฒนธรรมของเกาะเกร็ด เพื่อนำไปออกแบบสื่อมัลติมีเดีย ที่สามารถให้ความหมายและเป็นสัญลักษณ์วัฒนธรรมของชาวเกาะเกร็ด จึงต้องทำความเข้าใจ ด้านความหมายและการยกตัวอย่างประกอบสัญศาสตร์ หรือ สัญวิทยา มาจากคำว่า Semiotics และ Semiology ตามลำดับ ทั้งสองคำมาจากรากศัพท์ภาษากรีกคำเดียวกัน คือ Semeion แปลว่า Sign หรือสัญญาณนั่นเอง Semiotics เป็นคำที่นักปรัชญาชาวอเมริกัน Charles S. Peirce (ค.ศ. 1839-1914) ใช้และทำให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในวงวิชาการในสหรัฐอเมริกา ส่วน Semiology เป็นคำที่นักภาษาศาสตร์ชาวสวิสผู้มีชื่อเสียงคือ Ferdinand de Saussure (ค.ศ. 1857-1913) ตั้งขึ้น และนิยมใช้ในหมู่นักวิชาการชาวยุโรป (สรณี วงศ์เปี้ยสัจจ, 2544) ความหมายของสัญวิทยานั้นได้มีผู้ให้คำอธิบายไว้ต่างๆ ดังนี้

Ferdinand de Saussure ได้ให้คำอธิบายถึงสัญวิทยาว่า เป็นศาสตร์ที่ศึกษาถึงวิถีชีวิตของสัญญาณภายในสังคมที่สัญญาณนั้นถือกำเนิดขึ้นมา สัญญาณ (Sign) ประกอบขึ้นมาจากองค์ประกอบ 2 ส่วนคือ “รูปสัญญาณ” (Signifier) ที่เราสามารถรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสนั่นเอง เช่น เสียง(acoustic image) ของคำพูดที่เปล่งออกมาและผู้รับสารได้ยินกับ “ความหมายสัญญาณ” (Signified) ที่เกิดขึ้นภายในใจของผู้รับสารการรวมตัวกันระหว่างรูปสัญญาณและความหมายสัญญาณเป็นเรื่องของขนบธรรมเนียมทาง

วัฒนธรรม (cultural convention) เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นไปตามธรรมชาติ เป็นเพียงการสมมุติขึ้นลอยๆ (arbitrary) การกำหนดให้รูปสัญญาณหนึ่งๆ ต้องใช้กับความหมายสัญญาณหนึ่งๆ ซึ่งกฎเกณฑ์กติกาต่างๆ ที่สร้างขึ้นอย่างเป็นระบบ อันซ่อนอยู่เบื้องหลังการจับคู่กันของรูปสัญญาณและความหมายสัญญาณนั้น เราเรียกว่า รหัส (code) (Saussure. 1974)

ตัวอย่างของการสร้างความหมาย เมื่อเราเห็นของเล่นเด็กที่เป็นหุ่นยนต์ รถยนต์ หรือปืนเด็กเล่นที่อยู่ในบ้าน ก็สามารถคิดไปได้ทันทีว่านั่นเป็นของเล่นของเด็กผู้ชาย ทั้งนี้เกิดจากนำเอาองค์ประกอบต่างๆ ที่เห็นมาประกอบสร้างเป็นความหมายแบบจัดรวมขึ้น

การสร้างและสื่อความหมาย คือ การใช้รหัสหรือการเลือกและรวม สัญญาณอย่างมีระบบระเบียบตามขนบธรรมเนียมทางวัฒนธรรมหรือกติกาที่ชุมชนหรือสังคมกำหนดไว้เกิดเป็นความสัมพันธ์ที่มีความหมาย สัญญาณที่ถูกเลือก เกิดจากความหมายของสัญญาณอื่นๆ ที่ไม่ถูกเลือก จึงเป็นการประกอบสร้างความหมายของสัญญาณ

Roland Barthes เป็นนักคิดที่เริ่มนำเอาการวิเคราะห์แบบสัญวิทยาไปใช้กับวัฒนธรรมศึกษา แนวคิดสำคัญของ Barthes ที่จะกล่าวถึง เกี่ยวข้องกับความหมายของสัญญาณ โดยเขาเห็นว่าความหมาย ของสัญญาณนั้นมีอยู่ 2 ระดับ ได้แก่

- ระดับความหมายตรง (Denotation) เป็นระดับความหมายตรง ที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่าง
- เป็น ภววิสัย เป็นความหมาย ที่ผู้ใช้เข้าใจตามตัวอักษร เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปตามข้อตกลงที่กำหนดขึ้นมาจัดอยู่ในลักษณะของการอธิบายหรือพรรณนา (descriptive level)
- ระดับความหมายแฝง (Connotation) เป็นระดับความหมายแฝง ที่เกิดขึ้นจากการตีความโดยอัตวิสัยขึ้น อยู่กับตัวบุคคลจากประสบการณ์ ที่ได้ประสบมาในชีวิตหรือบริบททางสังคมวัฒนธรรมหนึ่งๆ

Barthes เห็นว่าสิ่งต่างๆ ที่อยู่ล้อมรอบตัวเราในสังคมนั้นล้วนเป็นสัญญาณ มีระบบวัฒนธรรมเป็นรหัสหรือกฎเกณฑ์ในการสร้างความหมายของสัญญาณ แต่ด้วยความเคยชินหรือการอำพรางของวัฒนธรรมเราจึงมองข้ามหรือมองไม่เห็นความหมายในระดับที่สรรพสิ่งต่างๆ มีฐานะเป็นสัญญาณหรือถูกทำให้กลายเป็นสัญญาณและมีบทบาทหน้าที่ในเชิงสัญญาณ (sign-function) ไปมองเห็นความหมายของสรรพสิ่งนั้นเป็นเรื่องของธรรมชาติธรรมดาหรือเป็นเพียงสิ่งของเพื่อการใช้สอยเท่านั้น

Barthes เรียกกระบวนการในการเปลี่ยนแปลง ลดทอน ปกปิด อำพราง บิดเบือนฐานะการเป็นสัญญาณของสรรพสิ่งในสังคมให้กลายเป็นเรื่องของธรรมชาติ เป็นสิ่งปกติธรรมดา หรือเป็นสิ่งที่มีความบทบาท/หน้าที่ในเชิงใช้สอยแคบๆ ในสังคมว่า “กระบวนการสร้างมายาคติ” และเรียกสิ่งที่เป็นผลลัพธ์ผลิตของกระบวนการนี้ว่า “มายาคติ” (myth/alibi/doxa) หรือความคิด ความเชื่อที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับโดยไม่ตั้งคำถามและเป็นความคิดความเชื่อ ที่สอดคล้องกับระบบอำนาจที่ดำรงอยู่ในสังคมในขณะนั้น (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. 2545)

Charles Sanders Peirce ได้จัดแบ่งสัญญาณออกเป็น 3 ประเภทตามความสัมพันธ์ของสัญญาณกับของจริงที่ถูกแทนที่ ได้แก่

- Icon หรือ รูปเหมือน เป็นเครื่องหมายที่มีรูปร่างลักษณะเหมือน (resemblance) หรือคล้ายกับของจริง หรือสิ่งที่มันบ่งถึง และเป็นที่เข้าใจได้ง่าย ตัวอย่างเช่นภาพถ่าย แผนที่ภาพวาด ภาพบนป้ายจราจรที่เป็นรูปจำลองของรถยนต์หรือจักรยานยนต์ กระทั่งคำพูดบางคำที่เป็นการเลียนเสียงธรรมชาติ

- Index/indices หรือ “ดัชนี” เป็นเครื่องหมายที่มีความเชื่อมโยงของจริงแบบเป็นเหตุเป็นผลกัน (causal connection) เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตัวอย่างเช่นควันไฟเป็นเครื่อง บ่งชี้ว่ามีไฟไหม้

- Symbol หรือ “สัญลักษณ์” เป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงบางสิ่งบางอย่าง แต่มันไม่ได้คล้ายคลึงกับสิ่งที่มันบ่งชี้ ความเชื่อมโยงระหว่างสัญลักษณ์กับของจริงที่มันอ้างอิงถึงนั้นไม่ใช่ความเชื่อมโยงกันตามธรรมชาติแต่เป็นผลมาจากข้อตกลงของสังคม (social convention) และอาศัยการเรียนรู้ ตัวอย่างเช่น เครื่องหมายจราจร เป็นต้น

กระบวนการสร้างความหมาย (Signification) จึงเป็นผลรวมจากการประสบการณ์ในโลกแห่งวัตถุและกระบวนการทางสมองที่ทำงานร่วมกัน องค์ประกอบทั้ง 3 ส่วนนี้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน องค์ประกอบตัวหนึ่งสามารถเปลี่ยนไปอยู่ในฐานะขององค์ประกอบตัวอื่นได้อย่างอิสระ โดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์ (circumstances) สัญญะหนึ่งแปรไปสู่อีกสัญญะหนึ่ง และกระตุ้นให้เกิดสัญญะอื่นๆ ตามมากลายเป็นกระแสของเครื่องหมายและความหมายที่ไหลต่อเนื่องกันไปอย่างไม่จบสิ้น

จากทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น จะพอสรุปแนวคิดเรื่องสัญญะวิทยาได้ว่า “สัญญะ” คือ สิ่งใดๆ ที่ถูกสร้างขึ้นมาจากข้อตกลงทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนหนึ่งๆ เพื่อใช้เป็นสื่อในการแสดง ความหมาย เป็นตัวแทนของวัตถุจริง ด้วยเหตุนี้ สัญญะจึงเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ 1.) วัตถุในโลกจริง ซึ่งเป็นตัวอ้างอิง (Reference) ให้กับสัญญะ 2.) รูปสัญญะ ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ใช้บรรจุ ความหมาย และ 3.) ความหมายสัญญะ ที่เป็นการเข้าใจหรือภาพที่เกิดขึ้นในใจ ด้วยเหตุที่ การ ประกอบเข้าคู่กันของรูปสัญญะและความหมายสัญญะเป็นสิ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่ถูกกำหนดขึ้น เป็นข้อตกลงร่วมกันของชุมชน มนุษย์จึงต้องมีการเรียนรู้ที่จะใช้และสร้างสัญญะต่างๆ นอกจากสิ่งที่ถูกจัดเตรียมโดยมนุษย์แล้ว สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติอย่างเช่นลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ พืชและสัตว์ ก็สามารถถูกทำให้กลายเป็นเครื่องหมายสำหรับสื่อความคิดเฉพาะเกี่ยวกับ บางสิ่งบางอย่างได้ เช่น “ทุ่งบัวตอง” จะทำให้คิดถึงจังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นต้น

2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่ปรากฏตั้งแต่สมัยโบราณ ในยุคแรกนั้น การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทางโดยมักมีจุดประสงค์เพื่อทางการค้า ศาสนา การศึกษา การ รักษาพยาบาล กระทั่งเพื่อการแข่งขันกีฬา ภายหลังจึงได้เริ่มมีแนวคิดเรื่องการพักผ่อนและความ เพลิดเพลินเพิ่มเข้ามา สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความหมายดังต่อไปนี้

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีผู้ เรียนรู้จากวัฒนธรรมอื่นๆ เพื่อให้เกิดโลกทัศน์ใหม่ๆ ที่กว้างไกล จากการมีประสบการณ์ ในแหล่ง วัฒนธรรม ที่คงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นรวมถึงการใช้เวลาในการท่องเที่ยวแสวงหาความรู้ด้านวิทยาการ เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่างๆ หรือเพื่อศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา หรือเพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือน ชั่วคราว โดยไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้ องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วย การเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง คือ

- ต้องเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือนและด้วยความสมัครใจ
- ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง โดยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ต้องมีใช่เพื่อ

การประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำนอกจากนั้นยังให้คำจำกัดความของคำว่า นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร ดังนี้

- นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักแรมของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีใช่การไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็น

นักท่องเที่ยวนำแนกเป็น

- นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourist or International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย
- นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พักแรมในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักอันถาวรนั้น

นักทัศนาจร (Excursionists) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักแรมของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้นๆไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้ที่โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่ค้างพักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็น

นักทัศนาจร นำแนก เป็น

1. นักทัศนาจรชาวต่างประเทศ (Foreign Excursionists) หมายถึง นักทัศนาจรชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. นักทัศนาจรภายในประเทศ (Domestic Excursionists) หมายถึง นักทัศนาจรที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พักแรมในประเทศไทย ซึ่งอาจเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พักแรมอยู่ในประเทศไทย หรือในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งก็ได้ เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่ หรือที่พักแรม

นอกจากนั้นยังจะพบคำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitors) ซึ่งหมายรวมถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยจะจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักทัศนาจรก็ได้ตามแต่จะตรงกับคุณสมบัติหรือนิยามในข้อใดจุดมุ่งหมายของการเดินทาง สำหรับจุดมุ่งหมายของการเดินทาง เพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายๆอย่างต่อไป

1. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Leisure Tour หรือ Recreation Tour หรือ Holiday Tour มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนในวันหยุด การแสวงหาความสนุกสนาน บันเทิงรวมถึงการไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ชมการแสดง การเล่นกีฬาและนันทนาการ

2. การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Business Tour หรือ Business Travel หรือ Professional Travel ซึ่งเป็นการเดินทางของนักธุรกิจ โดยมีกิจกรรมด้านธุรกิจเป็นจุดมุ่งหมายหลัก เช่น การเดินทางไปร่วมประชุม สัมมนา เจรจาทธุรกิจ ในขณะเดียวกันก็อาจมีการพักผ่อนหย่อนใจเป็นส่วนประกอบด้วยก็ได้ ในประเทศอุตสาหกรรม รายได้จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มีอยู่สูงมาก เพราะนักท่องเที่ยวประเภทนี้เดินทางตลอดทั้งปี ไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ทั้งเป็นผู้ที่สามารถเสียค่าใช้จ่ายได้สูง

3. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจึงเป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Incentive Tour ซึ่งมักจัดให้แก่พนักงานและลูกค้าของบริษัท และหน่วยงานต่างๆ หรือผู้ที่ทำประโยชน์ให้แก่บริษัทและหน่วยงานนั้นๆ การเดินทางอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อธุรกิจรวมอยู่ด้วยก็ได้ เช่น จัดให้ไปชมโรงงานผลิตสินค้า หรือไปประชุมสัมมนา มีการสังสรรค์เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Meeting Convention & Exhibition Tour โดยนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อไปเข้าร่วมประชุมสัมมนา หรือไปชมการแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการในโอกาสต่างๆ

5. การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษเฉพาะกลุ่ม เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Special - Interest Group Tour คือจัดขึ้นเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องใดโดยเฉพาะเช่น การเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาบางชนิด การเที่ยวชมธรรมชาติและดูสัตว์ป่า การเที่ยวถ้ำ การดำน้ำดูปะการังและสัตว์น้ำ การชมโบราณสถานความสำคัญของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมดังต่อไปนี้

1. เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออกอื่นๆ

2. ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าการชำระเงินระหว่างประเทศ เช่น ในปี พ.ศ.2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย เป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นๆ ได้ (เลิศฤทธิ์ โหมประเทศ. 2552: 8-10)

2.1.2 การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว (Planning for Tourism Development) ผู้ศึกษา นำแนวคิด การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว (Planning for Tourism Development) มาใช้ เพื่อวางแผนในการออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของชาวเกาะเกร็ด ซึ่งกระบวนการวางแผน มีขั้นตอนในการวิเคราะห์สัจจะของชุมชนเกาะเกร็ด ซึ่งเป็นกระบวนการที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้และช่วยส่งเสริมการออกแบบเว็บไซต์ให้ประสบผลสำเร็จในเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการต่อเนื่อง ที่จะต้องอาศัยทรัพยากรหลากหลาย ทั้งกำลังคน กำลังเงิน และระยะเวลา เช่นเดียวกับกิจกรรมหรือสาขาทางเศรษฐกิจอื่น ๆ และการท่องเที่ยวจะพัฒนาไปในทิศทางและขนาดที่ถูกต้องและเหมาะสมหรือไม่เพียงไร จะขัดแย้งหรือสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมส่วนรวมหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับการวางแผนเป็นสำคัญ

กระบวนการวางแผน (Planning Process)

1. การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและสำรวจภาคสนาม
2. การวิเคราะห์และการศึกษาข้อมูลที่ได้
3. การกำหนดปัญหา ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่
4. การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายและวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยว
5. การกำหนดแผนงานของโครงการ

2.3 แนวคิดทางด้านสุนทรียศาสตร์

จากปรัชญาสุนทรียศาสตร์ดังกล่าวข้างต้นนั้น พอที่จะรวบรวมแนวคิดจากบุคคลต่างๆ ในวงการสุนทรียศาสตร์ได้ดังนี้ สุเชาว์ พลอยชุม กล่าวไว้ว่า “ลักษณะทั่วไปของประสบการณ์ทางสุนทรียคือการทำให้กิจกรรมในชีวิตจริงหยุดพักลงชั่วคราว ลืมเรื่องราวในชีวิตประจำวัน จิตจะว่างจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ที่อยู่ภายนอก มีอารมณ์ดื่มด่ำอยู่ในความเพลิดเพลินกับเรื่องที่กำลังสัมผัสอยู่ และความไม่ใส่ใจในกิจกรรมของชีวิตจริงๆ นั่นเอง ที่ช่วยให้จิตได้ผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ลงได้ ลักษณะที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์สุนทรียะ คือ อารมณ์ร่วมและสภาวะจิตผูกพัน” (Psychical Distance) (สุเชาว์ พลอยชุม. 2523: 8)

เอกชัย สุนทรพงศ์ และเสาวนิตย์ แสงวิเชียร กล่าวว่า “สุนทรียศาสตร์ คือ ปรัชญาแห่งความงามที่มีความเกี่ยวข้องกับจิตใจของมนุษย์ที่ไปสัมผัสสิ่งที่มีคุณสมบัติงามในทางภววิสัยแล้วเกิดความพึงพอใจ ความชอบ ความเพลิดเพลิน” ซึ่งความพึงพอใจนี้จะดำรงอยู่ได้นาน ในระดับที่แตกต่างกันออกไปตั้งแต่ความพึงพอใจขั้นธรรมดา เกิดขึ้นแล้วหายไปในเวลาสั้นๆ เพราะไปสัมผัสกับสิ่งที่มีคุณลักษณะของสิ่งสะกิดเร้าที่ธรรมดา แต่ความพึงพอใจในระดับสุดยอดนั้น จะเกิดจากการที่จิตของเราถูกเร้าด้วยสิ่งที่เรามีความสันทัด คั่นเคยในเรื่องนั้นๆ อยู่ก่อนแล้ว สิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดความรู้สึกงามจะต้องมีลักษณะพื้นฐาน 3 ประการ คือ ความมีสัดส่วนดี ความชัดเจนบริสุทธิ์ ความเป็นเอกภาพ (เอกชัย สุนทรพงศ์ และเสาวนิตย์ แสงวิเชียร. ม.ป.ป.: 4-6)

วิทย์ ศิวะศรียานนท์ กล่าวว่า “ความงามของศิลปะเกิดจากความกลมกลืนกันของสิ่งที่ขัดแย้งกัน ความมีส่วนและมีดุลยภาพ” วิทย์ ศิวะศรียานนท์. 2504: 120)

บรรจง บรรเจิดศิลป์ ได้สรุปไว้ว่า ความรู้สึกชื่นชมยินดีเกิดจากสิ่งต่างๆ มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้ คือ ความเป็นระเบียบ ความมีสัดส่วนรับกัน ความกลมกลืนกัน กามารมณ์ ความแวววาวของสี ลักษณะที่เลียนแบบจากสิ่งแวดล้อมในสังคม ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวจะทำหน้าที่กระตุ้นทางสุนทรียภาพให้คนเกิดการเพ่งสำรวจทางสุนทรียภาพที่ไม่มีผลในทางปฏิบัติ” สุนทรียศาสตร์จะเกี่ยวกับสิ่งก้ำกึ่งหรือความคิดรวบยอดของบุคคลที่มีต่อวัตถุทางสุนทรียะ ก่อให้เกิดประสบการณ์ทางสุนทรียะที่แตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคล (บรรจง บรรเจิดศิลป์. 2529: ไม่มีเลขหน้า)

กิริติ บุญเจือ กล่าวว่า ความสนใจส่วยอารมณ์เป็นข้อเท็จจริงในประสบการณ์ของมนุษย์ทุกคนไม่ว่าจะเป็นชนชาติใด ภาษาใด มนุษย์จะมีอารมณ์เมื่อสัมผัสสี รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว และขนาดของสิ่งต่างๆ สิ่งที่เราเห็นจนเคยชินจะสร้างอารมณ์ขึ้นตามปกติสิ่งใหม่จะสร้างอารมณ์ใหม่ที่น่าสนใจ อารมณ์ที่เกิดขึ้นอาจจะน่าพอใจหรือน่าสะอิดสะเอียน หรือแปลกตาก็ได้ เสียง กลิ่น รส และสัมผัสย่อมสร้างอารมณ์ได้ทั้งสิ้น (กิริติ บุญเจือ. 2522: 47)

อารี สุทธิพันธุ์ ได้จำแนกความรู้สึกที่ได้จากการรับรู้ไว้ดังนี้ คือ เมื่อเรารับรู้โลกภายนอกอย่างมีสุนทรียภาพนั้น เราจะมีความรู้สึกตั้งใจดูสิ่งนั้นโดยตรง ลืมเรื่องอื่นๆ ไม่คำนึงถึงเวลา และเราจะดูเรื่องที่รู้มาก่อนแล้วจึงดูเรื่องที่ไม่รู้สืบต่อไป เราจะรับรู้โดยรวม เราจะรู้ดีกว่าสิ่งนั้นมีคุณค่าทั้งสิ้น สิ่งแรกที่เราน่าสนใจมักจะเป็นเรื่องราวหรือวัตถุที่เคยเห็นมาก่อนแล้ว เราจะมีอารมณ์ชื่นชมอย่างฝังแน่นจำได้ และรู้สึกเป็นห่วง จะไม่รู้สึกเบื่อแต่อยากเห็นบ่อยๆ และเราจะรู้สึกว่าสิ่งที่เรารับรู้อย่างมีสุนทรียภาพนั้นเป็นไปโดยความบังเอิญหรือไม่คาดฝันมาก่อน นอกจากนั้นยังได้อธิบายถึงคุณค่าทางด้านความสวยงามว่า ที่ยอมรับว่าสวยเพราะมีลักษณะของความงามแสดงปรากฏโดยง่าย มีรูปแบบเด่น สะดุดตา มีลักษณะเลียนแบบธรรมชาติ ใช้วัสดุตรงตามคุณสมบัติของวัสดุนั้นๆ ผลงานนั้นสร้างโดยผู้สร้างที่

ยอมรับกันว่ามีพรสวรรค์ ผลงานนั้นเผยให้เห็นความจริง ความลึกซึ้งในธรรมชาติ อุดมคติ และเป็นสากล ผลงานมีลักษณะดวงตาปรากฏอยู่ ผลงานนั้นสอดคล้องกับความต้องการของสังคมและให้ผลต่อสังคมโดยตรง เป็นผลของการแสดงออกอย่างเสรี ผลงานนั้นเร่งเร้าให้ผู้ชมมีอารมณ์คล้อยตาม งามเพราะกินใจ ผลงานนั้นช่วยให้ผู้พบเห็นเห็นในสิ่งที่ตึงงามและส่งเสริมให้ทำดีอยู่เสมอ ผลงานมีลักษณะแปลกใหม่และมีเอกลักษณ์โดยเฉพาะ (อารี สุทธิพันธุ์, ม.ป.ป.: 79 – 100)

บรรจง บรรเจิดศิลป์ สรุปว่า ผลจากการที่บุคคลได้รู้จักมักคุ้นกับทรวดทรงของสิ่งต่างๆ และพบว่าสิ่งที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย จะก่อให้เกิดความรู้สึกยินดี น่าชื่นชม และก่อให้เกิดความรู้สึกว่างาม สิ่งทีก่อให้เกิดความรู้สึกงามก็คือความมีสัดส่วนรับกัน ความมีระเบียบกฎเกณฑ์ ความมีส่วนเทียบเหมาะสม และความกลมกลืนกัน นอกจากนั้นยังได้กล่าวว่า “การลอกเลียนแบบ (Mimesis) เป็นรากเหง้าแห่งประสบการณ์ทางสุนทรียะของมนุษย์ มนุษย์เองเป็นผู้สร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะขึ้นมา เพราะเป็นผลผลิตที่ผสมกันของภูมิปัญญาของอารมณ์ความรู้สึก และอารมณ์ทางเพศ และคุณสมบัติทางฟิสิกส์ของสิ่งต่างๆ อีกด้านหนึ่ง คือ สีสันอันตระการตา แสงอันแวววาว เสียงอันมีเสน่ห์ และการยั่วเย้าทางกามารมณ์ อาทิ การยั่วเย้าด้วยสี ด้วยกลิ่น ด้วยอารมณ์ ด้วยเครื่องประดับ ด้วยคำพูด ด้วยรูปโฉม และท่ามี ซึ่งเรียกว่า การกระตุ้นทางสุนทรียภาพ (Aesthetic Stimuli) อันจะก่อให้เกิดเฟื่องฟูทางสุนทรียภาพที่ไม่มีผลทางปฏิบัติสุนทรียศาสตร์จะเกี่ยวข้องกับสังกัด หรือความคิดรวบยอดของบุคคลที่มีต่อวัตถุทางสุนทรียะและในวัตถุทางสุนทรียะนั้นได้ก่อให้เกิดประสบการณ์ทางสุนทรียะที่ต่างกัน ปัจจัยสำคัญที่เปลี่ยนความรู้สึก อารมณ์ที่มีต่อผลงานศิลปะคือความรู้ การรับรู้ และประสบการณ์ทางสุนทรียะ เมื่อกล่าวโดยสรุปแล้วจะเห็นว่า อารมณ์สุนทรียะของบุคคลนั้นสามารถสร้างขึ้นได้ โดยอาศัยกระบวนการของการวางเงื่อนไขในทางจิตวิทยาการรับรู้ที่ผ่านการสังเกตศึกษาวิเคราะห์ให้ในลักษณะที่แน่นอนและเฉพาะเจาะจง

และสิ่งที่มีส่วนสัมพันธ์กับสุนทรียศาสตร์อีกอย่างหนึ่งคือ “การขานรับที่ตรงกัน” (Sympathetic Response) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ทางจิตวิทยาในกระบวนการของสุนทรียะวิจักขณ์ คือ ในขณะที่ภาพศิลป์ปฏิมาส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้ชมนั้น ผู้ชมจะเกิดการสะท้อนอารมณ์เพราะภาพศิลป์ปฏิมานั้นเป็นผลผลิตที่สร้างขึ้นด้วยอารมณ์ ความรู้สึกของศิลปินที่แฝงอยู่ในภาพ และยังผลให้เกิดการสะท้อนใจ การขานรับที่ตรงกันนี้จะเกิดขึ้นได้ต้องอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์ที่ตรงกัน และประสบการณ์ต้องมีเงื่อนไขที่เกี่ยวกับ วุฒิ ฐาน วรรณะ ชาติ ศาสนา และยุคสมัย ศิลปะจะต้องอาศัยการขานรับที่ตรงกันไปส่งผลสะท้อน ถ้าขาดการขานรับที่ตรงกันแล้วศิลปะก็ไร้ความหมาย นอกจากนั้นงานศิลปะที่สามารถส่งผลสะท้อนได้อย่างลึกซึ้งนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์สำคัญ 2 ประการ คือ จะต้องเป็นงานที่มีพลังเสน่ห์ทางศิลป์ (Artistic Appeal) สูง และจะต้องมีผู้ชมที่มีความสามารถในทางสุนทรียะวินิจฉัย (Aesthetic Judgement) ในระดับที่แน่นอน บรรทัดฐานในการ

วินิจฉัยค่าทางสุนทรียะประกอบด้วยหลัก 3 หลัก คือ ความเป็นเอกภาพ (Unity) ความมีองค์ประกอบที่ซับซ้อน (Complexity) ความเข้มข้น (Intensity) ความเป็นเอกภาพบางครั้งเรียกว่าความเป็นเอกภาพทางอินทรีย์ ซึ่งตรงข้ามกับคำว่าวุ่นวาย สับสนและความไม่กลมกลืน ความมีส่วนประกอบจะแสดงออกในความเป็นเอกภาพในความหลากหลาย (Unity in Variety) กับความหลากหลายในความเป็นเอกภาพ (Variety in Unity) และความเข้มข้นคือความโดดเด่น (บรรจง บรรเจิดศิลป์. 2529: ไม่มีเลขหน้า)

บามการ์เตน ให้ความหมายของสุนทรียศาสตร์ไว้ว่า “ความรู้เกี่ยวกับสิ่งทั้งามในธรรมชาติ และศิลปะเกี่ยวกับลักษณะของมัน เกี่ยวกับเงื่อนไขของมัน เกี่ยวกับความสอดคล้องกับกฎของมัน ประสบการณ์ทางศิลปะเป็นวิธีการของการรับรู้ของมนุษย์ โดยเริ่มจากสิ่งทั้งามในธรรมชาติหรือสิ่งทั้งามในศิลปะ เป็นตัวเร่งเร้าต่อการสัมผัสอายตนะภายนอก แล้วเกิดการสำเหนียกทางประสาทขึ้น เป็น การรับรู้ในระดับความรู้สึก (Sensory) หรือรับรู้ระดับอายตนะภายนอกแล้วผ่านไปถึงการรับรู้ของอายตนะภายในหรือสมอง เรียกว่าการรับรู้ในระดับเหตุผลสิ่งทั้งาม คือ เป้าหมาย หรือสิ่งเร้าของประสาทสัมผัส คือสิ่งที่จิตรับรู้ หรือสิ่งที่ถูกรู้ก่อให้เกิดความรู้สิ่งทั้งามในระดับความรู้สึกและในระดับนามธรรม ความรู้ในระดับความรู้สึกจะจำกัดอยู่แค่ความรู้สึก ซึ่งสะท้อนทั้งส่วนที่สำคัญและไม่สำคัญรวมอยู่ในองค์ประกอบที่ซับซ้อน มันรวมเอาแต่สิ่งที่คนสามารถสำเหนียกได้โดยตรงเท่านั้น และมันสะท้อนแต่ที่เป็นลักษณะเฉพาะเจาะจงมากกว่าที่เป็นลักษณะทั่วไป การที่จะไปค้นหาความเกี่ยวพันทั่วไป และความเป็นแบบเดียวกัน (Uniformities) จำเป็นต้องอาศัยการทำงานของความคิด จึงจะสามารถแปรการสะท้อนคุณสมบัติภายนอกของวัตถุไปสู่การรับรู้การเกี่ยวพันภายในและทั่วไประหว่างปรากฏการณ์ ตลอดจนธาตุแท้และความเป็นระบบเดียวกันของมัน” (บรรจง บรรเจิดศิลป์. 2529)

กิริติ บุญเจือ กล่าวว่า สุนทรียะธาตุ คือองค์ประกอบอย่างหนึ่งใน 4 อย่างของศิลปะ สุนทรียะธาตุมี 3 อย่าง คือ ความงาม (Beauty) ความแปลกหูแปลกตา (Picturesqueness) และความน่าทึ่ง (Sublimity) การที่คนเรามีสุนทรียะธาตุในความสำนึก เราเรียกว่าคนๆ นั้นมีประสบการณ์ทางสุนทรียะ ในงานศิลปะชิ้นหนึ่งอาจมีสุนทรียะธาตุอย่างเดียวกันหรือหลายอย่างก็ได้ เช่น พระพุทธรูปอาจมีทั้งความงามและความน่าทึ่งปนกัน ภาพต้นไผ่อาจมีทั้งความงาม ความแปลกหูแปลกตา และความน่าทึ่งรวมอยู่ในภาพเดียวกันก็ได้ อย่างไรก็ตามความงามและสุนทรียะธาตุมิใช่เป็นคุณสมบัติของศิลปกรรมแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นคุณสมบัติของสิ่งต่างๆ ในธรรมชาติและในสังคมด้วย เช่น อาทิตยอัสดงที่ชายทะเล เมฆฝนที่กำลังก่อตัวกระจายแผ่ซ่านกลางอากาศก่อนฝนตก สีสนของสัตว์ต่างๆ ดังตัวอย่างความงามที่ปรากฏในธรรมชาติ หรือสุนทรียะวัตถุในธรรมชาติซึ่งสามารถแยกได้เป็น 2 ด้าน คือ เวลา และที่ว่าง เช่น ในด้านของเวลา ประกอบด้วยจังหวะ เช่น น้ำขึ้นน้ำลง การหายใจเข้าออก การแกว่งมือเวลาเดิน การก้าวเดิน การช้า เช่น เสียงน้ำหยด เสียงคลื่นกระทบฝั่ง ทำนอง เช่น

เสียงนกร้อง เสียงพูด เสียงลมพัด นอกจากนั้นยังมีสุนทรียะธาตุในด้าน ดุลภาพ (Symmetry) เช่น เกล็ดหิมะ เกล็ดผลึกต่างๆ กลีบดอกไม้ ใบไม้ ปลาดาว มือเท้า ปีกนก การแผ่รัศมี คือ การกระจายจาก ศูนย์กลางอย่างมีระเบียบ เช่น เปลือกหอยโข่ง กระดองหอยทาก กลีบดอกไม้ซ้อนกัน ดุลภาพ (Balance) คือความสมดุลในสองด้านที่ตรงกันข้ามแต่ไม่จำเป็นต้องเหมือนกับดุลภาค เช่นท่อนหัวและ ท่อนล่างของหางนกที่มีดุลภาพบนขาทั้งสองข้าง การเน้น คือการทำให้มีจุดเด่นที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน กว่าส่วนอื่นๆ เช่น ความทะมัดมั่งของภูเขา ความเว้งว้างของท้องทะเล ความเขียวขจีของทุ่งหญ้า ใน หน้าคน อัตราส่วนคือ การมีส่วนประกอบมากน้อยอย่างเหมาะสม เช่น เราารู้สึกว่าขาขาวสวยกว่าขา แรด ความงามของร่างกายมนุษย์ ความกลมกลืน คือ การประสานลักษณะต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างแนบสนิท (กิริติ บุญเจือ. 2522: 5)

สุนทรียะวัตถุทั้งหลายจะดำรงอยู่อย่างเป็นอิสระในทางภววิสัย มนุษย์เป็นผู้สำนึกความ งามโดยผ่านกระบวนการทำงานของอัตตวิสัย แล้วแสดงออกซึ่งทัศนนะเฉพาะตัวหรือโดยทรรศนะของ ส่วนรวม และผู้มีความสามารถในการรับรู้ความงามได้ดีที่สุด คือ ศิลปะ เพราะศิลปินสามารถ สังเกตเห็นสุนทรียะวัตถุดังกล่าวดูได้ลึกซึ้งกว่าคนธรรมดา เขาจึงสอดใส่สุนทรียะวัตถุแฝงไว้ในงาน ศิลปะต่างๆ และเมื่อผู้ชมได้มีโอกาสสัมผัสผลงานเหล่านี้เข้า ก็จะทำให้เกิดการขานรับทางสุนทรียภาพ แตกต่างกันไปตามลักษณะของประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคล จากการค้นพบกฎเกณฑ์ดังกล่าวนี้ ทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านการสร้างสรรค์งานศิลปะแนวใหม่ โดยเปลี่ยนจากแนวคิดที่เริ่มจากศิลปิน เป็นศูนย์กลางไปสู่การคำนึงถึงธรรมชาติของผู้ชมเป็นศูนย์กลาง เพื่อจะได้สร้างสรรค์งานศิลปะให้ สอดคล้องกับประสบการณ์เดิมของผู้ชม อันจะเป็นผลทำให้เกิดการขานรับทางสุนทรียภาพในแนวทาง ที่ชัดเจนอย่างเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ด้วยผลของการพัฒนานี้จึงทำให้ศิลปะมีอิทธิพลต่อผู้ชมเป็น อย่างมากเพราะศิลปะสามารถทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ เกิดความเคลิบเคลิ้ม เกิดอารมณ์สุนทรียะ เกิด ความคิด เกิดอุดมการณ์ และเกิดการลากจูงใจให้ผู้ชมได้กระทำหรือแสดงพฤติกรรมไปตามความ บันดาลใจที่ได้รับจากการชื่นชมสิ่งเร้าทางสุนทรียะ ในงานศิลปะ ดังตัวอย่าง เช่น การสร้าง ประติมากรรมทางศาสนา (กิริติ บุญเจือ. 2522: 61 – 62) ถ้าที่ใดศิลปินสร้างประติมากรรมขึ้นเคารพ บูชาจนถูกใจประชาชนอย่างมากก็จะทำให้ประชาชนมีศรัทธาไปในแนวทางนั้นๆ แล้วถ้าหากมี ประติมากรรมขึ้นใหม่ทำให้ประชาชนพอใจมากกว่า ก็อาจจะเปลี่ยนแนวความศรัทธาของประชาชนไป ได้อีกด้วย เหตุนี้จึงทำให้ท่านโมเชสศาสดาของศาสนายูดาห์ และท่านปี มูฮัมหมัด ศาสดาของศาสนา อิสลามเห็นความสำคัญของเรื่องนี้ จึงได้ออกกฎสร้างประติมากรรมขึ้นเคารพบูชา เพราะเกรงว่าศา สนิกชนจะถูกจูงใจให้ไขว่เขวไปตามอารมณ์ของศิลปิน ดังที่ได้เคยเกิดเป็นชนวนความหวัง หรือเป็น การระบายซึ่งอารมณ์ที่คั่งค้างภายในจิตใจออกมา ซึ่งเรียกว่า “การชำระจิตใจ” (Catharsis) ซึ่งเราทุก คนต่างก็มีความผิดหวังหรืออารมณ์คั่งค้างสะสมอยู่ในตัวไม่มากนักน้อยด้วยกันทุกคน ในประวัติศาสตร์

นั้นมนุษย์ได้ระบายอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ออกมาในรูปของการผลิต หรือการดัดแปลงธรรมชาติให้เป็นประโยชน์ต่อเจตจำนงของมนุษย์ นีเช (Nietzsche, 1844 – 1900 Unpaged) เรียกว่าการแสดงออกของเจตจำนงที่จะมีอำนาจ (The will – to – Power) หรือดังที่โชเพนเฮา (Shopenhauer) เรียกว่า เจตจำนงที่จะมีชีวิต (The will – to – Live)

บรรจง บรรเจิดศิลป์ กล่าวว่า ศิลปะคือการสะท้อนความเป็นจริง โดยอาศัยภาพปฏิมาสะท้อนความเป็นจริง ภาพปฏิมาที่ปรากฏอยู่ในงานศิลปะนั้นจะประกอบด้วยรูปการจิตสำนึกทางสังคมที่มีลักษณะเป็นแบบอย่าง (Typicality) มากกว่าความเป็นจริง งานศิลปะทั้งหลายย่อมจะอาศัยชีวิตที่เป็นจริง ผ่านการประมวลทางศิลปะ (กระบวนการคิดด้วยภาพเป็นกระบวนการขานรับและสร้างสรรค์ภาพปฏิมาขึ้นในสมอง) แสดงออกในงานศิลปะเป็นภาพที่มีชีวิตชีวาและเป็นที่รู้สึกได้ ภาพปฏิมาดังกล่าวจะมีความเป็นเอกภาพระหว่างลักษณะปัจเจกกับลักษณะทั่วไป ระหว่างอัตวิสัยกับลักษณะภววิสัย จิตกรรมอาศัยสีและเส้นมาสะท้อนภาพศิลปะปฏิมาของความเป็นจริง และของความคิดฝันลงบนพื้นระนาบ สีและเส้นจึงสามารถสะท้อนอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมได้ ดนตรีอาศัยการจัดระบบเสียงของดนตรีมาแสดงออกซึ่งอารมณ์ความรู้สึกของคนและสะท้อนชีวิตในความเป็นจริง โดยอาศัยองค์ประกอบพื้นฐานของจังหวะกับทำนองเพลง เป็นส่วนที่ช่วยสร้างภาพปฏิมาทางดนตรีนาฏกรรมอาศัยการแสดงของตัวละครมาสะท้อนถึงความขัดแย้งด้านต่างๆ ที่ดำรงอยู่ในสังคม การเรไรว่าเป็นศิลปะที่อาศัยการเคลื่อนไหวอย่างมีจังหวะและท่วงท่าที่แน่นอนมาสะท้อนชีวิต ความคิดและอารมณ์ความรู้สึกของคนโดยมีดนตรีประกอบ บทบาทของศิลปะมี 3 ประการ คือ บทบาทการรับรู้ บทบาทการให้การศึกษา และบทบาททางสุนทรียะ (บรรจง บรรเจิดศิลป์. 2529: ไม่มีเลขหน้า)

2.4 ทฤษฎีการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสาร คำว่า “การสื่อสาร” หรือ “communication” ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กันมากมายดังนี้

1. แลมป์ แฮร์ และ แม็คดาเนียล (Lamb, Hair and McDaniel, 1992: 424) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนความหมายหรือสร้างความหมายร่วมกันของบุคคล โดยอาศัยสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่เข้าใจกันทั่วไปเป็นสื่อกลาง บุคคลสร้างความหมายร่วมกันเพื่อแสดงความรู้สึก ความคิด ข้อเท็จจริง และทัศนคติ”

2. ชแรมม์ ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการสร้างความคิดร่วมกัน หรือความคิดที่เป็นหนึ่งเดียว (commonness or oneness of thought) ระหว่างผู้ส่งข่าว และผู้รับข่าวสาร” จากความหมายนี้แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ จำเป็นจะต้องมีความคิดร่วมกันบางอย่างระหว่างบุคคลสองฝ่าย โดยมีข่าวสารหรือข้อมูลส่งผ่านไป จากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง (หรือจาก

กลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง)จากความหมายดังกล่าวข้างต้น ก็พอจะสรุปความหมายของการสื่อสารได้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน 2 ฝ่าย ฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ส่งข่าวสาร ไปยังอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นผู้รับข่าวสาร เพื่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน และแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อกัน เมื่อพิจารณาในทางการตลาด เมื่อบริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์เก่า หรือต้องการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิมที่มีอยู่แล้ว บริษัทก็จำเป็นต้องส่งข่าวสารการขาย ไปยังลูกค้าที่คาดหวัง ผู้บริหารการตลาด ก็จำเป็นต้องส่งข้อมูลติดต่อกับตลาดเป้าหมาย และสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับบริษัท และผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย โดยผ่านเครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่จัดทำขึ้น กระบวนการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ในทางการตลาด เรียกว่า “การสื่อสารการตลาด” หรือ marketing communications บางครั้งเรียกสั้น ๆ ว่า marcom (Bovee, Houston; & Thill. 1995: 526)

ดังนั้นความหมายของ “การสื่อสารการตลาด” ก็พอสรุปเป็นความคิดรวบยอดไว้ว่า คือ กิจกรรมทั้งมวลที่นักการตลาดได้กระทำขึ้น เพื่อให้เป็นข่าวสารกระตุ้น จูงใจ เพื่อสื่อความหมายถ่ายทอดความคิดผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือสิ่งอื่นใด เพื่อให้เกิดการยอมรับและตัดสินใจซื้อในที่สุด หรือแสดงพฤติกรรมตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่งตามมุ่งหวังไว้

2.4.1 แบบจำลองของกระบวนการสื่อสาร

นักทฤษฎีการสื่อสาร ได้สร้างแบบจำลองขึ้น เพื่อช่วยอธิบายและทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารไว้มากมาย แต่ในที่นี้จะขอนำมากล่าวเฉพาะตัวแบบพื้นฐานเบื้องต้น ที่ได้รับความนิยมและอ้างอิงถึงมากที่สุดเพียง 2 ตัวแบบเท่านั้น คือ

แบบที่หนึ่ง เป็นตัวแบบจำลองที่แสดงเป็นแผนภาพ และ

แบบที่สอง เป็นตัวแบบจำลองที่แสดงด้วยวาจา

ทั้ง 2 ตัวแบบนี้มีความสัมพันธ์สอดคล้องกัน ดังจะได้กล่าวในตอนต่อไป

แบบจำลองที่เป็นแผนภาพ (graphic model)

ตัวแบบนี้ เป็นตัวแบบพื้นฐานที่แสดงองค์ประกอบ ของกระบวนการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 9 อย่าง กล่าวคือ 2 อย่างแรกเป็นองค์ประกอบที่แสดงผู้มีส่วนร่วมหลักสำคัญในกระบวนการสื่อสาร คือ ผู้ส่งข่าวสาร กับ ผู้รับข่าวสาร อีก 2 อย่าง เป็นองค์ประกอบของเครื่องมือสื่อสารสำคัญ คือ ข่าวสาร และ ช่องทางข่าวสาร อีก 4 อย่าง เป็นองค์ประกอบแสดงหน้าที่แบบกระบวนการสื่อสารสำคัญ คือ การเข้ารหัส การถอดรหัส การตอบสนอง และ ข้อมูลย้อนกลับ และ องค์ประกอบสุดท้ายคือ สิ่งรบกวน องค์ประกอบแต่ละอย่าง รวมทั้งสาระสำคัญเบื้องต้นที่นักการตลาดควรรู้ พอจะอธิบายได้ดังนี้

1.1 ผู้ส่งข่าวสาร (sender บางครั้งใช้ source หรือ communicator) หมายถึง บุคคลหรือองค์การ ซึ่งมีข้อมูลข่าวสารที่จะส่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง เพื่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน ผู้ส่งข่าวสารอาจเป็นบุคคลคนเดียว เช่น พนักงานขาย บุคคลที่จ้างมาเป็นผู้แถลงข่าวแทน หรือผู้มีชื่อเสียง หรืออาจจะไม่ใช่ตัวบุคคล เช่น อานเป็นบริษัทหรือองค์การทำได้ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งข่าวสาร เนื่องจากผู้ส่งข่าวสารมีอิทธิพลเหนือจิตใจต่อผู้รับข่าวสาร ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องพิจารณาเลือกผู้ส่งข่าวสารอย่างพิถีพิถัน จะต้องเป็นคนที่ผู้รับข่าวสารมีความเชื่อถือในด้านความรู้ ความสามารถ ความไว้วางใจ หรือสามารถระบุหรือมีความเกี่ยวข้องอย่างใดอย่างหนึ่ง กระบวนการสื่อสารจะเริ่มจากผู้ส่งข่าวสารเลือกคำพูด สัญลักษณ์ รูปภาพ หรือสิ่งอื่น ๆ เพื่อจะแสดงเป็นข่าวสารเพื่อสื่อความหมายถ่ายทอดไปยังผู้รับ

1.2 การเข้ารหัส (encoding) หมายถึง การใส่ความคิด ความรู้สึก หรือข้อมูลข่าวสารในรูปของสัญลักษณ์แสดงความหมาย (symbolic form) โดยถือหลักว่าผู้รับข่าวสารจะสามารถถอดรหัสหรือเข้าใจความหมายได้ตรงกันอย่างที่คิด ดังนั้น คำพูดที่ใช้ สัญลักษณ์ต่าง ๆ หรือสัญลักษณ์ที่จะนำมาใช้เพื่อสื่อความหมายถ่ายทอดความคิด จึงควรเป็นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายคุ้นเคย และเข้าใจเป็นอย่างดี ตัวอย่าง สัญลักษณ์ที่มีความหมายเป็นสากล เช่น รูปวงกลมที่มีเส้นขวางตัดผ่าน ซึ่งแสดงความหมาย ห้ามจอดรถ หรือห้ามสูบบุหรี่ เป็นต้น

1.3 ข่าวสาร (message) หมายถึง ข้อความหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่จัดทำขึ้นโดยผ่านกระบวนการเข้ารหัสแล้ว เพื่อที่จะส่งไปยังผู้รับ ข่าวสารอาจอยู่ในรูปของคำพูดหรือไม่ใช่คำพูด อาจอยู่ในรูปของข้อเขียนที่เป็นลายลักษณ์อักษร หรืออยู่ในรูปสัญลักษณ์หรือสัญลักษณ์ต่างๆ อย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับสื่อ หรือช่องทางข่าวสารที่จะนำมาใช้ ซึ่งจะต้องจัดทำให้สอดคล้องกัน ตัวอย่างเช่น ในการโฆษณา ข่าวสารอาจจะทำขึ้นตั้งแต่เป็นข้อความง่ายๆ สั้นๆ เพื่อให้เหมาะในการอ่านออกอากาศทางวิทยุ (radio spot) หรืออาจจะทำขึ้นราคาแพง ซึ่งมีทั้งภาพ แสง สี เสียง เพื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ (television commercial) เป็นต้น บางครั้งข่าวสารอาจไม่ใช่คำพูดจริง แต่ก็สามารถที่จะสื่อความหมาย สร้างความประทับใจปลดภาพลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าคำพูดเสียอีก

1.4 ช่องทางข่าวสาร/สื่อ (channels หรือ media) หมายถึง ตัวกลางหรือสื่อที่นำมาใช้เป็นช่องทางเพื่อช่วยส่งข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ แบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเภท คือ สื่อประเภทที่ใช้บุคคล และไม่ใช่บุคคล สื่อประเภทที่ใช้บุคคล (personal media) ได้แก่ พนักงานขายของบริษัทหรือตัวแทนขาย รวมทั้งผู้นำทางความคิด (opinion leader)

ส่วนสื่อประเภทที่ไม่ใช้บุคคล (nonpersonal media) หรือสื่อมวลชน (mass media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ จดหมายตรง ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (billboards) นิตยสาร หรือป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ เป็นต้น (Evens; & Berman. 1997: 509)

สื่อประเภทที่ใช้บุคคลเป็นตัวกลางในการติดต่อ คือการใช้บุคคลติดต่อแบบเผชิญหน้ากัน เช่น พนักงานขายเสนอการขายแก่ผู้ซื้อหรือลูกค้าที่มุ่งหวัง ด้วยการอธิบายหรือชี้แจงด้วยวาจาและเชิญชวนให้เกิดการซื้อ สื่อทางด้านสังคมที่ถือเป็นช่องทางในการถ่ายทอดข่าวสารที่สำคัญ เช่น เพื่อนฝูง เพื่อนบ้านใกล้เคียง เพื่อนร่วมงานหรือสมาชิกในครอบครัว เป็นต้น สื่อทางสังคมเหล่านี้ใช้วิธีถ่ายทอดข่าวสารแบบ “พูดปากต่อปาก” (word-of-mouth communications) ซึ่งบางครั้งเป็นแหล่งข่าวที่มีอำนาจและมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง

สำหรับสื่อประเภทที่ไม่ใช้บุคคล หรือสื่อมวลชนนั้น จะนำมาใช้เมื่อต้องการสื่อสารกับคนจำนวนมาก สื่อมวลชนดังกล่าวมาแล้วในตอนต้นอาจแยกออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สื่อประเภสิ่งพิมพ์ (print media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ และสื่อประเภทแพร่ภาพและกระจายเสียง (broadcast media) เช่น โทรทัศน์ และวิทยุ เป็นต้น

1.5 การถอดรหัส (decoding) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดหรือแปลข่าวสารที่ได้รับจากผู้ส่ง เป็นการรับรู้หรือเป็นความเข้าใจของผู้รับข่าวสารเอง การถอดรหัสเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ขึ้นอยู่กับ กรอบแห่งการอ้างอิง (frame of reference) หรือ ขอบข่ายของประสบการณ์ (field of experience) ซึ่งหมายถึง ประสบการณ์ที่ผ่านมา การรับรู้ ทัศนคติ และ คุณค่าต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในสถานการณ์การสื่อสารนั้น จะต้องมีส่วนร่วมตรงกัน ยังมีขอบข่ายของประสบการณ์ตรงกันหรือซ้อนกันมากเท่าไร ก็ยิ่งจะทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จมีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้น มิฉะนั้นแล้วการสื่อสารจะประสบความล้มเหลว เพราะไม่สามารถสื่อเข้าใจกันได้ สัญลักษณ์หรือคำพูดที่เหมือนกันอาจแปลความหมายแตกต่างกัน ขอยกตัวอย่าง เช่น คนอเมริกันใช้สัญลักษณ์ “ชูหัวแม่มือขึ้น” หรือ thumbs up หมายถึง ดีวิเศษ หรือ ตกลง (good, okay) ในขณะที่คนออสเตรเลีย หมายถึง การแสดงท่าที่ไม่สุภาพ (vulgar gesture) เป็นต้น การรณรงค์โฆษณาของเบ๊ปซี่-โคล่า ใช้สโลแกนหรือคำขวัญว่า Come Alive With Pepsi ซึ่งหมายถึง จงดื่มเบ๊ปซี่ เพื่อสร้างความสดชื่น ร่าเริง ขึ้นมาใหม่ แต่เมื่อนำคำสโลแกนนี้ไปใช้ที่อื่นจะมีความหมายผิดไป คนเยอรมันแปลคำว่า come alive ว่า come out of the grave ซึ่งหมายถึง ออกมาจากหลุมฝังศพ ส่วนคนจีนจะแปลความหมายผิดเพี้ยนไปว่า Pepsi brings your ancestors back from the dead ซึ่งหมายความว่า เบ๊ปซี่จะนำบรรพบุรุษของท่านที่ล่วงลับไปแล้วให้ฟื้นคืนชีพขึ้นมาใหม่ เป็นต้น

1.6 ผู้รับข่าวสาร (receiver บางครั้งใช้ audience หรือ destination) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลผู้ซึ่งผู้ส่งข่าวสารต้องการส่งข่าวสารไปถึง เพื่อให้เกิดความรับรู้ร่วมกัน โดยทั่วไปแล้วผู้รับข่าวสารจะเป็นผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นผู้อ่าน ผู้ฟัง และ/หรือผู้เห็นข่าวสารต่างๆ ที่นักการตลาดส่งออกไปผ่านช่องทางต่างๆ

1.7 การตอบสนอง (response) หมายถึง ปฏิกริยาที่ผู้รับข่าวสารแสดงออกมาภายหลังจากการได้เห็น ได้ยิน ได้ฟัง หรือได้อ่านข่าวสารที่ได้รับ การตอบสนองอาจมีลักษณะทั้งที่เป็นพฤติกรรมที่เปิดเผยสังเกตเห็นได้ (overt behavior) เช่น ตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าที่โฆษณาทางโทรทัศน์ทันที หลังจากได้ฟังโฆษณาจบลง หรืออาจมีพฤติกรรมที่ซ่อนเร้น ปิดบัง ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ (covert behavior) เช่น เก็บข้อมูลไว้ในความทรงจำ หรือเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายมากขึ้น เป็นต้น

1.8 ข้อมูลย้อนกลับ (feedback) หมายถึง ปฏิกริยาตอบสนองของผู้รับข่าวสารที่ส่งกลับคือมายังผู้ส่งข่าวสาร ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่นในกรณีการขายโดยพนักงานขาย ข้อมูลป้อนกลับของลูกค้าอาจพิจารณาสังเกตเห็นได้จากอากัปกิริยา สีหน้า และคำพูดต่าง ๆ การตั้งคำถาม การวิพากษ์วิจารณ์ การแสดงความขัดแย้ง หรือโต้เถียง ข้อมูลป้อนกลับเหล่านี้จะสามารถรับได้ทันที อันจะเป็นประโยชน์เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงแก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาข่าวสารให้เหมาะสมในโอกาสต่อไป ข้อมูลย้อนกลับจึงเป็นตัวประเมินผลความสำเร็จของกระบวนการสื่อสาร

1.9 สิ่งรบกวน (noise) หมายถึง สิ่งใด ๆ ที่เข้ามาแทรกซ้อนแทรกแซงในช่วงใดช่วงหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร อันเป็นอุปสรรค ขัดขวาง สร้างปัญหาทำให้การถ่ายทอดแลกเปลี่ยนข่าวสารเกิดการสะดุดชะงักไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น ตัวอย่าง สิ่งรบกวนในช่องทางการสื่อสาร เช่น คลื่นรบกวนทางวิทยุ สัญญาณภาพทางโทรทัศน์ขัดข้อง ภาพไม่ชัดเจน ไวรัลคอมพิวเตอร์ เสียงไอ เสียงจาม หรือเสียงพูดคุ้ยที่เข้ามาแทรกแซงในขณะโทรศัพท์ ทำให้ฟังไม่ชัด อารมณ์เสีย เป็นต้น สิ่งรบกวนทางด้านผู้รับและผู้ส่งข่าวสาร อันเกิดจากการเข้ารหัสและการถอดรหัสไม่ตรงกัน อันเป็นผลเกิดจากขอบข่ายของประสบการณ์ไม่มีส่วนที่ร่วมกัน ทำให้การใช้สัญญาณ สัญลักษณ์ หรือคำพูดไม่สามารถสื่อความหมายเข้าใจกันได้ การสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จ จำเป็นจะต้องขจัดสิ่งรบกวนเหล่านี้ให้อยู่ในระดับน้อยที่สุด จึงจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

2. แบบจำลองที่เป็นวาจา (verbal model) ตัวแบบนี้เป็นตัวแบบที่ลาสเวลล์ได้ค้นคิดขึ้นมาเพื่ออธิบายกระบวนการสื่อสาร โดยการตั้งคำถามและตอบคำถาม 5 ข้อ ก็จะทำให้เข้าใจกระบวนการสื่อสาร ดังนั้นจึงมักจะอ้างถึงตัวแบบนี้กันโดยทั่วไปว่า “ตัวแบบ 5 คำถามของการติดต่อสื่อสาร” หรือ 5-Ws model of communication

คำถามทั้ง 5 ข้อ มีดังนี้คือ

1. ใคร-who?
2. กล่าวอะไร-says what?
3. ผ่านช่องทางใด-in what channel?
4. ถึงใคร-to whom?
5. เกิดผลอะไร-with what effect?

จะเห็นได้ว่าคำถามแต่ละข้อดังกล่าว สอดคล้องกับองค์ประกอบของตัวแบบที่กล่าวมาแล้ว ในตอนต้นจากรูปแบบจำลองตามแนวคิดของลาสเวลล์ข้างต้น แสดงให้เห็นว่าจุดเน้นสำคัญของการสื่อสารอยู่ที่ “การไหลไปของข่าวสาร”(message flow) ซึ่งเริ่มต้นจากผู้ส่งจัดเตรียมข้อมูลความคิด หรือ สัญญาณต่าง ๆ ให้เป็นข่าวสาร และข่าวสารดังกล่าวก็จะส่งไปทางช่องทาง หรือสื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง ไปยังผู้รับซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย และจะวัดความสัมฤทธิ์ผลของข่าวสารนั้นจากข้อมูลย้อนกลับ อันเกิดจากปฏิกิริยาของผู้รับที่ตอบสนองต่อข่าวสารนั้น อย่างไรก็ตามในการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาด นักการตลาดจะนำแนวคิดการไหลไปของข่าวสารมาใช้ในการกำหนดแผนการดำเนินงานในทางกลับกัน นั่นคือ จะใช้ผู้รับข่าวสารเป็นจุดเริ่มต้น โดยถือหลักว่าความสำเร็จของโครงการส่งเสริมการตลาด อยู่ที่ลักษณะหรือธรรมชาติของผู้บริโภค ซึ่งเป็นผู้รับข่าวสารเป็นสำคัญ ดังนั้น การเลือกสื่อข่าวสาร และผู้ส่งข่าวสารจะต้องกระทำโดยยึดถือคุณลักษณะของผู้รับข่าวสาร หรือกลุ่มเป้าหมายเป็นพื้นฐาน การดำเนินงานกำหนดแผนงานการส่งเสริมการตลาดตามแนวความคิดดังกล่าว จึงต้องเริ่มด้วยการวิเคราะห์ลักษณะของผู้บริโภคอันเป็นตลาดเป้าหมายของบริษัท จากนั้นจึงมาพิจารณาหาวิธีการว่าควรจะใช้วิธีการอย่างไร เพื่อให้มีอิทธิพลจงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อ จะเอาอะไรไปพูด จะพูดอย่างไร จะพูดเมื่อไร จะพูดที่ไหน และจะให้ใครเหมาะสมที่สุดเป็นคนพูด ซึ่งสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นี้เป็นสิ่งที่สามารถควบคุมได้ และจะต้องกระทำให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมายมากที่สุด ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการติดต่อสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จสัมฤทธิ์ผล จึงขึ้นอยู่กับความสามารถของนักการตลาด ในการเลือกผู้ส่งข่าวสารที่เหมาะสม พัฒนาสิ่งจูงใจที่มีผล และเลือกช่องทางสื่อสารที่สามารถนำข่าวสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และมีประสิทธิภาพสูงสุด

2.5 ทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้

ความหมายของการรับรู้ (Perception) การรับรู้ เป็นกระบวนการทางความคิดและจิตใจของมนุษย์ที่แสดงออกมาถึงความรู้สึนึกคิด ความเข้าใจต่อสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้เห็น การได้ยิน การสัมผัส การลิ้มรส และการได้กลิ่น แล้วมีการแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีจุดมุ่งหมาย โดยมีแรงผลักดัน จากความรู้และประสบการณ์เดิม

เพื่อความเข้าใจในความหมายการรับรู้ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมนิยามของการรับรู้ของนักวิชาการและนักจิตวิทยาไว้หลายท่าน ดังนี้

แกarrison และมากูน(Garrison; & Magoon. 1972: 607) ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้ หมายถึงกระบวนการซึ่งสมองตีความ หรือแปลข้อความที่ได้จากการสัมผัส (Sensation) ของร่างกาย (ประสาทสัมผัสต่างๆ) กับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งเร้า ทำให้เราทราบว่ามีสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อมที่เราสัมผัสนั้นเป็นอย่างไร มีความหมายอย่างไร มีลักษณะอย่างไร ฯลฯ การที่เราจะรับรู้สิ่งเร้าที่มาสัมผัสได้นั้น จะต้องอาศัยประสบการณ์ของเราเป็นเครื่องมือช่วยในการตีความหมาย หรือ แปลความหมาย

กรรณิการ์ ภูประเสริฐ (2543) ได้ให้ความหมาย การรับรู้ คือ ผลของการเรียนรู้กับความรู้สึกที่ได้จากการสัมผัส โดยอาศัยอวัยวะรับการสัมผัสผ่านกระบวนการแปลความหมายของการสัมผัสนั้นออกมาโดยอาศัยประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิมเป็นพื้นฐาน ทำให้บอกได้ว่าสิ่งเร้าที่มีสัมผัสนั้นคืออะไร และมีความหมายว่าอย่างไร

ปรมะ สตะเวทิน (2546: 75) อธิบายว่า การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการตีความหมายถึง สิ่งที่เราพบเห็นในสิ่งแวดล้อม ส่วนความหมาย (Meaning) คือ สิ่งที่เกิดจากกระบวนการตีความหมายหรือการรับรู้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเรามีความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับ การที่เรารับรู้หรือตีความหมายสิ่งนั้นอย่างไร ซึ่งในการรับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราได้พบนั้น อาศัยประสบการณ์ของเรา เพราะประสบการณ์ของเรามีอิทธิพลต่อการรับรู้และตีความหมายต่อสิ่งที่เราพบ

พัชนี เขยจรรยา (2538: 113) ได้กล่าวถึงการรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการเลือกรับสารและจัดสารเข้าด้วยกัน และตีความหมายของสารที่ได้รับความเข้าใจ ความรู้สึกของตนโดยอาศัยประสบการณ์ ความเชื่อ ทักษะ และสิ่งแวดล้อมเป็นกรอบในการรับรู้

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 95) กล่าวว่า การรับรู้ เป็นกระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้สรุปการรับรู้และตีความหมายการรับรู้จากสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัสเพื่อสร้างภาพในสมองให้เห็นเป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมเกลียว

จำเนียร ช่างโชติ (2526: 177) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลได้นำเอาสิ่งที่ตนได้เห็น ได้ยิน ได้สัมผัส ได้รู้สึกจากสิ่งเร้าภายนอกกรอบตัวบุคคลเข้ามาจัดระเบียบ และให้ความหมายโดยอาศัยประสบการณ์เดิมหรือความรู้สึกเดิม ออกเป็นความรู้ ความเข้าใจที่เกิดขึ้นในจิตใจของตนเอง และกล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของคนเรามี มากมายหลายประการ แต่พอสรุปได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ลักษณะของสิ่งเร้า ลักษณะต่างๆ ของสิ่งเร้าก่อให้เกิดการรับรู้แก่บุคคลได้ต่างกัน เช่น สิ่งเร้าที่มีความเข้มกว่า มีการเปลี่ยนแปลง มีการเกิดขึ้นบ่อยๆ จะกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ได้ดีหรือรวดเร็ว

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับรู้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประการ คือ

ด้านร่างกาย เป็นลักษณะของความผิดปกติของตัวรับสัมผัสผิดไปด้วย

ด้านจิตวิทยา การรับรู้เป็นสิ่งที่เลือกสรรแล้ว เลือกที่จะสัมผัส เลือกเฉพาะสิ่งที่ต้องการและแปลความหมายให้เข้ากับตัวเอง โดยมีอิทธิพลจากความรู้เดิม ความต้องการ ทักษะ ทักษะทางอารมณ์ และลักษณะวัฒนธรรม การรับรู้ของบุคคลจึงแตกต่างกันตามคุณสมบัติส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคม

การรับรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญที่ทำให้เกิดการเรียนรู้อันนำไปสู่ความคิด ความรู้ ความเข้าใจเชิงเหตุผลและการที่บุคคลนึกคิดหรือเข้าใจสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะมีเหตุผลหรือไม่ก็ตามจะทำให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามแนวคิดหรือการรับรู้ (จรรยา สุวรรณทัต. 2521)

2.6 แนวคิดทางการตลาด

นักการตลาดสมัยใหม่หลายท่านได้ให้ความหมายของการตลาดไว้ดังนี้สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association--AMA.) ได้ให้ความหมาย "การตลาด" ใหม่ดังนี้ " การตลาดเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าและบริการผ่านจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เพื่อสนองตอบความต้องการและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และในขณะเดียวกันก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการด้วย "

ฟิลลิป คอทเลอร์ (Phillip Kotler. 2003) กล่าวว่า การตลาด หมายถึง "การทำกิจกรรมกับตลาดเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบำบัดความต้องการ และสนองต่อความจำเป็นของมนุษย์ให้เกิดความพึงพอใจ"

แฮรี่ แอล ฮานซาน (Harry L. Hansan. n.d.) กล่าวว่า "การตลาดเป็นกระบวนการค้นหาความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ และวิเคราะห์ออกมาเพื่อที่จะหาสินค้าหรือบริการที่มาสอดคล้องความต้องการนั้นๆ"

แมค คาร์ธี (McCarthy. 1990) กล่าวว่า "การตลาดเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าหรือบริการผ่านจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค เพื่อสนองความต้องการและทำความพอใจให้กับผู้บริโภคตลอดจนเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทด้วย"

จากคำจำกัดความดังกล่าวข้างต้น พอที่จะแยกพิจารณาถึงประเด็นสำคัญของความหมายการตลาดดังนี้

1. กิจกรรม กิจกรรมที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้ายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ประกอบไปด้วยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด รวมถึงการวิจัยการตลาดอื่น ๆ

2. การตอบสนองความต้องการหรือความพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้า นักการตลาดจะต้องพยายามตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา จึงจะสามารถอยู่ในตลาดได้ไม่ใช่เป็นการไปสร้างความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดขึ้น เพราะว่าอาจจะสร้างความต้องการให้เกิดขึ้นไม่ได้ นักการตลาดควรที่จะทราบในความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่แล้วให้เกิดขึ้นจะดีกว่าไปสร้างความต้องการ

3. ผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือลูกค้า ในการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ จะต้องมุ่งเน้นไปที่ตัวผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือลูกค้าเป็นสำคัญ แล้วจึงใช้กิจกรรมการตลาดเข้าไปรองรับผู้บริโภคเหล่านั้น ซึ่งผู้บริโภคหรือลูกค้านี้เป็นไปได้ทั้งที่อยู่ในปัจจุบันและที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าของธุรกิจ

4. การเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการ การตลาดจะต้องมีการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย จึงจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนซื้อขายเกิดขึ้นได้ระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภคหรือลูกค้า) กับผู้ขาย (ผู้ผลิตหรือคนกลาง)

แนวความคิดด้านการตลาด (Marketing concept)

แนวความคิดด้านการตลาด (marketing concept) หมายถึง "การที่องค์การใช้ความพยายามทั้งสิ้นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อมุ่งให้เกิดยอดขายและกำไรในที่สุด" ในอดีตแนวความคิดด้านการตลาดเป็นแบบเก่าที่เน้นเรื่องการผลิต ผู้ผลิตสินค้ามีน้อยราย ความต้องการสินค้ามีมากกว่าสินค้าที่ผลิตออกมาหรืออุปสงค์ (demand) มีมากกว่าอุปทาน (supply) ต่อมาเมื่อมีการผลิตจำนวนมาก (mass production) ต้นทุนสินค้าต่ำลง ตลาดก็ขยายตัวขึ้น ความเจริญทางเศรษฐกิจขยายตัวเพิ่มมากขึ้น กิจกรรมต่าง ๆ เริ่มหันมาสนใจและเน้นการตลาดมากขึ้น ทำให้แนวความคิดด้านการตลาดเปลี่ยนไปเป็นแนวความคิดด้านการตลาดมุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคม (societal marketing concept) แนวความคิดด้านการตลาดที่ธุรกิจและองค์การได้ยึดถือและปฏิบัติกันมาซึ่งมีการใช้กันอยู่ทั้งในอดีตและปัจจุบัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ซึ่งต่อไปนี้จะอธิบายถึงแต่ละแนวความคิดโดยจัดเรียงลำดับจากแนวความคิดที่เกิดขึ้นก่อนหลัง

3. หลักการทั่วไปในการผลิตสื่อมัลติมีเดีย แนวคิด และทฤษฎี

3.1 หลักการผลิตวิดีโอ

วิดีโอ หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า วิดีโอ (Video) นั้น ตามพจนานุกรมเว็บสเตอร์ อ่านว่า “วิดีโอ” ภาษาลาตินแปลว่า ฉันเห็น (I see) คำว่า “วิดีโอ” นี้ ศัพท์ทางนุกรมสื่อสารมวลชนของคณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ให้ความหมายว่า ส่วนที่มองเห็น (Visual) หรือส่วนที่เป็นภาพ (Picture, Image) ในรายการวิทยุโทรทัศน์ หรือจากการฉายภาพ หรือภาพยนตร์ ซึ่งแตกต่างจากส่วนของเสียง (audio) หรือส่วนที่ทำให้หูได้ยิน คำว่าวิดีโอนี้ เข้ามาแพร่หลายในประเทศไทยเมื่อไม่นานมานี้ สมัยก่อนเมื่อเริ่มมีวิทยุโทรทัศน์ในราวปี พ.ศ. 2497 เรายังไม่รู้จัก หรือคุ้นเคยกับวิดีโอ จนกระทั่งในราวปี พ.ศ. 2523 ได้เริ่มมีการนำเข้าและจำหน่ายเครื่องเล่นและบันทึกวิดีโอเป็นจำนวนมาก คำว่า “วิดีโอ” จึงเริ่มแพร่หลายนับแต่นั้นเป็นต้นมา และต่อมาจึงมีผู้เรียนเทปบันทึกวิดีโอกันอีกหลายอย่าง เช่น เทปโทรทัศน์บ้าง แถบบันทึกภาพบ้าง ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้บัญญัติศัพท์เรียกวิดีโอว่า “วิดีโอ” ซึ่งคำว่า วิดี มาจากคำภาษาบาลีว่า วิติ ซึ่งหมายถึงแสง และออกเสียงคล้ายศัพท์เดิม คือ วิดีโอ ในภาษาอังกฤษ ดังนั้นบางแห่งจึงใช้ว่า แถบวิดีโอ บ้างแห่งใช้ว่า แถบบันทึกภาพ เทปโทรทัศน์ หรือเรียกทับศัพท์ว่า วิดีโอเทป ส่วนมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชใช้ว่า “ภาพทัศน์”

เมื่อเริ่มมีวิทยุโทรทัศน์ครั้งแรกในประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์แรกคือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม ใช้เทปโทรทัศน์เป็นเทปกระดาษขนาดความกว้าง 2 นิ้ว สำหรับบันทึกภาพเสียงรายการดีๆ ที่ออกอากาศ ไว้เพื่อนำมาออกอากาศซ้ำอีก ในสมัยนั้นวิดีโอยังไม่เป็นที่รู้จักกันดี จนกระทั่งปี พ.ศ. 2523 เครื่องเล่น และบันทึกเทปโทรทัศน์เข้ามามีบทบาทในวงการสื่อสารมวลชนมาก คำว่า วิดีโอ จึงแพร่หลายอย่างรวดเร็ว ประกอบกับความเจริญทางเทคโนโลยีที่เป็นไปอย่างไม่หยุดยั้ง วิดีโอเทปซึ่งเคยมีขนาดความกว้างถึง 2 นิ้ว และต้องเล่นกับเครื่องเล่นและเครื่องบันทึกที่ใหญ่โต ได้พัฒนามาเป็นเครื่องเล่นและเครื่องบันทึกที่บันทึกภาพและเสียงที่มีขนาดเพียงตั้งโต๊ะ และเทปโทรทัศน์ก็ลดความกว้างลง มีขนาดความกว้าง 1 นิ้ว, $\frac{3}{4}$ นิ้ว และ $\frac{1}{2}$ นิ้ว ซึ่งแม้เนื้อเทปจะมีขนาดแคบลง แต่คุณภาพมิได้ด้อยตามลงไปด้วย ปัจจุบันนี้เทปโทรทัศน์ขนาด 2 นิ้ว ที่เคยใช้บันทึกภาพออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ โดยทั่วไปนั้นได้เลิกใช้ไปหมดแล้ว เพราะไม่สะดวกหลายประการ เนื่องจากม้วนเทปมีขนาดใหญ่ ไม่สะดวกในการเคลื่อนย้าย เปลืองเนื้อที่ในการเก็บรักษา มีราคาแพงโดยไม่จำเป็น เครื่องเล่นและเครื่องบันทึกก็ใหญ่โตไม่สะดวกในการใช้ ลักษณะของเทปโทรทัศน์ขนาด 2 นิ้ว มีลักษณะเป็นม้วนโต ไม่กะทัดรัดเหมือนที่ใช้อยู่ในปัจจุบันคือ ขนาดมาตรฐาน 1 นิ้ว และระบบยูเมติก (U-matic) $\frac{3}{4}$ นิ้ว ส่วนเทปบันทึกภาพขนาดครึ่งนิ้วนั้นเป็นระบบเทปคาสเซต (cassette tape) ไม่นิยมนำมาออกอากาศ เพราะคุณภาพไม่ดีพอ จึงเป็นระบบที่ผู้คนตามบ้าน ซึ่งเป็นที่รู้จักกันทั่วไปหลายระบบ คือ ระบบ VHS (Video Home System) ระบบเบตา (Beta) ระบบ VCR (Video cassette Recorder) และระบบ SVR (Super Video Recorder)

1. ระบบ VSH แถบเทปจะมีความกว้าง 12.5 มิลลิเมตร หรือ $\frac{1}{2}$ นิ้ว การเดินเทปจะเดินเร็วกว่าแบบระบบเบตาแมกซี ผู้ที่ค้นคว้าและพัฒนาระบบนี้ขึ้นมาคือ บริษัท เจวีซี (Victor company of Japan) หลังจากค้นคว้าจนได้ผลเป็นที่น่าพอใจแล้ว ปรากฏว่าบริษัทต่างๆ ขอใช้ ลิขสิทธิ์ด้วย เช่น อาโก อิตาชิ เอ็นจีวี เนชั่นแนล พานาโซนิค ซาร์ป จีอี อาร์ซีเอ ซิลวาเนีย นอร์ดเมค และซาบา เป็นต้น

2. ระบบเบตา เทปบันทึกภาพระบบนี้ การเดินเทปจะช้า มีผลต่อเครื่องรับโทรทัศน์ทำให้คุณภาพของเสียงดี ผู้ที่คิดค้นและพัฒนาระบบนี้คือ บริษัทโซนี่ มีหลายบริษัทที่ใช้ระบบนี้ เช่น ไอวา (AIWA) ไพอเนียร์ ชันโย โตชิบา ซีนีธ (Zenith)

3. ระบบ VCR (Video Cassette Recorder) เป็นผลจากการคิดค้นของบริษัทฟิลลิปส์ เครื่องที่ใช้ในระบบนี้มี ฟิลลิปส์ กรุนดิค สแกนดิค และควาซาร์

4. ระบบ SVR (Super Video Recorder) ประดิษฐ์คิดค้นโดยบริษัทกรุนดิค

ระบบทั้ง 4 ที่กล่าวมานี้ แต่ละระบบมีขนาดของตลับเทปแตกต่างกัน ไม่สามารถใช้แทนกันได้ บ้านใดมีตลับแบบไหน ก็ต้องเล่นระบบนั้น แต่ระบบที่นิยมมากที่สุดในขณะนี้คือ ระบบ VHS

สำหรับเทปวิดีโอ ขนาด 1 นิ้ว และ $\frac{3}{4}$ นิ้ว ที่กล่าวข้างต้นนั้นเป็นระบบที่ใช้ในวิชาชีพ เทปภาพวิดีโอขนาด $\frac{3}{4}$ นิ้ว เรียกกันว่า ยูแมติก (Umatic) เป็นเทปแบบตลับ ผู้คิดค้นระบบนี้เป็นผลสำเร็จคือ บริษัทโซนี่ เทปวิดีโอระบบนี้มีความกว้าง 19 มิลลิเมตร จัดว่าเป็นระบบมาตรฐานเหมาะที่จะใช้กับงานที่ต้องการกำลังสัญญาณสูง เช่น การแพร่ภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ การติดต่อภาพ การลำดับภาพ การบันทึกภาพ ตลอดจนการผลิตรายการทั้งภายในและภายนอก

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นเทปวิดีโอระบบใดในขณะนี้ วิดีทัศน์หรือที่รู้จักกันทั่วไปว่า วีดีโอ นี้จะมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญ และมีอิทธิพลต่อผู้รับโดยทั่วไปอยู่ 3 ด้าน คือ

1. การให้ความรู้ การศึกษา
2. การโน้มน้าวชักจูงใจ และให้ความบันเทิง
3. สังคม วัฒนธรรมและค่านิยม

วิดีโอเป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของการใช้วิดีโอในระบบมัลติมีเดียก็คือ การสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการนำเสนอสื่อวิดีโอด้วยเวลาที่เกิดขึ้นจริง (Real-Time) จะต้องประกอบด้วยจำนวนภาพไม่ต่ำกว่า 30 ภาพต่อวินาที (Frame/Second) ถ้าหากการประมวลผลภาพดังกล่าวไม่ได้ผ่านกระบวนการบีบอัดขนาดของสัญญาณมาก่อน การนำเสนอภาพเพียง 1 นาทีอาจต้องใช้หน่วยความจำมากกว่า 100 MB ซึ่งจะทำให้ไฟล์มีขนาดใหญ่เกินขนาดและมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ด้อยลง ซึ่งเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถบีบอัดขนาดของภาพอย่างต่อเนื่องจนทำให้ภาพวิดีโอสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและกลายเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบมัลติมีเดีย (Multimedia System)

ชนิดของวิดีโอ

วิดีโอที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบันสามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิดคือ

1. **วิดีโออะนาล็อก (Analog Video)** เป็นวิดีโอที่ทำการบันทึกข้อมูลภาพและเสียงให้อยู่ในรูปของสัญญาณอนาล็อก (รูปของคลื่น) สำหรับวิดีโอประเภทนี้ เช่น VHS (Video Home System) ซึ่งเป็นม้วนเทปวิดีโอที่ใช้ดูกันตามบ้าน เมื่อทำการตัดต่อข้อมูลของวิดีโอชนิดนี้ อาจจะทำให้คุณภาพลดน้อยลง

2. **วิดีโอดิจิทัล (Digital Video)** เป็นวิดีโอที่ทำการบันทึกข้อมูลภาพและเสียงที่ได้มาจากกล้องดิจิทัล ให้อยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัล คือ 0 กับ 1 ส่วนการตัดต่อข้อมูลของภาพและเสียงที่ได้มาจากวิดีโอดิจิทัลนั้น จะแตกต่างจากวิดีโออะนาล็อก เพราะข้อมูลที่ได้จะยังคงคุณภาพความคมชัดเหมือนกับข้อมูลต้นฉบับ การพัฒนาของวิดีโอดิจิทัลส่งผลให้วิดีโออะนาล็อกหายไปจากวงการมัลติมีเดีย เนื่องจากสัญญาณดิจิทัลสามารถที่จะบันทึกข้อมูลลงบนฮาร์ดดิสก์ ซีดีรอม ดีวีดี หรืออุปกรณ์บันทึกข้อมูลอื่น ๆ และสามารถแสดงผลบนคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการผลิตมัลติมีเดียบนคอมพิวเตอร์ สามารถเปลี่ยนรูปแบบของสัญญาณอนาล็อกเป็นสัญญาณดิจิทัลได้ เพียงแต่ผู้ผลิตมีทรัพยากรทางด้านฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่เหมาะสมเท่านั้น

การนำวิดีโอไปใช้งาน

วิดีโอสามารถนำไปใช้งานได้หลาย ๆ ลักษณะซึ่งสามารถแสดงดังต่อไปนี้

- ด้านบันเทิง (Video Entertainment) สามารถบันทึกมิวสิกวิดีโอ รายการโทรทัศน์ที่ชื่นชอบบันทึกการแสดงสด หรือในงานเลี้ยงสังสรรค์ต่าง ๆ เพื่อนำกลับมาชมได้อีกครั้ง
- ด้านการนำเสนองาน (Video Presentation) สำหรับแนะนำสินค้า กิจกรรมด้านต่างๆ
- ด้านงานสะสมวิดีโอ (Video Album) สามารถผลิต Video ที่ใช้เพื่อบันทึกภาพแห่งความทรงจำ รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่กระทำร่วมกันขณะที่เราศึกษาอยู่
- ด้านการศึกษา (Education Program) ผลิตสื่อการเรียนการสอนของอาจารย์ในรูปแบบของวิดีโอเทป ซีดีรอม หรือภาพนิ่ง เพื่อให้ประกอบการเรียนการสอนได้ทั้งในชั้นเรียนและทางออนไลน์

ลักษณะการทำงานของวิดีโอ

กล้องวิดีโอเป็นการนำเอาหลักการของแสงที่ว่า “แสงตกกระทบกับวัตถุแล้วสะท้อนสู่เลนส์ในดวงตาของมนุษย์ทำให้เกิดการมองเห็น” มาใช้ในการสร้างภาพร่วมกับวงจรอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพที่ได้จะถูกบันทึกเป็นสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกว่า “สัญญาณอนาล็อก” ประกอบด้วยข้อมูลสี 3 ชนิด คือ แดง เขียว น้ำเงิน (Red, Green, Blue

: สี RGB) และสัญญาณสำหรับเชื่อมความสัมพันธ์ของข้อมูล (Synchronization Plus
 : สัญญาณ SYNC) สัญญาณวิดีโอจะถูกส่งไปบันทึกยังตลับวิดีโอ (Video Cassette Recorder
 : VCR) โดยการแปลงสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์เป็นสัญญาณดิจิทัลและบันทึกลงบนอุปกรณ์
 บันทึกข้อมูลด้วยหลักการของสนามแม่เหล็ก การบันทึกจะต้องบันทึกผ่านอุปกรณ์ที่เรียกว่า
 “หัวเทปวิดีโอ” ที่สามารถบันทึกได้ทั้งภาพ เสียง และข้อมูลควบคุมการแสดงผลภาพ นอกจากบันทึก
 เป็นม้วนเทปวิดีโอแล้วยังสามารถบันทึกในรูปของสัญญาณวิทยุได้อีกด้วย โดยอาศัย NTSC,
 PAL หรือ SECAM เพื่อช่วยในการส่งสัญญาณให้สามารถแพร่ภาพทางโทรทัศน์ได้

มาตรฐานการแพร่ภาพวิดีโอ

มาตรฐานการแพร่ภาพทั้งสาม ได้แก่ NTSC, PAL และ SECAM เป็นมาตรฐานที่นิยมใช้กัน
 ในหลายพื้นที่ทั่วโลก และได้มีการพัฒนามาตรฐานใหม่ขึ้นมา เรียกว่า “HDTV
 (High-Definition Television)” ทำให้ผู้ผลิตมีผลิตภัณฑ์ที่จะต้องทราบถึงมาตรฐานที่ใช้งานในแต่
 ละพื้นที่อย่างเหมาะสม

- National Television System Committee (NTSC) เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตั้ง
 มาตรฐานที่เกี่ยวกับโทรทัศน์และวิดีโอในสหรัฐ มาตรฐานนี้เป็นการเข้ารหัสข้อมูลแบบสัญญาณ
 อิเล็กทรอนิกส์ กำหนดให้สร้างภาพด้วยเส้นในแนวนอน 525 เส้นต่อเฟรม ในอัตรา 30 เฟรมต่อวินาที
 มีสี 16 ล้านสีที่แตกต่างกันและอัตราเฟรม เป็น 60 Half-Frame (Interlace) ต่อวินาที แต่บนจอภาพ
 คอมพิวเตอร์นั้นจะใช้วิธีการที่เรียกว่า “Progressive-Scan” ซึ่งมีความแตกต่างจากจอภาพโทรทัศน์
 ตรงที่สามารถสร้างภาพเป็นแบบเฟรมต่อเฟรม โดยไม่มีการ Interlacing

- Phase Alternate Line (PAL) เป็นมาตรฐานของโทรทัศน์และวิดีโอที่นิยมในแถบยุโรป
 รวมถึงไทยด้วย เป็นการสร้างภาพจากแนวนอน 625 เส้นต่อเฟรม ในอัตรา 25 เฟรมต่อวินาทีและทำ
 การแสดงผลภาพด้วยวิธี Interlacing เช่นกันแต่จะแสดงผลภาพในอัตราเฟรม เป็น 50 Half-Frame ต่อ
 วินาที

- Sequential Color and Memory (SECAM) เป็นมาตรฐานของการแพร่สัญญาณโทรทัศน์
 และวิดีโอที่ใช้กันในฝรั่งเศส ยุโรปตะวันออก ตะวันออกกลาง และประเทศในพื้นที่ใกล้เคียง ทำการแพร่
 สัญญาณแบบอนาล็อก ส่วนการสร้างภาพจะเป็น 819 เส้น ด้วยอัตราเฟรม 25 เฟรมต่อวินาที ซึ่งจะ
 แตกต่างจากมาตรฐาน NTSC และ PAL ในเรื่องการผลิต วิธีการแพร่ภาพออกอากาศ และจากสาเหตุ
 ที่ระบบนี้ไม่แตกต่างจากระบบ PAL มากนัก เครื่องรับโทรทัศน์ในยุโรปจึงทำการพัฒนาให้สามารถใช้
 งานได้ทั้งระบบ PAL และ SECAM

- High Definition Television (HDTV) เป็นเทคโนโลยีของการแพร่ภาพโทรทัศน์ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อแสดงภาพที่มีความละเอียดสูง คือ 1280x720 ซึ่งเป็นความละเอียดสำหรับการแสดงภาพเช่นเดียวกับโรงภาพยนตร์ แต่ในขณะพัฒนานั้นได้มีการโต้เถียงกันระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมโทรทัศน์กับกลุ่มอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ว่าจะใช้ความละเอียดจอภาพเป็น 1920x1080 พิกเซล หลังจากนั้นสรุปได้ว่าความละเอียดนี้ไม่เหมาะสม ดังนั้นมาตรฐาน HDTV จึงได้กำหนดให้มีความละเอียดของจอภาพเป็น 1280x720

การผสมผสานระหว่างคอมพิวเตอร์และโทรทัศน์

ปัญหาหนึ่งของความไม่ชัดเจนระหว่างวิดีโอบนเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรทัศน์ ก็คือยังเข้าใจผิดว่าทั้งสองสิ่งนี้มีลักษณะที่เหมือนกัน ทั้งที่จริงแล้วพื้นฐานของวิดีโอบนโทรทัศน์เป็นเทคโนโลยีของสัญญาณอนาล็อก สำหรับเป็นมาตรฐานการแพร่สัญญาณไปสู่ครัวเรือน แต่คอมพิวเตอร์วิดีโออยู่บนพื้นฐานของดิจิทัลเทคโนโลยี ทั้งสองเทคโนโลยีนี้จะพัฒนาไปสู่ระบบ DVT และ HDTV ร่วมกันในอนาคต

ระบบการซ้อนภาพวิดีโอ (Video Overlay System) หลังจากพัฒนาวิดีโอและวิดีโอซีดี เพื่อแสดงผลบนโทรทัศน์ได้ จึงได้มีการนำวิดีโอและคอมพิวเตอร์มาใช้งานร่วมกันเรียกว่า “Computer-Based Training” (CBT) ซึ่งจะใช้คอมพิวเตอร์ควบคุมการทำงานของเครื่องเล่นวิดีโอด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทำหน้าที่ส่งสัญญาณควบคุมผ่านสายสัญญาณไปยังการทำงานของเครื่องเล่นวิดีโอ แล้วแสดงผลบนจอภาพโทรทัศน์ของผู้ผลิตงาน การแสดงภาพวิดีโอบนเครื่องคอมพิวเตอร์จะต้องแปลงสัญญาณอนาล็อกเป็นสัญญาณดิจิทัล และจะต้องติดการ์ดแสดงผลหรืออุปกรณ์ฮาร์ดแวร์สำหรับแปลงสัญญาณอนาล็อกเป็นดิจิทัลให้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วย นอกจากนี้ปัจจุบันประสิทธิภาพของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เพิ่มมากขึ้นจนสามารถแสดงผลได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งคุ้มค่างบประมาณที่เพิ่มขึ้น

ความแตกต่างระหว่างคอมพิวเตอร์วิดีโอและโทรทัศน์วิดีโอ ปกติขนาดจอภาพของคอมพิวเตอร์จะใช้อัตราส่วน 4:3 เท่ากับกับจอภาพโทรทัศน์ แต่การสร้างภาพด้วยเส้นในแนวนอนจะใช้ 480 เส้นไม่เท่ากับจอภาพโทรทัศน์ และอัตราการรีเฟรชเป็น 66.67 Hz เมื่อส่งสัญญาณภาพที่มีขนาดใหญ่กว่าขนาดจอภาพโทรทัศน์ ขอบของภาพจะขยายเรียบไปตามขอบโค้งของขนาดจอภาพโทรทัศน์ (Overscan) โดยตรงข้ามกับขนาดจอคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะแสดงภาพที่มีขนาดเล็กกว่าภาพบนจอโทรทัศน์ (Underscan) ดังนั้นเมื่อแปลงภาพจากจอคอมพิวเตอร์ไปแสดงผลบนจอโทรทัศน์ ขนาดของภาพจะไม่เต็มจอภาพโทรทัศน์ นอกจากนี้สีของจอคอมพิวเตอร์จะใช้องค์ประกอบสี RGB ด้วยการสร้างภาพเป็น

ดิจิทัลวีดีโอที่มีความชัดเจนมากกว่าจอโทรทัศน์ที่จะต้องทำการแปลงสัญญาณภาพเป็นอนาล็อกวีดีโอ เพื่อแสดงผลออกมาบนจอภาพ ดังนั้นเมื่อจะสร้างมัลติมีเดียด้วยคอมพิวเตอร์จะต้องแสดงผลด้วยองค์ประกอบสี RGB หรือแปลงสัญญาณก่อนที่จะแสดงผลบนจอภาพโทรทัศน์ เช่น เกมส์เพลย์สเตชัน และ VCD

การผลิตวีดีโอ

1. **การวางแผน** เป็นการกำหนดเรื่องราวที่จะถ่ายทำว่าต้องการถ่ายทำสิ่งใด และกำหนดความยาวของเรื่องเพื่อที่จะได้เตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้พร้อม
2. **การถ่ายทำ** เป็นการบันทึกภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่งหรือเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตต้องการจะถ่ายทำเพื่อจะได้นำข้อมูลนั้นเก็บไว้
3. **แคปเชอร์ (Capture)** เป็นการถ่ายโอนข้อมูลที่เป็นภาพอย่างเดียว หรือทั้งภาพและเสียงที่ได้จากเทปวีดีโอ (VHS) มาบันทึกลงใน Harddisk ของเครื่องคอมพิวเตอร์โดยทำการจัดเก็บเป็นไฟล์ .AVI หลาย ๆ ไฟล์ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ และสามารถนำไฟล์ .AVI นี้ไปใช้ในการตัดต่อภาพได้
4. **การตัดต่อ** เป็นการนำไฟล์หลาย ๆ ไฟล์ที่จัดเก็บอยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์มาเรียงต่อกัน โดยทำการเลือกภาพและเสียงที่ต้องการ จากนั้นจึงทำการตกแต่งภาพ โดยการเพิ่มเติมข้อมูลต่าง ๆ เช่น สี สัน ความสวยงาม ข้อความ เพิ่มความเร็วหรือลดความเร็วในการแสดงภาพเคลื่อนไหว ลดเหลี่ยมของภาพ หรือจะทำการปรับเปลี่ยนความยาวของข้อมูลก็ได้ เช่นการตัดต่อวีดีโอด้วย Adobe Premiere ปัจจุบันการตัดต่อวีดีโอด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์จะได้งานที่มีคุณภาพดีกว่า เนื่องจากสามารถเพิ่มเทคนิคพิเศษ ปรับแต่งภาพให้สวยงามได้ จึงได้รับความนิยม แต่ผู้ที่ต้องการตัดต่ออย่างมืออาชีพต้องไม่ลืมว่างบประมาณในการเตรียมอุปกรณ์ตัดต่อนั้นมีราคาแพง หากจะทำการตัดต่อเพื่อเพิ่มความรู้ก็ควรใช้อุปกรณ์ที่มีราคาเหมาะกับงานที่จะทำ เพื่อป้องกันความสิ้นเปลืองโดยเปล่าประโยชน์
5. **การจัดทำสื่อประสม** เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการตัดต่อวีดีโอด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยนำผลิตภัณฑ์ที่ได้มาทำการเก็บบันทึกให้อยู่ในรูปของไฟล์ต่าง ๆ เทปวีดีโอ แผ่นวีซีดี หรือแผ่นดีวีดี ซึ่งเป็นสื่อที่นิยมมากในปัจจุบัน เพื่อจะได้เก็บผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เหล่านั้นไว้ หรือนำออกมาเพื่อเผยแพร่

การบีบอัดวีดีโอ

เป็นการจัดเก็บข้อมูลภาพและเสียงของไฟล์ต้นฉบับให้มีขนาดลดน้อยลง แต่ยังคงมีปริมาณของข้อมูลเท่าเดิม แต่ก็เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่าไฟล์อาจจะมีคุณภาพลดน้อยลงไปตามขนาดที่บีบอัด แต่เนื่องจากการบีบอัดข้อมูลมีประโยชน์เป็นอย่างมากจึงทำให้มีการพัฒนาต่อมาเรื่อย ๆ ซึ่งสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

- เจเพ็ก (JPEG) : เป็นมาตรฐานการบีบอัดข้อมูล เนื่องจากมีความต้องการที่จะย่อภาพสี โดยให้คงรายละเอียดเดิมไว้ให้มากที่สุด ซึ่งคอมพิวเตอร์จะทำการสุ่มตัวอย่างของจุดภาพในส่วนต่าง ๆ ก่อนที่จะบีบอัดข้อมูล โดยตรวจสอบพื้นที่ว่าจะมีสีอะไรอยู่มากที่สุด จากนั้นจะยุบพื้นที่ที่เหลือเพียงสีที่ต้องการเพียงหนึ่งพิกเซล ซึ่ง JPEG จะถูกนำมาใช้กับภาพนิ่งที่อัตราส่วนการบีบประมาณ 25:1, 40:1 จนถึง 100:1

- Motion – JPEG หรือ M – JPEG : เป็นมาตรฐานการบีบอัดข้อมูลที่สามารถบีบอัดและขยายสัญญาณได้ตั้งแต่ 12:1, 5:1 และ 2:1 ทำให้ภาพที่ได้ออกมามีคุณภาพและเป็นที่น่าพอใจ สำหรับกลุ่มผู้ผลิตงานที่ไม่ต้องการความละเอียดมากนัก จึงเป็นระบบที่นิยมใช้ในการ์ดตัดต่อ และการ์ดแคปเชอร์ (Capture Card) แบบต่าง แต่ในปัจจุบันเริ่มความนิยมเนื่องจากระบบดิจิทัลของกล้องดิจิทัลวิดีโอเข้ามาแทนที่

- CODEC : เป็นเทคโนโลยีการบีบอัดและการคลายข้อมูล ซึ่งสามารถนำไปใช้กับซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ หรืออย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ โดยส่วนมาก CODEC จะนิยมใช้กันในบีบอัดแบบ MPEG, Indeo และ Cinepak เอ็มเพ็ก (MPEG : Moving Picture Experts Group) : เป็นมาตรฐานการบีบอัดสัญญาณภาพและเสียง โดยใช้ระบบ DCT ซึ่งเป็นระบบที่ใช้กับระบบวิดีโอคุณภาพสูงทั่วไป จะมีความคล้ายคลึงกับการบีบอัดข้อมูลแบบ JPEG แต่จะลดจำนวนข้อมูลที่ซ้ำกันของภาพต่อไปด้วย การบีบอัดข้อมูลแบบ MPEG นี้ เป็นแบบไม่สมมาตร เนื่องจากขั้นตอนในการเข้ารหัสสัญญาณวีดีโอนานกว่า ขั้นตอนการถอดรหัสข้อมูลโดย MPEG ได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องดังนี้

- MPEG-1 ใช้กับวิดีโอที่ดูตามบ้าน เป็นที่รู้จักกันดีในชื่อ VHS ซึ่งไฟล์ที่ได้จากการบีบอัดข้อมูลแบบนี้สามารถใช้เครื่องเล่น CD ทั้งหมด อ่านหรือเขียนข้อมูลได้ แต่ยังให้ภาพที่ค่อนข้างหยาบ สัญญาณสีแต่ละจุดไม่สามารถกำหนดเป็นสีที่ถูกต้องได้ ถ้าเป็นระบบที่ใช้อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ช่วยในการถอดรหัส จะแสดงภาพที่ชัดเจนได้เต็มจอภาพ แต่ถ้าใช้ซอฟต์แวร์อย่างเดียวจะแสดงภาพที่ชัดเจนได้เพียงครึ่งจอภาพ

- MPEG-2 เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยเฉพาะการบีบอัดข้อมูลแบบนี้ก่อนที่คอมพิวเตอร์จะคำนวณผลเพื่อแทนค่าจุดสีต่าง ๆ ภาพจะถูกแบ่งออกเป็นส่วน ๆ และจะคำนวณทีละหลาย ๆ ภาพ เรียกว่า “GOP (Group of Picture) “ ซึ่งเป็นการมองภาพครั้งละ 8-24 ภาพ โดยจะดูจากภาพที่หนึ่งของ GOP เป็นหลัก จากนั้นจะทำการเข้ารหัสภาพ แล้วมองภาพถัดไปว่ามีความแตกต่างจากภาพแรกที่จุดใด จากนั้นจะทำการเปรียบเทียบและเก็บเฉพาะที่แตกต่างของภาพไว้ในเฟรมนั้น ส่วนภาพต่อไปก็ทำการเปรียบเทียบกับภาพติดกัน แล้วเก็บส่วนต่างไว้เช่นกัน ทำให้สามารถลดจำนวนข้อมูลที่ต้องการเก็บ และเก็บบันทึกข้อมูลที่ต้องการถอดรหัสได้

- MPEG-3 เพื่อใช้งานกับโทรทัศน์ที่มีความคมชัดสูง หรือเรียกว่า HDTV (High – Definition Television) เป็นโทรทัศน์ดิจิทัลชนิดใหม่ที่ใช้ในสหรัฐ แต่ไม่ได้นำมาใช้งานเนื่องจากไม่ประสบความสำเร็จ

- MPEG-4 เป็นมาตรฐานที่ใกล้เคียงกับ Quick Time เพื่อใช้งานทางด้านมัลติมีเดียที่มีแบนด์วิดท์ (Bandwidth) ต่ำ ซึ่งสามารถรวมภาพ เสียง และส่วนประกอบอื่นที่คอมพิวเตอร์สร้างขึ้นได้ ที่สำคัญ MPEG-4 ได้ถูกออกแบบให้มีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลกับวัตถุต่าง ๆ ในภาพได้

- MPEG-7 เป็นตัวเชื่อมรายละเอียดเนื้อหา มัลติมีเดีย เข้าด้วยกัน (Multimedia Content Description Interface) โดยมีจุดหมายที่จะสร้างมาตรฐานการอธิบายข้อมูลข่าวสารของมัลติมีเดีย เพื่อใช้ในการสนับสนุนความหมายของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ บนสื่อ

- Microsoft Video : ทำงานในขั้นตอนการบีบอัดข้อมูลที่อัตราส่วนการบีบอัดต่ำได้อย่างรวดเร็ว เหมาะสำหรับภาพที่มีความเคลื่อนไหวมาก ๆ แต่ความละเอียดต่ำ (240x180 พิกเซล)

- Microsoft RLE : ใช้อัตราส่วนในการบีบอัดต่ำ เหมาะสำหรับภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่มีความชัดเจน แต่ไม่เหมาะกับงานวิดีโอ

- DV Format : มีการสร้างระบบการเข้ารหัสเพื่อบันทึกเป็นสัญญาณดิจิทัลโดยตรง เพื่อใช้กับกล้องถ่ายวิดีโอแบบดิจิทัล ซึ่งเรียกการเข้ารหัสแบบนี้ว่า “DV Format” โดยสัญญาณที่ถูกบันทึกจะผ่านการบีบอัดข้อมูลเรียบร้อยแล้ว สามารถส่งผ่านเข้าสู่คอมพิวเตอร์ได้โดยตรงไม่มีปัญหาการสูญเสียความคมชัดของภาพ แต่ข้อมูลภาพดิจิทัลวิดีโอค่อนข้างใหญ่การส่งผ่านข้อมูลจะใช้เวลาานาน จึงมีการพัฒนามาตรฐาน IEEE หรือที่เรียกว่า “Fire Wire” มารองรับการส่งข้อมูลแบบ DV จนกระทั่งได้กลายเป็นมาตรฐานการเชื่อมต่อสำหรับกล้องดิจิทัลวิดีโอในที่สุด

- DivX : กลุ่มโปรแกรมเมอร์ได้คิดได้ร่วมกันพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ซึ่งสามารถลดข้อมูลเหลือเพียง 10-20 เปอร์เซ็นต์ของปริมาณข้อมูลเดิม และยังสามารถเปิดชมภาพยนตร์ด้วยโปรแกรมธรรมดาได้อีกด้วย

- DVI : เป็นเทคโนโลยี CODEC ที่ถูกพัฒนาซึ่งมีมาตรฐาน NTSC ในการแสดงภาพที่มีอัตรา 30 เฟรมต่อวินาที สามารถบันทึกและแสดงภาพวิดีโอที่มีการเคลื่อนไหวที่สมจริงเหมือนในโทรทัศน์ แต่บางครั้งมักจะเกิดปัญหาเพราะเนื้อที่ของฮาร์ดดิสก์ไม่เพียงพอ เนื่องจากสามารถบันทึกข้อมูลได้ในปริมาณมาก ดังนั้น DVI จึงแก้ปัญหานี้โดยการบีบอัดข้อมูลและคลายข้อมูล DVI ด้วยอุปกรณ์ที่เป็นฮาร์ดแวร์ทั้งหมด

- Cinepak : เป็นเทคโนโลยีการบีบอัดและการคลายข้อมูล สามารถส่งข้อมูลวิดีโอขนาด 24 บิต บนพื้นที่ขนาด 1 ต่อ 4 ของจอภาพวินโดวส์ ซึ่งนิยมใช้ในรูปแบบของไฟล์วิดีโอที่เป็น *.avi โดยสามารถบีบอัดข้อมูลได้ดีแต่มีข้อเสียตรงที่ใช้เวลานานในการบีบอัดข้อมูล

- Indeo : มีพื้นฐานมาจาก DVI ที่เป็นฮาร์ดแวร์ล้วน ๆ ส่วนการเข้ารหัสและถอดรหัสของ Indeo จะเป็นซอฟต์แวร์ทั้งหมด โดยนิยมนำมาประยุกต์ใช้ในการประชุมด้วยภาพ

ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการผลิตวิดีโอ

- Macromedia Flash MX โปรแกรมสำหรับสร้างงานอนิเมชัน มัลติมีเดีย งานอินเทอร์เน็ตฮ็อทสปอต และรองรับงานออนไลน์ต่าง ๆ

- Ulead Video Studio เป็นโปรแกรมตัดต่อวิดีโอ Capture ภาพที่นำสัญญาณผ่านเข้ามาสามารถตัดต่อวิดีโอให้อยู่ในฟอร์แมต MPEG I, MPEG II, DV และ VCD ได้

- Adobe Photoshop CS โปรแกรมสำหรับตกแต่งรูปภาพ- Windows Movie Maker โปรแกรมสำหรับใช้ในการตัดต่อภาพ เป็นมัลติมีเดียสตรีมมิงทั้งภาพและเสียงที่ได้จากการตัดต่อวิดีโอ และสามารถนำเข้าไฟล์ไม่ว่าจะเป็น *.avi, *.afs, *.MPEG, *.MPG, *.MPA เป็นต้น

- VirtualDub เป็นโปรแกรมที่ช่วยใส่ Feeling ต่าง ๆ ให้แก่ภาพ ช่วยในการลดเมตาสีที่คล้ายเมตาสีที่เกิดจากการตัดต่อภาพจาก TV หรือ TV จูนเนอร์ และสามารถทำการบีบอัดข้อมูลได้- TMPGEnc หรือที่เอ็มเพ็ค 2 เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการดัดแปลงไฟล์ VDO แบบ *.avi ให้เป็น *.MPEG ได้สามารถใช้โปรแกรม TMPGEnc ร่วมกับ VirtualDub ได้

- Cyberlink Videolive Mail เป็นโปรแกรมที่สามารถปรับแต่งภาพ และสนับสนุนการรับชมรายการโทรทัศน์ วิดีโอ และบันทึกการโทรทัศน์หรือวิดีโอที่รับชมได้- Flash เป็นโปรแกรมสำหรับพัฒนางานรูปแบบต่าง ๆ เช่น งานวิดีโอ งานมัลติมีเดีย งานเว็บแอปพลิเคชัน ระบบ E-Learning และระบบแอปพลิเคชันขนาดใหญ่ **รูปแบบการบันทึกข้อมูล** ภาพวิดีโอที่ได้จากการบันทึกข้อมูลด้วยกล้องวิดีโอ หรือวิดีโอคลิป ที่ทำการบันทึกด้วยเครื่องบันทึก สามารถนำเข้าภาพได้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่หากทำการบันทึกด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์จะสามารถบันทึกข้อมูลได้หลายรูปแบบดังนี้ S-VHS (Super Video Home System) เป็นรูปแบบวิดีโอที่มีคุณภาพ มีความละเอียดสูงกว่า VHS เนื่องจากข้อมูลสีและความสว่าง สามารถจะแยกการบันทึกออกเป็น 2 แตร็กได้ เพื่อให้ง่ายต่อการปรับปรุงคุณภาพของการแสดงผลให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถแพร่ภาพความถี่ต่ำได้อีกด้วย โดยปกติแล้วเทป S-VHS ต้องใช้กับเครื่องเล่น S-VHS จะทำให้ได้ภาพที่มีความคมชัดเพิ่มมากขึ้นเมื่อเล่นกับโทรทัศน์ที่มีความละเอียดสูง และหากผู้ผลิตต้องการมัลติมีเดียที่แพร่ภาพผ่านสถานีโทรทัศน์ก็ไม่ควรเลือกการจัดเก็บรูปแบบนี้ YUV หรือ YUV 4:2:2 เป็นรูปแบบของสัญญาณวิดีโอพื้นฐานโดยที่ Y คือค่าความสว่าง U คือค่าสีแดงลบค่าความสว่าง V คือค่าสีน้ำเงินลบค่าความสว่าง (ขนาดของข้อมูลเล็กกว่า 3 เท่า) ในการเก็บบันทึกและการแสดงผลวิดีโอแบบจอภาพนั้น จะต้องแปลงข้อมูล YUV ให้เป็น RGB ก่อนเสมอ

- Final Cut Final Cut Studio เป็นโปรแกรมสำหรับการตัดต่อ ทำกราฟิกเคลื่อนไหว ปรับแต่งและมิกซ์เสียง คุณโทนสี ไปจนถึงจบงานในรูปแบบต่างๆ Final Cut Pro รุ่นใหม่ล่าสุดเป็น ศูนย์กลางของระบบงานโพสโปรดักชั่น แอปพลิเคชันทั้งชุดประกอบด้วย Final Cut Pro 6, Motion 3, Soundtrack Pro 2, Compressor 3, DVD Studio Pro 4 และโปรแกรมสำหรับควบคุมคุณภาพสีระดับมืออาชีพ Color It's a Final Cut world ไม่ว่าจะเป็นคนทำหนังอิสระ คนตัดต่อมืออาชีพ โปรดิวเซอร์งาน วิดีโอ ไปจนถึงสำนักข่าว Final Cut Pro เป็นที่ยอมรับจากผู้คนทุกระดับทั่วโลกจนกลายเป็นมาตรฐาน สำหรับการทำงานอย่างรวดเร็ว จากความสำเร็จนี้ Apple พัฒนา Final Cut Studio รุ่นใหม่โดย คำนึงถึงผู้ใช้ Final Cut Pro เป็นหลัก ด้วยเครื่องมือที่ตอบสนองความต้องการได้ดีและอินเตอร์เฟซที่ เข้าใจได้ง่าย สามารถนั่งลงแล้วเริ่มทำงานได้ในเวลาอันสั้น เมื่อคุ้นเคยชำนาญมากขึ้นแล้ว จะสามารถ เรียกใช้ความสามารถมากมายได้ในไม่กี่คลิก The editor's choice Final Cut Studio 2 ทำงานเร็วขึ้น สะดวกขึ้นและยืดหยุ่นมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นงานบนโน้ตบุ๊กหลังถ่ายทำเสร็จหรือกลับมาทำงานต่อกับ เครื่องเดสก์ท็อปที่สตูดิโอ เครื่องมือทุกอย่างที่ต้องการมีพร้อมให้เลือกใช้ Edit. สามารถใช้ Final Cut Pro 6 ตัดต่องานได้แทบทุกฟอร์แมต ตั้งแต่ DV, SD ไปจนถึง HDV, XDCAM, DVCPro HD และ uncompressed HD ขอแนะนำ ProRes 422 ฟอร์แมตใหม่จาก Apple ที่นำเสนอคุณภาพ uncompressed HD ในไฟล์ขนาดเพียง SD เท่านั้น ทั้งยังสามารถลากคลิ๊ปต่างฟอร์แมต ต่างเฟรม เรตเข้าไปวางในไทม์ไลน์ใหม่ได้ไม่จำกัดฟอร์แมตอีกต่อไป Animate. สามารถสร้างงานกราฟิกสองมิติ และสามมิติได้สะดวกรวดเร็วตามต้องการอย่างเรียลไทม์ด้วย Motion 3 เพียงลากเอฟเฟกซ์ที่ต้องการ เข้าไปวางในระนาบสามมิติ Motion ใหม่มาพร้อมกับเทมเพลตสำหรับแก้ไขข้อความและวางวิดีโอได้ โดยไม่ต้องออกจาก Final Cut Pro เลย Mix. จะบันทึกและแก้ไขบทพูด ใส่ดนตรีประกอบหรือเสียงเอฟเฟกซ์ ไปจนถึงมิกซ์เสียงจนเสร็จ Soundtrack Pro 2 ช่วยให้งานเสร็จเร็วขึ้นด้วยอินเตอร์เฟซที่เข้าใจได้ ง่ายกว่าเดิม ตอนนี้คุณสามารถสร้างเสียงเซอร์ราวด์ด้วยเครื่องมือใหม่ที่มีมาให้ หากว่าคุณกำลัง ปรับแต่งงานบน Final Cut Pro โปรแกรมมีประสิทธิภาพอัปเดตเสียงที่มิกซ์ไว้ด้วยความสามารถ Conform ใน Soundtrack Pro ได้ทันที Grade. ควบคุมความรู้สึกของภาพในวิดีโอจากหลายที่มาให้ออกมาในแบบที่เป็นตัวคุณด้วย Color โปรแกรมใหม่ล่าสุดของ Final Cut Studio ช่วยให้คุณโทนสี ตลอดทั้งโปรดักชั่นได้อย่างมืออาชีพ Deliver. ลงท้ายด้วย Compressor 3 สำหรับจบงานในรูปแบบที่ คุณต้องการทุกฟอร์แมตตั้งแต่งานเว็บ, iPod, iPhone, AppleTV ไปจนถึงงานบรอดคาสต์ ด้วยอินเตอร์เฟซใหม่ช่วยให้คุณจัดเรียงงานที่ต้องการเอ็นโค้ดเข้าคิวไว้ด้วยเพียงปลายนิ้วคลิก หากคุณต้องการจบ เป็นงานฟิล์ม สามารถใช้ Cinema Tools 4 สร้างรายการฟิล์มที่มีทั้ง timecode และ keycode รวมอยู่ด้วยกันได้ทันที หรือหากต้องการจบงานเป็นดีวีดี ก็ใช้ DVD Studio Pro 4 สร้างต้นฉบับระดับมืออาชีพ ได้เลย Post-production without walls Final Cut Studio 2 ไม่ได้เป็นเพียงแคโปรแกรมใช้งานแต่เป็น

แพลตฟอร์ม ด้วยมาตรฐานที่เป็นระบบเปิดช่วยให้นักพัฒนาและพาร์ทเนอร์มากมายเข้าร่วมกัน ออกแบบระบบงานใหม่ๆ ได้อย่างอิสระ การใช้งาน XML ช่วยให้สามารถโอนข้อมูลและไฟล์ QuickTime ของงานนั้นไปทำต่อที่อื่นได้ทันที Final Cut Studio 2 ช่วยให้ทำงานได้ทุกที่ที่ต้องการ ไม่ว่าจะ มีเพื่อนร่วมงานเพียง 2 คนหรือมากถึง 200 คน Final Cut Studio ช่วยให้การทำงานร่วมกันราบรื่น สามารถใช้งานมีเดียร่วมกันทั้งระบบผ่านทางระบบเครือข่ายข้อมูล Xsan ใช้ Final Cut Server เป็นผู้บริหารจัดการมีเดียทั้งหมดและระบบงานอัตโนมัติที่มี (บทความ Final Cut Studio2. สืบค้นเมื่อ 4 พ.ค.56 ออนไลน์)

คุณภาพของวิดีโอ

การวัดคุณภาพของวิดีโอสามารถวัดได้จาก อัตราเฟรม และความละเอียดของภาพ อัตราเฟรม (Frame Rate) คืออัตราความเร็วในการแสดงภาพจาก Timeline ออกทางหน้าจอ อัตราที่เฟรมถูกแสดงในวิดีโอมีหน่วยเป็นเฟรมต่อวินาที (FPS ย่อมาจาก Frame Per Second เป็นหน่วยวัดปริมาณข้อมูลที่ใช้ในการเก็บบันทึกและแสดงวิดีโอ นอกจากนี้ยังสามารถแสดงเฟรมให้มีความต่อเนื่องในเวลาอันรวดเร็ว) โดยผู้จัดทำสามารถที่จะกำหนดอัตราเฟรมเองได้ เช่น อัตราเฟรมของภาพยนตร์เท่ากับ 24 fps อัตราเฟรมโทรทัศน์ระบบ PAL เท่ากับ 25 fps และอัตราเฟรมโทรทัศน์ระบบ NTSC เท่ากับ 30 fps

ความละเอียด (Resolution) หมายถึง ความคมชัดของภาพที่แสดงผลออกทางจอภาพ ความละเอียดของจอภาพขึ้นอยู่กับจำนวนจุดทั้งหมดที่เกิดบนจอ จุดต่าง ๆ นี้ เรียกว่า พิกเซล (Pixel) นอกจากนี้ภาพที่มีขนาดเท่ากัน บางครั้งก็อาจจะมีรายละเอียดที่ต่างกันได้อีก เนื่องจากจำนวนพิกเซลต่างกันจะส่งผลให้ขนาดของพิกเซลต่างกันด้วย ยิ่งความละเอียดของจอภาพสูงจะยิ่งทำให้มองเห็นพื้นที่ใช้งานบนจอกว้างมากขึ้น แต่จะทำให้มีขนาดเล็กลงซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการเข้ารหัส เมื่อซีพียู Pentium 4 กลายเป็นมาตรฐานของเครื่องคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน การแปลงข้อมูลวิดีโอที่มีความยาวเป็นชั่วโมงก็ไม่ใช้เรื่องยาก และไม่ต้องรอนาน จึงทำให้แนวโน้มการเข้ารหัสข้อมูลด้วยซอฟต์แวร์ได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อย ๆ Ligos LSX-MPEG เป็น Plug-in ที่สนับสนุนโปรแกรม Adobe Premiere 6 ใช้ในการเข้ารหัส MPEG-1, MPEG-2 อีก ทั้งการติดต่อหลายชนิดพี Panasonic MPEG Encoder: เป็นโปรแกรมของบริษัท Panasonic Digital NetworkServe Inc มีสองรุ่นคือ Stand alone และเป็นปลั๊กอินบน Adobe Premiere ซึ่งการทำงานจะเหมือนกับ LSXพี SoftMPEG Encoder : เป็น Plug-in ของบริษัท Canopus แคมมากับการ์ดตระกูล RT ทุกรุ่น ซึ่งหลังจากติดตั้งการ์ดเสร็จแล้ว จึงติดตั้งปลั๊กอินเพิ่มเติมให้กับ Adobe Premiere 6 หลังจากนั้นก็สามารถใช้งานได้พี XingMPEG Encoder: โปรแกรมนี้เป็นแบบ Stand Alone สามารถเข้ารหัสข้อมูลได้หลายแบบ สามารถเขียนข้อมูลวิดีโอทำเป็น VCD

ได้เช่นเดียวกับโปรแกรม Adobe Premiere 7 TMPGEnc (Tsunami MPEG Encoder) : เป็นโปรแกรมเข้ารหัสสัญญาณบีบอัดที่นิยมที่สุดโปรแกรมหนึ่งในปัจจุบัน ซึ่งตัวโปรแกรมมีความสามารถในการปรับแต่งหลายอย่าง 5 EZ : เป็นโปรแกรมจากบริษัท Discreet สามารถบีบอัดข้อมูลวีดีโอได้หลายแบบ โดยเฉพาะรูปแบบที่ใช้งานบนเว็บเซิร์ฟเวอร์ ซึ่งปลั๊กอินแบบนี้จะแถมมากับ Adobe Premiere ฉบับลิขสิทธิ์

บทบาทหน้าที่และอิทธิพลในด้านการศึกษาศาสตร์ของสื่อวีดิทัศน์

สื่อวีดิทัศน์นั้น สามารถมีบทบาทต่อการศึกษได้ทุกระดับทุกระบบการศึกษา คือไม่ว่าจะเป็นระดับประถม มัธยม หรืออุดมศึกษา และไม่ว่าจะเป็นการศึกษาระบบปกติ หรือระบบเปิด

ในสมัยก่อน การเรียนการสอนจะเป็นไปในลักษณะการถ่ายทอดเนื้อหาสาระไปสู่ผู้เรียน โดยครูเป็นผู้ให้ความรู้โดยตรง ลักษณะการถ่ายทอดความรู้ก็เป็นการอธิบายหรือการบรรยายโดยอาศัยสื่อการสอนเป็นเครื่องช่วยบ้าง ในสมัยต่อมาได้มีการนำสื่อโสตทัศนและกิจกรรมอื่นๆ เข้ามาเป็นเครื่องช่วยเพื่อให้การสอนมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังดูความสนใจของผู้เรียนได้มากขึ้น เกิดความเข้าใจในบทเรียนที่ครูสอนมากยิ่งขึ้น ในบรรดาสื่อการสอนที่ได้นำไปใช้เป็นเครื่องช่วยการเรียนการสอนนั้น สื่อวีดิทัศน์เป็นสื่อหนึ่งที่เข้ามามีบทบาท และมีอิทธิพลเป็นอย่างยิ่ง เนื่องด้วยคุณสมบัติของวีดิทัศน์ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการศึกษามากหลายประการ คือ

1. สามารถนำสิ่งที่อยู่ภายนอกห้องเรียนเข้ามาสู่ในห้องได้ โดยการบันทึกภาพและเสียงด้วยกล้องวีดิทัศน์ ซึ่งมีราคาไม่แพงนัก
2. สามารถใช้เทคนิคในการถ่ายทำเพื่อให้นักเรียนได้เห็นสิ่งที่เล็กมากๆ ได้อย่างชัดเจนด้วยตาเปล่า ทั้งนี้ด้วยวิธีการถ่ายทำ คือ การจับภาพใกล้ (Close up) หรือใกล้มากที่สุด (extreme close up) และในทำนองเดียวกัน วีดิทัศน์สามารถให้นักเรียนได้เห็นภาพกว้างไกล (Long shot และ wide angle) ซึ่งบางครั้งตัวนักเรียนเองไม่สามารถมองเห็นได้ดีเท่ากับการใช้กล้องจับภาพมาถ่ายทอดให้นักเรียนดู
3. สามารถใช้เทคนิคถ่ายทำให้นักเรียนเห็นและเกิดความเข้าใจในกระบวนการบางอย่างซึ่งมนุษย์เราไม่สามารถเห็นได้ตามปกติ เช่น เทคนิคการถ่ายทำที่เรียกว่า แอนิเมชัน (animation) ช่วยทำให้สิ่งที่ไม่มีชีวิตเคลื่อนไหวได้เหมือนสิ่งมีชีวิต เช่น นักเรียนนายเรือศึกษาวิถีกระสุนของตอร์ปิโดเร็วได้น้ำได้ด้วยการใช้เทคนิคแอนิเมชันจากภาพวาด ทำให้เห็นการเคลื่อนที่ของกระสุนจากแหล่งเริ่มต้นไปยังเป้าหมายได้ชัดเจน
4. สามารถใช้เทคนิคซ้อนภาพ (superimposition) จากแหล่งภาพ 2 แหล่งให้ปรากฏอยู่ในจอได้ในเวลาเดียวกัน ทำให้นักเรียนได้เห็นกระบวนการที่เกิดขึ้น 2 อย่างได้ในเวลาเดียวกัน

5. สามารถเสนอภาพและเสียงจากสื่ออื่น ๆ ที่ใช้ในการเรียนการสอนได้เกือบทุกชนิด เช่น สไลด์ แผ่นภูมิ แผนที่ ภาพถ่าย แผ่นใส ภาพยนตร์ เสียงประกอบ เสียงดนตรี หรือแม้แต่คำพูดตัดตอนมา ซึ่งทำให้รายการสอนนั้นน่าสนใจและชวนให้ติดตามมากขึ้น

6. สามารถตัดต่อเนื้อหา แก้ไข หรือเพิ่มเติมให้ทันสมัยอยู่เสมอได้ ทำให้การเรียนการสอนเกิดประโยชน์ตรงกับความต้องการของผู้สอน โดยไม่สิ้นเปลืองเวลาและค่าใช้จ่ายมากขึ้น

7. สามารถเผยแพร่ความรู้ออกไปอย่างกว้างขวาง เครื่องมือที่ใช้ในการบันทึกภาพมีขนาดเล็ก จึงสามารถนำไปถ่ายทำได้สะดวก สามารถบันทึกเหตุการณ์เรื่องราวที่เกิดขึ้นได้ในทันทีและเก็บไว้สอนต่อไปได้ ไม่จำกัดเวลาและสถานที่

8. วิดีทัศน์เอื้อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการเรียนการสอนได้ เพราะสามารถดูซ้ำได้หลายครั้งได้ตามต้องการ หรือถ้าดูแล้วไม่เข้าใจส่วนใด ก็สามารถย้อนกลับมาดูใหม่ได้ เหมือนกับการอ่านหนังสือ ซึ่งพลิกย้อนไปย้อนมาได้ตามความพอใจ

นอกจากประโยชน์ที่ทำให้สื่อวีดิทัศน์เข้ามามีบทบาทหน้าที่ต่อการศึกษาในระบบโรงเรียนแล้วปัจจุบันนี้ ระบบการเรียนการสอนนอกชั้นเรียนก็ดี การศึกษาทางไกลก็ดี ต่างก็หันมาใช้วีดิทัศน์เป็นสื่อในการเรียนการสอนมากขึ้นทุกที โดยที่ในวงการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยวีดิทัศน์ได้เข้ามามีบทบาทอยู่ทั่วไปและทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ศักยภาพที่เคยเสนอให้กระทรวงศึกษาธิการแก้ไขปัญหการสอนโดยให้กรมวิชาการผลิตตำราเทปวีดิทัศน์ นำไปใช้สอนในโรงเรียน อย่างที่ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาได้กระทำอยู่ในปัจจุบัน

นอกจากการสอนในระบบปกติจะให้ความสำคัญกับวีดิทัศน์ดังกล่าวมาแล้ว การศึกษานอกระบบก็ได้มีการตื่นตัวให้มีการนำวีดิทัศน์มาใช้กันอย่างกว้างขวาง เช่น การสอนแบบการศึกษาทางไกล โดยมีวัตถุประสงค์ให้วีดิทัศน์เป็นสื่อเสริมการศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และมหาวิทยาลัยรามคำแหง ก็ได้ผลิตวีดิทัศน์รายการเพื่อการสอนขึ้นมาใช้ โดยนำไปออกทางสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อให้ผู้เรียนซึ่งอยู่ที่บ้านก็สามารถเรียนได้

แม้ว่าวีดิทัศน์จะเข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อระบบการศึกษา แต่ในด้านการให้ความบันเทิงและมีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวชักจูงใจ สื่อประเภทนี้ก็มีความสำคัญอยู่ไม่น้อย ดังจะกล่าวในลำดับต่อไป

บทบาทหน้าที่และอิทธิพลในการให้ความบันเทิงและโน้มน้าวชักจูงใจ

1. บทบาทหน้าที่ในการให้ความบันเทิง

บทบาทหน้าที่ของวิดิทัศน์ในด้านความบันเทิง ได้แพร่หลายเข้าไปทุกสถานที่ นับตั้งแต่การขยายตัวของวงการวิดิทัศน์ของไทยได้แผ่กว้างออกไป นอกจากในบ้านที่วิดิทัศน์สามารถให้ความบันเทิงได้แล้ว เมื่อออกนอกบ้าน วิดิทัศน์ยังตามไปให้ความบันเทิงได้อีก เช่น ตามร้านค้าแฟรนไชส์ ร้านอาหาร หรือแม้แต่พาหนะเดินทาง ในรถทัวร์ปรับอากาศ ก็ยังมีบริการให้ความบันเทิงด้วย วิดิทัศน์ จึงกล่าวได้ว่า วิดิทัศน์นั้น มีบทบาทหน้าที่ให้ความบันเทิงแก่ประชาชนอย่างมาก

ส่วนใหญ่แล้ว การให้ความบันเทิงโดยสื่อวิดิทัศน์มักจะทำกันใน 4 รูปแบบ คือ

1) บันทึกจากภาพยนตร์หรือจากรายการโทรทัศน์ที่กำลังฉายแพร่ภาพทางโทรทัศน์บันทึกลงเครื่องบันทึกภาพ แล้วนำมาสำเนาเพื่อเผยแพร่ต่อไป ส่วนใหญ่รายการที่นิยมบันทึกคือ รายการละครทางโทรทัศน์

2) บันทึกโดยการฉายภาพยนตร์เข้าเลนส์โดยเปลี่ยนเลนส์นั้นเป็นชนิดคุมแคบ และเร่งความเร็วของกระแสไฟฟ้าที่ใช้ในเครื่องฉายภาพยนตร์ให้เร็วกว่า 50 เฮิร์ตที่ใช้กันอยู่ หรือเปลี่ยนตัวหมวดย่อยเพื่อชดเชยให้ฉายได้ภาพจำนวน 25 ภาพ ต่อวินาที เท่าความเร็วของโทรทัศน์

3) บันทึกโดยใช้ฟิล์มเนกาตีฟต้นฉบับของภาพยนตร์ที่ต้องการถ่ายทอดผ่านฟิล์มสแกนเนอร์อัตโนมัติ หรือ flying spot scanner บันทึกลงในเทปวิดิทัศน์โดยตรงจะทำให้ได้ภาพที่คมชัด

4) ผลิตรายการเป็นภาพยนตร์วิดิทัศน์ โดยตรงโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความบันเทิงและเพื่อนำออกอากาศรายการโทรทัศน์ ซึ่งอาจผลิตจากสตูดิโอของห้องส่งทางสถานีโทรทัศน์หรือจากสถานที่ที่ใช้เป็นฉากธรรมชาติ

ด้วยเทคนิคการผลิตที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในวงการโทรทัศน์ สามารถสร้างความบันเทิงให้แก่มวลชนได้อย่างแท้จริงทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์คล้อยตามไม่ว่าจะสนุกสนาน เศร้า ตื่นเต้นเร้าใจ จนเป็นที่ยอมรับว่าวิดิทัศน์มีอิทธิพลและผลกระทบแก่ผู้รับที่เป็นเด็กและเยาวชนเป็นอย่างยิ่ง และบางเรื่องมีอิทธิพลต่อประชาชนทั่วไปด้วย

บทบาทหน้าที่ของวิดิทัศน์ที่ให้ความบันเทิงนี้ มีอิทธิพลต่อผู้ชมหลายลักษณะ ได้แก่

1) การเลียนแบบ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ลักษณะการวางท่าทาง ตลอดจนการปฏิบัติตน เป็นต้น

2) การ “ติด” รายการทางโทรทัศน์ จนบางครั้งถึงกับต้องยอมตัดกิจกรรมอื่นเพื่อกลับบ้านให้ทันชมรายการที่ชอบ บางรายถึงกับตั้งเวลาบันทึกวิดิทัศน์ไว้ชมในช่วงเวลาที่ตนไม่สามารถอยู่รับชมได้ในเวลาที่ออกอากาศ

2. บทบาทหน้าที่และอิทธิพลในการโน้มน้าวชักจูงใจ

นอกจากบทบาทหน้าที่ในการให้ความบันเทิงแล้ว วีดิทัศน์ยังมีบทบาทที่สำคัญยิ่งในด้านการโน้มน้าวชักจูงใจ ในรูปของการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนใหญ่

2.1 ในด้านการโฆษณา มักเห็นกันได้ทั่วไปในรูปแบบต่างๆ คือ

2.1.1 การถ่ายทำเพื่อผลทางโฆษณาสินค้าโดยตรง เพื่อโน้มน้าวชักจูงใจให้ผู้ชมนิยมชมชอบสินค้านั้นและจ่ายเงินซื้อสินค้าหรือบริการนั้น โดยนำเทปวีดิทัศน์โฆษณาสินค้าดังกล่าว ไปฉายตามห้างร้านที่ขายสินค้านั้น เพื่อโน้มน้าวชักจูงใจให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธาและเกิดอยากได้สินค้านั้น

2.1.2 ถ่ายทำเป็นภาพยนตร์โฆษณาแล้วนำไปฉายทอดลงเทปวีดิทัศน์อีกต่อหนึ่งเพื่อนำไปเผยแพร่

2.1.3 ถ่ายทำเป็นเทปวีดิทัศน์โดยตรง เพื่อนำไปโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ลักษณะของวีดิทัศน์เพื่อการโฆษณาแบบนี้ มักทำเป็นช่วงสั้นๆ ระหว่าง 15-60 วินาที ที่เรียกกันว่าสปอต (spot) แล้วทางสถานีโทรทัศน์นั้นก็จะนำเทปวีดิทัศน์โฆษณามาติดต่อให้ต่อเนื่องกันจนครบตามอัตราที่ทางสถานีกำหนด

2.1.4 การโฆษณาด้วยเทปวีดิทัศน์เพื่อเสนองานหรือความคิดต่อลูกค้าโดยถ่ายเป็นเทปวีดิทัศน์ตามเค้าโครงเรื่องที่ฝ่ายจัดทำได้วางไว้ แล้วนำเทปวีดิทัศน์ที่ถ่ายทำเรียบร้อยแล้วไปเสนอต่อที่ประชุม แทนที่จะเสนอด้วยวาจาหรือใช้แบบจำลอง (model) ของตัวอย่าง (specimch) ซึ่งไม่สามารถแสดงให้เห็นจริงเห็นจึ่งเท่ากับการใช้สื่อวีดิทัศน์ และยังทำให้ทราบปฏิกิริยาในทันทีว่าลูกค้าเกิดความพึงพอใจหรือไม่ หากต้องการย้อนดูในส่วนใดก็สามารถทำได้ ทำให้การโน้มน้าวชักจูงใจมีประสิทธิภาพ สะดวก และประหยัดอย่างยิ่ง

2.2 ในด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันนี้เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญยิ่งต่อหน่วยงานของทั้งรัฐและเอกชน เพราะเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีและถูกต้องรวมทั้งการเผยแพร่และสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อสาธารณะด้วย ปัจจุบันนี้เป็นที่ยอมรับกันว่า การประชาสัมพันธ์ ช่วยโน้มน้าวจิตใจให้เกิดความเชื่อถือศรัทธาได้อย่างดี จึงทำให้หน่วยงานของรัฐ และบริษัทห้างร้านต่างๆ ผลิตวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ออกเผยแพร่อีกกันอย่างกว้างขวาง และนิยมทำกันในหลายรูปแบบ เช่น

2.2.1 วีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยมิได้มุ่งหวังเพื่อจะขายสินค้าหรือบริการ แต่มุ่งเน้นในลักษณะการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เป็นที่ประทับใจมากกว่า

2.2.2 วีดิทัศน์ที่แสดงกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของหน่วยงาน หรือกิจกรรมเพื่อสังคมใดที่หน่วยงานนั้นมีส่วนร่วม เพื่อเป็นการสร้างศรัทธาและภาพพจน์ที่ดีให้แก่ประชาชน

การประชาสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวนี้ไม่ได้มุ่งหวังให้ได้รับผลทันทีเหมือนการโฆษณาแต่ความเลื่อมใสศรัทธาและความเข้าใจที่ดีนั้นเป็นผลในช่วงระยะเวลาข้างหน้าในอนาคต

บทบาทหน้าที่และอิทธิพลในด้านสังคมและวัฒนธรรม

ในสังคมปัจจุบันวีดิทัศน์มีบทบาทหน้าที่สำคัญหลายประการในการที่จะเข้าไปเป็นสื่อที่ช่วยพัฒนาสังคมในด้านต่างๆ คือ

1. ด้วยความสะดวกและง่ายดายของเทคโนโลยีใหม่ ทำให้ลดต้นทุนการถ่ายทำวีดิทัศน์ลงได้อย่างมาก จึงมีผู้ผลิตวีดิทัศน์กันมากขึ้น โอกาสของสื่อวีดิทัศน์จะเข้าถึงประชาชนได้ดีกว่าสิ่งอื่นอีกหลายสื่อ เป็นเหตุให้วีดิทัศน์มีบทบาทหน้าที่ในการสร้างสรรค์สังคมได้มากกว่าสื่ออื่น เช่น สามารถผลิตรายการให้ประชาชนเกิดความรักชาติ รักท้องถิ่น รักชนบทได้โดยอาศัยการผลิตที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังสามารถให้เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่ออาชีพ และความเป็นอยู่ในสังคม

2. การนำเข้าวีดิทัศน์จากต่างประเทศที่เป็นรายการดีๆ แล้วนำมาสำเนาเพื่อเผยแพร่ทำให้วีดิทัศน์มีบทบาทหน้าที่ช่วยให้ประชาชนมีหูตากว้างไกลขึ้น เช่น ได้รู้ ได้เห็นชีวิตความเป็นอยู่ สภาพต่างๆ ของคนหรือสัตว์ในสังคมต่างๆ ซึ่งโดยปกติประชาชนจะหาดูได้ยากการทำให้ประชาชนมีหูตากว้างไกลนี้ จะเป็นส่วนช่วยพัฒนาสังคมได้เป็นอย่างดี

3. ในสังคมอุตสาหกรรมวีดิทัศน์เข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมได้หลายทาง ทางหนึ่งที่นิยมกันมากในปัจจุบันนี้ คือ ด้านการผลิต วีดิทัศน์มีบทบาทในการอบรมพนักงานอย่างแพร่หลาย ตลอดจนการอบรมในเรื่องการบริหารงานในองค์กร ดังนั้นในสังคมอุตสาหกรรมในปัจจุบันนี้ วีดิทัศน์จึงมีบทบาทหน้าที่ในสังคมอย่างสูง

เมื่อเป็นที่ยอมรับกันว่าวีดิทัศน์เข้าไปมีบทบาทในสังคมแล้ว ยังส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อสังคม และโดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม วีดิทัศน์เป็นเพียงเทคโนโลยีทางการสื่อสารอย่างหนึ่งเท่านั้น การจะเกิดผลใดๆ ได้นั้นขึ้นอยู่กับผู้ใช้มากกว่า ผลที่จะเกิดต่อค่านิยม และวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ พอจะกล่าวได้โดยสังเขปดังนี้ คือ

1. ภาพยนตร์วีดิทัศน์ส่วนใหญ่ที่เข้ามาเผยแพร่ในโลกตะวันตก ซึ่งเป็นประเทศที่ยึดมั่นในขนบธรรมเนียมอันดีงามของตนเองนั้น ถ้ามีเนื้อหาที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อสังคมวัฒนธรรมของโลกตะวันตกซึ่งมีค่านิยมทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป เมื่อรับเข้ามาก็อาจจะเป็นเครื่องมือในการครอบงำทางวัฒนธรรมได้ เช่น วัฒนธรรมการแต่งกาย การปฏิบัติตัว และอื่นๆ ซึ่งบางครั้งก็เป็นพิษเป็นภัยอย่างยิ่ง เพราะการรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้าไปโดยไม่มีการกลั่นกรองให้เหมาะกับสังคมของตน ก็จะทำให้เกิดปัญหาในสังคมได้ และเมื่อปล่อยไว้นานเข้าก็จะทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ของชาติไปในที่สุด

2. อิทธิพลที่สำคัญเป็นประการต่อมาที่เป็นที่กล่าวขวัญกันมาก คือ เนื้อหาของภาพยนตร์วีดิทัศน์ที่มีเนื้อหารุนแรง กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกอย่างรุนแรง จนถึงกับเป็นอันตรายต่อชีวิตและความสงบสุขของสังคม ทั้งนี้เพราะในปัจจุบัน การควบคุมสื่อวีดิทัศน์ ยังทำได้ไม่ทั่วถึงและควบคุมดีพอ อันตรายดังกล่าวนี้จะมีผลโดยตรงและโดยเฉพาะอย่างยิ่ง กับเด็กเพราะเด็กเป็นผู้รับสารที่เกิดการเรียนรู้ได้ง่ายและรวดเร็ว และยังไม่มีความสามารถในการกลั่นกรองที่จะรับเอาแต่สิ่งที่ถูกต้องได้ จึงมีบ่อยครั้งที่ผู้ใหญ่พบว่า เด็กมีพฤติกรรม รุนแรง

3. อิทธิพลของวีดิทัศน์ของสังคมและวัฒนธรรมในเรื่องเพศ เนื่องจากในสังคมตะวันตกออกส่วนใหญ่แล้ว วัฒนธรรมที่แสดงออกในเรื่องเพศนั้นเป็นสิ่งที่ไม่ควรเปิดเผยอย่างโจ่งแจ้ง วีดิทัศน์ที่มาจากสังคมตะวันตก ซึ่งมีความแตกต่างทางวัฒนธรรม เมื่อผู้ได้เสพเนื้อหาจากวีดิทัศน์ดังกล่าวเป็นเวลานานและเป็นอย่างมากแล้ว ก็อาจส่งผลและพฤติกรรมในเรื่องเพศที่ไม่พึงกระทำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งจะนำมาพาให้เกิดปัญหาด้านอื่นๆ ตามมา ไม่ว่าจะเป็นปัญหาอาชญากรรมทางเพศ ปัญหาการทำแท้ง และอื่นๆ อีกมาก

4. อิทธิพลในการเมืองและความมั่นคงของประเทศ อันเป็นผลมาจากสังคมและวัฒนธรรมซึ่งยังไม่สามารถทำการควบคุมดูแลได้อย่างทั่วถึง ซึ่งเป็นการเสี่ยงในการที่จะมีการนำวีดิทัศน์มาใช้เพื่อการยั่วยุทางการเมืองหรือปลุกระดมมวลชน จนเป็นภัยต่อประเทศชาติได้ทั้งทางตรง ทางอ้อม (สมิตสังสิทธิ์ยากร. 2533: 8-12)

3.2 แนวคิดการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย

การออกแบบสื่อมัลติมีเดีย สื่อที่สร้างสรรค์จะต้องดึงดูดความสนใจทั้งทางด้านเนื้อหาและรูปแบบซึ่งกราฟิกจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการแสดงออกถึงสิ่งที่คุณตั้งใจ ในบางครั้งรูปเพียงรูปเดียวก็สามารถสื่อความหมายที่เราต้องการได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้คำบรรยายใดๆ ดังนั้นสิ่งสำคัญก็คือการเลือกรูปแบบกราฟิกที่เหมาะสมกับความหมายที่ต้องการสื่อสาร ในการออกแบบไม่ควรยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ ของเว็บไซต์ทั่วไป สังเกตและศึกษาเทคนิคการออกแบบโดยเฉพาะทางกราฟิกดีไซน์จากสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ, แมกกาซีน, โปสเตอร์, ทีวีและที่สำคัญที่สุดคือจากเว็บไซต์อื่นๆ การออกแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ อย่างมีประสิทธิภาพ มีแนวทางแนะนำ 5 แนวทางได้แก่

1. กำหนดเป้าหมาย (Goal) การกำหนดเป้าหมายจะช่วยให้สามารถสร้างสื่อมัลติมีเดียได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด โดยสามารถจำแนกเป้าหมายได้ดังนี้

- เพื่อถ่ายทอดความรู้
- เพื่อสร้างทักษะ
- เพื่อสนับสนุนการทำงาน

2. ศึกษาพฤติกรรมของผู้เรียน โดยจะต้องศึกษาว่าผู้เรียนคิดอย่างไร ยอมรับนวัตกรรมใหม่รูปแบบนี้หรือไม่ ผู้เรียนเรียนรู้จาก Concept หรือศึกษากระบวนการก่อนนำไปพัฒนาความเข้าใจในเนื้อหา
3. พิจารณาถึงประสบการณ์ที่ดีที่สุดของผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนรู้สึกมีส่วนร่วมกับการสื่อสาร
4. ศึกษาความคงทนของเนื้อหา พิจารณาว่าเนื้อหาที่มีความคงทนนำไปใช้งานได้นานแค่ไหน มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้งหรือไม่ อย่างไร
5. ใช้เทคนิคของทีม นำผู้เชี่ยวชาญหลายๆ ท่านนำเสนอความรู้อย่างผสมผสานกับผู้เรียนออกความเห็นของสื่อ

การออกแบบสื่อมัลติมีเดีย

1. การเลือกใช้สี ในการออกแบบจะเลือกใช้สีวรรณะเย็น (cool tone) ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน สีม่วง สีเหล่านี้ดู เย็นตา ให้ความรู้สึก สงบ สดชื่น ซึ่งในที่นี้จะเลือกใช้สีเขียว และการใช้สีแต่ละครั้งควรใช้สีวรรณะเดียวในภาพทั้งหมด เพราะจะทำให้ภาพความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (เอกภาพ) กลมกลืนมีแรงจูงใจให้คล้อยตามได้มาก แนวทางปฏิบัติในการใช้พื้นหลัง และสีตัวอักษรมีดังนี้

- ถ้าเลือกใช้พื้นหลังสีเข้ม ให้เลือกสีตัวหนังสือสีอ่อนหรือถ้าเลือกพื้นหลังสีอ่อนให้เลือกสีตัวหนังสือสีเข้ม

- ให้ระมัดระวังเมื่อใช้พื้นหลังที่มีลาย ข้อความหรือกราฟิกบนพื้นลวดลายมักจะทำให้อ่านได้ลำบากถ้าต้องใช้พื้นหลังที่มีลาย ให้ใช้สีพื้นเรียบเป็นพื้นรองรับส่วนที่เป็นข้อความและกราฟิกนั้นอีกครั้ง

2. รูปภาพ (Graphic or Photo) การใช้รูปภาพมีอยู่ 2 จุดประสงค์ คือ เพื่อเพิ่มความสวยงามและดึงดูดความสนใจในการเข้าชมเพื่อแสดงข้อมูล และรายละเอียดเรื่องของสื่อต่างๆ ทั้งนี้รูปภาพดังกล่าวจะมีทั้งรูปที่เป็นภาพจริง (Photo) และภาพที่วาดขึ้นโดยใช้เทคนิคต่าง ๆ (Graphic) โดยรูปภาพดังกล่าวจะสามารถใช้เป็นจุดเชื่อมโยงได้อีกด้วยโดยที่สามารถทำการสร้างจุดเชื่อมโยงได้หลายจุดในภาพ 1 ภาพ (เรียกว่า Image map) หรือการแมปภาพ

3. ภาพยนตร์และเสียงประกอบ (Movie and Sound) การเพิ่มภาพยนตร์และเสียงประกอบจะทำให้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความน่าสนใจและดึงดูดใจผู้เข้าชมมากขึ้น นอกจากเพิ่มความสวยงามและความสมจริงของข้อมูลแล้ว ยังเป็นการง่ายต่อผู้ใช้ที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ด้วยหรืออาจจะทำการแสดงเฉพาะเสียงประกอบเพียงอย่างเดียวก็ได้ เช่น เสียงเพลงประกอบตลอดเวลาที่ผู้ใช้เปิดเข้าชม

4. กรอบ (Frame) เพื่อความสวยงามและความสะดวกในการใช้งาน สามารถทำการแบ่งจอภาพออกเป็นหลายๆส่วน ในกรณีที่มี Link หลายๆชุดต่อกันออกไปทำให้การที่จะกลับมาที่จุดเริ่มต้นสามารถทำได้โดยง่าย หรือการที่ต้องการข้อมูลบางอย่างแสดงผลภาพบางอย่างอยู่ตลอดเวลาการทำเฟรม (Frame) การจัดทำเฟรมเป็นการคำนึงถึงผู้ใช้ จึงออกแบบให้เกิดการใช้งานได้สะดวกยิ่งขึ้นคือ

- สร้างการคลิกเลื่อนจอภาพ (Scrolling) เพื่ออ่านข้อมูลยาวๆ ในหน้าจอได้
- จัดแบ่งพื้นที่บนจอให้เกิดระเบียบสวยงามน่าใช้และเป็นสัดส่วนอิสระจากกัน

5. การใช้ข้อความ

5.1 ไม่ควรบรรจุข้อความเต็มหน้าจอ เพราะทำให้ยากต่อการอ่านทำให้รู้สึกน่าเบื่ออาจลดการเรียนรู้ได้ ควรใช้การเขียนเป็นแบบโครงร่างรายการแทน อาจใช้วิธีวางรูปประกอบไว้ด้านข้างของข้อความ หรือแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนย่อย สิ่งสำคัญของการออกแบบหน้าจอให้มีประสิทธิภาพ คือ การทำให้หน้าจอมีคุณธรรมตา และใช้ลักษณะตัวอักษร หัวข้อหลักและหัวข้อย่อยในแต่ละหน้าอย่างคงเส้นคงวาแสดงการจัดข้อความให้อ่านง่าย

5.2 การใช้ข้อความ เกี่ยวข้องกับการจัดรูปแบบการพิมพ์ที่เหมาะสม กล่าวคือเลือกลักษณะของตัวอักษร และจัดแถวของอักขรในแต่ละหน้าโดยมีข้อควรพิจารณาดังนี้ คือ ขนาดของตัวอักษรมีความคงเส้นคงวาไม่ควรใช้ตัวอักษรเกินกว่า 2 รูปแบบในภาพปกติ ไม่เจตนาเน้นคำจนเกินควร จัดข้อความให้อยู่ในรูปแบบที่อ่านง่าย และกำหนดช่องว่าง หรือช่องไฟให้เหมาะสม

5.3 ใช้ข้อความเป็นส่วนเชื่อมโยงเพื่อกำหนดทิศทาง การใช้ในลักษณะนี้ เป็นการใช้ที่คุ้นเคยกัน ข้อความที่เป็นไฮเปอร์ลิงค์ อาจจะมีเส้นขีดใต้ข้อความควบคู่กับการใช้ภาพกราฟิกเป็นส่วนกำหนดทิศทางข้อดีของการใช้ข้อความเป็นส่วนเชื่อมโยงคือ ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลเร็ว

6. โครงสร้างหน้าจอ ใช้แบบพอดีกับหน้าจอหรืออยู่ตรงกลางหน้าจอ แบบนี้เหมาะกับการนำเสนอข้อมูลที่มีไม่มาก ข้อดีคือการนำเสนอที่ไม่ซับซ้อนและสะดวกต่อการใช้งานเพราะผู้ใช้งานมองเห็นข้อมูลทุกส่วนของหน้าได้พร้อมกันตลอดเวลา (แนวคิดการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 พ.ย. 2555)

3.3 ทฤษฎีการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย

3.3.1 ทฤษฎีทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสื่อมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา

การสื่อสารการเรียนรู้

การสื่อสาร หรือ การสื่อความหมาย (Communication) หมายถึง การถ่ายทอดเรื่องราว การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแสดงออกของความคิดและความรู้สึก เพื่อการติดต่อสื่อสารข้อมูลซึ่งกันและกัน (กิดานันท์ มลิทอง, 2540) รูปแบบของการสื่อสารแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

1) การสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) เป็นการส่งข่าวสารหรือการสื่อความหมายไปยังผู้รับแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยที่ผู้รับไม่สามารถตอบสนองทันที (Immediate Response) กับผู้ส่ง แต่อาจจะมีผลป้อนกลับไปยังผู้ส่งในภายหลังได้ การสื่อสารในรูปแบบนี้จึงเป็นการที่ผู้ส่งและผู้รับไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ทันที

2) การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) เป็นการสื่อสารหรือการสื่อความหมายที่ผู้รับมีโอกาสตอบสนองมายังผู้ส่งได้ในทันที โดยที่ผู้ส่งและผู้รับอาจจะอยู่ต่อหน้ากันหรืออาจอยู่คนละสถานที่ก็ได้ แต่ทั้งสองฝ่ายจะสามารถมีการเจรจาหรือการโต้ตอบกันไปมา โดยที่ต่างฝ่ายต่างผลัดกันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในเวลาเดียวกัน ดังนั้น ในการที่จะเกิดการเรียนรู้ขึ้นได้นี้ มักจะพบว่าต้องอาศัยกระบวนการของการสื่อสารในรูปแบบของการสื่อสารทางเดียวและการสื่อสารสองทาง ในลักษณะของการให้สิ่งเร้าเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนมีการแปลความหมายของเนื้อหาบทเรียนนั้น และให้มีการตอบสนองเพื่อเกิดเป็นการเรียนรู้ขึ้น ลักษณะของสิ่งเร้าและการตอบสนองในการสื่อสารนี้หมายถึง การที่ผู้สอนให้สิ่งเร้าหรือส่งแรงกระตุ้นไปยังผู้เรียนเพื่อให้ผู้เรียนมีการตอบสนองออกมา โดยผู้สอนอาจใช้สื่อโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์เป็นผู้ส่งเนื้อหาบทเรียน ส่วนการตอบสนองของผู้เรียน ได้แก่ คำพูด การเขียน รวมถึงกระบวนการทั้งหมดทางด้านความคิด การเรียนรู้ การเรียนรู้ซึ่งอาศัยรูปแบบการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการให้สิ่งเร้าหรือแรงกระตุ้น การแปลความหมาย และการตอบสนองนั้น

1) การเรียนรู้ในรูปแบบการสื่อสารทางเดียว เช่น การสอนแก่ผู้เรียนจำนวนมากในห้องเรียนขนาดใหญ่โดยการฉายวิดีโอทัศน์ โทรทัศน์วงจรปิด หรือวิทยุและโทรทัศน์การศึกษาแก่ผู้เรียนที่เรียนอยู่ที่บ้าน ซึ่งการเรียนการสอนในลักษณะเช่นนี้ควรจะมีการอธิบายความหมายของเนื้อหาบทเรียนให้ผู้เรียนเข้าใจก่อนการเรียน หรืออาจจะมีการอธิบายภายหลังจากการเรียน หรือดูเรื่องรวมนั้นแล้วก็ได้ เพื่อให้ผู้เรียนมีความเข้าใจและแปลความหมายในสิ่งเร้านั้นอย่างถูกต้องตรงกัน จะได้มีการตอบสนองและเกิดการเรียนรู้ได้ในทำนองเดียวกัน

2) การเรียนรู้ในรูปแบบการสื่อสารสองทาง อาจทำได้โดยการใช้อุปกรณ์ประเภทเครื่องช่วยสอน เช่น การใช้บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยหรือการใช้เครื่องช่วยสอนเนื้อหาจะถูกส่งจากเครื่องไปยังผู้เรียนเพื่อให้ผู้เรียนทำการตอบสนองโดยส่งคำตอบหรือข้อมูลกลับไปยังเครื่องอีกครั้งหนึ่ง การเรียนการสอนในลักษณะนี้มีข้อดีหลายประการเช่น ความฉับพลันของการให้คำตอบจากโปรแกรม บทเรียนที่วางไว้เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้เรียน เป็นการทำให้ง่ายต่อการเรียนรู้และทำให้การถ่ายทอดความรู้บรรลุผลด้วยดี เป็นต้นถึงแม้ว่าการเรียนรู้ในรูปแบบการสื่อสารสองทางนี้จะมีประสิทธิภาพดีต่อการเรียนรู้มากกว่าการสื่อสารทางเดียวก็ตาม แต่บางครั้งแล้วในลักษณะของการศึกษาบางอย่างมีความจำเป็นต้องใช้การเรียนการสอนในรูปแบบการสื่อสารทางเดียว เพื่อให้การให้ความรู้แก่ผู้เรียน ทั้งนี้เพราะจำนวนผู้เรียนอาจจะมีมาก และมีอุปกรณ์ช่วยสอนไม่เพียงพอ เป็นต้น

3.4. ทฤษฎีการผลิตภาพยนตร์

ประเภทภาพยนตร์ (Movie Genres)

1. Action movie (ภาพยนตร์แอคชั่น)
2. Adventure (ภาพยนตร์ผจญภัย)
3. Animation (ภาพยนตร์การ์ตูน)
4. Comedy (ภาพยนตร์ตลก)
5. Documentaries (ภาพยนตร์สารคดี)
6. Drama Movies (ภาพยนตร์ดราม่า)
7. Erotic (ภาพยนตร์ผู้ใหญ่)
8. Family (ภาพยนตร์ครอบครัว)
9. Fantasy (ภาพยนตร์ผสมจินตนาการ)
10. Musicals Movies (ภาพยนตร์เพลง)
11. Romance (ภาพยนตร์โรแมนติก)
12. Sci-Fi Movies (ภาพยนตร์วิทยาศาสตร์)
13. Thriller Movies (ภาพยนตร์ระทึกขวัญ)
14. War (ภาพยนตร์สงคราม)
15. Western (ภาพยนตร์ตะวันตก)

Action movie (ภาพยนตร์แอคชั่น)

Action หมายถึง ภาพยนตร์แบบบู๊ แอ็กชั่น ยิ่ง ต่อสู้ ระทึกใจ เหมาะสำหรับคนชอบความแข็งแรงและศิลปะการต่อสู้ ในภาพยนตร์แนวนี้จะมีฉากยิง ระเบิด เผาสิ่งต่างๆ ที่เราอาจจะหาดูได้ยาก ฉะนั้นคนที่ชอบหนังประเภทนี้ไม่ใช่เพราะชอบความรุนแรง แต่จะหมายถึงคนที่ชอบที่จะสัมผัสกับสิ่งที่หาดูไม่ได้ในชีวิตประจำวันและชอบความตื่นเต้นอยู่ด้วย ปัจจุบันภาพยนตร์ประเภทนี้ มีออกมาขายกันมากไม่เคยขาดและได้รับการตอบกลับอย่างดี แต่ก็ต้องมีเนื้อหาสาระและมุมมองของการออกแบบฉากได้อย่างลงตัวและสมจริงด้วย อย่างองค์บากทั้งสองภาคก็ขายความแอ็กชั่นเป็นจุดสำคัญ และอื่นๆ อีกมากมาย

Adventure (ภาพยนตร์ผจญภัย)

Adventure หมายถึง ภาพยนตร์ แนวผจญภัย เข้าป่าฝ่าดง เจอปัญหาอุปสรรคมากมาย และต้องมีการแก้ไข ปัญหาสถานการณ์ หนึ่งแบบนี้ก็เหมาะสมสำหรับผู้ชมที่ชื่นชอบการผจญภัย เช่น เข้าไปในป่าที่ยังไม่รู้จักว่ามีอะไรบ้างที่รอการเข้าไปค้นหาจากเรา

Animation (ภาพยนตร์การ์ตูน)

Animation หมายถึง ภาพยนตร์การ์ตูน ซึ่งปัจจุบันกำลังมาแรง เช่น finding nemo เป็นต้น ปัจจุบันมีการผลิตออกมาได้น่าดูและแนบเนียนขึ้น ประเทศไทยเองก็มีออกมาหลายเรื่องและได้รับการต้อนรับมากโดยเฉพาะเด็กๆ ที่ขาดกันไม่ได้

Comedy (ภาพยนตร์ตลก)

Comedy ภาพยนตร์ตลก เบาสมอง เหมาะกับคนที่ต้องการดูเพื่อการพักผ่อน ไม่ต้องคิดอะไรมาก

Crime (ภาพยนตร์อาชญากรรม) Crime ภาพยนตร์อาชญากรรม แนวการแก้ไข ต่อสู้กับคดีต่างๆ ของตำรวจ

Documentaries (ภาพยนตร์สารคดี) Documentary ภาพยนตร์แนวสารคดีที่ดูไปด้วย ได้สาระไปด้วย

Drama Movies (ภาพยนตร์ดราม่า) Drama ภาพยนตร์ชีวิต ที่จะได้ความรู้สึกซึ่งเศร้า เกล้าน้ำตา ทำให้นึกถึงชีวิตคนจริงๆ บางเรื่องดูแล้วเครียด บางเรื่องก็เศร้ามากๆ แต่พอหนังจบก็โล่งหัว

Erotic (ภาพยนตร์ผู้ใหญ่)

Erotic เป็นภาพยนตร์ที่ไม่เหมาะกับผู้มีอายุไม่ถึง 18 ปี เพราะเป็นเรื่องเกี่ยวกับเพศ ในประเทศไทยไม่มีเพราะทำออกมาก็ไม่ผ่านการเซ็นเซอร์

Family (ภาพยนตร์ครอบครัว) Family เป็นภาพยนตร์ที่คนทุกคนในครอบครัวดูได้ ส่วนใหญ่เป็นภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความผูกพัน ของคนในครอบครัว ส่วนใหญ่ก็จะแฝงแง่คิดเอาไว้และเดินเรื่องแบบเรียบง่าย เน้นความรักกันของคนในครอบครัว

Fantasy (ภาพยนตร์ผจญจินตนาการ)

Fantasy ภาพยนตร์ที่มีการผจญจินตนาการแบบที่เราๆ ไม่ค่อยเห็นในชีวิต จะเรียกว่า เหนือจริงก็ได้ เด็กๆ หลายคนชอบจนถึงขั้นติดเลย

Musicals Movies (ภาพยนตร์เพลง) Musical ภาพยนตร์เพลง เช่น ชิคาโก ประเทศไทยยังไม่มีให้เห็นเป็นเรื่องเป็นราวสักเรื่อง แต่ก็ยากที่จะทำให้มีรายได้เพราะความนิยมของคนแนวนี้ไม่มาก

Romance (ภาพยนตร์โรแมนติก) Romance ภาพยนตร์แนวรักโรแมนติก เหมาะกับคู่หนุ่มสาวและผู้ที่กำลังมีความรักทั้งหลายหรือคนที่กำลังอยากจะรักใคร่ ชมไว้เป็นแนวทางในการทำตนเมื่อมีคนรัก จะได้ความรู้สึกมากขึ้นหากเราเคยมีประสบการณ์และความรู้สึกเหมือนในภาพยนตร์ จึงไม่แปลกใจที่หลายคนร้องไห้กับหนัง แต่อีกหลายคนอาจจะมองว่ามันซึ่งตรงไหน ไม่ผิด

Sci-Fi Movies (ภาพยนตร์วิทยาศาสตร์) Sci-Fi ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาอ้างอิงวิทยาศาสตร์ แต่ทำออกมาให้น่าสนใจอาจจะผจญจินตนาการเข้าไปด้วย แต่หลายคนบอกว่าไม่ชอบเพราะดูไม่รู้เรื่อง ซึ่งก็เป็นความจริงเพราะบางเรื่องก็ต้องอาศัยความรู้พื้นฐานเป็นเดิมพันบ้าง แต่ถ้าหากชมบ่อยๆ ก็จะได้เริ่มรู้เรื่องและกลายเป็นคนชอบหนังประเภทนี้ก็ได้ หนังแนวนี้สามารถต่อจินตนาการให้เราได้ ผลอูๆ คนที่ดูอาจจะคิดอะไรดีๆ ออกมาสร้างประโยชน์ให้กับคนรอบข้างได้ และแนวคิดของหนังแนวนี้ก็เป็นแรงกระตุ้นให้นักวิทยาศาสตร์พยายามทำให้ได้แบบในหนัง

Thriller Movies (ภาพยนตร์ระทึกขวัญ) Thriller ภาพยนตร์แนวสืบสวนสอบสวน ที่มีการผูกเรื่องเพื่อให้ผู้ชมลุ้นไปด้วยว่าผลสุดท้ายจะออกมาในแนวใด เหมาะกับผู้ที่ชอบการสืบ นักสืบน้อยทั้งหลาย มันมีเสน่ห์ตรงทำให้ผู้ชมต้องติดตามตลอดทั้งเรื่อง ดังนั้นหากเรื่องไหนทำให้เกิดปมช้า ก็ทำให้หนังน่าเบื่อ และตอนจบและแนวเรื่องต้องมีความแปลกใหม่

War (ภาพยนตร์สงคราม) War หนังสงคราม ที่มีการอ้างอิงเหตุการณ์สงครามที่เคยเกิดขึ้นในอดีต เน้นจุดๆ หนึ่งในสงครามนั้นๆ ก็อาจจะนำไปใช้สอนเด็กนักเรียนได้ แต่ก็อาจจะไม่เหมาะในบางเรื่อง เช่น ความรุนแรงหรือความป่าเถื่อนอะไรประมาณนี้ ผมสังเกตว่าถ้าคนที่ไม่ใช่คอหนังสงครามจริงๆ เขาอาจจะไม่อยากจะดูเลยด้วยซ้ำ แต่คนที่ชอบดูก็จัดได้ว่าคลังหนังสงครามไปเลย ส่วนที่เหลือก็เป็นการชอบดูเป็นช่วงๆ ระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง

Western (ภาพยนตร์ตะวันตก) Western หนังคาบอยตะวันตก ปัจจุบันอาจจะดูไม่ค่อยได้รับความนิยมเท่าไรเพราะความแปลกใหม่ในการนำเสนอหายากขึ้นและเสี่ยงมากที่จะทำออกมา

การผลิตภาพยนตร์

1. Development
2. Pre-Production
3. Production
4. Post-Production

Development

เป็นขั้นตอนแรกในการเตรียมการ ถ่ายทำภาพยนตร์ โดยขั้นตอนนี้คือขั้นตอนในการ เตรียมบทภาพยนตร์ เพื่อถ่ายทำต่อไป

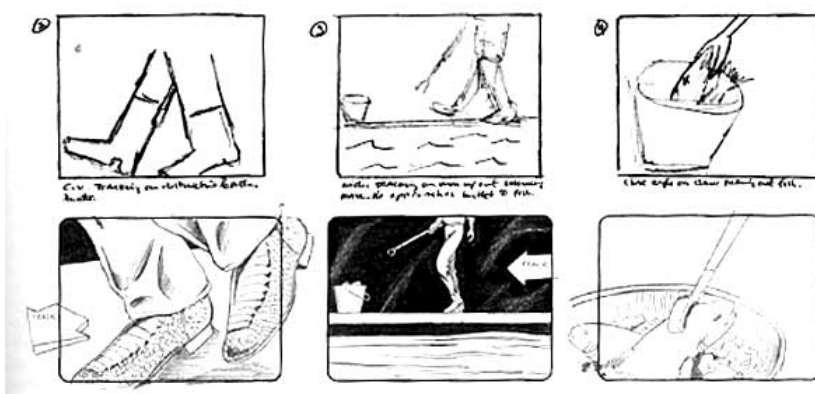
1. การเขียนบทภาพยนตร์
2. การค้นคว้าหาข้อมูล
3. การเขียนเรื่องย่อ
4. การเขียนโครงเรื่องขยาย
5. บทภาพยนตร์
6. บทถ่ายทำ
7. สตอรี่บอร์ด

การเขียนบทภาพยนตร์

บทภาพยนตร์ คือ แบบร่างของการสร้างภาพยนตร์ บทภาพยนตร์จะมีการบอกเล่าเรื่องราวว่า ใครทำอะไร ที่ไหน อย่างไร และต้องสื่อความหมายออกมาเป็นภาพ โดยใช้ภาพเป็นตัวสื่อความหมาย เป็นการเขียนอธิบายรายละเอียดเรื่องราว เมื่อได้โครงสร้างเรื่องที่ชัดเจนแล้วจึงนำเหตุการณ์มาแตกขยายเป็นฉากๆ ลงรายละเอียดย่อยๆ ใส่สถานการณ์ ช่วงเวลา สถานที่ ตัวละคร บทสนทนา บางครั้งอาจกำหนดมุมกล้องหรือ ขนาดภาพ ให้ชัดเจนเลยก็ได้

ประโยชน์ของสตอรี่บอร์ด

การสร้างสตอรี่บอร์ดจะช่วยให้การวางแผน การถ่ายทำจากต่อฉากง่ายดายมากยิ่งขึ้น โดยสามารถเปลี่ยนแก้ไขสตอรี่บอร์ด ก่อนจะถ่ายทำจริงได้ อีกทั้งยังสามารถนำสตอรี่บอร์ดที่ได้สร้างและวางแผนไว้ ไปทำการชี้แจง แลกเปลี่ยนกับฝ่ายผลิตหรือฝ่ายอื่นๆ โดยสามารถทำให้เกิด ความเข้าใจตรงกัน



ภาพประกอบ 5 การเขียน Story Board

ที่มา: <http://goo.gl/Tv5uR>

Pre-Production

Preproduction เป็นขั้นตอนการเตรียมงานสร้างภาพยนตร์ เป็นขั้นตอนแรกที่มีส่วนสำคัญอย่างมากของภาพยนตร์ว่าภาพยนตร์ที่ทำนั้นจะออกมาดีหรือไม่ดี และเป็นขั้นตอนที่จะให้เราได้ว่าเราจะต้องทำอะไรบ้างในการสร้างภาพยนตร์ของเรา (ออนไลน์ ที่มา : <http://accad.osu.edu/> สืบค้นวันที่ 20 เมษายน 2556)

แสงเพื่อการถ่ายภาพ

ประเภทของแสงที่ใช้ในการถ่ายภาพ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. แสงธรรมชาติ (Natural light) คือ แสงสว่างที่ได้จากดวงอาทิตย์ในเวลากลางวันและแสงที่ได้จากการสะท้อนทางอ้อม

2. แสงเทียม (Artificial light) คือ แสงสว่างที่ได้จากสิ่งประดิษฐ์ของมนุษย์โดยกรรมวิธีต่างๆ เช่น แสงจากหลอดไฟฟ้าทุกชนิดแสงจากไฟฟลชทุกชนิด แสงจากตะเกียงหรือเทียนไข และแสงรังสีต่างๆ ที่ใช้งานวิทยาศาสตร์และการแพทย์

อุณหภูมิสี กับแหล่งกำเนิดแสง

แหล่งกำเนิดแสงทั้งแสงธรรมชาติและแสงเทียมมีอุณหภูมิสี (Color Temperature) ต่างกัน โดยมีหน่วยวัดเป็นองศาเคลวิน (Kelvin = K) ซึ่งในการถ่ายภาพด้วยฟิล์มขาว-ดำอุณหภูมิสีไม่พอภาพ แต่จะมีผลต่อการถ่ายภาพสี กล่าวคือ โทนสีในภาพจะเปลี่ยนไปตามแหล่งกำเนิดแสงแต่ละชนิด ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะอุณหภูมิสีของแสงที่ใช้มากในการถ่ายภาพทั่วไปเท่านั้น

1. แสงแดดตอนเที่ยงวันหรืออิเล็กทรอนิกส์แฟลช แฟลชหลอดสีน้ำเงิน มีอุณหภูมิสีประมาณ 5,500-6,000 K
2. แสงจากหลอดไฟฮาโลเจน (Halogen) หรือไฟได้ฟlood (Photoflood) มีอุณหภูมิสีประมาณ 3,400 K
3. แสงจากหลอดไฟถ่ายรูปในห้องสตูดิโอ หรือหลอดทังสเตน (Studio lamp or Tungsten lamp) มีอุณหภูมิสี 3,200 K

การเลือกใช้ฟิล์มสี จะต้องให้เหมาะกับแสงแต่ละชนิด เช่นแสงแดดใช้ฟิล์มชนิด Daylight type ถ้าเป็นแสงไฟ Photoflood ต้องใช้ฟิล์ม Type A และถ้าเป็นแสงไฟ Tungsten lamp ใช้ฟิล์ม Type B เป็นต้น

หากมีความจำเป็นต้องใช้ฟิล์ม Type B ไปถ่ายกับแสงแดด Daylight อาจแก้ไขได้โดยใช้ฟิลเตอร์สีส้มเบอร์ 85B ถ่ายเพื่อตัดแสงสีแดงออก และถ้าหากมีความจำเป็นต้องใช้ฟิล์ม Daylight type ไปถ่ายกับไฟ Tungsten lamp ก็ใช้ฟิลเตอร์สีน้ำเงินเบอร์ 80A เพื่อตัดแสงสีเหลืองออก

ทั้งแสงธรรมชาติและแสงประดิษฐ์นี้ เวลาถ่ายภาพจะต้องคำนึงถึงทิศทางของแสงให้ส่งมายังสิ่งที่ต้องการถ่าย ในตำแหน่งที่ช่วยให้สิ่งนั้นดูเหมาะสมสวยงามที่สุด จึงต้องมีความเข้าใจเรื่องชนิดของแสงและทิศทางของแสงให้ถูกต้อง

ลักษณะของแสงธรรมชาติ

การถ่ายภาพโดยอาศัยแสงจากธรรมชาตินั้น ทิศทางของดวงอาทิตย์ถือเป็นแสงหลัก (Main light) จึงจัดวัตถุให้หันเข้าหาดวงอาทิตย์ตามสภาพที่เหมาะสม บางครั้งอาจต้องใช้แสงสะท้อนจากสิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติหรือแสงเทียนเข้าช่วย เพื่อช่วยส่องสว่างในส่วนที่ทำให้เกิดเงา (Fill in light) ให้เห็นส่วนละเอียด สวยงามขึ้น อาจแบ่งแสงธรรมชาติออกเป็น 2 แบบ คือ

1. Diffused light เป็นแสงรุ่ม ลักษณะแสงไม่แข็งและส่วน High light ไม่สว่างจ้า ลักษณะแสงจะมาจากหลายๆ ทิศทาง เนื่องจากแสงอาทิตย์ที่สะท้อนจากฝุ่น หรือละอองไอน้ำในบรรยากาศกระจายออกไป

2. Specular light เป็นแสงที่เมื่อไม่มีเมฆบังเปิดให้มีแสงดวงอาทิตย์เพียงแสงเดียวทำให้เกิด High light สว่างมากและปรากฏเงาดำเข้ม

นอกจากนี้ยังมีแสงสะท้อน (Reflected light) ที่ได้จากการใช้กระดานหรือวัสดุอื่นๆ มารับแสงดวงอาทิตย์ส่งไปยังบริเวณเงามืดก็จะช่วยลบเงาเข้มให้อ่อนลงเพื่อเพิ่มรายละเอียดในส่วนเงา (Shadow) ให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น

ทิศทางของแสง

ทิศทางของแสงจะช่วยให้เห็นลักษณะรูปทรง ผิวพื้น ความลึกของภาพ ซึ่งอาจเป็นแสงที่ส่องมายังวัตถุในแนวตั้งและแนวนอน

แสงในแนวตั้ง (Vertical lighting)

เป็นแสงที่ส่องไปยังวัตถุทำให้เกิดมุมของแสงตามแนวตั้ง ซึ่งเราสามารถจัดแสงให้อยู่ในระดับสายตา ระดับต่ำกว่าสายตา หรือจัดให้อยู่ในมุมสูงส่องลงมายังวัตถุก็ได้

1. การจัดแสงให้ส่องในระดับสายตาจะทำให้บริเวณ High light และ Shadows ดูแบนราบ ถ้าเป็นแสงธรรมชาติ จะพบในช่วงเช้าและเย็น ซึ่งวัตถุได้รับแสงด้านหน้าเต็มที่

2. แสงในมุมสูง ได้แก่ แสงที่ทำมุมกับแนวระนาบประมาณ 40 – 60 องศา ถ้าเป็นแสงธรรมชาติก็จะเป็นช่วงก่อนเที่ยงและช่วงบ่าย ถ้าเป็นช่วงดวงอาทิตย์ตรงศีรษะพอดีจะไม่เหมาะในการถ่ายภาพ เพราะจะไม่มีส่วนเงาตัดทอดยาวให้เห็น ทำให้ดูภาพแบนราบไม่สวยงาม โดยเฉพาะถ้าถ่ายภาพบุคคลจะเกิดเงาตัดได้ขอบตา ทำให้ดูขอบตาลึกไม่สวยงาม

3. แสงในมุมต่ำ ได้แก่ แสงที่ส่องจากด้านล่าง โดยมากไม่ค่อยพบในแสงธรรมชาติแต่จะมีในเมื่อจัดแสงจากแสงเทียมหรือแสงไฟจากแหล่งอื่นๆ ถ้าถ่ายภาพบุคคลโดยใช้แสงมุมต่ำจะดูน่ากลัว ลึกลับ ดังนั้นจึงมักใช้กับการถ่ายภาพผี เป็นต้น

แสงในแนวนอน (Horizontal lighting)

เป็นแสงที่ส่องมายังวัตถุในมุมต่างๆ ตามแนวนอน ได้แก่

1. แสงหน้า (Front light) เป็นแสงที่ส่องตรงเข้ามาทางด้านหน้าของวัตถุที่ถูกถ่าย แสงแบบนี้จะมีเฉพาะบริเวณ High light ไม่เกิดเงาในภาพ ทำให้ดูวัตถุเรียบแบน

2. แสงข้าง (Side light) เป็นแสงที่ส่องเข้ามาทางด้านข้างของสิ่งที่ถูกถ่าย ทำมุมประมาณ 90 องศา ด้านซ้ายและขวา ทำให้เกิดเงามืดตัดกับแสงสว่าง ช่วยให้เห็นผิวพื้นชัดเจนเห็นรูปลักษณะด้านสูง และลึก

3. แสงหลัง (Back light) เป็นแสงที่มาจากทิศทางด้านหลังของสิ่งที่ถ่ายตรงข้ามกับตำแหน่งที่ตั้งกล้อง เห็นเป็นเงาดำๆ แสดงเฉพาะรูปทรงภายนอกเท่านั้น การถ่ายภาพย้อนแสงดวงอาทิตย์ (Silhouette) ก็เป็นแสงชนิดนี้

4. แสงเฉียงหน้าและแสงเฉียงหลัง เป็นแสงที่ส่องเฉียงเข้าด้านข้างและด้านหลังของวัตถุ ทั้งด้านซ้ายและขวา

การจัดแสงในการถ่ายภาพบุคคล (Portrait)

ไฟพื้นฐานที่ใช้ในการถ่ายรูป มีอยู่ 4 ดวง คือ

1. แสงหลัก (Main light, Key light)
2. แสงเสริมหรือแสงส่วนเงา (Fill – in light)
3. แสงแยกหรือแสงเน้นรูปทรง (Separate light, Hair light, Accent light)
4. แสงพื้นหลัง (Background light)

1. แสงหลัก (Main light, Key light)

แสงหลักเป็นแสงที่สว่างที่สุดบนสิ่งที่ถูกถ่าย เนื่องจากในแสงธรรมชาติ ปกติมักจะมาจากด้านบน ดังนั้นแสงหลักจึงมักนิยมที่จะวางไว้เหนือสิ่งที่ถูกถ่ายและส่องสว่างลงมาเฉียงด้านหน้า สำหรับการถ่าย Portrait นั้น จะวาง Key light เอาไว้ให้ทำมุมกับกล้องประมาณ 45 องศา ทางด้านซ้ายหรือด้านขวาของกล้อง และวางทำมุมประมาณ 40 – 60 องศา เหนือศีรษะ บางครั้งการจัดแสง Key light ถ่ายภาพบุคคลก็ทำให้แสงนุ่มขึ้นและเกิดเงาอ่อนๆ โดยใช้แผ่นสะท้อนแสง การถ่ายภาพวัตถุให้สิ่งที่ถูกถ่ายเห็นรูปทรง ลวดลาย หรือผิวพื้นของวัตถุ มักจะวาง Key light ไว้ด้านบนเฉียงวัตถุ นั้น ตำแหน่งนี้บางทีเรียกว่า Key backlighting

2. แสงเสริมหรือแสงส่วนเงา (Fill light)

เป็นแสงที่ใช้ลบเงาที่เกิดจากแสงหลัก เพิ่มรายละเอียดในส่วนเงาให้มากขึ้นทำให้เห็นวัตถุเพิ่มเป็น 3 มิติ โดยทั่วไปมักใช้แหล่งของแสงที่เป็น Diffused light เช่น ใช้แสงสะท้อนหรือไฟร่ม

ตำแหน่งที่วางไฟเสริมนี้ตามปกติมักวางเอาไว้ข้างกล้องด้านตรงข้ามกับแสงหลักและอยู่ระดับเดียวกับกล้องต้องระวังไม่ให้เกิดเงาซ้อนขึ้นอีกหนึ่งเงา ควรทดลองเลื่อนหาตำแหน่งที่เหมาะสมให้มีความเข้มของแสงตามต้องการ ส่วนที่เป็นเงามีดีนี้จะมีความสว่างมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับผู้ถ่ายที่ต้องการให้อัตราส่วนของแสงส่วนเงากับความสว่างของแสงหลักเป็นเท่าใด

- แสงสว่างส่วนเงามีความสว่างเท่ากับ 1 ใน 3 ของแสงหลักเท่ากับอัตราส่วน 3 : 1
- แสงสว่างส่วนเงามีความสว่าง 1 ใน 5 ส่วนของแสงหลักเท่ากับอัตราส่วน 5 : 1
- แสงสว่างส่วนเงามีความสว่าง 1 ใน 7 ส่วนของแสงหลักเท่ากับอัตราส่วน 7 : 1

* อัตราส่วนของแสงนี้ได้มาจาก

ความเข้มของ *Main light* + ความเข้มของ *Fill light*

ความเข้มของ *Fill light*

และถ้าหากต้องการให้แสงสว่างส่วนเงามีความสว่างมากน้อย ก็ใช้วิธีเลื่อนดวงไฟให้อยู่ใกล้หรือไกลออกไปหรือใช้กระดาษบังแสงให้อ่อนลง

3. แสงแยกหรือแสงเน้นรูปทรง (Separate light, Hair light, Accent light)

เป็นแสงที่ใช้เพิ่มเติมในการถ่ายภาพในสถานที่เพื่อช่วยให้เห็นรูปทรงของวัตถุเพิ่มมิติที่สามารถด้านความลึกและช่วยแยกวัตถุให้เด่นออกมาจากฉากหลัง ปกติมักตั้งไฟไว้ในทิศทางตรงข้ามกับในมุมสูง ฉียงหลัง และส่องเป็นบริเวณเฉพาะจุดเท่านั้น แสงแยกที่เรียกกันทั่วๆ ไปอีกอย่างหนึ่ง คือ Hair light โดยใช้ไฟขนาดเล็ก มีขาตั้ง ส่องในบริเวณของผู้ที่ถูกถ่าย ทำให้เกิด High light ขึ้นที่บริเวณไหล่และไหล่ด้านข้าง ข้อที่ควรระวังก็คือ จะต้องไม่ให้แสง Hair light ไปตกบนใบหน้าทำให้เกิด High light ปรากฏที่ใบหน้าอีกแห่งหนึ่ง

ถ้าจัดดวงไฟ Spot light วางไว้ด้านหลังค่อนข้างบนของผู้ถูกถ่ายหรือหลังศีรษะ จะทำให้เกิดแสง High light ที่ชอบเรียกว่า Back light หรือ Kicker

ข้อควรระวังอีกประการหนึ่งคือ เมื่อใช้แสงแยกจะทำให้เครื่องวัดแสงอ่านค่าผิดไปทำให้ถ่ายภาพ under exposure ในส่วนของ Key & fill light ดังนั้นเมื่อวัดแสงไม่ควรเปิดไฟแสงแยก

4. แสงพื้นหลัง (Background light)

ใช้แสงจากหลอดไฟขนาดเล็กวางระหว่างวัตถุกับฉากหลัง เพื่อให้ฉากหลังสว่างขึ้นตามปริมาณแสงที่ต้องการ เพื่อยกวัตถุจากพื้นหลัง ข้อควรระวัง คือ ไม่ควรให้มองเห็นดวงไฟในกล้อง (สุทัศน์ ชัชวาล. 2527)

การบีบอัดสัญญาณวิดีโอ

เนื่องจากข้อมูลวิดีโอในรูปแบบ Analog จะมีขนาดใหญ่เกินกว่าที่คอมพิวเตอร์จะรับไหว ดังนั้นการนำวิดีโอแบบ Analog เข้าสู่คอมพิวเตอร์จึงจำเป็นต้องมีการบีบอัดข้อมูลให้เล็กลงก่อน แต่สำหรับวิดีโอที่เป็นแบบ Digital อาจจะไม่จำเป็นต้องบีบอัดอีกก็ได้ แต่โดยมากจะนิยมบีบอัดเพื่อให้มีขนาดเล็กลง โดยมีวิธีการบีบอัดอยู่ 2 แบบคือ

1. Losses Method เป็นวิธีการบีบอัดข้อมูลที่สามารถขยายกลับมาให้มีขนาดและคุณภาพเหมือนเดิมได้ แบบนี้จะไม่ทำให้สูญเสียรายละเอียดของข้อมูล ส่วนมากนิยมใช้ในไฟล์เอกสารต่าง ๆ เช่นการบีบอัดข้อมูลในรูปแบบ .ZIP เป็นต้น

2. Lossy Schemes เป็นวิธีการบีบอัดข้อมูลโดยกรองเอาข้อมูลบางส่วนออกไป และจึงทำการบีบอัด การบีบอัดข้อมูล วิธีนี้จะไม่สามารถขยายข้อมูลกลับมาให้มีขนาดและคุณภาพเหมือนเดิมได้ เพราะข้อมูลบางส่วนถูกกรองออกไปแล้ว การบีบอัดวิธีนี้สามารถบีบอัดข้อมูลได้มากกว่าแบบ Losses นิยมใช้กับไฟล์ประเภทวิดีโอและเสียง

การบีบอัดข้อมูลวิดีโอจะแบ่งลักษณะการบีบอัดได้ 2 แบบ คือ การบีบอัดโดยใช้ฮาร์ดแวร์ในการบีบอัด มีข้อดีคือ สะดวก ทำงานได้รวดเร็ว ซีพียู ไม่ต้องทำงานหนัก ทำให้ไม่ต้องใช้ซีพียูที่มีความเร็วสูงมากก็ได้ แต่มีข้อเสียคือ การ์ดที่สามารถบีบอัดข้อมูลได้จะมีราคาแพงการบีบอัดโดยใช้ซอฟต์แวร์ในการบีบอัด การบีบอัดโดยใช้ซอฟต์แวร์จะต้องอาศัยการทำงานของซีพียูเป็นหลัก ดังนั้นเครื่องที่จะทำการบีบอัดต้องมีความเร็วของซีพียู แต่มีข้อดีของการบีบอัดแบบนี้คือ การ์ดที่ใช้จะมีราคาถูกกว่าการ์ดที่สามารถบีบอัดข้อมูลได้

รูปแบบของการบีบอัดวิดีโอ จะมีรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

M-JPEG (Motion-JPEG) เป็นรูปแบบมาตรฐานที่ใช้ในอุตสาหกรรมการบีบอัดแบบนี้จะมีคุณภาพของการบีบอัดและการขยายสัญญาณตั้งแต่อัตราส่วน 12:1 , 5:1 และ 2:1 โดยยังให้ภาพออกมาดีพอใช้สำหรับผู้ที่ไม่ต้องการความละเอียดมากนักคุณภาพจะอยู่ในระดับเดียวกับเทปวิดีโอ

MPEG (Moving Picture Experts Group) เป็นมาตรฐานการบีบอัดสัญญาณภาพและเสียงที่ใช้ในระบบวิดีโอคุณภาพสูงทั่วไป การบีบอัดข้อมูลแบบนี้สามารถแยกเป็นแบบย่อย ๆ ได้อีกดังนี้

MPEG-1 เป็นรูปแบบที่ออกแบบมาเพื่อให้ใช้กับสัญญาณวิดีโอในระบบ VHS ใช้อัตราการส่งผ่านข้อมูล 1.5 Mbps ในอัตราการบีบอัดสูง คุณภาพพอ ๆ กับเทปวิดีโอ ส่วนใหญ่ใช้ทำแผ่นVCD

MPEG-2 เป็นรูปแบบที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเฉพาะ การบีบอัดข้อมูลแบบนี้จะมี ลักษณะเป็นแบบ GOP (Group of Picture) คือจะทำการเปรียบเทียบภาพเป็นกลุ่ม โดยเริ่มจากภาพแรกเปรียบเทียบกับภาพที่สองและเก็บข้อมูลในส่วนที่แตกต่างกัน และทำการเปรียบเทียบภาพที่สอง กับภาพต่อไปเรื่อย ๆ ทำให้การบีบอัดข้อมูลแบบนี้สามารถลดจำนวนข้อมูลลงได้มาก โดยมากใช้ในการทำแผ่นDVDมีคุณภาพของภาพและเสียงสูงมาก

MPEG-4 เป็นมาตรฐาน MPEG ใหม่ที่ใกล้เคียงกับ QuickTime ของ Apple พัฒนารขึ้นมาสำหรับงานมัลติมีเดียที่มี แบนด์วิดท์ต่ำ สามารถรวมภาพ เสียงและส่วนประกอบอื่นที่คอมพิวเตอร์สร้างขึ้นได้ มีอัตราการบีบอัดสูงขึ้น คุณภาพดีขึ้น

Indeo เป็นรูปแบบการบีบอัดของ intel จัดทำขึ้นเพื่อรองรับการจัดการสัญญาณวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับชิปไมโครโปรเซสเซอร์ของ intel เหมาะสำหรับงานวิดีโอบนเว็บเพจ

Cinepak เป็นรูปแบบที่ออกแบบมาให้ใช้กับเครื่อง Apple และ SuperMac ซึ่งให้ความละเอียดของภาพ 320*240 pixels แสดงผลที่ 15 fps เนื่องจากภาพมีขนาดเล็กทำให้สามารถใช้ซีดีรอมที่มีความเร็วต่ำเล่นไฟล์นี้ได้ รูปแบบนี้หากมีการขยายภาพให้ใหญ่ขึ้นจะให้คุณภาพที่ไม่ดีนัก เพราะการขยายสัญญาณจะให้รายละเอียดของสีที่ไม่แน่นอนเหมาะสำหรับวิดีโอที่ไม่มี effect และกราฟฟิกต่าง ๆ มากนัก

Microsoft Video 1 เป็นรูปแบบที่สามารถบีบอัดข้อมูลได้รวดเร็วในอัตราส่วนที่ต่ำ แต่มีข้อเสียคือ จะมีความละเอียดของภาพได้ไม่เกิน 240*180 Pixels Microsoft RLE เป็นรูปแบบที่มีอัตราส่วนการบีบอัดข้อมูลต่ำ เหมาะสำหรับภาพ Animation ต่าง ๆ ไม่เหมาะสำหรับงานวิดีโอ

QuickTime เป็นรูปแบบที่ออกแบบเพื่อทดแทนการใช้ฮาร์ดแวร์สำหรับถอดรหัส ทำให้สามารถทำงานในระบบปฏิบัติการที่หลากหลายได้ มีความสามารถในการเพิ่มหรือลดจำนวนเฟรมต่อวินาทีเพื่อให้ภาพและเสียงเกิดความสัมพันธ์กันมากขึ้นได้

Video for Windows ไฟล์รูปแบบนี้จะมีนามสกุลเป็น AVI (Audio Video Interleaved) สร้างขึ้นมาเพื่อให้รองรับการทำงานของระบบปฏิบัติการ Windows ที่ใช้งานผ่านทาง MCI (Media Control Interface) สามารถทำการบีบอัดได้หลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นแบบ Realtime , Non Realtime สามารถที่จะใช้ส่วนของฮาร์ดแวร์ในการบีบอัดหรือไม่ก็ได้ ซึ่งระบบ Quicktime จะไม่สามารถทำได้

DV เป็นรูปแบบที่มีการบันทึกข้อมูลในระบบ Digital ใช้ในกล้องประเภท DV หรือ Digital8 ข้อมูลวิดีโอรูปแบบนี้สามารถส่งผ่านเข้าสู่คอมพิวเตอร์ได้โดยไม่มีการสูญเสียคุณภาพของสัญญาณ เรียกว่าเป็นระบบที่ DV in = DV out ระบบ DV จะมีความแตกต่างจากไฟล์รูปแบบอื่นๆ คือสามารถบีบอัดสัญญาณในอัตราส่วนที่แตกต่างกันในภาพเดียวกัน โดยระบบจะคำนวณอัตราส่วนที่เหมาะสมของภาพในแต่ละส่วน ซึ่งทำให้สามารถบีบอัดข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพดีกว่าระบบอื่นๆ ระบบ DV ยังรองรับระบบเสียงแบบ PCM (Pulse Code Modulation) Stereo ซึ่งสามารถให้เสียงระดับ 16 Bits คุณภาพของวิดีโอระบบนี้จะใกล้เคียงกับวิดีโอแบบ MPEG - 2

DivX เป็นรูปแบบพิเศษที่พัฒนาขึ้นอย่างอิสระ ใช้พีเจอาร์บางอย่างใน MPEG-4 และ MP3 ให้คุณภาพสูงแต่ใช้ BitRate ต่ำ ทำให้มีขนาดไฟล์เล็กลงมาก สามารถเข้ารหัสวิดีโอให้เหลือข้อมูลเพียง 10 - 20 เปอเซ็นต์ เช่น สามารถบีบอัดสัญญาณจากแผ่น DVD ให้เหลือประมาณ 650 MB ที่ความละเอียด 640*480 Pixels ทำให้สามารถบันทึกวิดีโอคุณภาพระดับ DVD ลงในแผ่น CD เพียงแผ่นเดียวได้ เนื่องจากวิดีโอระบบนี้ยังไม่มีที่แพร่หลายจึงยังไม่มีเครื่องเล่นสำหรับวิดีโอระบบนี้ ดังนั้นจึงต้องใช้กับคอมพิวเตอร์เท่านั้น

Production

Production เป็นขั้นตอนหลังจากขั้นตอน Pre-Production ซึ่งขั้นตอน Production คือขั้นตอนในการผลิตภาพยนตร์ ตั้งแต่ถ่ายทำภาพยนตร์จากบท หรือจากการวางแผนการเขียนสตอรี่บอร์ดที่ได้ รวมถึงการบันทึกเสียง การจัดแสงในระหว่างถ่ายทำก็ถือว่าอยู่ในขั้นตอน production ทั้งหมด จนสำเร็จการถ่ายทำ

- ไมโครโฟนและการบันทึกเสียง
- แสงไฟและการจัดแสงในงานภาพยนตร์
- เรียนรู้มุกกล้อง

ไมโครโฟนและการบันทึกเสียง

ไมโครโฟนและการบันทึกเสียงในงานภาพยนตร์

1. ไมโครโฟน
2. ชนิดของไมโครโฟน
3. วิธีการเลือกไมโครโฟนให้เหมาะกับงาน
4. เปรียบเทียบไมโครโฟนแบบต่าง ๆ
5. ไมโครโฟนแบบพิเศษต่าง ๆ
6. อุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับไมโครโฟน
7. การบันทึกเสียงในระหว่างการถ่ายทำภาพยนตร์

Post Production

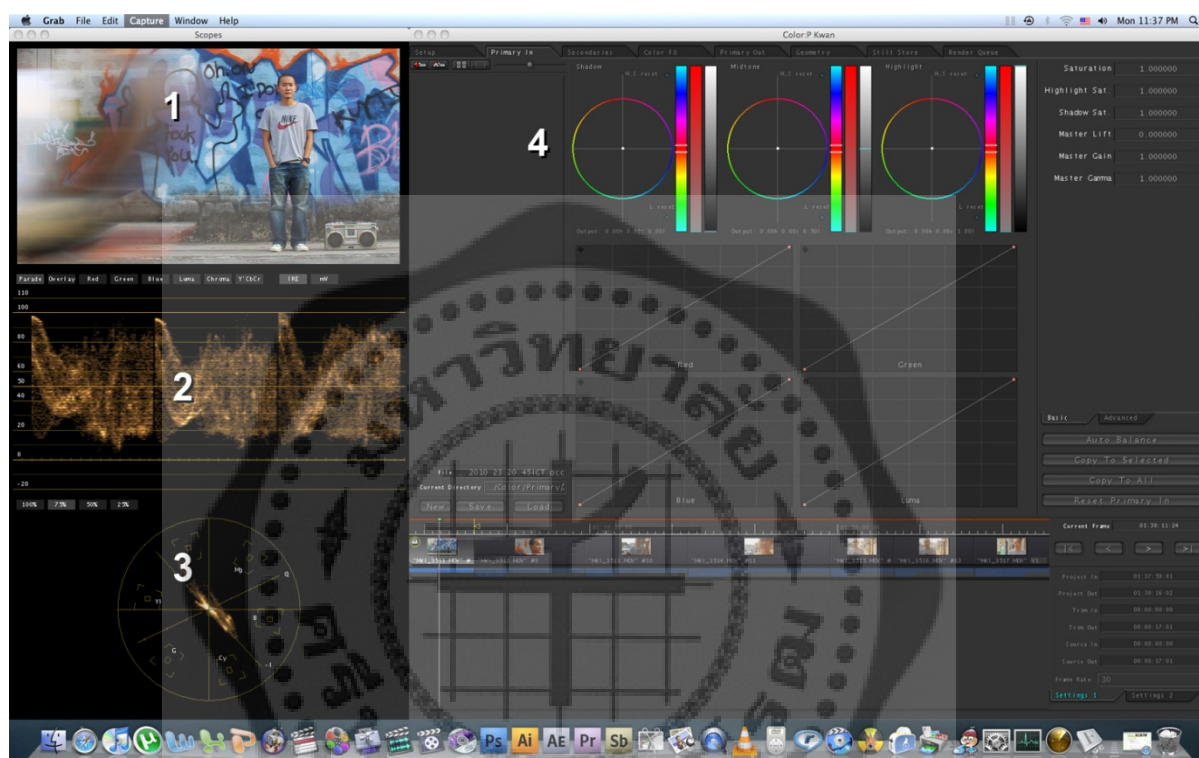
Post-Production เป็นขั้นตอนหลังจากขั้นตอน การเขียนบท, pre production และ production ตามลำดับ โดยขั้นตอน Post Production เป็นขั้นตอนหลังการผลิตภาพยนตร์ ที่ได้ถ่ายทำมาแล้ว ขั้นตอนนี้จะทำการเกี่ยวกับการตัดต่อภาพยนตร์ (editing) การใส่เอฟเฟ็คต่างๆที่ต้องการ รวมไปถึงการแปลงไฟล์ต่างๆ เพื่อนำลงสื่อที่เหมาะสม

1. การตัดต่อเสียง การใช้โปรแกรมที่ใช้ในงานด้านการตัดต่อเสียง เช่น โปรแกรม Adobe Audition เป็นต้น ในการตัดต่อเสียงที่จะใช้ในการตัดต่อวิดีโอ
2. การตัดต่อวิดีโอ การใช้โปรแกรมที่ใช้ในงานด้านการตัดต่อวิดีโอ เช่น Sony vegas, Adobe Premier Pro, Edius เป็นต้น
3. การใส่วิดีโอเอฟเฟ็ค การใช้โปรแกรมที่ใช้ในการสร้างเอฟเฟ็คในงานวิดีโอ เช่น Adobe After Effect เป็นต้น

4. แนวคิดในการผลิตสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

4.1 แนวคิดการปรับสีภาพวิดีโอแบบ Flim Look

การปรับสีภาพวิดีโอแบบ Flim Look ด้วยโปรแกรม Color สำหรับระบบปฏิบัติการ Mac OS



ภาพประกอบ 6 หน้าต่างการใช้งานในโปรแกรม Color

ที่มา: <http://www.thaidfilm.com/read.php?tid=114>

ในกระบวนการปรับย้อมสีนั้นเราจะสามารถทำการย้อมหลังจากตัดต่อหรือ ย้อมก่อนการตัดต่อภาพก็ได้ โดยให้ Edit> Send to Color มาจากโปรแกรมตัดต่อ Final Cut ซึ่งโปรแกรมจะทำการส่งข้อมูล XML ที่เป็น Sequence เดียวกันมาจาก Final Cut มาย้อมในโปรแกรม Color ซึ่งสามารถทำได้ง่ายกว่า และมีความละเอียดสมจริงมากกว่า โดยมีวิธีการใช้งานโปรแกรกดังตัวอย่างต่อไปนี้

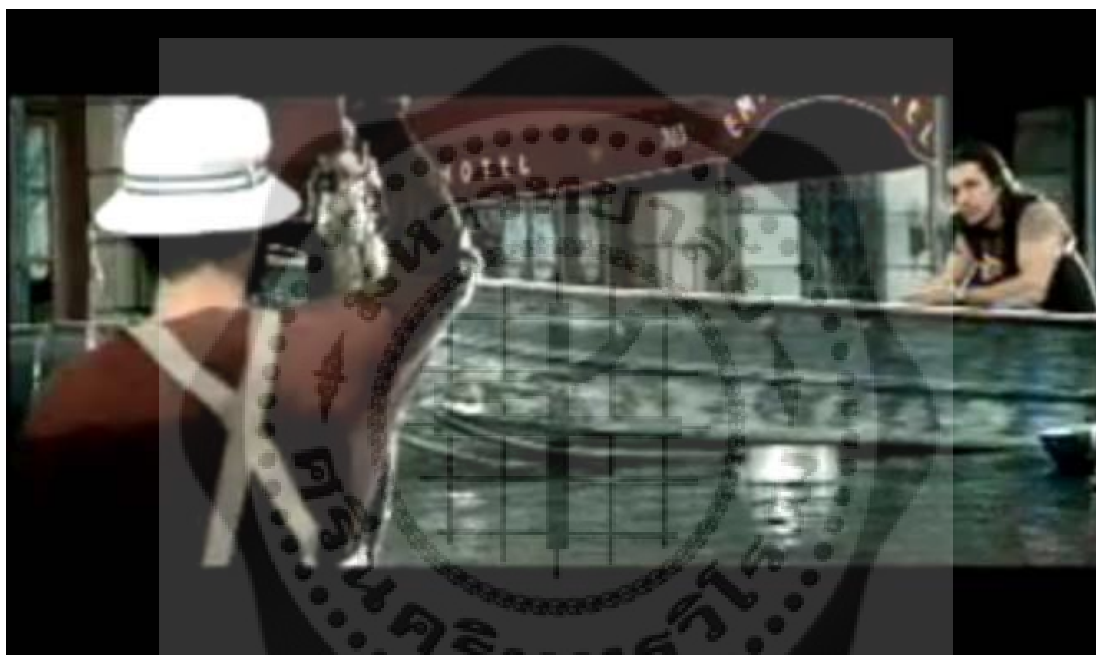
เริ่มต้นจากการเรียนรู้หน้าต่างปฏิบัติการของโปรแกรม Color ว่ามีหน้าที่การทำงานอย่างไรบ้าง

คือ

หมายเลข 1 แถบหน้าต่างซ้ายบนเป็นช่อง Preview ของคลิปที่เราจะทำการปรับ ย้อมสีภาพ

หมายเลข 2 เป็นหน้าต่างของ Graphic Monitor ที่ตั้งไว้ที่ Parade ซึ่งดูค่าของช่วงสี RGB จะแปรตามแต่ละเฟรมที่เกิดการเปลี่ยนแปลงของสี และแสง

หมายเลข 3 เป็นหน้าต่างวงล้อที่แสดงปริมาณของสีใน Frame นี้ ซึ่งเป็นค่าสี R Y L G M G CY B ลำดับแรก ต้องทำการพิจารณา ภาพรวมของสีที่เราอยากให้เป็นก่อน ควรมีการวางแผนไว้ตั้งแต่ก่อนถ่ายทำ จะได้จัดองค์ประกอบที่เชื่อมต่อโทนสีที่ต้องการ ยกตัวอย่างเช่น Scene ภาพประกอบด้านล่างนี้



ภาพประกอบ 7 ตัวอย่างการพิจารณาโทนสี

ที่มา: <http://www.thaidfilm.com/read.php?tid=114>

ซึ่งมีวิธีการพิจารณาโดยการแยกดูเป็นส่วน ๆ ดังนี้

1. ส่วนสว่าง หรือ ส่วนขาว Hilight ของ Scene นี้
2. ส่วน Midtone สังเกตว่าสีสวย สีอุ่น สด

3. ส่วน Shadow เช่นเดียวกัน เวลาเราเก็บภาพมาจริงๆ บางทีดำมันไม่ดำขนาดนี้ (แล้วแต่หน้างาน) กับส่วนที่มันควรเป็นเฉดเทา Grey มันก็ออกเขียวตุ่นๆ Shadow เน้นส่วนเงาให้ดำ ส่วน Grey ทั้งหมดออกเขียว

ขั้นตอนการปรับ ย้อมสี

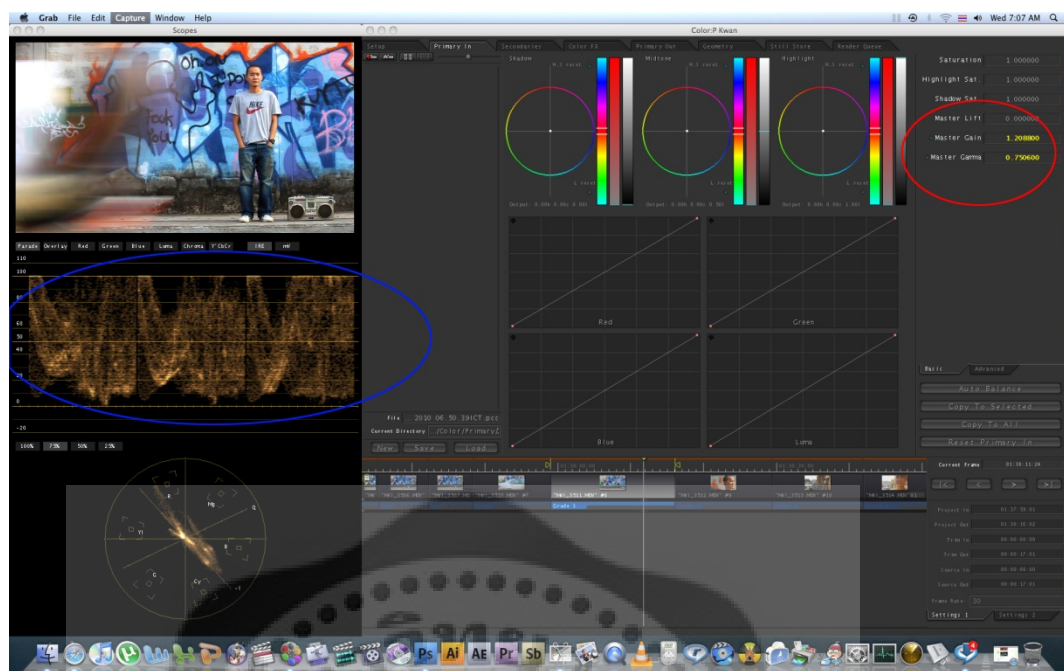
1. เริ่มที่ Primary In เป็นการปรับค่าเริ่มต้น โดยทำการปรับโทนภาพให้สดใสขึ้นก่อน โดยใช้ Master Gamma ปรับให้ลดลงและ Master Gain ให้เพิ่มขึ้นทางด้านขวามือด้วยการ Scroll Mouse โปรแกรมนี้สามารถปรับละเอียดได้ที่ทศนิยมหลายตำแหน่ง โดยขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ตัดต่อ

2. การปรับGammaจะช่วยเพิ่มความคมเข้มในส่วนShadow และ การปรับ Gain จะช่วยในส่วนสว่าง Hilight ของScene สังเกตที่ด้านซ้ายมือ Graphic Monitorในส่วนParade ทั้งRGBมันยืดลงมาด้านล่างเมื่อปรับ Gammaและยืดขึ้นเมื่อปรับ Gain ซึ่งถ้าแต่ละเส้น 0 ด้านล่างส่วนนั้นของภาพจะดำสนิท เช่นเดียวกัน ถ้าแต่ละเส้นบนส่วนนั้นจะขาวส่วน Shape ของภาพ คือเหลี่ยมฟุ้ง นั่นคือเมดสี Red Green Blueที่อยู่ในภาพ



ภาพประกอบ 8 ตัวอย่าง ก่อนการปรับย้อมสี

ที่มา: <http://www.thaidfilm.com/read.php?tid=114>



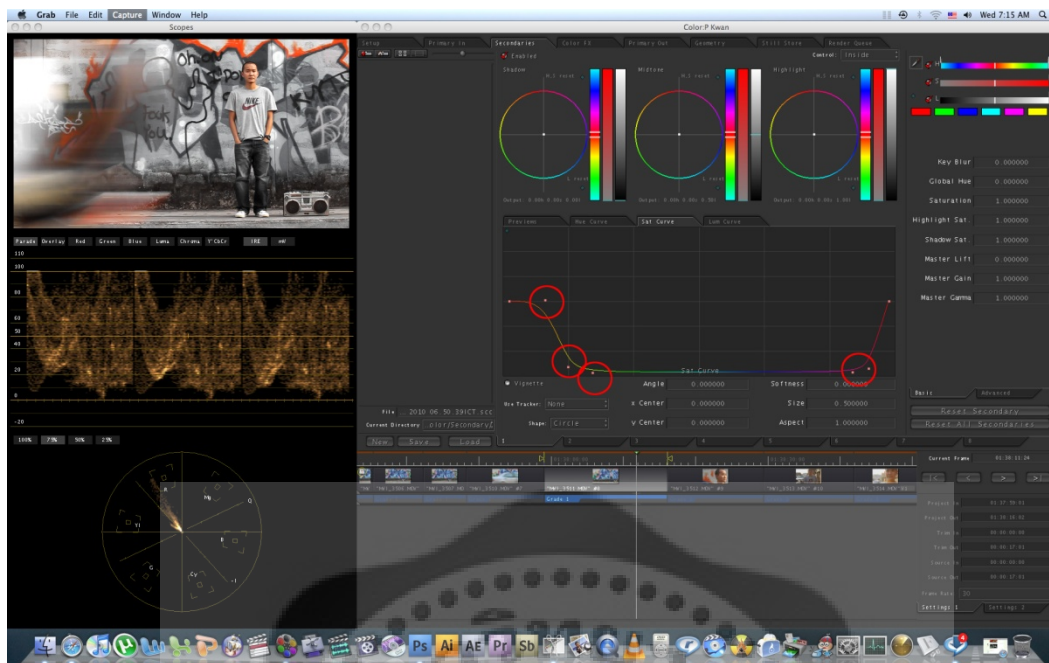
ภาพประกอบ 9 ตัวอย่าง หลังการปรับย้อมสี

ที่มา: <http://www.thaidfilm.com/read.php?tid=114>

3. ในส่วน Secondaries ส่วนนี้มืองค์ประกอบให้เราปรับแต่งหลายอย่าง สิ่งนี้คือลักษณะเด่นของโปรแกรม color ที่เหนือกว่าโปรแกรมอื่นๆ

4. ทำการ Hue Curve เพื่อทำการเพี้ยนเฉพาะช่วงสีที่เลือก อย่างเช่น การย้อมใบไม้ใน MV ทั้ง RS และ GMM นิยมกันรวมทั้งในภาพยนตร์เรื่อง แหยมยโสธร เป็นต้น ก็ทำการเฉพาะช่วงเขียวแล้ว HUE เท่านั้นก็จะไม่ไปรบกวนช่วงสีอื่นๆ แน่นนอน

5. SAT CURVE ใช้ในการปรับ Saturationเฉพาะช่วงสีที่ต้องการ กับช่วง Skin Tone (เฉดสีผิวคน) แล้วกำหนดจุดรอบข้าง แล้วดึงลงให้หมด ยกเว้นอยากเอาสีอื่นไว้ด้วยก็กำหนดจุดให้มันไม่โดนดึงลงไปด้วยได้) ผลออกมาคือ Skin Tone อยู่เหมือนเดิม สีอื่นกลายเป็นชาวดำ ในขณะที่สีแดง จะออกสีเลือดนกรับดังภาพ

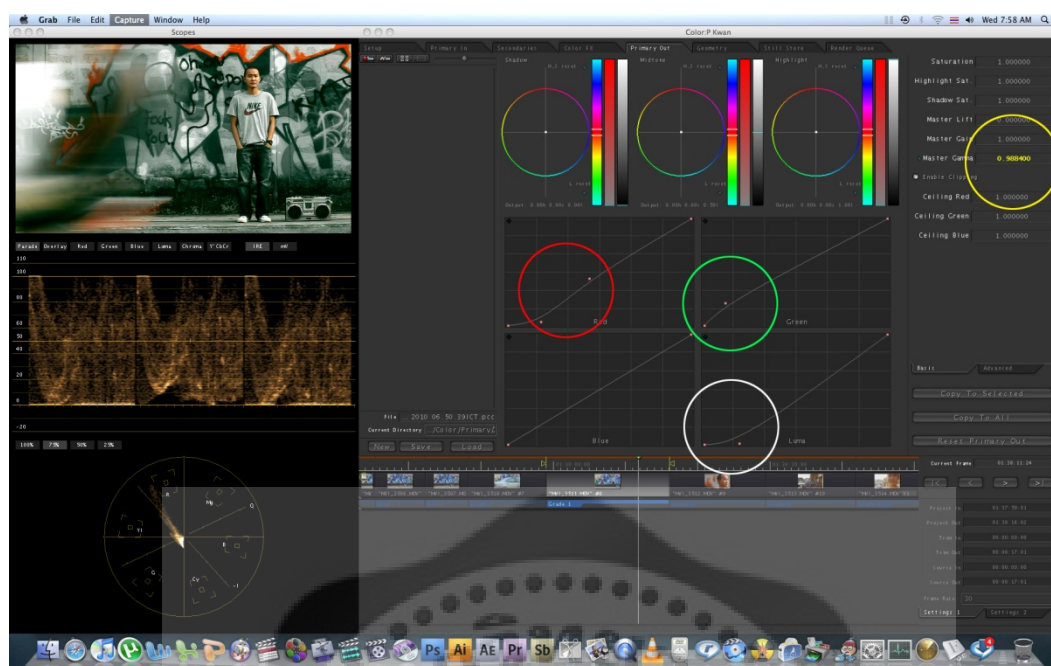


ภาพประกอบ 10 ตัวอย่าง หลังการปรับย้อมสี

ที่มา: <http://www.thaidfilm.com/read.php?tid=114>

ในการปรับแต่งต่างๆ Window ของโปรแกรมนี้จะสามารถ Undo ได้ประมาณ Step เดียวและสามารถกลับค่าเริ่มต้นได้โดยคลิกปุ่มกลมๆ เล็กๆ ที่ด้านซ้ายบน หรือสามารถ Reset ได้เป็น Step ไป เช่น Reset Secondaries เป็นต้น ส่วนใน Curve ถ้าไม่ต้องการจุดใดจุดหนึ่งที่กำหนดมาเกินหรือพลาด ให้คลิกจุดนั้นแล้วลากออกจาก window จะหายไปจากหน้าต่าง

ขั้นตอนสุดท้าย การปรับค่าขาออก Primary Out ในโปรแกรม Color นั้นจะยึดค่าเป็น Step คือนำค่าจาก Primary In มาคำนวณใน Secondaries และนำค่าจาก Secondaries มาคำนวณใน Primary Out จากโจทย์ที่เราวิเคราะห์มาอย่างขาดส่วนเสียๆ ต่อกัน และช่วงดำที่ดำสนิทมาจัดการในนี้เลย Primary Out โดยทำการปรับในส่วนของ Red Curve ให้เฉพาะ Shadow ต่ำลง คือลดเฉดแดงใน Shadow นั้นเอง (ใน Red Green Blue และ Luma Curve แบ่งออกเป็นตาราง 6x6 ซึ่ง 6 ช่องในแนวตั้งหมายถึงขอบเขตของ Shadow Midtone Highlight จากซ้ายไปขวาอย่างละ 2) ในส่วนของ Shadow จะออกน้ำเงินก็เพิ่มในส่วนเฉด Green ที่ Shadow อีกนิดหน่อย และปรับค่า Luma ส่วน Shadow ลงให้มืดดำอีกนิดและปรับ Master Gamma ด้านขวามืออีกนิดก็จะได้ผลดังตัวอย่าง ภาพประกอบด้านล่างนี้ (Grading การย้อมสี : สืบค้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2556. ออนไลน์)

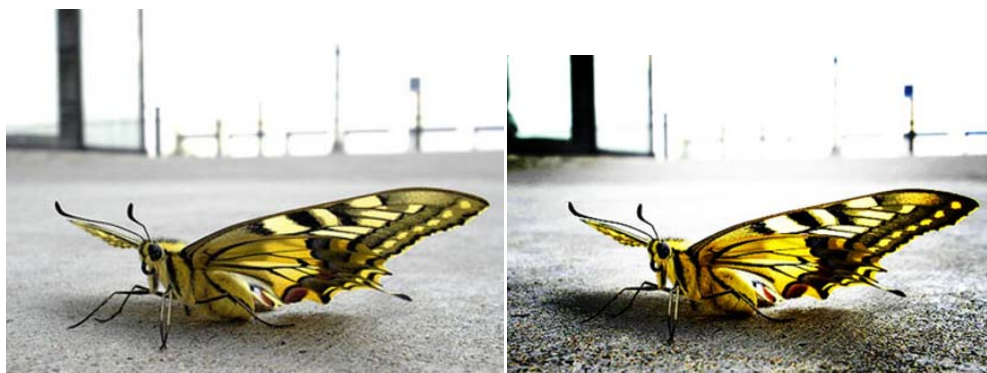


ภาพประกอบ 11 ตัวอย่าง หลังการปรับย้อมสีที่เสร็จสมบูรณ์

ที่มา: <http://www.thaidfilm.com/read.php?tid=114>

4.2 แนวคิดการปรับสีภาพวิดีโอแบบโลโม (LOMO)

เดิมที่เป็นภาพที่ได้จากการถ่ายภาพด้วย กล้อง LOMO กล้องสันชาติรัสเซีย ซึ่งเมื่อก่อนนี้ออกแบบกล้องชนิดนี้ขึ้นมา เพื่อใช้ในงานหน่วยสายลับ โดย LOMO ย่อมาจาก Leningrad Optical Machinery Organization ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ผลิตเลนส์เพื่อใช้ในโครงการอวกาศของกิจการกองทัพและผลิตเลนส์ที่ใช้ในกล้องโทรทัศน์มันคือภาพที่มี Contrast จัดๆ ขอบรูปมีดๆ การใช้สีจัดๆ สิ่งปนเปื้อนบนเลนส์ และจุดตำหนิอย่างจงใจ เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นศิลปะ เป็นนามธรรม นั้นเอง ภาพที่ตกแต่งด้วยสไตล์โลโมนั้นจะมีลักษณะสีที่ดูสดขึ้น ทำให้ภาพธรรมดาๆ มีความโดดเด่นขึ้นในด้านของสีที่สวยงาม แม้ว่าเราจะไม่มีกล้องโลโมที่จะถ่ายภาพให้ออกมาแปลกตา แต่เราก็สามารถนำภาพจากกล้องดิจิตอลของเรา มาดัดแปลงแต่งเติมให้เป็นภาพแนวโลโมได้ไม่ยากค่ะ วันนี้ทางทีมงาน ขอแนะนำวิธีการทำภาพแนวโลโมแบบไม่ต้องออกแรงมากค่ะ เพราะเราจะใช้ Script ซึ่งเป็นวิธีแบบสำเร็จรูป(เทคนิคการแต่งภาพสไตล์ โลโม. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 เม.ย. 2556: ออนไลน์)



ภาพปกติ

ภาพหลังทำการปรับสีภาพแบบ LOMO

ภาพประกอบ 12 การปรับสีภาพแบบ LOMO

ที่มา: ออนไลน์ <http://www.thtfreeweb.com/photo11.html>

4.3 แนวคิดการปรับสีภาพวิถีทัศน์แบบวีวิด (Vivid)

การปรับสีภาพ คือการจัดการควบคุมภาพแบบเน้นความสดใส คล้ายการอัดภาพจากสไลด์ การทำภาพสีสดจัดจ้าน สำหรับภาพที่ผู้ใช้งานต้องการเน้นเล่นสีหลักๆ ของแม่สี เหมาะสมสำหรับใช้ถ่ายภาพ ทิวทัศน์ให้สีสดเข้มมากขึ้น คอนทราสต์สูง และความคมชัดสูงกว่าปกติ ทำให้ภาพดูสดใส ภาพซ้าย ตั้งแบบ standard ส่วนภาพขวาปรับแบบ Landscape หรือ Vivid แต่ไม่เหมาะกับการถ่ายภาพคน เพราะสีผิวจะดูเข้มและคอนทราสต์สูงเกินไป กล้องบางรุ่นจึงมีโหมดสีแบบ Portrait สำหรับถ่ายภาพ คน จะได้สีผิวที่ดูนุ่มนวลสวยงามมากกว่าโดยการทำภาพสีแนว Vivid นั้น เหมาะสมสำหรับภาพที่มีสี ค่อนข้างจัด หรือมีสีไม่จัดจ้านมากนักแต่หากภาพนั้นมีสีจัดจ้านมากอยู่แล้วอาจจะไม่เหมาะสม นัก และการนำไปใช้งานให้ระวังเรื่องของสีผิวของตัวบุคคลด้วย เพราะอาจออกมาเป็นสีจัดจ้านจนเกินพอดี (การทำสีแบบ Vivid Color. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 เม.ย.2556: ออนไลน์)



ภาพปกติ

ภาพหลังทำการปรับสีภาพแบบ Vivid

ภาพประกอบ13 การปรับสีภาพแบบ Vivid

ที่มา: ออนไลน์ <http://goo.gl/T9DsC>

4.4 แนวคิดการสร้างภาพเคลื่อนไหวด้วยโปรแกรม After Effect

โปรแกรม After Effect เป็นโปรแกรมสำหรับงานทางด้าน Video Composte หรืองานซ้อนภาพวิดีโอ รวมถึงงานทางด้านการตกแต่ง หรือเพิ่มเติม Effect พิเศษให้กับภาพ ซึ่งเปรียบไปแล้ว โปรแกรม After Effect ก็คือ โปรแกรม Photoshop นั่นเอง เพียงแต่เปลี่ยนจากการทำงานภาพนิ่งมาเป็นภาพเคลื่อนไหว ใครที่มีพื้นฐานทางด้านการใช้งานโปรแกรม Photoshop มาก่อน ก็จะสามารถใช้งานโปรแกรม After Effect ได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งหลักสูตรนี้ครอบคลุมเนื้อหาด้านการสร้างเทคนิคพิเศษ โดยใช้โปรแกรม Adobe After Effect ซึ่งเป็นโปรแกรมยอดนิยมทางด้าน Motion Graphic ใช้ในธุรกิจการตัดต่อภาพยนตร์ งานโทรทัศน์ ผู้เข้าอบรมจะได้ศึกษาภาพรวม และความรู้พื้นฐานในการทำงานตั้งแต่การสร้าง Project ตลอดจนถึงการใช้ Transition , Effect และ Plugin ต่างๆ ในการตัดต่องาน Motion Graphic ในลักษณะของการทำงานจริง เช่น การบันทึกเสียง , การทำเสียงพากย์ , การใส่ดนตรีประกอบ นอกจากนี้ท่านยังจะได้ศึกษาเทคนิคพิเศษต่างๆ เช่น การทำตัวอักษรให้เคลื่อนไหว , การซ้อนภาพ ร่วมกับโปรแกรมยอดนิยมต่างๆ และศึกษาหลักการ และวิธีการทำ Mastering , การบันทึกผลงานลงเทป DV , VHS และการแปลงไฟล์เพื่อทำ VCD , DVD (Adobe 5.5. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พ.ค. 2556: ออนไลน์)

โปรแกรม After Effect

ภาพรวมของโปรแกรม After Effect โปรแกรม After Effect เป็นโปรแกรมสำหรับงานทางด้าน Video Compose หรืองานซ้อนภาพวิดีโอ รวมถึงงานทางด้านการตกแต่ง หรือเพิ่มเติม Effect พิเศษให้กับภาพ ซึ่งเปรียบไปแล้ว โปรแกรม After Effect ก็คือ โปรแกรม Photoshop นั่นเอง เพียงแต่เปลี่ยนจากการทำงานภาพนิ่งมาเป็นภาพเคลื่อนไหว ใครที่มีพื้นฐานทางด้านการใช้งานโปรแกรม Photoshop มาก่อน ก็จะสามารถใช้งานโปรแกรม After Effect ได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งหลักสูตรนี้ครอบคลุมเนื้อหาด้านการสร้างเทคนิคพิเศษ โดยใช้โปรแกรม Adobe After Effect ซึ่งเป็นโปรแกรมยอดนิยมทางด้าน Motion Graphic ใช้ในธุรกิจการติดต่อภาพยนตร์ งานโทรทัศน์ ผู้เข้าอบรมจะได้ศึกษาภาพรวมและความรู้พื้นฐานในการทำงานตั้งแต่การสร้าง Project ตลอดจนถึงการใช้ Transition , Effect และ Plugin ต่างๆ ในการทำงาน ท่านจะได้ทดลองทำการตัดต่องาน Motion Graphic ในลักษณะของการทำงานจริง เช่น การบันทึกเสียง , การทำเสียงพากย์ , การใส่ดนตรีประกอบ นอกจากนี้ท่านยังจะได้ศึกษาเทคนิคพิเศษต่างๆ เช่น การทำตัวอักษรให้เคลื่อนไหว , การซ้อนภาพ ร่วมกับโปรแกรมยอดนิยมต่างๆ และศึกษาหลักการ และวิธีการทำ Mastering , การบันทึกผลงานลงเทป DV , VHS และการแปลงไฟล์เพื่อทำ VCD , DVD (ภาพรวมของโปรแกรม After Effect. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 พ.ค.56: ออนไลน์)

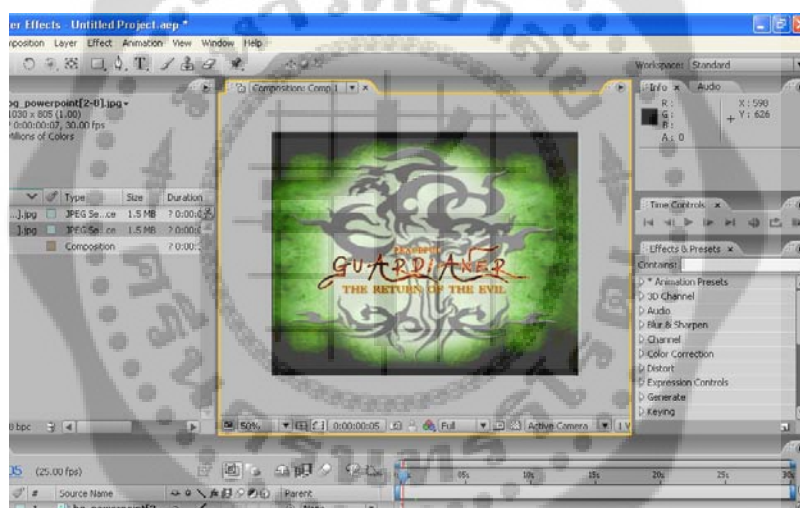
After Effect (มารู้จักกับโปรแกรม After Effect. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 เม.ย.56) เป็นโปรแกรมที่ใส่ Effect ให้กับ ภาพยนตร์ ในขั้นตอนการตัดต่อ ไฟล์ที่นำเข้ามาใช้ในโปรแกรมนี้นี้ได้เกือบทุกชนิดได้ทั้งภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหวไฟล์เสียง ยิ่งถ้าเป็นการทำมาจากโปรแกรม 3d แล้วมาทำต่อที่ After Effect จะทำให้งานสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยที่สามารถจะนำไฟล์ทั้งหลายเหล่านี้มาใช้งานร่วมกัน เพื่อให้ได้งานที่เป็นภาพเคลื่อนไหวชิ้นใหม่ออกมาจากโปรแกรม After Effects อย่างสมบูรณ์



ภาพประกอบ 14 โปรแกรม After Effect

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

โปรแกรม After Effect เป็นโปรแกรมสำหรับงานทางด้าน Video Compost หรืองานซ้อนภาพวิดีโอ รวมถึงงานทางด้านการตกแต่ง หรือเพิ่มเติม Effect พิเศษให้กับภาพ โปรแกรม After Effect ก็คือ โปรแกรม Photoshop เพียงแต่เปลี่ยนจากการทำงานภาพนิ่งมาเป็นภาพเคลื่อนไหว ผู้ที่มีพื้นฐานทางด้านการใช้งานโปรแกรม Photoshop มาก่อน ก็จะสามารถใช้งานโปรแกรม After Effect ได้ง่ายมากขึ้น โดยใช้โปรแกรม Adobe After Effect ซึ่งเป็นโปรแกรมยอดนิยมทางด้าน Motion Graphic ใช้ในธุรกิจการติดต่อภาพยนตร์ งานโทรทัศน์ การสร้าง Project การใช้ Transition , Effect และ Plug in ต่างๆ ในการทำงาน การตัดต่องาน Motion Graphic เช่น การบันทึกเสียง , การทำเสียงพากย์ , การใส่ดนตรีประกอบ นอกจากนี้ยังมีเทคนิคพิเศษต่างๆ เช่น การทำตัวอักษรให้เคลื่อนไหว , การซ้อนภาพร่วมกับโปรแกรมยอดนิยมต่างๆ และการทำ Mastering , การบันทึกผลงานลงเทป DV , VHS และการแปลงไฟล์เพื่อทำ VCD , DVD



ภาพประกอบ 15 หน้าต่าง โปรแกรม After Effect

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

After Effect เป็นโปรแกรมที่ได้ Effect ให้กับ ภาพยนตร์ ในขั้นตอนการตัดต่อ ไฟล์ที่นำเข้ามาใช้ในโปรแกรมนี้นี้ได้เกือบทุกชนิดได้ทั้งภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหวไฟล์เสียง ยิ่งถ้าเป็นการทำมาจากโปรแกรม 3d แล้วมาทำต่อที่ After Effect จะทำให้งานสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยที่สามารถจะนำไฟล์ทั้งหลายเหล่านี้มาใช้งานร่วมกัน เพื่อให้ได้งานที่เป็นภาพเคลื่อนไหวชิ้นใหม่ออกมาจากโปรแกรม After Effects

การทำภาพเคลื่อนไหวด้วยโปรแกรม After Effects



ภาพประกอบ 16 หน้าต่าง โปรแกรม After Effect

โปรแกรม After Effects เป็นโปรแกรมที่นิยมใช้ในการทำงานด้าน Motion graphic และ Visual – Effect ที่เหมาะสำหรับนำมาใช้ในงาน Presentation , Multimedia , งานโฆษณา และรวมไปถึงการทำ Special – Effect ต่าง ๆ ให้กับงานภาพยนตร์ โดยเครื่องมือที่ใช้และลักษณะการใช้งานโดยทั่วไปในโปรแกรมนั้น ก็จะคล้ายกับโปรแกรมอื่น ๆ ในตระกูล Adobe ดังนั้นในการเริ่มต้นใช้งาน After Effects ก็จะไม่ยากขึ้น ถ้าผู้ใช้เคยได้ใช้โปรแกรมของ Adobe เช่น Photoshop, Illustrator หรือ Premiere มาก่อน

การทำงานของโปรแกรม After Effects

ในการทำงานของโปรแกรม After Effects นั้น เปรียบเทียบกับการทำงานภาพยนตร์คือการตัดต่อ เนื่องจากการทำงานของโปรแกรมจะทำงานในลักษณะที่เป็นการนำไฟล์ที่ทำเอาไว้เรียบร้อยแล้วจากที่อื่นเข้ามาใช้ โดยไฟล์ที่จะนำมาใช้งานโปรแกรม After Effects สามารถเป็นไฟล์ใด ๆ ก็ได้แทบทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นไฟล์ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และไฟล์เสียง โดยที่สามารถจะนำไฟล์ทั้งหลายเหล่านี้มาใช้งานร่วมกัน เพื่อให้ได้งานที่เป็นภาพเคลื่อนไหวชิ้นใหม่ออกมาจากโปรแกรม After Effects

การเตรียมไฟล์ที่จะนำมาใช้งาน

เนื่องจากการทำงานกับโปรแกรม After Effects จำเป็นจะต้องมีการนำไฟล์อื่นเข้ามาใช้ร่วมด้วยอยู่เสมอก็จะต้องมีการเตรียมไฟล์ที่จะใช้งานไว้ให้เรียบร้อยแล้วก่อน และจึงนำไฟล์ที่ได้เตรียมไว้แล้วมาใช้เป็นฟุตเทจในการทำงานของโปรแกรม After Effects ระบบดิจิทัลวิดีโอสำหรับระบบ NTSC digital video ในมาตรฐานของ CCIR – 601 ที่นิยมใช้กันอยู่ทั่วไป คือ NTSC D1 จะมีอัตราส่วนเท่ากับ 720 x 486 pixels และเช่นเดียวกันสำหรับ PAL D1 จะมีอัตราส่วนเท่ากับ 720 x 576 โดยอัตราส่วน 720 x 486 ของระบบ NTSC D1 จะไม่ได้เป็น 4 : 3 เท่ากับหน้าจอใน

ระบบอื่น ๆ และเนื่องจากว่า pixels ของระบบ D1 ไม่ได้มีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัสเหมือน pixels ที่ใช้ในระบบอื่น ๆ แต่จะมีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่ด้านกว้างมีขนาดแค่ 90 % ของด้านสูง จึงทำให้ pixels ของระบบ D1 จะมีลักษณะผอมสูง และผลจากความแตกต่างของรูปร่าง pixels ส่งผลให้งานบางชนิดเกิดการบิดพลาตได้เมื่อมีการย้ายจากระบบหนึ่งไปอีกระบบหนึ่ง

เมื่อนำงานจากระบบ NTSC D1 ไปแสดงงานบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ ก็จะมีภาพที่มีลักษณะแคบลง เมื่อนำไปใช้งานที่หน้าจอระบบ NTSC D1 ส่วนในระบบ PAL D1 ก็จะมี pixels ในทางกลับกันกับระบบ NTSC D1 คือ pixels ระบบ PAL D1 จะมีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่กว้างเตี้ย ดังนั้นในการแสดงงานที่หน้าจอจะเป็นในทางกลับกันด้วยเช่นกัน เมื่อเป็นเช่นนี้จึงทำให้สิ่งสำคัญที่ควรระวังในการทำงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับระบบ D1 คือ อย่ามองข้ามอัตราส่วนต่าง ๆ ของ pixels เหล่านี้

โปรแกรม After Effects สามารถเลือกที่จะกำหนดการแสดงผลในอัตราส่วนของ pixels ระบบต่าง ๆ ของได้ ด้วยการกำหนดค่าที่หน้าต่าง Composition Settings ในการกำหนดค่าเพื่อสร้างหน้าต่าง Composition ขึ้นมา และในปัจจุบันก็ได้มี PC ดิจิตอลวิดีโอรุ่นใหม่ ๆ บางรุ่น ที่สามารถใช้ได้กับพื้นที่การแสดงผลที่มีขนาด 720 x 480 pixels โดยระบบนี้ชื่อว่า ระบบ DV (digital video) ซึ่ง pixel จะมีอัตราส่วนที่เท่ากับอัตราส่วนของระบบ D1

Adobe After Effect เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการสร้าง motion graphic งาน Composite ซึ่งรูปแบบการใช้งานค่อนข้างง่าย เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้น และมีคอนเซ็ปท์ของโปรแกรมที่ทำงานในรูปแบบเลเยอร์

ตัวอย่างผลงานด้วยโปรแกรม After Effects

โทรทัศน์

เห็นได้ประจำทุกวันกับรายการทีวีเกือบทุกรายการ ละคร ชาว และโฆษณาที่เราได้ดูกันอยู่ทุกวันล้วนแต่มีการใช้ภาพกราฟิกเคลื่อนไหวและตกแต่งภาพ Video กันทั้งนั้น ซึ่งส่วนใหญ่ก็มักจะถูกสร้างด้วยโปรแกรม After Effects เป็นเสียส่วนใหญ่



ภาพประกอบ 17 ภาพตัวอย่างการใช้โปรแกรม After Effects ในงานโทรทัศน์

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

ภาพยนตร์

Special Effects ที่ตระการตาต่างๆ ที่เห็นในหนังภาพยนตร์ ฉากบู๊แอ็คชั่นระเบิดเท็งและเหนือจินตนาการสะใจคนดูกับเทคนิคการตกแต่งต่างๆ ที่ทำให้ภาพยนตร์นั้นดูสวยงามเสียเหลือเกิน ก็สามารถสร้างขึ้นได้ด้วยโปรแกรม After Effects



ภาพประกอบ 18 ภาพตัวอย่างการใช้โปรแกรม After Effects ในงานภาพยนตร์

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

Internet

ในเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีการนำภาพกราฟิกเคลื่อนไหวมาใช้ ถ้าสังเกตดีๆ ก็จะเห็นว่าใช้ภาพเคลื่อนไหวที่เราเห็นกันนั้นถึงแม้จะสร้างขึ้นด้วยโปรแกรม Multimedia ยอดนิยม เป็นโปรแกรม Macromedia Flash เป็นเสียส่วนใหญ่ แต่ก็เห็นว่าการนำกราฟิกเคลื่อนไหวมาสร้างขึ้นมาจากโปรแกรม flash นั้นมาตกแต่งใส่ Effects ให้กับภาพกราฟิกเคลื่อนไหวนั้นๆ ด้วยโปรแกรม After Effects ซึ่งทำให้งานที่ดูธรรมดา ในตอนแรกกลับมีชีวิตชีวา มีชาติตระกูลและน่าสนใจขึ้นมาทันตา หรือถ้าดูดีอยู่แล้วก็จะยิ่งดูดีเข้าไปใหญ่

Animation

งานการ์ตูนแอนิเมชันต่างๆ ที่เราเห็นกันในบางฉากหรือบางตอนที่สร้าง Special Effects งามๆ มั่นส์ๆ เราใจเด็กเล็กจนถึงผู้ใหญ่วัยโจ๋ ก็สามารถทำได้ด้วยโปรแกรม After Effects เช่นเดียวกับงานภาพยนตร์ นอกจากนี้การเคลื่อนไหวของตัวการ์ตูน (ในรูปแบบ 2 มิติ) ก็สามารถทำได้เหมือนกัน

งาน Presentation ต่างๆ

การนำเสนอต่างๆ ที่เราต้องการทำให้ดูมีความสนใจยิ่งขึ้นด้วยเทคนิคของการสร้างความสนใจด้วยภาพเคลื่อนไหว ก็สามารถทำได้โดยสร้างภาพกราฟิกเคลื่อนไหวสวย และ Effects งามๆ ดึงดูดให้ผู้คนสนใจกับสิ่งที่เราต้องการนำเสนอได้เป็นอย่างดี

เครื่องมือและพื้นฐานของโปรแกรม

การใช้ Adobe after Effect ในการตกแต่ง Effect ต่างๆ

โปรแกรม Adobe after Effect CS3 เป็นโปรแกรมที่สามารถสร้าง effect ได้อย่างดีเยี่ยม สามารถตกแต่งภาพให้มีชีวิตชีวาและดูสมจริงยิ่งขึ้น ซึ่งโปรแกรมนี้เป็นที่นิยมกันมากในกลุ่มผู้ชื่นชอบด้านกราฟิก

ส่วนประกอบของหน้าจอโปรแกรม Adobe after Effect

1. ไตเติลบาร์ (Title Bar) แถบที่อยู่ทางด้านบนสุดของหน้าต่างโปรแกรมเพื่อใช้แสดงชื่อโปรแกรม Adobe after Effects CS3 และชื่อไฟล์ที่กำลังเปิดทำงานอยู่ในขณะนั้นและทางด้านขวามือของไตเติลบาร์เป็นปุ่มควบคุมการย่อ - ขยายหรือปิดโปรแกรม
2. เมนูบาร์ (Menu Bar) เมนูบาร์แสดงอยู่ในบรรทัดล่างต่อจากไตเติลบาร์ ซึ่งเป็นที่เก็บคำสั่งต่างๆ ที่ใช้ในการสร้างผลงานซึ่งอยู่ในรูปแบบของคำสั่งเมนู โดยเริ่มตั้งแต่เมนู File เรื่อยไปจนถึงเมนู Help ตามลำดับ แต่ละเมนูจะมีรายการคำสั่งย่อยออกมา โดยแต่ละเมนูจะมีรายการคำสั่งย่อยแตกต่างกันออกไปตามลักษณะประเภทของเมนูดังรายการต่อไปนี้

2.1 เมนู File เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการทำงานทางด้านไฟล์ทั้งไฟล์วิดีโอและไฟล์ภาพ เช่น การบันทึกไฟล์ การเปิดไฟล์ เป็นต้น

2.2 เมนู Edit เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการปรับแต่งแก้ไขไฟล์ภาพหรือไฟล์วิดีโอ

2.3 เมนู Composition เป็นคำสั่งเกี่ยวกับเทคนิคต่างๆในการสร้างสรรค์ผลงาน

2.4 เมนู Layer เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการจัดเลเยอร์ต่างๆ

2.5 เมนู Effect เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการจัดการ effect ต่างๆ

2.6 เมนู Animation เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการกำหนดการเคลื่อนไหวของไฟล์ต่างๆ

2.7 เมนู View เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการดูมุมมองของไฟล์ตลอดจนการย่อ-ขยาย ไฟล์

2.8 เมนู Window เป็นคำสั่งที่รวบรวมการเรียกใช้ Palette เพื่อให้สะดวกต่อการสร้างสรรค์ผลงาน

2.9 เมนู Help เป็นคำสั่งที่รวบรวมการช่วยเหลือและแนะนำการใช้โปรแกรม Adobe after Effect CS3

3. กล่องเครื่องมือ (Toolbox) เป็นที่จัดเก็บกลุ่มเครื่องมือต่างๆ เครื่องมือเหล่านี้มีหลากหลายประเภทดังนั้นจึงมีการรวมเครื่องมือบางตัวซ้อนเอาไว้ซึ่งสังเกตได้ว่าหากเครื่องมือใดมีปุ่มสามเหลี่ยมสีดำอยู่ทางด้านขวาล่างแสดงว่ายังมีเครื่องมืออื่นซ้อนอยู่อีก

4. Palette เป็นไดอะล็อกบ็อกซ์ประเภทหนึ่งที่ใช้เลือกรายละเอียดสำหรับการทำงานต่างๆ ในโปรแกรมควบคู่กับคำสั่งและเครื่องมือ

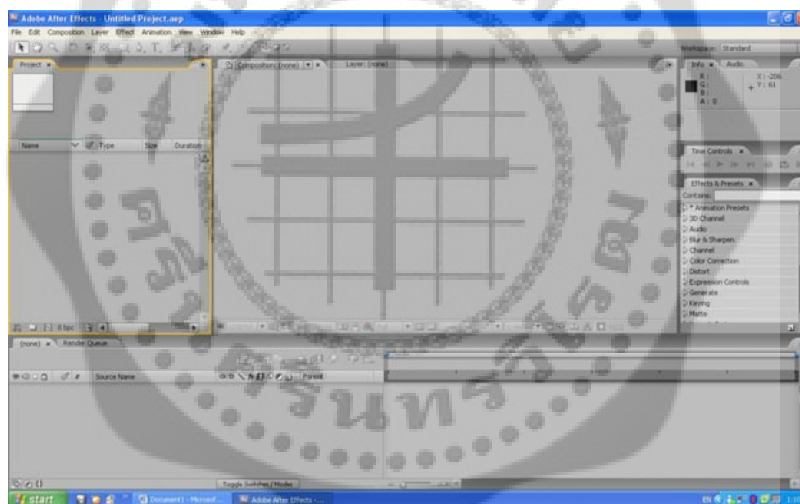


ภาพประกอบ 19 ภาพหน้าต่างการใช้โปรแกรม After Effects

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

ตัวอย่างโปรแกรม Adobe after Effect

1. Project คือ ชิ้นงานที่กำลังทำ เพราะงานแบบนี้ไม่ได้จบแค่การใช้ไฟล์ไฟล์เดียว แต่ประกอบกันหลายๆไฟล์ จึงต้องเก็บทั้งหมดไว้ในโปรเจ็ค
2. Footage คือสิ่งที่นำมาใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นภาพ คลิปวิดีโอ เพลง สิ่งเหล่านี้เราจะเรียกว่า Footage
3. Composition คือพื้นที่สำหรับทำงาน คล้ายกับเปิดโฟโต้ช้อป แล้ว new file
4. Time line คือ เส้นของเวลาในงานที่เรา กำลังทำอยู่
5. Key Frame คือ เฟรมที่ตั้งค่าไว้ (หรือเฟรมหลักที่ใช้เห็นคีย์) ซึ่งจะอธิบายวิธีใช้ในลำดับต่อไป
6. Render คือ การประมวลผลของงาน เพราะในแต่ละเฟรม เอฟเฟ็คต่างๆที่ใส่ไปจะต้องใช้เวลา มันต้องทำกับทุกๆเฟรม ซึ่งจะใช้เวลามากหรือน้อยขึ้นอยู่กับขนาดภาพ ความยุ่งยากของเอฟเฟ็ค



ภาพประกอบ 20 ภาพหน้าต่างการใช้โปรแกรม After Effects

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

1. Project

เป็นที่สำหรับเก็บ Footage ต่างๆที่เราทำงานไว้ โดยเราจะต้อง import ไฟล์เข้ามาก่อน (คลิกขวา แล้ว import footage)

2. Effect

ในการทำงาน เอฟเฟ็คเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ (สำหรับ ver ต่ำกว่านี้ หน้าต่าง effect จะเรียกได้ในหมวด Window)

3. Composition

คือพื้นที่ที่เราทำงานอยู่ จะแสดงออกมาบริเวณนี้

4. Time Control

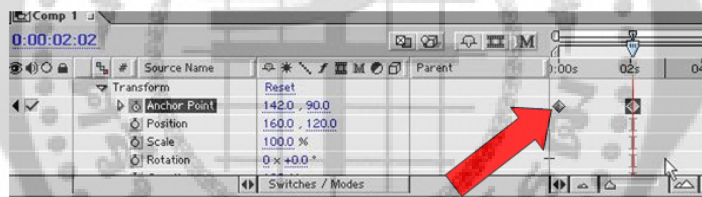
ใช้กด play โดยจะมีสองแบบ

4.1 ปุ่ม > ธรรมดา จะเพลย์แบบปกติ(ค่อนข้างช้า และไม่ได้เวลาจริง)

4.2 ปุ่ม > ทางขวาสุด จะเพลย์โดยการเรนเดอร์เก็บไว้ก่อนแล้วแสดงออกมา ซึ่งจะเป็นเวลาจริงและมีเสียง

5. Layer

โปรแกรมนี้ใช้การทำงานในรูปแบบเลเยอร์ Footage จะเรียงกันภายใน Composite เป็นรูปแบบของ Layer โดยแต่ละเลเยอร์ จะสามารถปรับค่าต่างๆได้ เช่น ตำแหน่ง ความเอียง ขนาด ค่าความใส



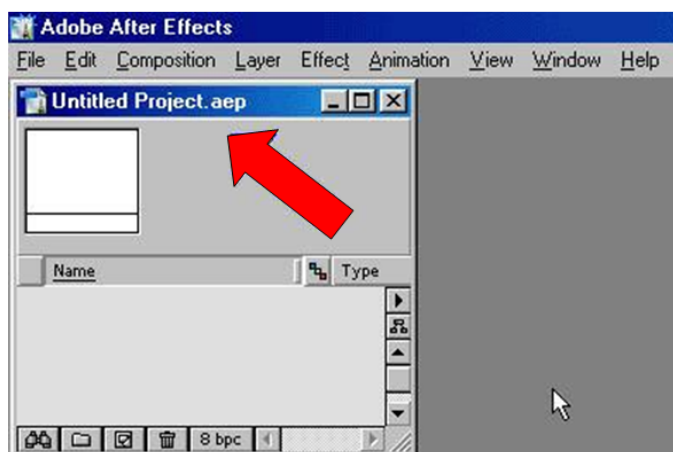
ภาพประกอบ 21 หน้าต่าง Timeline

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

6. Timeline

คือส่วนที่บอกเวลาที่เราทำงานเวลาไหน และเราจะกำหนดคีย์เฟรมตรงไหน

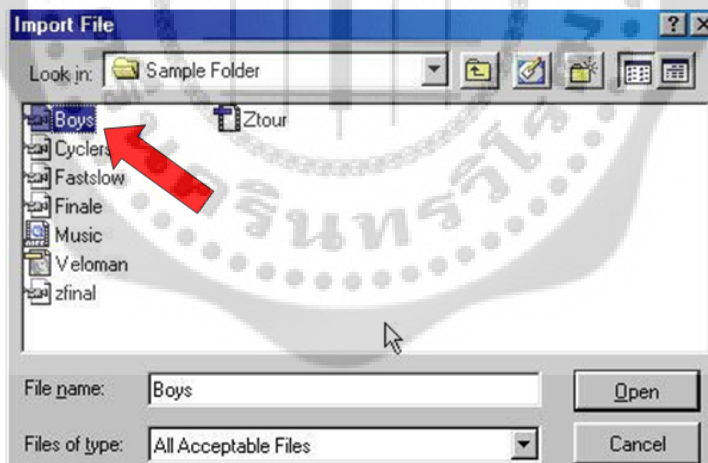
ขั้นตอนการทำงาน After Effect



ภาพประกอบ 22 หน้าต่าง File ชื่องาน

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

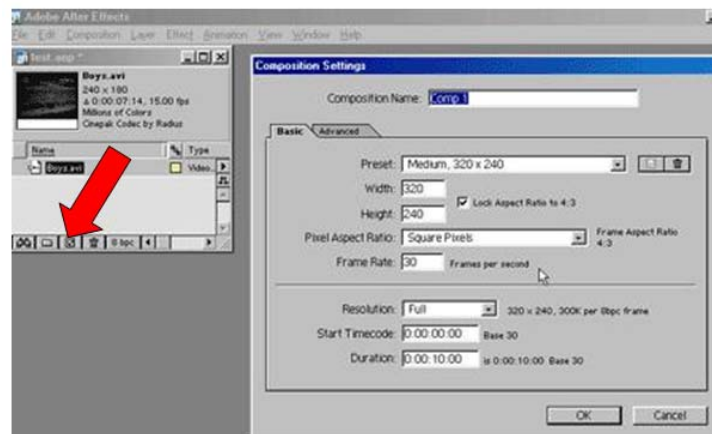
1. เริ่มจากการเปิดโปรแกรมก็จะมาเจอ window Untitled project.aep เป็น file ของ AE แล้วจัดการกดที่ file เลือก Save as เป็นชื่อ file ที่ต้องการ ในที่นี้ให้ชื่อว่า test.aep



ภาพประกอบ 23 หน้าต่างการ Import File

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

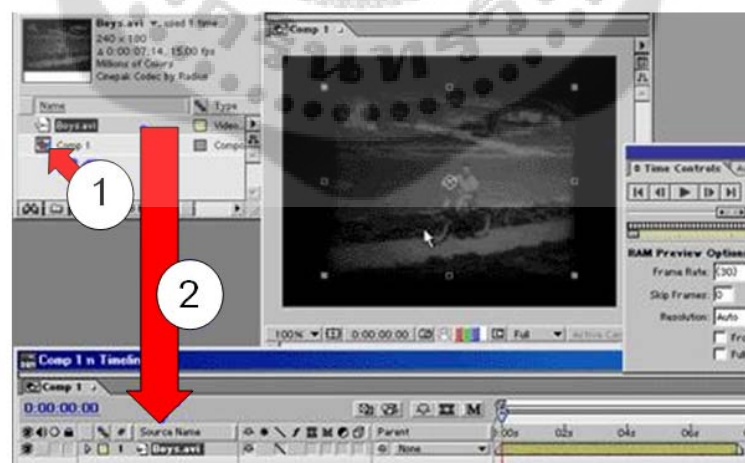
2. จากนั้นให้ เลือก file , Import , file...เลือก file ที่จะนำเข้ามาตัดต่อ ในที่นี้จะเลือก file ตัวอย่างที่มีมาให้ในโปรแกรม premiere ชื่อว่า Boys มาทำ composite



ภาพประกอบ 24 หน้าต่าง composite setting

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

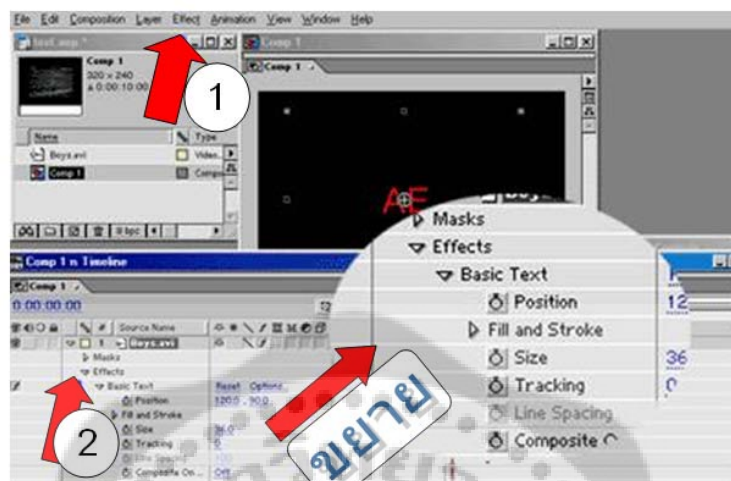
3. เมื่อ Import เข้ามาจะเห็น file boy.avi ใน project window จากนั้นให้คลิกที่ icon create new composition ตามลูกศร ก็จะมีหน้าต่าง composite setting ขึ้นมาให้กำหนดค่า สามารถเลือกขนาดของภาพได้ว่าจะเป็นแบบไหน ในตัวอย่างเลือกขนาด midium 320*240 และเวลา 10 วินาทีในการทำ composition โดยเลือกจากช่อง duration เสร็จแล้ว คลิก ok



ภาพประกอบ 25 หน้าต่าง ลาก file boy.avi จากหน้าต่าง project window มายัง timeline

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

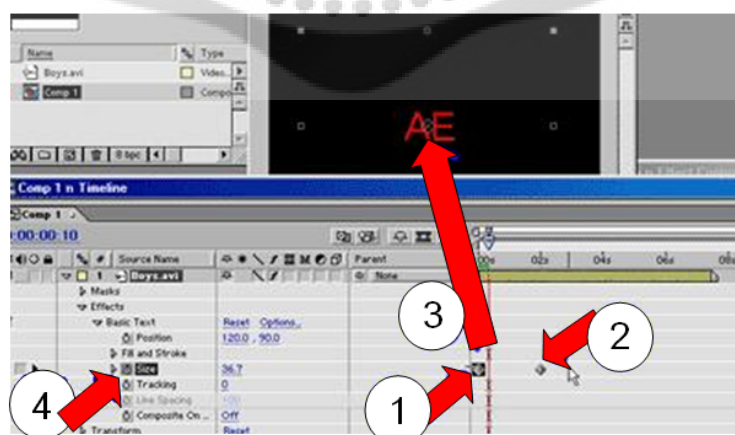
4. จะเห็นว่าใน project window มี icon comp1 คืออันเดียวกับหน้าต่าง composite ด้านขวา จากนั้นให้ลาก file boy.avi จากหน้าต่าง project window มายัง timeline ตามลูกศรหมายเลข 2 จะเห็นว่าในหน้าต่าง comp1 จะมีภาพเกิดขึ้นมา



ภาพประกอบ 26 key frame

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

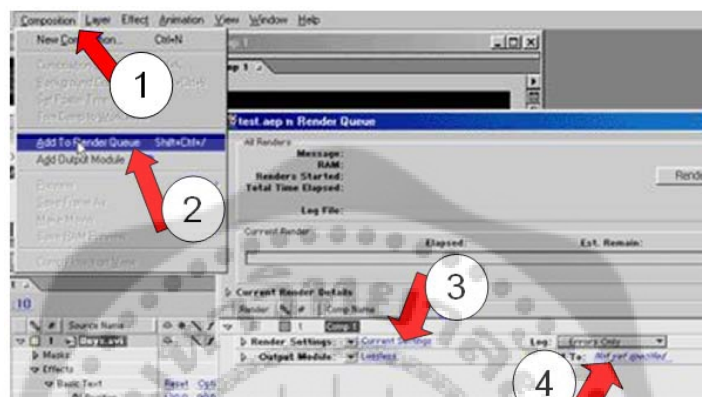
5. ให้กด effect ตามหมายเลข 1 ตามด้วย text , basic text แล้วเขียนคำว่า AE แล้วกด OK จะมีคำสั่ง Basic text ได้คำสั่ง effect หมายเลข 2 ถ้ายังไม่มีคำสั่ง basic text ให้กดลูกศรที่หันไปทางขวาให้หันลงก็จะแสดง basic text ออกมาภาพขยายด้าน ขวามือ ใน composite window จะมีรูปตัวอักษร AE ด้วย ต่อไปก็จะเข้าแก่น ของ AE แล้ว key frame



ภาพประกอบ 27 ภาพ ตัวอย่างการกำหนดค่า key frame

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

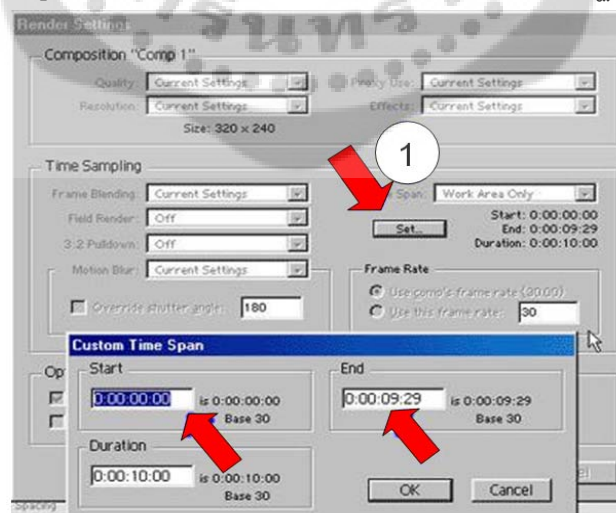
6. เริ่มการทำ animate ที่คำสั่ง size หมายเลข 4 ให้กดที่รูปนาฬิกาจับเวลา จะเห็นว่ามีเครื่องหมายรูปข้าวหลามตัดขึ้นที่ timeline หมายเลข 1 จากนั้นให้ปรับค่า parameter ด้านขวาของคำสั่ง size ในที่นี้เท่ากับ 36.7 จากนั้นให้เลื่อน ไปที่เวลา 2 วินาทีหรือกด ctrl+g แล้วใส่เวลา จากนั้นปรับ parameter เป็น 70 ก็จะมีเครื่องหมาย รูปข้าว หลามตัดขึ้นที่ timeline หมายเลข 2 เสร็จให้ลองเลื่อน ตัวกำหนดเวลาไปที่เวลา 0 วินาที หรือกดปุ่ม Home แล้วลองกด spacebar ดูผลที่เกิดขึ้น จะเห็นว่าตัวอักษร AE จะ ค่อยๆขยายขึ้น ต่อไปจะเป็นการ render



ภาพประกอบ 28 ตัวอย่างการกำหนดค่า Render

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

7. การ Render เริ่มจากกด menu composition, add to render queue จะมีหน้าต่าง render queue ขึ้นมาตามรูปให้คลิกที่หมายเลข 3 current setting จะปรากฏหน้าต่างตามรูปข้างล่าง



ภาพประกอบ 29 การกำหนดค่า Render

ที่มา: <http://goo.gl/HEKqx>

8. ให้กำหนดหมายเลขหนึ่ง set... จะมีหน้าต่าง custom time span ขึ้นมาให้เลือกว่าจะเริ่ม render ตั้งแต่เวลาอะไรถึงอะไรตามลูกศรชี้ จากนั้นให้ set output to หมายเลข 4 ในรูปที่ 7 ว่าจะ render ไปเก็บที่ file อะไร แล้วกดปุ่ม render ตามรูปที่ 7 ได้เลย แล้วก็ตามไปดูผลงานที่ file (ที่มา: สืบค้น Online <http://goo.gl/0l3V1>)

4.5 แนวความคิดด้านสี แบบอิสระไร้กฎเกณฑ์ (Carefree Attitude)

อิสระไร้กฎเกณฑ์ CAREFREE ATTITUDE โดยสัญชาตญาณของมนุษย์ เมื่อเกิดสภาวะกดดันหรือมีสิ่งกระทบความรู้สึกก็จะเป็นแรงขับสู่การปลดปล่อย ซึ่งช่วงเวลายุค 60 ถือเป็นสัญลักษณ์แห่งการแสดงออก และยุคทองของอิสรชนในการผละตัวเองออกจากกฎ กติกา และวิถีเดิมๆ ตามธรรมเนียมปฏิบัติ ความอิสระจึงถือเป็นอำนาจที่จะแสดงออกถึงการตามใจตัวเองในรูปแบบต่างๆ ทั้งเป็นการสร้างสรรค์หนทางใหม่ที่สามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ในตัวตนอย่างชัดเจนการเคลื่อนไหวเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มาพร้อมกับความอิสระ ที่อยู่ในทั้งรูปแบบกิจกรรม การสังสรรค์ การจัดสรรพื้นที่สาธารณะสำหรับการใช้ร่วมกัน การยืดหยุ่นปรับขยับงานออกแบบเพื่อผ่อนปรนตามข้อจำกัดของพื้นที่ รวมถึงลายกราฟิกที่สื่อสารด้วยเส้นลาย สี สันอันแผ่ร้อนที่ถือเป็นกระบอกเสียงสำหรับการบอกเล่าเรื่องราวการปลดปล่อยในอีกแง่คือการเดินทางเพื่อไปสัมผัสกับช่วงเวลาแห่งอดีตในรูปแบบการพักผ่อนและบรรยากาศที่รื่นรมย์สำราญในวัฒนธรรมแบบวิลล่าแคลิฟอร์เนีย การล่องเรือยอร์ชเพื่อสัมผัสกับคลื่นลมทะเล ในบทบาทใหม่ที่มีความสนุก ทันสมัย ทั้งยังท้าทายค่านิยมเดิมสำหรับความหรูหราที่อาจไม่ได้ใช้เพียงสีโทนมิดกลางอีกต่อไป ชัดเจน สุดโต่ง แตกต่าง เส้น สี สัน รูปทรงเรขาคณิต การทำซ้ำ และการทับซ้อน เคลื่อนไหว ยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนได้ง่าย ค็อกเทล เจลใส น้ำเชื่อม เคลือบเงา การผสมผสานของข้าวต่าง พักผ่อน สังสรรค์ และกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น ด้านเทคโนโลยี โครงการใหม่หลายโครงการพยายามบูรณาการศิลปะในทุกแขนงและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าด้วยกัน เพื่อเปลี่ยนแปลง วัตถุ และ ภาวะ ในความรู้สึกใหม่ รวมถึงสร้างปฏิสัมพันธ์ ระหว่าง นักออกแบบและผู้ชมให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยไม่ได้จำกัดว่าจะเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่หรือพื้นที่ขนาดเล็กชั่วคราวหรือถาวร แต่ให้คุณค่าทางความรู้สึกและมนต์เสน่ห์แห่งศิลปะ



ภาพประกอบ 30 กลุ่มโทนสีแบบอิสระไร้กฎเกณฑ์ (Carefree Attitude)

ที่มา: เจาะเทรนด์โลก 2013 โดย TCDC : หน้า 53.

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วจี เรืองพรวิสุทธิ์ (2550) ศึกษาเรื่องการบริโภค สัญลักษณ์ในการท่องเที่ยวของสังคมไทยร่วมสมัย มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาบทบาทของสัญลักษณ์ในการสร้างความหมายและคุณค่าที่มีผลต่อการท่องเที่ยว รวมไปถึงเพื่อศึกษาตรรกวิทยาการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยร่วมสมัยที่มีต่อกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ผลการศึกษาแบ่งเนื้อหาออกเป็นสองส่วน ในส่วนแรกนั้น จากการสังเกตพื้นที่ทางการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาถึงบทบาทของสัญลักษณ์ในการประกอบสร้างความหมายและคุณค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยวผ่านกรณีศึกษา 4 แห่ง อันได้แก่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ วัดพระธาตุดอยสุเทพ หมู่บ้านหัตถกรรมบ่อสร้าง-สันกำแพง และขันโตกศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 4 มีลักษณะร่วมกันบางประการ คือสามารถพบเห็นสัญลักษณ์หลากหลายลักษณะได้โดยทั่วไปตามจุดต่างๆ ของพื้นที่ และมีกระบวนการสร้างความหมาย (signification) เพื่อช่วยนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้มีคุณค่ามีความแตกต่างและมีจุดเด่นที่น่าสนใจ กล่าวคือ ที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ สัญลักษณ์ถูกนำมาใช้ในการประกอบสร้างความเป็นธรรมชาติและความเป็นที่สุดให้เป็นความหมายหลักของพื้นที่ ขณะที่สัญลักษณ์ถูกนำมาใช้ในการประกอบสร้าง ความหมายของความศักดิ์สิทธิ์สูงส่งและความเป็นท้องถิ่นให้กับแหล่งท่องเที่ยววัดพระธาตุดอยสุเทพ ในกรณีของหมู่บ้านหัตถกรรมบ่อสร้าง-สันกำแพงพบว่าความหมายหลักที่ถูกประกอบสร้างขึ้นผ่านสัญลักษณ์คือความเป็นชุมชนหัตถกรรม สุดท้ายคือที่ขันโตกศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ การนำเสนอสัญลักษณ์ที่พบค่อนข้างหลากหลายมีทั้งสัญลักษณ์ที่เป็น

วัตถุและอยู่ในรูปของการแสดง โดยความหมายหลักทางการท่องเที่ยวที่ถูกประกอบสร้างขึ้นได้แก่ ความเป็นท้องถิ่น ความเป็นบุคคลพิเศษ/โอกาสพิเศษ และความเก่าแก่ย้อนยุคในท้ายที่สุดความหมาย สัญญา อาจไม่มีความจำเป็นอีกต่อไปในสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยอำนาจของภาพเฉกเช่นในปัจจุบัน มีเพียงรูปสัญญะเท่านั้นที่ถูกบริโภคโดยความหมายเกิดขึ้นมาได้

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกันทางรูปลักษณ์ เช่น โปสการ์ดและสินค้าที่ระลึก ที่ขายณ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่ล้วนแต่เป็นรูปสัญญะที่สื่อถึงการเป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยววนั้นๆ มากกว่าตัวความหมายจริงๆ ส่วนที่สองผลการศึกษาพบว่า ธรรมชาติที่อยู่เบื้องหลังการบริโภคทางการท่องเที่ยว สัญญาและความหมายยังคงมีบทบาทสำคัญอย่างต่อเนื่องและส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคของนักท่องเที่ยว ทำให้เห็นว่าการให้ระดับคุณค่าหรือตรรกะของการบริโภคในบริบททางการท่องเที่ยววนั้นไม่ได้อ้างอิงอยู่กับตรรกะพื้นฐานอย่างเรื่องของประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพ (utility) หรือมูลค่าในการแลกเปลี่ยน (monetary exchange) เพียงเท่านั้นแต่ยังมีการเชื่อมโยงไปถึงคุณค่าเชิงสัญญะ (sign value) ด้วยความหมายที่ประกอบสร้างขึ้นและภาพของสัญญะแพร่กระจายไปสู่มวลชนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และยอมรับสัญญะเหล่านั้น เมื่อการยอมรับเกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ จะทำให้ความหมายและรูปสัญญะพัฒนาไปสู่มาายาคติที่ฝังไว้ในจิตไร้สำนึก ทำให้ผู้ที่เห็นสัญญะหนึ่งๆ สามารถนึกโยงความสัมพันธ์ไปยังต้นตอที่มา หรือความหมายได้โดยอัตโนมัติและไม่มีความสงสัยเคลือบแคลงเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างรูปที่เห็น

และความหมายที่ตนได้เรียนรู้มาจากสังคมนักท่องเที่ยวอยู่แล้วล่วงหน้าว่าตนเองจะได้พบกับอะไร และรู้ว่าสิ่งใดที่ต้องเข้าไปสัมผัส รู้ว่าอะไรเป็นของขึ้นชื่อเป็นสัญลักษณ์ในการท่องเที่ยวที่แห่งนั้นๆ เมื่อเดินทางไปถึงนักท่องเที่ยวก็จะเริ่มกิจกรรมการเสพและสะสมสัญญะในรูปของภาพถ่ายบ้างสินค้าที่ระลึกบ้าง การเข้าถึงสัญญะทางการท่องเที่ยวนี้ ไม่ได้เป็นแต่เพียงการเสพภาพและความหมายเพราะสิ่งที่เกิดขึ้นไปพร้อมๆ กันก็คือนักท่องเที่ยวได้ผลิตซ้ำสัญญะและความหมายต่ออีกทอดหนึ่งด้วย ซึ่งทำให้สถานะของนักท่องเที่ยวกลายเป็นทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตไปในคราวเดียวกัน

อภิสิทธิ์ ชวนไชยสิทธิ์ (2550) ศึกษาเรื่อง การออกแบบภาพสำเร็จรูปแนววัฒนธรรมล้านนา การศึกษาค้นคว้า มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา วิเคราะห์หารูปแบบของ ภาพสำเร็จรูป แนววัฒนธรรมล้านนา และออกแบบภาพสำเร็จรูปแนววัฒนธรรมล้านนา สำหรับนำมาใช้ประกอบกับการผลิตสื่อทางด้านวัฒนธรรมล้านนา วิธีการศึกษา มีดังนี้ เก็บรวบรวม ข้อมูลภาคเอกสาร และข้อมูลภาคสนาม ทางด้านวัฒนธรรมล้านนา ดำเนินการวิเคราะห์ หาผลสรุปลักษณะของรูปแบบของภาพสำเร็จรูป ดำเนินการออกแบบภาพสำเร็จรูป และประเมินผลงาน โดยผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทำงานผลิตสื่อด้านวัฒนธรรมล้านนา จากนั้นจึงมีการวิจารณ์ อภิปราย และหาข้อสรุปเพื่อแก้ไขผลงาน ให้ถูกต้องเพื่อสามารถนำไปใช้ประกอบกับการผลิตสื่อทางด้านวัฒนธรรมล้านนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรพพจน์ โนแก้ว (2548) ศึกษาการออกแบบสารสนเทศร่วมกับการจัดการสื่อสำหรับการท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการวิจัย ในขั้นสุดท้ายได้ดังต่อไปนี้

ก่อนการออกแบบสารสนเทศและการจัดการสื่อ

- ไม่ทราบความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใหม่ประสบปัญหาการเดินทางมาใช้ท่าอากาศยาน
- นักท่องเที่ยวไม่สามารถค้นหาข้อมูลได้ และได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงกับความต้องการ
- ไม่มีการจัดการสื่อสารสนเทศที่เป็นระบบทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์ได้ถึงจุดเด่นด้อยของ

สื่อในแต่ละจุดได้

- สารสนเทศด้านการท่องเที่ยวและสื่อในท่าอากาศยานไม่ได้ถูกทำให้มีความเชื่อมโยงกันที่เป็นแบบบูรณาการหลังการออกแบบสารสนเทศและการจัดการสื่อ

- นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการสืบค้นข้อมูลมาก โดยใช้มากที่สุด คือ ผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ เมื่อได้มีการจัดทำโครงสร้างเว็บไซต์ และนำไปทำเว็บไซต์แล้ว นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาสืบค้นสารสนเทศได้โดยตรง ทำให้ทราบถึงข้อปฏิบัติต่างๆของท่าอากาศยาน เพื่อการเตรียมตัวรวมทั้งการจัดเตรียมเอกสารต่างๆ และสามารถเชื่อมโยงการค้นหาข้อมูลสารสนเทศอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ข้อมูลการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์การ โรงแรมและอื่นๆ เป็นต้น

- นักท่องเที่ยวสามารถใช้ค้นหาข้อมูลได้ทันที ณ ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารสารสนเทศที่ให้บริการ เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ การดาวโหลดข้อมูลผ่านสื่อใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์, โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น และนักท่องเที่ยวสามารถใช้ระบบอินเทอร์เน็ตได้ ณ ที่จุดนี้เพื่อสืบค้นข้อมูลและส่งผ่านข้อมูลได้โดยตรง

- เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางกลับไปยังถิ่นพำนักแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถใช้การสืบค้นผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์เพื่อรับทราบสารสนเทศด้านต่างๆ ได้ เช่น โปรแกรมหรือเทศกาลด้านการท่องเที่ยว, การขอรับบริการช่วยเหลือต่างๆ เช่น ติดตมสัมภาระ, การให้คำแนะนำด้านการบริการของท่าอากาศยาน เป็นต้น

พรวิไล โพธิ์เผือก (2549) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา:หมู่บ้านม้งดอยปุย อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จังหวัดเชียงใหม่การศึกษามีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านม้งดอยปุย ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านม้งดอยปุย มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อยู่ในระดับสูง โดยแบ่งออกเป็น ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมคิดตามผลและ ร่วมรับผลประโยชน์ พบว่าประชากรส่วนใหญ่ ร่วมรับผลประโยชน์มากที่สุด

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ เพศและอายุ ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมได้แก่ ระดับการศึกษาและรายได้

3. ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ นักท่องเที่ยวส่งเสียงดัง ประชาชนขาดความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ปัญหาขยะและขาดงบประมาณ

ข้อเสนอแนะ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านม้งดอยปุยควรรักษาเอกลักษณ์ วัฒนธรรมของตนเองให้สืบทอดต่อไปและควรปฏิบัติตามกฎระเบียบของชุมชนอย่างเคร่งครัด เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนภาครัฐควรรณรงค์ให้ประชาชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร เพื่อที่จะมีความเข้าใจและเกิดการมีส่วนร่วมในการจัดการขึ้น

สรุป

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ถูกนำมาใช้ในการประกอบสร้างความหมายสูงส่งและความเป็นท้องถิ่นให้กับแหล่งท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่ สัญลักษณ์สื่อให้เป็นในรูปของตัวแทนของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น นอกจากพลังของสัญลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นต้นตอเดิมอันทรงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นแล้ว การที่มีการผลิตสื่อที่ดีมีประสิทธิภาพ ตามหลักการการออกแบบและกระบวนการวิจัยที่สืบค้นข้อมูล ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ได้มาจากผู้คนในท้องถิ่น การได้รับความร่วมมือ การมีส่วนร่วมจากคนในท้องถิ่นโดยตรงสามารถทำให้ผู้ผลิตสื่อที่ได้ข้อมูลองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นประโยชน์ ทำให้สามารถได้ข้อมูลที่เป็นจริง ถูกต้อง สามารถนำมาประกอบการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือแม้แต่เพื่อจุดประสงค์อื่นในการสร้างสัญลักษณ์ที่ทรงคุณค่าทางจิตใจให้นักท่องเที่ยวได้เล็งเห็นถึงความสำคัญนำไปสู่มาายาคติที่ฝังไว้ในจิตไร้สำนึก ทำให้เกิดการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ไปยังต้นตอที่มาหรือความหมายได้โดยอัตโนมัติและไม่มีความสงสัยเคลือบแคลงเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่เห็นกับสิ่งที่ตนเรียนรู้มา ให้รู้ว่าอะไรเป็นของขึ้นชื่อเป็นสัญลักษณ์ในการท่องเที่ยวที่แห่งนั้นๆ ให้เกิดขึ้นได้แก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน โดยสื่อที่ผลิตขึ้นนี้ได้ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ และนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ จะทำให้ได้สื่อที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และพบกระบวนการปรับปรุงแก้ไขสื่อที่ผลิตขึ้นให้มีความทันสมัย เป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์มีส่วนต่อการกระตุ้นบรรยากาศการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาและพัฒนาศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวสำหรับผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการศึกษาดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดกลุ่มประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาและพัฒนาศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวสำหรับผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการทำวิจัยดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

1. รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียประเภทวีดิทัศน์ ที่ใช้สำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกรูปแบบผลงานการออกแบบที่มีความเหมาะสม
2. นักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากประชากร คณะแพทยและวัย จำนวน 50 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษาวิจัย โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

2.1 แบบสอบถาม

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถาม เรื่อง แบบสอบถามความต้องการรับรู้ข่าวสาร จากสื่อที่ต้องการ ของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดเพื่อการผลิตสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 50 คน แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปนักท่องเที่ยว ในเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานความต้องการรับรู้ข่าวสาร จากสื่อที่ต้องการ ของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด เพื่อการผลิตสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบประเมินแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นมาใช้กับแบบสอบถามทั้ง 2 ตอน เพื่อหาความคิดเห็นของผู้ใช้งานสื่อมัลติมีเดีย ถึงความพึงพอใจหรือความต้องการสื่อจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ซึ่งมีความหมายของระดับค่าความคิดเห็น ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. (2535: 100)

เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยของระดับค่าความคิดเห็น มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ระดับค่าความคิดเห็น

4.21 – 5.00 มีค่าความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

3.41 – 4.20 มีค่าความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

2.61 – 3.40 มีค่าความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

1.81 – 2.60 มีค่าความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

1.00 – 1.80 มีค่าความคิดเห็น อยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

2.2 การประเมินแบบร่าง

ผู้วิจัยดำเนินการประเมินความคิดเห็นทางด้านความต้องการสื่อ โดยสอบถามความคิดเห็น สำหรับผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบประเมินรูปแบบความเหมาะสมของสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวสำหรับผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 2 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินแบบร่างนี้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยผู้วิจัยสามารถสัมภาษณ์และสอบถามความเหมาะสมในเชิงลึก เพื่อหาความเหมาะสมของรูปแบบสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวสำหรับผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

การตรวจสอบเครื่องมือ

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม และแบบประเมินความคิดเห็นที่สร้างเสร็จนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ ทำการตรวจสอบและแก้ไขความถูกต้องของเนื้อหา และความเหมาะสมของถ้อยคำสำนวนภาษา และความชัดเจนในข้อคำถามในแบบสอบถาม และแบบประเมิน

ขั้นที่ 2 ดำเนินการแก้ไขแบบสอบถาม และแบบประเมินความคิดเห็น แล้วขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง

ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในเกาะเกร็ด จำนวน 50 คน เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของ Cronbach ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $10 \leq \alpha$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.9 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาดังนี้

1. สืบค้นข้อมูล และเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. เก็บข้อมูลภาคสนาม แบ่งได้ดังนี้

2.1 ข้อมูลที่ได้จากบุคคล โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากประชากรตัวอย่างจำนวน 50 คน เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความต้องการรับรู้ข่าวสาร จากสื่อที่ต้องการ ของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดเพื่อการผลิตสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

2.2 ข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้แบบประเมินเพื่อหาความเหมาะสมของสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวสำหรับผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ครั้งที่ 1 จากการประเมินและคัดเลือกรูปแบบจากแบบร่าง จากจำนวน 3 แนวทาง ให้เหลือ จำนวน 1 แนวทาง เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตสื่อต้นแบบ

2.3 ข้อมูลที่ได้จากบุคคล เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของประชากรตัวอย่าง จำนวน 10 คนที่ได้รับชมสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวสำหรับผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษาและศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องบินดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามมาศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลตามจุดมุ่งหมาย และประเด็นที่ได้กำหนดไว้ในขอบเขตของเนื้อหา ตามขั้นตอนดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. **สืบค้นข้อมูลปฐมภูมิ** และเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (ข้อมูลทุติยภูมิ) สื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวสำหรับผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องบินดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิดที่นำมาใช้ในงานวิจัย เป็นต้น

2. **เก็บข้อมูลภาคสนาม (ข้อมูลปฐมภูมิ)** แบ่งได้ดังนี้

2.1 ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง จากการใช้แบบสอบถาม, จากข้อมูลดังนี้

2.1.1 ข้อมูลทั่วไปที่แสดงถึงความต้องการรับรู้ข่าวสาร จากสื่อที่ต้องการ ของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดเพื่อการผลิตสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยว จากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องบินดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

2.1.2 ข้อมูลที่ได้จากที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ จากการสัมภาษณ์และการนำเสนอแบบร่างสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวสำหรับผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อหาแนวโน้มความเป็นไปได้ของงานวิจัย

2.1.3 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากเอกสารและแบบสอบถามและการทดสอบมา ทำการจัดระบบข้อมูล

2.1.4 สังเคราะห์ข้อมูล นำผลการวิเคราะห์มากำหนดรูปแบบสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวสำหรับผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

3. **ทำการออกแบบและร่างแบบสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวสำหรับผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม** จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้จากเอกสารและการเก็บข้อมูลภาคสนามมาทำการวิเคราะห์ และบันทึก จากแบบประเมินอย่างเป็นระบบ ตามความมุ่งหมายและประเด็นในการวิจัยดังนี้

3.1 ด้านโครงสร้างการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย

3.2 ด้านเนื้อหาและการลำดับเรื่อง

3.3 ด้านเทคนิคพิเศษในการนำเสนอกราฟิกภาพเคลื่อนไหว

4. ในการประเมินแบบร่าง ผู้วิจัยสร้างแบบร่างมาจำนวน 3 แบบร่าง ประกอบด้วย
 - 4.1 สตอรี่บอร์ด ในการนำเสนอเนื้อหา และลักษณะการถ่ายภาพ
 - 4.2 รูปแบบการนำเสนอกราฟิกภาพเคลื่อนไหว จำนวน 3 แบบร่าง
 - 4.3 รูปแบบการลักษณะโทนสีและอารมณ์ของภาพวิดีโอ จำนวน 3 แบบร่าง โดยนำเสนอในรูปแบบของการสัมภาษณ์และปรึกษาเชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเลือกแบบร่าง ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้
5. ทำการพัฒนาแบบและปรับแก้ไขแบบที่ผ่านการประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ
6. ทำต้นแบบสื่อมัลติมีเดียที่นำเสนอผ่านวิดีโอ (ที่ผ่านการสรุปจากการประเมินความคิดเห็น โดยทำการพัฒนาแบบและปรับปรุงแก้ไขแล้ว)

5. การดำเนินการผลิตสื่อมัลติมีเดียต้นแบบ

การดำเนินการผลิตสื่อมัลติมีเดียได้กำหนดกระบวนการผลิตไว้ตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์แบบร่างสู่กระบวนการออกแบบตามความเหมาะสมที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ

- ด้านโครงสร้างและรูปแบบการนำเสนอสื่อมัลติมีเดียในรูปแบบวิดีโอ
- ด้านเนื้อหาและการลำดับเรื่อง
- ด้านเทคนิคพิเศษในการนำเสนอกราฟิกภาพเคลื่อนไหว

โดยเลือกจากแบบร่างจำนวน 3 แบบร่าง เหลือจำนวน 1 แบบร่างเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการผลิตสื่อมัลติมีเดียต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 ตรวจสอบความเหมาะสมด้านการออกแบบสื่อมัลติมีเดียโดยผู้เชี่ยวชาญและประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียโดยผู้เชี่ยวชาญ

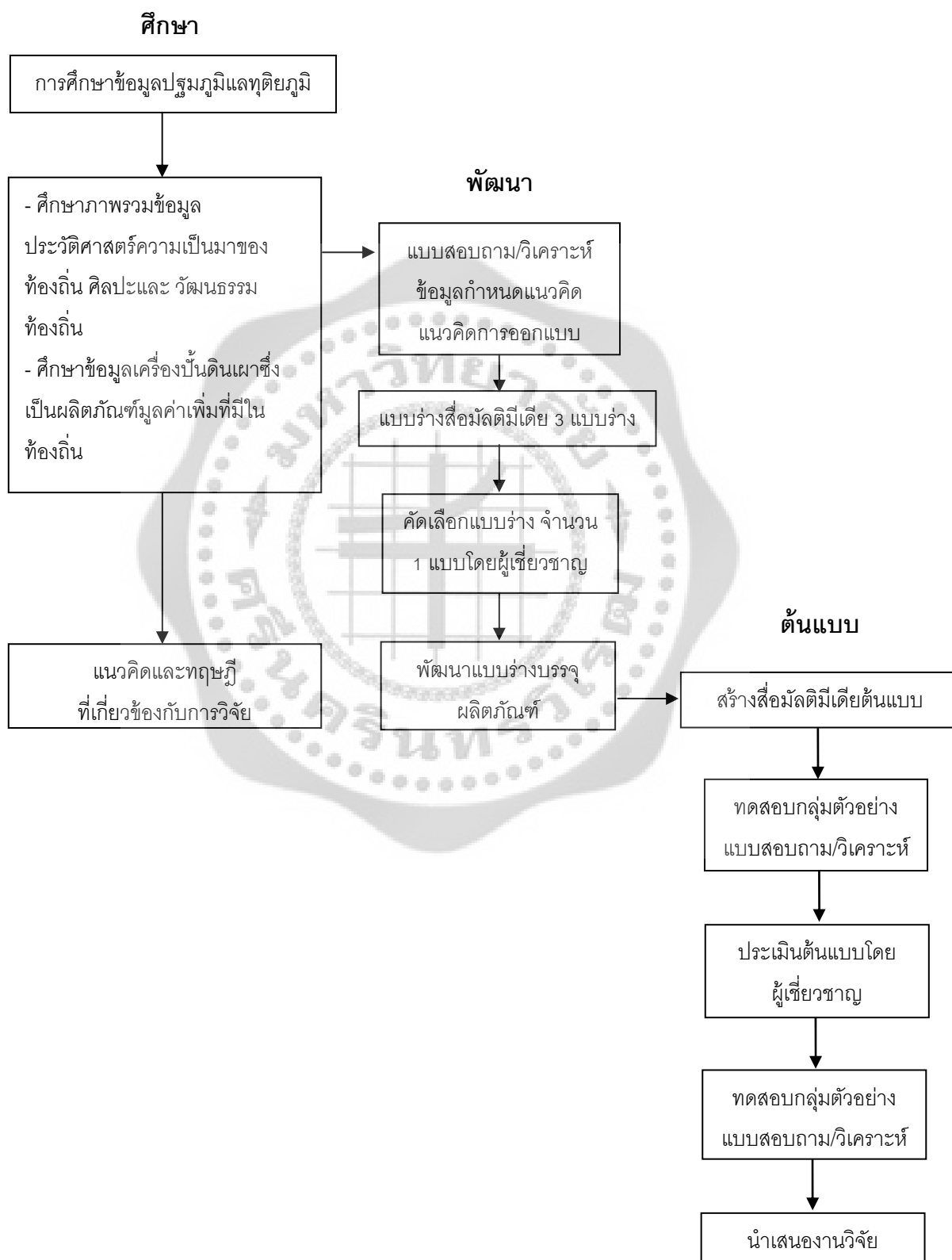
ขั้นตอนที่ 3 ประเมินผลการใช้งานด้านความพึงพอใจของสื่อมัลติมีเดียจากกลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้

ขั้นตอนที่ 4 ได้ต้นแบบสื่อมัลติมีเดียที่สามารถนำไปเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ต่อไป

5. การทดสอบกับผู้ใช้

เมื่อต้นแบบสื่อมัลติมีเดียเรียบร้อยแล้วได้มีการกลับไปทดสอบกับนักท่องเที่ยวจำนวน 10 คน เป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมีความสนใจในเรื่องเครื่องบินดินเผาในเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อประเมินด้านความพึงพอใจของผู้ชม

แผนผังวิธีการดำเนินงานวิจัย
(RESEARCH AND DEVELOPMENT DIAGRAM)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียรูปแบบวีดิทัศน์สารคดีสั้นเชิงท่องเที่ยวโดยนำเสนอผ่านผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มภูมิปัญญาท้องถิ่นเครื่องดินเผาของชาวมอญเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตัวสื่อวีดิทัศน์บรรจุอยู่ในแผ่นซีดีรอม ภายในเรื่องประกอบด้วย ภาพเคลื่อนไหวและเสียง เพื่อที่จะดึงดูด ความสนใจเกิดความต้องการที่จะเรียนรู้ และให้ผู้ชมได้มีความสนใจในการชมวีดิทัศน์ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์

ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลการประเมินแบบสอบถามความต้องการรับรู้ข่าวสาร จากสื่อที่ต้องการ ของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดเพื่อการผลิตสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินแบบสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้างการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย และด้านรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งประกอบด้วย 1. Story Board 2.ลักษณะการถ่ายภาพและโทนสีแสดงอารมณ์ของภาพวีดิทัศน์ 3. แบบร่างการนำเสนอด้วยกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว (ภาคผนวก ข.)

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียต้นแบบ รูปแบบวีดิทัศน์สารคดีสั้นเชิงท่องเที่ยวโดยนำเสนอผ่านผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มภูมิปัญญาท้องถิ่นเครื่องดินเผาของชาวมอญเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 4 ทดสอบกับผู้ใช้ กลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 10 คน

และเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)

SD. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

p แทน ร้อยละ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความต้องการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ

ตอนที่ 3 ความเหมาะสมในการผลิตสื่อมัลติมีเดียรูปแบบวีดิทัศน์เชิงสารคดีสั้นเชิง

ท่องเที่ยวโดยนำเสนอผ่านผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มภูมิปัญญาท้องถิ่นเครื่องดินเผาของชาวมอญเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละตอนมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในตอนนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ วุฒิการศึกษา อายุ และรายได้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ปრაกฏผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 3

ตาราง 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามความต้องการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อ

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)(n)	ร้อยละ(p)
เพศ		
ชาย	21	41
หญิง	29	59
รวม	50	100
วุฒิมการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	18	39
ปริญญาตรี	29	59
สูงกว่าปริญญาตรี	3	2
รวม	50	100
อายุ		
18 - 30 ปี	28	58
31 - 40 ปี	15	38
41 - 50 ปี	4	3
51 - 60 ปี	2	1
รวม	50	100

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)(n)	ร้อยละ(p)
ระยะเวลาเหมาะสมในการเลือกรับชมสื่อมัลติมีเดีย		
ประเภทสื่อวีดิทัศน์		
1 ชั่วโมง	3	6
30 นาที	7	14
10-15 นาที	40	80
รวม	50	100
ประเภทของสื่อที่เหมาะสม		
เว็บไซต์	8	16
วีดิทัศน์สารคดีสั้น	33	66
การ์ตูนแอนิเมชัน	9	18
รวม	50	100

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์แสดงว่า นักท่องเที่ยวเป็นประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ณ เกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ดอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีมีอายุเฉลี่ย 18-45 ปี และมีความสนใจเลือกสื่อประเภทสารคดีสั้นมัลติมีเดียประเภทวีดิทัศน์ ระยะเวลาการรับชมสื่ออยู่ในช่วงเวลาระหว่าง 12-15 นาที

ตอนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานความต้องการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมัลติมีเดียของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดที่ได้ชมสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์ มูลค่าเพิ่ม กรณศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตามทฤษฎีการสื่อสาร และทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้

ตาราง 2 แบบสอบถามความต้องการรับรู้ข่าวสาร

รายการประเมิน	คำตอบ			
	ใช่		ไม่ใช่	
แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับเกาะเกร็ดและ เครื่องปั้นดินเผา	n	p	n	p
1. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของเกาะเกร็ด	38	76	12	24
2. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของ เครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญในเกาะเกร็ด	40	80	10	20
3. ท่านเคยซื้อเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดไปเป็นเครื่องใช้ภายใน	30	60	20	40
4. ท่านเคยซื้อเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดไปเป็นของที่ระลึก	42	84	8	16
5. ท่านรู้จักลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผาชาวมอญ	18	36	32	64
1. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและ เครื่องปั้นดินเผาผ่านสื่อประเภทหนังสือพิมพ์	10	20	40	80
2. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและ เครื่องปั้นดินเผาผ่านสื่อประเภทเว็บไซต์	31	62	19	38
3. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและ เครื่องปั้นดินเผาผ่านสื่อประเภทหนังสือ	12	24	38	76
4. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและ เครื่องปั้นดินเผาผ่านสื่อประเภทมัลติมีเดียในรูปแบบวีดิทัศน์ สารคดีสั้น	50	100	0	0
5. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและ เครื่องปั้นดินเผาผ่านสื่อประเภทวิทยุ	2	4	48	96

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความต้องการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมัลติมีเดียอยู่ในค่าเฉลี่ย 3.86 อยู่ในระดับมาก ซึ่งถือเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการสร้างสื่อมัลติมีเดียตามความต้องการของนักท่องเที่ยว (ต้องแสดงแบบสอบถามในหน้า ภาคผนวกด้วย)

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินแบบสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้างการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย และด้านรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อวีดิทัศน์ ซึ่งประกอบด้วย 1. Story Board 2. ลักษณะการถ่ายภาพและโทนสี และการแสดงอารมณ์ (Mood and Tone) ของภาพวีดิทัศน์ 3. แบบร่างการนำเสนอด้วยกราฟิกภาพเคลื่อนไหว (ภาพประกอบ Story Boards หลัก และ แบบร่างแบบอื่น ภาคผนวก....)

ตาราง 3 แสดงแบบร่าง จำนวน 3 แบบร่าง แสดงถึงลักษณะการถ่ายภาพและการแสดงโทนสี และอารมณ์ (Mood and Tone) ของภาพที่ปรากฏในสื่อมัลติมีเดีย ในรูปแบบวีดิทัศน์สารคดีสั้น

แบบร่างที่	การแสดงภาพ	อารมณ์และโทนสี	ผลการประเมิน
1		ลักษณะภาพแบบ Vivid	3.2
2		ลักษณะภาพแบบ Lomo	3.5
3		ลักษณะภาพแบบ Film look	4.6

ผลการวิเคราะห์แบบประเมินตาราง 3 จากผู้เชี่ยวชาญ ด้านลักษณะการถ่ายภาพและโทนสี การแสดงอารมณ์ (Mood and Tone) ผลการประเมินผู้เชี่ยวชาญได้ให้ค่าน้ำหนักคะแนน 4.6 มีค่าทางสถิติในระดับมากที่สุดกับแบบร่างที่ 3 ซึ่งมีลักษณะภาพเป็น Film look เลือก จึงสรุปได้ว่าเป็นแนวทางที่เหมาะสมกับการนำมาผลิตสื่อมัลติมีเดียต้นแบบการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์ มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียต้นแบบ รูปแบบวีดิทัศน์สารคดีสั้นเชิงท่องเที่ยวโดยนำเสนอผ่านผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มภูมิปัญญาท้องถิ่นเครื่องดินเผาของชาวมอญเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญ

ตาราง 4 แสดงผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียต้นแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		ระดับ
	$\bar{X}$	SD	
1. ด้านโครงสร้างและรูปแบบการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย	4.25	0.18	มาก
1.1 ภาพ ภาษา และเสียง	4.40	0.16	มาก
1.1.1 ความเหมาะสมของภาพที่ใช้ประกอบสื่อวีดิทัศน์	4.40	0.55	มาก
1.1.2 เสียงดนตรีที่ใช้ประกอบสื่อวีดิทัศน์	4.60	0.54	มากที่สุด
1.1.3 ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย	4.00	0.54	มาก
1.1.4 การให้อารมณ์ร่วมกับโทนสีของภาพที่ปรากฏในเรื่อง	4.60	0.55	มากที่สุด
1.2 ตัวอักษรและสี	4.10	0.29	มาก
1.2.1 รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ	4.00	1.22	มาก
1.2.2 ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ประกอบสื่อวีดิทัศน์	4.60	0.89	มากที่สุด
1.2.3 ความเหมาะสมของการเลือกใช้สีตัวอักษร	4.20	0.84	มาก
1.2.4 ความเหมาะสมของการเลือกสีพื้นบนจอภาพ	3.60	0.55	มาก

ตาราง 4 (ต่อ)

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		ระดับ
	$\bar{X}$	SD	
2. ด้านเนื้อหาและการลำดับเรื่อง	4.37	0.22	มาก
2.1 เนื้อหาสอดคล้องกับภาพและคำอธิบายในสื่อวีดิทัศน์	4.00	0.00	มาก
2.2 เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.40	0.55	มาก
2.3 ความเหมาะสมในการนำเสนอเนื้อหา	4.60	0.55	มาก
2.4 ความเหมาะสมในการลำดับเนื้อหา	4.20	0.45	มาก
2.5 ความถูกต้องของเนื้อหา	4.44	0.89	มาก
2.6 ความเหมาะสมกับระดับผู้ชมสื่อวีดิทัศน์	4.40	0.44	มาก
2.7 ความเหมาะสมของการเสริมแรงจูงใจ	4.80	0.45	มากที่สุด
3. ด้านเทคนิคพิเศษในการนำเสนอกราฟิกภาพเคลื่อนไหว	4.34	0.14	มาก
3.1 การออกแบบกราฟิกภาพเคลื่อนไหวโดยภาพรวม	4.00	0.15	มาก
3.2 สี กราฟิกภาพเคลื่อนไหวมีความเหมาะสมกับเนื้อหา	4.40	0.55	มาก
3.3 กราฟิกภาพเคลื่อนไหว สามารถดึงดูดความสนใจ	4.60	0.54	มากที่สุด
3.4 กราฟิกภาพเคลื่อนไหวอ่านง่าย เข้าใจง่าย	4.20	0.44	มาก
3.5 กราฟิกภาพเคลื่อนไหวสร้างเอกลักษณ์เหมาะสมกับเนื้อหา	4.20	0.12	มาก
3.6 ใช้ระยะเวลานำเสนอกราฟิกภาพเคลื่อนไหวเหมาะสมกับเนื้อหา	4.40	0.54	มาก
3.7 กราฟิกเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.80	0.44	มากที่สุด

จากตาราง 4 สรุปผลวิเคราะห์ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างและรูปแบบการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย ผู้เชี่ยวชาญให้ค่าการประเมินมีค่าเฉลี่ย 4.25 อยู่ในระดับ มาก
2. ด้านเนื้อหาและการลำดับเรื่อง ผู้เชี่ยวชาญให้ค่าการประเมินมีค่าเฉลี่ย 4.37 อยู่ในระดับ มาก
3. ด้านเทคนิคพิเศษในการนำเสนอกราฟิกภาพเคลื่อนไหวผู้เชี่ยวชาญให้ค่าการประเมินมีค่าเฉลี่ย 4.34 อยู่ในระดับ มาก

ตอนที่ 3 ความเหมาะสมในการผลิตสื่อมัลติมีเดียรูปแบบวีดิทัศน์เชิงสารคดีสั้นเชิงท่องเที่ยว โดยนำเสนอผ่านผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มภูมิปัญญาท้องถิ่นเครื่องดินเผาของชาวมอญเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ในตอนนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมในการผลิตสื่อมัลติมีเดียรูปแบบวีดิทัศน์เชิงสารคดีสั้นเชิงท่องเที่ยว โดยรวม และรายด้าน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังตาราง

ตาราง 5 ผลวิเคราะห์การผลิตสื่อมัลติมีเดียต้นแบบครั้งที่ 2 รูปแบบวีดิทัศน์

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D	ความเหมาะสม
1. ด้านรูปแบบของการนำเสนอสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์			
1.1 การเผยแพร่ผ่านวีดิทัศน์ในรูปแบบสารคดีสั้น	3.75	0.59	มาก
1.2 ระยะเวลาการนำเสนอวีดิทัศน์ในรูปแบบสาร คีตีสั้น	3.51	0.67	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D	ความเหมาะสม
2. ด้านโครงสร้างการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย			
2.1 การเขียนบทโทรทัศน์	4.62	0.67	มากที่สุด
2.2 ลักษณะมุกตลกในการถ่ายทำ สร้างสรรค์ ภาพมีความเหมาะสม	4.70	0.78	มากที่สุด
2.3 การลำดับภาพมีความต่อเนื่องเป็น หนึ่งเดียวกัน	4.50	0.72	มากที่สุด
2.3 ลักษณะการเปลี่ยนภาพมีความ เหมาะสม	4.65	0.69	มากที่สุด
3. ด้านรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อวีดิทัศน์			
3.1 ภาพวีดิทัศน์ที่นำเสนอมีความ ประณีต ดึงดูด	4.67	0.59	มากที่สุด
3.2 เสียงดนตรีประกอบมีความ เหมาะสม	3.75	0.59	มาก
3.3 โทนสีของภาพมีความเหมาะสมใน การนำเสนอ	3.78	0.86	มาก
3.4 การจัดแสงและเงาของภาพมี ความเหมาะสม	4.51	0.76	มากที่สุด
3.5 ภาพนิ่งประกอบมีความเหมาะสม	3.66	0.66	มาก
3.6 วีดิทัศน์สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาชาว มอญในเกาะเกร็ด	3.51	0.67	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D	ความเหมาะสม
4. ด้านเทคนิคพิเศษในการนำเสนอภาพกราฟิกเคลื่อนไหว			
4.1 กราฟิกเคลื่อนไหวดึงดูดความสนใจได้ดี	4	0	มากที่สุด
4.2 กราฟิกเคลื่อนไหวสามารถประยุกต์ลดlayanันเป็นเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผา มาใช้ได้อย่างเหมาะสม	3.75	0.55	มาก
4.3 กราฟิกเคลื่อนไหวสร้างความแตกต่างในการนำเสนอในรูปแบบเก่าที่เคยประสบมา	3.78	0.68	มาก
4.4 กราฟิกเคลื่อนไหวสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า	4.62	0.67	มากที่สุด
5. ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดียในการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์			
5.1 วิดีทัศน์เหมาะสำหรับเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาชาวมอญในเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	4.56	0.97	มากที่สุด
5.2 วิดีทัศน์สามารถดึงเอกลักษณ์เหมาะสมกับเครื่องปั้นดินเผา	3.75	0.59	มาก
5.3 วิดีทัศน์แสดงถึงจากสืบทอดทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นชาวมอญในเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	3.92	0.96	มาก

จากตาราง 5 ผลการประเมิน 1.ด้านรูปแบบของการนำเสนอสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก 2. ด้านโครงสร้างการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย อยู่ในระดับมากที่สุด 3. ด้านรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อวีดิทัศน์ อยู่ในระดับมาก 4.ด้านเทคนิคพิเศษในการนำเสนอภาพกราฟิกเคลื่อนไหวอยู่ในระดับมาก 5. ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดียในการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก

ขั้นตอนที่ 4 ทดสอบกับผู้ใช้ กลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 10 คนแบบสอบถามด้าน ความพึงพอใจของผู้ชม จากนักท่องเที่ยวนในเกาะเกร็ดจำนวน 10 คน

ตาราง 6 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	4	40
หญิง	6	60
รวม	10	100
วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	20
ปริญญาตรี	7	70
สูงกว่าปริญญาตรี	1	10
รวม	10	100
อายุ		
18 - 30 ปี	6	60
31 - 40 ปี	2	20
41 - 50 ปี	1	10
51 - 60 ปี	1	10
รวม	10	100

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาเหมาะสมในการเลือกรับชมสื่อมัลติมีเดียประเภทสื่อวีดิทัศน์		
1 ชั่วโมง	1	10
30 นาที	2	20
10-15 นาที	7	70
รวม	10	100

จากตาราง 6 แบบสอบถามด้าน ความพึงพอใจของผู้ชม จากนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด จำนวน 10 คน สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้ คือ ช่วงระยะเวลาเหมาะสมในการเลือกรับชมสื่อมัลติมีเดียประเภทสื่อวีดิทัศน์ ที่นักท่องเที่ยวเลือกคือ 10-15 นาที จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70 อยู่ในระดับมาก ทางนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดที่ได้ชมสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตามทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้

ตาราง 7 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับชมสื่อมัลติมีเดีย

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		ระดับ
	$\bar{X}$	SD	
1. ความชัดเจนด้านเนื้อหาของวิดีโอ	4.38	0.69	มาก
2. ความครอบคลุมของเนื้อหา	4.58	0.57	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมของการออกแบบข้อความบนจอภาพ	4.35	0.63	มาก
4. ความชัดเจนของภาพประกอบ	4.26	0.63	มาก
5. การให้อารมณ์ร่วมกับโทนสีที่ปรากฏในเรื่อง	4.30	0.61	มาก
5. ความชัดเจนของเสียง	4.22	0.64	มาก
6. ความน่าสนใจของวิดีโอ	4.28	0.75	มาก
7. ความง่ายต่อการเข้าใจ	4.22	0.81	มาก
8. ความเหมาะสมของระยะเวลาในการชมวิดีโอ	4.22	0.73	มาก
9. ความเหมาะสมของเทคนิคพิเศษภาพกราฟิกเคลื่อนไหว	4.56	0.70	มากที่สุด
รวม	4.36	0.21	มาก

จากตาราง 7 ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดที่ได้ชมสื่อมัลติมีเดียการศึกษา และ พัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตามทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 ด้านการเพิ่มแรงจูงใจในการสร้างทัศนคติที่ดี นักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดที่ได้ชมต่อผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาในเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตามทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้

ตาราง 8 แบบสอบถามการเพิ่มแรงจูงใจในการสร้างทัศนคติที่ดี

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		ระดับ
	$\bar{X}$	SD	
1. สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของลวดลายเครื่องปั้นดินเผา	4.42	0.71	มาก
2. ส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา	4.30	0.83	มาก
3. มองเห็นถึงคุณค่าของวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นชาวเกาะเกร็ด	4.56	0.57	มากที่สุด
4. เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชาวเกาะเกร็ด	4.62	0.49	มากที่สุด
5. ตัดสินใจซื้อเครื่องปั้นดินเผาชาวเกาะเกร็ด	4.56	0.64	มากที่สุด
6. แนะนำผู้อื่นมาซื้อผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาชาวเกาะเกร็ด	4.28	0.88	มาก
7. แนะนำเชิญชวนผู้อื่นมาท่องเที่ยว	4.17	0.99	มาก
รวม	4.41	0.26	มาก

จากตาราง 8 แบบสอบถามการเพิ่มแรงจูงใจในการสร้างทัศนคติที่ดี นักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดที่ได้ชมต่อผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาในเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตามทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้ มีค่าเฉลี่ย 4.41 อยู่ในระดับมาก

สรุป จากการวิจัยพบว่า สื่อมัลติมีเดีย รูปแบบสื่อวีดิทัศน์ในเชิงสารคดีสั้นที่ผลิตเป็นสื่อต้นแบบนี้มีช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอเนื้อหาสาระแก่ผู้ชมอยู่ในช่วงระยะเวลา 10-15 นาที มีลักษณะการถ่ายภาพและโทนสี การแสดงอารมณ์ (Mood and Tone) ในลักษณะของ Film Look ซึ่งเป็นโทนสีและอารมณ์ที่ผู้ชมสามารถรับชมในบรรยากาศเช่นเดียวกับการถ่ายทำภาพยนตร์ในทัศน์ของผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนี้ส่วนสำคัญในการผลิตสื่อมัลติมีเดีย ซึ่งจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย ด้านโครงสร้างและรูปแบบการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย ด้านเนื้อหาและการลำดับเรื่อง ด้านเทคนิคพิเศษในการนำเสนอภาพเคลื่อนไหว ถือเป็นส่วนที่มีความสำคัญ เป็นองค์ประกอบหลักของการผลิตสื่อมัลติมีเดียดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพ และ ในด้านความพึงพอใจของผู้ชม ที่เป็นนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด มีความสนใจอยู่ในระดับมาก สื่อมัลติมีเดียรูปแบบวีดิทัศน์สามารถเพิ่มความสนใจในการสร้างทัศนคติที่ดีถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นทุนวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นชาวเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีได้ในระดับมาก



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียรูปแบบวีดิทัศน์สารคดีสั้นเชิงท่องเที่ยวโดยนำเสนอผ่านผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มภูมิปัญญาท้องถิ่นเครื่องดินเผาของชาวมอญเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการรับรู้สื่อข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมัลติมีเดียของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่น ในเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีความสนใจในงานผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญในเกาะเกร็ด
2. เพื่อพัฒนารูปแบบของสื่อมัลติมีเดียในประเด็นของกระบวนการผลิต การออกแบบ ที่สามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เล่าเรื่องราววัฒนธรรมท้องถิ่นเชื่อมโยงสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มในท้องถิ่นอย่างเป็นสากล สร้างความต้องการสินค้าและบริการ สร้างความตระหนักในตราสินค้า เน้นความสนใจซื้อของผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นจากการท่องเที่ยว

ความสำคัญของการวิจัย

1. เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบสื่อมัลติมีเดีย ที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมพัฒนาเชิงการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นได้
2. ได้สื่อมัลติมีเดีย ที่มีความเหมาะสมสำหรับการเป็นสื่อสร้างสรรค์ที่สามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สามารถเล่าเรื่องของท้องถิ่นเพื่อเป็นการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาและการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

เป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของหลักการการออกแบบรูปแบบสื่อมัลติมีเดีย ที่สามารถใช้งานได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

1. รูปแบบของสื่อมัลติมีเดีย ที่ใช้สำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญคัดเลือก รูปแบบผลงานการออกแบบที่มีความเหมาะสม
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยใช้วิธีการการสุ่ม จากประชากรละเขต และวัย จำนวน 50 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่ได้รับการออกแบบเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่น

1.2 จำนวนของของสื่อมัลติมีเดียจำนวน 1 ชุด

2. ตัวแปรตาม ประสิทธิภาพ ความพึงพอใจของการได้รับข้อมูลจากการออกแบบด้วยสื่อมัลติมีเดียจากแบบสอบถาม

สรุปผลการวิจัย

1. ความต้องการรับรู้สื่อข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมัลติมีเดียของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น ในเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีความสนใจในงานผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญในเกาะเกร็ด มีความต้องการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมัลติมีเดียอยู่ในค่าเฉลี่ย 3.86 อยู่ในระดับมาก ซึ่งถือเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการสร้างสื่อมัลติมีเดียตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และพบว่า

2. ผลการประเมินสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกลักษณะการถ่ายภาพและโทนสีแสดงอารมณ์ของภาพจากแบบร่างจำนวน 3 แบบ ให้เหลือจำนวน 1 แบบเป็นแบบ Film Look และผลการประเมินสื่อสร้างสรรค์ จำนวน 6 ด้านมีดังนี้ 1. ด้านโครงสร้างการนำเสนอสื่อมัลติมีเดียจากการประเมินแบบร่างจากผู้เชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ย 3.68 อยู่ในระดับมาก 3. ด้านรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อวีดิทัศน์ ค่าเฉลี่ย 3.87 อยู่ในระดับมาก 4. ด้านเทคนิคพิเศษในการนำเสนอภาพกราฟิก มีค่าเฉลี่ย 3.95 อยู่ในระดับมาก 5. ด้านความเหมาะสมของเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดียในการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.95 อยู่ในระดับมาก 6. ด้านความพึงพอใจของผู้ชมที่เป็นนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดมีค่าเฉลี่ย 4.41 อยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัย พบว่า การนำเรื่องราวความเป็นมาของทุนทางวัฒนธรรมของชาวมอญ ในเกาะเกร็ดและนำเอกลักษณ์เฉพาะตัวของลวดลายเครื่องปั้นดินเผามาเป็นจุดแข็งในการนำเสนอในสื่อมัลติมีเดียรูปแบบวีดิทัศน์เชิง สารคดีท่องเที่ยว ซึ่งผ่านกระบวนการออกแบบโครงสร้างการนำเสนอสื่อ ประกอบกับเทคนิคการถ่ายทำ และนำเสนอเครื่องปั้นดินเผาด้วยความปราณีตงดงาม ถ่ายทอดจุดเด่นของลวดลายเครื่องปั้นดินเผาออกมาโดยการประยุกต์ลวดลายของเครื่องปั้นดินเผาเป็นส่วนในการออกแบบลวดลายเพื่อการสร้างเทคนิคพิเศษในการนำเสนอภาพกราฟิกภาพเคลื่อนไหว สามารถทอนความเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มนี้ได้เป็นอย่างดีและทันสมัย สามารถสร้างความตื่นตาตื่นใจรวมถึงดึงดูดความสนใจของผู้ดูได้ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นให้ทรงคุณค่ามากยิ่งขึ้น สามารถแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้วยตนเองและกระตุ้นอำนาจการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน รวมไปถึงจนึงสามารถเป็นแรงกระตุ้นบรรยากาศการท่องเที่ยวให้มีสีสัน และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของ

การอภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถาม ความต้องการรับรู้สื่อข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมัลติมีเดียของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น ในเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีความสนใจในงานผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญในเกาะเกร็ด มีความต้องการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมัลติมีเดียอยู่ในค่าเฉลี่ย 3.86 อยู่ในระดับมาก มีความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของเกาะเกร็ดเป็นสื่อวีดิทัศน์ ในระดับมาก ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการรับชมอยู่ที่ 10-15 นาที การสร้างสรรค์สื่อมัลติมีเดียในรูปแบบวีดิทัศน์สารคดีสั้นนี้ มีเทคนิคการถ่ายทำ การนำเสนอภาพที่สร้างความแปลกใหม่ในการนำเสนอมุมมองผ่านการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน และวิวัฒนาการของการปั้นเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญมีลักษณะของโทนสีและอารมณ์ของภาพเช่นเดียวกับภาพยนตร์สารคดีในต่างประเทศ ประกอบกับภาพเทคนิคกราฟิกเคลื่อนไหวพิเศษที่มีความแปลกใหม่ แตกต่าง สวยงามทันสมัยสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับการนำเสนอแก่ผู้ชมได้อย่างสมจริงพร้อมๆ กับมุมมองการถ่ายภาพที่มีความละเอียดปราณีตสร้างคุณค่าน่าจดจำให้กับผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาที่มีลวดลายวิจิตร เพื่อเป็นส่งเสริมการท่องเที่ยว อนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรมของชาวมอญที่นับวันจะมีผู้สืบทอดศิลปหัตถกรรมที่ทรงคุณค่านี้น้อยลงไปทุกที เมื่อผู้ชมที่เป็นนักท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจต่อผู้รับชมและสามารถกระตุ้นแรงจูงใจในการซื้อของที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มเครื่องปั้นดินเผาชาวมอญเกาะเกร็ด ซึ่งจากการวิจัยพบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเป็นสื่อให้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสูงมีผลต่อการจดจำภาพลักษณ์และสร้างทัศนคติที่ดีขึ้นของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลมาจากการนำเอาจุดเด่นของเครื่องปั้นดินเผาที่ทรงคุณค่า ซึ่งจากข้อมูลที่ได้

จากการสำรวจลงพื้นที่ทำให้พบข้อสรุปว่าหลังจากเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมใน พ.ศ.2554 ทำให้เกิดสภาวะน้ำท่วมขังบริเวณเกาะเกร็ดเป็นเวลาหลายเดือนทำให้ผู้ประกอบการที่เหลือไม่กี่เจ้าต้องปิดกิจการลง ณ ปัจจุบันมีเจ้าของกิจการเพียง 3-4 เจ้าเท่านั้นที่ยังคงอนุรักษ์สืบทอดการปั้นเครื่องปั้นดินเผาชาวมอญอยู่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องเร่งสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการสืบทอดหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่งดงามนี้อย่างต่อเนื่อง โดยในเนื้อหาของวิดิทัศน์ ผู้ประกอบการเองก็ได้ให้ความเห็นในเรื่องของการต้องมีความร่วมมือกันหลายภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นประชาชนในเกาะเกร็ดผู้เป็นเจ้าของทุนทางวัฒนธรรมนี้และเจ้าของพื้นที่ รวมทั้งช่างปั้นเกาะสลักลวดลาย และภาครัฐที่ต้องเร่งให้การช่วยเหลือฟื้นฟูสภาพพื้นที่การประกอบการ และที่สำคัญคือการผลิตสื่อเพื่อช่วยส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในทุกด้านเพราะหากไม่มีการประชาสัมพันธ์ ขาดการร่วมมือ หรือไร้ผู้สืบทอดทุนทางวัฒนธรรมนี้ไว้ก็อาจจะทำให้สูญสลายไปในอนาคต ซึ่งถือเป็นทุนวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่นำมาเป็นจุดแข็งในการนำเสนอสารคดีนี้ต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสร้างแรงจูงใจเชื่อมโยงไปยังการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอื่นๆ ภายในเกาะเกร็ดต่อไปได้

จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถกล่าวโดยสรุปได้ดังนี้

1. ในการสร้างสรรค์สื่อมัลติมีเดียรูปแบบวิดิทัศน์เชิงสารคดีสั้นนี้นั้น มีกระบวนการผลิตที่ยึดตามโครงสร้างและรูปแบบการนำเสนอสื่อดังกล่าวจากผู้เชี่ยวชาญ ควรมีภาพประกอบที่เป็นการนำเสนอโดยใช้ภาพในด้านเทคนิคพิเศษในการนำเสนอภาพเคลื่อนไหวกราฟิก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15 ของการสร้างสรรค์ผลงาน ด้านภาพนิ่งประกอบ คิดเป็นร้อยละ 5 ของการสร้างสรรค์ผลงาน และด้านการนำเสนอเนื้อหาโดยนำเสนอผ่านภาพวิดิทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 80 ของการสร้างสรรค์ผลงาน ในทัศนของผู้เชี่ยวชาญถือได้ว่าเป็นสัดส่วนที่มีความเหมาะสมในการนำเสนอต่อสายตาผู้ชม สามารถยึดเป็นหลักการผลิตสื่อมัลติมีเดียในรูปแบบวิดิทัศน์ได้
2. การสร้างวิดิทัศน์มีการกำหนดรูปแบบการนำเสนอด้วยภาพสมจริงประณีตงดงามจะสามารถสร้างจุดประทับใจแก่ผู้รับชมได้
3. การให้บรรยากาศและอารมณ์สนุกสนานในการนำเสนอเชิงสารคดีท่องเที่ยว เนื้อหาครอบคลุมกระชับจับใจจะสามารถสร้างการติดตามชมอย่างต่อเนื่องของผู้ชมได้
4. การนำจุดเด่นของลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผา มาออกแบบด้วยการลดทอนลวดลายเพื่อการสร้างเทคนิคพิเศษในการนำเสนอกราฟิกภาพเคลื่อนไหว จะสร้างอารมณ์ร่วมและสร้างความตื่นตาตื่นใจในการรับชมโดยมีความเหมาะสมกับเนื้อหาให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันสามารถสร้างความทันสมัยแตกต่างจากรูปแบบเดิมๆที่ได้ประสบมา

5. จากการสังเกตพฤติกรรมของผู้รับชม จะสามารถมีสมาธิในการรับรู้และจดจำเรื่องราวรวมไปจนถึงจุดเด่นของเรื่องราวในสารคดีได้ไม่เกิน 15 นาที หากยาวกว่านั้นจะส่งผลกระทบต่อความรำคาญมากขึ้นและการจดจ่อกับเรื่องที่รับชมได้น้อยลง

6. เสียงประกอบสื่อมัลติมีเดียในรูปแบบวีดิทัศน์สารคดีสั้นนี้ ใช้เสียงเพลงบรรเลงประกอบให้มีความเหมาะสม สามารถเร้าอารมณ์สร้างอารมณ์ร่วมให้แก่ผู้ชมให้มีความคล้อยตามเนื้อหาได้เป็นอย่างดี

7. การนำเสนอภาพเคลื่อนไหวโดยคำนึงถึง แสง และเงา ในการถ่ายทอดอารมณ์บอกเล่าเรื่องราวของเนื้อหาให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันเป็นการสร้างบรรยากาศในการรับชมและสร้างอารมณ์ร่วมของผู้ชมได้เป็นอย่างดี

8. มุมกล้อง และรูปแบบการนำเสนอภาพเป็นไปตามหลักการถ่ายทำและบันทึกภาพ สร้างอารมณ์ร่วมแก่ผู้รับชม

9. ใช้เทคนิคการเปลี่ยนภาพที่ไม่ขัดสายตาแก่ผู้ชม

10. เทคนิคการตัดต่อและลำดับภาพกระชับ เข้าใจง่ายเป็นขั้นเป็นตอนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เน้นการให้ข้อมูลเชิงสัมภาษณ์

11. ภาพหนึ่งประกอบสื่อความหมายชัดเจน มีความเหมาะสม สามารถบอกเล่าเรื่องราวเป็นหนึ่งเดียวกับเนื้อหา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ในครั้งต่อไปควรมีการใส่ Close Caption คำบรรยายใต้ภาพ เพื่อการเข้าถึงของผู้ที่มีปัญหาการได้ยิน หรือเพิ่มศักยภาพการเข้าใจถึงเนื้อหาในสภาวะแวดล้อมที่มีเสียงดังผู้ชมสามารถเข้าใจเนื้อหาได้จากการอ่านคำบรรยายใต้ภาพดังกล่าวได้ ทำให้เกิดคุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ตามเกณฑ์ที่กำหนด

2. ในการออกแบบสื่อวีดิทัศน์ ควรมีการใช้ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวประกอบสื่อวีดิทัศน์เพื่อให้เกิดความน่าสนใจในการรับชมวีดิทัศน์ทำให้สามารถสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดในการบอกเล่าเรื่องราวในอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะการใช้ภาพนิ่งในช่วงประวัติศาสตร์ ควรใช้เทคนิคพิเศษ เช่น เทคนิค Picture Collage (เป็นการนำภาพมาต่อกัน) เพื่อสร้างความน่าสนใจและซ่อนปัญหาเกี่ยวกับความละเอียดของภาพ

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาค้นคว้า

ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียในเรื่องของสื่อวีดิทัศน์เท่านั้น ดังนั้นเพื่อการประยุกต์สื่อเพื่อให้สามารถเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยวเพื่อการมาเยือนและซื้อผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มของท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรมและเพิ่มช่องทางการกระจายภาพลักษณ์ของทุนวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่านี้ จึงขอเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. สามารถนำสื่อมัลติมีเดียที่ได้ผลิตขึ้นนี้ ไปประยุกต์กับสื่อมัลติมีเดียประเภทอื่นๆ ได้ เช่น ในรูปแบบของสื่อสารคดีออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มศักยภาพการเข้าถึงของผู้ชม หรือนักท่องเที่ยวได้ในทุกที่ทุกเวลา

2. สามารถนำสื่อมัลติมีเดียในรูปแบบของวีดิทัศน์นี้ไปใช้ร่วมกับสื่อปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบของจอสัมผัสเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ณ จุดประชาสัมพันธ์หลักของสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ในเกาะเกร็ดด้วยการสร้างจุดนำเสนอสื่อที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงง่าย เช่น ณ พิพิธภัณฑ์ภายในวัดปรมย์ ยิกาวาส, หอไทยนิทัศน์เครื่องปั้นดินเผา เพื่อความเข้าใจในประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการของการปั้นเครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญในเกาะเกร็ด

3. สามารถนำไปเป็นสื่อการเรียนการสอนให้แก่นักเรียนในโรงเรียนท้องถิ่นในจังหวัดนนทบุรี ให้ได้ทราบถึงทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวมอญ สร้างความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นของบรรพบุรุษที่ได้สร้างทุนวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า และสามารถสร้างรายได้

4. เพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ควรมีการเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้นสามารถเผยแพร่สื่อมัลติมีเดียในรูปแบบวีดิทัศน์สารคดีสั้นนี้บนช่องทางโทรทัศน์ด้วย เนื่องจากมีระยะเวลาความยาวของสารคดีที่เหมาะสมไม่ยืดเยื้อ



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ ภูประเสริฐ. (2527). *จิตวิทยาทั่วไป*. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่: ช้างเผือก.
- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). รายงานของ World Travel and Tourism Council. 1991:
ฐานข้อมูลธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กลาง
ข้อมูล ณ วันที่ 6 พฤศจิกายน 2553.
- การทำสีแบบ Vivid Color. (2556). สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2556, จาก
<http://www.phuketneophoto.com/forums/showthread.php?t=3914>
- กิดานันท์ มลิทอง. (2540). *เทคโนโลยีทางการศึกษาและนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- กิริติ บุญเจือ. (2522). *ปรัชญาศิลปะ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ไชยรัตน์ เจริญสิน โอฟาร์. (2545). *ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่*. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ: ไชยรัตน์ เจริญสิน วิภาษา.
- จิราวัฒน์ อนุวิชานนท์. (2554). *ตลาดการท่องเที่ยวและการบริการ*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลก
ธุรกิจ.
- จรรยา สุวรรณทัต. (2521). *พฤติกรรมศาสตร์เล่ม 1 พื้นฐานความเข้าใจทางจิตวิทยา*. กรุงเทพฯ:
ไทยวัฒนาพานิช.
- จิรดา แพร่ใบศรี. (2548). *การศึกษาและพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดเพื่อการตกแต่งสวน*.
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. สำนักหอสมุดกลาง.
กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- จังหวัดนนทบุรี. (2555). สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2555, จาก <http://tlak.mthai.com/topic/90714>.
- จำเนียร ช่างโชติ. (2526). *จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: รุ่งศิลป์การพิมพ์.
- เทคนิคการแต่งภาพสไลด์โลโม. (2556). สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2556, จาก
<http://www.thtfreeweb.com/photo11.html>
- นาถวุฒิ พริ้งล้าภู. (2555). *การศึกษารูปแบบเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ภูมิปัญญาจังหวัดนนทบุรี
เพื่อออกแบบชุดตกแต่งสวนไทย : กรณีศึกษา รีสอร์ทบางพลัด*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิชชา ชักกุล. (2555). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แนวคิดการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย. (2555). สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2555, จาก
<http://mixedmedia1.blogspot.com/>.

- บรรจง บรรเจิดศิลป์. (2529). *ชีวิตกับความใฝ่ฝัน*. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- พิศาล บุญผูก. (2553). *เครื่องปั้นดินเผาในทพบุรี*. ปรับปรุงครั้งที่ 1. นนทบุรี: โครงการเผยแพร่ผลงาน.
- บรรจง บรรเจิดศิลป์. (2529). *ชีวิตกับความใฝ่ฝัน*. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- บรรพจน์ โนแก้ว. (2548). *การออกแบบสารสนเทศร่วมกับการจัดการสื่อสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้มาใช้
บริการท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่*. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
ถ่ายเอกสาร.
- บทความ Final Cut Studio2. (2556). สืบค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2556, จาก
<http://atcloud.com/stories/22443>
- บุญเลิศ จิตต์วัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.
- ภาพรวมของโปรแกรม After Effect. (2556). สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2556, จาก
<http://prapassa.blogspot.com/2012/12/after-effect.html>
- พรวิไล โพธิ์เผือก. (2547). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
กรณีศึกษา: หมู่บ้านม้งดอยปุย อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จังหวัดเชียงใหม่*.
กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พัชนี เชยจรรยา; และคณะ. (2538). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.
บริการวิชาการแก่สังคม สำนักบรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มารู้จักกับโปรแกรม After Affect. (2556). สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2556, จาก
<http://returnwind.exteen.com/20110713/after-effects>
- รายงานของ World Travel and tourism council. (1991).
- เลิศฤทธิ์ ใหม่ประเทศ. (2552). *การวิเคราะห์สัญญาณของหมู่บ้านม้งดอยปุย เพื่อการออกแบบเว็บไซต์
ส่งเสริมการท่องเที่ยว*. ศิลปะศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ.
เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- วจี เรืองพรวิสุทธิ. (2550). *การบริโภคสัญญาณในการท่องเที่ยวของสังคมไทยร่วมสมัย*. (สื่อศิลปะ
และการออกแบบสื่อ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- วิทย์ ศิวะศรียานนท์. (2504). *วรรณคดี และวรรณคดีวิจารณ์*. กรุงเทพฯ: สมาคมภาษาและหนังสือ
แห่งประเทศไทย.
- สรณี วงศ์เปี้ยสัจจ. (2544). *รายงานการวิจัยเรื่องวาทกรรมสื่อโฆษณาการท่องเที่ยว : ภาพตัวแทน
ตัวตนและความเป็นไทย*. ภาควิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

- สมิต สังสิทธิ์ยากร. (2533). *การถ่ายวิดีโอเพื่อสื่อโฆษณาสถาบันศิลปะทางโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุจิตร์ บุญขจร. (2555). *การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าด้วยดีไซน์*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2555, จาก <http://talk.mthai.com/topic/90714>
- สุเชาว์ พลอยชุม. (แปล). (2523). *สุนทรียศาสตร์ : ปัญหาและทฤษฎีเกี่ยวกับความงามและศิลปะ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุทัศน์ ชัชวาล. (2527). *การจัดแสงเพื่อการถ่ายวิดีโอ*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กระบวนการการตัดสินใจของผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสัทธิพัฒนา.
- อลิสรา รามโกมุท. (2542). *เกาะเกร็ด วิถีชีวิตชุมชนมอญริมแม่น้ำเจ้าพระยา* กรุงเทพฯ: กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร.
- อภิสิทธิ์ ชวนไชยสิทธิ์. (2550). *การออกแบบภาพสำเร็จรูปแนววัฒนธรรมล้านนา*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- อารี สุทธิพันธุ์ ศาสตราจารย์พิเศษ. พิมพ์ลักษณ์. (2551). *ผลึกความคิดศิลปะ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เอกชัย สุนทรพงศ์; และ เสาวนิตย์ แสงวิเชียร. (2529). *ความงามสุนทรียศาสตร์สำหรับผู้เฝ้ารู้*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- Adobe 5.5. (2556). สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2556, จาก <http://goo.gl/7e2Li>
- Belch George E.; & Belch Michael A. (1995). *Introduction to Advertising and promotion: Integrated Marketing Communication Perspective*. 3rd ed. Von Hoffman Press.
- Bovee, Houston.; & Thill. (1995). *Marketing*. 2nd ed. New Jersey: McGraw Hill.
- Garrison, K.C.; & Magoon, R. (1972). *Educational psychology*. Ohio: Charles E. Morrill Publishing century-crofts.
- Gradind การย้อมสี. (2556). สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2556, จาก <http://www.thaidfilm.com/read.php?tid=114>
- Joel R. Evans and Barry Berman. (1997). *Marketing*. 7th ed. New York: Publishing Company. p. 219.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. Upper Sanddle River. New Jersey: Prentice Hall.

Lamb, C.; Hair, J.; & McDaniel, C. (1992). *Principles of marketing*. Cincinnati, OH: South-Western.

Likert, R. (1961). *New Patterns of Management*. New York: McGraw-Hill.

McCarthy, E. Jerome; & Perreault William D, Jr. (1990). *Basic Marketing*. 10th ed. Illinois. Ridchard D. Irwin.

TCDC. เจาะเทรนด์โลก 2013. (2555). แฟชั่น วัสดุ เทคโนโลยี สี พื้นที่ และการใช้ชีวิต / ศูนย์
สร้างสรรค์งานออกแบบสำนักงาน บริหารและพัฒนาองค์ความรู้. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.







แบบสอบถาม

การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม
กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง

1. กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ระดับการประเมิน 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง
2 = น้อย 1 = น้อยที่สุดที่สุด
2. แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยว จาก
ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มกรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัด
นนทบุรี
3. แบบประสอบถาม ชุดนี้มี 3 ตอน
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตอนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานความต้องการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมัลติมีเดีย
ของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดที่ได้ชมสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย
เชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์ มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา
ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ตามทฤษฎีการสื่อสาร และทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้
ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ระบุไว้

แบบทดสอบชุดนี้เป็นแบบสอบถามในการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์
มูลค่าเพิ่มกรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นงานวิจัยระดับ
ปริญญาโท สาขาวิชา นวัตกรรมออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปี
การศึกษา 2555

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามในการศึกษาและพัฒนาสื่อ
มัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มกรณีศึกษากลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี ดังกล่าวมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย
นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคูณ

แบบสอบถามความต้องการรับรู้ข่าวสาร จากสื่อที่ต้องการ ของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด
 เพื่อการผลิตสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยว
 จากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา
 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

อายุ ☐ ต่ำกว่า 18 ปี ☐ 18 – 30 ปี

☐ 31 – 40 ปี ☐ 41 – 50 ปี

☐ 51 ปีขึ้นไป

วุฒิการศึกษาสูงสุด

☐ มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

รายได้

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,000 – 25,000 บาท

☐ 25,000 – 40,000 บาท ☐ สูงกว่า 40,000 บาท

ระยะเวลาเหมาะสมในการเลือกรับชมสื่อมัลติมีเดีย ประเภทสื่อวีดิทัศน์

☐ 1 ชั่วโมง ☐ 30 นาที ☐ 10-15 นาที

สื่อประเภทใดเหมาะสมกับการแนะนำประวัติความเป็นมาของเกาะเกร็ดและให้ข้อมูลประวัติ
 ความเป็นมาของเครื่องปั้นดินเผาในเกาะเกร็ดที่ท่านสนใจรับชมมากที่สุด

☐ เว็บไซต์ ☐ สารคดีสั้น ☐ การ์ตูนแอนิเมชัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานความต้องการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมัลติมีเดียของนักท่องเที่ยว
ในเกาะเกร็ดที่ได้ชมสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์
มูลค่าเพิ่ม ภูมิศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ตามทฤษฎีการสื่อสาร และทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้

รายการประเมิน	คำตอบ			
	ใช่		ไม่ใช่	
แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผา				
1. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของเกาะเกร็ด				
2. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของ เครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญในเกาะเกร็ด				
3. ท่านเคยซื้อเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดไปเป็นเครื่องใช้ภายในบ้าน				
4. ท่านเคยซื้อเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดไปเป็นของที่ระลึก				
5. ท่านรู้จักกลดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผาชาวมอญ				
แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับความต้องการสื่อ				
1. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผา ผ่านสื่อประเภทหนังสือพิมพ์				
2. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผา ผ่านสื่อประเภทเว็บไซต์				
3. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผา ผ่านสื่อประเภทหนังสือ				
4. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผา ผ่านสื่อประเภทมัลติมีเดียในรูปแบบวีดิทัศน์สารคดีสั้น				
5. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผา ผ่านสื่อประเภทวิทยุ				

ตอนที่ 3

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

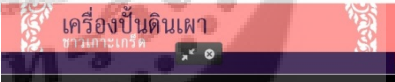
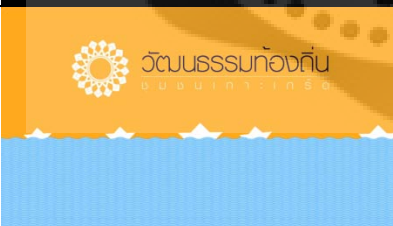
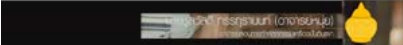
ภาคผนวก ข

1. ตารางการ แบบร่าง จำนวน 4 รูปแบบ
2. ด้านโครงสร้างและรูปแบบการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย
3. ด้านเนื้อหาและการลำดับเรื่อง

1. ด้านโครงสร้างและรูปแบบการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย

ตารางการ Sketch Graphic จำนวน 4 รูปแบบ

โดยใช้แนวทางแนวความคิดด้านสี อิสระไร้กฎเกณฑ์ (Carefree Attitude)

รูปแบบ ที่	Title Intro	Supper	ผลการประเมิน
1			
2			
3			
4			

2. ตารางแสดงภาพตัวอย่างการใช้ เทคนิคพิเศษในการนำเสนอภาพเคลื่อนไหว

ด้วยโปรแกรม After Effect

ลำดับภาพ	ภาพ	ลักษณะภาพ	เวลา
1		การซ้อนภาพ	0.4 วินาที
2		การซ้อนภาพ	0.4 วินาที
3		การซ้อนภาพ	0.7 วินาที
4		การซ้อนภาพ	0.4 วินาที
5		การซ้อนภาพ	0.5 วินาที
6		การซ้อนภาพ	0.5 วินาที

3. ด้านเนื้อหาและการลำดับเรื่อง Story Board สื่อมัลติมีเดียรูปแบบวีดิทัศน์

สารคดีสั้นเชิงท่องเที่ยว เรื่อง เครื่องปั้นดินเผาชาวเกาะเกร็ด ความยาว 13 นาที

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะ ภาพ/ คำสั่งพิเศษ	ดนตรีเสียง ประกอบ	คำบรรยาย
1	15 วินาที	Opening Scene Graphic, GraphicMotion คำว่า มหาลัษศรีนครินทรวิโรฒ, วัฒนธรรมท้องถิ่นชุมชนเกาะ เกร็ด, เสนอ, 365 Travel, เครื่องปั้นดินเผาชาวเกาะเกร็ด	Motion Graphic	Fadeln ไตเติ้ล เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	Graphic Insert
2	6 วินาที	ภาพบรรยากาศวิถีชีวิตท้องถิ่น ยามเช้าเรือโดยสารแล่นส่ง ผู้โดยสารกลางแม่น้ำเจ้าพระยา จากหลังเป็นเกาะเกร็ด	ELS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
3	4 วินาที	ภาพผู้คนรอเรือโดยสารเทียบ ท่าเรือ ท่าวัดปรมัยยิกาวาส	MS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
4	2 วินาที	ภาพฝีเท้าของผู้คนที่เดินขึ้นจาก เรือโดยสารข้ามฝาก	CU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
6	2 วินาที	ภาพผู้คนบนถนน ในบริเวณ วัดปรมัยยิกาวาส	LS,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
7	3 วินาที	ภาพการใช้ชีวิตของผู้คนบนเกาะ เกร็ด	LS,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
8	3 วินาที	ภาพการใช้ชีวิตของผู้คนบนเกาะ เกร็ด	MS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะ ภาพ/ คำสั่งพิเศษ	ดนตรีเสียง ประกอบ	คำบรรยาย
9	2 วินาที	ภาพการใช้ชีวิตของผู้คนบนเกาะ เกร็ด	LS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
10	2 วินาที	ภาพผู้คนบริเวณวัดปรมย์ยิกา วาส	MS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
11	2 วินาที	ภาพผู้คนบริเวณวัดปรมย์ยิกา วาส	LS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
12	2 วินาที	ภาพสิ่งของบริเวณวัดปรมย์ยิกา วาส	CU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
13	3 วินาที	ภาพผู้คนบริเวณวัดปรมย์ยิกา วาส	LS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
14	4 วินาที	ภาพผู้คนบริเวณวัดปรมย์ยิกา วาส	LS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะ ภาพ/ คำสั่งพิเศษ	ดนตรีเสียง ประกอบ	คำบรรยาย
15	2 วินาที	ภาพผู้คนพูดคุยกันบริเวณร้าน ขายขนมโบราณ	MS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
16	2 วินาที	ภาพขนมโบราณย้อนยุคสีส้ม สดใส	ECU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
17	41 วินาที	- สัมภาษณ์ ผู้ใหญ่ศุภกร เกตุ เจริญ ให้ข้อมูลประวัติความ เป็นมาของเกาะเกร็ด - Super ชื่อผู้นำ อช. - Insert ภาพบรรยากาศของ เจดีย์เอียงริมฝั่งของเกาะเกร็ด - Insert ภาพเรือข้ามฝากเข้า เทียบท่า ท่าวัดปรมย์ยิกาวาส	CU, Cut Superimpo se ELS, Cut LS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ Fade Out เสียงดนตรี ประกอบ Fade In เสียง สัมภาษณ์ ผู้ใหญ่บ้าน Fade Out เสียงผู้ นำ อช.	เสียงบรรยาย ของคุณศุภกร
18	6 วินาที	ภาพผู้คนตักบาตรยามเช้า	LS, Cut	Fade In เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
19	5 วินาที	ภาพผู้คนตักบาตรยามเช้า	MS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
20	3 วินาที	ภาพงานกับข้าวที่ใช้ตักบาตร	CU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะ ภาพ/ คำสั่งพิเศษ	ดนตรีเสียง ประกอบ	คำบรรยาย
21	3 วินาที	ภาพมือกำลังตักกับข้างลงใน ภาชนะ	ECU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
22	1 นาที 47 วินาที	- สัมภาษณ์ ท่านเจ้าคุณพระ สุเมธมณี ให้ข้อมูลประวัติความเป็นมาของการทำ เครื่องปั้นดินเผา - Super ชื่อท่านเจ้าคุณพระ สุเมธมณี - Insert ภาพนิ่งเก่าๆของการทำ เครื่องปั้นดินเผา - Insert ภาพนิ่งเครื่องปั้นดินเผา - Insert ภาพท่านเจ้าคุณพระ สุเมธมณีพาเดินชมพิพิธภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา - Insert ลวดลายเครื่องปั้นดินเผา	MS,CUT MS,Dissolve CU,Dissolve MS,Cut CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ Fade Out เสียงดนตรี ประกอบ Fade In เสียง สัมภาษณ์ท่านเจ้า คุณพระสุเมธมณี Fade Out เสียงสัมภาษณ์ ท่านเจ้าคุณพระ สุเมธมณี	เสียงบรรยาย ขอท่านเจ้าคุณ พระสุเมธมณี
23	3 วินาที	ภาพเครื่องปั้นดินเผาต่างๆ	CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
24	2 วินาที	ภาพเครื่องปั้นดินเผาต่างๆ	ECU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
25	3 วินาที	ภาพเครื่องปั้นดินเผาต่างๆ	ECU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
26	2 วินาที	ภาพเครื่องปั้นดินเผาต่างๆ	ECU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะ ภาพ/ คำสั่งพิเศษ	ดนตรีเสียง ประกอบ	คำบรรยาย
27	54 วินาที	- สัมภาษณ์ อาจารย์ชูสวัสดิ์ ให้ ข้อมูลประวัติความเป็นมาของ ชาวมอญที่เข้ามา เครื่องปั้นดินเผาที่เกาะเกร็ด - Super ชื่ออาจารย์ ชูสวัสดิ์ - Insert ภาพเครื่องปั้นดินเผา ต่างๆ	MS,Cut CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ Fade Out เสียงดนตรี ประกอบ Fade In เสียง สัมภาษณ์ของ อาจารย์ชูสวัสดิ์ FadeOut เสียงสัมภาษณ์ ของอาจารย์ชู สวัสดิ์	เสียงบรรยาย ของ อาจารย์ ชูสวัสดิ์
28	4 วินาที	ภาพเครื่องปั้นดินเผาต่างๆ	CU,Dissolve	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
29	3 วินาที	ภาพเครื่องปั้นดินเผาต่างๆ	CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
30	1 นาที 16 วินาที	- สัมภาษณ์ คุณอรุณศรี ให้ ข้อมูลประวัติการกิจการโรงงาน เครื่องปั้นดินเผาของครอบครัว - Super ชื่อคุณอรุณศรี - Insert ภาพเครื่องปั้นดินเผา ต่างๆที่อยู่ในบริเวณโรงงาน	MS,Cut LS ,CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ Fade Out เสียงดนตรี ประกอบ Fade In เสียง สัมภาษณ์ของคุณ อรุณศรี FadeOut เสียงสัมภาษณ์ ของคุณอรุณศรี	เสียงบรรยาย ของ คุณอรุณศรี

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะ ภาพ/ คำสั่งพิเศษ	ดนตรีเสียง ประกอบ	คำบรรยาย
31	2 วินาที	ภาพรถกสายพานเครื่องจักร กำลังหมุน	CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
32	3 วินาที	ภาพเครื่องจักรกำลังหมุนบน น้ำดิน	CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
33	3 วินาที	ภาพเครื่องจักรกำลังหมุนบน น้ำดินโดยมีคนเดินผ่านหน้า กล้องเป็นระยะหน้า	MU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
34	2 วินาที	ภาพมือกำลังเทน้ำดินลงบนที่ กรองเศษดิน	CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
35	4 วินาที	ภาพการเทน้ำดินลงบนที่กรอง เศษดิน	CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
36	4 วินาที	ภาพคนงานเดินกลับไปหลังจาก เทน้ำดินลงบนที่กรองเศษดิน	LS,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
37	1 นาที 22 วินาที	- สัมภาษณ์ คุณอภิสิทธิ์ ให้ ข้อมูลเกี่ยวกับการทำ เครื่องปั้นดินเผา - Super ชื่อคุณอภิสิทธิ์ - Insert ภาพลายของ เครื่องปั้นดินเผา -Insert ภาพของ เครื่องปั้นดินเผาแบบลวดทอง -Insert ภาพการปั้น เครื่องปั้นดินเผา	CU,Cut ECU,Cut CU,Cut ECU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ Fade Out เสียงดนตรี ประกอบ Fade In เสียง สัมภาษณ์ของคุณ อภิสิทธิ์ FadeOut เสียงสัมภาษณ์ ของคุณอภิสิทธิ์	

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะ ภาพ/ คำสั่งพิเศษ	ดนตรีเสียง ประกอบ	คำบรรยาย
31	2 วินาที	ภาพรอกสายพานเครื่องจักร กำลังหมุน	CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
32	3 วินาที	ภาพเครื่องจักรกำลังหมุนกว น้ำดิน	CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
33	3 วินาที	ภาพเครื่องจักรกำลังหมุนกว น้ำดินโดยมีคนเดินผ่านหน้า กล้องเป็นระยะหน้า	MU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
34	2 วินาที	ภาพมือกำลังเทน้ำดินลงบนที่ กรองเศษดิน	CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
38	4 วินาที	ภาพมือกำลังตักน้ำดินในบ่อใน น้ำดิน	ECU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
39	4 วินาที	ภาพคนงานกำลังเทน้ำดินลงบน ที่กรองเศษดิน	Graphic Motion , MS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
40	4 วินาที	ภาพของเครื่องกรองดินและ เครื่องร่อนน้ำออกจากดิน	Graphic Motion , MS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
41	8 วินาที	ภาพของช่างปั้นกำลังตัดแบ่ง ก้อนดิน	Graphic Motion , MS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
42	4 วินาที	ภาพของช่างปั้นกำลังนำก้อนดิน เข้าไปในเครื่องนวดดิน	Graphic Motion , MS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะ ภาพ/ คำสั่งพิเศษ	ดนตรีเสียง ประกอบ	คำบรรยาย
43	3 วินาที	ภาพของช่างปั้นกำลังทำความ สะอาดแป้นหมุนสำหรับปั้นดิน	MS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
44	4 วินาที	ภาพมือจับก้อนดินที่อยู่บนแป้น หมุนเพื่อจะปั้นขึ้นรูป	Graphic Motion , ECU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
45	8 วินาที	ภาพมือตัดดินที่ขึ้นรูปเสร็จแล้ว	Graphic Motion , ECU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
46	3 วินาที	ภาพของหม้อดินที่อยู่บนแป้นห หมุนในขั้นตอนของการขัดผิว	Graphic Motion , CU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
47	3 วินาที	ภาพมือกำลังแกะสลักลายบน หม้อดิน	Graphic Motion , ECU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
48	2 วินาที	ภาพมือกำลังแกะสลักลายบน หม้อดิน	Super ECU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
49	5 วินาที	ภาพมือกำลังแกะสลักลายบน หม้อดิน	Graphic Motion , ECU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
50	4 วินาที	ภาพมือกำลังแกะสลักลายบน หม้อดิน	Graphic Motion , CU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
51	6 วินาที	ภาพมือวางภาชนะใส่เครื่องปั้นที่ ทำลวดลายแล้ว เข้าในเตาเผา	ECU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะ ภาพ/ คำสั่งพิเศษ	ดนตรีเสียง ประกอบ	คำบรรยาย
52	4 วินาที	ภาพไฟที่จุดที่เตาเผา	Graphic Motion , CU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
53	2 วินาที	ภาพปล่องบนเตาเผาที่มีควัน ออกมา	CU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
54	4 วินาที	ภาพช่างปั้นเดินเข้ามาหยิบ ภาชนะที่ใส่เครื่องปั้นที่เผาเสร็จ แล้วภายในเตาเผา	Graphic Motion , CU, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
55	4 วินาที	ภาพด้านหลังช่างปั้น หยิบ ภาชนะที่ใส่เครื่องปั้นที่เผาเสร็จ แล้วเดินออกไป	Graphic Motion , MS, Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
56	11 วินาที	สัมภาษณ์ผู้คนบนเกาะเกร็ด	LS, Cut	เสียงสัมภาษณ์ของ เจ้าของร้านขาย ขนมโบราณย้อน ยุค	
57	10 วินาที	สัมภาษณ์ผู้คนบนเกาะเกร็ด	MS, Cut	เสียงสัมภาษณ์ของ แม่ค้าขายอาหาร	
58	13 วินาที	คุณอภิสิทธิ์พูดบทสรุปกับกล้อง	CU,Cut	เสียงสัมภาษณ์ของ คุณอภิสิทธิ์	
59	52 วินาที	ผู้ใหญ่ศุภกรพูดบทสรุปกับกล้อง	CU,Cut	เสียงสัมภาษณ์ของ ผู้ใหญ่ศุภกร	
60	4 วินาที	ภาพเครื่องปั้นดินเผาวางอยู่บน โต๊ะ	CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะ ภาพ/ คำสั่งพิเศษ	ดนตรีเสียง ประกอบ	คำบรรยาย
61	2 วินาที	ช่างปั้นกำลังสอนนักท่องเที่ยวนั่งปั้นดิน	MS,Cut	เสียงดนตรีฟังสบายๆ	
62	2 วินาที	มือของนักท่องเที่ยวกำลังปั้นดินที่อยู่บนแป้นหมุน	ECU,Cut	เสียงดนตรีฟังสบายๆ	
63	3 วินาที	นักท่องเที่ยวกำลังถ่ายภาพเครื่องปั้นดินเผา	MS,Cut	เสียงดนตรีฟังสบายๆ	
64	3 วินาที	กล้องเคลื่อนที่ผ่านเครื่องปั้นดินเผาไปจับภาพของคุณอรุณศรี ที่นั่งอยู่ด้านขวา	MS,Cut	เสียงดนตรีฟังสบายๆ	
65	2 วินาที	ภาพเครื่องปั้นดินเผาต่างๆ	ECU,Cut	เสียงดนตรีฟังสบายๆ	
66	2 วินาที	ภาพคุณอภิสิทธิ์ ยืนยิ้มมองมาหากล้องที่หน้าโรงงาน	MS,Cut	เสียงดนตรีฟังสบายๆ	
67	2 วินาที	ภาพเด็กๆ บนเกาะเกร็ดยิ้มแย้ม	LS,Cut	เสียงดนตรีฟังสบายๆ	
68	2 วินาที	ภาพเด็กๆ บนเกาะเกร็ดยิ้มแย้ม	CU,Cut	เสียงดนตรีฟังสบายๆ	
69	2 วินาที	ภาพเจ้าของร้านขายขนมโบราณ ย้อนยุคยิ้มแย้ม	MS,Cut	เสียงดนตรีฟังสบายๆ	
70	2 วินาที	ภาพคนขายของ	LS,Cut	เสียงดนตรีฟังสบายๆ	

ลำดับ	เวลา	ภาพ	ลักษณะ ภาพ/ คำสั่งพิเศษ	ดนตรีเสียง ประกอบ	คำบรรยาย
71	3 วินาที	ภาพผู้คนบริเวณวัดปรมย์ยิกา วาส	LS,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
72	3 วินาที	ภาพมุมเสยเห็นรั้วคาของวัดปร มย์ยิกาวาส	CU,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
73	5 วินาที	เรือโดยสารแล่นส่งผู้โดยสาร กลางแม่น้ำเจ้าพระยา ฉากหลังเป็นเกาะเกร็ด	LS,Cut	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ	
74	47 วินาที	End credit Scene Graphic, GraphicMotion	Motion Graphic	เสียงดนตรีฟัง สบายๆ Fadeoutไต่เต้	



ภาคผนวก ค

แบบประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ

แบบประเมินสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยว
จากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม การนันทนาการ กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา
ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ผู้ผลิต นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคูณ สาขา นวัตกรรมการออกแบบ

ผู้ประเมิน ตำแหน่ง

หน่วยงาน.....

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
1. ด้านโครงสร้างและรูปแบบการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย						
1.1 ภาพ ภาษา และเสียง						
1.1.1 ความเหมาะสมของภาพที่ใช้ประกอบสื่อวีดิทัศน์						
1.1.2 เสียงดนตรีที่ใช้ประกอบสื่อวีดิทัศน์						
1.1.3 ความสอดคล้องของภาพกับเสียงบรรยาย						
1.1.4 การให้อารมณ์ร่วมกับโทนสีของภาพที่ปรากฏในเรื่อง						
1.2 ตัวอักษรและสี						
1.2.1 รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ						
1.2.2 ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ประกอบสื่อวีดิทัศน์						
1.2.3 ความเหมาะสมของการเลือกใช้สีตัวอักษร						
1.2.4 ความเหมาะสมของการเลือกสีพื้นบนจอภาพ						
2. ด้านเนื้อหาและการลำดับเรื่อง						
2.1 เนื้อหาสอดคล้องกับภาพและคำอธิบายในสื่อวีดิทัศน์						
2.2 เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์						
2.3 ความเหมาะสมในการนำเสนอเนื้อหา						
2.4 ความเหมาะสมในการลำดับเนื้อหา						
2.5 ความถูกต้องของเนื้อหา						
2.6 ความเหมาะสมกับระดับผู้ชมสื่อวีดิทัศน์						
2.7 ความเหมาะสมของการเสริมแรงจูงใจ						
3. ด้านเทคนิคพิเศษในการนำเสนอกราฟิกภาพเคลื่อนไหว						
3.1 การออกแบบกราฟิกภาพเคลื่อนไหวโดยภาพรวม						
3.2 สี กราฟิกภาพเคลื่อนไหวมีความเหมาะสมกับเนื้อหา						
3.4 กราฟิกภาพเคลื่อนไหว สามารถดึงดูดความสนใจ						
3.5 กราฟิกภาพเคลื่อนไหวอ่านง่าย เข้าใจง่าย						
3.6 กราฟิกภาพเคลื่อนไหวสร้างเอกลักษณ์เหมาะสมกับเนื้อหา						
3.7 ใช้ระยะเวลานำเสนอกราฟิกภาพเคลื่อนไหวเหมาะสมกับเนื้อหา						

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ลงชื่อผู้ประเมิน

(.....)

ผู้ประเมิน

วันที่.....



ภาคผนวก ง

แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด
ที่ได้ชมสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยว
จากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา
ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

แบบสอบถาม

การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม
กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง

1. กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
ระดับการประเมิน 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง
3 = น้อย 1 = น้อยที่สุดที่สุด
2. แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยว จากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มกรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
3. แบบประสอบถาม ชุดนี้มี 3 ตอน
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตอนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานความต้องการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมัลติมีเดียของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดที่ได้ชมสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์ มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ตามทฤษฎีการสื่อสาร และทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้
ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ระบุไว้

แบบทดสอบชุดนี้เป็นแบบสอบถามในการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มกรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นงานวิจัยระดับปริญญาโท สาขาวิชา นวัตกรรมออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีการศึกษา 2555

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามในการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มกรณีศึกษากลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ดังกล่าวมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย
นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคูณ

แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด
ที่ได้ชมสื่อมัลติมีเดียการศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยว
จากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา
ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

อายุ ☐ ต่ำกว่า 18 ปี ☐ 18 – 30 ปี

☐ 31 – 40 ปี ☐ 41 – 50 ปี

☐ 51 ปีขึ้นไป

วุฒิการศึกษาสูงสุด

☐ มัธยมหรือต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

รายได้

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,000 – 25,000 บาท

☐ 25,000 – 40,000 บาท ☐ สูงกว่า 40,000 บาท

ระยะเวลาเหมาะสมในการเลือกรับชมสื่อมัลติมีเดีย ประเภทสื่อวีดิทัศน์

☐ 1 ชั่วโมง ☐ 30 นาที ☐ 10-15 นาที

สื่อประเภทใดเหมาะสมกับการแนะนำประวัติความเป็นมาของเกาะเกร็ดและให้ข้อมูลประวัติ
ความเป็นมาของเครื่องปั้นดินเผาในเกาะเกร็ดที่ท่านสนใจรับชมมากที่สุด

☐ เว็บไซต์ ☐ สารคดีสั้น ☐ การ์ตูนแอนิเมชั่น

ตอนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานความต้องการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนเดียวของนักท่องเที่ยว
ในเกาะเกร็ดที่ได้ชมสื่อมวลชนเดียวการศึกษาและพัฒนาสื่อมวลชนเดียวเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์
มูลค่าเพิ่ม การศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ตามทฤษฎีการสื่อสาร และทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้

รายการประเมิน	คำตอบ			
	ใช่		ไม่ใช่	
แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผา				
1. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของเกาะเกร็ด				
2. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของ เครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญในเกาะเกร็ด				
3. ท่านเคยซื้อเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดไปเป็นเครื่องใช้ภายในบ้าน				
4. ท่านเคยซื้อเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดไปเป็นของที่ระลึก				
5. ท่านรู้จักตลาดที่เป็นเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผาชาวมอญ				
แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับความต้องการสื่อ				
6. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผา ผ่านสื่อประเภทหนังสือพิมพ์				
7. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผา ผ่านสื่อประเภทเว็บไซต์				
8. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผา ผ่านสื่อประเภทหนังสือ				
9. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผา ผ่านสื่อประเภทมัลติมีเดียในรูปแบบวีดิทัศน์สารคดีสั้น				
10. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารของเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผา ผ่านสื่อประเภทวิทยุ				

ตอนที่ 3

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก จ

ภาพถ่ายผลงานและการเผยแพร่บนเว็บไซต์

ภาพถ่ายผลงานและการเผยแพร่บนเว็บไซต์



Link ข้อมูลการเผยแพร่ออนไลน์ สำหรับการเข้ารับชมผลงานการสร้างสรรค์สื่อมัลติมีเดีย
การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่ม
เครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
สามารถคลิกเข้าไปรับชมได้ที่ <http://goo.gl/MBV74>



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

1. ดร.จารุวรรณ พลอยดวงรัตน์

ปัจจุบัน ประกอบอาชีพเป็น อาจารย์
สถานที่ทำงาน ภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ
10110
โทรศัพท์/โทรสาร 02-649500 ต่อ 5536

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2536 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) วิชาเอกนิเทศศาสตร์
วิทยาลัยครูมหาสารคาม
ปีการศึกษา 2538 ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต (กศ.ม.) วิชาเอกเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ปีการศึกษา 2546 ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต (ศษ.ด.) สาขาวิชาการบริหาร
การศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ปีการศึกษา 2549 ประกาศนียบัตร ด้านการวิจัย จาก WashingtonStateUniversity
สหรัฐอเมริกา

วิทยานิพนธ์

- ปริญญามหาบัณฑิต การพัฒนารูปแบบการสอนวิชาภาษาอังกฤษที่เหมาะสมสำหรับชั้น
ประถมศึกษาปีที่ 6
- ปริญญาดุษฎีบัณฑิต การพัฒนารูปแบบการเพิ่มคุณภาพการจัดการศึกษาสำหรับสาขาวิชา
การบริหารการศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต ในมหาวิทยาลัยของรัฐ

ผลงานวิจัย

1. รายงานวิจัย เรื่อง ระดับความเหมาะสมและระดับความต้องการของผู้เรียนและผู้สอนวิชา
ชีววิทยา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม /ทุนอุดหนุนการทำวิจัยด้วยเงินรายได้จากมหาวิทยาลัย
มหาสารคาม ปี 2538

2. รายงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดภาคกลางตอนบน /ทุนอุดหนุนวิจัยเงินงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปี 2547
3. การสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกสาขาการศึกษา ด้วยการวิเคราะห์อภิमानและวิเคราะห์เนื้อหา (งบประมาณเงินรายได้มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปี 2548 /หัวหน้าโครงการวิจัย)
4. การพัฒนาดัชนีคุณภาพวิทยานิพนธ์สาขาการศึกษา (งบประมาณเงินรายได้มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปี 2548 /หัวหน้าโครงการวิจัย)
5. รูปแบบการสอนเพื่อพัฒนาระบบการคิดเชิงระบบโดยใช้กระบวนการเรียนการสอนแบบเว็บเควส สำหรับนิสิตหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต (งบประมาณเงินรายได้คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปี 2548 /หัวหน้าโครงการวิจัย)
6. การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดภาคกลางตอนบน (งบประมาณแผ่นดิน ปี 2548 /หัวหน้าโครงการวิจัย)
7. โครงการวิจัย เรื่อง การประเมินผลการดำเนินงานของสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา 25 ปี : ยุทธศาสตร์การพัฒนา (ทุนวิจัยจากสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ปีงบประมาณ 2549/หัวหน้าโครงการวิจัย)
8. โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบเครือข่ายการเรียนรู้ทางการบริหารการศึกษา สำหรับผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน (ทุนวิจัยจากสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการปีงบประมาณ 2549 /ผู้ร่วมโครงการวิจัย)
9. การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับนักบริหารระดับต้นการกีฬาแห่งประเทศไทย (ทุนอุดหนุนจากการกีฬาแห่งประเทศไทย ปี 2549)
10. การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับนักบริหารระดับกลางการกีฬาแห่งประเทศไทย (ทุนอุดหนุนจากการกีฬาแห่งประเทศไทย ปี 2549)
11. การพัฒนากลไกเชิงระบบเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการศึกษาตามแนวปฏิรูปเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในภาคสังคม (ทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ ปีงบประมาณ 2550)

12. รูปแบบการถ่ายทอดความรู้ในชุมชนของผู้สูงอายุและกระบวนการเรียนรู้ ด้านภูมิปัญญา ประเพณีและวัฒนธรรมของเยาวชนไทย(ทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ ปีงบประมาณ 2551)

13. การพัฒนารูปแบบการสร้างความร่วมมือลักษณะไตรภาคี เพื่อส่งเสริมวิชาชีพทางการศึกษา (งบประมาณเงินรายได้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ 2552)

14. การพัฒนาระบบวารสารอิเล็กทรอนิกส์ “ICT เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย ประจำปีงบประมาณ 2551)

15. การพัฒนาระบบการนิเทศแนวใหม่ (ทุนงบประมาณแผ่นดิน จากกระทรวงศึกษาธิการ ปีงบประมาณ 2553)

16. การพัฒนาระบบทดสอบผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน (ทุนงบประมาณแผ่นดิน จากกระทรวงศึกษาธิการ ปีงบประมาณ 2553)

17. การพัฒนาและการประเมินผลการจัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สำหรับนิสิตหลักสูตรการศึกษาบัณฑิต(งบประมาณเงินรายได้คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2554)

18.การพัฒนาและการจัดการเรียนการสอนโดยการใช้การวิจัยเป็นฐาน สำหรับนิสิตหลักสูตรการศึกษาบัณฑิต (งบประมาณเงินรายได้คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2554)

19. การจัดการเรียนการสอนโดยผู้เรียนใช้การวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนเรียนรู้ (งบประมาณเงินรายได้คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2554)

20. การพัฒนาโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำแบบสรรคนิยมของครูในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร(งบประมาณเงินรายได้คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2554)

การบริการวิชาการ

1. การจัดหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาพนักงานระดับปฏิบัติการของการกีฬาแห่งประเทศไทย
2. การจัดหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนานักบริหารระดับต้น และระดับกลางของการกีฬาแห่งประเทศไทย
3. การจัดหลักสูตรฝึกอบรม การวิจัยในชั้นเรียนสำหรับบุคลากรศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน
4. การจัดทำวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ICT เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ร่วมกับโครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
5. การประเมินแผน และการปฏิบัติงานการบริหารทรัพยากรบุคคล ของการกีฬาแห่งประเทศไทย
- 6.

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2539-2543	รับราชการ ตำแหน่งนักวิชาการโสตทัศนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
พ.ศ. 2544-2545	อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2543-2546	นักเรียนทุน ทบวงมหาวิทยาลัย (ศึกษาต่อระดับปริญญาเอก)
พ.ศ. 2546-2547	อาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. 2547-2551	ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2552-2554	ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้อำนวยการศูนย์ประเมินผลและรับนิสิตใหม่
2547- ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์

2. ดร.สามิติ สุขบรรจง

ปัจจุบัน ปฏิบัติหน้าที่อาจารย์ประจำสาขาวิชาเอกการแสดง และการกำกับแสดง
ผ่าน

สื่อ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อาจารย์
พิเศษด้านการพูดและการแสดง ในมหาวิทยาลัยต่างๆ ส่วนงานด้านบริหาร

เคย

ปฏิบัติหน้าที่ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายบริหารและผู้อำนวยการศูนย์สารสนเทศ

และการ

ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต (ศิลปการละคร) จากจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
และศึกษาต่อในระดับปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต (ศิลปศึกษา) ณ มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ต่อมาได้ไปศึกษาต่อระดับปริญญาโทบัณฑิต ได้รับวุฒิ Master of
Science (Theatre) Illinois State University ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันสำเร็จ
การศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาศิลปวัฒนธรรมวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พ.ศ. 2555 : ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต (ศิลปวัฒนธรรมวิจัย) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พ.ศ. 2549 : วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ประวัติศาสตร์การละคร)
มหาวิทยาลัย อิลินอยส์ สเตท (MS. in Theatre History, College of Fine Arts
(School of Theatre), Illinois State University, USA.)

พ.ศ. 2546 : การศึกษามหาบัณฑิต (ศิลปศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พ.ศ. 2537 : อักษรศาสตรบัณฑิต (ศิลปการละคร) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน

ประวัติการทำงานและดำรงตำแหน่งตามลำดับ

- | | |
|------------------|---|
| ปัจจุบัน | - อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม
วิชาเอกการแสดงและการแสดงและกำกับการแสดง |
| พ.ศ. 2550 | - ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ผู้อำนวยการศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| พ.ศ. 2546 – 2547 | - หัวหน้าสาขาวิชาศิลปะการแสดง คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| พ.ศ. 2545 – 2547 | - รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการศึกษาสำหรับผู้มีความสามารถพิเศษทางด้านทัศนศิลป์และศิลปะการแสดง
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| พ.ศ. 2543 – 2546 | - ผู้ช่วยรองคณบดีฝ่ายกิจการพิเศษ คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| พ.ศ. 2541 | - เข้าบรรจุเป็นอาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะการแสดง
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |

ประสบการณ์การเป็นวิทยากร และผู้บรรยายพิเศษ

- วิทยากรและบรรยายพิเศษให้กับผู้ประกาศและพิธีกรสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี
- วิทยากรและบรรยายพิเศษให้กับผู้ประกาศและพิธีกรสถานีโทรทัศน์ NBT ช่อง 11
- วิทยากรและผู้ฝึกสอนการแสดงและบุคลิกภาพให้กับการจัดอบรมของกรมประชาสัมพันธ์
- วิทยากรและบรรยายพิเศษให้กับนักเรียนนายร้อยจปร
- วิทยากรและบรรยายพิเศษในรายวิชา ศิลปะเพื่อการพูดและการแสดง ภาควิชาศิลปนิเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- วิทยากรและบรรยายพิเศษในรายวิชาศิลปะการแสดง โรงเรียน เซนต์โยเซฟ คอนเวนนต์
- วิทยากรและบรรยายพิเศษในรายวิชาศิลปะการแสดง โรงเรียน กรุงเทพ คริสเตียน
- ฯลฯ

ประสบการณ์การเป็นที่ปรึกษา กรรมการตัดสินการแสดงและคัดสรรรายการละคร

- กรรมการคัดสรรรายการละครออกอากาศสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย (Thai PBS)
- กรรมการและที่ปรึกษาด้านภาพลักษณ์และการพัฒนาบุคลิกภาพของผู้ประกาศข่าว สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย (Thai PBS)
- กรรมการตัดสินภาพยนตร์สั้น
- กรรมการตัดสินละครวิทยาศาสตร์ให้กับสสวท

ประสบการณ์การสอนด้านการแสดง

- ผู้ฝึกสอนการแสดงในรายการเรียลลิตี้โชว์ เดอะ คอมีเดียน ไทยแลนด์
- ผู้ฝึกสอนการแสดงในรายการเรียลลิตี้โชว์ อคาเดมี่ แฟนเทเชีย (AF)
- ผู้ฝึกสอนการแสดงในโครงการทูปีนัมเบอร์วัน
- ผู้ฝึกสอนการแสดงให้กับโรงเรียนดนตรีสยามกลการ
- ผู้ฝึกสอนการแสดงให้กับสถาบันมีฟ้า
- ผู้ฝึกสอนการแสดงให้กับสถาบัน monkey act ในเครือแกรมมี่
- ผู้ฝึกสอนการแสดงให้กับดีเจและพิธีกรคลื่น Zeed Radio
- ผู้ฝึกสอนการแสดงให้กับนักแสดงในค่ายคุณเอ ศุภชัย
-

ประสบการณ์ด้านการแสดงและกำกับการแสดง

- แสดงละครเรื่อง “ สังข์ทอง ” พระราชนิพนธ์ในรัชกาลที่ 6
- ณ หอประชุมใหญ่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- แสดงละครเรื่อง “ หญิงบ้า ณ ไชโยต์ ” (Madwomen of Chaillot) บทประพันธ์ของ Jean Giraudoux ณ โรงละครคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- แสดงละครเรื่อง “ คอยโกโต ” (Waiting for Godot) บทประพันธ์ของ Samuel Beckett ณ หอประชุมสถาบันเกอเธ่
- แสดงละครเรื่อง “ ปรัชญาชีวิต ” (The Philosophy of life or The Prophet) บทประพันธ์ของ Karil Yipral ณ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- กำกับการแสดงในงาน “ เจ้าพระยาแม่น้ำของแผ่นดิน ” (Choapraya River of the King
- กำกับการแสดงใน งานพิธีเปิด-ปิดกีฬาเฟสปิก เกมส์ ครั้งที่ 7
- กำกับการแสดงในงานพิธีปิดกีฬามหาวิทยาลัย “ องครักษ์เกมส์ ”
- กำกับการแสดงละครเรื่อง “ เลือดสุพรรณ ” ในงานอนุรักษ์ละครไทย ณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ที่ปรึกษา และผู้ช่วยผู้กำกับการแสดงละครเรื่อง “ หงส์ทอง ” ในงานอนุรักษ์ละครไทย ณ ศูนย์ วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย
- ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ในงานเทศกาล Shakespeare Festival ณ เมือง Normal รัฐ Illinois State ประเทศสหรัฐอเมริกา
- ฯลฯ

ประสบการณ์ด้านการบริการวิชาการ

- ที่ปรึกษาและจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนให้กับมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัยในงานโครงการจัดอบรมนักแสดงในพระไตรปิฎกฉบับภาพยนตร์ จัดขึ้น ณ อาคารวิจัย สิรินทร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ที่ปรึกษาโครงการ “แรลลี่ เสือไฟ คืบคลานหายใจสู่ผืนป่า” จัดโดยกรมป่าไม้
- กรรมการตัดสินการประกวดได้วาทีเนื่องในงานสัปดาห์สุขภาพ จัดโดยกระทรวงสาธารณสุข
- กรรมการตัดสินผลงานที่เข้าประกวดในโครงการประกวดแผ่นพับวิถีปฏิบัติเพื่อ “เสริมสร้างนิยมไทยร่วมใจประหยัด” จัดโดยกระทรวงการคลัง
- วิทยากรในเรื่อง “ การจัดการแสดงละครเวที ” ที่ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ที่ปรึกษาในการจัดแสดง Commedia dell'Arte เนื่องในงาน “ Italian Memorial Day ” จัดโดยสถานทูตอิตาลี

- ที่ปรึกษาโครงการและล่ามในการจัดอบรมเรื่อง Arts & Science As Didactic Tools For Child's Inner World Enrichment (การนำกระบวนการทางศิลปะและวิทยาศาสตร์มาเป็นเครื่องมือในการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาความเข้าใจในโลกภายในตัวเด็ก) จัดโดยโรงเรียนพิชญศึกษา จังหวัดนนทบุรี
- กรรมการตัดสินการประกวดละครที่มีเนื้อหาส่งเสริมวิทยาศาสตร์เนื่องในงานสัปดาห์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ

ผลงานทางวิชาการ

- พ.ศ. 2550 - บทความวิชาการเรื่อง “สังคมเสมือน” หนังสือวารสารวิชาการ
นวัตกรรม สื่อสารสังคม
- บทความวิชาการเรื่อง “ชาวบ้านกับชาวเมือง” หนังสือวารสาร มศว ชุมชน
- พ.ศ. 2545 - บทความวิชาการเรื่อง “ แอน โบการท์ ผู้ปฏิวัติทัศนศิลป์การแสดง
ในยุคหลังสมัยใหม่ ” หนังสือการแสดงและการออกแบบ
คณะศิลปกรรมศาสตร์
- บทความวิชาการเรื่อง “ คำศัพท์ทางการละครที่น่าสนใจ ”
หนังสือการแสดงและการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์
- พ.ศ. 2544 - บทความวิชาการเรื่อง “ เสน่ห์ตะวันออก ”
วารสารศิลปกรรมศาสตร์ ปีที่ 9 ฉบับที่ 1
- บทความวิชาการเรื่อง “ แสดงได้กับแสดงเป็น ”
หนังสือศิลปะการแสดงในสังคมปัจจุบัน คณะศิลปกรรมศาสตร์
- บทความวิชาการเรื่อง “ การทำแคน ”
หนังสือภูมิปัญญาทางศิลปะ คณะศิลปกรรมศาสตร์

3. อาจารย์สิทธิธรรม โรหิตะสุข

ปัจจุบัน

ประกอบอาชีพเป็นอาจารย์ สังกัดวิทยาลัยโพธิวิชชาลัย
มหาวิทยาลัยศรนครินทร์วิโรฒ

การศึกษา

- 2529-2541 โรงเรียนอัสสัมชัญ สมุทรปราการ
- 2542-2545 ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 2) ภาควิชาทัศนศิลป์ :
จิตรกรรม คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ
- 2546-2549 ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาทัศนศิลป์ : ศิลปะสมัยใหม่
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ

ทุนการศึกษา และรางวัล

- 2545 ทุนการสร้างสรรค์ศิลปกรรม มูลนิธิรัฐบุรุษ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์
- 2552 รางวัลรองชนะเลิศ “ Duke Award” (สารคดี) จากสารคดีสั้นเรื่อง
“รูการุญ” ใน เทศกาลหนังสั้นครั้งที่ 13 (13th Thai Short Film and
Video Festival) จัดโดยมูลนิธิหนังไทย (Thai Film Foundation)

ประสบการณ์ การแสดงผลงานศิลปะในต่างประเทศ

- 2547 - please sent to me in K0-N-NI-CHI-WA Japan-Thailand
Exchange Exhibition ณ Gallery BE and be , เมือง Nagoya ,
จังหวัด Aichi , ประเทศญี่ปุ่น (Interactive Art Project)
- 2552 - ภาพยนตร์สั้น เรื่อง “พวกเขาคงไม่ล่วงรู้หรอกว่า...มันเป็นจุดจบของโลกใบนี้” (Don't they Know , it's the end of the World) และ เรื่อง
“ลมกระพือ” (Blowing Wind) ร่วมฉายในเทศกาล Asian Art Film
Program , Independent Video from Asia 2009 ณ Matsushiro
Art Museum เมือง Nagano ประเทศญี่ปุ่น (Curated by
Chitose Miyashita)

- 2553 - สารคดีสั้นเรื่อง “รูการูญ” (Roo...Garoon) ร่วมฉายในเทศกาล Asian Art Film Program , Independent Video from Asia 2009
- ณ Matsushiro Art Museum เมือง Nagano ประเทศญี่ปุ่น
(Curated by Chitose Miyashita) Interactive Art Project
- 2547 - please sent to me in K0-N-NI-CHI-WA Japan-Thailand Exchange Exhibition At Gallery BE and be ,Nagoya ,Aichi, Japan
- 2548 - Peace sent to me นิทรรศการศิลปะกับสันติภาพ 60 ปี สันติภาพไทย : สันติภาพโล ณ สถาบันปรีดี พนมยงค์ กรุงเทพฯ
- Some Story of Yoshida Tanaka ณ สถาบันปรีดี พนมยงค์ กรุงเทพฯ
- 2549 - เรื่องเล่า ของ หญิงสาวนักวาดรูป บทกวีแคนโต้ ในฐานะศิลปินรับเชิญ ในนิทรรศการ Katsura Life in กรุงเทพฯ โดย ศิลปิน Katsura Tanaka ณ หอศิลปกรรมศรีนครินทร์วิโรฒ
- “ลูกไก่ในกำมือ” ในนิทรรศการ “Blow Up” ณ หอศิลป์ตากู กรุงเทพฯ

Selected Curator and Project Director of Exhibition and Community Art Project

- 2551 - “หมายเหตุจากหมู่บ้าน” (Remarks from Village) โครงการศิลปะกับชุมชน (Community Project) โดย 6 ศิลปิน ณ โรงเรียนบ้านภักดี แผ่นดิน ตำบลหนองหมากฝ้าย อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

4. คุณวรวรรณ ตั้งเจริญ

ปัจจุบัน ปัจจุบันเป็น Director/Producer ให้กับ หจก. มาเหนือเมฆ โปรดักชั่น

การศึกษา

BS in Computer Science มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร

MS in Digital Cinema Depaul University, Chicago, USA

เป็น Assistant Director, Editor ให้กับ Side 8 , Chicago, USA

รางวัล

พ.ศ. 2551 หนังสือ Five+Five ได้รับรางวัล 4th Runner-Up, 3rd Place

Audience Award, Best Sound Design, Best Visual FX, Best Set

Designงานประกวดหนังสือ Film Racing Chicago

พ.ศ. 2553 สารคดี Aesthetic For Life เข้ารอบ 11 เรื่องสุดท้าย

เทศกาลภาพยนตร์สั้นและวีดิโอครั้งที่ 14 รางวัลตุ๊ก (สารคดี) ของมูลนิธิหนังไทย



5. คุณสุทธิศักดิ์ ตันติวิทพงศ์

การศึกษา

- 2551-ปัจจุบัน : กำลังศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ได้รับทุนจากสาขาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- 2544-2549 : การศึกษามหาบัณฑิต (กศ.ม.) เทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- 542-2543 : ครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต (คอ.บ.) สาขาครุศาสตร์เทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- 2537-2541 : ประกาศนียบัตรวิชาชีพ และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
(การถ่ายภาพและภาพยนตร์) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ)

ประสบการณ์ด้านการสอน, วิทยากร และผู้เชี่ยวชาญด้านการสอน

- ผู้สอนรายวิชา ศษ.353 เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารการศึกษา และ
รายวิชา ศษ.428 สารสนเทศและเทคโนโลยีเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์การเรียนรู้
หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต (กศ.บ. 5 ป) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- อาจารย์พิเศษรายวิชา วท.375 คอมพิวเตอร์เพื่อการเรียนการสอน ภาควิชา
วิทยาศาสตร์ทั่วไป คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- อาจารย์พิเศษรายวิชา ทน.313 การสอนรายบุคคล บรรยายหัวข้อ “การสร้าง
บทเรียนคอมพิวเตอร์สำหรับการเรียนการสอนรายบุคคล” คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- อาจารย์พิเศษสาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง คณะ
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ !-
อาจารย์พิเศษคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
- อาจารย์พิเศษคณะเกษตร สาขาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน

- อาจารย์พิเศษรายวิชา การเขียนบท และรายวิชาการตัดต่อและลำดับภาพ แผนกวิชาเทคโนโลยีการถ่ายภาพและวีดิทัศน์ วิทยาลัยอาชีวศึกษานนทบุรีวิทยากรด้านการผลิตสื่อการเรียนการสอน
- วิทยากรอบรมการผลิตสื่อคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วิทยากรอบรมการผลิตสื่อคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องครักษ์
- วิทยากรอบรมการผลิตสื่อคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียและบทเรียนบนเครือข่าย วิทยาลัยแพทยศาสตร์พระมงกุฎเกล้า
- วิทยากรอบรมการผลิตสื่อคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ฝ่ายประถม และฝ่ายมัธยม
- วิทยากรอบรมการผลิตสื่อคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ให้กับครูในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร!- วิทยากรอบรมในโครงการพัฒนาต้นแบบการจัดการศึกษาเทศบาลนครภูเก็ต
- วิทยากรอบรมในโครงการศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชน กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ
- วิทยากรอบรมการผลิตบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ให้กับครูโรงเรียนอรุณวิทยา จ. ประจวบคีรีขันธ์
- วิทยากรอบรมให้กับทีมพัฒนา e-Learning ของบริษัท Global Learning Resources จำกัด- วิทยากรอบรมเทคนิคการนำเสนอด้วยโปรแกรม MS PowerPoint แบบมืออาชีพ ให้กับครูโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย
- วิทยากรอบรมเทคนิคการนำเสนอด้วยโปรแกรม MS PowerPoint แบบมืออาชีพ ให้กับครูโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งจัดโดยโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ฝ่ายมัธยม
- วิทยากรอบรมการผลิตสื่อการเรียนการสอนผ่านระบบเครือข่าย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- วิทยากรอบรมการผลิตบทเรียนบนระบบเครือข่าย ให้กับนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
- วิทยากรอบรม “สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการพัฒนาการเรียนการสอน” ในโครงการพัฒนาศักยภาพวิชาชีพครูระหว่างเรียน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วิทยากรอบรมการผลิตบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียด้วยโปรแกรม Adobe Captivate ในโครงการ “จิตอาสาสร้างสื่อเพื่อน้องผู้เรียนในชุมชน” จัดโดยคณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
- วิทยากรอบรมการผลิตสื่อการเรียนการสอน CAI ให้กับครู และคณาจารย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กรุงเทพมหานคร

วิทยากรด้านเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง

- จัดอบรมเทคนิคการผลิตรายการโทรทัศน์ระบบ High Definition ให้กับบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยความร่วมมือกับบริษัท Sony (Thailand).
- จัดอบรมเทคนิคการผลิตรายการโทรทัศน์แบบ Multi Camera Switching ให้กับครูสังกัดสำนักงานการศึกษากรุงเทพมหานคร โดยความร่วมมือกับบริษัท Star Cast จำกัด
- จัดอบรมการผลิตรายการโทรทัศน์ด้วยกล้องถ่ายภาพดิจิทัล (DSLR) เพื่อการกระจายสัญญาณผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ให้กับช่างภาพบริษัทบางกอกโพสต์
- จัดอบรมการผลิตรายการโทรทัศน์ให้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์
- ควบคุมทีมนักศึกษาในการถ่ายทอดการสัญญาณผ่านระบบเครือข่ายและทีวีรัฐสภาในงาน “การประชุมสมัชชาวิรูสภาโลก” ที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในปี พ.ศ. 2553
- ควบคุมทีมนักศึกษาในการถ่ายทอดและบันทึกสัญญาณ Multi Camera ในการประกวดการผสมเครื่องดื่ม ชิงชนะเลิศระดับอุดมศึกษา ณ เขื่อนลพบุรีระดม 3

- ควบคุมทีมนักศึกษาในการถ่ายทอดและบันทึกสัญญาณแบบ Multi Camera ในงาน “Sugoi Bangkok 2010” ณ ลานหน้าสนามกีฬาแห่งชาติ
- ควบคุมทีมนักศึกษาในการถ่ายทอดและบันทึกสัญญาณแบบ Multi Camera ผ่านระบบเครือข่ายใน “การแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 38 ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย”
- วิทยากรอบรมเทคนิคการผลิตรายการโทรทัศน์ ให้กับ นักศึกษาสาขาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน จ.นครปฐม
- วิทยากรอบรมการผลิตคลิปรายการโทรทัศน์ด้วยกล้องขนาดเล็ก ให้กับ บุคลากรสายวิชาการ จัดโดยคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- วิทยากรอบรมการผลิตรายการโทรทัศน์ให้กับบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน จัดโดยศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- วิทยากรอบรม “การผลิตรายการโทรทัศน์เบื้องต้นด้วยกล้องวิดีโอขนาดเล็ก (กล้องเดียว)” จัดโดย วิทยาลัยเทคโนโลยีทางการแพทย์และสาธารณสุข กาญจนาภิเษก

ผู้เชี่ยวชาญและอื่นๆ

- ผู้ประเมินการผลิตสื่อคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย และบทเรียนบนระบบเครือข่าย ในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีทางการศึกษา ให้กับ นิสิต นักศึกษา ระดับปริญญาโทและเอก สาขาเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ผู้ประเมินการประกวดสื่อเทคโนโลยี / นวัตกรรม ระดับประถมศึกษา โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย
- ผู้ประเมินงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาระบบการจัดการเรียนรู้บนเครือข่ายระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน” ในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาระบบการจัดการเรียนรู้ และด้านการประเมินคุณภาพเว็บไซต์ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ฝ่ายมัธยม)
- คณะกรรมการจัดนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชสยามมกุฎราชกุมารเนื่องในโอกาสเฉลิมพระชนมายุ 5 รอบ จัดโดยสถาบันพระปกเกล้า

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญ

และหนังสือขอเข้าสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลการวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 15664

ที่ ศธ 0519.12/1๖๖๒

วันที่ ๗ มีนาคม 2556

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน อาจารย์ ดร.จรรุวรรณ พลอยดวงรัตน์

เนื่องด้วย นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคุณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องบินดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวีเทพ มุสิกะปาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบประเมิน และแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคุณ และ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 084-036-9151



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 15664

ที่ ศธ 0519.12/1337

วันที่ 8 มีนาคม 2556

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน อาจารย์ ดร.สามมิติ สุขบรรจง

เนื่องด้วย นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคูณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเทพ มุสิกะปาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบประเมิน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคูณ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 084-036-9151



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 15664

ที่ ศธ 0519.12/ 1273 วันที่ 7 มีนาคม 2556

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน อาจารย์สิทธิธรรม โรหิตะสุข

เนื่องด้วย นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาวัตกรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิเทพ มุสิกะปาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบประเมิน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคณ และ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 084-036-9151

ที่ ศธ 0519.12/1๖๖4



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๗ มีนาคม 2556

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน นายวรวรรณ ตั้งเจริญ

เนื่องด้วย นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคุณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาวัฒนธรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิเทพ มุสิกะปาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบประเมิน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคุณ และ
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 084-036-9151

ที่ ศธ 0519.12/133ร



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

8 มีนาคม 2556

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน อาจารย์สุทธิศักดิ์ ตันติวิทพงศ์

เนื่องด้วย นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคุณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาวัฒนธรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเทพ มุสิกะปาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบประเมิน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคุณ และ
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 084-036-9151

ที่ ศธ 0519.12/1347



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

8 มีนาคม 2556

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่ข้อมูลเพื่อการวิจัย

นมัสการ เจ้าอาวาสพระสุเมธมณี

เนื่องด้วย นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคูณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาวัฒนธรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิเทพ มุสิกะปาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ในกรณีนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอใช้สถานที่เพื่อบันทึกเทปวิดีโอ ณ วัดปรมัยยิกาวาสวรวิหาร อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และสัมภาษณ์ ประวัติความเป็นมาของชาวมอญ ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิม และประวัติความเป็นมาของการทำเครื่องปั้นดินเผาชาวเกาะเกร็ด กับเจ้าอาวาสพระสุเมธมณี และพระลูกวัด ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2556

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตเผยแพร่ให้ นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคูณ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอนมัสการด้วยความเคารพ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 084-036-9151

ที่ ศธ 0519.12/1559



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

8 มีนาคม 2556

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นางสาวสุพัตรา เกตุเจริญ

เนื่องด้วย นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคุณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงท่องเที่ยวจากผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิเทพ มุสิกะปาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอใช้สถานที่เพื่อบันทึกเทปวิดีโอ และ ประวัติความเป็นมาของชุมชน เครื่องปั้นดินเผาในชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และสัมภาษณ์ ประวัติความเป็นมาของชาวมอญ กับผู้ใหญ่นบ้าน ประชาชนที่อาศัย ณ เกาะเกร็ด และนักท่องเที่ยว ในระหว่าง เดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2556

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคุณ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 084-036-9151



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวศิริเพ็ญ พิลาคูณ
วันเดือนปีเกิด	13 เมษายน 2522
สถานที่เกิด	จังหวัดเลย
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	817 กิ่งเพชร ซอย 10 ชุมชนบ้านครัวเหนือ แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
สถานที่ทำงาน	สถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญาและวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2544	ปริญญาตรี ครุศาสตร์บัณฑิต (คบ.) สาขาวิชา เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา จากสถาบันราชภัฏเลย
พ.ศ. 2553	ได้รับทุนพัฒนาบุคลากร 60 ปี ศรีสง่ามหารนคร จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ศึกษาต่อในระดับ ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศป.ม.) สาขานวัตกรรมการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2556	ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศป.ม.) สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ