

การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ



ศรีพาวรรณ อินทวงศ์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สิงหาคม 2551

การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ศรียาวรรณ อินทวงศ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สิงหาคม 2551

# การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ศรีพาวรรณ อินทวงศ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ตรีณี ณ ลำปาง

.....กรรมการ

อาจารย์วีระพันธ์ จันทร์หอม

.....กรรมการ

อาจารย์ทินกร สินธุ์รัตน์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

11 สิงหาคม 2551

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจากคณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ชี้แนะให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ให้คำปรึกษา ช่วยยกระดับความรู้ และสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ให้แก่ผู้ศึกษาให้เข้าไปในแนวทางที่เหมาะสม ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ณิศา คำปาง ที่ได้กรุณามอบความช่วยเหลือใส่ใจในทุกรายละเอียด ทุกตัวอักษรเป็นอย่างดี และมอบความรู้ให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งทำให้การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ทินกร สิ้นธุรัตน์ ที่ได้กรุณามอบความรู้ ความช่วยเหลืออย่างเป็นกันเอง และช่วยกระตุ้นให้เกิดการทำงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผลงานออกมาได้อย่างน่าพอใจ

ขอขอบพระคุณ อาจารย์วีระพันธ์ จันทร์หอม คณาจารย์ และบุคลากรประจำหลักสูตรศิลปะและการออกแบบสื่อทุกท่าน ที่กรุณาบอบองค์ความรู้ใหม่ และช่วยชี้แนะแนวทางในการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ ให้ไปในทางที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง

ขอขอบพระคุณ สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ เชียงใหม่ (SIPA) และผู้อำนวยการ และบุคลากรสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้กรุณาให้ความอำนวยความสะดวกในทุก ๆ ขั้นตอน และให้ความร่วมมือในการทำการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ ผู้อำนวยการ อาจารย์ และนักเรียน โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และโรงเรียนสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้ให้ความร่วมมือ ในการนำผลการค้นคว้าไปทดสอบ ทำให้การค้นคว้าแบบอิสระเกิดความสมบูรณ์

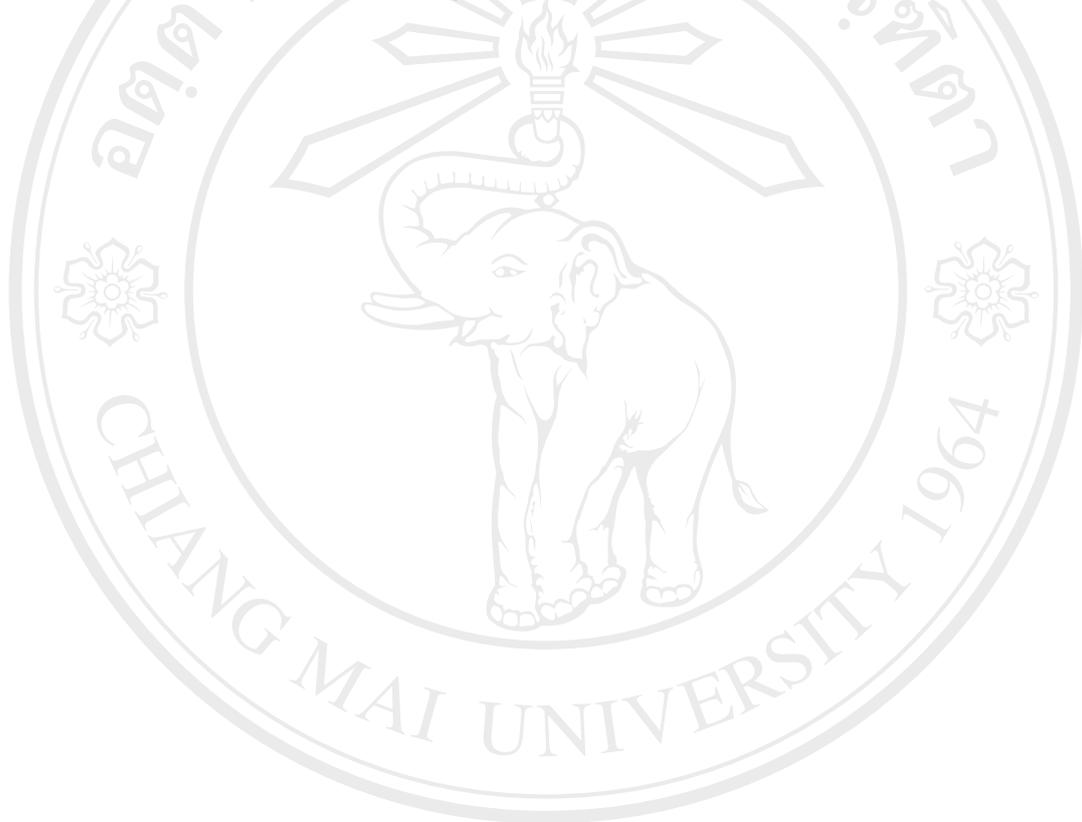
ขอขอบพระคุณ ครอบครัว ญาติ และเพื่อนทุกคน ที่ช่วยเป็นแรงผลักดัน เป็นกำลังใจสำคัญ ให้ความช่วยเหลือทั้งร่างกาย แรงใจ รวมทั้งกำลังใจที่พร้อมมาโดยตลอด จนกระทั่งการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์

ท้ายที่สุดนี้ หากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่อง หรือผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยเป็นอย่างสูงในข้อบกพร่อง และความผิดพลาดนั้น และผู้ศึกษาหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้จะมีประโยชน์ในด้านอื่นๆ ต่อไป



ผลจากการศึกษาพบว่า ผลประเมินส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับ 4 ซึ่งหมายถึงความพึงพอใจมาก และจากการแสดงความคิดเห็น แสดงให้เห็นว่า สื่อสามารถสร้างความตระหนักให้แก่กลุ่มเยาวชน ถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวได้ในระดับดีมาก

งานค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ คาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อบุคคลทั่วไปที่มีความต้องการผลิต สื่อแอนิเมชัน เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ ตลอดจนนำไปประยุกต์กับการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Development of Animation Media for Ecotourism Campaign	
<b>Author</b>	Miss Sripawan Intawong	
<b>Degree</b>	Master of Arts (Media Arts and Design)	
<b>Independent Study Advisory Committee</b>	Asst. Prof. Darunee Na Lampang	Chairperson
	Lect. Uthit Atimana	Member

### ABSTRACT

Independent study in The Development of Animation for Ecotourism Campaign for the high school students within 16-18 years has an objective to campaigning the eco-tourism with the animation by starting with the 88 students from two schools, one in the town and one from the rural area 44 students from each, in Chiang Mai.

The equipment that will be used are the animation for eco-tourism campaign: “Eco-Tourism”, Matrix Analysis Table, the evaluation form about the efficiency of media for professional, the tourism staff, and the target group after they finish watching the animation media provided.

These forms of evaluation would be useful to analyze the data by mean and the standard deviation.

After an evaluation, the average of all assessment is “4” which means “Satisfying”. And from the comments, it shows that the media can teach the students to be more caring in the conservation and environment of the tourist attraction.

In conclusion, this Independent study must be advantageous for all people who want to produce the animation media to reinforce and apply it to any studies and researches.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญแผนภูมิ	ฐ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
4. ขอบเขตและวิธีการศึกษา	4
5. นิยามศัพท์เฉพาะ	5
<b>บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	7
2. การออกแบบสื่อเพื่อการรณรงค์	17
3. แอนิเมชัน	24
4. การสื่อสาร	36
5. สัตถุวิทยา	40
6. การออกแบบ	44
7. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	52
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา</b>	
1. ขอบเขตการศึกษา	57
2. แผนการดำเนินงาน	58

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	59
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล	61
5. การวิเคราะห์ข้อมูล	62
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการออกแบบ</b>	
1. การวิเคราะห์ข้อมูล	66
2. การผลิตสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน	77
<b>บทที่ 5 ผลการประเมินและข้อเสนอแนะ</b>	
1. ขั้นตอนการประเมินสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ	88
2. ขั้นตอนการประเมินสื่อจากบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	91
3. ขั้นตอนการประเมินสื่อจากกลุ่มเป้าหมาย	92
<b>บทที่ 6 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
1. สรุปผลการศึกษา	107
2. อภิปรายผลของการศึกษา	110
3. ข้อเสนอแนะจากประสบการณ์การผลิตสื่อแอนิเมชัน	112
4. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้	113
5. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	114
6. สิ่งที่ค้นพบในการค้นคว้าแบบอิสระ	115
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>116</b>
<b>ภาคผนวก</b>	
ภาคผนวก ก การสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย	119

ภาคผนวก ข	รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบแบบประเมิน	123
ภาคผนวก ค	รายนามผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรการท่องเที่ยวที่ประเมินประสิทธิภาพสื่อ	124
ภาคผนวก ง	ตัวอย่างตาราง Matrix วิเคราะห์ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน	125
ภาคผนวก จ	ตัวอย่างแบบประเมินประสิทธิภาพสื่อ ชุดที่ 1 สำหรับผู้เชี่ยวชาญ	126
ภาคผนวก ฉ	ตัวอย่างแบบประเมินประสิทธิภาพสื่อ ชุดที่ 2 สำหรับบุคลากรด้าน ท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมาย	129
ภาคผนวก ช	ภาพกิจกรรมการประเมินสื่อของกลุ่มเป้าหมาย	131
ภาคผนวก ซ	ตารางภาพนิ่ง สื่อแอนิเมชันเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	133
ภาคผนวก ฌ	ภาพกิจกรรมการนำเสนอผลงานการค้นคว้าแบบอิสระ	136
ประวัติผู้เขียน		138

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ตาราง Matrix วิเคราะห์ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน	69
2 แสดงผลการวิเคราะห์สื่อภาพยนตร์แอนิเมชันด้านสิ่งแวดล้อม	75
3 ผลการประเมินสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA)	89
4 ผลการประเมินสื่อจากบุคลากร จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท)	91
5 ผลรวมการประเมินประสิทธิภาพสื่อของกลุ่มเป้าหมาย จากโรงเรียนในเขตเทศบาล และ โรงเรียนนอกเขตเทศบาล	93

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	แสดงขั้นตอนการออกแบบแอนิเมชัน	4
2	ภาพหลัก A-C	27
3	ภาพหลัก A-B-C	27
4	ค่าตรงกลางระหว่างภาพหลัก	28
5	การยืดและหด	28
6	แบบร่างแสดงสัดส่วนของตัวแสดง	79
7	แบบร่างแสดงลักษณะบุคลิก และอารมณ์ของตัวแสดง	79
8	ภาพร่างแสดงการถ่ายทอดอารมณ์ผ่านใบหน้าของตัวแสดง	80
9	แสดงลักษณะสี และบุคลิกของตัวแสดง ที่ผลิตด้วยเทคนิคทางคอมพิวเตอร์	81
10	แสดงลักษณะสี และบุคลิกของตัวแสดง ที่ผลิตด้วยเทคนิคทางคอมพิวเตอร์	82
11	แสดงลักษณะฉากหลัง	83
12	แสดงการแสดงการเคลื่อนไหวของตัวแสดงประกอบกับฉาก	84
13	ภาพตัวอย่าง การเคลื่อนไหวแสดงท่าทางการกระโดด	85
14	ภาพตัวอย่าง การเคลื่อนไหวแสดงอารมณ์ผ่านใบหน้า	86
15	แสดงการเคลื่อนไหวของต้นไม้	86
16	แสดงขั้นตอนการตัดต่อ และใส่เสียงประกอบ	87

## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิ	หน้า
1 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	14
2 ขั้นตอนก่อนที่ข่าวจะบรรลุเป้าหมาย	22
3 แสดงขั้นตอนการผลิตสื่อแอนิเมชัน	30
4 แสดงโมเดลการสื่อสารที่มีองค์ประกอบ 9 ส่วน	37
5 แสดงขบวนการทำงานออกแบบกราฟิก	50
6 ขั้นตอนการออกแบบภาพสื่อความหมาย	51
7 แสดงขั้นตอนแผนการดำเนินงานค้นคว้าอิสระ	58
8 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับลำดับการเล่าเรื่อง	94
9 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการออกแบบตัวแสดง	95
10 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการออกแบบฉากหลัง	96
11 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการถ่ายทอดอารมณ์	97
12 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับ การใช้สีและองค์ประกอบศิลป์	98
13 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวและการแสดงอารมณ์ของตัวแสดง	99
14 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการใช้เสียงประกอบ	100
15 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการใช้ตัวอักษร	101
16 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับ เวลาในการนำเสนอ	102
17 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับ เทคนิคการออกแบบ	103
18 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับ ความรู้สึกล้อยตาม	104

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาวะปัจจุบันที่การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก การดำเนินการด้านการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีการจัดการเชิงรุก เพื่อให้เกิดความพร้อมและศักยภาพ ที่จะแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ประเทศไทยมีโอกาสดีกว่าหลายประเทศในเรื่องความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รัฐบาลจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญ โดยการนำจุดแข็งและโอกาสดังกล่าว มาสร้างเสริมให้เป็นจุดขายที่สำคัญของประเทศ

ปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น อาจกล่าวได้ว่าในด้านอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยวมีพัฒนาการมากขึ้นเรื่อยๆ จากความต้องการในอดีตที่มุ่งหวังเพียงแค่สถานที่พักผ่อนที่สะดวกสบายสวยงามกลายเป็นความต้องการที่ละเอียดอ่อนมากขึ้น มีการคัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อความมั่นใจว่าจะตอบสนองความต้องการได้ กล่าวคือนอกเหนือไปจากความสวยงามและสิ่งดึงดูดใจแล้ว รูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยว การจัดการแหล่งท่องเที่ยวและบริการ ที่สนองตอบความต้องการเฉพาะตัว ยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อนักท่องเที่ยวอย่างมาก จนกระทั่งมีการจัดการให้มีการรองรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ การจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ มีแนวโน้มให้เกิดการพัฒนาทางกายภาพ มากเกินไปจนทำให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ควรเก็บรักษา ความเป็นธรรมชาติไว้ และ ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น จนสูญเสียอัตลักษณ์หรือจุดเด่น ทางการท่องเที่ยวไป

การก้าวกระโดดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนแหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถอยู่อย่างโดดเดี่ยวท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคมในระบบโลกาภิวัตน์อีกต่อไป เนื่องจากปัจจัยสำคัญ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในประเทศ อันได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางศิลปวัฒนธรรมและแรงงานบริการของประชากรในประเทศ ปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดการเผชิญหน้าของชุมชนต่อโลกภายนอกมากขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การติดต่อกันสัมพันธ์กันของคนในสังคมที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้มิใช่เรื่องง่าย ถ้าชุมชนไม่มี “ทุนทางสังคม วัฒนธรรม และฐานการผลิต” ที่ไม่เข้มแข็งพอที่จะรองรับอุตสาหกรรมระดับประเทศที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วและมีลักษณะที่ไร้ทิศทาง ขาดความเหมาะสม จึงก่อให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่างๆ ตามมาอย่างมากมาย ถ้าหากนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ประชาชนใน

ท้องถิ่นรวมถึงเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเชื่อมโยง และความไว้ระเหยียบในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้วยสาเหตุที่ขาดจิตสำนึกในความสำคัญของสิ่งแวดล้อม อาทิ การทิ้งขยะไม่เลือกที่ การเก็บกล้วยไม้ป่าหรือพันธุ์ไม้ป่า เป็นต้น แต่ในปัจจุบันในหลายประเทศได้ยอมรับกันแล้วว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการเตรียมการและการจัดการที่ดี โดยคำนึงถึงขีดจำกัดในการรองรับของพื้นที่ทั้งทางกายภาพและสังคมนั้น จะเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพและได้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่สูงมาก อย่างไรก็ตาม ในเมื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ต้องใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่แล้ว ฉะนั้นก็ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจำเป็นต้องศึกษาและพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยเฉพาะผลกระทบเชิงลบอันจะก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมาในภายหลัง

ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นความสำคัญของปัญหา และตระหนักถึงการสูญเสียของระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการสูญเสียอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น อันเป็นผลกระทบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งทุนสำคัญระดับต้นๆ ที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ การที่นักท่องเที่ยวขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม และยังไม่เข้าใจถึงความหมายหรือแนวความคิดของคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” (Eco-tourism) ดีพอ จึงส่งผลให้มีการสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติไปอย่างน่าเสียดาย ดังนั้น จึงควรมีการให้ความรู้และย้ำแก่นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ให้ตระหนักถึงความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่แท้จริง

เนื่องจากในสังคมไทยปัจจุบันยังขาดแคลนสื่อเพื่อใช้ในการรณรงค์ ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างจริงจัง คนในสังคมเมืองส่วนใหญ่มองไม่เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อีกทั้ง ยังไม่เข้าใจถึงความหมายและผลกระทบที่กำลังเกิดขึ้นเกี่ยวกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม การขาดสื่อที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการรณรงค์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นเรื่องที่ทำให้ความสำคัญกันในกลุ่มน้อย ทำให้ขาดการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง สื่อที่มีอยู่จึงเป็นสื่อเก่าที่ขาดคุณภาพ ไม่สามารถดึงดูดและกระตุ้นให้กลุ่มเยาวชนเข้าใจถึงปัญหา และหันมาให้ความสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้เท่าที่ควร

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงมีความประสงค์ที่จะสร้างสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากสื่อแอนิเมชันเป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม และได้รับความสนใจในทุกๆระดับการศึกษา นอกจากนี้ ยังเป็นสื่อทางเลือกหนึ่งที่สามารถสร้างแรงจูงใจได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความประสงค์ที่จะผลิตสื่อแอนิเมชันเพื่อสร้างความตระหนักด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต่อกลุ่มเยาวชน เนื่องจากกลุ่มเยาวชนสามารถเข้าถึงและเปิดรับสื่อใหม่ๆ ได้ง่าย และเห็นว่าการเรียนรู้ในโรงเรียนของกลุ่มเยาวชน จะสามารถเผยแพร่ออกไปในวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นคนในครอบครัวและบุคคลใกล้ชิด ให้มีความเข้าใจและตระหนักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ตามแนวทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและส่งเสริมนโยบายรัฐ ด้านการบูรณาการการท่องเที่ยวเพื่อให้มีการนำแนวคิดถ่ายทอดสู่การปฏิบัติอย่างเป็นทางการ ซึ่งมีผู้อธิบายถึง “การ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” ใ้ได้อย่างชัดเจนว่าหมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (อุคม เขยกิจวงศ์, 2548 : 81)

คำอธิบายดังกล่าวได้มองผ่านกรอบทฤษฎีเชิงสัตวศาสตร์ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นมาจากรากฐาน ความคิดทางภาษาศาสตร์ กระบวนการสร้าง ความรู้ความเข้าใจที่จะมีผลต่อการรับรู้และแสดงพฤติกรรมได้ตอบโดยแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรม เกี่ยวกับกระบวนการสร้างความหมาย และการแลกเปลี่ยนความหมายในการสื่อสารที่นำเอาสัญญาณต่างๆ มาใช้ตีความหมาย ภายใต้นโยบายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งจะแสดงออกมาเป็นผลผลิตทั้งหมดของการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นำมาซึ่งความเข้าใจถึงหลักการสร้างสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์ให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงการดูแลและรักษาสีงแวดล้อม โดยให้เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยหวังผลให้มีการสร้างความเข้าใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ให้ตรงกันในเรื่องความหมายของ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเลือกที่จะทำสื่อภาพยนตร์แอนิเมชันซึ่งมีทั้งภาพและเสียง เปรียบได้กับสถานการณ์จริงซึ่งเต็มไปด้วยเนื้อหาและข้อมูลที่หลากหลาย จูงใจให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตามจากการสร้างภาพแทน ซึ่งเป็นตัวแทนเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงออกมาผ่านสื่อกลางเหล่านี้ ให้มีความเป็นไปได้ของเรื่องราว ที่หลากหลายเต็มไปด้วยสาระสอดแทรกอยู่เบื้องหลังสื่อที่นำเสนอ ผ่านการรับรู้ทางสายตา เพื่อให้ผู้ชมเกิดทัศนคติไปในทิศทางเดียวกันกับการนำเสนอสื่อ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะเผยแพร่ เพื่อสร้างจิตสำนึกทางวัฒนธรรมและรู้รักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ คาดหวังว่ากลุ่มเยาวชนจะตระหนัก และ เกิดจิตสำนึกที่จะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นให้เยาวชนเกิดจิตสำนึกรักและหวงแหนธรรมชาติ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระยะยาวต่อไป

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อสร้างสื่อแอนิเมชันสำหรับรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. เพื่อศึกษาความเข้าใจต่อการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ได้สื่อภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อสะท้อนความคิดและสร้างความตระหนักด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่เหมาะกับกลุ่มเยาวชนผู้ชมสื่อ
2. ได้แนวทางในการออกแบบสื่อแอนิเมชันเพื่อรณรงค์ให้มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

3. ได้ทราบถึงหลักการสื่อสารเพื่อใช้ในการรณรงค์ด้านการท่องเที่ยว ที่ปรากฏอยู่ในสังคมปัจจุบัน

#### ขอบเขตและวิธีการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้คือ การสร้างสื่อแอนิเมชันเพื่อใช้ในการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดวิธีศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาวิเคราะห์ สื่อแอนิเมชัน ที่กลุ่มเยาวชนให้การยอมรับ
2. ศึกษาหลักการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม

**ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย** กลุ่มเยาวชนอายุเฉลี่ยประมาณ 16-18 ปี จำนวนทั้งหมด 88 ราย ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกจาก โรงเรียนที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาล จำนวน 1 แห่ง และ โรงเรียนที่ตั้งอยู่นอกเขตเทศบาลจำนวน 1 แห่ง

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะเรื่อง หลักการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. พฤติกรรมการรับรู้การบริโภคและการเลือกรับสื่อแอนิเมชันเพื่อรณรงค์เชิงสิ่งแวดล้อมของกลุ่มเป้าหมาย

**ขอบเขตด้านการออกแบบ** ขั้นตอนการออกแบบแอนิเมชัน ขั้นนี้ใช้หลักการออกแบบภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ ที่ประกอบกันทั้งภาพและเสียง มีขั้นตอนดังนี้



ภาพ 1 แสดงขั้นตอนการออกแบบแอนิเมชัน

**การประเมินการสื่อ** เป็นแบบประเมินสื่อ เพื่อประเมินสื่อเกี่ยวกับความพึงพอใจและความเข้าใจสื่อที่ได้นำเสนอ แบบประเมินได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย 2) วัดผลด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อ 3) วัดผลด้านความเข้าใจเนื้อหาที่ได้นำเสนอผ่านสื่อแอนิเมชัน

**ขอบเขตด้านการเผยแพร่สื่อ** การเผยแพร่ สื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะใช้วิธีการนำสื่อไปเผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต โดยใช้เว็บไซต์ของโรงเรียนเป็นสื่อกลางทางการเรียนรู้ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือและเปรียบเสมือนเป็นแหล่งรวมข้อมูล ความรู้ด้านวิชาการ จึงเป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ความตระหนักรู้ หมายถึง การสร้างความเข้าใจ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจต่อสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ก่อให้เกิดทัศนคติคล้อยตาม และเกิดจิตสำนึกที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมไปในทิศทางเดียวกัน

ความพึงพอใจ หมายถึง พฤติกรรมความชอบ ความประทับใจ ที่ผู้รับชมมีต่อสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การพัฒนาสื่อประสมเพื่อรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อ เป็นข้อมูลสำหรับความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการออกแบบสื่อการรณรงค์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งสรุปสาระสำคัญโดยแบ่งเป็นหัวข้อ ดังนี้

#### 1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)

- 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 1.2 ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
- 1.3 สถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวของไทย
- 1.4 แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 1.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 1.6 นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 1.7 การพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

#### 2. การออกแบบสื่อเพื่อการรณรงค์ (Media Design of Campaign)

- 2.1 ความหมายของการรณรงค์
- 2.2 ขั้นตอนในการรณรงค์
- 2.3 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการรณรงค์
- 2.4 ขั้นตอนในการออกแบบสื่อเพื่อการรณรงค์

#### 3. แอนิเมชัน (Animation)

- 3.1 ความหมายของแอนิเมชัน
- 3.2 ชนิดของแอนิเมชัน
- 3.3 หลักเบื้องต้นในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน
- 3.4 ขั้นตอนการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน
- 3.5 หลักการพื้นฐานของการออกแบบตัวละคร
- 3.6 ความสนใจของเด็กที่มีต่อการ์ตูน
- 3.7 การวิจารณ์ภาพยนตร์แอนิเมชัน

#### 4. การสื่อสาร (Communication)

- 4.1 ความหมายของการสื่อสาร
- 4.2 กระบวนการสื่อสาร
- 4.3 หลักการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ
- 4.4 สื่อสาระบบ์เทิง
- 4.5 ปัจจัยที่มีส่วนกำหนดประสิทธิภาพของสื่อสารระบบ์เทิง
5. สัญญะวิทยา (Semiotic)
  - 5.1 ความหมายของสัญญะวิทยา
  - 5.2 การสื่อสารเกี่ยวกับเครื่องหมาย
  - 5.3 การวิเคราะห์ความหมาย
6. การออกแบบ (Design)
  - 6.1 ความหมายของการออกแบบ
  - 6.2 จิตวิทยาการรับรู้เพื่อการออกแบบ
  - 6.3 หลักการออกแบบ
  - 6.4 หลักการออกแบบกราฟิก
  - 6.5 การสื่อความหมายในการออกแบบ
7. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มุ่งเน้นการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ และกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เพราะถือเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่ก่อให้เกิดความสมดุลแห่งการพัฒนากการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กันไป จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องช่วยกันสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ก่อประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในปัจจุบันและอนาคต

“การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” มาจากคำ ภาษาอังกฤษว่า “Eco-Tourism” ซึ่งเป็นคำผสมกันระหว่างคำว่า Ecology หรือนิเวศวิทยา กับคำว่า Tourism หรือการท่องเที่ยว (อุคม เชนกิงส์, 2458 : 81)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอาจจะมีชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามการบัญญัติของนักวิชาการท่องเที่ยว เช่น Eco-Tourism, Green Tourism, Environment-friendly Tourism, Environment Pilgrimage, Ethical Tourism, Responsible Tourism, Nature-Oriented Tourism, Bio Tourism เป็นต้น แต่ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายที่สุดก็คือ Eco-Tourism หรือใช้ชื่อเต็มภาษาไทยตามบัญญัติศัพท์

ของราชบัณฑิตยสถานว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หรือ “นิเวศทัศนาจร” (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542 : 401)

### 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มุ่งให้เกิดการดูแลสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว จึงมีผู้รู้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้นมาหลาย ดังตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้

Boo ผู้คลุกคลีกับงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในลาตินอเมริกาและหมู่เกาะคาริเบียน ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับการดูแลพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนท้องถิ่น” (Boo, 1991 : 401)

Lascurain แห่งสหภาพสากลว่าด้วยการอนุรักษ์ (International Union for the Conservation of Nature and Nature Resources หรือ IUCN) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า “การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชมศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า รวมทั้งลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น” (Lascurain, 1998 : 213)

ประเทศออสเตรเลียได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ครอบคลุมถึงสาระด้านการศึกษา การเข้าใจธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และมีการจัดการเพื่อรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืน” (The Commonwealth Department of Tourism, 2540 : 345)

องค์กรเอกชนที่มีบทบาทโดยตรงเกี่ยวกับการศึกษาวางแผนและเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม และ ปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นให้ดีขึ้น” (The Ecotourism Society, 1993 : 402)

ภราเดช พัทฒวิเชียร ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติวัฒนธรรมท้องถิ่น มีขอบเขต จำกัด โดยรูปแบบ และสถานที่ ตลอดจนในเรื่องกลุ่มนักท่องเที่ยว” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539 : 5)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เข้าไปสัมผัสธรรมชาติซึ่งต้องการ ให้ความรู้ทางนิเวศวิทยาจากผู้มีความรู้ในเรื่องนั้น อย่างแท้จริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้

ความหมายยังได้รวมถึงสภาพทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ต้องได้รับการรักษาไว้” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2538 : 64)

จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ผู้รู้ทั้งหลายได้กำหนดขึ้นดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้สามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) ได้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยมีการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง และให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่น และสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน” ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ (1) การท่องเที่ยวธรรมชาติ (2) การศึกษาและเข้าใจธรรมชาติสิ่งแวดล้อม (3) การไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือการอนุรักษ์ระบบนิเวศ (4) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย, 2540 อ้างในมูลนิธิโลกสีเขียว, 2540-41 : 345)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น อาจกล่าวได้อีกลักษณะหนึ่งว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพื่อประสานการท่องเที่ยวกับความพอใจในการเรียนรู้ และสัมผัสกับระบบนิเวศ ซึ่งมีความแตกต่างอย่างชัดเจนกับความสนใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อันเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ไม่ว่าจะมีการคาบเกี่ยวกันในเชิงพื้นที่ก็ตาม เว้นแต่จะรวมเอาลักษณะวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบธรรมชาติเข้าเป็นส่วนหนึ่งในระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาตินั้น ในทำนองเดียวกับการท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) ก็ไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยว นั้นๆ ด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงถือว่าเป็นแนวทางหรือวิถีทางหนึ่งที่พยายามจะก้าวไปสู่เป้าหมายสำคัญ คือ การพัฒนาที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงมีองค์ประกอบที่สำคัญที่ควรพิจารณา 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ และ สิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการกระจายรายได้ (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548 : 40)

## 1.2 ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การศึกษาประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

- 1) การท่องเที่ยวระดับสากล
- 2) การท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในเรื่องของการท่องเที่ยวนั้นกล่าวได้ว่า ยุคแรก เป็นการท่องเที่ยวของเจ้าขุนมูลนาย โดยมีประวัติศาสตร์จารึกไว้ตั้งแต่ก่อนคริสต์ศักราช ต่อมาในช่วงปลายของยุคแรกเป็นการท่องเที่ยวเพื่อแสวงบุญและเพื่อความเพลิดเพลิน ในช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรมในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 ได้มีการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเกิดขึ้น นำไปสู่การท่องเที่ยวในยุคกลางช่วงหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม มี

กิจกรรมท่องเที่ยวของคนรวย เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงมวลชน เป็นการท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อคลายเครียด ต่อมาการท่องเที่ยวเพื่อมวลชนต้องหยุดชะงักลง เนื่องจากเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 หลังจากการฟื้นตัวด้านการท่องเที่ยว หลังจากสงครามโลกก็ได้เข้าสู่ การท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ในประเทศไทยเมื่อประมาณ 50 กว่าปีที่ผ่านมา เป็นการท่องเที่ยวแบบประเพณี ในยุคนี้สร้างความเสื่อมโทรมต่อสิ่งแวดล้อมและมีการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้จึงมีกระแสด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การก่อตั้งองค์กรต่างๆ เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จากกระแสดังกล่าวเป็นเป็นสาเหตุให้มีการบัญญัติศัพท์คำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” ไว้ในราชบัณฑิตยสถานตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542 : 8)

ประวัติและวิวัฒนาการการท่องเที่ยวนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อธิบายละเอียดของแต่ละยุคได้ดังต่อไปนี้

### 1) การท่องเที่ยวระดับสากล แบ่งออกเป็น 3 ยุค ดังนี้

ก) การท่องเที่ยวของโลกยุคแรก ประมาณช่วง 3,000 ปีก่อนคริสต์ศักราช จนถึงก่อนปฏิวัติอุตสาหกรรมในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 จากประวัติศาสตร์มีจารึกภาพการเดินทางที่ผนังวิหารดิอิท แอล บาฮารี ที่เมืองลักซอร์ เมื่อครั้งที่พระนางฮัทเชปสุทแห่งประเทศอียิปต์ได้แปรพระราชฐานโดยทางเรือเพื่อไปพักผ่อนยังดินแดนปูนท์ ประเทศโซมาเลีย ต่อมาเมื่อประมาณ 850 ปีก่อนคริสต์ศักราช นักปราชญ์ชาวกรีกชื่อไฮเมอร์ (Himer) นักท่องเที่ยวคนสำคัญอีกคนหนึ่งของโลก ได้เขียนบทกวีในหนังสือชื่อ Travelogue ได้บันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นเอกสารฉบับแรกของโลกที่ได้บันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเอาไว้

การท่องเที่ยวในปลายยุคแรกประมาณคริสต์ศตวรรษที่ 14 เป็นการออกเดินทางของคริสต์ศาสนิกชนเพื่อแสวงบุญ ถึงแม้จะเป็นการเดินทางเพื่อแสวงบุญ แต่นักเดินทางก็ได้มีการพักผ่อนท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินไปด้วย ต่อมาในคริสต์ศตวรรษที่ 17 มีการเดินทางของนักศึกษาและนักวิชาการ เพื่อแสวงหาประสบการณ์ทางการศึกษาและความเพลิดเพลิน เรียกว่า “แกรนด์ทัวร์” (Grand Tour) แหล่งท่องเที่ยวยุคแรกส่วนใหญ่เป็นโบราณสถานที่สำคัญ ต่อมาเริ่มหันมาสนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งน้ำแร่ น้ำพุร้อน จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และต่อมากลายเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน

ข) การท่องเที่ยวของโลกยุคกลาง คือ ช่วงหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม จนถึงสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดพัฒนาการจากกิจกรรมการท่องเที่ยวของคนรวยไปสู่การท่องเที่ยวเชิงมวลชน (Mass Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อคลายเครียดของประชาชนทั่วไป เนื่องจากในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรม มีการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมมาสู่สังคมอุตสาหกรรม ทำให้เศรษฐกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว ประชาชนมีรายได้สูงขึ้น มีวันเวลาทำงานที่

แน่นอน จึงมีทั้งเงินและเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนคลายเครียด จึงทำให้การท่องเที่ยวสมัยนั้นขยายตัวขึ้นเป็นลำดับ

การท่องเที่ยวเชิงมวลชนยุคชะงักลงในปี ค.ศ. 1978 เนื่องจากมีสงครามปฏิวัติในฝรั่งเศส จนกระทั่งปี ค.ศ. 1814 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวในภาคพื้นทวีปยุโรปจึงเริ่มฟื้นตัวขึ้นใหม่อีกครั้ง

**ค) การท่องเที่ยวของโลกยุคปัจจุบัน** คือ ช่วงระหว่างหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 จนถึงปัจจุบัน ประมาณ 50 กว่าปีมานี้เองเป็นยุคการท่องเที่ยวที่เจริญก้าวหน้ามากที่สุดและขยายตัวอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นกิจกรรมของทุกคนขึ้นในโลก อีกทั้งกลายเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลกด้วย

การท่องเที่ยวยุคปัจจุบันเป็นการท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional Tourism) ได้ก่อผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ทำให้สิ่งแวดล้อมถูกทำลายและเสื่อมโทรมลงอย่างมาก จนกระทั่งประมาณปี ค.ศ. 1972 เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวความคิดการท่องเที่ยว เกิดกระแสความคิดที่จะปรับกระบวนการและวิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวเสียใหม่ โดยมีแนวโน้ม 2 ประการคือ แนวโน้มเรื่องการอนุรักษ์ และ แนวโน้มเรื่องการท่องเที่ยว

จากแนวโน้มทั้ง 2 ประการดังกล่าวส่งผลให้เกิดกระแสเรียกร้องการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดกระแสสำคัญ 2 ประการขึ้นพร้อมกันคือ กระแสความต้องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และกระแสความต้องการเสนอขายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยกระแสดังกล่าวนี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงแนวความคิดพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว จึงเป็นสาเหตุสำคัญให้เกิดการจัดการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (The United Nations Conference on Environment and Development) หรือเรียกว่า การประชุม Earth Summit ขึ้นที่กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1992 (พ.ศ. 2535) ผลการประชุมก่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ขึ้นที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และได้รับความนิยมนับอย่างแพร่หลาย นั่นก็คือ Eco-Tourism หรือเรียกชื่อเป็นภาษาไทยตามการบัญญัติศัพท์ของราชบัณฑิตยสถานว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542 : 8-16)

**2) การท่องเที่ยวในประเทศไทย** จากกระแสความสนใจทั้งชาวไทยและชาวโลกเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน พยายามพัฒนาการท่องเที่ยว ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) จึงมุ่งเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นสำคัญ

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของไทยเริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 เป็นต้นมา โดยในช่วงก่อนนี้ ช่วงระหว่าง พ.ศ. 2520-2535 เป็นช่วงที่การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยประสบผลสำเร็จอย่างสูง

ในเชิงเศรษฐกิจ โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นทุกปี มีผลต่อรายได้อัตราการจ้างงาน และการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยว แต่ก่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม จึงทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยหันมามุ่งการพัฒนาแบบยั่งยืนตามกระแสแห่งความสนใจของชาวไทยและชาวโลกเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 เป็นต้นมา โดยในปี พ.ศ. 2538-2539 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ (National Ecotourism Policy) ขึ้น เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542 : 16-19)

### 1.3 สถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวของไทย

สถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวของไทยนั้นมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอตลอดช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมา (ช่วงปี พ.ศ. 2503-2533) โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 81,340 คนในปี พ.ศ. 2503 จำนวน 628,271 คนในปี พ.ศ. 2513 จำนวน 1,858,801 คนในปี พ.ศ. 2523 จำนวน 5,298,860 คนในปี พ.ศ. 2533 ในปี พ.ศ. 2503 การท่องเที่ยวมีรายได้ 196 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นมาเป็นลำดับคือ เพิ่มขึ้นเป็น 2,175 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2513 17,765 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2523 11,572 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2533 นับว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว

สำหรับการพยากรณ์การท่องเที่ยวของไทยนั้น WTTC (World Travel & Council) ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาทางด้านวิชาการ ได้ทำการศึกษาถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการเดินทาง และ ท่องเที่ยวให้กับกลุ่มประเทศสมาชิกเอเปค (APEC) ได้พยากรณ์การท่องเที่ยวของไทยในช่วง 2543-2553 ว่าจะขยายตัวอยู่ในระดับร้อยละ 6.07 ในปี พ.ศ. 2543 และลดลงเหลือร้อยละ 5.42 ในปี พ.ศ. 2553 (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542 : 30-34)

### 1.4 แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ในปัจจุบันแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) ได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีทั้งภาครัฐ และ เอกชนในการตระหนักถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยก่อให้เกิดกระแสสำคัญ 2 ประการขึ้นพร้อมกัน คือ กระแสความต้องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น และขณะเดียวกันเกิดกระแสการเร่งรัดให้มีการเสนอขายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้นด้วย

จากการประชุม Earth Summit ที่กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน ค.ศ. 1992 ในที่ประชุมมุ่งเน้นความสนใจของทั่วโลกสู่ประเด็นเรื่องการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และ สรุบทเรียนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจากการประชุมนี้เองทำให้เกิดแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเกิดจากกระแสการเรียกร้องหลัก 3 ประการดังต่อไปนี้ คือ

1) กระแสความต้องการของชาวโลกให้เกิดจิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการของประชาชนทั่วโลกให้เกิดการสร้างจิตสำนึกในแง่การอนุรักษ์ ต่อสิ่งแวดล้อมระดับท้องถิ่นจนถึงขอบข่ายกว้างขวางไปทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุรักษ์ระบบนิเวศ เพื่อคงความหลากหลายทางชีวภาพเอาไว้

2) กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดการศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการที่มีมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับความรู้ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวมากกว่าความสนุกเพลิดเพลินเพียงอย่างเดียว เพื่อสร้างความพอใจแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่

3) กระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเป็นหลักประกันให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และชุมชนท้องถิ่นยอมรับในผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ได้รับ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ที่เหมาะสม

จากกระแสหลักทั้ง 3 กระแสดังกล่าวนี้ก่อให้เกิดความตื่นตัวในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ขึ้น เพื่อมาทดแทนหรือแข่งขันกับการท่องเที่ยวประเพณีนิยม โดยมีการประยุกต์รูปแบบการท่องเที่ยวที่นำไปสู่กระแสหลักทั้ง 3 มานำเสนออยู่หลายรูปแบบ แต่รูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวถึงกันมากที่สุดก็คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542 : 403-404)

### 1.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 404-405) อธิบายว่า จากแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำให้เกิดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้น 4 องค์ประกอบคือ

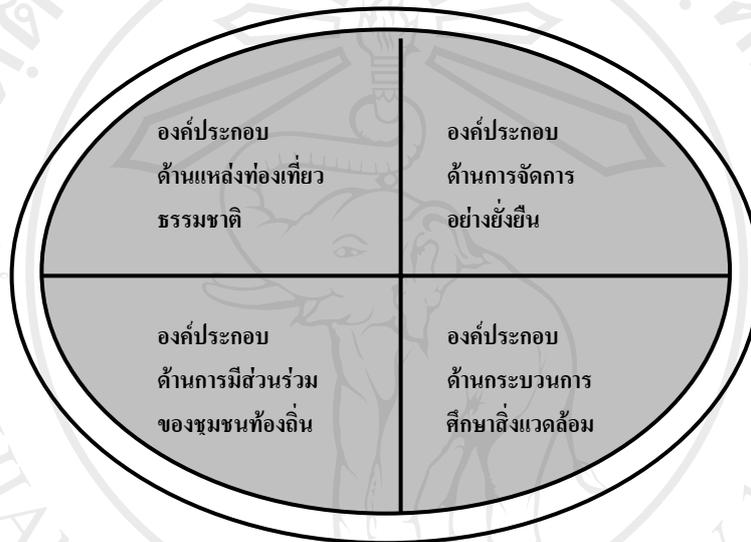
1) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Nature-base Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องกันธรรมชาติ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้น

2) องค์ประกอบด้านการจัดการอย่างยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Managed Tourism) โดยมีความรับผิดชอบไม่ให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกัน และการกำจัดมลพิษ และการควบคุมการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

3) องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม (Environment Education-base Tourism) โดยมีการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจในการสร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation-base Tourism) โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเกือบตลอดกระบวนการ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น ซึ่งหมายรวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต การได้รับผลตอบแทนมาบำรุงและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย

ความเข้าใจดังกล่าวสามารถนำมาสร้างเป็นรูป เพื่อให้เข้าใจง่าย และชัดเจนยิ่งขึ้น ดังแผนภูมิที่ 1



แผนภูมิ 1 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ที่มา : บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542 : 404. การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จากองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 องค์ประกอบที่ได้กล่าวแล้วนำไปสู่หลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ประการคือ

- 1) เป็นการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เช่น สิ่งก่อสร้างต้องมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ
- 2) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และได้รับความเพลิดเพลิน สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์
- 3) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว

4) เป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนา มีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ เพื่อให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจและรู้สึกเป็นเจ้าของ

### 1.6 นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อุดม เชยกิจวงศ์ (2548 : 108-110) กล่าวว่า จากแนวคิดและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบ หลัก 4 ด้าน คือ องค์ประกอบด้านพื้นที่ การจัดการ กิจกรรม และ กระบวนการ รวมทั้งการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น รัฐบาลจึงได้พิจารณา กำหนดนโยบายหลักด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ ดังนี้

1) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องมีการควบคุมดูแลรักษาและจัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหวง่ายต่อการถูกรบกวน และ พื้นที่ไคโยก

2) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม และ การปรับให้เกิดความสมดุลกับรูปแบบ และ กิจกรรมเดิมที่มีอยู่ พึงหลีกเลี่ยงความขัดแย้งอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ หากเน้นในการแปรประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยรวม

3) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดี ในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ และการมีรายได้เพียงอย่างเดียว

4) การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน และ องค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้ และ วัฒนธรรมชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือ ให้ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ

5) ให้ความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นความจำเป็นอันดับต้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ทั้งนี้ ให้องค์กรต่างๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจน ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และ กำหนดวิธีการจัดการที่เหมาะสม

6) นำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เข้าสู่แผนการพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และ แผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการจัดสรร และ กระจายงบประมาณอย่างทั่วถึง และ เพียงพอ

7) สนับสนุนการศึกษาวิจัย และ ประเมินผลการพัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการแก้ไขปัญหา และ การปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน

8) มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน และ สร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย

9) จัดทำแนวทางปฏิบัติ หรือคู่มือการจัดการ (Code of Conduct) แก่ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกต้อง

10) จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในแนวตั้ง และ แนวนอน โดยให้มีการประสานงาน ด้านข้อมูลข่าวสาร และ การจัดการร่วมกันทุกระดับนโยบายด้านต่างๆ ในการจัดการเชิงนิเวศ

### 1.7 การพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมักมุ่งเน้นด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว และ สิ่งแวดล้อมอย่างเข้มงวด โดยการปรับเปลี่ยนจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของนักท่องเที่ยว และ ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ไปในทิศทางที่เหมาะสม ซึ่งจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง ลักษณะของบุคคลที่สามารถตอบสนองการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยตระหนักรู้ถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความรัก และ ความห่วงหาพันทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนขึ้นในจิตใจ อันจะได้อำนวยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงสภาพดีตลอดไป จึงต้องให้ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายได้เกิดการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่นิยมใช้กันมากมี 4 แนวทางคือ (1) การให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (2) การจัดทำสื่อความหมายบอกทาง (3) การจัดเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว (4) การจัดรายการท่องเที่ยวเดินป่า

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว และ สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเข้มข้น โดยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเพื่อมุ่งเน้นเสริมสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว ด้วยการใช้สื่อเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยเน้นถึงความสำคัญของธรรมชาติ และ วัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น และ สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังพัฒนาด้านจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว การจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ทำให้ผู้มีส่วนร่วมได้รับรู้ถึงความสำคัญ ซึ่งการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นแนวทางหนึ่งของการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่ความเข้าใจ ความรัก และ เกิดการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้มีจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวที่ถูกต้องในการช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว และ สิ่งแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืนควบคู่กันไป

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 230-231) ให้ความเห็นว่า วัตถุประสงค์ของการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่สำคัญมีดังต่อไปนี้คือ

1) เพื่อให้เกิดการพัฒนาทักษะ ทักษะคิด และ ค่านิยมในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนซึ่งเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการป้องกันความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวได้

2) เพื่อให้เกิดการเพิ่มความตระหนักในความรับผิดชอบของมนุษย์ต่อการท่องเที่ยว และ สิ่งแวดล้อม โดยเชื่อมโยงให้คุณภาพของการท่องเที่ยว และ สิ่งแวดล้อมคงอยู่ในสภาพที่ดีอย่างยั่งยืนควบคู่กันไป

3) เพื่อให้เกิดการพัฒนาทักษะ และ ทักษะคิดที่เหมาะสมต่อการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทุกระดับ ในการร่วมกันตัดสินใจเกี่ยวกับการวางแผนพัฒนา และ จัดการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่รูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่มุ่งให้เกิดจิตสำนึกด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม และ ระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว และ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องทำควบคู่กันไป เพื่อไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรและระบบนิเวศ ที่สำคัญต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว และ ควรคำนึงถึงผลกระทบต่อประชากรในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

เนื่องจาก การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และ ชุมชน โดยมีนโยบายทางการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน ในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น ภายใต้อกรอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องมิใช่ทำเพียงเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวอย่างเดียวแต่จะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ โดยเน้นย้ำการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว และ คนในชุมชน ทั้งนี้เพื่อการเอื้อประโยชน์ในระยะยาวต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และ เพื่อการท่องเที่ยวจะได้เป็นมรดกของชาติต่อไปในอนาคต

## 2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการรณรงค์

ในประเทศไทยเพิ่งจะเริ่มคุ้นเคยกับคำว่า “รณรงค์” เมื่อไม่นานมานี้ เมื่อมีคนบางคนในสังคมเริ่มมองเห็นปัญหาที่เริ่มลุกลามเป็นภัยต่อระบบโครงสร้างสังคม และ พยายามจะแก้ปัญหาเพื่อรักษาระบบโครงสร้างสังคม การรณรงค์ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญโดยนักรณรงค์ดังกล่าวต้องอาศัยความเชี่ยวชาญในกลยุทธ์ ที่ถูกกำหนดมาจากความเข้าใจปัญหาในมิติสังคม และ มิติความเป็นมนุษย์ที่ถ่องแท้

## 2.1 ความหมายของการรณรงค์

นักทฤษฎี และ นักรณรงค์ต่างมีส่วนร่วมในการให้ความหมายของการรณรงค์ เมื่อพิจารณาอย่างผิวเผิน ความหมายเหล่านี้อาจจะแตกต่างกัน แต่ก็มีจุดรวมที่สำคัญของการรณรงค์ปรากฏอยู่ มีผู้ให้ความหมายของการรณรงค์ไว้ดังต่อไปนี้

Schramm (1964 : 155) มีแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการรณรงค์อยู่ 3 แนวทางคือ (1) การรณรงค์ทั้งมวลวางอยู่บนฐานของความเข้าใจชีวิต ความเชื่อ และ ทัศนคติของชาวบ้าน รวมทั้งปัจจัยทางสังคมต่างๆ ที่มีส่วนกำหนดวิถีชีวิตของเขา (2) ต้องวางแผนให้มีการสื่อสารเผชิญหน้า (face-to-face communication) โดยอาศัยทีมงานภาคสนาม หรือ คนอื่นๆ (3) ต้องใช้ช่องทางการสื่อสารแบบผสมผสาน ที่แต่ละช่องทางต้องถูกกำหนดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในแง่ของการกำหนดข้อมูลข่าวสารในแต่ละคราว

Roger (1973 : 277) ให้ความหมายของการรณรงค์ไว้ว่า การรณรงค์เป็นชุดกิจกรรมการสื่อสารที่ได้มีการวางแผนเอาไว้ก่อนล่วงหน้า ได้รับการออกแบบโดยผู้ต้องการการเปลี่ยนแปลง (change agents) เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารในช่วงระยะเวลาที่กำหนด

Roger และ คณะ (1979 : 60) ให้ความหมายของการรณรงค์ว่า การสื่อสารรณรงค์ (communication campaign) คือ ชุดของกิจกรรมการสื่อสารที่ได้มีการวางแผนเอาไว้ล่วงหน้า ได้รับการออกแบบขึ้นมาเพื่อเข้าถึง และ จูงใจประชาชนโดยการใช้สาร (Message) ที่มีความเฉพาะ การรณรงค์นั้นทำในช่วงเวลาสั้นๆ (ปกติคือ 1 สัปดาห์ถึง 3 เดือน) โดยมีวัตถุประสงค์เชิงทัศนคติ และ พฤติกรรมการรณรงค์มักจะใช้สื่อประสม (Multi-media Approach) เสมอ

Atkin (1981 : 265) กล่าวว่า การรณรงค์เผยแพร่ข่าวสาร (Information Campaign) มักจะเกี่ยวข้องกับชุดเนื้อหาของสารที่มีลักษณะกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Promotional Messages) ขึ้นในชนหมู่มาก มีการกระจายสารผ่านช่องทางสื่อมวลชนต่างๆ ไปสู่ผู้รับสารซึ่งเป็นเป้าหมายของการสื่อสารแต่ละครั้ง

Flay & Cook (1981 : 239) กล่าวว่า แนวโน้มของการรณรงค์ด้วยสื่อ (Media-based Campaigns) ก็คือ ต้องถูกออกแบบเพื่อป้องกันพฤติกรรมที่ถูกมองว่าไม่เป็นที่ต้องการ และเป็นอันตรายต่อสังคม ในการรณรงค์มีการใช้สื่อหลากหลายประเภท ใช้การสื่อสารแบบเผชิญหน้าในบริบทโรงเรียน สถานศึกษา และ กิจกรรมที่จัดขึ้นในบ้านเรือน หรือ สถานที่ทำงาน

ณรงค์ สมพงษ์ (2535 : 357) ระบุว่า การรณรงค์ คือ วิธีการดำเนินการที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีปฏิบัติให้แพร่กระจายอย่างกว้างขวาง และ ต่อเนื่องในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง แนวคิดหลัก คือ การโน้มน้าวจิตใจให้มีการร่วมมือปฏิบัติในสิ่งที่ดีกว่า ประชาชนเป้าหมายจะได้รับการแสดงให้เห็นซ้ำแล้วซ้ำอีกว่าการปฏิบัติดังกล่าวจะช่วยแก้ปัญหาบางอย่างที่เกิดขึ้นได้อย่างไรบ้าง

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2539 : 1) ให้ความหมายว่าการรณรงค์คือ การใช้กิจกรรมหรือสิ่งต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เป็นขั้นตอน เพื่อให้บุคคลเป้าหมายเปลี่ยนความคิดเห็น หรือ พฤติกรรมโดยสมัครใจ ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ บุคคลเป้าหมายควรเป็นบุคคลกลุ่มใหญ่ หรือ ส่วนใหญ่ในสังคมนั้นๆ

อรวรรณ ปิณฑมโรวาท (2537 : 243) ให้นิยามว่าการรณรงค์คือ ขั้นตอนของเหตุการณ์ต่างๆ ที่มีกิจกรรมของการ โน้มน้าวใจเข้าไปเกี่ยวข้อง คำนิยามนี้จึงย้ำว่า การรณรงค์มิใช่วิธีการบอกเล่าธรรมดา แต่ต้องมีวิธีการที่จะโน้มน้าวใจประกอบด้วย

จากคำอธิบายความหมายของการรณรงค์โดยทั่วไป ที่ผู้รู้ทั้งหลายได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นว่ามีความแตกต่างกัน 4 ประเด็น คือ 1) วัตถุประสงค์ 2) ช่วงเวลาของการรณรงค์ และ ผลที่คาดหวัง 3) หน่วยของการวิเคราะห์ และ สถานที่ (locus) ของประโยชน์ที่ได้รับจากการรณรงค์ 4) ช่องทางการสื่อสารที่ใช้ และ จากความหมายดังกล่าว ทำให้สามารถสรุปนิยามของ “การรณรงค์” ได้ว่า

- 1) การรณรงค์เป็นเจตจำนงในการทำให้เกิดผลลัพธ์ หรือ ผลกระทบบางประการ
- 2) การรณรงค์พุ่งเป้าไปที่คนจำนวนมาก หรือ กลุ่มคนขนาดใหญ่
- 3) การรณรงค์มีการระบุระยะเวลาการทำที่ชัดเจน
- 4) การรณรงค์นั้นต้องอาศัยชุดกิจกรรมการสื่อสารที่มีการออกแบบจัดการเอาไว้

ล่วงหน้า (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 231-232)

กล่าวโดยสรุป การรณรงค์ คือ วิธีการที่ใช้สื่อหรือกิจกรรมหลายชนิด อย่างต่อเนื่อง และยาวนานพอควร โดยมีแผนอย่างรัดกุม มีวิธีการรณรงค์เพื่่อมุ่งเน้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือวิถีชีวิตของบุคคลเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการยอมรับในการปฏิบัติ คือ การให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง และเข้มข้น ในช่วงเวลาหนึ่งๆ เพื่อย้ำความสำคัญของการให้ความรู้ที่มีการวางแผน

จะเห็นได้ว่ามีผู้ให้นิยามความหมายของการรณรงค์หลากหลาย และ เป้าหมายของการรณรงค์นั้นได้ใช้กับคนในเมือง และ ในต่างจังหวัด ทั้งหญิง และ ชาย ทั้งผู้ใหญ่ และ เด็ก ทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้ว และ ประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นความพยายามที่จะมีอิทธิพลเหนือปัจเจกบุคคล ทั้งนี้ทั้งนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายเพื่อแก้ปัญหา การรณรงค์จึงจะเกิดผลสำเร็จ

## 2.2 ขั้นตอนในการรณรงค์

มีนักวิชาการ และ นักปฏิบัติกรรณรงค์หลายท่านที่เสนอขั้นตอนในการออกแบบการรณรงค์เอาไว้แล้ว เช่น McGuire, 1989; Pfau & Parrott, 1993; Rice & Paisley 1981; Salmon, 1989 โดยแต่ละท่านนำเสนอจากการค้นพบจากสถานการณ์การรณรงค์จริง และ งานวิจัยการรณรงค์ใน

บริบทและสภาพวัฒนธรรมต่างๆ กัน แต่สาระ และ ขั้นตอนต่างๆ ที่แต่ละท่านนำเสนอไม่แตกต่างกันมากนักซึ่งประมวลเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) **ขั้นทบทวนทำความเข้าใจกับสถานการณ์ และ สภาพความเป็นจริง** การระบุดลงไปให้ชัดเจนว่าต้องการจะเปลี่ยนแปลง หรือ ปรับอะไรในพฤติกรรมของคนในสังคมมีความจำเป็นอย่างไรจึงต้องเปลี่ยน ปัญหาที่แท้จริงคืออะไร อะไรเป็นสาเหตุของปัญหา

2) **ขั้นพิจารณาปัญหาในทางจริยธรรม** มีการออกแบบการรณรงค์ขึ้นมาเพื่อใช้จัดการกับพฤติกรรมของมนุษย์ ให้นุญช้ทำ หรือ แสดงพฤติกรรมตามที่นักรณรงค์ต้องการ หรือ ตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์ โดยคำนึงถึงศีลธรรมเป็นสำคัญ

3) **ขั้นวางผังความคิดของกลุ่มเป้าหมาย** เป็นขั้นเจาะลึกลงไปที่ตัวผู้กระทำ (Perpetrators) ให้เห็น โครงสร้างหรือผังทางความคิด (Mental Matrix) ต้องใช้หลักจิตวิทยา โดยเฉพาะด้านบุคลิกภาพ และ ความรู้สึกนึกคิด เพื่อปรับเปลี่ยน หันเหพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้น

4) **ขั้นวางแผน กำหนดสาระในการรณรงค์ (Themes)** ขั้นนี้ขึ้นอยู่กับกระบวนการทัศนในการมองปัญหา ทั้งเชิงสถานการณ์ และ ผังความคิดของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วางแผนจะมีทางเลือกในการรณรงค์ 3 ทางหลัก คือ ให้ความรู้ ปรับทัศนคติ และ เปลี่ยนพฤติกรรม

5) **ขั้นออกแบบกิจกรรมการสื่อสาร** เกี่ยวกับการใช้ผู้สื่อสาร (source) การผลิตเนื้อหาสาร (message production) และ การเลือกช่องทางการสื่อสารซึ่งเป็น “input” ในกระบวนการรณรงค์ ด้านการผลิตเนื้อหาสารจะต้องรู้ว่าออกแบบสารอย่างไรจึงจะ “โดนใจ” ผู้รับสาร

6) **การประเมินผลการรณรงค์** การประเมินผลถือเป็นสิ่งสำคัญที่นักรณรงค์ควรยึดเป็นแนวทาง ทั้งนี้ เพื่อการนำไปใช้วางแผนในคราวต่อไป

การประเมินผลอาจแบ่งเป็น 4 ลักษณะ คือ

ก) การประเมินติดตามผลระหว่างโครงการ (monitoring)

ข) การประเมินประสิทธิผล (efficiency evaluation)

ค) การประเมินประสิทธิภาพ (effectiveness evaluation)

ง) การประเมินความคุ้มค่า (cost-effectiveness evaluation) (กิตติ กันภัย, 2543 :

247-257 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ)

### 2.3 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อรณรงค์

กลยุทธ์การสื่อสารเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่งในการรณรงค์ การเลือกกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมเป็นเสมือนกุญแจไปสู่ความสำเร็จของการรณรงค์ กลยุทธ์การสื่อสารประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านสาร และ กลยุทธ์ด้านสื่อ มีรายละเอียดต่อไปนี้

## 1) กลยุทธ์ด้านสาร

## แนวทางเชิงลบ (Negative approach)

- ก) การใช้ความน่ากลัว (fear appeal) เพื่อสร้างความอ่อนไหวทางอารมณ์
- ข) การใช้บุคคลทำหน้าที่ตักเตือนกลุ่มเป้าหมาย
- ค) การนำเสนอข้อเท็จจริง มุ่งเน้นการให้ข้อมูล เพื่อชี้แจงข้อมูลด้านต่างๆ

## แนวทางเชิงบวก (Positive approach)

- ก) การสื่อสารผ่านถ้อยคำที่มีความหมาย และ เกิดความรู้สึกกินใจ
- ข) การเน้นความทันสมัย โดยการนำเสนอภาพให้สอดคล้องกับสมัยนิยม
- ค) การเน้นข้อความสะดุดหู สะดุดตา เพื่อสร้างความประทับใจ
- ง) เลี่ยงการตำหนิ แต่ประกาศเชื่อเชิญให้ทำพฤติกรรมที่พึงประสงค์
- จ) การนำเสนอภาพพฤติกรรมที่พึงประสงค์โดยบุคคลที่มีชื่อเสียง
- ฉ) การสร้างสัญลักษณ์ เพื่อให้กลุ่มบุคคลเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วม สำนึกร่วมกัน
- ช) การตอกย้ำความสำคัญของ “ชุมชนเข้มแข็ง”

## 2) กลยุทธ์ด้านสื่อ (media strategies)

## แนวทางเชิงลบ (Negative approach)

- ก) นำเสนอประสบการณ์ตรงในการเผชิญปัญหา มุ่งเน้นถึงความคิด  
ความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย
- ข) การใช้บุคคลที่น่าเชื่อถือทำหน้าที่สื่อสารกับสาธารณชน
- ค) การสร้างแรงกดดันผ่านกลุ่มแนวร่วม

## แนวทางเชิงบวก (Positive approach)

- ง) การจัดกิจกรรมทางเลือกโดยการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของกิจกรรม

(ปารีชาติ สถาปัตตานนท์ และคณะ, 2546 : 140-145)

## 2.4 ขั้นตอนในการออกแบบสื่อเพื่อการรณรงค์

การออกแบบสื่อการรณรงค์ เพื่อให้ผู้บริโภคยอมรับ เป็นการเลือกสรรข่าวสารทางจิตวิทยา หรือเป็นการเข้ารหัส (Code) ทางการสื่อสาร เพื่อให้ผู้รับสารมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อเนื้อหา (content) ที่อยู่ในสื่อ ทั้งนี้ การออกแบบสื่อจะมีสาระมากนักน้อยเพียงใดจะออกแบบอย่างไร สื่อจึงจะมีความชัดเจนโดดเด่น จูงใจ สะดุดตา และ เป็นที่ยอมรับต่อรสนิยมของผู้บริโภคเพียงใดขึ้นอยู่กับแนวคิดของผู้ออกแบบการรณรงค์ และ พฤติกรรมการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2542 : 177-203) ได้อธิบายขั้นตอนในการออกแบบสื่อเพื่อการรณรงค์ ดังนี้

**2.4.1 ขั้นตอนก่อนที่ข่าวจะบรรลุเป้าหมาย** ความสำเร็จของการส่งข่าวสาร หรือการออกแบบสื่อขึ้นอยู่กับความพยายามเข้ารหัส ข่าวสาร สัญลักษณ์ เพื่อสื่อความต้องการ โดยผสมผสานส่วนต่างๆ ทั้งเนื้อหา คำ ภาพ แบบที่ออกมาอย่างเหมาะสม ให้ผู้รับสารเกิดปฏิกิริยาตอบสนอง กว่าจะถึงขั้นตอบสนองนี้มีผู้กล่าวว่า มีหลายขั้นตอนดังนี้



### แผนภูมิ 2 ขั้นตอนก่อนที่ข่าวจะบรรลุเป้าหมาย

ที่มา : นรินทร์ชัย พัฒนพงศา 2542 : 177. การสื่อสาร-รณรงค์เชิงยุทธศาสตร์ เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์. กรุงเทพฯ : รั้วเขียว

**2.4.2 ข้อความ เนื้อหาที่จะใช้ผลิตสื่อ** โดยหลักการ เนื้อหาในการผลิตสื่อต้องไม่ใช่ข้อมูล (Data) ดังนั้น ข้อมูลต้องเลือกประเด็นที่เป็นข่าวสาร (Information Message) คือ ข่าวที่เป็นสาระของกลุ่มเป้าหมาย จึงจะเกิดความสนใจรับเป็นความรู้เพื่อตัดสินใจต่อไป ดังที่โรลิ่ง ได้กล่าวเป็นขั้นตอน ดังนี้ 1) ข้อมูล 2) ข่าวสาร 3) ความรู้ 4) การตัดสินใจ (Roling 1987 : 48 อ้างถึงใน Haverkort และ Engel)

ข่าวสารที่จะใช้ผลิตสื่อ ต้องสะท้อนประเด็นปัญหาที่จัดลำดับสำคัญไว้ แล้วหาวิธีแก้ไขจากการศึกษาบุคคลเป้าหมาย จึงสามารถใช้การวางตำแหน่งครองใจ หรือ จุดเว้าวอนที่เหมาะสม จึงจะเป็น “ข่าวสาร” ที่เป็นที่น่าสนใจ

### 2.4.3 การคิดกรอบแนวคิดและประโยคที่เหมาะสม

การคิดกรอบแนวคิด กรอบแนวคิด หรือ มโนทัศน์ (Concept) นั้นอาจมีความคล้ายคลึงกับการวางตำแหน่ง และ การสร้างจุดเว้าวอน แต่อาจกว้างกว่า

yoke-lim et. Al. (1993) ได้ให้แนวทาง วิธีคิดกรอบแนวคิดไว้ คือ

- 1) ให้รู้จักผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมนั้น ให้ลึกซึ้ง
- 2) รู้จักสภาพตลาด หรือ สถานการณ์ทั่วไป
- 3) วิเคราะห์ข้อดีของนวัตกรรมเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
- 4) ตรงสู่ประเด็นไม่อ้อมค้อม ชัดเจน และมีเหตุผล
- 5) เอาใจเป้าหมายมาใส่ใจผู้คิดกรอบมากที่สุด
- 6) ข่าวสารนั้นจะให้ผลมากถ้ามุ่งให้แก่งคิดเพียงประเด็นเดียว

- 7) ควรเป็นสิ่งที่เชื่อถือได้ไม่โอ้อวดเกินไป
- 8) ใช้ข้อความที่มีความโดดเด่น
- 9) อย่าคิดแต่ขาย แต่จงขาย (โน้มน้าว) ในสิ่งที่เป้าหมายต้องการ

**ประโยคที่เหมาะสม** ประโยคที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการ  
รณรงค์ ควรประกอบด้วย

- 1) ใช้คำที่สนทนาในชีวิตประจำวัน
- 2) ใช้คำประเภทความหมายนัยประหวัค
- 3) ใช้คำคล้องจองสละสลวย
- 4) ใช้คำในลีลาแปลกใหม่ หรือ ความหมายลึกซึ้ง
- 5) ใช้คำ และ ประโยคที่ดัดแปลงให้เหมาะสมกับสถานการณ์
- 6) ใช้คำ และ ประโยคที่เห็นภาพลักษณ์
- 7) ใช้คำ และ ประโยค หรือ ใช้การเปรียบเทียบ พร้อมภาพประกอบ
- 8) ใช้ประโยคที่มีความหลากหลาย
- 9) ใช้ภาษาแหวกแนว
- 10) ใช้คำถาม

**2.4.4 การปรุงแต่งเนื้อหา** การปรุงแต่งเนื้อหาที่มีหลายรูปแบบที่จะทำได้ แต่ขอให้  
เป็นรูปแบบที่บุคคลเป้าหมายคุ้นเคยให้มากที่สุด ทั้งการจัดลำดับ การติดตามเรื่องในหน้าหนังสือ  
หรือในการจัดเนื้อหาตามระดับเรื่องที่ควรจะเป็น ก็ควรใช้แนวทางที่คุ้นเคย

**2.4.5 การใช้ภาพ ภาพวาด รูปต่างๆ ในสื่อ** เหตุผลที่ควรใช้ภาพประกอบ ซึ่งส่วน  
ใหญ่จะใช้ ภาพถ่าย ภาพเหมือน ภาพวาด แด็กกราฟ แผนภาพ (diagram) แผนภูมิ (charts) ตาราง ฯลฯ  
คือ

- 1) เพื่อเสริม และ ดอกย้ำข่าวสาร
- 2) เพื่อแก้ปัญหาผู้ที่ไม่มีทักษะการอ่านดีพอ
- 3) เพื่อจูงใจให้มารับทราบ และ ติดตามเนื้อหาอย่างไม่เบื่อ
- 4) ทำให้เรื่องที่ยากเข้าใจได้ง่ายขึ้น
- 5) ช่วยให้ผู้รับรู้ และ จดจำข่าวสารได้ดีขึ้น (Webster 1971 : 249 and  
Barton 1964 : 109)

**2.4.6 การออกแบบ (layout) และ งานศิลป์ (art work)** เป็นการช่วยให้การจัด หัว  
เรื่อง ภาพ เนื้อเรื่อง และ การสรุป เป็นไปอย่างเหมาะสม ซึ่งรวมถึงรูปร่าง สี และ เนื้อวัตถุ ให้เกิด  
การจูงใจที่จะติดตามเรื่องอย่างสนใจ และ เพลิดเพลิน

**2.4.7 การออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo)** อาจเป็นภาพ หรือ ข้อความ หรือ ผสมทั้งภาพ และ ข้อความ มุ่งระบุความมุ่งหมายของหน่วยงาน บริษัท

**2.4.8 การทดสอบข่าวสาร และ สื่อต้นแบบ (Media Pre-testing)** เป็นวิธีการประเมินระหว่างการรณรงค์ (formative evaluation) เพื่อผลิตสื่ออย่างเจาะจง และมีคุณภาพได้รับการยอมรับจากลูกค้าอย่างจริงจัง โดยมีหลักการทดสอบสื่อเป็นไปตามลำดับดังนี้

- 1) ทดสอบโดยนำต้นแบบสื่อไปทดสอบ
- 2) ทดสอบกับกลุ่มบุคคลเป้าหมาย
- 3) สิ่งที่ต้องทดสอบควรมีอะไรบ้าง และ ใช้กับสื่อใด สรุปกว้างๆ ได้ดังนี้
  - ก) ทดสอบการจำเนื้อหาได้ และ เข้าใจ
  - ข) ทดสอบการยอมรับในความชอบ ความสั้น-ยาวของเรื่อง
  - ค) ทดสอบรูปแบบการออกแบบ (format/layout)
  - ง) ทดสอบความเข้าใจการรับสื่อภาพ ว่าตรงกับวัตถุประสงค์หรือไม่
  - จ) ทดสอบโดยการนำเสนอ (presentation)

สรุปได้ว่า การศึกษาด้านการรณรงค์ เพื่อจะวัดทัศนคติ และ พฤติกรรมของผู้รับสื่อ จากการรณรงค์ และ เพื่อให้เข้าใจถึงองค์ประกอบทุกองค์ประกอบของกระบวนการรณรงค์ ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร จะทำอย่างไรให้เกิดประโยชน์ต่อการนำไปใช้กับผู้รับสาร และ ทำให้เกิดการรณรงค์ที่มีประสิทธิภาพหลังจากที่ได้ดำเนินการรณรงค์ผ่านสื่อแอนิเมชันได้อย่างไร

ดังนั้น การรณรงค์ที่ดีต้องอาศัยความรู้ ความเชี่ยวชาญในเชิงกลยุทธ์เป็นเครื่องมือที่มีการวางแผนอย่างรอบคอบ และ มีการกำหนดมาจากความเข้าใจถึงปัญหาในมิติทางสังคม และ มิติทางพฤติกรรมของมนุษย์อย่างแท้จริง

### 3. แอนิเมชัน (Animation)

กระแสความนิยมแอนิเมชันในประเทศไทยปัจจุบัน มีการตื่นตัวด้านการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน ด้วยเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์และโปรแกรมประยุกต์ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันมีการพัฒนาขึ้นอย่างมาก อีกทั้งยังมีการเติบโตทางด้านธุรกิจภาพยนตร์และโทรทัศน์ ตลอดจนธุรกิจทางด้านมัลติมีเดียต่างๆ เช่น การใช้เทคนิคภาพพิเศษ (Visual Effects) ในการผลิตภาพยนตร์โฆษณา เกมสื่อบันเทิง สื่อมัลติมีเดียและเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งมีแอนิเมชันเป็นส่วนประกอบสำคัญ

ถ้าพูดถึงคำว่า แอนิเมชัน อาจคิดถึงการ์ตูนที่มีสีสันสวยงาม แต่ที่จริงแล้ว คำว่าแอนิเมชันสามารถครอบคลุมมากกว่านั้น ไม่ว่าจะเป็นแอนิเมชันสามมิติ สเปเชียลเอฟเฟกต์ หรือภาพและตัวอักษรเคลื่อนไหวในโฆษณาโทรทัศน์ หรือแม้กระทั่งเกมคอมพิวเตอร์ก็ถือว่าเป็นแอนิเมชันชนิด

หนึ่งเช่นกัน นับได้ว่า แอนิเมชันเกิดจากองค์ประกอบของภาพและเสียงที่ลงตัว เพื่อตอบสนองความต้องการของจินตนาการ ที่ไม่สามารถเป็นไปได้ในโลกปัจจุบัน ทั้งนี้ แอนิเมชันยังเป็นสื่อที่ใช้ในการบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ที่นอกเหนือจากความเป็นจริงได้อีกด้วย

คำว่า “Animation” นั้นเกิดจากการรวมของ คำว่า “Anima” คำภาษาลาตินที่แปลว่า วิญญาณ (Soul and Spirit) ถ้าเป็นคำกริยา คือ Animation จะแปลว่า ทำให้มีชีวิต คำว่า “แอนิเมชัน ในความหมายรวมๆ ในปัจจุบันนั้น มีความหมายว่าภาพเคลื่อนไหว ในความหมายไม่ได้จำกัดเพียงการ์ตูนเท่านั้น แอนิเมชันยังมีความหมาย มีเทคนิค และ วิธีสร้างสรรค์อีกหลากหลายวิธี (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550 : 18)

### 3.1 ความหมายของสื่อแอนิเมชัน

มีผู้รู้ได้ให้คำจำกัดความของ “ภาพยนตร์แอนิเมชัน” มีความหมายที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

ธรรมปพน ลีอำนาจโชค (2550 : 13) กล่าวว่า แอนิเมชัน (Animation) หมายถึง การสร้างภาพเคลื่อนไหว โดยการนำภาพนิ่งหลายๆ ภาพที่มีความต่อเนื่อง มาฉายด้วยความเร็วที่เหมาะสม ทำให้เกิดภาพลวงตาของการเคลื่อนไหว

ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล (2547 : 5) กล่าวว่า สื่อแอนิเมชัน สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เรียน ทำให้เข้าใจบทเรียนได้ง่ายและเข้าใจตรงกัน เนื่องจากสามารถแสดงให้เห็นเนื้อหาที่ต้องการสื่อผ่านทางภาพเคลื่อนไหว รวมถึงเอื้อต่อการแสดงรายละเอียดของสิ่งที่ต้องการศึกษาภายในบทเรียน ได้ชัดเจนมากกว่าจะเป็นเพียงตัวหนังสือหรือเป็นภาพนิ่ง การสร้างงานแอนิเมชัน เป็นการรวมองค์ความรู้และประสบการณ์ทั้งศาสตร์ทุกแขนง แบบจำลองรูปภาพ รวมถึงวัสดุกราฟิกในงานแอนิเมชัน ที่จะนำมาใช้ในสื่อการเรียนการสอนจะต้องมีความเหมาะสมในการให้รายละเอียดและแสดงข้อมูลหรือสารที่ต้องการให้ผู้รับสารเข้าใจได้ตรงกันในฐานะของสื่อที่ดี

การใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกในการคำนวณสร้างภาพจะเรียกว่าการสร้างภาพเคลื่อนไหวด้วยคอมพิวเตอร์หรือ คอมพิวเตอร์แอนิเมชัน หากใช้เทคนิคการถ่ายภาพหรือวาดรูป หรือรูปถ่ายแต่ละขณะของหุ่นจำลองที่ค่อย ๆ ขยับ จะเรียกว่า ภาพเคลื่อนไหวแบบการเคลื่อนที่หยุด หรือ สตอปโมชัน (Stop motion) โดยหลักการแล้วไม่ว่าจะสร้างภาพหรือเฟรมด้วยวิธีใดก็ตามเมื่อนำภาพดังกล่าวมาฉายต่อกันด้วยความเร็วตั้งแต่ 16 ภาพต่อวินาทีขึ้นไป เราจะเห็นเหมือนว่าภาพดังกล่าวเคลื่อนไหวได้ต่อเนื่องกัน ทั้งนี้เนื่องจากการเห็นภาพติดตา

จากความหมายของภาพยนตร์แอนิเมชันที่ได้กำหนดขึ้นดังกล่าวแล้วข้างต้น ในทรรศนะของผู้ศึกษา ทำให้สามารถสรุปความหมายของ ภาพยนตร์แอนิเมชันได้ว่า แอนิเมชันเป็นภาพกราฟิก ทั้งสองมิติและสามมิติ เป็นกระบวนการที่ภาพแต่ละภาพของภาพยนตร์ ถูกผลิตขึ้นต่างหากจากกันทีละภาพ แล้วนำมาร้อยเรียงเข้าด้วยกันโดยการฉายต่อเนื่องกัน มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นการสร้างภาพเคลื่อนไหวโดยการ

ฉายภาพนิ่งหลายๆ ภาพไม่ว่าจากวิธีการ ใช้คอมพิวเตอร์กราฟิก ถ่ายภาพรูปรูปร่าง หรือ หรือรูปถ่ายแต่ละขณะของหุ่นจำลองที่ค่อย ๆ ขยับเมื่อนำภาพดังกล่าวมาฉาย ด้วยความเร็ว ตั้งแต่ 16 ภาพต่อวินาทีขึ้นไป เราจะเห็นเหมือนว่าภาพดังกล่าวเคลื่อนไหวได้ต่อเนื่องกันด้วยความเร็วสูง ทั้งนี้เนื่องจากการเห็นภาพติดตาในทาง คอมพิวเตอร์ เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม

### 3.2 ชนิดของสื่อแอนิเมชัน

ชนิดของแอนิเมชัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ชนิด แต่ละชนิดมีผลทำให้เกิดผลงานที่มีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งได้นำเสนอชนิดของแอนิเมชันไว้ดังนี้

**3.2.1 แอนิเมชันที่เกิดจากการวาด (Drawn Animation)** คือ แอนิเมชันที่เกิดจากการวาดภาพทีละภาพจากหลาย ๆ ภาพ แต่การฉายภาพเหล่านั้นผ่านกล้องอาจใช้เวลาไม่กี่นาที ข้อดีของภาพทำแอนิเมชันชนิดนี้ คือ มีความเป็นศิลปะ สวยงาม น่าดูชม แต่ข้อเสีย คือ ต้องใช้เวลาในการผลิตมาก ต้องใช้ผู้สร้างจำนวนมากและต้นทุนที่สูงตามไปด้วย

**3.2.2 แอนิเมชันที่เกิดจากการถ่ายภาพทีละภาพ (Stop motion)** หรือเรียกว่าเป็นการถ่ายภาพแต่ละขณะของหุ่นจำลองที่ค่อย ๆ ขยับ อาจจะเป็นของเล่นหรืออาจจะสร้างตัวละครจากดินน้ำมันหรือวัสดุที่คล้ายกับดินน้ำมัน โดยโมเดลที่สร้างขึ้นสามารถใช้ได้อีกหลายครั้งและยังสามารถผลิตได้หลายตัว ทำให้สามารถถ่ายทำได้หลายฉากในเวลาเดียวกัน แต่การเคลื่อนไหวแบบการเคลื่อนที่หยุด หรือสตอปโมชัน (Stop Motion) นั้น ต้องอาศัยเวลาและความทุ่มเทมาก วิธีนี้จึงเป็นงานที่ต้องอาศัยความอดทนมาก

**3.2.3 แอนิเมชันที่สร้างขึ้นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Animation)** ปัจจุบันมีซอฟต์แวร์ที่สามารถช่วยให้การทำแอนิเมชันง่ายขึ้น เช่น โปรแกรม Maya, Macromedia, Flash, และ 3D studio Max เป็นต้น วิธีนี้เป็นวิธีที่ประหยัดเวลาการผลิตและประหยัดต้นทุนเป็นอย่างมาก (ธรรมปพน ลีอำนาจโชค, 2550 : 14-15)

### 3.3 หลักเบื้องต้นในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน

ส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์แอนิเมชัน คือ การเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นส่วนสำคัญและจำเป็นในการสร้างผลงานแอนิเมชันทุกประเภท เพราะเกี่ยวข้องกับเรื่องเวลา ระยะทาง และการแสดงอารมณ์ การเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นต้องมีความหมายและต้องเกิดความงามขึ้นด้วยพร้อมกัน ดังนั้น การสร้างผลงาน แอนิเมชัน คือ การที่นำภาพนิ่งมาเรียงต่อกัน ด้วยเครื่องมือ หรือเครื่องจักรกลต่างๆ เพื่อทำให้เกิดภาพติดตาเป็นภาพเคลื่อนไหว เพื่อให้ผลงานแอนิเมชันนั้นมีความสมจริง น่าสนใจและเป็นธรรมชาติ ตรงตามจังหวะการเคลื่อนไหวจริง จึงจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้หลักการเบื้องต้นในการสร้างสรรค์งานแอนิเมชัน

ส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์ผลงานแอนิเมชัน อยู่ที่การเขียนภาพหลัก ที่กำหนดการเคลื่อนไหว ส่วนสำคัญนั้น คือ ภาพหลัก (Key Frame Animation หรือ Pose to Pose) ในการจัดทำทางบุคลิกของตัวละคร ระบบการวิ่งของจำนวนภาพในระบบฟิล์ม และ ระบบที่บันทึก ด้วยเทปวีดีโอชนิดต่างๆ นับเป็นจำนวนภาพต่อเวลาหนึ่งวินาที เพื่อความเข้าใจต่อเรื่องเวลา การทำงานของภาพยนตร์ และ ภาพเคลื่อนไหวในรูปแบบต่างๆ จำนวนภาพต่อระบบบันทึกภาพ เคลื่อนไหวมีระบบบันทึกต่อหนึ่งวินาทีเป็นดังต่อไปนี้

- 1) ระบบฟิล์มภาพยนตร์มีจำนวนภาพวิ่งวินาทีละ 24 ภาพ
- 2) เทปวีดีโอระบบ NTSC มีจำนวนภาพวิ่งวินาทีละ 30 ภาพ
- 3) เทปวีดีโอระบบ PAL มีจำนวนภาพวิ่งวินาทีละ 25 ภาพ

**ภาพหลัก** ในการสร้างงานแอนิเมชัน จะมีจำนวนเท่ากันในทุกเทคนิควิธี ไม่ว่าจะเป็วิธีที่เขียนและวาดด้วยมือ หรือใช้การคำนวณและสร้างขึ้นด้วยคอมพิวเตอร์ทั้งหมด ภาพหลักก็มีความสำคัญที่สุดในการกำหนดการเคลื่อนไหวของตัวละคร

ภาพหลักในการแสดงความเคลื่อนไหวของตัวละคร และภาพที่จะเกิดขึ้นในระหว่างภาพทั้งสองภาพนั้นเรียกว่า In between ดังภาพตัวอย่าง

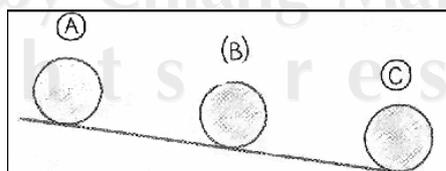


ภาพ 2 ภาพหลัก A-C

ที่มา : White, Tony. 1986 :26. The Animation Work Book

New York : Watson-Guptill.

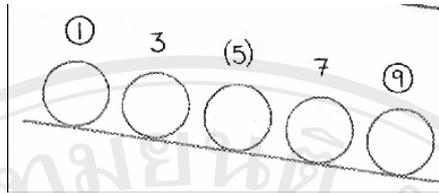
ภาพหลัก ทั้งสองที่อยู่ภาพ A และ B คือตัวอย่างภาพหลักของลูกบอลในช่วงกลิ้งลง A คือค่าสูงสุด B คือค่าที่ลูกบอลกลิ้งลงมาต่ำสุด



ภาพ 3 ภาพหลัก A-B-C

ที่มา : White, Tony. 1986 :26. The Animation Work Book New York : Watson-Guptill.

ภาพหลัก ที่เพิ่มขึ้นระหว่าง A และ B คือตัวอย่างภาพหลักของลูกบอลในช่วงกึ่งกลางของการกลิ้งลง A และ B เพิ่มขึ้นมาเป็นภาพหลัก C



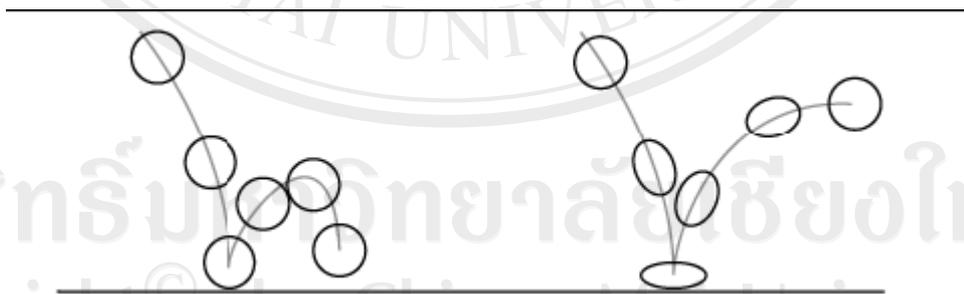
ภาพ 4 ค่าตรงกลางระหว่างภาพหลัก

ที่มา : White, Tony. 1986 :26. The Animation Work Book

New York : Watson-Guptill.

การเพิ่มค่าภาพหลักลงไปตรงกลางค่าภาพหลักทั้งสาม ดังตัวอย่างที่ผ่านมาก็จะได้ค่าหลักเพิ่มขึ้นเป็นค่าภาพหลัก ที่ 1, 3, 5, 7 และ 9 ส่วนภาพที่จะเขียนลงไประหว่าง ภาพหลักๆ เหล่านี้ เรียกว่า In between (Tony White, 1986 :26-29)

หลักเบื้องต้นในการสร้างภาพเคลื่อนไหว (Principle of Animation) เป็นส่วนสำคัญในการเริ่มต้นการสร้างสรรค์ผลงาน คือ การยืดหยุ่นและย่อส่วน ในโลกของการ์ตูน มักจะไม่มีสิ่งไหนที่มีลักษณะแข็งเหมือนหินสิ่งต่างๆ มักมีความยืดหยุ่น ทำให้สิ่งต่างๆ มีพลัง และ ดูแล้วให้ความเป็นธรรมชาติมากขึ้น ยกตัวอย่างจากภาพลูกบอลที่ตกลงพื้นแล้วเด้งขึ้น ในรูปด้านขวาจะมีลักษณะที่ดูเป็นธรรมชาติมากกว่า



ภาพ 5 การยืดและหด

ที่มา : Squash and Stretch [Online], accessed 17 March 2005. Available from

[http://www.siggraph.org/education/materials/HyperGraph/animation/character\\_animation/principles/squash\\_and\\_stretch.htm](http://www.siggraph.org/education/materials/HyperGraph/animation/character_animation/principles/squash_and_stretch.htm)

**เวลา (Timing)** การกำหนดระยะเวลาในการเคลื่อนไหวซึ่งขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของตัวละครเช่น รูปร่าง ขนาด น้ำหนัก และอุปนิสัยรวมถึงลักษณะเฉพาะของตัวละครนั้นๆ และอาจขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม หรือพื้นที่ในการแสดงนั้นๆ ด้วย เช่น การเคลื่อนที่ของน้ำบนดวงจันทร์ การเคลื่อนไหวอาจใช้เวลาเร็วช้าไม่เท่ากัน

**การเตรียมตัวการแสดงท่าทาง (Action)** ของตัวละคร เช่นการย่อตัวก่อนที่จะกระโดด หรือแสดงท่าเตรียมก่อนที่จะทำท่าทางจริง หรือการแสดงท่าทางตรงข้ามกับท่าแสดงจริง การแสดงทุกอย่างจำเป็นต้องมีการเตรียมตัวแสดงท่าทางอยู่เสมอ การศึกษาการเคลื่อนไหวธรรมชาติ ศึกษาการเคลื่อนไหวของสิ่งมีชีวิต จะต้องมีการเตรียมตัวขึ้นมาก่อน และจะประกอบกับการทำงานในส่วนของ การยืดหยุ่นและย่อส่วน (Squash and Stretch) เช่น การตีกอล์ฟ หรือการเล่นเบสบอล

ส่วนต่อมาก็คือ ท่าทางการเตรียมสร้างพลังงาน คือ การแสดงท่าทางการใช้พลังงาน เช่น การกดสปริง หรือ การดึงการยืดหนังยาง แล้วกลับมาคงรูปเดิม การสร้างพลังงานการเคลื่อนไหว การปล่อยพลังงานที่เตรียมเอาไว้ออกมา เช่น ท่าเตรียมกระโดดก่อนการกระโดด เมื่อกระโดดออกมาพลังงานที่ออกมานั้น จะเปลี่ยนเป็นพลังงานในการเคลื่อนไหวทันที

**เส้นของการเคลื่อนไหว (Arcs)** การเคลื่อนไหวของสิ่งมีชีวิต จะเป็นเส้นที่โค้งเสมอ เช่น การเคลื่อนไหวของคนในการยืดแขน ก้าวขา จะไม่มีส่วนที่เคลื่อนไหวเป็นเส้นตรง นอกจากการเคลื่อนไหวที่ดูไม่เป็นธรรมชาติอย่างเครื่องจักร หรือ หุ่นยนต์

**การเคลื่อนไหวทับซ้อน (Overlapping)** คือ เมื่อมีการเคลื่อนไหวหลักเกิดขึ้น จะมีการเคลื่อนที่ของส่วนการเคลื่อนไหวอื่นตามมา โดยที่ไม่ต้องรอให้การเคลื่อนไหวแรกหยุดก่อน การเคลื่อนไหวที่ทับซ้อนกันทำให้การเคลื่อนไหวเป็นธรรมชาติมากขึ้น เช่น การเดินของที่มีน้ำหนัก โดยที่ต้องใช้ข้อมือ แขน และ ลำตัว ดันออกไปก็จะเกิดการเคลื่อนที่ทับซ้อนคาบเกี่ยวกัน

**การเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่อง (Follow Through)** การเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่อง เป็นการเคลื่อนไหวที่จะไม่หยุดอย่างกะทันหัน เช่น การตีลูกเทนนิสเมื่อไม้ถูกลูกแล้ว การเคลื่อนที่ของไม้เทนนิสก็จะต้องเคลื่อนที่ต่อไปข้างหน้าไม่หยุดลงโดยทันที

**การเคลื่อนไหวที่อยู่รอบๆ ของการเคลื่อนไหวหลัก (Secondary Action)** เช่น ผม เสื้อผ้าใช้ร่วมกับการเคลื่อนไหวทับซ้อน และ การเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่อง

**สิ่งดึงดูดความสนใจการออกแบบ** รูปลักษณ์ ลักษณะอุปนิสัย การเคลื่อนไหวที่น่าสนใจ การแสดงท่าทางที่กระฉับกระเฉง ช่วยให้ผู้ชมผลงานที่ออกมาดูน่าสนใจ

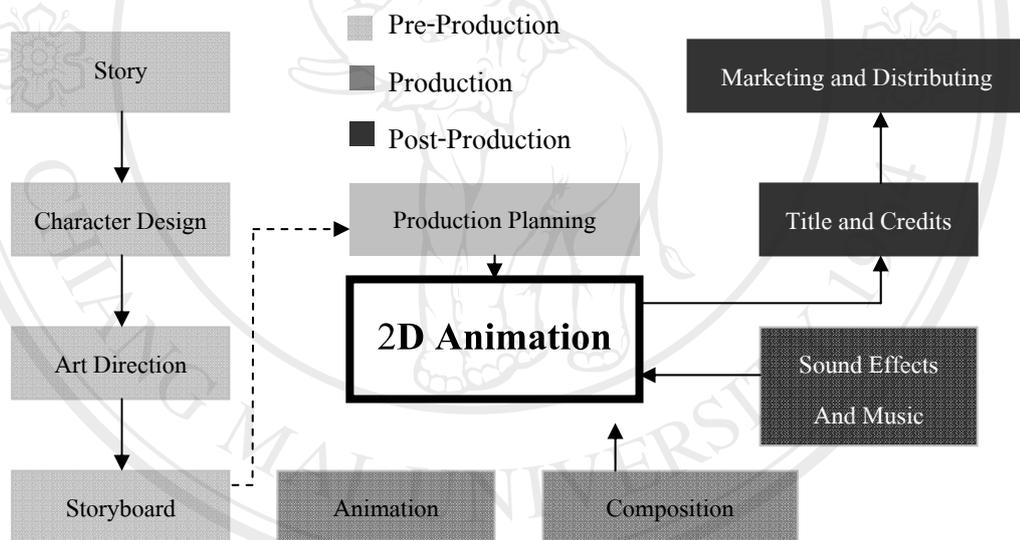
**พื้นที่ว่างของการแสดงการเคลื่อนไหว** การทำความเข้าใจต่อพื้นที่ ที่จะเตรียมตัวในการแสดงเพื่อจุดมุ่งหมายในการสื่อความหมาย สร้างความน่าสนใจ การนำเสนอความคิดให้ออกมาได้ อย่างชัดเจนตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ การควบคุมกล้อง ควบคุมเรื่องการลำดับภาพ การตัดต่อ

แรงเฉื่อย น้ำหนัก แรงผลัก แรงดัน แรงดึงดูดของโลก เป็นเรื่องจำเป็นในงานแอนิเมชัน เพื่อให้การเคลื่อนไหวที่ออกมาเป็นธรรมชาติ มีมวล มีน้ำหนัก และอาจต้องคำนึงถึงเรื่องกฎทางฟิสิกส์เข้ามาใช้ร่วมด้วย

น้ำหนัก (Weight) ของตัวละครในภาพเคลื่อนไหว ซึ่งมีลักษณะแตกต่างไปตามน้ำหนักของตัวละคร ขนาด ซึ่งจะมีผลต่อการเคลื่อนไหว เช่น การวิ่งของคนผอม และ คนอ้วน การยกของที่ มีน้ำหนักแตกต่างกัน เช่น การหยิบกระดาษหนึ่งแผ่น กับการยกกล่องใบใหญ่ที่มีน้ำหนักมาก (Tony White, 1986 :26-29)

### 3.4 ขั้นตอนการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน

ขั้นตอนการผลิตงานสำหรับทำภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยทั่วไปแล้วมีพื้นฐาน แสดงเป็นแผนภูมิประกอบรายละเอียดดังต่อไปนี้



แผนภูมิ 3 แสดงขั้นตอนการผลิตสื่อแอนิเมชัน

ที่มา : ธรรมประพน ลิ้อานวยโชค, 2550 : 28. Intro to Animation :

คู่มือสำหรับการเรียนรู้แอนิเมชันเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : ฐานบุ๊ค

จากแผนภูมิดังนี้ แสดงขั้นตอนการออกแบบสื่อแอนิเมชัน ซึ่งมีคำอธิบายของแต่ละขั้นตอน ดังนี้

1) **Pre-Production** ขั้นตอนก่อนการผลิตสื่อ เกี่ยวกับ แนวคิด เรื่องย่อ และเนื้อหา เป็นส่วนที่สำคัญที่สุด เรื่องราวที่ดีสามารถชักจูงใจให้เกิดความรู้สึกร่วมได้มากที่สุด คือ จุดที่สำคัญในการสร้างงานแอนิเมชันขึ้นมาจะอยู่ในช่วงของการเตรียมงาน เป็นขั้นตอนการวางแนวคิด (Concept) และการเขียนเนื้อเรื่อง (Story) ขั้นตอนนี้แม้จะเป็นเพียงจุดเริ่มต้นแต่ก็เป็นจุดที่สำคัญ

ที่สุด เพราะเป็นตัวกำหนดแนวทางทั้งหมดของการออกแบบว่า งานจะออกมาในทิศทางใด ตามด้วยขั้นตอนการออกแบบตัวแสดง (Character Design) เป็นการออกแบบบุคลิกของตัวแสดง กำหนดว่าจะใช้ คน สัตว์ หรือสิ่งของ เพื่อใช้ในการถ่ายทอดอารมณ์ รวมไปถึงขั้นตอนการกำหนดขอบเขตด้านสุนทรียศาสตร์ทางการออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบฉาก การจัดองค์ประกอบภาพ สี สัน ฯลฯ เพื่อสร้างบรรยากาศให้เกิดเสน่ห์และมีความน่าใจ โดยนำทั้งหมดมาประกอบกันในขั้นตอนการวาดกระดานภาพนิ่ง (Storyboard) เป็นส่วนที่สำคัญในการถ่ายทอดเรื่องราวจากต้นฉบับ ให้แสดงออกมาเป็นภาพ แสดงให้เห็นถึงมุมมองของภาพ ทิศทางการเคลื่อนไหวของกล้อง ทิศทางการเคลื่อนไหวของตัวละคร นำไปสู่ความเข้าใจในการดำเนินงานร่วมกันภายในทีมงานทุกๆ ฝ่าย ค้นหาจุดเด่นจุดด้อย และจุดบกพร่องนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุง ทำให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนขึ้นการถ่ายทำจริง เปรียบเป็นแผนผังแผนที่ในการทำงาน เป็นการสรุป เพื่อให้ทุกฝ่ายเข้าใจในเรื่องและแผนการทำงาน (Production Planning) ในทิศทางเดียวกัน ขั้นตอนนี้จัดได้ว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เพราะเป็นการกำหนดทิศทางของโครงการ ถ้าในช่วง Pre-Production วางแผนไว้อย่างสมบูรณ์ก็จะทำให้ขั้นตอนการผลิตง่ายขึ้น

**2) Production** ขั้นตอนการผลิต เป็นขั้นตอนการวางท่าทางการเคลื่อนไหวของตัวละครให้เคลื่อนไหวแสดงอารมณ์ตามเนื้อเรื่อง และองค์ประกอบฉากหลัง โทนสี รูปแบบ ลักษณะทางศิลปะต่างๆ ตามกระดานภาพนิ่งที่วาดขึ้นจากขั้นตอนเตรียมงาน ขั้นตอนนี้เป็นการถ่ายทำผลงานในแต่ละภาพ ตามเทคนิคที่เลือกสร้างสรรค์ขึ้นมา เช่น สร้างผลงานแอนิเมชัน ด้วยเทคนิคการวาดที่ทำการถ่ายทำด้วยกล้องถ่ายภาพยนตร์ กล้องวิดีโอ หรือทำการสแกน ภาพแต่ละภาพเข้าไปในคอมพิวเตอร์ ก็เป็นอีกวิธี ทั้งหมดนั้นก็ขึ้นอยู่กับงบประมาณ และ ความต้องการของผู้ผลิตนั่นเอง

**3) Post-Production** ขั้นตอนการเก็บรายละเอียดงาน คือ การรวบรวมคลิปแอนิเมชันเข้าด้วยกัน โดยการนำภาพพื้นหลังและตัวแสดงที่ได้วางท่าทางการเคลื่อนไหวแล้วต่างๆ มาทำการตัดต่อ เรียงลำดับการเล่าเรื่องตามที่ได้กำหนดไว้ในส่วนของกระดานภาพนิ่ง ให้เกิดเป็นผลงานแอนิเมชันที่เสร็จสมบูรณ์ เพื่อให้มีความต่อเนื่องเกิดเป็นเรื่องราวตามเนื้อเรื่องที่ได้คิดไว้ เมื่อเสร็จจากขั้นตอนการตัดต่อ จากนั้นนำมาบันทึกเสียง (Sound Recording) ให้สอดคล้องกับภาพเคลื่อนไหว ซึ่งการอัดเสียงประกอบแอนิเมชันจะแยกออกเป็นประเภทของเสียง โดยหลักแล้วจะมีดังนี้ คือ

ก) เสียงบรรยาย (Narration) เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเข้าใจ เป็นการปูพื้นฐานให้กับผู้ชมว่าเรื่องเป็นอย่างไร และยังเป็นการเชื่อมโยงให้เรื่องราวติดต่อกันด้วย

ข) บทสนทนา (Dialogue) เป็นหลักการหนึ่งในการสื่อเรื่องราวตามบทบาทของตัวละคร เป็นการสื่อความหมายให้ตรง ตามเนื้อเรื่องที่สั้น กระชับ และสัมพันธ์กับภาพ

๗) เสียงประกอบ (Sound Effects) เป็นเสียงที่นอกเหนือจากบรรยาย เสียงสนทนา เสียงประกอบจะทำให้เกิดรู้สึก สมจริงสมจัง มีจินตนาการเช่น เสียงระเบิด เสียงฟ้าร้อง เป็นต้น ราวกับได้เข้าไปอยู่ในเหตุการณ์หรือสถานที่นั้นด้วย

๘) ดนตรีประกอบ (Music) ช่วยสร้างอารมณ์ของผู้ชมให้คล้อยตามเนื้อหา และปรับอารมณ์ของผู้ชมระหว่างการเชื่อมต่อของฉากหนึ่งไปยังอีกฉากหนึ่งได้ด้วย

หลังจากขั้นตอนการบันทึกเสียงก็ต้องตามด้วยการปรับสี เพื่อให้มีความสวยงามและลงตัวมากขึ้น ขั้นตอนนี้เปรียบเสมือนการตรวจทานและแก้ไขให้งานทั้งหมดให้ถูกต้อง และสมบูรณ์ก่อนนำออกแสดงหรือเผยแพร่ (Tony White, 1986 : 23-25)

### 3.5 หลักการพื้นฐานของการออกแบบตัวละคร

จักรกฤษณ์ นิลทะสิน (2545 : 19) ได้นำเสนอหลักการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน แบ่งออกได้เป็นส่วนต่างๆ ไว้ดังนี้

**3.5.1 แนวคิดการออกแบบ (CONCEPT)** กล่าวคือ การสร้างแรงบันดาลใจหรือจินตนาการ มโนภาพที่มาจากความคิด จากสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติใกล้ตัวเรา มาเป็นโครงสร้างของความคิด มีทิศทางที่นำไปของการออกแบบ เช่น การออกแบบสิ่งมีชีวิตตัวหนึ่งต้องรู้ว่าจุดกำเนิดของสิ่งมีชีวิตนั้นมาจากไหน พัฒนามาจากอะไร และมีความสามารถและพฤติกรรมอะไรบ้าง

#### 3.5.2 รูปร่างและรูปทรง (SHAPE&FORM)

1) รูปร่าง (SHAPE) ได้แก่ ภาพร่างที่มีลักษณะแบนๆ ไม่มีความหนาและความลึกแบบภาพ 2 มิติ

2) รูปทรง (FORM) คือ โครงสร้างทั้งหมดของรูปภาพนั้น รูปที่เกิดจะมีลักษณะเป็นมิติ ความลึก ความหนา ซึ่งรูปทรงทั้งหมดแบ่งออกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน

3) รูปทรงอิสระ (Free Form) รูปทรงที่มีลักษณะผิดจากธรรมชาติลักษณะไม่จำกัดรูปทรง อาจเกิดขึ้นโดยความบังเอิญ หรือลักษณะที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

4) รูปทรงเลขาคณิต (Geometrical Form) คือ โครงสร้างที่มาจากรูปวงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ที่เป็นพื้นฐานของงานศิลปะทุกแขนง

5) รูปทรงที่สร้างขึ้นใหม่ (Semiastract Form) คือการตัดทอน หรือดัดแปลงรูปแบบจากธรรมชาติ และผสมจินตนาการของตนเองอย่างมีเอกภาพ (Unity) เป็นลักษณะเฉพาะตัว

**3.5.3 อารมณ์ (Emotion)** หรือความรู้สึก คือการถ่ายทอดอารมณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้สึกคล้อยตาม เช่น อารมณ์โกรธ เศร้า ตลก ยิ้ม ซึ่งถ้าวาดให้เป็นลายเส้นสามารถสร้างความรู้สึกให้เกินความจริงก็ได้

**3.5.4 การเน้น (Emphasis)** เป็นการเน้นความสำคัญให้ชัดเจน สร้างให้โดดเด่นเป็นพิเศษ การเน้นแบ่งออกหลายลักษณะ เช่น การเน้นพื้นผิว เส้น และรูปทรง ซึ่งจะมีการเน้นเป็น 2 ลักษณะ คือ

- 1) การเน้นรายละเอียด การเพิ่มเติมให้มีความชัดเจนมากขึ้น เพื่อให้เกิดระยะ มีมิติมากขึ้น ซึ่งทำให้เกิดภาพ 3 มิติ (Three Dimensions)
- 2) การเน้นเส้นของรูปทรง คือการเน้นเส้นรอบนอก (Out Line) ควรเป็นเส้นที่ใหญ่หรือหนากว่าเส้นภายในเพื่อเพิ่มความเด่นชัด สร้างความสวยงามและสามารถสร้างระยะเพิ่มขึ้นด้วย

**3.5.5 การจัดภาพ (Composition)** คือการสร้างดุลยภาพ (Balance) การจัดภาพทำให้เกิดความสมดุลไปด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งทำให้เกิดความสวยงาม มีความสมบูรณ์ลงตัว

**3.5.6 จุดเด่น (Dominance)** คือจุดหรือตำแหน่งในภาพ สร้างความน่าสนใจเป็นพิเศษเป็นองค์ประกอบของภาพ ต่อจากนั้น องค์ประกอบต่างๆ รอบๆ จะมีความสำคัญรองลงไป ซึ่งจุดรอนั้นเรียกว่าจุดเสริม จุดเสริมสามารถสร้างจุดเด่น มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น

**3.5.8 จุด (Point)** จุดมีมิติที่เล็กมาก ไม่สามารถแสดงความกว้าง ความยาว ความลึก และเมื่อนำจุดมาเรียงต่อกันจะได้เป็นเส้น การเรียงจุดทำให้เกิดรูปทรงต่างๆ

**3.5.9 เส้น (Line)** เส้นเกิดจากการนำจุดหลายๆ จุดมาเรียงติดต่อกันจนเกิดเป็นความยาว การนำเส้นต่างๆ มาประกอบกันสามารถสร้างรูปทรงต่างๆ ตามต้องการได้ เส้นสามารถสร้างอารมณ์ ความรู้สึกในตัวมันเอง ดังนั้นจะแยกเส้นต่างๆ ออกดังนี้

- 1) เส้นดิ่ง (Straight Lines) แสดงความสูงให้รู้สึกมั่นคง แข็งแรง งามสง่า
- 2) เส้นราบหรือเส้นแนวนอน (Horizontal Lines) แสดงความรู้สึกผ่อนคลายสงบนิ่ง ราบเรียบ
- 3) เส้นทแยง (Diagonal Lines) แสดงความรู้สึกถึงการเปลี่ยนแปลง เคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง ไม่แน่นอน ไม่แข็งแรง และไม่มั่นคง
- 4) เส้นตัดกัน (Cross Lines) แสดงความรู้สึกขัดแย้ง ไม่มั่นคง สับสน
- 5) เส้นโค้ง (Curve Lines) แสดงความรู้สึกเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง นุ่มนวล อ่อนช้อย ราบรื่น และสนุกสนาน
- 6) เส้นซิกแซก (Zigzag Lines) แสดงความรู้สึกสับสน วุ่นวาย ตื่นเต้น ให้อารมณ์เคลื่อนไหวรุนแรง (จักรกฤษณ์ นิลทะสิน, 2545 : 19)

### 3.6 ความสนใจของเด็กที่มีต่อการดู

ฉวีวรรณ คูหาภินันท์ (2527 : 121) ได้สรุปความสนใจการดูของเด็กในวัยต่างๆ ไว้ดังนี้

เด็กวัย 0-3 ขวบ สนใจรูปร่างสัตว์ ดอกไม้ พ่อแม่ เด็กด้วยกัน มีความสนใจอ่าน  
ประมาณ 2-3 นาที

เด็กวัย 3-6 ขวบ (อนุบาล-ป.1ระยะต้น) สนใจรูปการ์ตูนที่เป็นสี มีความสนใจอ่าน  
ประมาณ 5-10 นาที

เด็กวัย 6-8 ขวบ (ป.1-ระยะปลาย ป.2) สนใจรูปการ์ตูนที่ตกลงขบขัน มีความสนใจ  
อ่านประมาณ 15-20 นาที

เด็กวัย 12-14 ขวบ (ชั้นประถมปลาย) สนใจการ์ตูนวิทยาคารใกล้ตัว การ์ตูน  
ทดลอง การ์ตูนนิยายรัก

เด็กวัย 15-17 ปี (วัยรุ่น) สนใจการ์ตูนการต่อสู้ ปัญหาสังคม การเมือง นักสืบ ผจญ  
ภัย เป็นต้น

### 3.7 การวิจารณ์ภาพยนตร์แอนิเมชัน (Animation Critics)

ภาพยนตร์แอนิเมชัน ถือว่าเป็นสื่อสารมวลชนอย่างหนึ่ง ซึ่งสื่อสารมวลชนนั้นมีอิทธิพล  
และผลกระทบต่อผู้คนและสังคม ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและควรต้องทำการศึกษา  
วิเคราะห์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพยนตร์แอนิเมชัน แนวทางการวิเคราะห์ภาพยนตร์แอนิเมชัน  
นั้น Butler. (1994) ได้เสนอแนวทางไว้อย่างน่าสนใจ ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางใน  
การวิจารณ์ภาพยนตร์แอนิเมชันได้เป็นอย่างดี

การจะวิจารณ์ภาพยนตร์แอนิเมชันนั้น หากมีพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจในหลักการ ทฤษฎี  
ระบบ กระบวนการ เทคนิคและวิธีการ อย่างครบถ้วนแล้ว ยิ่งหากมีทักษะความสามารถในการผลิต  
ด้วยแล้ว ยิ่งจะทำให้การศึกษา วิเคราะห์ ตลอดจนการวิจารณ์นั้นๆ มีความชัดเจน ถูกต้อง แม่นยำ  
ยิ่งขึ้นด้วยองค์ประกอบหรือปัจจัยของภาพยนตร์แอนิเมชันหลักๆ ที่จะนำมาวิเคราะห์วิจารณ์นั้น  
ประกอบด้วย

1) โครงสร้างของภาพยนตร์แอนิเมชัน (Structure) แรกเริ่มเลย เมื่อเราจะชม  
ภาพยนตร์แอนิเมชัน เราก็มักจะคิดหรือถามว่า ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องอะไร เรื่องเป็นอย่างไร  
พระเอกหรือผู้ร้ายเป็นอย่างไร หรือ ความยาวเท่าไร ฯลฯ เป็นต้น คำถามเหล่านี้ คือ การถามถึง  
โครงสร้างของภาพยนตร์แอนิเมชันทั้งหมดนั่นเอง ซึ่งในโครงสร้างของภาพยนตร์แอนิเมชันนั้น  
สามารถนำความรู้ในเรื่องหลักการการเขียนบทภาพยนตร์มาวิเคราะห์ได้เช่นกัน คือ เริ่มจากการ  
พิจารณาถึง แนวคิดหลักของภาพยนตร์ ว่ามีแนวคิดหลักอย่างไร แก่นของเรื่องเป็นเช่นไร  
ภาพยนตร์มีแนวเรื่องไปทางใด รูปแบบลักษณะของภาพยนตร์เป็นอย่างไร รวมทั้ง การเล่าเรื่องมี  
วิธีการเล่าเรื่องอย่างไร

2)สุนทรียศาสตร์ของภาพยนตร์แอนิเมชัน (Aesthetics) การพิจารณาถึง ความ  
สวยงาม (beauty)เสน่ห์ความน่าสนใจ (appeal) สี สัน แสงเงาบรรยากาศ ตลอดจนการนำศิลปะ

ต่างๆ มาใช้ในภาพยนตร์ รวมทั้งการใช้เสียงต่างๆ ที่เหมาะสมกลมกลืน ฯลฯ เป็นต้น โดยมีปัจจัยในการพิจารณาดังนี้คือ

ก) การออกแบบ (Designing) เช่น การออกแบบบุคลิกลักษณะของตัวแสดง การออกแบบฉากหลัง เป็นต้น

ข) งานศิลป์ (Artistic) การลงสี การลงแสงเงา (shading) ในตัวแสดงต่างๆ การระบายสีฉากหลัง ซึ่งมีกระบวนการเทคนิคและวิธีการแตกต่างกันไปตามลักษณะของภาพยนตร์แอนิเมชัน

ฅ) การเคลื่อนไหวแสดงอารมณ์ (Animate) เป็นการสร้างภาพเคลื่อนไหวเพื่อถ่ายทอดท่าทาง อารมณ์ และความรู้สึก

ค) เสียง (Sound)

3) เทคโนโลยีของภาพยนตร์แอนิเมชัน (Technology) ความรู้และความเข้าใจในเทคโนโลยีของภาพยนตร์แอนิเมชัน จะช่วยให้การวิเคราะห์วิจารณ์มีความถูกต้องและน่าสนใจ ซึ่งสามารถสรุปจำแนกได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้คือ

ก) ภาพยนตร์แอนิเมชันแบบดั้งเดิม (Traditional Animation) คือ ภาพยนตร์แอนิเมชันที่มีรูปแบบหรือใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการแบบดั้งเดิม หรืออาจจะใช้คอมพิวเตอร์มามีส่วนช่วยด้วยก็ได้ แต่ยังคงความเป็นรูปแบบดั้งเดิมไว้

ข) ภาพยนตร์แอนิเมชันด้วยคอมพิวเตอร์กราฟิก (Computer Graphic Animation) คือ ภาพยนตร์แอนิเมชันที่ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทั้งระบบและโปรแกรมประยุกต์ในการผลิตทั้งหมด

ฅ) ภาพยนตร์แอนิเมชันแบบร่วมสมัย (Contemporary Animation) คือ ภาพยนตร์แอนิเมชันในยุคปัจจุบันที่ผสมผสานเทคนิควิธีการต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ การวาดและระบายสีด้วยมือแบบดั้งเดิม การใช้วัสดุปั้นหล่อแบบใหม่ ฯลฯ เพื่อการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันที่ดูแปลกใหม่ สวยงามและน่าสนใจ (Jeremy G. Butler (1994) อ้างถึงใน นิพนธ์ คุณารักษ์, 2551)

สรุปได้ว่า การศึกษาเกี่ยวกับภาพยนตร์แอนิเมชัน เป็นการสร้างสรรค์ผลงานทางการออกแบบภาพเคลื่อนไหว ซึ่งมีทั้งทั้งภาพและเสียง ส่วนสำคัญนี้ทำให้ภาพยนตร์แอนิเมชัน มีคุณสมบัติที่แตกต่างจากภาพนิ่ง เนื่องจากภาพเคลื่อนไหวสามารถสร้างความสนใจ และ สร้างความเข้าใจในสื่อได้ดีกว่าภาพนิ่ง โดยเฉพาะการโน้มน้าวดึงดูดความสนใจจากผู้ชม ภาพยนตร์แอนิเมชันสามารถถ่ายทอดอารมณ์ให้ผู้ชมคล้อยตาม และ ซึมซับอารมณ์ความรู้สึกตามไปกับภาพยนตร์ เนื่องจากปัจจุบันภาพยนตร์แอนิเมชันเป็นสื่อที่กำลังได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ในกลุ่มเยาวชนไทย ว่าเป็นศิลปะแขนงใหม่ และเป็นเครื่องมือทางการสื่อสารที่มีทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ ด้วย

เหตุนี้ ภาพยนตร์แอนิเมชันที่ดีและได้รับความสนใจจะต้องมีความแตกต่างในเรื่อง แนวคิด และจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมาย ในการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันจึงต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาสื่อ เพื่อถ่ายทอดเนื้อหา แนวความคิด ทางการเรียนรู้และเป็นการสร้างความเข้าใจอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นถึงคุณประโยชน์และความเป็นไปได้ถึง ประสิทธิภาพของสื่อแอนิเมชันในยุคปัจจุบัน ในการที่จะนำมาใช้เป็นตัวกลาง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือทางการสื่อสารยุคใหม่ และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อการณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งถือว่าสื่อแอนิเมชันเป็นสื่อที่ผู้ชมสามารถเข้าใจได้โดยง่าย ผ่านองค์ประกอบต่างๆ ของสื่อ ที่สามารถจูงใจผู้ชมสื่อให้เกิดความสนใจในตัวสื่อและเข้าใจในเนื้อหาที่แฝงอยู่ในสื่อได้ง่ายขึ้น

#### 4. การสื่อสาร (Communication)

การติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการส่ง และ รับข้อมูลข่าวสารระหว่างมนุษย์ ในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารยังเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างความสำเร็จเปรียบเทียบการแข่งขันของการทำงานทุกสาขาอาชีพ ดังนั้น การเรียนรู้เรื่องการติดต่อสื่อสารจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง ต่อการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบ และการผลิตสื่อที่มีคุณภาพ ในเนื้อหานี้จะกล่าวถึงประเด็นสำคัญ และ สร้างความชัดเจนเกี่ยวกับการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ไว้ดังนี้

##### 4.1 ความหมายของการสื่อสาร

คำว่า “การสื่อสาร” นี้ ผู้ที่อยู่ในวงการท่านอาจจะใช้คำว่า “การสื่อความ” เพราะจะตรงกับคำภาษาอังกฤษ คือ “Communication” มากกว่าเพราะให้ข้อพิจารณาว่าจะสื่อสาร หรือ สื่อความได้ ต้องมีความเข้าใจร่วมกัน หรือ ลักษณะที่ร่วมกัน เช่น เป็นคนเชื้อชาติเดียวกัน ชุมชนเดียวกัน เป็นเพื่อนบ้านกัน ฯลฯ แต่มุ่งให้อีกฝ่ายหนึ่งมีส่วนร่วมกับรู้ข้อมูล (data) ข่าวสาร (information) ความเห็น/ความรู้ (opinion/knowledge) ทศนคติ/เจตคติ (attitudes) แนวปฏิบัติ (practice) ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของคำว่า “communication” ไว้ต่างกันดังนี้

เอ็ยม ฉายางาม และคณะ. (2542 : 5) ได้ประมวลความหมายของ “การสื่อสาร” จากที่มีผู้นิยามไว้ ซึ่ง ได้แก่ Aristotle, Miller, Gerbner, Osgood กล่าวโดยรวมจะหมายความว่า การสื่อสารนั้นต้องมีผู้ส่งสาร และ ผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร มีวิธีการส่งโดยใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่ง ส่งผ่านสื่อที่เชื่อมระหว่างสองฝ่าย

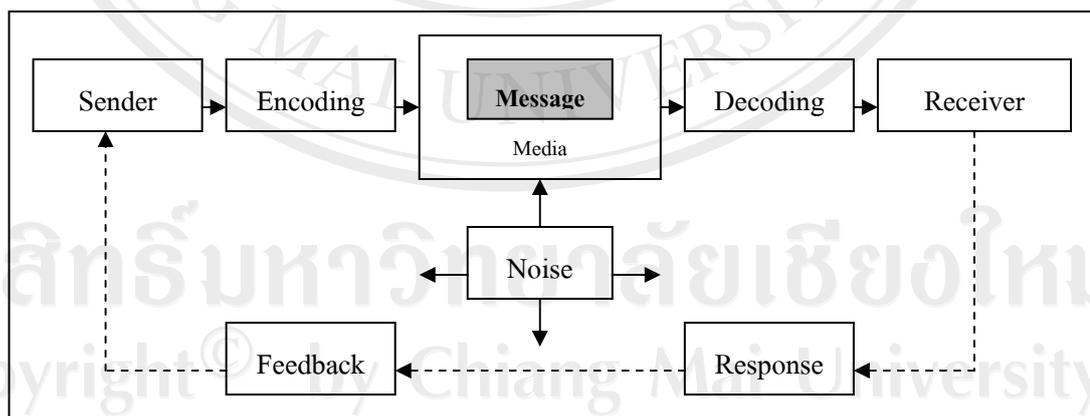
บุญศรี ปราบ ณศักดิ์ และศิริพร จิรวัดน์กุล (2536 : 9) ให้ความหมายการสื่อสารว่า คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนและร่วมกันรับรู้เรื่องราวข่าวสารต่างๆ โดยมีความเข้าใจร่วมกันต่อสัญลักษณ์ที่แสดงเรื่องราวข่าวสารนั้นๆ

จากคำนิยามต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น เราจะเห็นว่าผู้ให้ความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” ไว้ต่างๆ กัน เมื่อได้วิเคราะห์คำจำกัดความต่างๆ ทำให้สรุปความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” ได้ว่า “เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสาร และ ผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่างๆ เพื่อมุ่งโน้มน้าวใจให้เกิดผลในการให้เกิดการ รับรู้ ทศนคติ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม อย่างใดอย่างหนึ่ง” (นรินทร์ชัย พัฒนพงศา, 2542 : 3)

ดังนั้นการเรียนรู้ผ่านสื่อมัลติมีเดีย จึงเป็นกระบวนการสื่อสาร (Communication Process) ซึ่งประกอบด้วย ผู้ส่งสาร หรือ ผู้ส่งความรู้ ซึ่งเป็นสิ่งเร้าต่างๆ ให้แก่ผู้เรียนซึ่งเป็นจุดหมายปลายทาง หรือ ผู้รับสาร โดยผ่านพาหนะซึ่งนำความรู้ที่เป็นสื่อกลางอันเป็นความรู้ หรือ ข้อเท็จจริงต่างๆ ความคิด อารมณ์ เหล่านี้เรียกว่า สาร สื่อจะเป็นตัวกลางในการสื่อสิ่งเร้าให้ผู้รับสารตอบสนอง เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ และสามารถปรับตัวอยู่ในสภาพแวดล้อมได้อย่างมีความสุข

#### 4.2 กระบวนการสื่อสาร (The Communication Process)

การสื่อสารกับผู้บริหารโลกอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องเข้าใจองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสาร ที่มีองค์ประกอบ 9 ส่วน ประกอบด้วยบุคคล 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่ง (sender) และ ผู้รับ (receiver) เครื่องมือในการสื่อสาร คือ ข่าวสาร (message) และ สื่อ (media) นอกจากนั้นยังประกอบด้วยหน้าที่หลักของการสื่อสาร ได้แก่ การใส่รหัส (encoding) การถอดรหัส (decoding) การตอบสนอง (response) และ ข้อมูลป้อนกลับ (feedback) นอกจากนั้นยังมีส่วนรบกวน (noise) ซึ่งหมายถึง ข่าวสารอื่นๆ ที่เข้ามาแทรกแซงในขณะที่กระบวนการสื่อสารกำลังดำเนินอยู่ (คีตเดออร์ ฟิลลิป, 2547 : 723-724)



แผนภูมิ 4 แสดงโมเดลการสื่อสารที่มีองค์ประกอบ 9 ส่วน

ที่มา : คีตเดออร์ ฟิลลิป, 2547 : 723-724. การจัดการการตลาด.

กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า

โมเดลนี้เน้นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล ผู้ส่งข่าวสารจะต้องทราบว่า จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายใด ต้องการให้เกิดการตอบสนองอย่างไร จะใช้ช่องทางสื่อสารวิธีไหนจึงจะทำให้ผู้รับข่าวสารถอดรหัสข่าวได้ถูกต้อง จะส่งข่าวสารทางสื่อใดจึงจะเกิดประสิทธิภาพกับกลุ่มเป้าหมาย และ จะสร้างช่องทางให้กลุ่มเป้าหมายตอบสนองได้อย่างไร

ในด้านข่าวสาร กระบวนการใช้รหัสของผู้ส่งสารจะต้องสอดคล้องกับกระบวนการถอดรหัสของผู้รับ นั่นหมายความว่ายิ่งผู้ส่งกับผู้รับมีภูมิหลังของประสบการณ์กันเพียงใด การสื่อสารก็จะยิ่งมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเท่านั้น

#### 4.3 หลักการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

การผลิตสื่อเป็นช่องทางการสื่อสารอย่างหนึ่งระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น การผลิตสื่อที่มีคุณภาพสามารถส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ตามวัตถุประสงค์ จึงต้องอาศัยหลักสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการ ติดต่อสื่อสาร ดังต่อไปนี้

- 1) ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (Context) ความเหมาะสมกับสังคม วัฒนธรรม หรือ สภาพแวดล้อมอื่น ณ เวลาที่เกิดการติดต่อสื่อสารนั้น
- 2) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความเชื่อมั่นของผู้รับข่าวสารที่มีต่อข่าวสาร
- 3) ความชัดเจน (Clarity) หมายถึง ความชัดเจนของข่าวสารที่ต้องใช้ภาษาซึ่งผู้รับเข้าใจง่าย และ รวดเร็ว
- 4) การเลือกช่องทางข่าวสาร (Channels) โดยเลือกช่องทางที่ผู้รับสามารถเปิดรับสารได้สมบูรณ์ที่สุด
- 5) เนื้อหาสาระ (Content) ข่าวสารที่ดีจะต้องมีความหมายต่อผู้รับข่าวสาร ทำให้เกิดความพึงพอใจ ความเพลิดเพลิน การกระตุ้นให้เกิดความคิดด้านต่างๆ เพื่อทำให้ผู้รับข่าวสารเกิดการตัดสินใจ
- 6) การซ้ำให้เกิดความสม่ำเสมอ และ ต่อเนื่องกัน (Continuity and Consistency) เพื่อสร้างความทรงจำหรือเปลี่ยนทัศนคติ นำไปสู่การโน้มน้าวใจของกลุ่มเป้าหมาย
- 7) ศักยภาพของผู้รับข่าวสาร (Capability of Receiver) ความพร้อม หรือ ศักยภาพของผู้รับข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ที่สามารถส่งเสริมประสิทธิภาพของกระบวนการติดต่อสื่อสาร (สกนธ์ ภู่งามดี, 2546 : 87-88)

#### 4.4 สื่อสารบันเทิง

เอดูเทนเมนต์ (Edutainment) เป็นคำศัพท์ภาษาอังกฤษร่วมสมัย โดยเกิดจากการรวมคำศัพท์ภาษาอังกฤษดั้งเดิม จำนวน 2 คำ เข้าด้วยกัน ได้แก่ คำว่า “เอดูเคชัน” (Education) ซึ่งหมายถึง สาระความรู้ หรือ การศึกษาเล่าเรียน กับคำว่า “เอนเตอร์เทนเมนต์” (Entertainment) ซึ่งหมายถึง ความ

บันเทิงในรูปแบบต่างๆ แล้วกลายเป็นคำศัพท์ใหม่ว่า “เอดูเทนเมนต์” ซึ่งอาจแปลเป็นภาษาไทยว่า “สาระบันเทิง” โดยการผนวกคำว่า “สาระความรู้” กับคำว่า “ความบันเทิง” เข้าด้วยกัน

ดังนั้น เอดูเทนเมนต์ ก็คือ เครื่องมือที่เชื่อมประสาน โลกบันเทิง และ โลกสาระความรู้เข้าด้วยกัน โดยดึงเอกลักษณ์ด้านความสนุกสนาน ความมีชีวิตชีวา อันเป็นเอกลักษณ์ของความบันเทิง เพื่อใช้ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เขาได้มีชีวิตความเป็นอยู่อย่างปลอดภัย มีสุขภาพแข็งแรง และ มีความสุข (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 280-281)

Singhal & Bogers, (1989 : 18) กล่าวว่า ในทางวิชาการ “เอดูเทนเมนต์” หมายถึง กระบวนการดำเนินงานที่มีเจตนาผสมผสานข้อมูลข่าวสาร และ สาระความรู้ในด้านต่างๆ เข้ากับความบันเทิง โดยมีเป้าหมายให้บุคคลได้คิด คำนึง รับรู้ และ มีการประพฤติปฏิบัติตนในแนวทางที่พึงประสงค์ของสังคม

#### 4.5 ปัจจัยที่มีส่วนกำหนดประสิทธิภาพของเอดูเทนเมนต์

Singhal และ Rogers (1999 : 18-19) ได้สรุปว่า ปัจจัยที่มีส่วนส่งเสริมให้งานเอดูเทนเมนต์ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยที่มีส่วนกำหนดประสิทธิผลต่อผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย นั้น ประกอบด้วย 6 ประการ ได้แก่

- 1) คุณลักษณะผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคที่รู้จักเลือกเปิดรับสื่อ รับรู้ ตีความ และ จดจำสารที่นำไปสู่การเลียนแบบพฤติกรรม
- 2) องค์ประกอบด้านองค์กร หมายถึง ความพร้อมของผู้เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- 3) บรรยากาศด้านสื่อ หมายถึง บรรยากาศด้านสื่อประเภทต่างๆ ในสังคม ความนิยม และ ความน่าเชื่อถือของสื่อ ความหลากหลายของสื่อที่นำเสนองานบันเทิง
- 4) กระบวนการวิจัย ผู้สร้างสรรค์งานอาจให้ความสำคัญกับการวิจัย “ผู้บริโภค” โดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ การรับรู้ของผู้บริโภค เกี่ยวกับประเด็นหลักของงานเอดูเทนเมนต์ เสียงสะท้อนของผู้บริโภคต่องานเอดูเทนเมนต์ ตลอดจนการทดสอบสาร (message pre-testing) ก่อนนำไปเผยแพร่จริง
- 5) รูปแบบ และ เนื้อหาของเอดูเทนเมนต์ หมายถึง รูปแบบการนำเสนอรายละเอียดของงานบันเทิง รวมทั้ง Theme หรือแก่นเรื่องซึ่งต้องให้ตรงกับเจตนาของผู้อผลิตสื่อ ตระหนักในด้านสำนวนภาษา สถานการณ์แวดล้อม การผสมผสานระหว่างสาระและความบันเทิงเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน รูปแบบในการนำเสนอ การประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีต่างๆ รวมทั้งการต่อยอดสาระความรู้ของงานผ่านสื่อต่างๆ ด้วย
- 6) โครงสร้างพื้นฐานในสังคม เป็นเรื่องเกี่ยวกับความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค ไม่ว่าจะเป็นเรื่องน้ำ ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ ต่างๆ (ปาริชาติ และ คณะ, 2546 : 18-19)

หากความบันเทิงสามารถช่วยให้ผู้ชมนั้นปลดปล่อยความเครียดลงได้ ผลพลอยได้ก็อาจจะเป็นการที่ผู้ชมได้เรียนรู้ และ ลอกเลียนพฤติกรรมบางอย่างจากตัวละครเหล่านั้น ไปใช้ใน ชีวิตประจำวันได้ในหลายกรณี อาทิ การให้ผู้ชมเห็นการคาดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้ง เมื่อตัวละครขึ้นนั่ง รถ หรือ การไม่เผยแพร่ภาพผู้สูบบุหรี่ในหนังหรือละคร เป็นต้น

สรุปได้ว่า ความรู้ความเข้าใจในทฤษฎีการสื่อสาร จะทำให้เกิดลักษณะการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ลดปัญหา และ อุปสรรคทางการติดต่อสื่อสาร ทำให้การติดต่อสื่อสารในระบบ สังคมสารสนเทศ สามารถสื่อสารความรู้ ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ทั้งนี้ หลักการ สื่อสาร สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการผลิตสื่อที่มีคุณภาพ และ เกิดประโยชน์ทางการเรียนรู้ต่อ ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

การนำทฤษฎีการสื่อสารมาประกอบและประยุกต์ใช้กับการผลิตสื่อแอนิเมชัน จะช่วยให้สื่อ มีความชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจ เนื่องจากได้มีการนำหลักการสื่อสารของมนุษย์มาประกอบในการ บวนการผลิตสื่อ ทำให้ได้สื่อแอนิเมชันที่ใกล้เคียงกับวัตถุประสงค์ และ ความต้องการของผู้รับสาร และ สื่อจะสามารถสื่อความหมายให้ผู้รับเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว และ มีประสิทธิภาพ

## 5. สัญญะวิทยา (Semiotic)

คำว่า “sign” ในภาษาอังกฤษนั้น มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า “to semion” ซึ่งภาษาไทย แปลว่า “สัญญะ” ตามปกติเรารู้จักกับสัญญะอยู่แล้ว เช่น เมื่อเราขับรถอยู่บนถนนเราก็จะมองเห็น ป้ายสัญลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพหรือสัญญาณไฟ ทั้งนี้เพื่อบอกทิศทางหรือบอกตำแหน่งสถานที่ ต่างๆ เมื่อเรามาถึงสี่แยกไฟแดง ก็จะมองหาสัญญาณไฟจราจร เพื่อดูสัญญาณไฟจราจร เมื่อเห็นไฟ แดงเราก็จะรู้ว่าต้องจอดรอไฟเหลือง หมายถึง ต้องเตรียมตัวจอด และไฟเขียวก็เป็นสัญลักษณ์ให้รู้ ว่ารถสามารถไปได้ นี่คือ กรณีตัวอย่างของเรื่องสัญญะในชีวิตประจำวัน

เนื้อหาที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้เป็นเรื่องราวว่าด้วย “สัญญะ” (sign) และ “สัญญะศาสตร์/ สัญญะวิทยา” (Semiotics/Semiology) เนื่องจากบรรดาคำศัพท์จำนวนมาก (technical term) ของสัญญะวิทยาเป็นคำ ในส่วนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับศาสตร์ด้านสื่อสารมวลชน แสวงถึงการสื่อสาร ผ่านสัญลักษณ์รูปแบบต่างๆ ซึ่งเป็นสื่อกลางแทนความหมาย เพื่อถ่ายทอดหรือบ่งบอกถึง เจตนารมณ์ของเครื่องหมายสัญลักษณ์ที่ถูกใส่รหัส ซึ่งเป็นสิ่งที่เรารู้จักในชีวิตประจำวัน เช่น icon, symbol, language ฯลฯ

สัญญะศาสตร์ (Semiology) ได้ถือกำเนิดขึ้นในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 ในฐานะที่เป็น เครื่องมือการทำความเข้าใจเกี่ยวกับภาษา ผู้ที่สร้างเครื่องมือนี้ขึ้นมา คือ Ferdinand de Saussure (Saussure 1974; Culler 1976; Gordon 1996) นับจากทศวรรษที่ 1930s เป็นต้นมา ได้มีการพัฒนา โดย C.S Peirce และคนอื่นๆ เดิมเป็นวิธีการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์เรื่องภาษาแต่ปัจจุบันได้

นำมาใช้เพื่อวิเคราะห์เรื่อง “ระบบเครื่องหมายต่างๆ ว่าทำงานอย่างไร” (how all sign systems work). ศัญญาศาสตร์ เป็นศาสตร์ที่สนใจในเรื่องความหมาย และเอาใจใส่ในเรื่องของวิธีการต่างๆ ที่ความหมายได้รับการผลิตขึ้นมา และ ถูกส่งต่อหรือถ่ายทอด (Shaughnessy and Stadler (2002) อ้างใน สมเกียรติ ตั้งนโม, 2547 : 1)

### 5.1 ความหมายของสัญญาวิทยา

สัญญาวิทยา มีความหมายทางวิชาการว่าเป็นศาสตร์ของเครื่องหมายที่แสดงถึงความคิด หรือ สัญลักษณ์ และ คำว่า Symbols มีความหมายตามที่ The Oxford English Dictionary ได้ให้นิยามไว้ 2 ประการ คือ (1) บางสิ่งซึ่งแทน ทำหน้าที่แทน หรือแสดงถึงบางสิ่งที่ไม่ใช่วัตถุเหนือนามธรรม (2) ตัวอักษรเขียน (written characters) หรือ เครื่องหมาย (mark) ใช้แสดงแทนบางสิ่ง เช่น ตัวอักษร รูปภาพ หรือเครื่องหมาย (sign) ที่แสดงแทนวัตถุ ขบวนการ เป็นต้น (Dreyfuss, 1972: 18-19)

Saussure (1974) นักวิชาการด้านภาษาศาสตร์ชาวสวิส ผู้วางรากฐานของทฤษฎีสัญญาวิทยาให้คำนิยามของคำว่า Semiology หรือ สัญญาวิทยา ว่า “สัญญาวิทยาเป็นศาสตร์ที่ศึกษาวิถีชีวิตของสัญลักษณ์ในสังคมที่สัญลักษณ์นั้นถือกำเนิดขึ้นมา รวมทั้งแสวงหากฎที่ควบคุมอยู่เบื้องหลัง” ซึ่งในแต่ละวัฒนธรรมก็จะสร้างสัญลักษณ์ขึ้นมาแทนวัตถุของจริงนั้น ไม่ว่าจะผ่านทางภาพ หรือ เสียง โดยเรียกว่า “ตัวหมาย” (Signifier) และ เมื่อคนในแต่ละวัฒนธรรมได้ผ่านการเรียนรู้สัญลักษณ์นั้น ก็จะสร้างแนวคิดจินตนาการภาพของวัตถุจริงนั้นขึ้นมาเรียกว่า “ตัวหมายถึง” (Signified) ซึ่ง Saussure จะให้คนสนใจเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของ Signifier และ Signified เท่านั้น

Pierce (1839-1914) นักปรัชญาด้านภาษาชาวอเมริกัน ได้นำเอาองค์ประกอบทั้ง 2 ส่วนระหว่าง ตัวหมาย และ ตัวหมายถึง มาจัดประเภทของสัญลักษณ์ได้ 3 ประเภท คือ

1) Icon หมายถึง การจำลองภาพความเหมือนจากวัตถุที่เห็นได้อย่างชัดเจน เช่น ภาพควีนลอยมา

2) Index หมายถึง สัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นตัวชี้ให้เห็นอีกส่วนหนึ่งซึ่งมีการเชื่อมโยงแบบมีเหตุผล (Causal Connection) เช่น ภาพควีนลอยมาบ่งบอกถึงไฟกำลังลุกไหม้

3) Symbol หมายถึง สัญลักษณ์ที่มีลักษณะเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นกฎ หรือระเบียบ หรือสิ่งที่ทุกคนเห็นพ้องต้องกัน เข้าใจเหมือนกัน ก็นั่นซึ่งต้องมีการเรียนรู้ เช่น ดอกกุหลาบสีแดง หมายถึง ความรัก ดาวซ่ง หมายถึง ความยุติธรรม (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 20-21)

Fiske (1982) นอกจากการใช้สัญลักษณ์เพื่อทำหน้าที่สื่อความหมายแล้ว Fiske ยังได้ให้ความสำคัญกับแรงจูงใจที่อยู่ภายในสัญลักษณ์นั้นๆ ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สัญลักษณ์ที่ถ่ายทอดมาจากภาพความเหมือนจริง (Icon) จะให้แรงจูงใจได้มากกว่าสัญลักษณ์ประเภทอื่น เพราะผู้รับสารสามารถรับรู้ และ เข้าใจได้ง่ายกับความหมายที่ถูกถ่ายทอดออกมา โดยไม่ต้องใช้ความพยายามในการเรียนรู้

มากนัก ซึ่งแตกต่างกับสัญลักษณ์ประเภทสัญลักษณ์ (Symbol) ที่ต้องอาศัยการตีความหมายภายใต้กรอบการยอมรับของแต่ละวัฒนธรรม (Convention)

จากที่มาของแนวคิดเกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ที่กล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่า สัญลักษณ์วิทยาเป็นศาสตร์ที่ค้นคว้าศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้องกัน 3 เรื่องคือ

1) **ตัวสัญลักษณ์ (ign)** สัญลักษณ์วิทยาจะศึกษาตั้งแต่เรื่องภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาภาพ ภาษาเสียง ไปจนถึงอาการของโรค อาหาร รูปร่าง เสื้อผ้า ฯลฯ โดยสนใจวิธีการสื่อความหมาย (meaning) ของสัญลักษณ์เหล่านี้ เนื่องจากสัญลักษณ์เป็นผลผลิตทางความคิดของมนุษย์ ที่เกิดจากการประกอบสร้าง (constuct) ของมนุษย์ จึงต้องเข้าใจตัวผู้สร้างสัญลักษณ์นั้นด้วย

2) **รหัส/ระบบ (code/system)** สัญลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกจัดทำขึ้นมาประกอบกันอย่างเป็นระบบ เรียกว่า รหัส (code) ซึ่งมีมากมายหลายประเภท แต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นแบบนัยตรง แบบนัยแฝง

3) **วัฒนธรรม (Culture)** สัญลักษณ์เป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่เกิดจากมนุษย์ ทั้งสัญลักษณ์ และ รหัสจึงถูกสร้างถูกใช้ภายใต้บริบททางวัฒนธรรมแบบหนึ่งๆ เท่านั้น หากเปลี่ยนบริบทไปสัญลักษณ์ และ รหัสก็จะเปลี่ยนความหมายไป (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 6)

## 5.2 การสื่อสารเกี่ยวกับเครื่องหมาย

แบบจำลองของการสื่อสารเกี่ยวกับเครื่องหมาย สามารถทำความเข้าใจได้ดังนี้

Sender ----- Message / sign System ----- Receiver

สารใดๆ (Message), ความหมายใดๆ (meaning), สามารถสื่อสารได้โดยผ่านเครื่องหมายต่างๆ และระบบของเครื่องหมาย เครื่องหมายถือเป็นรูปสัญลักษณ์กลางหรือสิ่งสำคัญของสัญลักษณ์ศาสตร์ (semiology) เครื่องหมายอันหนึ่ง คือ สัญลักษณ์ (sign) ที่สื่อสารบางสิ่งบางอย่างกับเรา ธรรมชาติของเครื่องหมายสามารถทำความเข้าใจได้ใน 2 ทางที่คล้ายๆกัน คือ

1) เครื่องหมายต่างๆ ทำงานบนพื้นฐานที่ว่า เครื่องหมายทำหน้าที่เป็นตัวแทน หรือ ยืนยันถึงบางสิ่งบางอย่าง เช่น ความหมาย (message), แนวความคิด (concept), หรือความคิด (idea) ในสิ่งซึ่งมันอ้างอิงถึง

เห็นได้ว่าตัวอักษร d-o-g ได้สร้างคำว่า dog ขึ้นมา การสร้างตัวอักษรหรือคำๆนี้ขึ้นมา มันได้บัญญัติเครื่องหมายที่ทำหน้าที่ หรือ เป็นตัวแทนความคิดมโนคติเกี่ยวกับ “สุนัข” คือสิ่งที่ Peirce เรียกว่า the referent มันคือ สิ่งที่เครื่องหมายหรือคำว่า dog กำลังอ้างอิงถึง

Sign ----- Signifier + Signified

2) ทุกๆ เครื่องหมายจะประกอบด้วย ตัวหมาย (Signifier) และ ตัวหมายถึง (Signified) สำหรับ ตัวหมาย คือ รูปแบบอะไรก็ตามที่ถูกนำมาใช้เพื่อถ่ายทอดความหมาย เช่น ตัวหนังสือ ภาพ เสียง และอื่นๆ ส่วน ตัวหมายถึง คือ แนวความคิด ที่ภาพ เสียง หรือ ตัวหนังสือ แสดงออกมา

Sign = dog ----- Signifier – letter d-o-g + Signified – the concept of a dog

เราสามารถแสดงภาพที่แตกต่างกันระหว่าง ตัวหมาย และ ตัวหมายถึง ได้โดยการคิดเรื่อง ของเครื่องหมาย “dog” กันอีกครั้ง จากคำว่า “dog” ตัวหมาย คืออักษร d-o-g จัดมาเรียงกันเป็นคำว่า dog นอกจากจะเป็นตัวหนังสือแล้ว อาจจะเป็นภาพก็ได้ สำหรับตัวหมายถึง ก็คือความคิดหรือ มโนคติรวมไปถึงแนวความคิดเกี่ยวกับสุนัข (Shaughnessy and Stadler (2002) อ้างใน สมเกียรติ ตั้งนโม, 2547 : 2-3)

### 5.3 การวิเคราะห์ความหมาย

การวิเคราะห์ความหมายแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ 1) ความหมายโดยอรรถ และ ความหมาย โดยนัย 2) Metaphor และ Metonymy อธิบายได้ดังต่อไปนี้

**1) ความหมายโดยอรรถ และ ความหมายโดยนัย** โดย Barthes (1967) ได้แบ่ง ประเภทของความหมายที่บรรจุอยู่ในสัญลักษณ์ทุกอย่างว่ามี 2 ความหมายด้วยกัน คือ

ก) ความหมายโดยอรรถ (Denotation Meaning) คือ ความหมายที่เข้าใจกันตาม ตัวอักษรเป็นความหมายที่เข้าใจตรงกันโดยส่วนใหญ่

ข) ความหมายโดยนัย (Connotation Meaning) คือ ความหมายทางอ้อมที่เกิด จากข้อตกลงของกลุ่ม หรือ เกิดจากประสบการณ์เฉพาะของบุคคล

#### 2) Metaphor และ Metonymy

ก) Metaphor เป็นวิธีถ่ายโอนความหมายโดยเลือกเอาสัญลักษณ์ 2 ตัวมาวางเข้าคู่ กัน (associate) โดยที่สัญลักษณ์หนึ่งมีความหมายรับรู้กันแล้ว อีกสัญลักษณ์หนึ่งยังไม่รู้ความหมาย แต่ หลังจากมีการนำมาเข้าคู่กันแล้ว ความหมายจากสัญลักษณ์ตัวแรกถูกถ่ายโอนมายังสัญลักษณ์ตัวหลังได้ เช่น นางสาวไทย (สัญลักษณ์ 2) ปีนี้งามราวกับเทพธิดา (สัญลักษณ์ 1) มาจตุ

ข) Metonymy เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายโดยหยิบเอาส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งของสัญลักษณ์ (Part) มาแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด (Whole) ซึ่งเกิดจาก กระบวนการเชื่อมโยงสัมพันธ์ (Association) ระหว่างส่วนย่อยกับส่วนรวมเอาไว้ ที่เมื่อเห็นส่วน หนึ่ง (ส่วนย่อย) ก็จะคิดถึงอีกส่วนหนึ่ง (ส่วนรวม) ได้ เช่น ดอกบัว หมายถึง พระพุทธศาสนา ไม้ กางเขน หมายถึง ศาสนาคริสต์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 34-37)

สรุปว่า คุณค่าของสัญญาณถูกกำหนดขึ้นผ่านกฎเกณฑ์ (Rules) รหัสหมาย (Codes) และตรรกทางสังคม (Social Logic) ซึ่งอยู่เบื้องหลังของการสื่อสารนั้นๆ จากการถ่ายทอดความหมายทางการสื่อสารผ่านสัญลักษณ์ต่างๆ ในแต่ละบริบท ดังนั้น จะมีการยินยอมให้สัญญาณปรากฏตัวเสมอ แสดงให้เห็นว่าการสร้างความหมาย คุณค่า อคติ และ สาร จะมีความหมายแฝงอยู่เบื้องหลังของสื่อที่นั้นเสมอ ไม่ว่าจะเกี่ยวกับเรื่องชนชั้น เพศ เชื้อชาติ ความสัมพันธ์ และ การจัดแบ่งกลุ่มทางสังคม การสื่อความหมาย (Meaning) ผ่านสัญลักษณ์ต่างๆ จะเป็นเหมือนการแสดงตัวทางวัฒนธรรมของแต่ละบริบทในสังคม

จากข้อความข้างต้น แสดงให้เห็น และสามารถเข้าใจถึงเบื้องหลังของ การสื่อสารผ่านวิธีการทางสัญวิทยา (Semiotic method) ซึ่งเป็นศาสตร์ที่สนใจในเรื่องของความหมาย ผ่านกระบวนการการผลิต และ ส่งมอบหรือถ่ายทอดความหมายผ่านสัญลักษณ์ ที่ได้รับการออกแบบ และ ได้รับการยอมรับจากมวลชนในสังคมนั้นๆ

## 6. การออกแบบ (Design)

สิ่งต่างๆ รอบตัวที่เกิดจากการประดิษฐ์ คิดค้น จะมีลักษณะเฉพาะ บ้างก็สวยงาม บ้างก็ไม่สวยงามขึ้นอยู่กับทัศนคติของแต่ละคน สิ่งรอบตัวเหล่านี้เกิดจากการออกแบบเพื่อสนองความต้องการทางความงาม ทางประโยชน์ใช้สอย หรือทั้งความงามและมีประโยชน์ใช้สอยการประดิษฐ์เครื่องใช้ต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการออกแบบ การออกแบบมีที่มาจากรูปลักษณะของสิ่งต่างๆ ในธรรมชาติแล้วนำมาประยุกต์ให้เป็นไปตามความจำเป็นหรือความต้องการของมนุษย์

คำว่า การออกแบบ (Design) ตรงกับภาษาอิตาเลียนว่า “ดีเซกโน” (desegno) โดยความหมายเน้นที่ความสำคัญของศิลปะที่กำลังจะหมดความนิยม และ “การออกแบบ” เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญสำหรับศิลปะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานจิตรกรรม การออกแบบเป็นวิธีการที่มีความสำคัญซึ่งใช้ความพยายามและความสามารถมากกว่าการประดิษฐ์ และการออกแบบถือว่าเป็นต้นกำเนิดของศิลปะสาขาต่างๆ (สกนธ์ ภู่งามดี, 2546 : 9) ดังนั้น “การออกแบบ” จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถสร้าง “สื่อ” สำหรับการสื่อสารระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ได้ ทั้งนี้ กระบวนการสื่อสารที่ต้องการให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลที่สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นต้องอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ ควบคู่กับความรู้ ความชำนาญ ทางศิลปะและการออกแบบด้วย

### 6.1 ความหมายของการออกแบบ

มีการให้คำจำกัดความ “การออกแบบ” โดยเน้นว่า การออกแบบ คือ ความคิดสร้างสรรค์ ที่มีอยู่ภายในความรู้สึกนึกคิดของศิลปิน ทั้งนี้ ในยุคศิลปะสมัยใหม่ งานออกแบบเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดและวางแผนสำหรับการทำงานศิลปะที่สามารถสนองความต้องการในแง่ประโยชน์ใช้สอยควบคู่ไปกับคุณค่าทางความงาม ตามหลักสุนทรียศาสตร์

ในหนังสือ The Nature of Design (1874) ได้อธิบายถึงขอบข่ายของการออกแบบไว้ว่า การออกแบบที่สมบูรณ์ต้องเกิดจากการผสมผสานปัจจัย 6 ประการ คือ 1) ข้อมูลการออกแบบ 2) ทฤษฎี ด้านความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรง 3) รากฐานการออกแบบเพื่อสื่อความหมาย 4) การทำงานบน พื้นฐานเหตุผล 5) คำเนึงถึงความประหยัดง่ายในการทำงาน 6) สัญลักษณ์/เครื่องหมาย ต้องเป็นที่ ยอมรับโดยทั่วไป

นอกจากนั้น การออกแบบ (Design) ยังหมายถึง การตกแต่งโครงสร้างก่อนเพิ่มรายละเอียด หรือหมายถึง การร่างโครงสร้างโดยทั่วไปของผลงานศิลปะที่มีการวางแผนการใช้องค์ประกอบ พื้นฐานของศิลปะซึ่งได้แก่ การใช้ จุด เส้น น้ำหนักอ่อน-แก่ สี รูปร่าง รูปทรง และพื้นผิว มา ประกอบกันเป็นผลงานศิลปะตามต้องการของศิลปิน รวมทั้ง หมายถึง การตกแต่งลวดลายและการ สร้างสิ่งหนึ่งสิ่งใดเพื่อใช้เป็นต้นแบบ ก่อนการสร้างเป็นผลงานจริงต่อไป (The Grolier International Dictionary, 1992 : 259)

Wong (1972 : 5) ได้กล่าวถึงความหมายของการออกแบบว่า การออกแบบไม่ใช่แค่เพียง การสร้างสรรค์ความงามภายนอกด้วยความพยายาม เพื่อให้ผู้ชมผลงานเกิดความรู้สึกชอบเท่านั้น แต่การออกแบบต้องสร้างสรรค์คุณสมบัติภายในของผลงาน ให้มีความงามของรูปลักษณ์ภายนอก และการใช้งานที่มีประสิทธิภาพอันเป็นคุณสมบัติภายใน

จากความหมายของการออกแบบที่ได้กำหนดขึ้นดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ในทรรศนะของผู้ ศึกษา ทำให้สามารถสรุปความหมายของการออกแบบ (Design) ได้ว่า การออกแบบ หมายถึง การ แสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์โดยการร่างภาพอย่างหยาบๆ จากนั้นแสดงออกโดยการเขียน รายละเอียด พร้อมคำบรรยายเพื่อให้ผู้รับได้รับรู้ความคิดนั้น แสดงออกถึงความแตกต่าง เพื่อ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้หลุดพ้นจากความซ้ำซากจำเจที่มีผลต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์ นอกจากนี้ การออกแบบยังเป็นวิธีการที่ให้ประโยชน์ต่อสังคมซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

## 6.2 จิตวิทยาการรับรู้เพื่อการออกแบบ

หลักจิตวิทยาเพื่อการออกแบบ หมายถึง การศึกษาเรื่องพฤติกรรมภายในและภายนอกของ มนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งมนุษย์ที่อยู่ในฐานะผู้บริโภคสินค้าหรือบริการต่างๆ รวมทั้งวิเคราะห์ พฤติกรรมการทำงานของผู้ที่ทำหน้าที่ออกแบบเพื่อค้นหาข้อดีข้อเสียต่างๆ แล้วนำไปใช้กับการ ออกแบบต่อไป

การรับรู้ภาพเกิดจากการมองเห็นด้วยตาเป็นด่านแรก ผ่านการประมวลผลจากสมอง และ จิตใจ เป็นการรับรู้ และ เข้าใจ มีความหมายเฉพาะตัว และการรับรู้ของแต่ละคนขึ้นอยู่กับการศึกษา การพยายามสร้างความเข้าใจภาพนั้นๆ

ภาพการรับรู้ได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ 1) ภาพที่เราเห็น (Visual Image) คือ ภาพที่ผ่านสายตาระทบ โสตประสาท 2) ภาพที่เรานึกคิด (Concept Image) คือ ภาพที่ผ่านการ

มองเห็น ผ่านขบวนการประมวลผลจากสมองแล้วนี่ แล้วสร้างเป็นภาพอื่นตามขึ้นมาจากสิ่งนั้นๆ (โสรชัย นันทวัชรวิบูลย์, 2545 : 50)

การมองเห็นภาพหนึ่ง หรือเข้าใจภาพต่างๆ นั้น จะแตกต่างกันในแต่ละคน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาพที่มีความเป็นนามธรรมสูง ที่เป็นเช่นนี้เพราะคนแต่ละคนมีความสามารถในการรับรู้ (Perception) ที่ต่างกัน

การรับรู้ คือ กระบวนการแปลความหมายของสิ่งที่ได้ยินได้เห็นหรือสิ่งที่รู้สึกได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าอื่นๆ ซึ่งได้แก่ การมองเห็น การได้กลิ่น การได้ยินเสียง การรับรู้อุณหภูมิ และการสัมผัสวัตถุต่างๆ เพื่อให้รู้ว่าสิ่งที่สัมผัสได้นั้นคืออะไร นอกจากนี้ การรับรู้กลายเป็นปัจจัยหนึ่งสำหรับการสร้างสรรค์ผลงานของนักออกแบบ โดยต้อง นำองค์ประกอบทางศิลปะต่างๆ มาผสมผสานจนเป็นผลงานให้ผู้บริโภคได้รับรู้และเกิดความเข้าใจในผลงานโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า ทั้งนี้ ประสาทสัมผัสทางสายตามีความสำคัญลำดับต้นๆ ของการรับรู้เนื่องจากประสาทสัมผัสทางตาสามารถรับรู้ได้ 75% ของสิ่งที่เข้ามาสู่ประสาทสัมผัสของมนุษย์

จะเห็นได้ว่า นอกจากวิธีการทางศิลปะและปัจจัยทางกายภาพที่บางครั้งไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ฝนตกหนัก ก็ยังมีปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการรับรู้ในผลงานการออกแบบ

นอกจากการรับรู้ในเรื่องประสาทสัมผัสแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นที่ต้องนำมาพิจารณาด้วย ได้แก่ ขนาดตัวอักษร ขนาดของสัญลักษณ์ จิตวิทยาการใช้สี สีและความหมาย อธิบายได้ดังนี้

ขนาดตัวอักษร มีหลักเกณฑ์พิจารณาเบื้องต้น คือ หากเป็นงานการออกแบบสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กเล็กอายุ 7-10 ปี ควรใช้ขนาด ตัวอักษรเทียบตัวอักษรไทย 18-30 พอยท์ (Points) เด็กอายุ 11-13 ปี ควรใช้ขนาด ตัวอักษรไทย 16-18 พอยท์ ผู้ใหญ่อายุ 20-60 ปี ควรใช้ขนาดเทียบตัวอักษรไทย 14-18 พอยท์ และผู้สูงอายุ 60 ปี ขึ้นไปควรใช้ขนาดเทียบตัวอักษรไทย 16-18 พอยท์ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า การกำหนดขนาดของตัวอักษร ในผลงานการออกแบบหรือผลงานการโฆษณา นั้น ต้องพิจารณาให้สัมพันธ์ กับลักษณะทางสรีระของกลุ่มเป้าหมายด้วย

ขนาดของสัญลักษณ์ มีความสัมพันธ์กันระหว่างสิ่งที่กำลังมอง กับผู้ที่มองสัญลักษณ์หรือกลุ่มเป้าหมาย เช่น สัญลักษณ์ขนาด 5 นิ้ว สามารถมองเห็นได้ไกลโดยประมาณ 48 ฟุต สัญลักษณ์ขนาด 10 นิ้ว สามารถมองเห็นได้ไกลโดยประมาณ 130 ฟุต และสัญลักษณ์ขนาด 12 นิ้ว สามารถมองเห็นได้ไกลโดยประมาณ 157 ฟุต เป็นต้น แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาที่การทำมุมระหว่างสัญลักษณ์และระดับสายตาของผู้มองด้วย โดยมุมมองที่ชัดเจนแบบที่ไม่ต้องเงยมากหรือคอดั่งบ่าควรอยู่ในระดับประมาณ 10 องศา

จิตวิทยาการใช้สี สี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งที่ต้องพิจารณาต่อการสร้างสรรค์ศิลปะทุกสาขา เนื่องจากสีทำให้สามารถมองเห็นผลงานศิลปะนั้นๆ ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ หากนักออกแบบมีความชำนาญในการใช้สีก็จะสามารถสร้างระยะใกล้ไกล หรือลวงตาทำให้ภาพมีขนาดเล็กลงหรือใหญ่ได้ ทั้งนี้มีทฤษฎีสีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบ ได้แก่

- 1) การใช้สีตามทฤษฎีสีทางวิทยาศาสตร์ คือ การศึกษาการผสมสีของแสง
- 2) การใช้สีตามทฤษฎีสีทางศิลปะ คือ การศึกษาเนื้อสี และผลของการผสมสี รวมทั้งวิธีการระบายสีในงานศิลปะที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบต้นฉบับสิ่งพิมพ์ งานสัญลักษณ์ เป็นต้น
- 3) การใช้สีตามทฤษฎีสีของการพิมพ์ คือ การศึกษาการผสมสีของหมึกพิมพ์
- 4) การใช้สีตามทฤษฎีสีทางจิตวิทยา คือ การศึกษาสีที่พบเห็นและทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดต่างๆ เพื่อสื่อความหมายของผลงานการออกแบบหรือศึกษาการใช้สีสวยงามสะดุดตา ดึงดูดความสนใจสามารถสร้างความประทับใจหรือเตือนความจำ (สกนธ์ ภู่งามดี, 2546 : 27-33)

สีและความหมาย องค์ประกอบสีมีคุณสมบัติที่มีเอกลักษณ์ในแต่ละสี ซึ่งจะมีความหมายที่แตกต่างกันออกไป แต่ความหมายของสีนั้นจะไม่ตายตัว ทั้งนี้ สามารถเปลี่ยนความหมายได้ตามกาลเวลา ในหมวดนี้จะแสดงให้เห็นความหมายของสีหลักๆ ที่คนทั่วไปเข้าใจตรงกัน ดังนี้

สีแดง อิงจากดวงอาทิตย์และไฟ ให้ความสว่าง ความร้อน พลัง ความแรง อีกทั้งในความเชื่อของชาวจีน สีแดงยังเป็นสิริมงคล

สีเหลือง ให้อารมณ์ของความสดใส ปลอดภัย โปร่ง ดึงดูดสายตาได้ดี

สีน้ำเงิน ให้ความหมายของความสงบเรียบ ความสุขุม มีราคา ทรูหรา ความสุภาพ  
หนักแน่น ความเป็นชาย

สีส้ม ให้ความรู้สึกดึงดูด ทันสมัย สดใส กระฉับกระเฉง มีพลัง

สีเขียว หมายถึง ธรรมชาติ ความเย็นสบาย ความชุ่มชื้น ความสบายตา

สีม่วง เป็นสีที่ให้อารมณ์หนักแน่น มีเสน่ห์ ความลับ สิ่งที่ปกปิด

สีชมพู ให้ความรู้สึกอ่อนหวาน นุ่มนวล ความรัก วัยรุ่น ความเป็นหญิง

สีน้ำตาล หมายถึง ความสงบ ความเรียบ เก๋ๆ โบราณ ความเป็นผู้ใหญ่

สีฟ้า ให้ความรู้สึกโปร่งโล่งสบายตา ความนุ่มนวล ความสุขสบาย

สีเงิน รู้สึกถึงสิ่งใหม่ๆ ทันสมัย และความมั่นใจทำให้รู้สึกว่ามีคุณค่า

สีทอง แทนความหมายของควมมีคุณค่า ความมีราคา ความทรูหรา

สีขาว สื่อความบริสุทธิ์ สะอาด ความเรียบง่าย ความโล่ง ความไม่มี

สีเทา อารมณ์เศร้า หม่นหมอง ไร้ชีวิตชีวา บางครั้งสื่อถึงความเป็นกลาง

สีดำ มาจากความมืด ความไม่เห็น ซึ่งซ่อนความไม่รู้ ความน่ากลัว (โสรชัย นันท  
วัชรวิบูลย์, 2545 : 85-86)

### 6.3 หลักการออกแบบ

หลักการออกแบบ เป็นกลวิธีสำคัญในการออกแบบที่เหมาะสม ทำให้ผลงานสามารถสื่อ  
ความหมาย และนำเสนอแนวคิดหลักได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งได้นำเสนอองค์ความรู้และหลักการ  
ออกแบบ ไว้ดังนี้

- 1) การสร้างความหลากหลาย เป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้งานออกแบบไม่จำเจ โดยการนำ  
องค์ประกอบของการออกแบบมาจัดวางอย่างเหมาะสม
- 2) การสร้างความกลมกลืน คือ การจัดองค์ประกอบทางการออกแบบซึ่ง  
หลากหลาย และแตกต่างกันในผลงานอย่างมีส่วนที่ประสานสอดคล้องกัน
- 3) การสร้างความลดหลั่น คือ วิธีการออกแบบที่ใช้ประโยชน์จากขนาดเล็กใหญ่  
ของจุด รูปร่าง ความสั้นยาวของเส้น ความหม่นหรือสว่างของสี ความอ่อนเข้มของสีเดียวกันหรือ  
อื่นๆ มาจัดวางอย่างเป็นระบบ
- 4) การสร้างจังหวะและความเคลื่อนไหวหรือการลื่นไหล คือ การออกแบบให้  
องค์ประกอบอยู่ในตำแหน่งและช่องว่างอย่างมีระบบ สร้างจังหวะลดหลั่นเน้นความสม่ำเสมอและ  
ความเท่ากัน
- 5) การสร้างความสมดุล คือ สภาพการมองเห็นการรับรู้เกี่ยวกับน้ำหนักและความ  
มั่นคงบนพื้นที่ราบโดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ความสมดุลแบบเท่ากัน และ ความสมดุลที่ต่างกัน
- 6) การสร้างความเป็นเอกภาพ คือ การนำส่วนประกอบต่างๆ ที่ต่างกันมาทำให้เกิด  
การรวมตัวเป็นหนึ่งเดียว
- 7) การใช้สัดส่วน คือ วิธีการใช้ขนาด ขององค์ประกอบให้สัมพันธ์กับพื้นที่
- 8) การใช้สี สีเป็นองค์ประกอบที่นอกจากจะทำให้เกิดความงามที่เกิดจากประสาท  
สัมผัสทางตาแล้วยังสามารถสร้างความรู้สึกร่างกายต่างๆ แก่ผู้พบเห็นด้วย
- 9) การใช้การตัดกัน คือ วิธีการที่จัดองค์ประกอบต่างๆ รวมเข้าด้วยกันเพื่อให้งาน  
ออกแบบมีเอกภาพ เช่น การใช้ความแตกต่างให้เกิดความรู้สึกรัดกุม ประกอบด้วย 2 วิธี คือ การตัด  
กันด้วยส่วนประกอบแบบเดียวกัน และการตัดกันด้วยส่วนประกอบที่แตกต่าง
- 10) การใช้การรวมตัว คือ วิธีการจัดรวมส่วนประกอบต่างๆ เข้าด้วยกันเพื่อคุณค่า  
ด้านประโยชน์ใช้สอยและคุณค่าทางความงามควบคู่กันไป เปรียบเหมือนวิธีการที่สร้างความรู้สึกรัด  
กุมด้านต่างๆ ให้แฝงไว้ในผลงานออกแบบซึ่งมี 3 ลักษณะคือ ความรู้สึกทางด้านทิศทาง ทางด้านสี  
และ ลักษณะผิว และความรู้สึกทางด้านขนาด

11) การใช้รูปทรง วิธีการนี้ทำได้โดยการออกแบบรูปทรงแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้

ก) การออกแบบรูปทรงธรรมชาติ มีอยู่ 2 แบบ คือ 1) การออกแบบให้เรียบง่าย โดยการตัดทอนรูปทรง 2) การประดิษฐ์ตกแต่ง โดยการตกแต่งเพิ่มเติม

ข) การออกแบบรูปทรงเรขาคณิต เป็นรูปทรงที่มีความเป็นเหลี่ยมมุมหรือวงกลม วงรี

ค) การออกแบบรูปทรงอิสระ คือ รูปทรงที่ไม่มีอยู่จริงในธรรมชาติ หรือคล้ายคลึงธรรมชาติ

ง) การออกแบบรูปทรงบริสุทธิ์ เป็นรูปทรงนามธรรม ขึ้นอยู่กับจินตนาการของผู้ออกแบบ (สกนธ์ ภู่งามดี, 2546 : 53-66)

#### 6.4 หลักการออกแบบกราฟิก

สกนธ์ ภู่งามดี (2546 : 130) ให้ความหมายคำว่า Graphic ว่าหมายถึง ลักษณะของผลงานทางศิลปะที่ใช้เส้นและสีเป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ในการนำเสนอหรือสื่อมาใช้มันต้องมีการวางแผน มีวิธีการ มีขั้นตอน มีเป้าหมายในการใช้องค์ประกอบหลักนั้นให้ลงตัวตามที่ต้องการและทำให้เกิดผลงานการออกแบบตามวัตถุประสงค์ในที่สุด

ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (2540 : 250) กล่าวว่า หลักการออกแบบกราฟิก หมายถึง หลักหรือข้อปฏิบัติที่นักออกแบบจะนำไปใช้เพื่อเป็นตัวเลือก เป็นสัดส่วนในการเทียบเคียง และการตรวจสอบ โดยมีกฎเกณฑ์หรือหลักในการนำไปใช้เรียกว่าหลักการออกแบบกราฟิก โดยเนื้อแท้ก็คือ หลักการออกแบบนั่นเอง แต่ในส่วนของกรออกแบบ กราฟิกจะมีกฎเกณฑ์ที่จะนำสิ่งต่างๆ มาผสมผสานจนสามารถนำไปสื่อความหมายได้อย่างถูกต้องตามกระบวนการ ที่เรียกว่า การจัดองค์ประกอบ ซึ่งประกอบด้วยหลักของการออกแบบที่มีอยู่ 2 ประการคือ

1) ส่วนประกอบทางการออกแบบ ได้แก่ จุด เส้น รูปปร่าง และรูปทรง ลักษณะผิว พื้นที่ว่าง และสี

2) หลักการออกแบบ ได้แก่ หลักของดุลภาพ (balance) การเน้น (emphasis) ความกลมกลืน (harmony) ความหลากหลาย (variety) ความลดหลั่น (gradation) ความเคลื่อนไหว (movement) จังหวะ (rhythm) และสัดส่วน (proportion)

ส่วนประกอบสำคัญทางการออกแบบทั้งสองประการ สามารถนำไปจัดให้เกิดเป็นรูปปร่างอย่างน้อยสองลักษณะด้วยกัน เช่น รูปทรงธรรมชาติ และรูปทรงนามธรรม โดยอาศัยหลักทางการออกแบบเป็นเกณฑ์ในการประกอบและจัดวาง ซึ่งส่วนสำคัญทั้งสองจะมีผลสัมพันธ์ต่อการออกแบบกราฟิกที่นักออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น เรียกว่า ผลกระทบต่อการรับรู้ทางการออกแบบ ดังนั้น การสร้างสรรค์งานกราฟิกให้มีคุณภาพ จำเป็นที่นักออกแบบต้องรู้ซึ่งกับปริมาณความสามารถในการรับรู้ (Perception Capability) ของกลุ่มเป้าหมาย ปัญหาจึงพุ่งไปสู่ข้อคำถามที่ว่า ปัจเจกที่

หลากหลายในกลุ่มประชากรเป้าหมายนั้นจะรับรู้ข้อมูลของเราได้อย่างไร แล้วเราจะแก้ปัญหาอย่างไร เพื่อให้ผู้รับสามารถรับสารที่ต้องการส่งถึงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งจะต้องคำนึงถึงขบวนการ การทำงานในการออกแบบกราฟิกที่ครอบคลุมตั้งแต่เริ่มมีโจทย์ มีปัญหาเข้ามาให้เราได้รับรู้ ให้เราได้แก้ไข จนไปถึงสิ้นสุดตอนส่งงาน ส่วนขั้นตอนกระบวนการในการออกแบบกราฟิกมีดังต่อไปนี้



### แผนภูมิ 5 แสดงขบวนการทำงานออกแบบกราฟิก

ที่มา : โสรชัย นันทวัชรวิบูลย์ (2545 : 38-45) Be Graphic

สู่เส้นทางกราฟิกดีไซน์เนอร์. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี จำกัด

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์โจทย์ ที่มีมาให้แก้ไข (Program Analysis) จุดเริ่มของงานออกแบบคือ “ปัญหา” จึงมีการออกแบบแก้ไขโจทย์ แต่โจทย์ไม่มีทางออกแบบได้ ถ้าปราศจากการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง การวิเคราะห์หลักๆ โจทย์มักจะเป็นการตั้งคำถามว่า จะทำอะไร นำไปใช้ที่ไหน ใครคือกลุ่มผู้ใช้งานเป้าหมาย และจะทำงานชิ้นนี้อย่างไร

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแนวความคิดหลักในการออกแบบให้ได้ (Concept Design)

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษางานหรือกรณีตัวอย่างที่มีอยู่ (Case Study) วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของงานที่มีอยู่แล้ว เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ออกแบบในงาน เปรียบเสมือนตัวชี้แนะทางในการออกแบบหรือการแก้ไขปัญหาได้

ขั้นตอนที่ 4 ออกแบบร่าง (Preliminary Design) เป็นการนำแนวความคิดมาตีความเป็นแบบ เริ่มด้วยการสเก็ตงานแบบร่างก่อน เป็นการเปลี่ยนจากสิ่งที่เป็นนามธรรมให้ออกมาเป็นรูปธรรม

ขั้นตอนที่ 5 ออกแบบจริง (Design) ออกแบบจริงจากแบบร่างทั้งหมดที่คัดเลือกแล้ว นำมาออกแบบใน โปรแกรมที่ถนัด (โสรชัย นันทวัชรวิบูลย์, 2545 : 38-45)

### 6.5 การสื่อความหมายในการออกแบบ

การสื่อความหมาย หมายถึง การสื่อสารระหว่าง นักออกแบบกับผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบงานใดๆ นักออกแบบควรออกแบบโดยใช้สิ่งแวดล้อมที่ผู้บริโภครู้จักหรือคุ้นเคยมาใช้เป็นตัวกำเนิดของการออกแบบ ผนวกกับความคิดสร้างสรรค์แล้วเกิดเป็นผลงาน ทั้งนี้ผลงานที่เกิดขึ้นประกอบด้วยรูปกับความหมาย โดยผู้บริโภคจะเข้าใจความหมายของผลงานการออกแบบได้ เมื่อมี

การเชื่อมโยงความคิดกับความจริงในสิ่งแวดล้อมรวมทั้งวัฒนธรรมที่รู้จักคุ้นเคย โดยมีการจำแนกการสื่อความหมาย ดังนี้

1) การสื่อความหมายกับวัฒนธรรม (Meaning Communication and Culture) วัฒนธรรมอันสืบเนื่องมาช้านานจะส่งผลให้คนเรียนรู้และจดจำความหมาย ของสิ่งต่างๆ และสามารถเชื่อมโยงกับสภาพการณ์ต่างๆ แล้ววิเคราะห์ว่าสิ่งที่เคยเรียนรู้ผนวกกับสถานการณ์ใหม่ที่ปรากฏอยู่ตรงหน้านั้นคือสิ่งใด เช่น วัฒนธรรมในเรื่องของสี ตัวอย่างเช่น ไฟจราจรที่เข้าใจตรงกันว่าสีเขียวอนุญาตให้รถไป สีเหลืองชะลอและสีแดงให้หยุด เป็นต้น การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงการแปลความหมายของสีหรืออื่นๆ ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2) ภาพกับการสื่อความหมาย (Picture and Meaning Communication) ภาพต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของมนุษย์จะทำให้เกิดการเรียนรู้และตั้งสมเป็นประสบการณ์ ซึ่งเชื่อมโยงกับการสื่อและการแปลความหมายของมนุษย์ ดังนี้

ก) การสร้างความแตกต่างเพื่อการสื่อความหมาย หมายถึง การสร้างรูปภาพสื่อความหมายนอกเหนือจากที่มนุษย์คุ้นเคย รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสที่มักแสดงถึงความรู้สึกลับมั่นคง เชื่อมโยงกับการออกแบบสัญลักษณ์ที่เน้นความมั่นคงแข็งแรง อาทิ สัญลักษณ์อาคารสิ่งก่อสร้าง

ข) ระดับการสื่อความหมาย หมายถึง การสื่อความหมายจากสื่อที่สามารถทำให้ผู้รับรู้และเข้าใจสิ่งที่ต้องการสื่อมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความเป็นนามธรรมของสิ่ง ที่ออกแบบ และสิ่งที่นำออกออกแบบควรคำนึงถึงประการแรก คือ ลักษณะพื้นฐานของผู้บริโภคที่มีผลต่อการรับรู้และการทำความเข้าใจ สิ่งที่สื่อจากผู้ส่งสาร นักออกแบบจึงต้องเข้าใจและออกแบบสื่อที่ เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (สกนธ์ ภูงามติ, 2546 : หน้า 34-35)

สิ่งสำคัญที่สุดของงานศิลปะ โดยเฉพาะงานออกแบบกราฟิก (Graphic) คือ การสื่อความหมาย สื่อสิ่งนี้นักออกแบบคิดหรือพยายามถ่ายทอดออกมา เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์หรือโจทย์ที่ตั้งขึ้น

หลักสำคัญในการออกแบบภาพให้สื่อความหมายนั้น เราจะต้องจับประเด็นสำคัญของ โจทย์ หรือดี โจทย์ให้ออกก่อน อาจใช้คำสำคัญ (Keyword) เป็นจุดกำเนิดในการคิดก่อน จากนั้นค่อยเอาคำเหล่านั้นมาประกอบสร้างความคิด เชื่อมโยงแบบอุปมาอุปไมย (Metaphor) ซึ่งอาจทำให้เราเห็นภาพคร่าวๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบต่อไปได้ (โสรัช นันทวัชรวิบูลย์, 2545 : 52-53)



แผนภูมิ 6 ขั้นตอนการออกแบบภาพสื่อความหมาย

ที่มา : โสรัช นันทวัชรวิบูลย์, 2545 : 53 Be Graphic

ผู้เส้นทางกราฟิกดีไซน์เนอร์. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี จำกัด

จะเห็นได้ว่า “การออกแบบ” เป็นการแก้ปัญหาและเป็นการแสดงออกถึงความแตกต่างด้านการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ทั้งด้านประโยชน์ใช้สอยและความงามต่อสังคมในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามการออกแบบต้องอาศัยการสื่อสารกับมนุษย์ ซึ่งการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดแนวความคิด และทำให้สื่อซึ่งเป็นตัวกลางทางการสื่อสารสามารถบรรลุเป้าหมายได้ ดังนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการรับรู้ของมนุษย์หรือผู้บริโภค จึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งในงานออกแบบ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเป็นแนวทางในการผลิตสื่อที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ การออกแบบที่ดีจะต้องให้ความสำคัญในด้านหลักการออกแบบ และองค์ประกอบพื้นฐานของการออกแบบ ซึ่งทั้งสองสิ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งด้านการสร้างสรรค์งานออกแบบ นำมาซึ่งคุณประโยชน์และคุณค่าทางความงามของงานออกแบบ และสามารถสร้างแรงจูงใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใจถึงแนวความคิดได้อย่างชัดเจน

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นถึงคุณประโยชน์ และความเป็นไปได้ถึง ประสิทธิภาพของการออกแบบในยุคปัจจุบัน ในการที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างสื่อกลาง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือทางการสื่อสารในยุคใหม่ และใช้เป็นแนวทางในการผลิตสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์ ซึ่งถือว่าสื่อแอนิเมชันเป็นสื่อที่ผู้รับสามารถเข้าใจเนื้อหาที่แฝงอยู่ในสื่อได้ง่ายขึ้น จากองค์ประกอบที่เป็นสัญลักษณ์ที่ได้ผ่านการกลั่นกรองทางการออกแบบ

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรประภา ชนเศรษฐ์ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับประถมศึกษา เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้วยการ์ตูนเคลื่อนไหว” เสนอต่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย ของโรงเรียนวัดชินวราราม (เจริญผลวิทยาเวศม์) จ.ปทุมธานี ตามหลักสูตรการศึกษาภาคบังคับของกระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 40 คนโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ประกอบด้วย 1) การ์ตูนเคลื่อนไหวที่สร้างด้วยคอมพิวเตอร์ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) แบบประเมินคุณภาพของเครื่องมือสำหรับผู้เชี่ยวชาญ 3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์หลังชมการ์ตูนเคลื่อนไหว เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นแบบทดสอบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ โดยทำการทดสอบก่อนให้กลุ่มตัวอย่าง เรียนจากการ์ตูนเคลื่อนไหว เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากนั้นทำการทดสอบหลังเรียน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (paired sample t-test ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์)

ผลจากการศึกษาพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับประถมศึกษาหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน โดยมีการวัดค่าทางสถิติจาก การ์ตูนเคลื่อนไหว เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อยู่ที่ระดับ 0.05 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดี

ธรรมรงค์ สัมเกิด. (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมของอำเภอเมืองสมุทรสาคร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนวัดใหญ่จอมปราสาท อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร” เสนอต่อ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อวีดิทัศน์ กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ เรื่อง การอนุรักษ์แหล่งศิลปกรรมท้องถิ่นของอำเภอสมุทรสาคร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 2) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนก่อนและหลังเรียน โดยใช้สื่อวีดิทัศน์กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมของอำเภอสมุทรสาคร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนวัดใหญ่จอมปราสาท อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ที่มีต่อบทเรียนสื่อวีดิทัศน์ในการเรียนกลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะเรื่องการอนุรักษ์แหล่งศิลปกรรมท้องถิ่น ของอำเภอเมืองสมุทรสาคร จำนวน 30 คน โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง การอนุรักษ์แหล่งศิลปกรรมท้องถิ่น ของอำเภอเมืองสมุทรสาคร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 2) แบบทดสอบก่อนเรียน และ แบบทดสอบหลังเรียน เรื่อง การอนุรักษ์แหล่งศิลปกรรมท้องถิ่นของอำเภอเมืองสมุทรสาคร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 3) แบบฝึกหัดระหว่างเรียน เรื่อง การอนุรักษ์แหล่งศิลปกรรมท้องถิ่นของอำเภอเมืองสมุทรสาคร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 4) แบบสอบถามความพึงพอใจสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง การอนุรักษ์แหล่งศิลปกรรมท้องถิ่น ของอำเภอเมืองสมุทรสาคร จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Paired sample t-test ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์)

ผลของการศึกษาพบว่า

1. บทเรียนวีดิทัศน์ เรื่อง การอนุรักษ์แหล่งศิลปกรรมท้องถิ่นของอำเภอเมืองสมุทรสาคร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 มีประสิทธิภาพเท่ากับ 81.88/88.44 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80/80
2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังจากที่เรียนจากบทเรียนวีดิทัศน์ เรื่อง การอนุรักษ์แหล่งศิลปกรรมท้องถิ่นของอำเภอเมืองสมุทรสาคร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 หลังเรียนโดยใช้สื่อวีดิทัศน์สูงกว่าก่อนเรียน สถิติในรับที่ 0.05 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดี
3. ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบทเรียนวีดิทัศน์ เรื่อง การอนุรักษ์แหล่งศิลปกรรมท้องถิ่นของอำเภอเมืองสมุทรสาคร อยู่ในระดับมากที่สุด

ชัชวาล วิลาวรรณ. (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อม ศึกษาเฉพาะวิทยานิพนธ์และรายงานการประเมินผลโครงการของหน่วยงานราชการไทย” เป็นการวิจัยเอกสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระเบียบวิธีวิจัยของวิทยานิพนธ์และรายงานการประเมินผลโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อมของหน่วยงานราชการไทย โดยค้นคว้าจากวิทยานิพนธ์ของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย และคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตั้งแต่ปีการศึกษา 2532-2545 รวมจำนวน 20 เล่ม และรายงานการประเมินผลโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อมของกรมควบคุมมลพิษและกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535-2545 จำนวน 10 เล่ม ทำการศึกษาจากข้อมูลทั่วไป การกำหนดประเด็นการศึกษาและระเบียบวิธีวิจัยต่างๆ และอาศัยแบบบันทึกข้อมูลเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลของการศึกษาพบว่า

1. หน่วยงานราชการเจ้าของโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่พบในวิทยานิพนธ์มากที่สุด คือ กรมป่าไม้และกรุงเทพมหานคร
2. ประเด็นการศึกษาวิจัยที่พบมากที่สุด คือ การศึกษาการเปิดรับข่าวสารและการศึกษาความรู้ ทักษะคิด ความพึงพอใจและพฤติกรรมมีส่วนร่วมของประชาชนต่อโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ต่างๆ
3. วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความหลากหลายของระเบียบวิธีวิจัยมากกว่ารายงานการประเมินผล โครงการ รณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อมของกรมควบคุมมลพิษและกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
4. ระเบียบวิธีวิจัยของวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และรายงานการประเมินผลโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อมของกรมควบคุมมลพิษและกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและวิจัยผู้รับสาร โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ พื้นที่ศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประชากรและกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนมากกว่า 300 คนขึ้นไป การสุ่มตัวอย่างที่ใช้มากที่สุดเป็นการสุ่มแบบหลายชั้นและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
5. ลักษณะการนำผลการประเมินไปใช้ของกรมควบคุมมลพิษและกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม คือ การนำผลจากการศึกษาการเปิดรับข่าวสารและความรู้ ทักษะคิดและความพึงพอใจของประชาชนมาใช้ปรับปรุงกิจกรรมและแผนการดำเนินงานในครั้งต่อไป

อธิการนต์ อุนจะน่า. (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาสื่อการ์ตูนภาพเคลื่อนไหวเพื่อสอนทักษะการคิด สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1” มีวัตถุประสงค์เพื่อสอนทักษะการคิด สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 วิธีการศึกษาใช้หลักวิธีการคิดแบบหวมกความคิด 6 ใบ ทั้งนี้เพื่อ ศึกษาผลของการส่งเสริมทักษะการคิดในด้านทักษะการคิดของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่เรียนวิชาภาษาไทย ท 31101 และเพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการ์ตูน

ภาพเคลื่อนไหว และความพึงพอใจในการใช้การ์ตูนภาพประกอบการเรียนวิชาภาษาไทย ท 31101 ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนลำปางกัลยาณี อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ประจำปี การศึกษา 2547 การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง มีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) สื่อการ์ตูนภาพเครื่องไหว เพื่อสอนทักษะการคิด แผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ วิชาภาษาไทย ท 31101 2) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการ์ตูนภาพเคลื่อนไหว เรื่อง มุก้าผจญ ภัย และความพึงพอใจในการใช้สื่อการ์ตูนภาพเคลื่อนไหวสอนทักษะการคิด

การทดลองและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Paired sample t-test ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์) และคำนวณหา ค่าร้อยละ ต่อข้อความที่เห็นและไม่เห็นด้วย ผลการศึกษาพบว่า

1. การสอนทักษะการคิดโดยใช้สื่อการ์ตูนภาพเคลื่อนไหว ทำให้ครูผู้สอนมีนวัตกรรมสื่อ เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพเพื่อสอนทักษะการคิด
2. ทักษะการคิดของนักเรียนที่เรียนวิชาภาษาไทย ท 31101 โดยใช้สื่อการ์ตูน ภาพเคลื่อนไหวสอนทักษะการคิด หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ดี
3. นักเรียนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจและเห็นด้วยกับวิธีเรียนภาษาไทย ด้วยการใช้สื่อ การ์ตูนภาพเคลื่อนไหวสอนทักษะการคิด เพราะทำให้ผู้เรียน สามารถเรียนอย่างมีความสุข และมีเจตคติที่มีต่อการเรียนวิชาภาษาไทยเพิ่มมากขึ้น

สุชาดา วรรณธรรมาณี. (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) กับความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักเรียนมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึง ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อมวลชน อันได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร รวมทั้งวัดความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของ นักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ดังกล่าว เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประชากรที่ศึกษา คือ นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 คน

การรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานของประชากร และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว 2) วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

จากผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อวิทยุมากที่สุด รองลงมา คือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ตามลำดับ มีความรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง และมีทัศนคติในเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่แตกต่างกัน ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกัน มีภูมิลำเนาและการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน
3. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน และศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความรู้ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน
4. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ภูมิลำเนา และการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน
5. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกัน และมีการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน
6. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อ นิตยสาร มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
7. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อมวลชนทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
8. ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
9. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการศึกษา

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การพัฒนาแอนิเมชันเพื่อรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการศึกษาประสิทธิภาพของภาพยนตร์แอนิเมชัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรณรงค์เชิงสิ่งแวดล้อม มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อ และศึกษาความพึงพอใจ และความตระหนักที่มีต่อสื่อของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีสื่อแอนิเมชันเป็นสื่อกลางทางการเรียนรู้ และยังมีลำดับขั้นตอนในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
2. แผนการดำเนินงาน
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการศึกษาสื่อแอนิเมชันเพื่อใช้ในการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีเป้าหมายเพื่อ 1) เพื่อสร้างสื่อแอนิเมชันสำหรับรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) เพื่อสร้างความตระหนักในกลุ่มเยาวชน เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดวิธีศึกษา โดยแบ่งออกเป็นขอบเขตด้านต่างๆ ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษามีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นข้อมูลหลักที่จะนำมาใช้เพื่อสร้างความเข้าใจในเนื้อเรื่อง สื่อสารผ่านสัญลักษณ์ต่างๆ โดยใช้หลักการออกแบบเป็นหลักสำคัญในการสร้างสื่อแอนิเมชัน เพื่อใช้ในการรณรงค์ และศึกษาเนื้อหาด้านการสื่อสารเพื่อใช้ในการสนับสนุนด้านการนำเสนอสื่อ เพื่อให้สื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

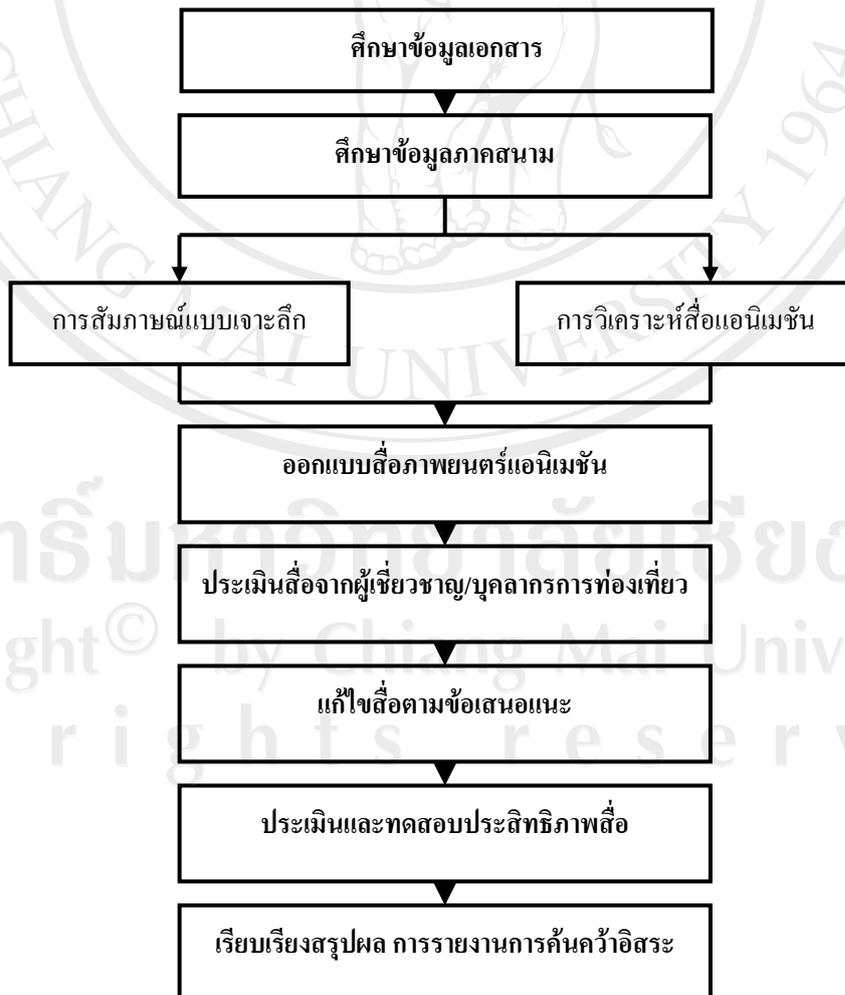
ขอบเขตด้านประชากรของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง หรือสุ่มแบบมีจุดมุ่งหมาย (Purposive sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างตามจุดมุ่งหมายของงานค้นคว้าอิสระที่ต้องการเฉพาะเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้สื่อภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในการศึกษาครั้งนี้เลือกกลุ่มเยาวชน จำนวนทั้งหมด 88 ราย โดยมุ่งไปที่กลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อายุเฉลี่ย

ประมาณ 16-18 ปี โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากโรงเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 แห่ง แบ่งออกเป็นโรงเรียนในที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาล จำนวน 1 แห่ง และ โรงเรียนที่ตั้งอยู่นอกเขตเทศบาล จำนวน 1 แห่ง กำหนดตัวอย่างประชากรจาก โรงเรียนทั้ง 2 แห่ง เป็นแห่งละ 44 คน เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายทางความคิด และข้อเสนอแนะที่แตกต่าง ครอบคลุมในทุกๆ ระดับการศึกษา

ขอบเขตด้านการออกแบบ การออกแบบสื่อแอนิเมชันขั้นนี้ เป็นการสร้างภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ ที่ประกอบกันทั้งภาพ และเสียงเป็นสื่อกลาง โดยนำหลักการผลิตแอนิเมชันมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน ได้แบ่งขั้นตอนการออกแบบแอนิเมชันออกเป็น 3 ขั้นตอนใหญ่ๆ ดังนี้ 1) ขั้นตอนก่อนการผลิตสื่อ (Pre-Production) 2) ขั้นตอนการผลิตสื่อ (Production) 3) ขั้นตอนการเก็บรายละเอียด (Post-Production)

## 2. แผนการดำเนินงาน

กระบวนการการวางแผนค้นคว้าอิสระครั้งนี้ มีหลายขั้นตอน เพื่อให้เกิดความชัดเจนถึงขั้นตอนการดำเนินงาน สามารถอธิบายออกมาเป็นภาพให้เข้าใจง่ายขึ้น แบ่งเป็น 7 ขั้นตอนดังนี้



แผนภูมิ 7 แสดงขั้นตอนแผนการดำเนินงานค้นคว้า

ในการศึกษานั้นผู้ศึกษา ได้มีแผนการดำเนินงาน โดยเริ่มจาก ขั้นตอนที่ 1 จนกระทั่งสรุปผล ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** การศึกษาข้อมูลเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) เป็นเอกสารที่เป็นความรู้เชิงทฤษฎีของเรื่อง การพัฒนาสื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) เอกสารที่ใช้ทฤษฎีในการผลิตสื่อ

**ขั้นตอนที่ 2** การศึกษาภาคสนาม เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ และให้เกิดความแม่นยำ แบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม ออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) สัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากการสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย และ สัมภาษณ์บุคลากรด้านการท่องเที่ยว 2) วิเคราะห์ทางสถิติด้วยตาราง Matrix โดยใช้หลักการออกแบบแอนิเมชัน ทั้งนี้เพื่อนำผลวิเคราะห์ และผลจากการสัมภาษณ์ที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการผลิตสื่อแอนิเมชันที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

**ขั้นตอนที่ 3** นำข้อมูลที่ได้มาทำการออกแบบสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน

**ขั้นตอนที่ 4** นำสื่อภาพยนตร์แอนิเมชันไปทำการประเมินสื่อ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อแอนิเมชัน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว โดยการใช้แบบประเมินสื่อเป็นตัววัดผล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับการออกแบบสื่อแอนิเมชันที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

**ขั้นตอนที่ 5** แก้ไขสื่อตามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย ผู้เชี่ยวชาญ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้สื่อที่มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

**ขั้นตอนที่ 6** เผยแพร่สื่อกับกลุ่มเป้าหมายประเมินประสิทธิภาพสื่อ และ นำข้อมูลมาวิเคราะห์ผล และสรุปผล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขสื่อต่อไป

**ขั้นตอนที่ 7** เรียบเรียงผลการศึกษาผลการศึกษาค้นคว้า เขียนเป็นรายงานการค้นคว้าแบบอิสระ

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาคความพึงพอใจและความเข้าใจ เกี่ยวกับสื่อภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มเป้าหมายครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลภาคสนามมี 5 ชุด คือ เครื่องมือชุดที่ 1 สื่อแอนิเมชัน เรื่อง Eco-Tourism เครื่องมือชุดที่ 2 ตารางวิเคราะห์ฐานข้อมูลการออกแบบ ด้วยตาราง (Matrix Analysis) เป็นขั้นตอนการวิเคราะห์ก่อนการผลิตสื่อ เป็นการหาข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบแอนิเมชันที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน และนำข้อมูลการวิเคราะห์สื่อที่ได้ มาใช้เป็นแนวทางในการผลิตสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน เครื่องมือชุดที่ 3 แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อ ชุดที่ 1 เป็นการประเมินสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขงาน เครื่องมือชุดที่ 4 แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อ ชุดที่ 2 เป็นเครื่องมือสำหรับ ผู้มี

ส่วนเกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยว เพื่อนำคำแนะนำมาปรับให้เกิดความเหมาะสมในงานออกแบบ และเป็นเครื่องมือสำหรับวัดประสิทธิภาพสื่อหลังจากที่กลุ่มเป้าหมายได้ชมสื่อ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เรื่อง Eco-Tourism
2. ตารางวิเคราะห์สื่อแบบ Matrix Analysis เป็นตารางการวิเคราะห์เชิงสถิติ นำมาใช้วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยหาแนวทางการออกแบบสื่อภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ได้รับความนิยมในยุคปัจจุบัน ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ได้นำหลักการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันมาใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์ แบ่งการวิเคราะห์ได้ 3 ส่วนใหญ่ๆ ดังนี้ 1) ด้านโครงสร้างของสื่อแอนิเมชัน ได้แก่ แนว รูปแบบ วัตถุประสงค์ และ การเล่าเรื่อง 2) ด้านสุนทรียศาสตร์ ได้แก่ ตัวแสดง ฉากหลัง สี การเคลื่อนไหว เสียง และ ตัวอักษร 3) ด้านเทคโนโลยี ได้แก่ การใช้เทคนิคแบบดั้งเดิม แบบคอมพิวเตอร์กราฟิก และ แบบร่วมสมัย ทั้งนี้เพื่อหาค่าเฉลี่ยที่เหมาะสม และเป็นกลางทางการออกแบบ เพื่อนำผลการวิเคราะห์ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3. แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อก่อนการเผยแพร่ สำหรับผู้เชี่ยวชาญ เป็นการประเมินประสิทธิภาพ และลักษณะทางการออกแบบสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน เกี่ยวกับความเหมาะสมด้านเนื้อหา และองค์ประกอบที่สำคัญของสื่อก่อนที่จะนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนนี้มุ่งหวังที่จะได้ข้อเสนอแนะจากผลการประเมิน ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลมาปรับแก้ไข ก่อนการเผยแพร่ต่อกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจงต่อไป

แบบประเมิน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ตารางประเมินสื่อแอนิเมชัน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4. แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อก่อนการเผยแพร่ บุคลากรด้านการท่องเที่ยว เป็นการประเมินประสิทธิภาพ เกี่ยวกับความเหมาะสมด้านเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อ รวมถึงรูปแบบของสื่อ ก่อนที่จะนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนนี้มุ่งหวังที่จะได้ข้อเสนอแนะจากผลการประเมิน ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลมาปรับแก้ไข ก่อนการเผยแพร่ต่อกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจงต่อไป

แบบประเมิน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ตารางประเมินสื่อแอนิเมชัน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

5. แบบประเมิน สำหรับกลุ่มเป้าหมาย เป็นแบบฟอร์มสำหรับใช้ประเมินผลสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการวัดประสิทธิภาพสื่อหลังจากที่ได้ทดสอบสื่อกับกลุ่มเป้าหมายแล้ว ในการทดสอบสื่อครั้งนี้ใช้แบบประเมินสื่อเป็นเกณฑ์ในการวัดผล เพื่อให้ได้ภาพยนตร์แอนิเมชันที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

แบบประเมิน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ตารางประเมินสื่อแอนิเมชัน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เกณฑ์การประเมินสื่อแอนิเมชัน การกำหนดเกณฑ์ประเมินสื่อตามระดับความพึงพอใจ และระดับคุณภาพของภาพยนตร์แอนิเมชัน กำหนดเกณฑ์เฉลี่ย รายข้อ ไม่ต่ำกว่า 3.5 โดยใช้เกณฑ์บอกระดับความคิดเห็นเสนอแนะ โดย John W. Best ดังนี้ (อ้างใน กาญจา วัฒนา, 2548 : 166)

ค่าเฉลี่ย	1.00-1.49	หมายถึง 1 มีความพึงพอใจน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.50-2.49	หมายถึง 2 มีความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.50-3.49	หมายถึง 3 มีความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.50-4.49	หมายถึง 4 มีความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	4.50-5.00	หมายถึง 5 มีความพึงพอใจมากที่สุด

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจจากกลุ่มเยาวชนอายุเฉลี่ย 16-18 ปี เกี่ยวกับรูปแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางการผลิตสื่อ เรื่อง การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย บุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาความพึงพอใจ และความเหมาะสมทางการออกแบบ
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ทางสถิติ จากตัวอย่างภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 15 เรื่อง นำมาเพื่อวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยตามหลักการวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบแอนิเมชัน ด้วยตาราง Matrix เพื่อหาค่าความนิยมกลางทางการออกแบบ และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำข้อมูลมาอ้างอิงและใช้เป็นแนวทางในการผลิตสื่อได้
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์ด้วยการบรรยาย จากการวิเคราะห์ตัวอย่างสื่อภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 4 เรื่อง นำมาเพื่อทำการวิเคราะห์ตามหลักการออกแบบแอนิเมชัน ด้วยการบรรยายถึงโครงสร้างการออกแบบ ด้านสุนทรียศาสตร์ และด้านเทคนิค

ทางการออกแบบ เพื่อหาจุดเด่นและจุดด้อยของสื่อ และวิเคราะห์แนวทางการออกแบบ โดยจะนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

4. เก็บรวบรวมข้อมูลการประเมินสื่อ จากตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย ผู้เชี่ยวชาญ และ บุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อหาข้อบกพร่องของสื่อที่ได้ทำการออกแบบในขั้นต้น และนำข้อเสนอแนะต่างๆ จากการประเมินมาแก้ไขสื่อ เพื่อให้ได้สื่อที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

5. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการประเมินคุณภาพสื่อแอนิเมชัน จากแบบประเมินที่ได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อสื่อ จากกลุ่มนักเรียน จำนวนทั้งหมด 100 ราย ที่ได้เลือกไว้เป็นกลุ่มตัวอย่าง

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ได้นำหลักการวิเคราะห์แอนิเมชัน มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1) วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อหาความเหมาะสมและความพึงพอใจด้านการออกแบบ 2) วิเคราะห์ทางสถิติ ด้วยตาราง Matrix เพื่อหาค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการออกแบบแอนิเมชัน 3) วิเคราะห์เชิงบรรยาย เพื่อหาจุดเด่น จุดด้อย และความแตกต่างด้านแนวคิด เกี่ยวกับภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม แล้วนำผลจากการวิเคราะห์ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขั้นตอนการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างเป้า ซึ่งเป็นนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ อายุเฉลี่ย 16-18 ปี จำนวน 8 คน เป็นนักเรียน ชาย จำนวน 4 คน และ นักเรียนหญิงจำนวน 4 คน เพื่อต้องการที่จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม และ ค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย 2) บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยว จาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อ หาจุดเชื่อมโยงระหว่าง งานค้นคว้าอิสระและวัตถุประสงค์ขององค์กร เกี่ยวกับการผลิตสื่อแอนิเมชันเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2. การวิเคราะห์สื่อแอนิเมชันด้วยตาราง Matrix นำมาใช้เพื่อวิเคราะห์ทางสถิติ เปรียบเทียบทักษะด้านการออกแบบ และ นำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์ด้วยตาราง ขั้นตอนการวิเคราะห์ด้วยตาราง Matrix ผู้ศึกษาได้คัดเลือกภาพยนตร์แอนิเมชัน จำนวน 15 เรื่อง มาวิเคราะห์ ซึ่งเป็นภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อการรณรงค์เชิงสิ่งแวดล้อม มีที่มาโดยวิธีการสืบค้นจากคำสำคัญดังนี้ Environment Animation, 2D Environment, Pollution เป็นต้น ภาพยนตร์แอนิเมชันทั้ง 15 เรื่อง เป็น ภาพยนตร์สั้นที่ได้รับการจัดอันดับจากผู้เข้าชมเว็บไซต์ <http://www.youtube.com> ซึ่งเว็บไซต์ <http://www.youtube.com> เป็นเว็บไซต์ที่เป็นที่รู้จักในวงกว้างเกี่ยวกับเรื่องสื่อภาพเคลื่อนไหวที่มี

หลากหลายแนว นอกจากนั้นยังมีภาพยนตร์แอนิเมชันที่มีความแปลกใหม่ ทำให้สื่อในเว็บไซต์ <http://www.youtube.com> เป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับสื่อภาพเคลื่อนไหวจำนวนมาก ภาพยนตร์แอนิเมชันที่คัดเลือกมาวิเคราะห์นี้ได้รับการจัดอันดับตั้งแต่ 4-5 ดาวขึ้นไป จากผู้เข้าชมเว็บไซต์ ในการวิเคราะห์นั้นได้นำภาพยนตร์แอนิเมชันทั้ง 15 เรื่อง มาหาค่าเฉลี่ย หาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทางการออกแบบ เพื่อนำข้อมูลผลการวิเคราะห์ที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีรายละเอียดภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์สิ่งแวดล้อมทั้ง 15 เรื่อง ดังต่อไปนี้

เรื่องที่ 1 Globally warmed bird เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับสภาวะโลกร้อน

เรื่องที่ 2 Pollution เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับมลภาวะเป็นพิษ

เรื่องที่ 3 Invasion NTU เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม

เรื่องที่ 4 Humans เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับสภาวะโลกร้อน

เรื่องที่ 5 Nature's cancer เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม

เรื่องที่ 6 Save Water for future เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างประหยัด

เรื่องที่ 7 saving The World เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าที่มากเกินไปจนเกิดความจำเป็น

เรื่องที่ 8 Stop semiotic pollution เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับความล้นหลามของป้ายสัญลักษณ์ ที่เข้าแทรกแซงความเป็นธรรมชาติ

เรื่องที่ 9 Citizen Pain เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับสภาวะโลกร้อน มนุษย์ได้รับผลกระทบจากการกระทบของตัวเอง

เรื่องที่ 10 Spilled Oil เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับปัญหาการปล่อยน้ำมันลงทะเล คุกคามแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำ

เรื่องที่ 11 Plastic Bag เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับถุงพลาสติก ส่งผลกระทบต่อมนุษย์ สัตว์ และสิ่งแวดล้อม

เรื่องที่ 12 Whose Garden was this เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับ ความสูญเสียของสิ่งแวดล้อมในอนาคต

เรื่องที่ 13 Where do flowers come from เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมผลิตดอกไม้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้ใช้แรงงานและสิ่งแวดล้อม

เรื่องที่ 14 Wildlife Fund Commercial เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับการ จัดหากองทุนเพื่อสัตว์ป่า

เรื่องที่ 15 Environment spots for WWF Greece เป็นภาพยนตร์แอนิเมชัน รณรงค์ เกี่ยวกับการสูญพันธุ์ของสัตว์ทะเลและมลภาวะในท้องทะเล

**3. การวิเคราะห์สื่อแอนิเมชันเชิงการบรรยาย** โดยการคัดเลือกสื่อแอนิเมชันรณรงค์เพื่อ สิ่งแวดล้อม ที่ได้รับความนิยม และได้รับการอันดับจากผู้ชม ในเว็บไซต์ <http://www.youtube.com> จำนวน 4 เรื่อง มาวิเคราะห์เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาภาพยนตร์แอนิเมชัน เพื่อการรณรงค์การ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้หลักการวิเคราะห์ภาพยนตร์แอนิเมชัน มาเป็นพื้นฐานความรู้ทาง การศึกษา เพื่อสร้างความเข้าใจในหลักการ ทฤษฎี กระบวนการ และเทคนิคการผลิตสื่อแอนิเมชัน ปัจจัยหลักในการวิเคราะห์นั้นประกอบด้วย การวิเคราะห์โครงสร้างของภาพยนตร์แอนิเมชัน (Structure) การวิเคราะห์สุนทรียศาสตร์ของภาพยนตร์แอนิเมชัน (Aesthetics) การวิเคราะห์ เทคโนโลยีของภาพยนตร์แอนิเมชัน (Technology) โดยมีรายละเอียดภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์ สิ่งแวดล้อมทั้ง 4 เรื่อง ดังต่อไปนี้

เรื่องที่ 1 Spilled Oil เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับปัญหาการปล่อยน้ำมันลง ทะเล คุกคามแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำ

เรื่องที่ 2 Plastic Bag เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับถุงพลาสติก ส่งผล กระทบต่อมนุษย์ สัตว์ และสิ่งแวดล้อม

เรื่องที่ 3 Where do flowers come from เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับ อุตสาหกรรมผลิตดอกไม้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้ใช้แรงงาน และ สิ่งแวดล้อม

เรื่องที่ 4 Whose Garden was this เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับ ความ สูญเสียของสิ่งแวดล้อมในอนาคต

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และ การออกแบบ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้ศึกษาได้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเข้าใจต่อการรับรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และ ศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน ข้อมูลทั้งหมดนี้ นำมาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการผลิตสื่อแอนิเมชัน เพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้ศึกษาได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับ ขั้นตอนการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล และ ขั้นตอนการผลิตสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยแบ่งหัวข้อการนำเสนอ ดังนี้

#### 1. การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- 1) การสัมภาษณ์บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 2) การสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย ซึ่ง ได้แก่ กลุ่มนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ อายุประมาณ 16-18 ปี จำนวน 8 คน

#### ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน แบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ

- 1) การวิเคราะห์สื่อภาพยนตร์แอนิเมชันด้วยตาราง Matrix
- 2) การวิเคราะห์สื่อภาพยนตร์แอนิเมชันด้วยการบรรยาย

#### 2. การผลิตสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน 6 ขั้นตอนสำคัญตามหลักการออกแบบแอนิเมชัน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วางแผนเนื้อเรื่อง (Story Planning)

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบตัวแสดง (Character Design)

ขั้นตอนที่ 3 การเขียนกระดานภาพนิ่ง (Story Board)

ขั้นตอนที่ 4 การออกแบบฉากหลัง (Background Design)

ขั้นตอนที่ 5 การผลิตภาพเคลื่อนไหว (Animation)

ขั้นตอนที่ 6 การตัดต่อ และบันทึกเสียงประกอบ (Sound Effect) (ธรรมประพน

ลีอำนาจโชค, 2550 : 28)

## 1. การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

**ขั้นตอนที่ 1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก** เป็นการสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยการสัมภาษณ์ จากบุคลากรด้านการท่องเที่ยวถึงแนวทางการออกแบบสื่อ และสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย เพื่อหาค่าความนิยม และพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชน จากการสัมภาษณ์ได้แบ่งกลุ่ม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) **การสัมภาษณ์บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว** จาก นางสาวนพขวิญ อินทะพันธ์ เจ้าหน้าที่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวว่า เห็นด้วยกับการทำสื่อแอนิเมชัน เพื่อรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะสื่อรณรงค์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของ ททท. ส่วนใหญ่เป็นโปสเตอร์ ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อเสนอแนะว่า การทำสื่อแอนิเมชันรณรงค์ด้านนี้ ควรนำเสนอในแนวทางเรื่อง โลกร้อนด้วย เพราะ ททท. กำลังมีการรณรงค์โครงการเก็บเมืองไทยให้สวยงาม เกี่ยวกับสภาวะโลกร้อน ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมมากในตอนนี้อยู่ โดยจะมีการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยว เที่ยวแบบธรรมชาติ และรักษาธรรมชาติแวดล้อมไปพร้อมกัน รูปแบบการนำเสนออาจให้ข้อมูลด้านลบ เช่น น้ำแข็งขั้วโลกจะละลายแล้ว แต่ถ้าจะให้เกิดประสิทธิภาพจริงๆ งานต้องน่าสนใจ พอที่จะทำให้เด็กจำได้ ดังนั้นสื่อแอนิเมชันจะต้องทำท่ายุ่แล้วตื่นตา เช่นตัวละครกำลังท่องเที่ยวป่าเขา ต้องแสดงให้เห็นการอนุรักษ์ธรรมชาติไปด้วย เพื่อให้เกิดความตระหนัก ว่าการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติคืออะไร โดยต้องคำนึงว่าเด็กส่วนใหญ่อยู่ในสังคมเมือง ถ้าหากเขาได้มีโอกาสเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ ก็ให้เห็นอะไรแปลกใหม่ และรู้จักธรรมชาติ ไม่ทำลายธรรมชาติ ซึ่งจะสามารถโยงไปกับการรณรงค์ เรื่องโลกร้อน ของ ททท. ได้ ถึงแม้ว่าเราเป็นส่วนหนึ่งที่เล็กๆ ที่จะช่วยอนุรักษ์ก็ตาม แต่ก็ยังดีกว่าไม่ช่วยทำอะไรเลย ถ้าเยาวชนทุกคนคิดแบบนี้ สภาวะโลกร้อนคงชะลอได้มาก (นพขวิญ อินทะพันธ์ การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม, 2551)

2) **การสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย** การสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นวัยรุ่นไทย ผู้วิจัยต้องการหาค่านิยมของกลุ่มวัยรุ่นไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และลักษณะการรับรู้ที่กลุ่มเยาวชนพึงพอใจ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสื่อแอนิเมชัน เพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ ในงานค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีจำนวน 8 คน ได้แก่ นักเรียนชาย จำนวน 4 คน และ นักเรียนหญิง จำนวน 4 คน คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ มี 5 ข้อ คือ

1. ท่านรู้จักคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หรือไม่
2. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ท่านนิยมไปมากที่สุด
3. ถ้าไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ สิ่งไหนที่ขาดไม่ได้
4. การรับรู้ที่ชอบดู หรือ อ่านมากที่สุด เพราะเหตุใด
5. ถ้าทำการรณรงค์แนวผจญภัย อยากให้ตัวแสดงเป็น หญิงหรือชาย เพราะเหตุใด

จากการสัมภาษณ์ พบว่า นักเรียนทั้งหญิงและชายส่วนใหญ่ ไม่รู้จักถึงความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” แต่ได้ให้ความหมายในมุมมองว่า หมายถึง การรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น จากการสัมภาษณ์ถึงพฤติกรรม และค่านิยมด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ กลุ่มนักเรียนชาย มักชอบไปเที่ยวน้ำตก และล่องแพ เป็นส่วนใหญ่ และนักเรียนหญิงจะนิยม การเดินป่า ล่องแพ และสิ่งที่ต้องนำติดตัวไป ทั้งหญิงและชาย คือ กล้องถ่ายรูป กระเป่าเป้ วิทยุพกพา เป็นต้น หนังสือการ์ตูนที่กลุ่มตัวอย่างชอบส่วนมากชอบการ์ตูนแนวต่อสู้ ผจญภัย เพราะสนุกแปลกใหม่ ทำท่าย ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนักเรียนหญิง และ นักเรียนชาย มีความพึงพอใจที่ตรงกัน เกี่ยวกับการผลิตการ์ตูนแอนิเมชันแนวผจญภัย ส่วนใหญ่ชอบตัวละครนำชายมากกว่าตัวละครนำหญิง เพราะมีความเหมาะสมทางสรีระ และมีความเพละเลื้อย ดิ้นเด่น ไร้ใจ กว่าตัวละครหญิง

ข้อมูลการสัมภาษณ์จาก บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ผู้ศึกษาได้แนวทาง เพื่อนำข้อมูลการสัมภาษณ์ดังกล่าว ไปประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยผู้ศึกษาได้แนวทางในการผลิตสื่อภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื้อหาที่กำหนดผ่านสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถเชื่อมโยงเข้ากับเรื่อง “สภาวะโลกร้อน” ซึ่งกำลังมีการตื่นตัว และได้รับความสนใจอยู่ในขณะนี้ แนวทางในการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันดังกล่าว จึงนำเสนอเนื้อเรื่องที่มีความทำท่าย ผจญภัย ดิ้นเด่น ตามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนั้นผลจากการสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายทั้งหญิงและชาย ส่วนใหญ่พบว่านิยมกิจกรรมการล่องแพ มากกว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวธรรมชาติรูปแบบอื่น ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำกิจกรรมการล่องแพ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ให้การยอมรับ มาใช้เป็นแนวทางในการเขียน โครงเรื่อง เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการยอมรับ และมีความสนใจในตัวสื่อ และนำข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมแต่งตัว และเครื่องอำนวยความสะดวกของกลุ่มวัยรุ่น มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบบุคลิกลักษณะตัวละคร ซึ่งกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นิยมตัวละครนำชายมากกว่า เนื่องจากมีความเหมาะสมทางสรีระ และพฤติกรรมที่ให้ความรู้สึกตื่นเต้น ทำท่ายมากกว่าตัวละครหญิง

ข้อมูลการสัมภาษณ์ทั้งหมดนี้ เป็นข้อมูลที่ผู้ศึกษาจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งในการนำเสนอสื่อ ได้สอดแทรกเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กับการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสร้างความตระหนักให้กลุ่มเยาวชนผู้รักธรรมชาติ ท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมต่อกันตามความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่มุ่งให้เกิดการดูแลสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว

**ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน** ขั้นตอนการวิเคราะห์สื่อ เป็นขั้นตอนสำคัญที่จะได้มาซึ่ง หลักการและแนวทางการออกแบบ เพื่อหาความชัดเจนและสร้างความแม่นยำทางการออกแบบ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาวิเคราะห์สื่อภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อต้องการทราบถึงองค์ประกอบการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อสิ่งแวดล้อม ที่ได้รับการยอมรับ การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ได้นำหลักการวิเคราะห์แอนิเมชัน มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ 1) วิเคราะห์ทางสถิติ ด้วยตาราง Matrix เพื่อหาค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านการออกแบบแอนิเมชัน 2) วิเคราะห์เชิงบรรยาย เพื่อหาจุดเด่น จุดด้อย แนวทางการเล่าเรื่อง และความแตกต่างด้านแนวคิด เกี่ยวกับภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม แล้วนำผลจากการวิเคราะห์ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขั้นตอนการวิเคราะห์สื่อ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์สื่อภาพยนตร์แอนิเมชันด้วยตาราง Matrix ผู้ศึกษาได้นำภาพยนตร์แอนิเมชัน เกี่ยวกับการรณรงค์ด้านระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมที่ได้รับความนิยม จำนวน 15 เรื่อง จากเว็บไซต์ <http://www.youtube.com> มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย เพื่อหาแนวทางด้านการออกแบบ โดยใช้หลักการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน เป็นหลักในการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์สื่อทั้ง 15 เรื่อง ดังต่อไปนี้

**ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ ด้วยตาราง Matrix** ผลการวิเคราะห์ภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมด้วยตาราง Matrix พบว่า แนวของสื่อแอนิเมชันส่วนใหญ่มุ่งไปที่ การสร้างบรรยากาศในเนื้อเรื่องให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกสะเทือนอารมณ์ เพื่อให้ตระหนักถึงประเด็นปัญหา ซึ่งจะนำเสนอในรูปแบบที่มีลักษณะเป็นการดูที่เข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อน เพื่อการโน้มน้าวและเน้นการสื่อความหมายที่เห็นถึงความสำคัญของประเด็นปัญหา โดยใช้คนเป็นตัวแสดง เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดอารมณ์ และใช้ภาพพื้นหลังที่มีลักษณะเป็นสีพื้นและภาพกราฟิก โดยมักนิยมใช้โทนสีในการออกแบบโทนสีอ่อนๆ (Pastel) และโทนสีทึบ (Dull) ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการนำมาใช้และเป้าประสงค์ในการนำเสนอของแต่ละบุคคล ประกอบกับเสียงเอฟเฟ็คที่มีลักษณะเลียนแบบเสียงจริง ประกอบภาพเคลื่อนไหวที่มีการเคลื่อนไหวเฉพาะบางส่วน เพื่อให้มีความชัดเจนในการแสดงอารมณ์ และ สื่อความหมายของท่าทางต่างๆ ได้อย่างชัดเจน ด้านตัวอักษรมักนิยมใช้ตัวอักษรประดิษฐ์ (Display Type) ซึ่งเป็นตัวอักษรที่ดัดแปลงเพื่อให้เข้ากับงานแต่ละชิ้น ซึ่งให้ความรู้สึกที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไปตามแนวความคิดของแต่ละเรื่อง โดยจะจัดวางตัวอักษรไว้ตรงกลางภาพในลักษณะขนานกับพื้น เพื่อความชัดเจนในการนำเสนอ จากการวิเคราะห์ด้านเวลาในการนำเสนอภาพยนตร์รณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อมทั้ง 15 เรื่อง พบว่า ภาพยนตร์มีระยะเวลาที่แตกต่างกันออกไป ตั้งแต่เวลา 0.29 วินาที จนถึง 03.38 นาที โดยจะนำเสนอเนื้อเรื่อง



## เรื่องที่ 1 Spilled Oil

Time: 00.29/Rate: ☆☆☆☆

ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องนี้ สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเล เกี่ยวกับผลกระทบจากการปล่อยน้ำมันลงในทะเล ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิต ทั้งสัตว์น้ำและสัตว์บก ที่ต้องอาศัยทะเลเป็นแหล่งอาหาร

การวิเคราะห์ด้านโครงสร้าง (Structure) แนวคิดหลักของภาพยนตร์เรื่อง Spilled Oil คือ ความมั่งคั่งของมนุษย์จากการปล่อยน้ำมันลงทะเลส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ แก่นของเรื่อง (Theme) คือ สิ่งมีชีวิตในท้องทะเลกำลังถูกคุกคามจากคราบน้ำมัน แสดงให้เห็นว่าเป็นภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นเพื่อเตือนสติ มีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนปัญหาที่กำลังเกิดขึ้น รูปแบบของภาพยนตร์ เป็นลักษณะของการ์ตูนที่ได้ตัดทอนรายละเอียด เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย และมีความทันสมัย ถึงแม้จะมีเวลาในการดำเนินเรื่องสั้นๆ แต่สามารถนำเสนอเนื้อเรื่องได้อย่างเข้าใจ โดยมีลำดับการเล่าเรื่องที่ น่าสนใจชวนติดตาม เริ่มต้นจากการแทรกตัวของน้ำมันที่ละน้อยๆ ในทะเลใหญ่ จนแย่งพื้นที่ของ น้ำส่วนใหญ่ที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ทะเล เนื้อเรื่องเริ่มมีจุดกระตุ้นอารมณ์จากการที่สัตว์ ทะเลไม่ว่าจะเป็น เต่า นาก ปลาโลมา ต้องดิ้นรน หลีกหนี จากการคุกคามของคราบน้ำมันที่มีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนสุดท้ายจุดสูงสุดของเนื้อเรื่อง คราบน้ำมันจำนวนมากที่อยู่ในทะเล คุกคามมาถึงสัตว์ที่อยู่ บนบกอย่างพญานก เรื่องนี้เป็นภาพยนตร์ที่สะท้อนปัญหาได้อย่างชัดเจน และมีลำดับการเล่าเรื่องที่ สามารถโน้มน้าวอารมณ์ผู้ชมได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์ด้านสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics) ด้านการออกแบบ (Design) การออกแบบตัว แสดง (Character Design) ใช้สัตว์ที่อาศัยในทะเลเป็นตัวดำเนินเรื่อง บุคลิกลักษณะของสัตว์ทะเล เหล่านี้มีการเคลื่อนไหวที่เคลื่อนไหว ว่องไว ดิ้นรน หลีกหนี ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตามและ เข้าใจถึงปัญหาที่ต้องเผชิญ การออกแบบฉากหลัง มีองค์ประกอบที่เข้าใจได้ง่าย ด้วยการตัดกันของ สีฟ้า น้ำทะเลและสีดำของคราบน้ำมัน ทำให้ภาพดูไม่ซับซ้อน ประกอบกับโทนสีที่ให้ความรู้สึกหด หู่ ไม่มีชีวิตชีวา จึงช่วยสร้างอารมณ์ของงานให้ชัดเจนยิ่งขึ้น การใช้เสียง (Sound) ประกอบการ แสดงที่มีความชัดเจนมีความสมจริง ประกอบไปกับการขยับเคลื่อนไหวของภาพ ทำให้ช่วยเพิ่ม อารมณ์ให้กับภาพยนตร์ได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์ด้านเทคโนโลยี Spilled Oil เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันแบบร่วมสมัย (Contemporary Animation) ที่ผสมผสานเทคนิคการวาดด้วยมือแบบดั้งเดิม และเทคนิคทาง คอมพิวเตอร์เข้าด้วยกัน ทำให้ภาพออกมาสวยงามน่าสนใจ ทันสมัยและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

## เรื่องที่ 2 Plastic Bag TVC

Time: 00.29/ Rate: ☆☆☆☆

ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง Plastic Bag TVC สร้างขึ้นเพื่อยกระดับจิตสำนึก และ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้มนุษย์คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น เป็นการณรงค์ให้เลิกใช้

ถุงพลาสติกและหันมาใช้ถุงกระดาษรีไซเคิล ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อ และ ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อ ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม

การวิเคราะห์ด้านโครงสร้างของภาพยนตร์เรื่อง Plastic Bag TVC มีแนวคิดหลักคือ ถุงพลาสติกสร้างความเสียหายต่อระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม แก่นของเรื่องคือ ให้หันมาใช้ถุงกระดาษที่ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมแทนการใช้ถุงพลาสติก รูปแบบของภาพยนตร์เป็นการตูนลายเส้นแบบง่ายๆ เป็นภาพยนตร์แนวตลกเบาสมอง โน้มน้าว เปรียบเทียบให้เห็นถึงผลกระทบของปัญหาและวิธีแก้ไข การเล่าเรื่องของภาพยนตร์เรื่องนี้ ใช้เวลาค่อนข้างสั้นและการต่อเนื่องของภาพค่อนข้างเร็ว ทำให้ ผู้ชมมีอุปสรรคในการปะติดปะต่อเรื่องราว แต่เนื่องจากการใช้ภาพที่ง่ายในการสื่อความหมาย โดย การมีภาพขึ้นต้นด้วยถุงพลาสติกซึ่งเป็นต้นเหตุของปัญหา ส่งผลกระทบต่อ โลก สิ่งแวดล้อม สัตว์ และมนุษย์ และจบลงได้อย่างชัดเจนด้วยถึงกระดาษซึ่งเป็นวิธีแก้ปัญหา จากการใช้ภาพสื่อ ความหมายแสดงท่าทางที่ชัดเจน พร้อมกับสอดแทรกมุขตลก ทำให้ภาพยนตร์มีความน่าสนใจ แม้ จะมีเวลาที่จำกัดแต่ก็ทำให้ ผู้ชมสามารถตีความหมายในเนื้อเรื่องและเข้าใจความหมายภาพได้ไม่ ยาก

การวิเคราะห์ด้านสุนทรียศาสตร์ เกี่ยวกับตัวแสดง ใช้ภาพที่สื่อความหมายแบบ ตรงไปตรงมา มีองค์ประกอบที่ไม่ซับซ้อน การใช้สีช่วยสร้างอัตลักษณ์ที่น่าสนใจโดยการใช้ ลายเส้นสีขาวของตัวแสดง ตัดกับพื้นหลัง (Background) สีดำทำให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน มุมมอง ภาพเป็นการนำเสนอจุดสนใจตรงกลางจอบุคคลเดียว โดยใช้ภาพเคลื่อนไหวลักษณะ 2 มิติ ที่มีความ ต่อเนื่องในการดำเนินเรื่องที่ค่อนข้างไว เพื่อถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกกระตือรือร้น เพื่อกระตุ้นให้ ผู้ชมตื่นตัวและคล้อยตามไปกับภาพยนตร์ ด้านเสียงใช้เสียงพูดประกอบภาพ ที่มีจังหวะเหมาะสม กับการเคลื่อนไหวของภาพ แต่ด้วยความเร็วในการนำเสนอภาพ จึงทำให้เสียงพากย์ไม่ชัดเจน เท่าที่ควร

การวิเคราะห์ด้านเทคโนโลยี Plastic Bag TVC เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันแบบร่วมสมัย ด้วย การวาดภาพ และใช้เทคนิคด้านคอมพิวเตอร์ช่วยในการสร้างภาพเคลื่อนไหว ให้เกิดความต่อเนื่องของ ภาพ

### เรื่องที่ 3 Roots~Where do flowers come from?

Time: 04:22/Rate: ☆☆☆☆

ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง Roots~Where do flowers come from? นำเสนอภาพเบื้องหลัง การผลิตดอกกุหลาบราคาสูงที่วางขายในห้างสรรพสินค้า ในประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นผลผลิตจาก แรงงานหญิงอเมริกันในอเมริกาตะวันออก เป็นการอธิบายถึงขั้นตอนการผลิต และผลกระทบ ร้ายแรงที่มาจากยาฆ่าแมลง ซึ่งมีพิษทำลายสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศท้องถิ่น นอกจากนี้แล้วอาจมี ผลทำให้ตาบอด เป็นโรคมะเร็งในเม็ดเลือด จนกระทั่งอาจทำลายระบบสืบพันธุ์ของเพศหญิงได้อีก ด้วย จากความต้องการที่มากเกินไปของมนุษย์ ทำให้ต้องผลิตมากขึ้น นั่นก็หมายถึงต้องใช้น้ำและยา

ฆ่าแมลงในการผลิตมากขึ้นตามไปด้วย ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศโดยรอบ จากจุดเล็กๆ จนกลายเป็นปัญหาระดับโลก

การวิเคราะห์ด้านโครงสร้าง แนวคิดหลักของเรื่อง Roots~Where do flowers come from? คือ ความไม่รู้จักพอของมนุษย์ เป็นต้นเหตุของปัญหาทำลายสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศท้องถิ่น โดยไม่รู้ตัว แก่นของเรื่องคือ ยาฆ่าแมลงในอุตสาหกรรมดอกกุหลาบ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรอบ ภาพยนตร์เรื่อง Roots~Where do flowers come from? นำเสนอในแนวสะท้อนอารมณ์ เพื่อสะท้อนปัญหา นำเสนอโดยใช้ภาพที่มีลักษณะเหมือนจริงประกอบกับคำบรรยาย ทำให้ภาพยนตร์มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น โดยมีการเล่าเรื่องที่เป็นลำดับขั้นตอนด้วยเวลาที่เหมาะสม ตั้งแต่ต้นเหตุของปัญหาไปจนถึงปลายเหตุของปัญหา เริ่มต้นเรื่องด้วยคำบรรยายเกี่ยวกับต้นเหตุและที่มาของปัญหา โดยเริ่มจากภาพร้านขายดอกไม้ในห้างสรรพสินค้าซึ่งเป็นต้นเหตุของปัญหา ตามด้วยภาพเบื้องหลังการผลิตซึ่งเป็นขั้นตอนที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นผลกระทบจากยาฆ่าแมลงที่ทำลายระบบนิเวศ ส่งผลกระทบต่อระบบสืบพันธุ์ของสตรี ทำลายแหล่งน้ำซึ่งเป็นแหล่งอาหารของมนุษย์และสัตว์ จนจบลงที่ภาพสะท้อนอารมณ์ที่น้ำในแม่น้ำค่อยๆ ไหลลงเรื่อยๆ จนหมดไป ภาพยนตร์เรื่อง Roots~Where do flowers come from? ได้วางโครงเรื่องในการนำเสนออย่างเป็นขั้นตอนและน่าสนใจ เริ่มจากปัญหาจุดเล็กๆ ไปจนถึงปัญหาระดับโลก เป็นการโน้มน้าวอารมณ์ให้ผู้ชมคล้อยตามได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์ด้านสุนทรียศาสตร์ การออกแบบตัวแสดง ใช้ภาพกลุ่มแรงงานหญิงชาวอเมริกาตะวันออก เป็นตัวดำเนินเรื่อง ซึ่งมีบุคลิกที่แสดงให้เห็นถึงความลำบาก ความเหน็ดเหนื่อย ใช้ภาพประกอบกับฉากที่เน้นทิวทัศน์แสดงให้เห็นถึงระบบนิเวศและการเปลี่ยนแปลง โดยมีการจัดวางองค์ประกอบอย่างลงตัวไม่มากไม่น้อยเกินไป ทำให้สร้างความแตกต่างด้านเทคนิคด้วยการวาดภาพสีอะครีลิคบนผ้าใบ ประกอบกับเทคนิคด้านคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการเคลื่อนไหว ที่ให้ความรู้สึกถึงอารมณ์ด้านงานศิลปะ รวมไปถึงการใช้สีที่สื่อความหมายถึงวัฒนธรรมพื้นถิ่นของชาวอเมริกาตะวันออก จึงทำให้ภาพยนตร์เรื่องนี้มีความแตกต่างจากเรื่องอื่นๆ ที่ได้กล่าวมา ด้านการเคลื่อนไหวแสดงอารมณ์ เป็นการสื่อความหมายแบบง่าย ๆ มีลักษณะการเคลื่อนไหวเป็นบางส่วน เฉพาะจุดนำเสนอในแต่ละฉาก ประกอบด้วยเสียงเพลงบรรเลงที่ให้ความรู้สึกถึงความเศร้า จึงทำให้เพลง เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ ในภาพยนตร์เรื่องนี้ช่วยสร้างบรรยากาศให้ผู้ชมเกิดอารมณ์คล้อยตามไปกับเนื้อเรื่อง

การวิเคราะห์ด้านเทคโนโลยี ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง Roots~Where do flowers come from? มีรูปแบบหรือใช้กระบวนการ ด้านเทคนิควิธีการแบบร่วมสมัยโดยการวาดภาพสีอะครีลิคด้วยมือ และใช้คอมพิวเตอร์มามีส่วนช่วยในการทำให้ภาพเคลื่อนไหว ทำให้ภาพยนตร์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสร้างความแตกต่างจากงานอื่นๆ

#### เรื่องที่ 4 Whose Garden Was This

Time: 02:44/Rate: ☆☆☆☆

ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง Whose Garden Was This เล่าถึงโลกในอนาคตที่ถูกทำลายด้วยฝีมือของมนุษย์ จนกลายเป็นเรื่องเคซึน ทำให้มนุษย์เลื้อยซาขาดความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งในปัจจุบันความสวยงามในอดีตเหลือเป็นเพียงภาพเล็ก ที่กลายเป็นความทรงจำ ในเรื่องสะท้อนให้เห็นอนาคตที่มีคมนของเด็กในยุคปัจจุบัน ที่ไม่มีโอกาสได้เห็นและสัมผัสสิ่งแวดล้อมที่สวยงามเหมือนในอดีตอีกต่อไป

การวิเคราะห์ด้าน โครงสร้างของภาพยนตร์แอนิเมชัน แนวคิดหลักของภาพยนตร์นำเสนอ ภาพจินตนาการเกี่ยวกับความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม ในอนาคต แก่นของเรื่อง สภาพแวดล้อมที่สวยงามในอดีต ปัจจุบันเป็นเพียงภาพเล็กไว้เตือนความทรงจำ เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันแนว สะท้อนอารมณ์ ทำขึ้นเพื่อสะท้อนปัญหา แสดงภาพจินตนาการถึงความเสียหายของธรรมชาติในอนาคต รูปลักษณะของภาพยนตร์มีลักษณะเหมือนจริง ทำขึ้นด้วยการใช้เทคนิคการวาดภาพลายเส้นด้วยมือทั้งเรื่อง จึงทำให้งานมีเอกลักษณ์ที่แตกต่าง ประกอบกับการเล่าเรื่องที่มีความน่าสนใจ เริ่มต้นเรื่องจากภาพที่มีลักษณะเลือนหาย ชวนให้คิด ประกอบเสียงเพลงที่หนักแน่นกระตุ้นอารมณ์ นำเข้าเรื่องด้วยภาพคนกำลังมองภาพในอดีต แล้วตัดออกมามองภาพบรรยากาศโดยรอบในปัจจุบัน ที่มีแต่ความเงิบเหงาเสื่อมโทรม สร้างความสะเทือนใจมากขึ้นช่วงกลางเรื่องเมื่อ กลับไปมองภาพนกบินท่องฟ้าในอดีตแต่ปัจจุบันกลายเป็นซากนกที่ตายอยู่บนพื้น ดอกย่ำอารมณ์อย่างต่อเนื่องด้วยภาพความแห้งแล้งของผืนดิน ต้นไม้ที่เหลือแต่คอก ปัจจุบันเหลือเพียงความแห้งแล้งเดียวดาย จบด้วยภาพคนนั่งคิดถึงอดีตที่ไม่สามารถกลับมาเหมือนได้อีกต่อไป ภาพยนตร์เรื่องนี้มีการเรียบเรียงภาพที่มีความต่อเนื่องน่าติดตาม มีแนวความคิดและมีการเล่าเรื่องที่ น่าสนใจเป็นอย่างมาก

การวิเคราะห์ด้านสุนทรียศาสตร์ กล่าวคือ การพิจารณาถึงความสวยงาม ด้านการออกแบบ ตัวแสดง ใช้ตัวแสดงเพียงคนเดียวเป็นตัวสื่อความหมาย ที่มีบุคลิกการเคลื่อนไหวแสดงอารมณ์ให้ ความรู้สึกถึงความเศร้า เสียใจ โดดเดี่ยว เคว้งคว้าง ประกอบกับภาพประกอบฉากที่ใช้ทิวทัศน์ที่ แสดงถึงความเสียหายของสิ่งแวดล้อมเป็นหลักในการดำเนินเรื่อง ดอกย่ำความรู้สึกได้ชัดเจนมากขึ้นด้วยการใช้ภาพวาดลายเส้นที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นธรรมชาติ เน้นแสงเงาสร้างบรรยากาศแบบง่ายๆ ทำให้งานมีเสน่ห์น่าสนใจด้วยสีสันที่ตัดกันระหว่างสีขาวดำแสดงถึงยุคในปัจจุบัน ตัดกับภาพสีสดที่แสดงถึงภาพในอดีตที่มีชีวิตชีวา ช่วยให้เห็นความขัดแย้งของสิ่งที่ต้องการนำเสนอให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นรวมทั้งการใช้เสียงที่เป็นเสียงเพลงที่ให้ความรู้สึกหนักหน่วงบรรเลงประกอบ ภาพเคลื่อนไหวตลอดทั้งเรื่อง อย่างเหมาะสมกลมกลืน ช่วยสร้างความสะเทือนอารมณ์ สร้างบรรยากาศทำให้ผู้ชมคล้อยตามไปกับเนื้อเรื่อง

การวิเคราะห์ด้านเทคโนโลยีเรื่อง Whose Garden Was This เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันแบบร่วมสมัย หมายถึงภาพยนตร์แอนิเมชัน ในยุคปัจจุบันที่ผสมผสานเทคนิควิธีการต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้ง

เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ การวาด และ ระบายสีด้วยมือแบบดั้งเดิม เพื่อการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน ที่ดูแปลกใหม่ สวยงาม และน่าสนใจ

### ผลจากการวิเคราะห์ทางการบรรยาย

จากขั้นตอนการวิเคราะห์สื่อภาพยนตร์แอนิเมชันด้วยการบรรยาย ผู้ศึกษาได้ผลการวิเคราะห์ภาพรวมเกี่ยวกับหลักการในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน ซึ่งเป็นพื้นฐานความรู้ ทั้งในด้าน โครงสร้าง ด้านสุนทรียศาสตร์และด้านเทคนิค โดยจะนำข้อมูลการวิเคราะห์ที่ได้ทั้งหมดนี้ มาใช้เป็นแนวทางในการผลิตสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้อธิบายรายละเอียดผลการวิเคราะห์โดยแบ่งเป็นหมวดหมู่ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ด้านโครงสร้าง แนวคิดหลักของภาพยนตร์รณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่เป็นการนำเสนอแง่มุมเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่มีมนุษย์เป็นต้นเหตุของปัญหา ซึ่งก็มีการนำเสนอแก่นของเรื่องที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละเนื้อเรื่อง ขึ้นอยู่กับวิธีการนำเสนอของแต่ละบุคคล ซึ่งก็มักจะใช้แนวของภาพยนตร์ในแนวสะท้อนอารมณ์ โดยเฉพาะด้านความหมายของเรื่องต้องสามารถสะท้อนปัญหาให้ผู้ชมเกิดความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และผลกระทบที่จะตามมา ด้านรูปแบบที่นิยมใช้ในการผลิตสื่อภาพยนตร์รณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ มักนิยมใช้ภาพวาดการ์ตูนที่มีลักษณะที่เข้าใจง่าย มีความแปลกใหม่ ทำให้ภาพยนตร์มีความน่าสนใจไม่น่าเบื่อ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ความสำคัญที่สุดของภาพยนตร์แอนิเมชันที่ดีขึ้นอยู่กับลำดับการเล่าเรื่อง ที่มีความน่าสนใจน่าติดตาม ประกอบกับเวลาที่เหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอด้วย จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่จะใช้หลักการเล่าเรื่องที่ใกล้เคียงกัน คือ เริ่มต้นเรื่องด้วยการนำเสนอต้นเหตุของปัญหาหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น และ จบท้ายด้วยปัญหาที่ลุกลามใหญ่โตจนเกินกว่าจะแก้ไขได้ หรืออาจจบลงที่วิธีการแก้ปัญหา เป็นต้น ซึ่งเป็นวิธีการนำเสนอประเด็นของปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งข้อคิดไว้ให้ผู้ชมได้คิดต่อถึงผลกระทบของปัญหาและวิธีการแก้ปัญหา

2. ผลการวิเคราะห์ด้านสุนทรียศาสตร์ การพิจารณาถึงความสวยงาม เสน่ห์ความน่าสนใจของสื่อแอนิเมชันรณรงค์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมนั้น ด้านการออกแบบถือว่าเป็นหัวใจสำคัญอย่างหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบบุคลิกลักษณะของตัวแสดง ที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกให้ผู้ชมคล้อยตามไปกับเนื้อเรื่อง จากการวิเคราะห์ด้านการออกแบบตัวแสดงส่วนใหญ่ จะใช้คนเป็นหลักในการดำเนินเรื่อง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และแนวทางในการนำเสนอของแต่ละเรื่องที่แตกต่างกันออกไป แต่ไม่ว่าจะใช้ตัวแสดงเป็น คน สัตว์ หรือสิ่งของต่างๆ จากการวิเคราะห์พบว่าการเคลื่อนไหวถ่ายทอดท่าทางของตัวแสดง จะเคลื่อนไหวเฉพาะบางส่วน ซึ่งเป็นการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างกันไปในแต่ละเรื่อง เช่น การเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว ว่องไว แสดงอารมณ์ การดิ้นรน หลีกหนี ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น ตื่นตัว การเคลื่อนไหวอย่างช้าๆ

แสดงอารมณ์ เหน็ดเหนื่อย ไม่มีชีวิตชีวา ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกหดหู่ โศกเศร้า เป็นต้น นอกจากนี้ การออกแบบฉากหลังยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ที่ช่วยสร้างบรรยากาศในภาพยนตร์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้สีพื้นและภาพกราฟิกที่มีองค์ประกอบง่ายๆ ไม่ซับซ้อน การใช้สีเพื่อสร้างอารมณ์หดหู่จะใช้สีขมๆ เพื่อตอกย้ำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกถึงบรรยากาศความเศร้าโศก และใช้สีสดใสเพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์สนุกสนาน ดังนั้น สีจึงมีอิทธิพลทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์คล้อยตามไปกับภาพยนตร์ เสียงเป็นอีกองค์ประกอบที่สำคัญ ที่ช่วยสร้างบรรยากาศและอารมณ์ให้กับภาพยนตร์ จากการวิเคราะห์ครั้งนี้พบว่า ภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์สิ่งแวดล้อมมักใช้เสียงเอฟเฟ็ค เป็นเสียงประกอบในการผลิตภาพยนตร์ ด้านการใช้ตัวอักษรประกอบในภาพยนตร์ นิยมใช้ตัวอักษรประดิษฐ์ (Display Type) เป็นตัวอักษรที่ได้รับการตกแต่งที่โดดเด่นมีลักษณะที่หลากหลาย โดยมีการจัดวางในแนวนอนกับพื้นในตำแหน่งที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม

3. ผลการวิเคราะห์ด้านเทคโนโลยี การวิเคราะห์กระบวนการผลิตสื่อแอนิเมชันรณรงค์ด้านการบรรยาย พบว่า เป็นภาพยนตร์แอนิเมชันที่ได้ผสมผสานเทคนิควิธีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ การวาดและระบายสีด้วยมือแบบดั้งเดิม ฯลฯ เพื่อการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันที่ดูแปลกใหม่ สวยงาม และน่าสนใจ

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้นำผลการวิเคราะห์สื่อแอนิเมชัน มาสรุปเป็นตารางเพื่อให้ง่ายต่อการสร้างความเข้าใจ และง่ายในการนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ในการออกแบบสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังต่อไปนี้

โครงสร้างการออกแบบ	ผลการวิเคราะห์สื่อแอนิเมชันด้านสิ่งแวดล้อม
แนวของภาพยนตร์	จากการวิเคราะห์ส่วนใหญ่เป็นภาพยนตร์แนวสะท้อนอารมณ์ต้องการให้ผู้ชมเกิดความรู้ ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และผลกระทบที่จะตามมา ในเนื้อเรื่องมักจะสะท้อนถึงปัญหา และความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม
รูปแบบ/ลักษณะ	นำเสนอในรูปแบบภาพวาดการ์ตูนที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ มีความชัดเจนของภาพ ในการสื่อความหมาย และง่ายต่อการตีความ
วัตถุประสงค์	วัตถุประสงค์ในการนำเสนอส่วนใหญ่ เพื่อการโน้มน้าว ให้ผู้ชมคล้อยตาม และตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ผู้ชมเกิดความห่วงหาอาวและเกิดจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม
การเล่าเรื่อง	จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่จะใช้หลักการเล่าเรื่องที่ใกล้เคียงกัน คือ เริ่มต้นเรื่องด้วยการนำเสนอต้นเหตุของปัญหาหรือความเสียหายที่เกิดขึ้น และ ลงท้ายด้วยปัญหาที่ถูกละเลย โดดจนเกินกว่าจะแก้ไข หรืออาจจบลงที่วิธีการแก้ปัญหา เป็นต้น ซึ่งเป็นวิธีการนำเสนอประเด็นของปัญหาที่เกิดขึ้น ที่ข้คิดไว้ให้ผู้ชม ได้คิดต่อถึงผลกระทบของปัญหาและวิธีการแก้ปัญหา

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์สื่อภาพยนตร์แอนิเมชันด้านสิ่งแวดล้อม

โครงสร้างการออกแบบ	ผลการวิเคราะห์สื่อแอนิเมชันด้านสิ่งแวดล้อม
ตัวแสดง	จากการวิเคราะห์ด้านการออกแบบตัวแสดงส่วนใหญ่ จะใช้คนเป็นหลักในการดำเนินเรื่อง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และแนวทางในการนำเสนอของแต่ละเรื่องที่แตกต่างกันออกไป
ภาพพื้นหลัง	ส่วนใหญ่จะใช้สีพื้นและภาพกราฟิกที่มีองค์ประกอบง่ายๆ ไม่ซับซ้อน การใช้สีเพื่อสร้างอารมณ์หุดหู่จะใช้สีขรึมๆ เพื่อตอกย้ำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกถึงบรรยากาศความเศร้าโศก และใช้สีสดใสเพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์สนุกสนาน ดังนั้น สีจึงมีอิทธิพลทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์คล้อยตามไปกับภาพยนตร์
การใช้สี	การใช้สีเพื่อสร้างอารมณ์หุดหู่จะใช้สีอึมครึม เพื่อตอกย้ำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกถึงบรรยากาศความเศร้าโศก และใช้สีสดใสเพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์สนุกสนาน
การเคลื่อนไหว	จากการวิเคราะห์พบว่า การเคลื่อนไหวถ่ายทอดท่าทางของตัวแสดง จะเคลื่อนไหวเฉพาะบางส่วน ซึ่งเป็นการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างกันไปในแต่ละเรื่อง เช่น การเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว ว่องไว แสดงอารมณ์ การดิ้นรน หลีกหนี ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น ตื่นตัว การเคลื่อนไหวอย่างช้าๆ แสดงอารมณ์ เหน็ดเหนื่อย ไม่มีชีวิตชีวา ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกหุดหู่ โศกเศร้า
การใช้เสียง	ภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์สิ่งแวดล้อมมักใช้เสียงเอฟเฟ็ค เป็นเสียงประกอบในการผลิตภาพยนตร์ ซึ่งเป็นเสียงที่นอกเหนือจากการบรรยาย เสียงสนทนา ทำให้ผู้ชมเกิดรู้สึกสมจริง และเกิดจินตนาการคล้อยตาม ราวกับได้เข้าไปอยู่ในเหตุการณ์หรือสถานที่นั้นด้วย
การใช้ตัวอักษร	การใช้ตัวอักษรประกอบในภาพยนตร์ นิยมใช้ตัวอักษรประดิษฐ์ (Display Type) เป็นตัวอักษรที่ได้รับการตกแต่งที่โดดเด่นมีลักษณะที่หลากหลาย โดยมีการจัดวางในแนวขนานกับพื้นในตำแหน่งที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม
เวลา	จากการวิเคราะห์ด้านเวลาในการนำเสนอภาพยนตร์รณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อมทั้ง 15 เรื่องพบว่า ภาพยนตร์มีระยะเวลาที่แตกต่างกันออกไป ตั้งแต่เวลา 0.29 วินาที จนถึง 03.38 นาที โดยจะนำเสนอเนื้อเรื่องตามความเหมาะสมของเนื้อหาและข้อมูลที่น่าเสนอ

## ตาราง 2 (ต่อ) แสดงผลการวิเคราะห์สื่อภาพยนตร์แอนิเมชันด้านสิ่งแวดล้อม

ผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย และผลจากขั้นตอนการวิเคราะห์สื่อภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยตาราง Matrix และการวิเคราะห์สื่อด้วยการบรรยาย โดยยึดหลักการวิเคราะห์ภาพยนตร์แอนิเมชัน ตามขั้นตอนดังกล่าว ทำให้ผู้ศึกษาได้ข้อมูลซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ ในการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยว

เชิงนิเวศ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการในการผลิตสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน ตามขั้นตอนการผลิตสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน ซึ่งจะแสดงเป็นลำดับขั้นตอนการออกแบบสื่อแอนิเมชัน ดังต่อไปนี้

## 2. ขั้นตอนการออกแบบสื่อแอนิเมชัน

ขั้นตอนการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน ในหัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการการออกแบบและผลิตสื่อแอนิเมชัน ตามหลักการออกแบบแอนิเมชัน ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

**ขั้นตอนที่ 1 การวางแผนเนื้อเรื่อง** เป็นขั้นตอนการวางแผน โครงเรื่อง ที่จะนำเสนอสื่อไปในทิศทางใด จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การวิเคราะห์สื่อ การศึกษาเอกสาร และการติดตามเหตุการณ์ข่าวสารในปัจจุบัน ทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงแนวทางในการออกแบบ และทราบถึงค่านิยมและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งข้อมูลทั้งหมดนี้ สามารถนำมาใช้ประกอบการผลิตสื่อแอนิเมชัน ซึ่งมีแนวทางการวางโครงเรื่อง ที่ใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อรณรงค์ โดยการนำเสนอภาพให้สอดคล้องกับสมัชชา และการสร้างภาพสัญลักษณ์ เพื่อให้กลุ่มบุคคลเกิดความรู้สึกสำนึกร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องเรื่องราวเกี่ยวกับสภาวะโลกร้อนไปพร้อมๆ กับเนื้อหาสาระสำคัญด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวแบบใหม่ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการเล่าเรื่องเพื่อสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมต่อกลุ่มเยาวชน โดยการนำเสนอภาพและเสียงมีการแสดงถึงสถานการณ์ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในปัจจุบัน และผลกระทบที่ตามมาในอนาคตที่ไม่สามารถเป็นไปได้ในยุคปัจจุบัน เพื่อสะท้อนถึงปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จากการท่องเที่ยวที่ขาดความรับผิดชอบ ปัญหาสถานการณ์ดังกล่าว ผสมผสานกับค่านิยมของตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ ที่ชอบการ์ตูนแนวผจญภัย และชอบท่องเที่ยว ดังนั้น การสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงมีแนวทางในการดำเนินเรื่องดังต่อไปนี้

**แนวความคิด** คือ การตามหาพื้นที่สีเขียว ผ่านมุมมองแห่งโลกอนาคต ในยุคของความเสื่อมโทรมทางสิ่งแวดล้อม พื้นที่สีเขียวกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวจำลอง และภาพถ่ายในอดีตกลายเป็นเพียงสัญลักษณ์แทนการจินตนาการ เท่านั้น

**ชื่อเรื่อง** Eco-Tourism (การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ)

**เนื้อเรื่อง** เกี่ยวกับการตามหาธรรมชาติ ของเด็กชายวัยรุ่นคนหนึ่ง ในโลกอนาคตนับไปอีก 10 ปีข้างหน้า เด็กหนุ่มได้เก็บรักษารูปภาพที่มีคุณค่า ที่ได้รับสืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษหวังว่าสักวันเขาจะต้องได้ไปยังที่แห่งนั้น และแล้ววันนั้นก็มาถึง เขาได้เริ่มออกเดินทางไปยัง

สถานที่แห่งนั้น เมื่อเขาไปถึง เขาก็ได้พบกับความผิดหวัง เมื่อได้พบกับความแห้งแล้ง ที่ที่สวยงาม ดังภาพ ไม่หลงเหลือพื้นที่สีเขียวให้เขยชมอีกต่อไป

ภาพถ่ายที่สวยงาม กลายเป็นเพียงภาพแทน ให้ความได้คิดถึงความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และความงดงามของธรรมชาติ ภาพถ่ายแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเหล่านั้น ทำให้เขา หวนคิดถึงเมื่อครั้งอดีต เมื่อเขาได้ไปเที่ยวน้ำตก และ ล่องแพ ซึ่งการท่องเที่ยวครั้งนั้น ทำให้เขา ประทับใจไปกับผืนป่าสีเขียวกว้าง ที่เต็มไปด้วยต้นไม้สูงใหญ่สุดลูกหูลูกตา และต้นเต็ง เพลิดเพลินไปกับกิจกรรมการล่องแพบนลำธารขนาดกลางสะอาดตา น้ำไหลเชี่ยวแรงสลับกันไป เป็นระยะ ๆ ตลอดเส้นทาง และต้นตากับความงามของน้ำตกต่างระดับขนาดใหญ่ ที่มีน้ำไหลล่อเล่น กันเป็นจังหวะอย่างไม่ขาดสาย สะท้อนเป็นสายรุ้งสีสดใสที่ขึ้นประชิดตัวตั้งมือเอื้อม

ทันใดนั้น เสียงเตือนหมดเวลาก็ดังขึ้น ทำให้เขางงอยู่ชั่วขณะ ทุกอย่างเริ่ม เคลื่อนไหวช้าลงราวกับปิดสวิทช์ สายรุ้งเริ่มจางหาย ลำธารเริ่มแห้งขอด เขาเริ่มรู้ตัวถึงเวลาสนุกแล้ว ดังนั้น จึงดึงเครื่องเล่นวิทยุขึ้นมาปิด และเดินออกจากสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น อย่างสิ้นหวัง

ปิดท้ายเรื่องด้วยการนำเสนอแนวคิด และพฤติกรรมเชิงบวก เพื่อโน้มน้าวให้ผู้ชม ปฏิบัติตาม เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

## ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบตัวแสดง

ข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย และการวิเคราะห์ตัวอย่างสื่อ ทำให้ผู้ศึกษาได้แนวทางในออกแบบบุคลิกลักษณะของตัวแสดง จากการวิเคราะห์ภาพยนตร์ แอนิเมชัน ส่วนใหญ่มักนิยมใช้คนเป็นตัวกลางในการดำเนินเรื่อง และจากการสัมภาษณ์ตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ ฟังพอใจตัวแสดงชายมากกว่าตัวแสดงหญิง เนื่องจากตัวแสดงชาย สามารถ ถ่ายทอดอารมณ์ได้ชัดเจน และมีความเหมาะสมทางกายภาพ สร้างความท้าทาย มากกว่าตัวแสดง หญิง ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้นำผลการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์สื่อ ประกอบกับค่านิยมของกลุ่มวัยรุ่น มาประมวลผลเพื่อหาข้อสรุปทางการออกแบบบุคลิกลักษณะของตัวแสดงนำ โดยยึดหลักการ ออกแบบเป็นหลักในการผลิต จากผลการวิเคราะห์สามารถถ่ายทอดลักษณะตัวแสดงออกมาเป็น รูปธรรมให้เข้าใจตรงกันอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ดังขั้นตอนต่อไปนี้

1) การเขียนแบบร่างตัวแสดง ในภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง Eco-Tourism พัฒนาขึ้น โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย และได้แรงบันดาลใจมาจาก บุคลิกลักษณะของเด็กวัยรุ่นชายในยุคปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะนิสัยที่มีความเป็นตัวของตัวเองค่อนข้าง สูง และมีความทันสมัยตามสมัยนิยม โดยแสดงออกผ่านการแต่งตัวที่เป็นเอกลักษณ์ การสวมใส่ เสื้อผ้าสีสดใส ทันสมัย ให้ความรู้สึกลึกลับดูดี และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น วิทยุ พกพา ทั้งหมดนี้ แสดงถึงลักษณะนิสัยที่มีความร่าเริง กระฉับกระเฉง อยากรู้อยากเห็นสมัย ใน

ขั้นตอนการเขียนแบบร่างตัวแสดง ผู้ศึกษาได้ทำการออกแบบ ภาพลักษณ์ บุคลิก ลักษณะนิสัย และ รายละเอียดอื่น ๆ ซึ่งสามารถแสดงได้เป็นภาพดังนี้



ภาพ 6 แบบร่างแสดงสัดส่วนของตัวแสดง

จากภาพหนึ่งเป็นการเขียนแบบร่างตัวแสดง เพื่อแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน ถึงรูปร่างลักษณะ และสัดส่วนของตัวแสดงนำ ที่มีบุคลิกการต่างกายที่แสดงออกถึงวัยรุ่นในปัจจุบัน



ภาพ 7 แบบร่างแสดงลักษณะบุคลิก และอารมณ์ของตัวแสดง



ภาพ 7 (ต่อ) แบบร่างแสดงลักษณะบุคลิก และอารมณ์ของตัวแสดง

เป็นการแสดงท่าทางลักษณะอาการ การถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกในรูปแบบต่างๆ จากภาพสองบอกได้ถึงอุปนิสัยของตัวละคร ซึ่งถ่ายทอดผ่านรูปร่างลักษณะของตัวแสดง แสดงให้รู้สึกถึงความสนุกสนาน ทำท่าย เพืดเพลิน ไปด้วยการล่องแพ ในธรรมชาติที่เต็มไปด้วยความสวยงาม ไร่่มลภาวะ



ภาพ 8 ภาพร่างแสดงการถ่ายทอดอารมณ์ผ่านใบหน้าของตัวแสดง

การถ่ายทอดอารมณ์ผ่านใบหน้าของตัวแสดง ในลักษณะต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอารมณ์ตื่นเต้นตกใจ ดีใจ ซาบซึ้งใจ โกรธ ทั้งหมดนี้ ล้วนแล้วแต่เป็นการแสดงออกถึงบุคลิก ลักษณะของตัวแสดง ดังภาพตัวอย่าง

2) การผลิตตัวแสดงนำด้วยเทคนิคคอมพิวเตอร์ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการผลิตตัวแสดงด้วยเทคนิคทางคอมพิวเตอร์ เพื่อให้มีความชัดเจนลงตัว สร้างความเหมาะสมเพื่อความสะดวกในการนำไปใช้ในการผลิตสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน รูปลักษณะตัวแสดง เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพ 9 แสดงลักษณะสี และบุคลิกของตัวแสดง ที่ผลิตด้วยเทคนิคทางคอมพิวเตอร์

การผลิตตัวแสดงนำด้วยเทคนิคทางคอมพิวเตอร์ ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย และข้อมูลการวิเคราะห์ มาใช้ในการออกแบบ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายในงานคั้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ เป็นกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยอยากรู้อยากเห็น สนใจสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงออกแบบตัวแสดงให้อยู่ในวัยเดียวกันเพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมไปกับการชม และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ โดยสร้างความแตกต่างในงานออกแบบด้วยการใช้เทคนิคภาพการระบายสีน้ำ ที่เป็นศิลปะแบบง่าย ๆ ให้ความรู้สึกถึงความเรียบง่ายสบายๆ แบบเป็นกันเอง และสร้างความโดดเด่นให้กับตัวแสดง เพื่อสร้างแรงจูงใจจากผู้ชม ด้วยการใช้สีสันสดใส สะดุดตา เพื่อให้ผู้ชมไม่เกิดความจำเจ



ภาพ 10 แสดงลักษณะสี และบุคลิกของตัวละคร ที่ผลิตด้วยเทคนิคทางคอมพิวเตอร์

รูปร่างลักษณะสี บุคลิกลักษณะ และการแสดงท่าทางของตัวละคร ที่ได้ผ่านกระบวนการผลิตด้วยเทคนิคทางคอมพิวเตอร์ สามารถกำหนดสีที่ทำให้เกิดความรู้สึกถึงความสดใสทันสมัย ได้อย่างลงตัว

### ขั้นตอนที่ 3 การเขียนกระดานภาพนิ่ง

ขั้นตอนการออกแบบกระดานภาพนิ่ง ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ซึ่งเป็นขั้นตอนการกำหนดรูปแบบ มุมกล้อง องค์ประกอบภาพที่ลงตัว เพื่อตอบสนองจินตนาการ แสดงออกมาเป็นภาพ ให้เกิดความเหมาะสม เพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน เพื่อให้เป็นไปในทิศทางที่ได้วางแผนไว้ข้างต้น ซึ่งกระเขียนกระดานภาพนิ่งจะเป็นเครื่องมือในการบ่งบอกถึงวัตถุประสงค์หลักในการผลิตสื่อแอนิเมชัน เพื่อรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เรื่อง Eco-Tourism

#### ขั้นตอนที่ 4 การออกแบบฉากหลัง (Background Design)

ขั้นตอนการออกแบบฉากหลัง เป็นขั้นตอนการใส่สีลงไปในงาน เพื่อสร้างบรรยากาศ และเพื่อการสื่อความหมายให้เกิดความชัดเจน และตอบสนองกับความรู้สึของผู้ชม การออกแบบฉากหลัง สามารถนำเสนอเป็นภาพได้ดังนี้



ภาพ 11 แสดงลักษณะฉากหลัง

เป็นการผลิตฉากหลังให้เกิดความชัดเจน โดยการใส่สีลงไป เพื่อบ่งบอกถึงช่วงเวลาที่เกิดขึ้น และนำเสนอในรูปแบบภาพวาดการ์ตูนให้เกิดความน่าสนใจ มีความชัดเจนของภาพ เพื่อการสื่อความหมาย และง่ายต่อการตีความ ในขั้นตอนการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง Eco-Tourism ผู้ศึกษา ได้นำผลการวิเคราะห์สื่อมาใช้ในการออกแบบ ผลจากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าสื่อภาพยนตร์แอนิเมชันส่วนใหญ่ที่ได้รับความนิยม จะใช้ภาพที่ไม่ซับซ้อนและง่ายต่อความเข้าใจ และนิยมใช้สีพื้น และภาพกราฟิกที่มีองค์ประกอบง่ายๆ ไม่ซับซ้อน ในการใช้สีจะใช้สีขิมๆ แสดงถึงอารมณ์หดหู่ เพื่อตอกย้ำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกถึงบรรยากาศความเศร้าโศก และใช้สีสดใสเพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์สนุกสนานสนาน ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงได้นำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาใช้ในการผลิตสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน แสดงให้เห็นดังภาพต่อไปนี้

### ขั้นตอนที่ 5 การผลิตภาพเคลื่อนไหว

สำหรับขั้นตอนการผลิตภาพเคลื่อนไหว เป็นการทำให้ตัวแสดงและฉากเคลื่อนไหว แสดง  
 กิริยาอาการตามเนื้อเรื่องและกระดานภาพนิ่ง ที่ได้วางโครงเรื่องไว้ก่อนหน้านี้ แสดงเป็นภาพดังนี้



ภาพ 12 แสดงการแสดงการเคลื่อนไหวของตัวแสดงประกอบกับฉาก

เป็นขั้นตอนการสร้างภาพเคลื่อนไหว ทั้งท่าทางและใบหน้าของตัวละคร ให้มีความ  
 สอดคล้องไปพร้อม ๆ กับการเคลื่อนไหวของฉากหลัง เพื่อการสื่ออารมณ์ให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วม  
 ไปกับภาพยนตร์ เช่น การเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว ว่องไว แสดงอารมณ์ การเดินร่น หลีกหนี ทำให้  
 ผู้ชมเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น ตื่นตัว การเคลื่อนไหวอย่างช้าๆ แสดงอารมณ์ เหน็ดเหนื่อย ไม่มี

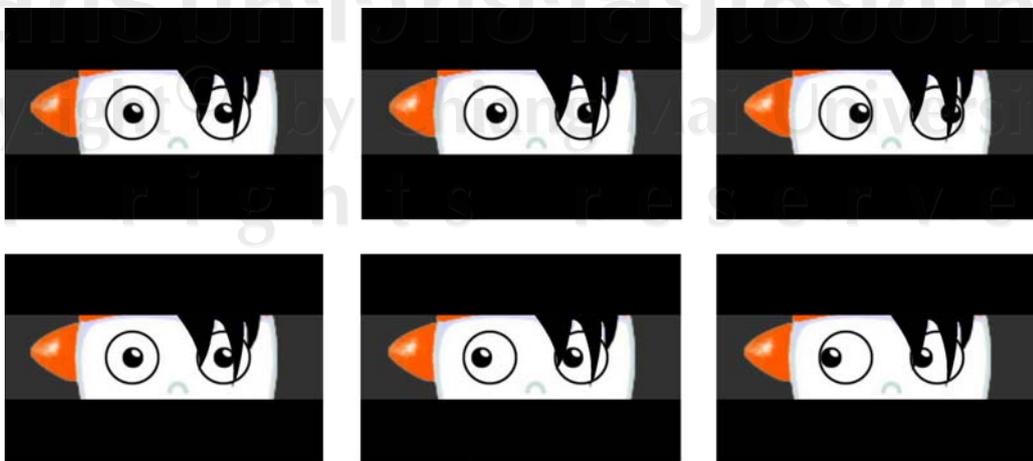
ชีวิตชีวา ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกหดหู่ โศกเศร้า ผลจากการวิเคราะห์หัตถ์สื่อพบว่า การเคลื่อนไหวของตัวแสดง จะเคลื่อนไหวเฉพาะบางส่วน ดังนั้น จากการวิเคราะห์หัตถ์สื่อ ผู้ศึกษาพบว่า การแสดงท่าทางที่ง่ายและชัดเจน ทำให้ผู้ชมเข้าใจถึงอารมณ์ และวัตถุประสงค์ที่ต้องการนำเสนอผ่านสื่อ ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ การปรับแต่งเวลาให้มีความเหมาะสมในการนำเสนอ ก็เป็นส่วนสำคัญในขั้นตอนนี้ ที่จะทำให้ผู้ชมรู้สึกถึงอารมณ์ที่แตกต่างตามไปด้วย

การแสดงท่าทาง อารมณ์ทางใบหน้า และฉากที่มีองค์ประกอบของภาพที่ลงตัว จะสามารถให้ผู้ชมเข้าใจถึงความหมายของการเคลื่อนไหวนั้น ๆ ได้ง่าย ดังภาพตัวอย่างการเคลื่อนไหว ต่อไปนี้



ภาพ 13 ภาพตัวอย่าง การเคลื่อนไหวแสดงท่าทางการกระโดด

ตามหลักการแอนิเมชัน การกระโดดนั้นจะต้องมีแรงส่งด้วยความเร็ว เพื่อที่จะทำท่าเตรียมพร้อมที่จะกระโดด เมื่อกระโดดลอยอยู่บนอากาศ ทำต้องไม่สามารถสัมผัสกับวัตถุใด ๆ และเมื่อตัวกระทบลงบนพื้น ต้องแสดงอาการยืดหยุ่นของร่างกายเพื่อให้เกิดความสมจริง เหมือนกับลูกบอลแดง นอกจากนี้ เราสามารถเพิ่มความน่าสนใจให้กับตัวแสดง ด้วยการแสดงท่าทางที่เกินจริง โดยการเคลื่อนไหวของแขนและขา และการงอลำตัวให้มากขึ้นในขณะที่กระโดด จะทำให้การเคลื่อนไหวในท่ากระโดดมีความสวยงาม และน่าสนใจมากขึ้น



### ภาพ 14 ภาพตัวอย่าง การเคลื่อนไหวแสดงอารมณ์ผ่านใบหน้า

ภาพแสดงอาการตกใจไปพร้อม ๆ กับอาการง่วนผ่านใบหน้า ที่กำลังสงสัยกับเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น ด้วยการแสดงอาการกลอกกลิ้งสายตามองไปรอบ ๆ ข้าง ในการแสดงอาการดังกล่าว ใช้จังหวะการกลอกตาที่แตกต่าง เพื่อสร้างความตื่นเต้นเร้าใจให้กับผู้ชม และ เพื่อเพิ่มความสมจริง และความน่าสนใจให้กับตัวละคร ด้วยการกระพริบตาในจังหวะเร็ว จะทำให้รู้สึกถึงความตื่นตัวของตัวแสดง

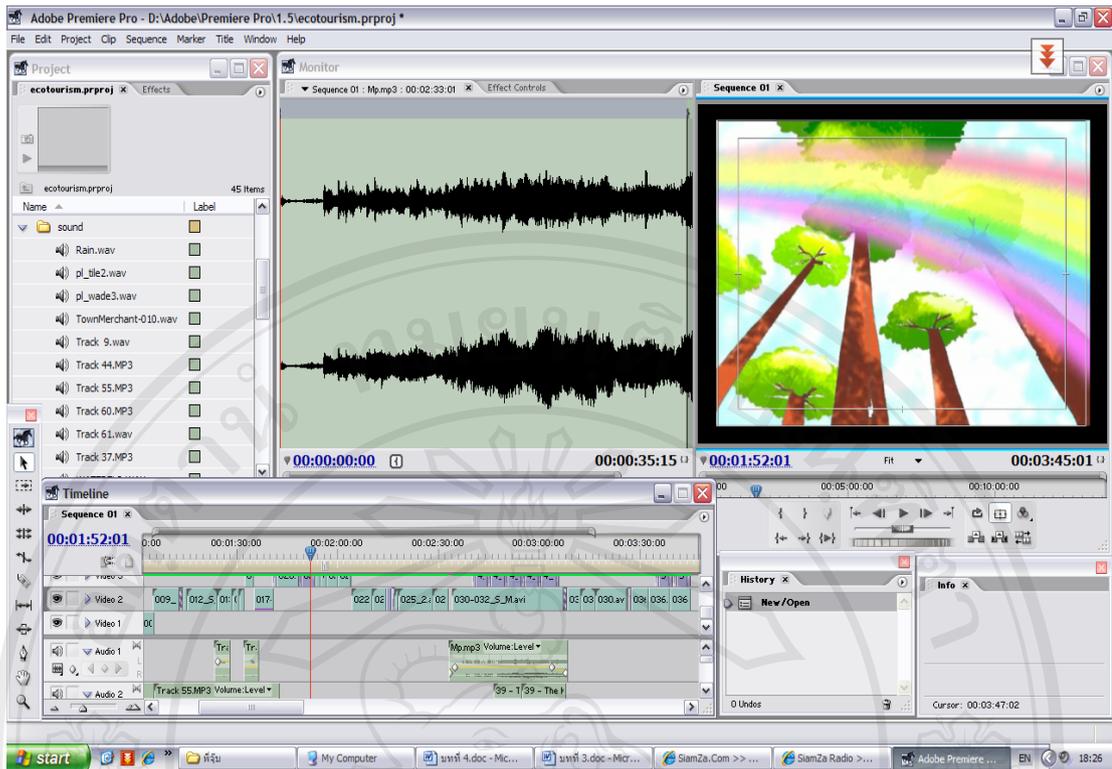


### ภาพ 15 แสดงการเคลื่อนไหวของต้นไม้

การผลิตแอนิเมชันที่ดี ไม่ใช่เพียงการเคลื่อนไหวเท่านั้น แต่จะต้องเป็นการทำให้ภาพนิ่งเหล่านั้นมีชีวิต เพิ่มเสน่ห์ด้วยการเคลื่อนไหวที่เกินจริง ทำให้งานดูน่าสนใจยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบของงานแอนิเมชัน

#### ขั้นตอนที่ 6 การตัดต่อ และบันทึกเสียงประกอบ

เป็นขั้นตอนการนำภาพตัวแสดงและฉากที่ได้ทำการเคลื่อนไหวแล้วมาประกอบกับเสียง เพื่อสร้างให้เกิดเป็นเรื่องราวต่อเนื่อง ดังภาพ



ภาพ 16 แสดงขั้นตอนการตัดต่อ และใส่เสียงประกอบ

นอกจากการตัดต่อแล้ว ยังมีการตกแต่งภาพให้ดูสวยงาม และการเพิ่มเอฟเฟกต์ต่าง ๆ ประกอบกับจังหวะ และเวลาที่เหมาะสมจะให้งานมีความลงตัวมากขึ้น และเสียง เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญในการผลิตสื่อแอนิเมชัน ผลจากการวิเคราะห์ภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์สิ่งแวดล้อม มักใช้เสียงเอฟเฟกต์เป็นเสียงประกอบในการผลิตภาพยนตร์ ซึ่งเป็นเสียงที่ทำให้ผู้ชมเกิดรู้สึกสมจริง และเกิดจินตนาการคล้อยตาม ราวกับได้เข้าไปอยู่ในเหตุการณ์หรือสถานจริง ดังนั้น ผู้ศึกษา จึงเลือกที่จะใช้เสียงเอฟเฟกต์ และดนตรีเป็นเสียงประกอบในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง Eco-Tourism เพื่อความสมจริง และเพื่อการกระตุ้นอารมณ์ให้ผู้ชมเกิดอารมณ์คล้อยตามไปกับภาพยนตร์ ด้วยเหตุนี้ เสียงจึงควรมีจังหวะพร้อมกับภาพเสมอ

## บทที่ 5

### ผลการประเมิน และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้า เรื่อง การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีขั้นตอนการประเมิน 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนการประเมินสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ 2) ขั้นตอนการประเมินสื่อจากบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และ 3) ขั้นตอนการประเมินสื่อจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละขั้นตอนดังนี้

#### 1. ขั้นตอนการประเมินสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ

- 1.1 ตารางแสดงผลการประเมินสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ
- 1.2 ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ
- 1.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญ
- 1.4 การปรับแก้ไขสื่อตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

#### 2. ขั้นตอนการประเมินสื่อจากบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

- 2.1 ตารางแสดงผลการประเมินสื่อจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท)
- 2.2 ความคิดเห็นจากบุคลากรการท่องเที่ยว
- 2.3 ข้อเสนอแนะจากบุคลากรการท่องเที่ยว

#### 3. ขั้นตอนการประเมินสื่อจากกลุ่มเป้าหมาย

- 3.1 ตารางแสดงผลรวมการประเมินระดับประสิทธิภาพสื่อจากกลุ่มเป้าหมาย
- 3.2 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อ
- 3.3 ความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย
- 3.4 ข้อเสนอแนะโดยรวมจากกลุ่มเป้าหมาย

#### 1. ขั้นตอนการประเมินสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ

ในขั้นตอนการนำเสนอผลการประเมินสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ศึกษาเลือกผู้เชี่ยวชาญจากสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) จำนวน 5 ท่าน หลังจากมีการประเมินแล้ว ผู้ศึกษาได้ประมวลผลการประเมินสื่อ โดยการหาค่าเฉลี่ยจากเกณฑ์การประเมินสื่อตามระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญ และระดับคุณภาพของภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลการประเมินสื่อครั้งนี้ มาปรับแก้ไขให้เกิดความเหมาะสมต่อการนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการประเมินเป็นตาราง ดังนี้

ตาราง 3 แสดงผลการประเมินสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA)

รายละเอียดการประเมิน		ระดับคุณภาพ				
		มากที่สุด <-----> น้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
		จำนวนคน				
1. ด้านการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ	1. ลำดับการเล่าเรื่อง	0	5	0	0	0
	2. การเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหา	2	3	0	0	0
	3. ความชัดเจนในการนำเสนอ	5	0	0	0	0
	4. ความง่ายต่อความเข้าใจ	4	1	0	0	0
	5. ความเหมาะสมของเนื้อหาที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย	4	1	0	0	0
	6. ความสอดคล้องของเนื้อหา	4	1	0	0	0
	7. การถ่ายทอดเนื้อหาเพื่อสร้างความตระหนัก	4	1	0	0	0
2. ด้านความเหมาะสมและความสวยงามของสื่อ	1. ลักษณะตัวแสดง	1	4	0	0	0
	2. ความสวยงามของฉากหลัง (องค์ประกอบศิลป์)	2	3	0	0	0
	3. ความทันสมัยและความน่าสนใจของภาพ	0	5	0	0	0
	4. การสื่อความหมายของภาพ	4	1	0	0	0
	5. ลำดับการนำเสนอภาพ	3	2	0	0	0
	6. ความชัดเจนของภาพ	1	4	0	0	0
	7. มุมมองในการนำเสนอภาพ	4	0	1	0	0
	8. สีที่ใช้ในการนำเสนอ	1	3	1	0	0
	9. การเคลื่อนไหวของการ์ตูน	0	3	2	0	0
	10. ความเหมาะสมของเสียงประกอบ	0	5	0	0	0
	11. ความชัดเจนของเสียงประกอบ	0	5	0	0	0
	12. ระยะเวลาในการนำเสนอ	1	3	1	0	0
3. ด้านประสิทธิภาพสื่อ	1. ความน่าสนใจ	4	1	0	0	0
	2. การสร้างแรงจูงใจต่อผู้ชม	5	0	0	0	0
	3. สามารถทำให้ผู้ชมคล้อยตาม	3	2	0	0	0
	4. สามารถทำให้ผู้ชมเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องที่น่าเสนอ	4	1	0	0	0
รวมระดับคุณภาพ		56	54	0	0	0

ผลการประเมินประเมินคุณภาพสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น 3 ข้อใหญ่ๆ จากผลประเมินพบว่า 1) ด้านการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ ส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับ 5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด ในหัวข้อเดียวกัน จะมีความแตกต่างเพียงเล็กน้อยในเรื่องของลำดับการเล่าเรื่อง และการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหา ซึ่งอยู่ในระดับ 4 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก 2) การประเมินผลด้านความเหมาะสม และความสวยงามของสื่อ หัวข้อรายละเอียดการประเมิน ทั้ง 12 ข้อ ส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับ 4 ซึ่งหมายถึง มีความพึงพอใจมาก แต่จะมีระดับการประเมินที่แตกต่างอยู่บางส่วนในหัวข้อการสื่อความหมายของภาพ ลำดับการนำเสนอภาพ และ มุมมองในการนำเสนอ จะอยู่ที่ระดับ 5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด หัวข้อที่ 3) ด้านประสิทธิภาพสื่อ ผลการประเมินรายละเอียดทั้งหมด อยู่ที่ระดับ 5

ผลรวมการประเมินระดับคุณภาพสื่อ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจสื่ออยู่ที่ระดับ 5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด แสดงให้เห็นจาก ผลรวมระดับคุณภาพสื่อที่มีจำนวนคะแนนที่มีความพึงพอใจที่สุด ถึง 56 คะแนน

**1.2 ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ** หลังจากชมสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้ศึกษาได้สอบถามผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อเทคนิค การนำเสนอในด้านต่างๆ ซึ่งได้คำตอบ คือ แนวเรื่อง และ การบรรยายเรื่องให้แนวคิดดี เทคนิคน่าสนใจ เสียง ภาพแปลกตาสามารถสร้างแรงจูงใจได้ดี และเหมาะสมกับสถานการณ์ใน โลกปัจจุบันมาก สื่อสามารถสร้างความตระหนักถึงความสำคัญเกี่ยวกับการรักษาสัตว์แควดล้อม ไปพร้อมกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยการไม่ทำลายสิ่งแควดล้อม และช่วยกันรักษาสมคูลทางธรรมชาติไว้ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

**1.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญ** จากการประเมินประสิทธิภาพสื่อ ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

- 1.3.1 การเคลื่อนไหวของตัวแสดง ถ้ามีความนุ่มนวลกว่านี้งานจะดียิ่งขึ้น
- 1.3.2 เทคนิคน่าสนใจ รวมไปถึงสีสันสดใส อาจจะเพิ่มมิติให้กับฉากบางช่วง
- 1.3.3 ภาพสวยดี แต่ไฟล้งานมีขนาดใหญ่เกินไป ควรตรวจสอบการส่งออกไฟล์
- 1.3.4 ถ้ามีการพัฒนาด้านการทำแอนิเมชันในระดับที่สูงขึ้น จะทำให้งานน่าสนใจขึ้น
- 1.3.5 ถ้าพัฒนาทางด้านเทคนิคการนำเสนอให้ดีขึ้น งานจะสมบูรณ์มากขึ้น

**1.4 การปรับแก้ไขสื่อตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ** จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ผู้ศึกษาได้ปรับแก้ไขสื่อ ดังนี้

- 1.4.1 ปรับแก้ขนาดงานให้มีขนาดเล็กลง เพื่อความเหมาะสมในการนำไปใช้

1.4.2 ปรับแก้จากหลังบางฉาก โดยการเพิ่มต้นไม้ให้มีความลดหลั่น เป็นชั้นๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจ และสร้างความมีชีวิตให้กับฉากหลัง

1.4.3 ปรับแก้การเคลื่อนไหวของตัวแสดงในบางท่า ให้มีความนุ่มนวลมากยิ่งขึ้น โดยการสร้างความยืดหยุ่นในการแสดงท่าทาง เพื่อให้เกิดความสมจริงยิ่งขึ้น

## 2. ขั้นตอนการประเมินสื่อจากบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ขั้นตอนการประเมินสื่อจากบุคลากรจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 2 ท่าน มีจุดประสงค์ที่จะได้ข้อเสนอแนะจากบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลมาปรับแก้ไข ก่อนการเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายต่อไป แสดงรายละเอียดการประเมิน ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เป็นตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 4 แสดงผลการประเมินสื่อจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) ประเทศ

รายละเอียดการประเมิน	ระดับคุณภาพ				
	มากที่สุด <----> น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
	จำนวนคน				
1. ลำดับการเล่าเรื่อง	0	0	0	2	0
2. การออกแบบตัวแสดง	0	0	2	0	0
3. การออกแบบฉากหลัง	0	2	0	0	0
4. การถ่ายทออารมณ์	0	1	0	1	0
5. การใช้สีและองค์ประกอบศิลป์	0	2	0	0	0
6. การเคลื่อนไหวและการแสดงอารมณ์	0	1	1	0	0
7. การใช้เสียงประกอบ	0	2	0	0	0
8. การใช้ตัวอักษร	0	0	1	1	0
9. เวลาในการนำเสนอ	0	1	1	0	0
10. เทคนิคการออกแบบ	0	2	0	0	0
11. ความรู้สึกคล้อยตาม หลังจบการชมภาพยนตร์	0	0	1	1	0
<b>รวมระดับคุณภาพ</b>	0	<b>11</b>	6	5	0

ผลการประเมินคุณภาพสื่อจากบุคลากรการท่องเที่ยว จากผลการประเมินสื่อ ผู้ศึกษาอธิบาย ผลรวมระดับคุณภาพสื่อตามลำดับขั้น จากมากไปหาน้อย เริ่มต้นจาก ผลรวมที่ได้คะแนนสูงสุด อยู่ที่ระดับ 4 ได้คะแนนรวม 11 คะแนน ซึ่งหมายถึง มีความพึงพอใจมาก ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับการ

ออกแบบฉากหลัง การถ่ายทอดอารมณ์ การใช้สีและองค์ประกอบศิลป์ การเคลื่อนไหวและการแสดงอารมณ์ การใช้เสียงประกอบ เวลาในการนำเสนอ และเทคนิคการออกแบบ ทั้งหมดนี้เป็นรายละเอียดที่บุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุด รองลงมาเป็นระดับที่ 3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง มีรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องการออกแบบตัวแสดง การเคลื่อนไหว และการแสดงอารมณ์ การใช้ตัวอักษร เวลาในการนำเสนอ และความรู้สึกคล้ายตาม หลังจบการชมภาพยนตร์ ลำดับที่มีความพึงพอใจน้อยสุดรองลงมา อยู่ที่ระดับ 2 มีรายละเอียดการประเมินเกี่ยวกับเรื่องลำดับการเล่าเรื่อง การถ่ายทอดอารมณ์ การใช้ตัวอักษร และความรู้สึกคล้ายตาม หลังจบการชมภาพยนตร์ ในส่วนนี้ควรได้รับการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะที่การท่องเที่ยวได้ให้ไว้

**2.2 ความคิดเห็นจากบุคลากรการท่องเที่ยว** หลังจากชมสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้ศึกษาได้สอบถามบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อเนื้อหา การนำเสนอซึ่งได้คำตอบ คือ สื่อทำให้รู้สึกได้ถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ การดูแลทรัพยากรธรรมชาติ และรู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นเรื่องที่ทุกคนต้องให้ความสนใจ

### 2.3 ข้อเสนอแนะจากบุคลากรการท่องเที่ยว

2.3.1 ในการนำเสนอตอนต้นเศร้าเกินไป และไม่สื่อถึงว่าจะไร้อุบัติเหตุที่ทำให้ธรรมชาติเสื่อมโทรม แต่ช่วงหลังที่ดำเนินเรื่องจากตัวละครถือว่าทำได้ดี

2.3.2 ควรปรับปรุงการดำเนินเรื่องในช่วงแรก เนื่องจาก ภาพความเสื่อมโทรมในช่วงแรก น่าจะมีตัวอักษรบอกถึงความเสื่อมโทรมกำกับในแต่ละภาพ เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น

**2.4 การปรับแก้ไขสื่อตามข้อเสนอแนะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว** จากข้อเสนอแนะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ผู้ศึกษาได้ปรับแก้ไขสื่อ โดยการเพิ่มรายละเอียดตัวหนังสืออธิบายภาพ ในช่วงต้นเรื่อง เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดอารมณ์อย่างต่อเนื่อง และง่ายต่อความเข้าใจในการนำเสนอสื่อ

### 3. ขั้นตอนการประเมินสื่อจากกลุ่มเป้าหมาย

ผลการประเมินสื่อจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อายุเฉลี่ยประมาณ 16-18 ปี ผู้ศึกษามีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายทางความคิด และข้อเสนอแนะจากนักเรียนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญกลุ่มหนึ่ง โดยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจาก 1) โรงเรียนที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาล จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 44 ราย และโรงเรียนที่ตั้งอยู่นอกเขตเทศบาล จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 44 ราย รวมเป็นนักเรียนจำนวน 88 ราย ผู้ศึกษาแสดงผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อจากกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม มีรายละเอียด ดังนี้

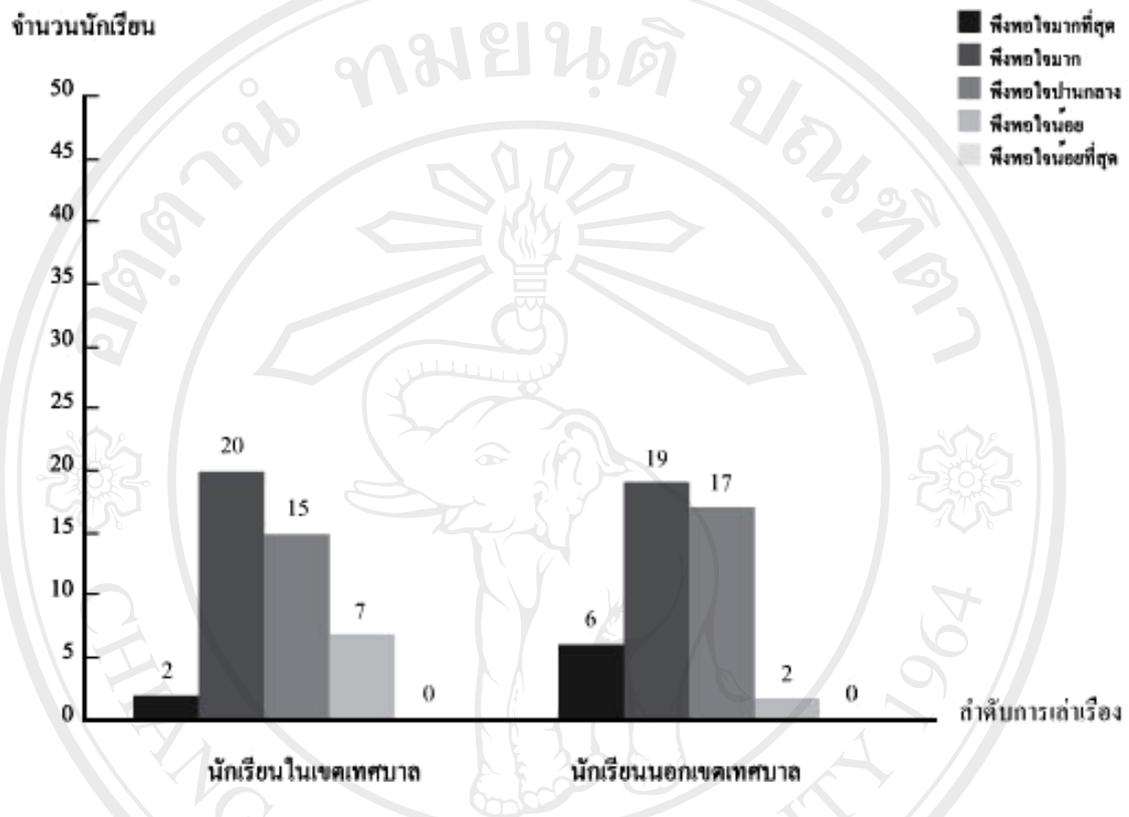
ตาราง 5 แสดงผลรวมการประเมินระดับประสิทธิภาพสื่อจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 88 ราย สามารถสรุปและนำเสนอเป็นตารางได้ ดังนี้

รายละเอียดการประเมิน	ระดับคุณภาพ				
	มากที่สุด <----> น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
	จำนวนคน				
1. ลำดับการเล่าเรื่อง	8	39	32	9	-
2. การออกแบบตัวแสดง	6	45	30	7	-
3. การออกแบบฉากหลัง	39	31	17	1	-
4. การถ่ายทอดอารมณ์	17	24	34	12	1
5. การใช้สีและองค์ประกอบศิลป์	26	45	15	2	-
6. การเคลื่อนไหวและการแสดงอารมณ์	11	35	28	12	1
7. การใช้เสียงประกอบ	29	27	21	11	-
8. การใช้ตัวอักษร	9	23	35	20	1
9. เวลาในการนำเสนอ	18	34	26	8	2
10. เทคนิคการออกแบบ	19	41	25	3	-
11. ความรู้สึกคล้อยตาม หลังจบการชมภาพยนตร์	13	35	25	14	1
<b>รวมระดับคุณภาพ</b>	59	<b>379</b>	288	99	6

ผลรวมการประเมินประสิทธิภาพสื่อจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 88 ราย คำนวนจากการหาค่าเฉลี่ยรวมจากรายละเอียดการประเมินสื่อของกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม ที่มีอายุเฉลี่ย 16 -18 ปี พบว่า รายละเอียดการประเมินที่มีอันดับสูงสุด คือ เรื่องการออกแบบฉากหลัง และ การใช้เสียงประกอบ ซึ่งอยู่ในระดับที่ 5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด และค่านิยมส่วนใหญ่ที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งได้คะแนนสูงสุด 379 คะแนน อยู่ในระดับ 4 หมายถึง ระดับที่มีความพึงพอใจมาก เกี่ยวกับลำดับการเล่าเรื่อง การออกแบบตัวแสดง การใช้สีและองค์ประกอบศิลป์ การเคลื่อนไหวและการแสดงอารมณ์ เวลาในการนำเสนอ เทคนิคการออกแบบ ความรู้สึกคล้อยตาม หลังจบการชมภาพยนตร์ และมีความพึงพอใจปานกลาง เกี่ยวกับ การถ่ายทอดอารมณ์ การใช้ตัวอักษร ซึ่งอยู่ในระดับที่ 3

นักเรียนในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล มีความพึงพอใจต่อสื่อ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีจำนวนแตกต่างกันตามระดับความพึงพอใจ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 1

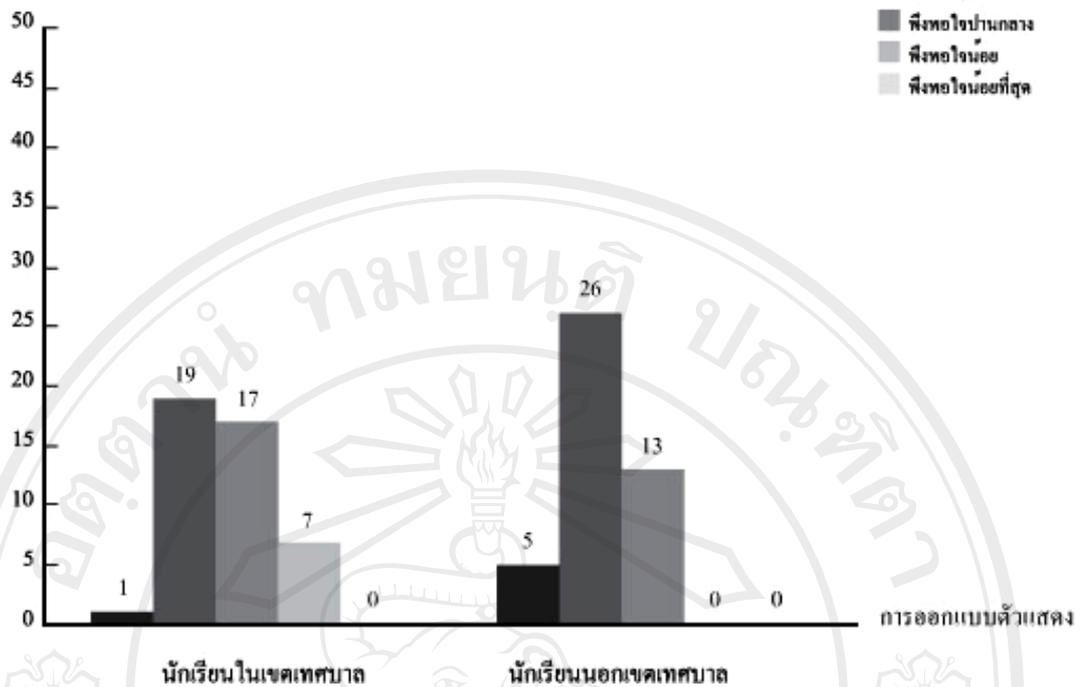
3.1 การเปรียบเทียบผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อ ในการศึกษาได้มีการเปรียบเทียบผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อระหว่างกลุ่มเป้าหมายในเขตเทศบาล และกลุ่มเป้าหมายนอกเขตเทศบาล ผู้ศึกษาได้นำเสนอข้อมูลการเปรียบเทียบผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อ เป็นแผนภูมิแท่งประกอบคำบรรยาย ซึ่งมีจำนวน 11 แผนภูมิ ดังต่อไปนี้



แผนภูมิ 8 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับลำดับการเล่าเรื่อง

แผนภูมิที่สองแสดงถึงความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม จากผลการประเมินสื่อของกลุ่มเป้าหมายพบว่า กลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากต่อลำดับการเล่าเรื่อง ซึ่งอยู่ในระดับ 4 รองลงมาในระดับ 3 มีความพึงพอใจปานกลาง แต่จะมีความแตกต่างอยู่บางส่วน จะเห็นว่า ในระดับ 5 ซึ่งแสดงถึงการมีความพึงพอใจมากที่สุด จะมีจำนวนกลุ่มเป้าหมายนอกเขตเทศบาลมากกว่ากลุ่มในเขตเทศบาล และกลุ่มเป้าหมายในเขตเทศบาล จะมีจำนวนที่มากกว่ากลุ่มนอกเขตเทศบาล เมื่อเปรียบเทียบในระดับ 2 ซึ่งหมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

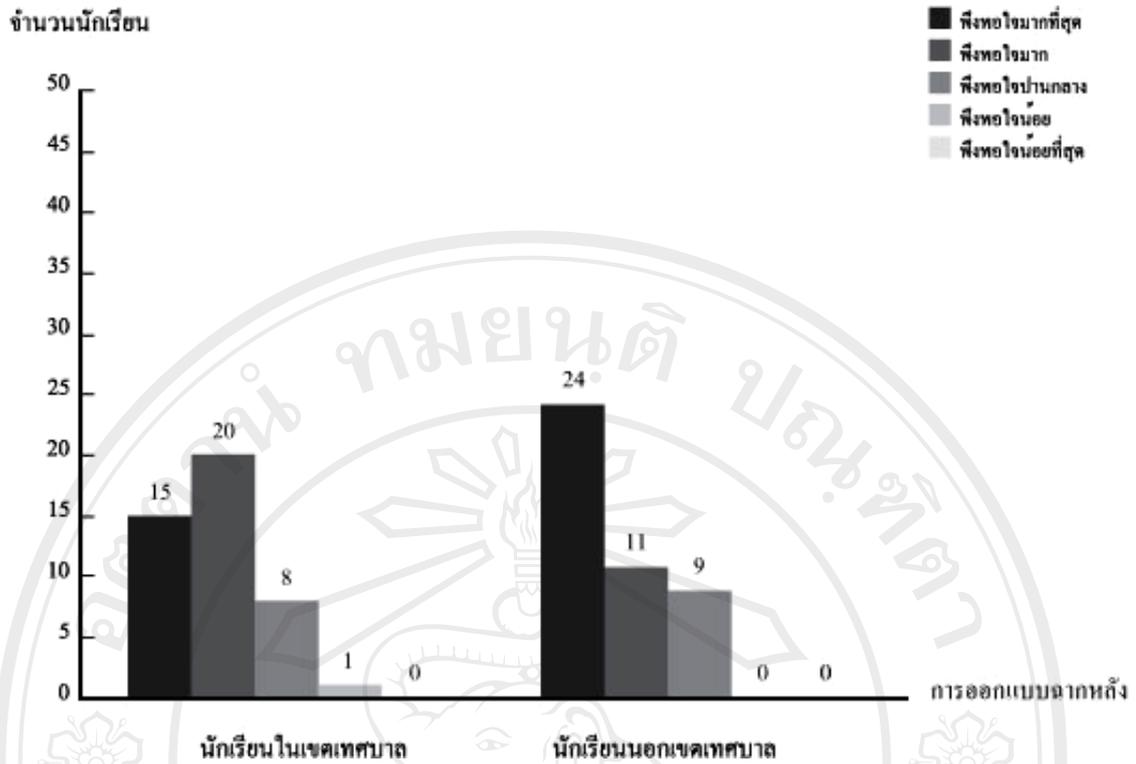
จำนวนนักเรียน



แผนภูมิ 9 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการออกแบบตัวแสดง

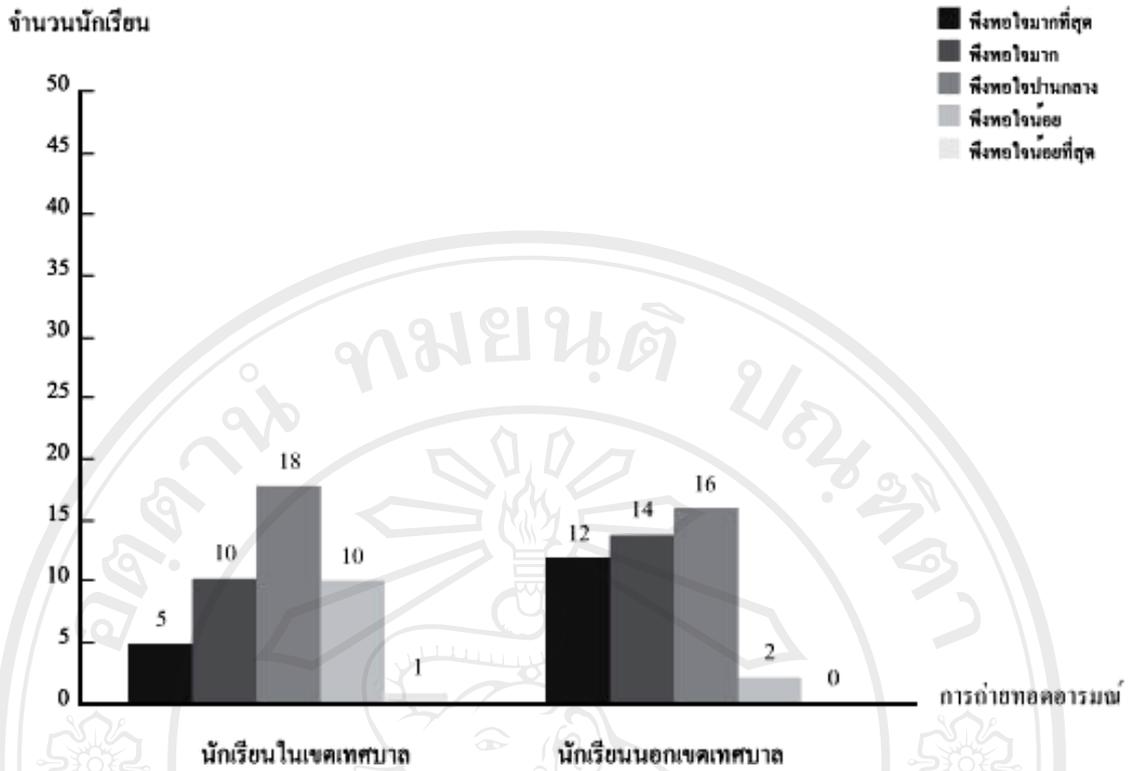
การเปรียบเทียบผลการประเมิน ระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการออกแบบตัวแสดง พบว่า กลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมาก ต่อลักษณะของตัวแสดง รองลงมา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



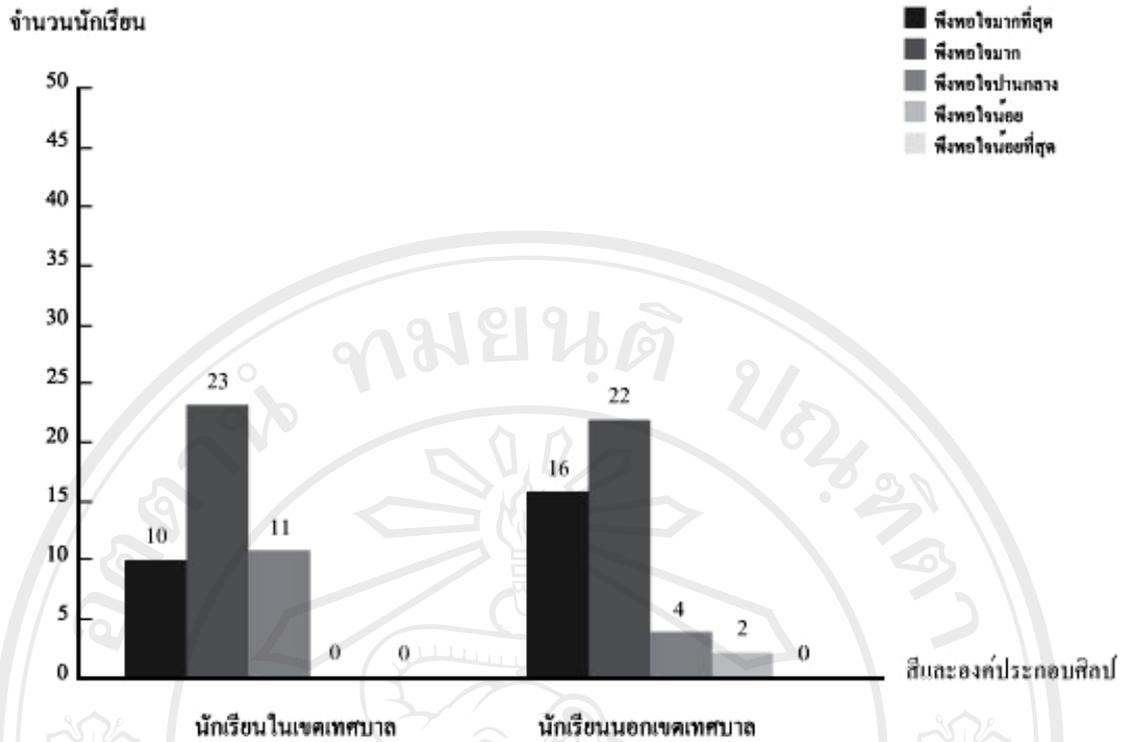
แผนภูมิ 10 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับ การออกแบบฉากหลัง

จากแผนภูมิข้างต้น พบว่า กลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉากหลัง ในระดับมาก และมากที่สุดเป็นส่วนใหญ่ แต่กลุ่มเป้าหมายนอกเขตเทศบาล จะมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดเป็นจำนวน มากกว่า นักเรียนในเขตเทศบาล ซึ่งอยู่ในระดับที่พึงพอใจมากเป็นส่วนใหญ่



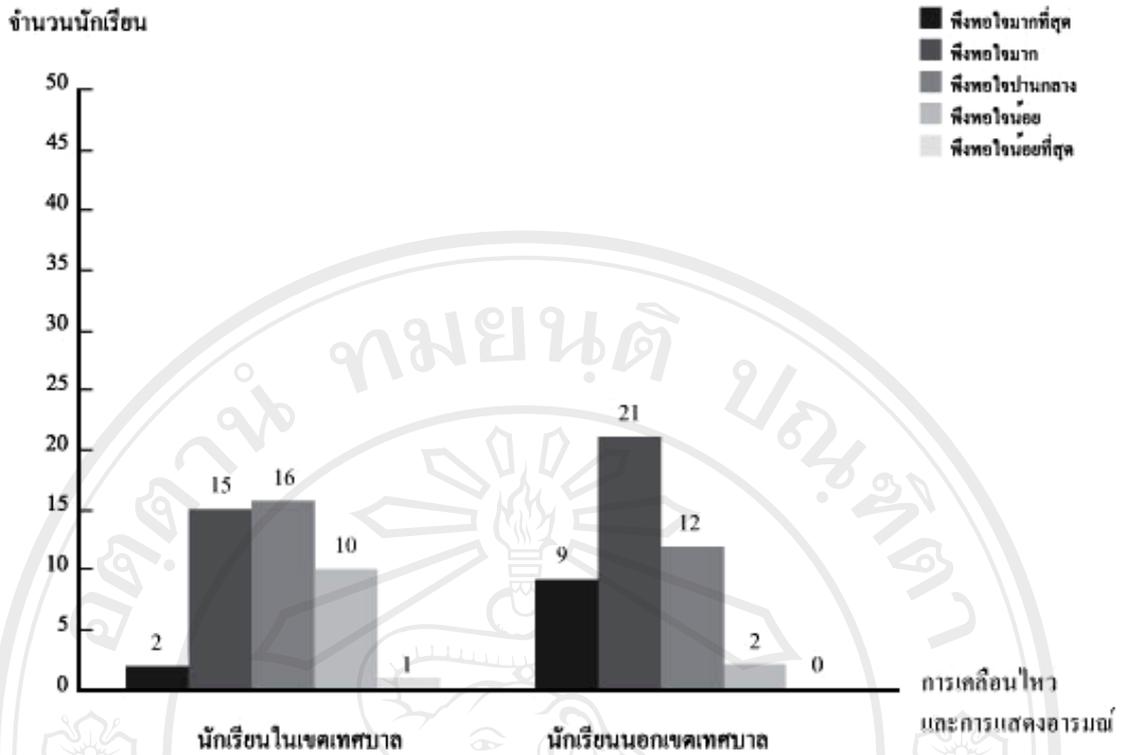
**แผนภูมิ 11 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการถ่ายทอดอารมณ์**

ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการถ่ายทอดอารมณ์ของตัวแสดง จากการประเมินของกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม พบว่า การถ่ายทอดอารมณ์ของตัวแสดง ยังอยู่ในระดับที่ควรปรับปรุง เมื่อดูจากระดับการประเมินของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ อยู่ที่ระดับความพึงพอใจปานกลางมากที่สุด พึงพอใจมาก และพึงพอใจมากที่สุด ลดหลั่นกันลงตามระดับผลการประเมิน



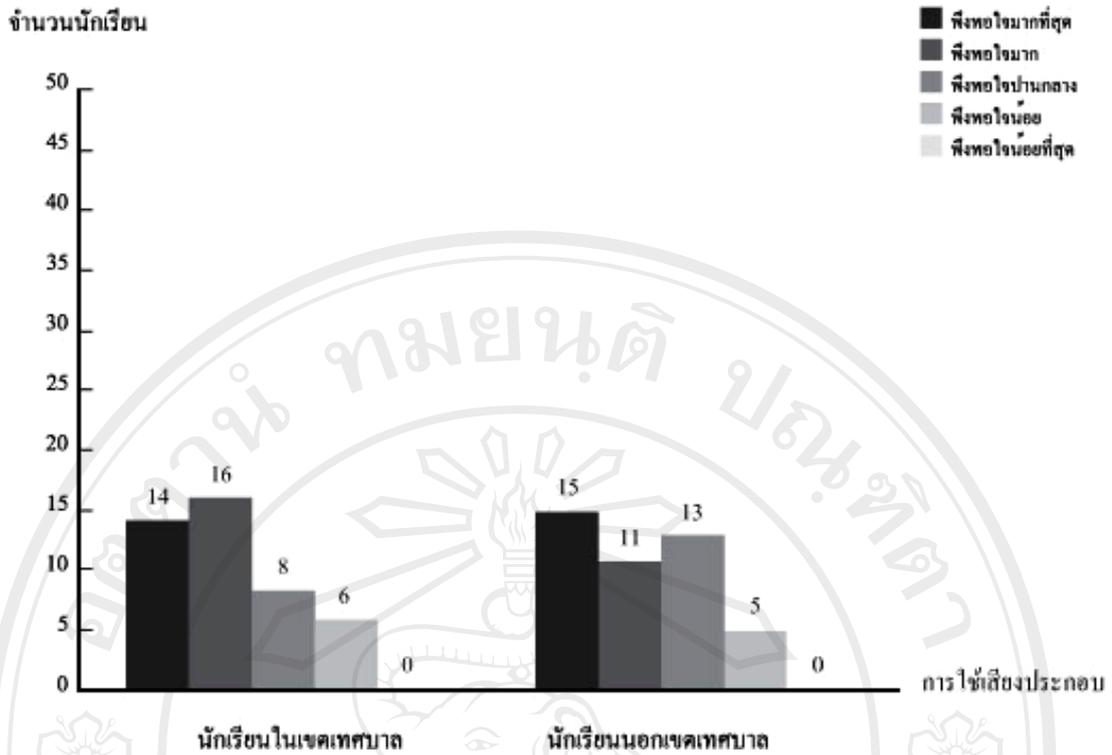
แผนภูมิ 12 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการใช้สีและองค์ประกอบศิลป์

การใช้สีและองค์ประกอบศิลป์ ในการผลิตสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากผลการวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม มีความพึงพอใจมากต่อการใช้สี และองค์ประกอบทางการออกแบบ และมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดรองลงมา แต่เมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว สำหรับกลุ่มนักเรียนในเขตเทศบาล ยังมีระดับความพึงพอใจปานกลางมากกว่านักเรียนนอกเขตเทศบาล ที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด จากผลการประเมินสี และองค์ประกอบศิลป์



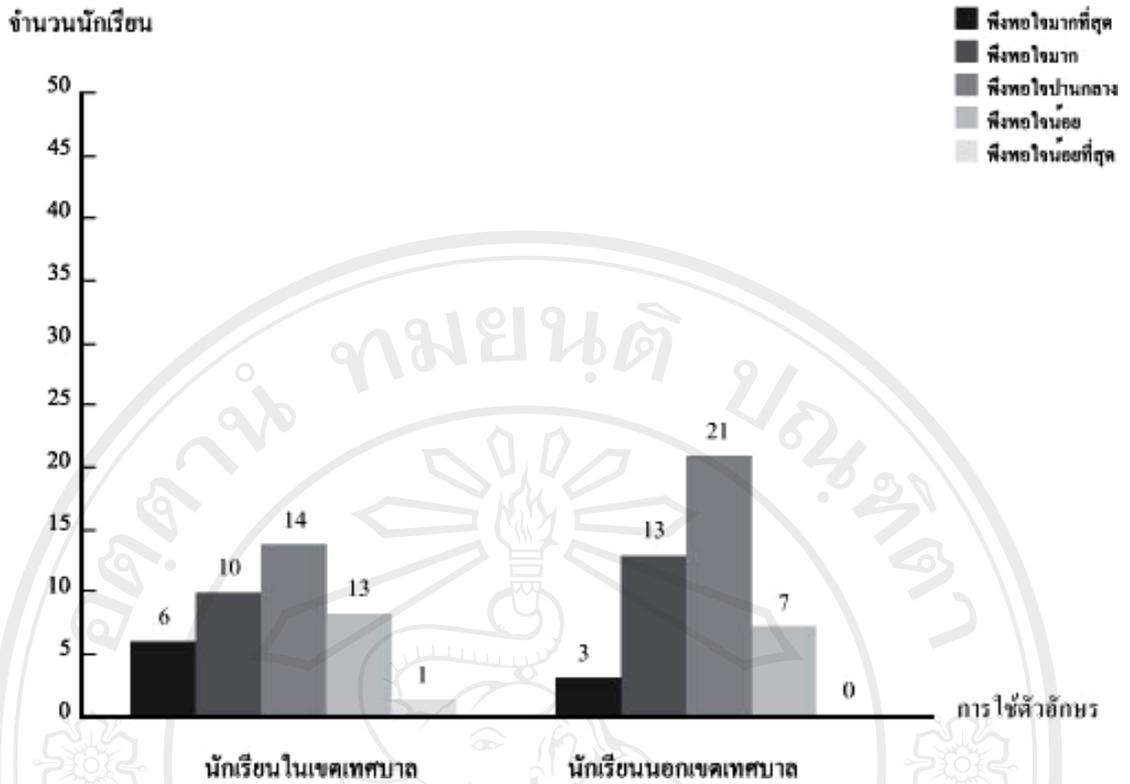
แผนภูมิ 13 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวและการแสดงอารมณ์ของตัวแสดง

ผลการวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อลักษณะการเคลื่อนไหว และการแสดงอารมณ์ของตัวแสดง พบว่า กลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม มีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน จากแผนภูมิข้างต้น นักเรียนนอกเขตเทศบาล พึงพอใจมากกับการเคลื่อนไหว และการแสดงอารมณ์ของตัวแสดง และกลุ่มนักเรียนในเขตเทศบาล มีระดับความพึงพอใจมาก และปานกลางในระดับที่ใกล้เคียงกัน



แผนภูมิ 14 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับ การใช้เสียงประกอบ

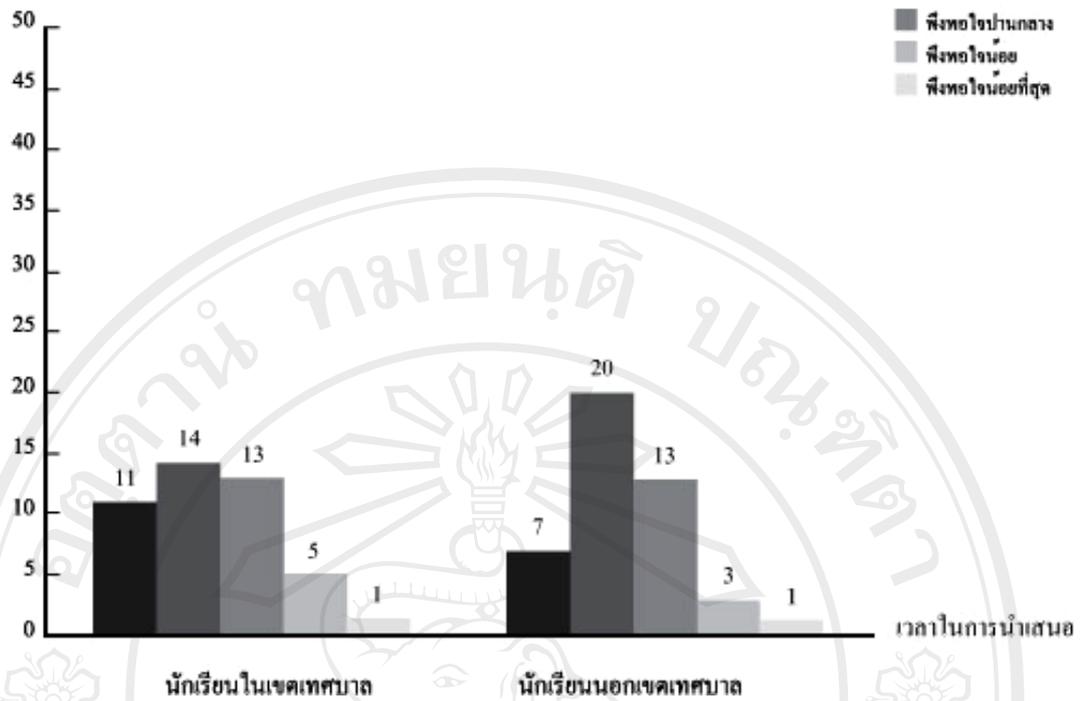
การใช้เสียงประกอบ เพื่อสร้างบรรยากาศให้ผู้ชมเกิดอารมณ์คล้อยตามไปกับภาพยนตร์ ผลการประเมินจากแผนภูมิข้างต้น พบว่า กลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม มีความพึงพอใจมาก และมากที่สุดต่อการ ใช้เสียงประกอบ แต่เมื่อเปรียบเทียบในทุก ๆ ระดับการประเมินความพึงพอใจด้านการ ใช้เสียงของทั้งสองกลุ่ม มีความพึงพอใจที่ใกล้เคียงกัน



แผนภูมิ 15 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับ การใช้ตัวอักษร

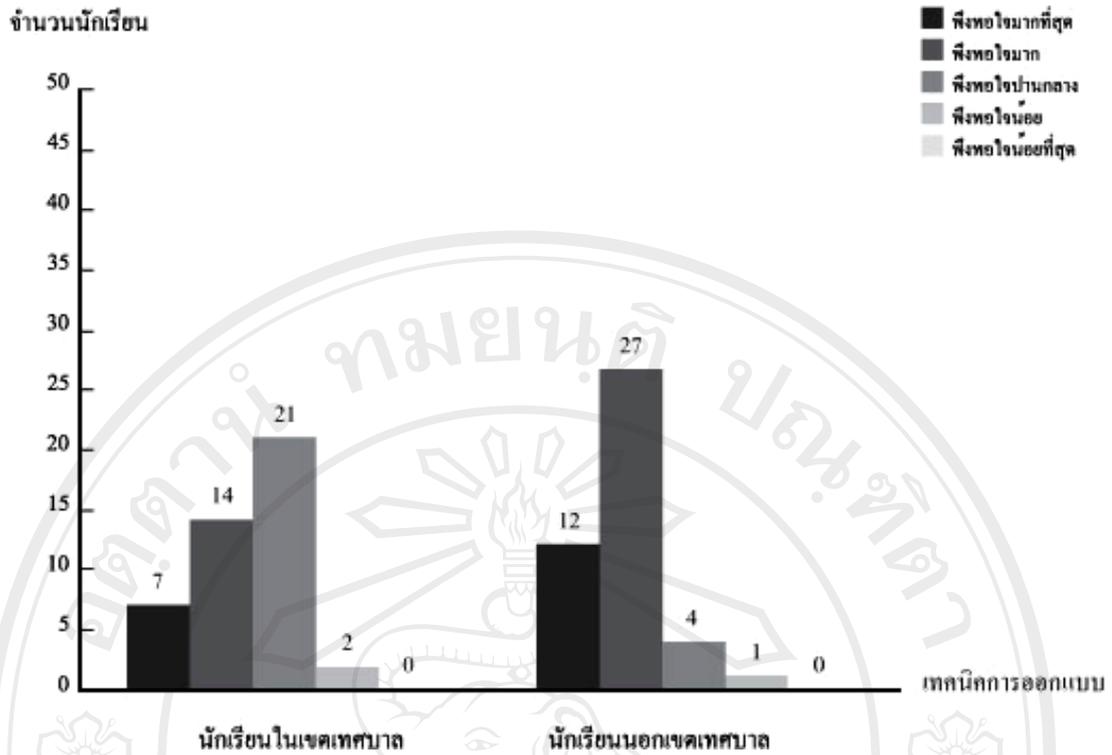
แผนภูมิข้างต้น แสดงผลการประเมินระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับ การใช้ตัวอักษร จากผลการประเมิน พบว่า กลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่มพึงพอใจการใช้ตัวอักษร ในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ ตามด้วยระดับพอใจมาก

จำนวนนักเรียน



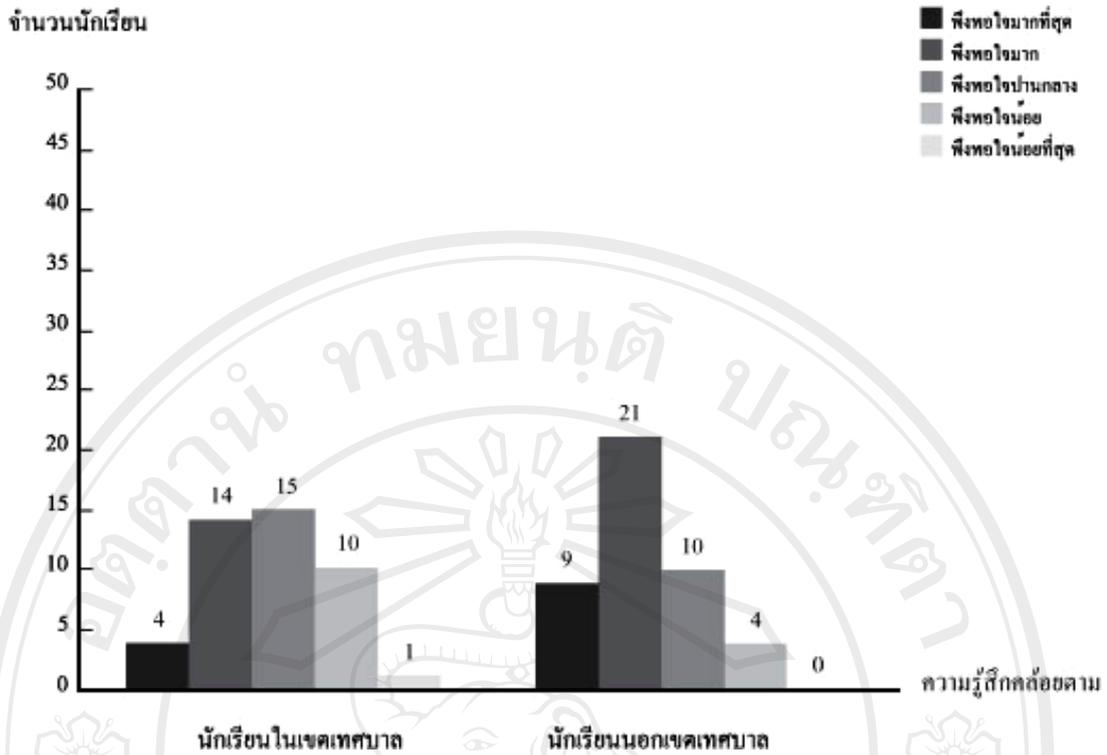
แผนภูมิ 16 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับ เวลาในการนำเสนอ

จากผลการประเมิน ระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อระยะเวลาในการนำเสนอ สื่อนั้น พบว่า ทั้งสองกลุ่มมีระดับความพึงพอใจมาก เกี่ยวกับระยะเวลาในการนำเสนอแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่จากแผนภูมิแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า นักเรียนนอกเขตเทศบาล มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดที่แสดงให้เห็นความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด และนักเรียนในกลุ่มเทศบาล ยังมีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงลดหลั่นกันตามลำดับ



แผนภูมิ 17 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับ เทคนิคการออกแบบ

แผนภูมิข้างต้น แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับเทคนิคการออกแบบ จากผลการประเมิน พบว่า กลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม มีระดับความพึงพอใจต่อเทคนิคการออกแบบที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มนักเรียนในเขตเทศบาล ส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับความพึงพอใจปานกลางมากที่สุด ตามด้วยระดับความพึงพอใจมาก และมากที่สุดตามลำดับ ส่วนผลการประเมินของกลุ่มนักเรียนนอกเขตเทศบาล ส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับความพึงพอใจมาก รองลงมา มีระดับพึงพอใจมากที่สุด



แผนภูมิ 18 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับ ความรู้สึกคล้อยตาม

จากแผนภูมิต่างกัน แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับความรู้สึกคล้อยตามของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อสื่อ ผลการประเมิน พบว่า นักเรียนทั้งสองกลุ่มมีทัศนคติที่แตกต่างกัน คือ นักเรียนนอกเขตเทศบาล มีระดับความพึงพอใจมาก มากที่สุด และนักเรียนในเขตเทศบาล มีระดับความพึงพอใจมาก และพึงพอใจปานกลาง ในระดับที่ใกล้เคียงกัน ตามด้วยระดับความพึงพอใจน้อยรองลงมา

**3.3 ความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย** หลังจากชมสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นักเรียนกลุ่มเป้าหมาย กล่าวว่า คุณแล้วรู้สึกสลดใจที่ธรรมชาติถูกทำลาย ทำให้มีแรงบันดาลใจ อยากช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติให้อยู่คู่กับเราไปนานๆ ภาพยนตร์โดยรวมทำได้ดีสนุกดี เนื้อหาไม่ซับซ้อน เสียดใจ ภาพสวยงาม คุณแล้วรู้สึกตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างปัจจุบันกับอนาคต ช่วยเตือนให้เราคิดว่าควรทำอะไรกับธรรมชาติที่มีอยู่ คิดว่าน่าจะเป็นการดูที่ดึงดูดใจให้ความรู้กับคนรุ่นใหม่ได้ เป็นอย่างดี และสามารถรณรงค์เด็กได้ในระดับหนึ่ง ถ้าหากมีการนำเสนอให้ชมบ่อยๆ ก็จะทำให้สังคมดีขึ้น

การรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นเรื่องที่ดี ภาครัฐควรส่งเสริม เนื่องจากในปัจจุบันทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงไปมากเพราะฝีมือมนุษย์ และยังไม่ค่อยมีองค์กรใดให้ความสำคัญในเรื่องนี้ หากเราไม่ช่วยกันอนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมไว้ตั้งแต่ตอนนี้ ในอนาคตแหล่งท่องเที่ยว

ธรรมชาติก็จะเสื่อมโทรมลงเรื่อยๆ ดังนั้น “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” จึงเหมาะที่จะนำมาใช้ในสังคมปัจจุบัน เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทำให้คนเห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และช่วยกระตุ้นให้พวกเราช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามคงอยู่ตลอดไป เพื่อลูกหลานในรุ่นต่อไป จะได้มีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์

กลุ่มเป้าหมายมีความหวังว่า คนอื่นๆ จะเกิดจิตสำนึกรักษ์ธรรมชาติหลังจากชมภาพยนตร์แอนิเมชันนี้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นหน้าที่ของทุกคนและกลุ่มเป้าหมายต้องช่วยกันรักษา เพราะขยะเพียงหนึ่งชิ้นจากหลายๆ คน ก็กลายเป็นขยะหลายๆ ชิ้นได้ในวันเดียว ดังนั้น จึงควรมีจิตสำนึกรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ควรทิ้งขยะลงถัง ช่วยกันปลูกต้นไม้ ไม่ล่าสัตว์ ช่วยกันทำให้สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ และสัตว์ป่า อยู่กับเราตลอดไป ดังนั้น พวกเขาจึงเห็นว่าควรมาช่วยกันปรับปรุงส่วนที่หายไปให้กลับมาดีขึ้นกันดีกว่า

**3.4 ข้อเสนอแนะโดยรวมจากกลุ่มเป้าหมาย จากนักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 88 คน ได้ให้ข้อเสนอแนะใกล้เคียงกัน ดังนี้**

3.4.1 ขนาดตัวหนังสือยังเล็กเกินไป ควรมีเสียงพากย์ จะทำให้สื่อเข้าใจง่าย และมีความน่าสนใจมากขึ้น

3.4.2 การลำดับเนื้อเรื่องยังเข้าใจได้ยากในบางตอน แต่ดูรวมๆ แล้วก็สามารถเข้าใจถึงสิ่งที่ต้องการสื่อได้

3.4.3 เวลาในการนำเสนอค่อนข้างเร็ว ควรเพิ่มเวลาในการนำเสนอให้ยาวขึ้น จะได้มีเวลาติดตามไปกับภาพยนตร์

3.4.4 การสื่ออารมณ์ของตัวละคร ยังไม่ค่อยชัดเจน ควรเพิ่มอารมณ์ทางสีหน้ามากกว่านี้

3.4.5 อยากให้มีตัวอย่างผลกระทบมากกว่า และรุนแรงกว่านี้

จากการพัฒนาสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แล้วนำมาทำการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย อายุเฉลี่ยประมาณ 16-18 ปี โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 กลุ่ม ซึ่งเป็นโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาล ได้แก่ นักเรียนโรงเรียนสาริต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และโรงเรียนที่ตั้งอยู่นอกเขตเทศบาล โรงเรียนสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อจากกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ ฟังพอใจมาก และเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ในการนำเสนอสื่อ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเห็นว่า สื่อมีความเหมาะสมกับการนำมาใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งทุกๆ ฝ่ายกำลังตื่นตัว และให้ความสนใจเกี่ยวกับความเสื่อมโทรมด้านสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันลักษณะสื่อที่อยู่ในรูปแบบสื่อแอนิเมชันก็มีความน่าสนใจ และเหมาะสม

กับการนำมาใช้กับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากสื่อแอนิเมชันเป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความสนใจในกลุ่มวัยรุ่น ทั้งนี้ จากผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ในภาพรวมก็อยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก เช่นเดียวกัน ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความเหมาะสม ที่จะนำมาใช้ในการส่งเสริม และสร้างความตระหนักแก่กลุ่มเยาวชน เพื่อให้กลุ่มเยาวชนเกิดจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อม และหันมาท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างมีความรับผิดชอบ โดยยึดหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวทางในการเรียนรู้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 6

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางการผลิตสื่อแอนิเมชัน และเพื่อวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มเยาวชนที่มีต่อสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งนี้ เพื่อให้เยาวชนตระหนักรู้และเกิดจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ผู้ศึกษาเริ่มต้นการศึกษาโดยการศึกษาข้อมูลเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาภาคสนามโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากกลุ่มเป้าหมาย และบุคลากรจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การวิเคราะห์สื่อเพื่อหาแนวทางในการผลิตสื่อแอนิเมชันที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการออกแบบสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน ตรวจสอบความแม่นยำในขั้นตอนหลังการผลิตสื่อ ด้วยการประเมินสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และปรับแก้สื่อตามข้อเสนอแนะ เพื่อให้ได้สื่อที่มีประสิทธิภาพ และเผยแพร่สื่อ เพื่อวัดความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ในบทนี้ได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ๆ คือ 1) สรุปผลการศึกษา กล่าวถึงขั้นตอนในการศึกษาทุกๆ ขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดการศึกษา 2) อภิปรายผลของการศึกษา โดยนำ ข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยมาวิเคราะห์และอภิปราย 3) ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ และ 4) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้ศึกษาได้สรุปความสำคัญในทุกๆ ขั้นตอนการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1. สรุปผลการศึกษา

ในปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น จนมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหา และตระหนักถึงการสูญเสียของระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม และการสูญเสียอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น อีกทั้ง ในสังคมไทยปัจจุบันยังขาดแคลนสื่อเพื่อใช้ในการรณรงค์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างจริงจัง และคนในสังคมเมืองส่วนใหญ่ยังไม่เห็นถึงความสำคัญ ทำให้ไม่มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง สื่อที่มีอยู่จึงเป็นสื่อเก่าที่ขาดคุณภาพ ไม่สามารถดึงดูดและกระตุ้นให้กลุ่มเยาวชนเข้าใจถึงปัญหา ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงมีความประสงค์ที่จะสร้างสื่อแอนิเมชันเพื่อการ

รณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสร้างความตระหนักด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต่อกลุ่มเยาวชน เนื่องจากกลุ่มเยาวชนสามารถเข้าถึงและเปิดรับสื่อใหม่ๆ ได้ง่าย และเห็นว่า การเรียนรู้ในโรงเรียนของกลุ่มเยาวชน จะสามารถเผยแพร่ออกไปในวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นคนในครอบครัวและบุคคลใกล้ชิด ให้มีความเข้าใจและตระหนักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ตามแนวทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และส่งเสริมนโยบายรัฐ ด้านการบูรณาการการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการนำแนวคิดถ่ายทอดสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

สื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้รับการพัฒนาขึ้นโดยอาศัยหลักการออกแบบนิเทศศิลป์ และหลักการติดต่อสื่อสาร ซึ่งเป็นกระบวนการออกแบบให้อยู่ในรูปแบบที่เข้าใจได้ง่าย สามารถถ่ายทอดเนื้อหาตามหลักการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผ่านภาพแทนซึ่งอยู่ในรูปสัญลักษณ์แทนการสื่อความหมาย โดยใช้ทฤษฎีเชิงสัญศาสตร์ ที่ว่าด้วยหลักการสื่อสารเกี่ยวกับเครื่องหมาย หลักการออกแบบสื่อเพื่อการรณรงค์ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาสื่อแอนิเมชันที่มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมต่อการถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการสร้างความตระหนักแก่กลุ่มเยาวชนให้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ และรู้รักษ์ระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หลักการเกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชันนำมาใช้เพื่อวางแผนขั้นตอนการผลิตสื่อแอนิเมชัน เพื่อให้ได้สื่อแอนิเมชันที่สามารถนำเสนอข้อมูลได้อย่างตรงตามความต้องการ และเพื่อศึกษาวิธีการผลิตสื่อแอนิเมชันที่สามารถสนับสนุนการเรียนรู้ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากหลักการที่กล่าวมาในข้างต้น ทำให้สามารถพัฒนาสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีความเหมาะสมต่อการสร้างความเข้าใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ให้ตรงกันในเรื่องความหมายของ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” ซึ่งจะถ่ายทอดแนวความคิดผ่านสื่อสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากในปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลทางการสื่อสารและมีอำนาจในการโน้มน้าวกลุ่มเยาวชนในอัตราสูง ทำให้ผู้ศึกษาเลือกที่จะใช้เว็บไซต์ของโรงเรียนเป็นสื่อกลางทางการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้ชมเกิดทัศนคติไปในทิศทางเดียวกันกับการนำเสนอสื่อ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะเผยแพร่ เพื่อสร้างจิตสำนึกทางวัฒนธรรมและรู้รักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาคาดหวังว่า กลุ่มเยาวชนจะตระหนัก และเกิดจิตสำนึกที่จะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว และหวังว่าสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะเป็นเครื่องมือช่วยกระตุ้นให้เยาวชนเกิดจิตสำนึกรัก และหวงแหนธรรมชาติ เปรียบเสมือนการยืดอายุให้กับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่สวยงามให้อยู่คู่กับเราไปนานๆ

คำอธิบายดังกล่าว ได้นำมาใช้ประกอบในกระบวนการดำเนินงาน เพื่อศึกษาการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือทางการเรียนรู้ เพื่อสร้างความเข้าใจต่อการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง หรือแบบมีจุดมุ่งหมาย (Purposive sampling) โดยมุ่งไปที่กลุ่ม

นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อายุเฉลี่ยประมาณ 16-18 ปี จำนวนทั้งหมด 88 ราย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากโรงเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 แห่ง แบ่งออกเป็นโรงเรียนในที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาล จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 44 ราย และโรงเรียนที่ตั้งอยู่นอกเขตเทศบาล จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 44 ราย รวมเป็นนักเรียนจำนวน 88 ราย ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายทางความคิด และข้อเสนอแนะที่แตกต่าง ครอบคลุมในทุกๆ ระดับการศึกษา ผู้ศึกษามีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการผลิตสื่อ โดยนำหลักการวิเคราะห์สื่อแอนิเมชัน มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย บุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาความพึงพอใจ และความเหมาะสมทางการออกแบบ 2) การวิเคราะห์ทางสถิติ จากตัวอย่างภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 15 เรื่อง ด้วยตาราง Matrix เพื่อหาค่าความนิยมกลางทางการออกแบบ และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำข้อมูลมาอ้างอิงและใช้เป็นแนวทางในการผลิตสื่อ 3) การวิเคราะห์ด้วยการบรรยาย ตัวอย่างสื่อภาพยนตร์แอนิเมชันรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 4 เรื่อง เพื่อหาจุดเด่นและจุดด้อยของสื่อ และความแตกต่างด้านแนวคิด แล้วจึงนำผลการศึกษาที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนการสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้มีขั้นตอนการดำเนินงานผลิตสำคัญ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนก่อนการผลิตสื่อ (Pre-Production) เป็นขั้นตอนเกี่ยวกับ แนวคิด เรื่องย่อ เนื้อหา และการเขียนกระดานภาพนิ่ง ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก ซึ่งเป็นการวางแผนงานทั้งหมด ทั้งนี้ต้องมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ง่ายต่อการทำงานในขั้นตอนต่อไป 2) ขั้นตอนการผลิต (Production) เป็นขั้นตอนการนำตัวแสดง และองค์ประกอบฉากหลัง โทนสี รูปแบบ ลักษณะทางศิลปะต่างๆ ที่ได้จัดเตรียมไว้ในขั้นตอนแรกนำมาจัดวางท่าทางการเคลื่อนไหวของตัวละคร ให้เคลื่อนไหวแสดงอารมณ์ตามเนื้อเรื่องในกระดานภาพนิ่ง 3) ขั้นตอนการเก็บรายละเอียดงาน (Post-Production) เป็นการนำภาพพื้นหลังและตัวแสดงที่ได้วางท่าทางการเคลื่อนไหวแล้วต่างๆ มาทำการตัดต่อ เรียงลำดับการเล่าเรื่องตามที่ได้กำหนดไว้ในส่วนของกระดานภาพนิ่ง จากนั้นนำมาบันทึกเสียงให้สอดคล้องกับภาพเคลื่อนไหว จึงเป็นการเสร็จสิ้นกระบวนการผลิตสื่อแอนิเมชัน

ผลจากข้อเสนอแนะหลังจากชมสื่อของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มองเห็นถึงความสำคัญของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แย่ลง และผลจากการประเมินระดับความพึงพอใจสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แสดงให้เห็นว่า สื่อสามารถสร้างความตระหนักให้แก่กลุ่มเยาวชน ถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวได้ในระดับดี จากการศึกษาครั้งนี้ เห็นว่าสื่อที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ อย่างสื่อ

ภาพยนตร์แอนิเมชัน เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่มีความสำคัญต่อการศึกษาศิลปะการสร้างสรรค์ภาพเคลื่อนไหว และเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์ และพัฒนารูปแบบสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ผ่านแนวคิดซึ่งอยู่ภายใต้กรอบขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่ถูกหนดขึ้น เพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่ง นอกจากนี้ ยังมีสภาวะแวดล้อม เช่น พื้นที่ บริบท โอกาส ฯลฯ ที่เป็นปัจจัยหลักสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ นำมาซึ่งการมีทัศนคติที่แตกต่างกันอีกด้วย

## 2. อภิปรายผล

การผลิตสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จัดเป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในส่วนรณรงค์เสนอถึงปัญหาความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม โดยการสร้างความเข้าใจและสร้างความตระหนักแก่กลุ่มเยาวชน ให้เกิดจิตสำนึกรักษ์ และห่วงแหนธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผลกระทบดังกล่าวเป็นเรื่องสำคัญที่ทุกคนพึงปฏิบัติ แม้ว่าในปัจจุบัน ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ได้หันมาให้ความสนใจ และให้การสนับสนุนกันอย่างจริงจัง แต่ก็ยังมีกลุ่มคนอีกไม่น้อยที่ยังขาดความรู้ มีพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบต่อธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวอยู่อีกมาก ด้วยเหตุนี้ การผลิตสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงเป็นเรื่องสำคัญ และควรใส่ใจในทุกๆ รายละเอียด เพราะการผลิตสื่อที่มีคุณภาพนั้น ต้องคำนึงถึงปัจจัยรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็น การศึกษาด้านเอกสาร การศึกษาภาคสนาม หรือจากประสบการณ์ตรง ทุกๆ ขั้นตอนล้วนแล้วแต่มีความสำคัญทั้งสิ้น

การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสร้างความตระหนักต่อกลุ่มเยาวชนตามวัตถุประสงค์ของการศึกษารั้งนี้ มีแนวทางการผลิตสื่อซึ่งประกอบขึ้นจากหลาย ๆ ขั้นตอนสำคัญ โดยมีแนวคิด หลักการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นส่วนประกอบหลักในการดำเนินการศึกษาพัฒนาสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในการผลิตสื่อครั้งนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นข้อมูลหลักที่จะนำมาใช้ให้เกิดความสอดคล้อง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันในเรื่อง จากข้อมูลด้านการออกแบบ และผลการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นวัยรุ่นอายุเฉลี่ย 16-18 ปี ในเรื่องความสนใจที่มีต่อการดู พบว่า กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ การดูการ์ตูนต่อสู้อุปสรรค การเมือง นักสืบ ผจญภัย เป็นส่วนใหญ่ ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงนำเสนอเนื้อหาในแนวสะเทือนอารมณ์ เพื่อสร้างความอ่อนไหวทางอารมณ์ทำให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตาม ทั้งนี้มุ่งที่จะให้ผู้ชมเกิดจิตสำนึกด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยว โดยนำเสนอผ่านระบบสัญลักษณ์ด้วยการสื่อสารผ่านสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นศาสตร์ที่สนใจในเรื่องของความหมาย ผ่านกระบวนการการผลิต และส่งมอบหรือถ่ายทอดความหมายผ่านสัญลักษณ์ที่ได้ออกแบบไว้ซึ่งอยู่ในรูปของภาพเคลื่อนไหวสองมิติประกอบกันทั้งภาพและเสียง ตามหลักการและขั้นตอนการผลิตสื่อแอนิเมชัน และหลักการออกแบบเป็นหลักสำคัญ อย่างไรก็ตามวิธีการออกแบบต้อง

อาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดแนวความคิด และทำให้สื่อซึ่งเป็นตัวกลางทางการสื่อสารสามารถบรรลุเป้าหมายได้ ด้วยการเลือกใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อให้สื่อสามารถถ่ายทอดสารสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ แสดงให้เห็นถึงกระบวนการการส่งรหัสสารจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับซึ่งคอยทำหน้าที่ถอดรหัสข้อมูลข่าวสารนั้น ทั้งนี้ เพื่อการโน้มน้าวใจให้เกิดการรับรู้ ทศนคติ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อการศึกษาการผลิตสื่อสำหรับการรณรงค์ เพื่อการวัดทัศนคติ พฤติกรรมของผู้รับสื่อ และผู้ศึกษาได้ เข้าใจถึงองค์ประกอบ กระบวนการการออกแบบสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร จะทำอย่างไรจึงจะผลิตสื่อแอนิเมชันที่มีคุณภาพ และเกิดประโยชน์ต่อการนำไปใช้กับผู้รับสารมากที่สุด

แนวคิด หลักการ และทฤษฎี ที่ใช้เป็นแนวทางการผลิตสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อ พบว่า สื่อสามารถสร้างความเข้าใจ และสร้างความตระหนักให้กับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ ซึ่งอยู่ในระดับที่พอใจมาก และพอใจมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสนับสนุนกระบวนการดำเนินงานและมีความสอดคล้องกับขั้นตอนการผลิตสื่อให้การดำเนินงานอย่างเป็นลำดับขั้น ส่งผลทำให้สื่อสามารถถ่ายทอดเนื้อหาเพื่อสร้างความตระหนักให้แก่กลุ่มเยาวชนได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบผลประเมินระหว่างกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม พบว่า กลุ่มนักเรียนนอกเขตเทศบาลสามารถเข้าใจและมีความพึงพอใจสื่อในระดับที่มากกว่ากลุ่มนักเรียนในเขตเทศบาล จากความคิดเห็นของผู้ศึกษาเห็นว่า กลุ่มนักเรียนนอกเขตเทศบาล มีความใกล้ชิดกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติมากกว่า จึงเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ และอ่อนไหวต่อสิ่งรุกรามมากกว่ากลุ่มนักเรียนในเขตเทศบาล ในขณะเดียวกัน นักเรียนในเขตเทศบาล มีโอกาสทางการเรียนรู้ พร้อมทั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถพบเห็นสื่อที่มีความแปลกใหม่ได้มากกว่า อีกทั้งการดำรงชีวิตของนักเรียนในเขตเทศบาลในแต่ละวันส่วนใหญ่ ยึดติดกับเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวก พฤติกรรมเหล่านี้จึงส่งผลทำให้นักเรียนในเขตเทศบาลมีชีวิตที่ห่างไกลจากธรรมชาติออกไปทุกทีจากการสังเกตของผู้ศึกษา และจากผลการประเมินสื่อของกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยต่างๆ รอบด้าน อาทิ ปัจจัยด้านเวลา สภาพแวดล้อม ระดับการศึกษา เครื่องมือสื่อสาร โอกาสทางการเรียนรู้ รวมถึงพฤติกรรมเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย ฯลฯ ทั้งหมดมีอิทธิพลต่อการรับรู้ และเลือกเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลทำให้กลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่ม มีความพึงพอใจสื่อในระดับที่แตกต่างกัน ถึงแม้จะแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยบางรายละเอียด แต่ก็ยังเป็นผลที่แสดงให้เห็นถึงทัศนคติที่แตกต่างได้เช่นกัน

### 3. ข้อเสนอแนะจากประสบการณ์การผลิตสื่อแอนิเมชัน

การพัฒนาสื่อเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากประสบการณ์ในการผลิตสื่อตามหลักการแอนิเมชัน ผู้ศึกษาเริ่มต้นจากขั้นตอนการหาแนวทางการออกแบบ โดยยึดหลังจากผลการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย และการวิเคราะห์ตัวอย่างสื่อแอนิเมชันเป็นหลักในการพัฒนาแนวความคิด เพื่อให้สื่อที่มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ และสามารถสร้างความพึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างสูงสุด ขั้นตอนการพัฒนาแนวความคิด การเล่าเรื่องจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากการมีแนวความคิดที่ชัดเจนในขั้นตอนแรกส่งผลทำให้ง่ายต่อการผลิตสื่อในขั้นตอนต่อไป เมื่อได้เนื้อเรื่องและแนวความคิดที่ชัดเจนแล้ว ขั้นตอนต่อไปเป็นการออกแบบตัวละคร ซึ่งอ้างอิงจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย และข้อมูลจริงเกี่ยวกับลักษณะนิสัย ค่านิยม และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ในเนื้อเรื่องผู้ศึกษาเลือกตัวละครที่อยู่ใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกร่วมไปกับภาพยนตร์ เริ่มต้นการวาดภาพร่างตัวละครที่มีลักษณะที่แตกต่างกันตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมาย เมื่อได้ลักษณะตัวละครที่เหมาะสมแล้ว ต่อมาเป็นขั้นตอนการออกแบบฉากตามเนื้อเรื่องที่ได้วางแผนไว้ข้างต้น เริ่มต้นจากการเขียนแบบร่าง เพื่อกำหนดมุมมองที่เหมาะสมต่อการถ่ายทอดอารมณ์ในแต่ละฉาก จากนั้นนำภาพแบบร่างมาลงสีด้วยเทคนิคคอมพิวเตอร์ ตกแต่งภาพด้วยโปรแกรม Photoshop ขั้นตอนต่อไปหลังจากที่ได้ตัวละครและฉากแล้ว นำฉากและตัวละครที่ได้มาทำการสร้างภาพเคลื่อนไหว ซึ่งผู้ศึกษาได้แบ่งส่วนสำคัญออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การเคลื่อนไหวของตัวละคร 2) การเคลื่อนไหวของฉาก ซึ่งทั้งสองส่วนจะถูกนำมาประกอบกันให้เกิดเป็นเรื่องราวในขั้นตอนต่อไป ในขั้นตอนนี้ผู้ศึกษาเริ่มจากการสร้างภาพเคลื่อนไหวในฉากก่อน ซึ่งในเรื่องนี้น้ำเป็นส่วนที่มีความสำคัญมากช่วยสร้างถึงบรรยากาศ และถ่ายทอดอารมณ์ในแต่ละฉากให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น การสร้างการเคลื่อนไหวของน้ำในขั้นตอนนี้ทำขึ้นจากโปรแกรม Adobe Flash โปรแกรมนี้ช่วยให้ภาพเคลื่อนไหวของน้ำให้ความรู้สึกสมจริงมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นลักษณะน้ำที่ไหลเอื่อย บรรยากาศของน้ำตกขนาดใหญ่ น้ำเชี่ยว ก็สามารถถ่ายทอดออกมาได้ตรงกับความต้องการของผู้ศึกษา ต่อมาขั้นตอนการสร้างภาพเคลื่อนไหวของตัวละคร ผู้ศึกษาได้ทดลองใช้การสร้างภาพเคลื่อนไหวจาก 3 เทคนิคด้วยกัน เริ่มจากวิธีที่ 1 แบบดั้งเดิม คือ การวาดภาพต่อเนื่องเสียงกันไปทีละภาพตามลำดับ วิธีที่ 2 สร้างจากโปรแกรม Adobe Flash และวิธีที่ 3 สร้างภาพเคลื่อนไหวด้วยโปรแกรม Anime Studio จากการศึกษาค้นคว้าและทดลองการสร้างภาพเคลื่อนไหวทั้งสามขั้นตอนพบข้อดีและข้อเสียที่ต่างกัน ดังนี้ การสร้างภาพเคลื่อนไหวแบบดั้งเดิมเป็นวิธีที่ต้องใช้ความละเอียด และใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน เนื่องจากต้องวาดภาพเพื่อให้เกิดเป็นภาพเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง ข้อดีของวิธีนี้คือ ทำให้การเคลื่อนไหวนุ่มนวลเป็นธรรมชาติ และสามารถกำหนดการเคลื่อนไหวได้ทุก ๆ การเคลื่อนไหว แต่ในระยะเวลาการศึกษาที่จำกัดผู้ศึกษาจึงเปลี่ยนวิธีจากวิธีการสร้างภาพเคลื่อนไหวแบบดั้งเดิมมาใช้โปรแกรม Adobe Flash เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปใช้ และเพื่อ

ความเหมาะสมต่อระยะเวลาในการผลิตสื่อแอนิเมชัน ผลงานการสร้างภาพเคลื่อนไหวจากโปรแกรม Adobe Flash ช่วยทำให้การสร้างภาพเคลื่อนไหวง่าย และช่วยกระชับเวลาได้มากยิ่งขึ้น แต่การผลิตสื่อแอนิเมชันด้วยโปรแกรม Adobe Flash ยังมีข้อจำกัดอยู่บ้าง เนื่องจากในขั้นตอนการตัดต่อมีความจำเป็นต้องใช้งานนามสกุล .avi แต่ผลงานที่ได้จากโปรแกรม Adobe Flash เป็นนามสกุล .swf เป็นเหตุทำให้ผู้ศึกษาต้องหาวิธี เพื่อทำให้งานภาพเคลื่อนไหวอยู่ในนามสกุล .avi ในการศึกษารุ่นนี้ ผู้ศึกษาเลือกที่จะหาโปรแกรมแปลงนามสกุลชื่อ SWF2VideoProTrial.exe เพื่อเปลี่ยนนามสกุลจาก .swf เป็น .avi เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปใช้ในขั้นตอนการตัดต่อด้วยโปรแกรม Adobe Premiere นอกจากนี้ผู้ศึกษายังได้ทำการศึกษาโปรแกรม Anime Studio ซึ่งเป็นโปรแกรมที่มีไว้สำหรับผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน โดยเฉพาะ จึงทำให้ได้ทราบถึงวิธีการ และเทคนิคที่ง่ายยิ่งขึ้นจากเทคนิคข้างต้น พบว่าโปรแกรม Anime Studio สามารถสร้างภาพเคลื่อนไหวได้อย่างสมจริง และสามารถถ่ายทอดอารมณ์ได้มากกว่าขั้นตอนอื่นๆ ขั้นตอนต่อจากการสร้างภาพเคลื่อนไหวมาถึงขั้นตอนการตัดต่อบันทึกลงในโปรแกรม Adobe Premiere โดยนำฉาก และ ตัวละคร ที่เคลื่อนไหวแล้วมาประกอบกันเป็นเรื่องราวตามที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น เพื่อเสร็จสิ้นกระบวนการการผลิตสื่อแอนิเมชัน แล้วจึงนำสื่อไปเผยแพร่ต่อสาธารณะ เพื่อศึกษาในขั้นตอนต่อไป

#### 4. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ ในการศึกษารุ่นนี้มีขั้นตอนการประเมินสื่อ ขั้นตอนดังกล่าวทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ผลิตสื่อแอนิเมชันในครั้งต่อไป โดยเริ่มต้นจากข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อแอนิเมชัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญยิ่งต่อการผลิตสื่อที่มีคุณภาพ ผลการประเมินสื่อจากผู้เชี่ยวชาญ ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้อย่างน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อการผลิตสื่อแอนิเมชันในครั้งต่อไป โดยกล่าวถึงลักษณะการเคลื่อนไหวของตัวละคร ที่น่าจะทำให้มีความนุ่มนวล และสมจริงยิ่งขึ้นจะทำให้ผู้ชมมีความรู้สึกสมจริง และคล้อยตามไปกับภาพยนตร์ได้ดี การเพิ่มมิติให้กับฉากหลังจะช่วยสร้างความแปลกใหม่จะทำให้งานมีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดใจผู้ชมได้มากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ศึกษาได้ทราบว่า เมื่องานเสร็จสมบูรณ์ ขนาดงานก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีค่ามากต่อการนำไปใช้ในการเผยแพร่ ถ้างานมีขนาดใหญ่เกินไปก็มีผลต่อการนำเสนอด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ ในการผลิตสื่อแอนิเมชันในระดับที่สูงขึ้น จะทำให้งานมีความน่าสนใจและสามารถนำเสนอได้ดีมากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ข้อเสนอแนะที่จะได้มาซึ่งเนื้อหาสื่อที่มีคุณภาพและเหมาะสมต่อการนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ข้อเสนอแนะจากบุคลากรด้านการท่องเที่ยวก็เป็นส่วนสำคัญเช่นเดียวกัน หลังจากชมสื่อ บุคลากรด้านการท่องเที่ยว กล่าวว่า ควรปรับปรุงการดำเนินเรื่องในช่วงแรก เนื่องจากภาพเคลื่อนไหวในครั้งแรก ควรเปิดตัวอักษรกำกับในแต่ละภาพ เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น และควรแสดงให้เห็นว่าอะไรคือสาเหตุที่ทำให้ธรรมชาติเสื่อมโทรม

แต่โดยรวมเนื้อเรื่องทำได้ดี ทำให้เกิดจิตสำนึกถึงการรณรงค์ทรัพยากรธรรมชาติและ การดูแล ทรัพยากรธรรมชาติ รู้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องให้ความสนใจในสถานการณ์ ปัจจุบัน นอกจากข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีข้อเสนอแนะ ที่สำคัญ และ เป็นประโยชน์ต่อการผลิตสื่อเพื่อความเหมาะสมกับการนำไปใช้ คือ ข้อเสนอแนะจาก กลุ่มเป้าหมาย จากผลการประเมินสื่อของกลุ่มเป้าหมายทั้งสองกลุ่มได้ให้ข้อเสนอแนะไว้อย่าง ใกล้เคียงกัน คือ ควรปรับปรุงขนาดตัวอักษรที่ยังมีขนาดเล็กเกินไป หรือควรมีเสียงพากษ์จะทำให้ สื่อเข้าใจง่าย และมีความน่าสนใจมากขึ้น รวมถึงการลำดับเนื้อเรื่องยังเข้าใจได้ยากในบางตอน แต่ โดยรวมๆ แล้วสามารถเข้าใจถึงสิ่งที่ต้องการสื่อได้ รวมทั้งระยะเวลาในการนำเสนอค่อนข้างเร็ว ควรเพิ่มเวลาในการนำเสนอให้ยาวขึ้นเพื่อให้ผู้ชมมีเวลาได้คิดตามไปกับภาพยนตร์ นอกจากนี้การ สื่ออารมณ์ของตัวละครน่าจะมีการถ่ายทอดอารมณ์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อย ตาม และได้ประโยชน์สูงสุดจากภาพยนตร์

ข้อเสนอแนะข้างต้น ทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการผลิตสื่อที่มีคุณภาพใน ครั้งต่อไป นอกจากการผลิตสื่อแล้วในขั้นตอนการศึกษาควรคำนึงถึงการนำไปใช้ เพื่อให้การ รณรงค์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดประโยชน์สูงสุดต่อสาธารณะ และให้สื่อได้บรรลุตาม วัตถุประสงค์ที่วางไว้ คือ การสร้างความตระหนักรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อกลุ่มเยาวชน ทั้งนี้ การเลือกช่องทางที่เหมาะสมในการนำเสนอสื่อจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถ เข้าถึงสื่อได้โดยง่าย การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาเห็นว่า สื่อทางอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมีอิทธิพล ทางการสื่อสารและมีอำนาจในการโน้มน้าวกลุ่มเยาวชนในอัตราสูง อีกทั้ง กลุ่มเยาวชนจะนำข้อมูล ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตเผยแพร่ออกไปในวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นคนในครอบครัวและ บุคคลใกล้ชิด ให้มีความเข้าใจ และตระหนักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ตามแนว ทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้ศึกษาจึงเห็นว่าทางโรงเรียนควรนำเสนอสื่อแอนิเมชันเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บนเว็บไซต์ของโรงเรียนซึ่งมีความเหมาะสมในการเผยแพร่สื่อ และเป็นสื่อกลาง ทางการเรียนรู้ที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้มากที่สุด เพื่อให้ผู้ชมเกิดทัศนคติไปในทิศทาง เดียวกันกับการนำเสนอสื่อ นอกจากนี้ ตามข้อเสนอแนะของผู้ศึกษายังเห็นว่า การนำเสนอสื่อผ่าน เว็บไซต์ ขององค์กรกลางที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องการนำเสนอ ยังเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อ กลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มคนหมู่มากที่มีส่วนเกี่ยวข้องและให้ความสนใจ โดยเห็นว่าข้อมูลที่ถูก นำเสนอผ่านเว็บไซต์ดังกล่าว จะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม และเป็นผลดีต่อสังคมไม่มากนักน้อยอีก ช่องทางหนึ่ง

##### 5. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ เป็นการศึกษากระบวนการพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นอย่างไร จะทำขั้นตอนใดบ้างจึงจะได้สื่อแอนิเมชันที่มีประสิทธิภาพ

และกลุ่มเป้าหมายได้ประโยชน์สูงสุดจากสื่อนี้ ดังนั้น สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาเห็นว่า ข้อเสนอแนะจากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญทางสาขานี้ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง และการหาข้อมูลอย่างใกล้ชิดจาก กลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการศึกษาเอกสารอย่างจริงจัง น่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษา รวมทั้งการฝึกปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ การช่างสังเกต และประสบการณ์ในการเรียนรู้จะสามารถทำให้เกิดความชำนาญ และความคิดแปลกใหม่ ผู้ศึกษาคาดหวังว่าการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ จะเป็นส่วนช่วยให้ บุคคลที่ต้องการศึกษาเรื่องการผลิตแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์ในเรื่องอื่นๆ ได้มีแบบแผน ที่จะผลิต สื่อแอนิเมชันให้ง่ายขึ้น ไม่ยุ่งยากกว่าที่ควรจะเป็น ประกอบกับกำหนดงบประมาณ ให้อยู่ในวงจำกัด ได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง การศึกษาครั้งนี้อาจยังไม่ครอบคลุมให้เกิดความเข้าใจที่ครบถ้วน จึงน่าจะเป็น การดีที่จะทำการศึกษาต่อเนื่องต่อไป เพื่อให้เกิดแนวคิดในการผลิตสื่อรณรงค์ที่มีความหลากหลาย สามารถช่วยต่อยอดการศึกษานี้ให้มีความชัดเจน และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

#### 6. สิ่งที่ค้นพบในการค้นคว้าแบบอิสระ

สิ่งที่ผู้ศึกษาได้ค้นพบจากการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ นอกเหนือจากผลจากการประเมิน การวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่จะเห็นได้ว่า กลุ่มเป้าหมายนอกเขตเทศบาล จะให้ ความสนใจ เข้าใจ และมีความพึงพอใจสื่อมากกว่า กลุ่มนักเรียนในเขตเทศบาล ทั้งนี้ ด้วยปัจจัยรอบ ด้าน อาทิ สิ่งรื้อทางสังคม วิถีชีวิตการเป็นอยู่ สภาพแวดล้อม ความแตกต่างด้านบริบท โอกาส ทางการเรียนรู้ ฯลฯ รวมทั้งพฤติกรรมเปิดรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญ นำมาซึ่งการมีทัศนคติที่แตกต่าง แต่ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการรณรงค์ในวงกว้าง และครอบคลุมในทุกๆ ระดับการศึกษา ผู้ศึกษาเห็นว่าควรมีการพัฒนาสื่อเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่สามารถ สร้างความพึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมายในเขตเทศบาลเป็นสำคัญ เนื่องจาก กลุ่มนักเรียนในเขต เทศบาล เป็นเยาวชนที่มีวิถีชีวิตที่อยู่ห่างไกลจากธรรมชาติ มักให้ความสำคัญ และสนใจต่อสิ่ง อำนวยความสะดวกรอบด้าน เป็นผลทำให้กลุ่มเยาวชนในเขตเทศบาลที่เห็นถึงความสำคัญ หวง แหวน และให้ความสนใจต่อระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมยังมีอยู่น้อย ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเห็นว่า การกระตุ้น จิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมในกลุ่มเยาวชนในเขตเทศบาล จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ และควรมีการพัฒนา อย่างต่อเนื่อง

## บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**. กรุงเทพฯ: นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- \_\_\_\_\_. (2547). พิมพ์ครั้งที่ 4. **การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์**. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). **หลักการมักคุเทศก์**. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- คือตเลอร์ ฟิลลิป. (2547). **การจัดการการตลาด**. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อิน โด โชนา.
- ฉวีวรรณ คูหาภินันท์. (2527). **การจัดทำหนังสือสำหรับเด็ก**. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- ชัชวาล วิลาวรรณ. (2545). **การศึกษาระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อม ศึกษาเฉพาะวิทยานิพนธ์และรายงานการประเมินผลโครงการของหน่วยงานราชการไทย**. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธรรมปพน ลีอานวยโชค. (2550). **Intro to Animation : คู่มือสำหรับการเรียนรู้แอนิเมชันเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: ฐานบุ๊ค.
- ธรรมรงค์ สัมเกิด. (2548). **การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมของอำเภอเมืองสมุทรสาคร สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนวัดใหญ่จอมปราสาท อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล. (2547). **การสร้างภาพยนตร์ 2D อนิเมชัน : How to make 2D Animation**. กรุงเทพฯ: มีเดีย อินเทลลิเจนซ์ เทคโนโลยี.
- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2542). **การสื่อสาร-รณรงค์เชิงยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์**. กรุงเทพฯ: ธีวเจิว.
- นิพนธ์ คุณารักษ์. (2551). **หลักการวิจารณ์ภาพยนตร์แอนิเมชัน** ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2551, จาก [http://home.kku.ac.th/faa\\_new/e-learning/animation.htm](http://home.kku.ac.th/faa_new/e-learning/animation.htm)
- เนตรดาว แพทย์กุล. (2543). **การสร้างอุดมการณ์สิ่งแวดล้อมนิยมโฆษณา**. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. (2540). การออกแบบนิเทศศิลป์ 1. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: ไพว์ แอนด์ โฟร์ พรินต์ติ้ง จำกัด.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์, กิตติ กันภัย, พัฒนพงศ์ จาติเกตุ, ปิยะนารถ จาติเกตุ. (2546). การสื่อสารสุขภาพ ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พรประภา ชนเศรษฐ์. (2546). ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักเรียนระดับประถมศึกษา เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้วยการ์ตูนเคลื่อนไหว. วิทยุศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรเทพ เลิศเทวศิริ. (2547). การคิดออกแบบและมิติทางวัฒนธรรม Design Education 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มูลนิธิโลกสีเขียว. (2542). สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย 2540-41. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2544). พิมพ์ครั้งที่ 2. ออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สันติศิริ.
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). สังคมวิทยาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สกนธ์ กุ๋งามดี. (2546). การออกแบบและผลิตงานโฆษณา. กรุงเทพฯ: แชนท์โฟร์พรินต์ติ้ง จำกัด.
- สมเกียรติ ดั้งโม, รัฐพล พรหมมาศ. (2547). แนวความคิดเรื่องสื่อและสังคม. เล่ม 2, คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุชาดา วรระมานี. (2542). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ECOTOURISM) กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โสรัชย์ นันทวัชรวิบูลย์. (2545). Be Graphic ผู้เส้นทางกราฟิกดีไซน์เนอร์. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี จำกัด.
- อุดม เขยทิวังค์. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- อธิกานต์ อุนจะนำ. (2549). การศึกษาและพัฒนาสื่อการ์ตูนภาพเคลื่อนไหวเพื่อสอนทักษะการคิด สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เอี่ยม ฉายางาม และคณะ. (2542). พิมพ์ครั้งที่ 17. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาชิราษ.



**ภาคผนวก**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก ก

## การสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย

การสัมภาษณ์ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดเชียงใหม่ อายุเฉลี่ย 16-18 ปี จำนวน 8 ท่าน ทั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประกอบเป็นแนวทางในการออกแบบ และเพื่อที่จะได้สื่อที่มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายทั้ง 8 ท่าน มีรายชื่อและคำถาม ดังนี้

**นายพยุ่ง ตั้งใจ** (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 เมษายน, 2551) อายุ 18 โรงเรียน โปลิตecnิก ลานนา ระดับชั้น ปวช. ปีที่ 3

ข้อที่ 1 ท่านรู้จักคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หรือไม่

ตอบ : การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

ข้อที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ท่านนิยมไปมากที่สุด

ตอบ : น้ำตก และ ล่องแพ

ข้อที่ 3 ถ้าไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ สิ่งไหนที่ขาดไม่ได้

ตอบ : กล้อง รองเท้าผ้าใบ

ข้อที่ 4 การ์ตูนที่ชอบดู หรือ อ่านมากที่สุด เพราะเหตุใด

ตอบ : โดราเอมอน เพราะสนุก เป็นการ์ตูนแนวผจญภัย และมีของวิเศษ

ข้อที่ 5 ถ้าทำการ์ตูนแนวผจญภัย อยากให้ตัวแสดงเป็น หญิงหรือชาย เพราะเหตุใด

ตอบ : ชาย เพราะ เท่และเหมาะสมกว่าตัวละครหญิง

**นายธนารัฐ มอญศรี** (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 เมษายน, 2551) อายุ 16 โรงเรียน พายัพ เทคโนโลยี ระดับชั้น ปวช. ปีที่ 1

ข้อที่ 1 ท่านรู้จักคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หรือไม่

ตอบ : ไม่รู้จัก

ข้อที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ท่านนิยมไปมากที่สุด

ตอบ : ล่องแพ

ข้อที่ 3 ถ้าไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ สิ่งไหนที่ขาดไม่ได้

ตอบ : มิด กระเป๋าเป้

ข้อที่ 4 การ์ตูนที่ชอบดู หรือ อ่านมากที่สุด เพราะเหตุใด

ตอบ : ดาก่อนบอล เพราะ เป็นการ์ตูนแนวต่อสู้ และสนุก

ข้อที่ 5 ถ้าทำการ์ตูนแนวผจญภัย อยากให้ตัวแสดงเป็น หญิงหรือชาย เพราะเหตุใด

ตอบ : ชาย เพราะ ถ้าเป็นผู้หญิงแล้วจะไม่สนุก

นายอภิวัฒน์ อินทวงศ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 เมษายน, 2551) อายุ 16 โรงเรียน หอพระ  
ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4

ข้อที่ 1 ท่านรู้จักคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หรือไม่

ตอบ : ไม่รู้จัก

ข้อที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ท่านนิยมไปมากที่สุด

ตอบ : น้ำตก และ ล่องแพ

ข้อที่ 3 ถ้าไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ สิ่งไหนที่ขาดไม่ได้

ตอบ : กระเป๋าเป้

ข้อที่ 4 การ์ตูนที่ชอบดู หรือ อ่านมากที่สุด เพราะเหตุใด

ตอบ : ดาก่อนบอล เพราะ สนุก ไม่เหมือนใคร และตื่นเต้น

ข้อที่ 5 ถ้าทำการ์ตูนแนวผจญภัย อยากให้ตัวแสดงเป็น หญิงหรือชาย เพราะเหตุใด

ตอบ : ต้องเป็นชายถึงจะสนุก เพราะถ้าเป็นหญิงน่าเบื่อ

นายจักรกรต รัตนทัศนีย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 เมษายน, 2551) อายุ 16 โรงเรียน มงฟอร์ต  
วิทยาลัย ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5

ข้อที่ 1 ท่านรู้จักคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หรือไม่

ตอบ : ไม่รู้

ข้อที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ท่านนิยมไปมากที่สุด

ตอบ : น้ำตก

ข้อที่ 3 ถ้าไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ สิ่งไหนที่ขาดไม่ได้

ตอบ : ใอพอท กระเป๋าเป้

ข้อที่ 4 การ์ตูนที่ชอบดู หรือ อ่านมากที่สุด เพราะเหตุใด

ตอบ : Air gear เพราะ เป็นแนวแอคชั่น สนุกตลก แข่งขันกัน ทำทายดี

ข้อที่ 5 ถ้าทำการ์ตูนแนวผจญภัย อยากให้ตัวแสดงเป็น หญิงหรือชาย เพราะเหตุใด

ตอบ : ชาย เพราะ สนุกกว่า

นางสาวเพ็ญผ่อง สุขสมเพียร (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 เมษายน, 2551) อายุ 16 โรงเรียน  
สาริตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4

ข้อที่ 1 ท่านรู้จักคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หรือไม่

ตอบ : ไม่รู้

ข้อที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ท่านนิยมไปมากที่สุด

ตอบ : ทะเล หรือ ล่องแพ

ข้อที่ 3 ถ้าไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ สิ่งไหนที่ขาดไม่ได้

ตอบ : กระติกน้ำ หมวก รongเท้าแตะ

ข้อที่ 4 การ์ตูนที่ชอบดู หรือ อ่านมากที่สุด เพราะเหตุใด

ตอบ : Lilostich เพราะ ตลก ผจญภัย

ข้อที่ 5 ถ้าทำการ์ตูนแนวผจญภัย อยากให้ตัวละครเป็น หญิงหรือชาย เพราะเหตุใด

ตอบ : ชาย เพราะ เหมาะสมกว่า

นางสาวเพชรมณฑต์ โอธพันธ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 เมษายน, 2551) อายุ 16 โรงเรียน  
สาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5

ข้อที่ 1 ท่านรู้จักคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หรือไม่

ตอบ : ไม่รู้จัก

ข้อที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ท่านนิยมไปมากที่สุด

ตอบ : เดินป่า

ข้อที่ 3 ถ้าไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ สิ่งไหนที่ขาดไม่ได้

ตอบ : กระเป๋าเป้

ข้อที่ 4 การ์ตูนที่ชอบดู หรือ อ่านมากที่สุด เพราะเหตุใด

ตอบ : หมิพู เพราะ น่ารัก

ข้อที่ 5 ถ้าทำการ์ตูนแนวผจญภัย อยากให้ตัวละครเป็น หญิงหรือชาย เพราะเหตุใด

ตอบ : ชาย เพราะสนุกกว่า

นางสาววนิชชา จันทหลวง (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 เมษายน, 2551) อายุ 17 โรงเรียน  
สาธิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5

ข้อที่ 1 ท่านรู้จักคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หรือไม่

ตอบ : ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ข้อที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ท่านนิยมไปมากที่สุด

ตอบ : เขียวเขา เดินป่า

ข้อที่ 3 ถ้าไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ สิ่งไหนที่ขาดไม่ได้

ตอบ : หมอน ผ้าห่มเล็กๆ

ข้อที่ 4 การ์ตูนที่ชอบดู หรือ อ่านมากที่สุด เพราะเหตุใด

ตอบ : เจ้าหญิงเจ้าชาย เพราะ น่ารักดี

ข้อที่ 5 ถ้าทำการ์ตูนแนวผจญภัย อยากให้ตัวแสดงเป็น หญิงหรือชาย เพราะเหตุใด

ตอบ : ชาย เพราะ เล่นแรงกว่า

นางสาวชลาลัย ใจทน (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 เมษายน, 2551) อายุ 16 โรงเรียน สาธิต  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5

ข้อที่ 1 ท่านรู้จักคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือไม่

ตอบ : ไม่รู้

ข้อที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่ท่านนิยมไปมากที่สุด

ตอบ : ทะเล ล่องแพ

ข้อที่ 3 ถ้าไปท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ สิ่งไหนที่ขาดไม่ได้

ตอบ : กระติกน้ำ หมวก รองเท้าแตะ

ข้อที่ 4 การ์ตูนที่ชอบดู หรือ อ่านมากที่สุด เพราะเหตุใด

ตอบ : ชินจัง เพราะ ตลก ทะลึ่ง

ข้อที่ 5 ถ้าทำการ์ตูนแนวผจญภัย อยากให้ตัวแสดงเป็น หญิงหรือชาย เพราะเหตุใด

ตอบ : ชาย เพราะ สนกว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก ข

## รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบแบบประเมิน

รายนามผู้เชี่ยวชาญ จากสำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ เชียงใหม่ (SIPA) ที่ตรวจสอบแบบประเมินสื่อ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดประสิทธิ ภาพสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 3 คน มีรายนามดังต่อไปนี้

- |                            |         |                |
|----------------------------|---------|----------------|
| 1. นายเอกวัฒน์ ฤทธิเนติกุล | ตำแหน่ง | Animator       |
| 2. นายหัฐพงษ์ นันตาใจ      | ตำแหน่ง | Animator       |
| 3. นายสุชาติ แซ่อิง        | ตำแหน่ง | Motion Capture |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก ค

## รายนามผู้เชี่ยวชาญ และบุคลากรการท่องเที่ยวที่ประเมินประสิทธิภาพสื่อ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ จากสำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ เชียงใหม่ (SIPA) จำนวน 5 ท่าน ที่ประเมินประสิทธิภาพสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีรายนามดังต่อไปนี้

- |                             |         |           |
|-----------------------------|---------|-----------|
| 1. นางสาวอัญชญา อินตะวิกุล  | ตำแหน่ง | ประสานงาน |
| 2. นายหัฐพงษ์ นันตาใจ       | ตำแหน่ง | Animator  |
| 3. นายนพดล บุญยี่น          | ตำแหน่ง | Animator  |
| 4. นายสุริยันต์ กาญจนสุพรรณ | ตำแหน่ง | Animator  |
| 5. นายเอกวัฒน์ ฤทธิเนติกุล  | ตำแหน่ง | Animator  |

รายนามบุคลากร จากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 ท่าน ที่ประเมินประสิทธิภาพสื่อแอนิเมชัน เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีรายนามดังต่อไปนี้

- |                              |         |                |
|------------------------------|---------|----------------|
| 1. นางผ่องพรรณ ศิริวัฒนาวงศา | ตำแหน่ง | พนักงานการตลาด |
| 2. นายอรรถพล ทวีสุนทร        | ตำแหน่ง | พนักงานการตลาด |



## ภาคผนวก จ

ตัวอย่างแบบประเมินประสิทธิภาพสื่อ ชุดที่ 1 สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

## แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อ

เรื่อง การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจง 1. โปรดกรอกข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริง

2. โปรดกรอกรายละเอียดการประเมิน ตามระดับคุณภาพ มากที่สุดถึงน้อยที่สุดตามตาราง

3. โปรดกรอกความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

\*\*หมายเหตุ\*\* กรุณากรอกรายละเอียดให้ครบทุกตอน เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง สำหรับการนำไปใช้ในการประกอบการศึกษาค้นคว้า เพื่อพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง อายุ.....ปี

บริษัท.....ตำแหน่ง.....

ตอนที่ 2 ตารางประเมินสื่อแอนิเมชัน เรื่อง Eco-Tourism

รายละเอียดการประเมิน		ระดับคุณภาพ				
		มากที่สุด <----> น้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
1. ด้านการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ	1. ลำดับการเล่าเรื่อง					
	2. การเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหา					
	3. ความชัดเจนในการนำเสนอ					
	4. ความง่ายต่อความเข้าใจ					
	5. ความเหมาะสมของเนื้อหาที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย					
	6. ความสอดคล้องของเนื้อหา					

	7. การถ่ายทอดเนื้อหาเพื่อสร้างความตระหนัก					
2. ด้านความเหมาะสม และความสวยงาม ของสื่อ	1. ลักษณะตัวแสดง					
	2. ความสวยงามของฉากหลัง (องค์ประกอบศิลป์)					
	3. ความทันสมัยและความน่าสนใจของภาพ					
	4. การสื่อความหมายของภาพ					
	5. ลำดับการนำเสนอภาพ					
	6. ความชัดเจนของภาพ					
	7. มุมมองในการนำเสนอภาพ					
	8. สีที่ใช้ในการนำเสนอ					
	9. การเคลื่อนไหวของการ์ตูน					
	10. ความเหมาะสมของเสียงประกอบ					
	11. ความชัดเจนของเสียงประกอบ					
	12. ระยะเวลาในการนำเสนอ					
3. ด้านประสิทธิภาพสื่อ	1. ความน่าสนใจ					
	2. การสร้างแรงจูงใจต่อผู้ชม					
	3. สามารถทำให้ผู้ชมคล้อยตาม					
	4. สามารถทำให้ผู้ชมเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องที่น่าเสนอ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นของผู้ชม เกี่ยวกับภาพยนตร์แอนิเมชัน

1. ระดับความพอใจสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง Eco-Tourism

( ) พอใจมาก                      ( ) พอใจปานกลาง                      ( ) ควรปรับปรุง                      ( ) ไม่รู้สึกใดๆ

2. ท่านมีความรู้สึกอย่างไร ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หลังจากที่ได้ชมภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง Eco-Tourism

.....  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved  
.....

3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ.....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก จ

ตัวอย่างแบบประเมินประสิทธิภาพสื่อ ชุดที่ 2 สำหรับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมาย

## แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อ

เรื่อง การพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- คำชี้แจง**
1. โปรดกรอกข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริง
  2. โปรดกรอกรายละเอียดการประเมิน ตามระดับคุณภาพ มากที่สุดถึงน้อยที่สุดตามตาราง
  3. โปรดกรอกความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

**\*\*หมายเหตุ\*\*** กรุณากรอกรายละเอียดให้ครบทุกตอน เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง สำหรับการนำไปใช้ในการประกอบการศึกษาค้นคว้า เพื่อพัฒนาสื่อแอนิเมชันเพื่อการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง อายุ.....ปี  
 โรงเรียน/บริษัท.....  
 ระดับชั้น/ตำแหน่ง.....

**ตอนที่ 2** ตารางประเมินสื่อแอนิเมชัน เรื่อง Eco-Tourism

รายละเอียดการประเมิน	ระดับคุณภาพ				
	มากที่สุด <----> น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. ลำดับการเล่าเรื่อง					
2. การออกแบบตัวแสดง					
3. การออกแบบฉากหลัง					
4. การถ่ายทอดอารมณ์					
5. การใช้สีและองค์ประกอบศิลป์					

6. การเคลื่อนไหวและการแสดงอารมณ์					
7. การใช้เสียงประกอบ					
8. การใช้ตัวอักษร					
9. เวลาในการนำเสนอ					
10. เทคนิคการออกแบบ					
11. ความรู้สึกคล้อยตาม หลังจบการชมภาพยนตร์					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นของผู้ชม เกี่ยวกับภาพยนตร์แอนิเมชัน

1. ระดับความพอใจสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง Eco-Tourism

( ) พอใจมาก ( ) พอใจปานกลาง ( ) ควรปรับปรุง ( ) ไม่รู้สึกใดๆ

2. ท่านมีความรู้สึกอย่างไร ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หลังจากที่ได้ชมภาพยนตร์แอนิเมชัน เรื่อง Eco-Tourism

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

ภาพกิจกรรมการประเมินสื่อของกลุ่มเป้าหมาย

1. ภาพกิจกรรมการประเมินสื่อ จาก นักเรียนโรงเรียนสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่



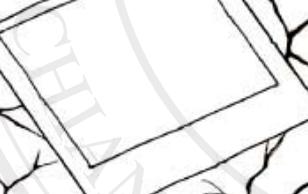
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

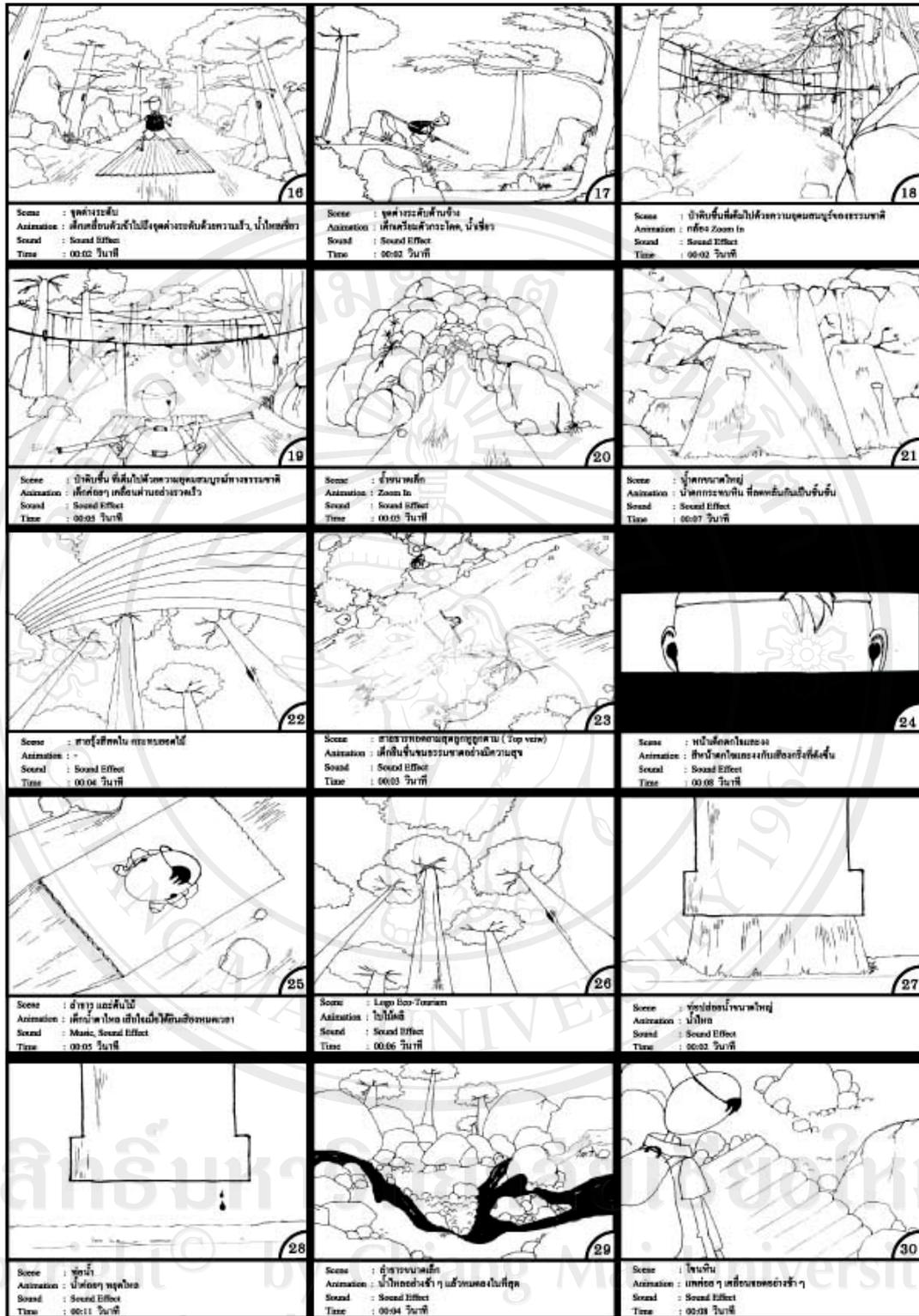
## 2. ภาพกิจกรรมการประเมินสื่อ จาก นักเรียนโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ภาคผนวก ข

ตารางภาพนิ่ง สื่อแอนิเมชันเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

 <p>1</p>	<p>Picture</p> <p>2</p>	 <p>3</p>
<p>Scene : Logo Eco-Tourism Animation : ไม้โมบิลิตี้ Sound : Music Time : 00:01 วินาที</p>	<p>Scene : รูปคนและต้นไม้ Animation : รูปเปลี่ยนตามจังหวะเพลง Sound : Music Time : 00:30 วินาที</p>	<p>Scene : มือกับไม้จุ่มปากกาดู Animation : Zoom In Sound : Music Time : 00:01 วินาที</p>
 <p>4</p>	 <p>5</p>	 <p>6</p>
<p>Scene : มือกับไม้จุ่มปากกาดู Animation : ไม้โมบิลิตี้ Sound : Music Time : 00:01 วินาที</p>	<p>Scene : แสงส่องเข้ามาบนต้นไม้ Animation : แสงส่องรูปปากกาดู Sound : Music Time : 00:01 วินาที</p>	<p>Scene : ความเห็นใน Animation : รูปปากกาดูๆ สดจนเห็นดินที่ปากกาดู Sound : Music Time : 00:01 วินาที</p>
 <p>7</p>	 <p>8</p>	 <p>9</p>
<p>Scene : รูปคนกับต้นไม้ Animation : กล้องเลื่อนผ่าน รูปที่ 1 Sound : Music Time : 00:02 วินาที</p>	<p>Scene : รูปคนกับต้นไม้ Animation : กล้องเลื่อนผ่าน รูปที่ 2 Sound : Music Time : 00:02 วินาที</p>	<p>Scene : รูปคนกับต้นไม้ Animation : กล้องเลื่อนผ่าน รูปที่ 3 Sound : Music Time : 00:02 วินาที</p>
 <p>10</p>	 <p>11</p>	 <p>12</p>
<p>Scene : ไม้โมบิลิตี้ กล้องที่ส่องไปหาความอุดมสมบูรณ์ Animation : ไม้โมบิลิตี้ Sound : Music, Sound Effect Time : 00:03 วินาที</p>	<p>Scene : ไม้โมบิลิตี้ กล้องที่ส่องรวม และความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ Animation : ไม้โมบิลิตี้ กล้องที่ส่องเห็นธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์อย่างช้าๆ Sound : Music, Sound Effect Time : 00:05 วินาที</p>	<p>Scene : ไม้โมบิลิตี้ กล้องที่ส่องรวม และความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ Animation : กล้องที่ส่องเห็นธรรมชาติที่ Sound : Music, Sound Effect Time : 00:02 วินาที</p>
 <p>13</p>	 <p>14</p>	 <p>15</p>
<p>Scene : ไม้โมบิลิตี้ กล้องที่ส่องรวม และความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ Animation : กล้องที่ส่องเห็นธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ Sound : Music, Sound Effect Time : 00:08 วินาที</p>	<p>Scene : ช่วงต่อระหว่างคนกับธรรมชาติ Animation : ไม้โมบิลิตี้, มือคนกับต้นไม้ที่เห็นด้วย Sound : Sound Effect Time : 00:04 วินาที</p>	<p>Scene : ช่วงต่อระหว่างคนกับธรรมชาติ Animation : ไม้โมบิลิตี้ Sound : Sound Effect Time : 00:02 วินาที</p>



ลิขสิทธิ์ในภาพนี้เป็นของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
 Copy right © by M. J. University  
 All rights reserved

<p>Scene : เทคโนโลยีโลก Animation : สี่ทิศทางซูมเข้า Sound : Sound Effect Time : 00:01 วินาที</p>	<p>Scene : เมล็ดพันธุ์พืชธรรมชาติ ถูกรับเป็นเมล็ดพันธุ์ดี Animation : เติบโตขึ้นอย่างแข็งแรง Sound : Music, Sound Effect Time : 00:03 วินาที</p>	<p>Scene : ธรรมชาติอันเขียว Animation : Zoom out Sound : Music Time : 00:04 วินาที</p>	
<p>Scene : ธรรมชาติอันเขียว Animation : สี่ทิศทางซูมเข้าขยับมาใกล้ Sound : Music Time : 00:25 วินาที</p>	<p>Scene : เมล็ดพันธุ์พืชธรรมชาติ Animation : สี่ทิศทางซูมเข้าใกล้ Sound : Music, Sound Effect Time : 00:04 วินาที</p>	<p>Scene : ถังขยะ Animation : ขยับใกล้ดูใกล้ Sound : Music Time : 00:04 วินาที</p>	
<p>Scene : ทุ่งหญ้า Animation : สี่ทิศทางซูมเข้าขยับ Sound : Music, Sound Effect Time : 00:01 วินาที</p>	<p>Scene : ทุ่งหญ้า Animation : เมล็ดพืชตามดิน Sound : Music, Sound Effect Time : 00:01 วินาที</p>	<p>Scene : ทุ่งหญ้า Animation : เมล็ดพืชตามดินเป็นต้นกล้าขึ้นเขียว Sound : Music Time : 00:08 วินาที</p>	
<p>Eco-Tourism</p>			
<p>Scene : ทุ่งหญ้าอันเขียว Animation : สี่ทิศทาง Sound : Music Time : 00:18 วินาที</p>			<p>Scene : ทุ่งหญ้าอันเขียว Animation : สี่ทิศทาง Sound : Music Time : 00:18 วินาที</p>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ภาคผนวก ฅ

ภาพกิจกรรมการนำเสนอผลงานการค้นคว้าแบบอิสระ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาวศรีพาวรรณ อินทวงศ์
วัน เดือน ปีเกิด	19 เมษายน 2523
ประวัติการศึกษา	
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	โรงเรียนปิ่นสร้อยเขตวิทยาลัย สำเร็จการศึกษาเมื่อ ปี พ.ศ. 2540
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	โรงเรียนไทยวิจิตรศิลป์ เชียงใหม่ สาขาวิชาออกแบบตกแต่ง สำเร็จการศึกษาเมื่อ ปี พ.ศ. 2543
ระดับปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์นาลงกรณ์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ สำเร็จการศึกษาเมื่อ ปี พ.ศ. 2547
ระดับปริญญาโท	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ สำเร็จการศึกษาเมื่อ ปี พ.ศ. 2551