

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของภาพโฆษณาและแผ่นพับที่ใช้
เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์สำหรับวัยรุ่น กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบในด้านองค์ประกอบและลักษณะของภาพโฆษณาและแผ่นพับ
ที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์สำหรับวัยรุ่น กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาโรคเอดส์ในด้านสาเหตุ การติดต่อ การป้องกัน
อาการ การรักษา และสถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด ในภาพโฆษณาและแผ่นพับ
ที่ใช้เผยแพร่สำหรับวัยรุ่น กรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ภาพโฆษณาและแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์
ที่ผลิตขึ้นในกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2535 จำนวน 24 และ 22 แผ่น ตามลำดับ
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบวิเคราะห์รูปแบบภาพโฆษณาที่ใช้เผยแพร่
ความรู้โรคเอดส์และเกณฑ์ในการวิเคราะห์ แบบวิเคราะห์รูปแบบแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้
โรคเอดส์และเกณฑ์ในการวิเคราะห์ และแบบวิเคราะห์เนื้อหาโรคเอดส์ที่ใช้เผยแพร่สำหรับ
วัยรุ่นและเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ซึ่งได้รับการตรวจสอบความตรง (Validity) และ
ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 6 ท่าน มีค่าความเชื่อมั่น 0.89
0.84 และ 0.91 ตามลำดับ

การเก็บและรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำเกณฑ์ที่ได้รับการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
แล้วมาทำการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของภาพโฆษณาและแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้
โรคเอดส์ จำนวน 24 และ 22 แผ่น ตามลำดับ ด้วยตนเอง

การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ซึ่งเป็นค่าความถี่
มาวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียง

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์รูปแบบภาพโฆษณาที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์ พบว่า

1.1 ภาพโฆษณา มีข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียด คิดเป็นร้อยละ 95.83 79.16 และ 45.83 ตามลำดับ ข้อความทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เป็นตัวอักษรแบบหัวกลม คิดเป็นร้อยละ 52.17 57.89 และ 100.00 ตามลำดับ และมีขนาดของตัวอักษร 1 ขนาด ใน 1 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 65.22 84.21 และ 81.82 ตามลำดับ โดยข้อความพาดหัวส่วนใหญ่ มีขนาดของตัวอักษร $\frac{1}{2}$ นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 34.78 เท่ากัน ข้อความรองพาดหัวส่วนใหญ่ มีขนาดของตัวอักษร $\frac{1}{4}$ และ $\frac{1}{2}$ นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 47.37 เท่ากัน และข้อความที่เสนอรายละเอียดส่วนใหญ่มีขนาดของตัวอักษร $\frac{1}{4}$ นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 54.55

1.2 วรรณะของสีตัวอักษรของข้อความพาดหัวส่วนใหญ่ อยู่ในวรรณะสีร้อน 100 % คิดเป็นร้อยละ 34.78 ส่วนข้อความรองพาดหัวส่วนใหญ่เป็นสีขาว 100 % คิดเป็นร้อยละ 26.32 และข้อความที่เสนอรายละเอียดส่วนใหญ่เป็นสีดำ 100 % คิดเป็นร้อยละ 36.36 ในด้านการใช้สีของตัวอักษรกับสีพื้น ข้อความทั้ง 3 ประเภท ใช้สีของตัวอักษรตัดกับสีพื้น คิดเป็นร้อยละ 91.30 100.00 และ 100.00 ตามลำดับ แต่มีข้อความพาดหัว คิดเป็นร้อยละ 8.70 ที่ใช้สีของตัวอักษรไม่ตัดกับสีพื้น และในด้านการใช้สีในข้อความเดียวกัน ข้อความพาดหัวใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 56.52 และไม่ใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 43.48 ส่วนข้อความรองพาดหัวและข้อความที่เสนอรายละเอียดส่วนใหญ่ ใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 84.21 และ 100.00 ตามลำดับ

1.3 ในการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอของข้อความพาดหัวส่วนใหญ่เป็นวลี คิดเป็นร้อยละ 47.83 แต่สำหรับข้อความรองพาดหัวและข้อความที่เสนอรายละเอียดส่วนใหญ่เป็นประโยคบอกเล่า คิดเป็นร้อยละ 57.89 และ 81.82 ตามลำดับ ส่วนวัตถุประสงค์ในการนำเสนอของข้อความพาดหัวและข้อความรองพาดหัวส่วนใหญ่ คือ

เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ คิดเป็นร้อยละ 43.48 และ 36.84 ตามลำดับ ส่วนข้อความที่เสนอรายละเอียดส่วนใหญ่ คือ เพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 63.64

1.4 ภาพประกอบที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นภาพการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 70.83 ซึ่งในจำนวนนี้เป็นภาพการ์ตูนระบายสี คิดเป็นร้อยละ 66.67 ส่วนในด้านสีส่วนรวมที่ใช้ในภาพประกอบนั้นส่วนใหญ่อยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % สีเย็น 50-75 % คิดเป็นร้อยละ 37.50 ส่วนการใช้สีนั้นส่วนใหญ่ใช้สีไม่เหมือนจริง คิดเป็นร้อยละ 54.17 และใช้สีกลมกลืนในวรรณะเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 66.67

1.5 ภาพโฆษณาที่มีการกำหนดสัดส่วน พื้นที่ของภาพ:พื้นที่ของข้อความ:พื้นที่ว่าง ส่วนใหญ่เท่ากับ 60:20:20 คิดเป็นร้อยละ 16.67 และภาพโฆษณาส่วนใหญ่มีขนาด 15"x 21" คิดเป็นร้อยละ 33.33 สำหรับการออกแบบนั้น ภาพโฆษณาส่วนใหญ่มีความสมดุล คิดเป็นร้อยละ 95.83 ซึ่งในจำนวนนี้เป็นความสมดุลแบบซ้าย-ขวาเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีความแตกต่าง คิดเป็นร้อยละ 70.83 ซึ่งในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เป็นการเน้นความแตกต่างโดยขนาดของภาพและข้อความ คิดเป็นร้อยละ 50.00 ส่วนในเรื่องของจังหวะปรากฏว่า ภาพโฆษณาส่วนใหญ่ไม่มีจังหวะ คิดเป็นร้อยละ 58.33 และมีจังหวะเพียงร้อยละ 41.67 ซึ่งในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เกิดจากการใช้เส้นช่วยให้เกิดการเคลื่อนไหวของสายตา คิดเป็นร้อยละ 25.00 ภาพโฆษณาส่วนใหญ่มีเอกภาพ คิดเป็นร้อยละ 91.67 และมีความกลมกลืน คิดเป็นร้อยละ 95.83

1.6 ในการแสดงตราประจำสถาบันนั้น ส่วนใหญ่จะระบุชื่อเจ้าของภาพโฆษณาเพียงอย่างเดียว และระบุชื่อ แสดงเครื่องหมายเจ้าของภาพโฆษณาและบอกสถานที่อยู่หรือเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้ คิดเป็นร้อยละ 37.50 เท่ากัน ส่วนแนวคิดในภาพโฆษณาส่วนใหญ่ เป็นด้านการป้องกัน คิดเป็นร้อยละ 79.17 นอกจากนั้นภาพโฆษณาส่วนใหญ่ มีจุดดึงดูดสายตาที่ภาพ คิดเป็นร้อยละ 79.17 ซึ่งในจำนวนนี้เป็นลักษณะของภาพถึงร้อยละ 62.50

2. ผลการวิเคราะห์รูปแบบแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์ พบว่า

2.1 แผ่นพับ มีข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียด คิดเป็นร้อยละ 100.00 95.45 และ 100.00 ตามลำดับ ข้อความทั้ง 3 ประเภท ส่วนใหญ่เป็นตัวอักษรแบบหัวกลม คิดเป็นร้อยละ 68.18 80.95 และ 113.64 ตามลำดับ และมีขนาดของตัวอักษร 1 ขนาด ใน 1 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 50.00 76.20 และ 86.36 ตามลำดับ โดยข้อความพาดหัวส่วนใหญ่ มีขนาดของตัวอักษร 36 48-60 พอยท์ และ $\frac{1}{2}$ นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 22.73 เท่ากัน ข้อความรองพาดหัวส่วนใหญ่ มีขนาดของตัวอักษร 18-24 พอยท์ คิดเป็นร้อยละ 28.57 และข้อความที่เสนอรายละเอียดส่วนใหญ่มีขนาดของตัวอักษร 14 พอยท์ คิดเป็นร้อยละ 54.55

2.2 วรรณะของสีตัวอักษรของข้อความพาดหัวส่วนใหญ่ อยู่ในวรรณะสีร้อน 100 % คิดเป็นร้อยละ 22.73 ส่วนข้อความรองพาดหัวส่วนใหญ่เป็นสีดำ 100 % คิดเป็นร้อยละ 28.57 และข้อความที่เสนอรายละเอียดส่วนใหญ่เป็นสีดำ 100 % คิดเป็นร้อยละ 68.18 ในด้านการใช้สีของตัวอักษรกับสีพื้น ข้อความทั้ง 3 ประเภท ใช้สีของตัวอักษรตัดกับสีพื้น คิดเป็นร้อยละ 100.00 เท่ากัน และในด้านการใช้สีในข้อความเดียวกัน ข้อความพาดหัวใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 50.00 และไม่ใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 50.00 ส่วนข้อความรองพาดหัวและข้อความที่เสนอรายละเอียดส่วนใหญ่ ใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 90.48 และ 90.91 ตามลำดับ

2.3 ในการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดส่วนใหญ่เป็นประโยคบอกเล่า คิดเป็นร้อยละ 72.73 71.43 และ 100.00 ตามลำดับ ส่วนวัตถุประสงค์ในการนำเสนอของข้อความพาดหัวส่วนใหญ่ คือ เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ คิดเป็นร้อยละ 36.36 และ ส่วนข้อความรองพาดหัวและข้อความที่เสนอรายละเอียดส่วนใหญ่คือ เพื่อให้การศึกษา คิดเป็นร้อยละ 71.43 และ 95.45 ตามลำดับ

2.4 ภาพประกอบที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นภาพการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 77.27 จึงในจำนวนนี้เป็นภาพการ์ตูนระบายสี คิดเป็นร้อยละ 72.73 ส่วนในด้านสีส่วนรวมที่ใช้

ในภาพประกอบนั้นส่วนใหญ่อยู่ในวาระสีร้อน 25-50 % สีเย็น 25-50 % คิดเป็นร้อยละ 50.00 ส่วนการใช้สีนั้นใช้สีเหมือนจริงและไม่เหมือนจริง คิดเป็นร้อยละ 50.00 เท่ากัน และส่วนใหญ่ใช้สีกลมกลืนในวาระเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 60.00

2.5 แผ่นพับมีการจัดหน้า โดยส่วนใหญ่คือ มีปกหน้าและปกหลัง มีจำนวนหน้า 6 หน้า และการจัดวางเนื้อหาจบลงในแต่ละหัวข้อย่อย คิดเป็นร้อยละ 72.73 77.27 และ 68.18 ตามลำดับ ส่วนในการเรียงลำดับเนื้อหา ส่วนใหญ่เนื้อหาด้านสาเหตุ ถูกนำเสนอเป็นลำดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 40.91 ด้านการติดต่อ ถูกนำเสนอเป็นลำดับที่ 2 และ 3 คิดเป็นร้อยละ 31.82 เท่ากัน ด้านการป้องกัน ถูกนำเสนอเป็นลำดับที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 36.36 ด้านสถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด ถูกนำเสนอเป็นลำดับที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 22.73 ส่วนเนื้อหาด้านอาการของโรคและการรักษา ถูกนำเสนอเป็นลำดับที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 18.18 และ 22.73 ตามลำดับ

2.6 ในการแสดงตราประจำสถาบันนั้น ส่วนใหญ่ระบุชื่อ แสดงเครื่องหมายเจ้าของแผ่นพับและบอกสถานที่อยู่หรือเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้ คิดเป็นร้อยละ 36.36 ส่วนแนวคิดในแผ่นพับ ส่วนใหญ่เป็นด้านการป้องกัน คิดเป็นร้อยละ 100.00 นอกจากนี้แผ่นพับส่วนใหญ่มีลักษณะของเนื้อหาเป็นการเขียนแบบบรรยาย คิดเป็นร้อยละ 95.45

3. ผลการวิเคราะห์เนื้อหาโรคเอดส์ของภาพโฆษณาและแผ่นพับ

ภาพโฆษณาส่วนใหญ่ เสนอแนวคิด 1 แนวคิด ใน 1 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 50.00 และแผ่นพับส่วนใหญ่ เสนอแนวคิด 4 แนวคิด ใน 1 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 31.82 ส่วนในด้านเนื้อหาที่ปรากฏ ภาพโฆษณาและแผ่นพับส่วนใหญ่ แสดงเนื้อหาด้านการป้องกัน คิดเป็นร้อยละ 75.00 100.00 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. จากการวิเคราะห์รูปแบบของภาพโฆษณาและแผ่นพับ ในด้านตัวอักษรพบว่า ใช้ตัวอักษรแบบทวิกลม มากกว่าแบบหัวตัดและไม่มีหัว แบบหวัด และแบบประดิษฐ์ ซึ่งตัวอักษรแบบทวิกลมนี้เป็นแบบที่เป็นทางการ พบได้ในหนังสือแบบเรียน ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา จนถึงมัธยมศึกษา วารสารทางวิชาการ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ผู้วิจัยเชื่อว่ามีเหมาะสมสำหรับการนำเสนอเนื้อหาให้กับทุกกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งวัยรุ่น เพราะนอกจากอ่านง่ายแล้ว วัยรุ่นยังคุ้นเคยกับตัวอักษรแบบนี้จากแบบเรียน อย่างไรก็ตามผลการวิจัยยังพบว่า ส่วนน้อยที่เป็นแบบหัวตัดและไม่มีหัว แบบหวัด และแบบประดิษฐ์ ซึ่งน่าจะถูกนำมาใช้ในสื่อที่ใช้กับกลุ่มวัยรุ่นเพราะ เหมาะกับความสนใจของวัยรุ่นที่นิยมความแปลกใหม่ สมัยนิยม (สุชา จันทน์เอม, 2529)

2. ในด้านวรรณศิลป์ของตัวอักษร ส่วนใหญ่อยู่ในวรรณศิลป์ร้อน 100 % ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า เป็นสีแดง ส้ม และเหลือง ซึ่งมีความฉูดฉาด สอดคล้องกับวัยรุ่นที่ชอบความโดดเด่น สะดุดตา และสีที่ฉูดฉาด (ประสาร ทิพย์ธารา, 2521) และสอดคล้องกับการเลือกใช้สีในสิ่งพิมพ์ เพราะจะทำให้หยุดผู้ชมและดึงดูดความสนใจได้มากกว่า (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530)

3. ในด้านสีของตัวอักษรกับสีพื้น จากการวิเคราะห์พบว่าส่วนใหญ่ใช้สีตัดกัน ทำให้อ่านง่าย มีความชัดเจน สอดคล้องกับหลักของภาพโฆษณาและแผ่นพับ ซึ่งควรจะให้อ่านง่ายเป็นสิ่งสำคัญ และควรเป็นตัวอักษรสีเข้มบนพื้นสีอ่อน สีของตัวอักษรที่ตัดที่สุดของตัวอักษรบนภาพโฆษณา ที่ทำให้เห็นชัดและอ่านง่าย คือ ตัวอักษรสีดำบนพื้นเหลือง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530) ส่วนงานวิจัยของ วราภรณ์ กฤษณพันธ์ (2528) เรื่องผลของสีของตัวอักษรและสีพื้นหลังที่มีความยากง่ายในการอ่าน ของนัก เรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่า ตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้นขาว สีดำบนพื้นเหลือง สีเขียวบนพื้นขาว และสีดำบนพื้นขาว เป็นกลุ่มที่มีความง่ายในการอ่านสูงสุด และไม่มีความแตกต่างกัน และงานวิจัยของ เฉลิมพล ว่องวิทย์การ (2526) เรื่องผลของหมึกต่างสีที่ใช้พิมพ์เอกสาร

ประกอบการเรียนของนักเรียนระดับอุดมศึกษาที่มีต่อความเข้าใจในการอ่าน พบว่าเอกสารที่พิมพ์ด้วยสีเขียวและดำ ก่อให้เกิดความเข้าใจในการอ่านสูงสุด ตีกว่าที่พิมพ์ด้วยหมึกสีแดง อย่างมีนัยสำคัญ 0.5 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับสีของตัวอักษรในข้อความที่เสนอรายละเอียด ซึ่งพบว่าใช้สีดำ 100 % เป็นส่วนใหญ่

4. ในการนำเสนอเนื้อหา พบว่า รูปแบบการนำเสนอของข้อความพาดหัวในภาพโฆษณา ส่วนใหญ่เป็นวลีซึ่งมักเป็นข้อความสั้น ๆ ซึ่งเหมาะกับความชอบของวัยรุ่น ซึ่งมักใช้คำพูดง่าย ๆ สั้น ๆ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ ซึ่งพบว่าเพื่อชักจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้คล้อยตาม หรือสนใจในภาพโฆษณานั้น ๆ

5. จากการวิเคราะห์ภาพประกอบในภาพโฆษณาและแผ่นพับ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นภาพการ์ตูนระบายสี ซึ่งไม่สอดคล้องกับหลักการใช้ภาพประกอบซึ่งควรเป็นภาพถ่าย เพื่อให้ได้ความรู้สึกระทึกใจ และจดจำได้ง่าย หรือภาพจำลองของจริงซึ่งอาจเป็นภาพลายเส้นหรือภาพระบายสี ซึ่งจะทำให้เข้าใจในเนื้อหาได้ แต่บางครั้งภาพที่ชัดแจ้งเกินไปอาจดูน่าเบื่อได้ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยต่อไปนี้

สุนันท์ จุฑะศร (2509) พบว่า ภาพเขียนหยาบมีรายละเอียดน้อย ซึ่งมีลักษณะตรงกับภาพวาดลายเส้นที่มีรายละเอียดน้อย เป็นภาพที่นักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนต้นชอบมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จินตนา ยันตรศาสตร์ (2515) ซึ่งศึกษาอิทธิพลของภาพต่างชนิดที่มีผลต่อการเรียนทางวิทยาศาสตร์ของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่าภาพวาดลายเส้นขาวดำอย่างง่าย ให้ผลการเรียนรู้ดีกว่าภาพขาวดำที่แสดงรายละเอียด

นอกจากนี้แล้ว ศรีสุตา ทองสุข (2526) ได้ทำการวิจัยพบว่า นักเรียนที่มีอายุน้อย ชอบภาพที่มีลักษณะง่าย และรายละเอียดน้อย ต่อมาเมื่อ รุจิรา คัมเจริญ (2527) ทำการวิจัยเกี่ยวกับประเภทของภาพที่มีผลต่อความคงทนของเด็กเรียนซ้ำ พบว่าภาพลายเส้นให้ประสิทธิภาพทางการเรียนรู้ดีกว่าภาพวาดเหมือนจริงซึ่งมีรายละเอียดมาก และภาพถ่าย ตามลำดับ ส่วนจินดารัตน์ เน็ชรวงค์ (2527) ทำการวิจัยพบว่า

ภาพที่มีรายละเอียดน้อยส่งผลการเรียนรู้ต่อผู้เรียนและทำให้จำสิ่งที่เรียนได้ดีกว่าภาพที่มีรายละเอียดมาก

และผลงานวิจัยของ กรอปเปอร์ (Groppe, 1966) ได้วิจัยพบว่า รายละเอียดของภาพมีส่วนกำหนดความสำเร็จ และความล้มเหลวในการเรียนรู้ของผู้เรียน การเพิ่มเนื้อหาารายละเอียดหรือแต่งเติมภาพเพื่อให้มีลักษณะเหมือนจริงมากขึ้น จะไม่มีผลต่อการเรียนรู้และความเข้าใจของนักเรียนเพิ่มขึ้น

จะเห็นได้ว่า ถ้าต้องการใช้ภาพดึงดูดความสนใจควรเป็นภาพที่เหมือนจริงหรือภาพถ่าย แต่ถ้าต้องการให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจควรใช้ภาพที่มีลักษณะง่าย มีรายละเอียดไม่มาก

6. ในการออกแบบภาพโฆษณา นั้น อัตราส่วนพื้นที่ภาพจะมากที่สุด ซึ่งเป็นผลดี เพราะภาพประกอบทำให้สะดุดตาได้ง่าย ช่วยให้เข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ได้ดีขึ้นทำให้เกิดการจดจำได้ดี (สนั่น ปัทมะทิน, 2520) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บราวน์ และคณะ (Brown and other, 1959) ซึ่งพบว่า ภาพยังมีขนาดใหญ่ขึ้นเท่าใดก็จะช่วยดึงดูดความสนใจของนักเรียนมากขึ้นเท่านั้น ภาพที่มีขนาดโตจะมีผลต่อความชอบของเด็กมากขึ้น นอกจากนี้ เขาวนันท์ เศษจรรย์ (2523) ได้ศึกษาพัฒนาการแบบเรียนประกอบภาพของไทยพบว่า ระดับเด็กเล็ก ภาพประกอบบทเรียนควรมีขนาด 3 ใน 4 ของหน้ากระดาษ ส่วนการกำหนดขนาดภาพประกอบขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบบทเรียน ขนาดบทเรียน และระดับของผู้เรียนที่ใช้บทเรียน

ส่วนหลักการออกแบบอื่น ๆ พบว่า ครึ่งหนึ่งของภาพโฆษณาทั้งหมด มีความสมดุลแนวนอน-ขวาเท่ากัน ซึ่งทำให้ดูน่าเชื่อถือ ศรัทธา เกิดความมั่นคงในจิตใจ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531) แต่ไม่ดึงดูดใจเท่าที่ควรสำหรับวัยรุ่น

7. จากการวิเคราะห์การจัดหน้าในแผ่นพับ เป็นไปตามหลักการคือ ควรมีปก และไม่ควรมีจำนวนหน้ามากเกินไป จนทำให้ผู้อ่านเกิดความเบื่อหน่าย และจัดวางเนื้อหาให้จบลงในแต่ละข้อย่อย ซึ่งทำให้ผู้อ่านติดตามเนื้อหาได้ง่าย ไม่สับสน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530)

ดังนั้น การออกแบบภาพโฆษณาและแผ่นพับ สำหรับวัยรุ่น ผู้ผลิตจึงควรเลือกตัวอักษรที่มีการออกแบบให้ดูหวือหวา แปรกตา ลดความเป็นทางการลง ใช้ตัวอักษรแบบหวัด และแบบประดิษฐ์มากขึ้น เพราะถึงแม้จะอ่านยาก แต่น่าจะดึงดูดความสนใจได้มากกว่า เพราะธรรมชาติของวัยรุ่น ชอบความแปลกใหม่ไม่ซ้ำซาก ส่วนในด้านของภาพประกอบ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรใช้ภาพที่มีสีสันสะดุดตา อาจเป็นภาพลายเส้นที่ระบายสีเพิ่มหรืออาจใช้ภาพนามธรรมบ้าง เพราะถึงแม้จะเข้าใจยากกว่า แต่ก็ทำให้วัยรุ่นสนใจเนื้อหาในรายละเอียดเพิ่มเติมได้ แต่สำหรับภาพการ์ตูนระบายสีนั้น ผู้วิจัยคาดว่า น่าจะเหมาะกับวัยรุ่นในตอนต้น เพราะยังคงมีความเป็นเด็กและยังติดนิสัยของเด็กมาก ส่วนในช่วงวัยรุ่นตอนปลายนั้น เริ่มเป็นผู้ใหญ่มากขึ้น ต้องการการยอมรับว่าตนเองเป็นผู้ใหญ่ จึงมักมีความสนใจที่แตกต่างออกไป ขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างบุคคล และสิ่งรอบข้างด้วย

8. จากการวิเคราะห์เนื้อหาโรคเอดส์ในภาพโฆษณาและแผ่นพับ พบว่า มีเนื้อหา ด้านการป้องกันมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแผนงานหลักในการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์ใน แผนพัฒนาสาธารณสุขแห่งชาติ ฉบับที่ 7 ซึ่งต้องการรณรงค์ให้มีการป้องกัน และมีเจตคติที่ดี ต่อผู้ติดเชื้อ ซึ่งในส่วนนี้ยังมีน้อย และจากการวิเคราะห์ในรายละเอียดพบว่า มีเนื้อหา เกี่ยวกับการใช้ถุงยางอนามัยที่ถูกต้อง และการหลีกเลี่ยงจากคำนิยามที่ผิด ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ามี ความเหมาะสมกับวัยรุ่น เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่สนใจในเรื่องเพศ ใช้เวลาอยู่กับเพื่อนและ สังคม เชื้อฉงเพื่อนมากกว่าบิดามารดา และมักคบกับเพื่อนในวัยเดียวกันจึง ไม่สามารถแนะนำ ในสิ่งที่ถูกต้องหรือเหมาะสมได้

เนื่องจากในปัจจุบันผู้ติดเชื้อเอดส์และผู้มีอาการสัมพันธ์กับเอดส์ เพิ่มจำนวนขึ้นมาก จึงน่าจะมีการนำเสนอเนื้อหาด้านการรักษามากกว่าที่พบ โดยเฉพาะในเรื่องของการปฏิบัติ ตัวหลังการติดเชื้อ และการอยู่ร่วมกับผู้ติดเชื้อ แต่อย่างไรก็ตามการเสนอเนื้อหาโรคเอดส์ จะเปลี่ยนไปตามสถานการณ์และเวลา ซึ่งพบว่าในช่วงแรกเริ่มจากการให้ความรู้เกี่ยวกับ สาเหตุ การติดต่อ และการป้องกันเป็นส่วนใหญ่ เช่น ในช่วงปี พ.ศ. 2528-2534 การ รณรงค์เกี่ยวกับโรคเอดส์ เป็นไปในทางลบ ซึ่งให้เห็นถึงสาเหตุการติดต่อให้ดูน่ากลัว ร้ายแรง

เพื่อให้คนหวาดกลัว และเปลี่ยนพฤติกรรม หลังจากนั้นปี พ.ศ. 2535 จึงเริ่มณรงค์ในทางบวก เพื่อให้มีเจตคติที่ดีต่อโรคเอดส์ และผู้ติดเชื้อ ต่อมาเมื่อกลุ่มเป้าหมายมีความรู้เหล่านี้แล้ว อาจให้ความรู้เฉพาะด้านการรักษาและสถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือดได้ หากยังไม่มีความรู้ในการป้องกันหรือยาในการรักษาได้

โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด ควรจะมีมากขึ้น เพราะปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่ มีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์บ้างแล้ว แต่บางครั้งยังมีความลังเล และวิตกกังวลเมื่อมีอาการเจ็บป่วยคล้ายอาการของโรคเอดส์ไม่ว่าจะระยะใดก็ตาม หรือหากมีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์ จึงต้องการข้อมูลเพิ่มเติมหรือคำปรึกษา หรือบางครั้งอาจต้องการตรวจเลือด จึงจำเป็นที่จะต้องมีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ผลิตควรคำนึงถึงหลักการออกแบบภาพโฆษณาและแผ่นพับ เกี่ยวกับการเลือกใช้ตัวอักษร ภาพประกอบ ให้เหมาะกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย
2. ในการนำเสนอเนื้อหาในภาพโฆษณาและแผ่นพับ ควรคำนึงถึงข้อดีและข้อจำกัดของภาพโฆษณาและแผ่นพับ เช่น ภาพโฆษณาควรมีแนวคิดเพียงแนวเดียว ไม่จำเป็นต้องเสนอรายละเอียด เนื่องจากผู้ดูจะใช้เวลาเพียง 3-4 วินาทีในการดูเท่านั้น หรือแผ่นพับไม่ควรมีจำนวนหน้ามากเกินไป เนื่องจากจะทำให้ผู้ดูเบื่อหน่าย และไม่ติดตาม เป็นต้น
3. ธรรมชาติของวัยรุ่นมีความนิยมชมชอบในตัวบุคคลและเลียนแบบบุคคลที่ตัวเองชื่นชอบ เช่น นักแสดง จากการวิเคราะห์ครั้งนี้ ผู้วิจัยมิได้วิเคราะห์ในประเด็นผู้นำเสนอโดยตรง แต่สังเกตพบว่า ไม่มีการใช้นักแสดงที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่นร่วมสมัยเป็นผู้นำเสนอ (Presenter) ดังนั้นในการผลิตภาพโฆษณาและแผ่นพับครั้งต่อไป น่าจะใช้นักแสดงที่กำลังอยู่ในความนิยมขณะนั้นเป็นผู้นำเสนอ

4. ในด้านเนื้อหาโรคเอดส์ บางครั้งยาวเกินไป ดังนั้นในภาพโฆษณาหรือแผ่นพับ 1 แผ่นจึงควรเสนอเนื้อหาเฉพาะด้าน และเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย เช่น วิธีการปฏิบัติตัวหลัง การติดเชื้อ สำหรับผู้ติดเชื้อเอดส์ การหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์สำหรับ วัยรุ่น เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าภาพประกอบส่วนใหญ่เป็นภาพการ์ตูนระบายสี ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยอื่น จึงควรศึกษาเพิ่มเติมในด้านลักษณะของภาพประกอบที่เหมาะสม สำหรับสิ่งพิมพ์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์
2. ในการวิจัยครั้งนี้ ไม่ได้มุ่งศึกษาความสอดคล้องเหมาะสมของเนื้อหา กับ รูปแบบจิงควรรศึกษาในด้านความสอดคล้องเหมาะสมระหว่างเนื้อหาและรูปแบบของภาพโฆษณา และแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์ สำหรับวัยรุ่นด้วย
3. ควรมีการทำการศึกษาความชอบและไม่ชอบรูปแบบของภาพ โฆษณาและแผ่นพับ ตามความคิดเห็นของวัยรุ่น
4. ควรมีการทำวิจัยในลักษณะการประเมิน ตามกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ เพื่อออก ทิศทางในการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาของภาพ โฆษณาและแผ่นพับต่อไป
5. ควรทำการวิจัยเชิงทดลอง เปรียบเทียบผลการใช้ภาพ โฆษณาหรือแผ่นพับที่มี องค์ประกอบแตกต่างกัน
6. ควรมีการวิเคราะห์สื่อชนิดอื่น ๆ ที่ใช้ในการรณรงค์ป้องกันและเผยแพร่ ความรู้โรคเอดส์ว่า ตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดในแผนป้องกันและควบคุมโรคเอดส์ ของ กระทรวงสาธารณสุข