บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบในด้านองค์ประกอบและลักษณะของภาพโฆษณาและแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์สำหรับวัยรุ่น กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาโรคเอดส์ในด้านสาเหตุ การติดต่อ การป้องกัน อาการ การรักษา และสถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด ในภาพโฆษณาและแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์สำหรับวัยรุ่น กรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง ดังต่อไปนี้

<u>ส่วนที่ 1</u> ผลการวิเคราะห์รูปแบบภาพโฆษณาที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์สำหรับวัยรุ่น แสดงไว้ในตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 19

<u>ส่วนที่ 2</u> ผลการวิเคราะห์รูปแบบแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์สำหรับวัยรุ่น แสดงไว้ในตารางที่ 20 ถึงตารางที่ 37

<u>ส่วนที่ 3</u> ผลการวิเคราะห์เนื้อหาโรคเอดส์ของภาพโฆษณาและแผ่นพับสำหรับวัยรุ่น แสดงไว้ในตารางที่ 38 ถึงตารางที่ 39

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<u>ส่วนที่ 1</u> ผลการวิเคราะห์รูปแบบภาพโฆษณาที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพโฆษณา จำแนกตามข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียด

ข้อความ	จำนวน (N=24)	ร้อยละ
ข้อความพาดหัว	23	95.83
ข้อความรองพาดหัว	19	79.16
ข้อความที่เสนอรายละเอียด	11	45.83

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ภาพโฆษณาส่วนใหญ่มีข้อความพาดหัว คิดเป็นร้อยละ 95.83 และข้อความรองพาดหัว คิดเป็นร้อยละ 79.16 แต่มีข้อความที่เสนอรายละเอียดเพียงร้อยละ 45.83

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดของภาพโฆษณา จำแนกตามแบบของตัวอักษร

แบบของตัวอักษร	ข้อความพาดหัว		ข้อความรองพาดหัว		ข้อความที่เสนอรายละเอียด	
	จำนวน (N = 23)*	ร้อยละ	จำนวน (N = 19)*	ร้อยละ	จำนวนรายละเอียด (N =11)*	ร้อยละ
แบบหัวกลม	12	52.17	11	57.89	11	100.00
แบบหัวตัดและไม่มีหัว	10	4.38	7	36.84	1	9.09
แบบคัดลายมือหรือตัวอาลักษณ์	-	-	-	-	-	-
แบบหวัด	6	26.09	4	21.05	1	9.09
แบบประดิษฐ์	5	21.74	-	-	-	-

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัวในภาพโฆษณาส่วนใหญ่เป็นตัวอักษรแบบหัวกลม คิดเป็นร้อยละ 52.17 รองลงมาเป็นตัวอักษรแบบหวัด แบบประดิษฐ์และแบบหัวตัดและไม่มีหัว คิดเป็นร้อยละ 26.09 21.74 และ 4.38 ตามลำดับ ข้อความรองพาดหัวในภาพโฆษณาส่วนใหญ่เป็นตัวอักษรแบบหัวกลม คิดเป็นร้อยละ 57.89 รองลงมาเป็นตัวอักษรแบบหัวตัดและไม่มีหัว และแบบหวัด คิดเป็นร้อยละ 36.84 และ 21.05 ตามลำดับ ส่วนข้อความที่เสนอรายละเอียดในภาพโฆษณาส่วนใหญ่เป็นตัวอักษรแบบหัวกลม คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาเป็นตัวอักษรแบบหัวตัดและไม่มีหัว และแบบหวัด คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียด จำแนกตามจำนวนขนาดตัวอักษรของข้อความในภาพโฆษณา

ข้อความ	จำนวนขนาดตัวอักษรของข้อความ					
	1	ร้อยละ	2	ร้อยละ	3	ร้อยละ
ข้อความพาดหัว (N = 23)	15	65.22	6	26.09	2	8.70
ข้อความรองพาดหัว (N = 19)	16	84.21	3	15.79	-	-
ข้อความที่เสนอรายละเอียด (N = 11)	9	81.82	2	18.18	-	-

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัวในภาพโฆษณาส่วนใหญ่มีตัวอักษร 1 ขนาดใน 1 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 65.22 รองลงมาคือ มีตัวอักษร 2 และ 3 ขนาดใน 1 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 26.09 และ 8.70 ตามลำดับ ข้อความรองพาดหัวในภาพโฆษณาส่วนใหญ่มีตัวอักษร 1 ขนาดใน 1 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 84.21 รองลงมาคือ มี 2 ขนาดใน 1 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 15.79 ส่วนข้อความที่เสนอรายละเอียดในภาพโฆษณา ส่วนใหญ่มีตัวอักษร 1 ขนาดใน 1 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 81.82 รองลงมาคือ มีตัวอักษร 2 ขนาดใน 1 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 18.18

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดในภาพโฆษณา จำแนกตามขนาดของตัวอักษร

ขนาดของตัวอักษร (นิ้ว)	ข้อความพาดหัว		ข้อความรองพาดหัว		ข้อความที่เสนอรายละเอียด	
	จำนวน (N=23)*	ร้อยละ	จำนวน (N=19)*	ร้อยละ	จำนวน (N=11)*	ร้อยละ
18 พอยท์**	-	-	-	-	1	9.09
$^1/_8$	-	-	-	-	3	27.27
$^1/_4$	4	17.39	9	47.37	6	54.55
$^1/_2$	8	34.78	9	47.37	1	9.09
$^3/_4$	5	21.74	1	5.26	2	18.18
1	8	34.78	2	10.53	-	-
$1^1/_4$	3	13.04	1	5.26	-	-
$2^1/_2$	2	8.70	-	-	-	-
$2^3/_4$	2	8.70	-	-	-	-
$4^1/_4$	1	4.35	-	-	-	-

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

** พอยท์ คือ หน่วยที่ใช้วัดขนาดของตัวอักษร 1 พอยท์ = $^1/_{72}$ นิ้ว

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัวในภาพโฆษณา ส่วนใหญ่มีขนาดของตัวอักษร $^1/_2$ และ 1 นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 34.78 รองลงมาคือขนาด $^3/_4$ นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 21.74 ข้อความรองพาดหัวในภาพโฆษณาส่วนใหญ่มีขนาดของตัวอักษร $^1/_4$ และ $^1/_2$ นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 47.37 รองลงมาคือ ขนาด 1 นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 10.53 ส่วนข้อความที่เสนอรายละเอียดในภาพโฆษณา ส่วนใหญ่มีขนาดของตัวอักษร $^1/_4$ นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาคือ ขนาด $^1/_8$ นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 27.27

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัวในภาพโฆษณา จำแนกตามวรรณะของสีตัวอักษร

วรรณะของสีตัวอักษร	จำนวน (N=23)	ร้อยละ
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 100 %	8	34.78
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีเย็น 100 %	3	13.04
สีของตัวอักษรเป็นสีขาว 100 %	2	8.70
สีของตัวอักษรเป็นสีดำ 100 %	3	13.04
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 75-100 % สีเย็น 0-25 %	1	4.35
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 50-75 % สีเย็น 0-25 %	1	4.35
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 50-75 % สีดำ 0-25 %	1	4.35
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 75-100 % สีดำ 0-25 %	1	4.35
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 % สีดำ 75-100 %	1	4.35
สีของตัวอักษรเป็นสีขาว 50-75 % สีดำ 0-25 %	1	4.35
สีของตัวอักษรเป็นสีขาว 25-50 % สีดำ 0-25 % และอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 %	1	4.35
รวม	23	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัวในภาพโฆษณาส่วนใหญ่อยู่ในวรรณะสีร้อน 100 % คิดเป็นร้อยละ 34.78 รองลงมาคือ วรรณะสีเย็น 100 % และเป็นสีดำ 100 % คิดเป็นร้อยละ 13.04

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความรองพาดหัวในภาพโฆษณา จำแนกตามวรรณะของสีตัวอักษร

วรรณะของสีตัวอักษร	จำนวน (N=19)	ร้อยละ
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 100 %	4	21.05
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีเย็น 100 %	4	21.05
สีของตัวอักษรเป็นสีขาว 100 %	5	26.32
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 50-75 % สีดำ 25-50 %	2	10.53
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 % สีดำ 50-75 %	1	5.26
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีเย็น 50-25 % สีดำ 25-50 %	1	5.26
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 % สีดำ 75-100 %	1	5.26
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % สีเย็น 50-75 %	1	5.26
รวม	19	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ข้อความรองพาดหัวในภาพโฆษณา ส่วนใหญ่เป็นสีขาว 100 % คิดเป็นร้อยละ 26.32 รองลงมาคือ วรรณะสีร้อน 100 % และวรรณะสีเย็น 100 % คิดเป็นร้อยละ 21.05

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความที่เสนอรายละเอียดในภาพโฆษณา จำแนกตามวรรณะของสีตัวอักษร

วรรณะของสีตัวอักษร	จำนวน (N=11)	ร้อยละ
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 100 %	1	9.09
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีเย็น 100 %	2	18.18
สีของตัวอักษรเป็นสีขาว 100 %	2	18.18
สีของตัวอักษรเป็นสีดำ 100 %	4	36.36
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีเย็น 0-25 % สีดำ 75-100 %	1	9.09
สีของตัวอักษรเป็นสีขาว 0-25 % สีดำ 75-100 %	1	9.09
รวม	11	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ข้อความที่เสนอรายละเอียดในภาพโฆษณาส่วนใหญ่เป็นสีดำ 100 % คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ อยู่ในวรรณะสีเย็น 100 % และเป็นสีขาว 100 % คิดเป็นร้อยละ 18.18

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดในภาพโฆษณา จำแนกตามการใช้สีของตัวอักษรกับสีพื้น

ข้อความ	สีของตัวอักษรตัดกับสีพื้น		สีของตัวอักษรไม่ตัดกับสีพื้น	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ข้อความพาดหัว (N = 23)	21	91.30	2	8.70
ข้อความรองพาดหัว (N = 19)	19	100.00	-	-
ข้อความที่เสนอรายละเอียด (N = 11)	11	100.00	-	-

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดในภาพโฆษณา ส่วนใหญ่สีของตัวอักษรตัดกับสีพื้น คิดเป็นร้อยละ 91.30 100.00 และ 100.00 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดในภาพโฆษณา จำแนกตามการใช้สีในข้อความเดียวกัน

ข้อความ	ข้อความเดียวกัน ใช้สีเดียวกัน		ข้อความเดียวกัน ไม่ใช้สีเดียวกัน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ข้อความพาดหัว (N = 23)	13	56.52	10	43.48
ข้อความรองพาดหัว (N = 19)	16	84.21	3	15.79
ข้อความที่เสนอรายละเอียด (N = 11)	11	100.00	-	-

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัวในภาพโฆษณา ใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 56.52 และไม่ใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 43.48 ข้อความรองพาดหัวในภาพโฆษณาใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 84.21 และไม่ใช้สีเดียวกันในข้อความคิดเป็นร้อยละ 15.79 ส่วนข้อความที่เสนอรายละเอียด ใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดในภาพโฆษณา ในการนำเสนอเนื้อหาจำแนกตามรูปแบบและวัตถุประสงค์การนำเสนอ

การนำเสนอเนื้อหา	ข้อความพาดหัว		ข้อความรองพาดหัว		ข้อความที่เสนอรายละเอียด	
	จำนวน (N=23)*	ร้อยละ	จำนวน (N=19)*	ร้อยละ	จำนวน (N=11)*	ร้อยละ
รูปแบบการนำเสนอ						
คำ	1	4.35	2	10.53	4	36.36
วลี	11	47.83	10	52.63	7	63.64
ประโยคบอกเล่า	9	39.13	11	57.89	9	81.82
ประโยคคำถาม	1	4.35	3	15.79	1	9.09
ประโยคปฏิเสธ	1	4.35	1	5.26	4	36.36
วัตถุประสงค์การนำเสนอ						
เพื่อแจ้งให้ทราบ	7	30.43	4	21.05	-	-
เพื่อให้การศึกษา	2	8.70	6	31.58	7	63.64
เพื่อสร้างความพึงพอใจ	-	-	-	-	-	-
เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ	10	43.48	7	36.84	4	36.36
เพื่อเตือนใจ	2	8.70	4	21.05	2	18.18
เพื่อดึงดูดความสนใจ	5	21.74	1	5.26	-	-

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัวในภาพโฆษณา ส่วนใหญ่มีรูปแบบการนำเสนอเป็นวลี คิดเป็นร้อยละ 47.83 รองลงมาเป็นประโยคบอกเล่า คิดเป็นร้อยละ 39.13 และส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ คือ เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ คิดเป็นร้อยละ 43.48 รองลงมาคือ เพื่อแจ้งให้ทราบ คิดเป็นร้อยละ 30.43 ข้อความรองพาดหัวในภาพโฆษณาส่วนใหญ่มีรูปแบบการนำเสนอเป็นประโยคบอกเล่า คิดเป็นร้อยละ 57.87 รองลงมาเป็นวลี คิดเป็นร้อยละ 52.63 และส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ คือ เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ คิดเป็นร้อยละ 36.84 รองลงมาคือ เพื่อให้การศึกษา คิดเป็นร้อยละ 31.58 ข้อความที่เสนอรายละเอียดในภาพโฆษณา ส่วนใหญ่มีรูปแบบการนำเสนอเป็นประโยคบอกเล่า คิดเป็นร้อยละ 81.82 รองลงมาเป็นวลี คิดเป็นร้อยละ 63.64 และส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ คือ เพื่อให้การศึกษา คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมาคือ เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ คิดเป็นร้อยละ 36.36

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพโฆษณา จำแนกตามลักษณะของภาพประกอบ

ลักษณะของภาพประกอบ	จำนวน (N=24)*	ร้อยละ
ภาพจริงหรือภาพเหมือนจริง	9	37.50
ภาพวาดลายเส้น	-	-
ภาพระบายสี	1	4.17
ภาพถ่าย	9	37.50
ภาพการ์ตูน	17	70.83
ภาพวาดลายเส้น	1	4.17
ภาพระบายสี	16	66.67
ภาพนามธรรม	-	-
ภาพวาดลายเส้น	-	-
ภาพระบายสี	-	-
ไม่มีภาพประกอบ	-	-

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ภาพโฆษณาส่วนใหญ่มีภาพประกอบเป็นภาพการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 70.83 ซึ่งเป็นภาพการ์ตูนประเภทระบายสี คิดเป็นร้อยละ 66.67 และภาพการ์ตูนประเภทวาดลายเส้น คิดเป็นร้อยละ 4.17 รองลงมาคือ ภาพจริงหรือภาพเหมือนจริง คิดเป็นร้อยละ 37.50 ซึ่งเป็นภาพจริงหรือภาพเหมือนจริงประเภทภาพถ่าย คิดเป็นร้อยละ 37.50 และประเภทภาพระบายสี คิดเป็นร้อยละ 4.17

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพโฆษณาที่มีภาพประกอบ ด้านสีส่วนรวมที่ใช้ในภาพประกอบ จำแนกตามวรรณะของสี

วรรณะของสี	จำนวน (N=24)	ร้อยละ
สีของภาพอยู่ในวรรณะสีเย็น 100 %	4	16.67
สีของภาพอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 % สีเย็น 75-100 %	5	20.83
สีของภาพอยู่ในวรรณะสีร้อน 75-100 % สีเย็น 0-25 %	3	12.50
สีของภาพอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % สีเย็น 25-20 %	1	4.17
สีของภาพอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % สีเย็น 50-75 %	9	37.50
สีของภาพอยู่ในวรรณะสีร้อน 10-75 % สีเย็น 25-50 %	2	8.33
รวม	24	100.00

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ภาพประกอบในภาพโฆษณา ส่วนใหญ่มีสีของภาพอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % และสีเย็น 50-75 % คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ วรรณะสีร้อน 0-25 % และสีเย็น 75-100 % คิดเป็นร้อยละ 20.83

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพประกอบในภาพโฆษณา ด้านสีส่วนรวมที่ใช้ในภาพประกอบ จำแนกตามการใช้สี

การใช้สี	จำนวน (N=24)	ร้อยละ
สีเหมือนจริง	11	45.83
สีไม่เหมือนจริง	13	54.17
สีกลมกลืนในวรรณะเดียวกัน	16	66.67
สีคู่ตัดกัน	8	33.33

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า ภาพประกอบในภาพโฆษณา ส่วนใหญ่ใช้สีไม่เหมือนจริง คิดเป็นร้อยละ 54.17 และใช้สีเหมือนจริง คิดเป็นร้อยละ 45.83 และส่วนใหญ่ใช้สีกลมกลืนในวรรณะเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และใช้สีคู่ตัดกัน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพโฆษณา จำแนกตามสัดส่วน (การกำหนดพื้นที่การใช้งานในภาพโฆษณาเป็นพื้นที่ของภาพ : พื้นที่ของข้อความ : พื้นที่ว่าง)

พื้นที่ของภาพ	:	พื้นที่ของข้อความ	:	พื้นที่ว่าง	จำนวน (N=24)	ร้อยละ
10	:	30	:	60	1	4.17
20	:	20	:	60	1	4.17
20	:	60	:	20	1	4.17
20	:	40	:	40	1	4.17
30	:	30	:	40	2	8.33
30	:	40	:	30	2	8.33
30	:	20	:	50	2	8.33
40	:	40	:	20	1	4.17
40	:	30	:	30	2	8.17
40	:	20	:	40	2	8.17
60	:	20	:	20	4	16.67
60	:	10	:	30	1	4.17
70	:	10	:	20	1	4.17
90	:	10	:	0	3	12.50
รวม					24	100.00

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า ภาพโฆษณามีการกำหนดสัดส่วน พื้นที่ของภาพ : พื้นที่ของข้อความ : พื้นที่ว่าง ส่วนใหญ่เท่ากับ 60 : 20 : 20 คิดเป็นร้อยละ 16.67 รองลงมาคือ 90 : 10 : 0 คิดเป็นร้อยละ 12.50

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพโฆษณา จำแนกตามขนาดของภาพโฆษณา

ขนาดของภาพโฆษณา (นิ้ว)	จำนวน (N=24)	ร้อยละ
$9^{3}/_{4}$" x $19^{1}/_{2}$"	3	12.50
12" x $17^{1}/_{2}$"	2	8.33
15" x 21"	8	33.33
24" x $17^{1}/_{2}$"	4	16.67
21" x 30"	7	29.17
รวม	24	100.00

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า ภาพโฆษณาส่วนใหญ่มีขนาด 15" x 21" คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ ขนาด 21" x 30" และ 24" x $17^{1}/_{2}$" คิดเป็นร้อยละ 29.17 และ 16.67 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพโฆษณา จำแนกตามการออกแบบด้านความสมดุล ความแตกต่าง จังหวะ เอกภาพ และความกลมกลืน

หลักการออกแบบ	จำนวน (N=24)*	ร้อยละ
ความสมดุล (N = 24)	**23**	**95.83**
สมดุลแบบซ้าย-ขวาเท่ากัน	12	50.00
สมดุลแบบซ้าย-ขวาไม่เท่ากัน	11	45.83
ไม่มีความสมดุล	1	4.17
ความแตกต่าง (N = 24)	**17**	**70.83**
การเน้นความแตกต่างโดยขนาดของภาพกับข้อความ	12	50.00
- โดยพื้นที่ของภาพมากกว่าข้อความ	11	45.83
- โดยพื้นที่ของข้อความมากกว่าภาพ	1	4.17
การเน้นความแตกต่างโดยรูปร่าง	2	8.33
- โดยลักษณะของรูปร่าง	2	8.33
- โดยขนาดของรูปร่าง	-	-
การเน้นความแตกต่างโดยใช้ความแก่-อ่อนของสีของภาพประกอบ ข้อความ และพื้นหลัง	7	29.17
การเน้นความแตกต่างโดยทิศทาง	-	-
ไม่มีความแตกต่าง	7	29.17

ตารางที่ 16 (ต่อ)

หลักการออกแบบ	จำนวน (N=24)*	ร้อยละ
จังหวะ (N = 24)	10	41.67
การจัดองค์ประกอบของภาพให้เกิดรูปแบบที่มีความซ้ำและต่อเนื่องเป็นระยะ ๆ	4	16.67
การใช้เส้นช่วยให้เกิดการเคลื่อนไหวของสายตา	6	25.00
ไม่มีจังหวะ	14	58.33
เอกภาพ (N = 24)		
มีเอกภาพ	22	91.67
ไม่มีเอกภาพ	2	8.33
ความกลมกลืน (N = 24)		
มีความกลมกลืน	23	95.83
ไม่มีความกลมกลืน	1	4.17

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า ภาพโฆษณาส่วนใหญ่มีความสมดุล คิดเป็นร้อยละ 95.83 โดยมีความสมดุลแบบซ้าย-ขวาเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีความแตกต่าง คิดเป็นร้อยละ 70.83 โดยเป็นการเน้นความแตกต่างโดยขนาดของภาพกับข้อความ คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ การเน้นความแตกต่างโดยการใช้ความแก่-อ่อนของสีของภาพประกอบ ข้อความ และพื้นหลัง คิดเป็นร้อยละ 29.17 ภาพโฆษณาส่วนใหญ่ไม่มีจังหวะ คิดเป็นร้อยละ58.33 แต่มีเอกภาพ คิดเป็นร้อยละ 91.67 และมีความกลมกลืน คิดเป็นร้อยละ 95.83

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพโฆษณา จำแนกตามตราประจำสถาบัน

ตราประจำสถาบัน	จำนวน (N=24)	ร้อยละ
ระบุชื่อเจ้าของภาพโฆษณาเพียงอย่างเดียว	9	37.50
ระบุชื่อและแสดงเครื่องหมายเจ้าของภาพโฆษณา	5	20.83
ระบุชื่อและบอกสถานที่อยู่หรือเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้	1	4.17
ระบุชื่อ แสดงเครื่องหมายเจ้าของภาพโฆษณาและบอกสถานที่อยู่หรือเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้	9	37.50
รวม	24	100.00

จากตารางที่ 17 ภาพโฆษณาส่วนใหญ่ ระบุชื่อเจ้าของภาพโฆษณาเพียงอย่างเดียว และระบุชื่อแสดงเครื่องหมายเจ้าของภาพโฆษณาและบอกสถานที่อยู่หรือเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้ คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ ระบุชื่อและแสดงเครื่องหมายเจ้าของภาพโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 20.83

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพโฆษณา จำแนกตามแนวคิด

แนวคิด	จำนวน (N=24)*	ร้อยละ
สาเหตุ	3	12.50
การติดต่อ	10	41.67
การป้องกัน	19	79.17
อาการของโรค	3	12.50
การรักษา	6	25.00
สถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด	5	20.83
กระตุ้นเตือนใจ	1	4.17

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ภาพโฆษณาส่วนใหญ่ แสดงแนวคิดด้านการป้องกัน คิดเป็นร้อยละ 79.17 รองลงมาคือ การติดต่อและการรักษา คิดเป็นร้อยละ 41.37 และ 25.00 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพโฆษณา จำแนกตามจุดดึงดูดสายตา

จุดดึงดูดสายตา	จำนวน (N=24)*	ร้อยละ
ภาพ	19	79.17
- ลักษณะของภาพ	15	62.50
- สีของภาพ	5	20.83
- ขนาดของภาพ	5	20.83
ตัวอักษร	3	12.50
- แบบของตัวอักษร	-	-
- สีของตัวอักษร	1	4.17
- ขนาดของตัวอักษร	2	8.33
ไม่มีจุดดึงดูดสายตา	2	8.33

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า ภาพโฆษณาส่วนใหญ่มีจุดดึงดูดสายตาที่ภาพ คิดเป็นร้อยละ 79.17 โดยลักษณะของภาพ คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ ตัวอักษร คิดเป็นร้อยละ 12.50 โดยขนาดของตัวอักษร คิดเป็นร้อยละ 8.33

<u>ส่วนที่ 2</u> ผลการวิเคราะห์รูปแบบแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของแผ่นพับ จำแนกตามข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียด

ข้อความ	จำนวน (N=22)	ร้อยละ
ข้อความพาดหัว	22	100.00
ข้อความรองพาดหัว	21	95.45
ข้อความที่เสนอรายละเอียด	22	100.00

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า แผ่นพับส่วนใหญ่มีข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียด คิดเป็นร้อยละ 100.00 95.45 และ 100.00 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดของแผ่นพับ จำแนกตามแบบของตัวอักษร

แบบของตัวอักษร	ข้อความพาดหัว		ข้อความรองพาดหัว		ข้อความที่เสนอรายละเอียด	
	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ	จำนวน (N=21)*	ร้อยละ	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ
แบบหัวกลม	15	68.18	17	80.95	25	113.64
แบบหัวตัดและไม่มีหัว	13	59.09	4	19.05	-	-
แบบคัดลายมือหรือตัวอาลักษณ์	-	-	-	-	-	-
แบบหวัด	3	13.64	5	23.81	2	9.09
แบบประดิษฐ์	3	13.64	-	-	-	-

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัวในแผ่นพับส่วนใหญ่เป็นตัวอักษรแบบหัวกลม คิดเป็นร้อยละ 68.18 รองลงมาเป็นตัวอักษรแบบหัวตัดและไม่มีหัว คิดเป็นร้อยละ 59.09 ข้อความรองพาดหัวในแผ่นพับ ส่วนใหญ่เป็นตัวอักษรแบบหัวกลม คิดเป็นร้อยละ 80.95 รองลงมาเป็นตัวอักษรแบบหวัด คิดเป็นร้อยละ 23.81 และข้อความที่เสนอรายละเอียดในแผ่นพับเป็นตัวอักษรหัวกลม คิดเป็นร้อยละ 113.64 รองลงมาเป็นแบบหวัด คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียด จำแนกตามจำนวนขนาดตัวอักษรของข้อความในแผ่นพับ

ข้อความ	จำนวนขนาดตัวอักษรของข้อความ					
	1	ร้อยละ	2	ร้อยละ	3	ร้อยละ
ข้อความพาดหัว (N = 22)	11	50.00	10	45.45	1	4.55
ข้อความรองพาดหัว (N = 21)	16	76.20	2	9.52	3	14.29
ข้อความที่เสนอรายละเอียด (N = 22)	19	86.36	1	4.55	2	9.09

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัวในแผ่นพับส่วนใหญ่ มีตัวอักษร 1 ขนาดใน 1 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ มีตัวอักษร 2 และ 3 ขนาด คิดเป็นร้อยละ 45.45 และ 4.55 ตามลำดับ ข้อความรองพาดหัวในแผ่นพับส่วนใหญ่ มีตัวอักษร 1 ขนาด ใน 1 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 76.20 รองลงมาคือ มีตัวอักษร 3 และ 2 ขนาด คิดเป็นร้อยละ 14.29 และ 9.52 ตามลำดับ และข้อความที่เสนอรายละเอียดในแผ่นพับส่วนใหญ่มีตัวอักษร 1 ขนาดใน 1 ข้อความ คิดเป็นร้อยละ 86.36 รองลงมาคือมีตัวอักษร 3 และ 2 ขนาด คิดเป็นร้อยละ 9.09 และ 4.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดในแผ่นพับ จำแนกตามขนาดของตัวอักษร

ขนาดของตัวอักษร (พอยท์)	ข้อความพาดหัว		ข้อความรองพาดหัว		ข้อความที่เสนอรายละเอียด	
	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ	จำนวน (N=21)*	ร้อยละ	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ
12	-	-	-	-	2	9.09
12-14	-	-	-	-	1	4.55
14	-	-	2	4.76	12	54.55
14-16	-	-	-	-	-	-
16	-	-	1	4.76	6	27.27
16-18	-	-	1	4.76	2	9.09
18	1	4.55	3	14.29	1	4.55
18-24	1	4.55	6	28.57	1	4.55
24	2	9.09	2	9.52	-	-
24-30	-	-	2	9.52	2	9.09
30	-	-	2	9.52	-	-
30-36	-	-	1	4.76	-	-
36	5	22.73	1	4.76	-	-
36-48	4	18.18	1	4.76	-	-
48	4	18.18	2	9.52	-	-
48-60	5	22.73	1	4.76	-	-
60	4	18.18	1	4.76	-	-

ตารางที่ 23 (ต่อ)

ขนาดของตัวอักษร (พอยท์)	ข้อความพาดหัว จำนวน (N=22)*	ข้อความพาดหัว ร้อยละ	ข้อความรองพาดหัว จำนวน (N=21)*	ข้อความรองพาดหัว ร้อยละ	ข้อความที่เสนอรายละเอียด จำนวน (N=22)*	ข้อความที่เสนอรายละเอียด ร้อยละ
60-72	-	-	1	4.76	-	-
72	1	4.55	1	4.76	-	-
$^{1}/_{2}$ นิ้ว	5	22.73	-	-	-	-
$^{3}/_{4}$ นิ้ว	1	4.55	-	-	-	-
1 $^{1}/_{2}$ นิ้ว	1	4.55	-	-	-	-

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัวในแผ่นพับส่วนใหญ่มีขนาดตัวอักษร 36 48-60 พอยท์ $^{1}/_{2}$ นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 22.73 ข้อความรองพาดหัวในแผ่นพับส่วนใหญ่ มีขนาดตัวอักษร 18-24 พอยท์ คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมาคือ 18 พอยท์ คิดเป็นร้อยละ 14.29 ข้อความที่เสนอรายละเอียดในแผ่นพับส่วนใหญ่มีขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาคือ 16 พอยท์ คิดเป็นร้อยละ 27.27

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัวในแผ่นพับ จำแนกตามวรรณะของสีตัวอักษร

วรรณะของสีตัวอักษร	จำนวน (N=22)	ร้อยละ
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 100 %	5	22.73
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีเย็น 100 %	4	18.18
สีของตัวอักษรเป็นสีขาว 100 %	2	9.09
สีของตัวอักษรเป็นสีดำ 100 %	1	4.55
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 75-100 % สีเย็น 0-25 %	1	4.55
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % สีเย็น 25-50 %	2	9.09
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % สีขาว 25-50 %	1	4.55
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 % สีขาว 75-100 %	1	4.55
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 % สีดำ 75-100 %	1	4.55
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % สีดำ 25-50 %	1	4.55
สีของตัวอักษรเป็นสีขาว 0-25 % สีดำ 75-100 %	1	4.55
สีของตัวอักษรเป็นสีขาว 0-25 % สีดำ 50-75 %	1	4.55
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 % สีดำ 75-100 % และวรรณะสีเย็น 0-25 %	1	4.55
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัวในแผ่นพับส่วนใหญ่อยู่ในวรรณะสีร้อน 100 % คิดเป็นร้อยละ 22.73 รองลงมาคือ วรรณะสีเย็น 100 % เป็นสีขาว 100 % และอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % และสีเย็น 25-50 % คิดเป็นร้อยละ 18.18 9.09 และ 9.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความรองพาดหัวในแผ่นพับ จำแนกตามวรรณะของสีตัวอักษร

วรรณะของสีตัวอักษร	จำนวน (N=21)	ร้อยละ
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 100 %	2	9.52
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีเย็น 100 %	5	26.32
สีของตัวอักษรเป็นสีขาว 100 %	1	4.76
สีของตัวอักษรเป็นสีดำ 100 %	6	28.57
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 % สีเย็น 75-100 %	1	4.76
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % สีเย็น 25-50 %	1	4.76
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 50-75 % สีเย็น 25-50 %	1	4.76
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % สีขาว 25-50 %	1	4.76
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 % สีดำ 50-75 %	1	4.76
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % สีดำ 25-50 %	1	4.76
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะในร้อน 25-50 % สีเย็น 0-25 % และสีดำ 0-25 %	1	4.76
รวม	21	100.00

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า ข้อความรองพาดหัวในแผ่นพับ ส่วนใหญ่เป็นสีดำ 100 % คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมาอยู่ในวรรณะสีเย็น 100 % และอยู่ในวรรณะสีร้อน 100 % คิดเป็นร้อยละ 26.32 และ 9.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความที่เสนอรายละเอียดในแผ่นพับ จำแนกตามวรรณะของสีตัวอักษร

วรรณะของสีตัวอักษร	จำนวน (N=22)	ร้อยละ
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีเย็น 100 %	2	9.09
สีของตัวอักษรเป็นสีดำ 100 %	15	68.18
สีของตัวอักษรเป็นสีดำ 50-75 % วรรณะสีเย็น 0-25 %	2	9.09
สีของตัวอักษรเป็นสีดำ 75-100 % สีขาว 0-25 %	1	4.55
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 % สีขาว 0-25 % และสีดำ 25-50 %	1	4.55
สีของตัวอักษรอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 % สีเย็น 25-50 % และสีดำ 0-25 %	1	4.55
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า ข้อความที่เสนอรายละเอียดในแผ่นพับส่วนใหญ่เป็นสีดำ 100 % คิดเป็นร้อยละ 68.18 รองลงมาอยู่ในวรรณะสีเย็น 100 % และเป็นสีดำ 50-75 % และวรรณะสีเย็น 0-25 % คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดในแผ่นพับ จำแนกตามการใช้สีของตัวอักษรกับสีพื้น

ข้อความ	สีของตัวอักษรตัดกับสีพื้น		สีของตัวอักษรไม่ตัดกับสีพื้น	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ข้อความพาดหัว (N = 22)	22	100.00	-	-
ข้อความรองพาดหัว (N = 21)	21	100.00	-	-
ข้อความที่เสนอรายละเอียด (N = 22)	22	100.00	-	-

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดในแผ่นพับ สีของตัวอักษรตัดกับสีพื้น คิดเป็นร้อยละ 100.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดในแผ่นพับ จำแนกตามการใช้สีในข้อความเดียวกัน

ข้อความ	ข้อความเดียวกัน ใช้สีเดียวกัน		ข้อความเดียวกัน ไม่ใช่สีเดียวกัน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ข้อความพาดหัว (N = 22)	11	50.00	11	50.00
ข้อความรองพาดหัว (N = 21)	19	90.48	2	9.52
ข้อความที่เสนอรายละเอียด (N = 22)	20	90.91	2	9.09

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัวในแผ่นพับ ใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 50.00 และไม่ใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 50.00 ข้อความรองพาดหัวในแผ่นพับใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 90.48 และไม่ใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 9.52 ข้อความที่เสนอรายละเอียดในแผ่นพับ ใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 90.91 และไม่ใช้สีเดียวกันในข้อความ คิดเป็นร้อยละ 9.09

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัว และข้อความที่เสนอรายละเอียดในแผ่นพับ ในการนำเสนอเนื้อหา จำแนกตามรูปแบบและวัตถุประสงค์การนำเสนอ

การนำเสนอเนื้อหา	ข้อความพาดหัว		ข้อความรองพาดหัว		ข้อความที่เสนอรายละเอียด	
	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ	จำนวน (N=21)*	ร้อยละ	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ
รูปแบบการนำเสนอ						
คำ	2	9.09	1	4.76	5	22.73
วลี	5	22.73	13	61.90	15	68.18
ประโยคบอกเล่า	16	72.73	15	71.43	22	100.00
ประโยคคำถาม	1	4.55	6	28.57	2	9.09
ประโยคปฏิเสธ	-	-	1	4.76	1	4.55
วัตถุประสงค์การนำเสนอ						
เพื่อแจ้งให้ทราบ	6	27.27	12	57.14	9	40.91
เพื่อให้การศึกษา	2	9.09	15	71.43	21	95.45
เพื่อสร้างความพอใจ	-	-	-	-	-	-
เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ	8	36.36	3	14.29	7	31.82
เพื่อเตือนใจ	2	9.09	2	9.52	-	-
เพื่อดึงดูดความสนใจ	4	18.18	1	4.76	-	-

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า ข้อความพาดหัวในแผ่นพับ ส่วนใหญ่มีรูปแบบการนำเสนอเป็นประโยคบอกเล่า คิดเป็นร้อยละ 72.73 รองลงมาเป็นวลีและคำ คิดเป็นร้อยละ 22.73 และ 9.09 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ คือ เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ เพื่อแจ้งให้ทราบและเพื่อดึงดูดความสนใจ คิดเป็นร้อยละ27.27 และ 18.18 ตามลำดับ ข้อความรองพาดหัวในแผ่นพับส่วนใหญ่มีรูปแบบการนำเสนอ เป็นประโยคบอกเล่า คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาเป็นวลีและประโยคคำถาม คิดเป็นร้อยละ 61.90 และ 28.57 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอคือ เพื่อให้การศึกษา คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ เพื่อแจ้งให้ทราบและเพื่อเสนอหรือชักจูงใจ คิดเป็นร้อยละ 57.14 และ 14.29 ตามลำดับ ข้อความที่เสนอรายละเอียดในแผ่นพับ ส่วนใหญ่มีรูปแบบการนำเสนอเป็นประโยคบอกเล่า คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาเป็นวลี และคำ คิดเป็นร้อยละ 68.18 และ 22.73 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การนำเสนอคือ เพื่อให้การศึกษา คิดเป็นร้อยละ 95.45 รองลงมาคือ เพื่อแจ้งให้ทราบ และเพื่อเสนอหรือชักจูงใจ คิดเป็นร้อยละ 40.91 และ 31.82 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของแผ่นพับ จำแนกตามลักษณะของภาพประกอบ

ลักษณะของภาพประกอบ	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ
ภาพจริงหรือภาพเหมือนจริง	9	40.91
ภาพวาดลายเส้น	1	4.55
ภาพระบายสี	1	4.55
ภาพถ่าย	9	40.91
ภาพการ์ตูน	17	77.27
ภาพวาดลายเส้น	4	18.18
ภาพระบายสี	16	72.73
ภาพนามธรรม	-	-
ภาพวาดลายเส้น	-	-
ภาพระบายสี	-	-
ไม่มีภาพประกอบ	2	9.09

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า แผ่นพับส่วนใหญ่ มีภาพประกอบเป็นภาพการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 77.27 ซึ่งเป็นภาพการ์ตูนประเภทระบายสี คิดเป็นร้อยละ 72.73 และเป็นภาพการ์ตูนประเภทวาดลายเส้น คิดเป็นร้อยละ 18.18 รองลงมาคือ ภาพจริงหรือภาพเหมือนจริง คิดเป็นร้อยละ 40.91 ซึ่งเป็นภาพจริงหรือเหมือนจริงประเภทภาพถ่าย 40.91 และภาพจริงหรือเหมือนจริงประเภทภาพวาดลายเส้นและภาพระบายสี คิดเป็นร้อยละ 4.55

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของแผ่นพับที่มีภาพประกอบ ด้านสีส่วนรวมที่ใช้ในภาพประกอบ จำแนกตามวรรณะของสี

วรรณะของสี	จำนวน (N=20)	ร้อยละ
สีของภาพอยู่ในวรรณะสีร้อน 100 %	1	5.00
สีของภาพอยู่ในวรรณะสีเย็น 100 %	1	5.00
สีของภาพเป็นสีขาวดำ 100 %	1	5.00
สีของภาพอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % สีเย็น 25-50 %	10	50.00
สีของภาพอยู่ในวรรณะสีร้อน 50-75 % สีเย็น 25-50 %	5	25.00
สีของภาพอยู่ในวรรณะสีร้อน 75-100 % สีเย็น 0-25 %	1	5.00
สีของภาพอยู่ในวรรณะสีร้อน 0-25 % สีเย็น 75-100 %	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 31 แสดงภาพประกอบในแผ่นพับ ส่วนใหญ่มีสีของภาพอยู่ในวรรณะสีร้อน 25-50 % และสีเย็น 25-50 % คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ อยู่ในวรรณะสีร้อน 50-75 % และสีเย็น 25-50 % คิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพประกอบในแผ่นพับ ด้านสีส่วนรวมที่ใช้ในภาพประกอบ จำแนกตามการใช้สี

การใช้สี	จำนวน (N=20)	ร้อยละ
สีเหมือนจริง	10	50.00
สีไม่เหมือนจริง	10	50.00
สีกลมกลืนในวรรณะเดียวกัน	12	60.00
สีคู่ตัดกัน	8	40.00

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่า ภาพประกอบในแผ่นพับ ใช้สีเหมือนจริงคิดเป็นร้อยละ 50.00 และใช้สีไม่เหมือนจริง คิดเป็นร้อยละ 50.00 และส่วนใหญ่ใช้สีกลมกลืนในวรรณะเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และใช้สีคู่ตัดกัน คิดเป็นร้อยละ 40.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของแผ่นพับ จำแนกตามการจัดหน้า ด้านปก จำนวนหน้า และการจัดวางเนื้อหา

การจัดหน้า	จำนวน (N=22)	ร้อยละ
ปก		
มีปกหน้าและปกหลัง	16	72.73
มีปกหน้าอย่างเดียว	6	27.27
จำนวนหน้า (รวมปก)		
6 หน้า	17	77.27
8 หน้า	4	18.18
22 หน้า	1	4.55
การจัดวางเนื้อหา		
เนื้อหาจบลงในแต่ละหน้าของหัวข้อย่อย	15	68.18
เนื้อหาไม่จบลงในแต่ละหน้าของหัวข้อย่อย	7	31.82

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า แผ่นพับส่วนใหญ่มีปกหน้าและปกหลัง คิดเป็นร้อยละ 72.73 มีปกหน้าอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 27.27 แผ่นพับส่วนใหญ่มีจำนวนหน้า (รวมปก) 6 หน้า คิดเป็นร้อยละ 77.27 รองลงมาคือ 8 และ 22 หน้า คิดเป็นร้อยละ 18.18 และ 4.55 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีการจัดวางเนื้อหาจบลงในแต่ละหน้าของหัวข้อย่อย คิดเป็นร้อยละ 68.18 และไม่จบลงในแต่ละหน้าของหัวข้อย่อย คิดเป็นร้อยละ 31.82

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของแผ่นพับ (N = 22) จำแนกตามการเรียงลำดับเนื้อหา

เนื้อหา	ลำดับของเนื้อหา											
	1	ร้อยละ	2	ร้อยละ	3	ร้อยละ	4	ร้อยละ	5	ร้อยละ	6	ร้อยละ
สาเหตุ	9	40.91	2	9.09	-	-	1	4.55	-	-	-	-
การติดต่อ	5	22.73	7	31.82	7	31.82	-	-	-	-	-	-
การป้องกัน	5	22.73	2	9.09	6	27.27	8	36.36	1	4.55	-	-
อาการของโรค	-	-	4	18.18	3	13.64	1	4.55	-	-	-	-
การรักษา	3	13.64	5	22.73	2	9.09	-	-	1	4.55	1	4.55
สถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด	-	-	1	4.55	2	9.09	2	9.09	5	22.73	-	-

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า แผ่นพับส่วนใหญ่ มีลำดับเนื้อหาโดยมีสาเหตุมาเป็นลำดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 40.91 รองลงมาคือ การติดต่อและการป้องกัน คิดเป็นร้อยละ 22.73 ส่วนลำดับที่ 2 คือ การติดต่อ คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมาคือ การรักษาและอาการของโรค คิดเป็นร้อยละ 22.73 และ 18.18 ตามลำดับ ลำดับที่ 3 คือ การติดต่อ คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมาคือ การป้องกันและอาการของโรค คิดเป็นร้อยละ 27.27 และ 13.64 ตามลำดับ ลำดับที่ 4 คือ การป้องกัน คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ สถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด คิดเป็นร้อยละ 9.09 ลำดับที่ 5 คือ สถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด คิดเป็นร้อยละ 22.73 รองลงมาคือ การป้องกันและการรักษาคิดเป็นร้อยละ 4.55 ลำดับที่ 6 คือ การรักษา คิดเป็นร้อยละ 4.55

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของแผ่นพับ จำแนกตามตราประจำสถาบัน

ตราประจำสถาบัน	จำนวน (N=22)	ร้อยละ
ระบุชื่อเจ้าของแผ่นพับเพียงอย่างเดียว	6	27.27
ระบุชื่อและแสดงเครื่องหมายเจ้าของแผ่นพับ	7	31.82
ระบุชื่อและบอกสถานที่อยู่หรือเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้	1	4.55
ระบุชื่อแสดงเครื่องหมายเจ้าของแผ่นพับและบอกสถานที่อยู่หรือเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้	8	36.36
รวม	22	100.00

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า แผ่นพับส่วนใหญ่ระบุชื่อ แสดงเครื่องหมายเจ้าของแผ่นพับและบอกสถานที่อยู่หรือเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้ คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ ระบุชื่อและแสดงเครื่องหมายเจ้าของแผ่นพับ และระบุชื่อเจ้าของแผ่นพับอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 31.82 และ 27.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของแผ่นพับ จำแนกตามแนวคิด

แนวคิด	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ
สาเหตุ	12	54.55
การติดต่อ	19	86.36
การป้องกัน	22	100.00
อาการของโรค	8	36.36
การรักษา	11	50.00
สถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด	11	50.00

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่า แผ่นพับส่วนใหญ่ แสดงแนวคิดด้านการป้องกัน คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ การติดต่อและสาเหตุ คิดเป็นร้อยละ 86.36 และ 54.55 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของแผ่นพับ จำแนกตามลักษณะของเนื้อหา

ลักษณะของเนื้อหา	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ
การเขียนแบบบรรยาย	21	95.45
การเขียนแบบพรรณา	-	-
การเขียนแบบจูงใจ	5	22.73
การเขียนแบบอธิบาย	5	22.73
การเขียนแบบอภิปราย	-	-

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่า แผ่นพับส่วนใหญ่ ลักษณะของเนื้อหาเป็นการเขียนแบบบรรยาย คิดเป็นร้อยละ 95.45 รองลงมาคือ การเขียนแบบจูงใจและการเขียนแบบอธิบาย คิดเป็นร้อยละ 22.73

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพโฆษณาและแผ่นพับ จำแนกตามจำนวนแนวคิดใน 1 แบบ

จำนวนแนวคิด	ภาพโฆษณา		แผ่นพับ	
	จำนวน (N=24)	ร้อยละ	จำนวน (N=22)	ร้อยละ
0	1	4.17	-	-
1	12	50.00	1	4.55
2	5	20.83	1	4.55
3	2	8.33	6	27.27
4	2	8.33	7	31.82
5	1	4.17	5	22.73
6	1	4.17	2	9.09
รวม	24	100.00	22	100.00

จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่า ภาพโฆษณาส่วนใหญ่ มีจำนวนแนวคิด 1 แนวคิดใน 1 แบบ คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ 2 3 และ 4 แนวคิด คิดเป็นร้อยละ 20.83 และ 8.33 ตามลำดับ แผ่นพับส่วนใหญ่ มีจำนวนแนวคิด 4 แนวคิดใน 1 แบบ คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมาคือ 3 และ 5 แนวคิด คิดเป็นร้อยละ 27.27 และ 22.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพโฆษณาและแผ่นพับ จำแนกตามเนื้อหาที่ปรากฏ

เนื้อหา	ภาพโฆษณา		แผ่นพับ	
	จำนวน (N=24)*	ร้อยละ	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ
สาเหตุ	**4**	**16.67**	**12**	**54.55**
ความหมายของโรคเอดส์	3	12.50	8	36.36
สาเหตุการเกิดโรคเอดส์	4	16.67	11	50.00
การติดต่อ	**9**	**37.50**	**19**	**86.36**
ช่องทางการติดต่อ	7	29.17	18	81.22
- การมีเพศสัมพันธ์กับผู้ติดเชื้อ	6	25.00	17	77.27
- การใช้เข็มฉีดยาร่วมกับผู้ติดเชื้อ	5	20.83	17	77.27
- จากมารดาที่มีเชื้อเอดส์สู่ทารกในครรภ์	4	16.67	15	68.18
- การรับเลือดจากผู้ติดเชื้อ	2	8.33	6	27.27
ทางที่ไม่ติดต่อ	4	16.67	12	54.55
- การอยู่ร่วมบ้านกัน	3	12.50	4	18.18
- รับประทานอาหารร่วมกัน	4	16.67	11	50.00
- การพูดคุยกัน	2	8.33	1	4.55
- การใช้โทรศัพท์ร่วมกัน	2	8.33	4	18.18
- ใช้ห้องน้ำร่วมกัน	4	16.67	9	40.91
- ว่ายน้ำในสระเดียวกัน	4	16.67	5	22.73
- การจับมือกัน	4	16.67	9	40.91

ตารางที่ 39 (ต่อ)

เนื้อหา	ภาพโฆษณา		แผ่นพับ	
	จำนวน (N=24)*	ร้อยละ	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ
- ไอ-จาม รดกัน	1	4.17	6	27.27
- การจูบปาก	-	-	1	4.55
- การแตะต้องน้ำตาและเหงื่อ	-	-	2	9.09
- ยุงหรือแมลงกัดหรือต่อย	4	16.67	8	36.36
- ใช้เสื้อผ้าร่วมกัน	2	8.33	2	9.09
- การกอดกัน	3	12.50	2	9.09
- ไปเที่ยวด้วยกัน	-	-	1	4.55
- อาบน้ำร่วมกัน	-	-	2	9.09
- เรียนหรือทำงานร่วมกัน	-	-	5	22.73
- การใช้แก้วน้ำร่วมกัน	-	-	1	4.55
การป้องกัน	**18**	**75.00**	**22**	**100.00**
การเลิกพฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ	14	58.33	20	90.91
- การไม่สำส่อนทางเพศ	8	33.33	16	72.73
- ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้ง	11	45.83	19	86.36
- การไม่ใช้เข็มฉีดยาร่วมกับผู้อื่น	7	29.17	9	40.91
- หลีกเลี่ยงการกระทำตามค่านิยมที่ผิด	2	8.33	3	13.64
- ไม่เสพยาเสพติด	3	12.50	4	18.18
- ไม่ดื่มสุรา	1	4.17	2	9.09

ตารางที่ 39 (ต่อ)

เนื้อหา	ภาพโฆษณา		แผ่นพับ	
	จำนวน (N=24)*	ร้อยละ	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ
- งดการมีเพศสัมพันธ์	1	4.17	-	-
- ไม่ควรยึดอาชีพขายบริการทางเพศ	-	-	1	4.55
การตรวจเลือดก่อนแต่งงาน	3	12.50	1	4.55
การตรวจเลือดก่อนการตั้งครรภ์	-	-	2	9.09
ออกกำลังกาย	1	4.17	1	4.55
ให้ความรักความอบอุ่นแก่ครอบครัว	1	4.17	2	9.09
คุมกำเนิดหากเป็นผู้ติดเชื้อเอดส์	1	4.17	1	4.55
การฆ่าเชื้อโรคเอดส์	-	-	3	13.64
ศึกษาเกี่ยวกับโรคเอดส์	1	4.17	-	-
ใช้หลักธรรม	1	4.17	-	-
อาการของโรค	**3**	**12.50**	**8**	**36.30**
ระยะที่ 1 ระยะไม่ปรากฏอาการ	3	12.50	8	36.36
ระยะที่ 2 ระยะมีอาการสัมพันธ์กับเอดส์	3	12.50	5	22.73
ระยะที่ 3 ระยะโรคเอดส์	3	12.50	4	18.18
การรักษา	**6**	**25.00**	**14**	**63.64**
ไม่มียารักษา	3	12.50	8	36.36
การปฏิบัติหลังการติดเชื้อ	-	-	5	22.73

ตารางที่ 39 (ต่อ)

เนื้อหา	ภาพโฆษณา		แผ่นพับ	
	จำนวน (N=24)*	ร้อยละ	จำนวน (N=22)*	ร้อยละ
การอยู่ร่วมกับคนติดเชื้อ	4	16.67	7	31.82
สถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด	**7**	**29.17**	**11**	**50.00**
สถานที่ให้คำปรึกษาหรือสอบถามเกี่ยวกับโรคเอดส์	7	29.17	10	45.45
สถานที่ตรวจเลือด	1	4.17	6	27.27
ไม่มีเนื้อหา	**1**	**4.17**	**-**	**-**

* เป็นไปได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่า ภาพโฆษณาส่วนใหญ่ แสดงเนื้อหาเรื่องการป้องกัน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ การติดต่อ และสถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด คิดเป็นร้อยละ 37.50 และ 29.17 ตามลำดับ แผ่นพับส่วนใหญ่ แสดงเนื้อหาเรื่องการป้องกัน คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ การติดต่อ และการรักษา คิดเป็นร้อยละ 86.36 และ 63.64 ตามลำดับ