

วรรณคดีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของภาพโฆษณาและแผ่นพับที่ใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์สำหรับวัยรุ่น กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษา หนังสือ เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้สร้างเครื่องมือในการวิจัย และเป็นข้อมูลในการสรุป อภิปรายผล เปรียบเทียบกับข้อค้นพบที่ได้ โดยนำเสนอเรียงลำดับตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับโรคเอดส์
 - 1.1 ความเป็นมาเกี่ยวกับโรคเอดส์
 - 1.2 สาเหตุการเกิดโรคเอดส์
 - 1.3 การติดต่อของโรคเอดส์
 - 1.4 การป้องกันโรคเอดส์
 - 1.5 อาการของโรคเอดส์
 - 1.6 การรักษาโรคเอดส์
 - 1.7 สถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด
 - 1.8 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโรคเอดส์
 2. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
 3. ภาพโฆษณาและแผ่นพับ
 - 3.1 ภาพโฆษณา
 - 3.2 แผ่นพับ
 - 3.3 ลักษณะที่ปรากฏในองค์ประกอบภาพโฆษณาและแผ่นพับ
- ตัวอักษร

- ภาพประกอบ
- ลี
- การออกแบบ
- การจัดหน้า
- การนำเสนอเนื้อหา
- ลักษณะของเนื้อหา

4. วิจารณ์

5. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา
 - 5.1 ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหา
 - 5.2 องค์ประกอบในการวิเคราะห์เนื้อหา
 - 5.3 วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา
 - 5.4 ขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหา
 - 5.5 ความเชื่อถือได้ของการวิเคราะห์
 - 5.6 ประโยชน์ของการวิเคราะห์เนื้อหา
 - 5.7 เกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา

1. แนวคิดเกี่ยวกับโรคเอดส์

1.1 ความเป็นมาเกี่ยวกับโรคเอดส์

โรคเอดส์เป็นโรคที่ค้นพบ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2524 ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยพบว่าผู้ป่วยรายแรกที่พบนี้ มีอาการป่วยแตกต่างจากผู้ป่วยรายอื่น ๆ และมีภูมิคุ้มกันในร่างกายเสื่อมโดยไม่ทราบสาเหตุ ทั้งที่ผู้ป่วยรายนี้เคยมีประวัติภูมิคุ้มกันปกติ และต่อมาได้พบผู้ป่วยที่มีอาการเช่นเดียวกับผู้ป่วยรายนี้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ก่อนที่ใครจะรู้ว่าเป็นโรคเอดส์นั้น โรคเอดส์ก็ได้แพร่ระบาดไปยังประเทศต่าง ๆ อย่างเงียบ ๆ เพราะคนที่ติดเชื้อเอดส์ในระยะแรกยังไม่มีอาการ ดูจากภายนอกจะเห็นว่าร่างกายไม่ผิดปกติ จึงไม่สามารถบอกได้ว่า

ใครเป็นผู้ติดเชื้อเอชไอวี

จากสถิติและสถานการณ์ของโรคเอดส์ที่กล่าวไว้ในบทที่ 1 แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันโรคเอดส์ได้กลายเป็นปัญหาทางสาธารณสุข เศรษฐกิจและสังคมของทุกประเทศทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วทางซีกโลกตะวันตกหรือในประเทศที่กำลังพัฒนา เพราะเป็นโรคที่เกี่ยวข้องกับคนและการมีเพศสัมพันธ์

โรคเอดส์เข้ามาในประเทศไทยสมัยแรก ๆ จากชาวต่างประเทศที่เดินทางมาในประเทศไทย และนำโรคนี้เข้ามา และคนไทยที่เคยเดินทางไปอยู่ต่างประเทศ และมีพฤติกรรมเป็นชายรักร่วมเพศ เมื่อเดินทางกลับมาก็นำเอาโรคนี้กลับมาแพร่ระบาดในหมู่คนไทยโดยไม่รู้ตัว โดยในระยะแรกพบในหมู่ชายรักร่วมเพศ ต่อมาจึงพบในกลุ่มผู้ติดยาเสพติดชนิดฉีดเข้าเส้น จากนั้นจึงแพร่ไปสู่กลุ่มหญิงบริการมากขึ้น รวมทั้งประชาชนทั่วไปที่ไปเที่ยวหญิงบริการ หรือมีพฤติกรรมสับสนทางเพศ ปัจจุบันเราจึงตรวจพบเชื้อเอชไอวีได้ในผู้หญิงทั่วไปไม่ใช่โสเภณี เช่น แม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา ฯลฯ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การแพร่ระบาดของโรคเอดส์ในประเทศไทยเป็นไปอย่างรวดเร็ว คือ พฤติกรรมการเสี่ยงของชายไทยที่นิยมขึ้นครุโดยมีเพศสัมพันธ์กับหญิงโสเภณี ชอบเปลี่ยนคู่นอนบ่อย ๆ ไม่นิยมการใช้ถุงยางอนามัย คิดว่าตนเองไม่อยู่ในกลุ่มที่เสี่ยงต่อการติดโรค และเห็นว่าเอดส์เป็นเรื่องไกลตัว จึงทำให้เราพบผู้ติดเชื้อเอชไอวีได้ในทุกจังหวัด ทุกอำเภอ ทุกสาขาอาชีพ และทุกกลุ่มอายุแม้แต่ทารกแรกเกิด

1.2 สาเหตุการเกิดโรคเอดส์

ผู้ที่ค้นพบเชื้อเอชไอวีคนแรกเป็นชาวฝรั่งเศสชื่อ Luc Montagnier และคณะ โดยสามารถแยกเชื้อได้จากต่อมน้ำเหลืองของคนไข้ที่เป็นรักร่วมเพศ และป่วยเป็นโรคเอดส์ในปี พ.ศ. 2526 และให้ชื่อไวรัสนี้ว่า Lymphadenopathy Associated Virus หรือ (LAV) และในปี พ.ศ. 2527 Robert Gallo และคณะแพทย์จากอเมริกา ก็สามารถแยกเชื้อเอชไอวีได้จากเม็ดเลือดขาวของคนไข้โรคเอดส์ และตั้งชื่อว่า Human T-cell Lymphotropic Virus Type III (HTLV-III) ต่อมาพบว่า LAV และ HTLV-III

เป็นไวรัสตัวเดียวกัน แต่มีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไป จึงได้ตกลงตั้งชื่อเป็นสากลว่า Human Immunodeficiency Virus (HIV) ซึ่งเป็นไวรัสในกลุ่ม Retrovirus สันนิษฐานว่าเป็นไวรัสที่พัฒนาตัวเองมาจากไวรัสที่ทำให้เกิดโรคเฉพาะในสัตว์เท่านั้น แต่ได้พัฒนาขึ้นและค่อย ๆ ทำให้เกิดโรคในสัตว์ที่ใกล้เคียงกับคน เช่น ลิง โดยเฉพาะลิงเขียวในทวีปแอฟริกา (African green monkey) หลังจากนั้นไวรัสนี้อาจติดมาในคน โดยในระยะแรกเป็นไวรัสที่ทำให้เกิดมะเร็งของต่อมน้ำเหลืองในคน ต่อมาจึงเกิดเป็นโรคเอดส์เฉพาะในคนเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีหลักฐานยืนยันที่มาของเชื้อเอดส์อย่างชัดเจน

เมื่อไวรัสชนิดนี้เข้าสู่ร่างกาย จะไปทำลายเซลล์เม็ดเลือดขาวที่ทำหน้าที่ป้องกันโรค ทำให้ภูมิคุ้มกันของคนเสื่อมหรือบกพร่อง จนเป็นสาเหตุให้ร่างกายคนนั้นอ่อนแอ มีอาการเจ็บป่วย รักษาไม่หาย มีอาการรุนแรง และเสียชีวิตในที่สุด จึงทำให้เรียก "กลุ่มอาการของโรคที่เกิดจากภูมิคุ้มกันในร่างกายเสื่อมหรือบกพร่อง" ว่า AIDS ซึ่งย่อมาจาก Acquired Immunodeficiency Syndrome

Acquired	หมายถึง	ภาวะที่เกิดขึ้นภายหลัง มิได้มีมาแต่กำเนิด
Immuno	หมายถึง	เกี่ยวกับระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย
Deficiency	หมายถึง	ความบกพร่อง ความเสื่อม หรือการขาด
Syndrome	หมายถึง	กลุ่มอาการ ซึ่งเป็นโรคที่มีอาการหลาย ๆ อย่าง ไม่เฉพาะที่ระบบใดระบบหนึ่ง

1.3 การติดต่อของโรคเอดส์

การติดเชื้เอดส์ โดยหลักใหญ่ ๆ มีเพียง 2 ทาง คือ

1. ทางเพศสัมพันธ์กับผู้มีเชื้อเอดส์ ทั้งหญิงและชาย ไม่ว่าจะทางช่องคลอด ทวารหนัก หรือปาก ล้วนแต่มีโอกาสติดโรคทั้งสิ้น
2. ทางเลือด ซึ่งแบ่งออกได้เป็น
 - 2.1 การใช้เข็มฉีดยา ที่ไม่สะอาดร่วมกับผู้ติดเชื้อเอดส์ มักพบใน

ผู้ที่ติดเชื้อเอดส์ชนิดนี้เข้าสู่หลอดเลือด การใช้ของมีคม เช่น มีดโกน เข็มสักผิวหนัง หรือเข็มเจาะร่วมกัน ซึ่งทำให้เกิดบาดแผล แล้วไปสัมผัสกับเลือดหรือน้ำเหลืองของคนที่มีเชื้อเอดส์

2.2 จากมารดาที่มีเชื้อเอดส์สู่ทารกในครรภ์ โดยได้รับผ่านทาง "รก" จากมารดาโดยตรง การสัมผัสเลือดของมารดาระหว่างการคลอด และจากการเลี้ยงลูกด้วยนมมารดา

และทางที่ไม่ติดต่อคือ การอยู่ร่วมบ้านหรือที่ทำงานเดียวกัน การรับประทานอาหารร่วมกัน การนวดด้วยกัน การใช้โทรศัพท์ร่วมกัน การใช้ห้องน้ำร่วมกัน ว่ายน้ำในสระเดียวกัน การจับมือกัน ไอ-จามรดกัน การจูบปาก การแตะต้องหน้าตาและเหงื่อ ยุงหรือแมลงกัดหรือต่อย

ปัจจุบันการถ่าย-รับเลือด จากการผ่าตัด ไม่ถือว่าติดเชื้อเอดส์ เพราะเลือดที่ได้จากการบริจาคได้รับการตรวจแล้ว

1.4 การป้องกันโรคเอดส์

เนื่องจากโรคเอดส์เป็นโรคที่ยังไม่มีทางรักษาให้หาย ดังนั้นทางเดียวที่จะแก้ไขได้ คือ การป้องกันจากช่องทางติดต่อคือ ทางเพศสัมพันธ์ ทางเข็มฉีดยา และทางมารดาสู่ทารกในครรภ์ โดยมีวิธีการดังต่อไปนี้

1. การเลือกพฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ

1) การไม่สำส่อนทางเพศ ควรมีเพศสัมพันธ์กับคนคนเดียว คือ สามีหรือภรรยาของตนเอง หลีกเลี่ยงการมีเพศสัมพันธ์กับคนที่ไม่รู้จักและบุคคลที่มีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอดส์ เช่น โสเภณี บุคคลที่มีพฤติกรรมสำส่อนทางเพศ

2) ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งกับผู้อื่นที่ไม่ใช่สามีหรือภรรยา โดยมีข้อควรคำนึงถึงดังนี้

2.1 การเลือกใช้ถุงยางอนามัยที่ดี

1. ใช้ถุงยางที่ผลิตใหม่ไม่หมดอายุ ดูวันที่ผลิต (ไม่เกิน 2 ปี) หรือวันหมดอายุบริเวณช่อง

2. ซอง ไม่ชำรุดหรือมีรอยฉีกขาด

3. เลือกใช้ขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง ถ้าขนาดเล็กเกินไปจะฉีกขาดง่าย หรือถ้าขนาดใหญ่เกินไปก็จะหลุดง่าย

2.2 วิธีใช้ถุงยางอนามัยที่ถูกต้อง

1. ใช้ถุงยางอนามัยขณะที่อวัยวะเพศแข็งตัว
2. หลังจากตรวจสอบว่าถุงยางอนามัยไม่หมดอายุ ซอง ไม่ฉีกขาด ฉีกมุมซอง โดยระวังไม่ให้เล็บมือเกี่ยวถุงยางอนามัยขาด
3. บีบปลายถุงยางเพื่อไล่อากาศออก
4. สวมถุงยางอนามัยโดยให้ม้วนขอบอยู่ด้านนอก
5. สวมถุงยางอนามัยแล้วรูดให้ขอบถุงยางสุดถึง โคนอวัยวะเพศ
6. หลังเสร็จกิจแล้ว ให้ถอดถุงยางอนามัยโดยใช้กระดาษชำระพันโคนถุงยางก่อนที่จะถอด หากไม่มีกระดาษชำระต้องไม่ให้มือสัมผัสด้านนอกของถุงยาง

3) การไม่ใช้เข็มฉีดยาร่วมกับผู้อื่น ควรงดเว้นเสพยาเสพติด แต่หากงดเว้นไม่ได้ หรืออยู่ในระหว่างการรักษา ควรหลีกเลี่ยงวิธีการฉีดยาหรือใช้เข็มฉีดยาส่วส่วนตัว หลีกเลี่ยงการฝังเข็ม สักผิวหนัง หรือเจาะหู โดยใช้เข็มที่ไม่ผ่านการฆ่าเชื้ออย่างถูกวิธี นอกจากนี้ควรหลีกเลี่ยงจากการใช้ของมีคมอื่น ๆ เช่น มีดโกนหรือของใช้ที่ก่อให้เกิดแผลที่ผิวหนัง

4) หลีกเลี่ยงการกระทำตามค่านิยมที่ผิด เช่น การดื่มสุราและของมึนเมา ซึ่งจะทำให้ขาดสติ เป็นสาเหตุให้ถูกชักชวนให้เที่ยวโสเภณี โดยขาดการป้องกัน การเสพยาเสพติดด้วยความอยากลอง ต้องการทำตามเพื่อนในกลุ่ม การเที่ยวสถานเริงรมย์ต่าง ๆ ตามคำชักชวนของเพื่อน

2. การตรวจเลือดก่อนแต่งงาน เป็นการตรวจเลือดคู่สมรส เพื่อจะได้มั่นใจว่าคู่สมรสไม่มีเชื้อเอชไอวี

3. การตรวจเลือดก่อนการตั้งครรภ์ เป็นการตรวจเลือดผู้ที่จะเป็นมารดา เพื่อให้แน่ใจว่าทารกในครรภ์ปลอดภัยจากเอชไอวี เพราะถ้ามารดามีเชื้อเอชไอวี โอกาสที่ทารก

ในครรภ์จะติดเชื้อเอชไอวี จะอยู่ระหว่าง 20-50 % แล้วแต่ระยะของโรคที่มารดาเป็นอยู่

1.5 อาการของโรค

1. ระยะที่ 1 เป็นระยะที่ไม่ปรากฏอาการ ระยะนี้ผู้ป่วยจะไม่มีอาการผิดปกติใด ๆ ภายหลังจากรับเชื้อ 6 สัปดาห์จะตรวจพบเลือดบวก ซึ่งระยะนี้สามารถแพร่เชื้อสู่ผู้อื่นได้

2. ระยะที่ 2 ระยะมีอาการสัมพันธ์กับเอชไอวี ระยะนี้นอกจากเลือดจะให้ผลบวกแล้ว ผู้ติดเชื้ออาจมีอาการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างนานเกิน 3 เดือน ได้แก่

- 1) ต่อมมน้ำเหลืองโตบริเวณ รักแร้ คอ ขาหนีบ
- 2) น้ำหนักตัวลดลงประมาณ 10 % ของน้ำหนักตัว
- 3) มีไข้สูงเกิน 37.8 องศา ติดต่อกัน
- 4) ท้องเสียเรื้อรัง
- 5) ไอเรื้อรัง
- 6) เกิดเชื้อราในช่องปาก ลิ้น คอ เป็นฝ้าขาว

3. ระยะที่ 3 ระยะโรคเอชไอวีหรือระยะเอชไอวีเต็มขั้น นอกจากจะมีอาการดังกล่าวในระยะที่ 2 ภูมิคุ้มกันของผู้ติดเชื้อถูกทำลายลงมาก ทำให้เกิดโรคที่ไม่สามารถทำอันตรายคนปกติได้เรียกว่า "โรคฉวยโอกาส" อาการที่พบในขณะนี้ได้แก่

- 1) วัณโรคในต่อมน้ำเหลือง
- 2) ปอดบวมด้วยเชื้อ *Pneumocystis Carinii* จะมีไข้ ไอ หอบ
- 3) มะเร็งหลอดเลือด (Kaposi's Sarcoma) มีอาการเป็นจ้ำสีม่วง

และคล้ายตามผิวหนัง

- 4) สมองอักเสบจากเชื้อ *Cryptococcus* มีอาการปวดศีรษะ คอแข็ง
- 5) เป็นเรื้อรังชนิดกลากหรือเรื้อรัง เช่น ที่หน้าอก อวัยวะเพศ
- 6) การติดเชื้อราของทางเดินอาหาร มีอาการเจ็บคอ กลืนลำบาก

1.6 การรักษา

1. ขณะนี้ยังไม่มียาที่สามารถรักษาโรคเอดส์ให้หายได้ จึงใช้การรักษาตามอาการที่ปรากฏ การใช้ยา AZT (Azidothymidine) ภายใต้การดูแลของแพทย์ ยานี้มีฤทธิ์ยับยั้งการแบ่งตัวของไวรัสเอดส์ แต่ไม่สามารถกำจัดไวรัสให้หมดไปจากร่างกายได้ จึงทำให้ผู้ติดเชื้อมีชีวิตยืนยาวต่อไปอีกช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น สำหรับผลข้างเคียงของยานี้ได้แก่ อาการคลื่นไส้ อาเจียน โลหิตจาง

2. การปฏิบัติตัวหลังการติดเชื้อ

- 1) ไม่ควรวิตกกังวลเกินไป
- 2) รับประทานอาหารที่มีประโยชน์ครบทุกหมู่
- 3) รักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ
- 4) งดสิ่งเสียดิตทุกชนิด
- 5) ใช้ถุงยางอนามัยทุกครั้งเมื่อมีเพศสัมพันธ์ เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อเอดส์
- 6) ไม่ควรตั้งครรภ์ เพราะทารกมีโอกาสติดเชื้อเอดส์ 20-50 %
- 7) งดบริจาคเลือดและอวัยวะ
- 8) งดพฤติกรรมเสี่ยงต่อการรับเชื้อเพิ่มขึ้น
- 9) พบแพทย์อยู่สม่ำเสมอและเมื่อมีอาการผิดปกติ

3. การอยู่ร่วมกันกับผู้ติดเชื้อเอดส์

- 1) เป็นเพื่อนที่ดีกับผู้ติดเชื้อ
- 2) ปลอบขวัญและให้กำลังใจเพื่อให้เขาคลายความกลัวและความกังวลใจ
- 3) ส่งเสริมและสนับสนุนวิธีการเพื่อให้เขาเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยงให้น้อยลงหรือหมดไป
- 4) ไม่ควรแสดงท่ารังเกียจหรือ กลัวผู้ติดเชื้อเอดส์ เพราะเขาไม่เป็นอันตรายต่อคุณ

1.7 สถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด

1. สถานที่ให้คำปรึกษาหรือสอบถามเกี่ยวกับโรคเอดส์คือ สถานที่ที่สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ได้แก่ โครงการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์ กระทรวงสาธารณสุข คลินิกนิรนาม สภากาชาดไทย สถานบริการสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาลของรัฐทุกแห่ง ศูนย์ควบคุมโรคติดต่อเขต คลินิกกามโรค องค์การเอกชนและมูลนิธิต่าง ๆ เกี่ยวกับโรคเอดส์

2. สถานที่ตรวจเลือดเพื่อตรวจหาเชื้อเอดส์ ได้แก่ คลินิกนิรนาม สภากาชาดไทย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ศูนย์ควบคุมโรคติดต่อเขต คลินิกกามโรค ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ และ โรงพยาบาลของรัฐทุกแห่ง

1.8 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโรคเอดส์

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า โรคเอดส์ยังไม่มีทางรักษา ทางเดียวที่จะแก้ไขและลดการเพิ่มจำนวนผู้ติดเชื้อเอดส์ได้ คือ เร่งรัดการเผยแพร่ด้านสุขศึกษาและประชาสัมพันธ์ให้เกิดความต่อเนื่อง ในการรับรู้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง

กระทรวงสาธารณสุข จึงเป็นหน่วยงานในการจัดทำแผนงานหลักในการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์ ในแผนพัฒนาสาธารณสุขแห่งชาติ ฉบับที่ 7 โดยมีรายละเอียดให้การสุขศึกษาและประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. จัดให้มีหลักสูตรเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจ เรื่องสาเหตุ การติดต่อ และวิธีป้องกันให้ตนเองปลอดภัยจากโรคเอดส์ รวมทั้งปรับเปลี่ยนค่านิยมในการสำล่อนทางเพศ และการค้าประเวณี แก่เด็กนักเรียน ตั้งแต่ชั้นประถมศึกษาจนถึงชั้นอุดมศึกษา และให้มีการจัดการศึกษาออกโรงเรียนแก่ประชาชนในท้องถิ่นห่างไกล หรือกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เช่น กลุ่มแรงงานหรือกลุ่มชาวประมง เป็นต้น

2. ให้ความรู้ความเข้าใจและประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนทั่วไป และกลุ่มที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชนทุกสาขาอย่างสม่ำเสมอ โดยมีเป้าหมายให้ประชาชนทราบเรื่องสาเหตุ การติดต่อ และการป้องกันโรคเอดส์ ลดการสำล่อนทางเพศ การป้องกัน

ตนเองโดยใช้ถ้อยคำอย่างอนามัย ให้ความสงสารและเห็นใจไม่รังเกียจผู้ติดเชื้อหรือผู้ป่วย รวมทั้งสร้างความมั่นใจในระบบบริการสาธารณสุขทั้งของภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้ สื่อมวลชนของรัฐและรัฐวิสาหกิจ เช่น วิทยุ และ โทรทัศน์จะต้องให้ความร่วมมืออย่างจริงจังและต่อเนื่อง

สำนักนายกรัฐมนตรี เป็นอีกหน่วยงานของรัฐบาลที่ได้จัดทำแผนป้องกันและควบคุมโรคเอดส์แห่งชาติ (พ.ศ. 2535-2539) โดยมีการกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้และสร้างความเข้าใจ โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ความรู้และสร้าง เจตคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับโรคเอดส์และการป้องกันอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่
2. เพื่อเสริมสร้างค่านิยมและแรงจูงใจ ให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เสี่ยงต่อการติดโรคเอดส์
3. เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ และเจตคติที่ถูกต้อง ในการอยู่ร่วมกับผู้ติดเชื้อในสังคมอย่างปกติสุข
4. เพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน ในการบำบัดรักษาและฟื้นฟู ตลอดจนการคุ้มครองสิทธิประชาชนและให้บริการสังคม
5. เพื่อส่งเสริมและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐและธุรกิจเอกชน ตลอดจนองค์กรชุมชน และสื่อมวลชน ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ป้องกันและควบคุมโรคเอดส์ ให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน มีเนื้อหาเป็นมาตรฐานเดียวกัน และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

โดยมีมาตรการในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. เร่งระดมความร่วมมือจาก รัฐ องค์กรศาสนา องค์กรเอกชน สาธารณประโยชน์ ภาคธุรกิจเอกชน ชุมชน และครอบครัว ในการประชาสัมพันธ์ด้วยรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจอย่างทั่วถึงแก่ประชากรทุกกลุ่มอายุ อาชีพ และพื้นที่ โดยเน้น

- 1) การเสริมสร้างความรู้ และเจตคติที่ถูกต้อง เกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ และการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

- 2) การสร้างแรงจูงใจแก่ประชาชนในการลด และ/หรือเลิก พฤติกรรมเสี่ยง
- 3) การเสริมสร้างความเข้าใจของประชาชน ครอบครัว ชุมชน และสถาบันต่าง ๆ ในการอยู่ร่วมกับผู้ติดเชื้อในสังคมอย่างปกติ
- 4) การเสริมสร้าง ค่านิยม และวัฒนธรรมที่ส่งเสริมความอบอุ่น ในครอบครัว ความรัก ซื่อสัตย์กับคู่สมรส และศีลธรรมจรรยา เพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมการสำส่อนทางเพศ รวมทั้งเพื่อดึงผู้ขายบริการทางเพศออกจากอาชีพนี้
- 5) เร่งรัดการประชาสัมพันธ์และอบรมให้หญิง ชาย วัยรุ่น บิดา มารดา และผู้นำชุมชนตระหนักในโทษของการซื้อและขายบริการทางเพศในด้านจิตใจ สังคม วัฒนธรรม และผลเสียด้านสุขภาพอนามัย
- 6) การให้ความรู้ และทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้ถุงยางอนามัย ให้ถูกวิธี ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงถุงยางอนามัย และอุปกรณ์ป้องกัน ที่มีคุณภาพ
- 7) การให้ความรู้ และความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับการตรวจเอ็ดส์ และการทดลองวัดซีน และยาในประเทศไทย
- 8) การสร้างแรงจูงใจในการลด และ/หรือเลิกสารเสพติดและสุรา
- 9) เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และเจตคติ ตลอดจนแรงจูงใจ ในการเคารพสิทธิ์และการไม่ละเมิดสิทธิของประชาชน ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโรคเอดส์
- 10) เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และเจตคติที่ถูกต้องสำหรับผู้ ติดเชื้อและผู้ป่วยในการดูแลตนเอง สร้างกำลังใจ และการป้องกันการแพร่และการรับเชื้อ โรคเอดส์

2. เร่งระดมการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับโรคเอดส์และ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ตลอดจนเพศศึกษา ในสถานศึกษาอย่างเหมาะสม โดยเน้น

- 1) การบรรจุเนื้อหาในหลักสูตร ตั้งแต่ชั้นประถมศึกษา โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับเพศศึกษา การตัดสินใจในความสัมพันธ์ต่างเพศ รวมทั้งชีวิตครอบครัว

ตลอดจนการป้องกันโรคเอดส์และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ การไม่รังเกียจผู้ติดเชื้อและการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการป้องกันโรคดังกล่าว

2) การส่งเสริมกิจกรรมนอกหลักสูตรในโรงเรียน และกิจกรรมการศึกษาออกโรงเรียน รวมทั้งการกีฬาที่ส่งเสริมค่านิยม และพฤติกรรมที่ลดการเสี่ยงต่อการติดโรคเอดส์ รวมทั้งให้เห็นใจผู้ติดเชื้อ

3) สอดแทรกคำถามเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจเรื่องโรคเอดส์ และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ตลอดจนการป้องกันโรคดังกล่าว ในการสอบเข้าของสถานศึกษาและสถานที่ทำงาน

4) การสนับสนุนให้มีชมรม หรือกลุ่มในสถานศึกษาในการให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ และสร้างความเข้าใจเพื่อให้ไม่รังเกียจผู้ติดเชื้อ

3. ส่งเสริมกิจกรรมหรือโครงการให้ความรู้ ความเข้าใจ เรื่องโรคเอดส์ และการป้องกันแก่ข้าราชการ และลูกจ้างทุกคน โดยการอบรมและทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

4. เน้นการใช้สื่อที่เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม โดยนำหลักการ "การตลาด" มาใช้ รวมถึงให้ภาคธุรกิจเอกชนมีส่วนร่วมในการผลิต และให้มีการใช้ภาษาท้องถิ่นหรือภาษาง่าย ๆ ในการประชาสัมพันธ์

5. เร่งรัดการดำเนินการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจอย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง จริงจัง และกว้างขวาง ทั้งกลุ่มเป้าหมายทั่วไปและกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ และให้ความสำคัญแก่ แกนนำ ของกลุ่มในการช่วยขยายผลของการสร้างความเข้าใจ

6. เร่งรัดการประชาสัมพันธ์และฝึกอบรม ตลอดจนสนับสนุนขงยางอนามัย เพื่อป้องกันการระบาดของโรคเอดส์ และกามโรค ในสถานบริการ เช่น สนับสนุนการดำเนินงานตามโครงการถุงยางอนามัย 100 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างกระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข และกลุ่มธุรกิจเอกชน ผู้เป็นเจ้าของหรือผู้จัดการสถานบริการ

7. ส่งเสริมบทบาทของครอบครัว รวมถึงผู้นำกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มชาวบ้าน กลุ่มศาสนา ดารานักแสดง ฯลฯ ในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสร้างแรงจูงใจให้

ประชาชน ลดหรือเลิกพฤติกรรมเสี่ยง

8. ให้รัฐผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ อย่างเพียงพอ ทั้งสื่อสำหรับประชาชนทั่วไป และสื่อเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อทางโทรทัศน์และวิทยุ ตลอดจนกำหนดมาตรการให้สื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐทั้งสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุ จัดสรรเวลาในช่วงที่มีผู้ชมผู้ฟังมาก เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องโรคเอดส์ และยาเสพติดโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

9. เร่งรัดการดำเนินการควบคุมและลงโทษไม่ให้มีภาพยนตร์ วีดีโอ หรือสิ่งพิมพ์ลามกอนาจาร

10. กำหนดมาตรการจูงใจให้ธุรกิจเอกชน องค์กรสาธารณประโยชน์ เอกชน และรัฐวิสาหกิจ สนับสนุนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่แก่ลูกค้าและประชาชน

11. ประสานงานและปรับปรุงสาระของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยหน่วยงานต่าง ๆ ให้มีมาตรฐานเดียวกัน และให้มีการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้องและชัดเจน

12. เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรของรัฐ และองค์กรเอกชน สาธารณประโยชน์ ให้สามารถประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

13. เสริมสร้างและพัฒนาองค์กรที่ทำหน้าที่ประสานงานระดับชาติและระดับจังหวัด ในเรื่องเกี่ยวกับ นโยบาย แผนงาน งบประมาณ และการติดตามประเมินผลของการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในประเทศ และกับองค์กรระหว่างประเทศ

จะเห็นได้ว่า แนวทางการแก้ปัญหาและมาตรการในการดำเนินงานที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ ต้องอาศัยการเผยแพร่ความรู้และการประชาสัมพันธ์ สื่อจึงเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการประชาสัมพันธ์โรคเอดส์ เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดความรู้ ข่าวสาร ข้อมูลไปถึงกลุ่มเป้าหมาย ช่วยในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม อย่างไรก็ตามสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ก็มีอยู่มากมายหลายชนิด ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้ตามความเหมาะสม

2. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของสถาบันใดก็ตามจะต้องมีการเผยแพร่ข่าวสาร เรื่องราวตลอดจนการดำเนินงานเพื่อให้ได้ทราบและเข้าใจ จึงจำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือ ที่ใช้สื่อสาร เพื่อนำความคิดเห็นของสถาบันไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

จากการพิจารณารูปแบบ (อารีวรรณ อัครวรุณินันตร์, ม.ป.ป.) แบ่งสื่อการ ประชาสัมพันธ์ออก ได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. สื่อประเภทคำพูดหรือวาจา (Oral Media)
2. สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (Printed Media)
3. สื่อประเภทแสงและเสียง (Light and Sound Media)

สวณิต ยมาภัย (อ้างถึงใน วาสนา จันทรสว่าง, 2534) ได้จำแนกสื่อออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. สื่อธรรมชาติ ได้แก่ บรรยากาศที่อยู่รอบตัวซึ่งมีอยู่เองตามธรรมชาติ
2. สื่อมนุษย์หรือสื่อบุคคล ได้แก่ คนนำสาร โฆษก พอสื่อหรือแม่สื่อ เป็นต้น
3. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร แผ่นพับ ใบประกาศ หรือแจ้งความ เป็นต้น
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ เครื่องบันทึกเสียง ฯลฯ
5. สื่อระคน ได้แก่ สื่อที่ทำหน้าที่นำสารได้ แต่ไม่อาจจัดเข้าประเภททั้ง 4 ข้างต้น เช่น สื่อพื้นบ้าน การจัดนิทรรศการ เป็นต้น

ในบางครั้งอาจแบ่งสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ตามลักษณะการเป็นรูปธรรม มีสมรรถนะ (Capacity) และมีศักยภาพ (Potentiality) จึงแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530)

1. สื่อบุคคล (Human Media) ได้แก่ บุคลากร ประชาชน กลุ่มชน ครอบครัว ครู นักเรียน พระ ผู้นำทางความคิดเห็น ผู้ประกอบอาชีพต่าง ๆ เป็นต้น

2. สื่อประเพณี (Traditional Media) ได้แก่ บุคคล คณะบุคคล และเครื่องอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการแสดง และการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมของชาติที่สืบทอดกันมาแต่โบราณกาล
3. สื่อมวลชน (Mass Media) ได้แก่ องค์กร สถาบัน บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและเผยแพร่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เทปเสียง เทปโทรทัศน์ หรืออื่น ๆ ที่ไปถึงมวลชน
4. สื่อโทรคมนาคม (Telecommunication Media) ได้แก่ องค์กร สถาบัน หรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการส่งข่าวสารทางไกล ด้วยเครื่องมือโทรคมนาคม เช่น ระบบไปรษณีย์ โทรเลข โทรศัพท์ โทรสาร โทรพิมพ์ วิทยุคมนาคมต่าง ๆ เป็นต้น
5. สื่อข้อมูล (Data Media) ได้แก่ องค์กร สถาบัน บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการสื่อสารข้อมูล (Data Communication Services) โดยอาศัยเครื่องและระบบคอมพิวเตอร์
6. สื่อบูรณาการ (Integrated Media) ได้แก่ องค์กร สถาบัน บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการสื่อสาร โดยอาศัยการผสมประสานระบบ เครื่องมือและบริการต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เช่น เทล็กซ์ (โทรเลข + โทรพิมพ์) เทเลเท็กซ์ (โทรเลข + โทรศัพท์ + คอมพิวเตอร์) วิดีโอเท็กซ์ (โทรศัพท์ + โทรทัศน์ + คอมพิวเตอร์) เทเลเน็กซ์ (โทรสาร + โทรศัพท์) เป็นต้น
7. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) คือ สื่อที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งสร้างขึ้น หรือซื้อเข้ามาเพื่อใช้ในการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ เช่น นิตยสารหรือวารสารขององค์กร ภาพยนตร์ หรือภาพทัศน์ที่สร้างเองทำเอง ระบบอินเตอร์คอม (Intercom) ระบบโทรทัศน์วงจรปิด (Closed-Circuit Television) ระบบวิทยุคมนาคมขององค์กร ระบบข้อมูลหรือระบบโทรคมนาคมต่าง ๆ ที่เข้าจากองค์กร หรือสถาบันที่ให้บริการ เป็นต้น สื่อเฉพาะกิจจึงอาจหมายถึง สื่อต่าง ๆ ที่นำมาใช้เป็นการเฉพาะกิจขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อโทรคมนาคม สื่อข้อมูล หรือสื่อบูรณาการก็ตาม นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความสามารถในการพัฒนาสื่อเฉพาะกิจนอกเหนือไปจากการ

ให้บริการสาธารณะ (public services) เพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้แล้ว สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ถ่ายทอดข่าวสารสาธารณะ
(กองสุขศึกษา, 2536) แบ่งตามลักษณะของสื่อได้ 5 ประเภท คือ

1. สื่อบุคคล
2. สื่อมวลชน
3. สื่อสิ่งพิมพ์
4. สื่อโสตทัศน์
5. สื่อกิจกรรม

อย่างไรก็ตาม สื่อต่าง ๆ ก็มีทั้งข้อดี-ข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัย และวิธีการเลือกใช้ สื่อทุกชนิดต่างมีความมุ่งหมายเดียวกัน คือ เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความคิด และความบันเทิง แต่ในความเหมือนเหล่านี้ ก็ยังมีความแตกต่างด้านหนึ่ง คือ การเสนอเนื้อหา ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์สามารถทำหน้าที่ได้ดีกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ สามารถให้เนื้อหา รายละเอียดของข่าวสารได้ลึกซึ้งกว่า จึงนับเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่มีความสำคัญในการใช้เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์ โดยเฉพาะเนื้อหาบางเรื่องที่ต้องใช้การอธิบาย เช่น การใช้ถุงยางอนามัย ป้องกันเอดส์ วิธีการใช้ถุงยางอนามัยอย่างถูกวิธี เป็นต้น นอกจากนี้แล้วสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีความคงทนถาวร เก็บไว้อ่านซ้ำหรือค้นคว้าได้ และสามารถจัดทามาเป็นสมบัติส่วนตัวได้ง่าย เนื่องจากราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ

สื่อสิ่งพิมพ์ตามความหมายโดยทั่วไป ได้แก่ สื่อที่ใช้ติดต่อสื่อสารทำความเข้าใจกันด้วยภาษาเขียน โดยใช้วัสดุ กระดาษพิมพ์ออกมาพร้อมกัน เพื่อแจกจ่ายผู้อ่านคราวละมาก ๆ สื่อสิ่งพิมพ์มักออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น หนังสือ นิตยสาร วารสาร จุลสาร หนังสือพิมพ์ ใบปลิว แผ่นพับ หนังสือคู่มือ และภาพโฆษณา

ส่วนคำว่า "สิ่งพิมพ์" นั้นพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานไม่ได้ให้ความหมายไว้ แต่พระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 บัญญัติว่า "สิ่งพิมพ์" หมายความว่า สมุด

แผ่นกระดาษ หรือวัสดุใด ๆ ที่พิมพ์ขึ้น รวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผนที่ แผนผัง ภาพวาด ภาพระบายสี ใบประกาศ แผ่นเสียง หรือสิ่งอื่นใดอันมีลักษณะเช่นเดียวกัน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531)

สิ่งสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีบทบาทมากต่อความเจริญของมนุษย์ สืบทอดความรู้และ ศิลปวิทยาการจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อ โยฮัน กูเตนเบิร์ก (Johann Gutenberg) ชาวเยอรมัน ได้คิดค้นแท่นพิมพ์เครื่องแรกของโลก ทำให้เทคโนโลยี การพิมพ์แพร่หลายและมีวิวัฒนาการมาจนถึงทุกวันนี้

ประเภทของสิ่งสิ่งพิมพ์

สิ่งสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยรวมแล้วสามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภท ใหญ่ ๆ ดังนี้

1. หนังสือพิมพ์ (Newspapers)
2. นิตยสารและวารสาร (Magazines and Journals)
3. หนังสือเล่ม (Books)
4. สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ เช่น ภาพโฆษณา (Posters) ป้ายประกาศ (Billboards) แผ่นพับ (Folders) ใบปลิว (Leaflets) หนังสือเล่มเล็กหรือจุลสาร (Booklets หรือ Pamphlets) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531)

หนังสือพิมพ์

เป็นสิ่งสิ่งพิมพ์ที่เป็นสื่อมวลชน ซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัว คือ มีเนื้อหาเน้นหนัก ในเรื่องของการรายงานข่าวและเหตุการณ์สำหรับคนทั่วไป มีความหลากหลายในเนื้อหา ไม่นั้นเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีการพิมพ์เป็นรายประจำสม่ำเสมอ และเผยแพร่สู่สาธารณชนจำนวนมาก เปิดโอกาสให้ทุกคนอ่านได้ ปัจจุบันในประเทศไทยมี หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย 11 ฉบับ คือ ไทยรัฐ เดลินิวส์ แนวหน้า ดาวสยาม บ้านเมือง มติชน สยามรัฐ ข่าวสด เดลินิวส์รายวัน ไทยรายวัน สยามกีฬารายวัน และหนังสือพิมพ์ ภาษาอังกฤษ 3 ฉบับ คือ บางกอกโพสต์ เดอะเนชั่นรีวิว บางกอกเวิร์ลด์ นอกจากนี้ยังมี

หนังสือพิมพ์ธุรกิจอีกหลายฉบับ เช่น ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน ฯลฯ สำหรับในส่วนภูมิภาคยังมีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอีกเกือบ 200 ฉบับ

นิตยสารและวารสาร

เป็นหนังสือที่มีการออกโดยมีระยะเวลาเป็นคาบแน่นอน เช่น รายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน หรือราย 2 เดือน เป็นต้น โดยนิตยสารนั้น จะมีลักษณะแตกต่างจากสิ่งพิมพ์อื่น คือ เน้นหนักทางด้านบทความ สารคดีที่ให้ความรู้ และความบันเทิงแก่บุคคลทั่วไป มีการจัดหน้าและรูปเล่มสวยงามดึงดูดความสนใจ

ประเทศไทยมีนิตยสารอยู่ 200 ฉบับ โดยประมาณ มีทั้งนิตยสารให้ความรู้ ความบันเทิงเฉพาะด้านแตกต่างกัน เช่น การเมือง เศรษฐกิจ ธุรกิจ ศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยว สุขภาพ บันเทิง ตลอดจนนิตยสารที่ออกมาเฉพาะวัน เช่น นิตยสารสำหรับเด็ก ผู้ใหญ่ ผู้ชาย และผู้หญิง เป็นต้น ส่วนวารสารต่างจากนิตยสาร เนื่องจากเป็นสิ่งพิมพ์ทางวิชาการที่หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งจัดพิมพ์โดยสถาบัน สมาคม หรือหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน เช่น วารสารครุศึกษา วารสารธรรมศาสตร์ เป็นต้น เนื่องจากเป็นสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้เฉพาะด้าน จึงมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเท่านั้น และบางฉบับก็ไม่มีวางจำหน่ายทั่วไป ต้องสั่งซื้อจากหน่วยงานหรือบางหน่วยงานพิมพ์ขึ้นแจกเท่านั้น

หนังสือเล่ม

เป็นสิ่งสิ่งพิมพ์ที่เข้บรวมเล่ม มีความหนาและขนาดแตกต่างกันไป ไม่มีกำหนดแน่นอน และไม่ต่อเนื่องกัน มีเนื้อหาเป็นเรื่องเดียวกัน มีความสมบูรณ์ในตนเอง แบ่งออกได้เป็นหลายประเภทตามเนื้อหา เช่น หนังสือนิยาย หนังสือเรียน หนังสือเพลง หนังสือการ์ตูน ฯลฯ หนังสือเล่มเป็นสิ่งสิ่งพิมพ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเช่นเดียวกับหนังสือราชการ ยกเว้นหนังสือที่มีเนื้อหาไปในทางบันเทิง

สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นใช้ในกิจการใดกิจการหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์โครงการเผยแพร่ความรู้ด้านต่าง ๆ ที่มีรูปแบบแตกต่างกันออกไปจากชนิดอื่น ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว คือ

1. แผ่นปลิวหรือใบปลิว (Leaflets) เป็นกระดาษเพียงแผ่นเดียว ซึ่งจะพิมพ์เรื่องสั้น ๆ เพียงเรื่องเดียว
2. แผ่นพับ (Folders) เป็นกระดาษแผ่นเดียวแต่พับเป็นหลายหน้า บรรจุเนื้อหาสาระสั้น ๆ เพื่อบอกข่าวสารและนำและเตือนความจำ
3. เอกสารเย็บเล่ม (Brochures) เป็นเอกสารที่เย็บเล่มรวมเป็นเล่มบาง ๆ มีปกสีสั้นน่าอ่าน ใช้เผยแพร่แนะนำ มีเนื้อหาละเอียดขึ้นกว่าแผ่นพับ
4. จุลสาร (Pamphlets) เป็นเอกสารเย็บเล่ม มีปกหุ้ม มีเนื้อหาให้รายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายของหน่วยงานและคู่มือการปฏิบัติงาน ในหัวข้อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจเป็นเอกสารที่ใช้ในการเรียนการสอนได้
5. จดหมายเวียน (Circular letters) มีลักษณะเช่นเดียวกับแผ่นปลิว ใช้สำหรับแจ้งให้ทราบข่าวเฉพาะเรื่อง หรือชักจูงใจสั้น ๆ เช่น รายงานกิจกรรมต่าง ๆ หรือข่าวความรู้ใหม่ ๆ ที่เผยแพร่ออกไปโดยไม่ระบุชื่อผู้รับ
6. หนังสือพิมพ์ฝาผนัง (Wall papers) เป็นหนังสือพิมพ์ที่ทำเป็นแผ่น ๆ ไว้ติดตามกำแพง ให้ประชาชนอ่านมีเพียงแผ่นเดียว เนื้อหาประกอบไปด้วย การพาดหัวข่าว คอลัมน์ประจำและรูปภาพ ใช้ติดในย่านชุมชนที่พบบ่อย ในเมืองไทย กรมการศึกษานอกโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ เป็นผู้จัดทำเพื่อให้ข่าวสารความรู้ทางการเมือง เศรษฐกิจ การเกษตร สุขภาพอนามัย นำไปติดยังตำบลและหมู่บ้านต่าง ๆ ทั่วประเทศ
7. ภาพโฆษณา (Posters) เป็นกระดาษแผ่นเดียว มีข้อความและภาพประกอบช่วยสื่อความหมายในการบอกข่าว ชักจูงใจ หรือเรียกความสนใจเพื่อประสงค์ในเรื่องต่าง ๆ

ข้อดีของสื่อสิ่งพิมพ์

1. เป็นสื่อที่มีความคงทนถาวร สามารถนำกลับมาทบทวนทำความเข้าใจใหม่ได้ และเก็บไว้เป็นหลักฐานอ้างอิงได้
2. ราคาไม่แพงนัก ประชาชนทั่วไปมีกำลังซื้อได้ ทำให้เข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่ม หลายประเภท
3. เสนอข้อมูล ข่าวสารที่มีรายละเอียดได้ เนื่องจากมีเนื้อที่ที่มากพอ
4. สามารถออกแบบให้มีรูปเล่มสวยงามน่าสนใจ และสะดวกในการพกพาได้
5. ปราศจากข้อจำกัดทางด้าน สถานที่ เวลาในการอ่าน ขึ้นอยู่กับผู้อ่าน
6. จัดพิมพ์ไว้หลายรูปแบบ ตามวัตถุประสงค์และงบประมาณ
7. ต้นทุนในการผลิตไม่มากนัก แล้วแต่งบประมาณว่าจำกัดมากน้อยเพียงใด

ข้อจำกัดของสื่อสิ่งพิมพ์

1. กลุ่มเป้าหมายต้องมีความสามารถในการอ่าน
2. ชาดความรวดเร็ว เพราะต้องใช้เวลาในการเตรียมการ และการผลิตหลายขั้นตอน
3. การเก็บรักษาต้องมีการป้องกันความชื้น ความร้อนในระยะยาว
4. การพิมพ์ให้ได้คุณภาพดี สวยงามต้องมีการลงทุนสูง โดยเฉพาะการพิมพ์สี

แต่ในงานวิจัยครั้งนี้ สนใจศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์ 2 ชนิดที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์ คือ ภาพโฆษณาและแผ่นพับ เนื่องจากผลิตขึ้นเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มที่จะผลิตมากขึ้นทุกปี และการที่จะผลิตภาพโฆษณาและแผ่นพับให้มีคุณภาพน่าสนใจ จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะต่าง ๆ ซึ่งจะมีส่วนช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับภาพโฆษณาและแผ่นพับ ได้แก่ ตัวอักษร ภาพประกอบ สีที่ใช้ การออกแบบ การจัดหน้า การนำเสนอเนื้อหา ลักษณะของเนื้อหา ซึ่งอยู่ในองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพโฆษณาและแผ่นพับ

3. ภาพโฆษณาและแผ่นพับ

3.1 ภาพโฆษณา

ภาพโฆษณา (Posters) เป็นแผ่นกระดาษขนาดใหญ่แผ่นเดียว ซึ่งมักจะมีขนาดแตกต่างกันไป มีข้อความและภาพด้านเดียวเพื่อใช้ติดบอร์ดหรือผนัง มักใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจได้ด้วยรูปแบบที่สะดุดตา มีข้อความชัดเจนด้วยภาษาง่าย ๆ ไม่ต้องมีรายละเอียดมากนัก ได้ใจความกระชับรัด เขียนตัวโตพอที่จะอ่านระยะไกลได้ โดยมีจุดประสงค์เมื่อแจ้งเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงเรื่องเดียว หรือเป็นการชักชวนแรงค์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนี้แล้วภาพโฆษณายังถูกนำมาใช้ในการโฆษณาสินค้าและบริการในเชิงธุรกิจ จึงทำให้บิดได้ตามที่ต่าง ๆ เช่น สถานีรถไฟ ป้ายรถประจำทาง ท้ายและด้านข้างของรถประจำทาง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะ เป็นภาพโฆษณาใด ๆ ก็ตาม จะมีองค์ประกอบสำคัญดังต่อไปนี้คือ

1. ข้อความพาดหัว (Heading)
2. ข้อความรองพาดหัว (Subheading)
3. ข้อความที่เสนอรายละเอียด (Copy)
4. ภาพประกอบ (Illustration)
5. ตราประจำสถาบัน (Logo)

ข้อความพาดหัว

มักจะเป็นข้อความที่อยู่บนสุดหรือข้อความที่มีขนาดของตัวอักษรใหญ่และเด่นที่สุด ข้อความที่ใช้พาดหัว มักจะกระชับรัดได้ใจความ สื่อความหมายได้เร็ว มักจะเน้นในส่วนที่สำคัญที่สุด ในแนวคิดหรือสาระที่ต้องการนำเสนอ บางครั้งอาจเป็นคำที่ตั้งจุดความสนใจเท่านั้น เพื่อให้ผู้ดูสนใจติดตาม หรือหยุดอ่านต่อ

ข้อความรองพาดหัว

มีลักษณะคล้ายข้อความพาดหัว คือ ตัวอักษรชัดเจนและมีขนาดรองลงมาจากข้อความพาดหัว ข้อความรองพาดหัวนี้จะใช้ขยายใจความสำคัญของข้อความพาดหัว บางครั้งอาจรวมข้อความพาดหัวและข้อความรองพาดหัวไว้ด้วยกัน รวมเรียกว่า พาดหัวหรือหัวเรื่อง (The Headline) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมาก เพราะเป็นส่วนที่ผู้อ่านได้อ่านมากที่สุด มีผู้กล่าวว่า "คนจำนวนร้อยละ 80-95 ที่ไม่อ่านส่วนอื่นในโฆษณาเลย นอกจากพาดหัว" เดวิด โอกลิวี่ นักโฆษณาของสหรัฐ กล่าวไว้ในหนังสือ "Confessions of an Advertising Man" ว่า "พาดหัวมีความสำคัญมาก เปรียบได้กับโทรเลข ซึ่งจะสร้างความต้องการ อยากรู้อะไรในรายละเอียด โดยการหยุดอ่านข้อความโฆษณา โดยเฉลี่ยแล้วผู้อ่านจะอ่านพาดหัวมากกว่าข้อความโฆษณาถึง 5 เท่า ดังนั้นเมื่อคุณเขียนพาดหัวก็เท่ากับคุณได้ใช้เงินไป 80 เซนต์ จาก 1 ดอลลาร์แล้ว ถ้าคุณไม่พยายามขายสินค้าในพาดหัวโฆษณาของคุณ ก็เท่ากับว่า คุณนำเงินของลูกค้าซึ่งมาว่าจ้างคุณหายไป 80 เปอร์เซ็นต์ ไม่มีอะไรที่ร้ายไปกว่าการสร้างสิ่งโฆษณาที่ไม่มีพาดหัวอีกแล้ว ถ้าหากสิ่งโฆษณาที่ไม่มีพาดหัวหลุดออกมาสู่สาธารณชนแล้วมีคนพบเห็นแล้วใส่ใจจะก่อ โฆษณาชิ้นนั้นก็เก่งเหลือเกิน" (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532)

ข้อความที่เสนอรายละเอียด

เป็นข้อความส่วนที่อธิบายส่วนข้อความพาดหัวและข้อความรองพาดหัว เสนอข่าวสารในรายละเอียด และบางครั้งก็กล่าวถึงเหตุผล ส่วนมากจะพิมพ์ด้วยตัวอักษรขนาดเล็กข้อความที่เสนอรายละเอียดจะทำหน้าที่ตอบคำถามที่น่าสงสัย และชักชวนให้ปฏิบัติตาม ควรบรรจุเนื้อหาเท่าที่จำเป็นลงไปให้ครบถ้วน แต่ควรพยายามให้สั้นที่สุด เพื่อมิให้น่าเบื่อหน่าย

ภาพประกอบ

ภาพประกอบ คือ สิ่งที่จะมาเสริมหรือขยายความพาดหัว ตลอดจน

สร้างความสำเร็จช่วยในการสื่อความหมายในภาพโฆษณา นอกจากจะช่วยดึงดูดความสนใจแล้ว ภาพประกอบยังทำหน้าที่ได้หลายอย่าง ได้แก่ อธิบายเนื้อหา ชยายความ ช่วยย่นระยะเวลาในการสื่อความให้น้อยลง และช่วยตกแต่งให้งานออกแบบสวยงามมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามภาพประกอบที่ดีนั้น ควรมีคุณสมบัติดังนี้

1. แสดงให้เห็นถึงความคิดหลักที่เป็นประเด็นที่สำคัญที่สุด
2. จะต้องสัมพันธ์กับข้อความพาดหัว
3. ภาพประกอบขนาดใหญ่จะได้เปรียบภาพประกอบขนาดเล็กใน

ด้านการดึงดูดความสนใจ

4. ในการเสนอภาพควรเน้นประเด็นสำคัญเพียงประเด็นเดียวในด้านการดึงดูดความสนใจภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาพโฆษณาซึ่งจะต้องเสนอแนวคิดหลักเพียงแนวเดียว

5. การใช้สีที่เหมาะสมในภาพประกอบ จะดึงดูดความสนใจและชยายความ สาระ ได้ดียิ่งขึ้น

6. การใช้ภาพประกอบเป็นภาพถ่าย จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจ น่าเชื่อถือ และคนจำได้มากกว่าภาพประกอบอื่น ๆ แต่ถ้การตีพิมพ์ภาพถ่ายลงในสิ่งพิมพ์แล้วให้ผลออกมาแย่มากก็ควรหลีกเลี่ยงโดยการใช้ภาพจำลองของจริงหรือเปลี่ยนเป็นภาพลายเส้นเหมือนจริง ซึ่งจะทำให้การพิมพ์ได้ผลดีกว่า (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532)

ตราประจำสถาบัน

ในการออกแบบภาพโฆษณาหรือสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ใดก็ตาม มักจะต้องมีส่วนที่เป็นตราประจำสถาบันอยู่เสมอ ตราประจำสถาบัน คือ สัญลักษณ์ที่ออกแบบเพื่อเป็นเครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์ของหน่วยงานที่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการแสดงตัวหรือแนะนำตัวเอง หรือแสดงความเป็นเจ้าของงานประชาสัมพันธ์ ตราประจำสถาบันที่ปรากฏจะประกอบด้วย เครื่องหมายที่ออกแบบขึ้น ชื่อเจ้าของหน่วยงาน บางครั้ง

นอกจากตราประจำสถาบันแล้ว อาจมีที่อยู่หรือเบอร์โทรศัพท์ของหน่วยงานที่ติดต่อได้ สำหรับการติดต่อสอบถามข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์อีกด้วย โดยทั่วไปแล้วตราประจำสถาบันจะถูกแสดงไว้บริเวณส่วนล่างหรือมุมล่างด้านขวาเสมอ แต่ก็มิได้เป็นกฎเกณฑ์ตายตัวแต่อย่างใด นอกจากนี้แล้วตราประจำสถาบันเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสร้างความเชื่อมั่นและการโน้มน้าวให้เกิดการยอมรับ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร หรือสาระในภาพโฆษณานั้น ๆ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงษ์, 2535)

ภาพโฆษณานั้นมีลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างจากสื่ออื่น ๆ คือ ติดอยู่กับที่ ต้องรอให้ผู้ดูหรือกลุ่มเป้าหมายเดินไปถึงจุดที่ติด ดังนั้นงานการออกแบบภาพโฆษณาจึงต้องดึงดูดและยึดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้ได้ตั้งแต่ชายตาชำเลืองมองครั้งแรก หัวใจสำคัญที่จะจับความสนใจ ของกลุ่มเป้าหมายของภาพโฆษณา ก็คือ ความง่าย (Simplicity) และความตรงไปตรงมา (Directness) ในการสื่อสาร (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531)

ความง่ายที่จะเข้าใจในองค์ประกอบของภาพโฆษณาเพื่อจะสื่อความหมาย เพราะการดูภาพโฆษณานั้นจะต้องใช้เวลาเพียง 3-4 วินาที ก็สามารถเข้าใจในเนื้อหาหรือสาระ 1 อย่าง ที่ต้องการสื่อได้ โดยเฉพาะองค์ประกอบสำคัญก็คือ ส่วนที่เป็นภาพ และส่วนที่เป็นข้อความที่ประกอบจะต้องสอดคล้อง เพื่อให้เกิดความเข้าใจ

วิธีการที่ทำให้ภาพโฆษณาดูเข้าใจง่าย และน่าสนใจ มีดังนี้

1. ส่วนที่เป็นภาพประกอบควรเป็นภาพจำลองของจริง ซึ่งเมื่อมองแล้วก็สามารถเข้าใจได้ทันที ไม่ควรเป็นภาพที่แสดงระดับงานศิลป์ที่สูงส่ง ซึ่งจะต้องใช้ความรู้ทางด้านศิลปะเป็นพื้นฐาน และไม่ควรรูปที่เป็นนามธรรม (Abstract) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ดูแปลความหมายไปได้แตกต่างกัน
2. เป็นภาพจำลองของจริงซึ่งมองเห็นได้ชัดเจน เฉพาะในส่วนที่เป็นหัวใจของเรื่องที่ต้องการนำเสนอ
3. ในส่วนที่เป็นตัวอักษร ควรคำนึงถึงเรื่องหลักของการอ่านได้ง่ายเป็นสำคัญ เช่น การใช้สีตัดกันของตัวอักษรกับพื้นภาพโฆษณา ตามหลักควรใช้ตัวอักษรเป็นสีเข้ม

ส่วนนั้นเป็นสื่ออ่านบนพื้นสีเข้ม สีที่ตัดที่สุดของตัวอักษรสำหรับภาพโฆษณาที่จะทำให้เห็นได้ชัดและอ่านได้ง่าย โดยเฉพาะภาพโฆษณาขนาดใหญ่ที่ต้องมองดูในระยะไกล คือ ตัวอักษรสีดำนบนพื้นเหลือง

4. ในการเลือกแบบของตัวอักษร ไม่ควรใช้แบบที่มีลักษณะผอมสูงและไม่ควรใช้ช่องไฟเบียดติดกัน สำหรับขนาดก็ควรใช้ขนาดตัวอักษรใหญ่ ได้สัดส่วนกับพื้นที่และองค์ประกอบอื่น

5. หากจำเป็นจะต้องวางตัวอักษรทับไปบนส่วนที่เป็นภาพ ไม่ควรให้พื้นภาพบริเวณที่ตัวอักษรจะทับลงไปนั้นเป็นลวดลาย เพราะจะทำให้เห็นตัวอักษรไม่ชัดเจน ไม่สะดวกกับการอ่าน

6. ต้องแสดงสาระหรือแนวคิดเพียงอย่างเดียว เพื่อไม่ให้เกิดความซับซ้อนเมื่ออ่านแล้วได้แนวคิดตรงกัน

7. ภาพหรือข้อความที่เสนอควรมีขนาดใหญ่ เพื่อให้มองเห็นได้ง่าย และขนาดของภาพโฆษณาต้องปรับให้เหมาะสมกับสถานที่ติดตั้ง

8. เนื้อหาที่เสนอต้องมีการคัดเลือกอย่างชัดเจน ไม่คลุมเครือหรือเข้าใจไม่ได้หลายทาง

3.2 แผ่นพับ

แผ่นพับ (Folders) เป็นกระดาษแผ่นเดียวพับกลับไปกลับมาตามต้องการ ได้ไม่มีขนาดตายตัวแน่นอน เมื่อพับอยู่อาจมีขนาดประมาณ 4 x 9 นิ้ว ซึ่งเหมาะแก่การพกพา ปกติมักจะใช้กระดาษขนาด A 4 แต่ถ้าไม่ใช่ขนาด A 4 มาพับแล้ว ควรคำนึงถึงการกำหนดขนาดแผ่นพับว่า จะต้องตัดกระดาษไม่ให้เหลือเศษ เพื่อความประหยัด การพับนี้เพื่อแบ่งกระดาษให้เป็นหลายหน้าอาจเป็น 6 8 หรือ 16 หน้า เนื่องจากเอกสารแผ่นพับมีเนื้อที่ค่อนข้างจำกัด จึงควรเตรียมเนื้อหาเฉพาะประเด็นสำคัญเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการนำเสนอ โดยไม่

เสนอรายละเอียดปลีกย่อย ในแต่ละหน้าจะบรรจุด้วยเนื้อหาสาระที่สั้นกระชับรัด อ่านจับใจความได้ง่ายและรวดเร็ว การนำเสนอเนื้อหาจึงเป็นลักษณะการเขียนแบบบรรยายมากกว่าเป็นการพรรณนาความรู้สึก ประเด็นสำคัญที่นำเสนอจะต้องน่าสนใจและมีความสัมพันธ์กับชื่อปกของแผ่นพับ ด้านในจะใช้เป็นส่วนให้ข้อมูล ส่วนปกจะได้รับการออกแบบเป็นพิเศษต่างจากหน้าอื่น โดยให้สัมพันธ์กับเรื่องราวภายใน อาจใช้ภาพเหมือนจริง หรือภาพนามธรรมก็ได้ ส่วนภาพประกอบด้านในอาจมีหรือไม่มีก็ได้ ส่วนมากแผ่นพับจะผลิตขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบอกข่าวชักจูงใจ แนะนำและเตือนความจำ ใช้เพื่อเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือเพื่อการศึกษาแนะนำ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530)

เนื่องจากการออกแบบแผ่นพับ ไม่มีหลักเกณฑ์แน่นอนตายตัว แต่แผ่นพับก็มีลักษณะการออกแบบบางประการคล้ายหนังสือ เพราะสามารถเสนอรายละเอียดของเนื้อหาได้แม้ไม่เจาะลึกและมีปก ในการออกแบบที่ดีมักจะให้ข้อมูลแต่ละหน้าจบในตัวของมันเอง ถ้าจัดวางหน้าหรือแบ่งข้อมูลไม่เหมาะสม อาจทำให้ผู้อ่านเกิดความสับสนในการอ่าน ต้องมีความสัมพันธ์กันระหว่างหน้าที่จะพับมาต่อกัน การจัดหน้าแต่ละหน้าไม่ควรมากเกินไป ถ้ามีหลายหน้าเกินไปจะทำให้หน้าเบื้อหน้าย จะนั้นการจัดหน้าแต่ละหน้าให้มีรูปแบบแตกต่างกันไป และต้องสอดคล้องสัมพันธ์กัน จึงค่อนข้างยุ่งยากเหมือนกัน การใช้หลักการออกแบบที่สวยงามเมื่อกางออกดูแล้วเกิดความสมดุล และมีความกลมกลืนเป็นเอกภาพ จะช่วยให้การจัดหน้าแผ่นพับง่ายขึ้น (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, 2535)

โดยทั่วไปแผ่นพับจะมีองค์ประกอบเหมือนกับสิ่งพิมพ์อื่น ๆ และภาพโฆษณา คือ มีข้อความพาดหัว (Heading) ข้อความรองพาดหัว (Subheading) ข้อความที่เสนอรายละเอียด (Copy) ภาพประกอบ (Illustration) และตราประจำสถาบัน (Logo) แต่ในส่วนที่แตกต่างกับภาพโฆษณา ก็คือ มีการจัดหน้าในเรื่องของการมีปก การจัดวางเนื้อหา และลักษณะของเนื้อหา

3.3 ลักษณะที่ปรากฏในองค์ประกอบของภาพโฆษณาและแผ่นพับ

จากที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สิ่งที่ประกอบกันขึ้นเป็นภาพโฆษณาและแผ่นพับ คือ ข้อความ และภาพ ซึ่งได้รับการออกแบบและจัดวางเฉพาะตัวแตกต่างกันไปในแต่ละแผ่น ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกันนี้เกิดจาก ลักษณะของตัวอักษร ภาพประกอบ สีที่ใช้ การออกแบบ การจัดหน้า การนำเสนอเนื้อหา และลักษณะของเนื้อหา ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตัวอักษร

ตัวอักษรไทยมีวิวัฒนาการมาจากอักษรอินเดียตอนใต้ ซึ่งแตกแขนงไปเป็นอักษรขอม อักษรมอญ พ่อขุนรามคำแหงมหาราชได้ดัดแปลงอักษรทั้งสองแบบให้เป็นอักษรไทยโดยแต่เดิม สระ พยัญชนะ และวรรณยุกต์อยู่บรรทัดเดียวกัน ต่อมาจึงได้มีการเปลี่ยนแปลงให้สระอยู่ด้านหน้า ด้านหลัง ด้านบนหรือด้านล่าง และวรรณยุกต์อยู่ด้านบน (วิเศษ จูฑะวิภาต อ้างถึงใน ประชิต ทิพนตร, 2530)

การใช้ตัวอักษรไทยในการพิมพ์เริ่มตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2371 และได้มีวิวัฒนาการมาจนถึงปัจจุบัน เริ่มจากการหล่อตัวพิมพ์เป็นตัวอักษรที่มีรูปแบบคล้ายกับการเขียนตัวบรรจงด้วยปากกาจุ่มหมึกเขียนลงบนกระดาษ จนกระทั่งถึงปัจจุบันใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการกำหนดรูปแบบและขนาดของตัวอักษรให้ตามต้องการ หรือที่เรียกว่า คอมพิวเตอร์กราฟิก (Compute graphic)

สิ่งที่เราควรพิจารณาในเรื่องของตัวอักษรในสิ่งพิมพ์นั้นมีอยู่ 3 ประการ คือ

1. แบบของตัวอักษร
2. ขนาดของตัวอักษร
3. สีของตัวอักษร

ซึ่งในสิ่งพิมพ์แต่ละชนิดข้อควรพิจารณาในการใช้แตกต่างกันไปอีกด้วย

1. แบบของตัวอักษร

ตัวอักษรในภาษาไทยมีแบบ (Style) แตกต่างกันอย่างมากมาย โดยทั่วไป
ไปมักแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- 1) ตัวอักษรแบบตัวพิมพ์
- 2) ตัวอักษรแบบประดิษฐ์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,

2530)

นอกจากนี้แล้วยังสามารถจำแนกตามลักษณะการเขียน (ประชิด ทิณบุตร,
2530) ได้ดังนี้

- 1) แบบหัวกลม เป็นตัวอักษรที่แสดงลักษณะและเอกลักษณ์ของ
ภาษาไทย คือ เป็นตัวอักษรที่มี "หัว" เป็นตัวอักษรที่อ่านง่าย มีระเบียบ ดังนั้นตัวอักษร
ประเภทนี้จึงนิยมใช้ในการสื่อสารที่เป็นทางการ หรือเป็นตัวเรียงพิมพ์ในเนื้อหาทางเอกสาร
สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

- 2) แบบหัวตัดและไม่มีหัว เป็นแบบที่ได้มาหรือดัดแปลงมาจาก
การเขียนด้วยปากกาปากตัด หรือปากกาปากแบน ลักษณะของ "หัว" จึงคล้ายกับการตั้งมม
องศาของปลายปากกาที่จับเขียน

- 3) แบบคัดลายมือ หรือที่เรียกว่า ตัวอาลักษณ์ เป็นแบบตัวอักษร
ที่เกิดจากการคัดลายมือด้วยปากกาแหลม เช่น เหล็กจาร ปากกาทมิขมิม ปากกาขนนก
 เป็นต้น เป็นแบบที่นิยมเขียนเป็นตัวหนังสือตกแต่งทางราชการ เช่น เขียนบัตรเชิญ ปริญญาบัตร
 วุฒิบัตรและอื่น ๆ ที่ให้ความรู้สึกว่าเป็นเกียรติและการยกย่อง

- 4) แบบหวัด เป็นแบบที่เกิดจากการเขียนอย่างอิสระ ไม่มีแบบ
แผน เขียนขึ้นมาอย่างง่าย ๆ ไม่มีการเติมลายเส้นภายหลัง

- 5) แบบประดิษฐ์ เป็นตัวอักษรที่เขียนขึ้นเพื่อการตกแต่งให้กลม
กลืนกับข้อความ ความหมาย หรือภาพประกอบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดสายตาให้น่าสนใจ ซึ่งส่วน
ใหญ่มักใช้กับข้อความพาดหัว (ดูภาพตัวอย่างแบบของตัวอักษร จากเกณฑ์การวิเคราะห์รูปแบบ
ภาคผนวก)

2. ขนาดของตัวอักษร

ขนาดของตัวอักษรเป็นสิ่งสำคัญในการอ่าน ซึ่งสามารถทำให้เกิดความยาก-ง่ายในการอ่าน ความชัดเจน และความเมื่อยล้าของตา โดยทั่วไปตัวอักษรจะมี 3 ขนาด คือ ขนาดใหญ่สำหรับข้อความพาดหัว (Heading) ขนาดกลางสำหรับข้อความรองพาดหัว (Subheading) และขนาดเล็กสำหรับข้อความที่เสนอรายละเอียด (Copy) การกำหนดขนาดในส่วนข้อความใด ไม่สามารถกำหนดได้แน่นอน แต่มีหลักการง่าย ๆ คือ ไม่ว่าขนาดใดก็ต้องอ่านได้ชัดเจน และให้มีความแตกต่างของตัวอักษรตามสมควร ซึ่งจะต้องพิจารณาจากระยะระหว่างสายตากับตัวอักษร และในกรณีที่เป็นสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ ขนาดของตัวอักษรที่เหมาะสมกับวัยของผู้ผู้อ่านอีกด้วย

สำหรับระยะทางระหว่างสายตากับตัวอักษรและขนาดของตัวอักษร (Kemp, 1985) ได้แสดงไว้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางแสดงความสัมพันธ์ของขนาดของตัวอักษรกับระยะทางในการมอง

ระยะทางในการมอง (ฟุต)	ความสูงของตัวอักษร (นิ้ว)
8	$\frac{1}{4}$
16	$\frac{1}{2}$
32	1
64	2

และสำหรับขนาดของตัวอักษรที่เหมาะสมกับวัย (วรวงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, 2535) ได้แสดงไว้ดังนี้

ตารางแสดงขนาดของตัวอักษรที่เหมาะสมกับวัยของผู้อ่าน

อายุ (ปี)	ขนาดอักษรไทย (พอยท์)
5-7	24-30
7-10	18-30
10-12	16-18
12 ปีขึ้นไป	16-18
ผู้ใหญ่	14-16
60 ปีขึ้นไป	16-18

3. สีของตัวอักษร

ในการกำหนดสีของตัวอักษรในสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเน้นข้อความให้เด่นชัดจากสีพื้น ดึงดูดความสนใจ และสวยงามมากขึ้น ในการใช้สีเราควรยึดหลัก 3 ประการ (วงพงศ์ วรชาติอุดมพงษ์, 2535) คือ

1. ควรใช้สีให้เหมาะสมกับข้อความ เพื่อเลือกสีให้เหมาะสมกับเนื้อหาและอารมณ์ที่ต้องการ ข้อความที่เน้นความเร่งร้อน ตื่นเต้น อาจใช้สีแดง ส้ม เช่น เตือนให้ระวังการขับขี่บนท้องถนน แต่ถ้าเป็นข้อความที่กล่าวถึงความสงบ นิ่ง ความเย็น ควรใช้สีเขียว ฟ้า หรือสีน้ำเงิน เช่น ภาพโฆษณาจูงใจให้ประชาชนช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2. สีของตัวอักษรควรตัดกับสีพื้น การตัดกันมากจะทำให้มีความเด่นชัดมาก สีใกล้เคียงกันจะทำให้ความชัดเจนลดลงและอ่านยากขึ้น จากงานวิจัยเกี่ยวกับผลของสีตัวอักษรและสีของพื้นหลังที่มีต่อความยากง่ายในการอ่านของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่า ตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้นขาว ตัวอักษรสีดำบนพื้นเหลือง ตัวอักษรสีเขียวบนพื้นขาว และตัวอักษรสีดำบนพื้นขาว เป็นกลุ่มที่มีความง่ายในการอ่านสูงสุด และไม่แตกต่างกัน

3. ข้อความเดียวกันควรใช้สีเดียวกัน เพราะถ้าหลายสีเกินไป จะทำให้ลายตา

ภาพประกอบ

ภาพประกอบคือ ภาพที่ตีพิมพ์ประกอบในสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่าน เข้าใจเรื่องราวได้ดีขึ้น ช่วยในการอธิบาย และทำให้สิ่งพิมพ์ดูสวยงามน่าสนใจมากขึ้น ภาพ ประกอบมีทั้งภาพขาวดำ และภาพสีแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสิ่ง พิมพ์ (สันน์ ปัทมะทิน, 2520 และ Thomas Landau, 1966)

การใช้ภาพประกอบในการสื่อความหมายในสิ่งพิมพ์นับเป็นความสำคัญยิ่ง เพราะภาพสามารถทำหน้าที่ได้หลายอย่าง ได้แก่ อธิบายเนื้อหา ชยายความ สร้างความ น่าสนใจ ช่วยย่นระยะเวลาในการสื่อความให้น้อยลง และช่วยตกแต่งให้งานออกแบบดูสวยงามมากยิ่งขึ้น ประเภทของภาพประกอบที่นำมาใช้ แยกตามลักษณะของภาพ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, 2535) ดังนี้

1. ภาพจริงหรือภาพเหมือนจริง (Realistic) เป็นลักษณะภาพที่ แสดงรายละเอียดตามความเป็นจริงหรือเหมือนจริงมากที่สุด ในการนำเสนอภาพ ประกอบ ข้อมูลสาระเพื่อต้องการเน้นเนื้อหาให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้อ่านสามารถเข้าใจเรื่องราว ต่าง ๆ ได้เร็วขึ้น ภาพลักษณะนี้อาจแสดงด้วยการวาดเขียน ระบายสีหรือการใช้ภาพถ่าย

2. ภาพการ์ตูน (Cartoon) เป็นภาพที่ออกแบบในลักษณะของภาพ ประติษฐ์ เน้นให้ภาพดูน่าสนใจยิ่งขึ้น ภาพการ์ตูนอาจมีหลายลักษณะ ได้แก่ การ์ตูนคล้ายของ จริง การ์ตูนตลกขบขัน การ์ตูนล้อเลียน และการ์ตูนประติษฐ์

3. ภาพนามธรรม (Abstract) ภาพลักษณะนี้ค่อนข้างแสดงสาระใน ภาพในการสื่อความหมายได้ยาก แต่อาจเหมาะมากสำหรับการนำมาตกแต่ง งานกราฟิกหรือ ช่วยเน้นข้อความให้เด่นชัด

นอกจากจะแบ่งประเภทของภาพประกอบตามลักษณะของภาพแล้ว บาง ครั้งยังแบ่งตามวิธีการพิมพ์ ได้ดังนี้ (ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์, 2534)

1. ภาพลายเส้น (Line Illustration) คือ ภาพที่ใช้เส้นหรือ ลวดลายแสดงภาพด้วยสีหมึกเต็มๆ ติดกับเนื้อกระดาษเท่านั้น ไม่มีเงา การทำแม่พิมพ์เพื่อ พิมพ์ลายเส้นนี้ ใช้กล้องถ่ายโดยตรง ไม่ต้องผ่านแผ่นสกรีน

ต้นฉบับของภาพลายเส้น อาจเป็นภาพที่เขียนด้วยเส้นหมึกจากปากกา จากพู่กัน หรือเขียนภาพด้วยดินสอเกรยองบนกระดาษเนื้อหยาบ ภาพลายเส้นการ์ตูน ตลอดจนภาพถ่าย ภาพลายเส้นนี้อาจจะมีส่วนที่เป็นเงาบ้าง แต่จะเป็นเงาแข็ง ๆ ไม่นุ่มนวลสมจริง

2. ภาพลายสกรีน คือ ภาพที่มีเงา มีสีอ่อนแก่ น้ำหนักต่าง ๆ กันใน ภาพนั้น จึงเป็นภาพที่ดูเหมือนของจริง ภาพประเภทนี้ เมื่อใช้แว่นขยายส่องดูจะเห็นว่า ประกอบด้วยจุดต่าง ๆ จุดเหล่านี้เองทำให้ภาพมีสีอ่อนแก่ต่าง ๆ กัน

3. ภาพผสมระหว่างลายเส้นและลายสกรีน (Combination Illustration) คือ การสร้างภาพที่มีทั้งลายเส้น และ ลายสกรีนปนกัน เช่น อาจสร้าง ภาพลายเส้นเป็นหลัก และส่วนที่ต้องการเน้น ก็ทำเป็นลายสกรีน หรือในทางตรงกันข้าม ให้ ส่วนใหญ่เป็นลายสกรีนและบางตอนเท่านั้นเป็นลายเส้น ทั้งนี้ปรากฏอยู่ในภาพประกอบเดียวกัน นั้นเอง

4. ภาพสี (Colour Illustration) ภาพประกอบที่มีสี จะเป็นภาพ ลายเส้น ลายสกรีน หรือภาพผสมก็ได้ และอาจจะมีสองสี สามสี หรือ เป็นสีธรรมชาติ ซึ่ง ใช้แม่สีสี่สี ผสมกันก็ได้ แต่ในการพิมพ์แต่ละสีจะต้องมีแม่พิมพ์อันหนึ่ง ดังนั้น ภาพประกอบที่เป็นสีธรรมชาติจึงต้องใช้แม่พิมพ์ 4 อัน อย่างไรก็ตาม ในการพิมพ์ภาพสีที่ต้องการคุณภาพดี มาก ๆ อาจต้องพิมพ์สีเพิ่มเป็น 5 หรือ 6 สีก็มี สีที่เพิ่มขึ้น เรียกว่าสีพิเศษ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเพิ่มสีสันให้กับสิ่งพิมพ์ช่วยให้ดูสวยงาม น่าสนใจ และเพิ่มชีวิตชีวาให้กับสิ่งพิมพ์ สีที่ใช้ในการพิมพ์มีมากมายหลายสี แทนจะเรียกได้ว่านับไม่ถ้วน การใช้สีอย่าง ไม่คำนึงถึงความเหมาะสมนั้นจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าผู้ใช้ไม่มีรสนิยมในการใช้สี และทำ

ให้ความสวยงามของสิ่งพิมพ์นั้นลดลง เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกใช้สี จึงกำหนดเกณฑ์ทั่วไปไว้ดังนี้

1. การใช้สีเป็นสีพื้น ในกรณีที่เราใช้สีใดสีหนึ่งเป็นสีพื้น โดยพิมพ์ด้วยสกรีนฮาฟโทนจึงต้องมีสีอ่อนกว่าตัวหนังสือหรือภาพที่จะพิมพ์ทับลงไป สีประเภทนี้จึงต้องเป็นสีอ่อน ไม่ฉูดฉาด เพื่อให้สีของภาพที่จะพิมพ์ทับลงไปมีความเด่นมากกว่าสีพื้นจะทำหน้าที่เพิ่มความสวยงามและเพิ่มความเด่นชัดของข้อความเป็นส่วนใหญ่

2. การใช้สีเพื่อการตกแต่ง ในกรณีนี้จะใช้สีเพื่อเป็นการให้ความเด่นของภาพที่ส่วนใดส่วนหนึ่งหรือตกแต่งส่วนใดส่วนหนึ่ง เพื่อให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น การใช้สีสดใสที่ตัวอักษรบนพื้นที่มีสีตัดกัน หรือการใส่กรอบภาพบางภาพด้วยสีที่ทำให้ภาพนั้นดูเด่นขึ้น แต่การใช้สีในกรณีนี้ต้องระวังว่าสีนั้นต้องเข้ากับลักษณะของสิ่งพิมพ์นั้น ๆ ด้วย

3. การใช้สีเพื่อนำรายละเอียด โดยปกติรายละเอียดของจุดใดจุดหนึ่งของสิ่งพิมพ์มักมีขนาดเล็กอาจเห็นได้ยาก การใช้สีที่สว่าง สดใส และมองเห็นเด่นชัดจะทำให้มองเห็นรายละเอียดได้ดีขึ้น เช่น การเน้นข้อความที่สำคัญ การเน้นจุดใดจุดหนึ่งในภาพโดยการให้สีที่ต่างจากสีพื้นโดยทั่วไป

4. การใช้สีเพื่อการเน้นทั่วไป การที่จะมองเห็นตัวหนังสือหรือภาพบนกระดาษพิมพ์ได้ชัดเจนดีเพียงไรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างสีหมึกที่พิมพ์และสีของกระดาษพิมพ์ สีที่มีความเข้มมากที่สุด คือ สีดำ เมื่อพิมพ์ลงบนกระดาษแล้วจะเห็นได้ชัดเจนที่สุด สีอื่น ๆ เช่น สีแดง ถึงจะดูสดใสกว่าสีดำแต่ก็ให้ค่าความแตกต่างกับกระดาษขาวได้น้อยกว่าสีดำ ฉะนั้นในกรณีที่ต้องการเน้นอะไรก็ตาม เพื่อให้มองเห็นได้ง่ายขึ้น ก็ควรจะทำ 2 อย่าง คือ

1. เลือกพิมพ์สีใดสีหนึ่งที่มีลักษณะเป็นสีที่สดใส และมีความเข้มมาก ๆ หรือ
2. เพิ่มพื้นที่ในการพิมพ์ให้มากขึ้น เช่น ขยายตัวหนังสือให้โตขึ้น หรือขยายภาพให้โตขึ้นแล้วพิมพ์ด้วยสีที่ต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้ขนาดที่โตขึ้นช่วยเพิ่มความแตกต่างกับพื้นกระดาษจะให้เห็นได้ชัดขึ้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531)

สีมีลักษณะเฉพาะเป็นตัวแทนของอารมณ์ต่าง ๆ ในวัตถุที่มีสีปรากฏ เมื่อสายตาสัมผัสย่อมเกิดความรู้สึกต่าง ๆ ตามไป เช่น

สีน้ำเงิน	ทำให้เกิดความรู้สึก	สงบ เยือกขรึม
สีแดง	ทำให้เกิดความรู้สึก	ตื่นเต้น การปฏิวัติ ความ ปรารถนา ความรู้สึกทาง กามารมณ์
สีเขียว เขียวอ่อน หรือขาว	ทำให้เกิดความรู้สึก	ปกติ สบาย
สีดำ ดำกับขาว	ทำให้เกิดความรู้สึก	หดหู่ใจ
สีส้มแดง แสด	ทำให้เกิดความรู้สึก	รุนแรง
สีชมพูอ่อน	ทำให้เกิดความรู้สึก	นุ่มนวล
สีขาว	ทำให้เกิดความรู้สึก	บริสุทธิ์ สดใส ใหม่ สะอาด
สีเทาปนเขียว	ทำให้เกิดความรู้สึก	แก่ชรา
สีเหลือง	ทำให้เกิดความรู้สึก	รื่นเริง
สีน้ำตาล	ทำให้เกิดความรู้สึก	มั่นคง เข้มแข็ง

ความเป็นจริงและอบอุ่น

อิทธิพลของสีที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการรับรู้และการจดจำสิ่งต่าง ๆ มีผลกระทบต่อระบบประสาทได้ ตีกว่ารูปร่าง ลายเส้น หรือถ้อยคำ ตลอดจนเป็นมโนทัศน์ การใช้สีในการออกแบบจึงต้องแสดงคุณค่าชัดเจนในอันที่จะเชื่อมโยง ส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระให้คนรับรู้ และเกิดทัศนคติอย่างใดอย่างหนึ่ง สีมียุทธศาสตร์สำคัญในการสร้างความสนใจ คว้าอารมณ์ และความรู้สึกให้เกิดจินตนาการในภาพได้ชัดเจน ช่วยสร้างความจดจำ การเลือกใช้สีเพื่อความน่าสนใจให้สิ่งพิมพ์ อาจเลือกใช้ได้ตามวรรณะของสี (tones)

วรรณะสีร้อน - สีเหลือง แสด ส้ม ส้มแดง แดง และม่วงแดง

วรรณะสีเย็น - สีเขียวอ่อน เขียว เขียวแก่ น้ำเงิน ม่วงคราม ม่วง

โดยสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรสีจะเป็นสีตรงข้ามกัน เรียกว่า "สีคู่" มีลักษณะตัดกันรุนแรง เช่น เขียวกับแดง ส้มกับน้ำเงิน ส่วนที่อยู่ใกล้เคียงกันในวรรณะเดียวกันในวงจรสี (ดูภาพแสดง

วงจรสี่จากเกณฑ์การวิเคราะห์รูปแบบ ภาคผนวก) เช่น สีเขียว เขียวอ่อน เขียว เขียวแก่ น้ำเงิน ม่วงคราม เป็นสีที่มีความกลมกลืนกัน เรียกว่า "สีกลมกลืน" (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530) การดึงดูดเพื่อสร้างความสนใจอาจทำได้โดยการสร้างความกลมกลืนด้วยการใช้สีวรรณะเดียวกัน หรือการใช้สีคู่ ซึ่งโดยทั่วไปมักนำมาใช้ไม่เกินร้อยละ 20 ของพื้นที่ เช่น นำสีคู่มาตัดเน้นรอบภาพ หรือนำมาเป็นองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งขององค์ประกอบทั้งหมด เป็นต้น

การออกแบบ

ในการออกแบบหรือการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะ มีหลักสำคัญในการพิจารณาที่เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาร่วมกัน 6 ประการ ได้แก่

1. สัดส่วน (Proportion) เป็นสิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบ คือ การกำหนดขนาดของภาพโฆษณา เพื่อเป็นแนวทางในการจัดวางองค์ประกอบย่อยอื่น ๆ เช่น ข้อความ ภาพประกอบ พื้นที่ว่างให้เหมาะสม การกำหนดขนาดของสิ่งพิมพ์โดยให้ส่วนสูงและความกว้างที่สัมพันธ์กันดี ก็จะทำให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นดูน่าสนใจ

2. ความสมดุล (Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ในสิ่งพิมพ์ให้มีน้ำหนักเท่ากัน ทำให้เกิดความสมดุลแก่ผู้มอง โดยพิจารณาจาก ขนาด รูปร่าง และความเข้มของสี เป็นต้นว่า องค์ประกอบที่มีขนาดใหญ่จะมีน้ำหนักมากกว่าขนาดเล็ก รูปทรงกลมให้ความรู้สึกมีน้ำหนักมากกว่ารูปทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงที่มีลักษณะอิสระ จะดูมีน้ำหนักมากกว่ารูปทรงกลมหรือทรงเหลี่ยม องค์ประกอบที่มีสีเข้มดูมีน้ำหนักมากกว่าสีจาง ดังนั้นเราจึงพบว่า องค์ประกอบที่มีขนาดเล็กแต่สีเข้ม จะดูมีน้ำหนักมากกว่าองค์ประกอบที่มีขนาดใหญ่แต่สีจาง การประสานองค์ประกอบในเรื่องของขนาด รูปร่าง ความเข้มจางของสีที่ต่างกัน จึงให้ผลในแง่ความสมดุลที่แตกต่างกันออกไป ไม่มีหลักเกณฑ์ตายตัวในการประสานองค์ประกอบเหล่านี้ให้สมดุล ความสมดุลแบ่งได้ 2 แบบ คือ

2.1 Symmetrical Balance คือ สมดุลแบบซ้าย-ขวาเท่ากัน เป็นลักษณะการจัดวางรูปร่างและรูปทรงที่ปรากฏ ให้เห็นแล้วรู้สึกถึงความสมดุลเกิดขึ้น เสมือนว่ามีจุดศูนย์ถ่วง ที่ทำให้เกิดความสมดุลอยู่ตรงกลางระหว่างซีกซ้ายกับซีกขวา ซึ่งมีขนาดเท่ากัน ให้ความรู้สึกทางอนุรักษ์ มั่นคง น่าเชื่อถือ

2.2 Asymmetrical Balance คือ สมดุลซ้าย-ขวาไม่เท่ากัน เป็นลักษณะการจัดวางรูปร่างและรูปทรงที่ปรากฏ ให้เห็นแล้วรู้สึกถึงความสมดุลเกิดขึ้น เสมือนว่ามีจุดศูนย์ถ่วง ที่ทำให้เกิดความสมดุลอยู่ตรงกลางระหว่างซีกซ้ายกับซีกขวา ซึ่งมีขนาดไม่เท่ากัน

การตรวจสอบความสมดุลในการจัดวางองค์ประกอบในสิ่งพิมพ์ทำได้ด้วยวิธีง่าย ๆ โดยการหรีตามองภาพต่าง ๆ เพราะจะทำให้มองไม่เห็นรายละเอียดต่าง ๆ ของภาพ แต่จะเห็นเค้าโครงคร่าว ๆ ทำให้มองเห็นความสมดุลได้ง่ายขึ้น

3. ความแตกต่าง (Contrast) เป็นการเน้นให้เกิดความเด่นชัด เพื่อแสดงความสำคัญและยังทำให้น่าสนใจมากขึ้น การเน้นโดยการสร้างความแตกต่าง ทำได้หลายวิธีดังนี้

3.1 การเน้นความแตกต่างโดยขนาดของภาพกับข้อความ

3.2 การเน้นด้วยความแตกต่างของรูปร่าง

3.3 การเน้นความแตกต่างโดยใช้ความแก่-อ่อนของสีของภาพประกอบ

ข้อความ พื้นหลัง ช่วยเพิ่มความน่าสนใจ ดูสวยงามเพิ่มความชัดเจน มีอิทธิพลต่อความรู้สึกมาก เน้นความเด่นชัดให้กับสิ่งพิมพ์

3.4 การเน้นความแตกต่างด้วยทิศทาง เป็นการใช้ทิศทางสร้างความสนใจ ชี้แนะผู้อ่านให้ติดตามข้อความที่ต้องการสื่อความหมายตามลำดับ

4. จังหวะ (Rhythm) หมายถึง การนำเสนอสัญลักษณ์บางอย่าง หรือองค์ประกอบของภาพให้เกิดความสัมพันธ์ของเส้น รูปร่าง น้ำหนัก และสี จังหวะที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่อกัน จะช่วยเน้นให้เกิดความเด่น แก้ปัญหาความซ้ำซากของภาพ หรือทำให้การจัดภาพมีชีวิตชีวน่าสนใจ ในการออกแบบให้เกิดจังหวะทำได้ 2 วิธี คือ

4.1 การจัดองค์ประกอบให้เกิดรูปแบบที่ซ้ำกันและต่อเนื่อง อาจเป็นการ

ซ้ำกันทางด้านรูปร่าง ความเข้มจาง หรือสี ผู้มองจะเห็นความคล้ายกันขององค์ประกอบได้ทันที และทำให้สายตาเคลื่อนไปตามตำแหน่งขององค์ประกอบที่ซ้ำกันของภาพนั้น

4.2 การใช้เส้นเข้าช่วย ให้เกิดความเคลื่อนไหวของสายตาขององค์ประกอบหนึ่ง ไปยังอีกองค์ประกอบหนึ่ง ตามทิศทางที่ต้องการในการสื่อความหมาย

5. ความมีเอกภาพ (Unity) คือ การนำองค์ประกอบที่มีลักษณะต่าง ๆ มาจัดวางให้เกิดภาพรวมที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีเอกภาพ ซึ่งเกิดจากการมีคุณลักษณะของการเคลื่อนไหว จังหวะ ทิศทาง และความกลมกลืน ซึ่งมีค่าทางความรู้สึก ทำได้โดยการจัดแบ่งกลุ่มองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กัน การจัดกรอบ การวางภาพให้เหลื่อมกัน เป็นต้น

6. ความผสมกลมกลืน (Harmony) คือ ความพอเหมาะพอดีของส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นสิ่งนิมฟ์ เกิดความงาม มีความสัมพันธ์กัน และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน พบได้จากลักษณะขององค์ประกอบในทางสี รูปร่าง และลักษณะของตัวอักษร เช่น ในหนังสือ 1 หน้า จะมีการใช้ตัวอักษรสกุลเดียวกันตลอดหน้า แต่ต่างกันที่ขนาดเส้นหนัก-เบา ตัวเอน-ตัวตรง แต่ถ้าใช้ตัวอักษรหลายแบบหลายสกุลใน 1 หน้า ก็จะทำให้เกิดลักษณะแตกต่างกันไปเป็นจุด ๆ ไม่มีความสัมพันธ์และผสมกลมกลืนกัน (ดูภาพแสดงหลักการออกแบบจากเกณฑ์การวิเคราะห์รูปแบบ ในภาคผนวก) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530 สุธาติ เภาทอง, 2536 และสุธาติ สุทธิ, 2535)

การจัดหน้า

โรเบิร์ต รุต (Robert Root, 1966) ได้กล่าวถึงหลักการจัดหน้าว่า การจัดหน้าโดยทั่วไปก็มักจะมีหลักของความเรียบง่าย (Simple) ความสมดุล (Balance) ความกลมกลืน (Harmony) และความน่าดู (Pleasant)

ศาสตราจารย์กำธร สนิธิกุล (2515) ได้อธิบายความหมายของการจัดหน้า นิมฟ์เลย์เอ๊าท์ (Layout) ไว้ด้วยคำง่าย ๆ ว่า หมายถึงการเอาปัจจัยต่าง ๆ มารวมเข้าไว้ในหน้าหนังสือหน้าเดียวกัน คือ การเอาภาพ เอาสี เอาตัวหนังสือ มาวางลงในตำแหน่ง

ต่าง ๆ ของหน้าหนังสือของเล่มหนังสือ เพื่อให้เป็นรูปเล่มหนังสือขึ้น

แต่สำหรับในการจัดหน้าในแผ่นพับ ไม่มีหลักเกณฑ์แน่นอนตายตัว จึงพิจารณาในด้านปก การจัดวางเนื้อหาในแต่ละหน้า แต่ไม่ว่าจะจัดหน้าในลักษณะใดก็ตาม ควรเน้นหลักสำคัญ คือ ความเรียบง่าย ความสมดุล ความกลมกลืน และความน่าดู (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530)

การนำเสนอเนื้อหา

ในการสื่อสารโดยทั่ว ๆ ไป สิ่งสำคัญที่ใช้เป็นสื่อ คือ ภาษา ซึ่งช่วยทำให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ภาษาที่ใช้มีรูปแบบ 3 ลักษณะ คือ

1. ใช้เป็นคำ คำที่ใช้ในภาษาไทย มีลักษณะแตกต่างกัน คือ คำมูลพยางค์เดียว คำมูลหลายพยางค์ คำประสม คำซ้ำ และคำสมาส คำเหล่านี้บางคำก็เป็นคำไทยแท้ บางคำก็มาจากภาษาอื่น ๆ คำชนิดต่าง ๆ จำแนกตามความหมายและหน้าที่ได้ 7 ชนิด ดังนี้

1) นาม คือ คำชื่อ อาจเป็นชื่อคน สัตว์ สิ่งของทั้งที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ สามาณยานาม (นามทั่วไป) เช่น นก พ่อ ไม้เท้า วิสามานยนาม (นามเฉพาะ) เช่น อรุณี บำรุงเมือง กรุงเทพฯ สมุหนาม (นามหมวดหมู่) เป็นคำที่บอกหมวดหมู่ของนามข้างหลัง เช่น โคลงข้าง คณะกรรมการ อาคารนาม (นามบอกอาคาร) เช่น ความดี การพูด ความคิด ลักษณะนาม (นามบอกลักษณะ) เป็นคำนามที่อยู่หลังจำนวน เช่น ข้างโคลงใหญ่ ปลา 1 คู่

2) สรรพนาม คือ คำแทนนาม มี 6 ชนิด คือ บุรุษสรรพนาม แทนบุรุษที่ 1 เช่น ฉัน กระผม ฯลฯ แทนนามบุรุษที่ 2 เช่น ท่าน คุณ เธอ ฯลฯ แทนบุรุษที่ 3 เช่น เขา ท่าน แก ฯลฯ ปรุจฉาสรรพนาม ใช้แสดงคำถาม เช่น ใครมา อะไรตก วิภาคสรรพนาม ใช้แทนนามที่เป็นส่วน ๆ หรือบอกความซ้ำ เช่น นักมวยชกกัน นักเรียนต่างอ่านหนังสือ อนิยมสรรพนาม ให้ออกความไม่บังเฉพาะไม่เป็นคำถาม เช่น ใคร ๆ ก็ต้องตาย ฉันทำอะไรก็ได้ นิยมสรรพนาม ใช้บอกความบังเฉพาะ หรือชี้ระยะ เช่น นี่คือปากกาของฉัน โน่นเป็น

หนังสือของเขา ประพันธ์สรพนาม ทำหน้าที่แทนนามข้างต้น และเชื่อมนามนั้นกับประโยคที่ตามมา เช่น ศาลลงโทษคนที่ทำผิด เพชรอันมีรอยร้าวย่อมไร้ค่า

3) กริยา คือ คำที่แสดงอาการของนามหรือสรพนาม แบ่งออกได้เป็น 4 ชนิด คือ อกรรมกริยา เป็นกริยาที่ไม่ต้องมีกรรมมารับ เช่น จักจั่นร้องเพราะแมลงเม่าบิน เข้ากองไฟ สกรรมกริยา เป็นกริยาที่ต้องมีกรรมมารับ เช่น แมลงป่องชูหาง แมลงปอกินยุง วิกตรรกกริยา คือ กริยาที่ต้องมีนามหรือสรพนามมารับ แต่ไม่ใช่กรรม เรียกว่า กริยาอาศัยส่วนเติมเต็ม เช่น ตัดเป็นช่อมดชนิดหนึ่ง กิ่งคล้ายกิ่ง กริยานุเคราะห์ ทำหน้าที่ประกอบข้างหน้ากริยาอื่น เป็นกริยาช่วยอยู่ตามลำพังไม่ได้ เช่น กุมารควรรอดชีวิต นางต้องกลับไปอยู่เมืองบาดาล

4) วิเศษณ์ คือ คำขยายหรือประกอบคำอื่นให้มีเนื้อความแปลกออกไป คำที่ใช้วิเศษณ์ประกอบได้ มีนามกริยาและวิเศษณ์ด้วยกัน วิเศษณ์มีหลายชนิดตามความหมาย ได้แก่ วิเศษณ์บอกสี เช่น ขาว ดำ แดง วิเศษณ์บอกอาการ เช่น เร็ว ช้า ไว วิเศษณ์บอกเวลา เช่น เช้า บ่าย เย็น ฯลฯ

5) บุพท คือ คำนำหน้านาม สรพนาม หรือกริยา ที่ทำหน้าที่อย่างนาม เพื่อบอกหน้าที่ของคำเหล่านั้น เช่น กับ แก่ แต่ ต่อ เพื่อ บอกลักษณะเป็นเครื่องใช้หรืออาการร่วมกัน เช่น พุดกันกับ ทำด้วยเหล็ก มาโดยรถไฟ ทำตามกฎหมาย บอกลักษณะเป็นผู้รับเป็นความประสงค์ของบทหน้า เช่น บอกแก่ ถวายพระพรแต่พระเจ้าแผ่นดิน สละชีพเพื่อชาติ ร้องเรียนต่อ บอกสถานที่ต้นทาง หรือเหตุต้นเค้า เช่น ได้มาแต่ มาจาก บอกสถานที่ เช่น ได้เพดาน ใกล้เคียงบ้าน ไนน้ำ

6) สันธานคือ คำเชื่อม อาจเชื่อมคำกับคำ ประโยคกับประโยค เช่น ยายกับตา ฉันและเพื่อนไปโรงเรียน กว่าเราจะมาถึงเธอก็ไปเสียแล้ว

7) อุทาน คือ คำที่ไม่มีความหมายในตัวเอง แต่แสดงอารมณ์หรือเสริมคำในการพูดกัน เช่น เอ๊ะ ! อนิจจา! พุโธ! อุทานเสริมคำเช่น อยู่บ้านอยู่ช่อง ลืมหลืมตา

2. ใช้เป็นวลี คือ คำหลาย ๆ คำมาติดต่อกันเป็นข้อความ แต่ใจความไม่ครบบริบูรณ์เป็นประโยค เช่น สมุดวาดเขียน บนสะพานม้าวาน เสียงโหยหวน ฯลฯ วลีจะมีหน้าที่

และความหมายเหมือนคำทั้ง 7 ชนิด

3. ใช้เป็นประโยค คือ คำที่นำมารวมกันแล้วได้ใจความสมบูรณ์ โดยมีส่วนประกอบสำคัญ 2 ส่วน คือ ภาคประธาน และภาคแสดง เช่น นกร้อง เป็นต้น ประโยคแบ่งได้เป็น 3 ชนิด คือ

1) เอกกรรตประโยค คือ ประโยคความเดียว มีเนื้อความหนึ่งเดียวไม่ซับซ้อน เช่น ทุตไทยไปอังกฤษ นักเรียนอ่านหนังสือ ฯลฯ

2) อเนกกรรตประโยค คือ ประโยคความรวมที่ประกอบด้วยเอกกรรตประโยค 2 ประโยคขึ้นไป นำมารวมกันโดยใช้สันธานเชื่อม เมื่อแยกออกทุกประโยคจะมีความเสมอกัน เช่น ครูและเด็กอยู่ในห้อง พี่ไปโรงเรียน แต่น้องอยู่บ้าน

3) สังกรประโยค คือ ประโยคขยาย มีใจความคาบเกี่ยวกัน ต้องอาศัยกัน หมายถึงประโยคใหญ่มีใจความตั้งแต่ 2 ใจความขึ้นไป ใจความสำคัญเรียกว่า मुख्यประโยค นอกนั้นเป็นความขยายที่มาขยายส่วนใดส่วนหนึ่งของमुख्यประโยค เรียกว่า อนุประโยค เช่น เด็กที่ขยันจะสอบได้ แยกเป็น 2 ความได้ดังนี้ เด็กจะสอบได้เป็นमुख्यประโยค ที่ขยันเป็นอนุประโยคที่ขยายเด็ก ซึ่งเป็นประธานในमुख्यประโยค

แต่ถ้าแยกประโยคตามลักษณะและความหมายจะเป็น

1) ประโยคบอกเล่า ได้แก่ ประโยคที่ผู้พูด พูดหรือเขียนเพื่อเล่าเรื่องหรือตอบคำถาม โดยจะมีประธาน กริยา หรือกรรมขึ้นต้นก็ได้ เช่น พ่ออุ้มลูก เกิดไฟไหม้ ครั้งใหญ่ที่นครปฐม เด็กถูกทำโทษ

2) ประโยคปฏิเสธ ได้แก่ ข้อความที่ผู้พูดหรือเขียนเพื่อปฏิเสธไม่รับ เช่น เด็กไม่ทำงาน สินสมุทรไม่พอใจอุศเรน

3) ประโยคคำถาม ได้แก่ ข้อความที่ผู้พูดยังสงสัย ต้องการถามเพื่อให้ได้คำตอบ เช่น เธอไปตลาดหรือ เขาเป็นใคร (เสนีย์ วิลาวรรณ, 2521 สะอาด อินทรสาลี, 2511 และผอบ โปษะกฤษณะ, 2504)

ในการนำเสนอเนื้อหา นั้น นอกจากเราจะดูรูปแบบในการนำเสนอว่าใช้คำ วลี หรือประโยคแล้ว สิ่งที่เราต้องพิจารณาอีกประการหนึ่งคือ วัตถุประสงค์การนำเสนอ หรือ

ความมุ่งหมายโดยทั่วไปในการเขียน (ผะอบ โปษะกฤษณะ, 2522) คือ

1. เพื่ออธิบายให้ผู้อ่านรู้ว่าอะไรเป็นอะไร เป็นการบอกเล่าให้ทราบ เช่น ความรู้ทางวิชาการ หลักเกณฑ์ ทฤษฎีต่าง ๆ (การตอบข้อสอบเพื่ออธิบายก็อยู่ในชั้น) การชี้แจง การประกาศให้ทราบ ฯลฯ
2. เพื่อพรรณนา ให้ผู้อ่านได้รู้สึก ได้เห็น ได้ยิน เช่นเดียวกับผู้เขียนรู้สึก จะเป็นการพรรณนาภาพ เสียง รส หรือสัมผัสใด ๆ ก็ตาม
3. เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก เปลี่ยนใจ หรือเปลี่ยนท่าทีให้เป็นไปตามที่ผู้เขียนต้องการ

3.1 ชักชวนให้เห็นจริงในเรื่องที่เข้าใจยาก เช่น ข้อธรรมะต่าง ๆ คำพังเพย ภาษิต ที่เข้าใจยาก

3.2 โน้มน้าวให้เห็นด้วยในนโยบายใหม่ เปลี่ยนความคิดจากเรื่องหนึ่ง ไปอีกเรื่องหนึ่ง

4. เพื่อเล่าเรื่องให้ผู้อื่นทราบ เสมือนหนึ่งผู้อ่านได้เห็นสิ่งที่เกิดขึ้นหรือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยตนเอง

แต่สำหรับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารในการพยาบาล หรือการสาธารณสุขนั้น มีความเหมือนและแตกต่างจากวัตถุประสงค์โดยทั่วไป (บุญศรี ปราบณศักดิ์ และศิริพร จีรวัดณ์กุล, 2531) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (inform) หมายถึง การที่ผู้สื่อสารทำการส่งสารออกไป เพื่อบอกกล่าวเรื่องราว ข้อมูล หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ผู้อื่นทราบและเข้าใจ เช่น หนังสือพิมพ์รายงานข่าวเหตุการณ์ต่าง ๆ เป็นต้น
2. เพื่อการสอนหรือให้การศึกษา (teach or educate) หมายถึง ผู้ส่งสาร มีความต้องการที่จะถ่ายทอดความรู้ ความคิด หรือวิชาการให้ผู้รับเกิดความองงามทางปัญญา และจิตใจ เช่น การที่พยาบาลให้สุขศึกษาแก่ผู้ป่วย
3. เพื่อสร้างความพอใจหรือบันเทิง (Please or entertain) หมายถึง ผู้สื่อสารต้องการให้สารที่ส่งออกไปสร้างความสุข สนุกเพลิดเพลิน น่าพอใจแก่ผู้รับ เช่น

การเล่าเรื่องตลก การแสดงดนตรี การพูดบำรุงขวัญให้คนป่วยคลายความวิตกกังวล

4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (propose or persuade) หมายถึง การเสนอแนวคิด หรือข้อปฏิบัติให้ผู้รับเห็นด้วย คล้อยตามและยอมรับ เช่น การหาเสียงเลือกตั้ง การโฆษณาสินค้า การรณรงค์ป้องกันโรคเอดส์

ลักษณะของเนื้อหา

การที่คนเราสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือเพื่อหวังผลอย่างใดอย่างหนึ่ง ภาษาเป็นวิธีหนึ่งในการสื่อความหมาย ความเข้าใจอันดีทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ การเขียนเพื่อสื่อความหมาย หรือประชาสัมพันธ์ จึงมีความสำคัญมาก ภาษาที่เขียนจะต้องกลั่นกรองมาแล้วอย่างดี ใช้ถ้อยคำถูกต้องเหมาะสมสื่อความหมายได้ในทันทีที่อ่าน แต่การเขียนมีข้อจำกัดในการสร้างอารมณ์ ความรู้สึก จึงต้องเลือกสรรคำให้เกิดมโนภาพ สร้างความประทับใจ จดจำได้ง่าย การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ต้องทำให้คนเกิดความคล้อยตาม เชื่อมั่น และศรัทธา ในการเขียนเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์นั้น ๆ สามารถแบ่งลักษณะการเขียนได้เป็น 5 ประการ คือ

1. การเขียนแบบบรรยาย หมายถึง การเล่าเรื่อง อธิบายเรื่องราวตามลำดับเหตุการณ์หรือให้ความรู้เพื่อให้เข้าใจแจ่มแจ้ง ตรงประเด็นใช้ในการถ่ายทอดเนื้อหา โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ

1.1 เสนอข้อเท็จจริงและสาระสำคัญอย่างตรงไปตรงมา เข้าประเด็นที่เป็นสาระสำคัญโดยเร็วที่สุด

1.2 การเรียบเรียงถ้อยคำให้ตรงกับความคิดที่ต้องการเสนอมากที่สุด และสื่อความหมายให้ผู้อ่านเข้าใจได้ทันที

1.3 การใช้ภาษาที่เหมาะสม หมายถึง การใช้ภาษาที่ถูกต้องตามความหมาย และความยากง่ายของภาษาที่ใช้ต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายด้วย

2. การเขียนแบบพรรณนา เป็นการเขียนบอกลักษณะหรือเรื่องราวความเป็นจริงตลอดจนบอกความรู้สึกอย่างละเอียดลออ เพื่อให้เกิดภาพตามถ้อยคำ เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง และต้องการโน้มน้าวใจให้เห็นตามไปด้วย ดังนั้นการเขียนแบบพรรณนาจึงต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

2.1 เนื้อความที่มุ่งให้เกิดความหมายและความลึกซึ้ง จะต้องเลือกใช้ "คำ" ที่ดี คำที่ใช้แสดงความลึกซึ้งมีทั้งคำที่แสดงอารมณ์ เช่น โกรธ เกลียด ชิงชัง และแสดงความเป็นนามธรรม เช่น รัก หลง ชอบ หรือการกล่าวถึงสัตว์เลี้ยง เช่น แมว ถ้าใช้คำว่า "เจ้าเหมียว" แสดงความคุ้นเคยและความน่ารัก มากกว่าการใช้คำว่า "แมว" ตามธรรมดา

2.2 ความไพเราะในด้านเสียง จังหวะและการเล่นคำ จะช่วยให้จดจำได้ง่าย เกิดความประทับใจได้ดีกว่า โดยการเล่นสัมผัส การเล่นเสียงสูงต่ำ

2.3 ความสั้นยาวของถ้อยคำ ไม่จำกัดในการเขียนแบบพรรณนา ความสำคัญอยู่ที่การใช้ถ้อยคำให้เกิดภาพได้ ชักจูงใจให้คล้อยตามได้ บางครั้งจึงสามารถนำอุปมาอุปมัย การเปรียบเทียบซึ่งทำให้เกิดภาพได้ชัดเจนจำง่ายได้

3. การเขียนแบบจูงใจ เป็นการเขียนในลักษณะชักชวนให้คล้อยตาม เห็นดีเห็นงามตามไปด้วย บางครั้งมีลักษณะเชิงสั่งสอนชี้แนะ จึงอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า "การเขียนจูงใจเชิงเทศนาสั่งสอน" การเขียนแบบนี้มีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ

3.1 การยกเหตุผลประกอบ เพื่อให้เกิดความเชื่อถือ เห็นคล้อยตาม

3.2 การเล่นคำ เล่นสำนวน ทำให้อ่านง่าย จำง่าย มีความไพเราะน่าอ่าน และง่ายต่อการจูงใจให้คล้อยตามแล้วนำไปปฏิบัติตาม

4. การเขียนแบบอธิบาย เป็นการบอกวิธีการทำงาน อธิบายเรื่องยากให้ง่าย โดยมีองค์ประกอบในการเขียนดังนี้

4.1 ข้อมูลรายละเอียด หมายถึง สาระของเรื่อง ซึ่งเรื่องหนึ่งควรมีสาระหรือประเด็นหลักเพียงประเด็นเดียว ต้องมีความชัดเจน โดยปกติมักเป็นเรื่องที่ยาก ซับซ้อน จึงต้องเขียนอธิบายให้เข้าใจง่าย

4.2 การลำดับความคิด โดยคำนึงถึงเรื่องราวหรือวิธีการที่จะอธิบายนั้นว่า

อะไรควรจะทำก่อนหลัง เพื่อไม่ให้สับสน ไม่ต้องใช้สมาธิในการอ่านมาก ทำให้ไม่เบื่อหน่าย

4.3 การถ่ายทอดความคิดเป็นถ้อยคำ มีความสำคัญมาก คิดอย่างไรต้องการอธิบายอย่างไรก็ให้ถ่ายทอดอักษรให้ตรงกับความคิดนั้น

4.4 การเรียบเรียงถ้อยคำภาษาง่าย ๆ โดยต้องคำนึงถึงหลักการเขียนประโยคทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย ประธาน กริยา กรรมและคำขยายต่าง ๆ ควรใช้ภาษาง่ายสื่อความได้ตามที่คิด อย่าสรรหาคำที่ยากหรือใช้คำทางวิชาการมากเกินไป จะทำให้การเขียนไม่เกิดผล

5. การเขียนแบบอภิปราย เป็นการเขียนแบบโต้แย้ง หักล้าง เสนอข้อดีข้อเสียต่าง ๆ มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

5.1 สารของการอภิปราย ซึ่งมีวัตถุประสงค์ใหญ่ 3 ประการ คือ
ประการแรก ให้ข้อเท็จจริง คือ มุ่งเน้นสาระที่เป็นจริง ซึ่งสามารถพิสูจน์หรือตรวจสอบได้

ประการที่สอง ให้ความรู้ อาจเป็นความรู้ทั่วไปหรือความรู้เฉพาะด้าน

ประการที่สาม ให้ความคิดเห็น แนวคิดและหลักการ สามารถนำมาปฏิบัติได้

5.2 เหตุผลสนับสนุน ต้องนำเสนอข้อดี นำมาเขียนอย่างสอดคล้องเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน อาจเสนอให้เห็นทั้งส่วนดีและส่วนเสีย เพื่อให้ผู้อ่านได้ซึ่งใจและตัดสินใจได้ว่าการโต้แย้งหักล้างนำเสนอข้อดีเพียงใด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, 2530)

4. วัยรุ่น

วัยรุ่นเป็นวัยที่สิ้นสุดความเป็นเด็ก เป็นวัยที่เป็นสะพานไปหาวัยผู้ใหญ่ ไม่มีกำหนดว่าเริ่มและสิ้นสุดวัยรุ่นเมื่อใด แต่กำหนดความเปลี่ยนแปลงทางร่างกายเป็นสำคัญหรือกล่าวโดยทั่วไป คือ เริ่มมีวุฒิภาวะทางเพศ หญิงเริ่มมีประจำเดือน (Menstruation) ส่วนชายถือเอาตอนที่มือสุมจิ (Sperm) ซึ่งเด็กหญิงจะย่างเข้าสู่วัยรุ่นเร็วกว่าเด็กชาย 1-2 ปี

และทั้ง 2 เพศจะสิ้นสุดวัยรุ่นเมื่ออายุ 21 ปี (สุชา จันทน์เอม, 2529) เนื่องจากเป็นวัยที่อยู่ในระยะปรับตัว วัยรุ่นจะตกอยู่ในอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่ขั้วเข้าทางอารมณ์ได้ง่ายเพราะเด็กวัยนี้เมื่ออารมณ์อ่อนไหว เชื่อง่าย หลงง่าย เด็กวัยนี้มักต้องการความเป็นอิสระ และมีความสนใจทางสังคมการทำกิจกรรมร่วมกับบุคคลในวัยเดียวกัน มักผูกคูกุเกี่ยวกับงานเลี้ยง การมีนัดกับเพศตรงข้าม ภาพยนตร์ ดนตรี และกีฬา ขึ้นอยู่กับเพศ วัยรุ่นมีความเอาใจใส่ในเรื่องเสื้อผ้า ชอบความทันสมัย สันทัดฉลาด สะดุดตา และการเป็นที่ยอมรับของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องการให้เป็นที่ดึงดูดความสนใจของเพศตรงข้าม มีความสนใจในเรื่องเพศ สนใจเพื่อนต่างเพศ และมีความพอใจที่จะอยู่รวมกลุ่มกับเพื่อนวัยใกล้เคียงกันมากกว่าวัยที่ต่างจากเขา การพักผ่อนทางหนึ่งของวัยรุ่นที่ได้รับความสนใจ คือ การดูภาพยนตร์ นอกจากนี้ลักษณะของผู้แสดงภาพยนตร์จะมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นมาก โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิงจะพยายามเลียนแบบการแต่งกาย ทรงผม การพูด การแสดงออกของภาพยนตร์ที่เขาชอบ รวมทั้งติดตามเรื่องราวของดาราดังจากหนังสือ นิตยสาร และโทรทัศน์อีกด้วย

เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่อิสระคล่องแคล่ว ตัดสินใจรวดเร็ว ภาษาที่ใช้ในหมู่วัยรุ่นจะทันสมัย มีศัพท์แสลงต่าง ๆ ใช้ถ้อยคำสั้น ๆ ง่าย ๆ ไม่ใช่ศัพท์สูง ประโยคที่ใช้ไม่พรรณาความยืดยาว (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531)

ดังนั้นในการเลือกใช้สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้โรคเอดส์สำหรับวัยรุ่น จึงต้องมีลักษณะเฉพาะตัว ที่สอดคล้องลักษณะของวัยรุ่น ตั้งแต่การออกแบบไปจนถึงการเลือกสรรเนื้อหาเพื่อการนำเสนอเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นซึ่งแตกต่างจากวัยอื่น

ส่วนในด้านการรับรู้เกี่ยวกับการเห็น (Visual Perception) สำหรับวัยรุ่นมีการพัฒนาอย่างเต็มที่ในวัยเด็ก จึงไม่มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในวัยรุ่น และยังไม่มีความวิจัยทางด้านนี้โดยเฉพาะ

5. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา

5.1 ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นเทคนิคอย่างหนึ่งของการวิจัยที่จะทำการอ้างอิง โดยการดึงเนื้อหาในหลักฐานทั้งหลายออกมา ซึ่งจะต้องอาศัยกระบวนการจัดกระทำข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งความเชื่อถือได้ นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ ดังนี้คือ

เบอร์นาร์ด เบอ์เรลสัน (Bernard Berelson 1971 : 18) กล่าวถึงการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่งเพื่ออธิบายเนื้อหาสาระของการสื่อความหมายอย่างมีหลักเกณฑ์ มีระบบและสามารถอธิบายในเชิงปริมาณได้ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ คาร์เนย์ (Carney 1972 : 24) ที่ว่า การวิเคราะห์เนื้อหาคือ วิธีการที่ใช้ในการศึกษาเนื้อหาสาระของเอกสารอย่างมีระบบ มีหลักเกณฑ์และกำหนดขั้นตอนอย่างมีระบบ และสอดคล้องกับแนวความคิดของ ดอร์วิน พี คาร์ทไรท์ (Dorwin P. Cartwright 1969 : 242) ที่สรุปว่า การวิเคราะห์เนื้อหาและการลงรหัส (Content-Analysis and Coding) เป็นวิธีวิจัยสำหรับพรรณาเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีความเป็นปรนัย เป็นระบบและสามารถวัดปริมาณเป็นตัวเลขได้

อุทุมพร จามรมาน (2526 : 3) ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ว่า เป็นเทคนิคในการวิจัยที่ใช้บรรยายเนื้อหาที่สื่อความหมายกันได้อย่างมีระบบ มีความเป็นตัวเลขได้ และมีความเป็นปรนัย

เคลลิงเจอร์ (Fred N. Kerlinger 1972 : 525) ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาว่า เป็นวิธีการศึกษาและการวิเคราะห์สื่อมวลชนอย่างมีระบบ มีความเป็นปรนัย และเป็นการวัดตัวแปรในเชิงปริมาณ ใช้ในการหาความสัมพันธ์หรือความถี่ของสิ่งที่ปรากฏในสื่อมวลชนต่าง ๆ

คริปเพนดอร์ฟ (Kraus Krippendorff 1980 : 21) ได้ให้ความ

หมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ว่า เป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่งในการทำให้เครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ และมีผลสรุปที่เที่ยงตรงจากข้อมูลไปสู่เนื้อหาของข้อมูล

สำนัก ปัทมะทิน (2520 : 10) ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ว่า เป็นวิธีการที่ต้องสร้างเกณฑ์ขึ้นมา ซึ่งจะออกมาในรูปของการวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบด้วยถ้อยคำ ภาษา การกำหนดหน่วยที่ใช้มีตั้งแต่เล็กที่สุด จนถึงใหญ่ที่สุด เป็นข้อความหรือเป็นประโยค หรือหัวข้อที่มีความหมายตรงกับเนื้อหาหรือข้อความที่ต้องการวิเคราะห์ สิ่งสำคัญคือ ในการสร้างเกณฑ์ของเนื้อหา คือ การจำแนกประเภทของเนื้อหาที่ต้องทำให้เหมาะสมกับความประสงค์ของการวิเคราะห์เนื้อหาว่าต้องการข้อมูลชนิดใด เรื่องใด เนื้อหาใด เนื้อหาใดในต้นใด

สรรรค์รวี คชาชีวะ (สรรรค์รวี คชาชีวะ 2525 : 6) ได้สรุปความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ดังนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคในการวิจัย ที่ไม่ใช่เป็นการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ดังเช่น การวิจัยแบบอื่น ๆ
2. การวิเคราะห์เนื้อหา ต้องมีการสร้างเครื่องมือที่เชื่อถือได้ (Reliability) คือ เมื่อนำเครื่องมือเหล่านั้นไปใช้ในสถานการณ์ต่างกัน หรือผู้วิเคราะห์ต่างกัน แต่ได้ข้อมูลแบบเดียวกัน จะได้ผลเช่นเดียวกัน และเครื่องมือนั้นไม่ว่าผู้ใดจะนำไปใช้ก็จะได้ผลเช่นเดียวกัน
3. การวิเคราะห์เนื้อหาควรมีการสรุปผลที่สามารถอธิบายความหมายของเนื้อหาได้ทั้งในด้านปริมาณ (Quantitative) และในด้านคุณภาพ (Qualitative) อย่างมีความเที่ยงตรงตามธรรมชาติของสาร

จากความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาดังกล่าวมาแล้วนั้น อาจสรุปได้ว่า การวิเคราะห์เนื้อหา หมายถึง เทคนิควิธีวิจัยวิธีหนึ่ง ใช้สำหรับวินิจฉัยแยกแยะแจกแจงสาระหรือแนวคิดที่ปรากฏในเนื้อหาของข่าวสารหรือเอกสารว่ามีแนวโน้มไปทางใด โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์เป็นเครื่องมือในการวิจัย มีระเบียบวิธีพรรณนาเนื้อหาที่ปรากฏชัดเจน มีความเป็นปรนัย เป็นระบบ และแสดงปริมาณเป็นตัวเลขได้

อย่างไรก็ตาม ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาที่ผู้วิจัยได้ประมวลมาสรุปไว้ในส่อดคล้องกับแนวความคิดของ โอล ฮาร์ โฮลส์ไต (Ole R. Holsti 1969 : 3-14) ที่กล่าวว่า การวิจัยเชิงวิเคราะห์เนื้อหาเบื้องต้นประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ความเป็นปรนัย ความเป็นระบบ การแสดงปริมาณตัวเลขได้ และความชัดเจนซึ่งมีรายละเอียดพอสรุปได้ดังนี้

1. ความเป็นปรนัย หมายถึง ความกระชับรัดกุม มีขอบเขตที่แน่นอนของเกณฑ์การวิเคราะห์ ผู้วิจัยแต่ละคนสามารถวิเคราะห์เนื้อหาประเภทเดียวกันได้โดยใช้คำจำกัดความของเกณฑ์การวิเคราะห์นั้น ๆ ซึ่งผลที่ได้จะออกมาเหมือนกัน
 2. ความเป็นระบบ หมายถึง การคัดเลือกเนื้อหาที่จะทำการวิเคราะห์ต้องไม่มีอคติ ไม่มีการกะเกณฑ์ล่วงหน้าหรืออภัยหนึ่งซึ่งผู้วิเคราะห์ไม่สามารถเลือกที่จะตรวจสอบเฉพาะบางประการในเนื้อหาที่เหมาะสมหรือสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยไม่สนใจประเด็นอื่น ๆ ความหมายของการเป็นระบบนี้ทำให้เห็นชัดว่า การวิเคราะห์เนื้อหาไม่ใช่เรื่องของการโต้แย้งในข้อมูลที่มือคติ แต่เป็นเรื่องของระเบียบการชุดเดียวกันมาใช้กับเนื้อหาทั้งหมด ที่นำมาวิเคราะห์ ประการที่ 2 ทั้งหมดจะได้รับการวิเคราะห์ ประการสุดท้ายหมายถึง การวิเคราะห์ได้รับการออกแบบเพื่อเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการวิจัย
 3. การแสดงปริมาณเป็นตัวเลขได้ หมายถึง การเสนอผลของการวิเคราะห์เป็นตัวเลข อาจจะใช้ค่าสถิติของการกระจายความถี่ อัตราความถี่ อัตราส่วน ร้อยละ หรืออื่น ๆ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน โดยอาศัยภาษาทางคณิตศาสตร์
 4. ความชัดเจน หมายถึง การลงรหัสในตารางวิเคราะห์ เพื่อแสดงให้เห็นว่ามีเนื้อหานั้น ๆ ปรากฏอยู่อย่างชัดเจน ตรงกับเกณฑ์การวิเคราะห์ที่กำหนดไว้
- สิ่งสำคัญประการหนึ่งในการวิเคราะห์เนื้อหาได้แก่ การกำหนดหน่วยที่จะให้ทำการวิเคราะห์ หน่วยในการวิเคราะห์นั้นจะเป็นตัวกำหนดปริมาณเนื้อหาว่า เนื้อหาที่มีปริมาณเพียงใด จึงจะนับเป็น 1 หน่วย สำหรับการลงรหัส แสดงให้เห็นการปรากฏในแต่ละครั้ง หน่วยในการวิเคราะห์ที่สำคัญมี 5 หน่วย คือ คำ (words) สารหรือแนวคิด (themes)

ตัวละคร (characters) รายการ (items) และการวัดเนื้อที่และเวลา (space-and-time measures) การวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องหนึ่งอาจใช้หน่วยในการวิเคราะห์หลาย ๆ หน่วยก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมระหว่างหน่วยในการวิเคราะห์กับลักษณะปัญหาของการวิจัยนั้น ๆ

5.2 องค์ประกอบในการวิเคราะห์เนื้อหา

ในการวิเคราะห์เนื้อหามีองค์ประกอบดังนี้ (อุทุมพร จามรมา 2531 : 11-12)

1. เนื้อหาที่จะวิเคราะห์ เนื้อหาในที่นี้ไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปเอกสาร สิ่งพิมพ์ เสมอไป อาจอยู่ในรูปอื่น ๆ เช่น รูปภาพ การ์ตูน ละคร เพลง การโฆษณา ฟิล์ม ภาพยนตร์ คำพูด คำกล่าว การสนทนา หลักฐานของประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2. วัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์เนื้อหา มีวัตถุประสงค์ใหญ่ ๆ 3 ประการ คือ

2.1 เพื่อสรุปข้อมูล

2.2 เพื่อหารูปแบบหรือความสัมพันธ์ภายใน

2.3 เพื่อหารูปแบบหรือความสัมพันธ์ภายนอก

3. หน่วยในการวิเคราะห์ หน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อให้ทราบปริมาณเนื้อหาที่ต้องการ อาจใช้หน่วยต่อไปนี้

3.1 คำ (Word)

3.2 ประโยค (Sentence)

3.3 ข้อความ (Statements)

3.4 รายการหรือเรื่องราวทั้งหมด (Item) เช่น บทความ

บทบรรณาธิการ

3.5 เนื้อที่และเวลา (Space and time) เช่น คอลัมน์ นาที หน้า

3.6 บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา (Characters) เช่น คนอเมริกัน

คนเอเชีย

3.7 หน่วยสภาวะแวดล้อม (Content Unit) เป็นหน่วยที่ใหญ่ที่สุดที่ใช้ในกรณีที่หน่วยย่อย ๆ ไม่สามารถจัดวิเคราะห์ได้

5.3 วิธีวิเคราะห์เนื้อหา

วิธีวิเคราะห์เนื้อหา จะต้องสร้างเกณฑ์ขึ้น เกณฑ์คือ ตารางหรือแบบวิเคราะห์เนื้อหาที่ประกอบด้วยถ้อยคำในภาษาเป็นสำคัญ ถ้อยคำนี้อาจออกมาในรูปของคำข้อความ หัวข้อ หรือประโยค ซึ่งมีความหมาย ตรงกับเนื้อหาหรือข้อความที่ต้องการวิเคราะห์ ในการสร้างเกณฑ์วิเคราะห์เนื้อหานั้น สิ่งสำคัญคือ การจำแนกประเภทของเนื้อหา ว่าต้องการข้อมูลชนิดใด เรื่องใด เพื่อทราบแนวโน้มทางใด

ส่วนการวัดปริมาณเนื้อหา ว่าปรากฏมากน้อยเพียงใดนั้น อาจใช้วิธีนับจำนวนครั้งของเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในสิ่งที่ต้องการวิเคราะห์ ซึ่งตรงกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้แล้วสรุปผลการวิเคราะห์ออกมาในรูปของการบรรยายประกอบการเสนอเป็นตัวเลข เช่น คำร้อยละ เป็นต้น (Berelson 1971 : 18)

นอกจากนี้ ประภาวดี สืบสนธิ์ (2530 : 133-134) ยังได้กล่าวถึงวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาหลังจากที่ได้ทำความเข้าใจกับปัญหาการวิจัยที่จะศึกษาแล้ว พอสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้คือ

1. ศึกษาเนื้อหาของข่าวสารหรือเอกสารที่ต้องการวิเคราะห์อย่างละเอียด
2. กำหนดเนื้อหาของเกณฑ์การวิเคราะห์ให้ครอบคลุมเนื้อหาของเรื่องที่ต้องการวิจัย
3. กำหนดคำจำกัดความตลอดจนขอบเขตที่ชัดเจนของเกณฑ์การวิเคราะห์
4. กำหนดหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์
5. วิเคราะห์เนื้อหา โดยการเปรียบเทียบเนื้อหาของข่าวสารหรือ

เอกสารที่ต้องการวิเคราะห์ให้ตรงกับเนื้อหาของเกณฑ์การวิเคราะห์ที่กำหนดไว้ และลงรหัส เป็นรอยคะแนนแสดงความถี่ที่ปรากฏ เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาทั้งหมดแล้วสรุปหลักการวิเคราะห์ ข้อมูล โดยอาศัยค่าสถิติตามที่ต้องการสื่อความหมาย

5.4 ขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหา

เบอเรลสัน (Berelson 1971 : 18) ได้เสนอแนวคิดในขั้นตอนของการวิเคราะห์ไว้ว่า จะต้องสร้างเกณฑ์ขึ้นมาในรูปตารางวิเคราะห์ที่ประกอบด้วย ถ้อยคำ ภาษา ที่มีความหมายตรงกับเนื้อหาหรือข้อความที่ต้องการวิเคราะห์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ อุทุมพร จามรमान (2531 : 13) ที่กล่าวว่า วิธีการวิเคราะห์เนื้อหามีอยู่ 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 การแปลภาษาเป็นข้อมูล ซึ่งจะกระทำได้ก็ต่อเมื่อผู้วิเคราะห์จับประเด็นที่ซ่อนอยู่ในเนื้อหาสาระให้ชัดเจน

ขั้นที่ 2 การแปลข้อมูลออกมาเป็นตัวเลข หลังจากการวิเคราะห์เนื้อหา ออกเป็นส่วย่อยแล้ว การแปลข้อมูลจากส่วนย่อยเป็นตัวเลข ซึ่งอาจแปลเป็นความถี่หรือค่าคะแนน

โกวิท ประวาลพกษ์ (2525 : 97) ได้เสนอขั้นตอนของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ว่าเป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์ และมีขั้นตอนต่อเนื่องไปอย่างเป็นระบบ คือ

1. กำหนดเอกสารหรือเรื่องที่จะวิเคราะห์
2. กำหนดหัวข้อในการวิเคราะห์
3. จัดสร้างรายการของคำ วลี ประโยค ใจความสำคัญที่เป็นบรรทัดฐานในการวิเคราะห์
4. ทดลองใช้เกณฑ์ คือ คำ บรรทัดฐานที่จัดทำขึ้น ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น
5. ดำเนินการวิเคราะห์โดยนำเอาตารางบรรทัดฐานเหล่านั้น ไปแจกนับค่าประโยค วลี ตามที่กำหนดไว้

6. เมื่อวิเคราะห์แล้วก็ดำเนินการใช้สถิติวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบหรือ
คาดหมายค่าที่ต่าง ๆ ตามจุดมุ่งหมาย

7. ดำเนินการเขียนรายงาน

นอกจากนี้ โกวิท ประวาลพุกษ์ (2525) ยังได้กล่าวถึงหลักในการวิเคราะห์
เนื้อหาภายในและการวิเคราะห์ใจความสำคัญว่า

1. คำ วิเคราะห์คำว่าคำเหล่านี้หมายถึงอะไร มีมากน้อยแค่ไหน
2. วลี นำวลีมาวิเคราะห์ว่า วลีนี้บ่งบอกถึงอะไร
3. ประโยค โดยการวิเคราะห์ทีละประโยคว่า ประโยคนี้หมายความว่าอะไร

ซึ่งสรุปได้ว่า ถ้าหากการวิเคราะห์นั้นใช้คำ วลี ประโยค การวิเคราะห์นั้น
เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาภายใน แต่ถ้าหากใช้อีกวิธีหนึ่งคือ วิเคราะห์ทีละตอน (paragraph)
หรือทีละเรื่อง (themes) ว่ามีเจตนาารมณ์อย่างไร เรียกว่าเป็นการวิเคราะห์เอาเนื้อหา
สำคัญหรือความคิดรวบยอด (concept) ของเนื้อหานั้น ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ไปในทางกึ่ง
เจตนาารมณ์ ถ้าหากใช้หน่วยเป็นตอน (paragraph) หรือหน่วยเป็นเรื่อง (themes) หรือ
คำพูดที่แฝงด้วยความคิดหลัก (main idea) มาวิเคราะห์ อาจออกมาในรูปความเชื่อสัตย์
ความจงรักภักดีต่อชาติ ฯลฯ อันเป็นเทคนิคของการวิเคราะห์เนื้อหา

5.5 ความเชื่อถือได้ของผลการวิเคราะห์

การวิเคราะห์เนื้อหามักอิงกับผู้วิเคราะห์เป็นส่วนใหญ่ จะเห็นได้ว่า ผลการ
วิเคราะห์เนื้อหาเดียวกัน แต่ต่างที่คนวิเคราะห์มาให้คำตอบแตกต่างกัน ทั้งนี้มาจาก
แหล่งความคลาดเคลื่อนหลายอย่าง เช่น ลักษณะและความสามารถของผู้วิเคราะห์ ความ
สมบูรณ์ของข้อมูล การสุ่มข้อมูลมาวิเคราะห์ วิธีการวิเคราะห์ และการจัดทำรายงาน

ความเชื่อถือได้ จำแนกออกเป็น ความเที่ยง (Reliability) กับความ
ตรง (Validity)

ความเที่ยงของผลการวิเคราะห์เนื้อหา มีความหมาย 3 อย่าง คือ

- ก. ความคงที่
- ข. ความเหมือนเดิม
- ค. ความแม่นยำ

ซึ่งความเที่ยงทั้ง 3 แบบมีวิธีการตรวจสอบต่างกันคือ

ก. ความคงที่ แหล่งความคลาดเคลื่อนมาจากผู้วิเคราะห์ มีความไม่แน่นอนในการพิจารณา วิเคราะห์และสรุปความหมาย การตรวจสอบความคงที่ ทำได้โดยการวิเคราะห์ซ้ำ แล้วเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ทั้ง 2 ครั้งว่าแตกต่างกันหรือเหมือนกัน

ข. ความเหมือนเดิม แหล่งความคลาดเคลื่อนมาจากความไม่คงเส้นคงวาของผู้วิเคราะห์แต่ละคน และความไม่สอดคล้องของผลวิเคราะห์ของผู้วิเคราะห์หลายคน เช่น ผู้วิเคราะห์ให้รหัสแตกต่างกันออกไปทั้ง ๆ ที่เป็นเรื่องเดียวกัน หรือผู้วิเคราะห์ 2 คน แปลเนื้อหาต่างกัน การตรวจสอบความเที่ยงแบบนี้ทำได้โดยการตรวจสอบทุกขั้นตอน

ค. ความแม่นยำ แหล่งความคลาดเคลื่อนมาจากความไม่คงเส้นคงวาของผู้วิเคราะห์แต่ละคน ความไม่สอดคล้องของผลวิเคราะห์ของผู้วิเคราะห์ด้วยกันเอง และผลการวิเคราะห์ แตกต่างจากมาตรฐาน หรือเกณฑ์ที่ยอมรับกัน วิธีตรวจสอบความเที่ยงแบบนี้คือการตรวจสอบเกี่ยวกับเกณฑ์หรือมาตรฐานทุก ๆ ขั้นตอน

ความตรงของผลวิเคราะห์เนื้อหา

มีความหมายว่า ผลวิเคราะห์สอดคล้องกับความเป็นจริงมากน้อยเพียงใด ความตรงของผลวิเคราะห์เนื้อหา มี 5 ประเภท คือ

1. ความตรงที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล หมายถึงว่า ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ สอดคล้องกับข้อเท็จจริงมากน้อยเพียงใด
2. ความตรงตามความหมาย หมายความว่า มีการวิเคราะห์เนื้อหา จัดกลุ่มเนื้อหาให้คำจำกัดความของคำตรงตามความหมายหรือไม่ วิธีการตรวจสอบความตรง

แบบนี้ทำได้โดย การให้ผู้เชี่ยวชาญอื่นตรวจสอบ

3. ความตรงตามการลุ่ม การระบุประชากรของเนื้อหาเป็นสิ่งที่จำเป็น การอธิบายการลุ่มตัวอย่างอย่าง ไม่ลำเอียง เป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้ในการตรวจสอบความตรง แบบนี้

4. ความตรงตามวิธีการ ผลการวิเคราะห์ที่ใช้วิธีการ 2 อย่าง น่าจะให้ ผลการวิเคราะห์ ออกมาเหมือนกัน

5. ความตรงตามทฤษฎี ผลการวิเคราะห์น่าจะสอดคล้องกับทฤษฎีหลักการ หรือข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้อง

5.6 ประโยชน์ของการวิเคราะห์เนื้อหา

1. ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มของเนื้อหาสาระในข่าวสารหรือเอกสาร ต่าง ๆ ทุกสาขาวิชา

2. ใช้ในการศึกษาพัฒนาการของรายวิชาต่าง ๆ ช่วยให้เห็นลักษณะและ ขอบเขตของเนื้อหาในแง่มุมต่าง ๆ ในแต่ละช่วงเวลา นำผลการวิเคราะห์ที่ได้ไปใช้ปรับปรุง เนื้อหารายวิชา ตลอดจนวัสดุอุปกรณ์การเรียนการสอนต่าง ๆ ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

3. ใช้ศึกษาประวัติ แนวความคิด หรือทัศนคติของบุคคลผู้มีชื่อเสียงในอดีตแต่ ลังชีวิตลง โดยไม่มีใครทราบประวัติที่แท้จริง เช่น การวิเคราะห์เนื้อหาของสุนทรภู่ เพื่ออนุมานประวัติชีวิต และการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ที่ปรากฏในผลงานการ ประพันธ์ของสุนทรภู่ เป็นต้น

4. ใช้ศึกษาแนวความคิด หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่ง ผู้วิจัยไม่สามารถใช้การสัมภาษณ์ หรือการส่งแบบสอบถามได้ อาจจะมีข้อจำกัดเรื่องเวลา สถานที่ความไม่สมควรหรือความจำเป็นอื่น ๆ ซึ่งทำให้งานวิจัยไม่ละเอียดลึกซึ้งตามที่ต้องการ ผู้วิจัยสามารถศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่ต้องการศึกษาได้ ตัวอย่างเช่น ต้อง การศึกษาทัศนคติของประธานาธิบดี สหรัฐอเมริกา ที่มีต่อสหภาพโซเวียต อาจศึกษาจากการ วิเคราะห์เนื้อหาในนโยบาย และสุนทรพจน์ ตลอดจนข่าวการให้สัมภาษณ์ต่อสื่อมวลชนของ

ประธานาธิบดี สหรัฐอเมริกาว่ามีทัศนคติ ทั้งในแง่ลบและบวกต่อสหภาพโซเวียตอย่างไร และ
เพียงใด เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป จะเห็นได้ว่า การวิเคราะห์เนื้อหา นั้น มีผลต่อการผลิตสื่อ เพื่อ
การสื่อสารทั้ง ในด้านของการคัดเลือกเนื้อหาที่เหมาะสม และการจัดเนื้อหาสาระในสื่อที่ผลิต
แต่อย่างไรก็ตาม เนื้อหาที่จะนำมาใช้สื่อความหมายต้องเป็นเนื้อหาที่สามารถสื่อความได้ตาม
วัตถุประสงค์ ซึ่งการพิจารณาคัดเลือกเนื้อหาต้องอาศัยการวิเคราะห์เนื้อหา และในการ
วิเคราะห์เนื้อหา นั้น จำเป็นจะต้องมีการกำหนดเกณฑ์ขึ้นมาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์
ซึ่งเกณฑ์ดังกล่าวจะต้องมีความครอบคลุม และเด่นชัด มิฉะนั้นแล้วจะทำให้ผลการวิเคราะห์นั้น
มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ต่ำ หรือเชื่อถือไม่ได้

5.7 เกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา

การศึกษาในเชิงวิเคราะห์เนื้อหา นั้น การกำหนดเกณฑ์เป็นสิ่งสำคัญซึ่งจะต้อง
มีความครอบคลุมและชัดเจน เพื่อที่จะสามารถทำการวิเคราะห์เนื้อหาได้อย่างถูกต้อง
(Berelson, 1971) แต่สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของ
ภาพโฆษณาและแผ่นพับ จึงมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้คือ

1. เกณฑ์ในการวิเคราะห์รูปแบบภาพโฆษณา ซึ่งพิจารณาในด้าน
 - 1.1 ตัวอักษร
 - 1.2 ภาพประกอบ
 - 1.3 การออกแบบ
 - 1.4 สี
 - 1.5 ขนาด
 - 1.6 ตราประจำสถาบัน
 - 1.7 แนวคิด
 - 1.8 การนำเสนอเนื้อหา

- 1.9 จุดตั้งตูดสายตา
2. เกณฑ์ในการวิเคราะห์รูปแบบแผ่นพับ ซึ่งพิจารณาในด้าน
 - 2.1 ตัวอักษร
 - 2.2 ภาพประกอบ
 - 2.3 การจัดหน้า
 - 2.4 สี
 - 2.5 ขนาด
 - 2.6 ตราประจำสถาบัน
 - 2.7 แนวคิด
 - 2.8 ลักษณะของเนื้อหา
 - 2.9 การนำเสนอเนื้อหา
3. เกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหาโรคเอดส์สำหรับวัยรุ่น ซึ่งพิจารณาในด้าน
 - 3.1 สาเหตุ
 - 3.2 การติดต่อ
 - 3.3 การป้องกัน
 - 3.4 อาการของโรค
 - 3.5 การรักษา
 - 3.6 สถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด (ดูรายละเอียดในภาคผนวก)

คู่มือปฏิบัติการสหกิจศึกษา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย