

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ย่านพันซ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ฉบับนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี องค์ความรู้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาทำการศึกษาเพื่อกำหนดการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม
2. องค์ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์
3. ทฤษฎีการสื่อสาร
4. ประเภทของสื่อ
5. ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์
7. องค์ความรู้เรื่องหลักการออกแบบงานนิเทศศิลป์
8. ข้อมูลเบื้องต้นของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ย่านพันซ์
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 9.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 9.2 งานวิจัยต่างประเทศ

รายละเอียดของแต่ละหัวข้อ มีดังนี้

1. ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม

ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Cultural Diffusion Theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงการแพร่กระจายของวัฒนธรรมจากที่หนึ่งหรือแหล่งหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่ง เกิดขึ้นตอนปลายศตวรรษที่ 19 และแพร่หลายในศตวรรษที่ 20 ซึ่งเป็นช่วงที่ทฤษฎีวิวัฒนาการของเทเลอร์ (Edward B. Tylor) และมอร์แกน (Lewis H. Morgan) กำลังได้รับความนิยม โดยเกิดจากการปฏิเสธแนวความคิดของทฤษฎีวิวัฒนาการในขณะนั้น ซึ่งทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Cultural Diffusion Theory) มีด้วยกันหลายสำนักคิด เช่น สำนักอังกฤษปฏิเสธแนวคิดที่ว่า วัฒนธรรมต่างเกิดได้ทุกอย่างอิสระไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สำนักนี้เชื่อว่า คนมีความต้องการพื้นฐานเหมือนกันแม้จะอยู่ต่างถิ่นกัน ดังนั้นวัฒนธรรมพื้นฐานก็จะเหมือนกัน ส่วนวัฒนธรรมที่ต่างกัน

ย่อมขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน รวมทั้งยังเชื่อว่า วัฒนธรรมที่เจริญที่สุดแล้วจะแพร่กระจายไปยังแหล่งอื่น ๆ ที่ยังไม่เจริญ ส่วนสำนักเยอรมันเชื่อว่า มนุษย์มักจะหยิบยืมวัฒนธรรมจากเพื่อนบ้าน จึงเน้นในเรื่องการหยิบยืมวัฒนธรรมมากกว่าการสร้างวัฒนธรรมขึ้นเอง สำหรับสำนักอเมริกันเชื่อว่า วัฒนธรรมจะแพร่กระจายจากจุดศูนย์กลาง (จุดกำเนิด) ไปตามพื้นที่เท่าที่วัฒนธรรมนั้นจะแพร่กระจายไปได้ในเขตภูมิศาสตร์เดียวกันและยุคสมัยใกล้เคียงกัน (นิยพรรณ วรณศิริ, 2540: 94-100)

ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมไม่ได้เกิดจากความคิดของผู้ใดผู้หนึ่งโดยตรง เนื่องจากเกิดขึ้นจากหลายสำนักคิด อย่างไรก็ตาม สำนักคิดต่าง ๆ ก็มีผู้นำของสำนัก ดังนี้

สำนักอังกฤษ (British School) นักทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมที่สำคัญได้แก่ สมิทท์ (Elliot Smith) เพอร์รี่ (William J. Perry) และริเวอร์ (W.H.R. Rivers) โดยสมิทท์เชื่อว่า วัฒนธรรมแพร่กระจายจากจุดกำเนิดซึ่งเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมแล้วแพร่กระจายเป็นรูปวงกลมไปทั่วโลก โดยจุดศูนย์กลางอยู่ที่อียิปต์ ส่วนริเวอร์ เชื่อว่า วัฒนธรรมถูกสร้างขึ้นเพียงหนเดียวเท่านั้นแล้วแพร่กระจายไปทั่วโลกโดยอาศัยการอพยพย้ายถิ่นของมนุษย์

สำนักเยอรมัน (German School) นำโดยบาทหลวงชมิทท์ (Wilhelm Schmidt) และแกรบเนอร์ (Fritz Graebner) ซึ่งเชื่อว่า ปกติแล้วมนุษย์ไม่ชอบสร้างวัฒนธรรมขึ้นเองแต่ชอบหยิบยืมวัฒนธรรมจากเพื่อนบ้าน อย่างไรก็ตาม สำนักอังกฤษและสำนักเยอรมันมีแนวความคิดเหมือนกันคือ เชื่อว่า วัฒนธรรมโลกมีศูนย์กลางที่อียิปต์ โดยแผ่กระจายจากอียิปต์เป็นรูปวงกลม และการแพร่กระจายเกิดจากการอพยพย้ายถิ่นของมนุษย์

สำนักอเมริกัน (American School) นำโดยวิสเลอร์ (Clark Wissler) และโกเบอร์ (Alfred Kroeber) ซึ่งเชื่อว่า วัฒนธรรมจะแพร่กระจายจากจุดศูนย์กลาง (จุดกำเนิด) ไปตามพื้นที่เท่าที่วัฒนธรรมนั้นจะแพร่กระจายไปได้ในเขตภูมิศาสตร์เดียวกันและยุคสมัยใกล้เคียงกัน สำนักอเมริกันเชื่อว่า คนสร้างวัฒนธรรมได้ทุกที่เพื่อตอบสนองความจำเป็นพื้นฐานของตน ผู้นำทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมของสำนักอเมริกันที่สำคัญอีกคนหนึ่งคือบราวส์ (Franz Boas) นักมานุษยวิทยาชาวเยอรมันซึ่งเป็นอาจารย์ในมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเชื่อว่าการที่สังคมหลายสังคมมีวัฒนธรรมเหมือนกันเป็นเพราะการแพร่กระจายของวัฒนธรรม (Cultural diffusion) จากสังคมหนึ่งไปยังสังคมหนึ่ง การยอมรับวัฒนธรรมทำให้สังคมมีวัฒนธรรมเหมือนกันโดยไม่จำเป็นต้องหาคำตอบว่ามีจุดกำเนิดร่วมกันหรือไม่

ฐานคติของทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย

1.1 วัฒนธรรมอาจเกิดขึ้นและพัฒนาจนเจริญสูงสุดในแหล่งหนึ่ง แล้วแพร่กระจายไปยังแหล่งอื่นโดยรอบ

1.2 วัฒนธรรมอาจเกิดขึ้นในแหล่งหนึ่งแล้วแพร่กระจายไปพร้อมกับพัฒนาตนเอง ณ แหล่งอื่น ๆ ได้

1.3 การแพร่กระจายวัฒนธรรมจะเป็นไปได้เมื่อเกิดในพื้นที่ต่อเนื่องกัน ไม่มีอุปสรรคทางภูมิศาสตร์ขวางกั้น และมีการเคลื่อนย้ายถิ่นของมนุษย์ทั้งแบบชั่วคราวและแบบถาวร

จุดเด่นของทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม คือ เป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษาภาคสนามทางมานุษยวิทยา เป็นการยกระดับมาตรฐานของชาติพันธุ์วรรณาให้สูงขึ้น แนวความคิดของทฤษฎีนำไปสู่การอธิบายปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมระหว่างสังคม การปรับตัวและการยอมรับทางวัฒนธรรมของสังคมที่ต่างกัน รวมทั้งยังเป็นกรอบแนวคิดในการนำทฤษฎีไปใช้ในการพัฒนาชุมชนด้วย

การนำทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะนำทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมมาศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความเป็นมาในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัย

2. องค์ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์

ศุภย์มานุษยวิทยาสิรินคร (15 สิงหาคม 2557) ระบุว่า ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายของคำว่า “พิพิธภัณฑ์สถาน” ไว้ว่าหมายถึง “สถาบันถาวรที่เก็บรวบรวมและแสดงสิ่งต่างๆ ที่มีความสำคัญด้านวัฒนธรรมหรือด้านวิทยาศาสตร์ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเล่าเรียน และก่อให้เกิดความเพลิดเพลินใจ” ต่อมาในปี พ.ศ. 2542 พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้รวมความหมายของคำว่า “พิพิธภัณฑ์” และ “พิพิธภัณฑ์สถาน” เข้าเป็นความหมายเดียวกัน หมายถึง “สถานที่เก็บรวบรวมและแสดงสิ่งต่างๆ ที่มีความสำคัญด้านวัฒนธรรมหรือด้านวิทยาศาสตร์ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และก่อให้เกิดความเพลิดเพลินใจ”

นอกจากคำว่า “พิพิธภัณฑ์สถาน” จะเป็นคำที่ปรากฏในพจนานุกรมแล้วยังพบคำดังกล่าวนี้ในหนังสือสารานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน เล่มที่ 21 (พายุ – ภัคดี) พ.ศ. 2530 ซึ่งสารานุกรมไทยได้บันทึกเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์สถานไว้ สรุปได้ว่า “พิพิธภัณฑ์สถาน เป็นสถานที่ซึ่งเก็บรักษาสิ่งของต่างๆ มักนิยมเรียกสั้นๆ ว่า พิพิธภัณฑ์”

พิพิธภัณฑ์สถาน หรือ พิพิธภัณฑ์ เป็นศัพท์บัญญัติที่ตรงกับคำว่า Museum ในภาษาอังกฤษ แต่เดิมเมื่อแรกตั้งพิพิธภัณฑ์สถาน ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้เรียกทับศัพท์ว่า “มิวเซียม” ต่อมา คำว่า “พิพิธภัณฑ์สถาน” ได้ถูกบัญญัติขึ้นในรัชกาลที่ 7 เมื่อประกาศตั้ง “พิพิธภัณฑ์สถานสำหรับพระนคร” จึงได้ใช้คำว่า พิพิธภัณฑ์สถาน แทนคำว่า มิวเซียม นับแต่นั้น เป็นต้นมา

ความหมายของคำว่า Museum ในภาษาอังกฤษ ตามพจนานุกรมภาษาอังกฤษฉบับต่างๆ ได้ อธิบายความหมายทำนองเดียวกันว่า เป็นสถานที่สะสมหรือรวบรวม สงวนรักษาสงวนรักษาสิ่งของซึ่งมีความสำคัญ มีคุณค่าทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และธรรมชาติวิทยา เพื่อเป็นหลักฐาน แสดงถึงปรากฏการณ์ทางธรรมชาติและอัจฉริยภาพของมนุษย์

ในปัจจุบัน ความหมายของคำว่า Museum หรือ พิพิธภัณฑ์สถาน เป็นที่ยุติและยอมรับกัน ตามคำจำกัดความของสภาการพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติ หรือ ICOM (International Council of Museums) ซึ่งเป็นองค์การระหว่างประเทศที่ UNESCO หรือองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ ได้สนับสนุนให้จัดตั้งขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2489 และมีสมาชิกทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยด้วย โดย ICOM ได้ให้คำจำกัดความคำว่า Museum ไว้ในธรรมนูญที่แก้ไขฉบับล่าสุด ดังนี้

“พิพิธภัณฑ์สถาน เป็นสถาบันถาวรที่ไม่จัดหาผลประโยชน์ ให้บริการแก่สังคม และการพัฒนาของสังคม เป็นสถานที่เปิดทั่วไปสำหรับประชาชน ทำหน้าที่รวบรวม สงวนรักษา ค้นคว้าวิจัย เผยแพร่ความรู้ และจัดแสดง โดยมีมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้า ให้การศึกษาและความเพลิดเพลิน จากวัตถุที่รวบรวมไว้เป็นหลักฐาน ในเรื่องมนุษย์และสิ่งแวดล้อม

นอกจากพิพิธภัณฑ์สถานตามความหมายที่กล่าวข้างต้นแล้ว คำจำกัดความของ พิพิธภัณฑ์สถานยังรวมไปถึงสถานที่อื่นๆ ที่ ICOM ถือว่าเป็นพิพิธภัณฑ์สถานด้วย ได้แก่ 1) สถานที่สงวนรักษา และห้องแสดงถาวร ในหอสมุดและหอจดหมายเหตุ 2) โบราณสถาน หรือ แหล่งอนุสรณ์สถานทางโบราณคดี ชาติพันธุ์วิทยา และธรรมชาติวิทยา รวมทั้งอนุสาวรีย์ ประวัติศาสตร์ และสถานที่ซึ่งทำหน้าที่เป็นพิพิธภัณฑ์สถาน 3) สถาบันที่จัดแสดงสิ่งมีชีวิต เช่น สวนพฤกษชาติ สวนสัตว์ สถานที่แสดงสัตว์น้ำ สถานที่แสดงสิ่งมีชีวิตต่างๆ เป็นต้น 4) สถานที่ตามธรรมชาติซึ่งเป็นที่สงวนรักษา และ 5) ศูนย์แสดงทางวิทยาศาสตร์และห้องฟ้าจำลอง

2.1 ประวัติของพิพิธภัณฑ์สถานในประเทศไทย

ประวัติของพิพิธภัณฑ์สถานในประเทศไทยเริ่มขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระที่นั่งหลังหนึ่งขึ้นในพระบรมมหาราชวังเมื่อ พ.ศ. 2402

ตรงบริเวณที่เป็นพระที่นั่งศิวาลัยมหาปราสาท ในปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นสถานที่จัดแสดง ศิลปโบราณวัตถุที่ทรงรวบรวมไว้ และทรงขนานนามว่า “พระที่นั่งประพาสพิพิธภัณฑ” คำศัพท์ว่า “พิพิธภัณฑ” จึงปรากฏขึ้นเป็นครั้งแรกจากชื่อพระที่นั่งนี้ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นพิพิธภัณฑสถาน ส่วนพระองค์ ที่ไม่ได้เปิดสำหรับประชาชน

แต่ทั้งนี้ พิพิธภัณฑสถานสำหรับประชาชนเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งพิพิธภัณฑสถานขึ้นที่หอคอย คอคอดเคียว (ศาลาสหทัยสมาคม) ในบริเวณพระบรมมหาราชวัง เรียกว่า “มิวเซียม” เปิดเมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2417 จัดเป็นพิพิธภัณฑสถานประเภททั่วไปที่มีทั้งศิลปวัตถุ โบราณวัตถุ สัตว์สตัฟฟ์ โครงกระดูก หิน แร่ แม่เหล็ก พระแสงปืน รวมทั้งเครื่องสูง เครื่องดนตรี เครื่องราชูปโภค ฯลฯ และ “มิวเซียม” แห่งนี้ ต่อมาได้ย้ายไปจัดแสดงในพระราชวังบวรสถานมงคล เมื่อ พ.ศ. 2430 เฉพาะใน พระที่นั่ง 3 หลังด้านหน้า จนถึงรัชกาลที่ 7 จึงได้มีการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงขยายกิจการครั้งใหญ่ โดยพระราชทานพระที่นั่งทุกหลังและหมู่พระวิมานทั้งหมดในพระราชวังบวรสถานมงคล ให้ใช้ เป็นสถานที่จัดแสดง สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพเมื่อครั้งทรงดำรง ตำแหน่งนายกราชบัณฑิตยสภา และศาสตราจารย์ ยอร์ช เซเดส์ ผู้ช่วย ได้ดำเนินการจัดแสดง ครั้งใหม่ ที่ถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงจากพิพิธภัณฑสถานประเภททั่วไปเป็นพิพิธภัณฑสถาน ศิลปโบราณคดี ที่รวบรวม สงวนรักษา และจัดแสดงศิลปวัตถุ โบราณวัตถุ อันเป็นมรดกวัฒนธรรม ของชาติ โดยจัดตั้งเป็น “พิพิธภัณฑสถานสำหรับพระนคร” ซึ่งพระบาทสมเด็จพระปกเกล้า เจ้าอยู่หัวได้เสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2469 ดังนั้นคำว่า “พิพิธภัณฑสถาน” จึงเป็นศัพท์บัญญัติใช้แทน “มิวเซียม” ตั้งแต่นั้นมา

ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครองแล้ว รัฐบาลได้จัดตั้งกรมศิลปากรขึ้น เมื่อ พ.ศ. 2476 ในพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมศิลปากรมี “กองพิพิธภัณฑและโบราณคดี” ภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็น “กองโบราณคดี” และได้ประกาศเปลี่ยนชื่อ “พิพิธภัณฑสถานสำหรับพระนคร” เป็น “พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร” เมื่อ พ.ศ. 2477 ปัจจุบันกิจการ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติขึ้นอยู่กับสำนักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กรมศิลปากร ได้ขยายกิจการไป ทั่วประเทศ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มีพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติรวม 42 แห่ง นอกจาก พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ขึ้นอยู่ในกรมศิลปากรแล้ว ส่วนราชการอื่นๆ และเอกชนก็ได้จัดตั้ง พิพิธภัณฑสถานอีกเป็นจำนวนมาก แต่ทุกแห่งจะใช้ชื่อสั้นๆ ว่า “พิพิธภัณฑ” เช่น พิพิธภัณฑ วิทยาศาสตร์ ของกรมการศึกษานอกโรงเรียน พิพิธภัณฑหินแร่ ของกรมทรัพยากรธรณี พิพิธภัณฑ วังสวนผักกาด ของมูลนิธิพันธุทิพย์ – บริพัตร เป็นต้น

พิพิธภัณฑ์สถานทุกประเภทล้วนมีภาระหน้าที่อย่างเดียวกัน คือ เป็นสถาบันที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เริ่มด้วยการเก็บรวบรวม สงวนรักษาวัตถุสำคัญให้ดำรงอยู่ตลอดไปไม่สูญสลาย ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่องราวของวัตถุที่รวบรวมไว้ นำออกจัดแสดง เผยแพร่ให้ความรู้แก่ประชาชน ทั้งนี้ ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา พิพิธภัณฑ์สถานมีแนวทางการทำงานที่เปลี่ยนไปมาก โดยไม่ใช่เพียงคลังเก็บสมบัติโบราณอันล้ำสมัย หรือเก็บรักษาของแปลกประหลาดดังที่เข้าใจกันเมื่อศตวรรษที่แล้ว

2.2 พัฒนาการพิพิธภัณฑ์สถานของพิพิธภัณฑ์ไทย

ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (15 สิงหาคม 2557) ระบุว่า ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์สถานได้พัฒนาการจัดแสดงให้ทันสมัย ให้ทั้งความรู้และความเพลิดเพลิน มีกิจกรรมที่หลากหลายและเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสังคม โดยจัดเป็นศูนย์การศึกษาของชุมชนที่สำคัญอย่างยิ่งเป็นการศึกษานอกระบบ และเป็นสถานศึกษาชั่วชีวิต ทั้งนี้ ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็วเท่าใด งานของพิพิธภัณฑ์สถานก็ต้องก้าวหน้าตามให้ทันในด้านการเก็บรักษา สิ่งที่กำลังจะสูญสิ้นไป และรวบรวมสิ่งซึ่งประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมาใหม่ไปพร้อมๆ กัน ด้วยเหตุนี้ พิพิธภัณฑ์สถานจึงเป็นสถาบันการศึกษาของประชาชนทุกประเภท ทุกวัย ที่สำคัญยิ่งในสังคมปัจจุบัน”

เมื่อพิจารณาในแง่ของกฎหมาย คำว่า พิพิธภัณฑ์สถาน ได้ถูกระบุไว้ในกฎหมายครั้งแรกในพระราชบัญญัติจัดตั้งพิพิธภัณฑ์สถานสำหรับพระนคร พ.ศ. 2469 ซึ่งความหมายของพิพิธภัณฑ์สถานก็จะจะเป็นไปตามความหมายทั่วไปตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น และเมื่อประกาศใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยโบราณสถาน ศิลปวัตถุ โบราณวัตถุ และการพิพิธภัณฑ์แห่งชาติ พุทธศักราช 2477 พระราชบัญญัติดังกล่าวได้กำหนดนิยามคำว่า “พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ” ไว้หมายความว่า “พิพิธภัณฑ์สถานซึ่งรัฐมนตรีจะได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาว่าอยู่ในความควบคุมของกรมศิลปากร” ส่วนกฎหมายปัจจุบันที่เกี่ยวข้อง คือ พระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 ซึ่งพระราชบัญญัตินี้ไม่ได้บัญญัตินิยามคำว่า “พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ” ไว้อีกต่อไปแล้ว ดังนั้น การใช้คำว่าพิพิธภัณฑ์หรือพิพิธภัณฑ์สถานในปัจจุบันจึงต้องเป็นไปตามความหมายทั่วไป เว้นแต่จะมีกฎหมายใดต้องการความหมายเฉพาะก็จะบัญญัตินิยามไว้เป็นพิเศษ เช่น พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ พ.ศ. 2538 ให้ความหมายของ “พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์” ไว้หมายความว่า “สถานที่เก็บรวบรวมวัตถุ จำแนกประเภทวัตถุ บันทึกหลักฐาน สงวนรักษา และแสดงหรือจัดให้มีการแสดง สิ่งต่าง ๆ ที่มีความสำคัญด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมทั้งกิจกรรมอื่นๆ ที่

เกี่ยวเนื่อง เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจหรือกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต”

2.3 การก่อตัวของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในระยะเริ่มแรก: พิพิธภัณฑ์สถานในวังและวัด

ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (15 สิงหาคม 2557) ระบุว่า เป็นการยากที่จะระบุอย่างชัดเจนว่าพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในไทยเกิดขึ้นตั้งแต่เมื่อใด หากเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในความหมายที่เกี่ยวข้องกับมิติของพื้นที่ ซึ่งหมายถึงพิพิธภัณฑ์ที่ตั้งอยู่นอกเขตกรุงเทพมหานครแล้ว มีประวัติย้อนไปในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยหัวเมืองมณฑลอยุธยาได้มีความเคลื่อนไหวในเรื่องพิพิธภัณฑ์สถาน กล่าวคือ พระยาโบราณราชธานินทร์ สมุหเทศาภิบาล มณฑลอยุธยา ผู้ซึ่งได้รับแนวคิดในเรื่องการสะสมอนุรักษ์สมบัติทางศิลปวัฒนธรรมของชาติให้คงไว้ในแผ่นดินมิให้สูญหายไป จากสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระยาดำรงราชานุภาพซึ่งดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงมหาดไทย ในสมัยนั้น พระยาโบราณราชธานินทร์เป็นผู้หนึ่งที่สนใจด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี และเป็นผู้ที่ได้รวบรวมเก็บรักษาศิลปวัตถุและโบราณวัตถุในพื้นที่ไว้เป็นจำนวนมาก และจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์สถานขึ้นมา ณ พระราชวังจันทร์เกษม เรียกว่า “โบราณพิพิธภัณฑ์” เมื่อปี พ.ศ. 2445 28 ปี หลังก่อตั้ง “มิวเซียม” ณ ศาลาสหทัยสมาคม ต่อมาเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2447 โดยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทรงเสด็จทอดพระเนตร และพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้ย้ายสิ่งของมาจากโรงม้าพระที่นั่งไปจัดแสดงที่พลับพลาดุรรमुख และสร้างระเบียบตามแนวกำแพงด้านทิศเหนือและตะวันออก สำหรับจัดตั้งศิลาจารึกและประติมากรรมศิลปะตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์ชื่อว่า “อยุธยาพิพิธภัณฑ์” พิพิธภัณฑ์สถานประจำท้องถิ่นที่เกิดขึ้นแห่งแรกนี้ กลายเป็นแบบอย่างของการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ให้กับสมุหเทศาภิบาลอื่น ๆ ในเวลาต่อมา

การรับรู้ความหมายและแนวคิดของพิพิธภัณฑ์ในยุคนั้น จึงเป็นเรื่องของการเก็บรวบรวม โบราณวัตถุและศิลปวัตถุที่เป็น “ของมีค่าและของแปลก” เพื่อนำมาจัดแสดง ทั้งนี้ การก่อตั้งพิพิธภัณฑ์ได้ต้องมี “ของ” ก่อน ซึ่งแหล่งที่มีของมีค่าหรือโบราณวัตถุมากที่สุดในท้องถิ่นก็คือวัด เพราะวัดเป็นศูนย์กลางของชุมชนมาแต่อดีต พุทธศาสนิกชนไทยมักจะบริจาคของให้วัด วัดจึงเป็นที่รวมของศิลปวัตถุและโบราณวัตถุในท้องถิ่น สิ่งของเครื่องใช้ ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น สมุหเทศาภิบาลจึงไปหาวัดสำคัญที่มีการเก็บสะสมของมีค่าไว้ แล้วสนับสนุนให้จัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์ อาทิ วัดพระปฐมเจดีย์ วัดพระธาตุหริภุญไชย เป็นต้น ทั้งนี้ เหตุผลในการก่อตั้งพิพิธภัณฑ์ในหัวเมืองต่าง ๆ อีกนัยหนึ่ง คือ เป็นเครื่องมือสนับสนุนความพยายามของผู้ปกครองไทย ที่ต้องการแสดงถึงการเป็นชาติที่มีอารยะในยุคที่กำลังเผชิญหน้ากับลัทธิจักรวรรดินิยม

เมื่อส่วนกลางส่งต่อแนวคิดและวิธีการจัดการพิพิธภัณฑสถานผ่านผู้ปกครองในท้องถิ่นเข้ามายังวัดสำคัญ ๆ ที่มีของมีค่าสะสม การก่อตัวและแพร่กระจายของพิพิธภัณฑสถานในไทยในระยะแรกจึงเกิดขึ้นในวัด และได้แพร่ขยายต่อไปทั่วประเทศ อาทิ พระปฐมเจดีย์พิพิธภัณฑสถานจังหวัดนครปฐม (พ.ศ. 2454) พิพิธภัณฑสถานวัดพระธาตุหริภุญไชย จังหวัดลำพูน (พ.ศ. 2470) พิพิธภัณฑสถานวัดมหาธาตุวรวิหาร จังหวัดเพชรบุรี (พ.ศ. 2472) พิพิธภัณฑสถานวัดพระบรมธาตุไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี (พ.ศ. 2478) ศรีธรรมราชพิพิธภัณฑสถาน จังหวัดนครศรีธรรมราช (พ.ศ. 2480) พิพิธภัณฑสถานวัดพระพุทธชินราช จังหวัดพิษณุโลก (พ.ศ. 2480) พิพิธภัณฑสถานวัดโบสถ์ จังหวัดสิงห์บุรี (พ.ศ. 2482) พิพิธภัณฑสถานวัดมณีมาวาส จังหวัดสงขลา (พ.ศ. 2483) พิพิธภัณฑสถานวัดสุทธจินดา จังหวัดนครราชสีมา (พ.ศ. 2497) เป็นต้น ซึ่งพิพิธภัณฑสถานเหล่านี้ ต่อมาได้ถูกประกาศเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2504 ตามพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

ตั้งแต่ประมาณ พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา ด้วยเหตุผลต่าง ๆ ด้านสังคมวัฒนธรรมและเงื่อนไขทางการเมือง ซึ่งซับซ้อนเกินกว่าที่จะบรรยายในที่นี้ ทำให้เกิดนโยบายพัฒนาจากหน่วยงานของรัฐหลายหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถาน หรือศูนย์วัฒนธรรมขึ้นในท้องถิ่น นโยบายการพัฒนาวัดของกรมศาสนาก็เป็นนโยบายหนึ่ง โดยการประกาศใช้ปี พ.ศ. 2507 และปรับปรุงร่างโครงการอีกครั้งในปี พ.ศ. 2513 ความหมายของการพัฒนาวัดคือ การปรับปรุงสภาพวัดและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด เพื่อสนับสนุนให้วัดมีความเจริญรุ่งเรืองและเป็นศูนย์รวมจิตใจของประชาชน โดยเกณฑ์การจัดวัดเข้าสู่ทำเนียบ “วัดพัฒนาตัวอย่าง” ข้อหนึ่ง คือ การพัฒนาด้านศาสนวัตถุซึ่งมีพันธกิจข้อหนึ่งคือ การพัฒนาเขตสาธารณสงเคราะห์ ซึ่งเป็นบริเวณที่วัดจัดไว้เพื่อสงเคราะห์แก่ประชาชน เช่น การสร้างแหล่งเรียนรู้ของชุมชนในลักษณะพิพิธภัณฑสถานนอกเหนือจากโรงเรียนพระปริยัติธรรมและห้องสมุด

2.4 พิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นในสถานศึกษา

ในช่วงต้นทศวรรษที่ 2520 หลังจากจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) ตามพระราชบัญญัติสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2522 แล้ว นโยบายของ สวช. ได้ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นลักษณะใหม่ ซึ่งได้แก่ พิพิธภัณฑสถานในสถาบันการศึกษา โดยจัดตั้งเป็น “ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรม” ในสถานศึกษาทั่วประเทศ เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการอนุรักษ์ ส่งเสริม เผยแพร่ และพัฒนาวัฒนธรรมของชาติสืบเนื่องต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ต่อมาในปี พ.ศ. 2524 ได้มีการยกเลิกระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรม พ.ศ. 2523 และประกาศใช้ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยศูนย์วัฒนธรรม พ.ศ. 2524 แทน เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2524 ซึ่งตามระเบียบนี้มีผลให้ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรมเปลี่ยนชื่อเป็น “ศูนย์วัฒนธรรม” และเพื่อให้ทราบว่าคุณสมบัติวัฒนธรรมนั้น ๆ ตั้งอยู่ที่ใด การเขียนชื่อศูนย์วัฒนธรรม จึงใช้คำว่า ศูนย์วัฒนธรรมขึ้นต้น ตามด้วยจังหวัดหรืออำเภอ แล้วตามด้วยชื่อสถานที่จัดตั้งเป็นศูนย์ฯ นั้น ๆ เช่น ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี วิทยาลัยครูกาญจนบุรี เป็นต้น

ที่มาของการใช้คำว่า “ศูนย์วัฒนธรรม” เนื่องจาก สวช.พยายามจะนิยามความหมายและหน้าที่ของศูนย์วัฒนธรรมให้แตกต่างจากความหมายของพิพิธภัณฑ์ และสภาพของพิพิธภัณฑ์ที่เป็นอยู่ในตอนนั้นซึ่งที่เป็นสถานที่หรือเป็นคลังสะสมวัตถุสิ่งของ โดยยังไม่มีเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของประชาชน ในขณะที่ศูนย์วัฒนธรรมจะจัดแสดงสิ่งของ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นของจริงแต่อาจจะจำลองมา ทำให้ไม่ต้องผูกพันกับการมีคลังสะสมของและงานอนุรักษ์ รวมทั้งยังมีกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลหรือ “สาร” (Message) ที่ทางศูนย์วัฒนธรรมต้องการจะสื่อ

ในปี พ.ศ.2531 ได้มีการประกาศใช้ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยศูนย์วัฒนธรรม พ.ศ. 2531 ซึ่งประกาศใช้ตั้งแต่วันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2531 โดยมีการจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมอำเภอขึ้นในอำเภอต่าง ๆ ที่มีความพร้อมและเหมาะสม ซึ่งส่วนใหญ่จัดตั้งที่โรงเรียนมัธยมประจำอำเภอ เพื่อทำหน้าที่ทางด้านวิชาการในการเก็บข้อมูล วิจัย ศึกษา พัฒนา ส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ ในอำเภอ

2.5 ศูนย์วัฒนธรรมมีหน้าที่ตามที่กำหนดไว้ในระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยศูนย์วัฒนธรรม พ.ศ. 2531 ดังนี้

- 2.5.1 ศึกษา ค้นคว้า วิจัย และรวบรวมข้อมูลวัฒนธรรม
- 2.5.2 อนุรักษ์ ส่งเสริม พัฒนา และเผยแพร่วัฒนธรรม
- 2.5.3 ฝึกอบรมและสนับสนุนการฝึกอบรมวิทยากรและบุคลากรวัฒนธรรม
- 2.5.4 จัดนิทรรศการด้านวัฒนธรรมและหรือจัดกิจกรรมของหอวัฒนธรรม
- 2.5.5 ประสานงานและสนับสนุนการดำเนินงานวัฒนธรรมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นทั้งภาครัฐและเอกชน
- 2.5.6 หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมายจาก สวช. คณะอนุกรรมการวัฒนธรรมจังหวัดหรือคณะกรรมการวัฒนธรรมอำเภอแล้วแต่กรณี

2.6 พิพิธภัณฑท์ท้องถิ่น : ปฏิบัติการต่อกระแสโลกาภิวัตน์

พิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นเริ่มได้รับการกล่าวถึงขึ้นมาอีกครั้งในช่วงกลางปี พ.ศ. 2530 โดยความเคลื่อนไหวงานด้านพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นในครั้งนี้ไม่ได้มาจากกลไกภาครัฐ แต่เป็นกลไกนอกภาครัฐคือ ชาวบ้านและนักวิชาการ ปัญญาชนชั้นนำ กลุ่มของอาจารย์ศรีศักร วัลลิโภดม และมูลนิธิประไพ วิริยะพันธุ์ ซึ่งเข้าไปมีส่วนกระตุ้นและช่วยเหลือชาวบ้านในการตั้งพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่น เพื่อให้คนในท้องถิ่นได้รู้จักตนเอง โดยมีแนวคิดที่ว่าพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นมิใช่เรื่องของอาคารสถานที่และบรรดาโบราณวัตถุแต่เพียงอย่างเดียว แต่จะต้องสัมพันธ์กับเนื้อหาทั้งในด้านประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์สังคม และชีวิตวัฒนธรรมของผู้คนที่อยู่ตามชุมชนต่าง ๆ ในพื้นที่หรือท้องถิ่นเดียวกัน ทั้งนี้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์สังคมและชีวิตวัฒนธรรมของผู้คนในท้องถิ่นจะเป็นตัวตั้งหรือเป็นสิ่งที่กำหนดว่า จะนำโบราณวัตถุชนิดใดมาแสดง ทิศทางและหัวข้อในการแสดง และเป็นสิ่งที่แสดงลักษณะเฉพาะที่มักเรียกกันว่า “เอกลักษณ์ท้องถิ่น” ซึ่งสิ่งนี้จะนำไปสู่การมองเห็นความหลากหลายทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อม เมื่อมีการนำเอาเนื้อหาของพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นแต่ละแห่งมาเปรียบเทียบกับ ควรได้เนื้อหาในองค์รวมที่ทำให้มองเห็นชุมชนเชื่อมโยงกันหลาย ๆ ส่วน กลายมาเป็นท้องถิ่น ซึ่งท้องถิ่นคืออาณาบริเวณแห่งหนึ่งที่มีมนุษย์ พืช สัตว์ ดำรงชีวิตอยู่ร่วมกัน ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมเพื่อมีชีวิตอยู่ร่วมกัน กระบวนการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมดังกล่าว ทำให้เกิดรูปแบบทางวัฒนธรรมแตกต่างไปจากท้องถิ่นอื่นที่มีสภาพแวดล้อมธรรมชาติแตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้ที่เข้าใจรูปแบบวัฒนธรรมดังกล่าวได้อย่างถูกต้องและลุ่มลึก คือ คนในท้องถิ่นนั่นเอง การดำเนินการจัดพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นในรูปแบบนี้ จึงยึดความต้องการจากคนในท้องถิ่นมาก่อน และนำไปสู่การได้มาซึ่งเนื้อหาในเรื่องที่เป็นการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชาวบ้านและนักวิชาการ

ตัวอย่างของพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นตามแนวคิดนี้ได้แก่ พิพิธภัณฑท์พื้นบ้านวัดม่วง จังหวัดราชบุรี ที่ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2535 โดยการสนับสนุนของมหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นตัวอย่างลำดับแรก ๆ ของพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นตามแนวคิดดังกล่าว และกลายเป็นแบบอย่างการดำเนินงานของพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นตามแนวคิดนี้ที่เกิดขึ้นตามมา อาทิ พิพิธภัณฑท์วัดจันเสน จังหวัดนครสวรรค์ (พ.ศ. 2538) พิพิธภัณฑท์บ้านเขายี่สาร จังหวัดสมุทรสงคราม (พ.ศ. 2539) พิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น

เป็นที่น่าสังเกตว่าพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นที่เกิดขึ้นเวลานี้ยังคงเกิดขึ้นจากพระสงฆ์และวัดเป็นผู้ดำเนินการหลัก แม้ว่าสังคมจะเชื่อว่าปัจจุบันวัดได้ถูกลดทอดบทบาทจากการเป็นศูนย์กลางในการสร้าง การแลกเปลี่ยน และการพัฒนาชีวิตทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นแล้วก็ตาม ในขณะที่เดียวกันการจัดประชุมสัมมนาเกี่ยวกับพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นของหน่วยงานต่าง ๆ ก็มีส่วนทำให้

บรรยากาศของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเริ่มการตื่นตัวมากขึ้น อาทิ งานสัมมนาทางวิชาการเรื่อง “สัมมนาพิพิธภัณฑ์ไทยในศตวรรษใหม่” จัดโดยศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธรร่วมกับสถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล (พ.ศ. 2544) เป็นต้น การสัมมนาดังกล่าวก่อให้เกิดบรรยากาศที่จะกระตุ้นให้นักวิชาการทั้งในส่วนกลาง นักวิชาการท้องถิ่น สถาบันการศึกษา รวมถึงชุมชน มีความตื่นตัวและสนใจงานด้านพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นมากขึ้น

2.7 อำนาจของท้องถิ่นในการจัดการพิพิธภัณฑ์

พลังของภาคประชาชนเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่องานพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นมากขึ้น เมื่อสังคมไทยมีการปฏิรูปกฎหมายครั้งสำคัญที่ยอมรับสิทธิของชุมชนมากขึ้น ทั้งพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบลที่ประกาศใช้ในปี พ.ศ. 2537 สำคัญ คือ การกระจายอำนาจลงสู่ท้องถิ่น โดยหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นข้อหนึ่งระบุไว้คือ การบำรุงรักษา ศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น และรัฐธรรมนูญฉบับที่ประกาศใช้ในปี พ.ศ. 2540 ตามมาตรา 46 ที่ให้สิทธิแก่ท้องถิ่นในการจัดการอนุรักษ์และฟื้นฟูจารีตประเพณีท้องถิ่นด้วยตนเอง บริบทที่เปลี่ยนไปนี้เปิดช่องทางให้กับการสร้างแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมในรูปของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นได้สะดวกขึ้น พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกลายเป็นองค์กรที่ต้องเกิดขึ้นตามเงื่อนไขและบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ ความต้องการในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นรวมทั้งสำนึกร่วมของชุมชนที่ต้องการเป็นตัวของตัวเองนั้นมีมากขึ้นจนกลายเป็นปรากฏการณ์อย่างหนึ่งในสังคมไทย ณ ปัจจุบัน

2.8 พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในฐานะแหล่งเรียนรู้ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว

พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นหลายแห่งเกิดขึ้นจากการได้รับงบประมาณสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ทั้งนี้การให้งบประมาณสนับสนุน โครงการกิจกรรมต่าง ๆ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีงบประมาณหมวดที่เรียกว่าเงินอุดหนุน โดยการตั้งงบประมาณหมวดเงินอุดหนุนนี้ไม่ได้มีการกำหนดวงเงินเอาไว้ แต่คำนึงถึงฐานะการคลังขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น และโครงการกิจกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายประจำปี พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่ได้รับเงินสนับสนุนจากเทศบาลตำบล เช่น ศูนย์อนุรักษ์มรดกท้องถิ่นกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ได้รับงบประมาณอุดหนุนการดำเนินงานจากเทศบาลตำบลกะทู้ พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านละงู จังหวัดสตูล ได้รับเงินสนับสนุนการก่อสร้างอาคารจัดแสดงจากเทศบาลตำบลกำแพง อำเภอละงู พิพิธภัณฑ์พืชมะรงค์ จังหวัดสงขลา ที่ดำเนินงานและบริหารจัดการโดยเทศบาลนครสงขลา

ในขณะที่เดียวกันพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นบางแห่งที่เกิดขึ้นจากการสนับสนุนขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น นอกจากจะเป็นการสร้างให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของคนในท้องถิ่นแล้ว ยังคำนึงถึงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวตามกระแสส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกระแสหลักของสังคมไทย ในเวลานี้ อาทิเช่น พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านลະงູ່ ชั้นล่างของอาคารทำเป็นศูนย์บริการท่องเที่ยวเทศบาล ตำบลกำแพง พิพิธภัณฑ์พหามะรงค์เป็นศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา เหตุผลหนึ่งที่อธิบายได้คือ หน้าที่ข้อหนึ่งในบทบัญญัติตามกฎหมายของเทศบาลนคร คือการส่งเสริมกิจการการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นจึงถูกผนวกรวมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาล

หน้าที่อีกประการหนึ่งขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบลข้อหนึ่งคือ ส่งเสริมการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ทำให้องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เข้าไปผูกพันกับงานด้านสร้างแหล่งเรียนรู้ให้กับชุมชนด้วย นั่นคือ การจัดให้มีศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (สรช.) ตามพระราชบัญญัติการปฏิรูปการศึกษา พ.ศ. 2542 ทั้งนี้ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (สรช.) จึงถือว่าเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นอีกลักษณะหนึ่ง โดยมีองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เป็นผู้กำกับดูแล และมีศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนเป็นผู้สนับสนุนส่งเสริม วัตถุประสงค์หลักคือเพื่อเป็นศูนย์กลางจัดการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับประชาชนในชุมชน เป็นสถานที่เสริมสร้างโอกาสการเรียนรู้ ถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ วิทยาการ ตลอดจนภูมิปัญญาของชุมชน

นอกจากนี้ยังมีกลไกใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือของภาครัฐและนอกภาครัฐ เข้ามาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการสร้างแหล่งเรียนรู้ในรูปแบบของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นให้แพร่กระจายลงสู่ท้องถิ่น อาทิ โครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองน่าอยู่ ที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2545 อันเป็นโครงการที่เกิดจากความร่วมมือของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.) มูลนิธิชุมชนไท สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และเครือข่ายองค์กรชุมชนเมือง โดยเมืองน่าอยู่นั้นจะต้องมีลักษณะเป็นองค์กรรวมที่หลากหลาย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และกายภาพ ซึ่งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นก็คือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของ “เมืองน่าอยู่” พิพิธภัณฑ์ที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการนี้ อาทิ พิพิธภัณฑ์วัดเกตุการาม จังหวัดเชียงใหม่ พิพิธภัณฑ์ชุมชน อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นต้น

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) ซึ่งเคยมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการสร้างแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น ได้มีแผนนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมการสร้างแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น

ของรัฐ โดยสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) ได้จัดตั้ง “หอวัฒนธรรมนิทัศน์” ในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศเมื่อปี พ.ศ. 2537 เพื่อสนองตอบนโยบายการกระจายอำนาจการบริหารงานวัฒนธรรมและการขยายเครือข่ายการดำเนินงานวัฒนธรรมให้แพร่หลาย โดยสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) มุ่งส่งเสริมให้ท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น

พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในรูปแบบของหอวัฒนธรรมนิทัศน์ จึงถือว่าเป็น “แหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต” อันสอดคล้องกับนโยบายการปฏิรูปการศึกษา ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 25 ที่รัฐต้องส่งเสริมการดำเนินงานและการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตทุกรูปแบบ ได้แก่ ห้องสมุดประชาชน พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สวนพฤกษศาสตร์ อุทยาน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ศูนย์การศึกษา และนันทนาการ

ข้อมูล ณ ปี พ.ศ. 2544 เครือข่ายหอวัฒนธรรมนิทัศน์ทั่วประเทศมีทั้งสิ้น 44 แห่ง มีที่จัดตั้งขึ้นใหม่ เช่น หอวัฒนธรรมนิทัศน์วัดศรีโคมคำ จังหวัดพะเยา หอวัฒนธรรมนิทัศน์เฉลิมพระเกียรติกาญจนาภิเษก จังหวัดเชียงราย หอวัฒนธรรมนิทัศน์ลุ่มน้ำโขง จังหวัดนครพนม เป็นต้น บางแห่งเป็นศูนย์วัฒนธรรมจังหวัด หรือเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นอยู่แล้ว แต่เมื่อมาเข้าร่วมโครงการอบรมผู้บริหารหอไทยนิทัศน์ จึงถือเป็นเครือข่ายหอวัฒนธรรมนิทัศน์ด้วย เช่น ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดตราด โรงเรียนสตรีประเสริฐศิลป์ ศูนย์วัฒนธรรมโรงเรียนบางพลีราษฎร์บำรุง จังหวัดสมุทรปราการ พิพิธภัณฑ์วัดคลองท่อม จังหวัดกระบี่ หอวัฒนธรรมบ้านละไม เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดฝั่งคลอง (ไทยพวน) จังหวัดนครนายก เป็นต้น

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) ยังกำหนดให้มีการจัดตั้งศูนย์บูรณาการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน ซึ่งเป็นโครงการที่เชื่อมโยงกับงานพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น โครงการดังกล่าวเริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2546 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสืบค้น การถ่ายทอด การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนด้วยวัฒนธรรม โดยการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบ 1 ใน 6 ส่วนของศูนย์บูรณาการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน โดยสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) ได้ตั้งเป้าไว้ว่าหลังจากที่ตั้งศูนย์บูรณาการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชนครบทุกจังหวัดแล้ว จะเตรียมขยายศูนย์ให้ครบทุกอำเภอ ซึ่งในปี พ.ศ. 2548 ได้เริ่มจัดตั้งแล้ว 5 ศูนย์ ใน 5 อำเภอของจังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี กาญจนบุรี ลพบุรี และเชียงใหม่ และเตรียมขยายไปทุกตำบล ซึ่งหากเป็นไปตามแผนงานที่สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) ตั้งไว้ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นที่กำลังจะเกิดขึ้นมาเป็นจำนวนมากนี้จะกลายเป็นปรากฏการณ์ใหม่ของสังคมไทย

2.9 บทบาทและหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์

การดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์ต้องมีการคำนึงถึงหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ (Museum functions) ซึ่งปัจจุบัน พิพิธภัณฑ์ได้กลายมาเป็นสถาบันของประชาชนที่มีบทบาทในการเป็นศูนย์กลางของชุมชนและให้บริการแก่ชุมชนทุกกลุ่ม เพราะพิพิธภัณฑ์เป็นสถานที่ให้ทั้งความรู้ ความสนุกเพลิดเพลิน และความบันเทิงใจ อีกทั้งบทบาทของพิพิธภัณฑ์มีความโดดเด่นขึ้นมาอย่างชัดเจนในฐานะที่เป็นกลไกสำคัญเพื่อการศึกษาอนุกระบบอีกด้วย

จิรา จงกล (2532: 21) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ โดยสรุปจากแนวคิดของ Douglas ที่บรรยายเรื่อง The museum and its functions ไว้ในหนังสือ The Organization of Museums : Practical Advice ซึ่งองค์การ UNESCO ได้ตีพิมพ์ในปี พ.ศ. 2503 ดังนี้

2.9.1 การรวบรวมวัตถุ (Collecting) คือ การรวบรวมวัตถุหรือสิ่งของที่สื่อถึงนิสัย และพฤติกรรมของมนุษย์มาตั้งแต่ดั้งเดิม เช่น พฤติกรรมการสะสมอาหาร อาวุธ สิ่งของเครื่องใช้ เครื่องนุ่งห่ม และมีพัฒนาการเป็นลำดับ โดยสามารถจำแนกการรวบรวมวัตถุ (Collecting) ได้ดังนี้

2.9.1.1 การรวบรวมวัตถุจากการได้รับบริจาคจากประชาชน

2.9.1.2 การรวบรวมวัตถุจากการขุดค้นทางโบราณคดี ซึ่งเป็นการปฏิบัติงานภาคสนามของนักธรรมชาติวิทยา นักมานุษยวิทยา และเกิดจากการประดิษฐ์ของนักวิทยาศาสตร์

2.9.1.3 การรวบรวมวัตถุโดยการจัดซื้อ โดยเฉพาะพิพิธภัณฑ์ศิลปะและหอศิลป์ มีการรวบรวมวัตถุจากการจัดซื้อเป็นจำนวนมาก

2.9.2 หน้าที่ตรวจสอบ จำแนกแยกประเภท และศึกษาวิจัย (Identifying, Classifying and Reseach) ซึ่งหมายถึง หน้าที่ทางวิชาการของพิพิธภัณฑ์ที่ต้องตรวจสอบ จำแนกแยกประเภท กำหนดอายุสมัย และที่มาของวัตถุ หน้าที่ทางวิชาการของพิพิธภัณฑ์จึงมีความสำคัญมาก แกนทาร์กซ์หรือเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์จึงต้องมีความรู้ ความชำนาญและเชี่ยวชาญที่จะสามารถตรวจสอบวัตถุได้

2.9.3 การทำบันทึกหลักฐาน (Recording) คือ การจัดทำทะเบียนวัตถุที่เก็บรวบรวมไว้ในพิพิธภัณฑ์ การทำหลักฐานวัตถุถือว่าเป็นงานที่สำคัญสำหรับหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ เพื่อให้วัตถุไม่เกิดการสูญหายหรือการทุจริตจากเจ้าหน้าที่ และเป็นหลักฐานทางวิชาการเพราะทะเบียนวัตถุเป็นหลักฐานที่แสดงถึงที่มาของวัตถุ การตรวจสอบ จำแนกแยกประเภท กำหนดอายุสมัย ซึ่งมีความสำคัญสำหรับการศึกษาค้นคว้า

2.9.4 หน้าที่ซ่อมและสงวนรักษาวัตถุ (Conservation and Preservation) ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่พิพิธภัณฑ์จะต้อง “สงวนรักษาวัตถุที่รวบรวมไว้ให้คงทนถาวร ไม่ให้มีสภาพเสื่อมสภาพ โดยใช้หลักการและเทคนิคทางวิทยาศาสตร์ พิพิธภัณฑ์แต่ละแห่งจึงต้องมี

ห้องปฏิบัติการสงวนรักษา (Conservation laboratory) ซึ่งมีนักวิทยาศาสตร์ทำหน้าที่ดูแล ซ่อมสงวนรักษาและปกป้องคุ้มครองวัตถุไม่ให้เกิดการเสื่อมสภาพ วัตถุทุกชิ้นที่เก็บรวบรวมรักษาไว้จะต้องให้เจ้าหน้าที่สงวนรักษา (Conservator) ตรวจสอบสภาพทำความสะอาด หรือปฏิบัติการป้องกันการเสื่อมสภาพก่อน และซ่อมรักษา ก่อนส่งเข้าจัดแสดงหรือเก็บรักษาในคลัง

2.9.5 หน้าที่รักษาความปลอดภัย (Museum security) ได้แก่ การสงวนรักษาให้ปลอดภัยจากการเสื่อมชำรุดตามสภาพกาลเวลา และคุ้มครองความปลอดภัยจากการโจรกรรมและอัคคีภัย พิพิธภัณฑ์ทุกแห่งต้องมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายรักษาความปลอดภัยเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง และมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย (Security system)

2.9.6 การจัดแสดง (Exhibition) เป็นภารกิจอย่างหนึ่งของภัณฑารักษ์และผู้ที่เกี่ยวข้องพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงได้ดีก็จะดึงดูดความสนใจของประชาชนได้ วัตถุประสงค์ของการจัดแสดง คือ เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาและความเพลิดเพลิน การจัดแสดงนิทรรศการนั้นต้องมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงอยู่เสมอเพื่อไม่ให้ผู้เข้าชมเบื่อหน่าย นอกจากการแสดงผลแบบถาวรแล้ว พิพิธภัณฑ์อาจจัดแสดงพิเศษหรือชั่วคราวเพื่อเรียกร้องให้ประชาชนเข้าใช้บริการตลอดเวลา

2.9.7 หน้าที่ให้การศึกษา (Museum education) พิพิธภัณฑ์มีบทบาทหน้าที่ในการให้การศึกษาแก่คนทุกระดับ ทุกประเภทและทุกวัย ปัจจุบันการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์จะต้องให้ความรู้และความเพลิดเพลินที่เหมาะสมแก่ทุกคนและทุกระดับการศึกษา พิพิธภัณฑ์จึงต้องมีกิจกรรมและบริการด้านการศึกษา มีเจ้าหน้าที่การศึกษา (Museum educational officer) เป็นผู้รับผิดชอบกิจกรรมการศึกษาแก่เยาวชนและประชาชน นอกจากนั้นยังขยายกิจกรรมบริการแก่บุคคลประเภทพิเศษ เช่น คนพิการ หูหนวก ตาบอด และแนวโน้มของพิพิธภัณฑ์ในปัจจุบันก็เน้นหนักในหน้าที่การจัดกิจกรรมการศึกษาแก่ชุมชนอย่างมาก นอกจากจะบริการในพิพิธภัณฑ์แล้วยังจัดกิจกรรมนำวัตถุในพิพิธภัณฑ์ออกไปแสดงให้ความรู้ความเพลิดเพลินแก่ชุมชนในชนบทที่ห่างไกลอีกด้วย จึงกล่าวได้ว่า พิพิธภัณฑ์ได้พัฒนามาถึงขั้นเป็นศูนย์บริการศึกษา (Educational center) ที่สำคัญของชุมชน

2.9.8 หน้าที่ทางสังคม (Social function) เป็นหน้าที่ที่สัมพันธ์กับงานในหน้าที่การศึกษา โดยพิพิธภัณฑ์จะต้องเป็นสถาบันที่ปรับตัวตามสภาพความเปลี่ยนแปลงของสังคม ดำเนินกิจการตามความต้องการของสังคม จัดบริการแก่ชุมชนอย่างกว้างขวางและทั่วถึง พิพิธภัณฑ์หลายแห่งได้พัฒนาบริการแก่ประชาชน ซึ่งมีผลทำให้พิพิธภัณฑ์กลายเป็นศูนย์กลางของชุมชน (Community Center) ด้วยเช่นกัน

2.9.9 หน้าที่ในการสื่อความเข้าใจและแสดงคุณค่าของสิ่งต่างๆ ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงจากอดีตถึงปัจจุบัน ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมอย่างมากซึ่งมักทำให้

เกิดผลกระทบทางความรู้สึกของคนในสังคม พิพิธภัณฑสถานสามารถเสริมสร้างความรู้สึที่ดีและแสดงคุณค่าของการเปลี่ยนแปลงนั้นด้วยการเชื่อมต่อเอกลักษณ์ คุณค่า และวิวัฒนาการของวัฒนธรรมประเพณีระหว่างอดีตกับปัจจุบันได้ดี รวมทั้งสามารถแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มพฤติกรรมต่าง ๆ ในอนาคตได้อีกด้วย บทบาทของพิพิธภัณฑสถานดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของพิพิธภัณฑสถานที่มีการปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่สำคัญมากขึ้นต่อสังคม

การนำองค์ความรู้เรื่องพิพิธภัณฑสถานมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะนำองค์ความรู้เรื่องพิพิธภัณฑสถานมาศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความเป็นมาในการจัดตั้งและบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑสถานของเล่นกรีก ยุ่นพันธ์ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัย

3. ทฤษฎีการสื่อสาร

3.1 คำจำกัดความของทฤษฎีการสื่อสาร

สมควร กวียะ (2546: 18-21) กล่าวถึง ทฤษฎีการสื่อสาร โดยระบุว่า ทฤษฎีการสื่อสาร คือ การอธิบายการสื่อสารในด้านความหมาย กระบวนการ องค์ประกอบ วิธีการ บทบาทหน้าที่ ผลลัพธ์ อิทธิพล การใช้ การควบคุม แนวคิดของศาสตร์ต่าง ๆ แนวโน้มอนาคต และปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อสาร แต่การอธิบายต้องมีการอ้างอิงอย่างมีเหตุผลที่ได้จากหลักฐาน เอกสาร หรือปากคำของมนุษย์ ทฤษฎีเพื่อการสื่อสาร เกิดขึ้นมานานก่อนที่จะมีการศึกษาในสาขาวิชานิเทศศาสตร์ เริ่มด้วยปรัชญาพุทธและปรัชญากรีก ที่ว่าด้วยการคิดและการพูด หลักวิธีการเผยแพร่ศรัทธาของศาสนาคริสต์ ทฤษฎีเศรษฐกิจการเมืองต่าง ๆ ว่าด้วยเสรีภาพของการแสดงออกตั้งแต่ก่อนการปฏิวัติฝรั่งเศส ทฤษฎีทางการแพทย์และสตรีวิทยาที่ว่าด้วยประสาทกับการรับสารและสมรรถภาพในการส่งสารของมนุษย์ ทฤษฎีจิตวิเคราะห์และจิตบำบัดของฟรอยด์ รวมไปถึงหลักและทฤษฎีต่าง ๆ ว่าด้วยภาษา สังคม และวัฒนธรรม ล้วนแล้วแต่เป็นทฤษฎีของสาขาต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่เป็นทฤษฎีแนวปฏิบัติ เพื่อการสื่อสารภายในบุคคล ระหว่างบุคคล การสื่อสารในกลุ่มหรือการสื่อสารในสังคมใหญ่ แม้แต่ภายในสาขาวิชาเฉพาะ ก่อนที่จะมีการสถาปนาเป็นสาขาการศึกษาในยุโรปและอเมริกาตอนต้นศตวรรษที่ 20 ความรู้ที่ได้มาจากการปฏิบัติงานวิชาชีพวารสารศาสตร์ ก็ยังมีบทบาทเป็นทฤษฎีหลักเพื่อการปฏิบัติเรื่อยมา จนกระทั่งกลายเป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรีที่สหรัฐอเมริกาขยายไปเจริญเติบโตที่เอเชียตะวันออกเฉียง เอเชียใต้ อังกฤษ และออสเตรเลีย ในช่วง 20 ปี ก่อนศตวรรษที่ 21

3.2 ประเภทของทฤษฎีการสื่อสาร

กิดานันท์ มลิทอง (2548: 16-18) กล่าวถึงทฤษฎีของการสื่อสาร โดยระบุว่า ทฤษฎีของการสื่อสาร เริ่มก่อตั้งขึ้นโดยค่อย ๆ แยกจากทฤษฎีทางสังคมวิทยา จิตวิทยา และภาษา กลายมาเป็นศาสตร์ใหม่ในตัวของมันเองที่เรียกว่า การสื่อสารมวลชน (Mass communication study) มุ่งวิจัยผลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเมือง สังคม และวัฒนธรรม โดยเรียกทฤษฎีแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์ ในระยะเริ่มแรกนี้ว่า ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน (Mass Communication Theory) ซึ่งจะเห็นได้ชัดจากผลงานของวิลเบอร์ ชรามม์ เมลวิน เดอเฟอร์ และเดนิส แมคเคลว รวมทั้งกลุ่มทฤษฎีระบบ (Systems Theories) ของวีเนอร์ แชนนอน และวีเวอร์ (Wiener, Shannon, and Weaver) แนวคิดเชิงการสื่อสารของมนุษย์ (Human Communication) ของเบอร์โล (Berlo) และแนวคิดเชิงการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ของไฮเคอร์ นิวคอมบ์ เฟสติเกอร์ และออสกู๊ด (Heider, Newcomb, Festiger, and Osgood) ส่งผลให้การศึกษาด้านสื่อสารมวลชนขยายตัวออกไปครอบคลุมขอบเขตของการสื่อสาร (communication spheres) ที่กว้างขวางขึ้น

ทฤษฎีการสื่อสารสามารถแบ่งออกเป็น 3 แนวทาง ดังนี้

3.2.1 ทฤษฎีแนวปฏิบัติ (Operational theory) ใช้เป็นหลักในการบริหารและปฏิบัติงานสื่อสารทุกประเภทในสาขานิเทศศาสตร์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาสร้างเป็นกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชน การสื่อสารพัฒนาการ การสื่อสารการเมือง และการสื่อสารธุรกิจ

3.2.2 ทฤษฎีแนววิพากษ์ (Critical theory) ใช้เป็นหลักในการศึกษาวิจัย และวิพากษ์วิจารณ์การสื่อสารภายในองค์กร การสื่อสารสาธารณะ การสื่อสารมวลชน การสื่อสารระหว่างประเทศ หรือการสื่อสารของโลก สามารถใช้เป็นพื้นฐานความคิดของการสร้างสมมติฐานในงานวิจัย และการแสวงหาแนวหรือประเด็นในการวิพากษ์วิจารณ์สื่อหรือการสื่อสารโดยนักวิชาการ หรือนักวิจารณ์สื่อ (media critics)

3.2.3 ทฤษฎีแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์ (Scientific philosophical theory) ใช้เป็นหลักในการแสวงหา (searching) หรือพิสูจน์ (proving) ข้อเท็จจริง หรือสัจจะ ในเชิงวิทยาศาสตร์ เพื่อนำไปเป็นพื้นฐานหลักในการพัฒนาการบริหารหรือการปฏิบัติงานสื่อสารทุกประเภท รวมทั้งใช้เป็นหลักในการปรับปรุงวิพากษ์วิจารณ์สื่อ หรือการสื่อสารให้มีคุณค่าในเชิงสร้างสรรค์ ปรัชญาในที่นี้มิได้หมายถึงวิชาปรัชญาทั่วไป (general philosophy) แต่หมายถึงแนวคิดลึกซึ้งและกว้างขวางบนพื้นฐานการวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์ สามารถนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างสมมติฐานของการวิจัย และการอ้างอิงในการศึกษาวิจัยทางนิเทศศาสตร์

3.3 ทฤษฎีการสื่อสารแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์กับขอบเขตของนิเทศศาสตร์

อรุณีประภา หอมเศรษฐี (2550: 22-24) กล่าวถึง ทฤษฎีการสื่อสารแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์กับขอบเขตของนิเทศศาสตร์ สรุปได้ดังนี้

3.3.1 ทฤษฎีการสื่อสารแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์กับนิเทศศาสตร์แนวดั้ง คือ การศึกษาความสัมพันธ์เกี่ยวโยงระหว่างนิเทศศาสตร์กับศาสตร์อื่น ๆ อาทิ จิตวิทยา สังคมวิทยา สังคมศาสตร์แขนงต่าง ๆ รวมทั้งวิทยาศาสตร์กายภาพ วิทยาศาสตร์ชีวภาพ (Life sciences) วิทยาศาสตร์ (Earth sciences) นอกจากนี้ ยังอาจนำไปสู่การปฏิวัติวิชาการและวิชาชีพนิเทศศาสตร์ ให้มีคุณประโยชน์ยิ่งขึ้นต่อชีวิตและโลก ก่อให้เกิดความคุ้มค่าคุ้มทุนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในประเทศต่าง ๆ และในโลกมนุษย์โดยรวม

3.3.2 ทฤษฎีการสื่อสารแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์กับนิเทศศาสตร์แนวราบ คือ การศึกษาค้นคว้าลึกซึ้งในความหมายปรัชญา วัตถุประสงค์ บทบาทหน้าที่ สิทธิเสรีภาพ และความรับผิดชอบของการสื่อสารประเภทต่าง ๆ

3.4 ความสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นกระบวนการเกิดขึ้นเป็นปกติวิสัยของคนทุกคน และมีความเกี่ยวข้องไปถึงบุคคลอื่น ตลอดจนถึงสังคมที่แต่ละคนเกี่ยวข้องอยู่ ไม่ว่าจะทำอะไร ล้วนต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยให้บรรลุจุดประสงค์ทั้งสิ้น จะเห็นได้จากการที่คนพยายามคิดค้นและพัฒนาวิธีการสื่อสารมาตั้งแต่สมัยโบราณ ทั้งภาษาพูด ภาษาเขียน ตลอดจนเครื่องมือหรือเทคนิควิธีการต่าง ๆ ล้วนเกิดจากความพยายามอย่างสูงของคน ต่อเนื่องมาหลายชั่วอายุ หากการสื่อสารไม่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งแล้ว เครื่องมือและวิธีการสำหรับการสื่อสารต่างๆ เหล่านี้ก็คงไม่เกิดขึ้นและพัฒนามาให้เห็นดังเช่นในปัจจุบัน

ในสภาพสังคมที่คนจะต้องเกี่ยวข้องกันมากขึ้นเช่นปัจจุบัน การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญต่อบุคคลและสังคมมากขึ้น หากคนในสังคมขาดความรู้ความเข้าใจในการสื่อสาร ไม่สามารถถ่ายทอดความรู้ความคิด หรือทำให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันได้ ย่อมจะทำให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมาย ปัญหาที่เกิดขึ้นกับบุคคลและสังคมทุกวันนี้ มีอยู่ไม่น้อยที่มีสาเหตุมาจากความล้มเหลวของการสื่อสาร ดังนั้น การสื่อสารจึงมีความสำคัญสำหรับบุคคลและสังคมหลายด้าน คือ

3.4.1 ด้านชีวิตประจำวัน ในชีวิตประจำวัน แต่ละคนจะต้องสื่อสารกับตัวเองและสื่อสารกับผู้อื่นตลอดเวลา นับตั้งแต่เวลาตื่นนอนก็ต้องสื่อสารกับตัวเองและคนอื่นที่อยู่ใกล้ตัว การฟังวิทยุ อ่านหนังสือ ออกจากบ้านไปปฏิบัติภารกิจประจำวัน ก็ต้องพบปะบุคคลและเหตุการณ์

ต่างๆ ล้วนแต่เป็นเรื่องที่ต้องทำการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา ไม่ในฐานะผู้ส่งสารก็ในฐานะผู้รับสาร หากคนเราขาดความรู้หรือทักษะการสื่อสาร ก็อาจทำให้การปฏิบัติการกิจประจำวันอาจบกพร่องได้

3.4.2 ด้านสังคม การรวมกลุ่มในสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน จนถึงระดับประเทศ จะต้องมีการสื่อสารให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในเรื่องต่างๆ มีกระบวนการทำให้คนยอมอยู่ในกฎเกณฑ์กติกาของสังคม มีการถ่ายทอดความรู้และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

3.4.3 ด้านธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจดังกล่าวเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้า การประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร การบริหารติดต่อประสานงาน การฝึกอบรมพนักงาน การใช้เครื่องมือเทคโนโลยีการสื่อสาร ฯลฯ ดังนั้น ธุรกิจอุตสาหกรรมจะต้องมีการสื่อสารที่ดี จึงจะประสบผลสำเร็จได้

3.4.4 ด้านการเมืองการปกครอง กิจกรรมด้านการเมืองการปกครองจะต้องใช้การสื่อสารทุกขั้นตอน เช่น การประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาล การสร้างความเข้าใจกับประชาชนในเรื่องต่างๆ การบังคับบัญชาสั่งการ การให้บริการประชาชน การชักชวนให้ปฏิบัติตามระเบียบกฎหมายซึ่งส่วนจะต้องใช้เทคนิควิธีการของการสื่อสารทั้งสิ้น

3.4.5 ด้านการเมืองระหว่างประเทศ ซึ่งต้องมีการติดต่อสร้างความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ เช่น การค้า การทหาร การทำสนธิสัญญา ฯลฯ การมีนักการทูตประจำในประเทศต่างๆ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในเรื่องต่างๆ เหล่านี้ มีความจำเป็นต้องใช้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันอยู่เสมอ หากผู้เกี่ยวข้องมีความรู้และทักษะในการสื่อสารเพียงพอ ย่อมสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้

3.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

กิดานันท์ มลิทอง (2548: 19) กล่าวถึงแนวคิดของ Klapper (1960) โดยระบุว่า การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคน ย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน โดยได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือน เครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ดังนี้

3.5.1 กระบวนการเลือกรับข่าวสารผ่านการกลั่นกรอง 4 ขั้นตามลำดับ

3.5.1.1 การเลือกเปิดรับ (Selective exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข่าวสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความ

สนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

3.5.1.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive dissonance)

3.5.1.3 การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective perception and interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาธรรมของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปและยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

3.5.1.4 การเลือกจดจำ (Selective retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือละเลยไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วยหรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกดี ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้นเพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป และอีกส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจ

3.5.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล

กิดานันท์ มลิทอง (2548: 22) กล่าวถึงแนวคิดของ ประมะ สตะเวทิน (2541) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล ดังนี้

3.5.2.1 ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและทางใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกสิ่งต่างๆ ของคน เพื่อตอบสนองความต้องการ และเพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ เป็นต้น

3.5.2.2 ทักษะคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษะคติ คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่คนยึดถือเป็นความรู้สึกที่ชี้แนะว่าควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทักษะคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3.5.2.3 เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย และกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

3.5.2.4 ความสามารถ (Capability) ความสามารถของคนในด้านใดด้านหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อคนในการเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

3.5.2.5 การใช้ประโยชน์ (Utility) คนๆ หนึ่งจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการทำความเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

3.5.2.6 สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของคนเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสาร ซึ่งหมายถึง ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

3.5.2.7 สถานะ (Context) สถานะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่คนเราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่คนเราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร คนเราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากตนเอง และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของรับสื่อของคนๆ หนึ่ง

3.5.2.8 ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนจะพัฒนานิสัยการรับสาร อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสาร แล้วพัฒนาเป็นความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นคนเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

การนำทฤษฎีการสื่อสารมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะนำทฤษฎีการสื่อสารมาใช้เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความต้องการในการใช้สื่อสำหรับการส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของ

พิพธิภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการให้ข้อเสนอแนะการใช้สื่อ สำหรับการส่งเสริมบทบาทดังกล่าวของพิพธิภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ข้อที่ 3 และข้อที่ 4 ของการวิจัย

4. องค์ความรู้เกี่ยวกับประเภทของสื่อ

การเลือกสื่อโฆษณาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เป็นปัจจัยสำคัญในการวางแผนรณรงค์ทางการโฆษณา ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับการเลือกชนิดของสื่อโฆษณาเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ เพื่อให้การโฆษณาบรรลุเป้าหมาย

สื่อโฆษณาแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ สื่อโฆษณาสั่งพิมพ์ (Print Media) สื่อโฆษณากระจายเสียง (Broadcast Media) สื่อโฆษณายานพาหนะและกลางแจ้ง (Transport and Outdoor Media) และสื่อโฆษณาวัสดุสั่งพิมพ์ (P.O.P. Materials)

สาระสำคัญของสื่อโฆษณาแต่ละชนิด มีดังนี้

4.1 สื่อโฆษณาสั่งพิมพ์ (Print Media) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ (Newspaper) นิตยสาร (Magazine) และโฆษณาโดยตรง (Direct Advertising)

4.1.1 หนังสือพิมพ์ (Newspaper) เป็นสื่อมวลชนที่มีผู้อ่านจำนวนมาก และเป็นที่ยอมรับของผู้ทำโฆษณาอย่างมาก ทั้งนี้ เนื่องจากหนังสือพิมพ์มีจุดเด่นหลายประการ เช่น สามารถกระจายสู่ผู้อ่านได้เร็วและกว้างขวางทั่วประเทศ สามารถนำเสนอรายละเอียดของสินค้าและบริการได้บนพื้นที่ที่มีอย่างพอเพียงตามความต้องการ สามารถเลือกหน้าและพื้นที่โฆษณาให้ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีข้อจำกัดในการรับสื่อทางวิทยุหรือโทรทัศน์ได้ดี

4.1.2 นิตยสาร (Magazine) สื่อโฆษณาประเภทนี้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งต่างจากหนังสือพิมพ์ที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยทั่วไปหรือมีลักษณะเฉพาะน้อยกว่า เนื่องจากนิตยสารจะนำเสนอเนื้อหาสาระและบทความต่างๆ ที่มุ่งสู่ความสนใจเฉพาะเรื่องของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น นิตยสารสำหรับผู้หญิง นิตยสารสำหรับผู้ชาย นิตยสารเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ นิตยสารท่องเที่ยว เป็นต้น

จุดเด่นของนิตยสาร ได้แก่ สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกับประเภทของสินค้าหรือบริการที่ต้องการโฆษณา เป็นสื่อที่ช่วยเพิ่มภาพพจน์ (Image) ให้แก่สินค้าหรือบริการได้ดี เนื่องจากนิตยสารจะใช้กระดาษพิมพ์และระบบการพิมพ์ที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ ในนิตยสารจะมี

เนื้อที่สำหรับการเสนอภาพและรายละเอียดของสินค้าหรือบริการได้ตามความต้องการพอสมควร แม้ว่าอาจจะมีพื้นที่น้อยกว่าหนังสือพิมพ์ก็ตาม

ส่วนจุดด้อยของนิตยสาร คือ ภาพโฆษณาไม่มีการเคลื่อนไหวและเสียง เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ จึงมีผลต่ออารมณ์และความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพียงเฉพาะบางกลุ่มเท่านั้น

4.1.3 สื่อโฆษณาโดยตรง (Direct Advertising) หมายถึง สิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่ผู้โฆษณาส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งส่วนใหญ่จะส่งทางไปรษณีย์ที่เรียกว่า “การโฆษณาโดยตรงทางไปรษณีย์” (Direct Mail Advertising) หรือใช้วิธีอื่นๆ เช่น แจกสิ่งพิมพ์แก่ผู้ที่สัญจรไปมา เสียบสิ่งพิมพ์ไว้ที่ตู้จดหมายตามบ้าน หรือเสียบไว้ที่บริเวณที่ปิดน้ำฝน เป็นต้น

สื่อโฆษณาประเภทนี้ ปัจจุบันใช้กันแพร่หลาย เนื่องจากการโฆษณาที่ประหยัด นอกจากนี้ ยังมีลักษณะพิเศษ คือ สามารถแก้ปัญหาเรื่องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเล็กที่ไม่สามารถเข้าถึงสื่อชนิดอื่นๆ ได้ ในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์ทางไปรษณีย์นั้น มีหลายรูปแบบ เช่น ไปรษณีย์บัตร แผ่นพับ แผ่นประกาศ จดหมาย แคตตาล็อกสินค้า ตัวอย่างสินค้า จุลสาร เป็นต้น ทั้งนี้ การใช้สื่อประเภทนี้ ก็เพื่อสนับสนุนสื่ออื่นๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

จุดเด่นของสื่อโฆษณาโดยตรง ได้แก่ มีความคล่องตัวและยืดหยุ่นมากในเรื่องเวลา จำนวนที่ต้องการผลิต และงบประมาณที่มีอย่างจำกัด สามารถควบคุมการเตรียมและดำเนินการในทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การออกแบบ การเลือกคุณภาพของกระดาษ ระบบการพิมพ์ รวมทั้งสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและตรงตามความต้องการ อย่างไรก็ตาม สื่อประเภทนี้ มีจุดด้อย คือ ข้อมูลที่ต้องการสื่ออื่นนั้น อาจไม่ถึงผู้รับ หรือไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร

4.2 สื่อโฆษณากระจายเสียง (Broadcast Media) สื่อโฆษณากระจายเสียงแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง สารสำคัญของแต่ละประเภท มีดังนี้

4.2.1 วิทยุโทรทัศน์ (Television) สื่อประเภทนี้ มีบทบาทมากต่อผู้บริโภคและสังคม เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างมากและกว้างขวาง ดังนั้น จึงเป็นสื่อเพื่อการโฆษณาที่นิยมกันมากที่สุด อย่างไรก็ตาม งบประมาณสำหรับการลงโฆษณาในสื่อประเภทนี้ ถือว่าสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ ทั้งนี้ การโฆษณาทางโทรทัศน์ แบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่

4.2.1.1 การโฆษณาในภาคโฆษณา เป็นโฆษณาในช่วงสั้นระหว่างรายการ ซึ่งเรียกว่า การโฆษณาแบบ Loose Spot โดยจะใช้เวลาประมาณ 2 นาที

4.2.1.2 การโฆษณาในรายการ เป็นการนำภาพยนตร์โฆษณาสินค้าหรือบริการไปออกอากาศในช่วงโฆษณาในรายการหนึ่งๆ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ช่วง (Break) ในรายการที่มีความยาว 30 นาที และแบ่งเป็น 4-5 ช่วงในรายการที่มีความยาว 60 นาที ทั้งนี้ โฆษณาที่นำออกอากาศในรายการ เรียกว่า ผู้อุปถัมภ์รายการ (Sponsor)

อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์เพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ มีจุดเด่นและจุดด้อย ดังนี้ **จุดเด่นของสื่อวิทยุโทรทัศน์** คือ สามารถเสนอข่าวสารของสินค้าหรือบริการได้ทั้งภาพ แสง สี เสียง พร้อมกับการเคลื่อนไหว ซึ่งทำให้การโฆษณานั้น ทำให้ผู้ชมเกิดภาพพจน์ (Image) และนำไปสู่ความสนใจ ประทับใจ น่าเชื่อถือ ในตัวสินค้าหรือบริการนั้นๆ จนสามารถชักจูงให้ตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้มาก สามารถให้รายละเอียดของสินค้าหรือบริการได้มาก สามารถเลือกแบบของโฆษณาที่เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ สามารถระบุเวลา สถานที่ได้ล่วงหน้าและทันทั่วถึง สามารถครอบคลุมพื้นที่การแพร่ภาพออกอากาศได้กว้างขวาง เพราะในปัจจุบันมีสถานีโทรทัศน์ของช่องต่างๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และสามารถสร้างทัศนคติทั้งทางบวกและทางลบ ให้ตรงกับแผนงานโฆษณาสินค้านั้นๆ ได้ **จุดด้อยของสื่อวิทยุโทรทัศน์** คือ ราคาการโฆษณาออกอากาศต่อครั้งมีราคาสูง คู่แข่งในการออกสื่อโฆษณามีมากจนอาจทำให้ผู้บริโภคละเลยความสนใจหรือจำสินค้าไม่ได้ ยังคงมีข้อจำกัดเรื่องของเวลาการโฆษณาออกอากาศ และค่าใช้จ่ายในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาค่อนข้างสูงมาก

4.2.2 วิทยุกระจายเสียง (Radio) วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถแพร่กระจายข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการได้อย่างกว้างขวางยิ่งกว่าวิทยุโทรทัศน์ เนื่องจากวิทยุกระจายเสียงจะสามารถติดตั้งหรือนำไปในที่ต่างๆ ได้สะดวกกว่า เช่น ในรถยนต์ รถประจำทาง โดยจุดเด่นของวิทยุกระจายเสียง คือ ราคาโฆษณาออกอากาศต่อครั้งต่ำกว่าวิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อสำหรับการโฆษณาที่สื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากและรวดเร็ว สามารถเลือกรายการเพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการให้ตรงกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ และค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการเพื่อโฆษณานั้นต่ำกว่าวิทยุโทรทัศน์ ส่วนจุดด้อยของวิทยุกระจายเสียง คือ เป็นการโฆษณาที่สื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ด้วยเสียง แต่ไม่มีภาพ จึงเป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพพจน์ (Image) หรือการสร้างอารมณ์ของผู้ฟังให้คล้อยตาม หรือสร้างความเข้าใจในคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการนั้นๆ รวมทั้งมีข้อจำกัดเรื่องเวลาการโฆษณา ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถสื่อรายละเอียดของสินค้าหรือบริการได้ครบถ้วนเท่าที่ควรจะเป็น

4.3 สื่อโฆษณากลางแจ้งและยานพาหนะ (Outdoor and Transport Media)

4.3.1 สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor Media) สื่อโฆษณาดังกล่าวนี้เป็นป้ายโฆษณาที่ติดตั้งอยู่กับที่ในบริเวณที่กลางแจ้งตามเส้นทางหรือที่สาธารณะต่างๆ ที่มีคนสัญจรไปมา ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชนิด ดังนี้

4.3.1.1 ป้ายเขียน (Painted Bulletin) บางครั้งเรียกว่า Billboard หรือ Cutout เป็นป้ายเขียนขนาดใหญ่ที่ติดตั้งไว้ในบริเวณการจราจรคับคั่ง การทำป้ายชนิดนี้ สามารถทำได้โดยการวาดภาพ การเขียนข้อความ ลงบนแผ่นสังกะสี แผ่นไม้หรือวัสดุอื่นๆ โดยไม่มีขนาดที่ตายตัวแน่นอน แต่สามารถติดตั้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านที่สัญจรผ่านไปมาได้ เช่น ติดตั้งนาฬิกา เครื่องวัดอุณหภูมิ พร้อมกับมีดวงไฟส่องที่ป้ายเพื่อให้ผู้อ่านไปมาได้ใช้ประโยชน์จากสิ่งๆ ที่ติดตั้ง และได้อ่านข้อความโฆษณาไปพร้อมกันด้วย

4.3.1.2 ป้ายโปสเตอร์ หรือใบปะปิดโฆษณา (Poster) เป็นป้ายโฆษณากลางแจ้งที่พิมพ์บนกระดาษขนาดใหญ่ตามความเหมาะสมและสวยงาม และนำไปติดกับบอร์ดโฆษณาหรือโครงเหล็กในที่ต่างๆ เช่น บอร์ดโฆษณาตามสถาบันการศึกษา

4.3.1.3 ป้ายตกแต่งพิเศษ (Electric Spectacular) เป็นป้ายโฆษณากลางแจ้งที่มีค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงมากแต่สามารถเรียกความสนใจจากผู้สัญจรผ่านไปมาได้มาก เนื่องจากเป็นป้ายขนาดใหญ่ มีการติดตั้งและออกแบบที่น่าหลอกล่อไฟสีต่างๆ ซึ่งทำให้กระพริบและดูเหมือนมีการเคลื่อนไหวในเทคนิคต่างๆ

ทั้งนี้ จุดเด่นของสื่อโฆษณากลางแจ้งและยานพาหนะ คือ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง เป็นป้ายที่มีขนาดใหญ่ สามารถดึงดูดความสนใจ และย้ำเตือนข้อความหรือรูปลักษณะของสินค้าที่โฆษณาได้บ่อยครั้งต่อผู้สัญจรไปมา โดยเฉพาะผู้ที่สัญจรในเส้นทางหนึ่งๆ เป็นประจำ และจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้านั้นได้ต่อไป นอกจากนี้ ยังสามารถควบคุมและกำหนดพื้นที่ที่ต้องการ โฆษณาสินค้าหรือบริการ ได้ดี และเป็นส่วนสำคัญในการต่อยอดตัวสินค้าและสนับสนุนการขายรองจากสื่อทางโทรทัศน์ หรือวิทยุกระจายเสียง อย่างไรก็ตาม จุดด้อยของสื่อโฆษณากลางแจ้งและยานพาหนะ คือ ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงในการผลิต การเช่าสถานที่ติดตั้ง และการเสียภาษี รวมทั้งไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างเมื่อเทียบกับสื่อโฆษณาอื่นๆ และอาจมีข้อจำกัดในการมองสื่อดังกล่าว เช่น กรณีรถวิ่งผ่านบนทางด่วนหรือถนนที่ต้องใช้ความเร็วสูง จะทำให้ไม่สามารถทำความเข้าใจกับข้อความบนสื่อได้ในระยะเวลาอันจำกัด

4.3.2 สื่อโฆษณายานพาหนะ (Transport Advertising) หมายถึง สื่อโฆษณาที่ใช้พื้นที่โฆษณาบนส่วนใดส่วนหนึ่งของยานพาหนะชนิดต่างๆ เช่น รถประจำทาง รถแท็กซี่ รถไฟ หรือแม้แต่เรือยนต์ เครื่องบิน เป็นต้น สื่อดังกล่าวแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

4.3.2.1 การโฆษณาภายนอกยานพาหนะ (Outside Vehicle Advertising)

หมายถึง การนำป้ายโฆษณาไปติดที่บริเวณส่วนนอกของยานพาหนะ เช่น ป้ายติดด้านหลังรถสามล้อ (Tuk Tuk Advertising) ข้างรถ (Bus Side) ด้านซ้าย หรือด้านหลัง (Bus Back) ของรถประจำทาง หรืออาจติดที่ป้ายจอดรถประจำทาง (Bus Stop) หรือที่พักรถโดยสาร (Bus Shelter) ทั้งนี้ สื่อโฆษณาดังกล่าวจะมีขนาดใหญ่ ดังนั้น จึงสามารถนำเสนอภาพและตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งสะดวกต่อการอ่านและมองเห็นภาพในเวลาอันรวดเร็วในขณะที่รถวิ่งผ่านด้วยอัตราความเร็วของรถที่ไม่เร็วเกินไป

4.3.2.2 การโฆษณาภายในยานพาหนะ (Car Card Advertising) หมายถึง

การนำแผ่นป้ายโฆษณาซึ่งมีขนาดเล็กกว่าแผ่นป้ายโฆษณาภายนอกยานพาหนะไปติดไว้ตามบริเวณต่างๆ ภายในรถ เช่น บริเวณเหนือหน้าต่างของรถประจำทาง หรือบริเวณด้านหลังเบาะตอนหน้าของคนขับรถ เป็นต้น

ทั้งนี้ จุดเด่นของสื่อโฆษณายานพาหนะ คือ การโฆษณาภายในยานพาหนะนั้น สามารถปิดประกาศโฆษณาภายในรถที่ผู้บริโภคร่วมเป้าหมายต้องใช้บริการหรือสามารถปิดประกาศโฆษณาในรถที่วิ่งไปในเส้นทางหรือผ่านย่านต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ การโฆษณาดังกล่าวนี้ เหมาะสำหรับการโฆษณาที่ต้องการนำเสนอเฉพาะยี่ห้อ เครื่องหมาย หรือภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการเพื่อให้ผู้บริโภคจดจำในเวลาอันรวดเร็ว การโฆษณาดังกล่าวมีโอกาที่ผู้บริโภคจะพบเห็นได้มาก รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการผลิต และปิดประกาศโฆษณาไม่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อชนิดอื่นๆ ส่วนจุดด้อยของสื่อโฆษณายานพาหนะ คือ มีข้อจำกัดในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสินค้าหรือบริการที่ต้องการโฆษณา เนื่องจากมีพื้นที่ของป้ายโฆษณาที่ทำให้นำเสนอรายละเอียดได้น้อย และเวลาที่ผู้บริโภคอยู่ในรถอาจไม่นานนัก นอกจากนี้ ยังมีข้อจำกัดเรื่องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะในกรณีที่ปิดโฆษณาในรถประจำทางที่มีผู้คนหลากหลายอาชีพใช้บริการ

4.4 สื่อโฆษณาวัสดุสิ่งพิมพ์และอื่นๆ

สื่อดังกล่าวนี้ถือว่าเป็นสื่อโฆษณาสนับสนุนของสื่อโฆษณาหลัก ซึ่งได้แก่ สื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณาวิทยุกระจายเสียง สื่อโฆษณาวิทยุโทรทัศน์ และสื่อโฆษณายานพาหนะและกลางแจ้ง

สื่อโฆษณาวัสดุสิ่งพิมพ์และอื่นๆ ที่ทำหน้าที่สนับสนุนโฆษณาหลัก ได้แก่ วัสดุสิ่งพิมพ์ที่ใช้โฆษณา ณ จุดซื้อ เพื่อส่งเสริมการขายและเตือนความจำของผู้บริโภค เช่น แผ่นรูปลอก (Sticker) ธงราวติดหน้าร้าน หรือแม้แต่การตกแต่งร้านด้วยผ้า แผ่นโลหะ แผ่นพลาสติก ที่สอดคล้องกับคุณสมบัติและภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ

นอกจากนี้ ยังมีการโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ที่สามารถสนับสนุนสื่อโฆษณาหลักได้ โดยสื่อสนับสนุนชนิดนี้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีและหากเลือกนำเสนอโฆษณาให้สอดคล้องกับแนวของภาพยนตร์ในโรงฉายและกลุ่มผู้ชมตามแนวภาพยนตร์นั้น ก็สามารถโฆษณาสินค้าหรือบริการสู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ดีขึ้น

สื่อโฆษณาสันับสนุนอีกชนิดหนึ่ง คือ การใช้ของที่ระลึกเพื่อแจกแถม (Premium) ซึ่งระบุชื่อสินค้าหรือบริการไว้ เรียกว่า Advertising Specialties หรือ Novelties เช่น ปากกา ปฏิทินประจำปี พวงกุญแจ เป็นต้น รวมทั้งการใช้สมุดธุรกิจ (Directory) หรือสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง (Yellow Pages) เพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ

4.5 การใช้สื่อทางนิเทศศิลป์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร

ฝ่ายการประชาสัมพันธ์ กรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม (7 กรกฎาคม 2558) ได้กล่าวถึงความหมายของคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้สื่อ และแผนการใช้สื่อเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรสรุปได้ดังนี้

4.5.1 ความหมายของคำศัพท์และสื่อที่เกี่ยวข้อง

4.5.1.1 ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานในความรู้สึกของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่างๆ ของหน่วยงานที่ประชาชนได้รับรู้ขึ้น โดยการเกิดภาพลักษณ์ต้องใช้เวลาที่ยาวนาน ในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ควรศึกษาถึงลักษณะของภาพลักษณ์ การเกิดภาพลักษณ์ และประเภทของภาพลักษณ์ ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ เพื่อให้สามารถกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ ในแผนประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง

4.5.1.2 การวางแผนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์ องค์กร หรือหน่วยงาน อย่างเหตุมีผล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การวางแผนนี้เป็นขั้นตอนที่กระทำต่อจากการวิเคราะห์วิจัย ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรทราบถึงสาเหตุของปัญหาที่หน่วยงานเผชิญอยู่ ท่าที และทัศนคติต่างๆ ของประชาชน กลุ่มเป้าหมาย แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ ไปกำหนดรายละเอียดกิจกรรมต่างๆ ในแผนการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง ดังนั้น การวางแผนการประชาสัมพันธ์จึงนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากในการทำงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามเป้าหมาย

4.5.1.3 สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง หนทางหรือวิถีทางการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมาย

และหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีของโลก อย่างไรก็ตาม สามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ

1) สื่อบุคคล หมายถึงตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ผู้บุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่าง ๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้เถียง การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่าง ๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวรรวมทั้งยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิง นอกจากนี้จะมีผู้บันทึกคำพูดนั้น ๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้

2) สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็วมนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านซ้ำใหม่ได้ แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออก ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสิ่งที่ส่งไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารและสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้ แต่มีข้อจำกัด คือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังซ้ำได้อีกครั้ง ดังนั้นหากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

3) สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ที่ไม่ได้เย็บเล่ม เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว เป็นต้น หรือที่เย็บเป็นเล่ม เช่น วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันมีความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร และการประชาสัมพันธ์ เช่น ปฏิทิน รูปโลก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนานแต่มีข้อจำกัดในเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้

เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการหากส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

4) สื่อโสตทัศน เป็นสื่อที่ผู้รับสารสามารถรับได้ทั้งภาพ และหรือเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศนแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุและส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือสิ่งของตัวอย่างหรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดิทัศน์ ฟิล์มภาพยนตร์ แผ่นดิสเก็ต แผ่นซีดีรอม เป็นต้น ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องเล่นเทป เครื่องบันทึกเสียง เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยภาพรวมแล้ว สื่อโสตทัศนมีข้อดี คือ มีความน่าสนใจ เป็นสื่อที่คงทนถาวร นำมาใช้ได้บ่อยครั้ง และสามารถคัดลอกเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้อุปกรณ์ซึ่งบางประเภทมีราคาแพง และต้องมีความรู้ในการใช้และจำเป็นต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ เป็นแหล่งพลังงาน ในปัจจุบันนี้ คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (Multi-media) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากได้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงที่สมจริงเป็นธรรมชาติ และผู้รับสารยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัด คือ มีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับสารต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควรและต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน นอกจากนี้ ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวีความสำคัญมาก จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของประชากรในโลกในขณะนี้ โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดีคือสามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสารสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

5) สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีมากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม การฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดนิทรรศการ การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้ สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับสารมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้น ๆ เท่านั้น

4.5.2 ขั้นตอนการดำเนินการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร

4.5.2.1 เริ่มจากการกำหนดความสำคัญของภารกิจด้านต่างๆ กลุ่มเป้าหมาย และกำหนดประเภทสื่อ กิจกรรม ระยะเวลาและงบประมาณ

4.5.2.2 งานประชาสัมพันธ์ที่องค์กรดำเนินการเอง โดยไม่จัดจ้างหน่วยงานภายนอก มีกิจกรรมดังนี้

- 1) รวบรวมข้อมูลกิจกรรมของหน่วยงานในสังกัด
- 2) กำหนดช่องทาง และระยะเวลาที่เหมาะสมกับประเภทของกิจกรรม และกลุ่มเป้าหมาย โดยประมวลข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้องก่อนการดำเนินการ เช่น การแถลงข่าว การให้สัมภาษณ์ การเผยแพร่ข่าวทางวิทยุ โทรทัศน์ การจัดนิทรรศการ การจัดทำสื่อกิจกรรม
- 3) ดำเนินการผลิตสื่อและกิจกรรม ตามประเภทของสื่อที่กำหนดไว้ในแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร

การนำองค์ความรู้เรื่องประเภทของสื่อและแนวทางการใช้สื่อทางนิเทศศิลป์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร มาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะนำองค์ความรู้ทั้ง 2 ส่วนมาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ความต้องการในการใช้สื่อสำหรับการส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ย่านพันซ์ และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการให้ข้อเสนอแนะการใช้สื่อสำหรับการส่งเสริมบทบาทดังกล่าวของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ย่านพันซ์ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ข้อที่ 3 และข้อที่ 4 ของการวิจัย

5. ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์

วิกิพีเดีย (6 มิถุนายน 2558) กล่าวถึงความหมายของคำว่า องค์ประกอบศิลป์ (Art elements) โดยสรุปได้ว่า องค์ประกอบศิลป์ คือ ปัจจัยพื้นฐานของงานศิลปะที่ผู้พบเห็นสามารถรับรู้ได้ทางประสาทสัมผัสส่วนต่างๆ ทั้งนี้ องค์ประกอบศิลป์ไม่เพียงประกอบด้วยจุด เส้น รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว หรืออื่นๆ ที่ปรากฏในงานจิตรกรรม หรือประติมากรรม เท่านั้น องค์ประกอบศิลป์ยังครอบคลุมถึงส่วนที่เป็น “เสียง” (sound) หรือ “เวลา” (time) ที่ประกอบอยู่ในศิลปะรูปแบบอื่นๆ ด้วย ทั้งนี้ สกนธ์ ภู่งามดี (2549: 35-42) กล่าวถึงองค์ประกอบศิลป์และกระบวนการสร้างสรรค์งานจิตรกรรม สรุปได้ดังนี้

5.1 ความหมายของคำว่า “ ศิลปะ ”

คำว่า “ ศิลปะ ” มีความหมายที่ไม่ตายตัวขึ้นอยู่กับทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และความเห็นส่วนตัวของผู้ให้คำนิยามแต่ละคน อย่างไรก็ตาม ตัวอย่างความหมายของคำว่า “ ศิลปะ ” มีดังนี้

ศิลปะ คือ ผลแห่งพลังความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่แสดงออกในรูปลักษณะต่างๆ ให้ปรากฏซึ่งสุนทรียภาพ ความประทับใจ หรือความสะเทือนอารมณ์ ตามอัจฉริยภาพ พุทธิ

ปัญญา ธรรมเนียม และทักษะของแต่ละคน เพื่อความพอใจ ความรื่นรมย์ หรือเพื่อสนองตอบ ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี หรือ ความเชื่อในลัทธิศาสนา (ราชบัณฑิตยสถาน, 2541: 26)

ศิลปะ ในทรรศนะของเพลโต (Plato.) นั้น ก็คือ สิ่งที่เกิดขึ้นจากการเลียนแบบ ธรรมชาติ

ศิลปะ ในทรรศนะของอริสโตเติล (Aristotle) นั้น เป็นมุมมองที่ต่างจากเพลโต โดย ความหมายของศิลปะ ในมุมมองของอริสโตเติล สรุปความได้ว่า ศิลปะ คือ สิ่งที่ใช้ถ่ายทอด ธรรมชาติซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นการเลียนแบบธรรมชาติเท่านั้น สิ่งที่ใช้ถ่ายทอดอาจเกิดจากการที่ศิลปิน ทำความเข้าใจธรรมชาติโดยการศึกษาความเป็นจริงในธรรมชาติแล้วถ่ายทอดความเป็นจริงนั้นผ่าน สิ่งที่เรียกว่า ผลงานศิลปะ ทั้งนี้ การสร้างสรรค์ผลงานศิลปะนั้น ศิลปินสามารถเลือกนำเสนอเฉพาะ ในส่วนที่ตนประทับใจเป็นพิเศษหรือที่ตนเห็นว่าเป็นความงามตามความคิดของตน โดยนำเสนอเฉพาะ ส่วนนั้นมาปรุงแต่งเป็นผลงานศิลปะ อย่างไรก็ตาม อริสโตเติล เน้นว่า ถึงแม้ว่าธรรมชาติจะ สวยงามและจรรโลงโลกก็ตาม แต่ธรรมชาติไม่ถือว่าเป็นผลงานศิลปะตราบดีที่มนุษย์ยังไม่ได้ นำเสนอความสวยงามเหล่านั้นด้วยการปรุงแต่งจนเป็นผลงานศิลปะในที่สุด

ศิลปะ ในทรรศนะของกรมหมิ่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ก็คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดย ใช้ความสันทัดและความสามารถเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ด้าน ความงาม ด้านจรรยาบรรณ หรือด้านประโยชน์ใช้สอย ด้วยเหตุนี้ ศิลปะ จึงแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ วิจิตรศิลป์ คือ ศิลปะที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อความงาม จริยศิลป์ คือ ศิลปะที่มนุษย์ สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อสื่อถึงความดี และเสรีศิลป์ คือ ศิลปะที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้ สอย

ศิลปะ ในทรรศนะของศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี ก็คือ ผลงานซึ่งเป็นความพากเพียร ของมนุษย์ที่ต้องใช้ความพยายามในการสร้างสรรค์ด้วยมือและความคิดของศิลปินผู้สร้าง

ศิลปะ ในทรรศนะของศาสตราจารย์พิเศษ อารี สุทธิพันธุ์ ก็คือ สิ่งที่ใช้ในการ ถ่ายทอดความหมายต่างๆ ที่ประกอบด้วยจินตนาการอย่างมีทักษะและด้วยความเข้าใจในลำดับ แห่งประสบการณ์อย่างเป็นระเบียบ และเข้าใจวัตถุนั้นประกอบด้วยสุนทรียภาพ ทั้งนี้ ศิลปินส่วนใหญ่ มักแสดงทักษะและจินตนาการของตนซึ่งเป็นรูปร่างทรวดทรงที่น่าสัมผัส น่าดู และน่าจับต้อง ตามประสบการณ์ของศิลปินแต่ละคน

ศิลปะ ในทรรศนะของ น. ณ ปากน้ำ ก็คือ สิ่งที่มีความงามร่วมกันของสังคม โดยมี หน้าทีรับใช้มนุษยชาติเพื่อประโยชน์หลายด้าน เช่น ประโยชน์ทางความงาม ประโยชน์ในการ นำเสนอความคิดเห็นที่นำไปสู่การปรับปรุงสังคมให้ดีขึ้น ประโยชน์ในการนำเสนอคติหรือ

ความรู้สึกที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับชีวิตและการคำนึงถึงเพื่อนมนุษย์ หรือประโยชน์ในการนำเสนอผลงานเชิงช่างซึ่งสื่อให้เห็นฝีมือของผู้สร้างสรรค์ผลงาน

ศิลปะ ในทรรศนะของสกันธ์ ภู่งามดี ก็คือ สิ่งที่ใช้สื่อสารและแสดงออกถึงความชอบไม่ชอบหรือความคิดความรู้สึกของผู้ปฏิบัติการทางศิลปกรรม โดยใช้วิธีการแสดงออกทั้งจากความชำนาญหรือไม่ชำนาญ ทั้งนี้ ผลสะท้อนจากการสร้างผลงานนั้น จะเห็นได้จากปฏิกิริยาการรับรู้ของผู้ชม

5.2 การแบ่งประเภทของศิลปะ

การแบ่งประเภทของศิลปะนั้น มีความหลากหลายตามทรรศนะของผู้แบ่งประเภท แต่ทั้งนี้ สามารถประมวลได้ 3 แนวทาง คือ แบ่งตามความมุ่งหมายของศิลปะ แบ่งตามลักษณะกลุ่มวิชา และแบ่งตามวัตถุประสงค์การสร้างสรรค์ ตามตารางต่อไปนี้

ตารางแสดงแนวทางการแบ่งประเภทของศิลปะ 3 แนวทาง

แนวทางที่ 1 แบ่งตามความมุ่งหมายของศิลปะ	แนวทางที่ 2 แบ่งตามลักษณะกลุ่มวิชา	แนวทางที่ 3 แบ่งตามวัตถุประสงค์การสร้างสรรค
1. วิจิตรศิลป์ (Fine Art) <ul style="list-style-type: none"> ● ทศนศิลป์ (Visual Art) <ul style="list-style-type: none"> ○ จิตรกรรม (Painting) ○ ประติมากรรม (Sculpture) ○ ภาพพิมพ์ (Printing) ○ สถาปัตยกรรม (Architecture) ● ดุริยางคศิลป์ (Music) ● นาฏศิลป์ (Dance) ● วรรณศิลป์ (Literature) 2. ศิลปะประยุกต์ (Applied Art) <ul style="list-style-type: none"> ● มัณฑนศิลป์ (Decorative Art) ● อุตสาหกรรมศิลป์ (Industrial Art) 	1. กลุ่มทัศนศิลป์ (Visual Art) <ul style="list-style-type: none"> ● จิตรกรรม (Painting) ● ประติมากรรม (Sculpture) ● ภาพพิมพ์ (Printing) ● สถาปัตยกรรม (Architecture) ● ภาพถ่าย (Photograph) ● ศิลปะสื่อผสม (Mixed Media) ● ศิลปะการจัดวาง (Installation) 2. กลุ่มศิลปะการแสดง (Performing Art) <ul style="list-style-type: none"> ● ดุริยางคศิลป์ (Music) ● นาฏศิลป์ (Dance) 3. กลุ่มวรรณศิลป์ (Literature) 4. กลุ่มประยุกต์ศิลป์ (Applied Art) <ul style="list-style-type: none"> ● มัณฑนศิลป์ (Decorative Art) ● อุตสาหกรรมศิลป์ (Industrial Art) 	1. ศิลปะเพื่อประโยชน์ใช้สอย (Art for Uses) 2. ศิลปะเพื่อความงาม (Art for Beauty) 3. ศิลปะเพื่อศิลปะ (Art for Art's Sake) 4. ศิลปะเพื่อความศรัทธาสูงสุดของมนุษย์ (Art for Faith)

<ul style="list-style-type: none"> ● พาณิชยศิลป์ (Commercial Art) ● หัตถศิลป์ (Crafts) ● การออกแบบ (Design) 	<ul style="list-style-type: none"> ● พาณิชยศิลป์ (Commercial Art) ● หัตถศิลป์ (Crafts) ● การออกแบบ (Design) 	
--	--	--

รายละเอียดเกี่ยวกับประเภทของศิลปะแต่ละแนวทาง มีดังต่อไปนี้

แนวทางที่ 1 แบ่งตามความมุ่งหมายของศิลปะ

วิจิตรศิลป์ (Fine Art) หรือเดิมคือ ประณีตศิลป์ หมายถึง ผลงานศิลปะที่มุ่งนำเสนอคุณค่าทางความงาม (Aesthetic Value) ที่สัมพันธ์กับคุณค่าทางจิตใจมากกว่าประโยชน์ใช้สอย วิจิตรศิลป์ประกอบด้วย วรรณศิลป์ (Literature) ดุริยางคศิลป์ (Music) นาฏศิลป์ (Dance) และทัศนศิลป์ (Visual Art) อันได้แก่ จิตรกรรม (Painting) ประติมากรรม (Sculpture) ภาพพิมพ์ (Printing) และสถาปัตยกรรม (Architecture)

ศิลปะประยุกต์ (Applied Art) คือ ผลงานศิลปะที่มุ่งนำเสนอคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยเป็นหลักควบคู่กับคุณค่าทางความงามตามแนวคิดของทางสุนทรียศาสตร์ ศิลปะประเภทนี้ได้แก่ หัตถศิลป์ (Crafts) ที่เน้นคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยไม่เพียงแต่นำความงามอย่างเดียวกงานออกแบบ (Design) มัณฑนศิลป์ (Decorative Art) อุตสาหกรรมศิลป์ (Industrial Art) งานพาณิชยศิลป์ (Commercial Art) เป็นต้น

แนวทางที่ 2 แบ่งตามลักษณะกลุ่มวิชา

ด้วยเหตุที่วงการศิลปะมีการคิดค้นและพัฒนารูปแบบการสร้างสรรค์ผลงานมากขึ้นตามลำดับเวลา ดังนั้น จึงจำเป็นต้องแบ่งประเภทศิลปะโดยรวมลักษณะพื้นฐานวิชาซึ่งคล้ายกันมาไว้กลุ่มเดียวกัน โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มทัศนศิลป์ กลุ่มศิลปะการแสดง กลุ่มวรรณศิลป์ และกลุ่มประยุกต์ศิลป์ ทั้งนี้ แนวทางที่ 2 แบ่งตามลักษณะกลุ่มวิชา ถือว่าเป็นการแบ่งประเภทของศิลปะที่ละเอียดชัดเจน ซึ่งสามารถนำไปเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์การใช้สุนทรียะในการสร้างสรรค์งานโฆษณาได้ ประเภทศิลปะ 4 กลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มทัศนศิลป์ (Visual Art) ได้แก่ ผลงานศิลปะที่สามารถรับรู้ได้โดยประสาทตาหรือการมองตามความหมายของคำว่า “ ทัศนะ ” เช่น ผลงานจิตรกรรม (Painting) ผลงานภาพพิมพ์ (Print Making) ผลงานประติมากรรม (Sculpture) ผลงานสถาปัตยกรรม (Architecture) ผลงานภาพถ่าย (Photograph) ศิลปะการจัดวาง (Installation) ผลงานศิลปะสื่อผสม (Mixed Media) หรือผลงานศิลปะอื่นๆ ที่ผู้ชมสามารถรับรู้ได้ด้วยการมองเห็นเพียงอย่างเดียวโดย

ไม่ต้องมีสื่อประเภทอื่นที่ต้องใช้ประสาทการรับรู้ทางการได้ยินที่เรียกว่า “ โสต ” เข้ามาประกอบ ตัวอย่างของทัศนศิลป์บางประเภท เช่น

จิตรกรรม คือ ผลงานศิลปะที่เกิดจากการวาดเส้นและระบายสีจนเกิดเป็น รูปร่าง รูปทรง ด้วยการใช่วัตถุอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ฝืนผ้าใบ กระดาษ สี พู่กัน แปรง และวัสดุ อุปกรณ์อื่นๆ ที่ศิลปินจะสรรหามาสร้างสรรค์ผลงาน มีทั้งลักษณะ 2 มิติ และ 3 มิติ แนวทางการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมนั้น มีหลากหลายตามวิธีการของลัทธิต่างๆ ทางศิลปะ ตัวอย่างเช่น จิตรกรรมแนวเรียลลิสม์ หรือแบบเหมือนจริง (Realism) จิตรกรรมแนวอิมเพรสชันนิสม์ (Impressionism) ที่เน้นการสร้างผลงานจากการเห็นสีและแสงจริงในทิวทัศน์ธรรมชาติ จิตรกรรมแนวเอ็กเพรสชันนิสม์เชิงนามธรรม(Abstract Expressionism) ที่เน้นการสร้างรูปทรงของภาพที่สื่อความคิดความรู้สึกของศิลปินเป็นหลักโดยที่รูปทรงนั้นอาจไม่สามารถเข้าใจได้ โดยง่ายว่าคือสิ่งใดหรือใช้แทนสิ่งใดในธรรมชาติ

ภาพพิมพ์ คือ ผลงานศิลปะที่สร้างสรรค์จากการทำงานหลายขั้นตอน เริ่มจากการออกแบบด้วยการใช้เส้น เพื่อให้เกิดรูปร่างรูปทรง การเลือกสีและระดับความเข้มของสี ในส่วนต่างๆ ของภาพเพื่อให้เกิดแสงเงา หรือลวดลาย หลังจากการออกแบบ ศิลปินจะต้องสร้างผลงานลงบนแม่พิมพ์ก่อน จากนั้นจึงถ่ายทอดผลงานจากแม่พิมพ์ไปสู่กระดาษ หรือพื้นระนาบรองรับอื่นๆ เป็นผลงานภาพพิมพ์ประเภทต่างๆ ในที่สุด ดังนั้น ผลงานภาพพิมพ์จึงไม่ใช่ผลงานศิลปะที่ถ่ายทอดชิ้นงานโดยตรงสู่พื้นระนาบในขั้นตอนเดียว ซึ่งต่างจากผลงานจิตรกรรม ทั้งนี้ ผลงานภาพพิมพ์ จะมีลักษณะและความงามที่ต่างกันโดยขึ้นอยู่กับวิธีการพิมพ์ และการสร้างแม่พิมพ์ที่ทำจากวัสดุต่างๆ เช่น กระดาษ โลหะ ไม้ หิน เป็นต้น

สถาปัตยกรรม (Architecture) คือ ผลงานศิลปะซึ่งเป็นสิ่งก่อสร้างหรืออาคารที่เห็นได้ทั่วไป แต่ทั้งนี้ ผลงานดังกล่าวโดยส่วนใหญ่จะถูกสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยควบคู่กับคุณค่าทางความงาม นอกจากนี้ สิ่งก่อสร้างแต่ละประเภท จะมีรูปแบบเฉพาะ เช่น บ้านที่อยู่อาศัย วัด สนามกีฬา อาคารสำนักงาน เป็นต้น

กลุ่มศิลปะการแสดง (Performing Art) ได้แก่

นาฏศิลป์ (Dance) คือ ผลงานศิลปะที่นำเสนอความเคลื่อนไหวอย่าง มีจังหวะและประณีตสู่ผู้ชม ซึ่งท่าทางความเคลื่อนไหวนั้น จะเป็นผลงานอันสวยงาม ที่สามารถสื่อความหมายและทำให้ผู้ชมเกิดความคิด ความรู้สึกคล้อยตามได้ เช่น ความรู้สึกเปลัดเพลิน เศร้าใจ สะเทือนใจ ทั้งนี้ “ ลีลาการเคลื่อนไหว ” (Movement) จะเป็นสิ่งสำคัญของการสื่อความคิด ความรู้สึก และบอกเล่าถึงเรื่องราวต่างๆ สู่ผู้ชมได้ เช่น ท่ารำ ซึ่งใช้มือ สีหน้า และท่าทาง

ประกอบบทร้อง ที่สามารถสื่อความรู้สึกต่างๆ อาทิเช่น อารมณ์รัก อารมณ์โกรธ อารมณ์ฮึกเหิม ในการต่อสู้ เป็นต้น

ดุริยางคศิลป์ (Music) คือ ผลงานศิลปะทางดนตรี อันเกิดจากการ ร้อยเรียงกลุ่มเสียงเข้าด้วยกันอย่างมีจังหวะลีลา ทั้งนี้ ทำนองที่เกิดจากการร้อยเรียงอาจมีมากกว่า หนึ่งทำนองประกอบกัน รูปแบบของศิลปะดังกล่าวนี้ เป็นได้ทั้งการบรรเลงด้วยดนตรีล้วนๆ และการขับร้องประกอบการบรรเลง

กลุ่มวรรณกรรม (Literature) คือ ผลงานที่เกิดจากการใช้ศิลปะการประพันธ์ที่ ประณีต ผลจากการประพันธ์นั้น จะทำให้เกิดเนื้อเรื่องที่มีผลต่ออารมณ์ของผู้อ่าน ดังนั้น ผลงาน วรรณกรรม จึงแตกต่างจากหนังสือทั่วไปที่เน้นให้ความรู้เพียงอย่างเดียว เนื่องจากหนังสือทั่วไป เหล่านั้นแต่งขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการค้นคว้าหรือรวบรวมความรู้เป็นหมวดหมู่ชัดเจน

กลุ่มประยุกต์ศิลป์ (Applied Art) คือ ศิลปะที่เน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก แต่ยังคงคำนึงถึงคุณค่าทางความงามควบคู่กันไป ด้วยเหตุนี้ ประยุกต์ศิลป์จึงแตกต่างจากวิจิตรศิลป์ ตรงที่วิจิตรศิลป์เน้นที่คุณค่าทางความงามเป็นสำคัญ ลักษณะของงานประยุกต์ศิลป์ มีทั้งสองมิติ และสามมิติ ได้แก่

หัตถศิลป์ (Crafts) คือ ผลงานศิลปะที่สร้างสรรค์ด้วยการใช้มือทำ เป็นส่วนใหญ่ และหากผลงานนั้นไม่เน้นแค่เพียงความสวยงาม แต่เน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก ก็ถือว่าเป็นงานประยุกต์ศิลป์ไม่ใช่วิจิตรศิลป์ เช่น งานถักทอ งานเครื่องปั้นดินเผา งานหวาย งาน แกะสลักไม้

งานออกแบบ (Design) คือ ผลงานศิลปะประยุกต์ที่ทำได้โดยการนำ องค์ประกอบศิลปะส่วนต่างๆ (Art Elements) มาจัดวางให้เกิดความลงตัวที่กลมกลืน มีเอกภาพ และสวยงาม เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการและวัตถุประสงค์ของงานแต่ละประเภท เช่น การ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบนิทรรศการ การออกแบบลายผ้า การออกแบบเครื่องแต่งกาย การออกแบบเครื่องเรือน เป็นต้น

มัณฑนศิลป์ (Decorative Art) คือ ผลงานศิลปะที่เกี่ยวข้องกับการ ออกแบบตกแต่งภายในห้องหรืออาคารให้เป็นไปตามความต้องการของผู้อยู่อาศัยควบคู่กับคุณค่า ด้านประโยชน์ใช้สอย ทั้งนี้ ผลงานมัณฑนศิลป์มีความเกี่ยวข้องกับศิลปะการออกแบบด้วยเช่นกัน

อุตสาหกรรมศิลป์ (Industrial Art) คือ ผลงานศิลปะที่เป็นสิ่งของเครื่องใช้ ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้บริโภค และระดับหน่วยธุรกิจ โดยเน้นการผลิตจำนวนมาก ด้วยเครื่องจักรหรือเทคโนโลยี และต้องอาศัยความรู้ความสามารถทางด้านการออกแบบในเชิง

ศิลปะด้วย ตัวอย่างเช่น เครื่องเขียน เครื่องครัว หรือเครื่องใช้สำนักงาน ที่มีทั้งคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยและความงามควบคู่กันไป

พาณิชย์ศิลป์ (Commercial Art) คือ ผลงานศิลปะที่ส่งเสริมการขายตัวทางการตลาดของหน่วยธุรกิจ เช่น ผลงานการออกแบบการจัดแสดงสินค้า การออกแบบโบรชัวร์ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการของธุรกิจหนึ่งๆ เป็นต้น

แนวทางที่ 3 แบ่งตามวัตถุประสงค์การสร้างสรรค

ศิลปะเพื่อประโยชน์ใช้สอย (Art for Uses) คือ ผลงานศิลปะที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยเน้นประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ผลงานนั้นเป็นหลัก ซึ่งก็หมายถึง การสร้างสรรค์ศิลปะประยุกต์ (Applied Art) นั่นเอง

ศิลปะเพื่อความงาม (Art for Beauty) คือ ผลงานศิลปะที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยเน้นการตอบสนองความต้องการทางใจเป็นสำคัญ เช่น มุ่งสร้างสรรค์ผลงานให้ผู้ชมเกิดความเพลิดเพลินหรือสุขใจ นั่นหมายความว่า ศิลปะเพื่อความงาม ก็คือ จิตรศิลป์ (Fine Art) หรือ ประณีตศิลป์ ตามความหมายที่กล่าวไปแล้วข้างต้น

ศิลปะเพื่อศิลปะ (Art for Art's Sake) คือ ผลงานศิลปะอันเกิดจากการสร้างสรรค์ของศิลปินโดยไม่มีกฎเกณฑ์มาควบคุม ศิลปินจะมีอิสระในการสร้างสรรค์และนำเสนอผลงานโดยไม่ต้องคำนึงถึงการตอบสนองกรอบแห่งจารีตประเพณี ศิลธรรม จริยธรรม บรรทัดฐานทางสังคมหรือกฎระเบียบที่กำหนดโดยหน่วยต่างๆ ทั้งนี้ ผลงานที่เกิดขึ้นอาจเป็นได้ทั้งจิตรศิลป์และประยุกตศิลป์

ศิลปะเพื่อความศรัทธาสูงสุดของมนุษย์ (Art for Faith) คือ ผลงานศิลปะที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อเป็นสื่อในการแสดงความศรัทธาสูงสุดของมนุษย์ที่มีต่อความคิด ความเชื่อ แนวคิด หรือ ศาสนา ทั้งนี้ หากเป็นผลงานศิลปะที่สื่อถึงความศรัทธาสูงสุดต่อศาสนาโดยตรง ก็จะเรียกผลงานนั้นว่า ศาสนศิลป์ (Religious Art)

5.3 องค์ประกอบศิลป์ (Art Elements) คือ องค์ประกอบสำคัญที่ศิลปินต้องนำไปประกอบกันให้เกิดความประสานกลมกลืนจนเกิดเป็นผลงานศิลปะประเภทต่างๆ ที่สวยงาม องค์ประกอบศิลป์ประกอบด้วย จุด เส้น พื้นผิว น้ำหนักอ่อน-แก่ รูปร่าง รูปทรง พื้นที่ว่าง ขนาดและสัดส่วน และสี

สาระสำคัญขององค์ประกอบศิลป์ แต่ละประเภท มีดังนี้

5.3.1 จุด (Point) เป็นองค์ประกอบประเภทแรกที่ศิลปินสามารถนำไปจัดวางในตำแหน่งที่ต้องการเพื่อเป็นองค์ประกอบหนึ่งๆ ที่สร้างความสวยงามอย่างลงตัวองงานศิลปะ

นอกจากนี้ จุด ยังสามารถนำไปสร้างเป็นองค์ประกอบอื่นได้ เช่น องค์ประกอบที่เป็น “เส้น” ซึ่งเกิดจากการนำจุดมาต่อเรียงกัน “จุด” เป็นองค์ประกอบที่ไม่มีมิติ (Dimension) เนื่องจากไม่มีความลึกหรือความหนา ศิลปินสามารถนำจุดไปใช้ได้ ทั้งในการสร้างสรรค์ผลงานวิจิตรศิลป์ (Pure Art) และผลงานประยุกต์ศิลป์ (Applied Art) เช่น งานการออกแบบลวดลายของแต่งบ้าน ที่สามารถนำจุดขนาดต่างๆ มาจัดวางให้สอดคล้องกับองค์ประกอบศิลป์ที่เรียกว่า พื้นที่ว่าง (Space) จนเกิดเป็นผลงานการออกแบบที่สวยงามน่าสนใจ

5.3.2 เส้น (Line) คือ องค์ประกอบศิลป์ที่ได้จากการลากจุดเริ่มต้นไปยังอีกจุดหนึ่งในทิศทางที่ต้องการ ทั้งนี้ ทิศทางที่ต่างกันจะทำให้เกิดเส้นลักษณะที่ต่างกันด้วย เช่น เส้นที่ลากจากส่วนบนสู่ส่วนล่างที่เรียกว่าเส้นตั้งฉาก หรือเส้นที่ลากจากด้านซ้ายไปด้านขวาในแนวระนาบ จะเรียกว่า เส้นนอน หรือเส้นขอบฟ้า (Horizon line) เป็นต้น องค์ประกอบประเภทนี้มีประโยชน์ต่องานศิลปะทุกประเภท นับตั้งแต่การใช้เส้นในการร่างภาพเพื่อเป็นหลักในการสร้างงานแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวิจิตรศิลป์ หรือประยุกต์ศิลป์ นอกจากนี้ เส้น ยังสามารถนำไปจัดเป็นองค์ประกอบศิลป์ที่ใช้ร่วมกับองค์ประกอบอื่น เช่น จุด (point) โดยคำนึงถึงการในพื้นที่ว่าง (Space) เพื่อทำให้เกิดความงามที่ลงตัว ทั้งนี้ เส้นแต่ละลักษณะจะให้ความรู้สึกต่างๆ เช่น

เส้นตรงตั้งฉาก จะให้ความรู้สึกถึงความมั่นคง แข็งแรง เป็นระเบียบ

เส้นโค้ง จะให้ความรู้สึกถึงความอ่อนโยน ไม่กระด้าง แต่อาจอ่อนแอ ไม่แข็งแรง หรือไม่มั่นคง

เส้นตรงที่ลากเอียงไปด้านใดด้านหนึ่ง จะให้ความรู้สึกในทางตรงกันข้ามกับเส้นที่ลากตรงแบบตั้งฉาก เช่น ความไม่มั่นคง ความไม่แข็งแรง การมีรากฐานที่เปราะบาง

5.3.3 พื้นผิว (Texture) เป็นองค์ประกอบศิลป์ที่สามารถสัมผัสได้ด้วยกายสัมผัส และตา พื้นผิวที่มนุษย์สามารถสัมผัสได้นั้นจะทำให้เกิดความรู้สึกต่างๆ หากเป็นพื้นผิวที่หยาบ ก็จะทำให้รู้สึกถึงความแข็งกระด้าง ส่วนพื้นผิวที่เรียบเนียน ก็จะทำให้รู้สึกถึงความสบายและอ่อนโยน พื้นผิวลักษณะต่างๆ เป็นองค์ประกอบศิลป์ที่สำคัญต่อการสร้างผลงานศิลปะเช่นเดียวกับองค์ประกอบศิลป์ประเภทอื่น เช่น ผลงานจิตรกรรม ที่ต้องการสื่อถึงอารมณ์ที่แข็งกร้าว คุณันศิลปินก็จะใช้วิธีการระบายสีที่ทำให้เกิดพื้นผิว โดยเลือกใช้สีน้ำมัน และใช้วิธีการระบายสีแบบสีหนา ทับซ้อน หรือ ระบายสีด้วยเกรียงแทนพู่กัน เป็นต้น หรือบางครั้ง ศิลปินอาจสร้างผลงานศิลปะที่เรียกว่า ศิลปะสื่อผสม (Mixed Media) ที่นำวัสดุต่างๆ มาปะติดบนผลงานจิตรกรรม ผลงานลักษณะนี้ จะทำให้เกิดพื้นผิวที่น่าสนใจเช่นกัน ส่วนงานศิลปะประยุกต์ ศิลปินสามารถนำองค์ประกอบ “พื้นผิว” มาออกแบบผลงานได้เช่นกัน เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design)

ที่กำหนดให้พื้นที่ส่วนหนึ่งมีผิวเรียบ และอีกส่วนหนึ่งมีผิวหยาบ โดยสัดส่วนของพื้นที่นั้นต้องมีความเหมาะสมลงตัว

5.3.4 น้ำหนักอ่อน-แก่ (Tone) เป็นองค์ประกอบศิลป์ที่เกิดจากวิธีการใช้สีในระดับความเข้ม 10 ระดับรวมทั้งวิธีการใช้เส้นสานกันให้เกิดระดับความบางและทึบที่ต่างกัน น้ำหนักอ่อน-แก่ เป็นองค์ประกอบศิลป์ที่ทำให้เกิดระยะใกล้ไกล และสามารถแยกรูปร่างหรือรูปทรงออกจากพื้นหลัง (Background) ของภาพได้ วิธีการสร้างน้ำหนักอ่อน-แก่ที่สำคัญ เช่น

วิธีการสร้างน้ำหนักอ่อน-แก่ด้วยสี ซึ่งสามารถใช้สีเดียวในน้ำหนักที่ต่างกัน หรือใช้หลายสีโดยเปรียบเทียบน้ำหนักของแต่ละสี หากต้องการใช้สีเดียว ก็ต้องใช้สีขาวผสมกับเนื้อสี (Pigment) และเมื่อต้องการให้สีมีน้ำหนักเข้มขึ้นก็ใช้สีดำผสมกับเนื้อสี ส่วนการสร้างน้ำหนักด้วยสีหลายสีนั้น ต้องเปรียบเทียบน้ำหนักของสีที่ต้องการใช้ เช่น สีแดงมีน้ำหนักมากกว่า สีชมพู ซึ่งสีชมพูสามารถนำไประบายเพื่อสร้างน้ำหนักที่อ่อนกว่าได้ เป็นต้น นอกจากนี้ ศิลปินจะใช้สีตรงข้ามผสมกันเพื่อเพิ่มน้ำหนักให้เข้มขึ้น เช่น ใช้สีแดง 80 เปอร์เซ็นต์ผสมกับสีเขียว 20 เปอร์เซ็นต์ ก็จะได้สีแดงที่มีน้ำหนักเข้มกว่าสีแดงสีเดียว

วิธีการสร้างน้ำหนักอ่อน-แก่ด้วยแสงเงา คือ วิธีการจัดวางส่วนประกอบของผลงานให้อยู่ในตำแหน่งที่แสงธรรมชาติสามารถตกกระทบบนผลงานในเวลาและปริมาณของแสงที่ต่างกัน โดยส่วนที่ไม่ได้รับแสงก็จะเป็นส่วนเงา

วิธีการสร้างน้ำหนักอ่อน-แก่ด้วยการสานเส้น คือ วิธีการของศิลปะการวาดเส้น (Drawing) ที่สานเส้นลักษณะต่างๆ ให้เรียงในทิศทางเดียวกัน หรือไขว้กัน จนเกิดเส้นที่ซ้อนกันและมีน้ำหนักบางหรือเข้มตามต้องการ

5.3.5 รูปร่าง (Shape) เกิดจากการลากเส้นไปในทิศทางที่ต้องการแล้วเส้นนั้นไปบรรจบที่จุดเริ่มต้นอีกครั้งจนกลายเป็นเส้นรอบนอก (Outline) รูปร่าง เป็นองค์ประกอบศิลป์ 2 มิติ เนื่องจากมีความกว้างและความยาว การนำ “รูปร่าง” มาใช้ในผลงานศิลปะ จะทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้เนื้อหาที่ศิลปินต้องการบอกเล่าแต่บางครั้ง “รูปร่าง” กลับเป็นองค์ประกอบศิลป์ที่ไม่สามารถสื่อเนื้อหาให้ผู้ชมให้เข้าใจได้มากนัก เนื่องจากศิลปินใช้จินตนาการในการสร้างรูปร่างจนห่างไกลสิ่งที่เห็นได้จริงในธรรมชาติ ด้วยเหตุนี้ ผู้ชมผลงานจึงไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาของผลงานนั้นได้ทันที อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบศิลป์ประเภทนี้ เป็นประโยชน์ต่อการสร้างผลงานจิตรกรรม และผลงานศิลปะบนพื้นระนาบอื่นๆ เป็นอย่างยิ่ง

5.3.6 รูปทรง (Form) คือ องค์ประกอบศิลป์ที่ต่อเติมได้จากองค์ประกอบศิลป์ประเภท “รูปร่าง” ด้วยการเติมความลึกด้วยวิธีการทางศิลปะ เช่น การลากเส้นนำสายตา การสร้างน้ำหนักอ่อนแก่ เป็นต้น รูปทรงแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

5.3.6.1 รูปทรงเรขาคณิต (Geometric Form) เช่น รูปทรงเหลี่ยมลักษณะต่างๆ รูปทรงกรวย รูปวงรี รูปทรงกระบอก รูปทรงวงกลม เป็นต้น รูปทรงประเภทนี้เป็นรูปทรงหลักของการสร้างรูปทรงประเภทอื่น

5.3.6.2 รูปทรงอินทรีย์รูป (Organic Form) คือ รูปทรงที่สร้างขึ้นโดยการลากเส้นไปในทิศทางไม่แน่นอนจนเกิดรูปทรงเหมือนสิ่งมีชีวิตกำลังขยายตัว หรือผนังเซลล์ ตัวอย่างเช่น รูปทรงของตัวอะมิบา หรือลักษณะของเซลล์ต่างๆ ที่ส่องด้วยกล้องจุลทรรศน์

5.3.6.3 รูปทรงอิสระ (Free Form) คือ รูปทรงที่มีโครงสร้างที่ไม่มีขอบเขตจำกัด ซึ่งมีลักษณะเดียวกับรูปทรงที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาในธรรมชาติ เช่น รูปทรงของเมฆ รูปทรงของกลุ่มน้ำแข็งที่เกาะติดต้นไม้หรือสะสมบนภูเขาในประเทศที่อากาศหนาวจัด เป็นต้น

5.3.6.4 รูปทรงบริสุทธิ์ (Pure Form) คือ รูปทรงที่ศิลปินสร้างขึ้นอย่างเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์หรือต้นแบบทางธรรมชาติ โดยมีอิสระในการสร้างมากกว่ารูปทรงอิสระ (Free Form) ที่ศิลปินอาจใช้ต้นแบบจากธรรมชาติ นอกจากนี้ รูปทรงบริสุทธิ์ ยังถูกนำมาใช้เพื่อสื่อความคิด ความรู้สึกที่เป็นนามธรรมสูงของศิลปินอีกด้วย ดังนั้น รูปทรงบริสุทธิ์ อาจไม่สามารถสื่อถึงสิ่งที่เห็นได้ในธรรมชาติอย่างชัดเจน ซึ่งจะทำให้ผู้ชมผลงานศิลปะอาจไม่เข้าใจเนื้อหาที่ศิลปินสื่อผ่านผลงานศิลปะในแบบเดียวกับที่ศิลปินต้องการ

5.3.7 พื้นที่ว่าง (Space) เป็นองค์ประกอบศิลป์ที่เป็นบริเวณว่าง ไม่มีการจัดวางองค์ประกอบใดๆ ในบริเวณนั้น อย่างไรก็ตาม “พื้นที่ว่าง” เป็นองค์ประกอบศิลป์ที่มีประโยชน์อย่างยิ่งเนื่องจากองค์ประกอบศิลป์ประเภทนี้ สามารถสร้างความรู้สึกรู้สึกให้เกิดในผลงานศิลปะหลายประเภท

วิธีการใช้ประโยชน์จาก “พื้นที่ว่าง” ในการจัดองค์ประกอบศิลป์ คือ การจัดวางองค์ประกอบศิลป์อื่นๆ ให้มีพื้นที่เหลือเพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกว่ามีอากาศไหลผ่าน ทั้งนี้ การเหลือพื้นที่ว่างในปริมาณมากหรือน้อยย่อมมีผลต่อความรู้สึกของผู้ชมผลงานนั้น เช่น หากจัดองค์ประกอบต่างๆ เช่น จุด รูปร่าง รูปทรง ในจำนวนน้อย และเหลือพื้นที่ว่างในปริมาณมาก ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกที่บางเบา โล่งสบาย เป็นต้น

5.3.8 ขนาดและสัดส่วน (Size and Proportion) “ขนาด” คือ ลักษณะขององค์ประกอบศิลป์ที่แสดงถึงความเบา ความหนัก ความใหญ่ ความเล็ก ความยาว ความสั้น เป็นต้น ส่วนองค์ประกอบศิลป์ที่เรียกว่า “สัดส่วน” นั้น คือ อัตราส่วนระหว่างองค์ประกอบแต่ละตัวที่จัดวางอย่างประสานสัมพันธ์กัน ทั้งนี้ อัตราส่วนที่เห็นชัดในธรรมชาติ คือ อัตราส่วนขององค์ประกอบบนใบหน้าของมนุษย์ ที่มี 3 ส่วน คือ จากโคนผมถึงหว่างคิ้ว จากหว่างคิ้วถึงปลายจมูก และจากปลายจมูกถึงคาง นอกจากนี้ ในผลงานศิลปะ ศิลปินจะใช้ประโยชน์จากขนาดและ

สัดส่วนได้โดยกำหนดอัตราส่วนขององค์ประกอบศิลป์ เช่น การกำหนดพื้นที่ระหว่างภูเขากับท้องฟ้า โดยใช้สีเป็นองค์ประกอบเพื่อแสดงอัตราส่วนนั้น อัตราส่วนของภูเขา 2 ส่วน และท้องฟ้า 1 ส่วน ของพื้นที่ของภาพทั้งหมด การรู้จักใช้ประโยชน์จาก “ขนาด” และ “สัดส่วน” นั้น จะทำให้ผลงานเกิดพื้นที่ว่าง (Space) ที่สวยงามและเกิดความสมดุล (Balance) ภายในผลงานอย่างเหมาะสม

5.3.9 สี (Color) เป็นองค์ประกอบศิลป์ที่สำคัญประเภทหนึ่งซึ่งมีผลต่อความรู้สึกที่แฝงไว้ในผลงานศิลปะประเภทต่างๆ การที่มนุษย์เกิดความรู้สึกเมื่อได้เห็นสีต่างๆ นั้น ในทางจิตวิทยา ได้กล่าวว่าเป็นเพราะว่า มนุษย์เกิดการรับรู้สีเหล่านั้นโดยผ่านประสาทสัมผัสมนุษย์สามารถรับรู้สีของวัตถุได้มากน้อยเพียงใด จะขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ของอวัยวะรับความรู้สึกทางการมองเห็นและสภาพแวดล้อม เช่น คนที่มีปัญหาด้านสายตา เช่น ตาบอดสี ก็จะมองเห็นสีต่างจากคนที่มีสายตาปกติ ทั้งนี้ ในทางศิลปะ การรับรู้สีของมนุษย์ ทำให้มนุษย์เกิดความรู้สึกด้านต่างๆ เช่น

สีแดง ทำให้เกิดความรู้สึกที่ตื่นเต้น น่ากลัว อันตราย

สีส้ม ทำให้เกิดความรู้สึกสดใส สภาพการณ์ที่เกี่ยวกับการเตือน

สีเหลือง ทำให้เกิดความรู้สึกสดใส อ่อนโยน และรุนแรงน้อยการสีส้ม

สีเขียว ทำให้เกิดความรู้สึกสดชื่น เจริญเติบโต ความอุดมสมบูรณ์

สีน้ำเงิน ทำให้เกิดความรู้สึกหนักแน่น มั่นคง เครื่องจักร อยู่ในวินัย

สีน้ำตาล ทำให้เกิดความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งที่เก่าแก่ เครื่องเครื่อง เป็นผู้ใหญ่

สีดำ ทำให้เกิดความรู้สึกเกี่ยวกับความหนักแน่น ความเศร้า ความสูญเสีย

สีขาว ทำให้เกิดความรู้สึกถึงความบริสุทธิ์ สงบ สิ่งใหม่ เรียบง่าย สะอาด

สีทอง ทำให้เกิดความรู้สึกถึงความป็นกษัตริย์ เป็นมงคล หูหระ ฟุ่มเฟือย

ในการสร้างผลงานศิลปะนั้น ศิลปิน มักจะเลือกใช้สีที่สามารถสื่อความคิดความรู้สึกของตนได้อย่างที่ต้องการ ซึ่งนอกจากการเลือกสีแล้ว ศิลปินยังต้องรู้จักคุณสมบัติของสีประเภทต่างๆ และวิธีการระบายสีที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการสื่อความคิดความรู้สึกของตนผ่านผลงานศิลปะด้วย

5.3.9.1 ประเภทของสี ในทางศิลปะ ได้แบ่งสีออกเป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ

1) กลุ่มสีโปรงแสง คือ กลุ่มสีที่ระบายแล้ว ยังสามารถมองเห็นพื้นผิวของวัตถุรองรับ เช่น พื้นผิวของกระดาษ กลุ่มสีโปรงแสง ได้แก่ สีไม้ สีน้ำ สีฝุ่น สีเมจิกหรือปากกาเคมี และสีอะคริลิก ซึ่งสีแต่ละประเภทจะมีคุณสมบัติที่ต่างกัน และสามารถสร้างผลงานศิลปะที่สวยงามในรูปแบบที่ต่างกันด้วย

2) กลุ่มสีทึบแสง คือ กลุ่มสีที่ระบายแล้ว ไม่สามารถมองเห็นพื้นผิวของวัตถุรองรับได้ เช่น สีโปสเตอร์ที่ต้องใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย แต่เมื่อระบายแล้ว เนื้อสียังคงหนาจนมองไม่เห็นวัตถุรองรับ นอกจากนี้ ยังมีสีน้ำมันที่ต้องใช้น้ำมัน เป็นตัวทำละลายเมื่อต้องการระบายสี รวมทั้งสีอะคริลิกที่สามารถเป็นได้ทั้งสีโปร่งแสงและทึบแสงแล้วแต่การผสมสีให้หนาหรือบาง

สาระสำคัญเรื่ององค์ประกอบศิลป์นั้น เป็นประโยชน์ต่อผู้ชมผลงานศิลปะทั่วไป และต่อผู้ศึกษาวิชาศิลปะที่มุ่งสร้างสรรค์ผลงานในแนวทางของตนในระยะต่อไป ในฐานะของผู้ชมผลงานศิลปะทั่วไปนั้น การทำความรู้จักกับองค์ประกอบทั้ง 9 ประการของการสร้างผลงานศิลปะจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพิจารณาผลงานศิลปะว่า ผลงานชิ้นที่จัดแสดงอยู่ตรงหน้านั้น เกิดจากการใช้องค์ประกอบศิลป์ประเภทใดบ้าง และศิลปินผู้สร้างงานชิ้นนั้นมีความสามารถในการจัดองค์ประกอบที่น่าสนใจเพียงใด ส่วนในฐานะของผู้ศึกษาวิชาศิลปะ การศึกษาเรื่ององค์ประกอบศิลป์ให้เข้าใจคุณสมบัติอย่างท่องแท้ และมีการลงมือฝึกปฏิบัติอย่างต่อเนื่องนั้น จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการสร้างความชำนาญและสามารถค้นหาแนวทางการสร้างงานศิลปะที่เป็นรูปแบบเฉพาะของตนได้ต่อไป

5.5 องค์ประกอบอื่นที่นอกเหนือจากองค์ประกอบศิลป์สำหรับการสร้างสรรค์งานศิลปะ

5.5.1 ที่มาของแนวความคิด (Content or Inspiration) หมายถึง พื้นฐานทางความคิดและความเชื่อของศิลปินที่ส่งผลให้ศิลปินเกิดแรงบันดาลใจในการสร้างผลงานศิลปกรรม

สุรชาติ ทินานนท์ (2541: 56-59) ได้กล่าวถึงที่มาของแนวความคิดในการสร้างสรรค์งานศิลปะเชิงมนุษยวิทยา โดยยกตัวอย่างการสร้างสรรคผลงานศิลปะออบริจินของชนพื้นเมืองในประเทศออสเตรเลีย (Aborigines) ดังนี้

ชาวออบริจิน ดำรงชีวิตอยู่ด้วยการล่าสัตว์และการหาของป่าสำหรับกินและใช้ในชีวิตประจำวัน ชาวออบริจินมีความผูกพันอันบริสุทธิ์กับผืนแผ่นดิน โดยจะดำรงชีวิตและทำทุกอย่างเพื่อความอยู่รอดแต่ไม่มีความคิดที่จะเอาชนะธรรมชาติ ควบคุมธรรมชาติ หรือสะสมสิ่งของจากธรรมชาติเกินความจำเป็น ในส่วนงานศิลปะของชาวออบริจินนั้น ได้แก่ สิ่งของเครื่องใช้ อาวุธ รวมทั้งผลงานที่ปรากฏอยู่ส่วนต่าง ๆ ในธรรมชาติ เช่น งานศิลปะบนผนังถ้ำ บนก้อนหิน บนต้นไม้ และงานศิลปะที่ถือว่าเป็นงานพื้นฐานซึ่งได้แก่ การตกแต่งร่างกายด้วยการเขียนสีบนตัว รวมทั้งการสร้างงานศิลปะเพื่อใช้ในพิธีศพ ซึ่งถือเป็นพิธีสำคัญของชาวออบริจิน เช่น การเขียนลายตกแต่งบนโลงศพที่ทำจากเปลือกไม้ นอกจากนี้ ชาวออบริจินยังเป็นคนพื้นเมืองที่ยึดติด

กับความฝัน ซึ่งเชื่อว่า ความฝันไม่มีอดีต ปัจจุบัน และอนาคต รวมทั้งความเชื่อที่ว่า การร้องรำ ทำเพลง และการเขียนภาพปลุกวิญญาณของบรรพบุรุษนั้น จะทำให้ตนเองได้รับการคุ้มครองให้มีความสุขกายสบายใจ ทั้งนี้ สภาพแวดล้อม วิธีการดำรงชีวิต และความเชื่อทั้งหมดข้างต้น จึงเป็นที่มาของแนวความคิดในการสร้างงานศิลปะทั้งทางด้านทัศนศิลป์และการร้องรำทำเพลง โดยแนวทางหรือวิธีการสร้างงานศิลปะนั้นเป็นความพยายามหรือตั้งใจที่จะทำรูปร่าง (figure) ให้แตกต่างไปจากความเป็นจริงด้วยการเขียนเฉพาะสิ่งที่รู้จักในจินตนาการมากกว่าการเขียนจากสิ่งที่มองเห็นด้วยตา

ต่อมาในต้นศตวรรษที่ 20 เป็นช่วงเวลาที่การคมนาคมทางเรือระหว่างดินแดนใหม่ต่าง ๆ มีความเชื่อมโยงมากขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นช่วงเวลาแห่งการแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ ของศิลปินในยุโรปซึ่งได้รับอิทธิพลจากรูปแบบศิลปะโพ้นทะเลผสมผสานอยู่ด้วย เช่น ศิลปะแอฟริกัน ศิลปะญี่ปุ่น เป็นต้น ในสถานการณ์นี้เอง ชาวยุโรปจึงเดินทางไปในที่ต่าง ๆ เพื่อแสวงหาแนวทาง และบางส่วนก็เดินทางเพื่อเผยแพร่คริสต์ศาสนา ผลจากการแสวงหาแนวทางและเผยแพร่ศาสนาทำให้ชาวบอริจิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวบอริจินที่มีโอกาสได้เรียนในโรงเรียนคริสต์เตียนและเข้ารีตเป็นคริสต์เตียนนั้น เกิดการเปลี่ยนแปลงทางศรัทธาและความเชื่อที่มีต่อศาสนา ทำให้การสร้างผลงานศิลปะเปลี่ยนไป เช่น ไม่สร้างผลงานที่มีที่มาของแนวความคิดที่ได้จากความฝันตามคติความเชื่อเดิม ประกอบกับชาวบอริจิน เริ่มยอมรับการใช้วัสดุ อุปกรณ์ สำหรับการสร้างงานศิลปะของชาวยุโรป เช่น สีน้ำ สีน้ำมัน ดังนั้น ผลงานศิลปะของชาวบอริจินในช่วงเวลานี้ จึงมีการผสมผสานเทคนิคโบราณแบบบอริจินเข้ากับวัสดุสมัยใหม่ โดยผลงานที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่จะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับศาสนาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และเป็นภาพที่ทัศนทั่วไป ทั้งนี้ สุรชาติ ทินานนท์ กล่าวว่า การสร้างงานศิลปะดังกล่าวนี้ เปรียบได้กับงานศิลปะยุคเรอเนสซองส์ (Renaissance)

อารี สุทธิพันธุ์ (2535: 12-15) ได้กล่าวถึงพื้นฐานทางความคิดและความเชื่อในการแสดงออกของผู้สร้างผลงานศิลปะ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 เชื่อว่า การแสดงออกถึงรูปทรงของงานจิตรกรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของทัศนศิลป์ซึ่งผู้สร้างผลงานจะสร้างขึ้นจากสิ่งที่สามารถมองเห็นได้ รับรู้ได้ สิ่งเหล่านี้ ถือว่าเป็นวัตถุแห่งความทุกข์ทรมาน (objects of suffering) โดยที่ผู้สร้างต้องใช้จินตนาการ ความรู้ ความตั้งใจ และความสามารถที่จะสร้างภาพลวงขึ้นมาใหม่ เพื่อทำให้ผู้พบเห็นผลงานหลักหนีความทุกข์ได้ โดยที่ภาพ (image) ที่สร้างขึ้นใหม่นั้นสามารถเป็นสิ่งรับความทุกข์แทนผู้ชมได้ ดังนั้น ผู้สร้างผลงานกลุ่มที่ 1 จึงต้องใช้จินตนาการมากในกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

กลุ่มที่ 2 เชื่อว่า การแสดงออกถึงรูปทรงของงานจิตรกรรมนั้น เป็นรูปแบบหนึ่งของทัศนศิลป์ที่สร้างจากสิ่งที่มองเห็นได้ รับรู้ได้ สิ่งเหล่านี้เป็นวัตถุแห่งความใฝ่รู้ (objects of inquiry) ที่ผู้สร้างพยายามสื่อสารกับผู้ชมผลงานอย่างมีเหตุผล โดยสร้างภาพลวงจากการค้นคว้าด้วยสื่อวัสดุ เทคนิค และกระบวนการสร้างสรรค์อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ ภาพ (image) ที่สร้างขึ้นใหม่นั้น เป็นผลของการทดลองที่สนองความอยากรู้อยากเห็น ความใฝ่รู้ที่ไม่มีที่สิ้นสุด ดังนั้น การสร้างผลงานศิลปะของกลุ่มที่ 2 จึงเน้นการใช้เหตุผลเป็นพื้นฐานของการสร้างงานเป็นหลัก

กลุ่มที่ 3 เชื่อว่า การแสดงออกถึงรูปทรงของงานจิตรกรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของทัศนศิลป์ที่สร้างจากสิ่งที่มองเห็นได้ รับรู้ได้ สิ่งเหล่านี้ ถือเป็นวัตถุแห่งความเบิกบานพอใจ (objects of delight) ซึ่งผู้สร้างผลงานมีความพึงพอใจ มีความสุขที่ได้ระบาย และพยายามสื่อให้ผู้ชมรู้สึกถึงความงามและความกลมกลืน โดยภาพที่เกิดขึ้นใหม่นั้นเกิดจากความพึงพอใจ และภาพดังกล่าวเป็นตัวแทนของความเบิกบานยินดี ความสุข ความพอใจ ความไร้กังวล ดังนั้น กลุ่มที่ 3 นี้ จึงสร้างผลงานที่เน้นความเบิกบานพอใจในการสร้างงาน

กลุ่มที่ 4 เชื่อว่า การแสดงออกถึงรูปทรงของงานจิตรกรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของทัศนศิลป์ที่สร้างจากสิ่งที่มองเห็นได้ รับรู้ได้ สิ่งเหล่านี้ ถือเป็นวัตถุแห่งความไม่แน่นอน (objects of contingency) ที่ผู้สร้างผลงานต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับเวลาที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และสื่อให้ผู้ชมผลงานตระหนักว่า ทุกสิ่งทุกอย่างเป็นไปตามกฎของความไม่แน่นอน ซึ่งภาพที่สร้างขึ้นใหม่นั้น เป็นตัวแทนของความไม่แน่นอนเช่นกัน

นอกจากนี้ อารี สุทธิพันธุ์ (2541 : 42) ยังได้กล่าวถึงกลุ่มผู้สร้างผลงานศิลปะว่า ผู้สร้างผลงานศิลปะ มีที่มาของแนวความคิดจากคุณสมบัติและบุคลิกภาพของผู้สร้างที่มีความแตกต่างกัน ผู้สร้างบางคนจบการศึกษาศิลปะจากสถาบันตามระบบ บางคนศึกษาด้วยตัวเองนอกระบบ แต่ละคนมีวิธีการแสวงหาที่ต่างกัน แต่ทั้งนี้สามารถจับกลุ่มคุณสมบัติและบุคลิกภาพของผู้สร้างซึ่งเป็นที่มาของแนวความคิดได้ดังนี้

กลุ่มที่ชอบความเหมือนจริง (mimetic) กลุ่มผู้สร้างดังกล่าวนี้ มีเป้าหมายของการถ่ายทอดรูปแบบอยู่ที่ความเหมือนจริง และคิดว่าศิลปะนั้นเป็นการเลียนแบบธรรมชาติ

กลุ่มที่ชอบแก้ปัญหา (pragmatic) กลุ่มนี้มีเป้าหมายของการถ่ายทอดรูปแบบอยู่ที่การลงมือทำจริง และคิดว่าศิลปะนั้นเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดผลต่าง ๆ แก่ผู้พบเห็นตามที่ผู้สร้างคาดหวัง

กลุ่มที่ชอบแสดงออก (expressive) ผู้สร้างกลุ่มนี้มีเป้าหมายของการถ่ายทอดรูปแบบอยู่ที่เสรีภาพของการแสดงออก และคิดว่าศิลปะนั้นเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ของผู้สร้าง

กลุ่มที่ชอบทำตามใจ (objective) ผู้สร้างกลุ่มนี้มีเป้าหมายของการถ่ายทอดรูปแบบอยู่ที่วัตถุ และคิดว่าศิลปะนั้นเป็นความพอใจในส่วนรวมที่รับรู้ได้

วิรุณ ตั้งเจริญ (2535: 65) ได้เสนอความเห็นต่อประเด็นที่มาของแนวความคิดทางศิลปะ สรุปได้ดังนี้

ในการสร้างงานศิลปะ ศิลปินใช้ความพยายามในการแก้ปัญหาโดยใช้จิตสำนึกทั้งหมด รวมทั้งพลังสติปัญญาของตนในกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อการแก้ปัญหาของสื่อและวัสดุต่างๆ ที่ใช้สร้างสรรค์ ในส่วนของผู้สร้างผลงานศิลปะ เช่น จิตรกร มีความเกี่ยวข้องกับ “ ภาพความคิด ” (visual thinking) และการแก้ปัญหาคารสร้างสรรค์ที่เกิดจากความพึงพอใจในรูปแบบที่ต้องการแสดงออก สิ่งที่แสดงออกคือ การสร้างความหมาย และผลงานศิลปะที่เกิดขึ้น ได้แก่ การสร้างความหมายให้สามารถมองเห็นได้ ทั้งนี้ การสร้างความหมายอันเป็นความตั้งใจของศิลปินนั้น มาจากการเลือกใช้ รูปร่าง เส้น และสี เพื่อทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ที่นำไปสู่ความหมายที่มองเห็นได้ในที่สุด

สุชาติ เถาทอง (2532: 63-64) ได้กล่าวถึงที่มาของแนวความคิดในการสร้างสรรค์งานศิลปะ สรุปว่า การสร้างสรรค์งานศิลปะนั้น มีเหตุผลและเงื่อนไขบางประการอยู่เบื้องหลังการสร้างสรรค์ ดังนี้

เงื่อนไขประการที่ 1 ความสวยงามของสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ เป็นเงื่อนไขที่สร้างความรื่นรมย์ ความสุขใจ และความประทับใจให้เกิดขึ้นกับมนุษย์ ความรู้สึกเหล่านี้ จะอยู่ในความทรงจำของมนุษย์ในระดับที่ต่างกัน แต่ศิลปินจะมีธรรมชาติของอารมณ์และความรู้สึกภายในที่ต้องถ่ายทอดและแสดงออกเกี่ยวกับการรับรู้ที่มีความสวยงามของธรรมชาตินั้นให้ปรากฏต่อสายตาผู้อื่น โดยผ่านสื่อกลางจากวัตถุภายนอก นอกจากนี้ ยังรวมถึงบุคลิกภาพของศิลปินที่ผนวกกับความรู้สึกในความงามของธรรมชาตินั้น ด้วยเหตุนี้ ผลงานศิลปะรวมทั้งผลงานจิตรกรรม จึงเป็นเครื่องมือของศิลปินที่ใช้ถ่ายทอดประสบการณ์ให้ปรากฏเป็นผลงานทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม โดยอาศัยรูปแบบและวิธีการทางศิลปะเป็นกลวิธีการถ่ายทอด

เงื่อนไขประการที่ 2 ความปรารถนาของศิลปินที่จะถ่ายทอดโลกภายในที่ตนมีความรู้สึกให้ปรากฏ เงื่อนไขดังกล่าวทำให้เกิดการสร้างผลงานเพื่อความคิด ความรู้สึก ความเข้าใจให้ปรากฏเพื่อสร้างความซาบซึ้ง ความประทับใจ และความยินดีต่อผู้ชม การสร้างสรรค์ผลงานศิลปะจากเงื่อนไขดังกล่าวนี้ มักจะใช้รูปแบบทางงานศิลปะในการสื่อความหมายทางความคิด

ประสานกับเทคนิคสำคัญๆ เพื่อแสดงคุณค่าของภาษาทางศิลปะ โดยเฉพาะการใช้สี (color) รูปร่าง (shape) รูปทรง (form) พื้นผิว (texture) เป็นต้น

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า ที่มาของแนวความคิด หมายถึง พื้นฐานทางความคิด และความเชื่อของศิลปินอันส่งผลกระตุ้นให้ศิลปินเกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ ซึ่งแหล่งที่มาของแนวความคิด ได้แก่ สภาพแวดล้อม วิธีการดำรงชีวิตของผู้สร้างผลงาน ความเชื่อในการแสดงออกของศิลปิน และคุณสมบัติหรือบุคลิกภาพของศิลปิน ทั้งนี้ แหล่งกำเนิดดังกล่าวถือว่าเป็นสิ่งเร้าในกระบวนการทางจิตวิทยา และนำไปสู่การสร้างผลงานศิลปะโดยอาศัยความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้า การประสานสัมพันธ์ และปฏิกิริยาตอบสนอง จนเกิดเป็นผลงานศิลปะในที่สุด

5.5.2 เนื้อหาของภาพ (content) หมายถึง เรื่องราวที่ศิลปินนำมาถ่ายทอดในผลงานศิลปกรรม โดยชูลูด นิมเสมอ (2534: 22) ได้กล่าวถึงความหมายของเนื้อหา ไว้ว่า เนื้อหา คือ ความหมายของงานศิลปะที่แสดงออกผ่านรูปทรงทางศิลปะ (artistic form) ซึ่งมีคุณลักษณะเป็นนามธรรม แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ เนื้อหาภายใน หรือเนื้อหาทางรูปทรง กับเนื้อหาภายนอก หรือเนื้อหาทางเรื่องราวหรือทางสัญลักษณ์

เนื้อหาภายใน เป็นเนื้อหาที่เกิดจากการประสานกันอย่างมีเอกภาพของทัศนธาตุ (art elements) เนื้อหาประเภทนี้ จะให้อารมณ์ทางสุนทรียภาพแก่ผู้ดู เป็นอารมณ์ทางศิลปะที่บริสุทธิ์ ไม่มีอารมณ์อื่นในประสบการณ์ของมนุษย์มาเกี่ยวข้องด้วย และเป็นบุคลิกภาพหรือรูปแบบของการแสดงออกของศิลปิน

เนื้อหาภายนอก เป็นสิ่งที่ปรากฏในผลงานศิลปะที่เห็นได้ในเชิงรูปธรรม เช่น ศิลปะที่นำเสนอภาพของวัตถุ สิ่งของ คน สัตว์ พืช ทิวทัศน์ หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่ผู้ชมสามารถรับรู้และเข้าใจได้ โดยเป็นเนื้อหาที่สืบเนื่องจากเนื้อหาภายในหรือเป็นผลจากการประสานกันระหว่างทัศนธาตุ (art elements) เข้าด้วยกันจนเกิดลักษณะความเป็นรูปธรรมที่แสดงออกถึงความหมายของเรื่องและแนวเรื่องจนกลายเป็นสื่อศิลปะแบบรูปธรรมชิ้นหนึ่ง

ทั้งนี้ ในผลงานศิลปะแบบรูปธรรมชิ้นหนึ่งๆ จะเกิดจากเนื้อหาทั้งสองส่วน โดยเนื้อหาภายในจะทำให้ผลงานนั้นสื่อความรู้สึกต่างๆ สู่ผู้ชมได้ เช่น ความรู้สึกหรืออารมณ์เกี่ยวกับความรัก ความเพลิดเพลีน ความเกลียด ความประชดประชัน ความเห็นนอกเห็นใจ ความมีจิตสำนึก โดยมีเนื้อหาภายนอกที่เกิดจากการนำเสนอสัญลักษณ์แบบรูปธรรมมาสื่อสารเรื่องราวจนทำให้ผู้ชมเกิดความคิด ความรู้สึก และความเข้าใจในสิ่งที่ศิลปินนำเสนอผ่านผลงานศิลปะ

อย่างไรก็ตาม ในผลงานศิลปะแบบนามธรรม (Abstract Art) จะประกอบด้วยเนื้อหาภายในเพียงอย่างเดียว เนื่องจากศิลปินต้องการสื่ออารมณ์ทางศิลปะที่บริสุทธิ์ ไม่มีประสบการณ์ของมนุษย์เข้ามาเกี่ยวข้องที่จะนำไปสู่การสร้างความเข้าใจในเรื่องราวของผลงานศิลปะชิ้นนั้น ในทางตรงข้าม ผู้ชมอาจไม่เข้าใจเรื่องราวที่ปรากฏในผลงาน แต่เกิดความรู้สึกต่างๆ กับรูปทรงที่ปรากฏบนผลงานศิลปะนั้น

นอกจากนี้ อารี สุธพิพันธุ์ (2528: 63) ได้กล่าวถึงประเด็นเกี่ยวกับประเภทของเนื้อหาที่ปรากฏในผลงานศิลปะ รวมทั้งในผลงานจิตรกรรม โดยสรุปว่า เนื้อหาของภาพในผลงานศิลปะ แบ่งเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

เรื่องราวที่เกี่ยวกับมนุษย์และธรรมชาติของมนุษย์ (man and his own nature) หมายถึง เรื่องราวเกี่ยวกับความรัก ความโลภ ความโกรธ ความหลง ความสุข ความเพลิดเพลิน เป็นต้น เมื่อผลงานศิลปะประกอบด้วยเรื่องราวดังกล่าว จะทำให้ผู้ชมผลงานนึกถึงตนเอง และสังเกตธรรมชาติของตนเองมากขึ้น

เรื่องราวที่มนุษย์เกี่ยวข้องกับมนุษย์ด้วยกัน (man and other people) เช่น เรื่องการประกอบอาชีพของคนในสังคม การทำสงคราม ประวัติศาสตร์ ความเป็นไปภายในครอบครัว การสร้างประโยชน์ต่อสังคมหรือการแสดงความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น เป็นต้น

เรื่องราวที่มนุษย์เกี่ยวข้องกับมนุษย์และสิ่งแวดล้อม (man and the impersonal environment) เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเทคโนโลยี การค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ การสร้างเครือข่ายการสื่อสารที่ก้าวหน้า เป็นต้น

เรื่องราวที่เกี่ยวกับมนุษย์และสิ่งไม่มีตัวตน (man and the intangibles) หมายถึง เรื่องราวเกี่ยวกับเทพยดา พระเจ้า ศาสนา นิยาย ภาพแห่งจินตนาการ เป็นต้น

เรื่องราวทั้ง 4 ประเภทที่กล่าวมานี้ เป็นเนื้อหาของภาพในงานศิลปะที่มีคุณค่าทางเรื่องราว (content value) ซึ่งปรากฏในงานทัศนศิลป์ประเภทจิตรกรรมและประติมากรรมมากที่สุด ส่วนประเภทสถาปัตยกรรม จะเน้นการนำเสนอคุณค่าทางเรื่องรำน้อยกว่า

สมเกียรติ ตั้งนโม (2536: 223) ได้กล่าวถึงวิธีการแสดงเนื้อหาในผลงานศิลปะสรุปได้ว่า ศิลปินที่ดีมักจะมีลักษณะเช่นเดียวกับนักประพันธ์ที่ดี คือ มีการแสดงลักษณะเฉพาะตัวของตนเองด้วยอารมณ์ของเนื้อเรื่อง ตัวอย่าง เช่น การจดจำภาพฝนตกหนักนอกสตูดิโอแล้วเขียนรูปและอารมณ์ของตนเองที่รู้สึกหดหู่ ณ เวลานั้น จากภาพและความรู้สึกดังกล่าวศิลปินผู้นั้นจะนำมาถ่ายทอดเป็นผลงานจิตรกรรม และไม่ว่าเวลาจะผ่านไปนานเพียงใดอารมณ์ของศิลปิน ณ เวลานั้นยังคงอยู่ในเนื้อหาของภาพตลอดไป ทั้งนี้ ผลที่เกิดจากเนื้อหาของภาพ ก็คือ การทำให้ผู้ชมผลงาน

ศิลปะเกิดความรู้สึกต่าง ๆ เช่น ความไม่เข้าใจ ความประหลาดใจ ความสุขใจ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม เนื้อหาของภาพจะมีผลต่อผู้ชมผลงานได้เพียงใดนั้น อาจต้องประกอบด้วยการใช้สีภายในภาพรวมทั้งสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของผู้ชมผลงานด้วย หากผู้ชมผลงานอยู่ในสภาพแวดล้อมหรือมีวัฒนธรรมที่ต่างจากศิลปินก็อาจเป็นผลทำให้ผู้ชมผลงานไม่เข้าใจเนื้อหาของภาพก็ได้

ชลุค นีม์เสมอ (2534 : 23) ได้กล่าวถึงวิธีการแสดงเนื้อหาในผลงานศิลปะ โดยสรุปไว้ว่า ในทางทัศนศิลป์ “เนื้อหา” คือ องค์ประกอบที่เป็นนามธรรมที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกต่อผลงาน ส่วน “เรื่อง” เป็นสิ่งที่ศิลปินสรรหามาเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างผลงาน เช่น คนทิวทัศน์ ที่นำมาเป็นจุดเริ่มต้นของงาน ทั้งนี้ เนื้อหาและเรื่องจะมีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใดหรือไม่สัมพันธ์กันเลย ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของงานและเจตนาของศิลปิน

การนำเสนอเนื้อหาในผลงานศิลปะ จะเป็นไปตามความสัมพันธ์ระหว่าง “เนื้อหา” กับ “เรื่อง” ซึ่งมีดังนี้

การเน้นเนื้อหาด้วยเรื่อง คือ การใช้เรื่องที่ตรงกับเนื้อหาและเป็นตัวแสดงเนื้อหาของผลงานโดยตรง เช่น เมื่อศิลปินต้องการให้ความงามทางเนื้อหนังเป็นเนื้อหาของงาน ศิลปินก็จะนำผู้หญิงเปลือยที่สวยงามมาเป็น “เรื่อง” หรือจุดเริ่มต้นของการสร้างผลงาน รูปร่างหน้าตาของผู้หญิงเปลือยนั้นจะทำให้เกิดความงามขึ้นภายในภาพตามที่กำหนดให้เป็นเนื้อหาของภาพ แต่หากศิลปินมุ่งเน้นที่รูปลักษณ์ของ “เรื่อง” หรือให้ “เรื่อง” เป็นตัวแสดงมากขึ้นเท่าใด คุณค่าทางรูปทรงและคุณค่าทางศิลปะจะลดลงมากขึ้นเท่านั้น ในที่สุด จะเป็นผลงานศิลปะที่มีแต่เรื่อง ไม่มีรูปทรงที่มีคุณค่า และหมดสภาพของศิลปะในที่สุด

เนื้อหาที่เป็นผลมาจากการผสมผสานระหว่าง “ศิลปิน” กับ “เรื่อง” ในกรณีนี้ ศิลปินจะเสนอความเห็นส่วนตัว หรือผสมผสานความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปในเรื่อง เป็นการผสมผสานระหว่างรูปลักษณ์ของ “เรื่อง” กับจินตนาการของศิลปิน หรือเป็นการแปลความหมายของ “เรื่อง” ตามทรรศนะของศิลปิน ตัวอย่างเช่น การนำเสนอความงามของผู้หญิงเปลือยที่ในครั้งนี้ ศิลปินได้แทรกความรู้สึกของตนเองเข้าไปใน “เรื่อง” หรือในความงามของรูปร่างหน้าตาของผู้หญิงคนนั้น ความรู้สึกที่ศิลปินแทรกเข้าไปจะเป็นการคัดเลือกรูปร่างหน้าตาของผู้หญิงต้นแบบที่เป็นไปตามจินตนาการของศิลปิน

เนื้อหาที่เป็นอิสระจากเรื่อง เมื่อศิลปินผสมผสานจินตนาการของตนเองเข้าไปใน “เรื่อง” มากขึ้นเท่าใด ความสำคัญของ “เรื่อง” ก็จะลดลงมากขึ้น ผู้หญิงเปลือยที่ศิลปินใช้จินตนาการเข้าไปผสมผสานอย่างมาก อาจถูกตัดทอนรูปทรงหรือมีการเปลี่ยนแปลงทางรูปทรงอย่างมาก จนอาจไม่มีรูปทรงเดิมเหลืออยู่มากนัก ในกรณีนี้ “เรื่อง” หรือความงามของผู้หญิงเปลือย

ก็จะเป็นเพียงจุดเริ่มต้นในการสร้างผลงานเพียงอย่างเดียว สิ่งที่ปรากฏอย่างชัดเจนมากขึ้น คือ รูปทรงตามจินตนาการของศิลปินและเนื้อหาภายในที่เน้นการสื่อสารความรู้สึกมากกว่ารูปลักษณ์ที่แท้จริงของหญิงต้นแบบหรือเนื้อหาภายนอกแบบศิลปะแบบรูปธรรม

5.5.3 กระบวนการสร้างสรรค์ (creative process) คือ กระบวนการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานศิลปะซึ่งประกอบด้วยกลวิธีการสร้างสรรค์แบบต่างๆ ตามแต่ศิลปินจะเลือกใช้ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการสร้างสรรค์ผลงานครั้งนั้นๆ

กลวิธีการสร้างสรรค์ที่สำคัญ ได้แก่ การใช้สี วิธีการระบายสี และการสร้างเทคนิคพิเศษประกอบการระบายสี ทั้งนี้ สกนธ์ ภู่งามดี (2549: 26-40) กล่าวถึงสาระสำคัญของกลวิธีการสร้างสรรค์แต่ละหัวข้อ มีดังนี้

5.5.3.1 ประเภทของสี สกนธ์ ภู่งามดี (2549: 32-33) ได้กล่าวถึงประเภทของสี และวิธีการใช้สีแต่ละประเภท ดังนี้

1) ประเภทสีโปรงแสง ซึ่งประกอบด้วย สีน้ำ สีอะคริลิก สีฝุ่น สีไม้ และ สีหมึก มีวิธีการใช้ดังนี้

สีน้ำ (water color) มี 3 ลักษณะ คือ เป็นผง เป็นของเหลวบรรจุในหลอด และอัดเป็นแท่ง ด้วยลักษณะดังกล่าว เมื่อต้องการระบาย จึงต้องใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย โดยต้องมีอุปกรณ์สำหรับการระบายสีน้ำเป็นปัจจัยสำคัญในการนำเสนอความสวยงามของสีน้ำนั้น อุปกรณ์พื้นฐานที่ต้องมี คือ กระดาษสำหรับระบายสีน้ำและพู่กัน ทั้งนี้ นอกจากอุปกรณ์พื้นฐานแล้ว การระบายสีน้ำยังสามารถนำอุปกรณ์อื่นเข้ามาเสริมเพื่อทำให้เกิดผลงานที่สร้างสรรค์มากขึ้น เช่น พู่กันที่ปลายทำจากฟองน้ำ รวมทั้งวัสดุต่างๆ เช่น สำลี ใยไม้ กิ่งไม้ กระดาษสา หรือแม้แต่ นิ้วมือ ฝ่ามือ และอื่นๆ ตามแต่ผู้สร้างผลงานจะสร้างสรรค์ ทั้งนี้ ผลงานที่เกิดจากการระบายสีด้วยสีน้ำ จะมีความโปรงใส และมีความงามของสีที่แทรก หรือไหลซึมเข้าหากัน รวมทั้งดูเหมือนภาพยังคงมีความชุ่มชื้นแม้สีจะแห้งแล้ว

สีอะคริลิก (acrylic color) สีชนิดนี้แม้จะถูกผลิตให้มีคุณสมบัติต่างจากสีน้ำ แต่ก็ต้องอาศัยน้ำเป็นตัวทำละลายเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ คุณสมบัติของสีอะคริลิกนอกจากจะไม่มีการลื่นลื่น หรือแห้งง่ายกว่าสีน้ำมันแล้ว ยังสามารถเป็นได้ทั้งสีในกลุ่มโปรงแสงและทึบแสง หากผสมน้ำน้อยความเข้มข้นของสีจะมีมากจึงเป็นสีในกลุ่มทึบแสง ในทางตรงข้ามเมื่อผสมกับน้ำจำนวนมากขึ้น ความเข้มข้นของสีจะน้อยลงจึงกลายเป็นสีในกลุ่มโปรงแสง ประโยชน์ของสีอะคริลิกนอกจากจะสามารถสร้างสวยงามให้ผลงานจิตรกรรม (painting) หรืองานสื่อผสม (mixed media) แล้ว สีอะคริลิกบางชนิดยังสามารถสร้างความสวยงามให้กับผลงานสถาปัตยกรรมได้ด้วย

สีฝุ่น (Tempera color) มีลักษณะเป็นผงตามชื่อเรียก แต่ต่างจากสีน้ำที่เป็นผงตรงที่สีฝุ่นจะต้องใช้ไข่ขาวหรือกาวเหลวเป็นตัวยึดเกาะเนื้อสีเมื่อต้องการใช้ทั้งนี้ สีฝุ่นถือว่าเป็นสีที่มีมาแต่โบราณ โดยสีฝุ่นในยุคนั้นจะใช้ไขมันสัตว์ ไข่ขาว หรือไข่แดง เป็นตัวยึดเกาะเนื้อสี หรืออาจใช้น้ำมันลินซีด (linseed) มาผสม ถึงแม้ว่าสีฝุ่นจะให้ความสวยงามแบบธรรมชาติ แต่สีฝุ่นมีความเปราะบางหลุดล่อนได้ง่ายหากกระบวนการเตรียมพื้นไม่ดีพอ ส่วนผสมของสีไม่ได้มาตรฐาน เป็นต้น ดังนั้น การใช้สีฝุ่นในการสร้างผลงานทัศนศิลป์จึงต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ

สีไม้ (color pencil) เป็นสีที่คนส่วนใหญ่รู้จักมากที่สุดแม้ว่าจะไม่ใช่ศิลปิน เนื่องจากสีไม้เป็นสีที่สถานศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาลกำหนดให้นักเรียนใช้ในวิชาศิลปะจนกระทั่งผู้ที่ประกอบอาชีพทางศิลปะประยุกต์ เช่น มัณฑนากร หรือนักออกแบบ ก็ต้องใช้สีพื้นฐานดังกล่าวนี้ในการทำงานเช่นกัน ในปัจจุบัน สีไม้ได้ถูกพัฒนาให้มีลักษณะพิเศษกว่าการเป็นแท่งสีที่ใช้ระบายได้โดยง่าย ลักษณะพิเศษดังกล่าวคือ สีไม้ที่จุ่มกับน้ำขณะใช้เพื่อทำให้สีมีความสดใสหรือเข้มมากขึ้น ผลงานที่เกิดจากการใช้สีไม้ระบาย จะยังสามารถมองเห็นพื้นผิวกระดาษ และยังเห็นรอยเส้นของสีที่ระบายนั้น

สีหมึก (ink) เป็นน้ำหมึกสีที่บรรจุในขวดขนาดเล็ก ลักษณะโดยทั่วไปจะเป็นเหมือนสีน้ำ แต่สีหมึกไม่จำเป็นต้องใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าสีหมึกเป็นสีพร้อมใช้ซึ่งจะมีความมันวาวเกิดขึ้นหลังจากที่ระบายเสร็จ นอกจากนี้ ผลงานที่เกิดจากการระบายด้วยสีหมึก จะมีจุดเด่นที่มีความสดของสีมากกว่าสีน้ำและสีไม้

2) ประเภทสีทึบแสง ประกอบด้วยสีน้ำมัน สีอะคริลิก และสีโปสเตอร์

สีอะคริลิก (acrylic color) ได้กล่าวไปแล้วในกลุ่มสีโปร่งแสง

สีโปสเตอร์ (poster color) เป็นสีที่รู้จักกันดีเช่นเดียวกับสีไม้ เนื่องจากเป็นสีที่โรงเรียนระดับมัธยมศึกษามักกำหนดให้นักเรียนใช้เมื่อเรียนวิชาศิลปะ สีโปสเตอร์มีลักษณะสีเหลวบรรจุในขวด และมักมีสีที่ค่อนข้างเข้ม ไม่นุ่มนวลซึ่งต่างจากสีน้ำ นอกจากนี้เนื้อสียังหนาทึบมากกว่าสีน้ำ อย่างไรก็ตาม สีโปสเตอร์ต้องใช้น้ำเป็นตัวทำละลายเช่นเดียวกับสีน้ำ แต่ผลงานที่เกิดจากการใช้สีโปสเตอร์จะมีความทึบมากกว่าผลงานสีน้ำ

สีน้ำมัน (oil color) เป็นสีที่เป็นผง หรือเป็นของเหลวบรรจุในหลอด ตัวทำละลายเมื่อต้องการใช้สีน้ำมัน คือน้ำมันสนหรือน้ำมันลินซีด ทั้งนี้ ความเข้มข้นของสีน้ำมันจะมีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับผสมสีกับตัวทำละลาย อย่างไรก็ตาม สีน้ำมันจะมีความทึบแสงมากกว่าสีโปสเตอร์และมีความมันวาวอันเป็นผลมาจากตัวทำละลายที่เป็นน้ำมัน นอกจากนี้คุณสมบัติที่น่าสนใจประการหนึ่งของสีน้ำมัน คือ สีดังกล่าวเป็นปัจจัยหนึ่งของการสร้างพื้นผิว

(texture) บนผลงานจิตรกรรมนอกเหนือจากการขีดเขียนหรือพู่กันระบายสีให้มีเนื้อสีหนาทับซ้อนกัน

5.5.3.2 **หลักทั่วไปของการใช้สี** เนื่องจาก สี เป็นองค์ประกอบศิลป์ที่สำคัญต่อการสร้างความรู้สึกรู้สึกให้ปรากฏในผลงานศิลปะ ดังนั้น การนำสีมาใช้เพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกจำเป็นต้องมีวิธีการใช้เพื่อการไปสู่เป้าหมายแห่งการสร้างสรรค์ ทั้งนี้ การใช้สีมี 3 ลักษณะหลัก คือ การใช้สีตามที่มองเห็น การใช้สีตามหลักการใช้สี และการใช้สีตามทฤษฎีของศิลปินสาระสำคัญของการใช้สีแต่ละลักษณะ มีดังต่อไปนี้

1) **การใช้สีตามที่มองเห็น** เป็นวิธีการใช้สีตามที่ตามองเห็น เช่น การใช้สีเขียวในการระบายต้นไม้ตามสีในธรรมชาติ วิธีดังกล่าวนี้ เป็นวิธีที่ศิลปินลัทธิเหมือนจริง (realist artists) นิยมใช้ ผลจากการใช้สีวิธีนี้ จะทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจสิ่งที่นำเสนอในผลงานได้เร็วและได้มากที่สุด เนื่องจากผู้ชมรู้จักหรือพบเห็นสีของสิ่งที่เป็นจริงมาแล้ว หรือเรียกได้ว่ามีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับสีนั่นเอง สำหรับตัวอย่างในเชิงเปรียบเทียบเรื่องการใช้สีนั้น สามารถยกตัวอย่างได้จากการสร้างผลงานจิตรกรรมภาพทิวทัศน์ กล่าวคือ หากจะเปรียบเทียบผลงานภาพทิวทัศน์ที่ศิลปินสร้างสรรค์ขึ้น โดยใช้สีที่เป็นจริงในธรรมชาติตามศิลปะลัทธิเหมือนจริง (Realism) กับผลงานที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้น โดยใช้สีที่ผิดแปลกไปจากธรรมชาติซึ่งเน้นจินตนาการและความพอใจส่วนตัวในแบบของศิลปะลัทธิโฟวิสม์ (Fauvism) จะพบว่า ผู้ชมผลงานจะเข้าใจและคุ้นเคยกับภาพทิวทัศน์ในแบบเหมือนจริงเป็นอันดับแรก และเกิดการยอมรับได้ง่ายกว่า และเมื่อผู้ชมยังให้เวลาตนเองในการพิจารณาภาพทิวทัศน์ที่ใช้สีแบบโฟวิสม์ ซึ่งต้นไม้อาจเป็นสีม่วง ท้องฟ้าอาจเป็นสีเขียว ผลที่เกิดขึ้นอาจมีทั้งแง่ลบและบวก เช่น ผู้ชมบางกลุ่มจะรู้สึกต่อต้านการใช้สีและมีข้อวิพากษ์ว่าเหตุใดจึงไม่ใช้สีที่เหมือนจริงอย่างที่เห็นหรือวิพากษ์ว่าจะสร้างความแปลกไปเพื่อสิ่งใด ส่วนผู้ชมบางกลุ่มอาจเกิดความสนใจเป็นพิเศษและยอมรับในความคิดนอกกรอบของศิลปินพร้อมทั้งชื่นชมในความงามของสีที่แปลกไปจากธรรมชาติ อย่างไรก็ตาม แม้การใช้สีตามที่มองเห็นจะเป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้ชมผลงานซึ่งจะเกิดขึ้นเร็วกว่าการใช้สีที่ผิดแปลกออกไปก็ตาม แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า การใช้สีตามที่มองเห็นจะเป็นวิธีที่ดีที่สุดวิธีเดียวสำหรับการสร้างผลงานทัศนศิลป์ ในบางครั้งการใช้สีในแบบอื่นก็สามารถทำให้ผลงานทัศนศิลป์ที่สร้างขึ้นนั้นเกิดความงามและเป็นที่ยอมรับของผู้ชมได้เช่นกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับเป้าหมายในการนำเสนอผลงาน เช่น ผู้สร้างสรรค์ผลงานต้องการนำเสนอภาพแห่งความเป็นจริงเพื่อการศึกษา ก็จะเลือกใช้สีที่เหมือนจริง ตัวอย่างเช่น ภาพส่วนประกอบของร่างกายคนเพื่อใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนวิชาวิทยาศาสตร์ ภาพวงจรที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนวิชาศิลปะพื้นฐาน เป็นต้น ในทางตรงข้าม หากผู้สร้างสรรค์ผลงานต้องการนำเสนอภาพแห่งโลกจินตนาการเพื่อทำให้ผู้ชมได้รับ

ประสบการณ์ทางความคิดที่แปลกไปจากเดิม กรณีนี้ ก็จะเลือกใช้สีที่สามารถสื่อถึงจินตนาการให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ตัวอย่างเช่นภาพตัวการ์ตูนประกอบนิทานสำหรับเด็ก เป็นต้น

2) **การใช้สีตามหลักการใช้สี** เป็นวิธีการใช้สีที่นำเอาทฤษฎีของนักคิดหรือนักวิทยาศาสตร์เข้ามาเป็นหลักในการเลือกใช้สี ทั้งนี้ ทฤษฎีสีของมิเกล ยูจีน เชฟเรล (Michel Eugene Chevreul) ได้ระบุถึงวิธีการใช้สีหลักๆ อันประกอบด้วย การใช้สีกลมกลืน การใช้สีสมมูล และการใช้สีเป็นคู่ สารสำคัญของแต่ละวิธีหลัก มีดังนี้

การใช้สีกลมกลืน (harmony coloring) คำว่า การใช้สีกลมกลืน ไม่ได้หมายถึงการใช้สีเดียวในระดับความเข้มที่ต่างกันหรือค่าของสี (tone) ที่ต่างกันเท่านั้น การใช้สีกลมกลืนยังหมายถึงการนำสีแท้ในกลุ่มเดียวกันหรือมีค่าที่สัมพันธ์ใกล้เคียงกันมาใช้ รวมทั้งการนำสีคู่ตรงข้ามมาใช้ร่วมกันให้เกิดความงามที่ลงตัว วิธีการเพื่อให้เกิดสีที่กลมกลืน คือการ **สร้างความกลมกลืนของสีใกล้เคียง** คือ การนำสีที่คล้ายกันมาใช้ให้สัมพันธ์กัน ทั้งนี้ สีคล้ายกัน (analogous colors) หมายถึง สีซึ่งสัมพันธ์กันในวงสีตามทฤษฎีสี และแม้แต่ในธรรมชาติก็มีกลุ่มสีที่สัมพันธ์กัน เช่น สีของท้องทะเลยามสงบที่ไล่ค่าของสีจากสีน้ำเงินเข้มไปจนถึงสีฟ้าอ่อน สีของลำต้นกบบางชนิดที่ไล่ค่าของสีเทาเข้มไปจนถึงสีขาว สีของดอกกลั่นทมที่มีสีเหลืองอยู่ที่จุดศูนย์กลางแล้วไล่ค่าของสีไปจนกลายเป็นสีขาว เป็นต้น สีคล้ายกัน (analogous colors) จะมีคุณสมบัติในการสร้างผลกระทบต่ออารมณ์ความรู้สึก (emotional quality) ของมนุษย์เป็นอันดับแรก ซึ่งตามทฤษฎีสี “ สีคล้ายกัน ” จะอยู่ทั้งในกลุ่มสีเย็น (cool tone) และสีอุ่น (warm tone) และหากมีการเลือกใช้อย่างประสานสัมพันธ์กันก็จะสามารถสร้างคุณสมบัติที่เรียกว่า emotional quality ได้เป็นอย่างดี ในการสร้างความกลมกลืนของสีใกล้เคียงในทางทฤษฎีนั้น จะนำ “ แผนสีกลมกลืน ” (analogous color schemes) มาใช้ โดยในแผนสีดังกล่าวจะมี “ สีแท้ ” เป็นสีหลักในแต่ละวงสี และนำไปสู่การใช้สีอื่นที่ใกล้เคียงต่อไป ทั้งนี้ ภายในแผนสีกลมกลืน จะประกอบด้วย สีแดง สีแดงม่วง สีแดงส้ม สีส้ม สีเหลืองส้ม สีเหลือง สีเหลืองเขียว สีเขียว สีน้ำเงินเขียว สีน้ำเงิน สีน้ำเงินม่วง สีม่วง และไปบรรจบกับสีแดงม่วงอีกครั้ง **การสร้างความกลมกลืนของสีตรงข้าม** สีตรงข้าม จะมีคุณสมบัติในการสร้างผลกระทบต่ออารมณ์ (visual quality) ของมนุษย์เป็นอันดับแรก การใช้สีตรงข้าม ก็คือ การเลือกใช้สีให้เกิดการตัดกันอย่างเหมาะสม และหากการใช้สีตรงข้ามนั้นสามารถส่งเสริมให้ผลงานเกิดความงามในภาพรวม นั่นก็หมายถึงผู้สร้างสรรค์ผลงานได้สร้างความกลมกลืนของสีตรงข้ามให้เกิดขึ้นแล้ว การตัดกันของสีนั้น จะทำให้ผลงานเกิดจุดเด่นเพราะแต่ละสีที่ตรงข้ามกันมีความเข้ม (intensity) ที่เด่นชัดอยู่แล้ว และเมื่อนำมาใช้ร่วมกัน ความเข้มของแต่ละสีก็จะทำหน้าที่สร้างความเด่น ณ เวลาเดียวกัน วิธีการหลักๆ ของการสร้างความกลมกลืนของสีตรงข้าม คือ การเลือกใช้กลุ่มสีอุ่น ให้ขัดแย้งกับกลุ่มสีเย็น โดย

ทำให้กลุ่มหนึ่งกลุ่มใดมีโดดเด่นน้อยกว่าในระดับที่เหมาะสม ทั้งนี้ ในแผนวงจรสี จะสามารถสังเกตเห็นสีคู่ตรงข้ามที่ตัดกันได้ คือ สีแดงตรงข้ามกับสีเขียว สีแดงส้มตรงข้ามกับสีน้ำเงินเขียว สีส้มตรงข้ามกับสีน้ำเงิน สีเหลืองส้มตรงข้ามกับสีน้ำเงินม่วง สีเหลืองตรงข้ามกับสีม่วง สีเหลืองเขียวตรงข้ามกับสีแดงม่วง การสร้างความกลมกลืนของสีแยกตรงข้าม คือ การใช้สี 3 สีมาตัดกัน อย่างมีหลักการตามแผนวงจรสี โดยมีสีหนึ่งเป็นสีหลัก (key color) และนำสีที่อยู่ด้านข้างสองด้านของสีตรงข้ามมาใช้ให้เกิดการตัดกันอย่างกลมกลืน สีตรงข้ามประกอบด้วย สีแดงกับสีเหลืองเขียว และสีน้ำเงินเขียว สีแดงส้มกับสีเขียวและสีน้ำเงิน สีส้มกับสีน้ำเงินเขียวและสีน้ำเงินม่วง สีเหลืองส้มกับสีน้ำเงินและสีม่วง สีเหลืองกับสีน้ำเงินม่วงและสีแดงม่วง สีเหลืองเขียวกับสีม่วงและสีแดง สีเขียวกับสีแดงม่วงและสีแดงส้ม สีน้ำเงินเขียวกับสีแดงและสีส้ม สีน้ำเงินกับสีแดงส้มและสีเหลืองส้ม สีน้ำเงินม่วงกับสีส้มและสีเหลือง สีม่วงกับสีเหลืองส้มและสีเหลืองเขียว สีแดงม่วงกับสีเหลืองและสีเขียว ทั้งนี้ การสร้างความกลมกลืนด้วยสีลักษณะดังกล่าวทำให้ผลงานมีความงามในแบบที่ต่างจากการสร้างความกลมกลืนด้วยสีที่ใกล้เคียงกัน นั่นหมายถึง เป็นการสร้างความกลมกลืนอันเกิดจากสภาพการขัดแย้งของสี ในขณะที่ความขัดแย้งนั้นมีความสัมพันธ์ในแง่ความเป็นสีคู่ตรงข้ามแฝงอยู่ ซึ่งสามารถนำไปสู่การเกิดความงามในที่สุด การสร้างความกลมกลืนของสีสามเส้า คือ การนำสีสามเส้า (triads) หรือสีที่ตัดกัน 3 สีในวงสี มาใช้อย่างประสานสอดคล้องกัน โดยสีสามเส้าประกอบด้วยขั้นที่หนึ่ง (primary colors) สีขั้นที่สอง (secondary colors) และสีระหว่างกลาง (intermediate colors) สีขั้นที่หนึ่ง ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน สีขั้นที่สอง ได้แก่ สีส้ม สีเขียว สีม่วง สีระหว่างกลางกลุ่มที่ 1 ได้แก่ สีแดงส้ม สีเหลืองเขียว สีน้ำเงินม่วง และสีระหว่างกลางกลุ่มที่ 2 ได้แก่ สีเหลืองส้ม สีน้ำเงินเขียว และสีแดงม่วง หากนำสีขั้นที่หนึ่งและสีขั้นที่สองมาใช้ร่วมกัน จะทำให้เกิดความงามในลักษณะการตัดกันของสีอย่างรุนแรง และหากนำสีระหว่างกลางทั้งสองกลุ่มมาใช้ร่วมกัน ผลงานที่เกิดขึ้นก็จะมีความงามอันเกิดจากการตัดกันอย่างรุนแรงเช่นกัน แต่สีจะมีความสดใสมากกว่าการใช้สีลักษณะแรก การสร้างความกลมกลืนของสีค่าอ่อนครอบคลุม คือ การนำสีที่อยู่ในแผนวงจรสีตรงข้ามซึ่งมีค่าสีอ่อน (tint) มาใช้ร่วมกัน ทั้งนี้ คำว่า สีค่าอ่อนครอบคลุม (dominant tint) คือ สีแท้ซึ่งมีค่าอ่อนลง (hued tint) แต่ยังคงมีความโดดเด่น เนื่องจากยังมีคุณสมบัติของสีตรงข้ามที่สามารถนำมาใช้เกิดการตัดกันโดยผสมกับความนุ่มนวลของในเวลาเดียวกัน

การใช้สีสมดุล (symmetrical coloring) เป็นวิธีการใช้สีที่ประสานกับการใช้พื้นที่ของการระบายสีควบคู่กัน หลักการคือ การระบายสีสีเดียวหรือหลายสีในบริเวณที่ถูกแบ่งในทิศทางตรงข้ามกัน เช่น การระบายสีแดงในบริเวณพื้นที่ 6x6 นิ้วจากมุมซ้ายและมุมขวาของภาพ ผลงานที่เกิดจากการใช้วิธีนี้จะมีจุดเด่นที่ความสมดุลแบบสมมาตร (symmetrical

balance) ที่เกิดจากการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ส่วนที่เป็น “ สี ” (color) และ “ พื้นที่ว่าง ” (space) อย่างประสานสอดคล้องกัน

การใช้สีเป็นคู่ เป็นการใช้สีที่เน้นความเรียบง่ายโดยใช้สีเพียงสองสีอย่างเหมาะสม การใช้สีวิธีนี้ เหมาะกับการสร้างผลงานบางประเภท โดยเฉพาะผลงานชิ้นเล็ก ๆ เช่น นามบัตร กระดาษและซองจดหมาย เครื่องหมายการค้า ตัวอักษรบนปกหนังสือวิชาการ แผ่นพับเพื่อโฆษณาสินค้าบางประเภทที่ต้องการภาพสบายตา เช่น แผ่นพับโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เป็นต้น ทั้งนี้ หลักสำคัญของวิธีนี้ คือ การใช้สีเพียงคู่หนึ่งคู่ใดเท่านั้น

3) **การใช้สีตามธรรมชาติของศิลปิน** เป็นวิธีการใช้สีที่ผู้สร้างสรรค์ผลงานต้องการหลุดพ้นจากกฎเกณฑ์การใช้สีที่เคยมีมาก่อน การใช้สีวิธีการนี้เป็นไปตามความคิด ความต้องการ และจินตนาการของศิลปิน ซึ่งศิลปินแต่ละคนจะมีแนวทางที่ต่างกัน ทั้งนี้ การใช้สีที่อยู่นอกกฎเกณฑ์ได้เกิดขึ้นอย่างโดดเด่นในช่วงต้นศตวรรษที่ 19 ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว แม้ศิลปินจะต้องการใช้สีตามความคิดและจินตนาการของตน แต่ศิลปินเหล่านั้นต้องมีการศึกษารูปแบบการใช้สีที่เคยมีมาก่อน ผลจากการศึกษาจะเป็นข้อมูลพื้นฐานของการค้นหาการใช้สีที่แตกต่างออกไปจากเดิม แล้วก้าวกระโดดสู่การใช้สีในรูปแบบของตนเอง การเกิดรูปแบบการใช้สีเฉพาะตัวของศิลปิน มีแนวทางในการคิดค้นรูปแบบดังนี้

เนื้อหาที่ต้องการแสดงออก ศิลปินบางคนจะกำหนดเนื้อหาของผลงานไว้ก่อน จากนั้น จึงตัดสินใจเลือกกลุ่มสีที่สอดคล้องกันอารมณ์ซึ่งต้องการแฝงไว้ในเนื้อหา เช่น ผลงานของศิลปินคิวบิสต์และเซอร์เรียลลิสต์ (Cubist and Surrealist) ชื่อปาโบล ปิกัสโซ (Pablo Picasso) ในช่วงเกิดสงคราม โดยส่วนใหญ่จะนำเสนอเนื้อหาที่เป็นความทุกข์จากภัยสงคราม และกลุ่มสีมักจะเป็นสีน้ำเงินในค่าความอ่อนแก่ระดับต่างๆ ดังนั้น จึงเรียกผลงานในช่วงนี้ว่า ผลงานยุค Blue Period ซึ่งแปลว่า ผลงานยุคสีน้ำเงิน หรือยุคมืด หรือยุคเศร้าโศก

ลักษณะเฉพาะตัวของศิลปิน ศิลปินแต่ละคนจะมีลักษณะทางจิตใจ และประสบการณ์ที่ต่างกัน ปัจจัยทั้งสองประการนี้ มีผลต่อความคิดและการตัดสินใจในการเลือกใช้สี เช่น จากประสบการณ์ของศิลปินผู้หนึ่งที่มักเห็นท้องทะเลสีฟ้าตั้งแต่วัยเด็ก ประสบการณ์อาจทำให้ศิลปินผู้นี้มีทัศนคติที่ดีต่อสีฟ้าที่เมื่อนึกถึงยามใดจะมีความสุข ดังนั้น เมื่อศิลปินสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมที่นำเสนอภาพแห่งความสุข ก็จะใช้สีฟ้าเป็นสีสัญลักษณ์ของความสุข ซึ่งถือเป็นสีเฉพาะตัว อย่างไรก็ตาม สีจากประสบการณ์ชีวิตในบางครั้งก็มีผลในทางตรงข้ามกับการใช้สีของศิลปิน เช่น ในประสบการณ์ของศิลปินผู้หนึ่งที่มักเห็นสีเหลืองหรือน้ำตาลของท้องนาที่แห้งแล้งในถิ่นที่เกิดตั้งแต่วัยเด็ก แต่เมื่อศิลปินผู้นี้สร้างผลงานศิลปะ สีที่ใช่กลับไม่ยึดติดกับสีแห่งความแห้งแล้งนั้น เนื่องจากศิลปิน ผู้นี้ไม่ยึดติดกับภาพที่ไม่งดงามในอดีต และสรรหาภาพและสีที่

สติสวายนามมาชคเชย ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ลักษณะเฉพาะตัวของศิลปินที่มีผลต่อการเลือกใช้สี นั้น ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว เนื่องจากปัจจัยที่เป็นนามธรรม ดังเช่น ลักษณะทางจิตใจ และ ประสบการณ์ชีวิต ไม่สามารถกำหนดมาตรวัดหรือกำหนดให้ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของมนุษย์ในรูปแบบเดียวได้

พัฒนาการของวิธีการใช้สี นอกจากความเจริญทางวิทยาศาสตร์ที่สามารถคิดค้นประดิษฐ์กรรมสำหรับการสร้างผลงานศิลปะ ดังเช่น สีสำเร็จรูปชนิดต่างๆ หรือ อุปกรณ์การระบายสี ศิลปินจะคิดค้นวิธีการใช้สีเพื่อเป็นการแก้ปัญหาหรือเพื่อนำเสนอแนวทางใหม่ เช่น การใช้กิ่งไม้ระบายสีที่ได้จากโคลนเพื่อเป็นการแก้ปัญหาคความขาดแคลนอุปกรณ์ในระหว่างการท่องเที่ยวในชนบท หรือแม้ว่าศิลปินจะมีอุปกรณ์ครบครันแต่ศิลปินผู้นั้นกลับนำสิ่งที่หาได้ในธรรมชาติมาสร้างสรรค์ผลงานที่นำเสนอภาพแห่งธรรมชาติของชนบท การคิดค้นวิธีการใช้สีเช่นนี้ แม้จะดูไม่ทันสมัย แต่ก็ถือว่าเป็นการพัฒนาวิธีการใช้สีในสถานะที่แตกต่างได้เช่นกัน (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2535ข, หน้า 15-19)

การนำทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์มาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะนำทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์มาใช้เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและออกแบบสื่อสำหรับการส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย

6. หลักการออกแบบงานนิเทศศิลป์

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2542: 26) กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบมูลฐานของการออกแบบ คือ การจัดองค์ประกอบศิลป์ (Composition) ซึ่งหมายถึงการจัดกระทำต่อส่วนประกอบของงานออกแบบ เพื่อให้เกิดคุณค่าทางศิลปะและความงาม โดยการจัดองค์ประกอบศิลป์เป็นหัวใจหลักของงานออกแบบ

สกนธ์ ภู่งามดี (2554: 15-20) ได้กล่าวถึงหลักการออกแบบไว้ดังนี้

6.1 การสร้างความหลากหลาย (Variety) เป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้ผลงานการออกแบบมีรูปลักษณะที่ไม่จำเจ อาจทำได้โดยการนำองค์ประกอบของการออกแบบหลายประเภทมาจัดวางอย่างเหมาะสม เช่น การใช้ทั้งเส้น จุด รูปร่าง รูปทรง และสีมาประสานกัน โดยให้บางองค์ประกอบมีความเด่นและสัมพันธ์กับบางส่วนที่ด้อยกว่าอย่างลงตัว

6.2 การสร้างความกลมกลืน (Harmony) การสร้างความกลมกลืน คือ วิธีการจัดองค์ประกอบทางการออกแบบซึ่งหลากหลาย และแตกต่างกันให้อยู่ภายในพื้นที่ของผลงานอย่าง

มีส่วนที่ประสานสอดคล้องกัน โดยอาจสร้างความประสานสอดคล้องด้วยการจัดองค์ประกอบที่เหมือนกันและต่างกันสลับตำแหน่งในแนวนอนหรือแนวตั้งฉากอย่างต่อเนื่อง ซึ่งวิธีการนี้เป็นการสร้างความซ้ำกันขององค์ประกอบหรือลวดลาย ที่เรียกว่า วิธีการ Repeating Design นอกจากนี้ยังสามารถสร้างความกลมกลืนได้ด้วยการใช้สีในโทนเดียวกัน เช่น การใช้สีเหลืองและเขียวให้ค่าของสี (Value of Color) อยู่ในระดับต่างๆอย่างประสานกลมกลืนกัน เป็นต้น

6.3 การสร้างความลดหล่น (Gradation) การสร้างความลดหล่น คือ วิธีการออกแบบที่ใช้ประโยชน์จากขนาดเล็กใหญ่ของจุด รูปร่าง หรือรูปทรง ความสั้นยาวของเส้น ความหม่นหรือสว่างของสี ความอ่อนเข้มของสีเดียวกัน หรืออื่นๆ ในทำนองเดียวกันที่จัดวางหรือใช้อย่างมีขั้นตอนหรืออย่างเป็นระบบ เช่น การจัดวางจุดลักษณะเดียวกัน ตั้งแต่ขนาดใหญ่ไปจนถึงขนาดเล็กตามลำดับ การใช้สีเดียวกันแต่ไล่ค่าน้ำหนักจากน้ำหนักที่เข้มไปสู่น้ำหนักอ่อน เป็นต้น

6.4 การสร้างจังหวะและความเคลื่อนไหวหรือการลื่นไหล (Rhythm and Movement or Flowing) คือ การออกแบบให้องค์ประกอบภายในผลงานอยู่ในตำแหน่ง และมีช่องว่างอย่างมีระบบ ซึ่งการสร้างจังหวะนี้ ต่างจากวิธีการสร้างความลดหล่น (Gradation) ตรงที่การสร้างจังหวะจะเน้นความสม่ำเสมอและความเท่ากันของช่องว่างระหว่างองค์ประกอบและพื้นที่ว่าง (Space) ที่กำหนดไว้ตั้งแต่แรก ส่วนการสร้างความลดหล่นนั้น เน้นที่ใช้ความแตกต่างที่นำมาประสานกันให้เป็นไปอย่างมีระบบ เช่น การเรียงรูปทรงจากขนาดใหญ่ไปสู่ขนาดเล็กโดยตลอด

6.5 การสร้างความสมดุล (Balance) ความสมดุล คือ สภาพการมองเห็นหรือการรับรู้เกี่ยวกับน้ำหนักและความมั่นคงบนพื้นราบ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

6.5.1 ความสมดุลแบบเท่ากัน (Symmetrical Balance) ในการออกแบบ ความสมดุลลักษณะนี้ คือ การกำหนดองค์ประกอบด้านซ้ายและขวา หรือบนและล่างให้เหมือนกันและจัดวางไว้ในตำแหน่งที่ถ่วงน้ำหนักบนพื้นระนาบที่เท่ากันเพื่อสร้างน้ำหนักของทั้งสองข้างให้เท่ากัน

6.5.2 ความสมดุลที่ต่างกัน (Asymmetrical Balance) ในการออกแบบ ความสมดุลลักษณะนี้ คือ การกำหนดองค์ประกอบให้มีลักษณะที่ต่างกัน และจัดวางในตำแหน่งต่างๆ แต่สามารถทำให้เกิดความรู้สึกว่า ผลงานชิ้นนั้นมีความเท่ากันได้ ทั้งนี้ความเท่ากันทางความรู้สึกทำได้ 3 วิธีคือ การสร้างความสมดุลจากน้ำหนัก (Weigh) ที่เป็นผลรวมจากลักษณะผิว ขนาด หรือน้ำหนักของสี เป็นต้น วิธีที่สอง คือ การสร้างความสมดุลจากสิ่งที่ดึงดูดใจ (Interesting Point) โดย ทำให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งมีความเด่นในมุมใดมุมหนึ่งอย่างสัมพันธ์กับจุดที่ด้อยกว่า เช่น การถ่วงดุลด้วย ขนาด รูปทรง หรือสี บริเวณด้านใดด้านหนึ่ง และวิธีที่สาม คือ การสร้างความสมดุลด้วยการตัดกัน (Contrast) คือ การใช้ความแตกต่างด้าน รูปทรง สี ขนาด หรือ

อื่นๆ มาจัดวางด้านซ้ายขวาให้เกิดความสมดุลทางความรู้สึก เช่น การใช้รูปทรงขนาดต่างกัน สีคู่ตรงข้าม เป็นต้น

6.6 การสร้างความเป็นเอกภาพ (Unity) คือ การนำส่วนประกอบต่างๆ ที่ต่างกันมาทำให้เกิดการรวมตัวจนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดเอกภาพ คือ ความสัมพันธ์ต่อเนื่อง (Coherence) ทำได้โดยการสร้างความสัมพันธ์ต่อเนื่องระหว่างส่วนประกอบต่างๆ เช่น จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง ลักษณะผิว พื้นที่ว่าง สี เป็นต้น การสร้างความสัมพันธ์ต่อเนื่องนี้ ต้องมีการวางแผนที่จะเลือกองค์ประกอบต่างๆ มารวมกันอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ยังต้องอาศัยการกำหนดลักษณะเด่นลักษณะด้อย (Dominance and Subordination) โดยการเลือกให้ความสำคัญหรือลดความสำคัญกับองค์ประกอบต่างๆ อย่างเหมาะสม

6.7 การใช้สัดส่วน (Proportion) การใช้สัดส่วน (Proportion) คือ วิธีการใช้ขนาด (Size) ขององค์ประกอบหนึ่งๆ ให้สัมพันธ์กับพื้นที่ว่าง เช่น การใช้ขนาดของรูปทรงให้สัมพันธ์และพื้นที่ว่างบนผลงานการออกแบบนั้น วิธีการนี้ สามารถทำให้เกิดความสมดุลทางความรู้สึก (Asymmetrical Balance) หรือเกิดจังหวะ (Rhythm) ที่ช่วยให้หลีกเลี่ยงความจำเจในการออกแบบได้เช่นกัน

6.8 การใช้การตัดกัน (Contrast) การใช้การตัดกัน (Contrast) คือ วิธีการที่จัดองค์ประกอบต่างๆ ให้รวมเข้าด้วยกันเพื่อให้งานออกแบบมีเอกภาพ โดยมีวิธีต่างๆ ในการจัดรวม เช่น การใช้ความแตกต่างให้เกิดความรู้สึกตัดกัน (Contrast) ซึ่งประกอบด้วย 2 วิธี คือ การตัดกันด้วยส่วนประกอบแบบเดียวกัน และการตัดกันด้วยส่วนประกอบที่แตกต่าง

วิธีการตัดกันด้วยองค์ประกอบแบบเดียวกัน เช่น การใช้รูปทรงที่เป็นองค์ประกอบเดียวกันแต่ลักษณะต่างกันมาจัดรวมกัน เช่น รูปทรงสี่เหลี่ยมตัดกับรูปทรงกลม การใช้สีซึ่งเป็นองค์ประกอบเดียวกันแต่ใช้ความต่างของสีมาจัดรวมกัน เช่น การใช้สีเหลืองตัดกับสีม่วง หรือใช้ลักษณะผิวตัดกัน เช่น ผิวขรุขระตัดกับผิวเรียบมัน เป็นต้น

วิธีการตัดกันด้วยองค์ประกอบที่แตกต่างกัน ทำได้โดยการนำองค์ประกอบที่ต่างกันมาจัดวางรวมกันให้เกิดเอกภาพ เช่น การสร้างความรู้สึกตัดกันด้วยการใช้สีตัดกับพื้นที่ว่าง เป็นต้น

สิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อใช้วิธีการตัดกัน (Contrast) คือ จะทำให้ผลงานการออกแบบไม่ซ้ำซากจำเจ (Irreiteratable) เกิดลักษณะเด่นหรือด้อยซึ่งมีความงาม (Dominance and Subordination) เกิดจุดสนใจ (Interesting Point) และ เกิดพลังเคลื่อนไหว (Dynamic Image) ภายในผลงาน

6.9 การใช้การรวมตัว (Combine) การใช้การรวมตัว (Combine) คือ วิธีการจัดรวมส่วนประกอบต่างๆ เข้าด้วยกันเพื่อคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยและคุณค่าทางความงามควบคู่กันไป วิธีการดังกล่าวนี้เปรียบเหมือนวิธีการที่สร้างความรู้สึกด้านต่างๆ ให้แฝงไว้ในผลงาน โดยการใช้

องค์ประกอบของการออกแบบมาจัดรวมกันอย่างเหมาะสม ความรู้สึกที่แฝงในผลงานการออกแบบมี 3 ลักษณะ ดังนี้

6.9.1 ความรู้สึกทางด้านทิศทาง (Feeling from Direction) คือ การออกแบบที่ใช้ องค์ประกอบทางการออกแบบ เช่น จุด รูปทรง เส้น มาจัดวางให้ประสานกันจนผลงานนั้นให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวภายในผลงานการออกแบบนั้น และการเคลื่อนไหวดังกล่าว คือ การสร้างทิศทางให้เกิดภายในผลงานนั่นเอง ทั้งนี้ วิธีการดังกล่าวเกิดจากแนวคิดเรื่องแรงดึงดูดของโลก (Gravity) เช่น หลักการที่ว่า สิ่งที่อยู่ด้านบนจะถูกดึงดูดลงสู่ด้านล่างในแนวดิ่ง หรือสิ่งที่อยู่ในแนวเฉียง ก็กำลังถูกดึงดูดให้ล้มลง เมื่อนักออกแบบใช้เส้น จุด หรือรูปทรง มาจัดวาง เช่น การใช้เส้นเฉียงลากจากมุมล่างด้านซ้ายไปสู่มุมบนด้านขวา โดยมีจุดและรูปทรงขนาดเล็กเรียงอยู่บนเส้นเฉียงนั้น ความรู้สึกที่เกิดขึ้นคือ จุดและรูปทรงที่เห็นดูเหมือนกำลังไหลลงมาจากที่สูงตามเส้นเฉียงที่รองรับนั่นเอง เป็นต้น

6.9.2 ความรู้สึกทางด้านสีและลักษณะผิว (Feeling from Color and Texture) ความรู้สึกด้าน “ สี ” จะเกิดจากการสัมผัสด้วยประสาทสัมผัสทางตาด้วยการมองที่ภายนอกของวัตถุ ส่วน “ ลักษณะผิว ” จะเกิดความรู้สึกได้จากการสัมผัสทางกาย เมื่อใช้สีในโทนเย็น เช่น เขียวอ่อนจะทำให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ในทางตรงกันข้าม หากใช้สีในโทนร้อนหรือโทนอุ่น ก็จะทำให้รู้สึกตื่นเต้น ทำทาย เป็นต้น นอกจากนี้ เมื่อนักออกแบบเลือกใช้ลักษณะผิวที่แตกต่างบนผลงานการออกแบบ จะทำให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างเช่นกัน ตัวอย่างเช่น การเลือกใช้ผิวเรียบมันบนผลงานการออกแบบ เช่น เครื่องเขียน ก็จะทำให้รู้สึกถึงความหรูหรา มีมูลค่าสูง เป็นต้น และเมื่อนักออกแบบมีการเลือกใช้สีและลักษณะพื้นผิวที่ผสมกลมกลืนกัน ก็ยังจะทำให้ผลงานการออกแบบนั้นแฝงความรู้สึกได้มากขึ้น

6.9.3 ความรู้สึกทางด้านขนาด (Feeling from Size) ความรู้สึกดังกล่าวในที่นี้ เกิดจากการใช้องค์ประกอบ 3 ประเภท คือ จุด รูปทรง และ พื้นที่ว่าง (Point, Form and Space) มาประกอบกันและทำให้เกิดความรู้สึกต่างๆ เช่น ความรู้สึกที่เกิดจากการใช้ “ จุดและรูปทรง ” เมื่อมีการออกแบบโดยใช้จุดหรือรูปทรงในขนาดเล็ก ก็อาจทำให้เกิดความรู้สึกเหมือนการล่องลอย โปรงเบา ไม่เคร่งเครียด สนุกสนาน แต่วัตถุนั้นอาจไม่คงทน เป็นต้น และหากออกแบบให้จุดหรือรูปทรงมีขนาดใหญ่ ก็อาจทำให้เกิดความรู้สึกเหมือนการดึงลงสู่ส่วนล่างหรือมีฐานที่มั่นคง การมีน้ำหนัก ความแข็งแรงคงทน เป็นต้น การสร้างความรู้สึกด้านขนาดอีกประการหนึ่งคือ การใช้ “พื้นที่ว่าง” ในการออกแบบที่ผสมผสานกับการใช้จุดและรูปทรง เช่น เมื่อออกแบบให้ผลงานนั้นมีพื้นที่ว่างน้อย ก็จะทำให้รู้สึกคับแคบ อึดอัด เป็นต้น

6.10 การใช้รูปทรง (Form) การใช้รูปทรง (Form) ทำได้โดยการออกแบบรูปทรงแบบต่างๆ ดังนี้

6.10.1 การออกแบบรูปทรงธรรมชาติ (Natural Form) ด้วยวิธีการ 2 วิธี คือ การออกแบบให้เรียบง่าย (Simple Form Design) โดยการตัดทอน (Distortion) รายละเอียดที่เห็นจริงในธรรมชาติบางส่วนและเหลือไว้เฉพาะส่วนที่นักออกแบบคิดว่าสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับผลงานการออกแบบนั้น วิธีที่สอง คือ การประดิษฐ์ตกแต่ง (Decoration) ทำได้โดยการแต่งเติมลวดลายเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของรูปทรงธรรมชาตินั้น

6.10.2 การออกแบบรูปทรงเรขาคณิต (Geometric Form) การออกแบบรูปทรงประเภทนี้ ทำได้โดยวิธีการเดียวกับการออกแบบรูปทรงธรรมชาติในส่วนที่ตัดทอนรายละเอียด (Distortion) แต่ต่างกันที่เมื่อตัดทอนรายละเอียดแล้ว จะนำเสนอรูปทรงแบบเรขาคณิตที่มีความเป็นเหลี่ยมมุมหรือเป็นวงกลม หรือวงรี เช่น รูปทรงกรวย รูปทรงกระบอก รูปทรงหกเหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงรี วงกลม สามเหลี่ยม เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องออกแบบรูปทรงโดยยึดหลักแห่งความกลมกลืน การสร้างจุดสนใจ และการเชื่อมโยงสัมพันธ์กันระหว่างรูปทรงและพื้นที่ว่างด้วย อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน มีการออกแบบรูปทรงประเภทนี้มาก เนื่องจากรูปทรงประเภทนี้ สื่อถึงความประณีตเรียบ ความเป็นระเบียบ ความเรียบง่าย ความสง่างาม เป็นต้น

6.10.3 การออกแบบรูปทรงอิสระ (Free Form) โดยการสร้างสรรค์รูปทรงให้ต่างจากรูปทรงที่มีอยู่จริงในธรรมชาติ หรือให้มีบางส่วนคล้ายคลึงธรรมชาติ ทั้งนี้ การใช้รูปทรงอิสระในการออกแบบนั้น ผู้ออกแบบต้องคิดสร้างสรรค์ขึ้นเองโดยยึดหลักความกลมกลืน ความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรงและพื้นที่ว่าง และการสร้างจุดสนใจ เช่นเดียวกับการออกแบบรูปทรงเรขาคณิต

6.10.4 การออกแบบรูปทรงบริสุทธิ์ (Pure Form) รูปทรงประเภทนี้ มีความเป็นนามธรรมสูงเนื่องจากไม่ได้แฝงลักษณะของสิ่งที่เป็นจริงในธรรมชาติให้สามารถเข้าใจความหมายของรูปทรงนั้นได้ ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงมีอิสระในการออกแบบอย่างยิ่ง รูปทรงดังกล่าวจะมีลักษณะแบบใดก็ได้ ตามจินตนาการของผู้ออกแบบ ดังนั้น รูปทรงที่ออกแบบนั้น จึงไม่มุ่งที่ความเข้าใจในความหมาย แต่มุ่งสร้างจินตนาการให้ปรากฏบนผลงานการออกแบบนั้นมากกว่า อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมีอิสระในการออกแบบรูปทรง แต่นักออกแบบก็ยังคงคำนึงถึงหลักความกลมกลืน ความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรงและพื้นที่ว่าง และการสร้างจุดสนใจ เช่นเดียวกัน

กล่าวโดยสรุป จากหลักการออกแบบข้างต้น จะเห็นได้ว่า เป็นกลวิธีสำคัญที่ควบคู่กับการรู้จักเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่เหมาะสม หากมีอุปกรณ์ที่ดีมีคุณภาพสูงแต่ไม่รู้จักใช้วิธีการออกแบบที่เหมาะสม ผลงานที่เกิดขึ้นจะไม่สามารถสื่อแนวความคิดหลัก (Concept) ของการจัดทำผลงานการออกแบบนั้นๆ ได้ แต่ทั้งนี้ แม้จะรู้จักนำกลวิธีตามหลักการออกแบบมาใช้ แต่ยังคงขาดความชำนาญ

ผลงานที่เกิดขึ้นอาจไม่สวยงามและไม่ตรงตามแนวคิดหลักเท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้ จึงต้องมีการฝึกฝน และทุ่มเทในการทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อการทำงานที่มีคุณภาพต่อไป

การนำองค์ความรู้เรื่องหลักการออกแบบมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะนำองค์ความรู้เรื่อง หลักการออกแบบมา เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและออกแบบสื่อสำหรับการส่งเสริม บทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย

7. การประเมินสารตามแนวคิดในงานนิเทศศิลป์

งานนิเทศศิลป์ (Visual Communication Art) หมายถึง งานศิลปะเพื่อการชี้แจง การแสดง การนำเสนอให้ปรากฏ ในรูปแบบต่างๆ ผ่านการมองเห็นเป็นสำคัญงานนิเทศศิลป์ ทั้งนี้ ฉลอง สุนทรนนท์ (2547: 1) ได้กล่าวถึง คำว่า การออกแบบนิเทศศิลป์ ซึ่งหมายถึงการออกแบบทางศิลปะ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อสาร รวมทั้งการออกแบบสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร และการสร้างสรรค์รูปแบบ การสื่อสารอย่างมีศิลปะ ในขณะที่ จันทิมา เขียวแก้ว (2546 : 19) ระบุว่า นิเทศศาสตร์เป็นศาสตร์ ของการสื่อสารที่ตอบสนองการพัฒนาสังคมในยุคต่างๆ นอกจากนี้ สารสนเทศในงานนิเทศ ศาสตร์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานนิเทศศิลป์นั้น เป็นปัจจัยของการสื่อสารทุกรูปแบบ ผู้ที่มีหน้าที่นำเสนอ สารสนเทศต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและสื่อความหมายได้ดี ซึ่งต้องใช้ผู้มีความรู้ความสามารถ เฉพาะด้านผนวกกับการประยุกต์ใช้ศิลปะมาสร้างรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อส่ง สารสนเทศไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ตามวัตถุประสงค์ในที่สุด ด้วยเหตุนี้ สารสนเทศจึงมีความสำคัญ ต่อนักนิเทศศาสตร์ในฐานะผู้ผลิตสารสนเทศเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน

สกนธ์ ภู่งามดี (2548: 25-27) กล่าวถึงการตรวจสอบคุณภาพของสารสนเทศโดยระบุไว้ใน หัวข้อ การประเมินสาร โดยการประเมินสาร หมายถึง การศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาของสาร (mass-media content) อันเป็นองค์ประกอบหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร ทั้งนี้ ในทางนิเทศศาสตร์ “สาร” ที่ ส่งผ่านสื่อต่างๆ จะต้องสามารถเผยแพร่ความหมายของสารนั้น ไปยังกลุ่มเป้าหมาย และนำไปสู่ พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ด้วยเหตุนี้ จึงต้องมีการ ประเมินสารเพื่อการใช้สื่อทางนิเทศศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

ส่วนลักษณะของการประเมินสารนั้น คือ กิจกรรมที่เน้นการจำแนก “สื่อ” ที่มี “สาร” ซึ่ง ต้องการประเมินไปปรากฏอยู่ รวมทั้งเป็นการจำแนกประเภทและลักษณะของสารที่ต้องการ ประเมิน จากนั้นทำการทดสอบ “สาร” เหล่านั้นด้วยเครื่องมือการประเมินสารตามจุดมุ่งหมายของ การประเมิน โดยคำนึงถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมในการประเมินและขั้นตอนการประเมินควบคู่กันไป

7.1 ประเภทของ “สาร” ตามหน้าที่ของสารนั้นแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

- 7.1.1 ข่าว
- 7.1.2 ความรู้
- 7.1.3 ความคิดเห็น
- 7.1.4 ความบันเทิง
- 7.1.5 โฆษณาแจ้งความ

7.2 **ลักษณะของสาร** ส่วนลักษณะของสารที่จะนำมาประเมินนั้นมีลักษณะต่างๆ ไม่เพียงแต่เป็นภาษาเขียนที่เป็นข้อความ หรือคำพูดจากผู้ส่งสารเท่านั้น สารยังครอบคลุมถึงภาพเขียน ภาพวาด ภาพถ่าย กิริยาและท่าทางของผู้ส่งสาร เช่น การยิ้ม การขมวดคิ้ว การเดินอย่างเร่งรีบ เป็นต้น ทั้งนี้ ในทางนิเทศศาสตร์ ลักษณะของสาร จะหมายถึง รหัสของสาร (message codes) โดยคำว่า รหัส มีความหมายลักษณะเดียวกับคำว่า สัญลักษณ์ (symbol) รหัสของสารแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะหลักๆ คือ

7.2.1 รหัสของสารที่ใช้คำ (verbal message codes) ได้แก่ สารที่เป็นคำหรือกลุ่มคำทั้ง ภาษาพูดและภาษาเขียน

7.2.2 รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (non-verbal message codes) อันได้แก่ เครื่องหมาย การกระทำหรือการแสดงท่าทาง รวมทั้งวัตถุต่างๆ ที่นำมาแสดงให้เห็นเพื่อสื่อความหมายของสาร

7.3 **การจำแนกลักษณะของสาร** การจำแนกลักษณะของสาร ทำได้โดยการพิจารณาแยกแยะลักษณะของ “สาร” ที่ต้องการประเมินว่าจัดอยู่ใน “รหัสของสาร” แบบใด หากเป็นคำหรือกลุ่มคำที่อาจเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียน ก็ถือว่า “สาร” นั้น มีลักษณะหลักที่เป็น “รหัสของสารที่ใช้คำ” ในทางตรงกันข้าม หาก “สาร” ที่ต้องการประเมินนั้นเป็นการแสดงท่าทาง เครื่องหมาย หรือวัตถุที่นำมาแสดงเพื่อสื่อความหมาย ก็ถือว่า “สาร” นั้น มีลักษณะหลักที่เป็น “รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ”

การนำองค์ความรู้เรื่องการประเมินสาร ตามแนวคิดในงานนิเทศศิลป์มาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจะนำองค์ความรู้เรื่องการประเมินสารตามแนวคิดในงานนิเทศศิลป์มาประยุกต์ใช้ในการพิจารณาว่า รหัสของสารที่ใช้คำ (verbal message codes) และรหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (non-verbal message codes) ใดบ้างที่ควรนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและออกแบบสื่อสำหรับการส่งเสริมบทบาทการเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย

8. ข้อมูลเบื้องต้นของพิพิธภัณฑสถานของเล่นกรีก ยूनพันธ์

8.1 ชีวิตประวัติของผู้ก่อตั้ง

รองศาสตราจารย์กรีก ยूनพันธ์ เกิดเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2502 ที่จังหวัดฉะเชิงเทรา บิดาชื่อนายกรีม ยूनพันธ์ มารดาชื่อ นางเจริญ ยूनพันธ์ มีพี่น้องทั้งสิ้น 11 คน บิดามีอาชีพเป็น ช่างนาแต่มีวินัยในการใช้ชีวิต ไม่ดื่มเหล้า มีวิสัยทัศน์ในการคิดเรื่องในอนาคต รักการตื่นเช้านอน แต่หัวค่ำเพื่อสุขภาพและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ทั้งบิดาและมารดา มักสร้างงานหัตถกรรม ด้วยฝีมือตนเองเพื่อใช้เป็นอุปกรณ์ในการประกอบอาชีพ เช่น ถักแห สานเสื่อ ซึ่งสิ่งที่เป็นอยู่นี้ ทำให้รองศาสตราจารย์กรีก ยूनพันธ์ ได้ซึมซับและรักงานศิลปะตั้งแต่วัยเด็ก จนโตเป็นผู้ใหญ่ ลักษณะเดียวกับ “ลูกไม้หล่นไม่ไกลต้น” นอกจากนี้ สมาชิกทุกคนในครอบครัวประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานทั้งสิ้น โดยรองศาสตราจารย์กรีก ยूनพันธ์ เน้นว่า ที่เป็นเช่นนี้ เพราะ ในวัยเด็กสมาชิกทุกคน ได้รับการอบรมที่ดีและรับความอบอุ่นจากบิดามารดาเป็นอย่างดี จึงเป็น ผลต่อการดำรงชีวิตของลูกๆ ทุกคนในทุกวันนี้

สภาพแวดล้อมในวัยเด็กของรองศาสตราจารย์กรีก ยूनพันธ์ ห้อมล้อมด้วยธรรมชาติ ในบรรยากาศของบ้านสวนที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากร ประกอบกับฐานะทางครอบครัวไม่ แร้นแค้นลำบาก จึงสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ตามอัธยาศัยของครอบครัวชาวनाที่มีความสุข กิจกรรม ในวัยเด็กก็เป็นชีวิตที่งดงามซึ่งเต็มไปด้วยการคลุกคลีกับธรรมชาติ เช่น การกระโดดน้ำ การขี่ควาย รวมทั้งได้เห็นวิถีชีวิตชาวบ้านในการสร้างงานหัตถกรรม และภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การสานเสื่อ ตะกร้า การทำธงสำหรับใช้ในพิธีกรรมทางศาสนาและเทศกาลต่างๆ นอกจากนี้ ยังได้พบเห็น พิธีกรรมที่เกิดจากความเชื่อของผู้คนในจังหวัดฉะเชิงเทราอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

สภาพแวดล้อมในวัยเด็กที่กล่าวมา ได้กลายเป็น “ทุนชีวิต” หรือทรัพยากรที่อยู่ใน ตัวรองศาสตราจารย์กรีก ยूनพันธ์ ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบของการต่อยอดองค์ความรู้อื่นๆ อย่างง่ายดาย เพียงการค้นหานั่งสิ่งที่มีความหมายมาอ่าน เพื่อเพิ่มแนวความคิดที่ดี ก็สามารถทำให้ ตนเองมีความแกร่งทางความคิดมากขึ้นโดยไม่ยากนัก ด้วยเหตุนี้ รองศาสตราจารย์กรีก ยूनพันธ์ จึงมีแนวคิดส่วนตัวว่า ครอบครัวที่อบอุ่น คือ ปัจจัยอันส่งผลต่อการเติบโตของเด็กที่มีความแกร่ง ทางภูมิความรู้ และมีบุคลิกภาพที่ทำให้คนอื่นมีความสุข จนนำไปสู่การสร้างครอบครัวของตนเองที่ อบอุ่นเป็นสุข รวมทั้งสามารถเชื่อมโยงสู่การเป็นสังคมคุณภาพได้ต่อไป

ในส่วนของการศึกษา รองศาสตราจารย์กรีก ยूनพันธ์ เริ่มศึกษาชั้นเตรียมก่อนระดับ ประถมศึกษาที่โรงเรียนวัดสว่างอารมณ์ ตำบลศาลาแดง อำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา จากนั้นศึกษาต่อในระดับประถมศึกษาที่โรงเรียนดาราสมุทร จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นโรงเรียน แครอลิต โดยบิดาหวังว่าการศึกษาในโรงเรียนที่ว่่านี้ จะทำให้ รองศาสตราจารย์กรีก ยूनพันธ์

มีทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษที่ดี ส่วนในระดับมัธยมศึกษา รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ เข้าศึกษาที่โรงเรียนประจำ ชื่อโรงเรียนเบญจมราชรังสฤษฎ์ฉะเชิงเทรา จนจบระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 สายวิทยาศาสตร์ ซึ่งเรียนวิชาเคมีและฟิสิกส์เป็นหลัก อย่างไรก็ตาม รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ มีความคิดว่า แม้จะได้เรียนวิชาหลักทั้ง 2 วิชา แต่ก็อาจจะไม่สามารถสอบเอ็นทรานส์ แข่งกับนักเรียนคนอื่นๆ ได้ ดังนั้น จึงตัดสินใจสอบเอ็นทรานส์ในวิชาของสายศิลป์ โดยเลือกคณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เป็นอันดับ 1

การศึกษาในระดับอุดมศึกษานั้น เมื่อปี พ.ศ. 2523 รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ ได้เข้าศึกษาในคณะวิชาที่เลือกไว้เป็นอันดับ 1 ได้แก่ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร การเรียนดำเนินไปจนถึงชั้นปีที่ 3 จึงเริ่มเรียนวิชาเอกศิลปศึกษา จนถึงชั้นปีที่ 4 ได้ฝึกสอนที่โรงเรียนสาธิต แห่งมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร จนกระทั่ง จบการศึกษาระดับปริญญาตรีในปี พ.ศ. 2526

หลังจากจบการศึกษาระดับปริญญาตรี และระหว่างที่รอสอบบรรจุเป็นข้าราชการครู รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ มีโอกาสได้ฝึกงานที่สำนักพิมพ์ปาณา และสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จากนั้นเมื่อปี พ.ศ. 2527 สอบบรรจุเป็นครูได้ และเลือกสอนที่โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย ซึ่งถือว่าเป็นสถาบันการศึกษาแรกของการประกอบอาชีพครู รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ ได้ทำหน้าที่ครู ณ โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัยเป็นเวลา 3 ปี จึงลาไปศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ในปี พ.ศ. 2530 โดยเลือกเรียนหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกศิลปศึกษา 2 ปี และเมื่อจบการศึกษา ในปี พ.ศ. 2532 ก็กลับเข้าทำงานในหน้าที่ครูที่โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัยอีก 1 ปี ระหว่างนั้น ได้รับทุนจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ให้ไปฝึกอบรมที่ประเทศญี่ปุ่น เรื่องการทำภาพประกอบหนังสือสำหรับเด็ก หลังจากกลับจากประเทศญี่ปุ่น เมื่อปี พ.ศ. 2533 รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ ได้ย้ายไปเป็นครูที่วิทยาลัยครูชนบุรี ซึ่งปัจจุบันคือมหาวิทยาลัยราชภัฏชนบุรี เนื่องจากในช่วงเวลานั้น ทางวิทยาลัยกำลังต้องการอาจารย์ที่จบการศึกษาระดับตรี วิชาเอกศิลปะ และปริญญาโทด้านศิลปะ ดังนั้น จึงได้สอนในสถาบันดังกล่าวอย่างไม่มีอุปสรรคใดๆ รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ เป็นอาจารย์ในวิทยาลัยครูชนบุรีเป็นเวลา 2 ปีครึ่ง จากนั้น จึงย้ายไปเป็นอาจารย์ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ในสาขาวิชาเอกวรรณกรรมสำหรับเด็ก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 จนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2547)

ความเชี่ยวชาญของรองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ นั้น นับตั้งแต่ช่วงเวลาที่ เป็นครูที่โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย ท่านได้ชื่อว่า เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาวรรณกรรมสำหรับเด็ก เนื่องจากเป็นนักวิชาการในการจัดทำหนังสือวิชาการให้กับกระทรวงศึกษาธิการ เป็นครูให้ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย เป็นวิทยากรบรรยายให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและ

พัฒนาเด็ก เป็นอาจารย์พิเศษในสถาบันการศึกษาต่างๆ เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยศรีปทุม รวมทั้งสถาบันราชภัฏทั่วประเทศ ทั้งนี้ ท่านได้ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวรรณกรรมเด็ก เมื่อปี พ.ศ. 2539 และตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ สาขาวรรณกรรมเด็ก เมื่อปี พ.ศ. 2545

แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานภาพประกอบเรื่อง (illustration) และนำไปสู่ การก่อตั้งสำนักพิมพ์กรีก ยูนิพันธ์ มีที่มาดังนี้

ความประทับใจอาจารย์ผู้สอนระหว่างการศึกษาในระดับปริญญาตรี ในส่วนของการ สร้างสรรค์ภาพประกอบเรื่องซึ่งมีรูปแบบเป็นหนังสือวรรณกรรมสำหรับเด็กนั้น เริ่มจากสิ่งที ประทับใจในระหว่างการศึกษาในระดับปริญญาตรี ในวิชาเอกศิลปศึกษา และวิชาโทการผลิตหนังสือ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในวิชาการผลิตวรรณกรรมสำหรับเด็กที่สอนโดยอาจารย์ สมบูรณ์ ศิงฆะมานันท์ สิ่งทีประทับใจในการสอนของอาจารย์สมบูรณ์ คือ วิธีการนำเสนอหนังสือวรรณกรรมเด็กทีใช้ ลักษณะการเล่านิทานให้เด็กฟัง การเรียนวิชาดังกล่าวเหมือนการได้อุยในอีกโลกหนึ่ง นอกจากนี้ ในช่วงเวลานั้น สำนักห้องสมุด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร มีหนังสือสำหรับเด็กทีดี มีคุณภาพ และน่าสนใจจำนวนมาก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นหนังสือเด็กทีได้มาจากมหาวิทยาลัย อินเดีย นำ สิ่งเหล่านี้ ได้นำไปสู่ความสนใจเป็นพิเศษเกี่ยวกับวรรณกรรมสำหรับเด็ก ทั้งนี้ การได้ สัมผัสกับวรรณกรรมประเภทดังกล่าว ทำให้รองศาสตราจารย์กรีก ยูนิพันธ์ มีความรู้สึกว่ ในโลก ไบนี้ ยังมีสิ่งช่องทางการสื่อสารทีน่าสนใจอีกช่องทางหนึ่งทีเป็นความสุขแบบเด็กๆ จากนั้น รอง ศาสตราจารย์กรีก ยูนิพันธ์ ได้อุทิศเวลาในการเรียนรู้วรรณกรรมสำหรับเด็กอย่างทุ่มเทมากขึ้นด้วย การอ่านวรรณกรรมเหล่านั้นตามห้องสมุดต่างๆ เช่น ห้องสมุดเอยูเอ (A.U.A Library) ห้องสมุด เกอร์เท (Goethe Library) ห้องสมุดเนลสันเฮย์ (Nelson Hay Library) ห้องสมุดจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย หอสมุดแห่งชาติ ทั้งนี้ การอุทิศเวลานั้น ทำให้เกิดความตั้งใจในการสร้างผลงาน วรรณกรรมเด็กมากขึ้น แม้ว่าจะเรียนวิชาเอกเกี่ยวกับการวาดรูปก็ตาม การสร้างผลงาน ภาพประกอบเรื่อง (illustration) ทีเป็นงานวรรณกรรมเด็กนั้น รองศาสตราจารย์กรีก ยูนิพันธ์ เริ่ม จากการฝึกเขียนเรื่องราว หรือ นิทานสำหรับเด็กพร้อมกับภาพประกอบอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่ง ประมาณปลายปี พ.ศ. 2525 ในระหว่างเรียนอยู่ชั้นปีที่ 3 ภาคปลาย ก่อนถึงการเรียนชั้นปีที่ 4 เล็กน้อย ทีประเทศญี่ปุ่นได้จัดงานประกวด “ ภาพประกอบหนังสือเด็ก ” ซึ่งรองศาสตราจารย์กรีก ยูนิพันธ์ ได้ส่งผลงานภาพประกอบเรื่องเข้าประกวด และได้รางวัล Noma ครั้งที่ 1 ประจำปี พ.ศ. 2525 (1982 Noma Award) จากหน่วยงาน Asia Cultural Center for UNESCO หรือ ACCU ผลงาน ทีได้รางวัลได้แก่ ผลงานภาพประกอบเรื่อง “ ชวนนาไทย ” ทั้งนี้ การสร้างสรรค์ผลงานดังกล่าว เกิดขึ้นได้แม้ว่ยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการสร้างงานภาพประกอบเรื่องมากนัก

การได้รับรางวัล Noma (Noma Award) ครั้งนั้น รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ ถือว่าเป็น 1 ในจำนวน 13 คนที่ได้รางวัล ซึ่งความสำเร็จในการประกวดดังกล่าวได้กลายเป็นแรงบันดาลใจของการสร้างผลงานภาพประกอบเรื่อง และการทำหนังสือสำหรับเด็กนับแต่นั้นเป็นต้นมา ซึ่งผลงานภาพประกอบเรื่องในช่วงแรกๆ ได้แก่ ภาพประกอบเรื่องในนิทานเรื่องกระต่ายน้อยหนีมแม่ม ซึ่งต่อมาในปี พ.ศ.2533 ท่านได้รับรางวัล Noma ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2533 (1990 Noma Award) อีกครั้ง

นอกจากการสอนของอาจารย์ สมบูรณ์ สิงฆมานันท์ และการได้รับรางวัล Noma ยังมีบุคคลสำคัญอื่นๆ ที่ รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ มีความประทับใจ และนำไปสู่แรงบันดาลใจในการสร้างผลงานภาพประกอบเรื่อง ซึ่งได้แก่ ศาสตราจารย์พิเศษ อารี สุทธิพันธุ์ และศาสตราจารย์ ดร. วิรุณ ตั้งเจริญ

ศาสตราจารย์พิเศษ อารี สุทธิพันธุ์ เป็นบุคคลที่สร้างแรงบันดาลใจให้ รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ อยากเป็นคนเก่ง ดังนั้น จึงเริ่มอ่านหนังสือที่เป็นวรรณกรรมสำหรับเด็กอย่างจริงจังแม้ว่าจะได้รางวัล Noma แล้วก็ตาม การได้รับแรงบันดาลใจจากศาสตราจารย์พิเศษ อารี สุทธิพันธุ์ ทำให้รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ มุ่งทำงานการสร้างสรรคงานภาพประกอบเรื่องอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา 22 ปีจวบจนปัจจุบัน

ศาสตราจารย์ ดร. วิรุณ ตั้งเจริญ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้แสดงแบบอย่างในการทำงาน โดยท่านจะเริ่มทำงานแต่เช้า ซึ่งท่านให้แนวคิดที่ว่า ในเวลาเช้า ก่อนที่เราจะทำงานอย่างเดียวกับผู้อื่น เราควรเริ่มทำงานวิชาการและงานที่เราเห็นว่าควรจะทำก่อนผู้อื่น 1-2 ชั่วโมง หลังจากนั้น เราจะสามารถทำงานอื่นหรือกิจกรรมอื่นที่เราอยากทำได้ตามที่เราต้องการโดยที่ได้ทำงานล่วงหน้าคนอื่นไปแล้ว 1-2 ชั่วโมง ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบ ด้วยเหตุนี้ รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ ในขณะนั้น จึงปรับวิธีการทำงานด้วยการตื่นเช้ามากขึ้นและเริ่มทำงานด้วยการอ่านหนังสือที่อยากอ่านให้มากขึ้น

นอกจากนี้ การได้รับการยอมรับจากอาจารย์ผู้สอนเมื่อครั้งได้รับทุนจาก UNESCO ไปฝึกอบรมที่ประเทศญี่ปุ่นเรื่องการสร้างผลงานภาพประกอบหนังสือสำหรับเด็ก ณ ประเทศญี่ปุ่นนั้น เป็นสิ่งบันดาลใจอีกประการหนึ่งของรองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ โดยอาจารย์ผู้สอนได้ให้ความเห็นว่า รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ เป็นผู้สร้างภาพผลงานที่ความน่าสนใจและเหมาะกับเด็กมาก ด้วยเหตุนี้ รองศาสตราจารย์เกริก ยूनพันธ์ จึงเกิดแนวคิดที่ว่า ตนเองได้เลือกทำในสิ่งที่ถูกและเป็นความถนัดของตนอย่างดีที่สุดแล้ว

จนกระทั่งเมื่อมาเป็นอาจารย์ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ก็ได้รับทุนจากสถาบันเกอเธ่ (Goethe Institute) เพื่อไปดูงานที่ภูมิภาคยุโรป เช่น ในเมืองมิวนิคที่ได้

เยี่ยมชมห้องสมุดเด็กที่ดีที่สุดของโลก คือ ห้องสมุดเด็ก International Youth Library (IYL) นอกจากนี้ยังได้ไปที่โตรันย่า ที่มีเทศกาลหนังสือเด็กอันยิ่งใหญ่ของโลก รวมทั้งได้ไปเยือนออสเตรเลีย สวิสเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ และฝรั่งเศส ซึ่งได้เข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ที่ดีของโลก และได้พบเห็นหนังสือเด็กที่มีคุณภาพระดับโลกอีกด้วย

เหตุการณ์ที่สำคัญเมื่อครั้งได้ทุนไปประเทศในแถบยุโรปอีกประการหนึ่งคือ การได้เห็นการออกร้านของอีริก คาร์ล (Eric Carle) ที่โตรันย่า ประเทศอิตาลี ซึ่งหนังสือของอีริก คาร์ลเป็นหนังสือเด็กที่ดีและได้รับการยอมรับทั่วโลก โดยอีริก คาร์ล จะส่งต้นฉบับให้สำนักพิมพ์จัดพิมพ์เป็นหลัก เหตุการณ์ดังกล่าวนี้ ทำให้ รองศาสตราจารย์.เกริก ยूनพันธ์ มีแรงบันดาลใจที่จะสร้างสำนักพิมพ์เพื่อนำเสนอหนังสือเด็กที่มีคุณภาพสำหรับเด็กไทย

ศิลปินคนอื่นๆ ที่ รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ มีความประทับใจ นอกจากอาจารย์ผู้สอนในสถาบันการศึกษาแล้ว รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ ยังมีความประทับใจในแนวทางการสร้างผลงานของศิลปินทั้งในและต่างประเทศ ดังนี้

อาจารย์ประยูร จรรยาวงศ์ โดย รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ ได้ศึกษางานของอาจารย์ประยูรด้วยการลอกเลียนรูปภาพการ์ตูนที่อาจารย์ประยูรเขียนในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐทุกวัน รวมทั้งรูปในคอลัมน์ขบวนการแก่นจัน คอลัมน์สัปดาห์วันละนิดจิตแจ่มใส ซึ่งภาพที่ลอกเลียนนั้น รองศาสตราจารย์.เกริก ยूनพันธ์ สะสมเป็นเล่มจำนวนมาก และผลจากการศึกษาผลงานของอาจารย์ประยูร คือ รองศาสตราจารย์.เกริก ยूनพันธ์ จะสร้างภาพการ์ตูนที่มีลักษณะตาโตแบบเดียวกับของอาจารย์ประยูร แต่มีการประยุกต์รูปร่างของตัวการ์ตูนให้มีลักษณะเฉพาะมากขึ้น

อีริก คาร์ล (Eric Carle) จากการเดินทางในประเทศแถบยุโรปดังที่กล่าวข้างต้น ทำให้รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ ได้พบเห็นแนวทางการสร้างผลงานภาพประกอบเรื่องของศิลปินคนนี้อย่างชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้ อีริก คาร์ล เป็นผู้สร้างสรรค์งานการ์ตูนชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียง สิ่งที่รองศาสตราจารย์ เกริก ยूनพันธ์ ศึกษาได้จากอีริก คาร์ล คือ ภาพการ์ตูนที่มีความสดใสสวยงาม ซึ่งเรียกได้ว่า เป็น “ ภาพที่มีความจำ ” ของสีที่สร้างบรรยากาศได้ดี นอกจากนี้ เรื่องราวของการ์ตูนจากอีริก คาร์ล ยังสามารถสอดแทรกความคิดที่ดีสู่เด็ก โดยที่เด็กไม่รู้ตัวว่ากำลังถูกปลูกฝังสิ่งดีๆ ในความคิด

ฮวน มิโร (Joan Miro) ปาโบล ปิกัสโซ (Pablo Picasso) และวินเซนต์ แวน โก๊ะห์ (Vincent Van Gogh) เป็นศิลปินสาขาทัศนศิลป์ที่ รองศาสตราจารย์. เกริก ยूनพันธ์ ประทับใจอย่างยิ่ง สิ่งที่น่าประทับใจก็คือ ในการทำงานของปิกัสโซ จะสร้างผลงานแบบภาพพิมพ์ เช่น ภาพวัว ที่ใช้เส้นเรียบง่าย และเมื่อเปรียบเทียบกับผลงานของมิโร ก็จะพบความคล้ายคลึงกันในส่วนของการวาดภาพที่ดูเหมือนเกิดจากฝีมือของเด็กเล็ก นอกจากนี้ ยังมีวิธีการระบายสีที่อิสระ อย่งไรก็ตาม หาก

ศึกษาให้ลึกซึ้ง ศิลปินทั้งสองท่านนี้ มีชั้นเชิงในการสร้างผลงานศิลปะอย่างสูง ไม่ว่าจะเป็นการใช้สี การจัดวาง การสร้างรูปแบบ หรือการนำเสนอโดยการเขียนซ้ำ (repetition) ส่วนความประทับใจในงานของแวนโก๊ะท่านนี้ คือ การใช้สี การใช้ความแรงของฝีมือในการวาดภาพและความสนุกสนานที่เกิดขึ้นภายในภาพ อย่างไรก็ตาม แม้ศิลปินทั้ง 3 ท่านมีแนวทางการสร้างผลงานที่ต่างลัทธิ โดยมีโรสร้างผลงานในแนวเหนือจริงหรือเซอร์เรียลลิสม์ (Surrealism) ปิกัสโซสร้างผลงานในแนวคิวบิสม์ (Cubism) และแนวเซอร์เรียลลิสม์ และแวนโก๊ะสร้างผลงานในแนวโพสต์อิมเพรสชันนิสม์ (Post-impressionism) แต่รองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์ ก็ได้นำสิ่งที่ประทับใจเหล่านั้นมาผสมผสานให้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของแนวทางการสร้างผลงานตนเอง โดยไม่นำมาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลจนกลายเป็นการลอกเลียนแบบ ทั้งนี้ รองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์ ได้เห็นว่า สิ่งทีประทับใจนั้น คือองค์ความรู้ที่มีไว้ให้ศึกษาแล้วคลี่คลาย (applied) เป็นผลงานลักษณะเฉพาะคนที่มีพื้นฐานจากการกลั่นกรองความหลากหลายของการวาดภาพสำหรับเด็ก ซึ่งดูผิวเผินอาจเหมือนทำได้ง่าย แต่แท้ที่จริง กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่กลุ่มเด็กนั้น กลับยอมรับ ชื่นชอบ และเรียนรู้ในสิ่งที่สื่อสารกับเด็กในผลงานภาพประกอบหนังสือได้เป็นอย่างดี ดังนั้น จึงแสดงให้เห็นว่า ผลงานของรองศาสตราจารย์เกริก ยู่นพันธ์ สอดคล้องกับแนวคิดของจิตวิทยาการรับรู้ของเด็กอย่างมาก

จากความสำเร็จของอิริค คาร์ล รวมทั้งความประทับใจในแนวทางการสร้างผลงานของศิลปินหลายท่าน ทำให้ รองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์มุ่งมั่นจนในที่สุดก็สามารถจัดตั้งสำนักพิมพ์ของตนเองได้ภายใต้ชื่อ สำนักพิมพ์ เกริก ยู่นพันธ์ เมื่อปี พ.ศ. 2544 ในปัจจุบัน มีหนังสือที่สำนักพิมพ์ผลิตเองประมาณ 15 เรื่อง ได้รางวัลประมาณ 8 เรื่อง ผลสำเร็จที่เกิดขึ้นในกิจการสำนักพิมพ์ ได้พิสูจน์ให้เห็นว่า ตนเองได้เดินมาถูกทางในวงการหนังสืออย่างไม่มีข้อสงสัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ เกริก ยู่นพันธ์ มีความดีใจมากที่สุดเมื่อครั้งที่ออกร้านในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ที่ศูนย์การประชุมสิริกิติ์ มีชาวญี่ปุ่นซึ่งมาชมงานได้กล่าวชมเชยว่าหนังสือของ รองศาสตราจารย์เกริก เป็นหนังสือที่ดี เหมาะสำหรับเด็กอย่างมาก

ประสบการณ์การทำงานสร้างสรรค์ภาพประกอบตลอดเวลา 22 ปี ทำให้รองศาสตราจารย์เกริก ยู่นพันธ์ มีความชำนาญเรื่องกลไกการทำหนังสือสำหรับเด็กในวงการวรรณกรรมเด็กของไทย รวมทั้งเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นเกริก ยู่นพันธ์ ด้วยเช่นกัน

8.2 ความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นเกริก ยู่นพันธ์

พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่นเกริกยู่นพันธ์ (Million Toy Museum BY Krirk Yoonpun) ตั้งอยู่เลขที่ 45 หมู่ 2 ถนนอุททอง ตำบลท่าวาสุกกรี อำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จังหวัด

พระนครศรีอยุธยา มีลักษณะอาคารเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า 2 ชั้น พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ ได้ชื่อว่าเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่ติดอันดับต้นๆ ของประเทศไทย ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เข้ามาท่องเที่ยวตลอดทั้งปี พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ ที่ไม่ใช่ศาสนาสถานหรือโบราณสถาน แต่เป็นแหล่ง รวบรวมของเล่นและสิ่งของเครื่องใช้ย้อนยุคที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเหมือน ได้ย้อนเวลา กลับไปสู่วัยเด็ก สิ่งดึงดูดของพิพิธภัณฑ์ คือ ของเล่นรุ่นเก่าหลายชนิด

พิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีกยูเนียนท์ ก่อตั้งโดย รองศาสตราจารย์ กรีก ยูเนียนท์ ผู้ซึ่ง เป็นอาจารย์ประจำสาขาวิชาวรรณกรรมสำหรับเด็ก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ นอกเหนือจาก บทบาทคุณครูแล้วยังเป็นนักวาดภาพประกอบและทำหนังสือสำหรับเด็ก เจ้าของผลงานหนังสือ ภาพจำนวนมาก เช่น บอลูน กระตุ๊กกระดิกกระด็อกกระเด๊ก กระต่ายน้อยหนีแม่ และชานาไทย ที่ได้รับรางวัลนอมา(NOMA) จากประเทศญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2525 และมีโอกาสได้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ ของเล่นคิตาฮารา (Kitahara Tin Toy Museum) ด้วยเหตุผลนี้เองจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิด ความคิดอยากสร้างพิพิธภัณฑ์ของเล่นขึ้นในเมืองไทย

พิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีกยูเนียนท์ เป็นอาคารรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าหลังใหญ่ 2 ชั้น สูงโปร่งทาสีขาวทั้งหลัง มีประตูหน้าต่างแบบบ้านสมัยเก่าทาสีฟ้าสดใส ภายในแบ่งเป็นสองชั้น เมื่อเข้าชมด้านใน จะพบกับสิ่งของมากมายที่อาจารย์กรีกเก็บสะสมมานานกว่า 20 ปี โดยชั้นล่าง ของอาคารจัดแสดงของเล่นไทยยุคเก่าในสมัยสุโขทัย อยุธยา และสมัยรัตนโกสินทร์ มีทั้งตุ๊กตาดินเผา กระจุกอมสินดินเผา และข้าวของเครื่องใช้ของคนไทยยุคโบราณ จัดแสดงในตู้โชว์อย่างเป็น ระเบียบสวยงาม อาทิ เครื่องเงิน แสตมป์ พระพุทธรูป ภาพถ่ายโบราณ เครื่องรางของขลัง เครื่อง แก้วอายุนับร้อยปี ปิ่นโตเก่า วิหุโบราณ สิ่งพิมพ์ยุคแรกๆ ของไทย หนังสือเก่า จดหมายในยุคแรก ที่เริ่มมีการไปรษณีย์ ฯลฯ อีกทั้งยังมีการจัดแสดงนิทรรศการภาพวาดลวดลายสวยงามน่ารัก ซึ่งเป็น ฝีมือของอาจารย์กรีกให้ผู้มาเยือนได้เดินชมสร้างแรงบันดาลใจอีกด้วย จากนั้นเมื่อเดินขึ้นไปบน ชั้นที่สองนักท่องเที่ยวก็จะได้พบกับโมเดลการ์ตูนขนาดใหญ่ ประกอบด้วย อุตุร่าแมน ซูเปอร์แมน สไปเดอร์แมน เจ้าหนุอะตอม เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีของเล่นหายากอีกมากมายกว่า 100 รวมไปถึงของเล่นสมัยใหม่ พระ เข็มตรา เหรียญเงินตรา ของเก่าต่างๆ และสิ่งของเครื่องใช้ สมัยโบราณที่มีคุณค่าต่อประวัติศาสตร์ในอดีต พิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีกยูเนียนท์ เปิดให้บริการ เวลา 9.00 – 16.00 นาฬิกา ระหว่างวันอังคาร ถึงวันอาทิตย์ (หยุดทุกวันจันทร์) อัตราค่าเข้าชม พิพิธภัณฑ์ ผู้ใหญ่ 50 บาท และเด็ก 20 บาท

อย่างไรก็ตาม สื่อประชาสัมพันธ์ที่พิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยูเนียนท์ใช้ในปัจจุบัน มีเพียง 3 ชนิด ประกอบด้วย ป้ายแบน (Banner) โบรชัวร์ขนาดเล็ก (Brochure) และเว็บไซต์ (Website) การใช้สื่อดังกล่าวมีข้อจำกัดในแง่ประเภทของสื่อที่ควรพัฒนาให้มีความหลากหลายมาก

ขึ้นเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ เด็ก เยาวชน และพ่อแม่ ผู้ปกครองได้มากขึ้น เช่นกัน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัย จึงสนใจดำเนิน โครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมบทบาทการ เป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชนของพิพิธภัณฑ์ด้านของเล่นกรีก ยूनพันธ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

9.1 งานวิจัยในประเทศ

9.1.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

วินัย วรวัตร (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวโน้มการใช้สื่อและ เทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวง วัฒนธรรม ในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2553 การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มการใช้สื่อและ เทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวง วัฒนธรรม ในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2553 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา โดยใช้วิธีวิจัยแบบเทคนิค เดลฟายในการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและ/หรือประชาสัมพันธ์ที่มี ประสบการณ์โดยตรงจากการปฏิบัติงานหรือวิชาชีพ นักวิชาการด้านการสื่อสารและ/หรือ ประชาสัมพันธ์ ของผู้บริหารระดับสูงที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ หรือ เป็นที่รู้จักและยอมรับแบบ เฉพาะเจาะจง เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 21 คน ในรอบแรกเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ แล้วนำ คำตอบที่ได้มาสร้างเป็นแบบสอบถามรอบที่ 2 โดยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 71 ข้อ แล้วนำส่งกลุ่มผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิมได้เลือกแสดงความคิดเห็นในแต่ละข้อ เมื่อได้ คำตอบรอบที่ 2 กลับคืนมา ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่าง คลอไทล์ แล้วนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามรอบที่ 3 แล้วนำส่งกลุ่มผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิมให้พิจารณา ทบทวนคำตอบของตนเองอีกครั้ง นำคำตอบผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 3 ได้นำวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหา ค่ามัธยฐาน ฐานนิยม ผลต่างระหว่างค่ามัธยฐานกับฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่างคลอไทล์ ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้ (1) แนวโน้มบทบาทของสื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2553 เรียงตามลำดับความ สอดคล้องกัน ดังนี้ (1.1) อนุรักษ์สิ่งที่เป็นวัฒนธรรมเก็บไว้ในรูปของสื่อต่างๆ (1.2) ประชาสัมพันธ์ให้เห็นความสำคัญและบทบาทของสำนักงาน (1.3) สร้างกระแสให้บุคคลเกิด ความรู้ความเข้าใจและเห็นคุณค่าของงานวัฒนธรรม (1.4) เผยแพร่กิจกรรมต่างๆ ของสำนักงานฯ ผู้ ชุมชน (1.5) แจกแจงแนวปฏิบัติทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมและถูกต้อง (1.6) เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารของ หน่วยงานแก่ประชาชน (1.7) ปลุกเร้าจิตสำนึกในวัฒนธรรมให้คนไทยรักและหวงแหน (1.8)

ชักชวนให้คนไทยเห็นแบบอย่างตามขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของชาติ (1.9) ปลุกฝังค่านิยมให้รักและหวงแหนวัฒนธรรมไทย (1.10) แก้ไขภาพลักษณ์ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยที่อาจทำให้มีความเข้าใจไม่ถูกต้อง (1.11) สร้างความสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกันของบุคลากรในหน่วยงาน (1.12) ประชาสัมพันธ์ให้ประเทศชาติเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก และ (1.13) เผยแพร่ความรู้ข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยไปสู่คนไทยและชาวต่างชาติอย่างทั่วถึง (2) แนวโน้มรูปแบบของสื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2553 เรียงตามลำดับความสอดคล้องกัน ดังนี้ (2.1) สื่อโทรทัศน์ ประกอบด้วย การสนทนาทางโทรทัศน์โดยผู้ทรงคุณวุฒิ สารคดีสั้นและละครสั้น และ) การถ่ายทอดสดกิจกรรม/โครงการของหน่วยงาน (2.2) สื่อวิทยุ ประกอบด้วย สารคดีสั้น และ การสนทนาทางวิทยุโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (2.3) สื่อวีดิทัศน์ ประกอบด้วย การผลิต CD,VCD เกี่ยวกับแนวประพฤติปฏิบัติวัฒนธรรม แจกจ่ายไปยังสถาบันการศึกษาฟรีทุกแห่ง การผลิตวีดิทัศน์แบบดิจิตอล และการผลิต CD, DVD, VCD งานประชุมสัมมนา (2.4) สิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย สื่อเอกสารเผยแพร่สาระความรู้ (วารสาร, นิตยสาร) สื่อทางการพิมพ์ใช้รูปแบบการพิมพ์ที่ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ สื่อเอกสารเผยแพร่สาระความรู้ใช้การผลิตเป็นวารสารวัฒนธรรมไทย (จุลสารภายในองค์กร Newsletter) สื่อเอกสารประชาสัมพันธ์ประเภทข่าวแจก (Press Release) สื่อภาพนิ่งใช้รูปแบบการถ่ายทำและพิมพ์แบบดิจิตอล สื่อเอกสารเผยแพร่สาระความรู้ใช้การผลิตเป็นโปสเตอร์ และสื่อป้ายคำทอัตรณรงค์วัฒนธรรมเข้มแข็งชาติมั่นคงในทุกชุมชนเมืองใหม่ สนามบิน สถานีรถไฟ และสถานีขนส่ง (2.5) สื่อนิทรรศการและการจัดกิจกรรมของหน่วยงาน ประกอบด้วย การจัดสัมมนา สื่อมวลชน นิสิต นักศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ การผลิตสื่อนิทรรศการภายในหน่วยงานใช้การจัดภายในอาคารของสำนักงาน การผลิตสื่อนิทรรศการใช้นำเสนอในโอกาสต่างๆ ร่วมกับการแสดงของหน่วยงานอื่น การจัดกิจกรรมจัดสื่อมวลชนสัญจรศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดกิจกรรมจัดสัมมนาผู้บริหาร การจัดประกวดกิจกรรมทางวัฒนธรรม การจัด “ข่าวประชาสัมพันธ์วัฒนธรรม” ในศาลากลางจังหวัด ที่ว่าการอำเภอ ที่ทำการ อบต. ทุกแห่ง การจัดสัมมนาผู้บริหาร และการจัดละครเวทีสัญจร (2.6) มัลติมีเดีย ประกอบด้วย สื่อเทคโนโลยีการผลิตสไลด์และสไลด์มัลติวิชั่น และ (2.7) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สื่อออนไลน์ให้ความรู้แก่บุคคลทั่วไป (3) รูปแบบของสื่อที่เหมาะสม ประกอบด้วย (3.1) สื่อมีความหลากหลายทั้งเนื้อหา สาระช่องทาง และวิธีการสื่อสาร (3.2) สื่อมีความทันสมัยเหมาะสมกับสถานการณ์ รวดเร็ว ทันสมัยตลอดเวลา (3.3) สื่อมีรูปแบบเหมาะสมกับผู้รับสื่อ ทั้งด้านความคิด ความรู้ วัย ทักษะคติ ความพร้อม และอื่นๆ (3.4) สื่อใช้ทุกรูปแบบขึ้นอยู่กับลักษณะกิจกรรม/โครงการ (3.5) สื่อที่ใช้ในการเก็บรักษาเป็นสื่อที่คงทนถาวร (3.6) สื่อมีรูปแบบเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ (3.7) สื่อผ่านกระบวนการ

ออกแบบอย่างเหมาะสมโดยมีการประยุกต์/บูรณาการ หลักการและทฤษฎีทางด้านเทคโนโลยีทางการศึกษา และหลักการทางด้านจิตวิทยาการศึกษา มาใช้ในการออกแบบ (4) แนวโน้มชนิดและลักษณะของสื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2553 เรียงตามลำดับความสอดคล้องกัน ดังนี้ (4.1) ชนิดของสื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ประกอบด้วย แผ่นป้ายโฆษณา วิดิทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ (brochure, leaflet, booklet, etc). เว็บไซต์ ทีวี สปอตโทรทัศน์ สปอตวิทยุ ป้ายผ้า และโปสเตอร์ (4.2) ลักษณะของสื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ประกอบด้วย (4.2.1) สื่อที่ใช้ในการเก็บรักษาอยู่ในรูปของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (4.2.2) สื่อเข้าถูกกลุ่มตรงเป้าหมายกับความ ต้องการและความจำเป็น (4.2.3) สื่อหาสาระของสื่อเน้นภูมิปัญญาไทยและคุณค่าของวัฒนธรรมไทย (4.2.4) สื่อประสมที่ใช้ร่วมกันซึ่งมีเนื้อหาสอดคล้องกัน (4.2.5) สื่อมีความหลากหลายทั้งเนื้อหา สาระ ช่องทาง และวิธีการสื่อสาร (4.2.6) สื่อในการประชาสัมพันธ์มีลักษณะกระจายได้ กว้างและรวดเร็ว (4.2.7) มีการนำเสนออย่างสม่ำเสมอไม่ขาดตอน และ (4.2.8) สื่อสามารถเข้าถึง กลุ่มบุคคลต่างๆ ได้อย่างทั่วถึงและหลากหลาย (5) แนวโน้มการได้มาของสื่อและเทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2553 เรียงตามลำดับความสอดคล้องกัน ดังนี้ (5.1) บุคลากรของสำนักงานผลิตเอง เป็นสื่อแบบง่ายๆ ใช้ เครื่องมือและเทคโนโลยีการผลิตที่ไม่สูงมาก (5.2) ให้บุคลากรภายนอกที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ผลิต (5.3) บุคลากรจากหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก ร่วมกันผลิต พัฒนาสื่อ และนำไปใช้ประโยชน์ (5.4) มีการประเมินสื่อก่อนนำไปใช้จริง เพื่อตรวจสอบคุณภาพและความถูกต้อง (5.5) ให้องค์กร ภายนอกเป็นผู้ผลิต (5.6) จ้างหน่วยงานต่างๆ ผลิต และ (5.7) บุคลากรที่เชี่ยวชาญของสำนักงาน ผลิตสื่อที่ทันสมัย.

ปิยดา สุนทรปิยะพันธ์ (2552, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบล การวิจัยปฏิบัติการ (Operations Research) ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการประชาสัมพันธ์ ปัญหาและความต้องการในการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบล รวมทั้งแนวทางการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมสามารถนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 31 คน เป็นกลุ่มทดลองและสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 31 คน เป็นกลุ่มควบคุม มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งก่อนและหลังกิจกรรมแทรกแซงประกอบด้วย

การอบรมเชิงปฏิบัติการ การฝึกทักษะ การศึกษาดูงาน การบริหารจัดการหอกระจายข่าวหมู่บ้าน และการจัดทำแผน การประชาสัมพันธ์ องค์การบริหารส่วนตำบล ตลอดจนกรณีพิเศษติดตาม ประเมินผล ผลการวิจัย พบว่าปัญหาในการประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลคือสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล ขาดความรู้และทักษะในการประชาสัมพันธ์ประชาชนขาดความสนใจในการรับรู้ข่าวสาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดการส่งเสริมสนับสนุน และสื่อประชาสัมพันธ์ ดำเนินการในรูปของธุรกิจมากเกินไป นอกจากนี้ยังพบว่าองค์การบริหารส่วนตำบล มีความต้องการให้มีการพัฒนาความรู้และทักษะการประชาสัมพันธ์ให้กับสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลให้มีการจัดทำแผนงาน โครงการประชาสัมพันธ์ สำหรับการจัดกิจกรรมแทรกแซงได้ทำให้สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความรู้และทัศนคติในการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น เพื่อเผยแพร่ข่าวสารตรงกับความต้องการของประชาชน ทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจในการรับฟังข่าวสารและเกิดความร่วมมือระหว่างประชาชนกับองค์การบริหารส่วนตำบลมากขึ้น

ธนิต พฤกษธา (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบสื่อในการกระตุ้นการพัฒนาทุนทางสังคมเพื่อพัฒนาตลาดน้ำศาลายา มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ (1) เพื่อพัฒนาสื่อที่มีผลต่อการกระตุ้นทุนทางสังคมในการพัฒนาตลาดน้ำศาลายา และ(2) พัฒนาการสร้างความร่วมมือที่จะทำทนายให้เกิดความเข้มแข็งขึ้นในชุมชนตลาดน้ำศาลายา โดยผู้วิจัยเลือกสื่อที่กระตุ้นต่อความรู้สึกในท้องถิ่นและความต้องการมาเที่ยว คือ เสื้อยืด ทั้งนี้เมื่อได้สื่อที่ออกแบบแล้ว ผู้วิจัยประเมินผลจากผู้พบเห็นเสื้อยืด จำนวน 400 ชุด โดยการสุ่มแบบ Non Probability Sampling Technique ด้วยการสุ่มแบบ Accidental Sampling Technique การเก็บข้อมูลดำเนินการระหว่างวันที่ 11 ธันวาคม 2552 ได้ข้อมูลทั้งสิ้น 400 ชุด ผลการประเมินพบว่า (1) การจดจำสื่อขึ้นอยู่กับความหลากหลายของสื่อ ความเป็นเอกลักษณ์ของสื่อ และความโดดเด่นของสื่อ (2) องค์ประกอบบนสื่อที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในตลาดน้ำศาลายา คือ ความหลากหลายของสื่อ และความเป็นเอกลักษณ์ของสื่อในด้านข้อความ ลวดลาย สีเสื้อ และตัวอักษร ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้ ผู้หาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น เทศบาล องค์กรชุมชน หรือหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวคำนึงถึงองค์ประกอบของสื่อในด้านความหลากหลายเป็นอันดับแรก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจในตลาดศาลายา แล้วจึงสร้างความเป็นเอกลักษณ์ในสื่อเสื้อยืดเพื่อสร้างการจดจำ จากนั้นจึงนำองค์ประกอบด้านความโดดเด่นมาใช้ เพื่อทำทนายให้กลุ่มเป้าหมายจดจำตลาดน้ำศาลายาในรูปแบบของตราสินค้าทางการท่องเที่ยว

ฉัฐสรวงพร ทองเนื่อนวล (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้อ่านในประเทศไทย โดยใช้หนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นกรณีศึกษา สำหรับเป็นแนวทางให้กับสื่อมวลชนไทยในการพัฒนารูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ วิธีการวิจัย ประกอบด้วย (1) เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยต่างๆ (2) วิเคราะห์ลักษณะการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย 6 เว็บไซต์ คือ เอเชียทีวีผู้จัดการกรุงเทพ ธุรกิจ โพสต์ทูเดย์ ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ และสยาม ธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในต่างประเทศ 5 เว็บไซต์ คือ The New York Times, Washington Post, USA Today, Houston Chronicle, และ Denver Post โดยตั้งประเด็นในการศึกษา คือ ศึกษาการออกแบบโครงสร้างเว็บเพจ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ระบบนำทาง และการนำเสนอข้อมูล และศึกษาการออกแบบรูปลักษณะของเว็บเพจ ได้แก่ สี ตัวอักษร และกราฟิก (3) วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-34 ปี จบปริญญาตรี มีอาชีพหลากหลาย ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมีความถี่ในการอ่าน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้เวลาในการอ่าน 15-30 นาทีต่อครั้ง นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ชื่นชอบเว็บไซต์เอเชียทีวีผู้จัดการ และกรุงเทพธุรกิจ ประเภทข่าวที่สนใจอ่านเป็นประจำ คือ การเมือง บันเทิง ธุรกิจ-การตลาด เดินทางท่องเที่ยว ต่างประเทศ เทคโนโลยี และการเงิน-การลงทุนตามลำดับ (4) วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ ผู้ดูแลเว็บไซต์ นักออกแบบเว็บไซต์ และโปรแกรมเมอร์ รวม 9 คน (5) สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการออกแบบเพื่อหาแนวทางในการออกแบบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และ (6) ทำการออกแบบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ นำเสนอผลงานต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินผล และปรับปรุงผลงาน ทั้งนี้ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ (1) จากการสำรวจเว็บไซต์ พบว่า ส่วนใหญ่ออกแบบโครงสร้างเว็บเพจคล้ายคลึงกัน คือ กำหนดพื้นที่การออกแบบสำหรับการตั้งค่าความละเอียดหน้าจอที่ 1024 x 768 pixels ซึ่งตรงกับค่านิยมในการตั้งค่าหน้าจอของกลุ่มผู้อ่าน โดยผู้อ่านนิยมใช้โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ Internet Explorer (IE) เปิดชมเว็บไซต์ ทั้งนี้ทุกเว็บไซต์ออกแบบเว็บเพจในแนวตั้ง และมีความยาวค่อนข้างมากส่งผลให้ใช้เวลาโหลดข้อมูลนาน (2) การนำเสนอข้อมูล (Presentation): กลุ่มผู้อ่านให้ความสนใจต่อการนำเสนอข่าวด่วน ภาพเหตุการณ์ข่าว ราคาน้ำมัน และบทความ/สารคดี โดยให้ความสำคัญกับการใช้ภาพประกอบ คลิปวิดีโอ ชุดภาพข่าวแบบ Slide Show ภาพเคลื่อนไหว เสียงประกอบ และการแสดงข้อมูลเป็นกราฟ/แผนภูมิ เมื่อสำรวจเว็บไซต์พบว่า เว็บไซต์ต่างประเทศนิยมนำเสนอข้อมูลโดยใช้คลิปวิดีโอ ชุดภาพข่าวแบบ Slide Show, Photo Gallery และภาพเคลื่อนไหว ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้อ่านมากกว่าเว็บไซต์ไทย (3) กราฟิก (Graphic):

เว็บไซต์ส่วนใหญ่มีภาพเด่น 1 ภาพ เป็นเหมือนข่าวเด่นประจำวัน ภาพประกอบมีขนาดเล็กกว่าภาพเด่น เว็บไซต์ต่างประเทศนิยมวางภาพด้านขวาของข้อความ ขณะที่เว็บไซต์ไทยวางภาพด้านซ้ายของข้อความ ตำแหน่งชื่อเว็บไซต์ทั้งไทยและต่างประเทศจะนิยมวางอยู่ด้านซ้ายบนส่วนหัว (4) สี (Color): การใช้สีหลักในหนึ่งหน้าเว็บ กลุ่มผู้อ่านนิยมการใช้สีหลัก 2-3 สี และชื่นชอบสีโทนเย็น เช่น สีม่วง สีน้ำเงิน สีน้ำเงินอ่อน สีฟ้า สีฟ้าอมเขียว และสีเขียว ซึ่งเป็นที่เรียบง่าย ดูสบายตา ขณะที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าควรใช้สีหลัก 2-3 สี เช่นกัน แต่จะคำนึงถึงสีหลักขององค์กรเพื่อสื่อความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งการออกแบบเว็บไซต์ในต่างประเทศจะสอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านและคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ขณะที่บางเว็บไซต์ไทยมีการนำสีโทนร้อนมาใช้ เช่น แออสทีวีผู้จัดการ และโพสต์ทูเดย์ เนื่องจากต้องการสื่อ Branding และสีที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กร ดังนั้น ในประเด็นนี้จึงน่าจะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการออกแบบ (5) ตัวอักษร (Typography): พบว่าทุกเว็บไซต์ที่สำรวจจะใช้ตัวอักษรมาตรฐาน เว็บไซต์ต่างประเทศใช้ตัวอักษร Arial เป็นหลัก ส่วนเว็บไซต์ไทยใช้ตัวอักษร Tahoma เป็นหลัก จะนิยมใช้ตัวอักษรสีเข้มกับพื้นหลังสีอ่อน และปรับแนวบรรทัดโดยจัดตัวอักษรชิดซ้ายของคอลัมน์ ส่วนตัวอักษรลิงค์ หลายเว็บไซต์จะนิยมใช้สีน้ำเงิน ชัดเส้นใต้เมื่อนำเมาส์ชี้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อสรุปว่า การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์นั้น สิ่งสำคัญที่สุดคือ เนื้อหา (Content) จึงควรเน้นข้อมูลที่กระชับ ชัดไว ทันสมัย และน่าเชื่อถือ โดยเว็บไซต์ควรเป็นลักษณะที่ใช้งานง่าย เรียนรู้ง่าย เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ตลอดจนใช้สื่อประสมและสื่อปฏิสัมพันธ์ที่ตรงความต้องการของผู้อ่าน

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2555) ได้ดำเนินงานโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศไทย เพื่อประมวลองค์ความรู้เรื่อง “ระบบการสื่อสารเพื่อชุมชน” โดยเลือกตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ที่ดำเนินการในปี 2520-2540 เนื่องจากเห็นความจำเป็นที่จะต้องย้อนกลับไปทบทวนแง่มุมของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่มีมาในสังคมไทยเพื่อสรุปภาพรวมและแสวงหาทิศทางแนวทางการวิจัยที่สามารถสนองต่อความต้องการของวงวิชาการและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชนบทไทยในอนาคต ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมและคัดเลือกงานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจำนวน 180 ชิ้น และนำมาสังเคราะห์โดยอาศัยกรอบแนวคิดด้านการพัฒนาและการสื่อสาร มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้ (1) มิติเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่า ปริมาณงานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นมีจำนวนมาก แต่มีความจำกัดในเชิงคุณภาพ กล่าวคือ ยังคงเป็นงานวิจัยที่ใช้แนวคิดการพัฒนาแบบบนลงล่าง และการสื่อสารแบบเชื่อในพลังโน้มน้าวของสื่อ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น ในอนาคต ควรมีการเพิ่มความหลากหลายทั้งในเรื่องกรอบแนวคิดและวิธีการวิจัย กล่าวคือ ควรเน้น

กรอบแนวคิดเรื่องการใช้สื่อแบบมีส่วนร่วมของประชาชน และใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพให้มากขึ้น

(2) ประเภทของสื่อ พบว่า ประเภทของสื่อที่นำมาศึกษามี 4 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อพื้นบ้าน ผลการวิจัยโดยภาพรวมพบว่า มีงานวิจัยที่ศึกษาสื่อทุกประเภทแบบรวมๆ กันมากกว่าการเลือกศึกษาเจาะจงใช้สื่อเพียงประเภทเดียว โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบบทบาทและคุณประโยชน์ของสื่อแต่ละประเภทที่มีต่อเรื่องการพัฒนาในด้านต่างๆ ของประชาชนในชนบท ผลการวิจัยพบแบบแผนว่า “ยิ่งสื่อมีขนาดเล็ก ก็ยิ่งมีคุณภาพต่อการพัฒนามากกว่าสื่อที่มีขนาดใหญ่” ซึ่งหมายความว่า คุณประโยชน์ของสื่อจะเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ คือ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อพื้นบ้าน และสื่อมวลชน เหตุผลเบื้องหลังปรากฏการณ์นี้มีได้มาจากปัจจัยเรื่อง “คุณวิเศษของตัวสื่อ” หากแต่เป็นเรื่องเป้าหมายและการบริหารจัดการสื่อมากกว่า เช่น สื่อมวลชนนั้นมักถูกนำไปใช้ด้านธุรกิจการค้ามากกว่าเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม (3) เป้าหมายการใช้สื่อเพื่อการพัฒนา มีข้อสรุปว่า เนื่องจากสื่อมวลชนยังถูกใช้ไปเพื่อเชิงพาณิชย์มากกว่าเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวม ดังนั้น ควรมีการวิจัยเพื่อแสวงหามาตรการที่จะผลักดันให้มีการใช้ทรัพยากรของสังคม เช่น คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าเพื่อประโยชน์ร่วมของสังคมให้มากขึ้น เช่น การใช้สื่อเพื่อการศึกษา รูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า เป้าหมายการใช้สื่อเพื่อท้องถิ่นนั้นยังไม่บรรลุเป้าหมายที่ควร จึงควรมีการวิจัยเพื่อแสวงหาช่องทางเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว (4) ผลกระทบของการใช้สื่อ พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มักศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการใช้สื่อประเภทต่างๆ ที่มีต่อด้านความรู้ ทักษะคิดและการปฏิบัติของปัจเจกบุคคล ผลการวิจัยอาจสรุปได้ว่า สื่อทุกประเภทได้ก่อให้เกิดผลด้านการเพิ่มความรู้ หากแต่ไม่อาจจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการปฏิบัติได้ นอกจากนี้ สื่อบุคคลในท้องถิ่นที่ชาวบ้านมีความศรัทธา เช่น พระภิกษุสงฆ์เท่านั้น (5) บทบาทหน้าที่ของสื่อ พบว่า แนวทางการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อที่ผ่านมา มักมุ่งเน้นแต่ด้านการโน้มน้าวในอนาคต ซึ่งควรขยายกรอบแนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อให้กว้างขวางขึ้น เช่น เป็นตลาดเวทีเสรีทางความคิด เป็นปากเป็นเสียงแทนประชาชน เป็นช่องทางรวบรวมความต้องการของประชาชนเสนอต่อรัฐ ฯลฯ (6) การมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่า ระบบการสื่อสารเพื่อชุมชนนั้น ต้องเป็นการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม แต่เท่าที่ผ่านมา ยังมีการวิจัยเรื่องการใช้สื่ออย่างมีส่วนร่วมอยู่น้อยมาก การวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในสื่อสามารถวิจัยได้ในสองแนวทาง แนวทางแรก คือการใช้สื่อเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ เช่น การทำประชาพิจารณ์ แนวทางที่สองคือการเข้าไปมีส่วนร่วมในสื่อ การมีส่วนร่วมในสื่อ นั้นสามารถกระทำได้ใน 3 ระดับ คือ ระดับแรกการรับฟังเสียงสะท้อนของประชาชนในฐานะผู้รับสาร ระดับที่ สอง คือ การมีส่วนร่วมในการผลิต และระดับสุดท้ายคือการมีส่วนร่วมในการวางนโยบายและการวางแผน ซึ่งการมีส่วนร่วมในแต่ละระดับ จำเป็นต้องมีปัจจัยและเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย และ (7) หัวข้อการวิจัยที่ขาดหายไป ผลการวิจัยพบว่า

ควรมีการวิจัยหัวข้อที่ยังขาดหายไป เช่น สิทธิในการเป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร หรือหัวข้อเรื่องประเภทของข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นสำหรับประชาชนกลุ่มต่างๆ เช่น อบต. กลุ่มออมทรัพย์ ฯลฯ นอกจากนี้ มีการวิจัยเรื่อง “ประเภทของสื่อ” อย่างมาก แต่งานวิจัยที่ผ่านมา ยังไม่ได้ให้ความสนใจต่อ “เนื้อหาของสาร” เท่าที่ควร โดยที่กรอบแนวคิดใหม่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเห็นว่า กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาเป็นส่วนสำคัญที่สุดของการสื่อสารเพื่อชุมชน ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยระบุว่า จากข้อสรุปข้างต้น การศึกษาเรื่องสื่อเพื่อการพัฒนาจึงต้อง “ไปให้ไกลกว่าตัวสื่อ” กล่าวคือ ต้องสนใจมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมของสื่อแต่ละชนิด สำหรับสื่อที่มีคุณประโยชน์ต่อการพัฒนาอย่างมาก เช่น สื่อบุคคลหรือสื่อพื้นบ้านการวิจัยเท่าที่ผ่านมามักมีทัศนะที่ “จะเข้าไปเก็บเกี่ยวใช้ประโยชน์จากสื่อเหล่านั้น แต่ยังไม่ค่อยมีแนวทางที่จะ “ทำนุบำรุงและพัฒนา” สื่อดังกล่าว ดังนั้น ควรมีการวิจัยเพื่อการพัฒนาสื่อเหล่านี้เพื่อการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนในอนาคต

9.1.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการพิพิธภัณฑ

กฤษณา สิทธีราช (2552. บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการพิพิธภัณฑแห่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว ตำบลห้วยขุนราม อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ปัญหาในการบริหารจัดการด้านบุคลากรนำชมพิพิธภัณฑ และนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาในการบริหารจัดการด้านบุคลากรดังกล่าว กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย คณะกรรมการชมรมอนุรักษ์แห่งโบราณคดีและทรัพยากรธรรมชาติตำบลห้วยขุนราม อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ประชาชนในชุมชนพื้นที่บ้านโป่งมะนาว และนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ พิพิธภัณฑแห่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาวบริหารจัดการโดยคณะกรรมการชมรมอนุรักษ์แห่งโบราณคดีและทรัพยากรธรรมชาติตำบลห้วยขุนราม ซึ่งถือว่าเป็นการบริหารองค์กรโดยภาคประชาชน สภาพปัญหาที่พบ คือ งบประมาณจำกัดเนื่องจากไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมเข้าชมพิพิธภัณฑ และบุคลากรมีจำนวนน้อยเนื่องจากพิพิธภัณฑไม่มีงบประมาณมากพอที่จะจ้างงานบุคลากรเพิ่มเติมได้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า 1) ควรให้หน่วยงานระดับท้องถิ่นของรัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด รวมทั้งองค์กรเอกชนในพื้นที่ เข้ามาสนับสนุนด้านงบประมาณเพื่อแก้ปัญหาด้านรายได้ของพิพิธภัณฑที่นำไปสู่การจ้างงานบุคลากรเพิ่มขึ้นในอนาคต และ 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดการอบรมอาสาสมัครในพื้นที่เพื่อช่วยงานพิพิธภัณฑต่อไป

มัญญา นวลศรี (2553. บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่น กรุงเทพมหานครแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ขอบเขตด้านพื้นที่ของการวิจัย คือ พิพิธภัณฑท์ท้องถิ่น กรุงเทพมหานคร จำนวน 27 แห่ง และกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านพิพิธภัณฑท์ จำนวน 20 ท่าน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ สภาพปัจจุบันในการจัดการพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร โดยรวมนั้นพบว่า ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการพิพิธภัณฑท์ ได้แก่ ขาดแคลนงบประมาณ กิจกรรมที่จัดไม่มีความหลากหลาย บุคลากรไม่มีความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑท์ และมีผู้เข้าชมน้อย ส่วนแนวทางในการจัดการพิพิธภัณฑท์ในด้านจุดมุ่งหมายและนโยบายที่ได้รับนันทามติ มีจำนวน 6 ข้อคือ เพื่อให้เป็นแหล่งธำรงและสืบทอดคุณค่า เอกลักษณ์และมรดกของชาติ เพื่อเป็นแหล่งแสดงวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าวิจัย เฉพาะทาง เพื่อเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ตลอดชีวิตของชุมชน เพื่อส่งเสริมการศึกษานอกระบบ โรงเรียนและการศึกษาตามอัธยาศัย และนโยบายควรเกิดจากความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารจัดการพิพิธภัณฑท์ที่ได้รับนันทามติ มีจำนวน 8 ข้อ คือ เพื่อมุ่งให้ประโยชน์ต่อชุมชน ควรมีแผนงานบริหารจัดการทั้งระยะสั้นและระยะยาว แผนงานระยะยาวควรเป็นแผนที่ มีพื้นฐานมาจากนโยบายของชาติ แผนงานระยะสั้นควรเป็นแผนประจำปีที่สนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย งบประมาณควรมาจากการสนับสนุนของรัฐบาลเป็นหลัก ให้องค์กรท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์และให้การสนับสนุนในการจัดกิจกรรมต่างๆ ควรวางแผน โครงการตามลำดับความสำคัญ ด้านบุคลากรที่ได้รับนันทามติมีจำนวน 7 ข้อ คือ มีความรู้ตรงกับลักษณะงานที่ปฏิบัติ มีใจรักด้านศิลปวัฒนธรรมของชาติ มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศในระดับดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตใจพร้อมให้บริการ ควรเป็นนักสื่อสาร และนักถ่ายทอดที่ดี ควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการศึกษานอกระบบ โรงเรียนและการศึกษาตามอัธยาศัยเป็นอย่างดี ควรจัดให้ไปศึกษาดูงานด้านพิพิธภัณฑท์ทั้งในและต่างประเทศ ด้านกิจกรรมที่ได้รับนันทามติมีจำนวน 6 ข้อ คือ ควรมีการจัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ ควรมีการจัดนิทรรศการทั้งถาวรและชั่วคราว ควรมีการจัดกิจกรรมภาคสนาม ควรมีกิจกรรมหลักที่เป็นจุดเด่น และควรมีการจัดกิจกรรมเสริมเพิ่มเติม ควรจัดกิจกรรมตามความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ควรจัดทำสื่อประเภทต่างๆ เพื่อเผยแพร่ความรู้ ด้านการติดตามประเมินผลที่ได้รับนันทามติ มีจำนวน 7 ข้อ คือ ควรมีการติดตามประเมินผลทุกกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ควรมีการนำผลการประเมินมาใช้ ควรตั้งคณะกรรมการติดตามประเมินผลประกอบด้วยบุคคลภายในและภายนอก ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล ควรมีการเผยแพร่ผลการประเมิน ควรมีการวางมาตรฐาน กำกับตรวจสอบเพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งของการประกันคุณภาพ มีการติดตามประเมินผลด้วยวิธีการที่หลากหลาย ด้านความต้องการการสนับสนุนจากรัฐบาลที่ได้รับนันทามติ มีจำนวน 5 ข้อ คือควรจัด

ให้เป็นวาระแห่งชาติ วรรณรงค์สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอ องค์กรท้องถิ่นควรมีบทบาทอย่างจริงจังในการดูแลพิพิธภัณฑ์ และควรจัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น โดยเฉพาะ

9.1.3 งานวิจัยเกี่ยวกับผลจากการสื่อสาร

กมลเวช นิตยสุทธิ (2535) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การติดต่อสื่อสารภายในโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดทบวงมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า วิธีการติดต่อสื่อสารใช้วิธีการติดต่อสื่อสารทางวาจามากกว่าลายลักษณ์อักษร วิธีการทางวาจาใช้การประชุมกรรมการมากที่สุดและใช้การประกาศเสียงตามสายน้อยที่สุด ปัญหาที่พบมากที่สุดคือการแจกข่าวสารกระชั้นชิดเกินไป ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ ปัญหาน้อยที่สุด คือขนาดของตัวหนังสือและความชัดเจนของการเขียนหรือการพิมพ์

คาโต้ และอาคาโฮริ (Kato & Akahori, 2004) ศึกษาการติดต่อสื่อสารผ่านโดยใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) กับการรับรู้การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-face Communication) ในประเทศญี่ปุ่น เป็นการศึกษารับรู้ของแต่ละบุคคลและภาวะทางอารมณ์ที่มีต่อการสื่อสารแต่ละประเภทโดยใช้เครื่องมือของการติดต่อสื่อสารแบบธรรมดาทั่วไปคือเครื่องคอมพิวเตอร์เปรียบเทียบกับรับรู้ในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าการรับรู้มีผลต่อการความจำ, ความรู้สึกนึกคิดและการเรียนรู้ อารมณ์มีผลต่อการติดต่อสื่อสารและยังบ่งบอกถึงระดับการนำเสนอ ซึ่งข้อดีของการติดต่อสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์คือบุคคลรู้สึกสะดวกสบายและมีความมั่นใจในการตอบสนองของผู้รับ ข้อเสียคือแฝงด้วยความรุนแรงไม่ยิ่งคิดมากกว่าการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า ขาดความเป็นส่วนตัวซึ่งตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การติดต่อสื่อสารผ่านทางคอมพิวเตอร์ และการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า

9.1.4 งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อและผลจากการใช้สื่อประเภทต่างๆ

กัลัญ วรพิทยุต (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางและแนวโน้มการออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ โดยทำการศึกษาในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ความสำคัญ หลักและองค์ประกอบศิลป์ ขั้นตอนการออกแบบ กลยุทธ์และเทคนิคการออกแบบ คุณสมบัติของผู้ออกแบบ และแนวโน้มและทิศทางของการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ การวิจัยหัวข้อดังกล่าวเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง (นักวิชาการและนัก

วิชาชีพ ที่มีความรู้ มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์) แล้วนำผลการสัมภาษณ์ที่ได้มาประมวลผลร่วมกับข้อมูลที่ได้ศึกษาได้จากเอกสาร ตำรา และบทความที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผลการวิจัยที่ได้ สรุปได้ว่า 1) การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ มีความสำคัญมากเนื่องจากสามารถให้ข้อมูลข่าวสารได้หลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม มีราคาในการผลิตต่ำ เจ้าของสินค้าและบริการเลือกใช้ลำดับแรก ที่สำคัญเป็นสื่อที่เข้ากับลักษณะธรรมชาติมนุษย์คือ การอ่านหนังสือที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด 2) องค์ประกอบศิลป์ ที่ทำให้งานออกแบบสวยงามคือ องค์ประกอบ “สี” เนื่องจากมีอิทธิพลในใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ หากพิจารณาที่หลักการออกแบบ จะพบว่า การวางตำแหน่ง และการกำหนดสัดส่วนให้กับงานออกแบบงานโฆษณาเพื่อให้งานมีความโดดเด่นด้วยการประยุกต์ใช้แนวทางการสร้างงานศิลปะประเภทอื่นๆ นั้น จะช่วยทำให้การออกแบบมีความน่าสนใจขึ้น 3) แนวทางศิลปะที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสิ่งพิมพ์นั้น เกิดการย้อนยุคและสามารถนำกลับมาใช้กับงานออกแบบได้เสมอ ฉะนั้นผู้ออกแบบต้องเป็นผู้คาดเดาแนวโน้มของการสร้างงานศิลปะได้เป็นอย่างดี 4) ขั้นตอนการออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ จะเริ่มขึ้นจากการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายด้วยหลัก “จิตวิทยา” การศึกษาคู่แข่ง และการทำงานร่วมกันเป็นทีมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้งานออกมาตรงตามวัตถุประสงค์ 5) กลยุทธ์และเทคนิคการออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ มักเน้นการใช้ “ภาพ” ในการออกแบบ เพราะภาพจะมีผลต่อสายตา และ 6) แนวโน้มและทิศทางของโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์จะมีความหลากหลาย แบ่งเป็นกลุ่มเฉพาะ มีเทคโนโลยีและเทคนิคใหม่ๆ ที่เข้ามาช่วยทำให้การออกแบบมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ คือ นักออกแบบควรมีคุณสมบัติสำคัญ คือ ต้องศึกษาหาความรู้ สนใจติดตามข้อมูลข่าวสาร ศึกษาการเปลี่ยนแปลง รวมถึงพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาทั้งด้านศิลปะ การตลาด นอกจากนี้ ควรเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมทั้งทักษะการวิเคราะห์ ตั้งปัญหาตั้งแต่ประเด็นเล็กๆ จนถึงประเด็นใหญ่ เพื่อฝึกการทำงานเป็นกระบวนการและเป็นขั้นตอนเพื่อให้ผลงานการออกแบบที่เกิดขึ้นนั้นสนองตอบต่อสภาพตลาด และโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้เกิดพฤติกรรมที่สื่อชิ้นนั้นต้องการต่อไป

เอนก อิศระมงคลพันธุ์ และพัชราภา สักดิ์โสภณ (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์โบรชัวร์สำหรับประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ไขว้จิตร ตำบลหารแก้ว อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ไขว้จิตร ตำบลหารแก้ว อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ให้แก่กลุ่มผู้บริโภคให้เข้าใจในคุณค่าของ

งานหัตถกรรมดังกล่าว วิธีดำเนินการวิจัย เริ่มจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับรูปแบบ ขั้นตอนในกระบวนการผลิต วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย กำหนดแนวคิดในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ จัดทำแบบร่าง จากนั้นนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบการออกแบบใน ส่วนของการจัดวางตัวอักษร และภาพประกอบ โดยการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญดังกล่าว ดำเนินการโดยให้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อแบบร่างการออกแบบโบรชัวร์ ผลจากการ ตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญ สรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุดที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.59 ใน เรื่องการจัดวางตัวอักษรและภาพประกอบ ซึ่งเน้นการจัดวางตามหลักการออกแบบเพื่อสร้างความ สมดุลทางความรู้สึกโดยใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่และภาพที่ดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย หลังจาก ได้ผลการตรวจสอบดังกล่าว ผู้วิจัยนำร่างงานออกแบบ ไปผลิตเป็นเป็นงานต้นแบบสิ่งพิมพ์ จากนั้นนำไปสู่การจัดทำสิ่งพิมพ์ประเภทโบรชัวร์โดยใช้ระบบออฟเซตจำนวน 500 เล่ม และส่ง มอบให้กลุ่มหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ไขว้จิตร ตำบลหารแก้ว อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้ ประโยชน์ด้านการประชาสัมพันธ์ต่อไป

9.2 งานวิจัยต่างประเทศ

9.2.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อของแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียน

แจน และฮาเดน (Jant and Haden, Abstract : 2014) ศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของ บทสนทนาและวัตถุจัดแสดง กับการเรียนรู้ของเด็กในพิพิธภัณฑ์ (Conversation and Object Manipulation Influence Children's Learning in a Museum) งานวิจัยดังกล่าว ดำเนินการในสถานที่ สำคัญ ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์ 2 แห่ง และบ้านของกลุ่มผู้ปกครองที่ร่วมโครงการ กลุ่มตัวอย่าง สำคัญของการวิจัย คือ เด็กจำนวน 78 คน ผลการวิจัยพบว่า การใช้พิพิธภัณฑ์เป็นสถานที่สำหรับ การสนทนาและชมวัตถุจัดแสดง (exhibit objects) ภายในพิพิธภัณฑ์นั้น ส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกัน การสื่อสารข้อมูล และการพูดคุยระหว่างเด็กและผู้ปกครอง โดยสิ่งที่สังเกตได้เพิ่มเติม คือ การ สนทนานั้นดำเนินไปอย่างละเมียดละไมและอ่อนโยน ทั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความเห็นว่า ผลจากการวิจัย ครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นว่า พิพิธภัณฑ์ เป็นสถานที่หนึ่งที่สามารถทำหน้าที่เป็นแหล่งเรียนรู้ตาม อธิยาศัย (informal learning center) ได้ดี

เชสมิทสกี และเกรนิเย่ (Przesmitzki and Grenier, Abstract : 2014) ได้ทบทวน วรรณกรรมเกี่ยวกับการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยสำหรับการศึกษาผู้ใหญ่ใน พิพิธภัณฑ์ (Non-formal and Informal Adult Learning in Museums: A Literature Review) สรุปได้ ว่า การจัดกิจกรรมที่มีลักษณะเป็น “การศึกษา” นั้นเป็นงานยากสำหรับหน่วยงานที่เรียกว่า

“พิพิธภัณฑ” เนื่องจากมีปัจจัยแวดล้อมมากมายที่ไม่สามารถคาดเดาและไม่สามารถเข้าใจได้อย่างถ่องแท้ แม้ว่าพิพิธภัณฑจะมีความพร้อมในเรื่องจำนวนของเจ้าหน้าที่ที่จะมาทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องภายในพิพิธภัณฑก็ตาม สิ่งที่ยากมาก คือ การทำความเข้าใจกับความหมายที่ยังคลุมเครือของการจัดการศึกษาแบบนอกระบบหรือแบบตามอัธยาศัยสำหรับการศึกษาผู้ใหญ่ที่ต้องจัดขึ้นในพิพิธภัณฑ ทั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความเห็นว่า แม้ยังไม่สามารถแสวงหาคำตอบได้ว่า การจัดการศึกษาแบบนอกระบบหรือแบบตามอัธยาศัยสำหรับการศึกษาผู้ใหญ่ในพิพิธภัณฑควรทำอย่างไร แต่อย่างน้อย ควรมีจุดเน้นในการหาคำตอบให้ได้ว่า กลุ่มเป้าหมายของการศึกษาผู้ใหญ่แต่ละคนควรมีบทบาทกระตุ้นให้พิพิธภัณฑจัดการเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนอย่างไร และทางพิพิธภัณฑเองควรมีบทบาทกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมสนใจและเกิดการเรียนรู้ได้อย่างไร

สมาคมอเมริกันเพื่อชุมชนและคณะทำงานด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อสารมวลชนอเมริกัน (the American Association of Community and Junior Colleges' Task Force on the Uses of Mass Media for Learning) (2014 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษากการใช้ประโยชน์จากสื่อที่จัดว่าเป็นสื่อเพื่อมวลชนสำหรับส่งเสริมการเรียนรู้ของคนในชุมชน ผลการศึกษาพบว่า “โทรทัศน์” เป็นสื่อมวลชนที่คนส่วนใหญ่เกือบทุกคนชั้นสามารถเข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง และเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่ข้อมูลของวิทยาลัยหลายแห่งในชุมชน โดยมีข้อเสนอแนะสำหรับวิทยาลัยชุมชนเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ สรุปได้ดังนี้ (1) ควรกำหนดกิจกรรมที่ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างวิทยาลัยและคนในชุมชน (2) ควรกำหนดรายการที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ให้มีความหลากหลายเพื่อเชื่อมโยงสัมพันธ์ภาพระหว่างสถานีโทรทัศน์ และ (3) กิจกรรมหรือรายการที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ควรคำนึงถึงบทบาทของเทคโนโลยี ความเปลี่ยนแปลงด้านประชากร โดยบูรณาการร่วมกับกิจกรรมที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายวัยผู้ใหญ่สนใจการเรียนรู้ตลอดชีวิตมากขึ้น

9.2.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารและเนื้อหาในสื่อ

กรีนวูด (Daniel R. Greenwood, 2003 : Abstract) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพการสื่อสารของสื่อทุกประเภท (Communicating Ability in All Media Forms) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบที่อยู่ในสื่อต่างๆ ว่าแต่ละองค์ประกอบนั้น มีผลต่อการสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างไร 2) วิเคราะห์ระดับความสามารถในการสื่อสารข้อมูล (Media Literacy) ในรูปแบบของเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อเป้าหมายว่าสามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงและเข้าใจข้อมูลในสื่อได้หรือไม่ เพียงใด (Access and Understand) 3) ศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบ

3 ส่วน ได้แก่ ภาพ คำ และเสียง (Images, Words and Sounds) ว่ามีผลต่อวัฒนธรรมสื่อมวลชนร่วมสมัย (Contemporary Mass Media Culture) อย่างไร สื่อที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา คือ สื่อในรูปแบบสิ่งพิมพ์และรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Print and Electronic Forms) ผลการศึกษาสรุปได้ว่า 1) “สาร” (Messages) หรือเนื้อหา (Content) หรือข้อมูล (Information) ที่อยู่ในสื่อต่างๆ นั้น มีอิทธิพลและสามารถกำหนดความรู้สึก (Feelings) วิธีการคิด (Thinking) ของกลุ่มเป้าหมายของสื่อเหล่านั้นได้ นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างแรงบันดาลใจและสร้างคำจำกัดความเกี่ยวกับคำว่าวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งยังชี้นำแนวโน้มของแฟชั่นได้ด้วยเช่นกัน ตัวอย่างของอิทธิพลจาก “สาร” (Messages) ในสื่อต่างๆ ซึ่งมีผลต่อคนในสังคมอเมริกันในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เช่น สื่อที่มีเนื้อหาสรุปได้ว่า “การสูบบุหรี่ในกลุ่มสตรี เป็นสิ่งที่ยอมรับได้และเป็นที่ยอมรับปรารถนา ส่วนของบุหรี่ยุคก่อนหน้านั้น เป็นสัญลักษณ์ของ “คอบไฟแห่งเสรีภาพ” เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้ “สาร” (Messages) ในสื่อต่างๆ จะมีอิทธิพลต่อคนในสังคม แต่การกำหนด “สาร” (Messages) เหล่านั้น อาจไม่ละเอียด ไม่ระมัดระวัง ไม่ชัดเจน ไม่ยึดถือความเป็นเหตุเป็นผล ไม่มีความหนักแน่นของข้อมูล หรือไม่ให้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากพอที่จะนำไปสู่พฤติกรรมกรบิโภคตามเป้าหมายของสื่อเท่าใดนัก เช่น “สาร” (Messages) ในสื่อบางอย่างสร้างความสับสนแก่กลุ่มเป้าหมายในเรื่องของสถานที่จัดจำหน่าย บางสื่อนำเสนอตราสินค้าอย่างไม่โดดเด่นทำให้กลุ่มเป้าหมายไม่เกิดความจดจำในตัวสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้ หลักสำคัญการกำหนดและวิเคราะห์ประสิทธิผลของ “สาร” (Messages) ในสื่อต่างๆ มี 5 ประการ คือ 1) ใครเป็นผู้กำหนดสารนั้น 2) สารนั้นมีเป้าหมายในการสื่อสารอย่างไร 3) เทคนิคใดที่นำมาใช้ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย 4) ในสารนั้นมีประเด็นสำคัญใดบ้าง และ 5) สิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากกลุ่มเป้าหมายได้รับสารแล้วคืออะไร

สำนักประเมินหลักสูตรแห่งรัฐวิกตอเรีย ประเทศออสเตรเลีย (Victorian Curriculum and Assessment Authority, Australia) (2011, pp. 13-20) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การออกแบบการศึกษาเกี่ยวกับสื่อในหลักสูตรประกาศนียบัตรของรัฐวิกตอเรีย (Media : Victorian Certificate of Education Study Design) โดยผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้ 1) ข้อความที่ปรากฏในสื่อต่างๆ (Media texts) เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ผู้ออกแบบสื่อต้องกำหนดขึ้นโดยผ่านกระบวนการคัดสรรข้อความ การกำหนดข้อความตามวัตถุประสงค์ และการทำให้ข้อความนั้นเป็นตัวแทนในการบรรยายเหตุการณ์ ความคิด หรือเรื่องราว (Representation) ซึ่งจะบรรยายแบบเรียบง่ายเป็นธรรมชาติหรือเน้นความจริงจังเพื่อสื่อถึงโลกแห่งความเป็นจริงก็ได้ แต่ทั้งนี้ การกำหนดข้อความให้ปรากฏในสื่อต่างๆ นั้น ต้องตระหนักด้วยว่า ข้อความเหล่านั้นอาจไม่สอดคล้องกับประสบการณ์ตรงของกลุ่มเป้าหมาย อันเนื่องมาจากกลุ่มเป้าหมายแต่ละคนมีความแตกต่างใน

ลักษณะส่วนตัว บริบทการใช้ชีวิต สภาพทางสังคม ฯลฯ ซึ่งผู้ออกแบบสื่อต้องพยายามป้องกันหรือแก้ปัญหาด้วยการนำเสนอข้อความในสื่อหลากหลายประเภทและหลากหลายช่องทาง ด้วยเหตุนี้ การสร้างข้อความให้เป็นตัวแทนในการบรรยายเหตุการณ์ ความคิด หรือเรื่องราว (Representation) จึงต้องให้ความสำคัญกับการคัดสรรองค์ประกอบที่เป็น ภาพ (Images) คำ (Words) เสียง (Sounds) แนวความคิด (Ideas) รวมทั้งวิธีการในการนำเสนอ การเชื่อมโยง และการจัดระเบียบองค์ประกอบดังกล่าว ควบคู่กับการจัดระดับความจริงจตอปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อและการกำหนดข้อความในสื่อครั้งนั้นๆ ว่าควรมีน้อยเพียงใด เช่น ระดับความจริงจตอในเรื่องโลกลงความเป็นจริง (Realism) ความจริงจตอประเด็นทางวัฒนธรรม หรือทางประวัติศาสตร์ (Cultural and historical contexts) เป็นต้น 2) กระบวนการสร้างสรรค์สื่อ ควรประกอบด้วยขั้นตอนหลักๆ ดังนี้ คือ ขั้นตอนลงมือสร้างผลงานจริง (Pre-production) ขั้นตอนสร้างผลงานจริง (Production) และขั้นตอนติดตามหลังการสร้างผลงานจริงเสร็จสิ้น (Post-production) ซึ่งในแต่ละขั้นตอนหลัก จะมีขั้นตอนย่อยอีกมากมายและต้องอาศัยบุคลากรที่มีความชำนาญด้านต่างๆ จำนวนไม่น้อยเช่นกัน 3) การเล่าเรื่องหรือการพรรณนาเรื่องราว (Narrative technique) เป็นเทคนิคสำคัญอีกประการหนึ่งในการสร้างสรรค์สื่อ โดยเฉพาะสื่อที่มีทั้งมิติดภาพ และเสียง อาทิเช่น สื่อภาพยนตร์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ ทั้งนี้ ผู้ออกแบบสื่อดังกล่าวต้องเรียนรู้เทคนิคการเล่าเรื่องหรือการพรรณนาเรื่องราว (Narrative technique) เพื่อโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจความหมายของ “ข้อความ” (Texts) ที่ส่งผ่านสื่อข้างต้นได้ตามเป้าหมายต่อไป 4) ความสัมพันธ์ระหว่างข้อความในสื่อ (Media texts) กับค่านิยมของสังคม (Society’s values) เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้ออกแบบสื่อต้องนำมาพิจารณาในกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน เนื่องจากข้อความในสื่อ (Media texts) สามารถสะท้อนความคิดเกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม หรือความเป็นไปขององค์กรทางสังคมต่างๆ ได้ ด้วยเหตุนี้ ผู้ออกแบบสื่อจึงต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์แนวคิดสำคัญๆ รวมทั้งทัศนคติเชิงสังคม และข้อถกเถียงในประเด็นต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เพื่อนำการวิเคราะห์นั้นไปประยุกต์ใช้ในการสร้างข้อความให้เป็นตัวแทนในการบรรยายเหตุการณ์ ความคิด หรือเรื่องราว (Representation) ต่างๆ ให้ปรากฏในสื่อที่ต้องการออกแบบได้อย่างตรงตามวัตถุประสงค์ต่อไป 5) อิทธิพลของสื่อ เป็นสิ่งที่ผู้ออกแบบสื่อต้องเรียนรู้ เนื่องจากอิทธิพลของสื่อเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ที่แฝงในความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับกลุ่มเป้าหมายและขยายผลไปสู่กลุ่มชุมชนในขอบเขตที่กว้างขึ้น ทั้งนี้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังกล่าว สามารถใช้ตัวแบบ (Models) ต่างๆ ได้ตามความเหมาะสม เช่น ตัวแบบการสื่อสาร ตัวแบบเศรษฐศาสตร์การเมือง ตัวแบบทางวัฒนธรรม ประเพณี เป็นต้น

วิลสัน (Wilson, Jane, 2013: Abstract) ได้ทำการศึกษาวิจัยด้านการประเมินสื่อ (Media Evaluation Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบของสื่อที่มีผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวทางการศึกษาแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยนำวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) มาใช้สอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารในฐานะเป็นตัวแทนของกลุ่มผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์โดยตรง ผลการศึกษาสรุปได้ว่า องค์ประกอบสำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจและส่งผลกระทบต่อความคิดของกลุ่มเป้าหมาย คือ 1) ข้อความหลักหรือพาดหัว (Headlines) 2) ข้อความใต้ภาพ (Caption) และ 3) ภาพประกอบ (Pictures) ที่สัมพันธ์ต่อการนำเสนอแนวคิดที่แฝงไว้ในตราสินค้าหรือตราสัญลักษณ์ (Brand name or Logo) ของสิ่งที่ต้องการสื่อสาร องค์ประกอบทั้ง 3 ประการดังกล่าวเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการออกแบบและนำเสนอสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากผู้อ่านหรือกลุ่มเป้าหมายนั้นมักจะอ่านสิ่งที่โดดเด่นซึ่งมองเห็นก่อนองค์ประกอบย่อยอื่นๆ ซึ่งต่างจากสิ่งพิมพ์ที่เป็นเอกสารสารคดีที่บรรจุข้อความมากมายซึ่งอาจถูกนำเสนอโดยไม่มีจุดเด่นของงาน

9.2.3 วิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างสื่อต่างประเภท

บริษัทวิจัยการตลาดชื่อ IPSOS (2011 : Abstract) ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ที่กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของสื่อสิ่งพิมพ์เปรียบเทียบกับสื่อประเภท โดยทำการศึกษาเมื่อปี ค.ศ. 2011 ประเด็นที่มุ่งหาคำตอบคือ สื่อสิ่งพิมพ์ยุคดั้งเดิม (Traditional Print) เป็นสื่อที่เสื่อมความนิยมแล้วหรือไม่ท่ามกลางสังคมยุคใหม่ในปัจจุบัน การศึกษาดังกล่าวใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจความคิดเห็น กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคชาวยุโรป จำนวน 4,000 ราย ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ 1) กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 80 ยังชื่นชอบการอ่านข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อที่เป็นกระดาษมากกว่าสื่อดิจิทัล 2) กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 83 ยังรู้สึกว่าการอ่านข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์สร้างบรรยากาศที่สดใสรื่นรมย์กว่าการอ่านข้อมูลจากสื่ออื่นๆ 3) กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 78 แสดงความเห็นว่าการอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อที่เป็นกระดาษ เป็นสื่อที่น่าจับต้องมากกว่า ซึ่งผลทั้ง 3 ข้อนี้ สะท้อนให้เห็นว่า สื่อที่สามารถสัมผัสได้ทางกายเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งของการมีประสบการณ์ด้านการอ่านของผู้อ่าน นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้ออภิปรายเพิ่มเติม สรุปได้ดังนี้ ประการที่ 1) สื่อสิ่งพิมพ์มีคุณสมบัติในเชิงกายสัมผัส (Physical Copies) ซึ่งสร้างความพึงพอใจให้กับผู้อ่านมากกว่าสื่อดิจิทัล เนื่องจากเหตุผลหลายประการซึ่งรวบรวมได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) ดังนี้คือ (1.1) การถือสิ่งพิมพ์ในมือมีความสะดวกสบายกว่าถือสื่อเทคโนโลยีและเป็นของตกแต่ง โตะกาเพให้สวยงามมากขึ้นด้วย (1.2)

ความคุ้นเคยในการอ่านข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์จะทำให้ผู้อ่านสามารถจับใจความสำคัญได้เร็วกว่าสื่อดิจิทัลที่มีจุดเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาอื่นๆ มากมาย (1.3) สื่อดิจิทัลเป็นปัจจัยทำให้ผู้อ่านผูกติดอยู่กับข้อมูลบนหน้าจออย่างยาวนานเกินไป ในขณะที่การอ่านข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ทำให้ผู้อ่านคำดิ่งในหน้ากระดาษมากเท่ากับสื่อดิจิทัล ประการที่ 2) ข้อมูลในสื่อสิ่งพิมพ์สามารถแทรกซึมเข้าไปในความจดจำของผู้อ่านมากกว่าสื่อดิจิทัลเนื่องจากมีข้อสนับสนุนจากผลการศึกษาของแหล่งอื่นๆ ดังนี้ (2.1) บราวน์ (Millward Brown) ระบุว่า สาร (Messages) อันประกอบด้วย ข้อความ ตัวอักษร หรือภาพที่สื่อสารบนสื่อสิ่งพิมพ์ที่สัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสหลายส่วนของมนุษย์นั้น จะเข้าไปสู่ความทรงจำในสมองมนุษย์ได้ดีกว่าสารที่ปรากฏบนสื่อออนไลน์ และ (2.2) บริษัทอินเนอร์สโคป (Innerscope Research Inc.) ได้ทำการวิเคราะห์ว่า สื่อสิ่งพิมพ์มีผลต่อการรับรู้ของมนุษย์มากกว่าสื่อดิจิทัลเนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์มี “สาร” ที่กระตุ้นให้ผู้อ่านคิดมากขึ้นในส่วนที่เห็นว่ามีประเด็นหรือหัวข้อซับซ้อน น่าคิด น่าสนใจ ซึ่งการทำให้ผู้อ่านคิดมากขึ้น จะทำให้ข้อมูลเหล่านั้นติดอยู่ในความทรงจำของผู้อ่านมากขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ ข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ยังมีความน่าเชื่อถือมากกว่าเมื่อเทียบกับสื่อดิจิทัล ในขณะที่สื่อดิจิทัลสามารถนำเสนอข้อมูลได้หลายมิติ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่า อย่างไรก็ตาม ข้อสรุปของการวิจัยครั้งนี้ คือ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลต่างก็มีข้อดีข้อด้อยต่างกัน โดยข้อดีของสื่อหนึ่งสามารถทดแทนข้อด้อยของอีกสื่อหนึ่งได้ ซึ่งผู้ออกแบบควรเลือกใช้อย่างเหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของการสร้างสื่อครั้งนั้นๆ

10. สรุปการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น สรุปได้ว่า สื่อประเภทต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ 3 มิติ (เช่น เสื้อยืด) และสื่อทางอินเทอร์เน็ตนั้น มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจทั้งในแง่การส่งเสริมการขายและการตลาดของสินค้าและบริการที่ปรากฏอยู่ในตลาดผู้บริโภค นอกจากนี้ สื่อเหล่านั้น ยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และบทบาทขององค์กรหนึ่งๆ ให้สังคมได้รู้จักในวงกว้างมากขึ้นด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม สื่อเหล่านั้น ควรได้รับการออกแบบที่ตอบสนองต่อลักษณะการรับรู้และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีการตอบสนองหรือเกิดพฤติกรรมการบริโภคสินค้าหรือบริการขององค์กรนั้นๆ ตามที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้ อย่างไรก็ตาม สำหรับองค์กรที่มีพันธกิจในขอบข่ายการพัฒนาสังคม เช่น องค์กรด้านการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชนนั้น มีความจำเป็นต้องใช้สื่อประเภทต่างๆ ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ การใช้สื่อดังกล่าว มิใช่เป็นการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการ แต่การใช้สื่อขององค์กรดังกล่าว ดำเนินการไปเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์บทบาทขององค์กรเพื่อให้สังคมได้รับทราบและนำมาซึ่งการสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ ต่อไป