

## การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ร่วมกับสื่ออินเทอร์เน็ตแอกทีฟ กรณีศึกษา : สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเกม AR สำหรับสาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟและเกม

The Public Relations Media Creation Cooperation with Print Media and Interactive Media: The Case Study of Public Relations Media in form of AR Game for Interactive and Game Departmen

ณัฐกมล กุณสุวรรณ<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยจากผลงานสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเกม AR ของสาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟและเกม คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาการออกแบบ และการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ โดยการใช้อสื่อในรูปแบบเกม AR (Augmented Reality หรือความจริงเสริม) 2. เพื่อสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำเสนออัตลักษณ์ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟและเกม 3. เพื่อสร้างสรรค์สื่อที่ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูล และส่งเสริมประสบการณ์ในการเรียนรู้ได้ วิธีดำเนินการวิจัย คือการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย จากการศึกษาทางด้านทฤษฎี และผลงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องทางด้านการออกแบบ และเทคโนโลยี รวมถึงการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรในกลุ่มเป้าหมาย จากการพูดคุย สัมภาษณ์ความคิดเห็น เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ของสาขา ที่เคยใช้ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ และสร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งได้ผลออกมาเป็นงานสร้างสรรค์นี้ และผลความพึงพอใจจากการใช้สื่อ มีคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ถึง พอใจมากที่สุด (4.13 – 4.80) ในหัวข้อหลักของการวัดผล คือด้านความสวยงาม ด้านการสื่อสาร ด้านการนำเสนออัตลักษณ์ของสาขา ด้านการใช้งาน และการใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอ

คำสำคัญ : สื่ออินเทอร์เน็ตแอกทีฟและเกม สื่อประชาสัมพันธ์ เกม เทคโนโลยีความจริงเสริม

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำ, คณะดิจิทัลมีเดีย สาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟและเกม มหาวิทยาลัยศรีปทุม

## Abstract

The purpose of this research is to: 1) create an advertising media application. Utilizing AR technology (deployed by The Department of Interactive and Game Design, School of Digital Media, Sripatum University). 2) to study the pedagogical potential of AR technology in advertising media that might be demonstrated and 3) to develop a design framework to guide the creation of an AR application that could enhance users' learning capability through 'experiential learning'. Research methods and data collection procedures of the target group(s) include, but not limit to, content analysis, demographic analysis, design and augmented technology theories. Further data collection methods include open-end interview, opinion elicitation (on department's advertising strategy) to gain insights on how the AR application design could be improved further. Preliminary outcomes ranged from 'Satisfied' to 'Very Satisfied' (4.13-4.80). The main categories responsible for high score include: artistic style, communicability, department's identity, usability, and presenting technology.

**Keywords :** Interactive and game media, Public Relations media, Game, Augmented Reality

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์สาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตและเกม รูปแบบหนึ่งที่ใช้คือการสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อย่างแผ่นพับ หรือโบรชัวร์ (Brochure) ที่สาขาสามารถสร้างสรรค์ออกมาได้อย่างสวยงาม พร้อมเนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสาขาเบื้องต้นที่สำคัญ แต่หลายครั้งมักได้รับความสนใจแค่ทางด้านความสวยงาม หรือไม่ค่อยมีคนสนใจอ่านข้อความที่ต้องการสื่อสาร เช่น เนื้อหาของสาขาวิชา หรือวิชาที่จะต้องเรียน เป็นต้น หรือไม่สามารถเข้าใจถึงรูปแบบและเนื้อหาการเรียนได้อย่างชัดเจน เพราะไม่สามารถสื่อสารให้เข้าใจถึงลักษณะเด่นว่าอะไรคืออินเทอร์เน็ตและเกม จึงต้องมีการกลับมาศึกษาว่ารูปแบบการสื่อสารใดที่จะสามารถสร้างให้เกิดการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น

พฤติกรรมการเรียนรู้ของเด็กนักเรียนมัธยมปลายที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการใช้สื่อ ถูกจัดอยู่ในกลุ่ม Generation Z ซึ่งภาพรวมโดยสรุปจากเอกสารเผยแพร่ของ TCDC ชื่อ Trend 2018 ในเรื่องของเจเนชันโฟกัส มีลักษณะที่ต้องการเข้าถึงข้อมูล ในรูปแบบที่ไม่ใช่การโฆษณาหรือการถูกป้อนข้อมูล ฟังพอใจในการค้นหา และเลือกจะเชื่อในข้อมูลใดๆด้วยตัวเอง สนใจในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆรวมถึงการชื่นชอบในการใช้งานเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ รวมถึงมีความ

คุ้นเคยกับการเล่นเกมเป็นอย่างดี ดังนั้นการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกับกลุ่มนี้ จึงต้องใช้สื่อที่ตอบสนองพฤติกรรมดังกล่าวได้

ด้วยจุดเด่นของสื่ออินเทอร์เน็ตแอกทีฟ คือการที่ผู้ใช้สามารถปฏิสัมพันธ์ (Interaction) หรือตอบโต้กับสื่อเพื่อการเข้าถึงเนื้อหา หรือในการรับรู้ข้อมูลได้ เป็นการรับรู้ข้อมูลด้วยการมีส่วนร่วมที่สามารถสร้างให้เกิดประสบการณ์ของผู้ใช้ (User Experience) ที่ดี (<https://www.slideshare.net/jenleetaylor/the-effect-of-interactive-and-traditional-media-on-relationship-building>) อันจะเป็นการสร้างความประทับใจ และสร้างความผูกพันกับแบรนด์ได้ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแอกทีฟร่วมกับเกมในการประชาสัมพันธ์เนื้อหาข้อมูล จึงเป็นวิธีการที่น่าจะตอบสนองต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของสาขา คือความทันสมัย และการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ได้

งานวิจัยสร้างสรรค์นี้จึงเป็นการศึกษา เพื่อการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นการใช้งานร่วมกันระหว่างสื่อดั้งเดิม คือโทรทัศน์ และสื่อใหม่ คือสื่ออินเทอร์เน็ตแอกทีฟในรูปแบบ AR เป็นงานสร้างสรรค์เชิงทดลอง เพื่อเป้าหมายในการสื่อสารให้รับรู้ถึงอัตลักษณ์ (Identity) และข้อมูลการเรียนของสาขา ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตแอกทีฟและเกม อันจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และสร้างประสบการณ์การใช้งานที่น่าประทับใจ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ (Image) ที่ดีของสาขาต่อกลุ่มเป้าหมาย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัยสร้างสรรค์

1. เพื่อศึกษาการออกแบบ และสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ โดยการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแอกทีฟในรูปแบบเกม AR
2. เพื่อสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ ที่สามารถนำเสนออัตลักษณ์ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟและเกม
3. เพื่อสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์สาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟและเกม ที่ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูล และส่งเสริมประสบการณ์ในการเรียนรู้ได้

### กรอบแนวคิดในการ

การวิจัยเชิงสร้างสรรค์นี้ตั้งอยู่บนแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยี ในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ตอบสนองต่อพฤติกรรม และรูปแบบในการรับรู้ของคนในกลุ่ม Generation Z ที่อยู่ในช่วงอายุ 16 – 19 ปี โดยนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแอกทีฟในรูปแบบ AR (Augmented Reality) มาเป็นส่วนสำคัญของการนำเสนอข้อมูล โดยใช้หลักแนวคิดจากทฤษฎีการรับรู้ (Perception Theory) ที่บอกถึงการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับ การรับรู้ และการรับรู้ที่ดีก็เกิดจาก

การแปลความหมายจากสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพเช่นกัน รวมถึงการศึกษาจากแนวคิดทางด้านสัญวิทยา (Semiology) หรือสัญศาสตร์ (Semiotics) เป็นเรื่องของการก่อเกิดความหมาย ที่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวคน กับสิ่งแทนความทั้งหลาย เพื่อสร้างงานในรูปแบบของการออกแบบกราฟิก ที่สามารถสื่อสารต่อผู้รับให้เข้าใจสิ่งที่ต้องการสื่อสารได้

## การดำเนินงานวิจัยและการทำงานสร้างสรรค์

การดำเนินงานวิจัยจากผลงานสร้างสรรค์นี้มีขั้นตอนหลักที่ต้องดำเนินการเกี่ยวข้องกับการทำงาน แบ่งออกได้เป็น 6 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1. การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะ และพฤติกรรมการเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชากรในกลุ่ม Gen Z โดยการสรุปจากเอกสาร บทความ และความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ของสาขาด้วยการสอบถามความคิดเห็นด้วยวิธีการสัมภาษณ์ ทั้งแบบตัวต่อตัว และเป็นกลุ่ม รวมถึงการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ฟประเภทต่างๆจากเอกสาร และผลงานสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยสร้างสรรค์นี้ ประกอบด้วยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตที่ฟและเกม คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่มีช่วงอายุระหว่าง 16 -19 ปี และนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่มีช่วงอายุระหว่าง 16 -19 ปี จากโรงเรียนที่คณะดิจิทัลมีเดียได้ออกไปทำกิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อ

2. การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของสาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตที่ฟและเกม เพื่อวิเคราะห์ และสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบภาพลักษณ์ที่จะนำเสนอ และเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอผ่านกราฟิก

2.1 ศึกษาลักษณะของนักศึกษาในสาขาทั้งหญิง ชาย และลักษณะการเรียนการสอน เพื่อกำหนดอัตลักษณ์ของสาขา และความเป็นตัวตนของนักศึกษาที่เรียนในสาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตที่ฟและเกม

2.2 ศึกษาในรายละเอียดของเนื้อหาการเรียนของแต่ละรายวิชาในสาขา เพื่อนำคำสำคัญ (Key Message) ของแต่ละวิชา มาสร้างรูปไอคอนกราฟิก (Graphic Icon) ที่สื่อสาร เชื่อมโยงถึงแต่ละรายวิชาได้

3. ออกแบบ และพัฒนาโปรซัวร์โดยใช้รูปถ่ายของนักศึกษา และอุปกรณ์ทางด้านอินเทอร์เน็ตที่ฟ เช่นแว่น VR เกมคอนโทรลเลอร์ หูฟังสำหรับเล่นเกม เป็นต้น เพื่อแสดงออกถึงลักษณะการเรียน และบุคลิกภาพของนักศึกษาในสาขา

3.1 คัดเลือกนักศึกษาที่มีบุคลิกภาพที่สามารถสื่อสารความเป็นตัวตนของนักศึกษา และสื่อถึงอัตลักษณ์ของสาขาได้

3.2 พัฒนาโปรซัวร์โดยใช้รูปถ่ายของนักศึกษา และอุปกรณ์ทางด้านอินเทอร์เน็ตที่ฟ เป็นจุดเด่น หรือจุดดึงดูดความสนใจในงาน

3.3 ออกแบบโดยใช้องค์ประกอบกราฟิก (Design Elements) แบบ 2 มิติ เพื่อใช้ในการจัดองค์ประกอบในโบรชัวร์ร่วมกับภาพถ่ายของนักศึกษา

4. ออกแบบ และพัฒนากราฟิกแบบ 2 มิติ และรูปทรง (Model) 3 มิติ สำหรับสร้างเป็นภาพความจริงเสริม

4.1 ออกแบบ และพัฒนาไอคอนกราฟิก 2 มิติ ที่สื่อความหมายแทนเนื้อหาของแต่ละรายวิชา จำนวน 14 รายวิชา แบ่งเป็นของวิชาที่เลือกอินเทอร์แอกทีฟ 4 รายวิชา วิชาที่เลือกเกม 4 รายวิชา และรายวิชาที่เป็นทักษะพื้นฐาน 6 รายวิชา

4.2 สร้างตัวละคร (Character) 3 มิติ ที่มีบุคลิกลักษณะเชื่อมโยงกับภาพนักศึกษาที่ใช้ในโบรชัวร์

4.3 ออกแบบ และพัฒนาองค์ประกอบ 3 มิติต่างๆ เพื่อจะใช้สร้างเป็นฉากในการเล่นเกม

4.4 ออกแบบ และพัฒนากราฟิก 2 มิติ สำหรับใช้เป็นองค์ประกอบการแสดงผลใน AR

5. ระบบของเกม และ AR

5.1 นำทั้งกราฟิก 2 มิติ กราฟิก 3 มิติ ตัวละคร 3 มิติ และองค์ประกอบของรูปทรง 3 มิติต่าง ๆ มาจัดวางเพื่อสร้างเป็นโลกเสมือนในระบบ AR

5.2 พัฒนาใส่ระบบการเล่นเกมที่ให้กับตัวละคร และฉาก 3 มิติ

5.3 พัฒนาระบบโดยเซิร์ฟเวอร์ในคอมพิวเตอร์เพื่อสร้างการแสดงผลในรูปแบบ AR

5.4 แอปพลิเคชันสำหรับใช้เพื่อการเข้าถึงระบบ AR ในสมาร์ทโฟน

6. ทดลองใช้งาน

6.1 นำต้นแบบไปทดลองใช้ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาในคณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม และผู้เชี่ยวชาญทางด้านอินเทอร์แอกทีฟและเกม เพื่อสังเกตการใช้งาน ความพึงพอใจ และข้อคิดเห็น

6.2 นำผลการทดลองมาสรุป วิเคราะห์ เพื่อปรับ และพัฒนาเป็นผลงานจริง

7. นำผลงานไปใช้ประโยชน์

7.1 ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์สาขาการออกแบบอินเทอร์แอกทีฟและเกม ในโรงเรียนที่คณะดิจิทัลมีเดียได้ออกไปแนะแนวการศึกษา

8. สรุป และประเมินผล

8.1 สรุป และประเมินผลงานจากการแบบสอบถามความพึงพอใจ ของกลุ่มเป้าหมาย

8.2 สรุป และประเมินผลงานจากการสังเกตพฤติกรรมในระหว่างการใช้งานสื่อของกลุ่มเป้าหมาย และจากการสอบถามพูดคุย

## การสร้างสรรคผลงาน

### 1. โบร์ชัว

ความสำคัญของแผ่นโบร์ชัวนี้ นอกจากจะมีต้องการออกแบบให้สวยงาม และมีรูปแบบ (Style) ที่เข้ากับวัย และไลฟ์สไตล์ เพื่อกระตุ้นความสนใจของกลุ่มเป้าหมายแล้ว ยังมีความสำคัญใน 2 ด้าน คือ

- 1) เป็นที่แสดงข้อมูลเบื้องต้นของสาขา
- 2) โบร์ชัวนี้เป็น “Marker” สำหรับการประมวลผลเพื่อนำเสนอข้อมูลแบบ AR เมื่อใช้ดูผ่านกล้องบนโทรศัพท์มือถือ

แนวความคิดในการออกแบบ (Concept Design) โบร์ชัว จากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบสื่อ ควรให้ความสำคัญของการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายจากโบร์ชัวด้วยกัน จากการออกแบบครั้งแรกที่เป็นเพียงการใช้รูปนักศึกษา จึงได้ปรับตามคำแนะนำโดยการออกแบบเพิ่มการแสดงให้เห็นถึงตัวตนของการเรียนในสาขามากขึ้น เป็นแนวคิดของการ์ดเกม (Game Card) ซึ่งมีที่มาจากเกมกระดาน (Board Game) อันเป็นที่นิยมเล่นในเด็กกลุ่มเป้าหมายนี้ด้วย และสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดของการใช้โบร์ชัวนี้เป็นส่วนหนึ่งของการเล่นเกม AR ด้วย โดยแนวทางในการออกแบบเน้นที่การใช้สีที่สด และไล่ค่าน้ำหนักที่แตกต่างกัน ร่วมกับการใช้เส้นตรงบาง ๆ เพื่อนำสายตาไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในโบร์ชัว



ภาพที่ 1 การออกแบบ และจัดองค์ประกอบภาพ

การใช้ตัวอักษรในโบร์ชัวมีการใช้งาน 2 รูปแบบ คือ

- ส่วนที่เป็นหัวเรื่อง (Heading) หรือข้อความสำคัญ จะเน้นให้มีความโดดเด่นมากที่สุด ด้วยการใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ และ ในกรณีของตัวหนังสือในโบร์ชัวนี้ คือในส่วนของชื่อสาขาคือคำว่า Interactive and Game Design ซึ่งเป็นชื่อสาขา และชื่อของวิชาที่เลือกที่แบ่งเป็น Interactive และ Game

- ส่วนที่เป็นข้อความ หรือเนื้อหา (Content) จะใช้รูปแบบของตัวอักษรที่มีรูปแบบเรียบง่าย เพราะต้องเป็นส่วนที่อธิบายข้อความที่มีขนาดยาว และมีขนาดตัวอักษรที่เล็กกว่า จึงต้องเลือกใช้ตัวอักษรในประเภทที่ไม่มีหัวสามารถอ่านได้ง่าย

นอกจากจะใช้ขนาดของตัวอักษรมาเป็นลักษณะในการจัดวางองค์ประกอบแล้ว สิ่งที่สำคัญถึงในการออกแบบให้เห็น และอ่านออกได้ชัดเจน คือเรื่องของการใช้สี เพื่อให้เห็นชัดเจน และอ่านง่าย โดยการให้หลักการจัดองค์ประกอบในเรื่องของการตัดกัน (Contrast) โดยใช้รูปแบบ ดังนี้

- การใช้การตัดกันด้วยความเข้มความอ่อนของสี (Dark and Light Colors) นั่นคือ การใช้สีที่มีความสว่างกับความเข้ม ใช้กับสีของตัวอักษร และสีของด้านหลัง (Background)



ภาพที่ 2 การตัดกันด้วยความเข้มความสว่างของสี ระหว่างสีตัวอักษรและสีพื้นหลัง

- การใช้การตัดกันด้วยพื้นผิว (Texture) ในส่วนที่เป็นโลโก้ของมหาวิทยาลัยศรีปทุม และโลโก้ของคณะดิจิทัลมีเดีย เพื่อให้ตัวโลโก้ชัดเจนขึ้นมาจากสีของแบคกราวด์



ภาพที่ 3 การตัดกันด้วยพื้นผิว

## 2. โลกความจริงเสริม 3 มิติ

ข้อมูลที่จะได้จากในโลกของความจริงเสริม คือรายวิชาที่ต้องเรียนของแต่ละกลุ่มวิชาชีพ เลือก โดยมีการใส่ระบบของเกมเข้าไป เพื่อสร้างประสบการณ์ (Experience) การรับรู้ที่เข้ากับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม (Engagement) ของกลุ่มเป้าหมายซึ่งจะเป็นผู้เล่นเกมในการค้นหาข้อมูล

ขั้นตอนการดำเนินงานจะแบ่งได้เป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่

1. ขั้นตอนการสร้างเนื้อหา (Content) ที่เป็นงาน 3 มิติ
2. ขั้นตอนการพัฒนางาน AR โดยการเขียนโปรแกรมในคอมพิวเตอร์ โดยมีในเรื่องของ

ระบบการแสดงผลของ AR และระบบการเล่นเกม










### 1. ขั้นตอนการสร้างเนื้อหา (Content) ที่เป็นงาน 3 มิติ

- การสร้างภาพกราฟิก 3 มิติ จากเนื้อหารายวิชา


จากข้อมูลรายวิชาของสาขาทั้งหมด เพื่อไม่ให้เยอะเกินไป และให้เหมาะสมกับการนำมาใช้ในสื่อ จึงเลือกเฉพาะรายวิชาที่จะสามารถสื่อสารได้ชัดเจนถึงวิชาชีพอินเทอร์แอคทีฟ และวิชาซีพเกม โดยรายวิชาที่เลือกนำมาใช้เหล่านี้ จะถูกนำมาปรับชื่อเรียกให้ง่ายขึ้นเพื่อเป็นข้อความสำคัญหรือ Key Message สั้นๆ และออกแบบการสื่อสารให้อยู่ในรูปแบบกราฟิก 2 มิติ ก่อนในขั้นแรกและแปลงรูปทรงให้เป็น 3 มิติ เพื่อนำไปใช้ประกอบร่วมกับฉากในเกม

รูปแบบของกราฟิกที่ใช้ ใช้ในรูปแบบของไอคอน (Graphic Icon) ซึ่งไอคอนแปลแบบตรงตัว คือรูปสัญลักษณ์ที่ใช้สื่อความหมาย ไอคอนกราฟิกจึงเป็นการสื่อความหมายด้วยการใช้สัญลักษณ์ที่เป็นกราฟิก แทนการอธิบายด้วยตัวหนังสือ







### ตารางที่ 1 ทักษะทางวิชาชีพอินเทอร์แอคทีฟและเกม

ลำดับ	ข้อความสำคัญ	การสื่อความหมาย	ภาพไอคอนกราฟิก	ลำดับ	ข้อความสำคัญ	การสื่อความหมาย	ภาพไอคอนกราฟิก
1	Interactive Design	สามารถคิด และออกแบบเพื่อสร้างสรรค์งานอินเทอร์แอคทีฟ ด้วยการใช้ทั้งด้านศิลปะ และเทคโนโลยีได้		1	Game Design	สามารถออกแบบและสร้างสรรค์เกมที่มีรูปแบบการเล่นและแนวคิดของเกมที่ดีได้	
2	Web & Application Design	สามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันได้อย่างดี		2	Digital Paint	สามารถสร้างสรรคงานจิตรกรรมบนคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ในางานเกมได้อย่างสวยงาม	
3	Interactive Programming	สามารถเขียนโปรแกรมเสริมและเพิ่มเทคนิคต่างๆ เพื่อสร้างงานอินเทอร์แอคทีฟได้		3	Character & Scene Design	สามารถออกแบบออกแบบตัวละครและฉาก ทั้งแบบ 2 และ 3 มิติ เพื่อใช้ในางานเกมได้	
4	Interactive Installation	สามารถสร้างงานอินเทอร์แอคทีฟอินสตอลเลชัน ที่ตอบ		4	Game Programming	สามารถเขียนโค้ดเกมเพื่อสร้างสรรค์เกมที่มีระบบ	



ลำดับ	ชื่อความสำคัญ	การสื่อความหมาย	ภาพไอคอนกราฟิก	ลำดับ	ชื่อความสำคัญ	การสื่อความหมาย	ภาพไอคอนกราฟิก
		ได้กับผู้ใช้งานได้มีประสิทธิภาพ				ซับซ้อนได้อย่างไรจึงจำกัด	

ตารางที่ 2 ทักษะทางวิชาชีพพื้นฐาน

ลำดับ	ชื่อความสำคัญ	การสื่อความหมาย	ภาพไอคอนกราฟิก	ลำดับ	ชื่อความสำคัญ	การสื่อความหมาย	ภาพไอคอนกราฟิก
5	Design Thinking	สามารถออกแบบ โดยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ข้อมูล การมี ความคิดที่เชื่อมโยง สิ่งต่างๆได้ และสามารถนำมา พัฒนาใช้ในการ ออกแบบได้เป็นอย่างดี		8	2D Animation	สามารถสร้าง ภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ ทั้งแคชชั่นของ ตัวละคร สิ่งของ หรือสถานที่ โดยใช้ โปรแกรม คอมพิวเตอร์	
6	Computer Graphic	สามารถใช้ คอมพิวเตอร์ในสร้าง งานกราฟิก ได้เป็นอย่างดี และสามารถ สร้างสรรค์ผลงาน การออกแบบกราฟิก ได้		9	3D Animation	สามารถสร้าง ภาพเคลื่อนไหว 3 มิติ ทั้งในมุมมอง ด้านศิลปะ และ ด้านเทคโนโลยี	
7	Script & Storyboard	สามารถสื่อสารถึง เรื่องราวจากแรงบันดาลใจ และ เนื้อหาของงานต่างๆ ได้ด้วยภาพ เพื่อนำไปเขียนบทในการสร้างงานสื่อ ปฏิสัมพันธ์ และเกม ได้		10	Motion Graphics	สามารถนำเสนอ แนวความคิด และ คอมพิวเตอร์ สร้าง ผลงานโดยใช้ เทคนิคในงาน กราฟิกเคลื่อนไหว ต่างๆ	

การสร้างสรรคคือประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ร่วมกับสื่ออินเทอร์เน็ตที่ฟ  
กรณศึกษา : สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเกม AR สำหรับสาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตและเกม

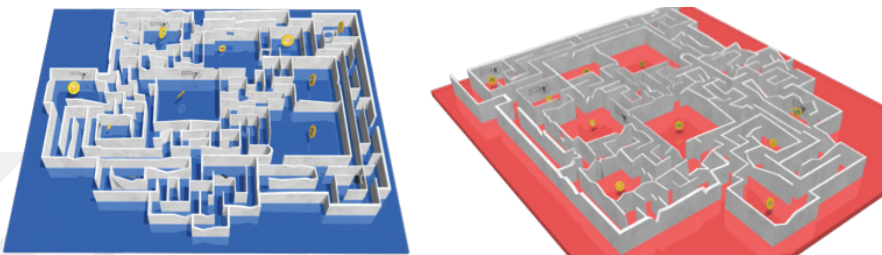
- การสร้างตัวละครที่มีความเชื่อมโยงกันกับภาพนักศึกษาที่ใช้ในโบรชัวร์ และการสร้างรูป  
ทรง 3 มิติ

การสร้างตัวละครที่จะใช้ในโลกความจริงเสริม จะมีรูปร่างหน้าคล้ายกันกับภาพของ  
นักศึกษาที่อยู่ในโบรชัวร์ เพื่อให้ผู้เล่นมีความรู้สึกเชื่อมโยงกัน



ภาพที่ 4 ภาพตัวละครกับภาพในโบรชัวร์

- การสร้างรูปทรง (Model) 3มิติ เพื่อจะใช้เป็นสถานที่สำหรับเล่นเกมในโลกความจริงเสริม  
ด้วยระบบการการเล่น และการบังคับตัวละครที่ไม่อาจทำให้ซับซ้อนมากได้ การสร้างสรรค์ฉากจึง  
ออกแบบให้เหมาะสมกับรูปแบบในการบังคับทิศทางของตัวละคร คือวิ่งไปข้างหน้า วิ่งไปข้างหลัง  
เลี้ยวซ้าย เลี้ยวขวา แบบที่ลงตัวที่สุดคือการใช้พื้นที่ที่มีแนวคิดมาจากเขาวงกต (Maze) โดยการ  
ออกแบบเขาวงกตนี้จะมีเหมือนเป็นห้องลับ ที่จะเป็นเหมือนที่พัฒนาทักษะ ความสามารถ ที่ซ่อนอยู่  
ต้องหาเส้นทางที่จะไปสู่ห้องต่าง ๆ ให้ได้ ซึ่งก็ผสมผสานแนวคิดกับการดัดแปลงมาจากลักษณะของ  
ห้องเรียนแต่ละห้องของคณะ ที่จะเป็นที่ที่นักศึกษาจะได้รับความรู้ และได้รับการพัฒนาทักษะต่าง ๆ  
เมื่อเข้ามาเรียน



ภาพที่ 5 ฉากเขาวงกตแบบ 3 มิติ

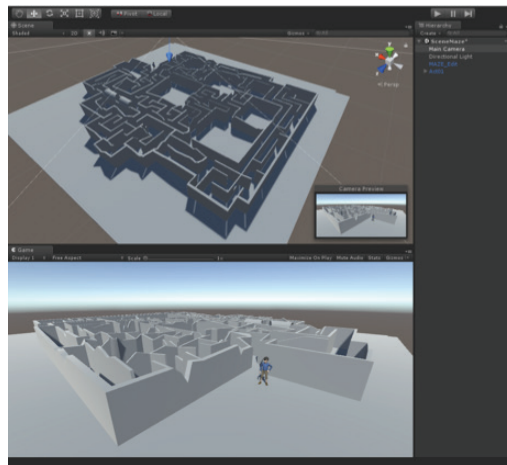
## 2. ขั้นตอนการพัฒนางานในระบบ AR

- ระบบการแสดงผลใน AR แบบ 3 มิติ

ในขั้นตอนของการพัฒนาเพื่อแสดงผลภาพความจริงเสริมบนหน้าจอ จะแบ่งได้เป็น 2  
ส่วน คือ การพัฒนาในส่วนของภาพที่จะใช้เป็น Marker และการพัฒนาในส่วนของแอปพลิเคชัน

### 1) การพัฒนาเพื่อการแสดงผลของระบบ AR

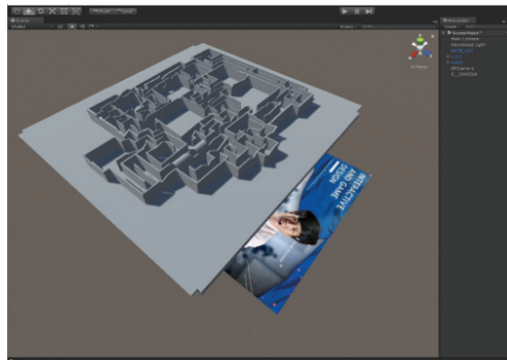
ในขั้นตอนนี้จะเป็นการพัฒนาในส่วนของการส่งข้อมูลออก นั่นคือการแสดงผล เป็นการนำเอาข้อมูลที่เป็นโมเดลทั้งหมดที่สร้างไว้เพื่อให้เห็นผลเป็นภาพความจริงเสริมใน AR นั่นคือ ตัวละคร โมเดลฉาก และองค์ประกอบทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ อื่น ๆ มาประกอบรวมกันโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อสร้างให้เกิดการแสดงผลแบบ AR ได้



ภาพที่ 6 การทำงานในคอมพิวเตอร์ 1

### 2) การพัฒนาในส่วนของภาพที่จะใช้เป็น Marker

ขั้นตอนในส่วนนี้เป็นการพัฒนาในส่วนของการรับข้อมูลเข้า คือการนำภาพที่จะใช้เป็น Marker ในที่นี้คือภาพของโบว์ชิวทั้ง 2 ด้าน มาใส่เป็นฐานข้อมูลเพื่อให้แอปพลิเคชันจดจำภาพ Marker นั้นไว้ เมื่อเปิดการใช้งาน และส่องไปที่ Marker นั้น แอปพลิเคชันจะสามารถจดจำภาพได้ และแสดงผลเป็นภาพที่ตั้งค่าเอาไว้



ภาพที่ 7 การทำงานในคอมพิวเตอร์ 2

การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ร่วมกับสื่ออินเทอร์เน็ตที่ฟ  
 กรณ์ศึกษา : สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเกม AR สำหรับสาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตและเกม

### 3) การพัฒนาในส่วนของแอปพลิเคชัน

การพัฒนาในส่วนของแอปพลิเคชันเพื่อเป็นส่วนสำหรับผู้ใ้ ได้ใช้งานเพื่อการแสดงผลแบบ AR แอปพลิเคชันถูกพัฒนาเพื่อการใช้งานในระบบปฏิบัติการ Android เท่านั้น โดยในตัวแอปพลิเคชันจะทำงานเชื่อมโยงกับกล้องในโทรศัพท์มือถือ ที่มีข้อมูลต่าง ๆ และตัวเกม 3มิติ บนที่กไว้ในฐานะข้อมูลของแอป

### ระบบการเล่นเกม

ระบบของเกมใน AR จะเป็นแบบแตะหน้าจอเพื่อบังคับทิศทางการเดินทาง หรือวิ่งของตัวละครเพื่อตามเก็บไอเท็ม การทำงานในขั้นตอนนี้จะนำตัวละครมาใส่ร่วมกับโมเดล 3 มิติ ที่จะเป็นสถานที่ในโลกความจริงเสริม โดยใช้ Game Engine ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์

เมื่อสิ้นสุดการเล่น ระบบของเกมจะคำนวณการแสดงผลสุดท้าย จากผลการเล่นของผู้เล่นที่ประมวลผลจากรูปแบบของไอเท็มแต่ละชิ้นที่เก็บได้ มาแปลงเป็นภาพที่แสดงถึงทักษะ เป็นพลังความสามารถที่ผู้เล่นสะสมได้ ซึ่งพลังความสามารถนี้ก็มาจากสิ่งที่ได้เรียนรู้เมื่อเข้ามาศึกษาที่สาขานั่นนั่นเอง

### การมีส่วนร่วมของผู้เล่นกับเกม AR

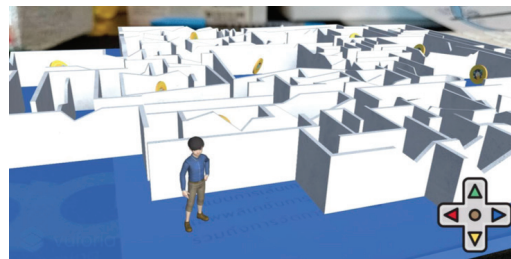
การใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์สาขาการออกแบบอินเทอร์เน็ตและเกม ในรูปแบบเกม AR นี้ มีขั้นตอนการใช้งานดังนี้ คือ

1. การใช้งานจะทำให้สมบูรณ์แบบจะต้องมีองค์ประกอบดังนี้ คือแผ่นโบรชัวร์ และโทรศัพท์มือถือที่เป็นสมาร์ทโฟนในระบบ Android ที่ได้รับการติดตั้ง AR แอปพลิเคชันแล้ว



ภาพที่ 8 แผ่นโบรชัวร์ และสมาร์ทโฟน ที่ได้รับการติดตั้ง AR แอปพลิเคชันแล้ว

2. เปิดแอปพลิเคชัน เลือกใช้เมนู AR จะเปิดระบบกล้องของโทรศัพท์มือถือ ถือโทรศัพท์ที่ในแนวนอนแล้วจึงส่องกล้องไปที่แผ่นโบรชัวร์ที่สามารถวางราบกับพื้น หรือบนโต๊ะ จะเห็นเป็นภาพความจริงเสริม 3 มิติ เกิดซ้อนขึ้นมาบนสิ่งแวดล้อมจริงขณะนั้นผ่านโทรศัพท์ โดยที่เมื่อส่องไปยังโบรชัวร์ด้านของ Interactive ก็จะมีปรากฏเป็นฉาก พร้อมด้วยตัวละครที่เป็นผู้หญิง และไอเทมที่ต้องเก็บจะเป็นข้อมูลของวิชาชีพเลือกอินเทอร์แอคทีฟ เมื่อส่องไปยังโบรชัวร์ด้านของ Game ก็จะมีปรากฏเป็นฉาก พร้อมด้วยตัวละครที่เป็นผู้ชายเหมือนในโบรชัวร์ และไอเทมที่ต้องเก็บจะเป็นข้อมูลของวิชาชีพเลือกเกม

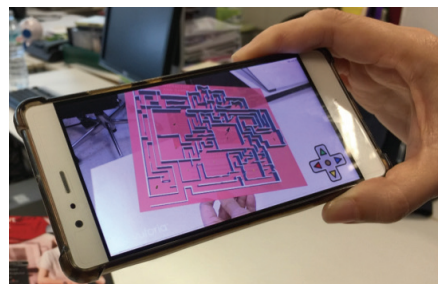


ภาพที่ 9 ฉากและตัวละครฝั่งเกม



ภาพที่ 10 ฉากและตัวละครฝั่งอินเทอร์แอคทีฟ

3. ผู้เล่นจะต้องบังคับทิศทางการวิ่งของตัวละคร โดยใช้ปุ่มคอนโทรลที่จะปรากฏอยู่ทางขวาของจอโทรศัพท์ ทิศทางที่ใช้คือ บน ล่าง ซ้าย ขวา

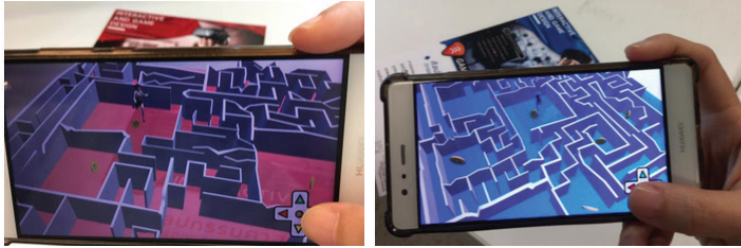


ภาพที่ 11 ปุ่มคอนโทรล



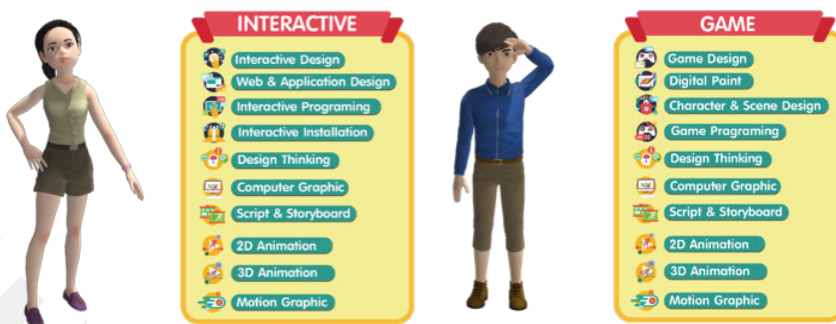
การสร้างสรรคสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยสิ่งพิมพ์ร่วมกับสื่ออินเทอร์แอคทีฟ  
กรณีศึกษา : สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเกม AR สำหรับสาขาการออกแบบอินเทอร์แอคทีฟและเกม

4. ระบบการเล่น คือผู้เล่นจะต้องบังคับตัวละครให้วิ่งไปเก็บไอเทมต่างๆ ซึ่งจะกระจายกันอยู่ภายในพื้นที่ 3 มิติ ที่เปรียบเสมือนเป็นเขาวงกต ที่จะมีห้องลับซึ่งจะเป็นที่เก็บของไอเทมทั้ง 10 ชิ้น ผู้เล่นจะต้องหาทางเพื่อวิ่งไปเก็บไอเทมเพื่อเพิ่มความสามารถให้กับตัวละครให้ได้มากที่สุด ภายในเวลา 1 นาที



ภาพที่ 12 ระหว่างเล่นเกม

5. เมื่อหมดเวลา ระบบจะคำนวณ และประมวลผลจากรูปแบบของไอเทมที่เก็บได้ และแสดงผลออกมาเป็น ความสามารถของตัวละครที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนไอเทม โดยจะนำเสนอเป็นชื่อของทักษะที่เพิ่มขึ้น ที่ปรับมาจากรายวิชาเรียนของสาขา โดยจำนวนทักษะความสามารถมีทั้งหมด 10 ด้าน ผู้เล่นสามารถเก็บไอเทมได้เท่าไร ระบบก็จะแสดงผลของทักษะที่เพิ่มขึ้นของตัวละคร ตามไอเทมที่เก็บได้ ผู้เล่นสามารถเล่นซ้ำได้เรื่อย ๆ เมื่อเล่นหลายรอบ ก็จะสามารถพัฒนาการเล่น ด้วยการใช้เส้นทางที่สั้นที่สุด ในการเก็บไอเทมทั้งหลายได้ สิ่งนี้จะเป็นกุศโลบาย เพื่อสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยการจะเชี่ยวชาญในด้านใดได้ก็ตามจะต้องใช้ความพยายาม และการฝึกฝนซ้ำ ๆ เปรียบกับการเรียนก็ต้องมีความพยายามเช่นกัน



ภาพที่ 13 ความสามารถของตัวละครแต่ละด้าน

### การนำผลงานไปใช้ประโยชน์

การเผยแพร่โดยผ่านทีมงานแนะแนวของมหาวิทยาลัยศรีปทุม และอาจารย์ของคุณะดิจิตต์มีเดีย ในโอกาสที่ได้เข้าไปแนะแนวตามโรงเรียนต่าง ๆ



ภาพที่ 14 ภาพบรรยากาศการใช้สื่อตามที่ต่าง ๆ

### สรุป และอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย สามารถนำมาซึ่งการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของสาขาการออกแบบอินเทอร์แอกทีฟและเกม ที่ทำการสอนเกี่ยวกับการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล (Digital Media) และเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) ด้วยการบูรณาการองค์ความรู้ทาง วิชาการหลาย ๆ ด้าน

ในด้านของการวิจัยเชิงปริมาณได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจ 5 ระดับ (Likert Scale) ของผู้ใช้สื่อที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มตัวอย่าง จะเป็นนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีช่วงอายุระหว่าง 16-19 ปี จากโรงเรียนที่คณะดิจิทัลมีเดีย ได้ออกไปทำกิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อจำนวน 210 คน ด้วยวิธีสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental sampling) (นิรัช สุดสังข์, 2559 : 50) และได้นำข้อมูลมาประมวลผล โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยค่าตอบของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อสรุปข้อมูลได้ดังนี้

#### ด้านความสวยงาม

1. สื่อประชาสัมพันธ์สาขาการออกแบบอินเทอร์แอกทีฟและเกมนี้ มีความสวยงาม และดึงดูดให้สนใจได้ใน ระดับ 4.60
2. ความสวยงาม และความน่าสนใจของการออกแบบโบรชัวร์ เช่น สี กราฟิก ตัวอักษร และการใช้รูปภาพประกอบ อยู่ใน ระดับ 4.59
3. ความสวยงาม ความน่าสนใจของการออกแบบ และการสร้างสรรค์องค์ประกอบทั้งหลายในเกม อยู่ใน ระดับ 4.70



### ด้านการสื่อสาร

1. เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นแผ่นโบรชัวร์ธรรมดา หรือการเข้าไปหาข้อมูลในเว็บไซต์ กับสื่อในรูปแบบเกม AR นี้ ท่านรู้สึกว่าการเข้าถึงข้อมูลมีความน่าสนใจมากกว่าหรือไม่ ถ้ามากกว่า มากกว่าใน ระดับ 4.80

2. เนื้อหาที่ได้รับรู้ความน่าสนใจ และตรงกับความต้องการ ใน ระดับ 4.15

3. ความเข้าใจเนื้อหาที่น่าสนใจ อยู่ใน ระดับ 4.16

### ด้านการนำเสนออัตลักษณ์ (ตัวตน) ของสาขา

1. หลังจากได้เล่นเกม AR ของสาขาการออกแบบอินเทอร์แอคทีฟและเกมนี้แล้ว ท่านเข้าใจถึงรูปแบบ หรือแนวทางของการเรียนได้มากขึ้น ระดับ 4.30

2. หลังจากได้เล่นเกม AR ของสาขาการออกแบบอินเทอร์แอคทีฟและเกมนี้แล้ว ท่านรับรู้ถึงความเป็นตัวตน หรืออัตลักษณ์ของสาขาได้มากขึ้น ระดับ 4.29

3. หลังจากได้เล่นเกม AR ของสาขาการออกแบบอินเทอร์แอคทีฟและเกมนี้แล้ว ท่านมีความรู้สึกที่ดี หรือมีภาพลักษณ์ที่ดีของสาขาการออกแบบอินเทอร์แอคทีฟและเกม คณะดิจิทัลมีเดีย ได้มากขึ้นระดับ 4.20

4. หลังจากได้เล่นเกม AR ของสาขาการออกแบบอินเทอร์แอคทีฟและเกมนี้แล้ว ท่านมีความสนใจอยากทราบข้อมูลเกี่ยวกับสาขามากขึ้นใน ระดับ 4.13

### ด้านการใช้งาน และการใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอ

1. ท่านคิดว่าการใช้สื่ออินเทอร์แอคทีฟและเกม ในการเป็นเครื่องมือของการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการศึกษาทางด้านที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ และการใช้เทคโนโลยี มีความเหมาะสมใน ระดับ 4.60

2. ท่านคิดว่าการใช้อินเทอร์แอคทีฟเทคโนโลยีแบบ AR กับสื่อประชาสัมพันธ์สาขาการออกแบบอินเทอร์แอคทีฟและเกมนี้ มีความเหมาะสมใน ระดับ 4.50

3. ท่านคิดว่าการใช้รูปแบบของการเล่นเกม กับสื่อประชาสัมพันธ์สาขาการออกแบบอินเทอร์แอคทีฟและเกมนี้ มีความเหมาะสมใน ระดับ 4.50

ทุกข้อได้ค่าระดับความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก ถึง พอใจมากที่สุด (4.13 – 4.80) แสดงให้เห็นถึงการได้รับความสนใจ และการตอบรับที่ดีจากการใช้งานของกลุ่มตัวอย่าง

ผลจากการวิจัยเพื่อการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ โดยการใช้อินเทอร์แอคทีฟในรูปแบบ AR สามารถสรุปออกมาได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการออกแบบ และการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ โดยการใช้อินเทอร์แอคทีฟในรูปแบบเกม AR

- ได้ผลงานสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ ที่สามารถตอบสนองพฤติกรรมการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมายได้

- ได้ผลงานสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีความสวยงาม ทันสมัย ทั้งกราฟิก 2 มิติ และ 3 มิติ ที่แสดงออก

2. เพื่อสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำเสนออัตลักษณ์ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสาขาการออกแบบอินเทอร์แอกทีฟและเกม

- ได้ผลงานสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ ที่สามารถนำเสนออัตลักษณ์ของสาขา ที่เป็นความทันสมัย และสร้างสรรค์ ผ่านการออกแบบ และใช้งานด้วยเทคโนโลยี สามารถสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ และทำให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดี

3. เพื่อสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์สาขาการออกแบบอินเทอร์แอกทีฟและเกม ที่ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูล และส่งเสริมประสบการณ์ในการเรียนรู้ได้

- ได้ผลงานสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ ที่ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมในการได้มาซึ่งข้อมูลต่าง ๆ ด้วยกรรมวิธีสัมพันธ์กับสื่อผ่านการเล่นเกม และอินเทอร์แอกทีฟเทคโนโลยี AR ซึ่งเหมาะสมกับพฤติกรรมการเรียนรู้ของกลุ่มคน Gen Z ที่ชอบการเรียนรู้ในแบบของการมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยี

- การเล่นเกมจะสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมต่อการรับรู้เนื้อหาที่อยู่ในเกม ได้อย่างดี เพราะจะต้องมีการตอบโต้รูปแบบต่างเพื่อการก้าวหน้าไปในเกมนั้น ๆ การใช้รูปแบบของทั้งเทคโนโลยี AR และรูปแบบของการเล่นเกม มาเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร สามารถตอบวัตถุประสงค์ข้อนี้ได้

- สื่อประชาสัมพันธ์นี้สามารถสร้างให้เกิดประการณ์เรียนรู้ได้ เนื่องจากผู้เล่นสามารถได้ลงมือปฏิบัติเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ที่ต้องการ

ในด้านของการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้มีการเก็บผลการวิจัยจากการสังเกตพฤติกรรมในระหว่างการใช้งานสื่อของกลุ่มเป้าหมาย และจากการสอบถามพูดคุยเกี่ยวกับความรู้สึก ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้รับจากการใช้สื่อ พบว่า ในระหว่างการเล่นเกม นอกจากจะเกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นกับสื่อแล้ว ระหว่างกลุ่มเป้าหมายด้วยกันก็มีการปฏิสัมพันธ์กันด้วยเช่นกัน เช่น การแนะนำเส้นทาง การส่งเสียงเชียร์ผู้เล่น เป็นต้น

โดยในภาพรวม ถือเป็นการสร้างบรรยากาศที่ดีในการเรียนรู้เกี่ยวกับข้อมูลของสาขาโดยที่กลุ่มเป้าหมายไม่รู้สึกรำคาญตึงเครียดให้ต้องอ่าน หรือสืบค้นข้อมูล และให้ความสนใจที่จะสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมกันระหว่างกลุ่มเป้าหมายที่พูด แลกเปลี่ยนความคิดเห็น คุยกันเองอย่างสนุกสนานในเรื่องของเกม และข้อมูลที่ได้รับ และระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับผู้ใช้คำแนะนำ (อาจารย์ และนักศึกษาของคณะ) ในการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สร้างให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มเป้าหมาย และคณะได้ และที่มากไปกว่านั้นการมีประสบการณ์ที่ดี ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของการใช้งานสื่อ จะสร้างให้เกิดการรับรู้ (Brand Awareness) ต่อสาขา คณะ และมหาวิทยาลัยได้ต่อไป

และในส่วนตัวเกมที่ผู้เล่นสามารถเล่นซ้ำได้นั้น การที่ผู้เล่นไม่สามารถเก็บไอเทมได้ทั้งหมดหรือไม่สามารถเก็บได้มากอย่างที่ต้องการ เพราะยังงงอยู่กับการที่ต้องหาเส้นทาง ทำให้ต้องเสียเวลาราววนไปวนมา ผู้เล่นในกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะเกิดความรู้สึกอยากเอาชนะ และเล่นซ้ำจะทำให้เกิด

การมีส่วนร่วมกับผลงาน (Engagement) และรับรู้ข้อมูลที่ใส่ไว้ให้โดยที่กลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นไม่รู้ สึกว่าถูกยึดเยียดให้ต้องรู้

### ข้อเสนอแนะ

จากการเผยแพร่ผลงานสู่กลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่ได้รับกลับมา คือจะรู้สึกพึงพอใจ และรู้สึกแปลกใหม่ที่ได้เล่นเกมที่เกี่ยวกับการเรียน ซึ่งจริง ๆ แล้วสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ AR นี้ ก็ไม่ได้ถือว่าเป็นสื่อที่แปลกใหม่อะไร กลุ่มเป้าหมายหลายๆคนก็เคยเล่นเกมในรูปแบบนี้มาก่อน แต่ที่ทำให้รู้สึกน่าสนใจเพราะถูกนำมาใช้กับการสื่อสารด้านการให้ข้อมูลการศึกษา ซึ่งยังไม่มีที่ไหนทำ จึงได้รับความสนใจเป็นอย่างดี (สรุปผลจากการสอบถามกลุ่มเป้าหมายที่ได้ทดลองใช้เป็นจำนวน 100 คน โดยมีความพึงพอใจเป็น 100%)

ทั้งนี้ยังมีข้อเสนอแนะที่น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลงานต่อไป ที่ได้รับจากกลุ่มเป้าหมาย มีในเรื่องของเนื้อหาที่อยากให้มีให้คั่นหามากขึ้น ระยะเวลาในการเล่นเกมนานขึ้น และอยากให้อ่านเล่นร่วมกันหลายคนได้

ในส่วนของการเก็บข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาผลงานในครั้งต่อไป ที่สำคัญจะเป็นเรื่องของเนื้อหาซึ่งถึงแม้ผลความพึงพอใจจะอยู่ในระดับพอใจมาก แต่ก็น้อยกว่าเรื่องอื่น ๆ จึงจะต้องมีการพัฒนาเนื้อหาเพื่อการสื่อสารให้มากขึ้น หรือมีชัดเจนมากขึ้น และจากการที่สังเกตพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายหลังจากเล่นเกมจบแล้ว จะมีความอยากรู้ และเกิดคำถามต่อในเรื่องของรูปแบบการเรียน รายละเอียดการเรียนในรายวิชาต่างๆ จึงเป็นข้อที่ควรพัฒนาได้ว่าควรเสริมในเรื่องของการที่สามารถกดลิงก์ (Link) จากในเกมเพื่อเข้าถึงข้อมูลในเว็บไซต์ได้โดยตรง หรือลิงก์ไปที่ผลงานนักศึกษา เพื่อการเข้าถึงข้อมูลที่ครบวงจรมากขึ้น รวมถึงการสร้างความผูกพันต่อเนื่องกับสาขาโดยสามารถให้เข้ามาแชร์ หรือทำกิจกรรมต่อเนื่องในเฟสบุ๊ค เพื่อสร้างให้เกิด Engagement มากขึ้นได้ต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- จิราภรณ์ ปกรณ. (2561). AR (Augmented Reality) เทคโนโลยีโลกเสมือนผสมผสานโลกแห่งความจริง. สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2561, จากเว็บไซต์: <http://www.scimath.org/article-technology/item/7755-ar-augmented-reality>
- ธีรยุทธ บุญมี. (2558). การปฏิวัติสัตวศาสตร์ของไซซูร์ เส้นทางสู่โพสโตโมเดิร์นนิสม์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิภาษา.
- นิรัช สูดสังข์. (2559). ระเบียบวิธีวิจัยทางการออกแบบ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พลุ เดชะรินทร์. (2559). Gen Z คนรุ่นใหม่ที่น่าติดตาม. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2561, จากเว็บไซต์: <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637939>

วิวัฒน์ ชัดติยะมาน. ทฤษฎีเกสตัลท์ (Gestalt Theory). สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2561,

จากเว็บไซต์: <https://prezi.com/bereprynpule/gestalt-theory/>

วิรุณ ตั้งเจริญ. (2545). การออกแบบกราฟิก Graphic Design. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สันติสิริ

EMOJOEZ. (2015). 12 สิ่งที่บอกว่า Design ดีหรือยัง?. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2561,

จากเว็บไซต์: <https://idxw.net/2015/12/13/12-สิ่ง-ที่-บอก-ว่า-design-ดี-หรือ-ยัง/>

Janie Kliever. Designing with contrast: 20 tips from a designer. สืบค้นเมื่อ

14 ธันวาคม 2560, จากเว็บไซต์: <https://www.canva.com/learn/contrasting-colors/>

Jenleetaylor. (2012). Interactive Media Definition. สืบค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2560, จากเว็บไซต์:

[https://www.slideshare.net/jenleetaylor/the-effect-of-interactive-and-traditional](https://www.slideshare.net/jenleetaylor/the-effect-of-interactive-and-traditional-media-on-relationship-building)

[-media-on-relationship-building](https://www.slideshare.net/jenleetaylor/the-effect-of-interactive-and-traditional-media-on-relationship-building)

PM Research [Nakhonsawan]. (2559). สัญลักษณ์วิทยา (Semiology). สืบค้นเมื่อ

7 กรกฎาคม 2561, จากเว็บไซต์: [http://nakhonsawanresearch.blogspot.com/2017/](http://nakhonsawanresearch.blogspot.com/2017/06/semiology.html)

[06/semiology.html](http://nakhonsawanresearch.blogspot.com/2017/06/semiology.html)

Pornpong Soponsakulrat. (2017). User Experience (UX) คืออะไร?. สืบค้นเมื่อ

4 กรกฎาคม 2561, จากเว็บไซต์: [https://uxlabth.com/2017/04/13/user-experi](https://uxlabth.com/2017/04/13/user-experience-ux-คืออะไร/)

[ence-ux-คืออะไร/](https://uxlabth.com/2017/04/13/user-experience-ux-คืออะไร/)

TCDC. (2560). Generation Focus. เจาะเทรนด์โลก 2018 โดย TCDC, 24-27.

