

การจัดการสื่อดิจิทัลสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์ผ้าย้อมครามสกลนคร

Creative Digital Media Management for Conserving the Indigo Fabric in SakonNakhon Province, Thailand

จิตติพร การสูงเนิน, ธาปณี เฮงสนันกุล, สาวินี แสงสุริยันต์, วไลลักษณ์ วงษ์รินทร์

Thitiporn Kansungnern, Thapani Hengsanankun, Sawinee Sangsuriyun, Walailuck Wongruen

Received: 17 May 2016 ; Accepted: 30 September 2016

บทคัดย่อ

ในยุคปัจจุบันที่มีช่องทางการใช้สื่อดิจิทัลที่มีศักยภาพในการผลักดันความคิด การศึกษา การเรียนรู้ของมนุษย์ให้เปลี่ยนแปลงไปได้ ผู้วิจัยจึงเห็นข้อดีของสื่อดิจิทัลจึงนำมาใช้ในงานวิจัยให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมมากที่สุด โดยใช้กรณีศึกษาผ้าย้อมครามจังหวัดสกลนครในรูปแบบอินโฟกราฟิกมีการใช้งานอย่างที่ปรากฏให้เห็นอย่างต่อเนื่องบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ และแอนิเมชัน 2 มิติ อธิบายความสำคัญของผ้าย้อมครามสกลนครที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย ผลการวิจัยพบว่า สื่อดิจิทัลที่พัฒนาขึ้นมีความสร้างสรรค์สามารถส่งเสริมการอนุรักษ์และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามสกลนครได้ สื่อมีความสวยงามและผู้ใช้ชมได้ รับความเพลิดเพลินในการชม ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานสื่อโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมากที่สุด (4.61)

คำสำคัญ: สื่อดิจิทัล อินโฟกราฟิก แอนิเมชัน ผ้าย้อมคราม

Abstract

Nowadays, the use of digital media motivates change in ideas and human learning. With the advantages of the digital media, it has been therefore creatively applied to several research projects for bringing benefits to society. In this paper, the indigo fabric in SakonNakhon Province was used as a case study for creating the infographics and the 2D animations, which generally appear on social networks. Those media interestingly and distinctly present the story and importance of the indigo fabric in SakonNakhon Province. The results of evaluation by the digital media shows that they have creativity and can be used to conserve and introduce the products made of indigo fabric in Sakon Nakhon Province. Furthermore, the developed digital media is attractive and provides entertainment to the audience. The average satisfaction rating of the proposed media, obtained from the assessors, was at a very high level (4.61).

Keywords: Digital Media, Infographic, Animation, Indigo Fabrics

บทนำ

ด้วยเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดของสื่อใหม่ๆ ซึ่งเป็นสื่อในรูปแบบดิจิทัลไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ดิจิทัล วิทยุออนไลน์ สื่อในอินเทอร์เน็ต เกมอิเล็กทรอนิกส์ หรือแม้แต่อุปกรณ์ที่ใกล้ตัวเรามากที่สุด อย่างโทรศัพท์มือถือที่มีใช้กันอยู่แทบจะทุกคนถือเป็นการก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างแท้จริง ถึงแม้ว่าอัตราการรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์

ของบางพื้นที่ยังคงต่ำอยู่ การเข้าสู่ยุคดิจิทัลนี้เป็นการเพิ่มโอกาสและขีดความสามารถของสื่อในการเข้าถึงผู้รับที่มีความรวดเร็วและการเข้าถึงผู้รับได้อย่างเป็นส่วนตัวมากขึ้น การสร้างสื่อดิจิทัลต้องคำนึงถึงเนื้อหาที่สร้างสรรค์และวิธีการสื่อสารให้ชัดเจนเหมาะสม สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้มีความเฉพาะเจาะจง นอกจากนี้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างมากในช่วงเวลาที่ผ่านมานี้ จึงเป็นปัจจัยสำคัญ

ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร 47000

Department of Computer and Information Science, Faculty of Science and Engineering, Kasetsart University, Chalermphrakiat Sakon Nakhon Province Campus, 47000

E-mail: thitipron.ka@ku.th

ที่ทำให้สื่อดิจิทัลออนไลน์เติบโตขึ้นตามไปด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีสื่อใหม่ (New media) ที่อยู่ในรูปแบบสื่อดิจิทัลที่เป็นการจัดทำสื่อสร้างสรรค์สำหรับผู้ชมเรียนรู้การอนุรักษ์และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามผ่านสื่อดิจิทัลที่ทันสมัยด้วยตนเอง เป็นสื่อที่ใช้ภาพอินโฟกราฟิก (Infographic) คือ การนำข้อมูลหรือความรู้ที่ได้ค้นคว้าผ่านการวิเคราะห์เป็นสารสนเทศ ในลักษณะของข้อมูลและกราฟิกที่อาจเป็นลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ ออกแบบเป็นภาพนิ่ง ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมดได้โดยไม่ต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจอีก นอกจากนี้กราฟิกผู้วิจัยได้นำเทคโนโลยีภาพแอนิเมชัน 2 มิติมาพัฒนาสื่อเพื่อนำเสนอข้อมูลผ้าย้อมครามจังหวัดสกลนคร ทำให้เกิดความน่าสนใจต่อการรับชมสื่อที่สร้างขึ้น อีกทั้งยังสร้างความเพลิดเพลินแก่ผู้รับชมให้ขึ้นเหมาะสำหรับผู้คนในยุคไอที มีการควบคุมกระบวนการจัดการสื่อที่รวบรวมสื่อหลากหลายรูปแบบให้อยู่บนเว็บไซต์เดียวกันเพื่อความเหมาะสมกับการใช้งาน งานวิจัยนี้ได้มีการประเมินผลการจัดการสื่อด้วยการสอบถามผู้ใช้งานเว็บไซต์ที่มีการใช้งานสื่อเมื่อมีการจัดการสื่อ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาข้อมูลประวัติความเป็นมาการผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมครามสกลนคร โดยเผยแพร่ผลงานในสื่อดิจิทัลที่มีการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบผ่านเว็บไซต์หลักที่สามารถเชื่อมโยงไปยังเฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์และยูทูปเพื่อใช้เผยแพร่ผลงานอินโฟกราฟิก และแอนิเมชัน 2 มิติ สื่อดิจิทัลที่จัดทำมีเนื้อหาทางภาพที่ 1 อินโฟกราฟิกเป็นสื่อสร้างสรรค์ผลงานให้สอดคล้องกับยุคสมัยปัจจุบันของมนุษย์ที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลที่ซับซ้อนและจำนวนมาก ๆ ในเวลาที่จำกัด เพราะมนุษย์ส่วนมากจะชอบและจดจำภาพสวย ๆ มากกว่าการอ่าน ในปัจจุบันอินโฟกราฟิกกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในโลกของเครือข่ายสังคมออนไลน์ อีกทั้งยังสามารถกระจาย เผยแพร่ได้ง่ายและรวดเร็วอีกด้วย

เพื่อนำเสนอข้อมูลของผ้าย้อมครามสกลนครให้ออกมาในรูปแบบของ รูปภาพ สัญลักษณ์ ตาราง เส้น แผนที่ แผนภูมิ กับข้อมูลเพื่อสื่อความหมายให้ผู้รับชมเข้าใจได้ง่าย จำนวน 5 เรื่อง แต่ละเรื่องขนาดของรูปภาพ อินโฟกราฟิก มีขนาด A4 (21 ซม. X 29.7 ซม.) และมีความละเอียดของภาพอยู่ที่ 72 ppi (620 x 877 พิกเซล) สามารถแสดงผลบน

เว็บไซต์ได้อย่างดี รวมทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเฟสบุ๊ค และทวิตเตอร์ด้วย



Figure 1 Scope of the Research

ภาพเคลื่อนไหวแอนิเมชัน 2 มิตินำเสนอข้อมูลของผ้าย้อมครามสกลนครออกมาในรูปแบบการ์ตูนให้เข้าใจได้ง่ายด้วยเนื้อหาพร้อมการบรรยายเสียง จัดทำทั้งหมด 5 ตอน โดยแต่ละตอนของแอนิเมชันมีความยาวในการนำเสนอประมาณ 3-4 นาที เป็นระยะเวลาที่นำเสนอข้อมูลให้มีความน่าสนใจเข้าถึงผู้ใช้งาน ไม่เกิดความน่าเบื่อในการรับชมสื่อ แต่ละเรื่องกำหนดคุณสมบัติของภาพมีความละเอียด 1,280 X 720 พิกเซล ใช้อัตราส่วนการแสดงผลของจอภาพ 16:9 เนื่องจากอัตราส่วนนี้ถูกใช้มากที่สุดโปรแกรมแสดงผลวีดีโอของยูทูป และสามารถแบ่งปันไปยังเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเฟสบุ๊ค และทวิตเตอร์ได้เป็นอย่างดี

สมมติฐาน

การวิจัยนี้ออกแบบการแก้ไขปัญหาของการที่ใช้สื่อดิจิทัลหลากหลายรูปแบบที่มีการผลิตสื่อให้ทันสมัยในรูปแบบรูปภาพ อินโฟกราฟิกและแอนิเมชัน โดยให้มีการจัดการสื่อดิจิทัลอยู่ในแหล่งใช้งานเดียวกัน คือรวบรวมสื่อเรื่องเดียวกันไว้ในเว็บไซต์เดียวกันจะเป็นประโยชน์การสืบค้นใช้สื่อที่ง่ายมีประโยชน์ต่อการเผยแพร่ มีการประเมินผลการจัดการสื่อด้วยการสอบถามผู้ใช้งานเว็บไซต์ที่มีการจัดการสื่อนี้ จำนวน 30 คน

ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลประวัติความเป็นมา การผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมครามสกลนคร เพื่อจัดทำสื่อดิจิทัลที่สร้างสรรค์ให้เป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์

เผยแพร่ข้อมูลของผ้าย้อมครามสกลนครให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายด้วยการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวทางเกี่ยวกับการจัดการสื่อและองค์ความรู้ของผ้าย้อมครามสกลนคร และวิสาหกิจชุมชน

การวางแผนในการจัดการสื่อและองค์ความรู้ของผ้าย้อมครามจังหวัดสกลนครและวิสาหกิจชุมชน ได้กำหนดการศึกษาทฤษฎีและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อและข้อมูลการเรียนรู้ในประเด็นต่างๆ ขณะเดียวกันได้ใช้ข้อมูลจากภูมิปัญญาของ 'ชุมชนในจังหวัดสกลนครทำการฟื้นฟูการย้อมครามจากต้นครามที่เป็นภูมิปัญญาที่ถูกกลบไว้ด้วยวัฒนธรรมชนบทสมัยใหม่ โดยเปลี่ยนมาย้อมเส้นฝ้ายก่อนทอ แทนการย้อมผ้าฝืน ทำให้สร้างรายได้หลากหลาย ล่วงเข้าปีที่ 5 ของการศึกษาค้นคว้าทดลอง จึงมีผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามรูปแบบตามยุคสมัยออกสู่ตลาดเชียงใหม่และกรุงเทพฯ ปีที่ 6-9 มีการศึกษาวิจัยด้วยกระบวนการและเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ จนสามารถอธิบายกระบวนการสกัดสีเตรียมน้ำย้อมและย้อมสีครามที่สลับซับซ้อนได้ และยืนยันได้ว่าผ้าย้อมครามสีไม่ตกทำการเผยแพร่จนผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักความพิเศษของผ้าย้อมคราม พ.ศ. 2548 เป็นปีที่ 13 ของผ้าย้อมครามยุคใหม่ ซึ่งได้รับความสนใจในวงกว้างทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากให้สีน้ำเงินสดใสจากครามและฝ้ายธรรมชาติอย่างแท้จริง กระบวนการผลิตไม่ทำให้เกิดมลภาวะ ทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่สร้างยอดขายสูงสุดของสกลนคร เป็นที่นิยมในตลาดผ้าผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติในญี่ปุ่น ฝรั่งเศส และอิตาลี ต้องการ ผ้าย้อมครามคุณภาพดีจำนวนมากในราคาที่สูงใกล้เคียงกับผ้าไหม การจัดการข้อมูล เพื่อออกมาเป็นแนวทางในการนำเสนอสื่อดิจิทัลสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์ผ้าย้อมครามสกลนครใช้ทฤษฎีพัฒนาสื่อตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

2. สื่อใหม่ (New Media)

สื่อใหม่ หมายถึง เนื้อหา (Content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลโดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ที่รูปแบบดิจิทัลประกอบด้วยอิสระ 5 ประการ (5 Freedoms) ได้แก่ อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลาที่ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดนสามารถรับข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาดที่ส่งเนื้อหาปรับตามขนาดของเครือข่ายได้ อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบที่ไม่ตายตัวสามารถเปิดใช้งานได้หลากหลายแพลตฟอร์ม และอิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาสำหรับผู้บริโภคเริ่ม สร้างพร้อมทั้งควบคุมเนื้อหาเองได้

สื่อใหม่เป็นเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่นำมาใช้งานเพื่อการเผยแพร่และนำเสนอข้อมูล เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ มัลติมีเดีย แพลตฟอร์ม เป็นข้อมูลระบบดิจิทัลซึ่งถูกควบคุมโดยซอฟต์แวร์ ผสมระหว่างการทำงานในรูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่ สื่อใหม่มีการทำงานซึ่งรวดเร็วกว่าการทำงานด้วยมือหรือด้วยเทคโนโลยีแบบเดิม เนื่องจากคอมพิวเตอร์มีศักยภาพในการทำงานอย่างรวดเร็วอย่างยิ่ง ทำให้เกิดศิลปะของสื่อในรูปแบบใหม่หลายอย่าง เป็นสื่อที่มีความทันสมัยมีวิธีใหม่ๆ ที่จะเข้าถึงและจัดการกับข้อมูลข่าวสาร

ประเภทของสื่อใหม่ คือรูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อประเภทสื่อใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) เว็บไซต์ (Web site)
- 2) อินเทอร์เน็ต (Internet)
- 3) อีเมล (E-mail)
- 4) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์ม

เคลื่อนที่ (Mobile Platform)

จากนิยามข้างต้น สรุปได้ว่าสื่อใหม่ หมายถึง สื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อกหรือสื่อดั้งเดิม มาเป็นระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมๆ กัน ให้สามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้น

3. สื่อดิจิทัล (Digital Media)

สื่อดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทำงานด้วยการใช้รหัสดิจิทัลแปลงข้อมูล ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้ ข้อความใช้แสดงรายละเอียดของเนื้อหาที่นำเสนอ เสียงที่ถูกจัดเก็บในรูปแบบของสัญญาณดิจิทัลเพื่อช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหา ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพวิดีโอ ซึ่งองค์ประกอบต่างๆที่เป็นเนื้อหาของสื่อดิจิทัลจะถูกนำมาเข้ารหัสดิจิทัลให้เหมือนกัน เป็นไปในรูปแบบเดียวกัน และมีมาตรฐานเดียวกันทำให้เผยแพร่ข้อมูลได้ง่ายขึ้น ประกอบกับปัจจุบันนี้เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องมีศักยภาพและความสามารถในการบันทึกข้อมูลได้มากขึ้น ข้อดีของสื่อดิจิทัลทำให้การนำเสนอข้อมูลจำนวนมากเข้าถึงผู้ใช้ได้อย่างง่ายดาย รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ได้จำนวนมาก เพียงแต่ผู้พัฒนาจะเลือกให้สื่อต่างๆ ในการเผยแพร่ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

4. อินโฟกราฟิก

อินโฟกราฟิก คือการแปลงข้อมูลให้เป็นภาพเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายและสื่อสารกับผู้คนด้วยสิ่งที่จับต้องได้ให้

ในปัจจุบันที่มีการพัฒนาตามเทคโนโลยีเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ทำให้จำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ มากขึ้นตามไปด้วย

5. ประเมินและวิเคราะห์ผลความพึงพอใจผู้ใช้งาน อินโฟกราฟิกและแอนิเมชันจากสื่อดิจิทัลเพื่อการอนุรักษ์ผ้า ย้อมครามสกลนคร

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ใช้ผ้าย้อมครามสกลนคร โดยการศึกษาจากงานวิจัยต่างๆ ในท้องถิ่น รวมถึงการศึกษา แนวโน้มของสื่อดิจิทัลที่ปัจจุบันสามารถเข้าถึงผู้ใช้งานได้อย่างทั่วถึง ผู้วิจัยจึงได้ใช้หลักการออกแบบภาพอินโฟกราฟิกตาม ที่ได้ศึกษามาและแอนิเมชันเพื่อใช้เทคโนโลยีสื่อใหม่นำเสนอ ข้อมูลที่มีประโยชน์บนสื่อดิจิทัลให้เข้าถึงได้ง่าย 5 เรื่อง ดังนี้ ผ้าย้อมครามสกลนคร ให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติของผ้าย้อม ครามสกลนครและแสดงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัด สกลนครจึงออกแบบให้แสดงข้อมูลตามลำดับเวลาที่เกิดขึ้น ต้นคราม 1 ต้น มากันสรรพคุณ ให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ ประโยชน์จากส่วนต่างๆ ของต้นคราม ออกแบบให้แสดงข้อมูล แบบการสรุปเนื้อหาโดยรวม

สองเส้นใยหลายคุณสมบัติ ให้ความรู้คุณสมบัติของ ผ้าครามที่ทำจากเส้นใยใหม่กับเส้นใยฝ้ายว่าแตกต่างกัน อย่างไร ออกแบบให้แสดงข้อมูลที่มีการเปรียบเทียบ

เส้นทาง สายสีคราม ให้ความรู้กระบวนการผลิตผ้า ย้อมคราม โดยออกแบบให้แสดงข้อมูลตามลำดับของแต่ละ ขั้นตอนในลักษณะ

ผ้าย้อมครามสกลนคร แฟชั่นโดนใจ แกรมได้ช่วยโลก ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมคราม ออกแบบให้แสดง ข้อมูลที่มีรูปภาพประกอบกับแสดงผลรายงาน

ผลของการนำอินโฟกราฟิกและแอนิเมชันไปเผยแพร่ ในสื่อดิจิทัล โดยมีเว็บไซต์หลักที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลแล้วสามารถ แบ่งปันไปยังสื่อสังคมออนไลน์ได้ มีการจัดทำเฟสบุ๊คแฟนเพจ ทวิตเตอร์ และยูทูปซึ่งทั้งหมดตั้งชื่อเดียวกันคือ Indigo Fabrics SN. IT_KUCSC



Figure 5 Infographics and animations publicize on social network

วิจารณ์และสรุปผล

จากที่ได้ทำการศึกษาการจัดการสื่อดิจิทัลสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์ผ้าย้อมครามสกลนคร ทำให้เห็นความสำคัญของการเผยแพร่ข้อมูลไปยังสื่อดิจิทัลให้ผู้ชมสื่อสามารถรับข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้มาจากการศึกษาจากงานวิจัย รวมทั้งจากการไปสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อสรุปเป็นรูปภาพ ประกอบข้อความสั้นๆให้ผู้ชมสื่อได้ศึกษาและเรียนรู้ได้ในระยะเวลาสั้น พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของการใช้สื่อดิจิทัลโดยผู้ใช้งานทั้ง 30 คน จัดอยู่ในระดับมากที่สุด ดังแสดงใน (Table 1) และจากการวิจัยนี้ยังพบปัญหาการเผยแพร่สื่อดิจิทัลในสื่อสังคมออนไลน์อีกว่า การที่เทคโนโลยีพัฒนาอย่างรวดเร็วและสื่อสังคมออนไลน์มีให้เลือกใช้อย่างหลากหลาย ซึ่งผู้ใช้งานหลายคนเป็นทั้งผู้ผลิตสื่อและผู้รับชมสื่อเอง สื่อดิจิทัลมีจำนวนการเผยแพร่มากขึ้นบางสื่อเป็นเรื่องเดียวกัน แต่ถูกเผยแพร่ตามสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน ทำให้ยากต่อสืบค้นการใช้งาน ในการวิจัยนี้เผยแพร่สื่อทั้งอินโฟกราฟิกและแอนิเมชันจึงได้มีการจัดการสื่อดิจิทัลด้วยการมีเว็บไซต์หลัก เพื่อแสดงรายละเอียดข้อมูลที่นอกเหนือจากที่มีในสื่อ และสามารถแบ่งปันสื่อไปยังสังคมออนไลน์ต่างๆ ได้อีกด้วย

Table 1 The evaluation results of this research shows that the digital media was developed creatively, well-managed, and easy to access.

รายการประเมิน	Mean	S.D.	ระดับ
1. สื่อดิจิทัลมีความทันสมัยและมีความคิดสร้างสรรค์	4.76	0.53	มากที่สุด
2. สามารถช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามสกลนครได้	4.36	0.66	มาก
3. มีการจัดการสื่อที่ดี สามารถเข้าถึงสื่อดิจิทัลได้ง่าย	4.70	0.53	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	4.61	0.57	มากที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ปีงบประมาณ 2558

เอกสารอ้างอิง

- พงษ์ศักดิ์ สุริยวานากุล. บทบาทของมหาวิทยาลัย ร่วมกับองค์กรท้องถิ่นในการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อผลักดันเศรษฐกิจชุมชนและเศรษฐกิจจังหวัดอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาผ้าฝ้ายย้อมครามและเครื่องปั้นดินเผา จังหวัดสกลนคร, สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ 2553.
- Kent W, Ian F. Digimarketing: The Essential Guide to New Media and Digital Marketing (Hardback), John Wiley and Sons Ltd, United Kingdom, 2008.
- Manovich, L. New Media from Borges to HTML, in Wardrip-Fruin, N. & Montfort, N. The New Media Reader. MA: MIT Press, 2003.
- ปิยะพร เขตบรรณพต. พฤติกรรมรับการสื่อสาร การตลาดผ่านสื่อใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่, การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553.
- ชาฤทธิ์ จุน. Basic infographic ใช้พลังของภาพสร้างการสื่อสารที่ง่ายและสนุก. (แปลจากเรื่อง basic infographic โดย นิชมน หิรัญพฤษ) (พิมพ์ครั้งที่ 1), สำนักพิมพ์ ไอดีซี พรีเมียร์, บจก. 2558.
- Bowman, Shayne Willis, Chris, We Media. Media Center at The American Press Institute. Stanford California, 2003. URL: <http://bit.ly/cQJNe> [viewed 22 June 2016].