

รายวิชา BA-043-302 ดิจิทัลคอนเทนต์



โดย

อาจารย์กมลวรรณ รัชตเวชกุล

จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติการออกแบบและการสร้างสารสนเทศที่มีรูปแบบเป็นดิจิทัล
2. เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในการคิดวิเคราะห์คอนเทนต์และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการสื่อสาร การจัดการสื่อสารสนเทศสมัยใหม่ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศดิจิทัล

คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย หลักการ แนวคิด ประเภท องค์ประกอบ การออกแบบและการ
สร้างสารสนเทศที่มีรูปแบบเป็นดิจิทัล การคิดวิเคราะห์คอนเทนต์และ
ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการสื่อสาร การจัดการสื่อสารสนเทศสมัยใหม่
และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศดิจิทัล สื่อหรือการนำเสนอหา
ผ่านแพลตฟอร์มแบบต่างๆ ในงานธุรกิจ และการประยุกต์ใช้ดิจิทัลคอน
เทนต์ในอนาคต

จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติการออกแบบและการสร้างสารสนเทศที่มีรูปแบบเป็นดิจิทัล
2. เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในการคิดวิเคราะห์คอนเทนต์และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการสื่อสาร การจัดการสื่อสารสนเทศสมัยใหม่ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศดิจิทัล

EP-1

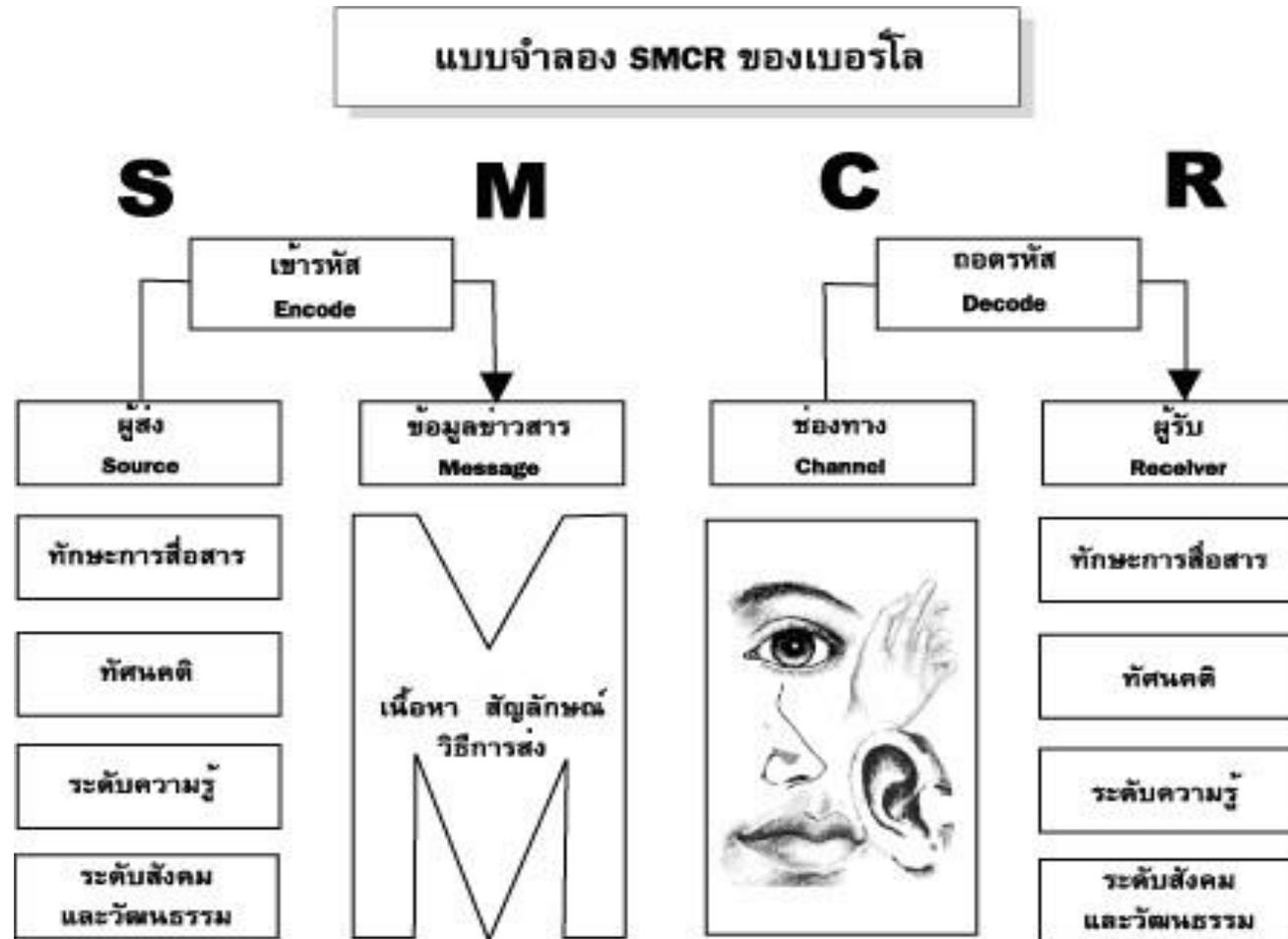
By Kamonwan
Ratchatawetchakul

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสร้าง
สารสนเทศ

1

องค์ประกอบในการ
สื่อสารมวลชน

สาร : องค์ประกอบในการสื่อสาร



ที่มา : ที่มาจากหนังสือเทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรมของ กิดานันท์ มลิทอง

สาร : องค์ประกอบในการสื่อสารมวลชน

ผู้ส่งสาร (**Source**) – องค์การสื่อมวลชนที่มีนักสื่อสารมวลชนปฏิบัติหน้าที่อยู่

สาร (**Message**) – ผลผลิตขององค์การสื่อมวลชน ซึ่งผลิตโดยนักสื่อสารมวลชน

สื่อ (**Channel**) – สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ **Social Media**

ผู้รับสาร (**Receiver**) – มวลชนผู้รับสาร ได้แก่ ผู้ดู ผู้ฟัง ผู้ชม และผู้อ่าน

สารหรือภาษาในการสื่อสาร

- วจนสาร หรือ วจนภาษา

(Verbal message or Language)

- อวจนสาร หรือ อวจนภาษา

(Nonverbal message or Language)

วจนสาร หรือ วจ นภาษา

สารหรือภาษาทั้งคำพูดหรือตัวอักษร ซึ่งกำหนดและร่วมกันใช้ในสังคม

ภาษาที่ใช้ตัวอักษรเป็นสัญลักษณ์ หรือภาษาพูดที่ออกเสียงเป็นถ้อยคำ หรือเป็นประโยคที่มีความหมาย สามารถเข้าใจได้ เช่น คำพูดคำสนทนาที่เราใช้อยู่โดยทั่วไป



อวัจนสาร หรือ อวัจนภาษา

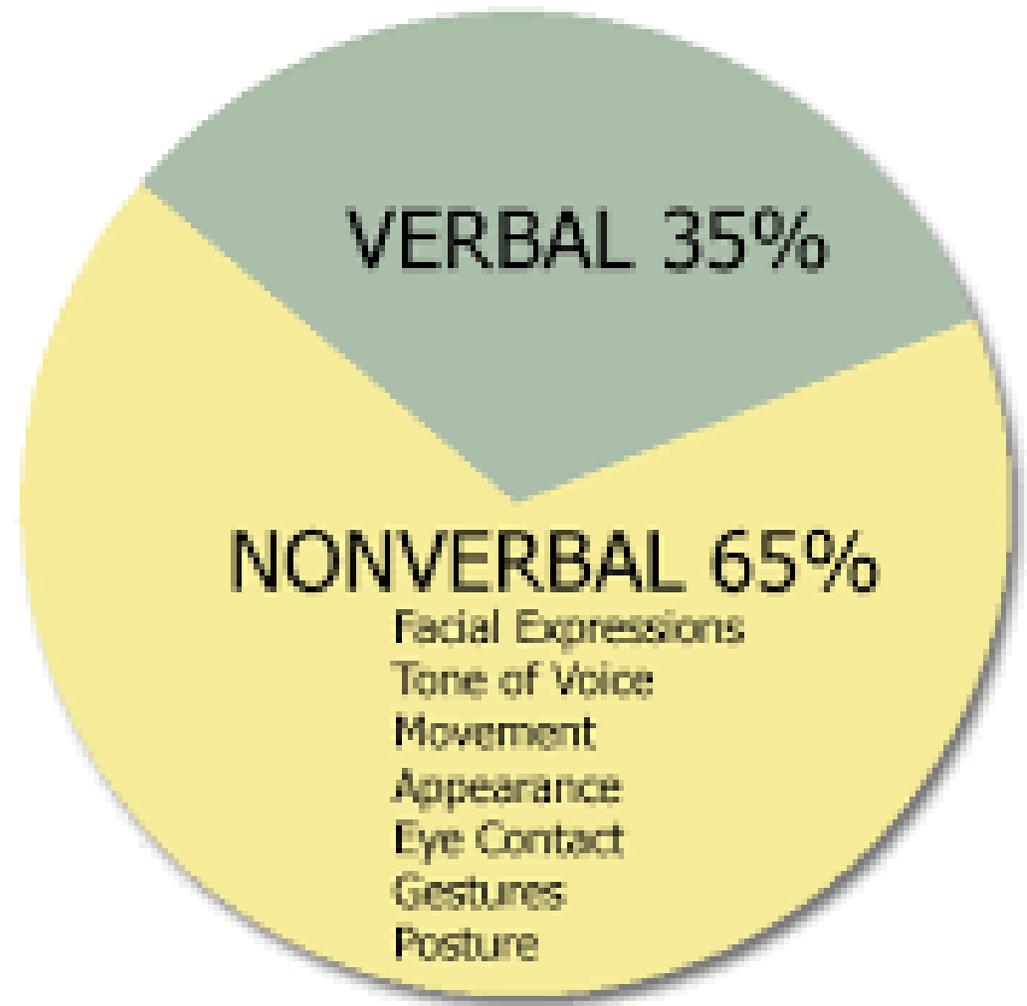
- สารหรือภาษาที่ไม่ใช่คำพูด ตัวอักษร แต่สามารถสื่อสารและเข้าใจร่วมกันได้
- ในการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ กิริยา อากักร การแต่งกาย การสัมผัส การแสดงออกทางสีหน้า แววตา น้ำเสียง ระยะห่างระหว่างบุคคล เวลา รูปลักษณ์ และกลิ่น ฯลฯ



อวัจนสาร หรือ อวัจนภาษา

ในการเขียน อ่าน และการดูสาร คือ ภาพสีสัน ขนาด ตัวอักษร ลักษณะ ตัวอักษร เครื่องหมายวรรคตอน ลักษณะกระดาษ และวัสดุภาษาอื่นๆ เช่น กราฟิก สัญลักษณ์ เครื่องหมาย ฯลฯ เป็นต้น

ตัวอย่างอื่นๆ เช่น การวาดและระบายสี การแกะสลัก สถาปัตยกรรม รวมทั้งการเดินรำ ดนตรี และการแสดง ละครใบ้



สรุป

- สาร คือ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร
- วัจนภาษา เป็นถ้อยคำที่ใช้พูดหรือเขียน
- อวัจนภาษา คือ ภาษาที่ไม่ใช่ถ้อยคำหรือเขียนในการสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่ม

2

ความหมายของการ
ออกแบบและการสร้างสาร

ความหมายของการออกแบบและการสร้างสาร

- **Fleming and Levie** อธิบายว่า สาร (Message) เป็นแบบแผนของสัญญาณ (คำและภาพ)
- ถูกสร้างขึ้นโดยมีจุดประสงค์เพื่อปรับเปลี่ยน กระบวนการคิด อารมณ์และความรู้สึก หรือ พฤติกรรมการเคลื่อนไหวที่เกิดจากการตอบโต้ของกระบวนการทางจิตของปัจเจกบุคคลหรือกลุ่ม

ความหมายของการออกแบบและการสร้างสาร (ต่อ)

- การออกแบบ (**Design**) เป็นกระบวนการของการวิเคราะห์และสังเคราะห์ ซึ่งทำอย่างรอบคอบและตั้งใจ
- โดยเริ่มต้นจากปัญหาของการสื่อสารและจบด้วยแผน เพื่อเป็นแนวทางแก้ไข ปัญหาที่สามารถนำมาเอาไปปฏิบัติได้

ความหมายของการออกแบบและการสร้างสาร (ต่อ)



มุมมองของนักวิชาการทางด้านสถาปัตยกรรมและศิลปะ การออกแบบคือ การจัดองค์ประกอบของหลายสิ่ง สร้างสรรค์ให้มีความสัมพันธ์กัน



ไม่ว่าจะเป็นองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างกัน นำมาจัดด้วยการใช้สายตา ทำให้มีจุดสนใจ

งานศิลปะทั่วไป จะประกอบขึ้นมาได้ ต้องอาศัยหลักในการออกแบบเสมอ

ความหมายของการออกแบบและการสร้างสาร (ต่อ)

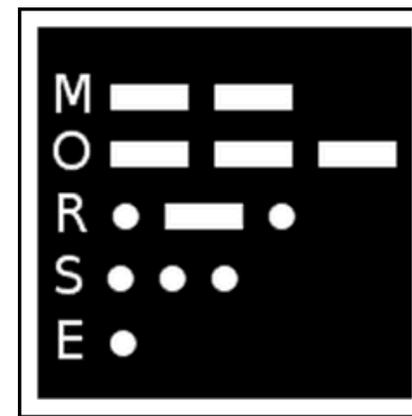
การสร้างสาร (**Message Design**) หมายถึง “การคิดค้นและ
สร้างสรรค์ รหัส ภาษา สัญญาณ หรือสัญลักษณ์ (**Code, Language,
Sign, or Symbol**) แทนความหมายของสารสนเทศ

ความหมายของการออกแบบ และการสร้างสาร (ต่อ)

รหัส ภาษา สัญลักษณ์หรือสัญญาณ คือ
สิ่งที่ถูกกำหนดขึ้นโดยมนุษย์เพื่อแทน
ความหมายที่เก็บไว้ในสมอง เช่น คำพูด
ตัวหนังสือ เครื่องหมายจราจร รหัส
มอร์ส ธง ทำนองและจังหวะต่าง ๆ ฯลฯ

INTERNATIONAL MORSE CODE

A	● —	N	— ●
B	— ● ● ●	O	— — —
C	— ● — ●	P	● — — ●
D	— ● ●	Q	— — ● —
E	●	R	● — ●
F	● ● — ●	S	● ● ●
G	— — ●	T	—
H	● ● ● ●	U	● ● —
I	● ●	V	● ● ● —
J	● — — —	W	● — —
K	— ● —	X	— ● ● —
L	● — ● ●	Y	— ● — —
M	— —	Z	— — ● ●



ความหมายของการออกแบบและการสื่อสาร (ต่อ)

- “รหัสภาษา” สามารถจำแนกตามประสาทการรับรู้ของมนุษย์ ได้ดังนี้ คือ กลุ่มรหัสภาษาที่อาศัยประสาท ตา หู จมูก ลิ้น และสัมผัส
- รหัสภาษาที่อาศัยประสาทตา ใช้ในการสร้าง **ทัศนสาร (Visual Message)**

สรุป

การออกแบบและสร้างสาร หมายถึง การศึกษา ค้นคว้าหรือคิดสร้างสรรค์
สาร ทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาในงานทัศนสาร (**Visual Message**)

3

ขั้นตอนการออกแบบและ
การสร้างสาร

ขั้นตอนการออกแบบและการสร้างสาร

5R

การค้นคว้าวิจัย (Research)

การทำโครงร่างคร่าวๆ (Roughs)

การปรับปรุงใหม่ (Revise)

พร้อมสรรพ (Ready)

ดำเนินการ (Run)

การค้นคว้าวิจัย (RESEARCH)

- การรวบรวมข้อมูลด้านต่างๆ ก่อนสร้างงาน เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายคู่แข่ง ฯลฯ
- การเก็บรวบรวมโฆษณาและภาพต่างๆ จะช่วยจุดประกายความคิดเมื่อต้องการสร้างงาน



การทำโครงร่างคร่าวๆ (ROUGHS)

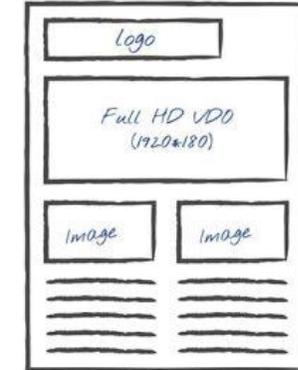
การทำร่างอย่างคร่าวๆ ลงบนกระดาษ เพื่อเก็บความคิดไว้ (ก่อนที่จะลืม) และเพื่อเป็นตัวเลือกในการสร้างงาน และอาจพัฒนาเป็นแบบร่าง (Layouts) ต่อไป



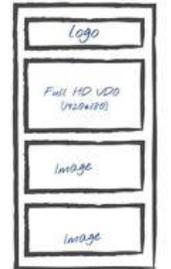
WEB DESIGN



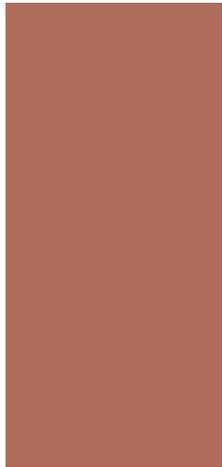
1920 px
Desktop / Laptop



786 px
Tablet



460 px
Smartphone



การปรับปรุงใหม่ (REVISE)

- ขั้นตอนนี้หากมีโอกาสได้งานให้ลูกค้าหรือนักออกแบบคนอื่น ๆ พิจารณา อาจจะทำให้พบข้อผิดพลาดที่เราอาจคิดไม่ถึง
- หากยังไม่พอใจ นักออกแบบยังสามารถกลับไปทำโครงร่างคร่าว ๆ ใหม่ได้

พร้อมสรรพ (READY)

ขั้นตอนส่งมอบงานให้ผู้ว่าจ้าง หรือเตรียมการเผยแพร่ นำเสนอ
ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ดำเนินการ (RUN)

ขั้นตอนที่บริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) หรือ ลูกค้า นำงานที่เราออกแบบดำเนินการผ่านสื่อ

5R กับ SDLC

5R

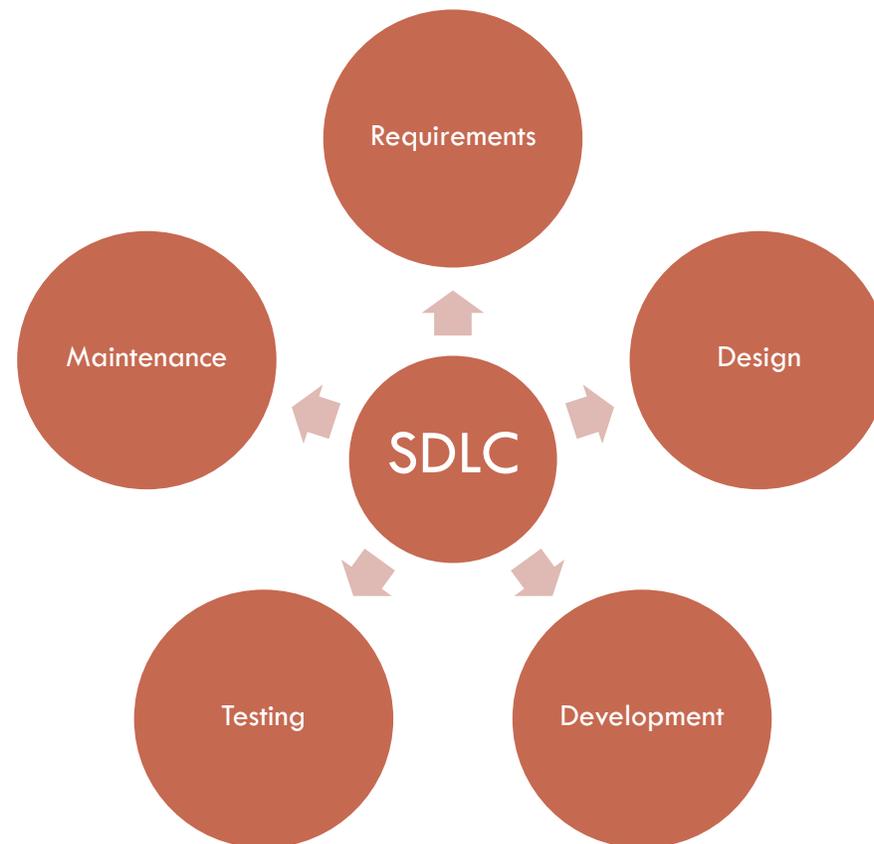
การค้นคว้าวิจัย
(Research)

การทำโครงร่างคร่าวๆ
(Roughs)

การปรับปรุงใหม่ (Revise)

พร้อมสรรพ (Ready)

ดำเนินการ (Run)



4

วางแผนการสร้างสาร

การวางแผนการสร้างสาร

- วิธีการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร
- การประมวลเนื้อหา
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างสาร
- ธรรมชาติของสื่อ
- เนื้อหาของสาร

วิธีการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร

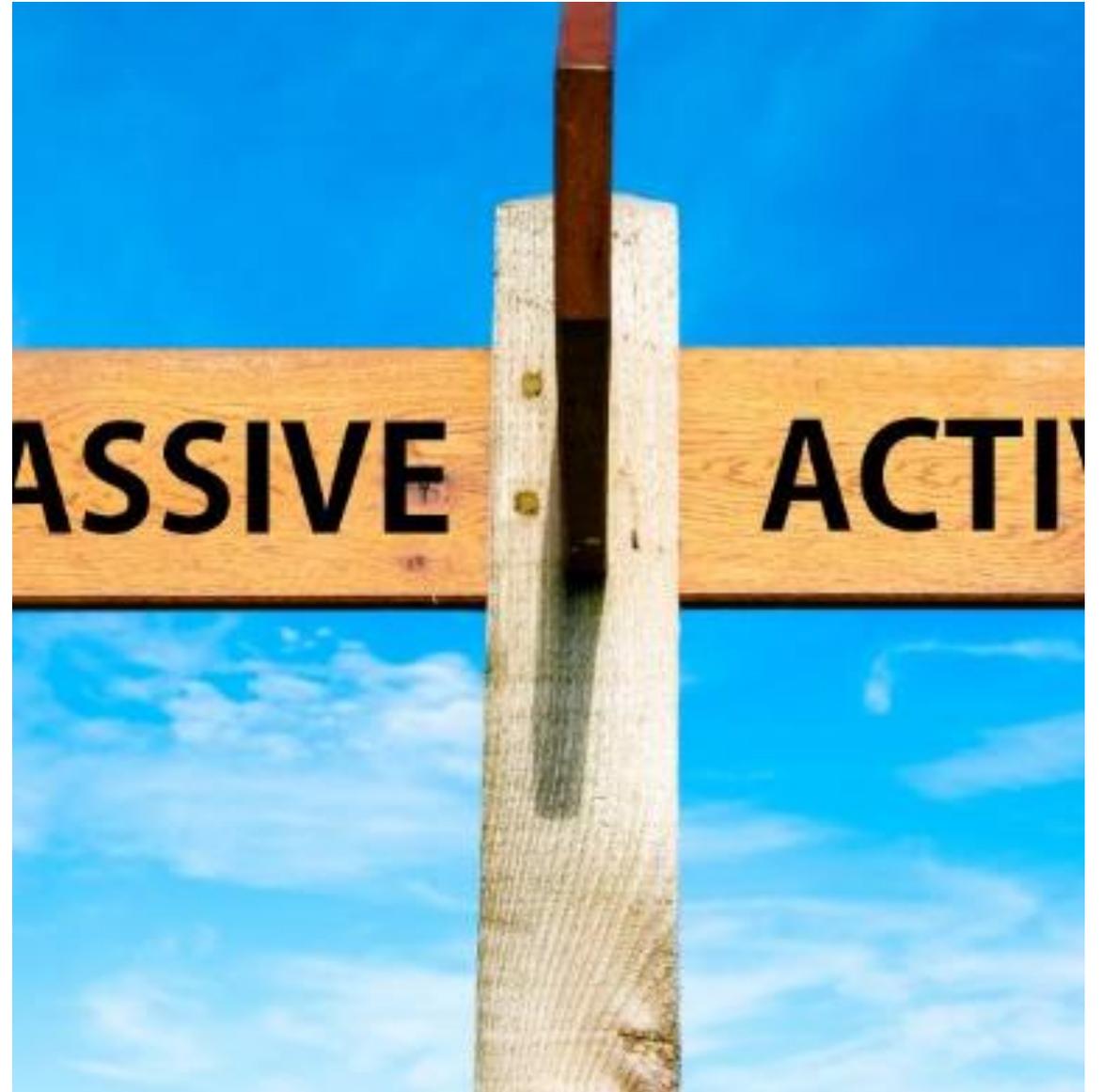
- การสัมภาษณ์
- การศึกษาเอกสาร
- การสังเกต
- การทำแบบสอบถาม
- การสนทนากลุ่ม/บุคคล
- etc.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างสรรค์

- ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร/ผลิตสาร
- ปัจจัยด้านผู้รับสาร
- ปัจจัยด้านสาร
- ปัจจัยด้านสื่อ
- ปัจจัยด้านเป้าหมายของการสื่อสาร
- ปัจจัยด้านบริบทการสื่อสาร

ปัจจัยด้านผู้รับสาร

นอกเหนือจากลักษณะเดียวกับผู้ส่งสารแล้ว อาจพิจารณาว่าเป็นผู้รับสารประเภท **Active** หรือ **Passive**



ปัจจัยด้านผู้รับสาร

Active Audience

กระตือรือร้น คิดเองได้ ตัดสินใจเลือกปรับ
สื่อเอง



Active

ปัจจัยด้านผู้รับสาร

Passive Audience

เฉื่อย รับทุกอย่างอย่างที่สื่อส่งมา



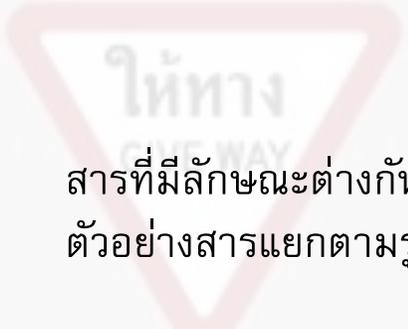
Passive

ป้ายจราจรภาษาอังกฤษ

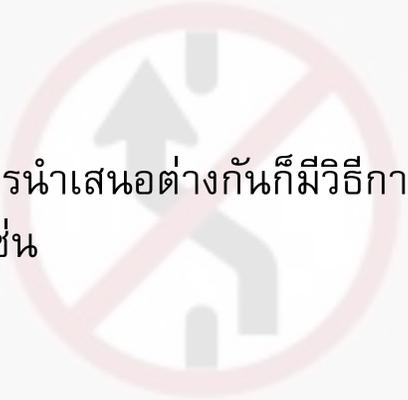
ป้ายด้านสาร

สารที่มีลักษณะต่างกันก็มีวิธีการนำเสนอต่างกันก็มีวิธีการนำเสนอต่างกัน ตัวอย่างสารแยกตามรูปแบบ เช่น

- ภาษาภาพ ภาษาเขียน
- ภาษาพูด ภาษาท่าทาง
- หรือแยกตามประเภทเนื้อหา เช่น เรื่องจริง (Non-Fiction) หรือแต่ง (Fiction)



ให้ทาง
GIVE WAY



Give way



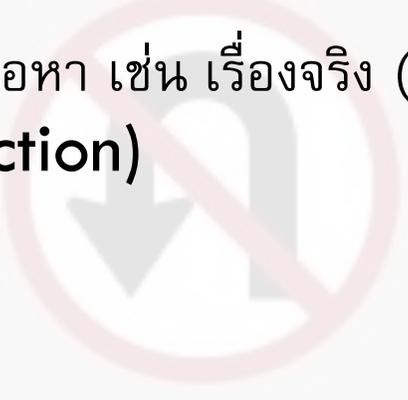
No right turn



No left turn



No changing to right lane



No left turn



No entry



No overtaking



ปัจจัยด้านสื่อ

ธรรมชาติของสื่อแต่ละประเภทแตกต่างกัน กล่าวคือ สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะ รูปแบบการนำเสนอพื้นที่การใช้งานที่แตกต่างกัน ดังนั้นสารที่จะนำเสนอจึงแตกต่างกันไปด้วย เช่น

- วิทยุ — โทรทัศน์
- อินเทอร์เน็ต
- สื่อสิ่งพิมพ์

ปัจจัยด้านบริบทการสื่อสาร

การสื่อสารในบริบทที่แตกต่างกันก็ทำให้เนื้อหา
สารที่สร้างขึ้นแตกต่างกัน เพราะต้องคำนึงถึง
ความเหมาะสม กาลเทศะที่จะสื่อสาร เช่น

- เพลงประกอบงานแต่งงาน
- เพลงบรรเลงงานศพ



5

ความคิดสร้างสรรค์
(CREATIVITY)

CREATIVITY IS CONTAGIOUS, PASS IT ON

“คนที่พูดประโยคนี้ก็คือ **Albert Einstein** นักวิทยาศาสตร์ชื่อดังของโลก แปลเป็นไทยง่ายๆ ว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นมันเหมือนเชื้อโรคที่แพร่กระจาย และติดเชื้อมันได้ ดังนั้นจงแพร่เชื้อนี้ออกไป ผมเคยสังเกตว่าถ้าทีมใดที่หัวหน้าเป็นคนที่มีความคิดใหม่ๆ ตลอดเวลา ก็จะทำให้ทีมนี้ให้กับลูกทีมออกไปอีก เพราะต่างคนจะต่างส่งเสริมซึ่งกันและกัน ในทางตรงกันข้าม ถ้าทีมใดหัวหน้าคอยที่จะหยุดความคิด และเมื่อมีความคิดอะไรใหม่ๆ ก็พยายามหาจุดติเตียนว่ามันเป็นไปได้ เชื่อของการไม่คิดก็จะแพร่กระจายไปทั้งทีมเช่นกัน แล้วไม่นานครับ ทีมงานนี้ก็จะกลายเป็นทีมงานที่คิดอะไรไม่ออกเลย เพราะเชื้อมันแรงครับ”

ความคิดสร้างสรรค์

- ความหมายของความคิดสร้างสรรค์
- ประเภทของความคิดสร้างสรรค์
- องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์
- ทดสอบความคิดสร้างสรรค์
- อุปสรรคของความคิดสร้างสรรค์

ความหมายของความคิดสร้างสรรค์

การขยายขอบเขตความคิดออกไป
จากกรอบความคิดเดิมที่มีมาก่อน
เพื่อค้นหาคำตอบที่ดีที่สุดให้กับ
ปัญหาที่เกิดขึ้น

ความหมายของความคิดสร้างสรรค์

การผนวกส่วนของความคิดเล็กๆ ภายใใจ ประยุกต์ใช้
แก้ไขปัญหา แก้ไขโจทย์และเงื่อนไขต่างๆ ที่มี โดยมี
รูปแบบค่อนข้างใหม่ ไม่ซ้ำกับสิ่งที่มีอยู่แล้ว และสามารถ
ตอบโจทย์ที่เราต้องการได้เป็นอย่างดี

ประเภทของความคิดสร้างสรรค์

คิดแบบค้นพบ (Discovery)

คิดเชิงนวัตกรรม (Innovative)

คิดเชิงสังเคราะห์ใหม่ (Synthesis)

คิดแบบดัดแปลง (Mutation)

คิดแบบค้นพบ (DISCOVERY)

คือ การคิดที่ได้ไอเดียใหม่ (Original Idea) หรือ ทฤษฎีใหม่
เป็นการคิดในสิ่งที่ไม่เคยมีใครคิดหรือไม่เคยมีใครรู้มาก่อน

เช่น การค้นพบแรงโน้มถ่วงของโลกของ เซอร์ไอแซค นิวตัน

คิดเชิงนวัตกรรม (INNOVATION)

คือ การคิดประยุกต์ที่นำหลักการความรู้ เช่น ความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาผนวกทำให้เกิดคุณค่าในการแก้ไขปัญหา ทำให้เกิดสิ่งใหม่ๆ

เช่น การประดิษฐ์โทรทัศน์ จากฐานความรู้เรื่อง การเดินทางของคลื่น

คิดเชิงสังเคราะห์ใหม่ (SYNTHESIS)

คือ การคิดนำสิ่งที่มีอยู่เดิมหลายๆ อย่าง หลากๆ ความคิด มารวบรวม คัดสรร ทำให้เกิดความคิดในการสร้างเป็นสิ่งใหม่

เช่น การนำอาหารหลายๆ ชนิดมาต้มรวมกันเป็น “จับจ่าย”, นำเนื้อสัตว์ + ผัก + เครื่องปรุง เป็น “ยำ”

คิดแบบดัดแปลง (MUTATION)

คือ การนำปัญหาที่มีมาผนวกกับสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน แล้วเกิดการปรับเปลี่ยนคุณสมบัติของ สิ่งที่มีอยู่

- เช่น การดัดแปลงเครื่องคอมพิวเตอร์ **PC** เป็น **Laptop, Tablet** โดยปรับคุณสมบัติด้านขนาด
- ดัดแปลงอาหารคาวให้กลายเป็นอาหารหวาน เช่น เค้กปลาช่อน ไอศกรีมเห็ด

องค์ประกอบของ
ความคิด
สร้างสรรค์

เป็นสิ่งใหม่

ใช้งานได้

มีความเหมาะสม

อุปสรรคของความคิดสร้างสรรค์

- สงสัยแต่ไม่ซักถาม
- ทำตามอย่างกัน มันดีอยู่แล้ว
- ความเคยชิน
- ความกลัว

อุปสรรคของความคิดสร้างสรรค์ (ต่อ)

- คำตอบนี้ถูกต้องแล้ว
- มันไม่ถูกต้องตามหลักเหตุผล
- ไม่ใช่สิ่งที่ถนัด ไม่เชี่ยวชาญในด้านนี้
- คิดว่าตัวเองไม่มีความคิดสร้างสรรค์

LAB-1 วิเคราะห์และรายงานข่าวสาร

ให้นักศึกษาค้นหาข่าวจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ 1 ข่าว เป็นข่าวหมวดหมู่ใดก็ได้ จากนั้นให้อ่านทำความเข้าใจ

หาภาพประกอบข่าวโดยมีอ้างอิง

ดำเนินการอ่านข่าวโดยอัดคลิปวิดีโอ เช่นเดียวกับนักสื่อสารมวลชนนำเสนอข่าวที่พบเห็นโดยทั่วไป

โดยการเรียงลำดับการนำเสนอข่าวนั้น ประกอบด้วย

ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร สถานที่ วันเวลา ข้อมูลข่าวอ้างอิง

ส่งวันพฤหัสบดีที่ 13 เมษายน 2566 ก่อนเวลา 24.00 น.

ส่งใน Microsoft team ชื่อ assignment “Lab-1 วิเคราะห์และรายงานข่าวสาร”

ตัวอย่าง

การนั่งอัดคลิปรายงานข่าว

พื้นหลังเป็นอะไรก็ได้



0:35 / 10:40



Q & A

