

**การวิเคราะห์รูปแบบและความหมายของสารด้านสุขภาวะ  
ผ่านการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) ในนิตยสาร SOOK  
ANALYSIS OF PATTERNS AND MEANINGS OF HEALTH MESSAGE  
VIA INFOGRAPHIC DESIGN IN SOOK MAGAZINE**

ศรัญญา เตชะปภานันต์\*

ดร.มนต์ ขจรเจริญ\*\*

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์รูปแบบและความหมายของสารด้านสุขภาวะผ่านการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) ในนิตยสาร SOOK” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารเนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาวะผ่านรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) ของนิตยสาร SOOK และเพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาวะผ่านรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) และเพื่อศึกษาการใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารผ่านอินโฟกราฟิก (Infographics) เพื่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาวะในนิตยสาร SOOK โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างนิตยสาร SOOK แบบเจาะจง (Purposive Sample) คือ ศึกษาจากคอลัมน์อินโฟกราฟิก (Infographics) เนื่องจากเป็นคอลัมน์ที่มีการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาวะที่ครอบคลุมทุกเพศทุกวัยและใช้อินโฟกราฟิก (Infographics) ในการนำเสนอเป็นหลักมากที่สุด

ผลการศึกษาพบว่า นิตยสาร SOOK ได้มุ่งเน้นที่จะนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสื่อและสุขภาวะทางปัญญามากที่สุด ซึ่งเป็นเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับการใช้สื่อต่างๆ สถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ต ข้อเสนอการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไปจนถึงกิจกรรมต่างๆ ที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาจิตใจและความรู้สึก โดยเลือกใช้อินโฟกราฟิกประเภท Research & Survey หรือ การนำเสนอสรุปผลสำรวจงานวิจัยต่างๆ ที่มีสถิติตัวเลขเป็นจำนวนมากและการจัดหน้าในแบบ Visualized Article หรือ การแปลบทความ งานเขียนให้เป็นรูปภาพ เป็นรูปแบบการจัดวางที่ได้รับความนิยมแพร่หลาย ซึ่งจะเหมาะสมกับชิ้นงานที่ข้อมูลต่างๆ จำนวนมากเน้นการอธิบายความเป็นมาเสริมสร้างความเข้าใจได้รวดเร็ว และสื่อสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงเหมาะสำหรับการนำบทความ งานเขียน มาเล่าผ่าน อินโฟกราฟิก (Infographics) โดยมีหัวข้อหลัก เป็นตัวดึงดูดความน่าสนใจ อีกทั้งยังเป็นแรงจูงใจให้ผู้ใช้งาน เข้ามาดูและเรียนรู้ได้ในทันที ซึ่งทั้งหมดนี้จะถูกนำเสนอควบคู่กันไปเป็นหลัก และในส่วนของการใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสาร โดยมากจะเป็น

---

\* นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

\*\* อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ภาพที่มีความหมายเกี่ยวเนื่องกับบริบทของเนื้อหาที่นำเสนอและเป็นภาพที่สื่อสารได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ผู้อ่านสามารถให้ความหมายในการสื่อสารได้ทันที

กล่าวคือ นิตยสาร SOOK ได้ถูกกำหนดแนวทางในการนำเสนอไว้อย่างชัดเจนคือ ใช้อินโฟกราฟิกเป็นตัวกลางในการสื่อสารข้อมูลด้านสุขภาวะระหว่างผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยนิตยสาร SOOK เอง เป็นผู้กำหนดวาระในการนำเสนอหากแต่การนำเสนอในแต่ละเรื่องราวนั้น ยังต้องคำนึงและเกี่ยวข้องกับบริบทของสังคมเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาแห่งเทศกาลหรือเหตุการณ์สำคัญต่างๆ โดยมีมุ่งหวังให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ได้โดยง่าย จึงเลือกใช้ภาพสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารแบบไม่ซับซ้อน บางภาพสัญลักษณ์เป็นภาพความหมายแบบตรงตัวไม่ต้องใช้การตีความหมายที่ลึกซึ้ง อย่างไรก็ตามในการให้ความหมายของสัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในคอลัมน์อินโฟกราฟิกของนิตยสาร SOOK นั้น ทุกภาพสัญลักษณ์ยังต้องเชื่อมโยงแล้วสอดคล้องกับเนื้อนั้นๆ ด้วย

นอกจากนี้ งานวิจัยยังค้นพบประเด็นที่น่าสนใจอีกด้วยว่า อินโฟกราฟิก ถือเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่มีเป็นประโยชน์มากในปัจจุบัน เพราะสามารถช่วยย่นระยะเวลาต่างๆ ได้ ไม่จำเป็นการสร้าง ความเข้าใจ การให้ความรู้ ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

## **Abstract**

The objective of the research's title on "Analysis of Pattern and Meaning of Health Message via Infographics Design in Soon Magazine" is to study the communication of well-being information content via Infographics format of SOOK Magazine, study well-being information presentation format via Infographics format, and study the use of sign in communication via Infographics to present well-being information in SOOK Magazine using qualitative research method. The purposive sample of SOOK Magazine was selected to study from Infographics column since it is the column that presents well-being content covering all genders and ages and Infographics has been mainly and maximally applied in presentation.

The finding of the studying result was that SOOK Magazine has maximally aimed at presentation of content in the matter of media and intellectual well-being. The presented content is related to use of media, statistics of internet usability, suggestion of social media usage and activities that contribute to develop mind and emotion. Research & Survey Infographics or presentation of research survey results with large number of numeric statistics and layout in design of Visualized Article or article and writing translation into graphics were selected to use in extensively popular layout format which has been appropriate for work pieces whereas the large number of information has emphasized on explanation

of background, rapid understanding reinforcement and effective information communication. Therefore, it has been appropriate for narration of article and writing via Infographics under main topic as attractiveness magnet. In addition, it has also been incentive for the user to immediately enter to view and learn. All of these have been simultaneously and mainly presented. In part of use of sign in communication, it has been mostly diagram relevant to the context of presented content and has been the easily and simply communicated picture. The reader can immediately interpret in communication.

It was to say that SOOK Magazine has still aimed at presentation of content related to media and intellectual well-being of children and juvenile and family, and health risk factor. The researcher of the aforesaid content had the opinion that it has been the content covering in the matter of healthy well-being in all aspects or it was to say that the content selected by SOOK Magazine for presentation has been the current content consistent with Thailand's campaign on "Creation before Repair" or emphasis on health creation rather than health repair. This has been the change in the previous paradigm of health care aiming at "Restoration" or treatment of symptoms for healthy recovery as before. However, it might be due to the discovered contents that mentioned about Health Promotion or otherwise called as health promotion aiming at health care rather treatment of illness whether in the matters of behavior, emotion and dwelling environment to be in good direction. In modern public health field, the health-related concept has been in the way that disease prevention will be better than disease treatment or prevention is better than cure

## 1. บทนำ

ปัจจุบันนี้ผู้คนส่วนใหญ่ต่างคำนึงและให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากความตื่นตัวในเรื่องของอาหารเพื่อสุขภาพที่มีมากมายในท้องตลาด การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีและรูปร่างที่สวยงาม การนั่งสมาธิปฏิบัติธรรม ไปจนถึงเรื่องของการเลือกสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยที่มีความเป็นอยู่ที่ดี สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่นำไปสู่การมีสุขภาพที่ดีขึ้น อีกทั้งการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันก็ง่ายและมีความสะดวกสบายมากขึ้น ยิ่งในยุคที่เต็มไปด้วยความเร่งรีบทุกอย่างต้องแข่งขันกับเวลา แม้กระทั่งการสื่อสารที่ในบางครั้งยังมีเวลาเป็นตัวกำหนด เพราะฉะนั้นการรับรู้ข่าวสารในเวลาอันสั้นและรวดเร็วแต่เข้าใจง่ายจึงเป็นสิ่งสำคัญในยุคปัจจุบันเช่นนี้ สื่อ อินโฟกราฟิก (Infographics) จึงเข้ามามีบทบาทให้เห็นเป็นอย่างมาก ซึ่งจะเห็นได้จากสื่อออนไลน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงสื่อการเรียนการสอนซึ่งล้วนแต่มีการใช้อินโฟกราฟิก (Infographics) เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างเห็นได้ชัด

อินโฟกราฟิก (Infographics) มาจากคำว่า Information + graphics หมายถึง “การแปลงข้อมูลให้เป็นภาพ” เพื่อให้การสื่อสารเข้าใจง่ายและเข้าถึงผู้รับข่าวสารได้มากที่สุด อีกทั้งยังเป็นการนำเสนอข้อมูลต่างๆในรูปแบบของลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม แผนที่ ฯลฯ ซึ่งการที่จะอ่านบทความหรือข้อมูลต่างๆที่มีความยาวหลายๆหน้าติดต่อกันนั้น อาจจะต้องใช้เวลาอันยาวนานหรือผู้อ่านบางคนอาจไม่สนใจข้อมูลเหล่านั้น เพราะการตีความของผู้อ่านแต่ละคนย่อมแตกต่างกัน อินโฟกราฟิก (Infographics) จึงไม่ใช่การสรุปข้อมูลทั้งหมดแล้วนำเสนอให้เป็นภาพเพียงหนึ่งภาพ แต่จะเป็นการนำเสนอข้อมูลแบบองค์รวมโดยใช้ภาพและสิ่งต่างๆที่กล่าวมาข้างต้น ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น

ในปัจจุบันนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพนั้นมีมากมายในท้องตลาด ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการนำเสนอข้อมูลในเชิงวิชาการเป็นหลัก ซึ่งจะแตกต่างจากนิตยสาร SOOK ที่มีรูปแบบการนำเสนอที่อ่านง่าย เข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย กล่าวคือ นิตยสาร SOOK เป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลและองค์ความรู้ด้านสุขภาพไปสู่สาธารณชนในวงกว้างที่เหมาะสมสำหรับคนทุกเพศทุกวัย และสามารถนำไปปรับใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน เกิดเป็นความสุขทั้ง 4 มิติคือ กาย ใจ สังคม และปัญญา

การนำเสนอเนื้อหาภายในนิตยสาร SOOK จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการให้เข้าถึงผู้อ่านทุกท่าน เข้าถึงเนื้อหา การเลือกเนื้อหาที่นำเสนอจึงเป็นการนำข้อมูล องค์ความรู้ด้านสุขภาพในเชิงวิชาการหรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ข้อมูลเชิงซ้อน” มาปรับปรุง แยกย่อย และลดทอนให้เป็นภาษาที่ผู้อ่านทั่วไปสามารถเข้าใจได้ง่าย สนุกสนานและผสมผสานกับการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) ที่ชวนให้น่าเปิดอ่านในทุกๆ หน้า ตั้งแต่หน้าปก-จนถึงปกหลัง เสมือนกับการนำเรื่องที่ยากต่อการเข้าใจให้มีความชัดเจนและเข้าใจง่ายขึ้น มาปรับใช้ให้ง่ายจนกลายเป็นวิถีชีวิต (lifestyle) ของคนที่มีสุขภาพดี เป็นการให้ความรู้ไปพร้อมกับความเพลิดเพลิน และสอดแทรกเนื้อหาสาระและรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ที่มีประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เข้ากับวิถีชีวิตและไลฟ์สไตล์ของคนทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นคนเมืองหรือคนชนบท อันจะส่งเสริมให้คนหันมาใส่ใจสิ่งดีๆ รอบตัว มีทักษะชีวิตที่รู้เท่าทันอันจะนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวคิดที่ว่า นิตยสารแห่งความสุข นำเสนอสาระโอเคเดียว เพื่อสร้างสุขภาพที่ดีอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นประเด็นการนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

หากสังเกตดีๆ แล้วจะพบว่าช่วงระยะเวลาสองถึงสามปีหลังจากที่ผ่านมา เราพบเห็นรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่เรียกกันว่า “อินโฟกราฟิก” (Infographic) บ่อยครั้งมากขึ้นจนจินตนา ทั้งในเว็บไซต์หรือบล็อกต่างๆ, ตามรายการทีวี, ตามงานอีเวนต์ที่มีฟรีเชนเทศน์ หรือตามหนังสือสิ่งพิมพ์ เป็นต้น นิตยสาร SOOK ก็เป็นสื่อสิ่งพิมพ์อย่างหนึ่งที่เลือกวิธีการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพในรูปแบบนี้ จึงทำให้ นิตยสาร SOOK เป็นนิตยสารรายเดือนแนวใหม่ที่ควรค่าแก่การศึกษาวิเคราะห์ ว่านิตยสาร SOOK มีแนวทางการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพไปในทิศทางใดและครอบคลุมเรื่องใดมากที่สุด อีกทั้ง การใช้สัญญาณในการสื่อสารผ่านอินโฟกราฟิก (Infographics) นั้นเป็นอย่างไร ซึ่งองค์ความรู้ด้านสุขภาพที่นำมาเสนอแก่ผู้อ่าน

นั้น น่าสนใจเป็นอย่างมาก มีการปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเหตุการณ์ในสังคมและยังสามารถอ่านได้ทุกเพศทุกวัย เพราะนิตยสาร SOOK เป็นเสมือนแหล่งรวบรวมและสร้างสรรค์แรงบันดาลใจให้แก่ผู้อ่านและยังนำไปสู่การปรับเปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรมในการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ทั้งด้านกาย ใจ สังคมและปัญญา ตลอดจนสามารถนำความรู้ด้านสุขภาวะไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคสมัยที่สังคมเต็มไปด้วยความเร่งรีบและการแข่งขันเช่นนี้

จากการทบทวนและสำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนั้น ยังขาดองค์ความรู้ในเรื่องของการใช้อินโฟกราฟิกเพื่อสื่อสารเนื้อหาสุขภาวะ ผู้วิจัยจึงคิดว่าการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ จะเป็นที่น่าสนใจในการนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ ที่จะมาเติมเต็มความชัดเจนขององค์ความรู้ด้านการนำอินโฟกราฟิกไปใช้ในการสื่อสารเนื้อหาสุขภาวะให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาการสื่อสารเนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาวะผ่านรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) ของนิตยสาร SOOK

2.2 เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาวะผ่านรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) ของนิตยสาร SOOK

2.3 เพื่อศึกษาการใช้สัญญาณที่ใช้ในการสื่อสารผ่านอินโฟกราฟิก (Infographics) เพื่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาวะในนิตยสาร SOOK

### แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบนิตยสาร นิตยสาร คือ สื่อสิ่งพิมพ์ชนิดหนึ่ง ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มประชากรหรือกลุ่มผู้บริโภคได้ดีกว่าหนังสือพิมพ์ และมีความสำคัญในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารเชิงลึกและสาระบันเทิงที่หลากหลาย แต่จะเป็นข้อมูลที่ไปในทิศทางเดียวกัน (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 2550)

แนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิก (Infographics) การออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) เป็นการนำข้อมูลที่เข้าใจยากหรือข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือจำนวนมากมานำเสนอในรูปแบบต่างๆ อย่างสร้างสรรค์ให้สามารถเล่าเรื่องได้ด้วยตัวเอง มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หัวข้อที่น่าสนใจ ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่างๆ ให้เพียงพอ แล้วนำมาสรุป วิเคราะห์ เรียบเรียง แสดงออกมาเป็นภาพจึงจะดึงดูดความสนใจได้ดี ช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติม กราฟิกที่ใช้อาจเป็นภาพ ลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟแผนภูมิ ไดอะแกรมตาราง แผนที่ ฯลฯ จัดทำ ให้มีความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้นาน ทำให้การสื่อสาร มีประสิทธิภาพมากขึ้น (จงรัก เทศนา, 2556)

**ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory)** ข่าวสาร เป็นทฤษฎีที่มุ่งจะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนในด้านการแสวงหา คัดเลือกข่าวสาร กับผู้รับข่าวสารในแง่ความตระหนักหรือการให้ความสำคัญต่อข่าวสารต่างๆ โดยถือว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงผู้กำหนดหรือวางระเบียบวาระการรับรู้ข่าวสารของประชาชนว่าจะเสนอข่าวสารใด ในระยะเวลาใด โดยที่สื่อจะช่วยจัดเรียงวาระตามลำดับความสำคัญ อีกทั้งสื่อมวลชนยังมีบทบาทในการช่วยแนะนำประชาชนว่าจะคิดหรือตระหนักในเรื่องใด ซึ่งผลจะออกมาอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับเวลา สถานการณ์ และองค์ประกอบอื่นๆ ซึ่งการที่สื่อมวลชนเลือกประเด็นในการนำเสนอเพื่อสร้างการรับรู้หรือความเข้าใจ และการตระหนักถึงสาระสำคัญของประเด็นนั้นๆ อาจสรุปได้ว่าถ้าสื่อมวลชนยิ่งเลือกนำเสนอเกี่ยวกับประเด็นหรือปัญหาใดมากๆ ผู้รับสารก็จะรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นปัญหานั้นมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร , 2533)

**แนวคิดสัญวิทยา (Semiology)** เป็นแนวคิดที่นำมาอธิบายการสื่อสารของมนุษย์ว่า การสื่อสารคือจุดกำเนิดของความหมาย ซึ่งการศึกษาแนวคิดนี้จะไม่สนใจความล้มเหลวของการสื่อสาร และไม่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลและความถูกต้อง แต่เป็นแนวทางการศึกษาเชิงสังคมหรือความแตกต่างของวัฒนธรรมระหว่างผู้ให้และผู้รับสาร ตลอดจนความหลากหลายของความหมายภายในระบบภาษา วัฒนธรรม และความความเป็นจริงที่ไม่สามารถแสดงผลเป็นลูกศรหรือเป็นเส้นตรงของกระแสการไหลของข่าวสาร อาทิ แหวนหมั้น, นกหวีด, ครีมนเคลซเซอร์, ไอโฟน, เหล้า (กาญจนา แก้วเทพ, 2547)

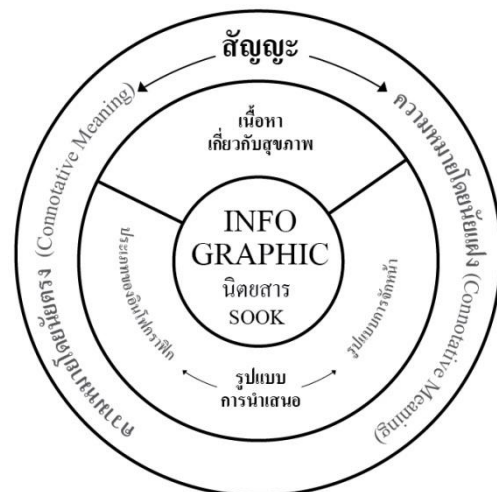
### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิกข์นิตี พงศ์วินาสัมพันธ์ (2552) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือสารอาหารและสุขภาพ : กรณีศึกษา นิตยสาร Health & Cuisine” พบว่า ผลการวิเคราะห์เนื้อหาประเภทการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพสูงสุด 3 อันดับแรก คือ อาหารและโภชนาการ การดูแลตนเองทั่วไป และการพัฒนาจิตใจตามลำดับ ด้านบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพพบว่า มีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมสุขภาพ เป็นอันดับ 1 นอกจากนี้พบว่าผู้อ่านนิตยสารมีการเลือกแสวงหาและเลือกรับข่าวสารด้านสุขภาพสำหรับนำไปดูแลสุขภาพตนเองและครอบครัวตามความต้องการและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล รวมถึงผู้อ่านนิตยสารเห็นว่านิตยสารสามารถตอบสนองความพึงพอใจของตน และได้นำเนื้อหาไปใช้ประโยชน์ในการดูแลสุขภาพตนเองหลากหลายด้านแตกต่างกันไป

สุทธิลักษณ์ สวรรยาวิสุทธิ (2555) ศึกษาเรื่อง “การใช้สัญลักษณ์สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก” พบว่า การใช้สัญลักษณ์สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาเพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้หันมาเลือกซื้อและไว้วางใจในสินค้า การวิจัยเรื่องนี้สามารถช่วยให้ผู้บริโภครู้เท่าทันสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนักและใช้เป็นแนวทางในการศึกษาโฆษณาชิ้นอื่นๆ ได้

อชิรญา วิฑูรชาติ (2555) ศึกษาเรื่อง “การสื่อความหมายรสชาติอาหารไทยของภาพประกอบในนิตยสาร” พบว่า ความหมายด้านรสชาติแต่ละรสชาติสื่อสารจากการใช้สัญลักษณ์ประเภทสัญลักษณ์รูป (Icon) ที่เป็นภาพอาหาร จากวัตถุดิบในการประกอบอาหารต่างๆ ซึ่งไม่ได้ทำหน้าที่เป็นแค่สัญลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายหรือเหมือนของจริงเท่านั้น แต่ยังเป็นตัวบ่งชี้ (Index) ไปถึงประสบการณ์ของรสนาตินั้นๆ ประกอบกับการใช้สีตามหลักจิตวิทยา การใช้แสงที่เน้นให้เห็นถึงวัตถุดิบมากยิ่งขึ้น

พัชรา วาณิชชิน (2558) ศึกษาเรื่อง “ศักยภาพของอินโฟกราฟิก (Infographic) ในการเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้” พบว่า ร้อยละ 94.99 ของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า อินโฟกราฟิกช่วยเพิ่มความน่าสนใจ ความเข้าใจและการจดจำให้มากยิ่งขึ้น และมีมติที่สองคือ การใช้อินโฟกราฟิก เป็นสื่อการเรียนรู้สร้างความพึงพอใจในการเรียนรู้ผ่านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพด้วยความชัดเจนและความเข้าใจ บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่ต้องการ โดยผลการใช้อินโฟกราฟิกเป็นสื่อการเรียนรู้จากงานวิจัยฉบับเดียวกันพบว่า อินโฟกราฟิกช่วยสร้างความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.8



**กรอบแนวคิดการวิจัย**

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

**3. วิธีการดำเนินการวิจัย**

ประชากรที่ศึกษา การวิเคราะห์รูปแบบและความหมายของสารด้านสุขภาวะผ่านการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) ในนิตยสาร SOOK โดยเลือกศึกษานิตยสาร SOOK ที่วางจำหน่ายตั้งแต่ ธันวาคม พ.ศ. 2555 – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 โดยจะศึกษานิตยสาร SOOK ฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 37 รวมทั้งสิ้น 37 ฉบับ

ผู้ศึกษาทำการสุ่มตัวอย่างนิตยสาร SOOK แบบเจาะจง (Purposive Sample) โดยเลือกศึกษาทุกฉบับ ตั้งแต่ฉบับที่ 1 – ฉบับที่ 37 โดยจะเลือกคอลัมน์ที่ทำการศึกษาคือ คอลัมน์ Infographic ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพที่ครอบคลุมทุกเพศทุกวัยในรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) ที่ชัดเจนที่สุด โดยที่เนื้อหาจะเปลี่ยนไปตามช่วงเวลา เทศกาล หรือบริบทของสังคมในช่วงเวลานั้นๆ

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Document Analysis) เพื่อทำการวิเคราะห์เนื้อหาไปจนถึงรูปแบบการนำเสนอที่เกี่ยวกับสุขภาพและสัญญาณที่ใช้ในการสื่อสารผ่านรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) โดยจะบันทึกข้อมูลลงในตารางรหัส

#### 4.ผลการวิจัย

##### 4.1 การสื่อสารเนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาพผ่านรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) ของนิตยสาร SOOK ตั้งแต่ฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 37

จากการศึกษาพบว่านิตยสาร SOOK มีการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสุขภาพทางปัญญามากที่สุด 13 ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ 35.2 ลำดับต่อมาคือการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาพที่เกี่ยวกับเด็ก เยาวชน และครอบครัว 6 ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ 16.2 ต่อมาเป็นการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.8 ต่อมาเป็นการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพชุมชน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.8 ต่อมาเป็นการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับอุบัติเหตุและภัยพิบัติ ผู้หญิง ผู้ชายและผู้สูงอายุ การท่องเที่ยวและกิจกรรมทางกาย เนื้อหาละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4 สุดท้ายคือการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ และสุขภาพในองค์กร 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

##### 4.2 การศึกษารูปแบบการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพผ่านรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) ของนิตยสาร SOOK

ผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางในการวิเคราะห์ไว้ 2 หัวข้อคือ ประเภทของอินโฟกราฟิกที่ใช้และรูปแบบการจัดหน้า ผลการศึกษาพบว่า นิตยสาร SOOK ได้มีการคัดสรรเนื้อหาที่หลากหลาย ดังนั้นจึงมีการใช้ประเภทของอินโฟกราฟิกที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของเนื้อหา ดังนี้ ประเภทของอินโฟกราฟิกที่พบมากที่สุดคือ Research & Survey หรือการถ่ายทอดเนื้อหาที่เป็นผลสำรวจหรือผลงานวิจัยต่างๆ ที่มีสถิติตัวเลขและข้อมูลเชิงวิชาการ ข้อมูลที่ยุ่งยากต่างๆ ให้ออกมาเป็นภาพที่สามารถอ่านแล้วเข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้นมากที่สุด ทั้งหมด 29 ครั้ง จากนิตยสารทั้ง 37 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 63 และมีการจัดหน้าแบบ Visualized Article หรือ การจัดหน้าในรูปแบบที่นำบทความ งานเขียนมาแล้วเรื่องราวโดยมีการวางจุดเด่นที่สำคัญเป็นภาพขนาดใหญ่รองลงมาเป็นภาพเล็กตามหัวหรือรอง ทั้งหมด 26 ครั้ง จากนิตยสารทั้ง 37 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 50.9 และการจัดหน้าแบบ Listed หรือการเล่าเรื่องราวต่างๆ โดยแบ่งเป็นข้อๆ หรือการจัดอันดับต่างๆ ทั้งหมด 12 ครั้ง จากทั้งหมด 37 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 23.6 ซึ่งประเภทของอินโฟกราฟิกแบบ



Research & Survey และการจัดหน้าแบบ Visualized Article และแบบ listed นี้มักจะนำเสนอควบคู่กันไป ประเภทของอินโฟกราฟิกที่พบมากเป็นอันดับ 2 คือ Did You Know ทั้งหมด 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17 หรือ การให้ความรู้เชิงวิชาการ โดยขึ้นต้นด้วยการตั้งคำถามซึ่งจะเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้มากขึ้น อันดับ 3 คือ Campaign การณรงค์หรือกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่าง ทั้งหมด 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13 ลำดับสุดท้ายคืออินโฟกราฟิกประเภท How to ทั้งหมด 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.6 หรือเป็นการบอกเล่ากลยุทธ์และวิธีการสอนในเรื่องต่างๆ ที่จะนำไปสู่การมีสุขภาวะที่ดี เช่นเคล็ดลับการออมเงิน เป็นต้น

ในส่วนของรูปแบบการจัดหน้า จากการศึกษาวิเคราะห์พบว่ามีการจัดหน้าแบบ Visualized Article การจัดหน้าในรูปแบบนี้เหมาะสำหรับการนำบทความ งานเขียนมาเล่าเรื่องราวผ่านอินโฟกราฟิก ซึ่งมากที่สุด 26 ครั้ง จากทั้งหมด 37 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 50.9 ลำดับ 2 รูปแบบการจัดหน้าแบบ Listed หรือ การเล่าเรื่องราวโดยแบ่งเป็นข้อๆ และมีข้อหลักเพื่อดึงดูดความสนใจ มีทั้งสิ้น 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.6 ลำดับ 3 คือ การจัดหน้าในรูปแบบของ Number Point หรือการนำตัวเลข กราฟ แผนภูมิมาเป็นตัวดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน มีทั้งสิ้น 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.8 ลำดับ 4 คือรูปแบบการจัดหน้าแบบ Comparison มีทั้งสิ้น 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.9 ลำดับ 5 คือรูปแบบการจัดหน้าแบบ Structure มีทั้งสิ้น 2 คิดเป็นร้อยละ 3.9 ลำดับที่ 6 ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบการจัดหน้าแบบ Useful Bait หรือการจัดหน้าที่แสดงให้เห็นถึงวิธีการทำบางอย่างที่ชัดเจนและผู้อ่านสามารถนำไปใช้ได้ทันที มีทั้งสิ้น 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.9

#### 4.3 การศึกษาการใช้สัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารผ่านอินโฟกราฟิก (Infographics) เพื่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาวะในนิตยสาร SOOK

จากการศึกษาวิเคราะห์สัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารผ่านอินโฟกราฟิก (Infographics) เพื่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาวะในนิตยสาร SOOK ผู้ศึกษาได้แบ่งสัญลักษณ์ออกเป็นสัญลักษณ์ที่ให้ความหมายโดยตรง (Denotative Meaning) คือ การสื่อความหมายตามตัวอักษรที่ปรากฏโดยพิจารณาถึงสิ่งที่เป็นตัวหนังสือหรือภาพที่สื่อออกมาให้เห็นโดยตรง และความหมายโดยนัยแฝง (Connotative Meaning) คือการให้ความหมายในระดับที่มีปัจจัยทางสังคมหรือมีปัจจัยและบริบททางวัฒนธรรมของสิ่งนั้นๆเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งไม่ได้เกิดจากตัวสัญลักษณ์เอง ผู้รับสารจะต้องใช้ความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการตีความหมายของสิ่งนั้น ในนิตยสาร SOOK นี้ จะเป็นการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างความรู้ความเข้าใจไปจนถึงใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาวะที่ดี และสามารถนำไปปรับใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน เกิดเป็นความสุขทั้ง 4 มิติ คือ กาย ใจ สังคม และปัญญา ทั้งนี้ สัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในคอลัมน์อินโฟกราฟิก (Infographics) หากมองเป็นสัญลักษณ์ที่ให้ความหมายโดยตรง (Denotative Meaning) นั้น ก็จะเป็นภาพสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายแบบตรงตัวตามที่มองเห็นแต่ยังมีความสอดคล้องกับเรื่องราวที่นำเสนอ เช่น ในฉบับที่ 1 เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมมารับประทานอาหาร ภาพสัญลักษณ์ยังคงเป็นภาพที่มีรูปอาหารเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ภาพ

นาฬิกาแขวนผนังที่หน้าปิดตัวเลขถูกแทนที่ด้วยภาพอาหารต่างๆ ความหมายโดยนัยตรงนั้นก็จะหมายถึงนาฬิกาบอกเวลาธรรมดา แต่ในการให้ความหมายโดยนัยแฝง (Connotative Meaning) นั้นจะหมายถึงการรับประทานอาหารที่ไม่เป็นเวลาหรือการรับประทานอาหารแบบตามใจปากโดยไม่คำนึงถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมและอาจเป็นเหตุให้ส่งผลเสียต่อสุขภาพในภายภาคหน้าได้ ซึ่งการให้ความหมายแบบความหมายโดยนัยแฝง (Connotative Meaning) นั้นจะมีเรื่องของบริบทของนิตยสาร SOOK เข้ามาเกี่ยวข้องหรือเป็นการให้ความหมายตามเนื้อหาข้อมูลที่น่าเสนอหากแต่ละภาพสัญลักษณ์นั้นถูกวางอยู่ในส่วนที่เนื้อหาข้อมูลต่างกันความหมายที่ถูกกำหนดขึ้นก็จะแตกต่างกันไปตามบริบทด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เนื้อหาที่นิตยสาร SOOK นำเสนอนั้น มีความหลากหลายแต่ยังคงมุ่งเน้นเนื้อหาของสื่อและสภาวะ กล่าวคือเนื้อหาของสื่อและสภาวะเป็นเรื่องที่ใกล้ชิดตัวและเริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันการให้ความหมายโดยนัยแฝง (Connotative Meaning) จึงเป็นการให้ความหมายที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนมากนัก หากผู้รับสารศึกษานี้อาหา นั้นมาตั้งแต่แรกเริ่มก็จะเข้าใจความหมายได้โดยง่าย

## 5.อภิปรายผลการวิจัย

สำหรับเนื้อหาในนิตยสาร SOOK นั้น มีส่วนสำคัญในการให้ข้อมูลด้านสภาวะแก่ผู้อ่าน โดยนิตยสาร SOOK ได้คัดเลือกการนำเสนอเนื้อหาด้านสภาวะตามกระแสสภาวะและช่วงเวลาในสังคมเป็นหลัก ซึ่งอาจเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลหรือเหตุการณ์สำคัญในช่วงเวลานั้นๆ เช่น การนำเสนอเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับ การสร้างความสุขให้แก่ตนเองและครอบครัว การใช้เวลาว่าง การพักผ่อนด้วยวิธีการต่างๆ เนื้อหาเหล่านี้จะถูกนำเสนอในช่วงเดือนมกราคมและเดือนเมษายนซึ่งเป็นเดือนแห่งการหยุดพักผ่อน เพราะจะตรงกับช่วงปีใหม่และช่วงเทศกาลสงกรานต์ซึ่งถือได้ว่าเป็นวันครอบครัวของคนไทยและอีกอย่างที่เราเห็นได้ชัดเจนก็คือการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรักหรือแนวทางการศึกษาป้องกันการใช้เพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรของวัยรุ่น เนื้อหาเหล่านี้ได้ถูกนำเสนอในช่วงฉบับเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ซึ่งจะสอดคล้องกับทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory) ที่อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนในด้านการแสวงหา คัดเลือกข่าวสารให้แก่ผู้รับสารในแง่ที่สร้างความตระหนักหรือการให้ความสำคัญต่อข่าวสารต่างๆ โดยถือว่าสื่อมวลชนในที่นี้หมายถึงนิตยสาร SOOK เป็นผู้กำหนดวาระระเบียบวาระการรับรู้ข่าวสารให้แก่ผู้รับสารหรือผู้อ่านว่าจะเสนอข่าวสารใดในระยะเวลาใด อีกทั้งสื่อยังมีบทบาทในการแนะนำผู้อ่านว่าควรคิดหรือตระหนักในเรื่องใด ซึ่งผลจะออกมาอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับเวลาสถานการณ์ และองค์ประกอบอื่นๆ โดยนิตยสาร SOOK เป็นการกำหนดวาระในระดับจุลภาค (Micro agenda setting) หมายความว่า สื่อสามารถมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความเข้าใจ และวิธีการมองโลกในเรื่องใดเรื่องหนึ่งผ่านตัวเนื้อหาด้วยวิธีการนำเสนอเนื้อหานั้นๆ อย่างเฉพาะเจาะจง ซึ่งความสำคัญของเนื้อหาที่นิตยสาร SOOK นำเสนอ จัดอยู่ในระดับ Media agenda ไปจนถึง Public agenda โดยที่ทั้ง 2 อย่างที่

ความสัมพันธ์กัน อาจกล่าวได้ว่า เนื้อหาบางช่วงบางตอนที่นิตยสาร SOOK นำเสนอมาจากความสนใจของ นิตยสาร SOOK หรือ นิตยสาร SOOK เป็นตัวกำหนดเรื่องราวในการนำเสนอเอง (Media agenda) ไปจนถึง เนื้อหาที่นิตยสาร SOOK เลื่อนนำเสนอมาจากความสนใจของประชาชนเป็นหลัก (Public agenda) โดยอาศัย ช่วงเวลาและบริบททางสังคมเข้ามาเกี่ยวข้อง

อย่างไรก็ตาม นิตยสาร SOOK ยังคงมุ่งเน้นที่จะนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสื่อและสุขภาพ ทางปัญญา เด็กเยาวชนครอบครัวและปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพ ซึ่งเนื้อหาที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้ศึกษามองว่า เป็นเนื้อหาที่ครอบคลุมในเรื่องของการมีสุขภาพที่ดีในทุกๆ ด้าน หรืออาจจะกล่าวได้ว่า เนื้อหาที่นิตยสาร SOOK เลื่อนที่จะนำเสนอ นั้น เป็นเนื้อหาที่สอดคล้องกับในปัจจุบันนี้ที่ ประเทศไทยได้มีการรณรงค์เรื่อง “สร้างนำซ่อม” หรือ การเน้นการสร้างสุขภาพมากกว่าการซ่อมสุขภาพ (นพ.สุรเกียรติ์ อชานานุภาพ 2556) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ของการดูแลสุขภาพไปจากเดิมที่มุ่งเน้นเรื่องของ “ซ่อมสร้าง” หรือการรักษาอาการต่างๆ ให้กลับมามีสุขภาพดีเช่นเดิม

ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า เนื้อหาต่างๆ ที่ค้นพบ จะพูดถึงเรื่องของ Health Promotion หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการส่งเสริมสุขภาพ ที่มุ่งเน้นเรื่องของการดูแลสุขภาพต่างๆ มากกว่าการรักษาอาการป่วย ทั้ง เรื่องของพฤติกรรม ความรู้สึนึกคิด ไปจนถึงสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยให้เป็นไปในทิศทางที่ดี ซึ่งในวงการ สาธารณสุขสมัยใหม่ก็มีแนวคิดเกี่ยวกับสุขภาพทำนองว่า การป้องกันโรคย่อมดีกว่าการรักษาโรคหรือกันไว้ ดีกว่าแก้ ในนิตยสาร SOOK ทั้ง 37 ฉบับนี้ ไม่มีฉบับใดเลยที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการรักษาโรค ซึ่งเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่าเราควรให้ความสำคัญกับการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีมากกว่านั่นเอง

จากผลการศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาพของนิตยสาร SOOK ผู้ศึกษามองว่าการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละครั้งนั้น สามารถเลือกประเภทของอินโฟกราฟิกและรูปแบบการจัดหน้าได้มากกว่า 1 ชนิด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและการสร้างความน่าสนใจให้กับเนื้อหาข้อมูลนั้นๆ ซึ่งจะสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ รัชพล อินทรเทวี (2556) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ทักษะคิดของคนไทยที่มีต่อการสื่อสารในรูปแบบอินโฟกราฟิกและข้อความในการรณรงค์เพื่อสังคม ผลการศึกษาพบว่าระดับความสัมพันธ์ของทัศนคติ ความเข้าใจ และความตั้งใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังจากอ่านตัวสารในรูปแบบอินโฟกราฟิกนั้นมีระดับที่สูงกว่าตัวสารในรูปแบบข้อความ จากข้อมูลพบว่าการสื่อสารในรูปแบบที่ประกอบไปด้วยรูปภาพมากกว่าปกตินั้นเหมาะสมที่จะใช้ในการสร้างความสนใจเพื่อดึงดูดผู้รับสาร ในขณะที่การสื่อสารในรูปแบบที่มีข้อความเป็นจำนวนมากกว่าปกตินั้นเหมาะสมสำหรับการอธิบายความซับซ้อนเพื่อสร้างความเข้าใจได้ดีกว่า กล่าวคือ นิตยสาร SOOK เลื่อนที่จะใช้การสื่อสารแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ของนิตยสาร SOOK คือเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ และสร้างแรงบันดาลใจให้กลุ่มเป้าหมายสู่การปรับทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาพะ ทั้งด้านกาย ใจ สังคม และปัญญา ตลอดจนสามารถนำความรู้ด้านสุขภาพไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยการ

เลือกเนื้อหาที่นำเสนอเน้นการนำข้อมูล องค์ความรู้ด้านสุขภาวะในเชิงวิชาการหรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ ข้อมูลเชิงซ้อน ” มาปรับปรุง แยกย่อย และลดทอนให้เป็นภาษาที่ผู้อ่านทั่วไปสามารถเข้าใจได้ง่าย สนุกสนานและผสมผสานกับการออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) เพื่อง่ายต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้รับสารและยังสามารถนำมาปรับใช้ได้อีกด้วย

การใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ในนิตยสาร SOOK นั้น เพื่อเป็นสื่อกลางในการสื่อความหมายของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการดูแลสุขภาพ เพื่อให้ทราบถึงความหมายบางอย่างที่แฝงอยู่ในภาพนั้นๆ นิตยสาร SOOK เอง ได้ทำการเลือกใช้ภาพสัญลักษณ์ที่สื่อสารได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ในทันที โดยมากแล้วจะเป็นลักษณะของภาพวาดการ์ตูนและไอคอนสัญลักษณ์ที่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวันและเป็นความหมายในระดับสากล หากแต่สัญลักษณ์ที่ปรากฏในคอลัมน์อินโฟกราฟิกของนิตยสาร SOOK การให้ความหมายต้องเกี่ยวเนื่องกับบริบทของนิตยสาร SOOK และเนื้อหาที่นำเสนอ ซึ่งหากภาพสัญลักษณ์ถูกวางอยู่ในเนื้อหาที่ต่างกันความหมายที่ถูกกำหนดขึ้นก็จะแตกต่างกันไปด้วย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อธิรญา วิฑูรชาติ (2555) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การสื่อความหมายรสนชาติอาหารไทยของภาพประกอบในนิตยสาร ผลการศึกษาพบว่า ความหมายด้านรสนชาติแต่ละรสนชาติสื่อสารจากการใช้สัญลักษณ์ประเภทสัญลักษณ์รูป (Icon) ที่เป็นภาพอาหาร จากวัตถุดิบในการประกอบอาหารต่างๆ ซึ่งไม่ได้ทำหน้าที่เป็นแค่สัญลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายหรือเหมือนของจริงเท่านั้น แต่ยังเป็นตัวบ่งชี้ ถึงประสบการณ์ของรสนชาตินั้นๆ ประกอบกับการใช้สีตามหลักจิตวิทยา การใช้แสงที่เน้นให้เห็นถึงวัตถุดิบมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ สัญลักษณ์ประเภทสัญลักษณ์รูปเปรียบเทียบ เป็นสัญลักษณ์ให้ความหมายโดยนัยตรง (Denotative Meaning) คือสิ่งที่ความหมายตามที่ปรากฏ และ ตัวบ่งชี้ (Index) เป็นการให้ความหมายแบบความหมายโดยนัยแฝง (Connotative Meaning) คือการให้ความหมายตามประสบการณ์และบริบททางสังคมของสิ่งที่นำเสนอตนเอง

## 6. ข้อเสนอจากการวิจัย

### 6.1 ข้อเสนอแนะด้านการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์สื่อต่างๆ ที่นำเสนอในรูปแบบของอินโฟกราฟิกได้ง่ายมากขึ้น หากแต่ต้องคำนึงถึงบริบทและเรื่องราวที่นำเสนอให้มีความเหมาะสมกับสิ่งนั้นๆ ด้วย เช่น การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เรื่องสุขภาพในด้านต่างๆ ว่าควรเลือกอินโฟกราฟิกประเภทใดให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้อ่านมากที่สุด เป็นต้น

### 6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำการศึกษาครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ศึกษาด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาสุขภาวะผ่านรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographics) ของนิตยสาร SOOK โดยศึกษาเพียงคอลัมน์อินโฟกราฟิกคอลัมน์เดียว ทั้งสิ้น 37 ฉบับ นับตั้งแต่ฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 37 ดังนั้นหากต้องการทราบข้อมูลที่หลากหลายอาจต้องใช้วิธีการเก็บ

ข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้จัดทำหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับนิตยสารเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายในการวิเคราะห์มากขึ้น และควรมีการศึกษาถึงผลสำรวจความต้องการและการรับรู้ของผู้อ่านนิตยสาร SOOK เพื่อสามารถทราบถึงทัศนคติและความพึงพอใจ เพื่อเป็นแนวทางในการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาวะต่อไป

### บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์.
- จงรัก เทศนา (2556). *การออกแบบอินโฟกราฟิก (Infographics)*. เข้าถึงเมื่อ 13 มกราคม 2558. เข้าถึงได้จาก [http://www.krujongrak.com/infographics/infographics\\_information.pdf](http://www.krujongrak.com/infographics/infographics_information.pdf)
- นิกข์นิธิ พลฤทธิวนาสันต์. (2552). “การวิเคราะห์เนื้อหา นิตยสารอาหารและสุขภาพ:กรณีศึกษา นิตยสาร *Health & Cuisine*.” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรา วาณิชชวิน. (2558). “ศักยภาพของอินโฟกราฟิก (Infographic) ในการเพิ่มการเรียนรู้” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุทธิลักษณ์ สวรรยาวิสุทธิ. (2555). “การใช้สัญลักษณ์ในสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาสารคาม. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นพ.สุรเกียรติ์ อาชานานุกาพ. (2556). *หมอชั้นหนึ่งรักษาโรคที่ยังไม่เป็น*. หมอชาวบ้าน, 56(395).
- อชิรญา วิฑูรชาติ. (2555). “การสื่อความหมายรสชาติอาหารไทยของภาพประกอบในนิตยสาร ” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภาวรรณ โสภณธรรมรักษ์. (2557). “SOOK Magazine” นิตยสารคนรักสุขภาพ. เข้าถึงเมื่อมกราคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaihealth.or.th/Content/23993-“SOOK%20Magazine”%นิตยสารคนรักสุขภาพ.html>
- Jun Sakurada. (2558). *Basic Infographic*. กรุงเทพฯ : ไอดีซี