

## บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะเป็นส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาผลสรุปของแนวทางใน การใช้แอนิเมชัน ในงานโฆษณาณรงค์ศาสตร์ทางศาสนา ตามวัตถุประสงค์ และวิเคราะห์หาวิธีการนำเสนอเทคนิคการ ใช้ภาพโฆษณาที่ใช้ภาพแอนิเมชัน จากการรวบรวมประเภทของแอนิเมชัน ทั้งหมด 6 ประเภท และ วิเคราะห์หาจุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) เป็นการสร้างความน่าสนใจในงาน โฆษณา ซึ่งมีความสำคัญต่อการทำให้สารโฆษณานั้นๆ น่าสนใจในสายตาของผู้บริโภค และ สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดความชอบ ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งข้อมูลในการทำแบบสอบถามจะ แบ่งเป็น 5 ตอนด้วยกันคือ

ตอนที่ 1 หมวดคำถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ลักษณะทาง ประชากรของกลุ่มตัวอย่างคือ อายุ เพศ อาชีพ รายได้ การศึกษา

ตอนที่ 2 หมวดคำถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับศาสนา (Religions) โดยแบ่งเป็น 3 ข้อคือ

2.1 เป็นคริสต์เตียน ใช่หรือไม่

2.2 อายุความเชื่อกับศาสนา

2.3 มีโอกาสร่วมในกิจกรรมทางศาสนาบ่อยเพียงไหน

ตอนที่ 3 หมวดคำถามเกี่ยวกับการออกแบบ (Design Elements) โดยแบ่งเป็น

3.1 คิดว่าแอนิเมชัน (Animation) ประเภทใดเหมาะสมสำหรับงานโฆษณาณรงค์ศาสตร์ทาง ศาสนา (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม) เช่น

3.1.1 การสร้างโดยใช้ แผ่นฟิล์มภาพยนตร์ เป็นต้น (Celluloid Animation)

3.1.2 การสร้างโดยใช้ งานศิลปะที่เกิดจากการนำชิ้นวัสดุหลายๆ ชนิดมาปะติดไว้บนพื้น เดียวกัน ภาพที่เกิดขึ้นจึงเกิดจากวิธีดังกล่าว (Cutouts and Collage Animation)

3.1.3 การสร้างภาพที่เคลื่อนไหวภาพต่อภาพ (Painting Pictures Graphic under the Stop motion Camera Animation)

3.1.4 การสร้างโดยใช้หุ่นกระบอก, หุ่นผ้าที่ใช้มือสวม, การใช้ตุ๊กตาเป็นหุ่นเชิดให้ดูมี อำนาจ (Puppets Animation)

3.1.5 การใช้เทคนิคดินเหนียว หรือ ปั้นดินน้ำมัน (Clay Animation)

3.1.6 การใช้เทคนิค สร้างกระดาษให้เป็นสามมิติ ในการเคลื่อนไหว (Paper in Three-dimensional Animation)

3.2 ขอบภาพที่สร้างจากโปรแกรม แอนิเมชัน (Animation) ในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม) เช่น

3.2.1 ภาพเคลื่อนไหว แอนิเมชัน (Animation) ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม 3D Max STUDIO

3.2.2 ภาพเคลื่อนไหว แอนิเมชัน (Animation) ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม Maya 3.2.3

ภาพเคลื่อนไหว แอนิเมชัน (Animation) ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม Flash Mx

3.3 ขอบภาพนิ่ง ที่สร้างจากโปรแกรมตกแต่งภาพ ในลักษณะใด

(ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม) เช่น

3.3.1 ภาพนิ่ง คอมพิวเตอร์กราฟิก ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม Adobe illustrator

3.3.2 ภาพนิ่ง คอมพิวเตอร์กราฟิก ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม Adobe Photoshop

3.4 ตัวละคร หรือ บุคลิกของตัวละคร (Character) ในโฆษณารณรงค์ทางศาสนาน่าจะมีลักษณะใด

(ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม) เช่น

3.4.1 ภาพเลียนแบบธรรมชาติ (Natural Cartoon) แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะย่อยคือ

- การ์ตูนรูปสัตว์ที่กระทำทางเหมือนสัตว์จริง หมายถึงรูปสัตว์ที่เลียนแบบธรรมชาติอาจมีลักษณะเหมือนจริง หรือลดตัดทอนให้ผิดแปลกไป อย่างภาพการ์ตูน แต่กระทำทางยังคงเป็นสัตว์ประเภทนั้น

- การ์ตูนรูปสัตว์ทำทางคน หมายถึงรูปสัตว์ต่างๆ ที่เขียนเลียนแบบธรรมชาติจริง แต่มีกระทำทางแต่งตัวเลียนแบบคน เช่น มิกกี้เมาส์ โดนัทดัคส์ กิฟี่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการ์ตูนของวอร์ลด์ ศาสนีย์ หรือโดเรม่อน ของญี่ปุ่น

- การ์ตูนรูปคน ลักษณะการเขียนจะเลียนแบบคนจริง หรือตัดทอนจากของจริงโดยเน้นเฉพาะลักษณะเด่นๆ ของคนออกก็ได้

3.4.2 การ์ตูนภาพจิตร (Fine Cartoon) หมายถึงการ์ตูนที่มีลักษณะลวดลาย การเขียนที่สวยงาม ในลักษณะจิตรศิลป์ การใช้เส้นตกแต่งลวดลายทำอย่างประณีต จิตรพิสดารจนอาจถือได้ว่าเป็นงานศิลปะมีค่า

3.4.3 การ์ตูนภาพกราฟิก (Graphic Cartoon) หมายถึง การ์ตูนที่มีลักษณะการเขียนภาพเหมือนกับการออกแบบ รูปร่างการ์ตูนมักเป็นรูปร่างง่ายๆ ทางเรขาคณิต เช่น วงกลม

สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงรี เป็นต้น การระบายสีมักเป็นสีเรียบ หรือไล่น้ำหนักอ่อนจางเล็กน้อย มีขอบเขตของการลงสีแน่นอน รูปเส้นขอบชัดเจน ในลักษณะเดียวกับงานออกแบบกราฟิก

3.4.6 การ์ตูน 3 มิติ ( Three – Dimension Cartoon ) หมายถึงการสร้างรูปการ์ตูน จากสิ่งของวัสดุต่างๆ เช่น ดินน้ำมัน ไม้ พลาสติก เพื่อให้เป็นรูปการ์ตูน 3 มิติก่อนแล้วจึงถ่ายเป็นภาพหรือภาพยนตร์การ์ตูน 2 มิติ อีกครั้งหนึ่ง ซึ่งถ้าถ่ายทำเป็นภาพยนตร์ยังสามารถใช้เทคนิคถ่ายทำให้หุ่นการ์ตูนนั้นเคลื่อนไหวได้เหมือนมีชีวิตจริง

ตอนที่ 4 หมวดคำถามเกี่ยวกับจุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals)

4.1 จุดจับใจในการใช้แอนิเมชัน (Animation) ในงานโฆษณารณรงค์ทางศาสนาจุดจับใจใดมีความเหมาะสม จำนวน ประเภท จุดจับใจ 42 ประเภท (เลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ) เช่น

ตอนที่ 5 หมวดคำถามเกี่ยวกับเนื้อเรื่อง (Theme)

5.1 ลักษณะแรงจูงใจของเนื้อเรื่องน่าจะมีแนวคิด มาจากทางไหน มากที่สุด (เลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ) เช่น

ความเชื่อ ( คือการยอมรับและเชื่อฟังว่าหลักคำสอนของศาสนาเป็นความจริง )

ความหวัง ( คือการเฝ้าคอย ไม่ใช่การหนีความจริง หรือคิดฝันลมๆ แล้งๆ )

ความรัก ( ไม่ได้หมายถึงอารมณ์ เป็นสถานะที่ไม่เกี่ยวกับความรู้สึก แต่เกี่ยวกับเจตจำนงเป็นสถานะของความตั้งใจที่เรามีอยู่ต่อตัวเองโดยธรรมชาติ )

5.2 ลักษณะที่มาของเนื้อเรื่อง ในโฆษณารณรงค์ทางศาสนาน่าจะมีแนวคิดมาจากทางไหน มากที่สุด (เลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ) เช่น ประสบการณ์จริงที่เป็นพระพรที่เกิดขึ้นกับตัวเองและคนรอบข้าง มาเป็นเนื้อเรื่องในโฆษณา

เรื่องราวประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นจาก ไบเบิล มาเป็นเนื้อเรื่องในโฆษณา จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 400 ชุดโดยใช้วิธีสุ่ม แบบเจาะจง และได้กลับมาทันที จำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด ดังนั้นจึงมีการนำเอาแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดนี้มาหาค่าความถี่ ( Frequency ) เพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลการวิเคราะห์แจกแจงเป็นตารางและเรียงลำดับมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้

#### 4.1 ตอนที่ 1 หมวดคำถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อายุ

ลำดับ	อายุ	ความถี่	ร้อยละ
1	21 – 40 ปี	172	43.0
2	น้อยกว่า 20 ปี	118	29.5
3	41 – 60 ปี	98	24.5
4	มากกว่า 60ปีขึ้นไป	12	3.0

จากตารางที่ 4 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างอายุ 21–40 ปีมีจำนวนมากที่สุดคือร้อยละ 43.0 กลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปีมีจำนวนร้อยละ 29.5 กลุ่มอายุ 41- 60 ปีมีจำนวนร้อยละ 24.5 และ กลุ่มอายุ มากกว่า 60 ปีขึ้นไปมีจำนวนร้อยละ 3.0 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 5 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ

ลำดับ	เพศ	ความถี่	ร้อยละ
1	ชาย	200	50.0
2	หญิง	200	50.0

จากตารางที่ 5 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และกลุ่มเพศหญิงมีจำนวนร้อยละ 50.00 เท่ากัน

ตารางที่ 6 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อาชีพ

ลำดับ	อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
1	นิสิต นักศึกษา	145	36.25
2	พนักงานบริษัทเอกชน	96	24.0
3	ข้าราชการ	58	14.50
4	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	57	14.25
5	ธุรกิจส่วนตัว	43	10.75
6	อื่นๆ	1	0.25

จากตารางที่ 6 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่มากที่สุดเป็นนิติกร นักศึกษามีจำนวนร้อยละ 36.25 พนักงานบริษัทเอกชนมีจำนวนร้อยละ 24.0 ข้าราชการมีจำนวนร้อยละ 14.50 พนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวนร้อยละ 14.25 ธุรกิจส่วนตัวมีจำนวนร้อยละ 10.75 และอื่นๆเป็นลำดับสุดท้ายมีจำนวนร้อยละ 0.25

ตารางที่ 7 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม รายได้

ลำดับ	รายได้	ความถี่	ร้อยละ
1	10,001 – 15,000 บาท	116	29.0
2	5,001 – 10,000 บาท	96	24.0
3	ต่ำกว่า 5,000 บาท	73	18.25
4	15,001 – 20,000 บาท	57	14.25
5	25,000 บาทขึ้นไป	39	9.75
6	20,001 – 25,000 บาท	19	4.75

จากตารางที่ 7 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 29.0 รายได้ 5,001 – 10,000 บาทมีจำนวนร้อยละ 24.0 รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาทมีจำนวนร้อยละ 18.25 รายได้ 15,001 – 20,000 บาทมีจำนวนร้อยละ 14.25 รายได้ 25,000 บาทขึ้นไปมีจำนวนร้อยละ 9.75 และ รายได้ 20,000-25,000 บาทมีจำนวนร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ลำดับ	ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
1	ปริญญาตรี	242	60.50
2	ปริญญาโท	74	18.50
3	มัธยมศึกษา	73	18.25
4	ปริญญาเอก	11	2.75

จากตารางที่ 8 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดคือร้อยละ 60.50 ระดับปริญญาโทมีจำนวนร้อยละ 18.50 ระดับมัศึกษามีจำนวนร้อยละ 18.25 และระดับปริญญาเอกมีจำนวนร้อยละ 2.75 ลำดับน้อยที่สุด

#### 4.2 ตอนที่ 2 หมวดคำถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับศาสนา (Religions)

ตารางที่ 9 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับศาสนา ท่านเป็นคริสต์เตียน

ลำดับ	ท่านเป็นคริสต์เตียน	ความถี่	ร้อยละ
1	ใช่	400	100.0
2	ไม่ใช่	-	-

จากตารางที่ 9 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามท่านเป็นคริสต์เตียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช่เป็นคริสต์เตียนมีจำนวนร้อยละ 100.0

ตารางที่ 10 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับศาสนา ท่านมีอายุความเชื่อกับ ศาสนา

ลำดับ	ท่านมีอายุความเชื่อกับศาสนา	ความถี่	ร้อยละ
1	เชื่อกับศาสนา 4 – 5 ปี	118	29.50
2	เชื่อกับศาสนา 5 ปีขึ้นไป	111	27.75
3	เชื่อกับศาสนา 1-3 ปี	78	19.50
4	ผู้เชื่อใหม่ต่ำกว่า 3 เดือน	58	14.50
5	เชื่อกับศาสนา 6 เดือน	35	8.75

จากตารางที่ 10 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างมีอายุความเชื่อกับศาสนาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาความเชื่อ 4-5 ปีมีความถี่มากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 29.50 มีความเชื่อกับศาสนา 5 ปีขึ้นไปมีจำนวนร้อยละ 27.75 มีความเชื่อกับศาสนา 1-3 ปีมีจำนวนร้อยละ 19.50 ผู้มีความเชื่อใหม่ต่ำกว่า 3 เดือนมีจำนวนร้อยละ 14.50 และผู้มีความเชื่อกับศาสนา 3-6 เดือนมีจำนวนร้อยละ 8.75 เป็นอันดับสุดท้าย



ตารางที่ 11 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับศาสนา ท่านมีโอกาสร่วมในกิจกรรมทางศาสนาบ่อยเพียงไหน

ลำดับ	ท่านมีโอกาสร่วมในกิจกรรม	ความถี่	ร้อยละ
1	ทุกสัปดาห์	326	81.50
2	นานครั้ง	74	18.50

จากตารางที่ 11 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับศาสนา มีโอกาสร่วมในกิจกรรมทางศาสนาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสร่วมในกิจกรรม ทุกสัปดาห์มีความถี่มากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 81.50 ส่วน นานครั้งมีโอกาสร่วมในกิจกรรม มีจำนวนร้อยละ 18.50

#### 4.3 ตอนที่ 3 หมวดคำถามเกี่ยวกับการออกแบบ (Design Elements)

ตารางที่ 12 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการนำเสนอเกี่ยวกับการออกแบบ (Design Elements) คิดว่า Animation ประเภทใดเหมาะสมสำหรับงานโฆษณาณรงค์ ทางศาสนา (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม)

ลำดับ	ประเภท (Animation)	ความถี่	ร้อยละ
1	การสร้างภาพที่เคลื่อนไหวภาพต่อภาพ (Painting Pictures Graphic Under the Stop motion Camera Animation)	367	91.8
2	การสร้างโดยใช้แผ่นฟิล์มภาพยนตร์เป็นต้น (Celluloid Animation)	110	27.5
3	การใช้เทคนิคดินเหนียว หรือปั้นดินน้ำมัน (Clay Animation)	109	27.3
4	การใช้เทคนิคสร้างกระดาษให้เป็นสามมิติ ในการเคลื่อนไหว(Paper in Three-dimensional Animation)	105	26.3

ตารางที่ 12 (ต่อ) แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการนำเสนอเกี่ยวกับการออกแบบ (Design Elements) คิดว่า Animation ประเภทใดเหมาะสมสำหรับงานโฆษณารณรงค์ ทางศาสนา (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม)

ลำดับ	ประเภท (Animation)	ความถี่	ร้อยละ
5	การสร้างโดยใช้ งานศิลปะที่เกิดจากการนำ ชิ้นวัสดุหลายๆชนิดมาปะติดไว้บนพื้นเดียวกัน ภาพที่เกิดขึ้นจึงเกิดจากวิธีดังกล่าว (Cutouts and Collage Animation)	93	23.3
6	การสร้างโดยใช้หุ่นกระบอก หุ่นผ้าที่ใช้มือสวม การใช้ตุ๊กตาเป็นหุ่นเชิดให้ดูมีอำนาจ การใช้เทคนิคดินเหนียว หรือปั้นดินน้ำมัน (Puppets Animation)	46	11.5

จากตารางที่ 12 กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการออกแบบ (Design Elements) การใช้เทคนิค ภาพแอนิเมชัน ( Animation ) ประเภทใดเหมาะสมสำหรับงานโฆษณารณรงค์ ทางศาสนา พบว่า การสร้างภาพที่เคลื่อนไหวภาพต่อภาพ (Painting Pictures Graphic Under the Stop motion Camera Animation) ให้เป็นอันดับ 1 ถึงร้อยละ 91.8อันดับรองลงมาจำนวนร้อยละ 27.5 คือการสร้างโดยใช้แผ่นฟิล์มภาพยนตร์เป็นต้น (Celluloid Animation) รองลงมาจำนวนร้อยละ 27.3 คือการใช้เทคนิคดินเหนียว หรือปั้นดินน้ำมัน (Clay Animation) จำนวนร้อยละ 26.3 คือการใช้เทคนิคสร้างกระดาษให้เป็นสามมิติ ในการเคลื่อนไหว(Paper inThree-dmensional Animation) จำนวนร้อยละ 23.3 คือการสร้างโดยใช้ งานศิลปะที่เกิดจากการนำชิ้นวัสดุหลายๆชนิดมาปะติดไว้บนพื้นเดียวกัน ภาพที่เกิดขึ้นจึงเกิดจากวิธีดังกล่าว (Cutouts and Collage Animation) และอันดับสุดท้าย ร้อยละ 11.5 คือการสร้างโดยใช้หุ่นกระบอก หุ่นผ้าที่ใช้มือสวม การใช้ตุ๊กตาเป็นหุ่นเชิดให้ดูมีอำนาจการใช้เทคนิคดินเหนียวหรือปั้นดินน้ำมัน (Puppets Animation)



ตารางที่ 13 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการนำเสนอเกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกในงาน Animation แต่ละประเภท ขอบภาพที่สร้างจากโปรแกรม Animation ในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม)

ลำดับ	โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก ในงานแอนิเมชัน (Animation)	ความถี่	ร้อยละ
1	ภาพเคลื่อนไหว Animation ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม Flash Mx	328	82.0
2	ภาพเคลื่อนไหว Animation ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม Maya	318	79.5
3	ภาพเคลื่อนไหว Animation ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม 3d Max Studio	136	34.0

จากตารางที่ 13 จากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกในงานแอนิเมชัน (Animation) แต่ละประเภท พบว่าขอบภาพเคลื่อนไหวแอนิเมชัน (Animation) ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม Flash Mx มากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 82.0 ขอบภาพเคลื่อนไหว แอนิเมชัน (Animation) ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม Maya มีจำนวนร้อยละ 79.5 และมีจำนวนร้อยละ 34.0 ขอบภาพเคลื่อนไหวแอนิเมชัน (Animation) ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม 3D Max Studio เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 14 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการนำเสนอเกี่ยวกับโปรแกรมสร้างภาพนิ่งและในงานคอมพิวเตอร์กราฟิก ขอบภาพนิ่งที่สร้างจากโปรแกรม ตกแต่งภาพ ในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม)

ลำดับ	โปรแกรมสร้างภาพนิ่ง ในงานคอมพิวเตอร์กราฟิก	ความถี่	ร้อยละ
1	ภาพนิ่ง คอมพิวเตอร์กราฟิก ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม Adobe illustrator	279	69.8
2	ภาพนิ่ง คอมพิวเตอร์กราฟิก ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม Adobe Photoshop	219	54.8

จากตารางที่ 14 จากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์สร้างภาพนิ่ง ในงานคอมพิวเตอร์กราฟิกขอบภาพนิ่งที่สร้างจากโปรแกรมตกแต่งภาพพบว่าขอบภาพนิ่งในงานคอมพิวเตอร์กราฟิก ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม Adobe illustrator มากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 69.8 และขอบภาพนิ่งในงานคอมพิวเตอร์กราฟิก ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรม Adobe Photoshop มีจำนวนร้อยละ 54.8

ตารางที่ 15 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการนำเสนอเกี่ยวกับบุคลิกของตัวละคร (Character)

ในโฆษณาณรงค์ทางศาสนาว่าจะมีลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม)

ลำดับ	ตัวละคร หรือ บุคลิกของตัวละคร	ความถี่	ร้อยละ
1	ภาพเลียนแบบธรรมชาติ(Natural Cartoon)	339	84.8
2	การ์ตูนภาพกราฟิก(Graphic Cartoon)	167	41.8
3	การ์ตูน 3 มิติ (Three Dimension Cartoon)	156	39.0
4	การ์ตูนภาพวิจิตร (Fine Cartoon)	27	6.8

จากตารางที่ 15 จากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับบุคลิกของตัวละคร (Character) ในโฆษณาณรงค์ทางศาสนาพบว่าบุคลิกของตัวละคร (Character) เป็นภาพเลียนแบบธรรมชาติ (Natural Cartoon) มากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 84.8 ตัวการ์ตูนภาพกราฟิก (Graphic Cartoon) มีจำนวนร้อยละ 41.8 ตัวการ์ตูน 3 มิติ (Three Dimension Cartoon) มีจำนวนร้อยละ 39.0 และร้อยละ 6.8 เป็นตัวละครการ์ตูนภาพวิจิตร (Fine Cartoon) ตามลำดับ

#### 4.4 ตอนที่ 4 หมวดคำถามเกี่ยวกับจุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals)

ตารางที่ 16 แสดงความถี่และร้อยละ เกี่ยวกับจุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) จุดจับใจในการใช้แอนิเมชัน Animation ในงานโฆษณารณรงค์ทางศาสนาจุดจับใจใด มีความเหมาะสม (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม)

ลำดับ	จุดจับใจแต่ละประเภท	ความถี่	ร้อยละ
1	ความนับถือพระเจ้า	362	90.5
2	ความสุข	249	62.3
3	ความปลอดภัย	234	58.5
4	ความกลัว-ระมัดระวัง	206	51.5
5	การสร้าง	185	46.3
6	ความอบอุ่น	178	44.5
7	ความเห็นใจผู้อื่น	362	90.5
8	ความร่วมมือ	249	62.3
9	ความมีประสิทธิภาพ	234	58.5
10	ความเมตตากรุณา	206	51.5
11	ความเสียสละเพื่อผู้อื่น	185	46.3
12	กิจกรรม	178	44.5
13	การครอบงำ	130	32.5
14	ความปกป้องผู้อื่น	93	23.3
15	ความสนุก	83	20.8
16	ความประหยัด	80	20.0
17	ความขบขัน	67	16.8
18	การแข่งขัน	58	14.5
19	ความมีสุขภาพดี	39	9.8
20	การยอมรับจากผู้อื่น	29	7.3
21	ความเอื้อเฟื้อ	26	6.5
22	ความสบายตัว	25	6.3
23	ความเยือกเย็น	22	5.5
24	ความเด่นทางสังคม	20	5.0

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงความถี่และร้อยละ เกี่ยวกับจุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) จุดจับใจในการใช้แอนิเมชัน Animation ในงานโฆษณารณรงค์ทางศาสนาจุดจับใจใดมีความเหมาะสม (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม)

ลำดับ	จุดจับใจแต่ละประเภท	ความถี่	ร้อยละ
25	การเลียนแบบ	19	4.8
26	ดึงดูดใจเพศตรงข้าม	18	4.5
27	ความรักพ่อแม่	18	4.5
28	ความเป็นเจ้าของ	17	4.3
29	ความอยากรู้อยากเห็น	17	4.3
30	ความสะอาด	15	3.8
31	ความทะเยอทะยาน	15	3.8
32	การจัดการผู้อื่น	14	3.5
33	ความชอบเข้ากลุ่ม	14	3.5
34	ความอาย	14	3.5
35	ความหิว	14	3.5
36	ความรักลูกหลาน	11	2.8
37	รสชาติ	6	1.5
38	การพักผ่อนนอนหลับ	6	1.5
39	การเล่น – กีฬา	6	1.5
40	ความสะดวกสบายภายในบ้าน	5	1.3
41	มีรูปร่างดี	3	0.8
42	ความชอบอยู่บ้าน	3	0.8

จากตารางที่ 16 จากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับจุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) จุดจับใจในการใช้แอนิเมชัน ( Animation ) ในงานโฆษณารณรงค์ทางศาสนาจุดจับใจใดมีความเหมาะสมจากจุดจับใจ 42 ประเภท พบว่าสามารถแจกแจงตามลำดับจุดจับใจ ความนับถือพระเจ้านั้นเป็นอันดับที่ 1 ถึงร้อยละ 90.5 อันดับรองลงมาจำนวนร้อยละ 62.3 คือความสุข รองลงมาจำนวนร้อยละ 58.5 คือความปลอดภัย รองลงมาจำนวนร้อยละ 51.5 คือความกลัว-ระมัดระวัง ส่วนจุดจับใจในการใช้แอนิเมชัน ( Animation ) ในงานโฆษณารณรงค์ทาง

ศาสนาที่มีอันดับน้อยที่สุดมีสองอันดับที่เท่ากัน คือการมีรูปร่างดี และความชอบอยู่บ้าน มีร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

#### 4.5 ตอนที่ 5 หมวดคำถามเกี่ยวกับเนื้อเรื่อง (Theme)

ตารางที่ 17 แสดงความถี่และร้อยละ เกี่ยวกับเนื้อเรื่อง (Theme) ลักษณะแรงจูงใจของเนื้อเรื่อง น่าจะมีแนวคิดมาจากทางไหนมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม)

ลำดับ	ลักษณะเนื้อเรื่อง ( Theme )	ความถี่	ร้อยละ
1	ความเชื่อ(คือการยอมรับและเชื่อฟังว่าหลักคำสอนของศาสนาเป็นความจริง)	379	94.8
2	ความรัก (ไม่ได้หมายถึงอารมณ์ เป็นสภาวะที่ไม่เกี่ยวกับความรู้สึก แต่เกี่ยวกับเจตจำนงเป็นสภาวะของ)	179	44.8
3	ความตั้งใจที่เรามีอยู่ต่อตัวเองโดยธรรมชาติ) ความหวัง (คือการเฝ้าคอย ไม่ใช่การหนีความจริง หรือคิดฝันลมๆแล้งๆ)	121	30.3

จากตารางที่ 17 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเนื้อเรื่อง ( Theme ) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะแรงจูงใจของเนื้อเรื่องน่าจะมีแนวคิด เรื่องความเชื่อ(คือการยอมรับและเชื่อฟังว่าหลักคำสอนของศาสนาเป็นความจริง)มีมากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 94.8 ลักษณะแรงจูงใจของเนื้อเรื่องน่าจะมีแนวคิด เรื่องความรัก (ไม่ได้หมายถึงอารมณ์ เป็นสภาวะที่ไม่เกี่ยวกับความรู้สึก แต่เกี่ยวกับเจตจำนงเป็นสภาวะของ)ความตั้งใจที่เรามีอยู่ต่อตัวเองโดยธรรมชาติ)รองลงมา มีจำนวนร้อยละ 44.8 และจำนวนร้อยละ 30.3 เป็นเรื่องความหวัง(คือการเฝ้าคอย ไม่ใช่การหนีความจริง หรือคิดฝันลมๆแล้งๆ)มีความถี่เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 18 แสดงความถี่และร้อยละ เกี่ยวกับเนื้อเรื่อง (Theme) ลักษณะที่มาของเนื้อเรื่อง ใน โฆษณารณรงค์ทางศาสนาน่าจะมีแนวคิดมาจากทางไหน มากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 คำถาม)

ลำดับ	ลักษณะเนื้อเรื่อง ( Theme )	ความถี่	ร้อยละ
1	เรื่องราวประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นจาก ไบเบิลมาเป็นเนื้อเรื่องในโฆษณา	368	92.0
2	ประสบการณ์จริงที่เป็นพระพรที่เกิดขึ้นกับตัวเองและรอบข้าง มาเป็น เนื้อเรื่องในโฆษณา	94	23.5

จากตารางที่ 18 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเนื้อเรื่อง (Theme) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีลักษณะที่มาของเนื้อเรื่อง ในโฆษณารณรงค์ทางศาสนาน่าจะมีแนวคิดมาจากทาง เรื่องราวประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นจาก ไบเบิลมาเป็นเนื้อเรื่องในโฆษณามากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 92.0 และลักษณะที่มาของเนื้อเรื่องในโฆษณารณรงค์ทางศาสนาน่าจะมีแนวคิดมาจากทาง ประสบการณ์จริงที่เป็นพระพรที่เกิดขึ้นกับตัวเองและรอบข้าง มาเป็นเนื้อเรื่องในโฆษณา มีจำนวนร้อยละ 23.5