

บทความวิชาการ : แนวคิดการออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัลหลังสมัยใหม่

Title : Digital Printing Design of Post Modern Culture

ชาตรี บัวคลี**

บทคัดย่อ

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลยุคหลังสมัยใหม่ให้ประสบความสำเร็จได้นั้น นักออกแบบจำเป็นต้องทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้อ่านยุคหลังสมัยใหม่ที่อยู่ในช่วงของการเปลี่ยนผ่านให้ถ่องแท้ แตกฉานเสียก่อน ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมความต้องการอิสระ ความเป็นตัวของตัวเองสูง โดยเฉพาะความต้องการที่แตกต่าง หลากหลายและลักลั่น ปราศจากความต่อเนื่องและการเชื่อมโยงเหตุผล ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้มีอิทธิพลและส่งผลต่อการออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลยุคหลังสมัยใหม่ นอกจากนี้ผู้อ่านหลังสมัยใหม่ยังรับอิทธิพลการต่อต้านแนวคิดสมัยใหม่ ตามแบบวัฒนธรรมหลังสมัยใหม่ยังผลให้พวกเขาปฏิเสธหรือต่อต้านค่านิยมในแบบวัฒนธรรมสมัยใหม่ทั้งหมดโดยเฉพาะการปฏิเสธค่านิยมแบบ “น้อยแต่มาก” ตามหลักการของศิลปะแบบ มินิมอลลิซึม (Minimalism) ซึ่งเป็นศิลปะอันโดดเด่นของศิลปะยุคสมัยใหม่ (Modernity) วิธีการที่จะได้ข้อมูลด้านพฤติกรรมและความต้องการของผู้อ่านยุคหลังสมัยใหม่ นักออกแบบจำเป็นต้องใช้เครื่องมือสำรวจข้อมูลเช่น แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ หรือแบบสังเกตอย่างมีส่วนร่วม ทั้งนี้กระบวนการสำรวจข้อมูลนั้นต้องได้รับความร่วมมืออย่างดีจากผู้อ่านยุคหลังสมัยใหม่ด้วย โดยนักออกแบบจำเป็นต้องอธิบายต่อผู้อ่านยุคหลังสมัยใหม่ว่าการสำรวจนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้อ่านยุคหลังสมัยอย่างไร ผู้อ่านยุคหลังสมัยใหม่จึงจะเต็มใจให้ความร่วมมือ และส่งผลให้กระบวนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์อย่างมีส่วนร่วมประสบความสำเร็จ

คำสำคัญ : การออกแบบ สื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล พฤติกรรม หลังสมัยใหม่ การมีส่วนร่วม

Abstract

Successful digital printing design of post modern culture is based on how much designers understand the behavior of post modern readers and their needs. The changing behaviors post modern readers in this transitional period such as wanting to be independent, different, diverse and incompatible are essential factors for designing contents and forms of digital printing. These readers are also influenced by post modern culture that makes them reject all modernism culture values especially the “less is more” concept of “minimalism” which is the significant aspect of modernity. To get information about postmodern readers and their needs, designers should utilize surveying methods and techniques such as questionnaires, interviews and participative observations. However, the surveying process should have good cooperation of readers. Designer have to explain to participating reader how the survey will benefit the readers. Then the readers will be willing to cooperate and the designing process will be successful.

Keyword : design, digital printing, behavior, post modern, participation

** โทร. 085-5262493 E-mail: memyself_boy@hotmail.com

บทนำ : นักอ่านสมัยใหม่ Vs นักอ่านหลังสมัยใหม่

นักอ่านในยุคศตวรรษที่ 21 ถือเป็นนักอ่านสมัยใหม่ (Modern Readers) ที่มีพฤติกรรมต่อต้านความเชื่อ ความเก่า ความศรัทธาและวิถีชีวิตดั้งเดิม โดยสะท้อนจากกิจกรรมประจำวันที่เสียดสีเทคโนโลยีสารสนเทศจนกลายเป็นปัจจัย 5 ใช้ชีวิตอยู่ในระบบทุนนิยมทุกสิ่งทุกอย่างแล้วแต่มีผลประโยชน์ต่างตอบแทนเกี่ยวข้องทั้งสิ้น ศิลปสมัยใหม่จะต่อต้านศิลปะแบบคลาสสิก (Classic Art) และเน้นค่านิยมการจัดวางแบบเรียบง่าย น้อยแต่มากแบบมินิมอลลิสม์ (Minimalism) เน้นพื้นที่ว่าง การตัดทอนและรูปทรงเรขาคณิตตามลัทธิคิวบิสต์ (Cubism) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากความเชื่อเชิงเหตุผล (Rationality) และความเป็นวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ (Modern Science) สิ่งเหล่านี้เรียกรวมกันว่าความสมัยใหม่ (Modernity) และความสมัยใหม่เป็นสิ่งที่ขัดแย้งกับความเป็นหลังสมัยใหม่โดยหลักการ

อนาคตต่อจากนี้เป็นยุคของการเปลี่ยนผ่านจากยุคสมัยใหม่ (Modernity) เป็นยุคหลังสมัยใหม่ (Post Modern) ที่ต่อต้านทุกสิ่งทุกอย่างของความเป็นสมัยใหม่ นั่นแปลว่าทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบันนี้จะใช้ไม่ได้กับผู้คนในยุคหลังสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นระบบการตลาดที่เน้นทุนนิยม การผลิตในระบบอุตสาหกรรม ที่มุ่งเน้นการผลิตจำนวนมากมีลักษณะของรูปแบบสินค้าที่เหมือน ๆ กันย่อมไม่ได้รับการตอบรับที่ดีจากมนุษย์ยุคหลังสมัยใหม่ เนื่องจากมนุษย์ยุคหลังสมัยใหม่ต่างเบื่อหน่ายการกิน หรือใช้สินค้าที่ซ้ำ ๆ กันและหันกลับไปนิยมสินค้าที่มีความแปลกแตกต่าง ความเฉพาะพิเศษ และมีกลิ่นอายของศิลปะวัฒนธรรม ความเป็นท้องถิ่นมากกว่า หรืออย่างค่านิยม ความชื่นชอบในศิลปะและการออกแบบตามแบบมินิมอลลิสม์ (Minimalism) หรือ “น้อยแต่มาก” ย่อมถูกแทนที่ด้วยศิลปะแบบหลังสมัยใหม่ที่ต่อต้านความเป็นสมัยใหม่ทั้งหมด เปลี่ยนเป็นเน้นการหยิบยืมความหมายจากศิลปะยุคคลาสสิกกลับมาใช้เพื่อให้งานดูสวยงามอลังการ หรือสะท้อนปัญหาและล้อเลียนประเด็นสังคมต่าง ๆ เช่น ปัญหาการเมือง ปัญหาสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างงานออกแบบที่เป็นต้นฉบับของศิลปะแนวโพสต์โมเดิร์น (Post Modern) คือผลงาน Campbell's Soup Cans ของแอนดี้ วาฮอล (Andy Warhol) ที่ประชันเสียดสีสังคมบริโภคนิยมแบบผลิตจำนวนมากและซ้ำ ๆ อันก่อให้เกิดความเบื่อหน่ายได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 1 : Campbell's Soup Cans

ที่มา : PHAIDON (The fascinating story behind Andy Warhol's soup cans) [online] :
เข้าถึง 8 ก.ค. 2557. จาก <http://uk.phaidon.com/agenda/art/articles/2013/february/22/the-fascinating-story-behind-andy-warhols-soup-cans/>

ตัวอย่างหนึ่งของการสะท้อนความเป็นสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่คือการเปรียบเทียบผลงานที่การออกแบบสิ่งพิมพ์ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศในงาน International Festival of Creativity (Cannes Lions) ของนักออกแบบสิ่งพิมพ์ระหว่างผลงานชนะเลิศในปี 2000 กับผลงานออกแบบชนะเลิศในปี 2014 อันสะท้อนสัญญาณของความเป็นสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่อย่างมีนัยสำคัญ



ภาพที่ 2 : งานออกแบบภาพสิ่งพิมพ์โฆษณาชนะเลิศปี 2000 ของบริษัท Sony PlayStation ที่เน้นความเรียบง่ายแบบ “น้อยแต่มาก” สะท้อนความเป็นสมัยใหม่ตามการออกแบบของ Minimalism

ที่มา : Adforum (Cannes Lions International Festival of Creativity) [online] : เข้าถึง 8 ก.ค. 2557. จาก <http://www.adforum.com/award/showcase/6650183/2000/ad/4376>



ภาพที่ 3 : งานออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาชนะเลิศปี 2014 ใน Magazine ขององค์กร WWF ที่นำเสนอปัญหาการค้าสัตว์ป่าผิดกฎหมาย ทำให้สัตว์บางชนิดเกือบสูญพันธุ์ ซึ่งได้รับการบงการจากผู้มีอำนาจและผู้มีอันจะกินในสังคม เป็นการสะท้อนปัญหาในสังคมและแสดงความเป็นสมัยใหม่ที่แสดงจุดยืนของการเป็นนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ที่มา : Branbuffet (8โฆษณาไทยผงาดคว้ารางวัลระดับโลก cannes lion 2014) [online] : เข้าถึง 8 ก.ค. 2557. จาก <http://www.brandbuffet.in.th/2014/06/thai-winners-cannes-lions-2014>

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อผู้อ่านยุคหลังสมัยใหม่

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์หลังสมัยใหม่เป็นการออกแบบสื่อสารที่มุ่งเน้นการสำรวจความต้องการและการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้อ่านเพื่อนำมากำหนดกระบวนการผลิต โดยเริ่มต้นจากการแบ่งประเภทของผู้อ่านที่มีความแตกต่างด้านวิถีชีวิตหรือที่เรียกว่ากลุ่มตลาดเฉพาะทาง (Nice Market) เช่น กลุ่มเพศวิถี กลุ่มอาชีพ กลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มคนอ้วน กลุ่มผู้เป็นโรค NCD แล้วสำรวจปัญหาและความต้องการของผู้อ่านหลังสมัยใหม่เพื่อเป็นวัตถุดิบในการเขียนข้อมูลเนื้อหาและการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมผู้อ่านหลังสมัยใหม่

ผู้อ่านหลังสมัยใหม่คือ ผู้ที่มีแนวคิด “ต่อต้านความเป็นสมัยใหม่ ไม่ยึดติดกับหลักเกณฑ์ ไม่สนใจหลักการใดหลักการหนึ่งเป็นพิเศษ ชอบรับรู้เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับตนเองเป็นหลัก ปฏิเสธงานออกแบบและงานสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มคนทั่วไป หรือกลุ่มคนกว้าง ๆ แต่สนใจในสิ่งที่เป็นการออกแบบมาอย่างพิเศษเพื่อคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ ไม่ปฏิเสธเทคโนโลยีสมัยใหม่แต่ให้ความสนใจเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่า ไม่มุ่งเน้นการใช้งาน (Function) แบบแนวคิดสมัยใหม่ แต่ให้ความสนใจทั้งมิติของการตอบสนองด้านอารมณ์ (Emotion) ควบคู่ไปกับมิติการตอบสนองด้านการใช้งาน (Function) และการบูรณาการภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นเพื่อเข้าสู่ความเป็นสากล” สังคมแบบหลังสมัยใหม่เป็นสังคมที่มีความหลากหลายทั้งด้านความคิด ความเชื่อ และศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งเป็นการผสมผสานสิ่งต่าง ๆ ไว่ด้วยกันอย่างเป็นปริบท แต่แฉกวรรณกรรมความเชื่อหลังสมัยใหม่กลับไม่ยอมรับการจัดประเภทของงานวรรณกรรมและในด้านประวัติศาสตร์ความเชื่อแบบหลังสมัยใหม่เชื่อว่าเรื่องราวในอดีตไม่ใช่ความจริงทั้งหมด ในความจริงมีความจริงที่เป็นมากกว่าความจริงซ่อนเร้นแอบแฝงอยู่เป็นชั้น ๆ เปรียบดังต้นไม้ที่มีเปลือกห่อหุ้มจากด้านนอกเข้าสู่ด้านในจนถึงกระพี้และแก่น ดังนั้นผู้อ่านหลังสมัยใหม่จึงไม่ใช่ผู้อ่านที่มีความคิดเป็นแบบมวลชนเหมือนสมัยก่อนแต่เป็นผู้อ่านที่เป็นกลุ่มคนเฉพาะที่มีแนวคิดอยู่บนพื้นฐานความต้องการที่หลากหลาย และความแตกต่างทางวัฒนธรรมอันดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและเป็นพลวัตที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (ชาตรี บัวคลี่, 2557: 2)

นอกจากนี้ผู้อ่านหลังสมัยใหม่ ยังมุ่งเน้นสนใจแต่สิ่งที่เกี่ยวข้องกับตนเองเป็นหลัก เป็นกลุ่มคนที่มีความหลากหลาย แตกต่าง ย้อนแย้งและสลับซับซ้อน มีความสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อน ไม่ต่อเนื่องแต่เกี่ยวข้องโยงใยกันเป็นเครือข่ายเสมือน อันเกิดจากการสนใจในความเป็นวัตถุมากกว่าการสนใจตัวบท หรือวาทกรรมจากกระบวนการผลิตที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้เขียน ผู้พูดหรือนักออกแบบแต่ทุกสิ่งทุกอย่างจะต้องขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้อ่านหรือผู้บริโภคมากกว่า (ธีรยุทธ บุญมี, 2551: 271) อีกทั้งผู้อ่านหลังสมัยใหม่ยังได้รับอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศและการติดต่อสื่อสารที่ส่งผลต่อการดำเนินวิถีชีวิตก่อให้เกิดการปฏิวัติระบบสื่อสารมวลชนจากเดิมที่ผู้ส่งสารจำนวนหนึ่งผลิตสารและส่งสารให้ผู้รับสารจำนวนมากเป็นผู้ส่งสารจำนวนหนึ่งผลิตและส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนน้อยหรือเฉพาะกลุ่ม โดยผู้รับสารเฉพาะกลุ่มนี้มีการรับสารผ่านเครื่องรับสารส่วนบุคคลที่มีความเป็นปัจเจกสูง เช่นโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ไอแพด หรือคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ประกอบกับคุณสมบัติของการสื่อสารดิจิทัลที่ข้ามผ่านข้อกำหนดด้านเวลาและสถานที่ทำให้สื่อเก่าอย่างหนังสือ นิตยสารและสื่อเก่าอื่น ๆ ที่มีลักษณะเป็นสื่อสารมวลชนได้รับผลกระทบตามไปด้วย ดังนั้นการออกแบบสิ่งพิมพ์ในยุคหลังสมัยใหม่จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต (Pre-Production) กระบวนการผลิต (Production) และกระบวนการหลังการผลิต (Post-Production) เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของผู้อ่านหลังสมัยใหม่ที่นิยมรับสารผ่านเครื่องตอบรับระบบดิจิทัล

ผู้เขียนได้สรุปรายละเอียดของความแตกต่างด้านพฤติกรรมและความต้องการของผู้อ่านยุคหลังสมัยใหม่เปรียบเทียบกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้อ่านยุคสมัยใหม่เพื่อให้ผู้อ่านได้เข้าใจถึงพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งด้านรสนิยม อารมณ์ความรู้สึก ระบบคิด และความต้องการของนักอ่านยุคหลังสมัย (Postmodern) ดังตาราง

ผู้อ่านสมัยใหม่ (Modern)	ผู้อ่านหลังสมัยใหม่ (Post-Modern)
เน้นประโยชน์ของเนื้อหาสาระเพื่อการนำไปใช้ (How to)	เน้นเนื้อหาที่ตอบสนองอารมณ์ต่อความรู้สึกที่แตกต่าง (Sense Perception)
ยึดติดกับหลักการที่ถูกต้องชัดเจนตรงประเด็น	ไม่สนใจหลักการและไม่ชอบเนื้อหาสาระที่เป็นหลักการมากเกินไป
ชอบเนื้อหาทั่วไป/คนกลุ่มใหญ่	ชอบเนื้อหาที่มีความแตกต่าง/กลุ่มเฉพาะ
เน้นศิลปะการตัดทอน ความเรียบง่ายต่อต้านศิลปะแบบคลาสสิก	หยิบยืมความเป็นศิลปะยุคคลาสสิก การล้อเลียนการเมือง
ชอบความเป็นทางการ (Formal)	ไม่ชอบเป็นทางการ (Informal)
ชอบเทคโนโลยีที่ทันสมัย	ไม่ปฏิเสธเทคโนโลยีที่ทันสมัย แต่ต่อต้านเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (ECO)
เน้นระบบผลิตแบบอุตสาหกรรม ทุนนิยม	เน้นระบบผลิตแบบหน่วยย่อย สินค้าชุมชน
มองโลกในแง่ดีและความคิดในเชิงอุดมคติ	ความรู้สึกที่หยาบกร้าน ต่อต้าน ต้องเท่าเทียม และมองโลกในแง่ลบ
ต่อต้านการครอบงำจากศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา	โหยหาความเชื่อ ความศรัทธา ภูมิปัญญา

สิ่งพิมพ์ดิจิทัลหลังสมัยใหม่

จากการพัฒนาของเทคโนโลยีสื่อสารอย่างต่อเนื่อง รวดเร็วสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้คนในยุคหลังสมัยใหม่ที่มีพฤติกรรมชื่นชอบเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ยังผลให้เกิดการพัฒนากระบวนการสื่อสารรวมถึงสื่อดั้งเดิมอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ (Printing) ที่วิวัฒนาการเป็นสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Printing) และพัฒนาต่อเนื่องจนกลายเป็นสื่อใหม่อย่าง “สิ่งพิมพ์ดิจิทัล” (Digital Printing) ซึ่งธรรมชาติของสื่อสิ่งพิมพ์ทั้ง 3 ชนิดมีความแตกต่างกันคือสื่อดั้งเดิมเป็นสื่อที่พิมพ์ลงบนวัสดุพิมพ์ มีหมึกพิมพ์เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ระบบ Electronics Publishing มีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายกว่าสิ่งพิมพ์ดั้งเดิม คือสามารถแปลงต้นฉบับจากสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมให้เป็นสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบของไฟล์ PDF สามารถอ่านข้อมูลข่าวสารได้ทั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์หรือจะพิมพ์ผ่านระบบการพิมพ์ก็ได้ ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเป็นการพัฒนาต่อยอดจากสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ระบบ Digital Publishing (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์, 2556 : 27) จากความคิดเห็นของศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์ สามารถสรุปได้ว่า ธรรมชาติของสื่อสิ่งพิมพ์ทั้ง 3 ชนิดมีความแตกต่างกันตรงที่การเผยแพร่และเทคนิคการนำเสนอโดยสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล มีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายกว่าสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์และสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมเป็นอย่างมาก เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลผสมผสานหลาย

สื่อรวมกันทั้งตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงและวิดีโอ โดยเรียกรวมกันว่า “สื่อมัลติมีเดีย” (Multimedia) ในรูปแบบดิจิทัลและสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลยังมีคุณสมบัติด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับสื่อและผู้ใช้ยังสามารถสืบค้นรายละเอียดเชิงลึกและเชิงกว้างหากเชื่อมต่อสัญญาณดิจิทัลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

รูปแบบการนำเสนอของสิ่งพิมพ์ดิจิทัล Digital Printing

สื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลมีความพิเศษมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมและมีจุดแตกต่างอย่างชัดเจนคือ สิ่งพิมพ์ดิจิทัลมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย น่าสนใจ เปลี่ยนข้อมูลและเนื้อหาที่นำเสนอให้มีชีวิตชีว สร้างความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอกับผู้อ่านด้วยความสนุกสนาน ผู้อ่านสามารถอ่านเนื้อหาข้อมูลได้ตามปกติเหมือนกับการอ่านหนังสือธรรมดาทั่วไป แต่ที่ไม่ธรรมดาคือสามารถใช้นิ้วสัมผัส (Touch) เพื่อเคลื่อนย้ายตำแหน่งหรือจะย่อ-ขยายส่วนใดส่วนหนึ่งเพื่อดูรายละเอียดได้ชัดเจนยิ่งขึ้น มีภาพประกอบที่สีสันสมจริง มีให้เลือกดูทั้งแบบภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว (Video) และมีจุดเชื่อมโยง (Link) ไปยังเว็บไซต์หากผู้อ่านต้องการรายละเอียดหรือข้อมูลมากกว่าที่นำเสนอ อีกทั้งยังมีราคาถูกกว่าสิ่งพิมพ์ทั่วไปเนื่องจากไม่มีค่าใช้จ่ายในกระบวนการพิมพ์และกระบวนการหลังการพิมพ์ เรียกได้ว่าสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเป็นการนำจุดแข็งของสิ่งพิมพ์ที่สามารถนำกลับมาอ่านได้ใหม่ทุกครั้งเมื่อต้องการบูรณาการเข้ากับสื่อมัลติมีเดียที่มีทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว การปฏิสัมพันธ์ ดังตัวอย่างดิจิทัลแมกกาซีน (Digital Magazine) ของหนังสือพิมพ์เนชั่นสุดสัปดาห์ (Nation-Weekend) ซึ่งเป็นนิตยสารที่อยู่ในรูปแบบของแอปพลิเคชัน (Application) ที่ผู้อ่านสามารถอ่านเนื้อหาได้ตามปกติแต่สามารถใช้การสัมผัสเพื่อเลื่อนตำแหน่ง ย่อ-ขยาย และด้านบนของแมกกาซีนสามารถเลือกชมภาพประกอบที่เป็นสไลด์ภาพนิ่ง ยิ่งกว่านั้นยังสามารถเลือกชมเป็นวิดีโอได้ด้วย ในส่วนของค่าบริการนั้นคิดราคาแค่เพียง 30 บาทต่อเดือนในระบบสมาชิกและหากต้องการดาวน์โหลดเพื่อเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเองก็มีราคาอยู่ที่ 0.99 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาต่อการดาวน์โหลด 1 เล่ม ซึ่งหากคิดถึงจุดคุ้มแล้วนับว่าคุ้มค่า



ภาพที่ 5: ตัวอย่างดิจิทัลแมกกาซีน

ที่มา : นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ [online] : เข้าถึง 8 ก.ค. 2557.

จาก <http://www.b2sebook.com/info.aspx?mid=NATIONSUDSUPDA>

บทบาทของสิ่งพิมพ์ดิจิทัลหลังสมัยใหม่

แต่เดิมบทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์คือการทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและเป็นกระบอกเสียงให้ประชาชนหากไม่ได้รับความยุติธรรมทางสังคม รวมถึงผลิตเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้คนในสังคม เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ราคาถูก และสามารถนำกลับไปอ่านได้ทุกครั้ง หากต้องการโดยไม่ต้องอ่านผ่านอุปกรณ์ใด ๆ แต่สิ่งที่สิ่งพิมพ์ดั้งเดิมขาดคือการเพิ่มประสบการณ์และประสิทธิภาพการรับรู้อื่น ๆ เช่นเสียง ภาพเคลื่อนไหว และการปฏิสัมพันธ์จึงทำให้สิ่งพิมพ์ดั้งเดิมถูกแทนที่ด้วยสิ่งพิมพ์ดิจิทัลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนกว่า เหมาะสมกับความต้องการของพฤติกรรมผู้อ่านยุคหลังสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาเทคโนโลยีและการสื่อสารแบบไร้พรมแดนของสังคมโลก

บทบาทอีกประการหนึ่งของสิ่งพิมพ์ดิจิทัลคือการเพิ่มประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับผู้อ่านเนื่องจากเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติหลากหลายประการทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ เสียงและปฏิสัมพันธ์จึงทำให้ผู้อ่านเกิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ทั้งนี้สิ่งพิมพ์ดิจิทัลยังมีบทบาทเชิงลบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการพิมพ์และอุตสาหกรรมการผลิตกระดาษ เนื่องจากสิ่งพิมพ์ดิจิทัลไม่ต้องใช้ระบบการพิมพ์และไม่ต้องใช้กระดาษเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตเพราะเป็นสิ่งพิมพ์ในรูปแบบ Digital Publishing ที่ออกแบบและเผยแพร่ผ่านระบบออนไลน์ ดังนั้นธุรกิจเกี่ยวเนื่องจึงได้รับผลกระทบ **ในมุมมองกลับสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเป็นสื่อที่มีผลดีต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากสิ่งพิมพ์ดิจิทัลไม่ต้องใช้กระดาษจึงทำให้ลดจำนวนต้นไม้ที่ถูกตัด ไม่ต้องใช้หมึกพิมพ์ทำให้ลดการใช้สิ้นเปลืองสำหรับผลิตหมึกและไม่ต้องใช้แม่พิมพ์ ทำให้ลดการใช้พลังงาน และไม่ต้องเข้าเล่ม ทำให้ไม่ต้องสิ้นเปลืองวัสดุอุปกรณ์ในการเข้าเล่มแต่อย่างใด เรียกได้ว่าสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเป็นสิ่งพิมพ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ECO Printing) และตรงรสนิยมกับผู้อ่านยุคหลังสมัยใหม่**

อีกบทบาทหนึ่งของสิ่งพิมพ์ดิจิทัล คือบทบาทด้านการส่งเสริมคุณภาพการศึกษา เนื่องจากคุณสมบัติการนำเสนอที่หลากหลายของสิ่งพิมพ์ดิจิทัลทำให้ผู้เรียนเปิดโลกทัศน์และมุมมองกว้างกว่าแต่ก่อนทำให้เกิดประสิทธิภาพในการเรียนการสอนเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังทำให้ผู้เรียนไม่เกิดความเบื่อหน่ายในการศึกษาและสามารถทวนซ้ำได้ด้วยตนเองแม้ไม่มีครูผู้สอนอยู่ใกล้ก็ตาม

จากคุณสมบัติอันดีเลิศของสิ่งพิมพ์ดิจิทัลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและปฏิวัติพฤติกรรมของผู้อ่านหลังสมัยใหม่จาก “คนอ่าน” เปลี่ยนเป็น “คนดู” เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตและนักออกแบบสิ่งพิมพ์จึงมีความจำเป็นจะต้องพัฒนาทักษะด้านกระบวนการผลิตสื่อมัลติมีเดียให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้อ่านที่เปลี่ยนเป็นผู้ดู แทนที่จะมุ่งเน้นไปที่เนื้อหาและภาพประกอบของสิ่งพิมพ์แบบสิ่งพิมพ์ดั้งเดิม เน้นการออกแบบรูปแบบและวิธีการนำเสนอที่หลากหลาย แปลกและแตกต่างตรงรสนิยมกับผู้อ่านยุคหลังสมัยใหม่เช่น เนื้อหาหรือบางข้อมูลที่อธิบายให้เข้าใจได้ยาก ก็เปลี่ยนมาใช้วิธีการนำเสนอผ่านวิดีโอสามมิติ หรือใช้แอนิเมชัน (Animation) อินโฟกราฟิก (Info graphic) เพื่ออธิบายเนื้อหาที่เข้าใจยากให้สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้ผู้เขียนเชื่อว่าแนวโน้มของผู้อ่านในอนาคตจะกลายเป็นผู้ดูข้อมูลมากกว่าผู้อ่านข้อมูล และสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลอาจกลายเป็นดาบสองคมที่ตัดทอนจินตนาการของผู้อ่านในอนาคตให้หายไป เนื่องจากผู้อ่านยุคหลังสมัยใหม่ที่มีนิยามการดูมากกว่าการอ่านจะขาดการใช้จินตนาการและความคิด สุดท้ายสังคมโลกยุคหลังสมัยใหม่อาจขาดนักคิด นักสร้างสรรค์และเหลือเพียงผู้ดูที่ขาดทักษะการใช้สมองคิดและจินตนาการย้อนแย้งกับคำกล่าวที่ว่า “จินตนาการสำคัญกว่าความรู้” ของอัลเบิร์ต ไอน์สไตน์

ความแตกต่างของสิ่งพิมพ์ดั้งเดิม สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์และสิ่งพิมพ์ดิจิทัล

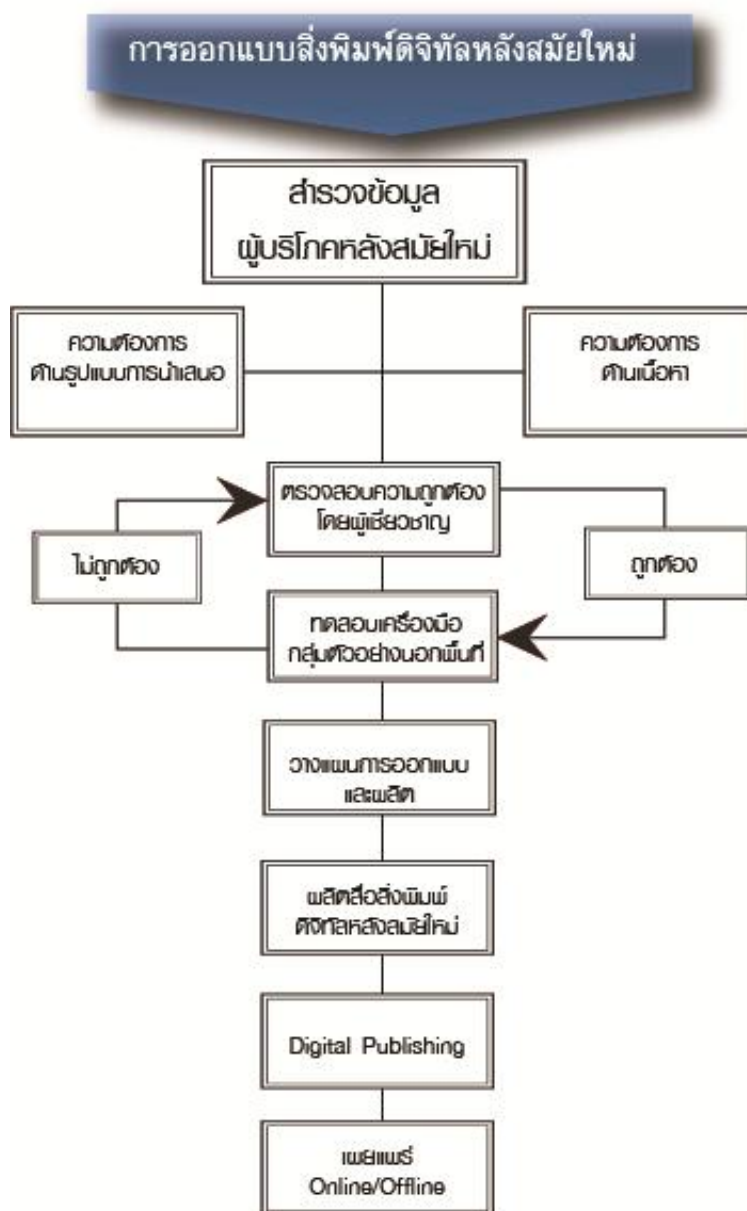
การออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเป็นการออกแบบสิ่งพิมพ์ให้แสดงผลผ่านจอของเครื่องรับสัญญาณดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นจอคอมพิวเตอร์ จอโทรศัพท์ระบบสมาร์ตโฟน (Smart Phone) จอโทรทัศน์ระบบสมาร์ตทีวี (Smart TV) หรือดีไวส์ (Device) อื่น ๆ ที่รองรับสัญญาณดิจิทัล โดยมีความแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมตรงส่วนของการนำออก (Output) หรือเผยแพร่เนื้อหา ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมจะเผยแพร่ผ่านวัสดุพิมพ์ต่าง ๆ เช่น กระดาษ พลาสติก ขวดแก้วหรือวัสดุอื่น ๆ ที่สามารถรองรับหมึกพิมพ์ได้ ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเป็นการเผยแพร่ผ่านจอเครื่องรับสัญญาณดิจิทัลโดยไม่ต้องสิ้นเปลืองวัสดุพิมพ์หรือหมึกพิมพ์ใด ๆ ทั้งนี้กระบวนการออกแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ในระบบดั้งเดิมและระบบดิจิทัลนั้น มีสิ่งที่เหมือนกันในแง่ของวัตถุประสงค์การใช้งาน (ใช้เพื่ออ่านและรับรู้ข้อมูล) แต่ในส่วนของการผลิตนั้นมีความแตกต่างกันมากพอสมควรเนื่องจากกระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์แบบดั้งเดิมเน้นกระบวนการนำออก (Out Put) ผ่านหมึกพิมพ์ไปยังวัสดุพิมพ์ ดังนั้นในกระบวนการวางแผนนำออกแบบสิ่งพิมพ์จะต้องคำนึงถึงวัสดุพิมพ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตว่ามีความเหมาะสมกับเนื้อหาหรือไม่ มีจำนวนหน้ามากน้อยเพียงใด จะเข้าเล่มแบบใด การตั้งค่าแม่สีก็ต้องใช้ระบบ CMYK ที่รองรับกับระบบการพิมพ์บนวัสดุพิมพ์แต่หากออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัลนั้นออกแบบไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงวัสดุพิมพ์ หรือการเข้าเล่มแต่อย่างใด เนื่องจากสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเน้นการนำออกผ่านจอเครื่องรับสัญญาณดิจิทัลจึงไม่จำเป็นต้องใช้กระดาษ หรือวัสดุพิมพ์อื่น ๆ การตั้งค่าแม่สีก็จะใช้ระบบแม่สีแสง RGB ที่ให้ความคมชัดและสมจริงมากกว่าระบบ CMYK **แต่สิ่งที่นักออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัลต้องกังวลคือเทคนิคและลูกเล่นที่บรรจุอยู่ในตัวเล่มต่างหาก** เพราะสิ่งที่น่าสนใจที่สุดของสิ่งพิมพ์ดิจิทัลคือลูกเล่นที่เป็นสื่อมัลติมีเดียและระบบการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) นักออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัลจะต้องใช้กลยุทธ์การออกแบบให้ถูกใจและทำให้ผู้อ่านหลังสมัยใหม่สนุกไปกับการอ่านมากที่สุดถึงจะเรียกว่าประสบความสำเร็จในการออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัล โดยผู้เขียนสรุปเปรียบเทียบความแตกต่างด้านกระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทดังตาราง

ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างของสื่อสิ่งพิมพ์

ขั้นตอนการผลิต	สิ่งพิมพ์ดั้งเดิม	สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์	สิ่งพิมพ์ดิจิทัล
ก่อนการผลิต (Pre Production)	วางแผน หาข้อมูล พิมพ์ ข้อมูล ภาพประกอบโดยใช้ ระบบสี CMYK วางเลย์เอาต์ ทำอาร์ตเวิร์ก ทำแม่พิมพ์	วางแผน หาข้อมูล พิมพ์ ข้อมูล ภาพประกอบโดย ใช้ระบบสี RGB วางเลย์ เอาต์ ทำอาร์ตเวิร์ก	วางแผน หาข้อมูล พิมพ์ ข้อมูล ภาพประกอบโดย ใช้ระบบสี RGB วางเลย์ เอาต์ ทำอาร์ตเวิร์ก
การผลิต (Production)	พิมพ์ในเครื่องพิมพ์ระบบ ออฟเซต ซิลสกรีน กราเวียร์	นำออกไฟล์เป็น Electronic Publishing	นำออกไฟล์เป็น Digital Publishing
หลังการผลิต (Post Production)	เก็บเล่ม เย็บเล่ม เข้าเล่ม เคลือบเล่ม ตัดเจียนเล่ม	เขียนลงแผ่นCD/DVD/ ฮาร์ดดิสเครื่อง คอมพิวเตอร์ หรือเผยแพร่ บนอินเทอร์เน็ต	เขียนลงแผ่นCD/DVD/ ฮาร์ดดิสเครื่อง คอมพิวเตอร์ หรือ เผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต

การออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเพื่อผู้อ่านหลังสมัยใหม่

การออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัลหลังสมัยใหม่ เป็นการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่คำนึงถึงความต้องการที่หลากหลายรวมถึงความแตกต่างด้านพฤติกรรมและการเปิดรับข้อมูลของผู้อ่านหลังสมัยใหม่เป็นหลัก โดยการออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเพื่อผู้อ่านหลังสมัยใหม่ถือเป็นการออกแบบสิ่งพิมพ์เฉพาะทางหรือเฉพาะกลุ่มเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ดังนั้นนักออกแบบจะต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคหลังสมัยใหม่ผ่านกระบวนการคิดอย่างมีส่วนร่วม ไม่ใช่การคิดวิเคราะห์จากมุมมองประสบการณ์ของนักแบบเพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นการออกแบบที่ให้กลุ่มผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการออกแบบ โดยนักออกแบบควรจัดประเภทของกลุ่มผู้บริโภคก่อนว่าอยู่ในกลุ่มลักษณะใด เช่นกลุ่มชมรมคนรักปลาทอง กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ กลุ่มแพทย์ทางเลือก กลุ่มชายรักชาย กลุ่มผู้พิการ และเมื่อจัดประเภทของกลุ่มเฉพาะแล้วควรกำหนดประเด็นที่ต้องการสอบถามหรือสำรวจ ซึ่งอาจกำหนดประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ ความชอบและความสนใจให้เชื่อมโยงกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องการออกแบบ เช่น หากสำรวจความต้องการของกลุ่มรักร่วมเพศ ควรสอบถามเกี่ยวกับความต้องการหรือปัญหาในชีวิตรวมถึงรูปแบบที่กลุ่มชายรักชายชอบและให้ความสนใจ อะไรเป็นสิ่งที่สนใจที่ทำให้กลุ่มชายรักชายเลือกอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เนื้อหาสาระอะไรที่กลุ่มชายรักชายต้องการ หรือหากผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเพื่อการศึกษา ผู้ออกแบบและผู้ผลิตจะต้องรู้ว่าผลิตให้ใคร หรือใครเป็นผู้อ่าน ผู้อ่านอยู่ระดับใด มีความชอบรูปแบบการนำเสนอแบบใด ซึ่งหากเป็นเด็กเล็กจะชอบการนำเสนอที่เป็นการตุน ส่วนเด็กโตก็มักจะชอบรูปแบบการนำเสนอแบบเกม เป็นต้น ทั้งนี้ในขั้นตอนการสำรวจความต้องการและพฤติกรรมของผู้อ่านหลังสมัยใหม่สิ่งที่จำเป็นที่สุดคือการเข้ามาสัมผัสพบปะและมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตเพราะผู้อ่านจะได้สื่อที่มีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่ตรงกับความสนใจ ส่วนนักออกแบบก็ไม่ต้องโยนหินถามทางหรือเดาใจว่าผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเฉพาะของตนชอบหรือสนใจอะไร หากเดาผิดนั้นหมายถึงว่ากลุ่มผู้อ่านหลังสมัยใหม่มิยอมไม่ให้การสนับสนุนหรือเลือกมาอ่านและกลายเป็นจุดจบและสร้างความหายนะให้สิ่งพิมพ์นั้น ๆ โดยปริยาย ทั้งนี้ผู้เขียนได้สร้างแบบจำลองกระบวนการวิเคราะห์และสำรวจข้อมูลความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคหลังสมัยใหม่ เพื่อการออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัล โดยเป็นการสร้างแบบจำลองด้วยวิธีการรวบรวมข้อมูลด้านการออกแบบ พฤติกรรมและความต้องการของประชากรยุคหลังสมัยใหม่บูรณาการเข้ากับ องค์ความรู้ด้านการวิจัยและการมีส่วนร่วม จนกลายเป็นแบบจำลองดังภาพ



ภาพ : แผนภูมิการออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัลหลังสมัยใหม่

บทส่งท้าย

สื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลหลังสมัยใหม่ เป็นสิ่งพิมพ์ดิจิทัลที่นักออกแบบและผู้ผลิตเนื้อหาต้องผลิตโดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้อ่านเฉพาะทาง ที่มีความแตกต่าง หลากหลาย ลึกซึ้งและเชื่อมโยงเข้าซึ่บนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างเป็นกลุ่มก้อนและกระจัดกระจายอยู่ อีกทั้งผู้ออกแบบยังจำเป็นต้องใช้กลวิธีเพื่อสืบเสาะข้อมูลด้านพฤติกรรมและความต้องการของผู้อ่านหลังสมัยใหม่ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ได้ก่อนการสร้างเนื้อหาและออกแบบรูปแบบการนำเสนอเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้อ่านมากที่สุด สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือกระบวนการเผยแพร่ที่ต้องคำนึงถึงถึงพฤติกรรมกาเปิดรับสารของกลุ่มผู้อ่านหลังสมัยใหม่ที่มีธรรมชาติแตกต่างกัน หากนักออกแบบมีข้อมูลด้านพฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างกันของผู้อ่านหลังสมัยใหม่

รวมถึงการได้รับความร่วมมือและมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและผลิต ย่อมส่งผลให้สื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลที่ออกแบบมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการจะต้องใช้เครื่องมือสำรวจที่มีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือโดยผ่านผู้เชี่ยวชาญเฉพาะแขนง เช่นหากต้องการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเพื่อการศึกษา นักออกแบบควรนำเครื่องมือสำรวจให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาตรวจสอบเพื่อให้ได้คำถามที่ครอบคลุม อีกประการหนึ่งคือการที่นักออกแบบจะดึงผู้อ่านเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและพัฒนาสิ่งพิมพ์ดิจิทัลหลังสมัยใหม่นั้นผู้ออกแบบจะต้องใส่ใจและคำนึงถึงพฤติกรรม ความต้องการ การเปิดรับ รวมถึงการดำเนินชีวิตที่แตกต่างของผู้อ่านหลังสมัยใหม่ นักออกแบบจะต้องคิดหาวิธีการและเทคนิคจูงใจให้ผู้อ่านเห็นประโยชน์ของการมีส่วนร่วมในการออกแบบโดยพยายามบอกถึงสิ่งที่ผู้บริโภคจะได้รับเช่น ข้อมูลเนื้อหาที่จำเป็นและตรงใจ รูปแบบที่สวยงามถูกใจ เพราะหากผู้บริโภคไม่เห็นถึงความสำคัญและผลประโยชน์ที่จะได้รับ การให้ความร่วมมือด้วยความเต็มใจย่อมเกิดขึ้นได้ยาก

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กรวิกา รอดปาน. “การบริหารประสบการณ์ลูกค้าเพื่อการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มธุรกิจร้านหนังสือ.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

ก้องเกียรติ มหาอินทร์. “สัญญาที่ปรากฏในงานออกแบบแฟชั่นกับการสะท้อนวัฒนธรรมหลังสมัยใหม่” คณะ

อุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 2541.

จรุงยศ อธิษฐาน. “คอมพิวเตอร์ อาร์ต: กรณีสืบค้นผลงานจิตรกรรมการเมืองของแอนดี้ วอร์ฮอล” คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, 2555.

ชาติรี บัวคลี่. “สัญญาในงานออกแบบนิเทศศิลป์ที่สะท้อนปรากฏการณ์หลังสมัยใหม่.” วารสาร Veridian

E-Journal Silpakorn University ปี 2556, ฉบับเดือนมกราคม – มิถุนายน 2556

ชาติรี บัวคลี่. “ปฏิวัติโลกธุรกิจหลังสมัยใหม่ด้วยดีไซน์.” วารสาร Veridian E-Journal Silpakorn University

ปี 2556, ฉบับเดือนมกราคม – มิถุนายน 2556:

ไชยยัง รัตนอังกูร. “ผลกระทบวิกฤตการณ์เศรษฐกิจต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ กลุ่มเมเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป.” วิทยานิพนธ์

ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

เนชั่นสุดสัปดาห์. เนชั่นสุดสัปดาห์ 1156(2014): 1 - 4 [Online]. Available from

<http://www.b2sebook.com/info.aspx?mid=NATIONSUDSUPDA>.

ธนพร ลิ้มรุ่งสุโข. “การวิเคราะห์แนวโน้มนิตยสารดิจิทัลในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ

สาขาวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

ธรรมยุทธิ จันทร์ทิพย์และดวงลาภ เปี่ยมอยู่สุข. “พัฒนาการและแนวโน้มของนิตยสารในยุคเทคโนโลยี

สารสนเทศ.” วารสารนักบริหาร Executive Journal มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 32 (ตุลาคม – ธันวาคม 2556): 110-114.

ธีรยุทธ บุญมี. การปฏิวัติศาสตร์ของโซซูร์ เส้นทางสู่โพสต์โมเดิร์นนิสต์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิภาษา, 2551.

ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์. “ดิจิทัล แมกกาซีน ตัวหนังสือมีชีวิต: ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ และนักอ่าน.”

วารสารนักบริหาร Executive Journal มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 32 (ตุลาคม-ธันวาคม2556): 29-34.

เอกอนันต์ ธนาธิบดี. “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความแตกต่างระหว่างบุคคล ความเท่าเทียม กับความพึงพอใจในงานของพนักงาน: ศึกษาเฉพาะกรณีของพนักงานบริษัท เคแอลเค อินดรัสทรี จำกัด.”

วิทยานพินธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2551.

ภาษาต่างประเทศ

Sony PlayStation.Cannes Lions International Festival of Creativity [Online]. Accessed 5 August 2014. Available <http://www.adforum.com/award/showcase/6650183>.

WWF.Cannes Lions International Festival of Creativity [Online]. Accessed 5 August 2014.

Available <http://www.brandbuffet.in.th/2014/06/thai-winners-cannes-lions-2014>.

William Bergquist. Postmodern Thought in a Nutshell: Where Art and Science Come Together.

San Francisco : Jossey-Bass Co., 1993.

Robert B. Denhart & Janet Vinzant Denhart .The New Public Service: Serving Rather than Steering. Arizona State University, 2000.