

การสร้างสรรค์เนื้อหาภาพถ่ายเชิงประวัติศาสตร์ในสวนสนุก ของเจนเนอร์ชัณวัยด้วยโครงข่ายญาณวิเคราะห์ Theme Park's Historical Photography Creation of Generation Y with the Repertory Grid

เวทิต ทองจันทร์ *

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมกับการใช้เครื่องมือเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าใจถึงกระบวนการประกอบสร้างความหมายของภาพถ่ายเชิงประวัติศาสตร์ในสวนสนุกของนักท่องเที่ยวเจนเนอร์ชัณวัย และเพื่อให้เข้าใจถึงการรับรู้องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ที่มีพลังในการโน้มน้าวใจการแบ่งปันภาพเพื่อโน้มน้าวใจผู้ชมของแหล่งท่องเที่ยวสวนสนุก

ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวต้องการเนื้อหาที่น่าสนใจเรื่องราวในอดีตที่มีความสัมพันธ์กับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งเป็นเนื้อหาที่เกิดขึ้นกับชีวิตประจำวันของชาวบ้านทั่วไป และเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจในเชิงบวกของการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข นอกจากนั้นแล้วเนื้อหาของสื่อภาพถ่ายมีผลกระทบต่อการกำหนดพฤติกรรมตอบรับสื่อและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว นอกเหนือจากการจัดกิจกรรมในพื้นที่ประวัติศาสตร์แล้ว นักท่องเที่ยวยังต้องตัดสินใจในการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในพื้นที่นั้นจากการเชื้อเชิญของตัวแสดงที่สื่อสารไปยังผู้ชมภาพถ่ายอีกด้วย

คำสำคัญ: โครงข่ายญาณวิเคราะห์ / โครงความคิด / ภาพถ่าย / สวนสนุก / พื้นที่ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์

Abstract

This is a qualitative research using quantitative tools. To understand the process of construct meaning of heritage tourism photographs of Generation Y in the theme park and to understand how Generation Y perceived their creative elements that photographs sharing power to persuade audiences of theme parks.

The research found that tourists need content that presents stories about the past which are related to actual events and prefer the daily life of the general people and the story offers a positive way of living in peace. Moreover, the content of the photographic media has an impact on the behavior of media response and the expectations of tourists. In addition to watching and sightseeing the activities in the historic area, Travelers also have to decide to participate in activities in that area from the invitation

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

of the actors communicating to the audience.

Keywords: Repertory Grid / Construct / Photography / Theme Park / Heritage Tourism

บทนำ

ด้วยประเทศไทยในปัจจุบัน เป็นประเทศที่พึ่งพารายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหลัก การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นทรัพยากรที่ประกอบไปด้วยเรื่องราวอันทรงคุณค่าในอดีตที่พร้อมจะให้นักสื่อสารได้นำองค์ประกอบเหล่านั้นมาประกอบสร้าง (construct) เป็นนวัตกรรมใหม่ที่จะช่วยโน้มน้าวใจให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ ตัดใจ และเข้ามาใช้บริการด้วยความประทับใจได้

สวนสนุก (Theme Park) สถานที่พักผ่อนหย่อนใจกลางแจ้งที่มีการแบ่งส่วนในพื้นที่กิจกรรมต่างๆ รวมถึงการจำลองกิจกรรมบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ เช่น การร่อนทองในยุคต้นทอง หมู่บ้านอันเงียบสงบในประเทศอังกฤษ หมู่บ้านเกษตรกรรมในการตั้งรกรากของชาวอเมริกัน เป็นต้น Sun & Uysal (1994) ได้ระบุถึงหน้าที่ที่สำคัญของสวนสนุกว่า เป็นพื้นที่ที่ให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนและสร้างจินตนาการ ซึ่งทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะตั้งเป้าหมายในการเที่ยว ซึ่งจะช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ภาพถ่ายท่องเที่ยวเป็นสื่อที่มีศักยภาพในการเป็นกลไกที่สามารถชี้ให้เห็นถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นของสถานที่ต่างๆ โดยมีหน้าที่สำคัญในการนำเสนอข่าวสารและชักจูงใจให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ การเดินทางเที่ยว ภาพถ่ายให้จินตนาการแก่ผู้คนเพื่อเก็บความทรงจำที่มีค่าในอดีต ดังนั้นภาพถ่ายจึงถูกนำไปพัฒนาคู่กับการท่องเที่ยว กิจกรรมนี้ทำให้การถ่ายภาพกับการท่องเที่ยวเป็นลักษณะสำคัญในวิถีชีวิตของยุคสมัยใหม่

การศึกษาถึงกระบวนการประกอบสร้างความหมายของภาพถ่ายเชิงประวัติศาสตร์ในสวนสนุกของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย และการเข้าใจถึงการรับรู้องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ที่มีพลังในการโน้มน้าวใจการแบ่งปันภาพเพื่อโน้มน้าวใจผู้ชมของแหล่งท่องเที่ยวสวนสนุก จึงเป็นการค้นหาแนวทางในการพัฒนาการสร้างสรรค์งานภาพถ่ายที่จะนำมาพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้ศึกษาถึงกระบวนการประกอบสร้างความหมายของภาพถ่ายเชิงประวัติศาสตร์ในสวนสนุกของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย
2. เพื่อให้ศึกษาถึงการรับรู้องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ที่มีพลังในการโน้มน้าวใจการแบ่งปันภาพเพื่อโน้มน้าวใจผู้ชมของแหล่งท่องเที่ยวสวนสนุก

วิธีวิทยา

โครงข่ายญาณวิเคราะห์ (The Repertory Grid) เป็นเครื่องมือในการศึกษาข้อมูลภายในของผู้ชม (working toward the kinds of insight) ออกแบบโดย George R.Kelly ซึ่งเครื่องมือนี้ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาถึงความต้องการของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีต่อเนื้อหารายการ โดย Robert R. Monaghan (1972:38-47) โครงข่ายญาณวิเคราะห์ จะช่วยให้ผู้ผลิตสื่อสามารถเข้าใจและทำความเข้าใจกับผู้ชมได้มากยิ่งขึ้น และให้คำตอบถึงความคิดภายในตัวผู้ชมที่แสดงออกถึงความสัมพันธ์ทางความคิดที่

มีต่อผลงานสื่อที่ได้ผลิตขึ้นซึ่ง เจริญพงศ์ ศรีสกุล (2550) ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาความต้องการของผู้ชมสื่อวีดิทัศน์ภาพยนตร์ในการออกแบบเนื้อหาส่วนควบและส่วนขยายในสื่อวีดิทัศน์ภาพยนตร์ และ กฤษณ์ ทองเลิศ (2545) ได้ประยุกต์ใช้เพื่อวิจัยทางด้านสื่อสารมวลชน โดยศึกษาการผสมผสานรูปแบบ การสื่อความหมาย และจินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมาย ที่มีต่องานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรที่ปรากฏในงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์

โครงข่ายญาณวิเคราะห์เป็นระบบการตรวจสอบวิธีการซึ่งบุคคลมีมุมมองต่อโลก ซึ่ง Kelly ระบุว่า บุคคลจะมองโลกผ่านตัวกรองและมีตัวแบบ (transparent and templets) ซึ่งเรียกว่า การประกอบสร้าง (construct) ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคคลสร้างขึ้นและใช้จัดวางสร้างความหมายกับวัตถุหรือเหตุการณ์ต่างๆ ในโลกของเขา บุคคลจะใช้ชีวิตด้วยการหยั่งรู้ด้วยการเชื่อมกับอดีตเพื่อสร้างความหมายในอนาคตด้วยการสร้างหมวดหมู่หรือประเภทของความคิด (categories) ซึ่งนั่นคือ การประกอบสร้างความหมายที่น่าจะเป็นไปได้ในความคิดของเขา

หลักทฤษฎีของ Kelly หลักการพื้นฐานว่า บุคคลจะคิดและกระทำในทิศทางที่เขาคาดว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งประกอบด้วยหลักย่อยที่เป็นข้อสันนิษฐาน จำนวน 11 ข้อ ดังนี้

1. Construction Corollary บุคคลคาดการณ์เหตุการณ์ด้วยการตีความโอกาสการเกิดซ้ำของเหตุการณ์นั้น
2. Individuality Corollary บุคคลมีมุมมองต่อสิ่งต่างๆ ในลักษณะที่แตกต่างกัน
3. Organization Corollary บุคคลมีการจัดลำดับสิ่งต่างๆ ที่เขาประกอบสร้างขึ้น
4. Dichotomy Corollary บุคคลมีการแบ่งลักษณะคู่ตรงข้าม ซึ่งเขาใช้ในการหาความหมาย
5. Choice Corollary บุคคลเรียนรู้ตนเอง ด้วยการเชื่อมโยงตนเองกับภายนอก
6. Range Corollary วิธีที่บุคคลใช้จัดการกับสิ่งรอบตัว จะสัมพันธ์ต่อการประยุกต์ใช้
7. Experience Corollary บุคคลเปลี่ยนแปลงวิธีการจัดการกับสิ่งรอบตัว ตามสถานการณ์ที่เขาเห็นว่าเหมาะสม
8. Modulation Corollary บุคคลที่ยืดหยุ่น และเปิดกว้างย่อมสามารถจัดการกับสภาพแวดล้อมที่หลากหลายได้
9. Fragmentation Corollary บุคคลมีการจัดการต่อสิ่งต่างๆ ด้วยวิธีที่แตกต่างกัน ถึงแม้บุคคลอื่นอาจจะไม่เห็นจุดเชื่อมโยงหรือเหตุผลสนับสนุนใดๆ
10. Commonality Corollary ยิ่งการตีความของบุคคลมีความคล้ายคลึงกันมากเท่าใด ย่อมมีความคิดสัมพันธ์เป็นทิศทางเดียวกันมากยิ่งขึ้น
11. Social Corollary บุคคลที่มองโลกจากมุมมองของบุคคลอื่นได้มาก ทำให้บุคคลนั้นสามารถสื่อสารได้มากยิ่งขึ้น

จากหลักพื้นฐานที่ว่า มนุษย์คิดและกระทำสิ่งที่สอดคล้องกับการคาดการณ์ที่จะเกิดขึ้น ก็จะทำให้เกิดแนวโน้มพฤติกรรมที่จะตามมา หลักการนี้จึงเป็นการยอมรับค่านิยมส่วนบุคคล ซึ่งเป็นการมีทางเลือกของการสร้างสรรค์ เป็นการรับฟังมุมมองของบุคคล ที่มีความแตกต่าง และมีความเป็นไปได้เสมอ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงโดยใช้เครื่องมือเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ ประยุกต์ใช้ ตารางกรองการรับรู้ (The Repertory Grid) ในการศึกษาองค์ประกอบของเนื้อหาในภาพถ่าย ที่ใช้ในการแบ่งปันภาพถ่ายเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อชักชวนให้ท่องเที่ยวสวนสนุกของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย ตามแนวทางของ Robert R.Mognahanซึ่งได้กล่าวถึง Repertory Grid ในการนำมาประยุกต์ใช้กับงานสื่อสารมวลชนว่าสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาผู้รับสาร เพื่อให้ทราบถึงความต้องการเนื้อหาของสื่อที่ผู้รับสารต้องการ ทำให้ผู้ผลิตสื่อรู้จักกับกลุ่มเป้าหมายของตัวเองได้ดีขึ้น ซึ่งสื่อจะนำผลที่ได้ไปพัฒนาประสิทธิภาพทางการสื่อสารได้ดีขึ้น

การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสร้างความหมาย และเนื้อหาที่เป็นองค์ประกอบของการสร้างสรรค์ภาพถ่ายเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยได้สังเกตเห็นทิศทางในปัจจุบันของสวนสนุก (Theme Park) ที่มีการจัดส่วนการแสดงพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ จะใช้นักแสดงแต่งกายเป็นบุคคลในยุคสมัยนั้นๆ เพื่อทำกิจกรรมต่างๆ กันในแต่ละยุคที่ต้องการนำเสนอ โดยอิงข้อมูลบางส่วนจากเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ และมีการชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมเข้าไป “เล่น” กับกิจกรรมในพื้นที่ประวัติศาสตร์นั้นๆ อีกด้วย

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ จำแนกได้ 2 แหล่ง คือ

1. ภาพถ่ายพื้นที่ประวัติศาสตร์จากเว็บไซต์ของสวนสนุก โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกที่สำคัญ คือ (1) เป็นภาพที่ถ่ายจากสวนสนุกในส่วนแสดงพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ (2) เป็นภาพถ่ายที่ถูกเผยแพร่ในเว็บไซต์ทางการ (Official Site) ของแหล่งท่องเที่ยว หรือ แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว (3) ภาพถ่ายมีเนื้อหาหลักถึงบุคคลหรือเหตุการณ์ที่บอกเล่าถึงพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ และ (4) ภาพถ่ายทั้ง 7 ภาพนั้น เมื่อแบ่งปัน (share) ทางเว็บไซต์มีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจผู้อื่นได้
2. ข้อมูลประเภทบุคคลผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์สำคัญในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลโครงข่ายญาณวิเคราะห์รวมจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 3 คนโดยมีเกณฑ์ที่สำคัญดังนี้ (1) เป็นบุคคลที่อยู่ในกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (เกิดในปี พ.ศ.2523-2540) มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี มีความคิดสร้างสรรค์ มองโลกในแง่ดี แต่มีความอดทนต่ำ เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจในการบริโภคได้ง่ายและบ่อยครั้ง (William & Neil, 2000:7-8) (2) มีรายได้ประจำเกิน 15,000 บาทต่อเดือน และ (3) เคยท่องเที่ยวสวนสนุกในต่างประเทศ อย่างน้อย 1 ครั้ง

ขั้นตอนในการสัมภาษณ์ด้วยเครื่องมือโครงข่ายญาณวิเคราะห์

มีขั้นตอนการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยจึงคัดเลือกภาพถ่ายที่แสดงถึงพื้นที่ประวัติศาสตร์จากสื่อเว็บไซต์ จำนวน 7 ภาพ ตามแนวคิดของ Monaghanและนำภาพถ่ายทั้ง 7 ภาพ มาลงรหัสโดยใช้สัญลักษณ์เป็นอักษร A ถึง G กำกับงานแต่ละภาพ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางรหัสกำกับงานภาพถ่ายและรายละเอียดทั้ง 7 ภาพ

	ภาพถ่ายเด็กชายและครอบครัวกำลังร่อนหาทองคำด้วยอุปกรณ์พื้นบ้านในลำธารของรอร์สวัลเลย์(Rauris Valley)บนเทือกเขาแอลป์ ซึ่งเป็นแหล่งเหมืองทองคำในอดีตของประเทศออสเตรีย
	ภาพถ่ายหญิงสาวกำลังนำเสนออาหารสำหรับรับประทาน เลี้ยงรูปแบบคาบอยตะวันตก ในสวนสนุก ดอลลีพาร์คในรัฐเทนเนสซี ประเทศสหรัฐอเมริกา
	ภาพถ่ายหมู่ของนักแสดงกำลังยัมเ้มกับกล้อง ซึ่งแต่งกายเป็นชาวเมืองในเมืองจำลองซัลเวเรนฮิลล์(Sovereign Hill) ซึ่งเป็นเหมืองทองในเมืองบารารัต รัฐวิกตอเรีย ประเทศออสเตรเลีย ในศตวรรษที่ 19
	ภาพถ่ายนักแสดงที่แต่งกายเป็นชาวเมืองภายในหมู่บ้านจำลองของศตวรรษที่ 18 ภายในพิพิธภัณฑ์มีชีวิตแบลคคันทรี (Black Country Living Museum) เมืองเบอร์มิงแฮม ประเทศอังกฤษ
	ภาพถ่ายนักแสดงที่แสดงการใช้ชีวิตหมู่บ้านเกษตรกรในพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์มีชีวิตนิวอิงแลนด์ (New England Living History Museums) ประเทศสหรัฐอเมริกา
	ภาพถ่ายนักแสดงที่แสดงการร่อนทองในยุคตื่นทองของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นภาพถ่ายที่ใช้ประกอบเว็บไซต์เจอร์โรลด์ แหล่งข้อมูลเหมืองทองและเรื่องราวของนักเสี่ยงโชคในอดีต



ภาพถ่ายนักแสดงแต่งกายชุดทหารฝ่ายสหภาพ (Union Army) ในยุคสงครามกลางเมืองอเมริกา ในการแสดงรำลึกเหตุการณ์ ณ พิพิธภัณฑ์รันโซคามูลอส รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยจัดกลุ่มภาพชุด 3 ภาพ โดยการเลือกภาพนี้จะเป็นการสุ่มเลือกโดยอิสระ ซึ่ง Monaghan สรุปว่า เป็นการเลือกโดยไม่มีรูปแบบ แต่จะทำในแต่ละครั้งให้แตกต่างกันไปในการสอบถาม โครงความคิด ผู้วิจัยจึงเลือกทั้งหมด 7 รูปแบบ ตามจำนวน 7 โครงความคิด(construct) ที่ต้องการ สัมภาษณ์ คือ

(1) A, B, C	(2) D, E, F
(3) G, A, D	(4) B, F, G
(5) A, D, G	(6) C, F, D
(7) E, B, C	

ในการค้นหาแต่ละโครงความคิด ผู้วิจัยเปิดภาพทั้ง 3 ภาพให้ผู้ให้สัมภาษณ์ดู แล้วให้เปรียบเทียบงานทั้ง 3 ชิ้น ที่มีองค์ประกอบเชิงสร้างสรรค์ใดที่มีลักษณะเด่นในภาพโดยมีกรอบคำถามคือ (1) ประเด็นอะไรที่พบได้ว่ามีลักษณะร่วมเหมือนกันในภาพถ่าย 2 ภาพ โดยไม่พบประเด็นนั้นในภาพที่ 3 และ (2) ภาพที่ 3 นั้นมีความแตกต่างจากลักษณะร่วมในประเด็นดังกล่าวของทั้ง 2 ภาพอย่างไร

ซึ่งคำตอบนั้นจะเป็นโครงความคิดที่ผู้วิจัยจะนำมาระบุความเหมือน (construct) และ ความต่าง (contrast) ที่เป็นข้อตรงข้ามทางความคิด ยกตัวอย่างเช่น ภาพรหัสอักษร A และ B มีลักษณะความเหมือนคือ ผู้ให้สัมภาษณ์ “แสดงออกถึงความเป็นปัจจุบัน” ในภาพ และและภาพรหัสอักษร C มีความต่างคือ “แสดงออกถึงความเป็นอดีต”

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัย ให้ผู้ให้สัมภาษณ์เรียงลำดับงานทั้ง 7 ตามประเด็นโครงความคิดที่สร้างขึ้น มาจัดเรียงลำดับคะแนน 1-7 โดยให้งานที่มีลักษณะคู่เหมือนมากที่สุดให้ 1 คะแนน “แสดงออกถึงความเป็นอดีตสูง” และไล่ลำดับไปจนถึงงานที่ 7 “แสดงออกถึงความเป็นอดีตต่ำ” หลังจากนั้นให้ผู้ให้สัมภาษณ์ ทบทวนหรือให้เปลี่ยนลำดับได้ แล้วจึงให้ยืนยันคำตอบ

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัย นำข้อมูลที่ได้ มาบันทึกข้อมูลลงในตาราง โดยกรอกรหัสอักษรที่ใช้แทนแต่ละ ภาพลงตามลำดับ A ถึง G โดยมีตัวเลข 1 ถึง 7 แสดงลำดับคะแนนจากขั้นตอนที่ 3

ตารางที่ 2 ตารางบันทึกข้อมูลตัวอักษรตามลำดับคะแนน

ความเหมือน (construct) 1 2 3 4 5 6 7 ความต่าง (contrast)

1	A, B, C,	แสดงออกถึงความเป็นอดีตสูง	E	G	F	C*	D	B	A	แสดงออกถึงความเป็นอดีตต่ำ
2	D, E, F	การบุกเบิกเพื่อตั้งรกราก สร้างชีวิต	F*	G	A	E	C	B	D	การตั้งรกรากที่มีความมั่นคงแล้ว
3	G, A, D									
4	B, F, G									
5	A, D, G									
6	C, F, D									
7	E, B, C									
8		ภาพที่คาดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะ โน้มน้าวใจได้สูง								ภาพที่คาดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะ โน้มน้าวใจได้ต่ำ

หมายเหตุ เครื่องหมาย _ หมายถึงภาพที่เป็นคู่ความเหมือน
เครื่องหมาย * หมายถึงภาพที่เป็นความแตกต่าง

หลังจากนั้นจะนำมาจัดลำดับในรูปแบบคะแนนตามโครงความคิด โดยมีข้อมูลในแนวนอนเป็นลำดับภาพ A-G และนำข้อมูลจากตารางที่ 2 บันทึกเป็นตัวเลขของค่าคะแนน 1-7 ในแต่ละภาพ

ตารางที่ 3 ตัวอย่างการกรอกข้อมูลตารางโครงข่ายฐานวิเคราะห์

ความเหมือน (construct) A B C D E F G ความต่าง (contrast)

1	แสดงออกถึงความเป็นอดีตสูง	7	6	4*	5	1	3	2	แสดงออกถึงความเป็นอดีตต่ำ
2	การบุกเบิกเพื่อตั้งรกรากและสร้างชีวิต	3	6	5	7	4	1*	2	การตั้งรกรากที่มีความมั่นคงแล้ว
3									
4									
5									
6									
7									
8	ภาพที่คาดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะโน้มน้าวใจ ได้สูง								ภาพที่คาดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะ โน้มน้าวใจได้ต่ำ

หมายเหตุ เครื่องหมาย _ หมายถึงภาพที่เป็นคู่ความเหมือน
เครื่องหมาย * หมายถึงภาพที่เป็นความแตกต่าง

ขั้นตอนที่ 5 ทำซ้ำขั้นตอนที่ 2 ถึง 4 จนครบ 7 ครั้ง ได้ครบตามจำนวน 7 โครงความคิด

ขั้นตอนที่ 6 หลังจากที่ได้บันทึกข้อมูลลงตารางจนครบ 7 โครงความคิด ผู้วิจัยจะขอเพิ่มอีก 1 โครงความคิด โดยให้ผู้ให้สัมภาษณ์เรียงลำดับงานที่เขาคิดว่าเป็นภาพที่คาดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะโน้มน้าวใจได้สูงไปสู่ภาพที่คาดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะโน้มน้าวใจได้ต่ำแล้วบันทึกคะแนนลงในโครงความคิดที่ 8

ขั้นตอนที่ 7 เปรียบเทียบหาความสอดคล้องของคู่โครงความคิด โดยคำนวณจากค่าสหสัมพันธ์ของแต่ละโครงความคิด ด้วยการคำนวณผลรวมของผลต่างยกกำลังสองของแต่ละคู่โครงความคิด ($\sum Ed^2$) ตามวิธีการ ดังต่อไปนี้

7	6	4	5	4	3	2
3	6	5	7	4	1	2

$$\begin{aligned} \text{ค่าความต่าง} &= 4 \quad 0 \quad 1 \quad 2 \quad 3 \quad 2 \quad 0 \\ \text{ค่าความต่างยกกำลังสอง} &= 16 \quad 0 \quad 1 \quad 4 \quad 9 \quad 4 \quad 0 = 34 \end{aligned}$$

และนำไปเทียบกับตาราง 7 สหสัมพันธ์โครงความคิด (Relationship Table of Seven Element Grid) โดย Monaghan (1972:44) โดยผลรวมจำนวน 34 จะได้ค่าสหสัมพันธ์ $r=.39$ แสดงว่า คู่โครงความคิดสองโครงนี้ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ (moderate) ซึ่งไม่สามารถยอมรับได้หลังจากนั้นจะทำการเปรียบเทียบหาความสอดคล้องของแต่ละคู่โครงความคิดให้ครบทุกโครงความคิด ดังนี้

1-2 _____
 1-3 _____ 2-3 _____
 1-4 _____ 2-4 _____ 3-4 _____
 1-5 _____ 2-5 _____ 3-5 _____ 4-5 _____
 1-6 _____ 2-6 _____ 3-6 _____ 4-6 _____ 5-6 _____
 1-7 _____ 2-7 _____ 3-7 _____ 4-7 _____ 5-7 _____ 6-7 _____
 1-8 _____ 2-8 _____ 3-8 _____ 4-8 _____ 5-8 _____ 6-8 _____ 7-8 _____

การเปรียบเทียบนี้เพื่อหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างโครงความคิด เน้นค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคู่โครงความคิดที่ 8 (ภาพที่คิดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะโน้มน้าวใจได้สูง) กับคู่อื่นๆ เพื่อพิจารณาว่า โครงความคิดใดที่มีความสัมพันธ์กับงานที่สร้างการโน้มน้าวใจได้สูง

ขั้นตอนที่ 8 ผู้วิจัยแปลผลจากค่าสหสัมพันธ์ โดยอิงจากค่าสหสัมพันธ์ที่ Monaghan เห็นว่ามีความสัมพันธ์กันระหว่างโครงความคิดแต่ละคู่ นั้น มี 3 ระดับที่ยอมรับได้ คือ

8.1 ความสัมพันธ์ระดับปานกลาง (marked) ค่าสหสัมพันธ์จะอยู่ระหว่าง .43 ถึง .57

8.2 ความสัมพันธ์ระดับสูง (strong) ค่าสหสัมพันธ์จะอยู่ระหว่าง .61 ถึง .79

ความสัมพันธ์ระดับสูงมาก (very high) ค่าสหสัมพันธ์จะอยู่ระหว่าง .82 ถึง 1.00

การสรุปข้อมูล

ผู้วิจัยนำโครงความคิดที่มีค่าสหสัมพันธ์ตั้งแต่ระดับปานกลาง (marked) ถึงระดับสูงมาก (very high) ซึ่งเป็นระดับที่ Monaghan ยอมรับ มาจัดกลุ่มเป็นองค์ประกอบในแง่มุมต่างๆ (facet) ที่จะนำไปประยุกต์ใช้สร้างสรรค์ภาพถ่ายสำหรับแบ่งปันเพื่อชักชวนให้ท่องเที่ยวสวนสนุกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้พบข้อมูล และได้ทำการแปลผลข้อมูล ดังต่อไปนี้
 ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 คุณเจตน์จันทร์ เกิดสุข

ตารางที่ 4 ตารางโครงข่ายญาณวิเคราะห์ของ คุณเจตน์จันทร์ เกิดสุข

ความเหมือน (construct)		ABCD			EFG			ความต่าง (contrast)	
1	แสดงออกถึงความเป็นอดีตสูง	7	6	4*	5	1	3	2	แสดงออกถึงความเป็นอดีตต่ำ
2	การบุกเบิกเพื่อตั้งรกรากและสร้างชีวิต	3	6	5	7	4	1*	2	การตั้งรกรากที่มีความมั่นคงแล้ว
3	ความสงบสุข	5	2	4	1	3	6	7*	สภาวะสงคราม
4	กิจกรรมส่วนบุคคล	5	2	4	6	3	1	7*	กิจกรรมเพื่อส่วนรวม
5	โน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายผู้ใหญ่	7*	2	4	5	6	1	3	โน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายเด็ก
6	การเที่ยวชมแบบไม่มีการเข้าไปมีส่วนร่วม	6	4	2	1	3	7*	5	การมีส่วนร่วม
7	มีความเป็นเมือง	7	4	2	1	5*	6	3	มีความเป็นชนบท
8	ภาพที่คิดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะโน้มน้าวใจได้สูง	5	4	6	1	2	7	3	ภาพที่คิดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะโน้มน้าวใจได้ต่ำ

หมายเหตุ เครื่องหมาย _ หมายถึงภาพที่เป็นคู่ความเหมือน
 เครื่องหมาย * หมายถึงภาพที่เป็นความแตกต่าง

องค์ประกอบเชิงสร้างสรรค์ที่มีสหสัมพันธ์กับ โครงความคิดที่ 8 “พลังในการแบ่งปันภาพเพื่อโน้มน้าวใจผู้ชมของแหล่งท่องเที่ยวสวนสนุก (Theme Park)” ของ คุณเจตน์จันทร์ เกิดสุขมีดังต่อไปนี้

- โครงความคิดที่ 2 “การบุกเบิกเพื่อตั้งรกรากและสร้างชีวิต” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .54 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (marked)
- โครงความคิดที่ 3 “ความสงบสุข” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .54 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (marked)
- โครงความคิดที่ 4 “กิจกรรมส่วนบุคคล” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .54 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (marked)
- โครงความคิดที่ 5 “โน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายผู้ใหญ่” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .43 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (marked)
- โครงความคิดที่ 6 “การเที่ยวชมแบบไม่มีการเข้าไปมีส่วนร่วม” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .61 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง (strong)
- โครงความคิดที่ 7 “ความเป็นเมือง” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .44 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (marked)

จากความสัมพันธ์ของโครงความคิด จากการสัมภาษณ์ คุณเจตน์จันทร์ เกิดสุข ด้วยเครื่องมือ Repertory Grid โครงความคิดที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรคงานภาพถ่ายที่มีพลังในการแบ่งปันเพื่อโน้มน้าวใจ จึงมีดังนี้

1. ลักษณะเนื้อหาสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้จ้องดูการแสดง โดยไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเล่นในพื้นที่การแสดงใน Theme Park

2. ลักษณะเนื้อหาที่มีลักษณะผจญภัย ซึ่งสร้างจินตนาการเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นของบุคคลในเหตุการณ์

ผู้วิจัยพบว่า ความต้องการลักษณะเนื้อหาดังกล่าว มีความสอดคล้องกับข้อสันนิษฐานขั้นต้นของ Kelly ในเรื่อง Construction Corollary ซึ่งอธิบายถึงการที่บุคคลคาดการณ์ต่อเหตุการณ์จากการตีความโอกาสการเกิดซ้ำของเหตุการณ์นั้น ๆ เห็นได้จากการที่คนเจนเจ้นท์ มีความต้องการชมการแสดงที่มีลักษณะเนื้อหาที่เกิดขึ้นเป็นประจำซ้ำ ๆ ในสวนสนุก (Theme Park) ต่าง ๆ

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 คุณสมเกียรติ ศรีเพชร

ตารางที่ 5 ตารางโครงข่ายญาณวิเคราะห์ของ คุณสมเกียรติ ศรีเพชร

ความเหมือน (construct) ABCD EFG ความต่าง (contrast)

1	เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง	2	3	7*	6	4	1	5	เหตุการณ์สมมุติที่ถูกสร้างขึ้น
2	การใช้ชีวิตประจำวัน	3	7	5	1	2	6*	4	การทำมาหากิน หาเลี้ยงอาชีพ
3	หน้าที่ที่ถูกบังคับให้ทำ	4	2	5	7*	6	3	1	ความเป็นอิสระ
4	พลเรือน	1	4	6	2	5	3	7*	จนท.รัฐ
5	กิจกรรมระดับสังคม	5*	6	2	1	4	7	3	กิจกรรมระดับครอบครัว
6	งานกิจกรรมสังคม	5	6	1	2	3	7*	4	งานกิจกรรมส่วนตัว
7	ความสุขที่ได้มีกิจกรรมร่วมกับคนอื่น	2	4	1	3	5*	6	7	ความเปล่าเปลี่ยว โดดเดี่ยว
8	ภาพที่คิดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะภูมิใจได้สูง	3	6	2	1	4	5	7	ภาพที่คิดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะภูมิใจได้ต่ำ

หมายเหตุ เครื่องหมาย _ หมายถึงภาพที่เป็นคู่ความเหมือน

เครื่องหมาย * หมายถึงภาพที่เป็นความแตกต่าง

องค์ประกอบเชิงสร้างสรรค์ที่มีสหสัมพันธ์กับ โครงความคิดที่ 8 “พลังในการแบ่งปันภาพเพื่อโน้มน้าวใจผู้ชมของแหล่งท่องเที่ยวสวนสนุก (Theme Park)” ของ คุณสมเกียรติ ศรีเพชร มีดังต่อไปนี้

- โครงความคิดที่ 1 “เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .43 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (marked)

- โครงความคิดที่ 2 “การใช้ชีวิตประจำวัน” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .57 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (marked)

- โครงความคิดที่ 3 “หน้าที่ที่ถูกบังคับให้ทำ” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .89 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก (very high)

- โครงความคิดที่ 4 “พลเรือน” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .46 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (marked)

- โครงความคิดที่ 5 “กิจกรรมระดับสังคม” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .64 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง (strong)

- โครงความคิดที่ 6 “งานกิจกรรมสังคม” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .64 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง (strong)

จากความสัมพันธ์ของโครงความคิด จากการสัมภาษณ์ คุณสมเกียรติ ศรีเพชร ด้วยเครื่องมือ Repertory Grid โครงความคิดที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานภาพถ่ายที่มีพลังในการแบ่งปันเพื่อโน้มน้าวใจ จึงมีดังนี้

1. ลักษณะเนื้อหาสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้จัดกิจกรรมของกลุ่มคนในสังคม ในเหตุการณ์ที่เป็นเรื่องราวที่มีผลกระทบต่อส่วนรวม

2. ลักษณะเนื้อหาที่มีเค้าโครงจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นเป็นประจำทั่วไปของคนในสังคมนั้นๆ

ผู้วิจัยพบว่า ความต้องการลักษณะเนื้อหาดังกล่าว มีความสอดคล้องกับข้อสันนิษฐานขั้นต้นของ Kelly ในเรื่อง Social Corollary ซึ่งอธิบายถึงการที่ บุคคลที่สามารถมองโลกจากมุมมองของบุคคลอื่นได้มาก ย่อมทำให้บุคคลนั้นสามารถสื่อสารได้มากขึ้น เห็นได้จากการที่คุณสมเกียรติมีความต้องการลักษณะเนื้อหาที่แสดงถึงกิจกรรมของกลุ่มสังคม

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 คุณยุทนา สุวรรณรัตน์

ตารางที่ 6 ตารางโครงข่ายญาณวิเคราะห์ของ คุณยุทนา สุวรรณรัตน์

ความเหมือน (construct) ABCD EFG

ความต่าง (contrast)

1	เที่ยวชมผู้อื่นแสดง	7*	5	6	1	4	3	2	เราแสดงเอง
2	ไม่มีส่วนร่วม	7	4	6	1	2	5*	3	มีส่วนร่วม
3	ดูเป็นสถานที่จริง	2	7	5	6*	4	1	3	ดูเป็นฉากที่สร้างขึ้น
4	เชิญให้ร่วมกิจกรรม	1	3	5	7	6	2	4*	ไม่เชิญให้ร่วมกิจกรรม
5	กิจกรรมในอดีต	7*	5	4	1	3	6	2	กิจกรรมในปัจจุบัน
6	กิจกรรมที่ทำง่าย	7	4	2	1	3	6*	5	กิจกรรมที่ทำยาก
7	กิจกรรมที่ต้องมีเฉพาะที่	5	6	7	3	2	4*	1	กิจกรรมที่มีได้ทั่วไป
8	ภาพที่คิดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะโน้มน้าวใจได้สูง	1	3	4	7	6	2	5	ภาพที่คิดว่าแบ่งปันภาพแล้วจะโน้มน้าวใจได้ต่ำ

หมายเหตุ เครื่องหมาย _ หมายถึงภาพที่เป็นคู่ความเหมือน

เครื่องหมาย * หมายถึงภาพที่เป็นความแตกต่าง

องค์ประกอบเชิงสร้างสรรค์ที่มีสหสัมพันธ์กับ โครงความคิดที่ 8 “พลังในการแบ่งปันภาพเพื่อโน้มน้าวใจผู้ชมของแหล่งท่องเที่ยวสวนสนุก (Theme Park)” ของ คุณยุทนา สุวรรณรัตน์ มีดังต่อไปนี้

• โครงความคิดที่ 1 “เที่ยวชมผู้อื่นแสดง” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .68 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง (strong)

• โครงความคิดที่ 2 “ไม่มีส่วนร่วม” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .89 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก (very high)

• โครงความคิดที่ 3 “ดูเป็นสถานที่จริง” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .50 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (marked)

• โครงความคิดที่ 4 “เชิญให้ร่วมกิจกรรม” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .96 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก (very high)

- โครงการความคิดที่ 5 “กิจกรรมในอดีต” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .96 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก (very high)

- โครงการความคิดที่ 6 “กิจกรรมที่ทำง่าย” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .46 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (marked)

- โครงการความคิดที่ 7 “กิจกรรมที่ต้องมีเฉพาะที่” มีค่าสหสัมพันธ์ที่ระดับ .54 ซึ่งแปลผลได้ว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (marked)

จากความสัมพันธ์ของโครงการความคิด จากการสัมภาษณ์ คุณยุพธนา สุวรรณรัตน์ด้วยเครื่องมือ Repertory Grid โครงการความคิดที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานภาพถ่ายที่มีพลังในการแบ่งปันเพื่อโน้มน้าวใจ จึงมีดังนี้

1. ลักษณะเนื้อหาสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ต้องการแสดง โดยไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเล่นในพื้นที่การแสดงใน Theme Park แต่ผู้แสดงก็แสดงอาการเชิญชวนและเข้าหานักท่องเที่ยว

2. ลักษณะเนื้อหาในอดีตที่มีองค์ประกอบที่แสดงถึงสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์นั้นๆ และเป็นกิจกรรมทั่วๆ ไปที่เกิดขึ้น

ผู้วิจัยพบว่า ความต้องการลักษณะเนื้อหาดังกล่าว มีความสอดคล้องกับข้อสันนิษฐานขั้นต้นของ Kelly ในเรื่อง Choice Corollary บุคคลมีความพยายามเชื่อมโยงตนเองกับภายนอกเพื่อที่จะเรียนรู้ตนเองเห็นได้จากการที่คุณยุพธนา มีความต้องการลักษณะเนื้อหาที่แสดงถึงกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากภายนอก ที่ชักชวนตนเองให้จัดดู หากกิจกรรมนั้นมีความยาก แม้จะเล่นและชักชวนเพียงใด ก็จะไม่เพียงจัดดูด้วยความสนุก แต่ไม่เข้าไปมีส่วนร่วม

การอภิปรายผล

1. การประยุกต์ใช้โครงข่ายญาณวิเคราะห์ (Repertory Grid) กับการสร้างสรรค์สื่อภาพถ่ายเพื่อส่งเสริมพื้นที่ประวัติศาสตร์นั้น จากการวิจัยในครั้งนี้พบว่า นอกเหนือจากข้อมูลความต้องการเนื้อหาของนักท่องเที่ยวที่เป็นองค์ประกอบในการนำมาพัฒนาประกอบสร้างสื่อภาพถ่ายได้ดีแล้วนั้น นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการสื่อสารจากนักแสดงในการเชิญชวนให้เข้าไปร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยว

2. จากการใช้วิธีวิทยาดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่า ในการคัดเลือกแหล่งข้อมูลภาพถ่ายจะต้องเป็นภาพที่สื่อสารเนื้อหาได้ชัดเจน เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์จะสามารถค้นหาและสร้างสรรค์โครงการความคิดเพิ่มเติมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนั้นแล้ว การคัดเลือกแหล่งข้อมูลบุคคลที่จะให้มุมมองโครงการความคิด หากเป็นผู้เชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์โดยตรง หรือมีอิทธิพลต่อโครงการความคิดในประเด็นที่ต้องการวิจัย ก็จะทำให้ได้มุมมองที่ถูกต้องต่อการค้นหาคำตอบได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ด้วยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการสื่อสารจากนักแสดงในการเชิญชวนให้เข้าไปร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยควรศึกษาถึงความต้องการในการร่วมแสดงในพื้นที่ในเชิงสร้างสรรค์อีกด้วย

2. ผู้วิจัยที่นำวิธีวิทยานี้ไปประยุกต์ใช้ ควรสมมุติตนเองให้เป็นผู้สร้างสรรค์งานหรือผู้ควบคุมการผลิตสื่ออื่นๆ เพื่อที่จะเข้าใจมุมมองของเป้าหมายในการสื่อสารไปยังผู้ชม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กฤษณ์ ทองเลิศ. (2545). *การผสมรูปแบบ การสื่อความหมายและจินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมายที่มี
ต่องานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรในงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- เจริญพงศ์ ศรีสกุล. (2550). *การออกแบบเนื้อหาส่วนควบและส่วนขยายในสื่อวีดิทัศน์ภาพยนตร์*. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Monaghan, R. R. (1972). Repertory Grid: Application to ascertaining viewers' needs. *Educational Broadcasting Review*, 6(1), 38-47.
- Strauss, W., & Howe, N. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Original.
- Sun, L.-H., & Uysal, M. (1994). The Role of Theme Parks in Tourism. *Hospitality Review*, 12(1), 71-80.

ออนไลน์

- Gold Prospecting. (2010). *Jerry's secret nuggets*. เข้าถึงได้จาก <http://www.jerrysgold.com/>
- Panning for Gold in Rauris Valley. (2019). *Hohe Tauern National Park*. เข้าถึงได้จาก <https://www.raurisertal.at/en/summer/active-in-summer/panning-for-gold/>
- Plimoth Plantation. (2015). *New England Living History Museums*. เข้าถึงได้จาก <https://www.discovernewengland.org/things-do/new-england-living-history-museums>
- Reliving the Civil War. (2016). *Rancho Camulos Museum: National Historic Landmark*. เข้าถึงได้จาก <http://www.ranchocamulos.org/photo-gallery/historic-images/>
- Theme park Dining. (2018). *Dollywood Park & Resorts*. เข้าถึงได้จาก <https://www.dollywood.com/themepark/Dining>
- What to see and do. (2015). *Sovereign Hill: Family Tourist Attraction*. เข้าถึงได้จาก <https://www.sovereignhill.com.au/visit/what-s-on/>
- What we're all about. (2019). *Black Country Living Museum*. เข้าถึงได้จาก <https://www.bclm.co.uk/about.htm#.XSwIL-gza8U>