

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “ผีตาโขน” จังหวัดเลย

นายสุรฤทธิ์ สกลไพโร

สาขาวิชากราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

สื่อประชาสัมพันธ์ “ผีตาโขน” จังหวัดเลย มีจุดประสงค์

1. เพื่อให้คนเข้าใจและรู้ว่าประเพณี “ผีตาโขน” จัดขึ้นเพื่ออะไร
2. ส่งเสริมสื่อประชาสัมพันธ์ประเพณี “ผีตาโขน”
3. เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเพณี “ผีตาโขน” ที่มีความน่าสนใจ

ดำเนินการวิจัยด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มนักศึกษาเพศชาย-หญิง อายุ 18-25 และแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเพื่อต้องการออกแบบให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มเป้าหมายรู้ว่า ประเพณีผีตาโขน จัดขึ้นเพื่อขอฝน เพื่อให้ท้องที่อุดมสมบูรณ์ 2) สื่อประชาสัมพันธ์ “ผีตาโขน” จังหวัดเลย มีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และมีภาพประกอบที่เป็นภาพถ่ายที่สวยงามให้คนเข้าใจมากขึ้น 3) ส่งเสริมให้วัยรุ่นคนสมัยใหม่ได้รู้ถึงคุณค่าและเอกลักษณ์ของประเพณีผีตาโขนมากขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมให้คนที่ไม่รู้จักประเพณีผีตาโขนเข้าใจและเข้าถึงประเพณีผีตาโขนมากขึ้น และรู้จักการอนุรักษ์ประเพณีของไทยไว้ให้คงอยู่สืบไป

คำสำคัญ: การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์, ประเพณีผีตาโขน, วัยรุ่น

Public relations media "Phi Ta Khon

Surarit Sagonphai

Graphic and multimedia Design Faculty of Industrial Technology Suansunandha Rajabhat
University.

Abstract

Public relations media "Phi Ta Khon", Loei province The purpose is

- 1 For people understand and know Tradition of the "phi ta khon" held for what?
- 2 promote the media of the tradition Phi Ta Khon
- 3 promote the uniqueness of the "Phi Ta Khon" to be more interesting.

Conducting research with questionnaires from male-female students aged 18-25 and questionnaires from design experts.

The results showed that 1) The target group knows that phi Ta Khon tradition Held for pray for rainfall To make the area fertile.

- 2) Public relations media "Phi Ta Khon" in Loei province has easy to understand the content. And have beautiful illustrations that make people understand more easily
- 3) Encourage teenagers to know more about the value of Thai traditions and encourages people who do not know the spirit of "Phi Ta Khon" to understand and access the "Phi Ta Khon" tradition more. And know how to preserve Thai traditions.

Keywords: media design, public relations, ghost tradition, teenagers

บทนำ

ประเพณีผีตาโชน ถือเป็น เอกลักษณ์
ประจำจังหวัดเลย จัดทำขึ้นทุกปีในช่วงเดือน
พฤษภาคม-มิถุนายน การละเล่นผีตาโชนมี มา
นานแล้ว แต่ไม่มีหลักฐานเด่นชัดว่ามีมาตั้งแต่
เมื่อใด แต่ในความเชื่อของชาวบ้านได้ปฏิบัติ
และสืบ ทอดต่อกันมาในสมัยบรรพบุรุษ

คำว่า ผีตาโชนนั้น เดิมบางคนเรียกว่า
ผีตาขน แต่ก็หาความหมายไม่ได้ชัด และจาก
การบอกเล่าของเจ้าพ่อกวนในขณะเข้าทรงว่า
ผีตามคนมาในงานบุญพระเวส จึงเรียกผีตาม
คน ต่อมาจึงเพี้ยนเป็นผีตาโชน ผีตาโชนมีส่วน
ผสมผสานเกี่ยวพันกันหลายประการ โดยใน
ส่วนหัวผี ตาโชนซึ่งอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า
หน้ากากผีตาโชน เกิดจากภูมิปัญญาของ
ท้องถิ่นที่เลือกใช้วัสดุ จากธรรมชาติในการ
จัดทำโดยอาศัยหลักการทางศิลปกรรมทั้งด้าน
รูปแบบกลวิธี และการสร้าง ลวดลายสีสันทึบ
ช่วยชุดของการละเล่นผีตาโชนจะเป็นชุดยาวที่
ทำจากเศษผ้าหลากหลายสีมาเย็บต่อกัน
สำหรับอุปกรณ์ของผีตาโชนมีด้วยกัน 2 ชิ้นคือ
“หมวกกะແหล່ງ” เป็นวัตถุคล้ายกระดิ่ง ที่เป็น
รูปสี่เหลี่ยมแบนหรือกลมที่ทำด้วยเหล็กหรือ
สังกะสี มีไว้เพื่อให้เขย่า ทำให้เกิดเสียงดังเวลา
ที่เดินหรือเวลาแสดง มีไว้เพื่อใช้หยอกล้อกับ
ผู้คนเพื่อให้เกิดความสนุกสนาน

การละเล่นผีตาโชนนี้ มีส่วนช่วยใน
การอนุรักษ์ เผยแพร่ประเพณีอันดีงาม
ตลอดจนการ สร้างความเป็นเอกภาพในสังคม
เพราะคนในสังคมมีความเชื่อในสิ่งเดียวกัน ทุก
คนจะตระหนักและ สำนึกในหน้าที่ของตน

พร้อมที่จะปฏิบัติหน้าที่นั้นด้วยความเต็มใจ
และศรัทธา เหตุที่ผีตาโชนได้ปรากฏใน
ประเพณีของท้องถิ่น มีความแปลกใหม่ของ
รูปแบบ กลวิธี และลวดลายสีสันทึบที่ปรากฏบน
หน้ากากผีตาโชน ซึ่งมีความสัมพันธ์และมี
อิทธิพลต่อวิถีชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนเป็นการ
อนุรักษ์ ประเพณีที่เก่าแก่ให้คง อยู่คู่
ประเทศชาติ เพื่อให้ชนรุ่นหลังได้มีความรู้
ความ เข้าใจ ตลอดจนมีความภาคภูมิใจในภูมิ
ปัญญาไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้คนเข้าใจและรู้ว่า
ประเพณี “ผีตาโชน” จัดขึ้นเพื่ออะไร
2. ส่งเสริมสื่อประชาสัมพันธ์
ประเพณี “ผีตาโชน”
3. เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ของ
ประเพณี “ผีตาโชน” ที่มีความ
น่าสนใจ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ ตำรา สื่อ
เว็บไซต์ต่างๆ และวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการ
ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “ผี ตาโชน”
จังหวัดเลย
2. ทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจ
กลุ่มเป้าหมายกลุ่มนักศึกษา และผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการออกแบบ
3. เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จาก
แบบสอบถาม

4. เรียบเรียง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการ
ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ค่าร้อยละ (%) และ
ค่าเฉลี่ย (MEAN) และสรุปผลที่ได้จาก
แบบสอบถาม

5. เขียนโจทย์ในการออกแบบ

6. ออกแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์
“ผี ตาโชน” จังหวัดเลย และทดสอบ

7. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

8. นำเสนอผลงาน

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จาก
กลุ่มเป้าหมาย คือนักศึกษา อายุ 18-25 ปี
จำนวน 50 คน เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้บริโภค
ด้านพฤติกรรม ด้านความต้องการและด้าน
ทัศนคติทำการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการ
วิเคราะห์โดยลำดับการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น
ลำดับดังนี้ แบบสอบถามมีทั้งหมด 2 ส่วน
ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทางประชากรศาสตร์
5 ข้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นทางด้านทศ
นคติ 10 ข้อ รวมทั้งข้อมูลที่ได้จาก
แบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน มี
รายละเอียด 9 ข้อตามตารางดังนี้

ส่วนที่ 1 เพศของกลุ่มเป้าหมายที่ทำ
ตอบแบบสอบถามมากที่สุดอายุของ
กลุ่มเป้าหมายที่ทำแบบสอบถามมากที่สุดก็คือ
21-25 ปี

ส่วนที่ 2 กลุ่มเป้าหมายร้อยละ100
เมื่อพูดถึงประเพณีผีตาโชนจะนึกถึงการแต่ง
กายเป็นอันดับแรกร้อยละ56 (ดังตารางที่1)

กลุ่มเป้าหมายร้อยละ100 สนใจอยากเรียนรู้
เกี่ยวกับประเพณีผีตาโชนด้านประวัติความ
เป็นมาอันดับที่1ร้อยละ50 (ดังตารางที่2)
กลุ่มเป้าหมายร้อยละ100 เมื่อพูดถึงประเพณี
ผีตาโชนนึกถึงทั้งขบวนแห่และพิธีกรรมร้อยละ
44 (ดังตารางที่3) กลุ่มเป้าหมายร้อยละไม่เคย
ร่วมงานประเพณีผีตาโชนร้อยละ94 (ดังตาราง
ที่4)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ของ

กลุ่มเป้าหมายซึ่งจำแนกตามประเพณีผีตาโชน
กลุ่มเป้าหมายจะนึกถึงอะไร

ถ้าพูดถึงประเพณี ผีตาโชนท่านจะ นึกถึงอะไรเป็น อันดับแรก	จำนวน	ร้อย ละ	ลำดับ
การแต่งกาย	28	56	1
ขบวนแห่	12	24	2
ประวัติความ เป็นมา	1	2	5
พิธีกรรม	5	10	3
จ.เลย	4	8	4
รวม	50	100	

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ของ

กลุ่มเป้าหมายซึ่งจำแนกตามสนใจอยากเรียนรู้
เกี่ยวกับประเพณีผีตาโชนด้านใด

ท่านสนใจอยาก เรียนรู้เกี่ยวกับ ประเพณีผีตาโชน ด้านใดมากที่สุด	จำนวน	ร้อย ละ	ลำดับ

พิธีกรรม	15	30	2
การแต่งกาย	9	18	3
วิถีชีวิตความเป็นอยู่	1	2	4
ประวัติความเป็นมา	25	50	1
รวม	50	100	

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ของกลุ่มเป้าหมายซึ่งจำแนกตามประเพณีผีตาโขนที่นึกถึง

เมื่อพูดถึงประเพณีผีตาโขนท่านนึกถึงชบวนแห่หรือพิธีกรรมมากกว่ากัน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ชบวนแห่/พิธีกรรม	22	44	1
ชบวนแห่	22	44	1
พิธีกรรม	6	12	2
รวม	50	100	

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ของกลุ่มเป้าหมายซึ่งจำแนกตามเคยร่วมงานหรือไม่

ท่านเคยร่วมงานประเพณีผีตาโขนหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ท่านเคยร่วมงาน			
ท่านไม่เคยร่วมงาน			

เคยร่วมงาน	3	6	2
ไม่เคยร่วมงาน	47	94	1
รวม	50	100	

ส่วนที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญว่าควรใช้ Concept สีสนวันผีแดนซ์ในสื่อประชาสัมพันธ์ ประเพณี ผีตาโขน (ดังตารางที่5) ผู้เชี่ยวชาญคิดว่าสื่อประเภทแอปพลิเคชันเหมาะกับประเพณีผีตาโขน (ดังตารางที่6) ผู้เชี่ยวชาญคิดว่าการถ่ายผ่านแบบ Portrait ตรงกับสื่อประชาสัมพันธ์ประเพณี ผีตาโขน (ดังตารางที่ 7) ผู้เชี่ยวชาญ คิดว่าตัวอักษรแบบตัวอักษรประดิษฐ์เหมาะกับงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ผีตาโขน (ดังตารางที่8) ผู้เชี่ยวชาญคิดว่าภาพประกอบแบบแบบภาพถ่าย เหมาะสมกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ผีตาโขน (ดังตารางที่9)

ตารางที่ 5 ผู้เชี่ยวชาญท่านคิดว่าควรใช้ Concept แบบใดในสื่อประชาสัมพันธ์ ประเพณี ผีตาโขน

ผู้เชี่ยวชาญท่านคิดว่าควรใช้ Concept แบบใดในสื่อประชาสัมพันธ์ประเพณี ผีตาโขน	ค่า	ลำดับ
สีสนวันผีแดนซ์	4.4	1
ชบวนผีพิญหหลวง	3.2	2

แปลงกายไปงานบุญ	3	3
ผีตามคน	3.	2
	2	
ขบวนผีปีละครั้ง	2.	4
	8	
รวม		

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ของ
ผู้เชี่ยวชาญท่านคิดว่าสื่อประเภทไหนเหมาะ
กับประเพณีผีตาโชน

ผู้เชี่ยวชาญท่านคิดว่าสื่อประเภท ไหนเหมาะกับประเพณีผีตาโชน	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ
เว็บไซต์	3 .	2
	8	
ป้ายโฆษณา	2.	5
	6	
โปสเตอร์	3.	4
	2	
แอปพลิเคชัน	4 .	1
	2	
สื่อสิ่งพิมพ์	3 .	2
	8	
วารสาร	3 .	3
	6	
รวม		

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ของ
ผู้เชี่ยวชาญคิดว่าการถ่ายผ่านแบบไหนตรงกับ
สื่อประชาสัมพันธ์ประเพณี ผีตาโชน มากที่สุด

ผู้เชี่ยวชาญท่าน คิดว่าการถ่าย ผ่านแบบไหนตรงกับสื่อ ประชาสัมพันธ์ ประเพณี ผีตา โชน มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
Portrait	4.6	1
Landscape	3.4	4
Street Photography	3.8	2
Closeup/Macro	3	5
Silhouette	2.4	6
Depth of fields	3.4	4
Action, Stop Action, Panning Action	3.6	3
รวม		

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ของ
ผู้เชี่ยวชาญควรเลือกตัวอักษรแบบใดให้เหมาะ
กับงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ผีตาโชน

ผู้เชี่ยวชาญ ควรเลือก ตัวอักษรแบบ ใดให้เหมาะ กับงาน ออกแบบสื่อ ประชาสัมพันธ์ ฟีตาโซน	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
ลักษณะอ่าน ง่าย	3.2	2
มีระเบียบเป็น ทางการ	2.2	3
เป็นแบบ ลายเส้นและ ลายมือ	2.2	3
ตัวอักษร ประดิษฐ์	4	1
รวม		

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ของ
ผู้เชี่ยวชาญภาพประกอบแบบใดเหมาะสมกับ
การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ฟีตาโซน

ภาพประกอบ แบบใด เหมาะสมกับ การออกแบบ สื่อประชา สัมพันธ์ฟีตาโซน	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
ภาพลายเส้น เหมือนจริง	3.2	3

แบบภาพถ่าย	4	1
แบบภาพวาด ระบายสี	2.8	4
ภาพพิมพ์	3.4	2
รวม		

ผลการออกแบบ

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจาก
กลุ่มเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญทำให้ได้ข้อมูลที่
น่าเชื่อถือและน่าสนใจสามารถนำไปออกแบบ
งานวิจัยได้อย่างดี ผลผลิตงานวิจัยครั้งนี้คือ
สื่อประชาสัมพันธ์ “ฟีตาโซน” จังหวัดเลย เป็น
โครงการที่ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ แนวคิด
หรือ concept คือ สีสันวันฟีแดนซ์ เป็นการ
นำเสนอประเพณีฟีตาโซน และทุกสิ่ง
เกี่ยวกับฟีตาโซน ไม่ว่าจะเป็น เครื่องแต่งกาย
ของฟีตาโซน พิธีกรรมต่างๆ เป็นต้น
กลุ่มเป้าหมายงานวิจัยในครั้งนี้ 21-25 ปี เน้น
รูปแบบออกสนุกสนานเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน
บทความไม่ยาวจนเกินไป นำเสนอภาพถ่ายที่
สวยงามและสบายตา นอกจากนั้นจะสื่อถึงวิถี
ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในบริเวณนั้นอีกด้วย

ขั้นตอนการออกแบบสื่อ
ประชาสัมพันธ์ “ฟีตาโซน” จังหวัดเลย

- 1) ศึกษาข้อมูลประเพณีฟีตาโซน
- 2) ทำแบบร่างสื่อประชาสัมพันธ์
- 3) ออกแบบภาพประกอบ และสีของ
รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์

- 4) ทำแบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อ
ทดสอบการใช้งาน

ภาพที่ 1 แบบร่างสื่อประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภท
เว็บไซต์



ภาพที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภท
App



วิจารณ์ผลการวิจัย

การออกแบบคือ สื่อประชาสัมพันธ์ “ผีตาโขน” จังหวัดเลย ใช้หลักการออกแบบ สื่อประชาสัมพันธ์สำหรับนักเรียน นักศึกษา ช่วงอายุตั้งแต่ 21-25 ปี โดยเน้นองค์ประกอบ ที่น่าสนใจที่สุดก็คือ แบบภาพถ่ายจริง และเลปอ็อกภาพถ่ายแบบ Portrait เพื่อให้ภาพ ออกมาชัดเจน สวยงาม น่าดึงดูดความสนใจ และเพื่อให้เห็นภาพวิถีชีวิต ประเพณีผีตาโขน ได้อย่างชัดเจนมากที่สุด และเน้นบทความที่ เข้าใจง่าย กระชับ ได้ใจความ ผสมผสานกับ ทฤษฎีพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายนักเรียน นักศึกษา เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิด concept สีสันวันผีแดนซ์ ออกแบบด้วยการ เล่นสีสัน น่าสนุกสนานเนื่องจากว่าประเพณี สร้างเพื่อความสนุกสนาน ในงานมีแต่ เสียงดนตรีและสีสัน และเสียงหัวเราะรอยยิ้ม ของคนในชุมชน และสอดแทรกเรื่องราว ประวัติศาสตร์ความเป็นมาลงไปด้วย ผลการ ทดสอบใช้สื่อกับนักเรียนนักศึกษาใช้รูปแบบ สีสันสดใสตรงกับconcept เพื่อดึงดูดความ สนใจของวัยรุ่น และให้วัยรุ่นหันมาสนใจ ไม่ เบื่อหน่ายกับประเพณี และให้วัยรุ่นนั้นเห็น คุณค่าของวัฒนธรรม รักษาประเพณีของไทย สืบไป

สรุปผลการวิจัย

สื่อประชาสัมพันธ์ “ผีตาโขน” จังหวัด เลย ทำให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เน้น โทนสีและภาพประกอบ จะเลือกใช้โทนสีสีสัน สดใสเนื่องจากว่าประเพณีผีตาโขนนั้นจะเน้น

สี่สันสดใสอยู่แล้วเพราะเป็นงานรื่นเริงอีกทั้งยังสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ส่วนภาพประกอบจะเลือกเป็นแบบภาพถ่ายเพื่อให้เห็นประเพณีที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน และให้ผู้ได้รับสื่อรู้สึกเหมือนมองภาพแล้วได้เดินทางไปเองและสามารถเข้าถึงจุดให้ผู้รับสื่อยิ่งอยากไปเห็นภาพนั้นด้วยตัวเอง

สื่อประชาสัมพันธ์ “ผีตาโขน” จังหวัดเลย เป็นสื่อที่แนะนำประเพณีผีตาโขน ประวัติความเป็นมา เครื่องแต่งกาย พิธีกรรม ช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของไทย และอนุรักษ์ประเพณีที่เก่าแก่ให้คงอยู่คู่ประเทศไทย เพื่อให้ชนรุ่นหลังได้มีความรู้ความเข้าใจ ตลอดจนมีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาไทย

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเพราะได้รับความอนุเคราะห์พร้อมคำแนะนำที่ดีจากอาจารย์จิตติมา เสือทอง ที่คอยให้คำปรึกษาและแนะนำเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงแก้ไขและตรวจสอบวิจัยตลอดระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ภาควิชากราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้และคอยแนะนำสิ่งต่างๆให้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวที่คอยให้คำปรึกษาให้ความรักคอย

ดูแลเอาใจใส่เลี้ยงดูมาเป็นอย่างดี ขอขอบคุณชาวบ้านอำเภอด่านซ้ายที่ให้ข้อมูลเพื่อศึกษาทำวิจัยเป็นอย่างดี สุดท้ายขอขอบคุณเพื่อนที่คอยให้กำลังใจและคอยช่วยเหลือให้วิจัยฉบับนี้ผ่านไปด้วยดี หากผิดพลาดประการใดผู้ทำวิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

อุรวชา ศิลารักษ์. (2555). **ประเพณีผีตาโขน**. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2562. จาก <https://sites.google.com/site/bebemasara/home>

ประเพณีไทยดอทคอม. (2557). **ประเพณีการเล่นผีตาโขน**. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2562. จาก <http://www.prapayneethai.com>

บ้านจอมยุทธ. (2543). **หน้ากากผีตาโขน**. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2562. จาก <https://www.baanjomjut.com>

มาสิวรรณ แก้วเขียว. (2558). **ประเพณีผีตาโขน จิตรกรรมอะคริลิค**. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2562. จาก <http://cai.oas.psu.ac.th>

ดีไซน์นิว. (2555). **วิธีการออกแบบโลโก้ที่ดี**. สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2562. จาก <https://www.designil.com>

Art. (2556). **ทฤษฎีสี**. สืบค้นเมื่อ 28
มกราคม 2562. จาก
<https://homegame9.wordpress.com>

Pavana Chaisomboon. (2550).
ภาพประกอบสิ่งพิมพ์. สืบค้นเมื่อ 28
มกราคม 2562. จาก
<https://www.gotoknow.org>