

การสื่อสารจุดจับใจด้านความเพ้อฝันผ่านการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวัยทีน COMMUNICATING THE FANTASY APPEAL THROUGH GRAPHIC DESIGN FOR TWEENS

ยศไกร ไทรทอง*

Yossakrai Saithong*

หลักสูตรผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Creative Products Program, College of Creative Industry, Srinakharinwirot University.

*Corresponding author, e-mail: yossakrai@g.swu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลำดับการเลือกใช้อองค์ประกอบเรขศิลป์ และหลักการออกแบบเรขศิลป์เพื่อหาแนวทางในการสื่อสารจุดจับใจด้านความเพ้อฝันผ่านการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวัยทีนผู้ชายและวัยทีนผู้หญิง ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามโดยการทบทวนวรรณกรรมจากหนังสือการออกแบบเรขศิลป์ทั้งหนังสือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 7 เล่ม ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากหนังสือทุกเล่มที่มีการกล่าวถึงซ้ำๆ กันคิดเป็นร้อยละ 50 ขึ้นไป เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกองค์ประกอบและหลักการออกแบบเรขศิลป์ที่มีความสำคัญ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า (1) องค์ประกอบเรขศิลป์ที่มีการกล่าวซ้ำกันร้อยละ 50 ขึ้นไป ได้แก่ (1.1) สี ร้อยละ 100 (1.2) รูปร่าง ร้อยละ 100 (1.3) พื้นผิว ร้อยละ 100 และ (1.4) เส้น ร้อยละ 85.71 และ (2) หลักการออกแบบเรขศิลป์ที่มีการกล่าวซ้ำกันร้อยละ 50 ขึ้นไป ได้แก่ (2.1) ความสมดุล (2.2) จังหวะ (2.3) การเน้น และลำดับความสำคัญ และ (2.4) เอกภาพ โดยทุกหลักการคิดเป็นร้อยละ 57.14 จากนั้นได้นำแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากวัยทีนอายุระหว่าง 8-14 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แยกเป็นวัยทีนผู้ชาย 193 คน และวัยทีนผู้หญิง 195 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) แนวทางในการสื่อสารจุดจับใจด้านความเพ้อฝันผ่านการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวัยทีนผู้ชาย ได้แก่ แนะนำให้นำไปใช้เพื่อการออกแบบเป็นอย่างยิ่ง จำนวน 11 องค์ประกอบ และแนะนำให้นำไปใช้เพื่อการออกแบบ จำนวน 11 องค์ประกอบ (2) แนวทางในการสื่อสารจุดจับใจด้านความเพ้อฝันผ่านการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวัยทีนผู้หญิง ได้แก่ แนะนำให้นำไปใช้เพื่อการออกแบบเป็นอย่างยิ่ง จำนวน 12 องค์ประกอบ และแนะนำให้นำไปใช้เพื่อการออกแบบ จำนวน 10 องค์ประกอบ

คำสำคัญ: การออกแบบเรขศิลป์ วัยทีน จุดจับใจ ความเพ้อฝัน

Abstract

The purpose of this research is to study the sequence selection of graphic design element and graphic design principle to communicate the fantasy appeal through the graphic design for tween boys and tween girls. Then, researcher develops questionnaires by referring to the literature review about graphic design from 7 books of Thai and English, researcher

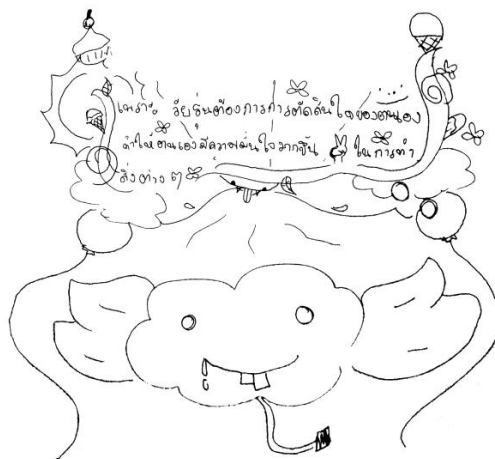
has collected data from those books which have been referred in the same field more than 50% to select the most important principles applying for the graphic design. The study states that those percentages of (1) graphic element; (1.1) Color 100% (1.2) Shape 100% (1.3) Texture 100% (1.4) Line 85.71% (2) graphic design principle which 57.14% is rated for (2.1) Balance, (2.2) Rhythm, (2.3) Emphasis and Hierarchy, and (2.4) Unity. Then researcher collects data from tweens with 8-14 years old in Bangkok area; 193 tween boys and 195 tween girls. Research result has been found ways of communicating fantasy appeal through graphic design as follows; (1) for tween boys, 11 elements are highly recommended to be applied for design and 11 elements are recommended to be applied for design and (2) for tween girls, 12 elements are highly recommended to be applied for design and 10 elements are recommended to be applied for design.

Keywords: Graphic Design, Tween, Appeal, Fantasy

บทนำ

ทวิน (Tween) เกิดจากการผสมคำระหว่าง Teen และ Between กลายเป็น Tween หมายถึง คนหรือกลุ่มคนที่ไม่ใช่ “เด็ก” และไม่ใช่ “วัยรุ่น” พวกเขา มีอายุระหว่าง 8-14 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุ ที่อยู่ระหว่างวัยเด็กกับวัยรุ่น และความเป็นวัยทวิน จะสิ้นสุดเมื่อถึงวัยแตกเนื้อหนุ่มเนื้อสาว โดย Chetan Chaudhari และ Milind Marathe กล่าวถึงลักษณะ ของวัยทวินไว้ว่า เป็นวัยที่ไม่ได้เป็นเด็กเล็ก

แต่ก็ยังไม่ใช่วัยรุ่น (No Longer Little Children, and Not Yet Teens) วัยทวินเป็นกลุ่มคนที่กำลัง เริ่มพัฒนาอัตลักษณ์ของตนเอง และกระหายที่จะ เก็บเกี่ยวภาพลักษณ์ของตัวเองที่มีความซับซ้อน (Sophisticated Self-Image) นักการตลาดค้น พบว่า พวกเขาสามารถทำเงินมหาศาลได้จากการทำให้เด็กรู้สึกว่าเป็นวัยรุ่น ซึ่งธุรกิจ การตลาดในวันนี้กำลังบังคับให้เด็กรู้สึกโตเร็วขึ้น กว่าที่เด็กควรจะเป็น [1]



ภาพที่ 1 ภาพวาดของวัยทวินผู้หญิงแสดงให้เห็นถึงความคิดและความต้องการในการใช้ชีวิต

ที่มา: จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลของผู้วิจัย

มาร์ติน ลินด์สตรอม [2] กล่าวถึงความเพ้อฝันของวัยทวินไว้ว่า ความเพ้อฝันเป็นการปลดปล่อย เพราะความเพ้อฝันเกิดขึ้นอย่างอิสระไร้ขอบเขต ความฝันทำให้จินตนาการกว้างไกล ยิ่งเด็กมีอายุน้อยเท่าไร ความสามารถในการเพ้อฝันก็จะมีมากขึ้นเท่านั้น อาจเป็นเพราะเด็กๆ ยังไม่ถูกรอบงำจากแนวคิดแบบเดิมๆ ในที่นี้จินตนาการคือสิ่งสำคัญ เด็กวัยทวินใช้เวลาอย่างมากไปกับการฝันกลางวัน โดยมักจะให้ตนเองแสดงเป็นฮีโร่ที่โลดแล่นอยู่ในโลกที่ไร้ขอบเขต การฝันกลางวันเกิดขึ้นจนเป็นนิสัย และเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เมื่อเด็กพบว่า โลกแห่งความจริงช่างน่าเบื่อและน่ารำคาญ

ศรีกัญญา มงคลศิริ [3] กล่าวถึงจินตนาการความเพ้อฝันของวัยทวินไว้ว่า การสร้างแบรนด์

จากกลุ่มทวินนั้นนักการตลาดอาจจะเลียนแบบความสำเร็จของวงการบันเทิงซึ่งอาศัยหลักการทางการตลาด เพียงหลักการพื้นฐานการสื่อสารกับวัยทวิน หนึ่งในนั้นก็คือนั่นคือ จินตนาการด้วยจิตใจที่ยังมีความเป็นเด็กค้างอยู่ จินตนาการจึงเป็นสิ่งที่ยังแยกไม่ออกจากกลุ่มวัยทวิน จากงานวิจัยค้นพบว่า วัยทวินหลายๆ คน ยังคงใฝ่ฝันที่จะมีความสามารถเฉกเช่นเดียวกับที่ฮีโร่ในดวงใจมี อาทิ ปล่อยไยได้เหมือนสไปเดอร์แมน หรือมีอุปกรณ์ไฮเทคเหมือนกับที่เจมส์ บอนด์ มีจินตนาการเหล่านี้สามารถประยุกต์เป็นเนื้อหาในการสื่อสารหรือกลยุทธ์ในการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายได้



ภาพที่ 2 ภาพวาดของวัยทวินผู้ชายแสดงให้เห็นถึงความชื่นชมในจินตนาการความเพ้อฝันจากเกม Ragnarok

ที่มา: ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2546). การตลาดเด็กพันธุ์ใหม่วัยทวินส์. หน้า 32.

นิตยสารแบรนด์เจจฉบับเข้มข้นพิเศษ 8 กล่าวถึงลักษณะของวัยทวินผู้หญิงและผู้ชายที่มีความสนใจที่แตกต่างกันไว้ว่า เด็กผู้หญิงจะเริ่มสนใจในเรื่องของการแต่งกาย การให้ความสำคัญกับสรีระ กล้ามเนื้อสวย ชอบคุยโทรศัพท์ ชอบแชต ต้องการเป็นจุดสนใจของคนรอบข้าง เริ่มสนใจเพศตรงข้าม ฮีโร่ในใจจะเป็นซูเปอร์สตาร์ที่เป็น

เพศตรงข้ามมากกว่าเพศเดียวกัน ส่วนเด็กผู้ชายจะให้ความสนใจกับการเล่นเกม รักสนุก ไม่ใส่ใจในเรื่องการแต่งกายมากเท่าเด็กผู้หญิง ไม่สนใจในเรื่องแบรนด์ของเสื้อผ้า สนใจในเรื่องกีฬาเป็นพิเศษ ฮีโร่ของเขายังเป็นชายล่าบั๊กหรือคาแรคเตอร์การ์ตูนที่เป็นคนเก่งในสายตาของเขา [4]

การออกแบบเรขาคณิตเป็นการออกแบบสื่อสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการรับรู้ทางการมองเห็น (Visual Perception) โดยไม่ว่าจะเป็น การสร้างสรรค์ผ่านองค์ประกอบเรขาคณิต (Graphic Design Element) หลักการออกแบบเรขาคณิต (Graphic Design Principle) หรืออื่นใดก็ตาม แต่การสื่อสารจะต้องมีทิศทางเพื่อที่จะสามารถ ส่งสาร (Message) ที่ต้องการไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ไม่เพียงแต่ถูกต้อง แต่ยังต้องตรงใจที่สุด ไม่ว่าจะใช้วิธีการสื่อ (Communication) ในรูปแบบใด ก็ตาม ดังที่ได้กล่าวไว้เบื้องต้น ผู้วิจัยเองมีความ สนใจในจุดจับใจด้านความเพ้อฝัน (Fantasy) จึงได้ทำการวิจัยเพื่อแสดงให้เห็นถึงการสื่อสาร จุดจับใจด้านความเพ้อฝัน (Fantasy) ผ่านวิธีการ ออกแบบเรขาคณิตสำหรับวัยทวินผู้ชายและวัยทวิน ผู้หญิง ซึ่งเป็นสิ่งที่จะสามารถช่วยนักออกแบบ ในการสร้างสรรค์ทางเลือกในงานเรขาคณิตให้มี สุนทรียภาพที่หลากหลาย และมีประสิทธิภาพ ในการสื่อสารตรงจุดจับใจสำหรับแต่ละเพศได้ดี ที่สุด

การทบทวนวรรณกรรม : องค์ประกอบ เรขาคณิต

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหนังสือที่กล่าวถึง องค์ประกอบที่ใช้กับการออกแบบทางเรขาคณิต จากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 7 เล่ม ได้แก่ (1) Marketing Aesthetics: The Strategic Management of Brands, Identity, And Images (1997) โดย Bernd Schmitt และ Alex Simonson (2) Graphic Design Principles: หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์ (2553) โดย ปาพจน์ หนูนักดี (3) Design Basics: Eighth Edition (2012) โดย David A. Lauer และ Stephen Pentax (4) Design Elements: Form & Space (2011) โดย Dennis M. Puhalla (5) Design Elements: A Graphic Style Manual (2007) โดย Timothy

Samara (6) Graphic Design Solutions (2011) โดย Robin Landa (7) Visual Design Fundamentals: A Digital Approach (2009) โดย Alan Hashimoto และ Mike Clayton โดยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม แล้วทำการคัดเลือก องค์ประกอบที่ปรากฏซ้ำกันในหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 50 ขึ้นไปมาศึกษา โดยสามารถ สรุปลำดับร้อยละขององค์ประกอบทางเรขาคณิต ที่ปรากฏซ้ำกัน เรียงตามลำดับได้ดังนี้ (1) มีค่า ร้อยละเท่ากัน 3 หลักการ ได้แก่ สี รูปร่าง พื้นผิว ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 (2) เส้น คิดเป็นร้อยละ 85.71 (3) จุด คิดเป็นร้อยละ 42.85 (4) มีค่าร้อยละ เท่ากัน 2 หลักการ ได้แก่ ตัวอักษร ขนาด คิดเป็นร้อยละ 28.57 (5) อื่นๆ ที่ไม่มีการซ้ำกัน เลยระหว่างหนังสือทั้ง 7 เล่ม ได้แก่เรื่อง มุมมองภาพ ภาพลวงตาของพื้นที่ว่าง ภาพลวงตาของการเคลื่อนไหว โลกของภาพ และพื้นที่เชิงลบ โดยในแต่ละเรื่องคิดเป็นร้อยละ 14.28

ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปองค์ประกอบเรขาคณิต ที่มีความสำคัญ [5-11] ซึ่งปรากฏพบร้อยละ 50 ขึ้นไป ได้แก่ (1) สี (2) รูปร่าง (3) พื้นผิว (4) เส้น ซึ่งจากการศึกษาสามารถสรุปเนื้อหาได้ ดังนี้

สี (Color) ประกอบด้วยชุดสี (Color Schemes) แบ่งเป็น 6 ชุด ได้แก่ (1) ชุด สีเอกรงค์ (Monochromatic Color Scheme) (2) ชุดสีข้างเคียง (Analogous Color Scheme) (3) ชุดสีคู่ตรงข้าม (Complementary Color Scheme) (4) ชุดสีคู่ขนานกับสีตรงข้าม (Split Complementary Color Scheme) (5) ชุดสีแบบ สามเส้า (Triadic Color Scheme) (6) ชุดสีแบบ ขัดแย้ง (Discordant Color Scheme)

รูปร่าง (Shape) แยกเป็น 2 แนวทาง ได้แก่

(1) รูปแบบของรูปร่าง แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1.1) รูปร่างที่ประกอบด้วยเส้นตรง (Rectilinear Shape) (1.2) รูปร่างที่ประกอบด้วย เส้นโค้ง (Curvilinear Shape)

(2) รูปร่างและการออกแบบ (Shape & Design) แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (2.1) รูปร่างที่เหมือนจริง หรือรูปร่างธรรมชาติ (Realistic or Naturalism Shape) (2.2) รูปร่างที่บิดเบือน หรือรูปร่างที่ทำให้เกินจริง (Distortion or Exaggerated Shape) (2.3) รูปร่างนามธรรม (Abstract Shape) (2.4) รูปร่างที่ไร้ความหมาย (Non-object)

พื้นผิว (Texture) แยกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ (1) พื้นผิวทางกายภาพ (Tactile Texture or Actual Texture) (2) พื้นผิวจากความรู้สึกทางสายตา (Visual Texture)

เส้น (Line) แยกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

(1) ชนิดของเส้น แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1.1) เส้นปกติ (Visual Line or Actual Line) (1.2) เส้นโดยนัย (Implied Line) (1.3) เส้นทางจิต (Psychic Line)

(2) ทิศทางของเส้น แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (2.1) เส้นแนวตั้ง (Vertical Line) (2.2) เส้นแนวนอน (Horizontal Line) (2.3) เส้นแนวเฉียง (Diagonal Line)

การทบทวนวรรณกรรม : หลักการออกแบบเรขศิลป์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหนังสือที่กล่าวถึงองค์ประกอบที่ใช้กับการออกแบบทางเรขศิลป์ จากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ จำนวน 7 เล่ม เช่นเดียวกันกับการทบทวนวรรณกรรม : องค์ประกอบเรขศิลป์ โดยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม แล้วทำการคัดเลือกองค์ประกอบที่ปรากฏซ้ำกันในหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 50 ขึ้นไป มาศึกษา โดยสามารถสรุปลำดับร้อยละของหลักการจัดองค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่ปรากฏซ้ำกัน เรียงตามลำดับได้ดังนี้ (1) มีค่าร้อยละเท่ากับ 4 หลักการ ได้แก่ ความสมดุล จังหวะ การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญ เอกภาพ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 57.14 (2) ขนาด สัดส่วน คิดเป็นร้อยละ 42.85 (3) ความสมมาตร

คิดเป็นร้อยละ 28.57 (4) ระบบกริด คิดเป็นร้อยละ 28.57 (5) อื่นๆ ที่ไม่มีการซ้ำกันเลยระหว่างหนังสือทั้ง 7 เล่ม ได้แก่เรื่อง การใช้กรอบ พื้นหลัง และภาพเลเยอร์ ความโปร่งแสง ระบบสัญลักษณ์ กลยุทธ์การจัดระเบียบ ภาพลวงของพื้นที่และการเคลื่อนที่ การรวมกันของตัวอักษรและภาพ ระบบการจัดเลย์เอาท์ กฎของการจัดระเบียบการรับรู้ อัตราส่วนทางคณิตศาสตร์และระบบสัดส่วน และภาพลวงตาและการจัดการของพื้นที่กราฟิก โดยในแต่ละเรื่องคิดเป็นร้อยละ 14.28

ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปหลักการออกแบบเรขศิลป์ที่มีความสำคัญ [5-11] ซึ่งปรากฏพบร้อยละ 50 ขึ้นไป ได้แก่ (1) ความสมดุล (2) จังหวะ (3) การเน้นและการสร้างลำดับความสำคัญ (4) เอกภาพ ซึ่งจากการศึกษาสามารถสรุปเนื้อหาได้ดังนี้

ความสมดุล (Balance) แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) ความสมดุลแบบสมมาตร (Symmetry Balance) (2) ความสมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetry Balance) (3) ความสมดุลแบบรัศมี (Radial Balance) และ (4) ความสมดุลแบบผลึก (Crystallographic Balance)

จังหวะ (Rhythm) แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) จังหวะแบบสลับ (Alternating Rhythm) และ (2) จังหวะแบบก้าวหน้า (Progressive Rhythm)

การเน้น และลำดับความสำคัญ (Emphasis and Hierarchy) แบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่ (1) การเน้นโดยความขัดแย้ง (Emphasis by Contrast) (2) การเน้นโดยการแยกออก (Emphasis by Isolation) (3) การเน้นโดยการวางตำแหน่ง (Emphasis by Placement) (4) การเน้นโดยการใช้สัดส่วน (Emphasis by Scale) และ (5) การเน้นโดยรวมมากกว่าที่เป็นส่วนย่อย หรือการไม่มีจุดสนใจ (Emphasis the Whole Over the Parts or Absence of Focal Point)

เอกภาพ (Unity) แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ความใกล้ชิด (Proximity) (2) การทำซ้ำ

(Repetition) และ (3) การต่อเนื่องกัน (Continuation)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลำดับการเลือกใช้อองค์ประกอบ เรขศิลป์ และหลักการออกแบบเรขศิลป์เพื่อหาแนวทางในการสื่อสารจุดจับใจด้านความเพ้อฝัน ผ่านการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวัยทวินผู้ชาย

2. เพื่อศึกษาลำดับการเลือกใช้อองค์ประกอบ เรขศิลป์ และหลักการออกแบบเรขศิลป์เพื่อหาแนวทางในการสื่อสารจุดจับใจด้านความเพ้อฝัน ผ่านการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวัยทวินผู้หญิง

วิธีดำเนินการวิจัย

เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ถูกต้องตรงกับวัตถุประสงค์ของงาน ผู้วิจัยจะใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือ วัยทวินอายุ 8-14 ปี โดยแบ่งเป็นวัยทวินผู้ชาย จำนวน 200 คน และวัยทวินผู้หญิง จำนวน 200 คน โดยเพื่อนำมาใช้ในการตอบแบบสอบถาม ส่วนรายละเอียดการดำเนินการวิจัย มีดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร โดยเป็นข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น บทความ หนังสือ งานวิจัย นิตยสาร วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ และเว็บไซต์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามฉบับที่ 1: แบบสอบถามแนวทางการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารจุดจับใจสำหรับวัยทวิน เป็นแบบให้ระดับคะแนน 5 ถึง 1 ตามระดับความคิดเห็น (Rating Scale) สำหรับผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และนักออกแบบที่มีประสบการณ์ไม่ว่าจะเป็นด้านการทำงาน รวมทั้งการสอนในด้านการออกแบบเรขศิลป์ เป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 10 ปี

3. เก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามฉบับที่ 1 จากผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และนักออกแบบ ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ จำนวน 19 คน

4. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามฉบับที่ 1 เพื่อให้ทราบถึง องค์ประกอบเรขศิลป์ และหลักการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารจุดจับใจด้านความเพ้อฝันสำหรับวัยทวิน

5. สร้างเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามฉบับที่ 2: แบบสอบถามแนวทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวัยทวิน โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามฉบับที่ 1 จากผู้เชี่ยวชาญ แล้วจึงนำคำตอบที่ได้มาสร้างเป็นแบบสอบถามฉบับที่ 2 ซึ่งเป็นแบบเลือกคำตอบตามความรู้สึกว่า สามารถสื่อถึงจุดจับใจด้านความเพ้อฝันได้ โดยมีตัวเลือกให้ตอบว่า “ใช่” หรือ “ไม่ใช่” โดยเก็บข้อมูลแยกตามเพศ

6. เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างวัยทวินที่มีอายุระหว่าง 8-14 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลเป็น 2 กลุ่ม แบ่งเป็นวัยทวินผู้ชาย จำนวน 200 คน และวัยทวินผู้หญิง จำนวน 200 คน

7. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามฉบับที่ 2 โดยแยกเป็นประเภทของข้อมูลดังนี้

7.1 วิเคราะห์องค์ประกอบเรขศิลป์ และหลักการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารจุดจับใจด้านความเพ้อฝันสำหรับวัยทวินผู้ชาย จากกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

7.2 วิเคราะห์องค์ประกอบเรขศิลป์ และหลักการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารจุดจับใจด้านความเพ้อฝันสำหรับวัยทวินผู้หญิง จากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

8. สรุปผลการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ลำดับในการเลือกใช้อองค์ประกอบเรขศิลป์ และหลักการออกแบบเรขศิลป์เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารจุดจับใจด้านความเพ้อฝันสำหรับวัยทวินผู้ชาย และวัยทวินผู้หญิง

9. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจด้านความเพ้อฝันสำหรับวัยทวินผู้ชายและวัยทวินผู้หญิง เป็นผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นวัยทวินผู้ชาย จำนวน 200 คน (ภายหลังได้แบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 193 คน) และวัยทวินผู้หญิง จำนวน 200 คน (ภายหลังได้แบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 195 คน) เพื่อให้เลือกคำตอบตามความรู้สึกว่า องค์ประกอบเรขศิลป์ และหลักการออกแบบเรขศิลป์ในคำถามข้อนั้น สามารถสื่อถึงจุดจับใจด้านความเพ้อฝันได้หรือไม่ ซึ่งผลที่ได้จะสามารถนำไปใช้ในการ

ออกแบบเรขศิลป์สำหรับวัยทวินได้ โดยผู้วิจัยได้นำค่าความถี่มาแปลเป็นค่าร้อยละ เพื่อนำมาจัดลำดับในแต่ละประเภทคำตอบ ให้ทราบถึงลำดับความเหมาะสมในการนำคำตอบที่ได้ไปใช้ในการออกแบบเรขศิลป์นั้น ผลการวิจัยแบ่งเป็นแนวทางการออกแบบเรขศิลป์แยกสำหรับแต่ละเพศดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์หาแนวทางในการสื่อถึงจุดจับใจด้านความเพ้อฝันผ่านการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวัยทวินผู้ชาย โดยแยกผลการวิจัยออกเป็น 2 ตาราง ได้แก่ ตารางในส่วนขององค์ประกอบเรขศิลป์ (ตารางที่ 1) และตารางในส่วนของหลักการออกแบบเรขศิลป์ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) องค์ประกอบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจด้านความเพ้อฝันสำหรับวัยทวินผู้ชายได้

องค์ประกอบเรขศิลป์	ความถี่	ร้อยละ	ลำดับ
1. รูปร่าง (Shape)			
1.1 รูปแบบของรูปร่าง			
1.1.1 รูปร่างที่ประกอบด้วยเส้นโค้ง (Curvilinear Shape)	เห็นด้วย 119	61.7	1
	ไม่เห็นด้วย 74	38.3	--
1.2 รูปร่างและการออกแบบ (Shape & Design)			
1.2.1 รูปร่างที่บิดเบือน หรือรูปร่างที่ทำให้เกินจริง (Distortion or Exaggerated Shape)	เห็นด้วย 73	37.8	3
	ไม่เห็นด้วย 120	62.2	--
1.2.2 รูปร่างนามธรรม (Abstract Shape)	เห็นด้วย 99	51.3	2
	ไม่เห็นด้วย 94	48.7	--
1.2.3 รูปร่างที่ไร้ความหมาย (Non-Object)	เห็นด้วย 135	69.9	1
	ไม่เห็นด้วย 58	30.1	--
2. เส้น (Line)			
2.1 ชนิดของเส้น			
2.1.1 เส้นโดยนัย (Implied Line)	เห็นด้วย 109	56.5	1
	ไม่เห็นด้วย 84	43.5	--
2.1.2 เส้นทางจิต (Psychic Line)	เห็นด้วย 79	40.9	2
	ไม่เห็นด้วย 114	59.1	--
2.2 ทิศทางของเส้น			
2.2.1 เส้นแนวเฉียง (Diagonal Line)	เห็นด้วย 38	19.7	1
	ไม่เห็นด้วย 155	80.3	--

ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบเรขศิลป์		ความถี่	ร้อยละ	ลำดับ
3. พื้นผิว (Texture)				
3.1 พื้นผิวทางกายภาพ (Tactile Texture or Actual Texture)				
3.1.1 การเคลือบผิวมันเงา (Gloss Coated Surface)	เห็นด้วย	126	<u>65.3</u>	1
	ไม่เห็นด้วย	67	34.7	--
3.1.2 การปั๊มฟอลส์ (Foil Stamping)	เห็นด้วย	108	<u>56</u>	2
	ไม่เห็นด้วย	85	44	--
3.1.3 การปั๊มหนูน หรือการปั๊มลึก (Embossing or Debossing)	เห็นด้วย	83	43	3
	ไม่เห็นด้วย	110	57	--
4. สี (Color)				
4.1 ชุดสีคู่ตรงข้าม (Complementary Color Scheme)	เห็นด้วย	43	22.3	4
	ไม่เห็นด้วย	150	77.7	--
4.2 ชุดสีคู่ขนานกับสีตรงข้าม (Split Complementary Color Scheme)	เห็นด้วย	77	39.9	2
	ไม่เห็นด้วย	116	60.1	--
4.3 ชุดสีแบบสามเส้า (Triadic Color Scheme)	เห็นด้วย	94	48.7	1
	ไม่เห็นด้วย	99	51.3	--
4.4 ชุดสีแบบขัดแย้ง (Discordant Color Scheme)	เห็นด้วย	55	28.5	3
	ไม่เห็นด้วย	138	71.5	--

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) หลักการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจด้านความเพ้อฝันสำหรับวัยทวินผู้ชาย

หลักการออกแบบเรขศิลป์		ความถี่	ร้อยละ	ลำดับ
1. ความสมดุล (Balance)				
1.1 ความสมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetry Balance)	เห็นด้วย	77	39.9	3
	ไม่เห็นด้วย	116	60.1	-
1.2 ความสมดุลแบบรัศมี (Radial Balance)	เห็นด้วย	121	<u>62.7</u>	1
	ไม่เห็นด้วย	72	37.3	-
1.3 ความสมดุลแบบผลึก (Crystallographic Balance)	เห็นด้วย	101	<u>52.3</u>	2
	ไม่เห็นด้วย	92	47.7	-
2. จังหวะ (Rhythm)				
2.1 จังหวะแบบก้าวหน้า (Progressive Rhythm)	เห็นด้วย	68	35.2	1
	ไม่เห็นด้วย	125	64.8	-
3. การเน้น และลำดับความสำคัญเพื่อสร้างจุดสนใจ (Emphasis and Hierarchy)				
3.1 การเน้นโดยการแยกออก (Emphasis by Isolation)	เห็นด้วย	57	29.5	2
	ไม่เห็นด้วย	136	70.5	-

ตารางที่ 2 (ต่อ)

หลักการออกแบบเรขศิลป์	ความถี่	ร้อยละ	ลำดับ	
3.2 การเน้นโดยรวมมากกว่าที่เป็นส่วนย่อย หรือการไม่มีจุดสนใจ (Emphasis the Whole Over the Parts or Absence of Focal Point)	เห็นด้วย	114	59.1	1
	ไม่เห็นด้วย	79	40.9	-
4. เอกภาพ (Unity)				
4.1 การทำซ้ำ (Repetition)	เห็นด้วย	122	63.2	2
	ไม่เห็นด้วย	71	36.8	-
4.2 การต่อเนื่องกัน (Continuation)	เห็นด้วย	145	75.1	1
	ไม่เห็นด้วย	48	24.9	-

จากตารางที่ 1 และ 2 พบว่า วิทยวิฑูรย์ชาย เลือกรูปประกอบเรขศิลป์ และหลักการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจในด้านความเพ้อฝัน สำหรับวิทยวิฑูรย์ชาย ดังนี้

องค์ประกอบเรขศิลป์

1. รูปร่าง (1.1) รูปแบบของรูปร่างที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ได้แก่ รูปร่างที่ประกอบด้วยเส้นโค้ง ร้อยละ 61.7 (1.2) รูปร่างและการออกแบบที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ได้แก่ รูปร่างที่ไร้ความหมาย ร้อยละ 69.9 รูปร่างนามธรรม ร้อยละ 51.3 และรูปร่างที่บิดเบือน หรือรูปร่างที่ทำให้เกินจริง ร้อยละ 37.8 ตามลำดับ

2. เส้น (2.1) ชนิดของเส้นที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ได้แก่ เส้นโดยนัย ร้อยละ 56.5 และเส้นทางจิต ร้อยละ 40.9 ตามลำดับ (2.2) ทิศทางของเส้นที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ได้แก่ เส้นแนวเฉียง ร้อยละ 19.7

3. พื้นผิว ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ได้แก่ การเคลือบผิวมันเงา ร้อยละ 65.3 การปัดพอสัย ร้อยละ 56.0 และการปัดนูน หรือการปัดลึก ร้อยละ 43.0 ตามลำดับ

4. สี ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ได้แก่ ชุดสีแบบสามเส้า ร้อยละ 48.7 ชุดสีคู่ขนานกับสีตรงข้าม ร้อยละ 39.9 ชุดสีแบบขัดแย้ง ร้อยละ 28.5 และชุดสีคู่ตรงข้าม ร้อยละ 22.3 ตามลำดับ

หลักการออกแบบเรขศิลป์

1. ความสมดุล ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ได้แก่ ความสมดุลแบบรัศมี ร้อยละ 62.7 ความสมดุลแบบผลึก ร้อยละ 52.3 และความสมดุลแบบอสมมาตร ร้อยละ 39.9 ตามลำดับ

2. จังหวะ ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ได้แก่ จังหวะแบบก้าวหน้า ร้อยละ 35.2

3. การเน้น และลำดับความสำคัญเพื่อสร้างจุดสนใจ ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ได้แก่ การเน้นโดยรวมมากกว่าที่เป็นส่วนย่อย หรือการไม่มีจุดสนใจ ร้อยละ 59.1 และการเน้นโดยการแยกออก ร้อยละ 29.5 ตามลำดับ

4. เอกภาพ ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ได้แก่ การต่อเนื่องกัน ร้อยละ 75.1 และการทำซ้ำ ร้อยละ 63.2 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์หาแนวทางในการสื่อถึงจุดจับใจด้านความเพ้อฝันผ่านการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวิทยวิฑูรย์หญิง โดยแยกผลการวิจัยออกเป็น 2 ตาราง ได้แก่ ตารางในส่วนขององค์ประกอบเรขศิลป์ (ตารางที่ 3) และตารางในส่วนของหลักการออกแบบเรขศิลป์ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 3 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) องค์ประกอบเรขาคณิตที่สามารถสื่อถึงจุด
จับใจด้านความเพื่อฝันสำหรับวัยทิวินผู้หญิงได้

องค์ประกอบเรขาคณิต	ความถี่	ร้อยละ	ลำดับ	
1. รูปร่าง (Shape)				
1.1 รูปแบบของรูปร่าง				
1.1.1 รูปร่างที่ประกอบด้วยเส้นโค้ง (Curvilinear Shape)	เห็นด้วย	158	<u>81</u>	1
	ไม่เห็นด้วย	37	19	-
1.2 รูปร่างและการออกแบบ (Shape & Design)				
1.2.1 รูปร่างที่บิดเบือน หรือรูปร่างที่ทำให้เกินจริง (Distortion or Exaggerated Shape)	เห็นด้วย	65	33.3	3
	ไม่เห็นด้วย	130	66.7	-
1.2.2 รูปร่างนามธรรม (Abstract Shape)	เห็นด้วย	121	<u>62.1</u>	2
	ไม่เห็นด้วย	74	37.9	-
1.2.3 รูปร่างที่ไร้ความหมาย (Non-object)	เห็นด้วย	153	<u>78.5</u>	1
	ไม่เห็นด้วย	42	21.5	-
2. เส้น (Line)				
2.1 ชนิดของเส้น				
2.1.1 เส้นโดยนัย (Implied Line)	เห็นด้วย	133	<u>68.2</u>	1
	ไม่เห็นด้วย	62	31.8	-
2.1.2 เส้นทางจิต (Psychic Line)	เห็นด้วย	60	30.8	2
	ไม่เห็นด้วย	135	69.2	-
2.2 ทิศทางของเส้น				
2.2.1 เส้นแนวเฉียง (Diagonal Line)	เห็นด้วย	35	17.9	1
	ไม่เห็นด้วย	160	82.1	-
3. พื้นผิว (Texture)				
3.1 พื้นผิวทางกายภาพ (Tactile Texture or Actual Texture)				
3.1.1 การเคลือบผิวมันเงา (Gloss Coated Surface)	เห็นด้วย	149	<u>76.4</u>	1
	ไม่เห็นด้วย	46	23.6	-
3.1.2 การปั๊มฟอลส์ (Foil Stamping)	เห็นด้วย	148	<u>75.9</u>	2
	ไม่เห็นด้วย	47	24.1	-
3.1.3 การปั้มนูน หรือการปั้มลึก (Embossing or Debossing)	เห็นด้วย	94	48.2	3
	ไม่เห็นด้วย	101	51.8	-
4. สี (Color)				
4.1 ชุดสีคู่ตรงข้าม (Complementary Color Scheme)	เห็นด้วย	57	29.2	4
	ไม่เห็นด้วย	138	70.8	-
4.2 ชุดสีคู่ขนานกับสีตรงข้าม (Split Complementary Color Scheme)	เห็นด้วย	98	<u>50.3</u>	2
	ไม่เห็นด้วย	97	49.7	-

ตารางที่ 3 (ต่อ)

องค์ประกอบเรขศิลป์		ความถี่	ร้อยละ	ลำดับ
4.3 ชุดสีแบบสามเส้า (Triadic Color Scheme)	เห็นด้วย	114	58.5	1
	ไม่เห็นด้วย	81	41.5	-
4.4 ชุดสีแบบขัดแย้ง (Discordant Color Scheme)	เห็นด้วย	73	37.4	3
	ไม่เห็นด้วย	122	62.6	-

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) หลักการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจ ด้านความเพื่อฝันสำหรับวัยทวินผู้หญิง

หลักการออกแบบเรขศิลป์		ความถี่	ร้อยละ	ลำดับ
1. ความสมดุล (Balance)				
1.1 ความสมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetry Balance)	เห็นด้วย	67	34.4	3
	ไม่เห็นด้วย	128	65.6	-
1.2 ความสมดุลแบบรัศมี (Radial Balance)	เห็นด้วย	135	69.2	1
	ไม่เห็นด้วย	60	30.8	-
1.3 ความสมดุลแบบผลึก (Crystallographic Balance)	เห็นด้วย	107	54.9	2
	ไม่เห็นด้วย	88	45.1	-
2. จังหวะ (Rhythm)				
2.1 จังหวะแบบก้าวหน้า (Progressive Rhythm)	เห็นด้วย	73	37.4	1
	ไม่เห็นด้วย	122	62.6	-
3. การเน้น และลำดับความสำคัญเพื่อสร้างจุดสนใจ (Emphasis and Hierarchy)				
3.1 การเน้นโดยการแยกออก (Emphasis by Isolation)	เห็นด้วย	58	29.7	2
	ไม่เห็นด้วย	137	70.3	-
3.2 การเน้นโดยรวมมากกว่าที่เป็นส่วนย่อย หรือการไม่มีจุดสนใจ (Emphasis the Whole Over the Parts or Absence of Focal Point)	เห็นด้วย	128	65.6	1
	ไม่เห็นด้วย	67	34.4	-
4. เอกภาพ (Unity)				
4.1 การทำซ้ำ (Repetition)	เห็นด้วย	134	68.7	2
	ไม่เห็นด้วย	61	31.3	-
4.2 การต่อเนื่องกัน (Continuation)	เห็นด้วย	168	86.2	1
	ไม่เห็นด้วย	27	13.8	-

จากตารางที่ 3 และ 4 พบว่า วัยทวิน ผู้หญิงเลือกองค์ประกอบเรขศิลป์ และหลักการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจในด้านความเพื่อฝัน สำหรับวัยทวินผู้หญิง ดังนี้

องค์ประกอบเรขศิลป์

1. รูปร่าง (1.1) รูปแบบของรูปร่างที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ ได้แก่ รูปร่างที่ประกอบด้วยเส้นโค้ง ร้อยละ 81.0 (1.2) รูปร่างและการ

ออกแบบ ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ ได้แก่ รูปร่าง ที่ไร้ความหมาย ร้อยละ 78.5 รูปร่างนามธรรม ร้อยละ 62.1 และรูปร่างที่บิดเบือน หรือรูปร่าง ที่ทำให้เกิดจริง ร้อยละ 33.3 ตามลำดับ

2. เส้น (2.1) ชนิดของเส้น ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ ได้แก่ เส้นโดยนัย ร้อยละ 68.2 และเส้นทางจิต ร้อยละ 30.8 ตามลำดับ (2.2) ทิศทางของเส้น ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ ได้แก่ เส้นแนวเฉียง ร้อยละ 17.9

3. พื้นผิว ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ ได้แก่ การเคลือบผิวมันเงา ร้อยละ 76.4 การปั๊มฟอลล์ ร้อยละ 75.9 และการปั๊มหนูน หรือการปั๊มลึก ร้อยละ 48.2 ตามลำดับ

4. สี ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ ได้แก่ ชุดสีแบบสามเส้า ร้อยละ 58.5 ชุดสีคู่ขนานกับสีตรงข้าม ร้อยละ 50.3 ชุดสีแบบขัดแย้ง ร้อยละ 37.4 และชุดสีคู่ตรงข้าม ร้อยละ 29.2 ตามลำดับ

หลักการออกแบบเรขศิลป์

1. ความสมดุล ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ ได้แก่ ความสมดุลแบบรัศมี ร้อยละ 69.2 ความสมดุลแบบผลึก ร้อยละ 54.9 และความสมดุลแบบอสมมาตร ร้อยละ 34.4 ตามลำดับ

2. จังหวะ ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ ได้แก่ จังหวะแบบก้าวหน้า ร้อยละ 37.4

3. การเน้น และลำดับความสำคัญเพื่อสร้างจุดสนใจ ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ ได้แก่ การเน้นโดยรวมมากกว่าที่เป็นส่วนย่อย หรือการไม่มีจุดสนใจ ร้อยละ 65.6 และการเน้นโดยการแยกออก ร้อยละ 29.7 ตามลำดับ

4. เอกภาพ ที่สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ ได้แก่ การต่อเนื่องกัน ร้อยละ 86.2 และการทำซ้ำ ร้อยละ 68.7 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยได้แบ่งประเภทของกลุ่มคำตอบไว้ 2 กลุ่ม ได้แก่ (กลุ่มที่ 1) กลุ่มคำตอบที่แนะนำให้นำไปใช้เพื่อการออกแบบเป็นอย่างดี (Highly

Recommended) เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นที่ตรงกันว่า สามารถสื่อถึงจุดจับใจด้านความเพ้อฝันได้ดี ซึ่งผู้วิจัยแนะนำว่า ควรพิจารณานำองค์ประกอบในกลุ่มนี้ไปใช้ในการออกแบบเป็นลำดับแรกๆ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างได้เลือกเป็นค่าตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไป และ (กลุ่มที่ 2) กลุ่มคำตอบที่แนะนำให้นำไปใช้เพื่อการออกแบบ (Recommended) แม้กลุ่มตัวอย่างจะมีความคิดเห็นไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับผู้เชี่ยวชาญ แต่ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นรับรองแล้วว่า สามารถสื่อถึงจุดจับใจด้านความรักได้ดี เพียงแต่อาจไม่ดึงดูดใจกลุ่มตัวอย่างเท่าที่ควร ซึ่งผู้วิจัยแนะนำว่า หากมีความต้องการที่จะนำไปใช้ในการออกแบบ ก็ควรจะนำไปใช้ในฐานะองค์ประกอบรองร่วมกับคำตอบในกลุ่มที่ 1 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างได้เลือกเป็นค่าตั้งแต่ร้อยละ 49.99 ลงมา

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า แนวทางในการสื่อสารจุดจับใจด้านความเพ้อฝันผ่านการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถนำไปใช้อ้างอิงเบื้องต้นในด้านองค์ประกอบเรขศิลป์ (Graphic Design Element) และหลักการออกแบบเรขศิลป์ (Graphic Design Principle) ดังนี้

1. วัยทวินผู้ชาย : แนวทางการสื่อสารจุดจับใจด้านความเพ้อฝันผ่านการออกแบบเรขศิลป์สามารถสรุปข้อมูลเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1 กลุ่มคำตอบที่แนะนำให้นำไปใช้เพื่อการออกแบบเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นที่ตรงกันว่า สามารถสื่อถึงจุดจับใจด้านนี้ได้ดี จำนวน 11 องค์ประกอบ ได้แก่

1.1.1 องค์ประกอบเรขศิลป์ จำนวน 6 องค์ประกอบ ได้แก่ รูปร่างที่ประกอบด้วยเส้นโค้ง (Curvilinear Shape) รูปร่างนามธรรม (Abstract Shape) รูปร่างที่ไร้ความหมาย (Non-Object) เส้นโดยนัย (Implied Line) การเคลือบผิวมันเงา (Gloss Coated Surface) และการปั๊มฟอลล์ (Foil Stamping)

1.1.2 หลักการออกแบบเรขาคณิต จำนวน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสมดุลแบบรัศมี (Radial Balance) ความสมดุลแบบผลึก (Crystallographic Balance) การเน้นโดยรวมมากกว่าที่เป็นส่วนย่อย หรือการไม่มีจุดสนใจ (Emphasis the Whole Over the Parts or Absence of Focal Point) เอกภาพโดยการต่อเนื่องกัน (Continuation) และเอกภาพโดยการซ้ำ (Repetition)

1.2 กลุ่มคำตอบที่แนะนำให้นำไปใช้เพื่อการออกแบบ แม้กลุ่มตัวอย่างจะมีความคิดเห็นไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับผู้เชี่ยวชาญ แต่ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นรับรองแล้วว่า สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ได้ดี เพียงแต่อาจไม่ถึงจุดใจกลุ่มตัวอย่างเท่าที่ควร จำนวน 11 องค์ประกอบ ได้แก่

1.2.1 องค์ประกอบเรขาคณิต จำนวน 8 องค์ประกอบ ได้แก่ รูปร่างที่บิดเบือน หรือรูปร่างที่ทำให้เกินจริง (Distortion or Exaggerated Shape) เส้นทางจิต (Psychic Line) เส้นแนวเฉียง (Diagonal Line) การปั๊มขึ้น หรือการปั๊มลึก (Embossing or Debossing) ชุดสีแบบสามเส้า (Triadic Color Scheme) ชุดสีคู่ขนานกับสีตรงข้าม (Split Complementary Color Scheme) ชุดสีแบบขัดแย้ง (Discordant Color Scheme) และชุดสีคู่ตรงข้าม (Complementary Color Scheme)

1.2.2 หลักการออกแบบเรขาคณิต จำนวน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetry Balance) จังหวะแบบก้าวหน้า (Progressive Rhythm) และการเน้นโดยการแยกออก (Emphasis by Isolation)

2. วิทยานิพนธ์หญิง : แนวทางการสื่อสารจุดจับใจด้านความเพื้อผืนผ่านการออกแบบเรขาคณิต สามารถสรุปข้อมูลเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

2.1 กลุ่มคำตอบที่แนะนำให้นำไปใช้เพื่อการออกแบบเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นตรงกันว่า สามารถสื่อถึงจุดจับใจด้านนี้ได้ดี จำนวน 12 องค์ประกอบ ได้แก่

2.1.1 องค์ประกอบเรขาคณิต จำนวน 7 องค์ประกอบ ได้แก่ รูปร่างที่ไร้ความหมาย (Non-Object) รูปร่างนามธรรม (Abstract Shape) เส้นโดยนัย (Implied Line) การเคลือบผิวมันเงา (Gloss Coated Surface) การปั๊มฟอลด์ (Foil Stamping) ชุดสีแบบสามเส้า (Triadic Color Scheme) และชุดสีคู่ขนานกับสีตรงข้าม (Split Complementary Color Scheme)

2.1.2 หลักการออกแบบเรขาคณิต จำนวน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสมดุลแบบรัศมี (Radial Balance) ความสมดุลแบบผลึก (Crystallographic Balance) การเน้นโดยรวมมากกว่าที่เป็นส่วนย่อย หรือการไม่มีจุดสนใจ (Emphasis the Whole Over the Parts or Absence of Focal Point) เอกภาพโดยการต่อเนื่องกัน (Continuation) และเอกภาพโดยการซ้ำ (Repetition)

2.2 กลุ่มคำตอบที่แนะนำให้นำไปใช้เพื่อการออกแบบ แม้กลุ่มตัวอย่างจะมีความคิดเห็นไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับผู้เชี่ยวชาญ แต่ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นรับรองแล้วว่า สามารถสื่อถึงจุดจับใจนี้ได้ดี เพียงแต่อาจไม่ถึงจุดใจกลุ่มตัวอย่างเท่าที่ควร จำนวน 10 องค์ประกอบ ได้แก่

2.2.1 องค์ประกอบเรขาคณิต จำนวน 7 องค์ประกอบ ได้แก่ รูปร่างที่ประกอบด้วยเส้นโค้ง (Curvilinear Shape) รูปร่างที่บิดเบือน หรือรูปร่างที่ทำให้เกินจริง (Distortion or Exaggerated Shape) เส้นทางจิต (Psychic Line) เส้นแนวเฉียง (Diagonal Line) การปั๊มขึ้น หรือการปั๊มลึก (Embossing or Debossing) ชุดสีแบบขัดแย้ง (Discordant Color Scheme) และชุดสีคู่ตรงข้าม (Complementary Color Scheme)

2.2.2 หลักการออกแบบเรขาคณิต จำนวน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetry Balance) จังหวะแบบก้าวหน้า (Progressive Rhythm) และการเน้นโดยการแยกออก (Emphasis by Isolation)

จากผลจากวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยยังได้ทำการเปรียบเทียบลำดับการเลือกใช้อองค์ประกอบเพื่อการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อสารจุดจับใจด้านความเพื้อฝันสำหรับวัยทีนผู้ชายและวัยทีนผู้หญิง จากองค์ประกอบที่วัยทีนเลือกทั้งหมดจำนวน 22 องค์ประกอบ พบว่า วัยทีนทั้งสองเพศมีลำดับการเลือกใช้อองค์ประกอบเรขศิลป์และหลักการออกแบบเรขศิลป์ที่เหมือนกันทั้งหมดถึงแม้ว่า ร้อยละของความนิยมในการเลือกใช้จะแตกต่างกันก็ตาม ดังนั้นเมื่อนักออกแบบนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบสื่อเรขศิลป์จึงไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงวิธีการออกแบบในส่วนของการเลือกใช้อองค์ประกอบเรขศิลป์และหลักการจัดวางองค์ประกอบเรขศิลป์เฉพาะเพศ เพื่อสื่อสารถึงจุดจับใจด้านความเพื้อฝัน

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นแนวทางหนึ่งในการออกแบบเรขศิลป์ ผู้วิจัยเชื่อว่ายังคงมีแนวทางแบบอื่น ซึ่งผู้ที่สนใจยังสามารถศึกษาค้นคว้าด้วยกระบวนการวิจัยแบบต่างๆ ได้อีก ผู้วิจัยต้องการนำเสนอองค์ประกอบที่ค้นพบในด้านต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- [1] Chaudhari, Chetan; and Marathe, Milind. (2007). *Marketing to Children – Issues & Remedies*. Retrieved November 27, 2012, from <http://dspace.iimk.ac.in/bitstream/2259/323/1/613-626.pdf>
- [2] Lindstrom, Martin. (2003). *BRANDchild: Remarkable Insights into the Minds of Today's Global Kids and their Relationships with Brands*. London: Kogan Page.
- [3] ศรีภัญญา มงคลศิริ. (2546). *การตลาดเด็กพันธุ์ใหม่วัยทีนส์*. กรุงเทพฯ: Higher Press.
- [4] ยุทธิพงศ์ จิว; และ นิสา ดิษฐเจริญ, บรรณาธิการ. (2552, พฤศจิกายน). Tweens Power: The New New Segment. *นิตยสารแบรนด์เจจ*. ฉบับเข้มข้นพิเศษ 8: 105-112.
- [5] Schmitt, Bernd; and Simonson, Alex. (1997). *Marketing Aesthetic: The Strategic Management of Brands, Identity, and Image*. New York: Free Press.
- [6] ปาพจน์ หนุณภักดี. (2553). *Graphic Design Principles: หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์*. นนทบุรี: โอดีซี พรีเมียร์.
- [7] Lauer, David A.; & Pentax, Stephen. (2012). *Design Basics*. 8th ed. Massachusetts: Wadsworth.

ได้แก่ ด้านองค์ประกอบเรขศิลป์ และหลักการออกแบบเรขศิลป์ที่มีความเหมาะสมในการสื่อสารถึงจุดจับใจด้านความเพื้อฝันได้เท่านั้น ณ ขณะนี้ ผู้วิจัยยังไม่ได้ทำการศึกษาว่า นักออกแบบควรนำองค์ประกอบอะไร จำนวนเท่าไร มาใช้ในการสร้างสรรค์งานเรขศิลป์ จึงจะถือว่าสามารถสื่อสารจุดจับใจด้านความเพื้อฝันให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ ผลการวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นเพียงแนวทางในการออกแบบที่ใช้สำหรับอ้างอิงเบื้องต้น ส่วนการเลือกใช้อองค์ประกอบลำดับใด จำนวนมากน้อยเท่าไร ควรปล่อยให้เป็นเรื่องของประสบการณ์และการตัดสินใจของนักออกแบบเรขศิลป์ที่จะพิจารณานำผลการวิจัยไปใช้ เพื่อให้ได้งานออกแบบที่สวยงามเหมาะสม และสื่อสารได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

- [8] Puhalla, Dennis M. (2011). *Design Elements: Form & Space*. Massachusetts: Rockport.
- [9] Samara, Timothy. (2007). *Design Elements: A Graphic Style Manual: Understanding the Rules and Knowing When to Break Them*. Massachusetts: Rockport.
- [10] Landa, Robin. (2011). *Graphic Design Solutions*. 4th ed. Massachusetts: Wadsworth.
- [11] Hashimoto, Alan; and Clayton, Mike. (2009). *Visual Design Fundamentals: A Digital Approach*. Massachusetts: Course Technology.