

การศึกษาและพัฒนาออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที
ตามแนวความคิดของ อิกโกะ ทานากะ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ
พฤษภาคม 2554

การศึกษาและพัฒนาออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที
ตามแนวความคิดของ อิกโกะ ทานากะ



ปริญญาโท
ของ
รัชดา เหยสอาด

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ

พฤษภาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาและพัฒนาออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที
ตามแนวความคิดของ อิกโกะ ทานากะ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ
พฤษภาคม 2554

รัชดา เขยสอาด. (2554). การศึกษาและพัฒนาออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการ
สมาธิ 5 นาที ตามแนวความคิดของ อิกโกะ ทานากะ. ปริญญาโท ศิลป. (นวัตกรรม
การออกแบบ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
คณะกรรมการควบคุม: อาจารย์ ดร.ประมา ศาสตรระจิก, อาจารย์ ดร.ทรงกลด คำสุข.

ภาวะเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบันชีวิตประจำวันทำให้ความเครียดของคนไทยเพิ่มปริมาณ
สูงขึ้นความเครียดทำให้สุขภาพแย่ลง ทำให้ป่วยง่ายขึ้น เมื่อรู้สึกเครียดร่างกายเราจะหลั่งฮอร์โมน
ความเครียด (Adrenalin) จากต่อมหมวกไต ถ้าเครียดมากก็หลั่งมากขึ้นฮอร์โมนความเครียดก็จะไป
ยับยั้งการทำงานของอวัยวะสำคัญทั้งหมด เช่น หัวใจ ไต ตับ ปอด ทำให้อวัยวะสำคัญของเสื่อมลง
อย่างรวดเร็ว สุดท้ายก็พร้อมใจกันหยุดทำงานเพราะฮอร์โมนความเครียด (Adrenalin) ไปทำให้ภูมิ
ต้านของร่างกายต่ำลง การทำสมาธิถือได้ว่าเป็นการผ่อนคลายความเครียดที่ลึกซึ้งที่สุด สมาธิทำให้
จิตใจสงบนิ่งแต่มีสติ หยุดความคิดที่ฟุ้งซ่าน วิตกกังวล หรืออารมณ์ด้านลบทั้งหลาย เมื่อเราทำสมาธิ
จะรู้สึกสบายขึ้นเพราะจะมีฮอร์โมนฮอโมนจากต่อมใต้สมองส่วนหน้า (Endorphine) หลั่งออกมาใน
ขณะที่จิตใจสงบนิ่ง ฮอโมนความเครียดจากต่อมหมวกไต (Adrenalin) ก็จะหยุดหลั่ง และในขณะ
นั้นเองเมื่อจิตสงบสมองส่วนไฮโปทาลามัส (Hypothalamus) จะสั่งให้เม็ดเลือดขาวแข็งแรงขึ้น ภูมิ
ต้านทานก็จะสร้างเพิ่มขึ้นหลังจากถูกยับยั้งด้วยฮอโมนความเครียด

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับโครงการสมาธิ 5 นาที ตาม
แนวความคิดของ อิกโกะ ทานากะ เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการวิถีสมาธิ ของหลวงพ่อดิเรก
สิรินทรโร ซึ่งมีวัตถุประสงค์โครงการคือ ทำพอดี้ กิตติพ้อ เด็กทำได้ ผู้ใหญ่ทำดี สำหรับการทำสมาธิ
อย่างง่าย ครั้งละ 5 นาที เช้า กลางวัน เย็น สามารถทำได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกเชื้อชาติ ศาสนา ทุกที่
และทุกโอกาส ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือศึกษาผลงานออกแบบของ อิก
โกะ ทานากะ จำนวน 19 ชิ้น ในด้านการจัดวาง สี และรูปทรง นำมาพัฒนาออกแบบร่างจำนวน 100
แบบ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทำการคัดเลือกโดยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 6 แบบ จากนั้นนำไปพัฒนา
และให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินคัดเลือกเหลือ 2 แบบ ผู้วิจัยได้นำแบบที่ผ่านการประเมินนำไปให้
ผู้อำนวยการสถาบันพลังจิตตานุภาพทำการคัดเลือกปรับปรุงแก้ไข และนำแบบที่ได้จำนวน 1 แบบ
มาทำแบบสอบถามโดยผู้บริโภคร

ผลการวิจัยพบว่าจากผลการวิจัยพบว่า ทางด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ รูปแบบตัวอักษร
ความชัดเจนของตัวอักษรที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์จะสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดี ด้านเนื้อหา
คำอธิบายมีส่วนช่วยขยายความของภาพประกอบได้มากขึ้นในส่วนของความสวยงามของภาพ
ประกอบ ภาพที่สื่อสารควรเข้าใจได้ง่าย สะดุดตาแก่ผู้พบเห็น และมีความเป็นสากล

ในด้านของสีมีส่วนสำคัญอย่างมากที่จะช่วยเน้นความชัดเจน ทำให้สะดุดตา สร้างสรรค์
ความสวยงาม การกำหนดสีขึ้นอยู่กับประเภทของงาน มีความสำคัญในการออกแบบเป็นอย่างมาก
ในส่วนการจัดวางตำแหน่ง ต้องคำนึงถึงจุดเด่นที่ควรเน้นความสมดุลต่างๆ ความสบายตาของการ
มอง ลำดับความถูกต้องของข้อมูลภาพและตัวอักษร

จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยทำการศึกษาและพัฒนาออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ตามแนวความคิดของ อิกโกะ ทานากะ ได้ทำการประเมินด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก ด้านการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ และด้านความต้องการประโยชน์ใช้สอย มาทำการสอบถามจากนักศึกษาหลักสูตรครูสมาธิ ของสถาบันพลังจิตตานุภาพ สาขา 4 จำนวน 100 คน ไม่จำกัดอายุ เพศ การศึกษา ได้ผลการประเมินมีความเห็นอยู่ในระดับดี



THE STUDY AND DEVELOPMENT OF GRAPHIC DESIGN FOR PUBLISHING THAT
ENCOURAGE THE FIVE-MINUTE MEDITATION PROGRAM. MATERIAL:
A CASE STUDY OF GRAPHIC DESIGN IKKO TANAKA.



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education Degree in Design Innovation
At Srinakharinwirot University
May 2010

Ratchada Choeisaard. (2011). *The Study and Development of Graphic Design for Publishing that Encourage the Five-Minute Meditation Program. Material : A Case Study of Graphic Design Ikko Tanaka*. Master thesis, M.F.A. (Design Innovation) Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Dr.Prama Sastraruji, Dr.Koraklod Kumsook.

The current economic condition and urban social life cause tremendous stress to Thais' lives as they face an uncertain future. Stress weakens both physical and mental health and the tension it builds in our body can lead to illness. Stress causes our body to produce adrenaline from the adrenal gland. The stress hormones will inhibit the function of all vital organs such as heart, kidney, lung and liver, which cause dramatic functional deterioration of the vital organs and suppression of the immune system. Meditation can be considered as the most effective method to relieve stress. Meditation can restore your calm and inner peace, decrease negative mind states and develop positive mind. This stimulates the flow of endorphin. With clam state of mind, the brain's hypothalamus commands an improvement of the performance of the white blood cells which alerts the immune system after being inhibited by stress hormones.

This research aims to design printed matters for the promotion of the 5-minute meditation project, following the conceptual design and style of Ikko Tanaka. This subproject is part of Luang Por Viriyang Sirintharo's Vithisa Meditation Project which focuses on five-minute meditation for people of all ages, religions and races in order to de-Stress and relax at anytime. The population of this research was 19 pieces of Ikko Tanaka's original design. The design pieces were then studied about the composition, color scheme and shape to develop 100 Ikko-style draft artworks. Later, the experts were asked to select by random into 6 pieces. All six drawings were then developed and reselected for the remaining two. Director of the Willpower Institute selected the better one, which was revised. The complete design was used in the research questionnaire.

The result shows that the design, chosen typography, clarity of the letters greatly reflected to the objectives of printed matter. A good description of the content has helped clarified the illustration. In part of the aesthetic beauty of the illustration, the image should be understandably communicable, eye-catching and universal.

Color is extremely important to induce attention and create aesthetics. Color scheme depends largely on the type of work. The composition places emphasis on focus, balance, accurate arrangement and priority of image and text.

The results of such research on the development of graphic publication following the Ikko-style to promote the 5-minute meditation project were evaluated in terms of design, production and functional needs. A set of questionnaire was developed targeting on 100 students of the Meditation Instructor Course of the Willpower Institute, Branch 4, regardless of age, sex, and education. This research outcome clearly identified a strong positive opinion.



ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจากบุคคลหลายท่าน หนึ่งในนั้นผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งคือ ดร. ประมา ศาสตรระจิก และ ดร. ทรงกลด คำสุข ประธานและกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ท่านทั้งสองได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำงานวิจัยนี้ทุกขั้นตอน ขอขอบคุณผู้ที่ช่วยประสานงานทุกขั้นตอน

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินีนารถ เลิศไพโรวัน และทุกท่านที่ท่านที่ให้คำปรึกษาต่างๆ ในการออกแบบชิ้นงานทุกชิ้น ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม

ขอนมัสการกราบขอบพระคุณพระอาจารย์ผู้อำนวยการสถาบันพลังจิตตานุภาพ และขอขอบคุณอาจารย์ดุษฎี ไกรวิทย์ อาจารย์ที่ปรึกษาสถาบันพลังจิตตานุภาพ สาขา 4 ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจเลือกผลงานออกแบบ ปรับปรุงแบบ และแจกแบบสอบถาม เพื่อนำผลงานไปใช้ได้จริง และนักศึกษาครูสมาธิทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ พ่อ แม่ พี่ น้อง ญาติ และเพื่อนทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นกำลังกาย กำลังใจที่ดีตลอดมา

รัชดา เขยสะอาด

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
สมมุติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดของอิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka)	8
ทฤษฎีด้านสื่อสิ่งพิมพ์	19
หลักการออกแบบโปสเตอร์	26
ทฤษฎีการรับรู้ภาพ	28
หลักการด้านการออกแบบกราฟิก	33
หลักการด้านการปฏิบัติสมาธิ	49
3 วิธีดำเนินการวิจัย	56
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	56
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล	58
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	58
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60
การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างผลงาน	61
การวิเคราะห์ผลงานแบบร่าง	61

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	76
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	76
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	76
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	78
อภิปรายผล	78
ข้อสังเกตที่ได้จากการวิจัย	79
ข้อเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	80
ภาคผนวก	83
ภาคผนวก ก	84
ภาคผนวก ข	133
ภาคผนวก ค	138
ประวัติย่อผู้วิจัย	144

บัญชีแผนภูมิ

แผนภูมิ	หน้า
1 ผลการประเมินด้านความสวยงามของกลุ่มตัวอย่างผลงานของ อิกโกะ ทานากะ	60
2 ผลการประเมินด้านการสื่อความหมายของกลุ่มตัวอย่างผลงานของ อิกโกะ ทานากะ	61
3 ผลการประเมินแบบร่างด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอยของ แบบร่างชุดที่ 1	63
4 ผลการประเมินแบบร่างด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอยของ แบบร่างชุดที่ 2	65
5 ผลการประเมินแบบร่างด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอยของ แบบร่างชุดที่ 3	67
6 ผลการประเมินแบบร่างด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอยของ แบบร่างชุดที่ 4	69
7 ผลการประเมินแบบร่างด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอยของ แบบร่างชุดที่ 5	71
8 ผลการประเมินแบบร่างด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอยของ แบบร่างชุดที่ 6	73
9 ผลประเมินแบบสอบถามผู้บริโภคนผลงานจริง ด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้าน ประโยชน์ใช้สอย	75

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ผลงาน Let's Take Away Violence from Our Streets	14
2 ผลงาน Kanze Noh Play	14
3 ผลงาน 3rd International Biennial Exhibition of Prints in Tokyo	14
4 ผลงาน Poster Nippon	15
5 ผลงาน Japan's Choices, Essay Contest for Mainishi Newspaper	15
6 ผลงาน Kanze Noh Play Silkscreen	15
7 ผลงาน Morisawa Photosetting Co	15
8 ผลงาน Kabuki Book, Silkscreen	16
9 ผลงาน Music Today	16
10 ผลงาน Nihon Buyo 1981 Nihon Buyo, Offset lithograph	16
11 ผลงาน Noh Play "The 28th Kanze" poster	16
12 ผลงาน Morisawa & Co, Offset lithograph	17
13 ผลงาน 1998 Hiroshima Appeal public appeal poster	17
14 ผลงาน Poster Celebrating 10th Anniversary of "Tategumi Yokogumi" Magazine	17
15 ผลงาน Sharaku nikyakunen	17
16 ผลงาน A Musical by Makoto Sato based on the comic book by Osamu Tazuka, 1998, for the New National Theatre, Tokyo	18
17 ผลงาน Poster for The Ghost is Here by Kobo Abe, 1998, for the New National Theatre, Tokyo	18
18 ผลงาน Poster by Ikko Tanaka for Pacific Overtures by Stephen Sondheim, 2000, for the New National Theatre, Tokyo	18
19 ผลงาน The Picture of Hell for the New National Theatre, Tokyo	18
20 สรุปการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิตจนจบกระบวนการพิมพ์	25
21 แบบร่างชุดที่ 1 พัฒนาจากแบบผ่านการคัดเลือกจาก 100 แบบ	62
22 แบบร่างชุดที่ 2 พัฒนาจากแบบผ่านการคัดเลือกจาก 100 แบบ	64
23 แบบร่างชุดที่ 3 พัฒนาจากแบบผ่านการคัดเลือกจาก 100 แบบ	66
24 แบบร่างชุดที่ 4 พัฒนาจากแบบผ่านการคัดเลือกจาก 100 แบบ	68
25 แบบร่างชุดที่ 5 พัฒนาจากแบบผ่านการคัดเลือกจาก 100 แบบ	70

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
26 แบบร่างชุดที่ 6 พัฒนาจากแบบผ่านการคัดเลือกจาก 100 แบบ	72
27 ผลงานจริงจากที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ	74



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันนี้วิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยกำลังเข้าสู่กระแสวัฒนธรรมอย่างมากชีวิตมีแต่ความเร่งรีบ อีกทั้งต้องประสบกับความกดดันต่างๆ ทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และครอบครัวทำให้เกิดความตึงเครียดและวิตกกังวลได้ หากประชาชนคนใดที่ปรับตัวไม่ได้อาจเกิดปัญหาสุขภาพต่างๆ ตามมาจนกลายเป็นคนที่มีความเครียดสูงและเป็นโรคเรื้อรังทางกายตามมามีโรคที่มักมาคู่กับความเครียดได้แก่ไมเกรนโรคความดันโลหิตสูงโดยเมื่อร่างกายมีความดันโลหิตสูงอยู่เป็นเวลานานจะทำให้เกิดการเสื่อมสภาพของหลอดเลือดแดงโดยเฉพาะหลอดเลือดที่ไปเลี้ยงสมองอาจทำให้แตกหรือตีบตัน นอกจากนั้นยังทำให้หัวใจทำงานหนักขึ้น เกิดปัญหาหัวใจโต กล้ามเนื้อหัวใจหนาทำให้เกิดภาวะหัวใจล้มเหลวหรือหัวใจวายเสียชีวิตได้ การทำสมาธิเป็นการดูแลสุขภาพวิธีหนึ่งเป็นเทคนิคของการผ่อนคลายความเครียดที่ลึกซึ้งที่สุด เพราะทำให้จิตใจสงบ ปลอดจากความคิดที่ซ้ำซาก ฟุ้งซ่าน วิตกกังวล ความเศร้าโศก ความโกรธ โดยทำให้เกิดสติปัญญาในการแก้ไขปัญหา หากฝึกสมาธิเป็นประจำ จะทำให้จิตใจเบิกบาน อารมณ์เย็น สงบแจ่มใส หายเครียด

นอกจากนี้การทำสมาธิจะช่วยให้คลื่นสมองไม่ยุ่งเหยิง สมองสามารถหลั่งสารเอ็นดอร์ฟิน (Endorphine) ซึ่งเป็นสารแห่งความสุข จะช่วยให้ร่างกายสดชื่นมีภูมิต้านทานโรคที่มีประสิทธิภาพอีกด้วย

เช่นเดียวกับกับสังคมไทยในยุคปัจจุบันนี้ก็ได้รับการเปลี่ยนแปลงจากเดิมมาเป็นยุคที่สื่อสารมวลชน มีอิทธิพลมากต่อชีวิตของเราในปัจจุบัน สื่อบางชนิดเช่นโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในงานสื่อมวลชนมีความสำคัญในด้านการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร สาร และ ความบันเทิง ซึ่งเมื่องานสื่อมวลชนต้องเผยแพร่ จึงต้องผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์, วารสาร, นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์เสนอเรื่องราวที่สามารถเก็บรักษาไว้เป็นหลักฐานได้คงสภาพนานเมื่อประสงค์อ่านหรืออ้างอิงก็สามารถทำได้สื่อสิ่งพิมพ์สามารถให้ข่าวสารและรายละเอียดได้อย่างลึกซึ้งมากกว่าวิทยุโทรทัศน์

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่แตกต่างไปจากสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นข่าวสารต่างๆ เป็นเรื่องใหม่ น่าสนใจชักจูงให้อยากอ่านอ่านแล้วเกิดความรู้และเข้าใจ เหตุการณ์ต่างๆ มีข้อมูลในการตัดสินใจ บางกรณี ทำให้มองเหตุการณ์ต่างๆ ด้วยทัศนะอันกว้างและพัฒนาความรู้สึกนึกคิดเป็นอย่างดี เมื่อเปรียบเทียบสื่อสิ่งพิมพ์กับสื่ออื่น ๆ นั้น มีข้อได้เปรียบดังนี้ คือ ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) คนเรามักจะมั่นใจในสิ่งที่ได้อ่านมากกว่าสิ่งที่ได้ยินและแม้ว่าโทรทัศน์ จะทำให้เราเห็นภาพก็จริง แต่เป็นการเห็นภาพเพียงแวบเดียวสื่อสิ่งพิมพ์จึงให้ความมั่นใจ ต่อผู้รับข่าวสาร ในประการนี้มากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น ด้านความสมบูรณ์ (Completeness) สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทหนังสือพิมพ์ย่อมให้รายละเอียดของข่าวสารได้มากกว่าวิทยุหรือโทรทัศน์ ด้านการอ้างอิง

(Deferability) ผู้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์สามารถกลับมาอ่านเรื่องราวที่ได้อ่านแล้วอีกครั้งหรือหลายครั้งก็ได้ และอ่านในเวลาใดก็ได้ ส่วนวิทยุและโทรทัศน์นั้นผู้บริโภคจะต้องไม่พลาดเวลาออกอากาศ ด้านการย้ำ (Repetition) และสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์อาจลงข่าวเดียวกันติดต่อกันหลายวัน และทุกครั้งมีรายละเอียดเพิ่มเติม ซึ่งอาจจะน่าเบื่อสำหรับผู้รู้แต่เป็นการกระตุ้น มวลชนให้เกิดความตื่นตัวเกิดอารมณ์ร่วมมีการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี และช่วยเผยแพร่ต่อๆ กันไป วิทยุอาจรายงานข่าวซ้ำกัน ได้ก็จริงแต่มี โอกาสน้อยที่จะเติมรายละเอียด ส่วนโทรทัศน์มีโอกาส เสนอข่าว ซึ่งน้อยกว่าวิทยุ และมีโอกาสขยายความได้น้อยกว่าสื่อสิ่งพิมพ์

ด้านงานออกแบบญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในเบื้องต้นพบว่าการรับรู้งานด้านออกแบบของญี่ปุ่นในสังคมปัจจุบัน เป็นการสืบทอดแนวความคิดที่มีผลจากอิทธิพลของมุมมองจากตะวันตก โดยอาจเป็นผลสืบเนื่องจากความพยายามถ่ายทอดภาพลักษณ์ของญี่ปุ่นเอง ต่อโลกภายนอก ตั้งแต่ยุคที่มีการแผ่ขยายอาณานิคมตะวันตกมายังกลุ่มประเทศเอเชีย จึงเป็นที่มาของการศึกษาบริบทการออกแบบของญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 แม้ว่าอารยธรรมญี่ปุ่นจะได้รับอิทธิพลส่วนใหญ่จากจีน และบางส่วนจากเกาหลี แต่โดยลักษณะภูมิประเทศที่เป็นหมู่เกาะ และการดำเนินนโยบายด้านการปกครองที่ปิดประเทศในอดีต ทำให้เกิดการบ่มเพาะ และตกผลึกลักษณะเฉพาะของอารยธรรมญี่ปุ่นในการดำรงชีวิต ค่านิยมเรื่องสถานะ บทบาทและหน้าที่ของปัจเจกบุคคลในสังคม ตลอดจนความเชื่อทางศาสนา ส่งผลให้การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ ของใช้ในชีวิตประจำวัน ต้องตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอยและความต้องการด้านจิตใจของแต่ละบุคคลตามสถานะทางสังคม รวมถึงความจำเป็นในการพัฒนาประเทศทั้งในยุคก่อนและหลังการเปิดประเทศ การศึกษาถึงความเปลี่ยนแปลงที่ตระหนักได้อย่างชัดเจนในยุคฟื้นฟูเมจิ และในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อวิถีการออกแบบของญี่ปุ่นอันเนื่องมาจากความเชื่อทางศาสนา เกิดแนวความคิดของการเคารพต่อธรรมชาติ การดำรงชีวิตที่ปรับตัวไปตามลักษณะเฉพาะของฤดูกาลต่างๆ และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างรู้คุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด การตระหนักถึงความสมถะและความงามอันเกิดจากกาลเวลาที่ผ่านไปอย่างเป็นธรรมชาติ อารมณ์ความรู้สึกของปัจเจกบุคคลผ่านประสบการณ์ที่มีต่องานออกแบบ

อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka) เป็นอีกบุคคลหนึ่งที่เติบโตมาหลังช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งเค้าเกิดที่เมืองนารา ประเทศญี่ปุ่นในปี 1930 (นารา เกียวโตและโอซากาเป็นส่วนหนึ่งของคันไซ ที่ใกล้ชิดกับศิลปวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม) เมืองนาราเป็นศูนย์กลางของศาสนาพุทธ เกียวโตเป็นเมืองหลวงเดิมและศูนย์กลางทางศิลปะ และโอซากาเป็นศูนย์กลางการค้าและการอุปถัมภ์ สนับสนุนศิลปะ งานของทานากะคือการเรียงและจัดเรียงความสวยงาม ศิลปะ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับศาสนา และธรรมชาติและรูปแบบต่างๆ ในอดีตเพื่อสรรสร้างรูปภาพที่ให้ผลที่ต้องการในปัจจุบัน

ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าการพัฒนางานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ตามแนวคิดผลงานออกแบบของ อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka) ซึ่งเกิดที่เมืองนารานั้นเป็นศูนย์กลางของศาสนาพุทธในประเทศญี่ปุ่น

และแนวทางการออกแบบที่สามารถนำมาพัฒนาให้งานทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกให้คงซึ่งความมี
 อัตลักษณ์ของความเป็นไทยโดย นำแนวความคิดในการออกแบบ มาพัฒนาเป็นงานสื่อสิ่งพิมพ์
 เพื่อที่สามารถนำไปต่อยอดแตกออกเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ หรืองานทางคอมพิวเตอร์ กราฟิกที่สามารถ
 นำไปใช้งานอื่นๆได้ ไม่ว่าจะเป็นสื่อทางทีวี หรือสื่อสิ่ง 2 มิติ ด้านต่างๆ ได้เป็นอย่างดีเพื่อ
 ส่งเสริมการปฏิบัติสมาธิครั้งละ 5 นาที สมาธิบำบัดซึ่งโดยหลักการของสมาธิ คือการทำจิตใจให้สงบ
 อันจะส่งผลให้การทำงานของร่างกายเป็นไปตามปกติ การปฏิบัติสมาธินั้น ไม่กำหนดเชื้อชาติและ
 ศาสนา สามารถปฏิบัติได้กับคนทุกเพศทุกวัย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการสร้างสรรค์งานสื่อสิ่งพิมพ์
 กราฟิกจะเป็นกลวิธีในการเผยแพร่การปฏิบัติสมาธิเผยแพร่ต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

ศึกษาแนวคิดจากผลงานศิลปะของ อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka) เพื่อนำข้อมูลที่ได้
 มาจากการศึกษามาพัฒนาสร้างสรรค์เป็นงานสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมการทำสมาธิบำบัดครั้ง
 ละ 5 นาที เข้า กลางวัน เย็น เป็นการดูแลสุขภาพวิธีหนึ่ง และคือเทคนิคของการผ่อนคลาย
 ความเครียดที่ลึกซึ้งที่สุด

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดจากผลงานกราฟิกของ อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka) ในด้านการ
 จัดวาง สี และรูปทรง
2. รวบรวมข้อมูลของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก หลักการจัดวางองค์ประกอบศิลป์
 รูปทรง และสี การสื่อความหมาย เพื่อนำมาเป็นรากฐานของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก
3. ทำให้เข้าใจถึงกระบวนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบ
4. เพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที

ซึ่งเป็นเทคนิคของการผ่อนคลายความเครียดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

5.

ผลของการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกสำหรับผู้ที่สนใจศึกษา
 ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตไว้ดังนี้คือ

ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกสำหรับส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ดยศึกษาจากแนวคิด
 ผลงาน ของ อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka) โดยมุ่งเน้นด้านการจัดวาง สี และรูปทรง ที่ได้จาก
 การศึกษาวิเคราะห์โดยมีกระบวนการดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานจากเอกสารผลงานของ อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หลักการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก หลักการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ รูปทรง และสี การสื่อความหมาย

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที เพื่อพัฒนา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผลงานการออกแบบของอิกโกะ ทานากะ ในปี ค.ศ. 1960-2000 จำนวน 19 ชิ้น นำมาศึกษาแนวคิดเพื่อออกแบบร่างสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกกรณีศึกษาแนวคิดผลงานศิลปะของ อิกโกะ ทานากะ ในด้านการจัดวาง สี และรูปทรง จำนวน 100 แบบ เลือกโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ต้นแบบงานสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกกรณีศึกษาแนวคิดผลงานศิลปะของอิกโกะ ทานากะ ที่ได้ทำการออกแบบโดยผู้วิจัยจำนวน 100 แบบ และให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินประสิทธิภาพ คัดเลือกโดยการสุ่มจำนวน 6 แบบ

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 แนวคิดผลงานออกแบบของ อิกโกะ ทานากะ

1.1.1 การจัดวางองค์ประกอบภาพ รูปทรง และสี

1.1.2 หลักเกณฑ์ทางด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก ประกอบด้วย

อักษรและตัวพิมพ์ ภาพและส่วนประกอบตกแต่งภาพ การสื่อความหมาย

1.1.3 หลักเกณฑ์ด้านการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย

ด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ และกรรมวิธีการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 ประสิทธิภาพของสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกที่ได้จากการออกแบบ ได้แก่ การสื่อความหมาย ประโยชน์ใช้สอย และความสวยงาม

2.2 ความพึงพอใจที่ได้จากแบบสอบถาม ได้แก่ การสื่อความหมาย ความน่าสนใจ การกระตุ้นทางความคิด และพัฒนาการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. กราฟิก หมายถึง งานที่สามารถสื่อความหมายได้ ชัดเจนถูกต้อง จะช่วยให้มนุษย์สามารถสื่อสารกันได้ เข้าใจกันได้ เกิดจินตนาการร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารทางใด

2. สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง สิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ผลิตขึ้นเพื่อการบันทึกการเผยแพร่ความคิด ข่าวสาร ความบันเทิง หรือจุดมุ่งหมายเฉพาะอื่นๆ สิ่งพิมพ์เป็นผลงานอันสืบเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางวิชาการ และการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง

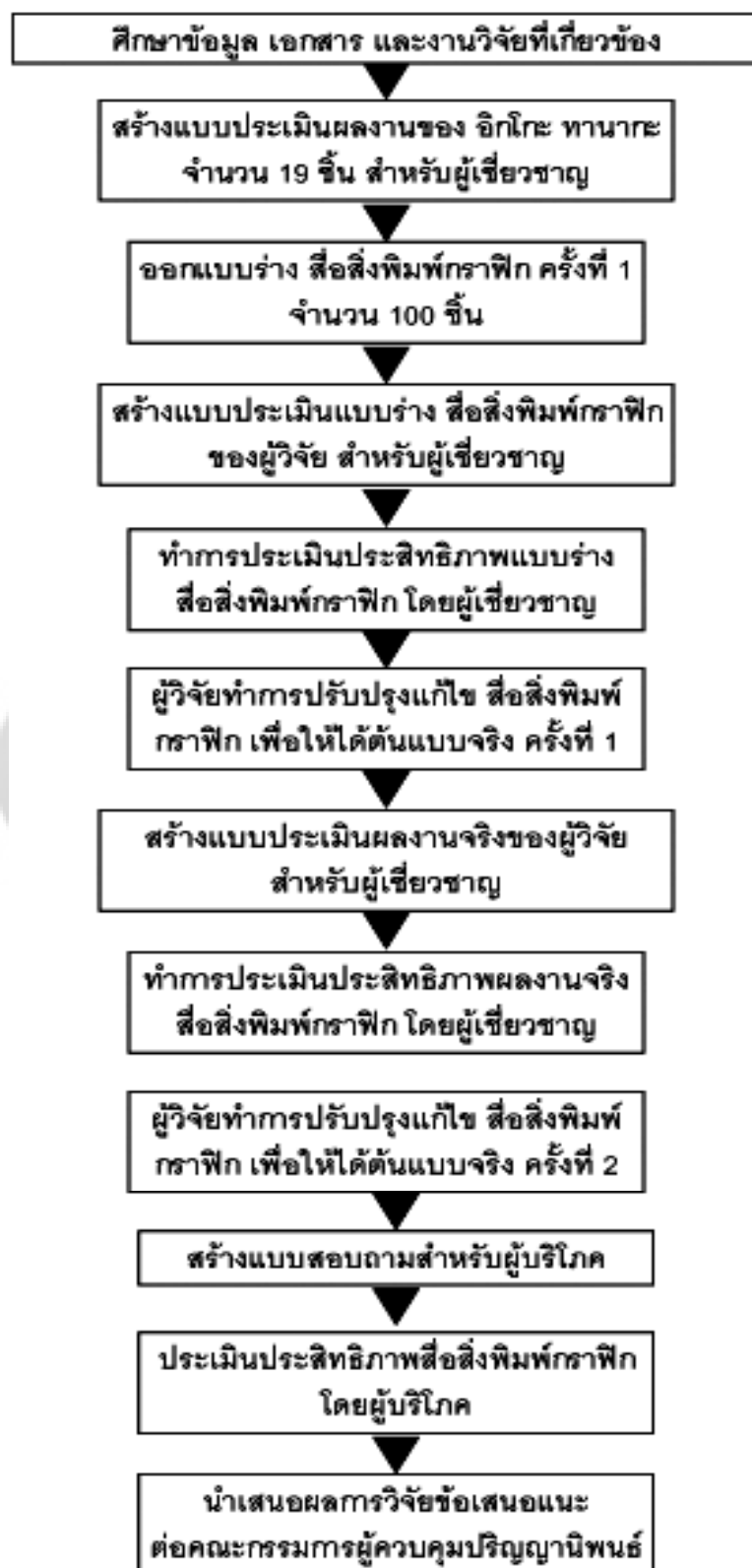
3. สมาร์ท หมายถึง ความตั้งมั่นของจิต ได้แก่ภาวะที่จิตแน่วแน่ต่อสิ่งที่กำหนด มีอารมณ์เป็นหนึ่ง ไม่ฟุ้งซ่านหรือส่ายไป ศาสนาพุทธเน้นในสัมมาสมาธิ คือสมาธิที่ใช้ในทางแห่งการหลุดพ้น โดยใช้ปัญญาพิจารณาในสิ่งทั้งหลายตามที่เป็นจริง

4. อิกโกะ ทานากะ หมายถึง นักออกแบบกราฟิกของประเทศญี่ปุ่น ผลงานส่วนมากคือ โปสเตอร์ละครโนะ เป็นสมาชิกของ ADC (ArtDirector Club) มีชื่อใน New York ADC Hall of Fame

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตไว้ดังนี้ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ไปกระตุ้นความคิดให้การทำสมาธิมาประยุกต์ใช้บำบัดโรคต่างๆ ที่สัมพันธ์กับความเครียด โดยศึกษาจากผลงานแนวคิดของ อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka) ในด้านการจัดวาง สี และรูปทรง นำมาพัฒนาเป็นสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก ผู้วิจัยได้ดำเนินตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

การกำหนดขั้นตอนการวิจัย



สมมุติฐานในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตไว้ดังนี้ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที โดยศึกษาจากแนวคิดผลงานของ อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka) ในด้านการจัดวาง สี และรูปทรง ให้ได้มาซึ่งการสื่อความหมาย ความน่าสนใจ การกระตุ้นความคิด และพัฒนาการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของ การวิจัย และได้นำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดของอิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka)
2. ทฤษฎีด้านสื่อสิ่งพิมพ์
3. หลักการออกแบบโปสเตอร์
4. หลักการด้านการออกแบบกราฟิก
5. ทฤษฎีการรับรู้ภาพ
6. หลักการด้านการปฏิบัติสมาธิ

1. แนวคิดของกับศิลปิน อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka) ค.ศ. 1960-2000

งานออกแบบญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

ในเบื้องต้นพบว่าการรับรู้งานออกแบบญี่ปุ่นในสังคมปัจจุบันเป็นการสืบทอดแนวความคิดที่มีผลจากอิทธิพลของมุมมองจากตะวันตกโดยอาจเป็นผลสืบเนื่องจากความพยายามถ่ายทอดภาพลักษณ์ของญี่ปุ่นเองต่อโลกภายนอกตั้งแตยุคที่มีการแผ่ขยายอาณานิคมตะวันตกมายังกลุ่มประเทศเอเชีย จึงเป็นที่มาของการศึกษาบริบทการออกแบบของญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 แม้ว่าอารยธรรมญี่ปุ่นจะได้รับอิทธิพลส่วนใหญ่จากจีน และบางส่วนจากเกาหลีแต่โดยลักษณะภูมิประเทศที่เป็นหมู่เกาะ และการดำเนินนโยบายด้านการปกครองที่ปิดประเทศ ในอดีตทำให้เกิดการบ่มเพาะและตกผลึกลักษณะเฉพาะของอารยธรรมญี่ปุ่นในการดำรงชีวิต ค่านิยมเรื่องสถานะบทบาทและหน้าที่ของปัจเจกบุคคลในสังคม ตลอดจนความเชื่อทางศาสนาส่งผลให้การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะทัศนกรรม ผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ ของใช้ในชีวิตประจำวันต้องตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอยและความต้องการด้านจิตใจของแต่ละบุคคลตามสถานะทางสังคม รวมถึงความจำเป็นในการพัฒนาประเทศทั้งในยุคก่อนและหลังการเปิดประเทศ การศึกษาถึงความเปลี่ยนแปลงที่ตระหนักได้อย่างชัดเจนในยุคฟื้นฟูเมจิ และในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อวิถีการออกแบบของญี่ปุ่นอันเนื่องมาจากความเชื่อทางศาสนา เกิดแนวความคิดของการเคารพต่อธรรมชาติ การดำรงชีวิตที่ปรับตัวไปตามลักษณะเฉพาะของฤดูกาลต่างๆ และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างรู้คุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด การตระหนักถึงความสมณะและความงดงามอันเกิดจากกาลเวลาที่ผ่านไปอย่างเป็นธรรมชาติที่เรียกว่า วาบิ-ซาบิ (วาบิ-ซาบิ) และอารมณ์ความรู้สึกของปัจเจกบุคคลผ่านประสบการณ์ที่มีต่องานออกแบบ ประเทศญี่ปุ่น ค.ศ. 1996 นิยามการออกแบบในงานนี้กำหนดจากหลักการ 5 ประการ ได้แก่ ความเป็นช่างฝีมือ (craftsmanship) ความไม่สมดุลง (asymmetry) ความกะทัดรัด (compactness) ความขบขัน (humor)

และความเรียบง่าย (simplicity) การออกแบบของญี่ปุ่นได้เพิ่มเติมแง่มุมด้านเทคโนโลยี วัสดุและการผลิต ตลอดจน แนวความคิด วิถีชีวิต และวัฒนธรรมแบบญี่ปุ่น ที่ปรับตัวตามกระแสสังคมโลก ทำให้นิยามงานออกแบบญี่ปุ่นจากงานนิทรรศการ สะท้อนถึง อัตลักษณ์ของผลงานและผู้สร้างผลงานได้อย่างหลากหลายและลึกซึ้ง ความเป็นพลวัต ปรับแปรไปตามยุคสมัย และตามความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

ความเปลี่ยนแปลงของสังคมญี่ปุ่น ที่มีอิทธิพลต่องานออกแบบในแง่ของสังคม เศรษฐกิจและเทคโนโลยี ความเปลี่ยนแปลงของสังคมญี่ปุ่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบที่เป็นที่นิยมศึกษาส่วนใหญ่ พบว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงในยุคฟื้นฟูเมจิ ซึ่งที่จริงแล้วเป็นความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากผลกระทบจากปัจจัยภายนอก ทั้งในแง่ของการปฏิวัติอุตสาหกรรม และผลพวงของการล่าอาณานิคมของชาติตะวันตก ที่กลุ่มประเทศเอเชียต่างได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน การเปิดประเทศญี่ปุ่นด้วยการมาของกองเรืออเมริกันโดยนายพลจัตวาแมทธิว เปอร์รี่ และการล่มสลายของระบบโชกุนที่เกิดขึ้นใน ค.ศ. 1868 ซึ่งเป็นปีเดียวกันกับการเสด็จสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 แห่งราชวงศ์จักรี (พ.ศ. 2411) เป็นการสิ้นสุดของยุคเอโดะ และการเชื่อมต่อของประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นยุคใหม่ 3 ยุค ได้แก่ รัชสมัยเมจิ รัชสมัยไทโช รัชสมัยโชวะ

ด้วยปัจจัยบังคับจากภายนอกดังกล่าว นำไปสู่ความพยายามพัฒนาประเทศอย่างเร่งด่วน ด้วยนโยบายการเรียนรู้เทคโนโลยีจากตะวันตก เช่น ฮอลล์แลนด์ศึกษา การส่งคณะศึกษาดูงานเดินทางไปต่างประเทศ พร้อมไปกับการจ้างผู้เชี่ยวชาญกว่าสามพันคนมาทำงานในญี่ปุ่น ภายใต้แนวความคิดที่ถือคติวิญญูณัตว์ตนความเป็นญี่ปุ่นเป็นแก่นแล้วห่อหุ้มด้วยกระเปาะของเทคโนโลยีตะวันตกที่ส่งเสริมให้เกิดสิ่งสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์และเงื่อนไขของสภาพสังคมแต่ละยุค ลักษณะสังคมของญี่ปุ่นที่มีการแบ่งแยกสถานะชนชั้นทางสังคมอย่างชัดเจน เป็นค่านิยมความเป็นกลุ่มที่ไม่เน้นความเป็นปัจเจกบุคคลจนแม้เมื่อรัฐบาลทหารระบอบโชกุนและระบบโชบัตสึที่เป็นความร่วมมือของรัฐบาลอำนาจทหารในระบอบโชกุนเดิมกับกลุ่มพ่อค้าตระกูลสำคัญของประเทศญี่ปุ่นที่เกิดขึ้นก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ล่มสลายไปแล้วก็ตาม

จากการที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศผู้แพ้สงครามเพียงประเทศเดียวในโลกที่ถูกทำลายล้างด้วยระเบิดปรมาณูถึง 2 ครั้ง ในสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้เกิดลักษณะเฉพาะของชนชาติในการพัฒนาประเทศด้วยกลไกการตั้งหน่วยงานต่างๆ ของรัฐเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมที่เข้มแข็งในฐานะตัวขับเคลื่อนหลักของระบบเศรษฐกิจ ตัวอย่างองค์กรที่มีบทบาทในการออกแบบอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น ได้แก่ Japan Industrial Design Promotion Organization (JIDPO) และ G-Mark Organization โดยการให้รางวัลผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบดีเด่น เพื่อสนับสนุนการยกระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับและสามารถแข่งขันได้ ความพยายามสร้างอัตลักษณ์และความเป็นผู้นำด้านการออกแบบในระดับสากล

นอกเหนือจากความพยายามเป็นผู้นำด้านการออกแบบ การพัฒนาประเทศด้วยความพยายามผลักดันด้านเศรษฐกิจด้วยการอาศัยการเพิ่มขึ้นของดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมเป็นตัวกำหนดนโยบายด้านอุตสาหกรรม ส่งผลให้เกิดปัญหาสังคมบางประการคล้ายคลึงกับกลุ่มประเทศพัฒนา

แล้วของตะวันตก ตัวอย่างจากรรณกรรมร่วมสมัย ได้แก่ ปัญหาการเปลี่ยนแปลงจากลักษณะครอบครัว สังคมเกษตรเป็นครอบครัวสังคมอุตสาหกรรมบทบาทและภาระหน้าที่ของสตรี ต่อครอบครัว การเพิ่มของสัดส่วนประชากรสูงอายุ และมลพิษอุตสาหกรรม ซึ่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตประกอบกับเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ทำให้มีการผลิตสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ถือเป็นการยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตที่สูงขึ้น เช่น การมีตู้เย็น โทรทัศน์ และเครื่องซักผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า 3 อย่างที่จำเป็นต้องมีไว้ใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อเป็นเครื่องหมายของมาตรฐานคุณภาพชีวิตครอบครัวที่ดีหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และความเข้มงวดในเรื่องคุณภาพของผู้บริโภคที่มีผลต่อค่านิยม

ความเปลี่ยนแปลงเชิงสังคมยังส่งผลให้มีการตระหนักถึงคุณค่าของความเป็นญี่ปุ่นในชีวิตประจำวันที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยหลายประการ อาทิเช่น ปัจจัยเชิงสังคมที่เป็นรูปธรรม เช่น วัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่เปลี่ยนไปนิยมความเป็นตะวันตกมากขึ้น และประกอบกับอิทธิพลแนวความคิดการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องครัว แข่งขันเสนอผลิตภัณฑ์ที่สร้างค่านิยมดังกล่าวสำหรับผู้บริโภค และตัวอย่างในเชิงสัญลักษณ์ที่มีการถ่ายทอดผ่านภาพยนตร์การ์ตูน เกี่ยวกับจิตวิญญาณความเป็นญี่ปุ่นที่หายไปจากบริบททางสังคมของเด็กญี่ปุ่นปัจจุบัน ยิ่งไปกว่านั้น ปัจจัยเชิงเทคโนโลยี เช่น สิ่งของเครื่องใช้ที่ทดแทนด้วยอุปกรณ์เทคโนโลยี จนถึงระดับมหภาค ได้แก่ การออกแบบชุมชนเมือง การออกแบบระบบขนส่งมวลชน ทั้งรถไฟฟ้าบนดิน รถไฟฟ้าใต้ดิน รถไฟชินกันเซน ได้แสดงถึงความพยายามเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรม สำหรับปัจจัยเชิงเศรษฐกิจ ตัวอย่างได้แก่ การค้นคว้าวิจัยสร้างหุ่นยนต์ เพื่อช่วยเหลือมนุษย์ทั้งในการทำงานและการดำรงชีวิตอย่างสะดวกสบาย และแนวความคิดการสร้างสังคมอุดมคติของการอยู่ร่วมกันโดยเท่าเทียมกันในสังคมของผู้พิการและผู้สูงอายุผ่านงานออกแบบ

ด้านอัตลักษณ์ การออกแบบญี่ปุ่นผ่านมุมมองทั้งสองด้าน คือ มุมมองด้านสุนทรียะ และมุมมองด้านสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี จึงก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในแง่มุมที่หลากหลายและซับซ้อนขององค์ประกอบความเป็นญี่ปุ่น นอกเหนือไปจากตัวผลงานออกแบบที่เกิดจากการสร้างสรรค์ทั้งโดยศิลปิน ช่างฝีมือนักออกแบบ ตลอดจนผู้สร้างนิรนาม และนำไปสู่การอธิบายข้อมูลการศึกษา โดยจะเสนอแนวความคิดในการสร้างแผนที่ของบริบทงานออกแบบญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 บนแกนอ้างอิงเชิงเวลา และแกนอ้างอิงเชิงปัจจัย สภาพสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี

ชีวประวัติของทานากะ อิกโกะ

ผู้คนมักนึกถึงทานากะ อิกโกะในฐานะ “บิดาของกราฟิกดีไซน์ของญี่ปุ่น” เขาเริ่มงานอาชีพที่เมืองโอซากาในปี 1952 เขาเริ่มทำงานในตำแหน่ง ผู้ออกแบบลายผ้าให้แก่บริษัท Kanegafuchi Spinning กรุงโตเกียว (1950-1952) และเป็นกราฟิกดีไซน์เนอร์ให้แก่ Sankei Shinbun Press (1952-1957) ก่อนจะย้ายไปกรุงโตเกียวในปี 1957 ต่อมาในปี 1960 ได้เป็นผู้ร่วมก่อตั้ง Nippon Design

Center (ศูนย์การออกแบบแห่งโตเกียว) ในปี 1963 เขาได้ตั้งสตูดิโอออกแบบของตัวเองที่ชื่อว่า Tanaka Design Atelier ก่อนจะเปลี่ยนชื่อเป็น Ikko Tanaka Design Studio ในปี 1976 ซึ่งได้ให้ความสนใจในทัศนศิลป์ในทุกรูปแบบ เขามีส่วนร่วมในโครงการระดับชาติหลายงาน เช่นงานแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์ในปี 1964 งานจัดทำ History Pavilion ให้แก่งาน Expo 70 ซึ่งจัดขึ้นที่เมืองโอซากา งานจัดทำ Oceanic Cultural Museum ให้แก่งาน Ocean Expo 75 ที่โอซากา ออกแบบสัญลักษณ์ให้กับงาน Expo 85 ที่เมือง Tsukuba งาน Nara Silk Road Expo ในปี 1988 และงาน World City Expo Tokyo 96

ปี 1953 ขณะที่มียุอายุ 23 ปีทานากะได้รับมอบหมายให้ออกแบบโปสเตอร์สำหรับวง ออเคสตรา จากอาร์เจนตินาที่จะมาเปิดการแสดง และได้ลงมือทำงานตามหลักการด้วยการศึกษาถึง รากเหง้าและแก่นแท้ของสิ่งนั้นๆ ด้วยการจดจ่อจมจ่อมอยู่กับดนตรีในแบบละตินอเมริกา สไตล์ แบบทานากะถือกำเนิดขึ้นนับจากนั้นเป็นต้นมา ขณะที่มุ่งมั่นทำงานด้านการออกแบบที่โตเกียว เขายังทำงานออกแบบโปสเตอร์สำหรับละครโนห์ให้แก่ Kanza School ซึ่งตั้งอยู่ที่เมืองโอซากา ในช่วงปี 1958 เขาสร้างสรรค์ผลงานโปสเตอร์ที่โดดเด่นที่สุด “ในผืนกระดาษที่ว่างเปล่า เขาวาด เส้นหวัดหนึ่งของวงกลมขนาดใหญ่ลงไปบนเส้นเหลี่ยมจตุรัสหลายรูปแล้วระบายสีในสไตล์โบราณ แล้วจึงวาดรูปหน้ากากตัวละครหญิงที่สวยงามด้วยลายเส้นพู่กันหยาดๆ ทับลงไป ส่วนบนปล่อยให้ตัดตก ผลงานออกมาน่าทึ่งมาก รวกับว่าขอบของภาพวาดหน้ากากค่อยๆ โผล่ออกมาจาก พื้นที่ลงสีไว้อย่างโดดเด่น” (Calza, 21)

ทานากะออกจาก Nippon Design Center ในปี 1963 เพื่อเริ่มธุรกิจของตนเอง โดยการ ก่อตั้ง Ikko Tanaka Design Studio ซึ่งทำให้เขาต้องทำงานอย่างอื่นด้วยนอกเหนือจากการ ออกแบบโปสเตอร์ ในปีถัดมา โตเกียวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก งานมหกรรม การแข่งขันกีฬาที่มีความสำคัญยิ่ง เพราะเป็นเสมือนการยอมรับประเทศญี่ปุ่นกลับเข้าสู่ประชาคม โลกอีกครั้ง ทานากะได้เป็นผู้ออกแบบสัญลักษณ์และเครื่องหมายของโตเกียวโอลิมปิก รวมทั้ง เหรียญรางวัลอีกด้วย หนึ่งปีหลังจากการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก Pieter Brattinga กราฟิกรัตซ์เนอร์ ชาวดัตช์ได้จัดนิทรรศการแสดงผลงานของทานากะขึ้นที่ De Jong Gallery ที่ Hilversum จากนั้น เขาได้เดินทางไปทั่วประเทศในทวีปยุโรปและประเทศอเมริกาเพื่อเชิญชวนนักออกแบบให้มาร่วมแสดงผลงานในงาน Persona งานนิทรรศการทางด้านกราฟิกรัตซ์เนอร์ที่จัดขึ้นที่กรุงโตเกียวในปี 1965 ซึ่งนิทรรศการนี้แสดงผลงานของศิลปินนานาชาติที่ได้รับคัดเลือกจำนวน 16 คนโดยจัดขึ้นที่ ห้างสรรพสินค้า Matsuya และประสบความสำเร็จเกินกว่าที่คาดหวัง

ทานากะเริ่มออกแบบโปสเตอร์ให้แก่ละครโนห์ Kanza ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่เมือง โอซากามาตั้งแต่ปี 1961 และออกแบบต่อเนื่องมานานกว่า 30 โดยการผสมผสานความสวยงามแบบ ดั้งเดิมกับภาพและอารมณ์ความรู้สึกแบบตะวันตกร่วมสมัย เขาได้ออกแบบโปสเตอร์สำหรับการเปิด National Theatre for Traditional Performing Arts (โรงละครแห่งชาติทางด้านศิลปการแสดง แบบโบราณ) ในปี 1966 รวมทั้งโปสเตอร์ของโรงละคร Saison's Seibu ในกรุงโตเกียวในปี 1973

โปสเตอร์เหล่านี้สะท้อนความสนใจของเขาถึงงานศิลปะโดยรวม ไม่ว่าจะเป็นละครเช่น The Cherry Orchard หรือ Equus ละครญี่ปุ่นสมัยใหม่ ไปจนถึงงานแสดงดนตรีร่วมสมัย

เขายังเป็นผู้ร่วมในการก่อตั้ง Japan Graphic Designers Association (JAGDA) และห้องแสดงงานศิลปะที่มีชื่อเสียงเช่น Tokyo Designers Space ซึ่งเป็นสถานที่ให้ นักออกแบบได้แสดงผลงานและแสดงความคิดเห็น ในปี 1968 เขาได้รับรางวัลเหรียญเงินจากงานประกวดโปสเตอร์ระดับนานาชาติที่กรุงวอร์ซอ ในปี 1975 เขาได้รับแต่งตั้งให้เป็นผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์ของ Seibu Department Store Ltd. และดูแลงานด้านศิลป์ให้แก่ Sezon Group โรงละครแห่งชาติแห่งใหม่ที่สร้างขึ้นที่กรุงโตเกียวได้มอบหมายให้ทานากะออกแบบโปสเตอร์ ในบลิวและสูจิบัตรสำหรับงานละครและละครเพลงตั้งแต่เปิดการแสดงในปี 1996 เขาได้ออกแบบโปสเตอร์ 38 ชิ้นในช่วงเวลา 7 ปีสุดท้าย

ทานากะยังได้ร่วมงานกับนักออกแบบเสื้อผ้าชาวญี่ปุ่นหลายคน เช่น Hanae Mori, Kenzo Takada และ Issei Miyake เขาเป็นผู้ออกแบบหนังสือ เป็นผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์ของ Saigon Group ร่วมงานออกแบบในโครงการต่างๆ ให้แก่ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าขนาดใหญ่และโรงละครมากมาย นอกจากนี้ยังเป็นผู้ออกแบบ ผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์และบรรณาธิการให้แก่หนังสือเกี่ยวกับวัฒนธรรมของญี่ปุ่นเช่น “Japanese Style” และ “Japanese Color” ที่ตีพิมพ์ในประเทศสหรัฐอเมริกา ผลงานของเขาได้รับการจัดแสดงแบบถาวรในหลายแห่งรวมถึง Museum of Modern Art ที่กรุงนิวยอร์ก และ Stedelijk Museum ที่กรุงอัมสเตอร์ดัม ด้านงานแสดงผลงานเดี่ยวของเขาจัดขึ้นที่ Toronto, Halifax และ Calgary ในช่วงปี 2000-2001 โดย Japan Design Committee ได้เป็นผู้จัดร่วมกับ Japan Foundation Toronto แก่นของผลงานที่จัดแสดงคือธรรมชาติของมนุษย์และความหวังใยต่อโลกสำหรับมวลมนุษยชาติ โดยแสดงสื่อผ่านในรูปลักษณะของมนุษย์และตัวอักษร

ทานากะยังได้รับชื่อเสียงในฐานะผู้พัฒนา Muji ร่วมกับ Kazuo Koike (ที่ปรึกษาด้านการตลาด) และ Takashi Sugimoto (นักออกแบบตกแต่งภายใน) เป็นผู้วางแนวคิดและต้นแบบที่กำหนดกลยุทธ์ในการออกแบบโดยรวม เขาทำงานเป็นผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์กับ Muji จนถึงปี 2001 จนกระทั่ง อิกโกะ ทานากะ เสียชีวิตด้วยโรคหัวใจเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2002 ที่กรุงโตเกียวในบริเวณหน้าบ้านของตัวเอง

อิทธิพลในระดับสากล

ในปี 1959 ผลงานของทานากะได้รับเลือกให้นำไปตีพิมพ์เป็นปกแรกของนิตยสารใหม่ที่มีชื่อว่า Graphic Design ซึ่งถือเป็นเกียรติอย่างยิ่งเพราะคณะกรรมการคัดสรรไม่ได้คัดเลือกศิลปินที่มีชื่อเสียงอยู่ก่อนแล้วแต่กลับเลือกศิลปินหน้าใหม่ที่มีพรสวรรค์เช่นเขา ในช่วงนี้เองที่ทานากะได้ร่วมเป็นผู้ก่อตั้ง Nippon Design Center และเป็นผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์ให้แก่ศูนย์แห่งนี้ในปี 1960 ผลงานออกแบบโปสเตอร์ให้แก่งานนิทรรศการ World Design ครั้งที่ 10 ซึ่งจัดขึ้นพร้อมกับงานประชุม World Design Conference ครั้งที่ 10 ซึ่งจัดขึ้นที่กรุงโตเกียวในปี 1960 แสดงถึงอิทธิพลและการยอมรับในผลงานการออกแบบของเขา ในปี 1961 เขาได้เดินทางไปยังกรุงนิวยอร์ก

และได้พบกับ Herb Lubakin, Ivan Chermayeff และ Lou Dorfsman ซึ่งมีอิทธิพลต่อเขาในงานด้านการออกแบบงานพิมพ์ ซึ่งแนวคิดนี้แบบใหม่นี้ส่วนหนึ่งได้รับมาจาก Swiss school และ Bauhaus จะเน้นการแบ่งพื้นที่ตามหลักคณิตศาสตร์ ทำให้การวางภาพและเนื้อหา มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ทานากะประสบความสำเร็จในการผสมอดีตและปัจจุบันลงในงานออกแบบที่แรง ดูสะอาด เปี่ยมด้วยสีสัน มีลูกเล่นและพิถีพิถัน เขาหยิบยืมรูปและแบบอย่างอันเรียบง่ายของศิลปะโบราณ และนำมาออกแบบเป็นงานในยุคปัจจุบันได้อย่างพอเหมาะพอดี

โปสเตอร์ที่เป็นที่รู้จักชิ้นหนึ่งทำขึ้นเมื่อปี 1981 ให้แก่คณะเต็นร่า Nihon Buyo Performance ซึ่งนำกลับมาใช้ในอีกหลายโอกาส มีภาพในแบบนามธรรมของเกอิชา แทนที่จะแสดงภาพเหมือนจริงในแบบคลาสสิก เขาสร้างสรรค์รูปสี่เหลี่ยมและช่วงไหล่จากรูปทรงเรขาคณิตบนตาตาราง รูปสี่เหลี่ยมและสามเหลี่ยมเป็นเส้นผมและใบหน้าเป็นรูปแบบเฉพาะของการตกแต่งแบบญี่ปุ่น ที่ดูเรียบง่าย แต่มีความแปลกใหม่ในแบบ (Reductive angularity) การใช้สีสันสดใสผสมผสานกับสีพาสเทลและแม่สี ก็เป็นการสังเคราะห์ระหว่างสิ่งเก่าและสิ่งใหม่เช่นกัน

ผลงานหลายชิ้นของเขาแสดงความนับถือถึงละครคาบูกิขณะที่งานชิ้นอื่นเป็นงานศิลปะเชิงนามธรรมในแนว Western Optical Art นอกจากการออกแบบโปสเตอร์แล้วเขายังออกแบบโลโก้ บรรจุภัณฑ์ รายงานประจำปีให้แก่ Hanae Mori, Issey Miyake และ Mazda อีกด้วย รวมทั้งลูกค้าอื่นๆ เช่น Kodansha, Morisawa Font, Ferragamo และ Shiseido เขาได้รับการยกย่องและรับรางวัลจาก Tokyo Art Directors Club, Mainichi Industrial Design Award, Yugoslavia-based International Exhibition of Graphic Design, กระทรวงศึกษาธิการของประเทศญี่ปุ่น Japan Cultural Award Warsaw International Poster Biennale และอื่นๆ อีกมากมาย ในปี 1994 เขาได้รับคัดเลือกให้อยู่ใน New York Art Directors Club Hall of Fame





การวิเคราะห์ผลงาน ของ อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka)

ผลงานออกแบบของ อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka) ที่สร้างสรรค์ในระหว่างปี ค.ศ.1960 - 2000 จำนวน 19 ชิ้นงาน

รูปภาพ	ปี ค.ศ.	ผลการวิเคราะห์
 <p>通行人の前で 一人の少年が 殺された まだ18才 笑顔のあとけない 少年だった</p>	1960	<p>ภาพประกอบ 1 : Let's Take Away Violence from Our Streets</p> <p>เป็นงานโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานที่องค์ประกอบหนักไปทางด้านซ้าย ใช้สีคุมโทนสีน้ำตาล และดำ โดยมีตัวหนังสือแดง เล็กๆ ด้านล่าง</p>
 <p>第八回産経観世能</p> <p>第一部 十時始 一角仙人 観世静夫 花筐 梅若六郎 異字 康船 橋岡久太郎 安宅 観世喜之</p> <p>第二部 四時始 実盛 観世鏡之丞 卓子 洗小町 観世元昭 土蜘蛛 梅若三郎 梅若万三郎</p> <p>昭和三十六年二月二十六日日 大阪産経会館特設能舞台 主催 産経新聞社 大阪新聞社</p>	1961	<p>ภาพประกอบ 2 : Kanze Noh Play</p> <p>เป็นงานโปสเตอร์โดยการนำตัวหนังสือมาเรียงอย่างมีระเบียบแบบแผน และใช้สีตัวหนังสือที่ตัดกัน</p>
 <p>3rd INTERNATIONAL BIENNIAL EXHIBITION OF PRINTS IN TOKYO 1962</p> <p>Special Show SHARAKU</p>	1962	<p>ภาพประกอบ 3 : 3rd International Biennial Exhibition of Prints in Tokyo</p> <p>เป็นผลงานที่ใช้สีโทนร้อนเป็นประมาณ 70% และโทนเย็น 20% โดยใช้รูปทรง Free Form แต่เรียบง่าย</p>

รูปภาพ	ปี ค.ศ.	ผลการวิเคราะห์
	1972	<p>ภาพประกอบ 4 : Poster Nippon เป็นผลงานโปสเตอร์ โดยการนำศิลปะจากรูปทรง ลายเส้นจากธรรมชาติมาประกอบภายในตัวหนังสือ สีตัวหนังสือโทนร้อนและเย็นอย่างละ 50%</p>
	1973	<p>ภาพประกอบ 5 : Japan's Choices, Essay Contest for Mainishi Newspaper เป็นอีกผลงานหนึ่งที่น่าเอาตัวหนังสือมาเรียงอย่างมีระเบียบแบบแผน แต่เรียบง่าย โดยใช้สีขาว และดำ มี 3 ส่วนด้วยกัน คือ Headline Subhead และรายละเอียด</p>
	1973	<p>ภาพประกอบ 6 : Kanze Noh Play Silkscreen เป็นการตัดทอนจากรูปใบหน้าโดยนำเอาจุดเด่นของใบหน้า แคตตาและปาก แต่คงรูปตาของความเป็นญี่ปุ่นเอาไว้ จากการตัดทอน สีที่ใช้มี 4 สีเท่านั้น คือ น้ำตาลดำ</p>
	1973	<p>ภาพประกอบ 7 : Morisawa Photosetting Co. เป็นผลงานที่น่าเอาตัวหนังสือมาเรียงอย่างมีระเบียบแบบแผน แต่นำเอารูปทรง Free From มาเป็น Background ของตัวหนังสือ เป็นการเปิดเทคนิคที่เรียบง่ายแต่มีความดึงดูดของสีมาเพิ่มความสวยงาม</p>

รูปภาพ	ปี ค.ศ.	ผลการวิเคราะห์
	1974	<p>ภาพประกอบ 8 : Kabuki Book, Silkscreen</p> <p>เป็นงานที่ใช้ตัวหนังสือมาเรียงอย่างมีระเบียบของด้านบน แต่สามารถดึงดูดสายตาได้ได้ด้วยตัวหนังสือใหญ่ด้านล่างของผลงาน ใช้สีแค่ 2 สีเท่านั้น</p>
	1976	<p>ภาพประกอบ 9 : Music Today.</p> <p>นำเส้น และรูปทรงตัวหนังสือมาจัดเรียงต่อกันอย่างมีระเบียบแบบแผน</p>
	1981	<p>ภาพประกอบ 10 : Nihon Buyo 1981</p> <p>Nihon Buyo, Offset lithograph</p> <p>ใช้รูปทรงเรขาคณิตต่างๆ มาสร้างเป็นหญิงเกอิชาสาวในชุดกิโมโนและใช้สีที่เรียบง่าย เพื่อส่งเสริมบุคลิกของโปสเตอร์</p>
	1981	<p>ภาพประกอบ 11 : Noh Play "The 28th Kanze" poster</p> <p>เป็นภาพกราฟิกตัดทอนมาจากหน้ากากของละคร โนในประเทศญี่ปุ่นโดยการนำตัวหนังสือมาเรียงประกอบด้านข้างอย่างเป็นระเบียบ</p>

รูปภาพ	ปี ค.ศ.	ผลการวิเคราะห์
	1986	<p>ภาพประกอบ 12 : Morisawa & Co, Offset lithograph</p> <p>เป็นการนำเสนอโดยใช้ตัวหนังสือที่ใหญ่ นำสายตา ด้านซ้าย และด้านขวาเป็นตัวรอง มี 2 สี คือ ขาวและดำเท่านั้น</p>
	1993	<p>ภาพประกอบ 13 : 1998 Hiroshima Appeal public appeal poster, off set 1030x728</p> <p>ใช้รูปทรงธรรมชาติกับสีที่เรียบง่ายสีเทา สื่อถึงความหม่นหมอง แต่สีขาวสื่อถึงความบริสุทธิ์สะอาด</p>
	1993	<p>ภาพประกอบ 14 : Poster Celebrating 10th Anniversary of "Tategumi Yokogumi" Magazine</p> <p>ใช้ตัวหนังสือและสีโทนเทา ดำ มาวางจัดองค์ประกอบไว้ตรงกลางภาพ</p>
	1995	<p>ภาพประกอบ 15 : Sharaku nikyakunen (200th Anniversary of sharaku) exhibition poster , off set 1030x728</p> <p>ใช้รูปทรงเรขาคณิตต่างๆ มาสร้างเป็นผลงานและใช้สีที่ตัดกันแต่คงความเป็นเอกลักษณ์</p>

รูปภาพ	ปี ค.ศ.	ผลการวิเคราะห์
	1986	<p>ภาพประกอบ 16 : Poster by Ikko Tanaka for Buddha: A Musical by Makoto Sato based on the comic book by Osamu Tazuka, 1998, for the New National Theatre, Tokyo.</p> <p>ใช้สีโทนร้อนในการสร้างผลงานมีความสมดุลย์ทางซ้ายขวาเท่ากัน และคงความเป็นระเบียบแบบแผนของการวางฉากหลัง</p>
	1998	<p>ภาพประกอบ 17 : Poster for The Ghost is Here by Kobo Abe, 1998, for the New National Theatre, Tokyo.</p> <p>ใช้สีโทนเย็นและรูปทรง free form ใช้การไล่เฉดสีในการทำงานจากสีอ่อนออกไปหาสีเข้ม</p>
	2000	<p>ภาพประกอบ 18 : Poster by Ikko Tanaka for Pacific Overtures by Stephen Sondheim, 2000, for the New National Theatre, Tokyo.</p> <p>ใช้รูปวาดระนาบเดียวที่เกิดจากการตัดทอนแต่คงไว้ซึ่งรายละเอียดของภาพ</p>
	2000	<p>ภาพประกอบ 19 : The Picture of Hell for the New National Theatre, Tokyo.</p> <p>ใช้การวาดรูปในโทนร้อนมีฉากหลัง Free form การจัดวางตัวหนังสือคงไว้ซึ่งความมีระเบียบ มีลูกเล่นที่สวบางาม</p>

งานของทานาคะเป็นธรรมชาติ ไม่พยายามดัดแปลงจนเกินไปและดูเบาบาง เขาใช้เวลาว่างในการฝึกเขียนฟู่กัน ซึ่งมักใช้อักษรตัวเขียนในงานโปสเตอร์ในช่วง 1980s และ 1990s ตลอดชีวิตเขาผลิตผลงานกว่า 5,000 ชิ้น และมีงานนิทรรศการแสดงผลงานเดี่ยวกว่า 40 ครั้งขึ้นทั่วโลก และเนื่องจากตัวหนังสือของ ญี่ปุ่นเป็นภาษาภาพซึ่งมีความสวยงามในตัวเองสามารถนำมาสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างดี

จากการศึกษาผลงานออกแบบของทานาคะซึ่งมีอิสระในการทดลองเกี่ยวกับสีเส้นและรูปแบบ สีดำและขาวเป็นความสวยงามที่โดดเด่น สะอาด สุขุม เรียบง่ายและ ประณีต ด้วยความกล้าในการใช้สี เขาขยายขอบเขตความเป็นไปได้ของการออกแบบญี่ปุ่น การออกแบบโปสเตอร์ของเขาไม่ใช่การระเบิดของสีที่สับสนวุ่นวายตามรูปแบบของ Pollock แต่เป็นความความชอบในงานของ Mondrian (การวางสีแตกต่างกันไว้ด้วยกัน) แต่ทานาคะไม่วางองค์ประกอบแบบนามธรรม

2. ทฤษฎีด้านสื่อสิ่งพิมพ์

ความหมายของ “สื่อ”

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความหมายคำว่า “สื่อ” ว่า หากเป็นคำกริยา หมายถึง การทำการติดต่อให้ถึงกัน ชักนำให้รู้จักกัน ในกรณีที่เป็นคำนาม หมายถึง ผู้หรือสิ่งของที่ทำให้การติดต่อให้ถึงกันหรือชักนำให้รู้จักกัน

ความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์ พระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 ได้ให้ความหมายไว้ว่า สิ่งพิมพ์ หมายถึง สมุด แผ่นกระดาษ หรือวัตถุใด ๆ ที่พิมพ์ขึ้น รวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผ่นผัง แผนภาพ ภาพระบายสี ใบประกาศ แผ่นเสียง หรือสิ่งอื่นใดอันมีลักษณะเช่นเดียวกัน

ประวัติสื่อสิ่งพิมพ์ของโลก

ประวัติความเป็นมาของสิ่งพิมพ์เริ่มขึ้นจากการประดิษฐ์แท่นพิมพ์โลหะ โดย Johannes Gutenberg ในปีค.ศ. 1440 ทำให้เกิดระบบการพิมพ์เป็นจำนวนมาก สิ่งพิมพ์คือวัสดุหรือผลิตภัณฑ์ใดๆ ที่มีภาพ ลวดลาย สัญลักษณ์ ข้อความ ตัวอักษร หรือสีสันทปรากฏอยู่บนพื้นผิว โดยผ่านกระบวนการทางการพิมพ์ที่ต้องมีแม่พิมพ์เป็นตัวกลางถ่ายทอดภาพ ลวดลาย ตัวอักษร หรือสีสันทอันเป็นต้นแบบ ผ่านหมึกพิมพ์ต่อไปยังวัสดุซึ่งรองรับการพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นการอาศัยแรงกด แรงดัน ฉายแสงหรือทำปฏิกิริยาใดๆ ทำละลายให้หมึกพิมพ์ไปเกาะติดผิววัสดุ เกิดองค์ประกอบเหมือนกับแบบทุกประการ เพื่อใช้ในการสื่อสาร สิ่งพิมพ์ขึ้น ไม่ว่าจะแผ่นกระดาษหรือวัตถุใด ๆ อันเกิดเป็นชิ้นงานที่มีลักษณะเหมือนต้นฉบับขึ้นหลายสำเนาในปริมาณมากเพื่อเป็นสิ่งที่ทำการติดต่อหรือชักนำให้บุคคลอื่นได้เห็นหรือทราบ ข้อความต่าง ๆ

สิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ผลิตขึ้นเพื่อการบันทึกการเผยแพร่ความคิดข่าวสาร ความบันเทิงหรือจุดมุ่งหมายเฉพาะอื่นๆ สิ่งพิมพ์เป็นผลงานอันสืบเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางวิชาการและการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง

จากการพิมพ์จำนวนน้อยใช้เฉพาะกลุ่มเพื่อบันทึกคำสอนทางศาสนา ตำรายาหรือตำราพิชัยสงคราม กลายเป็นการพิมพ์ที่ขยายวงกว้างขึ้นเพื่อการเผยแพร่ข่าวสาร ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการพิมพ์ก็เพื่อมุ่งหวังให้ผู้พบเห็นเกิดการรับรู้ด้วยการอ่านหรือรับรู้จากภาพที่เห็นแล้วเข้าใจสิ่งที่ต้องการสื่อสาร หรือสัญลักษณ์ในลักษณะต่างๆ โดยมีการผลิตออกมาเป็นสำเนาแจกจ่ายให้กับผู้อ่าน สิ่งพิมพ์นั้นมีความหมายครอบคลุมถึงสื่อต่างๆ มากมาย โดยแบ่งเป็นสื่อหลักๆ ได้แก่

สิ่งพิมพ์ทางตรง

1. หนังสือ (Book) เป็นสิ่งพิมพ์ที่เป็นรูปเล่มมีเนื้อหาสาระไปในทิศทางเดียวกันทั้งเล่มต่อเนื่องกันไปตั้งแต่ต้นจนจบ โดยทั่วไปจะมีขนาดแปดหน้ายก ประมาณ 8"x11" สิบหกหน้ายก ประมาณ 5.5"x8" และขนาดพกพา ประมาณ 4"x8" ซึ่งมีขนาดความกว้างของหน้าเล็กกว่า สิบหกหน้ายก เล็กน้อย สิ่งพิมพ์ที่เป็นหนังสือ ได้แก่ หนังสือเรียน ตำราทางวิชาการ วรรณกรรม ฯลฯ หนังสือ อาจมีทั้งรูปเล่มที่ปกเป็นกระดาษแข็ง หรือกระดาษอ่อน แต่กระดาษปกมักแข็งหรือหนากว่ากระดาษที่เป็นเนื้อใน หนังสือที่มีคุณค่าเป็นพิเศษเนื้อในมักเป็นกระดาษคุณภาพดี ปกทำด้วยกระดาษแข็งหนาเป็นพิเศษหรืออาจมีปกนอกห่อหุ้ม (book jacket) อีกชั้นหนึ่ง เพื่อให้เหมาะในการเก็บเป็นระยะเวลานานหนังสือมักไม่มีกำหนดตายตัวเกี่ยวกับระยะเวลาการออกวางจำหน่าย

2. หนังสือพิมพ์ (newspaper) เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีการผลิตออกเป็นเวลาสม่ำเสมอเสนอข่าว และ เหตุการณ์ความเคลื่อนไหวใหม่ๆ ทั้งภายใน และภายนอกประเทศข่าวที่น่าสนใจ ได้แก่ ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจและสังคม ข่าวการศึกษา ข่าวกีฬา ข่าวธุรกิจและบันเทิง ฯลฯ โดยมีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นใหญ่จำนวนหลายแผ่นพับซ้อนกัน ไม่มีการเย็บเล่ม หนังสือพิมพ์มีทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศอื่นๆ เช่น รายวัน รายสัปดาห์ มุ่งเสนอข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์ เป็นปัจจุบันหรืออยู่ในความสนใจของมวลชน หนังสือพิมพ์มักเป็นรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่รวบรวมเอาเรื่องราวบทวิเคราะห์หรือเหตุการณ์ การโฆษณาต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันโดยมีการจัดระเบียบหรือกำหนดตำแหน่งข่าวสารประจำหน้าไว้ค่อนข้างตายตัว ส่วนใหญ่หนังสือพิมพ์มักมี 2 ขนาด ได้แก่ (วรวิชัย เวชุนเคราะห์. 2531: 20)

2.1 ขนาดเต็มแผ่น (full-size) เรียกว่าบรอดชีต (broadsheet) มีขนาดประมาณ 15"x21" เก็บรวมเล่มเป็นแผ่นคู่พับกลาง เมื่อวางจำหน่ายจะพับเก็บให้มีขนาด 10"x15" เพื่อสะดวกในการวางจำหน่าย

2.2 ขนาดครึ่งแผ่น (half-size) เรียกว่าแท็บลอยด์ (tabloid) มีขนาดประมาณ 10"x15"

2.3 นิตยสารและวารสาร (magazine/journal) คือสิ่งพิมพ์รายคาบที่ออกเป็นระยะสำหรับผู้อ่านทั่วไป มีเนื้อหาหลากหลาย มุ่งทั้งให้ความรู้และความบันเทิง ความรู้มักเป็นไปในลักษณะที่ให้ความรอบรู้ มีการหารายได้จากการโฆษณาและวางขายทั่วไป คำว่า "นิตยสาร" มาจากรากศัพท์ คือ นิตย (สม่ำเสมอ) และสาร (เนื้อหา) คำว่า "นิตยสาร" โดยทั่วไปอาจมีความหมายคาบเกี่ยวกับคำว่า วารสาร ซึ่งออกตามกำหนดเวลาที่แน่นอนเช่นกัน และเป็นสิ่งพิมพ์

ที่ต้องการเข้าเล่ม มีปกหน้าหลังเป็นแบบปกอ่อน เนื้อหาสาระในนิตยสารหรือวารสารมักรวบรวมไว้ซึ่งสาระและความรู้ต่าง ๆ มุ่งให้ความรู้ผู้อ่านทั้งโดยส่วนรวมหรือผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม นิตยสารส่วนใหญ่มีขนาดแปดหน้ายกส่วนวารสารนอกจากจะมีขนาดใกล้เคียงกับนิตยสารแล้ว บางเล่มมีขนาดครึ่งหนึ่ง เรียกว่าขนาดสิบหกหน้ายก รูปลักษณะของนิตยสารหรือวารสารมักสวยงามกว่าหนังสือพิมพ์ วัสดุที่ใช้และคุณภาพการพิมพ์ดีกว่า ทั้งนี้เพราะระยะเวลาการผลิตที่นานกว่า อาจกำหนดออกวางตลาดเป็นรายสัปดาห์ รายบั๊ก รายเดือน หรือรายปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และงบประมาณของการผลิต ผู้อ่านสามารถบอกรับเป็นสมาชิกได้

3. สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจหรือสิ่งพิมพ์เบ็ดเตล็ด

3.1 จุลสาร เป็นสิ่งพิมพ์เย็บเล่มขนาดเล็กไม่แน่นอนตายตัว ส่วนมากจะเป็นขนาด 16 หน้ายก หรือ 8 หน้ายกธรรมดา มีความหนาประมาณ 8 ถึง 48 หน้า (บางกว่าหนังสือ) รูปเล่มไม่ถาวร ปกอ่อนหรือใช้กระดาษเดียวกันทั้งเล่ม เย็บกลาง จุลสารมีเนื้อหาสาระเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจเป็นเอกสารคู่มือหรือแนะนำความรู้ ไม่มีกำหนดออกที่แน่นอน แจกฟรีมักทำโดยหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในงานนั้น ถ้าเป็นบริษัท ร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้า จะเกี่ยวกับการลดราคา การจัดรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ

3.2 แผ่นพับ เป็นสิ่งพิมพ์แผ่นเดียวคล้ายแผ่นปลิว (leaflet) แต่ใช้กระดาษหนากว่าสามารถพับได้ตั้งแต่สองพับขึ้นไป ทำให้พกพาได้สะดวก ใช้พื้นที่ทั้งหน้าและหลังของกระดาษ ขนาดที่นิยมมักเป็นขนาดกระดาษ A4 หรือ 8.25" x 11.75" แต่ก็มีขนาดใหญ่ ที่สามารถพับได้ตั้งแต่ 16 หน้า ถึง 48 หน้า แผ่นพับบางชนิดมีการเจาะปกเป็นรูปทรงต่าง ๆ มีการนำเสียงมาใส่หรือแทรกกระดาษบาง ๆ เข้าไปในแต่ละพับ เนื้อหาในแผ่นพับมักเป็นการนำเสนอข่าวสารเฉพาะกิจในลักษณะของการแนะนำเป็นใจความสรุป และอาจเลือกแจกเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย แผ่นพับจัดเป็นสิ่งพิมพ์ชนิดส่งตรงถึงกลุ่มเป้าหมาย (direct mail) ออกแบบได้โดยอิสระแต่ต้องพิจารณาขนาดของข้อมูลอย่างชัดเจน แสดงลักษณะเฉพาะแต่ละหน้าและความสัมพันธ์ระหว่าง หน้าอื่น ๆ ที่จะพับมาต่อกันต้องสอดคล้องกัน นอกจากนี้การเลือกภาพประกอบที่พิถีพิถันเป็นพิเศษ จะช่วยให้ผู้ดูได้พิจารณาได้นานและดูได้หลายครั้ง

3.3 โบรชัวร์ เป็นคำที่มาจากภาษาฝรั่งเศสโดยเรียกทับศัพท์สิ่งพิมพ์ชนิดหนึ่งที่มีความหมายถึงหนังสือเล่มเล็ก กล่าวคือต้องมีการเย็บเล่มเข้าด้วยกัน ส่วนใหญ่ทำเล่มแบบเย็บมุงหลังคา ซึ่งต้องมีปกหน้า-หลัง ปัจจุบันมีหลายขนาดและอาจไม่เย็บเล่มก็ได้แต่สาระสำคัญคือเป็นงานพิมพ์เฉพาะกิจที่มุ่งเสนอข่าวสารเป็นการเฉพาะและต้องการรายละเอียดของเนื้อหามากกว่าแผ่นพับทั่วไป เช่น รายการอาหารตามภัตตาคาร เอกสารแนะนำองค์กรหรือบริษัท เป็นต้น

3.4 โปสเตอร์ คือภาพขนาดใหญ่พิมพ์บนกระดาษ ออกแบบเพื่อใช้ติดหรือแขวนบนผนังหรือกำแพง โปสเตอร์อาจจะเป็นภาพพิมพ์และ/หรือภาพเขียน หรืออาจจะเป็นอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ จุดประสงค์ก็เพื่อให้เตะตาผู้ดูและสื่อสารข้อมูล โปสเตอร์อาจใช้สอยได้หลายประการ แต่ส่วนใหญ่มักจะใช้ในการเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการโฆษณางานแสดงศิลปะ, งานดนตรี หรือภาพยนตร์, การโฆษณาชวนเชื่อ, หรือในการสื่อสาร

ที่ต้องการสื่อสารความเชื่อต่อคนกลุ่มใหญ่ การพิมพ์โปสเตอร์เพื่อการค้ำนั้นจะติดตั้งอยู่ทั่วไปตามที่สาธารณะเป็นการ ชักจูงใจให้ซื้อสินค้า ซึ่งบริษัทร้านค้าจัดทำขึ้นเอง หรือผ่านตัวแทนบริษัท โฆษณารับจ้างทำโปสเตอร์ เพื่อโฆษณาเผยแพร่สินค้านั้นๆ

3.5 แผ่นปลิว คือเอกสารสิ่งพิมพ์ที่บรรจุข่าวสารหรือข้อเขียนที่องค์กรนั้นต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยมากจะใช้เป็นกระดาษแผ่นเดียว รูปแบบการนำเสนอสาระข้อมูลลงแผ่นปลิวไม่มีข้อจำกัดตายตัว แผ่นปลิวเป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำสุดทำให้สามารถผลิตได้ที่ละหลายๆ แผ่นปลิวไม่มีขนาดที่แน่นอน เพื่อความสะดวกในการผลิตและใช้ประโยชน์ของเนื้อกระดาษได้เต็มที่ โดยมากจึงใช้กระดาษขนาด A4 เพราะเป็นขนาดที่ประหยัดที่สุด จุดอ่อนของแผ่นปลิวโดยทั่วไปที่เห็นได้ชัดคือคุณภาพของกระดาษและระบบการพิมพ์ การเลือกใช้สีที่ค่อนข้างจำกัดเนื่องจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำ แต่ถ้าเป็นแผ่นปลิวโฆษณาในวงการธุรกิจอาจมีการเน้นคุณภาพของวัสดุ การออกแบบและระบบการพิมพ์ที่ประณีตสวยงามได้ไม่แพ้สื่อประเภทอื่น

4. ปฏิทิน คือสิ่งพิมพ์ที่บอกเวลา เป็นวัน เดือน ปี มีระยะเวลาการใช้งานอย่างน้อย 1 ปี โดยมีกฎเกณฑ์แน่นอนถือเป็นหลักสากลที่ทุกชาติในโลกยอมรับ เนื่องจากปฏิทินเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีอายุใช้งานนาน ภาพประกอบ ข้อความ คุณภาพของกระดาษ และเทคนิคการพิมพ์จึงต้องประณีตบรรจงเป็นพิเศษ ปฏิทินที่ผลิตในประเทศไทยอาจจำแนกได้เป็น ปฏิทินแขวน ปฏิทินตั้งโต๊ะ ปฏิทินโปสเตอร์ ปฏิทินพก สมุดบันทึกประจำวัน(diary) ปฏิทินมีทั้งชนิดที่มีภาพประกอบและไม่มีภาพประกอบ ปัจจุบันแนวโน้มในการออกแบบปฏิทินพัฒนาจากการออกแบบ เพื่อประโยชน์ใช้สอย เป็นปฏิทินเพื่อการตกแต่งโฆษณา หรือเป็นของที่ระลึก เนื้อหาที่เสนอในปฏิทินอาจมีแนวทางเทอดพระเกียรติ เนื้อหาศิลปินวัฒนธรรมจรรโลงสังคม หรือแนวอื่นๆ ซึ่งเป็นแนวทางเดียวกันอย่างต่อเนื่อง

5. หน้าโฆษณาในนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ เป็นสิ่งพิมพ์ที่อยู่ในหน้านิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือขายความคิด หน้าโฆษณาในนิตยสารหรือ แมกแอด (magazine advertising) มีศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะเฉพาะ การเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายเป็นการเพิ่มภาพลักษณ์ให้แก่สินค้าหรือบริการได้ในเวลาเดียวกัน คุณภาพของการจัดพิมพ์ได้แก่ สีและคุณสมบัติของกระดาษรวมทั้งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถบรรจุรายละเอียดของสินค้า หรือบริการได้มากระดับหนึ่ง ส่วนสิ่งพิมพ์ที่เป็นหน้าโฆษณาในหนังสือพิมพ์ที่เรียกสั้นๆ ว่าเพรสแอด (press advertising) เป็นสื่อโฆษณาที่เผยแพร่ข้อมูลสู่กลุ่มผู้อ่านได้กว้างขวางและรวดเร็วความแตกต่างระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์ในนิตยสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ ที่เห็นได้ชัดคือขนาดของพื้นที่ในการลงโฆษณา หากต้องการโฆษณาสินค้าและบริการที่มีรายละเอียดมาก และภาพประกอบขนาดใหญ่ สื่อโฆษณาที่มักถูกเลือกคือสื่อสิ่งพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ แต่คุณภาพในการจัดพิมพ์ของหนังสือพิมพ์บางประเภทไม่ทัดเทียมกับคุณภาพการจัดพิมพ์ของนิตยสารส่วนหนึ่งเกิดจากปัจจัยด้านราคาและประเภทของกลุ่มเป้าหมาย

6. แคตตาล็อก เป็นสิ่งพิมพ์ที่รวบรวมและเรียบเรียงรายละเอียดเนื้อหาของสินค้า หรือบริการที่เฉพาะเจาะจงเป็นพิเศษ มีการแสดงสี ขนาด คุณสมบัติ ราคา หมายเลขสินค้า มีลักษณะเป็นเล่ม บางครั้งมีใบสั่งซื้อแนบเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อ ขนาดและรูปเล่มของแคตตาล็อกไม่มีข้อกำหนดตายตัว

7. จดหมายข่าว เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อติดต่อด้านการค้า การขอความช่วยเหลือ หรือสื่อสารเรื่องราวที่ต้องการแสดงรายละเอียด เช่น การออกแบบใบสั่งซื้อการบอกรับเป็นสมาชิก การขอความร่วมมือบริจาค จดหมายข่าวมีลักษณะการออกแบบที่ให้ความรู้สึกคุ้นเคย น่าเชื่อถือ เป็นปัจจุบัน มีรูปแบบเฉพาะ ขนาดโดยทั่วไปของจดหมายข่าวคือ 8.5" x 11" มีจำนวน 2-8 หน้า เย็บสันกลางหรือใส่ห่วงแบบเข้าแฟ้ม การผลิตต้นฉบับทำได้โดยพิมพ์จากคอมพิวเตอร์ ใช้สีเพียงสีเดียว และพิมพ์ผลออกโดยเครื่องพิมพ์เลเซอร์ ทำสำเนาลงบนกระดาษสีเพื่อความประหยัด เนื่องจากการทำจดหมายข่าวมักไม่มีผลกำไร บางแห่งอาจพิมพ์ 4 สีได้ ต้องพิจารณาจากงบประมาณในการจัดทำ วิธีส่งอาจใส่ซองหรือพับแล้วติดแผ่นป้ายชื่อถึงผู้รับสารเทคนิควิธีการออกแบบจัดหน้าของจดหมายข่าวใกล้เคียงการออกแบบนิตยสาร การออกแบบที่สวยงามจึงสามารถส่งเสริมองค์กรที่จัดทำได้อีกด้วย

นอกจากสิ่งพิมพ์หลักทั้ง 4 ประเภทข้างต้นแล้ว ก็ยังมีสิ่งพิมพ์อื่นๆ อีกมากมายหลายชนิด เช่น แผนที่ ของเล่นกระดาษ ไม้ ปกเทป ปกแผ่นซีดี รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ต่างๆ สำหรับบรรจุสินค้า ไม่ว่าจะเป็นถุง ซอง หรือกล่อง

สิ่งพิมพ์ทางอ้อม

เป็นสิ่งพิมพ์ที่นำไปประกอบหรือไปเป็นส่วนหนึ่งของตัวสินค้าผลิตภัณฑ์หรืออุปกรณ์ต่างๆ

1. โลโก้ เป็นสิ่งพิมพ์ที่เป็นภาพเครื่องหมาย ตราสัญลักษณ์ หรือตัวอักษรที่สื่อถึงกิจกรรมหรือภาพลักษณ์ของหน่วยงาน โลโก้ที่ใช้ทั้งในและนอกสถานที่ (communication environments) เช่น ตามสถานที่ต่างๆ สีแยก สามแยก ตามถนนหนทาง หรืออยู่บนสื่อ (media) เช่น สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ อยู่บนผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องใช้ บรรจุภัณฑ์ หัวจดหมาย เครื่องใช้สำนักงาน โลโก้ที่ดีต้องมีลักษณะพิเศษเป็นเครื่องหมายที่แสดงคุณภาพของสินค้าหรือบริการของหน่วยงานหรือสถานประกอบการนั้น ดังนั้นการออกแบบโลโก้แต่ละครั้งต้องทำการศึกษาข้อมูลให้ถึงประเภท หรือบริการคู่แข่ง กลุ่มเป้าหมาย สภาพแวดล้อมทางการตลาด นักออกแบบสิ่งพิมพ์จำเป็นต้องจับประเด็นให้ได้ เพื่อนำเสนอรูปหรือรายละเอียดอื่นๆ ที่จะมาเป็นโลโก้

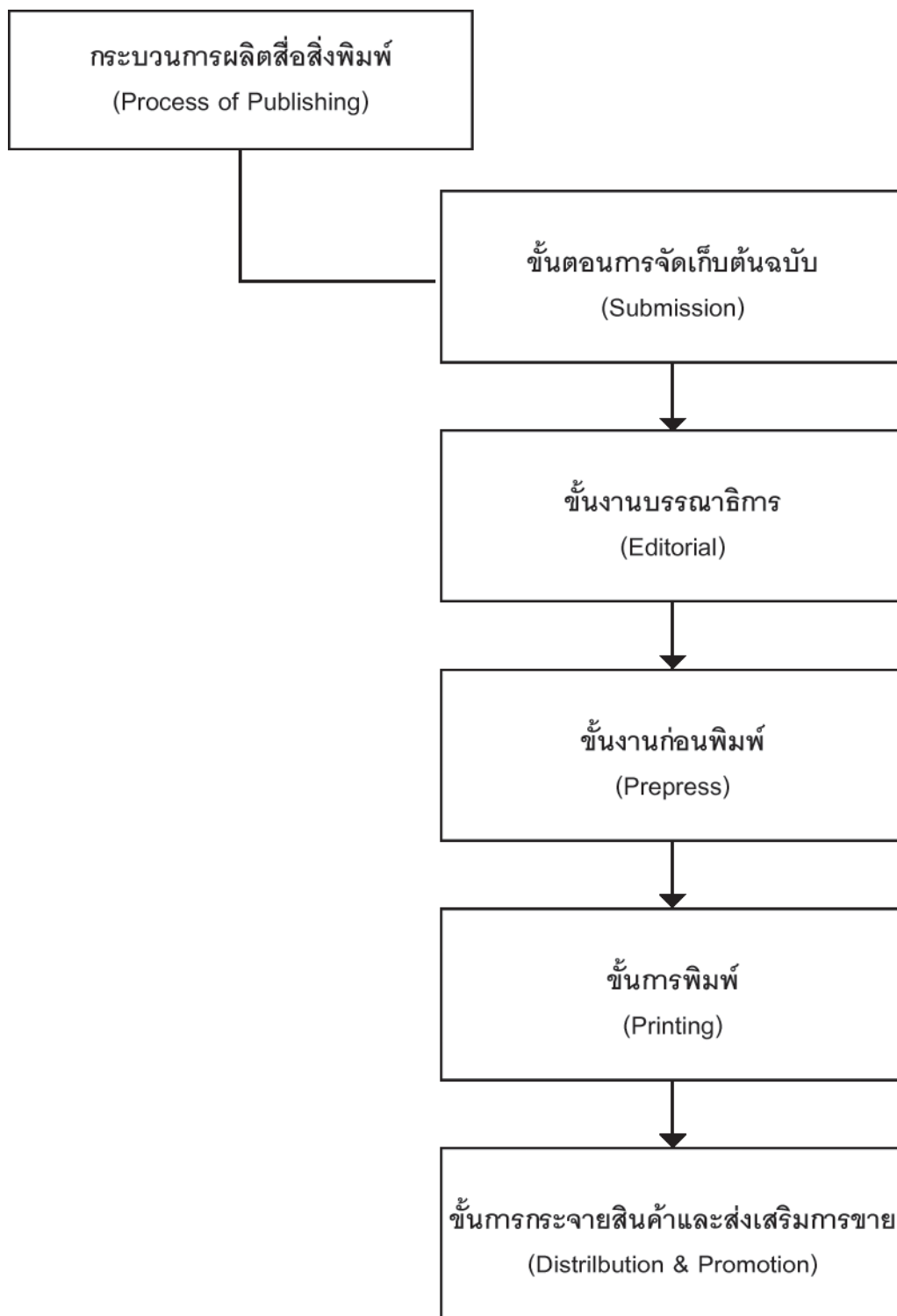
2. ไปรษณีย์ / การ์ด เป็นสิ่งพิมพ์แผ่นเดียวขนาดเล็กไม่เกิน 3" x 5" พิมพ์บนวัสดุต่างๆ ทั้งกระดาษและพลาสติก จุดมุ่งหมายของไปรษณีย์อาจเพื่อเป็นที่ระลึก เช่น ภาพสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ คน สัตว์ สิ่งของ ฯลฯ ซึ่งอีกด้านจะมีพื้นที่สำหรับเขียนส่งสารและชื่อผู้รับเพื่อการค้าเช่นเป็นภาพหรือรายละเอียดสินค้าหรือบริการส่งตรงถึงกลุ่มเป้าหมาย อาจเรียกอีกอย่างว่า ใต้เรคเมลล์ (direct mail) ส่วนการ์ดอาจมีขนาดใหญ่ตั้งแต่ 3" x 5" เป็นการ์ดเชิญ

การ์ดอวยพรหรือ บัตรพลาสติก ขนาดเล็กใช้กับเครื่องกลต่างๆ เช่น บัตรเอทีเอ็ม บัตรเครดิต เป็นต้น

3. ฉลากสินค้า เป็นป้ายติดกับตัวผลิตภัณฑ์ หรือผูกห้อยกับตัวสินค้าเพื่อแสดงเอกลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของสินค้านั้น ฉลากสินค้ามีบทบาทสำคัญของการตลาดสามารถทำให้ผู้บริโภคจดจำและให้ความเชื่อถือต่อผลิตภัณฑ์นั้นได้ รายละเอียดบนฉลากสินค้าแตกต่างกันตามชนิดของผลิตภัณฑ์ โดยมีขนาดและรูปร่างที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับข้อมูลที่นักออกแบบได้รับและออกแบบให้เหมาะสมต่อไป

4. สิ่งพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ เป็นงานพิมพ์ที่พิมพ์บนหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ ส่วนประกอบหลักคือชื่อสินค้า โลโก้หรือเครื่องหมายการค้า คุณสมบัติของสินค้า อาจมีลวดลายหรือภาพประกอบในการตกแต่งให้สวยงามเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจในผลิตภัณฑ์นั้น

5. เครื่องใช้สำนักงาน เป็นสิ่งแรกที่โลกจะปรากฏเพื่อแสดงเอกลักษณ์ของหน่วยงานนั้น เครื่องใช้สำนักงานที่ใช้ในธุรกิจมีจุดมุ่งหมายเริ่มแรกคือเพื่อการโฆษณาเริ่มตั้งแต่หัวจดหมายซึ่งโดยทั่วไปจะใช้กระดาษเขียนจดหมายขนาด A4 พร้อมซองจดหมายเข้าชุดกัน ซองเอกสาร นอกจากนี้ยังมีนามบัตร กระดาษบันทึกความจำ ปกแผ่นซีดี ใบเสร็จรับเงิน จดหมายข่าว และป้ายติดเอกสารสำหรับส่งทางไปรษณีย์



ภาพประกอบ 20 สรุปการผลิตสิ่งพิมพ์เริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิตจนจบกระบวนการพิมพ์

3. หลักการออกแบบโปสเตอร์

งานพิมพ์โปสเตอร์จะมีรูปร่างเป็นกระดาษแผ่นเดียว กระดาษที่ใช้ไม่หนามาก การพิมพ์บนโปสเตอร์จะมีที่พิมพ์เพียงด้านเดียว ขนาดของงานพิมพ์โปสเตอร์ ขนาด 15"x 21", 10.25"x15", 17"x 23.5" (A2), 11.75"x17" (A3), 8.25"x 11.75" (A4) สำหรับขนาดอื่นที่มีได้กล่าวไว้ อาจทำให้มีการเสียเศษแผ่นพิมพ์ กระดาษที่ใช้สำหรับงานพิมพ์โปสเตอร์ กระดาษปอนด์ 100 แกรมขึ้นไป กระดาษอาร์ตมัน/ด้าน 120 แกรมขึ้นไป

การพิมพ์และตกแต่งผิวบนของงานพิมพ์โปสเตอร์แบบ 1 สี 2 สี 3 สี 4 สี หรือมากกว่า จะใช้แม่สี 4 สี (CMYK) หรือสีพิเศษก็ได้ มักพิมพ์ด้วยระบบออฟเซ็ท ระบบอิงค์เจ็ทหรือระบบดิจิตอลพิมพ์หน้าเดียว สามารถพิมพ์โปสเตอร์เคลือบ UV เคลือบพลาสติกเงา หรือเคลือบพลาสติกด้าน เคลือบ Spot UV ปุ่มนูน (Embossing) ปุ่มทองหรือฟิล์ม/พอยล์สีต่างๆ (Hot Stamping)

1. โปสเตอร์สามารถแบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้

1.1 โปสเตอร์นอกสถานที่ ได้แก่โปสเตอร์ขนาดใหญ่เรียกว่าบิลบอร์ด (billboard) เป็นโปสเตอร์กลางแจ้งขนาดใหญ่

1.2 โปสเตอร์ประเภทเคลื่อนที่ ได้แก่โปสเตอร์ติดตามข้างรถเมล์ (bus-side)

1.3 ทำยรถเมล์(bus-back) โปสเตอร์ติดบริเวณที่สาธารณะทั่วไป

1.4 โปสเตอร์ติดภายใน ได้แก่ โปสเตอร์ติดตามสำนักงานหรือห้างสรรพสินค้า

1.5 โปสเตอร์ประเภท 3 มิติ เป็นลักษณะสื่อผสม อาจนำคนเข้ามาผสม เน้นสื่อเพื่อสาธารณะโดยตรง หรือบิลบอร์ดที่มีส่วนยื่นออกมา

2. จุดประสงค์ของโปสเตอร์

โดยทั่วไปแล้วจะต้องแสดงหน้าที่และบทบาทคือ

2.1 นำสิ่งที่ต้องการโฆษณาออกมาเผยแพร่ให้สะดุดตาคน

2.2 ต้องสามารถสื่อสารเข้าสู่การรับรู้และการปลุกเร้าความสนใจของผู้พบเห็นให้ได้

2.3 ต้องสามารถเล่าเรื่องราวจากภาพให้ได้

เพื่อช่วยให้ผู้พบเห็นสามารถที่จะเข้าใจได้ในทันที แล้วเกิดการรับรู้และปลุกเร้าความสนใจต่อไป

2.4 ภาพในโปสเตอร์จะต้องมีลักษณะปลอดภัย โปร่ง เน้นเฉพาะเรื่องที่จะโฆษณา ช่วยให้เห็นง่าย และที่สำคัญที่สุดก็คือ รายละเอียดและส่วนประกอบต่างๆ จะประสานกลมกลืนกันตามคุณค่าของศิลปะประยุกต์ (applied art)

ด้วยเหตุนี้ ภาพโปสเตอร์จึงมิได้เป็นศิลปะในตัวของมันเอง ต้องสามารถสะท้อนเรื่องราวที่จะโฆษณามาให้ได้ทั้งทางสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม เป็นต้น

3. องค์ประกอบของภาพโปสเตอร์โฆษณา

3.1 รูปภาพ (Picture) รูปภาพมีบทบาทและความสำคัญของการสื่อความหมาย ด้วยภาพมากจึงควรมีลักษณะ สะดุดตา น่าสนใจ สื่อความหมาย และประทับใจ การออกแบบโปสเตอร์หรืองานกราฟิกชนิดต่างๆ ต้องมีภาพเข้ามาประกอบการทำงานเสมอ หลังจากเราได้ทำการออกแบบโปสเตอร์ (Poster) ในขั้นตอนแรกของการออกแบบโปสเตอร์เพื่อดึงดูดความสนใจ

ไปแล้ว เราจะลองกลับมาดูการเลือกรูปประกอบของเราว่าเพราะอะไรเราถึงเลือกใช้รูปนั้น ในการออกแบบให้สวยงามเหมาะสม การกำหนดรูปภาพประกอบ ภาพประกอบที่ใช้สื่อในงานออกแบบ ได้แก่ รูปภาพจากภาพถ่าย จากการวาดเขียน ระบายสี จากลวดลายต่างๆ ที่เราใช้ประกอบ การออกแบบในงานกราฟิก ซึ่งแบ่งได้สามลักษณะที่เราได้เรียนรู้มาก่อนหน้านี้ ส่วนแนวความคิดในการออกแบบภาพก็คือการกำหนดขนาดของภาพ กำหนดเรื่องราวของภาพ กำหนดรูปแบบของภาพ เทคนิคในการสร้างสรรค์ภาพไม่ว่าจะเป็นภาพถ่ายภาพเขียนจากกระดาษหรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก การกำหนดตำแหน่งของภาพที่เหมาะสม เด่นชัด เนื้อหาของภาพต้องสอดคล้องกับข้อความ การวางตำแหน่งภาพที่ดีจะทำให้ชวนมองสร้างจุดสนใจได้ดี นักออกแบบสามารถกำหนดจุดสนใจภาพได้หลายวิธี แต่วิธีที่ง่ายที่สุดคือไว้ตรงกลางภาพ หรือเรียกว่าจุดศูนย์กลางความสนใจการมอง Optical Center

3.2 พาดหัว (Headline) การเขียนข้อความโฆษณา จำเป็นจะต้องมีพาดหัวเสมอ เพราะพาดหัวเป็นส่วนที่เด่นที่สุดในประเภทของข้อความโฆษณา มีไว้เพื่อให้สะดุดตาสะดุดใจ ชวนให้ติดตามอ่านเรื่องราวต่อไป ลักษณะของพาดหัวที่ดี ควรจะมีขนาดตัวอักษรโตหรือเด่น เป็นข้อความที่สั้น กระชับ ชวนให้น่าคิดหรือน่าติดตามอ่านต่อไป

3.3 พาดหัวรอง (Sub Headline) คือ ข้อความที่มีขนาดและความสำคัญรองลงมา จากพาดหัว หรือในกรณีที่พาดหัวเป็นประโยคยาวๆ ทำให้ไม่เด่นไม่สะดุดตา อาจจะตัดทอนตอนใด ตอนหนึ่งลงมาให้เป็นพาดหัวรองก็ได้ โดยลดให้ตัวอักษรมีขนาดรองลงมาจากพาดหัว ถ้าเป็นพาดหัวประเภทอยากกรู้อยากเห็นหรือแบบฉงน ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้อ่านสนใจหรือประหลาดใจ อาจจะต้องใช้พาดหัวรองทำหน้าที่ขยายความจากพาดหัวให้เข้าใจเพิ่มขึ้น

3.4 ประโยชน์หรือรายละเอียด (Body text) สำหรับ สินค้าใหม่ที่ประชาชนยังไม่รู้จัก ไม่เข้าใจประโยชน์ว่าใช้ทำอะไร ใช้อย่างไร เพื่อให้ผู้พบเห็นสามารถเข้าใจข้อมูลได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น หรือรู้จักแล้วแต่การโฆษณาต้องการเน้นให้ถึงประโยชน์เพื่อการจูงใจซื้อ จึงควรชี้ให้เห็นว่าสินค้านี้ให้ประโยชน์คุ้มค่าอย่างไร แต่ถ้าเป็นสินค้าที่รู้จักกันดีโดยทั่วไป อาจจะไม่จำเป็นต้องเน้นประโยชน์ก็ได้ เพื่อให้พื้นที่โฆษณาดูโปร่งตา ไม่รกไปด้วยข้อความ ซึ่งจะดูดีกว่าโฆษณาที่แน่นไปทั้งภาพด้วยเรื่องราวต่างๆ เต็มพื้นที่

3.5 ข้อความพิสูจน์กล่าวอ้าง (Proof) ข้อความ ส่วนนี้มีไว้เพื่อสร้างความเชื่อถือหรือช่วยให้เกิดความมั่นใจ ในสินค้า โดยมักจะอ้างอิงบุคคลที่สามารถอ้างอิงได้ตั้งแต่บุคคลธรรมดาทั่วไปที่ใช้สินค้าหรือบริการ แต่ถ้าเป็นดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับและรู้จักกันดีในสังคม ก็จะได้รับ ความสนใจและได้รับความเชื่อถือเป็นพิเศษโดยเฉพาะคนเด่นคนดังใน สาขาอาชีพนั้นๆ เช่น นักกีฬาที่มีชื่อเสียงระดับชาติ หรือระดับโลก โฆษณาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกีฬาประเภทนั้นๆ ผู้มีชื่อเสียงเกี่ยวกับอาหารการกิน แนะนำเรื่องอาหารหรือเกี่ยวกับอาหาร

3.6 ข้อความปิดท้าย (Closing) ข้อความ เป็นการจบโฆษณา โดยสรุปให้ทราบว่าผู้อ่านควรจะทำอย่างไร เช่น ให้ตัดสินใจซื้อ ซื้อได้ที่ไหน ซื้อโดยวิธีใด ใครเป็นผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่าย และคำขวัญ ก็เป็นที่นิยมในส่วนข้อความปิดท้าย เป็นต้น

3.7 ผู้พิมพ์โฆษณาหรือเจ้าของโปสเตอร์ (Publisher) บอกถึงข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ ของผู้เป็นเจ้าของสินค้า หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ

3.8 ตราสัญลักษณ์ (Logo) หรือสัญลักษณ์ หมายถึงเครื่องหมายตราเฉพาะของบริษัทหรือหน่วยงานนั้นๆ เพื่อผลทางด้านกาจัดจำ และยังส่งผลด้านภาพพจน์ของหน่วยงาน และความรับผิดชอบในการทำงาน หรือตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นสำหรับกิจกรรมนั้นโดยตรง

การเลือกตัวอักษรในการออกแบบโปสเตอร์ Poster

ตัวอักษรในงานออกแบบโปสเตอร์ มีอยู่ 3 ขนาดในหนึ่งชิ้นงาน ตามที่เราคุ้นเคยก่อนแล้ว เราจะมาพูดถึงขั้นตอนการกำหนดตัวอักษร ตัวอักษรข้อความหรือตัวอักษรหัวเรื่องที่กำหนดลงในงานออกแบบกราฟิก จะทำหน้าที่บรรยายข้อมูลสาระให้รับรู้การกำหนดตัวอักษรจึงต้องเน้นหนักที่ขนาดของตัวอักษร รูปแบบ และการกำหนดสีบนตัวอักษรทั้งหมด

ขนาดของตัวอักษร ที่ปรากฏในงานออกแบบโปสเตอร์โดยทั่วไปจะมี 3 ขนาด คือขนาดใหญ่สำหรับพาดหัว Heading ขนาดกลางสำหรับพาดหัวรอง Sub Heading และขนาดเล็กสำหรับรายละเอียดข้อมูล การกำหนดขนาดให้ส่วนใดมีขนาดเท่าใดไม่สามารถกำหนดได้แน่นอน เพราะขึ้นอยู่กับงานออกแบบแต่ละชนิด แต่หลักง่ายๆ ก็คือ ไม่ว่าจะขนาดเท่าใดต้องสามารถอ่านได้ชัดเจนซึ่งต้องพิจารณาจากสายตาที่มองเห็น ระหว่างขนาดตัวอักษร และระยะห่างระหว่างบรรทัด ตัวอักษรที่อ่านง่ายรูปแบบเข้ากับลักษณะงาน

4. ทฤษฎีการรับรู้ภาพ (Perception Image)

การรับรู้

การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาทไปยังสมองเพื่อการแปลความ การรับรู้ภาพเกิดจากการมองเห็นด้วยตาเป็นด่านแรก ผ่านการประมวลผลจากสมองและจิตใจเป็นการรับรู้และทำความเข้าใจ ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของคนที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ นั้น มีหลายประการ

1. ความรู้เดิม ประสบการณ์ (Experience) ของแต่ละบุคคลจะทำให้บุคคลเข้าใจรับรู้เหตุการณ์ต่างๆ หรือภาพต่างๆ แตกต่างกันไปโดยที่กระบวนการรับรู้ เมื่อบุคคลรับสัมผัสแล้ว จะแปลความหมายอาจแปลในรูปสัญลักษณ์หรือภาพต่างๆ การแปลความหมายนี้ จะต้องอาศัยความรู้เดิม และประสบการณ์เดิม ที่เกี่ยวข้องกับ สิ่งที่เราจะรับรู้ ฉะนั้นถ้าหากไม่มีความรู้เดิม ไม่มีประสบการณ์เดิม ในเรื่องนั้นๆ มาแต่ก่อน ก็ย่อมจะทำให้ การรับรู้ผิดไปจากความเป็นจริง

2. ความต้องการความปรารถนา (need) หรือแรงขับ ใครต้องการอะไรก็สนใจแต่สิ่งนั้น เช่น 2 คนไปซื้อของด้วยกัน คนที่จะซื้อหนังสือก็ดูแต่หนังสือ คนที่จะซื้อเครื่องกีฬา ก็ดูแต่เครื่องกีฬาคคนที่หิวก็มองแต่ร้านอาหารและต้องการรายการอาหาร คนที่ต้องการขับถ่าย ก็มองหาแต่ส้วม

คนกำลังกระหายสนใจรายการเครื่องดื่ม ชูภาพให้ 3 คนดู แล้วถามทีละคนว่าเห็นอะไร ก.กำลังหิวเห็นอาหาร ข. กำลังเห็นเบียร์ เพราะกำลังอยากดื่ม ค. เห็นเด็กเพราะกำลังคิดถึงลูก

3. สภาพของจิตใจหรือภาวะของอารมณ์ คนเราขณะอารมณ์ดี มักจะไม่พิจารณารายละเอียดของสิ่งที่เรามากนัก มองไม่เห็นข้อบกพร่อง มองเห็นสิ่งนั้นสิ่งนี้ไปหมด แต่ถ้าหากอยู่ในภาวะอารมณ์ไม่ดีไม่พอใจ เช่น หิว กระหาย เหนื่อยล้า เครียด กังวล ทุกข์ ขุ่นมัว เจ็บป่วย กังวล หรือได้รับอิทธิพลจากสารเคมีบางชนิด เช่น กินยาระงับประสาท ยานอนหลับ ต้มสุรา ยาเสพติด ฯลฯ มักจะมองอะไรไม่ชอบใจไปหมด หากว่ามีอารมณ์ เสียมาก ๆ อาจจะไม่รับรู้อะไรเลย หรือรับรู้ผิดพลาดมาก เมื่อคนมีอารมณ์เครียดมาก กล้ามเนื้อและประสาท จะมีความต้านทานการเวียนกระแสนประสาทสูง ทำให้การแปลความหมายผิดพลาด เกิดการรับรู้ไม่ดี ถ้าจิตใจแจ่มใส กระชุ่มกระชวย ใจคอปลอดโปร่ง การแปลความหมายจะดีและถูกต้องขึ้น

4. เจตคติ มีผลต่อการแปลความหมายคนที่เรามีเจตคติไม่ดี ย่อมให้เราเรารู้ว่ายัมเยาะ ถ้าเขาหลมก็ว่าเชื่อ คนที่เราเคารพรัก รับประทานได้มากก็รับรู้ว่า เจริญอาหาร คนรับใช้กินมากก็ว่าตะกละ

5. อิทธิพลของสังคม (Social Factor) สภาพความเป็นอยู่ของสังคม และลักษณะของวัฒนธรรมปทัสถาน (Norm) เป็นกรอบของการอ้างอิง (Frames of Reference) จารีต ประเพณี ค่านิยม เป็นเครื่องกำหนดค่านิยม เป็นเครื่องกำหนดการรับรู้ของคน ทำให้คนแต่ละกลุ่มรับรู้สิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป เช่น เด็กชนบทรับรู้เรื่องสัตว์และการเพาะปลูกได้ดีกว่าเด็กในเมือง ซึ่งเด็กในเมือง จะรับรู้เรื่องรถยนต์และไฟฟ้า ได้ดีกว่าเด็กในชนบท คนไทยเห็นชายหญิงเดินคล้องแขน เกี่ยวก้อยกันไม่น่าดู แต่ฝรั่ง หรือคนต่างชาติการแสดงพฤติกรรม ความรักต่อหน้าสาธารณชน เป็นเรื่องปกติและไม่สนใจว่าใครจะมอง ในเรื่องการรับรู้ อิทธิพลของสังคม อันได้แก่ สภาพความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ปทัสถาน ระเบียบประเพณี กฎหมายของแต่ละสังคมก็มีความแตกต่างกัน ดังนั้นบุคคลควร ทำความเข้าใจและศึกษาในเรื่องเหล่านี้ ซึ่งจะทำให้เข้าใจยิ่งขึ้นว่า กรอบวัฒนธรรมของสังคมมีความแตกต่างกันอย่างไร และเมื่อเรานำมาใช้สามารถใช้ได้ในระดับใด จึงจะเหมาะสมและดีงาม

6. ความตั้งใจ (Attention) ความตั้งใจที่จะรับรู้ และความสนใจสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรามีมากมาย ล้วนแต่มีโอกาส ก่อให้เกิดการรับรู้ ขึ้นในตัวเราได้ แต่ในขณะหนึ่ง ๆ เราไม่ได้รับรู้ทุกสิ่งทุกอย่างในสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา พร้อม ๆ กัน เราจะเลือกรับรู้ ไม่ได้รับรู้ ในทุกสิ่งที่ผ่านเข้าทางประสาทสัมผัส ซิลลิแวน (HS Sullivan) กล่าวว่า “เราไม่ยอมรับรองสิ่งดี ๆ หลายอย่างที่เราเห็น เราได้ยิน เราคิดเราทำหรือเราพูด ทั้งนี้ไม่ใช่เป็นเพราะว่า สิ่งนั้น ๆ อยู่นอกเหนือวงเขตความสามารถที่เราจะรับรู้ได้แต่เป็นเพราะเราวิเคราะห์และ อนุมานแล้วเห็นว่าสิ่งนั้น ๆ มันขัดแย้งกับระบบตัวตนของเรา”

7. ความสนุกสนานเพลิดเพลิน มีผลต่อการรับรู้ เพราะเมื่อมีความสนุกสนาน ก็จะรู้สึกสบายใจ ช่วยทำให้บุคคลเกิด การรับรู้ได้เร็ว และได้ดี

8. แรงจูงใจ (Motivation) มีผลต่อการรับรู้ แรงจูงใจ กระตุ้นให้เกิด ความต้องการ (Needs) ในสิ่งใด จะทำให้บุคคลเกิด การรับรู้สิ่งนั้นเป็นอย่างดี

9. คุณค่า (Value) และความสนใจ มีผลต่อการรับรู้ เมื่อเห็นคุณค่าก็เพิ่ม ความสนใจใส่ ต่อการที่จะรับรู้ คนเราสนใจต่อสิ่งใด มักจะบังเกิดความตั้งใจทันที ความสนใจชั่วขณะ (Momentary interest) ได้แก่ความสนใจที่มีอยู่ในขณะนั้นๆ และความสนใจที่ติดเป็นนิสัย (Habitual Interest) บรูเนอร์และกูดแมน (Bruner และ Goodman) “ได้ทดลองเกี่ยวกับค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ โดยให้เด็กอายุ 10 ขวบ จากครอบครัวที่มีฐานะยากจน กับครอบครัวที่ร่ำรวย วาดภาพของ เหรียญที่ใช้เป็นเงินตรา ให้มีขนาดใกล้เคียงของจริง ปรากฏว่าเด็กจาก ครอบครัวยากจนวาดรูป เหรียญใหญ่กว่าของจริง ยิ่งกว่าเด็กจากครอบครัวร่ำรวยมาก

10. ความดึงดูดในทางสังคม คนส่วนใหญ่หรือกลุ่มสนใจอะไร เราจะสนใจบ้าง คนมุ่งดูอะไร ก็อยากดูบ้าง ทั้งบ้านชอบดู โทรทัศน์รายการใดเราก็ดูบ้าง ถ้าครอบครัวว่าเรื่องนี้น่าสนใจ กำลังเป็นที่สนใจของสังคม ครูเล่าให้ฟัง นักเรียนจะเพิ่มความสนใจขึ้น การรับรู้จะดีขึ้นมาก

11. สถิติปัญญา คนที่เฉลียวฉลาดรับรู้ได้ดี เร็วและถูกต้องกว่าผู้มีสติปัญญาต่ำ แปล ความหมายได้ดีมีเหตุผล

12. การสังเกตพิจารณาช่วยการแปล ทำให้รับรู้แม่นยำขึ้นรู้ละเอียดลึกซึ้ง ซึ่งขึ้น เช่น ตำรวจเห็นป้ายก็รู้ว่า ที่เดินผ่านไปนั้นเป็นคนผู้ชายแต่สังเกตพิจารณาดูก็รู้ว่าเป็นคนเมา

13. ความพร้อมหรือการเตรียมพร้อมที่จะรับรู้ (Pre Paratory set) นักกีฬาจะได้ยินให้ “ระวัง” ทันทีที่ได้ยินเสียงสัญญาณ เขาจะออกจากเส้นสตาร์ททันที คนที่ยืนคอยรถเมล์ เขาพร้อม จะขึ้นรถได้ทันทีที่รถจอด คนกำลังหาของหายพบอะไรที่คล้ายกัน ก็อาจคิดไปว่า พบของที่ต้องการ แล้ว คนที่กำลังคอยใครคนหนึ่ง เห็นคนอื่น ๆ เป็นคนที่เรากำลังคอยบ่อยๆ แม้ที่ห่างลูกได้ยินเสียง แมวคราง อยู่ที่ไหนประตูก็คิดไปว่าลูกร้อง คนที่กลัวผีมักจะเห็นอะไรๆ เป็นผีไปหมด นุ่น 1 กก. กับเหล็ก 1 กก. ทั้ง ๆ ที่น้ำหนักเท่ากัน แต่เวลายกเราจะรู้สึกน้ำหนักเหล็กหนักกว่า เพราะเรามีการ เตรียมใจไว้พร้อมแล้วว่าเหล็กเป็นของหนัก

14. การคาดหวัง (Expectancy) บางครั้งคนเราก็มีการคาดหวังล่วงหน้าซึ่งเป็นการทำให้ คนเราเตรียมพร้อมในการ รับรู้สิ่งใหม่ เช่น คนกลุ่มที่ทำงานเกี่ยวกับตัวเลขขอยุ่เสมอ โดยเฉพาะ จะต้องพบกับเลข 13 เสมอทำให้คนกลุ่มนี้ลากเส้นตามภาพบนหน้า เขาจะลากเป็นตัวเลข 1 กับ 3 เป็น 13 แต่ถ้าให้คนกลุ่มที่ทำงานเกี่ยวกับตัวอักษรเป็นประจำ โดยเฉพาะอักษร B คนกลุ่มนี้ จะลากเส้นตามภาพเป็น B

ภาพที่รับรู้ได้ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ด้วยกันคือ

1. ภาพที่เห็น (Visual Image) ภาพที่เราเห็นคือ ภาพที่ผ่านสายตาระทบโสตประสาท อาจจะพิจารณา วิเคราะห์ และประเมินผล เป็นส่วนประกอบที่แยกออกมาได้ เกสทอลท์ (Gestalt) เป็นกลุ่มจิตวิทยาที่เกิดขึ้นในเยอรมัน กล่าวว่าการรับรู้ทั้งหมด ประกอบขึ้นเป็น Gestalten เป็นการตอบสนองของอินทรีย์ต่อเหตุการณ์ที่สมบูรณ์และไม่สามารถแยกแยะได้ “ส่วนรวมสำคัญ

กว่าส่วนย่อย” เป็นการตอบสนองส่วนประกอบเฉพาะทั้งหลายในเหตุการณ์นั้นๆ (วิรุณ ตั้งเจริญ. 2545) ซึ่งทฤษฎีเกสทอลท์แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

1.1 ส่วนย่อย (Parts) ของภาพที่มองเห็น (Visual Image) อาจจะพิจารณา วิเคราะห์ และประเมินผล เป็นส่วนประกอบที่แยกออกมาได้

1.2 ส่วนรวม (Whole) ของภาพที่มองเห็น แตกต่าง และสำคัญกว่าส่วนย่อยความรู้ที่ได้จากพื้นฐานความคิดของเกสทอลท์ที่เกี่ยวกับการมองเห็นช่วยให้เห็นกรอบแบบสามารถนำไปใช้ในการสร้างงานออกแบบได้ โดยทำให้เกิดการผสมกันระหว่างวัตถุ สายตา และความสวยงาม ซึ่งการมองเห็นมีผลต่อการออกแบบมาเป็นเวลานานแล้ว ซึ่งทางด้านทัศนศิลป์ได้นำไปใช้วิเคราะห์คุณค่าทางสุนทรีย์ ในทางออกแบบได้ถูกนำมาใช้ให้เกิดการจัดจำรูปร่างสัญลักษณ์ และโฆษณาต่างๆ

1.3 โดยหลักเกสทอลท์ที่นำมาใช้ในการออกแบบแบ่งออกได้ดังนี้ รูปและพื้น (Figure and Ground) กฎของการรับรู้ช่วยให้เราสามารถเข้าใจจินตภาพได้การรับรู้เป็นไปเพราะสภาพที่ตัดกัน ได้แก่ รูป (Figure) หรือพื้นที่บวก เช่น รูปร่าง รูปทรงต่างๆ ซึ่งเป็นเนื้อหาหลักของภาพรวมนั้น และ พื้น (Ground) หรือพื้นหลังของภาพ อาจจะเป็นบริเวณว่างขาว เป็นบริเวณที่อยู่ด้านหลังรูป หรือเราเรียกว่าที่ว่างลบ

1.4 ดุลยภาพ (Equilibrium) คือความเป็นระเบียบของภาพทำให้เกิดการมองเห็นที่ลงตัว

1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรงที่เหมือนกัน (Isomorphic Correspondence) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรงกับพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น ภาพงูทำให้คนรู้สึกกลัว โฆษณาอาหารทำให้คนรู้สึกหิว เป็นต้น

1.6 ความรู้สึกปิด (Closure) รูปร่างปิด (Closed Shape) ทำให้รู้สึกมั่นคงกว่ารูปร่างเปิด (Open Shaped) ดังนั้นมนุษย์จะรู้สึกว่ารูปร่างเปิดมักเป็นสิ่งที่ไม่สมบูรณ์ จึงพยายามต่อเติมรูปทรงเปิดโดยปิดบริเวณที่ว่าง ให้กลายเป็นรูปทรงที่สมบูรณ์ซึ่งมาจากประสบการณ์ของมนุษย์ในอดีตได้แก่ รู้สึกว่าเส้นรอบวงที่ขาดไม่มีความสมบูรณ์

1.7 ประมาณการณ์ (Proximity) การที่รูปทรงอยู่ใกล้กันจะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกลุ่ม เช่น การนำรูปสี่เหลี่ยมมาวางใกล้กัน เป็นต้น หรือเมื่อนำวัตถุที่มีรูปร่างต่างกันมาวางใกล้กันอาจจะทำให้เกิดเป็นรูปทรงใหม่ขึ้นมาได้จากการจับกลุ่ม

1.8 ความต่อเนื่อง (Continuation) เมื่อเรามองเส้นตรง หรือเส้นโค้งสามารถทำให้เกิดความต่อเนื่องจากการมองเห็นได้ ทำให้เกิดความรู้สึกอยากมองตาม

1.9 ความคล้ายกัน (Similarity) เมื่อเรามองเห็นสิ่งที่คล้ายกันจะทำให้เกิดการจับกลุ่มรูปทรงที่เหมือนกันหรือคล้ายกันในแง่ของ รูปร่าง ขนาด พื้นผิว โดยธรรมชาติ แต่เมื่อพิจารณาดีๆ ก็อาจจะเห็นความแตกต่าง ซึ่งความคล้ายกันนี้จะชวนให้ผู้มองระลึกถึงประสบการณ์เก่าของตน เช่น เห็นเครื่องหมายกาชาดอาจจะนึกถึงเครื่องหมายบวก เป็นต้น

2. ภาพที่นึกคิด (Conceptual Image) ภาพที่ผ่านการมองเห็น ผ่านขบวนการประมวลผลจากสมองแล้ว

2.1 Ideal Self เป็นภาพที่บุคคลอยากเห็น อยากเป็นในอนาคต สำหรับบางคนภาพจะชัดเจน เพราะเขารู้สึกถึงการเปลี่ยนแปลง สิ่งที่เขาต้องการในชีวิต และจะต้องทำอย่างไรจึงจะเป็นได้ สำหรับบางคนอาจจะมีภาพไม่ชัดเจน และบางคนอาจจะมีภาพที่ไม่สอดคล้อง กับความจริงหรือเป็นไปไม่ได้ สิ่งที่มีจะทำให้บุคคลมีปัญหาก็คือ การที่บุคคลคิดว่าได้บรรลุตนตามอุดมคติแล้ว ซึ่งในความเป็นจริง จะต้องใช้เวลายาวนาน และอาศัยการตระหนักรู้ตนเอง และต้องใช้เวลาพอสมควรในการที่จะบรรลุ พ่อแม่บางคนสร้างภาพที่เด็ก ควรเป็นหรือจะได้รับการยอมรับไว้ให้เด็ก ซึ่งจะทำให้เด็กไม่มีความสุข เพราะความคาดหวังเหล่านี้ อาจไม่ตรงกับ สิ่งที่เขาปรารถนา อยากเป็น ความสมบูรณ์ในอุดมคติ และภาพ 4 ส่วนของมโนภาพแห่งตนจะต้องเป็นสิ่งเดียวกันให้ได้ แต่อย่างไรก็ตามภาพ 4 ส่วนนี้ไม่สามารถ ทับกันได้สนิทได้ตลอดไป แต่บางครั้งจะเป็นภาพที่เข้ามาใกล้ และทับกัน ก็จะทำให้บุคคล มีความสุข โดยสรุป ตนตามอุดมคติคือ ตัวตนที่บุคคลปรารถนา จะเป็น หรือที่ควรจะเป็นซึ่งยึดมั่นในคุณงามความดี มีคุณธรรม จริยธรรม เกิดจากการอบรมสั่งสอน ให้อัจฉริยะดีชอบชั่วดี ถ้าปฏิบัติได้บุคคลก็จะรู้สึกภูมิใจ ชื่นชมในตนเอง ถ้าไม่ได้ก็จะรู้สึกหดหู่ เสียใจ อาจถึงขั้นเกลียดตัวเอง ท้อถอย หรือหมดหวัง

2.2 Looking - Glass Self เป็นภาพตนเองที่ บุคคลคิดว่าคนอื่นมองว่า เขาเป็นคนอย่างไร เป็นภาพของตนเองที่เป็นค่านิยม ความเชื่อ ข้อกำหนดของสังคม (คนอื่นหรือสังคมต้องการให้เป็น) ตนตามความต้องการของสังคมนี เป็นส่วนที่ได้จากการปรุงแต่งตาม ค่านิยม หรือตามความต้องการของสังคม หรืออาจจะใช้คำว่า Public-self ก็มีความหมายใกล้เคียงกัน

2.3 Self – Image ตนตามการรับรู้ หมายถึง ความรู้สึกที่แท้จริงของตนเองที่รับรู้เกี่ยวกับตนเอง ซึ่งการรับรู้นี้อาจจะตรงกับที่เป็นจริง ๆ หรือไม่ตรงก็ได้ ถ้าการรับรู้ตนเองเป็นด้านบวกก็จะทำให้มีเป้าหมายในชีวิตและมีความสุขได้ แต่ถ้ามีในทางกลับกันก็จะไม่มีความสุข

2.4 Real-Self หรือ Actual –Self ตนตาม ความเป็นจริงหรือตนตามอัตภาพ หมายถึง ตัวตนที่เป็นจริง ๆ ไม่เกี่ยวกับการได้รับการยอมรับหรือไม่ได้รับการยอมรับของบุคคลรอบข้าง ซึ่งต้องใช้เวลาในการค้นพบตนเองว่าเป็นคนชนิดใด มีความรู้สึกนึกคิดอย่างไรในการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างไร มีความสามารถด้านไหน ซึ่งอาจต้องใช้เวลาานาน ซึ่งจะเป็นกระบวนการที่ทำให้พัฒนาการของการตระหนักรู้ในตนเอง (Self-awareness) เพิ่มมากขึ้นด้วย Carl Roger ได้เสนอว่า พ่อแม่ผู้ปกครองที่มีปฏิสัมพันธ์และการตอบสนองในกระบวนการ อบรมเลี้ยงดูที่มีรูปแบบพฤติกรรม ที่ยอมรับเด็กอย่างมีเงื่อนไข และยอมรับอย่างไม่มีเงื่อนไขจะค่อย ๆ พัฒนาการนับถือตนเองของบุคคล และได้อธิบายเกี่ยวกับตน ตามอัตภาพและตนตามอุดมคติได้มาก โดยเน้นเรื่องตนตามอุดมคติ ที่มาจากการอบรมเลี้ยงดู อบรมสั่งสอนให้ยึดมั่นคุณงามความดี มีคุณธรรม จริยธรรม รู้จักผิดชอบชั่วดี จากพ่อแม่ผู้ปกครองและบุคคลรอบข้าง ซึ่งอาจแตกต่างจากตัวตนที่แท้จริงของเขา ดังนั้นปัญหาและโจทย์ชีวิตอาจจะเกิดจาก สาเหตุของการที่ตนที่เป็นจริงกับตนที่ปรารถนา จะเป็นห่างกันมากก็จะทำให้บุคคลรู้สึกหดหู่ เสียใจ หรือถึงขั้นเกลียดตัวเอง

ท้อถอย หมดหวัง และสูญเสียการนับถือหรือภาคภูมิใจในตัวเองได้ แต่ถ้าหากคนที่เป็นอย่างนี้เป็นจริงกับคนที่ปรารถนาจะเป็นใกล้เคียงกันหรือทับกันสนิท คนจะมีความนับถือตนเองสูง บุคคลจะรู้สึกภาคภูมิใจ และชื่นชมในตัวเอง

5. หลักการออกแบบกราฟิก

ความเป็นมาของการออกแบบ มนุษย์รู้จักการออกแบบมานานแล้ว จากหลักฐานที่นักโบราณคดีขุดค้นพบปรากฏเป็นที่ยืนยันว่ามนุษย์สามารถออกแบบสิ่งของเครื่องใช้มานานกว่า 6,000 ปี รู้จักใช้ความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ ออกแบบลวดลายบนภาชนะ เช่น ลวดลายบนเครื่องปั้นดินเผา บ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี เป็นต้น

นอกจากนั้นยังมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ชี้ให้เห็นว่ามนุษย์รู้จักการออกแบบในภาพเขียนผนังถ้ำมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในถ้ำอัลตามิรา (Altamira) ในประเทศสเปน และถ้ำลาสโกซ์ (Lascaux) ในประเทศฝรั่งเศส สำหรับประเทศไทย มีการค้นพบศิลปะตามผนังถ้ำเป็นจำนวนมาก ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของประเทศไทย เช่น ที่ผาแต้ม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี และที่ผนังถ้ำเขาจันทร์งาม อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา วิถีชีวิตของเราตั้งแต่เกิดจนเสียชีวิต มีความสัมพันธ์กับการออกแบบทั้งสิ้น เพราะในการดำรงชีวิตของเรา จะต้องกำหนดวางแผน ในขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้เกิดความเหมาะสม ต่อสถานการณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ ตลอดเวลา ไม่ว่าจะทำการใดๆ หากขาดการวางแผนหรือขั้นตอนการออกแบบแล้วก็อาจทำให้เกิดกิจกรรม หรือ งานนั้นประสบความสำเร็จได้ยาก ถ้าการออกแบบเป็นเงาตามตัวของชีวิตเรา การออกแบบคืออะไร สถาบันเบาเฮาส์ ซึ่งเป็นสถาบันการออกแบบในประเทศเยอรมนี ได้เปิดสถาบัน ขึ้นใหม่ในมลรัฐชิคาโก ประเทศสหรัฐอเมริกาได้พัฒนาการออกแบบโดยเน้นการปฏิบัติด้วยมือและเครื่องจักร ทั้งงานไม้ โลหะ พลาสติก แก้ว การถักทอ งานโฆษณา สถาปัตยกรรม ภาพพิมพ์ ภาพถ่าย หุ่นจำลอง จิตรกรรมและการศึกษาทางด้านกรออกแบบทั้งหมด ต่อมา มีการเน้นเกี่ยวกับด้านความบริสุทธิ์ ความรู้สึก ความงาม และอารมณ์ ส่วนในด้านเนื้อหาจะเน้นถึงความแตกต่างทางโครงสร้างผิว สภาพส่วนรวมและบริเวณว่าง ประเทศที่นำการออกแบบมาพัฒนาเป็นครั้งแรกในทวีปเอเชีย คือ ประเทศจีนและประเทศญี่ปุ่น คุณค่าของงานออกแบบจะเห็นได้ว่าสภาวะการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาสิ่งต่างๆ จากอดีตสืบจนถึงปัจจุบันและมุ่งสู่อนาคตมีผลกระทบโดยตรงที่จะทำให้งานออกแบบมี บทบาทและมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่การสร้างสรรค์และจรรโลงสภาพสังคม ให้เล็งเห็นถึงคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์

งานออกแบบชั้นเยี่ยมที่แสดงให้เห็นถึงความคิดในการออกแบบเป็นเลิศ จะมีอิทธิพลโดยตรงที่ จะโน้มน้าวผู้รับข้อมูลให้เกิดความสนใจและการยอมรับในขณะเดียวกันก็ยังแสดงคุณค่าในด้านอื่นพร้อมกันไปกล่าวคือ เป็นสื่อกลางในการสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกันจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้อย่างชัดเจน สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิดการศึกษา กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี ช่วยให้เกิดความสนใจ และความเชื่อถือแก่ผู้บริโภค ทำให้เกิดการ

กระตุ้นทางความคิดและการตัดสินใจอย่างรวดเร็วฉับพลัน ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบจะช่วยกระตุ้นให้ ปฏิบัติตามหรือเปลี่ยนพฤติกรรมทางความคิดได้ด้วย

การออกแบบ

ศาสตร์แห่งการแก้ปัญหา ที่มีมนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น โดยอาศัยความรู้ และหลักการของศิลปะ นำมาใช้ให้เกิดความสวยงามและมีประโยชน์ใช้สอย

1. ความสวยงาม (Aesthetic) เน้นด้านจิตใจเป็นหลัก เป็นสิ่งแรกที่เราได้สัมผัสก่อน คนเราแต่ละคนต่างมีความรับรู้เรื่อง ความสวยงาม กับความพอใจ ในทั้ง 2 เรื่องนี้ไม่เท่ากัน จึงเป็นสิ่งที่ถกเถียงกันอย่างมาก และไม่มีเกณฑ์ ในการ ตัดสินใจๆ เป็นตัวที่กำหนดชัดเจน ดังนั้นงานที่เราได้มีการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมนั้น ก็จะมองว่าสวยงาม ได้เหมือนกัน ซึ่งผลจากการออกแบบ จะทำให้ผู้ที่พบเห็นเกิดความสุข เกิดความพึงพอใจ การออกแบบประเภทนี้ ได้แก่ การออกแบบด้าน จิตรกรรม ประติมากรรม ตลอดจนงานออกแบบตกแต่งต่างๆ เช่น งานออกแบบ ตกแต่งภายใน อาคาร งานออกแบบตกแต่งสวนหย่อม

2. ประโยชน์ใช้สอย ผู้ออกแบบโดยมากจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับเป็น จุดมุ่งหมายแรกของการออกแบบ ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับมีทั้งประโยชน์ในการใช้สอย และประโยชน์ ในการติดต่อสื่อสาร การออกแบบเพื่อประโยชน์ ในการใช้สอยที่ สำคัญ ได้แก่ ที่อยู่อาศัย เครื่อง นุ่งห่ม ยานพาหนะ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ เช่น อุปกรณ์ในการ ประกอบอาชีพทางการเกษตรมีแห อวน ไถ หรืออุปกรณ์สำนักงานต่างๆ เช่น โต๊ะ, เก้าอี้, ตู้, ชั้นวางหนังสือ เป็นต้น ประโยชน์เหล่านี้ จะเน้นทางกายโดยตรง ส่วนประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ การออกแบบหนังสือ โปสเตอร์ งานโฆษณา ส่วนใหญ่มักจะเน้นการสื่อสารถึงกันด้วยภาษาและภาพ ซึ่งสามารถรับรู้ร่วมกันได้ เป็นอย่างดี ผู้ออกแบบจำเป็นจะต้องมีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ซึ่งการออกแบบ โดยมากมัก จะเกี่ยวข้องกับจิตวิทยาชุมชน ประโยชน์ด้านนี้จะเน้นทางด้านความศรัทธาเชื่อถือ และการ ยอมรับ ตามสื่อที่ได้รับรู้

3. มีแนวความคิดในการออกแบบที่ดี (Concept) แนวความคิดในการออกแบบที่ดีนั้นคือ หนทางความคิดที่ทำงานออกแบบที่ได้ ตอบสนองต่อความรู้สึกพอใจ ชื่นชม จะเพิ่มคุณค่า (Value) มากขึ้น ถ้าได้ออกแบบงานจากแนวความคิดที่ดี

ความหมายของการออกแบบกราฟิก

งานกราฟิก หมายถึง งานการวางแผนทางศิลปะและการทำหัวเรื่อง เป็นลักษณะของ การออกแบบพื้นผิว 2 มิติ เพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับการถ่ายทอดข้อความ ความรู้สึกนึกคิด และ อารมณ์ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งเพื่อให้เข้าใจและรู้เรื่องโดยใช้ประสาทตาในการรับรู้เป็น ส่วนใหญ่ โดยผู้ออกแบบรูขนาดและสัดส่วนหลักในการออกแบบ รวมถึงการใช้สีเป็นองค์ประกอบ เพื่อเน้นและดึงดูดความสนใจให้มากขึ้น และเป็นการช่วยให้ได้รายละเอียดชัดเจนของวัสดุที่ใช้ ประกอบการสอน และยังมีความหมายรวมไปถึงการฉีกภาพ ภาพถ่าย รูปถ่าย อีกด้วย

ขอบข่ายของงานกราฟิกที่ดูเผินๆ น่าจะเกี่ยวกับงานพิมพ์เท่านั้นแต่จริงๆ แล้วงานกราฟิกยังเป็น งานที่มีความเกี่ยวพันกับงานอื่นๆ อีก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ ถือได้ว่างานกราฟิกนี้เป็นงานที่ควบคู่ไปกับงานบริหาร เพราะเนื้อหาของงานประชาสัมพันธ์ที่ออกไปนั้น หากไม่ดึงดูดความสนใจที่ดีแล้ว ย่อมไม่สามารถที่จะสื่อความหมายกันระหว่างผู้ชมกับฝ่ายองค์กรได้ ด้านงานโทรทัศน์ กราฟิกจะเกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นหัวเรื่อง(title)สไลด์ ฯลฯ ด้านงานจัดฉากละคร เช่นการจัดฉากในรูปแบบต่าง ๆ การออกแบบตัวหนังสือ ด้านงานหนังสือพิมพ์ วารสารนิยมใช้สัญลักษณ์ทางการฟิกกันมากเพราะสัญลักษณ์เหล่านี้ทำให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย งานออกแบบ หรือแบบร่าง เช่นออกแบบบ้าน เขียนภาพเหมือน งานพิมพ์หรือทำสำเนา ทำซิลค์สกรีน การออกแบบหนังสือ เครื่องหมาย และสัญลักษณ์ต่างๆ

กราฟิกกับสังคมปัจจุบัน

ในปัจจุบันโลกได้วิวัฒนาการไปอย่างรวดเร็ว มีการเชื่อมระบบการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการกระจายข้อมูลไปอย่างรวดเร็ว โดยอาจจะเป็นการกระจายข้อมูลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เข้าใจความหมาย เป็นเรื่องที่ไม่ยุ่งยาก เนื่องจากความแตกต่างกันทั้งทางด้าน สังคมวัฒนธรรม ความเชื่อของแต่ละท้องถิ่นดังนั้นการใช้งานกราฟิกที่ดีสามารถสื่อความหมายได้ ชัดเจนถูกต้อง จะช่วยให้มนุษย์สามารถสื่อสารกันได้ เข้าใจกันได้ เกิดจินตนาการร่วมกัน ในการนำสื่อกราฟิกมาใช้งานนั้นไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารทางใด ผู้ที่นำเอาสื่อกราฟิกมาใช้ต้องคำนึงถึงเงื่อนไขและปัญหาเหล่านี้ด้วย คือ เพื่อนำมาใช้ในการขบคิด เพื่อแก้ปัญหา จัดระบบข้อมูล และการนำเอาศิลปะมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสื่อสารมากที่สุด (อัศวิน ศิลปเมธากุล. 2549)

ความสำคัญของการออกแบบงานกราฟิก

การออกแบบที่ดีต้องทำให้ข้อมูลที่กระจัดกระจายมีระเบียบมากขึ้น ช่วยให้ระบบการถ่ายทอดข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน ช่วยสร้างสรรค์งานสัญลักษณ์ทางสังคม เพื่อการสื่อความหมายร่วมกัน ช่วยพัฒนาระบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ช่วยให้เกิดจินตภาพ เกิดมีแนวคิดสิ่งใหม่อยู่เสมอ และส่งเสริมให้เกิดค่านิยมทางความงาม

คุณค่าของงานกราฟิก

งานกราฟิกที่ดีจะทำให้เห็นถึงความคิดในการออกแบบเป็นเลิศ จะมีอิทธิพลโดยตรงที่จะโน้มน้าวผู้รับข้อมูล ให้เกิดความสนใจ การยอมรับ ในขณะที่เดียวกันยังแสดงถึงการเป็นสื่อกลางในการสื่อความหมายให้เกิดการเข้าใจตรงกัน สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิดการศึกษาในกลุ่มเป้าหมายได้ ช่วยในงานเกิดความน่าสนใจ ประทับใจแก่ผู้พบเห็น ช่วยให้เกิดการกระตุ้นทางความคิด และการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และทำให้ผู้พบเห็นเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้งทางด้านการกระทำและความคิด

อิทธิพลของศิลปะในการออกแบบกราฟิก

เพื่อต้องการให้งานกราฟิกมีคุณค่าและแสดงความหมายได้อย่างเต็มที่ องค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยให้งานกราฟิกมีความโดดเด่นน่าสนใจ นักออกแบบจึงใช้หลักและวิธีการทางศิลปะเป็นแนวทางการออกแบบโดยพิจารณาดังนี้

1. รูปแบบตัวอักษรและขนาด การสร้างรูปแบบตัวอักษรให้มีรูปแบบที่แปลกตา สวยงาม จะช่วยเร่งเร้าความรู้สึกการตอบสนองได้เป็นอย่างดี โดยเน้นความชัดเจนสวยงามสอดคล้องกับจุดประสงค์ และขนาดตัวอักษรต้องมีความพอดี อ่านง่าย
2. การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง การจัดพื้นที่ว่างในการออกแบบงานกราฟิก มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดระเบียบของข้อมูลช่วยเน้นความชัดเจน และความเป็นระเบียบ ระยะห่างหรือพื้นที่ว่างช่วยพักสายตาในการอ่าน ทำให้ดูสบายตา
3. การกำหนดสี สีมืดทึบเทาอย่างมามากที่จะช่วยเน้นความชัดเจน ทำให้สะดุดตา สร้างสรรค์ความสวยงาม การกำหนดสีใดๆ ขึ้นอยู่กับประเภทของงานนั้นๆ
4. การจัดวางตำแหน่ง เป็นการจัดวางโครงสร้างทั้งหมดก่อนที่จะกำหนดตำแหน่งขนาดของภาพประกอบตำแหน่งของข้อความทั้งหมด และส่วนประกอบอื่นๆ ที่ปรากฏ ซึ่งต้องคำนึงถึงจุดเด่นที่ควรเน้นความสมดุลต่างๆ ความสบายตาของการมอง

สิ่งสำคัญที่สุดของงานศิลปะ โดยเฉพาะงานออกแบบกราฟิกคือ การสื่อความหมายสื่อสิ่งที่นักออกแบบคิดหรือพยายามถ่ายทอดออกมาได้ เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์หรือโจทย์ที่ตั้งขึ้นมา ใครก็ตามที่ตัดสินคุณค่าของงานออกแบบเพียงแค่ว่า “สวย” และ “ไม่สวย” เป็นตัวกำหนดงานว่า “ดี” และ “ไม่ดี” ใครคนนั้นกำลังคิดผิด เพราะคุณค่าของงานออกแบบที่ดี ไม่ได้มองกันที่ความสวยงาม (Aesthetic) เพียงอย่างเดียว ความสวยงามเป็นเพียงส่วนหนึ่งของงานเท่านั้น (ซึ่งเป็นส่วนที่ไม่มีเกณฑ์การตัดสินที่แน่นอนด้วยซ้ำ เพราะเกณฑ์การตัดสินเรื่องความสวยงามขึ้นอยู่กับความรู้สึกของแต่ละคน)

ในการสื่อความหมายนี้เองที่ผู้สร้างงานถือว่าจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้โจทย์ว่าคืออะไร อาจจะไม่ต้องรู้สึก (แต่การรู้อย่างลึกจะทำให้ออกแบบได้ตรงตามโจทย์มากขึ้น) แต่แค่รู้จักก็พอ เพราะการรู้จักโจทย์ของตัวเองทำให้เรามีเกณฑ์ในการตัดสินงานออกแบบในด้านการสื่อความหมายหลักในการออกแบบงานกราฟิก เพื่อให้งานสื่อความหมายตามที่โจทย์ต้องการ หลักสำคัญในการออกแบบภาพให้สื่อความหมายนั้นเราจะต้องจับประเด็นสำคัญของโจทย์ หรือตีโจทย์ที่เรามีออกมาให้ได้ก่อน อาจจะใช้คำสำคัญ (Keyword) เป็นจุดกำเนิดในการคิดก่อน ลองพูดออกมาเรื่อยๆ และเขียนเก็บไว้จากนั้นค่อยเอาที่เขียนเก็บไว้มาลอง พิจารณาสร้างความคิด เชื่อมโยงแบบอุปมาอุปไมย (Metaphor) ซึ่งอาจทำให้เราเห็นภาพ คร่าวๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบต่อไปได้

ภาษาภาพ (Visual Language)

มนุษย์เราเป็นสัตว์สังคมที่มีความต้องการใช้ชีวิตอยู่รวมกันเป็นกลุ่มก้อนเป็นกลุ่มสังคม ดังนั้นจึงแทบเป็นไปได้ไม่ได้ที่มนุษย์จะหลีกเลี่ยงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันมนุษย์จึงมีการใช้ภาษาเป็น

เครื่องมือในการสื่อสารสร้างความเข้าใจระหว่างกันและกัน ตัวภาษามีจุดสำคัญอยู่ที่การสื่อความหมายให้มีความเข้าใจตรงกัน เช่น เรามีภาษาพูดที่ใช้สื่อสารระหว่างกัน และเป็นภาษาที่เราเลือกใช้ได้ง่ายที่สุดแต่เปล่งเสียงออกมาเท่านั้น ภาษาพูดจึงมีข้อจำกัดโดยเฉพาะข้อจำกัดในกลุ่มคนที่ใช้ภาษาพูดคนละภาษา ภาษาพูดไม่สามารถทำให้คนสามารถเข้าใจได้ตรงกันทั่วโลก มนุษย์จึงใช้วิธีการสื่อสารระหว่างกันทางอื่นนั่นก็คือภาษาภาพ ซึ่งเป็นทางเลือกที่ดีกว่า ภาษาภาพเป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบเรขศิลป์ ทำความเข้าใจกับความหมายและเนื้อหาที่ภาพแต่ละลักษณะสื่อออกมา เพื่อให้เกิดการนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาษาภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเนื้อหาของภาษาภาพ ที่มนุษย์ใช้สื่อสาร สร้างความเข้าใจร่วมกันได้ ไม่ว่าจะเป็นชนชาติใด หรือใช้ภาษาอะไร ทั้งนี้เพราะการรับรู้ภาษาภาพ เกิดจากการมองเห็นด้วยตา จากนั้นไปผ่านการประมวลผลของสมองและจิตใจ ทำให้เกิดการรับรู้และทำความเข้าใจ ซึ่งการรับรู้ของแต่ละคนขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การฝึกฝน การได้เห็นและการสังเกตผลงานศิลปะ แต่การแปลความหมายของภาษาภาพนั้น มีความแตกต่างจากภาษาเขียน เพราะภาษาเขียน มีหลักภาษาหรือไวยากรณ์ที่ค่อนข้างตายตัว แต่ภาษาภาพไม่มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัวแน่นอน สามารถ แปลความหมายได้มากมายหลายแนวทาง ดังนั้นในการแปลความหมายของภาษาภาพจะต้อง ฝึกทักษะทางการรับรู้ภาษาภาพที่ประกอบด้วย ส่วนมูลฐานทางศิลปะ อันได้แก่ เส้น รูปทรง รูปทรง สี แสงเงา ฯลฯ และหลักการทางศิลปะอันได้แก่ จังหวะ การเคลื่อนไหว ดุลยภาพ ฯลฯ มาประกอบกัน เป็นผลงานศิลปะที่ศิลปินใช้เป็นภาษาในการสื่อสารแนวคิด ความหมาย จินตนาการ และมีคุณค่าทางความงาม

การสร้างอนิเมชันหรือการออกแบบเว็บเพจ รวมทั้งงานมัลติมีเดีย นั้น ควรจะมีเครื่องมือในการสร้างที่ใช้งานสะดวกและเหมาะสมกับตนเอง ดังนั้นแต่ละบุคคลก็อาจเลือกใช้โปรแกรมเสริมที่แตกต่างกันออกไปอย่างเช่น Program Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Macromedia Dreamweaver, Macromedia Flash แต่จะมีใครสักกี่คนที่ เข้าใจวิธีการสร้างงานด้วยเครื่องมือเหล่านี้ให้ถูกกับจุดประสงค์ของการนำเสนอและมีความสวยงามเป็นที่น่าสนใจ ดังนั้น การออกแบบงานกราฟิก ขึ้นเพื่อให้ สามารถสร้างงานที่มีความสวยงามและถูกต้องตามจุดประสงค์ของการนำเสนอ จึงเป็นเรื่องที่ต้องเรียนรู้ และเข้าใจ

การออกแบบกราฟิกย่อมไม่ใช่งานศิลปกรรม ศิลปินทางศิลปกรรมขึ้นอยู่กับประชากรเพียงคนเดียวคือตัวศิลปินเอง แต่นักออกแบบกราฟิกเกี่ยวข้องกับมวลประชากร ซึ่งบางครั้งอาจจะนับล้าน ต่างมีเจตนา (Intent) ที่แตกต่างกัน บางครั้งงานออกแบบก็อาจ คล้ายงานศิลปะหรือในทางกลับกัน งานศิลปะก็อาจคล้ายงานออกแบบ วัสดุอุปกรณ์ก็อาจคล้ายกันทั้งศิลปินและนักออกแบบ จะต่างก็เป็นการแก้ปัญหาเกี่ยวกับสิ่งที่ตามองเห็นศิลปินพึงพอใจหรือชื่นชมกับตนเอง แต่นักออกแบบกลับต้องหากลุ่มคนที่สนใจกับป้าย ทำความเข้าใจกับแผนที่ เรียนรู้หลักที่เป็นวิทยาศาสตร์ หรือชื่อผลิตภัณฑ์ (วิรุณ ตั้งเจริญ. 2545: 16 - 14)

ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบพอจะแบ่งเป็นเกณฑ์ เป็นระดับได้ ดังนี้

1. คิดแบบค้นพบ (Discovery) เป็นการคิดที่ได้ไอเดียใหม่ (Original Idea) หรือทฤษฎีใหม่ เช่น การค้นพบทฤษฎีแรงดึงดูดของโลกของ เซอร์ไอแซค นิวตัน หรือ ทฤษฎีสมดุลยภาพของ จอห์น แนช ซึ่งเป็นเรื่องยากที่คนทั่วไปจะคิดได้
2. คิดเชิงนวัตกรรม (Innovative) เป็นการคิดประยุกต์ที่นำหลักการทางวิทยาศาสตร์ มาผนวกให้เกินคุณค่าในการแก้ปัญหาที่มีอยู่ใน ปัจจุบัน เช่น การประดิษฐ์ทีวีขึ้นมา โดยนำ หลักการเดินทางของคลื่นมาประยุกต์เป็นสิ่งประดิษฐ์
3. คิดเชิงสังเคราะห์ใหม่ (Synthesis) เป็นความคิดที่นำสิ่งที่มีอยู่เดิมมารวบรวมให้เกิด ความคิดที่สร้างเป็นสิ่งใหม่ขึ้นมา
4. คิดแบบดัดแปลง (Mutation) เป็นการนำปัญหาที่มีอยู่มาผนวกกับสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน แล้วเกิดการปรับเปลี่ยนคุณสมบัติของสิ่งที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นขนาด รูปร่าง รูปทรง

เกณฑ์หรือบรรทัดฐาน (Criteria)

ในงานออกแบบขึ้นมาเพื่อเป็นตัววัดตัดสินใจได้ว่า งานไหนเป็นงานที่ไม่ดี งานไหนเป็นงานที่ดีบรรทัดฐานในงานออกแบบมีหลักอยู่ 3 ข้อ ได้แก่

1. การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย เป็นข้อสำคัญมากในการออกแบบทั้งหมด ในงานออกแบบกราฟิกนั้น ประโยชน์ใช้สอยมีอิทธิพลกับงานที่เราออกแบบ เช่น งานออกแบบหนังสือ ต้องอ่านง่าย ตัวหนังสือชัดเจน ไม่วางเกะกะกันไปซะหมด หรืองานออกแบบเว็บไซต์ ถึงจะสวย อย่างไร แต่ถ้าโหลดช้า ทำให้ผู้ใช้งานต้องรอนาน ก็ไม่นับว่าเป็นงานออกแบบเว็บไซต์ที่ดี หรืองานออกแบบซีดีรอม ถ้าปุ่มที่มีไว้สำหรับกดไปยังส่วนต่างๆ ของเนื้อหานั้นวางเรียงอย่างกระจัดกระจาย ทุกครั้งที่ผู้ใช้งานจะใช้ก็ต้องกวาดตามองหาอยู่ตลอด อย่างนี้ก็เรียกว่า เป็นการออกแบบที่ไม่สนองต่อประโยชน์ใช้สอย เป็นงานออกแบบไม่ดี ดังนั้นนักออกแบบจึงต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นเรื่องสำคัญอันดับแรกในการออกแบบเสมอ
2. ความสวยงาม พึงพอใจ Aesthetic ในงานที่มีประโยชน์ใช้สอยดีพอๆ กัน ความงามจะเป็นเกณฑ์ตัดสินคุณค่าของงานโดยเฉพาะงานออกแบบกราฟิก ซึ่งถือเป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยน้อยกว่างานออกแบบด้านอื่น อย่างงานออกแบบผลิตภัณฑ์ งานออกแบบสถาปัตยกรรมต่างๆ ความสวยงามจึงเป็นเรื่องสำคัญและมีอิทธิพลในงานออกแบบกราฟิกอย่างมาก
3. การสื่อความหมาย Meaning งานศิลปะนั้นจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อมันสื่อความหมาย ออกมาได้ งานกราฟิกก็คือ งานศิลปะเช่นกัน การสื่อความหมายจึงเป็นสิ่งที่นักออกแบบขาดเสียไม่ได้ในการออกแบบ ต่อให้งานที่ได้สวยงามอย่างไร แต่ไม่สามารถตอบโจทย์ของงานออกแบบ หรือสื่อสิ่งที่ผู้ออกแบบคิดเอาไว้ได้ งานกราฟิกนั้นก็จะมีคุณค่าลดน้อยลงไป

ขบวนการทำงานออกแบบกราฟิก (Graphic Design Workflow)

1. วิเคราะห์โจทย์ ที่มีมาให้แก้ไข (Program Analysis) จุดเริ่มต้นของงานออกแบบคือ มีปัญหา มีโจทย์ จึงมีการออกแบบแก้ไข โจทย์ที่ว่านั้นมีความยากง่ายต่างกันแล้วแต่ชนิดของงาน แต่โจทย์ไม่มีทางออก-แบบได้ ถ้าปราศจากการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง การวิเคราะห์หลักๆ สำหรับโจทย์งานกราฟิกมักจะเป็นดังนี้ What เราจะทำงานอะไร? กำหนดเป้าหมายของงานที่จะทำ ซึ่งเป็นเรื่องเบื้องต้นในการออกแบบที่เราจะต้องรู้ก่อนว่า จะกำหนดให้งานของเราบอกอะไร (Inform) เช่น เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ บอกทฤษฎี หรือหลักการ เพื่อความบันเทิง เป็นต้น Where งานของเราจะนำไปใช้ที่ไหน? เช่น งานออกแบบผนังร้านหนังสือที่สยามสแควร์ที่เต็มไปด้วยร้านค้าแหล่งวัยรุ่น คงต้องมีสีสันฉูดฉาดสะดุดตามาก-กว่าร้านแถวสีลม ซึ่งสถานที่ในเขตคนทำงาน ซึ่งมีอายุมากขึ้น Who ใครคือคนที่มาใช้งาน? หรือกลุ่มผู้ใช้งานเป้าหมาย (User TargetGroup) เป็นเรื่องสำคัญที่สุดในการวิเคราะห์โจทย์เพื่อการออกแบบ เพราะผู้ใช้งานเป้าหมายอาจเป็นตัวกำหนดแนวความคิดและรูปลักษณะของงานออกแบบ ได้เช่น งานออกแบบโปสเตอร์สำหรับผู้ใหญ่ เราต้องออกแบบโดยใช้สีจำนวนไม่มากไม่ฉูดฉาด และต้องใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ รวมถึงจัดวางอย่างเรียบง่ายมากกว่าผู้ใช้ในวัยอื่นๆ How แล้วจะทำงานชิ้นนี้ได้อย่างไร? การคิดวิเคราะห์ในขั้นสุดท้ายนี้อาจจะยากสักหน่อย แต่เป็นการคิดที่รวบรวมการวิเคราะห์ที่มีมาทั้งหมดกลั่นออกมาเป็นแนวทาง

2. สร้างแนวคิดหลักในการออกแบบให้ได้ (Conceptual Design) งานที่ดีต้องมีแนวความคิด (Concept) แต่ไม่ได้หมายความว่างานที่ไม่มีแนวความคิดจะเป็นงานที่ไม่ดีเสมอไป งานบางงานไม่ได้มีแนวความคิด แต่เป็นงานออกแบบที่ตอบสนองต่อกฎเกณฑ์การออกแบบ (Design Criteria) ที่มีอยู่ก็เป็นงานที่ดีได้เช่นกัน เพียงแต่ถ้าเราลองเอางานที่ดีมาวางเทียบกัน 2 ชิ้น เราอาจจะไม่รู้รู้สึกถึงความแตกต่างอะไรมากมายนักในตอนแรก แต่เมื่อเรารู้ว่างานชิ้นหนึ่งมีแนวความคิดที่ดี ในขณะที่อีกชิ้นหนึ่งไม่มี งานชิ้นที่มีแนวความคิดจะดูมีคุณค่าสูงชิ้นจนเราเกิดความรู้สึกแตกต่าง

3. ศึกษากรณีตัวอย่างที่มีอยู่แล้ว (Case Study) การศึกษกรณตัวอย่างเป็นการวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของงานที่มีอยู่แล้ว เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ออกแบบในงานของเรา สำหรับผมการทำกรณีศึกษานับเป็นเรื่องสำคัญมากทีเดียวในงานออกแบบ เพราะเปรียบเสมือนตัวชี้แนะหนทางในการออกแบบหรือแก้ไขปัญหของเราได้ แต่จงระวังว่าอย่าไปติดกับรูปแบบที่ชื่นชอบมากเกินไป อาจจะทำให้เราติดกับกรอบความคิด ติดกับภาพที่เห็นจนบางครั้งไม่สามารถสร้างสรรค์งานใหม่ๆ ออกมาได้ ซึ่งการติดรูปแบบหรือภาพมากเกินไปนี้เอง มันจะซึมซับมาสู่งานของเรา จนกลายเป็นการตบแบบหรือลอกแบบชาวบ้านมานั่นเอง

4. ออกแบบร่าง (Preliminary Design) การออกแบบร่างเป็นเรื่องสำคัญ การออกแบบร่างคือ การออกแบบร่างเอาแนวความคิดที่เรามีออกมาตีความเป็นแบบ ซึ่งส่วนใหญ่เวลาทำงานเรามักจะสเก็ตช์งานด้วยมือออกมาเป็นแบบร่างก่อน (สเก็ตช์ด้วยมือไม่ได้สวยอะไรมาก ให้เราเข้าใจคนเดียว หรือเพื่อนที่ร่วมงานกับเราเข้าใจก็พอ) เพราะการสเก็ตช์จากมือคือการถ่ายทอดสิ่งที่

อยู่ในสมองของเรา สิ่งที่เป็นนามธรรมให้ออกมาเป็นรูปธรรม ความคิดออกมาจากสมองกลายเป็นสิ่งที่เห็นได้ จับต้องได้บนกระดาษ แล้วจับไอ้ที่เราสเก็ทซ์ หรือแบบร่างนั้นแหละ ไปทำต่อ โดยนำไปออกแบบในโปรแกรมที่ตนถนัด ไม่ว่าจะเป็น Photoshop, Illustrator หรือ Freehand ฯลฯ ซึ่งก็แล้วแต่คนออกแบบแต่ละคน

5. ออกแบบจริง (Design) ออกแบบจริงจากแบบร่างที่มีอยู่ จากแบบร่างทั้งหมดที่คัดเลือกแล้ว

การมองภาพเรื่องมีหลักอยู่ 2 เรื่องคือ

1. มองเข้าไปในความหมายของภาพ (Meaning) ที่นักออกแบบต้องการสื่อ
2. มองลึกเข้าไปในรายละเอียดขององค์ประกอบต่างๆ (Element)

ที่อยู่ภายในภาพรวมทั้งมีความเข้าใจและคิดวิเคราะห์สิ่งต่างๆ

การสื่อความหมาย

เป็นเรื่องสำคัญที่ไม่ควรข้ามไป การสื่อความหมายที่ดีต้องตอบสนองแนวความคิดที่เราวางกันไว้แต่ต้นในการ ออกแบบเชิงพาณิชย์ (Commercial Art) การสื่อความหมายเป็นเรื่องสำคัญที่สุด ภาพงานออกแบบกราฟิก ที่มีองค์ประกอบพื้นฐานหลักคือ จุด เส้น และ ระบายประกอบ อยู่ภายใน

จุด Dot จุดเป็นองค์ประกอบที่มีขนาดเล็ก โดยมีขนาดความกว้าง และความยาวใกล้เคียงกัน จุดมีคุณสมบัติเด่นในการจัดวางทำให้เกิดการเรียกร้องความสนใจได้ดี คุณสมบัติของจุดเรียกร้องความสนใจของสายตาได้ดีบอกและกำหนดตำแหน่งในภาพ การวางจุด 2 จุด เราจะได้พื้นที่ระหว่างจุดที่ให้ความรู้สึกดึงดูดระหว่างกัน

เส้น Line เส้นเป็นองค์ประกอบที่มีขนาดยาว เกิดจากการนำจุดมาเคลื่อนที่หรือนำมาวางเรียงต่อๆ กัน เส้นมีคุณสมบัติเด่นในการนำสายตา เป็นแนวแบ่งภาพ คุณสมบัติของเส้น เส้นมีความยาวมากกว่าความกว้างและความหนาอย่างเห็นได้ชัดจึงทำให้เกิดความรู้สึกไปทางด้านยาวตัวคนเดียว นำสายตา กำหนดทิศทาง และความต่อเนื่องแบ่งซอยภาพ ความรู้สึก อารมณ์ของเส้นต่างๆ ในภาพ

เส้นตรง ให้ความรู้สึกมั่นคงเป็นระเบียบ

เส้นนอน ให้ความสงบ นิ่ง เรียบร้อย

เส้นเฉียง ให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหว ความไม่หยุดนิ่ง พลังขับเคลื่อน

เส้น โค้ง ให้ความรู้สึกถึงความไม่เป็นระเบียบ การไม่อยู่ในกรอบความอิสระ หรือความสับสนวุ่นวายได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเส้นจะหยักมากน้อยแค่ไหน

เส้นเล็กและบาง ให้ความรู้สึกเบาและเฉียบคม ในขณะที่เส้นหนาให้ความหนักแน่น ในการนำสายตา

ระนาบ เป็นองค์ประกอบที่เกิดจากเส้นที่ขยายตัว หรือกลุ่มของจุดเกิดความกว้าง ความยาว เป็นองค์ประกอบที่เป็น 2 มิติ ระนาบมีอิทธิพลในภาพเป็นอย่างมาก เพราะมักจะครองพื้นที่โดยรวมของภาพเอาไว้ เมื่ออยู่ในภาพตัวระนาบที่เรามียู่มักจะมีรูปร่าง (Shape) ต่างกันออกไป รูปร่างแต่ละชนิดก็มีความหมายและให้ความรู้สึกต่าง ๆ กัน ยกตัวอย่างระนาบรูปร่างต่าง ๆ ที่เรามักพบเห็นได้แก่

วงกลม Circle เมื่อวางรูปร่างวงกลมในภาพจะให้ความรู้สึกเป็นศูนย์กลาง เป็นที่รวมความสนใจหรือการปกป้องคุ้มครอง

สี่เหลี่ยม Square เมื่อวางรูปร่างสี่เหลี่ยมในภาพ จะให้ความรู้สึกสงบ มั่นคง เป็นระเบียบ เมื่อวางตามแนวตั้งฉาก ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวและสร้างจุดสนใจได้ดี เมื่อวางทแยงสามารถจัดเป็นกลุ่มก้อนให้ลงตัวได้ง่าย

สามเหลี่ยม Triangle เมื่อวางรูปร่างสามเหลี่ยมในภาพจะได้ความรู้สึกหยุดนิ่ง มั่นคง แต่ที่ส่วนปลายมุมทั้ง 3 ด้านให้ความรู้สึกถึงทิศทาง ความเจ็บปวด และมีแรงผลักดัน

หกเหลี่ยม Hexagon เมื่อวางรูปร่างหกเหลี่ยมในภาพ จะให้ความรู้สึกถึงการเชื่อมโยง การเป็นหน่วยย่อยหน่วยหนึ่ง Modular ที่สามารถต่อไปได้อย่างไม่สิ้นสุดไม่มีขอบเขต

สี (Coloure)

สีเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการออกแบบสีมีอิทธิพลในเรื่องของอารมณ์การสื่อความหมายที่เด่นชัด และกระตุ้นต่อการรับรู้ของคนเราได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้เรื่องของสียังเป็นเรื่องสำคัญในการออกแบบ เพื่อความสวยงาม สื่อความหมายงานบางชิ้นที่ออกแบบมาดี แต่ถ้าใช้สีไม่เป็น อาจทำให้งานทั้งหมดที่ทำมาพังได้ง่ายๆ

ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องรู้จักสี และเลือกใช้สีให้เป็นก่อนอื่นเรามารู้จักองค์ประกอบของสีกันก่อน องค์ประกอบของสีในงานออกแบบนั้น มีคุณสมบัติอยู่ 3 ประการคือ

1. สี, เนื้อสี Hue

เนื้อสี หรือ Hue คือความแตกต่างของสีบริสุทธิ์แต่ละสี ซึ่งเราจะเรียกเป็นชื่อสี เช่น สีแดง สีนํ้าตาล สีม่วง เป็นต้น โดยแบ่งเนื้อสีออกเป็น 2 ชนิด

1.1 สีของแสง (Coloured Light) สีของแสง คือความแตกต่างสั้นยาวของคลื่นแสงที่เรามองเห็น เริ่มจากสีม่วงไปสีแดง (เหมือนรุ้งกินน้ำที่เรามองเห็นหลังฝนตก)

1.2 สีของสาร (Coloured Pigment) สีของสาร คือสีที่เรามองเห็นบนวัตถุต่างๆ ซึ่งเกิดจากการดูดซึมและสะท้อนของความยาวคลื่นแสงจากการที่เรามองเห็นสีของสารต่างๆ นี้เองจึงค้นพบว่า มีสีอยู่ 3 สี ที่เป็นต้นกำเนิดของสีอื่นๆ ที่ไม่สามารถสร้างหรือผสมให้เกิดจากสีอื่นได้ หรือที่เรียกกันว่า แม่สี ได้แก่ แดง, เหลือง, น้ำเงิน การผสมสีเกิดจากการผสมสีใน 2 รูปแบบ คือ การผสมสีแบบบวก (Additive Color Mixing) เป็นการผสมสีของ “แสง” ซึ่งอาจเข้าใจยากสักหน่อย เพราะแตกต่าง จากความคุ้นเคยที่เราเคยรู้กันมา แสงสีขาวที่เห็นทั่วไปนั้น ประกอบด้วยแสงที่มีความยาวคลื่น ต่าง ๆ กันซ้อนทับรวมตัวกันเกิดเป็นสีอื่นต่างๆ จึงเรียกว่า “สีแบบบวก” โดยมี

แม่สีพื้นฐานคือ สีแดง สีเขียว และสีน้ำเงิน (Red Green and Blue) เมื่อสามสีนี้ผสมกันจะได้สีขาว (สังเกต ว่าจะต่างจากที่เคยเรียนมาตอนเด็ก ๆ ที่มีแม่สีคือ สีแดง เหลือง น้ำเงิน ผสมกันได้สีดำ) หลักการนี้นำไปใช้กับการมองเห็นสีที่เกิดจากการผสมกันของแสง เช่น จอมอนิเตอร์ จอโทรทัศน์ ที่เรียกว่า RGB Mode และการผสมสีแบบลบ (Subtractive Color Mixing) เป็นสีที่เกิดจากการ ดูดกลืนแสงสะท้อนจากวัตถุ คือเมื่อมีลำแสงสีขาวตกกระทบวัตถุสีต่างๆ คลื่นแสงบางส่วนจะถูกดูดกลืนไว้ และสะท้อนเพียงบางสีออกมา จึงเป็นที่มาของชื่อ “สีแบบลบ” มีแม่สีคือ สีฟ้าแกมเขียว (Cyan) สีม่วงแดง (Magenta) และสีเหลือง (Yellow) เมื่อสามสีผสมกันจะเป็นสีดำ เพราะแสงถูก ดูดกลืนไว้หมด ไม่มีสีแสงสะท้อนมาเข้าตา จึงไม่เกิดสีอะไร ตาจึงเห็นเป็นสีดำ หลักการนี้ได้นำไปใช้กับการผสมสี เพื่อใช้ในการพิมพ์ โดยใช้แม่สี แต่เพิ่มสีดำขึ้นมาอีก สีหนึ่งผสมกันเป็นโทนต่างๆ ด้วยใช้เม็ดสกรีน ทำให้ได้ภาพสีที่สมจริง ดังนั้น หากต้องทำงานเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ ต้องเตรียมภาพ ด้วยระบบสีนี้ ในโปรแกรมเรียกว่า CMYK Mode

2. วงจรสี (Colour Wheel)

วงจรสีก็คือ การวางเนื้อสี เรียงกันตามการผสมสีของสารที่เรามองเห็นโดย ตัวอย่างของแบบจำลองวงจรสีจะ หยิบยกมาศึกษากันนี้ เป็นแบบ 12 สี มาตรฐานที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

2.1 แรกเริ่มเดิมทีเรามี 3 สีเป็นต้นกำเนิด คือ แม่สี หรือ สีปฐมภูมิ Primary Colours

2.2 สีที่ได้จากการผสมแม่สีทั้ง 3 เข้าด้วยกัน เรียกว่า สีขั้นที่ 2 หรือ สีทุติยภูมิ

Secondary Colours

2.3 สีที่ได้จากการผสมแม่สี และสีขั้นที่ 2 ออกมากลายเป็นสีขั้นที่ 3 หรือ สีตติยภูมิ

Tertiary Colours ในการออกแบบ จัดวางสี ให้อยู่ด้วยกัน หรือที่เรียกกันว่า การวางโครงสร้างสี Colour Schematic

3. น้ำหนักสี (Value)

น้ำหนักสีคือเรื่องของความสว่างของสี หรือการเพิ่มขาว เต็มต่ำลงในเนื้อสีที่เราได้อยู่และ การปรับเปลี่ยนน้ำหนักสีนี้เองที่ทำให้ภาพ ดูมีมิติ ดูมีความลึก หรือที่เราเรียกกันว่า โทน Tone ซึ่งบางครั้งสร้างความน่าสนใจ ดึงดูดและความสมจริงให้กับงานออกแบบได้ ค่าความสว่างสีต่ำ ค่าความสว่างสีปานกลาง ค่าความสว่างสีสูง

4. ความสดของสี (Intensity / Saturation)

ความสดของสีหรือบางคนอาจเรียกว่า ความอึมตัวของสี เป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่ง ในการออกแบบ การใช้สีบางครั้งเราอาจจะต้องลดหรือเพิ่ม ความสดของสีใดสีหนึ่ง หรือ ทั้ง 2 สี กรณีลดความสดของสีก็เพื่อไม่ให้ภาพงานที่ออกมาดูจืดจางจนเกินไป การลดความสดของสี เป็นการเบรกสี ในการเบรกสีของงานศิลปะ ศิลปินมักจะใช้สีน้ำตาลซีเปียมาเติมลงในสีที่เขา ต้องการเพื่อให้สีที่ได้ออกมามีเนื้อสีเต็มแต่ดูหม่นลง การเลือกใช้สีสามารถแบ่งออกตาม คุณสมบัติของสี ได้แก่ การเลือกเนื้อสี Choose Hue ในการเลือกเนื้อสีมาใช้งานเราจะเลือกจาก

4.1 ความหมายของเนื้อสีแต่ละสีที่มี

4.2 เลือกเนื้อหาที่อยู่ด้วยกันแล้วดูดีเหมาะสม หรือเลือกสีในโครงสร้างสี

5. สีและความหมาย Colour Meaning

องค์ประกอบสียังมีคุณสมบัติที่เด่นอีกอย่างหนึ่งก็คือ การมีความหมายในตัวเอง ซึ่งความหมายเหล่านี้ใช้การอ้างอิงจากประสบการณ์ในการ เห็นสีสันของสิ่งของต่าง ๆ เช่น สีเงิน จากอะลูมิเนียม เป็นต้น หรือบางสีที่ถือกันว่ามีความหมายอย่างนั้นอย่างนี้โดยหาหลักฐานอ้างอิง ไม่ได้ก็มี ความหมายของสีนั้นจึงไม่ใช่หลักตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงความหมายได้ตามกาลเวลาที่ผ่านไปแต่ก็ควรที่จะรู้ความหมาย ของสีหลัก ๆ ซึ่งเป็นความหมายที่คนทั่วไปเข้าใจตรงกัน เพื่อประโยชน์ ในการออกแบบภาพงานกราฟิก ให้สื่อความหมายได้ในระดับหนึ่ง

สีแดง อ้างอิงมาจากดวงอาทิตย์ และไฟ ซึ่งให้ความสว่าง ความร้อน ทำให้เมื่อเห็นสีแดง เราจะรับรู้ได้5ว่าสีแดงคือ ความร้อน พลัง พลังงาน ความแรงที่มีอยู่ อีกทั้งในความเชื่อของชาวจีน สีแดงยังเป็นสีมงคล นักออกแบบไม่น้อยเลยก็หยิบจุดนี้มาออกแบบเอาใจลูกค้า

สีน้ำเงิน ให้ความหมายของความสงบเงียบ ความสุขุม ความมีราคา ให้อารมณ์หรูหรา มีระดับ บางครั้งก็สื่อถึงความสุขภาพ ความหนักแน่น ผู้ชาย

สีเหลือง ให้อารมณ์ของความสดใส ปลอดภัย สีสเหลืองดึงดูดสายตาได้ดี และมองเห็นได้แต่ไกล ดังนั้นเราจะเป็นได้ว่าป้ายร้านอาหาร จึงมักมีสีเหลืองไม่ว่าจะเป็นตัวหนังสือหรือแผ่นป้าย เพื่อดึงดูดสายตาลูกค้าที่เดินผ่านไปผ่านมา

สีส้ม ให้ความรู้สึกดึงดูด ทันสมัย สดใส กระฉับกระเฉง มีพลัง

สีเขียว สีเขียวมาจากสีของต้นไม้ ซึ่งมาหลากหลายโทนสี แต่ด้วยความที่เรารับรู้ว่ามีต้นไม้ให้ความสดชื่น เราเลยอนุมานความหมายสีเขียวว่าเป็นสีที่หมายถึงธรรมชาติความเย็นสบาย ความชุ่มชื้น ความสบายตา

สีม่วง เป็นสีที่ให้อารมณ์หนักแน่น มีเสน่ห์ ความลับ สิ่งที่ปกปิด

สีชมพู ให้ความรู้สึกถึงความอ่อนหวาน นุ่มนวล ความรัก วัยรุ่น ผู้หญิง

สีน้ำตาล ให้ความหมายถึงความสงบ ความเรียบ ความเป็นผู้ใหญ่ ความเก่าแก่ โบราณ บางครั้งเราก็ก็นำสีน้ำตาลไปใช้กับไม้

สีฟ้า ให้ความรู้สึกโปร่งโล่งสบายตา สืบเนื่องมาจากท้องฟ้าที่เราเห็นกันอยู่ทุกวัน ในบางครั้งก็หมายถึงความนุ่มนวล ความสุขสบาย

สีเงิน สีเงินนั้นมาจากวัสดุประเภทโลหะขาว เช่น อะลูมิเนียม ซึ่งเป็นวัสดุใหม่ที่นิยมนำมาใช้ในช่วงหลังๆ มีราคาแพง ดังนั้นมันจึงแทนความรู้สึก ทันสมัย และมีคุณค่า

สีทอง อ้างอิงมาจากแร่ทองคำ จึงเป็นตัวแทนของความหมายว่าความมีคุณค่า ความมีราคาแพง ความหรูหรา

สีขาว สื่อถึงความบริสุทธิ์ ความสะอาด ความเรียบง่าย ความโล่ง ความไม่มี

สีเทา ให้อารมณ์เศร้า หม่นหมอง ไร้ชีวิตชีวา บางครั้งสื่อถึงความเป็นกลาง

สีดำ มาจากความมืด ความไม่เห็น ซึ่งซ่อนความไม่รู้ ความน่ากลัวเอาไว้

6. การเลือกน้ำหนักสี Choose Value

การเลือกน้ำหนักสีจะเป็นขั้นตอนถัดมาหลังจากเราเลือกสีได้แล้ว น้ำหนักของสีมีอิทธิพลต่อความมืดสว่างในภาพ ซึ่งให้อารมณ์ของภาพที่แตกต่างกันไป

7. การเลือกความสดของสี Choose Saturation

การเลือกความสดของสีเป็นเรื่องสุดท้ายในการเลือกสีเพื่อการออกแบบงานสีที่มีความสดสูงจะให้ความรู้สึกรุนแรง ตื่นตัว สะดุดตา ในขณะที่สีที่มีความสดน้อยหรือสีหม่นจะให้ความรู้สึกสงบไม่โดดเด่น หม่นหมอง เศร้า ถ้าสีที่มีความสดอยู่ในระดับกลางจะให้ความรู้สึกพักผ่อน สบายตา

8. การวางโครงสี (Colour Schematic) เรื่องสำคัญที่สุดของการใช้สีคือ การนำเอาสีไปใช้ในงานออกแบบ หลายคนไม่รู้จะใช้สีอย่างไรดี เลือกเอาสีที่ตัวเองชอบปะเข้าไปในงาน ผลก็คือทำให้งานดี ๆ ของเขาออกมาเสีย หหมด ดังนั้นจึงมีทฤษฎีของการใช้สี หรือการเลือกสีมาใช้ร่วมกันในภาพ เพื่อให้ภาพออกมาดูดี ดูน่าพึงพอใจเรียกว่า Colour Schematic หรือการวางโครงสี (ซึ่งบางคนก็คุ้นกับคำว่า การจับคู่สี การเลือกคู่สี) Monochrome หรือโครงสีเอกรงค์ คือมีเนื้อสี Hue เดียว แต่ให้ความแตกต่างด้วยน้ำหนักสี Value สีเอกรงค์นี้ ให้อารมณ์ ความรู้สึก สุขุม เรียบร้อย เป็นสากล ไม่ฉูดฉาดสะดุดตา และในด้านการออกแบบเป็นการใช้คู่สีที่ง่ายที่สุด แล้วออกมาดูดี (เลือกแต่สีเดียวแล้วมาผสมขาว ผสมดำหรือปรับค่าความสว่าง Brightness เพื่อเปลี่ยนน้ำหนักสี) Analogous หรือโครงสีข้างเคียง คือสีที่อยู่ติดกัน อยู่ข้างเคียงกัน ในวงจรัสสี จะเป็นทีละ 2 หรือ 3 หรือ 4 สีก็ได้ แต่ไม่ควรมากกว่านี้เพราะสีอาจจะหลุดจากความข้างเคียง หรือหลุดออกจากโครงสีนี้ได้ Dyads หรือโครงสีคู่ตรงข้าม Complementary Colour คือสีที่อยู่ตรงข้ามกันข้ามกัน ในวงจรัสสี การเลือกใช้สีคู่ตรงข้ามจะทำให้งานที่ได้มีความสะดุดตาในการมองแต่ก็ต้อง ระวังการใช้สีคู่ตรงข้าม เพราะการเลือกใช้สีคู่ตรงข้ามด้วยกันนั้นถ้าเราหยิบสี 2 สีที่ตรงข้ามกันมาใช้ในพื้นที่พอ ๆ กัน งานนั้นจะดูไม่มีเอกภาพ ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการทำงานศิลปะทางที่ดีเราควรแบ่งพื้นที่ของสีในภาพของ การใช้สีใดสีหนึ่งมากกว่าอีกสีหนึ่งโดยประมาณมักจะใช้สีหนึ่ง 70 % อีกสีหนึ่ง 30 % ภาพที่ได้ก็จะคงความมีเอกภาพอยู่ และยังมีความเด่นสะดุดตาไปได้ในตัว

หลักการจัดองค์ประกอบ

1. เอกภาพ (Unity) เอกภาพถือได้ว่าเป็นกฎเหล็กของศิลปะ และเป็นหลักสำคัญในการจัดองค์ประกอบ ความมีเอกภาพหรือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเป็นจุดเริ่มแรกในการจัดองค์ประกอบให้กับงานออกแบบของเรา วิธีสร้างเอกภาพ หรือสร้างความกลมกลืนให้กับงานออกแบบ มีหลักอยู่ 3 ข้อ คือ

1.1 การสร้าง ความใกล้ชิด ให้กับองค์ประกอบ วิธีที่ง่ายที่สุดในการสร้างเอกภาพให้กับงานคือ การจัดองค์ประกอบที่มีอยู่ในสอดคล้องกันแต่ละองค์ประกอบจะขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไปไม่ได้ การวางองค์ประกอบให้ใกล้ชิดกันจะทำให้ผู้ชมงานรู้สึกได้ ว่า องค์ประกอบต่าง ๆ

เป็นพวกเดียวกัน เกิดภาพรวมที่มีเอกภาพจากภาพนี้ เห็นว่า คนที่อยู่เดี่ยว ๆ ไม่ใช่พวกเดียวกัน และสื่อให้เห็นว่าแต่ละกลุ่มเป็นพวกเป็นหมู่เดียวกัน

1.2 สร้างความซ้ำกันขององค์ประกอบ (Repetition) การจัดวางองค์ประกอบให้มีการซ้ำกันไปเรื่อย ๆ ไม่ว่าจะเป็นเส้น จุด สี หรือ ลักษณะ ของผิวสัมผัส ฯลฯ ทำให้ผู้ชมงานรู้สึกถึงความ เป็นพวกพ้องเดียวกันเกิดเอกภาพขึ้นในงาน

1.3 สร้างความต่อเนื่องขององค์ประกอบ (Continuation) ความต่อเนื่องจะมาจากเส้นหรือทิศทางขององค์ประกอบที่อยู่ภายในภาพ ซึ่งนำสายตาของผู้ชมให้เดินทางตามที่ถูกออกแบบกำหนดไว้ เมื่อได้มองภาพที่มีองค์ประกอบไหลต่อเนื่องกัน ทำให้กระบวนการรับรู้ของคนเราสร้างเรื่องราว ต่อเนื่องเป็นเรื่องเดียวกันและอย่างเป็นลำดับขั้น ซึ่งทั้งหมดทำให้เกิดภาพรวมที่มีเอกภาพขึ้นในใจ

2. เสริมจุดเด่น เน้นจุดสำคัญ (Emphasize) หลังจากผ่านด่านแรกในการจัดองค์ประกอบ คือ การสร้างเอกภาพให้กับงานของเราแล้วในด่านต่อไปคือการสร้างหรือเน้นจุดเด่น ให้กับงาน (Emphasize) ในการสร้างจุดเด่นนั้นนอกจากจะสร้างความน่าสนใจให้งานแล้ว จุดเด่นจะทำให้ผู้ชมจับประเด็นความหมายของงาน และสามารถเข้าใจในความหมายที่เราตั้งใจออกแบบไว้ จุดเด่นแฝงการสื่อความหมายที่ผู้ออกแบบพยายามสื่อออกมา หลักการสร้างจุดสนใจมี 3 วิธีด้วยกันคือ

2.1 การวางจุดสนใจในงาน (Focus Point) คิดถึงสิ่งที่ต้องการนำเสนอสิ่งที่ต้องการสร้างให้เด่นที่สุด หรือบางที่เรอาจจะเรียงลำดับตามความมากน้อยขององค์ประกอบนั้น ๆ

2.2 การสร้างความแตกต่างในงาน ความแตกต่างเป็นตัวกำหนดความน่าสนใจหรือความโดดเด่นในงานได้ดีที่สุด แต่ในการออกแบบงานโดยใช้การสร้าง ความแตกต่างนั้น ต้องระวังให้ดีเพราะการสร้าง ให้องค์ประกอบมีความแตกต่างมากเกินไป จะทำให้องค์ประกอบของภาพหลุดออกจากกรอบของงาน ทำให้งานที่ได้ไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ขาดความมีเอกภาพ วิธีอีกมากมายที่ทำให้การจัดวางภาพเกิดความแตกต่างสะดุดตาได้แก่ การสร้างขนาดที่แตกต่างขององค์ประกอบภายในภาพ รูปร่างที่แตกต่างกันขององค์ประกอบภายในภาพ และรูปลักษณะหรือลักษณะที่แตกต่างขององค์ประกอบภายในภาพ

2.3 การวางแยกองค์ประกอบให้โดดเด่น (Isolation) การวางองค์ประกอบให้โดดเด่นหรือการวางองค์ประกอบที่ต้องการให้แยกออกมาห่างจากองค์ประกอบอื่น ๆ เป็นวิธีที่ทำให้ผู้ชมงานสังเกตเห็นองค์ประกอบนั้นได้ง่าย

แนวสร้างสรรค์งานกราฟิก

งานกราฟิกที่น่าสนใจจะต้องมีเอกลักษณ์ของตัวเองชัดเจน การออกแบบจะเป็นตัวสนับสนุนให้งานน่าสนใจ การออกแบบจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้งานน่าสนใจ และการสร้างสรรค์งานออกแบบกราฟิกทั่วไป จะมีรูปแบบองค์ประกอบศิลป์สำหรับ งานกราฟิก เพื่อการพิจารณา

1. แบบแถบตรง (Band)

เป็นองค์ประกอบที่กำหนดเพื่อหาสาระรายละเอียดที่ต้องการนำเสนอเข้าด้วยกันให้อยู่ในขอบเขตแนวตั้งตรง

2. แบบแกน (Axial) เป็นลักษณะที่มีแกนกลาง และมีสาขาแยกย่อยออกไป โดยเน้นจุดเด่นที่แกน กิ่งก้านสาขาจะช่วยเป็นองค์ประกอบเสริมให้จุดเด่นมีความชัดเจนยิ่งขึ้น

3. แบบตาราง (Grid) เป็นองค์ประกอบที่มีลักษณะเป็นตารางเล็กใหญ่สลับกับภาพ ในเนื้อหาที่กำหนด

4. แบบกลุ่ม (Group) เป็นลักษณะการจัดรวมเป็นกลุ่มไม่เกิน 3 กลุ่มในชิ้นงาน และมีขนาดแตกต่างกัน โดยคำนึงถึงเรื่องการจัดพื้นที่ว่างด้วย

5. แบบต่อเนื่อง (Path) คือ องค์ประกอบที่จัดวางให้มีลักษณะที่ต่อเนื่องกัน โดยคำนึงถึงจังหวะลีลาของรูปทรงรวมกับพื้นที่ว่างด้วย

6. แบบอักษร (Lettering) อาจจัดเป็นแบบรูปทรงตัวอักษรอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีรูปร่างสวยงาม เช่น จัดแบบตัว T แบบตัว H แบบตัว S แบบตัว I หรือแบบตัว Z ก็ได้

อักษรตัวพิมพ์ และการออกแบบตัวอักษร

อักษรเป็นส่วนหนึ่งที่มีบทบาทต่อการผลิตงานออกแบบกราฟิกเป็นอย่างยิ่ง รูป แบบและลักษณะเฉพาะของตัวอักษรที่มีความมากมายหลากหลายการจะเลือกใช้รูปแบบใด ต้องขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและเงื่อนไขต่างๆ งานลักษณะหนึ่งอาจจะเหมาะสมกับลักษณะเฉพาะตัวของอักษรแบบหนึ่ง ตัวอักษรบางลักษณะอาจใช้ได้ เฉพาะโอกาสเท่านั้น ถ้ามีความพอเหมาะพอดีในการนำมาใช้ก็จะสนับสนุนให้งานออกแบบสามารถสื่อความหมายได้อย่างเต็มที่

ตัวอักษรพิมพ์ คืออักษรสำเร็จที่ได้รับการออกแบบและผลิตเป็นแม่แบบไว้สำหรับเลือกใช้ในงานสิ่งพิมพ์ต่างๆ อักษรตัวพิมพ์มีความสำคัญต่อการออกแบบงานกราฟิกมาก บางครั้งก็นำมาเป็นสิ่งดึงดูดใจในสื่อนั้นด้วยการเลือกใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบแปลก น่าสนใจ หรือการขยายให้มีขนาดใหญ่เป็นพิเศษ และการใช้สีสน้ำเข้าช่วย อักษรตัวพิมพ์ใช้เสนอเนื้อหาสาระข้อมูลที่ต้องการนำเสนอโดยเลือกใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบเรียบ ชัดเจน อ่านง่าย แบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1. ตัวอักษรแบบมีเชิง (Serif) เป็นแบบตัวอักษรที่มีเส้นยื่นของฐานและปลายตัวอักษรในทางราบที่ เรียกว่า Serif ลักษณะของตัวอักษรจะมีเส้นตัวอักษรเป็นเส้นหนบางไม่เท่ากัน เหมือนการเขียนประดิษฐ์ด้วยขนนก หรือปากกาปากแบน มีหลายรูปแบบและตั้งชื่อแตกต่างกันออกไป

2. ตัวอักษรแบบไม่มีเชิง (Sane Serif) เป็นลักษณะของตัวอักษรอีกแบบหนึ่งมีรูปแบบเรียบง่าย ดูเป็นทางการ ต่างจากแบบแรกคือ ไม่มีเชิง หมายถึงไม่มีเส้นยื่นของฐานและปลายของตัวอักษรในทางราบนิยมใช้กันอย่างกว้างขวางทั้งในงานสิ่งพิมพ์ทั่วไปและงานโฆษณาประชาสัมพันธ์

3. ตัวอักษรแบบตัวเขียน (Script) อักษรแบบนี้เป็นแบบที่แตกต่างไปจาก 2 แบบแรก การออกแบบจะเน้นให้รูปแบบตัวอักษรมีลักษณะเป็นลายมือเขียน ซึ่งมีลักษณะหางโดยต่อเนื่องกัน

ระหว่างตัวอักษรต่อตัวอักษรมีขนาดเส้นหนาและบางต่างกันส่วนมากนิยมออกแบบเป็นตัวอักษรเอียงเล็กน้อย

4. ตัวอักษรแบบตัวอาลักษณ์ (Text Letter) เป็นตัวอักษรโรมันแบบตัวเขียนอีกแบบหนึ่ง มีลักษณะเป็นแบบประดิษฐ์ตัวอักษรมีเส้นตั้งดำหนา ภายในตัวอักษรมีเส้นหนาและบางคล้ายกับการเขียนด้วยปากกานแบน หรือปากกา ปลายตัด มักนิยมใช้จารึกในเอกสารตำราในสมัยโบราณ

5. ตัวอักษรแบบประดิษฐ์ (Display Type) หรืออักษรแบบตัวพิมพ์ขนาดใหญ่ มีลักษณะเด่นของตัวอักษรคือการออกแบบตกแต่งตัวอักษรให้จิตพิสดารเพื่อดึงดูดสายตาผู้ดูส่วนใหญ่จะมีขนาดความหนาของเส้นอักษรที่หนากว่าแบบอื่นๆ จึงนิยมนำมาใช้เน้นหรือตกแต่งในงานโฆษณาหรือหัวเรื่องโฆษณาประกาศนียบัตร ฯลฯ

6. ตัวอักษรแบบสมัยใหม่ (Modern Type) เป็นตัวอักษรที่คิดประดิษฐ์ขึ้นระยะหลังๆ มีลักษณะของแบบตัวที่เรียบง่าย มีหลายแบบหลายสไตล์นิยมนำมาใช้ในงานโฆษณาประชาสัมพันธ์

7. ลักษณะของตัวอักษร (Type Character) นอกจากรูปแบบของตัวอักษรที่มีลักษณะแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน การสร้างตัวอักษรยังมีแนวคิดให้เกิดความแตกต่างอย่างหลากหลายทำให้มีลักษณะเฉพาะตัวของตัวอักษรที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น

- 7.1 ประเภทตัวเอน (Italic)
- 7.2 ประเภทตัวธรรมดา (Normal)
- 7.3 ประเภทตัวบางพิเศษ (Extra Light)
- 7.4 ประเภทตัวแคบ (Condensed)
- 7.5 ประเภทตัวบาง (light)
- 7.6 ประเภทตัวหนา (Bold)
- 7.7 ประเภทตัวเส้นขอบ (Outline)
- 7.8 ประเภทตัวหนาพิเศษ (Extra Bold)
- 7.9 ประเภทตัวดำ (Black)

8. ระยะช่องไฟของตัวอักษร (Spacing)

การจัดระยะช่องไฟของตัวอักษรเป็นเรื่องสำคัญมากทั้งนี้จะเห็นได้ว่าตัวอักษรข้อความที่ถูกออกแบบจัดวางอย่างพอเหมาะพองาม อ่านง่าย จะทำให้ชวนดู ชวนอ่าน การจัดช่องไฟของตัวอักษรมีแนวคิด 3 ประการคือ

8.1 ระยะช่องไฟระหว่างตัวอักษร (Letter Spacing) เป็นการกำหนดช่องไฟระหว่างตัวอักษรแต่ละตัวที่จะต้องมียะห่างกันพองามไม่ติดหรือห่างกันจนเกินไป การเว้นระยะช่องไฟแต่ละตัวไม่ควรจะต้องกำหนดว่าเป็นเท่าใดเสมอเพราะตัวอักษรแต่ละตัวทั้งภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษจะมีลักษณะที่แตกต่างกันเสมอควรจัดระยะช่องไฟโดยคำนึงถึงปริมาณที่มีความสมดุลโดยประมาณในระหว่างตัวอักษร หรือที่เรียกว่าความสมดุลทางสายตา

8.2 ระยะช่องไฟระหว่างคำ (Word Spacing) ส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษมากกว่า ระยะระหว่างคำโดยทั่วไปจะเว้นระยะระหว่างคำประมาณ 1 ตัวอักษรปกติ ถ้าระยะระหว่างคำชิดเกินไปจะทำให้อ่านยากและถ้าเว้นระยะห่างเกินไปจะทำให้ขาดความงามลงไป

8.3 ระยะช่องไฟระหว่างบรรทัด (Line Spacing) แนวคิดของการเว้นระยะระหว่างบรรทัดมีจุดประสงค์เพื่อให้อ่านง่าย และดูสวยงาม โดยปกติในการจัดเรียงพิมพ์จะใช้ระยะบรรทัดตั้งแต่ 0 – 3 พอยท์ หลักสำคัญในการกำหนดระยะระหว่างบรรทัดให้วัดส่วนสูงและส่วนต่ำสุดของตัวอักษร เมื่อจัดวางบนบรรทัดแล้วต้องไม่ทับซ้อนกัน

9. แบบการจัดวางตัวอักษร (Type Composition) แบบการจัดตัวอักษรหัวเรื่องหรือการจัดเนื้อความย่อมมีวิธีการจัดไว้หลายลักษณะในการเรียงพิมพ์ตัวอักษรสำเร็จจะสามารถเรียงได้ตามต้องการตามที่ออกแบบไว้ ซึ่งเป็นความสะดวกในการทำอาร์ตเวิร์คอย่างยิ่ง การจัดตัวอักษรอาจทำได้หลายลักษณะดังนี้

9.1 แบบชิดซ้าย (Flush Left) เป็นการจัดให้ตัวอักษรแต่ละบรรทัดชิดแนวทางด้านซ้ายมือทั้งหมด และปล่อยตัวอักษรทางขวามือเป็นอิสระไม่จำเป็นต้องเสมอกัน

9.2 แบบชิดขวา (Flush Right) เป็นการจัดให้ตัวอักษรของทุกบรรทัดอยู่ชิดขอบทางด้านขวามือทั้งหมดและปล่อยให้ทางซ้ายมือเป็นอิสระ การจัดแบบนี้นิยมจัดสำหรับงานออกแบบโฆษณา หรือข้อความที่ต้องการจัดหน้าให้ดูแปลกตา

9.3 แบบซ้ายขวาตรงกัน (Justified) คือการจัดระเบียบตัวอักษรให้อยู่ในกรอบตัวอักษรทุกบรรทัดจะอยู่ตรงกันทั้งขอบซ้ายและขอบขวา การจัดแบบนี้จะมองดูเป็นระเบียบเป็นทางการนิยมใช้ในการจัดหน้าหนังสือและวารสารทั่วไป

9.4 แบบศูนย์กลาง (Centered) คือลักษณะการจัดตำแหน่งตัวอักษรข้อความทั้งหมดเป็นลักษณะการยึดจุดศูนย์กลางเป็นหลัก หรือการจัดแบบสมดุล ซ้าย – ขวา หมายถึงขนาดของตัวอักษรทั้งด้านซ้ายและด้านขวาจะอยู่แบบสมดุลเท่ากัน

9.5 แบบรอบขอบภาพ (Contour) เป็นการจัดอักษรข้อความให้สัมพันธ์สอดคล้องกับรูปลักษณะของภาพ จะทำให้เกิดความรู้สึกสบายตา ภาพและข้อความจะดูเป็นเอกภาพมากยิ่งขึ้น

9.6 แบบไม่สมดุล (Asymmetrical) เป็นการจัดวางข้อความอิสระในแต่ละบรรทัด มักนิยมใช้ในงานสร้างสรรค์โฆษณาและการจัดหน้าสำหรับข้อความไม่มากนักและให้ดูส่วนรวมแล้วมีความสมดุลทางความรู้สึก

9.7 แบบรูปธรรม (Concrete) เป็นการจัดข้อความให้เป็นรูปร่างตามต้องการ ส่วนมากมักใช้ในรูปร่างง่าย ๆ ไม่มีลักษณะซับซ้อน

9.8 แบบแนวตั้ง (Vertical Type) เป็นการจัดข้อความเน้นการจัดให้อยู่ในแนวเส้นตั้งสำหรับคำหรือข้อความสั้น ๆ จะใช้ในบางกรณีเท่านั้นเพราะอ่านยาก

9.9 แบบเอียง (Incened Type) เป็นลักษณะการจัดให้ข้อความเอียงหรือเฉียงไปทางใดทางหนึ่ง นิยมใช้ในงานโฆษณาเพราะจะดูตื่นตาตื่นใจแปลกไปจากการเห็นปกติ แต่ต้องเป็นข้อความไม่มากจนเกินไป

จากข้อมูลด้านสื่อสิ่งพิมพ์และกราฟิก จะเห็นได้ว่าการพัฒนาในเรื่องของสิ่งพิมพ์ตลอดเวลา ตั้งแต่กระดาษ หมีก การออกแบบ รวมทั้งการผลิต และสิ่งพิมพ์จะได้รับการพัฒนาให้ทันกับยุคสมัยตลอดเวลาไม่ว่าจะอยู่ในยุคใด ก็ตาม เพราะสิ่งพิมพ์เป็นสื่อหลักของสังคม

วิชาญ ศิลป์พัฒนา (2544: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้านครหลวง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ใช้บริการในเขตจำหน่ายของการไฟฟ้านครหลวง ซึ่งใช้บริการที่สาขาย่อยการไฟฟ้านครหลวงเพลินจิต จำนวน 345 คน พบว่า ในด้านการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการรู้จักและสนใจ แผ่นพับ วารสาร และโปสเตอร์มาก เนื่องจากเนื้อหาสาระน่าสนใจ อ่านเข้าใจง่ายและมีรูปภาพสวยงาม และสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับตัวเองได้โดยตรง โดยสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผู้ใช้บริการเห็นว่ามีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์มากที่สุดคือ แผ่นพับ ส่วนแผ่นปลิวและโปสเตอร์มีประสิทธิภาพรองลงมา

ทยากร ล้ำเลิศชน (2546: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในวารสารออมสินของพนักงานออมสินพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกระดาษที่ใช้ทำวารสาร รูปแบบตัวอักษร ความชัดเจนของตัวอักษร และความสวยงามของภาพประกอบ ด้านเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในสาระความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในการทำงานได้

สุเมธ แสงประธิป (2546: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เช่าที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ ในด้านเนื้อหาสาระของสิ่งพิมพ์ เนื่องจากมีสาระน่าสนใจ อ่านเข้าใจง่ายและมีตัวอักษรขนาดที่เหมาะสม และสามารถทราบนโยบายกฎระเบียบและวิธีปฏิบัติ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจทั้งในด้านเนื้อหาสาระและรูปแบบ

นพรัตน์ เตชะวนิช (2544: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของของพนักงานธนาคารกสิกรไทยที่มีต่อวารสารกิจการสัมพันธ์ พบว่า พนักงานส่วนใหญ่อ่านวารสารกิจการสัมพันธ์บ้างบางฉบับ มีการอ่านบางคอลัมน์ที่น่าสนใจ มีความพึงพอใจในรูปเล่ม ได้แก่ ความสวยงาม ความกะทัดรัดและความเหมาะสมของกระดาษที่ใช้พิมพ์ภาพประกอบในเล่มเนื้อหา และรูปแบบขิงวารสารในระดับมาก

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นดังกล่าวการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกนั้นมีความจำเป็นในด้านการออกแบบให้ภาพประกอบสวยงามและตัวอักษรที่อ่านง่าย โดยมีเนื้อหาที่เข้าใจ สามารถนำมาใช้งานจริงได้ เป็นต้น

6. หลักการด้านการปฏิบัติสมาธิ

สมาธิไปประยุกต์ใช้บำบัดโรคต่างๆ ที่สัมพันธ์กับความเครียด เช่น โรคนอนไม่หลับ โรคแผลในกระเพาะอาหารอันเนื่องจากความเครียด โรคเกี่ยวกับระบบหัวใจและหลอดเลือด ผลทดลองปรากฏว่าผู้ป่วยอาการดีขึ้น การทำสมาธิบำบัดจึงเริ่มกลายเป็นการแพทย์ทางเลือก ต่อมาถูกนำไปใช้ร่วมกับการบำบัดโรคต่างๆ ที่เรื้อรัง เช่น เอดส์ มะเร็ง ภูมิแพ้ เบาหวาน ฯลฯ พบว่าการฝึก

สมาธิทำให้คุณภาพชีวิตผู้ป่วยดีขึ้น และต่อมาก็มีการศึกษาการทำสมาธิบำบัดในโรคอื่นๆ อีกมาก เช่น โรคผิวหนัง และการสมานแผลผ่าตัดหลังการทำศัลยกรรม

อย่างไรก็ตาม การศึกษาเรื่องสมาธิของตะวันตกเป็นการศึกษาทางอ้อม ไม่ได้มุ่งไปที่เรื่อง "จิต" โดยตรงเหมือนชาวตะวันออก แต่เป็นการศึกษาความเปลี่ยนแปลงเป็นรูปธรรมที่มองเห็นและสัมผัสได้ เช่น ลักษณะของลมหายใจ ความดันโลหิต ตลอดจนคลื่นสมองไฟฟ้า ระดับฮอร์โมน และสารเคมีบางอย่างในตัวซึ่งต้องอาศัยอุปกรณ์ไฟฟ้าในการสังเกต สมาธิบำบัดอาจจะถูกมองเป็นเรื่องมกมาย แต่งานวิจัยหลายชิ้นทำให้วงการแพทย์เริ่มมองเห็นแนวโน้มที่ดีและเห็น ประโยชน์ของการฝึกสมาธิ รักษาโรค ทุกวันนี้วงการแพทย์ของไทยเราเองก็เริ่มต้นทดลองนำระบบสมาธิบำบัดเข้ามาใช้ คือ ที่กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข

การทำสมาธิ 5 นาที

การทำสมาธิวันละ 15 นาที ก็ถือว่าเพียงพอสำหรับฆราวาสเพื่อใช้ในการดำรงชีวิต คือ สำหรับผู้ที่ยังต้องใช้ชีวิตในทางโลกแล้ว และยังไม่พร้อมที่จะเจริญสติในชีวิตประจำวัน (แต่ต้องทำทุกวัน) โดยทำวันละ 3 เวลา คือ เช้า กลางวัน เย็น (ก่อนนอนก็ได้) ครั้งละ 5 นาที โดยเลือกทำในเวลาเดียวกันทุกวัน

วัตถุประสงค์ของการทำสมาธิ

การสร้างพลังจิต พลังจิตที่ได้จากการทำสมาธิมี 2 ประเภท คือพลังหลัก และพลังเฉื่อย

1. พลังหลัก จะถูกเก็บสะสมไว้ในจิตไม่มีการแตกสลายตามกายเนื้อแต่สะสมข้ามภพชาติ
2. พลังเฉื่อย จะถูกใช้ไปในชีวิตประจำวัน การทำสมาธิ เริ่มจากการบริการ

กำจัดความคิดและอารมณ์ต่างๆ ออกไป จนกว่าจิตจะสงบเบา สมาธิต้องอยู่บนพื้นฐานที่ไม่มีอารมณ์ กำจัดได้มากเท่าไรก็เป็นสมาธิได้ลึกเท่านั้น เพราะ การทำสมาธิเป็นการแกะเอาอารมณ์ออกจากจิต เปรียบดั่งแกะเอาสนิมออกจากเนื้อเหล็ก ความนึกคิด การเคร่งเครียดต่อการทำงานทุกวัน ทำให้สมองต้องทำงานตลอดเวลาไม่มีเวลาพัก ยิ่งคิดหรือ เคร่งเครียด มากก็ยิ่งเป็นเหตุให้สมองมีความเสื่อมสภาพเร็วขึ้นกว่ากำหนด การว่างจากความคิดเสียบ้าง จึงเป็นวิธีที่ทำให้สมองได้รับการพักผ่อน การทำสมาธิจึงเป็นการหยุดพักที่มีประสิทธิภาพ เปรียบเหมือนคนเดินทางไกลหลังจากการหยุดพักสักวัน ชั่วโมงหรือไม่กี่นาที ก็ยอมได้เร็วแรงกลับมา

ประโยชน์ของสมาธิ

1. ทำให้หลับสบายคลายกังวล
2. กำจัดโรคภัยไข้เจ็บ
3. ทำให้สมองปัญญาดี
4. ทำให้มีความรอบคอบ

5. ทำให้ระงับความร้ายกาจ
6. บรรเทาความเครียด
7. มีความสุขพิเศษ
8. ทำให้จิตใจอ่อนโยน
9. กลับใจได้
10. เวลาสั้นลงพบทางดี
11. เจริญวาสนาบารมี
12. เป็นกุศล

สมาธิบำบัด: การบริหารใจ ด้วยสมาธิ

1. มหัตจรรย์ภายในร่างกาย ใจเป็นนายกายเป็นบ่าว ใจรักษากาย
2. สาเหตุของโรคมัก จะพบว่าเป็นสาเหตุด้วยใจมีอำนาจเหนือกว่ากาย
3. ความสุขอย่างอื่นที่ยิ่งกว่าความสงบ ร่างกายก็จะได้รับการพักผ่อนไปด้วยการฝึกสมาธิ เพราะการฝึกสมาธิช่วยแก้ปัญหาวิตที่ตรงจุด และเป็นความสุขที่แท้จริงหาได้จากใจที่อยู่ภายในตัว ซึ่งก็มีผลต่อร่างกาย ทำให้สุขภาพกายใจดีด้วย
4. การฝึกสมาธิเป็นการเปลี่ยนคลื่นความถี่ของใจให้เกิดความถี่ที่สูงขึ้นและสมองจะสร้างสนามพลังออกมาหุ้มห่อร่างกายที่เรียกว่า ออรา
5. การฝึกสมาธิทำให้ใจอยู่ในอารมณ์สงบ ร่างกายก็จะได้รับการพักผ่อนไปด้วยการฝึกสมาธิเป็นยาอายุวัฒนะอย่างหนึ่ง
6. การฝึกสมาธิควรยึดหลักสายกลางคือ ไม่เคร่งครัดและไม่หย่อนยานกับตนเอง จนมากเกินไป การฝึกจะทำให้การนึกคิดเปลี่ยนไปทำให้เกิดความเข้มแข็งทางใจ
7. ยึดหลักสายกลาง ใจนั้นมีอำนาจทุกครั้งที่มีความสมดุลทางอารมณ์ การฝึกสมาธิเป็นการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ และการรับรู้ต่อสิ่งภายนอก เมื่อฝึกแล้วจะรู้สึกที่ตนเองใจเย็นลง ไม่เร้าร้อนมีความมั่นคงทางใจ และตอบสนองต่อสิ่งรอบตัวอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน มีความเชื่อมั่น เป็นการเปลี่ยนพฤติกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไป สามารถนำมาใช้กับชีวิตประจำวันได้
8. การอยู่คนเดียวเป็นการพัฒนายกระดับใจให้สูงขึ้น ด้วยการฝึกความสงบรับประทานอาหารน้อย นอนน้อย พูดน้อยหรือพูดเท่าที่จำเป็น ไม่ติดกับความสะดวกสบายเป็นการเปิดโอกาสให้ใจมีอิสระ สามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสร้างสนามพลังให้กับตนเอง
9. สิ่งสำคัญของการฝึกสมาธิขึ้นอยู่กับความตั้งใจ ความเพียรพยายาม ความศรัทธา ความอดทน และความสม่ำเสมอ

หลักสูตรวิทิสสมาธิ

สมาธิที่ทำพอดี ก็ดีพอ เด็กทำได้ผู้ใหญ่ทำดี สมาธิ มีความสำคัญในฐานะเป็นตัวผลิตพลังจิตให้แก่ผู้ปฏิบัติเพื่อจักได้ใช้พลังจิต นั้นไปทำประโยชน์ให้แก่ตนเองและคนอื่นรวมทั้งแก่สังคม

ประเทศชาติและแก่โลกในที่สุด แต่เนื่องจากในชีวิตประจำวันคนส่วนมากมักยุ่งอยู่กับภารกิจต่าง ๆ จนอ้างว่าไม่มีเวลาทำสมาธิ พระเดชพระคุณพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อดิลก สิรินฺทรโร) จึงได้คิดวิธีทำสมาธิที่คนทั่วไปสามารถทำได้แบบง่าย ๆ และตั้งชื่อเรียกว่า “วิทิสสมาธิ” มีความหมายว่าสมาธิที่สามารถทำได้ในทุกที่และทุกโอกาส และจัดทำเป็นโครงการเสนอ ดังนี้

การทำวิทิสสมาธิ คือ การเริ่มต้นตั้งสติบริกรรมในใจว่า “พุทโธ ๆ” หรือบริกรรมคำอื่นที่สั้น ๆ ก็ได้ ซึ่งผู้ปฏิบัติสามารถทำได้ในทุกอิริยาบถ (ยืน เดิน นั่ง นอน) ครั้งละ ๕ นาที ในตอนเช้า กลางวัน เย็นจากนั้นให้ลงบันทึกไว้ในสมุดบันทึก เพื่อให้คนทั่วไปทั้งเด็กและผู้ใหญ่ทุกสาขาอาชีพสามารถทำวิทิสสมาธิได้ อย่างอิสระไม่ต้องละทิ้งการทำงานไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับเรื่องสถานที่ เวลา และการดำเนินชีวิต

สมาธินี้ทำครั้งละ 5 นาที วันละ 3 ครั้ง โดยประมาณวันหนึ่ง 3 ครั้งรวมแล้วจักได้วันละ 15 นาที รวมแล้ว 1 เดือนจักได้เวลาฝึกสมาธิถึง 7 ชั่วโมง 30 นาที เหมาะสำหรับคนทุกวัย ทุกสาขาอาชีพไม่ว่าผู้บริหาร นักปกครอง นักธุรกิจ กรรมกร แต่การทำสมาธิอย่างนี้หากทำโดยไม่มีกฎเกณฑ์ ก็จะทำให้มีความมั่นคง หรือไม่มีผู้รู้เป็นที่ปรึกษากำกับก็จะไปไม่ได้ตลอด ดังนั้นเพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างจริงจัง สถาบันพลังจิตตานุภาพจึงได้มีการแต่งตั้งครูสมาธิที่จบการศึกษาจากหลักสูตรครูสมาธิให้เป็นหัวหน้าศูนย์ ทำหน้าที่ช่วยดูแลแนะนำและแจกสมุดบันทึกประจำตัวให้แก่สมาธิกร เพื่อสมาธิกรจักได้ลงบันทึกและเซ็นชื่อลงในสมุดบันทึกแล้วมอบให้หัวหน้าศูนย์ เมื่อปฏิบัติครบตามตาราง เมื่อสมาธิกรทำวิทิสสมาธิไปได้ 1 เดือนก็ควรมีการประชุมกันเพื่อจะรู้ได้ว่าได้ผลกันอย่างไรบ้าง การทำเช่นนี้ต้องไม่ทำให้สมาธิกรมีความกังวล ไม่กระทบกิจกรรมการบ้าน การเมืองและหน้าที่การงาน ขอให้ทำวิทิสสมาธิโดยอิสระด้วยความสบายใจไม่มีการบังคับ

หลักสูตรครูสมาธิ

สถาบันพลังจิตตานุภาพก่อตั้งโดยพระเดชพระคุณพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อดิลก สิรินฺทรโร) มีจุดประสงค์ในการเผยแผ่สมาธิ เพื่อเพิ่มพลังจิตแก่ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ เปิดสอนสมาธิให้กับประชาชนเพื่อย่น ระยะเวลาการศึกษาและปฏิบัติธรรมะโดยสร้างเป็นสถาบันพลังจิตตานุภาพจัดทำหลักสูตร ครูสมาธิขึ้นเพื่อสอนสมาธิระยะเวลา 6 เดือน หลักสูตรครูสมาธิเป็นหลักสูตรที่สอนสมาธิให้กับประชาชนเพื่อสามารถที่จะเป็น ครูสอนสมาธิได้ ตามหลักการของพระเดชพระคุณพระธรรมมงคลญาณ (หลวงพ่อดิลก สิรินฺทรโร) ซึ่งเริ่มเปิดดำเนินการเรียนการสอนมาตั้งแต่วันที่ 24 กรกฎาคม 2540 ใช้ระยะเวลาในการเรียน 6 เดือน (หลักสูตร 200 ชั่วโมง) ในแต่ละหลักสูตรแบ่งออกเป็น 3 เทอมๆ ละ 40 วัน เรียนทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ พร้อมทั้งนำไปสอบปฏิบัติภาคสนาม ณ ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่เป็นเวลา 4 วัน 3 คืน จึงจะจบหลักสูตรครูสมาธิและจัดพิธีมอบใบประกาศนียบัตร

วัดสิริกมลาวาส หรือวัดใหม่เสนา หลวงปู่หลอด ปโมทิตโต เป็นเจ้าอาวาส เป็นที่ตั้งของสถาบันพลังจิตตานุภาพ สาขา 4 ตั้งอยู่ที่ หมู่ 11 สี่แยกวังหิน แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว จ.กรุงเทพฯ 10230 โทรศัพท์ 02-570-8281

จากข้อมูลด้านการทำจิตให้เป็นสมาธิ จะช่วยสร้างความผ่อนคลาย แก้ไขโรคของความเครียดอย่างได้ผล ความเครียดทำให้กล้ามเนื้อทุกระบบในร่างกายหดตัว เวลาเครียดเรามากจะทำหน้านี้่วิ้ววมวด กำหมัด กัดฟัน ทุกครั้งที่รู้สึกเครียด ทำให้กล้ามเนื้อเกร็งตัวเกิดอาการเจ็บปวด เช่น ปวดต้นคอ ปวดหลัง ปวดไหล่

งานวิจัยของออร์เม จอห์นสัน พบว่า การฝึกสมาธิช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาโรคลงได้ครึ่งหนึ่ง โดยศึกษาในอาสาสมัครที่ฝึกสมาธิ จำนวน 2,000 ราย

งานวิจัยในแคนาดา พบว่าผู้ที่มีประกันสุขภาพในนครควิเบคจำนวน 1,418 ราย ที่ฝึกสมาธิกับผู้ที่ไม่ได้ฝึก 1,418 ราย พบว่า กลุ่มที่ฝึกสามารถลด ค่าใช้จ่ายของแพทย์ในการดูแลสุขภาพลงได้ร้อยละ 14

งานวิจัยรายงานหนึ่งศึกษาในอาสาสมัครที่ฝึกสมาธิ จำนวน 23 ราย ที่มีค่าเฉลี่ยไขมันคอเลสเตอรอลในเลือด 254 มิลลิกรัม/เดซิลิตร สามารถลดลง ได้ 30 มิลลิกรัม/เดซิลิตร หลังจากฝึกไป 11 เดือน โดยไม่ได้รับการควบคุมเรื่องอาหาร

งานวิจัยในผู้ป่วยโรคหัวใจที่มีอาการเจ็บหน้าอกเวลา ออกกำลังกายจำนวน 16 ราย พบว่า การฝึกสมาธิช่วยให้ผู้ป่วยมีความทนทานต่อการออกกำลังกายดีขึ้น กราฟการเต้นของหัวใจดีขึ้น

งานวิจัยพบว่า ความหนาของผนังเส้นเลือดหัวใจ (Carotid intima media Thickness) ในผู้ป่วยความดันโลหิตสูง 60 ราย ความหนาของหลอดเลือดลดลงในผู้ป่วยที่ฝึกสมาธิ เมื่อเทียบกับผู้ป่วยที่ไม่ได้ฝึกสมาธิ หลังจากใช้เวลาฝึกสมาธิอยู่ 6-9 เดือน

มหาวิทยาลัยนานาชาติมหาริชชี (Maharishi International University) ได้รวบรวมรายงาน 19 รายงานจาก 5 ประเทศ พบว่า การฝึกสมาธิช่วยแก้ปัญหาเรื่องการใช้จ่ายเสฟติด การดื่มสุรา และการสูบบุหรี่ อย่างเป็นผล

อารี นุ้ยบ้านด่าน, ประนอม หนูเพชร, จินตนา ต้าเกลี้ยง, ทิพมาส ชินวงศ์ (2548: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ระดับสมาธิของนักศึกษาพยาบาลภายหลังการฝึกปฏิบัติสมาธิแบบเมตตาภาวนา การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงกึ่งทดลองเพื่อศึกษาระดับสมาธิของนักศึกษาพยาบาล ชั้นปีที่ 2 ภายหลังการฝึกปฏิบัติสมาธิแบบเมตตาภาวนาเป็นเวลา 10 วัน กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 28 คน ได้ทำการฝึก ปฏิบัติสมาธิแบบเมตตาภาวนา โดยการแผ่เมตตาให้ตัวเอง 40 นาที (ทำในขณะเดินจงกรม ระยะที่ 1 20 นาที และนั่งสมาธิ 20 นาที) เป็นเวลาติดต่อกัน 10 วัน ใช้แบบวัดระดับสมาธิที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยผ่านการทดสอบความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน และหาความเที่ยงโดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ได้ค่าเท่ากับ 0.72 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Repeated Measures ANOVA พบว่า ระดับสมาธิภายหลังการฝึกปฏิบัติสมาธิแบบเมตตาภาวนา ตั้งแต่วันที่ 1-10 ของการปฏิบัติ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F(9) = 2.19, p = 0.02$) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับสมาธิสูงขึ้น และค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดและสูงสุดของระดับสมาธิ ตั้งแต่วันที่ 1-10 เท่ากับ 3.18 และ 3.64 ซึ่งถือว่าสมาธิอยู่ในระดับปานกลาง จากผลการวิจัย จะเห็นได้ว่าการฝึกปฏิบัติสมาธิแบบ

เมตตาภาวนาทำให้มีสมาธิได้ ดังนั้นการฝึกปฏิบัติสมาธิแบบเมตตาภาวนาจึงเป็นสิ่งสำคัญในการคงไว้ซึ่งสมาธิตลอดเวลา

จุฬารัตน์ เขาประเสริฐ (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้พุทธธรรมในการบำบัด โรคจิตเภท มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ เพื่อศึกษาปัญหาความสำคัญ และการบำบัดโรคจิตเภท เพื่อศึกษาหลักธรรมสำหรับใช้บำบัดโรคทางใจในพระพุทธศาสนา และเพื่อประยุกต์ใช้พุทธธรรมในการบำบัดโรคจิตเภทกับแนวการรักษาตาม จิตเวชศาสตร์ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาความสำคัญของโรคจิตเภท เป็นโรคที่มีสาเหตุมาจากความบกพร่องของการทำหน้าที่ของจิตใจและอารมณ์ที่พบ มากที่สุดในบรรดาโรคจิตทั้งหมด เป็นโรคที่ก่อปัญหาแก่มวลมนุษยชาติ ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้ป่วย ครอบครัว ชุมชน สังคม การสาธารณสุข และเศรษฐกิจระดับประเทศ การบำบัดโรคจิตเภทอาจใช้วิธีการหลัก 3 ประการ ผสมผสานกันคือ (1) การรักษาทางกาย เช่น รักษาด้วยยา ช็อกไฟฟ้า (2) การรักษาทางจิตใจ เช่น การทำจิตบำบัด และ(3) การรักษาทางสังคม เช่น ครอบครัวบำบัด นิเวศน์บำบัดวิธีการรักษาโรคทางใจในพระพุทธศาสนา คือการใช้โยนิโสมนสิการ เป็นการพิจารณาหาเหตุผล พร้อมกับการรู้จักแก้ปัญหา ดำเนินชีวิตให้ถูกต้อง การใช้สมาธิบำบัด เช่น อาณาปนสติการเจริญสติปัฏฐาน การเจริญเมตตา การคบหากัลยาณมิตร เพื่อสงบระงับนิวรณ์กิเลสจนทำให้เกิดปิติสุข

การประยุกต์ใช้พุทธธรรมในการบำบัดโรคจิตเภท สามารถทำได้กับผู้ป่วยที่มีอาการดีขึ้นหรือสามารถรับรู้ข้อมูลได้ หลักพุทธธรรมที่จิตแพทย์ นักจิตวิทยาคลินิก นักสังคมสงเคราะห์สามารถเลือกมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมกับอาการของผู้ป่วยได้คือ นักจิตวิทยาคลินิก มุ่งรักษาทางจิตใจของผู้ป่วยจิตเภท รวมทั้งครอบครัวบำบัดหรือนักสังคมบำบัด รวมทั้งหลักพุทธธรรม เช่น โยนิโสมนสิการ พุทธลีลาในการสอน ปมาณิก 4 จริต 6 ที่พระพุทธองค์ทรงใช้บำบัดโรคทางใจแก่สาวกซึ่งสอดคล้องกับการรักษาของ จิตแพทย์ตามแนวจิตบำบัดในยุคปัจจุบัน เช่น การทำจิตบำบัดแบบประคับประคอง(Supportive therapy) การทำจิตบำบัดตามแนวซาเทียร์(Satir therapy) และการทำจิตบำบัดแบบ Cognitive behavior therapy (CBT)

ทัตถมล พรหมมา, มาโนช หล่อตระกูล (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบผลการรักษาผู้ป่วยโรค mixed anxiety – depressive disorder ในพื้นที่อุทกภัยของจังหวัดอุดรดิตถ์ ระหว่างกลุ่มสมาธิบำบัดกับกลุ่มจิตบำบัด ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิจัย ณ สัปดาห์ที่ 4 และ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มคะแนนเฉลี่ยของอาการซึมเศร้าใน HADS และคะแนนเฉลี่ยของอาการวิตกกังวลใน HAM – A ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ผลที่สัปดาห์ที่ 4 พบว่ากลุ่มที่รักษาด้วยสมาธิบำบัดมีคะแนนเฉลี่ยของอาการวิตกกังวลและซึมเศร้าลดลงมากกว่ากลุ่มจิตบำบัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) เมื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของอาการวิตกกังวลและซึมเศร้าระหว่างสองกลุ่ม หลังสิ้นสุดการรักษาที่สัปดาห์ที่ 8 พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการประเมินเชิงคุณภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดได้รับประโยชน์จากโปรแกรม สมาธิบำบัดจากการรักษาแบบสมาธิบำบัดและกลุ่มจิตบำบัด

ให้ผลดีเท่าเทียมกันในการรักษาโรค mixed anxiety – depressive disorder การรักษาแบบสมาธิบำบัดนั้นผู้รักษาทำได้ง่ายกว่า และเป็นวิธีที่คนไทยคุ้นเคยจึงเป็นวิธีการรักษาที่น่าใช้มากกว่า

กาญจนา สังข์สิงห์, อุไร ทัศนกิจ, อังศุมา อภิชาติ (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ประสพการณ์ของผู้ป่วยมะเร็งในการใช้สมาธิในการเยียวยาตนเอง ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูล ได้ให้ความหมายของการเยียวยาตนเองด้วยสมาธิเป็น 4 ลักษณะ คือ 1) สมาธิเป็นธรรมโอสภ 2) สมาธิเป็นพลังที่ช่วยให้ร่างกายสร้างภูมิต้านทานและซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ 3) สมาธิเป็นตัวช่วยปรับสมดุลของร่างกายและจิตใจ และ 4) สมาธิเป็นวิธีการที่ช่วยให้เกิดปัญญารับรู้ตามความเป็นจริงไม่ปรุงแต่ง ชนิดของสมาธิที่ผู้ให้ข้อมูลใช้มี 2 แบบคือ การเจริญสติ และสมาธิตั้งพลัง โดยผู้ให้ข้อมูลรับรู้ผลของการใช้สมาธิต่อด้านร่างกายคือ 1) หลีกเลี่ยงโรคร้าย 2) ลด/บรรเทาความทรมานทางกาย นอกจากนี้ยังมีผลให้กระดูกและกล้ามเนื้อแข็งแรง และช่วยให้นอนหลับได้ง่าย ส่วนผลของการใช้สมาธิต่อด้านจิตใจและจิตวิญญาณ คือ อยู่กับโรคมะเร็งได้ และมีการดำเนินชีวิตดีขึ้น การศึกษาครั้งนี้ได้อาศัยความรู้เกี่ยวกับการเยียวยาตนเองด้วยสมาธิของผู้ป่วยมะเร็งจาก ประสพการณ์ตรงของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งจะเป็ประโยชน์อย่างยิ่งในการประยุกต์ใช้สมาธิในการเยียวยาตนเองของผู้ป่วยมะเร็งรายอื่นๆ รวมผู้ป่วยโรคเรื้อรังอื่นๆ

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นดังกล่าวสิ่งสำคัญของสมาธิบำบัดคือ การใช้สมาธิเพื่อฝึกใจให้มีพลังและมีอำนาจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ในที่นี้ใช้เป็นยารักษาโรคที่เกิดจากความเครียด ความกังวล ไม่เกี่ยวกับโรคที่มีเชื้อโรคโดยตรง แต่สามารถรักษาใจที่เป็นทุกข์อันเกิดจากโรคได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผลงานการออกแบบของอิกโกะ ทานากะ ในปี ค.ศ. 1960-2000 จำนวน 19 ชิ้น นำมาศึกษาแนวคิดเพื่อออกแบบร่างสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกกรณีศึกษา แนวคิดผลงานศิลปะของ อิกโกะ ทานากะ ในด้านการจัดวาง สี และรูปทรง จำนวน 100 แบบ เลือกโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ต้นแบบงานสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกกรณีศึกษาแนวคิดผลงานศิลปะของ อิกโกะ ทานากะ ที่ได้ทำการออกแบบโดยผู้วิจัย และให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินประสิทธิภาพ คัดเลือกโดยการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 แบบ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายและประเด็นที่ได้กำหนดไว้ในขอบเขตของเนื้อหา ตามขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 2 กระบวนการสร้างแบบสอบถามประเมิน ผลงานแนวความคิดของอิกโกะ ทานากะ จำนวน 18 ชิ้น

ตอนที่ 3 กระบวนการออกแบบร่างสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก โดยศึกษาแนวความคิดผลงานของ อิกโกะ ทานากะ ในด้านการจัดวาง สี และรูปทรง จำนวน 100 แบบ โดยคำนึงถึง 3 หลักเกณฑ์ดังนี้

1. หลักเกณฑ์ทางการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก ประกอบด้วย
 - 1.1 อักษรและตัวพิมพ์
 - 1.2 ภาพและส่วนประกอบตกแต่งภาพ
2. หลักเกณฑ์ด้านการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

2.1 ด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

2.2 กรรมวิธีการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

3. หลักเกณฑ์ด้านความต้องการประโยชน์ใช้สอย

ตอนที่ 4 กระบวนการสร้างแบบสอบถามประเมินรูปแบบ และประสิทธิภาพ แบบครบทั้ง 3 หลักเกณฑ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 5 กระบวนการประเมินรูปแบบ และประสิทธิภาพ แบบครบทั้ง 3 หลักเกณฑ์ ต่อผลงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ประเมินรูปแบบและประสิทธิภาพแบบครบทั้ง 3 หลักเกณฑ์ คือการประเมินโดยแตกต่าง โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน

ตอนที่ 6 นำแบบของสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ที่ผ่านการคัดเลือก มาพัฒนาสร้างสรรค์แก้ไขเป็นผลงานจริง

ตอนที่ 7 กระบวนการสร้างแบบสอบถามประเมินรูปแบบผลงานจริง และประสิทธิภาพ แบบครบทั้ง 3 หลักเกณฑ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 8 กระบวนการประเมินรูปแบบ และประสิทธิภาพ แบบครบทั้ง 3 หลักเกณฑ์ ต่อผลงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก ประเมินรูปแบบและประสิทธิภาพแบบครบทั้ง 3 หลักเกณฑ์ คือการประเมินโดยแตกต่าง โดยคัดเลือกเหลือเป็นจำนวน 5 แบบ โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน

ตอนที่ 9 นำแบบของสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ที่ผ่านการคัดเลือก มาพัฒนาสร้างสรรค์แก้ไขเป็นผลงานจริง จำนวน 5 แบบ

ตอนที่ 10 กระบวนการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภค เป็นการสร้างโจทย์ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงและความต้องการพัฒนา

ตอนที่ 11 ประเมินประสิทธิภาพสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที จำนวน 5 แบบ โดยผู้บริโภค จำนวน 100 คน

ตอนที่ 12 นำเสนอผลที่ได้จากการวิจัยข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการผู้ควบคุม ปรินญาณินพนธ์

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ

ตอนที่ 1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม และแบบประเมินความคิดเห็นที่สร้างเสร็จนำเสนอ ต่อผู้ทรงคุณวุฒิ ทำการตรวจสอบและแก้ไขความถูกต้องของเนื้อหา และความเหมาะสมของถ้อยคำ สำนวนภาษา และความชัดเจน

ตอนที่ 2 นำแบบสอบถาม และแบบประเมินความคิดเห็น แล้วขอความอนุเคราะห์ ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง

ตอนที่ 3 ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ โดยมีคุณสมบัติทางการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาโทขึ้นไปหรือมีคุณสมบัติทางการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป

ตอนที่ 4 ให้ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้บริหารบริษัทสื่อโฆษณาที่มีประสบการณ์การทำงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์ แสดงความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ของสื่อสิ่งพิมพ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมิน

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์รูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ในสถาบันพลังจิตตานุภาพ หลักสูตรครูสมาธิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. ทดลองใช้สื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ในสถาบันพลังจิตตานุภาพ หลักสูตรครูสมาธิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย โดยคำนึงถึงหลักเกณฑ์ 3 หลักเกณฑ์ ดังนี้

 - 3.1 หลักเกณฑ์ทางการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก ประกอบด้วย
 - 3.1.1 อักษรและตัวพิมพ์
 - 3.1.2 ภาพและส่วนประกอบตกแต่งภาพ
 - 3.2 หลักเกณฑ์ด้านการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์
 - 3.2.1 ด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์
 - 3.2.2 กรรมวิธีการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์
 - 3.3 หลักเกณฑ์ด้านความต้องการประโยชน์ใช้สอย
 - 3.3.1 การออกแบบรูปแบบสามารถสื่อสารได้จริง
 - 3.3.2 รูปแบบสามารถกระตุ้นความคิดของผู้บริโภคได้
 - 3.3.3 ความพึงพอใจในสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้บริโภค
 - 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบประเมินแบบสอบถามมาตราส่วน (Rating Scale) โดยสร้างขึ้นมาใช้กับแบบสอบถามทั้ง 3 ตอน เพื่อหาความคิดเห็นและความต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ซึ่งมีความหมายระดับค่าความคิดเห็นดังนี้ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคอร์ (พวงรัตน์ สวีรัตน์, 2540:114) ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง เห็นไม่เห็นด้วย



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

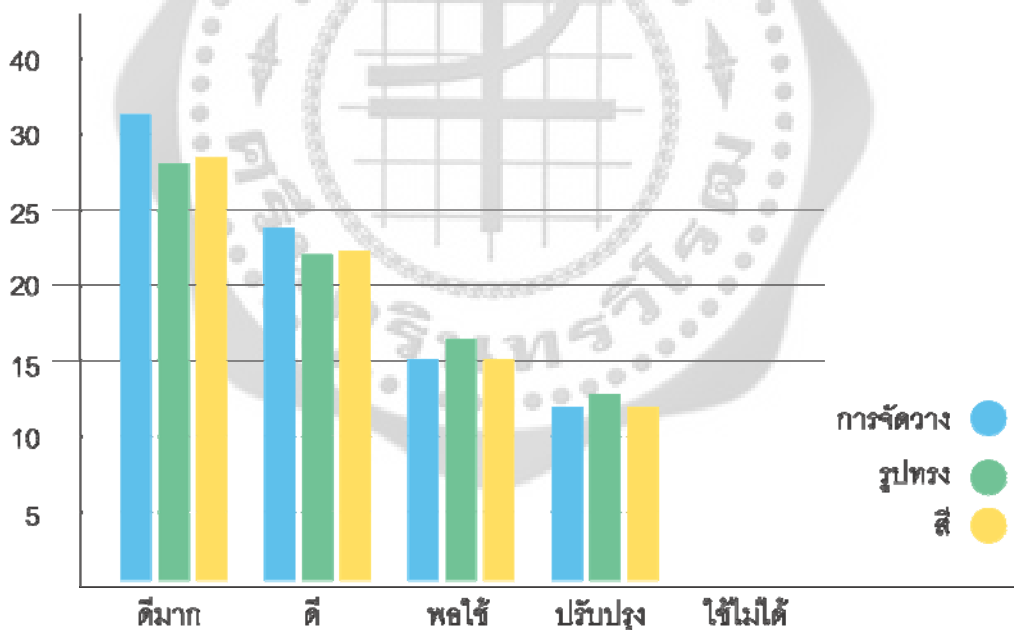
การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) การศึกษาและพัฒนา ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ตามแนวความคิดของ อิกโกะ ทานากะ แบ่งออกเป็นขั้นตอนดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ หลักการ ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก หลักการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ รูปทรง และสี

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลด้านความสวยงามของกลุ่มตัวอย่างผลงานของ อิกโกะ ทานากะ โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ

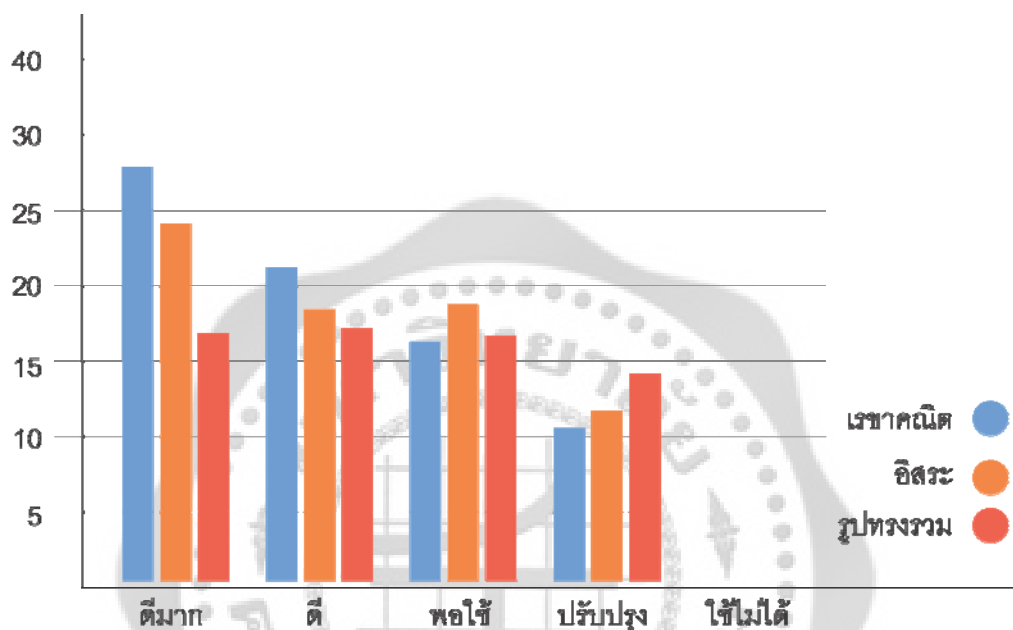


แผนภูมิ 1 ผลการประเมินด้านความสวยงามของกลุ่มตัวอย่างผลงานของ อิกโกะ ทานากะ

จากการประเมินกลุ่มตัวอย่างพบว่าด้านการจัดวางอยู่ในระดับดีและระดับดีมากโดยมีการ จัดวางอย่างมีระเบียบแบบแผน ทางด้านรูปทรงอยู่ในระดับดีและระดับพอใช้ และทางด้านสีอยู่ใน ระดับพอใช้และระดับดี เมื่อมาวิเคราะห์โดยดูตามระดับคะแนนที่ได้จะพบว่าสีที่ใช้จำนวนน้อย

จะได้คะแนนสูงกว่าสี่จำนวนมาก การจัดวางอย่างเรียบง่ายจะได้คะแนนสูงกว่าการจัดวางแบบสับสน รูปทรงมีคะแนนแต่ละชั้นแตกต่างกันไป

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลด้านการสื่อความหมายของกลุ่มตัวอย่างผลงานของ อิกโกะ ทานากะ โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ

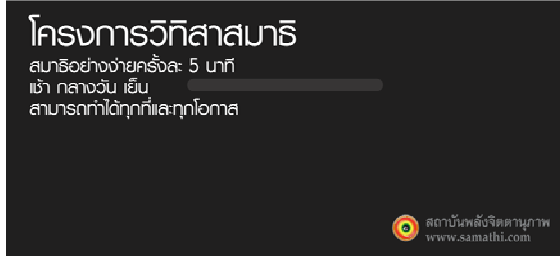


แผนภูมิ 2 ผลการประเมินด้านความสวยงามของกลุ่มตัวอย่างผลงานของ อิกโกะ ทานากะ

จากการประเมินกลุ่มตัวอย่างพบว่ารูปทรงเรขาคณิตจะได้คะแนนสูงสุดคือดีมากและดี รูปทรงอีสระจะได้คะแนนดีและพอใช้ ส่วนทางด้านรูปทรงผสมจะได้คะแนนพอใช้และควรปรับปรุง

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์และข้อเปรียบเทียบระหว่างแบบร่างเพื่อการพัฒนา ต้นแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ตามแนวความคิดของ อิกโกะ ทานากะ

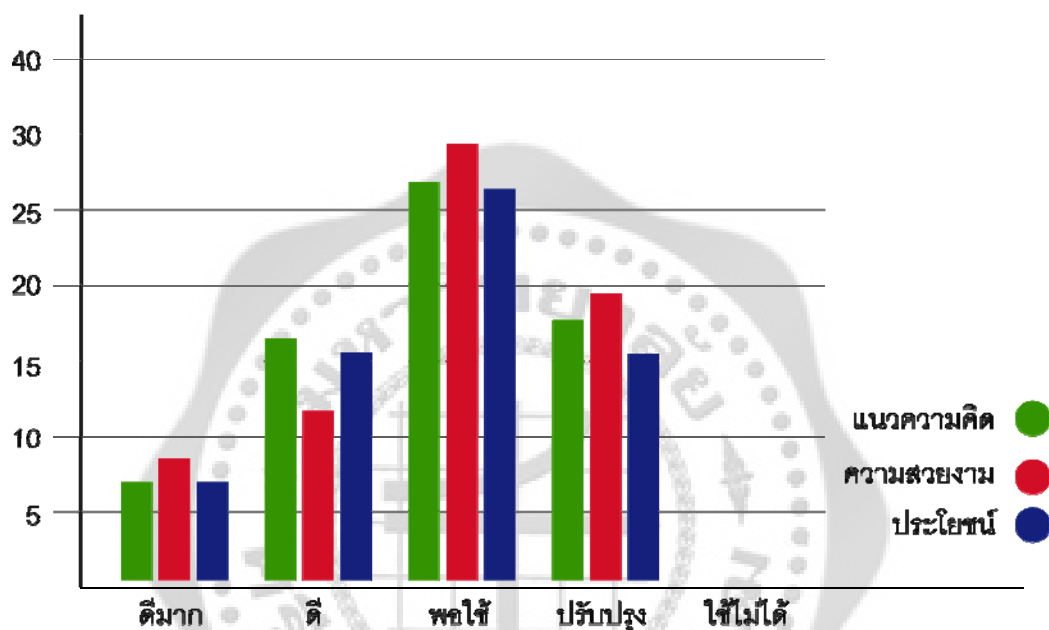
จากการที่ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Random Sampling) โดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งการประเมินความคิดเห็นจากการพัฒนาแบบร่างจากแนวคิดการออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์โดยแบ่งการประเมินกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกในข้างต้นออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านแนวความคิดในการออกแบบ ด้านรูปแบบความสวยงาม ด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอยกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบร่างที่ได้รับการคัดเลือกในเบื้องต้นจำนวน 6 แบบ คัดกรองจากแบบร่างเบื้องต้นทั้งหมด 100 แบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทั้งในส่วนของนักวิชาการทางการออกแบบและนักออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์อาชีพ



ภาพประกอบ 21 แบบร่างชุดที่ 1 พัฒนาจากแบบผ่านการคัดเลือกจาก 100 แบบ

แนวคิดในการออกแบบนำรูปทรงเรขาคณิตนำมาออกแบบเป็นรูปทรงเรขาคณิตทั้งหมด โดยนำเอามาเฉพาะตา จมูก และปาก มาออกแบบ ใช้สีหนึ่งสีเพื่อไม่ให้มีการใช้สีมากมาดึงดูดความสนใจ

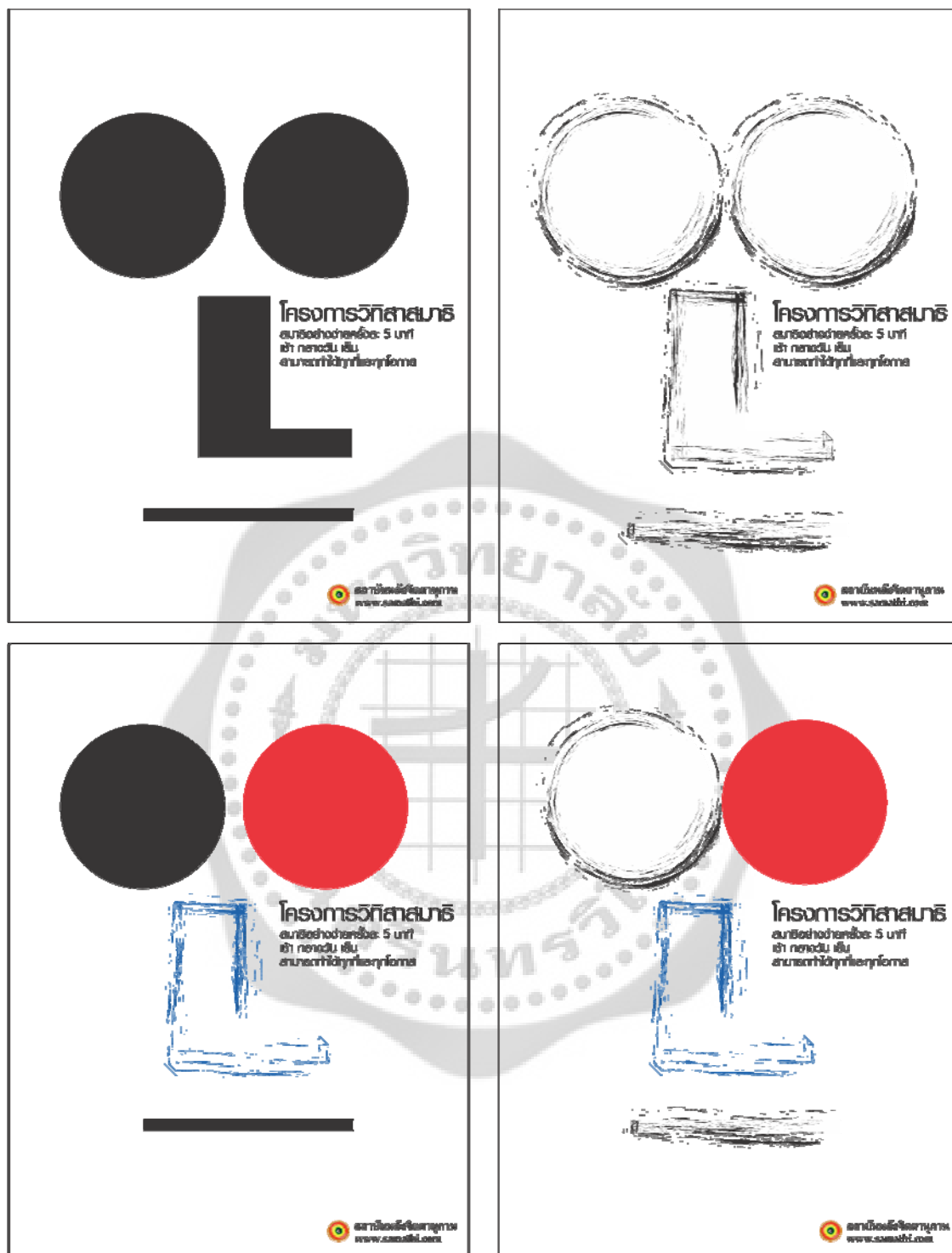
วิเคราะห์ข้อมูล ด้านแนวความคิดในการออกแบบ ด้านรูปแบบและความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย ของแบบร่างชุดที่ 1 จากผู้เชี่ยวชาญ



แผนภูมิ 3 ผลการประเมินแบบร่างด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย ของแบบร่างชุดที่ 1

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

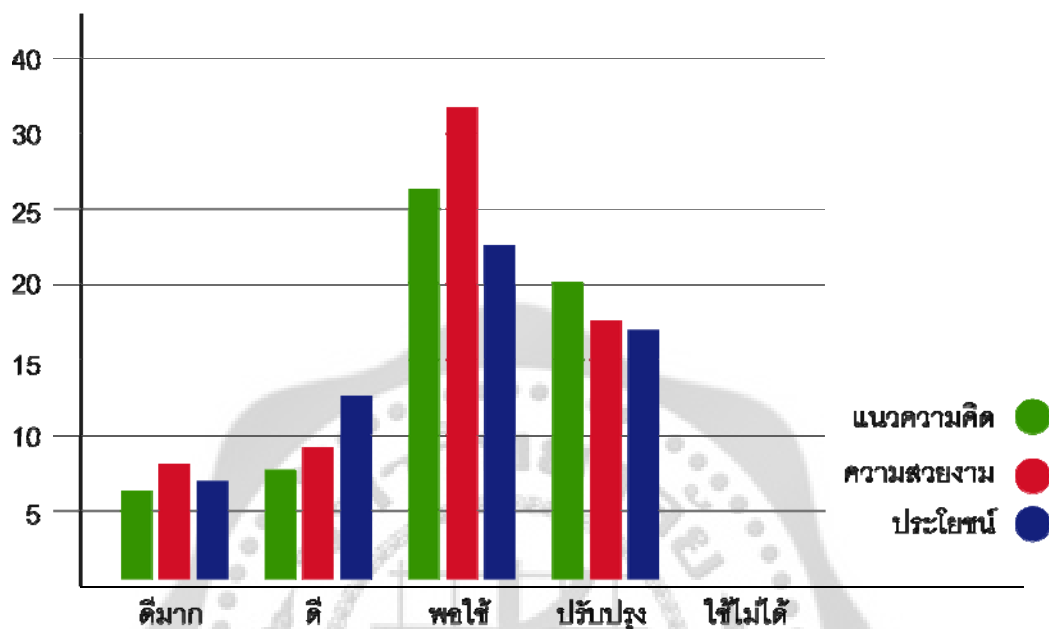
การออกแบบสีที่ใช้โทนขาวดำเป็นหลักเป็นสีที่เหมาะสม เส้นที่ใช้ในงานมีความหมายค่อนข้างดีเพราะการใช้เส้นแนวนอนเป็นหลักในการออกแบบนี้ สื่อสารถึงความสงบนิ่ง ซึ่งเป็นความหมายหลักที่ต้องการสื่อสารในงานครั้งนี้



ภาพประกอบ 22 แบบร่างชุดที่ 2 พัฒนาจากแบบผ่านการคัดเลือกจาก 100 แบบ

แนวคิดในการออกแบบนำรูปทรงเรขาคณิต และรูปทรงอิสระ นำมาออกแบบโดยนำเอามา เจาะตา จมูก และปาก มาออกแบบ ใช้สีสามสีได้แก่ น้ำเงิน แดง ดำ ให้มีความแตกต่างกันของ รูปแบบ

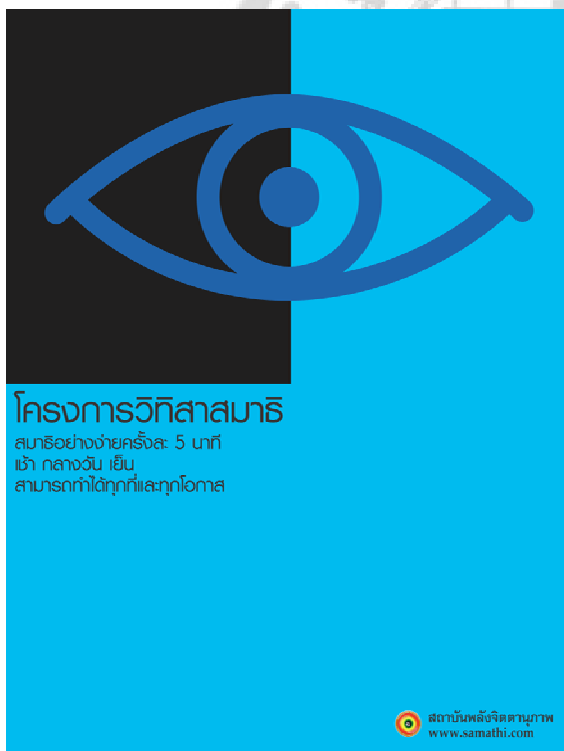
วิเคราะห์ข้อมูล ด้านแนวความคิดในการออกแบบ ด้านรูปแบบและความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย ของแบบร่างชุดที่ 2 จากผู้เชี่ยวชาญ



แผนภูมิ 4 ผลการประเมินแบบร่างด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย ของแบบร่างชุดที่ 2

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

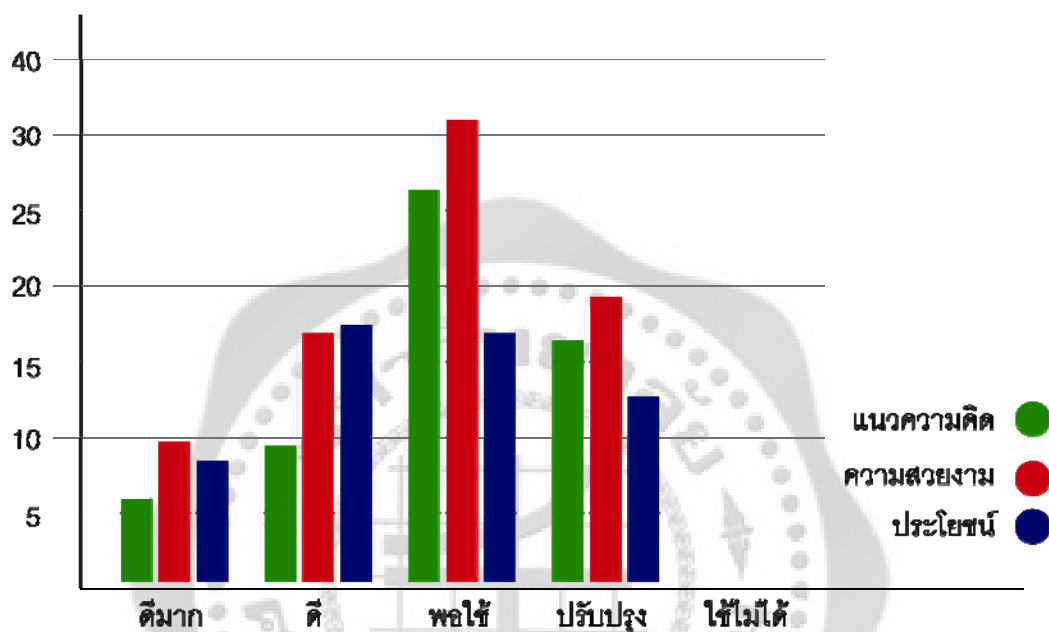
การออกแบบโดยรวมดูทันสมัยใช้รูปทรงหลากหลาย มีการใช้เส้นที่แตกต่างกันเข้ามาผสมในงาน ผลงานไม่สามารถสื่อสารถึงโครงการที่จะนำเสนอ กลับรู้สึกถึงความวุ่นวายสับสน เพราะรูปทรง สี และลายเส้นที่หลากหลายรูปแบบถูกใช้มากเกินไป



ภาพประกอบ 23 แบบร่างชุดที่ 3 พัฒนาจากแบบผ่านการคัดเลือกจาก 100 แบบ

แนวคิดในการออกแบบนำรูปทรงเรขาคณิตนามากออกแบบเป็นรูปทรงเรขาคณิตทั้งหมด
โดยนำเอามาเฉพาะลูกตามาออกแบบสื่อถึงการมองเห็น
ใช้สีสองสีเพื่อไม่ให้มีการใช้สีมากมาดึงดูดความสนใจ

วิเคราะห์ข้อมูล ด้านแนวความคิดในการออกแบบ ด้านรูปแบบและความสวยงาม และด้าน
ประโยชน์ใช้สอย ของแบบร่างชุดที่ 3 จากผู้เชี่ยวชาญ



แผนภูมิ 5 ผลการประเมินแบบร่างด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย ของแบบ
ร่างชุดที่ 3

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

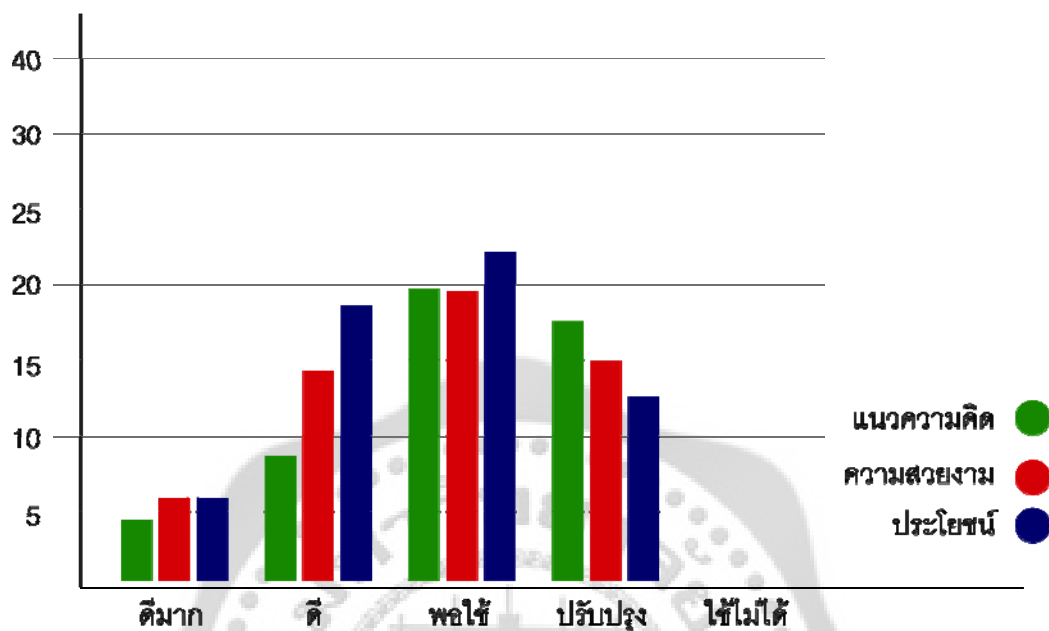
ภาพดวงตาที่กลมโตให้ความรู้สึกที่ตื้นตันมากกว่าความสงบนิ่ง ถึงแม้จะมีความพยายาม
ใช้สีให้น้อยที่สุดก็ตาม



ภาพประกอบ 24 แบบร่างชุดที่ 4 พัฒนาจากแบบผ่านการคัดเลือกจาก 100 แบบ

แนวคิดในการออกแบบนำรูปทรงเรขาคณิตและรูปทรงอิสระมารวมกัน นำมาออกแบบ
โดยมาเฉพาะส่วนศรีษะ มีสีสองสี สีทองและสีดำ

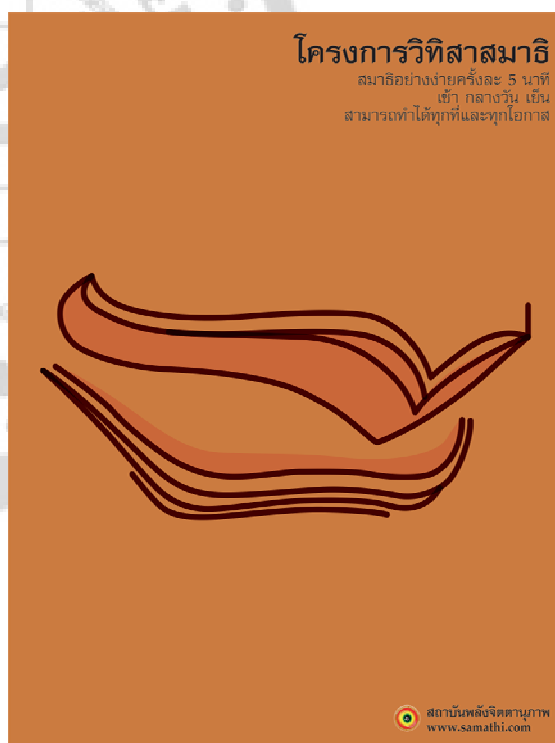
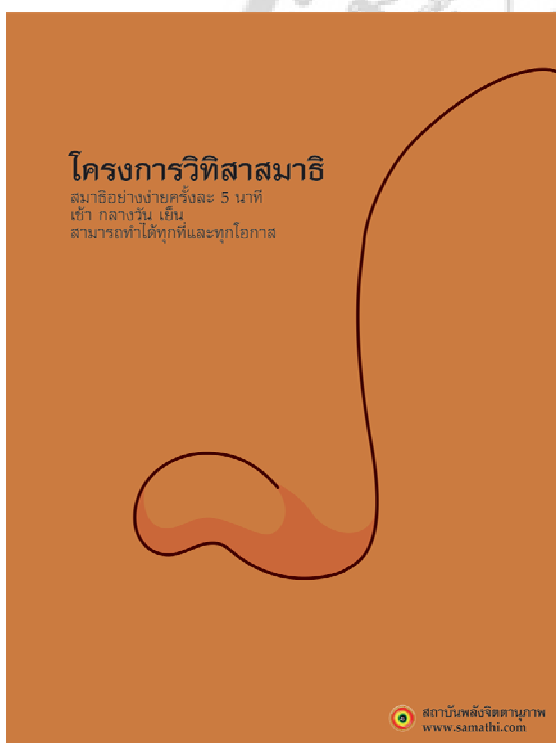
วิเคราะห์ข้อมูล ด้านแนวความคิดในการออกแบบ ด้านรูปแบบและความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย ของแบบร่างชุดที่ 4 จากผู้เชี่ยวชาญ



แผนภูมิ 6 ผลการประเมินแบบร่างด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย ของแบบร่างชุดที่ 4

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

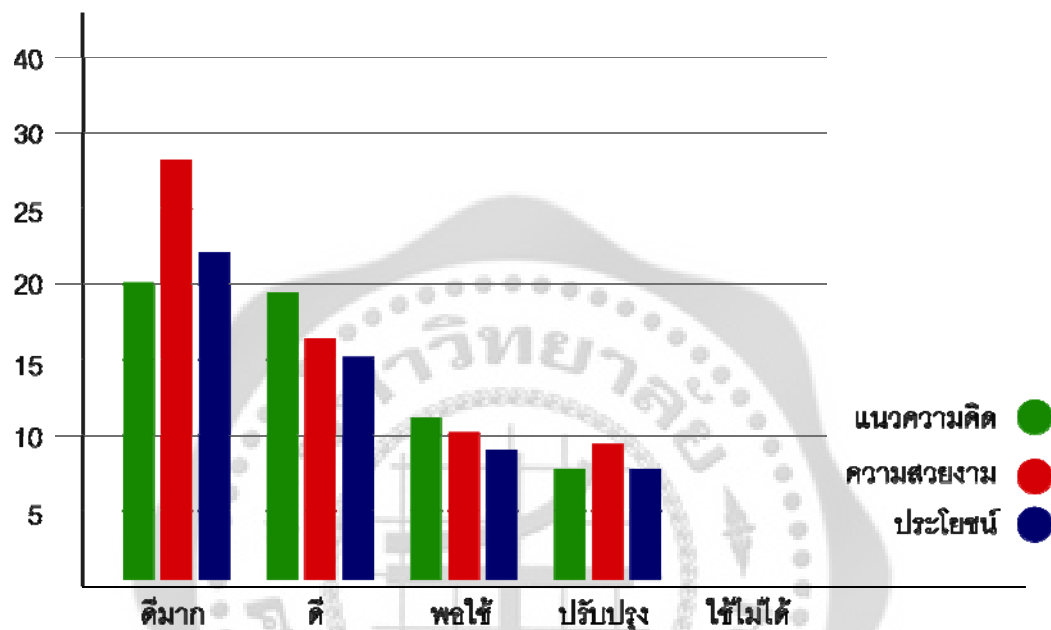
ผลงานนำเสนอภาพของพระพุทธรูปในรูปแบบที่ร่วมสมัยมากขึ้น เนื้อหาแสดงถึงกิจกรรมที่เกี่ยวกับศาสนาได้ทันทีโดยไม่ต้องอ่านข้อความ แต่การสื่อสารให้เน้นเกี่ยวกับเนื้อหาดีสนสมาธิให้มากกว่านี้ การใช้สีดีพอสมควร เพราะเลือกที่จะใช้สีน้อยไม่ให้เกิดความวุ่นวายในผลงาน



ภาพประกอบ 25 แบบร่างชุดที่ 5 พัฒนาจากแบบผ่านการคัดเลือกจาก 100 แบบ

แนวคิดในการออกแบบนำรูปทรงอิสระมาออกแบบโดยใช้โทนสีน้ำตาลทองโดยใช้ใบหน้าพระพุทธรูปนำมาออกแบบ ตาสื่อถึงการกระพริบตา จมูกสื่อถึงการหายใจ ปากสื่อถึงการขยับปากในการกิน การพูด

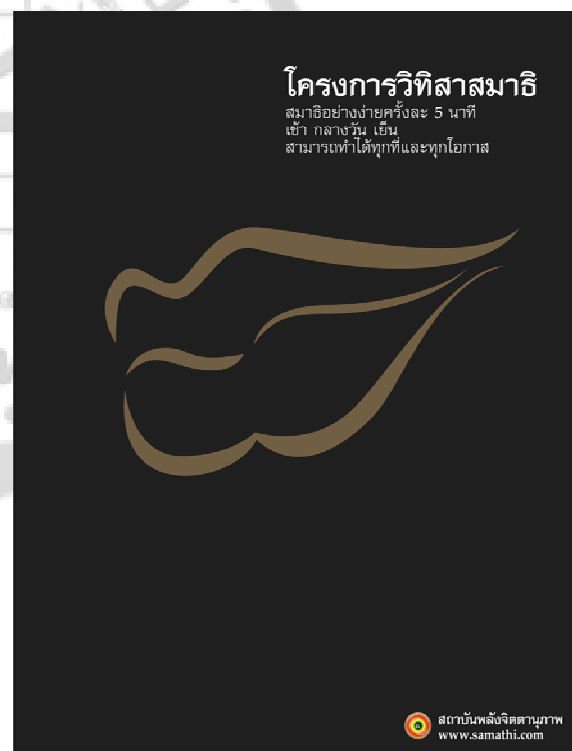
วิเคราะห์ข้อมูล ด้านแนวความคิดในการออกแบบ ด้านรูปแบบและความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย ของแบบร่างชุดที่ 5 จากผู้เชี่ยวชาญ



แผนภูมิ 7 ผลการประเมินแบบร่างด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย ของแบบร่างชุดที่ 5

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

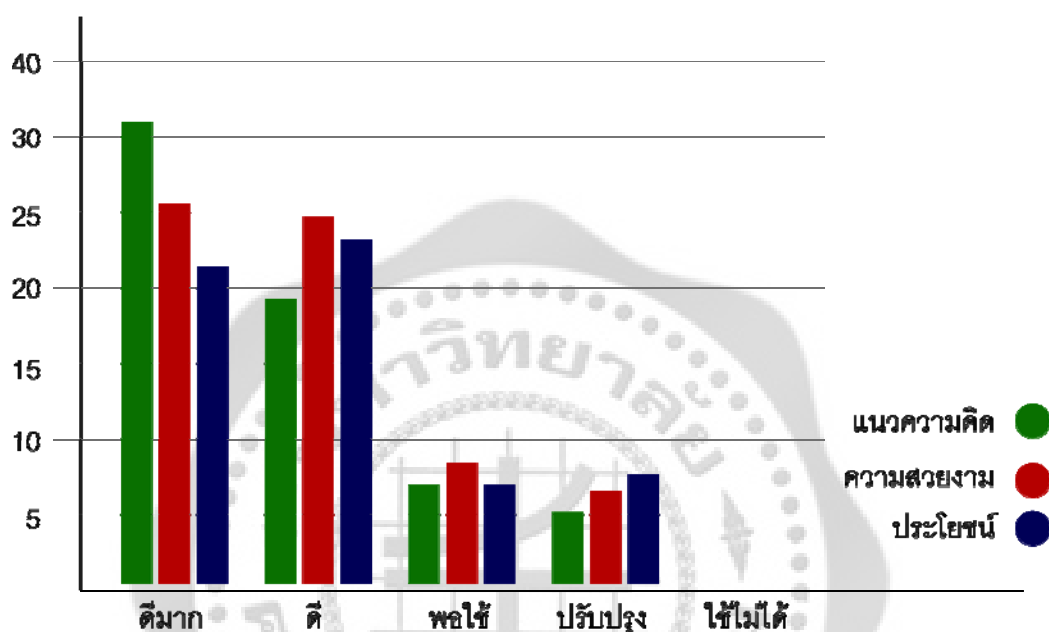
การออกแบบมีการนำลายเส้นในลักษณะภาพไทยโดยนำเสนอผ่านภาพพระพุทธรูป ซึ่งสามารถสื่อถึงกิจกรรมทางพุทธศาสนา แต่ยังไม่สื่อถึงกิจกรรมได้ควรแก้ไขข้อความ จังหวะการจัดวางดี



ภาพประกอบ 26 แบบร่างชุดที่ 6 พัฒนาจากแบบผ่านการคัดเลือกจาก 100 แบบ

แนวคิดในการออกแบบนำรูปทรงอิสระมาออกแบบโดยใช้สีดำและสีทอง สื่อถึงความ
เคร่งขรึมและควมมีคุณค่า ตาสื่อถึงการกระพริบตา จมูกสื่อถึงการหายใจ ปากสื่อถึงการขยับปาก
ในการกิน การพูด

วิเคราะห์ข้อมูล ด้านแนวความคิดในการออกแบบ ด้านรูปแบบและความสวยงาม และด้าน
ประโยชน์ใช้สอย ของแบบร่างชุดที่ 6 จากผู้เชี่ยวชาญ



แผนภูมิ 8 ผลการประเมินแบบร่างด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย ของ
แบบร่างชุดที่ 6

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

รูปแบบการจัดวางเหมาะสมองค์ประกอบดี สีส้มมีความลงตัว ควรแก้ไขขยายข้อความให้มี
การบอกรายละเอียดมากขึ้น

แบบที่พัฒนาหลังได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
รูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ชุดที่ 6

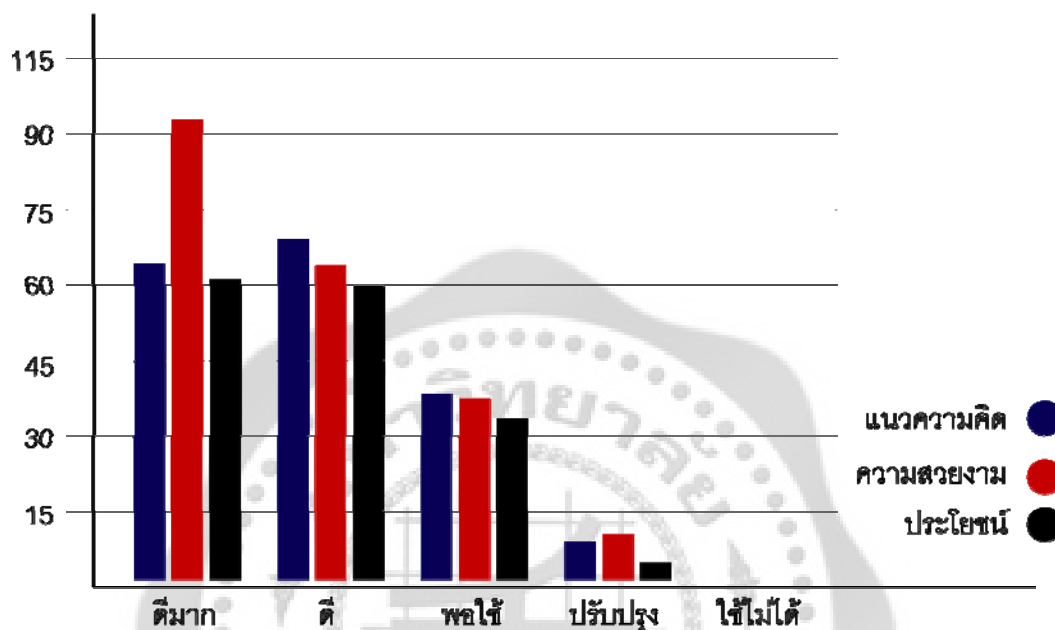


ภาพประกอบ 27 ผลงานจริงจากที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ

เหตุผลที่เลือกเพราะ เป็นรูปแบบที่เป็นสากลเหมาะสมกับโครงการวิถีสามาธิ ทำพอดิ กิตีพอ เด็กทำได้ ผู้ใหญ่ทำดี สำหรับการทำสมาธิอย่างง่าย ครั้งละ 5 นาที เข้า กลางวัน เย็น สามารถทำได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกเชื้อชาติ ศาสนา ทุกที่และทุกโอกาส ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

และทำการปรับปรุงแก้ไขข้อความเพื่อขยายความหมายของภาพให้สามารถเข้าใจได้มากกว่าเดิม และวางตำแหน่งข้อความไม่ให้อยู่เหนือรูปพระ

วิเคราะห์ข้อมูล ด้านแนวความคิดในการออกแบบ ด้านรูปแบบและความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย จากผู้บริโภครวม



แผนภูมิ 9 ผลประเมินแบบสอบถามผู้บริโภครวมงานจริง ด้านรูปแบบ ความสวยงาม และด้านประโยชน์ใช้สอย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้บริโภค

ผลจากการทดลองการวิจัยในครั้งนี้ให้ผลที่มีความเป็นไปได้ต่อการสร้างนวัตกรรมการออกแบบ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับดีและดีมาก เนื่องจากรูปแบบที่เป็นสากลและคงความอัตลักษณ์ของความเป็นไทย สามารถสื่อความหมายได้ดี และกระตุ้นความสนใจในโครงการวิทิสมาธิ 5 นาที ได้เป็นอย่างดี

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยมีความมุ่งหมายของการวิจัยเพื่อศึกษาแนวคิดจากผลงานศิลปะของ อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษามาพัฒนาสร้างสรรค์เป็นงานสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมการทำสมาธิบำบัดครั้งละ 5 นาที เข้า กลางวัน เย็น เป็นการดูแลสุขภาพวิธีหนึ่ง และคือเทคนิคของการผ่อนคลายความเครียดที่ลึกซึ้งที่สุด ซึ่งมีวิธีการดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผลงานการออกแบบของอิกโกะ ทานากะ ในปี ค.ศ. 1960-2000 จำนวน 19 ชิ้น นำมาศึกษาแนวคิดเพื่อออกแบบร่างสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกกรณีศึกษาแนวคิดผลงานศิลปะของ อิกโกะ ทานากะ ในด้านการจัดวาง สี และรูปทรง จำนวน 100 แบบ เลือกโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ต้นแบบงานสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกกรณีศึกษาแนวคิดผลงานศิลปะของ อิกโกะ ทานากะ ที่ได้ทำการออกแบบโดยผู้วิจัย และให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินประสิทธิภาพคัดเลือกอย่างสุ่มตัวอย่างจำนวน 6 แบบ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายและประเด็นที่ได้กำหนดไว้ในขอบเขตของเนื้อหา ตามขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 2 กระบวนการสร้างแบบสอบถามประเมิน ผลงานแนวความคิดของอิกโกะ

ทานากะ จำนวน 19 ชิ้น

ตอนที่ 3 กระบวนการออกแบบร่างสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก โดยศึกษาแนวความคิดผลงานของ อิกโกะ ทานากะ ในด้านการจัดวาง สี และรูปทรง จำนวน 100 แบบ โดยคำนึงถึง 3 หลักเกณฑ์ดังนี้

1. หลักเกณฑ์ทางด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก ประกอบด้วย

1.1 อักษรและตัวพิมพ์

1.2 ภาพและส่วนประกอบตกแต่งภาพ

2. หลักเกณฑ์ด้านการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

2.1 ด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

2.2 กรรมวิธีการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

3. หลักเกณฑ์ด้านความต้องการประโยชน์ใช้สอย

ตอนที่ 4 กระบวนการสร้างแบบสอบถามประเมินรูปแบบ และประสิทธิภาพ แบบครบทั้ง 3 หลักเกณฑ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 5 กระบวนการประเมินรูปแบบ และประสิทธิภาพ แบบครบทั้ง 3 หลักเกณฑ์ ต่อผลงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ประเมินรูปแบบและ ประสิทธิภาพแบบครบทั้ง 3 หลักเกณฑ์ คือการประเมินโดยแตกต่าง โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน

ตอนที่ 6 นำแบบของสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ที่ผ่านการคัดเลือก มาพัฒนาสร้างสรรค์แก้ไขเป็นผลงานจริง

ตอนที่ 7 กระบวนการสร้างแบบสอบถามประเมินรูปแบบผลงานจริง และประสิทธิภาพ แบบครบทั้ง 3 หลักเกณฑ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 8 กระบวนการประเมินรูปแบบ และประสิทธิภาพ แบบครบทั้ง 3 หลักเกณฑ์ ต่อผลงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก ประเมินรูปแบบและประสิทธิภาพแบบครบทั้ง 3 หลักเกณฑ์ คือการประเมินโดยแตกต่าง โดยคัดเลือกเหลือเป็นจำนวน 5 แบบ โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน

ตอนที่ 9 นำแบบของสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที ที่ผ่านการคัดเลือก มาพัฒนาสร้างสรรค์แก้ไขเป็นผลงานจริง จำนวน 5 แบบ

ตอนที่ 10 กระบวนการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภค เป็นการสร้างโจทย์ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงและความต้องการพัฒนา

ตอนที่ 11 ประเมินประสิทธิภาพสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกส่งเสริมโครงการสมาธิ 5 นาที จำนวน 5 แบบ โดยผู้บริโภค จำนวน 100 คน

ตอนที่ 12 นำเสนอผลที่ได้จากการวิจัยข้อเสนอแนะต่อคณะกรรมการผู้ควบคุม ปรินญาณพนธ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบประเมินแบบสอบถามมาตราส่วน (Rating Scale) โดยสร้างขึ้นมาใช้กับแบบสอบถามทั้ง 3 ตอน เพื่อหาความคิดเห็นและความต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ซึ่งมีความหมายระดับค่าความคิดเห็นดังนี้ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคอร์ (พวงรัตน์ สวีรัตน์. 2540:114) ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง เห็นไม่เห็นด้วย

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบที่ทำการคัดเลือกเหลือ 6 แบบ จาก 100 แบบร่าง จากการวิเคราะห์เหลือแบบที่ดีที่สุด 2 แบบ ได้นำแบบที่ได้นำเสนอต่อผู้อำนวยการสถาบันพลังจิตตานุภาพทำการคัดเลือกได้แบบที่ 6 และทำการปรับปรุงแก้ไขข้อความ แก้ไขการจัดวางตัวหนังสือปรับรูปแบบให้ลงตัว

อภิปรายผล

งานวิจัยมีความมุ่งหมายของการวิจัยเพื่อศึกษาแนวคิดจากผลงานศิลปะของ อิกโกะ ทานากะ (Ikko Tanaka) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษามาพัฒนาสร้างสรรค์เป็นงานสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกเพื่อส่งเสริมการทำสมาธิบำบัดครั้งละ 5 นาที เข้า กลางวัน เย็น เป็นการดูแลสุขภาพวิธีหนึ่ง และคือเทคนิคของการผ่อนคลายความเครียดที่ลึกซึ้งที่สุด ผลการทดสอบอยู่ในระดับดี คือด้านออกแบบ สี ตัวอักษร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชาญ ศิลป์วุฒยา (2544: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้านครหลวง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ใช้บริการในเขตจำหน่ายของการไฟฟ้านครหลวง ซึ่งใช้บริการที่สาขาย่อยการไฟฟ้านครหลวงเพลินจิต จำนวน 345 คน พบว่า ในด้านการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการรู้จักและสนใจแผ่นพับ วารสาร และโปสเตอร์มาก เนื่องจากเนื้อหาสาระน่าสนใจ อ่านเข้าใจง่ายและมีรูปภาพสวยงาม และสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับตัวเองได้โดยตรง โดยสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผู้ใช้บริการเห็นว่ามีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์มากที่สุดคือ แผ่นพับ ส่วนแผ่นปลิวและโปสเตอร์มีประสิทธิภาพรองลงมา และด้านความชัดเจนของตัวอักษรสอดคล้องกับ ทยากร ล้ำเลิศธน (2546: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในวารสารออมสินของพนักงานออมสินพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกระดาษที่ใช้ทำวารสาร รูปแบบตัวอักษร ความชัดเจนของตัวอักษร และความสวยงามของภาพประกอบ ด้านเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในสาระความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในการทำงานได้ ในด้านสาระสอดคล้องกับของสุขเมธ แสงประธิป (2546: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เช่าที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ ในด้านเนื้อหาสาระของสิ่งพิมพ์ เนื่องจากมีเนื้อหาสาระน่าสนใจ อ่านเข้าใจง่ายและมีตัวอักษรขนาดที่เหมาะสม และสามารถทราบนโยบายกฎระเบียบและวิธีปฏิบัติ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจทั้งในด้านเนื้อหาสาระและรูปแบบ

จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้กระตุ้นความสนใจในการปฏิบัติสมาธิ 5 นาที เพิ่มมากขึ้น และสามารถนำไปเผยแพร่ได้มากกว่าเดิม

ข้อสังเกตที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่าถึงแม้แบบประเมินรูปทรงด้านเรขาคณิตจะได้ผลสูงสุดแต่พอนำมาทำการออกแบบจริงพบว่ารูปทรงอิสระออกแบบมามีคะแนนสูงกว่า

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

1. ควรมีการวิจัยระบุนัยเพื่อที่จะได้เจาะเฉพาะกลุ่มเพื่อพัฒนาสื่อสารให้ตรงจุดได้มากกว่านี้ จะได้สามารถสื่อสารระหว่างวัยที่ต่างกันได้ดีกว่าเดิม
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบกับสถาบันอื่นๆ ในโครงการสมาริ เพื่อทำการพัฒนาด้านนี้โดยตรงต่อไป



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- ไกรภพ สาระกุล. (2550). *พลังธรรมชาติบริสุทธิ์ ยุติมะเร็ง*. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.
- กุลนิดา เหลืองจำเริญ. (2553). *องค์ประกอบศิลป์*. ปทุมธานี: สกายบุ๊กส์
- โกสุม สายใจ. (2537). *การออกแบบนิเทศศิลป์ 3 โครงการเอกสารตำรา โปรแกรมออกแบบนิเทศศิลป์*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- เกษม จันทรน้อย. (2537). *สื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: นานามีบุ๊กส์
- ขันดีพลี และคณะศิษย์. (2547). *บทสวดพระปริตร*. กรุงเทพฯ: สถาบันพลังจิตตานุภาพ
- จันทนา ทองวิทยาลัย. (2537). *การออกแบบและจัดหน้าสิ่งพิมพ์*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ทยากร ลำเลิศชน. (2545). *ความพึงพอใจในวารสารอมสินของพนักงานธนาคารอมสิน*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นพรัตน์ เตชะวนิช. (2544). *ความพึงพอใจของพนักงานธนาคารกสิกรไทยที่มีต่อวารสารกิจการสัมพันธ์*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นาวิ มีบรรจรร. (2548). *เล่าสู่กันฟัง แพทย์ทางเลือก ฉบับที่ 2*. กรุงเทพฯ: ฟ้าอภัย.
- นิพัทธ์ ไพบูลย์พรพงศ์. (2551). *การจัดการสีเพื่องานกราฟิก*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น (มหาชน).
- บุญเยี่ยม แยมเมือง. (2537). *สุนทรีย์ทางทัศนศิลป์*. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้งเฮาส์
- ปุ่น และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). *บรรจุภัณฑ์อาหาร*. กรุงเทพฯ: หยี่เฮง.
- ประชิด ทิถบุตร. (2539). *การออกแบบกราฟิก*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. (2540). *การออกแบบนิเทศศิลป์ 1*. กรุงเทพฯ: วีเจพริ้นติ้ง.
- ผดุง พรหมมูล. (2537). *ศิลปะการสร้างภาพประกอบ*. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์ เซ็นเตอร์
- พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. (2546). *เทคนิคการออกแบบงานกราฟิก*. กรุงเทพฯ: เอช เอ็นกรุ๊ป.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมและสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิทยา สิทธิอำนวย. (2544). *คู่มือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่*. กรุงเทพฯ: เอ อาร์ บีซิเนสเพรส.
- พินิจ รัตนกุล. (2548). *สวดมนต์สมาธิ วิปัสสนา รักษาโรคได้*. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: เพชรรุ่ง.
- พีระพงษ์ สาธุวัตร. (2545). *มะเร็งป้องกันได้ด้วยตนเอง*. กรุงเทพฯ: คนทำหนังสือ.
- มณฑลจิตต์เกษม จงพิพัฒน์ยิ่ง. (2550). *ชีวิตคือการต่อสู้ พระอาจารย์หลวงพ่อ พระเทพเจติยาจารย์*. กรุงเทพฯ: เลียงเชียง.
- มานิช กงกะนันท์. (2537). *ศิลปะการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: ส.เอเซียเพลส.
- รสสุคนธ์ พุ่มพันธุ์วงศ์. (ม.ป.ป.). *แพทย์ทางเลือก*. กรุงเทพฯ: ฟ้าอภัย.

- เลอสม สสถาปัตตานนท์. (2539). *เทคนิคการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2543). *ออกแบบกราฟิก*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- วรวิชญ เวชณุเคราะห์. (2531). *กระแส' 30*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- วาสนา จันทร์สว่าง; และทัศนีย์ อินทรสุขศรี. (2533). *การสื่อสารเพื่อชีวิต*. กรุงเทพฯ: เจ้าพระยา
การพิมพ์.
- วิชาญ ศิลปวิญา. (2544). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ
การไฟฟ้านครหลวง*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิรุณ ตั้งเจริญ; และคณะ. (2544). *การรับรู้และจินตภาพ*. กรุงเทพฯ: สันติศิริการพิมพ์.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2545). *ออกแบบกราฟิก*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สันติศิริ.
- สกนธ์ ภูงามดี. (2545). *จิตวิทยากับการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์กราฟิค.
- สถาบันพลังจิตตานุภาพ. (2552). *อัตชีวประวัติ พระเทพเจติยาจารย์ (วิริยงค์ สิรินุชโร)*.
สมุทรปราการ: kyodo nation printing service
- สาทิส อินทรกำแหง. (2543). *เรื่องของภูมิชีวิต*. กรุงเทพฯ: คลินิกบ้านและสวน.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2546). *การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ Printed Media*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือสวนสุนันทา.
- สุเมธ แสงประทีป. (2546). *ความพึงพอใจของผู้เข้าที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ
สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ออสวน; และสวเรศ เกตุสุวรรณ. (2543). *นี่ไง! การออกแบบผลิตภัณฑ์ เวอร์ชัน 2*. กรุงเทพฯ:
ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2550). *การออกแบบสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ: วิสคอมเซ็นเตอร์.
- เอกเทพ ภัคดีศิริมงคล. (2553). *จัดทำต้นฉบับหนังสือด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์*. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัศวิน ศิลปเมธากุล. (2549). *การออกแบบสิ่งพิมพ์*. ปัตตานี: เอกสารคำสอนวิชา 277-308.
ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

ประวัติย่อผู้วิจัย



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล นางสาวรัชดา เชยสะอาด
วันเดือนปีเกิด 26 กุมภาพันธ์ 2515
สถานที่เกิด อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน 638 หมู่ 4 ถนนพหลโยธิน 62 ตำบลคูคต อำเภอลำลูกกา
จังหวัดปทุมธานี 12130
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน Graphic Designer
สถานที่ทำงานในปัจจุบัน บริษัท โอکیلวีแอกชั่น จำกัด

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2537

ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
จาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

พ.ศ.2554

ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (ศป.ม)
สาขาวัตกรรมการออกแบบ
จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

