

การออกแบบเรขาคณิตโดยใช้แนวคิดความขัดแย้ง



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานฤมิตรศิลป์ ภาควิชาอนฤมิตรศิลป์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

GRAPHIC DESIGN BY USING CONFLICT CONCEPT



Mr. Khemphong Rungsawang

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Fine and Applied Arts in Creative Arts

Department of Creative Arts

FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS

Chulalongkorn University

Academic Year 2020

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์	การออกแบบเรขศิลป์โดยใช้แนวคิดความขัดแย้ง
โดย	นายเชมพงศ์ รุ่งสว่าง
สาขาวิชา	นฤมิตศิลป์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร

---

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....	ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์วิไล อัสวเดชศักดิ์)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร)	
.....	กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต)	
.....	กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ปวินท์ บุญนา)	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

เชมพงศ์ รุ่งสว่าง : การออกแบบเรขาคณิตโดยใช้แนวคิดความขัดแย้ง. ( GRAPHIC DESIGN BY USING CONFLICT CONCEPT) อ.ที่ปรึกษาหลัก : รศ.อารยะ ศรีกัลยานบุตร

งานวิจัยเรื่องการออกแบบเรขาคณิตโดยใช้แนวคิดความขัดแย้งมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการออกแบบเรขาคณิตจากแนวคิดความขัดแย้งและหากลยุทธ์ในการเผยแพร่องค์ความรู้ เพื่อให้เห็นโอกาสและทิศทางในการออกแบบใหม่ ที่ได้จากองค์ความรู้ของแนวคิดความขัดแย้งและสามารถนำไปปรับใช้กับงานการออกแบบได้

เครื่องมือในการวิจัยมีดังต่อไปนี้ 1. รวบรวมกลุ่มตัวอย่างงานออกแบบ ได้แก่ กลุ่มโปสเตอร์ กลุ่มปกหนังสือ และกลุ่มการออกแบบโฮมเพจ นำกลุ่มตัวอย่างไปคัดกรองโดยสอบถามกับกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพเกี่ยวกับการออกแบบว่าขึ้นไหนมีแนวโน้มความขัดแย้ง 2. นำกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดกรองมาแยกรูปแบบการออกแบบจากแนวคิดลักษณะการบริหารความขัดแย้งของ โดยใช้การสอบถามผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทางด้านกรออกแบบเรขาคณิตสูงเป็นผู้วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง 3. วิเคราะห์แนวทางการออกแบบของแต่ละรูปแบบ โดยวิเคราะห์ลักษณะองค์ประกอบศิลป์ โครงสร้างการออกแบบ การใช้งานสี และลักษณะการใช้แนวคิดความแตกต่าง 4. สอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ประกอบการอาชีพนักออกแบบกราฟิกเพื่อหาสารที่ต้องการสื่อสำหรับเนื้อหางานวิจัยและรูปแบบสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัยพบว่า 1. ค้นพบแนวทางการออกแบบตามลักษณะบุคลิกของการจัดการความขัดแย้ง ทั้ง 5 รูปแบบ ได้เป็นแนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง 5 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบเต่า รูปแบบตุ๊กตาหมี รูปแบบสุนัขจิ้งจอก รูปแบบนกฮูก และรูปแบบฉลาม โดยแต่ละรูปแบบมี 4 หัวข้อการออกแบบดังต่อไปนี้ องค์ประกอบศิลป์ โครงสร้างทางการออกแบบ การใช้งานสี และลักษณะความแตกต่าง 2. ได้สารที่ต้องการสื่อที่เหมาะสมคือ Distort Environment และสื่อที่ใช้สำหรับการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเป็นประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ 3. ได้ตัวอย่างออกแบบที่ปรับใช้แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง 5 รูปแบบ อย่างเหมาะสม

สาขาวิชา      นฤมิตรศิลป์  
ปีการศึกษา    2563

ลายมือชื่อนิสิต .....  
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 6280005435 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEYWORD: Conflict management, Conflict, Graphic Design, Graphic, Design Guidelines

Khemphong Rungsawang : GRAPHIC DESIGN BY USING CONFLICT CONCEPT.

Advisor: Assoc. Prof. Araya Srikanlayanabuth, M.F.A.

The research of graphic design by using conflict concept was aimed at finding guidelines of graphic design and to find suitable knowledge dissemination strategies. To show a new opportunities of design, the new directions for designs and bringing this knowledge to deploy design. Obtained from the knowledge of the concept of conflict.

The tools for research are as follow : 1. Gather a collection of design samples including posters, book covers and website pages. And take all samples to inquire with a group of people who work in the design business to screen which is likely to follow the concept of conflict. 2. All of the screened samples were taken to separate the design pattern with the concept of Personnel conflict management by asking experts who have high experience in graphic design to analyzing the samples. 3. Analyze the patterns and design guidelines of each style with topics such as Elements of art, Design structure, The use of colors and the concept of Contrast. 4. Ask for the opinions of graphic designer to make a Design Brief for research content and media format.

Research results indicate that : 1. Discover design guidelines according to the 5 types of conflict graphic design. Each Style has 4 design topics as follows : Elements of art, Design structure, The use of colors And the concept of Contrast. 2. Get a suitable design concept, which is "Distort Environment" and the media formats used for communicating with the target audience are print media and digital media. 3. Obtain a design example that adapts 5 styles of the conflict graphic design guidelines.

Field of Study: Creative Arts

Student's Signature .....

Academic Year: 2020

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลงด้วยความกรุณาจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่าย อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิก อาจารย์ในภาควิชาคณิตศิลป์ อาจารย์พิเศษ เจ้าหน้าที่ เพื่อนร่วมชั้นเรียนและครอบครัวของผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ อารยะ ศรีภักดิ์ยานบุตร ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยให้คำปรึกษา สั่งสอนอบรมความรู้ที่มีประโยชน์ ตลอดจนช่วยตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ งานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี รศ. วิไล อัครเดชศักดิ์, ผศ. ดร. เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต, อ. ดร. ปวินท์ บุญนาค, ศ. ดร. ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์, อ.ตฤศ หริตวร, ผศ. สุธาดา วาดเขียน, รศ. สุขุมาล สารเกษตริน, รศ. วรวิฑู สุธีวีระขจร และอาจารย์พิเศษอีกหลายท่านที่ไม่ได้กล่าวชื่อถึงในที่นี้ ที่ได้สั่งสอนความรู้เกี่ยวกับการออกแบบที่มีประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพของผู้วิจัยเป็นอย่างมาก

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญกราฟิกเรขศิลป์ทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์สละเวลาในการตอบและแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถามเป็นอย่างดี และขอขอบคุณนักออกแบบกราฟิก ที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าและนำไปประกอบในการอ้างอิงในส่วนต่าง ๆ ของงานวิจัยนี้

ขอขอบคุณ ผศ. ชรินทร์ ตั้งพานทอง ภาควิชาคอมพิวเตอร์ประยุกต์ มัลลติมิตีเดีย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีบริษัท Round&Nine สำหรับการสนับสนุนให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสได้ศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต รวมไปถึงเพื่อนทุกคนและครอบครัวรุ่งสว่างสำหรับการสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา

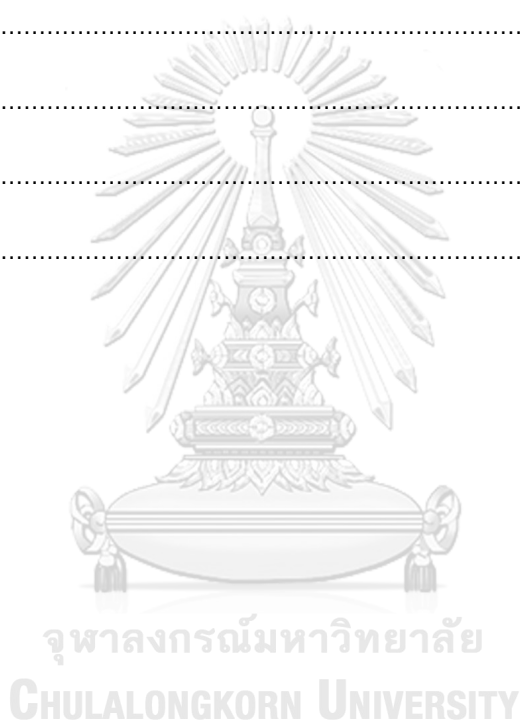
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

เชมพงศ์ รุ่งสว่าง

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ .....	1
ปัญหำนำวิจัย .....	2
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
ขอบเขตการวิจัย .....	2
วิธีการดำเนินงานวิจัย .....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
บทที่ 2 แนวคิดเรื่องความขัดแย้ง .....	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	5
วิธีการวิจัย.....	20
สรุปวิเคราะห์ผล .....	46
บทที่ 3 กลุ่มเป้าหมายและวิเคราะห์การเผยแพร่ .....	60
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	61
วิธีการวิจัย.....	75
สรุปวิเคราะห์ผล .....	98

บทที่ 4 สรุป .....	100
อภิปรายผล .....	100
แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design) .....	101
กลยุทธ์ที่นำมาประยุกต์ใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง .....	105
บทที่ 5 ผลงานการออกแบบ .....	107
สื่อสิ่งพิมพ์ .....	107
สื่อดิจิทัล .....	126
ภาคผนวก .....	133
บรรณานุกรม .....	142
ประวัติผู้เขียน .....	145





## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 วิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งรูปแบบเต่า .....	47
ตารางที่ 2 วิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งรูปแบบตุ๊กตาทมิ .....	51
ตารางที่ 3 วิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งรูปแบบสุนัขจิ้งจอก .....	54
ตารางที่ 4 วิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งรูปแบบนกฮูก.....	56
ตารางที่ 5 วิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งรูปแบบฉลาม .....	58
ตารางที่ 6 แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง .....	59
ตารางที่ 7 การสร้างไอเดียสำหรับใช้ในงานออกแบบ .....	66
ตารางที่ 8 การวิเคราะห์สารที่ต้องการสื่อสารผ่านการ Brain Storm.....	80
ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ Keymessage ที่ถูกคัดเลือกจากวรรณกรรม .....	84
ตารางที่ 10 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 1 .....	89
ตารางที่ 11 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 2 .....	89
ตารางที่ 12 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 3 .....	90
ตารางที่ 13 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 4 .....	90
ตารางที่ 14 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 5 .....	91
ตารางที่ 15 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 6 .....	91
ตารางที่ 16 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 7 .....	92
ตารางที่ 17 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 8 .....	92
ตารางที่ 18 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 9 .....	93
ตารางที่ 19 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 10 .....	94
ตารางที่ 20 คำตอบจากคำถามสื่อสิ่งพิมพ์.....	95
ตารางที่ 21 คำแสดงบุคลิกจากการวิเคราะห์.....	99

ตารางที่ 22 แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้งแบบเต่า.....	101
ตารางที่ 23 แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้งแบบตุ๊กตาหมี .....	102
ตารางที่ 24 แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้งแบบสุนัขจิ้งจอก .....	102
ตารางที่ 25 แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้งแบบนกฮูก .....	103
ตารางที่ 26 แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้งแบบฉลาม .....	104
ตารางที่ 27 แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง .....	104
ตารางที่ 28 ตารางสรุปโจทย์ของการออกแบบ .....	106



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กระบวนการทำงานวิจัยบทที่ 2 .....	20
ภาพที่ 2 กลุ่มตัวอย่างงานออกแบบปกหนังสือ .....	22
ภาพที่ 3 กลุ่มตัวอย่างงานออกแบบโปสเตอร์ .....	22
ภาพที่ 4 กลุ่มตัวอย่างงานออกแบบเว็บไซต์โฮมเพจ.....	23
ภาพที่ 5 แบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 1 .....	24
ภาพที่ 6 แบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 2 .....	24
ภาพที่ 7 แบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 3 .....	25
ภาพที่ 8 แบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 4 .....	25
ภาพที่ 9 แบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 5 .....	26
ภาพที่ 10 แบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 6 .....	26
ภาพที่ 11 ข้อมูลแบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 1 .....	27
ภาพที่ 12 ข้อมูลแบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 3 .....	29
ภาพที่ 13 ภาพกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างงานออกแบบปกหนังสือ .....	29
ภาพที่ 14 ข้อมูลแบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 4 .....	31
ภาพที่ 15 ภาพกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างงานออกแบบโปสเตอร์ .....	32
ภาพที่ 16 ข้อมูลแบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 5 .....	34
ภาพที่ 17 ภาพกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างงานออกแบบเว็บไซต์โฮมเพจ .....	34
ภาพที่ 18 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 1 .....	36
ภาพที่ 19 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 2 .....	37
ภาพที่ 20 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 3 .....	37
ภาพที่ 21 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 4 .....	38

ภาพที่ 22 ข้อมูลแบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 1 .....	38
ภาพที่ 23 ข้อมูลแบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 2 .....	43
ภาพที่ 24 กลุ่มตัวอย่างที่ถูกคัดในกลุ่มเต่า .....	43
ภาพที่ 25 กลุ่มตัวอย่างที่ถูกคัดในกลุ่มตุ๊กตาหมี .....	44
ภาพที่ 26 กลุ่มตัวอย่างที่ถูกคัดในกลุ่มสุนัขจิ้งจอก .....	44
ภาพที่ 27 กลุ่มตัวอย่างที่ถูกคัดในกลุ่มนกฮูก .....	45
ภาพที่ 28 กลุ่มตัวอย่างที่ถูกคัดในกลุ่มฉลาม .....	45
ภาพที่ 29 ภาพการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเต่า .....	47
ภาพที่ 30 ภาพการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตุ๊กตาหมี .....	50
ภาพที่ 31 ภาพการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างสุนัขจิ้งจอก .....	53
ภาพที่ 32 ภาพการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างนกฮูก .....	56
ภาพที่ 33 ภาพการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างฉลาม .....	57
ภาพที่ 34 ภาพกระบวนการวิจัยกลุ่มเป้าหมาย .....	75
ภาพที่ 35 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 1 .....	77
ภาพที่ 36 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 2 .....	78
ภาพที่ 37 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 3 .....	79
ภาพที่ 38 Key Message .....	85
ภาพที่ 39 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 4 .....	87
ภาพที่ 40 ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายส่วนที่ 1 .....	88
ภาพที่ 41 ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายส่วนที่ 1 .....	88
ภาพที่ 42 ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายส่วนที่ 3 .....	95
ภาพที่ 43 ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายส่วนที่ 3 .....	96
ภาพที่ 44 ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายส่วนที่ 4 .....	97

ภาพที่ 45 หนังสือคู่มือ Conflict Graphic Design.....	107
ภาพที่ 46 รูปแบบปกหน้าและปกหลัง .....	107
ภาพที่ 47 รูปแบบของปกใน.....	108
ภาพที่ 48 หน้าสารบัญ .....	108
ภาพที่ 49 หน้าอธิบายความหมาย Conflict Graphic Design.....	109
ภาพที่ 50 หน้าอธิบายกระบวนการวิจัยการหาแนวทางการออกแบบ .....	109
ภาพที่ 51 หน้าเปิดแนวทางการออกแบบรูปแบบเต่า (Turtle Style) .....	110
ภาพที่ 52 แนวทางการออกแบบรูปแบบเต่า (Turtle Style).....	110
ภาพที่ 53 แนวทางการออกแบบรูปแบบเต่า (Turtle Style).....	111
ภาพที่ 54 แนวทางการออกแบบรูปแบบเต่า (Turtle Style).....	111
ภาพที่ 55 แนวทางการออกแบบรูปแบบเต่า (Turtle Style).....	112
ภาพที่ 56 หน้าเปิดแนวทางการออกแบบรูปแบบตุ๊กตาทมิ (Teddy Bear Style) .....	112
ภาพที่ 57 แนวทางการออกแบบรูปแบบตุ๊กตาทมิ (Teddy Bear Style).....	113
ภาพที่ 58 แนวทางการออกแบบรูปแบบตุ๊กตาทมิ (Teddy Bear Style).....	113
ภาพที่ 59 แนวทางการออกแบบรูปแบบตุ๊กตาทมิ (Teddy Bear Style).....	114
ภาพที่ 60 แนวทางการออกแบบรูปแบบตุ๊กตาทมิ (Teddy Bear Style).....	114
ภาพที่ 61 หน้าเปิดแนวทางการออกแบบรูปแบบสุนัขจิ้งจอก (Fox Style).....	115
ภาพที่ 62 แนวทางการออกแบบรูปแบบสุนัขจิ้งจอก (Fox Style) .....	115
ภาพที่ 63 แนวทางการออกแบบรูปแบบสุนัขจิ้งจอก (Fox Style) .....	116
ภาพที่ 64 แนวทางการออกแบบรูปแบบสุนัขจิ้งจอก (Fox Style) .....	116
ภาพที่ 65 แนวทางการออกแบบรูปแบบสุนัขจิ้งจอก (Fox Style) .....	117
ภาพที่ 66 หน้าเปิดแนวทางการออกแบบรูปแบบนกฮูก (Owl Style) .....	117
ภาพที่ 67 แนวทางการออกแบบรูปแบบนกฮูก (Owl Style).....	118

ภาพที่ 68 แนวทางการออกแบบรูปแบบนกฮูก (Owl Style).....	118
ภาพที่ 69 แนวทางการออกแบบรูปแบบนกฮูก (Owl Style).....	119
ภาพที่ 70 แนวทางการออกแบบรูปแบบนกฮูก (Owl Style).....	119
ภาพที่ 71 หน้าเปิดแนวทางการออกแบบรูปแบบฉลาม (Shark Style) .....	120
ภาพที่ 72 แนวทางการออกแบบรูปแบบฉลาม (Shark Style) .....	120
ภาพที่ 73 แนวทางการออกแบบรูปแบบฉลาม (Shark Style) .....	121
ภาพที่ 74 แนวทางการออกแบบรูปแบบฉลาม (Shark Style) .....	121
ภาพที่ 75 แนวทางการออกแบบรูปแบบฉลาม (Shark Style) .....	122
ภาพที่ 76 ประวัติผู้เขียน .....	122
ภาพที่ 77 หน้าปิดคู่มือ .....	123
ภาพที่ 78 ตัวอย่างการออกแบบกราฟิกลักษณะเต่า (Turtle Style) .....	123
ภาพที่ 79 ตัวอย่างการออกแบบกราฟิกลักษณะตุ๊กตาสหมี (Teddy Bear Style).....	124
ภาพที่ 80 ตัวอย่างการออกแบบกราฟิกลักษณะสุนัขจิ้งจอก (Fox Style) .....	124
ภาพที่ 81 ตัวอย่างการออกแบบกราฟิกลักษณะนกฮูก (Owl Style) .....	125
ภาพที่ 82 ตัวอย่างการออกแบบกราฟิกลักษณะฉลาม (Shark Style) .....	125
ภาพที่ 83 สื่อเว็บไซต์ออนไลน์ (Homepage) .....	126
ภาพที่ 84 สื่อเว็บไซต์ออนไลน์ (Login) .....	126
ภาพที่ 85 สื่อเว็บไซต์ออนไลน์ (Introduction) .....	127
ภาพที่ 86 สื่อเว็บไซต์ออนไลน์ (Design Guideline) .....	128
ภาพที่ 87 สื่อเว็บไซต์ออนไลน์ (Community) .....	129
ภาพที่ 88 สื่อเว็บไซต์ออนไลน์ (Shop) .....	130
ภาพที่ 89 สื่อบนเว็บ Pinterest.....	131
ภาพที่ 90 สื่อบนเว็บ Behance .....	131

ภาพที่ 91 สื่อบนเว็บ Youtube .....	132
ภาพที่ 92 การเผยแพร่สื่อโซเชียลมีเดียบนมือถือ Twitter, Instagram, Facebook.....	132



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญ

สื่อโซเชียลมีเดียในปัจจุบันมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตมากขึ้น ชาวหรือเรื่องราวมากมายถูกนำเสนอผ่านสื่อโซเชียล เรื่องราวความขัดแย้งในปัจจุบันมีให้เห็นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นข่าวความขัดแย้งทางการเมือง ผู้ชุมนุมก่อการประท้วงต่อรัฐบาล เหตุการณ์ความรุนแรงมากมาย หรือข้อความที่เรื่องส่วนบุคคลความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในการทำงาน การใช้ชีวิตประจำวัน ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าความขัดแย้งนี้มีผลต่อการใช้ชีวิตของเราในทุกด้าน หากพิจารณาถึงคำว่าความขัดแย้งแล้วภายในความหมายของคำน่าจะสนใจคือจะเกิดขึ้นได้จำเป็นจะต้องมีองค์ประกอบสองอย่างที่แตกต่างกัน เช่นความชอบที่ไม่ชอบ คนกลัวผีแต่ชอบดูหนังผี หรือชอบความเป็นส่วนตัวแต่บางครั้งก็เลือกที่จะต้องพาตัวเองไปอยู่ในพื้นที่ที่มีผู้คน เหตุผลก็คือพฤติกรรมของมนุษย์คาดการณ์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมซึ่งมีผลต่อการใช้ชีวิต แต่มนุษย์ก็เป็นสัตว์สังคม ต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันในการใช้ชีวิต (Aristotle, Politics, 350 B.C.E) ก็อาจเป็นเหตุผลที่ส่วนตัวแล้วชอบอยู่คนเดียวแต่ก็ต้องออกไปพบเจอผู้คนบ้าง เป็นธรรมชาติของมนุษย์

การอยู่ร่วมกันเป็นสังคมของมนุษย์นั้น แน่นหนาว่าจะต้องมีความขัดแย้งเกิดขึ้น มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความขัดแย้งเป็นแนวคิดหรือทฤษฎีของความขัดแย้งให้เรียนรู้อย่างมากมาย จากการศึกษารายงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการและการส่งเสริมความสามัคคีเพื่อความปลอดภัย มีการอ้างอิงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีความขัดแย้ง โดยกล่าวถึงที่มาของความขัดแย้ง องค์ประกอบของความขัดแย้ง ทฤษฎีของการจัดการความขัดแย้ง เป็นต้น (มูทิตา แซซัง และคณะ, 2555)

หนึ่งในลักษณะของความขัดแย้งจากทฤษฎีแนวคิดของความขัดแย้ง กล่าวถึงความขัดแย้งจะนำไปสู่การสร้างเอกลักษณ์และสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มได้ (Lewis A. Coser, The Functions of Social Conflict, 1956) ทำให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ว่าแนวคิดความขัดแย้งนี้สามารถสร้างเอกลักษณ์ได้ ตัวอย่างวงดนตรี Getsunova ที่เพลงส่วนใหญ่ของวงจะแต่งคำที่มีความหมายขัดแย้งกันเสมอ เช่น เพลงไกลแค่ไหน คือ ไกล, เหตุผลที่ไม่มีเหตุผล, ต่างต่างเหมือนกัน, รู้ดีไม่ได้, โดดเดี่ยวด้วยกัน เป็นต้น เพลงเหล่านี้เป็นเพลงฮิตของวงวัดได้จากการจำนวนผู้เข้าชมและรับฟังจากสื่อออนไลน์ จึงทำให้เป็นที่รู้จักของคนฟังเพลงว่าถ้าพูดถึงการแต่งเพลงโดยใช้คำขัดแย้งทุกคนจะต้องนึกถึงวง Getsunova เป็นเอกลักษณ์เด่นที่ทำให้ผู้คนจดจำได้

งานภาพยนตร์ก็มีการใช้แนวคิดความขัดแย้งในการสื่อสารกับคนผู้ชม อย่างการเขียนบทของภาพยนตร์จะมีลักษณะการผูกปมความขัดแย้ง และคลายปม นั้นหมายความว่าทุกเรื่องจะต้องมีปมความขัดแย้งเพื่อสร้างความน่าสนใจของเนื้อเรื่องให้ผู้ชมติดตาม ในการนำเสนอภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์จำเป็นจะต้องสื่อสารเรื่องราวปมความขัดแย้งในภาพยนตร์ด้วยเพื่อสร้างแรงจูงใจแก่กลุ่มเป้าหมายเช่นกัน มีความเป็นไปได้ว่างานออกแบบสื่อในยุคสมัยปัจจุบันทั้งออนไลน์ออฟไลน์สามารถใช้แนวคิดของความขัดแย้งในการ



ออกแบบได้ ทั้งงานสิ่งพิมพ์ ปกหนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร งานภาพประกอบบทความ ไปสเตอร์ ที่อาจมีเนื้อหาที่เล่าเรื่องราวเกี่ยวข้องกับความขัดแย้งเป็นต้น

นอกเหนือจากการสร้างเอกลักษณ์และสร้างความสำเร็จให้แก่เนื้อหาแก่กลุ่มเป้าหมายทั้งในสื่อออนไลน์และออฟไลน์แล้ว ตามทฤษฎีความขัดแย้งนั้น กล่าวว่าการขัดแย้งจะนำไปสู่กระบวนการรวมตัวกัน และแสวงหาพันธมิตร (Cosser, 1956) หมายความว่าความขัดแย้งสามารถสร้างแรงดึงดูดกลุ่มคนทำให้เกิดการติดตามได้ไม่ว่าความขัดแย้งนั้นจะเป็นรูปแบบใด การก่อมีอุปสรรคขวาง สามารถรวมตัวมวลชนจำนวนมากได้ ในมุมมองของการตลาดเกี่ยวกับการขายสินค้ายังต้องการความสนใจจากคนจำนวนมาก ถ้าความขัดแย้งสามารถรวมตัวกลุ่มคนได้นั้นน่าจะเป็นผลดีต่อการทำการตลาดสำหรับการค้าขาย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นโอกาสความเป็นไปได้ที่จะศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความขัดแย้ง ถึงที่มาของความขัดแย้ง คุณลักษณะ รวมไปถึงรูปแบบการจัดการกับความขัดแย้งของแต่ละรูปแบบของความขัดแย้ง โดยศึกษาไปเพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงในการสร้างแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถนำมาวิเคราะห์และปรับใช้กับงานออกแบบ อันจะก่อให้เกิดบุคลิกภาพใหม่ที่น่าสนใจ รวมไปถึงเพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ประกอบศิลป์หรือรูปแบบการจัดวางทางเรขศิลป์ที่แตกต่างโดยอ้างอิงคุณลักษณะตามทฤษฎีการจัดการความขัดแย้ง เพื่อให้ นักออกแบบที่สนใจสามารถนำไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างงานออกแบบที่มีประโยชน์ต่อไป

### ปัญหาคำวิจัย

1. โอกาสและทิศทางในการออกแบบใหม่ ที่ได้จากองค์ความรู้ของแนวคิดความขัดแย้งเป็นอย่างไร
2. แนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ ที่ได้จากการใช้องค์ความรู้ของแนวคิดความขัดแย้งมีลักษณะอย่างไร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดความขัดแย้ง
2. เพื่อหากลยุทธ์เผยแพร่แนวทางการออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดความขัดแย้ง

### ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาทฤษฎีความขัดแย้งและการบริหารจัดการความขัดแย้งเท่านั้น เพื่อจำกัดขอบเขตข้อมูลในการศึกษาและการอ้างอิงไม่ให้กว้างจนเกินไป และจะทำการออกแบบสื่อสารข้อมูลการวิจัยผ่านรูปแบบของหนังสือให้เหมาะสมกับข้อมูลการศึกษาเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายให้ได้ง่ายและชัดเจนที่สุด

### วิธีการดำเนินงานวิจัย

- ส่วนที่ 1 ศึกษาวรรณกรรมแนวคิดและทฤษฎีของความขัดแย้ง
- ส่วนที่ 2 วิเคราะห์และสรุปผลแนวคิดความขัดแย้งกับทฤษฎีทางการออกแบบเรขศิลป์
- ส่วนที่ 3 ศึกษากลุ่มเป้าหมายและกลยุทธ์ในการเผยแพร่
- ส่วนที่ 4 สรุปผลการดำเนินการ

## ส่วนที่ 5 ดำเนินการออกแบบ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ค้นพบกลยุทธ์จากองค์ความรู้แนวคิดความขัดแย้ง ที่สามารถนำมาสร้างเครื่องมืออ้างอิงในการออกแบบเรขาคณิต
2. ค้นพบแนวทางการในการออกแบบเรขาคณิตจากแนวคิดความขัดแย้ง
3. สร้างทางเลือกใหม่ให้นักออกแบบที่สนใจ ในการใช้องค์ความรู้ความขัดแย้งเพื่อเป็นแรงบันดาลใจในงานออกแบบ



## บทที่ 2

### แนวคิดเรื่องความขัดแย้ง

การวิจัยในส่วนนี้เป็นการศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นความขัดแย้ง (Conflict) ร่วมกับทฤษฎีการออกแบบเรขาคณิต ผู้วิจัยจะต้องทราบข้อมูล และรายละเอียดในประเด็นเรื่องของความขัดแย้งที่มีผู้วิจัยไว้ก่อนหน้า ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นการศึกษาแนวคิดความขัดแย้งทางสังคมของมนุษย์ เช่นทฤษฎีความขัดแย้งและการบริหารจัดการความขัดแย้งในแง่มุมต่าง ๆ รวมไปถึงทฤษฎีการออกแบบเรขาคณิต แนวคิดวิธีการทำงานของนักออกแบบเพิ่มเติม เพื่อเป็นองค์ความรู้เบื้องต้นในการวิเคราะห์และหาแนวทางในการออกแบบเรขาคณิต โดยเนื้อหาในบทนี้สามารถแบ่งออกได้ ดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

- 2.1.1 นิยามและความหมายของความขัดแย้ง
- 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีการบริหารความขัดแย้ง
- 2.1.3 ธรรมชาติของมนุษย์
- 2.1.4 องค์ประกอบในการออกแบบ
- 2.1.5 หลักการเรื่องสี (Color Scheme)
- 2.1.6 ทฤษฎีการออกแบบกราฟิก Structure
- 2.1.7 ทฤษฎีการออกแบบกราฟิก Contrast

#### ส่วนที่ 2 วิธีการวิจัย

- 2.2.1 กำหนดเกณฑ์สร้างแบบสอบถามการวิจัยและการรวบรวมกลุ่มตัวอย่าง
- 2.2.2 แบบสอบถามชุดแรก “คัดกรองกลุ่มตัวอย่าง”
- 2.2.3 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดแรก
- 2.2.4 แบบสอบถามชุดที่สองสำหรับผู้เชี่ยวชาญ “คัดแยกรูปแบบของกลุ่มตัวอย่าง”
- 2.2.5 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดที่สอง

#### ส่วนที่ 3 สรุปวิเคราะห์ผล

- 2.3.1 สรุปผลการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบกราฟิกของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design)

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 2.1.1 นิยามและความหมายของความขัดแย้ง

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้คำอธิบาย “ขัดแย้ง” ว่า “ขัด” หมายถึงไม่ทำตามฝ่าฝืน ชื่นไว้ ส่วน “แย้ง” หมายถึง ไม่ตรงกัน ไม่ลงรอยกัน ต้านไว้ ทานไว้ รวมความแล้ว ความขัดแย้ง หมายถึง “สภาพความไม่ลงรอยกัน คือไม่ยอมทำตามและยังมีความต้านทานไว้”

เวบสเตอร์ (Webster) กล่าวว่า คำว่า “ความขัดแย้ง” (Conflict) มาจากรากศัพท์ ภาษาลาติน คือ “Configure” ซึ่งแปลว่า “การต่อสู้” (fight) หมายถึง “การทำสงคราม” “ความไม่ลงรอยกัน” หรือ “การเข้ากันไม่ได้” “การคัดค้านซึ่งกันและกัน” หรือ “ฝ่ายตรงข้าม” (อรุณ รัทธธรรม, 2523 : 86)

นักสังคมวิทยาและนักมานุษยวิทยาเห็นว่า “ความขัดแย้งเป็นผลผลิตของสิ่งแวดล้อมในทางสังคม (Social environments)” ส่วนนักเศรษฐศาสตร์เห็นว่า “ความขัดแย้งเป็นการศึกษาและการวิเคราะห์ถึงระหว่างผู้แสดงในรายการบางรายการที่หายากและมีคุณค่า (ทางวัตถุ) ส่วนนักรัฐศาสตร์เห็นว่า “...เป็นสัมพันธภาพระหว่างอำนาจ อิทธิพล และอำนาจหน้าที่ เป็นพฤติกรรมทางสังคม มองที่การแบ่งอำนาจทางสังคมเกี่ยวกับอำนาจ กระบวนการตัดสินใจระหว่างสถาบันต่างๆ การเมืองระหว่างเอกชน กลุ่ม และชาติ และสัมพันธภาพเช่นนั้น ทำให้เกิดความขัดแย้งขึ้นระหว่างบุคคล (ระหว่างผู้ตัดสินใจด้วยกัน) สังคม (รัฐบาลระดับต่างๆ) ระบบ” (อรุณ รัทธธรรม, 2526 : 4 อ้างจาก Albert F. Eldridge, 1979 : 4-5)

เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2531 : 71) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความขัดแย้ง (conflict) คือ สภาพการณ์ที่คนหรือกลุ่มคน เกิดความไม่เข้าใจกัน มีความรู้สึกไม่พึงพอใจหรือคับข้องใจที่จะปฏิบัติงาน

สมยศ นาวิการ (2540 : 772) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความขัดแย้ง คือการไม่เห็นพ้องที่เกิดขึ้นจากความแตกต่างระหว่างบุคคลสองคน หรือกลุ่มสองกลุ่ม หรือมากกว่า ภายใต้ความขัดแย้งขององค์การ บุคคล หรือกลุ่ม อาจจะขัดขวางเป้าหมาย หรืองานระหว่างกัน

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2534 : 12) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความขัดแย้ง หมายถึงสภาพที่ทำให้เกิดความคับข้องใจกัน หรือตกอยู่ในสภาวะที่สามารถจะตัดสินใจหรือตกลงหาข้อยุติอันเป็นที่พอใจของ ทั้งสองฝ่ายได้

พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา (2542 : 141) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความขัดแย้ง (conflict) คือ สภาพของความไม่ราบรื่นที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล หรือระหว่างกลุ่ม เนื่องจากมีความต้องการ หรือผลประโยชน์ขัดแย้งกันและไม่สามารถตัดสินใจ หรือหาข้อตกลงร่วมกันได้โดยวิ และคณะได้ให้ความหมายไว้ว่า ความขัดแย้ง (conflict) คือ สิ่งที่มีความเห็นไม่ตรงกัน (disagreement) ซึ่งเป็นผลมาจาก ความแตกต่างกันระหว่างบุคคลแต่ละคน

มากกว่า 2 คนขึ้นไป หรือกลุ่มตั้งแต่ 2 กลุ่ม ขึ้นไป (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2542 : 475 อ้างจาก Bovee and others, 1993 : 521)

โรบิน ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความขัดแย้งหมายถึง ปฏิสัมพันธ์ที่มีลักษณะของความไม่เป็นมิตร หรือ ตรงกันข้ามกันทุกชนิด (เทพนม เมืองแมน และ สวิง สุวรรณ, 2540 : 238 อ้างจาก Robin, 1974 : 73)

เดวิด ให้ความหมายไว้ว่า ความขัดแย้ง (conflict) หมายถึง การที่ทั้งสองฝ่ายมีการรับรู้ที่ไปด้วยกัน ไม่ได้ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการกระทำ หรือจุดมุ่งหมาย ไม่ว่าจะการรับรู้ว่าจะถูกต้องหรือไม่ถูกต้องก็ตาม คนที่อยู่ใน ความขัดแย้งจะมีความรู้สึกที่ว่า ถ้าหากฝ่ายหนึ่งชนะ อีกฝ่ายหนึ่งก็จะแพ้ (เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์, 2534 : 11 อ้าง จาก David, 1983 : 499)

แนวคิดของ คาร์ล มากซ์ (Karl Marx) คาร์ล มากซ์ เชื่อว่าความขัดแย้งและการเปลี่ยนแปลงเป็นของคู่ กัน เป็นกฎพื้นฐานของชีวิต เป็นสภาพปกติของสังคม โดยความขัดแย้งเริ่มที่เศรษฐกิจซึ่งหลีกเลี่ยงได้ยาก แล้ว จะนำไปสู่ความขัดแย้งทางสังคม และเชื่อในการใช้ความขัดแย้งเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนสังคม การวิเคราะห์ ของคาร์ล มากซ์ใช้ความขัดแย้งเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สังคม โดยอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาความ ขัดแย้งทางเศรษฐกิจ ทฤษฎีความขัดแย้งของคาร์ล มากซ์ได้อธิบายว่าสังคมเป็นอย่างไร และมีแนวทางในการ เปลี่ยนสังคมอย่างไร (พรนพ พุกกะพันธ์, 2542 :157-158 )

แนวคิดของ แมกซ์ เวเบอร์ (Max Weber) แมกซ์ เวเบอร์ มีแนวคิดที่ว่า ความขัดแย้งในผลประโยชน์ ระหว่างบุคคลเกิดได้ทุกที่ โดยเกิดจากการกระทำของบุคคลที่ต้องการบรรลุเป้าหมายและเกิดปะทะกับอีกฝ่าย หนึ่ง ซึ่งความขัดแย้งเป็นผลมาจากการที่มีทรัพยากรหรือรางวัลอย่างจำกัด ซึ่งการแข่งขันกัน(Competition) เป็น รูปแบบหนึ่งของความขัดแย้งด้วย (พรนพ พุกกะพันธ์, 2542 :158 )

แนวคิดของ ยอร์จ ซิมเมล (Georg Simmel) ยอร์จ ซิมเมล มีแนวความคิดว่าความขัดแย้งเป็น ปฏิสัมพันธ์แบบหนึ่ง (sociation) ที่ เกิดขึ้นในกลุ่มสมาชิกที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน โดยเชื่อว่าความขัดแย้ง ระหว่างสองฝ่ายแสดงให้เห็นลักษณะความสัมพันธ์ของทั้ง สองฝ่าย โดยเป็นผลจากการที่มีความรู้สึกเข้าข้าง ตนเองมากกว่าเข้าข้างฝ่ายอื่น ความขัดแย้งมีอยู่ทุกองค์การซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของสังคม ผลของ ความขัดแย้งคือจะเกิดความกลมเกลียวภายในกลุ่ม แต่ความกลมเกลียวภายในกลุ่มหรือระหว่างกลุ่มก็จะเป็น ต้นเหตุของความขัดแย้ง ด้วย (พรนพ พุกกะพันธ์, 2542 : 159-161)

แนวคิดของ มอสคา (Mosca) มอสคา เชื่อว่าความขัดแย้งในสังคม เป็นสิ่งปกติ เกิดโดยธรรมชาติ หลีกเลี่ยงไม่ได้ ความขัดแย้งทำให้เกิดความก้าวหน้าระเบียบ และเสรีภาพ ซึ่งมีความแตกต่างไปจาก คาร์ล มากซ์ ที่มอสคาเห็นว่าความขัดแย้งจะเกิดหลังจากสิ้นชนนหุดพันความต้องการทางด้าน เศรษฐกิจบรรลุผลแล้ว จากนั้นคนจะดิ้นรนเพื่ออำนาจภายหลัง ซึ่งจะนำมาสู่ความขัดแย้ง (พรนพ พุกกะพันธ์, 2542 :162)

แนวคิดของ โคเซอร์ (Cosser) โคเซอร์ ได้ขยายแนวคิดของซิมเมลให้กว้างขวางออกไปอีก โดยพัฒนาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งในการบูรณาการทางสังคมขึ้น 16 ข้อคือ

1. ความขัดแย้งกับกลุ่มอื่นนำไปสู่การสร้างเอกลักษณ์และการสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม
  2. ความขัดแย้งในบางครั้งช่วยรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มได้ โดยยอมให้ระบายความกดดันออกไปบ้าง
  3. ความขัดแย้งจริงมีจุดประสงค์ ความขัดแย้งไม่จริงมุ่งลดความตึงเครียด
  4. ความขัดแย้งเป็นความสัมพันธ์ทางสังคมรูปแบบหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นได้ในสภาพที่มีปฏิสัมพันธ์กัน
  5. ความสัมพันธ์กันอย่างไรก็ดีชิตจะมีความขัดแย้งเช่นเดียวกับมีสันติภาพ
  6. ความสัมพันธ์มีมากอารมณ์พฤติกรรมจะมากขึ้นตามไปด้วย
  7. ความขัดแย้งบางครั้งนำไปสู่การขจัดเหตุของความขัดแย้งออกไปและยืนยันความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายใหม่
  8. ความสัมพันธ์ที่ไม่แข็งแรงอาจถดถอยจากความขัดแย้ง และในความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งบ่อยครั้งที่แสดงถึงความขัดแย้ง
  9. ความขัดแย้งกับกลุ่มภายนอกจะทำให้เกิด ความกลมเกลียว การรวมอำนาจ การเคลื่อนย้ายทรัพยากร
  10. ความขัดแย้งกับกลุ่มภายนอกยิ่งเพิ่มมากขึ้น ความอดทนต่อพฤติกรรมเบี่ยงเบนภายในจะลดลง
  11. ความต้องการที่จะมีความสามัคคีภายในกลุ่ม บ่อยครั้งจะนำกลุ่มไปขัดแย้งกับกลุ่มอื่น
  12. การแสดงสัญลักษณ์ของกลุ่มยิ่งมากเท่าใดความเป็นศัตรูกับกลุ่มอื่นย่อมเพิ่มมากขึ้น
  13. ความขัดแย้งระหว่าง ฝ่ายต่างๆจะนำไปสู่ การขยายความสัมพันธ์ การสร้างบรรทัดฐานอย่างใหม่ และยืนยันบรรทัดฐานเดิม รวมถึงการเพิ่มการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคม
  14. ความขัดแย้งระหว่างกลุ่มบางครั้งเป็นการกระทำที่ปรารถนาให้อีกกลุ่มรวมตัวกัน
  15. ความขัดแย้งเป็นการทดสอบอำนาจ
  16. ความขัดแย้งนำไปสู่กระบวนการรวมตัวกัน และแสวงหาพันธมิตร
- (พรนพ พุกกะพันธ์, 2542 :162-166)

## 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีการบริหารความขัดแย้ง

1. ความขัดแย้งถือเป็นเรื่องปกติของการอยู่ในสังคม ไม่ว่าจะสังคมจะเป็นสังคมครอบครัว สังคมเพื่อน สังคมการทำงาน ยิ่งสังคมมีขนาดใหญ่มากขึ้น ยิ่งมีโอกาสที่จะเกิดความขัดแย้งได้มากยิ่งขึ้น แต่ความขัดแย้งไม่ใช่สิ่งที่แยแสเสมอไป สามารถใช้ความขัดแย้งให้เกิดประโยชน์ได้อย่างไร โดยพิจารณาจากทฤษฎีการบริหารความขัดแย้งภายในองค์กร โดยแบ่งเป็นลักษณะแนวคิด ได้ 3 ลักษณะ ดังนี้

- 1.1 แนวคิดสมัยดั้งเดิม (Traditional View) ความขัดแย้งเป็นสิ่งไม่ดี หากหลีกเลี่ยงได้ควรหลีกเลี่ยง ผู้บริหารจะต้องกำจัดความขัดแย้งขององค์กร โดยการออกกฎระเบียบ กระบวนการที่เข้มงวด เพื่อที่จะทำให้ความขัดแย้งหมดไป
- 1.2 แนวคิดด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human Relations View) จะสนับสนุนการยอมรับความขัดแย้ง และความขัดแย้งอาจจะมีประโยชน์ต่อภายในองค์กรได้บ้างในบางเวลา
- 1.3 แนวคิดสมัยใหม่ (Contemporary View) จะสนับสนุนความขัดแย้งบนรากฐานที่ว่า องค์กรที่มีความสามัคคี ความสงบสุข ความเรียบง่าย และมีความร่วมมือ หากไม่ยอมรับปัญหาที่เกิดขึ้นจากความขัดแย้ง การให้ความร่วมมือแก่องค์กรจะกลายเป็นความเฉื่อยชา อยู่เฉย และไม่ตอบสนองต่อความต้องการเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการคิดค้นใหม่ๆ

2. กระบวนการของความขัดแย้งของ Filley (1975) ได้เสนอแนวคิดของเขาอธิบายถึงสภาพการก่อเกิดความขัดแย้งตั้งแต่เริ่มเป็นขั้นตอนโดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 2.1 สภาพก่อนเกิดความขัดแย้ง (Antecedent Condition of Conflict) : เป็นลักษณะของสภาพการณ์ที่อาจปราศจากความขัดแย้ง แต่จะนำไปสู่การขัดแย้ง
- 2.2 ความขัดแย้งที่รับรู้ได้ (Perceived Conflict) : เป็นการรับรู้จากสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นของฝ่ายต่างๆ ว่ามีความขัดแย้งเกิดขึ้น
- 2.3 ความขัดแย้งที่รู้สึกได้ (Felt Conflict) : โดยอาจมีความรู้สึก ว่า ถูกคุกคาม ถูกเกลียดชัง กลัว หรือไม่ไว้ใจ
- 2.4 พฤติกรรมที่ปรากฏชัด (Manifest Behavior) : อาจแสดงความก้าวร้าว การแข่งขัน การโต้เถียงหรือการแก้ปัญหา
- 2.5 การแก้ปัญหาหรือระงับความขัดแย้ง (Conflict Resolution or Supervision) : วิธีการแก้ไขความขัดแย้งมี 4 วิธี ได้แก่ วิธีชนะ-แพ้ (Win-Lose Method) ,วิธีแพ้ทั้งคู่ (Lose-Lose methods) ,วิธีการที่ทั้งสองฝ่ายเป็นผู้ชนะ (Win-Win methods) ,วิธีการแก้ไขปัญหาร่วมกัน หรือแบบชนะทั้งคู่ (Win-Win Method)

3. จอห์น สัน และจอห์นสัน (Johnson & Johnson, 1987: 273) มีแนวคิดว่าคุณคนแตกต่างกัน จึงใช้กลยุทธ์ในการจัดการความขัดแย้งโดยแต่ละคนมีรูปแบบการแก้ปัญหาเป็นของตนเอง สามารถเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้และหาวิธีการใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพในการจัดการความขัดแย้งในภาวะขัดแย้ง ประเด็นหลักที่ต้องใส่ใจ คือ การบรรลุวัตถุประสงค์ส่วนตัว เมื่ออยู่ในภาวะขัดแย้ง คนแต่ละคนจะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากผู้อื่น และการรักษาสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น แบบพฤติกรรมในการจัดการความขัดแย้ง 5 แบบ คือ

- 5.1 ลักษณะแบบ "เต่า" (ถอนตัว, หดหัว) : มีลักษณะหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง ยอมละวัตถุประสงค์และความสัมพันธ์ส่วนตัว โดยการหลีกเลี่ยงไม่เผชิญกับคู่กรณี จะไม่ตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อแก้ปัญหา

- 5.2 ลักษณะแบบ "ฉลาม" (บังคับ, ชอบใช้กำลัง) : เป็นการแก้ปัญหาความขัดแย้งโดยใช้อำนาจตามตำแหน่ง คำนึงถึงเป้าหมายงานหรือความต้องการของตนเองมากกว่าความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน
- 5.3 ลักษณะแบบ "ตุ๊กตาหมี" (สัมพันธ์ภาพราบรื่น) : เชื่อว่าความขัดแย้งหลีกเลี่ยงได้เพื่อเห็นแก่ความกลมเกลียว ยอมยกเลิเป้าหมาย เพื่อรักษาสัมพันธ์ภาพอันดีไว้
- 5.4 ลักษณะแบบ "สุนัขจิ้งจอก" (ประนีประนอม, แก้ปัญหาเฉพาะหน้า) : จะคำนึงถึงเป้าหมายส่วนตนและสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่นในระดับปานกลาง แสวงหาการประนีประนอม พร้อมและเต็มใจที่จะสละวัตถุประสงค์และสัมพันธ์ภาพบางส่วนเพื่อหาข้อตกลงร่วม ที่ดี
- 5.5 ลักษณะแบบ "นกฮูก" (เผชิญหน้ากัน, สุขุม) : จะมองความขัดแย้งว่าเป็นปัญหาที่จะต้องแก้ไข ให้คุณค่าแก่เป้าหมายและสัมพันธ์ภาพ สิ่งที่ต้องการคือการบรรลุเป้าหมายของตนเองและผู้อื่น

4. ยุทธวิธีการจัดการความขัดแย้งเมื่อเกิดความขัดแย้งถึงขั้นที่ต้องดำเนินการแก้ไข ซึ่งผู้บริหารสามารถนำไปใช้ในการดำเนินการบริหารจัดการความขัดแย้ง มีอยู่หลายวิธีด้วยกัน ดังนี้ คือ

- 4.1 ตรงเข้าไปแก้ปัญหานั้นเลย (Problem Solving) เป็น ลักษณะการเผชิญหน้ากันระหว่างกลุ่มที่กำลังขัดแย้งกันอยู่ การตรงเข้าไปโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแก้ปัญหาไม่ใช่เป็นการเอาชนะหรือตัดสิน ว่าใครถูกใครผิด วิธีนี้จะได้ผลถ้าความขัดแย้งนั้นมาจากการสื่อสารที่ไม่ถูกต้อง แต่ถ้าเกิดจากทัศนคติ ความคิด หรือค่านิยมระหว่างบุคคล การใช้วิธีนี้อาจจะไม่บรรลุผลสำเร็จ อาจจะต้องนำวิธีอื่นมาใช้แทน
- 4.2 ใช้ความร่วมมือ (Super ordinate Goals) โดย ฝ่ายบริหารต้องแสดงให้เห็นว่าเป้าหมายที่แต่ละกลุ่มต้องการเข้าถึง ถ้าไม่ร่วมมือกันก็จะไม่สามารถเข้าถึงได้ ซึ่งฝ่ายบริหารต้องชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการร่วมมือร่วมใจกัน ซึ่งในทางธุรกิจความขัดแย้งที่ใช้วิธีนี้แก้ไขจะมาจากการขัดแย้งระหว่าง ฝ่ายบริหารกับสหภาพแรงงาน
- 4.3 ลดความขัดแย้งโดยการขยายทรัพยากร (Expansion of Resources) โดย การเพิ่มทรัพยากรที่ขาดแคลนเพื่อลดความขัดแย้งเช่นเพิ่มตำแหน่ง เพิ่มแผนก ซึ่งการแก้วิธีนี้นอกจากจะลดความขัดแย้งแล้ว อาจทำให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งพอใจด้วย แต่ต้องดูในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องด้วยอย่างเช่นเงินทุนหรือการให้บริการ ต่างๆว่าจะติดขัดขัดข้องหรือไม่
- 4.4 ลดความขัดแย้งโดยการหลีกเลี่ยง (Avoidance) หรือ การถอยหนีไม่รับรู้เรื่องที่กำลังเกิดขึ้นซึ่งวิธีนี้แก้ไขได้ผลในระยะเวลา สั้นๆ ซึ่งความขัดแย้งไม่ได้หมดไป อาจกลับคืนมาใหม่และมีความรุนแรงมากขึ้นกว่าเดิม
- 4.5 ทำให้เกิดความราบรื่นกลมกลืนกัน (Smoothing) วิธีนี้หมายถึงความขัดแย้งระหว่างผู้บริหารกับพนักงานที่มีระดับแตกต่างกัน วิธีการคือต้องปรับระดับความแตกต่างให้น้อยลง โดยลดทิฐิ พยายามยกประเด็นความเหมือนกัน พวกเดียวกันของทั้งสองฝ่ายมาเป็นประเด็น โดยยึดหลักสามัคคี ทั้งสองฝ่ายต้องมีใจต่อกัน
- 4.6 การลดข้อขัดแย้งโดยการประนีประนอมกัน (Compromise) วิธีการนี้ต้องใช้คนกลาง หรือให้คู่กรณีส่งตัวแทนมาเจรจาต่อรองกัน โดยทั้งคู่จะมีบางส่วนได้บางส่วนเสีย



- 4.7 ใช้กำลังหรือการบีบบังคับ (Forcing) วิธีนี้ใช้วิธีสลายข้อขัดแย้งโดยฐานะของการมีอำนาจของผู้บังคับบัญชา โดยใช้ระเบียบ กฎหมาย หรือคำสั่งให้คู่กรณียอม แต่อาจไม่ได้หมายถึงยอมรับหรือเห็นด้วย การแก้วิธีนี้ใช้ได้ระยะสั้นเท่านั้น โดยมุ่งลดผลที่ตามมาไม่ได้ลดที่เหตุของปัญหา
- 4.8 เปลี่ยนโครงสร้างองค์การ (Altering Structural Variable) ใช้ ในกรณีโครงสร้างขององค์การก่อให้เกิดความขัดแย้ง ผู้บริหารต้องหันมามองความขัดแย้งเสียใหม่ เพื่อลดความขัดแย้งให้ดำเนินการจัดการเรื่องบุคลากรใหม่ ให้มีการรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะของพนักงานก็จะลดความขัดแย้งได้ (จุฑา เทียนไทย, 2547 : 274-277)

5. วิธีของแดนเนียด ดานา (Daniel Dana 2001) แดนเนียด ดานา ได้เขียนถึงการแก้ปัญหาความขัดแย้งโดยทั่วไปสามรูปแบบคือ

- 5.1 การต่อสู้ด้วยการใช้อำนาจ โดยคู่กรณีจะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ (ร่างกายที่แข็งแรง การข่มขู่ เสียงดัง พรรคพวกมาก) มาบีบบังคับให้ฝ่ายตรงข้ามยอมจำนน ซึ่งผลออกมาจะมีผู้แพ้ ผู้ชนะ
- 5.2 การต่อสู้ด้วยการใช้สิทธิ โดยคู่กรณีจะยกแหล่งอำนาจต่างๆ (ผู้ปกครอง หัวหน้า คู่มีอ ชันตอน กฎหมาย) มาใช้ในการพิจารณาว่าใครมีสิทธิที่ถูกต้อง ซึ่งผลออกมาจะมีผู้แพ้ ผู้ชนะ
- 5.3 การปรองดองด้วยผลประโยชน์ (Interest Reconciliation) เป็นวิธีที่แบ่งปันผลประโยชน์กัน หรือมีได้บ้างเสียบ้าง ข้อดีคือไม่เป็นปรปักษ์กัน

### 2.1.3 ธรรมชาติของมนุษย์

1. มนุษย์เป็นผู้มีศักดิ์ศรี แนวความคิดนี้เชื่อว่ามนุษย์มีความดีงามติดตัวมาตั้งแต่เกิดและมนุษย์มีความสามารถที่จะพัฒนาตนเองให้เต็มศักยภาพ เท่าที่ตนเองต้องการ การเคารพและให้เกียรติกันจึงเป็นสิ่งที่ดี เป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา
2. มนุษย์มีความแตกต่างกัน แตกต่างในเรื่องพันธุกรรม ในเรื่องสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันในเรื่องการอบรมเลี้ยงดู รวมไปถึง วัฒนธรรมที่ตนเองอยู่ เราไม่เหมือนคนอื่นและคนอื่นก็ไม่เหมือนกับเรา เรา ก็มีความรู้ความสามารถ ความถนัดอย่างหนึ่ง คนอื่นก็มีความรู้ความสามารถอีก อย่างหนึ่ง ต่างคนต่างมีความรู้ความสามารถที่แตกต่างกันจะทำให้เขาเหมือนเรา และจะทำให้เราเหมือนเขาคงเป็นไปได้ หรือในเรื่องเพศต่างกันการกระทำ ความ คิด ความสนใจ เจตคติก็แตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อรู้ว่ามนุษย์มีความแตกต่างกัน เราก็ยอมรับธรรมชาติของแต่ละคน ไม่เอาเขามาเปรียบกับเรา ไม่เอาตัวเราไปตั้ง เกณฑ์ประเมินค่าตามคนอื่น อยู่แบบเขาเป็นเขาและเราก็เป็นเรา เคารพและให้ เกียรติซึ่งกันและกันชีวิตก็มีค่า ชีวิตก็มีความสุข
3. มนุษย์มีแรงจูงใจในทางที่ดี ที่สูงขึ้นมนุษย์ต้องการที่จะพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น มนุษย์มีแรงจูงใจจะทำให้มนุษย์กระทำสิ่งต่างๆ เพื่อให้ตนเองไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ

4. พฤติกรรมของมนุษย์ทุกอย่างต้องมีสาเหตุ มีที่มาที่ไปบุคคลจะไม่กระทำสิ่งใด ๆ แบบไร้สติ ไร้ความนึกคิด แต่การกระทำ ของบุคคลมีเหตุผลแห่งการกระทำโดยทั้งสิ้น เช่น คนที่ขยันทำงานอาจมาจาก ความ ต้องการผลสัมฤทธิ์ในงาน ต้องการความภูมิใจในตนเอง หรือแม้บางคนอาจต้องการ เงินเป็นต้น อย่างไรก็ตามเราไม่สามารถเข้าใจพฤติกรรมของคนอื่นว่ามาจากสาเหตุใด แต่ว่าเราทราบสิ่งที่ตัวเราเป็น ตัวเรากำลังจะทำอะไร การที่จะเป็นและการ ที่จะทำจะต้องมีพื้นฐานที่ชอบธรรม มีคุณธรรมกำกับ มีมโนธรรมสอนใจซึ่งจะทำให้เราเป็นคนที่ดีมีสุข และมนุษย์ก็รู้ว่าสิ่งที่ตนเองกระทำมีสาเหตุมาจาก อะไร
5. มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการของมนุษย์จะเริ่มจากสิ่งที่เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตและเมื่อ ความต้องการนั้นๆ ได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลก็จะมีความต้องการในลำดับที่สูงขึ้นตามลำดับ เช่น ต้องการความรัก ต้องการเกียรติยศชื่อเสียง ฯลฯ
6. มนุษย์มีความต้องการพัฒนาการชีวิต การพัฒนาการของมนุษย์จะพัฒนาการเป็นไปตามช่วงวัย วัยต่างๆของมนุษย์จะทำให้ เห็นการพัฒนาบุคลิกภาพของมนุษย์ตามช่วงวัย ถ้าบุคคลที่มีการพัฒนาการปกติ พัฒนาการบุคลิกภาพก็จะเพิ่มขึ้น หรือพัฒนาตามอายุ หรือตามช่วงวัยเช่นเดียวกัน เช่น พัฒนาการบุคลิกภาพของวัยผู้ใหญ่ย่อมจะดีกว่าวัยรุ่น แต่อย่างไรก็ดีพัฒนาการที่เป็นไปตามลำดับขั้นก็จะสร้างเสริมบุคลิกภาพของบุคคลให้ เป็นรอยประสบการณ์ของบุคคลด้วย
7. มนุษย์ต้องการการพักผ่อน การนอนหลับหรือแม้แต่การไปเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจก็เป็นการทำให้ชีวิตสดชื่นขึ้น ยามใดที่ บุคคลทำงานจนลึมนึกถึงตนเอง ยามนั้นความเหนื่อยความเมื่อยล้าทำให้ ประสิทธิภาพของบุคคลลดน้อยถอยลง นั่นเป็นสิ่งที่เตือนว่าถึงเวลาที่ต้องพัก ผ่อนแล้ว
8. มนุษย์เป็นสัตว์สังคม มนุษย์ต้องการเพื่อน ต้องการกลุ่ม ต้องการสมาคม ไม่มีใครอยู่คนเดียวในโลก เราไม่ได้เกิด จากกระบอกไม้ไผ่ เราทุกคนมีพ่อแม่ มีคนหลายคนเลี้ยงดูเรา มีหลายคนที่คุณดูแลอบรมให้การศึกษาเรา การมีเพื่อน การมีกลุ่มจะทำให้เราไม่รู้สึกโดด เดี่ยว ยามทุกข์หรือสุข มีใครสักคนที่พร้อมจะฟังเราอยู่ข้างๆ เรา นี่แหละที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม
9. มนุษย์ต้องการขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรม มีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันมีกรอบในการดำเนินชีวิตตามกระแสของสังคม และประเทศชาติ และสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยในการปลูกฝังเจตคติ ค่านิยม แนวคิด การตัดสินใจ รวมไปถึงการแสดงพฤติกรรมต่างๆ ที่ทำให้บุคคลแตกต่างกันด้วย
10. มนุษย์มีความต้องการ การอยากรู้อยากเห็น การอยากเข้าใจในสิ่งที่ตนเองไม่รู้ ดังนั้นมนุษย์ต้องเรียนรู้ เพื่อพัฒนา ศักยภาพของตนเอง และตอบคำถามความอยากรู้ การใคร่จะรู้ด้วยตนเอง และการอยากรู้อยากเห็น ในแต่ละบุคคลก็แตกต่างกันด้วย (อาจินสมาจาร 2547)

ในเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพนั้นยังมีแนวคิดอื่น ๆ อีก ที่ช่วยให้การศึกษาเรื่องการพัฒนาบุคลิกภาพของบุคคลนั้นๆ แต่สิ่งสำคัญที่ควรทำความเข้าใจร่วมกัน กล่าวคือความหมายของคำว่าบุคลิกภาพ หมายถึง ทุก ๆ อย่างที่เป็นตัวเราทั้งที่ปรากฏและที่ซ่อนเร้น หรือในส่วนของเป็นแนวคิด ค่า นิยม ความเชื่อ คุณภาพทางจิต จิตแบบยึดติด หรือจิตแบบสารธารณะ คือจิตที่ รู้จักให้ รู้จักยกยอ รู้จักปลอบโยนและรู้จักที่จะเกื้อกูล ในสังคมมีคนหลากหลายมากมายทำนรู้หรือไม่ว่ามนุษย์มีความต้องการอะไรเขาอาจจะต้องการ เงิน

ต้องการเกียรติ ต้องการอำนาจ หรือไม่ก็ขอให้ถูกรางวัลกับเขาสักงวด บางคนอาจ ขอแค่มีกินก็มีความสุขแล้ว บางคนอาจขอแค่ลูก ๆ เป็นคนดีเท่านี้ก็พอใจแล้วหลากหลายคำตอบหลากหลายความคิดซึ่งทุกคนคิดได้ ผันได้และหวังได้ ส่วนจะเป็นตามที่หลายคนฝันหรือหลายคนหวังหรือไม่นั้น จะเป็นไปตามที่เราต้องการหรือไม่นั้นก็เป็นเรื่องหนึ่ง แต่สำหรับแนวคิด ของนักจิตวิทยาหลายท่านเชื่อว่ามนุษย์มีความต้องการ และได้ อธิบายว่า มนุษย์มีความต้องการอะไร

## 2.1.4 องค์ประกอบในการออกแบบ (Elements)

องค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบ คือ องค์ประกอบต่างๆ ที่ศาสตร์ทางด้านศิลปะและการออกแบบ ทุกแขนงนำไปประยุกต์ใช้ในแขนงของตนได้ องค์ประกอบเหล่านี้เปรียบเหมือนภาพตัวต่อเล็กๆ เมื่อนำมาต่อกันตามหลักการออกแบบแล้วจะออกมาเป็นภาพใหญ่ที่มีความหมายและสื่อสารความคิดใหม่ได้

### 2.1.4.1 องค์ประกอบพื้นฐานการออกแบบ

1. จุด (Dot) เป็นองค์ประกอบที่มีความเรียบง่าย จุดจะดูมีตำแหน่งแต่ไม่มีทิศทาง การใช้จุดจำนวนมากมาเรียงต่อกันจะทำให้เกิดการรับรู้เป็นเส้น หรือในบางกรณีจะเห็นเป็นรูปร่าง
2. เส้น (Line) เส้นเกิดจากการเรียงจุดหลายๆ จุดเรียงต่อกัน หากเรียงด้วยระยะที่ห่างกันก็จะเกิดเป็นเส้นประ หากเรียงด้วยระยะห่างที่น้อยมาก ๆ ก็จะมองเห็นเป็นเส้นหนาที่บ นอกจากนี้เส้นมีหลายลักษณะ เส้นเฉียง เส้นโค้ง ลักษณะของเส้นก่อให้เกิดทิศทาง การนำสามารถกระตุ้นความรู้สึกที่แตกต่างกันได้ (Phillips 2015)
3. รูปร่าง (Shape) เป็นองค์ประกอบที่ดูมีมิติมากกว่าจุดและเส้น หากพิจารณาลักษณะรูปร่างแบ่งออกเป็น 6 ลักษณะคือ

3.1 รูปร่างเรขาคณิต (Geometric) : กำหนดโดยโครงสร้างโดยวิธีคณิตศาสตร์

3.2 รูปร่างธรรมชาติ (Organic) : ประกอบจากเส้นโค้ง มีลักษณะคล้ายของเหลวที่ยืดหยุ่น

3.3 รูปร่างที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear) : ประกอบจากเส้นตรง ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กันทางคณิตศาสตร์

3.4 รูปร่างที่ผิดปกติ (Irregular) ประกอบจากเส้นโค้ง และเส้นตรง ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กันทางคณิตศาสตร์

3.5 รูปร่างมือเขียน (Hand-Drawn) : การเขียนด้วยมือ หรือไม่ใช่เครื่องมือประกอบ

3.6 รูปร่างอุบัติเหตุ (Accidental) : ทำขึ้นโดยไม่ตั้งใจ มักเป็นผลที่มาจากกรรมวิธี หรือวัสดุพิเศษ

4. พื้นผิวหรือผิวสัมผัส (Texture) เป็นลักษณะผิวสัมผัสเฉพาะของรูปร่างหนึ่ง อาจมีลักษณะของรูปร่างหนึ่ง อาจมีลักษณะเรียบหรือถูกตกแต่งลื่นหรือหยาบ ให้ความรู้สึกที่มีผลต่อประสาทสัมผัสดีเท่ากับประสาทตา
5. พื้นที่ว่าง (Space) ที่ว่างอาจมีการใช้งานหรือไม่ใช้งานได้ รูปร่างที่มีขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กล้นเกินพื้นที่ทั้งสิ้น ที่ว่างของรูปร่างในงานสองมิติจะมีลักษณะแบน หรือถ้าแสดงความลึกจะต้องใช้ภาพลวงตาแทน
6. สี (Color) เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ไม่สามารถนำมาใช้เดี่ยวๆได้ แต่ต้องใช้ร่วมกับองค์ประกอบอื่นๆ เช่น รูปร่าง ภาพ สีมีความสำคัญในการสื่อสารข้อมูล มักจะเห็นได้จากคนที่คนเรามักจะใช้สีระบุถึงสิ่งต่างๆ เช่น บ้านสีฟ้า รถสีดำ เป็นต้น (Wong 1993)

#### 2.1.4.2 องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษร

1. ตัวพิมพ์แบบตัวคัดลายมือ (Blackletter Typefaces) เป็นตัวพิมพ์ที่มีลักษณะเหมือนตัวคัดลายมือ หรือตัวพิมพ์ที่ดูเหมือนเขียนด้วยปากกาคอคแรงบางครั้งเรียกว่า ตัวอักษรมืด ส่วนใหญ่มีลักษณะความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร นิยมใช้ในการเรียงพิมพ์ข้อความสั้นๆ และนิยมใช้ในงานออกแบบที่ต้องการให้ดูเก่าแก่หรือดูโบราณตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น โรทันดา (Rotunda)
2. ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script) เป็นตัวพิมพ์ที่มีลักษณะเหมือนตัวลายมือเขียน คือเป็นตัวพิมพ์ที่มีเส้นต่อเนื่องกันระหว่างแต่ละตัวส่วนใหญ่มีลักษณะความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร นิยมใช้ในการพิมพ์ข้อความสั้นๆ เช่น บัตรเชิญ ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น โคโรเนท (Coronet)
3. ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ (Serif Typeface) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือติ่ง บางครั้งเรียกเชิง ส่วนใหญ่มีลักษณะความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร ในอดีตนิยมใช้ในการพิมพ์ข้อความที่มีขนาดยาว เนื่องจากเชื่อว่าเป็นตัวพิมพ์ที่อ่านง่ายกว่าตัวอักษรที่ไม่มีฐานหรือติ่งตัวพิมพ์แบบเซอริฟแบ่งเป็นประเภทย่อยๆ ได้ดังนี้
  - 3.1 ตัวพิมพ์แบบโอลด์ สไตล์ (Old Style) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือติ่งที่มีจุดเด่นอยู่ที่ส่วนที่เป็นเส้นทแยงของตัวอักษร โดยส่วนที่บางที่สุดจะเป็นมุมของตัวอักษร ไม่ใช่ส่วนบนหรือล่างแบบตัวพิมพ์อื่นๆ
  - 3.2 ตัวพิมพ์แบบทรานสิชันแนล (Transitional) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือติ่งที่มีจุดเด่นอยู่ที่ส่วนที่หนาบ้างมีความแตกต่างกันมากกว่าตัวพิมพ์แบบโอลด์สไตล์ บางครั้งเรียกว่า ตัวบาโรค (Baroque)
  - 3.3 ตัวพิมพ์แบบสแควร์เซอริฟ (Slab Serif หรือ Square Serif) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือติ่งที่มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยม

- 3.4 ตัวพิมพ์แบบโมเดิร์น (Modern) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือตั้งที่มีจุดเด่นอยู่ที่ส่วนที่หนาและบางมีความแตกต่างกันมากกว่าตัวแบบเซอริฟอื่นๆ
4. ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typefaces) เป็นตัวพิมพ์ที่ไม่มีส่วนที่เป็นฐานหรือตั้ง บางครั้งเรียกไม่มีเชิง ส่วนใหญ่มีลักษณะความหนาของเส้นตัวอักษรที่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร ตัวพิมพ์ประเภทนี้ที่มีความหนาของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษรจะเรียกว่า ตัวกอทิกส์ (Gothics) ในอดีตนิยมใช้ในการเรียงพิมพ์ข้อความพาดหัว ไม่ใช้กับข้อความที่มีขนาดยาว เนื่องจากเชื่อว่าเป็นตัวพิมพ์ที่อ่านยากกว่าตัวพิมพ์ที่มีฐานหรือตั้ง แต่เนื่องจากเทคโนโลยีที่ดีขึ้นทำให้เกิดความคมชัด จนในปัจจุบันสามารถนำใช้ได้ไม่แตกต่างกัน ตัวพิมพ์แบบที่สำคัญ เช่น เฮลเวติกา (Helvetica) เอเรียล (Arial) และยูนิเวิร์ส (Univers)
  5. ตัวพิมพ์ตัวตกแต่ง (Display Typefaces) เป็นตัวพิมพ์ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากตัวอักษรที่เห็นกันบ่อยๆ มีรูปแบบการใช้งานเพื่อการตกแต่งโดยเฉพาะ และไม่เหมาะสมที่จะนำมาใช้พิมพ์เป็นข้อความ ดังนั้นจึงนิยมใช้กับข้อความสั้นๆ ที่เป็นพาดหัวหรือหัวเรื่อง เพื่อเรียกร้องความสนใจนอกจากตัวพิมพ์ประเภทนี้จะได้รับการออกแบบให้มีลักษณะแปลกตาแล้ว บางครั้งยังมีการนำภาพ เช่นภาพคน ภาพสัตว์ เข้ามาประกอบเป็นส่วนหนึ่งของตัวพิมพ์อีกด้วย
- 2.1.4.3 องค์ประกอบอื่นๆ
1. ภาพถ่าย (Photography) ภาพที่ถูกบันทึกด้วยอุปกรณ์เทคโนโลยี สามารถแยกออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้
    - 1.1 ภาพถ่ายโฆษณา (Advertising Photography) ภาพถ่ายที่นำเสนอจุดขายที่ต้องการสื่อสารของผลิตภัณฑ์และบริการเป็นสินค้า ภาพถ่ายนี้เกิดจากจินตนาการของนักสร้างสรรค์โฆษณา (Creative)
    - 1.2 ภาพถ่ายกองบรรณาธิการ (Editorial Photography) ภาพถ่ายที่ใช้สนับสนุนเนื้อหาของเรื่องราวที่เป็นบทความต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านบันเทิงหรือที่มีเนื้อหาสาระ
    - 1.3 ภาพถ่ายแฟชั่น (Fashion Photography) ภาพถ่ายที่นำเสนอรูปแบบของเสื้อผ้า เครื่องประดับ และของประกอบการแต่งกาย (Accessories)
    - 1.4 ภาพถ่ายศิลปะ (Fine Art Photography) ภาพถ่ายที่สร้างสรรค์ขึ้นตามจินตนาการของช่างภาพโดยไม่ได้รับมอบหมายเป็นการเฉพาะเจาะจงและส่วนใหญ่ไม่ได้ตั้งใจตั้งแต่ต้นให้เป็นภาพเชิงพาณิชย์ แต่ต่อมาได้นำมาให้เช่าหรือขายเพื่อนำไปใช้ในสิ่งพิมพ์ต่างๆ
    - 1.5 ภาพถ่ายชาวบ้าน (Vernacular Photography) ภาพถ่ายที่บุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่ช่างภาพมืออาชีพเป็นผู้ถ่าย และไม่ได้รับมอบหมายเป็นการเฉพาะเจาะจงอีก

ทั้งไม่ได้ตั้งใจตั้งแต่ต้นให้เป็นเชิงพาณิชย์ ภาพถ่ายประเภทนี้จะหาได้จาก  
บริการสต็อกโฟโตกราฟ เป็นต้น

2. ภาพประกอบอื่นๆ (Illustration) คือภาพที่สร้างขึ้นเพื่อช่วยสนับสนุนหรือเกี่ยวข้องกับ  
เนื้อหาของเรื่องราวที่น่าสนใจ เป็นภาพที่ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นด้วยวิธีการต่างๆ เช่น  
การวาดภาพด้วยสีน้ำ สีน้ำมัน สีโปสเตอร์ หรือการวาดด้วยคอมพิวเตอร์ สามารถแบ่ง  
ประเภทตามเทคนิคได้ดังนี้
  - 2.1 ภาพวาดแบบดั้งเดิม (Traditional Illustration) เป็นการใช้เทคนิคการวาดภาพ  
ด้วยสีลักษณะต่างๆ เช่น สีน้ำ สีโปสเตอร์ สีฝุ่น
  - 2.2 ภาพพิมพ์ (Printmaking Illustration) เป็นการใช้เทคนิคการสร้างสรรคภาพ  
ด้วยเทคนิคทางภาพพิมพ์ เช่น ภาพพิมพ์ไม้ (woodcut) ภาพพิมพ์โลหะ  
(Intaglio) ภาพพิมพ์หิน (Lithography) ภาพพิมพ์สีกรีน (Screen)
  - 2.3 ภาพวาดโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Graphic Illustration) เป็น  
การใช้เทคนิคการวาดภาพด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ เช่น เวกเตอร์  
กราฟิกส์ เอดิเตอร์ (vector graphics editor) บิตแมป กราฟิกส์ เอดิเตอร์  
(bitmap graphics editor) และคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ 3 มิติ (3D computer  
graphics) (ศรียกัลยาณบุตร 2550)

### 2.1.5 ทฤษฎีการใช้งานสี (Color)

สีเป็นทัศนธาตุที่สำคัญ และมีบทบาทต่อการรับรู้คุณค่าของความงาม มีอิทธิพลต่อจิตใจของมนุษย์  
เป็นอย่างมาก มีการจัดวางระบบเรื่องสี เรียกว่า “ทฤษฎีสี” เพื่อใช้สีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. สภาวะของสี เป็นลักษณะหนึ่งของธรรมชาติที่เราสามารถรับรู้ได้ด้วยตา เช่น สีของต้นไม้ สี  
ของรุ่งกิ้นน้ำ สีของท้องฟ้า ทะเล ดอกไม้ เป็นต้น สีสภาวะตามธรรมชาติอยู่ 3 ประการ
  - 1.1 ความเป็นสี (Hue) คือ เป็นสีตามวงจรรสีในธรรมชาติ เช่น สีเหลือง แดง น้ำเงิน  
เขียว ม่วง ฯลฯ ในการแสดงออกจะต้องมีทัศนธาตุอย่างใดอย่างหนึ่งมา  
ประกอบ
  - 1.2 ความเป็นเนื้อสี หรือสารของสี (Pigment) คือ วัตถุที่แสดงสีหรือมีสีอยู่ในตัว  
สามารถใช้ระบาย ทา เขียน หรือย้อมวัตถุอื่นๆ ให้มีสีต่างๆ ได้ เช่น ดิน หิน แร่  
ธาตุต่างๆ สัตว์ พืช หรือสารผสมด้วยกรรมวิธีทางวิทยาศาสตร์
  - 1.3 ความเป็นแสง (Light) คือ แสงสี แสงจากดวงอาทิตย์ เมื่อส่องผ่านแท่งแก้ว  
ปริซึมจะสะท้อนที่เห็นด้วยตาได้ 7 สี ซึ่งเรียกว่า สเปกตรัม (Spectrum)  
ประกอบด้วย สีม่วง คราม น้ำเงิน เขียว เหลือง แสด แดง ที่เราเรียกกันว่าสีรุ้ง  
สีเหล่านี้ก็คือสภาวะของสีที่เป็นแสง (สีแดงมีความถี่สูงสุด สีม่วงมีความถี่ต่ำ  
ที่สุด) (ศิลป์ พีระศรี, 2487 : 23)

## 2. แม่สี (Pigmentary Primary)

- 2.1 แม่สีสว่าง คือ สีที่นักวิทยาศาสตร์คิดขึ้น โดยการนำหลักสีของแสงอาทิตย์มาใช้
- 2.2 แม่สีจิตวิทยา จะมีปฏิกิริยาเกี่ยวข้องกับประสาทสัมผัสทางตาโดยตรง
- 2.3 แม่สีวัตถุธาตุ คือ วัตถุที่เป็นสีในตัวเอง เป็นสีที่ไม่สามารถผสมขึ้นมาได้
  - a. สีขั้นต้น (Primary Color) ได้แก่ สีน้ำเงิน(Blue) สีแดง(Red) สีเหลือง(Yellow)
  - b. สีขั้นที่สอง (Secondary Color) เกิดจากนำเอาสีขั้นแรกมาผสมกัน จะได้สีเพิ่มเติมได้แก่ สีเขียว(Green) สีส้ม(Orange) สีม่วง(Violet)
  - c. สีขั้นที่สาม (Tertiary Color) เกิดจากการนำแม่สีกับสีขั้นที่สองมาผสมกัน จะได้สีเพิ่มขึ้นมาอีก ได้แก่ สีแดงส้ม(Red-Orange) สีแดงม่วง(Red-Violet) สีเหลืองส้ม(Yellow-Orange) สีเหลืองเขียว(Yellow-Green) สีน้ำเงินเขียว(Blue-Green) สีน้ำเงินม่วง(Blue-Violet)
  - d. สีกลาง (Neutral Color) เกิดจากการนำแม่สีทั้งสามมาผสมกัน ถ้าสีที่นำมาผสมกันมีความเข้มสูง สีที่ผสมกันจะเป็นสีดำ ถ้าความเข้มต่ำลงมาก็จะเป็นสีเทา ในด้านศิลปะเรียกสีเทาและสีดำว่าสีกลาง หรือสีเป็นกลาง (พิชยะสุนทร 2557)

## 3. วงสี (Color Circle)

วงสีเป็นกฎเกณฑ์ธรรมชาติของสี ที่มีความประสานกลมกลืนและมีความสมดุลในค่าหนักอ่อน-แก่ของสี ความเป็นสีที่แตกต่างกันของน้ำหนักอ่อน (เหลือง) ไปจนน้ำหนักเข้มสุด (ม่วง) วงสีมีบทบาทสำคัญมากในการสร้างสรรค์งานทางด้านศิลปะ เพราะมีส่วนในการแสดงออกเรื่องน้ำหนักอ่อน-แก่ของความจัด ความเป็นสี มีลักษณะผิวที่เป็นบริเวณของสี วงสีประกอบด้วยสีทั้งหมด 12 สี (หนูนกัต์ 2553)

## 4. ชุดสีเพื่อใช้ในงานออกแบบ (Color Combinations) ในการเลือกชุดสีเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบนั้นมักใช้ 2-4 สี และไม่ควรใช้จำนวนสีที่มากเกินไปกว่านี้ หลักการในการจับคู่สีมี 6 รูปแบบดังนี้

- 4.1 สีคู่ตรงข้าม (Complementary Color) คือสีที่อยู่ด้านตรงข้ามของวงล้อสี หนึ่งสีมักเป็นสีขั้นที่ 1 และอีกหนึ่งสีมักเป็นสีขั้นที่ 2 เช่น คู่สีน้ำเงิน-สีส้ม สีแดง-สีเขียว และ สีเหลือง-สีม่วง

- 4.2 สีตรงกันข้ามเอียง (Split-Complementary Color) มีลักษณะคล้ายกับคู่สีตรงข้าม เพียงแต่เป็นสีที่เอียงไปเล็กน้อย ดังนั้นชุดสีนี้จึงอาจมี 2 หรือ 3 สี เช่น สีเหลืองคู่กับม่วงฟ้าและม่วงแดง
  - 4.3 ชุดสีสามเหลี่ยม (Triadic Color) คือชุดสีที่ประกอบด้วย 3 สี ซึ่งเทคนิคการเลือกสีคือใช้สามเหลี่ยมด้านเท่ามาทาบบนวงล้อสี
  - 4.4 สีข้างเคียง (Analogous Color) คือกลุ่มของสีจำนวนสามหรือสี่สีที่ติดกันภายในวงล้อสี โดยที่ชุดสีนี้จะมีความกลมกลืนเป็นโทนเดียวกัน
  - 4.5 ชุดสีสี่เหลี่ยม (Square Color) คือชุดสีที่ประกอบด้วย 4 สี ซึ่งเทคนิคการเลือกสีคือใช้สี่เหลี่ยมด้านเท่ามาทาบบนวงล้อสี
  - 4.6 สีตรงกันข้ามข้างเคียงทั้งสองด้าน (Tetradic Color) คือชุดสีที่มี 4 สี โดย 2 สีจะเป็นสีใกล้เคียง และอีกสองสีจะเป็นสีตรงข้ามใกล้เคียงของ 2 สี แรก หรือดูง่าย ๆ ด้วยการใส่สี่เหลี่ยมผืนผ้าทาบบนวงล้อสี
  - 4.7 สีตรงข้ามกันทุกด้าน (Intermediate Color) คือชุดสีที่อยู่ตรงข้ามกันทุกด้านมากกว่า 2 คู่ (Parboonpasent 2015)
5. แนวคิดเรื่องความแตกต่างของสี (Simultaneous Contrast) คือ สีทุกสีมีคุณสมบัติสำคัญสามารถดูกลมกลืนแสงสะท้อนแสงวัตถุอื่นๆได้ เมื่อนำสีมาวางชิดกันจะเกิดปฏิกิริยาที่แตกต่างตั้งแต่กลมกลืนกันไปจนถึงตัดกันอย่างรุนแรง เช่น
- 5.1 การตัดกันด้วยปรากฏการณ์สัมพัทธ์ของความส่องสว่าง (Brightness) สีสว่าง (Light Color) มีแนวโน้มที่จะเห็นเด่นชัดในสีมืด (Dark Color)
  - 5.2 การตัดกันด้วยปรากฏการณ์สัมพัทธ์ของน้ำหนักสี (Values) เมื่อสีมีน้ำหนักแตกต่างกันวางอยู่ติดกัน ช่วงรอยต่อของสี (Fluted Effect) ขอบที่ชิดติดกันมีแนวโน้มที่จะปรับให้เห็นแนวตัดกันเด่นชัดขึ้น (Artistas 2014)

### 2.1.6 ทฤษฎีการออกแบบกราฟิก Structure

โครงสร้างคือการควบคุมตำแหน่งของรูปทรง การกำหนดกฎเกณฑ์การจัดวางองค์ประกอบทางการออกแบบ ทำให้เกิดความเรียบร้อยเพื่อกำหนดความสัมพันธ์ของรูปทรงต่างๆ การแบ่งประเภทของโครงสร้างมีลักษณะดังนี้

1. โครงสร้างแบบมีแบบแผน (Formal Structure) ประกอบไปด้วยเส้นโครงสร้าง (Structural Lines) ที่แบ่งส่วนด้วยวิธีคณิตศาสตร์ เครื่องคิด เพื่อใช้สำหรับเป็นตัวนำในการจัดรูปทรงทั้งหมดของการออกแบบ โดยที่ว่างจะถูกรวบรวมออกเป็นหน่วยย่อยเท่าๆกันอย่างสม่ำเสมอ และรูปทรงจะถูกจัดวางอย่างเป็นระเบียบอยู่ภายในเส้นโครงสร้างนี้



2. โครงสร้างกึ่งมีแบบแผน (Semi-Formal Structure) เป็นโครงสร้างแบบธรรมดาทั่วไป แต่อาจมีการใช้แบบที่ผิดปกติ (Irregularity) ปนอยู่บ้าง คืออาจมีการใช้เส้นโครงสร้างที่เป็นตัวกำหนดการจัดวางหน่วยของรูปทรงหรือบางครั้งอาจไม่ใช้เส้นโครงสร้างก็ได้
3. โครงสร้างแบบไม่มีแบบแผน (Informal Structure) ไม่ต้องใช้เส้นโครงสร้าง ไม่มีกำหนดการจัดวางและเป็นอิสระ (Free and Indefinite)

### 2.1.7 ความแตกต่างทางการออกแบบ (Contrast)

ความแตกต่างเป็นลักษณะของการเปรียบเทียบที่ต้องแสดงความแตกต่างออกมาให้เห็นอย่างชัดเจน เช่น เป็นการสร้างความน่าสนใจให้กับงานออกแบบ ระดับความแตกต่างมีลักษณะที่มากมาย ดังต่อไปนี้

1. การแตกต่าง ขององค์ประกอบภาพและความสัมพันธ์ (Contrast of Visual and Relational Elements)
  - 1.1 การแตกต่างที่รูปร่าง (Contrast of Shape) สามารถอธิบายความแตกต่างได้มาก เช่น ความแตกต่างในกลุ่มรูปร่างเรขาคณิต คือ รูปบน/รูปเหลี่ยม, โค้ง/เหลี่ยม, หนา/เส้น, สองเข้า/เท่ากัน/สองข้างไม่เท่ากัน, เรียบง่าย/ซับซ้อน, ปิดเบี้ยว/ไม่เบี้ยว
  - 1.2 การแตกต่างที่ขนาด (Contrast of Size) เป็นลักษณะที่เห็นได้ชัดเจน เล็ก ใหญ่ จากกลุ่ม
  - 1.3 ของรูปทรงแบบระนาบ (Planar Form) ยาว สั้น ดูได้จากกลุ่มรูปทรงแบบเป็นเส้น (Linear Form)
  - 1.4 การแตกต่างที่สี (Contrast of Color) ลักษณะแตกต่าง สว่าง มืด (Light/Dark), สด ด้าน (Brilliant/Dull), ร้อน เย็น (Warm/Cool)
  - 1.5 การแตกต่างที่ผิวสัมผัส (Contrast of Texture) ได้แก่ เรียบ/ขรุขระ, ละเอียด/หยาบ, เรียบสม่ำเสมอ/ไม่สม่ำเสมอ
  - 1.6 การแตกต่างที่ทิศทาง (Contrast of Direction) ทิศทางที่มีความแตกต่างมากที่สุด เมื่อมีมุมพบกันที่ 90 องศา แต่ในอีกลักษณะหนึ่งคือเมื่อรูปทรงสองรูปทรงในทิศทางตรงกันข้ามกัน ทำให้เกิดการแตกต่างโดยสิ้นเชิง เนื่องจากรูปทรงอาจวางขนานหรือไม่ขนานกัน และอีกรูปทรงหนึ่งมีการหมุนที่ 180 องศา
  - 1.7 การแตกต่างที่ตำแหน่ง (Contrast of Position) ตำแหน่งของรูปทรงมีความสัมพันธ์กันกับกรอบ (Frame of Reference), ศูนย์กลางโครงสร้างย่อยที่รูปทรงนั้นถูกจัดวาง รวมทั้งเส้นโครงสร้างหรือรูปทรงที่อยู่ข้างเคียง ได้แก่ บน/ล่าง สูง/ต่ำ ขวา/ซ้าย กึ่งกลาง/ไม่กึ่งกลาง
  - 1.8 การแตกต่างของที่ว่าง (Contrast of Space) เมื่อเป็นที่ว่างของระนาบแบน ความแตกต่างจะมีลักษณะเป็น ที่ว่างที่ใช้งาน/ไม่ใช้งาน หรือ เนกาทิฟ/โพสิทีฟ ที่ว่างที่ไม่ใช้อาจดูอัดอัด หรือ ขยายตัวได้ และเกิดความแตกต่างของรูปร่างและขนาด ถ้าเป็นการมองในลักษณะของเนกาทิฟ และเมื่อที่ว่างถูกกำหนดเป็นภาพลวงตา กลุ่มรูปทรงที่ปรากฏจะดูเหมือนพุ่งออกไปข้างหน้าหรือมีการถอยหลัง ใกล้/ไกล แบน/สามมิติ ขนาน/ไม่ขนาน

1.9 การแตกต่างที่แรงดึงดูด (Contrast of Gravity) มี 2 แบบใหญ่ๆ ได้แก่ มั่นคง/ไม่มั่นคง หนัก/เบา ขึ้นอยู่กับรูปร่างโดยตรง เป็นรูปร่างที่สอดคล้อง หรือหันเหออกจากแนวตั้งหรือแนวนอน รูปทรงที่มั่นคงจะดูเหมือนหยุดอยู่กับที่ ในขณะที่รูปทรงที่ไม่มั่นคงจะดูเหมือนมีการเคลื่อนไหว รูปทรงที่หนักหรือเบานั้นบางครั้งเกิดจากการใช้สี แต่ก็มีผลมาจากรูปร่างและขนาดด้วย

## 2. โครงสร้างของการแตกต่าง (The Contrast Structure)

2.1 ทิศทาง (Direction) โดยทั่วไปกลุ่มของหน่วยรูปทรงมักมีทิศทางที่คล้ายกัน การแตกต่างที่ทิศทางนั้น ใช้เพื่อให้เกิดการปั่นป่วน (Agitation) และสามารถจัดการกลุ่มหน่วยรูปทรงได้ทุกทิศทาง เพื่อสร้างระดับของการต่างระหว่างรูปทรง

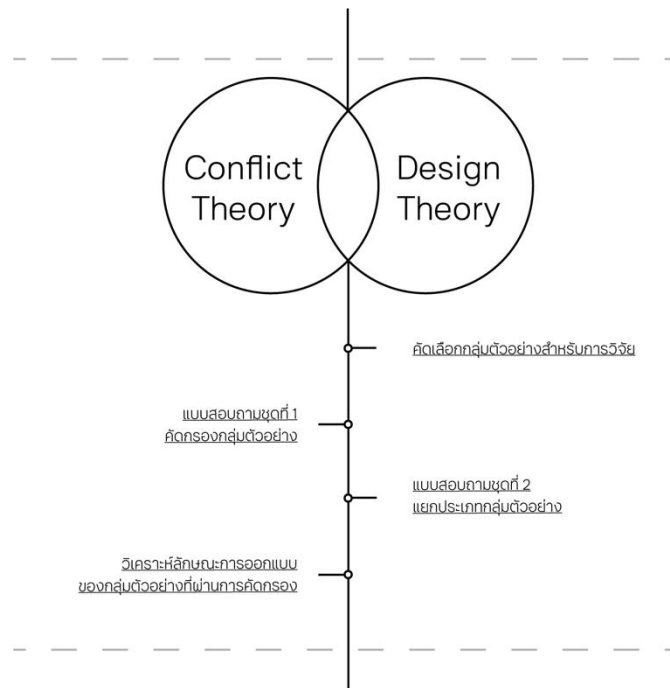
2.2 ตำแหน่ง (Position) กลุ่มของหน่วยรูปทรงมีตำแหน่งตรงข้ามที่ขีดไปทางกรอบภาพ เป็นการสร้างความตึงเครียดระหว่างกัน

2.3 ที่ว่าง (Space) โดยใช้วิธีการพบกันระหว่างกลุ่มของหน่วยรูปทรงไปสีตีฟ และ เนกาตีฟ ทำให้เกิดการแตกต่าง โดยลักษณะนี้ ที่ว่างจะถูกลดหรือบีบโดยการใช้อุปกรณ์ของหน่วยรูปทรงที่ผลักดันระหว่างกัน หรืออาจทิ้งเป็นที่โล่ง เพื่อสร้างความแตกต่างกับบริเวณที่ว่างแบบหนาแน่น

2.4 แรงดึงดูด (Gravity) การให้กลุ่มของหน่วยรูปทรงถูกหย่อนจากตำแหน่งบนลงล่าง เป็นการแสดงลักษณะของแรงดึงดูด กลุ่มของหน่วยรูปทรงมั่นคง หยุดนิ่งหรือมีการเคลื่อนไหว ดูหนักหรือเบาสามารถทำได้ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ (อยุธยา 2555)

## วิธีการวิจัย

กระบวนการในการวิจัยส่วนนี้ใช้วิธีการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างงานออกแบบเรขาคณิตแล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีการออกแบบเรขาคณิต รวบรวมเป็นข้อมูลสำหรับการทำเป็นหนังสือคู่มือการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design) โดยผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถาม เพื่อคัดกรองกลุ่มตัวอย่างสองชุด ในแบบสอบถามชุดแรกนั้นผู้วิจัยจะทำการคัดเลือกผู้ทำแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มคนที่มีประสบการณ์ทำงานในธุรกิจการออกแบบ มาเป็นผู้คัดกรองว่างานกลุ่มตัวอย่างชิ้นไหนมีแนวโน้มของความขัดแย้งหรือไม่ หลังจากที่ได้กลุ่มตัวอย่างที่ถูกคัดกรองจากผู้ทำแบบสอบถามกลุ่มแรกแล้วจะทำการคัดกรองอีกครั้งด้วยแบบสอบถามชุดที่สองโดยมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านารออกแบบหรือผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานการออกแบบโดยตรง ทำการวิเคราะห์แยกประเภทลักษณะงานออกแบบตามแนวคิดพฤติกรรมของบุคคลที่อยู่ในสถานะการความขัดแย้งจากวรรณกรรมที่อ้างอิงข้างต้น จากนั้นผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ด้วยหลักการและทฤษฎีทางการออกแบบในเรื่อง องค์ประกอบศิลป์ ชุดสี โครงสร้างการออกแบบ และหลักการความแตกต่าง เป็นต้น



ภาพที่ 1 กระบวนการทำงานวิจัยบทที่ 2

## 2.2.1 เกณฑ์การเลือกผู้ทำแบบสอบถาม เกณฑ์การสร้างแบบสอบถามในการวิจัย และการรวบรวมกลุ่มตัวอย่าง

### 2.2.1.1 เกณฑ์ในการเลือกผู้เชี่ยวชาญในการทำแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญโดยมุ่งไปในส่วนของ กลุ่มคนที่ทำงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจการออกแบบ ได้แก่ Graphic Designer, Art Director, Design Director, Design Strategist, Creative รวมไปถึง Lecturer ที่มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 3 ปี ไปจนถึง 10 ปีขึ้นไป ประมาณ 5-10 คน ซึ่งจำนวนที่เพียงพอต่อการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้แนวความคิด ความคิดเห็นที่หลากหลายจากตัวแทนแต่ละตำแหน่ง โดยผู้วิจัยได้แบ่งเป็นกลุ่มผู้ทำแบบสอบถามออกเป็นสองกลุ่ม เพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ ได้แก่ กลุ่มผู้ทำงานในธุรกิจออกแบบ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์

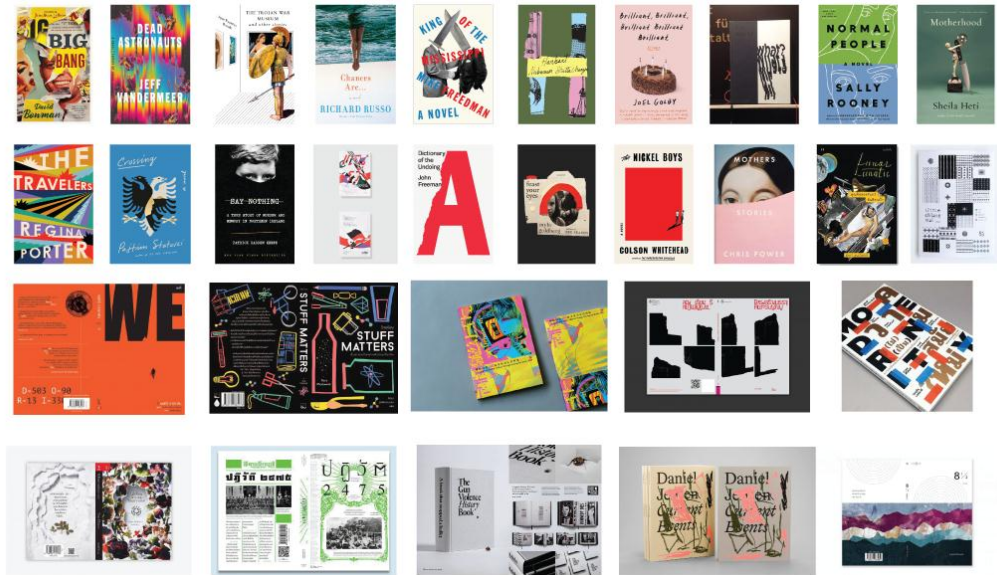
### 2.2.1.2 เกณฑ์การสร้างแบบสอบถามในการวิจัย

ในการทำแบบสอบถามทั้งหมดนั้นจะสร้างแบบสอบถาม 2 ชุด ซึ่ง 2 ชุดนี้มีความต่อเนื่องกันในเชิงข้อมูล เนื่องจากในแบบสอบถามชุดแรกมีจุดประสงค์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มของการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง โดยชุดแรกจะเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยยึดหลักนิยามและความหมายจากหลักแนวคิดของความขัดแย้งเพื่อให้ผู้ทำแบบสอบถามยึดเป็นหลักในการคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง ในชุดที่ 2 จะเป็นการนำกลุ่มตัวอย่างชุดแรกไปวิเคราะห์อีกครั้งโดยยึดหลักการคัดกรองในหัวข้อพฤติกรรมในการจัดการความขัดแย้ง เพื่อแยกแยะลักษณะหรือรูปแบบของงานออกแบบ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างหลักการในการออกแบบสำหรับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

### 2.2.1.3 การรวบรวมกลุ่มตัวอย่างและกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

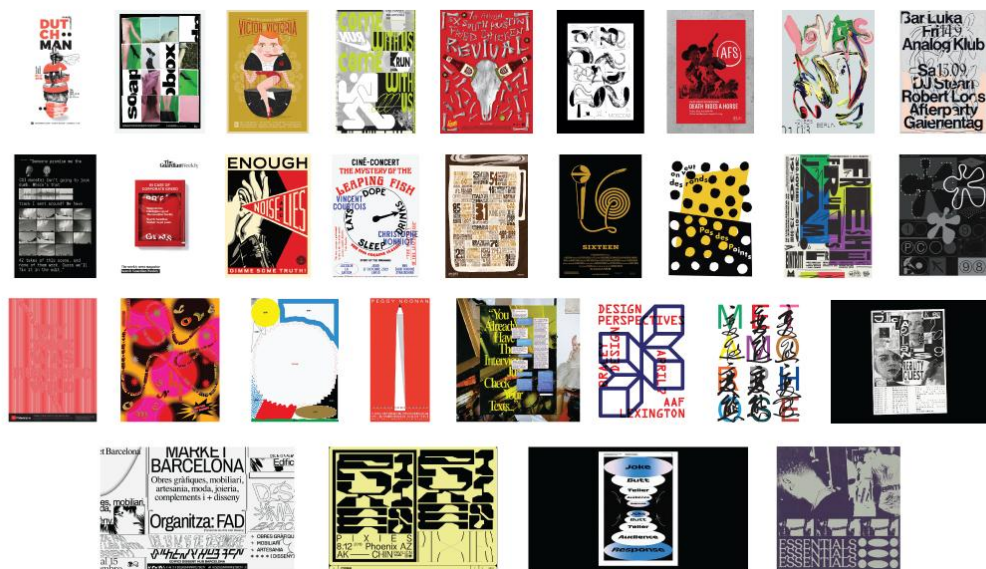
แบบสอบถามของงานวิจัยในครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างงานสื่อสารประเภท สื่อสิ่งพิมพ์ (Publication Design) และสื่อสนับสนุนการขาย (Marketing Material) ซึ่งเป็นสื่อที่มีการสื่อสารระหว่างผู้สื่อและผู้รับสาร ที่สอดคล้องกับแนวคิดของความขัดแย้งที่ว่า ความขัดแย้งจะเกิดต้องมีการสื่อสารระหว่างสองฝ่าย ผู้วิจัยเลือกสื่อที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างได้แก่ Cover Book Design, Poster Design, Home Page Website Design โดยทำการสุ่มเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างจากหลากหลายแหล่งที่มา เช่น Thailand's Best 100 Annual Book and Cover Design Award, lithub, Regional Design Awards, Awwwards Website, Its nice that เป็นต้น โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างงานในช่วงปี 2015-2020 ผู้วิจัยทำการเลือกหัวข้อละ 30 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นจำนวนในใจของผู้ทำวิจัยที่คาดว่าจะเพียงพอต่อการคัดกรองของผู้ทำแบบสอบถามและผู้วิจัยจะสามารถนำกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดกรองมาวิเคราะห์ได้ โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีลักษณะดังนี้

2.2.1.3.1 กลุ่มตัวอย่างปกหนังสือ



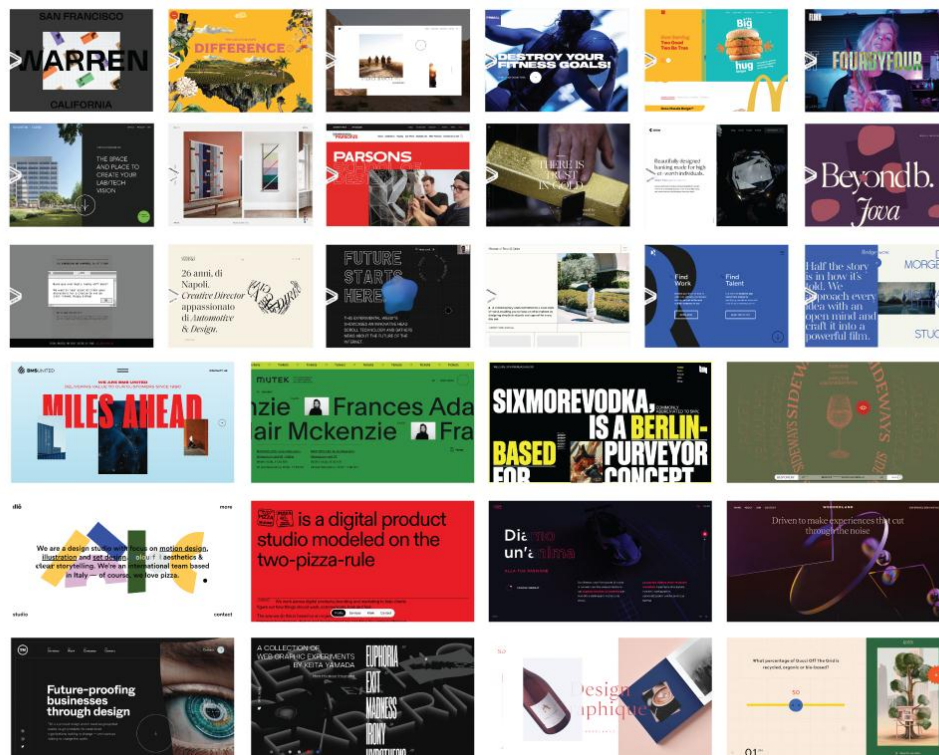
ภาพที่ 2 กลุ่มตัวอย่างงานออกแบบปกหนังสือ

2.2.1.3.2 กลุ่มตัวอย่างโปสเตอร์



ภาพที่ 3 กลุ่มตัวอย่างงานออกแบบโปสเตอร์

### 2.2.1.3.3 กลุ่มตัวอย่างหน้าเว็บไซต์



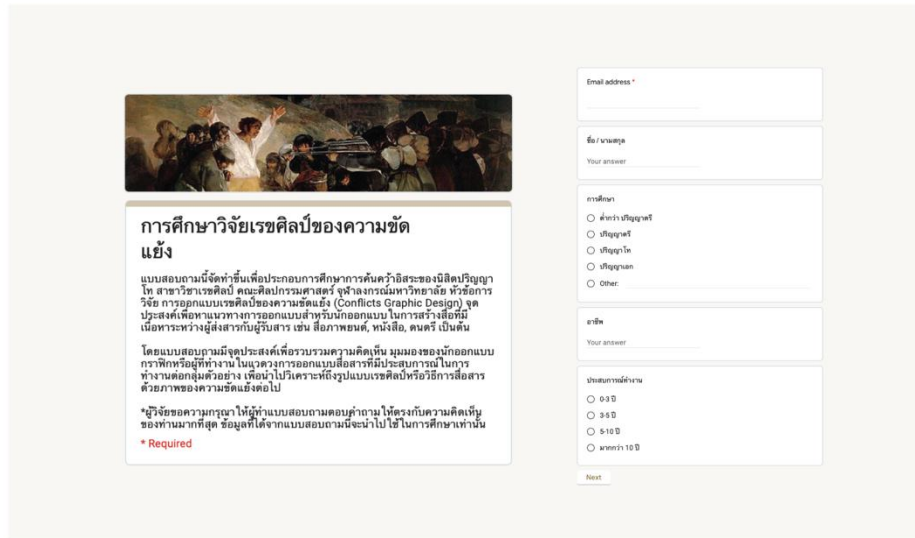
ภาพที่ 4 กลุ่มตัวอย่างงานออกแบบเว็บไซต์โฮมเพจ

### 2.2.2 แบบสอบถามชุดแรก

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือแบบสอบถามออนไลน์ทาง Google Form โดยให้กลุ่มผู้ที่ทำงานในธุรกิจออกแบบเป็นผู้ทำแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งเป็นส่วน 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มผู้ทำแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการยืนยันข้อมูลของผู้ทำแบบสอบถามให้ตรงกับเกณฑ์ที่ผู้วิจัยตั้งไว้ มีคำถามดังต่อไปนี้

1. อีเมลล์
2. ชื่อ นามสกุล
3. ระดับการศึกษา
4. อาชีพ
5. ประสบการณ์ทำงาน



ภาพที่ 5 แบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 1

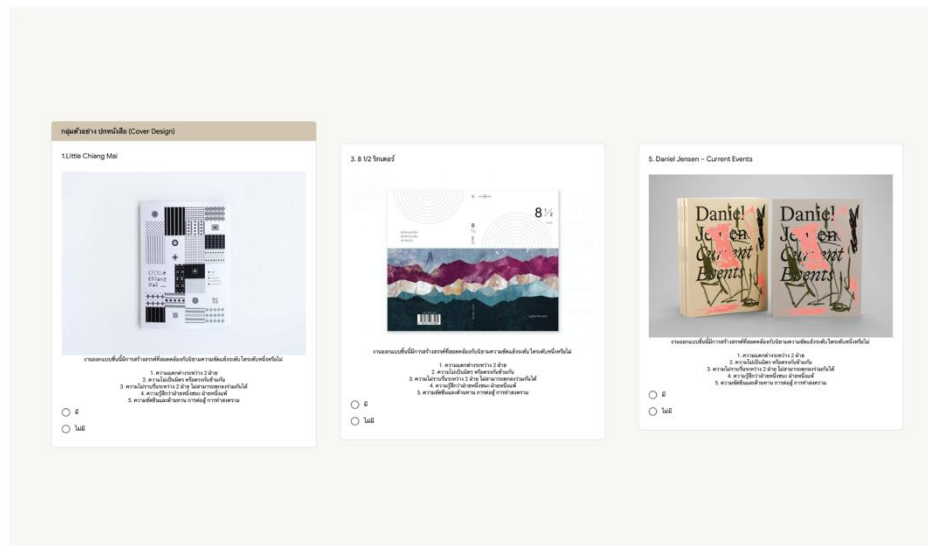
ส่วนที่ 2 อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดของความขัดแย้งแก่ผู้ทำแบบสอบถาม เพื่อให้เข้าใจภาพรวม และช่วยให้แบบสอบถามมีหลักยึดในการพิจารณากลุ่มตัวอย่าง เป็นสรุบนิยามและความหมายของความขัดแย้งตามระดับความรุนแรงได้ดังนี้

1. ความแตกต่างระหว่าง 2 ฝ่าย
2. ความไม่เป็นมิตร หรือตรงกันข้ามกัน
3. ความไม่ราบรื่นระหว่าง 2 ฝ่าย ไม่สามารถตกลงร่วมกันได้
4. ความรู้สึกว่าฝ่ายหนึ่งชนะ ฝ่ายหนึ่งแพ้
5. ความขัดแย้งและด้านทาน การต่อสู้ การทำสงคราม



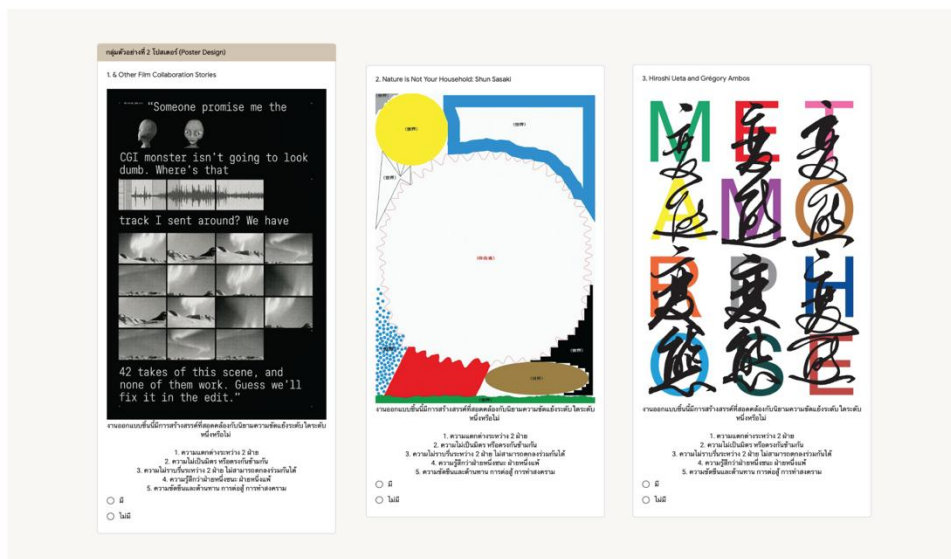
ภาพที่ 6 แบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 2

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างปกหนังสือ โดยมีคำถามว่า “งานออกแบบชิ้นนี้มีการสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับนิยามความขัดแย้งระดับใดระดับหนึ่งหรือไม่”



ภาพที่ 7 แบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 3

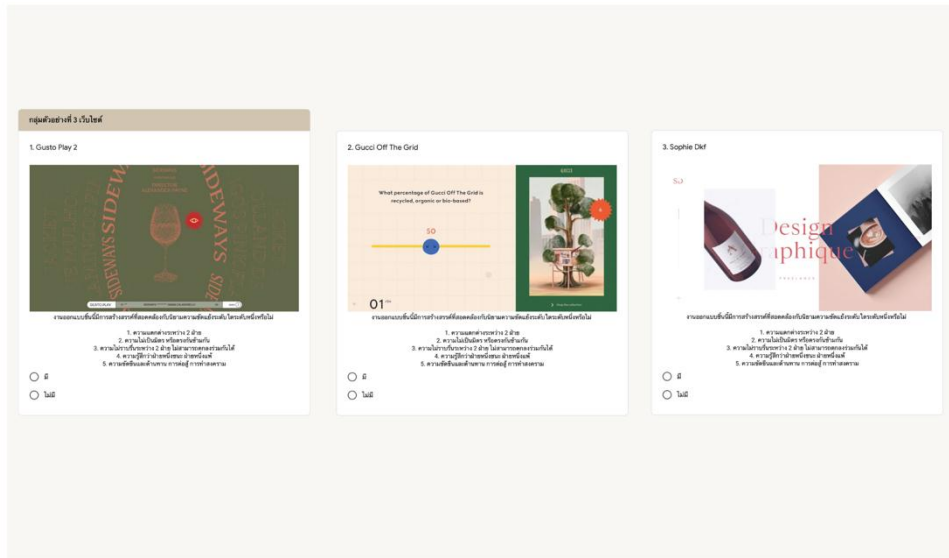
ส่วนที่ 4 แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างโปสเตอร์ โดยมีคำถามว่า “งานออกแบบชิ้นนี้มีการสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับนิยามความขัดแย้งระดับใดระดับหนึ่งหรือไม่”



ภาพที่ 8 แบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 4



ส่วนที่ 5 แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเว็บไซต์ โดยมีคำถามว่า “งานออกแบบชิ้นนี้มีการสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับนิยามความขัดแย้งระดับใดระดับหนึ่งหรือไม่”



ภาพที่ 9 แบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 5

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นผู้ทำแบบสอบถาม การออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design) คืออะไรหรือมีลักษณะอย่างไร ในมุมมองของผู้ทำแบบสอบถาม

สอบถามความคิดเห็น

การออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design) คืออะไรหรือมีลักษณะอย่างไร ในมุมมองของผู้ทำแบบสอบถาม

Your answer

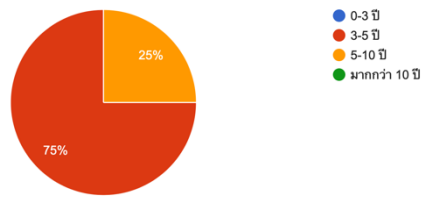
---

ภาพที่ 10 แบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 6

### 2.2.3 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดที่ 1

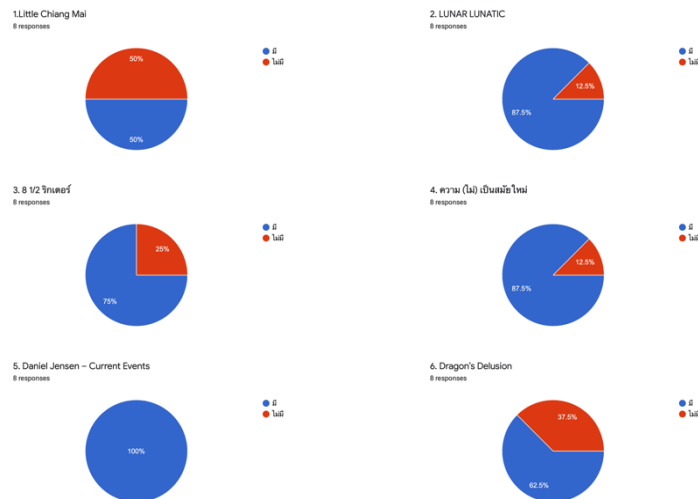
ส่วนที่ 1 ที่ได้จากผู้ทำแบบสอบถามทั้งหมด 8 คน ได้แก่ คณิน แสงสุกใส, ชยานันต์ เพชรจูด, ธนพล อ้อยทอง, วรวิทธิธร สุขสบาย, วิรัชฐา สงวนญาติ, อนุรักษ์ จันทร์คำ, ณัฐวดี พัฒนศิริศักดิ์, Ploy Lewchalemwongse, ประกอบอาชีพ Art Director, Design Strategist, Designer, Graphic Designer, Creative, Lecturer ที่มีประสบการณ์ที่งานอยู่ตั้งแต่ 3-5 ปี 75% และ 5-10 ปี 25% ดังภาพ

ประสบการณ์ทำงาน  
8 responses

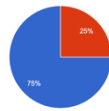


ภาพที่ 11 ข้อมูลแบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 1

ส่วนที่ 3 ผลจากการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างปกหนึ่งสี่ของผู้ทำแบบสอบถามได้ดังนี้

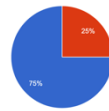


7. The Gun Violence History Book  
8 responses



● ดี  
● ไม่ดี

8. ปั้ง 2475  
8 responses



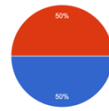
● ดี  
● ไม่ดี

9. แดงวี  
8 responses



● ดี  
● ไม่ดี

10. WE  
8 responses



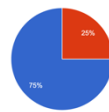
● ดี  
● ไม่ดี

11. Stuff Matters  
8 responses



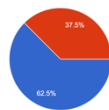
● ดี  
● ไม่ดี

12. ได้ดีขนาดไหนจริง  
8 responses



● ดี  
● ไม่ดี

13. โครงการอนุรักษ์ถิ่น  
8 responses



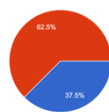
● ดี  
● ไม่ดี

14. Like Minded  
8 responses



● ดี  
● ไม่ดี

15. Cover design by Grace Han  
8 responses



● ดี  
● ไม่ดี

16. Cover design by Oliver Munday  
8 responses



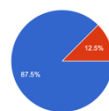
● ดี  
● ไม่ดี

17. Cover design by Linda Huang  
8 responses



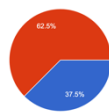
● ดี  
● ไม่ดี

18. Cover design by Tyler Corrie  
8 responses



● ดี  
● ไม่ดี

19. Cover design by Lauren Peters-Collber  
8 responses



● ดี  
● ไม่ดี

20. Cover design by Elena Glavaldi, illustration by Molly Bounds  
8 responses



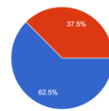
● ดี  
● ไม่ดี

21. Cover design by Na Kim  
8 responses



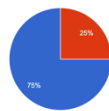
● ดี  
● ไม่ดี

22. Cover design by Michael Morris  
8 responses



● ดี  
● ไม่ดี

23. Cover design by Oliver Munday  
8 responses

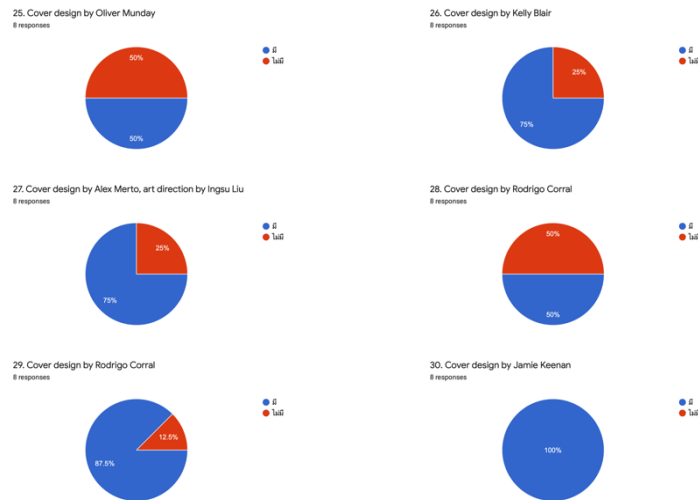


● ดี  
● ไม่ดี

24. Cover design by Matt Dorfman  
8 responses

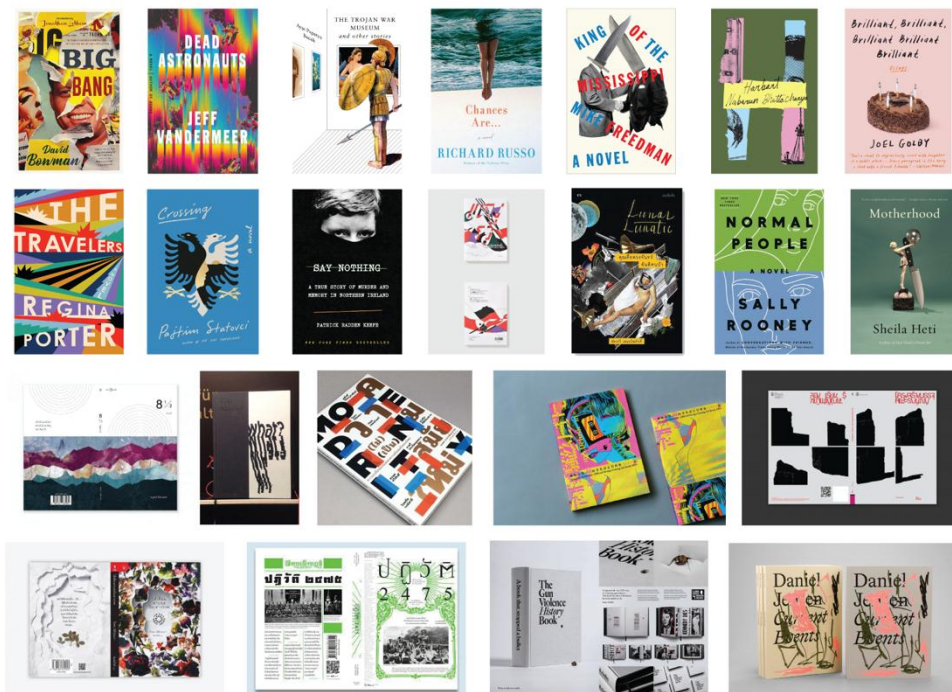


● ดี  
● ไม่ดี



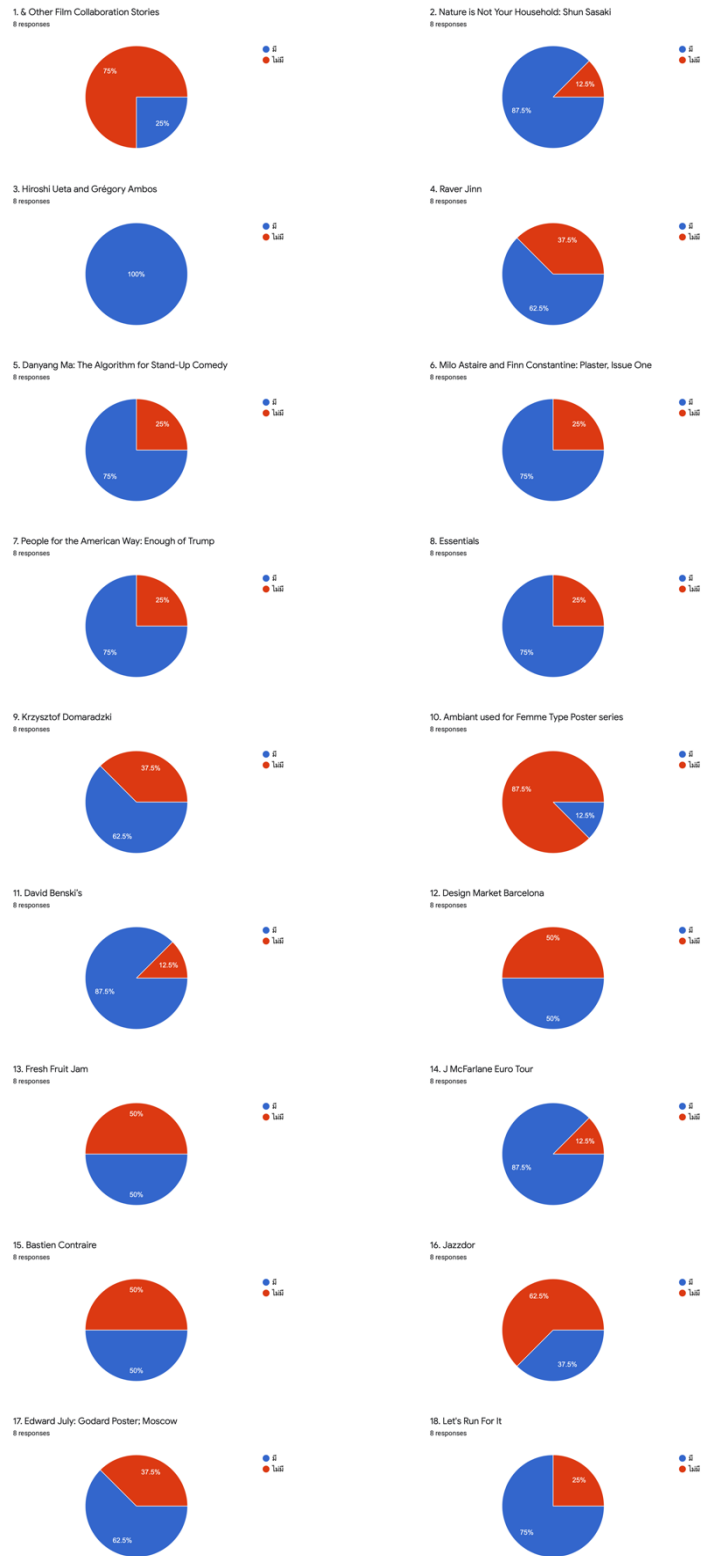
ภาพที่ 12 ข้อมูลแบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 3

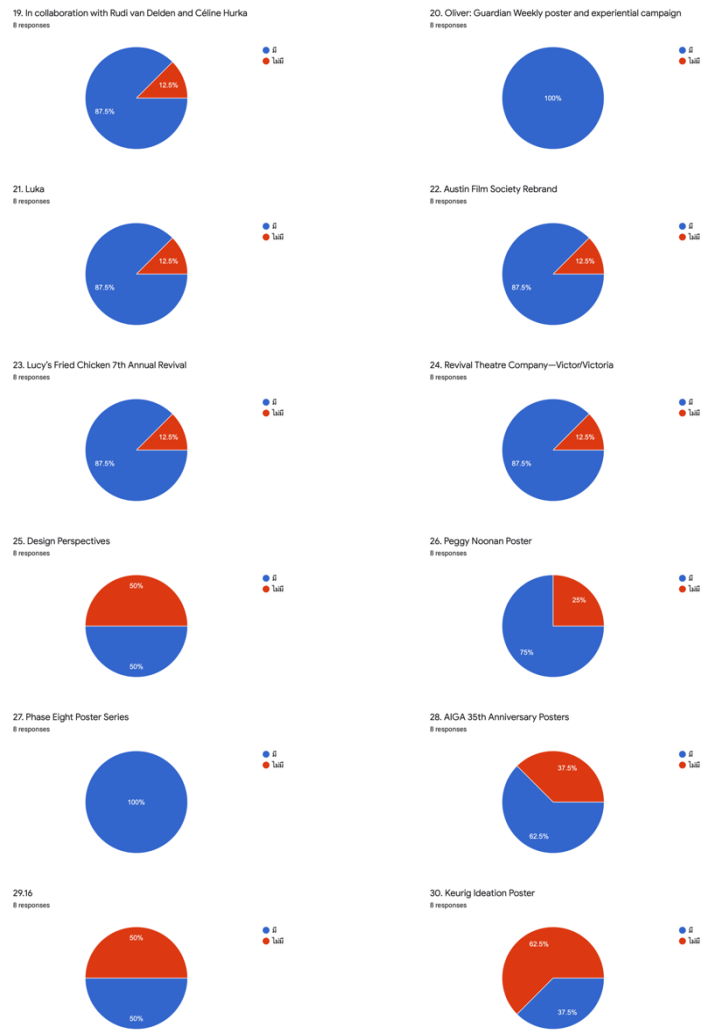
สรุปเป็นภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดเลือกที่มีเปอร์เซ็นต์ 50% ขึ้นไปได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 13 ภาพกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างงานออกแบบปกหนังสือ

ส่วนที่ 4 ผลจากการคัดกรองกลุ่มโปสเตอร์ตัวอย่างของผู้ทำแบบสอบถามได้ดังนี้



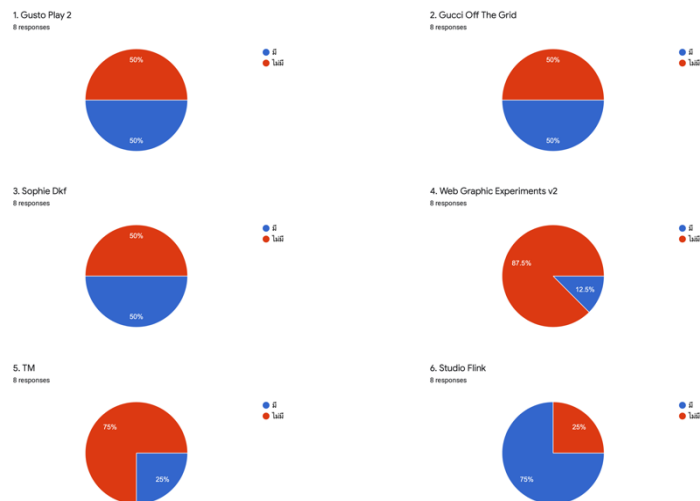


สรุปเป็นภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดเลือกที่มีเปอร์เซ็นต์ 50% ขึ้นไปได้ดังต่อไปนี้

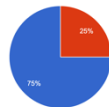


ภาพที่ 15 ภาพกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างงานออกแบบโปสเตอร์

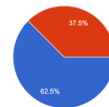
ส่วนที่ 5 ผลจากการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างของผู้ทำแบบสอบถามได้ดังนี้



7. Gianluca Armerio – Portfolio  
8 responses



8. Kibun  
8 responses



9. Molydooker Wines  
8 responses



10. WONDERLAND  
8 responses



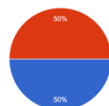
11. Boynton Yards  
8 responses



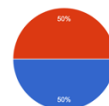
12. Deside Recrutement  
8 responses



13. Letter  
8 responses



14. McDonald's India (N & E)  
8 responses



15. Bernat  
8 responses



16. Fledge  
8 responses



17. Primal Training Club  
8 responses



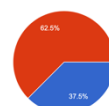
18. Museum of Peace & Quiet  
8 responses



19. AHLATCI METAL REFINERY  
8 responses



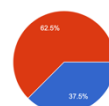
20. Mutok Festival  
8 responses



21. Nahel Moussi – Portfolio  
8 responses



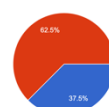
22. SIXMOREVODKA  
8 responses



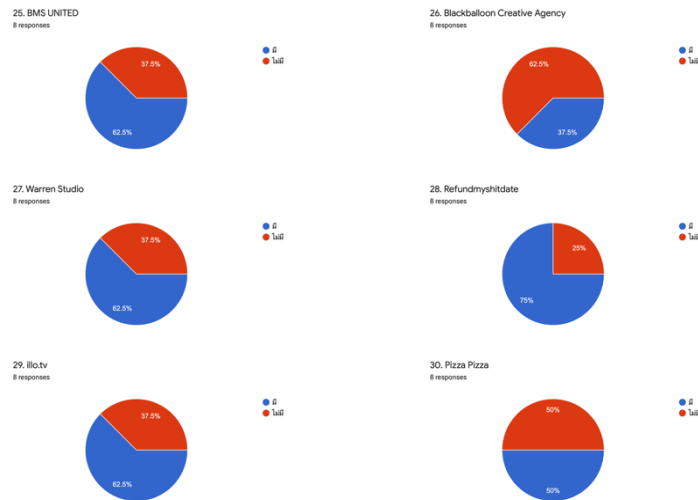
23. 2042.io  
8 responses



24. Parsons School of Design  
8 responses

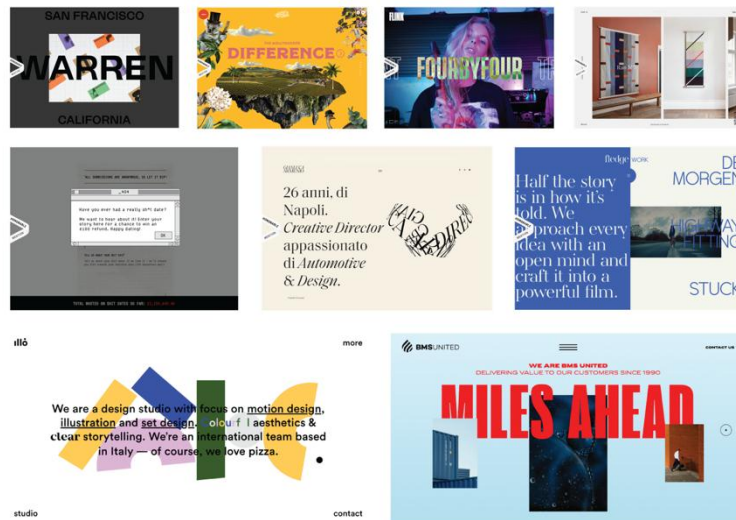






ภาพที่ 16 ข้อมูลแบบสอบถามชุดที่ 1 ส่วนที่ 5

สรุปเป็นภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดเลือกที่มีเปอร์เซ็นต์ 50% ขึ้นไปได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 17 ภาพกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างงานออกแบบเว็บไซต์โฮมเพจ

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นผู้ทำแบบสอบถาม ในคำถามที่ว่า “การออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design) คืออะไรหรือมีลักษณะอย่างไร ในมุมมองของผู้ทำแบบสอบถาม” ได้คำตอบดังนี้

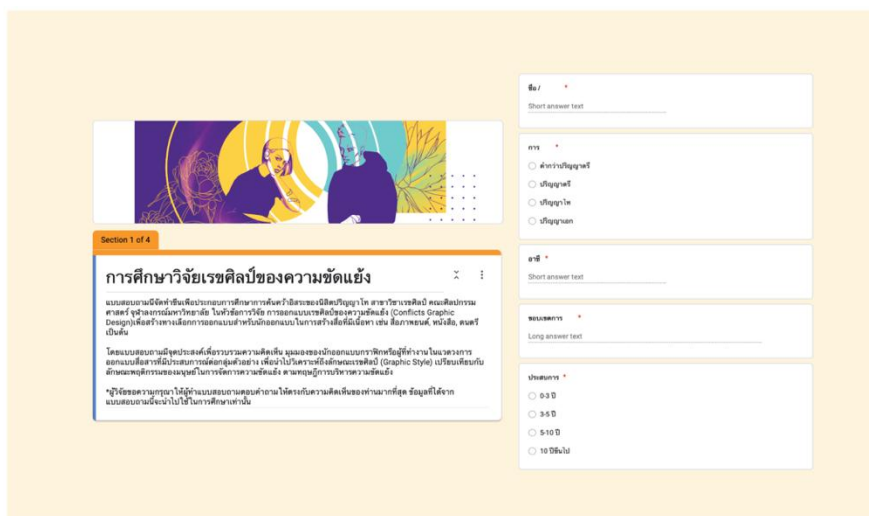
1. คือการออกแบบภาพกราฟิกที่มีการใช้องค์ประกอบมานำเสนอให้เห็นจุดตัดความแตกต่าง และไม่สอดคล้อง
2. ความขัดแย้ง 5 รูปแบบ เกิดจากสี ภาพประกอบ ข้อความ การจัดวาง และความรู้สึก เมื่อเห็น หรือ อ่านแล้วเกิดความไม่เป็นเอกภาพ ไม่ไปด้วยกัน มีบางอย่างขัดกัน อย่างชัดเจน
3. ความตรงข้าม ความรู้สึกขัดแย้ง วุ่นวาย ไม่สอดคล้องกัน
4. ความขัดแย้งเกิดขึ้นตลอดเวลา เพราะเมื่อเกิดการกระทำใดการกระทำหนึ่ง ซึ่งสร้างเจตจำนงทางความคิดออกมา มันคือแนวทางการสื่อสารมุมมองหนึ่งเท่านั้น ในท้ายที่สุด ก็จะมีบุคคลที่มี มุมมองที่ต่างไปสร้างภาพ หรือ Graphic ที่แตกต่างออกมา ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ต่างๆ ใน ปัจจุบันของผู้ออกแบบเอง
5. การนำเสนอเนื้อหา และการสื่อสาร โดยใช้ภาพและบริบท ที่เล่าเรื่องราว ความแตกต่างของฝ่าย ต่างๆที่มาปะทะหรือประชันกัน

#### 2.2.4 แบบสอบถามชุดที่สองสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

สร้างเครื่องมือแบบสอบถามออนไลน์ทาง Google Form เป็นการทำแบบสอบถามต่อเนื่องต่อการคัดกรองชุดแรก โดยให้ผู้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านกรออกแบบเป็นผู้ทำแบบสอบถาม แบบสอบถามชุดนี้ ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการยืนยันข้อมูลของผู้ทำแบบสอบถามให้ตรงกับเกณฑ์ที่ผู้วิจัยตั้งไว้ มีคำถามดังต่อไปนี้

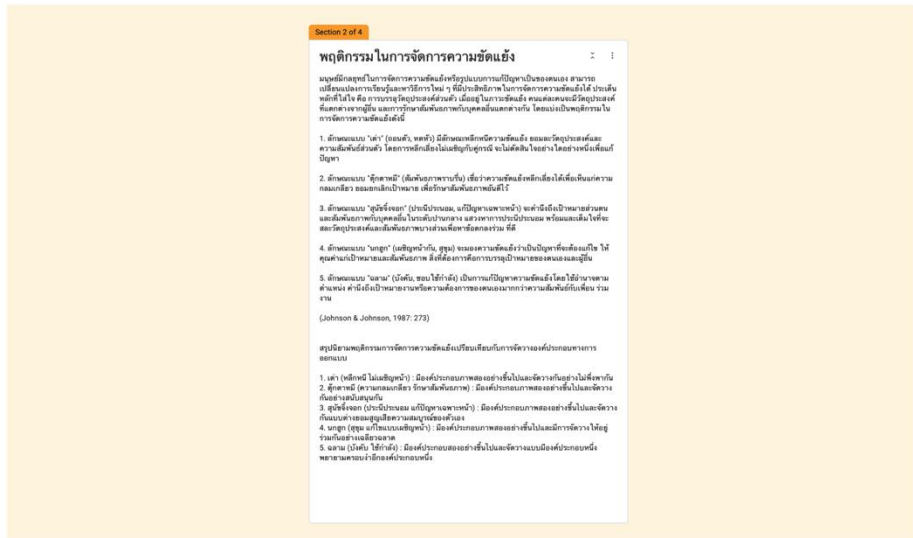
1. อีเมลล์
2. ชื่อ/นามสกุล
3. ระดับการศึกษา
4. อาชีพ
5. ขอบเขตการทำงาน
6. ประสบการณ์ทำงาน



ภาพที่ 18 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 1

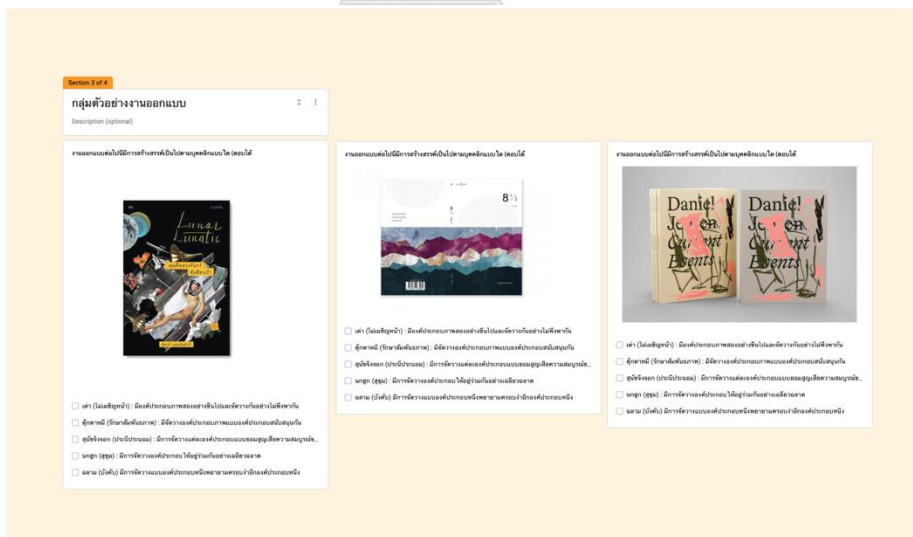
ส่วนที่ 2 อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมในการจัดการความขัดแย้งแก่ผู้ทำแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้ทำแบบสอบถามเข้าใจรูปแบบการตอบและสามารถวิเคราะห์และแยกลักษณะต่อกลุ่มตัวอย่าง สรุปนิยามพฤติกรรมจัดการความขัดแย้งเปรียบเทียบกับกรจัดวางองค์ประกอบทางการออกแบบ ได้ดังนี้

1. เต่า (หลีกเลี่ยง ไม่เผชิญหน้า) : มีองค์ประกอบภาพสองอย่างขึ้นไปและจัดวางกันอย่างไม่พึ่งพากัน
2. ตู๊กตาหมี (ความกลมเกลียว รักษาสัมพันธ์ภาพ) : มีองค์ประกอบภาพสองอย่างขึ้นไปและจัดวางกันอย่างสนับสนุนกัน
3. สุนัขจิ้งจอก (ประนีประนอม แก้ปัญหาเฉพาะหน้า) : มีองค์ประกอบภาพสองอย่างขึ้นไปและจัดวางกันแบบต่างยอมสูญเสียความสมบูรณ์ของตัวเอง
4. นกฮูก (สุขุม แก้ไขแบบเผชิญหน้า) : มีองค์ประกอบภาพสองอย่างขึ้นไปและมีการจัดวางให้อยู่ร่วมกันอย่างเฉยชิวฉลาด
5. ฉลาม (บังคับ ใช้กำลัง) : มีองค์ประกอบสองอย่างขึ้นไปและจัดวางแบบมีองค์ประกอบหนึ่งพยายามครอบงำอีกองค์ประกอบหนึ่ง



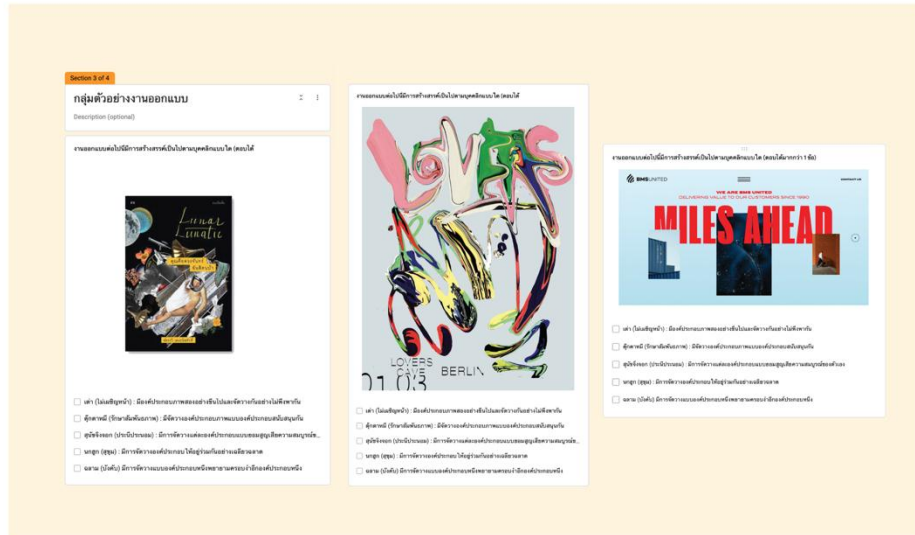
ภาพที่ 19 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 2

ส่วนที่ 3 สอบถามกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยตั้งคำถามว่า “งานออกแบบต่อไปนี้มีโครงสร้างสรรค์เป็นไปตามบุคคลิกแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)” และมีคำตอบให้เลือก 5 ข้อดังนี้ 1.ลักษณะเต๋า 2.ลักษณะตุ๊กตาหมี 3.ลักษณะสุนัขจิ้งจอก 4.ลักษณะนกฮูก 5.ลักษณะฉลาม



ภาพที่ 20 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 3

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นผู้ทำแบบสอบถาม การออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design) คืออะไรหรือมีลักษณะอย่างไร ในมุมมองของผู้ทำแบบสอบถาม



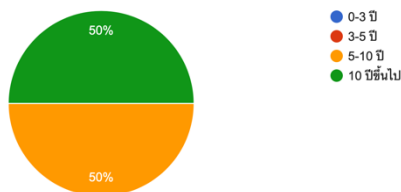
ภาพที่ 21 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 4

### 2.2.5 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดที่สองสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามชุดที่สอง โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดกรอง 53 ชิ้นจากแบบสอบถามชุดแรก โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 4 คนเป็นผู้ทำแบบสอบถาม ได้แก่ พัชรมน นิสาศบดี, Nattapol Rojjanarattanangkool, สุदारค์น์ สอนบัว, Kittikoon Pakdeekaew ประกอบอาชีพ Design Director, Senior Graphic Designer, Lacturer ที่มีประสบการณ์ที่งานอยู่ตั้งแต่ 5-10 ปี และ 10 ปีขึ้นไปดังภาพ

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประสบการณ์  
4 responses



ภาพที่ 22 ข้อมูลแบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 1

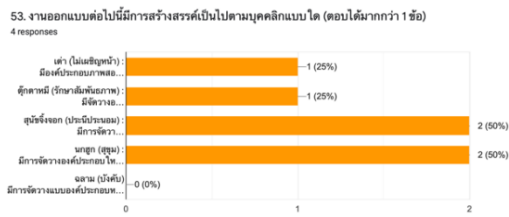












ภาพที่ 23 ข้อมูลแบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 2

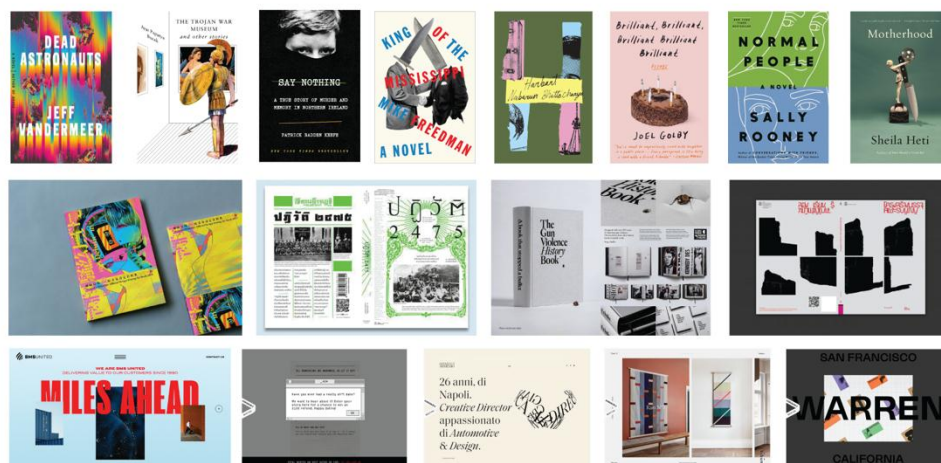
สรุปเป็นภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่ถูกคัดแยกกลุ่มตัวอย่างที่ได้เปอร์เซ็นต์ตั้งแต่ 50% ขึ้นไป โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเต่า กลุ่มตุ๊กตาหมี กลุ่มสุนัขจิ้งจอก กลุ่มนกฮูก และกลุ่มฉลาม ได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มเต่า



ภาพที่ 24 กลุ่มตัวอย่างที่ถูกคัดในกลุ่มเต่า

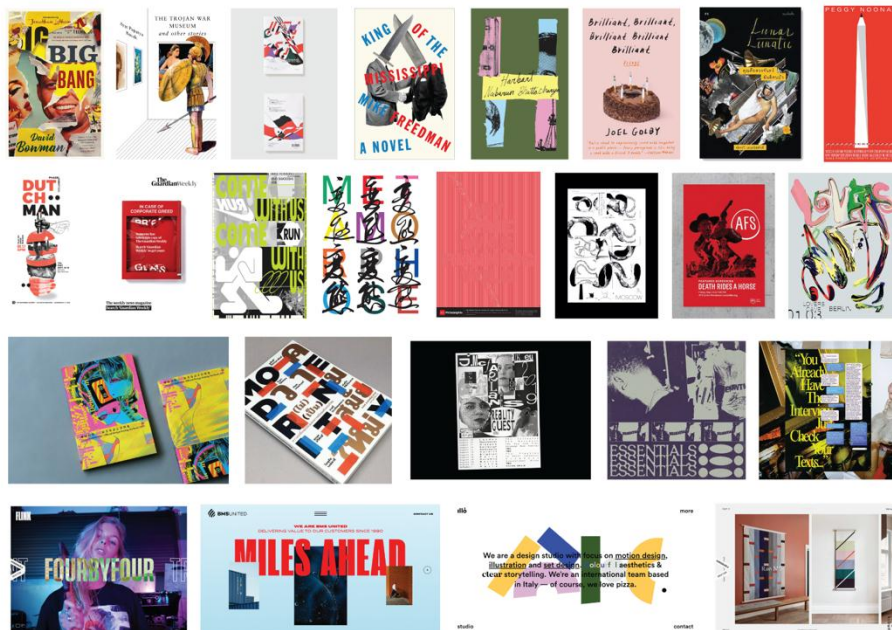
กลุ่มตุ๊กตาหมี





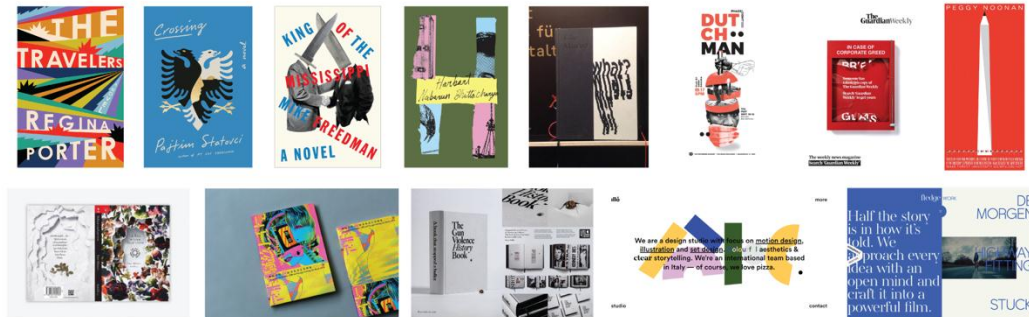
ภาพที่ 25 กลุ่มตัวอย่างที่ถูกคิดในกลุ่มตุ๊กตาหมี

กลุ่มสุนัขจิ้งจอก



ภาพที่ 26 กลุ่มตัวอย่างที่ถูกคิดในกลุ่มสุนัขจิ้งจอก

### กลุ่มนกฮูก



ภาพที่ 27 กลุ่มตัวอย่างที่ถูกคิดในกลุ่มนกฮูก

### กลุ่มขลาม



ภาพที่ 28 กลุ่มตัวอย่างที่ถูกคิดในกลุ่มขลาม

ส่วนที่ 4 ในคำถามที่ว่า “รูปแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design) มีลักษณะอย่างไร ในมุมมองของผู้ทำแบบสอบถาม” คำตอบที่ได้มีดังนี้

1. การจัดวางองค์ประกอบของงานให้เกิดความโดดเด่นไม่ว่าจะใช้เทคนิคใดก็ตาม แต่ทำให้งานเกิดความน่าสนใจ
2. ในความเห็นส่วนตัวงานออกแบบขึ้นอยู่กับโจทย์และปัญหาที่ได้รับมา design (design ในที่นี้ไม่ใช่ภาพอย่างเดียว) เป็นตัวคลี่คลายหรือทำให้เกิดความเข้าใจในมน้ำวเป็นตัวช่วยแก้ปัญหา / รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบ (composition) ไม่สามารถจำกัดความที่ตายตัวได้เพราะมันจะมีเหตุผลหลายอย่างประกอบ / นอกจากโจทย์หรือเนื้อหาที่ต้องการสื่อแล้ว มันยังเชื่อมโยงไปถึงลักษณะการวางตำแหน่งเพื่อการมองเห็น (ลำดับการไล่สายตา) ด้วย เราไม่สามารถตัดสินงานจากคำจำกัดความที่ให้มาได้ อาจจะต้องดูบริบทรอบๆ ในงานชิ้นนั้นๆ ด้วย สุนัขจิ้งจอก

(ประนีประนอม แก้ปัญหาเฉพาะหน้า) : มีองค์ประกอบภาพสองอย่างขึ้นไปและจัดวางกันแบบต่างยอมสูญเสียความสมบูรณ์ของตัวเอง

3. คิดว่ามุมมองและทัศนคติของผู้รับชม (วิจารณ์ญาณ) มีผลอย่างสูงต่อการกำหนดมุมมองต่อวิธีการจัดวาง (composition) รูปแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง เนื่องจากถ้าการรับรู้ของเรารู้สึกว่าความขัดแย้งนั้นสมเหตุสมผล มีความเป็นไปได้ที่ส่งผลให้ความขัดแย้งนั้นกลายเป็นการสนับสนุนหมายเหตุ พิจารณาโดยไม่คำนึงถึงเนื้อหาของงาน ใช้แต่การมอง (visual) เป็นหลักโดยไม่รวมถึงบริบทเนื้อหา

### สรุปวิเคราะห์ผล

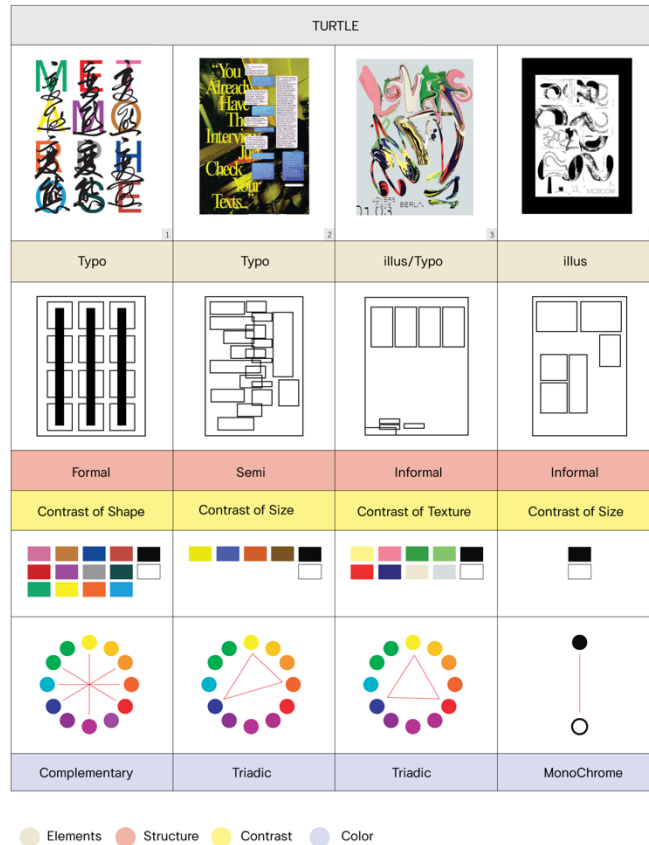
การวิเคราะห์ผลในส่วนนี้จะเป็นการนำกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดกรองและคัดแยกจาก ผู้ทำแบบสอบถามรวมถึงผู้เชี่ยวชาญจากการทำแบบสอบถามทั้งสองชุด และสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่ม ตามหลักความคิดพฤติกรรมของบุคคลในสถานการณ์ความขัดแย้ง มาวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีทางการออกแบบ เพื่อให้ได้ข้อมูลการวิเคราะห์และนำมาสรุปเป็นเนื้อหาแนวทางในการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งสำหรับการเผยแพร่ต่อไป

#### 2.3.1 สรุปผลการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบกราฟิกของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 53 งานออกแบบ โดยกลุ่มตัวอย่างสามารถแบ่งออกได้เป็นกลุ่ม 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเต๋า กลุ่มตุ๊กตาหมี กลุ่มสุนัขจิ้งจอก กลุ่มนกฮูก และกลุ่มฉลาม เป็นต้น โดยวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบ 4 หัวข้อได้แก่ องค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบ (Elements) โดย อ. อารยะ ศรีภักดิ์ยานบุตร, หลักโครงสร้างทางการออกแบบ (Structure) และความแตกต่างทางการออกแบบ 2 มิติ (Contrast) โดย อ. เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา , ทฤษฎีสี (Color Scheme) โดย อ. ประเสริฐ พิษยะสุนทร และ 7 colors contrast โดย Johannes Itten

โดยการวิเคราะห์การแนวทางการออกแบบนั้นผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ภาพรวมในแต่ละหัวข้อเพื่อให้เห็นลักษณะการออกแบบของแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน

1. การวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้งแบบเต๋า










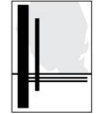
















ภาพที่ 29 ภาพการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเต๋า

ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้งแบบเต๋า

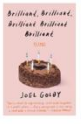
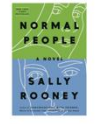






















Elements	Color	Structure	Contrast
Typography 70%	Triadic 50%	Informal Structure 50%	Contrast of Shape 50%
Illustration 30%	Complementary 25%	Semi-Formal Structure 25%	Contrast of Size 25%
	MonoChrome 25%	Formal Structure 50%	Contrast of Texture 25%








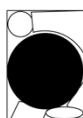

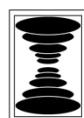














ตารางที่ 1 วิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้งแบบเต๋า

2. การวิเคราะห์แนวทางการออกแบบศิลปะของความขัดแย้งแบบตึกตาคหมี








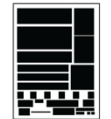
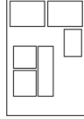















TEDDY BEAR					
					
1	2	3	4	5	6
Illus	Illus	Typo	Photo	Illus	Photo
					
Formal	Semi	Formal	Semi	Formal	Informal
Contrast of Space	Contrast of Color	Contrast of Direction	Contrast of Position	Contrast of Size	Contrast of Gravity
					
					
Split-Complementary	Rectangular Tetradic	MonoChrome	Simultaneous contrast	Simultaneous contrast	Analogous

● Elements ● Structure ● Contrast ● Color





















TEDDY BEAR					
					
7	8	9	10	11	12
Photo	Illus	Photo	Illus	Photo	Illus
					
Informal	Formal	Formal	Informal	Informal	Informal
Contrast of Texture	Contrast of Color	Contrast of Direction	Contrast of Color	Contrast of Direction	Contrast of Size
					
					
Analogous	Analogous	Analogous	Split-Complementary	Complementary	Triadic

















TEDDY BEAR					
					
13	14	15	16	17	18
Typo	illus	Typo	Typo	Typo	Illus
					
Formal	Informal	Formal	Semi	Semi	Semi
Contrast of Gravity	Contrast of Space	Contrast of Shape	Contrast of Direction	Contrast of Size	Contrast of Direction
					
					
Split-Complementary	Triadic	Complementary	Analogous	Triadic	Analogous

● Elements ● Structure ● Contrast ● Color

TEDDY BEAR					
					
19	20	21	22	23	24
Photo	Typo	Illus	Photo	Photo	Illus
					
Formal	Formal	Informal	Semi	Informal	Semi
Contrast of Size	Contrast of Size	Contrast of Shape	Contrast of Size	Contrast of Size	Contrast of Size
					
					
Simultaneous contrast	Simultaneous contrast	MonoChrome	Simultaneous contrast	Analogous	Analogous



TEDDY BEAR				
				
Illus	Illus	Illus	Photo	Typo
				
Formal	Semi	Formal	Formal	Formal
Contrast of Direction	Contrast of Shape	Contrast of Direction	Contrast of Colour	Contrast of Space
				
				
Simultaneous contrast	Simultaneous contrast	Simultaneous contrast	Analogous	Simultaneous contrast

TEDDY BEAR			
			
Photo	Photo	Photo	Typo
			
Formal	Semi	Semi	Formal
Contrast of Size	Contrast of Color	Contrast of Size	Contrast of Colour
			
			
Rectangular Tetradic	Complementary	Split-Complementary	MonoChrome

● Elements ● Structure ● Contrast ● Color








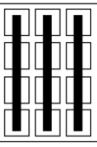










ภาพที่ 30 ภาพการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตุ๊กตาหมี

ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบตึกตาคามี






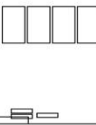

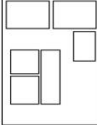








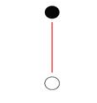
Element	Color	Structure	Contrast
Photography 36.36%	Analogous 27.27%	Formal Structure 45.45%	Contrast of Size 30.30%
Illustration 36.36%	Simultaneous contrast 27.27%	Semi-Formal Structure 30.30%	Contrast of Direction 21.21%
Typography 27.27%	Split-Complementary 12.12%	Informal Structure 24.24%	Contrast of Color 18.18%
	Complementary 9.09%		Contrast of Space 9.09%
	Monochrome 9.09%		Contrast of Shape 9.09%
	Triadic 6.06%		Contrast of Gravity 6.06%
	Rectangular Tetradic 6.06%		Contrast of Texture 3.03%
			Contrast of Position 3.03%





















ตารางที่ 2 วิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งรูปแบบตึกตาคามี

3. การวิเคราะห์แนวทางการออกแบบศิลปะของความขัดแย้งแบบสุนัขจิ้งจอก





















FOX				
				
illus 6	Photo 7	illus 8	Photo 9	Typo 10
illus	Photo	illus	Photo	Typo
				
Informal	Informal	Informal	Informal	Formal
Contrast of Color	Contrast of Direction	Contrast of Size	Contrast of Texture	Contrast of Shape
				
				
Split-Complementary	Complementary	Triadic	Split-Complementary	Complementary

FOX				
				
Typo 11	Photo 12	illus 13	Photo 14	illus 15
Typo	Photo	illus	Photo	illus
				
Semi	Formal	Informal	Formal	Semi
Contrast of Size	Contrast of Size	Contrast of Texture	Contrast of Texture	Contrast of Size
				
				
Triadic	Simultaneous contrast	Triadic	MonoChrome	MonoChrome

FOX				
				
16	17	18	19	20
Typo	Photo	Photo	illus	Photo
				
Semi	Semi	Formal	Formal	Semi
Contrast of Color	Contrast of Size	Contrast of Color	Contrast of Direction	Contrast of Shape
				
				
Simultaneous contrast	Simultaneous contrast	Simultaneous contrast	Simultaneous contrast	Simultaneous contrast

FOX				
				
21	22	23	24	25
illus	illus	Photo	Photo	Photo
				
Formal	Semi	Semi	Formal	Semi
Contrast of Direction	Contrast of Color	Contrast of Colour	Contrast of Size	Contrast of Colour
				
				
Simultaneous contrast	Split-Complementary	Analogous	Rectangular Tetradic	Complementary

● Elements ● Structure ● Contrast ● Color





















ภาพที่ 31 ภาพการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างสุนัขจิ้งจอก









ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบสุนััจจอก

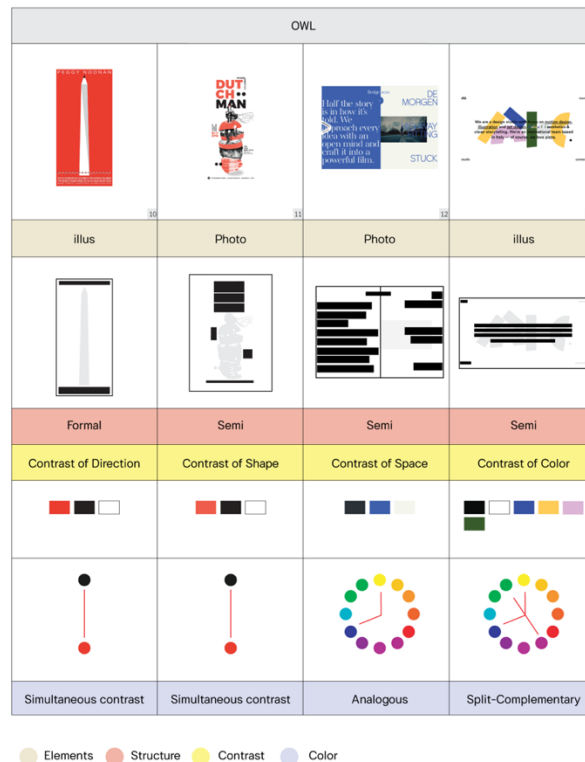
Element	Color	Structure	Contrast
Photography 44%	Simultaneous contrast 28%	Semi-Formal Structure 40%	Contrast of Color 28%
Illustration 40%	Split-Complementary 16%	Informal Structure 32%	Contrast of Size 24%
Typography 16%	Analogous 16%	Formal Structure 28%	Contrast of Direction 16%
	Complementary 12%		Contrast of Texture 16%
	Triadic 12%		Contrast of Shape 12%
	Monochrome 8%		Contrast of Position 4%
	Rectangular Tetradic 8%		

ตารางที่ 3 วิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งรูปแบบสุนััจจอก

4. การวิเคราะห์แนวทางการออกแบบศิลปะของความสัมพันธ์แบบนกฮูก

OWL				
				
illus	Typo	illus	Typo	illus
				
Semi	Formal	Informal	Semi	Informal
Contrast of Color	Contrast of Direction	Contrast of Texture	Contrast of Space	Contrast of Shape
				
				
Rectangular Tetradic	MonoChrom	Split-Complementary	MonoChrom	Analogous

OWL			
			
Typo	Photo	Photo	Photo
			
Informal	Informal	Informal	Semi
Contrast of Direction	Contrast of Color	Contrast of Direction	Contrast of Size
			
			
Complementary	Split-Complementary	Complementary	Simultaneous contrast



ภาพที่ 32 ภาพการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างนกฮูก

ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้งแบบนกฮูก

Element	Color	Structure	Contrast
Photography 38.46%	Split-Complementary 23.07%	Semi-Formal Structure 46.15%	Contrast of Direction 30.76%
Illustration 38.46%	Simultaneous contrast 23.07%	Informal Structure 38.46%	Contrast of Color 23.07%
Typography 23.07%	Analogous 15.38%	Formal Structure 15.38%	Contrast of Space 15.38%
	Complementary 15.38%		Contrast of Shape 15.38%
	Monochrome 15.38%		Contrast of Texture 7.69%
	Rectangular Tetradic 7.69%		Contrast of Size 7.69%

ตารางที่ 4 วิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้งรูปแบบนกฮูก

5. การวิเคราะห์แนวทางการออกเรขศิลป์ของความขัดแย้งแบบฉลวม

SHARK					
1	2	3	4	5	6
Typo / illus	illus	Photo	Photo	illus	Photo
Semi	Semi	Informal	Semi	Informal	Informal
Contrast of Shape	Contrast of Color	Contrast of Direction	Contrast of Gravity	Contrast of Size	Contrast of Texture
Analogous	Rectangular Tetradic	Complementary	Analogous	Triadic	Split-Complementary

SHARK					
7	8	9	10	11	12
illus	Photo	Photo	Typo	illus	Photo
Informal	Formal	Semi	Semi	Formal	Informal
Contrast of Color	Contrast of Size	Contrast of Position	Contrast of Shape	Contrast of Direction	Contrast of Gravity
Split-Complementary	Simultaneous contrast	Analogous	Simultaneous contrast	Simultaneous contrast	Split-Complementary

● Elements ● Structure ● Contrast ● Color

ภาพที่ 33 ภาพการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างฉลวม



ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบฉลาม

Element	Color	Structure	Contrast
Photography 50%	Analogous 24.9%	Semi-Formal Structure 41.6%	Contrast of Shape 16.6%
Illustration 37.5%	Split-Complementary 24.9%	Informal Structure 41.6%	Contrast of Color 16.6%
Typography 12.5%	Simultaneous contrast 24.9%	Formal Structure 16.6%	Contrast of Direction 16.6%
	Rectangular Tetradic 8.3%		Contrast of Gravity 16.6%
	Complementary 8.3%		Contrast of Size 16.6%
	Triadic 8.3%		Contrast of Texture 8.3%
			Contrast of Position 8.3%

ตารางที่ 5 วิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งรูปแบบฉลาม

### 2.3.2 สรุปเนื้อหาสำหรับงานออกแบบ

จากการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ด้วยหลักทางการออกแบบทั้ง 4 ผู้วิจัยได้เลือกหัวข้อที่มีเปอร์เซ็นต์การใช้งานมากที่สุดของแต่ละกลุ่มเป็นตัวแทน แนวทางการออกแบบของแต่ละกลุ่มกลุ่มละ 2 แนวทางขึ้นไป สรุปเป็นตารางได้ดังนี้

	Element	Color	Structure	Contrast
Turtle	- Typography - Illustration	- Triadic - Complementary	- Informal - Semi Formal	- Contrast of Shape - Contrast of Size
Teddy Bear	- Illustration - Photography	- Analogous - Simultaneous contrast	- Formal - Semi Formal	- Contrast of Size - Contrast of Direction
Fox	- Photography - Illustration	- Simultaneous contrast	- Semi Formal	- Contrast of Color - Contrast of Size

		-Split-Complementary	- Informal	
Owl	- Photography - Illustration	- Split-Complementary - Simultaneous contrast	- Semi Formal - Informal	- Contrast of Direction - Contrast of Color
Shark	- Photography - Illustration	- Analogous - Split-Complementary - Simultaneous contrast	- Informal - Semi Formal	- Contrast of Shape - Contrast of Color - Contrast of Direction - Contrast of Gravity - Contrast of Size

ตารางที่ 6 แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง

จากแนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งของแต่ละกลุ่มที่ได้วิเคราะห์มานั้น สามารถเรียบเรียงเนื้อหา ข้อมูลสำหรับเป็นคู่มือของกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนได้ในลักษณะดังนี้

#### ส่วนที่ 1 Introduction

- What is Conflicts in Graphic Design? : อธิบายถึงที่มาหรือวิธีการสร้างแนวทางจากออกแบบของการวิจัยให้ผู้อ่านเข้าใจกระบวนการ

#### ส่วนที่ 2 Principle

- รูปแบบเต่า : ความหมาย / แนวทางการออกแบบ / ตัวอย่างงานออกแบบ
- รูปแบบตุ๊กตาทมิ : ความหมาย / แนวทางการออกแบบ / ตัวอย่างงานออกแบบ
- รูปแบบจิ้งจอก : ความหมาย / แนวทางการออกแบบ / ตัวอย่างงานออกแบบ
- รูปแบบนกฮูก : ความหมาย / แนวทางการออกแบบ / ตัวอย่างงานออกแบบ
- รูปแบบฉลาม : ความหมาย / แนวทางการออกแบบ / ตัวอย่างงานออกแบบ

### บทที่ 3

## กลุ่มเป้าหมายและวิเคราะห์การเผยแพร่

แนวคิดและทฤษฎีการบริหารความขัดแย้ง สามารถนำมาสู่หลักการการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งโดยผู้วิจัยเห็นถึง ประโยชน์ในการนำหลักการและองค์ความรู้ดังกล่าว ไปพัฒนาต่อการสร้างสรรค์สื่อต่าง ๆ ในบทนี้ ผู้วิจัยรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทำความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบการใช้หลักการออกแบบของสื่อที่เหมาะสม รวมไปถึงการหาสารที่ต้องการสื่อและบุคลิกภาพของงานออกแบบ เพื่อที่จะสามารถวิเคราะห์และหาแนวทางในสื่อสารองค์ความรู้หลักการการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง (Conflicts Graphic Design) โดยสามารถแบ่งเนื้อหาได้ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

- 3.1.1 แนวคิดกลุ่มเป้าหมาย "นักออกแบบกราฟิก"
- 3.1.2 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์
- 3.1.4 แนวคิดการคัดเลือก Key Message
- 3.1.3 เจาะเทรนด์โลก 2021: Reform this Moment

#### ส่วนที่ 2 วิธีการวิจัย

- 3.2.1 เกณฑ์การเลือกผู้ทำแบบสอบถามและการสร้างแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย
- 3.2.3 แบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย
- 3.2.4 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย

#### ส่วนที่ 3 สรุปวิเคราะห์ผล

- 3.3.1 สรุปลักษณะกายภาพและจิตภาพของกลุ่มเป้าหมาย
- 3.3.2 สรุปรูปแบบสื่อที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 3.3.3 สรุปสารที่ต้องการสื่อและบุคลิกภาพของงานออกแบบ

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 3.1.1 แนวคิดกลุ่มเป้าหมาย "นักออกแบบกราฟิก"

นักออกแบบกราฟิก (กราฟิกดีไซน์เนอร์)

นักออกแบบกราฟิกหรือนักออกแบบเรขศิลป์ คือ ผู้ออกแบบภาพและตัวอักษรเพื่อใช้ในการสื่อสาร โดยสามารถสังเกตได้ว่างานของกราฟิกดีไซน์เนอร์ปรากฏอยู่หลายที่ ทั้งป้ายจราจร แผ่นโฆษณา ปกหนังสือ รูปวาดลายเส้น โลโก้สินค้า ตัวอักษร และอีกมากมายรอบตัวล้วนเป็นกราฟิก เพื่อสื่อสารให้ผู้คนเข้าใจความหมายว่าต้องการบอก เตือน ห้าม หรือชักชวน สิ่งเหล่านี้คือหน้าที่ของพวกเขา

สมาคมนักออกแบบเรขศิลป์ได้สรุปความหมายของคำว่า "การออกแบบเรขศิลป์ (Graphic Design)" ไว้ในระเบียบวาระของสมาคมฯ ปี พ.ศ. 2553 ไว้ว่า "กระบวนการสร้างสรรค์ หรือการออกแบบเพื่อใช้ในการสื่อสาร อันเกิดจากการผสมผสานของ แนวความคิด ศิลปะ เทคโนโลยี หรือข้อมูล ผ่านทางสื่อในรูปแบบต่างๆ โดยมีองค์ประกอบที่ใช้ในการทำงานอันประกอบด้วยภาพ และหรือ ตัวอักษร เป็นสำคัญ ผู้ออกแบบอาศัยทักษะ ทฤษฎี หลักการ หรือ กระบวนการคิด มาช่วยในการแก้ปัญหา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูล หรือในการรับรู้ "

ลักษณะการทำงาน

กระบวนการคิดอย่างเป็นขั้นตอน อย่างมีหลักการ เป็นกระบวนการทำงานของนักออกแบบกราฟิก เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของชิ้นงานนั้น ๆ ว่ามีขึ้นเพื่ออะไร แล้วจะใช้วิธีอะไรเพื่อตอบสนองเป้าหมายหลัก ดังนั้นทุกไอเดียล้วนต้องมีที่มา และกว่าจะคลอดออกมาได้ต้องผ่านความยาก

เนื่องจากงานกราฟิกนั้นมีอยู่ในทุกวงการ ทั้ง Art Director สายโฆษณา Designer แนวสิ่งพิมพ์ บรรจุกัณฑ์ Exhibition นิทรรศการ พิพิธภัณฑสถาน event ต่าง ๆ Retoucher Illustrator นักวาดภาพ ออกแบบ เขียน storyboard หรือจะเป็น Web Designer UX/UI หรือ Infographic และอีกมากมาย แต่ละอย่างที่กล่าวมาสามารถเจาะจงแยกเป็นสายอาชีพแต่ละสายต่างหากออกไปได้ โดยในที่นี้ จะขอกล่าวถึงกราฟิกแนวโฆษณา สิ่งพิมพ์ บรรจุกัณฑ์

ขั้นตอนการทำงาน

- รับรายละเอียดงานจากลูกค้า งานอะไร กลุ่มผู้ใช้งานเป็นใคร สื่อที่จะใช้ ใช้ที่ไหน
- บางรายละเอียด ลูกค้าอาจจะไม่ได้บอก เราต้องเป็นคน คิดล่วงหน้าและสอบถาม
- ให้ได้ข้อมูลที่ต้องการให้ครบถ้วนที่สุด
- นำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อสร้างแนวคิดที่จะตอบสนองโจทย์ที่รับมา
- ศึกษางานตัวอย่างเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ ในแต่ละงานตัวอย่างจะมีบางส่วนประกอบที่เข้ากับแนวคิดที่วิเคราะห์ไว้ โดยที่ตัวอย่างงานอาจจะเป็นอะไรก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นของเล่น อาหาร หนังสือ เพลง ผู้คน ทุก

อย่างคือชิ้นส่วนที่จะมาถอดความหมาย และถูกตีความเพื่อสร้างสรรค์งานของเราเอง ซึ่งไม่ใช่การลอกเลียนแบบ

- Sketch แบบร่าง แบบร่างมีความจำเป็นอย่างมากต่อทุกงาน บางงานมีสามแบบร่าง บางงานมีเป็นสิบ เพื่อนำมาวเคราะห์ให้ได้คำตอบที่ดีที่สุดนำเสนอลูกค้า
- นำแบบมาพัฒนา เพิ่มเติมรายละเอียด ชัยป์ ปรับจนลงตัว และลงมือสร้างชิ้นงานที่เสร็จสมบูรณ์พร้อมที่จะทำหน้าที่ของตัวเอง
- ผลงานเสร็จแล้ว หน้าที่ของนักออกแบบยังไม่จบ เพราะต้องติดตามผลงาน นำ feedback มาพัฒนางานต่อไป

### สถานที่ทำงาน

- ออฟฟิศ คือแหล่งทำงานหลัก เพราะต้องมีการระดมสมองกับทีม ช่วยกันทำผลงาน จะมือออกไปข้างนอกเวลานัดคุยกับลูกค้า นำเสนอแบบ
- สถานที่ได้ก็ได้ที่สะดวกในการทำงาน โดยเฉพาะปัจจุบันมีนักออกแบบกราฟิกอิสระมากมาย ซึ่งการได้ออกไปข้างนอกนั้น การได้เห็นผู้คนมากมาย ได้เจอสิ่งต่าง ๆ อาจเป็นวัตถุดิบชั้นดี ช่วยให้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น

### ผู้ที่ต้องทำงานด้วย

- ลูกค้า ลูกค้าจะเป็นผู้กำหนดเป้าหมายของสารที่จะสื่อออกไปของแต่ละงาน นักออกแบบต้องเข้าใจและมองเห็นปลายทางเดียวกันกับลูกค้า เพื่อสร้างงานที่ตอบโจทย์
- ทีมงาน กลุ่มคนที่ช่วยกันคิด ช่วยกันหาทางแก้ไขและลงมือทำ
- Supplier – ในบางรายละเอียดของงานที่ไม่สามารถทำได้ด้วยตัวเอง จำเป็นจะต้องมีพันธมิตรในด้านต่าง ๆ ที่จะช่วยเติมเต็มสิ่งที่ทีมงานยังขาด ยกตัวอย่างเช่น ต้องการทำโฆษณาอาหาร ก็ต้องหาสตูดิโอถ่ายทำที่มีห้องครัว ต้องการพ็อคครัว หาทีมงานถ่ายทำ ทีมจัดไฟ พันธมิตรจะมีมากน้อยแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับแต่ละงาน
- ผู้ประสานงาน ในหลาย ๆ งาน ตัวลูกค้าอาจไม่สามารถติดต่อสื่อสารได้โดยตรงด้วยตัวเองตลอดเวลา จึงต้องมีคนทำหน้าที่ประสานงานกับนักออกแบบเพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น

### ความก้าวหน้าทางอาชีพ

หากพัฒนาความรู้ความสามารถ สะสมผลงานมากพอ ก็จะสามารถเลื่อนขั้นไปตามลำดับโดยขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละองค์กรหรือบริษัทนั้นๆ ว่าตำแหน่งเป็นอย่างไร หรือบางคน เก็บประสบการณ์จนมั่นใจ ก็สามารถเปิดบริษัทของตัวเอง หรือประกอบธุรกิจส่วนตัวเพิ่มเติม โดยส่วนใหญ่แล้วนักออกแบบมักจะรับงานอิสระด้วยตัวเองเพิ่มเติม

โดยทั่วไปนักออกแบบจบใหม่ จะมีฐานเงินเดือนประมาณ 15,000 – 25,000 บาท ทำงานถึง 5 ปี อาจขยับขึ้นถึงประมาณ 30,000 – 60,000 บาท และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตามประสบการณ์ หรือตามความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และหน้าที่ความรับผิดชอบ

#### ข้อดีของอาชีพ

- ได้สร้างสรรค์จินตนาการให้กลายเป็นความจริง
- ได้สื่อสารสิ่งที่ต้องการกับผู้คน
- ได้ร่วมงาน ได้รู้จักผู้คนมากมายหลากหลายอาชีพและสังคม
- มีโอกาสดูงาน และทำงานต่างประเทศ
- ผลงานสามารถสร้างชื่อเสียงได้ มีพื้นที่แสดงงานถึงระดับสากล
- เจอโจทย์ใหม่ที่นำสนุก ทำท่ายอยู่เสมอ
- ทุกวงการต้องการงานกราฟิก เป็นอาชีพไม่ตาย
- สามารถเพิ่มเติมความรู้ด้านต่าง ๆ เพื่อขยายขอบเขตงานได้หลายทาง

#### ข้อจำกัดของอาชีพ

- ค่าออกแบบในต่างประเทศเฉลี่ยจะสูงกว่าในไทย
- งานออกแบบเป็นงานที่ไม่ได้ทำตามกรอบเวลาเข้าๆเลิกเย็น แต่เป็นงานที่ต้องคิดและทำแทบจะตลอดเวลา จึงเหมาะกับคนที่ชอบรูปแบบชีวิตที่ยอมให้งานรวมเข้ากับชีวิตประจำวัน และรู้จักจัดการบริหารเวลาเป็นอย่างดี
- ต้องใช้ความตั้งใจ พยายามในการทำงานสูง จึงต้องรู้จักเติมไฟเติมพลังให้ตัวเองอยู่เสมอ
- ต้องบริหารจัดการเวลาให้ดี เพราะมักเกิดปัญหา งานเร่ง งานเผื่ออยู่บ่อยครั้ง มักต้องต้องอดหลับอดนอน หรือใช้ชีวิตไม่เป็นเวลาที่แน่นอน ต้องรู้จักยืดหยุ่น
- เนื้องานส่วนใหญ่ทำหน้าคอม และต้องใช้เวลานาน อาจมีปัญหาเรื่องสุขภาพ
- มีคนทำกราฟิกในตลาดเยอะ ถ้าไม่ได้โดดเด่นจริง ๆ อาจจะมีทางเลือกน้อย และบางครั้งตัดราคาแย่งงานกัน

#### คุณสมบัติที่เหมาะสมกับอาชีพ

- มีความคิดสร้างสรรค์ สิ่งสำคัญที่จะทำให้งานออกแบบเกิดขึ้นมาได้คือจินตนาการ เราต้องเห็นภาพจากพื้นที่ว่าง จากแบบในกระดาษ คิดไปถึงกระบวนการการผลิตให้เป็นจริง
- ช่างสังเกต รักการเรียนรู้ การจะเพิ่มเติมขอบเขตของจินตนาการและความรู้ให้กว้างขึ้น ไกลขึ้น คือการหมั่นสังเกตสิ่งรอบตัว รู้จักตั้งคำถาม ศึกษาสิ่งที่มีอยู่จากผู้มีประสบการณ์ว่ามีวิธีคิดอย่างไร และพัฒนาด้วยความรู้ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ทุกวัน ไม่ตีกรอบตัวเอง ยิ่งได้ดูได้เห็นเยอะ ยิ่งมีวัตถุดิบเป็นคลังความรู้ คลังงานออกแบบ ทำให้ทำงานออกมาได้ดียิ่งขึ้น

- เชื้อมันในตนเอง กล้านำเสนอความคิด พูดคุยปรึกษาหารือสรุปกับทีมงาน แต่ในขณะเดียวกัน ก็เป็นผู้ฟังที่ดี ไม่เอาความคิดตัวเองเป็นหลัก สามารถผสมผสาน ตัดสินใจเพื่อทางที่ถูกต้องได้
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เนื่องจากงานออกแบบไม่สามารถสำเร็จได้ด้วยตัวคนเดียว จึงต้องมีการทำงานร่วมกันกับคนอื่นอย่างราบรื่น ตั้งแต่เพื่อนร่วมทีม หัวหน้า ลูกค้า supplier ต่างๆ เพื่อนร่วมอาชีพ ล้วนแต่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกัน
- มีวินัย อดทน โลกของธุรกิจ เวลาทุกวินาทีล้วนมีราคา จึงต้องรู้จักการบริหารจัดการเวลา และทำงานอย่างมีวินัย อีกทั้งนักออกแบบมักจะเจอความจุกจิกจากลูกค้า แรงกดดันจากหัวหน้า และสิ่งต่าง ๆ ให้อารมณ์รู้จักระบายความอดทน
- มีความเข้าใจคนอื่น เพราะงานออกแบบที่ดี จะต้องตอบโจทย์ตามความต้องการของลูกค้า เพื่อจะสามารถสื่อสารทิศทางเดียวกัน จึงต้องเข้าใจการรับรู้ของคน
- ละเอียตรอบคอบ หลายกรณีศึกษาชี้ให้เห็นว่า เมื่องานออกสู่สายตาคนแล้ว บางครั้งทำหน้าที่สื่อสารผิดพลาด ทำให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน และส่งผลกระทบต่อหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ความละเอียดรอบคอบจึงมีความจำเป็นอย่างมาก ต้องคิดให้รอบด้านทุกรายละเอียด
- มีความรับผิดชอบ นักออกแบบที่ดีจะสร้างสรรค์ผลงานที่รับผิดชอบทั้งต่อตัวเอง ต่องาน ต่อบุคคล และต่อสังคม
- กล้าที่จะลอง เทคโนโลยีมีพัฒนาอย่างรวดเร็ว มีเครื่องมือใหม่ ๆ ตลอดเวลา ต้องกล้าที่จะลองใช้ผสมผสานกับของเดิม เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่แตกต่างและน่าสนใจ

#### ทักษะที่ควรมี

- ทักษะการคิดวิเคราะห์ นักออกแบบจะต้องตีโจทย์ให้ออก และแก้ปัญหาผ่านการออกแบบ เพื่อการสื่อสารให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ
- ทักษะการสื่อสาร ข้อแรก คือการรายงาน สามารถนำเสนอ อธิบายแนวคิดของตัวเองให้คนอื่นเข้าใจ ข้อสอง ต้องเข้าใจพื้นฐานจิตวิทยาการสื่อสาร การรับรู้ของคน เพื่อใช้ในการออกแบบ
- ทักษะการวาดรูปและใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อถ่ายทอดความคิด สร้างผลงานให้ออกมาเป็นจริง
- ทักษะการประยุกต์ใช้ ปัจจุบัน เทคโนโลยีต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย นักออกแบบต้องตามทัน ทำความรู้จักคุณสมบัติของสิ่งต่างๆ หยิบมาผสมผสานในงานออกแบบให้เกิดความลงตัว และเกิดประโยชน์การใช้งานสูงสุด
- การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เกือบทุกงานมักจะเจอปัญหาระหว่างทางมากบ้างน้อยบ้าง การรู้จักตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้งานเดินหน้าต่อ
- ทักษะการจัดการเวลา ไม่ว่าจะงานไหน ๆ deadline วันส่งงานย่อมเป็นสิ่งสำคัญทั้งนั้น ถ้าประเมินปริมาณงานและเวลาได้ จัดการงานและเวลาให้ลงตัว ยิ่งช่วยให้เราดูเป็นมืออาชีพยิ่งขึ้น

คำแนะนำสำหรับพัฒนาตนเอง

นักออกแบบภายในที่ดี จะต้องสามารถจินตนาการถึงความเป็นไปได้ในภาพรวม ในขณะที่เดียวกัน ก็ สามารถลงรายละเอียดได้อย่างครบถ้วน รอบด้าน เพิ่มเติมความรู้ทั้งด้านศาสตร์และศิลป์อยู่เสมอ หมั่นสังเกต และตั้งคำถามถึงสิ่งที่อยู่รอบตัว ลองสอบถามจากรุ่นพี่ทั้งที่เป็นนักศึกษา และคนทำงาน ว่าเขาต้องรู้อะไรบ้าง หรืออ่านจากหนังสือ ที่สำคัญ ต้องตั้งใจจริง กระตือรือร้น มีวินัย เพื่อให้ตัวเองพร้อมสำหรับการเป็นนักออกแบบอย่างที่ต้องการ

งานสร้างสรรค์ เป็นงานที่ต้องพัฒนาตัวเองเสมอ ซึ่งวัตถุประสงค์ในการทำงานอยู่นอกโต๊ะทำงานทั้งสิ้น การหมั่นออกไปดูงาน อ่านหนังสือ ทำกิจกรรมต่าง ๆ ล้วนมีส่วนช่วยให้คลังข้อมูลกว้างขึ้น ใหญ่ขึ้น และพร้อมที่นำมาสร้างสรรค์งานที่แตกต่าง และน่าสนใจ

#### Hard Skill

- เรียนรู้และทำความเข้าใจหลักองค์ประกอบศิลปะ
- ฝึกวาดรูปตั้งแต่พื้นฐานจนถึงการเขียน Perspective เรื่องทฤษฎีสี และฝึกการจับคู่สี การวาง Theme
- พัฒนารสนิยมทางด้านศิลปะ และตามเทรนด์โลกในด้านงานศิลปะการออกแบบให้ทัน
- ศึกษาทำความเข้าใจจิตวิทยา การรับรู้ พฤติกรรมของมนุษย์
- รู้จักวัสดุต่างๆ ข้อดีข้อเสียของสื่อแต่ละประเภท
- เรียนรู้การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์
- ฝึกการจินตนาการ มองภาพรวม
- สนใจข่าวสารรอบตัว ศึกษาเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทุกวัน ตามโลกอยู่เสมอ

#### Soft Skill

- พัฒนาทักษะการสื่อสาร การพูด Presentation
- ทดลองสังเกตพฤติกรรมต่างๆ ของคน ว่ามีปฏิสัมพันธ์กับสื่อต่าง ๆ อย่างไร
- เป็นผู้ฟังที่ดี เข้าใจไปถึงสิ่งที่แม้ผู้พูดจะไม่ได้พูดออกมา โดยเฉพาะลูกค้า
- ทำงานเป็นทีมได้ดี รู้จักบทบาทหน้าที่ในการทำงานร่วมกับผู้อื่น
- ให้เกียรติความคิดของคนอื่น และนำเสนอความคิดของตนเองอย่างมีศิลปะ
- สร้างทัศนคติที่ดีต่อสิ่งต่างๆ มองปัญหาว่าเป็นเรื่องท้าทาย
- หมั่นสังเกต มองเห็นงานออกแบบ จุดบันทึกสิ่งต่าง ๆ

#### กิจกรรม

- อ่านหนังสือและเว็บบางงานออกแบบ หมั่นดู เก็บไอเดียเป็นคลังไว้
- ดูสื่อต่าง ๆ ที่มีรอบตัว วิเคราะห์ คาดเดา ว่านักออกแบบคิดอย่างไรต่องานนั้น
- ชมนิทรรศการ พิพิธภัณฑ์ อ่านหนังสือด้านออกแบบใหม่ ๆ
- หาโอกาสท่องเที่ยวต่างประเทศ
- อัปเดตข้อมูลข่าวสารในวงการออกแบบเสมอ
- ร่วมงานประกวดต่าง ๆ



- เข้าคอร์สเพิ่มเติมความรู้
- การทำอย่างอื่นที่อาจจะดูไม่เกี่ยวข้องกับสายงานโดยตรง เช่น ออกกำลังกาย ดูหนัง ฟังเพลง ทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ อ่านนิยาย ฟังบรรยาย ก็สามารถเติมมุมมองใหม่ๆ ที่จะช่วยทำให้งานออกแบบมีมิติมากขึ้น ( นักออกแบบกราฟิก ; Truelookpanya )

#### Graphic Design Thinking: ก้าวข้ามการ Brainstorm

หนังสืออธิบายวิธีการและเทคนิค การสร้างไอเดียสำหรับใช้ในงานออกแบบ รวมไปถึงมีการรวบรวมทอล์กโชว์นักออกแบบต่างประเทศถึงแนวคิดและวิธีการทำงานของแต่ละคน เขียนโดย Ellen Lupton ได้อธิบายว่ากระบวนการออกแบบนั้นมี 3 ส่วน วิธีการระบุปัญหา วิธีการหาไอเดีย และการสร้างต้นแบบ อธิบายแต่ละส่วนได้ดังนี้ (O'Grady 2017)

วิธีการระบุปัญหา	วิธีการหาไอเดีย	วิธีการสร้างต้นแบบ
การระดมความคิด (Brainstorm)	การทำแบบเบรนต์ดัมป์ (Visual Brain Dumping)	เร่งมือ (Sprinting)
แผนผังความคิด (Mind Mapping)	สร้างความสัมพันธ์เชิงบังคับ	กริดอิสระ (Alternative Grids)
การสัมภาษณ์ (Interviewing)	ลงมือทำ	ชุดองค์ประกอบ (Kit of Parts)
การสนทนากลุ่ม (Focus Groups)	ทุกๆ ที่มีอะไรให้เราเสมอ	ภาษาของเบรนต์
การรับรู้ผ่านการมองเห็น (Visual Research)	การคิดเชิงวาทวิทยา (Rhetorical Figures)	สร้างแบบจำลอง (Mock-Ups)
เบรนต์เมตริกซ์ (Brand Matrix)	สัญลักษณ์รูป ดัชนี สัญลักษณ์ (Icon, Index, Symbol)	ออกแบบจากสิ่งที่จับต้องได้
หนังสือเบรนต์ (Brand Books)	การทำงานร่วมกัน	จัดแสดงงานกลางแจ้ง
การวิจัยสถานที่ (Site Research)	การออกแบบร่วม	ใช้เครื่องมือใหม่
การสรุปความคิดสร้างสรรค์ (Creative Brief)	ไดอารี่ภาพ	ปลดปล่อยของเก่าออกมา
	ปัญหาจากการแปล	สร้างผลงานชิ้นใหม่
	การนำเสนอคอนเซ็ปต์	

ตารางที่ 7 การสร้างไอเดียสำหรับใช้ในงานออกแบบ

## นักออกแบบคิดอย่างไร

คริสโตฟ นีร์มานน์ (Christoph Niemann)

ฉันค้นพบว่าคุณภาพของคอนเซ็ปต์นั้นเกิดจากสัดส่วนของส่วนผสมที่เหมาะสมระหว่างความพยายามและความทรมาน ดังนั้น ในคำถามที่ว่า จะทำอย่างไรเพื่อเราให้เกิดการสร้างไอเดียอย่างไรนั้นก็ใกล้เคียงกับคำถามที่ว่า จะทำอย่างไรให้คุณรู้สึกอยากจะวาดพื้น ฉันไม่สามารถใช้ดนตรีหรือสิ่งอื่นที่เบี่ยงเบนความสนใจขณะทำงานได้ การมองหาสิ่งที่เกี่ยวข้องหรือหาแรงบันดาลใจจากหนังสือและนิตยสารไม่ช่วยให้ฉันเกิดไอเดียใหม่เลย ฉันเพียงนั่งโต๊ะของฉันและมองไปที่กระดาษตรงหน้า เท่านั้นไอเดียบางอย่างก็เกิดขึ้นได้ง่ายๆ แต่ฉันก็รู้สึกผิดหวังเล็กน้อยที่หลังจากทำงานมาหลายๆ ปี ประสบการณ์ที่ผ่านมาไม่ได้ทำให้กระบวนการนี้เป็นสิ่งที่สนุกสนานขึ้นมาเลยสักนิด สิ่งเดียวที่ทำให้การวาดพื้นนั้นทำให้ทุกข์ทรมานกว่าการหาไอเดียคืออย่างน้อยฉันก็สามารถนั่งจิบกาแฟระหว่างคิดไปได้ด้วยดี

บรูซ วิลเลน (Bruce Willen)

ฉันไม่คิดว่าจะมีสิ่งที่เป็นเทคนิคที่ทำให้เกิดไอเดียได้ ดังนั้น ฉันจะพูดแค่กุญแจสำคัญที่นำไปสู่การเกิดไอเดียก็แล้วกัน นั่นก็คือการทำงานร่วมกัน นี่คือการประกอบสำคัญในกระบวนการสร้างสรรค์การทำงานร่วมกับผู้อื่นสามารถทำให้เห็นมุมมองจากภายนอก ไอเดียและความคิดเห็นที่หลากหลายที่ไม่สามารถได้จากตนเอง แม้แต่การมีหูที่ตีเหมือนฆาน์ดิงบอร์ด (Sounding Board) ก็สามารถช่วยกลั่นกรองความคิดของคนคนหนึ่ง และทำให้คุณสามารถแยกสิ่งที่เป็นประโยชน์ออกจากขยะได้ง่ายขึ้น

คาริน โกลด์เบิร์ก (Carin Goldberg)

ฉันเคยทำงานที่ให้เวลาในการทำงานสั้นมากดังนั้น จึงไม่มีเวลาที่จะเกิดอารมณ์ใดๆ นอกจากอารมณ์ไม่ดี ปกติแล้วฉันมักจะหัวงัดและได้ไอเดียจากการพยายามมากเกินไป ฉันร่างภาพอย่างบ้าคลั่งจรรกระทั่งเจอสิ่งที่ใช่ จากนั้นฉันก็ทำงานหนักเหมือนคนบ้าจนฉันได้ออกแบบบางอย่างที่ทำให้ฉันรู้สึกมีความสุข ฉันเก็บสมุดร่างแบบไว้ข้างเตียงนอนและมักจะตื่นขึ้นมากลางดึกเพื่อเก็บไอเดียที่ผุดขึ้นมาเองได้เสมอ ฉันชอบที่จะเปิดโทรทัศน์ทิ้งไว้ระหว่างทำงาน เสียงอึกทึกของมุกตลกผีๆ ทำให้ฉันรู้สึกสงบและมีสมาธิ

ฟิลลิป อะเปอลัว (Phillippe Apeloig)

แรงบันดาลใจสำหรับไอเดีย โปสเตอร์ และการจัดวางองค์ประกอบทางการพิมพ์นั้นมาจากมุมมองที่แตกต่างกันของชีวิตส่วนตัวของฉัน ฉันอาศัยอยู่ในใจกลางกรุงปารีสในเขตวุ่นวายสุดๆ และฉันอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีเสียงดังจากถนนและผู้คนตลอดเวลา กระทั่งสิ่งสกปรกและรอยเปื้อนก็เป็นองค์ประกอบชิ้นหนึ่ง การพัฒนาไอดีนั้นเปรียบเสมือนเขาวงกตที่สลับซับซ้อน ยิ่งไปกว่านั้นในส่วนของความเกี่ยวข้องของคอนเซ็ปต์ ฉันพิจารณาโครงสร้างในหน้าโปสเตอร์ก่อน ต่อมาฉันก็ทำลายความเข้มงวดของการจัดองค์ประกอบ

ชอบเวลาที่โปสเตอร์นั้นให้ภาพวงตาของการเคลื่อนไหวลักษณะนี้จะต้องสร้างความประทับใจได้อย่างแน่นอน แม้ว่าผลลัพธ์นั้นจะเป็นสินค้าที่ถูคอธิบายรายละเอียดอยู่ตลอดเวลาก็ตาม แต่ฉันก็ไม่ชอบทำงานที่เป็นที่รู้จักจนพูนไปหมดแล้ว สิ่งนี้อธิบายความลังเลที่เกิดขึ้นตลอดเวลาของฉัน รวมถึงความพยายามในการทำใหม่และทำสิ่งหนึ่งซ้ำของฉันด้วย

คิมเบอร์ลี อีแลม (Kimberly Elam)

ความคิดสร้างสรรค์ที่แท้จริงนั้นไม่สามารถคาดการณ์ได้ ชิ้นส่วนเล็กๆ ของไอเดียเกิดขึ้นอย่างน่าพิศวงในช่วงเวลาแปลกๆ ไอเดียเหล่านี้เกิดอย่างประเดี๋ยวเดียวดังนั้น ฉันจึงพยายามพกอุปกรณ์ที่ใช้จัดบันทึกเสมอเพื่อที่จะสามารถจดบันทึกแนวความคิดที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วหรือจุดคิดที่เวิร์ดที่น่าสนใจได้ในทันที มันเป็นไปได้ที่จะบอกว่าเมื่อไรที่สิ่งที่น่าสนใจที่ก่อให้เกิดการต่อยอดครั้งต่อไปจะโผล่ขึ้นมาตอนไหน อย่าดูถูกความสัมพันธ์ระหว่างความคิดกับร่างกายการดูแลตัวเองอย่างการนอนหลับที่เพียงพอและการออกกำลังกายอย่างหนักช่วยให้ผ่อนคลายจากความพยายามไล่ล่าความคิด การหนีออกจากความเครียดของความต้องการความคิดสร้างสรรค์จะช่วยกำหนดค่าใหม่ๆ ให้กับวงจรความคิดนี้ อย่าลืมนว่าการสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ง่ายทุกคนก็ทำได้หมดแล้วแหละ (Caldwell 2019)

นักออกแบบสร้างรูปแบบงานของตนเองอย่างไร

อาร์ต ชานทรี (Art Chantry)

พระเจ้ากว่า 6 ปีในการเรียนและ 35 ปีในอาชีพนี้ฉันยังคงคิดไม่ออกเลยว่าคำว่า “รูปแบบ” นั้นหมายความว่าอะไร มันเป็นหนึ่งในคำที่ใช้กันอย่างกว้างขวางในวงการวิชาการ ซึ่งเป็นคำหนึ่งที่ฉันคิดว่ามันไม่ได้มีความหมายใดๆ มันเป็นคำประเภทที่ใช้ส่งๆ ไปเพื่อให้ฟังดูสำคัญและมีความรู้ แต่จริงๆ แล้วมันช่างจืดชืดสิ้นดี รูปแบบนั้นเป็นคอนเซ็ปต์ที่เป็นนามธรรมไม่มีรากฐานอยู่บนความเป็นจริง

โจนาธาน บาร์นบรูค (Jonathan Barnbrook)

แรกเริ่มรูปแบบนั้นเกิดจากอุดมการณ์หรือหลักปรัชญาแนวใหม่ มันยากมาที่จะเห็นได้เพียงจากการทำงานเป็นการทดลองในเชิงรูปธรรม แน่หนอนว่ารูปแบบนั้นจะต้องเกี่ยวกับความหมายงาน นี่คือนสิ่งที่ฉันกำลังจะบอกแบบเป็นวิธีที่น่าสนใจที่สุดที่จะอธิบายความแปลกใหม่เชิงรูปธรรมเกือบจะเป็นผลลัพธ์ที่น่ารังเกียจ ในความเป็นจริงแล้วฉันค่อนข้างที่จะเหยียดหยามในเรื่องบทบาทของรูปแบบใหม่ของกราฟิกดีไซน์ ไซ้แล้วความต้องการที่สร้างและตีความใหม่ ๆ ให้กับโลกของมนุษย์นั้นเกิดขึ้นเสมอในทุกยุคทุกสมัย มันเป็นการต้องการพื้นฐานของมนุษย์ อย่างไรก็ตามเราก็ต้องพิจารณาว่าทำไมจู่ๆ รูปแบบใหม่นี้ถึงได้มีความเหมาะสมขึ้นมา มันได้ให้ความสดใหม่เพื่อที่จะฉลาดกว่านั้นควรที่จะมีสติรู้ว่าการสร้างสรรค์ของตตนนั้นจะถูกนำไปใช้อย่างไร พวกเขาเพียงระมัดระวังมากขึ้นเกี่ยวกับเรื่องที่ว่าพวกเขาทำให้มันถูกใช้อย่างไร

สตีเฟน ดอยล์ (Stephen Doyle)

ด้วยความสัตย์จริงไม่รู้วิธีที่จะตอบคำถามปลายเปิดแบบนี้โดยไม่ต้องเขียนเป็นหนังสือได้อย่างไร แต่ฉันจะตัดหนังสือได้อย่างไร แต่ฉันจะตัดหนังสือของคนอื่นมาแทนที่จะเขียนขึ้นใหม่เองแล้วกัน ฉันเริ่มจากการคิดถึงภาษา ไม่ใช่ประเภท ไม่ใช่รูปแบบตัวอักษร แต่เป็นคำ เนื่องจากพวกมันเป็นอะไรที่เป็นนามธรรมมากๆ เป็นสัญลักษณ์สำหรับเสียงที่ถูกนำมาวางติดกันจนกระทั่งพวกเขาได้ สร้างกลุ่มเสียงที่เป็นตัวแทนของความคิดหรือสิ่งของขึ้นมา จากนั้นฉันก็พยายามคิดว่ามันมีทางที่คำนั้นจะถูกนำมาใช้ในโลกแห่งความจริงได้หรือไม่ ที่ไหนคือจุดที่อย่างได้ทอดเงาไปและมีคุณสมบัติทางกายภาพ ฉันชอบที่จะซึมซับคุณสมบัติของสิ่งที่เป็นนามธรรมที่ทำให้มันเป็นส่วนหนึ่งของโลกใบนี้ที่เราเห็น แต่นั่นไม่ใช่วิธีที่ฉันใช้สร้างรูปแบบนะ มันเป็นวิธีที่ฉันใช้คิดในการทำโครงการหรือสร้างผลงานสำหรับตัวฉันเอง เมื่อฉันคิดเกี่ยวกับรูปแบบ ฉันมักจะเริ่มต้นด้วยการพับกระดาษและบางครั้งกระดาษก็มีค่าอยู่บนนั้นด้วย

หลุยส์ แซนด์ฮอส (Louise Sandhaus)

ฉันสร้างรูปแบบขึ้นมาอย่างไรหรือ อืมม... ฉันเด็กเตร็ดเตร่ไปเรื่อยเป็นส่วนใหญ่ ฉันเป็นส่วนหนึ่งของผู้ที่คิดว่ารูปแบบนั้นมาจากการใช้งาน ดังนั้น แรกเริ่มฉันจะระบุปัญหาที่การออกแบบนี้จะแก้ จากนั้นจึงค่อยไปทำบางอย่างที่ดูสวยงามและน่าดึงดูดใจพอๆ กับหาความหมายของมัน ฉันเริ่มจากภาพสิ่งของที่ทำให้ฉันมีความสุข จากนั้นก็ใช้ภาพนี้แหละเป็นจุดเริ่มต้น ฉันเพียงแค่เล่นกับแนวทางของฉันและผู้ร่วมโครงการเพื่อสร้างสิ่งที่ใช้ได้ดี การทำงานกับผู้ร่วมโครงการบังคับให้ฉันต้องสื่อสารสิ่งที่ฉันคิดอยู่ การสนทนาและการเตร็ดเตร่คือความลับของฉัน

มาร์ติน เวเนสกี (Martin Venezky)

ฉันสอนวิชาหนึ่งชื่อ สตูดิโอเกี่ยวกับรูปแบบ (Form Studio) ในวิทยาลัยศิลปะแคลิฟอร์เนีย ซึ่งเป็นวิชาเรียนแบบสตูดิโอตัวแรกที่นักศึกษาของวิทยาลัยทุกคนต้องเรียน คำอธิบายที่เหมาะสมเกี่ยวกับขั้นนี้สามารถหาได้จากหนังสือของฉัน เรื่อง It is Beautiful ... Then Gone หลักสำคัญที่ฉันใช้ในการสร้างและพัฒนาขั้นเรียนนี้เป็นหลักเดียวกันกับที่ฉันใช้ในชีวิตประจำวัน

ฉันชอบที่จะเริ่มต้นโดยการเลือกวัสดุและเริ่มทำงานกับคุณสมบัติต่างๆของมัน ฉันมีห้องเก็บของที่เต็มไปด้วยวัสดุ เครื่องมือ และอุปกรณ์วาดภาพที่พร้อมใช้ได้ทันที หลักจากนั้นฉันก็พยายามสร้างคุณสมบัติสำหรับองประกอบต่างๆ เคล็ดลับคือพยายามทำให้รู้สึกเหมือนกับว่างานนั้นได้ออกแบบตัวของมันเองจากเหตุผลในตัวมันมากกว่าที่ให้นักออกแบบเป็นกำหนดให้ ให้มองผลงานเหมือนต้นไม้ที่เติบโตขึ้นในสวนแทนที่จะเป็นดอกไม้ที่ประดับในแจกัน (Lupton 2557)

## การปรับปรุงงาน

ไรดี (Rudy Vanderlans) :

คำถามของคุณช่วยทำให้ฉันได้คิดถึงคำพูดของไอรา กลาส(Ira Glass) ว่านักออกแบบต้องรู้สึกถึงความงดงามของการออกแบบก่อนถึงจะเรียนรู้วิธีออกแบบให้ได้แบบนั้น (ที่จริงสิ่งที่เขาพูดมันเกี่ยวข้องกับการเขียนแค่มันสามารถเอามาประยุกต์ใช้ได้กับทุกศาสตร์ของการออกแบบ) มันไม่มีวิธีลัดไปสู่ผลงานสุดท้ายหรอก เพราะจำเป็นต้องอาศัยการฝึกฝน และปรับปรุงกันอีกมากซึ่งทุกครั้งที่แก้ไขย่อมได้ผลงานที่ดีขึ้นนั่นเอง แต่ถ้าคุณโชคดีมากๆจนทุกครั้งคุณออกแบบไม่จำเป็นต้องแก้ไขอะไรก็มันก็เป็นอะไรที่ไม่ทำหาย เมื่อไม่นานมานี้ฉันมีส่วนร่วมในการเขียนหนังสือในหัวข้อการแก้ไขผลงาน ฉันขอสารภาพเลยว่าฉันไม่รู้จริงๆว่าจะอธิบายกระบวนการคิดในหัวอย่างไร ในช่วงเป็นศาสตร์ที่ดูกลับเสียเหลือเกิน แต่ฉันเข้าใจว่าเราอย่าพยายามสรรหาคำตอบที่สวยงามในทันที เพราะคำตอบสุดท้ายล้วนผ่านการแก้ไขมาแล้วทั้งสิ้น งานออกแบบคือการแก้ไข ตอนที่ฉันออกแบบอะไรบางอย่าง ฉันจะขลุกอยู่กับมันจนกระทั่งมันดูดีและมีหลักการหรืออาจหยุดเมื่อคิดดูแล้วว่าหากใส่อะไรเพิ่มเติมแล้วผลงานจะดูแย่งทันที ยิ่งฉันทำงานนานมันยิ่งดูยากขึ้น และยิ่งต้องค้นหาไอเดียใหม่ๆตลอดเวลา

อีวาน เชอร์มายอฟฟ์ (Ivan Chermayeff)

หลักในการเลือกงานออกแบบคือต้องสามารถตอบใจത്യ, เป็นต้นฉบับ, โดดเด่น, มีความพิเศษ และหากเป็นไปได้งานออกแบบต้องดูเรียบง่าย และง่ายต่อการนำไปใช้สามารถประยุกต์ใช้ได้ในหลายๆ สื่อ หรือสามารถทำออกในหลายรูปแบบเช่น ใช้ได้กับหลากหลายชุดสี เป็นต้นส่วนที่สำคัญที่สุดในกระบวนการออกแบบคืออย่ายอมรับผลงานอะไรง่ายๆ จงพยายามปรับปรุงงานซึ่งหมายถึงการปฏิเสธ ปฏิเสธ และปฏิเสธเข้าไว้ จนกว่าคุณจะได้อะไรที่มันแจ่มจริงๆ มันเสมือนเป็นการปรับปรุงงานด้วยคำถามและข้อสงสัย จำไว้ว่าอย่ายอมรับงานง่ายๆ และพอใจอยู่แค่นั้น

เมื่อผ่านขั้นตอนการปรับปรุงไปแล้ว ก็เหลือเพียงการรวบรวมองค์ประกอบเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างผลงานที่สวยงามสามารถนำไปใช้ได้จริง

วิลลี คันซ์ (Willi Kunz)

ก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการปรับปรุงงานได้นั้นต้องผ่านสามส่วน อันประกอบด้วยการร่างคอนเซ็ปต์, การออกแบบขั้นต้น และการออกแบบอย่างจริงจัง ดังนั้น เมื่อจบกระบวนการเหล่านี้ฉันจะรู้ว่าจุดไหนคือจุดแข็งและจุดอ่อนของงานดีไซน์ ซึ่งจะช่วยให้ฉันสามารถตัดสินใจได้ว่าอะไรคือสิ่งที่ถูกค้ำคาคาดหวัง ณ จุดนี้กระบวนการแก้ปัญหาด้านงานดีไซน์มันค่อนข้างจะชัดเจนแล้ว หลังจากตัดสินใจเลือกงานชิ้นสุดท้าย ฉันมักจะเตรียมทางเลือกที่สองไว้เสมอ เมื่อในกรณีที่ลูกค้ามีความคิดเห็นหรือจุดประสงค์ที่แตกต่างออกไปอย่างกะทันหัน ฉันต้องทำให้มั่นใจว่าไอเดียสำรองนั้นสามารถไปกันได้กับตัวเลือกแรก และนานๆ ครั้งอาจจะเกิดเหตุการณ์ที่

เลวร้ายที่สุดคือลูกค้าดันชอบสองไอเดียพร้อมๆกัน เมื่องานออกแบบถึงทางตัน ฉันจะหันไปคุยกับภรรยาที่ไม่ได้เป็นนักออกแบบ คำพูดของเธอจะช่วยให้ฉันเห็นภาพ และเข้าใจสิ่งที่คนอื่นๆ คิดได้ชัดเจนยิ่งขึ้นแต่ท้ายที่สุดแล้วฉันก็เชื่อสัญชาตญาณของตัวเองอยู่ดี ( Graphic Design Thinking: Ellen Lupton )

### 3.1.2 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์เก็บบันทึกข้อมูลที่ได้รับการสื่อสารเอาไว้เป็นหลักฐานความรู้จะเกิดประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่นที่จะได้ใช้เป็นแนวทางการ ประเภทของสิ่งพิมพ์และความหมายของการออกแบบสิ่งพิมพ์

1. หนังสือ (Book)
2. หนังสือพิมพ์ (Newspaper)
3. นิตยสาร (Magazine)
4. สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจหรือสิ่งพิมพ์เบ็ดเตล็ด (Miscellaneous Publications)

สิ่งพิมพ์หมายถึงวัสดุที่ได้รับการผลิตขึ้นด้วยกระบวนการทางการพิมพ์ระบบต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสื่อสาร และมีการผลิตออกมาเป็นสำเนาเพื่อแจกจ่ายให้กับผู้อ่าน ส่วนการออกแบบสิ่งพิมพ์ คือ การใช้ศาสตร์ทางการออกแบบเรขาคณิตเพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่สื่อสารความคิดรวบยอดได้อย่างมีบุคลิกภาพ โดยการออกแบบมีความสำคัญเป็นลำดับ คือ ดึงดูดใจให้ผู้ที่พบเห็นพบเห็นเกิดความสนใจ ถ่ายทอดข้อมูลที่ต้องการสื่อสารอย่างชัดเจนและเหมาะสมกับผู้อ่าน และสุดท้ายคือ สร้างความประทับใจ ทำให้ข้อมูลที่สื่อสารเนที่จดจำ

### 3.1.3 Key Message

เกณฑ์ในการวิเคราะห์หาสารที่ต้องการสื่อจากกรนำหลักทฤษฎีแนวความคิด ในการค้นหาสารที่ต้องการจะสื่อที่ดี ของ ร.ศ.อารยะ ศรีกัลยาณบุตร ได้นำเอาหลักการวิธิตัด ในการค้นหาสารที่ต้องการจะสื่อ โดยมีหลักการดังนี้คือ

1. True การเล่าข้อเท็จจริงมาเป็นมุมมองได้ไม่ได้โกหก
2. Unique การดึงเอาเรื่องของการมีเอกลักษณ์ โดดเด่น แตกต่าง ไม่ซ้ำกับคู่แข่ง ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่มียูมีอยู่คนเดียว หรือสิ่งที่พูดก่อนคนอื่น
3. Single-minded คือ ชัดเจน การสื่อสารเรื่องเดียว ไม่พยายามครอบคลุมข้อดีทั้งหมด
4. Inspiring คือการสร้างคำที่โดนใจ ฟังแล้วเกิดความฮึกเหิม สนุก เท่ สะเทือนใจ หรือฟังแล้ว เห็นทิศทางในการออกแบบ เห็นสี เห็นภาพ เห็น elements และเสียงคำที่เป็นรูปธรรม
5. Clear การใช้คำที่ฟังแล้วเข้าใจในความหมายเหมือนกันหมด เสียงคำที่แต่ละคนจะเข้าใจไม่เหมือนกัน เช่น ทันสมัย ไม่เหมือนใคร ที่แตกต่าง ในแบบของคุณ

6. Insight คือการพูด ในสิ่งที่คนฟังก็อยากฟัง คนพูดก็อยากพูด เป็นการเลือกสิ่งที่ target ให้ความสนใจ แม้ไม่ใช่สิ่งที่ดีที่สุดในตัวเรา (ศรีภักดิ์ยานบุตร 2560)

ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมามาข้างต้นนี้ก็สามารถแบ่ง แยกระดับของการค้นหาสารที่ต้องการจะสื่อ ที่มีทั้งหมด 3 ระดับดังนี้

1. Shell ระดับเปลือก เช่นการพูดในเรื่อง Appearance, Taste, Smell, Ingredient, Sound, Touch, Feature
  - Appearance คือสิ่งที่เห็นที่ปรากฏ เช่น น่ารักแต่แรง
  - Taste คือ รสนิยม รสชาติ การออกรส เช่น ระเบิดสีส้มของรสชาติ
  - Smell คือ กลิ่น เช่น เปลี่ยนกลิ่นไม่พึงประสงค์
  - Ingredient คือ ส่วนผสม ส่วนประกอบ เช่น สวยด้วยผลไม้แท้ๆ
  - Sound คือ เสียง เช่น we only know sound
  - Touch คือ การสัมผัส เช่น soft tip
  - Feature คือ ลักษณะ เช่น turning package into education
2. Meat ระดับเนื้อ เช่นการพูดในเรื่อง Meaning, Quality, Attribute, Reputation
  - Meaning คือ การพูดในเรื่องของความหมาย เช่น การรวมกันของดวงดาว
  - Quality คือ การพูดในเรื่องคุณภาพ เช่น quality all can afford
  - Attribute คือ คุณลักษณะ เช่น เสน่ห์ที่ต้านไม่ไหว
  - Reputation คือ การพูดในเรื่องของชื่อเสียง เกียรติภูมิ ความดัง เช่น testimonial of style
3. Core ระดับแกน เช่น การพูดในเรื่อง philosophy, vision, mission, belief, dream, attitude
  - Philosophy คือ การพูดเรื่องของบริษัทฯ เช่น I don't play by the rules
  - Vision คือ การพูดเรื่องของวิสัยทัศน์ เช่น Kids rule the world
  - Mission คือ การพูดในเรื่องหน้าที่ เช่น overcome the obstacles
  - Belief คือ การพูดในเรื่องความเชื่อ ความศรัทธา เช่น masculinely feminine
  - Dream คือ การพูดเรื่องความฝัน เช่น humanity know no border
  - Attitude คือ การพูดเรื่องทัศนคติ เช่น style for the real world

### 3.1.3 เจาะเทรนด์โลก 2021: Reform this Moment

ผู้วิจัยได้นำเรื่องเทรนด์ของการออกแบบมาเป็นเอกสารประกอบในการอ้างอิงข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับกลุ่มเป้าหมายในขณะนี้ โดยเลือกเอกสารจาก TCDC (Thailand Creative & Design Center) เป็นหนังสือสรุปรวมบทวิเคราะห์เทรนด์การออกแบบของปี 2021 ชื่อว่า “เจาะเทรนด์โลก 2021: Reform this Moment” โดยมีเนื้อหาหลักวิเคราะห์ที่อยู่ 4 ส่วนได้แก่ ผู้คน (Population) , สังคมและวัฒนธรรม (Social & Culture) , นวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology) , นิเวศและสิ่งแวดล้อม (Environment) โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกบางหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายมาศึกษาสำหรับการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

GENERATION FOCUS : MILLENNIAL ปี 1981-1996

สิ่งที่อำนวยความสะดวกและบริการที่ต้องการศึกษาต่อธุรกิจ

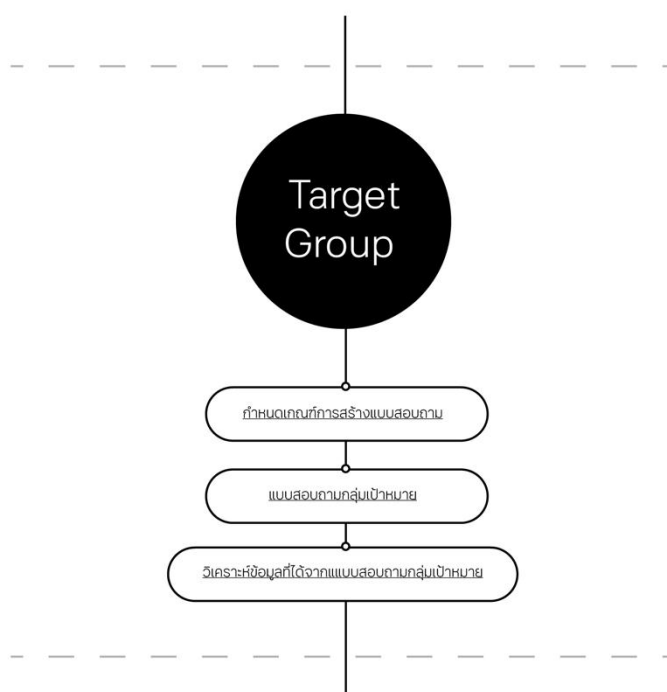
1. ธุรกิจประเภท Direct to Consumer (D2C) ส่วนใหญ่นั้นบุกเบิกโดยชาวมิลเลนเนียล แบนด์ที่ทำ การตลาดออนไลน์ส่วนใหญ่จึงจับทางลูกค้ามิลเลนเนียลที่เปิด รับการขายแบบเดลิเวอรี่ และ มักใช้ แพลตฟอร์ม อย่าง Instagram, Snapchat และ TikTok ในการขายของและโปรโมตสินค้า เพื่อเข้าถึง กลุ่มนี้มากที่สุด
2. 73% คือจำนวนชาวมิลเลนเนียลผู้เสพติดโซเชียล มีเดีย เมื่อใช้งานมากขึ้น พวกเขาถึงรู้สึกเหงา จึง พยายามมองหากิจกรรมช่วงวันหยุดหรือ สุดสัปดาห์เพื่อไปเที่ยวนั่งร้านกาแฟหรือโชว์ไลฟ์สไตล์หรูหรา ซึ่งจากสถิติพบว่า ชาวมิลเลนเนียล จำนวน 77% มักจะซื้อเครื่องดื่มและโพสต์ลงโซเชียลทุก ๆ สัปดาห์ ส่งผลต่อรายได้การเติบโต ของร้านกาแฟ ร้านขนมไข่มุก และร้านจำหน่าย เครื่องดื่มที่กำลังเป็นที่ นิยม ณ ขณะนั้น
3. บ้าน คอนโด หรือ ที่อยู่อาศัย กลายเป็นสิ่งที่ชาวมิลเลนเนียลเลือกลงทุนเป็นอันดับต้นๆ เพราะ นอกจากจะเป็นที่พักพิง ยังเปรียบเสมือนหลุมหลบภัยที่คอยปกป้องประโลมด้านจิตใจ ทำให้ สินค้าที่ใช้ งานภายในบ้าน (Home Economy) เป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มมิลเลนเนียล การเลือกสรรของตกแต่ง หรือเฟอร์นิเจอร์ของใช้ ภายในบ้าน จึงกลายเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า สำหรับคนกลุ่มนี้ เช่น การเติบโต ของตลาดต้นไม้ ในร่มหรือเทียนหอมบำบัดที่มีราคาสูงขึ้นในท้องตลาดเกือบ 2 เท่าจากเดิมหรือการ แต่งบ้าน โดยยึด ตามแนวคิดการพักผ่อนแบบ Slow-Life โดยการตกแต่งประเภทนี้ เฟอร์นิเจอร์ที่มีสี เรียบหรือลวดลายสไตล์ นอร์ดิกจะเป็นที่ต้องการ มากกว่าการตกแต่งแบบหรูหรา
4. ชาวมิลเลนเนียลคือกลุ่มที่ยึดถือเรื่องสุขภาพ(Wellness) มากที่สุด จนกลายเป็นผู้บริโภคที่ขับเคลื่อน ตลาดสินค้าและบริการดังกล่าว เป็นที่มาของคอร์ส ออกกำลังกาย อาหารคลีนที่เติบโต ขึ้นอย่างรวดเร็วภายในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และมีรายได้สู่ตลาดถึง 4.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ การ มองหา กิจกรรมที่สร้างความสมดุลให้ชีวิตหน้าที่การงาน เช่น ASMR เทคโนโลยีเสียงบำบัดอารมณ์ หรือ การ ท่องเที่ยวแบบ Slow Travel ที่ไม่ฟังไคด์ แต่เน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์กับพื้นที่ เหล่านี้เป็นวิธีการในการ ปรับสมดุลร่างกายและ จิตใจจากชีวิตการทำงานที่เคร่งเครียดได้



5. ความพยายามหลีกเลี่ยงวิถีชีวิตดิจิทัล แล้วมอง หาประสบการณ์และความสัมพันธ์ในชีวิตจริง ทำให้ชาวมิลเลนเนียล กลายเป็นที่ต้องการของ ตลาดสัตว์เลี้ยง (Pet Economy) เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า รายงานจาก Grand View Research คาดการณ์ว่า ตลาดจำหน่ายสัตว์เลี้ยง รวมถึงสินค้าและบริการเพื่อสัตว์เลี้ยง จะเติบโตขึ้นถึง 202.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี 2025 ซึ่งเอเชียยังคงเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการจำหน่ายสัตว์เลี้ยงมากที่สุด โดยมีร้านค้ามากมายหันมาจำหน่ายและให้บริการทางออนไลน์มากขึ้น การทำการตลาดแบบ D2C (Direct to Consumer) ทั้งการจำหน่ายสินค้า อุปกรณ์ และบริการแบบ พรีเมียมไปจนถึง Pet Coach หรือ คลินิกฝึกและดูแลสัตว์เลี้ยง จะได้รับ ความนิยมเพื่อตอบสนองลูกค้าชาวมิลเลนเนียลที่เปรียบสัตว์เลี้ยงดังลูก
6. พ่อแม่ชาวมิลเลนเนียลมีวิธีการเลี้ยงลูกแบบ ยืดหยุ่นและไม่เข้มงวดมากนัก ขณะเดียวกัน ก็มองหา ศูนย์รับเลี้ยงเด็กที่มีการปรับการให้ บริการและออกแบบโปรแกรมการสอนแบบมือ อาชีพเฉพาะด้าน มีกิจกรรมเสริมสร้างทักษะด้านอารมณ์มากขึ้น มีกิจกรรมและพื้นที่ให้พ่อ แม่ที่เป็น ฟรีแลนซ์ได้ทำร่วมกันกับลูก ในวันเวลาที่ยืดหยุ่น รายงานจาก National Health and Family Planning Commission ระบุว่า พ่อ แม่ชาวอเมริกันที่มีอายุราว 20-45 ปี จำนวน 64% ยินดีจ่ายเงิน ให้กับศูนย์เลี้ยงเด็กในราคาสูงขึ้น หากศูนย์เหล่านั้นจัดโปรแกรมสำหรับเด็ก ที่ใส่ใจถึงความสะดวกของพ่อแม่ได้ตรงใจ หรือ มีบริการสอนแบบคอร์สส่วนตัว ทำให้เกณฑ์ค่า เลี้ยงดูในศูนย์เด็กเล็กนินยอร์ค สูงถึงขั้น 12,064 เหรียญสหรัฐ หรือ เกือบ 4 แสนบาทต่อเทอม เช่นเดียวกับในอังกฤษที่ปรับเกณฑ์ค่าเทอมเพิ่ม สูงถึง 15,700 ปอนด์ หรือ ราว 6 แสนบาท
7. ธุรกิจให้บริการรับเลี้ยงและดูแลเด็กที่ตอบโจทย์แนวคิด Work-Family Balance กำลังเติบโตจากรายงานของ Pew เผยว่า ผู้หญิงชาว มิลเลนเนียลที่มีลูกมักเลือกทำงานในลักษณะฟรีแลนซ์หรือรับงานแบบอิสระ ซึ่งมีจำนวนมาก ถึง 50% ในสหรัฐอเมริกา และ 70% ในยุโรป วิธีการงานของแม่ที่มีสถานะฟรีแลนซ์ที่เพิ่มขึ้น นี้ทำให้บริษัทอย่างแอมะซอนจัดนโยบายการ จ้างงานสำหรับคนกลุ่มนี้โดยเฉพาะ ซึ่งถูกเรียกว่า Momazonian สอดคล้องกับผลสำรวจของ CDC ที่ระบุว่า บรรดา มิลเลนเนียลสถานะแม้อย่างคงรักษาสถานการณทำงานอยู่แมจะมีลูกก็ตาม ซึ่งพบว่ามีจำนวนถึง 70% ที่รับจ้างทำงานแบบ ฟรีแลนซ์ถึง 3 ที่ในเวลาเดียวกัน
8. ชาวมิลเลนเนียลยึดถือเรื่องความเท่าเทียม หน้าที่เลี้ยงดูลูกจึงไม่ตกอยู่ที่พ่อหรือแม่คนใด คนหนึ่ง จากผลสำรวจของ Ipsos Global ปี 2019 พบว่า คุณพ่อชาวมิลเลนเนียลจำนวน 75% ยินดีทำงานที่บ้าน (Work from Home) เพื่อจะได้มีเวลาอยู่กับลูกมากขึ้น ซึ่งรวมถึงพ่อแม่ LGBT ที่รับ เลี้ยงลูกบุญธรรม ในขณะเดียวกัน ภาพลักษณ์ของแม่จะดูแลแข็งแกร่งใจบเขี้ยวด้วย แฟชั่นเสื้อผ้าที่สามารถแมตซ์เข้ากันกับลูก ซึ่งเสื้อผ้าแฟชั่นชุดคุณนั้นได้รับความนิยมอย่างมาก ในกลุ่มคุณ แม่เลี้ยงเดี่ยว ทำให้เกิดการตลาดที่เรียกว่า One size fits all ซึ่งเป็นเซตเสื้อผ้าคู่สำหรับแม่ลูก ทั้งในแบรนด์สินค้าแบบลักซ์ชัวร์และตลาดเฉพาะกลุ่ม (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ 2563)

## วิธีการวิจัย

การวิจัยส่วนนี้ต้องการทราบข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้เลือกรูปแบบของการทำแบบสอบถามสำหรับการรวบรวมข้อมูลในส่วนของลักษณะการทำงาน บรรยากาศรอบตัวในการใช้ชีวิต วิธีคิด และความคิดเห็นในเรื่องรูปแบบการเสฟสื่อในปัจจุบัน ความเห็นเรื่องของสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล ความสนใจพิเศษของกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อที่ต้องการสื่อสำหรับงานดีไซน์ในหัวข้อวิจัยนี้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เป็นบทสรุปความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 34 ภาพกระบวนการวิจัยกลุ่มเป้าหมาย

### 3.2.1 เกณฑ์การเลือกผู้ทำแบบสอบถามและการสร้างแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย

#### 3.2.1.1 เกณฑ์ในการเลือกผู้ทำแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพนักออกแบบกราฟิก เนื่องจากหัวข้อในการวิจัยชิ้นนี้มีเนื้อหาที่ค่อนข้างเฉพาะเจาะจงไปยังกลุ่มคนที่ทำงานด้านการออกแบบ นอกจากวรรณกรรมที่อ้างอิงแล้วผู้วิจัยความว่าจะการทำ Focus Group พูดคุบสอบถามข้อมูล Insight รวมไปถึงการทำแบบสอบถามเพื่อให้ได้รูปข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับนำไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบรูปแบบสื่อและสอบถามความคิดเห็นในเรื่องของสื่อที่ต้องการสื่อที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ขึ้นมาอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

### 3.2.1.2 เกณฑ์การสร้างแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย

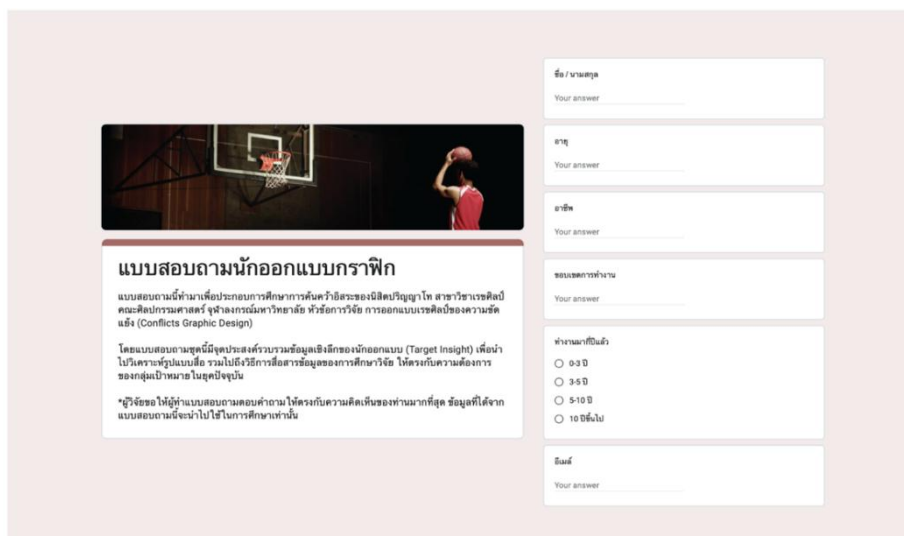
จุดประสงค์ของแบบสอบถามชุดนี้ เพื่อต้องการทราบรายละเอียดเชิงลึกกลุ่มนักออกแบบกราฟิก คำถามที่ตั้งขึ้นจะมีรูปแบบอิสระ ผู้วิจัยต้องการให้ได้คำตอบแบบกว้างเพื่อให้เห็นภาพโดยรวม ลักษณะพฤติกรรม และความสนใจของนักออกแบบกราฟิกในปัจจุบัน นอกเหนือจากนี้จะเป็นส่วนคำถามที่เกี่ยวข้องกับสื่อสำหรับเผยแพร่งานวิจัย ที่ผู้วิจัยมีข้อสงสัยที่ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ยังมีความสำคัญต่องานออกแบบกราฟิกหรือไม่ในยุคปัจจุบัน รวมไปถึง Key message สำหรับการออกแบบสื่อเพื่อให้ตรงกับความต้องการกลุ่มเป้าหมาย

### 3.2.3 แบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย

ในการทำวิจัยผู้วิจัยได้พูดคุยปรึกษากับกลุ่มเป้าหมายเพื่อต้องการทราบความต้องการและความเห็นต่าง ๆ จนสามารถตั้งคำถามและสร้างเครื่องมือแบบสอบถามออนไลน์ทาง Google Form โดยแบบสอบถามแบ่งเป็นส่วน 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการยืนยันข้อมูลของผู้ทำแบบสอบถามให้ตรงกับเกณฑ์ที่ผู้วิจัยตั้งไว้ มีคำถามดังต่อไปนี้

1. ชื่อ นามสกุล
2. อายุ
3. อาชีพ
4. ขอบเขตการทำงาน
5. ประสบการณ์ทำงาน
6. อีเมลล์



**แบบสอบถามนักออกแบบกราฟิก**

แบบสอบถามนี้จัดทำเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระของนิสิตปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หัวข้อการวิจัย การออกแบบเรขาคณิตของฉนวนชนิดแข็ง (Conflicts Graphic Design)

โดยแบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักออกแบบ (Target Insight) เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น รวมถึงวิธีการสื่อสารข้อมูลของการศึกษาวิจัย ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในชุดปัจจุบัน

\*ผู้วิจัยขอให้ผู้ทำแบบสอบถามตอบคำถามให้ตรงกับความคิดเห็นของหน่วยงานที่สุด ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้ในการศึกษาเท่านั้น

ชื่อ / นามสกุล  
Your answer

อายุ  
Your answer

อาชีพ  
Your answer

ชื่อสถานที่ทำงาน  
Your answer

ทำงานมากี่ปีแล้ว  
 0-3 ปี  
 3-5 ปี  
 5-10 ปี  
 10 ปีขึ้นไป

อีเมล  
Your answer

ภาพที่ 35 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 1

ส่วนที่ 2 ชุดคำถามที่สอบถามกลุ่มเป้าหมาย ที่ต้องการทราบถึงบริบทการใช้ชีวิตแล้ววิถีคิดของนักออกแบบกราฟิก ผู้วิจัยได้ตั้งคำถาม 10 ข้อมีคำถามดังนี้

1. กิจกรรมยามว่างหรืองานอดิเรกที่ชอบทำคืออะไร
2. ปัญญาการใช้ชีวิต หรือ คำพูดที่พูดบ่อยๆ คืออะไร
3. บุคคลที่คุณชื่นชมหรือติดตาม คือใคร
4. ความสนใจอื่นๆที่คุณอินมามากๆคือเรื่องอะไร
5. เว็บไซต์หรือเพจที่คุณชอบและมักเข้าไปอัปเดตบ่อยๆคือที่ไหน
6. สถานที่ที่ชอบไปหรืออยากไปคือที่ไหน
7. งาน Event ที่ประทับใจที่สุดของคุณคืองานอะไร
8. ของที่ระลึกที่คุณมักจะซื้อกลับหลังจากจบงาน Event ที่คุณไปคืออะไร หรือของที่ให้คุณเสียเงินซื้อง่ายที่สุดคืออะไร
9. อยากทราบความคิดเห็นส่วนตัวที่มีกับคำว่า "Print is Dead" หรือ "สื่อสิ่งพิมพ์ตายแล้ว" มีความคิดเห็นอย่างไร
10. สื่อสิ่งพิมพ์ที่ซื้อล่าสุดคือสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทใด

ความเข้าใจของนักออกแบบ	
10 คำถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกของนักออกแบบ (Target Insight)	6. สถานที่ที่ชอบไปหรืออยากไปคือที่ไหน Your answer _____
1. กิจกรรมงานวางหรืองานอดิเรกที่ชอบทำคืออะไร Your answer _____	7. งาน Event ที่ประทับใจที่สุดของคุณคืออะไร Your answer _____
2. ปรัชญาการใช้ชีวิต หรือ คำพูดที่ชื่นชอบคืออะไร Your answer _____	8. ขณะที่ยังที่ คุณมักจะนึกถึงหลังจากจบงาน Event ที่คุณไปคืออะไร หรืออะไรที่คุณเสียใจมากที่สุดคืออะไร Your answer _____
3. บุคคลที่คุณชื่นชอบหรือติดตาม คือใคร Your answer _____	9. อยากทราบความคิดเห็นส่วนตัวที่มีกับคำว่า "Print is Dead" หรือ "สิ่งพิมพ์ที่ตายแล้ว" มีความคิดเห็นอย่างไร Your answer _____
4. ความสนใจใหม่ๆที่คุณเฝ้ามองคืออะไร Your answer _____	10. สิ่งพิมพ์ที่ชื่นชอบที่สุดคือสิ่งพิมพ์ประเภทใด Your answer _____
5. เว็บไซต์หรือเพจที่คุณชอบและมักเข้าไปอัปเดตบ่อยๆคือที่ไหน Your answer _____	

ภาพที่ 36 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 2

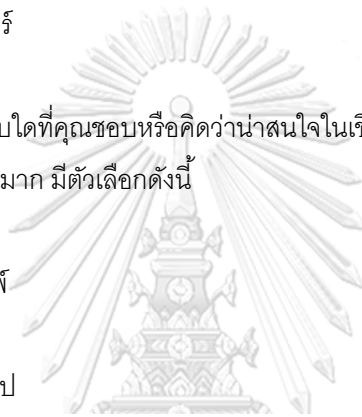
ส่วนที่ 3 ผู้วิจัยต้องการทราบความสำคัญและความต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ของนักออกแบบในปัจจุบัน เนื่องจากในปัจจุบันสื่อ Digital สามารถเข้าถึงประชากรได้ง่ายและรวดเร็วกว่ามาก สื่อรูปแบบ Print ทั้งด้านต้นทุนและด้วยรูปแบบที่สามารถกระจายข้อมูลได้ง่ายกว่า เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์รูปแบบสื่อที่เหมาะสมกับความต้องการกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงเป็นข้อมูลอ้างอิงในการออกแบบของผู้วิจัย มี 3 ข้อดังนี้

1. ถ้าให้เลือกระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์ (Print) กับ สื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบดิจิทัล (Digital) คุณให้ความสำคัญกับสื่อแบบไหนมากกว่ากัน เพราะเหตุใด
2. “เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์หมวดไหนที่คุณสนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)” คำตอบที่ให้กลุ่มเป้าหมายเลือกนั้นอ้างอิงจากหมวดหนังสือจากร้านหนังสือชั้นนำ (Website Kinokuniya) ดังนี้
  - การจัดการและบริหาร
  - เด็กและเยาวชน
  - โบราณวัตถุและของสะสม
  - การ์ตูน
  - คอมพิวเตอร์
  - อาหารและเครื่องดื่ม
  - ครอบครัวและความสัมพันธ์
  - ประวัติศาสตร์และการเมือง
  - สุขภาพ
  - ภาษาและภาษาศาสตร์

- วรรณกรรม
- ศิลปะ การออกแบบและสารบันเทิง
- ปรัชญาและศาสนา
- ลึกลับและโหราศาสตร์
- ฟิชและสัตว์
- จิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง
- หนังสืออ้างอิงและพจนานุกรม
- วิทยาศาสตร์
- กีฬา
- สังคมศาสตร์
- ท่องเที่ยว

3. “รูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์แบบใดที่คุณชอบหรือคิดว่าน่าสนใจในเชิงการออกแบบสำหรับคุณ” ตอบคำถามแบบให้คะแนน น้อยไปมาก มีตัวเลือกดังนี้

- หนังสือ
- หนังสือพิมพ์
- นิตยสาร
- สิ่งพิมพ์ทั่วไป



**สื่อสิ่งพิมพ์**

คุณได้เลือกประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ที่สนใจมากที่สุดแล้วใช่ไหม? (โปรดคลิกเลือกประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ที่คุณสนใจมากที่สุด)

Your answer

2. เลือกขอชมสื่อสิ่งพิมพ์ที่คุณชอบหรือคิดว่าน่าสนใจในเชิงการออกแบบ (โปรดคลิกเลือกประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ที่คุณชอบหรือคิดว่าน่าสนใจ)

- นิตยสารแฟชั่น
- นิตยสารสุขภาพ
- นิตยสารท่องเที่ยว
- นิตยสารกีฬา
- นิตยสารบันเทิงคดี
- นิตยสารความรู้
- นิตยสารวิทยาศาสตร์
- นิตยสารสุขภาพ
- นิตยสารท่องเที่ยว
- นิตยสารกีฬา
- นิตยสารบันเทิงคดี
- นิตยสารความรู้
- นิตยสารวิทยาศาสตร์
- นิตยสารสุขภาพ
- นิตยสารท่องเที่ยว
- นิตยสารกีฬา
- นิตยสารบันเทิงคดี
- นิตยสารความรู้
- นิตยสารวิทยาศาสตร์

3. รูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์แบบใดที่คุณชอบหรือคิดว่าน่าสนใจในเชิงการออกแบบสำหรับคุณ \*

Book  
(นิตยสาร)

Magazine  
(นิตยสาร)

Magazine  
(นิตยสาร)

Magazine  
(นิตยสาร)

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
หนังสือ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
หนังสือพิมพ์	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
นิตยสาร	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สิ่งพิมพ์ทั่วไป	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ภาพที่ 37 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 3

ส่วนที่ 4 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ Key Message และความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการออกแบบสื่อของการวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง (Conflicts Graphic Design) โดยผู้วิจัยได้ใช้หลักการ Brain Storm ในการสร้าง Key Message รวมไปถึงการคัดเลือกคำที่น่าสนใจจากการทบทวน

วรรณกรรมแนวคิดความขัดแย้ง พฤติกรรมของมนุษย์ และแนวทางการออกแบบปี 2021 ของ TCDC มีคำต่อไปนี้

Brain Storm		
ความขัดแย้งที่คาดการณ์ไม่ได้ (Humans)	Pre-Post	Human VS conflicts
ความขัดแย้งที่ไม่สิ้นสุด	From Start to Stop	Conflicts graphic 101
ความขัดแย้งภายในสู่ภายใน	อารมณ์แบบ...มีเหตุผล	What if...
น้อยแต่ขัดแย้ง	รู้เหมือนไม่รู้	Theme no theme
Positive in Negative	Ok, Clients Ok, Designer	Conflict in reality and unreal
Very conflict	Balance imbalance	Everytime went your sleep
Contrast is not Conflicts	Polyconflict	ร้อนลุ่มในทรวงอก
ความขัดแย้งที่ไม่ขัดแย้ง	Variety of conflict	Conflicts perfect tense ภาษาของความขัดแย้ง
Half Half	ทักษะของความขัดแย้ง	Conflict in many way of life
Everywhere has Conflicts	Inside Outside conflict	คำตอบของความขัดแย้ง
Nowhere Everywhere	Normal abnormal	DO / DON'T
Simply Conflicts คอนฟликтในชีวิตประจำวัน	Sound of conflicts	Visible invisible

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์สาระที่ต้องการสื่อสารผ่านงาน Brain Storm

ตารางคำที่ถูกคัดเลือกจากวรรณกรรม

ข้อมูล	ประเด็น	คำสำคัญ
พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้คำอธิบาย “ขัดแย้ง” ว่า “ขัด” หมายถึงไม่ทำตาม ฝ่าฝืน ขึ้นไว้ ส่วน “แย้ง” หมายถึง ไม่ตรงกัน ไม่ลงรอยกัน ต้านไว้ ทานไว้ รวมความแล้ว ความขัดแย้งหมายถึง “สภาพความไม่ลงรอยกัน คือไม่ยอมทำตามและยังมีความต้านทานไว้”	“สภาพความไม่ลงรอยกัน คือไม่ยอมทำตามและยังมีความต้านทานไว้”	ไม่ยอมทำตาม ความต้านทาน
เว็บสเตอร์ (Webster) กล่าวว่า คำว่า “ความขัดแย้ง” (Conflict) มาจากราก	“การต่อสู้” (fight) หมายถึง “การทำสงคราม” “ความไม่ลงรอยกัน”	การต่อสู้ การทำสงคราม

<p>ศัพท์ ภาษาลาติน คือ “Configure” ซึ่งแปลว่า “การต่อสู้” (fight) หมายถึง “การทำสงคราม” “ความไม่ลงรอยกัน” หรือ “การเข้ากันไม่ได้” “การคัดค้านซึ่งกันและกัน” หรือ “ฝ่ายตรงข้าม” (อรุณ รักธรรม, 2523 : 86)</p>	<p>หรือ “การเข้ากันไม่ได้” “การคัดค้านซึ่งกันและกัน” หรือ “ฝ่ายตรงข้าม”</p>	<p>ความไม่ลงรอยกัน การเข้ากันไม่ได้ การคัดค้านซึ่งกันและกัน ฝ่ายตรงข้าม</p>
<p>นักสังคมวิทยาและนักมานุษยวิทยาเห็นว่า “ความขัดแย้งเป็นผลผลิตของสิ่งแวดล้อมในทางสังคม (Social environments)” ส่วนนักเศรษฐศาสตร์เห็นว่า “ความขัดแย้งเป็นการศึกษาและการวิเคราะห์ถึงระหว่างผู้แสดงในรายการบางรายการที่หายากและมีคุณค่า (ทางวัตถุ) ส่วนนักรัฐศาสตร์เห็นว่า “...เป็น สัมพันธภาพระหว่างอำนาจ อิทธิพล และอำนาจหน้าที่ เป็นพฤติกรรมทางสังคม มองที่การแบ่งอำนาจทางสังคม เกี่ยวกับอำนาจ กระบวนการตัดสินใจระหว่างสถาบันต่างๆ การเมืองระหว่างเอกชน กลุ่ม และชาติ และสัมพันธภาพเช่นนั้น ทำให้เกิดความขัดแย้งขึ้นระหว่างบุคคล (ระหว่างผู้ตัดสินใจด้วยกัน) สังคม (รัฐบาลระดับต่างๆ) ระบบ” (อรุณ รักธรรม, 2526 : 4 อ้างจาก Albert F. Eldridge, 1979 : 4-5)</p>	<p>“ความขัดแย้งเป็นผลผลิตของสิ่งแวดล้อมในทางสังคม (Social environments)” “...เป็น สัมพันธภาพระหว่างอำนาจ อิทธิพล และอำนาจหน้าที่ เป็นพฤติกรรมทางสังคม มองที่การแบ่งอำนาจทางสังคม เกี่ยวกับอำนาจ กระบวนการตัดสินใจระหว่างสถาบันต่างๆ การเมืองระหว่างเอกชน กลุ่ม และชาติ และสัมพันธภาพเช่นนั้น ทำให้เกิดความขัดแย้งขึ้นระหว่างบุคคล (ระหว่างผู้ตัดสินใจด้วยกัน) สังคม (รัฐบาลระดับต่างๆ) ระบบ”</p>	<p>ผลผลิต สัมพันธภาพ</p>
<p>พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา (2542 : 141) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความขัดแย้ง (conflict) คือ สภาพของความไม่ราบรื่นที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล หรือระหว่างกลุ่ม เนื่องจากมีความต้องการ หรือผลประโยชน์ขัดแย้งกันและไม่สามารถตัดสินใจ หรือหาข้อตกลงร่วมกันได้โดยวิ และคณะได้ให้ความหมายไว้ว่า ความ</p>	<p>ความขัดแย้ง (conflict) คือ สิ่งที่มีความเห็นไม่ตรงกัน (disagreement) ซึ่งเป็นผลมาจาก ความแตกต่างกันระหว่างบุคคลแต่ละคนมากกว่า 2 คน ขึ้นไป หรือกลุ่มตั้งแต่ 2 กลุ่ม ขึ้นไป</p>	<p>ความเห็นไม่ตรงกัน (disagreement) ความแตกต่างกัน</p>



<p>ขัดแย้ง (conflict) คือ สิ่งที่มีความเห็นไม่ตรงกัน (disagreement) ซึ่งเป็นผลมาจาก ความแตกต่างกันระหว่างบุคคลแต่ละคนมากกว่า 2 คนขึ้นไป หรือกลุ่มตั้งแต่ 2 กลุ่ม ขึ้นไป (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2542 : 475 อ้างจาก Bovee and others, 1993 : 521)</p>		
<p>แนวคิดของ คาร์ล มากซ์ (Karl Marx) คาร์ล มากซ์ เชื่อว่าความขัดแย้งและการเปลี่ยนแปลงเป็นของคู่กัน เป็นกฎพื้นฐานของชีวิต เป็นสภาพปกติของสังคม โดยความขัดแย้งเริ่มที่เศรษฐกิจซึ่งหลีกเลี่ยงได้ยาก แล้วจะนำไปสู่ความขัดแย้งทางสังคม และเชื่อในการใช้ความขัดแย้งเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนสังคม การวิเคราะห์ของคาร์ล มากซ์ใช้ความขัดแย้งเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สังคม โดยอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาความขัดแย้งทางเศรษฐกิจ ทฤษฎีความขัดแย้งของคาร์ล มากซ์ได้อธิบายว่าสังคมเป็นอย่างไร และมีแนวทางในการเปลี่ยนสังคมอย่างไร (พรนพ พุกกะพันธ์, 2542 :157-158 )</p>	<p>ความขัดแย้งและการเปลี่ยนแปลงเป็นของคู่กัน เป็นกฎพื้นฐานของชีวิต เป็นสภาพปกติของสังคม</p>	<p>กฎพื้นฐานของชีวิต สภาพปกติของสังคม</p>
<p>นิวแมน และบรูล (Pneuman and Bruehl 1982) นิวแมน และบรูล แบ่งสาเหตุความขัดแย้งเป็น 3 กลุ่มคือ</p> <p>1.2 แบบฉบับ (style) ที่แตกต่างกันซึ่งสามารถจำแนกได้คือ แบบฉบับทางจิตวิทยา (psychological style) เช่นวิถีคิด ความรู้สึก ประสาทสัมผัส แบบฉบับทางอารมณ์ (emotional style) แบบฉบับทางการเจรจา (negotiation style) แบบฉบับทางภาวะผู้นำ (leadership style)</p>	<p>แบบฉบับ (style) ที่แตกต่างกันซึ่งสามารถจำแนกได้คือ แบบฉบับทางจิตวิทยา (psychological style) เช่นวิถีคิด ความรู้สึก ประสาทสัมผัส แบบฉบับทางอารมณ์ (emotional style) แบบฉบับทางการเจรจา (negotiation style) แบบฉบับทางภาวะผู้นำ (leadership style)</p>	<p>แบบฉบับ (style) การรับรู้ที่บิดเบือน</p>

<p>style)</p> <p>1.3 การรับรู้ที่บิดเบือน และการตีความหมายของการรับรู้ที่แตกต่างกัน</p>		
<p>ความเชื่อพื้นฐานเกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์ตามแนวคิดของกลุ่มจิตวิทยาเกสตอล เช่น Frederick Solomon Perls ซึ่งเป็นนักจิตวิทยา “กลุ่มจิตวิทยาเกสตอล” อธิบายว่า ความเชื่อพื้นฐานเกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์มี 8 ประการคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มนุษย์ เป็นส่วนเติมที่ประกอบขึ้นด้วยส่วนต่างๆ ที่ทำงานประสานกัน คือ ร่างกายความคิดความรู้สึกการรับรู้ซึ่งส่วนต่างๆ เหล่านี้จะเข้าใจในแต่ละส่วนเฉพาะไม่ได้ ตั้งเข้าใจในลักษณะของเต็มส่วนทั้งตัวบุคคล</li> <li>2. มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมจะเข้าใจบุคคลได้โดยปราศจากการเข้าใจสภาพแวดล้อมของเขาไม่ได้</li> <li>3. มนุษย์เป็นผู้เลือกว่าเขาจะตอบสนองกับสิ่งเร้าภายนอกและสิ่งเร้าภายในตัวเขาอย่างไร มนุษย์เป็นผู้แสดงพฤติกรรม</li> <li>4. มนุษย์มีศักยภาพที่จะรับรู้ สัมผัสในตัวเองได้เกี่ยวกับความคิดความรู้สึกและอารมณ์ของตัวเอง</li> <li>5. มนุษย์สามารถตัดสินใจได้เพราะเขาเกิดการรับรู้</li> <li>6. มนุษย์สามารถรับผิดชอบต่อชีวิตของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>7. มนุษย์ไม่สามารถนำตนเองกลับไปสู่อดีตหรืออนาคตได้ เขาสามารถรับรู้เหตุการณ์ต่างๆ ได้ในสภาวะปัจจุบันเท่านั้น</li> </ol>	<p>ทำงานประสานกัน คือ ร่างกายความคิดความรู้สึกการรับรู้ซึ่งส่วนต่างๆ เหล่านี้จะเข้าใจในแต่ละส่วนเฉพาะไม่ได้ ตั้งเข้าใจในลักษณะของเต็มส่วนทั้งตัวบุคคล</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมจะเข้าใจบุคคลได้โดยปราศจากการเข้าใจสภาพแวดล้อมของเขาไม่ได้</li> <li>3. มนุษย์เป็นผู้เลือกว่าเขาจะตอบสนองกับสิ่งเร้าภายนอกและสิ่งเร้าภายในตัวเขาอย่างไร</li> <li>4. มนุษย์เป็นผู้แสดงพฤติกรรมสัมผัสในตัวเองได้เกี่ยวกับความคิดความรู้สึกและอารมณ์ของตัวเอง</li> <li>5. มนุษย์สามารถตัดสินใจได้เพราะเขาเกิดการรับรู้</li> <li>6. มนุษย์สามารถรับผิดชอบต่อชีวิตของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>7. มนุษย์ไม่สามารถนำตนเองกลับไปสู่อดีตหรืออนาคตได้ เขาสามารถรับรู้เหตุการณ์ต่างๆ ได้ในสภาวะปัจจุบันเท่านั้น</li> </ol>	<p>การประสานกัน</p> <p>สภาพแวดล้อม</p> <p>ตอบสนองกับสิ่งเร้า</p> <p>ภายนอกและสิ่งเร้าภายใน</p>

<p>แนวคิดเรื่องธรรมชาติของมนุษย์ แนวคิดในเรื่องธรรมชาติของมนุษย์ ผู้เขียนขอสรุปแนวคิดเรื่องธรรมชาติของมนุษย์ไว้ดังนี้ คือ</p> <p>2. มนุษย์มีความแตกต่างกันแตกต่างในเรื่องพันธุกรรม ในเรื่องสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันในเรื่องการอบรมเลี้ยงดู รวมไปถึงวัฒนธรรมที่ตนเองอยู่ เราไม่เหมือนคนอื่นและคนอื่นก็ไม่เหมือนกับเรา เราก็ มีความรู้ความสามารถ ความถนัดอย่างหนึ่ง คนอื่นก็มีความรู้ความสามารถอีกอย่างหนึ่ง ต่างคนต่างมีความรู้ความสามารถที่ต่างกันจะทำให้เขาเหมือนเรา และจะให้เราเหมือนเขาคงเป็นไปได้หรือไม่ หรือในเรื่องเพศต่างกันการกระทำ ความ คิด ความสนใจ เจตคติก็แตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อรู้ว่ามนุษย์มีความแตกต่างกัน เราก็ยอมรับธรรมชาติของแต่ละคน ไม่เอาเขามาเปรียบกับเรา ไม่เอาตัวเราไปตั้ง เกณฑ์ประเมินค่าตามคนอื่น อยู่แบบเขาเป็นเขาและเราก็เป็นเรา เคารพและให้เกียรติซึ่งกันและกันชีวิตก็มีค่า ชีวิตก็มีความสุข</p>	<p>2. มนุษย์มีความแตกต่างกันแตกต่างในเรื่องพันธุกรรม ในเรื่องสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันในเรื่องการอบรมเลี้ยงดู รวมไปถึง วัฒนธรรมที่ตนเองอยู่</p>	<p>พันธุกรรม สิ่งแวดล้อมที่แตกต่าง วัฒนธรรมที่ตนเองอยู่</p>
---	--	---

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ Keymessage ที่ถูกคัดเลือกจากวรรณกรรม

วิเคราะห์กลุ่มคำที่มีความน่าสนใจจากทฤษฎีการให้คะแนนของอาจารย์อารยะ



CHULALONGKORN UNIVERSITY ภาพที่ 38 Key Message

โดยมีประโยค Key Message ต่อไปนี้

1. Ok, Clients Ok, Designer : การอยู่ร่วมกันระหว่างสิ่งสองสิ่งที่แตกต่างกัน อ้างอิงจากลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ความขัดแย้งระหว่าง Generation เช่น BabyBoomer กับ GenY มีการเรียกเป็นคำประชดกันอย่างคำว่า "Ok, Boomer" นำปรับใช้กับบริบทของนักออกแบบกับลูกค้า ที่บางบ่อยครั้งจะมีความขัดแย้งในระหว่างการทำงาน

2. Unpredictable Blend : การประสานของสิ่งตรงข้ามที่คาดการณ์ไม่ได้ จากพฤติกรรมของมนุษย์ที่ไม่สามารถคาดการณ์การกระทำได้อย่าง 100% เนื่องจากแต่ละบุคคลจะมีลักษณะโดดเด่นที่ต่างต่างกัน รวมกับความหมายของความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างกันของมนุษย์ คือการประสานรวมกันที่คาดการณ์ไม่ได้ว่าผลจะออกมาเป็นอย่างไร

3. **Distort Environment** : สิ่งแวดล้อมที่บิดเบือน การบิดเบือนความจริงคือจุดเริ่มต้นที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งจากการรับรู้ของมนุษย์รวมไปถึงสภาวะล้อมรอบที่มีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึกของมนุษย์ ความหมายของข้อนี้คือการสร้างสภาวะแวดล้อมที่ขัดแย้งในการดำรงชีวิตของมนุษย์

4. **Gorgeous Nightmare** : ผลกระทบจากการถูกทำร้ายจิตใจหรือร่างกาย ส่งผลต่อการนึกคิดของมนุษย์ สมองที่นึกคิดของมนุษย์ทำงานแม้ในเวลากลางคืน กลายเป็นฝันร้าย ร่วมกับหลักจิตทางจิตวิทยาในการดำเนินชีวิตให้มีความสุข 'สิ่งใดเกิดแล้ว สิ่งนั้นดีเสมอ' เป็นวิธีการแก้ไขปัญหาในการใช้ชีวิตอย่างหนึ่ง รวมเป็นคำขัดแย้งที่บรรยายกาศสร้างจากความฝัน

5. **Conditions of incompatibility** : สภาพของความเข้ากันไม่ได้ คือการ Capture ช่วงเวลาที่ยากลำบากของมนุษย์ในการรับมือความขัดแย้งในรูปแบบต่างๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น การสนทนาที่หาข้อตกลงไม่ได้ การเลือกซื้อไม่ถูกระหว่างสิ่งสองสิ่งความย้อนแย้งในการกระทำกับความคิดของมนุษย์

สรุปคำถามแบบสอบถามส่วนที่มีคำถามดังนี้

1. ให้คะแนน Key message ของสื่อการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง” ตอบคำถามแบบให้คะแนน น้อยไปมาก มีตัวเลือกดังนี้
  - Ok, Clients Ok, Designer
  - Unpredictable Blend
  - Distort Environment
  - Gorgeous Nightmare
  - Conditions of incompatibility
2. หากท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ การออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง สามารถเขียนเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้วิจัยนำไปพัฒนาโครงการวิจัยชิ้นนี้ต่อไป

**Key Message ของความขัดแย้ง**

สุดท้ายนี้ผู้ให้ข้อสอบตามความคิดเห็นเกี่ยวกับ Key Message ที่จะไม่ให้เป็น Concept สำหรับการออกแบบเป็นสื่องานวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง (Conflicts Graphic Design)

คำที่นำมาวางเป็นประ โสคติหรือสื่อจากข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารความขัดแย้งและนำมาใช้ในการออกแบบปี 2021 โดยมีความหมายเกี่ยวกับความขัดแย้งหรือคำที่เชื่อมโยงไปสู่ความขัดแย้ง รวมไปถึงผลที่เกิดจากความขัดแย้ง ดังนี้

1. Ok Clients Ok Designer : การอยู่ร่วมกันระหว่างสิ่งสองสิ่งที่แตกต่างกัน ย้ำถึงจากกันและกันหรือคนรู้จัก โลก ความขัดแย้งระหว่าง Generation เช่น Baby Boomer กับ Gen Y มีการเวียนเป็นคำประสมกันย่นย่อคำว่า "Ok, Boomer" นำมาใช้กับบริบทของนักออกแบบกับลูกค้า ที่บางบ่อยครั้งจะมีความขัดแย้ง ในระหว่างการทำงาน
2. Unpredictable Blend : การประสานของสิ่งตรงข้ามที่คาดการณ์ไม่ได้ จากพฤติกรรมของมนุษย์ที่ไม่สามารถคาดการณ์กระทำได้อย่าง 100% เนื่องจากแต่ละบุคคลจะมีลักษณะ โศกณัติแตกต่างกัน รวมกับความหมายของความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างกันของมนุษย์ คือการประสานร่วมกันคือการไม่ได้ว่าจะออกมาเป็นอย่างไร
3. Distort Environment : สิ่งแวดล้อมที่บิดเบือน การบิดเบือนความจริงคือจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดความขัดแย้งจากการรับรู้ของมนุษย์รวมถึงสภาวะแวดล้อมที่มีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึกของมนุษย์ ความหมายของข้อนี้คือการสร้างสภาวะแวดล้อมที่ขัดแย้ง ในการดำรงชีวิตของมนุษย์
4. Gorgeous Nightmare : ผลกระทบจากการถูกทำร้ายจิตใจหรือร่างกาย ส่งผลต่อการนึกคิดของมนุษย์ มองเห็นโลกคิดของมนุษย์ที่ทำงานในหลากหลายด้าน กลายเป็นฝันร้าย ร่วมกับทัศนคติทางจิตวิทยาในการดำเนินชีวิต ให้นึกถึงความ สิ่ง โศกณัติหรือ สิ่งน่ารังเกียจ เป็นวิธีการแก้ไขปัญหามาใช้หรือต่ออย่างไร รวมไปถึงคำขัดแย้งที่ปรากฏมาพร้อมกันจากความเป็น
5. Conditions of Incompatibility : สภาพของความเข้ากันไม่ได้ คือการ Capture ช่วงเวลาที่แยกต่างหากของมนุษย์ในการมีอยู่ความขัดแย้ง ในรูปแบบต่างๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น การขอเช่าที่พักซึ่งต้องการไม่ได้ การมีเชื้อเพลิงอยู่ระหว่างสิ่งสองสิ่ง ความขัดแย้งในการเข้าถึงกับความขัดแย้งของมนุษย์

**คุณคิดว่า Key message โด มีความเหมาะสมในการสื่อสารการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง \***

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
Ok, Clients Ok, Designer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unpredictable Blend	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Distort Environment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gorgeous Nightmare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conditions of incompatibility	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

หากท่านมีข้อเสนอแนะหรือข้อใดเกี่ยวกับ การออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง สามารถเขียนอธิบายเพิ่มเติมได้เลยครับ

Your answer \_\_\_\_\_

ภาพที่ 39 แบบสอบถามชุดที่ 2 ส่วนที่ 4

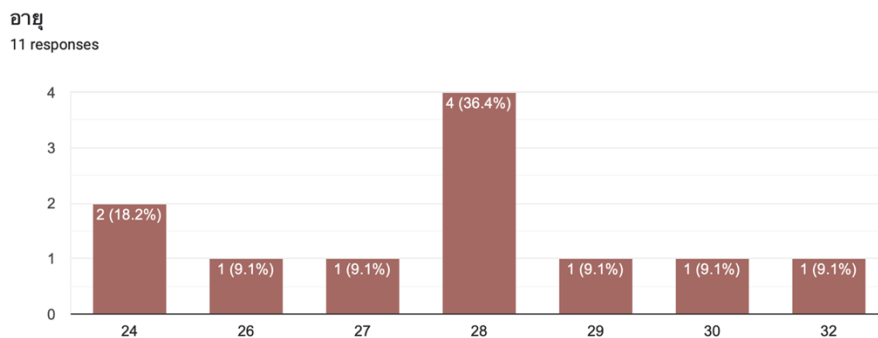
3.2.3 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่ 1 ที่ได้จากผู้ทำแบบสอบถามจำนวน 11 คนดังนี้

ชื่อ/นามสกุล

1. สุพิชญาย์ ปรางค์ชัยเวศน์
2. Koravan Munsup
3. Kritsaphong Noyraksa
4. กนกพร สัตยาไชย
5. Thitichaya Pattamadilok
6. ณัฐวุฒิ พัฒนศิริศักดิ์
7. พิมพ์นารา เรชะธีระโรจน์
8. Jane Lee
9. สถาปนา สกุลล้อย
10. กรวิชญ์ ขวัญอารีย์
11. ศุภวิชญ์ ถิตตยานุรักษ์





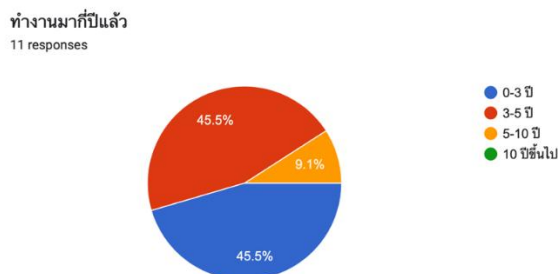
ภาพที่ 40 ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายส่วนที่ 1

ช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายมีอายุตั้งแต่ 24-32 ปีโดยสัดส่วนของผู้ทำแบบสอบถามชุดนี้อยู่ในช่วงอายุ 28 ปี จัดว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่น Millennials

อาชีพ / ขอบเขตการทำงาน : ผู้ทำแบบสอบถามทั้งหมดประกอบอาชีพเป็นนักออกแบบกราฟิก (Graphic Designer) โดยแต่ละคนมีขอบเขตที่ทำงานที่แตกต่างกันดังนี้

1. Art direction / Graphic Design / Illustrator / Soothing merchandise
2. Social media artwork
3. Marketing / Branding
4. Illustrator / Manga Artist
5. Online Ads Retouch / VDO motion
6. Graphic Design
7. Branding & Brand Experience
8. ออกแบบเพื่อการสื่อสาร และออกแบบเชิงพฤติกรรมผู้ใช้งาน
9. Branding / Type design

ประสบการณ์ทำงาน



ภาพที่ 41 ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายส่วนที่ 1

ผู้ทำแบบสอบถามเป็นนักออกแบบที่มีประสบการณ์ทำงานคิดเป็น 0-3ปี 45.5% , 3-5ปี 45.5%, และ 5-10ปี 9.1%

ส่วนที่ 2 ธรรมชาติของนักออกแบบ

10 คำถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกของนักออกแบบ (Target Insight)

คำถามข้อที่ 1 : กิจกรรมยามว่างหรืองานอดิเรกที่ชอบทำคืออะไร
วาดภาพประกอบ , เย็บผ้า , ร้อยกำไล , เล่นบาส
ออกไปเดิน วิ่ง ที่สวนสาธารณะ / อ่านหนังสือ / นั่งจดหลังจากที่นั่งจมกับความคิดตัวเอง 55
ช้อปปิ้ง, ทำอาหาร
ดูหนัง-ซีรีส์ / ฟังเพลง / เข้าแกเลอรี
ดูยูทูปช่องพวก ASMR ของกิน ดูแอสต์วี exotic / ดูเน็ตฟลิกซ์ / ฟังพอดแคสเกี่ยวกับปวศ. หรือพวกปวศ. ศิลปะ
ดูซีรีส์
ทำความสะอาด เก็บกวาด ค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมน่าสนใจ
อ่านหนังสือ , ดูยูทูป
ดูซีรีส์, วิ่ง, Fitness, ฟังเพลง, ออกไปท่องเที่ยว
ดูซีรีส์, ทวี, ละคร, เล่นเกม
เล่นเกม / ออกแบบฟอนต์

ตารางที่ 10 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 1

คำถามข้อที่ 2 : ปรัชญาการใช้ชีวิต หรือ คำพูดที่พูดบ่อยๆ คืออะไร
เก่งมากไอบีม
สงบเย็นเป็นประโยชน์ / รับรู้และลองพิจารณาว่ามันมีความจริงในนั้นแค่ไหน/ เป็นมิตรกะตัวเอง / ลองดูก่อน / ช่างมันเถอะ
ทุกอย่างมีเหตุผล
สิ่งใดเกิดขึ้นแล้ว สิ่งนั้นดีเสมอ
แรงบันดาลใจมีอยู่รอบตัว ความรู้หาได้ในทุกที่
เกิดมาเพื่อแก้ไข (อกุศลจิตต 12) ของตัวเอง
ทำและจัดการหน้าที่ของตัวเองให้ดีที่สุดในแต่ละวัน และหาข้อบกพร่องของตัวเองตลอดเวลาเพื่อนำไปปรับปรุง
ลุยเลย
ลองก่อน

ตารางที่ 11 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 2



คำถามข้อที่ 3 : บุคคลที่คุณชื่นชอบหรือติดตาม คือใคร
Joshua Noom
ชื่นชอบไปเยอะมาก พระเจ้า เฮาใหม่ ด้านจิตใจ > ชอบหลักคิดของพระพุทธเจ้านะ แต่คนที่เอามาย่อยให้แล้วตาลขอวิธีการก็คือ พระจิตร์ จิตตสัโระ / อาจารย์ประมวล เพ็งจันทร์ ด้านการทำงาน ไลฟ์สไตล์ใดๆ ดูจดาว วัฒนปกรณ์ / อาจารย์จุลพร นันทพนิช ด้านไอดอลทำงานคือชอบสุดก็ chalkboy ละไอดอลจัดๆก็ชอบพีตุน เขาน่ารักอะเป็นคนกลมกล่อมและตั้งใจสุขภาพ มุ่งมั่นไม่แคร์อะ ละช่วงนี้ชอบพี่รัฐ tattoo colour มาก ตั้งแต่รู้ว่าเขาแต่งเพลงของแทกทูมาทุกเพลงก็เลยเริ่มตามสัมภาษณ์คลิปใดๆ ก็เลยเจอว่าเขาชอบสอนให้ขยัน สำคัญกว่าพรสวรรค์ ชื่นชี่เกี่ยจ ช่วงนี้เลยได้เขาเป็นแรงบันดาลใจ ชอบฟังคลิปเขาพูดเรื่องดนตรีที่ไม่เข้าใจไรเลยจ้า 555
ไม่มี
Christopher Nolan
Farose
Ise
พระพุทธเจ้า ปรมัตถอนุดตรสัมมาสัมโพธิ
Jirayu koo, Jason Mraz
นักออกแบบ Wayfinding
พีโอง สัมปทา เจดีย์ - Type designer

ตารางที่ 12 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 3

คำถามข้อที่ 4 : ความสนใจอื่น ๆที่คุณอินมาก ๆคือเรื่องอะไร
ปลา ,feminist(อ่านๆ) , การเมือง ,เพลงร็อค(ไม่ลึก)
การเปิดใจรับฟังแบบไม่ตัดสิน การเงิน เทคนิคสื่อสารให้ตรงกับความรู้สึกแบบที่เห็นอกเห็นใจ (emphathic listening) / การกลับไปวิ่งได้ / การด
เสื่อผ้า
ท่องเที่ยว
ประวัติศาสตร์ / ประวัติศาสตร์ศิลปะ
ถ่ายภาพ landscape , motion ,film , colour balance
เรื่องพุทธศาสนา
การถ่ายภาพ
ร้องเพลง, Music, UI UX
ระบบขนส่งสาธารณะ
Motion Graphic / Game design

ตารางที่ 13 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 4

คำถามข้อที่ 5 : เว็บไซต์หรือเพจที่คุณชอบและมักเข้าไปอัปเดตบ่อยๆคือที่ไหน
Behance
Behance
Instagram
Instagram, Youtube, Sanook
Instagram, Behance
Pentagram, Pinterest, Behance, Facebook
Twitter
Facebook, Behance, Pinterest
Instragram
Pinterest, Instagram, Behance,
Pentagram, Youtube, กสศ, วิชาชีวิต

ตารางที่ 14 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 5

คำถามข้อที่ 6 : สถานที่ที่ชอบไปหรืออยากไปคือที่ไหน
Okinawa ที่ๆมี aquarium
ชอบไปสวนสาธารณะ (ชั้นรักสวนสาธารณะ) อยากไป บางคั้ง เบตง อุทัยธานี ถ้าไกลๆก็อยากไปดิสนีย์แลนด์สักที่นึง
ที่ไหนก็ได้คนเยอะๆ ,อยากไปญี่ปุ่น
Kyoto/ Amsterdam
ชอบไปชายทะเล (เฉพาะหาดทราย) /อยากไป เพทตรา จอร์แดน , เชียงนำ - โรม อิตาลี , อิตาลีตอนใต้ (ชอบทะเลทราย หน้าร้อน และอิตาลีค่ะ)
Iceland ล่าแสงเหนือ
Alaska Fairbanks
อยากไปเที่ยวตามคาเฟ่ หรือ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ
New Zealand ชอบและอยากไปอีก
ลอนดอน, สิงคโปร์, ออกแลนด์
อเมริกาใต้

ตารางที่ 15 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 6

<b>คำถามข้อที่ 7 : งาน Event ที่ประทับใจที่สุดของคุณคืองานอะไร</b>
Art Street เทคโนโลยีลาดกระบัง
ชอบงาน พื้นที่นี้ดีจัง แพร่งภูธร บางทีก็คือ สามแพร่ง facestreet งานมันไม่สมบูรณ์แบบนะ แต่ชอบความบ้านๆที่น่ารักดี / พวกดีไซน์วีคที่เชียงใหม่ ต่างๆ ก็ชอบนะ ชอบความตั้งใจ / Sacred mountain ค่ายที่เชียงดาวก็ชอบมาก
bring me the horizon live in bangkok
Bangkok Art Biennale
คอนเสิร์ต LANY
team lap tokyo น่าจะนับเป็น event ได้นะ ถ้าในไทยเหมือนจะมีที่ CTW แต่จำชื่อไม่ได้
Christmas market , นิทรรศการเกี่ยวกับการถ่ายรูป เช่น มีการจัดให้ถ่ายรูปกับไฟ, ดอกไม้ เป็นต้น
Smart Illumination Yokohama 2017
การออกแบบที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้งาน
Bits

ตารางที่ 16 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 7

<b>คำถามข้อที่ 8 : ของที่ระลึกที่คุณมักจะซื้อกลับบ้านหลังจากจบงาน Event ที่คุณไปคืออะไร หรือของที่ คุณเสียเงินซื้อง่ายที่สุดคืออะไร</b>
Postcard ,อาหาร ,ของที่ซื้อง่ายราคาไม่เกิน 100
Sticker ที่พิมพ์แบบกันน้ำ / กระเป๋าน้ำ / ที่ตรงใจ / แก้วน้ำ / หรือ ผ้าอเนกประสงค์ก็คิดว่าก๊อดไอดี
CD / Poster / T Shirt
Postcard / Magnet
ปกติไม่ค่อยซื้อซื้อ แต่ถ้าซื้อจะเป็นอะไรที่เล็กๆ อย่างพวกสติ๊กเกอร์
เสื้อยืด ถุงผ้า โปรการ์ด
ของกินที่เป็น Signature ของที่นั้นๆ
สติ๊กเกอร์ชุด / สติ๊กเกอร์ของ ศิลปินเดี่ยวๆ
ไม่ค่อยซื้อของที่ระลึกจากงาน
ของที่ดูแปลกใหม่ ของที่ไม่คิดว่าคนจะเอามาขาย

ตารางที่ 17 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 8

<b>คำถามข้อที่ 9 : อยากทราบความคิดเห็นส่วนตัวที่มีกับคำว่า "Print is Dead" หรือ "สื่อสิ่งพิมพ์ตายแล้ว" มีความคิดเห็นอย่างไร</b>
รู้สึกว่ายังไม่ตาย แต่งานส่วนใหญ่ที่ขอซื้อมักจะเป็นเพื่อสะสมซะมากกว่า ช่วงนี้ไม่ซื้อแมกกาซีน หนังสือแล้ว เพราะไม่มีที่เก็บ (มันแปลว่าตายรึยัง) Print นี้รวมพวก Sticker ด้วยหรือเปล่า เพราะขอซื้ออยู่บ่อยๆ (ตอบไม่ตรงคำถาม)
คิดว่าไม่ใช่ความจริงทั้งหมดในคำนี้ 1. อาจจะมีความจริงในเชิงข้อมูลของผู้บริโภคกับการรับสื่อที่เปลี่ยนไป อาจจะมีลดลง 2. พอมีคำว่าตาย ตาลว่ามันใจร้ายไปหน่อยอะ 3. ตาลเอง ส่วนตัวแล้วยังตื่นเต้น หลงรัก และคิดว่ามันจำเป็นอยู่เสมอ 4. คิดว่าน่าสนใจและเป็นเรื่องท้าทายมากกว่าว่าคนที่ยังทำงานด้านนี้จะอยู่กันไปอย่างไร ต่อกับโลกที่หมุนเร็วโคตรนี้ คนเสพก้เช่นกัน จะบริหารความชอบยังไงกับเศรษฐกิจแบบนี้ เชียร์
ก็เปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี อย่างเช่นข่าวที่เราสามารถ อัปเดต ได้ทางโซเชียลมีเดียต่างๆ
ไม่เห็นด้วยค่า คุณค่าของงานพิมพ์ที่ตายแน่นอน แต่กระแสการตลาดที่เปลี่ยนไป
คิดว่าเป็นคำที่ใช้ได้เฉพาะประเทศ เพราะถึงแม้โลกมันจะเปลี่ยนไปใช้อะไรต่างๆในระบบดิจิทัลเสียส่วนใหญ่แล้ว แต่ก็ยังมีประเทศที่ให้ความสำคัญกับการเก็บสิ่งพิมพ์เอาไว้เช่นกัน เช่น ญี่ปุ่น
ค่อนข้างเห็นด้วย เพราะทุกอย่างเริ่มย้ายมาสู่ออนไลน์มากขึ้น ในความเห็น tv ก็กำลังจะตายเช่นกัน
ก็ไม่ใช่ซะทีเดียว เพราะสิ่งพิมพ์สามารถใช้เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่จับต้องได้ในอนาคตได้
เพราะคนปัจจุบันนิยมใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น เป็นการดีที่ช่วยลดการตัดต้นไม้แต่โดยส่วนตัวชอบอ่านจากหนังสือมากกว่า
คิดว่าสิ่งพิมพ์ยังไม่ตายไปจากเรา เนื่องบริบทในการสื่อสารของสิ่งพิมพ์นั้น แตกต่างกับ Digital อยู่พอสมควร ในบางครั้งเราสื่อสารผ่าน สิ่งพิมพ์ อาจได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าก็เป็นได้ เพราะฉะนั้นในแง่ของการที่บอกว่า สิ่งพิมพ์จะตายจากไปคงไม่ใช่ยังคงมีอยู่ แต่เป็นการเลือกใช้ ปรับลด หรือเปลี่ยนแปลงไปให้เป็นไปตามความเหมาะสม ของเรื่องที่ต้องการจะสื่อสาร
คิดว่าจะไม่ตาย แต่จะเป็นเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการใช้งานที่ง่ายและสะดวกบนโลกออนไลน์ที่เข้าถึงง่าย
สิ่งพิมพ์ยังไม่ตาย เพียงแต่รูปแบบการนำเสนอแบบเดิมๆ ไม่สามารถดึงดูดผู้คนได้แบบดิจิทัล

ตารางที่ 18 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 9

<b>คำถามข้อที่ 10 : สื่อสิ่งพิมพ์ที่ซื้อล่าสุดคือสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทใด</b>
Magazine/ Pocket Book
Pocket Book
หนังสือ
หนังสือ / การ์ด
หนังสือ

หนังสือ
หนังสือ
หนังสือ
หนังสือกราฟิกต่างประเทศ
หนังสือนิยาย
หนังสือเกี่ยวกับการออกแบบฟอนต์

ตารางที่ 19 คำตอบจากคำถาม Target Insight กลุ่มเป้าหมาย ข้อที่ 10

### ส่วนที่ 3 สื่อสิ่งพิมพ์

<b>คำถามที่ 1 : ถ้าให้เลือกระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์ (Print) กับ สื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบดิจิทัล (Digital) คุณให้ความสำคัญกับสื่อแบบไหนมากกว่ากัน เพราะเหตุใด</b>
ชอบ Print ชอบที่จับต้องได้ ชอบสัมผัสเนื้อกระดาษ กลิ่น
ให้ความสำคัญก็คงเป็น print เพราะว่า ตาลทำงานเลยเข้าใจว่าความยากง่าย และความละเอียดมันต่างกับงาน ดิจิตอลนิดนึง (ดูจากตัวเองนะ) แต่ยอมรับว่า ทุกวันนี้ทำงาน ดิจิตอลเยอะกว่าใคร เพราะงานปรี้นแบบ ต้องใช้เวลาเยอะกับมันมากกว่า
ชอบสิ่งพิมพ์ เพราะ จับต้องได้
ถ้าคอนเซปน่าสนใจไม่ใช่ Manual ทั่วไป ก็อยากมีเก็บไว้ค่า
สิ่งพิมพ์ เพราะสิ่งพิมพ์เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยหลายๆสัมผัส (ตา จมูก หู ผิว อะไรพวกนี้) แล้วก็รู้สึกว่สิ่งพิมพ์มันมีความรู้สึกต่อจิตใจเวลาที่ได้จับต้องมากกว่าดิจิทัล จอดิจิทัลเองก็อาจจะแสดงผลสีเพี้ยน ทำให้มู้ดของรูปมันเปลี่ยนไป
อันนี้ตามความเข้าใจว่า สิ่งพิมพ์ ในยุค เก่ากับใหม่ใช่ไหม ถ้าให้เลือกชอบงานเก่ามากเพราะมันมีเสน่ห์มากกว่า ชอบการทำบล็อกพิมพ์ ลงพื้นผิวแต่ละอย่าง
Print จับต้องได้ ได้จับเนื้อกระดาษ
ในแง่ความสะดวกสบาย สื่อประเภทออนไลน์สะดวกมากกว่า แต่ยังคงชอบสื่อประเภทสิ่งพิมพ์มากกว่าแม้จะมีราคาที่สูงกว่า
คิดว่าให้ความสำคัญเท่าๆกัน อย่างที่บอกไปในข้อ 9 ว่า ทั้งสองถูกใช้งานในบริบทที่ต่างกัน แต่เมื่อพูดถึงในยุคที่หลายอย่างสื่อสารผ่านทาง Online หรือ Digital Platform ซึ่งสามารถสื่อสารสิ่งที่ต้องการได้ไวกว่า รวมถึงต้นทุนที่อาจจะถูกกว่า การเลือกใช้ Digital Platform จึงอาจจะเป็นวิธีหลักในการสื่อสารเพื่อให้เกิดความรวดเร็วและกระจายไปสู่คนจำนวนมากได้ดี แต่ทั้งนี้ สิ่งพิมพ์ที่เป็นงาน Print ก็ยังมีความสำคัญที่ส่งผลต่อเรื่องของการรู้สึก ไม่ว่าจะเป็นการสัมผัสหรือการมองเห็น ประเภทของกระดาษ หรือวิธีการพิมพ์ ทำให้คนที่เห็นมีความรู้สึกที่ต่างออกไปจากการดูผ่าน Digital Platform จึงเป็นอีกส่วนที่ช่วยให้การสื่อสารสิ่งที่ต้องการได้ดีขึ้น
ขึ้นอยู่กับบริบทของการใช้งาน คิดว่ามีแค่สิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจไม่ได้ แต่สามารถเน้นไปทางใดทางหนึ่งเฉพาะได้

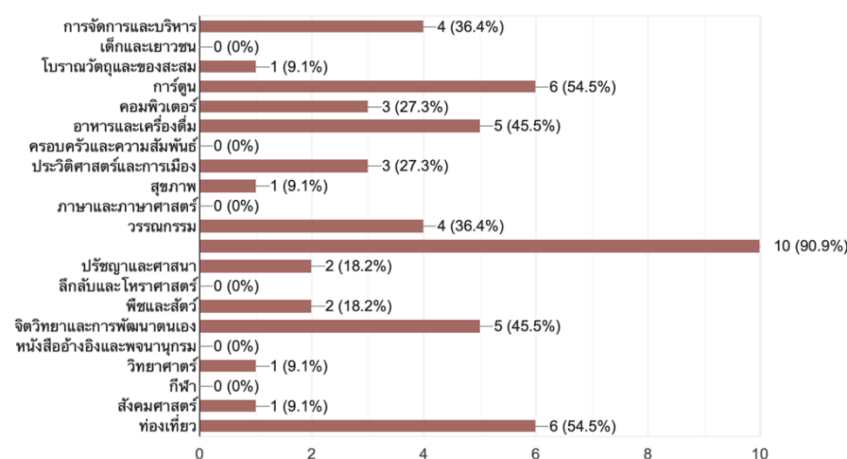
แต่ถ้าให้เลือกรจะเลือกดิจิทัล เนื่องจากโลกในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว เราไม่สามารถปรับเปลี่ยนของมูล  
บนสิ่งที่พิมพ์ออกไปแล้วได้ แต่เราอัปเดตข้อมูลในโลกดิจิทัลได้  
คิดว่าความสำคัญขึ้นอยู่กับผู้ที่ต้องการสื่อสารด้วยเป็นหลัก

ตารางที่ 20 คำตอบจากคำถามสื่อสิ่งพิมพ์

คำถามข้อที่ 2 : เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์หมวดไหนที่คุณสนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

2. เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์หมวดไหนที่คุณสนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

11 responses



ภาพที่ 42 ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายส่วนที่ 3

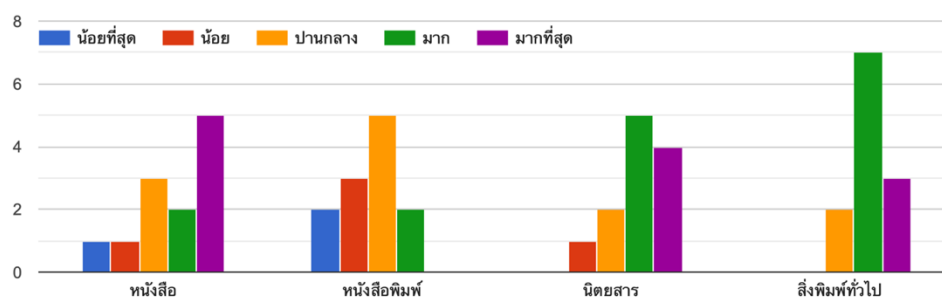
ความสนใจประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ของกลุ่มเป้าหมาย

1. การจัดการและบริหาร 36.4%
2. เด็กและเยาวชน 0%
3. โบราณวัตถุและของสะสม 9.1%
4. การ์ตูน 54.5%
5. คอมพิวเตอร์ 27.3%
6. อาหารและเครื่องดื่ม 45.5%
7. ครอบครัวและความสัมพันธ์ 0%
8. วรรณกรรม 36.4%
9. ศิลปะ การออกแบบ 90.9%
10. ปรัชญาและศาสนา 18.2%
11. ลึกลับและโหราศาสตร์ 0%

12. พี่ชและสัตว์	18.2%
13. จิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง	45.5%
14. หนังสืออ้างอิงและพจนานุกรม	0%
15. วิทยาศาสตร์	9.1%
16. กีฬา	0%
17. สังคมศาสตร์	9.1%
18. ท่องเที่ยว	54.5%

คำถามข้อที่ 3 : รูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์แบบใดที่ชอบหรือคิดว่าน่าสนใจในเชิงการออกแบบสำหรับคุณ

### 3.รูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์แบบใดที่ชอบหรือคิดว่าน่าสนใจในเชิงการออกแบบสำหรับคุณ



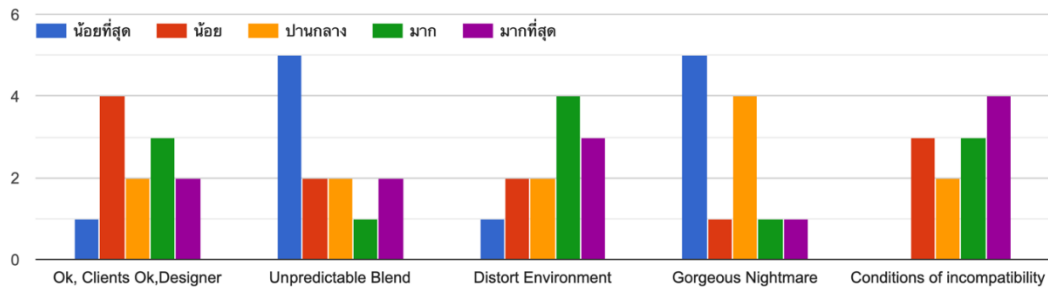
ภาพที่ 43 ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายส่วนที่ 3

สรุปคะแนนจากเกณฑ์ น้อยที่สุด 1 คะแนน, น้อย 2 คะแนน, ปานกลาง 3 คะแนน, มาก 4 คะแนน, มากที่สุด 5 คะแนน ได้ดังนี้

1. หนังสือ 45 คะแนน
2. หนังสือพิมพ์ 31 คะแนน
3. นิตยสาร 48 คะแนน
4. สิ่งพิมพ์ทั่วไป 49 คะแนน

### ส่วนที่ 4 Key Message

คำถามข้อที่ 1 : คุณคิดว่า Key message ใด มีความเหมาะสมในการสื่อสารการออกแบบเว็บไซต์ของความชัดเจน



ภาพที่ 44 ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายส่วนที่ 4

สรุปคะแนนจากเกณฑ์ น้อยที่สุด 1 คะแนน, น้อย 2 คะแนน, ปานกลาง 3 คะแนน, มาก 4 คะแนน, มากที่สุด 5 คะแนน ได้ดังนี้

5. Ok, Clients Ok, Designer	37	คะแนน
6. Unpredictable Blend	29	คะแนน
7. Distort Environment	42	คะแนน
8. Gorgeous Nightmare	28	คะแนน
9. Conditions of Incompatibility	44	คะแนน

คำถามข้อที่ 2 : หากท่านมีข้อเสนอแนะหรือไอเดีย เกี่ยวกับการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง สามารถเขียนอธิบายเพิ่มเติมได้เลยครับ

1. It's ok not to be ok
2. Gorgeous Nightmare ชอบอันนี้ เพราะรู้สึกว่ามันสบาย เข้าใจง่าย ขณะที่มันขัดแย้งในตัวมันเอง แล้วก็รู้สึกว่ามันเป็นสิ่งที่ทุกคนไม่ว่าจะวัยไหน เป็นใคร สภาพแวดล้อมเป็นยังไง กำลังทำอะไรอยู่ เกิดขึ้นได้ โดยมันไม่แบ่งแยกชนชั้นเลย รู้สึกว่ามันเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ไม่มีอัลกอริทึม หรือตัวเล็อกว่า เล็อกอะไรแล้วจะเกิดแบบไหน รวบรวมแล้วมันประมาณ(จากที่อ่านแล้วก็เข้าใจไปเองนะ) ทุกคนบนโลกนี้พบเจอสิ่งนี้ได้โดยไม่มีเงื่อนไข ทุกคนจะแก้มันได้ยังไง มันเลยฟังดูเป็นอะไรที่เบสิคแต่ทำทายดี
3. ตาลไม่ค่อยเข้าใจทั้งหมดของคำว่า การออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง อาจจะเพราะยังไม่รู้จักประสงคที่แท้ แต่ในความคิดตาลคือ ความขัดแย้งใดๆ น่าจะมาจาก 1. ชุดข้อมูลคนละอย่าง 2. ความเชื่อทั้งจากสภาพแวดล้อม ตัวตน และสภาวะปัจจุบัน 3. ความเห็นอกเห็นใจ หรือความอยากเข้าใจในอีกฝ่าย 4. empathy gap เอาใจช่วยคับที่บัณฑิตในเร็ววัน เม้าได้เสมอ น่าสนใจและยินดีช่วย ขอขอบคุณที่ส่งมาให้ช่วยทำ ทำให้ตาลได้ชวนตัวเองตอบคำถามแล้วเกิดการหาคำตอบในตัวเองเหมือนกันนะ สู้รววรวววน้องโกลดล



## สรุปวิเคราะห์ผล

### 3.3.1 สรุปลักษณะกายภาพและจิตภาพของกลุ่มเป้าหมาย

จากการพูดคุยกับกลุ่มเป้าหมายและทำแบบสอบถาม สรุปลักษณะกลุ่มเป้าหมายที่ประกอบอาชีพนักออกแบบกราฟิก ทั้งเพศชายและเพศหญิง ช่วงอายุตั้งแต่ 24-30 ปี โดยผู้ที่ทำแบบสอบถามมากที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 28 ปี เกิดในช่วงปี 1981-1996 ประสบการณ์ทำงาน 3-5 ปี จัดอยู่ในกลุ่ม Millennial Generation

Millennial Generation กลุ่มที่เสพติดการใช้โซเชียลมีเดียในชีวิตประจำวัน กิจกรรมที่ทำบ่อยๆคือ การดูซีรีส์ ดูภาพยนตร์ใน Netflix ฟังเพลง อ่านหนังสือ และเล่นเกมส์ นอกเหนือจากจะเป็นส่วนของการดูแลตัวเองอย่างการให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย ทำอาหาร การท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ร้านกาแฟสมัยใหม่ การถ่ายภาพ แกลเลอรี ไปงานอีเวนต์ต่างๆ เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน รวมไปถึงพัฒนาความสามารถของตนเช่น การวาดภาพประกอบ งานออกแบบที่ตนเองถนัด

สำหรับการทำงานกลุ่มเป้าหมายมักจะใช้สื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชันในการอัปเดตข้อมูลทางการออกแบบบ่อย ๆ เช่น Behance, Instagram, Youtube, Pinterest, Facebook, และ Twitter รวมไปถึงเว็บไซต์เฉพาะกลุ่มที่อัปเดตงานออกแบบเช่น Pentagram, Creative Review, It's nice that เป็นต้น

### 3.3.2 สรุปรูปแบบสื่อที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

สื่อหลักของการวิจัยในครั้งนี้คือสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือโดยรูปแบบที่เป็น Manual Book สำหรับการอธิบายเนื้อหาของกรวิจัยการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design) ที่มีความแตกต่างและน่าสนใจ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายให้ความคิดเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสิ่งเหมาะสม ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ว่าสื่อสิ่งพิมพ์เหมาะกับการเป็นของสำหรับเป็นกรณีศึกษา รวมไปถึงสื่อสำหรับการเผยแพร่ที่สะดวกกับการใช้งานในปัจจุบันจะเป็นสื่อประเภทดิจิทัล ได้แก่การเผยแพร่บนเว็บไซต์ Behance, Instagram, Pinterest, Facebook, Twitter ที่สามารถเผยแพร่สื่อ Manual Book รูปแบบ Digital ได้

### 3.3.3 สรุปสารที่ต้องการสื่อและบุคลิกภาพของงาน

ผลการลงคะแนนของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้เลือกข้อที่ได้สูงที่สุดมาเป็นสารที่ต้องการสื่อคือ Conditions of Incompatibility (สภาพของความเข้ากันไม่ได้) สามารถอธิบายความหมายได้ดังนี้

- Conditions ผู้วิจัยให้ความหมายคือ สภาพ ณ ช่วงเวลาที่ยากลำบาก ในการรับมือความขัดแย้งในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาที่แตกต่างกัน หรือรูปแบบที่เกิดขึ้น ในชีวิตของมนุษย์โดยที่แต่ละคนจะมีพฤติกรรมในการรับมือที่แตกต่างกัน
- Incompatibility คือความเข้ากันไม่ได้ของสิ่งสองสิ่ง ไม่ว่าจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรม

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์คำที่แสดงถึงบุคลิกภาพจากสารที่ต้องการสื่อได้ดังตารางนี้

คำสำคัญ	บุคลิก
ช่วงเวลาที่ยากลำบากของมนุษย์	Intense (เข้มข้น)
รูปแบบต่างๆ ในชีวิตของมนุษย์	Chaotic (วุ่นวาย ไม่เป็นระเบียบ)
สิ่งสองสิ่งที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรม	Complicated (ความซับซ้อน)

ตารางที่ 21 คำแสดงบุคลิกจากการวิเคราะห์



## บทที่ 4

### สรุป

#### อภิปรายผล

การวิจัยนี้เกี่ยวกับเรื่องความขัดแย้ง (Conflict) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์หาแนวทาง ในการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design) ที่เหมาะสม และหากกลยุทธ์ในการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ โดยในส่วนี้จะเป็นการสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design) เป็นหนังสือคู่มือที่เกิดจากการประยุกต์ใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้ง ลักษณะการวิจัยผู้วิจัยได้แบ่งกระบวนการการทำงานวิจัยออกเป็น 3 บท เพื่อนำไปสู่การหาโจทย์การออกแบบเรขศิลป์ โดยแต่ละบทมีรายละเอียดดังนี้

บทที่ 1 ผู้วิจัยเล่าถึงที่มาและความสำคัญ ปัญหาการนำวิจัย วัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย รวมไปถึงวิธีการตลอดทั้งทั้งการดำเนินการวิจัย โดยยึดหลักการและแนวคิดการบริหารความขัดแย้งเป็นสร้างตั้งต้น วิเคราะห์ร่วมกับหลักการออกแบบเรขศิลป์เพื่อหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อเป็นแนวทางเลือกใหม่ในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับนักออกแบบกราฟิกต่อไป

บทที่ 2 ในบทนี้ประกอบไปด้วย การรวบรวมข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยส่วนแรกได้แก่ นิยาม ความหมายของความขัดแย้ง หลักการบริหารความขัดแย้งที่อธิบายถึง 5 ลักษณะพฤติกรรมของมนุษย์ แนวคิดธรรมชาติของมนุษย์ ส่วนที่สองได้แก่ องค์ประกอบในการออกแบบ หลักการเรื่องสี (Color Scheme) โครงสร้างทางการออกแบบ 2 มิติ (Structure) และหลักการความแตกต่างทางการออกแบบ (Contrast) รวมไปถึงขั้นตอนการคัดกรองและคัดแยกลักษณะกลุ่มตัวอย่างงานออกแบบ 5 ลักษณะ โดยการทำสอบถามผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ และนำกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดกรองมาวิเคราะห์เป็นแนวทางการออกแบบของทั้ง 5 ลักษณะ

บทที่ 3 กลุ่มเป้าหมายเป็นการสอบถามทั้งด้านจิตภาพและกายภาพ คำถามเชิงลึก เพื่อหาสิ่งที่จะใช้ในงานออกแบบและลักษณะการเผยแพร่ข้อมูลการวิจัยที่จะมีประสิทธิภาพมากที่สุดต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการสอบถามถึงลักษณะการดำเนินชีวิตประจำวัน ความคิดเห็นต่อสื่อรูปแบบต่างๆที่มีผลต่อการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งยังสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ในยุคปัจจุบันที่เป็นสื่อหลักในการวิจัยในครั้งนี้กับสื่อดิจิทัลที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และถามถึงสารที่ต้องการสื่อสำหรับงานออกแบบงานวิจัยนี้ เพื่อให้ตรงกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่สุด เมื่อได้คำตอบจากกลุ่มเป้าหมายแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์เป็นบุคลิกของงานโดยวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามกลุ่มเป้าหมายและข้อมูลที่ผู้วิจัยศึกษาทั้งหมด

ผู้วิจัยได้รวบรวมเนื้อหาข้อมูลแรงบันดาลใจเกี่ยวกับโครงการออกแบบเรขศิลป์ของความขัดแย้งในสมุด Reflective Visual Journal (RVJ) ที่เป็นการรวบรวมแรงบันดาลใจจากสื่อต่างๆที่ผู้วิจัยในพบเจอทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล ในการค้นหา รูปแบบองค์ประกอบ รูปแบบและลักษณะสี ลักษณะโครงสร้างทางการออกแบบ

และรูปแบบความแตกต่างที่จะนำมารวมเป็นรูปแบบการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งซึ่งเป็นจุดประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ นอกเหนือจากกระบวนการวิจัยทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยได้สรุปเนื้อหาการวิจัยโดยมีรายละเอียดเนื้อหาในส่วนที่ 2 และ 3 ดังนี้

## แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design)

จากการศึกษาองค์ความรู้เรื่องความขัดแย้ง (Conflict) และการวิเคราะห์หรือร่วมกับหลักการทางการออกแบบเรขาคณิต นำมาสู่รูปแบบแนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง (Conflict Graphic Design) ผู้วิจัยได้เลือกหัวข้อที่มีแนวโน้มลักษณะการใช้งานองค์ประกอบที่มากที่สุดของแต่ละกลุ่มเป็นตัวแทนแนวทางการออกแบบ โดยมีองค์ประกอบและรูปแบบโครงสร้างทางการออกแบบที่แตกต่างแต่ละกลุ่ม ดังตารางต่อไปนี้

### 1. ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบเต่า

Elements	Color	Structure	Contrast
Typography 70%	Triadic 50%	Informal Structure 50%	Contrast of Shape 50%
Illustration 30%	Complementary 25%	Semi-Formal Structure 25%	Contrast of Size 25%
	Monochrome 25%	Formal Structure 50%	Contrast of Texture 25%

ตารางที่ 22 แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบเต่า

CHULALONGKORN UNIVERSITY

### 2. ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบตุ๊กตาดม

Element	Color	Structure	Contrast
Photography 36.36%	Analogous 27.27%	Formal Structure 45.45%	Contrast of Size 30.30%
Illustration 36.36%	Simultaneous contrast 27.27%	Semi-Formal Structure 30.30%	Contrast of Direction 21.21%
Typography 27.27%	Split-Complementary 12.12%	Informal Structure 24.24%	Contrast of Color 18.18%
	Complementary		Contrast of Space

	9.09%		9.09%
	Monochrome 9.09%		Contrast of Shape 9.09%
	Triadic 6.06%		Contrast of Gravity 6.06%
	Rectangular Tetradic 6.06%		Contrast of Texture 3.03%
			Contrast of Position 3.03%

ตารางที่ 23 แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบตุ๊กตาหมี

3. ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบสุนัขจิ้งจอก

Element	Color	Structure	Contrast
Photography 44%	Simultaneous contrast 28%	Semi-Formal Structure 40%	Contrast of Color 28%
Illustration 40%	Split-Complementary 16%	Informal Structure 32%	Contrast of Size 24%
Typography 16%	Analogous 16%	Formal Structure 28%	Contrast of Direction 16%
	Complementary 12%		Contrast of Texture 16%
	Triadic 12%		Contrast of Shape 12%
	Monochrome 8%		Contrast of Position 4%
	Rectangular Tetradic 8%		

ตารางที่ 24 แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบสุนัขจิ้งจอก

## 4. ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบนกฮูก

Element	Color	Structure	Contrast
Photography 38.46%	Split-Complementary 23.07%	Semi-Formal Structure 46.15%	Contrast of Direction 30.76%
Illustration 38.46%	Simultaneous contrast 23.07%	Informal Structure 38.46%	Contrast of Color 23.07%
Typography 23.07%	Analogous 15.38%	Formal Structure 15.38%	Contrast of Space 15.38%
	Complementary 15.38%		Contrast of Shape 15.38%
	Monochrome 15.38%		Contrast of Texture 7.69%
	Rectangular Tetradic 7.69%		Contrast of Size 7.69%

ตารางที่ 25 แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบนกฮูก

## 5. ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบฉลาม

Element	Color	Structure	Contrast
Photography 50%	Analogous 24.9%	Semi-Formal Structure 41.6%	Contrast of Shape 16.6%
Illustration 37.5%	Split-Complementary 24.9%	Informal Structure 41.6%	Contrast of Color 16.6%
Typography 12.5%	Simultaneous contrast 24.9%	Formal Structure 16.6%	Contrast of Direction 16.6%
	Rectangular Tetradic 8.3%		Contrast of Gravity 16.6%
	Complementary 8.3%		Contrast of Size 16.6%
	Triadic 8.3%		Contrast of Texture 8.3%

			Contrast of Position 8.3%
--	--	--	------------------------------

ตารางที่ 26 แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งแบบฉลาม

ตารางสรุปผลโดยรวมลักษณะแนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้งได้ดังนี้

	Element	Color	Structure	Contrast
Turtle	- Typography - Illustration	- Triadic - Complementary	- Informal - Semi Formal	- Contrast of Shape - Contrast of Size
Teddy Bear	- Illustration - Photography	- Analogous - Simultaneous contrast	- Formal - Semi Formal	- Contrast of Size - Contrast of Direction
Fox	- Photography - Illustration	- Simultaneous contrast - Split-Complementary	- Semi Formal - Informal	- Contrast of Color - Contrast of Size
Owl	- Photography - Illustration	- Split-Complementary - Simultaneous contrast	- Semi Formal - Informal	- Contrast of Direction - Contrast of Color
Shark	- Photography - Illustration	- Analogous - Split-Complementary - Simultaneous contrast	- Informal - Semi Formal	- Contrast of Shape - Contrast of Color - Contrast of Direction - Contrast of Gravity - Contrast of Size

ตารางที่ 27 แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง

จากตารางสรุปผลจะสังเกตได้ว่าแนวทางการออกแบบที่ผู้วิจัยวิเคราะห์มานั้น มีความหลากหลายสามารถนำไปปรับใช้ พลิกแพลงในการออกแบบเรขาคณิตได้ ในแนวทางการออกแบบนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์นั้นเป็นการวิเคราะห์ภาพรวมงานออกแบบเพื่อให้เห็นลักษณะการออกแบบที่แตกต่างอย่างชัดเจนเท่านั้น โดยผู้วิจัยคาดว่าหัวข้อเหล่านี้สามารถเลือกรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงลงไปได้อีก ทำให้การออกแบบมีแนวทางที่หลากหลายมากกว่าเดิม

## กลยุทธ์ที่นำมาประยุกต์ใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง

จากการที่ผู้วิจัยได้อภิปรายผลไปข้างต้น ทำให้ทราบถึงขั้นตอน ๆ ที่นำไปสู่คำตอบของวัตถุประสงค์วิจัย คือลักษณะแนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง กับรูปแบบสื่อที่ใช้เผยแพร่จากข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยสรุปเป็นโจทย์สำหรับการออกแบบ (Design Brief) โดยมีรายละเอียดดังนี้

Design Brief	
Background	ผู้วิจัยเล็งเห็นโอกาสความเป็นไปได้ที่จะศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความขัดแย้ง สำหรับเป็นแหล่งอ้างอิงในการสร้างแนวทางการออกแบบเรขาคณิต เพื่อสามารถนำไปปรับใช้ในงานออกแบบ อันจะก่อให้เกิดบุคลิกภาพใหม่ที่น่าสนใจ รวมไปถึงเพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ประกอบศิลป์หรือรูปแบบการจัดวางทางเรขาคณิตที่แตกต่างโดยอ้างอิงคุณลักษณะตามทฤษฎีความขัดแย้ง เพื่อให้ให้นักออกแบบกราฟิกมีทางเลือกใหม่ที่น่าสนใจสามารถนำไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างงานออกแบบที่เหมาะสมต่อไป
Target	ช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมาย ทุกเพศ มีอายุตั้งแต่ 24-32 ปี โดยสัดส่วนของผู้ทำแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 28 ปี จัดเป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่น Millennials ที่ประกอบอาชีพเป็นนักออกแบบกราฟิก (Graphic Designer) ออกแบบสื่อกับกลุ่มเป้าหมาย และมีประสบการณ์ทำงาน ตั้งแต่ 0-5 ปี มีพฤติกรรมเสพสื่อออนไลน์ ประเภทวีรีย Youtube อ่านหนังสือ สนใจออกกกำลังกาย การท่องเที่ยวธรรมชาติ และการไปร่วมงานศิลปะ ให้ความสำคัญกับสื่อสิ่งพิมพ์เป็นพิเศษเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมองว่าเป็นของที่มีคุณค่าทางใจ
Objectives	แนวทางการออกแบบเรขาคณิตของความขัดแย้ง ทั้ง 5 รูปแบบลักษณะ ตามแนวคิดพฤติกรรมกรการบริหารความขัดแย้ง ได้แก่ รูปแบบเต่า ตึกดาหมี สุนัขจิ้งจอก นกฮูก และฉลาม
What to Communicate	Conditions of Incompatibility
How to Communicate	- Intense (เข้มข้น) - Chaotic (วุ่นวาย ไม่เป็นระเบียบ) - Complicated (ความซับซ้อน)
Support	สภาพของความเข้ากันไม่ได้คือช่วงเวลาที่ยากลำบากของ



	<p>มนุษย์ในการรับมือความขัดแย้งในรูปแบบต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น การสนทนาที่หาข้อตกลงไม่ได้ การเลือกซื้อไม่ถูกระหว่างสิ่งสองสิ่งความย่อนแย้งในการกระทำกับความคิดของมนุษย์</p>
Desire Response	<p>Manual Book เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความสำคัญที่ส่งผลต่อเรื่องของความรู้สึก ต่อจิตใจเวลาที่ได้จับต้อง ของกลุ่มเป้าหมาย</p>
Media	<p>สื่อสิ่งพิมพ์ Experimental Book และ สื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป เช่น Poster, Sticker Set , Tote Bag ,T-shirt, Post Card , Magnet</p> <p>สื่อดิจิทัล Social Instagram, Pinterest, Behance, Facebook</p>

ตารางที่ 28 ตารางสรุปโจทย์ของการออกแบบ



## บทที่ 5

### ผลงานการออกแบบ

จากการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการบริหารความขัดแย้งนำไปสู่การหาแนวทางการออกแบบ  
เรขศิลป์ (Graphic Design by Using Conflict Concept) และกลยุทธ์สำหรับการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย  
มาแล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำเอาองค์ความรู้ที่ศึกษามาพัฒนาต่อมาสร้างเป็นคู่มือสำหรับนักออกแบบได้ดังนี้

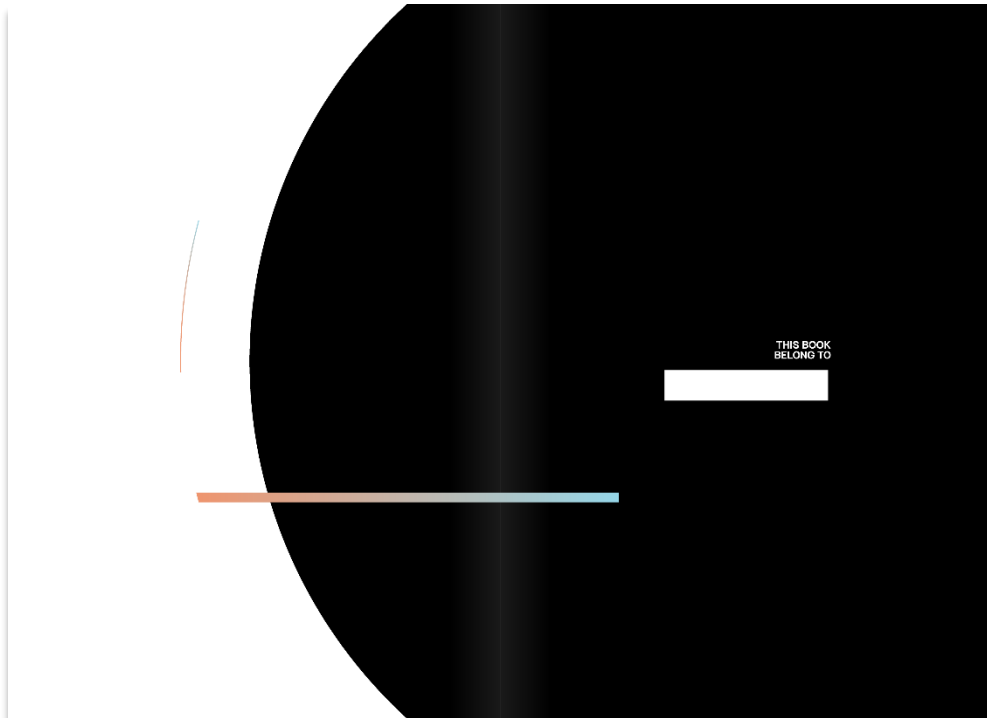
#### สื่อสิ่งพิมพ์



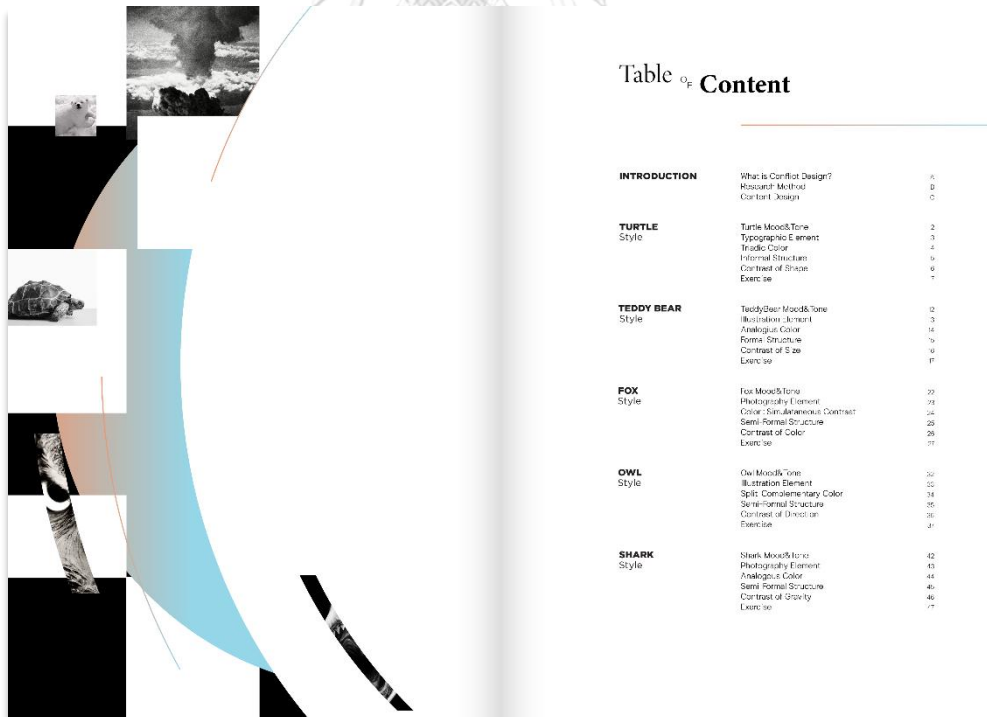
ภาพที่ 45 หนังสือคู่มือ Conflict Graphic Design



ภาพที่ 46 รูปแบบปกหน้าและปกหลัง



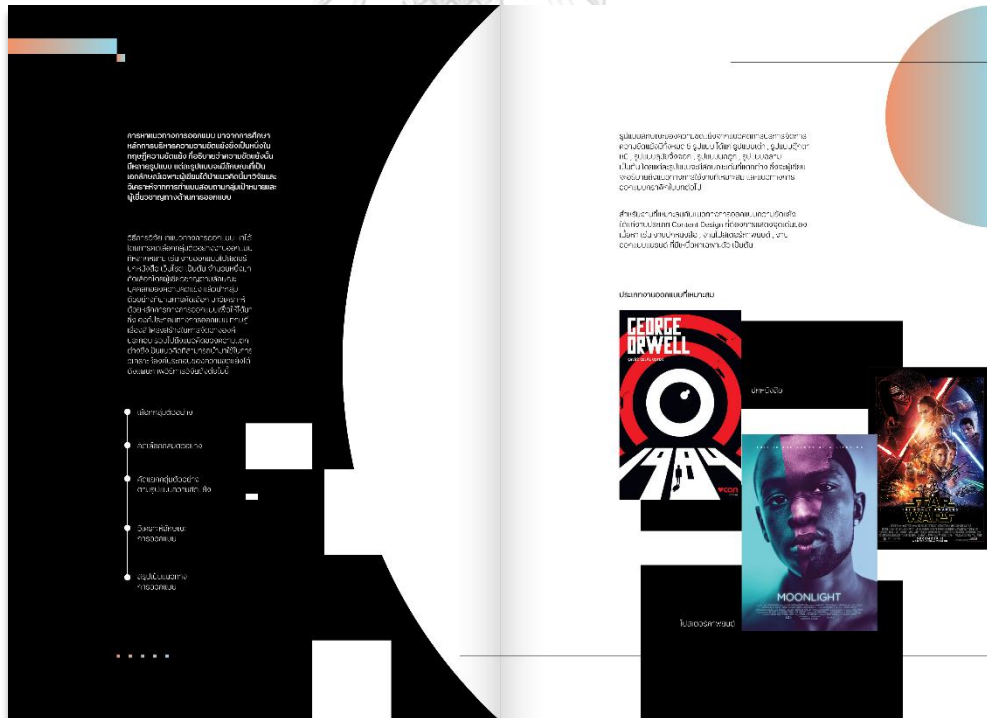
ภาพที่ 47 รูปแบบของปกใน



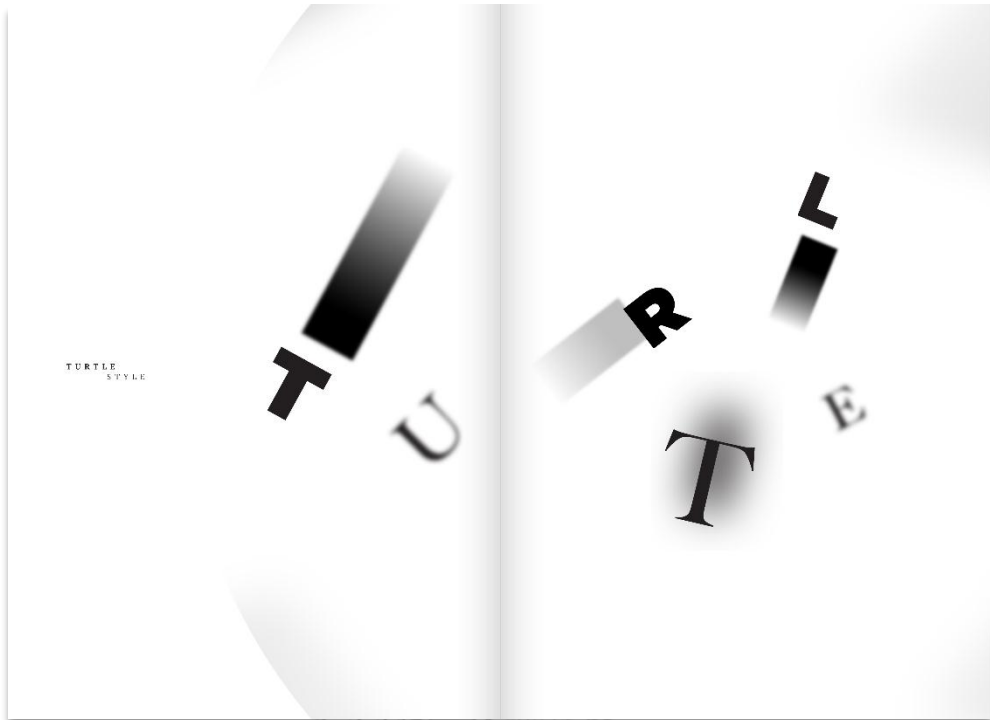
ภาพที่ 48 หน้าสารบัญ



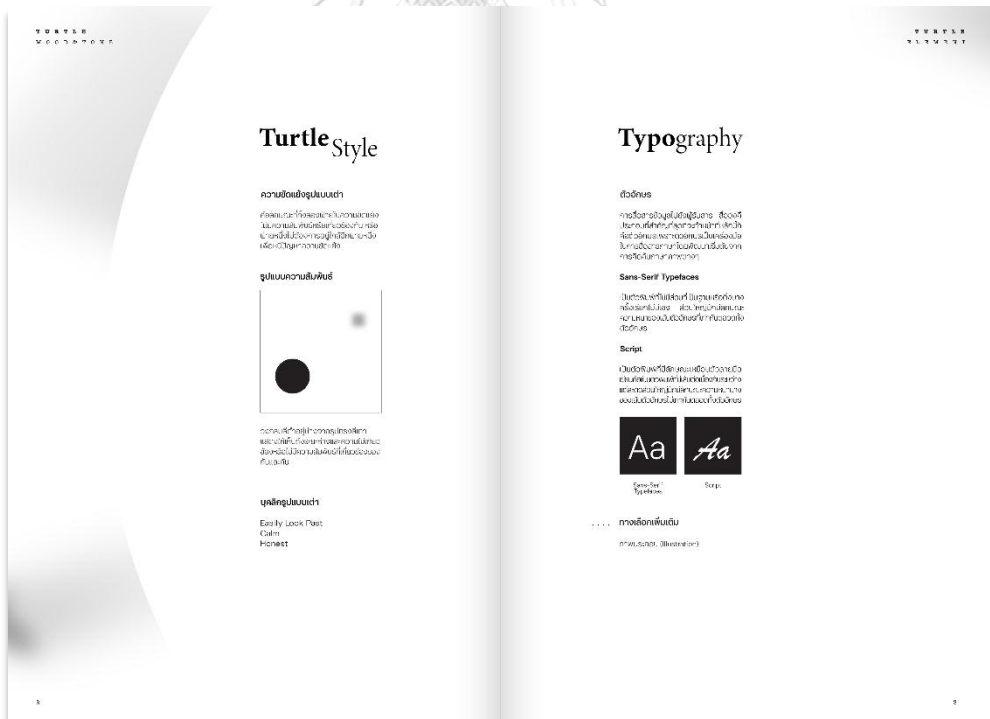
ภาพที่ 49 หน้าอธิบายความหมาย Conflict Graphic Design



ภาพที่ 50 หน้าอธิบายกระบวนการวิจัยการหาแนวทางการออกแบบ



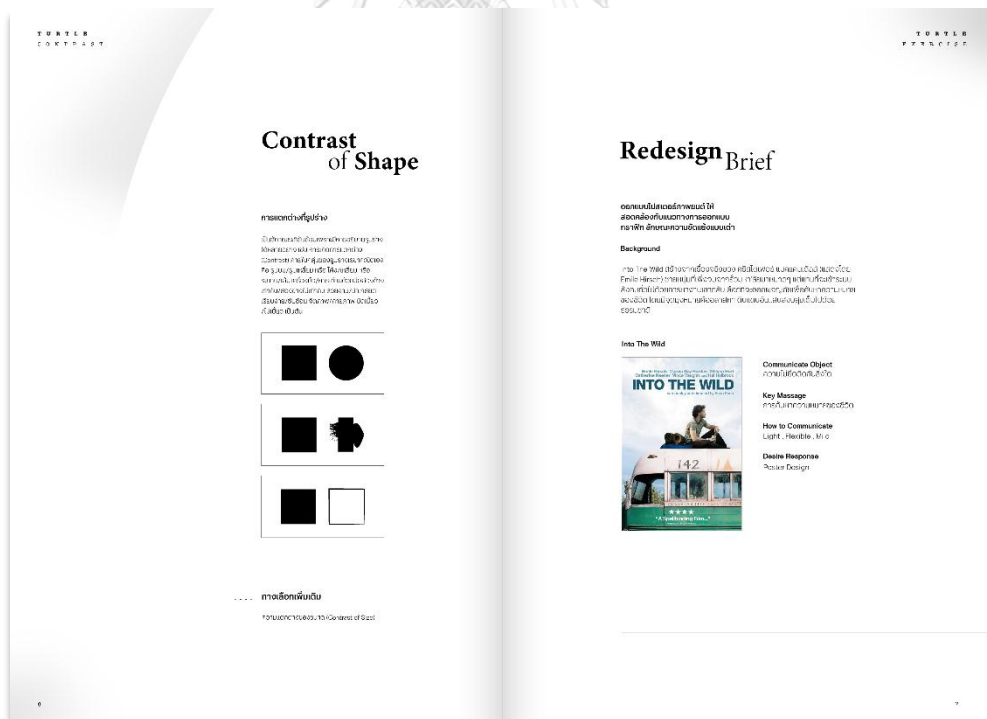
ภาพที่ 51 หน้าเปิดแนวทางการออกแบบรูปแบบเต่า (Turtle Style)



ภาพที่ 52 แนวทางการออกแบบรูปแบบเต่า (Turtle Style)



ภาพที่ 53 แนวทางการออกแบบรูปแบบเต่า (Turtle Style)



ภาพที่ 54 แนวทางการออกแบบรูปแบบเต่า (Turtle Style)



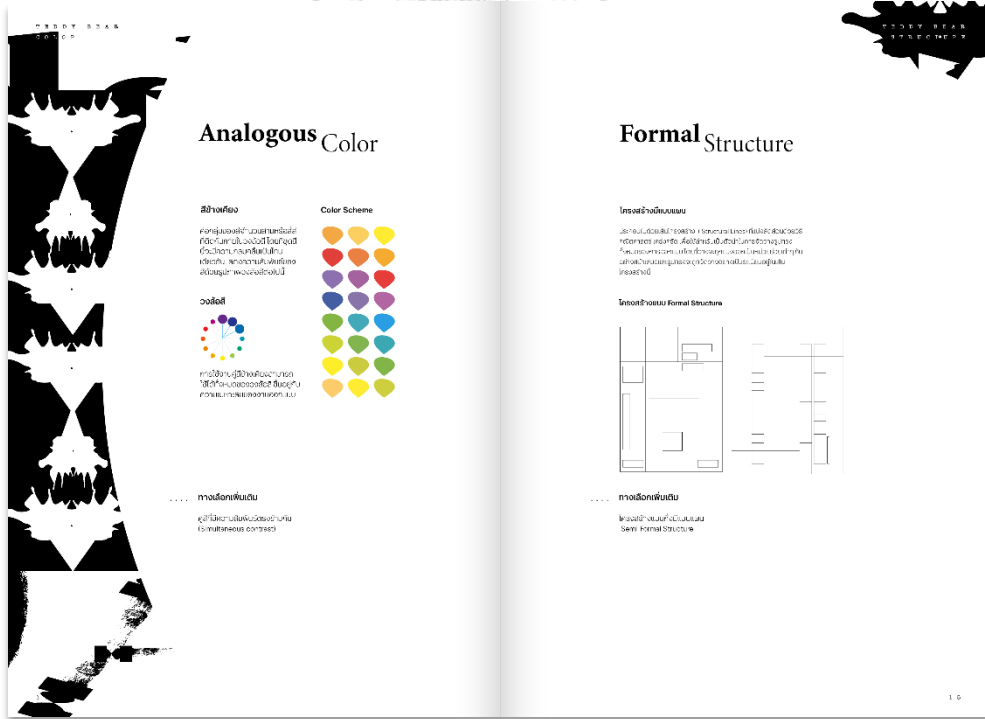
ภาพที่ 55 แนวทางการออกแบบรูปแบบเต่า (Turtle Style)



ภาพที่ 56 หน้าเปิดแนวทางการออกแบบรูปแบบตุ๊กตาหมี (Teddy Bear Style)

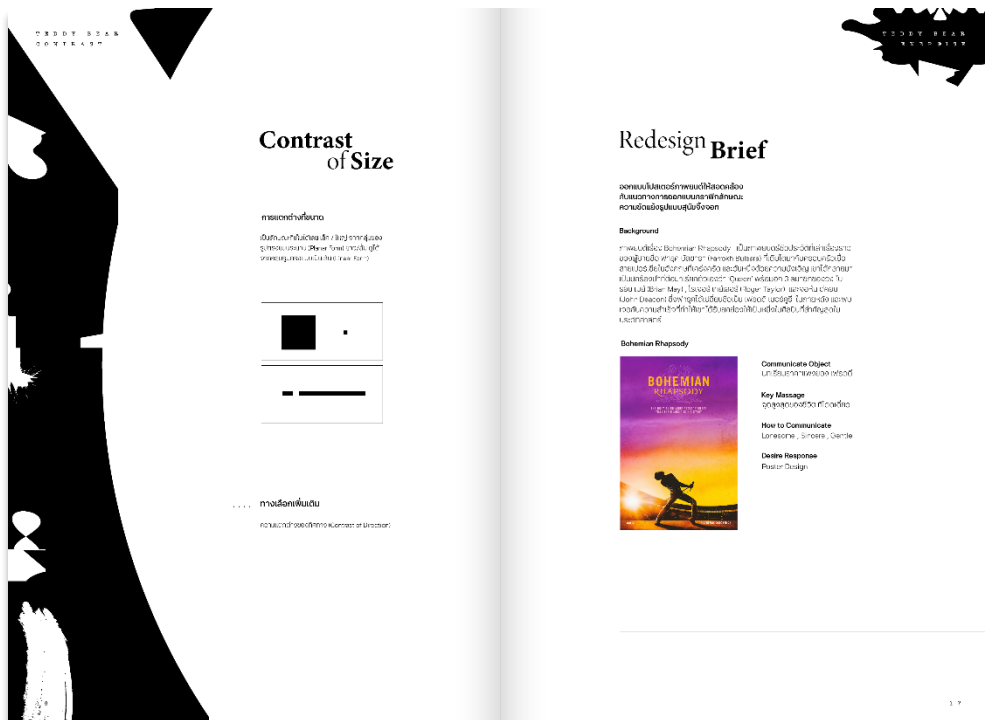


ภาพที่ 57 แนวทางการออกแบบรูปแบบตุ๊กตาดหมี (Teddy Bear Style)

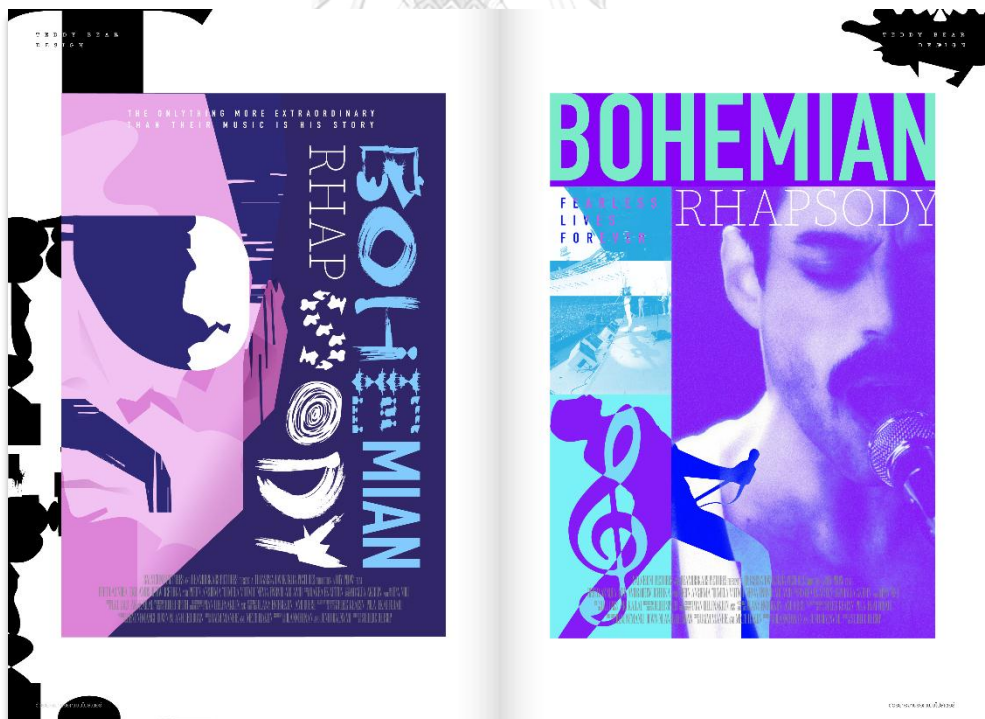


ภาพที่ 58 แนวทางการออกแบบรูปแบบตุ๊กตาดหมี (Teddy Bear Style)





ภาพที่ 59 แนวทางการออกแบบรูปแบบตุ๊กตาทหมี (Teddy Bear Style)



ภาพที่ 60 แนวทางการออกแบบรูปแบบตุ๊กตาทหมี (Teddy Bear Style)



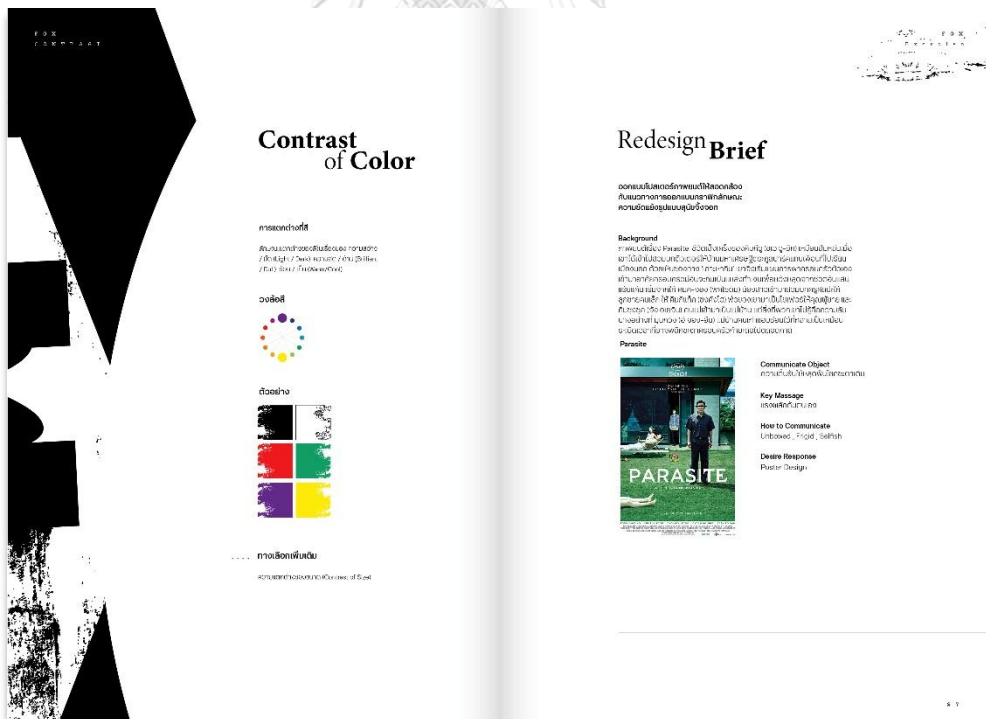
ภาพที่ 61 หน้าเปิดแนวทางการออกแบบรูปแบบสุนัขจิ้งจอก (Fox Style)



ภาพที่ 62 แนวทางการออกแบบรูปแบบสุนัขจิ้งจอก (Fox Style)



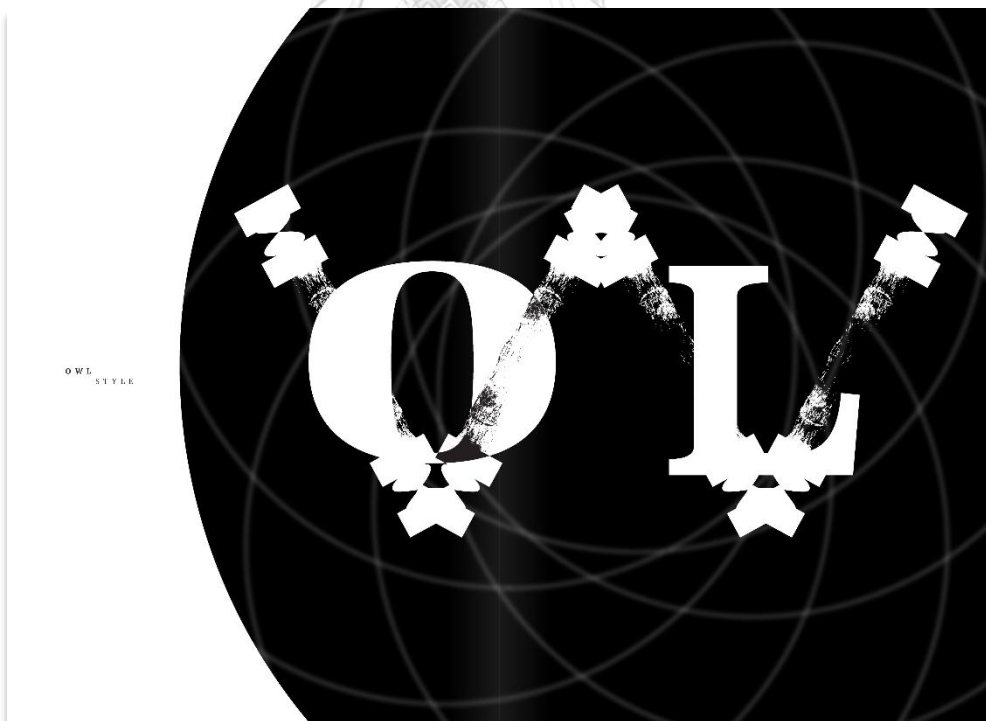
ภาพที่ 63 แนวทางการออกแบบรูปแบบสุนัขัจฉจงจก (Fox Style)



ภาพที่ 64 แนวทางการออกแบบรูปแบบสุนัขัจฉจงจก (Fox Style)



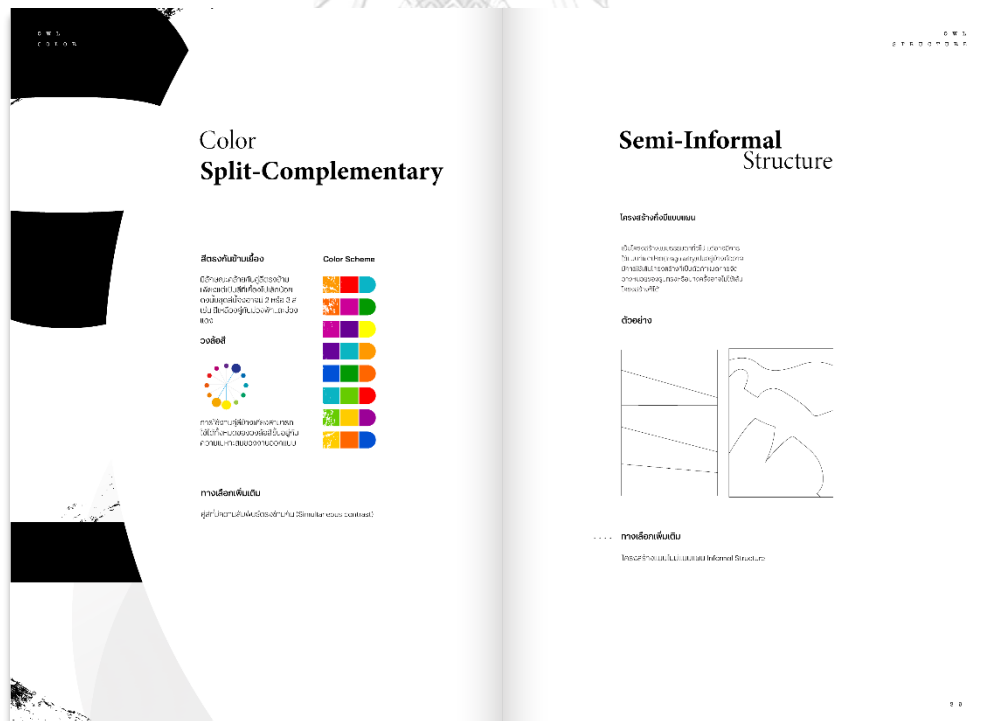
ภาพที่ 65 แนวทางการออกแบบรูปแบบสุนัขจิ้งจอก (Fox Style)



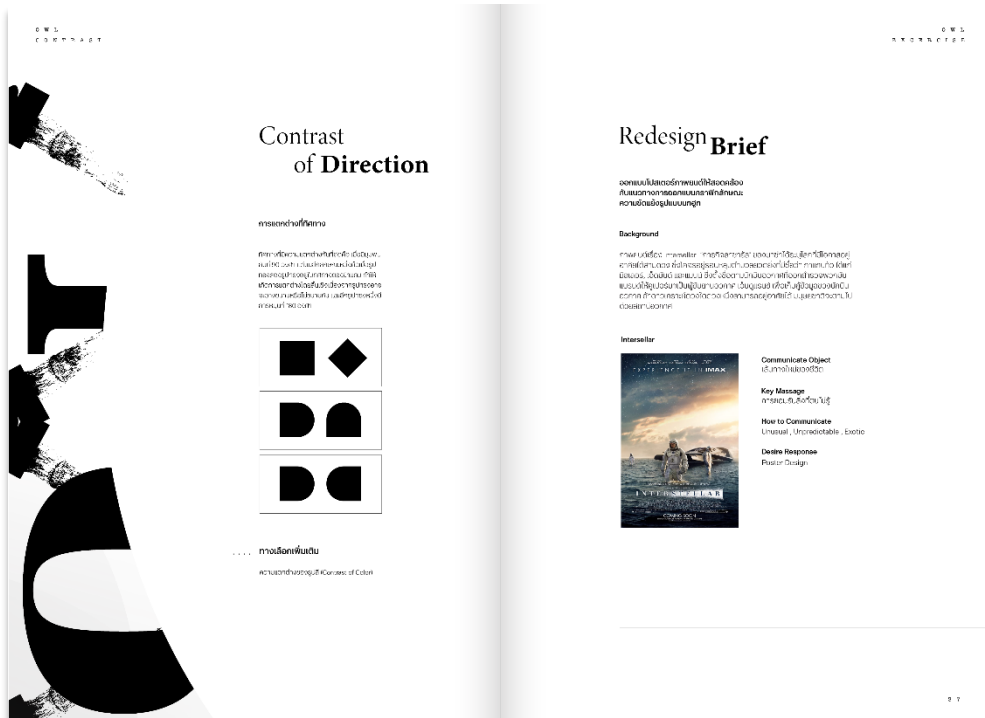
ภาพที่ 66 หน้าเปิดแนวทางการออกแบบรูปแบบนกฮูก (Owl Style)



ภาพที่ 67 แนวทางการออกแบบรูปแบบนกฮูก (Owl Style)



ภาพที่ 68 แนวทางการออกแบบรูปแบบนกฮูก (Owl Style)



ภาพที่ 69 แนวทางการออกแบบรูปแบบนกฮูก (Owl Style)



ภาพที่ 70 แนวทางการออกแบบรูปแบบนกฮูก (Owl Style)



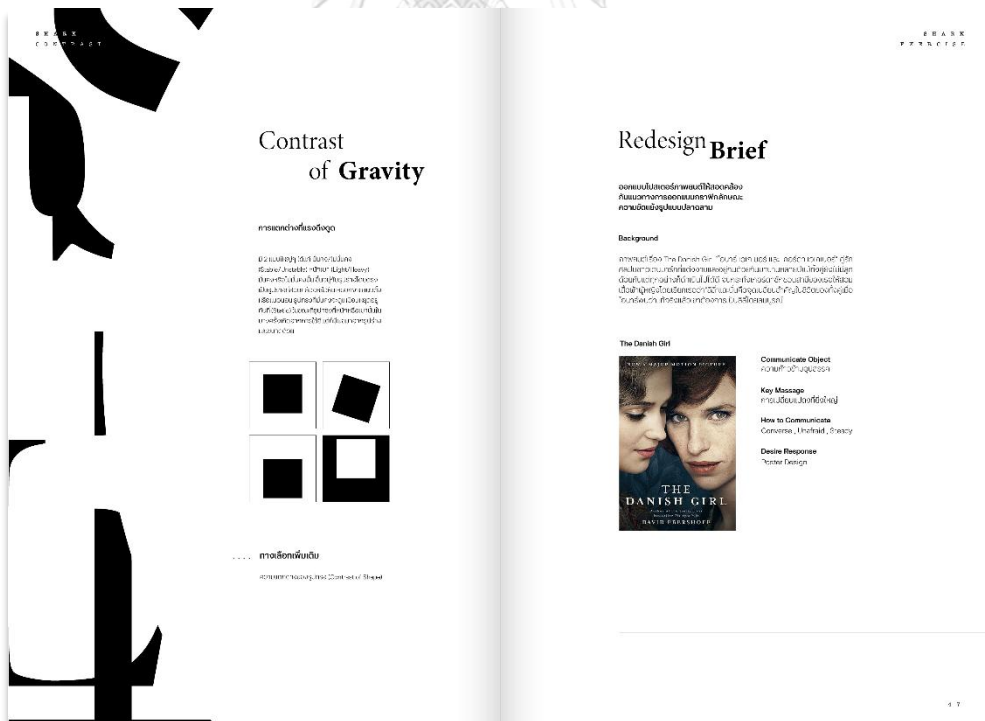
ภาพที่ 71 หน้าเปิดแนวทางการออกแบบรูปแบบฉลาม (Shark Style)



ภาพที่ 72 แนวทางการออกแบบรูปแบบฉลาม (Shark Style)



ภาพที่ 73 แนวทางการออกแบบรูปแบบฉลาม (Shark Style)

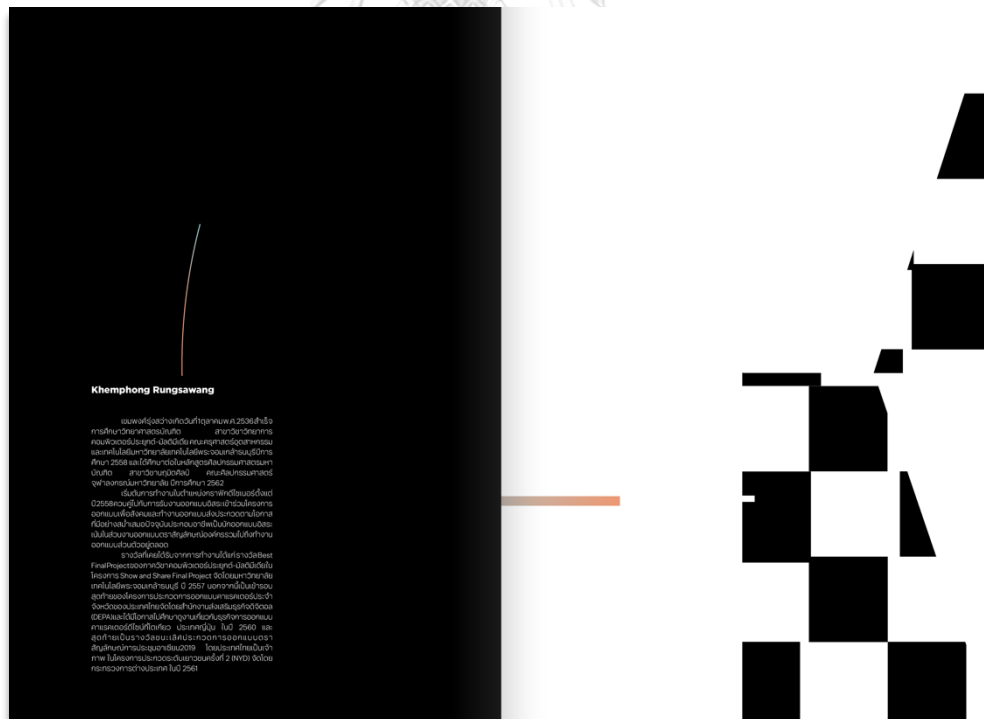


ภาพที่ 74 แนวทางการออกแบบรูปแบบฉลาม (Shark Style)

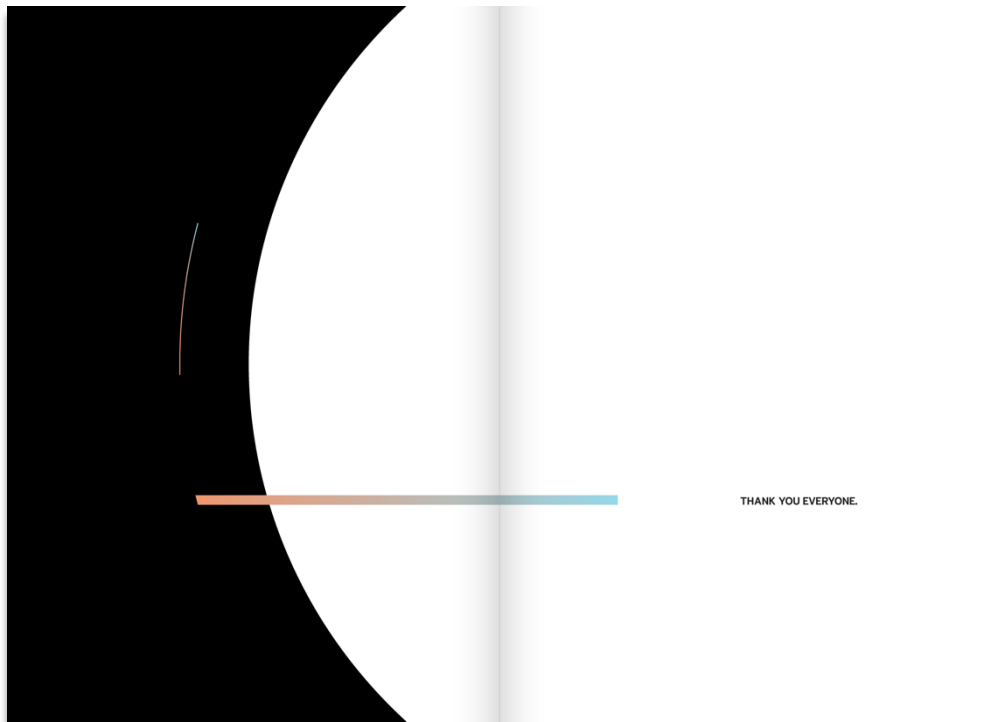




ภาพที่ 75 แนวทางการออกแบบรูปแบบฉลาม (Shark Style)



ภาพที่ 76 ประวัติผู้เขียน



ภาพที่ 77 หน้าปิดคู่มือ



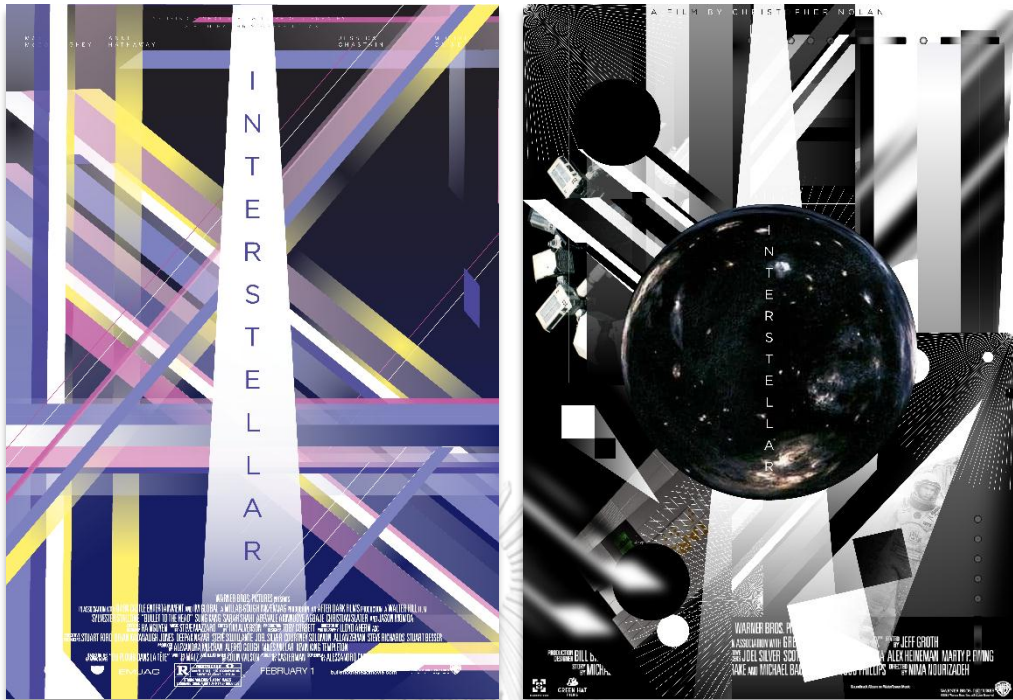
ภาพที่ 78 ตัวอย่างการออกแบบกราฟิกลักษณะเต่า (Turtle Style)



ภาพที่ 79 ตัวอย่างการออกแบบกราฟิกลักษณะตุ๊กตาทันนี่ (Teddy Bear Style)



ภาพที่ 80 ตัวอย่างการออกแบบกราฟิกลักษณะสุนัขจิ้งจอก (Fox Style)



ภาพที่ 81 ตัวอย่างการออกแบบกราฟิกลักษณะนกฮูก (Owl Style)

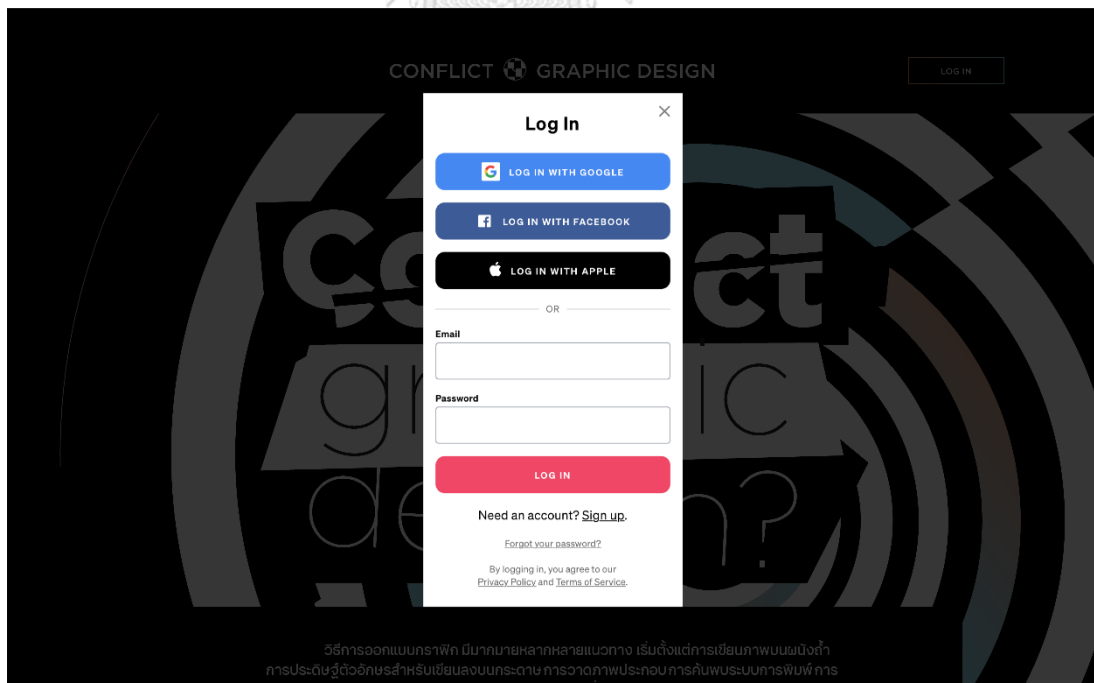


ภาพที่ 82 ตัวอย่างการออกแบบกราฟิกลักษณะฉลาม (Shark Style)

## สื่อดิจิทัล



ภาพที่ 83 สื่อเว็บไซต์ออนไลน์ (Homepage)



ภาพที่ 84 สื่อเว็บไซต์ออนไลน์ (Login)

CONFLICT OF GRAPHIC DESIGN | COMMUNITY | SHOP | LOGIN

What is

# Conflict graphic design?

วิธีการออกแบบกราฟิก มีมากมายหลากหลายแนวทาง เริ่มตั้งแต่การเขียนภาพบนผนังทำ การประดิษฐ์ตัวอักษรสำหรับเขียนลงบนกระดาษ การวาดภาพประกอบ การพิมพ์ระบบการพิมพ์ การใช้งานภาพถ่าย การใช้สัญลักษณ์ หรือในปัจจุบันมีการใช้สื่อดิจิทัลในการออกแบบ ลักษณะการ ออกแบบแต่ละยุคสมัยก็มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองแล้วแต่ความนิยมเรื่องต่างๆของแต่ละยุคสมัย มีการ ใช้องค์ประกอบภาพและการจัดวางที่เรียบง่ายไปจนถึงรูปแบบที่มีความซับซ้อน สำหรับการหาแนวทางการ ออกแบบหรือวิธีการออกแบบใหม่ๆนั้น ย่อมเป็นสิ่งที่นักออกแบบแสวงหาอยู่เสมอ มาหนังสือเล่มนี้ก็ เช่นกันผู้เขียนมีความตั้งใจหาแนวทางการออกแบบที่สามารถนำไปใช้กับงานออกแบบให้มีเอกลักษณ์หรือ แปลกตา เพื่อเป็นทางเลือกใหม่แก่นักออกแบบต่อไป

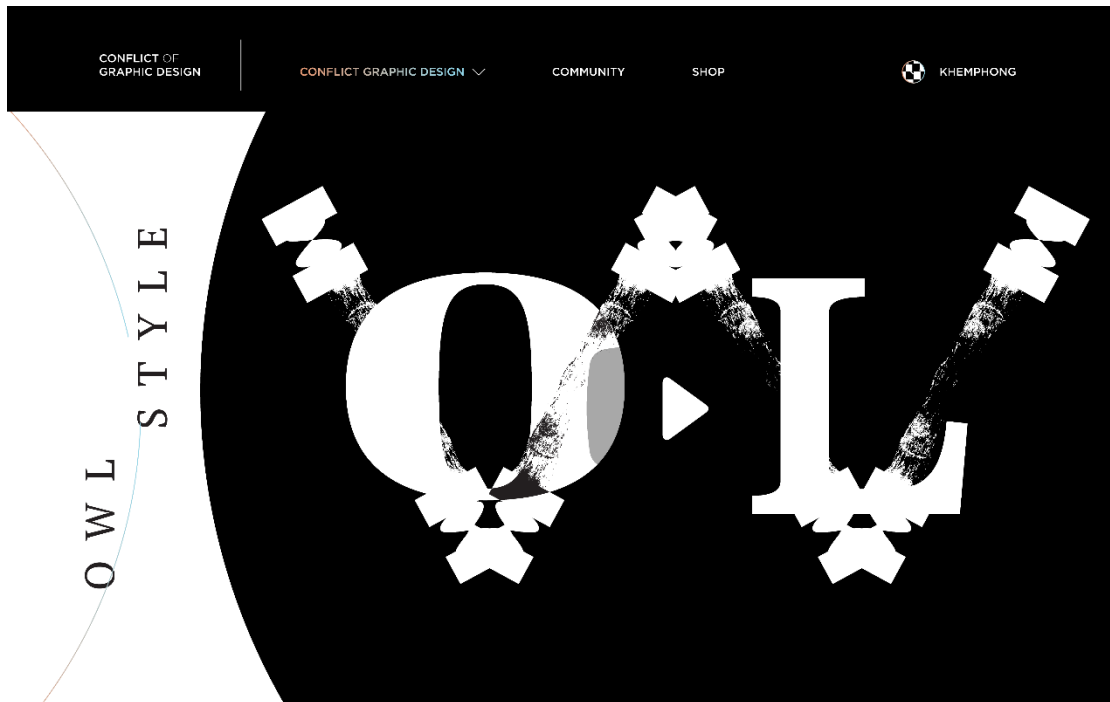
**RESEARCH PROCESS**

- เลือกกลุ่มตัวอย่าง
- คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- คัดแยกกลุ่มตัวอย่าง ตามรูปแบบความขัดแย้ง
- วิเคราะห์ลักษณะ การออกแบบ
- สรุปเป็นแนวทางการ ออกแบบ

"ความขัดแย้ง (Conflict)" มีความหมายเชิงการออกแบบ คล้ายคลึงกับคำว่า "ความแตกต่าง (Contrast)" เพียงแต่ ความขัดแย้ง หากศึกษาพิจารณาลึกลงไปทำให้เห็นว่า "Conflict" มีบุคลิกเข้ามามีเกี่ยวข้อง เป็นองค์ประกอบหนึ่ง ที่แสดงถึงความขัดแย้งที่แตกต่างจาก "Contrast" จากการ ศึกษาหลักการบริหารความขัดแย้ง กล่าวคือ ความขัดแย้ง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเช่นลักษณะแบบหลีกหนีลักษณะ แบบทนอยู่เพื่อรักษาความสัมพันธ์ และลักษณะแบบฝ่าย หนึ่งใช้อำนาจครอบงำอีกฝ่าย เป็นต้น สามารถนำลักษณะ ความขัดแย้งนี้ไปใช้ในการพิจารณาลักษณะของงาน สำหรับใช้แนวทางการออกแบบที่เหมาะสมได้ โดยลักษณะ งานที่สามารถใช้แนวคิดของความขัดแย้ง ได้แก่งานที่มีรูปแบบของการออกแบบจากเนื้อหา (Content Design) อย่างเช่น งานออกแบบปกหนังสืองานออกแบบโปสเตอร์สำหรับ ภาพยนตร์ รวมไปถึงงานออกแบบแบรนด์หรือสินค้าที่ต้องการเล่าเรื่องราวต่างๆ ได้เช่นกัน

READ MORE

ภาพที่ 85 เว็บไซต์ตีคออนไลน์ (Introduction)



## Contrast of Direction

กรณีศึกษาทิศทาง

การออกแบบเว็บไซต์สำหรับโครงการ Owl Style ที่มีแนวคิดในการนำเสนอคอนเทนต์ในรูปแบบที่แตกต่างและน่าสนใจ โดยเน้นการใช้สีและรูปทรงที่เรียบง่ายแต่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร



ทางเลือกที่หนึ่ง

การนำสีและรูปทรงที่ตรงกันมาใช้

## Redesign Brief

ออกแบบเว็บไซต์ใหม่ที่มีสไตล์ที่แตกต่างและน่าสนใจ โดยเน้นการใช้สีและรูปทรงที่เรียบง่ายแต่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร

### Background

การออกแบบเว็บไซต์ใหม่ที่มีสไตล์ที่แตกต่างและน่าสนใจ โดยเน้นการใช้สีและรูปทรงที่เรียบง่ายแต่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร

### Communicate Object

เน้นการนำเสนอคอนเทนต์

### How to Communicate

Unusual, Unpredictable, Exotic

### Key Message

การนำเสนอคอนเทนต์

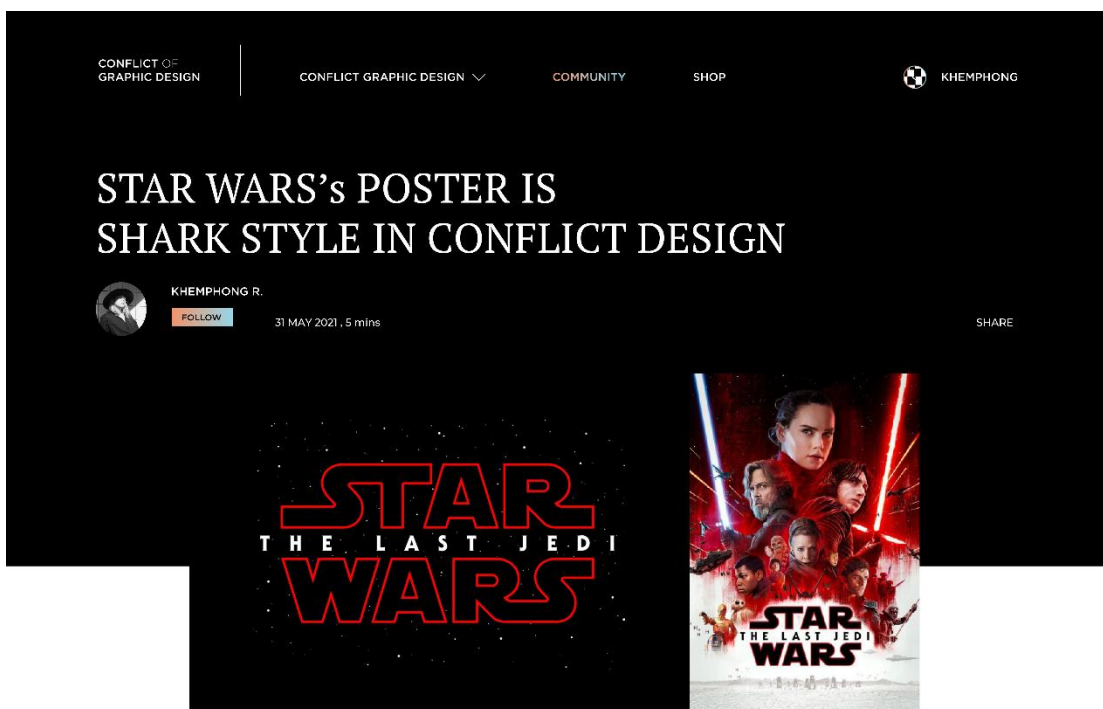
### Desire Response

Power Design

Previous



ภาพที่ 86 สื่อเว็บไซต์ออนไลน์ (Design Guideline)



CONFLICT OF GRAPHIC DESIGN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

I DESIGN SOME ARTWORK  
USING CONFLICT DESIGN GUIDELINE.

ภาพที่ 87 สื่อเว็บไซต์ออนไลน์ (Community)



CONFLICT OF GRAPHIC DESIGN
KHEMPHONG

**DESIGNER SHOP**


ACCESSORIES

**POSTER**


SOUVENIR

BAG


ALL ITEMS




**MANUAL BOOK (PRINT)** 100\$  
KHEMPHONG R.



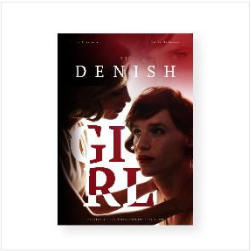
**POSTER SET** 45\$  
KHEMPHONG R.




**POSTER DESIGN** 10\$  
KHEMPHONG R.



**POSTER DESIGN** 10\$  
KHEMPHONG R.



**POSTER DESIGN** 10\$  
KHEMPHONG R.

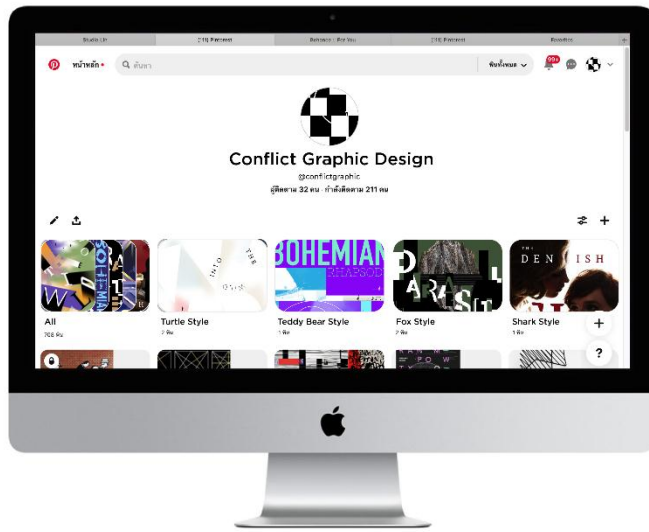


**POSTER DESIGN** 10\$  
KHEMPHONG R.

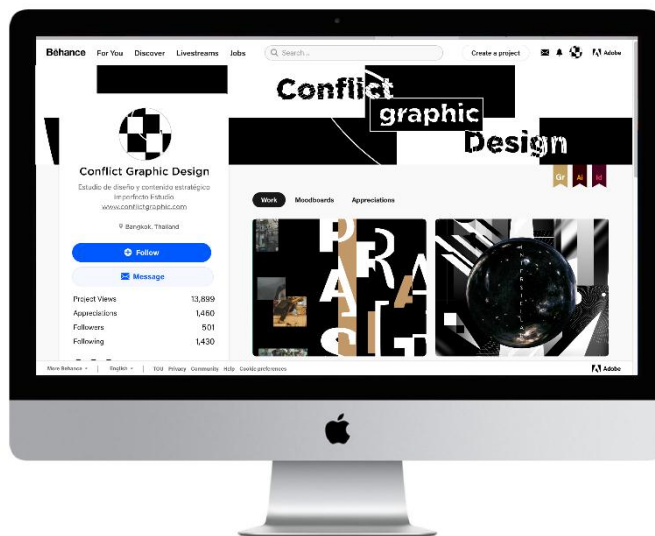
CONFLICT OF GRAPHIC DESIGN

ภาพที่ 88 สื่อเว็บไซต์ออนไลน์ (Shop)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**



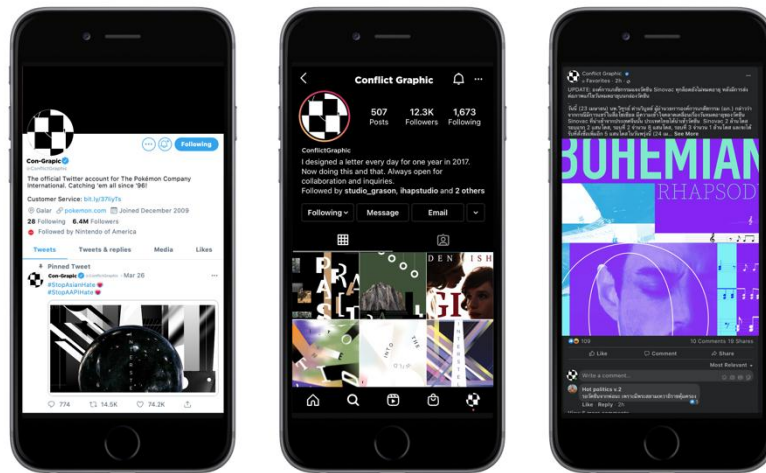
ภาพที่ 89 สื่อบนเว็บ Pinterest



ภาพที่ 90 สื่อบนเว็บ Behance



ภาพที่ 91 สไลด์บนเว็บ Youtube



ภาพที่ 92 การเผยแพร่สื่อโซเชียลมีเดียบนมือถือ Twitter, Instagram, Facebook



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



การนำเสนอการสื่อสาร

8.11.20.

1) The Title : Avoidance < หนีภัย >



Easily Look Part ( ง่าย ๆ สบาย ๆ )

Calm ( ใจสงบ )

Honest ( ใจจริง )

2) The Textly Bear : A



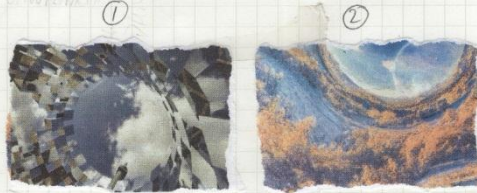
Friendly < ใจดี > Aut

ลักษณะ

- การนำภาพมาใช้
- การสื่อสาร
- การสื่อสารที่ชัดเจน

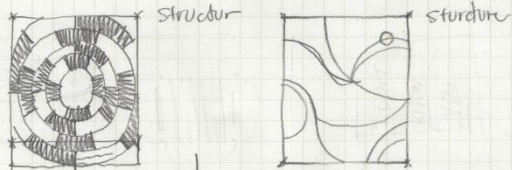
After: 1st exam  
"Concept: distort Environment."

15/02/21



- distort environment  
สื่อ Photo

- มี Ref. ในสื่อ. เราสามารถนำสื่อที่มีอยู่แล้วมาใช้ " ธรรมดา "
- 1) สื่อที่: เราสามารถนำสื่อที่มีอยู่แล้วมาใช้ " ธรรมดา "
- 2) นำสื่อที่มีอยู่แล้วมาใช้ สื่อที่: เราสามารถนำสื่อที่มีอยู่แล้วมาใช้ " ธรรมดา "



สื่อที่: เราสามารถนำสื่อที่มีอยู่แล้วมาใช้



- + Element +
- ↳ illustration
- ↳ Typo
- ↳ Photo

Geo metric

CON-FICK

สื่อที่: เราสามารถนำสื่อที่มีอยู่แล้วมาใช้

**Conflict**

8.11.20

ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ  
ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ

- \* 1. → ဝဏ်းပုၤ: ဝဏ်းပုၤ
- 2. → ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ → ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ
- 3. → ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ
- 4. → ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ
- 5. → ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ
- 6. → ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ
- \* 7. → ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ
- \* 8. → ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ

15/02/21

ILLUSTRATION OF DISTORTION

Normal

Distortion of middle

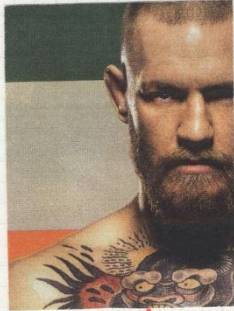
Character from Distorted Effect

LINE AND DOTS

ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ ဝဏ်းပုၤ  
RWD 15/21

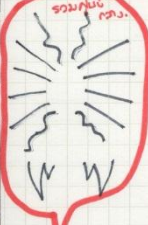
Conor McGregor 2

2) ယခင်ကတော့ Sport.  
၅ နှစ်လေး, သူ့, ဂိမ်း



8.11.20.

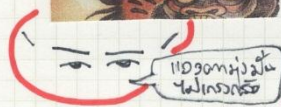
ပျံ့ကူးတတ်သူပဲ



Wild  
Yakness



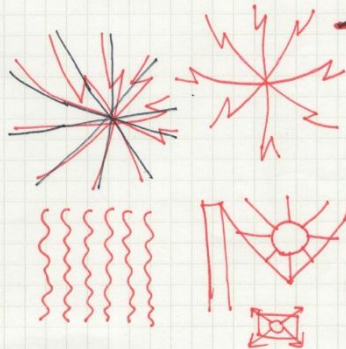
Number 1.



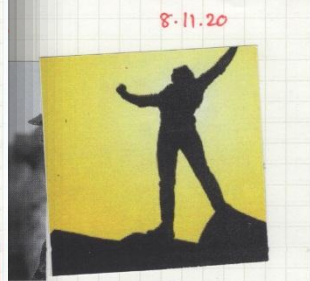
ကျွန်ုပ်တို့က Old school  
ဒါကတော့ အင်အား/အင်အား/အင်အား  
အင်အား

နည်းနည်းနည်းနည်း  
Conor McGregor.

**Sport + Neat**



\*  
ဒါကတော့  
အင်အား  
ပျံ့ကူး  
အင်အား



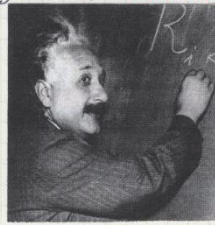
8.11.20

Caraggeous.



Reassuring      Deceptiveness      Willingness

3) The Owl: Collaboration <ပျံ့ကူး>



Knowledgeable



Assured



Trust



15/02/21



# DISTORTED OF F

- DISTORTED OF Graphic Element

အလွန်အမင်း ပုံစံကို ပြောင်းလဲခြင်း

အလွန်အမင်း ပုံစံကို ပြောင်းလဲခြင်း



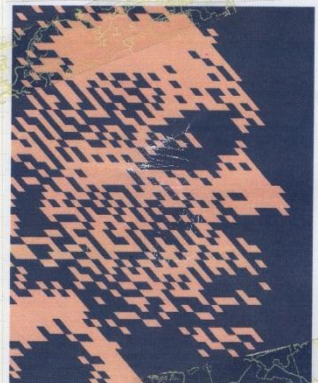
- မလိုအပ်ဘဲ ပုံစံကို ပြောင်းလဲခြင်း  
= ပုံစံကို ပြောင်းလဲခြင်း  
ပုံစံကို ပြောင်းလဲခြင်း



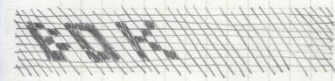
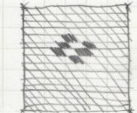
dots

28/02/21

Pixel distrit illustration



Grosser

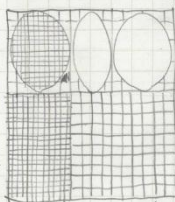


- ဤကဲ့သို့ အလွန်အမင်း ပုံစံကို ပြောင်းလဲခြင်း  
ပုံစံကို ပြောင်းလဲခြင်း  
Pixel အလွန်အမင်း

ပုံစံကို ပြောင်းလဲခြင်း  
ပုံစံကို ပြောင်းလဲခြင်း  
ပုံစံကို ပြောင်းလဲခြင်း

အလွန်အမင်း Pixel distortion

- ယခုကဲ့သို့ ပုံစံကို ပြောင်းလဲခြင်း



Negative Space

Positive Space

↓  
ပုံစံကို ပြောင်းလဲခြင်း

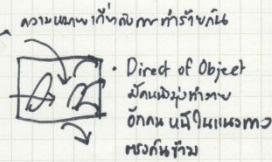




Benjamin West, The Death of General Wolfe 1770



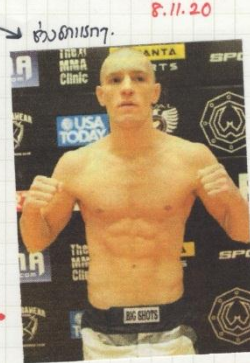
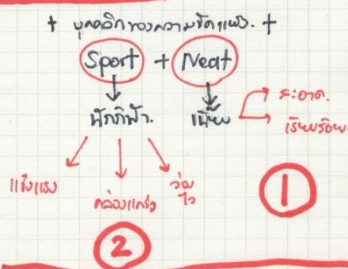
Anne-Louis Girodet, Revolt of Cairo, 1810



Francisco Goya, 7



Conor McGregor I.



8.11.20

ตัวอย่างของคนทำงานที่เหนื่อย

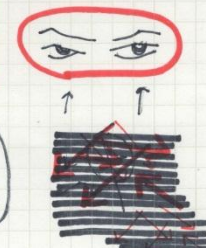
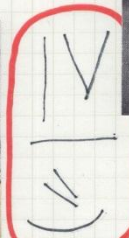
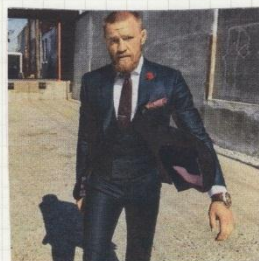


F U C K Y O U

Elements  
สีที่ตัดกัน  
สีที่ใกล้เคียง  
ตัด ม/อ/ต/ง

↓  
อารมณ์  
Toughness  
ดูไม่เหมือน  
ใครนอกจาก  
เขา

1 ขวัญ Neat เป็น Luxury.



↑ ↑  
ดูยาก  
แต่ดูแล้ว  
ก็เหมือน  
ใครๆ เป็น



Käthe Kollwitz, War series 1923

- 13.10.20.
- "အလွယ်တကူ" "အလွယ်တကူ" "အလွယ်တကူ"
  - "အလွယ်တကူ" "အလွယ်တကူ" "အလွယ်တကူ"



- Direction ကို ဖော်ပြပုံပုံ  
အတိုင်း ဖော်ပြပုံ

- abstract - ချစ်ရမယ့်ပုံပုံ
- ဒါ Object မဟုတ်



- များမနည်း



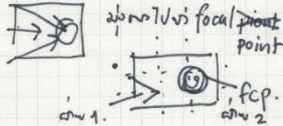
Pablo Picasso, Guernica, 1937.

- မြန်မာ့အလင်း "ဝို" "ဒီ" "ယ" "အလင်း"
- Contrast of Color အလွန်အလွန်



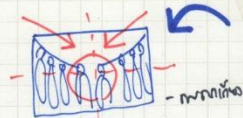
Roy Lichtenstein, Whaam! 1963

- အလွန်အလွန် focal point point



နယူ. အလွန်အလွန် (Painting) အလွန်အလွန်  
အလွန်အလွန် (War) အလွန်အလွန်  
အလွန်အလွန် bbc.com အလွန်အလွန်  
အလွန်အလွန် အလွန်အလွန် 1700  
အလွန်အလွန် / အလွန်အလွန် Direction အလွန်အလွန်  
အလွန်အလွန်

Paolo Uccello, The Battle of San Romano, c. 1438-40



- မြန်မာ့အလင်း
- အလွန်အလွန်
- Direction ကို Object ဖော်ပြပုံ



Diego Velázquez, The Surrender of Breda, 1634-35



Peter Paul Rubens, Consequences of War, 1635-39

- Direction ကို
- Color အလွန်အလွန်
- မြန်မာ့အလင်း

ဘဝနာရီ : The 10 greatest paintings of war : bbc

figure 13.10.20

ကိ - မြန်မာ့အလင်း



- Center အလွန်အလွန်
- Direction ကို

## ข้อเสนอแนะ

จากการทำวิจัยโครงการออกแบบเรขศิลป์โดยใช้แนวคิดความขัดแย้ง มีเนื้อหาให้ศึกษามากทั้งในส่วนของ แนวคิดความขัดแย้ง ทฤษฎีการออกแบบเรขศิลป์ รวมไปถึงการศึกษาศิลปะของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักออกแบบเรขศิลป์ ควรจำกัดแนวทางการศึกษาหรือหัวข้อการศึกษาที่ชัดเจน หาแหล่งข้อมูลวรรณกรรมที่น่าเชื่อถือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แบ่งเวลาการหาข้อมูล บันทึกข้อมูลลงเล่ม และปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาอย่างสม่ำเสมอ

การวิจัยในส่วนของกรณีศึกษาให้ข้อมูลความขัดแย้งสู่แนวทางการออกแบบ ผู้วิจัยเสนอว่าการเลือกกลุ่มตัวอย่างของผู้วิจัยสามารถเลือกที่ชัดเจนด้านการออกแบบอาจจะเป็นแนวทางการออกแบบตามยุคสมัยที่มีรูปแบบที่ชัดเจนจะสามารถนำมาวิเคราะห์วิธีการออกแบบได้ดีกว่าการเลือกแบบสุ่มแต่ทั้งนี้แล้วแต่ผู้ทำการวิจัยจะเลือก ปัญหาที่เกิดขึ้นของการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มจะได้คำตอบของการวิจัยที่ควบคุมลำบาก อาจจะได้คำตอบที่ซ้ำจนเกินไป อาจจะต้องมีคำตอบสำรองหรือตัวเลือกว่ารองไว้ด้วย

ส่วนของกรวิจัยกลุ่มเป้าหมาย การสืบค้นวรรณกรรมภาษาไทยในส่วนนี้มีค่อนข้างน้อย แต่สำหรับภาษาอังกฤษมีมากดังนั้นจะใช้เวลาในการแปลและบันทึกลงเล่มมาก รวมไปถึงวิธีการตั้งคำถามหรือวิธีการวิจัยยังสามารถทำได้หลากหลายวิธีควรเลือกให้เหมาะสมกับเวลาและครอบคลุมข้อมูลที่เราต้องการ ควรเลือกกลุ่มผู้ทำแบบสอบถามรวมถึงผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่แรกเริ่มและติดต่อล่วงหน้าเพื่อเวลาหากผู้ทำแบบสอบถามทำซ้ำ อาจไม่ตรงกับตารางเวลาที่ผู้วิจัยวางไว้

การออกแบบจากคำตอบการวิจัย อย่าลืมเรื่องสร้างบริบทการออกแบบที่ชัดเจนก่อนนำคำตอบทางการออกแบบมาใช้งานการออกแบบเรขศิลป์จำเป็นจะต้องอาศัยการสร้างภาพที่แตกต่างออกไปอาจจะต้องทำ RVJ ของคำตอบของการวิจัยบ่อยๆ แบ่งเวลาการบันทึก การออกแบบและการผลิตงานออกแบบให้ตรงตามแผนงานที่วางไว้ให้ดี

## บรรณานุกรม

- Pintura y Artistas. (2014). "7 COLORS CONTRAST BY JOHANNES ITTEN." [Online]. Retrieved : <https://www.paintingandartists.com/7-colors-contrast-by...>
- Cath Caldwell. (2019). "Graphic Design For Everyone." .London : Dorling Kindersley Limited
- Ellen Lupton. (2557). "Graphic Design Thinking : Beyond Brainstorming." .นนทบุรี : ไร่ดีซี
- Jennifer + Ken Visocky O'Grady. (2017). "A Designer's Research Manial." (Second Edition). Rockport
- Worrapob Parboonpasent. (2015). "ทำความเข้าใจ Colour schemes ตัวช่วยให้เรื่องสีเป็นเรื่องง่าย." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.grappik.com/colour-schemes>
- Ellen Lupton and Jennifer Cole Phillips. (2015). "Graphic Design The New Basics." .New York : Princeton Architectural Press
- Wucius Wong. (1993). "Principles of form and design." .United States of America : John Wiley&Sons
- ประเสริฐ พิษยะสุนทร. (2557). "ศิลปะและการออกแบบเบื้องต้น." .สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2550). "การออกแบบสิ่งพิมพ์." .กรุงเทพฯ : วิสคอมเซ็นเตอร์
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2560). "หลักการพิจารณาสารที่สื่อสำหรับการออกแบบ." .คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2563). "เจาะเทรนด์โลก 2021 : Reform This Moment." .กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
- ปาพจน์ หนูนักดี. (2553). "Graphic Design Principle." .นนทบุรี : ไร่ดีซี
- เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา. (2555). "หนังสือประกอบการสอน ออกแบบนฤมิตรศิลป์." .คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. (2547). "เทคนิคการแก้ไขความขัดแย้ง (Dispute Solution Techniques)." .กรุงเทพฯ : Forepace Publishing House



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	เชมพงศ์ รุ่งสว่าง
วัน เดือน ปี เกิด	1 ตุลาคม 2536
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ประยุกต์-มัลติมีเดีย
ที่อยู่ปัจจุบัน	29/3 ซอยวิภาวดี ตำบลปากน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10270
ผลงานตีพิมพ์	-
รางวัลที่ได้รับ	รางวัลชนะเลิศการประกวดออกแบบระดับเยาวชนแห่งชาติ ครั้งที่ 2: ตราสัญลักษณ์ สำหรับการดำรงตำแหน่งประธานอาเซียนของไทย ในปี 2019



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY