

การออกแบบเรขศิลป์ป้ายประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาโครงการรมน้ำยานนาวา*,**

The Creative Environmental Graphic Design for Yannawa Riverfront

ทงจิต อิมส์ออง*** Tanongjit Imsomang***

เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา**** Ua-Endoo Disakul Na Ayudhya****

บทคัดย่อ

โครงการรมน้ำยานนาวาคือโครงการที่มีการวางแผนการออกแบบเพื่อพัฒนาให้เป็นพื้นที่รมน้ำสาธารณะของย่านและชุมชนยานนาวาให้เกิดขึ้นในอนาคต เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี และเชื่อมโยงวัฒนธรรมและสังคมเข้าด้วยกัน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเพื่อหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ป้ายประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์ที่จะสามารถสื่อสารข้อมูล ประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ และบอกชี้แนวทาง แนะนำสถานที่ และแจ้งข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ ของสถานที่ เพื่อที่จะสามารถนำไปติดตั้งในโครงการดังกล่าว โดยผ่านกระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน โดยเน้นกระบวนการคิดเชิงออกแบบ

*วันที่รับบทความ 21 สิงหาคม 2561; วันที่แก้ไขบทความ 6 ตุลาคม 2561; วันที่ตอบรับบทความ 13 กรกฎาคม 2561

**บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ปริญญาคุษฎุบัณฑิต สาขาศิลปกรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

***อาจารย์ประจำภาควิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210 ช่องทางการติดต่อ : 081 694 8837

หรือ tanongjit.ims@dpu.ac.th

***Lecturer, Computer Graphic Department, Faculty of Fine and Applied Arts, Dhurakij Pundit

University, Bangkok, Thailand Telephone: 081 694 8837 E-mail: anongjit.ims@dpu.ac.th

****รองศาสตราจารย์เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

****Thesis supervisor

โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน คือ ด้านเมืองสร้างสรรค์ และด้านออกแบบเรขศิลป์เพื่อสภาพแวดล้อม และสัมภาษณ์ผู้อยู่อาศัยในชุมชนกลุ่มเป้าหมายย่านโครงการริมน้ำยานนาวา จำนวน 138 คน ด้วยเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม โดยการออกแบบได้คำนึงถึงองค์ประกอบของเรขศิลป์ เกณฑ์การออกแบบป้ายสัญลักษณ์ เกณฑ์ของเมืองสร้างสรรค์ ตามหลักการขององค์กรยูเนสโก ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มผู้อยู่อาศัยย่านโครงการริมน้ำฯ เลือกป้ายประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์รูปแบบ B เป็นป้ายสัญลักษณ์ที่สามารถปรับเปลี่ยนและเคลื่อนย้ายได้ที่สามารถช่วยสนับสนุนกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และส่งเสริมอัตลักษณ์ของพื้นที่สอดคล้องกับแนวคิดของเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย

คำสำคัญ: การออกแบบเรขศิลป์/ ป้ายประชาสัมพันธ์/ เมืองสร้างสรรค์

Abstract

The Yannawa Riverfront Project is planning to develop into the public space area in the future to improve their life, cultural and social connectivity. The purpose of this study is to research and design the creative signage to helping and promoting Yannawa to be recognized as a creative place and to support their place events and activities. This study was a mix-method research design focusing on design thinking process by using in-depth interview with 2 experts in the field of creative city and environmental graphic design and used questionnaire with 138 local communities. For signage design considerations were taken into graphic elements, signage design criteria and UNESCO creative cities criteria. The results suggest that the adjustable and movable signage Type B can support creative activities as well as promote local identity in Yannawa District and also correspondent to the concept of Thailand's creative cities.

Keywords: Graphic design/ Signage/ Creative city

บทนำ

กรุงเทพมหานครเข้าข่ายเป็นเมืองสร้างสรรค์ได้หรือไม่ เมื่อพิจารณาหลักเกณฑ์ของยูเนสโก (UNESCO) พบว่ากรุงเทพมหานครมีโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมที่สะดวกสบายครบวงจร มีระบบขนส่งมวลชนสาธารณะที่ทั้ง รถไฟฟ้าทั้งบนดินและใต้ดิน มีเรือโดยสารทั้งในแม่น้ำและลำคลอง มีรถโดยสารสาธารณะ มีถนนหนทางมากมาย มีทางด่วนพิเศษหลายเส้นทาง เมื่อคำนึงถึงศิลปวัฒนธรรม ก็มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมมหาราชวัง วัดอรุณราชวรารามวรมหาวิหาร วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชววิหาร ฯลฯ มีพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พระนคร ที่เป็นศูนย์แสดงศิลปกรรมและหอศิลปวัฒนธรรม อีกทั้งยังมี มหาวิทยาลัยหลายแห่งที่มีการสอนทางด้านสถาปัตยกรรมศาสตร์ศิลปกรรมศาสตร์และการออกแบบ และด้านคหกรรมศาสตร์หรือด้านการทำอาหารเมื่อพูดถึงความเป็นเมืองไปแล้ว ย่านหรือ ชุมชน หรือท้องถิ่นจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของความเป็นเมืองที่สมควรเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนา ดังนั้น ย่านจึงเป็นเป้าหมายสำคัญของการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยเลือกพื้นที่บริเวณโครงการริมแม่น้ำเจ้าพระยา ย่านยานนาวา เพื่อเป็นพื้นที่เป้าหมายสำหรับใช้ในการศึกษาการพัฒนางานออกแบบ เรขศิลป์ (ป้ายประชาสัมพันธ์) เพื่อสิ่งแวดล้อมของเมืองสร้างสรรค์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานคร ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมให้เกิดโครงการฟื้นฟูเมืองอย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากเป็นย่านที่มีความพร้อมจากโครงสร้างต่างๆ เช่น ระบบการคมนาคมขนส่ง ความหลากหลายทางวัฒนธรรมซึ่งมีวัดของศาสนาพุทธ มัสยิดของศาสนาอิสลาม

โบสถ์ของศาสนาคริสต์ อยู่ภายในพื้นที่เดียวกันอันเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของย่านยานนาวา

โครงการริมน้ำยานนาวา Yannawa Riverfront Project เกิดขึ้นเนื่องจากพื้นที่ริมน้ำที่สาธารณชนจะเข้ามาใช้งานอย่างสาธารณะนั้นมีจำนวนจำกัด ในปี 2559 ศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง UDDC หรือ Urban Design and Development Center ได้จัดเสวนา “โครงการริมน้ำยานนาวา” ให้เป็นโครงการที่ต้องการฟื้นฟูพื้นที่ริมน้ำให้เป็นสถานที่สาธารณะที่สวองงาม จากท่าเรือสัญจรและแหล่งเสื่อมโทรม ให้เป็นพื้นที่ริมน้ำที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงสุดในการเป็นพื้นที่นำร่องในการพัฒนาฟื้นฟูพื้นที่ริมน้ำของกรุงเทพมหานคร และยังเข้าข่ายการเป็นเมืองสร้างสรรค์ตามหลักเกณฑ์การพิจารณาขององค์การยูเนสโกอีกด้วย

พื้นที่ริมน้ำยานนาวามีศักยภาพสูงสุดในการฟื้นฟูด้วยสาเหตุสำคัญ 4 ประการ คือ 1) ที่ตั้งของพื้นที่โครงการฯ มีความต่อเนื่องกับย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมือง Bangkok CBD บางรัก-สีลม-สาทร 2) การเข้าถึงพื้นที่โครงการฯ มีความสะดวกด้านคมนาคมทั้งระบบ รถ-ราง-เรือ 3) การขาดแคลนพื้นที่สาธารณะเพื่อสุขภาพที่ดี: ย่านบางรัก-ยานนาวา-บางคอแหลม เป็นย่านที่อยู่อาศัยหนาแน่นสูงแต่ยังขาดแคลนพื้นที่โล่งเพื่อกิจกรรมนันทนาการ ออกกำลังกาย และพบปะสังสรรค์ 4) กรรมสิทธิ์ที่ดิน: ที่ดินแปลงใหญ่ที่กว่าร้อยละ 85 ของพื้นที่ทั้งหมด เป็นของหน่วยงานรัฐ และศาสนสถาน จึงมีความเหมาะสมในเชิงกลยุทธ์ที่จะสร้างกระบวนการผลักดันให้เกิดการพัฒนาพื้นที่อย่างบูรณาการร่วมกันระหว่างผู้ถือกรรมสิทธิ์ที่ดินที่สมดุลระหว่าง “ประโยชน์สาธารณะ” และ “ผลตอบแทนทางการลงทุน”

ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาวิจัยจากเอกสาร จากความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเรขศิลป์ป้ายประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์ สำหรับโครงการรึมน้ำยานนาวา และเพื่อสนับสนุนและประชาสัมพันธ์กิจกรรมสร้างสรรค์ และข้อมูลต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก ทั้งยังส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของย่าน และเมืองในอนาคต ให้เป็นต้นแบบในการส่งเสริมและพัฒนาเมืองสร้างสรรค์อื่นๆ ของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อค้นหาเกณฑ์และรูปแบบป้ายประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการรึมน้ำยานนาวาจะมีรูปแบบอย่างไร
2. เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ป้ายประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงพื้นที่
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบการออกแบบเรขศิลป์ป้ายประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้มีการทบทวนทฤษฎี แนวความคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. เมืองสร้างสรรค์ ย่านสร้างสรรค์

Landry, Charles (2008) และ Florida, R.L.(2002) ได้ให้ความหมายของเมืองสร้างสรรค์ไว้ว่าเป็นเมืองที่พัฒนาไปสู่แนวโน้มใหม่ๆ (New Trends) ในด้านศิลปะและวัฒนธรรม และการให้การสนับสนุนอุตสาหกรรม

เชิงนวัตกรรมและเชิงสร้างสรรค์ (Innovative and Creative Industries) ผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ของศิลปิน นักสร้างสรรค์ นักออกแบบ และประชาชนสามัญทั่วไป ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลาย และสภาพแวดล้อมเชิงนวัตกรรม และมีความสามารถของรากหญ้าและภูมิภาคที่จะหาคำตอบให้กับปัญหาทางสภาพแวดล้อมของโลกอย่างเช่น ภาวะโลกร้อน (Global Warming) และสามารถสรุปได้ดังนี้

ประการแรก ไม่เพียงแคศิลปิน นักวิทยาศาสตร์ คนงาน และช่างฝีมือที่ควรจะมีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องกับงานที่สร้างสรรค์ (Creative works) แต่ยังรวมถึงประชาชนทุกคนจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการงานที่สร้างสรรค์ ไม่มีข้อจำกัดของพวกเขา (Free creative activity) ผลที่ตามมา พวกเขาจะรู้สึกพึงพอใจกับชีวิตความเป็นอยู่ของพวกเขา สนับสนุนการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าทางวัฒนธรรมและประโยชน์การใช้งาน รวมถึงสนับสนุนด้านการบริการ และปรับปรุงสภาพแวดล้อมของโรงงานและสำนักงาน

ประการที่สอง ประชาชนควรมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ซาบซึ้งถึงความงดงามทางด้านสุนทรีย์ศิลป์ (Artistic) ทำให้มั่นใจว่ามีรายได้พอเพียง (Enough Income) และมีความว่างพอที่จะทำให้เกิดความมั่งคั่ง นอกจากนี้ควรจัดการส่งเสริมให้มีสินค้าที่มีคุณภาพดี ๆ ที่มีราคาสมเหตุสมผล มีการแสดงทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมอย่างเช่น ศิลปะการแสดง (Performing Arts) และควรจะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความประทับใจ

ประการที่สาม มหาวิทยาลัย วิทยาลัยเทคนิค สถาบันวิจัย โรงละคร หรือโรงภาพยนตร์ และสถาบันวัฒนธรรมซึ่งให้การสนับสนุนกิจกรรมที่สร้างสรรค์ของวิทยาศาสตร์และศิลปะในเมืองๆ หนึ่ง ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนเชิงสร้างสรรค์ (the Creative Support Infrastructure)

ประการที่สี่ นโยบายสิ่งแวดล้อม (Environment Policy) มีความสำคัญมาก ในการเก็บรักษามรดกทางประวัติศาสตร์ (Historical Heritage) และสิ่งแวดล้อมของเมืองและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

ประการที่ห้า เมืองต้องมีหลักเกณฑ์ทางเศรษฐกิจที่สมดุลซึ่งสนับสนุนภูมิภาคให้มีความคิดสร้างสรรค์และยั่งยืน

ประการสุดท้าย ในรูปของการบริหารจัดการภาครัฐ (Public Administration) เมืองสร้างสรรค์ประกอบไปด้วยนโยบายของเมืองที่ได้ผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ไว้แล้ว (The Creative Integrated Urban Policy) และนโยบายทางวัฒนธรรมแบบร่วมกัน (Unified Cultural Policy) พร้อมกับนโยบายทางอุตสาหกรรมและนโยบายสิ่งแวดล้อมภายใต้การจัดการทางการคลังภายในประเทศ

หลักเกณฑ์การเป็นเมืองสร้างสรรค์ที่ยูเนสโกรองรับ

โครงการเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก เป็นอีกโครงการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการประกาศแหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ โดยเป็นโครงการที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Culture) และยังผสมผสานความทันสมัยในด้านการสร้างสรรค์หรือมีนวัตกรรมจากพื้นฐานอัตลักษณ์เดิม เริ่มต้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2557 กำหนดให้มีการคัดเลือกจากเขตเมือง หรือมหานครที่เป็นแหล่งรวบรวมวิชาการ และมีพื้นฐานพอที่จะขับเคลื่อนทั้งในส่วนเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก มีทั้งหมด 7 กลุ่ม เมืองหนึ่งเมืองใดที่จะเข้าร่วมเป็นเมืองสร้างสรรค์ภายใต้การประกาศรับรองโดย

ยูเนสโกจะต้องเลือกเสนอตนเองได้เพียงประเภทเดียวเท่านั้น โดยแบ่งเมือง
สร้างสรรค์ออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้ 1. เมืองแห่งวรรณกรรม (City of Litera-
ture) 2. เมืองแห่งภาพยนตร์ (City of Film) 3. เมืองแห่งดนตรี (City of Music)
4. เมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะท้องถิ่น (City of Crafts and Folk Arts)
5. เมืองแห่งการออกแบบ (City of Design) 6. เมืองแห่งศิลปะสื่อประสมสัมพันธ์
(City of Media Art) 7. เมืองแห่งวิทยาการอาหาร (City of Gastronomy)

หลักเกณฑ์การเป็นเมืองสร้างสรรค์ภายใต้กรอบแนวคิดขององค์
การยูเนสโก ดังนี้ คือ

1. สภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมโดยรวมขับเคลื่อนด้วย
ความคิดสร้างสรรค์

2. มีสภาพแวดล้อมทางด้านโครงสร้างความคิดและความต้องการ
พื้นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3. การเข้าร่วมที่แข็งแกร่งของกลุ่มอาชีพและชุมชน

4. สนับสนุนความชื่นชอบของประชาชน ผ่านพื้นที่และเวทีที่เหมาะสม
เพื่อขยายออกไปสู่ความต้องการที่หลากหลายของประชาชน

5. การมีประสบการณ์ในการเป็นเจ้าภาพในการจัดงานและกิจกรรม
ในด้านความคิดสร้างสรรค์

6. การมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษา (การสอน
ความร่วมมือ และการวิจัยในด้านความคิดสร้างสรรค์)

7. การให้ความสำคัญกับวัสดุท้องถิ่นและสภาพแวดล้อมของเมือง
และธรรมชาติ

ดังนั้นการเป็นเมืองสร้างสรรค์ภายใต้องค์การยูเนสโกองรับ ตาม
กรอบขององค์การยูเนสโกจึงมีความสำคัญยิ่ง สิ่งสำคัญที่ยูเนสโกจะ

พิจารณาให้เมืองใดเป็นเมืองสร้างสรรค์นั้น สิ่งที่สำคัญคือ องค์ประกอบ หลักการที่มีกิจกรรมสร้างสรรค์ในพื้นที่นั้นๆ ต้องมีความเกี่ยวข้องกับท้องถิ่น และมีการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานและภาคส่วนต่างๆ ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการบริหารจัดการพื้นที่ในด้านต่างๆ เช่น กิจกรรมที่ว่าด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ กิจกรรมจะต้องเคารพ คติ ประเพณี วัฒนธรรมในท้องถิ่น และกิจกรรมจะต้องมีความต่อเนื่องและยั่งยืน

2. การออกแบบเรขศิลป์หรือการออกแบบกราฟิก

การออกแบบเรขศิลป์หรือการออกแบบกราฟิก มีนักวิชาการให้คำจำกัดความไว้หลายคำ เช่น การออกแบบเรขศิลป์ การออกแบบเลขศิลป์ หรือ การออกแบบกราฟิก ผู้วิจัยในฐานะผู้ทำการศึกษาในเรื่องนี้ และมีอาชีพทางด้านกรออกแบบกราฟิก Graphic Designer ขอใช้คำว่ากรออกแบบเรขศิลป์ และทับศัพท์จะเหมาะสมกว่า

Paul Harris, Gavin Ambrose (2009). อธิบายความหมายของ Graphic Design ว่าเป็นแขนงวิชาเกี่ยวกับทัศนศิลป์ (Visual Arts Discipline) ที่รวบรวมเนื้อหาไว้หลายๆ ด้าน ได้แก่ แนวคิดเพื่อกำหนดทิศทางการออกแบบ (Art Direction) การออกแบบตัวอักษรเพื่อการสื่อสาร (Typography) กระบวนการกรจัดเตรียมเนื้อเรื่อง (Text) และกราฟิก (Graphics) การออกแบบจัดหน้าเอกสาร (Page Layout) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) และด้านที่เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์อื่นๆ (Creative Aspects) ความหลากหลายนี้หมายถึงว่ามีภูมิทัศน์ที่แยกออก

เป็นส่วนย่อยๆสำหรับการทำการออกแบบภายใต้ความเชี่ยวชาญและความสนใจเฉพาะเจาะจงของนักออกแบบ

Amy E. Arntson. (2007). กล่าวถึง Graphic Design ว่า หมายถึง การแก้ปัญหาบนผิวแบนราบ พื้นที่ 2 มิติ วงการใหม่ของการออกแบบเว็บ (Web Design) และมัลติมีเดีย (Multimedia) ได้ขยายวงการออกแบบเป็น 3D และ 4D บางครั้งนักออกแบบรุ่นใหม่พูดถึงพวกเขาเองว่าเป็น “สถาปนิกด้านข้อมูล” เกี่ยวกับในเรื่องความสำคัญของลำดับชั้นขององค์กร ผู้ที่ทำงานด้านการออกแบบกำลังค้นหาค่านิยมร่วมสมัยที่สะท้อนและช่วยทำให้ความสำคัญของงานด้านนี้ชัดเจนขึ้น นักออกแบบจะคิดวางแผนและออกแบบที่สื่อสารข้อความเฉพาะกับผู้ชมที่เฉพาะเจาะจงภายใต้ข้อจำกัดที่กำหนดไว้ คือ ทางด้านการเงิน ทางถ่ายภาพภาพ หรือทางด้านจิตวิทยา

232

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม ได้เสนอรายงานเรื่อง องค์ความรู้ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย สาขาเรขศิลป์ (โครงการส่งเสริมและพัฒนางานเรขศิลป์ Graphic Design) ได้อธิบายความหมายของคำว่า เรขศิลป์ (Graphic Design) ไว้ว่า เรขศิลป์ หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์ หรือการออกแบบเพื่อใช้ในการสื่อสารอันเกิดจากการผสมผสานของแนวความคิด ศิลปะ และเทคโนโลยี หรือข้อมูล ผ่านทางสื่อในรูปแบบต่างๆ โดยมีองค์ประกอบที่ใช้ในการทำงาน ประกอบด้วยภาพและหรือตัวอักษรเป็นสำคัญ ผู้ออกแบบอาศัยทักษะ ทฤษฎี หลักการ หรือกระบวนการคิด มาช่วยแก้ปัญหาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูล หรือการรับรู้ ซึ่งอาจจำแนกออกเป็นแขนงต่างๆ ได้ 12 แขนง ได้แก่ สิ่งพิมพ์ทั่วไป (Print) หนังสือ (Book) นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์

(Editorial) กราฟิบบนผลิิตภัณฑ์ (Graphic on Product and Packaging) งานออกแบบที่เกี่ยวกับตัวอักษร (Typographic Design, Lettering, Type Design) ตราสัญลักษณ์โลโก้และเครื่องหมาย (Trademark, Logo, Symbol and Iconography) การออกแบบอัตลักษณ์ (Identity Design) การออกแบบกราฟิกเพื่อสภาพแวดล้อม (Environmental Graphic Design) การออกแบบสื่อเคลื่อนไหว (Motion Graphic Design) การออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์ (New Media and Interactive Design) การออกแบบกราฟิกเชิงข้อมูล (Information Graphic Design) การออกแบบกราฟิกสื่อผสม (Mixed Media Graphic)

3. ป้ายสัญลักษณ์ และป้ายประชาสัมพันธ์

Signage และ Information Signage นักวิชาการได้กำกับไว้เป็นภาษาไทยไว้ได้แก่ ป้ายสัญลักษณ์ และป้ายประชาสัมพันธ์

เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ ออยุธยา (2543) กล่าวถึงเรื่องป้ายสัญลักษณ์และระบบป้ายสัญลักษณ์ว่า ป้ายสัญลักษณ์ (Signage) เป็นส่วนหนึ่งของระบบนำทาง (Wayfinding System) หรือระบบภาพชี้้นำทาง (Graphic Directional System) เพื่อให้มวลชนสามารถเดินทางไปสู่สถานที่ต่างๆ ตามต้องการ ในการจัดทำเครื่องมือเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายได้นั้น นักออกแบบกราฟิกเพื่อสภาพแวดล้อมได้จำกัดความหมายให้แคบลง โดยสร้างเครื่องมือเพื่อบอกทิศทาง ระบุสถานที่ และบอกคำสั่ง เป็นการให้ข้อมูลอย่างมีระเบียบและเป็นรูปธรรม โดยจัดทำในลักษณะของแผ่นป้ายสัญลักษณ์ที่มีการวางแผนออกแบบ โดยการนำสัญลักษณ์ภาพ (Pictogram) มาใช้ร่วม

กับแผ่นป้าย และคำนึงถึงการใช้งานอย่างมีมาตรฐาน เรียกว่า ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System)

ระบบป้ายสัญลักษณ์ เป็นระบบที่ใช้การออกแบบเพื่อแก้ปัญหาโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ หลักสุนทรียภาพ ความรู้ความชำนาญในสายงาน คือ การเลือกใช้วัสดุและการติดตั้ง รวมทั้งควรที่จะคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ใช้กับสถานที่ที่มีการสัญจร ได้แก่ สนามกีฬา สนามบิน ระบบรถไฟใต้ดิน รถไฟฟ้า ศูนย์ประชุม ศูนย์การค้า โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล อาคารสำนักงาน เพื่อช่วยจัดระเบียบและควบคุมการสัญจรให้มีประสิทธิภาพต่อเนื่อง โดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมเดิม มีส่วนสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และแสดงความภาคภูมิใจของความเป็นเจ้าของ

ศฤงคาร กิติวินิต (2548) ระบุคำที่เกี่ยวข้องกับป้ายประชาสัมพันธ์ (Signage) ไว้ในนิยามศัพท์เฉพาะ ดังนี้ป้ายสัญลักษณ์ (Signage) หมายถึง ป้ายที่ใช้ในการชี้ทางบังคับหรือแนะนำสถานที่ต่างๆ ระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System) หมายถึง ระบบมาตรฐานที่ใช้ในการวางแผนออกแบบและใช้งานป้ายสัญลักษณ์ เพื่อให้สามารถใช้ร่วมกับป้ายหลายรูปแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ สัญลักษณ์ (Symbol) หมายถึง สัญลักษณ์ หรือสัญลักษณ์ของสิ่งใดๆ ที่กำหนดหรือนิยามขึ้นเอง เป็นคำแทนสัญลักษณ์ทั่วไปไม่เจาะจง (Symbol Sign) หมายถึง สัญลักษณ์ส่วนที่เป็นภาพ สำหรับใช้ประกอบในแผ่นป้ายสัญลักษณ์ สัญลักษณ์ภาพ (Pictogram) หมายถึง การสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ภาพในลักษณะเลียนแบบสิ่งที่เห็นจริง และพาดพิงถึงวัตถุ กิริยาท่าทาง ตลอดจนความคิดเป็นภาพ

สรุปผลการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สรุปผลจากการศึกษาการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้ คือ การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของกรุงเทพมหานครควรเริ่มที่จะมีการส่งเสริมจากย่านหลายๆย่าน ที่มีความหลากหลายที่มีความพร้อมที่จะเป็นย่านสร้างสรรค์

ดังนั้นการออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์ (เชิงสร้างสรรค์) จึงต้องมีการผสมผสานการออกแบบร่วมกันระหว่างป้ายสัญลักษณ์ป้ายประชาสัมพันธ์ โดยเน้นความคิดสร้างสรรค์ เพื่อช่วยในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ตอบสนองและคำนึงถึงความต้องการของพื้นที่ สถานที่ และสภาพแวดล้อม

จากการรอบแนวคิดเรื่องเมืองสร้างสรรค์ ย่านสร้างสรรค์ จึงเป็นแนวความคิดที่จะช่วยเริ่มต้นให้คน ชุมชน ได้เข้าใจ และตระหนักถึงพื้นฐานทางด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของตนเอง วิถีของย่านและเมืองมากขึ้น โครงการริมน้ำย่านยานนาวา จึงเกิดจากการบูรณาการ การร่วมมือกันของคนในชุมชน ภาครัฐ ภาคการศึกษา และภาคเอกชน เพื่อพัฒนาเป็นย่านสร้างสรรค์ต้นแบบ ตอบโจทย์ความต้องการทางกายภาพ จิตใจ เศรษฐกิจ สังคม ผ่านการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ร่วมกับผู้คนในย่าน เพื่อเชื่อมโยงไปสู่การสร้างสรรคมูลค่า และได้รับประโยชน์จากทุกฝ่าย โดยใช้องค์ความรู้เรื่อง การคิดเชิงออกแบบ Design Thinking (การออกแบบเรขศิลป์ Graphic Design การออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์ Signage Design การออกแบบกราฟิกเพื่อสภาพแวดล้อม Environmental Graphic) ในการค้นหาแนวทางแก้ไขที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน การรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ การวิจัยในการ

ออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายบอกและชี้เส้นทาง
เชิงสร้างสรรค์ อย่างมีส่วนร่วมจากผู้ใช้อย่างแท้จริง

ระเบียบและวิธีการวิจัย

เพื่อให้งานวิจัยในครั้งนี้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้
วัตถุประสงค์ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีจึงได้มีการกำหนดขั้นตอน 8 ขั้นตอน
ในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ
การรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาแนวคิด ความสำคัญขององค์ประกอบของ
เรขศิลป์ป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายสัญลักษณ์ โดยศึกษาหัวข้อต่อไปนี้
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบและสร้างต้นแบบเรขศิลป์ป้าย
ประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายโดยคำนึงถึงพื้นที่

ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องด้านเมืองสร้างสรรค์
และด้านการออกแบบเรขศิลป์

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Dept Interview) ผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้แบบ
สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อทราบเกณฑ์รูปแบบ
และองค์ประกอบของป้ายเรขศิลป์ประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับแนวคิด
เมืองสร้างสรรค์

ขั้นตอนที่ 3 การสำรวจพื้นที่เป้าหมาย ผู้วิจัยลงพื้นที่ย่านยานนาวา
เพื่อตรวจสอบสภาพพื้นที่ โดยการเดินสำรวจและถ่ายภาพทั้งภาคพื้นดิน และ
สัมภาษณ์ชาวชุมชนยานนาวา ประกอบการใช้ภาพถ่ายทางอากาศโดย
อากาศยานไร้คนขับ (Drone) และแอปพลิเคชัน Google Map ในพื้นที่
โครงการริมน้ำยานนาวา และตามแนวถนนเจริญกรุง ตั้งแต่ซอยเจริญกรุง

52 ถึงชอยเจริญกรุง 64 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพพื้นที่ และพิกัดสถานที่สำคัญต่างๆ

ขั้นตอนที่ 4 กำหนดแนวคิดและสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ การพัฒนาความคิดเชิงการออกแบบเพื่อออกแบบงานป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายสัญลักษณ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อการประยุกต์ในการสร้างต้นแบบระบบเรขาคณิตเพื่อสภาพแวดล้อมสำหรับย่านสร้างสรรค์ เมืองสร้างสรรค์

ขั้นตอนที่ 5 ประเมินผลงานต้นแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ นำต้นแบบงานออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายสัญลักษณ์ ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพและประเมินผลงานต้นแบบ แล้วขอรับคำวินิจฉัยและจุดที่ควรปรับปรุงสำหรับผลงานต้นแบบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลตอบกลับในการพัฒนาผลงานต้นแบบเชิงสร้างสรรค์จนเกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารสูงสุด

ขั้นตอนที่ 6 ประเมินผลงานต้นแบบโดยชุมชนยานนาวา นำต้นแบบงานออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายสัญลักษณ์ ชุดที่สมบูรณ์แบบ (Final Prototype Design) และแบบสอบถามเพื่อประเมินประสิทธิภาพทางการสื่อสารของผลงานต้นแบบ ไปให้ชุมชนย่านริมน้ำยานนาวาศึกษาและตอบข้อคำถามตามแบบ แล้วนำผลลัพธ์ที่ได้มาวิเคราะห์และประเมิน โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย (Rating Scale Questionnaire)

กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มตัวอย่างประชากรที่อาศัยอยู่ในชุมชนโครงการริมน้ำยานนาวา โดยผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และเป็นระบบ คือ บ้านเว้นบ้าน (ถ้าเริ่มด้วยเลขคี่ ก็จะสัมภาษณ์บ้านในชอยนั้นเลขคี่ล้วน) ได้แบบสอบถามกลับคืนมา 138 ชุด คำถามในแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามพื้นฐานส่วนบุคคล และคำถามของการมีส่วนร่วมในโครงการรึมน้ำยานนาวา

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเรื่องการเป็นเมืองสร้างสรรค์ของกรุงเทพมหานคร และโครงการรึมน้ำยานนาวา

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเรื่องการออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์ คำถามรูปแบบ และลักษณะสีสันของป้ายประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 7 ประมวลผลข้อมูล วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญและแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาประมวลผลเป็นแนวคิดและแนวทางในการออกแบบป้ายสัญลักษณ์และประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความต้องการ และความเหมาะสมกับพื้นที่เป้าหมายย่านสร้างสรรค์ เมืองสร้างสรรค์ในที่นี้คือ โครงการรึมน้ำยานนาวา ให้ได้ต่อไป

ขั้นตอนที่ 8 สรุปผลการวิจัยและเผยแพร่ผลงานวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรูปแบบของป้ายสร้างสรรค์ แบบ B (แบบเป็นขึ้นต่อกันได้) มีจำนวนถึง 109 ราย (คิดเป็นร้อยละ 79) ส่วนรูปแบบป้ายสร้างสรรค์ แบบ A (แบบกรอบ) มีจำนวน 29 ราย (คิดเป็นร้อยละ 21.0)

ตารางที่ 1 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบของป้ายประชาสัมพันธ์

ตามความชอบหรืออยากได้ป้ายประชาสัมพันธ์แบบใด	จำนวน	ร้อยละ
แบบ A (แบบกรอบ) เป็นแนวคิดมาจากสภาพแวดล้อมของเมือง ผังเมือง ถนน ซอย ตรอก นำมากำหนดและประกอบขึ้นเป็นพื้นที่หรือขอบเขต Zone ที่สามารถบอกข้อมูลและกำหนดขอบเขตของข้อมูล อีกทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยน พับเก็บ และเคลื่อนย้ายได้	29	21.0
แบบ B (แบบตัวต่อ) เป็นแนวคิดของรูปร่าง รูปทรง ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากขอบเขต พื้นที่ สิ่งแวดล้อมในเมือง ถนน รูปแบบสถาปัตยกรรม อาคาร ตึก แม่น้ำ สามารถแสดงข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย อีกทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยน เก็บและเคลื่อนย้ายได้	109	79.0
รวม	138	100.0

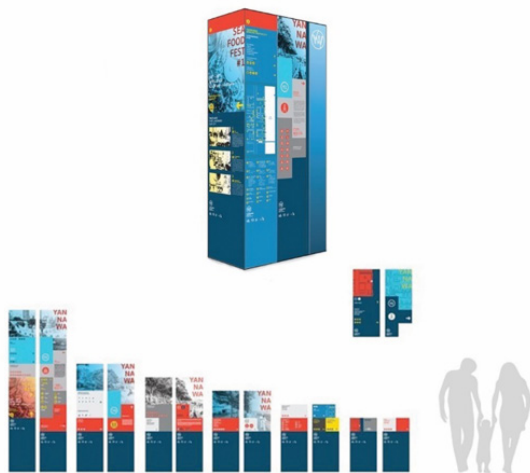
ในเรื่องความชอบของสีสັນของป้ายประชาสัมพันธ์เป็นไปในรูปแบบใด ผู้วิจัยพบว่า คนส่วนใหญ่ชอบสีสັນบนป้ายประชาสัมพันธ์แบบ B มากกว่า มีจำนวน 91 ราย (คิดเป็นร้อยละ 65.9) ส่วนแบบ A คนชอบเพียง 47 ราย (คิดเป็นร้อยละ 34.1)

ตารางที่ 2 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบและสีสັນของป้ายประชาสัมพันธ์

ตามความชอบสีสັນป้ายประชาสัมพันธ์แบบใด	จำนวน	ร้อยละ
แบบ A	47	34.1
แบบ B	91	65.9
รวม	138	100.0



ภาพที่ 1 ผลงานออกแบบเรขาคณิตปีป้ายประชาสัมพันธ์แบบ A



ภาพที่ 2 ผลงานออกแบบเรขาคณิตปีป้ายประชาสัมพันธ์แบบ B

ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะตรงกันว่า ป้ายสัญลักษณ์มีความเป็นไปได้ในการสร้างความน่าสนใจในพื้นที่ ในย่านหรือในเมืองสร้างสรรค์ได้ สามารถช่วยเพิ่มจำนวนคนเดินถนน และสื่อสารกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ได้ในอนาคต เป็นป้ายที่สามารถปรับเปลี่ยนขนาดและเคลื่อนย้ายได้ตามบริบทของพื้นที่ และยังสามารถนำมาใช้ใหม่ได้อีก เป็นป้ายที่มีพลังงานทางเลือก เหมาะสมที่จะเป็นต้นแบบของป้ายเชิงสร้างสรรค์ ที่ต้องการนโยบายในการส่งเสริม และจัดให้มีหน่วยงานในการรับผิดชอบ การจัดเก็บ และบำรุงรักษา

กระบวนการออกแบบและการออกแบบป้ายสัญลักษณ์

จากผลของการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านเมืองสร้างสรรค์และด้านการออกแบบพบว่า การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับย่านหรือเมือง มีความจำเป็นในการนำเสนอข้อมูลประชาสัมพันธ์ เพื่อก่อให้เกิดการบูรณาการองค์ความรู้ต่างๆ ระหว่างคนกับพื้นที่ คนกับเมือง ผ่านระบบป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายชี้นำทาง ดังนั้นป้ายสัญลักษณ์จึงเป็นกลไกสำคัญที่ถูกนำมาใช้ เพื่อช่วยในเรื่องการสื่อสารข้อมูลต่างๆ ให้เป็นระบบเดียวกัน เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และสอดคล้องกับแนวคิดของย่านและเมือง ซึ่งสอดคล้องกับการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ตลอดทั้งปี อีกทั้งมีการปรับและเปลี่ยนข้อมูลอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้ป้ายสัญลักษณ์ป้ายประชาสัมพันธ์นี้มีแนวคิดในการปรับเปลี่ยนรูปแบบได้

เมื่อได้ผลของการวิจัยและวิเคราะห์ออกมาแล้ว นำมาหาจุดแข็งจุดอ่อน วิเคราะห์ผ่านกระบวนการออกแบบเรขาคณิต ดังนั้นแนวทางในการออกแบบจึงต้องพิจารณาหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบหลักของป้าย

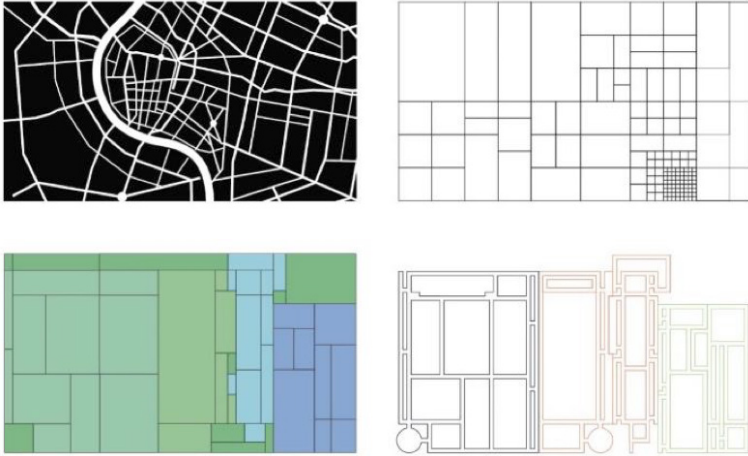
สัญลักษณ์ เกณฑ์การออกแบบป้ายสัญลักษณ์ที่มีความเหมาะสมและสามารถสื่อสารต่อแนวคิดของเมืองสร้างสรรค์ได้ โดยคำนึงถึงองค์ประกอบหลักของป้ายสัญลักษณ์ คือ 1. รูปร่าง รูปทรง Shape and Form 2. วัสดุ Materials 3. สี Color 4. ตัวอักษร Typography and Type 5. เครื่องหมาย ภาพและสัญลักษณ์ภาพ Sign and Symbols 6. การจัดวางบนแผ่นป้ายสัญลักษณ์ Design and Layout และคำนึงถึงเรื่องเกณฑ์การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ คือ 1. ข้อกำหนดความสัมพันธ์ของพื้นที่และข้อควรปฏิบัติในการนำป้ายไปใช้งาน 2. กำหนดชนิดของป้ายกับการใช้งานให้เหมาะสม Usage Consideration 3. ข้อกำหนดด้านความแข็งแรงทนทานของป้าย Durability Requirements 4. ข้อควรคำนึงถึงภัยที่อาจเกิดจากการบ่อนทำลาย และการเสื่อมสภาพ Vandalism Considerations 5. ข้อกำหนดในการประยุกต์ ปรับเปลี่ยน หรือเพิ่มเติม Flexibility to Accommodate Changes and Additionals 6. กำหนดรูปแบบตัวอักษรและความยากง่ายของการอ่าน Readability Factor 7. การสื่อสารกับคนหลายเชื้อชาติโดยใช้ภาษาสากล Multilingual Need 8. ข้อควรคำนึงถึงระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ Regulatory Consideration 9. ความจำเป็นในการให้แสงสว่าง Need of Illumination 10. กำหนดให้มีหนังสือคู่มือการใช้งานระบบป้ายสัญลักษณ์ Need of Graphic Manual 11. ข้อควรคำนึงถึงเรื่องการจัดงบประมาณและรายจ่าย Budget Consideration and Cost Effectiveness

เมื่อผ่านกระบวนการดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยได้กำหนดแนวความคิดหลักในการออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์ป้ายสัญลักษณ์เชิงสร้างสรรค์ โดยเริ่มต้นจากการพัฒนาโครงสร้าง Sign Construction ให้คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย เพื่อตอบโจทย์ของป้ายที่สามารถมองได้รอบทิศทาง สามารถปรับ

เปลี่ยนขนาดรูปทรง โดยนำเสนอแนวคิดใหญ่ Big Ideas ว่า Pop-up Signage โดยมีการกำหนดแนวความคิดว่า ป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายสัญลักษณ์ที่สามารถปรับเปลี่ยนขนาดของป้าย การพับเก็บ การเคลื่อนย้าย บอกชี้นำทาง และยังสามารถส่งเสริมข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่สำคัญของพื้นที่และสภาพแวดล้อม ที่จะช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่ เพื่อการกระตุ้นเตือนให้เกิดความคิดและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่มีแนวโน้มในการจัดกิจกรรมที่มากขึ้น ในแต่ละย่านและเมืองตามบริบทของโลก

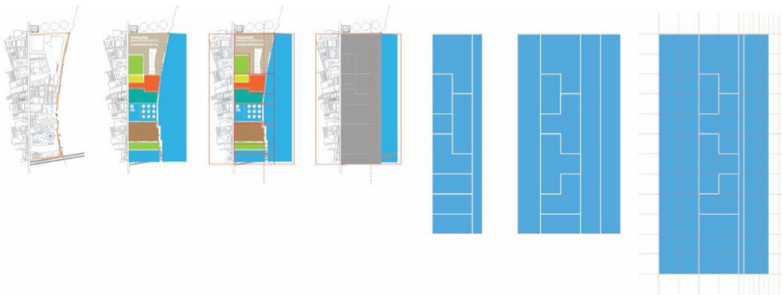
แนวคิดของ Pop-up Signage แนวทางในการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาจากลักษณะของโครงสร้างของป้ายแบบ Multifunctional ที่สามารถปรับเปลี่ยนโครงสร้างตามลักษณะการใช้งาน และประโยชน์ใช้สอย คือ แบบกรอบ Frame และแบบกล่อง Block ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปเลือกที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาไปสู่การออกแบบโดยใช้โปรแกรมสำหรับการสร้างงานออกแบบกราฟิกเรขาคณิต ดังนี้ คือ แบบ A Frame และแบบ B Block

แบบกรอบ Frame คือ รูปร่าง ลักษณะของป้ายที่ถูกพัฒนาแนวคิดมาจากสภาพแวดล้อมของเมือง ผังเมือง ถนน ซอย ตรอก นำมากำหนดและประกอบขึ้นเป็นพื้นที่หรือขอบเขต Zone นำมาประกอบเป็นแนวคิดของป้ายที่สามารถบอกข้อมูลและกำหนดขอบเขตของข้อมูล อีกทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยน พับเก็บ และเคลื่อนย้ายได้



ภาพที่ 3 ที่มาของแนวความคิดในการออกแบบชุดเฟรม

แบบกล่อง Block คือ แนวคิดของรูปร่าง รูปทรง ของป้ายสัญลักษณ์ ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากขอบเขต พื้นที่ สิ่งแวดล้อมในเมือง ถนน รูปแบบสถาปัตยกรรม อาคาร ตึก แม่น้ำ โดยมีการทำงานที่สามารถแสดงข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย อีกทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยน เก็บและเคลื่อนย้าย



ภาพที่ 4 ที่มาของแนวความคิดในการออกแบบชุดแบบกล่อง

ผลการวิเคราะห์สังเคราะห์เพื่อพัฒนาแนวความคิดการพัฒนาคำคิดเพื่อการออกแบบ

การพัฒนาความคิดเพื่อการออกแบบต้นแบบงานเรขศิลป์ ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายประสัมพันธ์เพื่อสภาพแวดล้อม เพื่อการประยุกต์ในการสร้างต้นแบบระบบเรขศิลป์เพื่อสภาพแวดล้อมสำหรับเมืองสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ

- แนวคิดหลักที่ได้รับแรงบันดาลใจจากลักษณะทางกายภาพ โครงสร้างแผนที่ผังเมืองจากย่านยานนาวาที่มีรูปแบบลายเส้นซับซ้อน แสดงรายละเอียดของการแบ่งพื้นที่แต่ละส่วน นำมาคลี่คลายและลดทอนให้มีความเรียบง่ายมากยิ่งขึ้น โดยใช้รูปแบบของเส้นกริด (Grid) แนวตั้งและแนวนอนประกอบกันเป็นรูปแบบ Frame ใช้องค์ประกอบหลักของโครงสร้างของป้ายสัญลักษณ์ที่สามารถสะท้อนถึงลักษณะของย่านยานนาวา

- โครงสร้างในรูปแบบ Frame ถูกออกแบบมาให้มีความกลมกลืนเป็นส่วนหนึ่งกับสภาพแวดล้อมโดยรวมของพื้นที่ย่านยานนาวา ให้ความรู้สึกเป็นมิตรและไม่รบกวนบรรยากาศโดยรวม

- ป้ายสัญลักษณ์ออกแบบภายใต้แนวความคิด Movable Signage System ให้ความสะดวกต่อการเคลื่อนย้าย ใช้โครงสร้างที่สามารถพับและถอดประกอบได้ ระบบ Knockdown การใช้โครงสร้างแบบ Frame มีลักษณะที่โปร่งช่วยลดน้ำหนักของป้ายสัญลักษณ์ลงได้ สามารถกำหนดสัดส่วนการแบ่งพื้นที่ รวมทั้งเชื้ออำนาจต่อการแสดงข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ

- แนวคิดทฤษฎีในการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ อยู่ภายใต้แนวความคิด แบบ Pop-up Signage & Wayfinding มีคุณสมบัติในการปรับ

เปลี่ยนโครงสร้างให้เคลื่อนย้ายและเก็บได้ง่าย พัฒนาแบบโดยใช้ลักษณะการต่อเชื่อมด้วยการประกอบกันของ Block ที่สามารถสลับตำแหน่งไปมา สามารถลดหรือเพิ่มจำนวน Block และสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบป้ายสัญลักษณ์ได้ทั้งสิ้น 21 แบบ ตามบริบทของพื้นที่และสภาพแวดล้อม

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

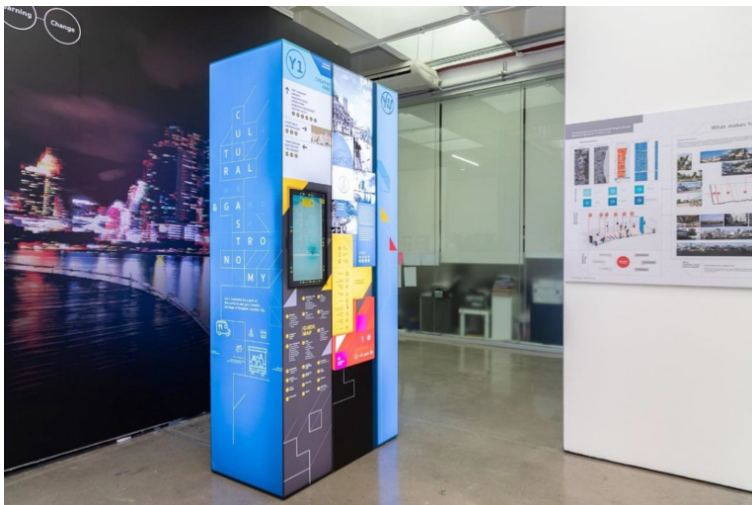
บทสรุป

การศึกษาวิจัยการออกแบบเรขาคณิตป้ายประชาสัมพันธ์เชิงสร้างสรรค์ชิ้นนี้ จึงควรที่จะต้องมีการศึกษาและสนับสนุนงานในลักษณะนี้ ให้สามารถศึกษาเพิ่มเติมลงในขอบเขตที่กว้างและครอบคลุมมากขึ้นในอนาคต เฉพาะในขอบเขตที่ผู้วิจัยสามารถศึกษาได้จากการใช้ข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบันโดยทั้งหมดเป็นกรณีศึกษา โดยอาศัยพื้นที่โครงการริมน้ำยานนาวาที่จะมีการดำเนินการในอนาคต ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของเมืองสร้างสรรค์มาเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบผลงาน และเกณฑ์การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ อีกทั้งยังอ้างอิงข้อมูลจากศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ TCDC และศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง UDCC เพื่อหาแนวทางในการออกแบบให้สอดคล้องตามแนวคิดของเมืองสร้างสรรค์และย่านสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยได้ออกแบบชิ้นงานต้นแบบมาสองแบบ คือ ป้ายสัญลักษณ์แบบกรอบ หรือเฟรม (Frame) ที่สามารถพับได้ เคลื่อนย้ายได้ และป้ายสัญลักษณ์แบบกล่อง ตัวต่อ หรือบล็อก (Block) ซึ่งแนวโน้มของกลุ่มเป้าหมาย และผู้เชี่ยวชาญไปในทางแบบตัวต่อหรือบล็อก



ภาพที่ 5 ภาพจำลองป้ายสัญลักษณ์แบบกล่อง ตัวต่อ หรือบล็อก

ผลงานของผู้วิจัยชิ้นนี้ได้ออกแบบเพื่อที่จะเป็นชิ้นงานที่สามารถนำมาใช้สนับสนุนกิจกรรมสร้างสรรค์ภายในพื้นที่โครงการริมน้ำยานนาวา ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมและผลักดันให้กรุงเทพมหานครเกิดกิจกรรมสร้างสรรค์ และได้รับคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์จาก UNESCO ในที่สุดอีกทางหนึ่ง และผู้วิจัยคาดว่าจากผลงานวิจัยนี้จะถูกนำไปพัฒนาต่อยอด การออกแบบระบบเวทศิลป์เพื่อสภาพแวดล้อมสำหรับย่านหรือเมืองอื่นๆ อีกต่อไป



ภาพที่ 6 ต้นแบบป้ายสัญลักษณ์แบบกล่อง ตัวต่อ หรือบล็อก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่จะนำงานวิจัยชิ้นนี้ไปขยายผลต่อไป ที่จะออกแบบป้ายสัญลักษณ์ สามารถนำเกณฑ์เหล่านี้ที่ผู้วิจัยได้ตั้งข้อเสนอแนะนี้ไปใช้ในการออกแบบระบบเรขาคณิตเพื่อสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องหรือเหมาะสมกับพื้นที่ บริบท งบประมาณ หรือข้อจำกัดอื่น ๆ ของงานชิ้นนั้น ๆ เช่น ป้ายบอกทางในโรงพยาบาล ป้ายบอกทางและข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวตามเมืองต่าง ๆ

ผู้วิจัยแบ่งประเด็นต่าง ๆ ในการนำผลงานวิจัยชิ้นนี้ไปขยายผลต่อไปได้ดังนี้

1. วัสดุ ผู้ที่ขยายผลต่อสามารถทดลองหาวัสดุสมัยใหม่ ที่มีความทนทาน สามารถปรับสภาพการใช้งานให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของพื้นที่เช่น

นั้นได้ดี เช่นสามารถทนต่อสภาวะอากาศที่มีฝนตกชุกได้ดี หรือสามารถทนอยู่กับสภาพแวดล้อมที่มีแดดจ้าได้ดี

2. เทคโนโลยีด้านพลังงาน ผู้ที่ขยายผล อาจจะทำทดลองในการนำเทคโนโลยีด้านพลังงานมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับอุปกรณ์ เช่น ถ้าหากภายในระบบป้ายมีจอแสดงผล อุปกรณ์ปล่อยสัญญาณอินเทอร์เน็ท เซนเซอร์ ลำโพง กล้องวีดีโอ เป็นต้น ผู้ขยายผลอาจจะหาทางบริหารจัดการแบตเตอรี่และแผงโซลาเซลล์ให้ผลิตพลังงานได้เพียงพอกับการใช้งาน

3. เทคโนโลยีด้านการเชื่อมต่อ ผู้ที่ขยายผล สามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบรรจุรวมเข้าไปภายในระบบป้าย เช่น อุปกรณ์ปล่อยสัญญาณอินเทอร์เน็ท กล้องวีดีโอ ระบบสแกน QR Code เป็นต้น เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้งานระบบป้ายสัญลักษณ์

4. การรองรับสำหรับคนพิการ ผู้ขยายผลสามารถทำให้ป้ายนั้นรองรับกับระบบที่สนับสนุนคนพิการ เช่น เซนเซอร์เสียงสำหรับคนตาบอด ปุ่มสำหรับเปิดระบบให้ข้อมูลเสียงกับคนพิการที่ตาบอด ปุ่มฉุกเฉินเรียกกรรพพยาบาล ปุ่มฉุกเฉินเรียกเจ้าหน้าที่ตำรวจ เป็นต้น

บรรณานุกรม

ศฤงคาร กิติวินิต. (2548). *การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ในจังหวัดชายแดนภาคใต้*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม. (2560). *องค์ความรู้ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย สาขาเรขศิลป์*. โครงการส่งเสริมและพัฒนา งานเรขศิลป์ (Graphic Design) ตามแผนการสร้างองค์ความรู้ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560.

เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา. (2543). *ระบบป้ายสัญลักษณ์: Signage system*. กรุงเทพฯ: พลัสเพลส,

Amy E. Arntson. (2007). *Graphic Design Basics*. Thomson Wadsworth. the United States of America.

Ali Motamedi, Zhe Wanga, Nobuyoshi Yabuki, Tomohiro Fukuda and Takashi Michikawa. (2017). Signage visibility analysis and optimization system using BIM-enabled virtual reality (VR) environments. *Advanced Engineering Informations*. pp. 248 -262

Florida, R.L. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.

Landry, Charles. (2008). *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. 2nd. Edition. Near Stroud: Comedia.

Paul Harris, Gavin Ambrose. (2009). *The Fundamentals of Graphic Design*. AVA Publishing SA. Singapore.

Robin Landa. (2011). *Graphic Design Solutions*. Fourth Edition. Cengage Learning, the United States of America.

Yusita Kusumarini, Sherly de Yong, Diana Thamrin. (2012). Signage System of Malls in Surabaya: Universal interior design applications and suggestions for solution. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 68(2012). pp. 515 – 525.

Bibliography

Amy E. Arntson. (2007). *Graphic Design Basics*. Thomson Wadsworth. the United States of America.

Ali Motamedi, Zhe Wanga, Nobuyoshi Yabuki, Tomohiro Fukuda and Takashi Michikawa. (2017). Signage visibility analysis and optimization system using BIM-enabled virtual reality (VR) environments. *Advanced Engineering Informations*. pp. 248 -262

Florida, R.L. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.

Landry, Charles. (2008). *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. 2nd. Edition. Near Stroud: Comedia.

Office of Contemporary Art and Culture, Ministry of Culture. (2007). *Knowledge of Contemporary Art and Culture in Graphic Design (Development Project for Graphic Design)*, According to the year plan 2017 to create Contemporary Art and Culture. (In Thai).

Paul Harris, Gavin Ambrose. (2009). *The Fundamentals of Graphic Design*. AVA Publishing SA. Singapore.

Robin Landa. (2011). *Graphic Design Solutions*. Fourth Edition. Cengage Learning, the United States of America.

- Saringkhan Kitiwinit. (2005). *The Environmental graphic design to promote identity in the Southern of Thailand border provinces*. Master of Arts Thesis, Department of Communication Design, Department of Visual Communication Design, Silpakorn University. (In Thai).
- Ua-Endoo Disakul Na Ayudhya. (2000). *Signage system*. Plus Place, Bangkok. (In Thai).
- Yusita Kusumarini, Sherly de Yong, Diana Thamrin. (2012). Signage System of Malls in Surabaya: Universal interior design applications and suggestions for solution. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 68(2012). pp. 515 – 525.

ภาคผนวก

ภาคผนวกบทความ: ตัวอย่างเพียงบางส่วนของแบบสอบถามสำหรับ
ผู้อาศัยย่านโครงการริมน้ำ

เรื่อง ข้อมูลทั่วไป ยกตัวอย่าง เช่น 1. เพศ 2. อายุ 3. ระดับการศึกษา
4. ศาสนา 5. อาชีพ

เรื่อง การเลือกรูปแบบป้ายประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์ (พิจารณาจากรูปภาพ)
การเลือกรูปแบบสีสันป้ายประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์ (พิจารณาจาก
รูปภาพ)

กรุงเทพมหานครเมืองสร้างสรรค์ ยกตัวอย่าง เช่น

ตารางที่ 3 คำถามเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองสร้างสรรค์					
ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรเป็นเมืองสร้างสรรค์กลุ่มเมืองแห่งอาหาร (City of Gastronomy)					
ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรเป็นเมืองสร้างสรรค์กลุ่มเมืองแห่งศิลปะสื่อประชาสัมพันธ์ (City of Media art)					
ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรเป็นเมืองสร้างสรรค์กลุ่มเมืองแห่งการออกแบบ (City of Design)					
ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรเป็นเมืองสร้างสรรค์กลุ่มเมืองหัตถกรรมและศิลปะท้องถิ่น (City of Crafts and Folk Arts)					
ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรเป็นเมืองสร้างสรรค์กลุ่มเมืองแห่งดนตรี (City of Music)					
ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรเป็นเมืองสร้างสรรค์กลุ่มเมืองแห่งภาพยนตร์ (City of Film)					

เรื่อง โครงการรिमน้ำยานนาวา

ตารางที่ 4 คำถามเกี่ยวกับโครงการรिमน้ำยานนาวา

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านคิดว่าการเดินทางมาโครงการรिमน้ำยานนาวาโดยรถไฟฟ้าสะดวกที่สุด					
ท่านคิดว่าการเดินทางมาโครงการรिमน้ำยานนาวาโดยเรือด่วนแม่น้ำเจ้าพระยาสะดวกที่สุด					

ตารางที่ 5 คำถามเกี่ยวกับสาธาณูปการของโครงการ

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านคิดว่าการเดินทางมาโครงการรिमน้ำยานนาวาโดยรถโดยสารสาธาณะสะดวกที่สุด					
โครงการรिमน้ำยานนาวาน้อกแบบมาเพื่อคนตาบอด					
โครงการรिमน้ำยานนาวาน้อกแบบมาเพื่อคนหูหนวก					

เรื่อง ป้ายประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์

ตารางที่ 6 คำถามเกี่ยวกับป้ายประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านคิดว่าโครงการรณีนายานนาวานี้ควรมีป้ายชื่อโครงการเป็นภาษาต่างประเทศ					
ท่านคิดว่าโครงการรณีนายานนาวานี้ควรมีป้ายชื่อโครงการเป็นสัญลักษณ์					
ท่านคิดว่าป้ายประชาสัมพันธ์ในโครงการนี้ควรแสดงแผนที่องค์ประกอบส่วนต่างๆ ของโครงการครบถ้วน					
ท่านคิดว่าป้ายประชาสัมพันธ์ในโครงการนี้ควรมีเนื้อหาการให้ความรู้ข้อมูลข่าวสาร					
การจัดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ควรจัดตั้งให้เหมาะสมต่อการมองเห็น					
ท่านคิดว่าป้ายประชาสัมพันธ์นี้จะเป็นช่องทางหนึ่งช่วยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของชุมชนได้					

256

ตัวแปร:

1. ตัวแปรต้นได้แก่
 - 1.1 ตัวแปรข้อมูลทั่วไปหรือข้อมูลเบื้องต้น
 - 1.2 ตัวแปรความคิดเห็นเรื่องกรุงเทพมหานครเมืองสร้างสรรค์
 - 1.3 ความคิดเห็นเรื่องโครงการรณีนายานนาวา
2. ตัวแปรตามได้แก่
 - 2.1 การเลือกรูปแบบป้ายประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์
 - 2.2 การเลือกรูปแบบสีสันทันป้ายประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์
 - 2.3 ความคิดเห็นเรื่องป้ายประชาสัมพันธ์สร้างสรรค์