

การออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อกของไทยโดยใช้แนวคิดหลังสมัยใหม่



บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานฤมิตรศิลป์ ภาควิชา นฤมิตรศิลป์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

GRAPHIC DESIGN FOR THAI ROCK BANDS BY USING POSTMODERN CONCEPT

Mr. Pornvithid Kaewchusri



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Fine and Applied Arts Program in Creative Arts

Department of Creative Arts

Faculty of Fine and Applied Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2015

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อกของไทยโดยใช้แนวคิดหลังสมัยใหม่
โดย	นายพรวิจิต แก้วชูศรี
สาขาวิชา	นฤมิตศิลป์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ อารยะ ศรีกัลยานบุตร

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารศิลป์

.....คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ อารยะ ศรีกัลยานบุตร)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ญาดา ขวาลกุล)

พรวิจิต แก้วชูศรี : การออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อกของไทยโดยใช้แนวคิดหลังสมัยใหม่ (GRAPHIC DESIGN FOR THAI ROCK BANDS BY USING POSTMODERN CONCEPT) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ. อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 211 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อสาร และสะท้อนลักษณะของดนตรีร็อกในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลของดนตรีร็อกในแต่ละยุค ผ่านแนวคิดหลังสมัยใหม่ (Post-Modern)

วิธีที่ใช้ในงานวิจัยคือ การศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีร็อกในยุค 50, 60, 70, 80, 90 และ ปัจจุบัน โดยนำข้อมูลที่ได้มาสร้างเป็นแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี เพื่อคัดกรองกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 86 จาก 2,001 ปกอัลบั้ม จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องของสี ตัวอักษร และการใช้ภาพประกอบโฆษณา โดยนำผลที่วิเคราะห์ได้มาทำการตรวจสอบผลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกและภาพอีกครั้ง

สรุปผลการวิจัยพบว่า เรื่องของการใช้สี ตัวอักษร และภาพประกอบโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มดนตรี ร็อกในแต่ละยุค มีผลลัพธ์และภาพรวมที่แตกต่างกัน คือ เรื่องของการใช้สี และภาพประกอบโฆษณา และในส่วนที่มีผลลัพธ์ที่คล้ายคลึงกัน คือ เรื่องการใช้ตัวอักษร ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลสรุปดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ เรขศิลป์ของวงดนตรีร็อกไทยโดยใช้แนวคิดหลังสมัย โดยพบว่าสามารถนำหลักการของแนวคิดหลังสมัยใหม่มาใช้ในการออกแบบเรขศิลป์ของวงดนตรีร็อกของไทยที่ได้รับอิทธิพลทางดนตรีร็อกในแต่ละยุคได้อย่างแตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาควิชา นฤมิตศิลป์

ลายมือชื่อนิสิต

สาขาวิชา นฤมิตศิลป์

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

ปีการศึกษา 2558

5786720435 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEYWORDS: GRAPHIC DESIGN / ROCK MUSIC / ROCK BAND / POSTMODERN CONCEPT

PORNVITHID KAEWCHUSRI: GRAPHIC DESIGN FOR THAI ROCK BANDS BY USING
POSTMODERN CONCEPT. ADVISOR: ASSOC. PROF. ARAYA
SRIKANLAYANABUTH, 211 pp.

The objective of this research is to search for the graphic design guideline to communicate the Thai rock bands that are influenced by rock music in each era by using post-modern concept.

The research methodologies are studying and collecting information of rock music in each era, (50s, 60s, 70s, 80s, 90s & Present), the data are used to build research tools that the music specialist uses to identify the research samples; 86 of 2,001 selected albums, the researcher analyzes samples for colors, typography and executions of advertising, the results of the analysis is verified again by graphic and visual specialist.

Research summary of the use of colors, typography and execution of advertising, album rock samples in each era, finds that there are different results in colors and executions of advertising, and the same result is typography. Finally, the researcher uses this study as the guideline to design Thai rock bands album by using postmodern concept, and finds that the principles of postmodern can be used in the graphic design of Thai rock bands that are influenced by rock music in a different era.

Department: Creative Arts

Student's Signature

Field of Study: Creative Arts

Advisor's Signature

Academic Year: 2015

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีนั้นเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ที่ดีจากบิดา มารดา และพี่ๆ น้องๆ ทุกคนในสายงานของข้าพเจ้าที่คอยให้การสนับสนุนในเรื่องต่างๆ เป็นอย่างดีและเรื่อยมาตลอดขั้นตอนของการทำงานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ. อารยะ ศรีกัลยาณบุตร อาจารย์ที่เป็นมากกว่าอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์มอบทั้งความรู้ ข้อคิด แนวคิด และแบบอย่างที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิต ตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ได้เป็นอย่างดี ทำให้ศิษย์เปิดโลกทัศน์ พัฒนาตัวเองทั้งในแง่คิด และการทำงานแบบใหม่ที่ไม่เคยได้ทำมาก่อน ขอขอบคุณครับ

ขอขอบคุณ รศ. ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ ประธานกรรมการ อาจารย์ผู้มอบความรู้ วิชาที่ไม่สามารถหาได้ทีใด ตลอดจนคำแนะนำ และแนวทางแก้ไขปรับปรุงให้งานนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ ผศ. ดร. ญาดา ขวาลกุล ที่สละเวลามาเป็นกรรมการภายนอก และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานชิ้นนี้

ขอขอบคุณคณาจารย์ภาควิชาอนุมัติศิลป์ทุกๆท่าน ขอขอบคุณเพื่อน MFA 12 ทุกคน สำหรับมิตรภาพที่ดีเสมอมา ขอขอบคุณมิตรที่ร่วมทางกันมาจนก้าวผ่านไปได้ด้วยดี

สุดท้ายขอขอบคุณทุกๆ ท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ และการสนับสนุนข้าพเจ้าด้วยดีตลอดมา แม้จะไม่ได้เฝ้านามมา ณ. ที่นี้ ขอขอบคุณครับ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ	1
สารบัญตาราง.....	1
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 ปัญหำนำการวิจัย.....	7
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
1.4 สมมติฐานการวิจัย	7
1.5 ขอบเขตการวิจัย	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
1.7 วิธีดำเนินการวิจัย.....	9
1.8 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	10
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	11
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีร็อกในแต่ละยุค	12
ดนตรีร็อกของไทยในปัจจุบัน.....	18
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดหลังสมัยใหม่	21
2.1 การกำเนิดแนวร่วมโพสต์โมเดิร์นนิซึม	22
2.2 หลักการ เหตุผล และแนวความคิดของแนวร่วมโพสต์โมเดิร์นนิซึม	24
2.3 ลักษณะองค์ประกอบและรูปแบบ	25

2.4 เรขศิลป์โพสต์โมเดิร์น	28
ส่วนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับหลักการใช้สี.....	32
3.1 หลักการของสี.....	32
3.2 คุณสมบัติของสี.....	33
3.3 สีกับบุคลิกภาพ.....	35
3.4 ตัวแทนของสีในแต่ละยุค.....	37
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ตัวอักษร	40
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับภาพประกอบในงานโฆษณา	45
รูปแบบวิธีสร้างสรรค์ภาพประกอบโฆษณา	45
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	58
3.1 ศึกษาข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	60
3.2 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างงานด้านดนตรีร็อค	60
3.3 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี	61
3.3.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อคยุค 50	64
3.3.2. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อคยุค 60.....	66
3.3.3. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อคยุค 70.....	72
3.3.4. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อคยุค 80.....	81
3.3.5. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อคยุค 90.....	86
3.3.6. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อคยุค 2000-ปัจจุบัน.....	90
3.4 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์	92
3.5 การวิเคราะห์ และสรุปผลการออกแบบเรขศิลป์.....	94
3.6 การดำเนินงานออกแบบ.....	95
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	96

บทที่ 5 บทสรุป และข้อเสนอแนะ.....	121
5.1.ดนตรีร้อยยุค 50	123
5.1.1 การใช้สี (Color) สำหรับดนตรีร้อยยุค 50	123
5.1.2 การใช้ตัวอักษร (Typography) สำหรับดนตรีร้อยยุค 50	125
5.1.3 การใช้ภาพประกอบโฆษณาสำหรับดนตรีร้อยยุค 50	126
5.2.ดนตรีร้อยยุค 60	126
5.2.1 การใช้สี (Color) สำหรับดนตรีร้อยยุค 60	126
5.2.2 การใช้ตัวอักษร (Typography) สำหรับดนตรีร้อยยุค 60	128
5.2.3 การใช้ภาพประกอบโฆษณาสำหรับดนตรีร้อยยุค 60	129
5.3.ดนตรีร้อยยุค 70	131
5.3.1 การใช้สี (Color) สำหรับดนตรีร้อยยุค 70	131
5.3.2 การใช้ตัวอักษร (Typography) สำหรับดนตรีร้อยยุค 70	133
5.3.3 การใช้ภาพประกอบโฆษณาสำหรับดนตรีร้อยยุค 70	134
5.4.ดนตรีร้อยยุค 80	136
5.4.1 การใช้สี (Color) สำหรับดนตรีร้อยยุค 80	136
5.4.2 การใช้ตัวอักษร (Typography) สำหรับดนตรีร้อยยุค 80	138
5.4.3 การใช้ภาพประกอบโฆษณาสำหรับดนตรีร้อยยุค 80	140
5.5.ดนตรีร้อยยุค 90	141
5.5.1 การใช้สี (Color) สำหรับดนตรีร้อยยุค 90	141
5.5.2 การใช้ตัวอักษร (Typography) สำหรับดนตรีร้อยยุค 90	143
5.5.3 การใช้ภาพประกอบโฆษณาสำหรับดนตรีร้อยยุค 90	144
5.6.ดนตรีร้อยยุค 2000 ถึงปัจจุบัน.....	146
5.6.1 การใช้สี (Color) สำหรับดนตรีร้อยยุค 2000.....	146

5.6.2 การใช้ตัวอักษร (Typography) สำหรับดนตรีร็อกยุค 2000.....	148
5.6.3 การใช้ภาพประกอบโฆษณาสำหรับดนตรีร็อกยุค 2000.....	149
5.7 บทสรุป.....	150
5.7.1.ดนตรีร็อกยุค 50.....	151
1.1 เรื่องการใช้สี.....	151
1.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร.....	151
1.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา.....	151
5.7.2.ดนตรีร็อกยุค 60.....	152
2.1 เรื่องการใช้สี.....	152
2.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร.....	153
2.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา.....	153
5.7.3.ดนตรีร็อกยุค 70.....	154
3.1 เรื่องการใช้สี.....	154
3.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร.....	155
3.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา.....	155
5.7.4.ดนตรีร็อกยุค 80.....	156
4.1 เรื่องการใช้สี.....	156
4.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร.....	157
4.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา.....	157
5.7.5.ดนตรีร็อกยุค 90.....	158
5.1 เรื่องการใช้สี.....	158
5.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร.....	159
5.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา.....	159

5.7.6.ดนตรีร้อยคยุค 2000 ถึงปัจจุบัน.....	160
6.1 เรื่องการใช้สี.....	160
6.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร.....	160
6.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา.....	161
ข้อเสนอแนะ.....	162
บทที่ 6 การออกแบบ.....	163
6.1 แบบสรุปทางการออกแบบ.....	164
6.1.1 กรณีศึกษา.....	164
6.1.2 กลุ่มเป้าหมาย.....	165
6.1.3 สารที่ต้องการจะสื่อ.....	166
6.1.4 เหตุผลสนับสนุน.....	166
6.1.5 อารมณ์ความรู้สึก.....	166
6.1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	166
6.1.7 สื่อที่ใช้.....	166
6.2 ผลการออกแบบ.....	167
6.2.1 การออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (PR. Media).....	169
6.2.2 การออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลงานดนตรี และของที่ระลึก (Merchandise & Souvenir).....	173
6.2.3 การออกแบบเรขศิลป์สำหรับสภาพแวดล้อม (Environmental Graphic).....	180
6.2.4 การออกแบบเวที (Stage Design).....	182
รายการอ้างอิง.....	185
ภาคผนวก.....	187
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	211

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 การบริโภคประเภทของเพลงในสหรัฐอเมริกา	2
ภาพที่ 2 ภาพของศิลปินร็อกในปัจจุบัน.....	4
ภาพที่ 3 Philip Johnson & John Burgee , AT&T Headquarters Building, New York, 1980-84.	26
ภาพที่ 4 Michael Graves, The Portland Building, Oregon, 1980-83.....	26
ภาพที่ 5 Charles Moore & Others, Piazza d' Italia, New Orleans, 1975-80.	26
ภาพที่ 6 Robert Venturi, Sheraton Chair ,1978	27
ภาพที่ 7 ตัวอย่างผลงาน David Carson, 1990s.....	28
ภาพที่ 8 ตัวอย่างผลงาน Neville Brody, 1980s.....	29
ภาพที่ 9 ตัวอย่างผลงาน Jamie Reid, 1970s.....	30
ภาพที่ 10 ภาพกรอบในการวิจัยเพื่อวิเคราะห์เชื่อมโยงแนวคิดหลังสมัยใหม่.....	31
ภาพที่ 11 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบตัวคัดลายมือ (Text Letters or Blackletter Typefaces)....	41
ภาพที่ 12 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typeface)	41
ภาพที่ 13 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบโอลด์ สไต์ล (Old Style)	42
ภาพที่ 14 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบทรานสิชันนอล (Transitional).....	42
ภาพที่ 15 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบสแควร์เซอริฟ (Stab Serif หรือ Square Serif)	43
ภาพที่ 16 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบโมเดิร์น (Modern)	43
ภาพที่ 17 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface).....	44
ภาพที่ 18 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบตกแต่ง (Display Typeface)	44
ภาพที่ 19 ภาพตัวอย่างภาพที่ไม่มีคำบรรยาย	46
ภาพที่ 20 ภาพตัวอย่างภาพที่เกิดจากการผสมรวมกัน	46

ภาพที่ 21	ภาพตัวอย่างภาพการเปรียบเทียบโดยการวางขีดติดกัน.....	47
ภาพที่ 22	ภาพตัวอย่างภาพการซ้ำหรือเพิ่มจำนวน	47
ภาพที่ 23	ภาพตัวอย่างภาพเหนือจริง.....	48
ภาพที่ 24	ภาพตัวอย่างภาพการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งตรงข้าม	48
ภาพที่ 25	ภาพตัวอย่างภาพการตัดทอนและบอกเป็นนัย.....	49
ภาพที่ 26	ภาพตัวอย่างภาพความขัดแย้งและภาพลวงตา	49
ภาพที่ 27	ภาพตัวอย่างภาพความก้าวร้าวและภาพที่ทำให้ตกใจ	50
ภาพที่ 28	ภาพตัวอย่างภาพที่เกี่ยวข้องกับช่วงเวลา	50
ภาพที่ 29	ภาพตัวอย่างภาพที่เปลี่ยนมุมมอง	50
ภาพที่ 30	ภาพตัวอย่างภาพการหยอกล้อและภาพล้อเลียน	51
ภาพที่ 31	ภาพตัวอย่างภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย.....	51
ภาพที่ 32	ภาพตัวอย่างภาพที่มีลักษณะเป็นเกมส์.....	52
ภาพที่ 33	ภาพตัวอย่างภาพบอกเรื่องราว.....	52
ภาพที่ 34	ภาพตัวอย่างภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด.....	53
ภาพที่ 35	ภาพตัวอย่างการเล่นคำกับภาพ.....	53
ภาพที่ 36	ภาพตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนรูปร่าง	54
ภาพที่ 37	ภาพตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น.....	54
ภาพที่ 38	ภาพตัวอย่างภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง	54
ภาพที่ 39	ภาพตัวอย่างภาพที่สร้างสรรค์เป็นตัวอักษร	55
ภาพที่ 40	ภาพตัวอย่างภาพคำพาดหัว	55
ภาพที่ 41	ภาพตัวอย่างการกำหนดขอบเขตใหม่หรือการเปลี่ยนโครงสร้างความหมายภาพ	56
ภาพที่ 42	ภาพตัวอย่างภาพอุปมาอุปไมยและการเปรียบเทียบ.....	56
ภาพที่ 43	ภาพตัวอย่างการสร้างสรรคภาพจากสื่อโฆษณา.....	57
ภาพที่ 44	ภาพตัวอย่างการสร้างสรรคภาพบนสื่อใหม่	57

ภาพที่ 45	ภาพแผนขั้นตอนการวิจัย.....	59
ภาพที่ 46	ภาพหนังสือในการรวบรวมผลงานปกอัลบั้มในยุคต่างๆ.....	60
ภาพที่ 47	สูตรคำนวณเพื่อหากลุ่มตัวอย่างจากประชากรโดย Taro Yamane	61
ภาพที่ 48	Bo Diddley (1958).....	64
ภาพที่ 49	Champ Go (1958).....	64
ภาพที่ 50	Hen Gates and His Gaters (1957).....	64
ภาพที่ 51	The Crew Cuts (1958)	65
ภาพที่ 52	Elvis Presley RCA (1954).....	65
ภาพที่ 53	Various Artist Rock (1958).....	65
ภาพที่ 54	Beatle Revolver (1966)	66
ภาพที่ 55	Beatle (1967).....	66
ภาพที่ 56	Beatles Abbey Road (1969)	66
ภาพที่ 57	The Jeff Beck (1967).....	67
ภาพที่ 58	The Steve Miller Band (1968).....	67
ภาพที่ 59	The Velvet underground (1967).....	67
ภาพที่ 60	The Angry Young Them (1965)	68
ภาพที่ 61	Cream (1967)	68
ภาพที่ 62	Elvis Presley (1969).....	68
ภาพที่ 63	The Crimson King (1969).....	69
ภาพที่ 64	Led Zeppelin (1969).....	69
ภาพที่ 65	The Beatle (1964)	69
ภาพที่ 66	The Doors (1967)	70
ภาพที่ 67	Jimi Hendrix (1967).....	70
ภาพที่ 68	The Kinks (1969).....	70

ภาพที่ 69	The Kinks (1968).....	71
ภาพที่ 70	The Mothers of Invention (1966).....	71
ภาพที่ 71	The Rolling Stones (1966).....	71
ภาพที่ 72	The Who (1969).....	72
ภาพที่ 73	Aerosmith (1977).....	72
ภาพที่ 74	Electric light (1977).....	72
ภาพที่ 75	Fabulous Poodles (1978)	73
ภาพที่ 76	Humble Pie Thunder box (1974).....	73
ภาพที่ 77	Manfred Mann's Earth band (1976).....	73
ภาพที่ 78	Montrose Jump On It (1976).....	74
ภาพที่ 79	Strawbs Deadlines (1978).....	74
ภาพที่ 80	T.Rex (1971)	74
ภาพที่ 81	The Clash (1979).....	75
ภาพที่ 82	The Rolling Stone (1971).....	75
ภาพที่ 83	Wet Willie (1970).....	75
ภาพที่ 84	Wings Back to the Egg (1979)	76
ภาพที่ 85	Yes (1977).....	76
ภาพที่ 86	David Bowie (1973).....	76
ภาพที่ 87	David Bowie (1972).....	77
ภาพที่ 88	Neil Young (1979).....	77
ภาพที่ 89	Pink Floyd (1973).....	77
ภาพที่ 90	Slayed (1972).....	78
ภาพที่ 91	the Allman Brothers (1971)	78
ภาพที่ 92	The Damned (1979)	78

ภาพที่ 93	The Doors (1970)	79
ภาพที่ 94	The Grateful Dead (1970)	79
ภาพที่ 95	The Move (1971)	79
ภาพที่ 96	The Stooges Fun House (1970)	80
ภาพที่ 97	Tom Petty (1976)	80
ภาพที่ 98	Van Halen (1978)	80
ภาพที่ 99	X-Ray Spex (1978)	81
ภาพที่ 100	Def Leppard (1981)	81
ภาพที่ 101	Red Hot Chili Peppers (1988)	81
ภาพที่ 102	The Radiators (1987)	82
ภาพที่ 103	Toto Isolation (1984)	82
ภาพที่ 104	Toto (1981)	82
ภาพที่ 105	Anthrax (1987)	83
ภาพที่ 106	Bon Jovi (1986)	83
ภาพที่ 107	Bruce Springsteen (1984)	83
ภาพที่ 108	Dead Kennedys (1985)	84
ภาพที่ 109	Harlequin (1982)	84
ภาพที่ 110	Iron Maiden (1980)	84
ภาพที่ 111	Iron Maiden (1982)	85
ภาพที่ 112	Jackson Browne (1983)	85
ภาพที่ 113	Nazareth (1981)	85
ภาพที่ 114	Pink Floyd (1987)	86
ภาพที่ 115	ZZ Top (1983)	86
ภาพที่ 116	Nirvana (1991)	86

ภาพที่ 117	Ash (1996).....	87
ภาพที่ 118	Nine Inch Nails (1994).....	87
ภาพที่ 119	Nirvana (1993).....	87
ภาพที่ 120	Oasis (1994).....	88
ภาพที่ 121	Pulp (1998).....	88
ภาพที่ 122	R.E.M (1992).....	88
ภาพที่ 123	Red Hot Chili Peppers (1999).....	89
ภาพที่ 124	Sepultura (1991).....	89
ภาพที่ 125	Sound Garden (1994).....	89
ภาพที่ 126	Suede (1993).....	90
ภาพที่ 127	The Verve (1997).....	90
ภาพที่ 128	Coldplay (2000).....	90
ภาพที่ 129	Limp Bizkit (2000).....	91
ภาพที่ 130	Linkin Park (2000).....	91
ภาพที่ 131	Radiohead (2003).....	91
ภาพที่ 132	The Flaming Lips (2002).....	92
ภาพที่ 133	The Hives (2002).....	92
ภาพที่ 134	ภาพแสดงผลสรุปเรื่องการใช้สีของดนตรีร็อกยุค 50.....	125
ภาพที่ 135	ภาพแสดงผลสรุปเรื่องการใช้สีของดนตรีร็อกยุค 60.....	128
ภาพที่ 136	ภาพแสดงผลสรุปเรื่องการใช้สีของดนตรีร็อกยุค 70.....	133
ภาพที่ 137	ภาพแสดงผลสรุปเรื่องการใช้สีของดนตรีร็อกยุค 80.....	138
ภาพที่ 138	ภาพแสดงผลสรุปเรื่องการใช้สีของดนตรีร็อกยุค 90.....	143
ภาพที่ 139	ภาพแสดงผลสรุปเรื่องการใช้สีของดนตรีร็อกยุค 2000.....	148
ภาพที่ 140	แผนภาพในการออกแบบเรขาคณิตสำหรับดนตรีร็อกไทยที่ได้รับอิทธิพลยุค 50.....	152

ภาพที่ 141	แผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับดนตรีร็อคไทยที่ได้รับอิทธิพลยุค 60.....	154
ภาพที่ 142	แผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับดนตรีร็อคไทยที่ได้รับอิทธิพลยุค 70	156
ภาพที่ 143	แผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับดนตรีร็อคไทยที่ได้รับอิทธิพลยุค 80.....	158
ภาพที่ 144	แผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับดนตรีร็อคไทยที่ได้รับอิทธิพลยุค 90.....	160
ภาพที่ 145	ภาพแนวความคิดการผสมผสานองค์ประกอบเรขศิลป์ในการออกแบบ.....	164
ภาพที่ 146	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (คีย์ วิซวล).....	168
ภาพที่ 147	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (โปสเตอร์).....	169
ภาพที่ 148	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (บัตรคอนเสิร์ต).....	169
ภาพที่ 149	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (บัตรทีมงานและศิลปิน).....	170
ภาพที่ 150	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (โฆษณาในนิตยสาร).....	170
ภาพที่ 151	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่)	171
ภาพที่ 152	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่)	171
ภาพที่ 153	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่)	172
ภาพที่ 154	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (บนตัวรถ).....	172
ภาพที่ 155	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (กระเป๋า).....	173
ภาพที่ 156	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับแผ่นเสียง อีพี อัลบั้ม.....	173
ภาพที่ 157	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับแผ่นเสียง ซิงเกิ้ล 1	174
ภาพที่ 158	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับแผ่นเสียง ซิงเกิ้ล 2	174
ภาพที่ 159	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับแผ่นเสียง ซิงเกิ้ล 3	175
ภาพที่ 160	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (เสื้อ)	175
ภาพที่ 161	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (กรอบโทรศัพท์มือถือ).....	176
ภาพที่ 162	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (เข็มกลัด)	176
ภาพที่ 163	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (โปสการ์ด 1).....	177
ภาพที่ 164	ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (โปสการ์ด 2).....	177

ภาพที่ 165 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (โปสการ์ด 3).....	178
ภาพที่ 166 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (โปสการ์ด 4).....	178
ภาพที่ 167 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (โปสการ์ด 5).....	179
ภาพที่ 168 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในงาน 1	180
ภาพที่ 169 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในงาน 2	180
ภาพที่ 170 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในงาน 3	181
ภาพที่ 171 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในงาน 4	181
ภาพที่ 172 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับเวทีคอนเสิร์ต.....	182
ภาพที่ 173 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับประกอบการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต 1	183
ภาพที่ 174 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับประกอบการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต 2.....	183
ภาพที่ 175 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับประกอบการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต 3.....	183
ภาพที่ 176 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับประกอบการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต 4.....	184
ภาพที่ 177 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับประกอบการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต 5.....	184
ภาพที่ 178 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับประกอบการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต 6.....	184

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 ตารางแสดงการสรุปวิวัฒนาการของรีดอกและแนวย่อยที่ได้รับความนิยมในช่วงเวลา ต่างๆ.....	8
ตารางที่ 2 ตารางแสดงถึงลักษณะเด่น และลักษณะโดยรวมของดนตรีรีดอกในแต่ละยุค	20
ตารางที่ 3 ตารางแสดงชื่อเต็ม ตัวย่อ และเนื้อสีแท้.....	32
ตารางที่ 4 ตารางแสดงโทนของสี 4 โทนหลัก.....	33
ตารางที่ 5 ตารางแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับสี	37
ตารางที่ 6 ตารางแสดงถึงสีที่เป็นตัวแทนของช่วงสีที่ใช้ในการออกแบบ ในช่วงของยุค 1950s.....	38
ตารางที่ 7 ตารางแสดงถึงสีที่เป็นตัวแทนของช่วงสีที่ใช้ในการออกแบบ ในช่วงของยุค 1960s.....	38
ตารางที่ 8 ตารางแสดงถึงสีที่เป็นตัวแทนของช่วงสีที่ใช้ในการออกแบบ ในช่วงของยุค 1970s.....	39
ตารางที่ 9 ตารางแสดงถึงสีที่เป็นตัวแทนของช่วงสีที่ใช้ในการออกแบบ ในช่วงของยุค 1980s.....	39
ตารางที่ 10 ตารางแสดงถึงสีที่เป็นตัวแทนของช่วงสีที่ใช้ในการออกแบบ ในช่วงของยุค 1990s.....	39
ตารางที่ 11 ตารางแสดงถึงสีที่มีอิทธิพลในการออกแบบที่สุด โดยสถาบัน Pantone ตั้งตั้งแต่ปี 2000-2009.....	40
ตารางที่ 12 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวรีดอกยุค 50.....	97
ตารางที่ 13 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวรีดอกยุค 60.....	99
ตารางที่ 14 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวรีดอกยุค 70.....	104
ตารางที่ 15 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวรีดอกยุค 80.....	111
ตารางที่ 16 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวรีดอกยุค 90.....	115
ตารางที่ 17 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวรีดอกยุค 2000....	119
ตารางที่ 18 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้สี (Color) ของดนตรีรีดอกยุค 50	124
ตารางที่ 19 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษร (Typography) ของดนตรีรีดอกยุค 50	125
ตารางที่ 20 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีรีดอกยุค 50.....	126
ตารางที่ 21 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้สี (Color) ของดนตรีรีดอกยุค 60.....	127

ตารางที่ 22	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษร (Typography) ของดนตรีร็อคยุค 60	129
ตารางที่ 23	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อคยุค 60.....	130
ตารางที่ 24	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้สี (Color) ของดนตรีร็อคยุค 70	132
ตารางที่ 25	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษร (Typography) ของดนตรีร็อคยุค 70	134
ตารางที่ 26	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อคยุค 70.....	135
ตารางที่ 27	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้สี (Color) ของดนตรีร็อคยุค 80	137
ตารางที่ 28	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษร (Typography) ของดนตรีร็อคยุค 80	139
ตารางที่ 29	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อคยุค 80.....	140
ตารางที่ 30	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้สี (Color) ของดนตรีร็อคยุค 90	142
ตารางที่ 31	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษร (Typography) ของดนตรีร็อคยุค 90	144
ตารางที่ 32	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อคยุค 90.....	145
ตารางที่ 33	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้สี (Color) ของดนตรีร็อคยุค 2000.....	147
ตารางที่ 34	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษร (Typography) ของดนตรีร็อคยุค 2000.....	149
ตารางที่ 35	ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อคยุค 2000	150

บทที่ 1

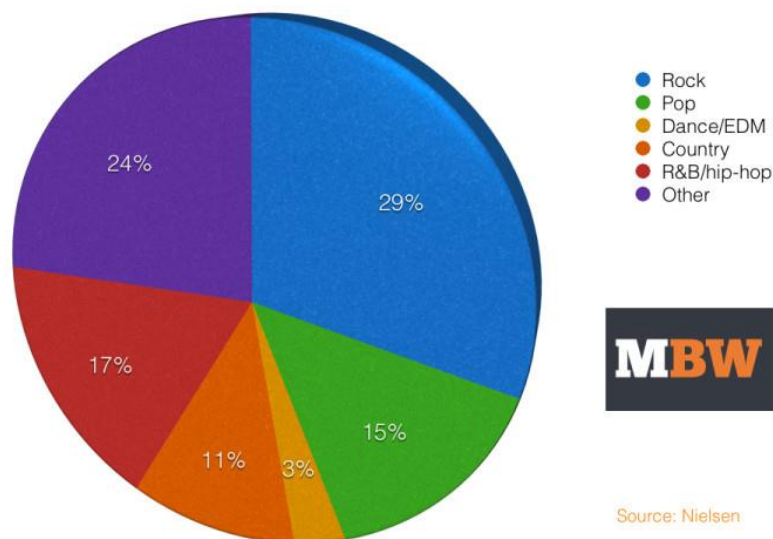
บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ดนตรีถือได้ว่าเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่อยู่คู่กับมนุษย์ทุกคนบนโลกนี้มาตั้งแต่สมัยโบราณ อีกทั้งดนตรียังเป็นศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวิถีชีวิตของมนุษย์ รวมไปถึงกิจกรรมต่างๆ อันเป็นองค์ประกอบที่สำคัญดำรงชีวิตของมนุษย์เกือบจะทุกด้านอีกด้วย อาทิ ด้านจิตใจ ด้านศิลปะ ด้านการศึกษา ด้านวัฒนธรรม ด้านการเมือง ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ ซึ่งโดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจนั้น ได้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมดนตรีอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นดนตรีที่เป็นสินค้า ดนตรีประกอบภาพยนตร์หรือโฆษณา รวมไปถึงซีดี วีซีดี และดีวีดี ตลอดจนการดาวน์โหลดเพลง และลิขสิทธิ์เพลง อันเป็นเรื่องของธุรกิจซึ่งอยู่คู่กับดนตรีที่มีพัฒนาการมาจนถึงในยุคปัจจุบัน

แนวดนตรีที่ถือได้ว่ามีอิทธิพลและได้รับความนิยมมาตลอด คือ แนวดนตรีร็อก (Rock) โดยจากข้อมูลผลสำรวจของ Nielsen ปี พ.ศ. 2557 เกี่ยวกับตลาดเพลงในสหรัฐนั้นได้อ้างว่าดนตรีร็อกนั้นได้รับการบริโภคสูงที่สุดคิดเป็น 29 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือดนตรีป๊อป (Pop), อาร์แอนด์บี (R&B) และฮิปฮอป (Hip-Hop) คิดเป็น 14.9 เปอร์เซ็นต์ และ 17.2 เปอร์เซ็นต์ตามลำดับ โดยในส่วนของอุตสาหกรรมเพลงโลกนั้นมีมูลค่าการตลาดโดยรวมอยู่ที่ 15,030 ล้านบาท ซึ่งดนตรีแนวร็อกนั้นได้รับการบริโภคมากเป็นอันดับ 2 รองจากแนวดนตรีป๊อปคิดเป็น 29.2 เปอร์เซ็นต์และ 25.7 เปอร์เซ็นต์ตามลำดับ

Total consumption by genre in US - 2014



ภาพที่ 1 การบริโภคประเภทของเพลงในสหรัฐอเมริกา

ในประเทศไทยนั้น การพัฒนาของดนตรีร็อกและธุรกิจเพลงไทยนั้นได้มีการพัฒนาควบคู่กันมาโดยตลอด โดยในช่วง 20 ปี (พ.ศ.2541-2550) ที่ผ่านมานั้นธุรกิจเพลง และอุตสาหกรรมเพลงได้มีการพัฒนาอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งอาศัยความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้มีการพัฒนาและเติบโตขึ้นจนเป็นอุตสาหกรรมใหญ่ที่มีมูลค่านับหมื่นล้านบาทในแต่ละปี คุณรณพงศ์ คำนวนทิพย์ นายกษมาคมผู้ประกอบการธุรกิจบันเทิงไทยกล่าวว่า ตลาดรวมของอุตสาหกรรมเพลงไทยมีมูลค่ารวมอยู่ที่ 4,280 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2556 [1]

อย่างไรก็ดีถึงแม้ว่าดนตรีร็อกในปัจจุบันยังคงเป็นที่นิยมและมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีมูลค่าสูง รวมทั้งยังมีสื่อเรขศิลป์ที่เกี่ยวข้องกับดนตรีร็อกเกิดขึ้นมาแล้วมากมาย อาทิ สัญลักษณ์หรือโลโก้วง ปกซีดี ปกดีวีดี โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว หรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ อีกมากมาย ซึ่งโดยทั่วไปนั้นมักจะเป็นมุมมองในการออกแบบที่เป็นภาพรวมเท่านั้น ดังจะเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ดนตรีร็อก...ได้รับอิทธิพลสืบเนื่องจากอดีตมาจนถึงปัจจุบันทั้งทางด้านดนตรี วัฒนธรรมการแต่งตัว และงานดีไซน์ การออกแบบต่างๆบนปกซีดี แม้ยุคนี้จะมีการผสมสไตล์ดนตรีสมัยใหม่ลงไปทำให้ร็อกมีหลายแขนงมากขึ้น แต่ในมุมมองจากคนภายนอกที่ไม่ได้เสพงานแนวนี้ กลับแยกแยะความแตกต่างของดนตรีร็อกแบบต่างๆ ไม่ได้ เช่นเดียวกับสไตล์การแต่งตัวแบบที่เรียกกันว่าชาวร็อก พวกเสื้อดำ ต่างดูละม้ายคล้ายคลึงกันไปเกือบหมด จนอาจจะไม่สามารถจำแนกได้ด้วยการมองผ่าน

งานดีไซน์บนปกของวงร็อก อาจจะมีแนวทางที่แตกต่างจากวงดนตรีสไตล์อื่นพอสมควร ด้วยเนื้อหาของภาพ แต่สีสัน ลายเส้นที่ดูแล้วอาจจะเข้าใจเพียงว่ามันต้องเป็นเพลงร็อกแน่ๆ ซึ่งอัตลักษณ์แบบไหนกัน ที่ใช้จำแนกวงเหล่านี้ได้ชัดเจนที่สุด (สัมภาษณ์ วสกร เดชสุธรรม, 20 พฤษภาคม 2558.)

ปัจจุบันเป็นยุคที่ดนตรีและแฟชั่น ไม่มีอะไรใหม่ คือ หมายความว่า ไม่มีดนตรีแนวใหม่ที่ไม่เคยมีเกิดขึ้นได้อีกแล้ว เพราะดนตรีที่เล่นและค้นคว้าพยายามสร้างกันอยู่คือการเอาของเดิมที่มีมาผสมผสานกัน เป็นอีกแนวหนึ่ง เรื่องภาพก็เช่นกัน วงร็อกสมัยนี้ มักจะได้รับอิทธิพลจากวงสมัยเก่าๆ ด้านภาพก็เลยแยกแยะกันยากเหมือนจะไม่ชัดเจน เพราะจริงๆ Emo หรือ Punk ก็ใกล้กันมาก แต่จริงๆ แล้วมีอิทธิพลมาจากแหล่งเดียวกันเลยทำให้แนวใหม่ๆ สมัยนี้มันคลุมเครือ (สัมภาษณ์ พิสิฐสมบัติพิณพง, 21 พฤษภาคม 2558.)

จากข้อมูลในข้างต้นนั้นสะท้อนให้เห็นถึงภาพรวมและการออกแบบโดยรวมของดนตรีร็อกไทยในปัจจุบันในเรื่องของภาพรวมของวงนั้น ไม่สามารถแยกหรือจำแนกความแตกต่างของแต่ละวงดนตรีได้อย่างชัดเจนนัก แม้ว่าจะมีการสร้างภาพลักษณ์ของวง แสดงถึงจุดขายของวงแต่ละวงว่าวงดนตรีนั้นๆ ได้รับเป็นแนวดนตรีที่ได้รับอิทธิพลหรือกลืนอายดนตรีจากยุคต่างๆ ในอดีต อาทิเช่น วง “เราระบาย” เป็นวงดนตรีร็อกปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลจากแนวดนตรีในยุค 70s หรือวงดนตรี “เดอะ โกส แคท” เป็นวงดนตรีร็อกปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลจากแนวดนตรีในยุค 80s เป็นต้น แต่จากการรวบรวมข้อมูลไปถึงภาพรวมในข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นว่าการออกแบบสื่อเรขศิลป์ที่ปรากฏออกมาในปัจจุบันนั้น เป็นการมองที่มีลักษณะเป็นแค่ภาพรวมของดนตรีร็อกเท่านั้นไม่สะท้อนถึงความแตกต่างตามคุณลักษณะดนตรีที่ได้รับอิทธิพลมาในแต่ละยุค เป็นผลให้ในเรื่องของภาพของวงดนตรีร็อกไทยนั้นไม่แตกต่างกัน ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ภาพของศิลปินร็อกในปัจจุบัน

ในปัจจุบันเพลงสมัยนิยมบางประเภทอาจจะหมดหรือเสื่อมความนิยมลงไป หากแต่ว่าดนตรีร็อกยังคงในรูปแบบต่างๆ เช่นรวมกับเพลงป๊อปประเภทอื่นๆ ก่อรูปขึ้นเป็นเพลงร็อกแบบใหม่ เช่น โฟล์คร็อก (Folk Rock), ฟิวชั่น แจ๊ส (Fusion Jazz), พ็อปร็อก (Pop Rock), ดิสโก้ร็อก (Disco Rock) ฯลฯ หรือแม้แต่การทวนกลับมาในรูปแบบดนตรีร็อกในอดีต [2] อีกทั้งการพัฒนาและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนั้นได้เพิ่มช่องทางในการสื่อสารให้กับธุรกิจเพลงมากยิ่งขึ้น อาทิ เฟสบุ๊ค (Facebook), เว็บไซต์ (Website) และยูทูป (Youtube) เป็นต้น โดยเฉพาะสื่อออนไลน์หรือยูทูป นั้นมีเพลงร็อกที่มียอดวิวเกิน 100 ล้านวิวอยู่มากมาย เช่น เพลงเธอ วงค็อกเทล (Cocktail), เพลงไกลแค่ไหนคือใกล้ วงเก็ตสีโนวา (Getsunova), เพลงคงไม่ทัน ศิลปินสงกรานต์, เพลงภูมิแพ้กรุงเทพ ศิลปิน

ป้าง นครินทร์, เพลงไม่บอกเธอ วงเบตรัมม ออดิโอ (Bedroom Audio), เพลงเหนื่อยไหมหัวใจ ศิลปิน เรโทรสเปค (Retrospect) เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความนิยมของเพลงร็อกได้เป็นอย่างดี ซึ่ง วิเชียร ฤกษ์ไพศาล รองกรรมการผู้อำนวยการอาวุโส สายงานมิวสิก โปรดักชั่น และโปรดิวซ์ัน บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่ายอดวิวจากยูทูบ นับเป็นอีกหนึ่งดัชนีชี้วัดความสำเร็จของเพลงว่าเพลงๆนั้นได้รับความนิยมมากน้อยแค่ไหน นี่คือนวัตกรรมของเพลงที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนฟังได้ในวงกว้าง และยังส่งผลต่อเนื่องไปถึงงานอื่นๆที่จะตามมา เช่น มิวสิควีดีโอแบบร้องสดมากขึ้น หรือเป็นพรีเซ็นเตอร์ และอื่นๆอีกมากมาย [3]

แม้ว่าในยุคนี้สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) จะสามารถนำไปใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของเพลง หากแต่ว่ารูปแบบของสื่อ และความรวดเร็วของเทคโนโลยีในปัจจุบันนั้นก็ สามารถสร้างปัญหาให้กับอุตสาหกรรม และวงการเพลงไทยไม่ใช่น้อย อาทิ ปัญหาซีดีเถื่อน และการดาวน์โหลดที่ผิดกฎหมาย เป็นผลให้ธุรกิจเพลง ค่ายเพลง ตัวศิลปินและงานเพลงต้องมีการเปลี่ยนแปลง และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดควบคู่กันไป โดยนอกจากจะเน้นในเรื่องดิจิทัลดาวน์โหลดแล้ว ยังมีการเน้นการโชว์ ไม่ว่าจะเป็นคอนเสิร์ตหรือเทศกาลดนตรี โดยปัจจุบันในเรื่องของการโชว์นั้นมีรูปแบบต่างๆ ออกมาไม่น้อยและยังจะทยอยออกมาอีกเรื่อยๆ หรือการกลับมาของศิลปินรุ่นเก่าในอดีต หรือคอนเสิร์ตศิลปินในทศวรรษที่ 70-80 ที่มีฐานแฟนเพลงเป็นทุนเดิมอยู่แล้วนั้นง่ายกว่าการสร้างศิลปินใหม่เพราะมีฐานแฟนเพลงรับรองอยู่ [4] ซึ่งทางผู้จัดเอง นายรักชิต รักการดี ผู้อำนวยการฝ่ายคอนเสิร์ตและกิจกรรมพิเศษ บริษัท บีอีซี เ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) ผู้ที่จัดคอนเสิร์ตให้ กับอริก แคลปตัน, ดี อีเกิลส์ และซานตาน่า เป็นต้น ได้กล่าวถึงกระแสคอนเสิร์ตร็อกรุ่นใหม่ที่กำลังเข้ามาในไทยมากขึ้นว่า การทำคอนเสิร์ตศิลปินจากทศวรรษที่ 70-80 นั้นมีแฟนเพลงมหาศาลเป็นหลักแสนคน ความต้องการเข้าไปชมจริงมีมาก ส่วนใหญ่บัตรคอนเสิร์ตขายหมด เพราะกลุ่มลูกค้าส่วนหนึ่งซึ่งเป็นคนอายุ 40 ปีขึ้นไปอยากมาดูศิลปินในดวงใจของตน ซึ่งแน่นอนว่าคงไม่ใช่แค่เพียงกระแสการหวนรำลึกถึงความหลัง (nostalgia) ของกลุ่มคนดนตรีเพียงอย่างเดียว ส่วนหนึ่งมาจากกระแสธุรกิจดนตรีที่เปลี่ยนไป [5] นอกจากการกลับมาของรูปแบบโชว์ของศิลปินชื่อดังในอดีตแล้ว การสร้างภาพของตัวศิลปิน ตลอดจนเพลงที่มีกลิ่นอายของร็อกในยุคต่างๆ ในอดีตก็กลับมาเป็นที่นิยมอีกมากมายหลากหลายวง อาทิเช่น วงบอดี้สแลม (Bodyslam), วงค็อกเทล (Cocktail), วงโพลีแคต (Polycat), วงเรโทรสเปค (Retrospect), วงเดอะมูสส์ (เดอะมูสส์), วงเดอะเยอร์ส (The Yers), วงเฮลเมทเฮด (Helmetheads), วงไวท์ โรส (White Rose), วงสเลอ (Slur), วงเดอะจุกส์ (The Jukks), วงโลโมโซนิค (Lomosonic), วงน็อกเดอะน็อก (Knock The Knock), วงเราระบาย (Lullaby), วงสมเกียรติ, วงแนปอะลีน (Nap A lean), วงสควิดแอนนิมอล

(Squeez Animal), วองพาร์ทเมนท์คูนป่า (Apartment Khunpa), วองบาร์บี้ (Barbies), วองมายด์ (Mild) ฯลฯ

การกลับมาได้รับความนิยมของศิลปิน หรือแนวดนตรีที่ได้รับกลืนอายุจากในอดีตที่กล่าวมา ในช่วงต้นนั้น สะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานกันของคนตรีในอดีตกับปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ หลักการแนวคิดเรื่องหลังสมัยใหม่ (Post Modern) ที่เกี่ยวกับการออกแบบที่ว่า มีความรำลึกถึงอดีต (Sentimentality) โดยการย้อนกลับไปนำเอารูปทรงของอดีตมาใช้ใหม่ [6] ซึ่งเป็นการนำ ประวัติศาสตร์ และการออกแบบมาสร้างเป็นรูปทรงใหม่ๆ ที่คาดไม่ถึง นำเสนอเพื่อการสื่อสาร รูปแบบใหม่ โดยไม่มุ่งเน้นถึงความมีเหตุผลของประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก ซึ่งการออกแบบของแนวคิด นี้เป็นการผสมผสานข้ามสายพันธ์ทางด้านารออกแบบ [7] ซึ่งยังสอดคล้องกับนักสถาปนิก นัก ประวัติศาสตร์ชาวอังกฤษ ชาร์ลส์ เจนส์ (Charles Jenks) ได้กล่าวว่า โปสโมเดิร์นนิซึมเป็นสไตล์ ผสม เน้นเนื้อหาที่เป็นประเด็นทางประวัติศาสตร์ เป็นเรื่องความทรงจำ ใช้การอุปมา มีความกำกวม โดยผสมสิ่งเหล่านี้เข้าด้วยกันอย่างมีเหตุผล [8] ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าหลังสมัยใหม่ (Post Modern) นั้นเป็นรูปแบบที่เด่นชัดในการผสมกลมกลืนของศิลปะ โดยมีรูปแบบคือ การวางเคียงคู่กันของ ลักษณะที่แตกต่าง เป็นการผสมผสานรูปแบบที่ได้มาจากการผลิตทางวัฒนธรรมจากอดีต

จากข้อมูลที่กล่าวมาในช่วงถึงความนิยมในดนตรีร็อกในยุคปัจจุบัน รวมไปถึงการแบ่งดนตรี ร็อกออกเป็นยุคต่างๆ โดยวงดนตรีร็อกในยุคปัจจุบันต่างก็มีการดำเนินอิทธิพลจากยุคของดนตรีร็อก ในยุคต่างๆที่แตกต่างกัน มีการผสมผสานกันที่หลากหลาย โดยอาจกล่าวได้ว่า “ภาพรวมของดนตรี ร็อกของไทยในปัจจุบันนั้นมีความเป็นลูกผสม อันเกิดจากการหยิบยืมแนวดนตรีจากอดีตของดนตรี ร็อกในยุคต่างๆ” หากแต่ว่าปัญหาที่เกิดขึ้นในเรื่องของเรขศิลป์ และการออกแบบที่ปรากฏออกมานั้น ก็ยังเป็นการมองแค่ภาพรวมโดยทั่วไปของดนตรีร็อกเพียงเท่านั้น ซึ่งไม่มีการนำภาพหรือการออกแบบ ของยุคนั้นๆ ที่ได้รับอิทธิพล มาผสมผสานเฉกเช่นเดียวกันกับรูปแบบดนตรีที่เป็นลูกผสมของของ ดนตรีร็อกปัจจุบันกับยุคที่ได้รับอิทธิพลมาด้วย ภาพหรืองานออกแบบจึงมีมีลักษณะที่ค่อนข้างจะ เหมือนหรือใกล้เคียงกันมาก อีกทั้งยังไม่มีแบ่งยุคของดนตรีร็อกในแต่ละยุคของงานออกแบบ ด้วยเหตุนี้การหา และวิจัยแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ที่ชัดเจน ที่สามารถสะท้อนธรรมชาติของ ดนตรีร็อกในปัจจุบันที่มีการผสมผสานแนวดนตรีร็อกในอดีตนั้น ก็จะสามารถแยกแยะความต่างของ งานออกแบบเรขศิลป์ของดนตรีร็อกในปัจจุบันที่มีลักษณะลูกผสมแนวดนตรีร็อกในอดีตของแต่ละยุค โดยเพื่อสร้างความแตกต่างตามความเป็นจริงของวงดนตรีร็อกในปัจจุบันที่มีคุณลักษณะดนตรีลูกผสม อยู่แล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดหลังสมัยใหม่ (Post Modern) เข้ามาประยุกต์ใช้กับงานเรขศิลป์ หรือ งานออกแบบของดนตรีร็อกไทยในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลของดนตรีร็อกในยุคต่างๆ ในอดีตมา ผสมผสานตามแนวเพลงร็อก หรือคุณลักษณะดนตรีร็อกของวงนั้นๆ ของไทยในปัจจุบัน อาทิเช่น วง

ดนตรีปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลดนตรีจากยุค 80s ภาพหรือการออกแบบของวงก็ควรเป็นลูกผสมขององค์ประกอบทางเรขศิลป์ของยุคปัจจุบันกับยุค 80s ตามแนวคิดของวง เป็นต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับค่ายเพลง ศิลปินร็อก ผู้ที่สนใจ หรือแม้แต่สำนักออกแบบเรขศิลป์ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าใจและสามารถสร้างแนวทางในการออกแบบงานเรขศิลป์ที่หลากหลาย อีกทั้งเป็นการสร้างภาพจำ หรือสร้างจุดขายของแต่ละวงให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรจะมีการศึกษาถึงการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อความหมายทางดนตรีร็อกในแต่ละยุคโดยใช้แนวคิดหลังสมัยใหม่ ซึ่งจะสามารถทำให้ผู้ฟัง ผู้ที่สนใจสามารถเข้าใจ และซาบซึ้งในดนตรีร็อกในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลดนตรีร็อกในแต่ละยุคได้มากยิ่งขึ้น

1.2 ปัญหาการวิจัย

เนื่องมาจากการออกแบบเรขศิลป์ของวงดนตรีร็อกของไทยในปัจจุบันนั้นไม่มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะทางดนตรีที่แท้จริงของในแต่ละวงนั้นๆ ซึ่งเป็นดนตรีร็อกในปัจจุบันที่ผสมกับกลิ่นอายของดนตรีร็อกในอดีตตามแต่ละยุค จึงเป็นผลให้งานออกแบบเรขศิลป์นั้นยังคงไม่แตกต่าง และไม่สะท้อนลักษณะดนตรีที่แท้จริง ด้วยเหตุนี้การใช้การออกแบบทางเรขศิลป์แบบใด ร่วมกับแนวคิดหลังสมัยใหม่อย่างไร ที่จะสามารถสื่อสาร และสร้างเอกลักษณ์ให้กับวงดนตรีร็อกของไทยได้

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อรวบรวมและจำแนกบุคลิกภาพของดนตรีร็อกในแต่ละยุค
2. เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อสาร และสะท้อนลักษณะของดนตรีร็อกในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลของดนตรีร็อกในแต่ละยุคตามแนวคิดหลังสมัยใหม่

1.4 สมมติฐานการวิจัย

การออกแบบทางเรขศิลป์ที่แตกต่างกัน สามารถสื่อสารลักษณะของดนตรีร็อกในปัจจุบัน ที่ได้รับอิทธิพลของดนตรีร็อกในอดีตในแต่ละยุคได้แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเพื่อหาแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อถึงภาพของวงดนตรีร็อกไทยที่ได้รับอิทธิพลจากดนตรีร็อกในอดีต โดยศึกษาตัวแปรต้นในเรื่องแนวความคิดของดนตรีร็อกในแต่ละยุค ซึ่งอ้างอิงจากวิวัฒนาการของร็อกและแนวย่อยที่ได้รับความนิยมในช่วงเวลาต่างๆ โดยในแต่ละยุคนั้น จะมีรูปแบบดนตรี แนวทำนอง โครงสร้างของดนตรีและลักษณะการใช้เสียงในแต่ละยุคที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในเรื่องของเวลาเป็นทศวรรษเพื่อกำหนดขอบเขตในการศึกษาตั้งแต่กำเนิดเพลงร็อกในทศวรรษที่ 50 จนถึง ยุค 2000 หรือปัจจุบัน โดยมีรายละเอียดแนวทางย่อยที่ได้รับความนิยมดังที่กล่าวไปดังตารางต่อไปนี้

วิวัฒนาการของร็อกและแนวย่อยที่ได้รับความนิยมในช่วงเวลาต่างๆ

กลางยุค 50	Rock'n roll
กลางยุค 50 ถึงต้นยุค 60	British rock, Garage rock, Surf music
ค.ศ. 1963 - 1974	Folk rock, Psychedelic rock, Progressive rock, Soft rock, Hard rock, Glam rock, Heavy metal
ปลายยุค 70	Progressive rock, Progressive metal, Arena rock, Punk rock, New wave, Post punk
ยุค 80	Glam metal, Instrumental rock, Gothic, Alternative music & Indie Music
ยุคต้นถึงกลางยุค 90 Alternative เข้าสู่กระแสหลัก	Grunge, Modern rock, Brit pop, Indie rock, Stoner rock, Pop punk, Post-grunge, Rap core, Hard core

ตารางที่ 1 ตารางแสดงการสรุปวิวัฒนาการของร็อกและแนวย่อยที่ได้รับความนิยมในช่วงเวลาต่างๆ

สำหรับการศึกษาการออกแบบเรขศิลป์ จะมีการกำหนดขอบเขตของงานวิจัยที่เน้นการออกแบบเรขศิลป์ในเรื่องของการใช้สี (Color) การใช้ตัวอักษร (Typography) และการใช้แนวคิดในเรื่องของภาพประกอบในงานโฆษณา เพื่อให้ได้แนวทางการออกแบบภาพของวงดนตรีร็อคของไทยที่จะสามารถนำไปใช้ในภาพของวงดนตรีร็อคไทยได้

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รวบรวมและจำแนกบุคลิกภาพของดนตรีร็อคในแต่ละยุค
2. ได้แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อสาร และสะท้อนลักษณะของดนตรีร็อคในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลของดนตรีร็อคในแต่ละยุคตามแนวคิดหลังสมัยใหม่

1.7 วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 8 ขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับดนตรีร็อคในแต่ละยุค รวมไปถึงสรุปข้อมูลของแนวคิดหลังสมัยใหม่
2. ศึกษาและรวบรวมงานออกแบบด้านดนตรีในแต่ละยุค
3. สอบถามข้อมูลผู้เชี่ยวชาญทางด้านดนตรี เพื่อสรุปกลุ่มตัวอย่างงานออกแบบดนตรีร็อคในแต่ละยุค
4. ศึกษาการออกแบบเรขศิลป์เรื่องของการใช้สี การใช้ตัวอักษร และการใช้แนวคิดในเรื่องของภาพประกอบในงานโฆษณา รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. วิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์เรื่องของการใช้สี การใช้ตัวอักษร และการใช้แนวคิดในเรื่องของภาพประกอบในงานโฆษณา และตรวจสอบคำตอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์
6. วิเคราะห์ และสรุปการกำหนดการออกแบบเรขศิลป์ ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพวงดนตรีร็อคของไทย
7. ออกแบบเรขศิลป์โดยผสมแนวคิดหลังสมัยใหม่ ที่สะท้อนถึงลักษณะที่แท้จริงของวงดนตรีร็อคของไทย
8. สรุปผลการวิจัยและรวบรวมผลงาน

1.8 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1. ดนตรีร็อก หมายถึง ดนตรีที่ประกอบด้วยกีตาร์ กีตาร์เบส กลองเป็นเครื่องดนตรีหลัก ซึ่งในบางครั้งของอาจใช้เครื่องดนตรีชนิดอื่นเข้ามาร่วม เช่น เครื่องสาย หรือเครื่องเป่า เป็นต้น เน้นความหนักแน่นในเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อสาร มีลักษณะที่เป็นดนตรีที่มีเสียงดัง ใช้จังหวะที่รุนแรง มักจะแสดงถึงอารมณ์และความรู้สึกของเพลงผ่านเนื้อหา
2. บุคลิกภาพ หมายถึง การแสดงออกถึงบุคลิกของงานเรขศิลป์ เช่น สะเทือนอารมณ์ (Emotional), ดุยิ่งใหญ่ อลังการ (Grand), สะอาดหมดจด (Clean)
3. ดนตรีร็อกในแต่ละยุค หมายถึง ดนตรีร็อกที่มีรากฐานมาจากดนตรีบลูส์ (Blues) ซึ่งมี การพัฒนารูปแบบของดนตรีที่เปลี่ยนไปตามช่วงของทศวรรษที่ 50s, 60s, 70s, 80s, 90 และปัจจุบัน
4. หลังสมัยใหม่ หมายถึง การผสมกลมกลืนของการออกแบบ โดยปราศจากกฎเกณฑ์ในการออกแบบ หรือมีรูปแบบที่ตายตัว อันเป็นการนำการผสมผสานรูปแบบ และองค์ประกอบจากประวัติศาสตร์ หรืออดีตมาใช้ ผ่านการสร้างสรรคงานที่หลากหลาย
5. การออกเรขศิลป์ หมายถึง ภาพที่เกิดจากองค์ประกอบทางเรขศิลป์ ได้แก่ สี ตัวอักษร และงานภาพประกอบ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อกของไทยโดยใช้แนวคิดหลังสมัยนั้น มุ่งเน้นการศึกษาประเด็นของดนตรีร็อกในแต่ละยุคเพื่อวิเคราะห์ถึงลักษณะของการออกแบบเรขศิลป์ ตลอดจนบุคลิกภาพที่สามารถสื่อสารความหมายอันเป็นลักษณะเด่นในแต่ละยุค ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาตั้งแต่กำเนิดเพลงร็อกในทศวรรษที่ 50 จนถึง ยุคปัจจุบัน เพื่อนำมาวิเคราะห์และเชื่อมโยงกับแนวคิดหลังสมัยใหม่ โดยเป็นการสื่อสารบุคลิกภาพที่เด่น ตลอดจนการเลือกองค์ประกอบและหลักการทางการออกแบบ เพื่อให้เกิดข้อสรุปที่จะนำไปสู่แนวทางสำหรับนักออกแบบสามารถนำไปใช้ต่อไป ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้สามารถแบ่งเป็นหัวข้อต่างๆดังนี้

- | | |
|-----------|---|
| ส่วนที่ 1 | ข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีร็อกในแต่ละยุค
ศึกษาส่วนประกอบ ตลอดจนบุคลิกและลักษณะเด่นที่มีในของดนตรีร็อกในแต่ละยุค |
| ส่วนที่ 2 | ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดหลังสมัยใหม่
ศึกษาปรัชญาและแนวคิดหลักในการออกแบบ รวมไปถึงรูปแบบบุคลิกและลักษณะเด่นของแนวคิดหลังสมัย |
| ส่วนที่ 3 | ข้อมูลเกี่ยวกับหลักการใช้สี |
| ส่วนที่ 4 | ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ตัวอักษร |
| ส่วนที่ 5 | ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับภาพประกอบในงานโฆษณา |

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีร็อกในแต่ละยุค

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีร็อกในแต่ละยุคนั้น เป็นการศึกษาตัวแปรต้นโดยเป็นการรวบรวมข้อมูลคุณลักษณะ ตลอดจนบุคลิกเด่นๆ ที่สื่อสาร และสะท้อนออกมาในแต่ละยุคตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันเพื่อให้ทราบและสามารถแยกแยะถึงคุณลักษณะเด่นๆ ที่จะสามารถแยกตัวแปรต้นได้เป็นยุคต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบเรขศิลป์ที่จะสามารถสะท้อนคุณลักษณะของดนตรีร็อกในแต่ละยุคได้อย่างชัดเจน เนื่องมาจากดนตรีร็อกนั้นมีต้นกำเนิดจากตะวันตก อีกทั้งการเกิดขึ้นของดนตรีร็อกไทยก็เป็นการหยิบยืม ได้รับการถ่ายทอดและเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมจากตะวันตก ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงคุณลักษณะของดนตรีร็อกจากตะวันตกในแต่ละยุคเบื้องต้น เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงถึงดนตรีร็อกของไทยที่ได้รับอิทธิพลในแต่ละยุคของดนตรีร็อกจากตะวันตกด้วย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์และสรุปข้อมูลต่อไป

ดนตรีร็อกเป็นดนตรีที่กำเนิดขึ้นในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สอง เป็นการสร้างวัฒนธรรมของตนเองจากคนวัยหนุ่มสาวในยุคนั้นที่เรียกว่า Baby Boom ซึ่งเป็นคนหนุ่มสาวจำนวนมากที่ไม่พึงพอใจการตีกรอบของครอบครัว ตลอดจนสังคมที่สร้างกรอบไว้ให้ ด้วยเหตุนี้การลุกขึ้นมาสร้างวัฒนธรรมของตัวเองที่แตกต่างแปลกแยกจากสังคมจึงเป็นทางออกของคนหนุ่มสาวของยุคนี้ กำเนิดของดนตรีร็อกจึงถือเป็นดนตรีที่สร้างขึ้นโดยวัยรุ่นและเพื่อวัยรุ่นโดยแท้จริง นอกจากนี้ดนตรีร็อกยังเป็นรูปแบบดนตรีที่มีอิทธิพลต่อคนเป็นอย่างมาก เป็นดนตรีที่ประกอบด้วยกีตาร์ กีตาร์เบส กลองเป็นเครื่องดนตรีหลัก รูปแบบดนตรีง่าย ๆ เน้นความหนักแน่นในเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อสารภาพลักษณ์ของดนตรีร็อกในช่วงแรกนั้น มักจะแสดงถึงวัยรุ่นที่ดื้อรั้น ป่าเถื่อน รวมไปถึงเป็นดนตรีที่เป็นกบฏต่อดนตรีที่กำลังเป็นดนตรีสมัยนิยมทั่วไป จึงมีลักษณะที่เป็นดนตรีที่มีเสียงดัง ใช้จังหวะที่รุนแรง หากแต่ว่ามักจะซ่อนความแปลกใหม่และแตกต่างอยู่เสมอ อีกทั้งมักจะแสดงถึงอารมณ์และความรู้สึกของเพลงผ่านเนื้อหาได้อย่างไม่มีขอบเขต และบางครั้งมักจะแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ [2]

ดนตรีร็อกมีรากฐานมาจากดนตรีบลูส์ (Blues) ซึ่งกำเนิดโดยคนผิวดำที่ถูกจับมาเป็นทาส คนผิวดำเหล่านี้ถูกใช้งานอย่างหนักในการปลูกฝ้าย และยาสูบในภาคใต้ของสหรัฐ (ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1600) เวลาทำงานในไร่ พวกเขาปลอบประโลมใจ ด้วยการร้องเพลงเป็นจังหวะ ชุดดิน เหวียงจอบเป็นจังหวะไปพร้อมๆกัน ซึ่งเป็นที่มาของดนตรีบลูส์ อันมีลักษณะเด่นคือการขับร้องและเล่น อันมีจังหวะที่หลากหลายและผสมผสานกัน

ช่วงทศวรรษ 50s ดนตรีร็อกแอนด์โรลล์ (Rock 'n' Roll) นั้นได้ถือกำเนิดขึ้น ผู้ที่คิดคำว่าร็อกแอนด์โรลล์ (Rock 'n' Roll) เป็นคนแรกคือ อัลัน ฟรีด (Alan Freed ค.ศ.1922-1965) ร็อกแอนด์โรลล์ หมายถึงดนตรีของคนผิวดำที่มีการพัฒนารูปแบบ มีจังหวะที่หนักหน่วง รุนแรง เน้น

จังหวะยก (Up Beats) การมาของดนตรีร็อกแอนด์โรลล์นั้นถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงของวงการดนตรีโลกครั้งใหญ่ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นดนตรีในรูปแบบใหม่ อันมีเนื้อหาทั้งหวาน ทั้งร้อนแรง โศกเศร้า จริงใจ เปิดเผย ผสมผสานกันด้วยความรุนแรง เร้าร้อน ดุดัน แต่บางขณะกลับอ่อนหวาน

บิลล์ ฮาลีย์ (Bill Haley) บิลล์เป็นนักร้องผิวขาวที่ทำให้โลกรู้จักกับคำว่าร็อกแอนด์โรลล์ด้วยเพลงฮิตแรกของวง คือ “Rock around the Clock” เป็นรูปแบบดนตรี “Shake” หรือร็อกแอนด์โรลล์ในแบบของบิลล์ ซึ่งเป็นดนตรีเขย่าอารมณ์ในจังหวะเต้นรำใหม่ถอดรูปแบบเขย่าสะโพกโยกขาซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นอย่างรวดเร็ว [9] จนกระทั่งการมาถึงของหนุ่มนักร้องผิวขาวที่ชื่อ เอลวิส เพรสลีย์ (Elvis Presley) ที่มีบุคลิกที่ตึกว่า ท่าทางการเคลื่อนไหวที่น่าดู มีสไตล์เป็นของตนเองและเป็นที่ดึงดูดเพศตรงข้าม เป็นนิยมของวัยรุ่น ต้นปี ค.ศ.1956 เอลวิส ในวัย 21 กับเพลง “Heartbreak Hotel” ที่ขึ้นอันดับ 1 ก็โด่งดังไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว โดยมีเพลงฮิตอีกมากมายหลายเพลง ส่งผลให้ได้รับการขนานนามยกย่องว่าเป็นราชาร็อกแอนด์โรลล์ เพลงร็อกแอนด์โรลล์ในช่วงสิบปีหลังจากปี ค.ศ. 1955 ยังคงรวมกันเป็นกลุ่มที่มีสไตล์เฉพาะตัว นักดนตรีร็อกแอนด์โรลล์ที่เป็นคนผิวขาวทั้งหมด มีพื้นเพมาจากทางตอนใต้ เพลงของพวกเขาล้วนแต่มีแรงบันดาลใจที่พัฒนามาจากแนวริทึมแอนด์บลูส์ และเพลงคันทรี่ ศิลปินร็อกแอนด์โรลล์ที่เป็นที่นิยมในยุคนี้ได้แก่ Bill Haley, Elvis Presley, Lee Lewis, Buddy Holly, The Everly Brother, Hally และ The Big Bopper เป็นต้น

ช่วงทศวรรษ 60s วงเดอะ บีเทิลส์ (The Beatles) จากประเทศอังกฤษได้เดินทางตระเวนแสดงคอนเสิร์ตที่สหรัฐอเมริกา ซึ่งสร้างความตะลึงไปทั่วโลก วงเดอะ บีเทิลส์เริ่มมีชื่อเสียงในประเทศอังกฤษตั้งแต่ปี ค.ศ. 1962 (พ.ศ. 2505) แผ่นเสียงแรกของเดอะ บีเทิลส์คือ “Love Me Do” ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว แผ่นเสียงเพลง “Please Please Me” ปี ค.ศ. 1963 ขายดีที่สุดที่สุดในอังกฤษ 6 เดือนซ้อน และในปี ค.ศ. 1964 เพลง “I Want To Hold Your Hand” เป็นแผ่นที่ขายดีที่สุดในอเมริกา เดอะ บีเทิลส์ได้ทำให้เกิดกระแสใหม่หลายอย่างในเพลงร็อก เช่น การใช้กีตาร์ "เสียงแตก"(Distortion) เพื่อสร้างน้ำหนักและตอบสนองความต้องการในการฟังที่แปลกใหม่ต่อคนฟังรุ่นใหม่ อีกทั้งได้มีการนำรูปลักษณ์ และบทเพลงใหม่ๆ ออกมาทำให้วงการร็อกแอนด์โรลล์เกิดการพัฒนาและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหลายสิ่งหลายอย่าง ไม่ใช่เพียงแค่ในวงการดนตรี แต่ยังหมายถึงแฟชั่น วัฒนธรรม ศิลปะทุกแขนง ไปจนถึงการเมือง อิทธิพลของพวกเขาไม่ใช่แค่ ทรงผม ท่าทาง เสื้อผ้า หรือรองเท้าเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงแนวความคิด วิถีชีวิตของคนในยุคนั้น

สาเหตุของความสำเร็จของเดอะ บีเทิลส์นั้น เป็นสิ่งที่อธิบายได้ยากยิ่ง ลักษณะของเพลงของพวกเขาไม่ได้ต่างจากวงอื่นๆเท่าไรนัก เพลงของเดอะ บีเทิลส์มีลักษณะเป็นร็อกแอนด์โรลล์ เน้นจังหวะที่ 2 และ 4 ใช้กีตาร์ไฟฟ้าที่มีโซโล่ และริทึม กีตาร์เบส และกลองชุด บางครั้งอาจมีเปียโนหรือออร์แกนไฟฟ้า เพลงโดยมากเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความรัก ความดี ความหวานชื่น ซึ่งเดอะ บีเทิลส์

ถ่ายทอดผ่านความมีเสน่ห์ ความไรเดียงสา ความตรงไปตรงมาที่บ่งบอกถึงความสุขของพวกเขา อิทธิพลของพวกเขา เดอะ บีเทิลส์ ในช่วงทศวรรษที่ 60 ต่างพากันค้นหาเสียงดนตรีใหม่ๆ และความคิดใหม่ๆ ที่จะมาทำเป็นเพลง เช่น การใช้เครื่องปรับแต่งเสียง (Electronic Effects) แบบใหม่ๆ มีการใช้เครื่องดนตรีคลาสสิกและเครื่องดนตรีอื่นๆที่ไม่ใช่เครื่องดนตรีตะวันตก เพื่อให้มีลักษณะแตกต่างไปจากกฎเกณฑ์เดิมๆ

นอกจากนี้ดนตรีร็อกในยุค 60 นั้นได้มีการซึมซับรูปแบบของดนตรีโฟล์คเข้าไปด้วย โดยมักจะมีเนื้อร้องเกี่ยวกับเรื่องราวในปัจจุบันในขณะนั้น เช่น เรื่องสงคราม เรื่องการเหยียดผิว เป็นต้น นักเขียนเพลง และนักร้องเพลงโฟล์ค ที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในยุคนี้ก็คือ บ็อบ ดิลแลน (Bob Dylan) เจ้าของเพลง “Blowin' in the Wind” ซึ่งเป็นเพลงที่ต่อต้านการแบ่งชนชั้น ซึ่งสะท้อนความรู้สึกนึกคิดอย่างตรงไปตรงมาของเยาวชนส่วนมากของสหรัฐอเมริกา สไตล์การร้องของเขา คริกโครม ร้องเพลงพร้อมกับตีคิกตาร์ และเป่าฮาร์โมนิกา ด้วยสำเนียงที่บาดหู เนื้อหาเพลงมีทั้งการเหน็บแนม เสียดสี และวิพากษ์วิจารณ์ทั้งตัวเองและโลกรอบตัวอย่างรุนแรง ความสำเร็จของเขาช่วยปูทางให้ศิลปินโฟล์ครุ่นต่อมา อีกหลายคน อาทิ Joan Baez, Phil Ochs, Tom Paxton, Gordon Lightfoot และ Judy Collins เป็นต้น

ในปี ค.ศ. 1967 (พ.ศ. 2510) เป็นปีที่ จิม มอร์ริสัน แอน เดอะ ดอร์ส (Jim Morrison & The Doors) ได้รับความนิยมนเป็นอย่างสูง พวกเขาเล่นเพลงร็อกในลักษณะ “อันเดอร์กราวด์” (Underground) ซึ่งมีลักษณะที่หยาบคาย เนื้อร้องเป็นบทกวีที่คลุมเครือ มีเนื้อเกี่ยวกับความรักและเพศ ซึ่งในปีเดียวกันนี้ จิมิ เฮนดริกซ์ (Jimi Hendrix) นักดนตรีผิวสี ก็ปรากฏขึ้นด้วยเช่นกัน จิมิเล่นกีตาร์ด้วยมือซ้าย ใช้เครื่องขยายเสียงที่ตั้งเหมือนระเบิด มีเสียงที่สลับซับซ้อน ท่าทางการแสดงที่ก้าวร้าว ป่าเถื่อน มีลีลาการเล่นกีตาร์ที่เร่รุ่ม และยั่ววนทางเพศ ซึ่งในฉากสุดท้ายของการแสดงเขามักจะราดน้ำมันบนกีตาร์ของเขาและเผาทั้งต่อหน้าคนดูพร้อมเร่งเครื่องขยายเสียงให้ถึงจุดสุดยอดเป็นต้น กลุ่มศิลปินอีกกลุ่มที่มีความรุนแรงในการแสดงก็คือ เดอะ ฮู (The Who) เพลงของพวกเขาใช้เครื่องขยายเสียงที่เสียดแทงหู ใช้เสียงที่เรียกว่า “Electronic Feedback” และลีลาท่าทางที่คล้ายนักยิมนาสติก มีการสื่อความหมายของบทเพลงด้วยการแสดง แต่มักจบการแสดงด้วยการทุบทำลายกีตาร์และขว้างไปยังผู้ชมอย่างป่าเถื่อน และเมามัน

ในปีเดียวกันนี้มีการก่อตั้งวงที่ชื่อว่าครีม (Cream) ซึ่งถือเป็นวงที่รวบรวมนักดนตรีชั้นยอดของวงการมารวมกัน อาทิ Ginger Baker, Eric Clapton, Jack Bruce เป็นต้น ซึ่งเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะการโซโล่กีตาร์แบบ “Improvisation” พวกเขาพร้อมตัวกันเพื่อสร้างศิลปะที่พวกเขาต้องการ โดยเล่นจากการประพันธ์เพลงของพวกเขาเองมีสำเนียงของบลูส์ หรือเรียกว่า “บลูส์ร็อก” ซึ่งสร้างมาตรฐานและยังส่งอิทธิพลไปยังวงดนตรีอื่นๆ ในเวลาต่อมา

กล่าวโดยสรุปว่าดนตรีร็อกในยุคทศวรรษที่ 60 นี้ไม่สามารถแยกตัวออกจากเหตุการณ์ทางสังคม และการเมืองได้ เป็นการลุกขึ้นต่อสู้เพื่อให้พ้นจากการครอบงำ และเพื่อเสรีภาพส่วนบุคคลทั้งจากด้านสังคม การเมือง วัฒนธรรม และเพศ ด้วยสื่อสารมวลชนที่มีความพัฒนา สามารถกระจายไปยังทั่วโลก ทำให้เกิดการเลียนแบบมากมายคล้ายๆ กัน อาทิ การเดินขบวนของนักศึกษาที่กรุงปารีส, วอซอร์, นิวยอร์ก และเบิร์กลีย์ เป็นต้น ซึ่งในกลุ่มนักดนตรีร็อกก็เช่นเดียวกัน ไม่สามารถแยกตัวออกจากเหตุการณ์ที่เป็นสาธารณะได้ การย้าย และการกบฏจึงเป็นลักษณะเฉพาะของยุคนี้ เหตุการณ์ที่โด่งดังที่สุดคือ การจัดเทศกาลคอนเสิร์ตกลางแจ้งที่ “Woodstock” ในนิวยอร์ก ปี ค.ศ. 1969 ซึ่งถือได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของยุค “ฮิปปี้” เป็นการรวมตัวของคนหนุ่มสาวที่รักสันติภาพและเสียงเพลงจำนวนกว่า 500,000 คน ซึ่งสาระของงานประกอบด้วยยาเสพติด ดนตรี การต่อต้านสงครามและมิตรภาพ ซึ่งการจัดเทศกาลเช่นเดียวกันนี้ครั้งต่อๆมาก็ไม่ประสบความสำเร็จเท่ากับที่ Woodstock บางเหตุการณ์มีผู้เสียชีวิต เหตุการณ์รุนแรงจนทำให้ผู้ที่ฝึกฝนการเมืองฝ่ายซ้ายเริ่มเสื่อมความนิยมในดนตรีร็อก แต่กระนั้นดนตรีร็อกในช่วงปลายทศวรรษที่ 60 ก็ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ โดยเป็นการผสมผสานความหลากหลาย และแตกแขนงออกเป็นหลากหลายสไตล์มากยิ่งขึ้น เช่น Folk Rock, Jazz Rock, Classic Rock, Acid Rock และ Psychedelic Rock เป็นต้น

ช่วงทศวรรษ 70s กระแสของวงร็อกจากเกาะอังกฤษได้แพร่หลายเป็นอย่างมาก จนพัฒนารูปแบบเป็นฮาร์ดร็อก (Hard Rock), เฮฟวีเมทัล (Heavy Metal) และซอฟร็อก (Soft Rock) โดยในทางด้านสีสันดนตรีนั้น ทั้งเฮฟวีเมทัลและฮาร์ดร็อก มีความใกล้เคียง กันมาก จนแทบจะแยกกันไม่ออก โดยทั้งสองแนวนี้จะใช้เสียงในการเล่นที่ตั้ง เครื่องดนตรีส่วนใหญ่ จะเป็นกีตาร์ เบส และกลองบวกกับเสียงร้อง ที่ต้องใช้พลัง ซึ่งสิ่งที่แตกต่างกันก็คือ ฮาร์ดร็อกนั้นจะมีสำเนียงของดนตรีบลูส์ และร็อกแอนด์โรลล์ ผสมผสานกันอยู่ แต่ในเฮฟวีเมทัลนั้นมีน้อยมากแต่จะมีความชัดเจน ด้วยการเล่นที่ดุเดือดหนักหน่วง ร้อนแรง ผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นวัยหนุ่มสาว ที่ต้องการสื่อสารกับคนภายนอก แสดงออกชัดเจนอย่างโจ่งแจ้งทางอารมณ์และความคิด สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งแปลกใหม่ และแหวกขนบธรรมเนียมของสังคม ซึ่งตั้งแต่ ค.ศ. 1970 เป็นต้นมา ดนตรีเฮฟวีเมทัลและฮาร์ดร็อกได้ แตกแขนงออกไปจนมีลักษณะเฉพาะของตัวเองแยกออกไปเป็นชื่อต่างๆ ที่เรียกตาม ลักษณะดนตรี บางครั้งแบ่งตามลักษณะของการแต่งตัว แบ่งตามลักษณะของเนื้อหา ซึ่งมีชื่อเรียกแตกต่างกัน ได้แก่ โพรเกรสซีฟร็อก (Progressive rock) , โพรเกรสซีฟ เมทัล(Progressive Metal), โฟล์กร็อก (folk rock), บลูส์ร็อก (Blues rock) และ แจ๊สร็อก (Jazz rock) เป็นต้น ซึ่งเป็นการใช้เครื่องขยายเสียงที่มีพลังเสียงมากขึ้น ใช้เครื่องแต่งเสียงทางดนตรี โดยที่โครงสร้างของเพลงมีอิสระและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น จากเพลงสั้นๆ แบบเก่ากลายเป็นเพลงที่มีการอิมโพรไวส์ (Improvisation) ซึ่งเข้ากับลักษณะของโครงสร้างอิสระ เนื้อหาของเพลงมีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคมและการเมือง บางเพลงเป็นเรื่องของปรัชญา ความคิด

และมีการใช้ภาษาที่คลุมเครือไม่ชัดเจน กลุ่มผู้ฟังส่วนใหญ่มักเป็นผู้ใหญ่ที่มีแนวคิดต่อต้านทางการเมือง ซึ่งวงร็อกที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากยุคทศวรรษที่ 60 ก็ยังคงอยู่มาจนถึงยุคนี้ได้แก่ The Rolling Stones, Elton John เป็นต้น ซึ่งตอนปลายทศวรรษนี้ วงดนตรีขนาดใหญ่ที่มีเครื่องดนตรีมากและใช้เครื่องขยายเสียงขนาดใหญ่ มาช่วยเสริมสร้างเสียงให้ดูยิ่งใหญ่ หูหრა ซึ่งเครื่องดนตรีที่สำคัญคือ เปียโน ออร์แกนไฟฟ้า และซินธิไซเซอร์ (Synthesizer) มาร่วมบรรเลงให้มีสีสันมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นดนตรีร็อกแบบอังกฤษอเมริกัน (Anglo-American) ในทศวรรษที่ผ่านมา โดยสมาชิกของวงดนตรีส่วนมากผ่านการฝึกฝนด้านดนตรีคลาสสิก เพลงของพวกเขาจึงมีลักษณะการเรียบเรียงเสียงประสานคล้ายกับเพลงศตวรรษที่ 19 ตอนปลาย ซึ่งวงที่เป็นผู้ริเริ่มนำดนตรีคลาสสิกเข้ามาผสมดนตรีร็อกได้แก่ The Moody Blues และ The Pink Floyd นอกจากนี้ยังมี King Crimson and Tangerine Dream ซึ่งใช้ดนตรีคลาสสิกมาผสมกับดนตรีร็อกอย่างจริงจังจนได้ว่าเป็น “Art Rock” นอกจากนี้การใช้เครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ในการแสดงบนเวทีในยุคนี้มีการพัฒนาและมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับแสงสีประกอบกับฉากต่างๆบนเวที ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของการแสดง อาทิวง Yes และ Genesis ซึ่งไม่ว่าจะเป็นจังหวะหรือลีลานั้นนับว่าเป็นการสืบทอดสไตล์เพลงต่อมาจากเพลงร็อกยุคทศวรรษที่ 60 นอกจากนี้ยังถูกนำไปผสมผสานกับดนตรีร็อกแบบเฮฟวีหรือ เฮฟวีเมทัล (Heavy Metal) อาทิ Led Zeppelin, Iron Butterfly, Deep Purple, Grand Funk, Railroad, Black Sabbath และ Queen เป็นต้น

ทศวรรษที่ 80s ดนตรีร็อกได้มีการพัฒนาและแตกแขนงกลายเป็นดนตรีอีกหลายแนว เช่น นิวเวฟ (New Wave) และฮาร์ดคอร์ พังก์ (Hardcore Punk) โดยมีลักษณะเสียงดังแบบฮาร์ดร็อก กิริยาท่าทางบนเวทีมีทั้งการถ่มน้ำลาย การต่อสู้ การปลดเปลื้องเสื้อผ้า ในด้านเนื้อหาของเพลงมีตั้งแต่เนื้อหาหยาบคาย ลามกไปจนถึงเสียงที่เบาจนแทบจะไม่ได้ยิน มีการแต่งกายที่แปลกประหลาดไม่สนใจต่อระเบียบหรือกฎใดๆ ทั้งสิ้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นการต่อต้านสังคม การเมืองและสถาบันต่างๆ อาทิวงเซ็กซ์ พิสทอลส์ (SEX PISTOLS) เป็นต้น ในช่วงทศวรรษนี้วัยรุ่นหนุ่มสาวส่วนใหญ่นิยมฟังเพลงร็อกที่มีความหนักหน่วงยิ่งขึ้น เรียกว่า เฮฟวีเมทัล (Heavy Metal) ลักษณะของเพลงนั้นมีพื้นฐานมาจากบลูส์ แต่เน้นหนักที่เสียงกีตาร์ กลองและเบส ใช้เสียงร้องที่ดังสนั่น และใช้เครื่องขยายเสียงดังมาก ส่วนเนื้อหามักเกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ มีการแต่งกายที่แปลกพิสดาร คำว่า “Heavy Metal” มาจากบทเพลง “Born to be wild” ในเนื้อเพลงนั้นมีช่วงหนึ่งที่ร้องว่า “Heavy Metal Thunder” วงดนตรีที่จัดว่าเป็นวงเฮฟวีเมทัล ได้แก่ Quiet Riot, Iron Maiden, Black Sabbath, Deep Purple, Led Zeppelin, UFO, Grand Funk Railroad, Bon Jovi, Queen, Gun & Roses, Scorpion, Europe, Ozzy Osbourne และ Kiss เป็นต้น นอกจากดนตรีเฮฟวีเมทัลแล้วนั้น แจ๊สร็อกและป๊อปร็อกก็ต่างได้รับความนิยมด้วยเช่นกัน ศิลปินป๊อปร็อกที่ได้รับความนิยมละมีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก

มากได้แก่ Michael Jackson ในอัลบั้ม Thriller ในปี ค.ศ.1982 ซึ่งประสบความสำเร็จเรื่อยมาจนถึง ยุคทศวรรษที่ 90 นอกจากนี้ยังมีศิลปินป๊อปร็อกที่มีชื่อเสียงอีกคน คือ มาดอนนา (Madona) ซึ่งถือได้ว่าเป็นศิลปินหญิงที่ได้ชื่อว่าเป็นสัญลักษณ์ทางเพศแห่งยุค 80-90 อย่างโดดเด่นที่สุด อัลบั้มชุดแรกที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดคือ “Like a virgin” ในปี ค.ศ. 1984

ช่วงทศวรรษที่ 90 นั้นดนตรีเฮฟวีเมทัลได้กลายเป็นสิ่งที่น่าเบื่อหน่ายสำหรับวัยรุ่น ซึ่งบางวงก็ได้ปรับเปลี่ยนสไตล์ให้มีความป๊อปมากยิ่งขึ้น เพื่อสนองต่อกลุ่มผู้ฟังให้กว้างมากยิ่งขึ้น หากแต่ว่ากลุ่มผู้ฟังยุคใหม่นั้นต้องการแสวงหาแนวทางใหม่ๆ และศิลปินร็อกเองก็มีอุดมการณ์ที่ต้องสร้างผลงานของตัวเองเป็นหลัก โดยหลีกเลี่ยงจากรูปแบบ ความซ้ำซากหรือเป้าหมายทางการตลาด ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของแนวเพลงอัลเทอร์เนทีฟร็อก (Alternative Rock) ซึ่งต่อมาได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยมีลักษณะเสียงที่ดิบเป็นธรรมชาติ ความรกของเสียงกีตาร์ รวมไปถึงเสียงกลองที่หนักหน่วง ผสมกับความรุนแรงที่ตอบสนองให้กับความต้องการของคนยุคนี้ได้เป็นอย่างดี อาทิวง The Cure, Pearl Jam, Sonic Youth, U2, Public Enemy และวง Nirvana ซึ่งต่อมามีวงที่เรียกว่า อัลเทอร์เนทีฟร็อก เหล่านี้ได้มีเพลงฮิตติดอันดับและได้ย้ายไปสู่สังกัดหรือบริษัทใหญ่ หรือเรียกได้ว่าเริ่มเข้าสู่ดนตรีกระแสหลัก จึงได้เกิดแนวเพลงย่อยๆอีก เช่น กรันจ์ (grunge), บริตป๊อป (Britpop), อินดีร็อก (Indie rock) และนูเมทัล (Nu metal) เป็นต้น

ช่วงปี 2000 ดนตรีร็อกนั้นมีการวางรากฐานไว้ในดนตรีแทบจะทุกประเภท อีกทั้งยังคงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยังได้รับความนิยมอยู่เสมอมา ซึ่งในขณะเดียวกันดนตรีอัลเทอร์เนทีฟร็อก (Alternative Rock) หรือ โมเดิร์นร็อก (Modern Rock) เริ่มเชื่อมความนิยมลง โดยมีดนตรี ที่นำเอาเสียงสังเคราะห์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ มาใช้เป็น ตัวแทรกแซงในดนตรีอิเล็กทรอนิกส์เช่น Chemical Brothers, The Prodigy, Fatboy Slim, Underworld และ Basement Jaxx เป็นต้น ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่น และนักเต้นรำเป็นอย่างมาก นอกจากนี้การผสมผสานกันระหว่างแนวอินดีร็อก (Indie rock) แนวเมทัล (Metal) และฮิปฮอป (Hip-Hop) ซึ่งโดดเด่นด้วยสไตล์เพลงที่เน้นโทนเสียงต่ำ ขับตันความรู้สึกอัดอัด ผสมเข้ากับจังหวะแบบฮิปฮอปหรือ ลักษณะการร้องแบบแร็ป (Rap) เข้ามาผสม เช่น วง Korn และวง Limp Bizkit เป็นต้น อีกทั้งมีการพัฒนาของรูปแบบดนตรีพังค์ร็อก (Punk Rock) และแนวอินดีร็อก (Indie rock) ก็ได้ทำให้เกิดกลุ่มแนวดนตรีอีโมร็อก (Emo Rock) และ สกรีโม (Screamo) ซึ่งได้รับความนิยมต่อมา อาทิวง Story of The year, Funeral a Friend, Underoath, Saosin และ The Used เป็นต้น โดยมีลักษณะการสื่อสารด้วยอารมณ์อันมีความโหม่งและกราดเกรี้ยวของภาคดนตรีดูยุ่งเหยิง และไม่หยุดนิ่ง มีเมโลดี้และริฟฟ์กีตาร์ที่แพรวพราวรวดเร็ว รวมถึงน้ำเสียงที่กรีดร้องบ้าคลั่ง หรือเป็นอารมณ์เศร้าหมอง หดหู่ และออกไปทางเจ้าอารมณ์

ในภาคการร้องทั้งยังมีเนื้อหาที่มองโลกแคบเก็บตัวโดดเดี่ยวและเป็นในทางติดลบ มีความเป็นนามธรรม และวนเวียนในความรู้สึกของตนเอง

ดนตรีร็อกของไทยในปัจจุบัน

ในประเทศไทยนั้นดนตรีร็อกเข้ามามีบทบาทสำคัญตั้งแต่ทศวรรษที่ 70 จากอิทธิพลชาติตะวันตกอย่างสหรัฐอเมริกาผ่านสงครามเวียดนาม โดยแหลม มอริสัน นักดนตรีชาวอุดรธานีได้ตั้งวงดนตรีชื่อ วีไอพี ขึ้นมา เพื่อเล่นดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลและฮาร์ดร็อกให้กับเหล่าทหารอเมริกันในสถานบันเทิงยามค่ำคืนของอุดรธานี โดยมีจิมิ เฮนดริกซ์ และจิม มอริสัน แห่งวงเดอะดอร์ส เป็นแบบอย่าง ก่อนที่จะมีนักดนตรีอีกหลายคนสร้างชื่อเสียงขึ้นมา เช่น กิตติ กาญจนสถิตย์, โองการ พรหมใจ หรือ ซัคกี้ ธัญญรัตน์ ในทศวรรษที่ 80 เมื่อวงการเพลงไทยเริ่มเข้าสู่ยุคของการพาณิชย์ เริ่มมีค่ายเพลงต่างๆ เกิดขึ้น ความสำเร็จของอัสนี-วสันต์ กับไมโคร ในสังกัดแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ ก็ช่วยให้ดนตรีร็อกได้รับความนิยมมากขึ้น รวมถึงในดนตรีแนวเพื่อชีวิตอย่าง คาราบาว ที่สร้างยอดขายได้มากกว่า 5 ล้านตลับ ก็ยังนำเอาดนตรีร็อกมาผสมผสานกับดนตรีร็อกแจ๊ซสามช่าแบบไทยอีกด้วย

จวบจนช่วงต้นของทศวรรษที่ 90 ศิลปินหลายวง หลายคนในสังกัดอาร์เอส โปรโมชัน เช่น ไฮ-ร็อก ที่ทำให้ดนตรีแนวเฮฟวีเมทัลได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางมากขึ้น วงหิน เหล็ก ไฟ ที่เมื่อออกผลงานชุดแรกก็สร้างยอดขายได้มากกว่าหนึ่งล้านตลับ, หรั่ง ร็อกเคสตรา, อิทธิ พลางกูร, ธนพล อินทฤทธิ์, พิสุทธิ์ ทรัพย์วิจิตร ก็ประสบความสำเร็จอีกด้วย ในช่วงนี้ถือได้ว่าเป็นยุคทองของดนตรีร็อกแนวเฮฟวีเมทัลของไทยอย่างแท้จริง โดยทั้งหมดได้รวมกันแสดงคอนเสิร์ต ซ็อต ชาร์จ ซ็อค ร็อก คอนเสิร์ต ที่มีจำนวนผู้ชมล้นหลามและจัดต่อเนื่องด้วยกันถึง 3 ครั้งในรอบ 3 ปี ในช่วงครึ่งหลังของทศวรรษที่ 90 วงการดนตรีไทยได้เปลี่ยนความนิยมไป เมื่ออัลเทอร์เนทีฟ เริ่มเข้ามามีอิทธิพลและได้รับความนิยมขึ้นมาแทนที่เฮฟวีเมทัล โมเดิร์นร็อก จากสังกัดเบเกอร์มิวสิค ก็ได้สร้างปรากฏการณ์ของดนตรีในแนวนี้ขึ้นมาเป็นวงแรก ก่อนจะตามด้วยวงอื่นในแนวเดียวกัน เช่น วายนีตเซเว่น, ฟลาย , แบล็คเฮด, สไมล์บัฟฟาโล่, นครินทร์ กิ่งศักดิ์ เป็นต้น นอกจากนี้แล้วดนตรีร็อกในแนวอื่นที่ไม่ใช่ อัลเทอร์เนทีฟก็ได้รับความนิยม เช่น โลโซ, วูล์ฟแพ็ค, ธรรพ์ณธร ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา, ลาบานูน, ไอ้ไข่ ในยุคปัจจุบัน ดนตรีร็อกไทยได้มีแนวดนตรีแบบใหม่เข้ามา เช่น แกลมเมทัล หรือ นูเมทัล มีหลายวงที่ได้รับความนิยม เช่น บิ๊กแอส, บอดี้แอสลม เป็นต้น [10]

จากข้อมูลที่กล่าวมาในข้างต้นนั้นผู้วิจัยขอสรุปเป็นข้อมูลที่กล่าวถึงลักษณะเด่นในแต่ละยุค ซึ่งมีการเปลี่ยนผ่านมาอย่างต่อเนื่องโดยมีความแตกต่างกันดังนี้คือ

ยุค	ลักษณะเด่นโดยรวม
ทศวรรษที่ 50	การมาของดนตรีร็อกแอนด์โรลล์นั้นถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงของวงการดนตรีโลกครั้งใหญ่ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นดนตรีในรูปแบบใหม่ อันมีเนื้อหาทั้งหวาน ทั้งร้อนแรง โศกเศร้า จริงใจ เปิดเผย ผสมผสานกันด้วยความรุนแรง เร้าร้อน ดุดัน เป็นดนตรีที่เขย่าอารมณ์ในจังหวะเต้นรำ แต่บางขณะกลับอ่อนหวาน
ทศวรรษที่ 60	เป็นสัญลักษณ์ของยุค “ฮิปปี้” เป็นการรวมตัวของคนหนุ่มสาว ที่ประกอบด้วย ยาเสพติด ดนตรี การต่อต้านสงครามและมิตรภาพ เพลงมีลักษณะเป็นอันเดอร์กราวด์ (Underground) ซึ่งมีลักษณะที่หายากคาย เนื้อร้องเป็นบทกวีที่คลุมเครือ มีเนื้อเกี่ยวกับความรักและเพศ เพลงเล่าเหตุการณ์ทางสังคม เพื่อให้พ้นจากการครอบงำ และเพื่อเสรีภาพส่วนบุคคลสะท้อนความรู้สึกนึกคิดอย่างตรงไปตรงมา มีทั้งสไตล์การร้องของเขาโฉบเฉี่ยว ครึกโครม ร้องเพลงพร้อมกับดีดกีตาร์ ด้วยสำเนียงที่บาดหู มีการใช้เครื่องขยายเสียงที่ตั้งเหมือนระเบิด มีเสียงที่สลับซับซ้อน ท่าทางการแสดงที่ก้าวร้าว ป่าเถื่อน มีลีลาการเล่นกีตาร์ที่เร่ร่อน และยั่ววนทางเพศ
ทศวรรษที่ 70	ผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นวัยหนุ่มสาว ที่ต้องการสื่อสารกับคนภายนอก แสดงออกชัดเจนอย่างโจ่งแจ้งทางอารมณ์แปลกใหม่ และแหวกขนบธรรมเนียมของสังคม การแสดงนั้นมีการใช้เครื่องขยายเสียงที่มีพลังเสียงมากขึ้น ใช้เครื่องแต่งเสียงดนตรี โครงสร้างของเพลงมีอิสระและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น จากเพลงสั้นๆแบบเก่า กลายเป็นเพลงที่มีการอิมโพรไวส์ (Improvisation) ซึ่งเข้ากับลักษณะของโครงสร้างอิสระ เนื้อหาของเพลงมีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคมและการเมือง บางเพลงเป็นเรื่องของปรัชญา ความคิด และมีการใช้ภาษาที่คลุมเครือไม่ชัดเจน

ทศวรรษที่ 80	ลักษณะเสียงดังแบบฮาร์ดร็อก เนื้อหาของเพลงมีตั้งแต่เนื้อหาหยาบคาย ลามก ไปจนถึงเสียงที่เบาจนแทบจะไม่ได้ยิน มีการแต่งกายที่แปลกประหลาดไม่สนใจต่อระเบียบหรือกฎใดๆ ทั้งสิ้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นการต่อต้านสังคม การเมือง และสถาบันต่างๆ รวมไปถึงแนวเฮฟวีเมทัล (Heavy Metal) ลักษณะของเพลงนั้นมีพื้นฐานมาจากบลูส์ แต่เน้นหนักที่เสียงกีตาร์ กลองและเบส ใช้เสียงร้องที่ดังสนั่น และใช้เครื่องขยายเสียงดังมาก ส่วนเนื้อหามักเกี่ยวกับเรื่องเพศ มีการแต่งกายที่แปลกพิสดาร
ทศวรรษที่ 90	มีการใช้สัญลักษณ์ทางเพศ ศิลปินมีอุดมการณ์ที่ต้องสร้างผลงานของตัวเองเป็นหลัก โดยหลีกเลี่ยงจากรูปแบบ ความซ้ำซากหรือเป้าหมายทางการตลาด ดนตรีมีความเป็นอัลเทอร์เนทีฟร็อก (Alternative Rock) มีลักษณะเสียงที่ดิบเป็นธรรมชาติ ความรกรของเสียงกีตาร์ รวมไปถึงเสียงกลองที่หนักหน่วง ผนวกกับ ความรุนแรงตามความต้องการวัยรุ่น
ปี 2000- ปัจจุบัน	มีการผสมผสานของแนวดนตรีร็อกเพิ่มมากยิ่งขึ้น แต่ในภาพรวมนั้นโดดเด่นด้วยสไตล์เพลงที่เน้นโทนเสียงต่ำ ขับดันความรู้สึกอัดอั้น สื่อสารด้วยอารมณ์อันมีความโง่งงและกราดเกรี้ยวของภาคดนตรีดูยุ่งเหยิง และไม่หยุดนิ่ง มีเมโลดี้และริฟฟ์กีตาร์ที่แพรงพราวรวดเร็ว รวมถึงน้ำเสียงที่กริรร้องบ้าคลั่งหรือเป็นอารมณ์เศร้าหมอง หดหู่ และออกไปทางเจ้าอารมณ์ในภาคการร้องทั้งยังมีเนื้อหาที่มองโลกแคบเก็บตัวโดดเดี่ยวและเป็นในทางติดลบ มีความเป็นนามธรรม และวนเวียนในความรู้สึกของตนเอง บางครั้งมีการผสมเข้ากับ จังหวะแบบฮิปฮอปหรือลักษณะการร้องแบบแร็ป (Rap)

ตารางที่ 2 ตารางแสดงถึงลักษณะเด่น และลักษณะโดยรวมของดนตรีร็อกในแต่ละยุค

จากข้อมูลในตารางข้างต้นนั้นสามารถสรุปเพื่อสร้างความเข้าใจในคุณลักษณะเด่นของดนตรีร็อกในแต่ละยุคได้เป็นอย่างดี เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบความแตกต่าง และการแบ่งออกจกกันในแต่ละยุค ซึ่งมีลักษณะเด่นๆ ที่แตกต่างกันด้วยปัจจัยทางด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ตลอดจนสงครามที่เข้ามามีอิทธิพล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดหลังสมัยใหม่

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดหลังสมัยใหม่นั้นเป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรต้นอีกหนึ่งตัวแปร เพื่อนำข้อมูลที่สรุปได้นั้นนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ และสรุปเป็นกรอบในการวิจัยเพื่อทำการออกแบบเรขศิลป์ของดนตรีหรือคนในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลดนตรีจากยุคต่างๆ ในอดีต ซึ่งผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เชื่อมโยงกับแนวคิดดนตรีหรือคนในแต่ละยุค โดยเป็นการศึกษาถึงการกำเนิดหลักการและเหตุผล ลักษณะองค์ประกอบและรูปแบบ ตลอดจนเรขศิลป์หลังสมัยใหม่ เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดหลักที่เป็นลักษณะเด่นของแนวคิดหลังสมัยใหม่อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ในงานวิจัย ตลอดจนสร้างเป็นรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบเรขศิลป์ของวงดนตรีหรือของไทยที่ได้รับอิทธิพลของดนตรีหรือคนในอดีตได้

แนวคิดโพสต์โมเดิร์นกำเนิดในยุคที่สังคมเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคหลังยุคแห่งความทันสมัย (Postmodernity) ซึ่งหมายถึงสภาวะของผู้คนและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในปลายศตวรรษที่ 20 ซึ่งเป็นสภาวะที่ประกอบด้วย การหมุนเวียนเปลี่ยนแปลงของปัจจัยหลักสำคัญ 3 ประการที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในประวัติศาสตร์ของโลกได้แก่

- (1) การเคลื่อนและหมุนเวียนของคนจำนวนมากผ่านระบบการขนส่งขนาดใหญ่ทั่วโลก
- (2) มีการหมุนเวียนของข้อมูลข่าวสารขนาดมหึมาผ่านระบบคอมพิวเตอร์และการสื่อสารทางไกลผ่านระบบโทรคมนาคม
- (3) การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมการส่งถ่ายภาพลักษณ์ (images) และความคิด (ideas) ผ่านระบบสื่อสารมวลชนได้อย่างกว้างขวาง จนเกิดเป็นบรรทัดฐานใหม่ขึ้นมาใช้ร่วมกันของคนในโลก สิ่งเหล่านี้ทำให้ความเข้าใจเกี่ยวกับเวลาและสถานที่ กาละ และเทศะ ตลอดจนเรื่องที่เป็นองค์ความรู้ท้องถิ่นและองค์ความรู้ใหม่ของโลกเปลี่ยนแปลงไป

นอกจากนี้ในช่วงปี ค.ศ. 1960 – 1970 นั้นได้เกิดการขยายตัวของลัทธิพหุภาค (Pluralism) ของตลาดซึ่งเต็มไปด้วยกลุ่มคนกลุ่มย่อยที่หลากหลาย แตกต่างกันทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ตลอดจนเทคโนโลยีที่รุดหน้าอย่างรวดเร็ว นั้น เป็นผลให้การออกแบบซึ่งเป็นแนวทางของโมเดิร์นนิซึมไม่สามารถตอบสนองต่อตลาดที่มีความหลากหลายได้ เนื่องมาจากการออกแบบที่คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเพียงอย่างเดียว ซึ่งสินค้าต่างๆ ในยุคนี้ไม่ได้หยุดเพียงแค่มิติการใช้สอยเพียงอย่างเดียว สินค้าในยุคนี้เป็นเครื่องหมายเพื่อบ่งบอกถึงความรู้สึกต่างๆ ของผู้ใช้ อาทิ ความมั่นใจ ทัศนคติ เทคโนโลยีแพชั่น ตลอดจนบ่งบอกฐานะของผู้ใช้ เป็นต้น

ปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโลกล้วนเป็นสัญญาณของการเคลื่อนไหวที่ไม่หยุดนิ่ง การพัฒนาสื่อดิจิทัลทางศิลปะที่มีลักษณะการผนวกสื่อดิจิทัลอันหลากหลายและแตกต่าง โดยเฉพาะในอดีตมา สร้างทัศนภาพขึ้นใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีที่รุดหน้าในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ตลอดจน วัฒนธรรม

2.1 การกำเนิดแนวร่วมโพสต์โมเดิร์นนิซึม

แนวคิดหลังความทันสมัยเป็นแนวคิดที่ค่อนข้างใหม่ปรากฏตัวครั้งแรกๆ ประมาณปลายทศวรรษที่ 1970 ในทวีปยุโรป นักปรัชญาในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นชาวฝรั่งเศส อาทิ มิเชล ฟูกูต์ (Michel Foucault) โรลองด์ บาร์ธส์ (Roland Barthes) ฌาร์ก แดริดา (Jacques Derrida) ฌอง ฟรองซัวร์ ลีโอดาร์ต (Jean-Francois Lyotard) ของ โบดริยาร์ด (Jean Baudrillard) เป็นต้น นักคิดกลุ่มนี้เป็นผู้เริ่มต้นใช้คำนี้ก่อนใครๆ จากนั้นจึงแพร่หลายเป็นที่นิยมไปจนถึงสหรัฐอเมริกา ซึ่งในอเมริกาเองนั้น ภายหลังจากที่ศิลปินดาตาอิมบิทาบาในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 และศิลปินป๊อปอาร์ต อิมบิทาบาตั้งแต่ทศวรรษที่ 1950 เป็นต้นมา ได้มีกระแสความคิดและการนำเสนอศิลปะ แนวทางใหม่เกิดขึ้นมากมาย เป็นการสร้างสีสันทางความคิดและการแสดงออก ซึ่งเป็นช่วงเวลา ที่ระบบพหุความคิด พหุปัญญา ความหลากหลายที่ไม่ต้องการข้อสรุป ไม่ต้องการทฤษฎีหรือหลักคิดตายตัว กำลังเจริญงอกงามในสังคมในยุคนี้ ที่เรียกได้ว่าเป็นยุคบริโภคนิยมหลังสมัยสงครามโลก ด้วยเหตุนี้การแสวงหาสิ่งใหม่เพื่อเป็นการตอบโจทช์รูปแบบชีวิตของคนในยุคนี้จึงเป็นแบบที่เร่งรีบ แนวความคิด หรือสิ่งเก่าที่ไม่สามารถตอบสนองรูปแบบชีวิตของผู้คนในยุคนี้ได้ก็จะมีอันต้องเสื่อมลง ไป [11]

โพสต์โมเดิร์นนิซึมนั้นมีต้นกำเนิดจากสถาปัตยกรรมของสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1966 เป็นชื่อแนวร่วมที่มีขอบเขตครอบคลุมอะไรก็ตามที่ปฏิเสธวิถีทางโมเดิร์นนิซึม ซึ่งยึดถือสิ่งหนึ่งเป็นสูงสุด อาทิ นักออกแบบกราฟิก นักออกแบบโฆษณา ต่อต้านลัทธิสมัยใหม่รากฐานเบาเฮาส์จากเยอรมนี ต่อต้านนักออกแบบสวิสที่มุ่งเน้นแบบแผนของอักษรลักษณ์ (Typography) โดยก้าวมาสู่การออกแบบ ที่แสดงระบบแบบไร้ระบบ เป็นต้น ในปี ค.ศ. 1966 โรเบิร์ต เวนทูรี (Robert Venturi) สถาปนิกชาวอเมริกันเป็นผู้มีบทบาทที่สำคัญต่อการสร้างสรรค์แนวคิดสำหรับสถาปัตยกรรมหลังสมัยใหม่ที่แตกต่างออกไปจากแนวสากลนิยม ซึ่งได้ตีพิมพ์หนังสือสัมมนาชื่อ “ความซับซ้อนและความขัดแย้งในงานสถาปัตยกรรม” (Complexity and Contradiction in Architecture) ซึ่งเป็นผู้ที่กล่าวถึงแนวคิด “Less is Bore” ล้อเลียนและวิพากษ์ “Less is More” ของ มิส ฟาน เดอ โรห์ อย่างชัดเจน โดยมีใจความสำคัญเกี่ยวกับคำว่า “โพสต์โมเดิร์น” อาทิเช่น โพสต์โมเดิร์นเป็นปัจจัยต่างๆ ที่เป็น “ลูกผสม

แทนที่จะบริสุทธิ์” หรือ เป็นการประนีประนอมแทนที่จะสะอาดหมดจด หรือคลุมเครือแทนที่จะแจ่มเป็นต้น [7]

ชาร์ลส์ เจนค์ (Charles Jenks) นักคิด สถาปนิกชาวอังกฤษที่ได้เขียนไว้ในหนังสือว่าด้วยงานสถาปัตยกรรมโพสต์โมเดิร์นนิซิม ชื่อ ภาษาสถาปัตยกรรมโพสต์โมเดิร์นนิซิม ในปี ค.ศ. 1977 เป็นการเก็บรวบรวมภาพงานสถาปัตยกรรมนานาชาติอันเป็นการเน้นส่วนประกอบที่เป็นเนื้อหาสาระมากกว่ารูปทรง เน้นระบบสัญลักษณ์มากกว่าเหตุผล เน้นความหมายหลายชั้นมากกว่าความหมายชั้นเดียว ซึ่งเป็นสไตล์ผสม “มีเนื้อหาสาระประเด็นทางประวัติศาสตร์” มีเรื่องของความทรงจำ การอุปมาตลอดจนเนื้อหาแบบท้องถิ่นหรือแบบกำกวมผสมผสานกันอย่างมีเหตุผล เพื่อให้เข้าใจถึงระบบพหุภาคที่หลากหลาย และกว้างยิ่งขึ้น [8]

ไมเคิล เกรฟส์ (Michael Graves) นักออกแบบ สถาปนิกชาวอเมริกันที่สร้างความโดดเด่นในช่วงทศวรรษที่ 70 นั้น ได้นำสไตล์คลาสสิกมาสร้างภาษาใหม่ทางสถาปัตยกรรม เป็นผู้นำสีและลายประดับเข้ามาผสม อันเป็นผลจากการวิจัยเชิงทดลองด้วย ”การอ้างอิงประวัติศาสตร์” อาทิเช่น อาคารเทศบาลเมืองพอร์ตแลนด์ มลรัฐโอเรกอน ซึ่งมีลักษณะคล้ายแท่งวางพระศพของกษัตริย์ทุทังคาเมนทำด้วยหินอลาบาสเตอร์ ได้รับรางวัลชนะเลิศ การออกแบบอาคารในปี ค.ศ. 1980 นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับรูปทรงในงานสถาปัตยกรรมที่แตกต่างจากคนอื่น ซึ่งเชื่อมโยงกับชุมชนและบริบทแวดล้อมผสมผสานกับกลิ่นอายของสถาปัตยกรรมในอดีตมาผสมผสานอย่างลงตัว [8]

แม้ว่าโรเบิร์ต เวนทูรี และชาร์ลส์ เจนค์นั้นจะเข้าศึกษาในโรงเรียนสถาปัตยกรรมที่เน้นวิธีคิดแบบโมเดิร์น และมีชื่อเสียงในแนวทางโมเดิร์น แต่ทั้งคู่กลับเป็นผู้ที่ออกมาวิพากษ์สถาปัตยกรรมโมเดิร์น ซึ่งการลุกขึ้นมาสวนกระแสแนวทางของโมเดิร์นของโรเบิร์ต เวนทูรี และชาร์ลส์ เจนค์นั้นส่วนหนึ่งนั้นมีส่วนมาจากการที่สถาปัตยกรรมโมเดิร์นนั้นถูกนำมาใช้โดยไม่เข้ากับสภาพสังคม และวิถีชีวิต หรือแม้การวางผังแบบโมเดิร์นนั้น ด้านสุนทรียภาพที่ไม่สอดคล้องกับรสนิยม และไม่สื่อสารความหมายกับผู้คนทั่วไป อีกเหตุผลประการหนึ่งนั้นมาจากประสบการณ์ที่เวนทูรีที่ได้ใช้ในชีวิตในสภาพแวดล้อมด้วยบรรยากาศ และสถาปัตยกรรมจากประวัติศาสตร์อย่างโรม และเมืองอื่นในยุโรป ที่สะท้อนผ่านตัวอย่างงานสถาปัตยกรรมจากประวัติศาสตร์ที่เวนทูรีนำมาใช้ รวมไปถึงความซับซ้อนที่เวนทูรีได้กล่าวจึงเป็นการจำกัดอยู่ที่ภาษาสถาปัตยกรรมซึ่งอ่านหรือตีความด้วยตาเป็นหลัก คล้ายการอ่านและตีความวรรณกรรม นอกจากนี้ความซับซ้อนในความหมายของเจนค์นั้นได้กล่าวแตกต่างออกไป แม้ว่าในแง่ของหลักการเชิงภาษารูปทรงจะมีความคล้ายคลึงกัน แต่แรงบันดาลใจเป็นเรื่องของวิทยาศาสตร์แนวใหม่ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจให้สถาปัตยกรรม อันเป็นการกล่าวเน้นย้ำทรรศนะของเจนค์ ที่ว่า form ไม่ได้ follows function แต่ form follows world view เมื่อวิทยาศาสตร์แนว

ใหม่มีผลให้โลกเปลี่ยน ชีวิตและโลกทัศน์ของผู้คนและสังคมเปลี่ยนไป รูปแห่งสถาปัตยกรรมก็ย่อมสะท้อนความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

จากแนวคิด “การมีน้อยไปก็ทำให้เกิดความรู้สึกน่าเบื่อหน่ายได้ หรือ “Less is Bore” ของ โรเบิร์ต เวนทูรี (Robert Venturi) นั้น ได้กลายมาเป็นรากฐานสำคัญของแนวคิดของโพสต์โมเดิร์น โดยมีบริบททางสังคมในเชิงพหุนิยมที่มีความหลากหลายทางความคิด และปัญญา ประกอบกับความก้าวหน้าในเรื่องของเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญในการสนับสนุน ซึ่งแนวคิดของโพสต์โมเดิร์นนั้นได้หันกลับไปหาแนวทางดั้งเดิมบางอย่างที่โมเดิร์นนิซึมนั้นปฏิเสธ อาทิเช่น การกลับไปเขียนรูปทิวทัศน์และรูปเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โดยเป็นการ “หยิบยืมมาใช้” (Appropriation) หรือนำเอาสัญลักษณ์ต่างๆ จากสื่อและประวัติศาสตร์ศิลป์ มานำเสนอใหม่ในบริบทที่เปลี่ยนไปบ้าง ในเชิงวิพากษ์วิจารณ์บ้าง เสียดสีบ้าง เป็นต้น อันเป็นแนวทางความซับซ้อนที่เวนทูรี ได้กล่าวไว้ซึ่งสะท้อนถึงความร่วมสมัย อันเป็นการสื่อความหมายของ ลูกผสมแทนที่จะบริสุทธิ์ โดยสร้างความซับซ้อนที่เกิดจากการประกอบสิ่งประดับประดา และรายละเอียดเพื่อสร้างความตระการตา น่าประทับใจ ซึ่งความซับซ้อน หรือ กระทั่งแรงบันดาลใจในวิทยาศาสตร์ใหม่ของเจกอนัน อันที่จริงก็คือ การมองธรรมชาติ และโลกรอบตัวตามยุคสมัยนั้นๆ แล้วนำความเข้าใจดังกล่าวมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างรูปทรงสถาปัตยกรรม หรือการเปลี่ยนนามให้รูป ซึ่งเป็นการมองของสายตามนุษย์ที่เปลี่ยนไปที่ทำให้แรงบันดาลใจใหม่เกิดขึ้นมา

2.2 หลักการ เหตุผล และแนวความคิดของแนวร่วมโพสต์โมเดิร์นนิซึม

โพสต์โมเดิร์น คือ แนวความคิดที่มาจากยุคโมเดิร์นซึ่งเป็นช่วงหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม ที่อะไรต่างๆ ถูกกำหนดอยู่ในหลักเกณฑ์และทฤษฎี แต่ยุคโพสต์โมเดิร์นเป็นยุคที่ปฏิเสธสิ่งเดิมๆ ในยุคโมเดิร์น โดยเน้นเสรีภาพและอิสระของบุคคล ไม่เชื่อในโลกของความจริง ไม่เชื่อเรื่องความเป็นสากล เพราะเชื่อว่าแต่ละคนแต่ละวัฒนธรรมนั้นมีเหตุผลเป็นของตัวเองโดยเชื่อว่าสังคมที่เป็นสากลนั้นไม่มีจริง อันขัดแย้งกับแนวความคิดทางการออกแบบที่เป็นสากลในยุคของโมเดิร์นนิซึม ด้วยเหตุนี้การออกแบบในยุคของโพสต์โมเดิร์นจึงทำให้เกิดการถวิลหาความคลาสสิกโดยเป็นยุคที่นำเอา ความแข็งกร้าว ตรงไปตรงมา สัจจะแห่งเนื้อแท้ มารวมกับ ความนุ่มนวล อ่อนช้อย ลวดลายมากมาย เป็นต้น

หลักการโดยทั่วไปของโพสต์โมเดิร์น คือ การสร้างรูปแบบงานออกแบบใหม่ที่ไม่ใช่ทั้งโมเดิร์น และรูปแบบคลาสสิกแต่กลับเป็นการสร้างลูกผสมระหว่างทั้งสองรูปแบบขึ้นมาดังจะเห็นได้จากผลงานส่วนใหญ่ของรูปแบบนี้จะมีการสร้างขึ้นงานแบบโมเดิร์น ที่เรียบง่าย และมีรูปทรงที่โดดเด่น

เด่น เตะตา แต่ในขณะเดียวกัน ก็มีการอ้างอิงถึงรายละเอียด หรือกลิ่นอายของงาน คลาสสิกไปด้วยในตัว ในบางครั้งงานโพสต์โมเดิร์นก็จะไปเน้นที่การเล่นเรื่องพื้นที่ (Space) กล่าวคือ พื้นที่ (Space) ของงานคลาสสิก ซึ่งมักจะเน้นที่ ความหรูหรา ใหญ่โตและอลังการ ในขณะที่รูปแบบโมเดิร์น จะเน้นที่ ความเรียบง่าย และการสร้างความรู้สึกที่สัมผัสได้ ในทันทีที่เข้าไปพบ แต่ในขณะเดียวกันสัมผัสของรูปแบบโพสต์โมเดิร์นนั้น มักจะเน้นที่การสร้างความรู้สึกคล้ายไข่ หรือ คล้ายไม้ไข่ โดยมักจะสร้างพื้นที่ (Space) ที่ให้ความรู้สึกที่เปลี่ยนไปในแต่ละก้าว เป็นต้น นอกจากนี้รูปแบบโพสต์โมเดิร์น ก็มักจะมีการใช้สีเส้นที่สดใส หรือวัสดุที่แปลกใหม่ ตลอดจนรูปทรงที่แปลกตา เข้ามาใช้ในงานด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะอาคารสถาปัตยกรรม

2.3 ลักษณะองค์ประกอบและรูปแบบ

มิติสำคัญทางความคิดของงานออกแบบสถาปัตยกรรมโพสต์โมเดิร์นนิซิม คือการล้มเลิกการใช้รูปทรงที่แข็งกร้าว ไม่มุ่งเน้นถึงความมีเหตุผลของประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก การออกแบบจะเน้นการออกแบบที่มีสีสัน มีความสนุกสนาน และโดยเฉพาะมีความรำลึกถึงอดีต (Sentimentality) โดยการย้อนกลับไปนำเอารูปทรงของอดีตมาใช้ใหม่” [12] แม้ว่าสถาปนิกและนักประวัติศาสตร์จะมีบทบาททางสถาปัตยกรรมโพสต์โมเดิร์นมากมาย รูปแบบทั้งหมดของสถาปัตยกรรมโพสต์โมเดิร์นที่หลากหลายสามารถแบ่งออกได้ 2 รูปแบบใหญ่ ด้วยกัน โดยใช้ความหมายของโพสต์โมเดิร์นตามที่ชาร์ลส์ เจนส์ได้อธิบายไว้ ทั้งสองรูปแบบ ได้แก่

1. ประวัติศาสตร์นิยม (Historicism) เป็นการนำเอารูปแบบสถาปัตยกรรมแบบอดีตมาใช้ ทั้งในแง่ของผังอาคารและรูปร่างต่างๆ โดยเป็นการจำลองขึ้นมาใหม่ เพียงแต่เปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยภายในให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตที่ร่วมสมัย แนวทางนี้บางครั้งเรียกว่า “ประวัติศาสตร์นิยมแนวคลาสสิก (Classical Historicism)” เพราะเน้นการใช้รูปแบบเฉพาะแบบคลาสสิก

2. พหุนิยม (Pluralism) มุ่งเน้นการสร้างความซับซ้อนของที่ว่างภายในสถาปัตยกรรม การวางองค์ประกอบ และรูปทรงที่หลากหลาย การนำเอารูปแบบและองค์ประกอบของภาพที่คุ้นเคยมาใช้ ซึ่งไม่จำกัดอยู่เพียงแค่การนำองค์ประกอบจากสถาปัตยกรรมในอดีตมาใช้เท่านั้น แต่มาจากอิทธิพลอื่น ๆ เช่นร่างกายมนุษย์ รูปทรงของสัตว์ในเชิงเปรียบเทียบ หรือรูปแบบของ วัฒนธรรม แนวทางนี้เป็นที่ยอมรับมากกว่าแนวทางประวัติศาสตร์นิยม เพราะไม่ถือเป็นการลอกเลียนแบบจากอดีตมาเพียงอย่างเดียว แต่ผนวกไปด้วยจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัฒนธรรมแนวสมัยนิยมและทุนนิยมตอนปลายเป็นอย่างดี



ภาพที่ 3 Philip Johnson & John Burgee , AT&T Headquarters Building, New York, 1980-84.



ภาพที่ 4 Michael Graves, The Portland Building, Oregon, 1980-83



ภาพที่ 5 Charles Moore & Others, Piazza d' Italia, New Orleans, 1975-80.

จากภาพที่ 3 และ 4 สะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดในงานออกแบบสถาปัตยกรรมโพสต์โมเดิร์นนิซึม ที่นำองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในอดีตในยุคต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาปัตยกรรมในแนวคลาสสิก (ภาพที่ 3) และอียิปต์ (ภาพที่ 4) มีลักษณะคล้ายกับแท่นวางพระศพกษัตริย์ตุตันคามัน ซึ่งนำหินอลาบาสเตอร์มาใช้ โดมมักใช้องค์ประกอบเดิมอย่างเช่น หัวเสา ชุ่มโค้ง (Arch) ลวดบัว สีเส้นและลวดลายประดับอย่างหลากหลาย เป็นต้น โดยมีระดับของการบิดเบือนจากลักษณะเดิมมากหรือน้อยแตกต่างกัน และภาพที่ 5 ที่นอกจากจะมีการนำองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมในแนวคลาสสิก เรอเนสซองส์และบาโรคมาใช้แล้วยังผสมแนวคิดการเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมเดิมของพื้นที่ คือ การอนุรักษ์ในลักษณะการปรับปรุงฟื้นฟูให้คงสภาพเดิม การใช้ประโยชน์จากอาคารเดิม การคำนึงถึงสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น ซึ่งผู้ออกแบบนั้น ต้องการให้งานแสดงถึงความทรงจำต่างๆ ในอดีตของสถานที่ สภาพแวดล้อม ชุมชนผู้ใช้ จนนำมาสู่หน้าที่ใช้สอยที่จะเกิดขึ้น

จากลักษณะและรูปแบบในข้างต้นผู้เขียนขอสรุปเป็นคำจำกัดความทั่วไปของลักษณะการออกแบบในงานโพสต์โมเดิร์นนิซึม คือ เป็นการสร้างงานในลักษณะของลูกผสมระหว่างแนวทางโมเดิร์นนิซึม ที่เรียบง่าย มีรูปทรงที่โดดเด่น และ แนวทางคลาสสิก ซึ่งมีเรื่องของรายละเอียดต่างๆ เช่น พื้นผิว ความหยาบกร้าน ใหญ่โต อลังการ จนไปถึงการประดับ การตกแต่งลวดลาย การใช้สีเส้นที่สดใส หรือวัสดุที่แปลกใหม่ ตลอดจนรูปทรงที่แปลกตา โดยเฉพาะในงานสถาปัตยกรรม

นอกจากงานสถาปัตยกรรมแล้วแนวคิด “Less is Bore” ของโรเบิร์ต เวนทูรี (Robert Venturi) นั้นได้ถูกนำมาใช้ผลิตเป็นเก้าอี้ที่มีชื่อเสียง ชื่อว่า Sheraton Chair (1978) ซึ่งสร้างมาจากลามิเนตพลาสติก ใช้เทคนิคการพิมพ์แบบงานซิลค์สกรีนในรูปแบบสีเส้นสดใส เป็นการสร้างงานในลักษณะของลูกผสมระหว่างแนวทางโมเดิร์นนิซึม ผสมกับ Memphis style ในลักษณะของอียิปต์โบราณ



ภาพที่ 6 Robert Venturi, Sheraton Chair ,1978

การพัฒนาความคิดและการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะในโพสต์โมเดิร์นนิซึม ก็ผลักดันให้เกิดการสร้างเสรีภาพ ในความคิดเรื่องศิลปะ ทักษะ ความงาม ซึ่งเปลี่ยนแปลงไป โดยเป็นการแสดงออกทางศิลปะ ที่สัมพันธ์กับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และสังคม ซึ่งมักเป็นศิลปะที่อยู่นอกพิพิธภัณฑสถานแสดงออกด้วยสื่อที่หลากหลายมากขึ้นตามยุคสมัยที่มีการพัฒนาของเทคโนโลยี การแสดงศิลปะโพสต์โมเดิร์นนิซึม จึงไม่ใช่ลัทธิ ไม่ใช่กลุ่ม แต่เป็นลักษณะการสร้างสรรค์ศิลปะ อาทิเช่น คอนเซ็ปชวล อาร์ต (Conceptual Art) เพอร์ฟอร์แมนซ์ อาร์ต (Performance Art) บอดี อาร์ต (Body Art) อินสตอลเลชัน อาร์ต (Installation Art) เป็นต้น [11]

2.4 เรขศิลป์โพสต์โมเดิร์น

แนวคิดทางสถาปัตยกรรมโพสต์โมเดิร์นนั้น ได้ส่งอิทธิพลไปสู่แนวทางของงานออกแบบเรขศิลป์โพสต์โมเดิร์นทำให้เกิดแนวคิดที่หลากหลายในการสร้างสรรค์งานออกแบบจนเกิดอิทธิพลต่อกลุ่มและสไตล์ต่างๆ มากมายอันจะมีผลต่อประวัติศาสตร์ ดนตรี ศิลปะ วัฒนธรรม สังคม ธุรกิจ การพาณิชย์ ฯลฯ ในการออกแบบยุคนี้เกิดการผสมผสานข้ามสายพันธุ์ทางรูปแบบและนวัตกรรมใหม่ทางด้านการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน [7] โพสต์โมเดิร์นนั้นได้ชื่อว่าเป็นยุคของการที่แหกกฎเกณฑ์ในการออกแบบ โดยไม่มีรูปแบบที่ตายตัว ซึ่งได้แรงบันดาลใจมาจากสิ่งรอบๆ ตัว เนื่องมาจากการแข่งขันเชิงพาณิชย์มากขึ้น ซึ่งต้องใช้รูปแบบแปลกตาจะช่วยสร้างความประทับใจแก่ผู้ชม ศิลปินที่มีชื่อเสียงคนหนึ่งในยุคนี้ได้แก่ เดวิด คาร์สัน (David Carson) นักออกแบบกราฟิกอเมริกัน ซึ่งได้รับฉายาว่าเป็นเจ้าพ่องานดีไซน์แนว กรันจ์ ไทโปกราฟี (Grunge Typography) หรืองานพิมพ์เชิงทดลอง ผลงานของเขาได้ทำลายความเป็นระบบ กริด (Grid) ที่ไม่เน้นการสื่อสารของปกแต่เน้นไปทางด้านสไตล์ตัวตนของตัวเอง



ภาพที่ 7 ตัวอย่างผลงาน David Carson, 1990s.

นอกจากนี้ในปี 1980 นั้นได้เกิดสไตล์เรโทร (Retro) ขึ้นซึ่งเป็นงานโพสต์โมเดิร์นที่ได้ นำองค์ประกอบจากประวัติศาสตร์มาใช้อย่างชัดเจน โดยเป็นการนำรูปทรงเรขาคณิตในยุคแรกๆ ที่ไม่มีความซับซ้อนมาใช้ เช่น งานออกแบบบนลูกเบสบอล ภาพวาดเชิงพาณิชย์แบบสมัครเล่น และงานพิมพ์จากทศวรรษก่อนหน้า มีการกรอหรือพื้นงานออกแบบลักษณะนี้ขึ้นใหม่ โดยมีเนวิล โบรดี (Neville Brody) ศิลปินชาวอังกฤษ ออกแบบงานในสไตล์เรโทร (Retro) โดยใช้สัญลักษณ์ที่มีพลังมากยิ่งขึ้น ซึ่งโบรดีได้มีส่วนร่วมในการออกแบบปกให้กับศิลปินเพลงอังกฤษในช่วงทศวรรษที่ 80 สไตล์ของเขาที่มีความโดดเด่นในเรื่องของการผสมผสานและการรวมรูปแบบตัวอักษรซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี



ภาพที่ 8 ตัวอย่างผลงาน Neville Brody, 1980s.

งานออกแบบของโพสต์โมเดิร์นนั้นมีการปฏิเสธรูปแบบความเป็นสากล มีความแตกต่างการ ในด้านการนำเสนอ มีความเกี่ยวข้องกับรูปแบบวัฒนธรรม ดนตรี ไปจนถึงทัศนคติทางการเมืองหรือ สังคม การออกแบบมีลักษณะที่ขี้เล่นจนไปถึงการเสียดสี มีการตอบสนองความต้องการการสื่อสาร มากกว่าใช้เหตุผล มีการใช้ชั้นของภาพ และเทคนิคการพิมพ์ ตลอดจนการตัดแปะภาพซึ่งเป็นการ ผสมผสานเทคนิค หรือรูปแบบในการสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระ ซึ่งแนวคิดสไตล์โพสต์โมเดิร์นจะ ตอบสนองในเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าในเรื่องของเหตุผล กฎระเบียบ และความเป็น ทางการ ซึ่งโพสต์โมเดิร์นนั้นมองว่าฟังก์ชันนั้นเป็นเรื่องรองลงมา ในปลายยุค 60 โพสต์โมเดิร์นทำให้ ผู้คนในสังคมมีส่วนร่วมมากขึ้น ความเข้าใจที่ลึกซึ้ง การตอบสนองที่เร็วขึ้น และมีอารมณ์ขันมากขึ้น ซึ่งนักออกแบบเรขาคณิตโพสต์โมเดิร์นต้องการสร้างชิ้นงานที่มีพลัง มีการตีความหมายจากผู้ชม แสวงหาวิธีสื่อสารในแบบๆ ใหม่ ไม่ยึดติดกับอะไรเดิมๆ แต่จะใส่ความคิด และความเป็นบุคคลลงไปใน ชิ้นงาน การนำประเด็นทางการเมือง และสังคมเข้าไปในชิ้นงานเป็นส่วนผสมในการออกแบบ อาทิกการ ออกแบบที่มีความสัมพันธ์กับแนวฟังก์ในอังกฤษ เป็นต้น

ในปีค.ศ. 1970 และ ต้นปี 80 ศิลปินแนวโพสต์โมเดิร์นที่ได้ร่วมงานกับศิลปินเพลงแนว ฟังก์ร็อก (Punk Rock) คือ เจมี รีด (Jamie Reid) แกนนำคนสำคัญในเรื่องการปฏิเสธทฤษฎีในการ ออกแบบที่มีกฎเกณฑ์ และเขาได้คิดวิธีการพิมพ์สติ๊กเกอร์บนกระดาษสะท้อนแสง ในการทำโฆษณา

ลดราคา ด้วยการ เขียนคำโฆษณา ที่ว่า “อนุรักษ์น้ำมัน เพลารถทิ้งซะ” ซึ่งถูกแปะตามร้านข้างถนนในลอนดอน และงานที่เป็นที่รู้จักมากที่สุดคือ งานทำปกให้กับวงเซ็กซ์พิสทอลส์ (SEX PISTOLS) ปี ค.ศ.1977 นั้น เป็นช่วงที่ฉลองสิริราชสมบัติของราชินี เขาจึงนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบปกให้เป็นรูปราชินีที่มีการตัดแปะคำเป็นตัวหนังสือ นอกจากนี้ยังมีปกอัลบั้ม Never mind Here's the Sex Pistols ของวงเซ็กซ์ พิสทอลส์ (SEX PISTOLS) โดยมีการใช้สีพื้นหลังสีเหลือง และใช้ตัวหนังสือที่แตกต่างกัน



ภาพที่ 9 ตัวอย่างผลงาน Jamie Reid, 1970s.

จากลักษณะงานศิลปะและการออกแบบในข้างต้นผู้เขียนขอสรุปว่าแนวคิดโพสต์โมเดิร์นมักถือความคิด ภาพความคิดเป็นตัวตั้ง แล้วจึงการสร้างรูปหรือลักษณะงานต่างๆ ให้ปรากฏเป็นผลงานศิลปะตามมา ซึ่งความสำคัญนั้นอยู่ตรงกระบวนการความคิดของตัวศิลปิน หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการแสดงความคิด ทศนคติของศิลปินที่อยู่เหนือวัตถุ หรือรูปแบบการออกแบบ ไปจนถึงไร้รูปแบบกฎเกณฑ์ต่างๆ ซึ่งทำให้ศิลปะแนวโพสต์โมเดิร์นนั้น ศิลปินสามารถใช้สื่อต่างๆ ได้หลากหลาย ความคิด ความรู้สึก ประสบการณ์ ตลอดจนรูปแบบของการออกแบบได้อย่างไม่จำกัด

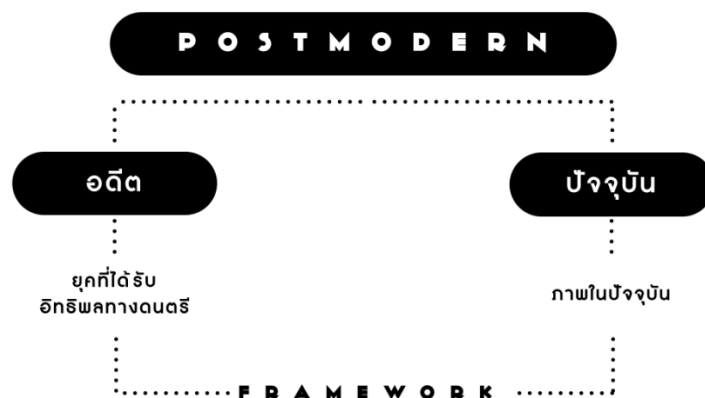
จากข้อมูลแนวทางการออกแบบหลังสมัยใหม่นั้นได้รับอิทธิพลมาจากสถาปัตยกรรมโพสต์โมเดิร์นทำให้เกิดแนวคิดที่หลากหลาย ผสมผสานรูปแบบและนวัตกรรมใหม่ๆ ด้านการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งสามารถสรุปออกเป็น 4 แนวทางหลักๆ [7] ดังนี้

1. การนำประวัติศาสตร์ และการออกแบบมาสร้างเป็นรูปทรงใหม่ๆ
2. การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และอิเล็กทรอนิกส์เรียกว่า (Total Design)
3. การนำรูปแบบตัวอักษรระบบดิจิทัลมาใช้
4. การใช้ภาษาภาพเพื่อการสื่อสารรูปแบบใหม่

จาก 4 แนวทางที่ได้กล่าวมาในข้างต้นนั้นได้นำไปสู่วิวัฒนาการของการออกแบบยุคโพสต์โมเดิร์น ที่เรียกว่า เรขศิลป์โพสต์โมเดิร์น อันเป็นความต้องการของนักออกแบบที่ทำให้ผู้ชมงานเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ซึ่งจะไม่เป็นการชมเพียงเท่านั้น แต่มีการตอบสนองต่อผลงานเพื่อความเข้าใจ

และการตีความหมาย โดยใช้วิธีการสื่อสารแบบใหม่ๆ ที่ไม่ยึดติดกับอะไรเดิม โดยใช้แนวคิดเข้าไปในงานจนเกิดภาษาใหม่ ซึ่งเป็นการปฏิเสธแนวคิดแบบโมเดิร์นนิซึม โดยเป็นการตั้งคำถามหรือท้าทายระเบียบแบบแผน นำมาสู่การสร้างมาตรฐานใหม่โดยพลิกแพลงแนวคิดเดิม ไม่มีเส้นแบ่งที่ชัดเจน ซึ่งเป็นการเปิดกว้างทางความคิด ความรู้สึกส่วนตัว ตลอดจนการตีความจากแง่คิดของผู้ชม ใช้การสร้างสรรคผลงานที่มีความเป็นลูกผสมไม่ยึดระเบียบกฎเกณฑ์ ทำให้เกิดการผสมผสานกันระหว่างศิลปะกับความนิยมสากล งานวิจัย ข้อมูลที่ได้มาอย่างบังเอิญ รวมไปถึงอารมณ์ขัน และความรู้สึกส่วนตัวของนักออกแบบ

จากข้อมูลแนวคิดโพสต์โมเดิร์นที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นสามารถสรุปได้ว่า งานออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดโพสต์โมเดิร์นนั้น เป็นการที่แหกกฎเกณฑ์ในการออกแบบ โดยไม่มีรูปแบบที่ตายตัว ซึ่งได้แรงบันดาลใจมาจากสิ่งรอบๆ ตัว เนื่องมาจากการแข่งขันเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น ซึ่งต้องใช้รูปแบบแปลกตาจะช่วยสร้างความประทับใจแก่ผู้ชม อาทิ การไร้กรอบในเรื่องของระบบกริด (Grid) ที่สื่อสารในเรื่องของสไตล์ตนเองเป็นหลัก ของศิลปินเดวิด คาร์สัน (David Carson) และการนำองค์ประกอบจากประวัติศาสตร์มาใช้ในสไตล์เรโทร (Retro) โดยใช้สัญลักษณ์และการผสมผสานรูปแบบตัวอักษร ของศิลปินเนวิล โบรดี (Neville Brody) และการใช้อารมณ์ขันในการเสียดสีสังคมผ่านลักษณะการสร้างสรรคงานที่หลากหลายในสไตล์ พังก์ (Punk) หรือ D.I.Y (do it yourself) ของศิลปินเจมี รีด (Jamie Reid) เป็นต้น ซึ่งในเบื้องต้นผู้วิจัยจะนำแนวทางที่สรุปได้เหล่านี้มาใช้เพื่อเป็นกรอบในการวิจัยสำหรับกรวิเคราะห์ และเชื่อมโยงถึงแนวคิด ตลอดจนองค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่ได้จากการศึกษายุคต่างๆ ของดนตรีร็อกที่เป็นอิทธิพลของดนตรีร็อกในปัจจุบัน ซึ่งสามารถสรุปกรอบในการวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดหลังสมัยใหม่ที่เชื่อมโยงกับแนวความคิดของดนตรีร็อกในแต่ละยุคได้ดังนี้



ภาพที่ 10 ภาพกรอบในการวิจัยเพื่อวิเคราะห์เชื่อมโยงแนวคิดหลังสมัยใหม่

ส่วนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับหลักการใช้สี

สีถูกใช้เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญเป็นอย่างมากในงานออกแบบ อีกทั้งสียังส่งผลโดยตรงในเรื่องการสื่อสารอารมณ์ ความรู้สึก ความหมายได้เป็นอย่างดี จึงเป็นส่วนประกอบทางเรขศิลป์ที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้สียังทำหน้าที่หลักเช่นเดียวกับน้ำหนักทุกประการ หากแต่ว่าหน้าที่ที่สำคัญที่สุดคือเรื่อง การให้อารมณ์ความรู้สึกด้วยตัวของสีเอง ด้วยเหตุนี้ในเรื่องของสีที่เป็นตัวแปรตามในเรื่องของการออกแบบนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงเรื่องของสีที่เป็นหลักการโดยทั่วไปซึ่งทำให้สามารถทำการวิเคราะห์ได้อย่างกว้างขวางและครอบคลุม โดยเฉพาะกับกลุ่มตัวอย่างเป็นสำคัญ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการออกแบบต่อไป

3.1 หลักการของสี

องค์ประกอบของสี มี 3 ประการ ได้แก่ เนื้อสี ความเข้มของสี และความสว่างหรือมืดของสี บนพื้นผิว โดยเป็นลักษณะที่เด่นชัดที่สุดในการแยกองค์ประกอบต่างๆ จากสภาพแวดล้อม [13] สีแท้ (Hue) คือสี Chromatic Color ได้แก่ แดง, ส้ม, เหลือง, เขียวเหลือง, เขียว, น้ำเงินเขียว, น้ำเงิน, ม่วงน้ำเงิน, ม่วง และแดงม่วง โดยแบ่งตาม Color Scale ได้ออกเป็นสีหลัก และเป็น Achromatic คือ สีขาวและสีดำ ดังนี้ [14]

Red	Yellow Red	Yellow	Green Yellow	Green	Blue Green	Blue	Purple Blue	Purple	Red Purple		
R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	Black	White

ตารางที่ 3 ตารางแสดงชื่อเต็ม ตัวย่อ และเนื้อสีแท้

ความจัดของสี (Intensity) คือ ความสดหรือความบริสุทธิ์ของสี ที่ได้ถูกผสมให้เกิดความหม่นหรืออ่อนลง ซึ่งถ้าสีนั้นอยู่ท่ามกลางสีที่มีน้ำหนักต่างค่ากัน ก็จะทำให้เห็นสภาพสีที่นั้นสดใสมากยิ่งขึ้น

น้ำหนักของสี (Value) คือ น้ำหนักอ่อนแก่ของสีตามลำดับ เนื่องจากการผสมด้วยสีขาวและดำ หรือเป็นการเรียงลำดับน้ำหนักของสีแท้ด้วยตัวเองเปรียบเทียบกับน้ำหนักอ่อนแก่กับสีขาวและดำ

สีนวล (Tint) คือ สีแท้ที่ถูกทำให้อ่อนลงด้วยการผสมสีขาว และสีคล้ำ (Shade) คือ สีแท้ที่ถูกทำให้เข้มขึ้นด้วยการผสมสีดำ ซึ่งน้ำหนักของสีจะเพิ่มขึ้นปานกลางด้วยการใช้สีเทาผสม (Tone)

			R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	N
Vivid	V	Vivid Tone	P.22	P.34	P.46	P.58	P.70	P.82	P.94	P.106	P.118	P.130	P.142
	S	Strong Tone	P.23	P.35	P.47	P.59	P.71	P.83	P.95	P.107	P.119	P.131	P.143
Bright	B	Bright Tone	P.24	P.36	P.48	P.60	P.72	P.84	P.96	P.108	P.120	P.132	P.144
	P	Pale Tone	P.25	P.37	P.49	P.61	P.73	P.85	P.97	P.109	P.121	P.133	P.145
	Vp	Very Pale Tone	P.26	P.38	P.50	P.62	P.74	P.86	P.98	P.110	P.122	P.134	P.146
Subdued	Lgr	Light Grayish Tone	P.27	P.39	P.51	P.63	P.75	P.87	P.99	P.111	P.123	P.135	P.147
	L	Light Tone	P.28	P.40	P.52	P.64	P.76	P.88	P.100	P.112	P.124	P.136	P.148
	Gr	Grayish Tone	P.29	P.41	P.53	P.65	P.77	P.89	P.101	P.113	P.125	P.137	P.149
	DI	Dull Tone	P.30	P.42	P.54	P.66	P.78	P.90	P.102	P.114	P.126	P.138	P.150
Dark	Dp	Deep tone	P.31	P.43	P.55	P.67	P.79	P.91	P.103	P.115	P.127	P.139	P.151
	Dk	Dark Tone	P.32	P.44	P.56	P.68	P.80	P.92	P.104	P.116	P.128	P.140	
	Dgr	Dark Grayish Tone	P.33	P.45	P.57	P.69	P.81	P.93	P.105	P.117	P.129	P.141	

ตารางที่ 4 ตารางแสดงโทนของสี 4 โทนหลัก

จากข้อมูลในข้างต้นนั้น ผู้วิจัยนั้นจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลของสีกับกลุ่มตัวอย่างที่คัดกรองโดยจากข้อมูลผู้เชี่ยวชาญด้านเรขศิลป์ เพื่อให้สามารถจัดกลุ่มได้ว่าโดยส่วนใหญ่แล้วสีที่ปรากฏตามแต่ละยุคของดนตรีหรือคทที่เป็นคำตอบนั้น มีสีใดเป็นสีหลัก ได้รับความนิยม หรือพบมากที่สุด

3.2 คุณสมบัติของสี

สีที่ปรากฏอยู่ในสิ่งแวดล้อมนั้นจะประกอบไปด้วยสีที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและเป็นสีที่มนุษย์สร้างขึ้นสีของวัตถุแต่ละชนิดจะมีลักษณะหรือคุณสมบัติที่แตกต่างกัน เช่นสีน้ำมัน สีอะคริลิก มีคุณสมบัติกันน้ำได้ แต่สีน้ำ สีโปสเตอร์ ถูกน้ำและความชื้นไม่ได้ อย่างไรก็ตามสีนั้นก็ต่างมีคุณสมบัติร่วมกันในประเด็นหลักๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความรู้สึกต่อมนุษย์ [6] ดังนี้

1. สีที่ให้ความรู้สึกเกี่ยวกับขนาด สีอ่อนทำให้รู้สึกกว้างใหญ่ขึ้น แต่สีเข้มหรือสีมืดจะทำให้รู้สึกเล็ก หรือแคบลง แต่ดูมีน้ำหนักมากกว่าสีอ่อน
2. สีที่ให้ความรู้สึกเกี่ยวกับความสะอาด สีผสมขาวหรือสีนวลๆ จะให้ความรู้สึกสะอาด น่าจับต้องมากกว่าสีแท้หรือสีเข้ม ซึ่งภาวะหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้สีเดียวจะดูสะอาดตามากกว่าที่จะใช้หลากสี

3. สัมผัสความรู้สึที่เกี่ยวกับพลัง เป็นสีที่ไม่ได้ผสมกับสีอื่น จะให้พลังสดใสแข็งแรง มากกว่าสีที่ผสมแล้ว เช่น สีแดงจะมีพลังมากกว่าสีชมพู และสีน้ำตาล เป็นต้น นอกจากนี้สียังให้ความรู้สึก ร้อนแรง เช่น สีแดง ส้ม ม่วงแดง จะให้พลังมากกว่าสีที่ให้ความรู้สึกเย็น เช่น สีน้ำเงิน สีเขียว สีม่วงคราม เป็นต้น ส่วนสีที่ผสมสีดำจะให้ความรู้สึกว่ามีมวลหรือน้ำหนักมากกว่าสีที่ผสมด้วยสีขาว

4. สัมผัสความรู้สึที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหว ซึ่งรับรู้ได้โดยตาและจิต โดยการมองผิวหน้าของแต่ละสีที่เปล่งออกมาตามความสั่นสะเทือนของสี (Vibration)

- สีน้ำเงิน สงบ มั่นคง มีแนวโน้มจะเคลื่อนไหวภายในตนเอง
- สีเหลือง สดใส ชัดเจน มีแนวโน้มจะเคลื่อนไหวสู่ภายนอก
- สีเขียว สดใส ร่มเย็น มีแนวโน้มจะเคลื่อนไหวสู่ส่วนกลาง
- กลุ่มสีร้อน เช่น แดง ส้ม ม่วงแดง มีแนวโน้มจะเคลื่อนไหวได้ดีกว่ากลุ่มของสีโทนเย็น เช่น น้ำเงินเขียว ม่วงน้ำเงิน

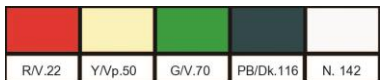
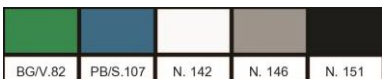
5. สัมผัสความรู้สึที่เกี่ยวกับระยะ สีแต่ละสีให้ความรู้สึกเกี่ยวกับระยะใกล้ ไกลต่างกัน เมื่อนำสีแท้มาระบายในที่เดียวกัน สีแท้ที่ยังไม่ผสมสีใด จะให้ความรู้สึกทางด้านระยะแตกต่างกัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะหน้า (Fore Ground) เช่น สีแดง ส้ม เหลือง เป็นต้น ระยะกลาง (Middle Ground) เช่น สีส้ม แดง เขียว น้ำเงิน เป็นต้น และระยะหลัง (Back Ground) เช่น สีม่วง ม่วงน้ำเงิน ดำ เป็นต้น นอกจากนี้แล้วสีแต่ละสียังให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไปอีก เช่น

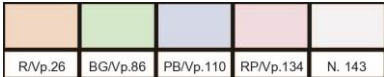
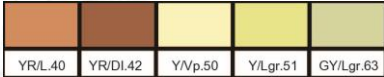
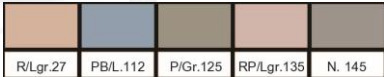
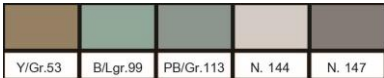
- สีแดง รุนแรงตื่นเต้น แข็งแกร่ง มีพลัง ร้อนระอุ เห็นได้อย่างชัดเจน กระตุ้นประสาทตาและดึงดูด ความสนใจ บางครั้งแสดงถึงพลังอำนาจเมื่อใช้ร่วมกับสีทอง
- สีเหลือง เบิกบาน สว่างสดใส มั่นคงบริบูรณ์ กระตุ้นสายตา ไวต่อการมองเห็นของมนุษย์ และเมื่ออยู่กับสีอื่นๆ จะเปล่งพลังขมสีนั้น
- สีน้ำเงิน เรียบร้อยสงบ แต่มั่นคง ถ้าใช้ปริมาณมากจะให้ความรู้สึกเงียบ วังเวก
- สีเขียว สงบ ร่มเย็น มีชีวิตชีวา ถ้าใช้ปริมาณมากจะให้ความรู้สึกอุดมสมบูรณ์ และผ่อนคลายจากความตึงเครียด
- สีส้ม เร่งเร้า แสบตา กระวนกระวาย โดดเด่นอยู่แนวหน้า
- สีม่วง สงบ ภาควุมิ ถ้าใช้ปริมาณมากและผสมให้อ่อนลงจะให้ความรู้สึก ซึมเศร้า เหงาพิศหวัง เว้งว้าง และลึกลับน่ากลัว
- สีขาว สะอาดตา บริสุทธิ์ ถ้าใช้ปริมาณมากจะให้ความรู้สึกจืดชืด จำเจ น่าเบื่อ

- สีดำ มีดลึกลับ เศร้าหมอง น่ากลัว ความตาย เมื่อใช้กับสีอื่นจะขับให้สีอื่นเด่นชัด
- สีเทา ธรรมดา เรียบร้อย แก่ชรา ถ้าเป็นเสื้อผ้าจะให้ความรู้สึกสง่างาม เข้ากับทุกสี
- สีน้ำตาล หนักแน่นมั่นคง ถ้าใช้ปริมาณมากหรือเป็นสีส่วนใหญ่ของภาพจะทำให้รู้สึกแห้งแล้ง หงอยเหงาม

3.3 สีกับบุคลิกภาพ

การสื่อสารอารมณ์ บุคลิกภาพต่างๆ รวมถึงการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับงานนั้น องค์ประกอบทางเรขศิลป์นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเรื่องของสีนั้น สามารถสร้างบุคลิกภาพต่างๆ เพื่อสื่อความหมายออกมาได้อย่างชัดเจน หากมีการจำแนกสีอย่างเป็นระบบจะสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ การแบ่งประเภทของสีที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของบุคลิกภาพนั้นจะเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้สามารถเข้าใจ และรับรู้ถึงการผสมผสานของสีเหล่านั้นได้เป็นอย่างดี [14] โดยสามารถแสดงความสัมพันธ์ของสีกับบุคลิกภาพดังนี้

บุคลิกภาพ	สี (Color)
Casual (ลำลอง)	โทนสีที่ใช้โดยส่วนมากจะสว่าง สดใส และเข้มสามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี เมื่อใช้สีประเภทนี้กับสีคู่ตรงข้ามจะสามารถแสดงบุคลิกที่ให้ความรู้สึกเกี่ยวกับกีฬาขึ้นทันที ซึ่งความหมายจะตรงข้ามกับทางการ
	
Modern (ทันสมัย)	สีหลักๆ นั้นจะเป็นสีดำกับสีขาว หรืออาจใช้สีที่มีความรุนแรงหรือใช้สีที่ตัดกัน โดยเน้นเพื่อสร้างความโดดเด่นเป็นการใช้สีที่ชัดเจน ให้ความรู้สึกนิ่งๆ เฉียบคม ชัดเจน และเน้นประโยชน์ใช้สอย
	

<p>Romantic (ชวานฝัน)</p>	<p>สีที่ใช้กับบุคลิกกลุ่มนี้จะค่อนข้างอ่อนหวาน อ่อนโยน ชวานฝัน สีหลักๆจะเป็นการผสมผสานน้ำหนัที่เบา (Light Pastel Tone) และสีขาว คือเน้นเฉพาะสีที่มีความอ่อนโยน</p>
	
<p>Natural (เป็นธรรมชาติ)</p>	<p>สีหลักๆจะเป็นสีโทนน้ำตาล ขาวนวล และเขียวเหลือง การผสมของสีพื้นฐานกับสีเทาที่มีความลดหลั่นค่อยเป็นค่อยไป ความรู้สึกจะตรงกันข้ามกับทันสมัย</p>
	
<p>Elegant (สะอาดสะอ่ง)</p>	<p>สีหลักๆ คือสีโทนสีเทาแต่ต้องไม่มีลักษณะการตัดกันของสี การผสมผสานกันระหว่างสีต้องเป็นการลดหลั่นอย่างอ่อนโยน สะท้อนความรู้สึกถึงความสวยงาม</p>
	
<p>Chic (เท่,ทันสมัย)</p>	<p>การใช้สีมักใช้โทนสีเทาประกอบเป็นหลัก และมีส่วนประกอบของสีที่มีการผสมกันโดยให้ความแตกต่างของโทนสีอย่างชัดเจน ให้ความรู้สึกที่ดูสงบ เรียบ ดุมีสติ และดูเหมาะสมกับความเป็นคนเมือง มีความสะอาดสะอ่งเข้ามาเกี่ยวข้องเล็กน้อยแต่มีสัดส่วนของความฉลาดมากกว่า</p>
	

<p>Classic</p> <p>(ได้รับความนิยมมาตลอด)</p>	<p>สีที่ใช้กับบุคลิกกลุ่มนี้ต้องเป็นโทนสีเข้ม และสีเทา หรือการใช้สีน้ำตาลหรือสีเขียว (Olive Green) ให้ความรู้สึกถึงประเพณี วัฒนธรรม และสิ่งที่มีคุณภาพ ถ้าเติมสีแดงไวน์ (Wine) และสีทอง (Gold) จะทำให้หรูหรามากยิ่งขึ้น</p>
	
<p>Daddy</p> <p>(โอ้อ่า)</p>	<p>ถ้าเปรียบเทียบกับบุคลิกได้รับความนิยม จะมีความเรียบง่ายกว่าสีพื้นฐาน เป็นสีโทนเข้ม เช่น สีน้ำตาล หรือ เทาเข้ม โดยการผสมผสานกับสีเทาทำให้ดูเป็นผู้ใหญ่และดูเข้มขรึมเป็นผู้ชาย</p>
	







ตารางที่ 5 ตารางแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับสี

เรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับสีที่อธิบายในหนังสือ Color Image Scale ซึ่งเขียนโดย Shigenobu Kobayashi ยังได้อธิบายไปถึงบุคลิกภาพย่อยๆ อีกจำนวนมากซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องของสีกับบุคลิกภาพที่ต้องการสื่อสารในงานออกแบบต่อไป

3.4 ตัวแทนของสีในแต่ละยุค









นอกจากสีของบุคลิกภาพนั้น จะเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้สามารถเข้าใจ และสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้วนั้น ผู้วิจัยได้ค้นคว้าตัวแทนของสีในแต่ละยุคเพิ่มเติมเพื่อให้การออกแบบตลอดจนการเลือกใช้สีในการสื่อสารนั้นมีความหลากหลาย ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยให้มีมิติที่หลากหลาย มีของความรู้สึกของข้อมูล อันจะทำให้ผลที่ได้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากหนังสือ “Greetings From Retro Design” โดย โทนี เซดดอน [15] และจากสถาบัน The Pantone Color Institute ที่คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล และสามารถแบ่งข้อมูลของสีที่เป็นตัวแทนของสีในแต่ละยุคได้ดังนี้

ยุค 1950s สีที่แสดงในข้างต้นนั้นเป็นตัวแทนช่วงของสีที่ใช้ในการทำงาน และใช้ในงานออกแบบอันได้ได้รับอิทธิพลจากความคิด ทักษะ และสไตล์ที่เป็นที่นิยมในขณะนั้น อาทิ The International Typographic Style โดยมีนักออกแบบที่สำคัญ ได้แก่ Paul Rand, Cipe Pineles และ Saul Bass เป็นต้น

1950s	C = 000%	C = 000%	C = 000%	C = 040%	C = 045%	C = 080%	C = 070%	C = 000%
	M = 000%	M = 085%	M = 090%	M = 055%	M = 090%	M = 050%	M = 080%	M = 000%
	Y = 070%	Y = 060%	Y = 025%	Y = 055%	Y = 030%	Y = 040%	Y = 050%	Y = 000%
	K = 000%	K = 000%	K = 000%	K = 050%	K = 020%	K = 030%	K = 070%	K = 100%
								

ตารางที่ 6 ตารางแสดงถึงสีที่เป็นตัวแทนของช่วงสีที่ใช้ในการออกแบบ ในช่วงของยุค 1950s

ยุค 1960s สีที่แสดงในข้างต้นนั้นเป็นตัวแทนช่วงของสีที่ใช้ในการทำงาน และใช้ในงานออกแบบอันได้ได้รับอิทธิพลจากความคิด ทักษะ และสไตล์ที่เป็นที่นิยมในขณะนั้น อาทิ Pop Art, Psychedelic และ Op Art เป็นต้น โดยมีนักออกแบบที่สำคัญ ได้แก่ West Wilson, Push Pin Studio และ Herb Lubalin เป็นต้น

1960s	C = 000%	C = 000%	C = 000%	C = 070%	C = 080%	C = 080%	C = 080%	C = 000%
	M = 090%	M = 070%	M = 010%	M = 010%	M = 015%	M = 000%	M = 075%	M = 070%
	Y = 080%	Y = 070%	Y = 100%	Y = 100%	Y = 045%	Y = 015%	Y = 000%	Y = 000%
	K = 000%	K = 000%	K = 000%	K = 000%	K = 000%	K = 000%	K = 000%	K = 000%
								

ตารางที่ 7 ตารางแสดงถึงสีที่เป็นตัวแทนของช่วงสีที่ใช้ในการออกแบบ ในช่วงของยุค 1960s

ยุค 1970s สีที่แสดงในข้างต้นนั้นเป็นตัวแทนช่วงของสีที่ใช้ในการทำงาน และใช้ในงานออกแบบอันได้ได้รับอิทธิพลจากความคิด ทักษะ และสไตล์ที่เป็นที่นิยมในขณะนั้น อาทิ Post Modernism, Punk และ New Wave เป็นต้น โดยมีนักออกแบบที่สำคัญ ได้แก่ Paula Scher และ Jamie Reid เป็นต้น

1970s	C = 030%	C = 040%	C = 055%	C = 015%	C = 000%	C = 025%	C = 000%	C = 000%
	M = 015%	M = 025%	M = 035%	M = 025%	M = 080%	M = 080%	M = 090%	M = 000%
	Y = 030%	Y = 040%	Y = 050%	Y = 040%	Y = 070%	Y = 085%	Y = 090%	Y = 000%
	K = 000%	K = 000%	K = 020%	K = 000%	K = 000%	K = 010%	K = 000%	K = 100%

ตารางที่ 8 ตารางแสดงถึงสีที่เป็นตัวแทนของช่วงสีที่ใช้ในการออกแบบ ในช่วงของยุค 1970s

ยุค 1980s สีที่แสดงในข้างต้นนั้นเป็นตัวแทนช่วงของสีที่ใช้ในการทำงาน และใช้ในงานออกแบบอันได้ได้รับอิทธิพลจากความคิด ทศนคติ สไตล์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่เริ่มเข้ามามีบทบาทที่สำคัญ โดยมีนักออกแบบที่สำคัญ ได้แก่ Neville Brody, Studio Dumbor และ April Greiman เป็นต้น

1980s	C = 005%	C = 000%	C = 010%	C = 015%	C = 050%	C = 050%	C = 040%	C = 000%
	M = 020%	M = 020%	M = 040%	M = 100%	M = 045%	M = 030%	M = 030%	M = 000%
	Y = 015%	Y = 080%	Y = 080%	Y = 100%	Y = 000%	Y = 020%	Y = 065%	Y = 000%
	K = 000%	K = 000%	K = 000%	K = 005%	K = 000%	K = 005%	K = 010%	K = 100%

ตารางที่ 9 ตารางแสดงถึงสีที่เป็นตัวแทนของช่วงสีที่ใช้ในการออกแบบ ในช่วงของยุค 1980s

ยุค 1980s สีที่แสดงในข้างต้นนั้นเป็นตัวแทนช่วงของสีที่ใช้ในการทำงาน และใช้ในงานออกแบบอันได้ได้รับอิทธิพลจากความคิด ทศนคติ และสไตล์ ในยุคที่เรียกว่าเป็น Digital Age โดยมีนักออกแบบที่สำคัญ ได้แก่ Tibor Kalman, David Carson และ Modern Dog เป็นต้น

1990s	C = 005%	C = 000%	C = 000%	C = 005%	C = 090%	C = 085%	C = 040%	C = 000%
	M = 000%	M = 030%	M = 090%	M = 100%	M = 010%	M = 085%	M = 030%	M = 000%
	Y = 100%	Y = 100%	Y = 080%	Y = 100%	Y = 000%	Y = 000%	Y = 030%	Y = 000%
	K = 000%	K = 000%	K = 000%	K = 000%	K = 000%	K = 000%	K = 010%	K = 100%

ตารางที่ 10 ตารางแสดงถึงสีที่เป็นตัวแทนของช่วงสีที่ใช้ในการออกแบบ ในช่วงของยุค 1990s

ยุค 2000 สีที่แสดงในข้างต้นนั้นเป็นตัวแทนช่วงของสีที่ใช้ในการทำงาน และใช้ในงานออกแบบที่ได้รับเลือกจากสถาบัน The Pantone Color Institute ให้เป็นสีที่มีอิทธิพลในด้านจิตวิทยาที่มีต่อคนทั่วโลกในแต่ละปี โดยผู้เชี่ยวชาญของสถาบันแห่งนี้เป็นผู้คัดเลือก

2000	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	PANTONE 15-4020 Cerulean	PANTONE 17-2031 Fuchsia Rose	PANTONE 19-1664 True Red	PANTONE 14-4811 Aqua Sky	PANTONE 17-1456 Tigerlily	PANTONE 15-5217 Blue Turquoise	PANTONE 13-1106 Sand Dollar	PANTONE 19-1557 Chili Pepper	PANTONE 18-3943 Blue Iris	PANTONE 14-0848 Mimosa
										

ตารางที่ 11 ตารางแสดงถึงสีที่มีอิทธิพลในการออกแบบที่สุด โดยสถาบัน Pantone ตั้งแต่ปี 2000-2009

จากข้อมูลที่ได้อ่านมาในข้างต้นเกี่ยวกับหลักการใช้นั้น ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในเรื่องของความครอบคลุมการวิเคราะห์ในเรื่องของเฉดสีจากกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มในยุคต่างๆเป็นหลัก โดยเลือกใช้ของ Kobayashi จำนวน 130 เฉดสี และตัวแทนของสีในยุค 50 ยุค 60 ยุค 70 ยุค 80 ยุค 90 และยุคปัจจุบันอีกทั้งสิ้น 50 เฉดสี รวมสีที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งสิ้นจำนวน 180 เฉดสี เนื่องจากผู้วิจัยต้องการนำสีที่ใช้ในการวิเคราะห์โดยทั่วไปของ Kobayashi มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดความกว้างและครอบคลุมผลงานปกอัลบั้มในยุคปัจจุบัน นอกจากนี้เพื่อความลึก และครอบคลุมในการวิเคราะห์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้หยิบยกสีที่เป็นตัวแทนในแต่ละยุคขึ้นมาช่วยในการการวิเคราะห์ เพื่อให้สีที่ได้จากการวิเคราะห์นั้นมีความชัดเจน และครอบคลุมทุกๆ ยุคที่นำมาวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดที่ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ในบทถัดไป

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ตัวอักษร

เกณฑ์ในการแบ่งตัวอักษรภาษาอังกฤษนั้นมีอยู่หลายรูปแบบ แตกต่างกันตามแนวทางของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตัวอักษร ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์กัน โดยส่วนใหญ่มักจะเรียงเรียงกันตามลำดับของเวลา โดยการแบ่งกลุ่มของตัวอักษรนั้นจะช่วยให้เราสามารถแยกประเภทของแบบตัวอักษรได้ง่ายขึ้น [16] โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้เกณฑ์ในเรื่องของความครอบคลุมในการวิเคราะห์ตัวกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มที่ใช้ในการวิจัยเป็นหลัก โดยเลือกการจัดหมวดหมู่ในเรื่องของตัวอักษรประเภทใหญ่ๆ จากหนังสือการออกแบบสิ่งพิมพ์ได้ดังนี้

1. **ตัวพิมพ์แบบตัวคัดลายมือ** (Text Letters or Blackletter Typefaces) มีลักษณะเป็นตัวพิมพ์แบบคัดลายมือ หรือตัวพิมพ์ที่ดูเหมือนเขียนด้วยปากกาอครีล บางครั้งเรียกว่า ตัวอักษรมืด โดยส่วนใหญ่มีความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัว นิยมใช้ในการเรียงพิมพ์ข้อความในแบบสั้นๆ นิยมใช้ในงานออกแบบที่ต้องการให้ดูเก่าหรือโบราณ ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น โรทันดา (Rotunda)

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
 EmbossedBlack

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
 Canterbury

ภาพที่ 11 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบตัวคัดลายมือ (Text Letters or Blackletter Typefaces)

2. **ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน** (Script or Cursive Typeface) มีลักษณะเหมือนตัวลายมือเขียน คือ เป็นตัวพิมพ์ที่มีเส้นต่อเนื่องกันระหว่างแต่ละตัว ส่วนใหญ่มักมีลักษณะของความหนา ความบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันทั้งตัวอักษร นิยมใช้ในการเรียงพิมพ์ข้อความสั้นๆ เช่น บัตรเชิญ ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น โคโรเนท (Coronet)

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
 Exmount

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
 Edwardian Script

ภาพที่ 12 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typeface)

3. **ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ** (Serif Typeface) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐาน หรือติ่ง บางครั้งก็เรียกว่าตัวมีเชิง ส่วนใหญ่มีลักษณะของความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัว ในอดีตนิยมใช้เรียงพิมพ์ข้อความขนาดยาวๆ เนื่องจากเชื่อว่าเป็นตัวพิมพ์ที่อ่านง่ายกว่าตัวอักษรที่ไม่มีฐานหรือติ่ง ตัวพิมพ์แบบเซอริฟสามารถแบ่งเป็นประเภทย่อยๆ ดังนี้

3.1 ตัวพิมพ์แบบโอลด์ สไตล์ (Old Style) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือตั้งที่มีจุดเด่นอยู่ที่ส่วนที่เป็นเส้นทแยงของตัวอักษร โดยส่วนที่บางที่สุดจะเป็นมุมของตัวอักษร ไม่มีส่วนบนหรือส่วนล่าง หรือตัวอักษรแบบเซอร์ฟอื่นๆ ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น การามอนด์ (Garamond), กาวดี โอลด์ สไตล์ (Goudy Old Style) และ พาลาติโน (Palatino)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Garamond

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Goudy Old Style

ภาพที่ 13 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบโอลด์ สไตล์ (Old Style)

3.2 ตัวพิมพ์แบบทรานสิชันนอล (Transitional) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือตั้งที่มนจุดเด่นอยู่ที่ส่วนที่หนาและบางความแตกต่างกันมากกว่าตัวพิมพ์แบบโอลด์ สไตล์ บางครั้งเรียกตัวพิมพ์แบบนี้ว่า ตัวบาโรค (Baroque) ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น ไทมส์ นิว โรมัน (Time New Roman) และบาสเคอร์วิลล์ (Baskerville)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Baskerville

ภาพที่ 14 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบทรานสิชันนอล (Transitional)

3.3 ตัวพิมพ์แบบสแควร์เซอร์ฟ (Slab Serif หรือ Square Serif) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือตั้งมีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยม ส่วนใหญ่มักมีความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากัน ตลอดทั้งตัว ตัวอักษรประเภทนี้ได้รับการพัฒนาครั้งแรกที่ประเทศอังกฤษ ในช่วงที่มีความนิยมศิลปวัฒนธรรมของประเทศอียิปต์ บางครั้งจึงมีการเรียกตัวอักษรประเภทนี้ว่า ตัวอียิปต์เดียน (Egyptian) หรือตัวแอนติกส์ (Antiques) ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น คลาเรนดอน (Clarendon), ร็อกเวล (Rockwell) และคูเลีย (Courier)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Rockwell

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Courier

ภาพที่ 15 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบสแควร์เซอร์ฟ (Stab Serif หรือ Square Serif)

3.4 ตัวพิมพ์แบบโมเดิร์น (Modern) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือตั้งที่มีจุดเด่นอยู่ที่ส่วนที่หนาและบางมีความแตกต่างกันมากกว่าตัวแบบเซอร์ฟอื่นๆ โดยส่วนที่เป็นเส้นแนวตั้งของตัวอักษรมักจะเป็นเส้นตรงและหนา ในขณะที่ส่วนที่เป็นฐานหรือตั้งจะบางมาก ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น โบโดนี (Bodoni) และเซนจูรี สกูลบุ๊ก (Century Schoolbook)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Bodoni

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Century

ภาพที่ 16 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบโมเดิร์น (Modern)

4. ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอร์ฟ (Sans-Serif Typeface) เป็นตัวพิมพ์ที่ไม่มีส่วนที่เป็นฐานหรือตั้ง บางครั้งเรียกว่า ตัวไม่มีเชิง ส่วนใหญ่มักมีความหนาของเส้นตัวอักษรที่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร ตัวพิมพ์ประเภทนี้ที่มีความหนาของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวจะเรียกว่า ตัวกอทิกส์ (Gothics) ในอดีตนิยมใช้ในการเรียงพิมพ์ข้อความพาดหัว ไม่ใช้กับข้อความที่มีขนาดยาวๆ เนื่องจากเชื่อว่าเป็นตัวพิมพ์ที่อ่านยากกว่าตัวพิมพ์ที่มีฐานหรือตั้ง แต่เนื่องจากเทคโนโลยีที่ดีขึ้นทำให้เกิดความคมชัด ทำให้ในปัจจุบันสามารถใช้ได้ไม่แตกต่างกัน ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น เฮลเวติก้า (Helvetica), เอเรียล (Arial) และ ยูนิเวิร์ส (Univers)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Arial

ภาพที่ 17 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)

5. **ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)** เป็นตัวพิมพ์ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากตัวอักษรที่เห็นกันบ่อยๆ มีรูปแบบการใช้งานเพื่อการตกแต่งโดยเฉพาะ และไม่เหมาะสมที่จะนำไปพิมพ์เป็นข้อความ ดังนั้นจึงนิยมใช้เป็นข้อความสั้นๆ ที่เป็นพาดหัวหรือหัวเรื่อง เพื่อเรียกร้องความสนใจ นอกจากตัวพิมพ์ประเภทนี้จะออกแบบให้มีลักษณะที่แปลกตาแล้ว บางครั้งยังมีการนำภาพ เช่น ภาพคน ภาพสัตว์ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของตัวพิมพ์ด้วย

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Party Let Plain

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Schoolhouse Cursive

ภาพที่ 18 ภาพตัวอย่างตัวพิมพ์แบบตกแต่ง (Display Typeface)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับภาพประกอบในงานโฆษณา

ภาพประกอบโฆษณาถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสาร บอกเล่าเรื่องราว หรือ ข้อมูลต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำประเมินในความเป็นตัวแปรตามเบื้องต้นแล้วว่าสามารถครอบคลุม และสามารถนำมาใช้วิเคราะห์กับกลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นการสร้างความหลากหลายในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้สามารถนำข้อสรุปที่ได้มาทำการออกแบบเรขศิลป์ที่มีความหลากหลายและแตกต่างต่อไป

ภาพโฆษณา (Advertising Visual Image) หมายถึง ภาพที่ทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลต่อผู้บริโภคหรือผู้รับสารสินค้าหรือบริการ [13] ได้กล่าวว่าชนิดของภาพในงานโฆษณาโดยทั่วไปแบ่งเป็น 3 ประเภท

1. ภาพถ่าย (Photograph) เกิดจากกระบวนการถ่ายภาพ มี 2 ระบบ คือ ฟิล์มและดิจิทัล
2. ภาพจากกระบวนการทางคอมพิวเตอร์ (Computer-generated Image) เกิดจากการสร้างผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งมี 2 มิติหรือ 3 มิติรวมไปถึงภาพที่สร้างผ่านโปรแกรมตกแต่งภาพรวมกันกับภาพถ่าย
3. ภาพวาด (Hand-Rendered Illustration) ภาพที่เกิดจากกระบวนการสร้างสรรค์ด้วยมือ รวมไปถึงการจำลองรูปแบบการวาดและการใช้สีที่วาดผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์

จากข้อมูลชนิดของภาพในงานโฆษณาโดยทั่วไป 3 ประเภทหลักๆนั้น สามารถครอบคลุม และใช้ในการวิเคราะห์ตัวกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มที่ใช้ในการวิจัยได้ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ใช้แนวคิดทางการสร้างสรรค์ภาพประกอบโฆษณามาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างต่อไป

รูปแบบวิธีสร้างสรรค์ภาพประกอบโฆษณา

ภาพประกอบโฆษณาถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบอกเล่าเรื่องราว และ สัญลักษณ์เพื่อสื่อสารงานโฆษณา เพื่อช่วยดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร อีกทั้งสามารถสื่อสารวัตถุประสงค์หลักของโฆษณาได้เป็นอย่างดี โดย Mario Princken ผู้เขียนหนังสือ Creative Advertising : Idea and techniques from the world best campaign ได้สรุปรูปแบบงานภาพประกอบโฆษณาที่สำเร็จในด้านการสร้างสรรค์และเป็นที่ยอมรับไว้ 26 รูปแบบ [17] ดังนี้

1.ภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words)

การใช้ภาพในการสื่อสารเพียงอย่างเดียวเพื่อบรรยายถึงจุดขาย (USP) เพื่อบอกเล่าหรือกล่าวถึงประโยชน์ของสินค้า หรือบริการ โดยปราศจากคำบรรยายทั้งสิ้น ซึ่งใช้การวางองค์ประกอบที่สำคัญๆ ให้เหมาะสมภายในภาพ เพื่อสื่อสารวัตถุประสงค์ ความหมายในงานโฆษณา โดยใช้ภาพที่เกิดขึ้นจริง และเกิดการรับรู้อยู่แล้วในสังคม ไม่ใช่ภาพในเชิงเปรียบเทียบ หรืออุปมาอุปไมย ซึ่งเป็นวิธีการสร้างสรรค์ที่สร้างความดึงดูดใจได้เป็นอย่างดี โดยไม่มีคำบรรยาย



ภาพที่ 19 ภาพตัวอย่างภาพที่ไม่มีคำบรรยาย

2.ภาพที่เกิดจากการผสมรวมกัน (Mixing and Match)

ภาพที่นำเสนอด้วยผลิตภัณฑ์หรือสินค้าโดยนำมารวมกับบางสิ่งบางอย่างเพื่อสื่อถึงจุดขาย (UTP) หรือคุณสมบัติพิเศษ อาจเป็นการรวมของสองสิ่งหรือมากกว่าโดยปะติดปะต่อ (Collage) หรือตกแต่งภาพ ซึ่งอาจเป็นการรวมกันของปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหา เพื่อการสื่อสารที่ชัดเจนในภาพเดียว และเป็นไปได้โดยไม่มีข้อจำกัด



ภาพที่ 20 ภาพตัวอย่างภาพที่เกิดจากการผสมรวมกัน

3.ภาพการเปรียบเทียบโดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition)

ภาพที่นำเสนอในเชิงเปรียบเทียบ ซึ่งอาจเป็นลักษณะการใช้ก่อนและหลัง หรือเป็นปัญหากับแนวทางในการแก้ไข หรือเปรียบเทียบสินค้ากับสิ่งใดที่มีความหมาย และอธิบายให้เห็นวัตถุประสงค์ คุณประโยชน์ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยเป็นการทำให้ประหลาดใจ กระตุ้น หรือใช้เป็นอารมณ์ขัน ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เป็นการทำให้เรื่องราวให้ดึงดูดใจน่าฟัง (Dramatize) ในความหมายที่สื่อถึงประโยชน์ (Benefit) และเรื่องราวปัญหา (Problem Situation) ซึ่งการเปรียบเทียบบางครั้งอาจจะเข้าใจยาก แต่ก็ เป็นวิธีการสร้างสรรค์โฆษณาที่ดึงดูดใจ



ภาพที่ 21 ภาพตัวอย่างภาพการเปรียบเทียบโดยการวางชิดติดกัน

4.ภาพการซ้ำหรือเพิ่มจำนวน (Repetition and Accumulation)

มีลักษณะของการซ้ำ หรือเพิ่มจำนวน ให้เห็นวัตถุประสงค์ และคุณประโยชน์ของสินค้าด้วยการซ้ำ เพื่อขับเรื่องราวให้เห็นอย่างชัดเจน ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจได้มากที่สุด โดยการซ้ำสามารถใช้เล่าเรื่องราวคุณประโยชน์ที่เกินจริง (Overstate) หรือเป็นการพิสูจน์ให้เห็นถึงจุดขาย (USP) ที่ต้องใช้เวลา



ภาพที่ 22 ภาพตัวอย่างภาพการซ้ำหรือเพิ่มจำนวน

5.ภาพเหนือจริง (Exaggeration)

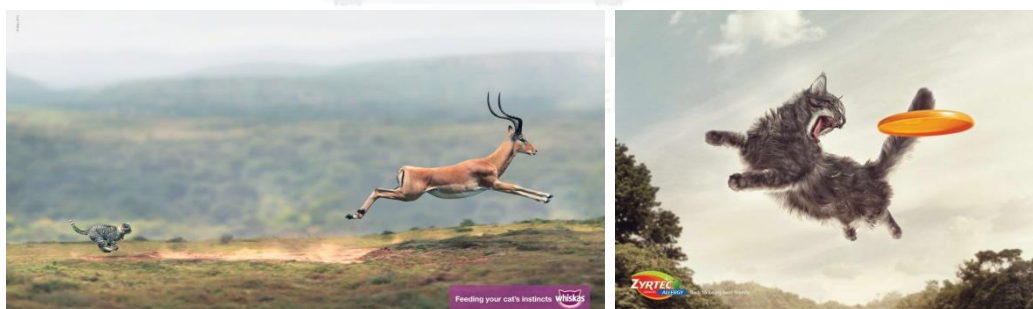
การนำเสนอคุณสมบัติหรือคุณประโยชน์ด้วยการสร้างสรรค์ภาพที่มีลักษณะเกินกว่าความเป็นจริง หรือพูดเกินจริง เกินปกติ เช่นใหญ่เล็กกว่าปกติ สั้นยาวกว่าปกติ เป็นต้น ซึ่งอาจมีการบิดเบือนรูป เพื่อสื่อสารถึงพลังของจุดขายให้เข้าใจง่าย และชัดเจนที่สุด เพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดและความไม่น่าเชื่อถือ



ภาพที่ 23 ภาพตัวอย่างภาพเหนือจริง

6.ภาพการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่ตรงข้าม (Turn It Right Around)

ภาพที่มีการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่คุ้นชิน หรือคุณเคยในชีวิตให้เปลี่ยนไปในทางตรงข้าม เช่น การเปลี่ยนประโยชน์เป็นข้อเสียเปรียบ การนำเสนอสิ่งที่ไม่ดีแทนที่สิ่งที่ดี เป็นการเปลี่ยนมุมมองเพื่อสร้างความประหลาดใจ โดยเกิดจากคุณสมบัติ คุณประโยชน์ หรือการใช้งานสินค้า



ภาพที่ 24 ภาพตัวอย่างภาพการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่ตรงข้าม

7.ภาพการตัดทอนและบอกเป็นนัย (Omission and Suggestion)

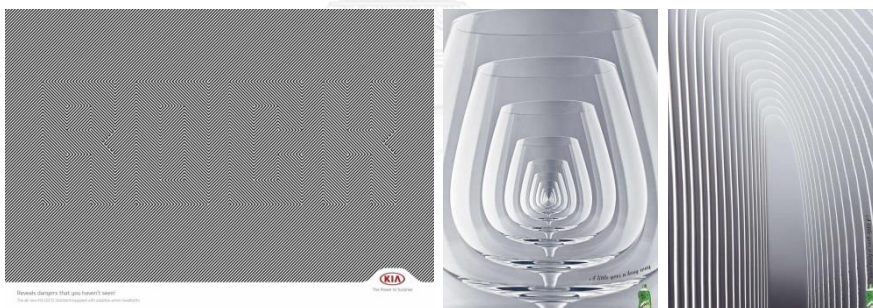
ภาพที่ตัดทอนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ออกไป แล้วแทนที่ด้วยคำแนะนำเพื่อสื่อถึงจุดขาย (USP) เพื่อให้เกิดความน่าสนใจในการค้นหาสิ่งที่ซ่อนหรือหายไปภายในภาพ



ภาพที่ 25 ภาพตัวอย่างภาพการตัดทอนและบอกเป็นนัย

8.ภาพความขัดแย้งและภาพลวงตา (Paradoxes and Optical illusions)

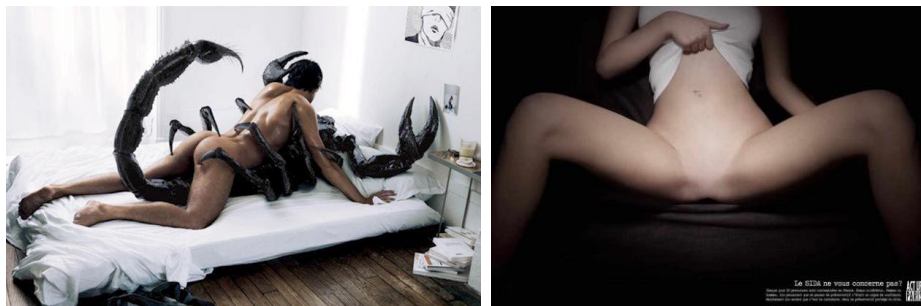
การใช้ภาพความขัดแย้ง และภาพลวงตาเพื่อเน้นคุณสมบัติ คุณสมบัติชวนให้เกิดความน่าสนใจ และดึงดูดเหมือนกับการเล่นเกมส์ ภาพความขัดแย้ง (Paradoxes) ซึ่งเกิดจากเหตุผลและหลักความจริง แม้ว่าจะนำเสนอในรูปแบบความขัดแย้ง



ภาพที่ 26 ภาพตัวอย่างภาพความขัดแย้งและภาพลวงตา

9.ภาพความก้าวร้าวและภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics)

ภาพการนำเสนอโดยใช้กลยุทธ์ของความก้าวร้าว และทำให้ตกใจ ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่ไม่เคยมีใครกล่าวถึงหรือไม่กล่าวพูด รวมไปถึงเป็นสิ่งที่ต้องห้าม โดยอาจพาดพิง หรือพูดเป็นสองแง่เพื่อให้เกิดการติดตาม หรือสร้างจุดสนใจ



ภาพที่ 27 ภาพตัวอย่างภาพความก้าวร้าวและภาพที่ทำให้ตกใจ

10.ภาพที่เกี่ยวข้องกับช่วงเวลา (Playing with Time)

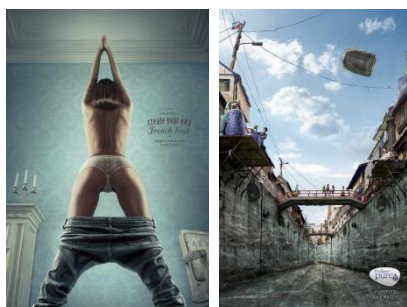
การนำเสนอที่เล่นกับเวลา หรือเกี่ยวเนื่องกับเวลา โดยเล่าเรื่องถึงความเปลี่ยนแปลงเมื่อเวลาผ่านไป หรืออาจจะใช้ความยาวนานในประวัติศาสตร์เพื่อสร้างจุดขาย หรือนำประโยชน์ของสินค้าหรือบริการ หรือใช้ภาพแห่งอนาคต เพื่อสื่อถึงความทันสมัย



ภาพที่ 28 ภาพตัวอย่างภาพที่เกี่ยวข้องกับช่วงเวลา

11.ภาพที่เปลี่ยนมุมมอง (A change of Perspective)

การเปลี่ยนมุมมองของภาพให้รู้สึกแตกต่างไปจากปกติ เช่น มุมมองแบบกด มุมมองแบบระยะไกล การใช้มุมมองอื่นที่เป็นไปได้ หรือการหลุดออกจากพื้นที่ โดยเป็นวิธีการสร้างสรรค์ที่ดีในการกระตุ้นให้เกิดการคิดสร้างสรรค์ ซึ่งทำให้เกิดความน่าสนใจ



ภาพที่ 29 ภาพตัวอย่างภาพที่เปลี่ยนมุมมอง

12.ภาพการหยอกล้อและภาพล้อเลียน (Spoofs and Parodies)

ภาพที่นำเสนอการล้อเลียน การหยอกล้อจากเรื่องราวต่างๆ นิทาน การ์ตูน โฆษณาอื่น รายการทีวี งานศิลปะ หรือกฎเกณฑ์รูปแบบพฤติกรรมของบุคคลที่เป็นที่รู้จัก เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยง ความหมายเข้ากับผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความน่าสนใจและจดจำ



ภาพที่ 30 ภาพตัวอย่างภาพการหยอกล้อและภาพล้อเลียน

13.ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign)

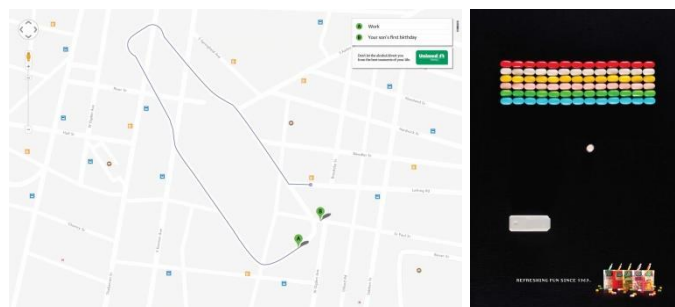
การใช้ภาพสัญลักษณ์หรือเครื่องหมาย เพื่อสื่อถึงคุณสมบัติ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ง่ายและชัดเจน โดยอาศัยสัญลักษณ์สากลที่สร้างเข้าใจได้โดยทั่วไป หรือเป็นเครื่องหมายการค้าของสินค้านั้นๆ



ภาพที่ 31 ภาพตัวอย่างภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย

14.ภาพที่มีลักษณะเป็นเกมส์ (Come and Play)

เป็นอุบายหรือแผนการที่วางไว้เพื่อสอนหรือสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยภาพที่มีลักษณะเป็นเกมส์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมกับการโฆษณา อาจเป็นรูปแบบการทายปัญหา การทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามคำบอก เช่น การตัด การม้วน การหา การวาด การเขียนเติม เป็นต้น ซึ่งช่วยให้กระตุ้นความสนใจได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 32 ภาพตัวอย่างภาพที่มีลักษณะเป็นเกมส์

15.ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)

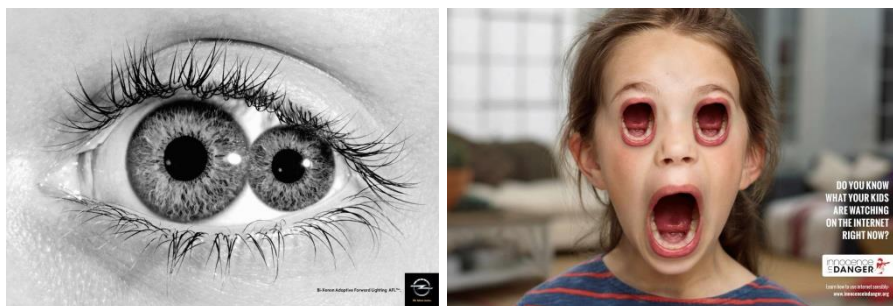
ภาพที่สามารถบอกเรื่องราวที่อาจจะเกิดขึ้นกับทุกคนในทุกวัน ซึ่งสามารถทำให้รู้สึกว้าสินค้าเหล่าหรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต หรืออาจเป็นมุมมองใหม่ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสินค้าเหล่าหรือผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจเพิ่มความสนุกสนาน ความตลกเข้าไปในเรื่องเพื่อให้เกิดการจดจำ และความน่าสนใจ



ภาพที่ 33 ภาพตัวอย่างภาพบอกเรื่องราว

16.ภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal ,Bizarre)

ภาพที่ดึงดูดใจ และเปิดความคิดสร้างสรรค์ให้ไกลกว่าความเป็นจริง หรือเรื่องปกติ โดยใช้ภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด ซึ่งอาจจะใช้ความขัดแย้ง ความผิดปกติ การบิดเบือน การทำให้เกินจริง ให้เกิดเป็นภาพใหม่ที่แปลกประหลาด หรือหลุดโลกเป็นความคิดแปลกใหม่ขึ้น



ภาพที่ 34 ภาพตัวอย่างภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด

17.การเล่นคำกับภาพ (Take It Literally)

การเล่นคำกับภาพ ซึ่งอาจมีลักษณะเสียดสี ทะเลาะ เปรียบเทียบ สองแง่ เป็นต้น เนื่องจากการใช้สำนวน คำแสลง คำอุปมานั้นสามารถสร้างความสนใจได้เป็นอย่างดี โดยเป็นการสื่อคำพูดด้วยภาพที่ซ่อนความขบขัน ความตลก ไร้สาระและเรื่องราวที่เป็นความขัดแย้ง เพื่อสื่อสารคุณประโยชน์ คุณสมบัติของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 35 ภาพตัวอย่างการเล่นคำกับภาพ

18.ภาพผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนรูปร่าง (Change the Product)

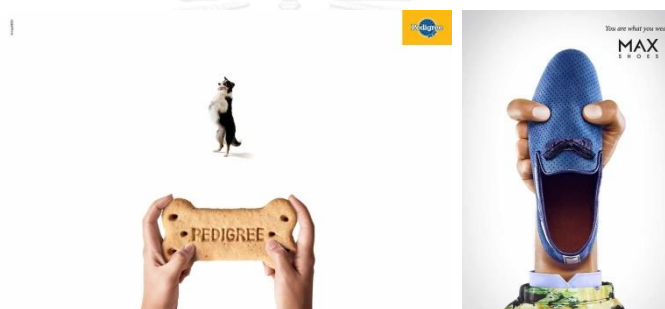
ภาพของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนลักษณะ รูปแบบ หรือรูปร่างเป็นอย่างอื่นเพื่อสื่อความหมาย โดยอาจเป็นการเปลี่ยนรูป ตัดแบ่งเป็นชิ้น เพิ่มบางสิ่งบางอย่าง ทำให้โค้ง การบีบรัด การทำให้มีชีวิต หรือเปลี่ยนแปลงแบบวัตถุในธรรมชาติ หรืออื่นเพื่อสื่อคุณสมบัติ คุณประโยชน์ในลักษณะการอุปมาอุปไมยหรือเกินจริง เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปได้จริง



ภาพที่ 36 ภาพตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนรูปร่าง

19.ภาพผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses)

ภาพที่สินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น เพื่อเน้นคุณสมบัติ คุณสมบัติให้คุณชัดเจน เป็นการทำให้เกินกว่าความเป็นจริงหรือเปลี่ยนมุมมองด้านใหม่ที่ไม่คาดคิด



ภาพที่ 37 ภาพตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น

20.ภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง (Double Meanings)

ภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง มีความหมายกำกวมเป็นพื้นฐานของ Optical Illusion เป็นการเล่นเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ซึ่งอาจจะเกิดจากการเล่นคำกำกั่ว วิทยาศาสตร์ ลามก อนาจาร ล้อเลียน เสียดสี หยอกล้อ เป็นต้น



ภาพที่ 38 ภาพตัวอย่างภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง

21.ภาพที่สร้างสรรค์เป็นตัวอักษร (Play with words)

การใช้ส่วนของภาพส่วนใดส่วนหนึ่งแปลงเป็นตัวอักษร เป็นชื่อ คำพูด หรือสโลแกน มีความคล้ายคลึงการทายอักษรว่าภาพที่แทนนั้นเป็นตัวอักษรใด เป็นการกระตุ้นให้คิด พิจารณาว่าต้องการจะสื่อสารเรื่อง หรือความหมายใด เพื่อการพิจารณาโฆษณาอื่นๆ



ภาพที่ 39 ภาพตัวอย่างภาพที่สร้างสรรค์เป็นตัวอักษร

22.ภาพคำพาดหัว (In the Beginning was the Words)

ภาพโฆษณาที่ใช้คำพาดหัวในการดึงดูดความสนใจ อาจเป็นลักษณะของการเล่นคำ (Wordplay) คำพูดที่นิยมใช้ (Popular Saying) คำอ้างอิง (Quotation) บทกวี (Rhyme) คำพูดที่ดึงดูดใจ (Catchphrases) สุภาษิต (Proverb) คติพจน์ (Maxims) หรือหยาบคายคำพูดของคนที่เป็นที่รู้จัก มาใช้ให้เกิดความคิดใหม่ๆ เพื่อสื่อสารจุดขายของงานโฆษณา



ภาพที่ 40 ภาพตัวอย่างภาพคำพาดหัว

23.การกำหนดขอบเขตใหม่หรือการเปลี่ยนโครงสร้างความหมายภาพ (Reframing : a Key to Creative Thinking)

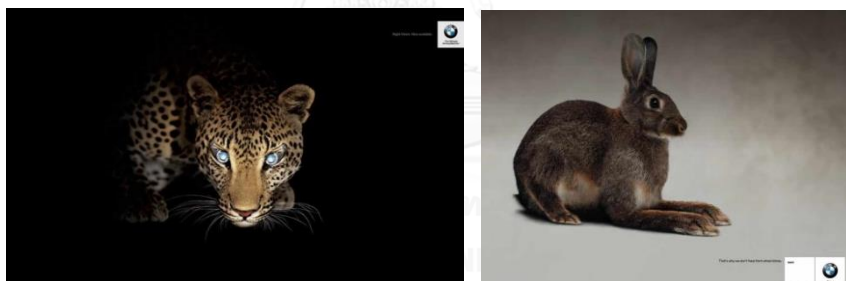
การกำหนดความหมายใหม่เพื่อให้ภาพเหตุการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงความหมาย โครงสร้างหรือองค์ประกอบ โดยการมุ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมายด้วยถ้อยคำ คำหนึ่งคำ หรือภาพหนึ่งภาพ ซึ่งเป็นการนำเสนอด้านจริงจังของเรื่องตลก อันเป็นกุญแจของความคิดสร้างสรรค์



ภาพที่ 41 ภาพตัวอย่างการกำหนดขอบเขตใหม่หรือการเปลี่ยนโครงสร้างความหมายภาพ

24.ภาพอุปมาอุปไมยและการเปรียบเทียบ (Metaphor and Analogy)

ภาพที่สื่อความหมายโดยอุปมาอุปไมย หรือการเปรียบเทียบ โดยเป็นสิ่งที่ทำงานได้ผลเดียวกัน เป็นสิ่งที่ทำให้ย้อนคิดถึงผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถทำให้เข้าใจสิ่งที่ต้องการสื่อความหมายได้อย่างชัดเจนทันที อาจเป็นการเปรียบเทียบกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ก็ได้ ซึ่งเป็นวิธีที่สามารถสื่อสารความหมายได้เป็นอย่างดี เนื่องมาจากการเปรียบเทียบในสิ่งที่เป็นที่เข้าใจกันอยู่แล้ว ซึ่งใช้การนำองค์ประกอบที่แตกต่างกันของสองสิ่ง เช่น ธรรมชาติกับเทคโนโลยี ที่มีคุณสมบัติเหมือนหรือมีรูปร่างแบบเดียวกันมารวมไว้ด้วยกันเพื่ออธิบายความหมาย



ภาพที่ 42 ภาพตัวอย่างภาพอุปมาอุปไมยและการเปรียบเทียบ

25.การสร้างสรรคภาพจากสื่อโฆษณา (Break out of the frame)

การสร้างสรรคภาพที่นอกกรอบ หรือหลุดจากกรอบเดิมๆ ของสื่อต่างมาตรฐานต่างๆไป ที่ใช้ประโยชน์จากเนื้อที่โฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น ซึ่งต้องศึกษาลักษณะทางกายภาพและเทคโนโลยีว่าสื่อที่ใช้นั้นเป็นอย่างไร เพื่อสื่อสารถึงจุดขายของสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ โดยสร้างความน่าสนใจ และดึงดูดด้วยความฉลาด และขี้เล่น



ภาพที่ 43 ภาพตัวอย่างการสร้างสรรคภาพจากสื่อโฆษณา

26. การสร้างสรรค์ภาพบนสื่อใหม่ (Alternative Media)

การสร้างสรรค์ภาพโฆษณบนสื่อใหม่ เป็นสื่อที่นอกเหนือสื่อมาตรฐาน แตกต่างจากสื่อเดิมๆ เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน แปลกตา ตื่นเต้นแก่ผู้ที่ผ่านไปมาซึ่งน่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยสร้างความแตกต่างและน่าสนใจ เช่น สื่อสภาพแวดล้อม ท้องถนน ทางเท้า บันไดเลื่อน เป็นต้น



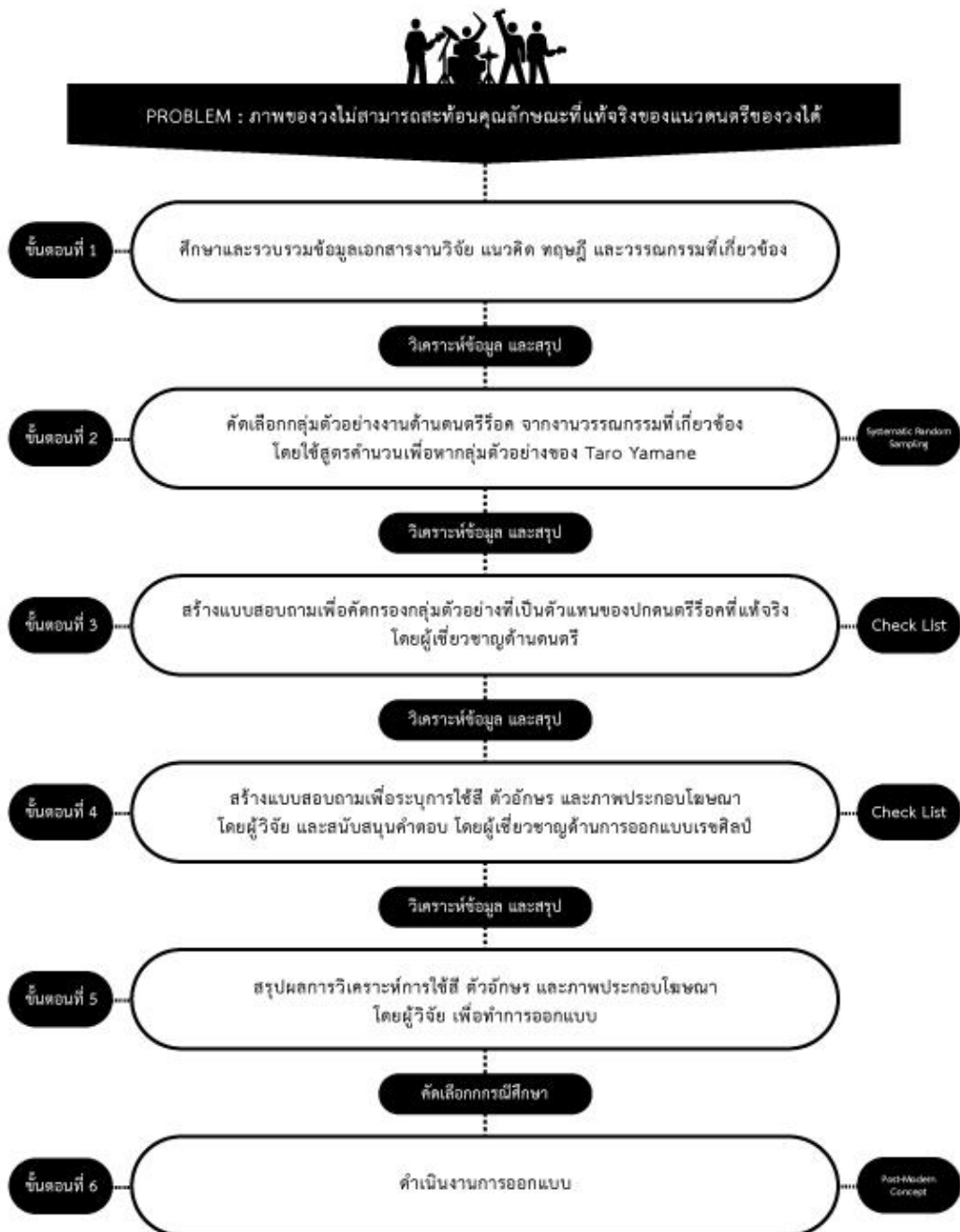
ภาพที่ 44 ภาพตัวอย่างการสร้างสรรคภาพบนสื่อใหม่

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อกของไทยโดยใช้แนวคิดหลังสมัยใหม่ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตลอดจนแนวคิดและข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามในการวิจัย ในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี และผู้เชี่ยวชาญด้านเรขศิลป์ เพื่อรวบรวมและจำแนกบุคลิกภาพของดนตรีร็อกในแต่ละยุค และเพื่อกำหนดองค์ประกอบและแนวทางการใช้องค์ประกอบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อสารถึงวงดนตรีร็อกของไทยดังมีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

- 3.1 ศึกษาข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างงานด้านดนตรีร็อก
- 3.3 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี
- 3.4 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์
- 3.5 การสรุปผลวิเคราะห์ และสรุปผลการออกแบบเรขศิลป์
- 3.6 การดำเนินงานออกแบบ



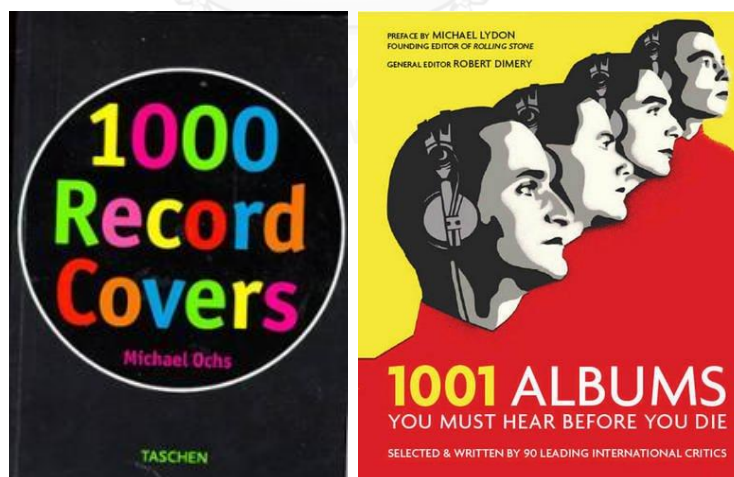
ภาพที่ 45 ภาพแผนขั้นตอนการวิจัย

3.1 ศึกษาข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนั้น เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีร็อกในแต่ละยุค เพื่อให้ทราบลักษณะเด่นของดนตรีร็อกในแต่ละยุคที่มีความแตกต่างกัน แต่เชื่อมโยงกันด้วยปัจจัยเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคม นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดหลังสมัยใหม่ โดยศึกษาปรัชญาและแนวคิดหลักในการออกแบบ รวมไปถึงรูปแบบบุคลิก และลักษณะเด่นของแนวคิดหลังสมัย ซึ่งนำมาสู่ข้อมูลที่สามารถสรุปที่เป็นส่วนหลักๆของแนวคิดหลังสมัยใหม่ คือ การใช้หลักการลูกผสมแทนที่จะบริสุทธิ์ การใช้รูปแบบที่หลากหลายที่เกี่ยวกับการย้อนยุค การอ้างอิงประวัติศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมชาย พวงเงิน เรื่องการประยุกต์ใช้แนวทางสถาปัตยกรรมโพสต์โมเดิร์นเพื่อการออกแบบ ซึ่งผู้วิจัยได้นำลักษณะเด่นหลักของแนวคิดหลังสมัยใหม่นั้นมาเป็นหลักเกณฑ์ในการวิจัยเพื่อออกแบบต่อไป

3.2 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างงานด้านดนตรีร็อก

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้น เป็นการรวบรวมงานปกอัลบั้มของดนตรีในยุคต่างๆ โดยผู้วิจัยเลือกเพื่อมาทำการวิเคราะห์ในเบื้องต้นจากหนังสือ 2 เล่ม ได้แก่ 1000 Record Cover โดย Michael Ochs [18] และ 1001 Albums You Must Hear Before You Die โดย 90 Leading International Critics [19] ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมจากหนังสือทั้งสองเล่มเป็นจำนวน 2001 ปกอัลบั้ม



ภาพที่ 46 ภาพหนังสือในการรวบรวมผลงานปกอัลบั้มในยุคต่างๆ

จากปกอัลบั้มทั้งสิ้น 2001 ปกอัลบั้มนั้น ผู้วิจัยได้ใช้หลักการคำนวณเพื่อหากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรของ Taro Yamane โดยเป็นศึกษาการสุ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากตาราง และใช้สูตรในการคำนวณเพื่อหาช่วงที่เป็นระยะห่างของการเลือกกลุ่มตัวอย่าง หรือ การสุ่มอย่างเป็นระบบ

(Systematic Random Sampling) ซึ่งจากสูตรนั้นสามารถคำนวณหาค่า n ได้เท่ากับ 333.3611 หรือ 333 ตัวอย่างตรงตามตารางการหากลุ่มตัวอย่างจากประชากรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ต่อจากนั้นผู้วิจัยได้ใช้การคำนวณหาช่วงระยะห่างในการเปิดหนังสือเพื่อทำการสุ่มเลือกปกตัวอย่างโดยเป็นการเปิดข้ามทีละ m หน้า โดยสามารถคำนวณจากสูตรเพื่อหาช่วงระยะห่าง คือ “ i (ช่วง) = N/n ” โดยได้คำตอบเท่ากับ 6 ซึ่งก็คือ จากจำนวนประชากร 2001 หน้า ต้องเปิดข้ามทีละ 6 หน้าในการสุ่มเลือก ต่อจากนั้นได้ใช้สูตรในการคำนวณเพื่อเลือกเปิดหน้าแรกและหน้าต่อไปที่ m (เบอร์แรกที่จับได้ในช่วง 1-6) = $m+1, m+2i, m+3i...$ โดยสามารถแทนค่าคือ $1=7,13,19,25,31.....$ กล่าวโดยสรุปคือการสุ่มตัวอย่างนั้นเริ่มเปิดจากหน้า 3 เปิดไปที่ละ 6 หน้าจนหมดทั้งสองเล่ม จากจำนวนประชากร 2001 หน้า จึงจะได้กลุ่มตัวอย่าง 333 ปก ซึ่งจะทำให้การคัดและเลือกกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มที่เป็นตัวแทนที่น่าเชื่อถือจากผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีในขั้นต่อไป

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

N = ขนาดประชากร n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
 e = ความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับ

ภาพที่ 47 สูตรคำนวณเพื่อสุ่มหากลุ่มตัวอย่างจากประชากรโดย Taro Yamane

3.3 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี

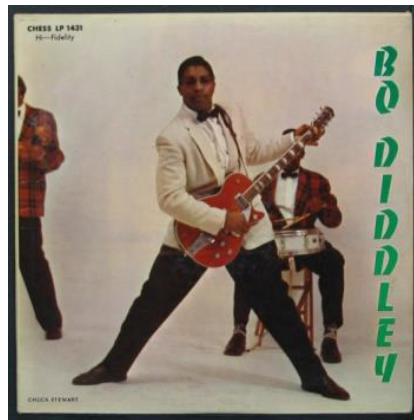
เป็นการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการให้ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือการวิจัย เพื่อใช้วิเคราะห์ และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 333 ปกอัลบั้ม โดยเป็นการอาศัยความรู้ ประสบการณ์ จากผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี โดยเป็นการเลือกตัวอย่างที่เรียกว่า “Expert Choice” ซึ่งวิธีนี้จะเป็นการได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวอย่างของปกดนตรีแนวรีออคในแต่ละยุคอย่างแท้จริง โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้

- ทำงานในสาขาที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพนดนตรี
- มีประสบการณ์ทำงานในวิชาชีพนดนตรี 10 ปี

โดยมีรายชื่อของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 5 ท่าน คือ

1. ชื่อ-นามสกุล คุณกรัณท์ ธรรมวงศ์
- ประวัติการศึกษา ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สาขา ดุริยางคศิลป์
ปริญญาโท Zurich University of the Art สาขา การประพันธ์เพลง
สำหรับภาพยนตร์, ละครเวที และ มีเดีย
- ประวัติการทำงาน
- 2004 Backup Artist, Professional musician, Music Arranger
 - 2005 Music Composer, Sound Designer - Sanuk Software
 - 2006 Music Composer, Music Producer - Visualeyze
 - 2009 - ปัจจุบัน, Music Composer, Sound designer
 - ประสบการณ์ทำงานในวิชาชีพดนตรี 11 ปี
2. ชื่อ-นามสกุล คุณวสกร เดชสุธรรม
- ประวัติการศึกษา ปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ ภาควิชาดนตรีสากล มหาวิทยาลัยราชภัฏ
จันทระเกษม
- ประวัติการทำงาน
- 2004 - ปัจจุบัน, Production Manager - Banana Record
 - ประสบการณ์ทำงานในวิชาชีพดนตรี 18 ปี
3. ชื่อ-นามสกุล ดร.สรัญ จิตะวสันต์
- ประวัติการศึกษา ปริญญาตรี ภาควิชาดุริยางคศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ
- ปริญญาโท บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง
- ปริญญาเอก บริหารธุรกิจระหว่างประเทศ มหาลัษภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ
- ประวัติการทำงาน
- 2005 – Sound Engineer, Client Service – GMM Grammy
 - 2011 - ปัจจุบัน, Marketing Director – Spicydisc Record
 - ประสบการณ์ทำงานในวิชาชีพดนตรี 11 ปี

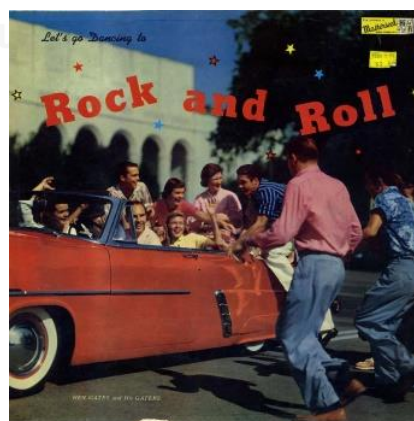
3.3.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อกยุค 50



ภาพที่ 48 Bo Diddley (1958)



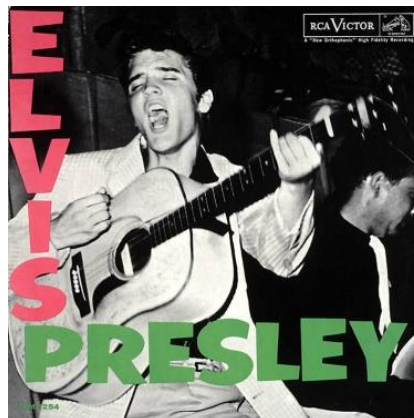
ภาพที่ 49 Champ Go (1958)



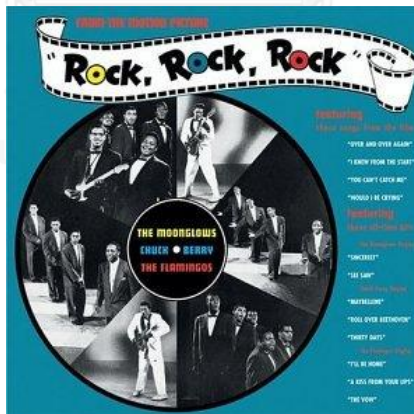
ภาพที่ 50 Hen Gates and His Gaters (1957)



ภาพที่ 51 The Crew Cuts (1958)



ภาพที่ 52 Elvis Presley RCA (1954)



ภาพที่ 53 Various Artist Rock (1958)

3.3.2. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อคยุค 60



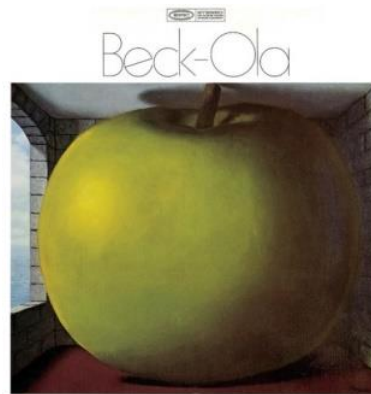
ภาพที่ 54 Beatle Revolver (1966)



ภาพที่ 55 Beatle (1967)



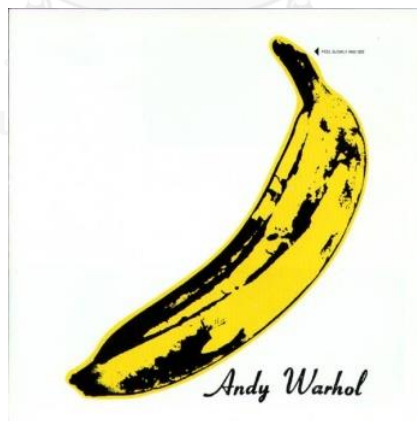
ภาพที่ 56 Beatles Abbey Road (1969)



ภาพที่ 57 The Jeff Beck (1967)



ภาพที่ 58 The Steve Miller Band (1968)



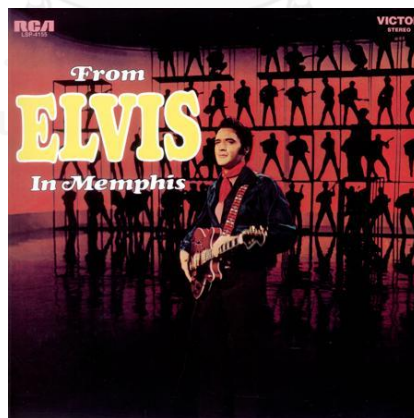
ภาพที่ 59 The Velvet underground (1967)



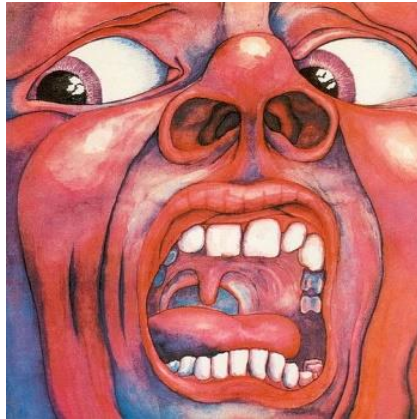
ภาพที่ 60 The Angry Young Men (1965)



ภาพที่ 61 Cream (1967)



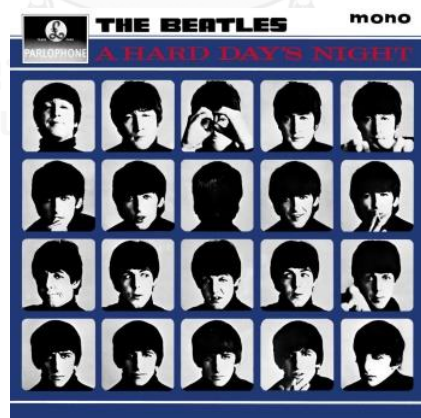
ภาพที่ 62 Elvis Presley (1969)



ภาพที่ 63 The Crimson King (1969)



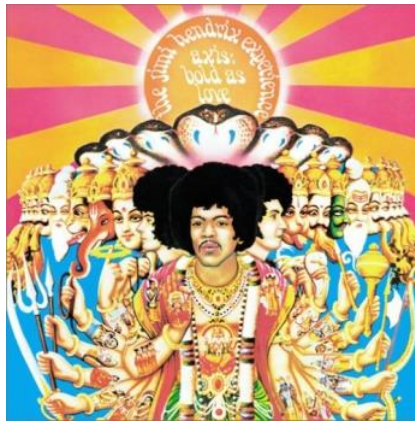
ภาพที่ 64 Led Zeppelin (1969)



ภาพที่ 65 The Beatle (1964)



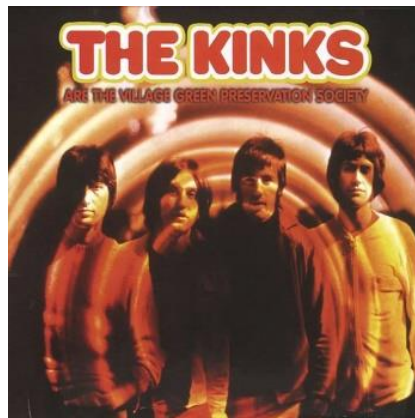
ภาพที่ 66 The Doors (1967)



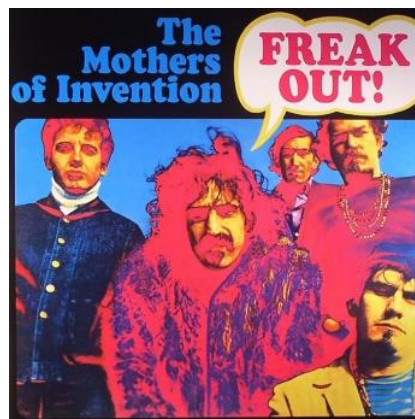
ภาพที่ 67 Jimi Hendrix (1967)



ภาพที่ 68 The Kinks (1969)



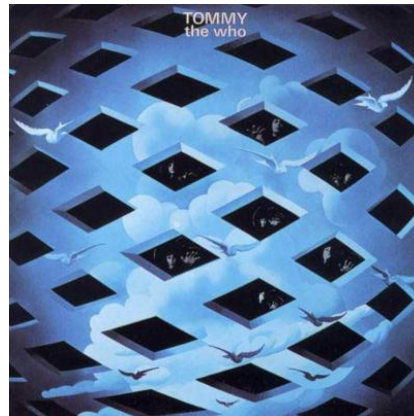
ภาพที่ 69 The Kinks (1968)



ภาพที่ 70 The Mothers of Invention (1966)



ภาพที่ 71 The Rolling Stones (1966)

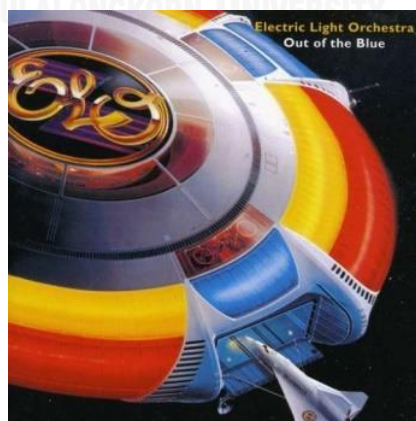


ภาพที่ 72 The Who (1969)

3.3.3. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อคยุค 70



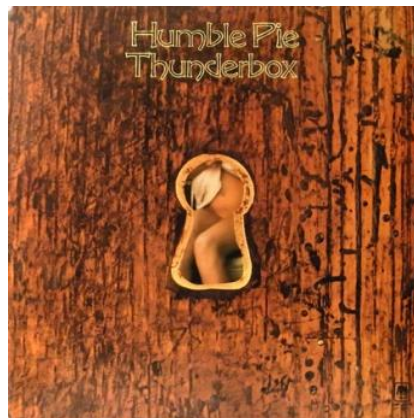
ภาพที่ 73 Aerosmith (1977)



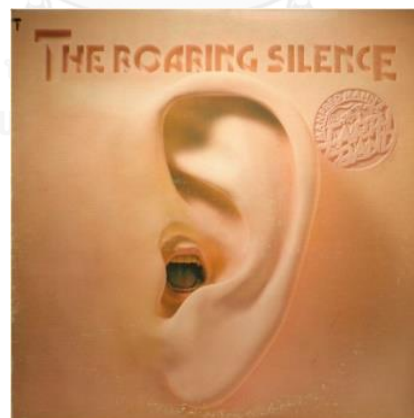
ภาพที่ 74 Electric light (1977)



ภาพที่ 75 Fabulous Poodles (1978)



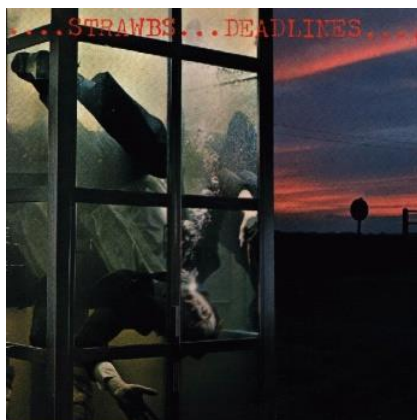
ภาพที่ 76 Humble Pie Thunder box (1974)



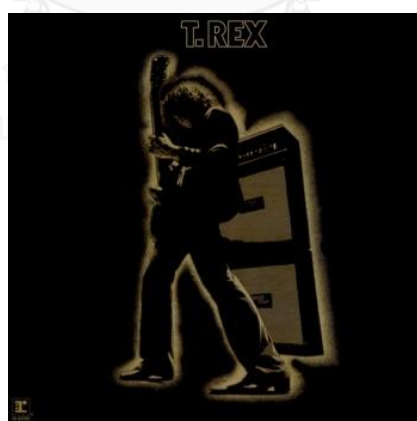
ภาพที่ 77 Manfred Mann's Earth band (1976)



ภาพที่ 78 Montrose Jump On It (1976)



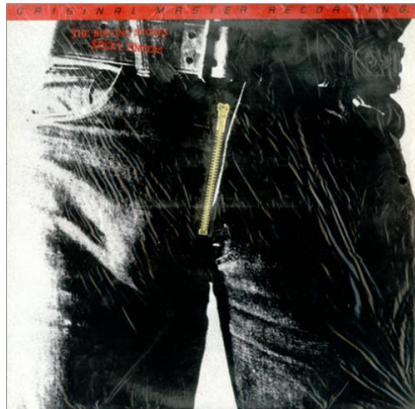
ภาพที่ 79 Strawbs Deadlines (1978)



ภาพที่ 80 T.Rex (1971)



ภาพที่ 81 The Clash (1979)



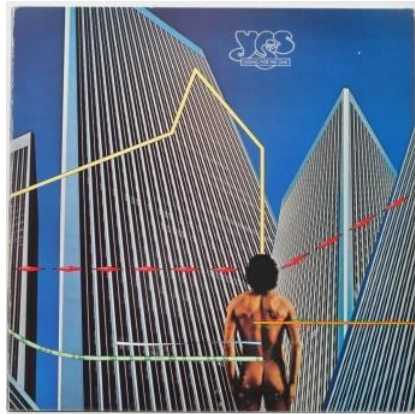
ภาพที่ 82 The Rolling Stone (1971)



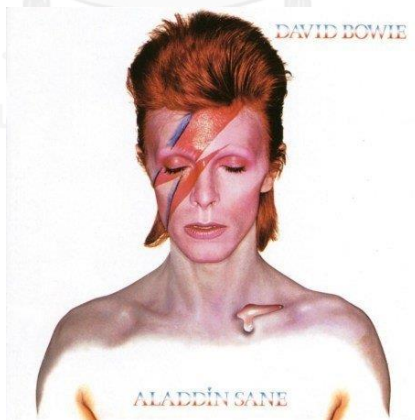
ภาพที่ 83 Wet Willie (1970)



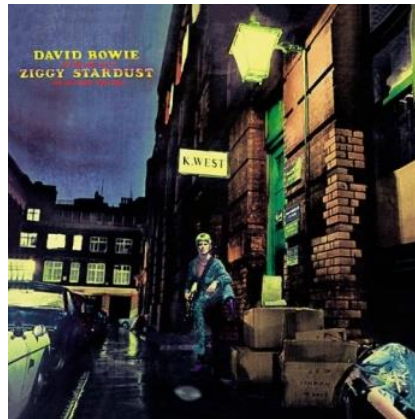
ภาพที่ 84 Wings Back to the Egg (1979)



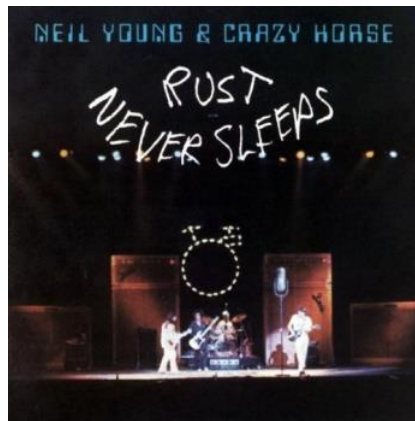
ภาพที่ 85 Yes (1977)



ภาพที่ 86 David Bowie (1973)



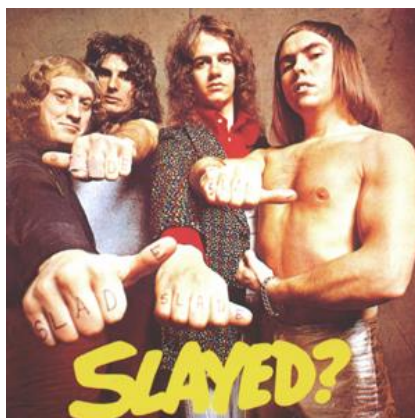
ภาพที่ 87 David Bowie (1972)



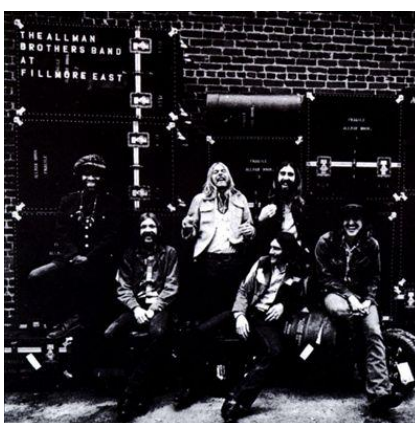
ภาพที่ 88 Neil Young (1979)



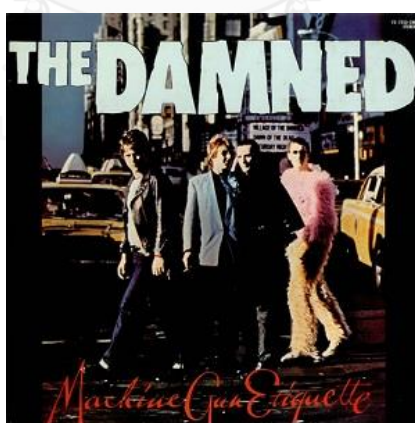
ภาพที่ 89 Pink Floyd (1973)



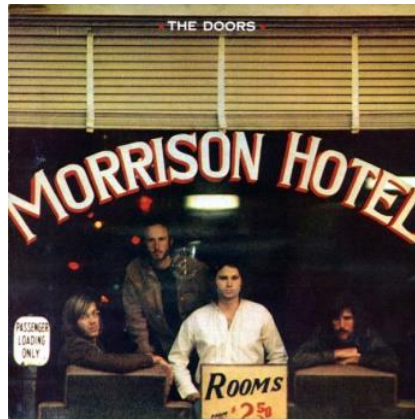
ภาพที่ 90 Slayed (1972)



ภาพที่ 91 the Allman Brothers (1971)



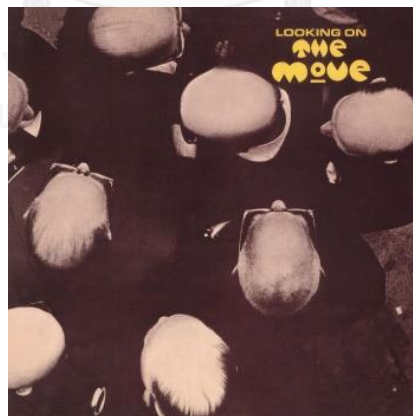
ภาพที่ 92 The Damned (1979)



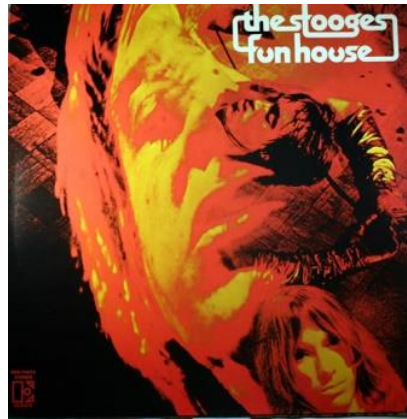
ภาพที่ 93 The Doors (1970)



ภาพที่ 94 The Grateful Dead (1970)



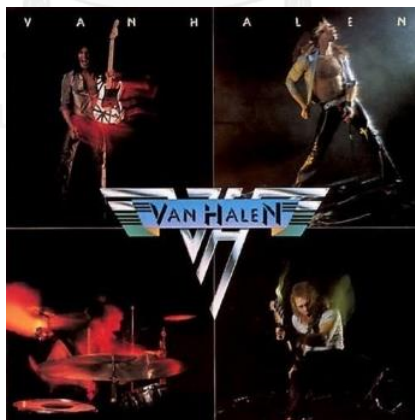
ภาพที่ 95 The Move (1971)



ภาพที่ 96 The Stooges Fun House (1970)



ภาพที่ 97 Tom Petty (1976)

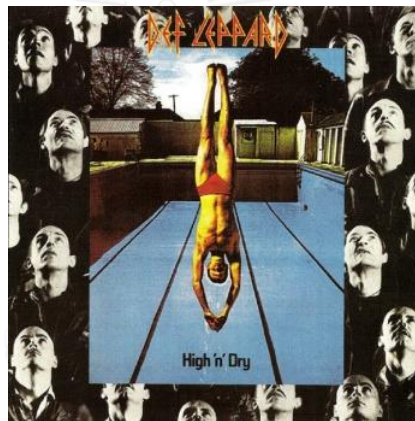


ภาพที่ 98 Van Halen (1978)

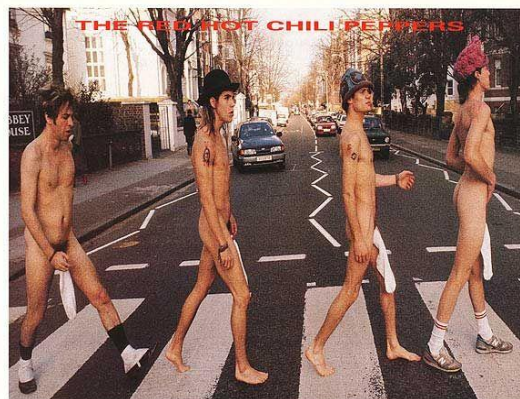


ภาพที่ 99 X-Ray Spex (1978)

3.3.4. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อคยุค 80



ภาพที่ 100 Def Leppard (1981)



ภาพที่ 101 Red Hot Chili Peppers (1988)



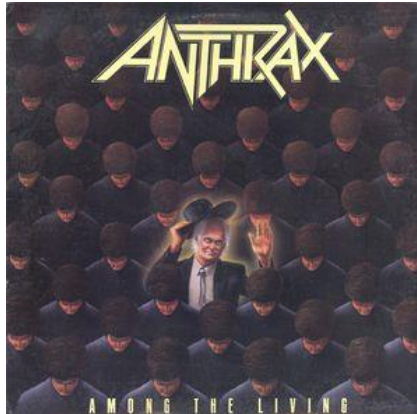
ภาพที่ 102 The Radiators (1987)



ภาพที่ 103 Toto Isolation (1984)



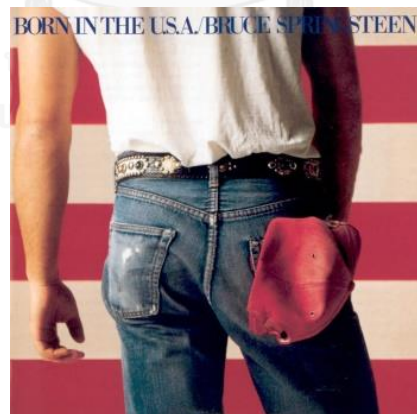
ภาพที่ 104 Toto (1981)



ภาพที่ 105 Anthrax (1987)



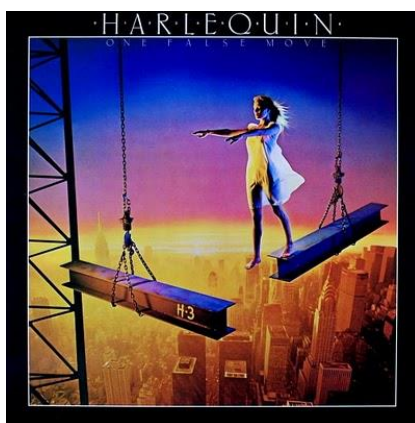
ภาพที่ 106 Bon Jovi (1986)



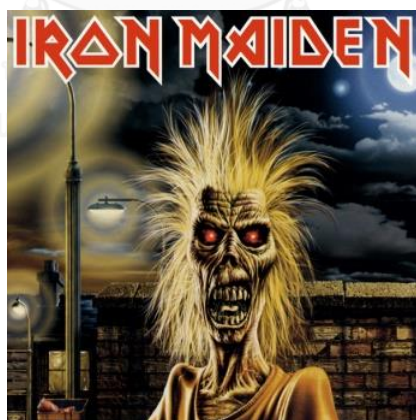
ภาพที่ 107 Bruce Springsteen (1984)



ภาพที่ 108 Dead Kennedys (1985)



ภาพที่ 109 Harlequin (1982)



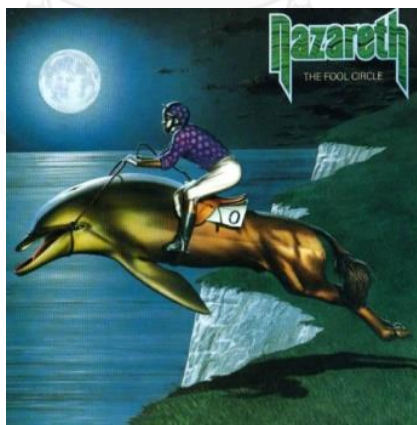
ภาพที่ 110 Iron Maiden (1980)



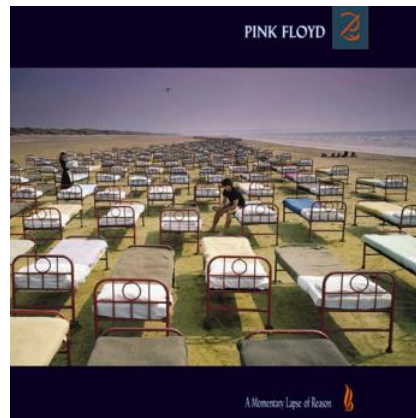
ภาพที่ 111 Iron Maiden (1982)



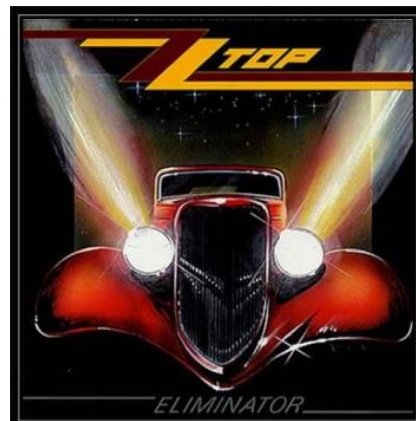
ภาพที่ 112 Jackson Browne (1983)



ภาพที่ 113 Nazareth (1981)



ภาพที่ 114 Pink Floyd (1987)



ภาพที่ 115 ZZ Top (1983)

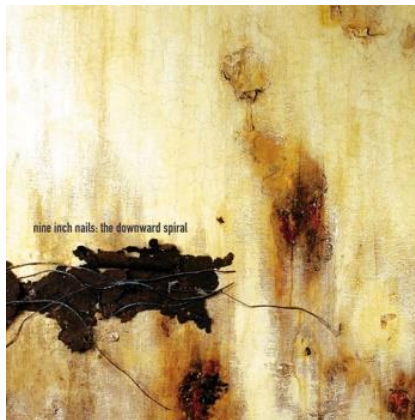
3.3.5. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อคยุค 90



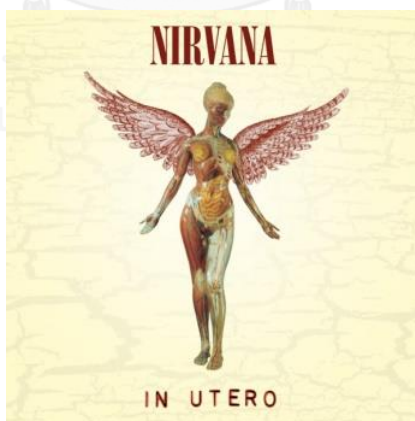
ภาพที่ 116 Nirvana (1991)



ภาพที่ 117 Ash (1996)



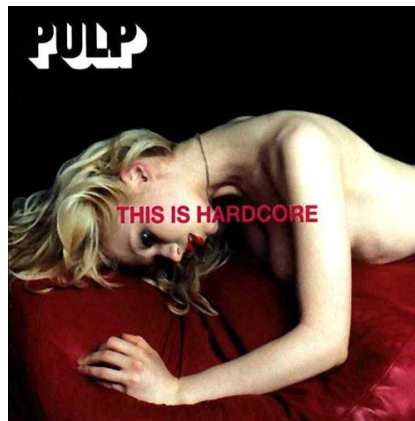
ภาพที่ 118 Nine Inch Nails (1994)



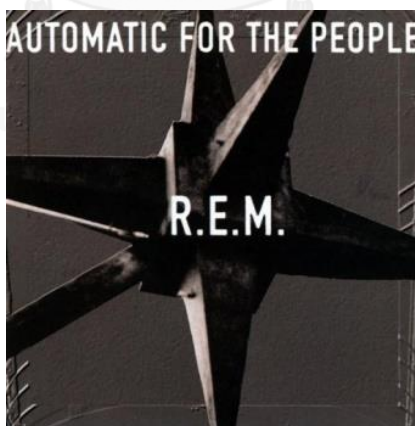
ภาพที่ 119 Nirvana (1993)



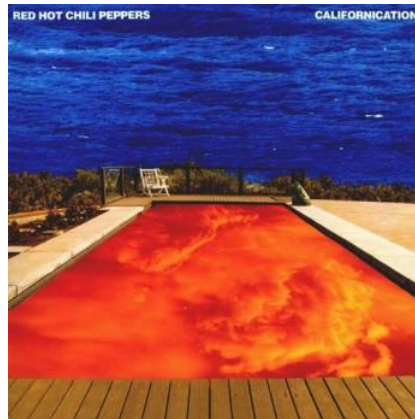
ภาพที่ 120 Oasis (1994)



ภาพที่ 121 Pulp (1998)



ภาพที่ 122 R.E.M (1992)



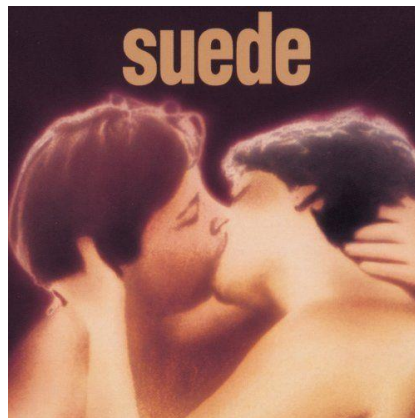
ภาพที่ 123 Red Hot Chili Peppers (1999)



ภาพที่ 124 Sepultura (1991)



ภาพที่ 125 Sound Garden (1994)

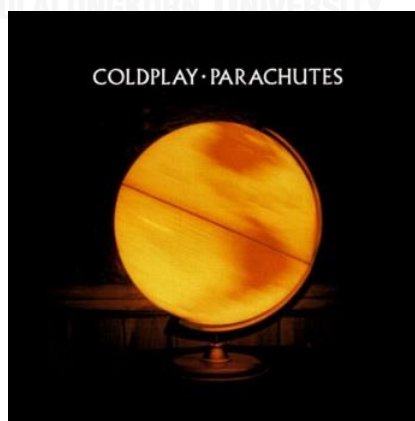


ภาพที่ 126 Suede (1993)



ภาพที่ 127 The Verve (1997)

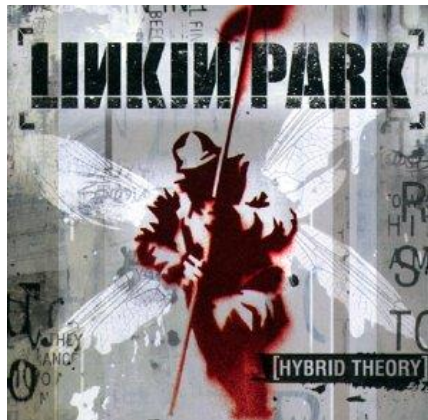
3.3.6. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อกยุค 2000-ปัจจุบัน



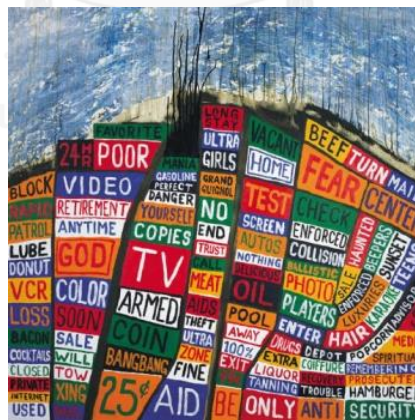
ภาพที่ 128 Coldplay (2000)



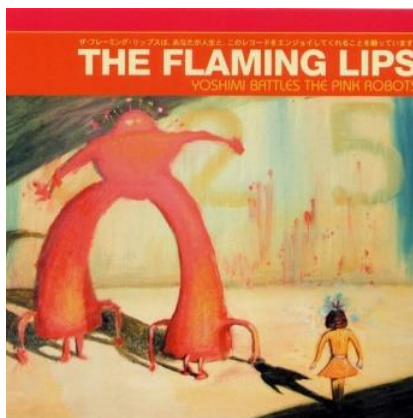
ภาพที่ 129 Limp Bizkit (2000)



ภาพที่ 130 Linkin Park (2000)



ภาพที่ 131 Radiohead (2003)



ภาพที่ 132 The Flaming Lips (2002)



ภาพที่ 133 The Hives (2002)

3.4 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์

เป็นการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการที่ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเรขศิลป์ตอบแบบสอบถามโดยชี้ให้เห็นถึงข้อสนับสนุน หรือโต้แย้ง จากคำตอบที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มในแต่ละยุคจำนวนทั้งสิ้น 86 ปกอัลบั้มโดยผู้วิจัยเองในเบื้องต้นก่อน จากนั้นจึงให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเรขศิลป์ หรือด้านภาพสนับสนุนผล หรือโต้แย้งผลการวิเคราะห์อีกที เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ในการหาหลักการออกแบบที่ใช้ในการออกแบบเรขศิลป์ ประกอบไปด้วยเรื่องการใช้สี, การใช้ตัวอักษร และการใช้แนวคิดในเรื่องของภาพประกอบในงานโฆษณา โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

- ทำงานในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเรขศิลป์ ภาพถ่ายหรืองานโฆษณา
- มีประสบการณ์ทำงานในด้านเรขศิลป์ ภาพถ่าย หรืองานโฆษณา 10 ปี

โดยมีรายละเอียดของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

<u>ชื่อ-นามสกุล</u>	คุณชัยชาญ เลิศนิมานนรดี
<u>ประวัติการศึกษา</u>	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ACC School of Commerce
<u>ประวัติการทำงาน</u>	- ช่างภาพอิสระ (Photographer) โดยมีผลงานกับวงดนตรีมากมาย อาทิ Apartment Khunpa, Pongsit Kampee, Burin Boonvisut, Thaitanium, Mild, Slur, Sqweez Animal, Southside, Richman Toy, Pae Arak, Hugo, Lullaby, Groove Riders - ประสบการณ์ทำงานด้านถ่ายภาพ 10 ปี

แบบสอบถามประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของปกดนตรีแนวร็อกในแต่ละยุคที่ได้คัดเลือกไว้ในส่วนที่ 3 จำนวนทั้งสิ้น 86 ชิ้น โดยผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลและหลักการที่ได้กำหนดจากการศึกษาแนวคิด จากบทที่ 2 ซึ่งนำมาใช้เป็นประเด็นคำถามในแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดในการวิจัยครั้งนี้ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อสาร และสะท้อนลักษณะของดนตรีร็อกในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลของดนตรีร็อกในแต่ละยุคได้ อันประกอบด้วยโครงสร้างดังนี้

ส่วนที่ 4.1

ส่วนที่ระบุถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และกรอกข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญโดยละเอียด

ส่วนที่ 4.2

เป็นการอธิบายถึงรายละเอียดของประเด็นของคำถาม ภาพประกอบ ผลการวิเคราะห์จากผู้วิจัยในเบื้องต้น และตัวเลือกสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเรขศิลป์ถึงความเห็นที่มีต่อผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัยในเบื้องต้นว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย โดยประกอบด้วย 3 หัวข้อหลัก ดังนี้

ประเด็นที่ 4.2.1

เป็นประเด็นคำถามผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย เพื่อค้นหารูปแบบการใช้สี (Color) จากตาราง Hue and Tone System ของ Shigenobu Kobayashi จำนวน 130 เฉดสี และสีที่เป็นตัวแทนในแต่ละยุคที่คัดเลือกไว้ในบทที่ 2 จำนวน 50 สี รวมทั้งสิ้น 180 สี โดยผู้วิจัยมีกระบวนการวิเคราะห์ในเบื้องต้นดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้คัดเลือกตามเฉดสีของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มเปรียบเทียบกับตารางเฉดสี ของ Kobayashi และตัวแทนของสีในยุคอื่นๆ เช่น วิเคราะห์ปกอัลบั้มยุค 50 เทียบกับตัวแทนสีจากยุค 50 จำนวน 8 สีรวมกับตารางเฉดอีก 130 เฉดสี เป็นต้น โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ในเบื้องต้นทั้งสิ้น 6 ยุค เป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มทั้งหมด 86 ปกอัลบั้ม

ขั้นตอนที่ 2 จากผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 1 นั้น ผู้วิจัยได้นำสีที่เป็นตัวแทนในแต่ละยุค อันประกอบไปด้วย ยุค 50 จำนวน 8 สี, ยุค 60 จำนวน 8 สี, ยุค 70 จำนวน 8 สี, ยุค 80 จำนวน 8 สี, ยุค 90 จำนวน 8 สี และยุค 2000 ถึงปัจจุบันจำนวน 10 สี มาเป็นเกณฑ์ในการคัดกรองผลการวิเคราะห์สีในขั้นตอนที่ 1 อีกที เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความถูกต้อง แม่นยำ และมีจำนวนที่น้อยลง โดยผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการกรองผลการวิเคราะห์สีโดยแบ่งออกเป็น 3 อันดับ ดังนี้

- อันดับที่ 1 เป็นสีที่วิเคราะห์ได้จากขั้นตอนที่ 1 แล้วเปรียบเทียบตรงกันกับตัวแทนของสีในยุคอื่นๆ โดยมีค่าของ CMYK ตรงกัน
- อันดับที่ 2 เป็นสีที่วิเคราะห์ได้จากขั้นตอนที่ 1 แล้วเปรียบเทียบตรงกันกับตัวแทนของสีในยุคอื่นๆ โดยมีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้งหมด 4 ค่า
- อันดับที่ 3 เป็นสีที่วิเคราะห์ได้จากขั้นตอนที่ 1 แล้วเปรียบเทียบตรงกันกับตัวแทนของสีในยุคอื่นๆ โดยมีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้งหมด 3 ค่า

ประเด็นที่ 4.2.2

เป็นประเด็นคำถามผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย เพื่อค้นหารูปแบบการใช้ตัวอักษร (Typography) ในแต่ละยุค จำนวน 8 ตัวเลือก

ประเด็นที่ 4.2.3

เป็นประเด็นคำถามผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย เพื่อค้นหารูปแบบการใช้ภาพประกอบในงานโฆษณา ในแต่ละยุค จำนวน 26 ตัวเลือก

3.5 การวิเคราะห์ และสรุปผลการออกแบบเบรชศิลป์

การวิเคราะห์ และสรุปผลการออกแบบเบรชศิลป์นั้นเป็นการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามและทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์จะเป็นการระบุตัวแปรของงานวิจัยให้ชัดเจน

ยิ่งขึ้น โดยอาศัยข้อมูลการวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) ของข้อมูล และการสนับสนุนคำตอบของผู้เชี่ยวชาญ โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์เพื่อระบุการใช้สี (Color)

เป็นการวิเคราะห์เพื่อระบุการใช้สี (Color) ที่เหมาะสมกับการออกแบบเรขศิลป์ของวงดนตรีร็อกในแต่ละยุค โดยอาศัยวิธีการเปรียบเทียบค่าสี CMYK เป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์ที่ตรงกันกับสีของตัวแทนในแต่ละยุค แล้วนำมาจัดอันดับของในแต่ละยุค

5.2 การวิเคราะห์เพื่อระบุการใช้ตัวอักษร (Typography)

เป็นการวิเคราะห์เพื่อระบุแนวทางการใช้ตัวอักษร (Typography) ที่เหมาะสมกับการออกแบบเรขศิลป์ของวงดนตรีร็อกในแต่ละยุค โดยอาศัยวิธีหาค่าความถี่ ร้อยละ จากคะแนนทั้งหมด แล้วนำมาจัดอันดับของในแต่ละยุค

5.3 การวิเคราะห์เพื่อระบุการใช้ภาพประกอบในงาน

เป็นการวิเคราะห์เพื่อระบุแนวทางการใช้ภาพประกอบในงานที่เหมาะสมกับการออกแบบเรขศิลป์ของวงดนตรีร็อกในแต่ละยุค โดยอาศัยวิธีหาค่าความถี่ ร้อยละ จากคะแนนทั้งหมด แล้วนำมาจัดอันดับของในแต่ละยุค

5.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรของงานวิจัย

ในการวิเคราะห์ผู้วิจัยอาศัยหลักการทางการออกแบบอันเป็นแนวคิดหลักของแนวคิดหลังสมัยใหม่ที่สรุปไว้ในบทที่ 2 อันเป็นโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยมีดนตรีร็อกในแต่ละยุคเป็นตัวแปรต้น และบุคลิกภาพในการออกแบบเรขศิลป์ การใช้สี การใช้ตัวอักษร และการใช้แนวคิดในเรื่องของภาพประกอบในงานโฆษณาเป็นตัวแปรตาม

3.6 การดำเนินงานออกแบบ

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยจะคัดเลือกข้อมูลที่เป็นผลสรุปในยุคของดนตรีร็อกในแต่ละยุคที่ได้นั้น มาผสมผสานกับผลสรุปในยุคของดนตรีร็อกในปัจจุบัน อันเป็นแนวคิดที่ได้จากการสรุปข้อมูลจากแนวคิดหลังสมัยใหม่ โดยจะมีการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม และทดลองออกแบบสร้างสรรค์ภาพของดนตรีร็อกที่แตกต่าง โดยอาศัยแนวคิดหลังสมัยใหม่ เป็นกรณีศึกษาเพื่อทดสอบผลสรุปที่ได้จากการวิจัย

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อกของไทยโดยใช้แนวคิดหลังสมัยใหม่นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อสาร และสะท้อนลักษณะของดนตรีร็อกในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลของดนตรีร็อกในแต่ละยุค โดยในบทนี้เป็นขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล ภายหลังจากการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานสำหรับการวิจัย หรือคือกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มจำนวนทั้งสิ้น 86 ตัวอย่างจากผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีจำนวน 5 ท่านแล้ว ดังที่กล่าวไว้ในบทที่ 3 ไว้แล้ว นอกจากนี้ยังเป็นการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากการวิเคราะห์โดยผู้วิจัยในเรื่องของการออกแบบเรขศิลป์เรื่องของการใช้สี, การใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบในงานโฆษณา ซึ่งตรวจสอบคำตอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาพ ซึ่งถือได้ว่าเป็นข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือแล้ว เพื่อทำการวิเคราะห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อหาข้อสรุปถึงแนวทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อกของไทยโดยใช้แนวคิดหลังสมัยใหม่ ตามวัตถุประสงค์สำหรับการวิจัย ซึ่งได้ดำเนินการวิเคราะห์ตามระเบียบวิธีวิจัยในบทที่ 3 ทั้งนี้ข้อมูลที่ทำกรวิเคราะห์ในบทนี้ จึงสามารถอธิบายได้โดยสังเขปดังนี้

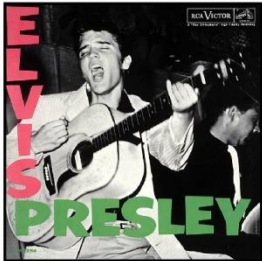




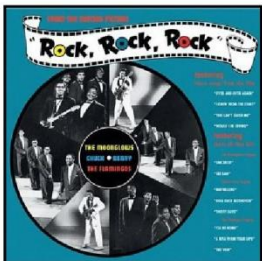



1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มโดยผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี ที่เกี่ยวกับเรื่องของการใช้สีของดนตรีร็อกในแต่ละยุค
2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มโดยผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี ที่เกี่ยวกับเรื่องของการใช้ตัวอักษรของดนตรีร็อกในแต่ละยุค
3. การวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มโดยผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี ที่เกี่ยวกับเรื่องของการใช้ภาพประกอบในงานโฆษณาของดนตรีร็อกในแต่ละยุคที่ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาพ

ข้อมูลที่ได้กล่าวมาในข้างต้นนั้น เป็นข้อมูลที่ถือได้ว่ามีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลในเรื่องของการใช้ภาพประกอบในงานโฆษณาของดนตรีร็อกในแต่ละยุค ที่ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาพ อันเป็นการตรวจสอบเพื่อสร้างความแม่นยำ และน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์และนำผลสรุปมาใช้เพื่อเป็นตัวแทนของแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ของดนตรีร็อกของไทยในแต่ละยุคต่อไป

ตารางที่ 12 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อคยุค 50


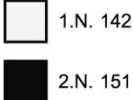

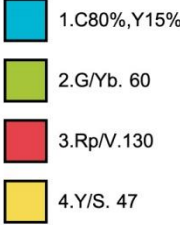

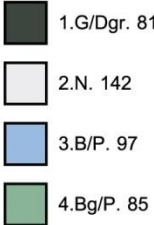
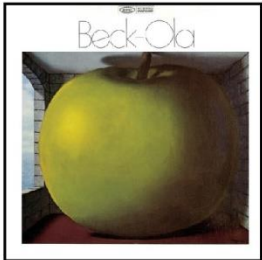

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 50	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
1.	 <p>Bo Diddley (1958)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 144  2.N. 151  3.R/Db. 31  4.G/S. 71 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)
2.	 <p>Champ Go (1958)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.B/B. 96  2.R/V. 22  3.Y/V. 46 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)
3.	 <p>Hen gates & His Gaters (1957)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.B/V. 94  2.Rp/S. 131  3.G/Gr. 77  4.N. 151 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)
4.	 <p>The Crew Cuts (1958)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.Y/S. 47  2.Bg/Di. 90  3.Bg/B. 84  4.YR/V. 34 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)

ตารางที่ 12 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 50 (ต่อ)







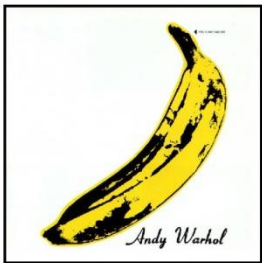







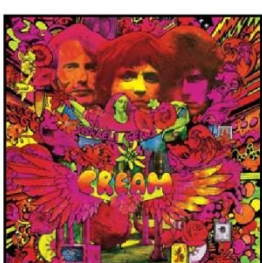




	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 50	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
5.	 <p>Elvis Presley (1954)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N.151  2.N. 143  3.G/B. 72  4.M85%, Y60% 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)
6.	 <p>Various Artist Rock (1958)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.C80%, M50% Y50%, K30%  2.N. 151  3.N. 142 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพผลิตภัณฑ์ ที่เปลี่ยนรูปร่าง (Change the Product)

จากตารางที่ 12 เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมการออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 50 ที่ประกอบไปด้วยเรื่องการใช้สี การใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบในงานโฆษณา ซึ่งวิเคราะห์เบื้องต้นโดยผู้วิจัย แล้วจึงให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาพตรวจสอบคำตอบจากการวิเคราะห์ของผู้วิจัยอีกครั้งหนึ่ง โดยเป็นการวิเคราะห์หาลักษณะทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มในยุค 50 ในเรื่องการใช้สี การใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบในงานโฆษณา ซึ่งต่อมาจะทำการวิเคราะห์หาความถี่ (Frequency) ที่ซ้ำในแต่ละเรื่องแล้วนำไปสรุปผลในขั้นต่อไป





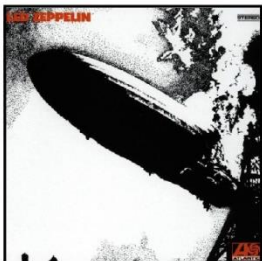

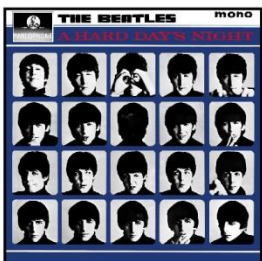
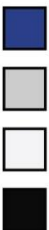
ตารางที่ 13 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 60

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 60	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
1.	 <p>The Beatles Revolver (1966)</p>	 <p>1.N. 142 2.N. 151</p>	<p>ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)</p>	<p>ภาพที่เกิดจากการ ผสมรวมกัน (Mixing&Match)</p>
2.	 <p>The Beatles (1967)</p>	 <p>1.C80%,Y15% 2.G/Yb. 60 3.Rp/V.130 4.Y/S. 47</p>	<p>ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)</p>	<p>ภาพที่เกิดจากการ ผสมรวมกัน (Mixing&Match)</p>
3.	 <p>The Beatles Abbey Road(1969)</p>	 <p>1.G/Dgr. 81 2.N. 142 3.B/P. 97 4.Bg/P. 85</p>		<p>ภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words)</p>
4.	 <p>The Jeff Beck (1967)</p>	 <p>1.N. 142 2.G/Yb. 60 3.N. 151</p>	<p>ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)</p>	<p>ภาพเหนือจริง (Exaggeration)</p>






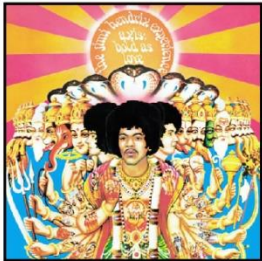










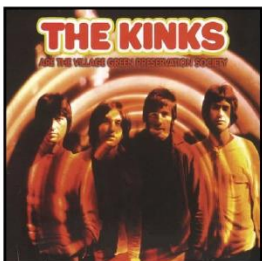




ตารางที่ 13 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 60 (ต่อ)

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 60	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
5.	 <p>The Steve Miller Band (1968)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.Yr/Dgr. 45  2.R/Vp. 26  3.Y/Dp. 55  4.Yr/v. 34  5.B/S. 95 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)
6.	 <p>The Velvet Underground (1967)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 142  2.M10%, Y100%  3.N. 151 	ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typeface)	ภาพการหยอกล้อ และภาพล้อเลียน (Spoofs and Parodies)
7.	 <p>Them Angry young them (1965)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 148  2.N. 151  3.P/Gr.125 	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)
8.	 <p>The Cream (1967)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.Rp/V. 130  2.Yr/V. 34  3.Gy/V. 58  4.Y/V. 46 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)



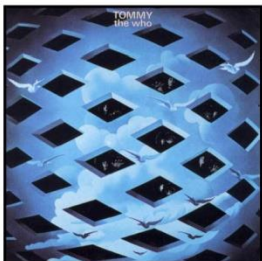
ตารางที่ 13 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 60 (ต่อ)

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 60	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
9.	 <p>Elvis Presley (1969)</p>	 <p>1.Rp/V. 130 2.N. 151 3.Y/L. 52</p>	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)
10.	 <p>The King Crimson (1969)</p>	 <p>1.Rp/B. 132 2.N. 142 3.N. 151 4.P/Di. 126</p>		ภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words)
11.	 <p>Led Zeppelin (1969)</p>	 <p>1.N. 142 2.N. 151 3.R/Dp. 31</p>	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพสัญลักษณ์และ เครื่องหมาย (Symbols and sign)
12.	 <p>The Beatles(1964)</p>	 <p>1.Pb/V. 106 2.N. 144 3.N. 142 4.N. 151</p>	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern)	ภาพการซ้ำหรือ เพิ่มจำนวน (Repetition & Accumulation)

ตารางที่ 13 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 60 (ต่อ)



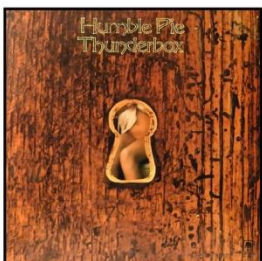
	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 60	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
13.	 <p>The Doors (1967)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.Yr/Di. 42  3.R/Lgr. 27  4.Gy/S. 59 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพการเปรียบเทียบ โดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition)
14.	 <p>Jimi Hendrix (1967)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.B/B. 96  2.Y/S. 47  3. M70%  4.N. 142  5.N. 151 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพผลิตภัณฑ์ที่ ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses)
15.	 <p>The Kinks (1969)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.Gy/Dp. 67  2.Yr/S. 35  3.R/Vp. 26  4.N. 151 	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพผลิตภัณฑ์ที่ ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses)
16.	 <p>The Kinks (1968)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.Yr/Dp. 43  2.N. 142  3.N. 151  4.R/V. 22 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพผลิตภัณฑ์ที่ ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses)

ตารางที่ 13 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 60 (ต่อ)


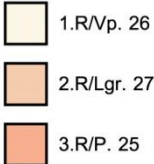
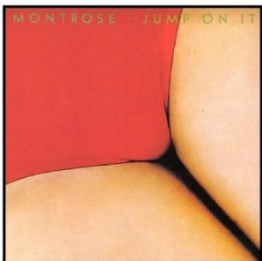
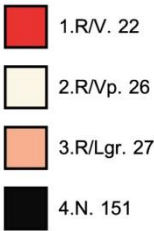
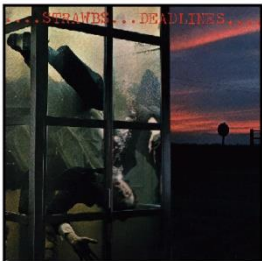

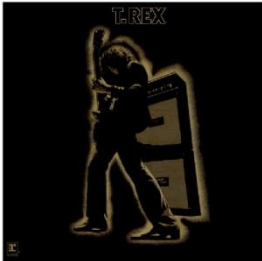

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 60	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
17.	 <p>The Mothers of Invention (1966)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1.Rp/B. 132 2.B/B. 96 3.Y/S. 47 4.N. 151 	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอลด์ สไตล์ (Old Style)	ภาพผลิตภัณฑ์ที่ ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses)
18.	 <p>The Rolling Stones (1966)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1.P/B. 120 2.N. 151 3.Yr/Lgr. 39 	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพผลิตภัณฑ์ที่ ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses)
19.	 <p>The Who (1969)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1.B/P 97 2.B/Vp. 98 3.B/B 96 4.N. 151 	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพความขัดแย้ง และภาพลวงตา (Paradoxes and Optical illusions)

จากตารางที่ 13 เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมการออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 60 โดยเป็นการวิเคราะห์หลักลักษณะทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มในยุค 60 ในเรื่องการใช้สี การใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบในงานโฆษณา ซึ่งต่อมาจะทำการวิเคราะห์หาความถี่ (Frequency) ที่ซ้ำในแต่ละเรื่องแล้วนำไปสรุปผลในขั้นต่อไป





















ตารางที่ 14 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 70

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
1.	 <p>Aerosmith (1977)</p>	<p>1.R/Vp. 26</p> <p>2.M. 151</p>	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพผลิตภัณฑ์ที่ เปลี่ยนรูปร่าง (Change the Product)
2.	 <p>Electric Light (1977)</p>	<p>1.N. 151</p> <p>2.N. 142</p> <p>3.R/V. 22</p> <p>4.Yr/V. 34</p> <p>5.B/B. 96</p>	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal , Bizarre)
3.	 <p>Fabulous Poodles (1978)</p>	<p>1.B/B. 96</p> <p>2.N. 142</p> <p>3.N. 151</p> <p>4.R/V. 22</p> <p>5.M70%</p>	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern)	ภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal , Bizarre)
4.	 <p>Humble Pie Thunder Box (1974)</p>	<p>1.Yr/S. 36</p> <p>2.N. 151</p> <p>3.Yr/P. 37</p>	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพที่เปลี่ยนมุมมอง (A change of Perspective)


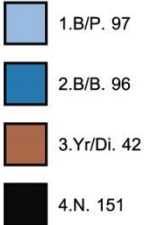
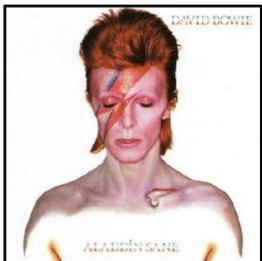

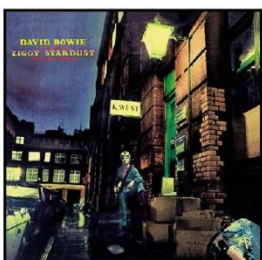
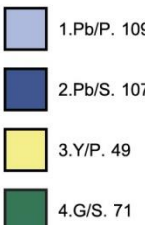
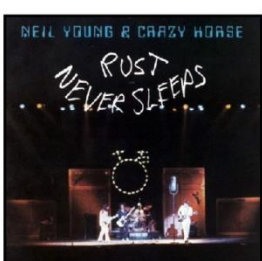
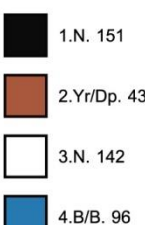
ตารางที่ 14 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 70 (ต่อ)

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
5.	 <p>Manfred Mann's Earth Band (1976)</p>		ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพเหนือโลโก้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)
6.	 <p>Montrose Jump On It (1976)</p>		ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพความก้าวร้าวและ ภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics)
7.	 <p>Strawbs Deadlines (1978)</p>		ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพความก้าวร้าวและ ภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics)
8.	 <p>T. Rex (1971)</p>		ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพผลิตภัณฑ์ที่ ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses)







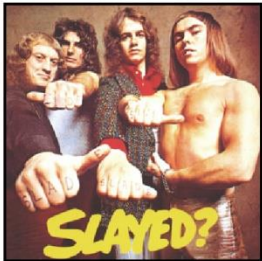








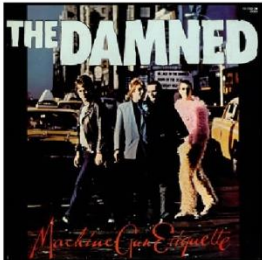





ตารางที่ 14 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 70 (ต่อ)

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
9.	 <p>The Clash (1979)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.N. 142  3.Rp/P. 133  4.G/S. 71 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพความก้าวร้าวและ ภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics)
10.	 <p>The Rolling Stone (1971)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.N. 142  3.R/V. 22  4.Yr/Lgr. 39 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพความก้าวร้าวและ ภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics)
11.	 <p>Wet Willie (1970)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.B/Vp.98  2.R/V. 22  3.N. 142  4.G/L. 76 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพความก้าวร้าวและ ภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics)
12.	 <p>Wings Back to the Egg (1979)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.R/Di. 30  3.B/P. 97  4.N. 142 		ภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words)

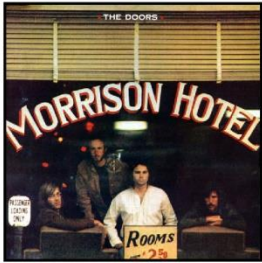











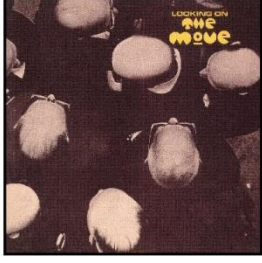



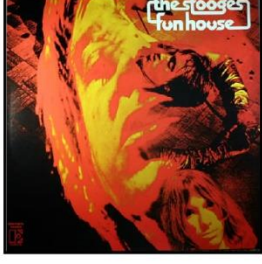




ตารางที่ 14 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 70 (ต่อ)

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
13.	 <p>Yes (1977)</p>	 <p>1. B/P. 97 2. B/B. 96 3. Yr/Di. 42 4. N. 151</p>	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพความก้าวร้าวและ ภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics)
14.	 <p>David Bowie (1973)</p>	 <p>1. N. 142 2. Rp/Lgr. 135 3. Yr/V. 34 4. N. 151</p>	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern)	ภาพผลิตภัณฑ์ที่ ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses)
15.	 <p>David Bowie (1972)</p>	 <p>1. Pb/P. 109 2. Pb/S. 107 3. Y/P. 49 4. G/S. 71</p>	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอลด์ สไตล์ (Old Style)	ภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal , Bizarre)
16.	 <p>Neil Yong (1979)</p>	 <p>1. N. 151 2. Yr/Dp. 43 3. N. 142 4. B/B. 96</p>	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)













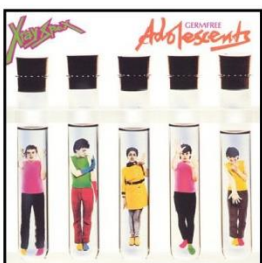





ตารางที่ 14 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 70 (ต่อ)

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
17.	 <p>Pink Floyd (1973)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.B/Vp. 98  3.R/V. 22  4.Y/V.46  5.B/P. 97 		ภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words)
18.	 <p>Slayed (1972)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.Yr/P. 37  2.Yr/Di. 42  3.CR/V. 22  4.R/Vp. 26  5.Y/S. 47 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพการเล่นคำกับภาพ (Talk It Literally)
19.	 <p>The Allman Brothers (1971)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.N. 142 	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)
20.	 <p>The Damned (1979)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.B/Vp. 98  3.Y/Rp. 37  4.R/V. 22  5.Rp/Vp.134 	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)

ตารางที่ 14 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 70 (ต่อ)







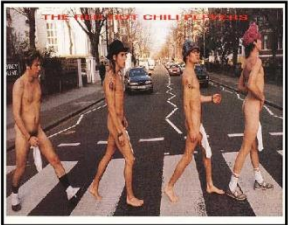










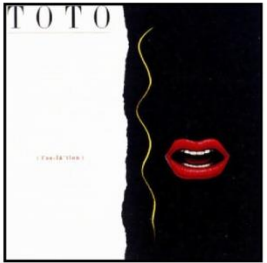




	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
21.	 <p>The Doors (1970)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.Yr/Dp. 55  3.Yr/Lgr. 39  4.N. 142  5.R/V. 22 	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอล์ด สไตล์ (Old Style)	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)
22.	 <p>The Grateful Dead (1970)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.Yr/L. 40  2.Yr/Lgr. 39  3.B/Vp. 98  4.Rp/B. 132  5.N. 151 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)
23.	 <p>The Move (1971)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.Rp/Gr. 137  2.Rp/Dgr. 141  3.Y/S. 47 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพที่เปลี่ยนมุมมอง (A change of Perspective)
24.	 <p>The Stooges Fun House (1970)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1. Yr/V. 34  2.Y/S. 47  3.N. 151  4.B/Vp. 98 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพผลิตภัณฑ์ที่ ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses)

ตารางที่ 14 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 70 (ต่อ)


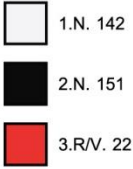
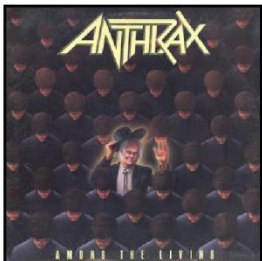

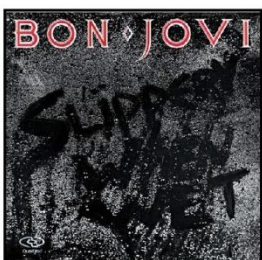
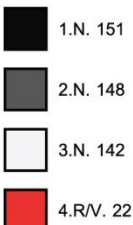
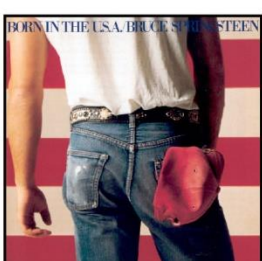
	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
25.	 <p>Tom Petty (1976)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.R/V. 22  3.N. 142  4.Pb/P.109  5.Gy/B. 60 	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพที่แปลความหมาย ได้หลายอย่าง (Double Meanings)
26.	 <p>Van Halen (1978)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.R/V. 22  3.B/P. 97  4.N. 142  5.N. 149 	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพการเปรียบเทียบ โดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition)
27.	 <p>X-Ray Spex (1978)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 142  2.Y/S. 47  3.Rp/B. 132  4.G/L. 76  5.N. 151 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพการเปรียบเทียบ โดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition)

จากตารางที่ 14 เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมการออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 70 โดยเป็นการวิเคราะห์ห้าลักษณะทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มในยุค 70 ในเรื่องการใช้สี การใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบในงานโฆษณา ซึ่งต่อมาจะทำการวิเคราะห์หาความถี่ (Frequency) ที่ซ้ำในแต่ละเรื่องแล้วนำไปสรุปผลในขั้นต่อไป


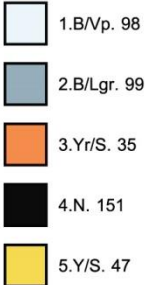

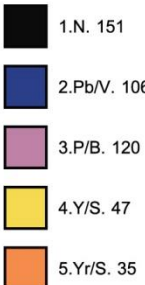

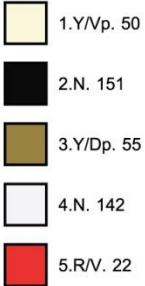

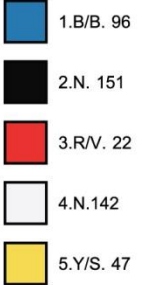
ตารางที่ 15 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 80

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 80	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
1.	 <p>Def Leppard (1981)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.N. 142  3.B/P. 97  4.Y/S. 47  5.R/V. 22 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพเหนือจริง (Exaggeration)
2.	 <p>Red Hot Chili Peppers (1988)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.R/Lgr. 27  2.N. 148  3.N. 151  4.N. 142  5.Rp/B.132 	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพการหยอกล้อ และภาพล้อเลียน (Spoofs and Parodies)
3.	 <p>The Radiators (1987)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.Pb/B. 108  2.Rp/B. 132  3.Y/S. 47  4.N. 151 	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอล์ด สไตล์ (Old Style)	ภาพเหนือจริง (Exaggeration)
4.	 <p>Toto Isolation (1984)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 142  2.N. 151  3.R/V. 22  4.Y/S. 47 	ตัวพิมพ์เซอริฟ แบบทรานสิชันนอล (Transitional)	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)












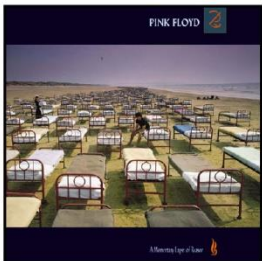




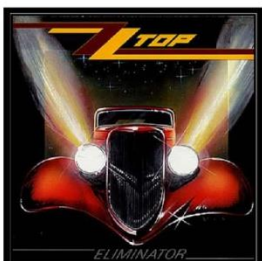





ตารางที่ 15 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 80 (ต่อ)

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 80	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
5.	 <p>Toto (1981)</p>		ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)
6.	 <p>Anthrax (1987)</p>		ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพการซ้ำหรือ เพิ่มจำนวน (Repetition and Accumulation)
7.	 <p>Bon Jovi (1986)</p>		ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern)	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)
8.	 <p>Bruce Springsteen (1984)</p>		ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern)	ภาพที่แปลความหมาย ได้หลายอย่าง (Double Meanings)

ตารางที่ 15 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 80 (ต่อ)
















	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 80	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
9.	 <p>Dead Kennedy (1985)</p>			ภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words)
10.	 <p>Harlequin (1982)</p>		ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพเหนือจริง (Exaggeration)
11.	 <p>Iron Maiden (1980)</p>		ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพเหนือจริงไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)
12.	 <p>Iron Maiden (1982)</p>		ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพเหนือจริงไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)

ตารางที่ 15 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 80 (ต่อ)


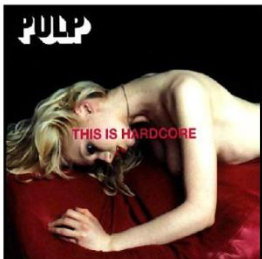
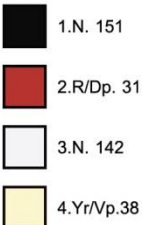
	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 80	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
13.	 <p>Jackson Browne (1983)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.Y/Rp. 37  2.N. 151  3.P/Di. 126  4.Pb/Vp. 110 	<p>ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)</p>	<p>ภาพเหนือจริง (Exaggeration)</p>
14.	 <p>Nazareth (1981)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.B/S. 95  2.Bg/B. 84  3.N. 151  4.B/Vp.98  5.Y/Dp. 55 	<p>ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)</p>	<p>ภาพเหนือจริง ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)</p>
15.	 <p>Pink Floyd (1987)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.Y/Dp. 55  3.P/P. 121  4.N. 142 	<p>ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern)</p>	<p>ภาพการซ้ำหรือ เพิ่มจำนวน (Repetition and Accumulation)</p>
16.	 <p>ZZ Top (1983)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.R/Dp. 31  3.N. 142  4.Yr/B. 36  5.Rp/Dk. 140 	<p>ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)</p>	<p>ภาพเหนือจริง (Exaggeration)</p>

จากตารางที่ 15 เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมการออกแบบเรขาคณิตของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 80 โดยเป็นการวิเคราะห์หาลักษณะทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มในยุค 80 ในเรื่องการใช้สี การใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบในงานโฆษณา ซึ่งต่อมากจะทำกรวิเคราะห์หาความถี่ (Frequency) ที่ซ้ำในแต่ละเรื่องแล้วนำไปสรุปผลในขั้นต่อไป


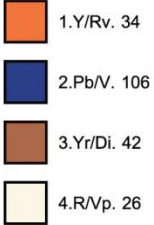

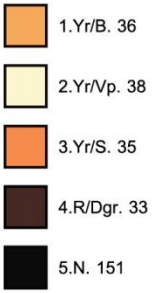
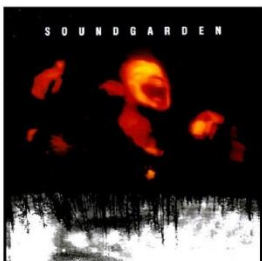
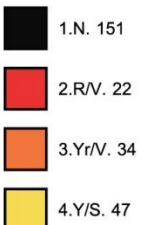
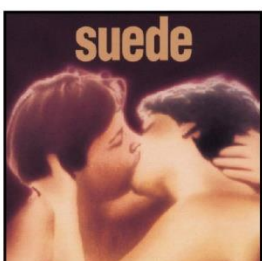

ตารางที่ 16 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขาคณิตของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 90

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 90	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
1.	 <p>Nirvana (1991)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.B/B. 96  2.C90%, M10%  3.G/Dgr. 81  4.N. 151  5.Bg/Vp.86 	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern)	ภาพการเปลี่ยนแปลง เป็นสิ่งตรงข้าม (Turn It Right Around)
2.	 <p>Ash (1996)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.Bg/Vp.86  2.G/Dgr. 81  3.N. 151 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพการเปรียบเทียบ โดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition)
3.	 <p>Nine Inch Nails (1994)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.R/Vp. 26  2.Yr/Lgr. 39  3.Yr/Dp. 43  4.N. 151 	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพที่แปลความหมาย ได้หลายอย่าง (Double Meanings)







ตารางที่ 16 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 90 (ต่อ)

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 90	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
4.	 <p>Nirvana (1993)</p>	 <p>1.R/Vp. 26 2.Y/Dp. 55 3.R/Dk. 32 4.G/Gr. 77</p>	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern)	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)
5.	 <p>Oasis (1994)</p>	 <p>1.R/Lgr. 27 2.B/Lgr. 99 3.B/B. 96 4.N. 151</p>	ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typeface)	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)
6.	 <p>Pulp (1998)</p>	 <p>1.N. 151 2.R/Dp. 31 3.N. 142 4.Yr/Vp.38</p>	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพความก้าวร้าวและ ภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics)
7.	 <p>R.E.M (1992)</p>	 <p>1.N. 149 2.Rp/Gr. 137 3.N. 151 4.N. 142</p>	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)

ตารางที่ 16 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 90 (ต่อ)












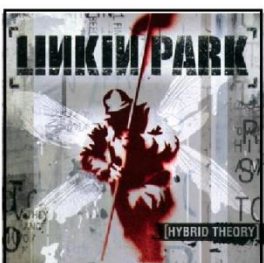




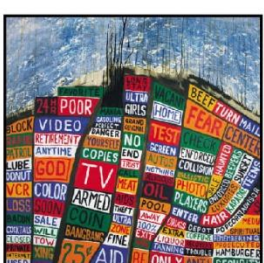





	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 90	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
8.	 <p>Red Hot Chili Peppers (1999)</p>	 <p>1. Yr/Rv. 34 2. Pb/V. 106 3. Yr/Di. 42 4. R/Vp. 26</p>	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)
9.	 <p>Sepultura (1991)</p>	 <p>1. Yr/B. 36 2. Yr/Vp. 38 3. Yr/S. 35 4. R/Dgr. 33 5. N. 151</p>	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)
10.	 <p>Sound Garden (1994)</p>	 <p>1. N. 151 2. R/V. 22 3. Yr/V. 34 4. Y/S. 47</p>	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพเหนือจริง (Exaggeration)
11.	 <p>Suede (1993)</p>	 <p>1. R/Lgr. 27 2. R/L. 28 3. Rp/Dk. 140 4. N. 150 5. R/Gr. 29</p>	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพความก้าวร้าวและ ภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics)

ตารางที่ 16 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 90 (ต่อ)

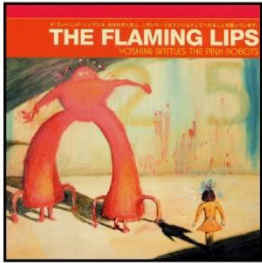
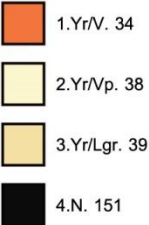
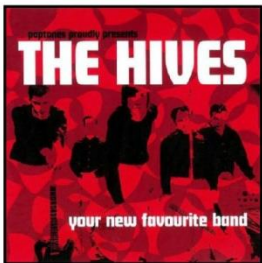
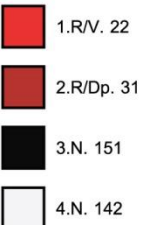
	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 90	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
12.	 <p>The Verve (1997)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.G/B. 72  2.G/V. 70  3.N. 151  4.B/P. 97  5.N. 142 	<p>ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)</p>	<p>ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)</p>

จากตารางที่ 16 เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมการออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อกยุค 90 โดยเป็นการวิเคราะห์หลักขงทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มในยุค 90 ในเรื่องการใช้สี การใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบในงานโฆษณา ซึ่งต่อมจะทำกรวิเคราะห์หาความถี่ (Frequency) ที่ซ้ำในแต่ละเรื่องแล้วนำไปสรุปผลในขั้นต่อไป

ตารางที่ 17 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อคยุค 2000

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 2000	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
1.	 <p>COLDPLAY - PARACHUTES</p> <p>Coldplay (2000)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.Y/S. 47  3.Yr/V. 34  4.N. 142 	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอล์ด สไตล์ (Old Style)	
2.	 <p>limp bizkit present</p> <p>chocolate st+fish and the hot dog flavored water</p> <p>Limp Bizkit (2000)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 151  2.Y/Dp. 55  3.Yr/V. 34  4.Gy/Mp. 62  5.N. 142 	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพเหนือโลกไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)
3.	 <p>LINKIN PARK</p> <p>[HYBRID THEORY]</p> <p>Linkin Park (2000)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.N. 145  2.N. 142  3.R/Dp. 31  4.N. 151 	ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)
4.	 <p>Radiohead (2003)</p>	<ul style="list-style-type: none">  1.B/P. 97  2.R/V. 22  3.Yr/V. 34  4.Y/V. 46  5.G/V. 70 	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)

ตารางที่ 17 ตารางวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อคยุค 2000 (ต่อ)

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 2000	สี (Color)	ตัวอักษร	ภาพประกอบโฆษณา
5.	 <p>The Flaming Lips (2002)</p>		<p>ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)</p>	<p>ภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)</p>
6.	 <p>The Hives (2002)</p>		<p>ตัวพิมพ์แบบ แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)</p>	<p>ภาพการซ้ำหรือ เพิ่มจำนวน (Repetition and Accumulation)</p>

จากตารางที่ 17 เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมการออกแบบเรขศิลป์ของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีแนวร็อคยุค 2000 โดยเป็นการวิเคราะห์หาลักษณะทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มในยุค 2000 ในเรื่องการใช้สี การใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบในงานโฆษณา ซึ่งต่อมาจะทำการวิเคราะห์หาความถี่ (Frequency) ที่ซ้ำในแต่ละเรื่องแล้วนำไปสรุปผลในขั้นต่อไป

บทที่ 5

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อกของไทยโดยใช้แนวคิดหลังสมัยใหม่นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อสาร และสะท้อนลักษณะของดนตรีร็อกในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลของดนตรีร็อกในแต่ละยุค และเพื่อนำมาปรับประยุกต์ใช้กับการออกแบบเรขศิลป์ของวงดนตรีร็อกของไทย ซึ่งได้รับอิทธิพลทางดนตรีในแต่ละยุคของตะวันตก โดยเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาแนวทางการออกแบบสำหรับวงดนตรีร็อกในแต่ละยุคของดนตรีร็อกตะวันตก อันประกอบไปด้วย 1.ดนตรีร็อกยุค 50 2.ดนตรีร็อกยุค 60 3. ดนตรีร็อกยุค 70 4.ดนตรีร็อกยุค 80 5.ดนตรีร็อกยุค 90 และ 6. ดนตรีร็อกยุค 2000 ถึงปัจจุบัน และเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ศึกษาออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อกในแต่ละยุค โดยใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ ประกอบไปด้วย 1.เรื่องการใช้สี 2. เรื่องการใช้ตัวอักษร 3. เรื่องภาพประกอบโฆษณา

การดำเนินงานวิจัยนั้น ประกอบไปด้วยการศึกษาข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเรื่องแนวคิดหลังสมัยใหม่ เรื่องดนตรีร็อกในแต่ละยุค และเรื่ององค์ประกอบทางเรขศิลป์ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ จากนั้นจึงทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มดนตรีร็อกในแต่ละยุคโดยผู้วิจัยในเบื้องต้น โดยใช้การสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 333 กลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้ม แล้วจึงทำการสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรีจำนวน 5 ท่าน เพื่อคัดกรองกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้มดนตรีร็อกที่เป็นตัวแทนที่ถูกต้อง และแม่นยำที่สุด โดยเหลือจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 86 ปกอัลบั้ม ซึ่งต่อมาผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่าง ในเรื่องของการใช้สี การใช้ตัวอักษร และเรื่องภาพประกอบโฆษณา โดยตัวผู้วิจัยในเบื้องต้น จากนั้นจึงส่งผลการวิเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาพทำการตรวจผลการวิเคราะห์อีกครั้ง จากนั้นจึงนำผลที่ได้มาปรับแก้ไข และสรุปแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับดนตรีร็อกในแต่ละยุค ซึ่งในหลักการทางการออกแบบของผู้วิจัยนั้น ได้นำหลักการลูกผสมของแนวคิดหลังสมัยใหม่มาเป็นกรอบแนวความคิดทางการออกแบบ กล่าวคือ เป็นการนำผลสรุปแนวทางการใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ในยุคต่างๆ เช่น 50s, 60s, 70s, 80s และ 90s ของวงดนตรีร็อกในอดีต มาใช้ผสมผสานกับผลสรุปองค์ประกอบทางเรขศิลป์ในยุค 2000 ถึงปัจจุบันตามหลักการลูกผสม ของแนวคิดหลังสมัยใหม่

จากการศึกษาข้อมูลทั้งหมดนั้น ทำให้ผู้วิจัยสามารถทราบถึงแนวทางการใช้องค์ประกอบทางเรขาคณิตของดนตรีร็อคในแต่ละยุคได้ โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ซึ่งเป็นการแบ่งตามยุคของดนตรีร็อคได้ทั้งหมด 6 ยุค ดังต่อไปนี้

1.ดนตรีร็อคยุค 50s ซึ่งผลการสรุปสามารถจำแนกเรื่องได้ ดังต่อไปนี้

- 1.1 เรื่องการใช้สี
- 1.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร
- 1.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา

2.ดนตรีร็อคยุค 60s ซึ่งผลการสรุปสามารถจำแนกเรื่องได้ ดังต่อไปนี้

- 2.1 เรื่องการใช้สี
- 2.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร
- 2.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา

3.ดนตรีร็อคยุค 70s ซึ่งผลการสรุปสามารถจำแนกเรื่องได้ ดังต่อไปนี้

- 3.1 เรื่องการใช้สี
- 3.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร
- 3.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา

4.ดนตรีร็อคยุค 80s ซึ่งผลการสรุปสามารถจำแนกเรื่องได้ ดังต่อไปนี้

- 4.1 เรื่องการใช้สี
- 4.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร
- 4.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา

5.ดนตรีร็อคยุค 90s ซึ่งผลการสรุปสามารถจำแนกเรื่องได้ ดังต่อไปนี้

- 5.1 เรื่องการใช้สี
- 5.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร
- 5.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา

6.ดนตรีร็อคยุค 2000 ถึงปัจจุบัน ซึ่งผลการสรุปสามารถจำแนกเรื่องได้ ดังต่อไปนี้

- 6.1 เรื่องการใช้สี
- 6.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร
- 6.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา

5.1.ดนตรีร้อยยุค 50


































ผลสรุปการวิเคราะห์ของดนตรีร้อยยุค 50 สามารถจำแนกเป็นเรื่องราว ได้ดังนี้

5.1.1 การใช้สี (Color) สำหรับดนตรีร้อยยุค 50

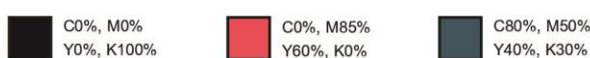
จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้สีในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้สีของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร้อยยุค 50 ออกเป็น 3 อันดับ ได้ดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 18 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้สี (Color) ของดนตรีร้อยยุค 50

	กลุ่มของสี (Color) จากปกดนตรียุค 50	สีตัวแทนยุค 50	สีที่ตรงกัน
1.	 C0%, M0% Y0%, K100%	 C0%, M0% Y70%, K0%	อันดับ 1 (100%)  C0%, M0% Y0%, K100%  C0%, M85% Y60%, K0%  C80%, M50% Y40%, K30%
2.	 C20%, M15% Y16%, K0%  C7%, M4% Y4%, K0%  C0%, M0% Y0%, K0%  C20%, M93% Y90%, K11%  C2%, M94% Y90%, K0%  C23%, M81% Y68%, K11%  C0%, M85% Y60%, K0%  C6%, M2% Y79%, K0%  C0%, M23% Y98%, K0%  C4%, M68% Y99%, K0%  C80%, M30% Y77%, K16%  C74%, M46% Y60%, K29%  C39%, M23% Y45%, K0%  C73%, M31% Y54%, K8%  C68%, M21% Y81%, K4%  C83%, M47% Y9%, K0%  C86%, M53% Y20%, K2%  C80%, M50% Y40%, K30%	 C0%, M85% Y60%, K0%  C0%, M90% Y25%, K0%  C40%, M55% Y55%, K50%  C45%, M90% Y30%, K20%  C80%, M50% Y40%, K30%  C70%, M80% Y50%, K70%  C0%, M0% Y0%, K100%	อันดับ 2 4 ตัว (+/- 10%)  C6%, M2% Y79%, K0% อันดับ 3 3 ตัว (+/- 10%)  C2%, M94% Y90%, K0%  C74%, M46% Y60%, K29%

จากตารางที่ 18 เป็นการสรุปผลเรื่องของการใช้สีของกลุ่มตัวอย่างปกคนตรีร้อยยุค 50 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกตามเฉดสีของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้ม เปรียบเทียบกับตารางเฉดสี ของ Kobayashi และตัวแทนของสีในยุค 50 เพื่อให้ได้ “กลุ่มของสีจากปกคนตรียุค 50” จากนั้นได้นำไปเปรียบเทียบกับตัวแทนของสีในยุค 50 อีกครั้ง เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ “สีที่ตรงกัน” ที่ โดยมีค่าของ CMYK ตรงกัน 100% และเป็นตัวแทนของปกคนตรีร้อยยุค 50 ได้ดีที่สุด ประกอบไปด้วย 3 สีรองลงมาคือ มีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้ง 4 ค่า ประกอบไปด้วย 1 สี และสุดท้ายคือ มีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้ง 3 ค่า ประกอบไปด้วย 2 สี ดังภาพต่อไปนี้



สีที่ตรงกัน อันดับที่ 1 (100%)



สีที่ตรงกัน อันดับที่ 2 (+/- 10% 4 ค่า)



สีที่ตรงกัน อันดับที่ 3 (+/- 10% 3 ค่า)

ภาพที่ 134 ภาพแสดงผลสรุปเรื่องการใช้สีของคนตรีร้อยยุค 50

5.1.2 การใช้ตัวอักษร (Typography) สำหรับคนตรีร้อยยุค 50

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้ตัวอักษรในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้ตัวอักษรของกลุ่มตัวอย่างปกคนตรีร้อยยุค 50 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 19 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษร (Typography) ของคนตรีร้อยยุค 50

	กลุ่มของตัวอักษร (Typography) จากปกคนตรียุค 50	จำนวนที่ซ้ำ	เปอร์เซ็นต์
1.	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	6	100%

จากตารางที่ 19 เป็นการสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษรของดนตรีร้อยยุค 50 นั้น สามารถสรุปได้ว่าแบบตัวอักษรที่สามารถบ่งบอกความเป็นดนตรีร้อยยุค 50 ได้ดีที่สุด อันดับที่ 1 คือ ตัวพิมพ์ ตกแต่ง (Display Typeface) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำ 6 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 100%

5.1.3 การใช้ภาพประกอบโฆษณาสำหรับดนตรีร้อยยุค 50

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้ภาพประกอบโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร้อยยุค 50 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 20 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร้อยยุค 50

	กลุ่มภาพประกอบโฆษณาจากปกดนตรียุค 50	จำนวนที่ซ้ำ	เปอร์เซ็นต์
1.	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)	5	83%
2.	ภาพผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนรูปร่าง (Change the Product)	1	16.6%

จากตารางที่ 20 เป็นการสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร้อยยุค 50 นั้น สามารถสรุปได้ว่าแบบภาพประกอบโฆษณาที่สามารถบ่งบอกความเป็นดนตรีร้อยยุค 50 ได้ดีที่สุด อันดับที่ 1 คือ ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำ 5 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 83% และรองลงมา อันดับที่ 2 สุดท้าย คือ ภาพผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนรูปร่าง (Change The Product) โดยมีจำนวน 1 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 16.6%


















































5.2.ดนตรีร้อยยุค 60

ผลสรุปการวิเคราะห์ของดนตรีร้อยยุค 60 สามารถจำแนกเป็นเรื่องราวๆ ได้ดังนี้

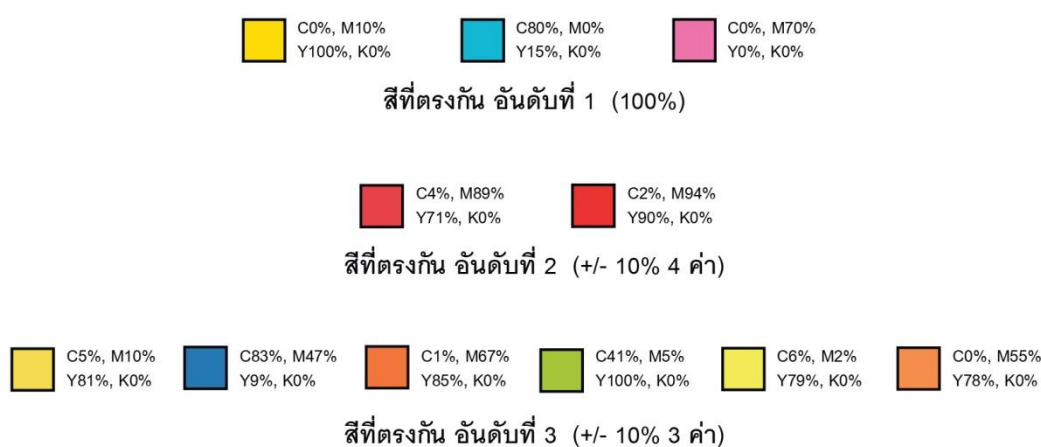
5.2.1 การใช้สี (Color) สำหรับดนตรีร้อยยุค 60

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้สีในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้สีของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร้อยยุค 60 ออกเป็น 3 อันดับ ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 21 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้สี (Color) ของคนตรีร้อยยุค 60

	กลุ่มของสี (Color) จากปกคนตรียุค 60	สีตัวแทนยุค 60	สีที่ตรงกัน	
1.	 C0%, M0% Y0%, K100%		อันดับ 1 (100 %)	
2.	 C0%, M0% Y0%, K0%	 C0%, M90% Y80%, K0%	 C0%, M10% Y100%, K0%	
3.	 C4%, M89% Y71%, K0%	 C0%, M70% Y70%, K0%	 C80%, M0% Y15%, K0%	
	 C5%, M10% Y81%, K0%		 C0%, M70% Y0%, K0%	
	 C83%, M47% Y9%, K0%			
4.	 C3%, M79% Y59%, K0%	 C0%, M10% Y100%, K0%	อันดับ 2 4 ตัว (+/- 10%)	
	 C1%, M67% Y85%, K0%		 C4%, M89% Y71%, K0%	
	 C41%, M5% Y100%, K0%		 C2%, M94% Y90%, K0%	
	 C38%, M17% Y1%, K0%		 C70%, M10% Y100%, K0%	
5.	 C20%, M15% Y16%, K0%	 C80%, M15% Y45%, K0%	อันดับ 3 3 ตัว (+/- 10%)	
	 C64%, M55% Y54%, K30%			 C5%, M10% Y81%, K0%
	 C2%, M94% Y90%, K0%			 C20%, M93% Y90%, K11%
	 C3%, M21% Y30%, K0%		 C2%, M2% Y10%, K0%	 C83%, M47% Y9%, K0%
	 C5%, M1% Y61%, K0%		 C6%, M2% Y79%, K0%	 C1%, M67% Y85%, K0%
	 C0%, M55% Y78%, K0%		 C4%, M9% Y42%, K0%	 C41%, M5% Y100%, K0%
	 C25%, M73% Y81%, K14%		 C46%, M72% Y71%, K57%	 C6%, M2% Y79%, K0%
	 C34%, M1% Y80%, K0%		 C41%, M15% Y84%, K0%	 C0%, M55% Y78%, K0%
	 C70%, M55% Y65%, K46%		 C49%, M14% Y47%, K10%	
	 C80%, M0% Y15%, K0%		 C88%, M57% Y31%, K10%	 C80%, M75% Y0%, K0%
	 C98%, M89% Y13%, K2%		 C25%, M56% Y13%, K0%	 C0%, M70% Y0%, K0%
	 C89%, M92% Y17%, K5%		 C39%, M41% Y38%, K2%	

จากตารางที่ 21 เป็นการสรุปผลเรื่องของการใช้สีของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร็อคยุค 60 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกตามเฉดสีของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้ม เปรียบเทียบกับตารางเฉดสี ของ Kobayashi และตัวแทนของสีในยุค 60 เพื่อให้ได้ “กลุ่มของสีจากปกดนตรียุค 60” จากนั้นได้นำไปเปรียบเทียบกับตัวแทนของสีในยุค 60 อีกครั้ง เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ “สีที่ตรงกัน” ที่ โดยมีค่าของ CMYK ตรงกัน 100% และเป็นตัวแทนของปกดนตรีร็อคยุค 60 ได้ดีที่สุด ประกอบไปด้วย 3 สีรองลงมาคือ มีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้ง 4 ค่า ประกอบไปด้วย 2 สี และสุดท้ายคือ มีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้ง 3 ค่า ประกอบไปด้วย 6 สี ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 135 ภาพแสดงผลสรุปเรื่องการใช้สีของดนตรีร็อคยุค 60

5.2.2 การใช้ตัวอักษร (Typography) สำหรับดนตรีร็อคยุค 60

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้ตัวอักษรในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้ตัวอักษรของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร็อคยุค 60 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 22 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษร (Typography) ของดนตรีร็อคยุค 60

	กลุ่มของตัวอักษร (Typography) จากปกดนตรียุค 60	จำนวนที่ซ้ำ	เปอร์เซ็นต์
1.	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	7	40.6%
2.	ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	7	40.6%
3.	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอล์ด สไตล์ (Old Style)	1	5.8%
	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern)	1	5.8%
4.	ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typeface)	1	5.8%

จากตารางที่ 22 เป็นการสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษรของดนตรีร็อคยุค 60 นั้น สามารถสรุปได้ว่าแบบตัวอักษรที่สามารถบ่งบอกความเป็นดนตรีร็อคยุค 60 ได้ดีที่สุด อันดับที่ 1 และ 2 คือ ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) และ ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกัน 7 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 40.6% เท่ากัน รองลงมา อันดับที่ 3 คือ ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอล์ด (Old Style), ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern) และ ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typeface) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกแบบละ 1 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 5.8% เท่ากัน

5.2.3 การใช้ภาพประกอบโฆษณาสำหรับดนตรีร็อคยุค 60

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้ภาพประกอบโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร็อคยุค 60 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 23 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อคยุค 60

	กลุ่มของภาพประกอบโฆษณาจากปกดนตรียุค 60	จำนวนที่ซ้ำ	เปอร์เซ็นต์
1.	ภาพผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses)	5	26%
2.	ภาพที่เกิดจากการผสมรวมกัน (Mixing&Match)	2	10.4%
3.	ภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words)	2	10.4%
4.	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)	2	10.4%
5.	ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)	2	10.4%
6.	ภาพการเปรียบเทียบโดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition)	1	5.2%
7.	ภาพเหนือจริง (Exaggeration)	1	5.2%
8.	ภาพการหยอกล้อ และภาพล้อเลียน (Spoofs and Parodies)	1	5.2%
9.	ภาพการซ้ำหรือ เพิ่มจำนวน (Repetition & Accumulation)	1	5.2%
10.	ภาพความขัดแย้ง และภาพลวงตา (Paradoxes and Optical illusions)	1	5.2%
11.	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)	1	5.2%

จากตารางที่ 23 เป็นการสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อคยุค 60 นั้น สามารถสรุปได้ว่าแบบการใช้ภาพประกอบโฆษณาที่สามารถบ่งบอกความเป็นดนตรีร็อคยุค 60 ได้ดีที่สุด อันดับที่ 1 คือ ภาพผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกันแบบละ 5 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 26% รองลงมา อันดับที่ 2, 3, 4 และ 5 คือ ภาพที่เกิดจากการผสมรวมกัน (Mixing & Match), ภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words), ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories), ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกันแบบละ 2 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 10.4% เท่ากัน และสุดท้าย อันดับที่ 6, 7, 8, 9, 10 และ 11 คือ ภาพการเปรียบเทียบโดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition), ภาพเหนือจริง (Exaggeration), ภาพการหยอกล้อและภาพล้อเลียน (Spoofs and Parodies), ภาพการซ้ำหรือเพิ่มจำนวน (Repetition and Accumulation), ภาพความขัดแย้งและภาพลวงตา (Paradoxes and Optical illusions) และ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกแบบละ 1 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 5.2% เท่ากัน

















































5.3.ดนตรีร็อคยุค 70

ผลสรุปการวิเคราะห์ของดนตรีร็อคในยุค 70 สามารถจำแนกเป็นเรื่องราวๆ ได้ดังนี้

5.3.1 การใช้สี (Color) สำหรับดนตรีร็อคยุค 70

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้สีในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้สีของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร็อคยุค 70 ออกเป็น 3 อันดับ ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 24 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้สี (Color) ของคนตรีร้อยยุค 70

	กลุ่มของสี (Color) จากปกคนตรีร้อยยุค 70	สีตัวแทนยุค 70	สีที่ตรงกัน	
1.	 C0%, M0% Y0%, K100%		อันดับ 1 (100 %)	
2.	 C0%, M0% Y0%, K0%	 C30%, M15% Y30%, K0%	 C0%, M0% Y0%, K100%	
3.	 C2%, M94% Y90%, K0%			
4.	 C6%, M1% Y0%, K0%	 C40%, M25% Y40%, K0%		
5.	 C83%, M47% Y9%, K0%		อันดับ 2 4 ตัว (+/- 10%)	
	 C38%, M17% Y1%, K0%			
	 C5%, M10% Y81%, K0%	 C55%, M35% Y50%, K20%		 C2%, M94% Y90%, K0%
	 C1%, M67% Y85%, K0%			 C3%, M79% Y59%, K0%
6.	 C2%, M2% Y10%, K0%		อันดับ 3 3 ตัว (+/- 10%)	
	 C1%, M22% Y57%, K0%	 C15%, M25% Y40%, K0%		
	 C4%, M9% Y42%, K0%			
7.	 C1%, M37% Y42%, K0%		 C0%, M80% Y70%, K0%	
	 C38%, M41% Y87%, K11%			
	 C27%, M63% Y75%, K12%			
	 C31%, M22% Y1%, K0%	 C25%, M80% Y85%, K10%		
	 C3%, M79% Y59%, K0%			
	 C80%, M31% Y76%, K17%			
	 C41%, M2% Y65%, K0%	 C0%, M90% Y90%, K0%		
	 C25%, M73% Y81%, K14%			
8.	 C2%, M2% Y10%, K0%  C1%, M37% Y42%, K0%  C26%, M72% Y77%, K15%  C2%, M32% Y19%, K0%  C1%, M9% Y4%, K0%  C6%, M23% Y16%, K0%  C38%, M43% Y43%, K4%  C60%, M71% Y81%, K61%  C1%, M67% Y85%, K0%  C0%, M55% Y78%, K0%  C4%, M45% Y60%, K0%  C29%, M0% Y76%, K0%  C40%, M38% Y55%, K5%  C74%, M62% Y84%, K63%  C86%, M72% Y16%, K3%  C88%, M76% Y87%, K90%  C88%, M61% Y60%, K49%  C0%, M70% Y0%, K0%	 C0%, M0% Y0%, K100%		

จากตารางที่ 24 เป็นการสรุปผลเรื่องของการใช้สีของกลุ่มตัวอย่างปกคนตรีร้อยยุค 70 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกตามเฉดสีของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้ม เปรียบเทียบกับตารางเฉดสี ของ Kobayashi และตัวแทนของสีในยุค 70 เพื่อให้ได้ “กลุ่มของสีจากปกคนตรียุค 70” จากนั้นได้นำไปเปรียบเทียบกับตัวแทนของสีในยุค 70 อีกครั้ง เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ “สีที่ตรงกัน” ที่ โดยมีค่าของ CMYK ตรงกัน 100% และเป็นตัวแทนของปกคนตรีร้อยยุค 70 ได้ดีที่สุด ประกอบไปด้วย 1 สีรองลงมาคือ มีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้ง 4 ค่า ประกอบไปด้วย 2 สี และสุดท้ายคือ มีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้ง 3 ค่า ประกอบไปด้วย 3 สี ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 136 ภาพแสดงผลสรุปเรื่องการใช้สีของคนตรีร้อยยุค 70

5.3.2 การใช้ตัวอักษร (Typography) สำหรับคนตรีร้อยยุค 70

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้ตัวอักษรในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้ตัวอักษรของกลุ่มตัวอย่างปกคนตรีร้อยยุค 70 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 25 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษร (Typography) ของดนตรีร็อคยุค 70

	กลุ่มของตัวอักษร (Typography) จากปกดนตรียุค 70	จำนวนที่ซ้ำ	เปอร์เซ็นต์
1.	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	13	52%
2.	ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	8	32%
3.	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอล์ด สไตล์ (Old Style)	2	8%
	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern)	2	8%

จากตารางที่ 25 เป็นการสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษรของดนตรีร็อคยุค 70 นั้น สามารถสรุปได้ว่าแบบตัวอักษรที่สามารถบ่งบอกความเป็นดนตรีร็อคยุค 70 ได้ดีที่สุด อันดับที่ 1 คือ ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกัน 13 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 52% รองลงมา อันดับที่ 2 คือ ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกัน 8 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 32% และสุดท้าย อันดับที่ 3 คือ ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอล์ด (Old Style) และตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกันแบบละ 2 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 8% เท่ากัน

5.3.3 การใช้ภาพประกอบโฆษณาสำหรับดนตรีร็อคยุค 70

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้ภาพประกอบโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร็อคยุค 70 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 26 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของคนตรีร้อยยุค 70

	กลุ่มของภาพประกอบโฆษณาจากปกดนตรียุค 70	จำนวนที่ซ้ำ	เปอร์เซ็นต์
1.	ภาพความก้าวร้าว และภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics)	6	22.2%
2.	ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)	4	14.8%
3.	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)	4	14.8%
4.	ภาพผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses)	2	7.4%
5.	ภาพเหนือจริง (Exaggeration)	2	7.4%
6.	ภาพที่เปลี่ยนมุมมอง (A change of Perspective)	2	7.4%
7.	ภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words)	2	7.4%
8.	ภาพผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนรูปร่าง (Change the Product)	1	3.7%
9.	ภาพการเล่นคำกับภาพ (Talk It Literally)	1	3.7%
10.	ภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง (Double Meanings)	1	3.7%
11.	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)	1	3.7%
12.	ภาพการเปรียบเทียบโดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition)	1	3.7%

จากตารางที่ 26 เป็นการสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อกยุค 70 นั้น สามารถสรุปได้ว่าแบบการใช้ภาพประกอบโฆษณาที่สามารถบ่งบอกความเป็นดนตรีร็อกยุค 70 ได้ดีที่สุด อันดับที่ 1 คือ ภาพความก้าวร้าวและภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกัน 6 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 22.2% รองลงมา อันดับที่ 2 และ 3 คือ ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre) และภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกันแบบละ 4 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 14.8% เท่ากัน รองลงมา อันดับที่ 4, 5, 6 และ 7 คือ ภาพผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses) , ภาพเหนือจริง (Exaggeration), ภาพที่เปลี่ยนมุมมอง (A Change of Perspective) และภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกันแบบละ 2 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 7.4% เท่ากัน และสุดท้าย อันดับที่ 8, 9, 10, 11 และ 12 คือ ภาพที่เปลี่ยนรูปร่าง (Change The Product), ภาพการเล่นคำกับภาพ (Take It Literally), ภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง (Double Meanings), ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign) และภาพการเปรียบเทียบโดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกแบบละ 1 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 3.7% เท่ากัน

















































5.4.ดนตรีร็อกยุค 80

ผลสรุปการวิเคราะห์ของดนตรีร็อกในยุค 80 สามารถจำแนกเป็นเรื่องราวๆ ได้ดังนี้

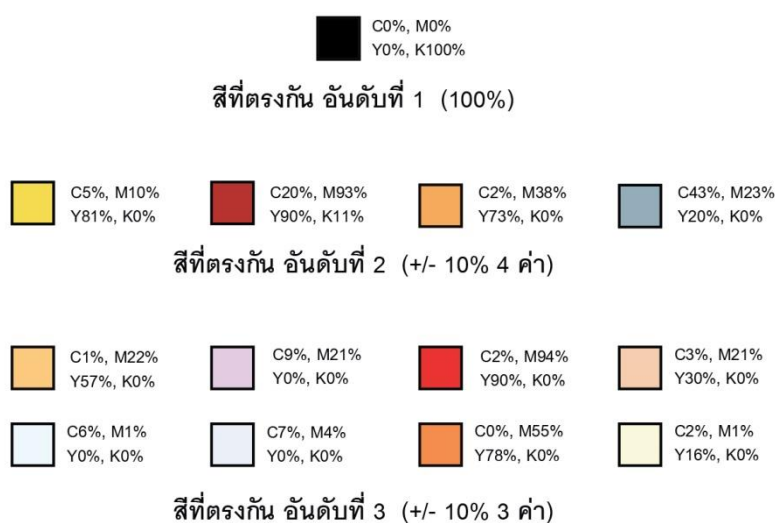
5.4.1 การใช้สี (Color) สำหรับดนตรีร็อกยุค 80

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้สีในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้สีของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร็อกยุค 80 ออกเป็น 3 อันดับ ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 27 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้สี (Color) ของคนตรีร้อยยุค 80

	กลุ่มของสี (Color) จากปกคนตรีร้อยยุค 80	สีตัวแทนยุค 60	สีที่ตรงกัน
1.	 C0%, M0% Y0%, K100%		อันดับ 1 (100 %)
2.	 C0%, M0% Y0%, K0%	 C5%, M20% Y15%, K0%	 C0%, M0% Y0%, K100%
3.	 C2%, M94% Y90%, K0%		
	 C5%, M10% Y81%, K0%	 C0%, M20% Y80%, K0%	
4.	 C38%, M41% Y87%, K11%		
5.	 C64%, M55% Y54%, K30%	 C10%, M40% Y80%, K0%	อันดับ 2 4 ตัว (+/- 10%)
	 C3%, M21% Y30%, K0%		 C5%, M10% Y81%, K0%
	 C0%, M55% Y78%, K0%		 C20%, M93% Y90%, K11%
	 C2%, M1% Y16%, K0%	 C15%, M100% Y100%, K5%	 C2%, M38% Y73%, K0%
	 C6%, M1% Y0%, K0%		 C43%, M23% Y20%, K0%
	 C38%, M17% Y1%, K0%		
	 C7%, M4% Y0%, K0%	 C50%, M45% Y0%, K0%	อันดับ 3 3 ตัว (+/- 10%)
	 C3%, M79% Y59%, K0%		 C1%, M22% Y57%, K0%
6.	 C20%, M93% Y90%, K11%	 C2%, M38% Y73%, K0%	 C9%, M21% Y0%, K0%
	 C73%, M31% Y54%, K8%	 C88%, M57% Y31%, K10%	 C2%, M94% Y90%, K0%
	 C43%, M23% Y20%, K0%	 C83%, M47% Y9%, K0%	 C3%, M21% Y30%, K0%
	 C43%, M56% Y13%, K0%	 C98%, M89% Y13%, K2%	 C0%, M55% Y78%, K0%
	 C9%, M21% Y0%, K0%	 C73%, M55% Y13%, K0%	 C2%, M1% Y16%, K0%
	 C6%, M46% Y32%, K0%	 C23%, M81% Y68%, K11%	 C6%, M1% Y0%, K0%
	 C23%, M81% Y68%, K11%	 C46%, M76% Y65%, K54%	 C7%, M4% Y0%, K0%
	 C68%, M61% Y60%, K49%	 C40%, M30% Y65%, K10%	
		 C0%, M0% Y0%, K100%	

จากตารางที่ 27 เป็นการสรุปผลเรื่องของการใช้สีของกลุ่มตัวอย่างปกคนตรีร้อยยุค 80 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกตามเฉดสีของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้ม เปรียบเทียบกับตารางเฉดสี ของ Kobayashi และตัวแทนของสีในยุค 80 เพื่อให้ได้ “กลุ่มของสีจากปกคนตรียุค 80” จากนั้นได้นำไปเปรียบเทียบกับตัวแทนของสีในยุค 80 อีกครั้ง เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ “สีที่ตรงกัน” ที่ โดยมีค่าของ CMYK ตรงกัน 100% และเป็นตัวแทนของปกคนตรีร้อยยุค 80 ได้ดีที่สุด ประกอบไปด้วย 1 สีรองลงมาคือ มีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้ง 4 ค่า ประกอบไปด้วย 4 สี และสุดท้ายคือ มีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้ง 3 ค่า ประกอบไปด้วย 8 สี ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 137 ภาพแสดงผลสรุปเรื่องการใช้สีของคนตรีร้อยยุค 80

5.4.2 การใช้ตัวอักษร (Typography) สำหรับคนตรีร้อยยุค 80

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้ตัวอักษรในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้ตัวอักษรของกลุ่มตัวอย่างปกคนตรีร้อยยุค 80 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 28 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษร (Typography) ของดนตรีร็อคยุค 80

	กลุ่มของตัวอักษร (Typography) จากปกดนตรียุค 80	จำนวนที่ซ้ำ	เปอร์เซ็นต์
1.	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	8	52.8%
2.	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern)	3	19.8%
3.	ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	2	13.2%
4.	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอล์ด สไตล์ (Old Style)	1	6.6%
5.	ตัวพิมพ์เซอริฟแบบทรานสิชันนอล (Transitional)	1	6.6%

จากตารางที่ 28 เป็นการสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษรของดนตรีร็อคยุค 80 นั้น สามารถสรุปได้ว่าแบบตัวอักษรที่สามารถบ่งบอกความเป็นดนตรีร็อคยุค 80 ได้ดีที่สุด อันดับที่ 1 คือ ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกัน 8 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 52.8% รองลงมา อันดับที่ 2 คือ ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกัน 3 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 19.8% รองลงมา อันดับที่ 3 คือ ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกัน 2 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 13.2% และสุดท้าย อันดับที่ 4 และ 5 คือ ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอล์ด (Old Style) และตัวพิมพ์เซอริฟแบบทรานสิชันนอล (Transitional) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกันแบบละ 1 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 6.6% เท่ากัน

5.4.3 การใช้ภาพประกอบโฆษณาสำหรับดนตรีร็อกยุค 80

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้ภาพประกอบโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร็อกยุค 80 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 29 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อกยุค 80

	กลุ่มของภาพประกอบโฆษณาจากปกดนตรียุค 80	จำนวนที่ซ้ำ	เปอร์เซ็นต์
1.	ภาพเหนือจริง (Exaggeration)	5	31.25%
2.	ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)	3	18.25%
3.	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)	3	18.25%
4.	ภาพการซ้ำ หรือเพิ่มจำนวน (Repetition and Accumulation)	2	12.5%
5.	ภาพการหยอกล้อ และภาพล้อเลียน (Spoofs and Parodies)	1	6.25%
6.	ภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง (Double Meanings)	1	6.25%
7.	ภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words)	1	6.25%

จากตารางที่ 29 เป็นการสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อกยุค 80 นั้นสามารถสรุปได้ว่าแบบการใช้ภาพประกอบโฆษณาที่สามารถบ่งบอกความเป็นดนตรีร็อกยุค 80 ได้ดีที่สุด อันดับที่ 1 คือ ภาพเหนือจริง (Exaggeration) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกัน 5 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 31.25% รองลงมา อันดับที่ 2 และอันดับที่ 3 คือ ภาพเหลวไหลไร้สาระ ภาพในจินตนาการ ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre) และ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกันแบบละ 3 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 18.25% เท่ากัน รองลงมา อันดับที่ 4

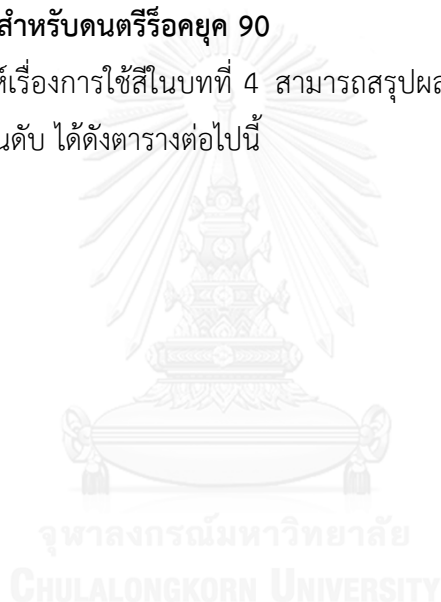
คือ ภาพการซ้ำหรือเพิ่มจำนวน (Repetition and Accumulation) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกันแบบละ 2 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 12.5% และสุดท้าย อันดับที่ 5, 6 และ 7 คือ ภาพการหยอกล้อและภาพล้อเลียน (Spoofs and Parodies), ภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง (Double Meanings) และ ภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกแบบละ 1 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 6.25% เท่ากัน

5.5.ดนตรีร้อยยุค 90












































ผลสรุปการวิเคราะห์ของดนตรีร้อยยุค 90 สามารถจำแนกเป็นเรื่องราวๆ ได้ดังนี้

5.5.1 การใช้สี (Color) สำหรับดนตรีร้อยยุค 90

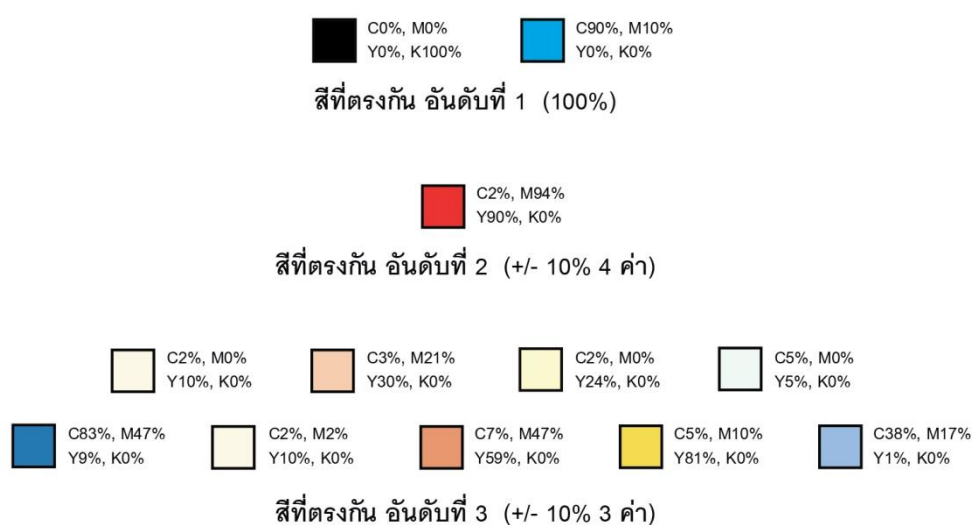
จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้สีในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้สีของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร้อยยุค 90 ออกเป็น 3 อันดับ ได้ดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 30 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้สี (Color) ของคนตรีร้อยยุค 90

	กลุ่มของสี (Color) จากปกคนตรียุค 90	สีตัวแทนยุค 90	สีที่ตรงกัน
1.	 C0%, M0% Y0%, K100%		อันดับ 1 (100 %)
2.	 C0%, M0% Y0%, K0%	 C5%, M0% Y100%, K0%	
3.	 C2%, M0% Y10%, K0%	 C0%, M30% Y100%, K0%	 C0%, M0% Y0%, K100%  C90%, M10% Y0%, K0%
	 C3%, M21% Y30%, K0%		
	 C2%, M0% Y24%, K0%		
	 C1%, M67% Y85%, K0%	 C0%, M90% Y80%, K0%	อันดับ 2 4 ตัว (+/- 10%)
	 C70%, M55% Y65%, K46%		
	 C5%, M0% Y5%, K0%		
	 C83%, M47% Y9%, K0%		
6.	 C2%, M94% Y90%, K0%	 C5%, M100% Y100%, K0%	อันดับ 3 3 ตัว (+/- 10%)
	 C2%, M2% Y10%, K0%		
	 C7%, M47% Y59%, K0%		
	 C27%, M51% Y55%, K4%		
	 C20%, M93% Y90%, K11%		
	 C35%, M86% Y75%, K43%		
	 C50%, M72% Y69%, K62%		
	 C0%, M55% Y78%, K0%		
	 C2%, M38% Y73%, K0%		
	 C4%, M9% Y42%, K0%		
	 C27%, M63% Y75%, K12%		
	 C25%, M73% Y81%, K14%		
	 C5%, M10% Y81%, K0%		
	 C38%, M41% Y87%, K11%		
	 C80%, M33% Y73%, K19%		
	 C68%, M21% Y86%, K5%		
 C39%, M23% Y45%, K0%			
 C38%, M17% Y1%, K0%			
 C43%, M23% Y20%, K0%			
 C98%, M89% Y13%, K2%			
 C38%, M43% Y43%, K4%			
 C46%, M76% Y65%, K54%			
 C68%, M61% Y60%, K49%			
 C71%, M65% Y64%, K70%			
 C90%, M10% Y0%, K0%	 C85%, M85% Y0%, K0%		
	 C40%, M30% Y30%, K10%		
	 C0%, M0% Y0%, K100%		

จากตารางที่ 30 เป็นการสรุปผลเรื่องของการใช้สีของกลุ่มตัวอย่างปกคนตรีร้อยยุค 90 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกตามเฉดสีของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้ม เปรียบเทียบกับตารางเฉดสี ของ Kobayashi และตัวแทนของสีในยุค 90 เพื่อให้ได้ “กลุ่มของสีจากปกคนตรียุค 90” จากนั้นได้นำไปเปรียบเทียบกับตัวแทนของสีในยุค 90 อีกครั้ง เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ “สีที่ตรงกัน” ที่ โดยมีค่าของ CMYK ตรงกัน 100% และเป็นตัวแทนของปกคนตรีร้อยยุค 90 ได้ดีที่สุด ประกอบไปด้วย 2 สีรองลงมาคือ มีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้ง 4 ค่า ประกอบไปด้วย 1 สี และสุดท้ายคือ มีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้ง 3 ค่า ประกอบไปด้วย 9 สี ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 138 ภาพแสดงผลสรุปเรื่องการใช้สีของคนตรีร้อยยุค 90

5.5.2 การใช้ตัวอักษร (Typography) สำหรับคนตรีร้อยยุค 90

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้ตัวอักษรในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้ตัวอักษรของกลุ่มตัวอย่างปกคนตรีร้อยยุค 90 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 31 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษร (Typography) ของดนตรีร็อคยุค 90

	กลุ่มของตัวอักษร (Typography) จากปกดนตรียุค 90	จำนวนที่ซ้ำ	เปอร์เซ็นต์
1.	ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	6	49.8%
2.	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	3	24.9%
3.	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern)	2	16.6%
4.	ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typeface)	1	8.3%

จากตารางที่ 31 เป็นการสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษรของดนตรีร็อคยุค 90 นั้น สามารถสรุปได้ว่าแบบตัวอักษรที่สามารถบ่งบอกความเป็นดนตรีร็อคยุค 90 ได้ดีที่สุด อันดับที่ 1 คือ ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกัน 6 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 49.8% รองลงมา อันดับที่ 2 คือ ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกัน 3 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 24.9% รองลงมา อันดับที่ 3 คือ ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกัน 2 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 16.6% และสุดท้าย อันดับที่ 4 คือ ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typeface) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกันแบบละ 1 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 8.3%

5.5.3 การใช้ภาพประกอบโฆษณาสำหรับดนตรีร็อคยุค 90

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้ภาพประกอบโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร็อคยุค 90 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 32 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อกยุค 90

	กลุ่มของภาพประกอบโฆษณาจากปกดนตรียุค 90	จำนวนที่ซ้ำ	เปอร์เซ็นต์
1.	ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)	2	16.6%
2.	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)	2	16.6%
3.	ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories)	2	16.6%
4.	ภาพความก้าวร้าว และภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics)	2	16.6%
5.	ภาพการเปรียบเทียบโดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition)	1	8.3%
6.	ภาพเหนือจริง (Exaggeration)	1	8.3%
7.	ภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง (Double Meanings)	1	8.3%
8.	ภาพการเปลี่ยนแปลงเป็นตรงข้าม (Turn It Right Around)	1	8.3%

จากตารางที่ 32 เป็นการสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อกยุค 90 นั้น สามารถสรุปได้ว่าแบบการใช้ภาพประกอบโฆษณาที่สามารถบ่งบอกความเป็นดนตรีร็อกยุค 90 ได้ดีที่สุด อันดับที่ 1, 2, 3 และ 4 คือ ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre), ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign), ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories) และภาพความก้าวร้าวและภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกันแบบละ 2 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 16.6% รองลงมา อันดับ ที่ 5, 6, 7 และ 8 คือ ภาพการเปรียบเทียบโดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition), ภาพเหนือจริง (Exaggeration), ภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง (Double Meanings) และภาพ

การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งตรงข้าม (Turn It Right Around) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกแบบละ 1 ปก อัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 8.3% เท่ากัน

5.6.ดนตรีร็อกยุค 2000 ถึงปัจจุบัน

































ผลสรุปการวิเคราะห์ของดนตรีร็อกในยุค 2000 ถึงปัจจุบันสามารถจำแนกเป็นเรื่อยๆ ได้ ดังนี้

5.6.1 การใช้สี (Color) สำหรับดนตรีร็อกยุค 2000

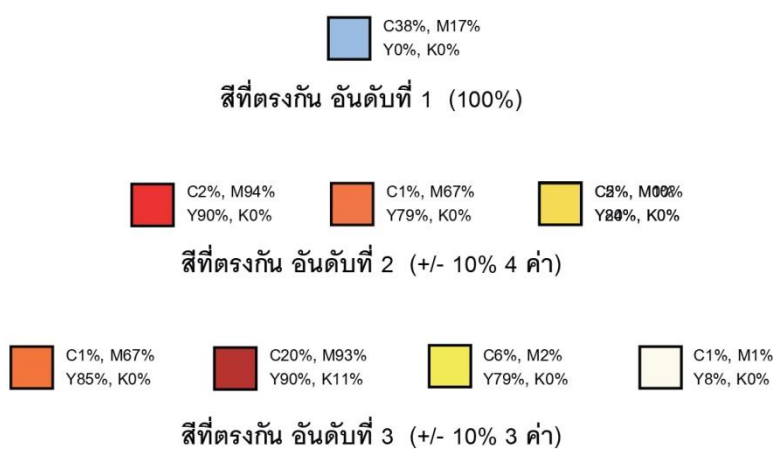
จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้สีในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้สีของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร็อกยุค 2000 ออกเป็น 3 อันดับ ได้ดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 33 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้สี (Color) ของคนตรีร้อยยุค 2000

	กลุ่มของสี (Color) จากปกคนตรีร้อยยุค 2000	สีตัวแทนยุค 2000	สีที่ตรงกัน
1.	 C0%, M0% Y0%, K100%	 C38%, M17% Y0%, K0%	อันดับ 1 (100 %)
2.	 C0%, M0% Y0%, K0%		
3.	 C1%, M67% Y79%, K0%	 C12%, M91% Y14%, K0%	 C38%, M17% Y0%, K0%
4.	 C2%, M94% Y90%, K0%		
	 C20%, M93% Y90%, K11%	 C8%, M100% Y80%, K0%	อันดับ 2 4 ตัว (+/- 10%)
5.	 C2%, M0% Y24%, K0%  C4%, M9% Y42%, K0%  C6%, M2% Y79%, K0%  C5%, M10% Y80%, K0%  C38%, M41% Y87%, K11%  C1%, M1% Y8%, K0%  C80%, M33% Y73%, K19%  C38%, M17% Y0%, K0%  C31%, M24% Y25%, K0%	 C46%, M0% Y20%, K0%	
		 C0%, M74% Y69%, K0%	 C2%, M94% Y90%, K0%  C1%, M67% Y79%, K0%  C5%, M10% Y80%, K0%
		 C71%, M0% Y35%, K0%	อันดับ 3 3 ตัว (+/- 10%)
		 C10%, M14% Y18%, K0%	
		 C21%, M100% Y71%, K10%	 C1%, M67% Y85%, K0%  C20%, M93% Y90%, K11%  C6%, M2% Y79%, K0%  C1%, M1% Y8%, K0%
		 C74%, M56% Y5%, K0%	
		 C3%, M15% Y70%, K0%	

จากตารางที่ 33 เป็นการสรุปผลเรื่องของการใช้สีของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร็อคยุค 2000 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกตามเฉดสีของกลุ่มตัวอย่างปกอัลบั้ม เปรียบเทียบกับตารางเฉดสี ของ Kobayashi และตัวแทนของสีในยุค 2000 เพื่อให้ได้ “กลุ่มของสีจากปกดนตรียุค 2000 ถึงปัจจุบัน” จากนั้นได้นำไปเปรียบเทียบกับตัวแทนของสีในยุค 2000 อีกครั้ง เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ “สีที่ตรงกัน” ที่โดยมีค่าของ CMYK ตรงกัน 100% และเป็นตัวแทนของปกดนตรีร็อคยุค 2000 ได้ดีที่สุด ประกอบไปด้วย 1 สี รองลงมาคือ มีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้ง 4 ค่า ประกอบไปด้วย 3 สี และสุดท้ายคือ มีค่าของ CMYK บวกและลบไม่เกิน 10% ทั้ง 3 ค่า ประกอบไปด้วย 4 สี ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 139 ภาพแสดงผลสรุปเรื่องการใช้สีของดนตรีร็อคยุค 2000

5.6.2 การใช้ตัวอักษร (Typography) สำหรับดนตรีร็อคยุค 2000

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้ตัวอักษรในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้ตัวอักษรของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร็อคยุค 2000 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 34 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษร (Typography) ของดนตรีร้อยยุค 2000

	กลุ่มของตัวอักษร (Typography) จากปกดนตรียุค 2000	จำนวนที่ซ้ำ	เปอร์เซ็นต์
1.	ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface)	4	66.4%
2.	ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอล์ด สไตล์ (Old Style)	1	16.6%
3.	ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface)	1	16.6%

จากตารางที่ 34 เป็นการสรุปผลเรื่องการใช้ตัวอักษรของดนตรีร้อยยุค 2000 นั้น สามารถสรุปได้ว่าแบบตัวอักษรที่สามารถบ่งบอกความเป็นดนตรีร้อยยุค 2000 ได้ดีที่สุด อันดับที่ 1 คือ ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกัน 4 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 66.4% รองลงมา อันดับที่ 2 และ 3 คือ ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอล์ด (Old Style) และ ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกันแบบละ 1 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 16.6% เท่ากัน

5.6.3 การใช้ภาพประกอบโฆษณาสำหรับดนตรีร้อยยุค 2000

จากการวิเคราะห์เรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาในบทที่ 4 สามารถสรุปผลการใช้ภาพประกอบโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างปกดนตรีร้อยยุค 2000 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 35 ตารางสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อกยุค 2000

	กลุ่มของภาพประกอบโฆษณาจากปกดนตรีร็อก 2000	จำนวนที่ซ้ำ	เปอร์เซ็นต์
1.	ภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย (Symbols and sign)	2	33.2%
2.	ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre)	2	33.2%
3.	ภาพเหนือจริง (Exaggeration)	1	16.6%
4.	ภาพการซ้ำ หรือเพิ่มจำนวน (Repetition and Accumulation)	1	16.6%

จากตารางที่ 35 เป็นการสรุปผลเรื่องการใช้ภาพประกอบโฆษณาของดนตรีร็อกยุค 2000 นั้น สามารถสรุปได้ว่าแบบการใช้ภาพประกอบโฆษณาที่สามารถบ่งบอกความเป็นดนตรีร็อกยุค 2000 ได้ดีที่สุดในอันดับที่ 1 และ 2 คือ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign) และ ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกที่ซ้ำกันแบบละ 2 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 33.2% รองลงมา อันดับที่ 3 และ 4 คือ ภาพเหนือจริง (Exaggeration) และ ภาพการซ้ำหรือเพิ่มจำนวน (Repetition and Accumulation) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกแบบละ 1 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น 16.6% เท่ากัน

5.7 บทสรุป

จากผลการวิจัยจึงสามารถสรุปประเด็นปัญหาของการวิจัยได้ว่า การใช้ออกแบบทางเรขศิลป์ที่แตกต่างกัน สามารถสื่อสารลักษณะของลูกผสมทางดนตรีร็อกในปัจจุบัน ที่ได้รับอิทธิพลของดนตรีร็อกในอดีตในแต่ละยุคมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ

5.7.1.ดนตรีร้อยยุค 50

1.1 เรื่องการใช้สี

สีที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีร้อยยุค 50 ได้มากที่สุด หรือ ตรงกับตัวแทนสียุค 50 ที่มีค่าของ CMYK ตรงกัน 100% นั้นมีจำนวน 3 สี ซึ่งมีลักษณะในโทนเข้มหม่นๆ 2 สี คือสีดำ และสีเขียวน้ำเงิน และสีลักษณะในโทนสดใส 1 สี คือสีแดง รองลงมาคือ สีที่มีค่าของ CMYK บวกลบ 4 ค่าไม่เกิน 10% มีจำนวน 1 สี ซึ่งมีลักษณะในโทนสดใส 1 สี คือสีเหลือง และอันดับสุดท้าย คือ ที่มีค่าของ CMYK บวกลบ 3 ค่าไม่เกิน 10% มีจำนวน 2 สี โดยเป็นสีที่มีลักษณะในโทนเข้มหม่นๆ 1 สี คือ สีเขียวเทา และสีลักษณะในโทนสดใส สว่าง 1 สี คือสีแดง (ดังรายละเอียดในภาพที่ 134)

1.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร

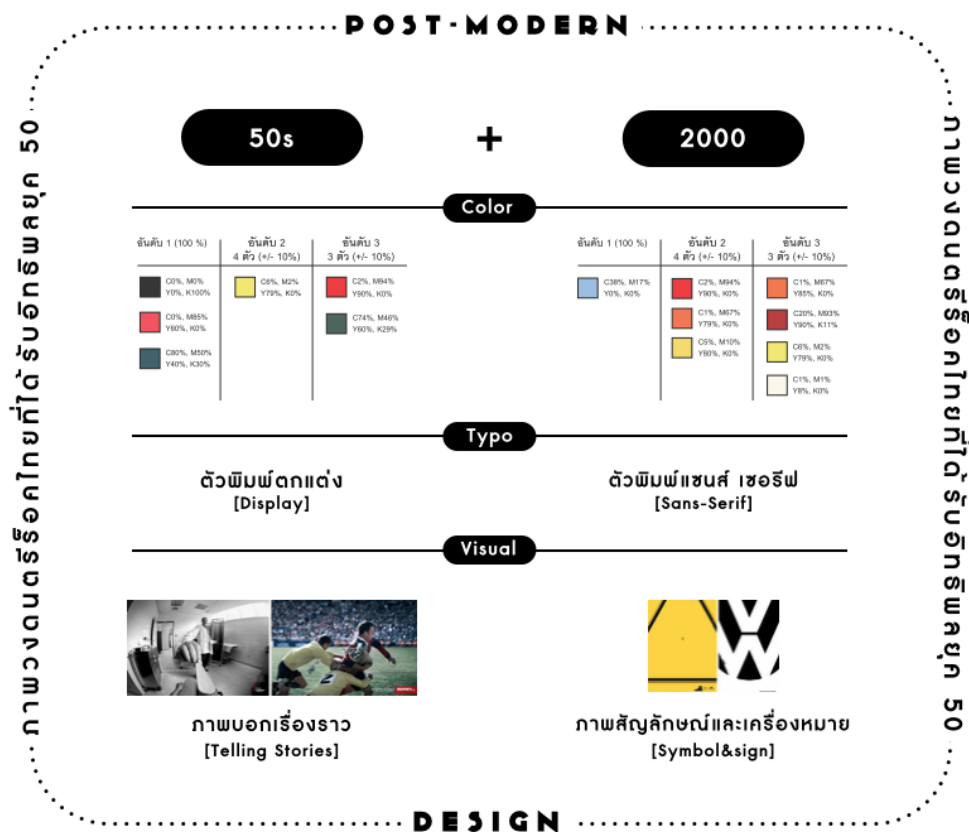
ตัวอักษรที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีร้อยยุค 50 ได้มากที่สุด คือ ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) โดยมีจำนวนปกที่เข้ากันทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 เปอร์เซนต์ (ดังรายละเอียดในตารางที่ 19)

1.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา

ภาพประกอบโฆษณาที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีร้อยยุค 50 ได้มากที่สุด คือ ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories) คิดเป็นร้อยละ 83 เปอร์เซนต์ และรองลงมา อันดับที่ 2 สุดท้าย คือ ภาพผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนรูปร่าง (Change The Product) โดยมีจำนวน 1 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็น ร้อยละ 16.6 เปอร์เซนต์ (ดังรายละเอียดในตารางที่ 20)

บทสรุปในข้างต้นนั้นสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะความเป็นดนตรีร้อยยุค 50 ทั้งในเรื่องของการใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบโฆษณา ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีข้อสังเกตว่าเป็นยุคที่มีความเป็นมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับด้านอารมณ์ความรู้สึกอยู่สูง และมีเรื่องราวที่ค่อนข้างที่จะมีความขัดแย้งในตัวเอง โดยในเรื่องของการใช้สีจะประกอบไปด้วยด้านของสีในโทนเข้มและหม่นๆ ส่วนอีกด้านของสีก็จะมีสีสัน สว่างๆ ในส่วนเรื่องของตัวอักษรก็จะเป็นตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) และการใช้ภาพประกอบโฆษณาที่เป็นภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories) หรือภาพของผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนรูปร่าง (Change The Product) ซึ่งจากข้อมูลนี้สามารถสรุปตรงกันกับบุคลิกลักษณะเด่นโดยรวมของดนตรีร้อยยุค 50 ที่ว่าเป็นดนตรีรูปแบบใหม่ ที่ประกอบไปด้วยเนื้อหาที่ร้อนแรง เปิดเผย รุนแรง เป็นดนตรีเขย่าอารมณ์ในจังหวะเต้นรำ แต่บางครั้งก็กลับอ่อนหวาน จริงใจ และโศกเศร้า

จากบทสรุปที่ได้ผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์โดยใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ในเรื่องของสี ตัวอักษร และภาพประกอบโฆษณาสำหรับวงดนตรีรีคอกของไทยในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลจากยุค 50 ได้ดังนี้



ภาพที่ 140 แผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับดนตรีรีคอกไทยที่ได้รับอิทธิพลยุค 50

5.7.2.ดนตรีรีคอกยุค 60

2.1 เรื่องการใช้สี

สีที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีรีคอกยุค 60 ได้มากที่สุด หรือ ตรงกับตัวแทนสียุค 60 ที่มีค่าของ CMYK ตรงกัน 100% นั้นมีจำนวน 3 สี ซึ่งมีลักษณะในโทนสดใส และสว่าง คือสีเหลือง ฟ้ำ และชมพู รองลงมาคือ สีที่มีค่าของ CMYK บวกลบ 4 ค่าไม่เกิน 10% มีจำนวน 2 สี ซึ่งมีลักษณะในโทนสดใส และสว่าง คือ สีแดงและชมพู ส่วนในอันดับสุดท้าย คือ ที่มีค่าของ CMYK บวกลบ 3 ค่าไม่เกิน 10% มีจำนวน 6 สี โดยเป็นสีที่มีลักษณะในโทนสดใส และสว่าง คือ สีเหลือง เขียว น้ำเงิน และ ส้ม โดยในภาพรวมค่อนข้างแตกต่างกันกับยุค 50 อย่างชัดเจน (ดังรายละเอียดในภาพที่ 135)

2.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร

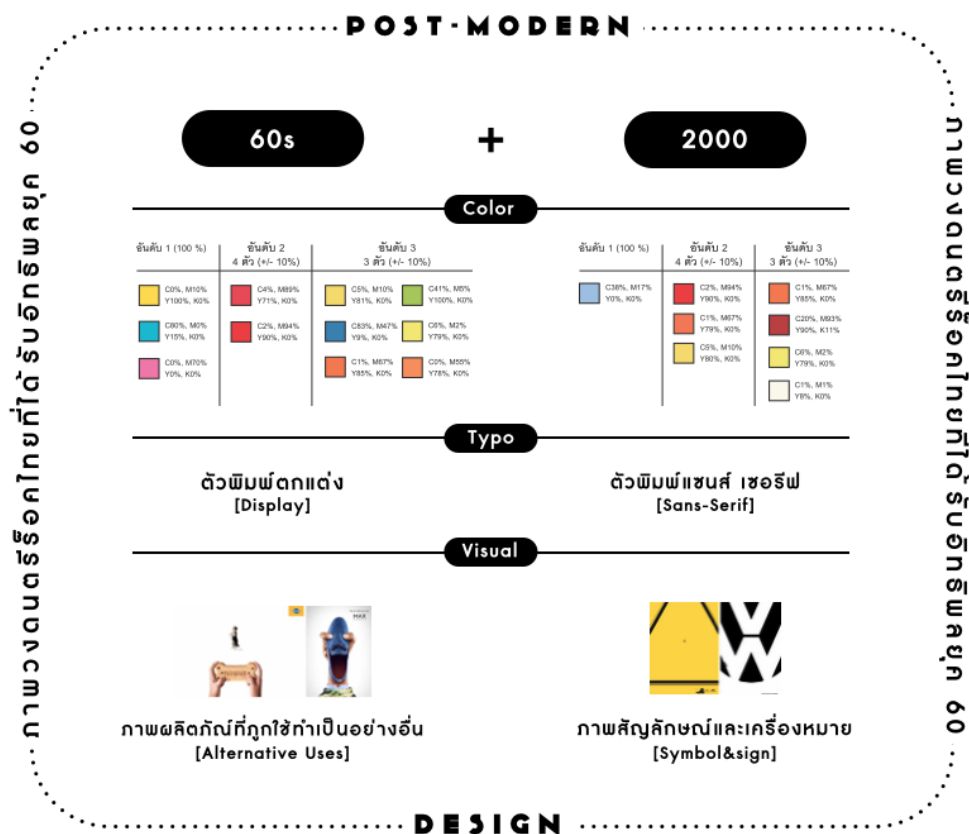
ตัวอักษรที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีหรือยุค 60 ได้ดีที่สุด อันดับที่ 1 และ 2 คือ ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) และ ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 40.6 เปอร์เซนต์เท่ากัน รองลงมา อันดับที่ 3 คือ ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอลด์ (Old Style), ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern) และ ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typeface) ตามลำดับ โดยมีจำนวนปกแบบละ 1 ปกอัลบั้ม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 5.8 เปอร์เซนต์เท่ากัน โดยในอันดับที่ 1 เรื่องการตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) นั้น ซ้ำกันกับ ยุค 50 (ดังรายละเอียดในตารางที่ 22)

2.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา

ภาพประกอบโฆษณาที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีหรือยุค 60 ได้มากที่สุด คือ ภาพผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 26 เปอร์เซนต์ รองลงมา คือ ภาพที่เกิดจากการผสมรวมกัน (Mixing & Match), ภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words), ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories), ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 10.4 เปอร์เซนต์ เท่ากัน และสุดท้ายภาพการเปรียบเทียบโดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition), ภาพเหนือจริง (Exaggeration), ภาพการหยอกล้อและภาพล้อเลียน (Spoofs and Parodies), ภาพการซ้ำหรือเพิ่มจำนวน (Repetition and Accumulation), ภาพความขัดแย้งและภาพลวงตา (Paradoxes and Optical illusions) และ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 5.2 เปอร์เซนต์ เท่ากัน โดยในภาพรวมนั้นค่อนข้างแตกต่างกันกับยุค 50 อย่างชัดเจน (ดังรายละเอียดในตารางที่ 23)

บทสรุปในข้างต้นนั้นสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะความเป็นดนตรีหรือยุค 60 ทั้งในเรื่องของการใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบโฆษณา ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีข้อสังเกตว่าเป็นยุคของวัยรุ่นหนุ่มสาว หรือเรียกว่ายุค “ฮิปปี” โดยมีเรื่องของการใช้สารเสพติด ดนตรี และเรื่องของความรักและเพศ ด้วยเหตุนี้จึงสะท้อนออกมาในเรื่องของการใช้สีที่มีความหลากหลาย สว่างและสดใส อันสะท้อนความเป็นยุคของวัยรุ่นหนุ่มสาว หรือบุพพาชน ในส่วนเรื่องของตัวอักษรก็จะเป็นตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) และการใช้ภาพประกอบโฆษณาที่เป็นภาพผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses) สะท้อนความรู้สึกนึกคิด และเสรีภาพส่วนบุคคล

จากบทสรุปที่ได้ผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์โดยใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ในเรื่องของสี ตัวอักษร และภาพประกอบโฆษณาสำหรับวงดนตรีร็อคของไทยในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลจากยุค 60 ได้ดังนี้



ภาพที่ 141 แผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อคไทยที่ได้รับอิทธิพลยุค 60

5.7.3.ดนตรีร็อคยุค 70

3.1 เรื่องการใช้สี

สีที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีร็อคยุค 70 ได้มากที่สุด หรือ ตรงกับตัวแทนสียุค 70 ที่มีค่าของ CMYK ตรงกัน 100% นั้นมีจำนวน 1 สี ซึ่งมีลักษณะในโทนมืด คือ สีดำ รองลงมาคือ สีที่มีค่าของ CMYK บวกลบ 4 ค่าไม่เกิน 10% มีจำนวน 2 สี ซึ่งมีลักษณะในโทนสดใส และสว่าง คือ สีแดงและชมพู ส่วนในอันดับสุดท้าย คือ ที่มีค่าของ CMYK บวกลบ 3 ค่าไม่เกิน 10% มีจำนวน 3 สี โดยเป็นสีที่มีลักษณะในโทนสว่าง คือ ขาว และส้ม โดยในภาพรวมค่อนข้างคล้ายคลึงกันกับยุค 50 แต่แตกต่างกันกับยุค 60 อย่างชัดเจน (ดังรายละเอียดในภาพที่ 136)

3.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร

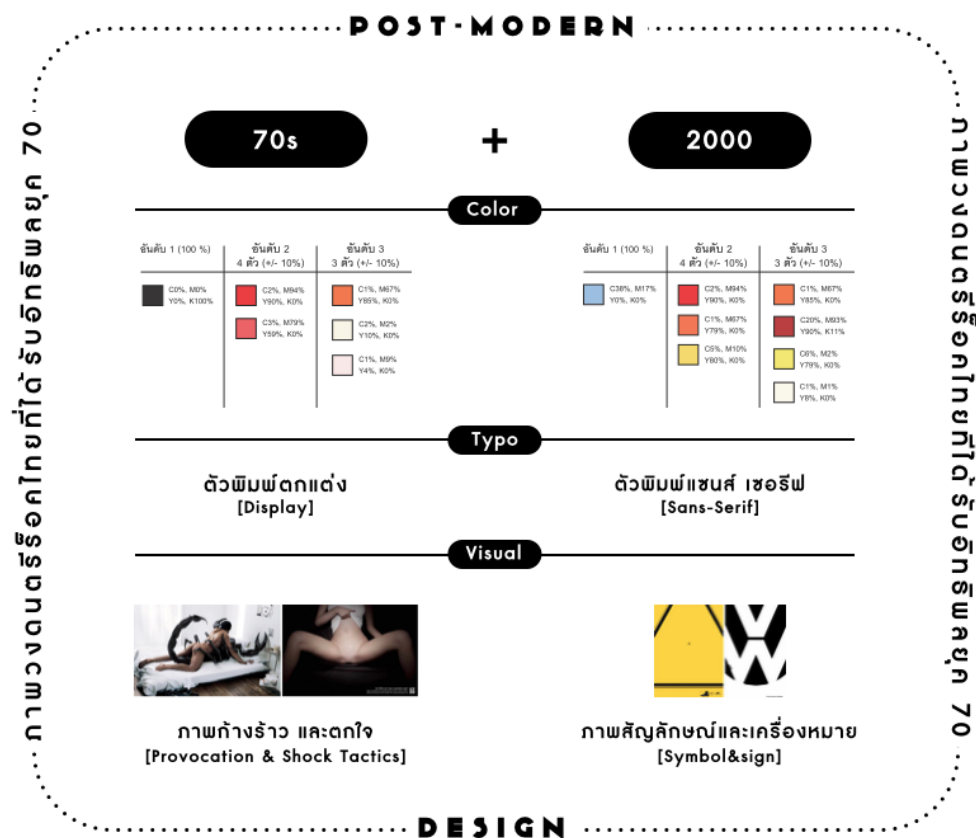
ตัวอักษรที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีหรือคยुक 70 ได้ดีที่สุดในอันดับที่ 1 และ 2 คือ ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) และ ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 52 เปอร์เซ็นต์ และร้อยละ 32 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ รองลงมา อันดับที่ 3 คือ ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอลด์ (Old Style), และตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 8 เปอร์เซ็นต์เท่ากัน โดยในอันดับที่ 1 เรื่องการตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) นั้น ซ้ำกันกับยุค 50 และ 60 (ดังรายละเอียดในตารางที่ 25)

3.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา

ภาพประกอบโฆษณาที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีหรือคยुक 70 ได้มากที่สุด คือ ภาพความก้าวร้าวและภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 22.2 เปอร์เซ็นต์ รองลงมา คือ ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre) และภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 14.8 เปอร์เซ็นต์ เท่ากัน รองลงมาคือ ภาพผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ทำเป็นอย่างอื่น (Alternative Uses) , ภาพเหนือจริง (Exaggeration), ภาพที่เปลี่ยนมุมมอง (A Change of Perspective) และภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 7.4 เปอร์เซ็นต์ เท่ากัน และสุดท้ายคือ ภาพที่เปลี่ยนรูปร่าง (Change The Product), ภาพการเล่นคำกับภาพ (Take It Literally), ภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง (Double Meanings), ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign) และภาพการเปรียบเทียบโดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 3.7 เปอร์เซ็นต์ เท่ากัน ซึ่งแตกต่างกันกับยุค 60 และ 50 (ดังรายละเอียดในตารางที่ 26)

บทสรุปในข้างต้นนั้นสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะความเป็นดนตรีหรือคยुक 70 ทั้งในเรื่องของการใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบโฆษณา ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีข้อสังเกตว่า โครงสร้างของเพลงมีอิสระและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น การใช้ภาษาที่คลุมเครือไม่ชัดเจน ด้วยเหตุนี้จึงสะท้อนออกมาในเรื่องของการใช้สีที่คล้ายคลึงกันกับยุค 50 กล่าวคือ มีทั้งโทนมืดและโทนวางในส่วนเรื่องของตัวอักษรก็จะเป็นตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) และการใช้ภาพประกอบโฆษณาที่เป็นภาพความก้าวร้าวและภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics) ซึ่งสะท้อนความต้องการสื่อสารถึงอารมณ์ ความคิด ความแปลกใหม่

จากบทสรุปที่ได้ผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์โดยใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ในเรื่องของสี ตัวอักษร และภาพประกอบโฆษณาสำหรับวงดนตรีร็อคของไทยในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลจากยุค 70 ได้ดังนี้



ภาพที่ 142 แผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อคไทยที่ได้รับอิทธิพลยุค 70

5.7.4.ดนตรีร็อคยุค 80

4.1 เรื่องการใช้สี

สีที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีร็อคยุค 80 ได้มากที่สุด หรือ ตรงกับตัวแทนสียุค 80 ที่มีค่าของ CMYK ตรงกัน 100% นั้นมีจำนวน 1 สี ซึ่งมีลักษณะในโทนมืด คือ สีดำ รองลงมาคือ สีที่มีค่าของ CMYK บวกลบ 4 ค่าไม่เกิน 10% มีจำนวน 4 สี ซึ่งมีลักษณะในโทนสว่าง และโทนอ่อน คือ สีแดง สีเหลือง สีฟ้า และสีส้มอ่อน ส่วนในอันดับสุดท้าย คือ ที่มีค่าของ CMYK บวกลบ 3 ค่าไม่เกิน 10% มีจำนวน 8 สี โดยเป็นสีที่มีลักษณะในโทนสว่าง และโทนอ่อน คือ สีขาว สีขาวอมฟ้า สีส้ม สีส้มอ่อน สีแดง สีม่วงอ่อน และสีเนื้อ โดยในภาพรวมค่อนข้างแตกต่างกันกับยุคที่ผ่านมา (ดังรายละเอียดในภาพที่ 137)

4.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร

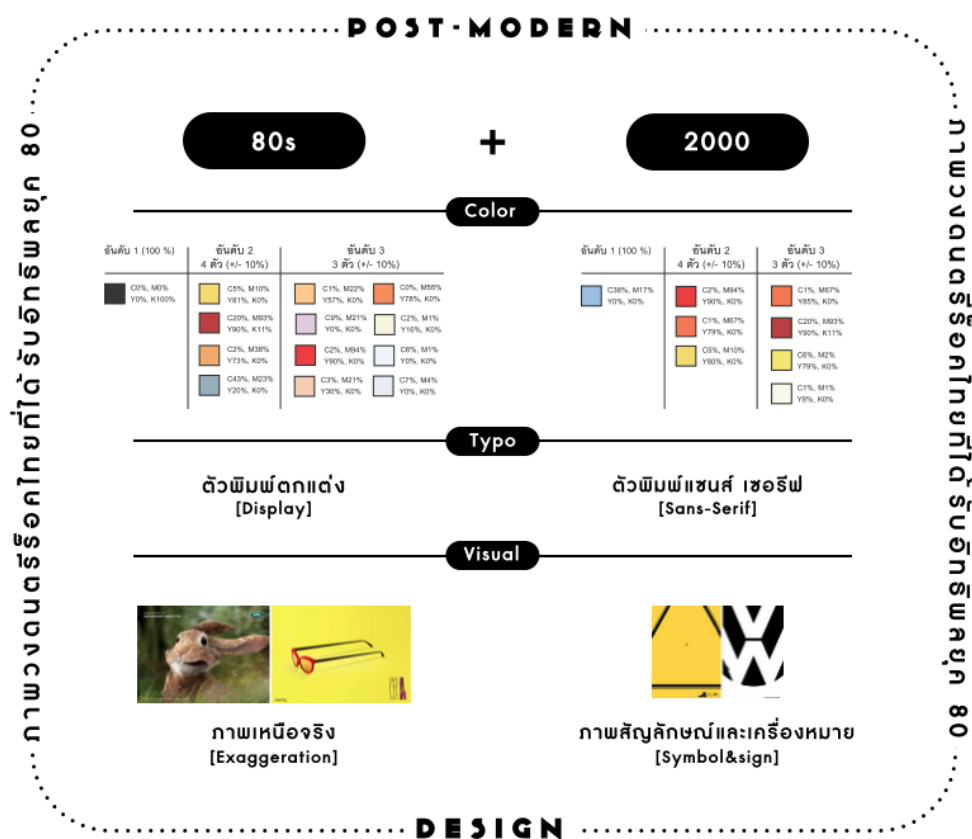
ตัวอักษรที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีร้อยละ 80 ได้ดีที่สุดในยุค 80 (Display Typeface) คิดเป็นร้อยละ 52.8 เปอร์เซ็นต์ รองลงมา คือ ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโมเดิร์น (Modern) คิดเป็นร้อยละ 19.8 เปอร์เซ็นต์ รองลงมา คือ ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface) คิดเป็นร้อยละ 13.2 เปอร์เซ็นต์ และสุดท้ายคือ ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบโอลด์ (Old Style) และตัวพิมพ์เซอริฟแบบทรานสิชันนอล (Transitional) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 6.6 เปอร์เซ็นต์ เท่ากัน โดยในอันดับที่ 1 เรื่องการตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) นั้น ซ้ำกันกับยุค 50 60 และ 70 (ดังรายละเอียดในตารางที่ 28)

4.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา

ภาพประกอบโฆษณาที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีร้อยละ 80 ได้มากที่สุด คือ ภาพเหนือจริง (Exaggeration) คิดเป็นร้อยละ 31.25 เปอร์เซ็นต์ รองลงมา คือ ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre) และ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 18.25 เปอร์เซ็นต์ เท่ากัน รองลงมา คือ ภาพการซ้ำหรือเพิ่มจำนวน (Repetition and Accumulation) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 12.5 เปอร์เซ็นต์ และสุดท้าย คือ ภาพการหยอกล้อและภาพล้อเลียน (Spoofs and Parodies), ภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง (Double Meanings) และภาพที่ไม่มีคำบรรยาย (Without Words) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 6.25 เปอร์เซ็นต์ เท่ากัน(ดังรายละเอียดในตารางที่ 29)

บทสรุปในช่วงต้นนั้นสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะความเป็นดนตรีร้อยละ 80 ทั้งในเรื่องของการใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบโฆษณา ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีข้อสังเกตว่าเนื้อหาของเพลงมีตั้งแต่เนื้อหาหายาก ลามก เรื่องเพศ ไปจนถึงเสียงที่เบาจนแทบจะไม่ได้ยิน มีการแต่งกายที่แปลกประหลาดไม่สนใจต่อระเบียบหรือกฎใดๆ ทั้งสิ้น ด้วยเหตุนี้จึงสะท้อนออกมาในเรื่องของการใช้สีที่หลากหลาย กล่าวคือ มีทั้งโทนมืด โทนมัว และที่เพิ่มเติม คือ โทนมืด ในส่วนของเรื่องของตัวอักษรก็จะเป็นตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) เป็นหลัก ดังเช่นในยุคที่ผ่านมา และการใช้ภาพประกอบโฆษณาที่เป็นภาพความก้าวร้าวและภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics) ภาพเหนือจริง (Exaggeration) และ ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre) และ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign) ซึ่งสะท้อนถึงความแปลกประหลาด และไม่สนใจต่อระเบียบหรือกฎใดๆ

จากบทสรุปที่ได้ผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์โดยใช้ องค์ประกอบทางเรขศิลป์ในเรื่องของสี ตัวอักษร และภาพประกอบโฆษณาสำหรับวงดนตรีร็อคของไทยในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลจากยุค 80 ได้ดังนี้



ภาพวงดนตรีร็อคไทยที่ได้รับอิทธิพลยุค 80

ยุค 80 ได้รับอิทธิพลวงดนตรีร็อคไทย

ภาพที่ 143 แผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อคไทยที่ได้รับอิทธิพลยุค 80

5.7.5.ดนตรีร็อคยุค 90

5.1 เรื่องการใช้สี

สีที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีร็อคยุค 90 ได้มากที่สุด หรือ ตรงกับตัวแทนสียุค 90 ที่มีค่าของ CMYK ตรงกัน 100% นั้นมีจำนวน 2 สี ซึ่งมีลักษณะในโทนมืด คือ สีดำ และ โทนมืด คือ สีฟ้า รองลงมาคือ สีที่มีค่าของ CMYK บวกลบ 4 ค่าไม่เกิน 10% มีจำนวน 1 สี ซึ่งมีลักษณะในโทนสด คือ สีแดง ส่วนในอันดับสุดท้าย คือ ที่มีค่าของ CMYK บวกลบ 3 ค่าไม่เกิน 10% มีจำนวน 9 สี โดยเป็นสีที่มีลักษณะหลักในโทนอ่อน คือ สีขาว สีขาวอมฟ้า สีฟ้า สีฟ้าอ่อน สีส้มอ่อน สีเนื้อ และสีเหลืองอ่อน โดยในภาพรวมค่อนข้างแตกต่างกันกับยุคที่ผ่านมา (ดังรายละเอียดในภาพที่ 138)

5.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร

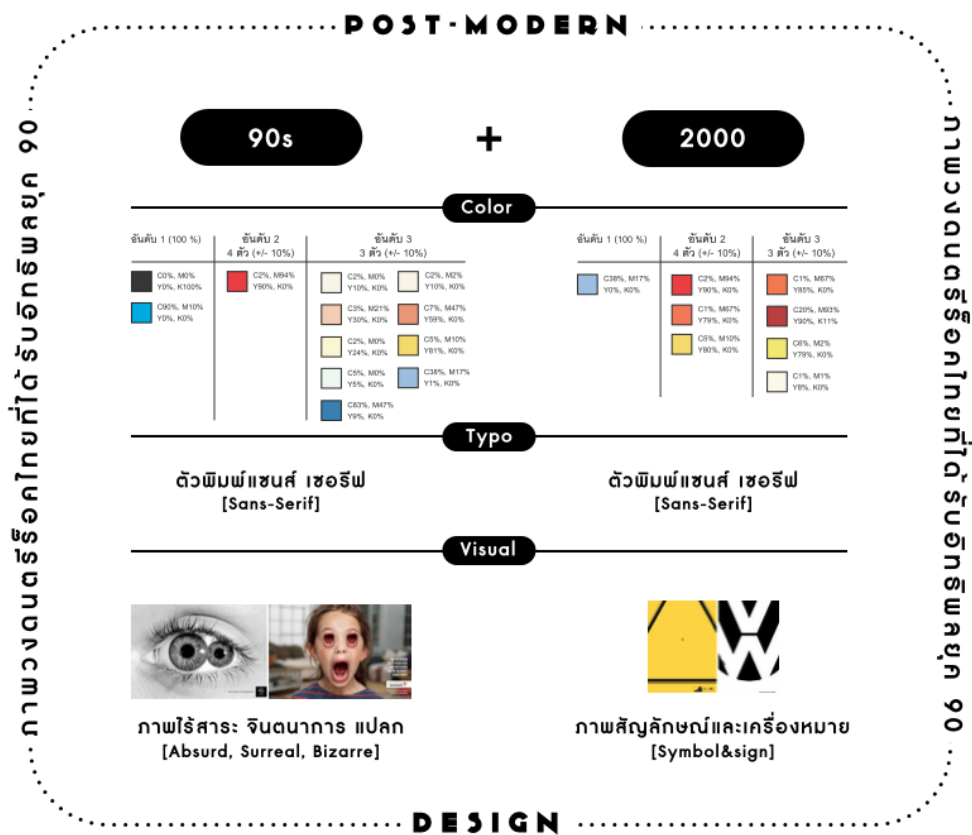
ตัวอักษรที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีหรือยุค 90 ได้ดีที่สุด คือ ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 49.8 เปอร์เซนต์ รองลงมา คือ ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 24.9 เปอร์เซนต์ และรองลงมา คือ ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบบ โมเดิร์น (Modern) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.6 เปอร์เซนต์ และสุดท้าย คือ ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typeface) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 8.3 เปอร์เซนต์ โดยในอันดับแรกค่อนข้างแตกต่างกันกับ ยุคที่ผ่านมา (ดังรายละเอียดในตารางที่ 31)

5.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา

ภาพประกอบโฆษณาที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีหรือยุค 90 ได้มากที่สุด คือ ภาพ เหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre), ภาพ สัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign), ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories) และภาพ ความก้าวร้าวและภาพที่ทำให้ตกใจ (Provocation and Shock Tactics) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.6 เปอร์เซนต์ และรองลงมา คือ ภาพการเปรียบเทียบโดยการวางชิดติดกัน (Comparative Juxtaposition), ภาพเหนือจริง (Exaggeration), ภาพที่แปลความหมายได้หลายอย่าง (Double Meanings) และภาพการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่ตรงข้าม (Turn It Right Around) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็น ร้อยละ 8.3 เปอร์เซนต์ เท่ากัน (ดังรายละเอียดในตารางที่ 32)

บทสรุปในข้างต้นนั้นสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะความเป็นดนตรีหรือยุค 90 ทั้งในเรื่องของสี การใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบโฆษณา ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีข้อสังเกตว่า เป็น ยุคที่หลีกเลี่ยงจากรูปแบบ ความซ้ำซากหรือเป้าหมายทางการตลาด มีการใช้สัญลักษณ์ทางเพศ ผวนก กับความรุนแรงตามความต้องการวัยรุ่น ด้วยเหตุนี้จึงสะท้อนออกมาในเรื่องของการใช้สีที่หลากหลาย และแตกต่างกว่าในยุคที่ผ่านมา ในส่วนเรื่องของตัวอักษรก็จะเป็นตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface) เป็นหลัก และการใช้ภาพประกอบโฆษณาที่เป็นภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพใน จินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre), ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign), ภาพบอกเรื่องราว (Telling Stories) และภาพความก้าวร้าวและภาพที่ทำให้ ตกใจ (Provocation and Shock Tactics) ซึ่งสะท้อนถึงอุดมการณ์ศิลปิน การหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก

จากบทสรุปที่ได้ผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างเป็นแผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์โดยใช้ องค์ประกอบทางเรขศิลป์ในเรื่องของสี ตัวอักษร และภาพประกอบโฆษณาสำหรับวงดนตรีหรือของ ไทยในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลจากยุค 90 ได้ดังนี้



ภาพที่ 144 แผนภาพในการออกแบบเรขาคณิตสำหรับดนตรีร็อกไทยที่ได้รับอิทธิพลยุค 90

5.7.6.ดนตรีร็อกยุค 2000 ถึงปัจจุบัน

6.1 เรื่องการใช้สี

สีที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีร็อกยุค 2000 ได้มากที่สุด หรือ ตรงกับตัวแทนสียุค 2000 ที่มีค่าของ CMYK ตรงกัน 100% นั้นมีจำนวน 1 สี ซึ่งมีลักษณะในโทนอ่อนและสดใส คือ สีฟ้าอ่อน รองลงมาคือ สีที่มีค่าของ CMYK บวกลบ 4 ค่าไม่เกิน 10% มีจำนวน 3 สี ซึ่งมีลักษณะในโทนสด คือ สีแดง สีส้ม และสีเหลือง ส่วนในอันดับสุดท้าย คือ ที่มีค่าของ CMYK บวกลบ 3 ค่าไม่เกิน 10% มีจำนวน 4 สี โดยเป็นสีที่มีลักษณะหลักในโทนสดใส ทั้งอ่อนและเข้ม คือ สีขาว สีเหลืองอ่อน สีแดง และสีส้ม โดยในภาพรวมค่อนข้างคล้ายคลึงกับยุคที่ผ่านมา (ดังรายละเอียดในภาพที่ 139)

6.2 เรื่องการใช้ตัวอักษร

ตัวอักษรที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีร็อกยุค 2000 ได้ดีที่สุด คือ ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typeface) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 66.4 เปอร์เซนต์ รองลงมา คือ ตัวพิมพ์แบบ

เซอร์ฟ แบบโอลด์ (Old Style) และ ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Typeface) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.6 เปอร์เซ็นต์ เท่ากัน (ดังรายละเอียดในตารางที่ 34)

6.3 เรื่องภาพประกอบโฆษณา

ภาพประกอบโฆษณาที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นดนตรีร็อกยุค 2000 ได้มากที่สุด คือ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign) และ ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 33.2 เปอร์เซ็นต์ และรองลงมา คือ ภาพเหนือจริง (Exaggeration) และ ภาพการซ้ำหรือเพิ่มจำนวน (Repetition and Accumulation) ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.6 เปอร์เซ็นต์ เท่ากัน (ดังรายละเอียดในตารางที่ 35)

บทสรุปในข้างต้นนั้นสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะความเป็นดนตรีร็อกยุค 2000 ทั้งในเรื่องของการใช้ตัวอักษร และเรื่องของการใช้ภาพประกอบโฆษณา ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีข้อสังเกตว่าเป็นยุคที่มีการสื่อสารด้วยอารมณ์ มีการผสมผสานของแนวดนตรีร็อกเพิ่มมากยิ่งขึ้น เน้นโทนเสียงต่ำ มีความเป็นนามธรรม และวนเวียนในความรู้สึกของตนเอง ด้วยเหตุนี้จึงสะท้อนออกมาในเรื่องของการใช้สีที่หลากหลาย ในโทนสดใส ทั้งอ่อนและเข้ม ส่วนเรื่องของตัวอักษรก็จะเป็นตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอร์ฟ (Sans-Serif Typeface) เป็นหลัก และการใช้ภาพประกอบโฆษณาที่เป็นภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (Symbols and sign) และ ภาพเหลวไหลไร้สาระ, ภาพในจินตนาการ, ภาพแปลกประหลาด (Absurd, Surreal, Bizarre) ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นนามธรรม และวนเวียนในความรู้สึกของตนเอง

จากบทสรุปที่ได้ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นยุคหลักเพื่อตั้งต้นในการสร้างเป็นแผนภาพในการออกแบบเรขศิลป์โดยใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ในเรื่องของสี ตัวอักษร และภาพประกอบโฆษณา สำหรับวงดนตรีร็อกของไทยที่ได้รับอิทธิพลจากยุคต่างๆ โดยนำข้อมูลองค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่สรุปที่ได้ในยุคปัจจุบันของวงดนตรีร็อกไทยนั้นเป็นหลัก แล้วจึงนำข้อมูลองค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่สรุปที่ได้ในยุคที่ได้รับอิทธิพลมาผสมผสานเข้าด้วยกัน ยกตัวอย่างเช่น เมื่อนำองค์ประกอบทางเรขศิลป์ยุคปัจจุบันผสมผสานกับองค์ประกอบทางเรขศิลป์ยุค 80 โดยเป็นการหยิบยกองค์ประกอบทางเรขศิลป์จากทั้งยุคอดีตและยุคปัจจุบันทั้งสองมาผสมกันโดยไม่เลือกเฉพาะยุคใดยุคหนึ่งนั้นก็จะได้ภาพของวงดนตรีร็อกของไทยที่ได้รับอิทธิพลทางดนตรีในยุค 80 เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยเรื่องการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อความหมายทางดนตรีร็อคในแต่ละยุคโดยใช้แนวคิดหลังสมัยใหม่นั้น เป็นการศึกษาวิจัยในภาพรวมของดนตรีร็อคในแต่ละยุค ซึ่งในรายละเอียดแล้ว ในแต่ละยุคจะมีความน่าสนใจในหลายๆ ปัจจัยทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และดนตรี ที่มีผลต่อการออกแบบในแต่ละยุค ดังนั้นหากว่ามีการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคตนั้น ควรมีการศึกษาวิจัยเฉพาะเจาะจง หรือศึกษาลึกไปในยุคใดยุคหนึ่ง ผลที่ได้รับจะมีความละเอียด เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

2. กระบวนการวิจัยเรื่องการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อความหมายทางดนตรีร็อคในแต่ละยุคโดยใช้แนวคิดหลังสมัยใหม่นั้น คาดว่าน่าจะเป็นประโยชน์สำหรับแนวทางในการวิจัยอื่นๆ ที่ใกล้เคียง โดยสามารถประยุกต์ หรือปรับใช้กับแนวดนตรีอื่นๆ อีกมากมายในปัจจุบันได้ อาทิเช่น แนวดนตรีป๊อบ แนวดนตรีแจ๊ส แนวดนตรีคันทรี่ แนวดนตรีบลูส์ แนวดนตรีโซล หรือแนวอื่นๆ เป็นต้น

บทที่ 6

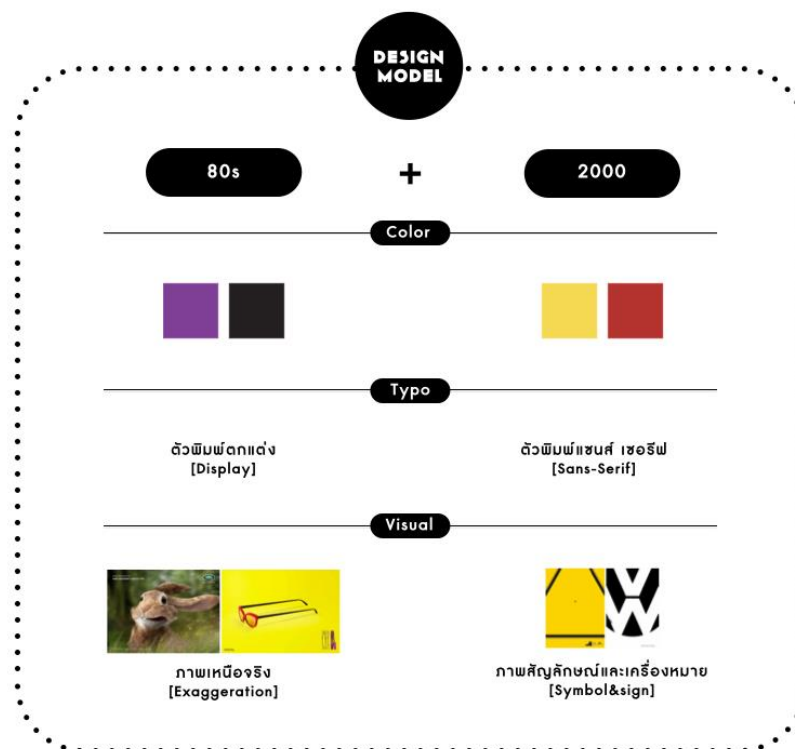
การออกแบบ

การออกแบบในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำผลของงานวิจัยที่ได้ นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ ในกรณีศึกษาที่ผู้วิจัยคัดเลือกมา โดยมีเกณฑ์ที่อิงจากปัญหาของงานวิจัย เพื่อให้สามารถพิสูจน์ทราบ ได้ว่าคำตอบของงานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ได้จริง และเพื่อเป็นการตอบปัญหาของการวิจัยใน ครั้งนี้ กล่าวคือ เนื่องมาจากการออกแบบเรขศิลป์ของวงดนตรีร็อกของไทยในปัจจุบันนั้นไม่สะท้อน คุณลักษณะทางดนตรีที่แท้จริงที่เป็นลูกผสมของดนตรีร็อกในปัจจุบันกับกลิ่นอายดนตรีร็อกใน อดีต จึงเป็นผลให้งานออกแบบเรขศิลป์นั้นยังคงไม่แตกต่าง และสะท้อนลักษณะดนตรีที่แท้จริงด้วยเหตุนี้ การใช้การออกแบบทางเรขศิลป์แบบใด ร่วมกับแนวคิดหลังสมัยใหม่อย่างไร ที่จะสามารถสื่อสาร และ สร้างเอกลักษณ์ให้กับวงดนตรีร็อกของไทยได้

ขั้นตอนในการออกแบบนั้น เริ่มจากการคัดเลือกวงดนตรีร็อกของไทยเพื่อมาใช้เป็น กรณีศึกษา โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้

1. เป็นวงดนตรีร็อกของไทยที่มีอยู่จริง
2. เป็นวงดนตรีร็อกของไทยที่มีคุณลักษณะทางดนตรีของวงเป็นลูกผสม คือ เป็นดนตรีร็อก ในยุคใดยุคหนึ่งในอดีตผสมปัจจุบัน

โดยเมื่อได้วงดนตรีร็อกของไทยที่เป็นกรณีศึกษาแล้ว จะมีการนำข้อมูลของวงดนตรีร็อกของ ไทยวงนี้มาเชื่อมโยงกับผลการวิจัยตามยุคที่เป็นคุณลักษณะทางดนตรีของวงนั้นๆ เช่น เป็นวงดนตรี ร็อกของไทยที่มีคุณลักษณะทางดนตรีเป็นดนตรีร็อกลูกผสมระหว่างดนตรีร็อกยุค 80 กับยุคปัจจุบัน โดยเรื่องของแนวคิดการออกแบบนั้นผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยที่ได้จากองค์ประกอบเรขศิลป์ยุค 80 และ องค์ประกอบเรขศิลป์ยุคปัจจุบันโดยเป็นการเลือกองค์ประกอบของทั้งสองยุคมาผสมผสานกัน ไม่หยิบยืมมาใช้เพียงยุคใดยุคหนึ่ง โดยมีรายละเอียดดังภาพประกอบการออกแบบ ดังนี้



ภาพที่ 145 ภาพแนวความคิดการผสมผสานองค์ประกอบเรขศิลป์ในการออกแบบ

จากภาพในข้างต้นผู้วิจัยได้หยิบยกสีเรื่องที่ได้คือ สีม่วง และดำที่ได้จากยุค 80 ผสมผสานกับ สีเหลือง และแดงที่ได้จากยุคปัจจุบัน รวมไปถึงเรื่องของตัวอักษรตัวพิมพ์ตกแต่งที่ได้จากยุค 80 และ ตัวพิมพ์แซนส์ เซอริฟที่ได้จากยุคปัจจุบัน ในส่วนเรื่องของภาพประกอบโฆษณานั้นได้ภาพเหนือจริง จากยุค 80 และภาพสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายจากยุคปัจจุบันนำมาใช้ในการออกแบบในครั้งนี้ โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดเพื่อจัดทำ Design Brief ซึ่งจะเป็นแนวทางไปสู่การออกแบบเรขศิลป์ เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่สามารถสื่อสาร และสะท้อนลักษณะของดนตรีร็อกของไทย ที่นำมาเป็นกรณีศึกษาได้ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้

6.1 แบบสรุปทางการออกแบบ

6.1.1 กรณีศึกษา

วง The Ghost Cat (เดอะ โกลส แคท) เป็นวงที่เริ่มต้นด้วยของความหลงใหลในเสน่ห์ของ แนวดนตรี New Wave (นิว เวฟ) ในยุค 80s มาสู่การรวมตัวกันของศิลปินต่างๆผู้มากไปด้วย ความสามารถ ซึ่งประกอบไปด้วย ก๊อ ญฐพล ศรีจอมขวัญ (มือเบสจากวง Groove Riders), มาตรฐานชัย มะกรุดทอง (มือกลองจากวง Groove Riders), เท็ดดี้ ธีรุตล ธีโอดอร์ แกสตัน (มือกีตาร์จาก วง Flure), พีท พรพิชา ต้นสกุล (มือ Synthesizer จากวง Blissonic) และวิน ศิริวงศ์ (ร้องนำจากวง

Squeez Animal) ก่อตั้งเป็นวงดนตรีที่อัดแน่นไปด้วยสี่สัณทางดนตรี ซึ่งเน้นความเรียบง่าย แต่แฝงไปด้วยความเท่ผ่านเสียงดนตรีที่สร้างความแปลกใหม่สำหรับคนฟัง โดยที่มาของชื่อวงมาจาก เสือภูเขาชนิดหนึ่งที่มีนิสัยขี้อาย แต่มีความสง่างาม ลึกลับน่าค้นหา นอกจากนี้เสือภูเขายังเป็นสัตว์นำโชคที่ไม่สามารถพบเห็นได้ตามปกติ แต่ถ้าใครได้เห็นถือว่าโชคดีมาก ๆ เนื่องจากเสือชนิดนี้ยากที่ใครจะสามารถพบเจอ เปรียบเสมือนแนวดนตรีของพวกเขาที่ไม่ค่อยมีใครเคยเห็น แต่ถ้าได้ฟังแล้วจะรู้สึกได้ถึงเสน่ห์ น่าค้นหา

นิยามของแนวดนตรีของวงนี้ คือ แนว New Wave (นิว เวฟ) ซึ่งเป็นแนวดนตรีที่ได้รับอิทธิพลมาจาก ฟังก์ร็อก ผสมผสานกับชาวัดดนตรีอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วยสร้างสีสัน มีความชัดเจนของเสียงเบส และกลอง หากแต่เราสามารถฟังได้ง่าย เข้าถึงอารมณ์เพลงและท่วงทำนองได้ ด้านภาพรวมของดนตรีนั้นเน้นความเรียบง่าย เพิ่มเติมด้านการออกแบบเสียงสังเคราะห์จากเครื่องซินธิไซเซอร์ หรือการเล่นกีตาร์ ผสานกับเสียงร้องที่ช่วยสร้างความชัดเจนให้กับอารมณ์ของเพลง อันสะท้อนกลิ่นอายของอิทธิพลดนตรีร็อกในยุค 80 อย่างชัดเจน

6.1.2 กลุ่มเป้าหมาย

กายภาพ

- ชาย/หญิง อายุ 18-24
- อาศัยในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล
- กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา และ เพิ่งเริ่มทำงาน
- รายได้ตั้งแต่ 8,000-15,000 บาทต่อเดือน

จิตภาพ

- รักอิสระ เป็นตัวของตัวเอง สนใจในงานดนตรีที่มีความแตกต่าง
- ติดตามข่าวสารผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันที่เกี่ยวกับงานดนตรี หรือเพลง
- ชอบ หรือสนใจในแนวเพลงร็อกของไทย
- สะสม หรือสนับสนุนผลงานดนตรีร็อกของไทย

6.1.3 สารที่ต้องการจะสื่อ

ความงามที่อำพราง (Camouflage)

6.1.4 เหตุผลสนับสนุน

ชื่อของวงมาจากเสือภูเขาชนิดหนึ่งที่มีนิสัยขี้อาย แต่มีความสง่างาม ลึกลับน่าค้นหา นอกจากนี้เสือภูเขายังเป็นสัตว์นำโชคที่ไม่สามารถพบเห็นได้ตามปกติ เนื่องจากเสือชนิดนี้ยากที่ใครจะสามารถพบเจอ เปรียบเสมือนแนวดนตรีของพวกเขาที่ไม่ค่อยมีใครเคยเห็น แต่ถ้าได้ฟังแล้วจะรู้สึกได้ถึงเสน่ห์ น่าค้นหา

6.1.5 อารมณ์ความรู้สึก

1. มีชีวิตชีวา (Lively)
2. ลึกลับ, น่าค้นหา (Mysterious)
3. มีเสน่ห์, น่าหลงใหล (Charming)

6.1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถใช้ออกแบบทางเรขศิลป์ที่เหมาะสม ในการสื่อสารคุณลักษณะทางดนตรี ลูกผสมทางดนตรีของวงดนตรีร็อกในปัจจุบัน ที่ได้รับอิทธิพลของดนตรีร็อกในอดีต ได้อย่างแตกต่าง และเหมาะสม
2. กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจ และสามารถเห็นถึงความแตกต่างของวงร็อกของไทยที่มีคุณลักษณะทางดนตรีเป็นลูกผสมในแต่ละยุคได้

6.1.7 สื่อที่ใช้

สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อประชาสัมพันธ์ผลงานทางดนตรี และงานคอนเสิร์ต

6.2 ผลการออกแบบ

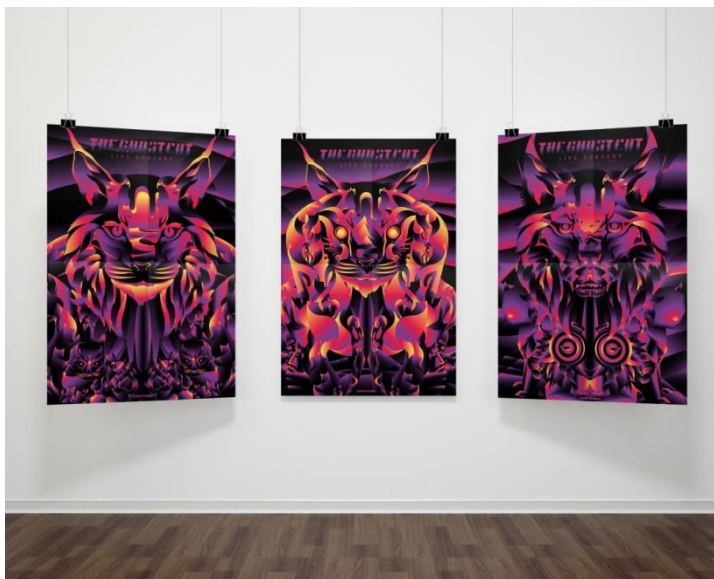
แนวคิดในการออกแบบนั้นต้องการจะสะท้อนให้เห็นถึงความงามที่ถูกอำพราง หรือซ่อนเร้นตามสารที่ต้องการจะสื่อ โดยผู้วิจัยได้ออกแบบโดยนำเอาภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมาย (ผลที่ได้จากยุคปัจจุบัน) ซึ่งเป็นตัวแทนที่ดีที่จะสื่อถึงชื่อของวงนั้นก็คือ “แมว” นำมาเป็นตัวนำเนินเรื่องราวในการสื่อสาร แล้วจึงนำเรขศิลป์ของแมว ผูกพร้อมกับสัญลักษณ์ทางดนตรีที่ได้นำมาซ้อนทับ ปิดบัง และรวมไว้ด้วยกันจำนวนหนึ่งมาจัดองค์ประกอบของภาพ โดยเป็นการซ้อนทับกันเพื่อให้เกิดลักษณะของการอำพราง ซ่อนเร้น จนเมื่อมองภาพนี้ออกมาไกลๆ ก็จะเป็นคนมีหัวเป็นแมว แต่ถ้าหากเราเข้าไปในระยะใกล้ๆ แล้วนั้นก็จะเป็นแมวสองตัวหันหน้าเข้าหากัน ซึ่งถ้าหากผู้ชมมองลึกลงไปอีกก็จะเห็นรายละเอียดที่เป็นแมวและสัญลักษณ์ทางดนตรีถูกจับวางองค์ประกอบซ้อนทับกันเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นการตอบโจทยภาพที่มีลักษณะที่เหนือจริง (ผลที่ได้จากยุค 80) ซึ่งมีลักษณะที่เกินกว่าความเป็นจริงจากการซ้อนทับกันของรูป เพื่อสื่อสารถึงความงามที่ถูกอำพรางซ่อนอยู่ภายใน ส่วนในเรื่องของสีนั้นผู้วิจัยได้ใช้สีจำนวน 4 สี โดยหยิบยกสีม่วง สีดำ (ผลที่ได้จากยุค 80) และสีแดง สีเหลือง (ผลที่ได้จากยุคปัจจุบัน) มาผสมผสานเข้าด้วยกัน ซึ่งทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกถึงความลึกลับ และมีเสน่ห์ในมุมหนึ่ง และความมีชีวิตชีวาในมุมอีกด้านหนึ่ง และในเรื่องของตัวอักษรนั้นผู้วิจัยได้ออกแบบให้มีลักษณะเป็นลูกผสมของตัวพิมพ์แซนส์ เซอริฟเป็นหลักแล้วจึงเพิ่มลูกเล่นของตัวพิมพ์แบบตกแต่ง ซ้อนทับเป็นเนื้อเดียวกันเพื่อให้เกิดลักษณะของรอยกรงเล็บของแมวที่มีอยู่สามขีดลากผ่าน โดยจากแนวคิดในการออกแบบทั้งหมดที่ได้กล่าวมานั้นผู้วิจัยต้องการจะออกแบบสื่อสารถึงสารที่ต้องการจะสื่อคือ ความงามที่ถูกอำพรางเป็นหลัก ภายใต้อารมณ์ความรู้สึกลึกลับ มีเสน่ห์ และมีชีวิตชีวา โดยมีเบื้องหลังเป็นสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ต้องการสื่อถึงความเป็นดนตรีซ่อนเร้นอยู่ ซึ่งทั้งหมดนั้นอยู่ภายใต้แนวคิดในการออกแบบของหลักการ และแนวคิดหลังสมัยใหม่ทั้งสิ้น



ภาพที่ 146 ภาพการออกแบบเรขาคณิตสำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (ศิย์ วิชวล)

6.2.1 การออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (PR. Media)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ชนิดแคมเปญโปสเตอร์ 3 แบบที่เกิดจากการปิดบัง ซ่อนเร้น ซ้อนทับกัน รวมกัน ตลอดจนแยกออกจากกันจนได้ภาพที่สมบูรณ์ทั้ง 3 ภาพ โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกลาง (Medium Shot)



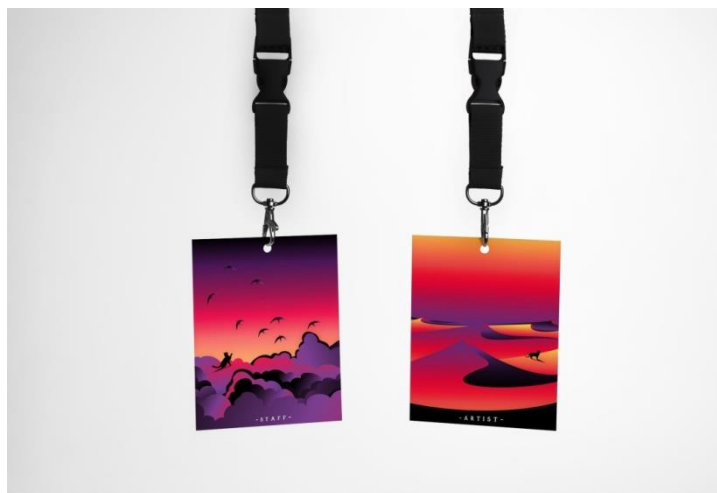
ภาพที่ 147 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (โปสเตอร์)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ชนิดบัตรคอนเสิร์ต ซึ่งเกิดจากการออกแบบในลักษณะของการลดทอนให้เกิดความหมายของภาพในเชิงสัญลักษณ์มากยิ่งขึ้น โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกว้าง (Long Shot)



ภาพที่ 148 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (บัตรคอนเสิร์ต)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ชนิดบัตรห้อยคอสำหรับทีมงานและศิลปิน ซึ่งเกิดจากการออกแบบในลักษณะของการลดทอนให้เกิดการสื่อความหมายของภาพในเชิงสัญลักษณ์ โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกว้าง (Long Shot)



ภาพที่ 149 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (บัตรทีมงานและศิลปิน)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ชนิดภาพโฆษณาในนิตยสาร ซึ่งเกิดจากการออกแบบในลักษณะของการลดทอนให้เกิดการสื่อความหมายของภาพในเชิงสัญลักษณ์ โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกว้าง (Long Shot)



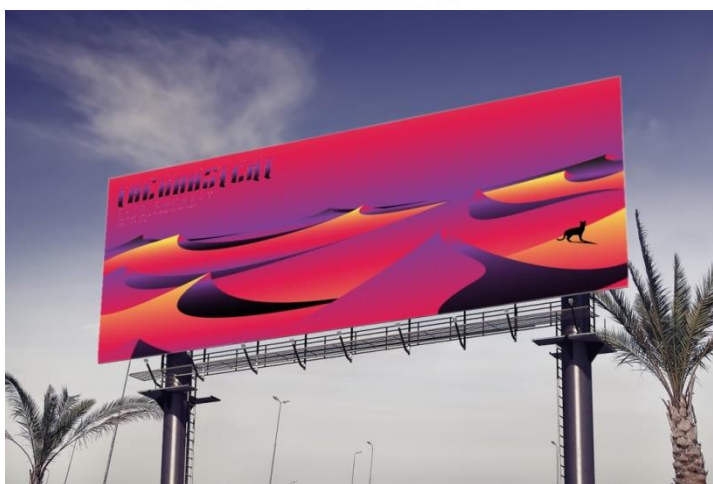
ภาพที่ 150 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (โฆษณาในนิตยสาร)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ชนิดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ซึ่งเกิดจากการออกแบบในลักษณะของการลดทอนให้เกิดการสื่อความหมายของภาพในเชิงสัญลักษณ์ โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกว้าง (Long Shot)



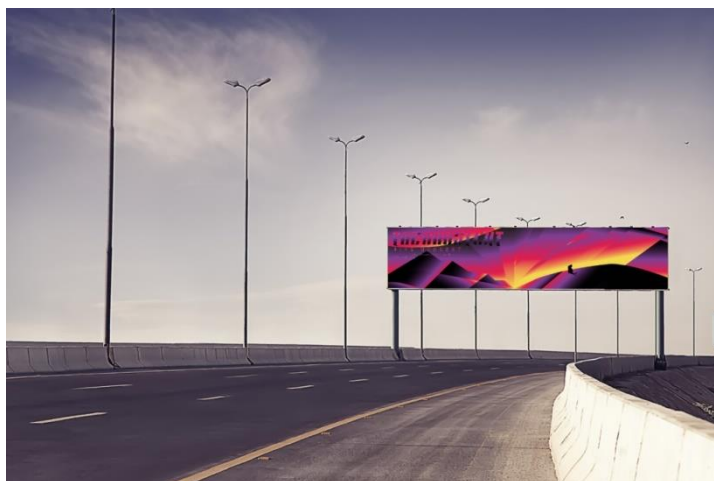
ภาพที่ 151 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ชนิดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่แนวยาว ซึ่งเกิดจากการออกแบบในลักษณะของการลดทอนให้เกิดการสื่อความหมายของภาพในเชิงสัญลักษณ์ โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกว้าง (Long Shot)



ภาพที่ 152 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ชนิดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่แนวยาว ซึ่งเกิดจากการออกแบบในลักษณะของการลดทอนให้เกิดการสื่อความหมายของภาพในเชิงสัญลักษณ์ โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกว้าง (Long Shot)



ภาพที่ 153 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ชนิดป้ายโฆษณาห่อหุ้มรถบัส ซึ่งเกิดจากการออกแบบในลักษณะของการลดทอนให้เกิดการสื่อความหมายของภาพในเชิงสัญลักษณ์ โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกว้าง (Long Shot)



ภาพที่ 154 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ (บนตัวรถ)

6.2.2 การออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลงานดนตรี และของที่ระลึก (Merchandise & Souvenir)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึกงานคอนเสิร์ต “กระเป๋่า” ซึ่งเกิดจากการออกแบบในลักษณะของการลดทอนให้เกิดการสื่อความหมายของภาพในเชิงสัญลักษณ์ โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกว้าง (Long Shot)



ภาพที่ 155 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (กระเป๋่า)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลงานทางดนตรีแผ่นไวนิล “อีพีอัลบั้ม” ซึ่งเกิดจากการออกแบบในลักษณะของการทับ ปิดบัง ซ่อนเร้นให้เกิดการสื่อความหมายของสารที่สะท้อนถึงความงามที่ถูกอำพราง โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดใกล้ (Close-up Shot)



ภาพที่ 156 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับแผ่นเสียง อีพี อัลบั้ม

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลงานทางดนตรีแผ่นมินิไวเนิล “ซิงเกิ้ลที่ 1” ซึ่งเกิดจากการออกแบบในลักษณะของการทับ ปิดบัง ซ่อนเร้น ผ่านองค์ประกอบจากภาพหลักที่สื่อสารความหมายของเพลง “วันฟ้ามีว (Gloom)” โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดใกล้ (Close-up Shot)



ภาพที่ 157 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับแผ่นเสียง ซิงเกิ้ล 1

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลงานทางดนตรีแผ่นมินิไวเนิล “ซิงเกิ้ลที่ 2” ซึ่งเกิดจากการออกแบบในลักษณะของการทับ ปิดบัง ซ่อนเร้น ผ่านองค์ประกอบจากภาพหลักที่สื่อสารความหมายของเพลง “นานไปแล้ว (Way To Long)” โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดใกล้ (Close-up Shot)



ภาพที่ 158 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับแผ่นเสียง ซิงเกิ้ล 2

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลงานทางดนตรีแผ่นมินิไวเนล “ซิงเกิ้ลที่ 3” ซึ่งเกิดจากการออกแบบในลักษณะของการทับ ปิดบัง ซ่อนเร้น ผ่านองค์ประกอบจากภาพหลักที่สื่อสารความหมายของเพลง “เธอควรคิดถึงฉัน (You Should think of Me)” โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดใกล้ (Close-up Shot)



ภาพที่ 159 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับแผ่นเสียง ซิงเกิ้ล 3

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึกงานคอนเสิร์ต “เสื่อ” ซึ่งเกิดจากการดึงเอาองค์ประกอบที่ถูกรับ ปิดบัง ซ่อนเร้นอยู่เปิดเผยออกมาผ่านฉากหลังเสื่อสีขาว โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกลาง (Medium Shot)



ภาพที่ 160 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (เสื่อ)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึกงานคอนเสิร์ต “กรอบโทรศัพท์มือถือ” ซึ่งเกิดจากการดึงเอาองค์ประกอบบางส่วนที่สำคัญโดยออกแบบให้มีการทับกัน ปิดบัง หรือเปิดเผยบางส่วนที่สื่อสารถึงสัญลักษณ์ของวง โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดใหญ่ (Close-up Shot)



ภาพที่ 161 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (กรอบโทรศัพท์มือถือ)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึกงานคอนเสิร์ต “เข็มกลัด” ซึ่งเกิดจากการดึงเอาองค์ประกอบบางส่วนที่สำคัญมาจัดวางเพื่อสื่อสารถึงสัญลักษณ์ของวง โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดใหญ่่มาก (Extreme Close-up Shot)



ภาพที่ 162 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (เข็มกลัด)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึกงานคอนเสิร์ต “โปสการ์ด” ซึ่งเกิดจากการปิดบัง ซ่อนเร้น ซ้อนทับกัน รวมกัน ตลอดจนแยกออกจากกันจนได้ภาพที่สมบูรณ์ และสื่อสารความหมายของความงามที่ถูกอำพราง โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกลาง (Medium Shot)



ภาพที่ 163 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (โปสการ์ด 1)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึกงานคอนเสิร์ต “โปสการ์ด” ซึ่งเกิดจากการปิดบัง ซ่อนเร้น ซ้อนทับกัน รวมกัน ตลอดจนแยกออกจากกันจนได้ภาพที่สมบูรณ์ และสื่อสารความหมายของความงามที่ถูกอำพราง โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกลาง (Medium Shot)



ภาพที่ 164 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (โปสการ์ด 2)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึกงานคอนเสิร์ต “โปสการ์ด” ซึ่งเกิดจากการปิดบัง ซ่อนเร้น ซ้อนทับกัน รวมกัน ตลอดจนแยกออกจากกันจนได้ภาพที่สมบูรณ์ และสื่อสารความหมายของความงามที่ถูกอำพราง โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกลาง (Medium Shot)



ภาพที่ 165 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (โปสการ์ด 3)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึกงานคอนเสิร์ต “โปสการ์ด” ซึ่งเกิดจากการปิดบัง ซ่อนเร้น ซ้อนทับกัน รวมกัน ตลอดจนแยกออกจากกันจนได้ภาพที่สมบูรณ์ และสื่อสารความหมายของความงามที่ถูกอำพราง โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกลาง (Medium Shot)



ภาพที่ 166 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (โปสการ์ด 4)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึกงานคอนเสิร์ต “โปสการ์ด” ซึ่งเกิดจากการปิดบัง ซ่อนเร้น ซ้อนทับกัน รวมกัน ตลอดจนแยกออกจากกันจนได้ภาพที่สมบูรณ์ และสื่อสารความหมายของความงามที่ถูกอำพราง โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกลาง (Medium Shot)



ภาพที่ 167 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับของที่ระลึก (โปสการ์ด 5)

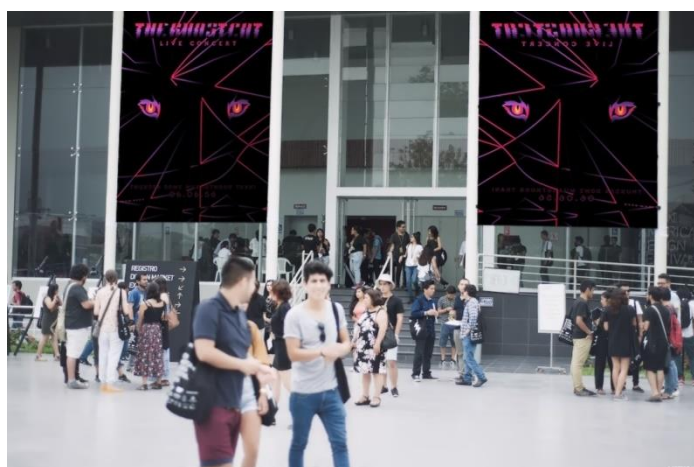
6.2.3 การออกแบบเรขศิลป์สำหรับสภาพแวดล้อม (Environmental Graphic)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสภาพแวดล้อมรอบงานคอนเสิร์ต ซึ่งเกิดจากการดึงเอาองค์ประกอบบางส่วนที่สำคัญโดยออกแบบให้มีการปิดบัง หรือเปิดเผยบางส่วน ผสานกับตัวอักษรที่สื่อสารความหมายในเชิงรูปแบบของการใช้งาน โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดใหญ่ ใกล้วาด (Close-up Shot)



ภาพที่ 168 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในงาน 1

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสภาพแวดล้อมรอบงานคอนเสิร์ต ซึ่งเกิดจากการดึงเอาองค์ประกอบบางส่วนที่สำคัญโดยออกแบบให้มีการปิดบัง หรือเปิดเผยบางส่วน โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดใหญ่ ใกล้วาด (Close-up Shot)



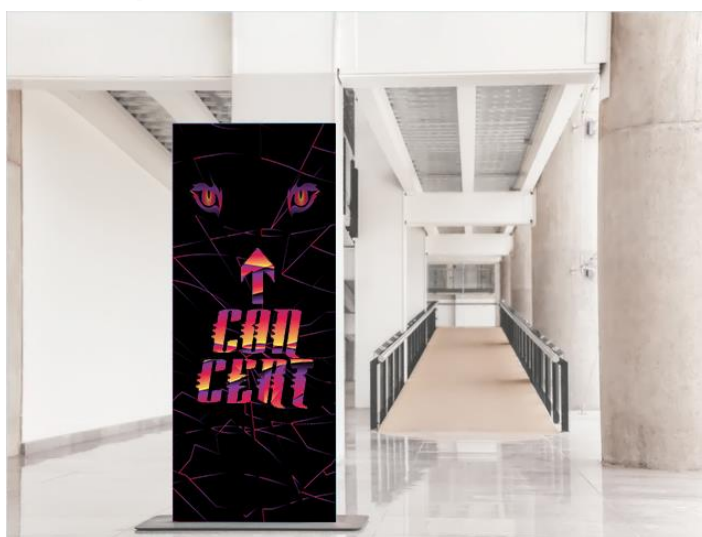
ภาพที่ 169 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในงาน 2

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสภาพแวดล้อมรบบงานคอนเสิร์ต ซึ่งเกิดจากการดึงเอาองค์ประกอบบางส่วนที่สำคัญโดยออกแบบให้มีการปิดบัง หรือเปิดเผยบางส่วน ผสานกับรูปภาพของสมาชิกในวง เพื่อสื่อสารความหมายในเชิงการแนะนำ หรือบอกข้อมูล โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดกลาง แนวดั้ง (Medium Shot)



ภาพที่ 170 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในงาน 3

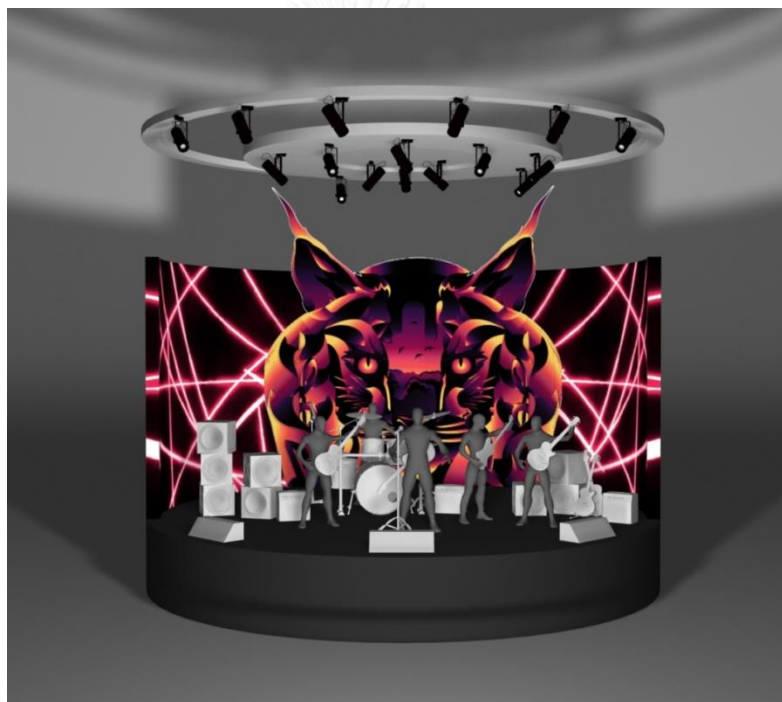
ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสภาพแวดล้อมรบบงานคอนเสิร์ต ซึ่งเกิดจากการดึงเอาองค์ประกอบบางส่วนที่สำคัญโดยออกแบบให้มีการปิดบัง หรือเปิดเผยบางส่วน ผสานกับตัวอักษรที่สื่อสารความหมายในเชิงรูปแบบของการใช้งาน โดยมีการจัดวางขนาดภาพในลักษณะของภาพขนาดใกล้ แนวดั้ง (Close-up Shot)



ภาพที่ 171 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในงาน 4

6.2.4 การออกแบบเวที (Stage Design)

ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับเวทีคอนเสิร์ตโดยเป็นการนำองค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่ได้ออกแบบไว้ซึ่งมีลักษณะของการปิดบัง ซ่อนเร้น ซ้อนทับกัน รวมกัน ตลอดจนแยกออกจากกันจนได้ภาพที่สมบูรณ์นำมาขยับ หรือเคลื่อนไหวผสมผสานกับแสงและสีที่ได้จากผลของการวิจัยมาถ่ายทอดเรื่องราวของอารมณ์เพลง และสื่อสารความหมายของสารที่ต้องการจะสื่อ เพื่อให้เกิดความครบถ้วน สมบูรณ์และชัดเจนมากที่สุด ซึ่งภาพที่นำมาใช้เป็นหลักนั้นจะเป็นภาพของคีย์ วิวหลักในการรวบรวมองค์ประกอบต่างๆ ทั้งหมดรวมเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีการจัดวางขนาดภาพที่หลากหลายตามอารมณ์ หรือฉากของเพลงในลักษณะของภาพเกือบทุกขนาด เช่น ขนาดใกล้ (Close-up Shot) ขนาดกลาง (Medium Shot) และขนาดกว้าง (Long Shot)



ภาพที่ 172 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับเวทีคอนเสิร์ต



ภาพที่ 173 ภาพการออกแบบเรขาคณิตสำหรับประกอบการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต 1



ภาพที่ 174 ภาพการออกแบบเรขาคณิตสำหรับประกอบการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต 2



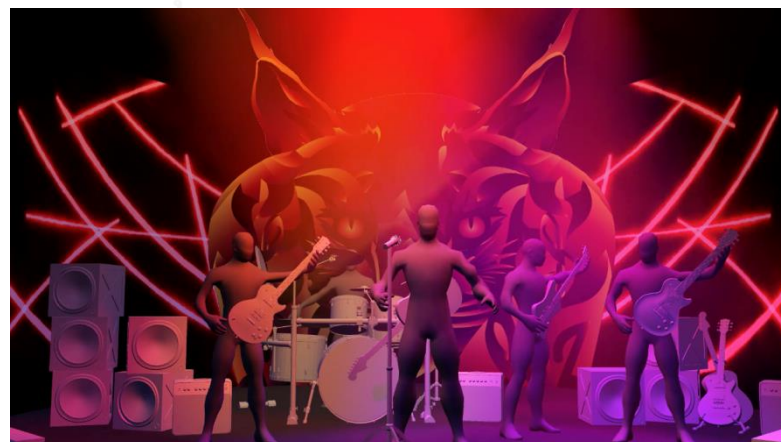
ภาพที่ 175 ภาพการออกแบบเรขาคณิตสำหรับประกอบการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต 3



ภาพที่ 176 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับประกอบการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต 4



ภาพที่ 177 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับประกอบการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต 5



ภาพที่ 178 ภาพการออกแบบเรขศิลป์สำหรับประกอบการแสดงบนเวทีคอนเสิร์ต 6

รายการอ้างอิง

1. รณพงษ์ คำนวนทพิพย์. สมาคมการค้าผู้ประกอบการธุรกิจบันเทิง. 2557; Available from: www.newsplus.co.th.
2. ลำเนา เอี่ยมสะอาด, การวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมแนวร็อก. 2539, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: กรุงเทพฯ.
3. ข้าวและบทความสนุกเว็บไซต์. ที่สุดคนดนตรี 100 ล้านวิว. 2558; Available from: www.music.sanook.com.
4. อัดัม. อุตสาหกรรมเพลงไทย. 2558; Available from: www.gotoknow.org/post463115.
5. ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, ยุคทองร็อกเก่า. 2554.
6. ณพจิต โกมลกาญจน, การศึกษาเปรียบเทียบระบบป้ายสัญลักษณ์อาคารรูปแบบสมัยใหม่กับหลังสมัยใหม่. 2550, วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: กรุงเทพฯ.
7. สมชาย พ่วงจีน, การประยุกต์ใช้แนวทางสถาปัตยกรรมโพสต์โมเดิร์นเพื่อการออกแบบสิ่งพิมพ์. 2547, วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: กรุงเทพฯ.
8. พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, ประวัติศาสตร์นฤมิตศิลป์. 2547, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
9. จ้อ ชีวาส, เล่าขานตำนานร็อก. 2553, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เดลฟี.
10. วิกิพีเดีย. ไทยร็อก. 2558; Available from: www.wikipedia.org.
11. วิรุณ ตั้งเจริญ, ศิลปหลังสมัยใหม่. 2547, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สันติศิริการพิมพ์.
12. วิจิตร เจริญภักตร์, ประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรมตะวันตก. 2548, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
13. ธีรพงศ์ ไสลสุข, การออกแบบเรขศิลป์สำหรับเพลงลูกทุ่งเพื่อสร้างความสนใจกับกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. 2553, วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: กรุงเทพฯ.
14. Kobayashi, S., *Color Image Scale*. 1990, Tokyo: Kodansha International.
15. Tony, S., *Greeting From Retro Design*. 2014, London: Thames & Hudson Ltd.
16. อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, การออกแบบสิ่งพิมพ์. 2550, กรุงเทพฯ: วิสคอมเซ็นเตอร์.
17. Mario, P., *Creative Advertising*. 2008, London: Thames & Hudson Ltd.

18. Michael Ochs, *1000 Record Covers*. 1996, Koln, Germany: Taschen.
19. Robert Dimery, M.L., *1001 Albums You Must Hear Before You Die*. 2005, United State: Tristan de Lancey; Universe Publishing.





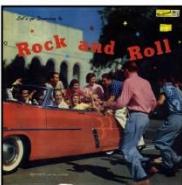
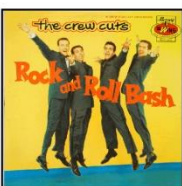


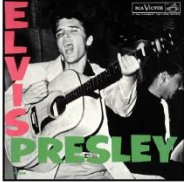

ภาคผนวก

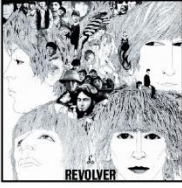



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



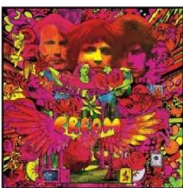
ตารางรวมคะแนนผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

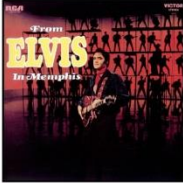


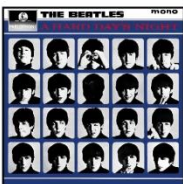
PAGE 01


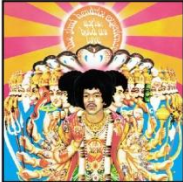

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 50	ก.ฉันท	ก.เอส	ก.ไอ้	ก.โตม	ก.ป้อม	รวม
1.	 <p>Bo Diddley (1958)</p>	●	●	●	●	●	5
2.	 <p>Champ Go (1958)</p>	●	●	●	●	●	5
3.	 <p>Hen gates & His Gaters (1957)</p>	●	●	●	●	●	5
4.	 <p>The Crew Cuts (1958)</p>	●	●	●	●	●	5


	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 50	K.ซัน	K.เอส	K.ไอ้	K.โตม	K.ป้อม	รวม
5.	 <p data-bbox="580 770 724 792">Elvis Presley (1954)</p>	●	●	●	●	●	5
6.	 <p data-bbox="580 1039 724 1061">Various Artist Rock (1958)</p>	●	●	●		●	4




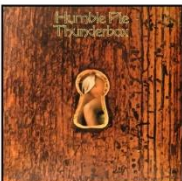
	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 60	K.พ็อน	K.เอส	K.ไอ้	K.โตม	K.ป้อม	รวม
1.	 <p>The Beatles Revolver (1966)</p>	●	●		●	●	4
2.	 <p>The Beatles (1967)</p>	●	●		●	●	4
3.	 <p>The Beatles Abbey Road(1969)</p>	●	●	●		●	4
4.	 <p>The Jeff Beck (1967)</p>	●	●		●	●	4





	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 60	ก.พ็อน	ก.เอส	ก.ไอ้	ก.โตม	ก.ป้อม	รวม
5.	 <p>The Steve Miller Band (1968)</p>	●	●	●		●	4
6.	 <p>The Velvet Underground (1967)</p>	●	●	●		●	4
7.	 <p>Them Angry young them (1965)</p>	●	●		●	●	4
8.	 <p>The Cream (1967)</p>	●	●	●		●	4




	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 60	ค.พ็อน	ค.เอส	ค.ไอ้	ค.โดม	ค.ป้อม	รวม
9.	 <p>Elvis Presley (1969)</p>	●	●	●	●	●	5
10.	 <p>The King Crimson (1969)</p>	●	●	●	●	●	5
11.	 <p>Led Zeppelin (1969)</p>	●	●	●	●	●	5
12.	 <p>The Beatles(1964)</p>	●	●	●	●	●	5




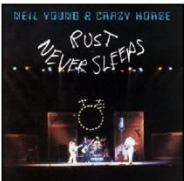
	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 60	K. ฟัน	K. เอส	K. ไอ้	K. โคม	K. ป้อม	รวม
13.	 <p>The Doors (1967)</p>	●	●		●	●	4
14.	 <p>Jimi Hendrix (1967)</p>	●	●	●	●	●	5
15.	 <p>The Kinks (1969)</p>	●	●	●		●	4
16.	 <p>The Kinks (1968)</p>	●	●	●	●	●	5


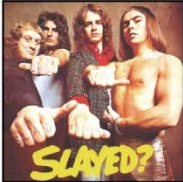

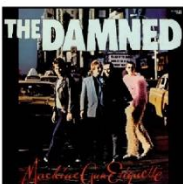
	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 60	K. ฉั่น	K. เอส	K. โอ้	K. โคม	K. ป้อม	รวม
17.	 <p>The Mothers of Invention (1966)</p>	●	●	●		●	4
18.	 <p>The Rolling Stones (1966)</p>	●	●	●	●	●	5
19.	 <p>The Who (1969)</p>	●	●	●		●	4

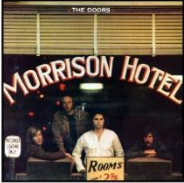


	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	ก.พ่อน	ก.เอส	ก.ไอ้	ก.โดม	ก.ป้อม	รวม
1.	 <p>Aerosmith (1977)</p>	●	●	●	●	●	5
2.	 <p>Electric Light (1977)</p>	●	●	●		●	4
3.	 <p>Fabulous Poodles (1978)</p>	●	●		●	●	4
4.	 <p>Humble Pie Thunder Box (1974)</p>	●	●	●		●	4


	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	ค.พ็อน	ค.เอส	ค.ไอ้	ค.โตม	ค.ป้อม	รวม
5.	 <p>Manfred Mann's Earth Band (1976)</p>	●	●	●	●	●	5
6.	 <p>Montrose Jump On It (1976)</p>	●	●	●		●	4
7.	 <p>Strawbs Deadlines (1978)</p>	●	●	●		●	4
8.	 <p>T.Rex (1971)</p>	●	●	●		●	4





	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	K. ฟัน	K. เอส	K. ไอ้	K. โคม	K. ป้อม	รวม
9.	 <p>The Clash (1979)</p>	●	●	●	●	●	5
10.	 <p>The Rolling Stone (1971)</p>	●	●	●	●	●	5
11.	 <p>Wet Willie (1970)</p>	●	●	●		●	4
12.	 <p>Wings Back to the Egg (1979)</p>	●	●	●		●	4




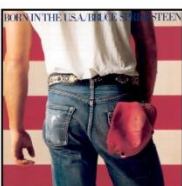
	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	ก.ฉันท	ก.เอส	ก.ไอ้	ก.โดม	ก.ป้อม	รวม
13.	 <p>Yes (1977)</p>	●	●		●	●	4
14.	 <p>David Bowie (1973)</p>	●	●	●	●	●	5
15.	 <p>David Bowie (1972)</p>	●	●	●	●	●	5
16.	 <p>Neil Young (1979)</p>	●	●	●		●	4





	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	K.พ่อน	K.เอส	K.ไอ้	K.โตม	K.ป้อม	รวม
17.	 <p>Pink Floyd (1973)</p>	●	●	●	●	●	5
18.	 <p>Slayed (1972)</p>	●	●	●	●	●	5
19.	 <p>The Allman Brothers (1971)</p>	●		●	●	●	4
20.	 <p>The Damned (1979)</p>	●	●		●	●	4



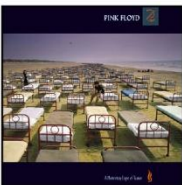
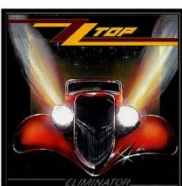
	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	K.ชั่น	K.เอส	K.ไอ้	K.โดม	K.ป้อม	รวม
21.	 <p>The Doors (1970)</p>	●	●		●	●	4
22.	 <p>The Grateful Dead (1970)</p>	●		●	●	●	4
23.	 <p>The Move (1971)</p>	●	●	●		●	4
24.	 <p>The Stooges Fun House (1970)</p>	●	●	●	●	●	5



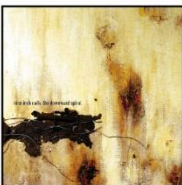
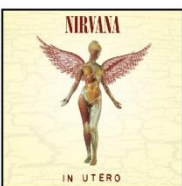
	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 70	K. ซัน	K. เอส	K. โอ	K. โคม	K. ป้อม	รวม
25.	 <p>Tom Petty (1976)</p>	●	●	●		●	4
26.	 <p>Van Halen (1978)</p>	●	●	●	●	●	5
27.	 <p>X-Ray Spex (1978)</p>	●	●	●		●	4





	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 80	K.ชั่น	K.เอส	K.ไอ้	K.โดม	K.ป้อม	รวม
1.	 <p>Def Leppard (1981)</p>	●	●	●	●	●	5
2.	 <p>Red Hot Chili Peppers (1988)</p>	●	●	●	●		4
3.	 <p>The Radiators (1987)</p>	●	●	●		●	4
4.	 <p>Toto Isolation (1984)</p>	●	●	●		●	4

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 80	ค.ชั่น	ค.เอส	ค.ไอ้	ค.โดม	ค.ป้อม	รวม
5.	 <p>Toto (1981)</p>	●	●	●		●	4
6.	 <p>Anthrax (1987)</p>		●	●	●	●	4
7.	 <p>Bon Jovi (1986)</p>	●	●	●	●	●	5
8.	 <p>Bruce Springsteen (1984)</p>	●		●	●	●	4

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 80	K.พ่อน	K.เอส	K.ไอ้	K.โตม	K.ป้อม	รวม
9.	 <p>Dead Kennedy (1985)</p>		●	●	●	●	4
10.	 <p>Harlequin (1982)</p>	●	●	●		●	4
11.	 <p>Iron Maiden (1980)</p>		●	●	●	●	4
12.	 <p>Iron Maiden (1982)</p>		●	●	●	●	4

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 80	ก.ฉ๋อน	ก.เอส	ก.ไอ้	ก.โดม	ก.ป้อม	รวม
13.	 <p>Jackson Browne (1983)</p>	●	●	●		●	4
14.	 <p>Nazareth (1981)</p>	●	●	●	●	●	5
15.	 <p>Pink Floyd (1987)</p>	●	●	●	●	●	5
16.	 <p>ZZ Top (1983)</p>	●	●	●		●	4

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 90	K.ชั่น	K.เอส	K.ไอ้	K.โดม	K.ป้อม	รวม
1.	 <p>Nirvana (1991)</p>	●	●	●	●	●	5
2.	 <p>Ash (1996)</p>	●	●	●	●	●	5
3.	 <p>Nine Inch Nails (1994)</p>	●	●		●	●	4
4.	 <p>Nirvana (1993)</p>	●	●	●	●	●	5

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 90	K.ฉอน	K.เอส	K.ไอ้	K.โตม	K.ป้อม	รวม
5.	 <p>Oasis (1994)</p>	●	●	●	●	●	5
6.	 <p>Pulp (1998)</p>	●		●	●	●	4
7.	 <p>R.E.M (1992)</p>	●	●	●	●	●	5
8.	 <p>Red Hot Chili Peppers (1999)</p>	●	●	●	●	●	5

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 90	K.ชั่น	K.เอส	K.ไอ้	K.โดม	K.ป้อม	รวม
9.	 <p>Sepultura (1991)</p>	●	●	●	●		4
10.	 <p>Sound Garden (1994)</p>	●	●	●	●		4
11.	 <p>Suede (1993)</p>	●	●	●	●	●	5
12.	 <p>The Verve (1997)</p>	●	●	●	●	●	5

	กลุ่มตัวอย่างปกดนตรียุค 2000	ก.ฉ๋อน	ก.เอส	ก.ไอ้	ก.โดม	ก.ป้อม	รวม
5.	 <p>The Flaming Lips (2002)</p>		●	●	●	●	4
6.	 <p>The Hives (2002)</p>	●	●	●	●		4

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายพรวิธิต แก้วชูศรี เกิดวันอังคารที่ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2527 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาภาพยนตร์และวิดีโอ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และได้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโทมหาบัณฑิตในภาควิชาานฤมิตศิลป์ สาขาเรขศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

