

การออกแบบภาพกราฟิตีเพื่อสื่ออัตลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร
ภาคภูมิ เจริญยงอยู่¹, พิบูล ไวจิตรกรรม²

^{1,2}สาขาวิชาการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การออกแบบภาพกราฟิตีเพื่อสื่ออัตลักษณ์ของเขตต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ สถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน ด้วยการออกแบบและสร้างภาพกราฟิตีขึ้นมาประดับตกแต่งสถานที่ให้ผู้คนรับรู้ เป็นผลดีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในท้องถิ่น วัตถุประสงค์การวิจัย คือ 1) เพื่อออกแบบภาพกราฟิตีให้สื่ออัตลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อใช้ภาพกราฟิตีในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเขตต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร

ด้วยการศึกษาข้อมูลและอัตลักษณ์ของเขต 14 เขต ที่มีพื้นที่ท่องเที่ยวริมแม่น้ำเจ้าพระยา ทำแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น อายุ 18-25 ปี ที่สนใจวัฒนธรรมของชุมชนริมแม่น้ำเจ้าพระยา รวมทั้ง การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จนได้แนวคิดที่ “กรุงโทน” ซึ่งจะเป็นแนวทางพื้นฐานในการสร้างภาพกราฟิตีให้สอดคล้องกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

คำสำคัญ : ศิลปะกราฟิตี, กรุงเทพมหานคร, ออกแบบตัวละคร

Graffiti Design for Bangkok Identity

Parkphum Charoenyongyoo¹, Pibool Waijittragum²

^{1,2} Department of Graphic and Multimedia Design, Faculty of Industrial Technology,
Suan Sunandha Rajabhat University

Abstract

The visual design graffiti to convey the identity of the city. To comply with a landmark building for the district in Bangkok. By picking out the highlights of each area to create illustrations so that people remember more easily. By bringing landmarks of the area that was ill prepared. To bring you the best places to visit or beautiful architecture, well-being and livelihoods of people. Attributed to the design of the car sector. The purpose of the study is the small area of Bangkok has a vast area. Each field that featured nothing makes recognition difficult. To make it easier to remember.

As a preliminary matter the researchers were interested to study and prepare the project design, painting graffiti to convey the identity of the city. The identity of the 14 districts along the Chao Phraya River. Remember to create a page for each territory. The guide is an interesting place to visit. Riverside District 14 Tourists age group 18-25 years, the passion for the culture of the communities along the river. Create a memorable mix by following the concept that "in tone" to create an identity to the place, to create graffiti and took them to the place really. The place itself is even more memorable. The novelty attractive.

Keywords: Graffiti Art, Bangkok, Character Design

บทนำ

กราฟิตี้ มีความหมายที่กว้างพอสมควร ศิลปะกราฟิตี้ หมายถึง รูปที่วาดบนผนังกำแพงในประเทศฝรั่งเศส ตั้งแต่สมัยโบราณไปจนถึงยุคโมเดิร์น กราฟิตี้ที่เราเห็นในปัจจุบันเกิดขึ้นเมื่อ 50 ปีที่ผ่านมาเอง แต่จะผ่านมาก็ปีกราฟิตี้ก็ยังคงเหมือนเดิม นั่นคือ การแสดงออกถึงอารมณ์ ความคิดของมนุษย์ (บุญมนัสสวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา, 2561) คนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยให้การยอมรับกราฟิตี้มากนัก เพราะผู้คนมักจะมองว่าเป็นสิ่งสกปรก เลอะเทอะ ก้าวร้าว ล้อเลียน เสียชื่อเสียง บางครั้ง กราฟิตี้ถูกใช้เป็นเครื่องมือเพื่อจุดประสงค์ทางการเมือง แต่ก็เชื่อว่า กราฟิตี้จะไม่มีข้อดีเสียเลย ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนกำแพง ตึกร้าง หรือที่รกร้างให้กลายเป็นที่เที่ยวเป็นที่ถ่ายรูป เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดี ทำให้ชุมชนโดยรอบได้รับประโยชน์ นอกจากนี้ ศิลปะกราฟิตี้ยังสร้างอัตลักษณ์ให้กับสถานที่นั้นๆ ทำให้เป็นที่น่าจดจำมากขึ้น (สมาคมผู้ตรวจสอบอาคาร, 2562)

แม่น้ำเจ้าพระยา กำเนิดจากแม่น้ำสาขาน้อยใหญ่มากมาย โดยมีแม่น้ำสายหลัก 4 สาย คือ ปิง วัง ยม น่าน ซึ่งไหลมาจากภูเขาสูงจากทางภาคเหนือ แม่น้ำวังไหลมาบรรจบกับแม่น้ำปิงที่จังหวัดตาก แม่น้ำยมไหลมาบรรจบกับแม่น้ำน่านที่อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ จากนั้นแม่น้ำทั้ง 4 สายก็ไหลมาบรรจบเป็นสายเดียวกันที่ปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ แล้วไหลมาทางใต้อีกกว่า 300 กิโลเมตร เพื่อมาออกที่อ่าวไทย ตรงจังหวัดสมุทรปราการ สำหรับคนไทย แม่น้ำเจ้าพระยาคือ วงจรชีวิต และหัวใจของวัฒนธรรมไทย แม่น้ำเจ้าพระยาเดิมกลายเป็นคลองบางกอกน้อย และคลองบางกอกใหญ่ ส่วนเกาะบางกอกถูกตัดแยกออกจากกันเป็นสองส่วน มีเมืองธนบุรีศรีมหาสมุทร

ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันตก ซึ่งในสมัยอยุธยา นั้น ธนบุรีศรีมหาสมุทร เป็นเมืองศูนย์กลางทางการค้าแห่งหนึ่งของสยาม ดึงดูดผู้คนจากที่ต่างๆ ทั้งที่มีฐานะ และเพิ่งก่อร่างสร้างตัว มาช่วยกันสร้างชุมชนขึ้น ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ และโบราณคดี วัดสำคัญหลายแห่งทางบางกอกฝั่งตะวันตก เช่น วัดแจ้งหรือวัดอรุณราชวราราม วัดท้ายตลาด หรือวัดโมลีโลกยาราม และวัดระฆังโฆสิตาราม รวมทั้งฝั่งตะวันออกคือ วัดโพธารามหรือวัดพระเชตุพนและวัดสลัก หรือวัดมหาธาตุ สร้างขึ้นในเวลาใกล้เคียงกับการเจริญเติบโตของชุมชน คือประมาณ พ.ศ. 2143 หรือก่อนหน้านั้นไม่นานนัก สมัยพระนารายณ์มหาราช (พ.ศ. 2199 ถึง 2231) ธนบุรีศรีมหาสมุทร ไม่เพียงแต่เป็นศูนย์กลางทางการค้าเท่านั้น ยังเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญ เพื่อถ่วงดุลย์อำนาจระหว่างฝรั่งเศสกับฮอลแลนด์ สมเด็จพระนารายณ์มหาราช ทรงโปรดให้ฝรั่งเศสสร้างป้อมทหารขึ้นสองป้อม ริมแม่น้ำเจ้าพระยา คือ ป้อมวิชัยประสิทธิ์ ปัจจุบันอยู่หน้ากองทัพเรือในฝั่งธนบุรี และป้อมวิชาเยนทร์ ปัจจุบันถูกรื้อไปแล้ว อยู่ตรงบริเวณใกล้เคียงกับปากคลองตลาด ฝั่งกรุงเทพฯ

จากข้อมูลเบื้องต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการออกแบบภาพกราฟิตี้ เพื่อสื่ออัตลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะอัตลักษณ์ของ 14 เขตริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่จะเป็นที่จดจำของนักท่องเที่ยว รวมทั้ง จะออกแบบคู่มือส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 18-25 ปี ที่หลงใหลในวัฒนธรรมของชุมชนริมแม่น้ำเจ้าพระยา โดยมีแนวคิดหลัก คือ “กรุงโทน” เพื่อนำเสนอความงามของกรุงรัตนโกสินทร์ เมืองหลวงของประเทศไทย ด้วยภาพกราฟิตี้ที่เป็นแบบฉบับเฉพาะตัว ตัวละครและเนื้อหาที่สอดคล้องกับชุมชน รวมถึง ความโดดเด่นของโทนสีที่สดใส

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบภาพกราฟที่ดี ให้สื่ออัตลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อใช้ภาพกราฟดีในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร

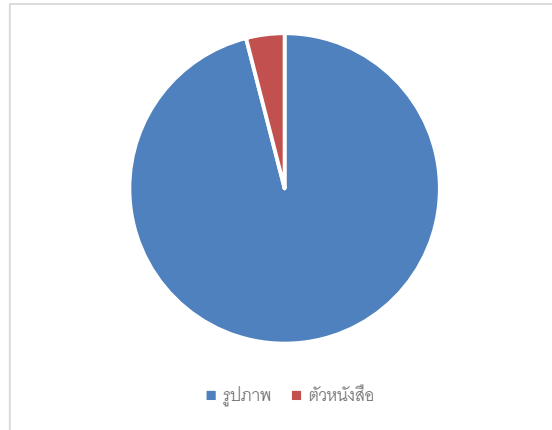
ระเบียบวิธีวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ ตำรา สื่อ เว็บไซต์ และมัลติมีเดีย รวมทั้ง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับการออกแบบภาพกราฟดีเพื่อสื่ออัตลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร
2. สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล ด้วยแบบสอบถามที่จะใช้กับกลุ่มเป้าหมาย และแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
3. เก็บข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยการ ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มนักศึกษาชาย-หญิง ที่ชื่นชอบและหลงใหลในงานกราฟดี จำนวน 50 คน
4. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) และค่าเฉลี่ย (MEAN) และใช้วิธีตีความจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ซึ่งจะสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
6. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑสถานเรียนรู้ราชวรบนพื้นที่สูง

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการสำรวจจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 50 คน เรื่องการรับรู้ภาพและตัวหนังสือ

ของผู้อ่าน พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ รับรู้ภาพได้ดีกว่าการอ่านตัวอักษร ดังแผนภูมิที่ 1



แผนภูมิที่ 1 การรับรู้ของผู้บริโภค

ผลการสำรวจจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 50 คน เรื่องการรับรู้อัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว 14 เขตในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่รู้จัก สะพานซังฮี้ ของเขตบางพลัด, สถานีรถไฟบางซื่อ ของเขตบางซื่อ, สวนอัมพร ของเขตดุสิต, ตลาดวังหลัง ของเขตบางกอกน้อย, สนามหลวง ของเขตพระนคร, วัดอรุณราชวราราม, สำเพ็ง, สะพานพระราม 9, สถานีบีทีเอส ชองนนทบุรี, The Icon Siam ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การรับรู้สถานที่ของผู้บริโภค

| หัวเรื่อง | จำนวนคน | ร้อยละ | ลำดับ |
|-------------------------------|---------|--------|-------|
| สะพานซังฮี้ (เขตบางพลัด) | 33 | 66% | 1 |
| สถานีรถไฟบางซื่อ (เขตบางซื่อ) | 36 | 72% | 1 |
| สวนอัมพร (เขตดุสิต) | 24 | 48% | 1 |
| ตลาดวังหลัง (เขตบางกอกน้อย) | 41 | 82% | 1 |
| สนามหลวง (เขตพระนคร) | 36 | 72% | 1 |

| | | | |
|-------------------|----|-----|---|
| วัดอรุณราชวราราม | 38 | 76% | 1 |
| สำเพ็ง | 40 | 80% | 1 |
| สะพานพระราม 9 | 34 | 68% | 1 |
| บีทีเอส ช่องนนทรี | 39 | 78% | 1 |
| The Icon Siam | 39 | 78% | 1 |
| เอเชียทีค | 38 | 76% | 1 |
| สะพานภูมิพล 1 | 21 | 42% | 1 |

ส่วนที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้ออกแบบตัวละคร 1 ตัว ให้มีบุคลิกภาพสื่อถึงจุดเด่นของแต่ละเขตของกรุงเทพมหานคร เน้นการอนุรักษ์และแสดงตัวตนที่ชัดเจน ใช้เทคนิคสมัยใหม่

ผลการออกแบบ

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทำให้ได้ข้อมูลที่นำเชื่อถือและสม่ำเสมอ สามารถนำไปใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลผลิตของการวิจัยครั้งนี้ คือ การออกแบบภาพกราฟิตี้เพื่อสื่ออัตลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร เป็นโครงการออกแบบ สื่อสิ่งพิมพ์แนวคิดที่ใช้ในการออกแบบคือ “กรุงโทน” เพื่อนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละเขตในกรุงเทพมหานคร ออกแบบให้เกิดการสร้างภาพ จินตนาการได้ด้วยการสัมผัสถึงบรรยากาศวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรม ที่มีเอกลักษณ์ จุดเด่นของผู้คนที่อาศัยอยู่ในแต่ละเขตที่มีความแตกต่างทาง วัฒนธรรม โดยใช้รูปแบบการออกแบบ (Mood & Tone) คือ สนุกสนาน (AMUSING) อี สระ (CASUAL) ธรรมชาติ(NATURAL) กลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษาชายและหญิง อายุ 21-25 ปี โดยการออกแบบภาพกราฟิตี้เพื่อสื่ออัตลักษณ์ของกรุงเทพมหานครจะมีรูปแบบที่สนุกสนาน รูปภาพมีความเข้าใจง่าย

และมีลักษณะที่แปลกใหม่ น่าสนใจ ขั้นตอนการออกแบบภาพกราฟิตี้ เพื่อสื่ออัตลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร

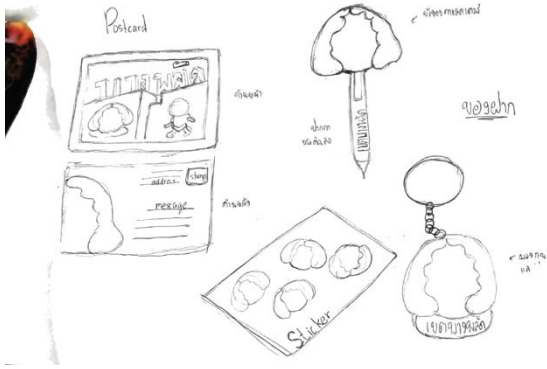
1. ศึกษาข้อมูลของ 12 เขตริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา
2. ทำแบบร่างภาพกราฟิตี้ สอดคล้องตามแนวความคิด
3. ออกแบบภาพประกอบ เพื่อกำหนดโทนของแต่ละเขต ดังภาพที่ 1 และ 2
4. จัดวางองค์ประกอบของภาพกราฟิตี้ ออกแบบภาพวาดกราฟิตี้ของ 14 เขตริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา
5. ออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับภาพศิลปะกราฟิตี้ที่ออกแบบ ดังภาพที่ 3 และ 4



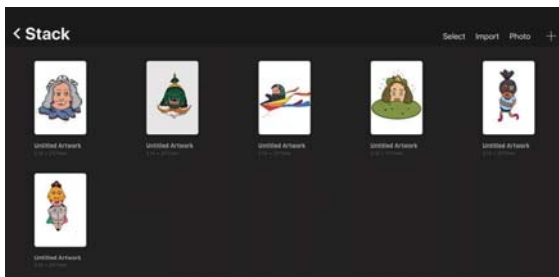
ภาพที่ 1 รูปแบบสเก็ตของแต่ละเขต (แบบที่1)



ภาพที่ 2 รูปแบบสเก็ตของแต่ละเขต (แบบที่2)



ภาพที่ 3 รูปแบบสเก็ตของทีละลิก



ภาพที่ 4 รูปแบบสเก็ตลงสี

วิจารณ์ผลการวิจัย

การออกแบบออกแบบภาพกราฟิตี้เพื่อสื่ออัตลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร ใช้หลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับกลุ่มวัยรุ่น โดยเน้นองค์ประกอบที่น่าสนใจ ได้แก่ ภาพประกอบที่เหมาะสม จะทำให้รู้สึกถึงความแตกต่างของแต่ละเขต สีสันสดใส ดูสนุกสนาน ตามแนวคิดของ สุริยเดว ทรีปาตี (2555) ให้รายละเอียดที่สัมผัสกับประเพณีวัฒนธรรมของแต่ละเขต ช่วยสร้างจินตนาการ สร้างการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงสื่อที่สร้างขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

การออกแบบภาพกราฟิตี้เพื่อสื่ออัตลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ภาพกราฟิตี้ที่ออกแบบมีอัตลักษณ์ที่สื่อสารได้ง่าย ตัวละครมีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละเขต แผงความน่ารัก สดใส จดจำได้ง่าย โทนสีที่

ให้ความรู้สึกสนุกสนาน เนื้อหาที่เหมาะสม กระชับ เข้าใจง่าย ภาพกราฟิตี้ที่ออกแบบมีการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมกับสื่อ ทำให้กลุ่มเป้าหมายสนุกกับสื่อและเป็นภาพจำ ช่วยเสริมสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชน และยังคงสืบสานวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้ความสำคัญกับคุณค่าของชีวิต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน จึงขอขอบพระคุณ โอกาสนี้ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิบูล วจิตรกรรม ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ แนวคิด ตลอดจนแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอด งานวิจัยเล่มนี้ เสร็จสมบูรณ์ขอขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ และผู้ปกครองที่ให้คำปรึกษาในเรื่องต่าง ๆ ช่วยเหลือทุก ๆ ด้าน และคอยให้กำลังใจเสมอมาสุดท้ายขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ให้คำแนะนำ สำหรับ แนวความคิดที่ดี และเป็นกำลังใจให้ตลอดจน งานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

บุญมนัสสวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. (2561).

Wall street journey Bangkok.

กรุงเทพ: เดย์ โฟเทอส์,

จุฑารัตน์ จอกสูงเนิน. (2556). การออกแบบ

กราฟิก. แหล่งข้อมูล:

<http://bowtysnoo.blogspot.com>

สุริยเดว ทรีปาตี. (2555). พฤติกรรมของวัยรุ่น.

สถาบันสุขภาพเด็กแห่งชาติมหาราชินี.

แหล่งข้อมูล: [http://pinan2515.](http://pinan2515.blogspot.com/2012/04/blog-post.html)

[blogspot.com/2012/04/blog-post.html](http://pinan2515.blogspot.com/2012/04/blog-post.html)

การประชุมวิชาการสำหรับนักศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ ๒
The Second FIT SSRU Conference 2019

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. สิ่งพิมพ์.

แหล่งข้อมูล: [http://fonthipdz.](http://fonthipdz.wikispaces.com)

[wikispaces.com](http://fonthipdz.wikispaces.com)

สมาคมผู้ตรวจสอบอาคาร. (2562). ข้อมูลการแบ่ง

เขตของ กรุงเทพมหานคร. แหล่งข้อมูล:

<http://www.bsa.or.th>