

การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์
โดยใช้โมดไอโอเนียนจากทฤษฎีดอทไดอาโทนิคโมด
GRAPHIC DESIGN ON PACKAGE USING IONIAN MODES
OF MUSIC THEORY, DIATONIC MODES

ธัญพลอย นุตเกษม

DHANYHAPLOY NUTKASEM

เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต

PERMSAK SUWANNATAT

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

กรุงเทพมหานคร

BANGKOK

รับบทความ : 9 ตุลาคม 2563 /ปรับแก้ไข : 31 ตุลาคม 2563 /ตอบรับบทความ : 18 พฤศจิกายน 2563

Received : 9 October 2020 /Revised : 31 October 2020 /Accepted : 18 September 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ โดยใช้โมดไอโอเนียนจากทฤษฎีดอทไดอาโทนิคโมด โดยนำเสนอผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ประเภทข้าวไทย กรณีศึกษาข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ ใช้วิธีการศึกษาเอกสารจากการทบทวนวรรณกรรม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 11 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี 5 คน ด้านข้าวไทย 1 คน และด้านเรขศิลป์ 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ซึ่งมีข้อคำถามครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ที่ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ สทนากลุ่ม และคัดเลือกแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ วิเคราะห์ข้อมูลเอกสารและการสัมภาษณ์ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ข้อมูลการคัดเลือกด้วยการหาคะแนนรวมค่าเฉลี่ย ข้อค้นพบที่ได้มีดังนี้

แนวทางการสื่อสารบุคลิกภาพและอารมณ์ คือ มีความสุขและความรัก ได้แนวทางการออกแบบ 3 แนวทาง ที่ผ่านเกณฑ์การประเมินทั้งหมด โดยแนวทางที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ยรวมสูงสุดเท่ากับ 4 คะแนน และได้องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์ 4 ส่วน ประกอบด้วย 1) แนวความคิดที่เชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์ 2) บุคลิกภาพและอารมณ์ 3) แนวทางภาพประกอบ และ 4) แนวทางการใช้ตัวอักษร ซึ่งถึงสื่อภาพลักษณ์ของสินค้าที่เหมาะสม สามารถนำเสนอแนวทางการออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยได้

คำสำคัญ : โมดไอโอเนียน, ทฤษฎีดอทไดอาโทนิคโมด, การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

ABSTRACT

The research with regards to the relevance of Diatonic Modes theory and graphic design is to study ways of graphic design applied to packages by using Ionian. It is then to find ways of communicating personalities, mood and tone, and design elements for constructing graphic design's new conceptual frameworks. This research aims to study for a guideline for graphic design on packaging using Ionian mode from diatonic mode theory to find criteria and elements of art. These ways are to further utilize in designing product packages, and present through the packaging design of Thai geographic indications. In case studies of Thungsamrit jasmine rice, this research is qualitative research use literature reviews, expert interviews, analysis and design sample prototypes from music experts and Graphic design experts. Validity and Reliability of the research instrument, that are appropriate for the theory to be studied, conduct comprehensive research according to the concept and the research objectives. Since the key variables in packaging graphic design using Ionian mode from diatonic mode theory, guidelines for communicating the personality of the brand and graphic graphics on the appropriate packaging. This, to develop branded packaging and add value to products, Geographical indications can be seen as the agricultural product that obtained from an area suitable for the climate Geography and the area has a history and wisdom.

Keywords : Ionian mode, Diatonic theory, Graphic design on packaging

บทนำ

มนุษย์ยุคหินเป็นชนกลุ่มแรกที่คิดค้นบรรจุภัณฑ์จากความบังเอิญ อาทิเช่นการนำดินเหนียวมาปั้นยัดเป็นเส้นยาวคล้ายไส้เดือนแล้วค่อย ๆ โยยเส้นดินทับกันเป็นวงกลมตามแนวสูงขึ้นเป็นภาชนะ เมื่อนำไปเผาด้วยฟืน จึงได้ภาชนะบรรจุน้ำที่ไม่รั่วซึม นี่คือการให้กำเนิดบรรจุภัณฑ์ของมนุษยชาติที่ใช้ทั้งปัญญาและความคิดสร้างสรรค์ อันฉลาดหลักแหลมในการผลิตต้นแบบภาชนะบรรจุภัณฑ์ ก่อนที่จะเกิดการพัฒนาเป็นการใช้วัสดุที่เป็นโลหะสัมฤทธิ์ การใช้พลาสติกและวัสดุชนิดใหม่ ๆ ดังเช่นบรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยกระดาษฟลอยส์ในปัจจุบัน (Charoenphon, 2013, p. 1) ซึ่งประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีอุตสาหกรรมเน้นการบรรจุภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่ม ประเทศที่กำลังพัฒนาจะมุ่งการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถคุ้มครองและรักษาคุณภาพของสินค้าเพื่อลดความสูญเสียและส่งเสริมการส่งออก ส่วนประเทศด้อยพัฒนาต้องมุ่งการให้ความรู้พื้นฐานเพื่อรณรงค์ให้ผู้เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีให้สามารถคุ้มครองคุณภาพสินค้าได้ (Fueang-a-rom, 2007, p. 55) ทุกวันนี้บรรจุภัณฑ์ถือเป็นแฟชั่น งานออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นงานที่ผสมผสานระหว่างศาสตร์และศิลป์ นั่นคือทำอย่างไรที่จะทำให้สวยงาม ดึงดูดใจและเข้าใจได้ง่าย นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์ คือทำอย่างไรจึงจะปกป้องสินค้าได้ดีที่สุด บรรจุภัณฑ์ไทยทุกวันนี้แทบจะไม่แตกต่างจากระดับนานาชาติ หากเป็นสินค้าแบรนด์ดังยักษ์ใหญ่ หน้าตาของสินค้าจะเหมือนกัน เพราะต่างชาติจะเป็นผู้ออกแบบ แต่หากเป็นสินค้าที่มีรายละเอียดปลีกย่อยที่ขายในประเทศไทยก็จะมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย แต่ไม่ว่าจะออกแบบได้อย่างไร รสชาติของอาหารที่บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์รวมทั้งการสื่อสาร เช่น ฉลากที่ชัดเจน มีการใช้ภาษาที่เป็นสากล ก็เป็นสิ่งสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน (Yiangkamonsing, 2012, online)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์จัดอยู่ในขอบเขตของการออกแบบเรขศิลป์ ซึ่งแบ่งได้ 2 ประเภท คือ 1) การออกแบบด้านโครงสร้าง คือการออกแบบทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ที่เน้นกระบวนการบรรจุ การรักษาคุณภาพของสินค้าภายใน เป็นการปกป้องที่เหมาะสมต่อการขนส่งและการกระจายสินค้า เบื้องต้นคือการกำหนดลักษณะ ขนาด น้ำหนัก ปริมาตรสุทธิ ประเภทของวัสดุที่เหมาะสมที่นำมาใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ และ 2) การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ คือการออกแบบรายละเอียดภายนอกบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เกิดการสร้างแรงจูงใจในการซื้อ โน้มน้าวให้เกิดการสั่งซื้อ และเพื่อสื่อสารบุคลิกภาพตราสินค้า เพื่อสื่อสารข้อมูล ความหมาย การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์จะมุ่งเน้นในด้านการของการตกแต่งรูปลักษณ์ด้วยการใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่เหมาะสม โดยจะมีหน้าที่สื่อความหมายสำคัญ ได้แก่ การสร้างทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าด้วยการสื่อสารผ่านการออกแบบเรขศิลป์ที่เหมาะสม การชี้แจงรายละเอียดให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์ และการแสดงสรรพคุณวิธีใช้ผลิตภัณฑ์ (Kongkietjaroen & Kongkietjaroen, 1998, p. 71) โดยใช้โมด (Mode) เป็นเรื่องเกี่ยวกับบันไดเสียงที่มีความเก่าแก่ เกิดขึ้นสมัยกรีกโบราณเป็นตำราว่าด้วยเรื่องโหมด กล่าวว่ามีโครงสร้างบันไดเสียงจากความต่างของระบบการจัดช่วงเสียงบนบันไดเสียง ซึ่งโมดไอโอเนียน (Dorian mode) หรือบันไดเสียงไอโอเนียน (Ionian) เป็นบันไดเสียงแรกที่มีคนตรัสส่วนใหญ่เรียนรู้ เข้าใจว่าคงจะมีความคุ้นชินมากที่สุด ในปัจจุบันเรียกว่าบันไดเสียงเมเจอร์ (Major scale) ซึ่งส่วนใหญ่ก็มีความรู้สึกร่วมในทำนองเดียวกันว่า มีลักษณะสุมเสียงเข้มแข็ง สดใสและสง่างามเป็นที่สุด (Dansakun, 1998, pp. 3-16)

ดังนั้น การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ในการพัฒนางานวิจัยนี้ได้นำกรอบแนวคิดทางทฤษฎีดนตรีมาเชื่อมโยงในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ จากการศึกษากรณีข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ คือ ข้าวเปลือก ข้าวกล้อง ข้าวขาว ที่แปรรูปมาจากข้าวหอมมะลิพันธุ์ขาวดอกมะลิ 105 ปลูกในนาปี ครอบคลุมพื้นที่ 14 อำเภอของนครราชสีมา ลักษณะเด่นสินค้า ข้าวมีเมล็ดเรียวยาว มีกลิ่นหอมตามธรรมชาติ เมื่อผ่านการขัดสีจะมีความเลื่อมมัน กระจุกข้าวเล็ก หอมและนุ่ม ความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับแหล่งภูมิศาสตร์ ภูมิประเทศคือมีชั้นหินเกลือรองรับอยู่ด้านล่างของพื้นดิน หลังสารหอม 2-acetyl-1-pyrroline (2AP) ในปริมาณ 2.27 ไมโครกรัม/กรัมอากาศ สภาพอากาศร้อน 35-41 องศาเซลเซียส พิกัดแหล่งที่ปลูกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Rice Department, 2017, pp. 5-8) โดยการใช้กรอบแนวคิดโมดไอโอเนียนจากทฤษฎีไดอาโทนิคโมด ซึ่งต้องใช้หลักเกณฑ์และองค์ประกอบศิลป์ที่เป็นตัวแปรสำคัญในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ สำหรับการประยุกต์ใช้ศึกษาแนวทางการสื่อสารถึงบุคลิกภาพของตราสินค้าและเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์โดยใช้โมดไอโอเนียนจากทฤษฎีไดอาโทนิคโมด

ประโยชน์การวิจัย

1. ได้แนวทางในการนำเสนอการสื่อสารบุคลิกภาพตราสินค้าบนบรรจุโดยใช้โมดไอโอเนียนจากทฤษฎีไดอาโทนิคโมดที่เหมาะสม
2. ได้แนวทางในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์โดยใช้โมดไอโอเนียนจากทฤษฎีไดอาโทนิคโมด
3. ได้นำเสนอต้นแบบการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์โดยใช้โมดไอโอเนียนจากทฤษฎีไดอาโทนิคโมด เพื่อเป็นแนวทางต้นแบบการประยุกต์ทฤษฎีไดอาโทนิคโมด (Diatonic modes) ในงานออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (Thai geographical indication) ประเภทอื่นที่มีรูปแบบใกล้เคียงต่อไปได้

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาแนวคิดทฤษฎีไดอาโทนิคโมด และแนวคิดโมดไอโอเนียน (Hewitt, 2013, pp. 16-30) ประกอบด้วย ไดอาโทนิคโมดเรียงลำดับตามโทนอารมณ์ของเสียงในแต่ละชุดตัวโน้ตเปรียบจากสว่างไปมืด (Bright to Dark) และสรุปอารมณ์ของแต่ละโมดจากหนังสือเขียนโดย Cormier (2010, pp. 10-52) และ O’Gorman (2014, pp. 8-35) โดยโมดไอโอเนียนได้ให้อารมณ์ มีความสุข (Happy) และความรัก (Sensuality of love) สำหรับการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีทางการออกแบบเรขศิลป์ ได้แก่ ด้านการใช้สี Color Image scale (Kobayashi, 1992, pp. 4-5) ด้านการเลือกใช้ ภาพประกอบ (Nataliva, 2020, online) และด้านการเลือกใช้ตัวอักษร (Cole, 2012, pp. 8-22) และศึกษา กรณีศึกษาข้าวไทยที่เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีทั้งหมด 12 ชนิด ประกอบด้วย ประเภทข้าวหอมมะลิ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิสุรินทร์ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ข้าวหอมมะลิอุบลราชธานี และข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ ประเภทข้าวทั่วไป ได้แก่ ข้าวสังข์หยดเมืองพัลุง ข้าวเจ้าเขยเสาไห้ และข้าวเหลืองประทิวชุมพร ประเภทข้าวเหนียว ได้แก่ ข้าวเหนียวขาวกาฬสินธุ์ ข้าวกำลังานนา ข้าวเหนียวลิ้มผัวเพชรบูรณ์ และข้าวเหนียวเขี้ยววงเชียงราย และประเภทข้าวอื่น ๆ ได้แก่ ข้าวฮางหอมทองสกลทวาปี (Rice Department, 2017, p. 3) และสืบค้นภาพ การออกแบบบรรจุภัณฑ์จากแหล่งข้อมูลหตุยภูมิที่ได้รับการเผยแพร่ ได้แก่ Pentawards (2019, online) Red-dot (2019, online) Institute of packaging professional (IOPP) (Bannerman, 2019, online) Core 77 design awards (2019, online) Packaging of the world (2019, online)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research methodology) ด้วยกระบวนการออกแบบ นิเทศศิลป์ (Communication design process) หรือที่เรียกว่ากระบวนการออกแบบเรขศิลป์ ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน (Virunanont, n.d., unpagged) มีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

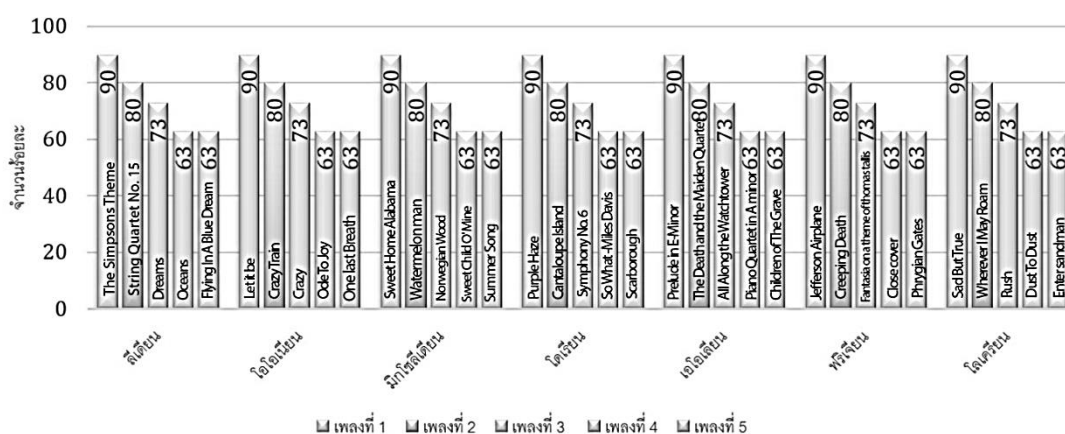
ขั้นแรกเริ่มจากศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับไดอาโทนิคโมด โมดไอโอเนียน การออกแบบเรขศิลป์ เพื่อหาแนวทางการสื่อสารบุคลิกภาพและอารมณ์ ภาพประกอบ และตัวอักษร แสดงดังภาพที่ 1

ตารางที่ 1 โมดที่เรียงลำดับตามโทนของเสียง

ไดอาโทนิคโมด (Diatonic mode)	สีน้ของเสียง (Tone color)	สเกล (Scale)
1 ลีเดียน (Lydian)	ความเบิกบานใจ (Joy), ผ่อนคลาย (Relief), ช่างฝัน (Dreamy)	Major
2 ไอโอเนียน (Ionian)	มีความสุข (Happy), ความรัก (Sensuality of love)	Major
3 มิกโซลีเดียน (Mixolydian)	สำรวจ ค้นหา (Exploration), กระตือรือร้น (Energetic)	Major
4 โดเรียน (Dorian)	ลื่น กลมกล่อม (Smooth), เรียบง่าย (Simple)	Minor
5 เอโอเลียน (Aeolian)	เศร้าใจ เศร้าโศก (Sorrow), เสียใจ (Sad), เงามืด (Shadow)	Minor
6 ฟริเจียน (Phrygian)	ต่างถิ่น (Exotic), มืดคร้้ม ทึม (Somber)	Minor
7 โลครีียน (Locrian)	ความลึกลับ (Mystery), ความมืดมัว (Darkness), ปีศาจ (Evil)	Dim

ที่มา : Hewitt, 2013, pp. 16-30; Kobayashi, 1992, pp. 4-5; Nataliva, 2020, online; Cole, 2012, pp. 8-22.

ขั้นตอนถัดมา เป็นการค้นหาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่ใช้โมดไอโอเนียนจากทฤษฎีไดอาโทนิคโมด ที่สื่อสารบุคลิกภาพและอารมณ์ที่เหมาะสม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 2 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี จำนวน 5 ท่าน กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ที่มีคุณวุฒิในสายอาชีพ ด้านดนตรีโดยตรงและมีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 5 ปี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามชุดที่ 1 โดยมีข้อความ เกี่ยวกับการหาคำตอบเกี่ยวกับเพลงตัวอย่างในไอโอเนียนโมด จำนวน 30 เพลง ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพ ของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญด้านดนตรี เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการสุปคัดเลือกละเพลงที่มีผลคะแนนสูงสุด จำนวน 5 เพลง และเลือก 1 เพลงที่มีผลคะแนนสูงสุดเพื่อนำไป เป็นตัวอย่างเพลงในการค้นหาคำตอบประกอบด้านเรขศิลป์ที่สื่อบุคลิกภาพและอารมณ์ แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แผนภูมิแท่งสรุปตัวอย่างเพลงในไดอาโทนิคโมด

จากภาพที่ 1 คำตอบตัวอย่างเพลงของโมดไอโอเนียน 5 ลำดับแรก ได้คะแนนดังนี้ เพลงที่ 1 Let it be-Beatles (90%) เพลงที่ 2 Crazy Train-Ozzy Osbourne (80%) เพลงที่ 3 Crazy-Aerosmith (73%) เพลงที่ 4 Ode to joy-Beethoven (73%) เพลงที่ 5 One last Breath-Eric Johnson (63%) แสดงว่าเพลงที่ 1 Let it be-Beatles ซึ่งมีคะแนนสูงสุด 90% เป็นตัวอย่างเพลงในการหาคำตอบด้านองค์ประกอบเรขศิลป์ และได้ลักษณะของโมดไอโอเนียนทางดนตรี แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปลักษณะของโมดไอโอเนียนทางดนตรี

โมด	เทมโป (Tempo)	ทำนอง (Melody)	ช่วงเสียง (Tone)
ไอโอเนียน	วีวาเช่ (Vivace) จังหวะค่อนข้างเร็ว และสดใส 168-176 bpm	ปานกลางค่อนข้างมาก มีการใช้ Melody ที่เรียงกันไล่เสียงขึ้น ๆ ลง ๆ	ค่อนข้างสูง

การวิเคราะห์และสรุปการหาแนวทางการสื่อสารบุคลิกภาพ อารมณ์และการให้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ของโมดไอโอเนียน โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ จำนวน 5 ท่าน กำหนดคุณสมบัติเป็นผู้ที่มีคุณวุฒิในสายอาชีพด้านเรขศิลป์โดยตรง มีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 5 ปี และมีประสบการณ์ในสาขาออกแบบเรขศิลป์หรืออาจารย์ นักวิชาการ ในสาขาออกแบบเรขศิลป์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามชุดที่ 2 ที่สร้างขึ้น

จากองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการใช้สี การเลือกใช้ภาพประกอบ และการเลือกใช้ตัวอักษร ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการจัดสนทนากลุ่ม จำนวน 2 ครั้ง กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้วยการให้ฟังเพลงตัวอย่างและเลือกภาพบรรจุภัณฑ์จากภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการเผยแพร่จำนวน 400 ภาพตัวอย่าง โดยครั้งที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญได้คัดเลือกภาพบรรจุภัณฑ์ตัวอย่างที่เหมาะสมกับโมดโอโอเนียนได้ 71 ภาพตัวอย่าง และครั้งที่ 2 ได้จัดการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเรขศิลป์ เพื่อคัดเลือกภาพการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับโมดโอโอเนียนที่สุด โดยร่วมกันคัดเลือกอีกครั้งจากภาพตัวอย่าง 71 ภาพของโมดโอโอเนียนที่ได้จากการสนทนากลุ่มในครั้งแรก ซึ่งการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับโมดโอโอเนียนได้ผลสรุป 5 อันดับแรก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสังเคราะห์สรุปลักษณะของโมดโอโอเนียนทางดนตรี เชื่อมโยงกับการออกแบบเรขศิลป์ แสดงดังตารางที่ 3 ตารางที่ 4 และภาพที่ 2

ตารางที่ 3 สรุปลักษณะของโมดโอโอเนียนทางดนตรีเชื่อมโยงกับการออกแบบเรขศิลป์

โมด	เทมโป (Tempo)		ทำนอง (Melody)	
			จังหวะของทำนอง	มิติของทำนอง
			(Melodic Rhythm)	(Melodic Dimensions)
			ความสั้น-ยาว	เสียงต่ำ-สูง
ไอโอเนียน	วีวาเช่ (Vivace)	จังหวะปานกลาง	มีการใช้ Melody ที่เรียงกัน	ค่อนข้างสูง
	ค่อนข้างเร็ว	168-176 bpm	ไล่เสียงขึ้น ๆ ลง ๆ เสียง โดยใช้	
			ระดับเสียงที่มีความยาวปานกลาง	
			มีความเรียบง่าย สื่อถึงอารมณ์	
			มีความสุขและความรัก	
การออกแบบ	การจัดวาง	พื้นที่ว่าง	การใช้ภาพประกอบ	โทนของสี
เรขศิลป์	องค์ประกอบเรขศิลป์	(Space)		
	60%-70%	30%-40%	มีความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน สื่อถึง	โทนสว่าง
			อารมณ์ มีความสุขและความรัก	

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารบุคลิกภาพ อารมณ์ และแนวทางด้านองค์ประกอบเรขศิลป์ของโมดโอโอเนียน

ลำดับ ที่	ภาพตัวอย่างการออกแบบเรขศิลป์ บนบรรจุภัณฑ์	สี	ภาพประกอบ	ตัวอักษร
1.		Secondary	Vector Flat Illustration	San Serif

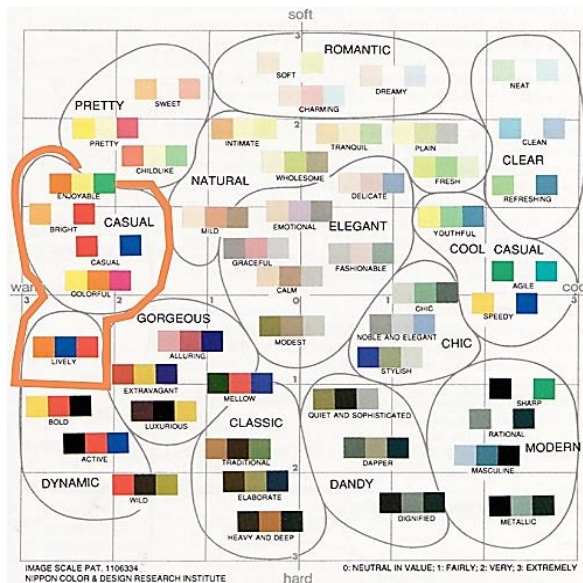
ภาพที่ 3 Smash Mallow

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ลำดับ ที่	ภาพตัวอย่างการออกแบบเรขศิลป์ บนบรรจุภัณฑ์	สี	ภาพประกอบ	ตัวอักษร
2.		Secondary	Vector Flat Illustration	Script
ภาพที่ 4 Green n Yellow				
3.		Secondary	Vector Flat Illustration	San Serif
ภาพที่ 5 Little Leaf				
4.		Secondary	Geometric form	Display
ภาพที่ 6 Ecor Panettone and Pandoro				
5.		Secondary	Line art	San Serif
ภาพที่ 7 Eoem				

ที่มา : Pentawards, 2019, online; Red-dot, 2019, online; Bannerman, 2019, online; Core 77 design awards, 2019, online; Packaging of the world, 2019, online.

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปแนวทางการสื่อสารบุคลิกภาพ อารมณ์ (Mood & tone) ของไอโอเนียนโมด (Ionian mode) ได้คือ มีความสุข (Happy) ความรัก (Sensuality of love) และเป็นสเกล Major ที่ให้ความสว่างของโทน อยู่ในลำดับที่ 2 จาก 7 ลำดับ



ภาพที่ 3 การใช้สีของโมดไอโอเนียน (Color Image scale)

ที่มา : Kobayashi, 1992, pp. 4-5.

ด้านองค์ประกอบเรขาคณิตที่สื่อสารโมดไอโอเนียนได้ชัดเจน ประกอบด้วย การใช้สี การใช้ภาพประกอบ และการใช้ตัวอักษร ดังนี้ 1) บุคลิกภาพและอารมณ์ การใช้สี ใช้สีแบบขั้นที่สอง (Secondary color) และการจัดอยู่ในกลุ่ม Casual ตามทฤษฎี Image scale 2) การใช้ภาพประกอบเป็นแบบภาพสร้างจากคอมพิวเตอร์แบบเรียบ (Vector flat illustration) แบบรูปเรขาคณิต (Geometric form) และแบบลายเส้นประกอบภาพถ่าย และ 3) การใช้ตัวอักษรเป็นแบบไม่มีเชิง (San serif) ลายมือ (Script) และแบบตกแต่ง (Display)

ขั้นตอนการออกแบบผลงานตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยไปทดลองออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นกรณีศึกษา โดยการคัดเลือกแบรนด์สินค้า คือ ข้าวไทยที่เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีทั้งหมด 12 ชนิด โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านข้าวไทย จำนวน 1 ท่าน กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกคือ มีคุณสมบัติครบถ้วนด้านการเกษตร ทำงานในสายอาชีพด้านการเกษตร มีความเชี่ยวชาญในข้าว GI ทั้ง 12 ชนิด มีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 8 ปี และเป็นนักวิชาการ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยให้ทำการคัดเลือกจัดกลุ่มในแต่ละโมด โดยนำเพลงในแต่ละโมดมาเลือกใช้เกณฑ์สัมพันธ์กับบุคลิกและคุณสมบัติของข้าวแต่ละชนิด ตามคุณสมบัติที่ประกอบไปด้วย คุณลักษณะของเมล็ดข้าว รสชาติของข้าว ความนุ่ม แห้งก้านิด ที่มา และวิธีการเพาะปลูก แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การคัดเลือกสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ประเภทข้าวไทยให้จัดอยู่ในไดอาโทนิคโมด

ประเภท	ชื่อ	ไดอาโทนิคโมด						
		1	2	3	4	5	6	7
ข้าวหอมมะลิ	ข้าวหอมมะลิสุรินทร์	/						
	ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้			/				
	ข้าวหอมมะลิอุบลราชธานี				/			
	ข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์		/					

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ประเภท	ชื่อ	ไดอาโทนิคโมด						
		1	2	3	4	5	6	7
ข้าวทั่วไป	ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง						/	
	ข้าวเจ๊กเขยเสาไห้				/			
	ข้าวเหลืองปะทิวชุมพร					/		
ข้าวเหนียว	ข้าวเหนียวเขาวงกาฬสินธุ์				/			
	ข้าวกำลันทนา							/
	ข้าวเหนียวลิ้มผัวเพชรบูรณ์					/		
	ข้าวเหนียวเขี้ยววงเชียงราย				/			
ข้าวอื่น ๆ	ข้าวฮางหอมทองสกลทวาปี	/						

ที่มา : Rice Department, 2017, pp. 5-8.

จากตารางที่ 5 สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้าวไทยที่ได้รับการจัดกลุ่มให้อยู่ในโหมดไอโอเนียน คือ ข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ ข้าวเปลือก ข้าวกล้อง ข้าวขาว ที่แปรรูปมาจากข้าวหอมมะลิพันธุ์ขาวดอกมะลิ 105 ปลุกในนาปี ครอบคลุมพื้นที่ 14 อำเภอ ของจังหวัดนครราชสีมา ลักษณะเด่นสินค้า ข้าวมีเมล็ดเรียวยาว มีกลิ่นหอมตามธรรมชาติ เมื่อผ่านการขัดสีจะมีความเลื่อมมัน ปลูกข้าวเล็ก หอมและนุ่ม ความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับแหล่งภูมิศาสตร์

สำหรับขั้นตอนสุดท้าย คือการประเมินแนวทางการออกแบบ โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเรขศิลป์ จำนวน 5 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบประเมินผลงานออกแบบ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยกำหนดช่วงของคะแนน ได้แก่ 5 = มากที่สุด 4 = เหมาะสมมาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการพิจารณางานออกแบบ ประเมินความเป็นไปได้ของการออกแบบแนวทางที่สามารถสื่อสารถึงความรู้สึกที่มีต่อโหมดไอโอเนียนได้มากที่สุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าคะแนนรวมเฉลี่ย โดยเกณฑ์การประเมินความเหมาะสมของแนวทางการออกแบบคะแนนเฉลี่ยผ่านที่ 3 คะแนนขึ้นไป

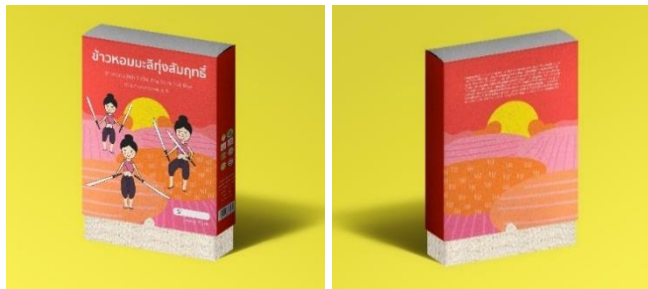
ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์โดยใช้โหมดไอโอเนียนจากทฤษฎีไดอาโทนิคโมด พบว่า ได้แนวทางการออกแบบ 3 แนวทาง ดังต่อไปนี้

การออกแบบแนวทางที่ 1

องค์ประกอบ : ภาพสร้างจากคอมพิวเตอร์แบบเรียบ (Vector flat illustration) ตัวอักษรแบบไม่มีเชิง (San serif)

แนวความคิด : ทุ่งสัมฤทธิ์คือแผ่นดินแห่งความรักที่บรรพบุรุษได้เสียสละปกป้องไว้



ภาพที่ 4 แนวทางการออกแบบที่ 1 ทุ่งสัมฤทธิ์แห่งความรักและความเสียสละ

การออกแบบแนวทางที่ 2

องค์ประกอบ : แบบรูปเรขาคณิต (Geometric form) ตัวอักษรแบบลายมือ (Script)

แนวความคิด : ข้าวทุ่งสัมฤทธิ์มีความพิเศษคือความหอม เนื่องจากหिनเกลือได้พื้นดิน ดินมีความเค็มเฉพาะ ทำให้ข้าวหลังสารหอมมากกว่าปกติ



ภาพที่ 5 แนวทางการออกแบบที่ 2 ข้าวทุ่งสัมฤทธิ์แห่งความหอมพิเศษ

การออกแบบแนวทางที่ 3

องค์ประกอบ : แบบลายเส้นประกอบภาพถ่าย ตัวอักษรแบบลายมือ (Script)

แนวความคิด : พื้นที่ทุ่งสัมฤทธิ์มีความสำคัญตั้งแต่สมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์ คือยุคสัมฤทธิ์ มนุษย์อาศัยอยู่เป็นชุมชนที่ใหญ่ขึ้น ดำรงชีวิตด้วยการเพาะปลูก ปลูกข้าว มีการเลี้ยงสัตว์



ภาพที่ 6 แนวทางการออกแบบที่ 3 ทุ่งสัมฤทธิ์เส้นทางแห่งยุคสัมฤทธิ์

ผลประโยชน์ความเป็นไปได้ของงานออกแบบแนวทางที่สามารถสื่อสารถึงความรู้สึกที่มีต่อโมดไอโอเนียน แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การประเมินแนวทางการออกแบบ

รายการ	ผู้เชี่ยวชาญ					รวมคะแนนเฉลี่ย
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5	
แนวทางการออกแบบที่ 1	3	3	4	4	4	3.6
แนวทางการออกแบบที่ 2	3	4	4	3	4	3.6
แนวทางการออกแบบที่ 3	4	5	4	4	3	4.0

จากตารางที่ 4 ได้ผลว่าแนวทางการออกแบบที่ 3 ได้คะแนนรวมเฉลี่ยสูงสุด 4 คะแนน แนวทางการออกแบบที่ 1 และ 2 ได้คะแนนรวมเฉลี่ย 3.6 คะแนน ซึ่งเป็นช่วงคะแนนที่ผ่านเกณฑ์การประเมินทั้ง 3 แนวทาง

อภิปรายผล

แนวทางในการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์โดยใช้โมดไอโอเนียนจากทฤษฎีไดอาโทนิคโมด มีคะแนนรวมเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทั้ง 3 แนวทาง โดยมีแนวทางการออกแบบที่ 3 มีคะแนนรวมเฉลี่ยสูงสุด สามารถนำเสนอเป็นต้นแบบการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวทุ่งสมฤทธิ์ ซึ่งเป็นข้าวไทยที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยข้าวหอมมะลิทุ่งสมฤทธิ์ ได้ถูกจัดอยู่ในโมดไอโอเนียน ที่มีลักษณะพิเศษคือ ข้าวมีเมล็ดเรียวยาว มีกลิ่นหอมตามธรรมชาติ เมื่อผ่านการขัดสีจะมีความเลื่อมมัน จมูกข้าวเล็ก หอมและนุ่ม (Rice Department, 2017, pp. 1-5) ตามองค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์ 4 ส่วน ที่สื่อภาพลักษณ์ของสินค้า ประกอบด้วย 1) แนวความคิดที่เชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์ 2) บุคลิกภาพและอารมณ์ 3) แนวทางภาพประกอบ และ 4) แนวทางการใช้ตัวอักษร สอดคล้องกับงานวิจัยของณธกร อุไรรัตน์ (Urairat, 2016, p. 115) พบว่าด้านการออกแบบของแบบที่ 3 มีลักษณะแปลกตา มีความคิดสร้างสรรค์ มีความเก๋ เป็นท้องถิ่น การใช้ถึงกระสอบสื่อถึงความเป็นข้าวได้ดี สื่อสารวิถีวัฒนธรรมความเป็นสินค้าทางการเกษตรได้ดี สร้างความแตกต่างชัดเจน เพิ่มมูลค่าสินค้าได้ สามารถซื้อเป็นของขวัญ เพราะดูสวยงาม ไม่เขย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถนำไปใช้ต่อไปอีก และเมตตา ตาละลักษณ์ ธวัชชัย ช้อนยนต์ และพิมพ์นิภา อินทร์ (Talaluck, Sonyon, & Intum, 2019, p. 11) พบว่าตำบลบ่อสวกมีเอกลักษณ์ที่เป็นลวดลายบนเครื่องปั้นดินเผาโบราณซึ่งชุดพบได้แก่ ลายอินธนู และลายนกฮูก ส่วนเอกลักษณ์ผ้าทอเมือของกลุ่มวิสาหกิจคือ ลายม่านบ่อสวก มีแนวคิดมาจากลายบนเครื่องปั้นดินเผาทั้งสองลาย ซึ่งลายอินธนูถูกใช้เส้นทางเลือกในการอ้างอิงการออกแบบกราฟิก ผสมผสานลายกาบจันทร์ 8 ทิศ และลายจันทร์ 8 กีบ ให้ดูทันสมัยสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มตามเอกลักษณ์บนลายผ้า มีข้อความบ่งบอกเรื่องราวชุมชน ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ช่องทางการติดต่อ และแถบผ้าลายม่านบ่อสวก จัดพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบเป็นต้นแบบใหม่นอกจากนี้ ผลการวิจัยครั้งนี้ยังแสดงให้เห็นว่า ช่วยกำหนดกรอบแนวทางการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพและอารมณ์ และการเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบเรขศิลป์ในการสื่อสารภาพลักษณ์ โดยการเชื่อมโยงระหว่างสองศาสตร์คือ ด้านทฤษฎีดนตรี กับด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อให้ทันออกแบบเรขศิลป์ได้เป็นแนวทางในการเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบทางเรขศิลป์ในการทำงานได้อย่างเหมาะสม ซึ่งขวัญใจ สุขก้อน และศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ (Sukkon & Disatapundhu, 2018, p. 82) ได้กล่าวว่า ปัจจุบันนั้นการออกแบบถือว่ามีสำคัญยิ่งในโลกของการแข่งขันทางการตลาด

ข้อเสนอแนะ

อย่างไรก็ตามวิจัยนี้ยังมีข้อจำกัด เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถศึกษาวิจัยให้ครอบคลุม มีความสมบูรณ์ได้ทุกด้าน ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป คือ ควรเพิ่มการทดลองสร้างผลงานออกแบบกับตราสินค้าจริง การนำผลงานออกแบบไปทดลองใช้จริงกับผู้บริโภค เพื่อนำมาปรับปรุงด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การนำผลวิจัยนี้ไปใช้จริงกับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ให้แบรนด์ เพื่อความแม่นยำมากขึ้นกับการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายอาจจะร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดมามีส่วนในการวางแผนกลยุทธ์ ตำแหน่งทางการตลาดของแบรนด์ที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมให้แบรนด์ให้มีจุดยืนที่แตกต่างจากคู่แข่งและเป็นที่จดจำได้มากยิ่งขึ้น สามารถนำไปวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดว่าได้มีการสื่อสารผ่านงานออกแบบด้วยโมดใดแล้วเพื่อได้ไม่ซ้ำกัน เช่น หากคู่แข่งมีการออกแบบด้วยโมดไอโอเนียนแล้ว อาจจะกำหนดแนวทางการสื่อสารผ่านงานออกแบบด้วยโมดอื่นแทน เพื่อสร้างความจดจำได้ สร้างเรื่องราว อารมณ์และความรู้สึกของแบรนด์ที่แตกต่างกันออกไป

เอกสารอ้างอิง

- Bannerman. (2008). *Mode for rock guitar players*. Independently published. Institute of packaging professional. (2019). Retrieved 3 January, 2019, from <https://www.iopp.org>
- Charoenphon, S. (2013). *Package Design*. Chiang Rai : Chiang Rai Rajabhat University. (In Thai)
- Cole, S. (2012). *The Anatomy of Type: A Graphic Guide to 100 Typefaces*. HarperCollins Publishers.
- Core 77 designawards. (2019). *Geometric form*. Retrieved 3 January, 2019, from <https://designawards.core77.com/Packaging>
- Cormier, S. M. (2010). *Modal Music Composition* (3rd ed.). N.p. : Inman & Artz Publishers.
- Dansakun, N. (1998). *Mode, concept and implementation*. Songkhla : Thaksin University. (In Thai)
- Hewitt, M. (2013). *Musical Scales of the World* (1st ed.). UK : The Note Tree.
- Kobayashi, S. (1992). *Color Image scale*. USA : Kodansha.
- Kongkietjaroen, P., & Kongkietjaroen, S. (1998). *Food Packaing*. Bangkok : The Thai packaging association. (In Thai)
- Nataliva. (2020). *Illustration Trends for 2020*. Retrieved 5 January, 2019, from <https://creativemarket.com/blog/10-illustration-trends-for-2020>
- O’Gorman, K. M. (2014). *Scales A La Mode: an introduction to modal improvisation*. N.p. : CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Packaging of the world. (2019). *Food packaing*. Retrieved 5 January, 2019, from <https://www.packagingoftheworld.com/>
- Pentawards. (2019). *Vector Flat Illustration*. Retrieved 25 December, 2018, from <https://pentawards.com>
- Red-dot. (2019). Retrieved 3 January, 2019, from <https://www.red-dot.org>
- Rice Department. (2017). *Geographical Indication*. Retrieved 3 January, 2019, from <http://www.ricethailand.go.th/web/> (In Thai)

- Sukkon, K., & Disatapundhu, S. (2018). Graphic Design for Shopping Goods Branding to Masstige Consumers. *College of Social Communication Innovation, SWU*, 7(2), 71-83. (In Thai)
- Talaluck, M., Sonyon, T., & Intum, P. (2019). Design of Local Identity on the Packages for the Community Enterprise of Ban Soa Luang, Bor Suak Sub district, Nan Province. *RMUTL Journal Socially of Engaged Scholarship*, 3(1), 11-18. (In Thai)
- Urairat, N. (2016). *Study and Design development of Rice Packing “Jekcheuy Saohai Saraburi”*. Research report. Dhurakij Pundit University, Bangkok. (In Thai)
- Virunanont, P. (in press). *Communication Design Process*. Bangkok : n.p. (In Thai)
- Yiangsakonsing, C. (2012). *Growth trend of Thai packaging*. Retrieved 3 January, 2019, from <http://ostc.thaiembdc.org/13th/> (In Thai)

ผู้เขียนบทความ

นางสาว ธัญพลอย นุตเกษม

นิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เลขที่ 254 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน
กรุงเทพมหานคร 10330
E-mail: dhanyhaploy.n@bu.ac.th

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย