

การออกแบบกราฟิกด้วยแรงบันดาลใจจากวิถีนิวนอร์มอล ภายใต้แบรนด์ซับสตรีทบอย

THE GRAPHIC DESIGN INSPIRED BY THE NEW NORMAL UNDER THE BRAND OF SUBSTREETBOY



ตรินติกกร เพี้ยอินทร์¹, มารีญา ทรงปัญญา¹, เอกพันธ์ พิมพาที¹

Trintikon Phiain¹, Mariya Songpanya¹, Aekpun Pimpatee¹

E-mail: trintikonboss@gmail.com, mamariyas@gmail.com,

lanvinvogue@hotmail.com

¹ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

¹ Program Product Design, UdonThani Rajabhat University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการออกแบบกราฟิกสไตล์กราฟฟิตี้ จากวิถีชีวิตนวินอร์มอล 2) เพื่อออกแบบลวดลายกราฟฟิตี้ในผลิตภัณฑ์แฟชั่นสำหรับกลุ่มวัยรุ่นในช่วงอายุ 18-25 ปี ผู้เล่นสเก็ตบอร์ด ภายใต้แบรนด์ SUBSTREETBOY 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์แฟชั่น ภายใต้แบรนด์ SUBSTREETBOY เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก นักออกแบบกราฟฟิตี้ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น และแบบสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นในช่วงอายุ 18-25 ปี ผู้เล่นสเก็ตบอร์ดในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 50 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) การใช้ชีวิตในวิถีชีวิตนวินอร์มอล ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเรียน ที่ต้องเรียนแบบออนไลน์ ด้านธุรกิจ ที่มีช่องทางการขายของแบบออนไลน์ ด้านการทำงาน ที่ต้องนำงานกลับมาทำที่บ้าน และด้านการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไป ที่ใส่หน้ากากเล่นสเก็ตบอร์ด โดยนำมาออกแบบผ่านจุดเด่นของงานศิลปะกราฟฟิตี้ในรูปแบบตัวอักษร และตัวคาแรคเตอร์ 2) ออกแบบลวดลายกราฟฟิตี้ โดยผ่านคาแรคเตอร์แรงบันดาลใจจากตัวละครที่เป็นตัวแทนของความเซ็กซี่ น่าเบื่อหน่าย โดยเชื่อมโยงจากอารมณ์ความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อลักษณะวิถีชีวิตที่ไม่สะดวก เซ็กซี่ในสังคมนวินอร์มอลจากการแพร่ระบาดของ โควิด 19 ในท่าทางการเล่นสเก็ตบอร์ด ในวิถีชีวิตแบบนวินอร์มอลด้านต่าง ๆ บนผลิตภัณฑ์แฟชั่น ได้แก่ เสื้อ กางเกง หมวก หน้ากากผ้า และแผ่นสเก็ตบอร์ด โดยใช้โทนสีสดใส และเทคนิคการผลิตที่เชื่อมโยงกับศิลปะกราฟฟิตี้ 3) ความพึงพอใจที่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น คอลเลคชั่นด้านการทำงาน มีความพึงพอใจมากที่สุด ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.85$) รองลงมาคือด้านธุรกิจ ($\bar{x} = 4.82$) ด้านการเรียน ($\bar{x} = 4.82$) และด้านการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไป ($\bar{x} = 4.81$)

คำสำคัญ: การออกแบบกราฟิก, สังคมนวินอร์มอล, กราฟฟิตี้, สตรีทแวร์

Abstract

The study aims to 1) to study graphic design inspired by the New Normal graffiti style, 2) to design the graffiti patterns of fashion products for skateboarders aged 18 – 25 under the Substreetboy brand, and 3) to evaluate satisfaction towards the fashion products under the Substreetboy brand. The research instrument included an interview form for interviewing graphic design experts, graffiti designers and fashion product design experts, and a questionnaire for evaluating satisfaction of 50 consumers who were a skateboarder aged 18 – 25 in Udon Thani Province towards the designed graphics. The results revealed that 1) there were 4 aspects of the New Normal including learning through the internet online, business of distribution online, working by bringing the work back home and daily routine by wearing the mask when playing skateboard. Therefore, these Now Normal aspects were used to design graffiti letters and characters. 2) The designed graffiti was inspired by the sloth as an act for lagging and boredom. These emotions had shown a way of life that was inconvenient and slow in the New Normal society after the Covid-19 outbreak. Sloths in skateboarding poses representing various aspects of the New Normal lifestyle were painted on fashion products such as shirts, pants, hats, masks, and skateboards using vibrant colors and graffiti art techniques. 3) There was the highest level of satisfaction towards the designed fashion products on working ($\bar{x} = 4.85$), followed by business ($\bar{x} = 4.82$), learning ($\bar{x} = 4.82$) and daily routine ($\bar{x} = 4.81$) respectively.

Keyword: Graphic Pattern, New Normal, Graffiti, Street Wear

บทนำ

งานวิจัยชิ้นนี้ได้จัดทำขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2565 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สังคมได้รับผลกระทบหลังจากสภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ทำให้เกิดรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน

ที่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมสู่รูปแบบวิถีปกติใหม่ หรือที่เรียกกันว่านิวนอร์มอล (New Normal) โดยเป็นวิถีชีวิตปกติในรูปแบบใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงจากผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ณ เวลานั้น ในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นตั้งแต่ก้าวออกจากบ้านที่ต้องมีการสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย การทำงานและการเรียนที่เปลี่ยนแปลงสู่รูปแบบออนไลน์ การมีมาตรการป้องกันและคัดกรองโรคอย่างเคร่งครัดในสถานที่สาธารณะหรือร้านค้า ไม่ว่าจะเป็น การมีจุดวัดอุณหภูมิร่างกายและบริการเจลแอลกอฮอล์ การเว้นระยะห่างรวมถึงการบริการส่งของส่งถึงบ้าน เพื่อลดการเดินทางไปยังสถานที่แออัด เป็นต้น ซึ่งวิถีนิวนอร์มอลในยุคการแพร่ระบาดโรคโควิด 19 ดังกล่าวนี้นับเป็นวิถีชีวิตที่คนในสังคมในช่วงเวลานั้นได้ตระหนักถึงและปฏิบัติอย่างแพร่หลาย จนกลายเป็นวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมมวลชนในช่วงเวลานั้น

ซึ่งการหยิบยกเอาวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมมวลชน ซึ่งในที่นี้คือวิถีปกติใหม่ หรือนิวนอร์มอล (New Normal) มาเล่าหรือสื่อสารผ่านงานศิลปะหรืองานออกแบบกราฟิกสามารถทำได้ในแนวทางหรือรูปแบบที่แตกต่างหลากหลาย โดยรูปแบบที่มีความน่าสนใจคือ รูปแบบงานศิลปะสไตล์กราฟฟิตี้ โดยเป็นงานศิลปะประเภทหนึ่ง ซึ่งมีจุดเริ่มต้นจากการสร้างสรรค์ตามท้องถนนสาธารณะทั่วไป จึงทำให้ผู้คนทั่วไปสามารถชื่นชมผลงานเหล่านี้ได้โดยทั่วถึงกัน ซึ่ง Manco (2552) กล่าวว่าผลงานกราฟฟิตี้ในปัจจุบัน นอกจากจะแทรกเข้าไปอยู่ในพื้นที่ทั้งในบริเวณชุมชน และถนนที่มีผู้คนเดินทางไปมาแล้ว งานกราฟฟิตี้นั้นยังได้แทรกเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์แฟชั่น ที่นำเอางานศิลปะกราฟฟิตี้มาออกแบบสู่งานกราฟิกที่บอกเล่าเรื่องราววิถีชีวิตต่าง ๆ ผ่านเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ความนิยมในผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีลวดลายที่เด่นสะดุดตาด้วยกราฟฟิสต์สไตล์กราฟฟิตี้ ทำให้ในปัจจุบันแบรนด์แฟชั่นนำเอาเรื่องราวของวิถีชีวิตทั่วไปในวัฒนธรรมท้องถนน มาเล่าผ่านกราฟฟิสต์สไตล์กราฟฟิตี้ในผลิตภัณฑ์แฟชั่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผลิตภัณฑ์แฟชั่นแนว Street Wear Fashion

แฟชั่นแนว Street Wear Fashion ปัจจุบันมักจะได้รับคามนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มวัยรุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนที่นิยมกีฬาประเภทสเกตบอร์ด ที่มักมีการแต่งตัวโดยมีจุดเริ่มต้นจากความอิสระเสรีทางความคิด กลายเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของผู้คน ไม่ใช่แค่ในฐานะการละเล่น แต่เป็นแรงบันดาลใจให้วงการอื่น ๆ นำไปสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และต่อยอดทางความคิดเป็นผลผลิตที่ทำให้ชีวิตสนุกสนาน และมีสีสันขึ้น โดยเฉพาะวงการบันเทิงแฟชั่น และธุรกิจ (Mover, 2561: ออนไลน์)

จากที่มา และความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำเอารูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน ในแบบนิวนอร์มอลมาสื่อสารผ่านการออกแบบลวดลายกราฟิกส์สไตล์กราฟฟิตี้ สำหรับผลิตภัณฑ์แฟชั่นสไตล์สตรีท ภายใต้แบรนด์ SUBSTREETBOY ซึ่งเป็นแบรนด์เซ็กต์ดลอง ที่ต้องการสื่อสารถึงศิลปะที่อยู่บนท้องถนนที่บอกเล่าเรื่องราววิถีชีวิต ที่สร้างสรรค์ออกมา ในงานกราฟิกส์สไตล์กราฟฟิตี้ ผ่านเรื่องราวคาแรคเตอร์ของเด็กชาย ที่จะสื่อสารผ่าน ผลิตภัณฑ์ สำหรับกลุ่มวัยรุ่นผู้นิยมเล่นสเก็ตบอร์ด เพื่อเป็นการสะท้อนความเป็นอยู่ในการใช้ชีวิตสังคมนิวนอร์มอล ช่วงโควิด 19 ให้ได้จดจำ และตระหนักถึงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการออกแบบกราฟิกส์สไตล์กราฟฟิตี้จากวิถีนิวนอร์มอล
2. เพื่อออกแบบกราฟิกส์สไตล์กราฟฟิตี้ในผลิตภัณฑ์แฟชั่นสำหรับกลุ่มวัยรุ่น ช่วงอายุ 18-25 ปี ผู้เล่นสเก็ตบอร์ด ภายใต้แบรนด์ SUBSTREETBOY
3. เพื่อประเมินความคิดเห็นที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์แฟชั่น ภายใต้แบรนด์ SUBSTREETBOY สำหรับกลุ่มวัยรุ่นผู้เล่นสเก็ตบอร์ด

วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีดำเนินโครงการเป็นการจัดทำการศึกษาแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแบบทฤษฎีการการค้นคว้าเอกสารตำราที่เกี่ยวข้อง และศึกษาแบบปฐมภูมิผ่านการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบพรรณนา และผ่านการสอบถามประเมินความคิดเห็นและความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ในด้านความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีกระบวนการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

1.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญการออกแบบกราฟิก นักออกแบบกราฟฟิตี้ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น จำนวน 3 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

1.2 ผู้บริโภคหรือผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงเป็นกลุ่ม กลุ่มวัยรุ่นผู้เล่นสเก็ตบอร์ดในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 50 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สำหรับสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก กราฟฟิตี และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น

2.2 แบบสอบถามความคิดเห็น และความพึงพอใจ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นอายุ 18-25 ปี ผู้เล่นสเก็ตบอร์ด ในจังหวัดอุดรธานี โดยใช้รูปแบบการประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาแบ่งเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

3.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสอบถามเพื่อให้ได้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแรงบันดาลใจของวิถีวัฒนธรรมมอญ การออกแบบกราฟิกสไตล์กราฟฟิตี วัสดุและเทคนิคสำหรับการออกแบบแฟชั่น รวมไปถึงการสอบถามความคิดเห็นความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

3.2 นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก กราฟฟิตี และการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น มาวิเคราะห์เชิงพรรณนาในการสรุปประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัย และนำข้อมูลจากการสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยในเชิงสถิติ เพื่อนำไปสู่การออกแบบลวดลายกราฟิกแรงบันดาลใจจากวิถีวัฒนธรรมมอญภายใต้แบรนด์ SUBSTREETBOY

3.3 ทำการออกแบบร่างและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย ภายใต้แบรนด์ SUBSTREETBOY ที่มีการประยุกต์ใช้ลวดลายกราฟิกแรงบันดาลใจจากวิถีวัฒนธรรมมอญ

3.4 ประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นอายุ 18-25 ปี ผู้เล่นสเก็ตบอร์ด ในจังหวัดอุดรธานี ที่มีต่อการออกแบบลวดลายกราฟิกแรงบันดาลใจจากวิถีวัฒนธรรมมอญ ภายใต้แบรนด์ SUBSTREETBOY

สรุปผลการวิจัย

1. รูปแบบการออกแบบกราฟิกสไตล์กราฟฟิตีจากวิถีชีวิตนิวนอร์มอล

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการใช้ชีวิตแบบนิวนอร์มอล สามารถจำแนกได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียน ด้านการทำงาน ด้านธุรกิจ และด้านการใช้ชีวิตประจำวัน ทั่วไป โดยมีลักษณะในการใช้ชีวิตที่ต้องปรับตัวในลักษณะต่าง ๆ โดยในด้านการเรียน มีการเรียนออนไลน์อยู่ที่บ้าน การสนใจเรียนที่ลดน้อยลง นอนหลับเวลาเรียน ต้องใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งคอมพิวเตอร์ หรือมือถือในการเรียน ด้านการทำงาน มีการปรับตัวสู่การทำงานที่บ้าน ที่ต้องเอางานกลับมาทำที่บ้าน มีประชุมแบบออนไลน์ ด้านธุรกิจ มีการปรับตัวในการทำธุรกิจการค้าขายในรูปแบบออนไลน์เช่นกันเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และด้านการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไป มีการสวมใส่หน้ากากผ้าเวลาออกไปนอกบ้าน การเว้นระยะห่าง การพ่นสเปรย์แอลกอฮอล์

โดยรูปแบบการใช้ชีวิตแบบนิวนอร์มอลดังกล่าว สามารถนำมาออกแบบเป็นงานกราฟิกสไตล์กราฟฟิตี โดยใช้ในรูปแบบของศิลปะกราฟฟิตีที่มีความโดดเด่น ได้แก่ การใช้ตัวอักษรในรูปแบบกราฟฟิตีแท็ก (Graffiti Tags) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของกราฟฟิตีในการเขียนข้อความต่าง ๆ ลงบนกำแพงผ่านการใช้ตัวอักษรที่เรียบง่ายและการเขียนที่รวดเร็ว และการออกแบบตัวคาแรคเตอร์ดีไซน์ ที่ศิลปินกราฟฟิตีมักจะนำมาใช้เป็นตัวแทนของศิลปิน ซึ่งในงานวิจัยนี้สามารถนำตัวคาแรคเตอร์มาเป็นตัวแทนของคนที่ใช้ชีวิตแบบนิวนอร์มอลในสังคมยุคโควิด 19 และยังสามารถเป็นตัวแทนของแบรนด์ให้มีความโดดเด่น น่าจดจำ

2. ออกแบบกราฟิกสไตล์กราฟฟิตีในผลิตภัณฑ์แฟชั่นภายใต้แบรนด์ SUBSTREETBOY

จากการสรุปวิเคราะห์ข้อมูล สามารถนำมาสรุปแนวคิดทางการออกแบบได้ ดังนี้

2.1 ออกแบบเครื่องแต่งกายวัยรุ่น สไตล์สตรีทแวร์ (Street Wear) เนื่องจากเสื้อผ้าสไตล์สตรีทแวร์เป็นที่นิยมในกลุ่มของวัยรุ่น โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เล่นกีฬาประเภทสเก็ตบอร์ด อายุ 18-25 ปี

2.2 ออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายของแบรนด์ SUBSTREETBOY โดยกำหนดรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมายคนเล่นสเก็ตบอร์ดในสังคมวิถีนิวนอร์มอล ได้แก่

1) เสื้อ ลักษณะของเสื้อของกลุ่มเป้าหมายนั้น เป็นการเล่นกีฬาที่มีการใช้ ส่วนของร่างกาย ต้องมีความเหมาะสม ได้แก่ เสื้อยืดแขนสั้นคอกลมที่มีความกระชับแต่ไม่เกะกะ เสื้อยืดแขนยาวเพื่อป้องกันร่างกายจากการบาดเจ็บ และเสื้อเชิ้ตแขนสั้นเพื่อดู เป็นทางการให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตด้านการเรียน

2) กางเกง เป็นกางเกงที่เหมาะสม โดยเป็นกางเกงขายาว และขาสั้นเพื่อ การคล้องตัว ทรงกระบอกเล็กที่มีความกระชับ และปกป้องส่วนขาในตอนเล่นกีฬาได้

3) หมวก ได้แก่ หมวกแก๊ป ที่มีสายปรับรัดศีรษะได้ และหมวกปีกครอบที่ดู สบายไม่เป็นการ

4) หน้ากากผ้า ที่มีความเหมาะสมกับการใช้งานที่มีความเบา หายสะดวก มีสายคล้องสำหรับตอนถอดหน้ากาก เวลาหยุดเล่นสเก็ตบอร์ด

5) แผ่นสเก็ตบอร์ด เป็นสเก็ตบอร์ดประเภท สเก็ตบอร์ด และเชิร์ฟสเก็ต ที่เป็นที่ยอดนิยมที่สุดของคนเล่นกีฬาประเภทสเก็ตบอร์ดในปัจจุบัน

2.3 วัสดุหลัก คือ ผ้าฝ้ายสำหรับเสื้อยืด ผ้าเวสปอยท์สำหรับกางเกง ผ้าแคนวาส สำหรับหมวก ผ้าไมโครโพลีเอสเตอร์สำหรับหน้ากากผ้า แผ่นไม้เมเบิลสำหรับแผ่นสเก็ตบอร์ด วัสดุตกแต่ง คือ สายหน้ากากผ้า เทคนิคในการผลิต คือ การสกรีน การปัก การพ่นสีสเปรย์ และการพันลวดลาย

2.4 แรงบันดาลใจในการออกแบบ นำเอาลักษณะการใช้วิถีชีวิตแบบนิวนอร์มอล ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านธุรกิจ ด้านการเรียน ด้านการทำงาน ด้านชีวิตประจำวันทั่วไป มา ออกแบบกราฟิกโดยใช้แรงบันดาลใจจากศิลปะสไตล์กราฟฟิตี้ ทั้งการออกแบบคาแรคเตอร์ และตัวหนังสือแบบกราฟฟิตี้แท้ๆ โดยคาแรคเตอร์ได้แรงบันดาลใจมาจากตัวสลอต เนื่องจาก ตัวสลอตเป็นตัวแทนของความเซื่องช้า น่าเบื่อหน่าย ซึ่งจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างพบว่า เป็นอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดจากวิถีชีวิตที่ไม่สะดวกตัดขาดเซื่องช้าในรูปแบบนิวนอร์มอล จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ซึ่งนำมาออกแบบโดยผสมผสานกับบุคลิกของเด็กผู้ชาย ที่มีความทะเล้น ล้อเลียน ที่แสดงออกด้วยลักษณะสีหน้าท่าทางของตัวสลอตใน ขณะเล่นสเก็ตบอร์ด และมีลักษณะของการทำงานศิลปะกราฟฟิตี้ในการถือตัวกระป๋องสีสเปรย์ ซึ่งจะมีสีหน้าท่าทางต่างกันไปในลักษณะท่าทางการใช้ชีวิตในวิถีนิวนอร์มอลในด้าน ต่าง ๆ

โดยได้ทำการออกแบบแบบร่างคาแรคเตอร์ตัวสลอตในรูปแบบต่าง ๆ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบร่างพื้นฐานคาแรคเตอร์ตัวละคร

จากแบบร่างพื้นฐาน ได้คัดเลือกลักษณะของคาแรคเตอร์ตัวละครเพื่อนำมาพัฒนาสู่แบบร่างที่มีลักษณะท่าทาง และอารมณ์ของตัวละครในวิถีชีวิตแบบนิวนอร์มอล ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบร่างคาแรคเตอร์ตัวละคร ที่ทำการพัฒนาลักษณะท่าทางและอารมณ์

จากแบบร่างคาแรคเตอร์ตัวละคร ที่ทำการพัฒนาลักษณะท่าทางและอารมณ์ ผู้วิจัยได้นำตัวคาแรคเตอร์สล็อต ที่ลงสีแล้วนำมาจัดกลุ่ม และพัฒนาลวดลายตามวิถีชีวิตแบบนิวนอร์มอล ทั้ง 4 ด้าน ดังภาพที่ 3 – 6



ภาพที่ 3 แบบลวดลายสล็อตด้านธุรกิจ



ภาพที่ 4 แบบลวดลายสล็อตด้านการเรียน



ภาพที่ 5 แบบลวดลายสล็อตด้านการทำงาน



ภาพที่ 6 แบบลวดลายสล็อตด้านชีวิตประจำวันทั่วไป

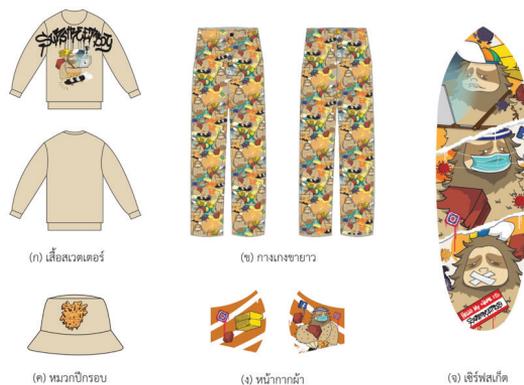
จากการวิเคราะห์พัฒนารูปแบบกราฟิกคาแรกเตอร์ตัวละครตัวสลอร์ ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากการใช้ชีวิตในวิถีนิวนอร์มอล ผู้วิจัยได้พัฒนาออกแบบองค์ประกอบเสริมเพิ่มเติมที่เชื่อมโยงกับเชื้อโควิด 19 รวมไปถึงองค์ประกอบที่เชื่อมโยงกับวิถีนิวนอร์มอล ทั้ง 4 ด้าน โดยพัฒนารูปแบบลวดลายในสไตล์กราฟฟิตที่มีลักษณะสีสันสดใส การออกแบบตัวอักษรในรูปแบบแท็ก และรูปแบบการจัดวางลวดลายที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้ จำแนกออกแบบ 4 ชุดผลิตภัณฑ์ ตามรูปแบบของวิถีนิวนอร์มอล 4 รูปแบบ ดังนี้

1) ชุดผลิตภัณฑ์ด้านการเรียน ประกอบไปด้วย เสื้อเชิ้ตแขนสั้น กางเกงขาสั้น หมวกปีกกรอบ หน้ากากผ้า และสเก็ตบอร์ด ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 ชุดผลิตภัณฑ์ด้านการเรียน

2) ชุดผลิตภัณฑ์ด้านการธุรกิจ ประกอบไปด้วย เสื้อสเวตเตอร์ กางเกงขายาว หมวกปีกกรอบ และเชิ์ฟสเก็ต ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 ชุดผลิตภัณฑ์ด้านธุรกิจ

3) ชุดผลิตภัณฑ์ด้านการทำงาน ประกอบไปด้วย เสื้อยืดแขนสั้น กางเกงขายาว หมวกแก๊ป หน้ากากผ้า และเชิ้ตฟลีสเก็ต ดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 ชุดผลิตภัณฑ์ด้านการทำงาน

4) ชุดผลิตภัณฑ์ด้านการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไป ประกอบไปด้วย เสื้อยืดแขนกุด กางเกงขาสั้น หมวกแก๊ป หน้ากากผ้า และสเก็ตบอร์ด ดังภาพที่ 10



ภาพที่ 9 ชุดผลิตภัณฑ์ด้านชีวิตประจำวันทั่วไป

3. การประเมินความคิดเห็นที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์แฟชั่น ภายใต้แบรนด์ SUBSTREETBOY

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามพึงพอใจการออกแบบลวดลายกราฟิกแรงบันดาลใจจากสังคมนิวนอร์มอล ภายใต้แบรนด์ SUBSTREETBOY โดยใช้รูปแบบการประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นผู้เล่นกีฬาประเภทสเก็ตบอร์ด ในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำนวน 50 คน พบความคิดเห็นดังนี้

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจต่อการออกแบบลวดลายแรงบันดาลใจจากการใช้ชีวิตในวิถีนิวนอร์มอล

รายการ	จำนวน (n=50)		ระดับความคิดเห็น
	\bar{x}	S.D.	
1. ความเหมาะสมของลวดลายกราฟิกโดยรวม	4.78	0.41	ระดับมากที่สุด
2. ความเหมาะสมของลวดลายสีสันทึมนำเสนอ	4.92	0.27	ระดับมากที่สุด
3. ความสามารถของลวดลายในการสื่อถึงการใช้ชีวิตแบบนิวนอร์มอล ทั้ง 4 ด้าน ได้เหมาะสม	4.82	0.38	ระดับมากที่สุด
4. ความเหมาะสมของการนำสไลด์มาสื่อสารบอกเล่าเรื่องราวการใช้ชีวิตแบบนิวนอร์มอล	4.74	0.48	ระดับมากที่สุด
5. การสื่อถึงลักษณะบุคลิกที่สดใส ร่าเริง ที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นที่เล่นสเก็ตบอร์ด	4.74	0.52	ระดับมากที่สุด
6. ความสวยงามเหมาะสมของการออกแบบคาแรคเตอร์แบรนด์เชิงทดลอง SUBSTREET-BOY	4.84	0.37	ระดับมากที่สุด
รวม	4.81	0.41	ระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 1 ความพึงพอใจต่อการออกแบบลวดลายแรงบันดาลใจจากการใช้ชีวิตในวิถีนิวนอร์มอล พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดในทุกด้าน

มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.81 ด้านความเหมาะสมของลวดลายสีสันทึมนำเสนอ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.92 รองลงมาคือ ความสวยงามเหมาะสมของการออกแบบคาแรคเตอร์แบรนต์เชิงทดลอง SUBSTREETBOY ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย ทั้ง 4 ชุดผลิตภัณฑ์

รายการ	ด้านธุรกิจ (n=50)		ด้านการ เรียน (n=50)		ด้านการ ทำงาน (n=50)		ด้านชีวิต ประจำวัน (n=50)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
1. ความเหมาะสมของรูปแบบเครื่องแต่งกาย	4.86	0.60	4.82	0.38	4.88	0.32	4.78	0.58
2. ความมีคุณค่าน่าสะสม	4.84	0.50	4.88	0.32	4.88	0.38	4.78	0.46
3. สามารถสื่อถึงการใช้ชีวิตวิน อรัมอลได้	4.80	0.53	4.80	0.40	4.74	0.48	4.72	0.63
4. ความเหมาะสมในการใส่เล่นกีฬาสเก็ตบอร์ด	4.80	0.57	4.84	0.42	4.78	0.54	4.78	0.64
5. ความเหมาะสมของโทนสีของผลิตภัณฑ์	4.76	0.65	4.80	0.66	4.90	0.30	4.90	0.30
6. สามารถสื่อถึงงานศิลปะกราฟฟิตี้ที่ผสมผสานอยู่ในผลิตภัณฑ์แฟชั่นสตรีทได้	4.84	0.42	4.80	0.63	4.86	0.40	4.86	0.45
7. ลวดลายกราฟิกเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.84	0.37	4.80	0.63	4.90	0.36	4.82	0.55
รวม	4.82	0.52	4.82	0.49	4.85	0.40	4.81	0.52

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย ทั้ง 4 ชุดผลิตภัณฑ์ พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการออกแบบชุดผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย

ด้านการทำงาน มีความพึงพอใจมากที่สุด ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85 รองลงมาคือด้านธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ด้านการเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 และด้านการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81

อภิปรายผล

จากการสรุปผลวิจัยการออกแบบกราฟิกด้วยแรงบันดาลใจจากวิถีชีวิตนิวนอร์มอล ภายใต้แบรนด์ SUBSTREETBOY ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

1) ด้านแรงบันดาลใจ ในการออกแบบลวดลายกราฟิกโดยใช้แรงบันดาลใจจากวิถีชีวิตนิวนอร์มอล ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบโดยใช้ตัวละครเป็นตัวแทนของความเชื่อซำ นำเป็หน้าย โดยเป็นอารมณ์จากวิถีชีวิตที่ติดขัดในวิถีชีวิตแบบนิวนอร์มอล จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 โดยออกแบบให้มีความเชื่อมโยงกับกลุ่มวัยรุ่นผู้เล่นสเก็ตบอร์ดที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการเรียน ที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นเรียนออนไลน์ที่บ้าน ทำให้การสนใจในการเรียนลดน้อยลง ให้เป็อย่าง ไม่สดใสร่าเริงในการเรียนได้เหมือนเดิม รวมไปถึงการต้องใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ประกอบในการเรียน ด้านการทำงานที่มีลักษณะเปลี่ยนแปลงมาทำงานแบบออนไลน์ ต้องเอางานกลับมาทำที่บ้าน ด้านธุรกิจจากที่เคยเปิดหน้าร้าน ได้เปลี่ยนเป็นการขายแบบออนไลน์มากขึ้น ทำให้การเปิดธุรกิจไม่จำเป็นที่ต้องมีหน้าร้าน แต่ต้องการนำเสนอสินค้าแบบออนไลน์และมีการขนส่งสินค้ามากขึ้น ด้านการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไปมีการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มคนเล่นสเก็ตบอร์ด คือการใส่หน้ากากผ้า ในการเล่นสเก็ตบอร์ด การวัดอุณหภูมิ หรือการเว้นระยะห่างกันในระหว่างเล่นสเก็ตบอร์ด ซึ่งการเปลี่ยนแปลงสู่วิถีชีวิตแบบนิวนอร์มอลของกลุ่มวัยรุ่นผู้เล่นสเก็ตบอร์ดนี้ สอดคล้องกับข้อค้นพบในงานวิจัยของ ทนงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ, ณิชนันท์ ศิริไสยาสน และโชติ บดีรัฐ (2561) ที่ศึกษาแนวคิดของสังคมนิวนอร์มอล “New Normal” วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลัง โควิด 19 ที่เน้นศึกษาสถานการณ์หลังการระบาดของไวรัส โควิด 19 ด้านการงาน การเรียน ธุรกิจ และใช้ชีวิตประจำวันทั่วไป ของสังคมนิวนอร์มอล ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ทำงานอยู่ที่บ้าน ใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารระหว่างกัน ทำให้การงาน การเรียนและธุรกิจต้องปรับตัวจากการแพร่ระบาดของ

ไวรัสโควิด 19 ทำให้พฤติกรรม และวิถีชีวิตของคนไทยเปลี่ยนไป ด้านการเรียนและด้านธุรกิจ ที่จะถูกกระตุ้นให้เกิดการก้าวกระโดดต่อการใช้งานเทคโนโลยี และใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนการทำงาน การศึกษา และด้านธุรกิจที่ปรับตัวให้เข้ากับ วิถีชีวิตปกติใหม่ได้จะทำให้ยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์

2) ด้านการออกแบบลวดลายในการผลิตภัณฑ์แฟชั่น ที่นำเอารูปแบบของศิลปะสไตล์กราฟฟิตี้ ในรูปแบบแท็กตัวอักษร การออกแบบตัวคาแรคเตอร์ และเทคนิคการพ่นสี มาใช้ในการออกแบบกราฟิกลวดลายบนผลิตภัณฑ์แฟชั่น ซึ่งเป็นการนำงานออกแบบลวดลายกราฟิกในสไตล์กราฟฟิตี้ มาปรับเปลี่ยนประยุกต์ปรับการนำเสนอรูปแบบใหม่ จากการสร้างสรรค์ตามท้องถิ่นสาธารณะทั่วไป มาปรับประยุกต์แทรกเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์แฟชั่น ที่นอกจากสร้างความสวยงามแล้ว ยังเป็นการนำเอางานออกแบบกราฟิกรูปแบบกราฟฟิตี้มาบอกเล่าเรื่องราววิถีชีวิตในสังคมนิวนอร์มอลต่าง ๆ การนำเสนอศิลปะสไตล์กราฟฟิตี้ผ่านรูปแบบของผลิตภัณฑ์แฟชั่นนี้ทำให้เกิดความแปลกใหม่ หลากหลาย และน่าสนใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ นายแมนฤทธิ์ เต็งยะ (2561) ที่ศึกษาพัฒนาการทางรูปแบบสตรีทอาร์ตในประเทศไทย สตรีทอาร์ตถือเป็นศิลปะแขนงใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม และเป็นกำลังขับเคลื่อนศิลปะแนวใหม่ โดยถูกส่งอิทธิพลจากกราฟฟิตี้คลัสเตอร์สู่สตรีทอาร์ตในเวลาต่อมา การแสดงออกของศิลปินการสร้างสรรค์ผลงานรูปแบบแปลกใหม่ของผลงาน ซึ่งศิลปินส่วนใหญ่เลือกทำงานสตรีทอาร์ตเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานเพียงเท่านั้น การทำงานสตรีทอาร์ตผ่านศิลปินหลากหลายสาขาส่งผลให้สตรีทอาร์ตในประเทศไทยมีความหลากหลาย และน่าสนใจ

3) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น แบรินด์ SUBSTREETBOY ที่ประกอบด้วย เสื้อ กางเกง หมวก หน้ากากผ้า และแผ่นสเก็ตบอร์ด โดยเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นให้เข้ากับบริบทสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้าและใช้บริการทางออนไลน์มากขึ้น จึงได้ใช้แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นแบบ Street wear fashion ที่สามารถสวมใส่ทำกิจกรรมในบ้าน และออกไปทำกิจกรรมข้างนอกบ้านได้ ได้อย่างความเหมาะสมกับการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นผู้นิยมเล่นสเก็ตบอร์ด โดยเป็นแนว Street wear fashion ที่มีความคล่องตัว สามารถใช้งานได้จริง มีโทนสีและลวดลายกราฟิกที่สดใสดูสนุกสนาน และเพิ่มรูปแบบของศิลปะสไตล์กราฟฟิตี้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับผลการวิจัย

ของธนพล คงไทย (2557) ในโครงการออกแบบเรขศิลป์ สำหรับผลิตภัณฑ์แฟชั่น ที่ได้แรงบันดาลใจจาก ศิลปะแนวป๊อปอาร์ต ภายใต้แบรนด์ “ป๊อปประชา” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นมีการแต่งตัวที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง โดยวัยรุ่นส่วนใหญ่มักนิยมแฟชั่นที่ใช้สีสัน เช่นเดียวกับลักษณะนิสัยวัยรุ่นที่มีความสดใส นอกจากนี้วัยรุ่นยังมีความสนใจเรื่องของศิลปะ เป็นอย่างมาก และมักเป็นรูปแบบของศิลปะก็มีอยู่หลากหลายแขนงทั่วโลกที่มีเอกลักษณ์ และน่าสนใจ

ข้อเสนอแนะ

1. ในการผลิตลดขนาดลงบนผลิตภัณฑ์ผ้า ควรใส่ใจในการกำหนดขนาดลดขนาด กับตัวผ้า และการวางแพทเทิร์นของผลิตภัณฑ์ให้ถูกต้อง รวมถึงการศึกษาวัสดุของผ้าและความสามารถในการพิมพ์ของโรงพิมพ์ให้ละเอียดก่อนดำเนินการพิมพ์ เพื่อลดความเสี่ยงในการผิดพลาดของกระบวนการผลิต

2. การนำไปต่อยอดผลงานวิจัยเพื่อจำหน่ายจริงในตลาด ควรมีการเพิ่มรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่หลากหลายมากขึ้น รวมไปถึงประเภทเนื้อผ้าและโทนสี ควรให้ความหลากหลายและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นโดยเฉพาะผู้เล่นกีฬา ประเภทต่าง ๆ ให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ทองศักดิ์ แสงสว่างวัฒนะ, ณิชนนท์ ศิริไสยาสน และโชติ บดีรัฐ. (2563). New Normal วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลังโควิด-19 การงาน การเรียน และธุรกิจ. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 4(3) กันยายน-ธันวาคม: 371-386.

ธนพล คงไทย. (2557). การออกแบบเรขศิลป์ สำหรับผลิตภัณฑ์แฟชั่น ที่ได้แรงบันดาลใจจากศิลปะแนวป๊อปอาร์ต ภายใต้แบรนด์ ป๊อปประชา. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

แมนฤทธิ์ เต็งยะ. (2561). พัฒนาการทางรูปแบบสตรีทอาร์ตในประเทศไทย.

กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาทฤษฎีศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Manco T. (2004). **Graffiti World**. London: Thames & Hudson Ltd.

Mover. (2561). แต่งตัวอย่างไรให้ออกมาเท่สไตล์หนุ่ม Sk8er Boy. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2564, จาก <https://mover.in.th/m-article/how-to-sk8er-boy/>.