



การออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ในกรุงเทพมหานคร THE PUBLICATION MEDIA DESIGN FOR HIPSTER SUBCULTURE IN BANGKOK

ปวรงค์ บุญช่วย*
วิไล อัสวเดชศักดิ์**

บทคัดย่อ

วัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ (Hipster Subculture) เป็นหนึ่งในวัฒนธรรมวัยรุ่น ที่มีรากฐานมาจากสหรัฐอเมริกา จากนั้นจึงแพร่หลายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกผ่านสื่อต่าง ๆ ด้วยภาพลักษณ์และค่านิยมของวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ที่มีลักษณะต่อต้านวัฒนธรรมกระแสหลัก (Mainstream Culture) หรือวัฒนธรรมป๊อป (Pop Culture) ฮิปสเตอร์สามารถเข้าถึงวัยรุ่นได้ผ่านการรวมกลุ่มทางสังคมและความสนใจ ซึ่งรวมถึงวัยรุ่น ในกรุงเทพมหานคร ที่มีกรรวมกลุ่มกันโดยผ่านกระบวนการ Cut 'n Mix จากกระแสวัฒนธรรม DIY ดนตรีอินดี้ และวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์จากโลกตะวันตก จนกลายมาเป็นวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ ทั้งนี้ผู้วิจัยมีโอกาสได้ศึกษาบทความในหนังสือ The Medium is The Message ของ Marshall McLuhan มีตอนหนึ่งกล่าวไว้ว่า “สื่อกลางคือข่าวสาร ดีไซน์ซึ่งหมายถึงสื่อกลาง ก็ควรมีเนื้อหาในตัวเองและหน้าที่พูดอะไรได้ไม่น้อยกว่าตัวหนังสือ” ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาแนวทางการ ใช้องค์ประกอบในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์ที่สื่อสารถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ในกรุงเทพมหานคร

จากผลสรุปพบว่า องค์ประกอบในการออกแบบเรขศิลป์สื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของฮิปสเตอร์ได้นั้นมีคำตอบที่หลากหลายตามบุคลิกภาพที่วิเคราะห์ได้จากองค์ประกอบในการสร้างอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมย่อย ได้แก่ แนวทางการออกแบบที่วิเคราะห์จากบุคลิกภาพของรูปแบบการแต่งกาย รูปแบบการฟังดนตรี ลักษณะทางจิตวิทยา และรูปแบบวิถีชีวิตและสุนทรียศาสตร์ ซึ่งการนำคำตอบมาใช้ในการกำหนดแนวทางการออกแบบเรขศิลป์นั้น สามารถทำได้โดยการพิจารณาจากลักษณะของเนื้อหาแล้วเลือกใช้แนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับเนื้อหานั้น ๆ ซึ่งท้ายที่สุดผู้วิจัยได้นำผลสรุปดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ โดยเลือกกรณีศึกษาเป็นนิตยสาร อะเดย์ (A Day)

คำสำคัญ: องค์ประกอบ / เรขศิลป์ / สื่อสิ่งพิมพ์ / ฮิปสเตอร์ / วัฒนธรรมย่อย

Abstract

“Hipster” is a popularly contemporary subculture among youth, took place in America, then spread out to other countries across the globe. An outstanding rule of Hipster subculture is naturally going against mainstream and pop culture discourse. Meanwhile, Hipster practice requires youth’s reaction through various artistic activities, which is based on Cut ‘n Mix process. Regards to Thai young generation, they use a common interest to form themselves into a group of DIY’s culture, independent music and Euro-america trend. The researcher did literature review a book of Marshall McLuhan’s “The Medium is The Message”, “the medium is a message, design, which is a medium, should add on more substance and informativeness to communicate its value as good as letter”, was quoted. Hence, this investigation will definitely define an utilisation of publication media’s graphic design element, which explores identity of urban Hipster subculture. The study will also categorise Hipster’s identical discourse, thoroughly contains of alternative style, values, ideologies as well as style of living. Methodology of the research is, moreover, focusing on specific format is component element of youth culture’s artistic language. Those principles are able to be analysed what is their tangible characteristic, for instance, grid, colour schematic, typography and illustration in order to produce realistic questionnaires for experts’ accurate analysis. The output of this dissertation will be used for publication media designer who refer to Bangkok hipster subculture.

The result of this examination can indicate graphic designer to recognise how to put Hipster subculture’s concept for magazine’s editorial design. A case study on Hipster’s aesthetics and information, the researcher will associate with ‘A Day magazine’ for realising a refresh path of the Hipster’s publication media design.

Keywords: Element / Graphic Design / Publication Media / Hipster / Subculture

*นิสิตระดับปริญญาโท สาขาเรขศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาเรขศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทนำ

จากบทความ Graphic Design in a Multicultural World ของแคทเธอริน แม็คคอย ได้มีตอนหนึ่งกล่าวไว้ว่า แนวคิดที่ว่า“ผลิตภัณฑ์ขึ้นเดียวสามารถตอบสนองความต้องการของทุกคนได้” เป็นแนวคิดเก่าตั้งแต่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมเมื่อกว่า 150 ปีที่แล้ว แต่ในสังคมปัจจุบันผู้คนมีความต้องการแตกต่างกันไปตามการรวมกลุ่มทางสังคม ความสนใจและวิถีชีวิตก่อให้เกิดเป็นสังคมที่ประกอบด้วยวัฒนธรรมย่อย (subculture) อันหลากหลาย ดังนั้นแนวคิดในการออกแบบจึงควรจะต้องปรับเปลี่ยนไปเพื่อให้เหมาะกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน (McCooy 2006)

วัฒนธรรมย่อย (Subculture) ถูกให้ความหมายในหลากหลายนิยามตามนักปรัชญาในแต่ละลัทธิ โดยมีทฤษฎีหนึ่งที่เชื่อมโยงการเกิดวัฒนธรรมย่อยเข้ากับบริบทของการออกแบบคือ วัฒนธรรมย่อยเป็นการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) โดยการใช้วิถีที่ต่างออกไปในการจัดการกับชีวิตทางวัตถุและด้านอื่น ๆ (Hall and Jefferson, 2006)

Paul Hodkinson นักสังคมวิทยาผู้ศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่น (Youth Culture) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อ (Media) และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identities) โดยมีกรณีศึกษาเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยก็อท (Goth) โดยระบุว่า การสร้างอัตลักษณ์เกิดจากการนำเอารูปแบบ (Style) จากซินเดอเรลล่าแนวโกธิคหรือคอสเพลย์ ทั้งการแต่งกาย การฟังเพลงและรูปแบบการปฏิสัมพันธ์กับสังคม เช่นเดียวกับวัฒนธรรมฮิปปี และดนตรีไซคีเดลิกในยุค 70

ในส่วนของ การสร้างวัฒนธรรมย่อยของวัฒนธรรมวัยรุ่น Dick Hebdige นักวิจัยด้านสังคมศาสตร์ชาวอังกฤษได้ให้น้ำหนักกับเรื่องของ “รูปแบบ” (Style) มีความสำคัญมากที่สุดภายใต้บทความที่ชื่อ “Subculture: The Meaning of Style” โดยจำแนกออกเป็น 2 ประเด็นคือ The Commodity Form และ The Ideological Form ซึ่ง The Commodity Form คือสื่อมวลชนทำให้รูปแบบการใช้เวลาว่างของวัยรุ่น (Commercialization of Youth Leisure) ที่เกิดจากการสร้างของระบบเศรษฐกิจกลายเป็นวัฒนธรรมย่อยเรียกว่าเป็นการสร้างวัฒนธรรมมาจาก “ข้างบน” ส่วน The Ideological Form เป็นการนำเสนอและจำกัดความวัฒนธรรมย่อยที่สร้างขึ้นมาจากกลุ่มวัยรุ่นเองผ่านกระบวนการ “Cut 'n Mix” โดยการหยิบเอาสไตล์ต่าง ๆ เข้ามาผสมผสานกันซึ่งเป็นวิธีการแบบหลังยุคสมัยใหม่ (Post-modern) เรียกว่าการสร้างวัฒนธรรมจาก “ข้างล่าง” (Hebdige 1979)

ในส่วนของประเทศไทยโดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครนั้นด้วยที่เป็นเมืองหลวงเป็นศูนย์กลางรวมความเจริญและเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การรับสื่อต่าง ๆ ทั้งจากนอกและในประเทศก่อให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อวัฒนธรรมวัยรุ่นแตกแขนงออกเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยต่าง ๆ ฮิปสเตอร์เป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและมีอัตลักษณ์รวมถึงรูปแบบของการใช้ชีวิตที่ชัดเจน โดยเป็นกระบวนการ “Cut 'n Mix” จากกระแสวัฒนธรรม DIY (Do It Yourself) ดนตรีอินดี้ และวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์จากโลกตะวันตก

เดิมทีฮิปสเตอร์ คือกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นในอเมริกา ปรากฏขึ้นครั้งแรกตั้งแต่ยุค 1940 จากไลฟ์สไตล์ของกลุ่มนักดนตรีแจ๊สและบีบอป (Bebop) ที่มีลักษณะทางการแต่งกาย ศัพท์แสลง อารมณ์ขันแบบประชดประชันและการเสพยา ซึ่งฮิปสเตอร์นั้นจะแตกต่างจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอื่น ๆ ที่ไม่ได้มีการสืบทอดทางวัฒนธรรมผ่านกาลเวลาแต่เป็นชื่อเรียกแทนกลุ่มคนที่มีลักษณะวิถีชีวิตและวัฒนธรรมแตกต่างไปจากวัฒนธรรมกระแสหลักในแต่ละยุคสมัยมาจนถึงปัจจุบันที่ยังคงอยู่เป็นหนึ่งในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยร่วมสมัย (Contemporary Subculture)

นิตยสารไทม์ (Time) ได้กล่าวถึงฮิปสเตอร์ไว้ว่า “ฮิปสเตอร์ คือเพื่อนที่เเยะแยะเมื่อคุณทำตัวเหมือนวงโคลด์เพลย์ พวกเขาจะสวมเสื้อยืดพิมพ์ประโยคเด็ดจากภาพยนตร์ที่คุณไม่เคยได้ยืมและเป็นคนกลุ่มเดียวในอเมริกาที่คิดว่าแพปสต์ บลู ริบบอน เป็นเปียร์ที่ดี พวกเขาสวมหมวกคาวบอยหรือหมวกเบเรต์ และคิดว่าคานเยเวสต์ ลอกเลียนการสวมแว่นกันแดดไป ทั้งหมดที่กล่าวมาแสดงถึงการพยายามสร้างกระแสอย่างมากแต่พวกเขาก็สร้างว่าไม่สนใจ” (Fletcher, 2009)

นอกจากนี้ยังมีหนังสือ HipsterMattic: One Man’s Quest to Become the Ultimate Hipster ซึ่งกล่าวถึงฮิปสเตอร์ไว้ในเชิงเปรียบเทียบต่อวัฒนธรรมป๊อป ดังนี้

ระหว่างที่สังคมกระแสหลักในยุคมิลเลเนียม กำลังวุ่นอยู่กับรายการเรียลลิตี้ คนตรีไต้หวันและเรื่อนร่างของบริทนี สเปียร์ส เบื้องหลังฉากหน้าเหล่านั้นการจลาจลได้ก่อตัวขึ้นอย่างเงียบ ๆ สไตส์ต่าง ๆ ที่ถูกหลงลืมไปกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง กระแสย้อนยุค (Retro) ได้รับการเชิดชูและกลายมาเป็นสิ่งใหม่ เด็กวัยรุ่นอยากที่จะสวมคาร์ดิแกนแบบซิลเวีย แพล็ทและแว่นตาแบบบัดดี้ ฮอลลี พวกเขาสนุกไปกับการมีภาพลักษณ์ที่ดูเจ๋งในสไตล์เด็กเนิร์ด กินอาหารเพื่อสุขภาพจำพวกธัญพืชเพื่อให้มีชีวิตที่ยืนยาว เหนือสิ่งอื่นใดพวกเขาต้องการที่จะถูกยอมรับในฐานะของคนที่แตกต่างกัน การใช้ชีวิตผิดแผกไปจากกระแสหลักและสร้างวัฒนธรรมของตัวเองขึ้นมาสำหรับคนรุ่นใหม่ สไตส์ไม่ใช่สิ่งที่จะหาซื้อได้ตามห้างสรรพสินค้า สไตส์กลับกลายเป็นสิ่งที่จะค้นพบได้จากร้านขายของมือสอง หรือไม่ก็สร้างมันขึ้นมาเอง การจะดูเจ๋งไม่ใช่การลอกเลียนจากดารา

(Granfield, 2011)

จากข้อมูลข้างต้น โดยเฉพาะข้อความที่กล่าวถึงฮิปสเตอร์ในนิตยสารไทม์ จะสังเกตได้ว่า แม้แต่กลุ่มวัฒนธรรมย่อยขนาดใหญ่ที่มีความแข็งแรงในเชิงวัฒนธรรม และมีการปรับเปลี่ยนมาตลอดตั้งแต่ยุคทศวรรษที่ 50 มาจนถึงปัจจุบันอย่างฮิปสเตอร์ก็ยังคงขาดสื่อที่สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมของตนเองไม่เหมือนกับอิพฮอปหรือสตรีท ซึ่งเป็นวัฒนธรรมย่อยที่มีภาพลักษณ์ที่แข็งแรง และมีสื่อที่กลุ่มคนในวัฒนธรรมหลักหรือวัฒนธรรมย่อยอื่น ๆ สามารถจดจำได้

หนังสือ The Medium is The Message ของ Marshall McLuhan มีตอนหนึ่งกล่าวไว้ว่า “สื่อกลางคือข่าวสารดีไซน์ซึ่งหมายถึงสื่อกลางก็ควรจะมีเนื้อหาในตัวเองและทำหน้าที่พูดอะไรได้ไม่น้อยกว่าตัวหนังสือ” ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการออกแบบสื่อที่สามารถแสดงออกถึงเรื่องราวและอัตลักษณ์ได้ไม่น้อยไปกว่าเนื้อหาที่ส่งผ่านสื่อ นั้น ๆ ซึ่งสื่อที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการนำเสนอเรื่องราวและวิถีชีวิตของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะนิตยสาร เนื่องจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์เป็นกลุ่มวัฒนธรรมที่มีความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิต (Lifestyle) อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารซึ่งมีการออกเป็นระยะและมีความถี่ตามกำหนดเวลาที่แน่นอนจึงมีความเหมาะสมที่สุด นอกจากนี้สื่อสิ่งพิมพ์ยังสามารถปรับเปลี่ยนไปใช้กับสื่อใหม่ (New Media) เช่น นิตยสารออนไลน์ในรูปแบบแอปพลิเคชัน (Application) ได้ด้วยเนื่องจากการออกแบบใช้หลักการเดียวกัน

ดังที่กล่าวมาจึงเป็นที่มาของหัวข้อวิทยานิพนธ์ “การออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ในกรุงเทพมหานคร” เพื่อศึกษาวิจัยหาองค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่สื่อสารถึง

อัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครรวมถึงใช้งานวิจัยต่อยอดในการออกแบบประเภทอื่นได้สืบต่อไป

วัตถุประสงค์และขอบเขตของงานวิจัย

1. หาอัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ในกรุงเทพมหานครเพื่อใช้กำหนดแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์
2. ศึกษาทฤษฎีการออกแบบที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อหาองค์ประกอบหลักในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์ให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพของวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์
4. เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ในกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินงานวิจัย

ในงานวิจัยฉบับนี้เป็น การรวบรวมความรู้จากศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมย่อยและการออกแบบนิตยสารเพื่อหาแนวทางการใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่สามารถสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ ซึ่งการวิจัยประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลแนวคิดและการสื่อสารอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมย่อย

- 1.1 ศึกษาทฤษฎีองค์ประกอบในการสร้างอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมย่อย ของ Michael Brake
- 1.2 ศึกษาทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบของวัฒนธรรมย่อย
- 1.3 ศึกษาแผนผัง Explanation Diagram of The Spells in Mesmerization ของ Gee Thomson เพื่อใช้ในการศึกษาองค์ประกอบในการสร้างอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมย่อย

2. สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเก็บข้อมูล ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อออกแบบแบบสอบถามเพื่อหารูปแบบและองค์ประกอบอัตลักษณ์ของฮิปสเตอร์

รวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.1 รูปแบบ (Style)

2.1.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่น มีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

2.1.1.1 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการออกแบบแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย หรือมีความเกี่ยวข้องกับงานแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย

2.1.1.2 มีประสบการณ์ในการทำงานด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกายมากกว่า 5 ปี

2.1.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านเพลงและดนตรี มีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

2.1.2.1 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในวงการเพลงและดนตรี หรือมีความเกี่ยวข้องกับงานทางด้านเพลงและดนตรี

2.1.2.2 มีประสบการณ์ในการทำงานด้านเกี่ยวกับเพลงและดนตรีมากกว่า 5 ปี

2.2 องค์ประกอบอื่น ๆ ในการสร้างอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมย่อย

2.2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านฮิปสเตอร์ มีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

2.2.1.1 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานในสายศิลปวัฒนธรรมอยู่ในแวดวงของฮิปสเตอร์ หรือมีผลงานที่เกี่ยวข้องกับด้านวัฒนธรรมย่อย

2.2.1.2 มีประสบการณ์ในสายงานด้านศิลปะและวัฒนธรรมมากกว่า 5 ปี

3. ออกแบบแบบสอบถามเพื่อหารูปแบบและองค์ประกอบอัตลักษณ์ของฮิปสเตอร์ และให้ผู้เชี่ยวชาญด้านฮิปสเตอร์ตรวจสอบ

แบบสอบถามเพื่อหารูปแบบและองค์ประกอบอัตลักษณ์ของฮิปสเตอร์ เป็นแบบสอบถามสำหรับกลุ่มประชากรฮิปสเตอร์ เพื่อคัดกรองให้ได้รูปแบบและองค์ประกอบอัตลักษณ์ที่ชัดเจน โดยภายในแบบสอบถามจะแบ่งเนื้อหาที่ทำการวิจัยออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อหาข้อมูลรูปแบบการแต่งกายและการฟังดนตรี ออกแบบแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบได้หลายคำตอบ (Multiple Choice) โดยแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ รูปแบบการแต่งกายและรูปแบบการฟังดนตรี

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อหาองค์ประกอบของอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ เป็นแบบสอบถามประเมินค่าทัศนคติ โดยใช้รูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ข้อมูลองค์ประกอบอัตลักษณ์ของฮิปสเตอร์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยได้จำแนกข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่ตามแผนผังของ Gee Thomson

4. เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อหารูปแบบและองค์ประกอบอัตลักษณ์ของฮิปสเตอร์

การกระจายแบบสอบถามใช้วิธีการสุ่มแบบกระจายต่อเนื่อง (Snowball Sampling) คือ เริ่มต้นจากบุคคลที่ผู้เชี่ยวชาญด้านฮิปสเตอร์เลือกแล้วกระจายต่อไปยังคนอื่น ๆ ในกลุ่มสังคมเดียวกันกับผู้ทำแบบสอบถามนั้น ๆ จำนวน 60 คน โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

1. Generation Y (ช่วงอายุในปัจจุบัน 13-32 ปี)

2. อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

3. มีค่านิยม (Values) อุดมการณ์ (Ideologies) และวิถีชีวิต (Lifestyle) ไกล่เคียงกับที่ผู้เชี่ยวชาญกำหนด

5. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อหารูปแบบและองค์ประกอบอัตลักษณ์ของฮิปสเตอร์ เพื่อใช้ในขั้นตอนการออกแบบแบบสอบถามบุคลิกภาพของฮิปสเตอร์สำหรับผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ

6. ออกแบบแบบสอบถามเพื่อหาบุคลิกภาพของฮิปสเตอร์และผู้เชี่ยวชาญด้านฮิปสเตอร์ตรวจสอบ

ใช้บุคลิกภาพจากทฤษฎี Color Image Scale ของ Shigenobu Kobayashi โดยออกแบบแบบสอบถามเป็น 4 ชุด โดยแต่ละชุดมีผู้เชี่ยวชาญในการตอบแบบสอบถามต่างสาขากัน ได้แก่

6.1 บุคลิกภาพที่วิเคราะห์จากรูปแบบการแต่งกาย

6.2 บุคลิกภาพที่วิเคราะห์จากรูปแบบการฟังดนตรี

6.3 บุคลิกภาพที่วิเคราะห์จากลักษณะทางจิตวิทยา

6.4 บุคลิกภาพที่วิเคราะห์จากการชักจูงด้วยรูปแบบของวิถีชีวิตและสุนทรียศาสตร์

7. เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อหาบุคลิกภาพของฮิปสเตอร์

ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อหาบุคลิกภาพของวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ สาขาละ 5 ท่าน

8. วิเคราะห์และสรุปผลที่ได้จากแบบสอบถามเพื่อหาบุคลิกภาพของฮิปสเตอร์ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ในการพิจารณาตอบแบบสอบถามเพื่อหารูปแบบขององค์ประกอบในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์

9. ออกแบบแบบสอบถามเพื่อหารูปแบบขององค์ประกอบในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์และให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ตรวจสอบ

เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ โดยในแบบสอบถามจะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อหารูปแบบขององค์ประกอบในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นแบบสอบถามประเมินค่าทัศนคติ โดยใช้รูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีองค์ประกอบในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องการหาคำตอบดังนี้

1. กริด (Grid)
2. การวางโครงสี (Color Schematic)
3. ตัวอักษร (Typography)
4. ภาพประกอบสิ่งพิมพ์ (Photography and Illustration)

10. เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อหารูปแบบขององค์ประกอบในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์

เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบเรขศิลป์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 5 ท่าน

11. นำผลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อหารูปแบบขององค์ประกอบในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับฮิปสเตอร์

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาองค์ประกอบหลักในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ โดยการพิจารณาจากอัตลักษณ์และบุคลิกภาพ โดยนำเอาคำตอบมาสรุปผลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ของสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยฮิปสเตอร์ในกรุงเทพมหานคร โดยมีการสรุปผลการวิจัยดังนี้

1. องค์ประกอบที่วิเคราะห์จากบุคลิกภาพของรูปแบบการแต่งกาย

บุคลิกภาพ : casual, friendly, happy และ charming

1.1 กริด

โมดูลาร์กริด (Modular grid)

1.2 การวางโครงสี (Color Schematic)

โครงสีข้างเคียง (Analogous Colors) โครงสีเอกรงค์ (Monochromatic Colors) และโครงสี 3 สี (Triadic Colors)

1.3 ตัวอักษร (Typography)

1.3.1 ตัวอักษรภาษาอังกฤษ

ตัวพิมพ์แบบซันส์เซริฟ (Sans-Serif typefaces) และตัวพิมพ์แบบสคริปต์/เคอร์ซีฟ (Script/Cursive typefaces)

1.3.2 ตัวอักษรภาษาไทย

ตัวพิมพ์แบบไม่มีหัวหรือตัวปาดและตัวพิมพ์แบบมีหัวเป็นตัวพิมพ์ที่มีหัวเป็นวงกลม

1.4 ภาพประกอบสิ่งพิมพ์ (Photography and Illustration)

ภาพถ่าย, ภาพวาดลายเส้น และภาพวาดน้ำหนักสีต่อเนื่อง



ภาพที่ 1 ตัวอย่างผลงานการออกแบบจากแนวทางที่ 1 คอลัมน์ draft till done

2. องค์ประกอบที่วิเคราะห์จากบุคลิกภาพของรูปแบบการฟังดนตรี

บุคลิกภาพ : casual, open และ progressive

2.1 กริด

คอลัมน์กริดตีคอนสตรัคชัน (Column grid deconstruction), การจัดวางตามสัญชาตญาณ (Spontaneous composition) และโมดูลาร์กริดตีคอนสตรัคชัน (Modular grid deconstruction)

2.2 การวางโครงสร้างสี (Color Schematic)

โครงสร้างสีคู่ตรงข้าม (Complementary Colors), โครงสร้างสี 3 สี (Triadic Colors) และโครงสร้างสี 4 สี (Tetradic Colors)

2.3 ตัวอักษร (Typography)

2.3.1 ตัวอักษรภาษาอังกฤษ

ตัวพิมพ์แบบซานซ์ เซริฟ (Sans-Serif typefaces)

2.3.2 ตัวอักษรภาษาไทย

ตัวพิมพ์แบบไม่มีหัวหรือตัวปาด ตัวพิมพ์แบบตัวตกแต่ง และตัวพิมพ์แบบมีหัว เป็นตัวพิมพ์ที่มีหัวเป็นวงกลม

2.4 ภาพประกอบสิ่งพิมพ์ (Photography and Illustration)

ภาพถ่าย, ภาพวาดลายเส้น และภาพดิจิทัล



ภาพที่ 2 ตัวอย่างผลงานการออกแบบจากแนวทางที่ 2 คอลัมน์ main course

3. องค์ประกอบที่วิเคราะห์จากบุคลิกภาพของลักษณะทางจิตวิทยา

บุคลิกภาพ : casual, merry, untamed, striking, subtle and mysterious และ dazzling

3.1 กริด

ไฮราร์คิคัลกริด (Hierarchical grid) โมดูลาร์กริดดีคอนสตรัคชัน (Modular grid deconstruction) และคอลัมน์กริดดีคอนสตรัคชัน (Column grid deconstruction)

3.2 การวางโครงสี (Color Schematic)

โครงสี 4 สี (Tetradic Colors) โครงสีคู่ตรงข้าม (Complementary Colors) และโครงสี 3 สี (Triadic Colors)

3.3 ตัวอักษร (Typography)

3.3.1 ตัวอักษรภาษาอังกฤษ

ตัวพิมพ์แบบซันส์ เซริฟ (Sans-Serif typefaces) และตัวพิมพ์แบบสคริปต์/เคอร์ซีฟ (Script/Cursive typefaces)

3.3.2 ตัวอักษรภาษาไทย

ตัวพิมพ์แบบไม่มีหัวหรือตัวปาด และตัวพิมพ์แบบตัวตกแต่ง

3.4 ภาพประกอบสิ่งพิมพ์ (Photography and Illustration)

ภาพวาดลายเส้น, ภาพถ่าย และภาพพิมพ์



ภาพที่ 3 ตัวอย่างผลงานการออกแบบจากแนวทางที่ 3 คอลัมน์ q & a day

4. องค์ประกอบที่วิเคราะห์จากบุคลิกภาพของวิถีชีวิตและสุนทรียศาสตร์

บุคลิกภาพ : chic, Stylish, classic, progressive และ fascinating

4.1 กริด

โมดูลาร์กริดดีคอนสตรัคชัน (Modular grid deconstruction) มานูสคริปต์กริด ดีคอนสตรัคชัน (Manuscript grid deconstruction) และไฮราร์คิคัลกริด (Hierarchical grid)

4.2 การวางโครงสี (Color Schematic)

โครงสี 4 สี (Tetradic Colors) โครงสี 3 สี (Triadic Colors) และโครงสีข้างเคียง (Analogous Colors)

4.3 ตัวอักษร (Typography)

4.3.1 ตัวอักษรภาษาอังกฤษ

ตัวพิมพ์แบบซันเซอริฟ (Sans-Serif typefaces) ตัวพิมพ์แบบบล็อก (Block typefaces) และโรมัน (Roman typefaces)

4.3.2 ตัวอักษรภาษาไทย

ตัวพิมพ์แบบไม่มีหัวหรือตัวปาด

4.4 ภาพประกอบสิ่งพิมพ์ (Photography and Illustration)

ภาพถ่าย ภาพวาดลายเส้น และภาพดิจิทัล



ภาพที่ 4 ตัวอย่างผลงานการออกแบบจากแนวทางที่ 4 คอลัมน์ trip

อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยหาแนวทางการออกแบบที่วิเคราะห์ได้จากบุคลิกของรูปแบบและอัตลักษณ์ของฮิปสเตอร์ นั้นได้คำตอบออกมาหลายคำตอบ ซึ่งผู้วิจัยได้ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ ของนิตยสารคือ คุณสมพฤกษ์ ผูกพานิช นักออกแบบเรขศิลป์ประจำนิตยสารอะเดย์ ถึงแนวทาง ในการนำผลวิจัยไปใช้ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้แนะนำให้เลือกใช้โดยพิจารณาจากเนื้อหา ซึ่งสามารถสรุปออกมาได้ดังนี้

1. แนวทางการออกแบบที่วิเคราะห์จากบุคลิกภาพของรูปแบบการแต่งกาย สามารถนำไปใช้ได้ กับคอลัมน์ เนื้อหาบทความ หรือบทสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับแฟชั่น ถ้าเป็นนิตยสารแฟชั่นโดยเฉพาะสามารถ นำไปใช้ได้เลย โดยอาจปรับใช้ให้เหมาะสมกับสาระสำคัญ (Theme) ของนิตยสารนั้น ๆ

2. แนวทางการออกแบบที่วิเคราะห์จากบุคลิกภาพของรูปแบบการฟังดนตรี สามารถนำไปใช้ได้ กับคอลัมน์ เนื้อหาบทความ หรือบทสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับดนตรี ถ้าเป็นนิตยสารเพลงหรือดนตรีโดยเฉพาะ สามารถนำไปใช้ได้เลย โดยอาจปรับใช้ให้เหมาะสมกับสาระสำคัญของนิตยสารนั้น ๆ

3. แนวทางการออกแบบที่วิเคราะห์จากบุคลิกภาพของลักษณะทางจิตวิทยา สามารถนำไปใช้ได้ กับคอลัมน์บทความหรือบทสัมภาษณ์บุคคลที่กล่าวถึงเรื่องราวและมุมมองต่าง ๆ ในชีวิตโดยทั่วไป

4. แนวทางการออกแบบที่วิเคราะห์จากบุคลิกภาพของวิถีชีวิตและสุนทรียศาสตร์ เป็นแนวทาง ที่นำไปใช้ได้กว้างที่สุด เนื่องจากนิตยสารโดยทั่วไป จะมีเนื้อหาที่พูดถึงวิถีชีวิตเป็นส่วนใหญ่ สามารถนำไปใช้ได้ กับคอลัมน์บทความที่กล่าวถึงไลฟ์สไตล์ ภาพยนตร์ ข่าวสาร โดยเฉพาะข่าวสารที่เกี่ยวกับความบันเทิง ศิลปะและการออกแบบ เป็นต้น

กริดที่นำมาใช้เป็นตัวเลือกในการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมกริดทุกประเภททั้งกริดรูปแบบปกติ และกริดแบบทำลายโครงสร้างโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขาคณิตได้เลือกกริดที่เหมาะสมกับแนวทางการออกแบบต่าง ๆ โดยพิจารณาจากสิ่งพิมพ์ที่เป็นนิตยสารแบบมาตรฐาน ดังนั้นหากมีผู้สนใจจะนำผลวิจัยไปใช้ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น ๆ จะต้องพิจารณาถึงตัวแปรอื่น ๆ ในการออกแบบด้วย

รายการอ้างอิง

- Fletcher, Dan. 2009. "Hipsters." *Time* [Online]. Retrieved May 5, 2013 (<http://content.time.com/time/arts/article/0,8599,1913220,00.html>).
- Granfield, Matt. 2011. *HipsterMatic*. New South Wales: Allen & Unwin.
- Hall, Stuart and Tony Jefferson. 2006. *Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. London: Routledge.
- Hebdige, Dick. 1979. *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge.
- McCoy, Katherine. 2006. Graphic Design in a Multicultural World. In Bennett, Audrey. *Design Studies: Theory and Research in Graphic Design*, Pp. 200-205. New York: Princeton Architectural Press.
- McLuhan, Marshall and Quentin Fiore. 2008. *The Medium is the Massage*. London: Penguin Group.