

ข้อสังเกตเรขศิลป์สัญลักษณ์เพื่อภูมิทัศน์เมืองญี่ปุ่น

OBSERVATIONS OF GRAPHIC SYMBOLS FOR LANDSCAPE IN JAPAN.

นัตดาวดี บุญยะเดโช/ NADDAWADEE BOONYADACHO

สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
VISUAL DESIGN, FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS, SRINAKHARINWIROT
UNIVERSITY.

Received: March 3, 2017

Revised: August 30, 2017

Accepted: September 5, 2017

บทคัดย่อ

บทความนี้ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและวิเคราะห์แนวคิดการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่อความหมายด้วยระบบป้ายสัญลักษณ์ โดยพิจารณาลงลึกในด้าน เครื่องหมายสัญลักษณ์ เครื่องหมายภาพ และเครื่องหมายอักษร รวมไปถึงตำแหน่งการจัดวางในพื้นที่สาธารณะบนภูมิทัศน์เมืองของประเทศญี่ปุ่น โดยศึกษาจากการลงพื้นที่จริงที่ประเทศญี่ปุ่นทั้งหมด 3 เมือง ได้แก่ โตเกียว เกียวโต โอซาก้า ตามสถานที่ท่องเที่ยวในสภาพแวดล้อมต่างๆ กัน ทั้งในเชิงศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวสมัยใหม่ ได้แก่ 1.พิพิธภัณฑ์เอโดะ โตเกียว 2.พิพิธภัณฑ์แห่งชาติโตเกียว 3.วัดพระใหญ่โคบูตสึ และ 4.แหล่งการค้าชินไซบาชิ ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรม การสืบค้นจากสื่อสารสนเทศ เพื่อวิเคราะห์การออกแบบโดยเชื่อมโยงกับทฤษฎีสีในการแบ่งกลุ่มบุคลิกภาพ ตามทฤษฎีสีกลายของชิเคนโนบุ โคบายาชิ และแนวคิดด้านการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม

ผลการศึกษาพบว่า 1.พิพิธภัณฑ์เอโดะโตเกียว มีบุคลิกภาพแบบรูปแบบดั้งเดิม สื่อสารด้านการอนุรักษ์นิยม ประเพณีโบราณ 2.พิพิธภัณฑ์แห่งชาติโตเกียว บริเวณป้ายสัญลักษณ์ภายนอกอาคารมีบุคลิกภาพแบบชัดเจน ดูสบายตา และสัญลักษณ์นำโชคมีบุคลิกภาพแบบน่ารัก สื่อสารด้านความเป็นมิตร น่ารัก อ่อนหวาน 3.วัดพระใหญ่โคบูตสึ มีบุคลิกภาพแบบเป็นธรรมชาติ สื่อสารด้านความอุดมสมบูรณ์ อบอุ่น สุขภาพ และเรียบง่าย 4.แหล่งการค้าชินไซบาชิ มีบุคลิกภาพแบบมีพลวัต แสดงถึงการเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง กระฉับกระเฉง ลักษณะป้ายสัญลักษณ์หน้าร้านมีความโดดเด่นด้วยขนาดและโทนสีที่ร้อนแรง ทำให้ภูมิทัศน์โดยรวมดูตื่นตันทึ่งตลอดเวลา รูปแบบการจัดวางสามารถสื่อสารได้ชัดเจน โดดเด่นมีอัตลักษณ์ และเป็นเอกภาพ รูปแบบเด่นสะดุดตา ติดตั้งในตำแหน่งที่เหมาะสม มีความเป็นสากลง่ายต่อการเข้าใจของนักท่องเที่ยวตรงตามแนวคิดด้านการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม และสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับประเทศญี่ปุ่นได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: เรขศิลป์สัญลักษณ์, ภูมิทัศน์เมือง, พื้นที่สาธารณะ, เรขศิลป์สิ่งแวดล้อม

Abstract

This research aims to study the styles and analyzes the graphic design concepts of Japan's signage system. The researcher focuses on the use of symbols, pictograms and letter marks, and how they are displayed in the public spaces of urban landscapes in Japan. The researcher had surveyed four different tourist attractions that are either cultural attractions or modern attractions in Tokyo, Kyoto, and Osaka 1. Edo-Tokyo Museum 2. Tokyo National Museum 3. Kotokuin Temple and 4. Shinsaibashi district. The researcher had also conducted a literature review and a research through information media to analyze the design concepts using Shigenobu Kobayashi's color image scale and environmental graphic design concepts.

It is found that Edo-Tokyo Museum portrays traditional-oriented personality. It represents the conservation of old customs. For Tokyo National Museum, the signs outside the building portray clear and comfortable personality while the cute good luck symbols represent friendliness and sweetness. Kotokuin Temple portrays natural personality. It represents the ideas of prosperity, warmth, politeness, and simplicity. Shinsaibashi district has dynamic personality. It represents movement and enthusiasm. The signs in front of the shops are striking by their sizes and the use of warm color, which make the place look alert all the time. The positioning of the signs makes the messages clear and understandable. The signs are striking, unique and cohesive. The styles are outstanding. The signs are installed in proper places and they are universal, which makes it easy for the tourists to understand. These comply with the idea of environmental graphic design and help promote a good image of Japan.

Key words: Graphic symbols, Urban landscapes, Public spaces, Environmental graphic design.

บทนำ

ดินแดนแห่งอาทิตย์อุทัยชื่อที่คนไทยคุ้นเคยใช้เรียกขานประเทศญี่ปุ่น ประเทศหมู่เกาะที่ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันออกเฉียงเหนือของทวีปเอเชีย หรือทางตอนเหนือของมหาสมุทรแปซิฟิกทางด้านตะวันออก ติดกับคาบสมุทรเกาหลีและสาธารณรัฐประชาชนจีน ทำให้ในอดีตประเทศญี่ปุ่นได้รับอิทธิพลทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ภาษา ศาสนา วัฒนธรรมจากประเทศจีนและประเทศเกาหลีเป็นส่วนใหญ่ แต่ในเวลาต่อมาได้มีการปฏิรูปประเทศ มีการปรับปรุงพัฒนา สร้างสรรค์ศิลปวิชาการใหม่ๆ ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นน่าสนใจในแต่ละภูมิภาคกลายเป็นอารยธรรมที่แข็งแกร่งของตนเอง มีเสน่ห์น่าหลงใหล จนปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นประเทศที่มีวิทยาการก้าวหน้า และเป็นเมืองแห่งการออกแบบดีไซน์ที่ใส่ใจในทุกรายละเอียด มุ่งเน้นการออกแบบเพื่อสังคม (Universal Design) เป็นสำคัญ ทั้งยังสามารถถ่ายทอดวิถีชีวิต อัตลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรมของชาวญี่ปุ่นผ่านงานออกแบบในแขนงต่างๆ มีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ประเทศดึงดูดนักท่องเที่ยวนับไม่ถ้วนจากทั่วโลก สร้างรายได้มหาศาล ทำให้เศรษฐกิจประเทศญี่ปุ่นเจริญเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดดมีเสถียรภาพมั่นคง

ประเทศญี่ปุ่นยังได้ขึ้นชื่อว่าเป็นประเทศที่ประชากรมีระดับวินัยสูง ได้รับการปลูกฝังมาตั้งแต่ยังเล็ก ผักผ่อนเป็นนิสัยประจำของชาวญี่ปุ่น เช่น การคัดแยกขยะ วินัยจราจร การปฏิบัติตามกฎข้อห้ามต่างๆ การเข้าแถวรอขึ้นรถสาธารณะหรือการต่อแถวรับสิ่งของบรรเทาทุกข์ ยามเกิดภัยพิบัติก็ตาม มีกฎระเบียบและข้อบังคับอีก

มากมายที่เป็นมาตรฐานภายในประเทศ ส่งผลให้สภาพบ้านเมืองโดยรวมมีความสะอาดเรียบร้อย ดังจะเห็นได้ทั่วทุกมุมเมืองของประเทศญี่ปุ่น ดังนั้นระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System) จึงมีบทบาทสำคัญเพื่อลดช่องว่างระหว่างภาษาสำหรับนักท่องเที่ยว ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางและชี้แจงวัตถุประสงค์ อำนวยความสะดวก รวมไปถึงป้องกันภัยพิบัติ ยามฉุกเฉินให้เกิดความเข้าใจตรงกันได้อย่างถูกต้อง และถือปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

ณัฐนันท์ แนวมาลี (2557) กล่าวว่า คำจำกัดความของการออกแบบเรขศิลป์เชิงข้อมูลนั้น หมายถึง การสื่อสารด้วยภาพที่แสดงผลด้วยอักษร เส้น สี เป็นองค์ประกอบ โดยมีการแสดงเนื้อหาในเชิงข้อมูลต่างๆ ทั้งปริมาณ จำนวน พื้นที่หรือเวลา และอีกหลายๆ ปัจจัย โดยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจในสิ่งที่คำพูดและกริยาทำทางในการสื่อสารไม่สามารถทำหน้าที่อธิบายได้ รวมทั้งองค์ความรู้ต่างๆ ที่ไม่สามารถแสดงด้วยภาพทั่วไปได้ ซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นสาขาหนึ่งของการออกแบบนิเทศศิลป์และเข้ามามีบทบาทในยุคที่สังคมมีเสรีภาพของการสื่อสารทั้งภาคประชาชนเองที่มีข่าวสารให้บริโภคอยู่มากมายเพิ่มขึ้นและอีกทั้งการเติบโตของเทคโนโลยีต่างๆ ที่รองรับทั้งการให้ข้อมูลและสร้างข้อมูลอย่างอิสระและรวดเร็ว ดังนั้นการออกแบบเรขศิลป์เชิงข้อมูลจึงเป็นอีกวิธีของการสื่อสารด้วยภาพ เพื่อรองรับข้อมูลมหาศาลต่างๆ ในปัจจุบัน

กฤษณะ ธนะธินิต (2557) กล่าวถึงการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม (Environmental Graphics Design) หรือ EGD ว่าต้องประกอบด้วยเนื้อหาการออกแบบ 3 ด้าน คือ 1.การชี้แนะทาง (Signage Wayfinding System)

การทำให้ใช้งานได้เกิดการรับรู้ทิศทางและสามารถกำหนดทิศทางของตัวเองในสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้ดี 2.การสื่อความหมาย (Interpretation) ของสถานที่นั้นๆ ที่ต้องการจะบอกไปยังผู้รับอย่างกระชับและเข้าใจได้ง่าย 3.การสร้างเอกลักษณ์ให้กับสถานที่ (Placemaking) การสร้างเรื่องราวและความพิเศษให้กับสภาพแวดล้อมนั้นๆ คุณสมบัติของผู้ที่จะทำงาน EGD ได้ดีนั้นจะต้องทำงานผสมผสานระหว่างงาน 2 มิติและงาน 3 มิติได้เป็นอย่างดี มีความเข้าใจในเรื่องของ form space scale และสนใจในเรื่องข้อมูลเชิงพื้นที่อย่างละเอียด

ศุภยาดา ประดิษฐ์ไวยาทกร (2555) ผู้วิจัยเรื่อง “พื้นที่สาธารณะ” ได้กล่าวไว้ว่า สาธารณะ (Public) คือคำที่มีความหมายในเชิงสังคมโดยการที่คนหรือกลุ่มคนมีปฏิสัมพันธ์กันและมีการยินยอมให้คนอื่น (กลุ่มคนอื่น) เข้ามาร่วมในการปฏิสัมพันธ์นั้น ได้มากกว่าการที่มีไว้เฉพาะคนใดคนหนึ่งหรือการสงวนไว้สำหรับส่วนบุคคล (ส่วนตัว)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้เขียนเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาเรขศิลป์สัญลักษณ์สำหรับภูมิทัศน์เมืองญี่ปุ่นเพื่อนำมาวิเคราะห์รูปแบบและแนวคิด ด้วยระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System) ที่ใช้สื่อสารเป็นมาตรฐานการรับรู้หรือมโนคติเดียวกันด้วยการออกแบบป้ายต่างๆ โดยพิจารณาด้าน

1. เครื่องหมายสัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบโดยใช้ภาพเพียงอย่างเดียว ไม่มีตัวอักษร ลักษณะเรียบง่าย ใช้แสดงความเป็นเจ้าของหรือสื่อความหมายสิ่งหนึ่งสิ่งใด เช่น สัญลักษณ์ของธนาคาร บริษัท ห้างร้าน สัญลักษณ์นกพิราบเพื่อสื่อความแทนสันติภาพ

2. เครื่องหมายภาพ (Pictogram) ภาพที่ใช้แสดงสาธารณะประโยชน์หรือจัดปัญหาด้านการสื่อความหมายชี้แนะวัตถุประสงค์และอำนวยความสะดวก เลียนแบบมาจากสิ่งที่เห็นตามจริง วัตถุ กริยาท่าทาง เช่น เครื่องหมายจราจร เครื่องหมายเตือนหรือข้อห้ามใดๆ

3. เครื่องหมายอักษร (Letter mark) เครื่องหมายสัญลักษณ์ที่ใช้อักษรย่อไม่อ่านออกเสียงเป็นคำ เครื่องหมายของบริษัท หน่วยงาน หรือองค์กร นิยมออกแบบเป็นอักษรย่อมาจากคำเต็มโดยประดิษฐ์ให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น อักษรตัว BBC ย่อมาจาก British Broadcasting Corporation

โดยคำนึงถึงตำแหน่งการจัดวางในพื้นที่สาธารณะ (Public Space) บนภูมิทัศน์เมือง (Landscape) ของประเทศญี่ปุ่น ทั้งหมด 3 เมือง ได้แก่ โตเกียว เกียวโต โอซาก้า ตามสถานที่ในสภาพแวดล้อมต่างๆ กัน วิเคราะห์การออกแบบโดยเชื่อมโยงกับทฤษฎีสีในการแบ่งกลุ่มบุคลิกภาพตามทฤษฎีสเกลภาพ (Would Image Scale) ของชิเคนโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) ด้วยคำศัพท์ที่สื่อความหมายด้านอารมณ์ความรู้สึก 180 คำ ร่วมกับแนวคิดด้านการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม (Environmental Graphics Design) เพื่อจัดรวบรวมเป็นแนวทางที่สำคัญสำหรับนักออกแบบ นักสร้างสรรค์ผลงานได้นำไปใช้ศึกษาและบูรณาการในรูปแบบของตนเอง

เรขศิลป์สัญลักษณ์ ภูมิทัศน์วัฒนธรรม

พิพิธภัณฑ์เอโดะ โตเกียว (Edo-Tokyo Museum)

เริ่มต้นการเดินทางจากสนามบินนาริตะ (Narita Airport) ประตูดุสู่กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น มุ่งหน้าสู่พิพิธภัณฑ์เอโดะ โตเกียว (Edo-Tokyo Museum) รูปทรงสถาปัตยกรรมภายนอกอาคารเป็นแบบสมัยเก่าขนาดใหญ่ภายในจัดแสดงเรื่องราวในอดีตของกรุงโตเกียวตั้งแต่สมัยเอโดะ รวบรวมงานด้านศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมโบราณ รวมถึงจำลองภาพเมืองในอดีตให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศยุคโบราณ

เริ่มจากเรขศิลป์ป้ายสัญลักษณ์เพื่อบอกทิศทางและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวภายนอกตัวอาคาร มีการจัดวางเครื่องหมายสัญลักษณ์ (Symbol) ชื่อพิพิธภัณฑ์เอโดะ โตเกียว (Edo-Tokyo Museum) ไว้ด้านบนสุด บอกวันเวลาเปิด ปิด ตัวอักษรเป็นภาษาญี่ปุ่นชัดเจน มีภาษาอังกฤษขนาดเล็กเพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในส่วนของเครื่องหมายภาพ (Pictogram) มีลักษณะกลมกลืน เข้าใจง่าย แฝงวิถีชีวิตคนญี่ปุ่น เช่น ภาพการจัดวางร่ม เนื่องจากคนญี่ปุ่นพกร่มติดตัวเป็นส่วนใหญ่ตามลักษณะภูมิอากาศของประเทศ หรือป้ายบอกทางสำหรับพื้นที่จัดเก็บจักรยานซึ่งเป็นพาหนะประจำของชาวญี่ปุ่น กลุ่มโทนสีที่ใช้เรียบง่าย สีสเดียวกับสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ คือ สีแดงอิฐ (Brick color) ขาว ดำ รูปแบบการจัดวางมีความเป็นเอกภาพ บอกทิศทาง สื่อความหมายเข้าใจง่ายเหมาะสมกับภูมิทัศน์โดยรอบ



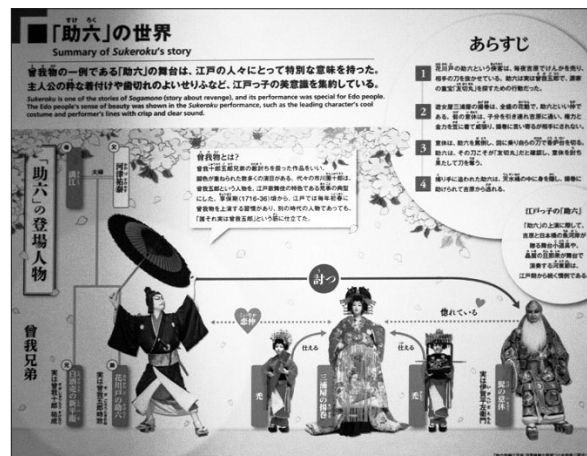
ภาพที่ 1 ป้ายสัญลักษณ์ภายนอกอาคารพิพิธภัณฑ์เอโดะ โตเกียว (Edo-Tokyo Museum)
ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 24 มิถุนายน 2559

หลังได้บัตรผ่านเข้าชมนิทรรศการก็ถึงเวลาเข้าชมภายในอาคารพิพิธภัณฑ์เอโดะ โตเกียว (Edo-Tokyo Museum) เดินผ่านประตูทางเข้าก็จะเจอกับป้ายบอกรายละเอียด (Information Sign) เพื่อบอกตำแหน่งที่ตั้งส่วนต่างๆ ภายในอาคารแสดงด้วยภาพบ่งชี้ข้อมูล (Infographic) ลักษณะเป็นการจำลองสถานที่จริงภายในอาคาร โดยแบ่งเขตพื้นที่การจัดแสดงด้วยโทนสีต่างๆ ให้ง่ายต่อการประมวลข้อมูล จัดวางเครื่องหมายสัญลักษณ์ (Symbol) ในตำแหน่งที่สำคัญเพื่อสร้างจุดเด่นให้ง่ายต่อการจดจำ เช่น ตำแหน่งทางเข้าทางออก ตำแหน่งห้องน้ำในชั้นต่างๆ จัดวางบนพื้นสีขาวซ่อนไฟส่องสว่างด้านบนกรอบเพื่อเพิ่มความเด่นชัดเนื่องจากภายในตัวอาคารจะมีแสงสลัวเพื่อสร้างบรรยากาศให้คล้ายเมืองเก่า กรอบด้านนอกยังคงใช้โทนสีแดงอิฐ (Brick color) สีเดียวกับสัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์ ดูกลมกลืนกับภูมิทัศน์โดยรอบ



ภาพที่ 2 ป้ายบอกรายละเอียด (Information Sign) ภายในอาคารพิพิธภัณฑ์เอโดะ โตเกียว (Edo-Tokyo Museum)
ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 24 มิถุนายน 2559

เมื่อรู้ตำแหน่งทิศทางจากป้ายเรขศิลป์ทางเข้าภายในอาคารแล้ว ผู้เขียนก็เริ่มสำรวจนิทรรศการภายในตัวอาคาร สิ่งหนึ่งที่สังเกตได้ คือ ผู้เข้าชมชาวญี่ปุ่น นักเรียนนักศึกษา มากพอๆ กับชาวต่างชาติ ทุกคนต่างให้ความสนใจอ่านเนื้อหา ประวัติ ตามป้ายบอกข้อมูลต่างๆ อย่างละเอียด แสดงให้เห็นว่า ชาวญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ของชาติเป็นอย่างมาก และนี่เองที่ทำให้ประชาชนในประเทศญี่ปุ่นมีความเป็นชาตินิยมสูง ป้ายแสดงข้อมูลจึงมีภาษาญี่ปุ่นเป็นหลักและภาษาอังกฤษอธิบายบ้างเป็นบางส่วนเท่านั้น เช่นในส่วนของการจำลองโรงละครนาคาเมะระซะ โรงละครที่จัดแสดงคาบูกิซึ่งแสดงให้เห็นถึงความรุ่งเรืองทางศิลปวัฒนธรรมในยุคเอโดะ ในส่วนของป้ายสัญลักษณ์นั้นอธิบายเป็นภาษาอังกฤษในบางส่วนเท่านั้น ในส่วนนี้ผู้เขียนเห็นว่าควรเพิ่มเติมในรายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ เป็นภาษาอังกฤษลงไปด้วย เพราะผู้เขียนก็มีความใคร่อยากรู้ในรายละเอียดเช่นกัน



ภาพที่ 3 ป้ายบอกรายละเอียด (Information Sign) การแสดงเรื่องราวสุเคโรคุ (Summary Sukeroku's story)
ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 24 มิถุนายน 2559

เมื่อกล่าวถึงการแสดงคาบูกิ ทำให้นึกถึงงานวิจิตรศิลป์อันเลื่องชื่อไปทั่วโลกอย่างเทคนิคภาพอุคิโยะเอะ (Ukiyoe) หรือภาพพิมพ์แกะไม้อันประณีต ที่มีสีสันสวยงามงดงาม งานพาณิชย์ศิลป์สมัยเอโดะ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นภาพนักแสดงผู้โด่งดังคาบูกิ ภาพภูตผีปิศาจ ภาพวิวทิวทัศน์และทัศนียภาพที่สวยงามในญี่ปุ่น และยังเชื่อกันว่ายุคเอโดะเป็นยุคที่ร้อยลึกได้รับความนิยมสูงสุด ลวดลายตลอดจนเทคนิคการสักได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ค่านิยมวัฒนธรรมความเชื่อของคนในยุคนั้นสะท้อนผ่านรอยสักที่เป็น

เอกลักษณ์ ดังจะเห็นได้จากภาพอุคิโยเอะ (ukiyo) ที่ปรากฏรอยสักบนเรือนร่างของบุรุษเพศ (ฮนีส พุนวงศ์ ประเสริฐ, 2560) แสดงให้เห็นว่าภาพอุคิโยเอะ (ukiyo) เป็นเสมือนรหัสสัญลักษณ์หนึ่งของสมัยเอโดะในอดีต ภาพอุคิโยเอะ (ukiyo) ถูกตกแต่งทั่วไปในพิพิธภัณฑ์เอโดะ โตเกียว (Edo-Tokyo Museum) และนำมาเป็นภาพประกอบในป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ สร้างเอกลักษณ์ให้กับสถานที่ (Placemaking) ตรงตามแนวคิดการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม (Environmental Graphics Design) สอดคล้องกับเรื่องราวและมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายในพิพิธภัณฑ์ได้อย่างลงตัว



ภาพที่ 4 หนังสือและป้ายสัญลักษณ์ ที่นำลักษณะภาพอุคิโยเอะ (ukiyo) มาใช้เป็นภาพประกอบ
ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 24 มิถุนายน 2559

ถ้าสังเกตให้ดีจะเห็นว่าเครื่องหมายสัญลักษณ์ (Symbol) ของพิพิธภัณฑ์เอโดะ โตเกียว (Edo-Tokyo Museum) มีลักษณะคล้ายดวงตาข้างซ้ายของนักแสดงคาบูกิ ที่ชื่อว่า Ichikawa Ebizo no Takemura Sadanoshin บนภาพอุคิโยเอะ (ukiyo) เป็นตัวแทนความหลงใหลใคร่รู้ของผู้ที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ และเปรียบได้กับดวงตาจากสมัยเอโดะที่เฝ้ามองดูโตเกียวทั้งในอดีตและปัจจุบันอยู่ไกลๆ ออกแบบโดย โคอิจิ ซาโต (Koichi Sato) (Edo-Tokyo Museum, 2559 : ออนไลน์)



ภาพที่ 5 เครื่องหมายสัญลักษณ์ (Symbol) พิพิธภัณฑ์เอโดะ โตเกียว (Edo-Tokyo Museum)
ที่มา : <https://www.edo-tokyo-museum.or.jp/en/about>



ภาพที่ 6 นักแสดงคาบูกิ Ichikawa Ebizo no Takemura Sadanoshin บนภาพอุคิโยเอะ (ukiyo)
ที่มา : <http://nekoarena.blog31.fc2.com/blog-date-201401-1.html>

ถัดมาที่ส่วนจัดแสดงเครื่องมือเครื่องใช้สมัยเอโดะ เป็นการจำลองข้าวของเครื่องใช้ในอดีตขนาดเท่าของจริง โดยในส่วนนี้จะมีเด็กนักเรียนให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก เพราะสามารถทดลองใช้งานได้จริง โดยมีป้ายสัญลักษณ์สื่อความหมายด้วยเครื่องหมายภาพ (Pictogram) ตามลักษณะท่าทางการใช้งานอยู่ข้างๆ มีคำอธิบายทั้งภาษาญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษ สำหรับบริการนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 7 เครื่องหมายภาพ (Pictogram) แสดงลักษณะการใช้งานสำหรับเครื่องมือเครื่องใช้สมัยเอโดะ
ที่มา : โดยผู้วิจัย วันที่ 24 มิถุนายน 2559

พิพิธภัณฑ์แห่งชาติโตเกียว (Tokyo National Museum : TNM)

สถานที่ต่อไปเป็นพิพิธภัณฑ์ที่เก่าแก่และใหญ่ที่สุดในโลก พิพิธภัณฑ์แห่งชาติโตเกียว (Tokyo National Museum : TNM) สถานที่เก็บรักษา บูรณะซ่อมแซม วัตถุโบราณนับแสนชิ้น เป็นอีกหนึ่งสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้าชม เมื่อมาถึงด้านหน้าพิพิธภัณฑ์ก็ต้องสะดุดกับป้ายบอกทางโดยตำแหน่งที่จัดวางนั้นอยู่บนทางเดินทำให้ไม่บดบังทัศนียภาพ ตัวอักษรด้านบนพื้นขาว มีภาพถ่ายสถานที่จริง พร้อมคำอธิบายภาษาญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษเนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวมีชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 8 ป้ายสัญลักษณ์บอกทิศทางบนทางเท้า
ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 24 มิถุนายน 2559

สัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์แห่งชาติโตเกียว (Tokyo National Museum : TNM) มีลักษณะแบบเครื่องหมายอักษร (Letter mark) ใช้อักษรย่อ TNM ไม่อ่านออกเสียงเป็นคำประดิษฐ์เป็นตัวอักษรที่ประกอบไปด้วยลักษณะคล้ายอาคารพิพิธภัณฑ์



ภาพที่ 9 สัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์แห่งชาติโตเกียว
(Tokyo National Museum : TNM)
ที่มา : <http://www.tnm.jp>

ป้ายสัญลักษณ์ในบริเวณพิพิธภัณฑ์แห่งนี้จะมีการตุนน่ารักๆ ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเอง และเป็นมิตร โดยมีสัญลักษณ์นำโชค (mascots) ที่ชื่อว่า Tohaku-Kun ตุ๊กตาเดินร่าจากเครื่องปั้นดินเผา และ Yurinoki-chan สาวน้อยจากใบต้นทิวลิปหน้าอาคาร Honkan (Tokyo National Museum, 2559 : ออนไลน์) ความน่ารักน่าชังกลายเป็นวัฒนธรรมส่วนหนึ่งของชาวญี่ปุ่น เรียกว่า

วัฒนธรรมควะอิ (kawaii bunka) เป็นคำในภาษาญี่ปุ่นแปลว่าน่ารัก ทำให้การออกแบบเรขศิลป์ต่างๆ ได้รับอิทธิพลเพื่อถ่ายทอดตัวตน ลักษณะนิสัยของคณญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 10 สัญลักษณ์นำโชค (mascots) Tohaku-Kun และ Yurinoki-chan
ที่มา : <http://www.tnm.jp>



ภาพที่ 11 ป้ายบอกรายละเอียด (Information Sign)
ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 24 มิถุนายน 2559

ถัดมาที่ป้ายสัญลักษณ์บริเวณหน้าอาคาร Hyokeikan ผู้เขียนสังเกตเห็นว่าใช้กลุ่มโทนสีฟ้าลักษณะใกล้เคียงกับบริเวณยอดของตัวอาคาร ทำให้ดูกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมโดยรอบ



ภาพที่ 12 ป้ายสัญลักษณ์บริเวณหน้าอาคาร Hyokeikan
ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 24 มิถุนายน 2559

วัดพระใหญ่ไดบุตซึ (Kamakura Daibutsu)

วัดต่างๆ ในญี่ปุ่นเป็นอีกสถานที่หนึ่งที่นักท่องเที่ยวแวะเวียนไปจำนวนมาก ผู้เขียนเริ่มสังเกตป้ายโฆษณาสัญลักษณ์ต่างๆ ตามสถานที่ศักดิ์สิทธิ์อย่างวัดพระใหญ่ไดบุตซึ (Kamakura Daibutsu) พระพุทธรูปขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่กลางแจ้งหลังจากได้รับความเสียหายจากพายุและแผ่นดินไหวในอดีต จนไม่มีตัวอาคารของวัดปกคลุมอยู่ ลักษณะป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ จะใช้วัสดุธรรมชาติหรือเลียนแบบธรรมชาติ เช่น หิน ไม้ ทำให้ดูกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมโดยรอบ เพิ่มบรรยากาศให้ความรู้สึกสงบ กลุ่มโทนสีที่ใช้จะเป็นลักษณะการเลียนแบบโทนสีธรรมชาติ ตัวอักษรเป็นลักษณะคล้ายการเขียนด้วยลายมือ และเป็นอักษรภาษาญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ ส่งเสริมเอกลักษณ์มีความสัมพันธ์กันทั้งสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก



ภาพที่ 13 ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ในวัดพระใหญ่ไดบุตซึ (Kamakura Daibutsu)

ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 25 มิถุนายน 2559

เรขศิลป์เปลี่ยนต่าง ภูมิทัศน์สมัยใหม่

แหล่งการค้า ชินไซบาชิ (Shinsaibashi)

ป้ายสัญลักษณ์สถานการณ์จำลอง (Simulation)

ป้ายกูลิโกะ (Glico Man Sign) บนถนนโดเทบะริ (Doutonbori, 道頓堀) หนึ่งในป้ายไฟที่โด่งดังมาก



ภาพที่ 14 ป้ายกูลิโกะ(Glico Man Sign) พัฒนากล้องแบบสถานการณ์จำลอง (Simulation)

ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 27 มิถุนายน 2559

ที่สุดในโลกย่านแหล่งการค้า ชินไซบาชิ (Shinsaibashi) เปรียบเสมือนสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของเมืองโอซาก้า ที่นักท่องเที่ยวต้องแวะเวียนมาโพสต์ทำถ่ายรูป ป้ายไฟนีออนรูปนักกรีฑาวิ่งบนลู่วิ่งติดตั้งเมื่อปี ค.ศ. 1935 ป้ายโฆษณาชนิดนี้มีการพัฒนามาหลายรุ่นจนในปัจจุบัน (2016) พัฒนาจากหลังแบบสถานการณ์จำลอง (Simulation) เหมือนนักวิ่งวิ่งไปในหลายๆ ที่บนโลกนี้ เพิ่มความน่าสนใจ สร้างสีสันให้กับสภาพแวดล้อมโดยรอบ น่าตื่นตาใจแก่นักท่องเที่ยว

ป้ายสัญลักษณ์ 3 มิติ (3D)

เส้นห้ของถนนโดเทบะริ (Doutonbori, 道頓堀)

ไม่ได้มีแค่ป้ายไฟกูลิโกะ (Glico Man Sign) เท่านั้น ตลอดทางเดินถนนแห่งนี้ เต็มไปด้วยป้ายสัญลักษณ์หน้าร้านที่ดูแตกต่างและมีเอกลักษณ์ไม่แพ้กัน อย่างป้ายสัญลักษณ์ปูยักษ์คะนิโดระกุ (Kani Doraku) ขนาดใหญ่ 6.5 เมตร ตั้งอยู่หน้าร้านตึงดูดลูกค้าด้วยแขนและลูกตาที่ขยับได้ ป้ายสัญลักษณ์ปลาปักเป้าแห่งร้านซูโบริะ (Zubora) ปลาปักเป้ายักษ์ที่สื่อถึงร้านอาหารที่มีพ่อครัวฝีมือดีได้รับ



ภาพที่ 15 ป้ายสัญลักษณ์ปูยักษ์คะนิโดระกุ (Kani Doraku) และป้ายสัญลักษณ์ปลาปักเป้าแห่งร้านซูโบริะ (Zubora)

ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 27 มิถุนายน 2559



ภาพที่ 16 ป้ายสัญลักษณ์ 3 มิติ ย่านถนนโดะทอนโบะริ (Doutonbori, 道頓堀)
ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 27 มิถุนายน 2559

ใบรับรองให้มีการประกอบอาหารจากปลาปักเป้า รวมไปถึงป้ายร้านอื่นๆ ที่แข่งขัน สร้างเอกลักษณ์โดดเด่น สนุกสนาน เชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้าไป ชิม ชม แซะ ด้วยป้ายสามมิติขนาดใหญ่ ดูแปลกตาแตกต่างจากที่อื่นๆ เหมาะกับย่านการค้าที่มีผู้คนพลุกพล่าน กลุ่มโชนิสที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นวรรณะร้อน ทำให้รู้สึกตื่นตัว กระฉับกระเฉง

ป้ายไฟ LED

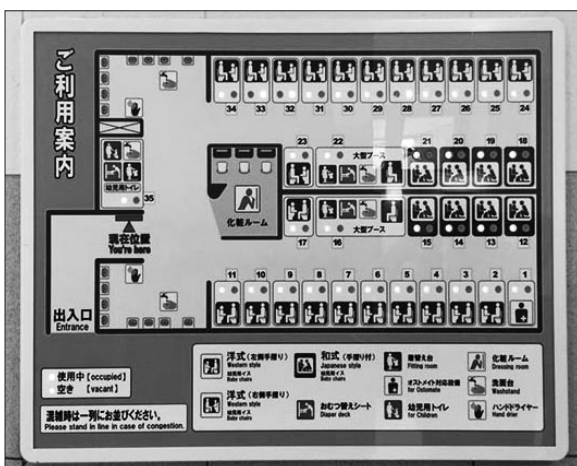
ตามสถานที่ที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวจะสามารถพบเห็นป้ายสาธารณะที่นำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยเพื่อประยุกต์ใช้เพิ่มความสะดวกรบาย อย่างป้ายไฟ LED ที่สามารถเปล่งแสงได้เมื่อมีการจ่ายกระแสไฟฟ้าเข้าเพียงเล็กน้อย จึงทำให้กินไฟน้อย แต่มีความโดดเด่นสะดุดตาได้ทั้งกลางวันและกลางคืน สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายไฟฉุกเฉินต่างๆ ดังเช่นป้ายสัญลักษณ์ห้องน้ำบอกสถานะการใช้งาน ด้วยสีไฟ LED ไฟ

สีฟ้าแสดงสถานะว่างพร้อมใช้งาน ไฟสีแดงแสดงสถานะไม่พร้อม และแสดงส่วนต่างๆ ภายในอาคารห้องน้ำสาธารณะตามตำแหน่งแผนภูมิภาพ มีความเป็นสากล สื่อความหมายเข้าใจง่าย

ป้ายหนีไฟเพื่อการชี้้นำทาง (Signage Wayfinding System) เป็นอีกป้ายสัญลักษณ์หนึ่งที่นิยมใช้หลอด LED มักพบเห็นได้ในที่พัก อาคาร สถานที่ต่างๆ มักจะวางบริเวณพื้นทางเดิน และมีแสงส่องสว่างเวลากลางคืน รวมถึงเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินจะใช้ไฟสำรองให้แสงสว่างเพื่ออำนวยความสะดวกกับการใช้งาน เช่น กรณีแผ่นดินไหว ไฟไหม้



ภาพที่ 18 ป้ายหนีไฟ LED
ที่มา : ภาพถ่าย โดย อภิรธรรม สาริบุตร

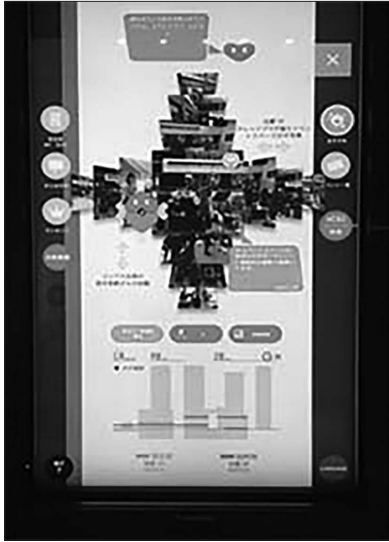


ภาพที่ 17 ป้ายไฟห้องน้ำ LED
ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 27 มิถุนายน 2559

ป้ายสื่อประชาสัมพันธ์ทางจอภาพ (Digital Signage)

ป้ายดิจิทัลเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทางจอภาพรูปแบบใหม่ เพื่อเพิ่มสีสันและความโดดเด่นให้กับงานประชาสัมพันธ์ ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว โดยผสมผสานเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ระบบเน็ตเวิร์ก (Network) และมัลติมีเดีย สามารถดึงดูดความสนใจ ใช้งานได้ง่าย และประหยัดพื้นที่ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถพบเห็นได้ทั่วไปในย่านธุรกิจและแหล่งการค้าทันสมัย ประเทศญี่ปุ่นเองก็นำเทคโนโลยีประเภทนี้มาใช้พบเห็นได้ทั่วไป ดังเช่น

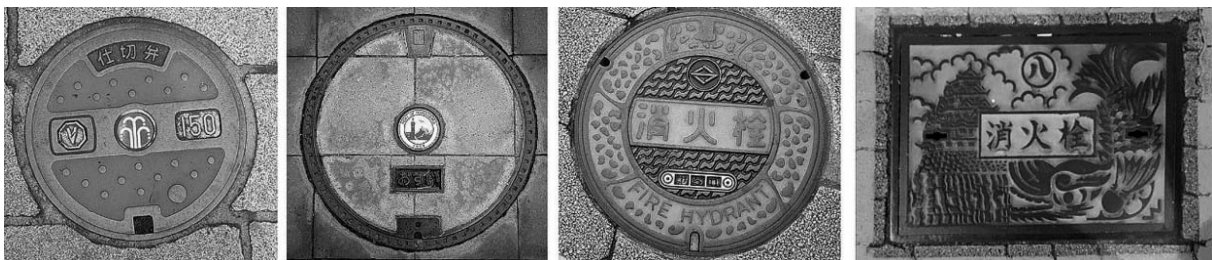
ป้ายบอกทางในสถานที่ต่างๆ ซึ่งสามารถโต้ตอบและสร้างปฏิสัมพันธ์ให้กับผู้ใช้ โดยมีการประยุกต์ใช้ เล่นเกม หรือถ่ายรูป เพื่อเพิ่มความเพลิดเพลินใจแก่ผู้ใช้งาน



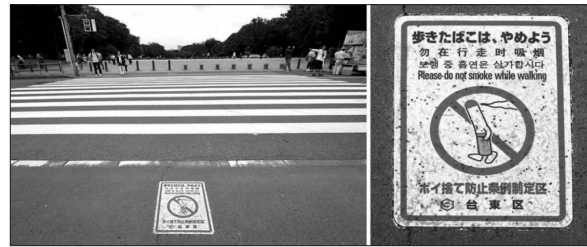
ภาพที่ 19 ป้ายสื่อประชาสัมพันธ์ทางจอภาพ (Digital Signage)
ที่มา : ภาพถ่าย โดย อรุณม สารีบุตร

โรโจคันซัทสึ (路上観察) เรขศิลป์บนพื้นถนน

บริเวณทั่วไปในพื้นที่สาธารณะของญี่ปุ่นจะเห็นป้ายสัญลักษณ์อยู่เต็มไปหมด แต่จะเห็นได้ถึงความเรียบร้อยในการจัดวาง การใช้สี และภาพประกอบน่ารักๆ สาเหตุหนึ่งที่ป้ายสัญลักษณ์เตือนต่างๆ วางอยู่บนพื้นทางเดิน ผู้เขียนเห็นว่าน่าจะเกิดจากการจัดระเบียบ ไม่ให้ดูรกหูรกตามากเกินไป สามารถมองเห็นได้ง่าย โดยเฉพาะสภาพปัจจุบันที่คนเมืองเร่งรีบ กลายเป็นสังคมก้มหน้า ป้ายสัญลักษณ์เตือนต่างๆ ที่วางตำแหน่งบนทางเดินถือเป็นความคิดที่ไม่เลวเลย ทั้งยังส่งเสริมให้ภูมิทัศน์โดยรวมดูเป็นระเบียบ เรียบร้อย ดังเช่นภาพเตือนไม่ให้สูบบุหรี่ขณะกำลังเดิน การใช้ภาพประกอบที่ดูไม่ดุตัน รุนแรง เป็นลายเส้นการ์ตูนก็ทำให้ผู้พบเห็นรู้สึกผ่อนคลาย มีจิตสำนึกได้ด้วยตนเองไม่เหมือนถูกกฎระเบียบบังคับมากเกินไปอีกด้วย



ภาพที่ 21 สัญลักษณ์บนฝาท่อระบายน้ำในเมืองต่างๆ
ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 25-29 มิถุนายน 2559



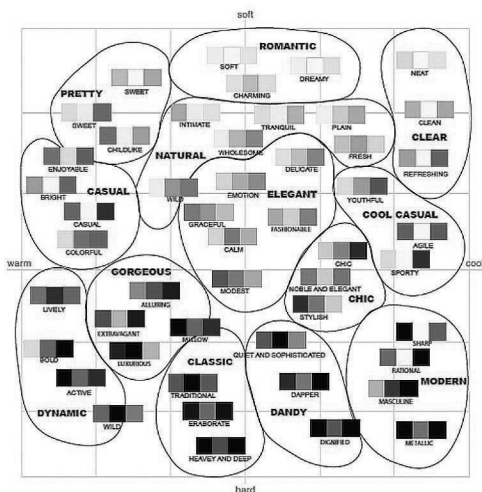
ภาพที่ 20 ป้ายสัญลักษณ์ เตือนห้ามสูบบุหรี่ขณะเดิน
ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 27 มิถุนายน 2559

การสร้างเอกลักษณ์ให้กับสถานที่ (Placemaking) ของประเทศญี่ปุ่นอีกสิ่งหนึ่งที่จะสามารถพบเห็นได้ทั่วไปก็คือ ลวดลายเรขศิลป์ 3 มิติบนฝาท่อระบายน้ำตามสถานที่ต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวอย่างเรา รู้จักสถานที่นั้นได้โดยง่าย ไม่ว่าจะเป็นสถานที่สำคัญ สถานที่ยอดนิยม ภูมิสัญลักษณ์หรือจุดหมายตา (Landmarks) ของเมือง หรือแม้แต่พืชพรรณ อาหารการกินประจำเมือง แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในรายละเอียดของสิ่งแวดล้อมเล็กๆ น้อยๆ จนทำให้ฝาท่อระบายน้ำกลายเป็นเอกลักษณ์ของเมืองญี่ปุ่นที่นักท่องเที่ยวต้องบันทึกภาพเก็บไว้เป็นที่ระลึก

ที่มาของศิลปะลวดลายบนฝาท่อระบายน้ำของญี่ปุ่นมาจากที่รัฐบาลมีนโยบายขยายการวางท่อระบายน้ำออกไปในเมืองต่างๆ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1980 แต่เกิดการต่อต้านจากประชาชนในท้องถิ่นที่ไม่ต้องการฝาท่อระบายน้ำที่ดูน่ารังเกียจนี้ จึงเกิดเป็นกุศโลบายออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นเพื่อเอาใจกลุ่มผู้ที่ต่อต้าน จนกระทั่งกลายเป็นสัญลักษณ์ของญี่ปุ่นอย่างที่เราเห็นในปัจจุบัน (Mchhgroup, 2559 : ออนไลน์) เกิดเป็นปรากฏการณ์ระดับโลกที่เรียกว่า Drainspotting หรือศิลปะบนฝาท่อระบายน้ำ มีวลิตติดปากว่า โรโจคันซัทสึ (路上観察 แปลว่าการสังเกตพื้นถนน) (Matcha Japan travel magazine, 2559 : ออนไลน์) ซึ่งถือได้ว่าประเทศญี่ปุ่นมี “ศิลปะสาธารณะ” อยู่ทุกหนทุกแห่งแม้แต่ตำแหน่งต่ำสุดอย่างพื้นถนนก็ตาม

ทฤษฎีสเกลภาพ (Would Image Scale) ของ ชิเคนโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) คือการจัดกลุ่มบุคลิกภาพในการออกแบบโดยแบ่งตามสเกลสี ซึ่งมีทั้งหมด 15 หมวดหลัก ด้วยคำศัพท์ที่สื่อความหมายด้านอารมณ์ความรู้สึก 180 คำ (Shigenobu Kobayashi, 1992)

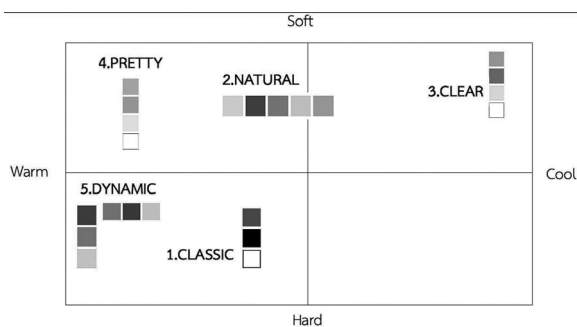
Color Combination Image Scale
COLOR IMAGE SCALE, SHIGENOBU KOBAYASHI



ภาพที่ 22 Color Combination Image Scale

ที่มา : http://www.teacher.ssr.u.ac.th/nichanan_se/pluginfile.php/102/block_html/content/COLOR%20IMAGE%20SCALE.pdf

ผู้เขียนทดลองจัดกลุ่มสีตามที่ได้จากการสังเกตป้ายสัญลักษณ์ในสภาพแวดล้อมต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นตามสถานที่ข้างต้น ผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพ ดังนี้



ภาพที่ 23 ภาพวิเคราะห์บุคลิกภาพจากชุดสีในสถานที่ต่างๆ บนสภาพแวดล้อมในเมืองญี่ปุ่น

ที่มา : ภาพการวิเคราะห์จากผู้วิจัย

1. พิพิธภัณฑ์เอโดะ โตเกียว (Edo-Tokyo Museum) มีลักษณะบุคลิกภาพแบบรูปแบบดั้งเดิม (Classic Style) รูปทรงอาคารแบบโบราณ และการจำลองสภาพบ้าน

เมืองในสมัยเอโดะ ใช้กลุ่มโทนสีน้ำตาลหรือแดงอิฐให้ความรู้สึกแข็งแรง ทนทาน ประณีตบรรจง แสดงถึงการอนุรักษ์นิยม ประเพณีดั้งเดิม

2. พิพิธภัณฑ์แห่งชาติโตเกียว บริเวณป้ายสัญลักษณ์ภายนอกอาคารมีลักษณะบุคลิกภาพแบบชัดเจน (Clear Style) แสดงถึง ความสว่างสดใส ไร้ที่ติ ดูสดชื่น สะอาดหมดจด กลุ่มโทนสีที่ใช้เรียบง่าย ดูสบายตา ดูเหมาะสมกับป้ายสัญลักษณ์ที่จัดตั้งไว้บนสถานที่ที่กว้างขวาง ร่มรื่นภายนอกอาคาร ให้ความรู้สึกสบายใจ และสัญลักษณ์นำโชคมีลักษณะบุคลิกภาพแบบน่ารัก (Pretty Style) แสดงถึงความเป็นมิตร น่ารักอ่อนหวาน ตามวัฒนธรรมควะอิ (kawaii bunka) ของชาวญี่ปุ่นที่ต้องการสื่อสารถึงอุปนิสัยใจคอของคนญี่ปุ่น กลุ่มโทนสีที่ใช้ให้ความรู้สึกเป็นกันเอง น่าเอ็นดู

3. วัดพระใหญ่ไดบุตสึ มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเป็นธรรมชาติ (Natural Style) แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์จากวัชระธรรมชาติ อบอุ่น สุภาพ สบายๆ และเรียบง่าย มีการใช้สีเลียนแบบธรรมชาติแต่ไม่สดใสมาก มีสีเทาผสมอยู่บ้างในบางครั้ง ซึ่งเป็นกลุ่มโทนสีที่ใช้กับป้ายสัญลักษณ์ภายในอาณาเขตวัดซึ่งมีพื้นที่โล่งแจ้ง ธรรมชาติร่มรื่น ให้ความรู้สึกเหมือนได้พักผ่อน รู้สึกผ่อนคลาย เข้ากับบรรยากาศโดยรอบได้เหมาะสม

4. แหล่งการค้าชินไซบาชิ มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีพลวัต (Dynamic Style) แสดงถึงการเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง กระฉับกระเฉง ว่องไว กลุ่มโทนสีที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นวรรณะร้อน สะดุดตา ชัดเจน เข้ากับแหล่งการค้าชินไซบาชิ (Shinsaibashi) ที่มีผู้คนพลุกพล่าน และการแข่งขันสูงป้ายสัญลักษณ์หน้าร้านที่โดดเด่นด้วยขนาดและโทนสีที่ร้อนแรง ทำให้ภูมิทัศน์โดยรอบดูน่าตื่นตาด้านตลึงตลอดเวลา

สรุปและอภิปรายผล

บทความนี้ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและวิเคราะห์แนวความคิดการออกแบบเชิงศิลป์เพื่อสื่อความหมายด้วยระบบป้ายสัญลักษณ์ (Signage System) รวมไปถึงตำแหน่งการจัดวางในพื้นที่สาธารณะ (Public Space) บนภูมิทัศน์เมือง (Landscape) ของประเทศญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่า

1. เครื่องหมายสัญลักษณ์ (Symbol) สื่อสารด้วยเอกลักษณ์องค์กร ใส่ใจในรายละเอียดเล็กน้อย สอดคล้อง

ลงตัว มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและรูปแบบสามมิติ เพิ่มความน่าสนใจให้กับสถานที่ และสร้างสีสันให้กับสภาพแวดล้อมโดยรวม

2. เครื่องหมายภาพ (Pictogram) เข้าใจง่ายเป็นสากล แต่ยังคงเลียนแบบ กริยา ท่าทาง รวมถึงบุคลิกภาพของคนญี่ปุ่น สอดแทรกเอกลักษณ์ วิถีชีวิต มีการใช้ภาพประกอบลายเส้นการ์ตูนทำให้รู้สึกเป็นมิตร ไม่กดดัน

3. เครื่องหมายอักษร (Letter mark) เครื่องหมายสัญลักษณ์ที่ใช้อักษรย่อถูกต้องตามหลักการออกแบบสากล ใช้สำหรับชื่อสถานที่ที่ค่อนข้างยาวและจดจำยาก

ป้ายสัญลักษณ์เลือกใช้วัสดุเหมาะสมตามสถานที่กับภูมิทัศน์โดยรวม ใช้ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นเป็นหลัก แต่สามารถชี้แจงวัตถุประสงค์และอำนวยความสะดวกได้เป็นอย่างดี จากการวิเคราะห์กลุ่มบุคลิกภาพตามทฤษฎีสีของโคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) สอดคล้องกับบุคลิกภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของสถานที่และสัญลักษณ์ สามารถ

สื่อสารได้ชัดเจน โดดเด่นมีอัตลักษณ์ และเป็นเอกภาพ รูปแบบเด่นสะดุดตา ติดตั้งในตำแหน่งที่เหมาะสม มีความเป็นสากล ชี้แจงวัตถุประสงค์ได้ดี ง่ายต่อการเข้าใจของนักท่องเที่ยวตรงตามแนวคิดด้านการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม (Environmental Graphics)

ข้อเสนอแนะ

ในการเทียบสเกลสีจากภาพถ่าย อาจทำให้เกิดการผิดเพี้ยนของโทนสีจากแสง เวลา และเทคนิคการถ่ายภาพ ผู้ศึกษาแนะนำว่าถ้าต้องการให้ค่าสีถูกต้องแม่นยำ และต้องการศึกษาโดยอ้อมแต่ควรใช้อุปกรณ์เสริมในการตรวจสอบค่าสี เช่น กระดาษสีแพนโทน (Pantone) หรืออุปกรณ์ตรวจสอบค่าสีแบบพกพา (Handheld Color Meter) เพื่อเทียบค่าสีจากสถานที่และวัตถุจริง ก็จะทำให้ได้ค่าสีที่ใกล้เคียงและสามารถบ่งบอกบุคลิกภาพของสถานที่นั้นๆ ได้ถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะ ธนะธินิต. (2557). **การออกแบบเรขศิลป์ในสภาพแวดล้อมต่างๆ (Environmental Graphic Design)**. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2559 จาก <http://www.v-oneasset.com/index.php/blog/2013/06/EnvironmentalGraphicDesign>
- ณัฐนันท์ แนวมาลี. (2557). **การเดินทางของการออกแบบเรขศิลป์เชิงข้อมูล**. คณะนิเทศศาสตร์. ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.
- ธนิต พูนวงศ์ประเสริฐ. (2558). **รอยสักในสังคมญี่ปุ่น: ยุคก่อนประวัติศาสตร์ถึงยุคเมจิ**. กรุงเทพฯ. วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 17(1), 24.
- ศุภยาดา ประดิษฐ์ไวยากร. (2555). **พื้นที่สาธารณะ**. ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาสถาปัตยกรรม. ภาควิชาสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Color Combination Image Scale COLOR IMAGE SCALE, SHIGENOBU KOBAYASHI**. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2559, จาก http://www.teacher.ssru.ac.th/nichanan_se/pluginfile.php/102/block_html/content/COLOR%20IMAGE%20SCALE.pdf
- Edo-Tokyo Museum.(2559). **Logo**. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2559, จาก <https://www.edo-tokyo-museum.or.jp/en/about>
- Kobayashi, S. (1992) . **Color Image Scale**. New York: Kodansha USA.
- Matcha Japan travel magazine. (2559). **เฟลิตเพลินไปกับการเดินชมเมืองโดยการสังเกตฝ่าเท้าระบายน้ำและมือจับประตูตามที่ต่างๆ**. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2559, จาก <https://matcha-jp.com/th/440>
- Mchhgroup. (2559). **THE PAST & THE FUTURE**. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2559, จาก <http://www.mchhgroup.com/manhole>

Shinki. (2559). ภาพนักแสดงคาบูกิ Ichikawa Ebizo no Takemura Sadanoshin บนภาพอุคิโยะเอะ(ukiyo).
สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2559 จาก : <http://nekoarena.blog31.fc2.com/blog-date-201401-1.html>

Tokyo National Museum.(2559) สัญลักษณ์พิพิธภัณฑ์แห่งชาติโตเกียว (Tokyo National Museum : TNM). สืบค้น
เมื่อ 4 ตุลาคม 2559 จาก : <http://www.tnm.jp>

