การออกแบบนิทรรศการ เรื่องผู้นิยมความสมบูรณ์แบบ
THE EXHIBITION DESIGN OF PERFECTIONIST

นางสาวเบญจรัตน์ วงษ์วิโรจน์

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศิลป์ ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2561

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุมัติศิลปนิพนธ์

การออกแบบนิทรรศการ เรื่องผู้นิยมความสมบูรณ์แบบ
THE EXHIBITION DESIGN OF PERFECTIONIST

นางสาวเบญจรัตน์ วงษ์วิโรจน์
Miss BENJARAT WONGWIROJNA

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....วันที่ 27/5/62

(อาจารยมนวดี ศิริเปรมฤดี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบนิทรรศการ เรื่องผู้นิยมความสมบูรณ์แบบ
THE EXHIBITION DESIGN OF PERFECTIONIST
ชื่อ นางสาวเบญจรัตน์ วงษ์วิโรจน์
สาขาวิชา นิเทศศิลป์
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2561
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์มนวดี ศิริเปรมฤดี

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นการศึกษา วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่มีลักษณะนิยมความสมบูรณ์แบบ (Perfectionist) หรืออาการ Perfectionism หรือที่เรียกว่า โรคมนุษย์สมบูรณ์แบบ จึงนำมาออกแบบเป็นนิทรรศการเพื่อบอกเล่าอาการและมุมมองของคนที่มีลักษณะที่ชอบความสมบูรณ์แบบให้ผู้อื่นเข้าใจมากขึ้น รวมถึงผู้ที่มีอาการเองให้เข้าใจตนเองและหาวิธีแก้ไขผ่านเรื่องราวการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ของนิทรรศการ

โครงการออกแบบนิรรศการ เรื่องผู้นิยมความสมบูรณ์แบบนี้เป็นการออกแบบนิทรรศการเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจทั้งในมุมมองของคนที่ชื่นชอบความสมบูรณ์แบบและผู้อื่น รวมถึงสื่อต่าง ๆ และประชาสัมพันธ์นิทรรศการ ประกอบไปด้วย การออกแบบนิทรรศการ ได้แก่ แผนผังโดยรวมของนิทรรศการ, การกำหนดจำนวนผู้เข้าชม (ต่อ 1 รอบ) และโมเดลของนิทรรศการ การออกแบบสื่อภายในนิทรรศการ และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์นิทรรศการ ได้แก่ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์, สูจิบัตรนิทรรศการ และตั๋วบัตรเข้าชมนิทรรศการ การออกแบบนั้นจะใช้แนวคิด “ระเบียบ” โดยสื่อด้วยภาพเส้นตารางในทุกส่วนของงานนิทรรศการ และสื่อทุกชิ้นจะออกแบบให้ผู้ชมได้ตั้งคำถามกับตัวเองในเนื้อหาบางส่วนว่า เรามีความสมบูรณ์แบบในตัวหรือไม่ เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาของนิทรรศการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ขอบคุณคุณพ่อ คุณแม่ และพี่ชายที่คอยให้กำลังใจ และสนับสนุนให้ได้เรียนในสิ่งที่ชอบ

ขอบคุณวงเกิร์ลกรุ๊ป BLACKPINK ที่ทำให้มีรอยยิ้มในทุก ๆ วัน

ขอบคุณคุณครูอาจารย์ทุกท่านที่ช่วยทำให้ธีสิสนี้เป็นรูปเป็นร่างไปในทางที่ดีขึ้น

ขอบคุณครูพี่โบว์ที่รับฟังและคอยช่วยเหลือในโปรเจคนี้ตลอดมา

ขอบคุณพี่เก้า พี่กี้ และคุณหมอพลอยที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับความสมบูรณ์แบบ

ขอบคุณเพื่อน ๆ นิเทศศิลป์ทุกคนที่สร้างความทรงจำให้กันตลอด 4 ปี

ขอบคุณโอปป้า เพื่อนไบ๊ท เฟรม หนอน เพลง มายด์ ที่รับฟังและคอยปลอบตอนที่สติแตก คอยถามหาว่ากินข้าวรึยัง คอยมาอยู่เป็นเพื่อน คอยชวนไปกินโคเคชิ

ขอบคุณร้านข้าวทุกร้านที่ใกล้หอ และชาพะยอมวันละแก้ว

ขอบคุณสตาร์กและสตีฟที่มาเล่นเป็นเพื่อนพร้อมกับพุงนุ่ม ๆ

ขอบคุณเฟรนฟรายด์อีเกียและซอสมายองเนสที่ทำให้อยากมีชีวิตอยู่ต่อ

ขอบคุณบาสที่เป็นทุกอย่างให้แล้ว

ขอบคุณตัวเองที่อดทนมาจนจบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ ..... ก

กิตติกรรมประกาศ ..... ข

สารบัญ ..... ค

สารบัญภาพ ..... จ

บทที่

1 บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาของโครงการ 1

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ 1

1.3 ขอบเขตของโครงการ 1

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย 2

2 ผู้นิยมความสมบูรณ์แบบ 3

2.1 ลักษณะนิสัยของผู้นิยมความสมบูรณ์แบบ 4

2.2 มิติของความสมบูรณ์แบบ 5

2.3 การบำบัด 5

2.2 วิธีปรับตัวจากความเครียดจากความสมบูรณ์แบบ 6

2.3 ผลกระทบ 7

3 การออกแบบนิทรรศการ และสื่อประชาสัมพันธ์ 8

3.1 การจัดแสดง 8

3.2 นิทรรศการ 8

3.3 ความสำคัญของการจัดนิทรรศการ 8

3.4 วัตถุประสงค์ในการจัดนิทรรศการ 9

3.5 ลักษณะของการจัดนิทรรศการ 9

3.6 ประเภทของนิทรรศการ 9

3.7 หลักจิตวิทยาในการจัดนิทรรศการ 10

3.8 การออกแบบนิทรรศการ 12

3.9 หลักการออกแบบในการจัดนิทรรศการ 14

3.10 สีและความรู้สึกทางจิตวิทยา 15

3.11 สื่อในการจัดนิทรรศการ 17

3.12 สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ 18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้า

3.13 ประเภทของโปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์..... 20
3.14 องค์ประกอบของการออกแบบ..... 21

บทที่

4 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น..... 23
4.1 ลักษณะของนิทรรศการ..... 23
4.2 Concept “1 มิลลิเมตร”..... 23
4.3 สื่อประกอบนิทรรศการ..... 23
4.4 การออกแบบนิทรรศการ..... 23
4.5 เนื้อหาสาระภายในนิทรรศการ..... 24
4.6 แผนผังข้อมูลส่วนของนิทรรศการ..... 24
4.7 การออกแบบสื่อประกอบนิทรรศการ..... 25

5 ขั้นตอนการทำงาน..... 26
5.1 การออกแบบแผนผังนิทรรศการ..... 26
5.2 การออกแบบกราฟิกสำหรับนิทรรศการ..... 28
5.3 การออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์..... 32
5.1 การออกแบบสัญลักษณ์..... 33
5.2 การออกแบบโมเดลนิทรรศการ..... 36

6 ผลงานสำเร็จ..... 38
6.1 สัญลักษณ์ของนิทรรศการ..... 38
6.2 ตั๋วเข้าชมนิทรรศการ..... 39
6.3 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์..... 40
6.4 สูจิบัตรสำหรับนิทรรศการ..... 43
6.6 การออกแบบนิทรรศการ..... 46

7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ..... 57
บรรณานุกรม..... 58
ประวัติผู้วิจัย..... 59

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่ หน้า

5.1 แบบร่างโครงสร้างนิทรรศการ 26
5.2 แบบร่างแผนผังโครงสร้างนิทรรศการครั้งที่ 1 26
5.2.1 แบบร่างแผนผังโครงสร้างนิทรรศการครั้งที่ 2 27
5.2.2 แบบร่างแผนผังโครงสร้างนิทรรศการครั้งที่ 3 27
5.3 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (1) 28
5.3.1 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (2) 28
5.3.2 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (3) 29
5.3.3 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (4) 29
5.3.4 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (5) 30
5.3.5 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (6) 30
5.3.6 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (7) 31
5.3.7 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (8) 31
5.4 แบบร่างโปสเตอร์ 32
5.4.1 แบบร่างโปสเตอร์ในคอมพิวเตอร์ (1) 32
5.4.2 แบบร่างโปสเตอร์ในคอมพิวเตอร์ (2) 33
5.5 แบบร่างการออกแบบสัญลักษณ์ (1) 33
5.5.1 แบบร่างการออกแบบสัญลักษณ์ (2) 34
5.5.2 แบบร่างการออกแบบสัญลักษณ์ (3) 34
5.6 แบบร่างการออกแบบสัญลักษณ์บนคอมพิวเตอร์ (1) 35
5.6.1 แบบร่างการออกแบบสัญลักษณ์บนคอมพิวเตอร์ (2) 35
5.7 แบบร่างแผนผังของโมเดลนิทรรศการ 36
5.8 ขั้นตอนการประกอบโมเดล (ส่วนฐาน) 36
5.8.1 ขั้นตอนการประกอบโมเดล (1) 37
5.8.2 ขั้นตอนการประกอบโมเดล (2) 37
6.1 Logo 38
6.1.1 Logo on Grid 38
6.1.2 Black and White Logo 39
6.1.3 Colors Logo 39
6.2 ตั๋วเข้าชมนิทรรศการ (1) 39
6.2.1 ตั๋วเข้าชมนิทรรศการ (2) 40
6.3 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นิทรรศการ (1) 40

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ หน้า

6.3.1 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นิทรรศการ (2) 41
6.3.2 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นิทรรศการ (3) 41
6.3.3 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นิทรรศการ (4) 42
6.4 โปสเตอร์ขนาดเล็กแสดงรายละเอียดนิทรรศการ 42
6.5 ปกหน้า-หลังของสูจิบัตร 43
6.5.1 เนื้อหาข้อมูลภายในสูจิบัตร (1) 43
6.5.2 เนื้อหาข้อมูลภายในสูจิบัตร (2) 44
6.5.3 เนื้อหาข้อมูลภายในสูจิบัตร (3) 44
6.5.4 เนื้อหาข้อมูลภายในสูจิบัตร (4) 45
6.5.5 เนื้อหาข้อมูลภายในสูจิบัตร (5) 45
6.6 ภาพสูจิบัตรแบบของจริง 46
6.7 แบบโมเดลนิทรรศการ (1) 46
6.7.1 แบบโมเดลนิทรรศการ (2) 47
6.8 กราฟิกแบบแผนผังนิทรรศการ 47
6.9 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ (ด้านหน้าทางเข้า) 48
6.9.1 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ (00 ผู้นิยมความสมบูรณ์แบบคืออะไร) (1) 48
6.9.2 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ (01 Check list perfect level.) (1) 49
6.9.3 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ (01 Check list perfect level.) (2) 49
6.9.4 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ (01 Check list perfect level.) (3) 50
6.9.5 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ (01 Check list perfect level.) (4) 50
6.9.6 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ (02 Check list ด้านสายตา) (1) 51
6.9.7 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ (02 Check list ด้านสายตา) (2) 51
6.9.8 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ (02 Check list ด้านสายตา) (3) 52
6.9.9 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ (02 Check list ด้านสายตา) (4) 52
6.9.10 กราฟิกส่วนที่ 2 ของนิทรรศการ (04 ทางเดินแห่งความกดดัน) 53
6.9.11 กราฟิกส่วนที่ 2 ของนิทรรศการ (05 ข้อดี และข้อเสียของความสมบูรณ์แบบ) (1) 53
6.9.12 กราฟิกส่วนที่ 2 ของนิทรรศการ (05 ข้อดี และข้อเสียของความสมบูรณ์แบบ) (2) 54
6.9.13 กราฟิกส่วนที่ 3 ของนิทรรศการ (06 การนำ “ความสมบูรณ์แบบ” ไปวัดผู้อื่น) (1) 54
6.9.14 กราฟิกส่วนที่ 3 ของนิทรรศการ (06 การนำ “ความสมบูรณ์แบบ” ไปวัดผู้อื่น) (2) 55
6.9.15 กราฟิกส่วนที่ 3 ของนิทรรศการ (07 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก“สมบูรณ์แบบมากเกินไป”) 55
6.9.16 กราฟิกส่วนที่ 3 ของนิทรรศการ (08 การผ่อนคลาย และใช้ชีวิตให้สมดุล) 56
6.10 นำเสนอนิทรรศการ “A 1 millimeter more” 56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ในยุคปัจจุบันผู้คนมีการแข่งขันทั้งการเรียน และการทางานกันมากขึ้นกว่าในอดีต ส่งผลให้อารมณ์ความคิด สารในสมองมีการเปลี่ยนไปเนื่องจากอาการกดดันตัวเอง ซึมเศร้า หรืออาการอื่น ๆ ที่ก่อให้เกิดโรคตามมาจากสภาวะกดดัน นิสัยในการทางาน ความกังวลส่งผลต่อตัวเรามากกว่าที่คิด หนึ่งในนั้นคือ อาการ Perfectionism หรือที่เรียกว่า โรคมนุษย์สมบูรณ์แบบ ที่ทุกอย่างต้องถูกต้องตามความคิดของตนเอง ความเป็นระเบียบในทุก ๆ สิ่ง ที่มองเห็นนั้นมีข้อดีข้อเสียอย่างไรบ้าง ส่งผลกระทบต่อคนอื่นและตัวเองอย่างไร จึงสนใจนำมาทำเป็นนิทรรศการเพื่อบอกเล่าอาการและมุมมองของคนเป็นโรคนี้ให้ผู้อื่นเข้าใจมากขึ้น รวมถึงผู้ที่มีอาการเองให้เข้าใจตนเองและหาวิธีแก้ไข ผ่านเรื่องราวในหนังสือและเทคนิคต่าง ๆ ที่จะแสดงว่าอาการนี้เป็นอย่างไร โดยซึ่งทางฝั่งอเมริกาได้มีผลวิจัยระบุว่า ผู้ชายจะมีโอกาสเป็นได้มากกว่าผู้หญิง ซึ่งมักจะมีลักษณะนิสัยในการทางานที่รอบคอบ ใส่ใจรายละเอียด ชอบความท้าทาย และมีความรับผิดชอบสูง แต่ก็มี Skill ในการกดดันตนเองและผู้อื่นสูงตามมาด้วย จนกระทบกับชีวิตและจิตใจอยู่มากทีเดียว หากมองในมุมของจิตแพทย์แล้ว หมอจะใช้คาว่า Perfectionism ที่หมายถึง อาการป่วยทางจิตประเภทหนึ่ง และมีชื่อเรียกในภาษาไทยว่า “ โรคมนุษย์ไม้บรรทัด ”

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ศึกษาการเล่าเรื่องผ่าน content และการเรียงลำดับการเล่าเรื่อง
2. ศึกษาการออกแบบ infographic โดยสื่อถึงมุมมองของผู้ที่มีลักษณะ Perfectionist
3. ออกแบบนิทรรศการของเรื่องเกี่ยวกับ Perfectionism สาหรับคนที่สนใจ

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1. สัญลักษณ์ของแบรนด์
2. รูปแบบของนิทรรศการ นำเสนอในรูปแบบโมเดลจำลอง (อัตราส่วน 1:50) ขนาด (รวมฐาน) 45 x 50 เซนติเมตร โดยแบ่งเนื้อหาเป็น 3 ส่วนหลัก ๆ คือ

ส่วนที่ 1 ผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบคืออะไร ?

- ตัวอย่างบ้านที่ถูกจัดอย่างเป็นระเบียบ

ส่วนที่ 2 ความสมบูรณ์แบบสำหรับเราเป็นอย่างไร ?

- ความกดดันที่ก่อตัวให้เราต้องเป๊ะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 เบื้องหลังแห่งความสมบูรณ์แบบ

- ถ้าเสพติดความสมบูรณ์แบบมากเกินไป จะส่งผลเสียอย่างไร
- ใช้ชีวิตให้สมดุลได้อย่างไร

3. โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นิทรรศการ (ขนาด A2)
4. สูจิบัตรประกอบนิทรรศการ
5. บัตรตั๋วเข้าชมนิทรรศการ

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. ศึกษาข้อมูล

1.1 การออกแบบและการทาหนังสือ รวมถึงเทคนิคต่าง ๆ ที่สามารถใช้ในนิทรรศการ

1.2 ข้อมูลของโรคและอาการ Perfectionist

1.3 แนวทางการออกแบบและเล่าเรื่องสำหรับนิทรรศการ รวมถึงการตอบสนองต่อผู้ชม

2. วิเคราะห์ข้อมูล

2.1 วิเคราะห์ข้อมูล กำหนดประเด็นและแบ่งเนื้อหาเกี่ยวกับความนิยมความสมบูรณ์แบบในแต่ละส่วนของนิทรรศการ

3. สังเคราะห์ข้อมูลออกมาเป็นแนวทางการออกแบบ
4. ออกแบบตามแนวทางที่สังเคราะห์ออกมา
5. นาเสนอผลงาน

1.5 กลุ่มเป้าหมายของผลงาน

- ผู้ที่อยู่ในวัยเริ่มทำงาน
- ผู้ที่สนใจเกี่ยวกับความเป็นระเบียบอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ผู้นิยมความสมบูรณ์แบบ

Perfectionism หรือ สมบูรณ์แบบนิยม เป็นแนวคิดทางด้านบุคลิกภาพแบบหนึ่งที่มีจุดเด่นคือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบสมบูรณ์แบบนิยม (Perfectionists) นั้นจะกำหนดบรรทัดฐานประสิทธิภาพของตนเองไว้สูงมาก ซึ่งอาจท าให้การแยกแยะระหว่างผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบสมบูรณ์แบบนิยมกับผู้ที่มีความสามารถและประสบความสำเร็จอย่างสูงได้ยาก เพราะการตั้งเป้าหมายหรือการตั้งมาตรฐานที่สูงเองก็ไม่ใช่อาการของโรคทางจิต (Frost, Marten, Lahart, and Rosenblate, 1990) เราสามารถแบ่งประเภทคนสมบูรณ์แบบนิยมออกได้เป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มปกติ (Normal) และกลุ่มขาดเสถียรภาพ (Neurotic) ซึ่งคนสมบูรณ์แบบนิยมแบบปกติจะเป็นกลุ่มที่กำหนดบรรทัดฐานไว้สูงก็จริงแต่ไม่เคร่งครัดต่อบรรทัดฐานนั้น สามารถผ่อนปรนระดับของบรรทัดฐานที่ตั้งไว้ได้ ในขณะที่คนสมบูรณ์แบบนิยมแบบขาดเสถียรภาพ แม้จะเป็นกลุ่มที่กกำหนดบรรทัดฐานไว้สูงเช่นกันแต่ไม่สามารถยอมรับข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ ทำให้พวกเขารู้สึกว่าสิ่งที่พวกเขาไม่เคยเพียงพอหรือดีพอ (Hamachek, 1978)

คำศัพท์ของจิตเวชที่ใกล้เคียงที่สุดก็คือ Obsessive-compulsive Personality (ซึ่งเป็นคนละอย่างกันกับ Obsessive-compulsive Disorder; OCD หรือโรคย้ำคิดย้ำทำ) คนที่มีลักษณะสมบูรณ์-แบบนิยม จึงมักถูกเลือกให้เป็นผู้นำคนแรกเสมอๆ ในหลายมิติของการถวิลหาหาความสมบูรณ์แบบนั้นก็ใช่ว่าจะบ่อนทำลายดั่งที่ผู้คนกล่าวอ้าง และใช้เป็นคำตัดสินเพื่อแยกคุณออกจากคนอื่นๆ ความสมบูรณ์แบบในมิติที่ดีก่อประโยชน์ต่อคนอื่นและสังคม มันเป็นพลังเริ่มต้นในการสร้างความเปลี่ยนแปลง Perfectionism จึงเป็นอุปนิสัยส่วนบุคคล ที่ไม่ใช่มาจากการวินิจฉัยอาการทางจิต

ทางการแพทย์พบว่า คนที่มีลักษณะ Perfectionism มีโอกาสเป็นโรคซึมเศร้า ขี้วิตกกังวล และทำร้ายตัวเองได้ ดังนั้นหากปล่อยให้เด็ก Perfectionist เติบโตไปเป็นผู้ใหญ่ Perfectionist โดยไม่ช่วยเหลือลูกให้เต็มที่ก่อน อาจเป็นการทำร้ายลูกโดยไม่เจตนา ซึ่งคุณพ่อคุณแม่สามารถช่วยปรับแต่งพฤติกรรมให้ลูกลดความสมบรูณ์แบบลงได้ โดยความคาดหวังจากผู้อื่นนั้นมากดดันตัวเองเป็นระยะเวลาที่ต่อเนื่องกัน หรือมีมากอาจจะส่งผลให้มีบุคลิกแบบ Perfectionist ได้ นิสัยของบุคคลหนึ่งคนจะเริ่มคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปมากนักเมื่ออายุ 20 ปี

Perfectionist พบในเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และมักพบในลูกคนโตมากกว่าลูกคนรองลงไป เป็นเพราะว่าพ่อแม่จำนวนมากยังมีค่านิยมที่ให้ความสำคัญลูกชายมากกว่าลูกสาว เพราะลูกชายจะเป็นผู้สืบสกุล ค่านิยมนี้เห็นได้ชัดจากวัฒนธรรมของชาวจีน ที่มักให้ลูกชายคนแรกเป็นผู้นำครอบครัวในรุ่นถัดไป หรือให้หลานชายคนโตเป็นผู้รับบทบาทสำคัญในพิธีกรรมต่างๆ เช่น ในพิธีสวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กงเต้กจะให้หลานชายคนโตแต่งกายไว้ทุกข์แบบเดียวกับคนรุ่นลูก นอกจากนั้นชาวจีนแต่โบราณยังต้องการมีลูกแยกตามเพศอีกว่า พ่อแม่คู่ใดที่มีลูกชาย 5 คน ลูกสาว 2 คน ถือเป็นเรื่องที่น่ายินดี และเป็นยอดปรารถนา ครอบครัวใดมีแต่ลูกสาวโดยไม่มีลูกชายนับได้ว่าไม่มีบุญวาสนา ความสำเอียงนี้ก่อให้เกิดความคาดหวังของพ่อแม่ โดยแสดงออกในรูปของความเข้มงวดในการเลี้ยงดูต่อลูกชาย โดยเฉพาะลูกคนโตให้ต้องมีภาระและความรับผิดชอบมากเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นผลให้เพศชายและลูกคนโตมีความโน้มเอียงในการเกิดบุคลิกภาพแบบเจ้าระเบียบมากขึ้น

นอกจากนั้นพ่อแม่ที่เคยมีประสบการณ์ชีวิตที่ไม่สมหวังมาก่อน เช่น เคยเรียนไม่ดีและรู้สึกอับอาย หรือเคยขาดโอกาสในการเล่าเรียน อาจเป็นเพราะปัญหาครอบครัวหรือปัญหาทางเศรษฐกิจ จนรู้สึกว่าการขาดการศึกษาเป็นปมด้อยอย่างใหญ่หลวงในใจตน ก็เป็นสาเหตุให้พยายามอบรมเคี่ยวเข็ญลูก ๆ โดยเฉพาะด้านการเรียนเพื่อชดเชยความไม่สมหวังของตนเองในอดีต

พ่อแม่ที่เลี้ยงลูกด้วยวิธีเข้มงวดกวดขันมากจนเกินไป มักจะใช้การตำหนิบ่อยและวางกฎเกณฑ์มากๆ ให้ลูกปฏิบัติเพราะต้องการให้ลูกทำอย่างที่ใจตนเองต้องการ สิ่งเหล่านี้จะทำให้เด็กเครียดบางครั้งเกิดความรู้สึกกลัว ไม่กล้าแสดงความคิดเห็น และไม่กล้าแสดงออกเมื่อเกิดความรู้สึกคับข้องใจ หากเด็กถูกกดดันมากเมื่อโตขึ้นอาจจะมีบุคลิกภาพแบบก้าวร้าวสมยอม (PASSIVE AGGRESSIVE) หรือก้าวร้าวแบบเปิดเผย เพราะรู้สึกว่าพ่อแม่ไม่รักและครอบครัวไม่อบอุ่น หากเด็กปรับตัวได้ตามควรจะมีบุคลิกภาพเป็นลักษณะเจ้าระเบียบ

ลักษณะนิสัยของผู้นิยมความสมบูรณ์แบบ

- สนใจรายละเอียดปลีกย่อยทุกขั้นตอนว่าต้องครบถ้วนและสมบูรณ์ ห้ามขาด ห้ามข้าม หรือห้ามมีขั้นตอนใดเพิ่มเข้ามา
- สนใจเรื่องต่างๆ ในรายละเอียดปลีกย่อยมาก มักดูแลความสะอาดเรียบร้อยของร่างกายและเครื่องแต่งตัวเป็นอย่างดี ไม่ชอบให้เครื่องแต่งกายมีรอยยับย่น ไม่ชอบให้รองเท้ามีรอยถลอก และมักหงุดหงิดที่เห็นคนอื่นแต่งกายไม่เรียบร้อย
- ทุ่มเทให้กับการทำงานหนึ่ง ๆ มากเกินไป จะไม่ยอมละทิ้งงานที่กำลังทำอยู่จนกว่าจะเสร็จ
- เครียดและวิตกกังวลง่าย เนื่องจากกลัวความผิดพลาด คิดแต่ว่าคนอื่นจะมองยังไง ถ้าทำอะไรผิดพลาดต่อหน้าคนอื่น
- เป็นคนที่จริงจังในทุกเรื่อง และไม่ชอบความเปลี่ยนแปลง ไม่ชอบอะไรใหม่ ๆ
- คาดหวังสูงกับตัวเอง
- หวั่นไหวง่ายมาก เมื่อถูกวิพากษ์วิจารณ์
- ถ้าต้องทำอะไรที่คิดแล้วว่าทำได้ไม่ดี จะพยายามหลีกเลี่ยง
- พยายามปกปิดว่าตัวเองรู้สึกยังไง และไม่ค่อยอยากสุงสิงกับคนอื่น
- จัดลำดับความสำคัญไม่ค่อยเป็น ลังเลไปมา ตัดสินใจไม่ได้เสียที ไม่เลือกทางไหนไปสักทาง
- ถ้าทำอะไรแล้วผลลัพธ์ออกมาแย่กว่าที่คาด อาจมีอาการทางกาย เช่น ปวดหัว ปวดท้องบ่อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มิติของความสมบูรณ์แบบ

Hewitt และ Flett (1991) ได้แบ่งมิติของความนิยมความสมบูรณ์แบบออกเป็น 3 มิติ คือ

1. ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง

เป็นลักษณะที่ชอบตั้งมาตรฐานกับตนเอง มักจะประเมินตนเองอย่างเข้มงวด ตำหนิตนเองอย่างรุนแรงเมื่อไม่สามารถทำตามมาตรฐานที่ตนเองตั้งไว้ได้ การวิจัยพบว่า ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเองสัมพันธ์กับพฤติกรรมชอบบังคับ และการโทษตนเอง ทั้งยังพบว่าสัมพันธ์กับการปรับตัวที่ผิดปกติหลายประเภท เช่น ความวิตกกังวล ความซึมเศร้า โรคอะนอเร็กเซีย เป็นต้น

2. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม

เป็นลักษณะการรับรู้ว่าผู้อื่นหรือสังคมคาดหวังให้ตนเองกระทำได้ตามมาตรฐานที่สังคมวางไว้ โดยเชื่อและรับรู้ว่าผู้อื่นคาดหวังมาตรฐานจากตนเองโดยผิดจากความเป็นจริง คิดว่าผู้อื่นประเมินตนอย่างเข้มงวด และสังคมพยายามกดดันให้ตนเองต้องสมบูรณ์แบบ และด้วยการรับรู้เช่นนี้ ทำให้ประสบความรู้สึกล้มเหลวบ่อยครั้ง ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมก่อให้เกิดอารมณ์ทางลบหลายอย่าง เช่น ความโกรธ ความวิตกกังวล ความหดหู่

3. ความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น

เป็นลักษณะที่เชื่อว่าผู้อื่นควรปฏิบัติตามมาตรฐานซึ่งสูงกว่าความเป็นจริง ให้ความสำคัญแก่ความสมบูรณ์แบบของคนรอบข้าง ประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้อื่นอย่างเข้มงวด

การมุ่งเน้นความสมบูรณ์แบบนั้นมีส่วนทำให้สูญเสียพลังงานทางจิต ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอาทิ ทำให้เกิดอาการอ่อนเพลีย และเชื่อมโยงกับอาการป่วยต่างๆ ได้ เช่น โรคพิษสุราเรื้อรัง การหย่อนสมรรถภาพทางเพศ โรคสำไส้แปรปรวน ปวดท้อง ซึมเศร้า โรคกลัวอ้วน โรคย้ำคิดย้ำทำ เป็นต้น ในการทำงาน ผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบมีแนวโน้มที่จะมีความเหนื่อยหน่ายในการทำงานสูง ประเมินในด้านลบและให้ความสำคัญกับงานสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากเกินจริง และยังทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานที่ใช้ทักษะการเขียนลดลง นอกจากนี้ ในด้านสัมพันธภาพ การมุ่งเน้นความสมบูรณ์แบบยังทำให้บุคคลมีระดับความสามารถในการควบคุมตนเองต่ำลง ส่งผลให้ความสัมพันธ์ที่ไม่ราบรื่น และทำให้บุคคลเห็นคุณค่าในตนเองต่ำลง

การบำบัด

วิธีทางจิตบำบัดในการลดความนิยมความสมบูรณ์แบบสามารถทำได้หลายวิธี ได้แก่ การบำบัดทางปัญญา-พฤติกรรม คือ การพยายามปรับความคิดให้มีความสมเหตุสมผลและสร้างทางเลือกอื่นๆ ให้กับวิธีคิดวิธีแก้ปัญหา, การบำบัดแบบจิตวิเคราะห์ คือ การพยายามวิเคราะห์ถึงมูลเหตุแรงจูงใจที่ซ่อนอยู่, การบำบัดเป็นกลุ่ม คือ การบำบัดพร้อมกันหลายคนเกี่ยวกับประเด็นที่เฉพาะเจาะจง วิธีนี้ทำให้ผู้เข้าร่วมการบำบัดรู้สึกว่าตนไม่ใช่ผู้เดียวที่ประสบปัญหาที่เผชิญอยู่, การบำบัดแบบมนุษยนิยม คือ การให้บุคคลได้ทบทวนตนเอง โดยเน้นมุมมองด้านบวก และการบำบัดตนเอง คือการสำรวจและบันทึกอย่างซื่อสัตย์ถึงอาการและการกำกับตนเองของตน ทั้งนี้ วิธีที่ได้รับความนิยมว่าประสบความสำเร็จ คือการบำบัดทางปัญญา-พฤติกรรม ที่ช่วยให้บุคคลที่นิยมความสมบูรณ์แบบลดความวิตกกังวล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางสังคม และความคิดที่ไม่สมเหตุสมผลหรือความคาดหวังที่ไม่สอดคล้องกับความจริงลงได้ ช่วยให้บุคคลรู้จักคิดหาทางเลือกอื่นๆ รวมทั้งตระหนักว่าความผิดพลาดต่างๆ ไม่ใช่เรื่องเลวร้าย แต่เป็นโอกาสที่จะได้เรียนรู้มากกว่า

การรับมือ OCD หรือพฤติกรรมจากบุคลิก Perfectionism ที่ดีที่สุด คือการที่คุณรู้ก่อนว่า คุณรับมือความท้าทายแบบไหน และแสดงออกอย่างไร การปรึกษานักจิตวิทยาหรือนักบำบัดเป็นวิธีที่ทำให้คุณเข้าใจตัวเองได้ดีที่สุด เพื่อหาวิธีการลดผลกระทบเชิงลบที่สร้างความเสียหายต่อหน้าที่การงาน และความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว แต่โดยทั่วไปแล้ว การรักษามักค่อยเป็นค่อยไป ดังนั้นก็ไม่ควรใจร้อน หรือหวังผลทันทีที่พบแพทย์ อาการของผู้ป่วย OCD แบบแท้จริงมักจะค่อยๆ ดีขึ้น (อาจไม่เร็วอย่างที่คิด) โดยทั่วไปแล้วผู้ป่วยจะสังเกตว่าความกลัดกลุ้มและกังวลใจลดน้อยลง ต่อมาระยะเวลาที่ใช้ในการย้ำคิดหรือย้ำทำก็จะลดน้อยลง สามารถฝืนความอยากกระทำของตนเองได้มาก โดยแพทย์เองจะมีการจ่ายยาร่วมด้วย หากผู้ป่วยที่ตอบสนองต่อยา อาการก็มักดีขึ้น 50 – 70% ส่วนใหญ่การตอบสนองจะเห็นผลเต็มที่ในปลายเดือนที่ 3 ของการบำบัด ระหว่างนั้นนักบำบัดจะใช้วิธีการบำบัดแบบปรับเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรม Cognitive-Behavioral Techniques หรือ CBT ร่วมด้วย ในการทำให้เราช่วยประเมินพฤติกรรมเมื่อต้องเจอกับความผิดพลาดเล็กๆ น้อยๆในชีวิต กระตุ้นฟื้นฟูความมั่นใจให้เพิ่มมากขึ้น ลดความวิตกกังวลจากความคิดเชิงลบ และที่สำคัญ ไม่ทำร้ายตัวเองด้วยความคิดแย่ๆ

วิธีปรับตัวจากความเครียดจากความสมบูรณ์แบบ

หากต้องการทำงานโดยใช้ข้อดีของการเป็น Perfectionist ไม่ว่าการทำงาน การเรียนหรือจะเลี้ยงลูก ล้วนทำให้เกิดความเครียดได้ทั้งนั้น และความเครียดเองก็มีหลายระดับ แต่จะส่งผลกระทบต่อชีวิตเรามากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดการความเครียด หากเราแปรรูปความเครียดไปเป็นความท้าทายและเป้าหมายเพื่อเอาชนะ นับว่าเป็นการใช้ความเครียดเป็นแรงผลักดันที่ดี และหากใส่ส่วนประกอบข้อดีของ Perfectionist ลงไป ก็ทำได้แน่นอน เพียงแต่แนะนำว่าควรแก้นิสัยที่มากเกินพอดีเหล่านี้ ให้ค่อย ๆ ปรับเปลี่ยนมุมมองทางความคิดเสียใหม่ ให้ยอมรับว่าไม่มีใครบนโลกนี้ที่จะเพอร์เฟ็กต์ คนเราสามารถผิดพลาดกันได้ ไม่จำเป็นต้องดีพร้อมไปทุกกระเบียดนิ้ว แค่ทำงานที่ได้รับมอบหมายให้ดีที่สุดก็พอ โดยอาจค่อย ๆ ปรับตัวด้วย 4 วิธีนี้

1. เปลี่ยนวิธีคิดให้รู้จักปล่อยวาง ไม่เปรียบเทียบหรือกดดันตัวเองจนเกินไป คล้ายกับการนำธรรมะเข้าข่มจิตใจ ค่อย ๆ ปล่อยวาง ยอมรับพื้นฐานและความเป็นไปของโลก

2. ทุกครั้งที่เกิดข้อผิดพลาด จากที่เคยเอาแต่โทษตัวเอง จนลุกลามสร้างความเครียดให้กับคนรอบข้าง ควรพูดคุยกับคนสนิทเพื่อระบายออกไป และเริ่มรับฟังความเห็นของผู้อื่น ไม่ลืมที่จะให้อภัยตัวเอง แล้วนำมุมมองของคนอื่นมาปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้น

3. อะไรที่พลาดสามารถแก้ไขได้ เตรียมแผนสำรองไว้เสมอ เมื่อเราปล่อยวางจากความกดดันแล้วก็ถึงเวลาต้องยอมรับว่า ใคร ๆ ก็พลาดกันได้ ไม่มีใครที่ดีพร้อม 100% แต่เมื่อทำผิดแล้วต้องแก้ไข ไม่หนีปัญหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ใช้ความกดดันและจัดการความเครียดให้เป็นเส้นชัย ด้วยคติ “เป้าหมายมีไว้พุ่งชน” แต่เราจะพุ่งไปหามันอย่างฉลาด หากเป็นหัวหน้าทีม ก็เป็นโอกาสดีที่จะใช้ความเป๊ะกับการทำงานกับทีมช่วยกันทำงาน ช่วยตรวจสอบคุณภาพงาน แล้วก็อย่าลืมที่จะให้กำลังใจลูกน้องล่ะ

5. ไม่ลืมที่จะมองหาความสุขเล็ก ๆ น้อย ๆ รอบตัว เพราะทำงานด้วยความสมบูรณ์แบบ ส่วนใหญ่จะปิดกั้นความคิดสร้างสรรค์ จนบางคนอาจไร้ความสุขในการทำงาน ลองเว้นวรรคสักนิด มองหาไอเดียความสุขในที่ทำงาน หรือกิจกรรมสนุก ๆ หลังเลิกงาน ไป hangout กับเพื่อนร่วมงานบ้างก็เป็นความคิดที่ดี

ผลกระทบ

มีงานวิจัยที่พบว่า มากกว่าครึ่งของคนที่ฆ่าตัวตายนั้นเป็นพวกรักในความเพอร์เฟค สมบูรณ์แบบ และยังมีการศึกษาอื่นที่พบว่า การฆ่าตัวตายของคนวัยรุ่น และคนที่ยังอยู่ในวัยหนุ่มสาวมาจากความคาดหวังในตัวเองสูงที่เกินไป รวมไปถึงเคอร์แรน และคณะยังศึกษาด้วยวิธีการเก็บข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยมากกว่า 40,000 คนที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ทั้ง อเมริกา อังกฤษ และแคนาดา ตั้งแต่ปี 1989 จนถึงปี 2016 แล้วพบว่า ช่วงวัยรุ่นมีอัตราการเป็น Perfectionism ได้ถึง 33 % และจากผลวิจัยที่บอกว่าเสี่ยงต่อการเป็นโรคซึมเศร้าแล้ว ยังเสี่ยงต่อการเป็นไบโพล่า (Bipolar) หรือโรคอารมณ์สองขั้วด้วย เพราะมีการศึกษาพบว่าสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คนเป็นไบโพล่าคือความวิตกกังวล ไม่ใช่แค่สุขภาพจิตที่กระทบอย่างเดียว แต่สุขภาพร่างกายก็กระทบด้วย เพราะจากการที่ยึดติดกับผลลัพธ์ที่ต้องเพอร์เฟ็ค ต้องเป๊ะทุกอย่าง ทำให้เกิดความคาดหวัง พอคาดหวังก็ทำให้เกิดความเครียดอยู่ตลอดเวลา จนอาจทำให้เป็นโรคเครียดสะสม ส่งผลไปถึงสุขภาพร่างกายอย่าง โรคความดันสูง ซึ่งอาจพัฒนากลายเป็นกลุ่มโรคหัวใจ และหลอดเลือดได้ และโดยเฉพาะถ้าเป็นในกลุ่มคนที่มีโรคประจำตัวอยู่แล้ว อย่างโรคบาหวาน หรือโรคหัวใจ ก็จะยิ่งส่งผลให้อาการกำเริบได้ง่ายขึ้น และเสี่ยงมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การออกแบบนิทรรศการ และสื่อประชาสัมพันธ์

การจัดแสดง

จุลนิทัศน์ หรือการจัดแสดง หมายถึง สิ่งหรือเรื่องที่ยกมาแสดงเพียงเล็กน้อยพอให้เห็นเป็นตัวอย่างดังเช่น ธีรศักดิ์ อัครบวร (ธีรศักดิ์ อัครบวร, 2537, หน้า 75) อธิบายว่าโดยสำนึกและความรู้สึกในสังคมไทย เมื่อกล่าวถึงการจัดแสดงแล้ว จะให้ความคิดไปในเรื่องของนันทนาการ งานรื่นเริง หรืองานสวนสนุกเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นความหมายของ “display” จึงตรงกับศัพท์ในภาษาไทยว่า “จุลนิทัศน์” มากกว่า

Display แปลว่า “การจัดแสดง” ซึ่งในบางครั้งค าว่าการจัดแสดงในภาษาไทยอาจท าให้สับสนได้ จึงมีนักการศึกษาบางท่านพยายามใช้ศัพท์ที่สื่อความหมายให้ตรงกับลักษณะของกิจกรรมจริง ๆ ทั้งยังป้องกันการสับสนด้วย

วิจิตร อาวะกุล (วิจิตร อาวะกุล, 2534, หน้า 131) “การจัดแสดงขนาดเล็ก (display) หรือนิทรรศการ (exhibition) อาจจัดในห้อง ระเบียง ในเต็นท์ ถ้าจัดเป็นงานโดยใช้บริเวณกว้างขวางเรียกว่างานแสดง (fairs) หรืองานแสดงสินค้านานาชาติ (international trade fairs) ถ้าเป็นสินค้านานาชาติขนาดใหญ่เรียกว่า “exposition” ซึ่งทำให้เห็นความแตกต่างของขนาดและสถานที่รวมทั้งคำศัพท์ที่ใช้เรียกในการจัดนิทรรศการขนาดต่าง ๆ ด้วย

การจัดแสดงหรือจุลนิทัศน์ หมายถึง นิทรรศการขนาดเล็กมากที่นำเสนอข้อมูล วัตถุ สิ่งของ ผลงาน สินค้าหรือผลิตภัณฑ์บางส่วนพอเป็นตัวอย่างในสถานที่ที่มีการตกแต่งไว้อย่างสวยงามและเหมาะสม โดยเน้นเป็นพิเศษเพื่อเร้าใจให้ผู้ชมเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

นิทรรศการ

นิทรรศการ หมายถึงการจัดแสดงข้อมูลเนื้อหาผลงานต่าง ๆ ด้วยวัสดุ สิ่งของ อุปกรณ์และกิจกรรมที่หลากหลายแต่มีความสัมพันธ์กันในแต่ละเรื่องโดยมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน มีการวางแผนและออกแบบที่เร้าความสนใจให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการดู การฟัง การสังเกต การจับต้องและการทดลองด้วยสื่อที่หลากหลาย เช่นรูปภาพ ของจริง หุ่นจ าลอง ป้ายนิเทศ และกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การประกวด การแข่งขัน การบรรยาย การสาธิต การอภิปราย และการตอบปัญหา เป็นต้น

ความสำคัญของการจัดนิทรรศการ

การจัดนิทรรศการมีอิทธิพลต่อผู้ชมทางด้านความรู้ ความเข้าใจ อารมณ์และความรู้สึก รวมถึงการเปลี่ยนเจตคติ การศึกษาการค้า และศิลปวัฒนธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ในการจัดนิทรรศการ

1. ถ่ายทอดประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ
2. สร้างความประทับใจ ให้ผู้ชมเกิดความเลื่อมใสศรัทธา
3. กระตุ้นให้ผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร
4. เป็นการประชาสัมพันธ์หรือสร้างภาพพจน์ที่ดีของบุคลากร องค์กร หรือหน่วยงาน
5. เพื่อสร้างความบันเทิง
6. เป็นการประเมินประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานโดยรวมของหน่วยงานหรือ องค์กรที่เป็นเจ้าของนิทรรศการแต่ละครั้ง

คุณค่าของการจัดนิทรรศการ

1. แหล่งรวบรวมความรู้ ความคิดและข้อมูลต่าง ๆ
2. ถ่ายทอดสิ่งที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้โดยอาศัยสื่อต่าง ๆ จึงทำให้เข้าใจง่ายขึ้น
3. การถ่ายทอดประสบการณ์ที่มีประสิทธิภาพโดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วม
4. เป็นการส่งเสริมการทำงานเป็นทีม
5. การใช้สื่อหลายชนิดในการจัดแสดงนิทรรศการ

ลักษณะของการจัดนิทรรศการ

การจัดนิทรรศการโดยทั่วไปเป็นการผสมผสานสื่อ ซึ่งหมายรวมถึง สื่อที่วัสดุ อุปกรณ์ เทคนิค วิธีการต่าง ๆ มารวมกันเพื่อสร้างความดึงดูดใจต่อผู้พบเห็นและสามารถถ่ายทอดสารต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของผู้จัด โดยทั่วไปหากพิจารณาเฉพาะสื่อสามารถกำหนดลักษณะของการนำเสนอในการจัดนิทรรศการได้3 ลักษณะ คือ

1. การจัดนิทรรศการแบบสองมิติเป็นการจัดโดยเน้นการใช้สื่อประเภทสองมิติ ซึ่งความหมายทางกายภาพของสื่อสองมิตินั้น เป็นสื่อที่มีเพียงความกว้างและยาว พบเห็นกันได้ง่าย และนิยมใช้กันอยู่ทั่วไป เช่น ป้าย กราฟิก รูปภาพ เป็นต้น การเลือกสื่อประเภทสองมิติมาใช้ในการจัดนิทรรศการมักจะมีเหตุผลมาจากข้อจำกัดในหลาย ๆ ประการ เช่น วัตถุประสงค์ พื้นที่ในการจัดนิทรรศการ ลักษณะของเนื้อหา เป็นต้น อย่างไรก็ตามสื่อสองมิติก็สามารถสร้างความเข้าใจตลอดจนความน่าสนใจได้ดีหากมีการออกแบบ และวางแผนการผลิตอย่างมีระบบ ตลอดจนมีการนำหลักทางศิลปมาใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

2. การจัดนิทรรศการแบบสามมิติการจัดนิทรรศการแบบนี้เป็นการน าเอาสื่อประเภทสามมิติมาใช้ในการนำเสนอเป็นส่วนใหญ่ สื่อสามมิติเป็นสื่อที่พิจารณาในแง่ความน่าสนใจ และดึงดูใจแล้วค่อนข้างจะได้เปรียบสื่อสองมิติ และกินความหมายกว้างกว่า ทั้งนี้หากพิจารณาลักษณะทางกายภาพจะพบว่าของจริง (Real Object) ให้ประโยชน์ในแง่ของการเรียนรู้ที่ได้ประสิทธิภาพมากกว่า และจะมีคุณค่ามากกว่าสื่อสองมิติอย่างชัดเจน แต่การเลือกสื่อประเภทนี้ ตลอดจนการผลิตขึ้นมาใหม่จำเป็นจะต้องมีความเหมาะสม มิฉะนั้นจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความสูญเปล่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การจัดนิทรรศการแบบผสมผสาน การจัดในลักษณะนี้จะผสมผสานสื่อสองมิติและสามารถมิติเข้าด้วยกัน ทำให้ผู้ชมไม่จำเจและเบื่อหน่าย แต่ก็ต่อมีการออกแบบ สร้างสรรค์ให้เกิดความสัมพันธ์และส่งเสริมกันและกันเป็นอย่างดี ในทางปฏิบัติจะพบว่าโดยส่วนมากจะจัดนิทรรศการในลักษณะผสมผสานเป็นส่วนมาก

ประเภทของนิทรรศการ

การแบ่งประเภทของนิทรรศการ สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. แบ่งตามการจำแนกประเภทของนิทรรศการ

ประเสริฐ ศิลรัตนา (2549.: 18) ได้จ าแนกประเภทของการจัดนิทรรศการเป็น 2 วิธี คือ จำแนกจากกำหนดระยะเวลา และจำแนกจากกำหนดสถานที่ ไว้ดังนี้

1. จำแนกจากกำหนดระยะเวลา แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 นิทรรศการถาวร (Permanent Exhibition) คือ นิทรรศการที่จัดอยู่ในที่ใดที่หนึ่งเป็นระยะเวลานาน ๆ หรือตลอดไป เป็นการรวบรวมและการจัดแสดงสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะวัตถุสิ่งของที่แสดงเรื่องราวที่เกิดขึ้นแน่นอน เช่น สิ่งที่แสดงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ สังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ โบราณคดีและศิลปะ เป็นต้น ได้แก่ นิทรรศการในหอศิลป์แห่งชาติ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง เมืองโบราณ เมืองจำลองห้องแสดงประวัติสถาบัน เป็นต้น เป็นการจัดนิทรรศการที่จัดแสดงไว้ตลอดเวลา สามารถดูได้ตลอดเวลาโดยไม่ล้าสมัย เป็นนิทรรศการที่จัดอยู่ในส่วนใดส่วนหนึ่งของพิพิธภัณฑ์หรือหอศิลปะ หรือในสถาบันต่าง ๆ นิทรรศการถาวรอาจจัดได้ทั้งในที่ร่ม (Indoor Exhibition) และกลางแจ้ง (Outdoor Exhibition)

1.2 นิทรรศการชั่วคราว (Temporary Exhibition) คือ นิทรรศการที่จัดอยู่ในที่ใดที่หนึ่งเป็นระยะเวลาสั้น ๆ สามารถแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการจัดได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.2.1 นิทรรศการชั่วคราวที่จัดแสดงเป็นเอกเทศ

1.2.2 นิทรรศการชั่วคราวที่จัดแสดงเพื่อเสริมนิทรรศการถาวร การจัดแสดงเรื่องราวเรื่องใดเรื่องหนึ่งในโอกาสต่าง ๆ หรือโอกาสพิเศษ เช่น การจัดนิทรรศการในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ การจัดนิทรรศการในงานสัปดาห์ห้องสมุด เช่น นิทรรศการสารนิเทศระบบเครือข่ายอินเตอร์เน็ต นิทรรศการในห้องสมุด เช่น วันปีใหม่ วันตรุษจีน วันเข้าพรรษา นำเสนอหนังสือใหม่ ฯลฯ

2. การจำแนกจากก าหนดสถานที่ แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

2.1 นิทรรศการในร่ม (Indoor Exhibition) เป็นนิทรรศการที่จัดแสดงขึ้นภายในอาคาร โดยอาจใช้สถานที่บริเวณส่วนต่าง ๆ เช่น ภายในห้อง เฉลียง ห้องโถง หอประชุม เป็นต้น

2.2 นิทรรศการกลางแจ้ง (Outdoor Exhibition) เป็นการจัดนิทรรศการขนาดใหญ่ มีผู้ร่วมงานจากหน่วยงาน องค์กรธุรกิจหลายสาขา มีจุดมุ่งหมายให้ประชาชนจำนวนมากได้มีโอกาสเข้าชม โดยจัดในบริเวณที่มีพื้นที่กว้าง เช่น สนามหลวง วังสราญรมย์ สวนลุมพินี หรือที่สนามในสถาบันการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 นิทรรศการหมุนเวียน (Traveling Exhibition) เป็นนิทรรศการหมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่จัดแสดง เช่น ผลงานศิลปะที่นักศึกษาในกรุงเทพฯ น าไปจัดแสดงที่เชียงใหม่ สงขลา หรือภาคอีสานหมุนเวียนสลับกันไป เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ทัศนะและเผยแพร่ให้ผู้ชมในท้องถิ่นได้รู้เห็นเพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการ หรือข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ บางครั้งนิทรรศการชั่วคราวบางอย่างก็ใช้เป็นนิทรรศการหมุนเวียนด้วย

ฉวีวรรณ คูหาภินันท์ (2542.: 278-279) ได้กล่าวถึงนิทรรศการเคลื่อนที่หรือ นิทรรศการสัญจร คือนิทรรศการที่จัดแสดงในที่ต่าง ๆ เคลื่อนที่ไปเรื่อย ๆ หมุนเวียนกันตามที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ชุมชนกลุ่มเป้าหมาย นิทรรศการชั่วคราวบางเรื่องก็อาจใช้เป็นนิทรรศการเคลื่อนที่ได้ เช่น นิทรรศการส่งเสริมประชาธิปไตย นิทรรศการพิพิธภัณฑ์เคลื่อนที่ของศูนย์บริภัณฑ์เพื่อการศึกษา เป็นต้น นิทรรศการเคลื่อนที่หรือนิทรรศการสัญจรนี้ มักจะจัดในรถหรือเรือเคลื่อนที่ไปในที่ต่าง ๆ เช่น นิทรรศการดวงตราไปรษณีย์ จะมีรถนิทรรศการ นอกจากรูปภาพต่างๆ และคำอธิบายแล้วนั้นยังมีบุคลากรให้คำแนะนำ ชักชวน สาธิตการใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น การทำกระทง ทำพวงหรีดด้วยใบตอง ฟางข้าว กระดาษและดอกไม้ ตลอดจนฉายภาพยนตร์ ภาพนิ่ง และวีดิทัศน์ประกอบ เป็นต้น นิทรรศการเคลื่อนทีอาจจัดได้ทั้งในร่มและกลางแจ้ง จัดในที่ร่ม เช่น จัดในห้องประชุม ในศูนย์การค้า จัดในรถ ในเรือ ฯลฯ และจัดกลางแจ้ง เช่น จัดในสนามของโรงเรียนและในชุมชนต่าง ๆ เป็นต้น

2. แบ่งตามขนาดของนิทรรศการ

วัฒนะ จูฑะวิภาต (2542.: 1) ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับลักษณะหรือขบวนการของการสื่อความหมายของคำที่มีความหมายใกล้เคียงกับค าว่านิทรรศการอีกคำหนึ่ง คือคำว่า ดิสเพลย์ (Dis-play) ซึ่งบางคนเข้าใจว่ามีความหมายเดียวกันกับนิทรรศการ แต่แท้จริงแล้ว ดิสเพลย์ หมายถึง การจัดแสดงภาพและวัตถุเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีขนาดย่อมกว่านิทรรศการ และมุ่งผลต่อกลุ่มเป้าหมายในวงจำกัด เช่น ดิสเพลย์หนังสือใหม่ของห้องสมุด ดิสเพลย์วันเข้าพรรษา เป็นต้น นิทรรศการมีลักษณะเป็นการสื่อความหมายสองทาง (Two-way communication) ระหว่างสถาบันผู้จัดนิทรรศการ กับประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่มาชม กล่าวคือผู้ชมสามารถสอบถามเจ้าหน้าที่ผู้จัดถึงเรื่องราวความเป็นไปของการจัดแสดงได้ ส่วนดิสเพลย์นั้น เป็นการสื่อความหมายแบบเอกวิธี หรือแบบทางเดียว (One-way communication) มีความหมายเพียงเพื่อชี้แจงแถลงข่าว รายงานเรื่องราวเหตุการณ์หรือชักชวนให้ผู้ชมเกิดความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ในวงการธุรกิจการค้าก็มีการจัดกิจกรรมบางอย่างที่คล้ายกับการจัดนิทรรศการ เช่น การจัดงานมหกรรมสินค้า (Exposition) การแสดงสินค้า (Trade fair หรือ Trade show) และการจัดมุมแนะนำสินค้า (Window show) ซึ่งเมื่อพิจารณาให้ลึกซึ้งแล้ว จะเห็นว่างานมหกรรมสินค้าก็ดี หรืองานแสดงสินค้าก็ดี ผู้จัดมุ่งแนะนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่หรือขายสินค้าของตนเท่านั้น มิได้มุ่งผลในแง่การประชาสัมพันธ์มากนัก จึงไม่จัดเป็นนิทรรศการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากทัศนะดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่านิทรรศการ แบ่งออกเป็น 3 ขนาด ได้แก่

1. นิทรรศการขนาดเล็ก (Display) ได้แก่ การจัดนิทรรศการต่าง ๆ ที่มีเนื้อเรื่องไม่ยาวนัก และใช้เนื้อที่ในการจัดไม่มากนัก อาจจะจัดเพียง 1-2 ป้าย หรือจัดวางบนชั้น บนโต๊ะเล็ก ๆ บนโต๊ะรับจ่ายหนังสือ เช่น การจัดนิทรรศการหนังสือใหม่ การจัดนิทรรศการวันส าคัญต่าง ๆ ฯลฯ ในห้องสมุด หรือในชั้นเรียน ตามร้านค้า เช่น นิทรรศการในตู้กระจก (Window display) เป็นต้น อาจจัดทำเกี่ยวกับหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งเพียงหัวข้อเดียว หรือจุดมุ่งหมายอันใดอันหนึ่งโดยเฉพาะ เช่นการจัดตู้โชว์สินค้าหน้าร้าน การจัดแสดงสินค้าในบล็อก (Block) พื้นที่แต่ละส่วนในห้างสรรพสินค้า การแสดงผลงานดีเด่นของใครคนใดคนหนึ่ง เป็นต้น

2. นิทรรศการขนาดกลาง (Exhibition) คือ การจัดแสดงที่มีจุดมุ่งหมายหลากหลายอยู่ในพื้นที่กว้างขวาง โดยอาจมีการจัดแสดงขนาดย่อยรวมอยู่ในบริเวณเดียวกัน เช่น การจัดแสดงนิทรรศการทางวิชาการ งานแสดงอัญมณีและเครื่องประดับ นิทรรศการทางศิลปะ ตลอดจนการแสดงสินค้าตกแต่งบ้าน และการแสดงสิ่งต่าง ๆ ในรูปแบบพิพิธภัณฑ์ การจัดป้ายนิทรรศการหลาย ๆ ป้าย หรือหลายตู้ หลายชั้น เป็นป้ายนิทรรศการขนาดใหญ่ อาจมีกิจกรรมอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น จัดนิทรรศการงานสัปดาห์ห้องสมุดในโรงเรียน หรือห้องสมุดมีกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมการแสดงบนเวที ตอบปัญหา เล่าเรื่องหนังสือ เชิญนักเขียนมาบรรยาย นิทรรศการ พระราชประวัติของพระเจ้าตากสินมหาราช นิทรรศการตราไปรษณียากร ฯลฯ

3. นิทรรศการขนาดใหญ่ (Exposition) ได้แก่ การจัดนิทรรศการระดับชาติ หรือระดับโลก ที่เรียกว่า มหกรรม ซึ่งรวมทั้งงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ด้วย เช่น งานแสดงสินค้าโลก งาน EXPO งานกล้วยไม้โลก นิทรรศการงานแสดงเกษตรและอุตสาหกรรมโลก

3. แบ่งตามจุดมุ่งหมาย

วัฒนะ จูฑะวิภาต (2542.: 4-5) แบ่งนิทรรศการตามจุดมุ่งหมาย ได้ดังนี้

1. นิทรรศการเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือขบวนการสื่อความหมายจากผู้จัดหรือสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ที่เหมาะสม สนับสนุนซึ่งกันและกันตั้งเป้าหมายแน่นอนว่าต้องการให้ผู้ชมหรือกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้รับอะไรจากการมาชมนิทรรศการบ้างซึ่งโดยมากจะแฝงความรู้ไว้ไม่มากก็น้อย

2. นิทรรศการเพื่อการศึกษา การจัดนิทรรศการเพื่อการศึกษาให้ความรู้กับนักเรียนสามารถจัดได้ในห้องเรียน ภายนอกอาคาร ในอาคารหรือในมหาวิทยาลัยก็ได้

3. นิทรรศการเพื่อส่งเสริมการขาย การจัดนิทรรศการเพื่อการส่งเสริมการขายของบริษัทหรือร้านค้า มักนิยมจัดในโรงแรม เพราะสะดวก มีสถานที่กว้างขวาง และเป็นที่รู้จักดีของคนทั่วไป

หลักจิตวิทยาในการจัดนิทรรศการ

โดยทั่วไปธรรมชาติของมนุษย์จะมีการรับรู้ที่ต่างกัน บางคนรับรู้ได้ดีจากภาพ บางคนรับรู้ได้จากเสียง บางคนรับรู้ได้ดีด้วยตัวหนังสือ บางคนรับรู้ได้ดีด้วยของจริง เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การรับรู้ คือ การสัมผัสที่มีความหมายอันเกิดจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่

ตา - การมองเห็น

หู - ได้ยินเสียง

จมูก - การรับกลิ่น

ปาก - การรับรส

ร่างกาย - ความรู้สึก

1. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้

1.1 ปัจจัยที่เร้าความสนใจจากภายนอก

1.1.1 ความเข้ม ความชัดเจนของสื่อ

1.1.2 ขนาด วัตถุหรือสิ่งเร้าที่มีขนาดใหญ่มักดึงดูดความสนใจได้ดี

1.1.3 ความแปลกใหม่

1.1.4 ความเป็นหนึ่งเดียว

1.1.5 ระยะทาง

1.2 ปัจจัยที่เร้าความสนใจจากภายใน

1.2.1 ความตั้งใจ เป็นการเตรียมพร้อมของมนุษย์เพื่อรับสัมผัสให้ได้ชัดเจน

1.2.2 แรงขับ เป็นแรงกระตุ้นให้ทำกิจกรรมต่างๆ

1.2.3 อารมณ์ หรือคุณภาพของจิตใจ

1.2.4 ความสนใจ

1.2.5 สติปัญญา

2. การรับรู้นิทรรศการตามแนวทฤษฎีจิตวิทยา

2.1 หลักของความใกล้ชิด หมายถึง สิ่งที่อยู่ใกล้กันทำให้เรามีแนวโน้มที่จะรับรู้เป็นพวกเดียวกันมากกว่าสิ่งที่อยู่ไกล

2.2 หลักของความคล้ายคลึง หมายถึง สิ่งที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ทำให้การรับรู้มีแนวโน้มเป็นพวกเดียวกันมากกว่าสิ่งที่แตกต่างกัน แม้สิ่งนั้นจะอยู่ใกล้หรือไกลกัน

2.3 หลักของความต่อเนื่อง หมายถึง สิ่งที่ปรากฏให้เห็นอย่างซ้ำ ๆ เหมือนกัน ไปในทิศทางเดียวกันอย่างต่อเนื่อง มีแนวโน้มเป็นพวกเดียวกันมากกว่าที่จะแยกจากกันคนละทิศทาง หลักของความต่อเนื่องสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ดีทั้งในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการนำเสนอเนื้อหา สื่อหรือองค์ประกอบที่มีศักยภาพสูงในการแสดงความต่อเนื่องได้ดี

2.4 หลักของความประสาน เป็นการต่อเติมสิ่งที่ขาดหายไปให้สมบูรณ์ สิ่งที่ผิดปกติหรือส่วนของรูปภาพหรือของวัตถุที่หายไปจะกระตุ้นการรับรู้ได้ดี ความไม่สมบูรณ์จะก่อให้เกิดความสงสัยทำให้เราสนใจ และคาดเดาด้วยการเติมเต็มส่วนที่บกพร่องให้สมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบนิทรรศการ

การออกแบบการจัดนิทรรศการ การจัดนิทรรศการมีอยู่ 3 แบบ ดังนี้

1. แบบกำหนดทางเดิน การจัดแสดงนิทรรศการในแบบนี้ เราสามารถกำหนดทางเดินเข้า-ออก และกำหนดลำดับของการต่อเนื่อง ของการแสดงได้ ทำให้ผู้ดูเคลื่อนไปในทิศทางที่ต้องการ หรือเปิดให้ได้ผ่านส่วนที่ตั้งใจจะให้คนได้เห็นเป็นพิเศษ สามารถจำกัด ผู้ชมตามความเหมาะสมของสถานที่ และนับจำนวนผู้ชมเข้าได้ง่าย การกำหนดผังทางเดินค่อนข้างยุ่งยากอาจใช้ส่วนของการแสดงบอร์ด หรือ หลักบังคับทิศทางเดินหรือสิ่งกีดขวาง เช่น ใช้เชือกกั้น ในบริเวณที่ผู้คนคับคั่งอาจทำเป็นที่ยืนชม 2-3 แถว ลดหลั่นกันไป

2. แบบเปิด เป็นการจัดนิทรรศการ ที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมเลือกดูเอาตามใจชอบโดย ไม่ได้กำหนดทางเข้าออก การจัดเป็นกลุ่ม ๆ อาจต่อเนื่องหรือไม่ก็ได้ ข้อดีของการจัดแบบนี้คือ สามารถจัดเป็นกลุ่มอิสระเฉพาะเรื่องได้จัดผู้เข้าชมเป็นหมู่ตามความสนใจ การจัดยุ่งยากน้อยกว่า ส่วนข้อเสียคือ คนอาจเบียดเสียดกันเป็นแห่ง ๆ เฉพาะจุดที่น่าสนใจ

3. แบบผสม เป็นการจัดแบบกำหนดทางเดิน และแบบเปิดผสมกัน กล่าวคือ จัดบริเวณส่วนที่ต้องการให้ผู้ดูมองเห็นสิ่งที่แสดงตามลำดับต่อเนื่องกันไป เป็นแบบปิดโดยกำหนดทางให้เข้าทางหนึ่ง ออกทางหนึ่ง ส่วนบริเวณที่ไม่จำเป็นต้องแสดงขั้นตอนต่อเนื่อง ก็จัดเป็นแบบเปิดได้ สิ่งที่นำมาใช้ในการกำหนดทางเดินนั้น อาจใช้บอร์ด หรือแผงนิทรรศการหรือใช้วัสดุอื่น ๆ เช่น ไม้ไผ่ เชือก ต้นไม้ประดับ ฯลฯ แต่สิ่งเหล่านี้ต้องไม่รบกวนหรือแย่งความสนใจของผู้ชมไป

หลักการออกแบบในการจัดนิทรรศการ

1. **ความเด่น** เช่นทิศทางของเส้น ความเด่นของแบบ หรือรูปร่าง ขนาดและสี สิ่งเหล่านี้จะทำให้นิทรรศการดึงดูดความสนใจและสะดุดสายตาของผู้ชม ไม่ควรใช้สีเกินกว่า 2-3 สี โดยใช้สีที่เป็นกลางเป็นพื้นหลัง และใช้สีที่เข้มเพื่อเน้นจุดสนใจ

2. **ความไม่ซ้ำซาก** ทำให้เกิดความสนใจของผู้ดูอยู่ได้นาน

3. **ความสมดุล** (BALANCING) ทำให้ความสนใจของผู้ดูไม่หันเหออกจาก เนื้อเรื่องนั้น

4. **ความต่อเนื่อง** การใช้เส้น สี และแบบ จะช่วยแนะให้ผู้ดูสามารถดูและเข้าใจเนื้อหาได้ตามช่วงและจังหวะที่จัดไว้

5. **การเน้นจุดสนใจ** (EMPHASIS) ในป้ายนิทรรศการ เป็นการจัดให้ภาพ และข้อความที่มีความสำคัญเด่นชัดขึ้นซึ่งอาจทำได้โดยยึดหลัก

5.1 ภาพที่แยกจากภาพอื่น จะทำให้ดูว่ามีความสำคัญ

5.2 ภาพที่มีขนาดใหญ่กว่าภาพอื่นทั้งหมดย่อมดึงดูดความสนใจ

5.3 สีและรูปทรงของภาพสามารถแข่งกับขนาดได้ หลักสำคัญในการวางจุดสนใจ คือ วางไว้ในระดับสายตาสูงจากพื้นขึ้นประมาณ 5 ฟุต ระดับ ที่อยู่เหนือ 7 ฟุต ขึ้นไป และต่ำกว่า 3 ฟุต ลงมา จะไม่อยู่ในระดับที่ผู้ดูให้ความสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. **การจัดให้มีเอกภาพ** (UNITY)

6.1 จัดภาพที่มีความเกี่ยวพันเด่นชัดมาอยู่รวมกัน อาจใช้วัสดุขนาด และรูปร่างซ้ำๆกัน

6.2 จัดวัสดุที่มีลวดลายแปลก ซ้ำ ๆ กัน ทำให้เป็นหมวดหมู่และเรื่องราวที่สัมพันธ์กัน

7. **ความแตกต่าง** (CONTRAST) เป็นการจัดที่มีความประสงค์ให้มีการขัดแย้งเพื่อแก้ปัญหาความซ้ำซากจำเจ หรือเบื่อหน่ายจากการจัดลักษณะในทำนองเดียวกันหมดไม่มีลักษณะตื่นเต้นแอบแฝงอยู่ ดังนั้น การออกแบบโดยอาศัยหลักความแตกต่าง โดยการทำให้มีบางส่วน หรือหลายส่วนทำให้เกิดการขัดแย้งกัน จะเป็นเส้นที่ตัดกัน ผิดเรียบ นุ่มนวล ตัดด้วยผิวขรุขระ หรือการใช้สีตรงกันข้าม เพื่อให้รู้สึกขัดแย้งกันบ้างในส่วนเล็ก ๆ น้อย ๆ อันจะช่วยให้มีชีวิตชีวาเพิ่มขึ้น

8. **ความกลมกลืน** (HARMONY) ในที่นี้หมายถึงการพิจารณาในส่วนรวมทั้งหมดแม้จะมีบางอย่างที่แตกต่างกันก็ตาม แต่เมื่อมองดูแล้วให้ความรู้สึกผสมผสานกลมกลืนเข้ากันได้

9. **ความเรียบง่าย** (SIMPLICITY) เป็นสิ่งที่สำคัญในการจัดนิทรรศการ เพราะสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพตัวอักษรที่สื่อความหมายชัดเจนจะช่วยให้ผู้ชมเกิดการเข้าใจได้เร็วขึ้น ควรระลึกเสมอว่าจุดมุ่งหมายที่สำคัญของการจัดนิทรรศการ เพื่อให้คนดูเข้าใจเรื่องราวที่เราแสดงการใช้วัสดุหรือสิ่งที่แสดงเกินความ จำเป็น หรือมีลักษณะแปลกพิศดารไม่ตรงกับเนื้อหาย่อมไม่เกิดผลดี ดังนั้นการประหยัดและความชัดเจนเรียบง่ายจะทำให้นิทรรศการนั้นน่าสนใจมิใช้น้อย

10. **ความสมบูรณ์ขั้นสำเร็จ** (FINISH) เป็นการสำรวจขั้นสุดท้าย ที่จะสรุปผลการออกแบบอันมีผลโดยตรงต่อส่วนรวมทั้งหมด มีส่วนใดบกพร่องไม่เหมาะสมต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง แก้ไข โดยใช้ความคิด หรือถ้ายังไม่พอใจอาจต้องมีการทดลองจัดตามที่คิดว่าถูกต้องเหมาะสมแล้ว

สีและความรู้สึกทางจิตวิทยา

ความหมายของสีต่างๆ ที่เราเห็นในงานออกแบบนั้น เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ตีความจากสิ่งที่เรารับรู้ตามธรรมชาติ ขั้นตอนเหล่านี้เกิดขึ้นเองโดยอัตโนมัติในมนุษย์ทุกคน ซึ่งหากเราสังเกตดีๆ จะพบความเชื่อมโยงระหว่างสีของตามธรรมชาติ (เช่น สีแดงของไฟ หรือดอกกุหลาบ สีฟ้าของท้องฟ้า และทะเล สีเขียวของต้นไม้) กับความรู้สึกตามสามัญสำนึก หรือสัญชาตญาณของเราที่มีต่อสัมผัสทางธรรมชาติที่เรามองเห็นแล้วเรารู้สึกอย่างไร (สีแดงจากไฟคือร้อน อันตราย สีฟ้าจากท้องฟ้าคือปลอดโปร่ง สดใส และสีเขียวจากต้นไม้คือความสดชื่น)

ทั้งนี้ก็เพราะการสร้างความหมายนั้น จำเป็นต้องเชื่อมโยงสิ่งที่มนุษย์ได้สัมผัสทางสายตากับความรู้สึกทางกายภาพ รวมทั้งความรู้สึกในระดับจิตวิทยา หรือจิตใต้สำนึกตามธรรมชาติ

กระบวนการเหล่านี้ทำให้เกิดหลักการเกี่ยวกับสี และการสื่อความหมาย ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากสำหรับ Graphics Designer เพราะในงานออกแบบ สีไม่ได้มีหน้าที่แค่เฉพาะในเชิง Function (การทำหน้าที่ในเชิงกายภาพที่มีความเป็นวิทยาศาสตร์อยู่) แต่ต้องรวมไปถึงหน้าที่ในเชิง Emotion (เชิงอารมณ์ความรู้สึกที่เกี่ยวกับจิตวิทยาการรับรู้ของมนุษย์) ควบคู่กันไปทั้งสองแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีแดง เป็นสีที่อ้างอิงมาจากไฟ ดวงอาทิตย์ และเลือด ดังนั้นจึงเกี่ยวข้องกับพลังงาน สงคราม อันตราย ความชั่วร้าย ความกล้าหาญ ความแข็งแรงพลัง ความมุ่งมั่น ตลอดจนความปรารถนา และความรักในเชิงกายภาพ สีแดงเป็นสีที่ช่วยเพิ่มการเผาผลาญของมนุษย์ เพิ่มอัตราการหายใจ และเพิ่มความดันโลหิต สีแดงมีทัศนวิสัยในการมองเห็นที่สูงมาก จึงมักใช้ทำให้เกิดความรู้สึกที่เร้าอารมณ์ ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายเพื่อบ่งบอกถึงอันตราย หรือการห้าม เช่น สัญญาณไฟฟ้าแรงสูง หรือสัญญาณไฟจราจร รวมทั้งเป็นสีที่พบได้ในธงประจำชาติหลายแห่งเพื่อสื่อถึงสายเลือด ความเป็นชาติ และความกล้าหาญ ข้อความที่ใช้เป็นสีแดงมักจะเน้นเพื่อกระตุ้นให้คนตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว

สีส้ม คือสีที่รวมพลังงานของสีแดง และความสุขของสีเหลือง เป็นสีของแสงแดด บรรยากาศที่ร้อน อบอุ่น สีส้มจึงหมายถึงความกระตือรือร้น ความหลงใหล ความสุข ความคิดสร้างสรรค์ มุ่งมั่น ความสำเร็จ การให้กำลังใจ และการกระตุ้นในสายตามนุษย์สีส้มเป็นสีที่ร้อนมาก ทำให้รู้สึกถึงความอบอุ่น สีส้มช่วยเพิ่มปริมาณออกซิเจนในสมองเพิ่มความชุ่มชื่น และกระตุ้นกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ เป็นที่ยอมรับของคนหนุ่มสาว ดังนั้นสีส้มจึงสื่อไปถึงการมองโลกในแง่ดี สุขภาพที่ดี ความอุดมสมบูรณ์ดังเช่นความฉ่ำของผลส้มนั่นเอง นอกจากนี้ สีส้มยังมีผลทางจิตวิทยาช่วยกระตุ้นความหิวด้วย

สีเหลือง เป็นสีของแสงแดด ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสุข สติปัญญา และพลังงาน ในทางจิตวิทยาสีเหลืองช่วยเชื่อมต่อความคิดในจิตใต้สำนึกของเรา และเป็นสีที่ส่งพลังงานออกไปสู่สมองของเราได้ไวที่สุดอีกด้วย สีเหลืองกระตุ้นความร่าเริง กระตุ้นกิจกรรมทางจิตใจ ดังนั้นจึงใช้เพื่อเน้นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการออกแบบ สีเหลืองเป็นสีที่ช่วยในเรื่องของการเจริญอาหาร และช่วยสร้างความมั่นใจ สีเหลืองเข้มจะช่วยกระตุ้นความรู้สึก และความคิดถึงอนาคตที่สดใส และดียิ่งขึ้น ขณะที่สีเหลืองหม่นจะให้ความรู้สึกเจ็บป่วยอ่อนแอ เป็นสีที่ไม่เสถียร และเป็นธรรมชาติ สีเหลืองเป็นสัญลักษณ์สากลของการเตือนให้ระวัง ดังนั้นควรหลีกเลี่ยงการใช้สีเหลือง หากคุณต้องการนำเสนอเกี่ยวกับความมั่นคงและความปลอดภัย

สีเขียว เป็นสีของธรรมชาติ เป็นสัญลักษณ์ของการเจริญเติบโต ความกลมกลืน ความสดชื่น ความอุดมสมบูรณ์ ปลอดภัย และการเริ่มต้นใหม่สิ่งใหม่ ๆ การเติบโต นอกจากนี้ สีเขียวยังเป็นสัญลักษณ์สากลของคำว่า ‘ผ่าน’ สีเขียวเป็นสีที่สงบมากที่สุดสำหรับสายตามนุษย์ สีเขียวเข้มช่วยในเรื่องการมองเห็น และสมาธิ นอกจากนั้นยังมีพลังช่วยให้จิตใจภายในสงบ ช่วยพัฒนาอารมณ์ และพฤติกรรม ขณะที่สีเขียวนั้นช่วยสร้างความรู้สึกที่สดชื่น มีชีวิตชีวา และมีความเป็นธรรมชาติ

สีฟ้า เป็นสีของท้องฟ้า เป็นสัญลักษณ์ของสิ่งใหม่ ๆ สติปัญญา ความฉลาด ความไว้วางใจ และความศรัทธา ถือเป็นสีที่มีประโยชน์ต่อจิตใจ และร่างกาย ชะลอการเผาผลาญอาหารของมนุษย์ และก่อให้เกิดความผ่อนคลาย ความสดใส และปลอดโปร่ง สีฟ้าจึงนิยมใช้กับแบรนด์เกี่ยวกับไอที และเทคโนโลยีระดับสูง เนื่องจากเป็นสีที่ช่วยกระตุ้นปฏิกิริยาเคมีในร่างกาย สีฟ้าจึงสื่อถึงความสงบ ความเย็น ความสดชื่นอีกด้วย ว่ากันว่าผู้คนทั่วโลกกว่าครึ่งนั้นมีสีฟ้าเป็นสีโปรด อาจเพราะเหตุนี้ โทนสีฟ้าไล่ไปจนถึงโทนน้ำเงินเข้มจึงถูกเลือกให้เป็น ‘สีที่ปลอดภัย’ ที่สุดในกรณีที่ไม่แน่ใจว่าจะใช้สีอะไรดี

สีน้ำเงิน มาจากท้องฟ้า และทะเล มักจะเกี่ยวข้องกับความลึก ความมั่นคง ความจงรักภักดี ความเชี่ยวชาญ ภูมิปัญญา และความมั่นใจ เป็นสีที่ยอมรับว่าเป็นตัวแทนของผู้ชาย ถือเป็นสีที่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ต่อจิตใจก่อให้เกิดความรู้สึก สงบ ปลอดภัย และมั่นคง สีน้ำเงินนั้นจะสื่อถึงความมีระดับฐานะของสังคมชั้นสูง และความร่ำรวย สีน้ำเงินเข้มแสดงออกถึงความรู้ ความเฉลียวฉลาด ตรรกะ เหตุผล และความไว้เนื้อเชื่อใจ หากดีไซเนอร์ต้องการเลือกสีใดสีหนึ่งเพื่อช่วยสร้างบรรยากาศสุขุม และเป็นมืออาชีพ สีน้ำเงินเป็นตัวเลือกที่ดี

สีชมพู เป็นสีที่เชื่อมโยงมาจากสีแดงที่มีพลังความปรารถนา และความรัก แต่มีความอ่อนโยนมากกกว่า ดังนั้น ในทางจิตวิทยา สีชมพูจึงมีพลังในการรักษา โดยเฉพาะกับผู้ที่มีปัญหาทางอารมณ์ สีชมพูช่วยให้จิตใจสงบ ผ่อนคลาย และอ่อนโยนขึ้นได้ ขณะเดียวกัน สีชมพูก็ช่วยสร้างความรู้สึกที่เร้าอารมณ์ เป็นสีที่บ่งบอกถึงความเป็นผู้หญิง มีความหมายถึงความรัก ความอ่อนโยน มีความเป็นมิตร ความน่าทะนุถนอม สีชมพูจะมักจะมีผลต่อความรู้สึกด้านความอ่อนโยน อ่อนเยาว์ อ่อนหวาน มีความนุ่มนวล ความสวยงาม ถือเป็นโทนสีที่มีผลทางจิตวิทยาที่ให้ความรู้สึกว่าน่ารัก

สีม่วง เป็นสีรวมความมั่นคงของสีน้ำเงิน และพลังงานของสีแดง สีม่วงเข้มเป็นสัญลักษณ์ของอำนาจ ศักดิ์ศรีความหรูหรา ฐานันดรศักดิ์ ความสง่างาม ความเย่อหยิ่งอวดดี และความทะเยอทะยาน บ่งบอกถึงความมั่นคง มั่งคั่ง และความฟุ่มเฟือย แต่ก็แฝงไว้ด้วยความรู้สึกของการไว้อาลัย ความเศร้าโศก ขณะที่สีม่วงอ่อนจะช่วยกระตุ้นความรู้สึกความอ่อนไหว โรแมนติก ความคิดสร้างสรรค์ สีม่วงมีความสัมพันธ์กับความลึกลับ ความมหัศจรรย์ เวทมนตร์คาถา และความเพ้อฝัน ในทางจิตวิทยา สีม่วงเป็นสีที่ช่วยในการนอนหลับ ช่วยในการทำสมาธิ ซึ่งสีม่วงเป็นสีที่หายากมากในธรรมชาติ บางคนคิดว่ามันเป็นสีที่แสดงให้เห็นถึงความประดิษฐ์ ไม่ได้มีอยู่ในธรรมชาติ

สีขาว เกี่ยวข้องกับแสงสว่าง ความดี ความไร้เดียงสา และความบริสุทธิ์ สถานพยาบาล และการปลอดเชื้อโรค ถือว่าเป็นสีสันแห่งความสมบูรณ์แบบ สีขาวสามารถแสดงถึงการเกิด จุดเริ่มต้นที่ประสบความสำเร็จ ความเท่าเทียม การแต่งงาน เพราะเป็นสีที่เหมือนกับสีของหิมะ สีขาวจึงสื่อถึงฤดูหนาว ความเย็น และความสะอาด นอกจากนี้ ยังสื่อถึงความหลุดพ้น ความว่างเปล่า ความเบา และความตาย ในทางจิตวิทยา สีขาวมีผลช่วยในการชำระล้างความคิดและความรู้สึก แต่ในด้านลบ สีขาวก็สื่อถึงความรู้สึกหนาว เบื่อหน่าย จืดชืด และไม่มีความสุข

สีดำ มีส่วนเกี่ยวข้องกับอำนาจ ความสง่างาม ความเป็นทางการ ในแง่ลบ สีดำสื่อให้เห็นถึงความกลัว ความมืด ความตาย ความชั่วร้าย และความลึกลับ สีดำเป็นสีที่เกี่ยวข้องกับความกลัว และมักจะมีความหมายแฝง เป็นสัญลักษณ์ของความเศร้าโศก รวมทั้งถือเป็นสีที่เป็นทางการ มีพลังอำนาจและหรูหรามีระดับ สีดำเป็นสีอมตะคลาสสิคในงานออกแบบ เพราะเมื่อใช้เป็นพื้นหลังจะทำให้การอ่านง่ายขึ้น ขณะเดียวกันสีอื่น ๆ ก็โดดเด่นขึ้นเมื่ออยู่กับสีดำ เป็นสีที่มีประสิทธิภาพสำหรับการอ่าน แต่หากใช้มากเกินไปจะทำให้รู้สึกอึดอัด ไม่สบายใจ

สื่อในการจัดนิทรรศการ

ประเภทของสื่อในนิทรรศการ

สื่อที่นำมาใช้ในนิทรรศกำรสำมำรถจำแนกตามคุณสมบัติได้ 3 ประเภท ได้แก่สื่อวัสดุ สื่ออุปกรณ์ และสื่อกิจกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อวัสดุ (materials) ได้แก่ สื่อขนาดเล็ก ๆ มีน้ำหนักเบา บางทีเรียกว่า ซอฟท์แวร์ (software) มีคุณค่าต่อการเรียนรู้ของผู้ชมนิทรรศการเป็นอย่างมาก เนื่องจากสื่อประเภทนี้ เป็นแหล่งเก็บรวบรวมความรู้และประสบการณ์ไว้ได้ บางชนิดสามารถสื่อความหมายได้ในตัวเอง แต่บางชนิดต้องอาศัยเครื่องมือหรืออุปกรณ์เป็นตัวผ่านขยายจึงจะสามารถสื่อความหมายได้สมบูรณ์ชัดเจน คุณสมบัติของสื่อประเภทนี มีทั้งชนิดถาวรและชนิดสิ้นเปลือง ตัวอย่างเช่น แผ่นปลิว แผนภูมิ แผนภาพ ภาพถ่าย ภาพโปสเตอร์ เทปวิดีทัศน์ เทปเสียง แผ่นซีดี เป็นต้น

สื่ออุปกรณ์ (equipments) ได้แก่ สื่อใหญ่หรือสื่อหนัก บางทีเรียกว่า ฮาร์ดแวร์ (hardware) เป็นสื่อประเภทเครื่องมือหรืออุปกรณ์ โดยทั่วไปมีส่วนประกอบเป็นเครื่องยนต์กลไก ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ สื่อเหล่านี้ทำหน้ำที่เป็นตัวผ่านขยายสื่อวัสดุให้ผู้ชมนิทรรศการรับรู้และเรียนรู้ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น เครื่องฉายข้ามศีรษะ เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องฉายโปรเจ็คเตอร์ เครื่องวิชวลไลเซอร์ เครื่องบันทึกเสียง เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ เครื่องขยายเสียง เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

สื่อกิจกรรม (activities) ได้แก่ กระบวนการนำเสนอความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกนึกคิดหรือข้อมูลต่าง ๆ ด้วยการกระทำเป็นขั้นตอนเน้นให้ผู้ชมนิทรรศการได้มีส่วนร่วมในการแสดงออกหรือการลงมือกระทำด้วยตนเอง เช่น การสาธิต การทดลอง การแสดงละคร การตอบปัญหา การโต้วาที การแสดงบทบาทสมมุติ การสร้างสถานการณ์จำลองและการแสดงต่าง ๆ เป็นต้น

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อ แปลมาจากคำว่า medium หรือ media ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า กลาง อยู่ตรงกลาง สิ่งที่อยู่ตรงกลาง แต่เมื่อนำมาใช้ในภาษาอังกฤษก็มีความหมายกว้างออกไป จนรวมถึงวิธี (means) สิ่งแวดล้อมห่อหุ้ม (environmental element) อาทิ อากาศสำหรับคน น้ำสำหรับปลา เครื่องมือ (instrument) ตัวแทนหรือตัวนำ (agency) วัสดุ (material) เทคนิค (technique) หรือแม้แต่ person as medium แต่เมื่อวิชาการด้านการสื่อสาร และการสื่อสารมวลชนก้าวหน้ามากขึ้น คำว่าสื่อ (medium หรือ media) ก็ได้รับการวิเคราะห์ศึกษาและตกแต่งพัฒนาจนมีความหมายเป็นศัพท์เทคนิค (technical term) หรือศัพท์เฉพาะที่มีความสำคัญยิ่ง ทั้งนี้เพราะสื่อกลายเป็นองค์ประกอบที่จะขาดเสียมิได้ในการสื่อสารทุกรูปแบบและทุกประเภท ความหมายเดิมที่จำกัดอยู่เฉพาะเรื่องของภาษาที่ใช้ในการพูดหรือการสอน (อาทิ ภาษาไทยที่เป็นสื่อการสอนที่ใช้กันมากที่สุดในสถาบันการศึกษาของไทย) ก็ได้ขยายออกมาครอบคลุมถึงสื่อวัตถุ (อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์) สื่อบุคคล (อาทิ สื่อภาษา สื่อท่าทาง พ่อสื่อแม่สื่อ สื่อประชาชน หรือ population media) สื่อผสม (อาทิ สื่อมวลชน สื่อการสอน สื่อข้อมูล สื่อโสตทัศน์) หรือแม้กระทั่งสาร (อาทิ สื่อวัจนะภาษา สื่อ อวัจนะภาษา)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์แต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controllable Media) ได้แก่
   - สื่อสิ่งพิมพ์ Print Media)
   - สื่อบุคคล (Personal Media)
   - สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media)
   - สื่อกิจกรรมต่าง ๆ (Activity Media)
2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media)
   - สื่อมวลชน (Mass Media)

ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ คือ

1. เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
2. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
3. เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

สื่อสิ่งพิมพ์ในงานประชาสัมพันธ์ (การออกแบบโปสเตอร์)

โปสเตอร์ (Poster) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีบทบาทต่อการประชาสัมพันธ์มากสื่อหนึ่ง ทั้งนี้ เพราะโปสเตอร์ เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้สะดวกกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อเป็นอย่างดี โปสเตอร์นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อบอกกล่าว เผยแพร่ ให้ผู้ดูมีความรู้ความเข้าใจ และปฏิบัติตาม ไม่เน้นในการส่งเสริมการขายสินค้าของผู้จัดทำ แต่จะเน้นหนักไปการสร้างภาพพจน์ขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับ เกิดความฝังใจ เชื่อถือ ศรัทธา นอกจากนี้ยังมีการใช้เพื่อย้ำเตือนใจกลุ่มประชาชนเป้าหมายด้วย

วัตถุประสงค์ของการใช้โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

- เพื่อบอกกล่าวหรือให้คำแนะนำ เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
- เพื่อเชิญชวนกลุ่มเป้าหมาย ให้เข้าร่วมกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น
- เพื่อโน้มน้าวใจ กลุ่มเป้าหมายให้เห็นคล้อยตาม
- เพื่อปลุกเร้า ให้กลุ่มเป้าหมาย ตระหนักถึงประเด็นใดประเด็นหนึ่ง
- เพื่อย้ำเตือน กลุ่มเป้าหมาย ให้ระลึกถึงเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
- เพื่อสร้างความจดจำ ให้เกิดขึ้น
- เพื่อให้ความรู้ ในสาระอันเป็นประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมาย ได้ใช้เป็นแนวปฏิบัติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของโปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้คือ

1. เพื่อขอความสนับสนุน เป็นการจัดทำเพื่อชักชวนให้ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายสนับสนุน เห็นด้วย ให้ความร่วมมือกับองค์กร ในความคิด เรื่องราว และประเด็นต่างๆ

2. เผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับนโยบาย หรือกิจกรรมขององค์กร เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร โดยหวังให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึง ผลงาน บทบาท ความสำคัญ และความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่อสังคม

3. เพื่อส่งเสริมสังคม อันเป็นการมุ่งเน้นที่จะให้ความคิด อันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เพื่อให้คนในสังคม อยู่ร่วมกันด้วยดี มีความสุข และมีความเป็นอยู่ดีขึ้น ซึ่งองค์กรผู้จัดทำจะได้ ประโยชน์ทางอ้อมจากการประชาสัมพันธ์นี้คือ ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เกิดทัศนคติ ที่ดีต่อองค์กรว่ามีความรับผิดชอบ และสนใจความเป็นไปของสังคม ซึ่งจะนำมาซึ่งความ ศรัทธา จากประชาชนกลุ่มเป้าหมายในที่สุด

องค์ประกอบของโปสเตอร์

พาดหัว (Headline) พาดหัวหรือหัวเรื่อง เป็นสิ่งที่สำคัญของโปสเตอร์ เพราะช่วย ดึงดูดความสนใจ หรือติดตามดูรายละเอียดอื่นๆ ของข้อความในโปสเตอร์ พาดหัวหรือหัวเรื่อง อาจแสดงด้วยภาพ หรือข้อความ หรือทั้งภาพและข้อความก็ได้ แต่ส่วนมากจะใช้ ข้อความที่มีขนาดใหญ่ กว่าข้อความอื่น ถ้าข้อความมีความยาวมาก อาจจะแบ่งเป็น หัวเรื่องรอง (Subheadline)

พาดหัวของโปสเตอร์มีลักษณะ ดังนี้

1. มีข้อความสั้น กะทัดรัด ได้ใจความ สื่อความหมายได้เร็ว
2. มีความกระจ่าง สามารถดึงดูดความสนใจ ของผู้ที่คาดว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายได้
3. มีความเหมาะเจาะ ตอบสนองความต้องการ ของผู้ที่คาดว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายได้
4. มีความน่าสนใจ เพื่อเรียกร้องให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายสนใจ โดยใช้หลักการทางจิตวิทยา และการใช้ภาษา
5. มีเพียงแนวคิดเดียว ในโปสเตอร์แต่ละแผ่น
6. มีความน่าเชื่อถือ คือ ข้อความที่กล่าวอ้าง ต้องมีน้ำหนัก น่าเชื่อถือ

พาดหัวรอง (SubHeadline) นิยมใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่รองจากพาดหัว ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงพาดหัว ไปยังเนื้อเรื่องในโปสเตอร์ ใช้ในกรณีที่พาดหัวไม่สามารถจะให้รายละเอียดได้เพียงพอ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการขยายความให้กระจ่างขึ้น

ข้อความ (Body Copy) คือ ส่วนที่เป็นเนื้อหารายละเอียด เพิ่มเติมจากพาดหัวของโปสเตอร์ฉบับนั้ นๆ ข้อความจะ สนับสนุนเนื้อหาของโปสเตอร์โดยส่วนรวม มีการคัดเลือกอย่างชัดเจน ไม่คลุมเครือ หรือเข้าใจไปได้หลายทางและใช้ข้อความที่สั้นกะทัดรัด อักษรชัดเจนอ่านง่าย เข้าใจได้ทันที ตอบสนองความต้องการใคร่รู้ของผู้อ่านและมองเห็นได้แต่ไกล

ภาพประกอบ (illustration) คือ ส่วนที่จะมาเสริมหรือขยายพาดหัว ตลอดจนสร้างความเข้าใจเพิ่มขึ้นจากข้อความ ช่วยสร้าง หรือดึงดูดความสนใจ และภาพที่นำมาใช้ ควรเป็นภาพที่ดูง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถเข้าใจได้ทันที เน้นจุดสนใจในภาพ เพียงจุดเดียว และมองเห็นได้ในระยะไกล สามารถสื่อความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างแจ่มชัด รวมทั้งสามารถสร้าง ความจดจำให้แก่ผู้รับได้ด้วย

ส่วนลงท้าย (Ending) ชื่อหรือสัญลักษณ์ขององค์การผู้เผยแพร่ (Identification) สถานที่ตั้งหรือสถานที่ติดต่อขององค์กรผู้ผลิตคำขวัญ หรือ สโลแกน (Slogan)

องค์ประกอบของการออกแบบ (Element of Design)

องค์ประกอบต่าง ๆ ของการออกแบบสามารถนำมาใช้ประกอบกันเมื่อเริ่มคิดแบบ และวางเลย์เอ้าท์เป็นสิ่งที่ช่วยให้มีจุดยืนในการเริ่มต้นออกแบบและเพิ่มความหลากหลายของงาน องค์ประกอบของการออกแบบ ได้แก่

เส้น (Line) เส้นคือองค์ประกอบพื้นฐานอย่างหนึ่งที่เกิดมาจากการเรียงตัวกันของจุด จนสามารถแสดงออกมาเป็นเส้นแนวตั้ง แนวนอนก็ตามแต่การวาด โดยเส้นนั้นเป็นองค์ประกอบที่จะรวมกันจนเกิดเป็นรูปร่าง เส้นยังสามารถแสดงความเร็ว ความเคลื่อนไหวได้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลายอย่างเช่น การนำหรือดึงสายตาของผู้ชม เส้นนั้นมีหลายลักษณะซึ่งเส้นแต่ละลักษณะก็จะให้อารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างกันไปดังนี้

- เส้นตั้ง (Vertical Lines)ให้ความรู้สึก สูง แข็งแรง มีระเบียบ
- เส้นนอน (Horizontal Lines) ให้ความรู้สึก สงบ ร่มเย็น ราบเรียบ
- เส้นทแยง (Diagonal Lines) ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว หรือการไม่อยู่นิ่ง ไม่มั่นคง
- เส้นประ ให้ความรู้สึก ความไม่เป็นระเบียบ
- เส้นโค้ง (Curved Lines) ให้ความรู้สึก อ่อนช้อย นิ่มนวล
- เส้นซิกแซก (Zigzag Lines) ให้ความรู้สึก ตะกุกตะกัก ไม่เรียบร้อย

รูปร่าง (Shape) รูปร่างนั้นเกิดมาจากเส้นรวมตัวกัน เป็นรูป 2 มิติ ที่มีเพียงความกว้างและความยาว ไม่มีความหนาหรือความลึกและสิ่งสำคัญของการออกแบบ หรือ การจัดองค์ประกอบศิลปะก็คือ การจัดรูปร่างรูปทรงเหล่านี้ให้น่าสนใจ ซึ่งควรศึกษาการใช้รูปร่างให้กลมกลืนหรือขัดแย้งกันให้ดีด้วย รวมไปถึงการใช้เทคนิคต่างๆ มาร่วมเช่น ขนาด การใช้สี เป็นต้น

รูปทรง (Form) เป็นลักษณะของรูป 3 มิติ ที่มีทั้งความกว้าง ความยาว และความลึก หรือความสูง ซึ่งการจะเกิดเป็นรูปทรงที่สมบูรณ์ได้นั้นจะเกิดจาก เส้น สี แสงและเงา เมื่อรวมกันจะเกิดปริมาตรให้เห็นเป็นภาพ 3 มิติได้ ตัวอย่างเช่น รูปทรงเรขาคณิต, รูปทรงตามธรรมชาติอย่างก้อนหิน

ขนาด (Size) เป็นการแสดงถึงขนาดของวัตถุและองค์ประกอบบต่างๆภายในงาน ว่ามีขนาดใหญ่ หรือ เล็ก โดยขนาดก่อให้เกิดความรู้สึกเรื่องระยะ หรือความลึกว่าใกล้หรือไกลเพียงใดได้ รวมถึงใช้แสดงความสำคัญขององค์ประกอบต่างๆภายในงานได้ด้วย นอกจากนั้นเรายังสามารถเห็นถึงความกลมกลืนและความขัดแย้งกันของวัตถุได้ เช่น วัตถุที่มีขนาดใกล้เคียงกันวางอยู่ใกล้กัน จะทำให้เกิดความรู้สึกกลมกลืนกัน และถ้าวัตถุมีขนาดแตกต่างกันวางอยู่ใกล้กัน จะทำให้เกิดความรู้สึกขัดแย้ง

ทิศทาง (Direction) ทิศทางแสดงถึงความเคลื่อนไหวโดยรวม โดยแสดงให้รู้ว่ารูปร่างของวัตถุและส่วนประกอบทั้งหมดมีแนวโน้มในการเคลื่อนไปในทิศทางใด ๆ ซึ่งให้ความรู้สึกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้นที่ว่าง (Space) หมายถึง พื้นที่บริเวณว่างๆโดยรอบวัตถุ และองค์ประกอบต่างๆของเรา เรียกในอีกชื่อหนึ่งว่า พื้นที่ว่างทางลบ หรือที่จะคุ้นหูกันในชื่อ Negative Space และบริเวณพื้นที่ว่างที่ตัวของวัตถุรูปทรงรูปร่างต่างๆเรียกว่า พื้นที่ว่างทางบวกหรือ Positive Space ในการออกแบบงานต่างๆ จะต้องคำนึงถึงช่วงระยะของพื้นที่เหล่านี้ให้มีความสัมพันธ์กัน โดยอย่าลืมที่จะต้องออกแบบพื้นที่ว่างให้มีความสวยงามด้วย ไม่ใช่ออกแบบเพียงแต่องค์ประกอบสำคัญเท่านั้น

ลักษณะพื้นผิว (Texture) เป็นการแสดงลักษณะพื้นผิวของรูปร่าง หรือรูปทรงต่างๆ ซึ่งผิวนอกของสิ่งเหล่านี้มีลักษณะต่างกันไป ทั้งที่มีลักษณะผิวหยาบ ผิวขรุขระ ผิวด้าน ผิวละเอียด และผิวมัน ซึ่งเราสามารถรับรู้สิ่งเหล่านี้ได้ด้วยการสัมผัส หรือการมองเห็น ส่งผลให้เกิดความรู้สึกกับรูปร่างรูปทรงมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งผิวสัมผัสที่สำคัญออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ผิวสัมผัสที่รับรู้ได้ด้วยการมองเห็น (Visual Texture) คือ พื้นผิวของงาน ที่รู้สึกได้จากการมองเห็นด้วยตา ก่อให้เกิดความรู้สึกว่าจะสัมผัสได้ด้วยมือ ซึ่งเมื่อสัมผัสแล้วกลับไม่มีความแตกต่างตามที่เห็น

2. ผิวสัมผัสที่สัมผัสได้ด้วยมือ (Tactile Texture) ผิวสัมผัสประเภทนี้ไม่เพียงแต่มองเห็นได้ด้วยตา แต่สามารถสัมผัสได้ด้วยจะเป็นผิวสัมผัสที่มีระดับสูงกว่างานออกแบบที่สัมผัสผิวได้ด้วยการมองเห็น ซึ่งถ้าหากเป็นงาน 2 มิติ ผิวสัมผัสที่สัมผัสได้ด้วยมือนี้มักออกมาเป็นภาพนูนต่ำ (Bas Relief) คล้ายคลึงกับงาน 3 มิติ

สี (Color) สีมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของมนุษย์เป็นอย่างมาก เป็นคุณสมบัติเฉพาะของสีซึ่ง สีมีอิทธิพลต่ออารมณ์ และความรู้สึกต่างๆโดยตรง จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีพลังในการสื่อสารความรู้สึกโดยรวมของงานออกแบบได้เป็นอย่างดี

ตัวอักษร (Typography) ตัวอักษรเป็นองค์ประกอบที่แตกต่างไปจากองค์ประกอบอื่น ตัวอักษรสามารถเรียงร้อยบอกเล่าเรื่องราวให้ผู้อ่านได้โดยตรง ไม่ต้องแปลความหมายเหมือนเช่นองค์ประกอบอื่น ในขณะเดียวกันเราก็สามารถตกแต่งตัวอักษรโดยใช้รูปแบบ ขนาด และสีสัน มาจัดวางเป็นรูปแบบต่าง ๆ สร้างแรงดึงดูดให้สนใจและน่าติดตาม

การใช้ตัวอักษรในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

- ใช้บอกกล่าวข้อความที่องค์ประกอบอื่นไม่สามารถสื่อออกมาได้
- ดึงดูดให้เกิดความสนใจด้วยขนาด สีสันและข้อความที่เร้าใจ
- จัดลำดับความสำคัญและบอกเล่ารายละเอียดโดยจัดทำหัวข้อหลัก หัวข้อรอง และเนื้อหา
- สามารถจัดเรียงตัวอักษรประกอบเป็นภาพ หรือรูปทรงต่าง ๆ โดยใช้แบบอักษร ขนาด และสีสัน ที่ต่าง ๆ กัน
- สามารถจัดแบ่งเป็นกลุ่มก้อน จัดวางและใช้ช่องไฟ สีสันตลอดจนองค์ประกอบอื่นในการแบ่งแยกให้เป็นระเบียบ ง่ายต่อการสื่อสาร และดูสวยงาม
- ใช้ขยายความ หรืออธิบายภาพประกอบต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

ลักษณะของนิทรรศการ

เป็นการออกแบบนิทรรศการเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบในมุมมองของบุคคลภายนอก โดยการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของการจัดนิทรรศการจะสามารถสื่อสารกับผู้ชม และนำเสนอได้อย่างรอบด้านเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจ และเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการนำเสนอได้มากขึ้น และอาจเกิดประโยชน์กับผู้อื่นได้อีกด้วย

Concept “1 มิลลิเมตร”

หน่วยวัด 1 มิลลิเมตรเป็นหน่วยที่เล็กที่สุดบนไม้บรรทัดที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสื่อถึงความละเอียด สิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ จึงนำมาเป็นแนวคิดหลักของงานซึ่งสอดคล้องกับเนื้อหาของผู้นิยมความสมบูรณ์แบบที่ต้องการความละเอียด ความมีระเบียบ ความเรียบร้อยของสิ่งต่าง ๆ สูง หน่วยมิลลิเมตรจึงเป็นหน่วยวัดหลักที่นำมาใช้ในงานให้ผู้ที่มาชมงานได้เข้าใจถึงความละเอียดนี้มากขึ้น และนอกจากนี้ยังนำภาะไม้บรรทัดไปใช้ในสื่อประกอบนิทรรศการอื่น ๆ

สื่อประกอบนิทรรศการ

- โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นิทรรศการ
- สูจิบัตรนิทรรศการ
- แผนผังนิทรรศการ
- บัตรตั๋วเข้าชมนิทรรศการ

การออกแบบนิทรรศการ

ลักษณะการออกแบบนิทรรศการ ออกแบบให้เป็นรูปแบบทางเดินเล่าเรื่องราวลำดับขั้นตามลำดับห้องต่าง ๆ ของนิทรรศการ โดยเล่าเรื่องผ่านทาง infographic, การจำลองห้องต่าง ๆ และสื่อมัลติมีเดียที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละห้องมีการใช้สเตจทางเดินที่ต่างกันออกไป เพื่อให้ผู้เข้าชมนิทรรศการได้สัมผัสบรรยากาศและเข้าใจในเนื้อหาข้อมูลมากขึ้น

การกำหนดจำนวนผู้เข้าชมนิทรรศการในแต่ละรอบ และเจ้าหน้าที่ตามจุดต่าง ๆ เป็นการวางรูปแบบของนิทรรศการให้ผู้เข้าชมสามารถเข้าถึงเนื้อหาในนิทรรศการได้อย่างครบถ้วน นอกจากนั้นยังมีการกำหนดจุดพัก และทางออกฉุกเฉินเพื่อรองรับกรณีฉุกเฉินต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื้อหาสาระภายในนิทรรศการ

เนื้อหาภายในนิทรรศการแบ่งเป็น 3 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่

ส่วนที่ 1 ผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบคืออะไร ?

- ตัวอย่างบ้านที่ถูกจัดอย่างเป็นระเบียบ

ส่วนที่ 2 ความสมบูรณ์แบบสำหรับเราเป็นอย่างไร ?

- ความกดดันที่ก่อตัวให้เราต้องเป๊ะ
- ข้อดีและข้อเสียของความสมบูรณ์แบบ

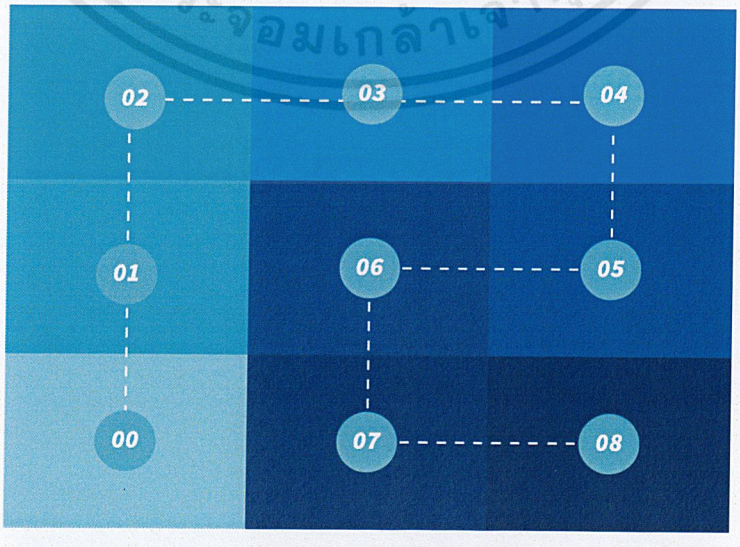
ส่วนที่ 3 เบื้องหลังแห่งความสมบูรณ์แบบ

- ถ้าเสพติดความสมบูรณ์แบบมากเกินไป จะส่งผลเสียอย่างไร
- ใช้ชีวิตให้สมดุลได้อย่างไร

และแบ่งเป็น 9 ห้อง ได้แก่

00 ผู้นิยมความสมบูรณ์แบบคืออะไร
01 Check list perfect level.
02 Check list ด้านสายตา
03 บ้านที่ถูกจัดอย่างเป็นระเบียบ
04 ทางเดินแห่งความกดดัน
05 ข้อดี และข้อเสียของความสมบูรณ์แบบ
06 การนำ “ความสมบูรณ์แบบ” ไปวัดผู้อื่น
07 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก “สมบูรณ์แบบมากเกินไป”
08 การผ่อนคลาย และใช้ชีวิตให้สมดุล

แผนผังข้อมูลส่วนของนิทรรศการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบสื่อประกอบนิทรรศการ

ลักษณะการออกแบบสื่อที่นำไปใช้ประกอบนิทรรศการจะมีความหลากหลาย แตกต่างกันไปในแต่ละช่วงของนิทรรศการ โดยในช่วงแรกจะเน้นการใช้ infographic ประกอบและเล่าเรื่องผ่านกรอบไม้บรรทัดตาม concept ของนิทรรศการ ในช่วงถัดไปจะมีการใช้ผนังหน้าจอสัมผัส (touch screen) และการใช้เฟอร์นิเจอร์มาเสริมเข้ากับเนื้อหาเพื่อให้ดูสมจริง มองเห็นภาพชัดเจนมากขึ้น บวกกับการสร้างบรรยากาศภายในห้องนิทรรศการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ชมนิทรรศการสามารถรับรู้และได้สัมผัสประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีความน่าสนใจมากขึ้น

การออกแบบนิทรรศการทั้งหมดจะเน้นโทนสีน้ำเงิน, สีฟ้าเขียว และสีขาวเป็นหลัก เพราะสีน้ำเงินนั้นให้ความรู้สึกที่เขร่งขรึม ดูน่าเคารพ โดยตัดกับสีเขียวฟ้าซึ่งเป็นสีที่มองแล้วสบายตา มีความผ่อนคลาย การที่นำทั้งสองสีมาใช้ร่วมกันนั้นจะบ่งบอกถึงความสมบูรณ์แบบที่สามารถผ่อนคลายได้เช่นกัน ในแต่ละห้องของนิทรรศการจะมีความเข้ม-อ่อนของแสงไฟที่ต่างกันออกไปตามเนื้อหาและเรื่องราวในแต่ละห้องนิทรรศการนั้น ๆ

ความต่อเนื่องของสื่อต่าง ๆ ภายในนิทรรศการจะถูกเชื่อมโยงโดยกราฟิกที่เล่าเรื่อง หรือโทนสีที่เปลี่ยนไป ในบางช่วงอาจถูกเชื่อมโยงโดยนาดพื้นที่ของทางเดิน และระดับที่ต่างกันไปตามเรื่องราวในแต่ละห้องของนิทรรศการ

การออกแบบโปสเตอร์

ลักษณะการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์นิทรรศการ ในส่วนของโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นิทรรศการจะเน้นชื่อของนิทรรศการเป็นหลัก โดยตั้งใจออกแบบให้โปสเตอร์มีความไม่สมบูรณ์แบบเพื่อให้ผู้ชมและผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบรู้สึกขัดใจ เช่น เส้นที่ไม่เท่ากัน

การออกแบบสูจิบัตรนิทรรศการ

การออกแบบสูจิบัตรนิทรรศการ ประกอบไปด้วยหัวข้อต่าง ๆ ในแต่ละห้องของนิทรรศการและแผนผังทางเดินภายในนิทรรศการ ดังนั้นการออกแบบจึงเน้นให้ผู้ชมนิทรรศการมีความสะดวกในการใช้งาน สามารถนำเข้าไปในนิทรรศการได้โดยไม่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าชมนิทรรศการ

การออกแบบตั๋วเข้าชมนิทรรศการ

การออกแบบตั๋วเข้าชมนิทรรศการ ลักษณะเป็นตั๋วที่สามารถฉีกได้ บนตั๋วจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับนิทรรศการ วันที่ รวมถึงเลขประจำตัวผู้เข้าชมและบาร์โค้ด โดยหลักการออกแบบจะใช้รูปแบบของไม้บรรทัดที่มีหน่วยวัดเป็นมิลลิเมตรเท่านั้น และสามารถใช้วัดสิ่งของต่าง ๆ ภายในงานได้จริง

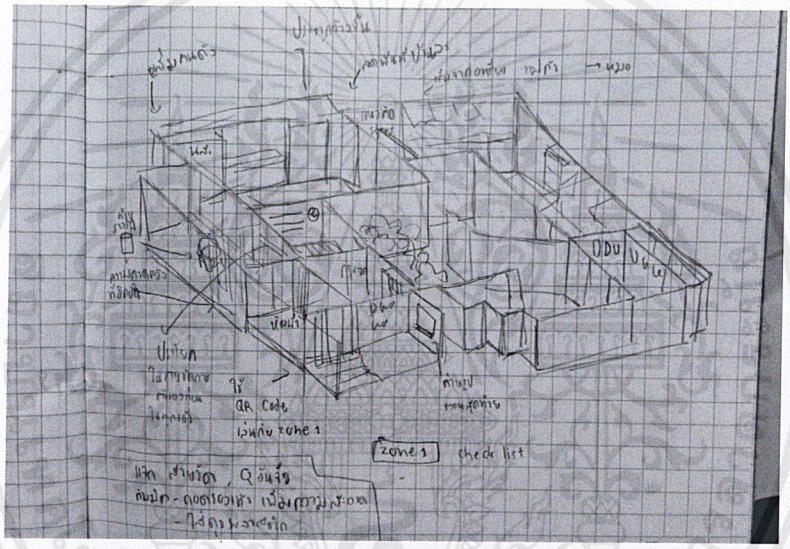
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

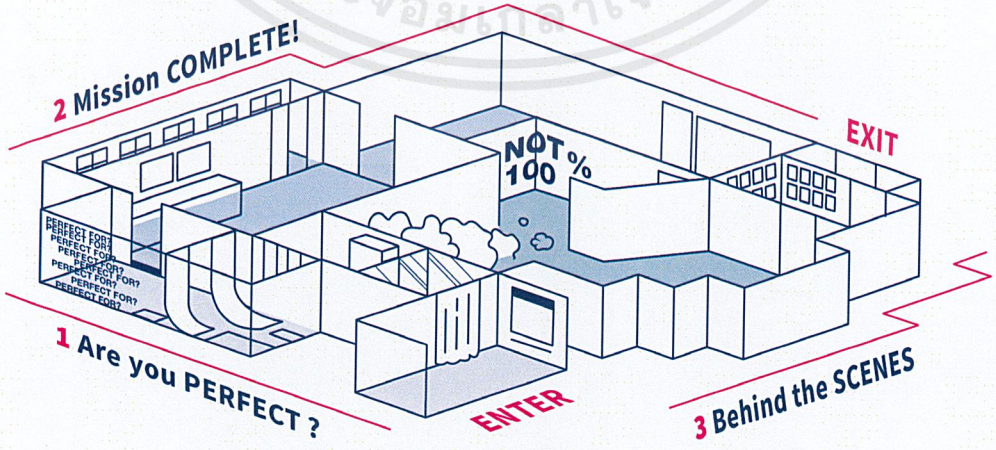
ขั้นตอนการทำงาน

การออกแบบแผนผังนิทรรศการ

ออกแบบแผนผังและโครงสร้างของนิทรรศการตามเนื้อหาที่ได้วิเคราะห์ไว้ในเบื้องต้น

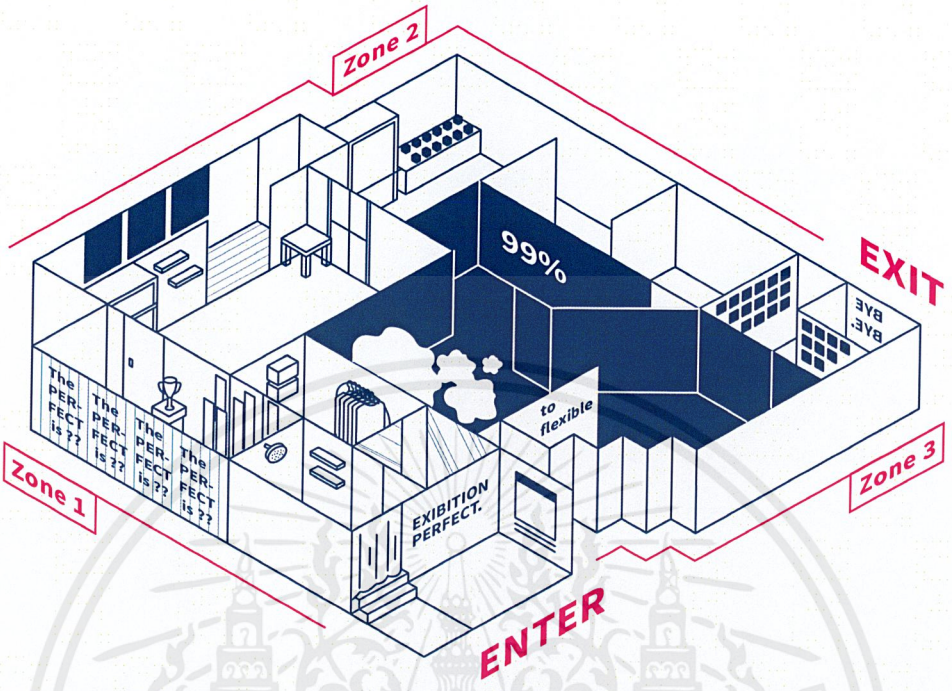


ภาพที่ 5.1 แบบร่างโครงสร้างนิทรรศการ

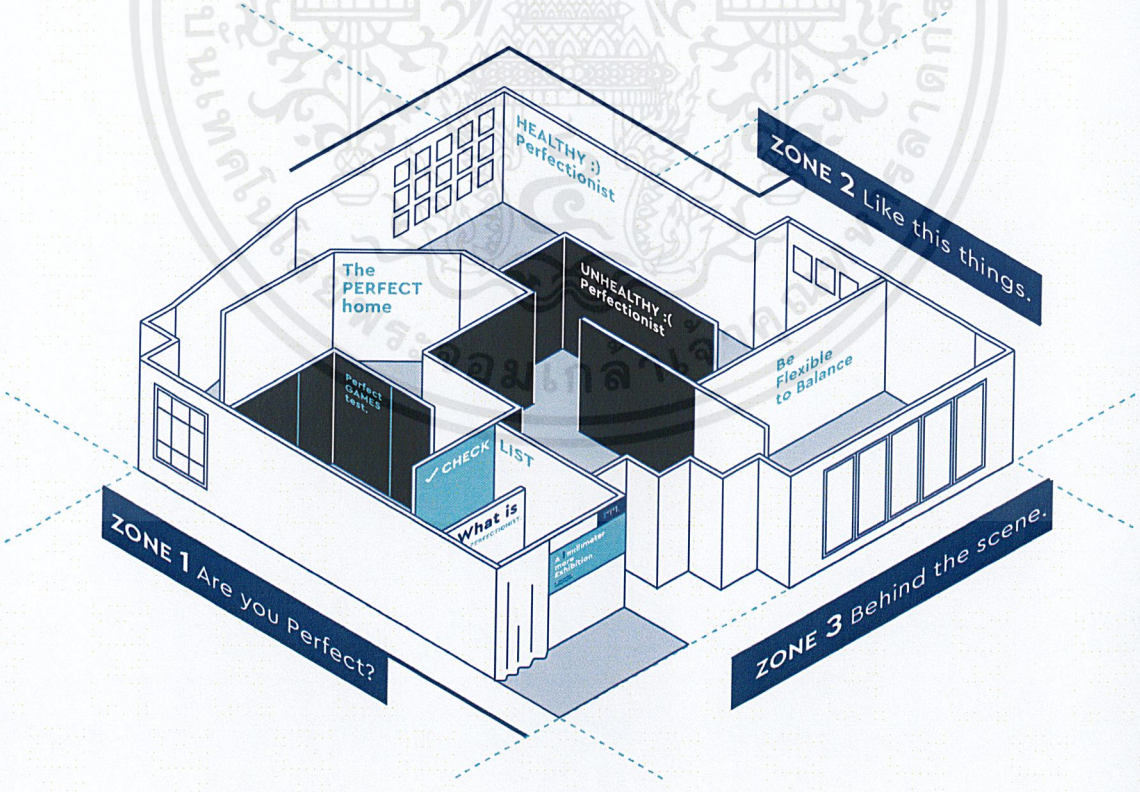


ภาพที่ 5.2 แบบร่างแผนผังโครงสร้างนิทรรศการครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.2.1 แบบร่างแผนผังโครงสร้างนิทรรศการครั้งที่ 2

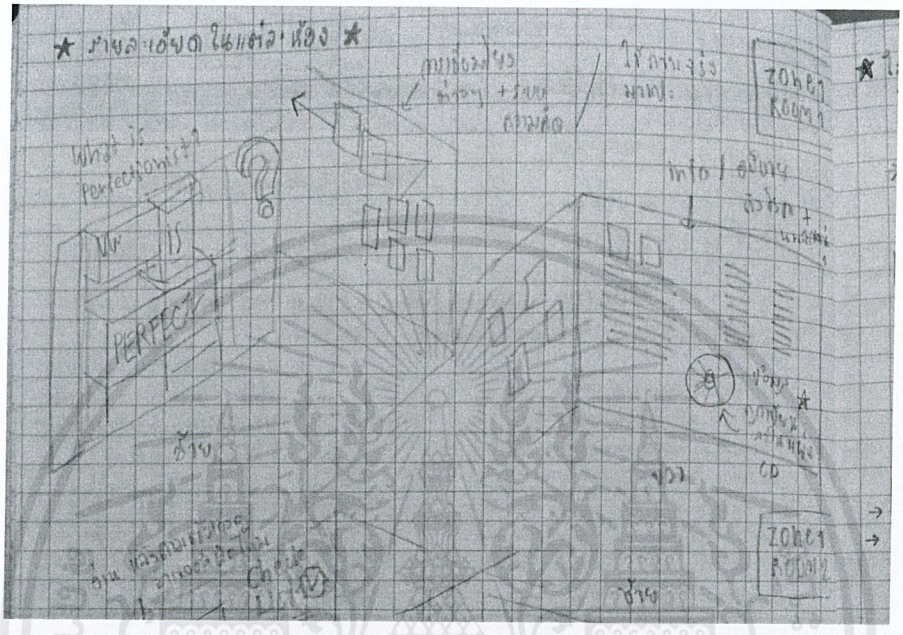


ภาพที่ 5.2.2 แบบร่างแผนผังโครงสร้างนิทรรศการครั้งที่ 3

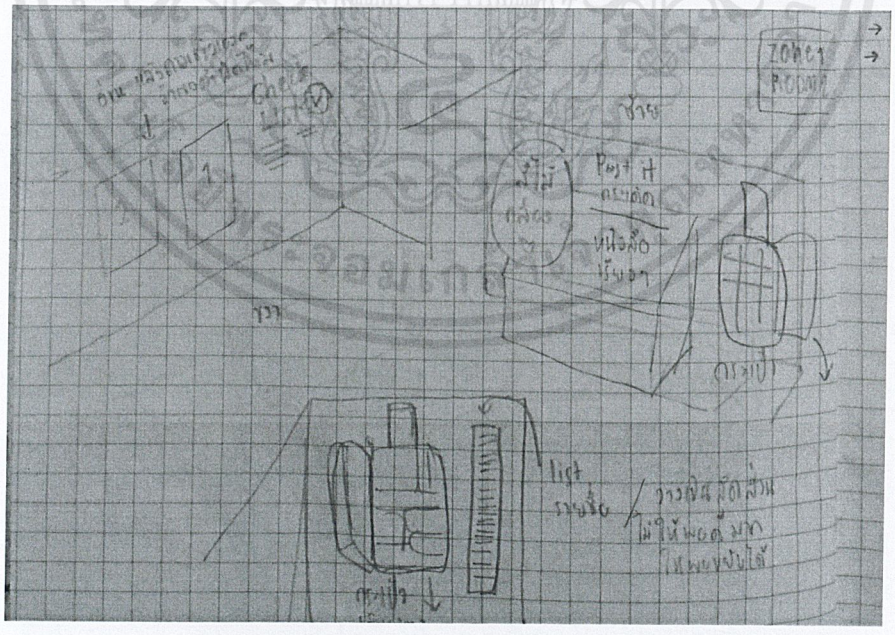
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบกราฟิกสำหรับนิทรรศการ

ออกแบบกราฟิก กำหนดตำแหน่งของกราฟิกและขนาดของกราฟิกต่าง ๆ ที่ใช้บอกเล่าในแต่ละส่วนของนิทรรศการ

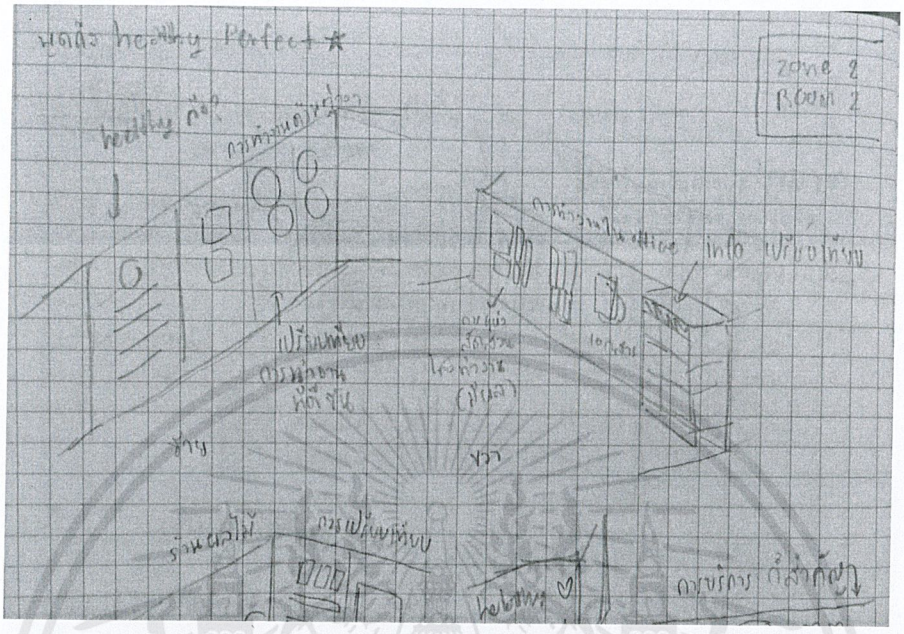


ภาพที่ 5.3 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (1)

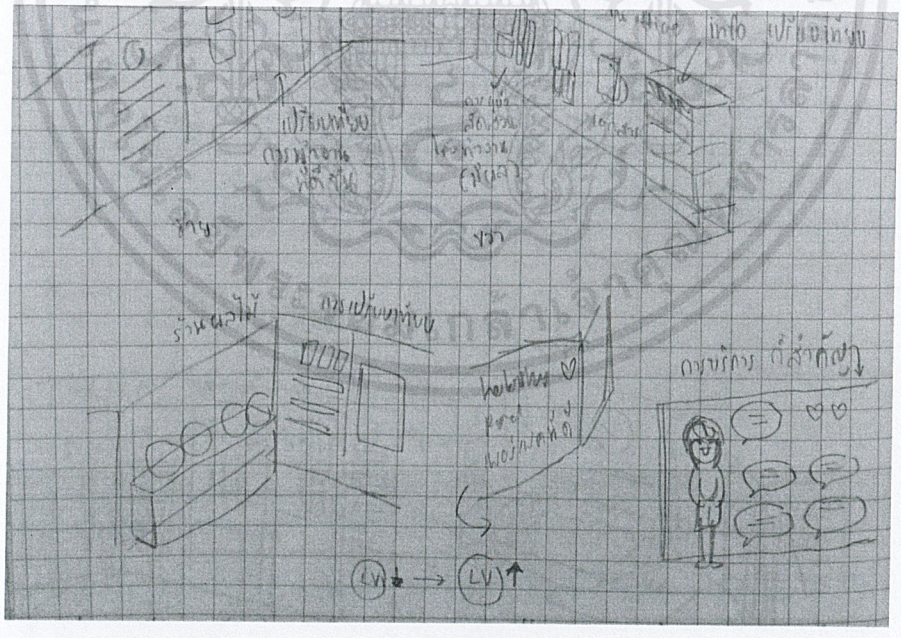


ภาพที่ 5.3.1 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

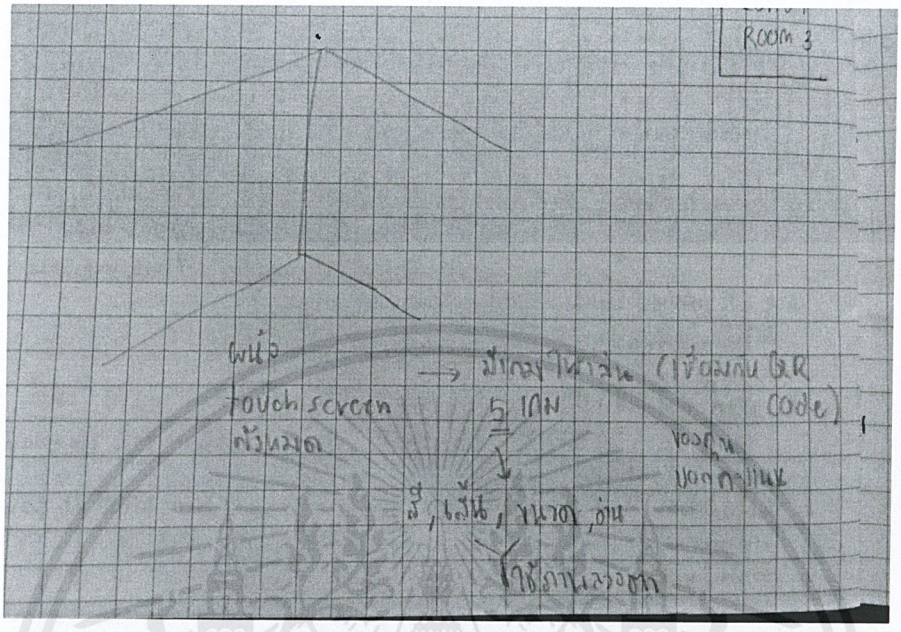


ภาพที่ 5.3.2 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (3)

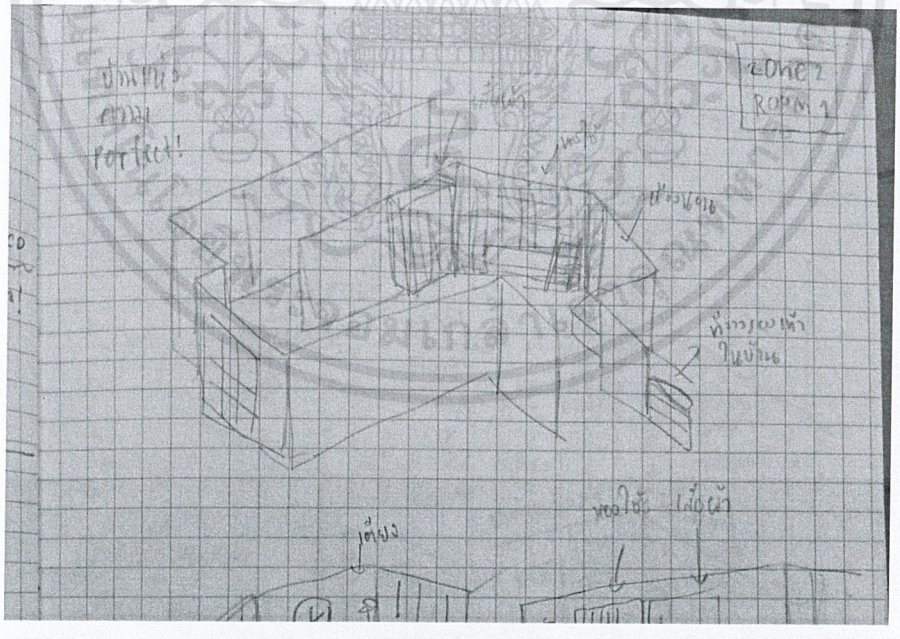


ภาพที่ 5.3.3 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

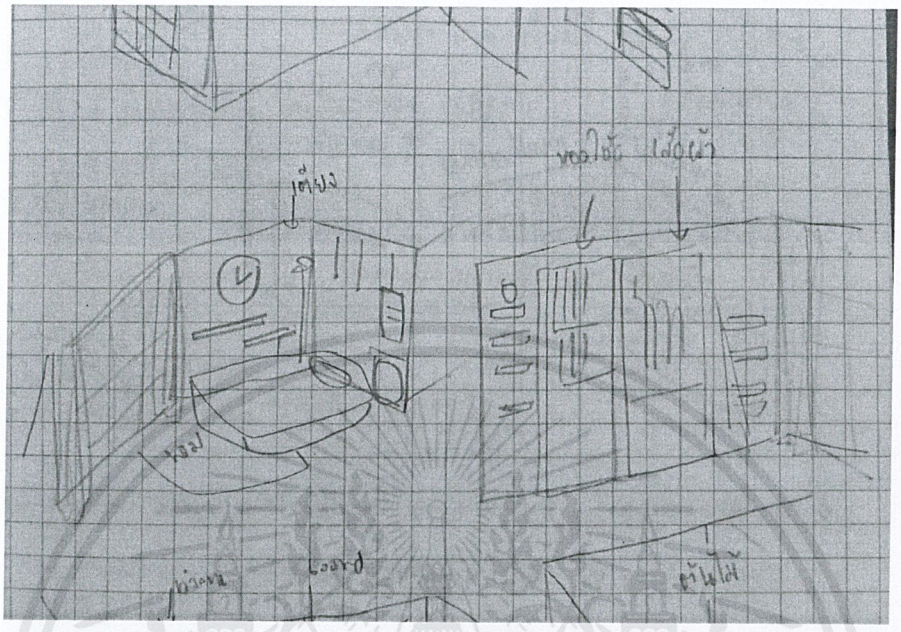


ภาพที่ 5.3.4 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (5)

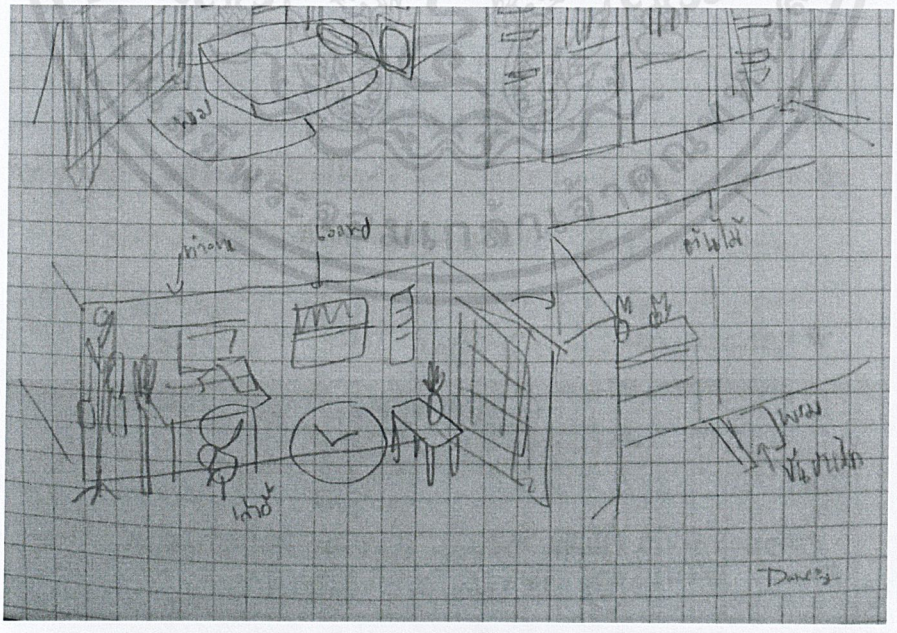


ภาพที่ 5.3.5 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.3.6 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (7)

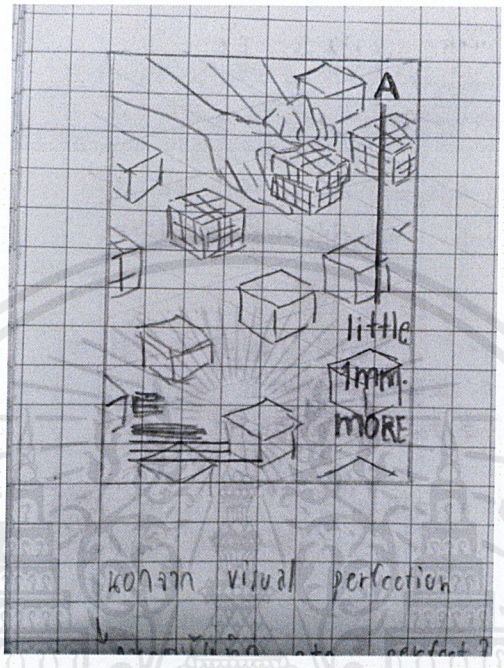


ภาพที่ 5.3.7 แบบร่างการกำหนดเนื้อหาในนิทรรศการ (8)

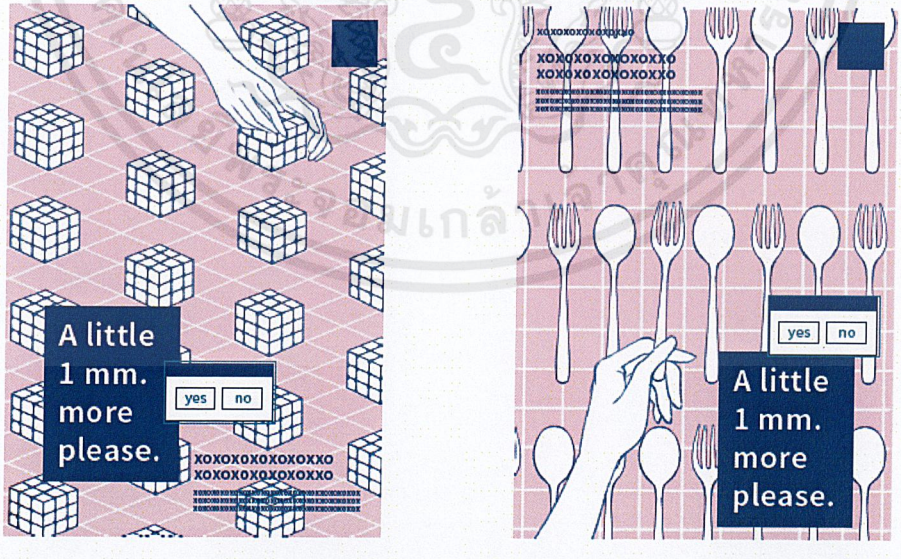
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์

ออกแบบกราฟิกสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ขนาด A2



ภาพที่ 5.4 แบบร่างโปสเตอร์



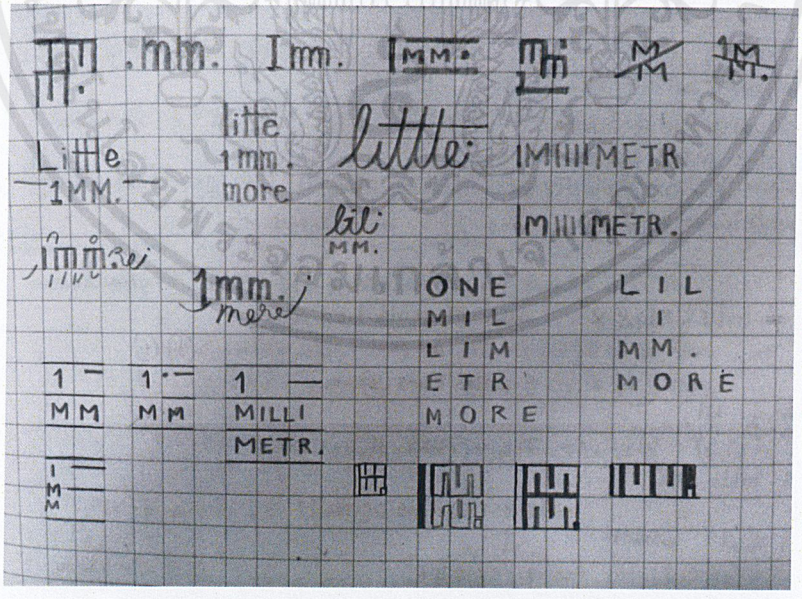
ภาพที่ 5.4.1 แบบร่างโปสเตอร์ในคอมพิวเตอร์ (1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.4.2 แบบร่างโปสเตอร์ในคอมพิวเตอร์ (2)

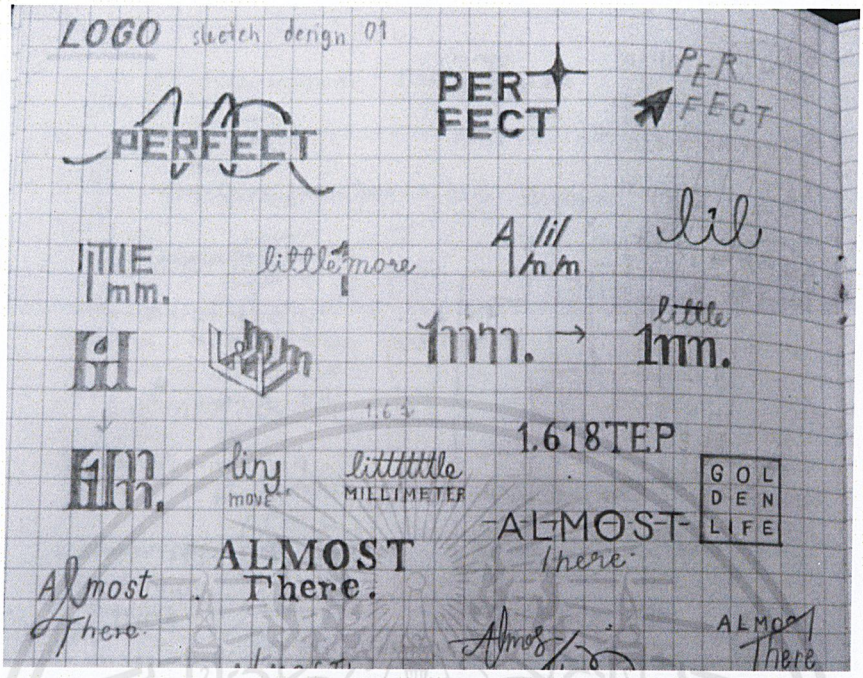
การออกแบบสัญลักษณ์

การออกแบบสัญลักษณ์สำหรับนิทรรศการ (logo) เพื่อใช้สำหรับในสื่อในนิทรรศการและใช้งานในส่วนต่าง ๆ รวมถึงสื่อประชาสัมพันธ์

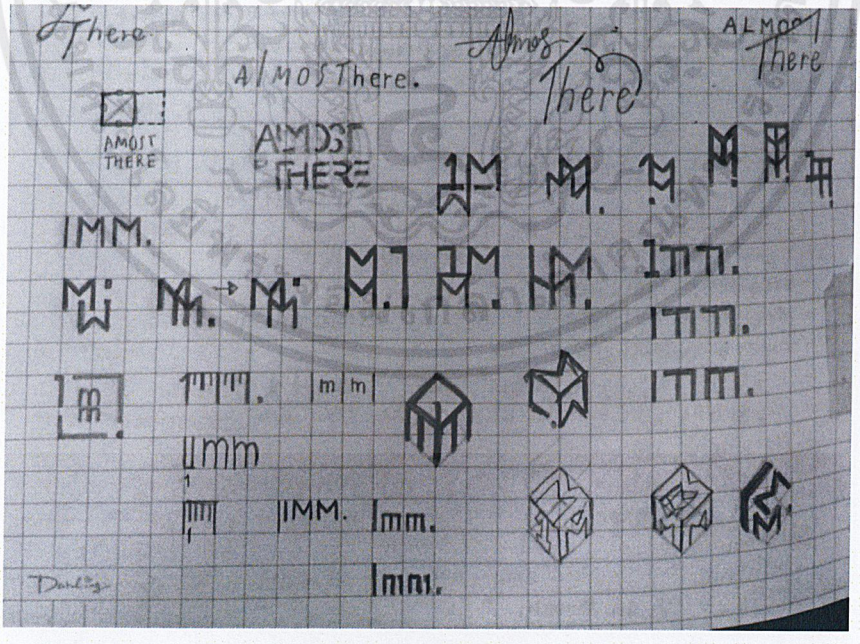


ภาพที่ 5.5 แบบร่างการออกแบบสัญลักษณ์ (1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



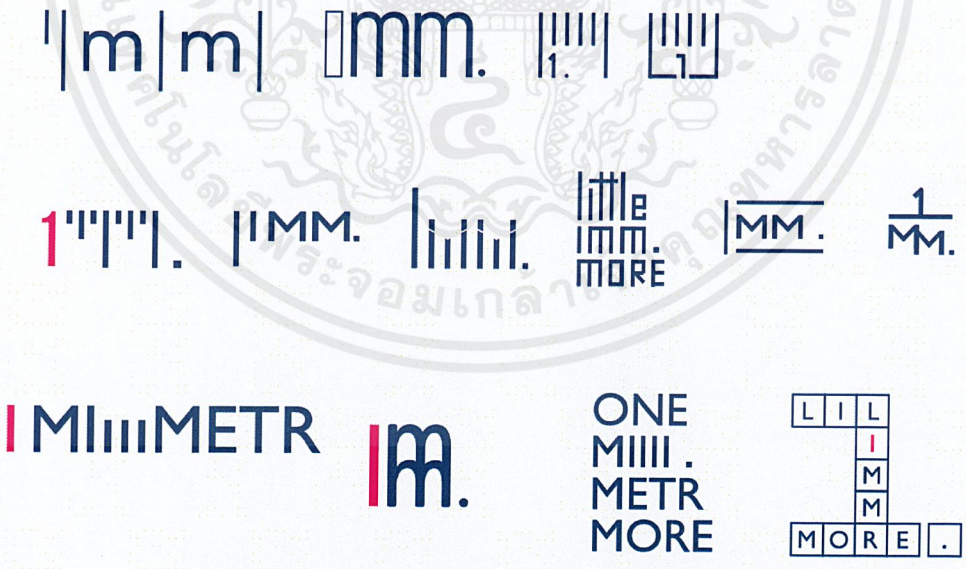
ภาพที่ 5.5.1 แบบร่างการออกแบบสัญลักษณ์ (2)



ภาพที่ 5.5.2 แบบร่างการออกแบบสัญลักษณ์ (3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.6 แบบร่างการออกแบบสัญลักษณ์บนคอมพิวเตอร์ (1)

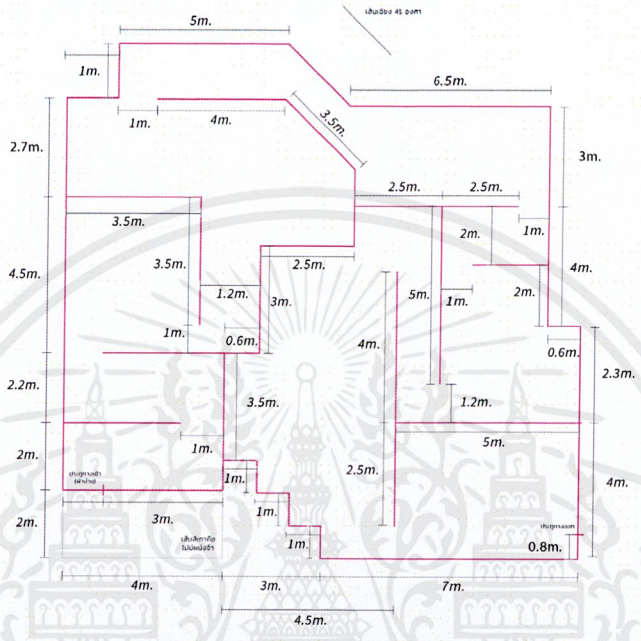


ภาพที่ 5.6.1 แบบร่างการออกแบบสัญลักษณ์บนคอมพิวเตอร์ (2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบโมเดลนิทรรศการ

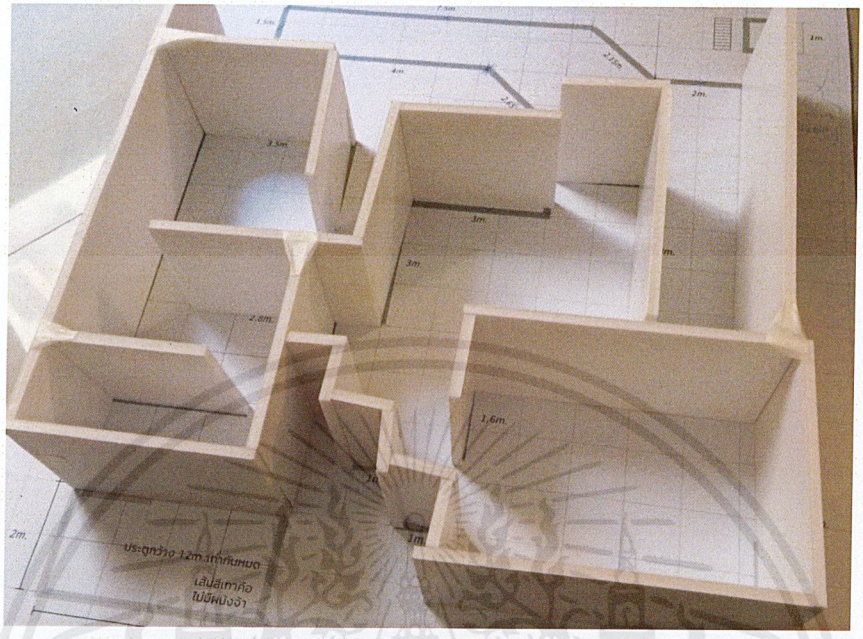
ออกแบบโมเดลนิทรรศการโดยใช้มาตราส่วน 1:50 ในการทำโมเดลด้วยอุปกรณ์ต่าง ๆ มาประกอบกันและการวางกราฟิกลงบนโมเดล



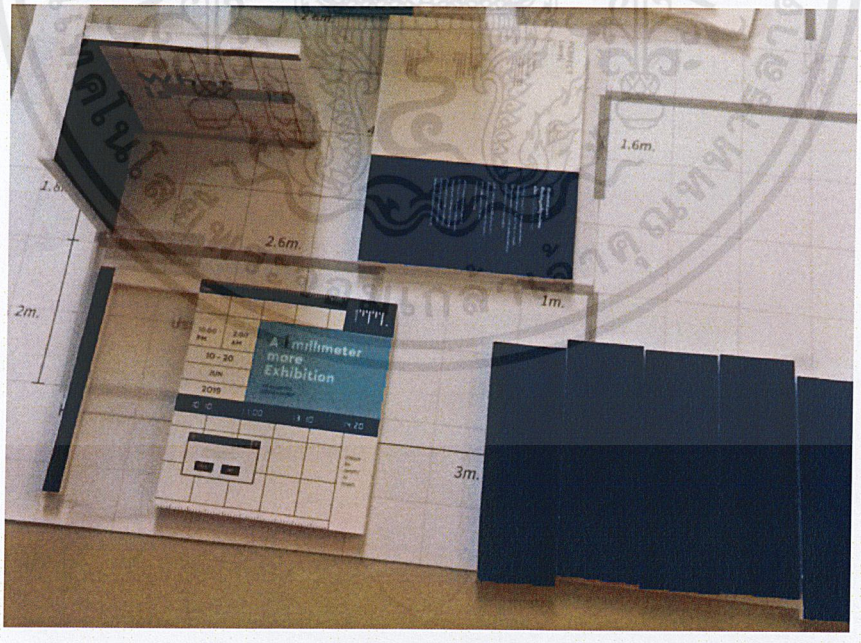
ภาพที่ 5.7 แบบร่างแผนผังของโมเดลนิทรรศการ

ภาพที่ 5.8 ขั้นตอนการประกอบโมเดล (ส่วนฐาน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.8.1 ขั้นตอนการประกอบโมเดล (1)



ภาพที่ 5.8.2 ขั้นตอนการประกอบโมเดล (2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

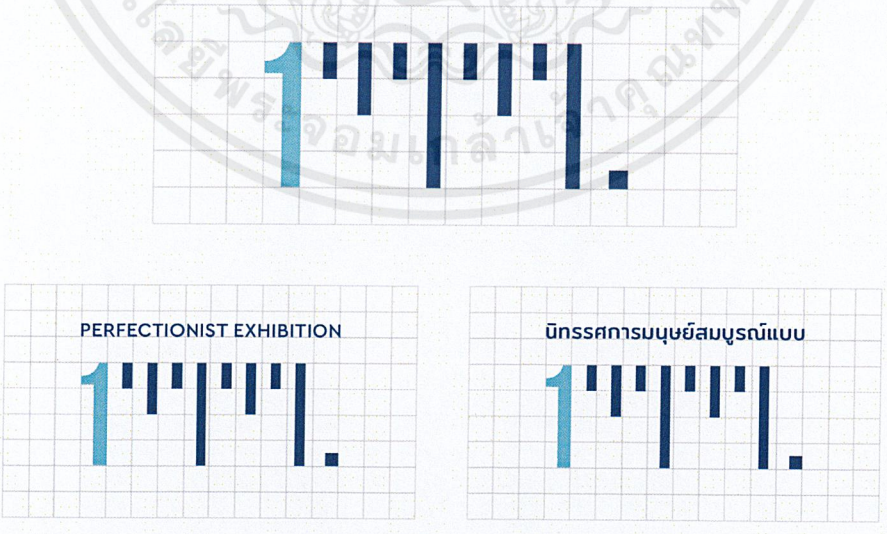
บทที่ 6

ผลงานสำเร็จ

หลังจากผ่านขั้นตอนการพัฒนาแบบร่างจนได้ผลเป็นที่น่าพอใจแล้ว จึงได้นำผลมาพัฒนาต่อจนเป็นผลงานสำเร็จ ดังต่อไปนี้

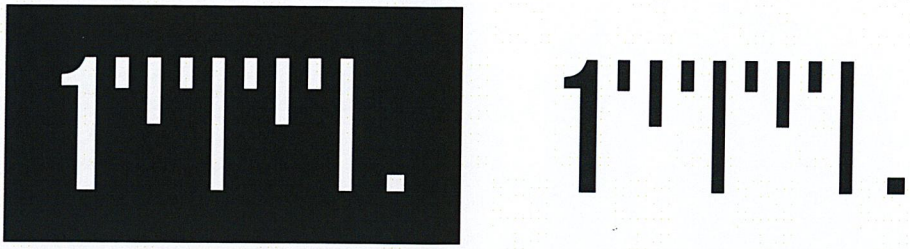
สัญลักษณ์ของนิทรรศการ

ภาพที่ 6.1 Logo

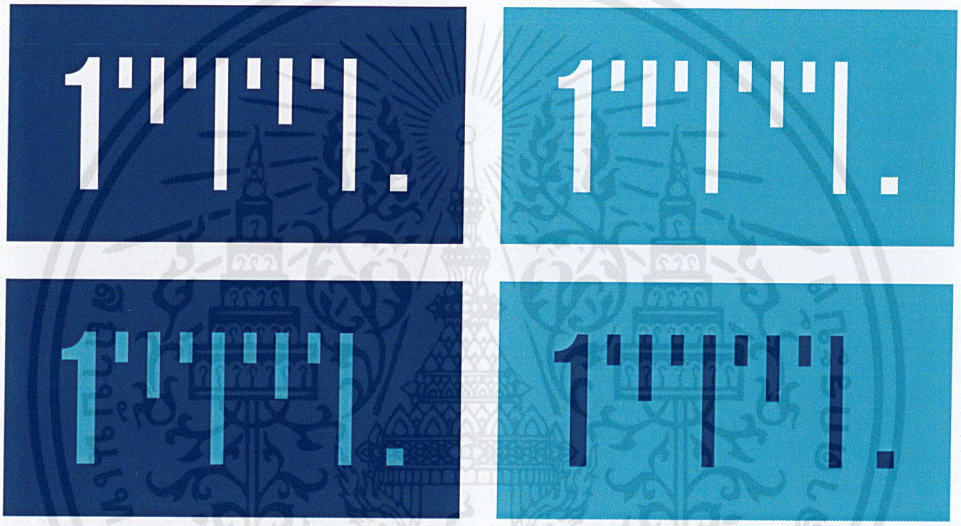


ภาพที่ 6.1.1 Logo on Grid

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.1.2 Black and White Logo



ภาพที่ 6.1.3 Colors Logo

ตั๋วเข้าชมนิทรรศการ

ภาพที่ 6.2 ตั๋วเข้าชมนิทรรศการ (1)

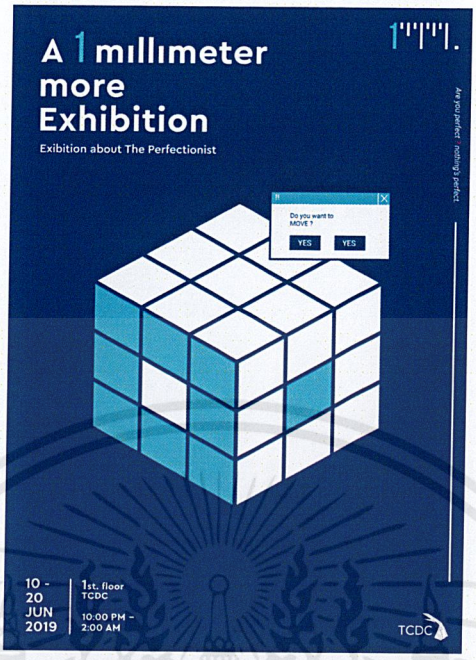
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.2.1 ตั๋วเข้าชมนิทรรศการ (2)

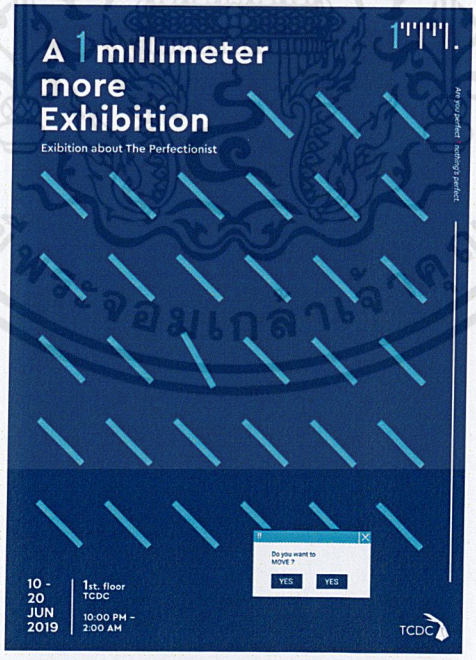
โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์

ภาพที่ 6.3 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นิทรรศการ (1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

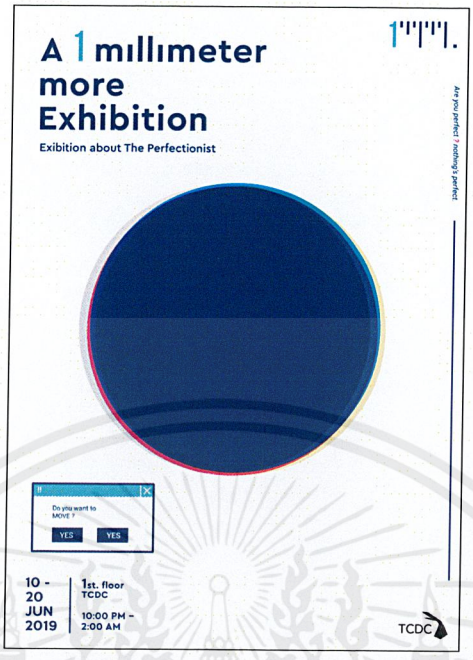


ภาพที่ 6.3.1 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นิทรรศการ (2)

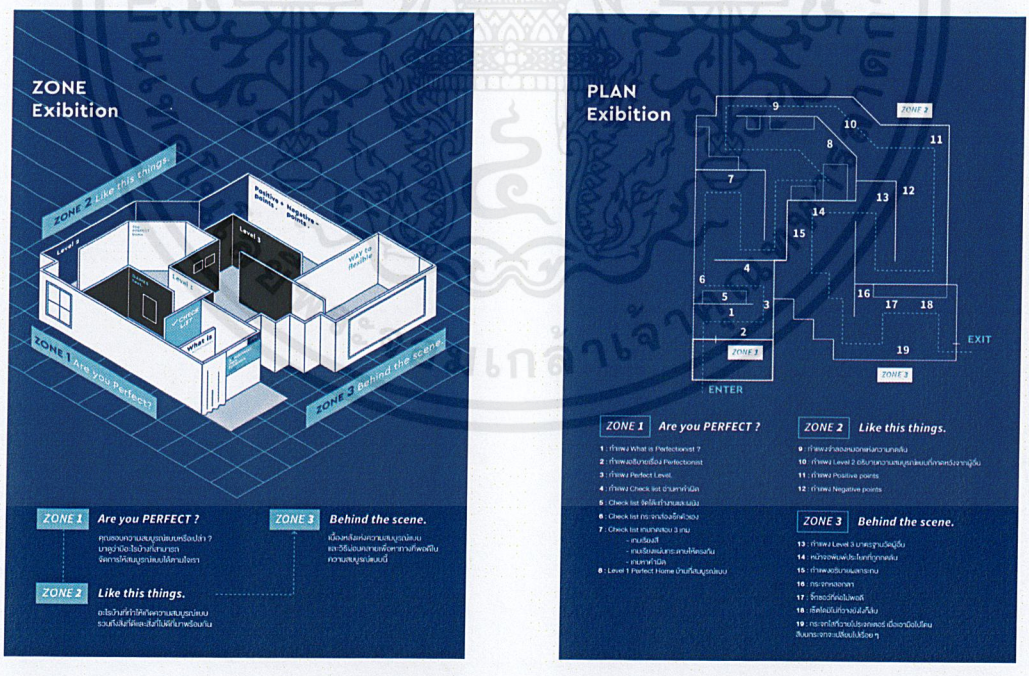


ภาพที่ 6.3.2 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นิทรรศการ (3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.3.3 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์นิทรรศการ (4)

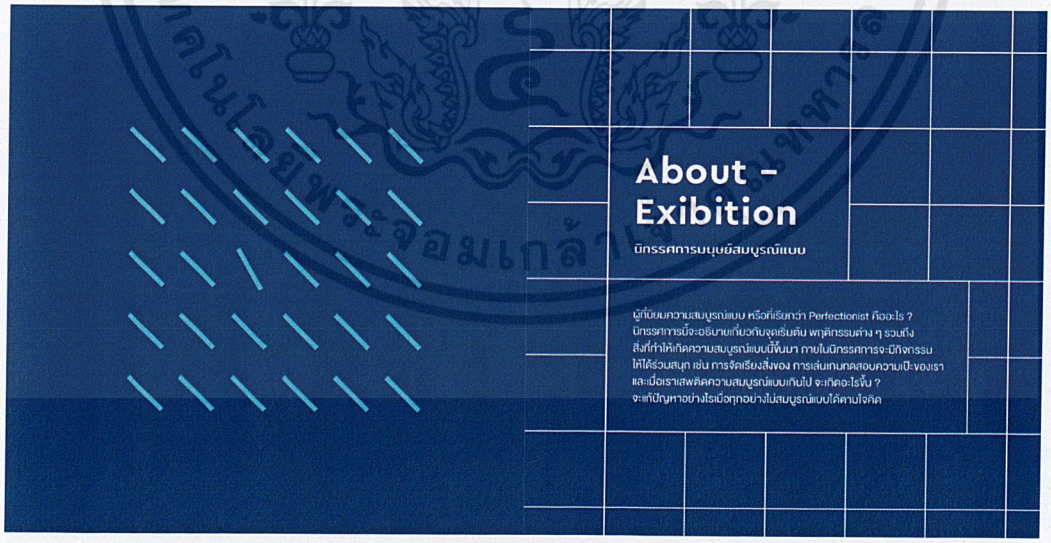


ภาพที่ 6.4 โปสเตอร์ขนาดเล็กแสดงรายละเอียดนิทรรศการ

สูจิบัตรสำหรับนิทรรศการ

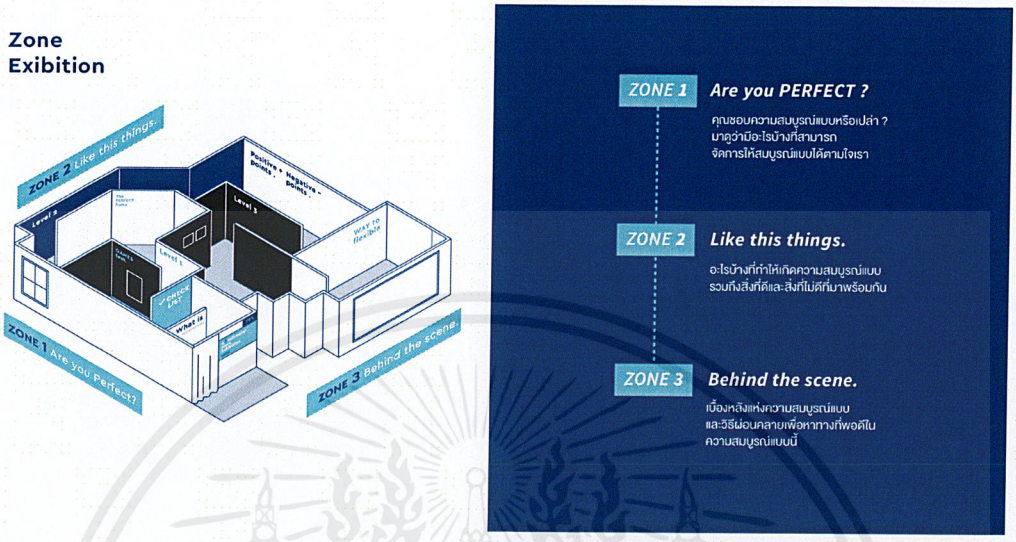
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.5 ปกหน้า-หลังของสูจิบัตร

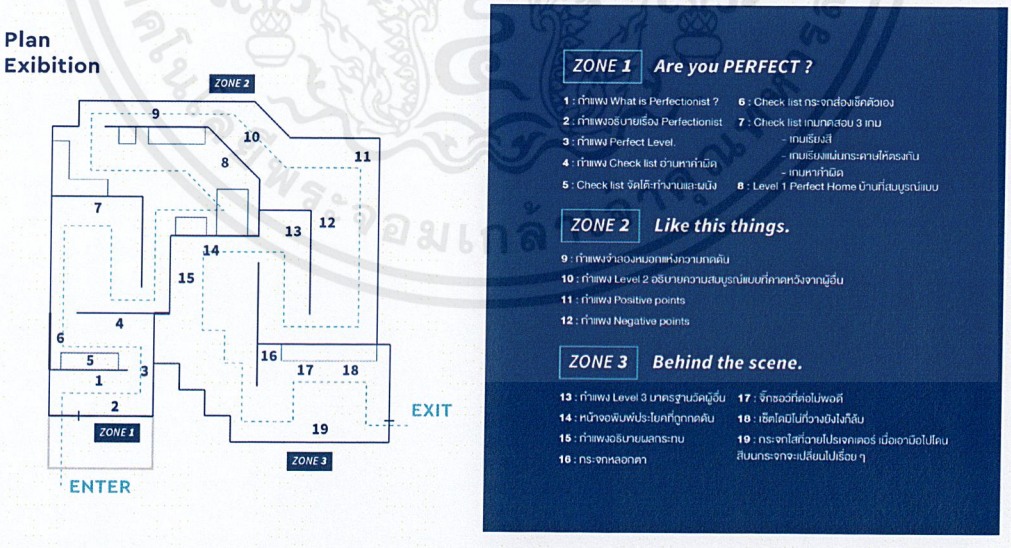


ภาพที่ 6.5.1 เนื้อหาข้อมูลภายในสูจิบัตร (1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

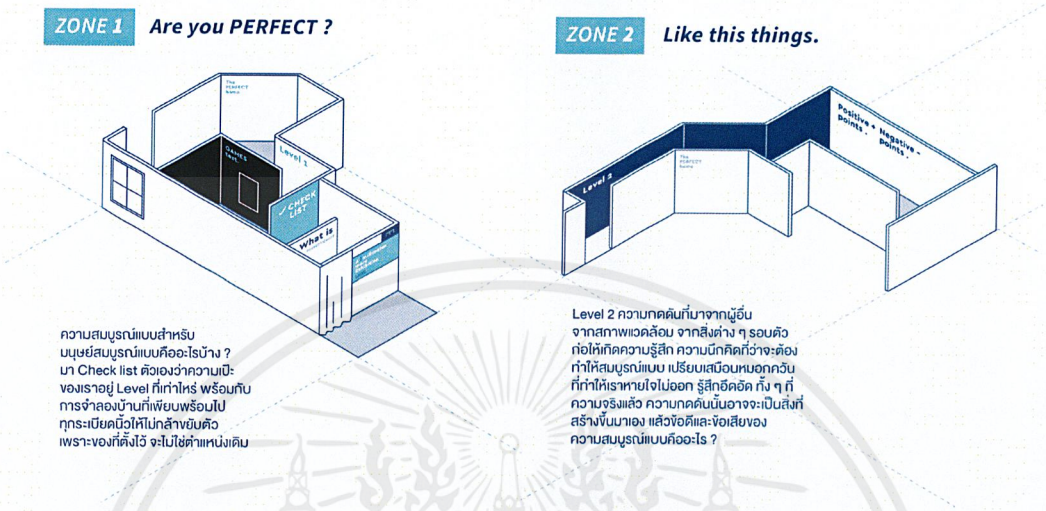


ภาพที่ 6.5.2 เนื้อหาข้อมูลภายในสูจิบัตร (2)

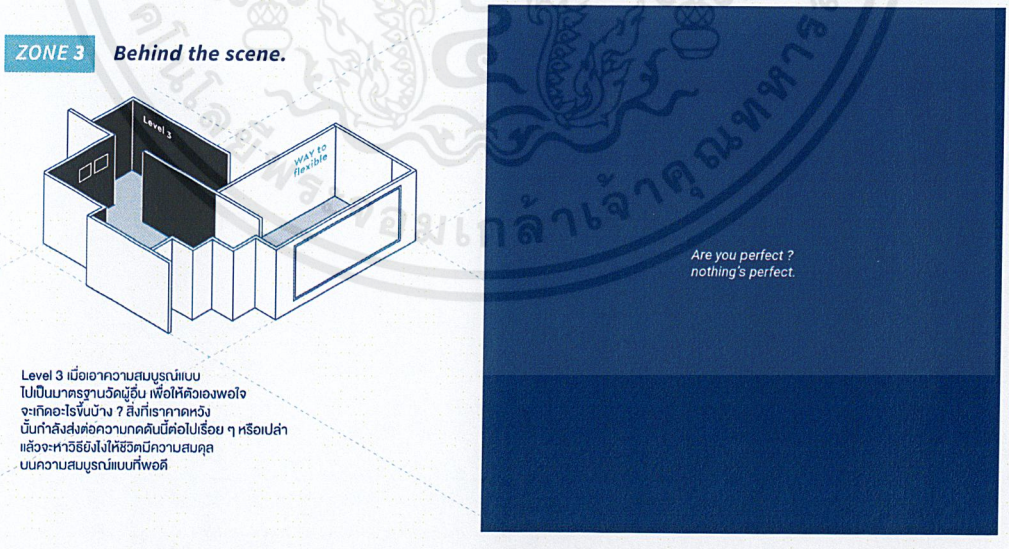


ภาพที่ 6.5.3 เนื้อหาข้อมูลภายในสูจิบัตร (3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.5.4 เนื้อหาข้อมูลภายในสูจิบัตร (4)



ภาพที่ 6.5.5 เนื้อหาข้อมูลภายในสูจิบัตร (5)

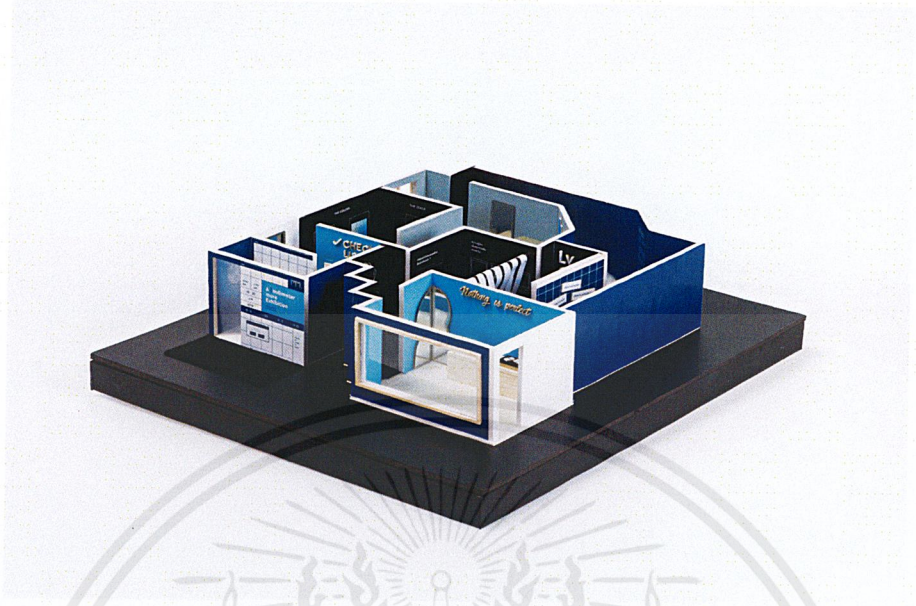
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.6 ภาพสูจิบัตรแบบของจริง

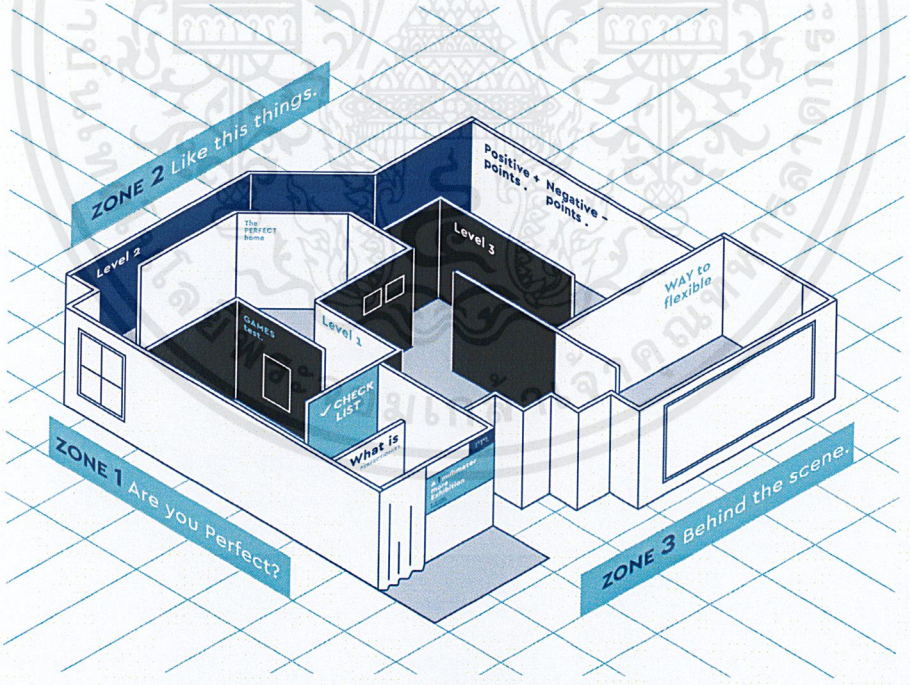
การออกแบบนิทรรศการ

ภาพที่ 6.7 แบบโมเดลนิทรรศการ (1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

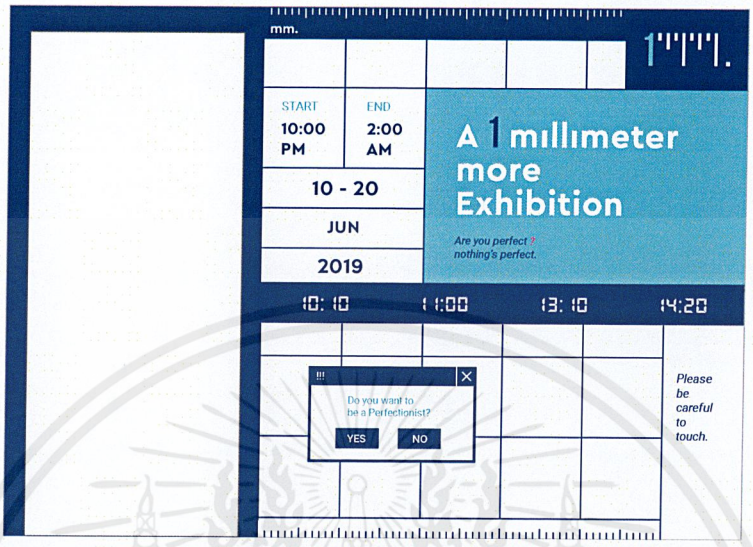


ภาพที่ 6.7.1 แบบโมเดลนิทรรศการ (2)

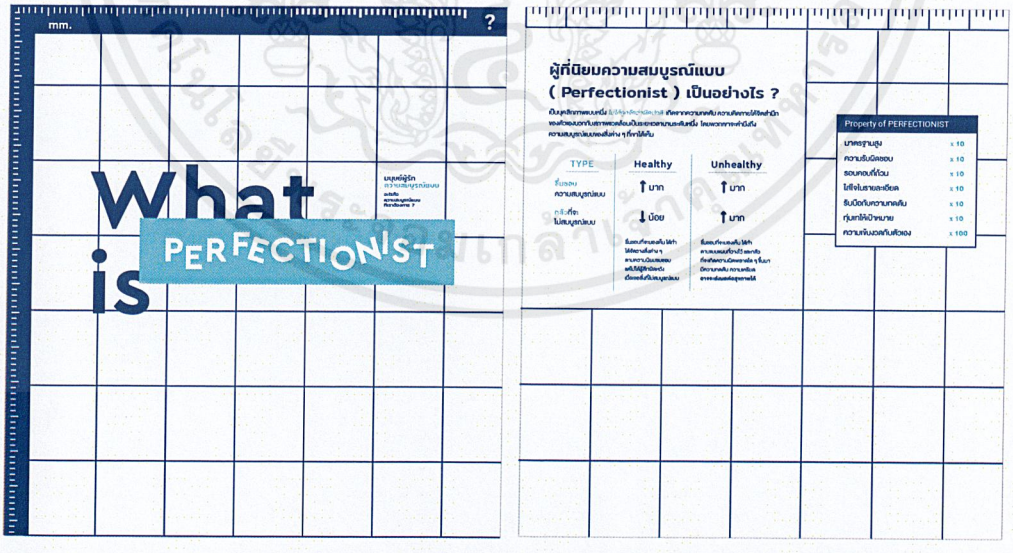


ภาพที่ 6.8 กราฟิกแบบแผนผังนิทรรศการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

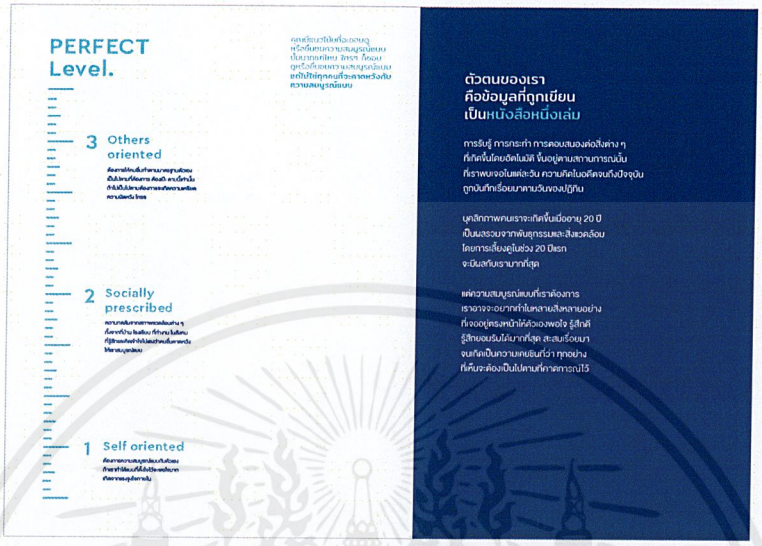


ภาพที่ 6.9 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ (ด้านหน้าทางเข้า)



ภาพที่ 6.9.1 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ
(00 ผู้นิยมความสมบูรณ์แบบคืออะไร) (1)

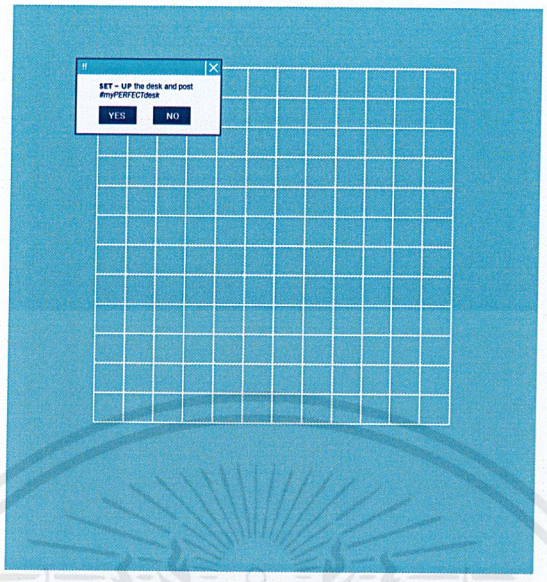
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



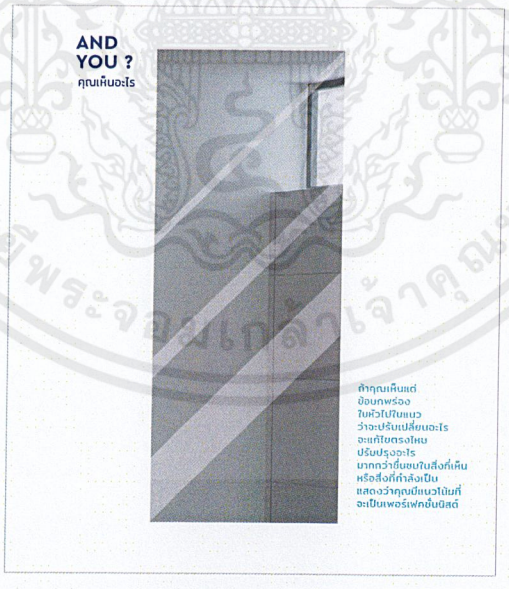
ภาพที่ 6.9.2 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ
(01 Check list perfect level.) (1)

ภาพที่ 6.9.3 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ
(01 Check list perfect level.) (2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

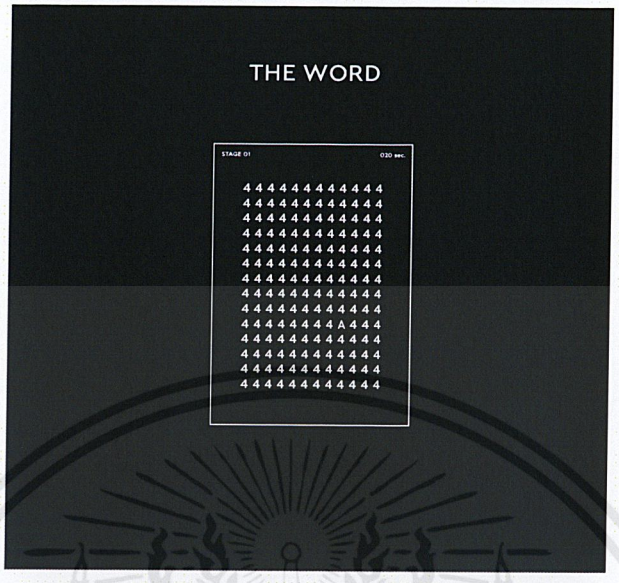


ภาพที่ 6.9.4 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ
(01 Check list perfect level.) (3)



ภาพที่ 6.9.5 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ
(01 Check list perfect level.) (4)

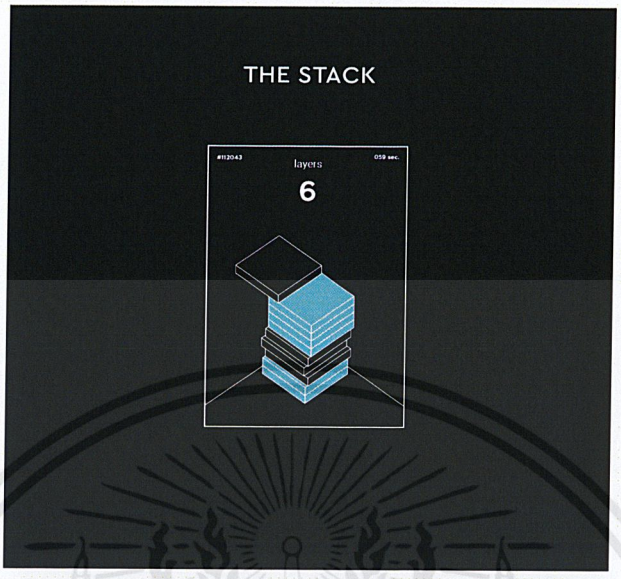
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



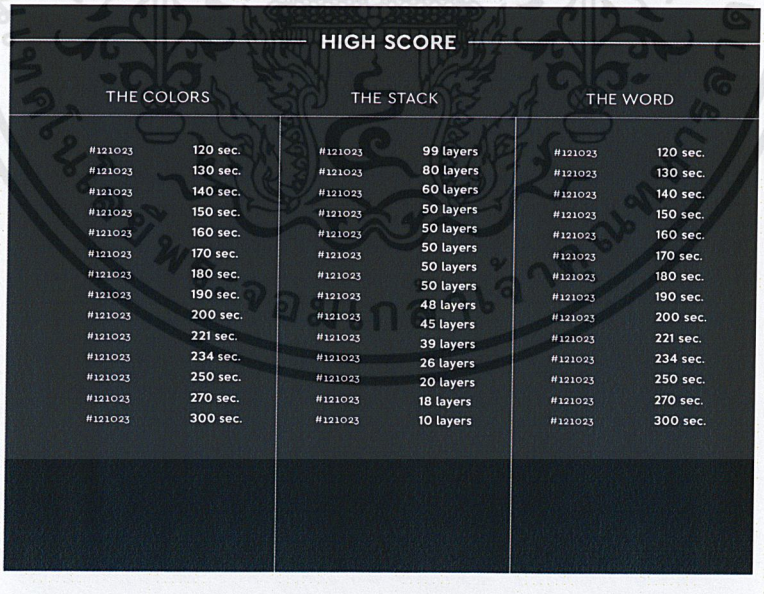
ภาพที่ 6.9.6 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ
(02 Check list ด้านสายตา) (1)

ภาพที่ 6.9.7 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ
(02 Check list ด้านสายตา) (2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

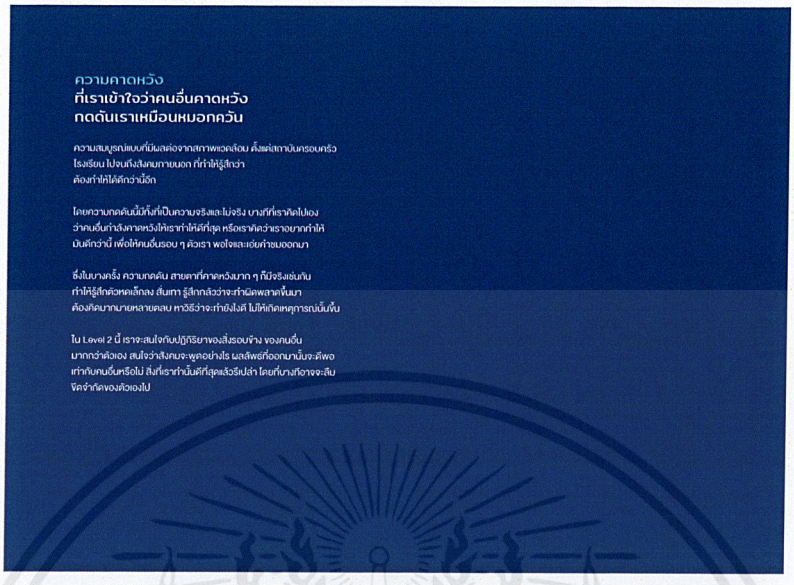


ภาพที่ 6.9.8 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ
(02 Check list ด้านสายตา) (3)

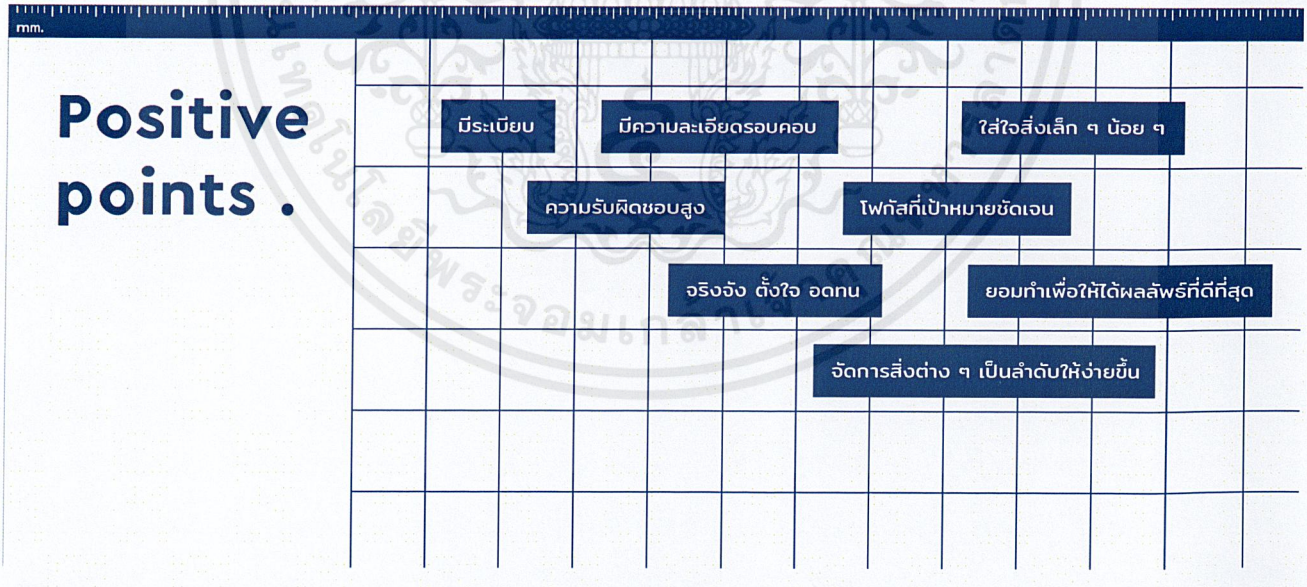


ภาพที่ 6.9.9 กราฟิกส่วนที่ 1 ของนิทรรศการ
(02 Check list ด้านสายตา) (4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

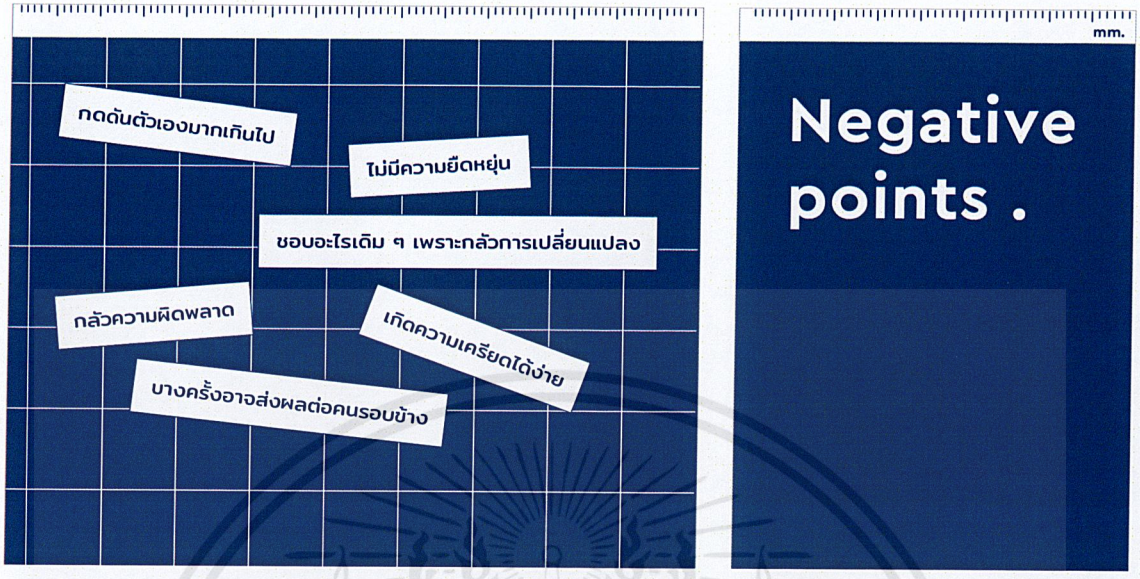


ภาพที่ 6.9.10 กราฟิกส่วนที่ 2 ของนิทรรศการ
(04 ทางเดินแห่งความกดดัน)

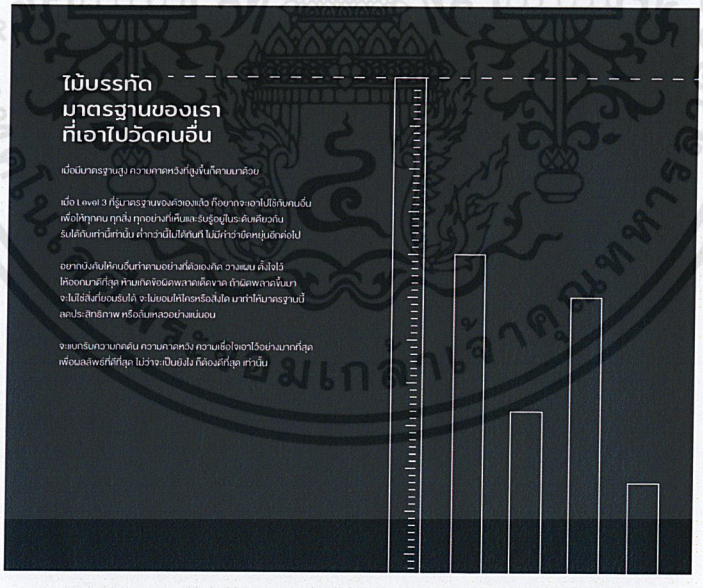


ภาพที่ 6.9.11 กราฟิกส่วนที่ 2 ของนิทรรศการ
(05 ข้อดี และข้อเสียของความสมบูรณ์แบบ) (1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

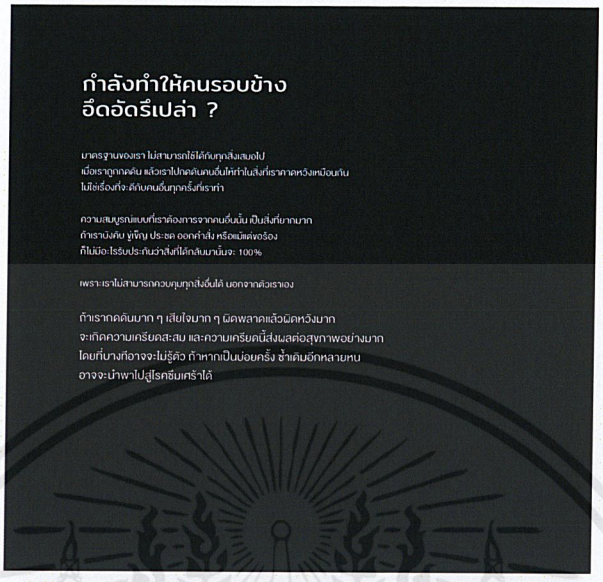


ภาพที่ 6.9.12 กราฟิกส่วนที่ 2 ของนิทรรศการ
(05 ข้อดี และข้อเสียของความสมบูรณ์แบบ) (2)

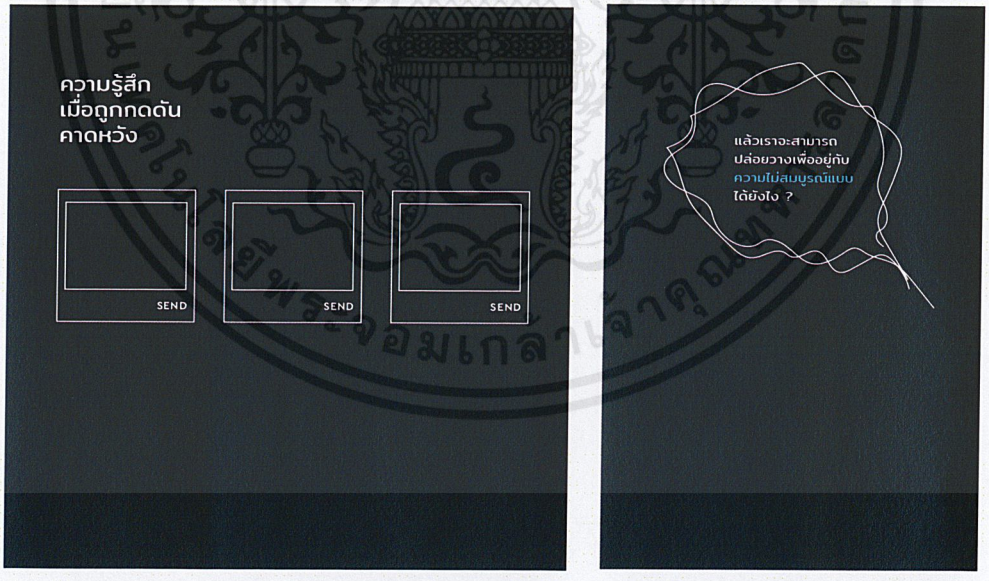


ภาพที่ 6.9.13 กราฟิกส่วนที่ 3 ของนิทรรศการ
(06 การนำ “ความสมบูรณ์แบบ” ไปวัดผู้อื่น) (1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

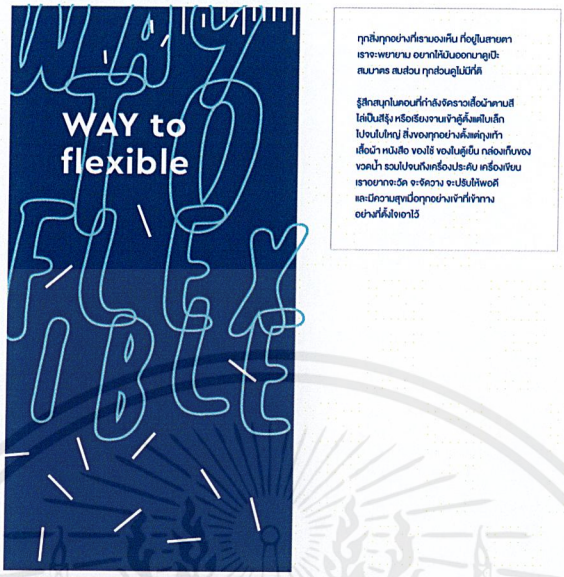


ภาพที่ 6.9.14 กราฟิกส่วนที่ 3 ของนิทรรศการ
(06 การนำ “ความสมบูรณ์แบบ” ไปวัดผู้อื่น) (2)



ภาพที่ 6.9.15 กราฟิกส่วนที่ 3 ของนิทรรศการ
(07 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก “สมบูรณ์แบบมากเกินไป”)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.9.16 กราฟิกส่วนที่ 3 ของนิทรรศการ
(08 การผ่อนคลาย และใช้ชีวิตให้สมดุล)

ภาพที่ 6.10 นำเสนอนิทรรศการ “A 1 millimeter more”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การออกแบบนิทรรศการ “A 1 millimeter more”

การออกแบบนิทรรศการ “A 1 millimeter more” ควรคำนึงถือการนำเสนอเนื้อหาให้มากขึ้นและเจาะลึกกว่านี้ เพื่อให้เข้าใจในผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบมากขึ้น ควรเล่าเรื่องราวให้ต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเรื่องของ level ที่สามารถทำให้ผู้ชมรู้ได้ทันทีว่าตัวเองนั้นอยู่ระดับที่เท่าไร มีการอธิบายเพิ่มเติมและสรุปผลให้ผู้เข้าชม นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงการใช้โทนสี และสื่อที่เหมาะสม

จากการศึกษาและจัดทำศิลปนิพนธ์ในครั้งนี้ ทำให้ข้าพเจ้าได้ศึกษาข้อมูล รวบรวม และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาจัดเป็นข้อมูลในเชิง infographic นอกจากนั้นยังได้เรียนรู้การจัดทำสื่อที่มีความแตกต่างหลากหลายรูปแบบ จากเรื่องราวเดียวกัน ถึงแม้ว่าในบางครั้งจะมีอุปสรรคเกิดขึ้นระหว่างการทำงาน แต่ก็สามารถดำเนินงานจนเสร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ดังนั้นข้าพเจ้าจึงคิดว่าการทำศิลปนิพนธ์ในครั้งให้ประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของข้าพเจ้าได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

แสงสุริยา. (2551). บทนำเกี่ยวกับการจัดแสดงและนิทรรศกา. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก : http://sangsuriyawa.blogspot.com/
เนชันบล็อก. (2551). การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก : http://oknation.nationtv.tv/blog/khonpr/2008/07/27/entry-1
เดอะแมทเทอร์. (2560). นี่ฉัน 'เพอร์เฟกต์' เกินไป หรือเข้าข่าย 'ย้ำคิดย้ำทำ'. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก : https://thematter.co/byte/the-blurred-line-between-perfectionism-and-ocd/24704
ทิปส์ดีดี. (2561). Perfectionist ความสมบูรณ์แบบที่อาจจะอยู่ใกล้จนไม่รู้ตัว. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก : https://www.tipsdd.com/health/perfectionist/
ทรูปลูกปัญญา. (2560). แก้ปัญหาเด็ก Perfectionist. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก : https://www.trueplookpanya.com/knowledge/content/56672/-par-pres-par-parsch-
เนชันบล็อก. (2558). I am a perfectionist. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก : http://oknation.nationtv.tv/blog/mena/2007/06/29/entry-1
Psychology CU. (2559). ความนิยมความสมบูรณ์แบบ - Perfectionist. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก : https://www.facebook.com/PsychologyChula/photos/a.897311197049961/1099794823468263/?type=1&theater
เฮลท์แอดดิก. (2562). ระวังชีวิตพัง!!! เพราะเป็น Pecfectionism มากไป. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก : https://www.healthaddict.com/content/health_snap/%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%8A%E0%B8%B5%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%87-%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B9%87%E0%B8%99-Pecfectionism-%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B9%84%E0%B8%9B

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	เบญจรัตน์ วงษ์วิโรจน์
ที่อยู่	5 หมู่ 6 ซอยทานสัมฤทธิ์ 17/3 ถนนติวานนท์ ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11000
การติดต่อ	E - mail : sonobellsknn@gmail.com Tel. : 081-494-1980

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2551	สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาประถมศึกษา จากโรงเรียนอนุบาลนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
พ.ศ.2557	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย นนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
พ.ศ.2558 (ปีการศึกษา 2558)	เข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้