

การศึกษากระบวนการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี

The Study of Creation Process in Combination Between Digital Media and Installation Art for Representing the Identity of Generation C

อธิป เตชะพงศ์¹ และ ปัทนันท์ ไทยะสิน²

Athip Techapongsathon and Pattaranun Waitayasin

Corresponding author, E-mail : athip@g.swu.ac.th

Received : April 12, 2022
Revised : June 22, 2022
Accepted : September 10, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง การศึกษากระบวนการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซีมีความมุ่งหมายของการวิจัย 1) เพื่อศึกษากระบวนการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี 2) เพื่อศึกษาผลของการจัดแสดงสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซีผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี ความรู้เกี่ยวกับ อัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของกลุ่มบุคคลในช่วงวัยต่าง ๆ ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี แนวคิดศิลปะการจัดวาง การสื่อสารด้วยภาพ การถ่ายภาพบุคคล และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีการดำเนินการมีกระบวนการเป็นงานวิจัยสร้างสรรค์ กล่าวคือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างสรรค์ผลงานที่มีแนวคิดมาจากอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง นำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวาง ซึ่งอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี (Generation C) มีอัตลักษณ์ที่เหมือนกัน คือ ใช้

สื่อสังคมออนไลน์ และการเชื่อมโยงการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต แต่ถ้าวัดถึงพฤติกรรมของกลุ่มบุคคลแต่ละช่วงวัย ตั้งแต่ กลุ่มบุคคลเบบี้ บูมเมอร์ (Baby Boomers) กลุ่มบุคคลเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) กลุ่มบุคคลเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) และ กลุ่มบุคคลเจนเอเรชั่นแซด (Generation Z)

ผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมการตอบกลับผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีความแตกต่างกัน เนื้อหาสาระที่ติดตามขึ้นอยู่กับช่วงวัยและความสนใจ สะท้อนให้เห็นถึงแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน จนกลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะวัย หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำผลงานออกแสดงสู่สายตาผู้ชม ในรูปแบบการถ่ายภาพบุคคลผสมผสานการออกแบบภาพกราฟิก ผ่านสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวาง นำไปจัดแสดงในหอศิลป์ โดยมีภาพจัดแสดงทั้งหมด 8 ภาพและผสมผสานสื่อดิจิทัลอย่างเช่น แสง สี เสียงสัมภาษณ์ และกราฟิกเคลื่อนไหว ลงไปบนผลงานภาพถ่าย ซึ่งผู้ชมต้องใช้ประสาทสัมผัสทั้งการมองและการได้ยิน โดยมุ่งเน้นให้เกิดการรับรู้ในด้านข้อมูลอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่น

^{1,2} วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

ซึ่งและอารมณ์ความรู้สึกผ่านองค์ประกอบทางศิลปะ โดยที่ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม เกี่ยวกับความพึงพอใจและการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มคนในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี เท่ากับ 4.29

คำสำคัญ: กระบวนการสร้างสรรค์, สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวาง, อัตลักษณ์, เจนเอเรชั่นซี

Abstract

The study of creation in combination between digital media and installation art for representing the identity of generation C has two purposes, first of all, is to studies the process of combination between digital media and installation art of representing the identity of generation C creation and the second is to studies the result of an exhibition in combination between digital media and installation art of representing the identity of generation C. The researcher has studied concept, theory and knowledge about the identity of people in a different kind of generation, the people in generation C, installation art conceptual, visual communication theory, portrait photography and related research. This research process is creative research in other word researcher has created digital media mixed with installation art from generation C identity concept through data collection from representative sample interview. The result in data analysis will be the direction to the process of creating digital media mixed installation art. So that the identity of people in generation C is social media usage and communicate via the internet.

However, the study of people's behavior in each age group from Baby boomer, generation X, generation Y until generation Z found that the pattern of responding via social media has a different way, the content would depend on age range and attention, the outcome of this study reflects the path of different social media usage and then becomes a unique identity in each category. After that, the researcher brings the digital media mixed installation art piece to the exhibition in an art gallery by creating in the form of portrait photography blended with graphic design through the combination of digital media and installation art. Then bring those eight portrait pictures to exhibit in

gallery and blended with digital media such as lighting, color, voice of interview and motion graphic on the portrait pictures. So that the audience must use both visual and auditory senses, which focus on creating awareness of the identity of Generation C people and their emotions through artistic elements. On average total score about satisfaction and recognition of people in generation C is 4.29

Keywords: Creation Process, Digital Media mixed Installation Art, Identity, Generation C

บทนำ

ปัจจุบันในสังคมไทย เริ่มเข้าสู่ยุคที่มีความหลากหลายทางเจนเอเรชั่นมากขึ้น ตั้งแต่กลุ่มผู้สูงอายุ วัยทำงาน วัยรุ่น และเยาวชน โดยที่อัตลักษณ์ คุณลักษณะเฉพาะแต่ละช่วงวัยค่อนข้างแตกต่างกัน แต่เนื่องจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในทุกสังคม ทุกชนชั้น ทำให้ช่องว่างในแต่ละเจนเอเรชั่นมีทั้งมากขึ้นและลดน้อยลง ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีมุมมองอันแตกต่างกัน ย่อมส่งผลต่อความเข้าใจซึ่งกันและกัน รวมถึงการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในองค์กร จะเห็นได้จากงานวิจัยหลาย ๆ ชิ้น ที่อธิบายความแตกต่าง และมุมมองที่มีต่อกันและกันในแต่ละเจนเอเรชั่น โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันในองค์กร

กลุ่มบุคคลที่อยู่ในช่วงวัยที่แตกต่างอันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อม บริบททางสังคม หรือแม้กระทั่งการเลี้ยงดูปลูกฝังจากคนรุ่นก่อน ทำให้คนในแต่ละช่วงวัยมีความคิดเห็นในเรื่อง ๆ หนึ่งนั้นแตกต่างกัน และในยุคที่เทคโนโลยีก้าวกระโดดอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมายในสังคมไทย จะเห็นได้ชัดเจนว่า กลุ่มคนในยุคเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) และ กลุ่มคนในยุคเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) จะมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่น้อยกว่ากลุ่มคนในช่วงเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) จากงานวิจัยเรื่องการรับรู้คุณลักษณะของเจนเอเรชั่นวาย และแรงจูงใจในการทำงาน มุมมองระหว่างเจนเอเรชั่นต่าง ๆ ในองค์กร พบว่า การที่บุคลากรในแต่ละเจนเอเรชั่น จะมีแนวคิด ทศนคติ ค่านิยม พฤติกรรม ตลอดจนมีความต้องการในการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน เมื่อกลุ่มคนเหล่านี้ทำงานด้วยกันในองค์กรเดียวกัน ย่อมมีมุมมองในการทำงานที่ไม่สอดคล้อง มีการสื่อสารที่ไม่ตรงกัน ความต้องการที่ไม่เหมือนกันบ้าง และมีความไม่เข้าใจซึ่งกันและกัน (เดชาเดชวัฒนไพศาล, 2552, น. 1-25)

อย่างไรก็ตามในยุคที่เทคโนโลยีมีบทบาทสูงในชีวิตประจำวัน ยังสร้างจุดร่วม หรือมุมมองที่คล้ายคลึงกันใน เจเนอเรชันวายและเจเนอเรชันแซท (Generation Z) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วง พ.ศ.2539 เป็นต้นไป (รศรินทร์ เกรย์ และคณะ, 2559) โดยทั้งสองเจเนอเรชันนี้ เป็นกลุ่มคนที่มีความทันสมัย เท่าทันต่อเทคโนโลยี และวิทยาการที่ก้าวหน้า มีความเข้าใจและมุมมองในเรื่องต่าง ๆ ที่คล้ายคลึงกัน และยังเป็นกลุ่มเจเนอเรชันที่เป็นกำลังสำคัญในอนาคตของชาติอีกด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า การสร้างความเข้าใจในจุดร่วมของเจเนอเรชันวาย และเจเนอเรชันแซทนั้น เป็นเรื่องสำคัญในการพัฒนาบุคลากรที่จะเป็นกำลังสำคัญของชาติในอนาคตต่อไป ตามหนึ่งในห้าวาระในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 คือ การเตรียมคนไทย 4.0 ให้พร้อมก้าวสู่โลกที่หนึ่ง โดยมุ่งเน้นให้คนไทยเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ในศตวรรษที่ 21 ประกอบไปด้วยการปรับเปลี่ยนใน 4 มิติ คือ 1.เปลี่ยนจากคนไทยที่มีความรู้ ความสามารถและทักษะที่จำกัด เป็นคนไทยที่มีความรู้และทักษะสูง มีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม 2.เปลี่ยนจากคนไทยที่มองเน้นประโยชน์ส่วนตน เป็นคนไทยที่มีจิตสาธารณะและมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม 3.เปลี่ยนจากคนไทยแบบ Thai-Thai เป็นคนไทยแบบ Global Thai มีความภาคภูมิใจในความเป็นไทยและสามารถยืนอย่างมีศักดิ์ศรีในเวทีสากล 4.เปลี่ยนจากคนไทยที่เป็น Analog Thai เป็นคนไทยที่เป็น Digital Thai สามารถดำรงชีวิตเรียนรู้ทำงาน และประกอบธุรกิจได้อย่างเป็นปกติสุขในโลกยุคดิจิทัล (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559)

ปัจจุบันในยุคโลกาภิวัตน์ ได้เกิดกลุ่มเจเนอเรชันใหม่ที่เรียกว่า เจเนอเรชันซี (Generation C) ที่มีอัตลักษณ์คือเป็นกลุ่มคนที่สามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ เท่าทันสื่อในยุคโลกาภิวัตน์ โดยกลุ่มคนในเจเนอเรชันนี้สามารถมีอายุที่หลากหลายได้ มีช่วงวัยที่แตกต่างกันได้ (กันตกันิชฐ์ อุทัย, 2559: 8) ซึ่งกลุ่มเจเนอเรชันซี เป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทในตลาดแรงงาน และกำลังจะเป็นแรงงานสำคัญในอนาคตที่สามารถใช้เทคโนโลยีในการประกอบกิจการ และธุรกิจ ในบทความเรื่อง “Generation C ปรากฏการณ์ใหม่เจนใหม่ จับอินไซด์คนคอนเนค” ได้อธิบายว่า ในอนาคตอันใกล้ข้างหน้า จะเป็นยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการทำงานแทนมนุษย์ จะมีอาชีพบางอาชีพหายไป และจะมีอาชีพใหม่เข้ามาทดแทน ซึ่งแน่นอนว่า อาชีพใหม่เหล่านั้นต้องการกลุ่มคนที่สามารถเข้าใจ และใช้เทคโนโลยีได้อย่างดีเยี่ยม (พลลภา ปิตินันต์, 2560) และจากผลการวิจัยของ ศศิธร ยุวโกศล และพัชสิริ ชมภูคำ พบว่ากลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ เจเนอเรชันวาย และเจเนอเรชันซี มีการใช้สื่อสังคม

ออนไลน์มากกว่าใช้สื่ออื่น ๆ ซึ่ง โลน (Line) และ เฟสบุ๊ค (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ทั้งสามเจเนอเรชันใช้เป็นอันดับต้น ๆ โดยมีจุดประสงค์การใช้งานเพื่อแสดงหาข้อมูลข่าวสาร ด้านการแสดงตัวตน ด้านความบันเทิง และด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่น (ศศิธร ยุวโกศล และพัชสิริ ชมภูคำ, 2564, น. 10-25)

จากหลายหลายทัศนะข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าการทดลองนำศิลปะการจัดวางมาผสมกับสื่อสมัยใหม่จะนำไปสู่รูปแบบการนำเสนอทางศิลปะที่แปลกใหม่ได้อย่างไร และรูปแบบดังกล่าวนี้จะสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของกลุ่มคนในแต่ละเจเนอเรชันได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งปัญหาวิจัยนี้สามารถนำไปต่อยอดด้วยการนำเสนออัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจเนอเรชันซี ด้วยสื่อดิจิทัลในรูปแบบภาพ, แสง, สี, เสียง, และการเคลื่อนไหว ผ่านแนวคิดศิลปะจัดวาง ประกอบกับทฤษฎีการมองเห็น เพื่อให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมในงานศิลปะ และเสริมสร้างการรับรู้ และการเผยแพร่บอกต่อในวงกว้าง เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจในมิติทางอัตลักษณ์ร่วมและอัตลักษณ์ที่แตกต่าง เนื่องจากช่วงวัยและอื่น ๆ ที่สำคัญของกลุ่มคนเจเนอเรชันซี ได้อย่างชัดเจน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจเนอเรชันซี
2. เพื่อศึกษาผลของการจัดแสดงสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจเนอเรชันซี ผ่านการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจเนอเรชันต่าง ๆ ที่มีอัตลักษณ์ร่วมในด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยสร้างสรรค์ (Creative Research) และการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) เพื่อดำเนินการเก็บข้อมูลกลุ่มคนในเจเนอเรชันซี และดำเนินการวิจัยตามกระบวนการของงานวิจัยสร้างสรรค์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

อัตลักษณ์สำคัญของกลุ่มคนในเจเนอเรชันซี จะถูกถ่ายทอดในวงกว้างผ่าน “สื่อดิจิทัล” ที่สื่อสารด้วยภาพและเสียง เนื่องจากสื่อผสม เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนในวงกว้าง ตามที่ Sarita Nayyar ได้ให้นิยามคำว่าสื่อดิจิทัลไว้ว่า สื่อดิจิทัล เปรียบเสมือนสินค้าและบริการ ที่นำเสนอข้อมูลและความบันเทิง ที่นำเสนอในรูปแบบดิจิทัล ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ และ แอปพลิเคชัน รวมไปถึง เนื้อหาในเชิงดิจิทัล เช่น ข้อความ, เสียง, วิดีโอ และภาพ (Sarita

Nayyar, 2016) ดังนั้น สื่อดิจิทัลสามารถเป็นภาพสะท้อนให้กับผู้ชมได้เป็นอย่างดี ด้วยการนำเสนอมุมมองและอัตลักษณ์ที่สำคัญจากผลการวิจัยของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นซี ด้วยเทคโนโลยีสื่อผสม ผ่านศิลปะจัดวาง (Installation Art) โดยที่ Christopher Frayling (1993: 4) กล่าวว่า การวิจัยผ่านศิลปะ จัดเป็นความพยายามบันทึก เพื่อสื่อสารผลจากการสร้างสรรค์ศิลปะและสะท้อนกระบวนการทำงานทุกขั้นตอน แล้ววิเคราะห์ สังเคราะห์ เป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำมาเผยแพร่ ให้เข้าใจได้ ย่อมเป็นประโยชน์ต่อการขยายระเบียบและประเพณีด้านการวิจัยทางศิลปะ

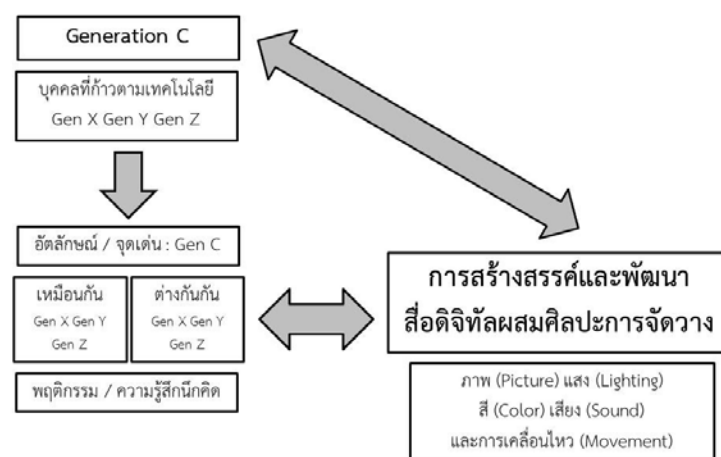
ศิลปะจัดวาง (Installation Art) เป็นงานศิลปะแนวใหม่ ที่มุ่งเน้นการสร้างจุดสนใจในงานศิลปะ ด้วยการผสมผสานศาสตร์ทางด้านศิลปะหลายหลายแขนงเข้าด้วยกัน อัมพร ศิลปะเมธากุล ได้กล่าวถึง ศิลปะการจัดวางว่า ศิลปะการจัดวาง เริ่มมีการเรียกศิลปะการจัดวางที่เกิดขึ้นในประมาณคริสต์ศักราช 1970 เป็นงานศิลปะประเภทสามมิติที่นำมาวางเรียงกันในลักษณะต่าง ๆ ตามพื้นที่ว่างทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุและมีเนื้อหาโดยรวมร่วมกัน เทคนิคการจัดวางผลงานศิลปะเน้นไปที่การแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุกับสิ่งแวดล้อม เป็นการนำเอาชิ้นส่วนสิ่งของมาประกอบกันระหว่างวัตถุประเภท 3 มิติ กับ 3 มิติ หรือ 2 มิติ กับ 3 มิติ ในเนื้อหาหนึ่งเดียว ผู้ชมสามารถเดินดูงานตามส่วนต่าง ๆ ได้ทั้งหมด คล้ายกับผู้ชมเป็นส่วนหนึ่งกับงานศิลปะ (อัมพร ศิลปะเมธากุล, 2549 : 20)

องค์ประกอบทางด้านศิลปะที่มีบทบาทในด้านจิตวิทยาของมนุษย์เป็นส่วนที่สำคัญในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ซึ่งผู้วิจัยจะใช้แนวคิด และทฤษฎีทางด้านภาพยนตร์ เพื่อนำเสนอในรูปแบบสื่อดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นภาพ (Picture) แสง (Lighting) สี (Color) เสียง (Sound) และการเคลื่อนไหว

(Movement) โดยมุ่งเน้นไปในทิศทางของการใช้สีในการสื่อสารความหมาย การเคลื่อนไหวของสีที่บ่งบอกนัยยะสำคัญ รวมไปถึงการใช้เสียงที่ขับเร้าอารมณ์ของผู้ชม รวมทั้งประวิทย์ แต่งอักษร ให้นิยามของการใช้สีในภาพยนตร์ไว้ว่า สีเป็นองค์ประกอบที่ทำงานในระดับจิตใต้สำนึกของผู้ชม โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงอารมณ์ (Emotional) และสร้างบรรยากาศ (Atmospheric) มากกว่าจะใช้เพื่อบอกความคิดหรือสื่อความหมายในเชิงสัญลักษณ์เพื่อการตีความโดยตรง และสีจะทำหน้าที่สื่อความหมายได้ดีเมื่อมีสีคู่เปรียบเทียบ (ประวิทย์ แต่งอักษร, 2551 : 70)

อีกทั้งงานวิจัยสร้างสรรค์นี้เป็นงานศิลปะที่ต้องใช้การรับรู้ผ่านการมองเห็นเป็นส่วนใหญ่ การรับรู้ภาษาภาพ และการเข้าใจในลักษณะต่าง ๆ ดังนั้นความรู้แบบเฉพาะของภาษาภาพ หรือศิลปะจึงเป็นหลักการพื้นฐานที่ก่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยมีหลักการสำคัญคือ ทฤษฎีการมองเห็น (Visual theory) โดย (ศุภรา อรุณศิริมรกด, 2561, น. 2292-2303) ได้ให้ความสำคัญไว้ 4 ประการคือ 1) การเห็นรูปและพื้น เป็นองค์ประกอบแรกที่มีมนุษย์จะมองเห็นภาพจากสิ่งแวดล้อม 2) การเห็นแสงและเงา เป็นองค์ประกอบที่ทำให้การรับรู้สมบูรณ์ขึ้น แสงจะช่วยให้รับรู้ทิศทางและมองเห็นเป็นสามมิติ มีระยะมีความลึก สามารถแยกรูปร่างได้อย่างชัดเจน 3) การเห็นตำแหน่งและสัดส่วน เป็นการรับรู้ที่ทำให้เห็นขนาดของวัตถุที่มองเห็น สามารถแยกแยะระยะห่าง จากสัดส่วนที่แตกต่างกันของวัตถุ และ 4) การเห็นความเคลื่อนไหว เป็นการรับรู้หรือมองเห็นความเคลื่อนไหวของวัตถุ การเคลื่อนไหวยังส่งผลให้ รูปและพื้น แสงเงา ตำแหน่ง และสัดส่วน มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

กรอบแนวคิดการวิจัย



ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย อธิป เตชะพงศธร

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการวิจัย เรื่อง การศึกษากระบวนการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

กลุ่มประชากร คือ บุคคลที่อยู่ในกลุ่ม เบบี บูมเมอร์, เจเนอเรชั่นเอ็กซ์, เจเนอเรชั่นวาย และ เจเนอเรชั่นแซด ที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยมีจุดรวมอยู่ในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่หนึ่ง คือ คนที่อยู่ในเจนเอเรชั่นซีที่มีความแตกต่างของช่วงวัย กระจายอยู่ในกลุ่มเบบี บูมเมอร์, เจเนอเรชั่นเอ็กซ์, เจเนอเรชั่นวาย และ เจเนอเรชั่นแซด โดยวิธีเลือกอย่างเจาะจง จำนวน 8-10 คน เพื่อการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group)

กลุ่มตัวอย่างที่สอง คือ คนที่ร่วมชมผลงานนิทรรศการแสดงผลงานสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวาง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย จำนวน 100 คน

2. รูปแบบการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาการแบบผสม (Mixed Methodology) เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กล่าวคือ ในส่วนแรกใช้ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม กับกลุ่มตัวอย่างประชากร ที่อยู่ในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ที่มีความแตกต่างของช่วงวัย กระจายอยู่ในกลุ่ม เบบี บูมเมอร์, เจเนอเรชั่นเอ็กซ์, เจเนอเรชั่นวาย และ เจเนอเรชั่นแซด เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ปริมาณการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงจุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละเจนเอเรชั่น เพื่อรวบรวมประเด็นความคิดหลักที่มีต่อการศึกษาในครั้งนี้ มาเป็นข้อมูลหลักและเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวาง

และใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาจุดร่วมที่แสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มคนในแต่ละเจนเอเรชั่น ที่แตกต่างกันทั้งเพศและอายุ ที่สอดคล้องกับแนวคิดเจนเอเรชั่นซี จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ และถอดอัตลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะของจุดร่วม เพื่อวิเคราะห์เป็นองค์ประกอบทางศิลปะที่สื่อความหมายและลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นซี เพื่อสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางที่สะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี

รวมถึงการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มคนที่ร่วมชมการแสดงผลงานนิทรรศการแสดงผลงานสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวาง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย เพื่อศึกษาผลของการจัดแสดงสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางที่สะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสร้างและประเมินคุณภาพเครื่องมือ

3.1 กลุ่มคนที่อยู่ใน เจเนอเรชั่นซี ที่มีความแตกต่างของช่วงวัย จำนวน 8-10 คน เพื่อการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสัมภาษณ์กลุ่ม

1) ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี ความรู้ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับ อัตลักษณ์ของประชากรในแต่ละช่วงวัย อัตลักษณ์ของกลุ่มคนในเจนเอเรชั่นซี ทั้งหนังสือ ตำรา เอกสารประกอบการสอน บทความวิจัย บทความวิชาการ และสำรวจผลงานวิจัย

2) ผู้วิจัยออกแบบเครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์กลุ่ม สำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มกับกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งประเด็นคำถามออกเป็นจำนวน 12 ประเด็น

3) นำแบบสัมภาษณ์กลุ่ม ไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษาโครงการวิจัย เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของคำถามให้แบบสัมภาษณ์กลุ่มมีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น ตลอดจนทำให้ข้อคำถามแต่ละข้อมีความชัดเจนยิ่งขึ้น

4) นำแบบสัมภาษณ์กลุ่มไปทดลองใช้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และนำข้อผิดพลาด หรือข้อบกพร่องมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้แบบสัมภาษณ์กลุ่มมีความสมบูรณ์มากที่สุด

3.2 กลุ่มคนที่ร่วมชมแสดงผลงานนิทรรศการแสดงผลงานสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางโดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถาม

1) ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี ความรู้ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของประชากรในแต่ละช่วงวัย อัตลักษณ์ของกลุ่มคนในเจนเอเรชั่นซี แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศิลปะการจัดวาง แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมองเห็นของมนุษย์ และแนวทางการถ่ายภาพบุคคล ทั้งหนังสือ ตำรา เอกสารประกอบการสอน บทความวิจัย บทความวิชาการ และสำรวจผลงานวิจัย

2) ผู้วิจัยออกแบบเครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สำหรับการสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

ซึ่งเป็นผู้เข้าชมการแสดงนิทรรศการผลงานสื่อดิจิทัล
ผสมศิลปะการจัดวาง โดยแบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 2 ตอน โดยตอนที่ 1 มีจำนวน 6 ข้อ และ
ตอนที่ 2 มีจำนวน 8 ข้อ

3) นำแบบสอบถาม ไปขอคำแนะนำจากอาจารย์
ผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษาโครงการวิจัย เพื่อพิจารณา
ตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของข้อ
คำถามให้แบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์
แบบมากยิ่งขึ้น ตลอดจนทำให้ข้อคำถามแต่ละข้อ
มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

4) นำแบบสอบถาม ไปทดลองใช้สัมภาษณ์กลุ่ม
ตัวอย่าง และนำข้อผิดพลาด หรือข้อบกพร่องมา
ปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์
มากยิ่งขึ้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบ
กลุ่ม โดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามช่วงอายุที่อยู่ในเจนเนอ
เรชั่น ต่าง ๆ สามารถสรุปข้อมูลได้ ดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการประมวลผลข้อมูลจากการเก็บ
รวบรวมข้อมูล เชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกลุ่ม
จาก กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
หรือ Qualitative Data Analysis ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา
เนื้อหาเชิงประจักษ์ และ เนื้อหาแฝง ซึ่งมีกระบวนการตั้งแต่
การเตรียมจัดระบบข้อมูล การกำหนดกรอบเนื้อหาสาระ
สำหรับการวิเคราะห์ การทบทวนและตรวจสอบข้อมูลความ
ถูกต้อง การบันทึก ลงรหัส หรือทำดัชนีข้อมูล การจำแนก
ข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล และการสรุปข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการประมวลผลข้อมูลจากการเก็บรวบรวม
ข้อมูล เชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม จาก กลุ่มตัวอย่าง
ผู้เข้าชมนิทรรศการ โดยใช้สถิติทางคณิตศาสตร์ในการ
วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

การใช้สถิติเชิงพรรณนา หรือ Descriptive Statistics
ซึ่งเป็นค่าสถิติพื้นฐานที่บรรยายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
ในสำหรับแบบสอบถามในตอนต้นที่ 1 ประกอบด้วยเครื่องมือ
ทางสถิติสำหรับการวิเคราะห์ทุกตัวแปร ได้แก่ ค่าความถี่
(Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)
และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

5. กลวิธีในการสร้างผลงาน

ผู้วิจัยได้กำหนด ขั้นตอนและวิธีการสำหรับการสร้าง
ผลงาน ซึ่งนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ในการดำเนิน
การสร้างสรรค์ผลงานสื่อดิจิทัลผสมศิลปะจัดวาง โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

5.1 แนวความคิด (Concept)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากระบวนการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล
ผสมศิลปะจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่ม
เจนเนอเรชั่นซี เพื่อสร้างสรรค์เป็นงานศิลปะ โดยมุ่งเน้นให้
เกิดการรับรู้ และเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์
ของกลุ่มบุคคลในแต่ละเจนเนอเรชั่น ที่มีความแตกต่างกัน
ในเชิงพฤติกรรม จุดประสงค์ และรูปแบบของการใช้สื่อ
สังคมออนไลน์ แต่ในทุก ๆ เจเนอเรชั่นต่างก็มีจุดร่วมใน
การอยู่ร่วมกันในสังคมได้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจข้อแตกต่าง
ของคนในสังคม

เนื่องจากผู้วิจัยได้แรงบันดาลใจเกี่ยวกับแนวคิดดัง
กล่าว จากการสังเกตพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์
จากผู้ร่วมงานในองค์กร ที่มีอยู่หลากหลายช่วงอายุ หลาก
หลายเจนเนอเรชั่น และจากการทำงานร่วมกันในองค์กรที่
จำเป็นต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารและการ
ประชาสัมพันธ์ โดยที่บุคคลในแต่ละเจนเนอเรชั่นมีพฤติกรรม
การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ที่แตก
ต่างกัน รวมถึงความระมัดระวังในการใช้สื่อสังคมออนไลน์
ก็มีความแตกต่างกันด้วย

ทั้งนี้ ศิลปะการจัดวาง เป็นงานทัศนศิลป์ที่มีการจัดวาง
วัสดุ และมีการนำเอากลวิธีที่หลากหลายทางศิลปะ มาสร้าง
เป็นผลงานที่มีความสัมพันธ์ระหว่างวัสดุ และพื้นที่ โดยที่ผู้
วิจัยนำเอาเทคนิคการนำเสนอในรูปแบบสื่อดิจิทัลเข้ามามีส่วน
ช่วยในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์และสร้างการรับรู้ผ่านการดู
และการฟัง ด้วยการขยายขอบเขตการสร้างสรรค์งานศิลปะ
ด้วยการใช้สื่อสมัยใหม่ที่มีอยู่หลากหลาย มาทำงานร่วมกัน
เช่น วิดีโอ ภาพถ่าย การฉายภาพ กราฟฟิก แสง สี เสียง
เข้ามาประกอบกันเป็นผลงานศิลปะสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวาง
ซึ่งผู้วิจัยมองเห็นว่าสื่อดิจิทัลไม่จำเป็นต้องถูกนำเสนอ
บนจอภาพเสมอไป แต่สามารถไปอยู่บนสิ่งของ หรือวัสดุ
ต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างการสื่อสารและการรับรู้ได้มากขึ้น ผู้
วิจัยได้นำแนวคิดนี้มาผสมผสานกับศิลปะการจัดวางที่มีก็จะ
เป็นงานศิลปะที่เรียกร้องความสนใจจากผู้คนโดยอาศัยพื้นที่
วัสดุ ตำแหน่ง และองค์ประกอบการจัดวาง เพื่อให้เกิดการ
สื่อสารความหมายที่ศิลปินต้องการ อีกทั้งการนำเอาสื่อดิจิทัล
เข้ามามีบทบาทในการแสดงงานศิลปะการจัดวาง จะช่วยส่งเสริม
ให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

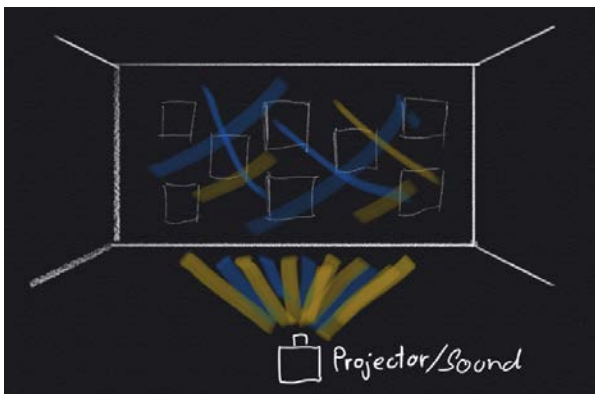
5.2 เนื้อหาในการสร้างสรรค์

ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม
ออนไลน์ของบุคคลในแต่ละเจนเนอเรชั่น และอัตลักษณ์ที่มีร่วม
กันในเชิงพฤติกรรม การรับรู้ และจุดประสงค์ของการใช้สื่อ
สังคมออนไลน์ อาทิ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เป็นประจำ

ของแต่ละเจนอเรชั่น ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของแต่ละช่วงอายุ เป้าประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั้งการติดต่อสื่อสาร และความบันเทิง หรือแม้กระทั่งใช้ในการติดตามข่าวสาร หาข้อมูลความรู้ เป็นต้น จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ในเชิงภาพสัญลักษณ์ เส้น สี รูปร่าง รูปทรง และนำมาสร้างสรรค์เป็นผลงานสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางในรูปแบบของผู้วิจัย เพื่อเป็นสื่อสะท้อนถึงเรื่องราวของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน

5.3 โครงสร้างการจัดวางเชิงทัศนศิลป์

ผู้วิจัยได้สร้างสรรค์ผลงานสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางโดยการคำนึงถึงหลักการสร้างเรื่องราว ให้มีความสัมพันธ์กันระหว่างสื่อดิจิทัล และวัสดุที่ถูกจัดวางในรูปแบบสมมาตรเชิงทัศนศิลป์ โดยเป็นข้อสรุปจากการทดลองจัดวางตำแหน่งของชิ้นงานในรูปแบบโมบาย หรือการห้อยรูปภาพจากเพดาน โดยการแขวนชิ้นงานจากเพดานของหอศิลป์ G23 แต่เนื่องจากชิ้นงานมีน้ำหนักมากเกินไป ทำให้ผู้วิจัยต้องเปลี่ยนวิธีเป็นการจัดวางโดยใช้ขาตั้งรูปในการจัดวางตามตำแหน่ง รวมถึงการนำเสนอผลงานให้มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ที่จัดแสดง ด้วยการจัดวางชิ้นงานให้มีระยะใกล้ไกล สูง ต่ำ ลดหลั่นกันอย่างสมมาตร มีช่องว่างของพื้นที่ให้ผู้เข้าชมสามารถเข้ามามีส่วนร่วมกับชิ้นงานศิลปะได้ และผู้ชมสามารถเข้าชมศิลปะการจัดวางตามโครงสร้างนี้ได้อย่างใกล้ชิด ประกอบกับการใช้ แสง สี เสียง และภาพกราฟฟิกเคลื่อนไหวในการนำเสนอ



ภาพที่ 1 ภาพแบบร่างรูปแบบการจัดตั้งวัสดุและการนำเสนอสื่อดิจิทัล

ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย อธิป เตชะพงศธร

5.4 วิธีการสร้างสรรค์ผลงาน

ผู้วิจัยใช้การนำเสนอในรูปแบบการสื่อสารด้วยภาพ

ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้การนำเสนอด้วยภาพถ่ายบุคคลที่ประกอบกับการสร้างสรรค์ภาพกราฟฟิก ที่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาในด้านพฤติกรรมของมนุษย์ผสมผสานกับการใช้สื่อภาพเคลื่อนไหว ที่เกิดการจากตีความพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มประชากรตัวอย่างให้เป็นภาพ ในลักษณะขององค์ประกอบทางศิลปะ เช่น เส้น สี รูปร่าง รูปทรง เป็นต้น และฉายภาพเคลื่อนไหวลงบนภาพถ่ายบุคคลที่อัดขยายภาพให้มีขนาด 40x30 นิ้ว เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่าง ภาพถ่ายบุคคล และภาพเคลื่อนไหว รวมทั้งเรื่องราวที่ผู้ชมสามารถรับรู้ได้ด้วยการฟัง จากเสียงที่อยู่ในผลงานอีกด้วย

ผู้วิจัยเริ่มจากการสำรวจขนาดของพื้นที่ที่ใช้ในการจัดแสดง ทั้งความกว้าง ความยาว และความสูงของพื้นที่ เพื่อนำมาคำนวณหาขนาด และจำนวนที่เหมาะสมของชิ้นงาน ผู้วิจัยได้ข้อสรุปในการวางแผนการสร้างชิ้นงาน คือ ชิ้นงานต้องมีขนาดประมาณ 30 x 40 นิ้ว และมีจำนวน 8 ชิ้น จึงจะพอดีกับขนาดพื้นที่ หลังจากนั้นผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้ มาสร้างสรรค์เป็นชิ้นงานสื่อภาพเคลื่อนไหว ที่ประกอบด้วยแสง สี รูปร่าง และรูปทรง ส่วนกลุ่มประชากรตัวอย่างที่เข้าร่วมในการแสดงผลงานจะถูกถ่ายภาพตามลักษณะเฉพาะบุคคล (Character) เช่น ลักษณะท่าทางในการใช้เครื่องมือสื่อสาร วิธีการจับถือ อากัปกิริยาที่เป็นตัวตนของผู้ร่วมการวิจัย เป็นต้น โดยการสร้างสรรค์ภาพถ่ายบุคคลด้วยแสงประดิษฐ์ที่มีการจัดแสงให้อยู่ในลักษณะที่เกิดเงามืด 50 % ของตัวบุคคล เพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ภาพกราฟฟิกในขั้นตอนต่อไป หลังจากนั้นผู้วิจัยสร้างสรรค์กราฟฟิกภาพหนึ่งที่บ่งบอกถึงสังคมเมือง และอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มคนในแต่ละเจนอเรชั่น ด้วยการใช้ภาพเมือง ที่มีตึกสูง เพื่อแสดงถึงสังคมเมือง ประกอบกับการออกแบบภาพกราฟฟิกที่นำไอคอน (Icon) ของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้วิจัยได้นำข้อมูลในด้านพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง มาใช้ในการออกแบบกราฟฟิก ทั้งในด้านของสี ที่แสดงถึงสื่อสังคมออนไลน์แต่ละชนิด ออกแบบไอคอนให้มีขนาดต่างกันตามปริมาณในการใช้งานของกลุ่มคนในแต่ละเจนอเรชั่น และนำไปประกอบกับภาพถ่ายบุคคลด้วยเทคนิคการซ้อนภาพ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำชิ้นงานทั้งหมดไปติดตั้ง จัดวางในพื้นที่จัดแสดง ณ หอศิลป์ G23 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ตามโครงสร้างการจัดวางเชิงทัศนศิลป์ที่ได้กำหนดไว้

5.5 วัสดุในการสร้างสรรค์

ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจพื้นที่ ที่ใช้ในการจัดแสดง ทั้ง

ความกว้างและความยาวของพื้นที่ โดยได้ข้อสรุปจากการวัดขนาดของพื้นที่อยู่ที่ 5x8 เมตร ซึ่งมีความกว้างเพียงพอต่อการวางผลงานศิลปะการจัดวาง ทั้งหมด 8 ภาพ ในรูปแบบสมมาตร และมีความลึกจากระยะการฉายภาพเคลื่อนไหวสื่อดิจิทัล อยู่ที่ 5 เมตร ซึ่งเพียงพอต่อการฉายภาพจากเครื่องฉาย และมีระยะที่ไกลพอที่ผู้ชมจะสามารถมองเห็นชิ้นงานศิลปะที่ถูกจัดวางและภาพเคลื่อนไหวที่ถูกฉายลงบนชิ้นงาน ผู้วิจัยเลือกใช้วัสดุกระดาษชนิดดำน ในการอัดขยายภาพขนาด 40x30 นิ้ว เนื่องจากผู้วิจัยได้ประชุมกับผู้ร่วมวิจัย และจากการสำรวจพื้นที่ในการจัดแสดง พบว่า พื้นที่ในการจัดแสดงมีความกว้างพอสมควร ซึ่งชิ้นงานจะต้องเห็นได้ชัดจากระยะไกล และผู้ชมสามารถเห็นรายละเอียดของกราฟฟิคดีไซน์ที่อยู่บนชิ้นงาน และผู้วิจัยได้นำผลงานภาพถ่ายบุคคลผสมภาพกราฟฟิคไปประกอบกับกรอบไม้แบบไร้ขอบ เพื่อให้ผลงานมีความคงทน แข็งแรง ง่ายต่อการขนย้าย และกระดาษชนิดดำจะเป็นวัสดุที่สามารถเป็นฉากรับแสง สี จากเครื่องฉายภาพ โดยไม่เกิดการสะท้อนมากเกินไป รวมถึงการสร้างชิ้นงานให้มีพื้นหลังสีขาว เพื่อสร้างให้ชิ้นงานเป็นฉากรับภาพที่ถูกฉายลงไปได้เป็นอย่างดี

6. กระบวนการสร้างสรรค์

ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะการจัดวางในรูปแบบของผู้วิจัย โดยแบ่งกระบวนการสร้างสรรค์ออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

6.1 ส่วนการสร้างชิ้นงาน เป็นการจัดทำชิ้นงานภาพถ่ายดิจิทัล กราฟฟิคดีไซน์ ภาพกราฟฟิคเคลื่อนไหว และเสียงสัมภาษณ์

การสร้างองค์ประกอบของชิ้นงานสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางในช่วงที่ 1 ของผู้วิจัยนี้ เป็นการนำผลจากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม ที่เกี่ยวกับ อัตลักษณ์ของบุคคลใน เจเนอเรชั่นต่าง ๆ และจุดร่วมของพฤติกรรมที่เข้าข่ายเป็นบุคคลในกลุ่มเจเนอเรชันซี มาสร้างสรรค์เป็นผลงานศิลปะในรูปแบบของผู้วิจัยเอง โดยมีกระบวนการดังนี้

6.1.1 ขั้นตอนการสร้างศิลปะภาพถ่ายบุคคลด้วยแสงประดิษฐ์ (Portrait)

ผู้วิจัยใช้การถ่ายภาพบุคคลด้วยแสงประดิษฐ์ เพื่อสื่อสารถึงความเป็นตัวตนของบุคคล ตามเจเนอเรชั่นต่าง ๆ โดยให้กลุ่มตัวอย่างที่สมัครใจในการเข้าร่วมการแสดงผลงาน โดยที่ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการเชิญชวนบุคคลต่าง ๆ จากคนรู้จักสนิทสนม เข้าใจและเห็นพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการติดต่อสื่อสารที่มีอัตลักษณ์ชัดเจนตามลักษณะเฉพาะของกลุ่มบุคคลแต่ละเจเนอเรชั่นเปรียบเสมือนตัวแทนอัตลักษณ์ของกลุ่มบุคคลในแต่ละช่วง

วัยที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้ว

ผู้วิจัยใช้แสงประดิษฐ์ในสตูดิโอในรูปแบบ “Split Lighting” กล่าวคือ การสร้างแสงให้เกิดส่วนสว่างและมืดในอัตราส่วนที่เท่า ๆ กัน บนใบหน้าของตัวบุคคล โดยการวางทิศทางแสงให้อยู่ในจุดที่ทำมุม 90 องศา จากด้านหน้าของตัวบุคคล ผลที่ได้คือ จะเกิดส่วนที่แสดงให้เห็นอัตลักษณ์ของตัวบุคคล เช่น ใบหน้า แววดตา อากัปกิริยา และส่วนที่มืด เพื่อใช้ในการซ้อนภาพแบบ Double Exposure ต่อไป



ภาพที่ 2 ภาพถ่ายบุคคลในเจเนอเรชั่นต่าง ๆ

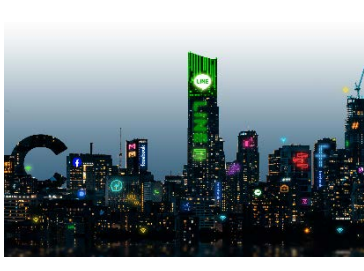
ที่มา: ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย อธิป เตชะพงศธร

ผู้วิจัยเลือกภาพที่สามารถนำไปสร้างสรรค์เป็นชิ้นงานได้ จากภาพถ่ายที่สะท้อนตัวตนของบุคคล และสามารถเป็นภาพตัวแทนของกลุ่มคนในเจเนอเรชั่นนั้น ๆ ผู้วิจัยเลือกภาพที่ต้องการจากสีหน้า แววดตา การสื่อสารด้วย อวัจนภาษาลักษณะท่าทางการใช้โทรศัพท์มือถือที่แสดงถึงตัวตนของบุคคลนั้น ๆ ที่เหมาะสมตามช่วงวัย ในเชิงเทคนิคผู้วิจัยเลือกภาพถ่ายจากภาพที่มีแสงที่เหมาะสม ไม่มืดเกินไป หรือสว่างเกินไป เห็นรายละเอียดของใบหน้าผู้เข้าร่วมการวิจัยได้ชัดเจน โดยคำนึงถึงความคมชัดของดวงตา ซึ่งเป็นจุดสำคัญของการถ่ายภาพบุคคล เนื่องจากผู้ชมจะมองเห็นดวงตาเป็นอย่างแรก ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับความคมชัดของดวงตาในภาพถ่าย

6.1.2 ขั้นตอนการสร้างสกรีนกราฟฟิคดีไซน์ภาพนิ่ง (Graphic)

ผู้วิจัยใช้ผลการวิเคราะห์ สังเคราะห์จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามเจเนอเรชั่นต่าง ๆ ที่สะท้อนถึง อัตลักษณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ และองค์ประกอบด้านศิลปะ (Elements of Art) นำมากำหนดเป็นคำสำคัญ (Key Word) ที่ใช้ในการออกแบบกราฟฟิคภาพนิ่งที่สะท้อนอัตลักษณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของเจเนอเรชั่นต่าง ๆ และใช้ภาพเมืองเป็นสัญลักษณ์ (Sign) เพื่อสื่อความหมายด้านสังคม ชุมชนเมือง เป็นต้น

ตารางที่ 1 การสรุปรายละเอียดสำคัญของแต่ละกลุ่มเจนเนอเรชั่น

กลุ่มเจนเนอเรชั่น	รายละเอียดสำคัญ	ภาพกราฟฟิก
Baby Boomer	พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ต คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ และ เฟสบุ๊ก เน้นการแบ่งปัน หรือแชร์ข้อมูล ข่าวสาร ที่เป็นความปรารถนาดีแก่เพื่อน ครอบครัวญาติพี่น้อง และ บุคคลอื่น ๆ ชอบการแสดงความคิดเห็น และกดขึ้นชอบ เน้นการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ในสื่อสังคมออนไลน์	
Generation X	พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ต คือ การติดต่อเพื่อการทำงาน และ ผ่อนคลาย ใช้แอปพลิเคชันไลน์ ในการติดต่อ พูดคุย และสื่อสารกับเพื่อน ครอบครัว เน้นการพูดคุย และ ตอบโต้ผ่านกล่องข้อความสนทนา รวมทั้งการซื้อสินค้าออนไลน์	
Generation Y	พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ต เพื่อการติดตามข้อมูลข่าวสารในเรื่องที่ตนเองสนใจ ผ่าน ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันที่หลากหลาย คือ ไลน์ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ ตลอดจนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการผ่อนคลายหลังจากทำงาน รวมทั้งการพูดคุยหาเพื่อนใหม่ๆ ผ่านแอปพลิเคชันหาเพื่อน	
Generation Z	พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ต เพื่อใช้สื่อออนไลน์เพื่อติดตามเรื่องราวที่สนใจเฉพาะกลุ่ม เฉพาะตัวมาก ๆ ไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ในสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ชอบกดขึ้นชอบ หรือกดแบ่งปัน ชอบใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ อินสตาแกรม สำหรับการลงรูปภาพสวยๆ นำเสนอการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่ดูดี และทวิตเตอร์ สำหรับการติดตามข่าวสาร และเรื่องราวที่สนใจเป็นพิเศษ เพื่อไม่ให้ตนเองตกข่าว หรือได้รับข่าวสารล่าช้า ไม่ทันต่อเหตุการณ์	

6.1.3 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ภาพแบบ

Double Exposure

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการทำภาพซ้อนแบบ Double Exposure โดยการนำภาพทั้ง 2 ภาพ คือ ภาพถ่ายบุคคล และภาพกราฟฟิกมาซ้อนกันในโปรแกรม Adobe Photoshop โดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1). การปรับแต่งสี แสง ภาพถ่ายบุคคล - ผู้วิจัยเริ่มต้นการจากเตรียมภาพบุคคล ด้วยการปรับแต่งสีให้เป็น

ภาพขาว-ดำ ปรับพื้นหลังของภาพถ่ายบุคคลให้เป็นสีขาว เพื่อให้ภาพบุคคลโดดเด่น และเน้นให้กราฟฟิกที่นำมาซ้อนโดดเด่นขึ้นเช่นกัน

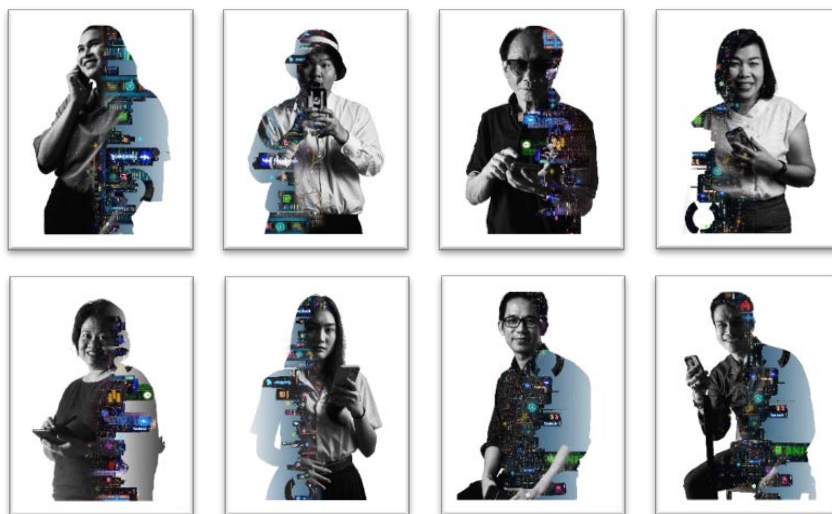
2). การนำกราฟฟิกภาพหนึ่ง นำมาซ้อนกัน ด้วยการใช้คำสั่ง Lighten ใน Blend Mode เพื่อให้เกิดภาพซ้อนในส่วนมืดตามที่คุณวิจัยต้องการ โดยที่ภาพกราฟฟิกแต่ละสัญลักษณ์ที่คุณวิจัยเลือกใช้นั้น เป็นการนำสัญลักษณ์ของแอปพลิเคชันที่กลุ่มบุคคลในเจนเนอเรชั่นต่าง ๆ ใช้งานเป็นหลัก

รวมทั้งสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมของแต่ละกลุ่มวัย ตามที่ผู้วิจัยได้เก็บและรวบรวมข้อมูลมา นอกจากนี้ผู้วิจัยได้แนวความคิดของรูปภาพตึกยามค่ำคืนมาใช้ในการออกแบบกราฟฟิก เนื่องจากผู้วิจัยมีมุมมอง คือ พฤติกรรมของกลุ่มบุคคลในเจนเนอเรชั่นซี คือตัวแทนของกลุ่มคนเมือง ที่นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารด้วยความรวดเร็ว ว่องไว ทันต่อเหตุการณ์และเวลาที่หมุนเวียนอย่างไม่หยุดนิ่งเช่นเดียวกับแสงไฟในเมืองใหญ่ ยามค่ำคืนที่ไม่มีวันหมดลง



ภาพที่ 3 ภาพการซ้อนภาพถ่ายบุคคลและภาพกราฟฟิก
ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย อธิป เตชะพงศธร

ผู้วิจัยจัดสร้างชิ้นงานด้วยการอัดขยายภาพสำเร็จลงบนกระดาษด้วยขนาด 30 x 40 นิ้ว และนำมาใส่กรอบไม้แบบไร้ขอบ เพื่อให้ชิ้นงานมีสภาพคงทนในการจัดแสดงผลงานและเหมาะสม มีความสัมพันธ์กับขนาดพื้นที่ที่ใช้ในการจัดแสดง ผู้ชมสามารถมองเห็นได้ในระยะไกล ซึ่งมีขนาดพื้นที่ 8 X 5 เมตร



ภาพที่ 4 ภาพชิ้นงานสำเร็จอัดขยายขนาด 30 x 40 นิ้ว
ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย อธิป เตชะพงศธร

6.1.4 ขั้นตอนการสร้างสรรค์กราฟฟิกภาพเคลื่อนไหว (Motion Graphic)

ผู้วิจัยนำข้อมูลวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในเชิงองค์ประกอบทางศิลปะ เช่น เส้น สี รูปร่าง รูปทรง มาใช้ในการออกแบบกราฟฟิกภาพเคลื่อนไหว โดยจำแนกตามเจนเนอเรชั่นมาใช้ในการสร้างสรรค์กราฟฟิกภาพเคลื่อนไหว จากการวิเคราะห์ สรุปได้ดังนี้

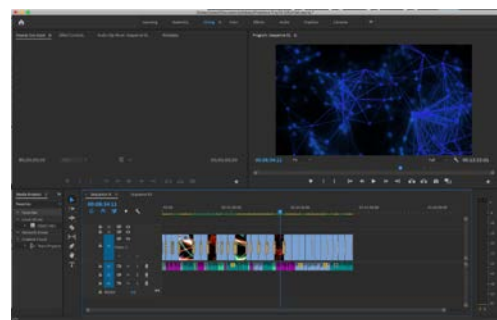
ตารางที่ 2 การสรุปองค์ประกอบศิลป์ และกราฟฟิกภาพเคลื่อนไหว ตามกลุ่มเจนเนอเรชั่น

เจนเนอเรชั่น	องค์ประกอบศิลป์	ภาพกราฟฟิกเคลื่อนไหว
Baby Boomer	สีสัน เน้น สีม่วงและน้ำเงิน เส้น และ ลวดลาย เป็นเส้นตรง และ การ โยงใยเครือข่ายต่าง ๆ	ภาพเคลื่อนไหว เน้นสีและเส้นที่เคลื่อนไหว เป็นเส้นตรง (ขึ้น-ลง) โดยเน้นไปที่สีม่วง และ น้ำเงิน เป็นหลัก จังหวะการเคลื่อนไหว ของสี เส้น จะไม่รวดเร็วมาก
Generation X	สีสัน เน้น สีเขียว สีฟ้า และสีน้ำเงิน เส้น และ ลวดลาย เป็นเส้นโค้งหลายๆเส้น ซ้อนทับกัน	ภาพเคลื่อนไหว เน้นสีเขียวไล่สีมาทางสีฟ้า โดยเน้นการวิ่งทับกันของเส้นเรืองแสงต่าง ๆ โดยเฉพาะเส้นโค้งหลาย ๆ เส้น
Generation Y	สีสัน เน้นสีฟ้า และ สีส้ม เส้น และ ลวดลาย เป็นเส้นตรง และ เส้นโค้ง เล็กน้อย ซ้อนทับกัน	ภาพเคลื่อนไหว เน้นสีฟ้า (เฟสบุ๊ค ทวิต เตอร์) และสีส้ม (แอปพลิเคชั่น หาเพื่อน ค่าคู่) การเคลื่อนที่ของเส้นแสง ที่ซ้อนทับ กันทั้งสีฟ้า และ สีส้ม เน้นการเคลื่อนไหว ที่รวดเร็ว
Generation Z	สีสัน เน้น สีฟ้า และ สีน้ำเงิน เส้น และ ลวดลายจะเป็นจุด จุดเล็ก ๆ กระจัดกระจายและมารวมกันเป็นผืนสีน้ำเงิน ขนาดใหญ่	ภาพเคลื่อนไหว เน้นสีฟ้า และ สีน้ำเงิน การ เคลื่อนที่เป็นจุดเล็ก ๆ ค่อย ๆ เคลื่อนไหว จนกลายเป็นภาพสีฟ้าขนาดใหญ่ สื่อถึง การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการติดตาม เฉพาะเรื่องราวของบุคคลกลุ่มนี้

6.1.5 ขั้นตอนการสร้างสรรค์คลิปเสียง สัมภาษณ์ (Interview Voice)

ผู้วิจัยได้บันทึกเสียงสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการวิจัย โดยนำเรื่องเล่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และปัญหาที่พบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน โดยบุคคลจากกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มเบบี้ บูมเมอร์ ให้ทัศนคติว่า มักจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในลักษณะของการติดตามข่าวสารสำคัญ หรือเรื่องราวที่กำลังเป็นกระแสสังคม โดยมุ่งไปที่การรับสารจากการแชร์ข้อมูลต่อ ๆ กัน จากกลุ่มคนรู้จัก โดยส่วนใหญ่จะใช้แอปพลิเคชันไลน์เป็นหลัก ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ ให้ทัศนคติว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นการใช้เพื่อแสดงตัวตนและติดตามเรื่องราวของคนรอบตัว เช่นกลุ่มเพื่อนในที่ทำงาน หรือครอบครัว และมักจะใช้เฟสบุ๊ค เป็นหลักในการสื่อสาร เพื่อจุดประสงค์ในนำเสนอเรื่องราวการทำงานมากกว่าการสื่อสารเรื่องส่วนตัว ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ที่ให้ทัศนคติว่าคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายรูปแบบ ผสมผสานกันทั้งในเรื่องของการเชื่อมต่อกับบุคคลอื่นในด้านการทำงาน และชีวิตส่วนตัว พร้อมทั้งจะเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ และกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซต

ได้ให้ทัศนคติโดยสรุปว่าคนในกลุ่มนี้ มองการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ส่วนตัว ในการนำเสนอตัวตนและความคิด มักไม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเชิงการทำงาน หรือการเปิดเผยความเป็นส่วนตัวบนโลกสังคมออนไลน์มากนัก ผู้วิจัยนำข้อความเสียงที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาคัดเลือก และร้อยเรียงต่อกันเป็นชิ้นงานที่สื่อสารด้วยเสียง ผู้วิจัยตัดต่อเสียงสัมภาษณ์เข้ากับกราฟฟิกภาพเคลื่อนไหว ด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro ให้มีลักษณะที่สอดคล้องกันตามจังหวะการพูด น้ำเสียง เป็นต้น



ภาพที่ 5 ภาพการตัดต่อเสียงสัมภาษณ์และกราฟฟิกภาพเคลื่อนไหวในโปรแกรม Adobe Premiere Pro
ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย อธิป เตชะพงศธร

6.2 ส่วนการจัดวางชิ้นงานและการจัดแสดงผลงาน

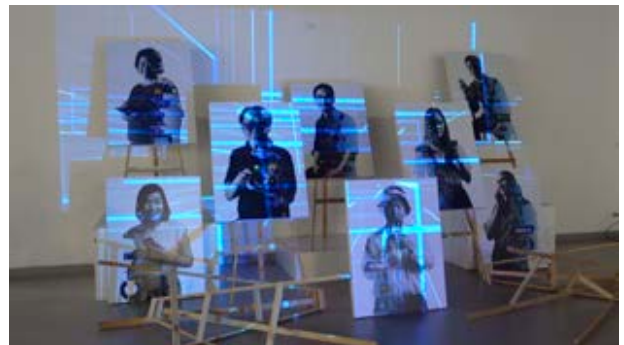
การสร้างสรรคผลงานในช่วงที่ 2 นี้ เป็นการนำเอาผลงานหรือชิ้นงานในช่วงที่ 1 มากจัดวางตามรูปแบบของผู้วิจัยในลักษณะสมมาตร ไล่ระดับ ผสมผสานกับวัสดุอื่นๆ เช่นฐานไม้ และขาตั้งรูป บนพื้นที่ที่ได้กำหนดไว้ โดยมุ่งให้เกิดการรับรู้ของผู้ชม ซึ่งการสร้างสรรคผลงานในช่วงที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้จัดแสดงสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางในแกลเลอรี G23 อาคารนวัตกรรม: ศาสตราจารย์ ดร.สาโรช บัวศรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นเวลา 15 วัน โดยการใช้รูปแบบการนำเสนอด้วยภาพถ่ายบุคคล ผสมผสานกับกราฟฟิกภาพ ด้วยวิธีการสร้างสรรคภาพซ้อนแบบ Double Exposure อัดขยายภาพและใส่กรอบไม้แบบไร้ขอบ ด้วยขนาด 40 x 30 นิ้ว เพื่อให้เห็นได้ชัดเจนในระยะไกล และเห็นรายละเอียดได้ดีในระยะใกล้ จัดวางไล่ระดับ และให้ด้านซ้ายและด้านขวามีความสมมาตรตามรูปแบบทัศนศิลป์ ลำดับต่อมาเป็นการใช้กราฟฟิกภาพเคลื่อนไหว ฉายลงบนผลงานด้วยเครื่องฉาย Projector ลงบนผลงานศิลปะ

การจัดวาง พร้อมทั้งเสียงสัมภาษณ์ของกลุ่มประชากรตัวอย่างตลอดการจัดแสดง จากนั้นผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวิจัยประเภทแบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลแบบสุ่มอย่างง่าย จากผู้ชมผลงานสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางนี้ เพื่อประเมินผลการรับรู้ทางทัศนศิลป์ของผู้ชมต่อผลงานศิลปะการจัดวางที่สะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี เป็นจำนวน 100 คน

จากการติดตั้งและจัดวางผลงานสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางบนพื้นที่ ณ หอศิลป์ แกลเลอรี G23 อาคารนวัตกรรม : ศาสตราจารย์ ดร.สาโรช บัวศรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปรากฏผลงานดังนี้

6.2.1 ผลงานสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางที่สะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี

ภาพถ่ายบุคคลผสมกราฟฟิกอัดขยาย ขนาด 30x40 นิ้ว, กราฟฟิกภาพเคลื่อนไหว ประกอบเสียงสัมภาษณ์บรรยายบนพื้นที่ขนาด 5x8 เมตร



ภาพที่ 6 ภาพแสดงการจัดแสดงผลงานสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวาง
ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย อธิป เตชะพงศธร

6.2.2 แนวความคิด (Concept)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ ผลงานสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางที่สะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี โดยมุ่งเน้นที่จะสร้างสรรค์ผลงานเพื่อสะท้อนให้เห็นจุดร่วมของพฤติกรรมในเจนเอเรชั่นต่าง ๆ ที่ยังคงใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันในสังคม สามารถเข้าถึง เรียนรู้ เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ได้หลายชนิด และกลุ่มบุคคลในแต่ละเจนเอเรชั่นต่างเชื่อมถึงกันด้วยพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยได้แนวคิดจากการสังเกตพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมออนไลน์จากผู้ร่วมงานในองค์กร ที่มีอยู่หลากหลายช่วงอายุ หลากหลายเจนเอเรชั่น และจากการทำงานร่วมกันในองค์กรที่หลายครั้งจำเป็นต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ โดยที่บุคคลในแต่ละเจนเอเรชั่นมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน รวมถึงความระมัดระวังในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก็มีความแตกต่างกันด้วย ดังนั้นผู้วิจัยต้องการสื่อสารถึงอัตลักษณ์ร่วมที่มีในแต่ละช่วงวัย และมุ่งเน้นให้เกิดการรับรู้และเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มบุคคลในแต่ละเจนเอเรชั่น ผ่านการสื่อสารด้วยสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวาง โดยผู้วิจัยมีการนำเอกลักษณ์ที่หลากหลายทางศิลปะ มาสร้างเป็นผลงานที่มีความสัมพันธ์ระหว่างวัสดุ และพื้นที่ โดยที่ผู้วิจัยนำเอาเทคนิคการนำเสนอในรูปแบบสื่อดิจิทัลเข้ามามีส่วนช่วยในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์และสร้างการรับรู้ผ่านการดู และการฟัง ด้วยการขยายขอบเขตการสร้างผลงานศิลปะด้วยการใช้สื่อสมัยใหม่ มาทำงานร่วมกัน เช่น วีดิโอ ภาพถ่าย การฉายภาพ กราฟฟิก แสง สี เสียง เข้ามาประกอบกันเป็นผลงานศิลปะสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวาง

6.2.3 วัสดุและโครงสร้างของผลงาน

ผู้วิจัยเลือกใช้วัสดุที่เป็นกระดาษชนิดด้าน ในการอัดขนาดรูปภาพบุคคลจำนวน 8 ภาพ ในการอัดขยายภาพให้มีขนาด 40 x 30 นิ้ว เพื่อให้เห็นเด่นชัดในระยะไกล และเห็นรายละเอียดได้ดีในระยะใกล้ บนพื้นที่การจัดแสดงขนาด 5 x 8 เมตร การเลือกใช้กระดาษชนิดด้าน เพราะผู้วิจัยไม่ต้องการให้เกิดแสงสะท้อน เมื่อฉายกราฟฟิภาพเคลื่อนไหวลงบนภาพผลงาน และผู้วิจัยเลือกใช้กรอบไม้แบบไร้ขอบ เพื่อให้ผลงานมีความคงทน จัดวางได้อย่างมั่นคง ง่ายต่อการขนย้าย โดยมีโครงสร้างการจัดวางตามหลักองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ในรูปแบบสมมาตร โดยอาศัยชาติตั้งรูปในการจัดวางตามตำแหน่ง รวมถึงการนำเสนอผลงานให้มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ที่จัดแสดง ด้วยการจัดวางชิ้นงานให้มีระยะใกล้ ไกล สูง ต่ำ ลดหลั่นกันอย่างสมมาตร มีช่องว่างของพื้นที่ให้ผู้เข้าชมสามารถเข้ามามีส่วนร่วมร่วมกับชิ้นงานศิลปะได้

และผู้ชมสามารถเข้าชมศิลปะการจัดวางตามโครงสร้างนี้ได้อย่างใกล้ชิด ประกอบกับการใช้ แสง สี เสียง และภาพกราฟฟิเคลื่อนไหวในการนำเสนอ

6.2.4 กระบวนการสร้างสรรค์

ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมการวิจัย และนำข้อมูลจากบทสัมภาษณ์มาดัดแปลงเป็นองค์ประกอบทางศิลปะ อาทิเช่น เส้น สี รูปร่าง รูปทรง เป็นต้น เพื่อใช้ในการสื่อสารความหมาย และประกอบกับภาพถ่ายบุคคล และกราฟฟิภาพนิ่งที่ผสมผสานกันด้วยเทคนิคการซ้อนภาพแบบ Double Exposure ที่สื่อสารความหมายด้วยสัญลักษณ์ทางภาพและจัดวางตามลำดับ ผู้วิจัยเริ่มจากการสำรวจขนาดของพื้นที่ที่ใช้ในการจัดแสดง ทั้งความกว้าง ความยาว และความสูงของพื้นที่ เพื่อนำมาคำนวณหาขนาด และจำนวนที่เหมาะสมของชิ้นงาน ผู้วิจัยได้ข้อสรุปในการวางแผนการสร้างชิ้นงาน คือ ชิ้นงาน ต้องมีขนาดประมาณ 30 x 40 นิ้ว และมีจำนวน 8 ชิ้น จึงจะพอดีกับขนาดพื้นที่ หลังจากนั้นผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้ มาสร้างสรรค์เป็นชิ้นงานสื่อภาพเคลื่อนไหว ที่ประกอบด้วยแสง สี รูปร่าง และรูปทรง ส่วนกลุ่มประชากรตัวอย่างที่เข้าร่วมในการแสดงผลงานจะถูกถ่ายภาพตามลักษณะเฉพาะบุคคล เช่น ลักษณะท่าทางในการใช้เครื่องมือสื่อสาร วิธีการจับถือ อากัปกริยาที่เป็นตัวตนของผู้ร่วมการวิจัย เป็นต้น โดยการสร้างสรรค์ภาพถ่ายบุคคลด้วยแสงประดิษฐ์ ที่มีการจัดแสงให้อยู่ในลักษณะที่เกิดเงามืด 50 % ของตัวบุคคล เพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ภาพกราฟฟิในขั้นตอนต่อไป หลังจากนั้นผู้วิจัยสร้างสรรค์กราฟฟิภาพนิ่งที่บ่งบอกถึงสังคมเมือง และอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มคนในแต่ละเจนเอเรชั่นด้วยการใช้ภาพเมือง ที่มีตึกสูง เพื่อแสดงถึงสังคมเมือง ประกอบกับการออกแบบภาพกราฟฟิที่นำไอคอน (Icon) ของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้วิจัยได้ข้อมูลในด้านพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง มาใช้ในการออกแบบกราฟฟิ ทั้งในด้านของสี ที่แสดงถึงสื่อสังคมออนไลน์แต่ละชนิด ออกแบบไอคอน ให้มีขนาดต่างกันตามปริมาณในการใช้งานของกลุ่มคนในแต่ละเจนเอเรชั่น และนำไปประกอบกับภาพถ่ายบุคคลด้วยเทคนิคการซ้อนภาพ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำชิ้นงานทั้งหมดไปติดตั้ง จัดวางในพื้นที่จัดแสดง ณ หอศิลป์ G23 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ตามโครงสร้างการจัดวางเชิงทัศนศิลป์ตามที่ได้กำหนดไว้

6.2.5 สรุปผลการจัดแสดงผลงานสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวาง

ผู้วิจัยนำผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้นจากข้อมูลที่ถูกวิเคราะห์เรียบร้อยแล้ว นำไปจัดแสดงในนิทรรศการศิลปะและเก็บ

ข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้จากกลุ่มคนที่ร่วมชมการแสดง ผลงานนิทรรศการแสดงผลงานสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสม ศิลปะจัดวางโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย จำนวน 100 คน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มคนที่ร่วมชมงานนิทรรศการแสดงผลงานสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสม ศิลปะจัดวางโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย จำนวน 100 คน พบว่า ผู้เข้าชมผลงานส่วนใหญ่อยู่ในช่วงของอายุ 18 – 37 ปี ร้อยละ 49 ของจำนวนผู้เข้าชมทั้งหมด มีจำนวนเพศชายและเพศหญิงไม่ต่างกันมาก มีจำนวนผู้เข้าชมคิดว่าตนเองอยู่ในกลุ่มเจนเอเรชั่นวายมากที่สุด คือ ร้อยละ 51 นอกจากนี้ผู้ชมที่เข้ามาชมผลงานนี้มีทั้งรู้จัก และ ไม่รู้จัก คำว่า เจเนอเรชั่นซี ในจำนวนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 50 รวมทั้งผู้วิจัยได้สำรวจการใช้สื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต เพื่อตรวจสอบว่าผู้เข้าชมงานนั้นมีคุณลักษณะ หรือ อัตลักษณ์ของกลุ่มคนในเจนเอเรชั่นซี ในเบื้องต้นมากนักน้อยเพียงใด ซึ่งผู้เข้าชมงานส่วนใหญ่ ใช้สื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต ประมาณ 7 ชั่วโมงต่อวัน ร้อยละ 26, 10 ชั่วโมงต่อวัน ร้อยละ 22 และ 9 ชั่วโมงต่อวัน ร้อยละ 19 ตามลำดับ และแอปพลิเคชันของสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้มากที่สุด คือ เฟสบุ๊ค ร้อยละ 51, ไลน์ ร้อยละ 22 และ อินสตาแกรม ร้อยละ 11 ตามลำดับ โดยสรุปจากผลการวิเคราะห์ พบว่า เจเนอเรชั่นวาย ซึ่งมีจำนวนครึ่งหนึ่งที่ไม่เคยรู้จักคำว่าเจนเอเรชั่นซี แต่มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเชื่อมต่อและสื่อสาร ส่วนใหญ่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ตประมาณ 7 ชั่วโมงต่อวัน โดยนิยมใช้เฟสบุ๊คแอปพลิเคชันในการเชื่อมต่อสังคมออนไลน์มากที่สุด

จากการวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถาม ความคิดเห็นจากการเข้าชมนำเสนอผลงานสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสม ศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของความเหมาะสมต่อการนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นซีเห็นด้วยมากที่สุด คือ 4.29 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยรวม คือ 0.60 นอกจากนี้ ประเด็นความเหมาะสมต่อการนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นซี ที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การนำเสนอ เสียง จากบทสัมภาษณ์ สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของเจนเอเรชั่นซี ได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.6 รวมทั้ง การใช้ แสง สี ของมัลติมีเดีย สามารถนำเสนอถึงเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสาร ที่เกิดขึ้นกับเจนเอเรชั่นซี ได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยของระดับความเหมาะสมต่อการนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นซี เท่ากับ ความพึงพอใจในภาพรวมของการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์สื่อ

ดิจิทัลผสม ศิลปะการจัดวางสามารถนำเสนออัตลักษณ์ของ เจเนอเรชั่นซี คือ 4.5

ผลการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าเพื่อสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสม ศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ผู้วิจัยได้ศึกษาในด้านทฤษฎี และได้สัมภาษณ์เพิ่มเติมด้วยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่างแบบกลุ่ม เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเพื่อประกอบการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสม ศิลปะการจัดวาง ตามขั้นตอนอย่างเป็นระบบ และได้แก้ไขปรับเปลี่ยนการดำเนินงานไปตามสถานการณ์อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและทำให้สื่อดิจิทัลผสม ศิลปะการจัดวางมีความสมบูรณ์มากที่สุดนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์รูปแบบ คุณลักษณะของศิลปะการจัดวาง สรุปได้ว่า ศิลปะการจัดวางที่ผสมผสานกับการใช้สื่อดิจิทัล เช่น วีดิโอ ภาพถ่าย แสง สี เสียง และกราฟฟิกที่มีการเคลื่อนไหว สามารถสื่อสารกับประสาทสัมผัสการรับรู้ต่อสิ่งเร้าของมนุษย์ ได้ทั้งทางการมองเห็น การได้ยิน ผู้ชมสามารถรับรู้ได้ในแบบสามมิติ ซึ่งสามารถทำให้ผู้ชมมีปฏิสัมพันธ์กับงานศิลปะสร้างสรรค์ได้ทั้งในระยะใกล้และไกล รับรู้ทั้งในด้านข้อมูลและอารมณ์ผ่านแสง สี และเสียงไปพร้อมกัน อีกทั้งการใช้ลักษณะการเคลื่อนไหวของกราฟฟิก แสงสี ที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา สามารถเรียกร้องความสนใจของผู้ชมงานนิทรรศการที่เดินผ่านไปมา ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับทฤษฎีการมองเห็นของมนุษย์ ที่มนุษย์มักจะมองสิ่งที่เคลื่อนไหวมากกว่าภาพที่หยุดนิ่ง กล่าวโดยสรุปแล้วผู้ชมสามารถรับรู้ความหมายที่ผู้วิจัยต้องการสื่อสารผ่านผลงาน ผ่านความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุและสิ่งแวดล้อม

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่ม เจเนอเรชั่นซี พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยกลุ่มคนในแต่ละเจนเอเรชั่นนั้นจะมีจุดประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกันไป มีการเรียนรู้การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร ทั้งในลักษณะทางการ และไม่ทางการ ใช้หาข้อมูลข่าวสาร และเป็นแหล่งความบันเทิง โดยที่ในแต่ละเจนเอเรชั่นจะใช้เวลาในโลกสังคมออนไลน์แตกต่างกันไป เจเนอเรชั่นเบบี้ บูมเมอร์ จะใช้เวลากับสื่อสังคมออนไลน์น้อยที่สุดในขณะที่ เจเนอเรชั่นวาย จะใช้เวลามากที่สุด สิ่งที่น่าสนใจคือ ในแต่ละเจนเอเรชั่นมีพฤติกรรมที่ชื่นชอบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ต่างชนิดกัน กลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ มักจะใช้ไลน์ เป็นแอปพลิเคชันหลักในการติดต่อสื่อสาร กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ จะใช้ ไลน์ และ

เฟสบุ๊ค ในการติดต่อสื่อสารในการทำงานแบบทางการเป็นหลัก กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย ทั้ง โลก เฟสบุ๊ค และอินสตาแกรม เป็นหลักในการสื่อสาร และสร้างกลุ่มสังคม ทั้งในรูปแบบทางการและไม่เป็นทางการ และกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด มักจะใช้ทวิตเตอร์ในการสื่อสาร และสร้างสรรค์เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก ในรูปแบบไม่เป็นทางการ โดยเจนเอเรชั่นทั้งหมดมีอัตลักษณ์ในเชิงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ร่วมกัน คือ การสื่อสาร การสร้างสังคม การสร้างสรรค์ และการใช้อินเตอร์เน็ตจัดการชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มคนในเจนเอเรชั่นซี ที่มาจาก Generation Connectedness (พัลลภา ปิตินันต์, 2560)

3. ผลการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัย มาสร้างสรรคผลงานศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ตามแนวความคิดของผู้วิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปะการจัดวาง และศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มคนในแต่ละเจนเอเรชั่น จากนั้นจึงนำผลการศึกษาวิเคราะห์มาสร้างสรรค์เป็นผลงานศิลปะจัดวางตามแนวทางของผู้วิจัย การสร้างสรรค์ผลงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนการสร้างชิ้นงานที่มาจากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม นำมาสร้างสรรค์เป็นชิ้นงานภาพถ่ายดิจิทัล กราฟฟิกดีไซน์ ภาพกราฟฟิกเคลื่อนไหว และเสียงสัมภาษณ์ แบ่งเป็นภาพถ่ายดิจิทัลที่อัดขยายภาพให้มีขนาด 30x40 นิ้ว จำนวน 8 ชิ้นงาน และวิดีโอภาพเคลื่อนไหวประกอบเสียง จำนวน 1 ชิ้นงาน และส่วนที่สอง คือ เป็นส่วนของการติดตั้ง จัดวางชิ้นงาน วัสดุอุปกรณ์ ลงบนพื้นที่ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคการจัดวางในลักษณะแบบสมมาตรเชิงทัศนศิลป์ ประกอบกับการใช้สื่อดิจิทัลมัลติมีเดีย แสง สี ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ด้วยอุปกรณ์เครื่องฉายภาพ

ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลการรับรู้ของผู้ชมต่อผลงานศิลปะการจัดวาง จากการจัดแสดงผลงานเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2563 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2563 ณ หอศิลป์ แกลอรี่ G23 อาคารนวัตกรรม ดร.สาโรช บัวศรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยประเมินผลการรับรู้จากผู้ชม จำนวน 100 คน จากผลการประเมินปรากฏว่าผู้ชมสามารถรับรู้ถึงเรื่องราวเนื้อหาเกี่ยวกับ อัตลักษณ์เชิงพฤติกรรมของกลุ่มคนในแต่ละเจนเอเรชั่นในด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จากการรับชมผลงานศิลปะการจัดวางของผู้วิจัยได้เป็นอย่างดี จากการวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถาม ความคิดเห็นจากการเข้าชมการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่น

ซี พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของความเหมาะสมต่อการนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นซีเห็นด้วยมากที่สุด คือ 4.29 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยรวม คือ 0.60

นอกจากนี้ ประเด็นความเหมาะสมต่อการนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นซี ที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การนำเสนอ เสียง จากบทสัมภาษณ์ สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของเจนเอเรชั่นซี ได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.6 รวมทั้ง การใช้ แสง สี ของมัลติมีเดีย สามารถนำเสนอถึงเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสาร ที่เกิดขึ้นกับเจนเอเรชั่นซี ได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยของระดับความเหมาะสมต่อการนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มคนเจนเอเรชั่นซี เท่ากับความพึงพอใจในภาพรวมของการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางสามารถนำเสนอ อัตลักษณ์ของเจนเอเรชั่นซี คือ 4.5

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี นั้น ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า ผลงานศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี เป็นการนำเอา อัตลักษณ์ทางพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มคนในแต่ละเจนเอเรชั่น มาสร้างสรรค์เป็นผลงานในรูปแบบของผู้วิจัยโดยผลงานศิลปะถูกจัดวางลงบนพื้นที่ภายในหอศิลป์ที่มีการกำหนดขอบเขตชัดเจน ด้วยการประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัลภาพเคลื่อนไหว กราฟฟิก และเสียง เข้ามามีส่วนช่วยในการสื่อสารความหมาย และเป็นส่วนหนึ่งในงานศิลปะการจัดวาง เพื่อสะท้อนเนื้อหาและแนวคิดของผู้วิจัย สอดคล้องกับที่ ชลธิชา ราศรี (2553 :85) ได้กล่าวถึงศิลปะการจัดวางว่า ศิลปะจัดวาง เป็นงานที่ประสมประสานวัสดุหลากหลายเข้าด้วยกันได้แก่วสดุตามธรรมชาติที่พบเห็นทั่วไปที่มีความพิเศษ สามารถสื่อ ปลุกเร้าความสนใจ ตอบสนองความคิด เข้ากับสื่อสมัยใหม่ อาทิ วิดีโอ เสียง การแสดง หรือการจำลองสภาวะเหมือนจริง

ผลงานศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี สร้างสรรค์ขึ้นจากการผสมผสานเทคนิคทางศิลปะหลายแขนง เพื่อตอบสนองแนวคิด เนื้อหา และสร้างการรับรู้ของผู้ชมที่แตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ ด้วยเทคนิคการสื่อสารที่เน้นไปในการสื่อสารทางภาพ ด้วยทฤษฎีการสื่อสารผ่านสัญญาณ รวมถึง การใช้ แสง สี เสียง และภาพเคลื่อนไหว ทั้งหมดถูกจัดเรียงให้เกิดมิติ ที่ผู้ชมสามารถรับรู้ได้หลายระยะ ทั้งใกล้ และไกล รับรู้ได้จากการดู และการฟัง เพื่อให้สื่อสารและรับรู้ไปในเชิงจิตวิทยา ซึ่งสอดคล้องกับที่ ประวิทย์ แต่งอักษร (2551 : 70) ได้กล่าว

ว่า องค์ประกอบทางด้านศิลปะที่มีบทบาทในด้านจิตวิทยาของมนุษย์เป็นส่วนที่สำคัญในการสร้างสรรค์งานศิลปะ รวมทั้งประวิทย์ แต่งอักษร ให้นิยามของการใช้สีในภาพยนตร์ไว้ว่า สีเป็นองค์ประกอบที่ทำงานในระดับจิตใต้สำนึกของผู้ชม โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงอารมณ์ (Emotional) และสร้างบรรยากาศ (Atmospheric) มากกว่าจะใช้เพื่อบอกความคิดหรือสื่อความหมายในเชิงสัญลักษณ์เพื่อการตีความโดยตรง นอกจากนี้ผลงานของผู้วิจัย ยังสอดคล้องกับที่ อัมพร ศิลปะเมธากุล (2549 : 20) กล่าวว่า ศิลปะการจัดวาง เป็นงานศิลปะประเภทสามมิติที่นำมาวางเรียงกันในลักษณะต่าง ๆ ตามพื้นที่ว่างทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุและมีเนื้อหาโดยรวมร่วมกัน เทคนิคการจัดวางผลงานศิลปะเน้นไปที่การแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุกับสิ่งแวดล้อม เป็นการนำเอาชิ้นส่วนสิ่งของมาประกอบกันระหว่างวัตถุประเภท 3 มิติ กับ 3 มิติ หรือ 2 มิติ กับ 3 มิติ ในเนื้อหาหนึ่งเดียวผู้ชมสามารถเดินดูงานตามส่วนต่าง ๆ ได้ทั้งหมด คล้ายกับผู้ชมเป็นส่วนหนึ่งกับงานศิลปะ

และจากการประเมินผลการรับรู้ของผู้ชมต่องานสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ระหว่างวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2563 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2563 ณ หอศิลป์ G23 อาคารนวัตกรรม ดร.สาโรช บัวศรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า ผู้ชมสามารถรับรู้ถึงเรื่องราว เนื้อหาเกี่ยวกับ อัตลักษณ์เชิงพฤติกรรมของกลุ่มคนในแต่ละเจนเอเรชั่นในด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มบุคคลในเจนเอเรชั่นซีจากการรับชมผลงานศิลปะการจัดวางของผู้วิจัยได้เป็นอย่างดี

การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการผสมผสานความหลากหลายของสื่อที่เป็นทั้งรูปธรรมและนามธรรม สื่อที่ต้องอาศัยพื้นที่ และวัตถุในการทักตะ และสื่อที่ต้องอาศัยช่วงเวลาในการรับฟังและทำความเข้าใจสามารถนำมาใช้สื่อสารและนำเสนออัตลักษณ์และพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซีได้เป็นอย่างดี การประยุกต์ใช้สื่อใหม่สามารถสร้างเสริมจินตนาการ สื่อสารข้อมูล และอารมณ์ความรู้สึกได้ในเวลาเดียวกัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษากระบวนการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ของผู้วิจัย มีข้อเสนอแนะด้านการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะการจัดวาง เนื่องจากศิลปะการจัดวางเป็นศิลปะที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ และมีความกลมกลืนเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่นั้น ๆ โดยผลงานศิลปะการจัดวางจะต้อง

สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม และนำเสนอในรูปแบบสามมิติ ดังนั้นการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะการจัดวางจึงไม่ใช่เพียงแค่การนำเอาผลงานศิลปะไปจัดแสดงในพื้นที่เพียงอย่างเดียว แต่จะต้องสร้างการรับรู้ของผู้ชมได้ในหลายมิติของการรับรู้ของมนุษย์ และกลมกลืนเป็นส่วนหนึ่งกับพื้นที่ที่จัดแสดง นอกจากนี้การใช้สื่อดิจิทัลเข้ามามีส่วนในการนำเสนอแนวคิดจะสามารถช่วยสร้างการรับรู้ได้มากขึ้นจากการดู และการฟัง ดังนั้นการใช้ภาษาทางภาพจะช่วยให้ผู้ชมเข้าใจแนวคิดของศิลปินมากขึ้น จากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอภาพเคลื่อนไหว เพื่อสร้างสร้างการรับรู้ทางตรงต่อผลงานนั้นด้วย และจากการศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานสื่อดิจิทัลผสมศิลปะการจัดวางเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่มบุคคลในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ของผู้วิจัย ได้พบกับปัญหาซึ่งมีสาเหตุมาจากปัจจัยในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัญหาสภาพพื้นที่ในการติดตั้งเพื่อจัดแสดงผลงาน การติดตั้งผลงานในพื้นที่จัดแสดงผลงาน ผู้สร้างสรรค์ควรเลือกพื้นที่จัดแสดงผลงาน หรือนิทรรศการให้เหมาะสม สอดคล้องกับรูปแบบของผลงาน เพื่อให้ผลงานมีความกลมกลืนกับพื้นที่ และสามารถนำเสนอได้อย่างเต็มรูปแบบ ตัวอย่างเช่น สื่อดิจิทัลภาพกราฟฟิกเคลื่อนไหว ที่ต้องใช้เครื่องฉายภาพ ในการฉายภาพ แสง สี ลงบนผลงานภาพถ่ายที่ถูกจัดวางไว้ จะมองเห็นได้ยาก สีสั่นไม่สด เด่นชัดในเวลากลางวันเนื่องจากห้องนิทรรศการมีแสงสว่างจากดวงอาทิตย์ ในเวลากลางวันเข้ามาตลอดเวลา รวมไปถึงผลงานการจัดวางที่ผสมสื่อดิจิทัลในรูปแบบเสียง ควรเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในสภาพแวดล้อมที่ไม่มีเสียงดังรบกวนมากเกินไป เพราะฉะนั้นตำแหน่งพื้นที่จัดแสดงมีผลอย่างมากในการเข้าถึงผลงานของผู้ชม

2. ปัญหาการขนย้าย การขนย้ายเป็นปัญหาหนึ่งที่จะต้องคำนึงถึง ซึ่งต้องวิเคราะห์ วางแผนการขนย้ายเป็นอย่างดี เพราะโดยทั่วไปแล้วสถานที่จัดแสดง กับสถานที่ทำผลงานนั้นอยู่คนละแห่ง ชิ้นงานจะต้องถูกบรรจุหีบห่อให้ดี และต้องระมัดระวังในการขนย้าย มีวัสดุกันกระแทก เพื่อป้องกันการชำรุดแตกหัก

3. ปัญหาการเลือกวัสดุ การเลือกวัสดุให้เหมาะสมกับรูปแบบการจัดวาง มีส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์ศิลปะการจัดวาง กล่าวคือ การเลือกวัสดุเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานที่เหมาะสมจะช่วยลดข้อจำกัดในการจัดวาง ผู้วิจัยเลือกใช้วัสดุที่มีน้ำหนักมากเกินไปในการสร้างสรรค์ผลงาน ทำให้มีข้อจำกัดในการจัดวางชิ้นงาน ดังนั้น การสร้างสรรค์ผลงานศิลปะการจัดวางควรวิเคราะห์ และวางแผนรูปแบบการจัดวาง และเลือกใช้วัสดุให้เหมาะสม

4. ปัญหาการติดตั้งผลงาน การติดตั้งผลงานและการจัดวาง เป็นหัวใจสำคัญของศิลปะการจัดวาง ที่ต้องสอดคล้องกับพื้นที่จัดแสดง และวัสดุที่ศิลปินเลือกนำมาใช้ การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยพบปัญหาการติดตั้ง จากการเลือกวิธีการติดตั้งชิ้นงานในรูปแบบการห้อยชิ้นงานจากเพดานในแนวดิ่ง ซึ่ง

ชิ้นงานมีน้ำหนักมากเกินไป เนื่องจากการใช้วัสดุชนิดไม้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงไม่สามารถนำชิ้นงานติดตั้งได้ และต้องเปลี่ยนรูปแบบวิธีการจัดวางชิ้นงานให้เป็นรูปแบบการวางกับพื้น โดยอาศัยขาตั้งรูป และแท่นไม้ เพื่อการจัดวางแบบสมมาตรและมีการไล่ระดับ

เอกสารอ้างอิง

กันต์กนิษฐ์ อุทัย. (2559). รูปแบบการดำเนินชีวิตการเปิดรับ ทักษะคิด และพฤติกรรมกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงวัยในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: ออนไลน์.

กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2559). พิมพ์เขียว Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2563, จาก <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2017/20171114-draeqa-blueprint.pdf>

ชลธิชา ราศรี. (2553). การศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ : ผลงานศิลปะจัดวางเพื่อสะท้อนปรากฏการณ์โลกออนไลน์. ปรินญานิพนธ์ (ทัศนศิลป์: ศิลปะสมัยใหม่). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล. (2552). การรับรู้คุณลักษณะของเจนเอเรชั่นวายและแรงจูงใจในการทำงาน: มุมมองระหว่างเจนเอเรชั่นต่าง ๆ ในองค์กร. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. 31(121), 1-25.

ประวิทย์ แต่งอักษร. (2551). มาทำหนังสือกันเถอะ (ฉบับดัดต่อใหม่). กรุงเทพฯ: ไบโอสโคป พลัส.

พัลลภา ปิติสันต์. (2560). Generation C ปรากฏการณ์ใหม่เจนใหม่ จัปอินไซด์คนคอนเนค. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2560, จาก <http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/p26-28.pdf>

ศุภรา อรุณศรีมรกต. (2561). การรับรู้ผ่านทัศนธาตุ: มุมมองใหม่จากงานออกแบบสู่งานศิลปะ. Veridian E-Journal Silpakorn University. 11(1), 2292-2303

ศศิธร ยุวโกศล และ พิชสิรี ชมภูคำ. (2564). เจเนอเรชั่นกับความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้สื่อในยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. 9(2), 10-25.

อัมพร ศิลปะเมธากุล. (2549). ศิลปะการจัดวาง. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

Christopher Frayling. (1993). Research in Art and Design. Royal College of Art Research.

Sarita Nayyar. (2016). Digital Media and Society Implications in a Hyperconnected Era. World Economic Forum.