

การวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์สโมสรฟุตบอลไทยลีก ตามแนวสัญลักษณ์วิทยา

THAI FOOTBALL LEAGUES CLUB BADGES ANALYSED: A CASE STUDY ON SEMIOLOGY-BASED CONCEPT

มนตรี วงษ์รักษ์^{1*}
Montri Wongrak^{1*}

Received : 8 August 2023

Revised : 16 December 2023

Accepted : 20 December 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยลีกตามแนวคิดเชิงสัญลักษณ์วิทยา 2) ศึกษารูปแบบและลักษณะที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ของสโมสรไทยลีก และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการตราสัญลักษณ์กีฬาของประชาชนจากการถอดรหัสสัญลักษณ์ฟุตบอลไทยลีก โดยใช้การวิจัยแบบผานวิธี ทำการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์ทีมฟุตบอลไทยลีก 1 จำนวน 16 ทีม วิเคราะห์เนื้อหาตามแนวคิดสัญลักษณ์วิทยา จากนั้นนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถามเพื่อทำการศึกษเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยจะใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การวัดผลครั้งเดียว จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า 1) สัญลักษณ์ที่ปรากฏ จะแสดงความหมายโดยอรรถที่สื่อถึงความเป็นสโมสรนั้น ๆ และองค์ประกอบหลักส่วนใหญ่จะถ่ายทอดสัญลักษณ์ความหมายโดยนัยในเชิงของความแข็งแกร่ง ผู้นำ และอำนาจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบริบทของการแข่งขันกีฬาที่มีแพ้ชนะ ในด้านองค์ประกอบรอง จะถ่ายทอดความหมายโดยนัยที่สื่อถึงบริบท หรือความเกี่ยวข้องที่เชื่อมโยงกับสโมสร 2) ด้านรูปแบบและลักษณะที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ของสโมสรไทยลีก พบว่า รูปทรงของตราสัญลักษณ์ส่วนใหญ่ออกแบบเป็นทรงโล่ องค์ประกอบภายใน มักเป็นวัตถุสิ่งของ สีที่ใช้ส่วนใหญ่จะมีสีดำหรือสีส้มเป็นสีหลัก ซึ่งแสดงความหมายของการใช้กำลัง การทำหาย การตัดสินใจที่เป็นธรรม การปกป้องและการเคลื่อนไหว ด้านบริบทความหมายทางสังคมวัฒนธรรมที่สะท้อนจากตราสัญลักษณ์พบว่า ปรากฏสัญลักษณ์ของประจำถิ่นที่เป็นบริบทของสังคมวัฒนธรรมอยู่ในตราเครื่องหมายให้ความหมายโดยนัยถึงความภาคภูมิใจ 3) แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์สโมสรกีฬา พบว่า สีที่เหมาะสมในการออกแบบตราสัญลักษณ์สโมสร ได้แก่ แดง ขาว และดำ รูปทรงที่เหมาะสมคือ ทรงกลม และทรงโล่ ส่วนองค์ประกอบภายในต้องสื่อความหมายถึงองค์กรที่ชัดเจน

คำสำคัญ: ตราสัญลักษณ์ / สัญลักษณ์วิทยา / ความหมายโดยนัย

¹ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตกรุงเทพ

¹ Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sports University Bangkok Campus

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน E-mail: Montri.tnsu@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to 1) study Thai football league club badges on semiology-based concept 2) study the form and appearance of The Thai League's football club emblems 3) study the guidelines of public demand for sports logos from the decoding of Thai football league club badges. This research uses the mixed method, a qualitative study was conducted to analyze the emblems of 16 Thai League 1's football teams which the researcher will use as a tool for a quantitative study to collect data and use a single measurement survey from the general population, aged between 20-59 years, totaling 400 people using convenient random sampling.

The results showed that 1) the name of a club expresses its meaning in terms of its identity and Most of the main elements convey the implications of strength, leadership, and power, reflecting the context of sporting events. In terms of secondary components will convey the implied meaning of the context or affiliation with the club. 2) Regarding the form and appearance of the emblems of the Thai League Club, it was found that most of the shape of the emblem is designed in the shape of a shield. Internal elements are often objects. The colors used are mostly black or orange as the main color, which shows the connotation meaning of using force, challenging, fair judgment, protection, and movement. Contextual, social and cultural meanings reflected in the emblem It was found that symbols were culturally socio-cultural local contexts that appeared in the emblems, implying pride. 3) When studying the guidelines of public demand for sports logos from the decoding of Thai football league club badges, it was found that the appropriate colors for the design of the emblem were red, white, and black, and the appropriate shapes were round and shield shapes. The internal elements must convey a clear meaning of the organization.

Keywords: Symbol / Semiology / Connotation

บทนำ

ในปัจจุบัน การออกแบบตราสัญลักษณ์ ถือได้ว่าเป็นสิ่งแสดงเอกลักษณ์และตัวตนขององค์กรหรือสินค้าให้มีความชัดเจนและสร้างภาพจำขึ้นในใจของผู้บริโภค ไม่เพียงแต่การออกแบบตราสัญลักษณ์จะสำคัญในแวดวงธุรกิจเพื่อการค้า แม้แต่ในแวดวงทางการกีฬา ก็ให้ความสำคัญต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์ไม่แพ้กัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกีฬาฟุตบอลประเทศไทย ที่เป็นกีฬายอดนิยมอันดับหนึ่ง มีผู้ติดตามรับชมอย่างกว้างขวาง และมีการจัดการแข่งขันฟุตบอลลีกในระดับสูงสุดของประเทศไทย โดยใช้ชื่อว่า ไทยลีก (Thai League) เป็นระบบการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ ภายใต้การบริหารของ บริษัท ไทยลีก จำกัด โดยแบ่งการแข่งขันออกเป็น 5 ระดับชั้น ไทยลีก 1 ไทยลีก

2 ไทยลีก 3 และไทยลีก 4 (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย, 2559) ซึ่งภายหลังได้ปรับให้ไทยลีก 4 เป็นลีกฟุตบอลกึ่งอาชีพ มีสโมสรฟุตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขันทั้งหมด 117 สโมสร โดยเป็นการแข่งขันเพื่อเลื่อนลำดับชั้นไปยังลำดับที่สูงขึ้น จากไทยลีก 3 ไปสู่ไทยลีก 1 โดยมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาและผลักดันวงการกีฬาฟุตบอลไทยสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งแต่ละสโมสรต่างก็ได้มีการจัดสร้างตราสัญลักษณ์สโมสรของตนเองขึ้นมา เพื่อแสดงเอกลักษณ์และตัวตนของทีมผ่านรูปแบบและความหมายที่แสดงออกผ่านสัญลักษณ์เหล่านั้น เป็นจุดศูนย์รวมและเครื่องยึดเหนี่ยว ตลอดจนใช้ประโยชน์ในทางการค้า เพื่อให้แฟนกีฬาเกิดความภักดีในแบรนด์ (Brand royalty) และเกิดภาพจำของแบรนด์ (Brand identity) ซึ่งพบว่า บรรดาแฟนกีฬาของสโมสรฟุตบอลนี้ จดจำสโมสรและเรียกขานฉายาแทนนามของสโมสรฟุตบอลเหล่านั้น จากสัญลักษณ์หลักของเครื่องหมายที่ปรากฏ เช่น กระต่ายแก้ว กว้างโซ้ง เป็นต้น

หากมองในมุมของสัญวิทยา (Semiology) จะพบว่าการสร้างเครื่องหมายเชิงสัญลักษณ์เหล่านี้เป็นการกระทำที่มีความหมายเบื้องหลังแฝงอยู่ และความหมายเบื้องหลังเหล่านั้น สามารถที่จะนำไปสู่การตีความและทำความเข้าใจการออกแบบได้อย่างตีมากยิ่งขึ้น เพราะถ้าไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงานของสัญลักษณ์และกระบวนการของมันแล้วก็ไม่สามารถเข้าถึงรูปที่แสดงออกที่ต้องการสื่อและนำไปสู่การตีความหมายของสัญลักษณ์เหล่านั้นได้ เพราะตราสัญลักษณ์ (Logo) เป็นผลของการออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ (Symbolism) อันได้แก่ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมายต่าง ๆ ที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์แบบเฉพาะตนเอง เพื่อความจำ ความเชื่อถือ และตราตรึงผู้บริโภคตลอดไป ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันใช้สำหรับแสดงบอกถึงการร่วมกัน ซึ่ง Saussure (1959) ระบุว่า สัญลักษณ์ทุกอย่างจะมี 2 มิติ มิติที่หนึ่งคือมิติที่เป็นส่วนร่วมซึ่งเรียกว่า “Language” หรือหลักเกณฑ์ที่ใช้ และมิติที่สองเรียกว่า “Speech” หรือลีลาการใช้ อย่างไรก็ตาม Barthes (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2552) ได้มองว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวสัญลักษณ์กับวัตถุจริงที่จะมีองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) เป็นความเกี่ยวพันแบบเป็นเหตุเป็นผลโดยตรงกับวัตถุที่มีอยู่จริง เช่น ควีนไฟเป็นสิ่งบ่งชี้ของไฟ หรือรอยเท้าสัตว์ก็จะเชื่อมโยงถึงสัตว์ การถอดรหัสของดรรชนี จึงจำเป็นจะต้องอาศัยเหตุผลเชื่อมโยงเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างดรรชนีกับวัตถุจริง และสัญลักษณ์ (Symbol) เป็นสัญลักษณ์ที่ไม่มีความเกี่ยวพัน เชื่อมโยงอันใดเลยระหว่างตัวสัญลักษณ์กับวัตถุจริง หากแต่ความหมายเกิดจากการตกลงร่วมกันในหมู่ผู้ใช้สัญลักษณ์ เช่น เครื่องหมายต่าง ๆ ที่สร้างขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ตราสัญลักษณ์ซึ่งเป็นเครื่องหมายที่องค์กรหรือกลุ่มคนได้กำหนดขึ้นเพื่อแสดงความหมายในฐานะข้อตกลงร่วมกัน ซึ่งเกิดจากการเชื่อมโยงเอาบริบทหรือสิ่งแสดงความสัมพันธ์นำมาใช้ในการออกแบบ และความหมายของสรรพสิ่งมิได้ดำรงอยู่ในตัวของสิ่งนั้น แต่อยู่ที่ความสัมพันธ์ของสิ่งนั้นกับสิ่งอื่น ๆ ภายใต้ระบบเดียวกัน (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2542) ซึ่งสอดคล้องตามแนวความคิดการออกแบบและสร้างสัญลักษณ์ ที่กล่าวว่านออกแบบจะต้องใช้ความรู้และความสามารถอย่างยั้งยวดในการวิเคราะห์เนื้อหาของสารที่ต้องการสื่อความหมาย และสังเคราะห์ให้เป็นรูปลักษณ์ที่ใช้เป็นตัวแทนอันสามารถจะบอกได้ถึงความหมาย ทั้งยังต้องใช้ความสามารถในการเขียนภาพ หรือผลิตภาพ สัญลักษณ์ให้ประณีตคมชัด เพื่อสื่อความหมายได้ถูกต้องชัดเจน (พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์, 2546) โดยใช้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติสิ่งแวดล้อม (Natural Form) เช่น ภาพดอกไม้ ใบไม้ ภูเขา สัตว์ดวงดาว ดวงจันทร์ ดวงอาทิตย์ ฯลฯ จัดเป็นสัญลักษณ์ที่เกิดจากธรรมชาติ (Natural

Symbol) และจากรูปแบบที่มนุษย์สร้าง (Manmade Form) ได้แก่ อาคารบ้านเรือน เครื่องใช้ สิ่งก่อสร้าง และสิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์สโมสรฟุตบอลไทยลีกตาม แนวสัญลักษณ์วิทยา เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยลีก และทำความเข้าใจตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยลีกที่ปรากฏ ตามแนวคิดเชิงสัญลักษณ์วิทยา โดยมุ่งหวังเพื่อทำความเข้าใจภาพสะท้อนสังคมและวัฒนธรรม เพื่อเป็นองค์ความรู้และแนวทาง ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ทางการกีฬาที่เหมาะสมด้านการสื่อสารต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยลีกตามแนวคิดเชิงสัญลักษณ์วิทยา
2. เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ของสโมสรไทยลีก
3. เพื่อศึกษาแนวทางการตราสัญลักษณ์กีฬาของประชาชนจากการถอดรหัส สัญลักษณ์ฟุตบอลไทยลีก

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรในการศึกษาตราสัญลักษณ์สโมสรฟุตบอล เป็นสโมสรฟุตบอลไทยลีก (T1), ไทยลีก 2 (T2), ไทยลีก 3 (T3), ไทยแลนด์ เซมิโปรลีก (TS), และ ไทยแลนด์ อเมเจอร์ลีก (TA) หน่วยการวิเคราะห์ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้เป็น การคัดเลือกอย่างเฉพาะเจาะจง โดยมุ่งเน้นทำการศึกษตราสัญลักษณ์เฉพาะทีมฟุตบอลไทยลีก (T1) จำนวน 16 ทีม ในฤดูกาล 2564 - 65 ซึ่งเป็นทีมฟุตบอลที่อยู่ในระดับลีกสูงสุดของประเทศและได้รับความ นิยมจากแฟนบอลไทยลีกเป็นอย่างมาก ประกอบไปด้วย สโมสรฟุตบอลระยอง สโมสรโปลิศ เทโร เอฟซี สโมสรฟุตบอลจังหวัดสุพรรณบุรี สโมสรฟุตบอลจังหวัดสุโขทัย สโมสรฟุตบอลจังหวัดตราด สโมสรฟุตบอลนครราชสีมา มาสด้า สโมสรฟุตบอลชลบุรี สโมสรฟุตบอลพีที ประจวบ สโมสรฟุตบอล ราชบุรีมิตรผล สโมสรฟุตบอลสมุทรปราการ ซิตี้ เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด สโมสรบีจี ปทุม ยูไนเต็ด สโมสรฟุตบอลทรู แบงค็อก ยูไนเต็ด การท่าเรือเอฟซีบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด และสโมสรฟุตบอลสิงห์ เชียงราย ยูไนเต็ด

ส่วนประชากรในการศึกษาเชิงปริมาณคือประชาชนทั่วไป กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล คือประชาชนที่เป็นแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลไทยลีก (T1) ผู้ศึกษาเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตาราง ของ Taro Yamane (Yamane, 1967) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 400 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการคัดเลือกผู้เข้าร่วม การวิจัย ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยสามารถยุติการเข้าร่วมวิจัย ในกรณี ที่ผู้เข้าร่วมการวิจัยไม่ยินยอมเข้าร่วม การดำเนินการวิจัยต่อ และหากผู้วิจัยพิจารณาแล้วว่า ผู้เข้าร่วมการวิจัยไม่สามารถ หรือไม่สนใจ ให้ข้อมูล ไม่ว่าจะเพราะเหตุใดก็ดี ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลของผู้เข้าร่วมการวิจัยนั้นรวมอยู่ในงานวิจัย ผู้เข้าร่วมการวิจัยสามารถปฏิเสธและยุติการให้ข้อมูลได้ตลอดเวลา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเพื่อทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประกอบสร้างตราสัญลักษณ์สโมสรฟุตบอลไทยลีก จากนั้นจึงกำหนดตารางการวิเคราะห์เพื่อสังเคราะห์หาองค์ประกอบของตราสัญลักษณ์ เมื่อได้ผลสรุปข้อมูลแล้ว จึงนำผลการศึกษาไปจัดทำแบบสอบถามต่อไป

ส่วนที่ 2 จะใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยจะใช้งานวิจัยชิ้นนี้ คือแบบสอบถามแบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot descriptive questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-ended Form) กำหนดคำตอบให้เลือก โดยแบ่งสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ คณะที่ศึกษา

ตอนที่ 2 ลักษณะของตราสัญลักษณ์ที่พึงประสงค์ ประกอบด้วย ประเด็นความเข้าใจ ความหมายสัญลักษณ์ในตราสัญลักษณ์ ลักษณะของตราสัญลักษณ์ที่พึงประสงค์ โดยเนื้อหาคำตอบและคำตอบในแบบสอบถามนี้ จะเป็นผลข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการวิจัยในส่วนที่ 1

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารและตราสัญลักษณ์ จากนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์นำไปจัดทำเป็นแบบสอบถามแบบวัดผลครั้งเดียวซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด และนำไปหาคุณภาพเครื่องมือด้วยการหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยมีค่า IOC = 0.87

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสโมสรฟุตบอลจากแหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในระดับปฐมภูมิและทุติยภูมิ ประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ รายงานการศึกษาวิจัยและผลงานวิจัยประเภทต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลในการวิจัยในส่วนต่อไป

การศึกษาเชิงปริมาณ การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมในวงกว้าง จึงใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้การแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่าง เพื่อการตอบแบบสอบถามโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนเพียงพอแล้ว จะนำข้อมูลทั้งหมดมาจัดกระทำเป็นตารางการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดหมวดหมู่ลักษณะและความหมาย จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์สัญลักษณ์ตามแนวคิดสัญลักษณ์วิทยา และใช้แนวคิดเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และอัตลักษณ์ทางสังคม ตลอดจนแนวคิดการเล่าเรื่อง ในการวิเคราะห์เนื้อหาและความหมายเบื้องหลังที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยลีก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูล ประเด็นความเข้าใจความหมายสัญลักษณ์ ในตราสัญลักษณ์ ลักษณะของตราสัญลักษณ์ที่พึงประสงค์ โดยใช้สถิติ โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ร้อยละ (Percentage)

ผลการวิจัย

การศึกษาตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยลีกตามแนวคิดเชิงสัญลักษณ์วิทยา

ตารางที่ 1 ตารางวิเคราะห์ตามแนวคิดเชิงสัญลักษณ์วิทยา

ชื่อสโมสร	ตราสัญลักษณ์	การวิเคราะห์ตามแนวคิดเชิงสัญลักษณ์วิทยา
การทำเรือ		สิ่งที่เป็นสัญลักษณ์เดิมของสโมสรการทำเรือ เป็นสัญลักษณ์แสดงความหมายโดยนัย ถึงความมุ่งมั่น ความน่าเกรงขาม ผู้ไม่เคยยอมแพ้ และฝ่าฟันกับทุกอุปสรรคที่ผ่านเข้ามา ด้านนอกเป็นสมอเรือที่ใช้แทนความหมายโดยนัยถึงการทำเรือ ส่วนด้านบนเป็นรูปผ้าพันคอแสดงน้ำเงินใช้แทนความหมายโดยนัยของสโมสรและแฟนคลับ
ขอนแก่น ยูไนเต็ด		งูจ้องาที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ เป็นภาพแทนความหมายของหมู่บ้านงูจ้องา ซึ่งให้ความหมายโดยประหวัดถึงจังหวัดขอนแก่น ซึ่งงูจ้องาให้ความหมายโดยนัยถึงความดุร้ายและมีพลัง
ชลบุรี		ฉลามเป็นสัตว์ทะเล ดังนั้นจึงให้ความหมายโดยนัยถึงสิ่งของหรือสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับทะเล จึงถูกใช้เพื่อแสดงความเชื่อมโยงกับจังหวัดชลบุรี ที่เป็นจังหวัดที่ติดทะเล ส่วนฉลามได้ชื่อว่าเป็นนักล่าที่โหดเหี้ยมแห่งท้องทะเล จึงถูกใช้เพื่อแสดงความหมายของความดุคั่น
ทรูแบงค็อก ยูไนเต็ด		ปีกเป็นสัญลักษณ์ของความอิสระ และให้ความหมายของการบิน จึงถูกใช้เพื่อให้ความหมายของการบินขึ้นสู่ที่สูง ให้ความหมายโดยนัยถึงผู้ชนะ นอกจากนี้ลักษณะของปีกมีความคล้ายคลึงกับเครื่องหมายทหารจึงอาจแสดงความหมายโดยนัยของความเข้มแข็ง ความแข็งแกร่งอีกทางหนึ่งด้วย

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อสโมสร	ตราสัญลักษณ์	การวิเคราะห์ตามแนวคิดเชิงสัญลักษณ์วิทยา
นครราชสีมา มาสด้า		รูปแมวที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ถูกชี้แจงว่าเป็นแมวสีสวาด ซึ่งถูกเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า แมวโคราช จึงถูกใช้เพื่อแสดงความหมายโดยนัยถึงจังหวัดนครราชสีมา
บีจี ปทุม ยูไนเต็ด		สโมสรชี้แจงว่ากระต่ายเป็นปีนักษัตรของปวิณ ภิรมย์ภักดี ประธานสโมสร จึงได้นำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของตราสัญลักษณ์ ทั้งนี้ กระต่ายยังให้ความหมายโดยนัยของความรวดเร็ว ชื่นเชิง ได้ด้วย
บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด		ภาพที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์คือ ปราสาทหินเขาพนมรุ้ง ซึ่งแสดงความหมายโดยนัยถึงจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการใช้ภาพปราสาทหินเพื่อแสดงความเชื่อมโยงระหว่างสโมสรกับจังหวัดบุรีรัมย์
โปลิศ เทโร		ภาพที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์คือ มังกร ซึ่งให้ความหมายโดยนัยถึงอำนาจ ความน่าเกรงขาม มักถูกใช้เพื่อแทนความหมายของการเป็นผู้นำ
พีที ประจวบ		สโมสรชี้แจงว่า รูปตัวต่อที่ปรากฏในสัญลักษณ์มีที่มาจาก “เสียต่อ” ชื่อเล่นของเฉลิมชัย ศรีอ่อน อดีตประธานสโมสร เพื่อแสดงความเชื่อมโยงกับบุคคลผู้มีอิทธิพลต่อสโมสร ทั้งนี้ตัวต่อให้ความหมายโดยนัยถึงความอันตราย
เมืองทอง ยูไนเต็ด		ภาพที่ปรากฏคือ กีเลน สื่อความหมายถึงความเป็นสิริมงคล รวมไปถึงเสริมโชค ลาภ และความสำเร็จ
ราชบุรี มิตรผล		ภาพที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์คือ มังกร ซึ่งให้ความหมายโดยนัยถึงอำนาจ ความน่าเกรงขาม มักถูกใช้เพื่อแทนความหมายของการเป็นผู้นำ ทั้งนี้ยังหมายถึงโอ่งมังกรที่เป็นของขึ้นชื่อเมืองราชบุรี จึงให้ความหมายโดยนัยถึงจังหวัดราชบุรีอีกด้วย

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อสโมสร	ตราสัญลักษณ์	การวิเคราะห์ตามแนวคิดเชิงสัญลักษณ์วิทยา
ลำปาง		ภาพที่ปรากฏคือ รูปรถม้า ซึ่งให้ความหมายโดยปริยายถึงจังหวัดลำปาง ที่มีของขึ้นชื่อคือรถม้า อันแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของสโมสรกับจังหวัดลำปาง
ลำพูน วอร์ริเออร์		โคขาวถูกนำมาใช้เพื่อเป็นสัญลักษณ์แสดงความหมายถึงจังหวัดลำปาง เนื่องจากโคขาวลำพูนเป็นของขึ้นชื่อของจังหวัดลำพูน ทั้งนี้้วยังให้ความหมายโดยนัยถึงความแข็งแรง ความดุดัน
ลีโอ เชียงราย ยูไนเต็ด		"ตัวงู" ถือเป็นสิ่งมีชีวิตที่สามารถพบได้มากที่สุดแถวภาคเหนือของไทย ซึ่ง "ตัวงู" นั้นเป็นแมลงปีกแข็ง มีอวัยวะที่ยื่นออกไปทางด้านหัวคล้าย ๆ กับเขา 1 คู่ และมีเอกลักษณ์คือความเป็นนักสู้ จึงถูกใช้เพื่อแสดงเป็นภาพแทนของสโมสร
สุโขทัย		ค้ำควา ถูกใช้เป็นภาพสัญลักษณ์เพื่อแสดงความเชื่อมโยงระหว่างสโมสรกับ องค์ประกอบของสี่สมและรูปพระอาทิตย์ทำให้ค้ำควาถูกเปลี่ยนความหมายจากความลึกลับ ความตาย กลายเป็นความเข้มแข็ง ความอันตราย ความร้อนแรงดุดัน
หนองบัว พิชญ		องค์ประกอบหลักที่ปรากฏคือไก่ชนซึ่งถูกใช้เพื่อเป็นภาพแทนแสดงความเชื่อมโยงกับจังหวัดหนองบัวลำภู ให้ความหมายโดยนัยถึงความเป็นนักสู้ การแข่งขัน และความดุดัน นอกจากนี้ยังมีรูปเพชร ซึ่งให้ความหมายโดยนัยถึงความแข็งแกร่ง

จากผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบหลักที่ใช้ในตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยลีก 1 ส่วนใหญ่เป็นภาพแทนความหมายที่ใช้เพื่อแสดงความเชื่อมโยงระหว่างสโมสรกับจังหวัดที่สโมสรสังกัดอยู่ และภาพแทนความหมายส่วนใหญ่ ให้ความหมายของผู้นำ อำนาจ ความแข็งแรง เป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจของสโมสรที่ต้องมีการแข่งขันเพื่อเอาชนะ จึงต้องแสดงภาพลักษณ์ของความเข้มแข็ง ความดุดัน และความแข็งแรง

การวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยลีก

ในส่วนการวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยลีก 1 ทั้ง 16 ทีม ในฤดูกาล 2564-65 ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Component Analysis) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของตราสัญลักษณ์และเปรียบเทียบเจ้านับร่วมกับแนวคิดเรื่องการออกแบบตราสัญลักษณ์และแนวคิดเรื่องจิตวิทยาสี โดยผลการศึกษาพบว่า

ตารางที่ 2 ตารางการวิเคราะห์ตราสโมสรฟุตบอลไทยลีก 1

ชื่อสโมสร	ตราสโมสร	การวิเคราะห์			
		รูปทรง	สี	องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบรอง
การทำเรือ		โล่ทรงฮีตเตอร์	น้ำเงิน แดง	สิงห์โต	ผ้าพันคอ สมอ ฟุตบอล
ขอนแก่น ยูไนเต็ด		โล่สองยอด engrailed แบบ ประยุกต์	แดง ดำ	งูจงอาง	ดอกคูณ
ชลบุรี		หัวฉลาม	ฟ้า ขาว	รูปฉลาม	
ทรูแบงค็อก ยูไนเต็ด		โล่สองยอด engrailed ประยุกต์ และปีก	ดำ เงิน	โล่และปีก	ดาว
นครราชสีมา มาสด้า		โล่ว่าว	เทาเข้ม เทาอ่อน ส้ม	แมวสวาท	
บีจี ปทุม ยูไนเต็ด		โล่หกเหลี่ยม	น้ำเงิน ฟ้า เหลือง	หัวกระต่าย	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ชื่อสโมสร	ตราสโมสร	การวิเคราะห์			
		รูปทรง	สี	องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบรอง
บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด		โล่ฮิตเตอร์	น้ำเงิน	ปราสาทหิน พนมรุ้ง	ดาว
โปลิศ เทโร		โล่ฮิตเตอร์	แดง ทอง	มังกร	
พีที ประจวบ		โล่ฝรั่งเศส เก่า	ดำ ส้ม	ตัวต่อ	
เมืองทอง ยูไนเต็ด		โล่ฮิตเตอร์	แดง ดำ ขาว	กิเลนคู่	
ราชบุรี มิตร ผล		โล่ฝรั่งเศส เก่า	ส้ม ขาว	มังกร	
ลำปาง		โล่ฮิตเตอร์	เขียว ดำ เหลือง ทอง	รถม้า	ฟุตบอล
ลำพูน วอร์ริเออร์		โล่เสมา	แดง ทอง	วัวขาวลำพูน	พระธาตุหริภุญชัย พระนางจามเทวี รวงข้าว
ลีโอ เชียงใหม่ ยูไนเต็ด		โล่ไม้สม มาตรา	ดำ ส้ม	แมลงกว่าง	ตุ๊ก ฟุตบอล

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ชื่อสโมสร	ตราสโมสร	การวิเคราะห์			
		รูปทรง	สี	องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบรอง
สุโขทัย		โล่ฝรั่งเศส เก่า	ส้ม เหลือง	ค้ำคาว	พระอาทิตย์
หนองบัว พิชญ		ทรงเพชร	เหลือง ทอง ชมพู	ไก่	จ้าว

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษา จะเห็นได้ว่า รูปทรงของตราสัญลักษณ์ ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นทรงโล่ ซึ่งโล่เป็นอุปกรณ์ป้องกันตัวที่ใช้ในการรบ และน่าจะได้รับการถ่ายทอดความนิยมมาจากต่างประเทศ โดยความหมายแฝงของโล่ หมายถึง กองทัพ การป้องกัน และการแสดงอำนาจ สีที่สโมสรฟุตบอลในไทยเลือกใช้ ส่วนใหญ่จะมีสีดำ หรือสีส้มเป็นสีหลัก และอาจมีสีแดง เหลือง น้ำเงิน ทอง และ สีขาวประปราย โดยสีดำนั้น หมายถึง ความหนักแน่น ความมั่นคง ให้ความรู้สึกกลับเป็นอมตะ กล้าหาญและเสียสละ ส่วนสีส้ม หมายถึง พลัง ความกระตือรือร้น ความมีชีวิตชีวา ความสนุกสนาน การผจญภัย

ข้อสังเกตหนึ่งที่ผู้วิจัยพบจากผลการวิจัย นั่นคือ ผลการวิจัยการจากศึกษาตราสัญลักษณ์พบว่าใช้รูปทรงหลักเป็นรูปโล่ ในขณะที่เมื่อศึกษาลักษณะที่พึงประสงค์กลับมีคำตอบของทรงกลม ที่ได้รับความนิยมเท่ากับทรงโล่ โดยผู้วิจัยเห็นว่าโล่ในการทำสงครามนั้น ก็มีหลายพื้นที่ที่หลายประเทศที่ใช้โล่ทรงกลม จึงสันนิษฐานว่าการใช้ความหมายของทรงกลมในการออกแบบตราสัญลักษณ์สโมสรฯ นั้น ก็ให้ความหมายเช่นเดียวกันกับทรงโล่นั้นเอง

องค์ประกอบหลักในตราสัญลักษณ์ ส่วนใหญ่เป็นสัตว์ซึ่งมักสื่อความหมายถึงภูมิลำเนาที่ตั้งของสโมสร เช่น แมวสีสวาด เป็นแมวพื้นถิ่นของจังหวัดนครราชสีมา หรือจงอางจากหมู่บ้านจงอาง ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ในจังหวัดขอนแก่น นอกจากรูปสัตว์ที่เป็นสัตว์ประจำถิ่นแล้ว ในขณะเดียวกันยังมีสัตว์หรือแมลงที่มาจากความเกี่ยวข้องจากบุคคลสำคัญ เช่น กระต่ายของสโมสรบางกอกกล๊าส เป็นนักชกประจำปีเกิดของประธานสโมสร หรือตัวต่อของสโมสรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นชื่อเล่นของประธานสโมสร แต่อย่างไรก็ตาม นอกจากสัตว์หรือแมลงที่เกี่ยวกับภูมิลำเนาพื้นที่หรือเกี่ยวเนื่องกับบุคคลสำคัญแล้ว ยังมีบางส่วนที่ใช้สัตว์ในเทพนิยายมาเป็นองค์ประกอบหลัก เช่น กิเลน ของสโมสรเมืองทอง และมังกรของสโมสรโปลิศ เทโร ซึ่งอาจเนื่องจากความเชื่อของลูกหลานจีน-ไทย ที่เป็นผู้ที่มีส่วนตัดสินใจในสโมสรได้เช่นกัน

ศึกษาแนวทางการความต้องการตราสัญลักษณ์กีฬาของประชาชนจากการถอดรหัสสัญลักษณ์ฟุตบอลไทยลีก

ตราสัญลักษณ์ของสโมสรเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความแตกต่าง ที่สร้างการรับรู้ได้จดจำได้ง่าย อันจะเอื้อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างฐานแฟนคลับของสโมสรได้อีกทาง จึงควรพิจารณาออกแบบสัญลักษณ์ของสโมสร เพื่อเป็นการเพิ่มการรับรู้และประชาสัมพันธ์องค์กรของตนได้อีกช่องทางหนึ่ง

ตารางที่ 3 ปัจจัยสำคัญในการออกแบบตราสัญลักษณ์สโมสรกีฬา

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีความสวยงามน่าสนใจ	93	23.4
องค์ประกอบเหมาะสม สื่อความหมายชัดเจน	137	31.9
สีสันทันตึงใจให้ความรู้สึกสบาย	11	2.8
โดดเด่นสะดุดตา จดจำง่าย	32	8.0
สะท้อนตัวตนของสโมสรกีฬาได้ชัดเจน	125	31.4
รวม	398	100

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญในการออกแบบตราสัญลักษณ์สโมสรกีฬา คือองค์ประกอบเหมาะสม สื่อความหมายชัดเจนมากที่สุด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมาเป็นการสะท้อนตัวตนของสโมสรกีฬาได้ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 31.4 และมีความสวยงามน่าสนใจ มีความคิดเห็นมากเป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 23.4

ตารางที่ 4 รูปทรงของตราสัญลักษณ์ที่พึงประสงค์

รูปทรง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วงกลม	124	31.2
วงรี	11	2.8
สี่เหลี่ยมหัวกลับ	31	7.8
รูปโล่	105	26.4
รูปเทหวัตถุ	10	2.5
รูปทรงอิสระ	96	24.1
อื่นๆ.....	30	7.5
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า รูปทรงที่พึงประสงค์สามอันดับแรก คือ รูปวงกลม คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมาเป็นรูปโล่ คิดเป็นร้อยละ 26.4 และรูปทรงอิสระ คิดเป็นร้อยละ 24.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 สีที่ควรใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์สโมสร

สี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สีดำ	157	39.5
สีม่วง	31	7.9
สีน้ำเงิน	115	28.9
สีฟ้า	105	26.3
สีเขียว	84	21.1
สีเหลือง	84	21.1
สีส้ม	52	13.2
สีแดง	167	42.1
สีชมพู	42	10.5
สีขาว	157	39.5
สีทอง	42	10.5
สีเงิน	73	18.4
อื่น ๆ	10	2.6
		100

จากผลการศึกษาในตารางที่ 5 ในหัวข้อสีที่ควรใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์สโมสรนั้น พบว่า สีที่กลุ่มตัวอย่างเลือก สามอันดับแรก ได้แก่ สีแดง คิดเป็นร้อยละ 42.1 สีขาวและสีดำ มีค่าคะแนนเท่ากันที่ร้อยละ 39.5 โดยสีที่ไม่ได้รับเลือกเลยคือสีน้ำตาล

ตารางที่ 6 องค์ประกอบหลักที่แสดงความโดดเด่นของตราสัญลักษณ์

องค์ประกอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปสัญลักษณ์แทนอุปกรณ์กีฬาที่สำคัญ	190	47.7
รูปสัญลักษณ์แทนตัวผู้บริหารหรือคนสำคัญ	84	21.1
รูปสัตว์ พรรณไม้ สิ่งของ สถานที่ประจำถิ่น	157	39.5
รูปสัญลักษณ์แทนความงดงาม	52	13.2
รูปสัญลักษณ์แทนอำนาจ	157	39.5
รูปสัญลักษณ์แทนชัยชนะ	115	28.9
รูปสัญลักษณ์แทนความร้อนแรง	178	44.7
รูปสัญลักษณ์แทนความสมบูรณ์	105	26.3
รูปสัญลักษณ์แทนความเข้มแข็ง	52	13.2
อื่นๆ (ระบุ).....	10	2.6

จากผลการศึกษาในตารางที่ 6 โดยใช้คำถามแบบหลายคำตอบ (Multiple choice) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรูปสัญลักษณ์แทนอุปกรณ์กีฬาที่สำคัญ คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาคือรูปสัญลักษณ์แทนความร้อนแรง คิดเป็นร้อยละ 44.7 และความงามน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.2

ตารางที่ 7 องค์ประกอบเสริมเพื่อความสวยงามของตราสัญลักษณ์

องค์ประกอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อักษรชื่อสโมสร อยู่ด้านบนของตราสัญลักษณ์	178	44.7
อักษรชื่อสโมสร อยู่ด้านล่างของตราสัญลักษณ์	188	47.4
แถบบริเวณผืนธงรับชื่อสโมสร	63	15.8
คติพจน์ประจำสโมสร	94	23.7
รูปสัญลักษณ์แทนอำนาจ	63	15.8
รูปสัญลักษณ์แทนชัยชนะ	104	26.3
รูปสัญลักษณ์แทนความร้อนแรง	53	13.2
รูปสัญลักษณ์แทนความสมบูรณ์	126	31.6
รูปสัญลักษณ์แทนความเข้มแข็ง	104	26.3
อื่นๆ (ระบุ).....	10	2.6

ตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นแตกแยกกันเป็นสองฝั่ง คือเรื่องตำแหน่งการวางอักษรชื่อสโมสร ซึ่งมีผลการศึกษาที่ใกล้เคียงกัน โดยความเห็นส่วนใหญ่เลือกวางไว้ด้านล่างของตรา คิดเป็นร้อยละ 47.4 ในขณะที่อีกฝั่งหนึ่งเลือกวางไว้ด้านบนของตรา คิดเป็นร้อยละ 44.7 ขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับรูปสัญลักษณ์แทนความสมบูรณ์ คิดเป็นร้อยละ 31.6

ตารางที่ 8 รูปทรงโล่ที่พึงประสงค์ในการนำมาออกแบบตราสัญลักษณ์สโมสร

รูปทรงของโล่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โล่ว่าว	10	2.5
ทรงนอ้มนั้น	10	2.5
ทรงฮีตเตอร์	32	8.0
ทรงฝรั่งเศสเก่า	71	17.8
ทรงไอปีเรีย	22	5.5
ทรงลิ้ม	95	23.9
ทรงฝรั่งเศสใหม่	11	2.8
ทรงสองยอด engrailed	136	34.2
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 8 เมื่อผู้วิจัยมีกรณีศึกษาว่า หากต้องออกแบบตราสัญลักษณ์ด้วยรูปทรงโล่นั้น กลุ่มตัวอย่างจะเลือกรูปทรงลักษณะอย่างไร ผลการศึกษาพบว่า โล่ทรงสองยอด engrailed เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 34.2 และรูปทรงที่ได้รับความนิยมอันดับรองลงมาคือ ทรงกลม คิดเป็นร้อยละ 23.9 ทรงฝรั่งเศสเก่า คิดเป็นร้อยละ 17.8 และโล่ทรงวาวและทรงนอร์มัน ได้รับความนิยมน้อยที่สุดรวมกัน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ผลการศึกษาด้านลักษณะของตราสัญลักษณ์สโมสรกีฬาที่พึงประสงค์พบว่า ตราสัญลักษณ์ของสโมสรที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมีองค์ประกอบเหมาะสม สื่อความหมายชัดเจนมากที่สุด และสามารถสะท้อนตัวตนของสโมสรกีฬาได้ชัดเจน ตลอดจนมีความสวยงามน่าสนใจ โดยรูปทรงของตราสัญลักษณ์ที่พึงประสงค์สามอันดับแรก คือ รูปวงกลม รูปโล่ และรูปทรงอิสระ ส่วนปัจจัยเรื่องสีที่ควรใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์สโมสรนั้น พบว่าสีที่กลุ่มตัวอย่างเลือก สามอันดับแรก ได้แก่ สีแดง สีขาวและสีดำ

จากผลการศึกษาองค์ประกอบหลักที่แสดงความโดดเด่นของตราสัญลักษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรูปสัญลักษณ์แทนอุปกรณ์กีฬาที่สำคัญ เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญที่สุดคือรูปสัญลักษณ์แทนความร้อนแรง โดยให้ความสำคัญกับความงดงามน้อยที่สุด ในขณะที่ผลการศึกษาองค์ประกอบเสริมเพื่อความสวยงามของตราสัญลักษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นแตกต่างกันเป็นสองฝั่ง คือเรื่องตำแหน่งการวางอักษรชื่อสโมสร ซึ่งมีผลการศึกษาที่ใกล้เคียงกัน โดยความเห็นส่วนใหญ่เลือกวางไว้ด้านล่างของตรา ในขณะที่อีกฝั่งหนึ่งเลือกวางไว้ด้านบนของตรา และยังให้ความสำคัญกับรูปสัญลักษณ์แทนความสมบูรณ์

จากผลการศึกษาตราสัญลักษณ์สโมสรไทยลีกพบว่าลักษณะรูปทรงส่วนใหญ่มีรูปทรงโล่ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษารูปทรงโล่ที่พึงประสงค์ในการนำมาออกแบบตราสัญลักษณ์สโมสร โดยผลการศึกษาพบว่า หากต้องออกแบบตราสัญลักษณ์ด้วยรูปทรงโล่นั้น โล่ทรงสองยอด Engrailed เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุด และรูปทรงที่ได้รับความนิยมอันดับรองลงมาคือ ทรงกลม ทรงฝรั่งเศสเก่า ในขณะที่โล่ทรงวาวและทรงนอร์มันได้รับความนิยมน้อยที่สุดรวมกัน

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์การวิจัย ใน 3 ประเด็น คือ เพื่อศึกษาตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยลีกตามแนวคิดเชิงสัญลักษณ์วิทยา เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ของสโมสรไทยลีก และเพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ทางการกีฬาจากผลการศึกษา ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

ตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยลีกตามแนวคิดเชิงสัญลักษณ์วิทยา

หากอธิบายการวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์สโมสรฟุตบอลไทยลีกตามแนวคิดของ Pierce (1955) จะพบว่าตราสัญลักษณ์จัดอยู่ในหมวดของซิมโบว์ (Symbol) ซึ่งเกิดจากการให้ความหมายของสโมสร โดยเป็นการนำเอาสัญลักษณ์รูปของไอคอน (Icon) และอินเด็กซ์ (Index) มาประกอบสร้างให้เกิดเป็นความหมายเฉพาะของแต่ละสโมสร ซึ่งจะสอดคล้องกับการให้ความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) ตามแนวคิดเชิงสัญลักษณ์ของ Saussure (1959) ที่เป็นความหมายทางอ้อม

ที่เกิดจากข้อตกลงหรือความเข้าใจเฉพาะกลุ่ม โดยจากการศึกษาพบว่า ตราสัญลักษณ์ส่วนใหญ่จะให้ความหมายในเชิงของความแข็งแกร่ง ผู้นำ และอำนาจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบริบทของการกีฬาที่ชัดเจนประการหนึ่ง เนื่องจากการแข่งขันกีฬาก็จะต้องมีผู้แพ้ผู้ชนะ การออกแบบตราสัญลักษณ์จึงต้องมีการออกแบบเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่ นักกีฬาและแฟนกีฬา โดยหากอธิบายตามแนวคิดของ Barthes (1970) จะเห็นว่าตราสัญลักษณ์ของสโมสรเป็นตัวสัญลักษณ์ที่ถ่ายทอดความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) เนื่องจากการตีความหมายในระดับที่มีปัจจัยทางวัฒนธรรม ทำการถ่ายทอดความหมายโดยนัยแฝง จากสีและรูปทรง ตลอดจนลักษณะและเครื่องหมายสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏ ซึ่งทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายถึงความแข็งแกร่ง อำนาจ การเป็นผู้ชนะ และชัยชนะ

นอกจากนี้ ภาพของสิ่งสำคัญแทนพื้นถิ่นหรือบุคคลสำคัญของสโมสร ยังแสดงให้เห็นถึงอำนาจในการยึดโยงความหมายของสิ่งเหล่านั้น ที่มีอิทธิพลเหนือตัวสัญลักษณ์อื่น เช่น รถม้าลำปาง ที่อำนาจของความหมายที่สื่อแทนตัวจังหวัดลำปางนั้นมีมากกว่า ชามกาไก่ หรือพระธาตุ หรือสิ่งอื่นใดที่สามารถใช้กล่าวอ้างแทนตัวจังหวัดลำปางได้



ภาพที่ 1 ตราสัญลักษณ์สโมสรฟุตบอลลำปาง

และเมื่อภาพความหมายที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์เหล่านี้ได้ถูกเผยแพร่ไปก็ทำให้ความหมายโดยนัยที่ถูกสร้างขึ้นมา ได้แปลเปลี่ยนไปเป็นความหมายโดยตรง ที่เมื่อกล่าวถึงตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลไทยลีกเหล่านี้ ก็จะสามารถเข้าใจได้ว่าเป็นสโมสรใด ของจังหวัดใด ได้ทันทีตามที่ Barthes (1970) ได้อธิบายไว้ว่าถ้าหากความหมายนั้นมีอำนาจมากพอก็จะสามารถเปลี่ยนความหมายโดยนัยให้กลายเป็นความหมายโดยตรงได้

รูปแบบและลักษณะที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ของสโมสรไทยลีก

จากการศึกษาการออกแบบรูปทรงลักษณะองค์ประกอบที่ปรากฏในตราสัญลักษณ์ พบว่าเป็นลักษณะของวัตถุหรือสิ่งของที่มาจากรธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับ พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ (2546) ที่กล่าวว่าแรงบันดาลใจในการออกแบบตราสัญลักษณ์ ประการหนึ่งนั้นเป็นแรงบันดาลใจจากธรรมชาติสิ่งแวดล้อม (Natural Form) ได้แก่ ภาพพืชพันธุ์ ภูเขา สัตว์ ดวงดาว ดวงจันทร์ ดวงอาทิตย์ จัดเป็นสัญลักษณ์ที่เกิดจากธรรมชาติ (Natural Symbol) และจากรูปแบบที่มนุษย์สร้าง (Manmade Form) ได้แก่ อาคารบ้านเรือน เครื่องใช้ สิ่งก่อสร้าง และสิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น

ในด้านของสีที่ใช้ในการออกแบบ พบว่าสีที่สโมสรฟุตบอลในไทยลีกใช้ ส่วนใหญ่จะมีสีดำหรือสีส้มเป็นสีหลัก และอาจมีสีแดง เหลือง น้ำเงิน ทอง และ สีขาวประปราย เมื่ออธิบายตามแนวคิดเรื่องจิตวิทยาของสีของ Bottomley และ Doyle (2006) จะพบว่าสีส้มจะให้ความรู้สึกคึกคะนอง ส่วนสีดำ จะให้ความรู้สึกของการแข่งขันและความรุนแรงซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของการแข่งขันกีฬา

ส่วนด้านรูปแบบ เป็นที่เห็นได้ชัดเจนว่า รูปทรงลักษณะโล่นั้นเป็นตัวสัญลักษณ์ที่แสดง ความหมายการออกแบบโล่สามารถสื่อถึงความมั่นคง การปกป้อง อายุยืน ประเพณี ความแข็งแกร่ง ความเป็นชาย ความแข็งแกร่ง ความกล้าหาญ ความมั่นใจ ไม่ถอย ไม่ยอมแพ้ ส่วนลักษณะวงกลม เป็นตัวสัญลักษณ์ที่หมายถึงความสมบูรณ์ การปกป้องและการเคลื่อนไหว ซึ่งเมื่อนำมาใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอลจึงเป็นการเปรียบเปรยว่าสโมสรมีความแข็งแกร่งเป็นป้อมปราการ ที่มีกำลังพลพร้อมออกศึก

แนวทางความต้องการตราสัญลักษณ์กีฬาของประชาชนจากการถอดรหัสสัญลักษณ์ฟุตบอลไทยลีก

ตราสัญลักษณ์กีฬาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความแตกต่าง ที่สร้างการรับรู้จดจำได้ง่าย อันจะเอื้อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างฐานแฟนคลับของสโมสรได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งหากสโมสรกีฬาต้องการเพิ่มศักยภาพในและสร้างฐานแฟนคลับให้มากขึ้น จึงควรพิจารณาออกแบบสัญลักษณ์ของสโมสร เพื่อเป็นการเพิ่มการรับรู้และประชาสัมพันธ์องค์กรของตนได้อีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรยวินท์ วิทวัสกุลวงศ์ (2558) สุชาวัลย์ สัจจสมบูรณ์ และธีรvara ไหวดี (2561) ที่มีแนวคิดว่าการออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กร จะต้องง่ายต่อการรับรู้ สร้างทัศนคติที่ดี และสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจนและมีจุดเด่น เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

โดยลักษณะที่เหมาะสมในการออกแบบตราสัญลักษณ์สโมสรกีฬา ควรมีองค์ประกอบที่เหมาะสม สื่อความหมายชัดเจนมากที่สุด และสามารถสะท้อนตัวตนของสโมสรกีฬาได้ชัดเจน ตลอดจนมีความสวยงามน่าสนใจ โดยรูปทรงของตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมในการออกแบบเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือแฟนกีฬาได้ดี สามอันดับแรก คือ รูปวงกลม รูปโล่ และรูปทรงอิสระ ส่วนปัจจัยเรื่องสีที่ควรใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์สโมสนั้น สามอันดับแรก ได้แก่ สีแดง สีขาว และสีดำ ส่วนการออกแบบองค์ประกอบหลักที่แสดงความโดดเด่นของตราสัญลักษณ์ ควรเลือกใช้รูปสัญลักษณ์แทนอุปกรณ์กีฬาที่สำคัญ และสัญลักษณ์แทนความร้อนแรงเป็นหลัก เพื่อแสดงความแข็งแกร่งดุติ้นของกีฬา ส่วนการออกแบบองค์ประกอบรองควรเลือกใช้สัญลักษณ์แทนความอุดมสมบูรณ์หรือชัยชนะ ในขณะที่การวางตัวอักษรชื่อสโมสรสามารถวางไว้ได้ทั้งด้านบนหรือด้านล่างของตราสัญลักษณ์ ในส่วนของการออกแบบรูปร่างลักษณะของตราสัญลักษณ์นั้น สามารถออกแบบได้ทั้งทรงกลม หรือทรงโล่ ซึ่งทรงโล่ควรเป็นโล่ทรงสองยอด Engrailed หรืออาจเลือกใช้ ทรงลิ้ม หรือทรงฝรั่งเศสเก่า ก็ได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าสัญญาณของตราสัญลักษณ์ของสโมสรเป็นส่วนหนึ่งของภาพแทนที่แสดงความสัมพันธ์กับพื้นที่ถิ่นฐานของสโมสร และเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างตัวตนบนพื้นที่สื่อซึ่งสโมสรกีฬา และองค์กรทางการกีฬาสามารถนำผลการศึกษานี้ไปออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อเพิ่มศักยภาพการประชาสัมพันธ์ทางการกีฬา

2. สโมสรกีฬา หรือองค์กรทางการกีฬาที่มีตราสัญลักษณ์อยู่แล้ว สามารถอ้างอิงผลการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อนำไปปรับปรุงตราสัญลักษณ์ให้มีรูปทรงและความหมายที่สามารถสะท้อนตัวตนได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยนี้เป็นเพียงรูปแบบของตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมเท่านั้น ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาต่อยอด เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ต่อไป

2. วิธีดำเนินการวิจัยในส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ นอกจากวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์ทีมฟุตบอลไทยลีก 1 จำนวน 16 ทีมจากข้อมูลเอกสารหลักฐานแล้ว ควรใช้เครื่องมือการสนทนากลุ่มหรือสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตราสัญลักษณ์ เพื่อยืนยันข้อมูล จะทำให้ถอดรู้หรือการประกอบสร้างความหมายที่ส่งผ่านตราสัญลักษณ์ที่ผู้ศึกษาได้ทำมาอย่างดีแล้วให้ได้แม่นยำยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). **การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2542). **วาทกรรมการพัฒนา: อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณ์ และความเป็นอื่น**. กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. (2546). **เทคนิคการออกแบบงานกราฟิก**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- รวิณท์ วิทวัสกุลวงศ์. (2558). **การพัฒนาตราสัญลักษณ์ด้วยกระบวนการออกแบบเอกลักษณ์องค์กร กรณีศึกษา บริษัท วิลเลนดรอพ จำกัด**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย. (2559). **สรุปการแถลงข่าว “FA THAILAND ROADMAP 2017-2019”**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <http://fathailand.org/news/60>
- สุธาวลัย สัจจสมบูรณ์ และธีรวิรา ไหวติ. (2561). กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง เครื่องมือในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น**. 2(3), 83-92.

- Barthes, R. (1970). **Writing Degree Zero and Elements of Semiology**. Translated from the French by Annette Lavers and Colin Smith. Boston: Beacon Press.
- Bottomley, P. A., Doyle, J. R. (2006). "The interactive effects of colors and products on perceptions of brand logo appropriateness". **Marketing Theory**. 6(1): 63-83. doi:10.1177/1470593106061263. S2CID 53464180.
- Peirce, C. S. (1955). **Philosophical writings of Peirce**. New York: Dover Publications.
- Saussure, F. (1959). **Course in general linguistics**. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Yamane T. (1967). **Elementary Sampling Theory**. New Jersey: Prentice-Hall INC.