

การออกแบบหนังสือพิมพ์ไทยสำหรับวัยรุ่น

Thai Newspaper Design for Teenagers

ปวีณรัตน์ สุวรรณภูมิ^{1*} ชีรนพ หวังศิลปคุณ² และไพจิตร อิงศิริวัฒน์²

Paveenrat Suwannaphum^{1*} Tnop Wangsilapakun² and Paichit Ingsiriwat²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ

มหาวิทยาลัยรังสิต ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

²อาจารย์ประจำ คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยรังสิต ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

¹Graduate student in Master of Fine Art Program (Design) of Arts and Design Faculty, Rangsit University,

Phahonyothin Rd., Lak-hok, Patumtanee, Thailand 12000

²Lecturer in Master of Fine Art Program (Design) of Arts and Design Faculty, Rangsit University,

Phahonyothin Rd., Lak-hok, Patumtanee, Thailand 12000

*Corresponding author, E mail: maimgy1992@gmail.com

บทคัดย่อ

การออกแบบหนังสือพิมพ์ไทยสำหรับวัยรุ่น เพื่อกลุ่มเป้าหมายอายุ 18-25 ปี ผู้วิจัยคิดค้นทำโครงสร้างของหนังสือพิมพ์ “NEWSIAM นิวสยาม” ขึ้นมาใหม่ทั้งหมด โดยหาจุดกึ่งกลางระหว่างความน่าเชื่อถือของข่าวและความสนุกสนานของวัยรุ่น นำมาผสมผสานกันเพื่อเน้นสร้างสรรค์หนังสือพิมพ์ไทยให้น่าสนใจ มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีบุคลิกที่แปลกใหม่ จะมีข่าวจริงที่มีการนำเสนอแบบเล่าเรื่องในแง่บวก สารความรู้ รวมไปถึงกระแสนิยม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและออกแบบชุดตัวอักษรไทย การจัดวางคอลัมน์ สี ความเป็นอัตลักษณ์องค์กร เพื่อปรับเปลี่ยนบุคลิกของหนังสือพิมพ์ไทย โดยกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ วัยรุ่นเพศชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ที่มีอายุ 18-25 ปี ใช้การสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ วิธีการวิจัยใช้ การสำรวจข้อมูลเบื้องต้น สรุปผลและวิเคราะห์ ออกแบบและพัฒนา ทดสอบความพึงพอใจและสรุปผล ส่วนผลการวิจัยสรุปว่าหนังสือพิมพ์ “NEWSIAM นิวสยาม” มีความน่าสนใจทั้งในเรื่องของการออกแบบและชุดตัวอักษรที่ดูทันสมัย น่าอ่านสบายตา มีข่าวและสารความรู้ที่หาอ่านได้ยาก ทำให้การออกแบบหนังสือพิมพ์ไทยในวัยรุ่นครั้งนี้ ประสบความสำเร็จได้เพราะมีการสร้างเอกลักษณ์ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการสร้างสไตล์ในการออกแบบ ผลการวิจัยครั้งนี้ เป็นที่พึงพอใจสำหรับวัยรุ่นค่อนข้างมาก ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

คำสำคัญ: หนังสือพิมพ์ไทย อัตลักษณ์องค์กร

Abstract

Thai newspapers designed for teenagers aimed at the target group of teenagers aged 18-25 years. The author invented all new structure of the newspaper "NEWSIAM" by finding the midpoint between the credibility of news and fun of the teenager. It focused on creating Thai newspapers with attractive, outstanding and strange features compared to traditional patterns in the marketplace. An objective content of the newspapers includes story-telling based on real situation, positive story, fashion, and knowledge. A set of Thai letters was studied and designed. The author would consider column placement, colors, corporate identity to create new style of Thai newspapers, to change characteristics of Thai newspapers. Population and samples were young men and women living in Bangkok within the age of 18-25 years using Quota sampling. Tools used in research were a questionnaire survey and interview. Research and methodology were preliminary survey data, summarize and analyze, design and develop, test satisfaction and conclusion. The results show that NEWSIAM Newspaper is interesting in terms of design and font sets that are stylish, comfortable to reading, and contain news, knowledge, and fashion that are good for teenagers.

Keywords: thai newspaper, corporate identity

1. บทนำ

สื่อหนังสือพิมพ์จัดเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น (สุภาณี แก้วมณี, 2547) พัฒนาการของหนังสือพิมพ์ไทยได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบเนื้อหาที่น่าสนใจ แต่เป็นเพียงสื่อเดียวที่ยังไม่เคยมีการเปลี่ยนแปลงในเชิงออกแบบเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต (สุกัญญา สุกบรรทัด, 2542)

จากการค้นคว้าย้อนหลังไป 50 ปี ผู้วิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์ไทยในแต่ละสำนักยังไม่เคยมีการเปลี่ยนแปลง โดยปัจจุบันเนื้อหาที่น่าสนใจเรื่องแง่ลบมากขึ้นกว่าแต่เดิม และภาพรวมในแง่ของอัตลักษณ์ยังคงคล้ายสมัยเมื่อเทียบกับสื่อต่างประเทศ ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมการอ่านของวัยรุ่น โดยส่วนใหญ่พบว่าวัยรุ่นนั้นชอบอ่านในลักษณะการเล่าเรื่องมากกว่าข่าวที่น่าสนใจทางตรง จึงคิดค้นโครงสร้างของหนังสือพิมพ์สำหรับวัยรุ่นขึ้นมาโดยเฉพาะ

ผู้วิจัยจึงเห็น โอกาสที่จะพัฒนา ปรับเปลี่ยนรูปแบบการออกแบบหนังสือพิมพ์ไทย โดยมุ่งเน้นไปที่ การศึกษากลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นในปัจจุบันมีความสนใจในการอ่านหนังสือพิมพ์น้อยกว่าวัยอื่นๆ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อบริการเปิดรับสื่อประเภทอื่น เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต โดยที่ผู้วิจัยเน้นสร้างสรรค์หนังสือพิมพ์ไทยที่น่าสนใจ ทันสมัย มีบุคลิกที่แปลกใหม่ไปจากเดิมที่มีขายกันตามท้องตลาด จะมีข่าวจริงที่มีการนำเสนอแบบเล่าเรื่องในแง่บวก (อรชชา เผือกสุวรรณ, 2549) การนำเสนอข้อมูลด้านแฟชั่นที่เป็นปัจจุบัน และสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อวัยรุ่น โดยจะเก็บข้อดีของหนังสือพิมพ์ไทยเอาไว้และพัฒนาข้อเสียของหนังสือพิมพ์ไทยควบคู่ไปด้วย

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบหนังสือพิมพ์ไทยสำหรับวัยรุ่นในด้านการออกแบบ

ตัวอักษร การจัดวางคอลัมน์ ความเป็นอัตลักษณ์องค์กร และสีที่ใช้

2. เพื่อปรับเปลี่ยนบุคลิกของหนังสือพิมพ์ไทย

3. อุปกรณ์และวิธีการ

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่วัยรุ่นเพศชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ที่มีอายุ 18-25 ปี โดยใช้การสุ่มแบบโควตา (Quota sampling) จำนวน 200 คน แบ่งเป็นเพศชาย 100 คน และเพศหญิง 100 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จะใช้การกรอกแบบสอบถาม (ประเมิน โดยกลุ่มตัวอย่าง) และการสัมภาษณ์ เพื่อประเมินประสิทธิภาพของหนังสือพิมพ์ไทย (ประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญ) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ สถานภาพทั่วไป, ความคิดเห็นเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ไทยในยุคปัจจุบัน และความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3 รวบรวมข้อมูลหน้าแรกหนังสือพิมพ์ไทยและหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2500 – พ.ศ. 2558 จำนวน 150 ฉบับ เพื่อเปรียบเทียบบุคลิกในการออกแบบ

3.4 คัดเลือกรูปแบบชุดตัวอักษรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยใช้เกณฑ์ในการแยกประเภทเป็นแบบมาตรฐาน (หัวกลม), แบบกึ่งทางการ (หัวตัด) และแบบลายมือ

3.5 ศึกษาวิธีการออกแบบชุดตัวอักษร โดยนำข้อดีของแบบอักษรไทยรัฐ เป็นแบบเก็บฐาน เหมือนตัวภาษาอังกฤษแบบ UPPERCASE ตามหลักสากล มาปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เป็นแบบกึ่งทางการ (หัวตัด) เพื่อให้ดูทันสมัย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น

3.6 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาบุคลิกของหนังสือพิมพ์ไทยสำหรับวัยรุ่น โดยวิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเชิงสำรวจที่เป็นเครื่องมือ

ทางการวิจัย และกำหนดแนวทางในการออกแบบตัวอักษร คิดค้น ทำโครงสร้างของหนังสือพิมพ์ “NEWSIAM นิวสยาม” ขึ้นมาใหม่ทั้งหมด โดยหาจุดกึ่งกลางระหว่างความน่าเชื่อถือของข่าวและความสนุกสนานของวัยรุ่น นำมาผสมผสานกันให้เกิดโครงสร้างใหม่ที่ยังไม่เคยเกิดขึ้น ทั้งของไทยและต่างประเทศ

3.7 ออกแบบชุดตัวอักษร อัตลักษณ์องค์กร การจัดหน้าและทดลองใช้งาน

3.8 นำผลงานการออกแบบไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ โดยการสัมภาษณ์ เพื่อเก็บข้อมูลและนำมาใช้ในการปรับปรุงในการออกแบบ

3.9 ปรับปรุงและแก้ไขงานออกแบบ ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา

3.10 ปรับแก้ตัวอักษร อัตลักษณ์องค์กร การจัดหน้าให้ดีขึ้นและให้ไปตามวัตถุประสงค์ ทดสอบความพึงพอใจ

3.11 สรุปผลและรวบรวมเนื้อหาและขั้นตอนการทำงาน เพื่อนำมาจัดทำไฟล์นำเสนอผลงาน

4. ผลการวิจัย

4.1 จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาบุคลิกของหนังสือพิมพ์ไทยสำหรับวัยรุ่น ที่ผู้วิจัยคิดค้น ทำโครงสร้างของหนังสือพิมพ์ “NEWSIAM นิวสยาม” ขึ้นมาใหม่ทั้งหมด โดยหาจุดกึ่งกลางระหว่างความน่าเชื่อถือของข่าวและความสนุกสนานของวัยรุ่น นำมาผสมผสานกัน เพื่อใช้ในการออกแบบ และวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ วัยรุ่นเพศชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ที่มีอายุ 18-25 ปี โดยใช้การสุ่มแบบโควตา (Quota sampling) จำนวน 200 คน แบ่งเป็นเพศชาย 100 คน และเพศหญิง 100 คน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า หนังสือพิมพ์ “NEWSIAM นิวสยาม” มี

ความน่าสนใจทั้งในเรื่องของการออกแบบที่ดูทันสมัย น่าอ่าน กล้าถือ กล้าหยิบเหมือนนิตยสารที่ซื้อมาใน ทุกๆเดือน มีข่าวและสาระความรู้ที่หาอ่านได้ยาก รวมถึงกระแสนิยมควบคู่ไปด้วย จำนวน 160 คน (ร้อยละ 80) รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์คู่มือเหมือนนิตยสาร มากเกินไป เพราะหาไม่เคยมองเห็นหนังสือพิมพ์ไทยมี ภาพลักษณ์แบบนี้ จำนวน 40 คน (ร้อยละ 20)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจใน รูปแบบชุดตัวอักษร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ วัยรุ่นเพศชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ที่มี อายุ 18-25 ปี โดยใช้การสุ่มแบบโควตา (Quota sampling) จำนวน 200 คน แบ่งเป็นเพศชาย 100 คน และเพศหญิง 100 คน กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจ รูปแบบชุดตัวอักษร จำนวนคะแนน 5 มากที่สุด คือ จำนวน 80 คน (ร้อยละ 40) รองลงมาคือ จำนวน คะแนน 4 มาก คือจำนวน 50 คน (ร้อยละ 25) รองลงมา คือ จำนวนคะแนน 3 ปานกลาง คือจำนวน 50 คน (ร้อยละ 25) รองลงมาคือ จำนวนคะแนน 2 น้อย คือจำนวน 20 คน (ร้อยละ 10) ตามลำดับ

5. การอภิปรายผล

5.1 ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาวิจัย ความรู้ ที่ได้ในการสร้างอัตลักษณ์องค์กร การออกแบบ ตัวอักษร การ ออกแบบคอลัมน์ที่จัดวาง ทำให้พบแนว ทางการสร้างสรรค์ที่ดูแปลกใหม่จากเดิม เพราะแต่เดิมนั้นหนังสือพิมพ์ไทย ภาพรวมคูโบราณ แบบอักษรจะ วางใหญ่ๆ เต็มพื้นที่ และมีการจัดวางแบบเต็มคอลัมน์ ไม่มีที่พักระหว่าง ส่วนใหญ่จะมีการพาดหัวข่าวที่ไป ในเชิงลบ ส่วนหนังสือพิมพ์ที่เราได้สร้างสรรค์ขึ้นใหม่นั้น มีการออกแบบที่ดูทันสมัย ขนาดเล็กลง ง่ายต่อการพกพา แบบอักษรที่ใช้ นำข้อดีของแบบอักษรของ ไทยรัฐที่เป็นแบบพื้นฐาน เหมือนตัวภาษาอังกฤษแบบ UPPERCASE ตามหลักสากล เพื่อง่ายต่อการจัดวาง

และนำข้อเสียของแบบอักษรของไทยรัฐที่ดูล้าสมัยมา ปรับปรุง ให้ดูทันสมัย โดยออกแบบให้เป็นลักษณะกึ่ง ทางการ เพราะหนังสือพิมพ์ต้องมีความน่าเชื่อถือ จึงไม่ ออกแบบให้ดูวัยรุ่นมากเกินไป โดยนำระบบตารางกริด ที่เป็นสากลมาใช้ในการออกแบบ โดยออกแบบ ตัวหนังสือทั้งหมด 4 แบบ ได้แก่ พาดหัวหลัก, พาดหัว รอง, เนื้อหาตัวหนา (มีหัว) และ เนื้อหาตัวปกติ (มีหัว) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยจะเน้นไปที่การเซาะ รอยต่อ (INK TRAP) คือออกแบบเพื่อให้มีช่องว่าง เพื่อให้หมึกสามารถไหลไปเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว ได้เอง เนื่องจากส่วนใหญ่กระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ หนังสือพิมพ์มักจะเป็นกระดาษคุณภาพต่ำ ซึมซับหมึก ได้ไม่ดี ส่วนการจัดวางคอลัมน์จะแบ่งทั้งหมดเป็น 6 คอลัมน์ต่อ 1 หน้า เน้นพื้นที่สีขาวในการพักสายตา และการใส่เรียงลำดับความสำคัญของข่าวตามหลัก จิตวิทยาในการอ่าน มีข่าวโดยใช้การนำเสนอเป็นการ เล่าเรื่องที่เป็นเชิงบวก น่าติดตาม สีที่ใช้จะเลือกใช้โทน สีที่สดใส ดึงดูด น่าหยิบอ่าน ส่วนอัตลักษณ์องค์กรนั้น มีการนำมาใช้ในทุกหน้าของหนังสือพิมพ์ เพื่อให้เป็นที่จดจำได้ง่าย

5.2 จากการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลชี้ให้เห็นถึง การออกแบบนั้น มีเป้าหมายไปสู่ผลสำเร็จของ หนังสือพิมพ์สำหรับวัยรุ่น โดยต้องอาศัยปัจจัย 3 ประการหลัก คือการสร้างเอกลักษณ์ การเข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย และการสร้างสไตล์ในการออกแบบ

6. บทสรุป

จากการที่ผู้วิจัยคิดค้น โครงสร้างหนังสือพิมพ์ ไทยสำหรับวัยรุ่นขึ้นมาใหม่ชื่อ “NEWSIAM นิวสยาม” โดยการหาจุดกึ่งกลางระหว่างความน่าเชื่อถือของข่าว และความสนุกสนานในวัยรุ่น นำมาผสมผสานกัน โดย ศึกษาจากการสังเกตพฤติกรรมกรรมการอ่านของวัยรุ่นเป็น หลัก ทำให้เกิดหนังสือพิมพ์วัยรุ่นยุคใหม่ ทำให้เกิด

ความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ไทยในปัจจุบัน ที่ผสมผสานความเป็นนิตยสารเข้าไปด้วย ทำให้ดูทันสมัย แต่มีการนำเสนอข่าวจริง ที่เป็นเชิงแง่บวก และเป็นสาระความรู้ให้กับวัยรุ่นได้อ่านให้เป็นประโยชน์ และได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นเพศชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ที่มีอายุ 18-25 ปี โดยใช้การสุ่มแบบโควตา (Quota sampling) จำนวน 200 คน แบ่งเป็นเพศชาย 100 คน และเพศหญิง 100 คน กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจโดยมีการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ทันสมัย แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ที่วางขายกันในท้องตลาด สร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับผู้อ่านได้อีกด้วย

อรชา เผือกสุวรรณ. (2549). การวิเคราะห์การใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

7. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ธีรณพ หวังศิลปคุณ, อาจารย์ขวัญชัย อัครธรรมกุล, อาจารย์จักรพันธ์ ชรินทร์ตนา, อาจารย์ Sridhar Ryalie, รศ. ไพจิตร อังศิริวัฒน์, รศ. สุวิทย์ รัตนานันท์ และอาจารย์ณวัฒน์ อินทอง สำหรับการเป็นที่ปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

8. เอกสารอ้างอิง

สุกัญญา สดขรรหัต. (2542). วิวัฒนาการหนังสือพิมพ์ไทย. รายงานวิจัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 สุภาณี แก้วมณี. (2547). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์: กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.