

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบอีโมติคอน สื่ออารมณ์ ความรู้สึกที่มีความเป็นไทย 2) เพื่อออกแบบรูปอีโมติคอน สื่ออารมณ์ความรู้สึกที่มีความเป็นไทย กลุ่มเป้าหมายสำหรับการค้นคว้าแบบอิสระนี้ คือกลุ่มผู้ใช้โปรแกรม MSN (Microsoft Network) ที่เป็นคนไทยอายุระหว่าง 18-27 ปี จำนวน 20 คนและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักออกแบบการ์ตูน จำนวน 10 คน ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามโดยวิเคราะห์ดังต่อไปนี้ 1) สุ่มอันดับเลือกกลุ่มตัวอย่างอีโมติคอนที่ได้รับความนิยม 10 ชุดจากเว็บไซต์ที่มีการจัดอันดับสูงสุด 2) ทำการวิเคราะห์อารมณ์ที่แสดงออกทางใบหน้าจากกลุ่มตัวอย่าง Emoticon 10 ชุด ด้วยกรอบทฤษฎีทางด้านอารมณ์ 3 ประเภท 3) ทำการวิเคราะห์อารมณ์ที่แสดงออกทางร่างกายจากกลุ่มตัวอย่างอีโมติคอนทั้งหมด 10 ชุด ด้วยกรอบทฤษฎีองค์ประกอบของอารมณ์ในการแสดงออกทางร่างกาย 4) วิเคราะห์ความเป็นไทยจากภาพจิตรกรรมฝาผนังและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบเพื่อสรุปข้อมูลภาพรวมเกี่ยวกับอารมณ์ความเป็นไทย เพื่อออกแบบ Character ที่นิยามความเป็นไทย 5) ออกแบบอีโมติคอน ทดสอบ แก้วใจและประเมินผลงานการออกแบบอีโมติคอน

จากการศึกษาครั้งนี้ผลการวิเคราะห์การออกแบบอีโมติคอนสื่ออารมณ์ความรู้สึกที่มีความเป็นไทยคือได้แนวทางในการออกแบบอีโมติคอนที่สื่ออารมณ์พื้นฐาน การแสดงออกด้วยท่าทาง สีหน้า และสื่ออารมณ์ความเป็นไทยออกมาในรูปแบบเด็กหัวจุกที่สามารถสื่อออกมาด้วยวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี การแต่งกาย เสื้อผ้า ทรงผมจุก การไหว้ การยิ้มที่เป็นสัญลักษณ์ของคนไทย ซึ่งทำให้ได้ผลการออกแบบมา 20 อารมณ์คือ 1) ยิ้ม 2) หัวเราะ 3) งอน, 4) เหมิน, 5) ร้องไห้ น้ำตาไหล 6) โกรธ 7) เศร้า 8) เสียใจ 9) สงสัย 10) งง มีคำถาม 11) อารมณ์ดี ร้องเพลง 12) ร้องไห้โยเย 13) แลบลิ้น 14) ชูนิ้วความหมายว่าชมเชย 15) โบกมือลา 16) นอนหลับ 17) ทานข้าว 18) เคารพ, ไหว้ 19) ขี้ยานพาหนะ 20) หัวเราะแบบปิดปาก และนำมาประเมินผลกับกลุ่มเป้าหมายพบว่าความคิดเห็นที่มีต่อผลงานการออกแบบอีโมติคอน (Emoticon) สื่ออารมณ์ ความรู้สึกที่มีความเป็นไทยของกลุ่มเป้าหมาย มีดังนี้ การรับรู้และเข้าใจการสื่อสารอารมณ์ความรู้สึกที่มีความเป็นไทย มีผู้เลือกตอบอยู่ในเกณฑ์ดีมากคิดเป็น 70% และอยู่ในเกณฑ์ดีคิดเป็น 30% ความเหมาะสมในการนำไปใช้ในสื่อเพื่อการแสดงอารมณ์ความรู้สึกในการสนทนาออนไลน์ มีผู้เลือกตอบอยู่ในเกณฑ์ดีมากคิดเป็น 70% และอยู่ในเกณฑ์ดีคิดเป็น 25% และอยู่ในเกณฑ์ปานกลางคิดเป็น 5% รูปแบบของอีโมติคอน (Emoticon) สื่ออารมณ์ความรู้สึกที่มีความเป็นไทย มีผู้เลือกตอบอยู่ในเกณฑ์ดีมากคิดเป็น 70% และอยู่ในเกณฑ์ดีคิดเป็น 25% และอยู่ในเกณฑ์ปานกลางคิดเป็น 5% และมีประเด็นที่น่าสนใจที่ค้นพบคือการออกแบบ อีโมติคอนสื่ออารมณ์ในแต่ละอารมณ์สามารถออกแบบการแสดงออกได้หลากหลายใบหน้าและท่าทาง ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับารออกแบบผ่าน Character ที่เหมาะสม ทำให้การออกแบบอีโมติคอนความรู้สึกที่มีความเป็นไทยต้องคำนึงถึงหลายสิ่งรวมกัน ทั้งข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้และมีความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงการรับรู้ตามประสบการณ์ของผู้ใช้งาน สภาพความต้องการในขณะนั้น อารมณ์ ความสนใจ วัฒนธรรม ภาษา เพื่อการออกแบบให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเลือกใช้อีโมติคอนที่สามารถสื่อสารอารมณ์ความเป็นไทยได้อย่างดี

This independent study has 2 main objectives which are 1) To study the approach in designing the emoticon which is able to express the emotions and feelings in Thai. 2) To design the emoticon which is able to make Thai expressions. A target group of this study is 20 Thai citizens aging between 18-27 who use MSN in communication and 10 cartoon designer specialists. The study was conducted through field study and analysis from 1. Random 10 sets of popular emoticons from the highest access website. 2. Analyze facial expressions from 10 sets of popular emoticons within the framework of 3 types of emotion theory. 3. Analyze physical expressions from 10 sets of popular emoticons within the framework of 3 types of physical expression theory. 4. Analyze the way of Thaiism from the murals and interview the specialists as well as designers in order to summarize the overall information from the pictures related to Thaiism emotion in order to design characters which define Thaiism. 5. Design the emoticons, trial, revise and evaluate the emoticon design.

The study revealed that designing the emoticons which express the Thaiism emotions should be based on basic emotions by using gestures, facial expressions through a topknot kid who can express Thai culture and tradition via costume, clothing, hair style, the Wai, and smiling which represent all symbols of Thai people. As a result, the design ends up with 20 emotions as followed 1. Smiling 2. Laughing 3. Peevish 4. Shy 5. Crying 6. Anger 7. Depressing 8. Sorrow 9. Suspicious 10. Puzzling or Questioning 11. Singing 12. Baby crying 13. Put a tongue out 14. Thumb up 15. Hand waving 16. Sleeping 17. Eating 18. Wai 19. Riding 20. Laugh out loud. These emoticons were assessed against the target group regarding Thaiism expression, it revealed that 70% of the respondents agreed that the emoticons could excellently express their emotions and 30% agreed that they could well express their emotions. The suitability for this emoticon to express their feelings while communicating on line showed that 70% of the respondents agreed that the emoticons could excellently express their emotions, 25% agreed that they could well express their emotions and 5% agreed that they could moderately express their emotions. Regarding the format of the emoticons expressing Thai emotions, the respondents agreed that 70% of the respondents agreed that the emoticons could excellently express their emotions, 25% agreed that they could well express their emotions and 5% agreed that they could moderately express their emotions. The interesting issue from assessing opinions in designing the emoticon is that emotions can be expressed in many ways depending on the appropriate characters. Designing Thai emoticon, one must consider several factors such as reliable sources, creativity of the designer and realizing the perception and experiences of the users and the needs at that particular moment such as emotion, interest, culture, and languages so that designing the emoticon will meet the needs of the target group who could select appropriate emoticon to express their Thai emotion very well.