

172818

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นคว้าว่าการใช้รูปแบบดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction) ในงานออกแบบโฆษณา สามารถสื่อสารบุคลิกภาพ (Personality) ได้ได้ มีวิธีการใช้เทคนิคการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบ (Technic) อย่างไร และมีหลักการโครงสร้างการจัดองค์ประกอบ (Composition Structure) อย่างไร

การดำเนินงานวิจัย 1.) ศึกษาข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวกับดีคอนสตรัคชัน รวบรวมข้อมูลข้อมูลบุคลิกภาพ วิธีการใช้เทคนิคการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบ และหลักการโครงสร้างการจัดองค์ประกอบเรขาคณิต 2.) คัดเลือกผลงานสิ่งพิมพ์โฆษณาที่มีเกณฑ์การใช้รูปดีคอนสตรัคชันตามวรรณกรรมจำนวน 130 ชิ้น 3.) จัดทำแบบสอบถาม และคู่มือ 4.) สอบถามผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบเรขาคณิต และโฆษณาจำนวน 5 ท่าน 5.) สรุปและวิเคราะห์ผลของการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบดีคอนสตรัคชันในการออกแบบโฆษณา

- 1.) สามารถสื่อสารได้จำนวน 15 บุคลิกภาพ โดยมี 3 อันดับแรกตามอันดับ คือ กล้า บังอาจ (Daring) บึกบึน (Tough) และ รักอิสระ (Outdoorsy)
- 2.) มีวิธีการใช้เทคนิคการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบจำนวน 11 เทคนิค โดยมี 3 อันดับแรกตามอันดับ คือ ศิลป์ (Artistic) พร่า มัว (Blur) และ สัญญาณรบกวน (Noise)
- 3.) ใช้หลักการโครงสร้างการจัดองค์ประกอบจำนวน 8 โครงสร้าง โดยมี 3 อันดับแรกตามอันดับ คือ คล้ายกัน (Similarity) รวมตัว (Concentration) และ ตัดกัน (Contrast)

ภาควิชา นฤมิตรศิลป์  
สาขาวิชา นฤมิตรศิลป์  
ปีการศึกษา 2548

ลายมือนิสิต..... จิระกานต์ หนามิ  
ลายมืออาจารย์ที่ปรึกษา..... สุภาวดี งาม

172818

The aim of this research is to study deconstruction method used in advertisement.

The study concerns: first, the types of personality which are expressed; second, the use of techniques for changing compositions, and last, the composition structure.

The procedure of the research can be presented as follows. Firstly, related literatures about deconstruction, personality, uses of techniques for changing compositions, and principles of composition structure are reviewed. Secondly, 130 pieces of advertisement, which have been produced by means of deconstruction method, are collected. Thirdly, questionnaires and the manual are produced. Fourthly, consultation with 5 experts in the field of graphic design and advertisement is done. Finally, the result of the study is concluded and interpreted.

The result of the study shows:

- 1.) There are 15 types of personality that can be expressed via deconstruction method. The first 3 common types are daring, tough, and outdoorsy, respectively.
- 2.) There are 11 techniques used in composition changing. The first 3 techniques are artistic, blur, and noise, respectively.
- 3.) There are 8 composition structures used. The first 3 frequently used structures are similarity, concentration, and contrast.

DEPARTMENT      CREATIVE ARTS  
FIELD OF STUDY    CREATIVE ARTS  
ACADEMIC YEAR 2005

STUDENT'S SIGNATURE.....*BEYAZ RINDU*.....  
ADVISOR'S SIGNATURE.....*Agus Sitan*.....