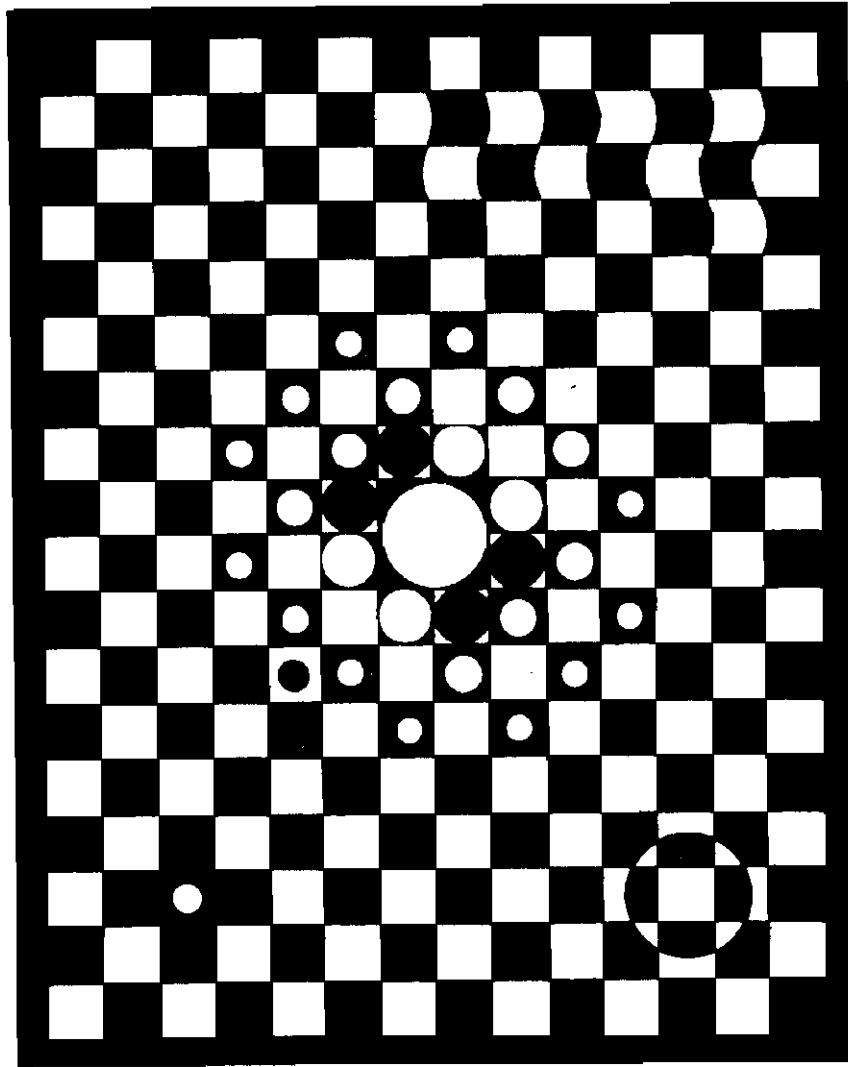


12

ภาพลวงตาในการออกแบบ

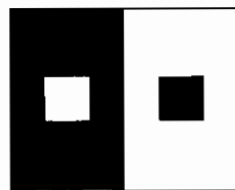


ในการออกแบบการจัดแสดงนั้น ผู้ออกแบบจะพยายามใช้พื้นที่ในการจัดแสดงให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะการสร้างผลทางจิตวิทยาต่อผู้ชมตามต้องการ การจัดแสดงเกี่ยวข้องกับศิลปะทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ โดยศิลปะ 2 มิติ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพเขียน ภาพวาด งานสกรีน เป็นต้น ส่วนศิลปะ 3 มิติ ได้แก่ งานปั้น งานแกะสลัก งานไม้ เป็นต้น

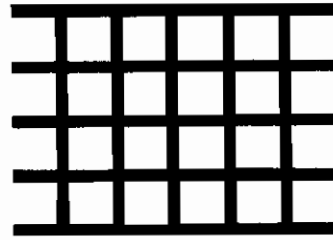
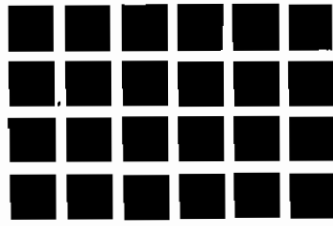
เพื่อให้ได้ผลทางจิตวิทยาสูงสุด ผู้ออกแบบจึงพยายามใช้เทคนิคการมองภาพ (vision) การลวงตา (illusion) และการสร้างความชัดลึก (perspective) กับการจัดแสดง หวังให้การออกแบบการจัดแสดงสร้างผลทางจิตวิทยาสูงสุดต่อผู้ชม ความพยายามดังกล่าวทำให้ผู้ออกแบบต้องนำความรู้และเทคนิคทางจิตวิทยามาใช้ ทั้งนี้ เป็นการประยุกต์และเพิ่มเติมเข้ากับองค์ประกอบในการออกแบบ เช่น เส้น สี รูปร่าง พื้นผิว ซึ่งได้กล่าวถึงในบทก่อน



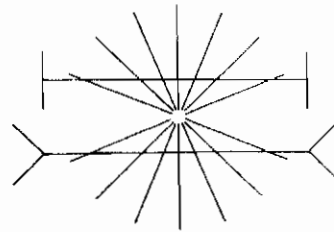
สี่เหลี่ยมสองอันนี้มีขนาดเท่ากัน
แต่ดูเหมือนว่า สี่เหลี่ยมที่วางตะแคง (รูปขวา) จะมีขนาดใหญ่กว่า



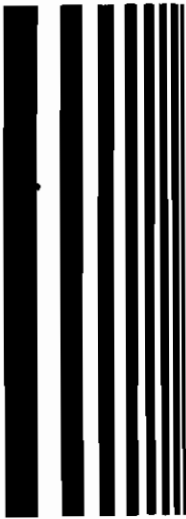
สี่เหลี่ยมสองอันนี้มีขนาดเท่ากัน
แต่ดูเหมือนว่า สี่เหลี่ยมขาวบนพื้นดำจะมีขนาดใหญ่กว่า



หากเพ่งมองรูปทั้งสองรูปนี้ จะรู้สึกเหมือนมีรูปสี่เหลี่ยมสี่เท่าขนาดเล็กลง
ซ่อนอยู่ตรงจุดตัดของเส้น



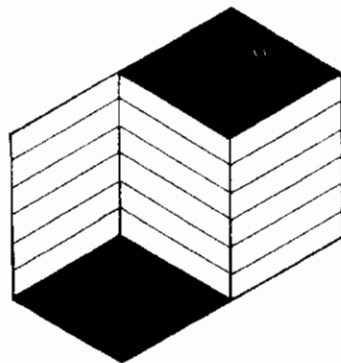
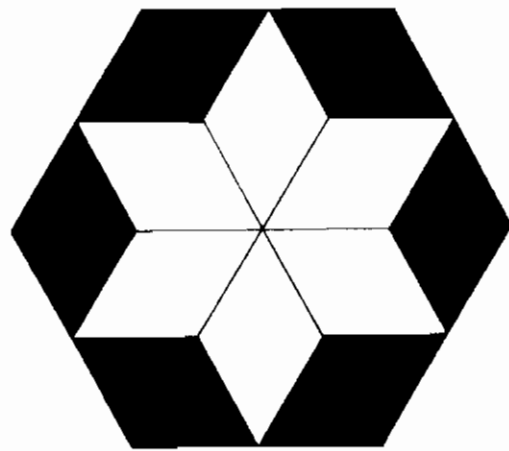
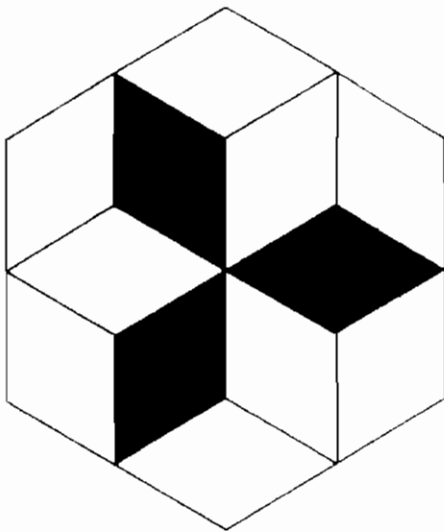
เส้นตรงขนานกัน 2 เส้น เส้นโดยยาวกว่ากัน
เส้นตรงบนหรือเส้นตรงล่าง ลองวัดด้วยไม้บรรทัดเพื่อหาคำตอบที่ถูกต้อง



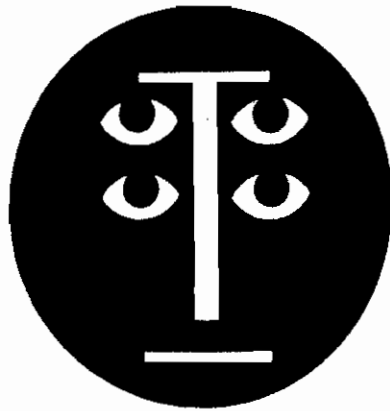
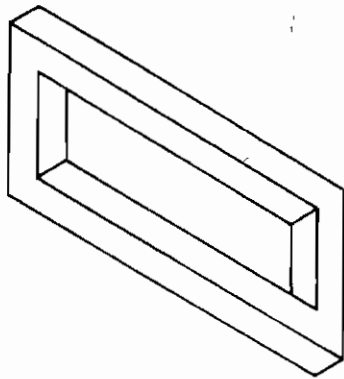
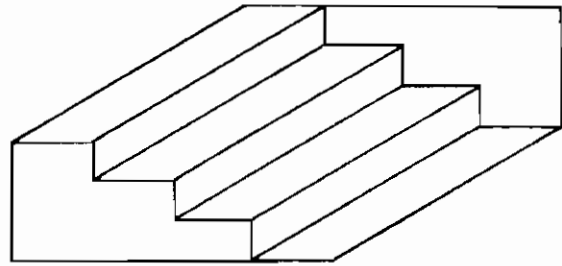
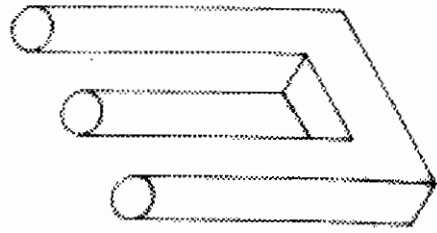
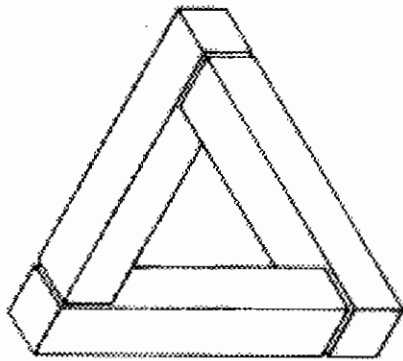
การเลือกใช้เส้นที่มีขนาดแตกต่างกัน ไล่ขนาด
จากใหญ่ไปเล็ก ประกอบกับการเว้นช่องว่าง
อย่างเหมาะสม ทำให้สายตาเคลื่อนจากเส้น
หน้าไปหาเส้นบาง

การมองภาพของบุคคล (vision) มักมองเห็นตามที่จริง (reality) หรือมองเห็นเป็นภาพลวง (illusion) หรืออาจมองได้ทั้งสองแบบ โดยทั่วไป คนเรามักมีแนวโน้มการตีความสิ่งที่มองเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเราก็เป็นเรื่องของ "การรับรู้" และเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้ออกแบบ ตัวอย่างในหน้านี้ เป็นเพียงตัวอย่างง่ายๆที่ใช้เพียงสีขาวและดำ เพื่อแสดงให้เห็นถึงผลของการรับรู้ของมนุษย์ และเป็นเพียงภาพ 2 มิติ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ออกแบบได้ตระหนักถึงการลวงตาผู้ชม ที่อาจเกิดขึ้นได้มากกว่านี้ เมื่อเป็นศิลปะ 3 มิติ หรือเกี่ยวข้องกับสีต่างๆมากมายกว่านี้

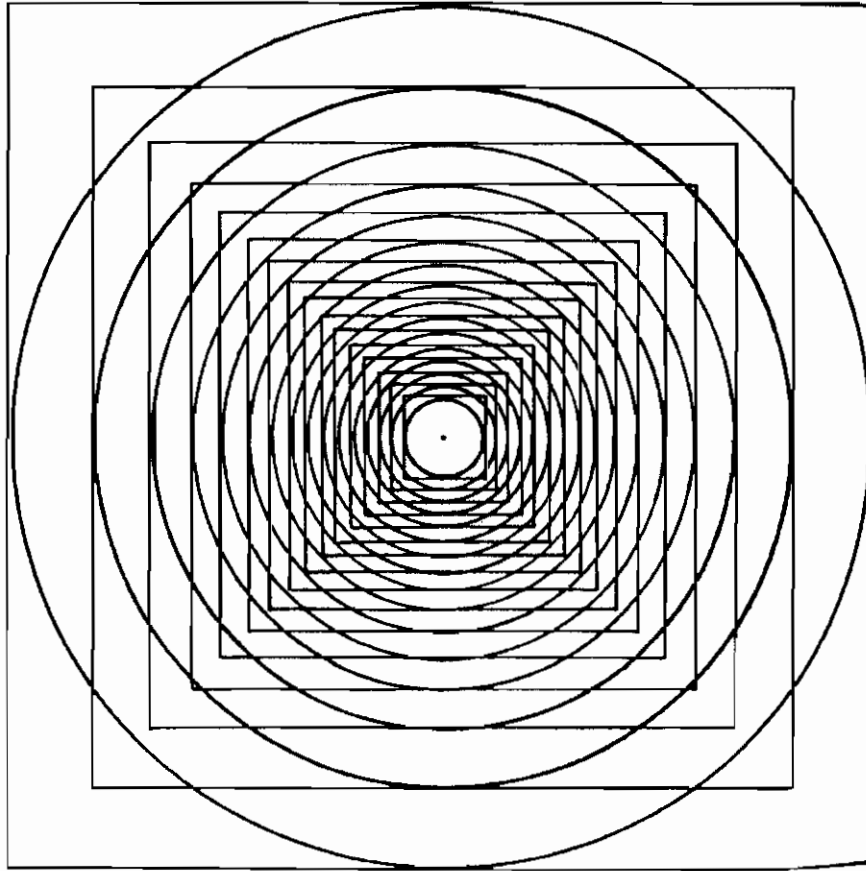
สีดำและขาวเป็นสีที่ติดกันชัดเจน และมีผลกระตุ้นอย่างมากต่อจอรับภาพ (retina) สายตาของมนุษย์จะเคลื่อนที่ จนกว่าจะได้ภาพที่ชัดเจน การรับรู้อาจเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าจะสรุปการตีความของตนเองได้



การลวงตาในลักษณะต่างๆ



Moire เป็นคำที่ใช้อธิบายถึงการสร้างภาพลวงตา โดยใช้รูปทรงทางเรขาคณิต ตั้งแต่สองอย่างขึ้นไปนำมาวางซ้อนกัน จะทำให้สายตารับรู้เหมือนเกิดความเคลื่อนไหวขึ้น ตัวอย่างเช่นรูปต่อไปนี้



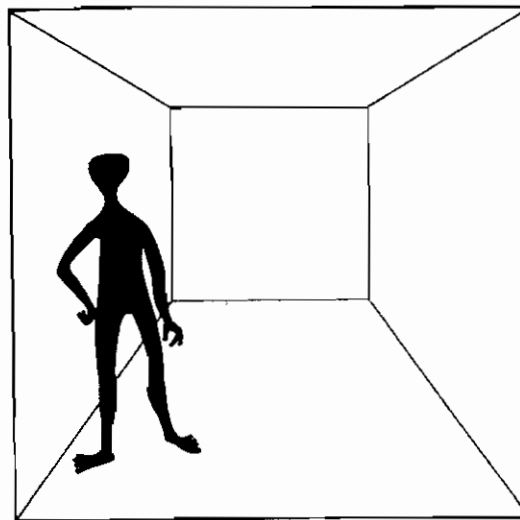
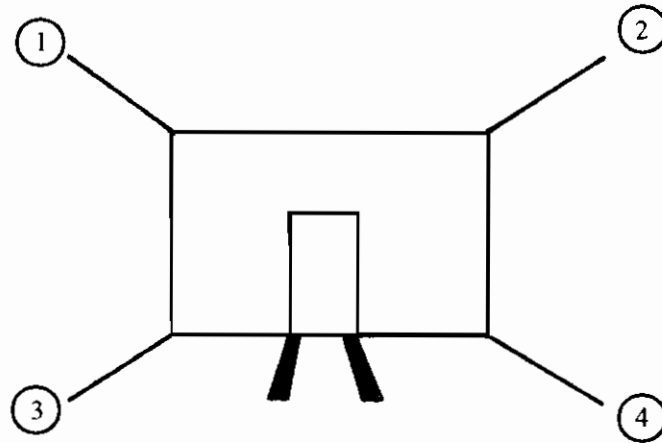
ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวในการสร้างภาพลวงตา ไม่ว่าจะในเรื่องของขนาด รูปร่าง สี ความสว่าง ความกว้างยาว หรือใดๆ ในการสร้างภาพลวงแต่ละครั้ง จะเกิดผลได้ ต้องพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมทางสายตา และความสัมพันธ์ระหว่างกันของแต่ละองค์ประกอบ

ความชัดลึก (Perspective)

การออกแบบการจัดแสดง มักมีพื้นที่กำหนดแน่นอน เช่น ขนาดของตู้โชว์ที่ตายตัว ผู้ออกแบบจะพยายามสร้างให้เกิดความชัดลึกมากที่สุด แลดูแล้วเป็น 3 มิติมากที่สุด ทั้ง

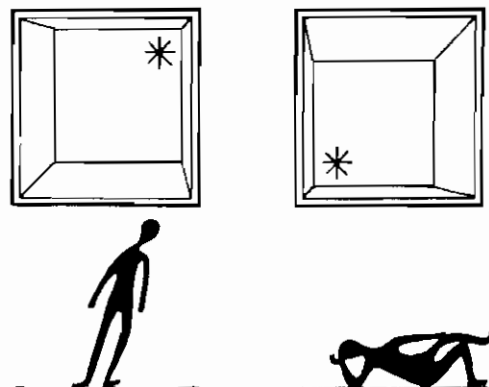
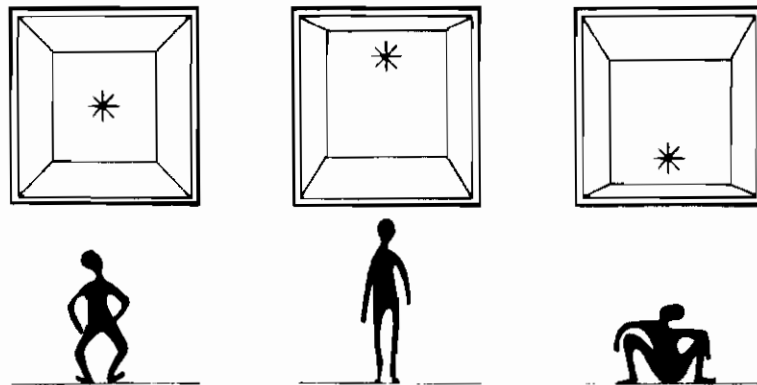
นี่ เนื่องจากเป็นการมองที่เป็นจริงที่สุด สายตาของมนุษย์เรารับรู้สิ่งต่างๆ ในแบบ 3 มิติ และจะให้ดูคุณค่ากับการจัดแสดงแบบ 3 มิติ ดังนั้น ผู้ออกแบบการจัดแสดงจึงแสวงหาโอกาสที่จะจัดให้ดูเป็นแบบ 3 มิติ เท่าที่จะทำได้

การสร้างความรู้สึก 3 มิติ สามารถกระทำได้ โดยใช้หลักการเส้นและการทำมุมพิจารณาจากภาพต่อไปนี้จะเห็นว่า มีเส้นตรง 4 เส้น ที่วิ่งเข้าหาจุดสี่เหลี่ยมตรงกลาง โดยเส้นทั้งสี่ไปบรรจบที่มุมแต่ละมุมของสี่เหลี่ยม แนวทางการจัดแนวเส้นตรงตั้งแต่สองเส้นขึ้นไป วิ่งเข้าหาศูนย์กลางนี้ เป็นแนวทางพื้นฐานในการทำให้เกิดมุมมองแบบสามมิติ



การสร้างมุมมองแบบสามมิติ ผู้ออกแบบสามารถกำหนดองศาของ มุมมองได้ เช่น มองจากมุมเงย (เงยหน้าขึ้นมอง) มุมก้ม (ก้มหน้าลงมอง) มอง จากด้านซ้าย ด้านขวา

จากรูปต่อไปนี้ แสดงถึงองศาของมุมมองแบบสามมิติที่แตกต่างกัน ไป ขอให้สังเกตเครื่องหมายดอกจันที่ นั่นคือ จุดศูนย์กลางของสายตา และเป็น จุดที่เส้นลวงตา (เส้นตรง 4 มุม) พุ่งตรงไปหา



สรุป

การจัดแสดงสินค้า สามารถใช้ประโยชน์จากการสร้างภาพลวงตา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างภาพความชัดลึก หมายถึง การทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนการจัดแสดงนั้นมีลักษณะ 3 มิติ มากกว่าแบนราบ

การสร้างภาพลวงตา สามารถกระทำได้ โดยใช้เส้น รูปร่าง รูปทรง การตัดกันของสี

สำหรับการสร้างภาพความชัดลึกนั้น จะใช้วิธีการโยงเส้น ตรงตั้งแต่ 2 เส้นขึ้นไป พุ่งเข้าหาจุดศูนย์กลางที่กำหนดไว้ แล้วแต่มุมมองที่ต้องการ เช่น การมองจากมุมบน การมองแนบเงยขึ้น เป็นต้น

คำถามท้ายบท

1. การจัดแสดงสินค้าจะใช้ประโยชน์จากภาพลวงตาได้อย่างไรบ้าง
2. จงอธิบายถึงแนวทางในการสร้างความชัดลึก