

เอกสารคำสอน

รายวิชา AAM 2307 กราฟิกดีไซน์เพื่อการโฆษณา

Graphic Design for Advertising

ผ.ศ.ธนิต พฤกษรา

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ปรับปรุง 2566 รอบที่ 1

สารบัญการเขียนเพิ่มเติม

คำนำ

เอกสารคำสอนนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา AAM2307 กราฟิกดีไซน์เพื่อการโฆษณา Graphic Design for Advertising ซึ่งจะมีเนื้อหารายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับพื้นฐานของการออกแบบในรูปแบบศิลปะทางการออกแบบกราฟิกและการผลิตงานโฆษณาสามารถนำมาใช้ในการผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบในประเภทต่างๆ เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจมากขึ้นกับสร้างงานออกแบบ

ทั้งได้รวบรวมข้อมูลจากทั้งเอกสารและตำราจนถึงฐานข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้ในการผลิตเอกสารที่เน้นพื้นฐานด้านศิลปะและการออกแบบ ทั้งนี้เพื่อนำไปประยุกต์ในการผลิตงานด้านวิทยุและโทรทัศน์จนถึงการนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบงานด้านนิเทศศาสตร์และศิลปะออกแบบในด้านอื่นๆ

บทที่ 1

กราฟิกดีไซน์กับการออกแบบ

กราฟิกกับการนำมาใช้กับการออกแบบถูกนำมาใช้กับการทำงานภาพ ข้อความเพื่อใช้ในการสื่อสารอย่างช้านานผ่านยุคสมัยจากรุ่นสู่รุ่น จากการสื่อสารบุคคลสู่การสื่อสารสาธารณะ และจนถึงการสื่อสารการตลาดและสังคม และวนกลับมาสู่กับการใช้ชีวิตประจำวันและใกล้ตัวมากขึ้นด้วยประโยชน์การสื่อสารเป็นสำคัญ ในยุคปัจจุบันการสร้างสรรคงานงานด้านกราฟิกดีไซน์กับการออกแบบและศิลปะยังมีบทบาทในการทำงานมากขึ้นในหลากหลายด้านทั้งงานด้านธุรกิจการตลาด ที่มักจะใช้การสร้างสรรค์ทางเพิ่มมูลค่าทำให้กลุ่มผู้บริโภคเกิดการความต้องการในสินค้าและบริการเนื่องจากการแข่งขันกันมากขึ้น

ความสวยงามในงานกราฟิกดีไซน์กับการออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นสิ่งจำเป็นมากขึ้น การสร้างสรรคงานผลิตและออกแบบงานสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการมีรูปแบบและเทคนิคที่หลากหลายตั้งแต่การใช้แนวคิดการใช้การวาดการถ่ายภาพและกระใช้การสร้างสรรค์ต่าง ๆ จนถึงทางด้านการใช้คอมพิวเตอร์ ในการผลิตต้นจนเกิดผลงาน มากมาย ทั้งนี้ในบทที่ 1 จะกล่าวถึงรายละเอียดความเกี่ยวข้องของกราฟิกดีไซน์กับการออกแบบ

ความหมายกราฟิกดีไซน์กับการออกแบบ

กราฟิกดีไซน์ (อังกฤษ: graphic design) คือการออกแบบสื่อสัญลักษณ์ที่มองเห็นด้วยตา (เป็นทัศนศิลป์อย่างหนึ่ง) ทำหน้าที่เพื่อสื่อความหมาย

กราฟิกดีไซน์ เป็นการทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษ "Graphic Design" คำว่า Graphic มีคำในภาษาไทยที่ใช้แทนได้คือ เรขศิลป์, เลขศิลป์ หรือ เรขภาพ ส่วน Design แปลว่า การออกแบบ เมื่อรวมกันแล้ว กราฟิกดีไซน์จึงมีความหมายว่า การออกแบบเรขศิลป์ หรือ การออกแบบเลขศิลป์

ผู้ออกแบบกราฟิกจะทำการสร้าง และ/หรือ รวมส่วนประกอบทางศิลป์อย่าง สัญลักษณ์ รูปภาพ ตัวอักษร มาผ่านกระบวนการทางการออกแบบอย่างหนึ่งอย่างใดหรือมากกว่าหนึ่งกระบวนการทางการออกแบบ เช่น การออกแบบตัวอักษร การวาดภาพประกอบ การจัดองค์ประกอบ เพื่อใช้ในการสื่อสาร บางอย่าง <https://th.wikipedia.org>

คำจำกัดความของการออกแบบกราฟิก คำว่า “การออกแบบ (Design)” มีรากศัพท์จากภาษาละตินว่า Designare หมายถึง การวางแผน รวบรวม หรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็นสองมิติและสาม

มิติเข้ากับอย่างมีหลักเกณฑ์ ทางด้านความงามประดิษฐ์สร้างสรรค์ขึ้นโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและสร้างคุณค่านิยมทาง ความงาม ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของงานออกแบบ คำว่า “กราฟิก (Graphic)” มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก 2 คำ คือ Graphikos หมายถึง สื่อ หรือวัสดุต่างๆ ที่ประกอบไปด้วยภาพถ่าย ภาพวาด ลายเส้น สัญลักษณ์ตาราง แผนภาพ คำบรรยาย ซึ่งใช้สื่อความหมาย ถ่ายทอดข้อมูล ข้อเท็จจริง และแนวคิด งานกราฟิกใช้หลักทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ 2 เกี่ยวข้องกับการวาดภาพ การเขียนภาพ ทักษะฝีมือ งานกราฟิกมีความสัมพันธ์กับการออกแบบ หาก มีการออกแบบที่ดีจะส่งผลให้งานกราฟิกที่ดีและน่าสนใจ (ศิริพรณ์ ปีเตอร์, 2549, น. 3-4)

ปาพจน์ หนูหนักดี. (2553). หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์. นนทบุรี: ไอดีซี

การออกแบบกราฟิกหมายถึง ทั้งนี้ วิลเลียม แอนเดอร์สัน วิงกินส์ ได้กล่าวถึงคำว่านักออกแบบกราฟิก สำหรับจุดเริ่มต้น และถูกนำไปใช้หลากหลาย และมีผู้ความหมายกับคำว่าการออกแบบกราฟิกไว้

หากแยกคำออกมาการออกแบบหมายถึง (Design)คือการวาดภาพและนำไปผลิต เพื่อสร้างต้นแบบรูปทรง ส่วนคำว่ากราฟิก(Graphic)หมายถึง การแสดงภาพ สัญลักษณ์ ตัวอักษร ใดอะแกรม หรือการวาด เพื่อถ่ายทอดความคิดให้ผู้อื่นรับรู้และเข้าใจได้ (Covic 1994.Oxford Advanced Learner of Current English:England:Clays)

มาโนช กงกะนันท์ได้ความหมายการออกแบบว่า กระบวนการสร้างสรรค์ประเภทหนึ่งของมนุษย์ โดยมีทัศนธาตุ และลักษณะของทัศนธาตุเป็นองค์ประกอบ ใช้ทฤษฎีต่างๆ เป็นแนวทางและใช้วัสดุ นานา ชนิดเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์โดยที่นักออกแบบจะต้องมีขั้นตอนในการปฏิบัติงาน หลายขั้นตอนในกระบวนการสร้างสรรค์นั้นๆ (ชนาธร อุดมเจริญสุข, 2561.การออกแบบกราฟิก กสื่อโฆษณา และประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างความ สนใจและให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของบริษัท ทาร์เลนท์ เทคโนโลยี จำกัด กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม)

ศิริพรณ์ ปีเตอร์ (2553:4)การออกแบบกราฟิกเป็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้ภาพและตัวอักษรที่ซับซ้อนให้สามารถรับรู้โดยง่ายอย่างรวดเร็ว เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากขึ้น (ศิริพรณ์ ปีเตอร์, 2553.การออกแบบกราฟิก กรุงเทพฯ: ไอเดียเนสโตร์)

ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (2540: 38)การออกแบบกราฟิกหมายถึงการสร้างสรรค์รูปแบบการมองเห็น โดยวิธีการนำส่วนประกอบออกแบบศิลปะ มากประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ขึ้น (ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์, 2540.การออกแบบนิเทศศิลป์1 กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต)

ทั้งนี้สามารถอธิบายความหมายการออกแบบกราฟิก เป็นการนำการออกแบบด้วยการวาด ถ่ายทอดเป็นลายเส้น ที่สร้างให้ให้เป็นภาพ ข้อความด้วยองค์ประกอบศิลป์พื้นฐาน เพื่อใช้ในการสื่อสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ตามแนวคิดวัตถุประสงค์ การแก้ไขปัญหา การสร้างการรับรู้ จนถึงสุนทรีย์ ภาพ กับงานสร้างสรรค์

ที่มาของงานกราฟิกเพื่อนำไปใช้ใน

จากสัญลักษณ์สู่ความหมาย คนส่วนใหญ่มักเข้าใจผิดว่า กราฟิกดีไซน์เป็นงานที่ทำด้วยคอมพิวเตอร์หรือเป็นการสร้างแอนิเมชันสามมิติ ซึ่งในความเป็นจริง คอมพิวเตอร์เป็นเพียงเครื่องมือชิ้นหนึ่งซึ่งช่วยในการสร้างงานกราฟิกดีไซน์ได้ เช่นเดียวกับ ดินสอ ปากกา พู่กัน

โดยนักออกแบบกราฟิกจะทำงานด้วยเครื่องมือในการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อนำเสนอสาร จากลูกค้าไปยังผู้รับข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง โดยเครื่องมือหรือองค์ประกอบหลักๆ ก็คือการใช้ภาพและตัวอักษร

ดังนั้น กราฟิกดีไซน์ หรือ ออกแบบกราฟิก จึงเป็นกระบวนการสร้างสรรค์อันเกิดจากการผสมผสานศิลปะและเทคโนโลยีเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อใช้ในการสื่อสารและส่งต่อความคิดสร้างสรรค์ออกไป ในที่นี้จะรวมถึงข้อมูล ข่าวสาร ความคิดทัศนคติ และความรู้สึกอีกด้วย <https://www.wynnssoft-solution.com>

ความเป็นมาของการออกแบบกราฟิก 6.1 การออกแบบกราฟิกในยุคก่อนปฏิวัติอุตสาหกรรม มนุษย์ในยุคก่อนประวัติศาสตร์มีความเชื่อ มีวัฒนธรรมประเพณีที่เหมือนกัน มีภาษาที่ใช้สื่อสารกันในกลุ่ม และเริ่มมีการบันทึกข้อมูลเป็นภาพสัญลักษณ์ต่างๆ และได้มีวิวัฒนาการอย่าง ต่อเนื่องเรื่อยมา ดังที่ศิริพรรณปีเตอร์ (2549: น.122-126) อธิบายไว้สรุปได้ดังนี้ ยุคแรกของอักษรภาพ (Pictogram) การใช้ภาพวาดในการสื่อสารนั้นมีมาตั้งแต่ยุค ก่อนประวัติศาสตร์เมื่อมนุษย์เริ่มรู้จักการขีดเขียน ขูด จารึก เป็นร่องรอย ซึ่งถูกค้นพบหลักฐานจาก ภาพเขียนเป็นภาพแบบกึ่งนามธรรมในผนังถ้ำ ซึ่งเป็นภาพที่มีการบันทึกเรื่องราว เหตุการณ์ความเชื่อ และภาพสัตว์ต่างๆ เป็นการบันทึกเป็นภาพตัวแทนหรือภาพสัญลักษณ์สื่อความหมาย เรียกว่า “อักษร ภาพ (Pictogram)” ซึ่งต่อมาได้วิวัฒนาการจากภาพวาดมาเป็นภาษาเขียนในที่สุด ยุคอักษรและภาพประกอบเรื่องของอียิปต์ การประดิษฐ์อักษรในช่วงยุคอียิปต์โบราณ นั้นจะมีลักษณะที่เป็นภาษาภาพที่พัฒนาให้มีความหมาย เรียกว่า “ตัวอักษรเฮียโรกลิฟิกส์ (Hieroglyphics)” เป็นภาษาที่มีระบบ นำเสนอความคิดและถ้อยคำที่ไม่ธรรมดาแต่ยังสามารถนำ แต่ละภาพมาผสมผสานกันแล้วอ่านออกเป็นพยางค์ได้ อียิปต์เป็นชนกลุ่มแรกที่ผสมผสานตัวอักษร และภาพประกอบเข้าด้วยกัน เรื่องราวที่บันทึกเกี่ยวข้องกับ ความเชื่อ และเหตุการณ์สำคัญๆ ของ อียิปต์ ตัวอักษรสามารถจัดวางได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอน และสามารถอ่านได้ทั้งจากซ้ายไปขวาและ ขวาไปซ้าย และมีการใช้ระบบกริดในการจัดวางแบบสี่เหลี่ยม และมีการจัดวางภาพอยู่ด้านล่าง ในยุค ของ

อียิปต์โบราณยังมีการคิดประดิษฐ์กระดาษ เรียกว่า “กระดาษปาปิรุส” ซึ่งถือเป็นวิวัฒนาการที่สำคัญในการออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสาร อักษรฟินีเชีย (Phoenecia) ชาวฟินีเชียมีถิ่นฐานอยู่แถบเมดิเตอร์เรเนียนมี การค้าขายกับกลุ่มชนที่อาศัยอยู่แถบเมโสโปเตเมีย และอียิปต์ ชาวฟินีเชียได้มีการนำรูปแบบของ อักษรลิ่ม (Cuneiform) ของกลุ่มชนอัสสิเรียมาพัฒนาเป็นระบบการเขียนของตนเอง เรียกว่า “ตัวอักษรฟินีเชีย (Phoenecia)” สามารถผสมให้อ่านออกเป็นคำได้แบบอักษรภาพของอียิปต์ ตัวอักษรฟินีเชียมีเสียงเฉพาะ 22 เสียง ซึ่งนำมาจากระบบภาษาที่เป็นภาพกราฟิกของอัสสิเรียและอียิปต์ (Coates and Ellison, 2014, pp. 10-12) 12 อักษรกรีกและโรมัน ชาวกรีกมีแนวคิดในเรื่องของความสมบูรณ์แบบตามอุดมคติใน การสร้างสรรค์ผลงานศิลปะต่างๆ นิยมจัดองค์ประกอบแบบสมมาตร ไม่ว่าจะเป็นงานจิตรกรรม งานสถาปัตยกรรม ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาตัวอักษร ซึ่งได้รับการออกแบบให้มีรูปร่างซ้ำและขวาเท่า กันเหมือนกระจกเงา ทุกอย่างเป็นรูปทรงเรขาคณิตที่ดูสมบูรณ์แบบ ตัวอักษรถูกจัดรูปทรงอยู่ในกรอบ ของรูปเรขาคณิต เช่น ตัวอักษร E และ M อยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัส อักษร A มันคงสง่างามอยู่ในรูป สามเหลี่ยมด้านเท่า อักษร O อยู่ในรูปวงกลม เมื่อทุกอย่างอยู่ภายใต้รูปทรงเรขาคณิต ตัวอักษรจึงมี เส้นฐานแนวนอนที่มันคงเป็นระเบียบ มีช่องว่างระหว่างอักษรระยะพอเหมาะ ทำให้ตัวอักษรดูมี ระเบียบ อ่านง่าย นอกจากนี้กรีกยังใช้ปากกาปลายแหลม หรือต้นอ้อตัดปลายเขียนตัวอักษร ทำให้ตัว อักษรมีน้ำหนักแตกต่างกันระหว่างเส้นตั้ง เส้นนอน และเส้นทแยงมุม ชาวโรมันได้รับอิทธิพลการออกแบบตัวอักษรของชาวกรีก และได้พัฒนาออกแบบอักษร นำหน้า (Capital Letter) เป็นตัวใหม่มีแนวทางการเขียนอยู่บนพื้นฐานของอักษรกรีก แต่ทำเส้นตัว อักษรให้มีความหนาบางชัดเจน มีเส้นยื่นตามแนวนอนที่ฐานและที่ปลายหรือหางของตัวอักษร เรียกว่า กิ่ง หรือ เซrif (ศิริพรณ์ ปีเตอร์, 2549: 129-130) ยุคต้นฉบับ เมื่ออาณาจักรโรมันล่มสลาย เป็นการเข้าสู่ช่วงยุคมืด (Medieval Era) บรรดานักบวชหันมาพึ่งคริสตศาสนาเพื่อปกป้องคุ้มครอง สิ่งหนึ่งที่เหล่านักบวชกระทำคือการลอก พระคัมภีร์หรือไบเบิล และคำสอนของคริสตศาสนา ในยุคนี้มีนักปราชญ์ที่ปฏิบัติหน้าที่เหมือน บรรณาธิการและหัวหน้าฝ่ายศิลป์ ทำหน้าที่ควบคุมการสร้างสรรค์งานออกแบบพระคัมภีร์ที่มีทั้งตัว อักษรและภาพประกอบที่สวยงาม การเขียนตัวอักษรและการตกแต่งหนังสือถูกสร้างด้วยมือเป็นหลัก ลักษณะที่โดดเด่นคือการตกแต่งด้วยสีสันตระการตาและการตกแต่งตัวอักษรที่วิจิตรสวยงาม และ ซับซ้อน มักใช้รูปแบบเส้นเรขาคณิต เส้นโค้ง การบิดเกลียวเพื่อเติมเต็มพื้นที่ว่างด้วยภาพที่มีพื้นผิว หนา เรียกว่า งานออกแบบเคลติก (Celtic Design) หนังสือในยุคนี้มักจะมีเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับ พระเยซูการตกแต่งจะมีลักษณะเด่น 3 ลักษณะ คือ การตกแต่งขอบโดยรอบกรอบภาพ หน้าแรกของแต่ละเนื้อหามีการใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ โดยจะประดิษฐ์ตัวอักษรแรกอย่างสวยงาม และมี การตกแต่งลวดลายทั้งหน้า เรียกว่า คาร์เพ็ท เพจ (Carpet Page) ซึ่งจะเหมือนกับการปูพรมให้เต็ม หน้า นั้นเอง (ศิริพรณ์ปีเตอร์, 2549: น.132) ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการ (Renaissance) ในช่วงระยะเวลานี้มีการ

ว่าจ้างงานพิมพ์เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางและเริ่มมีการคิดค้นระบบการพิมพ์ ซึ่งเป็นเทคนิคการพิมพ์ด้วยแม่พิมพ์ลายแกะ หรือการพิมพ์อักษรเรียงพิมพ์ โดยใช้แม่พิมพ์อักษรจำนวนมากมาประกอบกัน เพื่อเรียงพิมพ์ตัวอักษร ตามต้องการและสามารถแยกจากกันได้ โจฮาน กูเทนเบิร์ก (Johann Gutenberg) ปฏิวัติระบบ การเรียงพิมพ์จัดหน้า และการผลิตหนังสือโดยการพัฒนาระบบการพิมพ์ขึ้นเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1440 กูเทนเบิร์กเล็งเห็นความสำคัญของตัวพิมพ์แบบเป็นตัวๆ โดยได้ประดิษฐ์แม่พิมพ์ตัวอักษร 13 ต้นแบบโดยการพิมพ์แม่พิมพ์โลหะเพื่อประกอบในงานเรียงพิมพ์ (Letterpress Type) เป็นแม่พิมพ์ที่นำมาเรียงพิมพ์เป็นชิ้นงานแล้วจัดเก็บได้ และสามารถนำแม่พิมพ์เหล่านั้นมาเรียงพิมพ์เป็นชิ้นงานในเนื้อหาใหม่ได้อีกครั้ง และได้ประดิษฐ์หมึกที่สามารถปรับความข้นเหลวให้เหมาะสมกับงานพิมพ์ กูเทนเบิร์กเริ่มต้นในการสร้างสรรค์งานพิมพ์พระคัมภีร์ 42 บรรทัด แต่ไม่มีลูกค้าให้การสนับสนุน จึงหันมาทำงานด้านหนังสือ เนื่องจากในช่วงระยะเวลานั้นมีมหาวิทยาลัยเกิดขึ้นหลายแห่ง บุคคลากร ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามีความต้องการหนังสือมากขึ้นเรื่อยๆ กูเทนเบิร์กได้ศึกษาวัฒนธรรมและรูปแบบตัวอักษรจากคัมภีร์ในยุคกลาง เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบตัวพิมพ์ จากนั้นจึงนำมาใช้ในการผลิตหนังสือ โดยออกแบบจัดหน้าแบบ 2 คอลัมน์ เว้นช่องว่างระหว่างคอลัมน์ตรงกลางหน้า ทำให้ได้งานพิมพ์ที่ดูสมดุล และสวยงาม ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการ (Renaissance) เริ่มขึ้นในอิตาลีเป็นยุคที่ชื่นชมแนวคิดปรัชญา กรีกและโรมัน ชาวอิตาลีไม่นิยมตัวพิมพ์ที่เป็นตัวหนาและเข้มดำเหมือนชาวยุโรปเหนือชอบใช้ชาวอิตาลีนิยมตัวพิมพ์ที่ดูเป็นธรรมชาติเหมือนการคัดลายมือที่ใช้กันในยุคกลาง ทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบอักษรคอลลิกราฟิ (Calligraphy) ที่มีพื้นฐานมาจากอักษรโรมัน มีลักษณะเป็นการเขียน ตัวบรรจง ชัดเจน และโปร่ง เมื่อนำมาสร้างสรรคจะให้เส้นบางพริ้ว จากนั้นตกแต่งด้วยลายดอกไม้ ทำให้งานพิมพ์งดงาม เมื่อยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการแพร่กระจายเข้าสู่ฝรั่งเศส คลาวด์ การามอนต์ (Claude Garamond) ได้พัฒนาตัวพิมพ์ขึ้นในปี ค.ศ. 1531 โดยจำลองแบบลายมือและสลักลงบนแผ่น โลหะได้สัดส่วนงดงามเป็นตัวพิมพ์ชนิดแรกที่เข้าสู่ระบบสากล ในระยะเวลาต่อมากระบวนการพิมพ์ได้แผ่ขยายไปทั่วยุโรปเพื่อใช้ในงานสื่อสารในวงการ ต่างๆ (Mass Communication) มีบทบาทมากต่อสังคม เศรษฐกิจ และศาสนาในช่วงปีศตวรรษที่ 15 และ 16 หลังจากมีการคิดค้นเครื่องพิมพ์อักษรเรียงพิมพ์ขึ้น 250 ปี ประเทศอังกฤษได้กลายเป็น ศูนย์กลางของการพิมพ์ที่ทันสมัย อีกทั้งยังมีการพัฒนารูปแบบตัวอักษรขึ้นอย่างมากมาย และยังคง เป็นที่นิยมใช้อยู่กันในปัจจุบัน นอกจากการพัฒนารูปแบบของตัวอักษรที่หลากหลายแล้วยังมี การพัฒนาทางด้านการออกแบบภาพประกอบโดยมีการสร้างสรรค์งานแกะสลักแม่พิมพ์แกะไม้เป็น ภาพประกอบด้วยลายเส้นที่ละเอียด เพื่อการพิมพ์ภาพโดยการไลโทเนแสงเงาที่เหมือนจริงซึ่งเป็น เทคนิคที่จะต้องใช้ความประณีตพิถีพิถันอย่างมาก งานออกแบบเพื่อการสื่อสารได้รับการพัฒนาให้มี ระบบที่ต่อเนื่องทำให้เกิดงานกราฟิกที่มีคุณภาพมากมาย (ศิริพรณ์ ปีเตอร์, 2549: น.133-136) 6.2 การออกแบบกราฟิกในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม การปฏิวัติอุตสาหกรรมเกิดขึ้นใน

ยุโรปในช่วงปี ค.ศ.1760-1840 ได้มีการค้นพบและ ประดิษฐ์เครื่องจักรกลอย่างมากมาย ระบบของ โรงงานหันมาใช้พลังงานไอน้ำแทนพลังงานคน ช่างฝีมือเริ่มหายไปถูกแทนที่ด้วยอุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวก สะดวก เช่นเดียวกับระบบการพิมพ์เพื่อการ 14 สื่อสารได้มีการพัฒนาระบบให้ดีขึ้นและมีต้นทุนที่ต่ำลง ศิริพรณ์ ปีเตอร์ (2549: น.140) อธิบายไว้ สามารถสรุปถึงงานออกแบบกราฟิกในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม ได้ดังนี้ โปสเตอร์จากตัวพิมพ์ไม้ในช่วงของการปฏิวัติอุตสาหกรรม โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ต้องการ ใช้งานพิมพ์เพื่อการโฆษณา แต่หนังสือพิมพ์และนิตยสารไม่สามารถตอบสนองความต้องการ ได้ การ จัดทำโปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์จึงเป็นอีกทางเลือกในการโฆษณาไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ทำให้เกิด ความต้องการพิมพ์ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อเป็นการเรียกร้องความสนใจ สามารถมองเห็นได้ใน ระยะไกล และสามารถตกแต่งให้งานดูสวยงามขึ้น ส่งผลให้มีการพัฒนาตัวพิมพ์ที่ทำจากไม้มี ขนาดใหญ่ กว่า 1 นิ้ว น้ำหนักเบากว่า ราคาถูกมากกว่าสามารถประดิษฐ์ให้เกิดความงดงามได้ตาม ต้องการโดยมี ค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า การพิมพ์สอดสีตั้งแต่ปีค.ศ. 1840-1890 การโฆษณาถูกพัฒนาและมีความต้องการ มากขึ้น การพิมพ์สอดสีด้วยแม่พิมพ์หิน (Chromolithography) ถูกนำมาใช้ในวงการพิมพ์การ ออกแบบ งานพิมพ์ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาอย่างไร้ขีดจำกัดเต็มๆ ตัวอักษรถูกทำให้โค้ง ยึดหดได้ และมี ตัวเอน สามารถพิมพ์ตัวอักษรรอบภาพได้ ทำให้ภาพประกอบแสดงภาพลักษณ์ได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น สามารถใส่ สีเส้นที่ดูสะดุดตา และสามารถผลิตได้ทีละมากๆ ด้วยต้นทุนที่ต่ำ เทคโนโลยีใหม่ๆ เติบโตขึ้นในจังหวะที่ พอดีกับศิลปะญี่ปุ่นแพร่กระจายเข้าสู่โลก ตะวันตก ภาพพิมพ์ไม้แบบญี่ปุ่นสร้างกระแสนิยมให้เกิดขึ้นใน ตลาดยุโรปและอเมริกาอย่างกว้างขวาง ภาพพิมพ์ไม้ญี่ปุ่นเป็นภาพแบบ 2 มิติไม่มีแสงเงา ใช้สีเรียบตัด เส้นด้วยสีดำ เพื่อเป็นการแบ่งระยะ การจัดภาพเป็นแบบอสมมาตรซ้ายขวาไม่เท่ากัน ให้ความสำคัญต้น ต้น กว่าภาพแบบสมมาตรที่นิยมกันมา แต่ดั้งเดิม จากการได้รับอิทธิพลของภาพพิมพ์ไม้ญี่ปุ่นทำให้เกิดการ ทดลองนำไปใช้ในการพิมพ์สอดสี ด้วยแม่พิมพ์หิน แสดงลวดลายสิ่งมีชีวิต ลายเถาประสานสัมพันธ์กับสี แบน โดยนำไปใช้กับงานพิมพ์ โปสเตอร์ปกนิตยสาร บัตรอวยพร ฉลากสินค้า แผนที่และแผนภูมิ 6.3 การออกแบบกราฟิกในยุคสมัยใหม่ การออกแบบกราฟิกในยุคสมัยใหม่เป็นช่วงที่เริ่มมีนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามามีบทบาทอย่าง มากในการออกแบบซึ่งศิริพรณ์ ปีเตอร์ (2549: น.140) ได้สรุปถึงงานออกแบบ กราฟิกในยุคสมัยใหม่ ไว้ดังนี้ ภาพถ่าย ภาพถ่ายเป็นนวัตกรรมสำคัญของงานพิมพ์ เป็นสัญลักษณ์ของ ยุคสมัยใหม่ โดยในช่วงปีค.ศ.1835 มีการคิดค้นการถ่ายภาพ โดยวิลเลียม เฮอร์นีย์ ฟอกซ์ ทอลบอท ได้ คิดค้น ภาพถ่ายด้วยฟิล์มเนกาทีฟขึ้นในลักษณะภาพขาวดำและหลังจากผ่านกระบวนการล้างฟิล์ม ภาพถ่าย ที่ได้จะมีลักษณะสีตรงข้ามกับฟิล์มที่ปรากฏ ในช่วงเวลาต่อมา จอร์จ อีสแมน ต้องการให้ ประชาชน สามารถใช้กล้องถ่ายภาพได้จึงได้คิดค้นกล้องถ่ายภาพมาสู่มวลชนในนามว่า กล้องโกดัก (Kodak Camera) การพัฒนาการถ่ายภาพส่งผลต่อการผลิตสื่ออย่างมาก เพราะภาพถ่ายที่ถูกนำมาเป็น 15 ภาพประกอบนั้นสามารถดึงดูดให้ผู้อ่านได้สัมผัสกับสิ่งที่ป็นจริง เป็นการบอกเล่าเรื่องราวและเห็น

ภาพในเวลาเดียวกัน ซึ่งต่อมาได้มีการพัฒนาระบบการพิมพ์สีขึ้นเพื่อให้สามารถพิมพ์ภาพเหมือนได้ หลังจากที่มีการคิดค้นการถ่ายภาพ มีการใช้อย่างแพร่หลายและถูกพัฒนาให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้นเรื่อยๆ จนสามารถบันทึกเป็นภาพเคลื่อนไหวและได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างภาพเคลื่อนไหวขึ้นในวงการกราฟิก อาร์ตนูโว (Art Nouveau) การออกแบบกราฟิกตามแนวทางของศิลปะอาร์ตนูโว (Art Nouveau) ซึ่งมีอิทธิพลในช่วง ค.ศ. 1890-1905 เป็นช่วงของการเปลี่ยนแปลงผลงานศิลปะและการออกแบบไปสู่สมัยใหม่ นักออกแบบกราฟิกส่วนใหญ่ได้รับแรงบันดาลใจจากสิ่งที่เห็นอยู่ในชีวิตประจำวัน ธรรมชาติรอบๆตัว ถ่ายทอดออกมาเป็นสัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมายโดยคำนึงถึงความสวยงามเป็นหลัก การถ่ายทอดความหมายสอดแทรกไปด้วยเรื่องของความเชื่อที่เกี่ยวกับการเกิด การดับ ความตาย การเวียนว่ายตายเกิด โดยใช้ภาพสัญลักษณ์เป็นตัวแทน เช่น การใช้เส้นโค้งอิสระ เป็นตัวแทนสื่อถึงพลังงานของการเคลื่อนไหวอย่างสง่างาม เป็นต้น (ศิริพรณ์ ปีเตอร์, 2549: 148) นักออกแบบกราฟิกคนสำคัญ ได้แก่ เอลฟอน มูชา (Alphonse Mucha) กุสตาฟ คลิมต์ (Gustav Klimt) เป็นต้น ต่อมาศิลปะอาร์ตนูโวพัฒนารูปแบบโดยใช้รูปร่างรูปทรงเรขาคณิตมากขึ้น เพื่อแก้ไข ปัญหาและเพื่อให้สอดคล้องกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรมการออกแบบกราฟิกมากขึ้น คิวบิซึม (Cubism) ลัทธิศิลปะคิวบิซึม (Cubism) เกิดขึ้นประมาณปี.ศ. 1907 ซึ่งมี แนวทางในการสร้างสรรค์ภาพเพื่อสื่อความหมายนามธรรมโดยสร้างสัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมายขึ้น มา คือการใช้รูปทรงเรขาคณิตที่เรียบง่าย และสามารถเชื่อมโยงหรือสื่อความหมายแนวความคิดต่างๆ ได้อย่างชัดเจน ตามแนวคิดแบบคิวบิซึม (Cubism) ได้แสดงให้เห็นว่าการถ่ายทอดรูปร่าง รูปทรงที่แท้ จริงไม่ได้เป็นแนวทางของการถ่ายทอดแนวความคิดอีกแล้ว ลักษณะรูปร่าง รูปทรงใหม่ที่ผ่านการคิด กลั่นกรอง ชัดกลางจนได้รูปร่าง รูปทรงที่บริสุทธิ์ถ่ายทอดตามความรู้สึก หลักการนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสื่อสารในปัจจุบัน เนื่องจากวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นสามารถถ่ายทอดแนวคิด ของนักออกแบบได้ตามจินตนาการ ดาดา (DaDa) ลัทธิศิลปะดาดา (DaDa) เกิดที่ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ปี.ศ. 1916 มีแนวคิดต่อต้านกฎเกณฑ์ทางศิลปะแบบดั้งเดิม ศิลปินดาดาเรียกตัวเองว่าพวกวัฒนธรรมใหม่ ไม่สนใจเรื่องศีลธรรม แสวงหาความก้าวหน้า นิยมสร้างภาพประกอบให้ตรงข้ามกับความหมายที่ต้องการสื่อสาร ต่อต้านหลักการจัดตัวพิมพ์ที่มีสัดส่วนกลมกลืนกันเพราะเป็นเหมือนข้อจำกัด แนวคิดเกี่ยวกับงานสิ่งพิมพ์ของดานานั้นมีความคิดว่าการสื่อสารควรรวดเร็วและอ่านง่าย ตัวพิมพ์ควรสะอาดตาและ พุดได้ ในเยอรมัน จอห์น ฮาร์ทฟิลด์ (John Heartfield) ออกแบบภาพตัดปะเพื่อนำไปใช้ใน โปสเตอร์และนิตยสาร แสดงการต่อต้านคอรัปชั่น และการทำลายล้างของนาซี เป็นแนวคิดใหม่ 16 สำหรับการถ่ายภาพประกอบโดยการใช้ภาพแบบตัดปะ (Photomontage) เป็นภาพที่แสดงความรู้สึก นึกคิด โดยการปะต่อสิ่งที่อยู่ใกล้เคียงกันให้ดูยุ่งเหยิง ทำให้เกิดสิ่งใหม่ๆ เบาเฮ้าส์และการออกแบบตัวอักษรเพื่องานพิมพ์ยุคใหม่ เบาเฮ้าส์ (Bauhaus) เสนอ แนวคิดในเรื่องของความยืดหยุ่นในการใช้เส้นและรูปทรงชนิดต่างๆ

ไม่ติดอยู่กับเส้นที่เป็นมุมฉาก เส้น ตรง หรือสี่เหลี่ยมเท่านั้น งานออกแบบนั้นมีความหลากหลาย อาจมีเส้นโค้งหรือการใช้เส้นทแยงมุม ร่วมด้วยกันได้ ฮาน ทิชโซล (Jan Tschichold) ช่างเรียงพิมพ์ชาวเยอรมัน ได้รับการพูดถึงจาก วงการการออกแบบสิ่งพิมพ์ในยุคนั้นว่า เป็นผู้มีความกล้าและเฉียบคม แห่งเบาแฮร์ส ในงานออกแบบ ของฮาน ทิชโซล ไม่นิยมใช้องค์ประกอบที่ฟุ่มเฟือยจนเกินงาม แต่เน้นไปที่ประโยชน์ใช้สอยเป็นสำคัญ ฮาน ทิชโซลสนับสนุนการใช้ตัวอักษรแบบไม่มีกิ้ง (San-Serif) ใช้ตัวพิมพ์หลายขนาด หลายน้ำหนัก จัดวางอยู่ในระบบตาราง (Grid) เว้นพื้นที่บางส่วนไว้เพื่อให้เกิดบริเวณว่าง (White Space) พื้นที่ส่วน ที่เหลือใส่สิ่งตกแต่งหรือลูกเล่น (Gimmick) เพื่อเป็นการเน้นให้เกิดความสำคัญ โปสเตอร์ยุคสังคมนิยม ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 โปสเตอร์เป็นสื่อที่นิยมแพร่หลายใน สังคม เพราะสามารถเคลื่อนย้ายได้และใช้เวลาในการผลิตน้อย สามารถสื่อสารไปสู่สังคมในวงกว้าง อีกทั้งยังเป็นสื่อที่แสดงความคิดและให้ความรู้สึกถึงภูมิปัญญา ฮาน คาร์ลู (Jean Carlu) ได้ออกแบบ โปสเตอร์ให้กับสำนักงานข่าวสงครามอเมริกัน (Office of War Information) เชิญชวนให้ชาว อเมริกันทำงานหนัก เพื่อผลิตอาวุธสงคราม เส้นทแยงมุมสื่อถึงพลังเคลื่อนไหว ด้วยภาพมือที่ แข็งแกร่งภายใต้ถุงมือที่กำประแจปากตาย ตัวอักษร “Production” พิมพ์เป็นสีแดงตัดกับพื้นหลัง สีขาว คำว่า “America's answer!” ใช้สีน้ำเงิน ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ จากโปสเตอร์โฆษณาติดฝาผนังถูกพัฒนาขึ้นเป็นบิลบอร์ดขนาดใหญ่ (Billboard) ติดตั้งตามริมถนนให้ผู้คนในยานพาหนะที่ผ่านไปผ่านมาได้พบเห็น บิลบอร์ดเกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศอเมริกา ในยุคแรกถูกผลิตขึ้นจากการวาดด้วยมือ โดยมีผู้สนับสนุนรายแรกเป็นโรงงานผลิตน้ำมันเครื่อง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือผู้ขับขี่ยานพาหนะ รูปแบบงานพิมพ์ที่เป็นสากล หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ธุรกิจระหว่างประเทศแผ่ขยาย ออกไป มีความต้องการในการใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการค้าขาย การสร้างความ แตกต่างมีความจำเป็นอย่างยิ่ง นักออกแบบชาวสวิสเซอร์แลนด์ได้ออกแบบระบบตาราง (Grid System) เพื่อใช้กำกับกับการออกแบบสิ่งพิมพ์ ระบบกริดเกิดจากการใช้หลักคณิตศาสตร์และ เรขาคณิตแบ่งพื้นที่หน้ากระดาษออกเป็นส่วนๆ ทำให้เกิดความ เป็นมาตรฐานที่เป็นระบบมากขึ้น ในปี ค.ศ. 1950 การออกแบบได้ชื่อว่าเป็นการออกแบบกราฟิกโดยใช้ตัวอักษร (Typographic Style) เป็นการพัฒนาโดยนักออกแบบชาวสวิสเซอร์แลนด์ โดยนำวิธีการจัดวางตัวอักษรข้อความและภาพ เป็นคอลัมน์มีการใช้ตารางช่วยให้อ่านง่ายมีความเป็นระเบียบสวยงาม มีการจัดแถวของข้อความแบบ ซิดชอบหน้าและหลัง 17 6.4 การออกแบบกราฟิกในยุคข้อมูลข่าวสาร งานออกแบบกราฟิกในยุคนี้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่เป็นสากล สามารถ เชื่อมโยงความแตกต่างทางด้านภาษา สังคม วัฒนธรรม อีกทั้งเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นทำให้ นักออกแบบสร้างสรรค์ผลงานได้ ง่ายขึ้นขีดจำกัด มีการพัฒนางานกราฟิกทั้งทางด้านการจัดการเกี่ยว กับตัวอักษร การออกแบบจัดวางองค์ประกอบด้วยระบบกริด ตัวอักษรมีรูปแบบที่เป็นสากลได้รับ การพัฒนาและเป็นที่ยอมรับมาใช้งานจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ รูปแบบตัวอักษรชื่อ “Helvetica” ออกแบบโดยเอ็ดโคดอร์ฮอฟแมน (Edouard

Hoffman) และแมกซ์ มีดีนเกอร์ (Max Miedinger) ตัวอักษรชื่อว่า “Univers” ออกแบบโดย แอดเดรียน ฟรุติเกอร์ (Adrian Frutiger) เป็นต้น ในการจัดวางองค์ประกอบทางกราฟิกนิยมใช้ระบบกริดและมีการใช้พื้นที่ว่างจัดวางอย่างมีจังหวะ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากงานออกแบบสไตล์เบาเฮาส์และงานออกแบบดิสสะตีว ซึ่งเป็นการสื่อสารกราฟิกที่มีสุนทรียภาพที่ดีต่อผู้รับสาร

(ศิริพรรณปีเตอร์, 2549: น.174-175) 6.5

ประเภทกราฟิกกับการออกแบบ

การสร้างสรรค์งานกราฟิก ย่อมมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการใช้งาน การเลือกสื่อสาร โดยใช้งานกราฟิกประเภทใดขึ้นอยู่กับบริบทที่หลากหลาย ซึ่งในปัจจุบันด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงและเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้า มีอิทธิพลต่อการพัฒนารูปแบบของงานกราฟิกรูปแบบใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย โสรชัย นันทวิชวิบูลย์(2545: น.15) ได้จัดประเภทของงานกราฟิกไว้ดังนี้

- 1.1 งานออกแบบกราฟิกด้านสิ่งพิมพ์ (Printing Graphics) คือวัสดุพิมพ์ที่ผลิตขึ้นด้วยกระบวนการพิมพ์ระบบต่างๆลงบนกระดาษหรือวัสดุอื่นๆ เพื่อใช้สื่อสารข้อมูลทั้งภาพและตัวอักษร งานออกแบบสิ่งพิมพ์ถือได้ว่าเป็นพื้นฐานของงานกราฟิกประเภทอื่นๆ ซึ่งมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน 4 มากกว่า 2,000 ปี วิวัฒนาการมาจากงานพิมพ์แกะไม้ นักออกแบบสิ่งพิมพ์ได้พัฒนาเทคนิควิธีการ สร้างสรรค์งานสิ่งพิมพ์มาโดยตลอด จนมาถึงยุคปัจจุบันซึ่งใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดหน้าสิ่งพิมพ์ ต่างๆให้มีความน่าสนใจ สวยงามและสามารถขยายขอบข่ายของงานสิ่งพิมพ์ออกไปได้อย่างกว้างขวาง อาทิเช่น งานออกแบบหนังสือ หนังสือพิมพ์นิตยสาร สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจอื่นๆ

ภาพที่ 1.1 งานออกแบบกราฟิกสิ่งพิมพ์ (Editorial Design Inspiration: Global Cities Report) ที่มา: Abduzeedo (2014)

- 1.2 งานออกแบบกราฟิกด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Graphics) คือเป็นการใช้หลักการออกแบบกราฟิกเพื่อปรับทัศนียภาพให้กับสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน ตกแต่งกำหนดตำแหน่งและทิศทาง หรือสื่อสารข้อมูลเฉพาะกิจ การออกแบบกราฟิกด้านสิ่งแวดล้อมนั้นจะ ต้องใช้ทั้งศาสตร์ทางด้านการออกแบบและจะต้องบูรณาการศาสตร์อื่นๆ เข้ามาด้วย เช่น

การเลือก วัสดุ การกำหนดขนาด การอ่านแบบ เป็นต้น ลักษณะของงานออกแบบกราฟิกด้าน
สิ่งแวดล้อมได้แก่ การออกแบบแผ่นป้ายตามอาคาร การจัดนิทรรศการ งานแสดงสินค้า การจัด
หน้าร้าน การออกแบบ ระบบสัญลักษณ์ต่างๆ เป็นต้น

ภาพที่ 1.2 งานออกแบบกราฟิกด้านสิ่งแวดล้อม (Give Me a Sign: Signage
Designs from Around the World) ที่มา: How Design (2015) 5

3.3 งานออกแบบกราฟิกด้านมัลติมีเดีย (Multimedia Graphics) เป็นงานออกแบบ
กราฟิกที่ประกอบสื่อหลากหลายสื่อ ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง ตัวอักษร การ
โต้ตอบ (Interactive) ได้แก่ งานออกแบบไตเติ้ลภาพยนตร์ ภาพยนตร์โฆษณา การออกแบบ
เว็บไซต์ การออกแบบแอปพลิเคชัน เป็นต้น ภาพที่

1.3 งานออกแบบกราฟิกด้านมัลติมีเดีย (Adriatic Luxury Hotels Website)
ที่มา: Abduzeedo (2015)

งานกราฟิกแต่ละยุคสมัยกับการออกแบบ

การออกแบบกราฟิกในอนาคต แนวโน้มงานออกแบบกราฟิกในอนาคตนั้น หลีกไม่พ้นที่จะมี
เทคโนโลยีมาผสมผสาน และช่วยในการสร้างสรรค์งานกราฟิกให้เป็นจริงได้ตามความคิดจินตนาการของ
นักออกแบบ การสื่อสารด้วยภาพและตัวอักษรได้รับการพัฒนาอย่างไร้ขีดจำกัด ทั้งงานกราฟิกแบบ 2
มิติและ 3 มิติ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ถูกพัฒนาและก้าวหน้าอย่างมากเข้ามามีบทบาทกับทุกวงการ
ออกแบบ ทั้งวงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ออกแบบโฆษณา อุตสาหกรรมภาพยนตร์ การสร้าง
ภาพเคลื่อนไหว เทคโนโลยีช่วยให้การสร้างงานดูสมจริงหรือดูเหนือจริงได้ตามความคิดและสร้างสรรค์
ออกมาได้ อย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ การพัฒนาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการผลิตสื่อมี
ความก้าวหน้าอย่างมาก รวมถึง การพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านอินเทอร์เน็ตเป็นอีกสื่อที่ทำให้ทุกคน
ได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และรับสารได้ทุกที่ทุกเวลา การทำธุรกิจการสื่อสารข้อมูลและ

โฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ ส่งผลกับ ทิศทางการผลิตสื่อที่เน้นไปทางการสื่อสารทางออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยน ไป (ศิริพรรณ ปีเตอร์, 2549: น. 181)

กราฟิกกับงานคอมพิวเตอร์ในการสร้างสรรค์

1. คอมพิวเตอร์กราฟิกกับงานออกแบบ (Computer – Aided Design)

คอมพิวเตอร์กราฟิกได้เข้ามามีบทบาทกับงานด้านออกแบบในสาขาต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก เช่น การออกแบบรถยนต์ การออกแบบเครื่องจักร การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบตกแต่งภายใน และการออกแบบเครื่องประดับ เป็นต้น

CAD (Computer – Aided Design) เป็นโปรแกรมช่วยในการออกแบบทางวิศวกรรม ซึ่งจะช่วยให้ผู้ออกแบบ หรือวิศวกรออกแบบงานได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้นเมื่อต้องการแก้ไขก็สามารถทำได้ง่ายกว่าการทำงาน

ในกระดาษ สามารถออกแบบลักษณะลายเส้น ใสสี แสงเงา เพื่อให้ดูคล้าย ของจริง สำหรับงานด้านวิศวกรรมไฟฟ้าและ

อิเล็กทรอนิกส์ ได้ถูกนำมาใช้ในการออกแบบวงจรต่าง ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่ระบบมีให้ แล้วทำการประกอบ เป็นวงจรที่ต้องการ ผู้ออกแบบสามารถแก้ไขตัดต่อ เพิ่มเติมวงจรได้ เช่น การออกแบบรถยนต์ เครื่องบิน หรือเครื่องจักรต่าง ๆ นักออกแบบจะใช้ CAD ออกแบบส่วนย่อย ๆ แต่ละส่วนก่อน แล้วจึงประกอบกันเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งบางระบบสามารถทดสอบแบบจำลองที่ออกแบบไว้ เช่น การออกแบบรถยนต์ แล้วนำโครงสร้างของรถที่ออกแบบมาจำลอง การวิ่ง แล้วเก็บผลมาตรวจสอบค่า หรือการออกแบบโครงสร้างตึก บ้าน สะพาน และสถาปัตยกรรม เพื่อแสดงภาพในมุมมองต่าง ๆ ตามที่ผู้ออกแบบต้องการ ตัวอย่างการใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกกับงาน ออกแบบโครงสร้างภาพคน ดังแสดงในภาพ

2. งานนำเสนอ (Presentation)

ในการนำเสนอผลงานโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก สามารถแสดงผลทางหน้าจอโปรเจคเตอร์ (Projector) หรือพิมพ์งานลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น โปรแกรม Microsoft Office PowerPoint ใช้สำหรับการนำเสนองาน การนำเสนอสินค้า ส่วนมากนิยมจัดทำเป็นรายงานในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รายงานสรุปงบการเงิน รายงานข้อมูลลูกค้า เป็นต้น นิยมแสดงในรูปแบบของกราฟหรือรูปภาพ เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ดังแสดงในภาพ

3. งานบันเทิง (Entertainment)

คอมพิวเตอร์กราฟิกกับงานบันเทิง โดยเฉพาะงานด้านมัลติมีเดีย ได้รับความแพร่หลาย ในวงการบันเทิงเป็นอย่างมาก เช่น การโฆษณาสินค้าทางโทรทัศน์ รายการข่าว ละคร เกมออนไลน์ การสร้าง

ภาพการ์ตูน การสร้างภาพเคลื่อนไหว การสร้างภาพวิดีโอ การสร้างฉากภาพยนตร์ เป็นต้น ดังแสดงในภาพ

4. การศึกษาและฝึกอบรม (Education and Training)

คอมพิวเตอร์กราฟิกเข้ามามีบทบาทกับวงการศึกษ และวงการฝึกอบรมอย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดเครื่องมือสำหรับช่วยสอนต่าง ๆ มากมาย รวมทั้งเกิดสื่ออิเล็กทรอนิกส์ช่วยสอนในรูปแบบ ต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการศึกษา เช่น คอมพิวเตอร์ช่วยสอนในลักษณะมัลติมีเดีย การเรียนการสอนบนเว็บ (e-Learning) ส่วนการนำ คอมพิวเตอร์ กราฟิกในงานด้านการฝึกอบรม เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ในการฝึกอบรมที่เรียกว่า e-Training ปัจจุบันมีการพัฒนาเว็บไซต์สำหรับฝึกอบรมของสถาบันฝึกอบรมหลายแห่ง ตัวอย่างคอมพิวเตอร์กราฟิกกับงานด้านการศึกษา ดังแสดงในภาพ

<https://sites.google.com/site/pphotoshopscs5/bth-thi1/karna-krafik-pi-prayukt-chi-ni-dan-tang>

การสื่อสารประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางและผู้รับสาร (SMCR)ของเดวิด เคเบอร์ไร์ ในการทำให้การสื่อสารส่งผลถึงผู้รับสารได้ต้องอาศัยศาสตร์แห่งการจูงใจ ที่ทำให้รับรู้ จดจำ หรือส่งผลถึงพฤติกรรม ซึ่งเป็นหัวใจที่ส่งผลตามเป้าหมาย ที่กำหนดไว้ เช่นการซื้อ การใช้ การสร้างความต้องการ ต่างๆ ทั้งนี้งานด้านศิลปะและการออกแบบจึงถูกนำมาใช้เพื่อสื่อสารให้เกิดผลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะงานศิลปะและออกแบบมีหน้าที่เพื่อแก้ไขปัญหา เพื่อสร้างสิ่งใหม่ที่ดีขึ้น จนถึงการสร้างงานที่สวยงาม นอกจากนี้วัตถุประสงค์ดังกล่าวหากเราจะสร้างงานออกแบบที่ส่งผลดีซักชิ้น ผู้ออกแบบควรต้องใช้ส่วนประกอบอะไรบ้างในการทำงาน ในบทนี้จะกล่าวถึงส่วนประกอบกับงานออกแบบที่มีดังนี้

กราฟิกกับบทบาทหน้าที่ในการออกแบบ

งานกราฟิกถูกสร้างมาด้วยหน้าที่ในการสื่อสาร โดยมีหน้าที่อยู่ในส่วนของสาร และสื่อที่มีบทบาทส่งผลไปสู่ผู้รับสาร โดยหน้าที่ในงานกราฟิกคือการสื่อสาร ดึงดูด และสร้างจดจำ ด้วยความสามารถดังกล่าวทำให้งานกราฟิกถูกนำไปใช้ในการสร้างสรรค์งานที่หลากหลายตั้งแต่งาน ภาพวาด งานเสื้อผ้า อุตสาหกรรมด้านโฆษณา ด้านการตลาด และอื่นๆ ทั้งนี้ในส่วนประกอบของงานกราฟิก จะประกอบไปด้วย ภาพสี ข้อความ ที่ใช้ในการสื่อสาร ผ่านการจัดองค์ประกอบ ดังนั้นเมื่อต้องมีการออกแบบ เพื่อใช้ในการสื่อสารงานกราฟิกจึงถูกนำมาใช้ในการผลิตงานอยู่บ่อยครั้ง เพื่อสร้างการดึงดูด สร้างการจดจำ และสร้างความเข้าใจที่เหนือกว่าผู้อื่นเสมอ งานออกแบบในงานกราฟิกจึงถูกใช้มาจนถึงปัจจุบัน

ผลิตต่อ 24 5 64

เนื้อหากับการสื่อสาร

การออกแบบมีหน้างานคือการสื่อสารดังนั้นในการออกแบบที่ดีต้องเข้าใจว่าเนื้อหาเป็นส่วนสำคัญเริ่มต้นในการสื่อสาร ในเนื้อหาสิ่งที่มีประกอบ ความต้องการ เนื้อหา การดึงดูดและส่งผลต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งนี้เนื้อหาที่ดี ต้องสื่อสาร บันทึกลง และมีประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมาย หลายครั้งนักออกแบบ ให้ความสำคัญในส่วนการออกแบบภาพ สั้นลึ้มไปว่า เนื้อหาของงานหรือสาร มีความสำคัญ

กำหนดทิศทางของงานออกแบบตั้งแต่ต้นทาง จนถึง ผลลัพธ์ในการสื่อสารด้วยซ้ำ ในการกำหนดเนื้อหาในงานออกแบบสามารถนำแนวทางในการกำหนดรูปแบบงานผลิต

ดังนั้นการทำความเข้าใจกับผู้อ่านหัวหน้ากับเนื้อหาเป้าหมายในการความต้องการ รูปแบบ

ภาพกับการออกแบบ

ภาพ นับเป็นหนึ่งในภาษาในการสื่อสารในการสร้างการรับรู้ และส่งผลถึงแนวคิดในการเชื่อมโยงของนักออกแบบไปไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ดังนั้นหากเราสามารถเข้าใจบทบาทหน้าที่ของภาพในการสื่อสารก็สามารถนำมาสู่การสร้างสรรคและงานที่มีประสิทธิภาพ

ภาพคือ รูปที่ปรากฏเห็นหรือนึกเห็น เช่น ภาพทิวทัศน์ ภาพในฝัน ในการมองเห็น อาจเกิดขึ้นได้จากธรรมชาติสิ่งรอบตัวและกิจกรรมและการกระทำต่างๆของสิ่งมีชีวิต ผ่านการรับรู้ด้วยสายตาและเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในส่วนสมองการจดจำ

ทั้งนี้มนุษย์มักนำภาพเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ให้เกิดผลกับตนเองด้วยการสื่อสารได้แก่การนำภาพมาใช้ในเรื่องเล่าเรื่อง สื่อสารความเข้าใจ การสื่อสารด้วยสุนทรีย์และความบันเทิง การสื่อสารด้วยการค้า

ทั้งนี้รูปแบบของภาพที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารง่าย ๆ คือภาพ เหมือนจริง ภาพตัดทอน ภาพนามธรรมที่ถูกนำมาใช้ในงาน ต่าง ๆ ตามแขนงแต่หากให้แตกย่อยลงไปประเภทของภาพจะต้องถูกนำลงไปสู่หมวดหมู่เช่นงานด้านการวาดภาพ งานด้านถ่ายภาพ งานด้านออกแบบกราฟิก การให้ความหมายของประเภทก็จะมี ความแตกต่างกันออกไป ในการใช้ภาพสิ่งสำคัญในการใช้ภาพกับการสื่อสารคือเราอาจต้องมีความรู้คุณสมบัติความสามารถซึ่งภาพมีความสามารถในการทำงานตั้งแต่

สื่อสารทางความคิดให้ออกมาเป็นภาพเพื่อใช้ในการสื่อสารเชิงภาษาเช่นเดียวกับภาษาพูดและภาษาข้อความ ได้เพียงแต่การดึงดูในการสื่อสารภาพสามารถทำได้ดี

ภาพสามารถสร้างการดึงดูดและจดจำ ที่มาจากการใช้งานด้านศิลปะทางด้านรูปทรง สี การจัดวางการสื่อสารทำให้สิ่งที่เห็นจะมีความบันเทิง ความสวยงามทำให้เกิดการจดจำที่ง่ายกว่าข้อความภาพเป็น สิ่งเร้าคือสิ่งสำคัญที่สามารถทำให้เกิดการกระตุ้นในการบริโภคได้ สิ่งเร้าจึงประกอบไปด้วยความใหม่ ความแตกต่าง ความสนุก ความเช็ชี่เร้าใจ ไม่จะเป็นทางสายตา การสัมผัส กลิ่นหรือการได้ยิน (ชัยรัตน์ อังศวางกุล, 2548: หน้า)

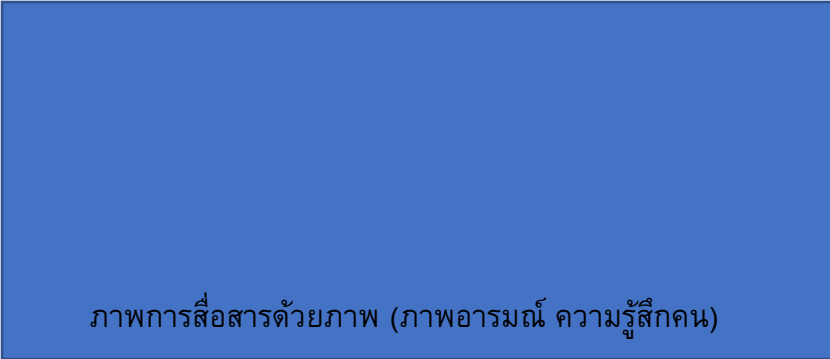
ภาพสามารถสื่อสารที่ง่ายต่อการจดจำ หากมีความเข้าใจกับการการใช้ภาพ และสามารถเข้าใจกับคนจำนวนมากซึ่งภาพถูกนำมาใช้กับงานสัญลักษณ์งาน ออกแบบ ที่ที่เน้นการให้ความหมาย อยู่บ่อยๆครั้ง

การออกแบบสัญลักษณ์ คือการออกแบบเพื่อการสื่อสารในความหมายโดยภาษาภาพ (Pictograph) เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบสัญลักษณ์ตั้งแต่สมัยประวัติศาสตร์จนถึงปัจจุบัน โดยภาษาภาพ คือสัญลักษณ์ที่บ่งบอกวัตถุประสงค์ กิจกรรมการกระทำ กระบวนการหรือแนวคิดที่มีมาช้านาน (ปาพจน์ หนูนกัคดี, 2553: หน้า 230)

ทั้งนี้ภาษาภาพถือได้ว่าภาษาสากลพอกับภาษาดนตรีในการสื่อสารกับบุคคลต่างชาติต่างศาสนาในโลกนี้ได้เป็นอย่างดี (Poppy Evans & Mark A. Thomas, 2004: P.59) ตำราการออกแบบนิเทศศิลป์เพื่อการโฆษณา

นอกจากความเข้าใจในความสามารถสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการใช้ภาพ กับ การสื่อสาร ทั้งนี้

รูปแบบการออกแบบและผลิตภาพ สิ่งที่เราควรทำความเข้าใจควรต้องกลับมาจับแนวคิดในเรื่องทฤษฎี การสื่อสารว่าในการสื่อสารต้องประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง ผู้รับสาร ดังนั้นการออกแบบการใช้จึงต้องทราบว่าผู้ส่งสารต้องการสิ่ง ข้อมูล อะไร และส่งผลกับใคร หากเราใช้ภาพทำให้สารนั้น เข้าใจได้ง่ายและนำไปใช้กับช่วงเวลาที่เหมาะสม การสื่อสารก็จะง่ายขึ้น



ภาพการสื่อสารด้วยภาพ (ภาพอารมณ์ ความรู้สึกคน)

ทั้งนี้สิ่งสำคัญที่สุดของคนออกแบบคือการคัดสรรภาพ เพื่อใช้ในการสื่อสารให้สามารถเข้าใจตามวัตถุประสงค์ได้ แต่ทั้งนี้ระดับในวัตถุประสงค์การสื่อสาร อาจมีด้วยกันหลายรูปแบบเช่นสื่อสร้ง่ายๆ

ตรงตัว หรือสื่อสารให้ยากขึ้นมาเพื่อให้คนดูได้คิดตามแบบไม่ยาก หรือการสื่อสารที่ให้คนดูเรียนรู้และเข้าใจด้วยตนเองดังนั้นการคัดสรรคภาพที่เหมาะสม จึงมีความสำคัญกับการออกแบบ

การออกแบบภาพในการสื่อสารเป็นลำดับต่อมาเพราะในการทำงานของการสื่อสาร ภาพมีหลายรูปแบบมีหลายมุมมอง รวมไปถึงเรื่องของการนำภาพมาใช้ อาจมีผลต่องานกฎหมาย ถ้านำมาใช้เชิงธุรกิจและไม่ได้ขอหรืออ้างอิงค์ จึงทำให้ที่ใช้ภาพต้องจ้างนักออกแบบต่างๆมาผลิตภาพกับการสื่อสาร หลักการออกแบบภาพต้องมีพื้นฐานด้านศิลปะและการสื่อสาร ควบคู่กัน สวยอย่างเดียวไม่สื่อสารก็ไม่มีความหมาย

ในการออกแบบภาพที่ใช้งานด้านการสื่อสารสิ่งที่ต้องมีคือความต้องการ การสร้างเรื่องราว การถ่ายทอดภาพ และจัดวาง การใช้สี และการใช้ส่วนประกอบอื่นในการสื่อสาร เช่น ท่าทาง อารมณ์ ความรู้สึก ข้อความเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในภาพกับการสื่อสาร ทั้งนี้การใช้ภาพเพื่อสิ่งต่างๆสื่อสารอาจต้องใช้ภาพจำนวนมาก หรือการสื่อสารภาพจำนวนน้อยขึ้นอยู่กับงาน เช่นงานสิ่งพิมพ์ งานภาพยนตร์ mv การนำเสนองาน การขาย การแนะนำ ดังนั้นนักออกแบบภาพ ต้องเข้าใจความต้องการ ต้องออกแบบมุมมอง ใช้ศิลปะและแนวทางทางแนวคิดทฤษฎีมาใช้ในการออกแบบเสมอ

อักษรและข้อความกับการออกแบบ

ในการทำงานสื่อสารกับการออกแบบนอกจาก เนื้อหา ภาพ เราก็มักจะใช้ข้อความในการสื่อสารมาเป็นส่วนหนึ่งเสมอเพราะ การสื่อสารมีระยะเวลา ที่มาจากขนาด พื้นที่ ที่ส่งผลต่อการสื่อสาร การใช้ข้อความมักจะถูกนำมาใช้ในหน้าที่สื่อสารหลักและรองก็ได้ ดังนั้นเราดูกันว่าข้อความเป็นอย่างไ

อักษร ข้อความ ความหมาย [สัญลักษณ์](https://th.wikipedia.org/wiki/สัญลักษณ์)หรือ**เครื่องหมาย**สำหรับใช้แทน**หน่วยเสียงในภาษา**หนึ่ง (<https://th.wikipedia.org/wiki/สัญลักษณ์>) มีหน้าที่ในการสื่อสาร ในรูปแบบของตัวอักษรสิ่งที่เป็นปัญหาคือทุกประเทศภูมิภาคมีภาษาของตนเองในการสื่อสาร ดังหากเราต้องออกแบบตัวอักษรจำเป็นต้องเข้าใจอักษรภาษากลางคือภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากลทั้งนี้ตัวอักษรสามารถแยกประเภทตามรูปที่มีได้แก่ ตัวอักษรแบบมีหัว มีขา ตัวเอียง ตัวตรง ตัวหนา ตัวบาง ดังนั้นในภาษาอักษรในประเทศต่างๆจึงมีรูปทรงพื้นฐานทางโครงสร้างที่จับเอาความเป็นสากลเข้าไปมีส่วนร่วมเสมอ

ในส่วนประเภทข้อความ เราสามารถกำหนดแนวทางออกเป็น ข้อความสั้นประเภทคำ ข้อความกลางที่เป็นประโยค ข้อความยาวที่เป็นบรรทัด หรือเนื้อเรื่องจากกลุ่มคำก็ตาม

ทั้งนี้ตัวอักษรและข้อความเมื่อถูกนำมาาร่วมกันจะกลายเป็นข้อความ ที่สามารถสื่อความหมายได้ เหมือนภาพคือในการ สื่อสารที่มีการเล่าเรื่องมากมาย การใช้ข้อความในการสื่อสารจะทำให้ดี ให้ รายละเอียดได้มาก และขั้นตอนในการออกแบบกับการสื่อสารลดน้อยลง ในด้านการใช้อักษรและ ข้อความ เป็นส่วนประกอบกับงานสื่อสารประเภทสื่อ การใช้ข้อความจะช่วยเติมเต็มความเข้าใจ ด้วย บทบาทหน้าที่ในการทำงาน อักษรและข้อความจึงมีความสำคัญในการนำมาใช้ในการสื่อสารเป็นอย่างดี ตามรูปแบบ วาระและโอกาสกับงานในการสื่อสารทั้งในการออกแบบงานกราฟิก อีกหนึ่งแนวทาง สำหรับอักษรและข้อความ ในการสร้างสรรค์นักออกแบบมักนำข้อความมาเพิ่มความสวยงามและการ ปรับรูปทรงจนสร้างความสามารถในการสื่อสารทั้งดึงดูดและ ให้ความสามารถในการสื่อสารไป พร้อมๆกัน

ในด้านการออกแบบ เราสามารถกำหนดหน้าที่ในการทำงานตัวอักษรและข้อความออกเป็นรูปแบบ งานสื่อความหมาย ออกเป็นการสื่อสารหลัก สื่อสารรอง ที่ทำให้หน้าที่การทำงานแตกต่างกันออกไป โดยการสื่อสารหลักคือการใช้ภาพอักษรกับการทำงานตัวอักษรจึงมีความสำคัญในการสื่อสารละ ออกแบบ จะใช้กับสื่อประเภทให้ข้อมูล เป็นสำคัญ การสื่อสารมาเป็นอันดับแรก การใช้ภาพประกอบ ความสวยงามจึงตามมา

ในการกระบวนการออกแบบเราต้องดูที่วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเป็นลำดับแรก ว่าเราจะใช้อักษรกับ ข้อความเป็นหลัก รอง อันดับสอง ในการออกกำหนดเนื้อหารายละเอียดในการวางข้อความ อันดับ สามตามด้วยการจัดวางรายละเอียดตามสัดส่วน ขนาด พื้นที่การจัดวางตามองค์ประกอบศิลป์ อันดับสี่การสร้างอักษรข้อความให้มีรูปร่างรูปทรงจากการคัดเลือกให้การสื่อสารนั้นมีลักษณะที่ตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ หากเราออกแบบตัวอักษร ประเภทสัญลักษณ์ต้องให้ความสำคัญกับการเชื่อม ความหมาย การออกแบบตัวอักษรในรูปแบบคำหรือกลุ่มคำ ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาและตาม ด้วยรูปทรงเว้นวรรคการจัดกลุ่ม ตามด้วยรูปแบบ สำหรับการออกแบบข้อความชุดสิ่งที่สำคัญคือ ขนาด การจัดวางที่ส่งผลต่อการอ่านได้ เป็นสำคัญ

สี่ กับ การสื่อสารการออกแบบ

ในการสร้างการจูงใจในการออกแบบสิ่งที่กระตุ้นการมองเห็นได้ดีที่สุดคือสี ดังนั้นส่วนประกอบในการ ออกแบบเราขาดไม่ได้คือการกำหนดแนวทางของสีในการออกแบบ เพื่อให้งานนั้นมีความสามารถ

กระตุ้นการรับรู้ในการออกแบบได้ ทั้งนี้ สี (Colour) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง ลักษณะของแสง ที่ปรากฏแก่ สายตาเรา ให้เห็นเป็น สีขาว ดำ แดง เขียว ฯลฯ หรือการสะท้อนรัศมีของแสงมาสู่ตาเรา(https://www.novabizz.com/CDC/Interior/Interior_Colour01.htm) เราสามารถใช้สีในการสื่อสารกระตุ้นดึงดูดให้เกิดขึ้นได้ดี

ประเภทของสี เราสามารถแยกเป็น 2 กลุ่มได้แก่สีตามธรรมชาติที่เกิดขึ้นจากแสงตกกระทบในสีของดวงอาทิตย์และสีที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นสีที่เกิดขึ้นตามแนวทางวิทยาศาสตร์กับการสังเคราะห์เพื่อให้เกิดสีกับการใช้งาน ทั้งนี้หากเราจะแบ่งกลุ่มกับการใช้เราจะแบ่งออกเป็นกลุ่มสีที่ประกอบไปด้วยสีร้อน สีเย็น และค่าสีกลาง ทั้งนี้สีจะเริ่มต้นจากแม่สีแดง เหลือง นำเงินเป็นแหล่งกำเนิดสีต่างๆเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบของสีในการใช้งานมีความเป็นวิทยาศาสตร์มากขึ้นจากเดิมมีประเภทเพียงสีอ่อน สีกลาง สีเข้มปัจจุบันมี สะท้อนแสง สีรีเฟล็ก สีแฉัด ที่ถูกนำมาใช้ในการสร้างการรับรู้กับการสื่อสารใหม่ได้

ในการนำสีมาใช้ในการออกแบบนักรออกแบบอาจต้องทำความเข้าใจจิตวิทยาของสี หรือการให้ความหมายแทนค่าแทนอารมณ์ของสีที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสาร เพราะสีคือการสื่อความหมายได้เช่นกัน เช่นสีดำขาวแทนการไว้ทุกข์แบบคนไทย สีหลากหลายแทนเทศกาลแห่งความสุข นอกจากนั้นการเลือกสีในการใช้ยังสามารถสื่อสารลงไปถึงกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกไป เช่น ดำ แดง เหลืองใช้ในการสื่อสารกับวัยรุ่น ส่วนผู้สูงอายุใช้สีประเภทสะท้อนแสงที่มีค่า สีร้อน เพื่อกระตุ้นในการมองเห็น หรือสีกับการแทนความหมาย ที่ถูกใช้ในเชิงธุรกิจ เช่น ฟ้า เขียว แดง เราสามารถนำมาใช้ให้เหมาะสมกับงานได้ ในการออกแบบสิ่งที่เป็นกระบวนการออกแบบคือเราจะออกแบบรูปร่างรูปทรงก่อนเสมอ ละจึงค่อยใส่สีลงไปเพื่อเพิ่มเติมการสื่อสารให้ดึงดูดมากขึ้นหรือแต่การกำหนดโทนสี เป็นกลุ่มกับสินค้า จนถึงงานบางงานไม่กำหนดรูปแบบสีเพื่อให้สามารถอยู่ในงานหลายรูปแบบได้ยืดหยุ่นกับการออกแบบได้หลายประเภท

7สรุป ทั้งนี้ในส่วนผสมกับงานออกแบบกราฟิก สามารถนำออกมาใช้ไม่ตายตัวว่าต้องครบทุกส่วนผสมหรือไม่ขึ้นอยู่กับนักรออกแบบกับการเน้นความสำคัญในส่วนใดกับการออกแบบละสีสื่อสาร แต่หากสามารถใช้ส่วนประกอบ ภาพสี ข้อความ และสื่อสารเนื้อหา ให้ตรงกับงานได้ก็จะทำให้การออกแบบนั้นประสบความสำเร็จกับความต้องการและสามารถสื่อสารกับกับกลุ่มเป้าหมายกับการบริโภคได้แม่นยำมากขึ้นส่งผลต่อวัตถุประสงค์มากที่สุด

บทที่3

ความเข้าใจแนวทางและกระบวนการออกแบบงานกราฟิก

การผลิตงานด้านโฆษณาสิ่งที่เป็นส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์งานได้แก่การออกแบบ การออกแบบเป็นการกำหนดแนวคิดเพื่อถ่ายทอดออกมาเป็นรูปแบบภาพจำลอง ซึ่งปัจจุบันการใช้คอมพิวเตอร์เป็นส่วนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในการทำงานเพื่อนำไปสู่ในการทำต้นแบบการผลิตผลงานในรูปแบบต่างๆในสื่อทางด้านโฆษณา ดังนั้นในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญกับหลักการการออกแบบ ความเข้าใจผู้บริโภค จนถึงกระบวนการออกแบบ และผลิต ที่เป็นภาพรวมที่เป็นสำคัญ ต่อการทำงานจริงโดยเริ่มจาก

พฤติกรรมผู้บริโภคกับการรับงาน

1 พฤติกรรมพื้นฐาน 2 ความต้องการลูกค้า 3 ความเข้าใจผู้บริโภค 4 การรับงานกับลูกค้าที่ตามเป้าหมาย 5 จิตวิทยาการออกแบบ(ถ้าเขียนหนังสือต้องมีเรื่องราคากับการออกแบบ)

5.2.1 พฤติกรรมพื้นฐาน

ในการออกแบบกราฟฟิคมีบทบาทหน้าที่ หากเราต้องการออกแบบเพื่อสื่อสารทางการตลาดสิ่งที่มีเราจะแบ่งกลุ่มการสื่อสารเป็น2ส่วนได้แก่การสื่อสารส่วนลูกค้ากับความต้องการ และส่วนผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย ในการสื่อสารในงานออกแบบ

ส่วนลูกค้ากับความต้องการประกอบไปด้วยเป้าหมาย วัตถุประสงค์เช่นยอดขาย การสื่อสารในการโฆษณาทั้งนี้ในการทำงานอาจต้องเข้าใจ ข้อมูลพื้นฐานองค์กร คุณลักษณะเฉพาะที่มีความสัมพันธ์ ต่างจนถึงต้นทุน ราคาเวลากับการออกแบบและผลิต จนถึงสัญญาการทำงาน

ส่วนผู้บริโภค สิ่งที่ใช้ในการออกแบบคือภูมิหลัง กลุ่ม ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ความชอบ กิจกรรมและกิจวัตรประจำตัว สิ่งต่างๆสามารถนำมาใช้กำหนดกรอบแนวคิดกับการออกแบบเนื้อหา การออกแบบงานสร้างสรรค์ จนถึงการนำไปใช้กับสถานที่ ทั้งนี้ก็คือผลที่เกิดขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าต้องการคือการสื่อสารทางการตลาดที่ทำให้เกิดการเข้าถึง ทำให้เกิดการจดจำ ทำให้เกิดการขาย เป็นผลลัพธ์ ในการทำงาน

4การรับงานกับลูกค้าที่ตามเป้าหมาย

การรับงาน จากลูกค้า การรับงานเป็นส่วนสำคัญอันดับแรก เพราะต้องทราบความต้องการ ทั้งวัตถุประสงค์ รูปแบบงาน ข้อจำกัด งบประมาณระยะเวลา สำคัญที่สุดคือการสื่อสารอย่างต่อเนื่องตามลำดับเวลา ขึ้นตอน กับการผลิตงาน

ส่วนประกอบในการออกแบบ เพิ่มจัดเนื้อหา

การออกแบบกราฟิกในงานคอมพิวเตอร์สิ่งที่มีก็ยังคงเป็นหน้าที่หลักคือเป้าหมาย กระบวนการสื่อสาร และตามด้วยการผลิตงาน เพื่อให้เกิดผล ตามที่วางไว้ ทั้งในหากมองว่าสิ่งที่มีในการออกแบบควรประกอบไปเพื่อให้เกิดงานกราฟิกที่สร้างสรรค์ควรประกอบไปด้วยอะไรบ้าง สิ่งที่มีได้แก่

2.1 เป้าหมาย

การผลิตงานการออกแบบสิ่งสำคัญคือเป้าหมายในงานทั้งนี้ลักษณะเป้าหมายมีความสำคัญกับกรกำหนดทิศทางทางการออกแบบ เช่นการกำหนดข้อมูลเนื้อหาที่ในการให้ความรู้ การกระตุ้นความสนใจ การสร้างการขาย สิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยเป้าประสงค์ที่ชัดเจนเพื่อให้เนื้อหา ภาพ ข้อความและการออกแบบนำไปสู่งานที่เข้าถึงตามวัตถุประสงค์ ที่ส่งผลต่อการสื่อสารทางการตลาด ดังนั้นนักออกแบบควรทำความเข้าใจในเป้าหมายกับการผลิตให้มีความชัดเจนเพื่อทำให้การออกแบบนั้นมีประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุดตามวัตถุประสงค์

2.2 การใช้ภาพ

ภาพนับเป็นส่วนประกอบสำคัญในการออกแบบ โดยบทบาทของภาพคือการสื่อสารที่ทำให้เกิดความเข้าใจ ทั้งนี้ จุดเด่นของภาพคือการสร้างความเข้าใจ และสามารถดึงดูดความสนใจ ทั้งนี้ ในภาพมีส่วนประกอบหลากหลายที่สามารถสร้างเรื่องราวในการสื่อสารได้ สำหรับการออกแบบภาพที่ดีมักจะมีส่วนประกอบได้แก่ 1 ภาพต้องสื่อสาร 2 ภาพต้องดึงดูด 3 ภาพต้องทำให้เกิดการจดจำ โดยรูปแบบภาพสามารถแบ่งออกเป็นภาพเหมือน ภาพตัดทอน ภาพนามธรรม อีกทั้งภาพอาจกำหนดรูปแบบได้เช่นภาพเดี่ยว ภาพกลุ่ม ภาพกับการผสมผสานร่วม ที่สามารถใช้ในการ

สื่อสารได้แตกต่างกันไปหากเราฝึกทำความเข้าใจและสังเกต การใช้ภาพในการสื่อสารก็จะสามารถนำภาพไปสู่การใช้งานได้หลากหลายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3 การใช้ข้อความ

ข้อความนับว่าเป็นส่วนประกอบในการออกแบบที่ใช้ในการให้ข้อมูลสร้างความเข้าใจ แต่โดยหน้าที่ข้อความและตัวอักษรคือการสื่อสารทำให้เกิดความเข้าใจ ดังนั้นสิ่งที่สำคัญสำหรับการออกแบบด้วยตัวข้อความและตัวอักษร คือ การสร้างความเข้าใจประกอบไปด้วย การสร้างการความเข้าใจ และการจดจำด้วยรูปทรง รูปแบบ ขนาด การจัดวาง ความสวยงาม

โดยรูปแบบอักษรสามารถแบ่งออกเป็นตามโครงสร้าง แบบมีขา ไม่มีขา มีหัวไม่มีหัว หากแบ่งเป็นกลุ่มคำก็สามารถแยกเป็น ตัวอักษรคำสั้น ที่เน้นที่ประโยคข้อความ(คำคม สโลแกน ชื่อ โลโก้) และตัวอักษรประโยคคำรวมคือการใช้อักษรเป็นกลุ่มคำ ใช้เพื่อสื่อสารจากรายละเอียดภาพรวม ส่วนมากจะเน้นการอ่านมากกว่าความสวยงามและเน้นความเข้าใจเป็นหัวใจหลักดังนั้น ตัวอักษรควรอ่านง่ายเช่นตัวอักษรที่ใช้แบบมีหัว(งานหนังสือ เอกสาร ข้อมูลการขายสินค้า)

2.4 การใช้สีในการออกแบบ

สีมีบทบาทที่สามารถสื่อสารทางความรู้สึกและมีผลต่อจิตวิทยาการรับรู้เป็นอย่างยิ่งโดยรูปแบบของสีตามโครงสร้างสีมีพื้นฐานมาจากธรรมชาติ แบ่งแยกตามรูปแบบแบ่งออกเป็นสีแห้งกับสีน้ำ และแตกแยกหลายรูปแบบ ในด้านลักษณะในตัว สีแบ่งออกเป็นร้อน เย็น สีกลาง ซึ่งในลักษณะการใช้งานเราจะใช้ใช้การวงล้อสี เพื่อสร้างองค์ประกอบในสี เพื่อจับคู่ การจับกลุ่มกับการใช้งาน ดังนั้นในการออกแบบ สีจึงมีบทบาทการมองเห็น การดึงดูด การสร้างความหมาย ที่สอดคล้องกับงานออกแบบจากภาพ ข้อความ และเนื้อหาเพื่อกำหนดกรอบในการเข้าถึงผู้บริโภคเป็นส่วนสำคัญ

2.5 หลักการจัดองค์ประกอบภาพ กับการสื่อสาร

เอกภาพ กลมกลืน ความสวยงามสัดส่วน สมดุล ความมีจุดเด่น

ผลที่เกิดขึ้นกับงานออกแบบ งานออกแบบที่ดีงานต้องสามารถแก้ไข ปัญหาละสร้างความสวยงาม เพลิดเพลินจนถึงการทำงานตามวัตถุประสงค์ที่ได้รับ เช่นช่วยในการแนะนำ ช่วยการให้ข้อมูล ช่วยในการ

ขาย ทั้งนี้สิ่งต่างก็จะอยู่ในกฎง่ายๆคือรับรู้ จดจำ เกิดพฤติกรรม ที่มีผลกับการคิดและการสร้างงานด้วย ภาพข้อความ และการจัดองค์ประกอบต่างๆ

3 การออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์กราฟิกและการผลิต เพิ่มจัดเนื้อหา



3.1 การสร้างแนวคิด

การออกแบบสามารถกำหนดแนวคิดได้หลากหลายมิติในการผลิตผลงาน สามารถแยก

ออกเป็นการกำหนดแนวคิดในการสื่อสารเนื้อหา 2 แนวคิดในการออกแบบและผลิตที่สามารถทำให้การออกแบบสามารถสร้างแนวทางกับการผลิตได้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้หลักในการออกแบบที่นิยมใช้คือการกำหนดแนวคิดเชิงโครงสร้าง **Mind Mapping** ที่ใช้การแตกแนวคิดและกระบวนการส่วนประกอบในการผลิตได้

1 การกำหนดแนวคิดตามความต้องการ ขั้นตอนที่น่าความเข้าใจในการสื่อสารมา วิเคราะห์รูปแบบ และความเข้าใจที่มีกับลูกค้าผู้ว่าจ้าง ทั้งข้อมูลสินค้า ภูมิหลัง กลุ่มเป้าหมาย และงานออกแบบที่ผ่านมา เพื่อให้สามารถออกแบบงานได้แตกต่างและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2 สร้างแนวคิดเพื่อสื่อสารในการออกแบบ กำหนดแนวคิดเชิงโครงสร้าง *Mind Mapping* เพื่อหาเนื้อหาที่สามารถสื่อสารได้ตามความต้องการลูกค้า และสื่อสารตรงใจผู้บริโภค ใช้ความหลากหลายและสร้างการคัดสรรต่อไปแนวคิดสามารถกำหนดได้หลายแนวคิด ส่วนนี้ขอแยกออกเป็น ตั้งแต่แนวคิดของโจทย์

3 แนวคิดการสื่อสารกับผู้บริโภคด้วยการออกแบบสื่อ เมื่อได้แนวคิดในการสื่อสารแล้วสิ่งต่อมาคือการพัฒนาแนวคิดสื่อสารนั้นกลายเป็นภาพสื่อต่างๆในการสื่อสาร ประกอบด้วยเนื้อหา ภาพ ข้อความจนถึงแม้แต่สีเราเรียกว่าการร่างภาพ ทั้งนี้แยกออกเป็น 2 ส่วนคือการออกแบบ และส่วนผลิตงานจริง ทั้งนี้ทั้ง 2 ส่วนต้องมีการร่างรายละเอียด ในการผลิตงานในแต่ละส่วน

การร่างภาพแบบ สามารถแยกออกเป็น 3 รูปแบบ หยาบ ละเอียด ขยาย ซึ่งแต่การร่างภาพจากแนวคิดการสื่อสารอาจมีมุมมองที่หลากหลายแต่สุดท้ายก็จะเหลือแบบที่ดีที่สุดขึ้นเดียวที่สามารถนำไปสู่การผลิตได้

3.2 การร่างภาพกับการออกแบบ

ในการทำงานเราจะนำแนวคิด ทางความต้องการลูกค้า และแนวคิดผู้บริโภค และทิศทางของงานออกแบบมารวมกันเพื่อกำหนดเป็น ข้อมูลการสื่อสาร เพื่อนำมาสู่การร่างภาพ ตามระดับ ตั้งแต่หยาบ ขยาย และร่างภาพสมบูรณ์แบบคัดสรรแล้ว เพื่อเตรียมผลิต วัสดุงานกราฟิก

3.3 การผลิตวัสดุเพื่อใช้ในการผลิตงานกราฟิก

วัสดุในที่นี้หมายถึงภาพ วาด ภาพถ่าย งานจิตรกรรม ปฏิกกรรม งานสร้างสรรค์ต่าง ที่สามารถนำมาใช้ประกอบกับงานออกแบบภาพที่ใช้กับงาน *Photoshop* โดยการได้มาของสิ่งเหล่านี้จะได้มาจาก จำเป็นต้องเป็นของมีลิขสิทธิ์ที่ต้องขออนุญาตและซื้อขาย หากงานที่ผลิตเป็นงานทางการตลาดยังมีความสำคัญอย่างมาก

งานลิขสิทธิ์ สามารถหาได้จากการขายภาพจากสต็อกภาพ ที่มี ขายในตลาดออนไลน์ก็ได้ หรืองานของศิลปินที่สร้างสรรค์ไว้แล้ว แต่ต้องขออนุญาตแล้ว เช่นตัวอักษรเป็นต้น แต่อย่างไรดีที่สุดคือการผลิตวัสดุมีมาจากลูกค้า และทีมงานของเรา เพื่อให้งานที่ผลิตถูกต้องทางกฎหมาย มากที่สุด

3.4 การออกแบบและผลิตงานกราฟิกด้วยคอมพิวเตอร์

ทั้งนี้เมื่อเราร่างภาพแล้ว และผลิตวัสดุ เพื่อใช้ในการผลิต เราจึงนำภาพวัสดุมาจัดองค์ประกอบตามภาพร่างและตกแต่งสีภาพ และการลิทซ์หลังจากนั้นจึงนำตัวอักษรเขามาสู่การจัดวาง ทั้งนี้ควรกำหนดขนาด รูปแบบไฟล์ ที่นำไปสู่การผลิต ทั้งงานออนไลน์ และออฟไลน์ไว้ด้วย เพื่อในงานสามารถนำไปสู่การผลิตและใช้งานอย่างเหมาะสมได้

3.5 การส่งงานลูกค้า

งานที่ส่งต้องตรงไปตามความต้องการลูกค้าดังนั้นหากมีการส่งงานตามลำดับ ขั้นตอน แนวคิดภาพร่าง การทำภาพกราฟิก และส่งในครั้งสุดท้ายงานก็จะมีปัญหา เพราะผ่านตาลูกค้าตลอดเวลา แต่หากงานที่ส่งไม่เคยผ่านตาลูกค้าเลยอันนี้อาจมีการแก้งานกันมากขึ้นในการผลิต ดังนั้นการส่งงานลูกค้าการส่งงานผลิตจึงควรทำการปรึกษากันอยู่เป็นระยะๆเสมอ

กรณีศึกษากับงานออกแบบกราฟิก

งานกราฟิกจะถูกทริตแทรกเข้าไปในวิถีชีวิตผู้คนกับการใช้ชีวิตกับตัวอย่าง เมื่อเวลาคุณเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆในโลก รับประกันได้เลยว่าคุณต้องพบกับห้องน้ำที่มีลักษณะแปลกประหลาดที่ไม่เคยเห็นมาก่อนอย่างแน่นอน

1. The open wide, India

ดีที่ดีที่สุดคือการที่ไม่ต้องพูดอะไรเลยกับโถงประตูที่มีลักษณะหัวเราอย่างขบขัน ในห้องน้ำของร้านอาหารประเทศอินเดีย

2. The sweet solitude , Queen Charlotte Island, Canada

เมื่อคุณต้องการความเป็นส่วนตัวกับห้องน้ำท่ามกลางป่าและธรรมชาติอย่างแท้จริง

3. The G'Day, Australia

ห้องน้ำที่มีลักษณะเป็นห้องน้ำดั้งเดิมในชนบทของประเทศออสเตรเลีย

4. The Roundabout, Amsterdam, Netherlands

ไม่ใช่สถานที่ที่คุณอยากจะหลงเข้าไปอย่างแน่นอนกับห้องน้ำที่มีลักษณะเปิดโล่งตามแฟชั่นสมัยก่อนใน Amsterdam ประเทศ Netherlands

5.The Fit for a king (โถปัสสาวะของ Edward ที่6)

ห้องน้ำที่อยู่ในสถานี Wolferton ของประเทศอังกฤษ ซึ่งได้ถูกสงวนสิทธิ์การใช้เฉพาะผู้นำของรัฐ

<https://www.facebook.com/ADVERTISINGNewspaper/mentions>



คำถามทบทวน

1.

บทที่4

แนวคิดทฤษฎี สื่อสาร ศิลปะ ออกแบบแลกราฟิกการ

และการวัดผล กับการออกแบบกราฟิก

ชีวิตเป็นเรื่องของการเรียนรู้และสิ่งหนึ่งที่สำคัญและต้องมีการเรียนรู้คือ ความสัมพันธ์ หรือมนุษยสัมพันธ์ เพราะทุกสิ่งทุกอย่างในโลกนี้มักเป็นบทเรียนของกันและกัน ถ้าไม่ใส่ใจเรียนรู้ซึ่งกันและกันก็จะอยู่ในโลกนี้ด้วยความยากลำบาก เพราะชีวิตจะมีคุณค่าและรู้สึกมีความสุขเมื่อได้แสดงออกอย่างที่เราอยาก มีโอกาสเรียนรู้เรื่องราวและสิ่งใหม่ๆ ตามที่เราต้องการ ดังนั้นความสำเร็จของมนุษย์ในการดำรงชีวิตทั่วไป จึงมักมีข้อกำหนดไว้อย่างกว้างๆว่า เราจะต้องเข้ากับคนที่เรติดต่อดูด้วยให้ได้ และต้องเข้าให้ได้ดี ด้วยการเรียนรู้ที่จะสร้างความสัมพันธ์ร่วมกัน โดยอาศัยวิธีการสื่อสารและหลักจิตวิทยา ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์โดยทั่วไปมักถูกมองว่าเป็นเรื่องของศิลปะ(Arts) มากกว่าศาสตร์(Science) ซึ่งก็หมายความว่า การเรียนรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบุคคลแต่เพียงอย่างเดียวโดยขาดศาสตร์ของการสื่อสาร ย่อมขาดศิลปะในการนำไปปรับใช้ในชีวิตจริงให้ประสบความสำเร็จได้

<https://bsci2.com/%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5/>

. ความหมายของการสื่อสาร

กองวิจัยทางการศึกษา กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2542, หน้า 55) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่อาศัยกระบวนการของการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยอาศัยเครื่องมือวิธีใดวิธีหนึ่งให้ไปถึงเป้าหมายเพื่อให้มีความเข้าใจร่วมกัน การแสดงออกเพื่อการติดต่อสื่อสารนั้นมนุษย์จำเป็นต้องใช้ภาษาในด้านการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2543, หน้า 9) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า คือ “การติดต่อกันระหว่างมนุษย์ เพื่อทำให้รับรู้เรื่องราวอันมีความหมายร่วมกันและเกิดการตอบสนองต่อกัน”

พิชิต แก้วก่อง (2549, หน้า 20)) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นการถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น เรื่องราวต่างๆ จากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน โดยอาศัยเครื่องนำสื่อสารเป็นตัวกลางถ่ายทอด

ชนันว์ ชามทอง (2550, หน้า 10) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารหมายถึง การติดต่อกันซึ่งกันและกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไป โดยอาศัยสื่อกลางต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร และสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการ

อรอำไพ ศรีวิชัย (2555, หน้า 11) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นการติดต่อและถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น ข้อมูลของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยอาศัยสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

จากความหมายของการสื่อสารสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นพฤติกรรมการติดต่อกันระหว่างมนุษย์ที่อาศัยกระบวนการถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น เรื่องราวต่างๆของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยอาศัยสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

<http://phttararit-communication.blogspot.com/2015/11/blog-post.html>

แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. การสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) เช่น การสื่อสารผ่านสื่อ วิทยุ โทรทัศน์หนังสือพิมพ์ ฯลฯ 2. การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) เช่น การพบปะพูดคุยกัน การพูดคุยกันทางโทรศัพท์ ฯลฯ 2. จาแนกตามภาษาสัญลักษณ์ที่แสดงออก

<https://www.google.com/search?q=%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B8%9B%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%9A%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3&aq=chrome..69i57.20488j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร

สภาพของการสื่อสารมวลชนดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน มีวิวัฒนาการความเป็นมาอันยาวนาน มีปรากฏการณ์ต่างๆ เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ของการสื่อสารมวลชนมากมายที่นักสื่อสารมวลชนพยายามศึกษา และหาเหตุผลหรือแนวความคิด มาอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ เหล่านั้น ผู้ที่จะใช้ประโยชน์จากการสื่อสารมวลชนเพื่อการศึกษา จึงควรมีความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎี หรือแนวความคิด สมมุติฐาน ต่างๆ ทฤษฎีทางการสื่อสารมวลชนที่สำคัญ คือ ทฤษฎีเข็มฉีดยา ทฤษฎีการสื่อสาร 2 จังหวะ ทฤษฎีกำหนดระเบียบวาระ (ซวรัตน์ เชิดชัย 2527 : 37-41)

1. **ทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic needle Theory)** บางครั้งเรียกว่า ทฤษฎีสื่อสารจังหวะเดียว (One step Flow Theory) ทฤษฎีนี้เชื่อว่า องค์กรหรือผู้ส่งข่าวสารเป็นผู้มีอำนาจและบทบาทสำคัญที่สุด กล่าวคือ สามารถกำหนดข่าวสาร และส่งข่าวสารไปยังผู้รับ โดยคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นได้ คล้ายกับหมอนฉีดยาให้คนป่วย ข่าวสาร ที่ส่งไปก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้รับได้โดยตรง กว้างขวาง และทันที ส่วนฝ่ายผู้รับข่าวสารเป็นคนจำนวนมาก ที่ต่างคนต่างอยู่ ฉะเยา และมีปฏิกิริยา หรือพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปตามที่ผู้ส่ง

ข่าว สารต้องการ ไม่มีบทบาทหรืออำนาจควบคุมผู้ส่งข่าวสารได้ ทฤษฎีนี้ถือว่า ผู้มีอำนาจ และเข้าใจสถานการณ์ สามารถใช้สื่อมวลชนทำให้เกิดผลตามที่ตนเองต้องการได้

2. **ทฤษฎีการสื่อสาร 2 จังหวะ (Two step Flow Theory)**ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่า ข่าวสารที่ถูกส่งจากองค์กรสื่อมวลชนหรือผู้ส่ง มิได้ไปถึงผู้รับโดยตรงเสมอไป จาก การศึกษาพฤติกรรมการออกเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดี ของคนอเมริกัน โดย ลาซา สเฟลด์ และแคทซ์ (อ้างจาก Rogers and Shoemaker. 1971 : 203-204) พบว่า บางครั้ง ข่าวสารไปถึงผู้รับ ในลักษณะการส่งต่อกันสองทอด คือ ลำดับแรกข่าวสารจะไปถึงผู้นำ ความคิด(Opinion Leaders) บางคนในชุมชนก่อน จากนั้นจึงถูกถ่ายทอดไปยังบุคคล อื่นในกลุ่มผู้นำความคิด เป็นเพียงสมาชิกคนหนึ่งของกลุ่มสังคมหรือชุมชน ซึ่งทฤษฎีนี้เชื่อ ว่า เป็นผู้มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสาร ส่วนคนอื่นซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ เป็น พวกเฉื่อยชา ผู้นำความคิด จะเป็นผู้นำข่าวสารที่ได้รับมาจากแหล่งต่างๆ ไปเล่าให้บุคคล อื่นฟัง โดยอาจมีการเปลี่ยนแปลงข่าวสารให้เป็นไปตามความคิดของตน และใน ขณะเดียวกันบุคคลที่ได้ฟัง ส่วนใหญ่มักจะเป็น บุคคลที่ถูกจูงใจได้ง่าย ดังนั้นข่าวสารจาก สื่อมวลชนจึงไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้รับส่วนใหญ่ ซึ่งขัดแย้งกับทฤษฎี เข็มฉีดยา

3. **ทฤษฎีกำหนดระเบียบวาระ (Agenda Setting Theory)**ทฤษฎีการสื่อสารจังหวะ เดียวและทฤษฎีสื่อสารสองจังหวะ มุ่งที่จะวิเคราะห์การสื่อสารมวลชนในด้านการชักจูง โน้มน้าวจิตใจให้มีพฤติกรรมบางอย่างเป็นสำคัญ แต่ทฤษฎีกำหนดระเบียบวาระมุ่งที่จะ อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนในด้านการแสวงหา คัดเลือกข่าวสาร กับผู้รับ ข่าวสารในแง่ความตระหนักหรือการให้ความสำคัญต่อข่าวสารต่างๆ โดยถือว่า สื่อสารมวลชนเป็นเพียงผู้กำหนดหรือวางระเบียบวาระการรับรู้ข่าวสารของประชาชนว่า จะเสนอข่าวสารใด ในระยะเวลาใด สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการแนะนำประชาชนว่าควร จะคิดหรือตระหนักในเรื่องใด ซึ่งผลจะออกมาอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับเวลา สถานการณ์ และ องค์ประกอบอื่นๆ การศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีนี้เน้นความสนใจในปัญหาเกี่ยวกับการใช้ สื่อมวลชนในการพัฒนาความคิด และทัศนคติทางการเมือง

นอกจากทฤษฎีการสื่อสารมวลชนทั้ง 3 ทฤษฎีดังกล่าวมาแล้ว ยังมีทฤษฎีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอีก หลายทฤษฎี ที่อธิบายในรายละเอียดของการสื่อสารมวลชน ซึ่งผู้สนใจสามารถศึกษาได้จากตำรา วิชาการสื่อสารมวลชนทั่วไป

สภาพที่แท้จริงของกระบวนการสื่อสารมวลชน อาจไม่เป็นไปตามทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่งหรือทั้ง 3 ทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นก็ได้ ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารมวลชน มีตัวแปรที่เกี่ยวข้องต่างๆ มากมายที่ อาจส่งผลให้กระบวนการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป

แบบจำลองการสื่อสารมวลชน

หมายถึง แผนภาพที่สร้างขึ้นเพื่ออธิบาย กระบวนการของการสื่อสารมวลชน ว่ามีองค์ประกอบ และขั้นตอนการสื่อสารอย่างไร นักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชนได้สร้างแบบจำลองของการสื่อสารมวลชนไว้หลายแบบ ที่สำคัญและสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารมวลชนดังกล่าวข้างต้น ได้แก่ แบบจำลองการสื่อสารมวลชนของ วิลเบิร์ต ชแรมม์ (Schramm. 1954 : 35)

1. องค์การสื่อสารมวลชน จะทำหน้าที่ 3 อย่างคือ ถอดรหัสสาร (Decoding) ที่รับเข้ามาแปลความหมายของข่าวสาร (Interpreting) และลงรหัสข่าวสาร (Encoding) ตามลำดับ
2. ผู้รับข่าวสาร เป็นกลุ่มบุคคลจำนวนมาก ที่เกี่ยวข้องกันหลายลักษณะ และอยู่อย่างกระจัดกระจาย
3. ข่าวสาร ที่องค์กรรับเข้ามา และที่ผลิตส่งไปมีจำนวนมาก ข่าวสารบางส่วนถึงผู้รับแต่ละคนโดยตรง บางส่วนถึงผู้รับโดยผ่านบุคคลอื่น และบางส่วนไปไม่ถึงผู้รับ
4. ปฏิกริยาตอบสนองจากผู้รับ (Feedback) จากมวลชนมีจำนวนน้อย องค์การสื่อสารมวลชนสามารถทราบได้ด้วยวิธีอนุมาน เช่น ประเมินจากข่าวสารที่ส่งออกไป หรือใช้วิธีการศึกษาวิจัย

.2 แนวคิดทฤษฎีศิลปะ

การจะจำกัดความหมายของศิลปะให้แน่นอนว่าหมายถึงอะไรนั้น เป็นเรื่องที่ยากที่สุด และ อาจเป็นไปได้เลย เพราะศิลปะเป็นงานสร้างสรรค์ซึ่งต้องนำเสนอแนวความคิด และรูปแบบที่แปลก ใหม่ อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นนิยามหรือทฤษฎีทางศิลปะในสมัยหนึ่งอาจจะขัดแย้ง หรือตรงข้ามกันใน ความคิดของอีกสมัยหนึ่งก็เป็นไปได้ (ชลูด นิมเสมอ, 2544 : 1) อย่างไรก็ตามถึงแม้จะมีความต่าง แต่ ก็ยังมีเนื้อหาในประเด็นทางข้อมูลบางอย่าง ที่เป็นองค์ประกอบร่วมกันในการสร้างความเข้าใจพื้นฐาน ของศิลปะ เช่น หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์งานทัศนศิลป์ หรืองาน ออกแบบในประเภทต่างๆตามความเหมาะสม และในส่วนของงานเริ่มต้นนั้น

ความหมายของศิลปะ ศิลปะ มีความหมายที่แตกต่าง และหลากหลาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนิยาม และทัศนะของ นักปราชญ์ ผู้ทรงความรู้ทางศิลปะ หรือนักวิชาการทั้งหลายในแต่ละสมัย ที่จะกำหนดแนวความคิด ภายใต้หลักการหรือทฤษฎีใด ซึ่งพอจะยกตัวอย่างและสรุปให้เกิดความเข้าใจไว้ดังนี้ ศิลปะ คือ ผลแห่งพลังความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ที่แสดงออกในรูปลักษณะต่างๆให้ ปรากฏในสุนทรีย์ภาพ ความประทับใจ หรือความสะเทือนอารมณ์ ความมีอัจฉริยภาพ พุทธิปัญญา ประสบการณ์

รสนิยม และทักษะของแต่ละคน เพื่อความพอใจ ความรื่นรมย์ ขนบธรรมเนียม จารีต ประเพณี หรือ ความเชื่อในลัทธิศาสนา (พจนานุกรมศัพท์ศิลปะ, 2541 : 26)

ตามทรรศนะของศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี ได้กล่าวถึง ศิลปะ คือ งานอันเป็นความ พากเพียร ของมนุษย์ที่ต้องใช้ความพยายามด้วยมือ และความคิดของศิลปิน 4 ศาสตราจารย์พิเศษ อารี สุทธิ พันธุ์ สรุปความหมายของศิลปะ คือ การถ่ายทอดความหมาย ต่าง ๆ อันประกอบด้วยจินตนาการอย่างมี ทักษะ และความเข้าใจในสุนทรียภาพตามประสบการณ์ของ ศิลปินแต่ละคน ศิลปะ คือ สิ่งที่มนุษย์ สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อแสดงออก ซึ่งความอารมณ์ความรู้สึก ปัญญา ความคิด และหรือความงาม (ชลูด นิ่ม เสมอ, 2544 : 15)

ศิลปะ คือ ผลงานของมนุษย์ที่เกิดจากความคิด และการสร้างสรรค์ขึ้นในรูปแบบและ ลักษณะ ต่าง ๆ โดยแสดงออกทางด้านทักษะ กระบวนการสุนทรียภาพ ความรู้สึกประทับใจ ความ สะเทือน อารมณ์ และรสนิยมของแต่ละคนที่ปรากฏให้เห็นในสังคม (สมภพ จงจิตต์โพธา, 2554 : 7) จาก ความหมายของศิลปะข้างต้นพอสรุปได้ว่า ศิลปะ คือ ผลงานที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อ แสดงออกถึงทักษะ ฝีมือ ความคิดสร้างสรรค์ อารมณ์ความรู้สึก และความงาม ในประเด็นของความหมายของศิลปะ เพื่อ สร้างความเข้าใจเพิ่มเติม จึงขอกล่าวถึงแนวคิด และนิยามทางศิลปะจากทฤษฎีศิลปะต่าง ๆ พอสังเขป ดังนี้ ฮาโรลด์ เอช ทิตุส (Harold H. Titus) ได้ค้นคว้า และรวบรวมทฤษฎีศิลปะ (Theories of Art) ไว้ซึ่ง พบว่ามีทั้งหมด 7 ทฤษฎีด้วยกัน ซึ่งการให้ความหมายของศิลปะก็แตกต่างกันไปตาม แนวความคิดหลัก ของทฤษฎีดังกล่าว พอสรุปดังต่อไปนี้ (<http://www.sites.google>

รูปแบบงานศิลปะ

ประเภทของศิลปะ การแบ่งประเภทของศิลปะนั้นมีผู้แบ่งไว้หลายแนวทาง ซึ่งชลูด นิ่มเสมอ (2544 : 3-4) ได้ ภาแนกแนวทางการแบ่งไว้ดังนี้ 1. ศิลปะแบ่งตามจุดมุ่งหมายของการสร้าง 2. ศิลปะแบ่งตาม ลักษณะของสื่อในการแสดงออก 3. ศิลปะแบ่งตามลักษณะของการรับสัมผัส

1. ศิลปะแบ่งตามจุดมุ่งหมายของการสร้าง การแบ่งประเภทของศิลปะตามจุดมุ่งหมายของการ สร้างอาจแบ่งได้ดังนี้ 1.1 วิจิตรศิลป์ (Fine art) ได้แก่ งานจิตรกรรม ปรติมากรรม ภาพพิมพ์ สถาปัตยกรรม เป็นศิลปะที่สร้างขึ้นเพื่อให้ความรู้สึกทางสุนทรียภาพ ให้อารมณ์สะเทือนใจ ปลุก ความเห็นแจ้ง ให้ประสบการณ์ใหม่หรือให้ความประเทืองปัญญาแก่ผู้ดู ภาพที่ 1.1 ผลงานจิตรกรรม ใน ประเภทศิลปะแบบวิจิตรศิลป์จิตรกรรมประเพณีจากวรรณคดีไทย ของ อาจารย์ จักรพันธ์ โปษยกฤต ศิลปินแห่งชาติพ.ศ. 2543 ที่มา (<http://www.clipmass.com>) 7 ภาพที่ 1.2 ผลงานประติมากรรม ใน ประเภทศิลปะแบบวิจิตรศิลป์ "เสียงขลุ่ยทิพย์" พ.ศ. 2494 ศิลปิน เขียน ยิ้มศิริ เทคนิค บรอนซ์ ขนาด 36

x 56 ซม. ที่มา (<http://www.thaiartproject.org>) ภาพที่ 1.3 ผลงานภาพพิมพ์ ในประเภทศิลปะแบบ
วิจิตรศิลป์ผลงานภาพพิมพ์แกะไม้ “ Around the Fire” ของ ประพันธ์ ศรีสุตา ขนาด 32.5 x 50 cm.
พ.ศ. 2505 ที่มา (<https://www.finearts99.files.wordpress.com>)

8 ภาพที่ 1.4 ผลงานสถาปัตยกรรม ในประเภทศิลปะแบบวิจิตรศิลป์ พระอุโบสถวัดเบญจมบพิตร
สถาปัตยกรรมที่สมบูรณ์แบบของศิลปะไทย ที่มา (<http://www.manager.co.th>) 1.2 ป ระยุกต์ศิลป์
(Applied art) เป็นศิลปะที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์อย่างอื่น นอกเหนือจากความชื่นชมในคุณค่าของ
ศิลปะโดยตรง เช่น ภาพหรือลวดลายที่ใช้ตกแต่งอาคารหรือ เครื่องเรือน รูปทรง สีสนของ
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ออกแบบให้เป็นที่พอใจของผู้บริโภค หรือ เครื่องใช้ไม้สอยที่ท ำขึ้นด้วยฝีมือ
ประณีต ศิลปะที่ประยุกต์เข้าไปในสิ่งที่ใช้ประโยชน์เหล่านี้ จะให้ ความพอใจอันเกิดจากความประณีต
สวยงาม ความกลมกลืนแก่ประสาทสัมผัส ควบคู่ไปกับประโยชน์ ใช้สอย ภาพที่1.5 ผลงานออกแบบ
เก้าอี้หนึ่ง ในประเภทศิลปะแบบประยุกต์ศิลป์ ที่มา (<https://www.kathariyave.files.wordpress.com>)

9 ภาพที่ 1.6 ผลงานออกแบบแจกัน ในประเภทศิลปะแบบประยุกต์ศิลป์ ที่มา
(<http://www.partage-plus.eu>) 2. ศิลปะแบ่งตามลักษณะของสื่อในการแสดงออก สื่อในการแสดงออก
หรือเรียกอีกนัยหนึ่งว่า สื่อสุนทรีย์ภาพของงานศิลปะแต่ละสาขาย่อม แตกต่างไปตามธรรมชาติของการ
แสดงออก ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 5 สาขา คือ 2.1 จิตรกรรม (Painting) เป็นศิลปะที่แสดงออกด้วยการใช้สี
แสง เงาและแผ่นภาพที่แบนราบ เป็นงาน 2 มิติ ซึ่งบางครั้งอาจใช้หลักทัศนียภาพลวงตาให้เกิดภาพ 3
มิติ 2.2 ประติมากรรม (Sculpture) เป็นศิลปะที่แสดงออกเป็น 3 มิติด้วยการใช้วัสดุ และ ปริมาตรของ
รูปทรง 2.3 สถาปัตยกรรม (Architecture) เป็นศิลปะที่แสดงออกเป็น 3 มิติด้วยการใช้วัสดุ โครงสร้าง
และปริมาตรของที่ว่างกับรูปทรง 2.4 วรรณกรรม (Literature) เป็นศิลปะที่แสดงออกด้วยการใช้ภาษา
2.5 ดนตรีและนาฏกรรม (Music and Drama) เป็นศิลปะที่แสดงออกด้วยการใช้เสียง (หรือภาษา) และ
ความเคลื่อนไหวของร่างกาย 3. ศิลปะแบ่งตามลักษณะของการรับสัมผัส ประสาทสัมผัสของมนุษย์
ประกอบด้วยประสาททางตา หู จมูก ลิ้นและกาย แต่การรับ สัมผัสที่ให้ความพอใจในสุนทรีย์ภาพใน
ระดับสูงมี 2 ทาง คือ ทางตา และทางหู ดังนั้น จึงมีการแบ่ง ศิลปะตามลักษณะของการรับสัมผัสออกได้
เป็น 3 สาขา คือ 10 3.1 ทัศนศิลป์ (Visual art) เป็นศิลปะที่รับสัมผัสด้วยการเห็น ได้แก่ จิตรกรรม
ประติมากรรม ภาพพิมพ์และสถาปัตยกรรม 3.2 โสตศิลป์ (Audio art) เป็นศิลปะที่รับสัมผัสได้ด้วยการ
ฟัง ได้แก่ ดนตรีและ วรรณกรรม (ผ่านการอ่านหรือร้อง) 3.3 โสตทัศนศิลป์ (Audio visual art) เป็น
ศิลปะที่รับสัมผัสด้วยการฟังและการมองเห็น พร้อมกัน ได้แก่ นาฏกรรม การแสดง ภาพยนตร์ ซึ่งเป็
นการผสมกันของวรรณกรรม ดนตรี และ ทัศนศิลป์ บางแห่งเรียกศิลปะสาขานี้ว่าศิลปะผสม (Mixed art)
ภาพที่ 1.7 การแสดงโขน นาฏกรรม ในประเภทศิลปะโสตทัศนศิลป์ ที่มา

(<https://www.lh4.googleusercontent.com>) งานศิลปะปัจจุบันนี้ส่วนมากไม่อยู่ในขอบเขตของสาขาใดสาขาหนึ่งอย่างเคร่งครัด ศิลปิน ทดลองผสมสื่อต่างๆเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ผลของการแสดงออกและการรับสัมผัสสูงสุด เริ่มตั้งแต่การ ผสมกันระหว่างศิลปะที่ใช้สื่อสัมผัสทางเดียวกันก่อน เช่น จิตรกรรมกับประติมากรรม ซึ่งเป็นสื่อ ทางทัศนศิลป์ไปจนการผสมต่างสาขา เช่น งานจิตรกรรมผสมกับงานประติมากรรม ดนตรี วรรณกรรมและนาฏกรรม เป็นต้น งานบางชิ้นอาจมีกลิ่นและการสัมผัสทางกายผสมเข้าไปด้วยตาม เจตนาของศิลปินที่จะให้เป็นไป รูปแบบของงานในลักษณะนี้อยู่ในประเภทของศิลปะสื่อผสม (Mixed Media Art) (ชลุด นิมเสมอ, 2544 : 4)

แนวคิดทฤษฎี

ศิลปะ คือ การเลียนแบบ (Art as Imitation) ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีเก่าแก่ มีมาตั้งแต่สมัยกรีกโบราณ โดยมีพื้นฐานความคิดมาจากเพลโต (Plato) และอริสโตเติล (Aristotle) ซึ่งถือว่าการเลียนแบบวัตถุธรรมชาติได้อย่างสมบูรณ์ครบถ้วน จัด ว่าเป็นสิ่งสวยงามที่สุด ดังนั้นความคิดแก่นของ

ทฤษฎีนี้ การเลียนแบบวัตถุธรรมชาติอะไรบางอย่าง ที่ปรากฏออกมาก็คือ ศิลปะ นั่นเอง 2. ศิลปะ คือ ความพึงพอใจ (Art as Pleasure) ทศณะนี้มองว่า ศิลปินคือบุคคลซึ่งพึงพอใจในความงามและใช้เวลาของเขาสร้างสิ่ง สวยงาม ศิลปินจึงพึงพอใจในงานของตัวเอง และยังหวังให้บุคคลอื่นพึงพอใจในผลงานของตนด้วย ดังนั้น ความหมายของศิลปะ ก็คือ การให้ความพึงพอใจทางสุนทรีย์

3. ศิลปะ คือ การเล่น (Art as Play) ความคิดที่ว่า ศิลปะคือรูปแบบของการเล่นนี้ เริ่มจากแนวคิดของ คานต์ (Kant) จากนั้น ชิลเลอร์ (Schiller) น มาปฏิบัติ และสเปนเซอร์ (Spencer) น ไปพัฒนาต่อไปจนกลายเป็นทฤษฎีที่ เรียกกันว่า "Spieltrieb" หรือเรียกว่า ทฤษฎีแรงกระตุ้นให้เล่น ทั้งนี้การเล่นนั้นถือว่าการ แสดงออกที่เกิดจากชีวิตจิตใจ จึงต่างไปจากกิจกรรมที่เป็นงาน (Work) ของมนุษย์แต่ให้ความพึงพอใจ สูง สเปนเซอร์ ถือว่า ศิลปะคือการแสดงออกของพลังงานส่วนเกินเช่นเดียวกับการเล่น ศิลปะก็คือการ แสดงออกซึ่งเกิดขึ้นเองของพลังที่ส าคัญแก่ชีวิต ซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่ไม่ค านึงถึงประโยชน์

4. ศิลปะ คือ อंतरเพทนาการ (Art as Empathy) อंतरเพทนาการ หมายถึง ทำที่ของประสาทรู้สึกคล้ายตามซึ่งเกิดกับผู้ก ลังชม ศิลปวัตถุ ทั้งนี้อंतरเพทนาการเป็นการสร้างจินตนาการของผู้ชมให้เป็นอंतरเดียวกันกับศิลปวัตถุ โดย การถ่ายทอดความรู้สึกและการตอบสนองของผู้ชมลงไปใศิลปะวัตถุ 5 5.

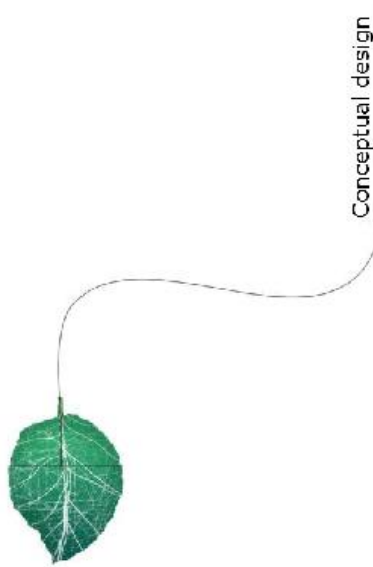
ศิลปะ คือ การสื่อสาร (Art as Communication) นักปราชญ์จำนวนมากคิดว่า การสื่อสาร เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ แท้จริงแล้วเป็นหัวใจของศิลปะ ซึ่ง เลโอ ตอลสตอย (Leo Tolstoy) กล่าวไว้ว่า “...ศิลปะ คือ การสื่อสารของอารมณ์ที่เกิดขึ้นแก่บุคคลหนึ่งให้แก่บุคคลอื่นๆที่มีอารมณ์ อย่าง เดียวกัน โดยการใช้นั้น สี เสียง การเคลื่อนไหว หรือค าพูด อารมณ์ยิ่งรุนแรงเพียงใด ศิลปะก็ ยิ่ง ดีเพียงนั้น...”

6. ศิลปะ คือ การแสดงออก (Art as Expression) ทฤษฎีนี้ถือว่า วัตถุประสงค์ของศิลปะอยู่ ที่การแสดงอารมณ์ภายในของมนุษย์ออกมาให้ ปรากฏ แม้ว่าศิลปะเป็นการแสดงออกซึ่ง อารมณ์ก็ตาม แต่การแสดงอารมณ์ทุกอย่างก็ได้เป็นศิลปะ ไปเสียหมด 7. ศิลปะ คือ คุณลักษณะของประสบการณ์ (Art as a Quality of Experience) จอห์น ดิวอี้ (John Dewey) กล่าวว่า ศิลปะคือคุณลักษณะซึ่งแทรกอยู่กับประสบการณ์ ซึ่งพบได้ในประสบการณ์ทั่วไปของ เราตัวเอง ลักษณะทางสุนทรีย์มีอยู่ในประสบการณ์ทั่วไปทั้งหมด

1.

3แนวคิดทฤษฎี การออกแบบ

แนวคิดในการออกแบบ จะแสดงออกให้เห็นได้ในผลงานที่ออกแบบ หากผู้ออกแบบมีแนวคิดที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ และมีเอกลักษณ์ของตน การออกแบบนั้นก็จะได้ผลงานที่ดี มีคุณค่า และมีเอกลักษณ์ หากผู้ออกแบบไม่มีแนวคิดที่ดี ไม่มีความคิดสร้างสรรค์ และไม่มีเอกลักษณ์ของตน หรือว่าเพียงแค่เอางานที่มีอยู่เดิมแล้ว มาปรับเปลี่ยนเล็กน้อย หรือลอกเลียนการออกแบบของผู้อื่น มาดัดแปลงเพียงเล็กน้อย ผลงานที่ออกมาจะไม่มีคุณค่า ไม่มีเอกลักษณ์ เป็นเพียงผลงานการออกแบบที่พินิจ ธรรมดา



4.แนวคิดในการออกแบบ (Conceptual design)

แนวคิดในการออกแบบที่ดีนั้น ควรจะต้องมีการคิดอย่างสร้างสรรค์

นักออกแบบที่ดี อย่างน้อยควรมีความรู้พื้นฐาน ในการแก้ไขปัญหา
เมื่อมีปัญหาก็สามารถรู้ว่าปัญหานั้นเคยได้รับการแก้ไขอย่างไรมาก่อน
นักออกแบบที่ดีควรให้ความสนใจกับ โครงสร้างทางวิศวกรรมของงานชิ้นนั้นๆ
และมีความรู้พื้นฐาน ในโครงสร้างลักษณะของการทำงาน
และลักษณะการใช้งานของสิ่งที่ได้ออกแบบ

แนวคิดในการออกแบบที่ดี ผู้ออกแบบจะต้องไม่สนใจแต่ในความงามเพียงอย่างเดียว

แนวคิดในการออกแบบที่ดี ต้องใช้งานง่าย และสร้างประโยชน์แก่ผู้ใช้ได้อย่างสูงสุด

โดยนักออกแบบที่ดีจะต้องมีการบริหารจัดการทรัพยากร ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

จินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์

จินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์นั้น ไม่ได้ต้องเกี่ยวว่า
จะต้องมีสติปัญญาที่ดีเลิศเลอ หรือต้องมีการศึกษาสูงส่งแต่อย่างใด
กระบวนการความคิดสร้างสรรค์ เป็นการผสมผสาน จินตนาการ
ประสบการณ์ ข้อมูลที่มีอยู่ เพื่อให้เกิดแนวคิดใหม่หรือผลงานใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน

กระบวนการความคิดสร้างสรรค์นั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถของนักออกแบบแต่ละคน
นักออกแบบที่ดีควรมีคุณสมบัติ เช่น จะต้องเป็นคนช่างสังเกต
รู้จักตั้งข้อสังเกต และ มีความมุ่งมั่นทางความคิดไม่ล้มเลิกความคิดนั้นโดยง่าย
เพราะในการจะเกิดสิ่งใหม่ๆ อาจจะมาจากการลองผิดลองถูกหลายครั้งหลายหน
รู้จักการพิจารณา การคิดวิเคราะห์ปัญหา รู้จักใฝ่หาเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอ
สามารถเชื่อมโยงความรู้ ประสบการณ์ และจินตนาการสร้างสรรค์ได้อย่างลงตัว
รู้จักที่จะใช้ความคิดอย่างมีระบบ มีความสามารถในการวางแผน จัดการอย่างรอบคอบ
มีความยืดหยุ่นในภาคปฏิบัติ และมีความสนใจข่าวสาร ของการออกแบบต่างๆ

วิธีการคิดและการแก้ปัญหา

นักออกแบบที่ดีจะต้องรู้จักที่จะเลือก วิธีการคิดที่เหมาะสมกับงานนั้นๆ
โดยวิธีการคิดและการแก้ปัญหานั้นมีอยู่ด้วยกันหลากหลายวิธี ยกตัวอย่างเช่น

- การระดมความคิด

เป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จากผู้ที่มีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน
หรือการระดมความคิด ไอเดียสร้างสรรค์จากนักออกแบบหลายๆคน
เพื่อรวบรวมแนวคิด ในการหาข้อมูลในการออกแบบ

- การคิดแบบทีละขั้น

เป็นการคิดโดยใช้ประสบการณ์ และความรู้ ในการเรียงลำดับขั้นตอนของงานและปัญหา
เป็นกระบวนการคิดที่แยกย่อยปัญหาและขั้นตอนของงาน ตามลำดับความสำคัญ

ในการออกแบบสิ่งต่างๆ ล้วนแต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับหน้าที่ของสิ่งนั้น
มีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยในการใช้งาน และความสวยงาม
การออกแบบตกแต่งภายใน หรือ การออกแบบสถาปัตยกรรม
อาจจะต้องการ การแสดงออกในเรื่องของอารมณ์ความรู้สึก ความสวยงาม ความมั่นคง
แนวคิดในการออกแบบ จึงต้องตอบสนองอารมณ์ความรู้สึก มีความสวยงาม ความมั่นคงแข็งแรง
หรือการออกแบบที่อาจจะต้องการ ความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยของมนุษย์
จะต้องเป็นการออกแบบที่สัมพันธ์กับสัดส่วน รูปร่างของมนุษย์อย่างเหมาะสม
เช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ

แนวคิดในการออกแบบ จึงต้องตอบสนองต่อการใช้งานของมนุษย์

ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบสิ่งใด ๆ หากผู้ออกแบบได้แสดงออกให้เห็นถึงแนวความคิดที่ดี

ผสมผสานความมีเสน่ห์ในรูปแบบลักษณะ กับประโยชน์ใช้สอย มีการใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก

จึงจะถือได้ว่าเป็นการออกแบบที่มีเอกลักษณ์ เป็นการออกแบบที่ดี

และนับได้ว่า เป็นการออกแบบที่ประสบความสำเร็จ

ประเภทของการออกแบบ

1. การออกแบบทางสถาปัตยกรรม (Architecture Design)

เป็นการออกแบบเพื่อ การก่อสร้าง สิ่งก่อสร้างต่าง ๆ นักออกแบบสาขานี้ เรียกว่า สถาปนิก (Architect) ซึ่ง โดยทั่วไปจะต้องทำงานร่วมกับ วิศวกรและมัณฑนากร โดยสถาปนิก รับผิดชอบเกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอยและความงามของสิ่งก่อสร้าง งานทางสถาปัตยกรรมได้แก่

- สถาปัตยกรรมทั่วไป เป็นการออกแบบสิ่งก่อสร้างทั่วไป เช่น อาคาร บ้านเรือน ร้านค้า โบสถ์ วิหาร ฯลฯ
- สถาปัตยกรรมโครงสร้าง เป็นการออกแบบเฉพาะโครงสร้างหลักของอาคาร
- สถาปัตยกรรมภายใน เป็นการออกแบบที่ต่อเนื่องจากงานโครงสร้าง ที่เป็นส่วนประกอบของอาคาร
- งานออกแบบภูมิทัศน์ เป็นการออกแบบที่มีบริเวณกว้างขวาง เป็นการจัดบริเวณพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม
- งานออกแบบผังเมือง เป็นการออกแบบที่มีขนาดใหญ่ และมีองค์ประกอบซับซ้อน ซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มอาคารจำนวนมาก ระบบภูมิทัศน์ ระบบสาธารณูปโภค ฯลฯ

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design)

เป็นการออกแบบเพื่อการผลิต ผลิตภัณฑ์ ชนิดต่าง ๆ งานออกแบบสาขานี้ มีขอบเขตกว้างขวางมากที่สุด และแบ่งออกได้มากมาย หลาย ๆ ลักษณะ นักออกแบบรับผิดชอบเกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามของ ผลิตภัณฑ์ งานออกแบบประเภทนี้ได้แก่

- งานออกแบบเฟอร์นิเจอร์
- งานออกแบบครุภัณฑ์
- งานออกแบบเครื่องสุขภัณฑ์
- งานออกแบบเครื่องใช้สอยต่าง ๆ
- งานออกแบบเครื่องประดับ อัญมณี
- งานออกแบบเครื่องแต่งกาย
- งานออกแบบภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์
- งานออกแบบผลิตเครื่องมือต่าง ๆ ฯลฯ

3. การออกแบบทางวิศวกรรม (Engineering Design)

เป็นการออกแบบเพื่อการผลิต ผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ เช่นเดียวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกัน ต้องใช้ ความรู้ความสามารถและเทคโนโลยีในการผลิตสูง ผู้ออกแบบคือ วิศวกร ซึ่งจะรับผิดชอบ ในเรื่องของประโยชน์ใช้สอย ความปลอดภัยและ กรรมวิธีในการผลิต บางอย่างต้องทำงาน ร่วมกันกับนักออกแบบสาขาต่าง ๆ ด้วย งานออกแบบประเภทนี้ได้แก่

- งานออกแบบเครื่องใช้ไฟฟ้า
- งานออกแบบเครื่องยนต์
- งานออกแบบเครื่องจักรกล
- งานออกแบบเครื่องมือสื่อสาร
- งานออกแบบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ฯลฯ

4. การออกแบบตกแต่ง (Decorative Design)

เป็นการออกแบบเพื่อการตกแต่งสิ่งต่าง ๆ ให้สวยงามและเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น นักออกแบบเรียกว่า มัณฑนากร (Decorator) ซึ่งมักทำงานร่วมกับสถาปนิก งานออกแบบประเภทนี้ได้แก่

- งานตกแต่งภายใน (Interior Design)
- งานตกแต่งภายนอก (Exterior Design)
- งานจัดสวนและบริเวณ (Landscape Design)
- งานตกแต่งมุมแสดงสินค้า (Display)
- การจัดนิทรรศการ (Exhibition)
- การจัดบอร์ด
- การตกแต่งบนผิวหน้าของสิ่งต่าง ๆ เป็นต้น ฯลฯ

5. การออกแบบสิ่งพิมพ์ (Graphic Design)

เป็นการออกแบบเพื่อทางผลิตงานสิ่งพิมพ์ ชนิดต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ นามบัตร บัตรต่าง ๆ งานพิมพ์ลวดลายผ้า งานพิมพ์ภาพลงบนสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ งานออกแบบรูปสัญลักษณ์ เครื่องหมายการค้า ฯลฯ

http://www.digitalschool.club/digitalschool/art/art3_1/lesson1/Page2.php

.4 แนวคิดทฤษฎีการออกแบบ

ทฤษฎีการออกแบบ การสร้างดุลยภาพในงานศิลปะและงานออกแบบ เป็นหลักในการจัดองค์ประกอบในภาพให้เกิดเอกภาพ ดุลยภาพมี ๔ ลักษณะ ดังนี้

๑) ดุลยภาพแบบสมมาตร (Symmetrical Balance)

๒) ดุลยภาพแบบอสมมาตร (Asymmetrical Balance)

๓) ดุลยภาพแบบคล้ายคลึงกัน (Approximate Symmetry Balance)

๔) ดุลยภาพแบบรัศมี (Radial Balance)

องค์ประกอบมูลฐานของการออกแบบกับทฤษฎีดุลยภาพมีแนวทางดังนี้ คือ เส้นกึ่งดุลยภาพ รูปร่างและรูปทรงกับดุลยภาพ สีกับดุลยภาพ ลักษณะพื้นผิวกับดุลยภาพ บริเวณว่างกับดุลยภาพและแสงและเงากับดุลยภาพ

ทฤษฎีสัดส่วน (Proportion) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับงานออกแบบทุกประเภท เพราะสัดส่วนมีความเกี่ยวข้องกับขนาด และระยะที่สัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม เพื่อให้มีความใกล้เคียงกับความจริงหรือสภาพแวดล้อม มีความเหมาะสมในการใช้งานและเกิดความสวยงาม ดังนั้น ทฤษฎีสัดส่วน หมายถึง ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบมูลฐานของการออกแบบที่ปรากฏในผลงาน ซึ่งมีขนาด รูปร่าง รูปทรง ที่เหมาะสมกลมกลืนกันทั้งในตัวเองและสภาพแวดล้อม รวมทั้งมีความสัมพันธ์กับการใช้งานสัดส่วนมีลักษณะ ๓ ประการ คือ สัดส่วนที่เหมือนกันเท่ากันไม่แสดงความแตกต่างขององค์ประกอบในภาพหรือที่เรียกว่า การซ้ำกัน (Repetition) ให้ความรู้สึกสงบเงียบ สัดส่วนที่แตกต่างกันซึ่งอาจเป็นไปตามกฎของสัดส่วนหรือแตกต่างในลักษณะอื่น ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวน่าสายตาไปยังจุดสนใจและสัดส่วนที่ตัดกัน โดยแสดงความแตกต่างกันขององค์ประกอบในภาพอย่างชัดเจน สร้างความน่าสนใจได้เป็นอย่างดี

ทฤษฎีความกลมกลืนและความขัดแย้ง ความกลมกลืน หมายถึง การนำองค์ประกอบมูลฐานของการออกแบบที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ไม่ว่าจะเป็นเส้น สี รูปร่าง ลักษณะพื้นผิว บริเวณว่าง แสงและเงา มาใช้ในการออกแบบได้อย่างเหมาะสมลงตัว เกิดความประสานสอดคล้องกันอย่างพอเหมาะพอดี

ทฤษฎีจังหวะ จังหวะ หมายถึง การซ้ำกันอย่างต่อเนื่องขององค์ประกอบมูลฐานของการออกแบบ ได้แก่ เส้น รูปร่างและรูปทรง สี ลักษณะพื้นผิว บริเวณว่าง แสงและเงาที่มีลักษณะเหมือนกันหรือการสลับไปมาขององค์ประกอบที่แตกต่างกันตั้งแต่ ๒ ชนิดขึ้นไป อย่างต่อเนื่องเป็นระเบียบ เกิดเป็นลวดลายให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวอย่างเป็นจังหวะ

ทฤษฎีการเน้น การเน้น หมายถึง การทำให้ส่วนหนึ่งส่วนใดของผลงานมีความโดดเด่นกว่าส่วนประกอบอื่นๆ ซึ่งสามารถรับรู้ได้จากการมอง เพื่อสร้างจุดสนใจให้เกิดขึ้นในผลงาน จุดเด่นที่เน้นควรมีเพียงจุดเดียว โดยพิจารณาจากเนื้อหาเรื่องราวหรือความหมายที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้ดูและการจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม รูปแบบของการเน้น คือ การเน้นด้วยความแตกต่าง ด้วยความโดดเด่นและด้วยการจัดวาง

ทฤษฎีเอกภาพ เอกภาพ หมายถึง การนำองค์ประกอบมูลฐานของการออกแบบไม่ว่าจะเป็นเส้น รูปทรง รูปทรง สี ลักษณะพื้นผิว บริเวณว่าง แสงและเงา มาจัดวางลงบนพื้นภาพอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดความประสานกลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับการรับรู้ของมนุษย์ในการมองภาพ แล้วเชื่อมโยงองค์ประกอบต่างๆ ให้สัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ

ทฤษฎีแกสตัลท์ เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ โดยมีแนวคิดหลักว่า ส่วนรวมสำคัญกว่าส่วนย่อย เพราะมนุษย์จะรับรู้สิ่งต่างๆ ที่มองเห็น ในลักษณะรูปทรงโดยรวมก่อน ซึ่งช่วยให้สามารถเข้าใจความหมายได้ง่ายขึ้น จากนั้นจึงแยกแยะ ส่วนย่อยต่างๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นรูปทรงโดยรวมทั้งหมดนี้ ต้องอาศัยประสบการณ์เดิมและการเรียนรู้ของแต่ละบุคคลที่อาจแตกต่างกันด้วย ดังนั้นมนุษย์จะรับรู้สิ่งต่างๆ ได้ดี เมื่อมีโอกาสเห็นภาพรวมทั้งหมดของสิ่งนั้นก่อน เมื่อเกิดภาพรวมทั้งหมดแล้ว การรับรู้รายละเอียดต่างๆ จะเกิดขึ้น

<https://identity.bsru.ac.th/archives/5017>


4แนวคิดทฤษฎีการออกแบบกราฟฟิกการ

การออกแบบกราฟิก และสื่อเป็นขั้นตอนหนึ่ง ของการสร้างสรรค้งานที่เกี่ยวข้อง กับกระบวนการงานกราฟิก งานทางด้านสิ่งพิมพ์ โดยมีหลักการคิด และวิธีการดำเนินการ ที่ต้องอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการ สื่อความหมาย หลักการทางศิลปะประยุกต์ และทฤษฎีการรับรู้ทางจิตวิทยา การออกแบบงานกราฟิก จึงต้องกระทำอยู่บนพื้นฐานขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

การออกแบบงานกราฟิกและสื่อ ควรจะต้องคำนึงถึงหลักการ ดังนี้

1. ความมีเอกภาพ (unity)
2. ความกลมกลืน (harmony)
3. ความมีสัดส่วนที่สวยงาม (proportion)
4. ความมีสมดุล (balance)
5. ความมีจุดเด่น (emphasis)

http://www.digitalschool.club/digitalschool/art/art1_2/lesson2/content2_3/pentem2.php

ประเภทของงานกราฟิกดีไซน์ 

1. Visual Identity Design ในการเริ่มต้นธุรกิจหรือโครงการสักอย่างการไม่มีทิศทางของแบรนด์อาจทำให้หลงทางได้ หรือเวลาออกแบบชิ้นงานอื่น ๆ ก็จะไม่เข้ากัน การออกแบบ Branding เป็นเรื่องที่ซับซ้อนมาก แต่ถ้าให้ง่าย ๆ ก็ทำได้เพียงตั้งต้นจาก การกำหนด logo สีที่ใช้ รูปแบบตัวอักษร Key Images และ ส่วนประกอบของภาพ เราก็จะได้ Visual Identity ที่สามารถเป็นทิศทางในการออกแบบต่อ ๆ ไปได้

2. Publication Design ในหมวดของสื่อกลุ่มนี้ได้แก่ หนังสือพิมพ์ หนังสือ จดหมายข่าว Brochure Directories รายงานประจำปี นิตยสาร Catalogs ซึ่งการออกแบบหมวดหมู่นี้จะรวมไปถึง ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีรูปแบบเป็น ebook หรือ emagazine ด้วย ซึ่งการออกแบบสื่อประเภทนี้นอกจากความสวยงามที่ต้องมีแล้วยังต้องให้ความสำคัญกับความสะดวกในการอ่าน การรับรู้ข้อมูล ลำดับการวางเนื้อหา

3. Environmental Design บางคนเรียกสั้นๆว่าสื่อนอกบ้าน มันก็ใช่ชะ แต่จะให้นิยามได้ตรง ๆ คือสื่อในบรรยากาศเพราะบางที่มันก็อาจจะมีในอาคารในโรงแรมก็ได้ สื่อชนิดนี้ที่เราเห็นกันมากคือ ป้ายริมทาง การ Wrap ตึก ซึ่งตำแหน่งที่อยู่ของสื่อประเภทนี้มักอยู่ในที่สาธารณะที่มีคนมาก ๆ ทางฝั่งนักออกแบบเองจะต้องเชี่ยวชาญในการ ทำให้เป็นจุดเด่นน่าสนใจ รวมทั้งวัดและประเมินขนาดความเหมาะสมในการออกแบบ เพื่อให้ผู้รับสารดูและรับรู้ข้อมูลได้อย่างสะดวก

4. Packaging & Label Design การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นี้ ซึ่งรวมถึงการออกแบบกราฟิก Label ที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์นั้น ๆ ด้วย โดยปกติแล้วการออกแบบงานแบบนี้เป็นไปได้ทั้งเจ้าของงานมีบรรจุภัณฑ์มาอยู่แล้วเราก็แค่ออกแบบ Label แต่บางครั้งไม่มีอะไรมาเลย เราก็ต้องออกแบบทั้งหมด ซึ่งข้อดีของการไม่มีอะไรมาเลย นักออกแบบจะมีโอกาสในการสร้างสรรค์งานได้อย่างเต็มที่ แต่เดี๋ยวก่อน !! เราต้องไม่ลืมถึงความคุ้มค่าในการผลิตและการใช้สอยด้วย สวยอย่างเดียวแต่ทำให้สินค้าเขาราคาแพงเกินไป หรือใช้งานจริงไม่เหมาะสมก็ไม่ได้ชะครับ

5. Art and Illustration Design การออกแบบงานศิลปะและภาพประกอบ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านศิลปะ ต้องการนำเสนอแนวความคิดโดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงประโยชน์ หรือเป็นการออกแบบเพื่อนำไปใช้ประกอบกับงานออกแบบประเภทอื่น ๆ อีกทีหนึ่ง

6. Website Design การออกแบบอื่น ๆ ที่กล่าวมามักเป็นการสื่อสารทางเดียว แต่เว็บไซต์ไม่ใช่ การออกแบบเว็บไซต์จะต้องให้ความสำคัญกับประสบการณ์ในการใช้งานด้วย เช่นขนาดปุ่ม ตำแหน่งปุ่ม ลำดับการมอง ตำแหน่งการมองของหน้าจอ การประเมินขนาดของไฟล์สื่อ การใช้ไฟล์สื่อ ในมีขนาดที่เหมาะสมไม่ใหญ่จนเกินไปจนทำให้เกิดความล่าช้าในการโหลด พวกนี้เป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกับเรื่องความสวยงาม

7. Online Media Design การออกแบบสื่อสำหรับที่ใช้ในระบบออนไลน์ ซึ่งต้องคำนึงถึงขนาดมาตรฐานของแต่ละระบบและรูปแบบไฟล์เช่นสื่อบน Social Media , Banner เป็นต้น

8. Application Design เป็นงานออกแบบที่ต้องทำงานร่วมกับโปรแกรมเมอร์ นักออกแบบจะต้องรู้ข้อจำกัดของระบบแอป เข้าใจถึงประสบการณ์ของผู้ใช้ในการใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้ App รู้สึกง่ายในการใช้งานมากที่สุด

9. Motion Design เป็นการออกแบบแบบภาพเคลื่อนไหว เพื่อสร้างความน่าสนใจในการสื่อสาร เช่น งาน video, animation , presentation นักรออกแบบไม่ใช่เพียงแค่ให้ชิ้นงานสวย ชยับไปมา หรือ FX อลังการ แต่จะต้องรู้จักการนำเสนอเรื่องราวให้น่าสนใจ

10. 3D Design เป็นการออกแบบที่เพิ่มมิติขึ้นมาเป็น 3 มิติทำให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสมจริงมากยิ่งขึ้น โดยในปัจจุบัน สื่อ 3D ถูกนำมาใช้ในวงการ VR AR MR ที่ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าไปเดินชม หรือเดินรอบสิ่งของเสมือนว่าสิ่งนั้นปรากฏอยู่ตรงหน้าจริง ๆ รวมทั้งการออกแบบ 3D ยังสามารถพิมพ์ออกมาเป็นวัตถุได้เหมือนที่ออกแบบได้

https://www.facebook.com/lerkngo/posts/1463989427130835/?locale=th_TH

แนวคิดทฤษฎี กราฟิก

ทฤษฎีของเกสโตลด์ประกอบด้วยกฎทั้ง 4 กฎ ดังต่อไปนี้

1.2.1 กฎของความคล้ายคลึงกัน Similar

1.2.2 กฎของความใกล้ชิดกัน Proximity

1.2.3 กฎของความต่อเนื่อง

1.2.4 กฎของการประสานกันสนิท

จากภาพที่ 4 ดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการจัดวางสามารถมองเห็นภาพแก้วและมีไวน์ แต่เมื่อมอง แยกทีละส่วนจะเห็นรูปสัตว์ต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะพื้นผิวเป็นหน้า ำไวน์เหมือนกระเด็นออกมา แต่การกระเด็นนั้นแสดงเป็นรูปทรงของสัตว์ ต่าง ๆ ท ำให้รับรู้ได้ว่านักออกแบบต้องการสื่อสารตาม ชนิดของไวน์ มีหลากหลายรสชาติและต้องรับประทานกับเนื้อหรือสเต็กแต่ละชนิดเพื่อให้มีรสชาติที่ดีขึ้น 1.2.1 กฎของความคล้ายคลึงกัน (Similar) เป็นหลักการจัดการองค์ประกอบเพื่อ ช่วยให้มนุษย์รับรู้ได้รวดเร็วถ้าสิ่งนั้นเป็นจุดที่ดึงดูดความสนใจได้ดีการนำเสนอโดยกฎความคล้ายคลึง Valaya Alongkorn Review (Humanities and Social Science) Vol. 6 No. 2 May-August 2016 168 นั้นสามารถเปลี่ยนแปลงขนาด รูปร่าง รูปร่าง และสีแต่ยังคงลักษณะคล้ายคลึงกันให้เกิดความต่าง ซึ่งความต่างนั้นจะเกิดปรากฏการณ์ดึงดูดใจและการตีความหมายของภาพ โดยทั้งหมดแล้วเมื่อ เรารับรู้จะท ำให้เรานั้นเข้าใจความหมายของภาพได้ดียิ่งขึ้น ภาพที่ 4 ตัวอย่างทฤษฎีในการออกแบบการสื่อสารทฤษฎีของเกสโตลด์ ที่มา: นิรนาม (2558) 1.2.2 กฎของความใกล้ชิดกัน (Proximity) เป็นส่วนของการจัดวางองค์ประกอบภาพย่อย ๆ ในต ำแหน่งที่เกี่ยวข้องกันให้อยู่ในต ำแหน่งที่ใกล้ชิดกันหรือเกาะกันเป็นกลุ่มเพื่อสื่อสาร

ภาพที่สื่อความหมายใหม่ ยกตัวอย่างดาวในท้องฟ้าหากอยู่กระจายกันไม่อาจแปลความจากดวงดาว ที่ ไร้กลุ่มได้ ดาวดวงดาวที่อยู่กันเป็นกลุ่มท ำให้แปลความจากภาพนั้น ๆ ได้ ทั้งนี้ผู้ที่ใช้ประโยชน์คือ นักดาราศาสตร์และนักวิทยาศาสตร์ที่ศึกษาความเป็นไปต่าง ๆ ภาพที่ 5 กฎของความใกล้ชิด ที่มา: นิรนาม (2558ข) นอกจากองค์ประกอบเพื่อสร้างภาพใหม่เพื่อสื่อความหมายแล้วการน ำเอา องค์ประกอบย่อย มาจัดเพื่อสร้างเป็นตัวอักษรก็สามารถท ำได้จากภาพเป็นการน ำการออกแบบโมเดล ที่ลักษณะจ าลองห้องต่าง ๆ มาสร้างเป็นตัวอักษรค ว่ำ Interior Design เพื่อให้เกิดการรับรู้ทาง การส่งเสริมความชัดเจนของงานการออกแบบที่มีพลังการออกแบบภายใน ดังภาพที่ 5 วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่6 ฉบับที่2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2559 169 ภาพที่ 6 กฎของความใกล้ชิด ที่มา: นิรนาม (2558ค) จากภาพที่ 6 เป็นการน ำลักษณะอักษรมาเรียงใกล้ชิดในเห็น เช่น ภาพ O Pen House หรือคาแรคเตอร์ของตัวละครเอกในภาพยนตร์ต่าง ๆ เพื่อสร้างมิติในการรับรู้ที่ต่างออกไป เช่น ค ว่ำ You don't know the power of the dark side. 1.2.3 กฎของความต่อเนื่อง เป็นหลักการในการจัดองค์ประกอบกราฟิกโดยการ เรียงล าดับของภาพตามความส าคัญขององค์ประกอบนั้น ๆ ให้สอดคล้องกับทิศทางในการอ่าน ของมนุษย์ ในแต่ละสังคมซึ่งส่วนใหญ่เราจะอ่านจากการจัดวางซ้ายไปขวา บนไปล่าง จากจัดวาง องค์ประกอบนั้นจะท ำให้เกิดความต่อเนื่องของภาพช่วยให้การถ่ายทอดเป็นไปตามล าดับ ภาพที่ 7 กฎของความต่อเนื่อง ที่มา: นิรนาม (2558ง) จากภาพที่ 7 ใช้กฎของความต่อเนื่องจากเนื้อหาและจัดวางฉากโฆษณาให้มี องค์ประกอบล าดับของรถปุ่นที่สิ่งแวดล้อมและบรรยายรอบ ๆ ดูเป็นธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ เผยให้ เห็นว่า รถปุ่นคันนี้ก ำลังเทคอนกรีตต่อทางสะพานเพื่อให้รถตนเองได้ข้ามสะพานอย่างรวดเร็วและ ดูสะดวกสบาย เช่นกัน ผู้ชมสามารถเข้าใจได้ถึงคุณภาพของคอนกรีตที่ดีในการสร้างและความรวดเร็ว และสะดวกในการท างานจากกฎของความต่อเนื่องจากเนื้อหาของภาพ Valaya Alongkorn Review (Humanities and Social Science) Vol. 6 No. 2 May-August 2016 170 ภาพที่ 8 กฎของความต่อเนื่อง ที่มา: นิรนาม (2558ง) จากภาพที่ 8 ใช้กฎของความต่อเนื่องจากเนื้อหาและจัดวางฉากโฆษณาให้มีการจัด องค์ประกอบ ล าดับการรับรู้ของการส่งของข้ามทวีปโดยบริการของ FedEx ซึ่งเป็นฉากของทวีปเป็น ล าดับแรกที่มองเห็นและจากนั้นก็มีสถานการณ์รับของส่งของ ด้วยฉากที่เจาะหน้าต่างจากทวีปหนึ่งสู ่ทวีปหนึ่ง จะเห็นว่าดูมีความความรวดเร็วและสะดวกในฉากเนื้อหาของภาพด้วยกฎของความต่อเนื่อง สามารถเชื่อมโยงการรับรู้อย่างกระชับจับใจ 1.2.4 กฎของการประสานกันสนธิ โดยทั่วไปมนุษย์เราจะคุ้นเคยกับการอ่านภาพ ที่สมบูรณ์มากกว่าการอ่านภาพที่ไม่สมบูรณ์ ทั้งนี้หากปรากฏลักษณะภาพที่ไม่สมบูรณ์มาบางส่วน ระบบสัมผัสของเราจะระลึกการรับรู้และประสบการณ์ความจ ำในสมองมาต่อเติมกันได้สนิทเช่นกัน การสร้างภาพโดยใช้กฎของการประสานสนธินี้ ใช้กันอย่างแพร่หลายโดยอาศัยเทคนิคการตัดทอน รายละเอียดของภาพที่ไม่จ ำเป็นออกไปเพื่อให้ได้อย่างแพร่หลายด้วยเทคนิคการตัดทอนรายละเอียด ของภาพ เพื่อ

เสนอส่วนสำคัญของภาพ ดังภาพที่ 9 ภาพที่ 9 กฎของการประสานกันสนิท ที่มา: นิรนาม (2558ก) 1.3 ทฤษฎีการจัดโครงสร้าง เป็นการจัดโครงสร้างที่มุ่งเน้นการจัดวางองค์ประกอบ ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกัน ทฤษฎีการอ่านและลำดับเพื่อเติมเต็มรายละเอียดและง่ายต่อการรับรู้ สารสำคัญของการจัดเค้า โครงสร้าง ที่ความสำคัญจะง่ายต่อความเข้าใจ อาจใช้การจัดวางในรูปแบบ เฉพาะตัวของแต่ละคนมา ช่วยหรือ อาจจะใช้รูปแบบการจัดวาง ของกูลเทนเบิร์กไดเอ็กเนล ตัวอย่าง ในภาพที่ 10 วารสารวไลย อลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่6 ฉบับที่2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2559 171 ภาพที่ 10 ทิศทางการอ่านแบบกูลเทนเบิร์กไดเอ็กเนล ที่มา: ศิริพร ปีเตอร์(2554) แต่ทั้งนี้การออกแบบไม่ได้ถูกจ กัดเพียงแค่นี้ภาพเดียว ปัจจุบันมีงานวิจัยที่ เสนอข้อมูลที่แตกต่างจากทิศทางการอ่านแบบ กูลเทน เบริกไดเอ็กเนล โดยจูเลียน ฮอกเบร์ริก อ้างถึงใน ศิริพร ปีเตอร์(2554) พบว่า การอ่านเร็วนี้มีปัจจัยส าคัญหลัก คือ ขนาดตัวอักษร ความยาวของ การเรียงตัวอักษรในหนึ่งบรรทัด การจัดวางองค์ประกอบ และสิ่งส าคัญคือ สีซึ่งมีความส าคัญยิ่งต่อ การรับรู้จากการอ่าน บางสีมีอิทธิพลต่อการรับรู้ และความ รวดเร็วในการอ่าน ภาพที่ 11 การจัดวางสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มา: นิรนาม (2558จ) จากภาพที่ 11 การออกแบบ การจัดวางตัวอักษรที่มีผลต่อการรับรู้ จากขนาดตัวอักษร ที่ใหญ่และรองลงมาแสดงให้เห็นล าดับการน า เสนอข้อมูล ท าให้เราอ่านสิ่งนั้นก่อน ส่วนการจัดวาง องค์ประกอบและสิ่งส าคัญเช่นสี ซึ่งมีความส าคัญยิ่งต่อการรับรู้จากการอ่าน ส าหรับความยาวของ จุดเริ่มของสายตา จุดเด่นที่ตาจะมอง เส้นน าสายตา จุดความสนใจน้อย จุดสิ้นสุดการมองเห็น Valaya Alongkorn Review (Humanities and Social Science) Vol. 6 No. 2 May-August 2016 172 การเรียงตัวอักษรในหนึ่งบรรทัด จากภาพนี้ ผู้เขียนน าเสนอให้สีเหลืองมีความโดดเด่นเป็นการล าดับชั้น การอ่าน โดยสีเหลืองสด ๆ มีอิทธิพลต่อ การรับรู้ และความรวดเร็วในการอ่าน บรรทัดที่ตัวอักษร ขนาดเล็ก วางเป็นคอลัมน์รอง ๆ เน้นใน รายละเอียดของสาระ การขยายความ เมื่อผู้อ่าน ใจอาจอ่าน เป็นล าดับสุดท้าย 1.4 ทฤษฎีการเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ มีความเกี่ยวข้องการพฤติกรรมของมนุษย์จากประสบการณ์ ศาสนา ความรู้ในอดีต หรือ ปัจจุบัน ให้ลองสังเกตจากตนเอง ในวันนี้เราเรียนวิชานี้เข้าใจเท่านี้ ต่อมาเมื่อเราเรียนมากขึ้น สามารถ เข้าใจได้มากขึ้น ก็เช่นเดียวกันกับประสบการณ์และความรู้ที่มีการพัฒนาต่อยอด หากเราได้ เคยพบ ประสบมาจะท าให้เราสามารถคิดออกกว่าในเหตุการณ์นั้น ๆ มีองค์ประกอบภาพ และ การเชื่อมโยง ะไรบ้าง วัตถุอะไร สีสันใด ที่จะปรากฏในภาพ ยกตัวอย่าง (ศิริพร ปีเตอร์, 2554 อ้างถึงเจมส์ เจ กิบสัน อาจารย์ผู้สอนจิตวิทยา ของมหาวิทยาลัยคอแนล ชื่อเจมส์ เจ กิบสัน (jame J. Gigson) ได้บอกถึง หลักการเรียนรู้จากทฤษฎี การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ดังนี้ 1.4.1 ควรศึกษาและเรียนรู้จาก สภาพแวดล้อมจริง 1.4.2 มองเห็นและเข้าใจในความหมายของสิ่งต่างๆโดยรอบมีส่วนช่วยในการพัฒนา ทักษะการรับรู้ได้ 1.4.3 แสง ขนาดของภาพ หรือระยะมีผลต่อการรับรู้ด้วยการรู้สึกของมนุษย์ (Lester, 2000) เรียนรู้จากประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ ภาพที่ 12 การเชื่อมโยง

ความสัมพันธ์และความต่างด้านวัฒนธรรม ที่มา: นีรนาม (2558ฐ) และ นีรนาม (2558ท) จากภาพที่ 12 ตัวอย่างประสบการณ์จากเทศกาลคาร์นิวัล ในเมืองเวนิส และ ประสบการณ์จากเทศกาลฟีตาโชน อาเภอด่านซ้าย จังหวัดเลยโดยเทศกาลคาร์นิวัล สวม หน้ากากเมืองเวนิส และ เทศกาลฟีตาโชนมีการสวมหน้ากาก แสดงความเชื่อมโยงความสัมพันธ์และวัฒนธรรมของชนชาติ ที่ต่างกัน ทั้งนี้หากผู้อ่านได้เคยมีประสบการณ์ไปเยือนทั้งสองเทศกาลแล้วจะสามารถเชื่อมโยง ความเหมือนหรือแตกต่างและข้อคิดจากเทศกาลอันเป็นเสน่ห์ในแบบตะวันออก และแบบตะวันตกได้ ในทางตรงกันข้ามหากไม่เคยได้สัมผัส ก็จะไม่สามารถนึกถึงความงดงามและความสนุกสนาน บรรยากาศและเสียงของเทศกาลทั้งสองว่าต่างกันอย่างใด ดังนั้น ประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้รับชม วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์) ปีที่6 ฉบับที่2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2559 173 จะเป็นเครื่องมือสำคัญของการสร้างข้อมูล ด้วยการลงพื้นที่ มีการเดินทางการต่อยอดความรู้ จากสถานที่จริงเป็นตัวสร้างการรับรู้ได้อย่างดี เพราะความรู้ไม่ได้มาจากเพียงแค่นั่งหรือผู้สอน ในโรงเรียนเพียงอย่างเดียว อาจกล่าวได้ว่า ทั้งสองทฤษฎีที่ผู้เขียนกล่าวมานั้นมีส่วนช่วยให้ผู้ออกแบบ สามารถ ออกแบบงานให้ง่ายต่อการรับรู้มากขึ้น จากการจัดวางและประสบการณ์ในการที่ผู้ออกแบบสามารถ มองเห็นหรือเปรียบเทียบเพื่อเผยให้ผู้ชมรับรู้ความแตกต่างของสองสิ่งหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ผู้ออกแบบ ต้องการได้ และสมบูรณ์แบบ ทฤษฎีการจัดโครงสร้างและทฤษฎีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์นี้ เป็นตัวอย่างส่วนหนึ่งเท่านั้น ในการเริ่มต้นจัดการข้อมูลและฐานคิดต่อการออกแบบการสื่อสาร ผู้อ่านควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องหลักการอื่น ๆ เช่น การจัดวางตัวอักษร หรือในระบบกริดในการออกแบบ จิตวิทยาการรับรู้ จึงจะเข้าใจงานได้ลึกซึ้ง 2. การรับรู้ภาพ (Perception Theory of Visual Communication) อัลดัส เลโอนาร์ต ฮักซลีย์มีแนวทางการใช้วิธีการถ่ายทอดโดยเค้า กล่าวไว้ว่า วิธีเรียนรู้ ของมนุษย์จะเกิดขึ้นได้ถ้าเราได้เห็นสิ่งต่าง ๆ ถ้าเรายังเห็นมากเท่าไรก็ยิ่งท าให้เราแตกฉานมากขึ้น เท่านั้น ดังเช่นกระบวนการเรียนรู้ของสัญลักษณ์ของอัลดัส เลโอนาร์ต ฮักซลีย์ดังภาพที่ 13 ภาพที่ 13 กระบวนการเรียนรู้ของสัญลักษณ์ของอัลดัส เลโอนาร์ต ฮักซลีย์ ที่มา: ศิริพร ปีเตอร์ (2544 อ้างถึงใน Lester, 2000) การรับรู้ด้วยภาพ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ทฤษฎีการศึกษาภาพสัญลักษณ์ (Semiotics) และทฤษฎีการเข้าใจภาพ (Cognitive) (ศิริพร ปีเตอร์, 2554) 2.1 ทฤษฎีการศึกษาภาพเชิงสัญลักษณ์(Semiotics) ทฤษฎีการใช้ภาพเชิงสัญลักษณ์ (Semiotics) ซึ่งมาจากภาษากรีก ค ว่า ซิมมิซัน แปลว่า สัญลักษณ์ (Sign) ในประเทศยุโรป เรียกว่า ซิมมิออลจี (Semiology) ในที่นี้หมายถึง การศึกษา ทฤษฎีการใช้ภาพเชิงสัญลักษณ์ค ว่า Sign หรือแปลว่า สัญลักษณ์เป็นภาพต่าง ๆ ซึ่งถูกสร้าง เพื่อเป็นตัวแทนของสิ่งต่าง ๆ หรือกิจกรรม เพื่อสื่อความหมายให้คนส่วนใหญ่เข้าใจตรงกัน ทั้งนี้ ภาพเชิงสัญลักษณ์ถูกจ าแนกออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ คือ ภาพสัญลักษณ์ไอคอน (Icon) ภาพสัญลักษณ์ชี้้น ่า (Indexical) และภาพตัวแทน (Symbols) จากทั้งสามชนิดนี้สัญลักษณ์ภาพที่ท าให้เกิดความเหมือน จริงมากที่สุด คือ รูปแบบ ภาพสัญลักษณ์ไอคอน

รองลงมาเป็นภาพชั้น ๑ ที่ดูยากที่สุดเป็นภาพสัญลักษณ์ ตัวแทน ซึ่งมีความเป็นนามธรรมสูง ดังภาพที่ 14 Valaya Alongkorn Review (Humanities and Social Science) Vol. 6 No. 2 May-August 2016 174 ความเหมือนจริง ภาพที่ 14 ระดับความเป็นนามธรรมของภาพ ที่มา: ศิริพร ปีเตอร์(2554) 2.1.1 ความสัมพันธ์ภาพสัญลักษณ์ (Semiotics) ในการศึกษาเรื่องภาพสัญลักษณ์นั้น พบว่า มิงงานวิจัยที่เกี่ยวกับปรัชญา การสื่อสาร กล่าวถึงโครงสร้างของภาพสัญลักษณ์ ซึ่งนักปราชญ์ชื่อ ชาร์ลดับเบิลยูมอร์ลิส (Chales W. Morris) ได้กล่าวว่า การศึกษาทฤษฎีของภาพสัญลักษณ์ก็เปรียบเช่น การศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ เนื่องจากในวิทยาศาสตร์นั้นปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดล้วนมีความสัมพันธ์กัน เช่น ภาพความหมาย ของภาพโดยแบ่งรายละเอียดที่ประกอบกันเป็น 3 ส่วน 1) ศึกษาความสัมพันธ์ภาพสัญลักษณ์และความหมายของภาพ (Semantic) และการตีความของกลุ่มเป้าหมาย หมายถึง การรับรู้จากสภาพที่ต่างกันโดยมีปัจจัยมาจากอายุ ประสบการณ์การศึกษา สิ่งแวดล้อม ความบกพร่องของร่างกาย ดังนั้น การออกแบบจึงต้องวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายก่อนเป็นอันดับแรก 2) ศึกษาความสัมพันธ์ภาพสัญลักษณ์และโครงสร้าง (Syntatics) หมายถึง การศึกษาภาพสัมพันธ์กับการมองเห็นโดย กำหนดจาก ขนาดการจัดวาง ลำดับการอ่าน โดยมีขอบเขต ของพื้นที่เป็นตัวกำหนด 3) ศึกษาความสัมพันธ์ภาพสัญลักษณ์และประโยชน์ใช้สอย (Pragmatic) หมายถึง การศึกษารายละเอียดก่อนการตัดทอนหรือออกแบบภาพเพื่อความชัดเจนในการสร้าง ภาพประกอบ เมื่อ ำไปใช้กับสถานที่ใดที่หนึ่งทุก ๆ ต้องมีความเข้าใจรับรู้ความหมายของภาพ ได้ตรงกัน 2.1.2 ประเภทของภาพสัญลักษณ์ ประเภทของภาพสัญลักษณ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ 1) ภาพสัญลักษณ์ไอคอน หรือ สัญลักษณ์ (icon) (ภาษาอังกฤษ: icon; ภาษา กรีก: εἰκών, eikon) คือ รูป รูปเหมือน หรือสิ่งที่สร้างแทน ที่ท ำขึ้นเพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์แทนสิ่งใด สิ่งหนึ่ง อาจเป็น คนสัตว์ สิ่งของ กิจกรรมในชีวิตประจ ำวัน ใช้เทคนิคตัดทอนมักพบในระบบเนวิเกชัน หรือไอคอนบนหน้าจอเมื่อถือ หน้าจอคอมพิวเตอร์ เว็บไซต์และหน้าจอแอปพลิเคชัน เราจะรับรู้ปุ้ม แต่ละปุ้มได้ง่าย ดังภาพที่ 15 ภาพ สัญลักษณ์ ตัวแทน ภาพ สัญลักษณ์ ชั้น ๑ ภาพ สัญลักษณ์ ไอคอน วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่6 ฉบับที่2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2559 175 ภาพที่ 15 ตัวอย่างภาพสัญลักษณ์ไอคอน 2) ภาพสัญลักษณ์ชั้น ๑ เป็นการนำสัญลักษณ์ของลูกศร สี หรือ ตัวอักษร สั้น ๆ ภาพที่สะท้อนถึงบริเวณใดบริเวณหนึ่ง อาจเป็นภาพแสดงความร้อน ชั้น หรือวัฒนธรรม หรือพื้นที่ โดยภาพที่เกิดขึ้นจะท ำให้เราเกิดการเชื่อมโยงการรับรู้ มักพบในการลำดับขั้นตอน ทฤษฎี และวิธีการ ด ำเนินงาน การเปรียบเทียบ เป็นต้น ดังภาพที่ 16 ภาพที่ 16 ตัวอย่างภาพภาพสัญลักษณ์ชั้น ๑ ที่มา: นีรนาม (2558ช) และนีรนาม (2558ฉ) 3) ภาพสัญลักษณ์ตัวแทน เป็นภาพเชิงอุปมาอุปมัยใช้สื่อความหมาย ที่สะท้อนแนวคิด มีความหมายในตนเอง ซึ่งต้องตีความและแฝงนัยยะส่วนมากการออกแบบภาพ ในลักษณะนี้จะใช้กับการออกแบบโลโก้ด้วยเทคนิคการตัดทอนและระบบกริดเพื่อสร้างภาพให้มี ความสวยงาม ซึ่งเป็นจุดส ำคัญของสินค้าและ

องค์กรสะท้อนภาพลักษณ์ และบริการหรือความหมาย อันเป็นจุดขาย ภาพที่ 17 ตัวอย่างภาพตัวแทน เป็นภาพที่มีความเป็นนามธรรมสูง ที่มา: นิตนาม (2558ช) ที่มา: นิตนาม (2548ญ) ที่มา: นิตนาม (2548ฎ) Valaya Alongkorn Review (Humanities and Social Science) Vol. 6 No. 2 May-August 2016 176 จากภาพที่ 17 แสดงโลโก้สตาร์บัค เป็นภาพที่แสดงนัยยะของ นางเงือก 2 หาง หมายความว่า ถึง “เงือกไซเรน” ปีศาจร้ายในนิทานปรัมปราของฝรั่ง เสียงของนางเงือกสาวนี้ ท าให้ มนุษย์ลุ่มหลงจน ต้องติดตามหาเสียงที่ไพเราะมาก ก่อนที่นางจะท าให้ลุ่มหลงไปกับมารยาหญิง ด้วยการแหวกหางของ ตัวเองเพื่อโชว์.... แล้วจัดการกินมนุษย์นางเงือกไซเรน จึงถูกเลือกมาเป็นโลโก้

อยู่ในการดำเนินงาน

บทที่ 6

อยู่ในการดำเนินงาน

บทที่ 7

ภาพถ่ายภาพกับงานกราฟิก

ภาพถ่าย

การถ่ายภาพนับว่าเป็นศิลปะอย่างหนึ่ง ช่างภาพจะใช้อุปกรณ์ในการถ่ายภาพบันทึกในสิ่งที่เราต้องการถ่ายทอดอารมณ์ออกมา การเลือกหามุมภาพต่าง ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์แน่นอน ในมุม ๆ เดียวกันนั้น ช่างภาพคนหนึ่งอาจจะบันทึกภาพได้ดีกว่าอีกคน หนึ่ง หรือดีพอกันแต่มองออกไปในรูปลักษณะที่แตกต่างกัน แต่แน่นอนที่สุด ก็คือ การถ่ายภาพจะต้องมีกล้องเพื่อพิสูจน์และใช้อ้างอิงได้ว่าภาพที่ออกมานั้นเป็นการบันทึกภาพอย่างมีศิลปะหรือไม่ ซึ่งหมายถึงความประณีตละเอียดลออ การใช้ความเพียรพยายามในการรอคอย ในการจัดแสงหรือใช้แสงธรรมชาติ ล้วน บ่งบอกถึงความเป็นตัวของตัวเองทั้งสิ้น ถ้าภาพที่ถ่ายนั้นยังไม่เป็นที่พอใจ ทางแก้ไขคือ ถ่ายภาพในมุมเดียวกัน นั้น

ไม่ว่าจะกี่ครั้งก็ทจนเป็นที่พอใจ ซึ่งแสดงว่าท่านได้เข้าถึงศิลปะการถ่ายภาพในมุนั้น ๑
ความหมายของการ

ถ่ายภาพโฆษณา สมัยก่อนศิลปิน มักจะเขียนภาพ วาดภาพเพื่อ ถ่ายทอดความสวยงามจากความรู้สึกของ ตนเองให้ผู้อื่น ได้เห็นและรู้สึกคล้อยตามตัวเอง แต่จะอยู่ในวงจำกัดเฉพาะผู้ที่สนใจ และเข้าถึง ความรู้สึกของศิลปินเท่านั้น แต่ใน ปัจจุบันโลกมีวิวัฒนาการขึ้น สภาพเศรษฐกิจ เจริญเติบโตอย่าง รวดเร็ว ธุรกิจการโฆษณามีบทบาทมาเกี่ยวข้องกับวงการค้าขายมากขึ้น จึงเป็น จุดเริ่มต้นของการ นำภาพถ่ายมาใช้เพื่องานโฆษณาเกี่ยวกับเนื้อหาของโฆษณานั้น นั่นก็คือ ภาพถ่ายจะเป็นตัวเสริม ให้ผู้ชมเกิดความอยากรู้เกี่ยวกับสินค้ามากขึ้นและพวกเขาจะหาข้อมูล เพิ่มเติมโดยการอ่าน ข้อความ โฆษณาในสื่อโฆษณานั้น บทบาทในการสร้างความดึงดูดใจ การสื่อ ความหมายและกระตุ้นความสนใจดังกล่าว ช่างภาพจะใช้ศิลปะ ของการถ่ายภาพอย่างเต็ม ความสามารถ เพื่อสร้างสรรค์ภาพโฆษณาแต่ละชิ้น ดึงดูดใจและกระตุ้นความสนใจด้วยความ สวยงามของภาพ ความน่ารัก หรือสร้างอารมณ์ร่วมอย่าง สุนทรีย์ ซึ่งในขณะที่เดียวกันภาพนั้นจะต้อง สามารถสื่อความหมายได้ตามที่เราต้องการให้ผู้ชม มองเห็น เช่น ในการโฆษณาบางครั้งตัวสินค้า หรือนายแบบอาจจะไม่สวยหรือเป็นบุคคลธรรมดา ๆ แต่ช่างภาพก็สามารถใช้ศิลปะทำให้ภาพมี ความน่าดู โดยการจัด องค์ประกอบ การใช้สี แสง ฯลฯ ภาพนั้นก็จะสามารถสื่อความหมายได้เช่นกัน การถ่ายภาพโฆษณา หมายถึง การนำเอาศิลปะร่วมกับระบบการค้าธุรกิจการค้านำเสนอ เป็นผลงาน ให้คนดูเพื่อสื่อความหมายให้คนได้รับรู้จากการได้เห็นภาพและทำให้คนดูรู้สึกซาบซึ้ง กับภาพที่ได้ เห็นด้วย ดังนั้นบางครั้งผู้ถ่ายภาพโฆษณาอาจจะไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ริเริ่มความคิด ความส าคัญของ การถ่ายภาพโฆษณา หน้าที่หลักของภาพในงานโฆษณาคือ 1. ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย 2. สื่อความหมายเกี่ยวกับประโยชน์หรือผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์ 3. สร้างความอยากรู้อยากเห็นของ ผู้อ่านต่อสิ่งโฆษณานั้น ดังนั้น ภาพประกอบโฆษณาจึงจะต้องดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายไม่ว่าจะโดยวิธี ใด ๆ ก็ตาม เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสะดุดตาหรือหันมามองโฆษณาชิ้นนั้นก่อน เมื่อเกิดความสนใจแล้ว ก็จะอยาก ทราบเรื่องราวต่อไป และแน่นอนที่ภาพโฆษณาจะต้องสื่อความหมาย หรือ “บอก”อะไรกับ ผู้ชม ตามที่เจ้าของสินค้ากำหนดไว้ ขณะเดียวกันภาพโฆษณาจะกระตุ้นหรือสร้างความอยากรู้อยาก เห็น ยิ่งขึ้นไปอีก และท้ายที่สุดจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตาม เป้าหมายการโฆษณาต่อไป

<https://www.chonburi.spu.ac.th/comm/admin/knowledge/A4023.pdf>

การถ่ายภาพโฆษณาทั้ง 4 ประเภท มีเทคนิคที่ต่างกันไป คือ

1. ภาพคนเหมือน ต้องสื่อสารความรู้สึกหลักๆ ผ่านสีหน้าท่าทางให้ได้
2. ภาพสินค้า ต้องมีความชัดเจน สัดส่วนถูกต้องตามความเป็นจริง มุมแปลกๆ จะช่วยให้ภาพ น่าสนใจขึ้น มีแสงและเงาที่ดี

3. ภาพอาหาร เน้นให้เห็นความสด ความ สวยงาม สี สัน ความน่ารับประทาน

4. ภาพเคลื่อนไหวภาพ ต้องรู้สึกเหมือนว่ามันเคลื่อนไหวได้จริงๆ

รูปแบบการถ่ายภาพโฆษณา

การจัดวางภาพโฆษณา การจัดวางภาพโฆษณา เป็นการกำหนดตำแหน่งของภาพ ขอความ องค์ประกอบต่าง ๆ ใหญ่ สวยงาม อ่างาย สื่อความหมายได้ชัดเจน การจัดภาพโฆษณามีรูปแบบดังนี้ 1. แบบหน้าต่าง (picture window) เป็นรูปแบบที่เน้นภาพเป็นจุดเด่น มีขนาดใหญ่ มีพาด หัวข้อความโฆษณา เครื่องหมายการค้าและคำขวัญเป็นส่วนประกอบ ภาพการจัดภาพโฆษณาแบบหน้าต่าง (picture window) (กุลนิษฐ์สอนวิทย์. 2547. หน้า 22) 2. แบบเน้นเนื้อหาโฆษณา (copy -heavy) เป็นการจัดวางขอความโฆษณานบนเนื้อที่ สวนใหญ่เพื่อบรรยายรายละเอียดของสินค้าและใช้ภาพเป็นส่วนประกอบ ภาพการจัดภาพโฆษณาแบบเน้นเนื้อหาโฆษณา (copy -heavy) (กุลนิษฐ์สอนวิทย์. 2547. หน้า 22) 3. แบบมอนเดรียน (mondrian) เป็นการจัดวางภาพขนาดต่าง ๆ หลายภาพรวมกัน เหมาะ สำหรับการโฆษณาสินค้าหรือบริการที่มีหลากหลายรูปแบบ ภาพการจัดภาพโฆษณาแบบมอนเดรียน (mondrian) (กุลนิษฐ์สอนวิทย์. 2547. หน้า 25) 4. แบบเน้นกรอบภาพ (frame) เป็นการจัดภาพหรือขอความที่ต้องการเน้นให้อยู่ในกรอบ ซึ่งเป็นฉากหน้า (foreground) เพื่อดึงดูดความสนใจให้อยู่ภายในกรอบ ภาพการจัดภาพโฆษณาแบบเน้นกรอบภาพ (frame) 5. แบบช่องภาพการดู (multipanel) เป็นการแบ่งพื้นที่ออกเป็นช่องสี่เหลี่ยมเท่า ๆ กัน แบบช่องการดู เหมาะสำหรับสินค้าหรือบริการที่ต้องแสวงวิธีใช้เป็นขั้นตอน หรือแสดงภาพสินค้า หรือบริการหลาย ๆ ประเภทที่เป็นของบริษัทเดียวกัน ภาพการจัดภาพโฆษณาแบบช่องภาพการดู (multipanel) การเลือกใช้รูปแบบการจัดภาพโฆษณาแบบใดขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและวัตถุประสงค์ ของการโฆษณาชิ้นนั้น การจัดวางภาพ ขอความ การเว้นช่องว่าง จะช่วยสร้างอารมณ์ ความรู้สึก และเน้นส่วนสำคัญใหญ่เด่นชัดขึ้น ขนาดของภาพโฆษณา สี ตลอดจนขนาด และรูปแบบตัวอักษร ก็ มีบทบาทสำคัญที่ช่วยดึงดูดความสนใจและสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกของสินค้าหรือบริการได้ บ

ขั้นตอนการภาพถ่าย ในการออกแบบ

วิธีเตรียมการถ่ายภาพให้ประสบความสำเร็จ

คุณจำเป็นต้องมีแผนการที่แน่ชัดเพื่อให้แน่ใจว่าการถ่ายภาพของคุณจะดำเนินไปอย่างไรตั้งแต่การเจรจาเกี่ยวกับสัญญา ไปจนถึงการส่งมอบไฟล์ที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว

การสื่อสารกับลูกค้าคือหัวใจสำคัญ

วิธีที่ดีที่สุดในการเตรียมพร้อมรับความสำเร็จคือการสร้างความสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นกับลูกค้า เป้าหมายของคุณ ถามคำถามให้มากและทำความรู้จักแบรนด์หรืองานอย่างถี่ถ้วน เพื่อให้คุณสามารถดำเนินงานได้อย่างมั่นใจและมีทิศทางแน่ชัด ซึ่งจะคุยได้ง่ายเป็นพิเศษถ้าคุณร่วมงานกับธุรกิจขนาดย่อมหรือเจ้าของธุรกิจ

“ในประชุมก่อนการถ่ายภาพ ให้ค้นหาว่าลูกค้าของคุณชื่นชอบหรือต้องการเดินตามรอยแบรนด์ใดบ้าง” Bennett แนะนำ “สอบถามลูกค้าเกี่ยวกับประสบการณ์ด้านการถ่ายภาพในอดีต รวมถึงสิ่งที่ลูกค้าชอบหรือไม่ชอบในประสบการณ์ดังกล่าว” คำถามเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและกำหนดความคาดหวังสำหรับบทบาทแต่ละบทบาทของคุณในการร่วมงานกัน ลูกค้างานโฆษณาบางรายชอบที่จะมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ในขณะที่บางรายจะชอบให้คุณเป็นผู้ควบคุมการดำเนินงานแทน



วางแผนสำหรับอุปกรณ์และรายการถ่ายภาพของคุณ

เมื่อคุณศึกษากลยุทธ์การตลาดและประเภทของการถ่ายภาพที่คุณจะถ่ายแล้ว ให้วางแผนสำหรับการถ่ายภาพของคุณ ลูกค้ามักจะแจ้งแนวทางด้านครีเอทีฟและรายการรูปภาพที่ต้องถ่ายให้คุณทราบ แต่สำหรับการถ่ายภาพส่วนบุคคล คุณจะต้องสร้าง Mood Board จัดทำรายการถ่ายภาพ รวมทั้งสร้างรายการอุปกรณ์ รายการเหล่านี้จะช่วยให้คุณตรวจสอบได้ว่าคุณต้องจัดเตรียมอะไรไว้บ้างสำหรับการถ่ายภาพของคุณ เพื่อให้แน่ใจว่าจะไม่มองข้ามหรือหลงลืมอะไรไปโดยไม่ได้ตั้งใจ เป้าหมายของระยะ

เตรียมการก่อนการถ่ายทำมีวัตถุประสงค์เพื่อตัดเรื่องเหนือความคาดหมายให้ได้มากที่สุด เพื่อให้คุณไม่ต้องเสียเวลาหรือค่าใช้จ่ายไปกับสถานที่ถ่ายทำอย่างเปล่าประโยชน์

อย่าลืมนว่าคุณค่าของคุณไม่ได้จ่ายเงินจ้างคุณถ่ายภาพเพียงเพราะต้องการไฟล์ภาพเท่านั้น แต่ยังต้องการไอเดียครีเอทีฟและทักษะการสร้างคอนเซ็ปต์ของคุณด้วย “ส่วนหลักๆ ในบริการของเราคือการให้คำปรึกษาด้านครีเอทีฟ” Bennett อธิบาย “การประชุมครั้งแรกๆ ล้วนเป็นการประชุมเพื่อให้ได้งานมา ผมพยายามเสนอขายไอเดียครีเอทีฟอยู่เสมอ เพราะการทำเช่นนั้นจะแสดงให้เห็นว่าผมไม่ใช่ช่างภาพที่แค่ออกกล้องมาแล้วพูดว่า เอาล่ะ บอกมาเลยว่าจะให้ผมถ่ายอะไร แต่ผมจะทำหน้าที่เป็นผู้นำในด้านครีเอทีฟ”

ตรวจสอบสัญญาและคำตอบแทน

อย่ามองข้ามแง่มุมด้านกฎหมายในธุรกิจการถ่ายภาพระดับมืออาชีพของคุณ หนังสือยินยอมให้สิทธิ์เผยแพร่ภาพนายแบบหรือนางแบบ สิทธิ์ในการใช้งาน และการเสนอราคาคำตอบแทนถือเป็นส่วนสำคัญของงานที่ต้องทำตามกฎหมาย สัญญามีผลผูกพันตามกฎหมาย ดังนั้นคุณจึงควรจัดทำรายละเอียดต่างๆ ในข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาด้านกฎหมายในภายหลัง

โดยปกติแล้วลูกค้าจะกำหนดขอบเขตการใช้งานภาพถ่ายและระยะเวลาที่ลูกค้าจะใช้ภาพถ่ายอย่างแน่ชัดในสัญญา แต่การซื้อสิทธิ์โดยสมบูรณ์ก็กำลังกลายเป็นเรื่องปกติมากขึ้นเรื่อยๆ ดังที่ McCumber กล่าว ในการซื้อสิทธิ์โดยสมบูรณ์ ลูกค้าจะสามารถใช้รูปภาพได้ในทุกแพลตฟอร์ม ทุกเมื่อ และไม่มีกำหนด ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีอิสระในการใช้งาน รวมทั้งเป็นตัวเลือกที่ง่ายขึ้นสำหรับการใช้งานบนโซเชียลมีเดียและช่องทางออนไลน์ ซึ่งปกติแล้วจะเป็นตัวเลือกที่ราคาแพงที่สุด เนื่องจากลิขสิทธิ์ของรูปภาพจะถูกถ่ายโอนให้แก่ลูกค้าในการซื้อสิทธิ์โดยสมบูรณ์

ไม่ว่าคุณจะตกลงตามข้อกำหนดแบบใด คุณต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าได้มีการระบุข้อตกลงดังกล่าวไว้อย่างชัดเจนในสัญญา เพื่อให้คู่สัญญาที่เกี่ยวข้องทุกรายเห็นพ้องต้องกัน

https://www.adobe.com/th_th/creativecloud/photography/discover/commercial-photography.html

บทที่ 8

ตัวอักษร กับการออกแบบ

การประดิษฐ์ตัวอักษร มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดมีรูปลักษณ์ของแบบอักษรแบบใหม่ให้สอดคล้องกับลักษณะ การนำไปใช้งานในโอกาสต่าง ๆ ให้มีความแปลกใหม่ มีความน่าสนใจการประดิษฐ์ตัวอักษรให้เป็นไปได้ตาม ความต้องการ ผู้ออกแบบประดิษฐ์อักษรจะต้องมีความเข้าใจถึงพื้นฐานการออกแบบ และหลังเบื้องต้นวิธี ประดิษฐ์ แบบตัวอักษรแต่ละแบบมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน หากผู้ออกแบบทำความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบ อักษร การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ประกอบการประดิษฐ์ก็จะช่วยให้มีความคล่องตัวในการออกแบบ ทำให้ งานมีความประณีตมากขึ้น การฝึกฝนอย่างไรให้เป็นไปตามขั้นตอนจนเกิดความชำนาญ จะทำให้สามารถสร้างสรรค์รูปแบบอักษร ได้อย่างมั่นใจ และไม่มีขีดจำกัดในการออกแบบ หลักในการออกแบบ

ตัวอักษรแต่ละชนิดแต่ละประเภทนั้น มี หลักเฉพาะที่จะต้องเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ อีกหลาย ประเด็น ได้แก่ เรื่องของระบบความจำกัดในระบบกลไก ของเครื่องพิมพ์ดีด การออกแบบสำหรับใช้เป็น ตัวอักษรสำเร็จรูปบนแผ่นอักษรลอกและอื่นๆ หลักการเบื้องต้นในการออกแบบตัวอักษร มีหลักสำคัญที่ นักออกแบบจะต้องจดจำไว้เสมอ ได้แก่ การ รักษาไว้ซึ่งโครงสร้างเดิมของตัวอักษร หากจะออกแบบ ประดิษฐ์ให้เป็นรูปลักษณ์อย่างใด มีรายละเอียด อย่างไร มีการตกแต่งให้เป็นแบบใด แต่ต้องคงไว้ถึง โครงสร้างเสมอ การพัฒนารูปแบบให้มีเอกลักษณ์ใหม่จึงจะ ทำให้ไม่แปรเปลี่ยนความหมายและการสื่อ ความ นักออกแบบจะต้องมีความเข้าใจในหลักการของภาษาที่ กำหนด และดำเนินการออกแบบให้ เป็นไปตามกฎกติกาที่กำหนดนั้นด้วย (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, ๒๕๔๕: ๑) ความหมายของตัวอักษร ตัวอักษรเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน จากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง สะท้อนอารมณ์

เหตุผล ความคิด ความต้องการ ความรู้สึกและตัวอักษรยังสามารถบันทึกรวบรวมความรู้สึกต่างๆ ไว้ได้ เป็น ระยะเวลายาวนาน (วัชรพงศ์ หงษ์สุวรรณ, ๒๕๕๐: ๓)

1. ชนิดของตัวอักษร Type Style

โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ อักษรภาษาอังกฤษและอักษรภาษาไทย ส่วนใหญ่ การออกแบบมักจะใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษ เพราะดูมีความสวยงาม ความเป็นสากล และเป็นตัวอักษร ภาษาอังกฤษสามารถนำไปประยุกต์ได้หลากหลายมากกว่า แต่คนไทยก็นิยมใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษ มาใช้ในเว็บไซต์เป็นส่วนใหญ่เช่นกัน

ตัวอักษรภาษาอังกฤษที่ใช้ออกแบบมีอยู่หลายชนิด ดังนี้

- Serif ตัวอักษรโรมัน หรือว่าแบบโบราณ Tradition old style จุดเด่นคือ มีหัว มีเท้า ตัวอักษรมีความหนบางคล้ายๆ กัน โดยให้ความรู้สึกเก่า ความหลัง มักใช้กับงานทางการ พิธีรีตรอง หากใช้ในสิ่งพิมพ์มักจะเป็นพาดหัวมากกว่า

- San Serif ตัวอักษรแบบ Gothic มีพื้นฐานมาจาก Serif แต่ดัดแปลงให้เรียบและดู ทันสมัย นิยมใช้ในการออกแบบหลายชนิด สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์มักใช้วางเป็นเนื้อหา เพราะทำให้เนื้อหา น่าอ่านและดูอ่านง่าย

- Script เป็นตัวอักษรที่เลียนแบบลายมือ โดยใช้ปากกาชนิดต่างๆ ตามแต่สไตล์ในการ ออกแบบ ตัวอักษรชนิดนี้ให้ความรู้สึกไม่เป็นทางการ มีความเป็นอิสระ และรู้สึกสนุกสนาน และมักจะไม่ใช่ในสื่อสิ่งพิมพ์เพราะอาจทำให้อ่านยาก แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับบริบทของสิ่งพิมพ์นั้นๆ ด้วย

- Display type ตัวอักษรประดิษฐ์ เป็นการออกแบบให้โดดเด่น บางตัวเกิดเป็นสัญลักษณ์ ตัวอักษรชนิดนี้มีรูปแบบที่หลากหลายและให้อารมณ์ความรู้สึกแตกต่างกันออกไปด้วย

สำหรับตัวอักษรภาษาไทย Thai Letter จะมีสระ และวรรณยุกต์ อยู่ในคำเหล่านั้น อาจทำให้การจัดวางของตัวอักษรยากและดูไม่สวยงาม อาจเกิดเป็นความยุ่งยากและทำให้นักออกแบบส่วนใหญ่ชอบที่จะใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษมากกว่า

2. รูปแบบของตัวอักษร Type Character

คือ ลักษณะของตัวอักษรที่เราเห็นอยู่ในขณะนั้น โดยมีรูปแบบต่างๆ ให้เลือกใช้ตามความ เหมาะสม โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่พบเห็นโดยทั่วไป

- Normal / Regular คือ ตัวอักษรแบบตัวปกติ
- Italic คือ ตัวอักษรแบบตัวเอียง
- Bold คือ ตัวอักษรแบบตัวหนา

- Bold Italic คือ ตัวอักษรแบบตัวหนาและเอียงปกติ
โดยในแต่ละรูปแบบก็จะมีการใช้งานให้เหมาะสม เช่นต้องการความเด่น เน้นข้อความ
สำคัญ อาจเลือกเป็น Bold หรือ Italic ให้สะดวกตา

กลุ่มที่ 2 กลุ่มพิเศษ พบได้กับฟอนต์บางชนิดเท่านั้น

- Extra / Black คือ ตัวอักษรแบบตัวหนาพิเศษ

- Light คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะบางเป็นพิเศษ

- Extended คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะกว้างเป็นพิเศษ

- Narrow / Condensed คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะแคบเป็นพิเศษ

- Outline คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะเป็นกรอบเส้นรอบนอก

- Allcaps คือตัวอักษรที่เป็นพิมพ์ใหญ่ทั้งหมด

การใช้รูปแบบของกลุ่มนี้มักใช้กับกลุ่มคำที่เน้นเป็นพิเศษ เช่น หัวเรื่อง หรือ ใจความสำคัญ
ต่างๆ

3.ขนาดของตัวอักษร Type Size

หน่วยที่รู้จักกันดีนั้นก็คือ Point พอยน์ ซึ่ง 72 พอยน์ มีขนาดใหญ่เท่ากับ 1 นิ้ว สำหรับงาน
สิ่งพิมพ์ หนังสือ การจัดเป็นเนื้อหาให้อ่านมักใช้ตัวอักษรทั่วไป ตัวอักษรมาตรฐาน เช่น Cordia, Arial
หรือตัวอักษรประเภท UPC ในภาษาไทย) ขนาดที่ใช้และเหมาะกับสายตาคนทั่วไป คือ 14 พอยน์ ซึ่ง
อ่านสบายตาพอดี แต่ในบางตัวอักษรอาจจะเล็กหรือใหญ่ไป ไม่มีขนาดตายตัวสักเท่าไรเพราะต้อง
ขึ้นอยู่กับคนออกแบบตัวอักษรนั้นๆ ด้วย อีกทั้งการลองจัดวางตัวอักษรและดูความเหมาะสมกับงาน
เช่นกัน

การกำหนดแนวคิดและการออกแบบตัวอักษร

ภาพที่ ๑ กรอบของตัวอักษร ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, ๒๕๔๕: ๑) กรอบ
ของตัวอักษร - ตัวอักษรไทยแต่ละตัว มีรูปแบบโครงสร้างอยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมภายในเส้นที่สมมุติขึ้น
เรียกว่า เส้น กรอบ ได้แก่ เส้นกรอบบน เส้นกรอบล่าง เส้นกรอบหน้า และเส้นกรอบหลัง - ตัวอักษรไทย
แต่ละตัวมีด้าน ๔ ด้าน ด้านบน ด้านล่าง ด้านหน้าและด้านหลัง ไปความรู้ เรื่อง การออกแบบตัวอักษร
เพื่อการโฆษณา - แนวที่ทอดไปตามส่วนสูง เรียกว่า แนวตั้ง - ระยะที่ทอดไปตามเส้นกรอบหน้าและเส้น
กรอบหลังตามแนวตั้ง เรียกว่า ส่วนสูง เส้นกำหนดส่วนกว้างของตัวอักษร เรียงลำดับจากด้านหน้าไป
ด้านหลัง ดังนี้ ๑. เส้นกรอบหน้า ๒. เส้นชานหน้า ๓. เส้นแบ่งครึ่งส่วนกว้าง ๔. เส้นชานหลัง ๕. เส้น
กรอบหลัง ความกว้างของตัวอักษร แบ่งออกเป็นช่วงต่างๆ เรียงลำดับ จากด้านหน้าไปด้านหลัง ดังนี้ ๑.

ช่วงชานหน้า ๒. ช่วงครึ่งหน้า ๓. ช่วงครึ่งหลัง ๔. ช่วงชานหลัง ภาพที่ ๒ กรอบของตัวอักษร ที่มา :

หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, ๒๕๔๕: ๑) เส้นลำดับหลักแบ่งออกเป็น ๒ ส่วนเท่า ๆ กัน ตามแนวระดับ ให้ส่วนที่อยู่ระหว่างเส้นหลักกับเส้น แบ่งครึ่งลำดับหลักเป็นส่วนลำดับบน และส่วนที่อยู่ระหว่างเส้นแบ่งครึ่งลำดับหลัก กับเส้นฐานเป็นส่วนลำดับล่าง การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์ การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์ตามแนวระดับ โดยแบ่งจากเส้นหลักขึ้นไปด้านบนจนถึงเส้นกรอบบน โดยให้ระยะห่าง ของเส้นแต่ละเส้นเท่ากับหนึ่งหน่วยอักษร กำหนดให้เป็นเส้น ร๙, ร๑๐, ร๑๑ ไปตามลำดับ จนจดเส้นกรอบ บนและให้แบ่งในลักษณะเดียวกันจากเส้นฐานลงมาจนถึงเส้นกรอบล่าง กำหนดให้เป็นเส้น ร-๑, ร-๒, ร-๓ ไป ตามลำดับจนถึงเส้นกรอบล่าง กำหนดให้ระยะห่างระหว่างเส้น ร๘ ถึงเส้น ร๙ เป็นช่วง ร๙ ระยะห่างระหว่างเส้น ร๙ ถึงเส้น ร๑๐ เป็นช่วง ร๑๐ ไปตามลำดับ และระยะห่างระหว่างเส้น ร๑๐ ถึงเส้น ร-๑ เป็นช่วง ร-๑ ระยะห่างระหว่างเส้น ร๑ ถึงเส้น ร-๒ เป็นช่วง ร-๒ ตามลำดับ ภาพที่ ๓ การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์ ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, ๒๕๔๕: ๑) ส่วนลำดับหลักของตัวอักษร คือ ระยะระหว่างเส้นฐานถึงเส้นหลัก แบ่งออกตามแนวระดับเป็น ๘ ส่วน เท่า ๆ กัน เรียกว่า “หนึ่งหน่วยอักษร” โดยมีเส้นแบ่งระดับหรือเรียกย่อว่าเส้น “ร” ดังนี้ ๑. เส้น ร๐ เป็นเส้นฐาน ๒. เส้น ร๑ ๓. เส้น ร๒ ๔. เส้น ร๓ ๕. เส้น ร๔ เป็นเส้นแบ่งครึ่งลำดับหลัก ๖. เส้น ร๕ ๗. เส้น ร๖ ๘. เส้น ร๗ ๙. เส้น ร๘ เป็นเส้นหลัก กำหนดให้ระยะห่างระหว่างเส้น ร๐ ถึงเส้น ร๑ เป็นช่วง ร๑ ระยะห่างระหว่างเส้น ร๑ ถึง ร๒ เป็น ช่วง ร๒ ไปตามลำดับ จนถึงช่วง ร๘ ชื่อเรียกและขอบเขตตัวอักษร ภาพที่ ๔ ชื่อเรียกและขอบเขตตัวอักษร ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, ๒๕๔๕: ๑)

สัดส่วนและโครงสร้างตัวอักษร การออกแบบตัวอักษรให้มีความสวยงาม ต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องสัดส่วนและโครงสร้าง ตัวอักษร สัดส่วนตัวอักษรจะมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างตัวอักษรอย่างแน่นแฟ้น ก่อนจะเริ่มต้นออกแบบ ตัวอักษรควรเขียนรูปร่างเค้าโครงตัวอักษรก่อนเสมอ เพื่อให้เห็นรูปร่างและสัดส่วนในภาพรวมเสียก่อน ใน ขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบสามารถที่จะปรับแต่งสัดส่วน และรูปร่างให้ได้ตามความต้องการ ความพอดีของเค้าโครง ตัวอักษรและรูปร่างจะมีผลทำให้สามารถอ่านตัวหนังสือได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่นักออกแบบจะต้อง ระลึกไว้อยู่เสมอ ในการจัดเค้าโครงร่างตัวอักษรนอกจากจะต้องพิจารณาเรื่องสัดส่วนแล้ว ยังต้องศึกษา เกี่ยวกับพื้นที่ว่างภายในและภายนอกตัวอักษรด้วย เกี่ยวกับเรื่องนี้ส่วนใหญ่ผู้ออกแบบไม่ค่อยเข้าใจเรื่องนี้จึง ไม่ได้เน้นเรื่องพื้นที่ว่าง ภายในตัวอักษร มักจะเน้นเฉพาะเรื่องเส้นตัวอักษรเสียมากกว่าจึงมีผลทำให้ รูป ตัวอักษรโดยรวม ไม่สม่ำเสมอ แน่นไปบ้างหรืออาจจะว่างมากเกินไป การออกแบบให้ตัวอักษร จึงต้องเน้นภาพ โดยรวมของตัวอักษรทุกรูปแบบ ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ เพื่อให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ใน การออกแบบจึงควรได้ทำความเข้าใจสิ่งต่อไปนี้ สัดส่วนเกี่ยวกับตัวอักษร สัดส่วนที่จะกล่าวถึงนั้น หมายถึงสัดส่วนของความกว้างและความสูงของตัวอักษร ความกว้างและ ความสูงจะต้องสัมพันธ์กับรูปแบบตัวอักษรที่ออกแบบในแต่ละ

ละตัว สัดส่วนของอักษรทุกตัวจะต้องสัมพันธ์กัน มิได้หมายถึงจะต้องให้เท่ากันหมดแต่จะต้องไม่ขัดแย้งกันมากจนเกินไป จุดที่จะต้องเน้นในที่นี้คือ ความสัมพันธ์ของขนาดสัดส่วนระหว่างตัวอักษรนี้ คือ การได้ส่วนกันของความกว้างและความสูงของตัวอักษร เกือบทุกตัวต้องเป็นไปอย่างได้ส่วนกันเสมอ

โครงสร้างตัวอักษร ก่อนจะทำการออกแบบทุกครั้งต้องพิจารณาถึงลักษณะของโครงสร้างตัวอักษรเสมอ การศึกษา หมายความว่าถึงลักษณะโดยรวมของตัวอักษรที่จะเห็นส่วนประกอบของเส้นที่ประกอบกันเป็นตัวอักษร ผู้ออกแบบจะต้องจัดกลุ่มตัวอักษร ที่มีลักษณะคล้ายกันแบ่งให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อจะได้เขียนหรือกำหนดให้ โครงสร้างนั้นมีขนาดที่สม่ำเสมอและนำการออกแบบให้รายละเอียดของโครงสร้างตัวอักษรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันโดยตลอด ขนาดของตัวอักษร ขนาดของตัวอักษรไทยไม่เท่ากัน บางตัวกว้างบางตัวแคบ นอกจากจะแบ่งตัวอักษรตามสัดส่วนแล้ว อาจแบ่งตัวอักษรตามขนาดความกว้างเป็นพวกๆ ได้ดังนี้ ๑. อักษรที่มีขนาดเท่ากัน ซึ่งมีมากที่สุด เรียกว่าอักษร "ตัวเต็ม" ได้แก่ อักษร ก ค ต ง จ ช ซ เป็นต้น ๒. อักษรที่มีขนาดโตกว่าปกติ มีอยู่ไม่มากนัก ซึ่งมีขนาดโตกว่าพวกแรกไปครึ่งตัว เรียกว่าอักษร "ตัว ครึ่ง" ได้แก่ ณ ญ ฒ ฒ ๓. ตัวอักษรที่มีลักษณะบางพิเศษ เรียกว่า "ครึ่งตัว" ได้แก่ โ ใ ใ ะ พื้นที่ว่างภายในและภายนอกตัวอักษร จะเห็นได้ว่าตัวอักษรทุกตัวจะต้องมีพื้นที่ว่างภายในและพื้นที่ว่างรอบนอกตัวอักษรเสมอ พื้นที่ว่าง ภายในตัวอักษรจะส่งผลให้เกิดความสวยงามมากขึ้นของแต่ละตัวอักษร ส่วนพื้นที่ว่างรอบนอกก็จะมีผลต่อ การเห็นรูปร่างของตัวอักษรแต่ละตัวเช่นกัน รวมทั้งผลกระทบทั้งในแง่บวกและแง่ลบเสมอ เมื่อต้องนำมา รวมกันตัวอักษรอื่นเพื่อให้เป็นคำหรือข้อความ ลักษณะของเส้นอักษร ได้แก่ความหนาบางของเส้น ตัวอักษรบางแบบอาจเป็นเส้นหนา บางแบบอาจเป็นเส้นบาง หรือ อาจจะเป็นลักษณะเส้นหนาบวมกัน นอกจากนี้ยังรวมถึงลักษณะของเส้นในแนวดิ่ง แนวนราบ แนวเฉียง หรือเส้นโค้งด้วย การออกแบบต้องกำหนดให้เส้นอักษรทุกตัวเป็นไปในลักษณะเดียวกัน เช่น หนาเท่ากันหมด บางเท่ากันทุกตัว หรือเส้นแนวดิ่งเป็นแบบเส้นหนา เส้นแนวนราบต้องเป็นเส้นบาง เป็นต้น หัวของตัวอักษร โดยเฉพาะการออกแบบตัวอักษรไทย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะแบบมีหัวทั้งสิ้น หากกำหนดให้เป็น แบบอย่างใดก็จะต้องเป็นแบบอย่างเดียวกันตลอด การออกแบบหัวอักษรต้องให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบ โดยรวมของตัวอักษรด้วย มิฉะนั้นจะดูขัดแย้งกับความรู้สึกเสมอ แบบหัวอักษรอาจเป็นแบบกลม แบบเหลี่ยม มีลักษณะโปร่ง หรือแบบหัวตัด(สำหรับตัวอักษรเว็บ) เป็นต้น การกำหนดตำแหน่งและขนาดของ หัวตัวอักษรต้องเท่ากันและตำแหน่งเดียวกันสำหรับอักษรที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน หรือลักษณะคล้ายกัน ลักษณะของเชิง ตัวอักษรโรมันบางแบบจะมีเชิงหรือ Serif ในการออกแบบให้เกิดรูปแบบใหม่ๆ อาจกำหนดให้เชิงเป็น ลักษณะอย่างไรก็ได้ แต่เมื่อกำหนดให้เป็นอย่างไรก็ต้องให้เหมือนกันทุกตัวอักษร การออกแบบตัวอักษรไทย เพื่อใช้ร่วมกับตัวอักษรโรมันในภาษาอังกฤษ ก็สามารถออกแบบให้ตัวอักษรมีเชิงได้อย่างสวยงามได้เช่นกัน ช่องไฟช่องไฟของตัวอักษร เป็นสิ่งสำคัญมาในการออกแบบตัวอักษร ผู้ออกแบบจึงต้องเข้าใจเรื่องช่องไฟ

เพราะการเว้นระยะช่องไฟที่เหมาะสม จะช่วยให้คำหรือข้อความที่เขียนสวยงาม อ่านง่าย ดูสบายตา น่าอ่าน การจัดช่องไฟของตัวอักษรมีแนวการจัดอยู่ ๒ ประการ คือ ๑. ระยะช่องไฟระหว่างตัวอักษร เป็นการกำหนดระยะช่องไฟ ระหว่างตัวอักษรและตัว ที่ต้องมี ระยะห่างกันพองามไม่ติดกันหรือห่างกันจนเกินไป การเว้นระยะช่องไฟแต่ละตัวไม่ควรกำหนดว่า จะต้องห่าง กันเท่าไร เพราะว่าตัวอักษรแต่ละตัวจะมีลักษณะที่ต่างกันไปเสมอ ควรจัดระยะช่องไฟโดยคำนึงถึงปริมาณ ที่มีความสมดุลโดยประมาณในระหว่างตัวอักษร ๒. ระยะช่องไฟระหว่างบรรทัด การเว้นระยะระหว่างบรรทัด มีจุดประสงค์เพื่อให้อ่านง่าย และดู สบายงาม หลักสำคัญในการกำหนดระยะระหว่างบรรทัด คือ วัดระยะจาก ตัวอักษรต่ำสุดของแถวบน กับ ตัวอักษรสูงสุดของแถวล่าง ให้ระยะห่างพอสมควร เมื่อจัดวางตัวอักษรทั้งสองแถว แล้วอักษรต้องไม่ซ้อนทับ กัน ตัวอย่างการ

file:///C:/Users/Administrator/Downloads/%E0%B9%83%E0%B8%9A%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%AD%E0%B8%99_%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87_%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%9A%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B8%A7%E0%B8%AD%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%A3-02251207%20(1).pdf

บทที่ 9

การผลิตงานภาพด้วยโปรแกรม **Adobe Photoshop**

ในบทนี้จะกล่าวถึงการผลิตภาพที่เป็นกระบวนการผลิตงานเพื่อนำไปสู่การสร้างงานที่มาจากการปรับสี การตัดภาพ การประกอบภาพ และปรับแต่ง ด้วยการสนับความเข้าใจ เพื่อนำไปใช้กับการตกแต่ง ภาพถ่าย การทำภาพสื่อโฆษณา การผลิตภาพประกอบ จนถึงการผลิตตัวอักษร ทั้งนี้งานที่ได้จะเป็น ส่วนพื้นฐาน กับการผลิต โดยคาดหวังว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เรียนเป็นอย่างยิ่ง

การตกแต่งภาพถ่ายในงานโฆษณา

ในการทำงานเรื่องภาพถ่ายในปัจจุบัน ต้องประกอบไปด้วย กล้อง ช่างภาพ และโปรแกรม หรือ แอปพลิเคชัน ทั้งนี้การใช้ประโยชน์กับภาพถ่ายมีความหลากหลายมาก ตั้งแต่การถ่ายเพื่อความ เพลิดเพลิน การฝึกฝน และการนำไปใช้ในการศึกษา และการทำธุรกิจก็ตาม ทั้งนี้ อุปกรณ์กล้องใน ปัจจุบัน จึงมีทั้งกล้องมาตรฐาน จนถึงกล้องขนาดเล็ก จนถึง กล้องจากโทรศัพท์ ทั้งนี้ ความสวยงามที่ ได้ก็จะมีทั้งมุมมองจนถึงความสามารถในการสร้างสรรค์ กระบวนการที่จะขาดไม่ได้คือการตกแต่งสีใน ภาพถ่ายนั้น จึงเรื่องที่จะขาดไม่ได้ ดังนั้นโปรแกรม **Adobe Photoshop** จึงเป็นตัวเลือกหนึ่ง ในการ ตกแต่งสีในภาพถ่าย เหตุผลคือความยืดหยุ่น และสามารถทำงานได้หลากหลายรวมถึงงานตกแต่ง ภาพถ่าย การตกแต่งภาพถ่าย จะมีด้วยกันอยู่ 2 แนวคือ

1 การตกแต่งสีในภาพถ่าย โดยวัตถุประสงค์ปรับแต่งสี ในเรื่องความคมชัด ละการใส่รายละเอียด สีให้มีความสนใจมากขึ้น เป็นหัวใจสำคัญรูปแบบจึงไม่เปลี่ยนแปลงลงมากมาย โดยขั้นตอนมีดังนี้

- 1.1 นำภาพที่ถ่ายเข้ามาในโปรแกรม **Adobe Photoshop** ด้วยการเปิดไฟล์ - โอปิน - เปิดภาพ
- 1.2 กำหนดโหมดในการใช้งาน ปรับ โหมด- cmyk RgB - ดูขนาดภาพที่ใช้
- 1.3 การปรับแต่งความมืดสว่างสี อิมเมจ- แอดจัส

ปรับส่วน1ความมืดสว่าง

ปรับส่วน2แรเงา คือปรับความคมชัด

1.4 การตกแต่งสีจากแอตจัส ในที่นี้จะใช้ชุดตัวหลักๆอยู่คือ

การปรับม๔ดแอนโทน ด้วยฮีว

ปรับสี คัลเลอร์ปาราน

1.5 หากต้องการปรับแต่งสีในโหมดต่างในแอตจัสก็ยังมีปรับสี เช่นขาวดำได้อีก

1.6 การปรับเพิ่มเติมด้วยการใช้ฟังก์ชันสี ขั้นตอนมีภาพวิวทิวทัศน์ คน ออกได้สีใหม่

ไปที่ ภาพ - ไปที่กฎกัน - ปรับรูปแบบหัว(ฟรุ้ง ไม่ฟรุ้ง)- ปรับขนาดหัวบัส- กำหนดสีตามแนวคิด

ฟังก์ชันสี - ปรับแบรนดิงบนเลเยอร์ รวมถึง ดอฟาซิตซีและฟรัว ก็จะได้ภาพถ่าย ตามที่ต้องการ

หมายเหตุ หากอยากปรับแต่ง สีเฉพาะจุดต้องกันพื้นที่ด้วยซีเร็คชั่น ได้เลย

2 การตกแต่งภาพถ่ายที่มีการ นำภาพหลายๆภาพ มาปรับสีและกำหนดองค์ประกอบใหม่ เพื่อให้
เกิดการสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดมุมมองของภาพใหม่ๆ ศิลปินและนักออกแบบยุคใหม่นิยมสาร
สรณ์งานแนวนี้เพื่อสร้างความเป็นตัวตนทางการตลาด

2.1 นำภาพที่ถ่ายเข้ามาในโปรแกรม **Adobe Photoshop** หลายภาพที่ต้องการ ด้วยการเปิดไฟล์
- โอเพ็น - เปิดภาพ

2.2 ตัดภาพ ด้วยซีเร็คชั่น ยางลบ

2.3 จัดวาง

2.4 กำหนดโหมดในการทำงาน ปรับ โหมด- cmyk RgB - ดูขนาดภาพที่ใช้

2.5 การปรับแต่งความมืดสว่างสี อิมเมจ- แอตจัส muj

ปรับส่วน1ความมืดสว่าง

ปรับส่วน2แรเงา คือปรับความคมชัด

2.6 การตกแต่งสีจากแอตจัส ในที่นี้จะใช้ชุดตัวหลักๆอยู่คือ

การปรับม๔ดแอนโทน ด้วยฮีว

ปรับสี คัลเลอร์ปาราน

2.7 หากต้องการปรับแต่งสีในโหมดต่างในแอตจัสก็ยังมีปรับสี เช่นขาวดำได้อีก

2.8 การปรับเพิ่มเติมด้วยการใช้ฟังก์ชันสี ขั้นตอนมีภาพวิวทิวทัศน์ คน ออกได้สีใหม่

ไปที่ภาพ - ไปที่ภูกัน - ปรับรูปแบบหัว(ฟุ้ง ไม่ฟุ้ง)- ปรับขนาดหัวบัส- กำหนดสีตามแนวคิด
พื้น สี - ปรับแบรנדิงบนเลย์เออร์ รวมถึง ดอฟ้าซิติวีและฟริว ก็จะได้ภาพถ่าย ตามที่ต้องการ
เท่านี้เราก็ได้ภาพที่สวนงามตามความต้องการได้แล้ว

สำหรับรูปแบบภาพถ่ายที่นิยมนำมาจะเป็นภาพถ่าย ภาพคน ทัศนียภาพ วิว และสิ่งของกับ
มุมมองในการทำงานมาสู่กระบวนการเสมอ

ภาพถ่ายกับการนำมาใช้งานกราฟิก การกำหนดขนาดและจัดสรรภาพ การปรับแต่งภาพ
ด้วยงานกราฟิก การนำภาพถ่ายมาใช้ผลิตงานกราฟิก

การตกแต่งภาพภาพนิ่ง ในงานโฆษณาเพื่องานโฆษณา

รูปแบบภาพกับการสื่อสาร ขั้นตอนการผลิตภาพ การใช้โปรแกรมตกแต่งภาพในงาน
กราฟิก การสร้างสรรค์งานภาพในงานกราฟิก

การผลิตภาพเพื่อใช้ในงานโฆษณางานกราฟิก ภาพประกอบต่าง ๆ ทั้งนี้ต้องประกอบด้วย
แนวคิด กระบวนการร่างภาพ และการผลิตภาพเพื่อนำมาประกอบกันให้เกิดภาพในมุมมองใหม่ที่
เรียกว่างานสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วยภาพข้อความที่หลากหลายร่วมกันจนทำให้ผลิตออกมาเป็นผลงาน

1 ภาพกับการนำมาใช้ในงานกราฟิก

การกำหนดแนวคิดคือพื้นฐานในการผลิตงาน ทั้งนี้ต้องประกอบด้วยภาพ หลากหลายภาพ หลาย
มุมมองเพื่อนำมาประกอบร่วมกัน โดยการใช้งานภาพ ที่มีรายละเอียด แตกต่างกันในงานด้านสื่องานปริ้น
ภาพที่ใช้ต้องมีคุณภาพสูง อย่างน้อย600 dpi และหากภาพที่ใช้กับงานก็สามารถมีรายละเอียดขั้นต่ำอยู่
ที่ 100 dpi ได้เลย ทั้งนี้ การนำภาพมาใช้จะต้องมาจากการผลิตเองตั้งแต่การถ่ายเอง หรือจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญ
หรือภาพที่จัดซื้อขายที่เรียกว่าสต็อก ที่มีการผลิต เพื่อขายมากมาย ก็ตาม หรือภาพที่ให้เราใช้
ฟรีไม่มีลิขสิทธิ์ นอกนั้นจะใช้ไม่ได้และจะถูกดำเนินคดีตามกฎหมายได้

รูปแบบของภาพกะบการนำมาใช้ก็แยกเป็น2โหมดคือภาพถ่ายที่เน้นนำมาตัดต่อจัดองค์ประกอบ
สีทึบ และแบบงานภาพถ่ายที่พร้อมเพียงแคตภาพสีใส่ข้อความก็เพียงพอ ดังนั้นการคิดสรรภาพ
เพื่อนำมาใช้ควรประกอบไปด้วย ภาพตามแนวคิด ขนาดไฟล์ สิทธิของภาพว่าถูกกฎหมายหรือไม่
ทั้งหมดนี้คือส่วนประกอบกับการนำภาพมาใช้ในการผลิตงานได้เลย

2 ขั้นตอนการผลิตภาพ

ตัดภาพ หรือถ่ายภาพตามแนวคิด

กำหนดพื้นที่

ตกแต่งภาพวัสดุ

นำภาพไปวางในพื้นที่

จัดองค์ประกอบ

ปรับขนาด สี เอฟเฟ็ค

ใส่ข้อความ

ใส่รายละเอียดเพิ่มเติม

นำเสนอ

3 การใช้โปรแกรมตกแต่งภาพในงานกราฟิก

4 การสร้างสรรค์งานภาพในงานกราฟิก

การผลิตภาพสื่อโฆษณา

ขั้นตอนการผลิตภาพสื่อในการทำงานโฆษณาหัวใจสำคัญคือการนำความคิดเพื่อใช้ในการสื่อสาร
วัตถุประสงค์เพื่อทำให้เกิดการรับรู้จดจำและส่งผลถึงพฤติกรรม โดยกลยุทธ์ คือการการการกระตุ้นการ
รับรู้ผ่าน ภาพ สี ข้อความ ที่ทำหยุด ดู และคิดตาม ดังนั้นในการทำงานสร้างงานโฆษณาต้อง
ประกอบไปด้วย 1แนวคิด ที่สามารถสื่อสารตามความต้องการ

ตัวอย่างเช่นโจทย์ความต้องการลูกค้า คือทำภาพแบนเนอร์สินค้าออนไลน์ ทั้งนี้ผู้ออกแบบต้องมีความ
เข้าใจในรูปแบบขนาดภาพ องค์ประกอบที่ต้องมี การจัดวางเพื่อให้เกิดการสื่อสาร

2 การร่างภาพ ที่มีส่วนประกอบที่สื่อสารตามแนวคิดหลัก ที่ประกอบด้วย ภาพในการสื่อสาร
การจัดวาง และตัวหนังสือ ที่ทำให้ภาพร่างย่อมนั้นต้องกับแนวคิดมากที่สุดอาจร่างมากมาย30แนว หยิบ
มา 5ภาพและคัดสรรค์ เพื่อทำเลเอาท์ขนาดใหญ่

3 การสร้างวัสดุที่นำมาใช้ในงาน ในตรงนี้ภาพที่ได้จากมาตกแต่งภาพเพิ่มในการผลิตภาพสื่อ
โฆษณา ตั้งแต่การปรับขนาด การปรับสี การตัด พร้อมประกอบ

5 การตัดประกอบภาพตามแบบ ขนาด การจัด ภาพ การปรับแต่งสี และการใส่ตัวอักษร ใน
ระดับนี้ยังนับเป็นเลเอาท์อยู่

5 นางานให้ลูกค้า เพื่อดูภาพรวม ในงานที่ผลิตออกมา เพื่อทำการแก้ไข หรือปรับเพิ่มเติม งานปรับแต่งไม่ควรเกิน30%ไม่งั้นอาจลำบาก

6 นางานที่ปรับแก้สู่กระบวนการผลิต ตรงนี้มีความสำคัญว่ารูปแบบขนาด ของสื่อแต่ละประเภท ไม่เหมือนกัน ควรดูข้อจำกัด เช่น งานพิมพ์มีตัดตก สีที่ส่งเป็นcmyk ไฟล์ใหญ่เล็กขึ้นตามงาน หากเป็รออนไลน์ ควรเป็นRGBขนาด ไม่ต้องใหญ่ ดังนั้นควรต้องทำความเข้าใจการผลิตด้วยจะ ช่วยได้มาก

การผลิตภาพประกอบ

ภาพประกอบมีหลากหลายประเภท การใช้งานก็ต่างกันไปเช่นภาพประกอบบทความ ภาพประกอบ หน้าปก ภาพประกอบที่ใช้เกมส์กิจกรรม ภาพประกอบที่ใช้งานอื่นๆ หลักการในการผลิต

1 ดูความต้องการ และกำหนดแนวคิด ทั้งแนวคิดของภาพ ประเด็นการสื่อสาร การนำไปใช้กับงาน เพื่อที่เราจะนำไปสู่ขั้นตอนต่อไป

2การร่างภาพตามแนวคิด

3 การสร้างภาพวัสดุ การตัดติด หรือแต่งสี จัดองค์ประกอบ กำหนดโทนสี เอ็ฟเฟ็ค จนถึง การปรับอารมณ์ภาพและการใส่ตัวอักษรกับการผลิต

3 การผลิต จริงกับการใช้งาน

การผลิตตัวอักษรกับการใช้งาน

ตัวอักษรเป็นส่วนสำคัญเพราะการสื่อสารภาพจำเป็นตัวอักษรเพิ่มเติมเพื่อให้การสื่อสารนั้นสมบูรณ์ ได้ทั้งนี้การ คัดเลือกตัวอักษรก็สามารถกำหนดรูปแบบงานได้ กับงานต่างได้เช่นตลก เศร้า ความรัก
ตัวอักษรมีความสำคัญในการสื่อสารได้ ขั้นตอนการผลิตตัวอักษรด้วย **Adobe Photoshop**

เป็นเรื่องง่ายเพราะส่วนมากจะมีฟรอนต์ตัวอักษร ให้เลือกจำนวนมากโดยไม่ต้องผลิตเอง ดังนั้นการใช้ตัวอักษรจึงมีหน้าที่ คือการคัดเลือก และจัดวางตัวอักษรในหมวดหมู่ต่างๆ เช่นหัวข้อ ข้อความอ่านหรือคำเน้นต่างๆ

สำหรับงานคิดสรรค์ ก็คือการเลือกให้เหมาะสม

การจัดวาง

การออกแบบงานด้วยตัวอักษร

บทที่ 9

การผลิตงานภาพด้วยโปรแกรม Adobe *Photoshop*

ในบทนี้จะกล่าวถึงการผลิตภาพที่เป็นกระบวนการผลิตงานเพื่อนำไปสู่การสร้างงานที่มาจาก การปรับสี การตัดภาพ การประกอบภาพ และปรับแต่ง ด้วยการสร้างความเข้าใจ เพื่อนำไปใช้กับการตกแต่ง ภาพถ่าย การทำภาพสื่อโฆษณา การผลิตภาพประกอบ จนถึงการผลิตตัวอักษร ทั้งนี้งานที่ได้จะเป็น ส่วนพื้นฐาน กับการผลิต โดยคาดหวังว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เรียนเป็นอย่างยิ่ง

การตกแต่งภาพถ่ายในงานโฆษณา

ในการทำงานเรื่องภาพถ่ายในปัจจุบัน ต้องประกอบไปด้วย กล้อง ช่างภาพ และโปรแกรม หรือ แอปพลิเคชัน ทั้งนี้การใช้ประโยชน์กับภาพถ่ายมีความหลากหลายมาก ตั้งแต่การถ่ายเพื่อความ เพลิดเพลิน การฝึกฝน และการนำไปใช้ในการศึกษา และการทำธุรกิจก็ตาม ทั้งนี้ อุปกรณ์กล้องใน ปัจจุบัน จึงมีทั้งกล้องมาตรฐาน จนถึงกล้องขนาดเล็ก จนถึง กล้องจากโทรศัพท์ ทั้งนี้ ความสวยงามที่ ได้ก็จะเกิดมุมมองจนถึงความสามารถในการสร้างสรรค์ กระบวนการที่จะขาดไม่ได้คือการตกแต่งสีใน ภาพถ่ายนั้น จึงเรื่องที่จะขาดไม่ได้ ดังนั้นโปรแกรม **Adobe Photoshop** จึงเป็นตัวเลือกหนึ่ง ในการ ตกแต่งสีในภาพถ่าย เหตุผลคือความยืดหยุ่น และสามารถทำงานได้หลากหลายรวมถึงงานตกแต่ง ภาพถ่าย การตกแต่งภาพถ่าย จะมีด้วยกันอยู่ 2 แนวคือ

1 การตกแต่งสีในภาพถ่าย โดยวัตถุประสงค์ปรับแต่งสี ในเรื่องความคมชัด ละการใส่รายละเอียด สีให้มีความสนใจมากขึ้น เป็นหัวใจสำคัญรูปแบบจึงไม่เปลี่ยนแปลงมากมาย โดยขั้นตอนมีดังนี้

3.1 นำภาพที่ถ่ายเข้ามาในโปรแกรม **Adobe Photoshop** ด้วยการเปิดไฟล์ - โอปีน - เปิดภาพ

3.2 กำหนดโหมดในการใช้งาน ปรับ โหมด- cmyk RgB - ดูขนาดภาพที่ใช้

3.3 การปรับแต่งความมืดสว่างสี อิมเมจ- แอดจัสต์

ปรับส่วน1ความมืดสว่าง

ปรับส่วน2แรเงา คือปรับความคมชัด

3.4 การตกแต่งสีจากแอดจัสต์ ในที่นี้จะใช้ชุดตัวหลักๆอยู่คือ

การปรับมอดแอนโทน ด้วยฮีว

ปรับสี คัลเลอร์ปาราน

3.5 หากต้องการปรับแต่งสีในโหมดต่างในแอดจัสต์ก็ยังมีปรับสี เช่นขาวดำได้อีก

3.6 การปรับเพิ่มเติมด้วยการใช้ฟังก์ชันสี ขั้นตอนมีภาพวิวทิวทัศน์ คน ออกได้สีใหม่

ไปที่ ภาพ - ไปที่ลูกศร - ปรับรูปแบบหัว(ฟุ้ง ไม่ฟุ้ง)- ปรับขนาดหัวบัส- กำหนดสีตามแนวคิด

พื้น สี - ปรับเบรนต์ิงบนเลเยอร์ รวมถึง ดอฟาซิติวีและฟรัว ก็จะได้ภาพถ่าย ตามที่ต้องการ

หมายเหตุ หากอยากปรับแต่ง สีเฉพาะจุดต้องกันพื้นที่ด้วยซีเร็คชั่น ได้เลย

4 การตกแต่งภาพถ่ายที่มีการ นำภาพหลายๆภาพ มาปรับสีและกำหนดองค์ประกอบใหม่ เพื่อให้ เกิดการสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดมุมมองของภาพใหม่ๆ ศิลปินและนักออกแบบยุคใหม่นิยมสาร สรค์งานแนวนี้เพื่อสร้างความเป็นตัวตนทางการตลาด

4.1 นำภาพที่ถ่ายเข้ามาในโปรแกรม **Adobe Photoshop** หลายภาพที่ต้องการ ด้วยการเปิดไฟล์ - โอปชั่น - เปิดภาพ

4.2 ตัดภาพ ด้วยซีเร็คชั่น ยางลบ

4.3 จัดวาง

4.4 กำหนดโหมดในการใช้งาน ปรับ โหมด- cmyk RgB - ดูขนาดภาพที่ใช้

4.5 การปรับแต่งความมืดสว่างสี อิมเมจ- แอดจัส muj

ปรับส่วน1ความมืดสว่าง

ปรับส่วน2แรเงา คือปรับความคมชัด

4.6 การตกแต่งสีจากแอดจัส ในที่นี้จะใช้หลักๆอยู่คือ

การปรับม๔ดแอนโทน ด้วยฮีว

ปรับสี คัลเลอร์ปาราน

4.7 หากต้องการปรับแต่งสีในโหมดต่างในแอดจัสก็ยังมีปรับสี เช่นขาวดำได้อีก

4.8 การปรับเพิ่มเติมด้วยการใช้พู่กันพ่นสี ชั้นตอนมีภาพวิวทิวทัศน์ คน ออกได้สีใหม่

ไปที่ ภาพ - ไปที่กฎกัน - ปรับรูปแบบหัว(พรั้ง ไม่พรั้ง)- ปรับขนาดหัวบัส- กำหนดสีตามแนวคิด

พ่น สี - ปรับแบรนดิงบนเลเยอร์ รวมถึง ดอฟาซิตซีและฟรัว ก็จะได้ภาพถ่าย ตามที่ต้องการ

เท่านี้เราก็ได้ภาพที่สว่นงามตามความต้องการได้แล้ว

สำหรับรูปแบบภาพถ่ายที่นิยมนำมาจะเป็นภาพถ่าย ภาพคน ทศนียภาพ วิว และสิ่งของกับ มุมมองในการทำงานมาสู่กระบวนการเสมอ

ภาพถ่ายกับการนำมาใช้งานกราฟิก การกำหนดขนาดและคัตสรรค์ภาพ การปรับแต่งภาพ

ด้วยงานกราฟิก การนำภาพถ่ายมาใช้ผลิตงานกราฟิก

การตกแต่งภาพภาพหนึ่ง ในงานโฆษณาเพื่องานโฆษณา

รูปแบบภาพกับการสื่อสาร ขั้นตอนการผลิตภาพ การใช้โปรแกรมตกแต่งภาพในงานกราฟิก การสร้างสรรค์งานภาพในงานกราฟิก

การผลิตภาพเพื่อใช้ในงานโฆษณางานกราฟิก ภาพประกอบต่าง ๆ ทั้งนี้ต้องประกอบด้วยแนวคิด กระบวนการร่างภาพ และการผลิตภาพเพื่อนำมาประกอบกันให้เกิดภาพในมุมมองใหม่ที่เรียกว่างานสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วยภาพข้อความที่หลากหลายร่วมกันจนทำให้ผลิตออกมาเป็นผลงาน

1 ภาพกับการนำมาใช้ในงานกราฟิก

การกำหนดแนวคิดคือพื้นฐานในการผลิตงาน ทั้งนี้ต้องประกอบด้วยภาพ หลากหลายภาพ หลายมุมเพื่อนำมาประกอบร่วมกัน โดยการใช้งานภาพ ที่มีรายละเอียด แตกต่างกันในงานด้านสื่อออนไลน์ ภาพที่ใช้ต้องมีคุณภาพสูง อย่างน้อย600 dpi และหากภาพที่ใช้กับงานก็สามารถมีรายละเอียดขั้นต่ำอยู่ที่ 100 dpi ได้เลย ทั้งนี้ การนำภาพมาใช้ อาจต้องมาจากการผลิตเองตั้งแต่การถ่ายเอง หรือจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญ หรือภาพที่จัดซื้อขายที่เรียกว่าสต็อก ที่มีการผลิต เพื่อขายมากมาย ก็ตาม หรือภาพที่เราใช้ฟรีไม่มีลิขสิทธิ์ นอกนั้นจะใช้ไม่ได้และจะถูกดำเนินคดีตามกฎหมายได้

รูปแบบของภาพกะกับการนำมาใช้ก็แยกเป็น2โหมดคือภาพถ่ายที่เน้นนำมาตัดต่อจัดองค์ประกอบ ลิขสิทธิ์ และแบบงานภาพถ่ายที่พร้อมเพียงแค่อัปโหลดภาพใส่ข้อความก็เพียงพอ ดังนั้นการคิดสรรค์ภาพเพื่อนำมาใช้ควรประกอบไปด้วย ภาพตามแนวคิด ขนาดไฟล์ สิทธิของภาพว่าถูกกฎหมายหรือไม่ ทั้งหมดนี้คือส่วนประกอบกับการนำภาพมาใช้ในการผลิตงานได้เลย

6 ขั้นตอนการผลิตภาพ

คัดภาพ หรือถ่ายภาพตามแนวคิด

กำหนดพื้นที่

ตกแต่งภาพวัสดุ

นำภาพไปวางในพื้นที่

จัดองค์ประกอบ

ปรับขนาด สี เอ็ฟเฟ็ค

ใส่ข้อความ

ใส่รายละเอียดเพิ่มเติม

นำส่ง

- 7 การใช้โปรแกรมตกแต่งภาพในงานกราฟฟิก
- 8 การสร้างสรรค์งานภาพในงานกราฟฟิก

การผลิตภาพสื่อโฆษณา

ขั้นตอนการผลิตภาพสื่อในการทำงานโฆษณาหัวใจสำคัญคือการนำความคิดเพื่อใช้ในการสื่อสารวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการรับรู้จดจำและส่งผลถึงพฤติกรรม โดยกลยุทธ์ คือการการการกระตุ้นการรับรู้ผ่าน ภาพ สี ข้อความ ที่ทำหยุด ตู และติดตาม ดังนั้นในการทำงานสร้างงานโฆษณาต้องประกอบไปด้วย 1แนวคิด ที่สามารถสื่อสารตามความต้องการ

ตัวอย่างเช่นโจทย์ความต้องการลูกค้า คือทำภาพแบนเนอร์สินค้าออนไลน์ ทั้งนี้ผู้ออกแบบต้องมีความเข้าใจในรูปแบบขนาดภาพ องค์ประกอบที่ต้องมี การจัดวางเพื่อให้เกิดการสื่อสาร

2 การร่างภาพ ที่มีส่วนประกอบที่สื่อสารตามแนวคิดหลัก ที่ประกอบด้วย ภาพในการสื่อสาร การจัดวาง และตัวหนังสือ ที่ทำให้ภาพร่างย่อมนั้นต้องกับแนวคิดมากที่สุดอาจร่างมากมาย30แนว หยิบมา 5ภาพและคัดสรรค เพื่อทำเลเอาท์ขนาดใหญ่

3 การสร้างวัสดุที่นำมาใช้ในงาน ในตรงนี้ภาพที่ได้จากมาตกแต่งภาพเพิ่มในการผลิตภาพสื่อโฆษณา ตั้งแต่การปรับขนาด การปรับสี การตัด พร้อมประกอบ

9 การตัดประกอบภาพตามแบบ ขนาด การจัด ภาพ การปรับแต่งสี และการใส่ตัวอักษร ในระดับนี้ยังนับเป็นเลเอาท์อยู่

5 นางานให้ลูกค้า เพื่อดูภาพรวม ในงานที่ผลิตออกมา เพื่อทำการแก้ไข หรือปรับเพิ่มเติม งานปรับแต่งไม่ควรเกิน30%ไม่จั้นอาจลำบาก

6 นางานที่ปรับแก้สู่กระบวนการผลิต ตรงนี้มีความสำคัญว่ารูปแบบขนาด ของสื่อแต่ละประเภท ไม่เหมือนกัน ควรดูข้อจำกัด เช่น งานพิมพ์มีตัดตก สีที่ส่งเป็นcmyk ไฟล์ใหญ่เล็กขึ้นตามงาน หากเป็รออนไลน์ ควรเป็นRGBขนาด ไม่ต้องใหญ่ ดังนั้นควรต้องทำความเข้าใจการผลิตด้วยจะ ช่วยได้มาก

การผลิตภาพประกอบ

ภาพประกอบมีหลากหลายประเภท การใช้งานก็ต่างกันไปเช่นภาพประกอบบทความ ภาพประกอบหน้าปก ภาพประกอบที่ใช้เกมส์กิจกรรม ภาพประกอบที่ใช้งานอื่นๆ หลักการในการผลิต

1 ดูความต้องการ และกำหนดแนวคิด ทั้งแนวคิดของภาพ ประเด็นการสื่อสาร การนำไปใช้กับงาน เพื่อที่เราจะนำไปสู่ขั้นตอนต่อไป

2การร่างภาพตามแนวคิด

3 การสร้างภาพวัสดุ การตัดติด หรือแต่งสี จัดองค์ประกอบ กำหนดโทนสี เอฟเฟ็ค จนถึงการปรับอารมณ์ภาพและการใส่ตัวอักษรกับการผลิต

5 การผลิต จริงกับการใช้งาน

การผลิตตัวอักษรกับการใช้งาน

ตัวอักษรเป็นส่วนสำคัญเพราะการสื่อสารภาพจำเป็นตัวอักษรเพิ่มเติมเพื่อให้การสื่อสารนั้นสมบูรณ์ได้ทั้งนี้การ คัดเลือกตัวอักษรก็สามารถกำหนดรูปแบบงานได้ กับงานต่างได้เช่นตลก เศร้า ความรัก

ตัวอักษรมีความสำคัญในการสื่อสารได้ ขั้นตอนการผลิตตัวอักษรด้วย **Adobe Photoshop**

เป็นเรื่องง่ายเพราะส่วนมากจะมีฟรอนต์ตัวอักษร ให้เลือกจำนวนมากโดยไม่ต้องผลิตเอง ดังนั้นการใช้ตัวอักษรจึงมีหน้าที่ คือการคัดเลือก และจัดวางตัวอักษรในหมวดหมู่ต่างๆ เช่นหัวข้อ ข้อความอ่านหรือคำเน้นต่างๆ

สำหรับงานคิดสรรค์ ก็คือเลือกให้เหมาะสม

การจัดวาง

การออกแบบงานด้วยตัวอักษร

บทที่ 11

อยู่ช่วงดำเนินการ

บทที่ 12

การพัฒนาสินค้าและบริการออกแบบด้วยงาน

งานออกแบบกราฟิกกับการสื่อสารกับงานด้านองค์กรการค้า และงานด้านโฆษณา เป็นส่วนเล็กที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งดีและส่งผลต่อการรับรู้ได้เป็นอย่างดี สร้างการสื่อสารต่อผู้บริโภคกับการตัดสินใจที่จะจำ จะใช้ จะตัดสินใจดังนั้นในบทนี้จะกล่าวถึงกระบวนการออกแบบสื่อที่ใช้กับการสื่อสารด้านการตลาดที่ประกอบไปด้วย

- การออกแบบตราสัญลักษณ์

ในการสื่อสารตราสัญลักษณ์เปรียบชื่อ ในการสื่อสาร ที่เราจะใช้เรียก ในองค์กร สถานที่ และกิจกรรม ซึ่ง ทั้งตราสัญลักษณ์สามารถแยกได้หลากหลายประเภทตั้งแต่เครื่องหมายการค้า

สัญลักษณ์ จนถึง สัญลักษณ์สื่อสารประเภทแคอน ซิมโบ อื่นๆ ที่มีหน้าที่ในการสร้างการสื่อสารกับความหมายกับการจดจำ

กำหนดแนวคิด

ในการออกแบบสัญลักษณ์ที่แทนบริษัท ร่างคำ หัวใจใจการออกแบบคือการสร้างการจดจำ ที่อาจมีความหมาย ชัดๆ หรือ โดดเด่นด้วยรูปทรง สี ที่เน้นการจดจำในรูปทรงแต่ไม่ได้เน้นในความหมายก็ได้ แต่สิ่งที่คำนึง คือสัญลักษณ์ต้องบงบอกคุณลักษณะของธุรกิจบริการองค์กร นั้น ๆ สัญลักษณ์ที่ดีต้องซับซ้อน รายละเอียด ไม่ต้องมาก สีมี่เพียง1-2สี แต่ขึ้นอยู่กับยุคสมัย ละงานกับการสื่อสาร

ประเภทส่วนประกอบนามบัตร

ประเภทนามบัตร จะประกอบไปด้วยนามบัตร ตำแหน่งแบบองค์กร นามบัตร ร้าน ที่บงบอกถึงบริการ สถานที่ตั้ง ซึ่งทั้ง2อย่างจะใช้งานแตกต่างกัน จนถึงนามบัตรที่แฝงด้วยกิจกรรม ที่มักมีส่วนร้านผสมกิจกรรม

ในด้านส่วนประกอบ จะประกอบด้วย โลโก้ ชื่อบริษัทองค์กร ชื่อตำแหน่ง รายละเอียดติดต่อ และส่วนอธิบายที่ต้องการ พื้นหลังลายกราฟิกที่ทำให้เกิดความสวยงามกับการสื่อสาร

ขั้นตอนการออกแบบ

ดูรูปแบบของสื่อต่างขององค์กร สร้างงานให้มีความสัมพันธ์กัน ร่างภาพให้เกิดการจัดวาง รูปแบบ เป็นชุดๆ เพื่อนำมาใช้ในการคัดเลือก นำงานไปผลิตต้นแบบในคอมพิวเตอร์ โดยการจัดวางตามต้นแบบขนาด เพื่อนำไปใช้ในการผลิต จัดชุดไฟล์ งานเพื่อนำส่งต่อการสื่อสารด้านการผลิตเพื่อนำไปใช้

ฉลากสินค้า และป้ายสินค้า

ในการทำงานในการพบปะสิ่งหนึ่งที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติมาเป็นยาวนานคือการแจกนามบัตร ซึ่งมีข้อดีกับงานด้านสื่อสารองค์กร กับการประชาสัมพันธ์ ที่ดี ทั้งนี้บทบาทของนามบัตรยังสามารถทำให้ผู้ได้รับรู้ในส่วนข้อมูลต่างๆและการติดต่อ กับบริษัท ได้ต้นนั้นนามบัตรคือสื่อสารพัคประโยชน์ที่ทำให้ความสัมพันธ์เกิดขึ้นได้

แนวคิดในการออกแบบ

ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการสื่อสาร คือ รูปแบบต้องสัมพันธ์ มีประโยชน์กับการสื่อความหมาย แนวคิดเรื่องการผลิต ควรทำความเข้าใจ ในวัสดุ ขนาด และการจัดวาง ที่จะประกอบ หน้าหลัง ตั้งนอน จนถึงแนวคิดในการความโดดเด่น จากสี อักษร ภาพ รูปทรง การจัดวาง

ของที่ระลึก สินค้าร้านที่ส่งผลการจดจำ

การสร้างการจดจำมีความหมายความสำคัญกับบริษัทหน่วยงานองค์กร ในเชิงการสื่อสารด้านภาพลักษณ์มาก ทั้งนี้เพื่อสร้างการรับรู้ จดจำ และส่งผลถึงพฤติกรรมกับลูกค้าผู้บริโภคมากขึ้นและส่งผลต่อธุรกิจ ดังนั้นความเป็นตัวตน ตั้งแต่ชื่อตราสัญลักษณ์จึงถูกนำไปแทรกกับงานที่สร้างความสัมพันธ์ต่างๆ ตามวาระ โอกาส มากขึ้น ของแจก ของที่ระลึก เช่น เสื้อ กระเป๋า ร่ม สมุดโน้ต ปากกา จึงต้องมีความสามารถในการสื่อสารองค์กรได้

แนวคิดในการออกแบบ

การออกแบบของที่ระลึก สินค้าร้านที่ส่งผลการจดจำ เน้นการสื่อสารที่สร้างการจดจำถึงองค์กรเป็นสำคัญ ที่ผ่านตัวอักษรสี สัญลักษณ์ มากที่สุด แต่ต้องแฝงไปด้วยความน่าสนใจ และสามารถนำไปใช้ในกิจวัตรประจำวันให้มากที่สุด จึงจำเป็นต้องกำหนด สินค้าใกล้ตัวและใช้งานได้จริงและทำให้ ภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นที่จดจำได้ดี

ประเภทส่วนประกอบ

ส่วนของแจกของที่ระลึก สามารถแบ่งออกตามการใช้งาน ที่สามารถกำหนดออกมาเป็นของที่ระลึกการใช้งานในสำนักงานที่ประกอบไปด้วย ปากกา สมุด

ของที่ระลึกที่ใช้กับกิจกรรม เช่น เสื้อ หมวก ร่ม บ้าย เหยียด ถ้วยรางวัล

ของที่ระลึกทั่วไปไป แก้ว หมอน ช้อน กระเป๋า

ทั้งนี้การเลือกใช้สินค้าจึงควรถึงความสัมพันธ์ของสินค้ากับภาพลักษณ์องค์กรและการเชื่อต่อการสื่อสารเป็นสำคัญ

ส่วนประกอบของที่ระลึก ของแจก

1 วัสดุรูปทรง

1 ตราสัญลักษณ์

2 ลวดลาย พื้นผิว สี

3 ตัวอักษรรายละเอียด

ขั้นตอนการออกแบบ

กำหนดแนวคิดถึงส่วนประกอบต่างเพื่อที่จะได้กำหนดแนวทางการ เลือกละการกำหนดพื้นที่ในการออกแบบ

การร่างภาพแนวคิดรูปแบบพื้นที่ กับการกำหนด ส่วนประกอบ เช่นตราสัญลักษณ์ สี ลายกับการออกแบบ

การนำภาพร่างมาสู่การผลิต งานภาพวาด จากนำภาพมาออกแบบลาย การจัดวาง ส่วนประกอบ

การผลิตงานจริงผ่านเทคนิค ต่างเพื่อให้สินค้าสามารถใช้งานได้เช่น งานสกรีน งานปรี๊น งานเขียน ตามเทคนิคเชิงอุตสาหกรรมการผลิต

การออกแบบคาเร็กเตอร์ (การตูนย)

ในปัจจุบันงานการตูนยสามารถนำมาต่อยอดได้มากขึ้น กับการสื่อสารในการตลาดไม่ว่าการพัฒนา ตราสินค้า ตัวสินค้า สื่อประชาสัมพันธ์ ด้วยความน่ารัก ความเฉพาะตัว ที่ทำให้เกิดความแตกต่างและ ทำให้เราสามารถเข้าถึงได้ง่าย คาเร็กเตอร์ตัวการ์ตูนยจึงเป็นส่วนที่ทำให้การสื่อสารการตลาดมี ประสิทธิภาพมากขึ้น

กำหนดแนวคิด

ในด้านการออกแบบทางแนวคิดตัว งานคาเร็กเตอร์ ที่ดีต้องดูลักษณะของงานว่าเป็น สินค้า รูปแบบงานแนวไหน สี ประเภทผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมาย

แต่ส่วนมากงานที่นิยมจับต้อง ส่วนมากจะเป็นงานน่ารัก เป็นตัวการ์ตูนย ที่มีขนาดย่อส่วน เท่ากับเด็ก 3-4ขวบ ที่เรามักเรียกว่าsd ทั้งนี้ด้วยคุณลักษณะเหมือนเด็กจึงทำให้เข้าถึงง่าย

ตามมาด้วยตัวการ์ตูนยที่มีขนาด เด็กประถม และมัธยมโครงสร้างมีความยาว มากขึ้น ซึ่งงานไซตขนาดนี้กลุ่มที่สนใจจะเป็นเด็ก ประถมปลายถึงมหาวิทยาลัย

แต่คาเร็กเตอร์นั้นมีเรื่องราวของตัวเอง และถูกนำมาใช้ในการสื่อสารก็ยิ่งส่งผลมากขึ้น ในการดึงดูดทั้งกลุ่มแฟนคลับ จนถึงคนกลุ่มใหม่ได้มากขึ้น

ประเภทรูปแบบส่วนประกอบ

หากแบ่งตามโครงสร้าง เราจะแบ่งตามช่วงอายุ

แบ่งตามรูปแบบตัวละคร พระเอก นางเอก ตัวร้าย อาจารย์ ตัวตลก

แบ่งตามสายพันธุ์ คน สัตว์ สิ่งของ ที่สามารถเอาผสมกันจนเป็นรูปร่างที่เหนือ
จินตนาการ

การผลิต งานคาเร็กเตอร์

กำหนดแนวคิดตามวัตถุประสงค์ ผลิตอะไร เพื่อใคร ควรทำอะไร และเป็นอย่างไร

การค้นหาข้อมูลเพื่อใช้พื้นฐานการออกแบบ

การร่างภาพ หลักการคือวาดหลายรูปแบบจากอายุ ลักษณะตัวละคร หรือสายพันธุ์ และความ
หลากหลายในมุมมอง เพื่อในงานออกมาตรงความต้องการ มากขึ้น

การผลิต นำภาพร่างมาวาดเป็นลายเส้น หลังจากนั้นนำงานมาสแกน หรือนำเข้าคอม

กระบวนการวาดมี2แบบคือ การแปลงไฟล์ และตกแต่ง หรือการนำภาพเข้าไปเพื่อดราฟ หรือการก๊อปปี้จาก
แบบร่าง ซึ่งสามารถทำได้ทั้ง2แบบ

การใส่สี การระบายสีแบบกราฟิกและแรเงาเพี้ยน เพื่อให้เกิดความสวยงามควรเข้าใจทฤษฎีสีและนำมาใช้
ด้วย

เท่านี้เราก็จะได้งาน ส่วนการนำไปใช้ ก็สามารถนำไปใช้ในงานด้านตราสัญลักษณ์ การทำมาสคอต
การนำไปใช้งานภาพประกอบ นำไปใช้ในการสร้างตราสินค้าในด้านของแจกของที่ระลึกถ้าทำได้

3 การผลิตภาพประกอบนิทาน

ในงานสร้างสรรค์การสื่อสารภาพประกอบเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถทำให้เราเข้าใจเรื่องราวในเนื้อเรื่องได้ ดังนั้นศิลปะกับเรื่องราวภาพประกอบ ที่สามารถ สร้างพื้นฐานในการสร้างสรรค์งานต่างๆ ได้มากมาย โดยการผลิตภาพประกอบนิทานเริ่มต้นจาก

กำหนดแนวคิด

ภาพประกอบนิทานเราต้องเข้าใจวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร รูปแบบ ทั้งนี้ในการผลิตสิ่งแรกที่เราจะได้มาคือเนื้อเรื่อง ดังนั้นเราต้องนำเนื้อเรื่องที่ได้ กำหนดแนวคิดในภาพเพื่อใช้ในการสื่อสาร ที่ตรงกับเนื้อหากลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

ประเภทรูปแบบส่วนประกอบนิทาน

หากเราแบ่งประเภทจากเรื่องราวเราก็จะแนวเร่ของราว กับกลุ่มเป้าหมาย เราก็จะได้เนื้อหา แต่ในงานออกแบบเราจะแบ่งจากงานผลิตคือ ภาพประกอบ เราเรื่องส่วนย่อย ภาพเล่าเรื่องแบบกลาง ภาพเราเรื่องแบบเต็ม

ภาพเล่าเรื่องแบบย่อ คือการผลิตภาพหลัก การทำตัวละครเป็นสำคัญ ไม่มีฉากเรื่องราว

ภาพเล่าเรื่อง กลาง คือการมีภาพหลักตัวละคร มีฉากเล็ก น้อยมีตัวแสดงแต่ก็ยังเน้นพื้นที่ว่าง

ภาพเล่าเรื่องแบบเต็ม คือการใช้พื้นที่เต็มหน้ากระดาษใส่รายละเอียดในทุกสัดส่วนอย่างสมบูรณ์

ทั้งนี้สำหรับรูปแบบภาพที่ใช้จะมีภาพประกอบลายเส้น ภาพประกอบแบบระบาย

ภาพประกอบ งานสร้างสรรค์

ในการผลิตการออกแบบ

การผลิตสิ่งแรกคือนำบทมากำหนดเป็นภาพ ในสัดส่วนเนื้อหา เรื่องนั้นมีอะไรบ้างและเป็นภาพอะไรเราเรียกว่าการกำหนดดามีภาพ

นำแนวคิดด้ามีมา กำหนดภาพว่ามีอะไรและทำการร่างภาพ ตามแนวคิด แบบหยาบๆ เพื่อให้
ทราบเรื่องมุมมอง องค์ประกอบ
ทำภาพที่ได้มาตัดเส้น และนำเข้าสู่การแต่งภาพในโปรแกรม
นำภาพเพื่อแปลงไฟล์ ในai และทำการลงสีภาพโดยการใช้พลาสไฟเดอนแยกภาพลายเส้นและ
ลงสีทีละส่วน และเพิ่มเติมรายละเอียดปลีกย่อย

รวมภาพ และหากต้องมีตัวหนังสือก็สามารถนำใส่และส่งไปส่วนขั้นตอนการผลิตต่อไป
เป็นอันสิ้นสุดการออกแบบ

บทที่13 การออกแบบกราฟิกในสื่อโฆษณาและส่งเสริมการขาย

การออกสื่อโฆษณาออนไลน์

ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลง มากมายจนทำให้รูปแบบของการสื่อสารเข้าไปสู่ระบบ
ออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากโรคภัย การสื่อสารที่อยู่กันในระบบออนไลน์มากขึ้น แต่ทั้งนี้ การ
เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทำให้รูปแบบการใช้สื่อแบบดั้งเดิมลดน้อยลง แต่ก็เชื่อว่าสื่อดั้งเดิมจะ
หายไป เพียงค่าลดบทบาทหน้าที่และเพื่อใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นแต่ปริมาณก็ลดลง
ตาม แต่สื่อที่ยังคงมีและใช้กับการสื่อที่มีจึงประกอบด้วย

สื่อโฆษณางานสิ่งพิมพ์ พิมพ์ถึง 30 1 64

- การสร้างตัวตนผ่านแพทพรอมออนไลน์

-
.....

- แนวคิดในการออกแบบ
- ประเภทส่วนประกอบ
- ขั้นตอนการออกแบบ
-
- การสร้างสื่อโฆษณาผ่านad
- - การสร้างภาพถ่ายในออนไลน์
- การสร้างvdoและงานกราฟิกเคลื่อนไหว
- การสร้างโฆษณาผ่านบทความและการรีวิวสินค้าในออนไลน์

แนวคิดในการออกแบบ

ประเภทส่วนประกอบ

ขั้นตอนการออกแบบ

- งานสื่อโฆษณาตามสถานที่
-
.....

- แนวคิดในการออกแบบ
- ประเภทส่วนประกอบ
- ขั้นตอนการออกแบบ
- งานโฆษณาภาพและเสียง

.....
.....

แนวคิดในการออกแบบ

ประเภทส่วนประกอบ

ขั้นตอนการออกแบบ

- งานแบบสร้างสรรค์สมัยใหม่

แนวคิดในการออกแบบ

ประเภทส่วนประกอบ

ขั้นตอนการออกแบบ

บทที่ 15

งานกราฟิกภาพและสื่อโฆษณากับการสื่อสารพัฒนาประเทศ (รวมเขียน)

1. บทบาทกับบทบาทสังคม

งานกราฟิก ต่าง ๆ ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นสัญลักษณ์แทนแก่นสารของประสบการณ์สำหรับมนุษย์ เพื่อให้มนุษย์ใช้เป็นสื่อในการคิดและสื่อสารความหมายถึงกัน ด้วยคุณสมบัติที่ดีของงานกราฟิกทำให้งานกราฟิกมีบทบาทสำคัญในการลดข้อจำกัด ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเงื่อนไขเวลา ประสิทธิภาพของการคิด การบันทึกและการจำ ทำให้การสื่อความหมายต่อกันของมนุษย์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพ และด้วยความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นและความเป็นโลกไร้พรมแดน ความแตกต่างระหว่างบุคคล เป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้มนุษย์จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับงานกราฟิกมากขึ้น

รูปที่ 1.7 การใช้งานกราฟิกบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์

1) ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ มนุษย์ประสบความสำเร็จในการค้นพบความจริง และกระบวนการทางธรรมชาติมากมาย ความรู้ที่ค้นพบใหม่นี้ ต้องการวิธีการและกระบวนการในการเก็บ บันทึก การจำ และเผยแพร่ การใช้งานกราฟิกช่วยจะทำให้ได้ข้อมูลที่สามารถสื่อสารความหมายให้เข้าใจได้ ง่ายและรวดเร็ว สื่อความคิดถึงกันและกันได้ชัดเจนถูกต้อง เพิ่มประสิทธิภาพให้กับการใช้ภาษาพูดและภาษาเขียน

2) ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เทคโนโลยีเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ทำให้เกิดเครื่องมือสำหรับ สร้างงานกราฟิกที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถผลิตงานได้ รวดเร็ว มีปริมาณมาก ง่ายต่อการใช้งาน ราคาถูกลง และเผยแพร่ได้สะดวกกว้างไกล โดยเฉพาะการใช้คอมพิวเตอร์ในงานกราฟิก และระบบ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ความนิยมใช้งานกราฟิกช่วยในการสื่อความหมายจึงเกิดขึ้นแพร่หลายในสื่อเกือบ ทุกประเภท

3) จำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้น และความเป็นโลกไร้พรมแดน ประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การคมนาคมที่สามารถเดินทางไปทั่วทุกมุมโลกด้วยเวลาไม่มากนัก และ การสื่อสารที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วโลก ทำให้เกิดความจำเป็นต่อการสื่อความหมายทางไกลระหว่างบุคคล และการสื่อความหมายกับประชากรกลุ่มใหญ่ในมุมต่าง ๆ ของโลก เพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ความร่วมมือทางวิชาการ ธุรกิจ และอื่น ๆ ทุกสิ่งทุกอย่างต้องดำเนินการด้วยข้อจำกัดของเงินเวลาและประสิทธิภาพของ การสื่อความหมาย งานกราฟิกจึงเป็นเครื่องผ่อนแรงให้การสื่อความหมาย สามารถสื่อสารได้เข้าใจง่ายและถูกต้องในเวลาสั้น

4) ความแตกต่างระหว่างบุคคล บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น ความคิด ความเข้าใจ ความสามารถ อัตรการเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้ และอื่น ๆ ความแตกต่างเหล่านี้ ทำให้การสื่อความหมายด้วยภาษาพูดและภาษาเขียนในบางครั้ง ไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ง่ายนัก การใช้งานกราฟิกเข้าช่วยจะทำให้ง่ายต่อการสื่อความหมาย เพิ่มประสิทธิภาพของการคิดในบุคคลที่มีความแตกต่างได้เป็นอย่างดี

http://neverdiesji.blogspot.com/2012/10/blog-post_5671.html

2. งานกราฟิกที่พัฒนาทางการศึกษา

1) ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ มนุษย์ประสบความสำเร็จในการค้นพบความจริง และ กระบวนการทางธรรมชาติมากมาย ความรู้ที่ค้นพบใหม่นี้ ต้องการวิธีการและ

กระบวนการในการเก็บบันทึก การจำ และเผยแพร่ การใช้งานกราฟิกช่วยจะทำให้ได้ ข้อมูลที่สามารถสื่อสารความหมายให้เข้าใจได้ ง่ายและรวดเร็ว สื่อความคิดถึงกันและกันได้ ชัดเจนถูกต้อง เพิ่มประสิทธิภาพให้กับการใช้ภาษาพูดและภาษาเขียน

3. งานกราฟิกพัฒนาความเป็นอยู่ของชุมชนสังคม

| [List](#)

DIP2017: Workshop 01 การออกแบบเพื่อสังคม โจทย์ใหม่ท้าทายวิถีคิด (ตอนที่ 1)



หลังจากประกาศผู้เข้าร่วมทั้ง 4 ทีมในโครงการ Designing Impact Program 2017 ก็เข้าสู่ขั้นตอนการบ่มเพาะ ผ่านการให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่หมุนเวียนมาให้ความรู้ในแต่ละเดือน รวมถึงคำแนะนำจากทีม Facilitator ทั้ง 3 ท่านเพื่อพัฒนาโครงการต่างๆ ของแต่ละทีมให้เต็มศักยภาพ บทความนี้เป็นกรออดบทยุ่เรียนจาก Peer Review Workshop ครั้งที่ 1 ในวันที่ 20 กันยายน 2560 ที่ผ่านม

Key Insight ประเด็นสำคัญ:

- การออกแบบนวัตกรรมเพื่อสังคมคือการเข้าใจความหมายและประสบการณ์ของผู้ใช้อย่างแท้จริง ที่สำคัญคือการสร้างตัวตนแบบให้เป็นภาพที่ชัดเจน ด้วยความเข้าใจในรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้ใช้ โฟกัสที่การมีส่วนร่วม ผ่านกระบวนการออกแบบร่วมกัน (Co-design) และความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน
- การออกแบบนวัตกรรมเพื่อสังคมจำเป็นต้องมีตัวชี้วัดที่ชัดเจน ข้อมูลที่นำมาออกแบบนั้นจึงต้องเป็นอินไซท์ที่แท้จริง ไม่ใช่แค่ภาพที่นักออกแบบมองและตอบเองแทนกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ

การออกแบบนวัตกรรมเพื่อสังคม (Design for Social Innovation) (หรือ การออกแบบเพื่อผลลัพธ์ทางสังคม, การออกแบบสื่อสังคม)

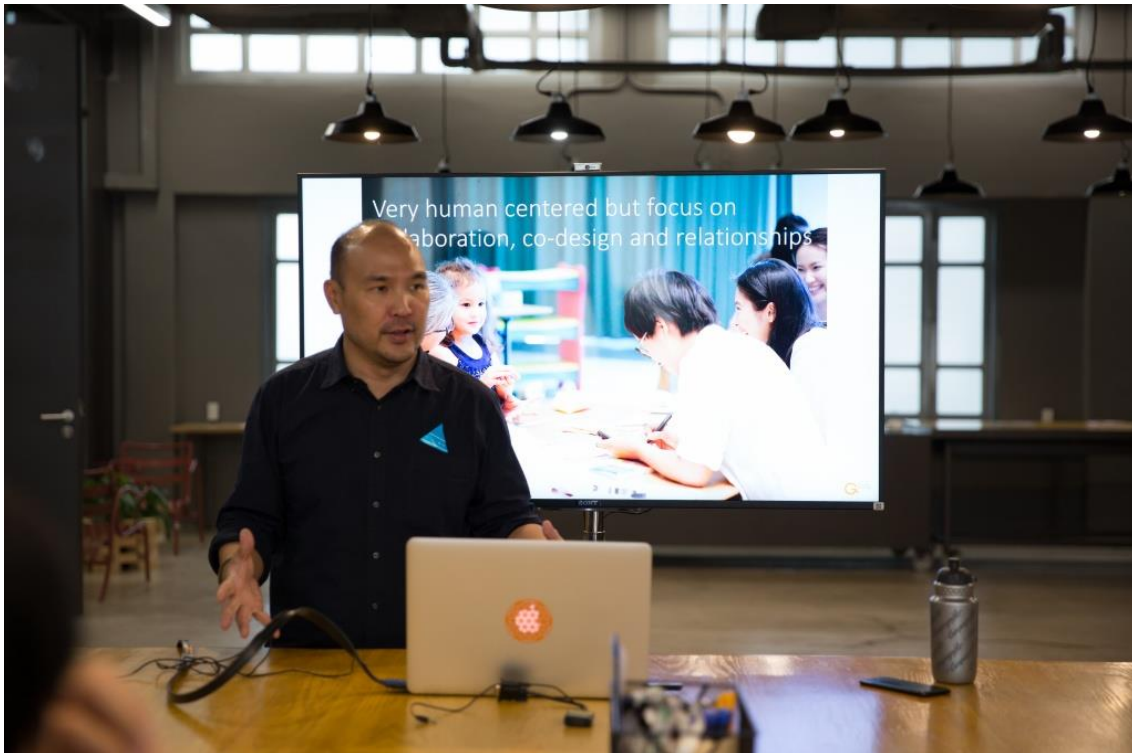
วิธีการออกแบบหรือการใช้กระบวนการออกแบบเพื่อนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดีขึ้นในทางใดทางหนึ่ง จากเดิมที่นักออกแบบเน้นผลลัพธ์เป็นสินค้าโภคภัณฑ์หรือกราฟิก เปลี่ยนทัศนคติและวิธีคิดมาสู่เป้าหมายเพื่อพัฒนาสังคม



ออกแบบนวัตกรรมเพื่อสังคม: มองโลกในมุมที่ต่าง หาทางแก้ไขด้วยวิธีที่ไม่เหมือนเดิม โดย
คุณพิเศษ วีรังคบุตร อาจารย์ประจำโครงการโลกคดีศึกษาและการประกอบการสังคม (หลักสูตร
นานาชาติ) วิทยาลัยโลกคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (GSSE TU) หนึ่งในทีม Facilitator

การออกแบบนวัตกรรมเพื่อสังคม (Design for Social Innovation) เป็นหนึ่งในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก เพราะปัญหา เหตุการณ์ สภาพการณ์ต่างๆ บนโลกนั้นมีความท้าทายและซับซ้อนมากขึ้น การแก้ไขปัญหาจึงต้องนำเสนอด้วยวิธีการใหม่ (New Approaches) เริ่มมีหลากหลายหน่วยงานปรับใช้การออกแบบเข้าไปสร้างศักยภาพให้กับผู้คนและนำเสนอการออกแบบในฐานะวิธีการแก้ปัญหาทางเลือกที่ต่างออกไปจากวิธีการแบบเดิม ความรับผิดชอบต่อสังคมกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากขึ้น ในหลายประเทศเริ่มร่างเป็นข้อบังคับหรือกฎหมาย หลายบริษัทเริ่มกำหนดเป็นนโยบายในองค์กร ข้อปฏิบัติเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การออกแบบเพื่อสังคมมีใจความสำคัญคือการสร้างความสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมร่วมกับผู้ใช้ในเชิงลึก กระตุ้นผู้คนให้มองเห็นปลายทางที่เป็นผลลัพธ์ร่วมกันได้

ในฐานะนักออกแบบ สิ่งสำคัญจึงเป็นความสามารถในการประเมินว่าสิ่งที่กำลังสร้างหรือออกแบบไปนั้นเกิดผลดีหรือการเปลี่ยนแปลง (Positive Impact) อะไรกับผู้ใช้ได้จริงหรือไม่



**"การออกแบบนวัตกรรมเพื่อสังคมหมายถึงไอเดียหรือความคิดใหม่ที่เหมาะสมกับความ
ต้องการหรือปัญหาของสังคม มุ่งสร้างความสัมพันธ์ใหม่ระหว่างคนกับคน เห็นผู้ใช้เป็นสำคัญ"**

สำหรับการเปลี่ยนแปลงสังคมด้วยนวัตกรรมนั้นเกิดเป็นโครงการหลายรูปแบบทั่วโลก ที่นำกระบวนการ
คิดเชิงออกแบบมาพัฒนานวัตกรรมร่วมกับข้อมูลเชิงลึกของผู้ใช้ เพื่อสร้างผลดีหรือการเปลี่ยนแปลงให้
เกิดขึ้นกับสังคมให้ได้มากที่สุด



©ideo.org



Condoms for
THE EVERYGIRL



The Pill For the
PERFECTIONIST



The Injection for
GIRL ON THE GO



The Implant for
MS. AMBITION



IUD for the
SUPERGIRL

1. The Divine Divas โครงการแก้ไขปัญหาท้องในวัยรุ่นในเมืองลูซากา เมืองหลวงของประเทศแซมเบีย ในแอฟริกา ด้วยการจัดตั้งคาราแอกเตอร์ต้นแบบ 5 คน เพื่อเป็นสื่อกลางในการเข้าถึงกลุ่มเด็กหญิงและ วัยรุ่น ให้ความรู้และสร้างความมั่นใจผ่านกิจกรรมทาเล็บภายในพื้นที่ที่จัดตั้งขึ้นในชุมชน เพราะกิจกรรม ทาเล็บเป็นช่วงเวลาที่ผู้หญิงจะคุยกันเยอะที่สุด พร้อมมอบหนังสือขนาดเล็กเพื่อให้อ่านเป็นความรู้ ตัวอย่างนี้เป็นการเปลี่ยนระบบที่ใช้การออกแบบเข้าไปมีส่วนร่วม สร้างผลคือให้เด็กมีการเรียนรู้เรื่องการ คุมกำเนิด.



©lifestraw.com

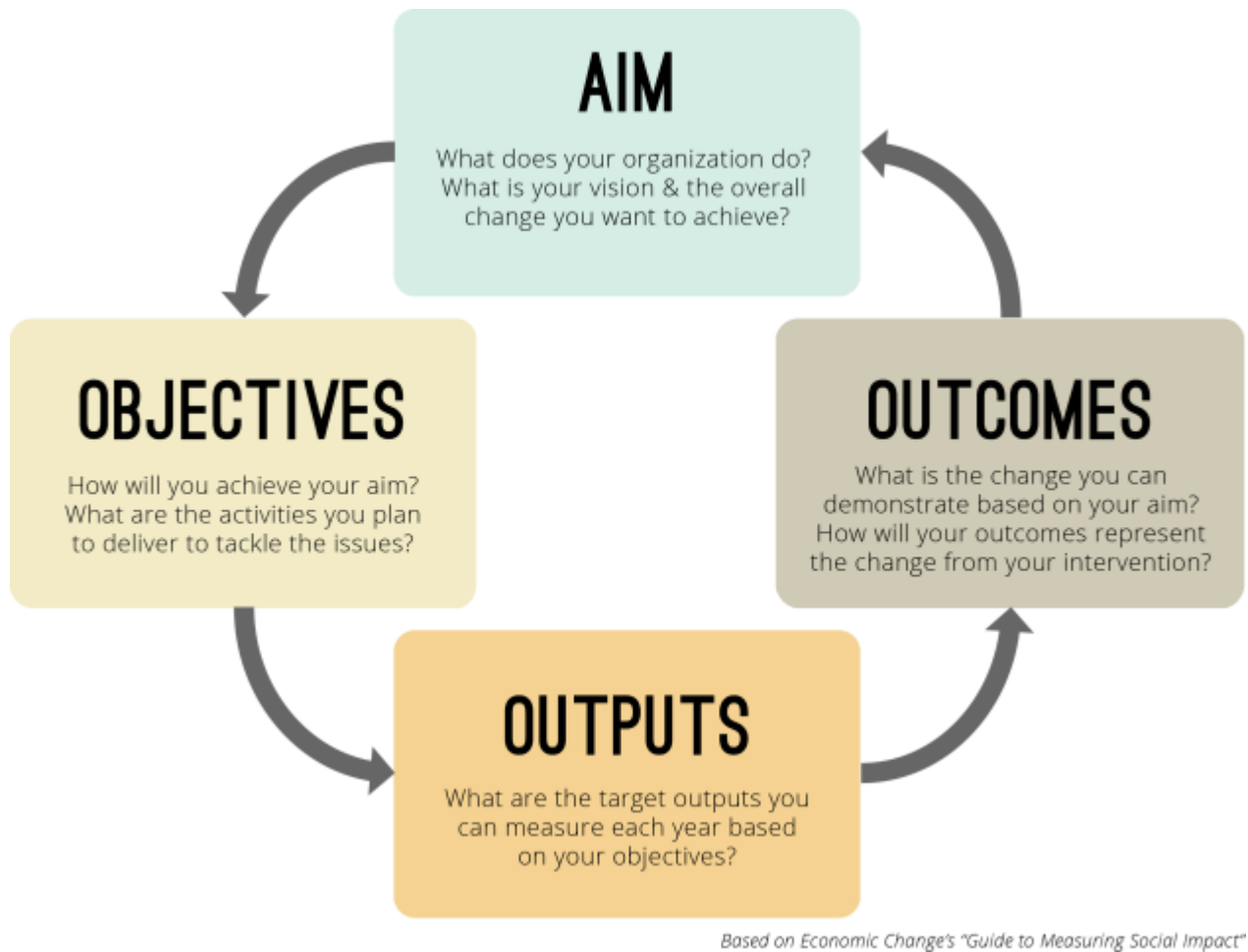
2.Lifestraw หลอดดูดน้ำที่มีเครื่องกรองใส่ในตัว เหมาะสำหรับชุมชนหรือพื้นที่ที่ขาดแคลนน้ำดื่มสะอาด สามารถนำหลอดนี้ดื่มจากลำธารหรือแม่น้ำได้โดยตรง แก้ไขปัญหาด้วยนวัตกรรมการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงน้ำที่สะอาดและปลอดภัยต่อการบริโภค

"ขั้นตอนของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 1. ผู้ใช้มาก่อน 2. เข้าใจความหมาย 3. เป็นมิตรกับการใช้งาน"



การออกแบบเพื่อสังคมเป็นไปได้ ถ้าเข้าใจกระบวนการ

การออกแบบเพื่อสังคมคือการเข้าใจความหมายและประสบการณ์ของผู้ใช้อย่างแท้จริง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการนำมาออกแบบระบบ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ ได้, กำหนดกรอบแนวคิดและปรับให้เหมาะสม โดยเน้นไปยังผู้ใช้และผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น, สร้างตัวตนแบบให้เป็นภาพที่ชัดเจน ด้วยความเข้าใจในรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้ใช้, โฟกัสที่การมีส่วนร่วม ผ่านกระบวนการออกแบบร่วมกัน (Co-design) และความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน



จากแผนภาพ สามารถอธิบายกระบวนการออกแบบเพื่อสังคมได้ดังนี้

1. เป้าหมาย (Aim) ในฐานะนักออกแบบหรือหน่วยงานต้องมีคำตอบว่าสิ่งที่ทำนั้นคืออะไร วิสัยทัศน์เป็นอย่างไร การเปลี่ยนแปลงที่ต้องการสร้างนั้นคืออะไร

2. วัตถุประสงค์ (Objectives) เราจะทำให้เป้าหมายสำเร็จได้อย่างไร อะไรคือแผนการหรือกิจกรรมที่กำหนดไว้เพื่อแก้ปัญหาในประเด็นต่างๆ

3. ผลลัพธ์ (Outputs) เป้าหมายและผลลัพธ์ที่สามารถวัดได้ในแต่ละปี โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

4.การเปลี่ยนแปลง (Outcomes) อะไรคือการเปลี่ยนแปลงที่สามารถแสดงตัวอย่างให้เห็นได้ โดยนำมาจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผลลัพธ์จะสามารถนำเสนอการเปลี่ยนแปลงได้อย่างไรจากการมีส่วนร่วมของคุณ



"การออกแบบเพื่อการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นไม่ได้ ถ้าเราไม่รู้ว่าใครบ้างคือ "เรา"

เห็นการสร้างความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ โดย คุณปรีห์กมล จันทระนิจร ผู้ร่วมก่อตั้ง Ma:D Club พื้นที่สำหรับคนต้องการสร้างความปลอดภัยในสังคม ผู้บรรยายพิเศษ

หนึ่งในเป้าหมายสำคัญของการออกแบบเพื่อสังคมคือ ผลที่เกิดหรือการเปลี่ยนแปลงที่เห็นอย่างชัดเจน คุณปริทัศน์จึงช่วยแนะนำแต่ละทีมจากไอเดียตั้งต้น เพื่อช่วยให้ทุกโจทย์มีเป้าหมายที่ชัดเจนมากขึ้น ผ่านรูปแบบคำถามที่ช่วยพัฒนาไอเดียและหาความเข้าใจเชิงลึก (insight) ที่แท้จริง เช่น แต่ละทีมต้องการเปลี่ยนแปลงอะไร อาจเป็นพฤติกรรม ทักษะคิดต่อเรื่องสุขภาพหรือนิยามคำว่าสูงวัย รูปแบบการใช้ชีวิตในอนาคต ที่สำคัญคือ กลุ่มเป้าหมาย - ใคร คือสิ่งที่แต่ละทีมต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อรองรับ ผู้สูงวัยในวันนี้หรือคนรุ่นใหม่ที่จะกลายเป็นผู้สูงวัยในวันข้างหน้า

การออกแบบเพื่อสังคมจำเป็นต้องมีตัวชี้วัดที่ชัดเจน การพูดถึงผลเรื่องการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นสิ่งสำคัญ สิ่งที่เราออกแบบต้องลงตัวกับผลที่จะเกิดและกลุ่มเป้าหมายที่ทำงานด้วย ข้อมูลที่นำมาออกแบบต้องเป็นความเข้าใจเชิงลึก จริง ๆ ไม่ใช่แค่ภาพที่เรามองและตอบเอาเองแทนกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ

<http://www.tcdc.or.th/articles/others/28364/#DIP2017-Workshop-01-%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%9A%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1-%E0%B9%82%E0%B8%88%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B9%8C%E0%B9%83%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B9%88%E0%B8%97%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%98%E0%B8%B5%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94-%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-1->

4. งานกราฟิกพัฒนาสื่อสารการตลาด

5. [« Back to Result](#) | [List](#)

6. **คู่มือฉบับย่อสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ เมื่อคุณต้องการใช้งานนักออกแบบกราฟิก (Graphic Designer)**

7. เรื่อง : วิสัช สอดตระกูล



- 8.
9. งานออกแบบกราฟิกหรือเรขนิเทศศิลป์ (Graphic Design) คือ กระบวนการออกแบบเพื่อการสื่อสาร ที่ผสมศิลปะเข้ากับเทคโนโลยี ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ส่งผลให้การส่งสารดังกล่าวไปถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลสูงสุด องค์ประกอบที่ใช้ในการทำงานกราฟิกจะประกอบไปด้วยภาพและ/หรือตัวอักษรเป็นสำคัญ
10. ปัจจุบันงานออกแบบกราฟิกจัดเป็นงานบริการประเภทหนึ่งที่นักออกแบบให้บริการผ่านการให้คำแนะนำ หรือการรับจ้างผลิตงานออกแบบ โดยอาศัยทักษะ ทฤษฎี หลักการ และกระบวนการคิดในการออกแบบ มาช่วยแก้ปัญหาด้านการสื่อสารและการรับรู้ เช่น การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ รายงานประจำปี ตราสัญลักษณ์ สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงเว็บไซต์ บรรจุกฎเกณฑ์ และสื่อผสมทางอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ
11. ในภาวะที่ธุรกิจแข่งขันกันรุนแรงดังเช่นทุกวันนี้ การสื่อสารเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่อาจมองข้ามได้ หนึ่งในผู้ที่สามารถแสดงบทบาทช่วยให้องค์กรและตราสินค้าทำการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพก็คือ "นักออกแบบกราฟิก" นั่นเอง



12.

13. ประโยชน์ของการใช้งานหน้าออกแบบกราฟิก สามารถสรุปได้โดยสังเขปดังนี้
 1. ช่วยวางกรอบและเงื่อนไขของการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร หน้าออกแบบกราฟิกจะพิจารณาเลือกวิธีการสื่อสารและเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม เพื่อให้การสื่อสารทั้งหมดดำเนินไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ
 14. 2. ช่วยส่งเสริมการขายและการตลาด งานออกแบบกราฟิกที่ดีช่วยสร้าง/ปรับปรุงภาพลักษณ์ให้กับองค์กร สร้างความเชื่อมั่น และกระตุ้นพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคได้ โดยผ่านการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ กัน อาทิ การออกแบบเว็บไซต์ บรรจุภัณฑ์ ส่งพิมพ์โฆษณา ฯลฯ
 15. 3. มีส่วนช่วยในการตัดสินใจหรือให้ความคิดเห็นแก่ผู้ประกอบการ ในกรณีที่โครงการมีทิศทางหรือแนวปฏิบัติที่หลากหลายและไม่สามารถหาข้อสรุปได้ง่าย
16. ขั้นตอนในการคัดเลือกและว่าจ้างหน้าออกแบบกราฟิก
 1. ค้นหารายชื่อหน้าออกแบบหรือบริษัทออกแบบ พร้อมทั้งศึกษาลักษณะการให้บริการเบื้องต้น อาจเริ่มต้นจากที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) กรมส่งเสริมการส่งออก สมาคมนักออกแบบ หรือถามจากผู้ประกอบการที่เคยใช้บริการประเภทดังกล่าวมาก่อน
 2. เตรียมข้อมูลความต้องการ และรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับโครงการให้พร้อม เพื่อเป็นโจทย์ตั้งต้นให้กับนักออกแบบ
 3. เชิญนักออกแบบหรือบริษัทออกแบบที่สนใจเข้ามาแนะนำตัว โดยให้คำเนื่งถึงผลงานและประสบการณ์เป็นสำคัญ (อาจรวมถึงขนาด ศักยภาพ และความพร้อมในการทำงานด้วย)
 17. 4. นำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ และให้รอบการพิจารณาคัดเลือกที่ชัดเจนแก่นักออกแบบ โดยข้อมูลที่ผู้ประกอบการและนักออกแบบควรทำความเข้าใจร่วมกัน ณ จุดนี้คือ
 - รายละเอียดของสินค้าหรือบริการ รวมทั้งลักษณะเฉพาะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 - วิสัยทัศน์และขนาดของธุรกิจ
 - คู่แข่งที่ชัดเจนทั้งทางตรงและทางอ้อม
 - สาเหตุที่ธุรกิจต้องการความช่วยเหลือจากงานออกแบบ
 - สิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับการใช้นักออกแบบ
 - แรงบั้นดาลใจอื่นๆ
 5. จากนั้นจึงแจกแจงรายละเอียดโครงการให้กับนักออกแบบ (หรือที่เรียกว่า Brief)
18. การให้ Brief เป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เพราะนักออกแบบจำเป็นต้องใช้ข้อมูลและเงื่อนไขต่าง ๆ ใน Brief นี้เพื่อวางแผนและกลยุทธ์ในการทำงาน หาก Brief มีข้อผิดพลาดหรือขาดความชัดเจนแล้ว โอกาสที่ผลงานออกแบบจะออกมาดีตามคาดก็ไม่ใช่เรื่องง่าย
19. Brief ที่ดีควรมีองค์ประกอบหลักๆ ดังนี้
 - ประวัติ ที่มา และลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโดยคร่าว

- ที่มาและวัตถุประสงค์ของโครงการ
- เงื่อนไข ขอบเขต รวมถึงข้อจำกัดในการออกแบบ
- แนวคิดเบื้องต้นที่ต้องการจากงานออกแบบ
- เงื่อนไขหรือขอบเขตในลิขสิทธิ์ของงานออกแบบ
- รายละเอียดในการส่งมอบงาน
- งบประมาณ

20. 6. เชิญนักออกแบบเข้ามานำเสนอโครงการงานออกแบบ (ที่เรียกว่า Design Proposal)

7. พิจารณาเอกสารการนำเสนอโครงการงานออกแบบเป็นกรรม และคัดเลือกนักออกแบบโดยยึดกรอบการพิจารณาที่เคยให้ไว้

8. ทำความเข้าใจเป็นลายลักษณ์อักษรถึงข้อตกลง เงื่อนไขการทำงาน รวมทั้งค่าใช้จ่ายต่างๆ กับนักออกแบบหรือบริษัทออกแบบที่เลือกใช้

9. ทำสัญญาจ้างงาน

21. การคิดค่าบริการในงานออกแบบกราฟิก

อัตราค่าบริการสำหรับงานออกแบบกราฟิกนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง อาทิ ความสามารถ ชื่อเสียง ประสบการณ์ของนักออกแบบ ความยากง่าย และคุณค่าของงาน ฯลฯ โดยการประเมินราคาส่วนมากจะคำนวณจากองค์ประกอบหลายอย่างร่วมกัน ได้แก่

1. **ค่าออกแบบ** ซึ่งประเมินจากขั้นตอนการทำงาน รายละเอียด และความยากง่ายของตัวงานเป็นหลัก การประเมินราคาในส่วนนี้ทางนักออกแบบอาจนำเสนอเป็นราคาเดียวเพื่อความสะดวก หรือบางแห่งอาจทำราคาแยกให้เห็นเป็นขั้นๆ ก็ได้ ทั้งนี้แล้วแต่ระบบการจัดการของฝ่ายผู้ว่าจ้างและนักออกแบบด้วย

22. **2. ค่าดูแลการผลิต** ในบางกรณีนักออกแบบสามารถคิดค่าดูแลการผลิตเพิ่มเติมจากค่าออกแบบได้ ทั้งนี้เพราะมาตรฐานการผลิตระดับสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบงานพิมพ์นั้น เป็นเรื่องที่ต้องการความเชี่ยวชาญและมีรายละเอียดที่ซับซ้อน นักออกแบบกราฟิกส่วนมากจำเป็นต้องให้คำแนะนำเพิ่มเติมแก่ผู้ผลิตหรือโรงพิมพ์ เพื่อให้ทำการผลิตได้ตรงตามความต้องการอย่างแท้จริง รวมทั้งต้องเข้าไปดูแลงานผลิตที่บางครั้งอาจใช้เวลาเป็นวันหรือเป็นสัปดาห์ และอาจต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายหากเกิดข้อผิดพลาดขึ้นด้วย

23. **3. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง** อาทิ ค่าเดินทาง ค่าส่งเอกสาร ค่าที่พัก ค่าตรวจพิสูจน์อักษร (ถ้ามี)

24. **4. ค่าลิขสิทธิ์ในงานออกแบบ (Loyalty Fee)** นักออกแบบหรือบริษัทออกแบบบางแห่งอาจคิดค่าบริการเพิ่มเติมเป็นเปอร์เซ็นต์จากสิทธิหรือปริมาณการใช้งานออกแบบนั้นๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนการผลิต เงื่อนไข ประเภท และข้อตกลงอันเป็นที่ยอมรับของทั้งสองฝ่าย



25.

26. **4 ขั้นตอนการทำงานของนักออกแบบกราฟิกที่ดี**

1. Discover : ค้นและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวโน้มความเป็นไปได้ นักออกแบบจะเริ่มค้นหาแรงบันดาลใจจากข้อมูลเบื้องต้นใน brief รวมทั้งศึกษาตลาดการแข่งขัน สังเกตแนวโน้มความเปลี่ยนแปลง ทำความเข้าใจกลุ่มผู้ใช้เป้าหมาย ศึกษากรณีอ้างอิงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในเชิงการตลาด สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยี และการออกแบบ เพื่อพัฒนาแนวคิดในขั้นต่อไป

27. **2. Define :** ประมวลผลและพัฒนาแผนการทำงาน

ขั้นตอนนี้ นักออกแบบจะเข้าสู่กระบวนการกลั่นกรองความคิด หาคำตอบในวัตถุประสงค์ทางธุรกิจของลูกค้า รวมถึงวางแผนการทำงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต พร้อมทั้งทำความเข้าใจในแผนงานกับลูกค้าจนเป็นที่ยอมรับตรงกัน เช่น แนวคิดและแนวทางการออกแบบ (Mood & Tone) การบริหารจัดการเรื่องเวลา ทรัพยากรและการดำเนินงาน

28. **3. Develop :** พัฒนางานออกแบบ

นักออกแบบกราฟิกเริ่มลงมือทำงานเพื่อหาวิธีแก้ปัญหาที่ดีที่สุดให้กับโจทย์ของลูกค้า โดยผ่านกระบวนการดังต่อไปนี้

- เสนอแนวคิดต่างๆ ในการออกแบบ เช่น Mood, Tone, Format, Techniques
- เริ่มต้นออกแบบ เช่น การจัดหน้า Layout, การเลือกภาพ ตกแต่งภาพ จัดวางภาพ การเลือกและจัดวางตัวอักษร
- นำเสนอตัวอย่างเสมือนจริง (หรือ Mock-up) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของงาน
- เตรียมทำอาร์ตเวิร์ค (Artwork) สำหรับใช้ในกระบวนการพิมพ์
- ตรวจสอบและส่งมอบอาร์ตเวิร์ค เพื่อเตรียมเข้าสู่กระบวนการพิมพ์และผลิตต่อไป

29. **4. Deliver :** ผลงานออกแบบ

นางานออกแบบที่พัฒนาขึ้นแล้วเข้าสู่กระบวนการพิมพ์และผลิตจริง นักออกแบบต้องช่วยตรวจสอบคุณภาพความถูกต้อง ประสานงานให้กระบวนการผลิตดำเนินไปอย่างราบรื่น และ

ส่งมอบงานให้กับลูกค้า เช่น ช่วยดูแลการเลือกกระดาษพิมพ์ ดูความถูกต้องของสีหมึกพิมพ์ รวมถึงดูแลเรื่องสถานที่ส่งของด้วย

30. เกรดขีดข้อมูล : กรมส่งเสริมการส่งออก

<http://www.tcdc.or.th/articles/business-industrial/8810/#%E0%B8%84%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%89%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%AB%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88-%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%84%E0%B8%B8%E0%B8%93%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%83%E0%B8%8A%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%9F%E0%B8%B4%E0%B8%81-Graphic-Designer->

การปรับเปลี่ยนเนื้อหา

สารบัญ

	งานเก่า		งานใหม่
	บทที่1 ความรู้เบื้องต้นกับงานกราฟิกกับการออกแบบ บทที่2 ความรู้เบื้องต้นงานกราฟิกและคอมพิวเตอร์เพื่องานโฆษณา		บทที่ 1 ที่มา -มีอยู่บ้าง บทที่ 2 พื้นฐาน รวมบทที่4ส่วนประกอบงานกับการออกแบบทัศนศิลป์ สี ภาพ ข้อความ การจัดองค์

<p>บทที่3การออกแบบและการผลิตงานกราฟิกในงานโฆษณา</p> <p>บทที่4 ส่วนประกอบในการออกแบบงานกราฟิก</p> <p>บทที่ 5องค์ประกอบศิลป์กับการออกแบบงานกราฟิก</p> <p>บทที่ 6 การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกพื้นฐานในการตกแต่งภาพด้วยโปรแกรม Adobe Photoshop</p> <p>บทที่7โปรแกรมAdobe Illustrator การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกพื้นฐานในการวาดภาพด้วย</p> <p>บทที่8 การผลิตสื่อโฆษณาด้วยคอมพิวเตอร์ด้วยการวาด</p> <p>บทที่9 การผลิตสื่อโฆษณาด้วยคอมพิวเตอร์ด้วยการตกแต่งภาพ</p> <p>บทที่10การออกแบบกราฟิกกับการสื่อสารและพัฒนาสังคม</p>	<p>บทที่ 3 กระบวนการขั้นตอน การออกแบบผลิต มีอยู่บ้าง(รวบรวมข้อมูล_แนวคิด_ออกแบบ_ผลิต_การจัดวางเอานิตศิลป์มาใส่ ทั้งการจัดวางส่วนประกอบ</p> <p>บทที่4 แนวคิดทฤษฎี การสร้างสรรค์_หาเพิ่มเติมและการวัดผล กับการออกแบบกราฟิก</p> <p>บทที่5_การผลิตงานด้วยเทคนิค การวาด</p> <p>บทที่6 สื่อผสม คอม (แยกได้ตามเทคนิค</p> <p>บทที่7 ภาพถ่ายกับการออกแบบ</p> <p>บทที่8ตัวอักษร กับการออกแบบ</p> <p>บทที่9คอมกราฟิกตกแต่งภาพ</p> <p>3มีทุกอย่างควรรู้ มีสิ่งควรรู้กับการออกแบบรูปแบบ</p> <p>ส่วนประกอบ</p> <p>วิธีการออกแบบ</p> <p>4 ขั้นตอน</p> <p>5 กรณีศึกษา การออกแบบโปสเตอร์จากการตกแต่ง</p> <p>บทที่10 คอมกับการสร้างสรรค์การวาด ผลิตกราฟิกพื้นฐาน การใช้ลายเส้นรูปทรงสี การออกแบบลวดลายภาพประกอบ คาเร็กเตอร์ การ์ตูน</p> <p>บทที่11 การออกแบบกราฟิก กับการตัวตนทางการตลาด1 โลโก้2การออกแบบนามบัตร3 การออกแบบเอกสารสำนักงาน4 การนำโลโก้รูปแบบของที่ระลึก</p>
--	--

		<p>บทที่12 การพัฒนาสินค้าและบริการออกแบบด้วยงานกราฟิก1การเข้าใจการรับรู้ผู้คน 2การสื่อสารกับการรับรู้ 3 ทิศทางตลาดกับการออกแบบ 4 การออกแบบรูปแบบกับสินค้าบริการ 5 การออกแบบ โลโก้ ฉลาก บรรจุภัณฑ์ กับสินค้า</p> <p>บทที่13 การออกแบบกราฟิกในสื่อโฆษณาและส่งเสริมการขาย</p> <p>1รูปแบบประเภท</p> <p>2 แนวคิดการออกแบบสื่อ รับรู้จุดจำ พฤติกรรม</p> <p>3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กับการส่งเสริมการขาย</p> <p>4 การออกแบบออนไลน์ส่งเสริมการขาย</p> <p>5 การออกแบบสื่อกับพื้นที่ในการสื่อสาร</p> <p>บทที่14 การสร้างตัวตนผ่านงานกราฟิก</p> <p>1การสร้างตัวตนในสังคมผ่านสื่อกราฟิก</p> <p>การวาดภาพ</p> <p>การออกแบบสติทอาตร์</p> <p>การทำnft</p> <p>คาร์เร็กเตอร์</p> <p>15 กราฟิกกับการพัฒนาสังคมและชุมชน</p>
--	--	---

--	--	--	--

