

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินงานวิจัย เรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์วิถีชุมชนบางกอกน้อย โดยมีวัตถุประสงค์ต้องการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ ท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนบางกอกน้อยโดยจัดทำขึ้นมาเพื่อต้องการให้คนรุ่นใหม่สนใจและให้ความสำคัญภูมิปัญญาท้องถิ่นและต้องการให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น จากการรวบรวมและศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยนำเสนอตามลำดับดังนี้

2.1 ข้อมูลวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชนบางกอกน้อย

2.1.1 เขตบางกอกน้อย

2.1.2 ชุมชนบ้านบุ

- 1.) ภูมิปัญญาการทำชั้นลงหิน
- 2.) ตลาดไร่คาน 100ปี
- 3.) วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร
- 4.) ร้านยาสงวนโอสถ
- 5.) พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เขตบางกอกน้อย

2.1.3 ชุมชนตรอกข้าวเม่า

- 1.) พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นชุมชนตรอกข้าวเม่า

2.1.4 ชุมชนตรอกมะตูม

2.2 ศึกษาหลักการออกแบบ

2.2.1 ความหมายของการออกแบบงานกราฟิก

2.2.2 ความสำคัญของการออกแบบงานกราฟิก

2.2.3 ข้อมูลหลักการออกแบบ

2.2.4 การจัดองค์ประกอบของงานกราฟิก

2.2.5 หลักการใช้สี

2.2.6 การจัดองค์ประกอบภาพ

2.2.7 การจัดวางและการออกแบบตัวอักษร

2.3 ศึกษาหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

2.3.1 องค์ประกอบในสื่อประชาสัมพันธ์

2.3.2 ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

2.4 ศึกษาหลักการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

2.4.1 ความสำคัญและประวัติของสื่อสิ่งพิมพ์

2.4.2 ระบบกริดในการออกแบบทางการพิมพ์

2.4.3 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ

2.4.4 การออกแบบหนังสือ

2.5 ศึกษาการออกแบบตราสัญลักษณ์

2.5.1 ความสำคัญของตราสัญลักษณ์เพื่องานออกแบบ

2.5.2 การใช้ตราสัญลักษณ์ในงานออกแบบ

2.6 ศึกษาแผนที่สำหรับงานออกแบบ

2.6.1 ความหมายและองค์ประกอบของแผนที่

2.7 ศึกษาหลักการออกแบบกราฟิกบนสื่อออนไลน์

2.7.1 การใช้งานกราฟิกบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์

2.7.2 สื่อป้ายแบนเนอร์

2.7.3 เว็บไซต์

2.7.4 แอปพลิเคชัน

2.8 ศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคและบุคลิกภาพ

2.8.1 ความหมายผู้บริโภค

2.8.2 ประเภทพฤติกรรมผู้บริโภค

2.8.3 พฤติกรรมผู้บริโภคช่วงอายุ 20-25 ปี

2.1 ข้อมูลวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชนบางกอกน้อย

2.1.1 เขตบางกอกน้อย

เขตบางกอกน้อย เป็น 1 ใน 50 เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเขตกรุงธนเหนือ ซึ่งถือเป็นเขตอนุรักษ์เมืองเก่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมทางฝั่งธนบุรี โดยมีคำขวัญประจำเขตว่า "สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช งามล้ำตึกวัดระฆัง งามหลังตั้งอยู่ งามเรือพระราชพิธี สถานีรถไฟคลองใหญ่มีชื่อ เลื่องลือเครื่องลงหิน นามระบิลช่างหล่อ งามล่อวัดวา"

เขตบางกอกน้อยเดิมมีชื่อเรียกว่า อำเภอมรินทร์ เป็นอำเภอที่ 21 ใน 25 อำเภอชั้นในของพระนครตามประกาศกระทรวงนครบาลในปีพ.ศ. 2458 จากนั้นในปีพ.ศ. 2459 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว(รัชกาลที่6)โปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่ออำเภอมรินทร์เป็นอำเภอบางกอกน้อย (พร้อมกับเปลี่ยนชื่ออำเภอหงสาวดีเป็นอำเภอบางกอกใหญ่ เปลี่ยนชื่ออำเภอราชคฤห์เป็นอำเภอบางยี่เรือ และเปลี่ยนชื่ออำเภอบุปผารามเป็นอำเภอคลองสาน) เนื่องจากชื่อเดิมยังไม่เหมาะสมกับตำบลที่ตั้งอันเป็นหลักฐานโบราณ ในขณะนั้นอำเภอบางกอกน้อยมีเขตปกครองทั้งหมด 8 ตำบล มีตำบลบางอ้อ ตำบลบางพลัด ตำบลบางบำหรุ ตำบลบางยี่ขัน ตำบลบางขุนนนท์ ตำบลบางขุนศรี ตำบลศิริราช และตำบลบ้านช่างหล่อ

สภาพพื้นที่โดยทั่วไปของเขตบางกอกน้อยเป็นที่ราบลุ่ม มีคลอง และคูจำนวนมาก แขวงทั้ง 5 แขวงของเขตบางกอกน้อยอยู่ในค้ำลำน้ำเจ้าพระยาสายเก่า ในอดีตแม่น้ำเจ้าพระยาสายเดิมนั้นไหลคดเป็นรูปโค้งเกือกม้า (OXBOW LAKE) กล่าวคือ เมื่อแม่น้ำไหลมาจากทิศเหนือผ่านเขตจังหวัดนนทบุรีมาถึงสถานีรถไฟบางกอกน้อยและไหลไปทางทิศตะวันตกกลายเป็นคลองบางกอกน้อย จากนั้นเมื่อถึงบางระมาตน้ำไหลลงใต้กลายเป็นคลองบางระมาตมาถึงวัดนवलนรดิศ จากนั้นกลับมาทางทิศตะวันออกเป็นบางกอกใหญ่ เมื่อมาถึงวัดอรุณราชวรารามน้ำไหลลงไปทางทิศใต้จนออกทะเลที่ปากแม่น้ำ เพราะเหตุที่แม่น้ำเจ้าพระยาเดิมไหลคดเป็นรูปเกือกม้าจึงเป็นอุปสรรคสำคัญของการเดินเรือทำให้เสียเวลานาน ในสมัยสมเด็จพระไชยราชาธิราช (พ.ศ.2076–2089) แห่งกรุงศรีอยุธยาได้โปรดให้ขุดคลองลัดตรงหน้าตำหนักแพ (คือท่าราชวรดิษฐ์) เมื่อพ.ศ.2077และขุดเสร็จในปี พ.ศ.2080 ตั้งแต่คลองบางกอกน้อยไปถึงปากแม่น้ำเก่าตรงหน้าวัดอรุณราชวรารามเรียกว่า “คลองลัดบางกอก” เมื่อนานวันเข้ากระแสน้ำเจ้าพระยาที่เปลี่ยนทางเดินและพุ่งตรงเขาะตลิ่ง (บริเวณโรงพยาบาลศิริราชและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) ส่วนแม่น้ำเจ้าพระยาสายเดิมนั้นไหลอ่อนลง จึงตื้นเขินขึ้นกลายเป็นคลองบางกอกน้อยไหลลงมาเป็นคลองชักพระ ผ่านบางระมาต ตลิ่งชัน ทะลุคลองบางกอกใหญ่ น้ำไหลออกที่วัดอรุณราชวราราม

ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพในการทำสวนผลไม้เนื่องจากพื้นที่ในเขตบางกอกน้อยเป็นที่ราบลุ่มติดแม่น้ำลำคลอง การทำสวนผลไม้ได้สร้างชื่อเสียงให้แก่ชุมชนท้องถิ่นเป็นอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่นทุเรียนบางขุนนนท์ แต่ในปัจจุบันมีการใช้ที่ดินเพื่อปลูกที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น ทำให้พื้นที่ใช้ในการเกษตรจึงลดน้อยลงคงเหลืออยู่ในพื้นที่แขวงบางขุนนนท์ บางขุนศรี และบางบำหรุบางส่วนเท่านั้น พื้นที่ส่วนใหญ่กลายเป็นบ้านจัดสรรและบริเวณริมถนนสายต่างๆเป็นที่ตั้งของอาคารพาณิชย์ แต่เขตบางกอกน้อยก็ยังมีชื่อเสียงในด้านการเพาะพันธุ์ไม้ทั้งประเภทไม้ผลและไม้ประดับ แต่ชุมชนบางแห่งไม่ได้มีการทำสวนเนื่องจากอพยพมาจากต่างถิ่น ทำให้ไม่มีความรู้เรื่องการเกษตร ส่วนใหญ่จะสืบทอดภูมิปัญญามาจากบรรพบุรุษรุ่นก่อน เช่นการทำซันลงหินอยู่ในชุมชนบ้านบุ และการทำข้าวเม่า อยู่ในชุมชนตรอกข้าวเม่า เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 ภาพแผนที่ในเขตบางกอกน้อย
ที่มา th.wikipedia.org/wiki/เขตบางกอกน้อย

2.1.2 ชุมชนบ้านบุ

บ้านบุเป็นชุมชนที่มีขนาดเล็กชุมชนหนึ่งในเขตบางกอกน้อย ชุมชนบ้านบุตั้งอยู่บริเวณริมคลองบางกอกน้อยฝั่งใต้ ตั้งแต่บริเวณหลังสถานีรถไฟธนบุรียาวไปจนถึงบริเวณวัดสุวรรณาราม

วรวิหารหรือวัดทอง แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร โดยมีเนื้อที่ทั้งหมด 25 ไร่ และมีความยาวขนานไปกับลำคลองประมาณ 800 เมตร ในปัจจุบันสามารถเข้าถึงชุมชนได้ทั้งทางบกและทางน้ำ ทางบกเข้าได้ที่ ซอยจรัญสนิทวงศ์ 32 หรือซอยวัดสุวรรณารามฯ ตรงข้ามบางขุนนนท์ ส่วนทางน้ำ สามารถล่องเรือเข้ามาทางปากคลองบางกอกน้อยและขึ้นที่ท่าวัดสุวรรณารามฯหรือหน้าสำนักงานเขตบางกอกน้อย ชุมชนบ้านบุในอดีตตั้งอยู่ที่ย่านวังไชย กรุงเทพมหานครหรือชื่อของประเทศไทยปัจจุบันคาค่ายานวังไชยตั้งอยู่ที่ ถนนอุทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บรรพบุรุษของชาวชุมชนบ้านบุ เป็นชาวกรุงศรีอยุธยาที่อพยพมาตั้งถิ่นฐาน หลังจากเหตุการณ์การเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 ประมาณปีพ.ศ. 2310 เมื่อครั้งที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงสถาปนากรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงนั้น พระองค์พยายามสร้างเมืองใหม่ให้คล้ายกับกรุงศรีอยุธยา เพื่อฟื้นฟูขวัญกำลังใจให้กับชาวบ้าน หลังจากสภาพของบ้านเมืองในตอนนั้นอยู่ในสภาพที่น่าสลดใจเป็นอย่างมาก ส่วนชาวบ้าน ได้พยายามรวมกลุ่มประกอบอาชีพเดิมที่เคยทำในสมัยอยุธยา เช่น ชุมชนบ้านดอกไฟ รวมกลุ่มกันทำดอกไม้ไฟ ชุมชนบ้านช่างหล่อ รวมกลุ่มกันหล่อพระพุทธรูป ชุมชนบ้านขมิ้น รวมกลุ่มกันทำผงขมิ้น ชุมชนตรอกข้าวเม่า รวมกลุ่มกันทำข้าวเม่าและกวนกะละแม ชุมชนบ้านมะตูม รวมกลุ่มกันทำมะตูมตากแห้งและมะตูมเชื่อม เป็นต้น ในปัจจุบันเหลือเพียงบางชุมชนที่ยังยึดอาชีพเดิม หนึ่งในนั้นได้แก่ ชุมชนบ้านบุ ซึ่งประกอบอาชีพทำ “ชั้นลงหิน” ชาวชุมชนบ้านบุได้เลือกสถานที่ตั้งถิ่นฐานบริเวณนอกคูเมืองราชธานีหรือบริเวณปากคลองบางกอกน้อยในปัจจุบัน โดยมีวัดสุวรรณารามวรวิหารหรือวัดทองและวัดอมรินทรารามวรวิหารหรือวัดบางหว้าเป็นศูนย์กลางของชุมชน โดยชาวบ้านบุจะใช้แพในการอพยพเคลื่อนย้าย ในระยะแรก ๆ ชาวบ้านนิยมอาศัยอยู่บนแพ และสร้างเป็นที่พักอาศัยถาวรในเวลาต่อมา

ชั้นลงหินบ้านบุ เป็นมรดกทางภูมิปัญญาของชาติ ที่บรรพบุรุษไทยถ่ายทอดจากกลุ่มคนรุ่นหนึ่งไปสู่กลุ่มคนอีกรุ่นหนึ่ง ชุมชนบ้านบุเป็นชุมชนเก่าแก่เล็กๆแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร มีที่ตั้งอยู่ปากคลองบางกอกน้อยฝั่งธนบุรีใกล้วัดสุวรรณารามฯ หรือวัดทอง ชาวบ้านบุอพยพมาจากกรุงศรีอยุธยาเมื่อคราวเสียกรุงครั้งที่ 2 และได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นคือการทำชั้นลงหินหรือชั้นบุมาด้วย ชั้นลงหินเป็นภาชนะสำหรับใส่อาหารและน้ำที่ใช้แพร่หลายในสังคมไทยสมัยอยุธยา

1.) ภูมิปัญญาการทำชั้นลงหิน

ชั้นลงหินบ้านบุเป็นมรดกทางภูมิปัญญาของชาติ ที่บรรพบุรุษไทยถ่ายทอดจากกลุ่มคนรุ่นหนึ่งไปสู่กลุ่มคนอีกรุ่นหนึ่ง ชาวชุมชนบ้านบุอพยพมาจากกรุงศรีอยุธยาเมื่อคราวเสียกรุงครั้งที่ 2 ปี พ.ศ.2310 และได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นคือการทำชั้นลงหินหรือชั้นบุ ชั้นลงหินเป็นภาชนะสำหรับใส่อาหารและน้ำที่ใช้แพร่หลายในสังคมไทยสมัยอยุธยา ภาชนะชั้นลงหินในสมัยก่อนถือว่าเป็นภาชนะของคนที่มีฐานะเช่น ข้าราชการ เจ้านาย และพระสงฆ์ คนสามัญชนธรรมดาไม่ใช้ชั้นลงหิน ปัจจุบัน

ชุมชนบ้านบุเป็นแหล่งทำชันลงหินเพียงแห่งเดียวที่เหลืออยู่ในประเทศไทย เนื่องจากผู้คนในสมัยนี้ขาดความสนใจในภูมิปัญญาไทย มุ่งรับและให้สนใจความภูมิปัญญาของต่างชาติ เพราะเหตุนี้จึงทำให้ผู้คนรู้จักภูมิปัญญาการทำชันลงหินบ้านบุน้อยลง

ชันลงหินบ้านบุ เจียมแสงสัจจา เป็นแหล่งทำชันลงหินเพียงแห่งเดียวที่เหลืออยู่ในประเทศไทยและสืบเชื้อสายถ่ายทอดวิชาช่างบุต่อเนื่องกันมาหลายชั่วอายุคน การทำชันบุของชาวบ้านบุใช้ทองสัมฤทธิ์ คือโลหะผสมระหว่างทองแดงกับดีบุกเป็นวัตถุดิบ บางครั้งจึงเรียกว่า “เครื่องสัมฤทธิ์” การนำทองสัมฤทธิ์มาตีแผ่ขึ้นรูปเป็นภาชนะ คือการช่างที่เรียกว่าการบุ การทำชันลงหินถือเป็นหัตถกรรมในครัวเรือน ช่างฝีมือชาวบ้านบุจะทำงานเป็นช่างอิสระตามบ้านหรือเป็นช่างให้กับโรงงานขนาดใหญ่ การทำงานมักแบ่งงานกันไปตามขั้นตอนการผลิตและฝีมือแรงงาน โดยฝ่ายชายจะทำงานหน้าเตา เป็นช่างหลอม ช่างแผ่ และช่างตี ซึ่งเป็นงานหนักและใช้ความเชี่ยวชาญสูง ต้องทำงานอยู่กับเตาร้อนๆทั้งวัน ส่วนฝ่ายหญิงจึงรับหน้าที่เป็นช่างลาย ช่างตะไบ และช่างกลึง



ภาพที่ 2.2 ภาพชันลงหิน

ที่มา : http://livingculturalsites.com/index_20_04.html

2.) ตลาดไร่คาน 100ปี

ตลาดไร่คาน เรียกอีกชื่อว่า ตลาดวัดทอง แต่นักท่องเที่ยวจะคุ้นเคยกับตลาดไร่คานมากกว่าตลาดวัดทอง ตลาดอยู่หลังสำนักงานเขตบางกอกน้อยใกล้กับวัดสุวรรณาราม ตลาดแห่งนี้มีอายุประมาณร้อยปี รูปแบบสถาปัตยกรรมของตัวตลาดที่สร้างด้วยไม้เป็นอาคารโถงขนาดใหญ่ มีเพียงเสารอบและโครงหลังคาไม้รองรับน้ำหนัก โดยไม่ต้องอาศัยคานและเสากลาง ตลาดแห่งนี้จึงมีอีกชื่อหนึ่งว่า “ตลาดไร่คาน” และเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือร่วมใจของชาวบ้านบุ

และเครือข่ายต่างๆ ที่มุ่งหวังอยาก จะเห็นการฟื้นฟูวิถีชีวิตชุมชนเก่าแก่และวัฒนธรรมชุมชนเอาไว้ ภายในนั้นเต็มไปด้วยร้านค้าที่จำหน่ายอาหารคาว-หวาน รวมไปถึงขนมตำรับโบราณหาที่หาทานยาก ในปัจจุบันนี้ เช่น ขนมเรไร, ขนมเบื้องญวน เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 ภาพตลาดไร่คาน

ที่มา : <https://travel.kapook.com/view158680.html>

3.) วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร

วัดสุวรรณาราม เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดราชวรวิหาร วัดแห่งนี้สร้างขึ้นมาตั้งแต่ สมัยกรุงศรีอยุธยา และถือเป็นวัดที่มีประวัติศาสตร์ที่สำคัญเกี่ยวเนื่องมาตั้งแต่ยุคกรุงธนบุรี มาจนถึง ยุครัตนโกสินทร์ ภายในพระอุโบสถของวัดแห่งนี้มีภาพเขียนจิตรกรรมฝาผนังที่งดงามมาก โดยเป็นฝีมือของจิตรกรที่มีชื่อเสียงในสมัยรัชกาลที่ 3 ภายในพระอุโบสถประดิษฐานพระประธาน “หลวงพ่อบุญรอด” พระพุทธรูปหล่อปางมารวิชัย ศิลปะในยุคลสุโขทัย เป็นพระพุทธรูปที่สง่างาม และมีทรวดทรงอ่อนช้อยงดงาม เป็นที่เคารพสักการะของชาวบ้านมาหลายชั่วอายุคน สันนิษฐานว่าได้มีการอัญเชิญมาจากสุโขทัยเมื่อครั้งรัชกาลที่ 1 เนื่องจากหลวงพ่อบุญรอดนั้นเป็นฝีมือช่างเดียวกันกับที่หล่อพระศรีศากยมุนี ที่วัดสุทัศน์คนที่ได้มาบนบาน ส่วนใหญ่มักจะประสบความสำเร็จและต้องกลับมาแก้บน แต่เรื่องราวของการแก้บนที่นี้แปลกกว่าที่อื่น เนื่องจากที่วัดสุวรรณารามแห่งนี้ แก้บนด้วยการ “วิ่งม้า” ซึ่งทั้งนี้ก็เนื่องมาจากความเคารพศรัทธาที่ชาวบ้านมีต่อองค์หลวงพ่อบุญรอด ทำให้นิยมมาบนบานศาลกล่าวในเรื่องต่างๆมากมาย โดยเฉพาะในเรื่องการงาน การค้าขาย และการบนบานเพื่อไม่ให้ถูกเกณฑ์ทหาร และจะมีข้อห้ามไม่ให้พูดคำว่า “ขอ” เป็นอันขาดตามความเชื่อของชาวบ้านผู้ที่อาศัยอยู่ใน

บริเวณใกล้วัดสุวรรณาราม และหากมาบนบานหลวงพ่อบุญรอดไว้ต้องมาแก้บน แต่หลวงพ่อบุญรอดไม่ขึ้นขอบแก้บนด้วยดนตรี ละคร หรือการละเล่นอื่นๆ แต่ขึ้นขอบให้แก้บนด้วย 3 วิธี คือ การบนเซกหัวตัวเอง บนตุ๊กตาล้มลุก และบนวังม้อ ถือได้ว่าการแก้บนนี้เป็นเอกลักษณ์ของวัดสุวรรณารามที่ไม่มีที่ใดเหมือน และเป็นความเชื่อของชาวบ้านบุที่ยังได้รับการสืบทอดและปฏิบัติกันมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน



ภาพที่ 2.4 ภาพวัดสุวรรณาราม

ที่มา : <https://travel.kapook.com/250.html>

4.) ร้านยาสงวนโอสถ

ร้านสงวนโอสถ ร้านขายยาโบราณอายุกว่า 80 ปี ของนายสงวน เหล่าตระกูล หรือหมอหงวน ที่มีความเชี่ยวชาญในการปรุงยาและเอื้อเพื่อต่อสังคม หมอหงวนติดตามพ่อเข้ามาค้าขายอยู่ที่หน้าแพวัดทอง ต่อขยับขยายร้านค้ามาอยู่ข้างหลังตลาดวัดทอง และมีโอกาสเรียนรู้ยาไทยและสอบวิชาแพทย์แผนโบราณของกระทรวงสาธารณสุขได้ใบประกอบวิชาศิลป์ จากนั้นเปิดร้านขายยาแผนโบราณ โดยมีชื่อว่าร้าน“สงวนโอสถ”

หมอหงวน มีความสามารถและเชี่ยวชาญในการปรุงยา คิดสูตรและตำรายาด้วยตนเองและรักษาผู้ป่วยในชุมชน เมื่อท่านเสียชีวิตบุตรชายคือ “หมอแดง” หรือ นายนิพันธ์ เหล่าตระกูลจึงได้สืบสานภูมิปัญญานี้ ปัจจุบันการสืบสานภูมิปัญญาร้านยาแผนโบราณ ตกทอดมาจนถึงรุ่นหลาน คือ นางกรภัทร เหล่าตระกูล และ นางสาวสุมณฑา เหล่าตระกูล ยาไทยแผนโบราณมีชื่อเสียงของร้านสงวนโอสถ ได้แก่ ยาหอมอินทจักรมีสรรพคุณบำรุงหัวใจแก้วิงเวียนศีรษะและอาการอ่อนเพลีย ยานิล

โอสถ ยาเขียวหอม ยาหอมสมมิตรกุมารน้อย และยาแก้ไข้ที่ประคุด แม่ยุคสมัยและวิวัฒนาการทางการแพทย์จะก้าวหน้า แต่ร้านยาสงวนโอสถยังคงเป็นสถานที่คนในชุมชนเชื่อมั่นในคุณภาพ



ภาพที่ 2.5 ภาพร้านยาสงวนโอสถ

ที่มา : <http://oknation.nationtv.tv/blog/winsstars/2012/06/28/entry-1>

5.) พิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นบางกอกน้อย

พิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร ก่อตั้งโดยสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว เริ่มดำเนินโครงการพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 โดยจัดตั้งพิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการศึกษารวบรวมข้อมูล วัตถุสิ่งของ และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยทำการเชื่อมโยงให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ วิถีชีวิตของกลุ่มคนในชุมชน สังคม ประเพณีวัฒนธรรม ระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นนั้น แสดงให้เห็นถึงการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงระหว่างท้องถิ่น หรือสังคมนอกข้างตามปัจจัย และบริบททางสังคมของแต่ละท้องถิ่น พิพิธภัณฑท์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเขตบางกอกน้อย ตั้งอยู่ในโรงเรียนสุวรรณารามวิทยาคม ภายในพิพิธภัณฑท์จัดแสดงคุณค่าของเขตเมืองเก่า ที่มีประวัติศาสตร์อันน่าจดจำเป็นอย่างยิ่ง มีทั้งภาพถ่ายรูปทรงจำลองทั้งขนาดเล็กและใหญ่ บอกเล่าประวัติศาสตร์อันมีคุณค่า ย้อนหลังถึงสภาพทางกายภาพของผืนแผ่นดิน ทั้งสมัยอยุธยาตั้งแต่หลังการขุดคูคลองลัดเข้ากรุงศรีอยุธยา ประวัติความเป็นมาของชื่อบางกอก จุดหนึ่งที่โดดเด่นและได้จัดแสดงไว้คือสภาพทางภูมิศาสตร์อันตั้งอยู่บนที่ดอนตะกอนปากแม่น้ำ ดินที่อุดมสมบูรณ์ของชุมชนบางกอกน้อยนี้ จึงทำให้การปลูกพืชผักนานาพันธุ์นั้นเจริญงอกงาม ชุมชนชาวสวนและภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงได้กำเนิดตามมา เช่น การทำสวนแบบยกร่อง บอกเล่าเรื่องกรุงธนบุรีเมื่อครั้งสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้ทรงกู้ชาติสำเร็จได้จึงเกิดการอพยพที่อยู่เพื่อมาตั้งถิ่นฐานของกรุงธนบุรี แล้วชุมชน

ฝั่งตะวันตกยังคงความสำคัญในฐานะแหล่งเสปียงผลผลิตทางเกษตรและชุมชนช่างฝีมือแขนงต่างๆที่ สืบทอดถึงทุกวันนี้ บ้านช่างหล่อ บ้านบุ บ้านมะตูม บ้านข้าวเม่า ชุมชนบ้านขนม



ภาพที่ 2.6 ภาพพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น กรุงเทพมหานครเขตบางกอกน้อย

ที่มา : <http://www.artbangkok.com/?p=8404>

2.1.3 ชุมชนตรอกข้าวเม่า

ชุมชนตรอกข้าวเม่า เป็นชุมชนแออัดอยู่ในซอยอิสรภาพ 47-49 ปัจจุบันอาศัยอยู่ประมาณ 450ครัวเรือน บรรพบุรุษของชาวชุมชนตรอกข้าวเม่าสรรนิฐานว่าเป็นชาวกรุงศรีอยุธยาที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่บางกอกน้อย โดยคาดว่าเริ่มอพยพมาในช่วงหลังจากเหตุการณ์การเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 ประมาณปี พ.ศ. 2310 ชุมชนตรอกข้าวเม่ามีจุดเด่นเฉพาะตัวคือ เรื่องของการทำอาหารที่มาจากข้าวเม่าเนื่องจากเคยทำนามาก่อนเลยทำให้ยังคงสืบทอดวิถีชีวิตความเป็นอยู่มาด้วย ยกตัวอย่างของทานเล่นที่ขึ้นชื่อของชุมชนตรอกข้าวเม่าเช่น กระจยาสารท ข้าวเม่าหมี เป็นต้น ซึ่งการประกอบอาหารเหล่านี้ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น จนกลายนำมาเป็นชื่อชุมชนเรียกว่า"ตรอกข้าวเม่า" แต่ในปัจจุบันได้จดทะเบียนกับกรุงเทพมหานครภายหลังต่อมาจึงได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นชุมชนตรอกข้าวเม่าแทน

ที่มาของชุมชนตรอกข้าวเม่ามาจากครั้งหนึ่งข้าวเม่าเคยถูกนำมาใช้เป็นเสปียงของกองทัพสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เนื่องจากเก็บได้นานเมื่อต้องการรับประทานเพียงพรมน้ำให้เนื้อข้าวนิ่มสามารถช่วยประทังความหิวได้ ต่อมาได้อพยพมาในสมัยกรุงธนบุรี และตั้งถิ่นฐานอาศัยอยู่ในเขตบางกอกน้อย เดิมทีเขตบางกอกน้อยทำสวนผักผลไม้ ทำให้ชาวบ้านที่อพยพมาไม่มีความรู้เรื่องการทำสวน จึงยึดถือวิถีชีวิตดั้งเดิมของตนเอง คือการทำข้าวเม่า จนชาวบ้านบริเวณใกล้เคียงเรียกชุมชนแห่งนี้ว่า บ้านข้าวเม่า ด้วยกรรมวิธีในการทำข้าวเม่ามีขั้นตอนที่เต็มไปด้วยความประณีต และใช้เวลานาน

ในการทำจึงทำให้ปัจจุบันการทำข้าวเม่าเหลือผู้สืบทอดอยู่เพียงรายเดียวในชุมชนเนื่องจากหากำลังคนและยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้คนสนใจค่านิยมตะวันตกที่มีเข้ามาบดทาบในการใช้ชีวิตมากขึ้น ทั้งการอุปโภคและบริโภคจนทำให้ข้าวเม่าถูกลืมไปตามกาลเวลาเอกลักษณ์ข้าวเม่าของชุมชนนี้คือ ขนมที่ทำจากข้าวเม่า ได้แก่ข้าวเม่าราง และข้าวเม่าหมี ข้าวรางคือข้าวเม่าที่คั่วจนพอง ส่วนข้าวหมีคือการนำข้าวเม่ารางมาคลุกกับกุ้งแห้งทอด เต้าหู้ทอด ถั่วลิสง กระเทียม ปุ้งรสด้วยน้ำตาล น้ำปลา และพริกไทย ในอดีตข้าวเม่าหมีถือว่าเป็นอาหารว่างสำหรับคนในชุมชนที่ทำไว้ให้เด็กทาน ที่นี่ยังขึ้นชื่อเรื่องการทำผลไม้กวนและขนมตามเทศกาลได้แก่กาละแมร์ ขนมกระยาสารท และข้าวเหนียวแดง เนื่องจากในสมัยก่อนมีชาวมอญอพยพเข้ามาอาศัยในชุมชนและได้มีการเผยแพร่ภูมิปัญญาการ



ภาพที่ 2.7 ภาพข้าวเม่าราง

ที่มา : <http://serithaitour.com/blog-post>

1.) พิพิธภัณฑที่ท้องถิ่นชุมชนตรอกข้าวเม่า

พิพิธภัณฑที่ชุมชนตรอกข้าวเม่า ตั้งอยู่ภายในวัดสุทธาวาส ถนนอิสราภาพใกล้บริเวณสถานีรถไฟ จุดประสงค์ในการก่อตั้งพิพิธภัณฑที่ขึ้นมาเนื่องจาก ต้องการนำวิถีชีวิต ภูมิปัญญาและประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของชุมชนตรอกข้าวเม่า เพื่อให้คนรุ่นหลังและเด็กในชุมชนทราบความเป็นวิถีชีวิตคนในชุมชน ภายในพิพิธภัณฑที่จัดแสดงด้วยกันทั้งหมด 4 โซน อุปกรณ์และข้าวของเครื่องใช้ที่อยู่ในพิพิธภัณฑที่เป็นของที่คนในชุมชนนำมาบริจาค เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์

บริเวณที่1 เป็นที่ของพระพุทธศาสนา เนื่องจากชุมชนแห่งนี้ตั้งขึ้นมาพร้อมกับวัดสุทธาวาส ทำให้ชาวบ้านมีความผูกพันและเคารพ เป็นสถานที่ที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ มีการเก็บรวบรวมวัตถุโบราณที่สิ่งของที่หลงเหลืออยู่ เพื่อปลูกจิตสำนึกให้รักและหวงแหนสิ่งที่คนในอดีตสร้างขึ้นมา

บริเวณที่2 หลักฐานและความเป็นมาอาชีพของคนในชุมชน ชุมชนตรอกข้าวเม่าได้อพยพมา สมัยกรุงธนบุรี ตั้งถิ่นฐานอาศัยอยู่ในเขตบางกอกน้อย เดิมทีเขตบางกอกน้อยทำสวนผักผลไม้ ทำให้ชาวบ้านที่อพยพมาไม่มีความรู้เรื่องการทำสวน จึงยึดถือวิถีชีวิตดั้งเดิมของตนเองนั่นคือการทำข้าวเม่า และยังมีการนำเสนออุปกรณ์การทำข้าวเม่าที่คนในชุมชนนำมาบริจาค เช่นครกกระเดื่อง อีกทั้งยังบอกข้อมูลขั้นตอนกรรมวิธีในการทำข้าวเม่าแบบดั้งเดิม โดยการนำน้ำมาแช่ข้าวเปลือกทิ้งไว้ 1 คืน สามารถใช้ได้ทั้งข้าวเจ้า และข้าวเหนียว แต่นิยมใช้ข้าวเหนียวเนื่องจากเวลานำมาตำเม็ดจะสายน่ารับประทานกว่าข้าวเจ้าที่เม็ดหักง่าย จากนั้นแยกข้าวฟ่อออกและนำข้าวไปคั่วในกระทะให้สุก จากนั้นนำมาใส่ครกตำจนทั่ว ขั้นตอนสุดท้ายคือการนำข้าวที่ได้จากการตำแล้วมาใส่กระตังผัดเอาข้าวเปลือกออกจะได้ข้าวที่แบน กลายเป็นข้าวเม่า ซึ่งคำว่าเม่าคนไทยยืมภาษาเขมรมาใช้แปลว่าแบน ข้าวเม่าก็คือข้าวที่แบน นอกจากนี้ยังมีการสาธิตทำข้าวหมักให้ชม

บริเวณที่3 อุปกรณ์งานช่าง ชุมชนตรอกข้าวเม่าตั้งอยู่ในอำเภอช่างหล่อ ซึ่งนอกจากการทำข้าวเม่า งานช่างฝีมือเป็นอีกอย่างที่ขึ้นชื่อของคนในชุมชน ภายในมีการนำเสนอการทำงานช่างฝีมือในอดีตว่าที่มาและขั้นตอนการทำอย่างไร อุปกรณ์เป็นอยู่พิพิภภัณฑ์เป็นของจริงที่ชาวบ้านนำมาบริจาค จุดเด่นของบริเวณนี้คือ ของที่นำมาบริจาคทุกชิ้นผู้บริจาคจะต้องเป็นคนเขียนประวัติความเป็นมาของอุปกรณ์มาด้วยตนเอง ทำให้อุปกรณ์ทุกชิ้นมีคุณค่าและมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มากมาย

บริเวณที่4 สังคมของคนในชุมชน เรื่องราวของคนในชุมชนเกี่ยวกับวิถีชีวิตการดำรงชีพตั้งแต่ในสมัยอดีตจึงได้ข้อสรุปว่า ในอดีตคนในชุมชนตรอกข้าวเม่าผู้ชายส่วนใหญ่ทำงานเป็นข้าราชการในวังมียศเป็นขุนนาง ส่วนผู้หญิงมีอาชีพเป็นแม่บ้าน และค้าขายดำรงชีพด้วยการทำข้าวเม่า ผลไม้กวนและขนมตามเทศกาล และมีการจัดตกแต่งให้บริเวณนี้เป็นเหมือนบ้านของคนในสมัยอดีตข้าวของเครื่องใช้



ภาพที่ 2.8 ภาพอุปกรณ์การทำข้าวเม่า

ที่มา : <http://serithaitour.com/blog-post>

2.1.4 ชุมชนตรอกมะตูม

ตรอกมะตูมตั้งอยู่ใน บริเวณสวนอนันต์ซึ่งเคยเป็นที่ตั้งวังที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าอยู่หัวเมื่อครั้งยังดำรงพระอิสริยยศสมเด็จพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าฯ กรมขุนพิษณุพงษ์ประชานาถ เจ้าจอมมารดาแพ ในอดีตชาวบ้านแห่งนี้ มีอาชีพเชื่อมเปลือกส้มนำส่งขายที่ทำเทียน ต่อมาเปลี่ยนมาเป็นการเชื่อมมะตูมเป็นหลัก ในอดีตมีบ้านทำมะตูมเชื่อมเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันเหลือเพียง 2-3 หลัง มะตูมถือเป็นผลไม้ที่มีคุณประโยชน์ ผลสุกมีสรรพคุณเป็นยาระบายอ่อนๆ และช่วยย่อยอาหารได้ดี เนื่องจากมะตูมเป็นผลไม้เปลือกแข็งและออกลูกมาก ทำให้ชาวบ้านต้องใช้วิธีนอมอาหารโดยการเชื่อม โดยผลมะตูมจะนำมาจากจังหวัดพิจิตรช่วงระหว่าง เดือนกรกฎาคม-มีนาคม เป็นช่วงระยะที่ผลมะตูมกำลังได้ที่ เหมาะสำหรับการนำไปทำเป็นมะตูมเชื่อม โดยที่ตรอกมะตูมจะคัดมะตูมคุณภาพดี และคว้านเนื้อมะตูม เพื่อแกะเมล็ดออกด้วยความประณีต นำไปแช่ในน้ำปูนใส ทำการเชื่อมใช้เวลาหลายชั่วโมง ใช้เทคนิคการคุมไฟให้เหมาะสม เป็นสิ่งที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต



ภาพที่ 2.9 ภาพมะตูมเชื่อม

ที่มา : <http://livingculturalsites.com/205>

2.2 ศึกษาหลักการออกแบบ

2.2.1 ความหมายของการออกแบบงานกราฟิก

งานกราฟิกเป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทยิ่งต่อการออกแบบและกระบวนการผลิตสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อที่ต้องการการสัมผัสรับรู้ด้วยตา ได้แก่ หนังสือ นิตยสาร วารสาร แผ่นป้ายบรรจุภัณฑ์ แผ่นพับ แผ่นปลิว โทรทัศน์ โฆษณา ภาพยนตร์ ฯลฯ นักออกแบบจะใช้วิธีการทางศิลปะและวิธีการทางการออกแบบร่วมกันสร้างรูปแบบสื่อ เพื่อให้เกิดศักยภาพสูงสุดในการที่จะเป็นตัวกลางในการสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารวิธีการออกแบบและวิธีแก้ปัญหาการออกแบบ โดยการนำเอารูปภาพประกอบ ภาพถ่าย สัญลักษณ์ รูปแบบ ขนาดตัวอักษร มาจัดวางเพื่อให้เกิดการนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจน เกิดผลดีต่อกระบวนการสื่อความหมาย ความหมายของการออกแบบกราฟิกเป็นลักษณะของการออกแบบพื้นผิว 2 มิติ เพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับถ่ายทอดข้อความ ความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เพื่อให้เข้าใจและรู้เรื่องโดยใช้ประสาทตาในการรับรู้ เป็นส่วนใหญ่ งานกราฟิกมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก สิ่งที่เรามองเห็นด้วยตาจะโน้มน้าวจิตใจได้ดีกว่าการรับรู้ประเภทอื่น งานกราฟิกที่ดีต้องขึ้นอยู่กับการออกแบบที่ดีด้วย นับตั้งแต่หลักการเบื้องต้นของศิลปะ รวมถึงการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ในการผลิตวัสดุกราฟิก นอกจากนี้ยังต้องมีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งจะสามารถนำมาใช้ในการออกแบบกราฟิกด้วย เพื่อที่จะสามารถพัฒนางานออกแบบให้ทันยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและกราฟิกประกอบด้วย

1.) ภาพบิตแมพ (Bitmap) เป็นภาพที่มีการเก็บข้อมูลแบบพิกเซลหรือจุดเล็กๆ ที่แสดงค่าสี ดังนั้นภาพหนึ่งภาพ จึงเกิดจากจุดเล็กๆ หลายจุดประกอบกัน (คล้ายกับการปักผ้าครอสติก) ทำให้รูปภาพแต่ละรูป เก็บข้อมูลจำนวนมาก เมื่อนำมาใช้ จึงมีเทคนิคการบีบอัดข้อมูล พอร์แมตของภาพบิตแมพ ที่รู้จักกันดี ได้แก่ .BMP, .PCX, .GIF, .JPG, .TIF

2.) ภาพเวกเตอร์ (Vector) เป็นภาพที่สร้างด้วยส่วนประกอบของเส้นลักษณะต่างๆ และคุณสมบัติเกี่ยวกับสีของเส้นนั้นๆ ซึ่งสร้างจากการคำนวณทางคณิตศาสตร์ เช่น ภาพของคน ก็จะถูกสร้างด้วยจุดของเส้นหลายๆ จุด เป็นลักษณะของโครงร่าง (Outline) และสีของคนก็เกิดจากสีของเส้นโครงร่างนั้นๆ กับพื้นที่ผิวภายในนั่นเอง เมื่อมีการแก้ไขภาพ ก็จะเป็นการแก้ไขคุณสมบัติของเส้น ทำให้ภาพไม่สูญเสียความละเอียด เมื่อมีการขยายภาพนั่นเอง ภาพแบบ Vector ที่หลายๆ ท่าน

คุ้นเคยก็คือ ภาพ .wmf ซึ่งเป็น clipart ของ Microsoft Office นั่นเอง นอกจากนี้คุณจะสามารถพบภาพฟอร์แมตนี้ได้กับภาพในโปรแกรม Adobe Illustrator หรือ Macromedia Freehand

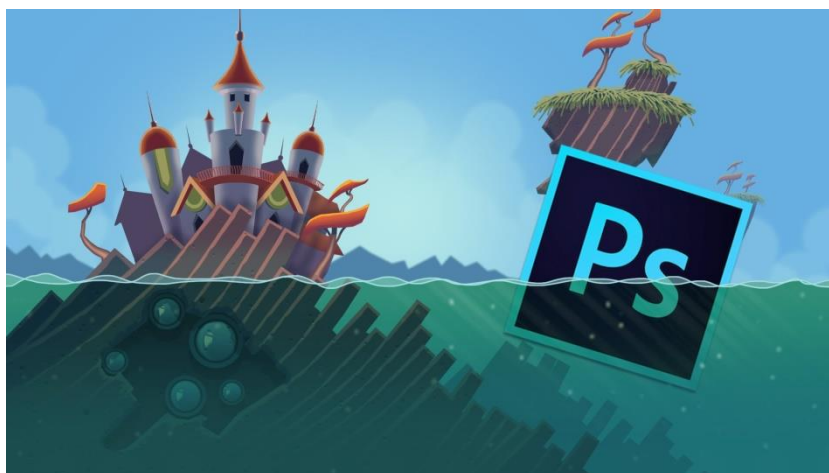
3.) คลิปอาร์ต (Clipart) เป็นรูปแบบของการจัดเก็บภาพ จำนวนมากๆ ในลักษณะของตารางภาพ หรือห้องสมุดภาพ หรือคลังภาพ เพื่อให้เรียกใช้ สืบค้น ได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว

4.) HyperPicture มักจะเป็นภาพชนิดพิเศษ ที่พบได้บนสื่อมัลติมีเดีย มีความสามารถเชื่อมโยงไปยังเนื้อหา หรือรายละเอียดอื่นๆ มีการกระทำ เช่นคลิก (Click) หรือเอาเมาส์มาวางไว้เหนือตำแหน่งที่ระบุ (Over)

คอมพิวเตอร์กราฟิก หมายถึง การสร้าง การตกแต่งแก้ไข หรือการจัดการเกี่ยวกับรูปภาพ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการจัดการ ยกตัวอย่างเช่น การทำ Image Retouching ภาพคนแก่ให้มีวัยที่เด็กขึ้น การสร้างภาพตามจินตนาการ และการใช้ภาพกราฟิกในการนำเสนอข้อมูลต่างๆ เพื่อให้สามารถสื่อความหมายได้ตรงตามกับผู้สื่อสาร ต้องการและน่าสนใจยิ่งขึ้นด้วยกราฟ แผนภูมิ แผนภาพ เป็นต้น ภาพกราฟิกแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

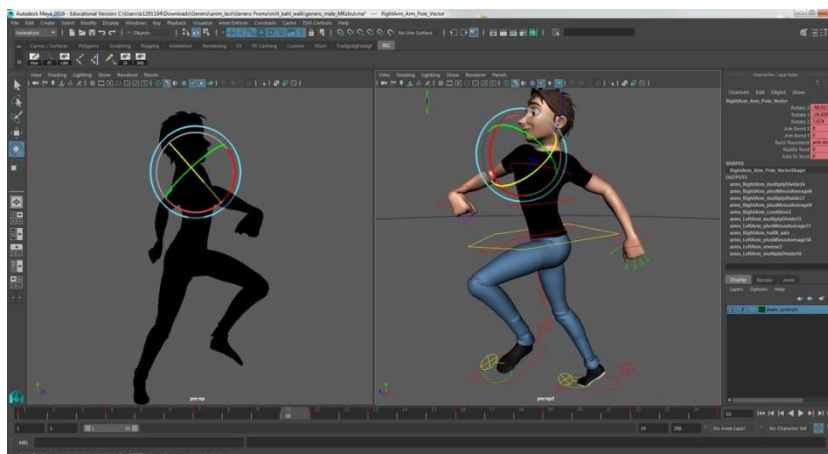
- 1.) กราฟิกแบบ 2 มิติ เช่น ภาพถ่าย รูปวาด ภาพลายเส้น รวมถึงการ์ตูน ในโทรทัศน์
- 2.) กราฟิกแบบ 3 มิติ คือการใช้โปรแกรมสร้างภาพ เช่น โปรแกรม 3Ds Max เป็นต้น

สำหรับประโยชน์ของงานกราฟิกกับสังคมปัจจุบันเทคโนโลยีได้วิวัฒนาการไปค่อนข้างรวดเร็ว การใช้ระบบการติดต่อสื่อสารที่มี ประสิทธิภาพมากขึ้น มีการกระจายของข้อมูลไปอย่างรวดเร็ว โดยอาจเป็นการกระจายข้อมูล จาก ที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง และการที่จะให้คนอีกซีกโลกหนึ่งเข้าใจ ความหมายของคนอีกซีกโลกหนึ่งนั้นเป็นเรื่องที่ไม่สามารถทำได้ง่ายนักเนื่องจากความแตกต่างกัน ทั้งทางด้านขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม สภาพภูมิประเทศ สภาพดินฟ้าอากาศความเชื่อของแต่ละท้องถิ่น ดังนั้นการใช้งานกราฟิกที่ดีที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนถูกต้อง จะช่วยให้มนุษย์สามารถสื่อสารกันได้ เข้าใจกันได้ เกินจินตนาการร่วมกัน อีกทั้งยังเกิดทัศนคติที่ดีต่อกันด้วย หรือถึงขั้นคล้อยตามให้ปฏิบัติตามได้



ภาพที่ 2.10 ภาพกราฟิก 2 มิติ

ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=LhFequVQprw>



ภาพที่ 2.11 ภาพกราฟิก 3 มิติ

ที่มา : <https://sites.austincc.edu/gdamg/3d-animation>

2.2.2 ความสำคัญของการออกแบบงานกราฟิก

งานกราฟิกในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมากและด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้งานกราฟิกจึงเป็นนิยม ดังนั้นผู้ใช้จำเป็นที่ต้องศึกษาความสำคัญของการออกแบบงานกราฟิก และเรียนรู้เพื่อความเข้าใจในการทำงานให้มีคุณภาพ

ความสำคัญของการออกแบบงานกราฟิก

- 1.) การออกแบบที่ดีทำให้ข้อมูลที่กระจัดกระจายมีระเบียบมากขึ้น ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนและถูกต้องในการทำงาน
- 2.) ช่วยให้ระบบการถ่ายทอดข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน
- 3.) ช่วยสร้างสรรค์สัญลักษณ์ทางสังคม เพื่อการสื่อความหมายร่วมกัน
- 4.) ช่วยพัฒนาระบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- 5.) ช่วยให้เกิดจินตภาพ เกิดมีแนวคิดสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอๆ
- 6.) ส่งเสริมให้เกิดค่านิยมทางความงาม
- 7.) ส่งเสริมความก้าวหน้าทางธุรกิจและการพัฒนาประเทศ
- 8.) ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

งานกราฟิกขั้นที่สี่จะทำให้เห็นถึงความคิดในการออกแบบเป็นเลิศ จะมีอิทธิพลโดยตรงที่จะโน้มน้าวผู้รับข้อมูลให้เกิดความสนใจและยอมรับ และในขณะเดียวกันก็ยังแสดงถึงคุณค่าของงานออกแบบ

คุณค่าของงานกราฟิก

- 1.) เป็นสื่อกลางในการสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกัน จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้อย่างถูกต้องและชัดเจน
- 2.) สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้กับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี
- 3.) ช่วยทำให้เกิดความน่าสนใจ ประทับใจ และน่าเชื่อถือแก่ผู้พบเห็น
- 4.) ช่วยให้เกิดการกระตุ้นทางความคิด และการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว
- 5.) ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์
- 6.) ทำให้ผู้พบเห็นเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งทางด้านกรกระทำและความคิด

อิทธิพลของศิลปะในการออกแบบกราฟิก

องค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยทำให้งานกราฟิกมีความโดดเด่นน่าสนใจ นักออกแบบจึงใช้หลักและวิธีการทางศิลปะเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยพิจารณา ดังนี้

1.) รูปแบบตัวอักษรและขนาด การสร้างรูปแบบตัวอักษรให้มีรูปแบบแปลกตา สวยงามจะช่วยเร่งเร้าความรู้สึกตอบสนองได้เป็นอย่างดี โดยเน้นความชัดเจนสวยงาม สอดคล้องกับจุดประสงค์สำหรับข้อความนำเรื่องและข้อความรายละเอียด นอกจากนั้นขนาดของตัวอักษรก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ขนาดของตัวอักษรทุกตัวบนชิ้นงานต้องมีความพอดี อ่านได้ง่าย สื่อความหมายได้ดี ไม่ต้องคิดมาก นอกจากนั้นแล้วการจัดวางรูปแบบข้อความที่ดีก็จะช่วยให้การสื่อความหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วย

2.) การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง การจัดพื้นที่ว่างในการออกแบบกราฟิก มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดระเบียบของข้อมูล ช่วยเน้นความเป็นระเบียบและความชัดเจน ระยะห่างหรือพื้นที่ว่างจะช่วยพักสายตาในการอ่าน ทำให้ดูสบายตา สร้างจังหวะลีลาขององค์ประกอบภาพให้เหมาะสมและสวยงาม

3.) การกำหนดสี สีมีบทบาทอย่างมากที่ช่วยเน้นความชัดเจน ทำให้สะดุดตา สร้างสรรค์ความสวยงาม การกำหนดสีใดๆ ขึ้นอยู่กับประเภทของงานนั้นๆ ข้อสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือ สีบนตัวภาพพื้นภาพและตัวอักษร ต้องมีความโดดเด่น ชัดเจน เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความชอบที่แตกต่างกัน นักออกแบบจะพยายามใช้สีเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์มากที่สุด

4.) การจัดวางตำแหน่ง เป็นการจัดวางโครงร่างทั้งหมดที่จะกำหนดตำแหน่งขนาดของภาพประกอบ ตำแหน่งของข้อความทั้งหมด และส่วนประกอบอื่นๆที่ปรากฏ ซึ่งต้องคำนึงถึงจุดเด่นที่ควรเน้น ความสมดุลต่างๆ ความสบายตาในการมอง นักออกแบบต้องให้ความสำคัญต่อทุกๆส่วนที่ปรากฏบนชิ้นงานเท่ากันทั้งหมด ความพอเหมาะพอดีช่วยให้งานออกแบบมีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจ

ส่วนประกอบของการออกแบบ

1.) จุด เป็นส่วนประกอบที่เล็กที่สุด เป็นพื้นฐานเบื้องต้นของส่วนประกอบต่างๆ โดยอาจเรียงเป็นเส้นหรือรวมเป็นภาพ

2.) เส้น เป็นส่วนประกอบของจุดหลาย ๆ จุดต่อเนื่องกันจนกลายเป็นเส้น อาจเป็นเส้นตรง เส้นโค้งก็ได้ รวมถึงสิ่งอื่นๆ ที่มีลักษณะเป็นแนวเส้น

3.) รูปร่าง เมื่อนำเส้นมาบรรจบกันจะเป็นภาพรูปร่างมีลักษณะเป็น 2 มิติ คือ กว้าง และยาว ซึ่งมีลักษณะ เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปสามเหลี่ยม รูปกลม รูปหลายเหลี่ยม รูปอิสระไม่แน่นอน

4.) รูปทรง เป็นลักษณะของรูป 3 มิติ ซึ่งนอกจากจะมีความกว้างความยาวแล้ว ยังเพิ่มความหนาขึ้นอีกด้วย ทำให้เราทราบถึงรูปร่างสัณฐานของวัตถุต่างๆได้

5.) แสงและเงา เราสามารถเห็นวัตถุต่างๆ ได้ก็ต่อเมื่อมีแสงไปกระทบวัตถุนั้น แล้วแสงจากวัตถุนั้นสะท้อนเข้าตาเรา จึงทำให้เราเห็นภาพขึ้น ส่วนเงานั้นจะทำให้เราเห็นภาพนั้นเด่นขึ้น หรือเห็นรายละเอียดชัดเจนขึ้นว่าวัตถุนั้นมีรูปร่างเป็นอย่างไร

6.) สี มีอิทธิพลอย่างมากต่อมนุษย์เรา สีที่ปรากฏนั้นอาจเกิดจากการมองเห็นของสายตา จากการที่แสงส่องมากระทบวัตถุ เกิดจากสีที่มีอยู่ในตัวของวัตถุเอง เราอาจแยกสีเป็น 2 ประเภท คือ

- สีที่เกิดจากธรรมชาติ เช่น สีของใบไม้ ดอกไม้ ท้องฟ้า สีผิว และอื่น ๆ อีกมากมาย
- สีที่เกิดจากการผลิตขึ้นมาโดยมนุษย์ อาจให้สีเหมือนธรรมชาติหรือสร้างขึ้นใหม่ก็ได้

7.) ลักษณะพื้นผิว ในการออกแบบกราฟิก พื้นผิวมี 2 ลักษณะคือ

- พื้นผิวที่สามารถสัมผัสได้ อาจเรียบหรือขรุขระ
- พื้นผิวที่สื่อออกมาด้วยลายเส้น หรือวิธีการใด ๆ ทางกราฟิก

8.) สัดส่วน สัดส่วนทั้งในส่วนของวัตถุ และความเหมาะสมระหว่างวัตถุและบริเวณภาพ ซึ่งเรื่องนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องขนาด ปริมาณ และบริเวณว่าง จะต้องพิจารณาให้ละเอียดไม่ควรละเลย ซึ่งจะมีผลต่อการสื่อความหมายได้

9.) ทิศทาง เป็นการนำสายตา จูงใจ และแสดงความเคลื่อนไหว อาจแสดงด้วยเส้น ลูกศร สายตา การเดินทาง ถนน ฯลฯ

10.) จังหวะ ลีลา การจัดวางเส้น รูปร่าง รูปทรงที่มีความต่อเนื่อง มีลีลาที่เคลื่อนไหวที่แสดงความถี่หรือใกล้ชิด ความห่างหรือไกลกัน และอาจมีความพอเหมาะพอดีที่เรียกว่า “ลงตัว”

11.) บริเวณว่าง ควรจะคำนึงถึงและใช้ให้ถูกต้อง มิเช่นนั้นแล้วจะมีผลต่อการสื่อความหมายให้ผิดพลาดคลาดเคลื่อนได้ การใช้บริเวณว่างที่เหมาะสมจะทำให้ได้ภาพชัดเจน ง่ายต่อการรับรู้และเข้าใจรวมไปถึงความงามอีกด้วย

12.) ระยะของภาพ สายตาของมนุษย์เราจะมองเห็นภาพที่อยู่ใกล้ชัดเจนที่สุด และมองเห็นภาพที่อยู่ไกลเลือนราง ให้รายละเอียดไม่ชัดเจน การรับรู้ของสายตาและการถ่ายทอดเพื่อสื่อความหมายในเรื่องระยะของภาพนี้ ทำให้เกิดความถูกต้อง สมจริง บอกได้ถึงขนาด สัดส่วน ระยะทาง ความลึก ฯลฯ



ภาพที่ 2.12 องค์ประกอบงานกราฟิก

ที่มา : <https://sites.google.com/site/pmtech23013108/pmtech23013108>

2.2.3 ข้อมูลหลักการออกแบบ

สิ่งพิมพ์ที่พบเห็นโดยทั่วไปประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญหลายอย่าง ได้แก่ ตัวอักษรหรือข้อความ ภาพประกอบ เนื้อที่ว่างและส่วนประกอบอื่น การออกแบบสิ่งพิมพ์ต้องคำนึงถึงการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ดังกล่าวเข้าด้วยกันโดยใช้หลักการดังนี้

1.) ทิศทางการและการเคลื่อนไหว (Direction & Movement) เมื่อผู้รับสารมองดูสิ่งพิมพ์ การรับรู้เกิดขึ้นเป็นลำดับตามการมองเห็น สายตาของผู้รับสารจะมองดูหน้ากระดาษที่เป็นสิ่งพิมพ์ในทิศทางของตัวอักษรซี (Z) ในภาษาอังกฤษ คือ จะเริ่มมองที่มุมบนด้านขวา แล้วไล่ลงมาয়่มุมล่างด้านซ้าย ไปจบที่มุม ล่างด้านขวาตามลำดับ การจัดองค์ประกอบที่สอดคล้องกับธรรมชาติของการมองเห็น เป็นส่วนช่วยให้เกิดการรับรู้ตามลำดับที่ต้องการ

2.) เอกภาพและความกลมกลืน (Unity & Harmony) เอกภาพคือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งในการจัดทำรูปแบบหมายถึงการนำเอาองค์ประกอบที่แตกต่างกันมาวางไว้ในพื้นที่หน้ากระดาษเดียวกันได้อย่างกลมกลืน ทำหน้าที่สอดคล้องและส่งเสริมกันและกันในการสื่อสารความคิดรวบยอดและบุคลิกภาพของสื่อสิ่งพิมพ์นั้นๆ การสร้างเอกภาพนี้สามารถทำได้หลายวิธี

2.1) การเลือกใช้อี้องค์ประกอบอย่างสม่ำเสมอ เช่น การเลือกใช้แบบตัวอักษรเดียวกัน การเลือกใช้ภาพขาวดำทั้งหมด เป็นต้น

2.2) การสร้างความต่อเนื่องกันให้องค์ประกอบ องค์ประกอบ เช่น การจัดให้พาดหัววางทับลงบนภาพ การใช้ตัวอักษรที่เป็นข้อความ ล้อตาม ทรวดทรง ของภาพ เป็นต้น

2.3) การเว้นพื้นที่ว่างรอบองค์ประกอบทั้งหมด ซึ่งจะทำให้พื้นที่ว่างนั้นทำหน้าที่เหมือนกรอบสีขาวล้อมรอบองค์ประกอบทั้งหมด ไว้ภายในช่วยให้องค์ประกอบทั้งหมดดูเหมือนว่าอยู่กันอย่างเป็นกลุ่มเป็นก้อน

3.) ความสมดุล (Balance) หลักการเรื่องความสมดุลนี้เป็นการตอบสนองธรรมชาติของผู้รับสารในเรื่องของแรงโน้มถ่วง โดยการจัดวางองค์ประกอบทั้งหมดในพื้นที่หน้ากระดาษ จะต้องไม่ขัดกับความรู้สึกนี้ คือจะต้องไม่ดูเอนเอียงหรือหนักไปด้านใดด้านหนึ่ง โดยไม่มีองค์ประกอบมาถ่วงในอีกด้าน การจัดองค์ประกอบให้เกิดความสมดุลแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะคือ

3.1) สมดุลแบบสมมาตร (Symmetrical Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบโดยให้องค์ประกอบในด้านซ้ายและด้านขวาของพื้นที่หน้ากระดาษมีลักษณะเหมือนกันทั้งสองข้าง ซึ่งองค์ประกอบที่เหมือนกันในแต่ละด้านนี้จะถ่วงน้ำหนักกันและกันให้เกิดความรู้สึกสมดุล

3.2) สมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetrical Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบโดยให้องค์ประกอบในด้านซ้ายและด้านขวาของพื้นที่หน้ากระดาษมีลักษณะไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง แม้องค์ประกอบจะไม่เหมือนกันในแต่ละด้านแต่ก็จะถ่วงน้ำหนักกันและกันให้เกิดความสมดุล

3.3) สมดุลแบบรัศมี (Radial Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบโดยองค์ประกอบแผ่ไปทุกทิศทางจากจุดศูนย์กลาง

4.) สัดส่วน (Proportion) การกำหนดสัดส่วนนี้เป็นการกำหนดความสัมพันธ์ในเรื่องของขนาดซึ่งมีความสำคัญโดยเฉพาะในหน้ากระดาษของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องการให้มีจุดเด่น เช่น หน้าปกหนังสือ เป็นต้น เพราะองค์ประกอบที่มีสัดส่วนแตกต่างกันจะดึงดูดสายตาได้ดีกว่าการใช้องค์ประกอบทั้งหมดในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ในการกำหนดสัดส่วนจึงต้องพิจารณาองค์ประกอบทั้งหมดในพื้นที่หน้ากระดาษไปพร้อม ๆ ว่าควรเพิ่มหรือลดองค์ประกอบใด

5.) ความแตกต่าง (Contrast) เป็นวิธีการที่ง่ายที่สุด โดยการเน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมาด้วยการเพิ่มขนาดให้ใหญ่กว่าองค์ประกอบอื่นๆ โดยรอบ เช่น พาดหัวขนาดใหญ่ เป็นต้น

5.1) ความแตกต่างโดยขนาดเป็นวิธีการที่ง่ายที่สุด โดยการเน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง เด่นขึ้นมาด้วย การเพิ่มขนาดให้ใหญ่กว่าองค์ประกอบอื่นๆ โดยรอบ เช่น พาดหัวขนาดใหญ่ เป็นต้น ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วผู้ดูจะเลือกมองดูองค์ประกอบที่ใหญ่กว่าก่อน

5.2) ความแตกต่างโดยรูปร่างเป็นวิธีที่เน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมาด้วยการใช้รูปร่างที่แตกต่างออกไปจากองค์ประกอบอื่นในหน้ากระดาษ เช่น ตัดภาพคนตามรูปร่างของร่างกายแล้วนำไปวางในหน้ากระดาษที่มีภาพแทรกเล็กๆ ที่อยู่ในกรอบสี่เหลี่ยม เป็นต้น

5.3) ความแตกต่างโดยความเข้มเป็นวิธีการที่เน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมาด้วยการใช้เพิ่มหรือลดความเข้มหรือน้ำหนักขององค์ประกอบนั้นให้เข้มหรืออ่อนกว่าองค์ประกอบอื่นที่อยู่ร่วมกันในหน้ากระดาษ เช่น การใช้ตัวอักษรที่เป็นตัวหนาในย่อหน้าที่ต้องการเน้นเพียงย่อหน้าเดียวในหน้ากระดาษ เป็นต้น

6.) ความแตกต่างโดยทิศทาง ทิศทางเป็นวิธีการที่เน้นให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเด่นขึ้นมาด้วยการวางองค์ประกอบที่ต้องการจะเน้นนั้นให้อยู่ในทิศทางที่แตกต่างจากองค์ประกอบอื่นๆ ที่อยู่ร่วมกันในหน้ากระดาษเช่น การวางภาพเอียง45องศา ในหน้ากระดาษที่เต็มไปด้วยตัวอักษรที่เรียง เป็นแนวนอน เป็นต้น

7.) จังหวะ สีลา และการซ้ำ (Rhythm & Repetition) การจัดวางองค์ประกอบหลาย ๆ ขึ้น โดยกำหนดตำแหน่ง ขององค์ประกอบให้เกิดมีช่องว่างเป็นช่วงๆ ตอนๆ อย่างมีการวางแผนล่วงหน้า จะทำให้เกิดจังหวะและลีลาขึ้น และหากว่าองค์ประกอบหลายๆ ขึ้นนั้นมีลักษณะซ้ำกันหรือใกล้เคียงกัน ก็จะเป็นการเน้นให้เกิดจังหวะและลีลา ได้ชัดเจนยิ่งขึ้นลักษณะตรงกันข้ามกับแบบแรก จังหวะและลีลาลักษณะนี้จะก่อให้เกิดความรู้สึก ที่ตื่นเต้นดูเคลื่อนไหวและมีพลัง

2.2.4 การจัดองค์ประกอบของงานกราฟิก

การจัดองค์ประกอบของงานกราฟิก

1.) จัดให้เป็นเอกภาพ ในที่นี้หมายถึง สิ่งที่ช่วยทำให้ชิ้นงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์นั้น ๆ ความเป็นเอกภาพจะครอบคลุมถึงเรื่องของความคิดและการออกแบบ

2.) ความสมดุล ในงานกราฟิกเป็นเรื่องของความงาม ความน่าสนใจ เป็นการจัดสมดุลกันทั้งในด้านรูปแบบและสี มีอยู่ 2 ลักษณะที่สำคัญ คือ

- ความสมดุลในรูปทรงหรือความเหมือนกันทั้ง 2 ด้าน คือเมื่อมองดูภาพแล้วเห็นได้ทันทีว่าภาพที่ปรากฏนั้นเท่ากัน ลักษณะภาพแบบนี้จะทำให้ความรู้สึกที่มั่นคง เป็นทางการ แต่อาจทำให้ดูน่าเบื่อได้ง่าย

- ความสมดุลในความรู้สึก หรือความสมดุลที่สองข้างไม่เหมือนกัน เป็นความแตกต่างกันทั้งในด้านรูปแบบ สี หรือพื้นผิว แต่เมื่อมองดูโดยรวม จะเห็นว่าเท่ากัน ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ความสมดุลในลักษณะนี้ ทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว แปรเปลี่ยน ไม่เป็นทางการ และไม่น่าเบื่อ

3.) การจัดให้มีจุดสนใจ ภายในเนื้อหาที่จำกัดจะต้องมีการเน้น การเน้นจะเป็น ณ จุดใดจุดหนึ่ง ที่เห็นว่ามีมีความสำคัญ อาจทำได้ด้วยภาพหรือข้อความก็ได้ โดยมีหลักว่า “ความคิดเดียวและจุดสนใจเดียว” การมีหลายความคิด หรือมีจุดสนใจหลายจุด จะทำให้การออกแบบเกิดความล้มเหลวเพราะหาจุดเด่นชัดไม่ได้ ภาพรวมจะไม่ชัดเจน ขาดเอกลักษณ์ของความเป็นผู้นำในตัวชิ้นงานสำหรับวิธีการที่จะทำให้มีจุดสนใจอาจเน้นด้วย สี ขนาด สัดส่วน และรูปร่างที่แปลกไปกว่าส่วนอื่นๆ ในภาพ ส่วนตำแหน่งที่เหมาะสมในการวางจุดสนใจนั้นสามารถกระทำได้ดังนี้ นำภาพมาแบ่งเป็น 3 ส่วน บริเวณที่เส้นตัดกันนั้นก็คือ ตำแหน่งที่เหมาะสม จากผลการวิจัยหลายๆครั้ง พบว่าตรงจุดตัดกันที่มุมบนซ้ายนั้นเป็นตำแหน่งที่ดีที่สุด เหตุผลหนึ่งที่สนับสนุนก็คือ ในการอ่านหนังสือนั้นเรามักอ่านจากมุมซ้ายไปขวา และจากบนลงล่าง ฉะนั้น ตำแหน่งนี้จะเป็นจุดแรกที่สายตาเรามองเพื่ออ่านหรือดูภาพบนแผ่นภาพนั่นเอง



ภาพที่ 2.13 การจัดองค์ประกอบของงานกราฟิก

ที่มา : <https://sites.google.com/site/pmtech23013108/pmtech23013108-1>

แนวสร้างสรรค์งานกราฟิก

งานกราฟิกที่น่าสนใจจะต้องมีเอกลักษณ์ของตัวเองชัดเจน การออกแบบจะเป็นตัวสนับสนุนให้งานน่าสนใจ การออกแบบจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้งานน่าสนใจ และการสร้างสรรค์งานออกแบบกราฟิกทั่วไป จะมีรูปแบบองค์ประกอบศิลป์สำหรับงานกราฟิกเพื่อการพิจารณา ดังนี้

- 1.) แบบแถบตรง เป็นองค์ประกอบที่กำหนดเพื่อหาสาระรายละเอียดที่ต้องการนำเสนอเข้าด้วยกันให้อยู่ในขอบเขตแนวตั้งตรง
- 2.) แบบแกน เป็นลักษณะที่มีแกนกลาง และมีสาขาแยกย่อยออกไป โดยเน้นจุดเด่นที่แกน กิ่งก้านสาขาจะช่วยเป็นองค์ประกอบเสริมให้จุดเด่นมีความชัดเจนยิ่งขึ้น
- 3.) แบบตาราง เป็นองค์ประกอบที่มีลักษณะเป็นตารางเล็กใหญ่สลับกับภาพในเนื้อหาตามที่กำหนด
- 4.) แบบกลุ่ม เป็นลักษณะการจัดรวมเป็นกลุ่มไม่เกิน 3 กลุ่มในชิ้นงาน และมีขนาดแตกต่างกัน โดยคำนึงถึงเรื่องการจัดพื้นที่ว่า
- 5.) แบบต่อเนื่อง คือ องค์ประกอบที่จัดวางให้มีลักษณะที่ต่อเนื่องกัน โดยคำนึงถึงจังหวะลีลาของรูปทรงรวมกับพื้นที่ว่างด้วย
- 6.) แบบอักษร อาจจัดเป็นแบบรูปทรงตัวอักษรอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีรูปร่างสวยงาม เช่น จัดแบบตัว T แบบตัว H แบบตัว S แบบตัว I หรือแบบตัว Z ก็ได้

2.2.5 หลักการใช้สี

คุณลักษณะของสี เป็นการใช้สีในลักษณะต่างๆ เพื่อเกิดความสวยงามและความรู้สึกต่างๆ ตามความต้องการของผู้สร้าง คุณลักษณะของสีที่ใช้โดยทั่วไปมีดังนี้ คือ

- 1.) สีเอกรงค์ (Monochrome) เป็นการใช้สีเพียงสีเดียว แต่มีหลาย ๆ น้ำหนัก ซึ่งไล่เรียงจากน้ำหนักอ่อนไปแก่ เป็นการใช้สีแบบดั้งเดิม ภาพจิตรกรรมไทย แบบดั้งเดิมจะเป็นลักษณะนี้ ต่อมาเมื่อมีการใช้สีอื่นๆเข้ามาประกอบมากขึ้น ทำให้มีหลายสี ซึ่งเรียกว่า“พหุรงค์”ภาพแบบสีเอกรงค์ส่วนใหญ่ มักดูเรียบง่าย ไม่น่าสนใจ



ภาพที่ 2.14 ภาพสีเอกรงค์

ที่มา : <https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/20/>

2.) วรรณะของสี (Tone) สีมียู่ 2 วรรณะ คือวรรณะสีร้อน และวรรณะสีเย็น สีร้อนคือสีที่ดูแล้วให้ความรู้สึกร้อน สีเย็นคือสีที่ดูแล้วให้ความรู้สึกเย็น ซึ่งอยู่ในวงจรสีสัมพันธ์กับสีเหลืองเป็นได้ทั้งสีร้อนและสีเย็น แล้วแต่ว่าจะอยู่กับกลุ่มสีใด การใช้สีในวรรณะเดียวกันจะทำให้เกิดรู้สึกกลมกลืนกัน การใช้สีต่างวรรณะจะทำให้เกิดความแตกต่าง ชัดแย้ง การเลือกใช้สีในวรรณะใดๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการและจุดมุ่งหมายของงาน



ภาพที่ 2.15 ภาพวรรณะของสี

ที่มา : <https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/20/>

3.) ค่าน้ำหนักของสี (Value of colour) เป็นการให้สีโดยให้มีค่าน้ำหนักในระดับต่างๆกัน และมีสีหลายๆสี ซึ่งถ้าเป็นสีเดียวจะมีลักษณะเป็นสีเอกรงค์ การใช้ค่าน้ำหนักของสี จะทำให้เกิดความกลมกลืน เกิดระยะใกล้ไกล ตื้นลึก ถ้ามีค่าน้ำหนักหลายๆ ระดับสีจะกลมกลืนกันมากขึ้นแต่ถ้ามีเพียง 1-2 ระดับที่ห่างกันจะทำให้เกิดความแตกต่าง



ภาพที่ 2.16 ภาพค่าน้ำหนักของสี

ที่มา : <https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/20/>

4.) ความเข้มของสี (Intensity) เกิดจากสีแท้ คือสีที่เกิดจากการผสมกันในวงจรสี เป็นสีหลักที่ผสมขึ้นตามกฎเกณฑ์และไม่ถูกผสมด้วยสีกลางหรือสีอื่นๆ จะมีค่าความเข้มสูงสุด หรือแรงจัดที่สุด เป็นค่าความแท้ของสีที่ไม่ถูกเจือปน เมื่อสีเหล่านี้ อยู่ท่ามกลางสีอื่นๆ ที่ถูกผสมให้เข้มขึ้น หรืออ่อนลง ให้มืด หม่น หรือเปลี่ยนค่าไปแล้ว สีแท้จะแสดงความแรงของสีปรากฏออกมาให้เห็น อย่างชัดเจน ซึ่งจะทำให้เกิดจุดสนใจขึ้นในผลงานลักษณะเช่นนี้ เหมือนกับ ดอกเฟื่องฟ้าสีชมพูสดๆ หรือบานเย็นที่อยู่ท่ามกลางใบเฟื่องฟ้าที่เขียวจัดๆ หรือพลุที่ถูกจุดส่องสว่างในยามเทศกาลตัดกับสีมืดของท้องฟ้า



ภาพที่ 2.17 ภาพความเข้มของสี

ที่มา : <https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/20/>

5.) สีส่วนรวม (Tonality) เป็นลักษณะที่มีสีใดสีหนึ่ง หรือกลุ่มสีชุดหนึ่งที่ใกล้เคียงกัน มีอิทธิพลครอบคลุมสีอื่นๆ ที่อยู่ในภาพ เช่น ในทุ่งดอกทานตะวันที่กำลังออกดอกบาน สีส่วนรวมก็คือสีของดอกทานตะวัน หรือบรรยากาศการแข่งขันฟุตบอลในสนาม ถึงแม้ผู้เล่นทั้งสองทีมจะแต่งกายด้วยเสื้อผ้า หลากสีต่างกันไปก็ตาม แต่สีเขียวของสนามก็จะมีอิทธิพลครอบคลุม สีต่างๆทั้งหมด สีใดก็ตามที่มีลักษณะเช่นนี้ เป็นสีส่วนรวมของภาพ



ภาพที่ 2.18 ภาพสีส่วนรวม

ที่มา : <https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/20/>

แม่สีและวงจรสี

แม่สี คือ สีที่นำมาผสมกันแล้วทำให้เกิดสีใหม่ ที่มีลักษณะแตกต่างไปจากสีเดิมที่มีอยู่แม่สีมีอยู่ 2 ชนิดได้แก่

1.) แม่สีของแสง เกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึม มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน อยู่ในรูปของแสงรังสี ซึ่งเป็นพลังงานชนิดเดียวที่มีสี คุณสมบัติของแสงสามารถนำมาใช้ ในการถ่ายภาพ ภาพโทรทัศน์ การจัดแสงสีในการแสดงต่าง ๆ เป็นต้น (ดูเรื่อง แสงสี)

2.) แม่สีวัตถุ เป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติ และจากการสังเคราะห์โดยกระบวนการเคมี มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน แม่สีวัตถุเป็นแม่สีที่นำมาใช้ งานกันอย่างกว้างขวาง ในวงการ ศิลปะ วงการอุตสาหกรรม ฯลฯ แม่สีวัตถุ เมื่อนำมาผสมกันตามหลักเกณฑ์ จะทำให้เกิด วงจรสี ซึ่งเป็นวงสีธรรมชาติ เกิดจากการผสมกันของแม่สีวัตถุ เป็นสีหลักที่ใช้งานกันทั่วไป ในวงจรสี จะแสดงสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

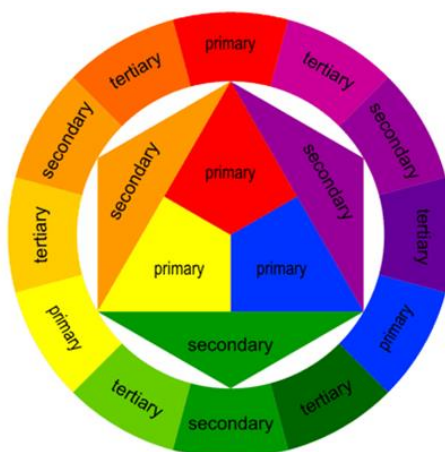
วงจรสี (Colour Circle)

สีขั้นที่ 1 คือ แม่สี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน

สีขั้นที่ 2 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 หรือแม่สีผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากันจะทำให้เกิดสีใหม่ 3 สี ได้แก่ สีแดงผสมกับสีเหลือง ได้สีส้ม / สีแดงผสมกับสีน้ำเงิน ได้สีม่วง / สีเหลืองผสมกับสีน้ำเงิน ได้สีเขียว

สีขั้นที่ 3 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 ผสมกับสีขั้นที่ 2 ในอัตราส่วนที่เท่ากันจะได้สีอื่น ๆ อีก 6 สี คือ

สีแดงผสมกับสีส้ม ได้สี ส้มแดง / สีแดงผสมกับสีม่วง ได้สีม่วงแดง / สีเหลืองผสมกับสีเขียว ได้สีเขียวเหลือง / สีน้ำเงินผสมกับสีเขียว ได้สีเขียวน้ำเงิน / สีน้ำเงินผสมกับสีม่วง ได้สีม่วงน้ำเงิน / สีเหลืองผสมกับสีส้ม ได้สีส้มเหลือง

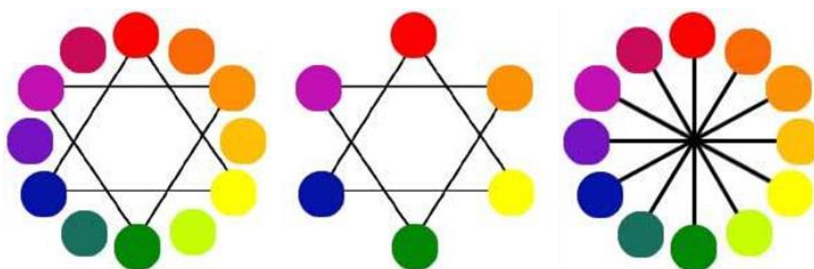


ภาพที่ 2.19 ภาพวงจรสี

ที่มา : <https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/20/>

วรรณะของสี คือสีที่ให้ความรู้สีร้อน-เย็น ในวงจรสีจะมีสีร้อน 7 สี และสีเย็น 7 สี ซึ่งแบ่งที่สีม่วงกับสีเหลือง ซึ่งเป็นได้ทั้งสองวรรณะ สีตรงข้าม สีตัดกัน หรือสีคู่ปฏิปักษ์ เป็นสีที่มีค่าความเข้มของสี ตัดกันอย่างรุนแรง ในทางปฏิบัติไม่นิยมนำมาใช้ร่วมกัน เพราะจะทำให้แต่ละสีไม่สดใส การนำสีตรงข้ามกันมาใช้ร่วมกันอาจจะทำได้ดังนี้

- 1.) มีพื้นที่ของสีหนึ่งมาก อีกสีหนึ่งน้อย
- 2.) ผสมสีอื่นๆ ลงไปสีใดสีหนึ่ง หรือทั้งสองสี
- 3.) ผสมสีตรงข้ามลงไปสีทั้งสองสี

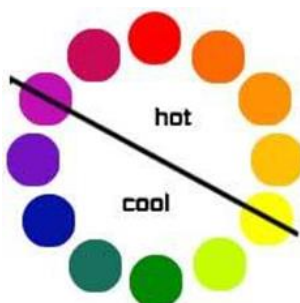


ภาพที่ 2.20 ภาพการใช้คู่สีตรงข้าม

ที่มา : <https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/20/>

สีกลาง คือ สีที่เข้าได้กับสีทุกสี สีกลางในวงจรสีมี 2 สี คือสีน้ำตาลกับสีเทา สีน้ำตาลเกิดจากสีตรงข้ามกันในวงจรสีผสมกัน ในอัตราส่วนที่เท่ากัน สีน้ำตาลมีคุณสมบัติสำคัญคือเมื่อใช้ผสมกับสีอื่น จะทำให้สีนั้นๆ เข้มขึ้นโดยไม่เปลี่ยนแปลงค่าสี ถ้าหากผสมมากเข้าก็จะกลายเป็นสีน้ำตาล ส่วนสีเทา

เกิดจากสีทุกสีๆ สีในวงจรสีผสมกัน ในอัตราส่วนเท่ากัน สีเท มีคุณสมบัติที่สำคัญคือใช้ผสมกับสีอื่นๆ แล้วจะทำให้ มีดหม่น ใช้ในส่วนที่เป็นเงา ซึ่งมีน้ำหนักอ่อนแก่ในระดับต่างๆ



ภาพที่ 2.21 ภาพสีกลาง

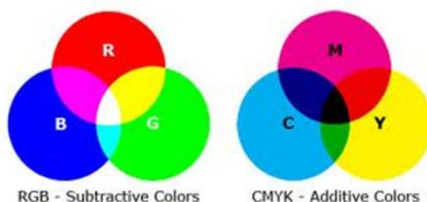
ที่มา : <https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/20/>

ระบบสี

ระบบสี RGB เป็นระบบสีของแสง ซึ่งเกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึมจะเกิดแถบสีที่เรียกว่า สเปกตรัม (Spectrum) ซึ่งแยกสีตามที่ยาวตามมองเห็นได้ 7 สี คือ แดง แสด เหลือง เขียว น้ำเงิน คราม ม่วง ซึ่งเป็นพลังงานอยู่ในรูปของรังสีที่มีช่วงคลื่นที่สายตา สามารถมองเห็นได้ แสงสีม่วงมีความถี่คลื่นสูงที่สุด คลื่นแสงที่มีความถี่สูงกว่าแสงสีม่วงเรียกว่า อุลตราไวโอเล็ต (Ultra Violet) และคลื่นแสงสีแดง มีความถี่คลื่นต่ำที่สุด คลื่นแสง ที่ต่ำกว่าแสงสีแดงเรียกว่า อินฟราเรด (Infrared) คลื่นแสงที่มีความถี่สูงกว่าสีม่วงและต่ำกว่าสีแดงนั้น สายตาของมนุษย์ไม่สามารถรับได้ และเมื่อศึกษาดูแล้วแสงสีทั้งหมดเกิดจาก แสงสี 3 สี คือ สีแดง (Red) สีน้ำเงิน (Blue) และสีเขียว (Green) ทั้งสามสี ถือเป็นแม่สีของแสง เมื่อนำมาฉายรวมกันจะทำให้เกิดสีใหม่ อีก 3 สี คือ สีแดงมาเจนต้า สีฟ้าไซแอน และสีเหลือง ถ้าหากฉายแสงสีทั้งหมดรวมกันจะได้แสงสีขาว จากคุณสมบัติของแสงนี้ได้นำมาใช้ประโยชน์ทั่วไปในการฉายภาพยนตร์ การบันทึกภาพวิดีโอ ภาพโทรทัศน์ การสร้างภาพเพื่อการนำเสนอทางจอคอมพิวเตอร์ และการจัดแสงสีในการแสดง เป็นต้น

ระบบสี CMYK เป็นระบบสีชนิดที่เป็นวัตถุ คือสีแดง เหลือง น้ำเงิน แต่ไม่ใช่สีน้ำเงิน ที่เป็นแม่สีวัตถุธาตุ แม่สีในระบบ CMYK เกิดจากการผสมกันของแม่สีของแสง หรือ ระบบสี RGB คือ แสงสีน้ำเงิน + แสงสีเขียว = สีฟ้า (Cyan) แสงสีน้ำเงิน + แสงสีแดง = สีแดง (Magenta) แสงสีแดง + แสงสีเขียว = สีเหลือง (Yellow) สีฟ้า (Cyan) สีแดง (Magenta) สีเหลือง (Yellow) นี้ นำมาใช้ในระบบการพิมพ์และมีการเพิ่มเติม สีดำเข้าไป เพื่อให้มีน้ำหนักเข้มขึ้นอีก เมื่อรวมสีดำ (Black = K) เข้าไป จึงมีสี่สี โดยทั่วไปจึงเรียกระบบการพิมพ์นี้ว่าระบบการพิมพ์สี่สี (CMYK) เป็นการพิมพ์ภาพในระบบที่ทันสมัยที่สุด และได้ภาพ ใกล้เคียงกับภาพถ่ายมากที่สุด โดยทำการพิมพ์ทีละสี จากสีเหลือง สีแดง สีน้ำเงิน และสีดำ ลองใช้แว่นขยายส่องดู ผลงานพิมพ์ชนิดนี้ จะพบว่าเกิดจาก

จุดสีเล็กๆ 4 สีอยู่เต็มไปหมด การที่เรามองเห็นภาพมีสีต่าง ๆ นอกเหนือจากสีสี่นี้ เกิดจากการผสมของเม็ดสีเหล่านี้ในปริมาณต่างๆ คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ ของปริมาณเม็ดสี ซึ่งกำหนดเป็น 10-20-30-40-50-60-70-80-90 จนถึง 100%



ภาพที่ 2.22 ภาพระบบสี

ที่มา : <https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/20>

หลักการใช้สีสื่อความรู้สึก

ตามบุคคลแต่ละคนอาจแสดงความรู้สึกต่อสีเดียวกันออกมาแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นกับการเรียนรู้ ประสบการณ์ แต่โดยทั่วไปสีที่จัดอยู่ในวรรณะร้อน จะให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา ตื่นเต้นเร้าใจ และสีที่จัดอยู่ในวรรณะเย็น จะให้ความรู้สึกผ่อนคลายและสงบ ยิ่งกว่านั้นสีแต่ละสียังมีลักษณะเฉพาะตัวที่มีการนำไปใช้ในลักษณะแตกต่างกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1.) สีแดง เป็นสีที่มีความร้อนแรงมากที่สุด มองเห็นได้รวดเร็วที่สุด จึงมักเลือกให้เป็นสีที่ใช้สำหรับดึงดูดความสนใจมากที่สุดสีอีกหนึ่ง สีแดงเป็นสีที่ให้ความรู้สึกของการมีพลังกำลังความรู้สึกก้าวร้าว รุนแรง รวดเร็วและปราดเปรียว จึงนิยมใช้เป็นสีสำหรับรถยนต์สปอร์ต เสื้อทีมสำหรับนักกีฬา นอกจากนั้นสีแดงยังเป็นสีที่แทนความรู้สึกรักชาติ ความเป็นชาตินิยม จึงมักจะพบว่าสีแดงเป็นสีประจำชาติของหลายชาติ และสีแดงยังใช้เป็นสื่อแทนสัญลักษณ์ของความรัก ตลอดจนอารมณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับความเร้าร้อน ความขัดแย้ง ทะเลาะวิวาทและอันตราย เป็นต้น

2.) สีน้ำเงิน เป็นสีที่มีความสวยงามสีดำ ให้ความรู้สึกเยือกเย็น เงียบสงบ ความรับผิดชอบ ความจริงจัง สี น้ำเงินเข้มมักเป็นสีที่นักบริหารชั้นสูงเลือกใช้เป็นสีของรถ เครื่องแต่งกาย สำหรับสีน้ำเงินอ่อน หรือสีฟ้า มักทำให้นึกถึงความสะอาด ความเย็น และความผ่อนคลาย ส่วนมักใช้เป็นสีพื้นหลังบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกเย็นและความชุ่มชื้น เช่น ลูกอมที่มีเมนทอลผสม เป็นต้น

3.) สีเหลือง เป็นสีที่มีความสว่างสีสูง สีเหลืองที่สดใสเป็นสัญลักษณ์ของดวงอาทิตย์ ให้ความรู้สึกอบอุ่น ความสนุกสนานร่าเริง ความใหม่ ความทันสมัย สุขภาพที่ดี แต่ถ้าเป็นสีเหลืองหม่น จะให้ความรู้สึกถึงความขี้ลาด ความอ่อนแอ โรคร้ายไข้เจ็บ

4.) สีเขียว เป็นสีที่ให้ความรู้สึกใกล้เคียงกับสีน้ำเงิน คือ รู้สึกผ่อนคลายและสงบ แต่ให้ความรู้สึกสดชื่นความมีชีวิตชีวา การเติบโต ความเป็นธรรมชาติ นิยมใช้เป็นสีสำหรับสินค้าที่ปลอดสารเคมี หรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

5.) สีม่วง เป็นสีที่เกิดจากสีแดงผสมกับสีน้ำเงิน จึงรวมคุณลักษณะของทั้งสองสีเข้าด้วยกัน คือ ความเป็นอำนาจของสีแดง และความมีคุณธรรม รับผิดชอบของสีน้ำเงิน สีม่วงมักจะทำให้ความรู้สึกยิ่งใหญ่ ความหรูหราโอ้อ่า และความประทับใจ

6.) สีขาว เป็นสีที่มีความสว่างของสีสูงสุด ให้ความรู้สึกโปร่งเบา ละเอียดย่อน บริสุทธิ์ ความดีงาม ความมีคุณธรรม การใช้ตรงขาว หมายถึง การยอมแพ้ สงบศึก ในบางประเทศใช้สีขาวแสดงถึงความเศร้าโศก การพลัดพราก

7.) สีดำ เป็นสีที่มีความสว่างสีต่ำที่สุด ให้ความรู้สึกทึบ เคร่งขรึม ลึกลับ น่ากลัว ชั่วร้าย ความเป็นอมตะ ในบางประเทศใช้สีดำแสดงถึงความเศร้าหมอง ความตาย

กลุ่มของสีที่ให้ความรู้สึกต่างกัน

นักออกแบบโฆษณาได้ศึกษาและทดลองการใช้กลุ่มสีของสี จำนวน 3-4 สี ในการสร้างความรู้สึกแก่กลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการโฆษณา โดยสามารถสรุปลักษณะของกลุ่มสีได้ดังนี้

1.) กลุ่มสีที่ก่อให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ เหมาะสำหรับใช้กับการออกแบบประเภทป้ายเตือนให้ระวัง อันตราย ได้แก่สีแดง สีดำ สีเหลือง และสีแสด

2.) กลุ่มสีที่แสดงความเป็นผู้หญิง เหมาะสำหรับใช้กับการออกแบบที่เน้นความเป็นผู้หญิง หรือผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิง ได้แก่สีชมพู สีฟ้า สีเหลืองอ่อน และสีเขียวอ่อน

3.) กลุ่มสีที่แสดงความเป็นผู้ชาย เหมาะสำหรับใช้กับการออกแบบที่เน้นความเป็นผู้ชาย หรือผลิตภัณฑ์สินค้าสำหรับผู้ชาย ได้แก่สีดำ สีน้ำเงิน สีเทา และสีแดง

4.) กลุ่มสี ที่เน้นความสด เหมาะสำหรับใช้กับการออกแบบที่เน้นความสดของสินค้า เช่นอาหาร เครื่องดื่ม ได้แก่สีเหลือง สีเขียวเหลือง และสีน้ำเงิน

5.) กลุ่มสีที่แสดงออกถึงสุขภาพ เหมาะสำหรับใช้การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นด้านสุขภาพ เช่นอาหารเสริม ยา ได้แก่ สีเหลือง สีน้ำตาล และสีเขียว

6.) กลุ่มสีที่แสดงออกถึงความสันเสเทือน เหมาะสำหรับใช้กับการออกแบบ ซึ่งต้องการแสดงความเคลื่อนไหว สันเสเทือน ได้แก่สีน้ำเงิน สีแดง สีเหลือง และสีเขียว

7.) กลุ่มสีที่แสดงออกถึงความน่าเชื่อถือ เป็นสีที่เหมาะสมสำหรับใช้กับการออกแบบ ซึ่งต้องการจูงใจให้ผู้ซื้อเชื่อถือในสินค้า หรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้แก่สีดำ สีเหลือง สีน้ำตาล และสีทอง

2.2.6 การจัดองค์ประกอบภาพ

Composition หรือ องค์ประกอบภาพ เป็นหนึ่งในกรอบหรือกฎแรกๆ ที่ผู้สนใจเรียนรู้การถ่ายภาพจะต้องศึกษา หลักการเกี่ยวกับ Composition หลายอย่างที่เป็นความรู้สมัยโบราณ ยังสามารถนำมาใช้กับการถ่ายภาพในยุคดิจิทัลได้อย่างกลมกลืน ถ้ามีอะไรในหนังสือหรือตำราเกี่ยวกับการถ่ายภาพที่มีการจัดพิมพ์มาเป็นระยเวลานานับร้อยปีแล้ว แต่ยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการถ่ายภาพในยุคนี้ด้วยกล้องดิจิทัลรุ่นล่าสุดได้ นั้นไม่ใช่เป็นเพียงแค่วัตถุหลักและตำแหน่งที่มันปรากฏอยู่ในภาพเท่านั้น แต่หมายถึงการรวมกันของทุกๆ สิ่งทุกอย่างที่มองเห็นในภาพ ไม่ว่าจะเป็นฉากหลัง ฉากหน้า สี แสง กรอบ วัตถุประกอบเล็กๆ น้อยๆ ฯลฯ ถ้าทุกอย่างลงตัว ภาพก็จะดูน่าสนใจสำหรับนักถ่ายภาพที่เชื่อมั่นในจินตนาการ และลำบากใจในการที่จะเรียนรู้สิ่งที่เรียกว่า "กฎ" หรือ "กรอบ" ต่อไปนี้ ก็สามารถที่จะใช้คำว่า "Guidelines" หรือ แนวทาง แทนก็ได้ ใช้แนวทางเหล่านี้เป็นส่วนเสริมจินตนาการ เพื่อผลงานที่ดีเยี่ยมยิ่งขึ้นไป การจัดองค์ประกอบจึงมีทั้งหมดดังนี้

1.) ความเรียบง่าย (Simplicity) ถ่ายภาพให้ดูสะอาดตาปราศจากสิ่งรบกวน ไม่ได้หมายความว่า จะไม่สามารถถ่ายภาพโดยบรรจุรายละเอียดหรือส่วนประกอบต่างๆ ลงในภาพได้ แต่หมายถึงการถ่ายให้สิ่งที่ปรากฏในภาพ มีจำนวนน้อยแต่สื่อความหมายได้ครบถ้วน มองเข้าไปในช่องมองภาพ โดยเฉพาะเวลาที่ถ่ายภาพด้วยเลนส์ซูมที่มีช่วงทางยาวโฟกัสมากๆ ลองซูมภาพเข้าไปอีกจากช่วงที่คุณคิดว่าดีแล้ว ถ้าหากว่าซูม เข้าไปแล้ว บางสิ่งบางอย่างที่ถูกตัดออกไป ไม่ทำให้เนื้อหาหรือสิ่งที่ต้องการสื่อสารในภาพผิดไปจากที่ตั้งใจไว้แสดงว่า ในตอนแรกคุณอาจจะใช้องค์ประกอบแบบซับซ้อนและไม่จำเป็นมากเกินไป



ภาพที่ 2.23 เทคนิคการถ่ายภาพแบบเรียบง่าย

ที่มา : <http://www.mystationarylife.com/wp-content/uploads/2011/07/SUNSET2.jpg>

2.) สมดุล (Balance) คำว่าสมดุลในที่นี้ มีความหมายคนละอย่างกับการวางตำแหน่งวัตถุ สำคัญไว้ตรงกลางภาพพอดี เช่น ถ่ายภาพคนโดยวางตำแหน่งใบหน้าไว้ตรงกับภาพ แม้ว่าจะดูไม่เอน ไม่เอียง แต่ก็จะไม่เข้าข่าย สมดุล ตามความหมายของหลักการจัด Composition แต่จะกลายเป็น ภาพที่หยุดนิ่งไร้ความเคลื่อนไหว ให้แต่ข้อเท็จจริงแต่ปราศจากการเกิดจินตนาการ สมดุลในที่นี้ หมายถึง ความลงตัวของการวางตำแหน่งวัตถุให้สัมพันธ์กับตำแหน่งวัตถุด้วยกัน หรือวัตถุกับสีสัน หรือวัตถุกับพื้นที่ว่าง เป็นต้น การวางองค์ประกอบแบบสมดุลมีแยกย่อยลงไปได้อีกหลายอย่าง เช่น

2.1) สมดุลแบบสมมาตร คือสมดุลที่วัตถุหรือรูปแบบ รูปทรงของวัตถุมีน้ำหนักหรือขนาด หรือรูปร่าง ที่เท่ากันหรือเหมือนกันทั้งสองข้าง การวางองค์ประกอบแบบสมมาตรต้องใช้ความ ละเอียดรอบคอบในการจัดตำแหน่งของวัตถุให้ดูเท่ากันหรือเหมือนกันทั้งสองข้าง เทคนิคที่ขาดไม่ได้ สำหรับการวางองค์ประกอบแบบนี้ก็คือ จะต้องเปลี่ยนตำแหน่งการมองไปยังขอบของภาพในช่องมอง ภาพทั้งสี่ด้านอย่างจำเพาะเจาะจงทุกครั้ง จะใช้การมองแบบ "กวาดสายตา" ผ่านไปเหมือนกับการจัด วางองค์ประกอบแบบอื่นๆ ไม่ได้ ในยุคฟิล์ม การถ่ายภาพแบบสมมาตรจะต้องใช้ความระมัดระวังเป็น พิเศษ เพราะพลาดแล้วพลาดเลย การแก้ไขโดยการแต่งฟิล์มมีอยู่บ้างแต่ไม่มากนัก ส่วนในยุคดิจิทัลอล นักถ่ายภาพสามารถแก้ไขความผิดพลาดเล็กๆ น้อยๆ ได้ด้วยการ Crop ภาพในโปรแกรมตกแต่งภาพ ได้ง่ายๆ แต่อย่างไรก็ตาม การถ่ายภาพโดยให้องค์ประกอบทุกอย่างออกมาสมบูรณ์ที่สุดโดยไม่ต้อง แก้ไขเพิ่มเติม ก็มักจะเป็นความภาคภูมิใจส่วนตัวของนักถ่ายภาพทุกคน



ภาพที่ 2.24 เทคนิคการถ่ายภาพสมดุลแบบสมมาตร

ที่มา : <https://sites.google.com/site/mayoniis/page-3?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1>

3?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1

2.2) สมดุลแบบถ่วงน้ำหนัก คือสมดุลที่วัตถุอย่างหนึ่งไม่เหมือนกับวัตถุอีกอย่างหนึ่งในภาพ หรือมีวัตถุอย่างเดียวกันส่วนหนึ่งกับพื้นที่ว่างๆ อีกส่วนหนึ่งให้ช่างภาพเลือกวางตำแหน่งวัตถุลงไป การวางตำแหน่งที่ถูกต้องเหมาะสม จะทำให้พื้นที่ว่างเปล่ามี "สาร" เกิดขึ้นมาโดยอัตโนมัติเมื่อมีการมองดูภาพ หลักการในการวางสมดุลประเภทนี้ก็มีแยกย่อยออกไปได้อีก ตัวอย่างเช่น

- สีเข้มจะให้ความรู้สึกหนักกว่าสีอ่อนในปริมาตรพื้นที่เท่ากัน ดังนั้น ถ้าต้องการให้ภาพสมดุล จะต้องให้พื้นที่กับสีอ่อนมากกว่าสีเข้ม ภาพจึงจะดูสมดุล

- สิ่งมีชีวิต โดยเฉพาะ คน จะมีน้ำหนักและพลังในภาพมากกว่าวัตถุทั่วไป ดังนั้นการวางตำแหน่งหรือขนาดของคนในภาพเล็กกว่าพื้นที่ของวัตถุหรือพื้นที่ว่าง ก็ยังสามารถสร้างความสมดุลได้



ภาพที่ 2.25 เทคนิคการถ่ายภาพสมดุลแบบถ่วงน้ำหนัก

ที่มา : <https://poysirikanda.wordpress.com/การจัดองค์ประกอบภาพ>

3.) กฎสามส่วน (Rule of Thirds) มีน้อยยิ่งกว่าน้อยที่จะพูดถึงเรื่อง Composition โดยไม่กล่าวถึงคำนี้ กฎสามส่วนถือเป็นหนึ่งในหัวข้อมตะตลอดกาลของวิชาการถ่ายภาพมาทุกยุคทุกสมัย ไม่มีคำว่าเขยหน้าล้ำสมัยสำหรับกฎนี้ ถ้ามีเวลาสามนาที่สำหรับการสอนมือใหม่ที่เพิ่งหัดจับกล้องให้ถ่ายภาพ ผมจะเลือกแนะนำเรื่องกฎสามส่วนเป็นอันดับแรก กล้องดิจิทัลปัจจุบันนี้มีคุณภาพสูงมากพอที่คนไม่เคยจับกล้องมาเลย จะมีโอกาสได้ภาพที่คมชัดและเปิดรับแสงถูกต้องในระดับมาตรฐานจากการตั้งค่าโหมดสำเร็จรูปต่างๆ ที่กล้องมีให้อยู่แล้ว แต่การจัดองค์ประกอบภาพยังคงเป็นเรื่องที่ผู้ถ่ายภาพต้องใช้ทักษะส่วนตัวเข้ามาจัดการ และกฎสามส่วนก็เป็นสิ่งที่คุ้มค่าที่สุดที่จะเรียนรู้ มีโอกาสได้ใช้ในสถานการณ์ที่หลากหลายกว่ากฎเกี่ยวกับ Composition อื่นๆ เรียกว่า ไม่รู้อะไรเลย รู้แต่เรื่องกฎสามส่วนก็พอจะมีโอกาสได้ภาพดีๆ กับเขาได้บ้างในการถ่ายภาพทั่วไป

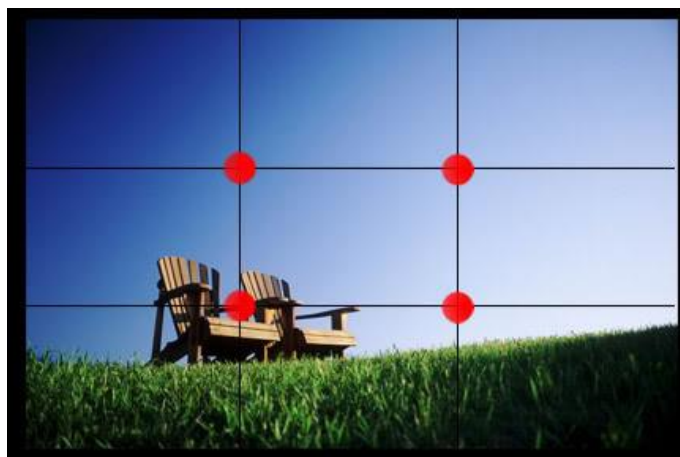
กฎสามส่วนคือการลากเส้นสองเส้นแบ่งพื้นที่ภาพออกเป็นสามส่วนเท่าๆ กัน ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน จุดที่เส้นเหล่านี้ตัดกัน (ซึ่งจะมีสี่จุดในภาพหนึ่งๆ) คือจุดที่เหมาะสมที่สุดในการวางวัตถุหลักลงไป กฎนี้ใช้ได้กับภาพที่ถ่ายทั้งในแนวตั้งและแนวนอน จุดที่วางวัตถุลงไปในภาพตามกฎนี้ ไม่จำเป็นจะต้องเป็นจุดตัดพอดีตายตัว แต่สามารถเอียงไปซ้ายหรือขวา ขึ้นบนหรือลงล่างจากจุดนั้นได้เล็กน้อยตามความเหมาะสม ในขั้นตอนการถ่ายภาพจริง นักถ่ายภาพต้องใช้ในการลากเส้นแบ่งพื้นที่ด้วย "ความคิด" ในขณะที่จัดองค์ประกอบภาพ แม้ว่าจอ LCD ของกล้องจำนวนมากจะมีฟังก์ชันที่สามารถแสดงภาพพร้อมด้วยเส้นที่แสดงกฎสามส่วนได้ แต่ในทางปฏิบัติการแบ่งพื้นที่กฎสามส่วนด้วย "ความคิด" จะสะดวกรวดเร็วกว่า และนักถ่ายภาพทุกคนก็ควรฝึกการมองในช่องมองภาพให้เห็นเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดแบ่งตามกฎสามส่วนโดยอัตโนมัติเสมอ จะช่วยให้การวางองค์ประกอบภาพแบบนี้ง่ายขึ้นมาก



ภาพที่ 2.26 เทคนิคการถ่ายภาพกฎสามส่วน

ที่มา : <https://poysirikanda.wordpress.com/การจัดองค์ประกอบภาพ>

นอกจากนี้เรายังสามารถใช้แนวเส้นแบ่ง 3 เส้นนี้ เป็นแนวในการจัดสัดส่วนภาพก็ได้โดยการจัดวางเส้นขอบฟ้าให้อยู่ในแนวเส้น แบ่ง โดยให้ส่วนพื้นดินและท้องฟ้าอยู่ในอัตราส่วน 3:1 หรือ 1:3 แต่ไม่ควรแบ่ง 1: 1 นอกจากนี้ตำแหน่งจุดสนใจยังอยู่ที่บริเวณจุดตัด ทำให้ภาพดูสมบูรณ์ และน่าสนใจยิ่งขึ้น และเรายังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดองค์ประกอบภาพอื่นๆ โดยใช้หลักการเดียวกัน



ภาพที่ 2.27 เทคนิคการถ่ายภาพกฎสามส่วน

ที่มา : <https://poysirikanda.wordpress.com/การจัดองค์ประกอบภาพ>

4.) การให้กรอบภาพ การถ่ายภาพแบบใส่กรอบ เป็นอีกหนึ่งวิธีง่ายๆ ในการสร้างความน่าสนใจให้กับภาพถ่าย ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากสำหรับนักถ่ายภาพการใส่กรอบให้ภาพการใส่กรอบให้ภาพถ่ายคือการใช้ประโยชน์จากองค์ประกอบของภาพ มาสร้างเป็นกรอบให้กับภาพ เพื่อเป็นการลดช่องว่างของ และยังช่วยให้ภาพเกิดความน่าสนใจ ทำให้ภาพที่ถ่ายเกิดความกระชับในส่วนของการถ่ายก็คือ เมื่อเราเลือกที่จะใช้ส่วนใดเป็นส่วนกรอบได้แล้ว ก็แค่จัดวางตำแหน่งขององค์ประกอบภาพที่ต้องการให้เป็นจุดสนใจให้อยู่ในกรอบนั้น แต่ไม่จำเป็นว่าจะต้องวางจุดสนใจให้อยู่กลางภาพเสมอไป ขึ้นอยู่กับกรอบและจุดสนใจของภาพ หากวางไว้ตรงจุดไหนภาพจะดูน่าสนใจมากที่สุด



ภาพที่ 2.28 เทคนิคการถ่ายโดยการให้กรอบ

ที่มา : https://poysirikanda.files.wordpress.com/2013/08/phototip_02.jpg

5.) การเคลื่อนไหว และ ทิศทาง (Movement & Direction) วัตถุที่มีความเคลื่อนไหวในตัวเอง จะต้องใช้ความระมัดระวังในการวางตำแหน่งมากกว่าวัตถุที่อยู่นิ่ง ทักษะในการวิเคราะห์ทิศทางความเคลื่อนไหว และวางองค์ประกอบเพื่อเปิดพื้นที่ให้การเคลื่อนไหวได้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องนั้นสำคัญมากสำหรับภาพในรูปแบบนี้ จุดสิ้นสุดการเคลื่อนไหวของวัตถุ ไม่ควรอยู่ชิดหรือติดกับขอบภาพด้านใดด้านหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อด้านตรงข้ามยังมีพื้นที่ว่างเหลืออยู่หรือมีวัตถุอื่นปรากฏอยู่ ธรรมชาติของความรู้สึกในการมองภาพ ถ้าวัตถุในภาพมีการเคลื่อนไหว เช่น สายน้ำไหล รถมอเตอร์ไซด์ เป็นต้น ทิศทางการที่เคลื่อนไหวไป จะมีพลังดึงดูดสายตาและอารมณ์มากกว่าวัตถุที่หยุดนิ่งซึ่งปรากฏอยู่ในภาพเดียวกัน แม้ว่าวัตถุดังกล่าวนั้นจะมีความน่าสนใจมากเมื่ออยู่เดี่ยวๆ ในภาพอีกภาพหนึ่ง หลักการง่ายๆ คือการพยายามหาพื้นที่ว่างให้ต่อเนื่องจากจุดสิ้นสุดการเคลื่อนไหวของวัตถุไปอีกสักเล็กน้อย เพื่อให้ "จินตนาการ" ของผู้ดูภาพได้ทำงานร่วมกับภาพวัตถุที่ปรากฏอยู่ในภาพ



ภาพที่ 2.29 เทคนิคการถ่ายภาพการเคลื่อนไหว และ ทิศทาง

ที่มา : http://www.bpsthai.org/BPS_Links/PhotoTechnic_L/PhotoTip_L/Sec07.html

6.) การถ่ายภาพซ้อน สิ่งเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดก็คือมีเทคนิคการถ่ายภาพหลายๆหลายอย่างที่เริ่มห่างหายไปหรือมีผู้นำมาใช้น้อยลง อย่างเช่นเทคนิคการถ่ายภาพซ้อนแบบ Double Exposure หรือ Multiple Exposure น้อยคนนักที่จะถ่ายภาพซ้อนจากกล้องดิจิทัล โดยมากจะถ่ายภาพ 2 เฟรม แล้วนำไปตัดปะด้วยโปรแกรมกันเสียมากกว่าทั้งที่อันที่จริงแล้ว ในกล้องดิจิทัลนั้นก็ยังมีฟังก์ชันที่สามารถถ่ายภาพซ้อนมาให้ในเมนูถ่ายภาพอยู่แล้วแต่การถ่ายภาพซ้อนจากกล้องนั้นในบางครั้งก็ไม่สามารถที่จะกำหนดวัตถุต่างๆให้อยู่ในตำแหน่งที่เราต้องการได้แม่นยำนักการทำผ่านโปรแกรมตกแต่งภาพจะได้คุณภาพที่ดีกว่าแต่ก็สามารถสร้างสรรค์ภาพจากเมนูการถ่ายภาพซ้อนจากกล้องได้



ภาพที่ 2.30 เทคนิคการถ่ายภาพขาดและครบ

ที่มา : <https://poysirikanda.files.wordpress.com/2013/08/101.jpg>

2.2.7 การจัดวางและการออกแบบตัวอักษร

Typography คือการจัดวางและการออกแบบตัวอักษรเพื่อการสื่อสาร หรือเป็นการออกแบบตัวอักษร (Typefaces) และการจัดวางตัวอักษร (Font) ให้เหมาะสมสวยงามกับพื้นที่ว่างและองค์ประกอบต่างๆ ที่ใช้ในงานออกแบบสื่อสาร มีความแตกต่างในการใช้งานดังต่อไปนี้

1.) Typeface กับ Font คือตัวอักษร สามารถใช้ได้เหมือนกันแม้กระทั่งบทความหรือบนเว็บไซต์พบว่ามีการใช้ 2 คำนี้ไม่ถูกต้อง ความจริงแล้ว 2 คำนี้มีความหมายต่างกัน Typeface คือแบบของตัวอักษร ที่ออกแบบหรือคิดค้นขึ้นมาโดย “นักออกแบบตัวอักษร” หรือ Typographer ส่วน Font เป็นเพียงแค่ “รูปแบบ” หรือ “ลักษณะ” หนึ่ง ของ Typeface เท่านั้น

2.) Serif กับ Sans-Serif คำว่า Serif คือ การเล่นหางของตัวอักษร ซึ่งจะแตกต่างกับคำว่า Sans-serif ที่จะไม่มีการเล่นหาง



ภาพที่ 2.31 ตัวอักษรมีฐาน และไม่มีฐาน

ที่มา : <https://poysirikanda.files.wordpress.com/2013/08/101.jpg>

การจัดวางและการออกแบบตัวอักษร จะทำให้ตัวอักษรรู้สึกน่าสนใจและน่าอ่าน เป็นเรื่องที่สำคัญมากในการออกแบบ เนื่องจากจะช่วยส่งผลต่อ อารมณ์และความรู้สึกของได้เป็นอย่างดี การออกแบบ Typography สามารถดึงดูดสายตาของกลุ่มเป้าหมายได้ดี ทำให้เกิดการจดจำได้ง่าย ดังนั้น การเลือกรูปแบบตัวอักษร การประยุกต์ใช้ การใส่ลูกเล่นต่างๆจึงมีความสำคัญอย่างมาก ส่วนใหญ่ตามนิตยสารหรือตามหน้าเว็บไซต์ส่วนมากมีการออกแบบตัวอักษรให้แปลกตาและดูมีเอกลักษณ์มากขึ้น มีการใช้ Typography ที่ทันสมัย ด้วยปัจจุบัน Font ที่ใช้ในออกแบบมีมากกว่าในสมัยอดีต การออกแบบ Typography ไม่ใช่แค่การทำให้ตัวอักษรดูใหญ่ หนา เด่น ชัดอ่านง่ายเพียงเท่านั้น แต่การออกแบบควรจะมาพร้อมกับเรื่องราวที่บอกเล่าเรื่องราวและบุคลิก หรือที่ไปที่ไปของตัวอักษรนั้นๆได้ สามารถทำได้ด้วยวิธีการที่หลากหลายตามความคิดสร้างสรรค์ เช่นการใช้รูปทรงต่างๆ การจัดวาง หรือการเลือกใช้สีและลายเส้นที่เป็นเอกลักษณ์มาประกอบด้วย



ภาพที่ 2.32 การออกแบบ Typography

ที่มา : <https://medium.com/@agencylikeme/typography>

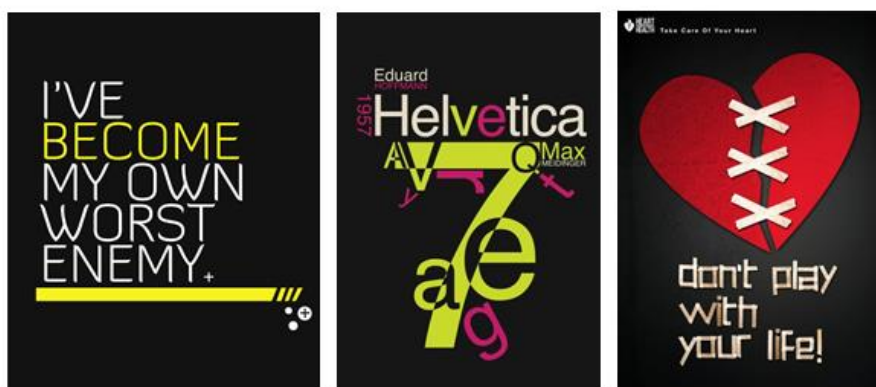
วิธีการเลือก ตัวอักษร ไปใช้กับงานออกแบบ

- 1.) ความหมายต้องเข้ากัน หมายความว่า ความหมายของคำ และ ตัวอักษร ที่เลือกใช้ควรไปในทิศทางเดียวกัน เช่น คำว่าน่ารักก็ควรใช้ตัวอักษร ที่ดูน่ารักไปด้วย ไม่ควรใช้ ตัวอักษรที่ดูเป็นทางการ
- 2.) อารมณ์ของฟอนต์ และอารมณ์ของงานต้องไปในทิศทางเดียวกัน เช่น งานที่ต้องการความน่าเชื่อถือก็จะเลือกใช้ ตักรอักษร แบบ มีหาง (Serif) ที่ดูหนักแน่นและดูน่าเชื่อถือ ส่วนงานที่ต้องการความฉลาดอย่างโปสเตอร์ลดราคา ก็ควรจะใช้ตัวอักษรที่ดูไม่เป็นทางการมากเกินไป

น่ารัก น่ารัก

ภาพที่ 2.33 ความเข้ากันของอักษร

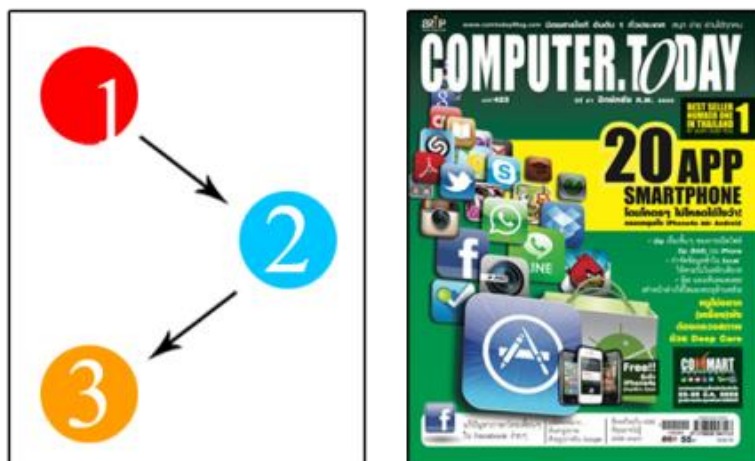
ที่มา : <http://photoloose.com/wp-content/uploads/2014/09/typography-09.png>



ภาพที่ 2.34 อารมณ์ของตัวอักษรในงานออกแบบ

ที่มา : <http://www.km-web.rmutt.ac.th/wp-content/uploads/2012/02/text-06.png>

3.) การวางตำแหน่งตัวอักษร ในงานออกแบบการวางตำแหน่งของตัวอักษร เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญกับการทำงาน สำหรับการวางตำแหน่งตัวอักษร ธรรมชาติของคนไทยจะอ่านจากซ้ายไปบนลงล่าง การกวาดสายตามลัดภาพ หากต้องการให้เนื้อหาอ่านง่ายควรลำดับให้ดี หากอ่านข้ามไปอาจทำให้ความหมายผิดเพี้ยนไป จุดเด่นควรมีจุดเดียว การทำจุดเด่นต้องมีตัวอักษรขนาดใหญ่ ซึ่งเน้นให้เป็นจุดเด่น ส่วนจุดอื่นควรลดขนาดลงมาตามลำดับความสำคัญ และไม่ควรใช้ตัวอักษรหลายแบบเกินไป เพราะอาจจะทำให้งานอ่านยาก ทำให้สายตาสะดุดตา ถ้าจำเป็นจริงๆ ควรใช้ตัวอักษรเดิม ตกแต่งขนาด เพิ่มความเอียง หรือการเพิ่มของตัวอักษรความหนาแทน



ภาพที่ 2.35 การวางตำแหน่งตัวอักษร

ที่มา : <http://photoloose.com/wp-content/uploads/2014/09/typo0graphy-11.png>

4.) ลักษณะรูปแบบตัวอักษรกับงานออกแบบ ตัวอักษรที่ใช้ในปัจจุบัน มีอยู่ 4 รูปแบบใหญ่ๆ Serif เป็นตัวอักษรที่มีฐานหรือเชิงอยู่ปลาย, San Serif เป็นตัวอักษรที่ไม่มีฐานอยู่ตรงปลาย, Antique เป็นตัวอักษรประดิษฐ์แบบโบราณ, Script เป็นตัวอักษรที่มีลักษณะเหมือนลายมือ

Serif = มีลักษณะเป็นระเบียบ เป็นทางการ เหมาะสำหรับใช้ในงานออกแบบที่เป็นทางการ และน่าเชื่อถือ

Photoloose

San Serif = มีลักษณะอ่านง่าย ดูทันสมัยมากกว่าแบบอื่นๆ เหมาะสำหรับใช้ในงานออกแบบที่ไม่เป็นทางการมากนัก

Photoloose

Antique = มีลักษณะเฉพาะตัว เหมาะสำหรับใช้ในงานออกแบบที่ต้องการแสดงถึงความชัดเจนของยุคสมัย

Photoloose

Script = เหมาะสำหรับใช้งานที่ไม่เป็นทางการ มีความเป็นกันเอง หรืองานที่ต้องการข้อความที่ดูเหมือนเป็นลายมือเขียน

Photoloose

2.3 ศึกษาหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

2.3.1 องค์ประกอบในสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ คือหนทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก โดยยกตัวอย่างการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้สำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือเชิญชวนดังนี้

- โปสเตอร์ (poster) คือภาพขนาดใหญ่พิมพ์บนกระดาษ ออกแบบเพื่อใช้ติดหรือแขวนบนผนังหรือกำแพงโปสเตอร์อาจจะเป็นภาพพิมพ์และ/หรือภาพเขียน หรืออาจจะเป็นอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ จุดประสงค์ก็เพื่อให้เตะตาผู้ดูและสื่อสารข้อมูลโปสเตอร์อาจจะใช้สอยได้หลายประการ แต่ส่วนใหญ่มักจะใช้ในการเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์

- แผ่นพับ (Brochure) หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีการกางพับเข้า และกางออก มีขนาดเล็ก หยิบง่ายให้ข้อมูลรายละเอียดได้มากพอสมควรมีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ 3 สำหรับแผ่นพับที่ออกแบบในปัจจุบันจะเน้นการออกแบบและการผลิตที่ใช้ต้นทุนต่ำเป็นหลัก3และการออกแบบสำหรับงานพิมพ์ในรูปแบบหรรษาเป็นอีกข้อได้เปรียบอีกประเภทหนึ่ง คือ รูปแบบสวยสะดุดตาเป็นงานพิมพ์ชั้นสูงและราคาก็สูงตามไปด้วย

องค์ประกอบของภาพโปสเตอร์โฆษณาและแผ่นพับ

1.) รูปภาพ (Picture)

- 2.) พาดหัว (Headline)
- 3.) พาดหัวรอง (Sub headline)
- 4.) ข้อความบอกรายละเอียด (Body text)
- 5.) ข้อความพิสูจน์กล่าวอ้าง (Proof)
- 6.) ข้อความปิดท้าย (Closing)
- 7.) ผู้พิมพ์และโฆษณา (Publishers)

ในงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบข้างต้น อาจจะมีครบทั้ง 7 องค์ประกอบ หรือมีไม่ครบ หรือมีมากกว่านั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่จะใส่ลงไป

1.) รูปภาพ (Picture) รูปภาพมีบทบาทและความสำคัญของการสื่อความหมายด้วยภาพเป็นอย่างมาก รูปภาพในบนสื่อประชาสัมพันธ์ต้องมีลักษณะที่โดดเด่น สะดุดตา และมีความน่าสนใจ อีกทั้งยังสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีลักษณะสร้างความน่าจดจำและความประทับใจให้กับผู้ชมได้เป็นอย่างดี

2.) พาดหัว (Headline) ในการเขียนข้อความโฆษณาจำเป็นจะต้องมีพาดหัวเสมอเพราะพาดหัวเป็นส่วนที่เด่นที่สุดในประเภทของข้อความโฆษณา มีไว้เพื่อให้สะดุดตาสะดุดใจชวนให้ติดตามอ่านเรื่องราวต่อไปลักษณะของพาดหัวที่ดีควรมีขนาดตัวอักษรโตหรือเด่นเป็นข้อความที่สั้นกะทัดรัด ชวนให้น่าคิดหรือน่าติดตามอ่านต่อไป

3.) พาดหัวรอง (Sub headline) คือข้อความที่มีขนาดและความสำคัญรองลงมาจากพาดหัว หรือในกรณีที่พาดหัวเป็นประโยคยาวทำให้ไม่เด่นไม่สะดุดตาอาจจะตัดทอนตอนใดตอนหนึ่งลงมาให้เป็นพาดหัวรองก็ได้โดยลดให้ตัวอักษรมีขนาดรองลงมาจากพาดหัวถ้าเป็นพาดหัวประเภทอยากรู้อยากเห็นหรือแบบฉงน ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้อ่านสนใจอาจจะต้องใช้พาดหัวรองทำหน้าที่ขยายความจากพาดหัวให้เข้าใจเพิ่มขึ้น

4.) ข้อความบอกรายละเอียด (Body text) สำหรับสินค้าใหม่ที่ประชาชนยังไม่รู้จักยังไม่เข้าใจ ประโยชน์ว่าใช้ทำอะไรใช้อย่างไร หรือรู้จักแล้วแต่การโฆษณาต้องการเน้นให้ถึงประโยชน์เพื่อการสนใจซื้อ จึงควรชี้ให้เห็นว่าสินค้านี้ให้ประโยชน์คุ้มค่าอย่างไรแต่ถ้าเป็นสินค้าที่รู้จักกันดีโดยทั่วไป อาจจะไม่จำเป็นต้องเน้นประโยชน์ก็ได้เพื่อให้พื้นที่โฆษณาดูโปร่งตาไม่รกไปด้วยข้อความ ซึ่งจะดูดีกวาโฆษณาที่แน่นไปทั้งภาพด้วยเรื่องราวต่างๆ เต็มพื้นที่ประโยชน์อื่นๆ หรือรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า ถ้าสินค้านั้นมีคุณสมบัติพิเศษ หรือมีประโยชน์เหนือกว่าสินค้าธรรมดาโดยทั่วไปการเขียนข้อความโฆษณาจึงควรมีรายละเอียดส่วนนี้ไว้ด้วย เพื่อช่วยสร้างความสนใจเป็นพิเศษแก่ผู้อ่าน เช่น เครื่องดูดฝุ่น นอกจากใช้ดูดฝุ่นแล้วยังสามารถใช้เป่าลมได้อีกด้วย

5.) ข้อความพิสูจน์กล่าวอ้าง (Proof) ข้อความส่วนนี้มีไว้เพื่อสร้างความเชื่อถือหรือช่วยให้เกิดความมั่นใจในสินค้าโดยมักจะอ้างอิงบุคคลที่สามารถอ้างอิงได้ตั้งแต่บุคคลธรรมดาทั่วๆ ไปที่ใช้สินค้าหรือบริการแต่ถ้าเป็นดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับและรู้จักกันดีในสังคมก็จะได้รับความสนใจและได้รับความเชื่อถือเป็นพิเศษโดยเฉพาะคนเด่นคนดังใน สาขาอาชีพนั้นๆ เช่น นักกีฬาที่มีชื่อเสียงระดับชาติหรือระดับโลก โฆษณาสินค้าที่เกี่ยวกับกีฬาประเภทนั้นๆ ผู้มีชื่อเสียงเกี่ยวกับอาหารการกินแนะนำเรื่องอาหารหรือเกี่ยวกับอาหาร

6.) ข้อความปิดท้าย (Closing) ข้อความเป็นการจบโฆษณาโดยสรุปให้ทราบว่า ผู้อ่านควรจะทำอย่างไร เช่น ให้ตัดสินใจซื้อ ซื้อได้ที่ไหน ซื้อโดยวิธีใดใครเป็นผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายและคำขวัญก็เป็นที่ยอมรับในส่วนข้อความปิดท้ายเป็นต้น

7.) ผู้พิมพ์และโฆษณา (Publishers) คือส่วนที่ต้องระบุหน่วยงานต้นเรื่อง หรือหน่วยงานเจ้าของเรื่อง ในที่นี้ได้แก่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ส่วนฝ่ายหรือหน่วยร่วมต่างๆเป็นต้น



ภาพที่ 2.36 ตัวอย่างงานโฆษณาประชาสัมพันธ์

ที่มา : <http://www.stou.ac.th/offices/Oce/kmoce1/เอกสารค้นคว้าการพิมพ์.pdf>

องค์ประกอบในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีหลักการสำคัญที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาอยู่ 7 ประการ คือ

1.) สัดส่วน (Proportion) คือการกำหนดขนาดและสัดส่วนของงานที่ทำการผลิตโดย เฉพาะงานชิ้นแรกที่จะทำการผลิต เพื่อเป็นแนวทางในการจัดวางองค์ประกอบย่อยอื่น ๆ การกำหนด กรอบของขอบเขตหรือขนาดของสิ่งพิมพ์ สัดส่วนเหล่านี้ ไม่เพียงแต่จะใช้ในการกำหนดขนาดของสื่อ สิ่งพิมพ์เท่านั้น แต่สามารถใช้ในการกำหนดสัดส่วนของขนาดองค์ประกอบย่อยส่วนอื่นๆ ในสื่อสิ่งพิมพ์ ได้อีกด้วยรูปแบบสัดส่วนมีดังนี้

1.1) ความสัมพันธ์ในเรื่องของขนาด ระยะหรือพื้นที่ระหว่างของสองสิ่ง เช่น กว้าง - ยาว สอดคล้องกับสัดส่วนของกระดาษมาตรฐานที่จำหน่ายทั่วไปการใช้มาตรฐานดังกล่าวเป็นการใช้ กระดาษอย่างคุ้มค่า ไม่ควรกำหนดสัดส่วนสัดส่วนให้เป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส หรือสี่เหลี่ยมผืนผ้าเพราะจะทำให้ ดูไม่น่าสนใจ

1.2) การเปรียบเทียบระหว่างองค์ประกอบย่อย และภาพรวมขององค์ประกอบทั้งหมด เช่น ขนาดตัวอักษรและภาพประกอบในแต่ละหน้าคือไม่ควรใช้ตัวอักษรที่มีขนาดต่างกันมากเกินไปในหนึ่ง หน้า ยกเว้นหนังสือพิมพ์

2.) ความสมดุล (balance) จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ องค์ประกอบย่อยๆ ที่อยู่ในสื่อสิ่งพิมพ์ถูกจัด วางให้มีน้ำหนักเท่ากัน ทำให้เกิดความรู้สึกสมดุลแก่คนดูหรือผู้ที่มองน้ำหนักดังกล่าวเกิดขึ้นจากรูปร่าง สี และความเข้มจาง หรือองค์ประกอบภายในผลงานนั้น ๆ ความสมดุลในการจัดวางรูปแบบมี ดังนี้

2.1) ความสมดุลแท้หรือที่องค์ประกอบทางซ้ายและขวา หรือบนและล่างมีน้ำหนักเท่ากัน

2.2) ความสมดุลเทียม คือความสมดุลที่องค์ประกอบทางด้านซ้ายและขวา หรือบนและ ล่างมีน้ำหนักไม่เท่ากัน เมื่อมองรวมกันแล้วจะให้ค่าน้ำหนักของภาพเท่ากันรอบจุดกึ่งกลางของสายตา (optical center) โดยทั่วไปแล้วแบบนี้จะให้ความรู้สึกมากกว่าเพราะเป็นการเปรียบเทียบและใช้ รูปทรงขององค์ประกอบภาพต่างๆ มาจัดแบ่งน้ำหนักของภาพให้อยู่ในสมดุลกันการ ทดสอบว่าการ จัดวางตำแหน่งมีความสมดุลกันหรือไม่ทำง่าย ๆ ได้ด้วยการหรือตามองในระยะห่างหลายๆ ฟุต ซึ่งจะทำ ให้มองไม่เห็นรายละเอียดของภาพ แต่จะมองเห็นเฉพาะส่วนประกอบใหญ่ๆ ที่มีน้ำหนักเท่านั้น ซึ่งจะ ทำให้พิจารณาได้ว่ามีส่วนใดใหญ่ไปเล็กไป เข้มไป อ่อนไป หรือหนักไปทางด้านใดด้านหนึ่งได้ในการ ทำสื่อประชาสัมพันธ์

3.) ความแตกต่าง (Contrast) การสื่อความหมายโดยทั่วไปย่อมจะต้องมีบางสิ่งบางอย่าง ที่ ต้องการเน้นมากกว่าส่วนอื่นๆ นอกจากจะเป็นการแสดงความสำคัญแล้ว ยังทำให้สิ่งที่ต้องการแสดง นั้น มีความน่าสนใจมากขึ้น การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ ถ้าไม่เน้นให้เห็น ความแตกต่าง งานก็จะดูไม่น่าสนใจ

3.1) การเน้นความแตกต่างโดยขนาด คือต้องการเน้นให้มีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าปกติซึ่งมักพบ ในงานโปสเตอร์ ปกหนังสือ และงานโฆษณาต่างๆ



ภาพที่ 2.37 เน้นความแตกต่างโดยขนาด

ที่มา : http://www.ideazign.com/port/graphic/content0303_04.htm

3.2) การเน้นความแตกต่างโดยรูปร่าง การใช้ขนาดที่แตกต่างกันเพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ อาจต้องใช้วิธีสร้างองค์ประกอบภาพให้มีรูปร่างที่ต่างๆ กันออกไปด้วยซึ่งอาจทำได้โดยการบัง (crop) ภาพบางส่วนการใช้ฮาฟโทน หรือการใส่สกรีนขนาดต่างๆ เข้าช่วยในการทำตัวอักษรหรือภาพได้ การเน้นความแตกต่างโดยรูปร่าง การเน้นความแตกต่างโดยการใช้ความแก่ - อ่อนของสีภาพ การเน้นความแตกต่างด้วยทิศทาง การทำสื่อประชาสัมพันธ์ จากภาพตัวอย่างด้านล่าง แสดงการตัดกันด้วยรูปร่าง ซึ่งในภาพนี้จะมีลักษณะของหน้าจอโทรทัศน์ ที่เป็นรูปร่างสี่เหลี่ยมจัตุรัสนำมาจัดวางเรียงกัน และมีรูปร่างวงรีวางไว้ตรงกลาง ซึ่งทำให้เกิดการตัดกันของรูปร่าง และทำให้รูปทรงวงรีนี้โดดเด่นขึ้นมาจากรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสที่วางเรียงรายกันอีกด้วย



ภาพที่ 2.38 เน้นความแตกต่างโดยรูปร่าง

ที่มา : http://www.ideazign.com/port/graphic/content0303_04.htm

3.3) การเน้นความแตกต่างโดยใช้ความแก่ - อ่อนของสีภาพ อาจจะทำให้สวยงาม น่าสนใจมากขึ้นหากกำหนดให้แต่ละส่วนมีความเข้มแก่ - อ่อน ไม่เท่ากัน จะช่วยให้เห็นความลึกความ ชัดของภาพได้ดีขึ้นเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้สิ่งพิมพ์ และเร้าความรู้สึกของผู้ดูได้โดยการใช้สีตัดกัน การใช้ตัวอักษรเว้นขาวในพื้นที่บหรือการใช้เนื้อที่วางแทรกกระหว่างหน้าที่มีเนื้อความมากๆ เป็นต้น จากภาพตัวด้านล่าง แสดงการตัดกันด้วยสี ในภาพจะใช้สีแดง และสีเขียวซึ่งเป็นสีที่ตรงข้ามกันใน วงจรสี การใช้สีตรงข้ามกันในวงจรสีเป็นวิธีการเลือกสีมาให้เกิดความตัดกัน การใช้สีตรงข้ามนี้ ควรใช้ สีหนึ่งจำนวน 80% ส่วนอีกสีตรงข้ามเพียง 20% ของจำนวนสีทั้งหมดของพื้นที่ผลงาน ที่ใช้หลักการ ของสีตรงข้ามเข้าไปช่วยทำให้งานนั้นดูมีชีวิตชีวาไม่น่าเบื่อ



ภาพที่ 2.39 เน้นความแตกต่างโดยการสี

ที่มา : http://www.idealzign.com/port/graphic/content0303_04.htm

3.4) การเน้นความแตกต่างด้วยทิศทาง การใช้ทิศทางในการชี้แนะผู้อ่านให้ติดตามข้อความ ที่ต้องการสื่อความหมายไปตามลำดับ เช่นข้อความพาดหัวทางด้านบนภาพจะไปสิ้นสุดข้อความด้าน ขวามือ และจะถูกชักนำมาสู่ข้อความข้างล่างโดยเส้นทแยงมุมและเมื่อจบข้อความสุดท้าย แล้วจึงจะ ถึงข้อความปิดท้าย ส่วนกรอบสี่เหลี่ยม จะทำหน้าที่เป็นกรอบที่กำหนดทิศทางให้องค์ประกอบภาพว่า จะอยู่ในแนวตั้งหรือแนวนอนในการทำสื่อประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 2.40 เน้นความแตกต่างโดยทิศทาง

ที่มา : http://www.idealzign.com/port/graphic/content0303_04.htm

4.) ลีลา (Rhythm) หมายถึง การเคลื่อนไหวที่มีความซ้ำและต่อเนื่องกันเป็นระยะๆและเกิดจากการเคลื่อนไหวซ้ำๆกัน ทำให้เกิดรูปร่างขนาดรูปลักษณะต่างๆกันออกไป

4.1) โดยกำหนดให้มืองค์ประกอบที่มีรูปแบบเดียวกันเรียงซ้ำกัน ความแตกต่างกันในรูปแบบที่วางมีไม่มากนักเพื่อให้ผู้อ่านไม่สับสนเพราะมีรูปแบบคล้ายคลึงกันและทำให้การดูเป็นไปอย่างต่อเนื่องยิ่งขึ้น

4.2) โดยการใช้เส้นเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงลีลาของภาพเป็นการใช้เส้นหรือส่วนประกอบของรูปแบบ ช่วยนำผู้อ่านหรือผู้ดูไปสู่จุดสำคัญที่ต้องการสื่อความ ช่วยให้ส่วนประกอบต่างๆ และดูคล้ายกับว่ามีการเคลื่อนไหวจากส่วนประกอบหนึ่งไปอีกส่วนประกอบหนึ่งทำให้ภาพดูไม่นิ่งเกินไปช่วยป้องกันความสับสนจากการดู สิ่งพิมพ์ด้วย วิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้สิ่งพิมพ์ดูมีลีลาโดยการใช้ลูกศรหรือเส้น ซึ่งอาจเป็นเส้นตรง เส้นโค้ง หรือเส้นในลักษณะอื่นที่นำไปสู่จุดสนใจได้

5.) ความมีเอกภาพ (Unity) เป็นการจัดวางองค์ประกอบทั้งหมดของรูปแบบตั้งแต่ข้อความ ภาพ สัญลักษณ์ และอื่นๆ ให้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน สามารถสะท้อนเรื่องราวเป็นหนึ่งเดียว ทำให้เกิดผลต่อผู้อ่านหรือผู้ดูไปในทางเดียวกัน โดยสอดคล้องกับความต้องการและวัตถุประสงค์ของเจ้าของงานและผู้ออกแบบ การจัดองค์ประกอบให้มีเอกภาพทำได้โดยการใช้จำนวนแบบตัวพิมพ์หรือแบบตัวอักษรที่ไม่มากเกินไปในหนึ่งหน้า เพื่อไม่ให้เกิดความหลากหลายหรือทำให้ส่วนประกอบต่างๆ ของรูปแบบแยกออกจากกันมากเกินไป

6.) การผสมกลมกลืน (Harmony) การออกแบบจะต้องจัดให้องค์ประกอบของภาพให้มีความผสมกลมกลืนและได้ผลตามความต้องการหลัก 2 ประการ

6.1) รูปแบบที่ออกมาจะต้องสะดุดตาผู้ชม

2.) สื่อบุคคล หมายถึงตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้วาที การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิง นอกจากนี้จะมีผู้บันทึกคำพูดนั้นๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้

3.) สื่อโสตทัศน เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และหรือเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศนแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุ และส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดิทัศน์ फिल्मภาพยนตร์ แผ่นดิสเก็ต แผ่นซีดีรอม เป็นต้น ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ได้แก่ เครื่องเล่นเทปบันทึกเสียง เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

4.) สื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดริ้วขบวน การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงตัดแปลง แก้ไขให้ยืดหยุ่นเหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

5.) สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์

6.) สื่อสมัยใหม่ เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุคสารสนเทศ (Information Age) ที่กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization)

6.1) ดาวเทียม (Satellite) หรือ สถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการสื่อสารระหว่างประเทศ

6.2) อินเทอร์เน็ต (Internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก ตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงาน อาชีพต่างๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์

ก็นำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ที่น่ามาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ผ่านทาง E-mail หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจาก World Wide Web (WWW) โดยการจัดทำเป็น Website มองแต่ละแห่งให้ผู้เปิดดูเข้าไปดู และติดตามข้อมูลต่างๆ ได้ ปัจจุบันยังมีสื่อสังคมออนไลน์ เช่น twitter , facebook ที่หลายแห่งเริ่มนำมาใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และค่อนข้างเป็นสื่อที่ทรงพลัง

ขั้นตอนกระบวนการคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

1.) แนวคิดในการออกแบบ (Concept) การคิดที่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงและความต้องการของลูกค้า และการสื่อความหมายหรือสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด (ประโยชน์ใช้สอย+ความสวยงาม)

2.) ข้อมูลรายละเอียด/เนื้อหาของโครงการ (DATA/Project) ทำความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการและเป้าหมายของกิจกรรม/โครงการ

3.) รูปภาพ และ สี คำนึงถึงการสื่อความหมายให้ตรงมากที่สุด และความเหมาะสมของภาพทำให้ดูน่าสนใจ ดึงดูด และ สวยงาม เช่น การใช้สีให้ตรงกับองค์กร

4.) ตัวอักษร (Font) การใช้ตัวอักษรให้เหมาะสมกับลักษณะงาน บรรยากาศ และโอกาส

5.) การจัดวางรูปแบบ (Lay Out)

5.1) รูปแบบของแผ่นพับ จากกระดาษ A4 พับ1, พับ2, แนวตั้ง แนวนอน

5.2) รูปแบบการจัดวางข้อมูล-รูปภาพในแผ่นพับควรคำนึงถึงสัดส่วน ความเหมาะสม เนื้อหาอ่านง่าย ดึงดูดสายตาและควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก และควรจัดทำแผนพับตามแนวทางหรือข้อมูลที่ได้มาให้ตรงใจลูกค้าและสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด



ภาพที่ 2.41 แผ่นแบบพับ1

ที่มา : <http://www.brochuredesignteam.com/Brochure-Types-2500.html>



ภาพที่ 2.42 แผ่นแบบพับ2

ที่มา : <https://edgeprinting.com/product/flyers-and-brochures-full-color>

2.4 หลักการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

2.4.1 ความสำคัญและประวัติสื่อสิ่งพิมพ์

สิ่งพิมพ์ หมายถึง สมุด แผ่นกระดาษ หรือวัตถุใดๆที่พิมพ์ขึ้น สื่อ หมายถึง ผู้หรือสิ่งที่ทำการติดต่อให้ถึงกัน หรือชักนำให้รู้จักกัน พิมพ์ หมายถึง ถ่ายแบบ ใช้เครื่องจักรกดตัวหนังสือหรือภาพ ดังนั้นเมื่อนำความหมายของคำเหล่านี้มารวมกันแล้วสื่อสิ่งพิมพ์จึงหมายถึง สิ่งที่พิมพ์ขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแผ่นกระดาษหรือวัตถุใดๆด้วยวิธีการต่างๆอันเกิดเป็นชิ้นงานที่มีลักษณะเหมือน ต้นฉบับ ในยุคก่อนประวัติศาสตร์ได้หลักฐานทางประวัติศาสตร์ศิลปะได้ปรากฏบนผนังถ้ำอัลตามิรา (Altamira) ในสเปน และถ้ำลาสคัวซ์ (Lascaux) ในฝรั่งเศส มีผลงานแกะสลักหิน แกะสลักผนัง ถ้าเป็นรูปสัตว์ลายเส้นจึงเป็นหลักฐานในการแกะพิมพ์ เป็นครั้งแรกของมนุษย์หลังจากนั้นได้มีบุคคลคิดวิธีการทำกระดาษขึ้นมาจนมาเป็นการพิมพ์ในปัจจุบันนั้นคือโซลัน ซึ่งมีเชื้อสายจีน ชาวจีนได้ผลิตทำหมึกแท่งซึ่งเรียกว่า “บีก” สิ่งเหล่านี้สามารถยืนยันได้ว่ามนุษย์เรามีการรับมาตั้งแต่สมัยโบราณ

ประวัติการพิมพ์ในประเทศไทย

ในสมัยสมเด็จพระนารายมหาราช กรุงศรีอยุธยา ได้เริ่มแต่ง และพิมพ์หนังสือคำสอนทางศาสนาคริสต์ขึ้น และหลังจากนั้นหมอบรัดเลย์เข้ามาเมืองไทย และได้เริ่มดำเนินงานพิมพ์จนสนใจเป็นธุรกิจด้านการพิมพ์ ในเมืองไทย พ.ศ. 2382 ได้พิมพ์เอกสารทางราชการเป็นชิ้นแรกคือหมายประกาศห้ามสูบบุหรี่ ซึ่งพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดให้จ้างพิมพ์จำนวน 9,000 ฉบับ ต่อมาเมื่อวันที่ 4 ก.ค. 2387 ได้ออกหนังสือฉบับแรกขึ้น คือ บางกอกรีคอร์ดเดอร์ (Bangkok Recorder) เป็นจดหมายเทศุอย่างสั้น ออกเดือนละ 2 ฉบับและใน 15 มิ.ย. พ.ศ. 2404 ได้พิมพ์หนังสือเล่ม

ออกจำหน่ายโดยซื้อลิขสิทธิ์จาก หนังสือนิราศลอนดอนของหม่อมราโชทัย และได้เริ่มต้นการซื้อขาย ลิขสิทธิ์จำหน่ายในเมืองไทย หมอบรัดเลย์ได้ตั้งแก๊กรรรมในเมืองไทย กิจการการพิมพ์ของไทยจึงได้เริ่ม เป็นต้นของไทย หลังจากนั้นใน พ.ศ. 2500 ประเทศไทยจึงนำเครื่องพิมพ์แบบโรตารี ออฟเซต (Rotary off set) มาใช้เป็นครั้งแรก โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชนำเครื่องหล่อเรียงพิมพ์ (Monotype) มาใช้กับตัวพิมพ์ภาษาไทยธนาคารแห่งประเทศไทยได้จัดโรงพิมพ์ธนบัตรในเมืองไทขึ้นใช้เอง

ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

- สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ ได้แก่ หนังสือสารคดี ตำราแบบเรียน และหนังสือบันเทิงคดี
- สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร/นิตยสาร และจุลสาร
- สื่อพิมพ์โฆษณา ได้แก่ โบรชัวร์ ใบปลิว แผ่นพับ และใบปิด (Poster)
- สิ่งพิมพ์เพื่อการบรรจุภัณฑ์ คือสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการห่อหุ้มผลิตภัณฑ์การค้าต่าง ๆ แยกเป็น สิ่งพิมพ์หลัก ได้แก่ สิ่งพิมพ์ที่ใช้ปิดรอบขวด หรือ ครอบป้องกันผลิตภัณฑ์การค้า สิ่งพิมพ์รอง ได้แก่ สิ่งพิมพ์ที่เป็นกล่องบรรจุ หรือฉลาก
- สิ่งพิมพ์มีค่า คือสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นการนำไปใช้เป็นหลักฐานสำคัญต่าง ๆ ซึ่งเป็นกำหนดตาม กฎหมาย เช่น ธนาคติ บัตรเครดิต เช็คนาคาร ตัวแลกเงิน หนังสือเดินทาง โฉนด เป็นต้น
- สิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษ คือสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการผลิตขึ้นตามลักษณะพิเศษแล้วแต่การใช้งาน ได้แก่ นามบัตร บัตรอวยพร ปฏิทิน บัตรเชิญ ใบส่งของ ใบเสร็จรับเงิน สิ่งพิมพ์บนแก้ว สิ่งพิมพ์บนผ้า เป็นต้น

ความสำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์

สิ่งพิมพ์ในสังคมไทยมีหลายแบบหลายลักษณะ มีทั้งที่พิมพ์ในวงจำกัดและที่พิมพ์แพร่หลาย ทั่วไป ตามความต้องการของสังคมและจุดมุ่งหมายของผู้ผลิต ยิ่งในอนาคตอันใกล้ประเทศไทยกำลัง ก้าวสู่การเป็นประเทศในกลุ่มอุตสาหกรรม ทำให้ประชาชนมีความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารที่ดี ที่ ถูกต้อง กว้างขวางและมีประสิทธิภาพ ในบรรดาสื่อต่างๆ ที่นำเสนอข้อมูลในปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์ นับเป็นสื่อที่สำคัญสิ่งหนึ่งที่ สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้ สิ่งพิมพ์ทำหน้าที่เป็น สื่อมวลชนชนิดหนึ่ง ซึ่งมีความสำคัญไม่แพ้สื่ออื่นๆ

บทบาทหน้าที่ของสื่อสิ่งพิมพ์

- 1.) บทบาทการเป็นนายทวารประตูข่าว คือบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางในช่องทางการ สื่อสาร เป็นผู้ตัดสินใจข่าวสารที่ตนได้รับมานั้นจะส่งไปยังมวลชนหรือไม่และส่งไปอย่างไร

บทบาทการเป็นผู้แจ้งข่าวสาร มีบทบาทในการแจ้งข่าวสารให้ประชาชนทราบ เสาะหาข้อเท็จจริง รายงานแบบเจาะลึก รวมไปถึงการรายงานเชิงสืบสวน เปิดโปง

2.) บทบาทการเป็นสุนัขยาม คือ เฝ้าและจับตา ดูการปฏิบัติงานของรัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐว่า การทำงานตามหน้าที่ ตามนโยบายหรือไม่พิทักษ์ ปกป้อง ผลประโยชน์ของประชาชน จากกลุ่ม อิทธิพล นักการเมือง เตือนหรือทำให้เจ้าหน้าที่รัฐทำตามหน้าที่ อันที่ถูกต้องหรือละเว้นการกระทำ ไม่ถูกต้อง และเตือนให้ประชาชนระวังกลลวง

3.) บทบาทการเป็นเจ้าหน้าที่รับเรื่องราวร้องทุกข์ คือ รับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชนที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมจากเจ้าหน้าที่รัฐหรือเอกชน ตรวจสอบการปฏิบัติงาน หรือพฤติกรรมที่ถูก ร้องเรียนพร้อมหาข้อเท็จจริง มารายงาน ตรวจสอบสื่อด้วยกันเองในเชิงจริยธรรม และจรรยาบรรณ อิทธิพลของสื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้กระทำการ กับผู้ถูกระทำการ ใน ลักษณะที่ผู้กระทำทำการลงไปโดยเจตนาหรือไม่เจตนาก็ตาม ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ อันมีผลให้ผู้ถูกระทำการ มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือทัศนคติเป็นไปตามความมุ่งหมาย หรือสอดคล้องกับผู้กระทำ การ ดังนั้นสื่อสิ่งพิมพ์และสังคมจึงมีบทบาทและอิทธิพลต่อกัน อิทธิพลของสื่อสิ่งพิมพ์และสังคม พอนำมากล่าวได้ ดังนี้

- สื่อสิ่งพิมพ์เป็นเครื่องมือสื่อสารของสังคม ซึ่งช่วยให้ประโยชน์ทางการศึกษา ทำให้คนเกิด ความรู้กว้างขวาง ช่วยทำหน้าที่เป็นสื่อบันทึกภาพสังคม ค่านิยม วัฒนธรรม ความเชื่อถือ ตลอดจน ชีวิตความเป็นอยู่ ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข่าวสารทั้งในภาคธุรกิจเอกชนและ ภาครัฐบาลเป็นสื่อในการช่วยเรียกร้องสิทธิเสรีภาพ และความเสมอภาคเพื่อให้มีการเปลี่ยนแปลง สังคมไปในวิถีทางที่ถูกต้องยุติธรรม

2.4.2 ระบบกริดในการออกแบบทางการพิมพ์

ในการออกแบบใดๆก็ตาม การที่จะนำองค์ประกอบต่างๆเข้าไปสู่การจัดองค์ประกอบ สิ่งแรกที่ต้อง คำนึงถึงก็คือ กรอบของงานที่ถือเป็นอาณาบริเวณ พื้นที่ของชิ้นงานนั้นว่านำองค์ประกอบเหล่านั้นไป จัดวางได้อย่างเหมาะสม สวยงาม น่าสนใจและเกิดประโยชน์ใช้สอยได้ดีเพียงไรในการออกแบบ งาน พิมพ์ก็มีลักษณะเดียวกัน กล่าวคือ ได้มีการจัดแบ่งพื้นที่ของชิ้นงานที่จะตีพิมพ์ออกเป็นส่วนย่อยๆที่ เป็นกรอบของงานพิมพ์ โดยวางอยู่ในรูปของ ตารางที่เรียกกันว่าระบบกริดทั้งนี้เพื่อที่จะได้นำส่วน ต่างๆไม่ว่าจะเป็นข้อความที่เป็นตัวพิมพ์หรือภาพมาจัดวางตามหลักการออกแบบทางการพิมพ์ ซึ่ง ระบบกริดนี้ได้นำพื้นที่ของกรอบสิ่งพิมพ์ในหน้านั้นๆมาจัดแบ่งเป็นตารางพื้นที่ย่อยๆโดยใช้เส้นแนวตั้ง และแนวนอนเพื่อสร้างตาราง แล้วใช้จินตนาการ ตามหลักการออกแบบมาคำนวณทางสายตาเพื่อจัด วางข้อความและภาพนั้นเป็นอาร์ตเวิร์ค ระบบกริดที่นำมาใช้ในการออกแบบประกอบด้วยส่วนที่ สำคัญ 8 ส่วน ดังนี้

1.) มุมของกริด (Grid Intersection) หมายถึง ตำแหน่งที่เส้นแนวตั้งและแนวนอนของตารางตัดกัน มุมของกริดนี้ใช้ควบคุมพื้นที่พิมพ์อยู่ในขอบเขตที่กำหนด และให้พื้นที่ที่ว่างได้มุมฉากกับตารางอย่างมีความเป็นระเบียบต่อเนื่อง กลมกลืนและเอกภาพ

2.) เส้นตัดเจียน (Trim Mask) แนวเส้นที่ใช้วางเครื่องหมายแสดงขนาดของสิ่งพิมพ์ที่ต้องการจริงภายหลังการจัดพิมพ์ ทาเล่ม และตัดเจียนเสร็จเรียบร้อยแล้วซึ่งขนาดดังกล่าวอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ขนาดของกริด

3.) ช่องว่างหรือกัตเตอร์ (Gutter) หมายถึง พื้นที่ว่างระหว่างกรอบพื้นที่พิมพ์ของหน้าซ้ายกับกรอบพื้นที่พิมพ์ของหน้าขวา ซึ่งเป็นแนวของส่วนที่เว้นไว้ด้านหลังของสิ่งพิมพ์อันเป็นช่องว่างหน้าคู่ที่เรียกว่า ออกกลาง ช่องว่างกัตเตอร์นี้มีประโยชน์ต่อการแบ่งพื้นที่พิมพ์ของแต่ละหน้าออกจากกันและเอื้อต่อการเปิดอ่านเพราะได้วางแนวช่องว่างนี้ไว้เพียงพอต่อการทำเล่ม

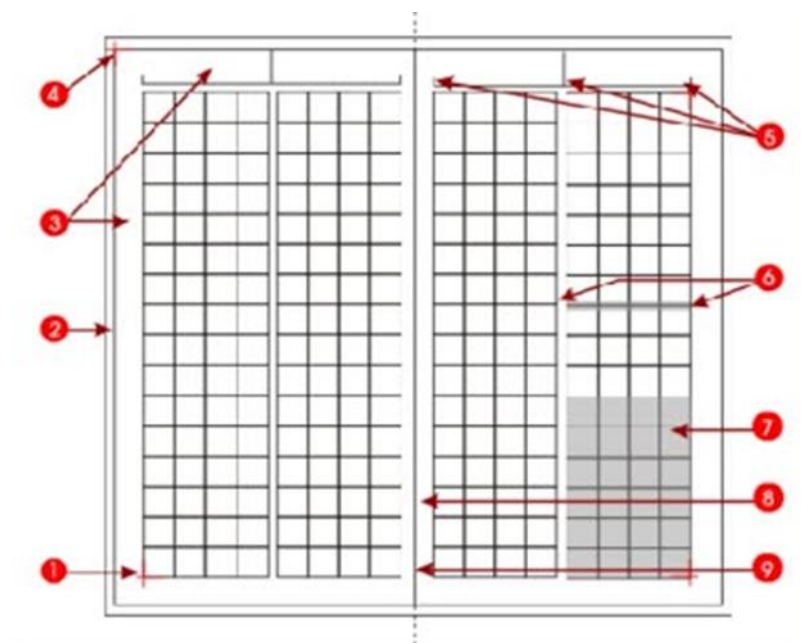
4.) ตำแหน่งเลขหน้า (Folio) หมายถึง ตำแหน่งที่กำหนดไว้เพื่อวางลำดับเลขหน้า โดยอาจใช้วางตัวพิมพ์ชื่อหนังสือหรือชื่อบทด้วยก็ได้ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องเป็นระบบและระเบียบอันมีประโยชน์ต่อการรู้ลำดับการเรียงของงานพิมพ์ว่าอยู่หน้าใดและมีความหนาเท่าใด

5.) อัลเลย์ (Alley) หมายถึง ช่องว่างของพื้นที่พิมพ์ตามแนวตั้งหรือแนวนอนอันขนานกับเส้นตารางโดยเห็นเป็นช่องว่างระหว่างบรรทัดหรือคอลัมน์ที่ประกอบเป็นข้อความหรือภาพ

6.) หน่วยของกริด (Grid Unit) หมายถึง พื้นที่พิมพ์อันดูแล้วเป็นกลุ่มของตารางที่จัดไว้เป็นชุดหรือพื้นที่พิมพ์ที่เกาะกลุ่มกันภายในอัลเลย์ที่ล้อมรอบอยู่นั้น ซึ่งมีประโยชน์ต่อการจัดพิมพ์และอ่าน ที่ดูแล้วมีการแบ่งออกเป็นกลุ่มๆ

7.) กัตเตอร์ (Gutter) ช่องว่างระหว่างแนวพับของกระดาษสองแผ่น

8.) เส้นพับ (Fold Line) เส้นแนวกึ่งกลางของหน้ากระดาษระหว่างกัตเตอร์เพื่อใช้พับในการทำเล่มหรือเป็นส่วนที่ใช้ในการแบ่งสิ่งพิมพ์นั้น



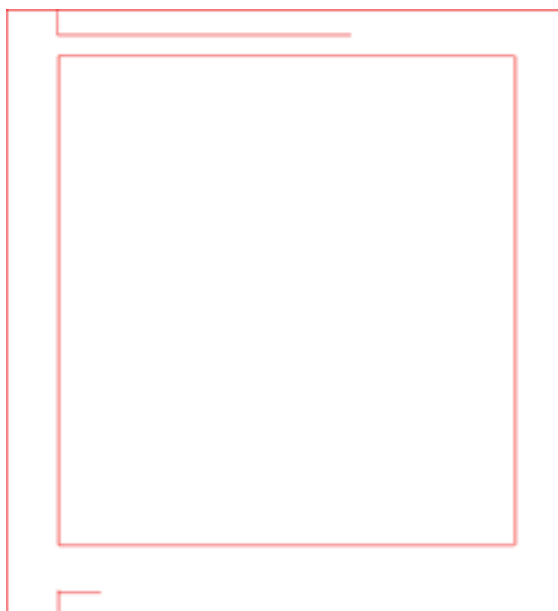
ภาพที่ 2.43 ภาพระบบกริด

ที่มา : <https://sites.google.com/site/hlakkarxxkbaebsingpimph>

ระบบกริด คือรูปแบบของกริดที่ใช้เป็นแม่แบบในการจัดทำจัดรูปแบบโดยสามารถตกแต่งดัดแปลงเพิ่มเติมจนได้แบบหลาย ๆ แบบที่ดูแตกต่างกันแต่ยังคงเค้าโครงของกริดต้นแบบไว้ได้ ซึ่งยังผลให้แบบต่าง ๆ ที่ได้มีความเป็นเอกภาพ มีความเกี่ยวเนื่องกัน มีความสอดคล้องกัน มีความเหมือนในบางประการสิ่งพิมพ์ประเภท โบรชัวร์ นิตยสาร รายงานประจำปี หนังสือ มักจะมีแบบจัดหน้าแต่ละหน้าที่ดูมีความคล้ายกัน เช่น มีจำนวนคอลัมน์เท่ากัน หัวเรื่อง ภาพประกอบ ตำแหน่งเลขหน้า แบบเดียวกันหรือคล้ายกัน ด้วยการสร้างระบบกริดทำให้สะดวกสำหรับผู้ออกแบบในการจัดหน้าต่าง ๆ ในเล่มได้รวดเร็วขึ้น อนึ่งการออกแบบระบบกริดที่สามารถใช้พลิกแพลงเป็นแบบต่างๆ ได้เป็นศิลปะอันหนึ่ง ระบบกริดที่ดีทำให้งานออกมาดูดีมีรูปแบบที่หลากหลายในขณะที่เดียวกันระบบกริดที่ไม่ดีหรือซับซ้อนเกินไปทำให้ใช้ยากและจำกัดการเสนอรูปแบบที่ต่างออกไป ทำให้รู้สึกขาดความอิสระได้ รูปแบบพื้นฐานของกริดมีอยู่ 4 ประเภท รูปแบบพื้นฐานทั้งสี่แบบนี้สามารถนำไปพัฒนาสร้างแบบทั้งที่เรียบง่ายจนถึงแบบที่พลิกแพลงซับซ้อนขึ้น

1.) เมนูสคริปต์กริด (Manuscript Grid) เป็นกริดที่มีโครงสร้างเรียบง่ายเป็นบล็อกใหญ่ บล็อกเดี่ยวหรือคอลัมน์เดี่ยว มีชื่อเรียกอีกชื่อว่า บล็อกกริด (Block Grid) โดยทั่วไป รูปแบบกริดประเภทนี้ใช้กับสิ่งพิมพ์ที่มีแต่เนื้อหาเป็นหลัก เช่น หนังสือนวนิยาย ตำรา จดหมายข่าว ฯลฯ แต่ก็มี

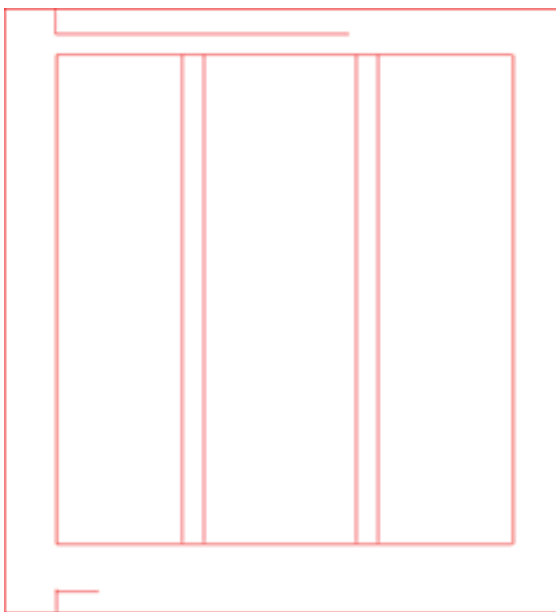
สามารถนำภาพมาวางประกอบ แม้จะเป็นรูปแบบที่เรียบง่ายแต่ก็สามารถปรับแต่งรูปแบบให้ดูน่าสนใจได้ และไม่จำเจเมื่อเปิดหน้าต่อหน้า



ภาพที่ 2.44 ภาพเมนูสกริปต์กริด

ที่มา : <http://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>

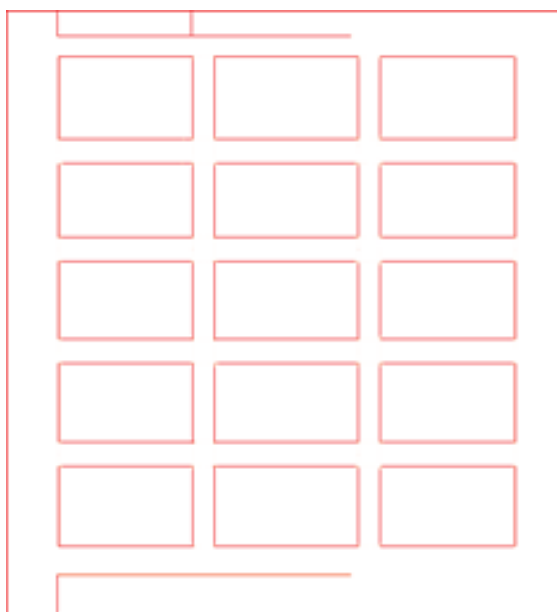
2.) คอลัมน์กริด (Column Grid) เป็นรูปแบบกริดที่มีคอลัมน์มากกว่าหนึ่งคอลัมน์ในหนึ่งหน้าของแบบ มักมีความสูงเกือบสุดขอบของชิ้นงาน ความกว้างของแต่ละคอลัมน์ไม่จำเป็นต้องเท่ากัน กริดในรูปแบบนี้มักถูกนำไปใช้ใน นิตยสาร แคตตาล็อก โบรชัวร์ การวางภาพในรูปแบบกริดประเภทนี้อาจจะจัดวางให้มีความกว้างเท่ากับหนึ่งคอลัมน์หรือมากกว่าได้



ภาพที่ 2.45 ภาพคอลัมน์กริด

ที่มา : <http://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>

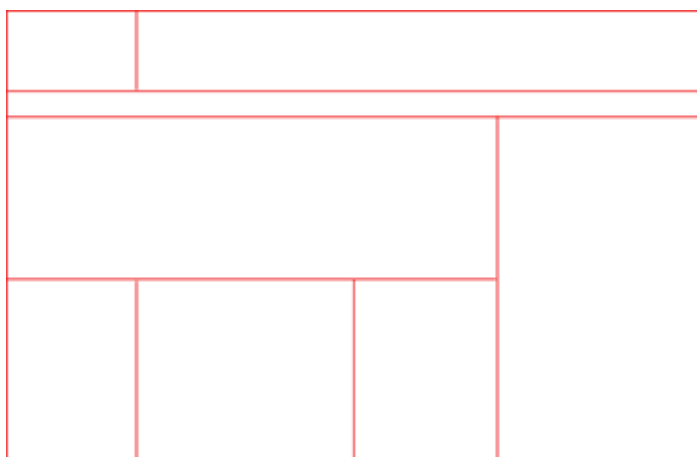
3.) โมดูลาร์กริด (Modular Grid) เป็นรูปแบบกริดที่ประกอบด้วยโมดูลหลาย ๆ โมดูลซึ่งเกิดจากการตีเส้นตามแนวตั้งและแนวนอน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือรูปแบบที่เกิดจากการแบ่งคอลัมน์ในคอลัมน์กริดตามแนวนอนทำให้เกิดเป็นโมดูลย่อย โมดูลาร์กริดเป็นรูปแบบที่สามารถนำไปจัดเลย์เอ๊าท์ได้หลากหลาย สามารถผสมผสานภาพกับข้อความเป็นชุด ๆ จัดแบ่งเรื่องราวหลาย ๆ เรื่องมาอยู่ในหน้าเดียวกัน จัดภาพประกอบพร้อมคำบรรยายหลาย ๆ ชุดในหนึ่งหน้า เหมาะสำหรับสิ่งพิมพ์ที่ต้องการรูปแบบที่ปรับเปลี่ยนง่ายเมื่อมีการจัดทำเป็นประจำอย่างต่อเนื่องอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ และยังเหมาะกับงานพิมพ์ประเภทแคตตาล็อกสินค้าหรือบริการ แผ่นพิมพ์โฆษณาที่ต้องแสดงรายการสินค้าเป็นจำนวนมาก เนื่องจากโมดูลาร์กริดเป็นรูปแบบที่ประกอบด้วยโมดูลย่อย ๆ มีความอิสระในการปรับแต่งเลย์เอ๊าท์ได้สูง จึงมีการนำมาใช้ในการออกแบบหน้าโบรชัวร์ แคตตาล็อก นิตยสารและหนังสือประเภทต่างๆด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 2.46 ภาพโมดูลาร์กริด

ที่มา : <http://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>

4.) ไฮราซิคัลกริด (Hierarchical Grid) เป็นรูปแบบกริดที่มีโครงสร้างซับซ้อน ประกอบด้วยโมดูลได้ทั้งที่มีขนาดเท่ากันหรือแตกต่างกันมาจัดวางในหน้าเดียวกัน และอาจมีการเกยกันของโมดูลบางชิ้น ไฮราซิคัลกริดเป็นรูปแบบที่ยากต่อการใช้งานในการที่จะทำให้เลย์เอาต์ที่ออกมาดูดีและลงตัว มักใช้ต่อเมื่อไม่สามารถใช้กริดรูปแบบอื่น ส่วนหนึ่ง之所以เลือกใช้เนื่องจากขององค์ประกอบต่าง ๆ ของเลย์เอาต์มีความแตกต่างค่อนข้างมาก เช่น อัตราส่วนของด้านกว้างกับด้านยาวของภาพประกอบแต่ละภาพมีความแตกต่างกันมาก ข้อเสนอแนะในการจัดทำรูปแบบไฮราซิคัลกริดวิธีหนึ่งคือ นำองค์ประกอบต่าง ๆ ของแบบทั้งหมด เช่น ภาพประกอบ เนื้อหา หัวเรื่อง ฯลฯ มากองไว้ พิจารณาภาพรวม ค่อย ๆ ทดลองจัดวางโดยขยับปรับขนาดแต่ละองค์ประกอบจนดูแล้วลงตัว พอมีแนวเป็นหลักในการสร้างกริดใช้ร่วมกันทั้งชุด/เล่มของงานพิมพ์ แล้วจึงลงมือทำงาน รูปแบบกริดประเภทนี้มีใช้ในการออกแบบหน้าหนังสือ โปสเตอร์ และฉลากผลิตภัณฑ์ เป็นต้น



ภาพที่ 2.47 ภาพโฮลาซิคัลกริด

ที่มา : <http://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>

2.4.3 การออกแบบสิ่งสื่อพิมพ์เฉพาะกิจ

สิ่งที่ต้องกำหนดและวางแผนก่อนการสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะ ในแต่ประเภทและต้องทำความเข้าใจรูปแบบของการจัดวาง สิ่งสื่อพิมพ์เฉพาะกิจแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

1.) การออกแบบจดหมายข่าว หลักการทั่วไปในการออกแบบจดหมายข่าวมีเรื่องที่สำคัญ คือ สิ่งที่ต้องกำหนดและวางแผนก่อนการออกแบบจดหมายข่าว

1.1) การกำหนดขนาดและรูปแบบของจดหมายข่าว ในการกำหนดขนาดและรูปแบบของจดหมายข่าวนั้น สิ่งที่ต้องคำนึงเป็นการเพิ่มเติมจากการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ คือลักษณะการนำเสนอจดหมายข่าว เนื่องจากจดหมายข่าวส่วนใหญ่จะส่งให้ผู้ที่สมาชิกหรืออยู่ในกลุ่มขององค์กรนั้นๆ การนำเสนอมักใช้ไปรษณีย์หรือบริการรับส่ง ดังนั้นจดหมายข่าวนั้นต้องมีขนาดที่สะดวกต่อการนำเสนอโดยไม่เสียหายง่ายอีกทั้งต้องไม่สิ้นเปลืองค่าขนส่งจนเกินไป ขนาดที่เป็นที่นิยมมาก ขนาดหนึ่งคือขนาดเอสี่จดหมายข่าวในปัจจุบันมีการจัดทำในรูปแบบต่างๆ เช่น เป็นแผ่นปลิวเพียงหน้าเดียว หรือพับครึ่งแล้วเย็บสันด้วยลวด เป็นต้น

1.2) รูปแบบของปกหน้าหรือหน้าแรกของจดหมายข่าว จดหมายข่าวมีสองรูปแบบใหญ่ๆ คือรูปแบบแรกเป็นการคัดข้อความย่อๆ ของเรื่องต่างๆ ในฉบับมานาเสนอ และรูปแบบที่สองเป็นการนำเสนอเรื่อง ที่เด่นที่สุดในฉบับทั้งเรื่องดังนั้นก็ก่อนออกแบบรายละเอียดจะต้องตัดสินใจเลือกเสียก่อนว่าจะเลือกใช้รูปแบบใด

1.3) รูปแบบและขนาดตัวอักษร ในการออกแบบจดหมายข่าวนั้น ควรกำหนดรูปแบบหลักๆ ของตัวอักษร สำหรับหน้าต่างๆ เอาไว้เพื่อให้เกิดความสม่ำเสมอ และความรวดเร็วในการออกแบบ จดหมายข่าวฉบับต่อไป นอกจากแบบแล้วก็ควรกำหนดขนาดเอาไว้ด้วยว่าตัวอักษรใน

ส่วนใดควรจะมีขนาดเท่าใด โดยขนาดตัวอักษรที่ใช้เป็น ตัวพิมพ์เนื้อเรื่อง นั้นไม่ควรจะมีขนาดเล็กกว่า 12 พอยต์ ส่วนตัวอักษรที่ใช้เป็นตัวพิมพ์หัวเรื่อง หัวรอง ฯลฯ นั้นควรจะมีขนาดใหญ่ ตั้งแต่ 18 พอยต์ขึ้นไป อย่างไรก็ตาม เนื่องจากจดหมายข่าวมีกลุ่มผู้อ่าน ที่แน่นอน ซึ่งผู้จัดทำทราบแน่ชัด ดังนั้นขนาดตัวอักษรจึงควรเลือกให้เหมาะสม เช่นอาจจะใช้ขนาดตัวอักษรที่ค่อนข้างใหญ่ กว่าปกติหากกลุ่มผู้รับเป็นคนชรา เป็นต้น

1.4) การกำหนดขนาดและรูปแบบของจดหมายข่าว ภาพประกอบในจดหมายข่าวควรได้รับการกำหนดล่วงหน้าเช่นเดียวกันกับตัวอักษรด้วยเหตุผลเดียวกัน เนื่องจากจดหมายข่าวมีหน้าต่างๆ หลายหน้า จึงควรกำหนดลักษณะภาพประกอบให้มีลักษณะเดียวกันเพื่อให้เกิดเอกภาพร่วมกันทั้งฉบับองค์ประกอบและการจัดวางองค์ประกอบในการออกแบบจดหมายข่าวการออกแบบจดหมายข่าวนั้นมีลักษณะคล้ายกับการออกแบบหนังสือพิมพ์และนิตยสารปนกัน โดยเฉพาะจดหมายข่าว ที่มีหลายๆ หน้า ทั้งนี้มีรายละเอียดที่เป็นพิเศษออกไป

2.) การออกแบบแผ่นพับ หลักการทั่วไปในการออกแบบแผ่นพับมี 2 เรื่องที่สำคัญ คือ สิ่งที่ต้องกำหนดและวางแผนก่อนการออกแบบแผ่นพับและองค์ประกอบและการจัดวางองค์ประกอบในการออกแบบ แผ่นพับ

2.1) การกำหนดขนาดและรูปแบบของแผ่นพับ แผ่นพับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งจัดเป็นการเผยแพร่ถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงชนิดหนึ่ง การนำไปใช้งานนั้นอาจทำได้หลายวิธี โดยส่งทางไปรษณีย์ให้ผู้อ่านที่คาดว่าจะเป็กลุ่มที่สนใจสินค้าหรือบริการนั้นๆ หรือนำไปใส่ไว้ในกล่องที่จัดทำขึ้นเป็นพิเศษ ซึ่งจะไปตั้งตามสถานที่สาธารณะ เช่น ศูนย์การค้า เพื่อให้ผู้ที่สนใจหยิบไปเอง นอกจากนี้ยังมีการใช้คนไปยื่นแจกตามสถานที่ที่คาดว่ากลุ่มคนที่สนใจจะไปการผลิต รูปแบบของแผ่นพับจะเป็นกระดาษแผ่นเดียว พิมพ์ทั้งสองหน้า แล้วพับอย่างน้อย 1 พับ รูปแบบที่นิยมที่สุดคือเป็นกระดาษขนาดเอสี่แล้วพับ 2 ครั้ง

2.2) การกำหนดลักษณะการส่ง เนื่องจากการนำแผ่นพับไปใช้งานนั้นทำได้หลายวิธีตามที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้ว การกำหนดลักษณะการแจกจ่ายแผ่นพับ ที่แน่นอน จะทำให้ทราบ ล่วงหน้าถึงข้อที่ควรคำนึงถึงในขั้นตอนการออกแบบ เช่น หากจะส่งทางไปรษณีย์ ก็อาจต้องออกแบบซองที่จะใช้ใส่ หรือเว้นพื้นที่ว่างเอาไว้เขียนชื่อ และที่อยู่ของผู้รับ รวมทั้งการติดแสตมป์หรือการเสียค่าไปรษณีย์เป็นการล่วงหน้า เป็นต้น

2.3) การกำหนดกระดาษ โดยทั่วไปแล้วการกำหนดกระดาษสำหรับทำแผ่นพับมักจะคำนึงถึงต้นทุนในการผลิตเป็นหลัก เพราะแผ่นพับ 1 ใบที่แจกออกไปนั้น จะมีผู้พบเห็นเพียงคนเดียวเท่านั้น ผิดกับสื่ออื่นๆเช่น โปสเตอร์ 1 แผ่นที่มีผู้ผ่านไปมาพบเห็นมากมาย อย่างไรก็ตามการกำหนดกระดาษที่ใช้ในการทำแผ่นพับนั้นก็ ต้อง มีความเหมาะสมกับสินค้าหรือบริการที่ต้องการสื่อสารด้วย เช่น แผ่นพับของเรือสำราญที่มีความหรูหรา ก็ควรจะใช้กระดาษที่พิเศษและมีราคาสูงกว่ากระดาษทั่วไป

ลักษณะของกระดาษที่แตกต่างกันสามารถทำให้แผ่นพับมีลักษณะไม่เหมือนกันอย่างสิ้นเชิงและในด้านเทคนิคกระดาษบางชนิดก็มีข้อจำกัดในเรื่องการพับโดยเฉพาะกระดาษที่มีความหนามากกว่าปกติคือจะต้องพับไปในแนวเดียวกับทิศทางการเรียงตัวของเส้นใยกระดาษเท่านั้น

2.4) การกำหนดลำดับของการอ่านตามลักษณะของแผ่นพับ เมื่อผู้อ่านได้รับแผ่นพับนั้นจะเป็นลักษณะที่ยังพับอยู่ ทำให้ผู้อ่านได้เห็นด้านหน้าก่อนหน้าอื่นๆ จากนั้นเมื่อผู้อ่านคลี่แผ่นพับนั้นออกก็จะค่อยๆ เห็นหน้าอื่นๆ ดังนั้นจึงต้องกำหนดลำดับของเนื้อหาให้อยู่ในตำแหน่งหน้าที่สอดคล้องกับลำดับของการคลี่แผ่นพับนั้นออกอ่าน โดยต้องกำหนดว่าเนื้อหาส่วนใดควรมาก่อนส่วนใดควรมาทีหลัง แล้วจัดวางไปตามส่วนต่างๆให้ถูกต้องตามลำดับของการคลี่ออกอ่านองค์ประกอบและการจัดวางองค์ประกอบในการออกแบบแผ่นพับก่อนจะทำการออกแบบแผ่นพับนั้น มีเรื่องที่ต้องกำหนดและวางแผนเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ดังนี้

- พาดหัว มักเป็นตัวอักษรขนาดใหญ่หรืออยู่ในตำแหน่งที่เด่น พาดหัวของแผ่นพับจะต้องอยู่ด้านหน้าของแผ่นพับ คือด้านที่เห็นก่อนด้านอื่นเสมอ โดยมักนิยมวางไว้ในส่วนบนของด้านหน้าแผ่นพับ ทั้งนี้ก็เพราะเมื่อนำแผ่นพับนั้นไปวางไว้ในกล่องแล้วส่วนบนของแผ่นพับก็จะยังโผล่ออกมา ทำให้สามารถอ่านพาดหัวได้ พาดหัวของแผ่นพับมักเป็นข้อความสั้นๆทำให้อ่านเข้าใจง่าย จึงสามารถเลือกใช้รูปแบบของตัวอักษรที่เหมาะสมกับสินค้าและบริการได้หลากหลายโดยอาจเป็นตัวอักษรที่ประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ได้

- ภาพประกอบ มักวางอยู่หน้าเดียวกับพาดหัว แต่ไม่จำเป็นต้องมีคู่กันเสมอไปหากส่วนประกอบใดประกอบหนึ่งสามารถทำหน้าที่เรียกร้องความสนใจให้ผู้อ่านต้องการหยิบแผ่นพับขึ้นมาอ่านได้ ภาพจะช่วยดึงความสนใจของผู้อ่านหรือตามข้อความอาจมีภาพประกอบเล็กๆ เพื่อใช้ประกอบเนื้อหาแสดงให้เห็นรายละเอียดของสินค้าและบริการได้ชัดเจนมากขึ้น

- ข้อความ เนื่องจากแผ่นพับมีพื้นที่การพิมพ์ค่อนข้างจำกัดข้อความเนื้อหาจึงมักมีขนาดเล็กแต่ไม่ควรเล็กกว่า 12 พอยต์และควรใช้ตัวอักษรสีเข้มบนพื้นสีอ่อน ดีกว่าตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นเข้ม แบบอักษรที่ใช้ควรใช้เพียง 1-2 แบบ และต้องคำนึงถึงการวางข้อมูลเพื่อให้ลำดับการอ่านที่ถูกต้อง ในการออกแบบจะต้องเว้นพื้นที่ว่างไว้เพื่อไม่ให้มีข้อความมากเกินไปเพราะจะทำให้หน้าเบื่อและผู้อ่านไม่สนใจที่จะอ่าน

- ภาพสินค้าและตราสัญลักษณ์ ภาพสินค้าอาจนำมาเป็นภาพประกอบในหน้าแรกของแผ่นพับก็ได้ แต่หากภาพสินค้าไม่ใช่ภาพหลักในหน้าแรกก็ควรมีภาพสินค้าอยู่ในแผ่นพับด้วยส่วนตราสัญลักษณ์ควรอยู่ที่ด้านหน้าแผ่นพับร่วมกับพาดหัวหรือภาพประกอบหลักและควรมีตราสัญลักษณ์ในตอนท้ายของแผ่นพับด้วยเพื่อเป็นการย้ำเตือนถึงสินค้าและสัญลักษณ์ของบริษัท



ภาพที่ 2.48 แผ่นพับ

ที่มา : <https://www.lucidpress.com/pages/templates/brochures/big-sky-advertising-marketing-brochure-template>

3.) การออกแบบโปสเตอร์ โปสเตอร์คือหนึ่งสื่อทางเลือกในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรม โฆษณา ส่งเสริมสังคม และเทศกาลต่างๆ เป็นต้น จะถูกนำมาใช้งานออกแบบเพื่ออธิบาย รายละเอียดของสื่ออื่นๆ โปสเตอร์แบ่งออกได้อยู่ 4 ประเภทด้วยกัน

- โปสเตอร์นอกสถานที่ เช่น บิลบอร์ด (Billboard) เป็นโปสเตอร์ขนาดใหญ่ ซึ่งหมายถึง โปสเตอร์ขนาดใหญ่ที่ตั้งไว้ตามริมถนน บนกำแพง ผนังตึกหรือแม้กระทั่งริมถนน เน้นการเห็นเด่นชัด
- โปสเตอร์ประเภทเคลื่อนที่ เช่น โปสเตอร์ติดตามรถไฟ หรือระประจำทาง
- โปสเตอร์ติดภายใน เช่น โปสเตอร์ภาพยนตร์ โปสเตอร์ในห้างสรรพสินค้า นิยมใช้ขนาด กระดาษ 24 x 35 นิ้ว
- โปสเตอร์แบบ 3 มิติ เช่น โปสเตอร์บิลบอร์ด และโปสเตอร์ภาพยนตร์ ที่ต้องการมีลูกเล่นในการออกแบบและสื่อความหมาย ซึ่งเป็นที่นิยมกันอย่างมากในปัจจุบัน

หลักการทั่วไปในการออกแบบโปสเตอร์มีเรื่องที่สำคัญ คือ การที่จะต้องกำหนดและวางแผน ก่อนการออกแบบโปสเตอร์และองค์ประกอบและ การจัดวางองค์ประกอบ ในการออกแบบโปสเตอร์ สิ่งที่ต้องกำหนดและวางแผนก่อนการออกแบบโปสเตอร์โปสเตอร์ดังนี้

- การกำหนดขนาดและรูปแบบของโปสเตอร์ แม้ว่าโปสเตอร์จะสามารถผลิตได้ในทุกขนาดและรูปแบบ แต่ในการกำหนดขนาดและรูปแบบนั้น จะต้องคำนึงถึงความประหยัดใน ด้านต้นทุน การพิมพ์และการผลิต ซึ่งต้นทุนที่สำคัญคือค่ากระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ การกำหนดขนาดที่ทำให้เกิดการ ตัดกระดาษได้โดยไม่เศษเหลือจึงเป็นเรื่องที่ควรคำนึงถึง ยิ่งหากต้องการผลิตโปสเตอร์เป็นจำนวนมาก ยิ่งต้องคำนึงถึงเรื่องนี้ โปสเตอร์โดยทั่วไปจะมีขนาดเป็นที่นิยมใช้กันเป็นขนาดมาตรฐาน เช่น ขนาด ตัดสี่ ตัดสอง เป็นต้น

- รูปแบบภาพประกอบ รูปแบบของภาพประกอบในโปสเตอร์นั้นสามารถเป็น ไปได้ทุกลักษณะ ทั้งนี้ตัวแปรที่ต้องคำนึง ถึงคือความเหมาะสมในการนำเสนอความคิดที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้ดู เพราะ ลักษณะของภาพประกอบ แต่ละแบบย่อมแสดงออกซึ่งบุคลิก ลักษณะเฉพาะตัวเช่นภาพสีฝุ่นจะดู นุ่มนวล ในขณะที่ภาพคอมพิวเตอร์กราฟิกดูทันสมัย เป็นต้น นอกจากนี้ระบบการพิมพ์ที่เลือกใช้เป็น อีกตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบของภาพประกอบ

องค์ประกอบและการจัดวางองค์ประกอบในการออกแบบโปสเตอร์การออกแบบโปสเตอร์มี ความซับซ้อนน้อยกว่าการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ ที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ทั้งนี้เพราะมีทั้ง ส่วนประกอบและเนื้อหาน้อยกว่า โดยมีรายละเอียดพิเศษดังนี้

- 1.) พาดหัว
- 2.) ภาพประกอบ
- 3.) ภาพสินค้า
- 4.) ตราสัญลักษณ์สินค้า
- 5.) ข้อความ

วิธีออกแบบโปสเตอร์เพื่อให้เป็นที่จดจำและน่าสนใจ

1.) มีความแปลก สะดุดตาทันทีเมื่อพบเห็น ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญ หากออกแบบ โปสเตอร์ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน จะส่งผลดีต่อการประชาสัมพันธ์ แต่มีข้อเสียหากเมื่อกระแส ของสถานการณ์นั้นหมดไป โปสเตอร์จะถูกลดคุณค่าไปในทันที

2.) ถ่ายทอดประเด็นที่จะสื่อได้อย่างชัดเจน

3.) สื่อสารได้เข้าใจ ชัดเจนในส่วนของภาพ และตัวหนังสือ มีทั้งพาดหัวหลัก และพาดหัวรอง อาจจะมีสโลแกนด้วย อย่างเช่น การสโลแกนในโปสเตอร์โฆษณา

4.) โปสเตอร์ที่ใช้ตีพิมพ์ ควรมีหน้าเดียว

5.) นักออกแบบที่ดีจะต้องคำนึงถึงการออกแบบ ในการจัดรูปแบบหน้ากระดาษของงานต้องให้ มีความสมดุลกัน การจัดองค์ประกอบในโปสเตอร์โฆษณาให้เกิดความสมดุลสามารถทำได้ 3 แบบ ด้วยกัน คือ

5.1) สมดุลแบบสมมาตร (Symmetrical Balance) สมมาตรก็คือความเท่ากันทั้งสองฝั่ง ในที่นี้ก็มีความหมายเดียวกัน เป็นการจัดองค์ประกอบทั้งด้านซ้ายและด้านขวาของพื้นที่หน้ากระดาษ ให้มีลักษณะที่เหมือนกัน ความเหมือนกันของทั้งสองด้านจะช่วยถ่วงน้ำหนักให้เกิดความสมดุล ถัดมา

5.2) สมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetrical Balance) เป็นการจัดองค์ประกอบโดยให้ ด้านซ้ายกับด้านขวาของพื้นที่หน้ากระดาษมีลักษณะไม่เหมือนกัน ที่ถึงแม้จะไม่เหมือนกัน แต่เพราะ ความไม่เหมือนกันในแต่ละด้านนี้เองที่จะถ่วงน้ำหนักให้เกิดความสมดุลขึ้นได้

5.3) ความสมดุลแบบรัศมี (Radial Balance) เป็นการจัดองค์ประกอบในโปสเตอร์โฆษณา ให้แผ่กระจายจากจุดศูนย์กลางออกไปทุกทิศทุกทาง

การออกแบบโปสเตอร์โฆษณาให้ถูกใจผู้อ่าน นักออกแบบต้องสร้างงานออกแบบมาให้ผู้อ่านดู และสามารถเข้าใจได้ง่าย (simplicity) และมีความตรงไปตรงมา (directness) ในการสื่อสารผ่าน องค์ประกอบสำคัญทั้ง 3 ส่วน คือ รูปภาพ ข้อความ ชื่อสินค้าหรือข้อมูลติดต่อ เพียงเท่านี้โปสเตอร์ โฆษณาก็สื่อสารเรื่องราวไปถึงคนดูได้อย่างสำเร็จ

- รูปภาพ เป็นสิ่งสำคัญมากเพราะช่วยดึงดูดสายตาได้เป็นอย่างดี รูปภาพที่ดีต้องโดดเด่น น่าสนใจ สื่อความหมายได้ดีเข้าใจง่าย

- ข้อความ เป็นสิ่งที่บอกรายละเอียดของสื่ออื่นๆ เพื่อให้ผู้อ่านได้เข้าใจข้อมูลและสิ่งที่ต้องการ จะประชาสัมพันธ์

- ชื่อสินค้าหรือข้อมูลติดต่อ ส่วนนี้เป็นอีกส่วนที่สำคัญ เนื่องจากจะทำให้ผู้อ่านได้ทราบ แหล่งที่มาของสื่อ และสร้างความมั่นใจให้กับคนดูว่าสื่อนี้มีอยู่จริง มีที่มาที่ไปและข้อมูลติดต่อ



ภาพที่ 2.49 โปสเตอร์

ที่มา : [http://www.javierjaen.com/BccN-](http://www.javierjaen.com/BccN-2016?utm_content=bufferde3c5&utm_medium=social&utm_source=pinterest.com&utm_campaign=buffer)

2016?utm_content=bufferde3c5&utm_medium=social&utm_source=pinterest.com&utm_campaign=buffer

2.4.4 การออกแบบหนังสือ

หนังสือเล่ม หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีการเย็บเล่มเข้าด้วยกัน มีทั้งปกแข็งและปกอ่อน เนื้อหาภายในมักเป็นเรื่องราวเดียวกันตลอดเล่ม หรืออาจแบ่งเป็นหลายเล่ม ถ้าเนื้อหายาวเกินกว่าจะจบ

ภายในเล่มได้ หนังสือในลักษณะหลังเรียกวมเป็นชุดหนังสือ หนังสือเล่มมักมีผู้เขียนคนเดียวโดยตลอด ยกเว้นในกรณีที่มีการรวมเรื่องสั้นจากผู้เขียนหลายคนเข้าด้วยกัน หนังสือเล่มไม่มีวาระการจัดจำหน่ายที่แน่นอนหรือออกเป็นรายประจำ ใช้รูปแบบการจัดหน้าแบบเดี่ยวตลอดเล่ม และมักเป็นแบบเรียบง่ายเมื่อเทียบกับการออกแบบและจัดหน้าสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น

รูปแบบและลักษณะของหนังสือ คือ ต้องมีการพับและการเย็บเข้าเป็นเล่ม มีทั้งปกอ่อนและปกแข็ง มีขนาดและมีความหนาต่างๆกัน ส่วนใหญ่มีขนาดใหญ่มากไม่เกิน 10 นิ้ว คูณ 12 นิ้ว เนื้อในมักใช้กระดาษบางที่มีคุณภาพ ปกทำด้วยกระดาษแข็ง หนาเป็นพิเศษ หรืออาจจะมีปกนอกห่อหุ้ม (Book Jacket) อีกชั้นหนึ่ง เพื่อให้เหมาะสำหรับการเก็บไว้เป็นระยะเวลาต่างๆ

นอกจากนี้ ยังมีการคำนึงถึงสัดส่วนความสูงของหนังสือ สันข้างตามความหนาของหนังสือ เพื่อความเป็นระเบียบในการเก็บบนชั้นวางหนังสือ หรือการค้นหาในห้องสมุด หนังสือมักจะไม่มีการกำหนดระยะเวลาการออกวางจำหน่ายเป็นประจำ

ประเภทของหนังสือ

1.) หนังสือตำราและสารคดี ตำราเป็นหนังสือที่เขียนขึ้นตามหลักสูตรการเรียนการสอน ในระดับและแขนงวิชาต่างๆมีเนื้อหาวิชาการล้วน และมีลักษณะเหมือนหนังสือสารคดี คือ มุ่งให้ความรู้ ต่างกันแต่ว่าหนังสือสารคดีนอกจากจะให้สาระ ประโยชน์ในขอบเขตที่ไม่จำกัดแล้ว ยังให้ความเพลิดเพลินจากสำนวนภาษาลีลาการเขียน หรือเนื้อหาด้วย

2.) หนังสือบันเทิงคดี หรือหนังสือนวนิยาย คือ หนังสือที่เขียนขึ้นจากประสบการณ์หรือจินตนาการของผู้ประพันธ์โดยอาศัยเค้าโครงชีวิตจริงของชีวิตและ สังคมมุ่งหมายให้ความเพลิดเพลิน กระบอบอารมณ์ผู้อ่านเป็นสำคัญ ในขณะที่เดียวกันผู้อ่านเป็นสำคัญในขณะที่เดียวกันผู้อ่านจะ ได้รับข้อคิดคติชีวิตที่น่าสนใจซึ่งผู้เขียนแทรกไว้ในเรื่องด้วย

3.) หนังสือสารคดี (Non-Fiction) หมายถึง หนังสือที่ให้ความรู้ในด้านต่างๆแบ่งเป็นหนังสือตำรา หนังสืออ่านประกอบ หนังสือความรู้ทั่วไป และหนังสือทางด้านสันตนาการ ได้แก่

- หนังสือตำรา (Text Book) หมายถึง หนังสือแบบเรียนวิชาต่างๆที่มีการเรียนการสอนตามหลักสูตร

- หนังสืออ่านประกอบ (External Reading) หมายถึง หนังสือ นอกเหนือไปจากหนังสือตำราแบบเรียน แต่เป็นหนังสือที่มีคุณค่าทาง วิชาการเกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนตามหลักสูตร

- หนังสือความรู้ทั่วไป (General Book) หมายถึงหนังสืออื่นๆ นอกเหนือไปจากหนังสือตำรา และหนังสืออ่านประกอบดังได้ กล่าวมาแล้ว

- หนังสือทางด้านสันตนาการ (Recreational Book) หมายถึง หนังสือที่อ่านเพื่อผ่อนคลายอารมณ์แต่มี คุณค่าทางวิชาการ เช่น หนังสือทางด้านศิลปะและวรรณกรรมต่างๆ

4.) ร้อยแก้ว (Prose) คือ หนังสือที่ใช้ความเรียง ไม่มีการกำหนดลักษณะบังคับในการแต่งแต่ประการใด หนังสือส่วนใหญ่จะแต่งด้วยร้อยแก้ว ไม่ว่าจะเป็นหนังสือสารคดีหรือหนังสือนวนิยาย

5.) ร้อยกรอง (Verse) ตำราเป็นหนังสือที่เขียนขึ้นตามหลักสูตรการเรียนการสอน ในระดับและแขนงวิชาต่างๆมีเนื้อหาวิชาการล้วน และมีลักษณะเหมือนหนังสือสารคดี คือ มุ่งให้ความรู้ ต่างกันแต่ว่าหนังสือสารคดีนอกจากจะให้สาระและประโยชน์ ในขอบเขตที่ไม่จำกัดแล้ว ยังให้ความเพลิดเพลินจากสำนวนภาษาลีลาการเขียน หรือเนื้อหาด้วย

สิ่งที่ต้องกำหนดและการวางแผนก่อนการออกแบบหนังสือ

สิ่งที่ต้องกำหนดและวางแผนก่อนการออกแบบหนังสือก่อนจะทำการออกแบบหนังสือนั้น มีเรื่องที่จะต้องกำหนดและวางแผนเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบดังนี้

1.) ศึกษาและทำความเข้าใจหนังสือ ก่อนที่จะทำการออกแบบ นักออกแบบจะต้องพยายามหาข้อมูลจากผู้เขียนหรือสำนักพิมพ์ถึงวัตถุประสงค์ในการเขียนหรือจัดทำหนังสือ และต้องทราบถึงลักษณะของผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายว่าเจตนาจะมุ่งที่ใครเป็นหลักและคนกลุ่มนี้มีพฤติกรรมและความชอบไม่ชอบอย่างไร นอกจากนี้ยังต้องทราบให้ชัดเจนว่าผู้เขียนมีความคิดหลักหรือแนวคิดเบื้องหลังของหนังสืออย่างไร รวมทั้งเป็นหนังสือประเภทใดและควรจะมีบุคลิกภาพแบบไหน

2.) กำหนดขนาดและรูปแบบของหนังสือ เมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์และนิตยสารแล้ว หนังสือสามารถจัดทำได้หลายขนาดและหลายรูปแบบมากกว่า ซึ่งในการเลือกขนาดและรูปแบบ ที่เหมาะสมนี้จะต้องดูจากวัตถุประสงค์และประเภทของหนังสือ เป็นหลัก ส่วนใหญ่แล้ว จะต้องพยายามเลือกขนาดที่ตัดกระดาษได้โดยเหลือเศษ น้อยเพื่อเป็นการประหยัดกระดาษเพื่อลดต้นทุนนอกจากในกรณีที่เป็น หนังสือที่ ระลึกราคาแพงและต้องการ รูปแบบ ที่แปลกแตกต่างไปจากปกติ

2.1) รูปแบบของปกหน้า

- กระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ปกหน้า

จะเป็นกระดาษแบบเดียวกันกับหน้าใน หรือจะเป็นกระดาษที่หนากว่าปกส่วนใหญ่แล้วกระดาษที่ใช้ในการทำปกหน้ามักจะเป็น กระดาษแข็งในบางครั้งอาจจะมีการหุ้มหรือเคลือบเอาไว้ด้วยวัสดุชนิดอื่น เช่น ผ้าหรือพลาสติกก็ได้

- หน้าหุ้มปก หนังสือที่มีความหนาหรือมีราคาสูงจะมีหน้าหุ้มปกเพื่อรักษาปกหน้าไว้ไม่ให้เสียหาย

- ระบบการพิมพ์และจำนวนสีที่จะพิมพ์

รวมทั้งการใช้เทคนิคพิเศษอื่นในทางการพิมพ์หรือไม่ เนื่องจากปกหน้าของหนังสือทำหน้าที่เหมือนหน้าโฆษณาขายหนังสือเล่มนั้นๆ จึงเป็นเรื่องที่สมเหตุสมผลที่จะให้ความสำคัญเป็นพิเศษทั้งในงานออกแบบและการผลิต

2.2) รูปแบบของหน้าใน

- กระดาษที่ใช้ในการพิมพ์เป็นกระดาษชนิดใด และจะเป็นกระดาษที่มีความหนาหรือ หนานักเท่าใด

- ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมควรเป็นระบบใด และพิมพ์กี่สี

ในหนังสือบางเล่มอาจจะมีหน้าในที่มีการพิมพ์สีไม่เท่ากัน จึงต้องมีการกำหนดว่าจะ เป็นหน้าสีกี่สีที่หน้า หน้าสีเดียวก็หน้า รวมทั้งมีการใช้เทคนิคพิเศษอื่นในทางการพิมพ์หรือไม่ โดยปกติแล้วหน้าในของ หนังสือมักจะไม่ค่อยในเทคนิคพิเศษอะไรมากนัก ยกเว้นหนังสือเด็กซึ่งอาจจะมีการอัดตัดตามแม่แบบ หรือได้คัทหรือป๊อปอัพ (Pop Up) เพื่อเพิ่มมิติให้หน้าหนังสือ

3.) แบบและขนาดตัวอักษร ปกติแล้วตัวอักษรที่ใช้ในหนังสือหนึ่งเล่ม จะไม่มีความหลากหลาย มากนักแต่อาจมีความแตกต่างกันระหว่างตัวที่เป็นหัวเรื่องหรือพาดหัว กับตัวที่เป็นเนื้อเรื่องเท่านั้น อย่างไรก็ตามในเรื่องขนาดของตัวเนื้อเรื่อง จะต้องพิจารณาใช้ในขนาดที่เหมาะสมกับผู้อ่านที่เป็น กลุ่มเป้าหมาย หากเป็นผู้มีอายุมากหรือเด็ก อาจจะต้องเลือกตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่กว่าตัวอักษรที่ใช้ สำหรับ วันรุ่นหรือผู้ใหญ่ทั่วไป

4.) แบบและจำนวนภาพประกอบ ภาพประกอบเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ควรนำมาพิจารณา ว่า ต้องการจะนำเสนอภาพประกอบเป็นสีหรือขาวดำ จำนวนอย่างละกี่รูป ซึ่งแบบและจำนวน ภาพประกอบนี้จะไปมีผลต่อการเลือกชนิดกระดาษ ระบบการพิมพ์ และต้นทุนในการผลิต

องค์ประกอบและการจัดวางองค์ประกอบในการออกแบบหนังสือ

ที่จริงแล้วการออกแบบหนังสือก็มีหลักการเหมือนกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ซึ่งได้กล่าวถึง ไปแล้ว อย่างไรก็ตามหนังสือมี ส่วนประกอบที่แตกต่างกับจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ทำให้มีรายละเอียด เพิ่มเติมในการออกแบบส่วนประกอบที่สำคัญ คือ ปกหน้าของหนังสือ ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญที่สุด เช่นเดียวกับหน้าแรกของหนังสือพิมพ์และปกหน้าของนิตยสาร โดยปกหน้าจะต้องทำหน้าที่ ดึงดูด ความสนใจของผู้พบเห็นให้อยากจะหยิบขึ้นมาดูจากชั้นหนังสือ ในขณะที่เดียวกันปกหน้าของหนังสือก็ จะต้องทำหน้าที่สื่อสาร ให้เห็นถึงความคิดเบื้องหลังรวมทั้งบุคลิกลักษณะของเนื้อเรื่องภายในหนังสือ ด้วย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้งสองส่วนนี้นักออกแบบ จะต้องทำการออกแบบส่วนต่างๆ ในหนังสือ ดังนี้

1.) ใบบ่มปก (Book Jacket) เป็นกระดาษที่หุ้มอยู่นอกปกหนังสือ มิได้เย็บติดกับเล่ม หนังสือ แต่พับปลายมาด้านหลังของปกหน้าจุดประสงค์ของการจัดให้มีใบบ่มปกเพื่อประโยชน์ ดังนี้

- ป้องกันหนังสือไม่ให้ชำรุดหรือสกปรก ทั้งยังช่วยรักษาปกให้ใหม่อยู่เสมอ
- เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ให้คนเลือกซื้อหนังสือนั้น

- บอกรายละเอียดต่างๆ แก่ผู้อ่าน กระดาษหุ้มปกจะประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้แต่ง บางเล่มอาจมีชื่อผู้พิมพ์ปรากฏอยู่ด้วย

2.) ปก (Cover) หน้าที่ของปก คือ ป้องกันรักษาตัวหนังสือทั้งหมดและให้รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องของหนังสือ ในกรณีที่ไม่มีใบหุ้มปก ปกติทำหน้าที่เป็นสิ่งที่ชักจูงให้คนซื้อหนังสือด้วย ลักษณะการออกแบบปกจึงเน้นในเรื่องของความสวยงามมากเป็นพิเศษ ขณะเดียวกันก็พยายามสื่อความหมายของเนื้อหาภายในเล่มหนังสือด้วย ส่วนประกอบของปกหนังสือประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้แต่ง ชื่อผู้พิมพ์ โดยเลือกขนาดตัวอักษรลดหลั่นกันตามลำดับ ส่วนที่เป็นสันปกก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน จะต้องมีย่อชื่อเรื่องและชื่อผู้แต่งสามารถจะมองเห็นข้อความดังกล่าวได้เมื่อนำหนังสือเรียงใส่ตู้แล้ว

3.) ใบผนึกปก (End Paper) โดยปกติหากเป็นหนังสือปกแข็งจะมีกระดาษปิดผนึกติดกับด้านในของปกหนังสืออีกหนึ่งแผ่นทั้งด้านหน้าและด้านหลังปก โดยครึ่งหนึ่งของกระดาษผนึกด้านในปก ส่วนที่เหลืออีกครึ่งหนึ่งอาจจะปล่อยให้เป็นใบรองปก กระดาษที่นำมาใช้มักจะเป็นกระดาษที่มีความเหนียว เนื้อดี ใบผนึกปกและใบรองปกนี้ จะทำหน้าที่ช่วยยึดปกให้แน่นกับตัวเล่มหนังสือ โดยอาจปล่อยให้กระดาษว่างๆหรือออกแบบให้พิมพ์เป็นลวดลายสวยงามก็ได้

4.) ใบรองปก (Fly Leaf) เป็นใบติดกับปก ทำหน้าที่ยึดเล่มหนังสือกับปกหนังสือ ส่วนใหญ่จะมีใบรองปกทั้งปกหน้าและปกหลัง

5.) ปกใน (Title Page) มีหน้าที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับหนังสือเช่นเดียวกับปก ประกอบด้วยข้อความระบุชื่อหนังสือ ชื่อผู้แต่ง ชื่อผู้พิมพ์ ทำให้อ่านได้รายละเอียดเหล่านี้ในกรณีที่ปกหน้าฉีกขาดหรือหากห้องสมุดนำหนังสือไปทำปกใหม่ให้แข็งแรงขึ้น

6.) หน้าที่ลิขสิทธิ์ (Copyright Page) หมายถึง หน้าบ่งบอกแก่ผู้อ่านว่าผู้ใดเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หนังสือเล่มนี้ หนังสือเล่มนี้ได้จัดพิมพ์มาแล้วกี่ครั้ง เมื่อใดบ้าง นอกจากนี้หนังสือบางเล่มอาจให้ข้อมูลสำหรับบรรณารักษ์ห้องสมุดได้ด้วย หน้าที่ลิขสิทธิ์จะอยู่ด้านหลังของปกใน ในกรณีของปกในหลายแผ่น หน้าที่นี้จะอยู่หลังปกในแผ่นหลังสุด

7.) หน้าอุทิศ (Dedication Page) เป็นหน้าที่ของผู้แต่งระบุว่า อุทิศผลงานให้แก่ ผู้หนึ่งผู้ใด ซึ่งอาจเป็นบุคคลเดียวกันหรือหลายคน หรืออุทิศให้แก่สถาบันก็ได้ หน้าอุทิศนี้ใช้หน้าหนังสือ 1 หน้า ถึงแม้ว่าจะพิมพ์ตัวหนังสือไม่กี่คำ ก็จะใช้เนื้อที่ทั้งหน้า และต้องอยู่ลำดับถัดจากหน้าลิขสิทธิ์ การออกแบบมักจัดให้ดูเป็นทางการเคารพ มีลักษณะเป็นอนุสรณ์ให้แก่บุคคลหรือสถาบันที่อุทิศให้

8.) คำนิยม (Foreword) หมายถึง คำที่บุคคลเขียนนำเกี่ยวกับเนื้อหาหนังสือ หรือผู้แต่ง คำนิยมนี้จะต้องอยู่ก่อนคำนำของผู้แต่ง ถ้ามีผู้เขียนคำนิยมหลายคนจะต้องเรียงลำดับตามความสำคัญของบุคคลเขียนคำนิยม

9.) คำนำ (Preface) หมายถึง ข้อความที่ผู้เขียนแต่งขึ้น เพื่ออธิบายให้ผู้อ่านทราบถึงแรงบันดาลใจหรือสิ่งที่ยากให้ผู้อ่านทราบ ก่อนที่จะเริ่มอ่านเนื้อเรื่อง อาจจะเป็นการขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องหรือช่วยเหลือในการจัดพิมพ์ ถ้าเป็นหนังสือที่จัดพิมพ์โดยสถาบัน อาจมีคำนำของสถาบัน คำนำของบรรณาธิการหรือผู้จัดพิมพ์ แล้วจึงเป็นคำนำของผู้เขียน

10.) สารบัญ (Table of Contents) หมายถึง รายชื่อของบท และเรื่องเรียงตามลำดับ เพื่อบอกแก่ผู้อ่านว่าในหนังสือเล่มนั้นประกอบ ด้วยบทและเรื่องใดบ้าง แต่ละเรื่องอยู่ที่หน้าใด เพื่อให้ผู้อ่านเปิดหาได้สะดวก การออกแบบจึงควรให้สะดวกแก่การเปิดหาได้โดยง่าย มีลักษณะสบายตา

11.) สารบัญภาพ (Table of Illustrations) หนังสือบางเล่มที่มีภาพเป็นส่วนสำคัญและมีภาพจำนวนมาก จำเป็นต้องมีสารบัญภาพ เพื่อให้ผู้อ่านพลิกดูได้สะดวก

12.) เนื้อเรื่อง (Contents) เป็นส่วนที่เป็นเนื้อหาสำคัญของหนังสือ สำหรับส่วนเนื้อเรื่องนี้ อาจแบ่งออกเป็นภาค (Part) เป็นตอน (Section) เป็นบท (Chapter) หรือแบ่งเป็นช้อย่อยๆก็ได้ อย่างไรก็ตาม

ต้องคำนึงถึงหลักการอ่านที่ง่าย เพื่อผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาทั้งหมดได้โดยสะดวก

13.) ภาคผนวก (Appendix) เป็นส่วนที่ไม่ใช่เนื้อหาโดยตรง แต่เป็นการอธิบายเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเนื้อเรื่อง หนังสือบางเล่ม จำเป็นต้องมีคำชี้แจงประกอบในเนื้อหาของเรื่องเพื่อช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจ เรื่องดีขึ้นส่วนที่เป็นภาคผนวกพวกนี้อาจจะเป็นระเบียบ กฎหมายคำอธิบาย ที่ต้องใช้รายละเอียดมากเกินกว่าจะทำเป็นเชิงอรรถของท้ายหน้าได้

14.) บรรณานุกรม (Bibliographies) หนังสือวิชาการจะต้องแจ้งถึงที่มาของเนื้อหาที่ได้มีการอ้างอิงมาจากผลงานของบุคคลอื่น โดยระบุ ชื่อผู้แต่ง ชื่อหนังสือ สถานที่พิมพ์ ปีที่พิมพ์ เพื่อให้ผู้อ่านทราบ นอกจากนั้นยังเป็นประโยชน์ ในการที่จะหาความรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในหนังสือเล่มนั้นด้วย

15.) ดัชนี (Index) หมายถึง หน้าที่ยกหัวข้อสำคัญของเรื่องในหนังสือ ชื่อบุคคล สถานที่หรือหัวข้อรายละเอียดที่สำคัญของ เนื้อหา ในหนังสือนั้นโดยจัดเรียงตามลำดับอักษรแล้วบอกเลขหน้าให้รู้ว่าเรื่องนั้นๆจะอ่านได้จากหน้าใดในหนังสือเล่มนั้น

องค์ประกอบดังกล่าวในหนังสือแต่ละเล่มอาจไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าเป็นหนังสือประเภทใดหากเป็นหนังสือประเภทวิชาการ สารคดี อาจจะมีองค์ประกอบครบถ้วนดังกล่าวข้างต้น แต่สำหรับหนังสือบันเทิงคดีเช่น นวนิยาย เรื่องสั้น หรือหนังสือบทกลอนต่างๆ อาจจะไม่มีส่วนสารบัญ ภาคผนวก บรรณานุกรม และดัชนีก็เป็นได้

องค์ประกอบของหน้าปกหนังสือ

หน้าปกของหนังสือจะทำหน้าที่ในการสื่อสาร ให้เห็นถึงความคิดเบื้องหลังรวมทั้งบุคลิกลักษณะของเนื้อเรื่องภายในหนังสือด้วย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้งสองส่วนนี้นักออกแบบจะต้องทำการออกแบบส่วนต่างๆ ในปกหน้าของหนังสือดังนี้

- 1.) ตราสัญลักษณ์ของสำนักพิมพ์
- 2.) ข้อความประกอบปกหน้า
- 3.) ชื่อหนังสือ
- 4.) ชื่อผู้แต่งหรือผู้แปล
- 5.) ภาพประกอบปกหน้า



ภาพที่ 2.50 ปกหนังสือ

ที่มา : <https://sites.google.com/site/hlakkarxxkbaebsingphimph/06-kar-xxkbaeb-hnangsux>

2.5 หลักการออกแบบตราสัญลักษณ์

2.5.1 ความสำคัญของตราสัญลักษณ์เพื่องานออกแบบ

การที่จะเริ่มทำธุรกิจ หรือดำเนินกิจการใด ๆ ก็ตาม ไม่ว่าจะ เป็นหน่วยงานของภาครัฐ หรือ บริษัทเอกชน จะเป็นองค์กรธุรกิจขนาดเล็กหรือใหญ่ก็ตาม ล้วนแล้วแต่มีความจำเป็นที่จะต้อง มีสัญลักษณ์ หรือโลโก้ (Logo) ประจำตัว เพื่อเป็นการสื่อสารหรือใช้เพื่อการเตือนความทรงจำ และทำให้เกิดผลประโยชน์ในด้านการสื่อความหมายต่อสาธารณชนให้เป็นที่จดจำและเข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ปัจจุบัน โลโก้บริษัท ถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมาก ไม่ว่าจะ เป็นโลโก้แบรนด์สินค้าโลโก้ร้าน เพราะโลโก้ จะเป็นตัวช่วยให้ธุรกิจมีความก้าวหน้า และประสบความสำเร็จได้ ซึ่งการทำโลโก้ นั้น จะต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ และจินตนาการเป็นหลัก เพื่อให้โลโก้มีความแปลกใหม่ โดดเด่น และไม่เหมือนใคร โดยเป้าหมายส่วนใหญ่ของการทำโลโก้ขึ้นมา นั้น ก็เพื่อการสร้างแบรนด์ให้กับสินค้า หรือบริการต่างๆ ดังนั้นการออกแบบโลโก้ จึงมีความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้ก็เพื่อการสร้างแบรนด์สินค้า ให้โดดเด่น และน่าสนใจ และยังเป็น การช่วยส่งเสริมธุรกิจให้เติบโตขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย



ภาพที่ 2.51 โลโก้หรือตราสัญลักษณ์

ที่มา : <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=27>

ความหมายของสัญลักษณ์ หรือโลโก้

สัญลักษณ์หรือโลโก้ (Logo) มาจากคำเต็ม Logotype หมายถึง สัญลักษณ์ เครื่องหมาย ตัวแทน หรือสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งที่บ่งบอก ประเภท รูปแบบ หรือรูปพรรณสัณฐานของสิ่งที่เป็นเจ้าของสัญลักษณ์ หรือโลโก้ นั้นๆ โลโก้ คือสัญลักษณ์ที่แสดงถึงภาพสัญลักษณ์ และเครื่องหมายต่างๆ ได้แก่ สินค้าและบริษัทผู้ผลิต การออกแบบโลโก้สินค้า และบริษัทให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะตนเอง จะช่วยให้มีความน่าเชื่อถือ และตราตรึงต่อผู้บริโภคตลอดไป ดังนั้นโลโก้จึงสามารถสร้างแรงบันดาลใจ

ใจ ความเชื่อ ความนิยม และการจดจำเกี่ยวกับองค์กรหรือสินค้าและมันคืองานของ Designer ในการสร้างสรรค์โลโก้ เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว เพราะโลโก้มันไม่ได้เป็นแค่เครื่องหมาย แต่โลโก้มันสะท้อนถึงภาพลักษณ์ในทางการตลาดของธุรกิจอีกด้วย

จุดประสงค์หลักของการออกแบบโลโก้

โลโก้ (Logo) ที่ปรากฏต่อสายตาเป็นภาพลักษณ์แรกที่ลูกค้าจะรับรู้ได้ ดังนั้นจึงมีความหมายต่อธุรกิจอย่างไม่ต้องสงสัย โลโก้ที่ดีจะช่วยสร้างเครดิตให้กับกิจการหรือองค์กรธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งถ้าขายสินค้าคุณภาพ โลโก้มันต้องสะท้อนสิ่งนี้ให้เห็นได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจุดประสงค์หลักของการออกแบบโลโก้ มีดังนี้คือ

- เพื่อทำให้คนอื่นจดจำได้ง่าย สามารถรับรู้ได้ทันทีว่าโลโก้คืออะไร
- เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในตัวแบรนด์ เพิ่มความจงรักภักดี (Loyalty) ของแบรนด์
- เพื่อบ่งบอกถึงความเป็นมืออาชีพ
- เพื่อช่วยสะท้อนถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจในตัวสินค้า และยอมรับในตัว

สินค้า

ความสำคัญของการออกแบบโลโก้

ปัจจุบันการออกแบบโลโก้ควรใช้เวลาคิด วิเคราะห์ข้อมูลหลาย ๆ อย่าง เพื่อให้โลโก้ที่ออกแบบมานั้นตอบโจทย์กับบริษัท สินค้าหรือบริการนั้น ๆ สามารถสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ต้องการออกไปสู่คนภายนอกได้อย่างถูกต้องตามที่คาดหวังไว้ ดังนั้นความสำคัญของการออกแบบโลโก้ มีดังนี้คือ

1.) การออกแบบโลโก้ ช่วยในการนำเสนอด้วยสัญลักษณ์หรือรูปภาพกราฟิกง่าย ๆ เป็นสัญลักษณ์ของบริษัท องค์กร หรือห้างร้าน แต่สิ่งสำคัญคือต้องมีอำนาจในการดึงดูด และแสดงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ของผู้ชาย โลโก้ควรจะสื่อถึงความเข้มแข็งมาดมัน

2.) การออกแบบโลโก้ที่ดี จะช่วยให้ผู้คนหรือลูกค้าเป้าหมายสามารถจดจำได้ทันทีที่เห็น สามารถสร้างแรงบันดาลใจ สร้างความซื่อสัตย์ต่อแบรนด์ การยอมรับและความชื่นชม โลโก้ที่ดีจึงเป็นพื้นฐานของแนวความคิดหรือคุณค่าของบริษัทที่สมบูรณ์แบบ

3.) การออกแบบโลโก้ สิ่งสำคัญที่สุดคือ การสร้างความประทับใจให้กับผู้มอง ซึ่งจะต้องมีความหมายและจำได้ง่ายเป็นสัญลักษณ์ที่สามารถจะเข้าไปอยู่ในใจของลูกค้าได้ จะต้องมีความโดดเด่นและไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของเวลา นอกจากนี้มันจะต้องมีความยืดหยุ่นในเรื่องของขนาดเพราะมันจะต้องถูกนำไปใช้ในสถานที่ต่าง ๆ เช่นป้ายประกาศ บิลบอร์ดขนาดใหญ่ หนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญก็คือมีความคมชัด มองเห็นได้ง่าย

4.) การออกแบบโลโก้ เป็นกระบวนการที่ค่อนข้างซับซ้อน เสมือนการกำหนดตัวตนของธุรกิจ นอกจากนี้ต้องเหมาะสมหรือตรงกับความต้องการและค่านิยมของลูกค้า เป็นการบ่งบอกถึงคุณค่าของบริษัทที่จะต้องทำความเข้าใจอย่างระมัดระวัง มีความชัดเจน และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

5.) การออกแบบโลโก้และการสร้างแบรนด์ เป็นองค์ประกอบที่ผสมผสานกันระหว่างปัจจัยสองอย่างคือ คุณภาพและการพบเห็น และในโลกโลกาภิวัตน์นี้เป็นการบ่งบอกความชาญฉลาดของบริษัทที่สามารถเอาตัวรอดไปได้ตลอดจากเงื่อนไขของเวลาและการแข่งขัน

ประเภทของโลโก้

ในปัจจุบันเราทุกคนรู้จักโลโก้ดี ๆ มากมาย แต่เชื่อไหมครับว่าเราแทบไม่รู้กันเลยว่าโลโก้ที่ดีเหล่านั้นไม่่ง่ายเลยที่จะสร้างขึ้น มา เมื่อเริ่มต้นออกแบบโลโก้ของธุรกิจมีหลายอย่างที่ต้องพิจารณา ตั้งแต่แนวคิด (Concept) ของสีไปจนถึงการออกแบบงานแต่ในปัจจุบันเราแบ่งโลโก้ (Logo) ออกเป็น 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

1.) Wordmark เป็นโลโก้ที่ออกแบบโดยการนำตัวอักษรหลายตัวมาจัดเรียงเข้าด้วยกันหรือที่เรียกว่า Logotype บริษัทที่ใช้โลโก้ลักษณะนี้ เช่น eBay, IBM, CNN, Google, และ Kleenex เป็นต้น



ภาพที่ 2.52 ตัวอย่างโลโก้ประเภท Word mark

ที่มา : <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=27>

2.) Letterform โลโก้ลักษณะนี้สร้างจากการประดิษฐ์ตัวอักษรตัวเดียวให้มีลักษณะพิเศษชวนจดจำ เช่น Honda, Uber, Unilever, McDonald's เป็นต้น



ภาพที่ 2.53 ตัวอย่างโลโก้ประเภท Letterform

ที่มา : <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=27>

3.) Pictorial เป็นโลโก้ที่มีลักษณะเป็นรูปเชิงสัญลักษณ์ที่เรา สามารถเห็นแล้วจดจำได้ง่าย เช่น Starbucks, Twitter โลโก้ทั้งหลายเหล่านี้ล้วนแต่มีลักษณะเป็นรูปสัญลักษณ์ทั้งสิ้น



ภาพที่ 2.54 ตัวอย่างโลโก้ประเภท Pictorial

ที่มา : <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=27>

4.) Abstract ตัวโลโก้ไม่ได้สื่อถึงสิ่งใด แต่สามารถจดจำได้ง่าย ดูแล้วเหมือนกับภาพศิลปะแบบนามธรรม แบรินด์ที่ประสบความสำเร็จที่สุดที่ใช้โลโก้ลักษณะนี้คือรองเท้า Nike



ภาพที่ 2.55 ตัวอย่างโลโก้ประเภท Abstract

ที่มา : [http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=](http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=27)

[643§ion=4&issues=27](http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=27)

2.5.2 การใช้ตราสัญลักษณ์ในงานออกแบบ

การที่จะเริ่มทำกิจการธุรกิจใด ๆ ก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการค้า บริษัท ห้างร้าน และองค์กรอื่น ๆ การออกแบบโลโก้ คุณต้องเข้าใจก่อนว่า โลโก้ คือใช้อะไร เป็นตัวแทน และเอาไว้ใช้ทำอะไร โลโก้ นั้นไม่ได้เป็นแค่เครื่องหมายเฉย ๆ แต่โลโก้ที่นั่นสะท้อนถึงภาพลักษณ์ในทางการตลาดของธุรกิจของคุณ (Brand: ยี่ห้อ) ผ่านทาง รูปร่าง ตัวอักษร สี หรือรูปภาพ ดังนั้นโลโก้ใช้เพื่ออะไร มีดังนี้

- ด้านจิตวิทยา คือ การต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจในตัวสินค้าและยอมรับในตัวสินค้า และที่สำคัญคือความต้องการที่จะสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกประทับใจ

- ด้านพฤติกรรม คือ การที่ต้องการให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมตอบสนองการจูงใจของเอกลักษณ์ขององค์กร

- ด้านภาพพจน์ คือ ต้องการให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีความนิยมชมชอบต่อผู้ผลิต

องค์ประกอบการออกแบบโลโก้

โลโก้ไม่ได้เป็นเพียงแค่สัญลักษณ์เท่านั้น แต่การออกแบบโลโก้ที่มีประสิทธิภาพนั้น ยังสามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือ การแสดงตัวตนและเก็บรักษาความทรงจำของแต่ละบุคคล บริษัทหรือองค์กร และองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการออกแบบโลโก้ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้ดังนี้คือ

1.) มีความสอดคล้อง โลโก้จะต้องมีความสอดคล้องกับความหมายในตัวของมันเอง กับ สโลแกน ตัวอักษรและแนวความคิดทางการตลาด การเพิ่มองค์ประกอบในส่วนที่มีความคล้ายคลึงกัน กับบริบทความแตกต่างกันทางการตลาดจะช่วยให้ลูกค้าสามารถสร้างความรู้สึกเชื่อมโยงต่อการ ออกแบบ โลโก้และแบรนด์ของบริษัทได้

2.) มีความน่าจดจำ การสอดคล้องกันจะนำไปสู่ความน่าจดจำ โลโก้ควรออกแบบให้มีความ เรียบง่าย และชัดเจนเพื่อที่ผู้พบเห็นหรือลูกค้าจะสามารถจดจำมันได้อย่างง่ายดาย ยกตัวอย่าง การ ออกแบบที่เรียบง่ายของบริษัทแอปเปิล ซึ่งดูแล้วไม่น่าจะเป็นไปได้เลย แต่มันก็นำไปสู่การจดจำอย่าง ไม่จำกัดของลูกค้า

3.) ต้องมีความหมาย การออกแบบโลโก้ที่ดีจะต้องสามารถถ่ายทอดข้อความที่มีความหมาย ของแบรนด์สินค้าไปสู่ลูกค้า การออกแบบของเว็บไซต์ต่อเมซอนของอเมริกา เป็นการบ่งบอกว่าพวกเขา สามารถขายสินค้าได้ทุกอย่างจาก A-Z และลูกค้าก็มีรอยยิ้มด้วยความประทับใจกับการบริการ

4.) ต้องไม่ซ้ำแบบใคร หากจะจินตนาการไปถึงโลโก้ที่มีความคล้ายคลึงกัน เลียนแบบกันกับโล โโก้ในตลาด สิ่งที่ผู้ผลิตหรือบริษัทองค์กรจะได้รับก็คือ ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกสับสนในชื่อยี่ห้อที่พวกเขาต้องการจะซื้อ ดังนั้นการออกแบบโลโก้ที่ไม่ซ้ำกับใครก็เป็นสิ่งสำคัญ แต่ไม่ได้หมายความว่ามัน จะต้องดูซับซ้อนจนเกินไป อย่างเช่น โลโก้ของแมคโดนัลด์เป็นหนึ่งในบรรดาของโลโก้ที่ง่ายที่สุดสำหรับการ ออกแบบอัตลักษณ์ของสินค้าในตลาดที่สังเกตเห็นได้ชัดและแน่นอนว่ามันมีความเป็น เอกลักษณ์ ในตัวเองด้วย

5.) มีความเป็นมืออาชีพ บริษัทจะต้องมั่นใจว่าโลโก้ของตนมีการออกแบบให้รองรับการพิมพ์ งานได้ทุกวัสดุที่มี และต้องมีคุณภาพสูง นอกจากคุณภาพของกราฟิกก็ควรจะต้องมีความคมชัดและ ชัดเจน

6.) ไม่มีขอบเขตทางด้านเวลา หมายถึงเวลาไม่สามารถจะทำให้ภาพลักษณ์ หรือความหมาย ของโลโก้เลือนหายไปได้ง่าย ๆ นอกจากว่าบริษัทจะมีการรีแบรนด์หรือสั่งทำโลโก้ใหม่นั้นเอง ถ้าโลโก้ มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ๆ และต่อเนื่องกันตลอดก็จะส่งผลกระทบต่อแบรนด์สินค้า ลูกค้าจะรู้สึกไม่ เชื่อถือในสินค้าและไม่รู้สึกเกิดความเชื่อมั่นต่อแบรนด์นั้น

7.) การเลือกใช้สี สีของโลโก้ของบริษัทจะต้องมีความสอดคล้องกันในด้านของทฤษฎีสีและยัง สื่อถึงการกำหนดตัวตนของบริษัทด้วย ดังนั้นการกำหนดสีจึงไม่ยากที่จะทำให้น่าสนใจแต่คงพื้นฐานไว้ ที่สีขาวหรือ สีเทาโทน โมโนโครมหรือเทาซึ่งจะช่วยให้คนตาบอดสีเห็นได้

ดังนั้นองค์ประกอบการออกแบบโลโก้เหล่านี้สามารถที่จะประสบความสำเร็จให้ได้รับความ สนใจสำหรับธุรกิจหรือองค์กร ควรรับคำแนะนำหรือความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบแล้ว ธุรกิจหรือองค์กรจะได้รับโลโก้ที่ดี

หลักการออกแบบโลโก้ที่ดี

โลโก้ที่ดีจะต้องเป็นโลโก้ที่สามารถจดจำได้ง่ายเมื่อแรกเห็น และสามารถติดตามผู้บริโภคได้ทันที เช่น โลโก้ของ Nike ซึ่งเป็นรูปเครื่องหมายถูก และโลโก้ของ Apple ที่สวยงามชวนมอง เป็นต้น โลโก้เหล่านี้ทำหน้าที่ของมันได้ดีมากในการดึงแบรนด์ให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง และทำให้ลูกค้าสนใจ รวมไปถึงเพิ่มยอดขายได้ซึ่งหลักการออกแบบโลโก้ที่ดี มีดังนี้คือ

1.) อย่าใช้คลิปอาร์ต เจ้าของธุรกิจออนไลน์ที่เป็น SMEs หลายท่าน เลือกใช้วิธีง่าย ๆ ในการออกแบบโลโก้ให้กับเว็บไซต์ โดยเลือกใช้คลิปอาร์ตแจกฟรีบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งลักษณะเป็นภาพลายเส้นกราฟิกง่าย ๆ แจกจ่ายให้ใช้ฟรีอย่างแพร่หลาย ลองนึกดูว่าเกิดมีลูกค้าที่เคยเห็นคลิปอาร์ตนี้เมื่อได้มีโอกาสแวะเวียนเว็บไซต์ของคุณ เขาอาจจะจำได้ และคิดต่อไปว่า ขนาดโลโก้ยังยืมภาพคนอื่นมาใช้ฟรี ๆ เลย แล้วธุรกิจของเว็บไซต์นี้จะน่าเชื่อถือได้อย่างไร

2.) อย่าใส่ลูกเล่นหรือเอฟเฟกต์กับโลโก้ข้อห้ามนี้แนะนำว่า ไม่ควรใช้เอฟเฟกต์ต่าง ๆ เช่น แสงสว่างเหลือเงา ด้านหลัง หรือมิติขนาดทับโลโก้ เอฟเฟกต์พวกนี้เหมาะกับงานสร้างสรรค์กราฟิกและรูปภาพในเว็บไซต์มากกว่า ซึ่งการใช้เอฟเฟกต์จะส่งผลให้โลโก้ที่ได้ดูไม่ชัดเจน รกสลายตา มากกว่าชวนมอง โลโก้ที่ดีควรจะสามารถดูได้ชัดเจน เห็นรายละเอียดครบ แม้จะใช้แค่สีขาว-ดำ เท่านั้น

3.) โลโก้ไม่ใช่แบนเนอร์อย่างออกแบบโลโก้ให้มีลักษณะเหมือนแบนเนอร์โฆษณาในเว็บไซต์ โดยเฉพาะรูปแบบที่เป็นการใส่โลโก้เข้าไปเติมพื้นที่สีเหลี่ยม เนื่องจากสายตาของลูกค้าออนไลน์ถูกฝึกให้หลีกเลี่ยงการดูรูปทรงเหล่านี้อยู่แล้ว แน่นนอนว่า โลโก้ของคุณจะถูกกละเลยไปด้วย

4.) โลโก้ผสมรูปนักออกแบบโลโก้มีโปรจะไม่พยายามผสมผสานกราฟิก เข้าไปเป็นเนื้อเดียวกับตัวหนังสือที่ปรากฏใน โลโก้เนื่องจากการทำเช่นนี้ นอกจากจะทำให้มันดูตื้อค่อนข้างยากแล้ว ต้องใช้สมองตีความว่า รูปกราฟิกที่เห็นคือตัวอักษรอะไร ยังเสี่ยงต่อเหตุการณ์ที่เผลอผิดกันมากมายอีกด้วย อย่างเช่น ตัวอักษรที่ใช้กราฟิกแทน อาจจะไปเหมือนกับโลโก้ของบริษัทอื่นเข้าที่พบเห็นบ่อย เช่น การแทนตัว O ด้วย โลก ลูกตา และแว่นขยาย เป็นต้น วันดีคืนดีอาจโดนฟ้องหาว่าเอาโลโก้ของเขามาเลียนแบบก็ได้

5.) โลโก้ที่ใช้ตัวอักษรอย่างเดียว แม้การเลือกใช้โลโก้เป็นตัวอักษรทั้งหมด จะง่ายต่อการออกแบบ แต่มันก็ง่ายต่อการถูกละเลยเช่นกัน ถ้าเป็นไปได้มีงบประมาณ อาจจะทดลองเอาโลโก้ของคุณไปวางรวมกับโลโก้ของคนอื่นที่ใช้ตัวอักษรหมดแบบเดียวกับคุณ แล้วให้กลุ่มเป้าหมายลองดูว่า จำโลโก้ของคุณได้มากน้อยเพียงใด ถ้าจำกันได้น้อย อาจจะต้องแก้ไขคุณสมบัติของตัวอักษรที่ใช้ทำโลโก้ แต่ง่ายสุดก็คือ ปรับเป็นตัวหนา เพื่อให้มีพื้นที่จดจำมากขึ้น หรือหารูปแบบฟอนต์ที่ไม่เหมือนใครตลอดจนออกแบบใหม่ไปเลย ซึ่งวิธีสุดท้ายนี้ชอบทำกัน

6.) โลโก้ที่เป็นชื่อย่อถ้าชื่อบริษัทของคุณยาวมาก การใช้ชื่อเต็มๆ มาสร้างโลโก้ดูจะเป็นเรื่องยากยิ่งนัก ไอเดียของเจ้าของกิจการส่วนใหญ่จะเลือกใช้ชื่อย่อแทน ซึ่งยากมากที่จะออกแบบมาแล้ว

จะเหมาะสม ยิ่งถ้าไม่ได้มีงบประมาณในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ด้วยแล้ว กว่าโลโก้ที่เป็นชื่อย่อของคุณ จะได้รับความไว้วางใจ บางทีธุรกิจของคุณอาจจะหายไปก่อนก็ได้ ส่วนใหญ่ลูกเล่นของโลโก้ที่ใช้ชื่อย่อ ชอบเอาตัวอักษรวางซ้อนทับกัน แม้จะดูสนุก(จนขาดความจริงจัง)แต่ข้อเท็จจริงที่คุณอาจจะมองข้ามไปพร้อมๆ กับลูกค้ำของคุณนั่นคือ มันไม่ได้บอกกล่าวอะไรให้ลูกค้ำได้ทราบเลย อันนี้แทบไม่ต้องพูดถึงถึงความสามารถในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า และบริการของคุณ

7.) โลโก้ซับซ้อน-รายละเอียดมากเกินไป สำหรับโลโก้ที่เป็นรูปรวาด ซึ่งจะมีรายละเอียดยิบย่อยเต็มไปหมด รวมถึงพวกที่ใช้ภาพถ่าย หรือเลย์เอาต์ที่ซับซ้อน (เช่น ความสูงต่ำของอักษรที่ไม่เท่ากัน สีเส้นที่ไม่เข้าพวก ฯลฯ) บอกได้เลยว่า โลโก้ลักษณะนี้มีโอกาสล้มเหลวสูงมาก หลักการง่ายๆ ก็คือ ยิ่งมีรายละเอียดมากเท่าไร โอกาสที่ลูกค้ำจะจำได้ก็น้อยลงเท่านั้น โลโก้ที่ดูง่าย เป็นหนึ่งเดียว (ทั้งสีเส้นและรูปแบบ) ใช้เส้นน้อย จะสร้างผลกระทบและการจดจำได้ง่ายกว่าถึงตรงนี้



ภาพที่ 2.56 ตัวอย่างหลักการออกแบบโลโก้ที่ดี

ที่มา : <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=27>

ขั้นตอนการออกแบบโลโก้

1.) ศึกษาว่าโลโก้คืออะไร และมีหน้าที่อย่างไร ก่อนที่คุณจะออกแบบโลโก้ คุณต้องเข้าใจก่อนว่า โลโก้คืออะไร ใช้เป็นตัวแทนของอะไร และเอาไว้อะไรทำอะไร ? โลโก้มันไม่ได้เป็นแค่เครื่องหมายเฉยๆ แต่โลโก้มันสะท้อนถึงภาพลักษณ์ในทางการตลาดของธุรกิจของคุณ (Brand: ยี่ห้อ) ผ่านทางรูปร่าง ตัวอักษร สี และรูป โลโก้สามารถสร้างแรงบันดาลใจ ความเชื่อ ความนิยม และการจดจำเกี่ยวกับ

องค์กรหรือสินค้าและมันคืองานของนักออกแบบในการสร้างสรรค์โลโก้ เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว และข้อนี้คือสิ่งที่ต้องรู้ก่อนที่จะออกแบบโลโก้

2.) ศึกษาหลักการในการออกแบบโลโก้ คุณได้รู้จักความหมายและหน้าที่ของโลโก้แล้ว ตอนนี้คุณจะได้รู้หลักในการสร้างโลโก้ที่ดี โดยหลักการพื้นฐานในการออกแบบโลโก้ มีดังนี้

- โลโก้ต้องสื่อตัวตนได้
- โลโก้ต้องเป็นที่จดจำ
- โลโก้ต้องสื่อได้แม้ไม่ได้ใช้สี
- โลโก้ต้องสื่อได้แม้ขนาดเล็กๆ

3.) เริ่มต้นกระบวนการออกแบบโลโก้ของตัวเอง ถ้าเราได้รู้จักความหมายของโลโก้ หลักการ และสิ่งที่ทำให้โลโก้ประสบความสำเร็จแล้ว ตอนนี้เราสามารถเริ่มกระบวนการออกแบบได้แล้ว โดยเป็นขั้นตอนที่ยากที่สุดใน 5 ขั้นตอนนี้ สามารถแบ่งเป็นขั้นตอนย่อยๆ ตามแต่ประสบการณ์ของแต่ละคน โดยขอแนะนำกระบวนการออกแบบโลโก้ที่เป็นหัวใจของนักออกแบบมืออาชีพดังต่อไปนี้

- ค้นคว้าและรวมหัวกันออกไอเดีย
- ร่างภาพโลโก้ และสร้างต้นแบบ
- ส่งไปให้ผู้ว่าจ้างพิจารณา
- ปรับปรุงจนเสร็จตามความต้องการ
- ส่งไฟล์ให้ผู้ว่าจ้างและให้บริการหลังการขาย

4.) เรียนรู้การใช้งานโปรแกรมและเสร็จสิ้นการทำโลโก้ ก่อนที่จะเริ่มกระบวนการออกแบบ ให้จำไว้ว่าเราไม่สามารถออกแบบได้ดีจากการทำในคอมพิวเตอร์ แนะนำให้เรารวมหัวออกแบบลงในกระดาษก่อน แล้วสแกนออกมาเป็นไฟล์ดิจิทัลเพื่อจัดเก็บแล้วส่งไฟล์รวมถึงแนวคิดในการออกแบบโลโก้ ให้ผู้ว่าจ้างเรา เมื่อเป็นที่พอใจแล้วค่อยเริ่มใช้โปรแกรมทำให้เสร็จสมบูรณ์ จะช่วยประหยัดเวลาเราได้มาก

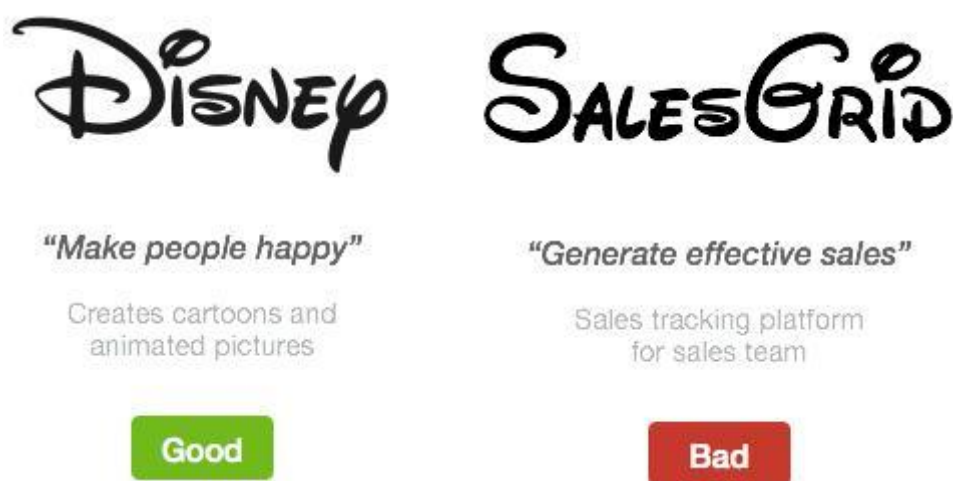
สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบโลโก้

การออกแบบโลโก้ เป็นส่วนสำคัญมากเพราะเป็นหน้าเป็นตาของบริษัทนั่นเอง โลโก้คือสิ่งแรก ที่ผู้บริโภคจะมองและจะอยู่กับธุรกิจไปโดยตลอด และนอกจากโลโก้จะถือเป็นสัญลักษณ์ทางธุรกิจ เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถจดจำธุรกิจของเราได้แล้ว โลโก้ยังนำมาซึ่งการคุ้มครองทางกฎหมายถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ผู้ใดจะมาละเมิดมิได้อีกด้วย ดังนั้นสิ่งที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบโลโก้ มีดังนี้คือ

1.) ต้องการให้โลโก้สื่ออารมณ์ใดออกมา เพราะองค์ประกอบต่างๆ ที่ใช้ออกแบบโลโก้เหล่านั้นล้วนสามารถควบคุมให้สื่ออารมณ์ต่างๆ ออกมาได้ ดังนั้นสิ่งแรกที่คุณควรนึกถึงคืออารมณ์ที่ต้องการให้คนทั่วไปรับรู้ ซึ่งนำไปสู่ภาพลักษณ์ขององค์กรหรือสินค้า และบริการต่างๆ ที่ผู้คนเหล่านั้นได้รับรู้และเข้าใจ ซึ่งส่งผลโดยตรงกับผลประกอบการหรือผลสัมฤทธิ์ของจุดมุ่งหมายขององค์กรได้

- การเลือกสี เลือกรูปแบบตัวอักษร การจัดวางองค์ประกอบของโลโก้เหล่านั้นล้วนมีผลต่ออารมณ์ที่จะสื่อออกมาทั้งสิ้น

- รูปแบบตัวอักษร หากต้องการให้โลโก้สื่อถึงอารมณ์ สนุกสนาน อารมณ์ดีก็ควรเลือกใช้ตัวอักษรที่มีลักษณะโค้งมน ลื่นไหล ถ้าใช้ตัวอักษรที่มีหาง มีความคม ดูไม่มีความยืดหยุ่นก็จะสื่อถึงความเก่าแก่ ความเป็นทางการได้ หากนำทั้ง 2 แบบมาผสมผสานกันก็จะดูมีความทันสมัยมากขึ้นได้



ภาพที่ 2.57 ลักษณะการสื่ออารมณ์

ที่มา : <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=27>

2.) ต้องการสื่อสารความหมายใดออกมา สีและการจัดวางองค์ประกอบของรูปโลโก้เหล่านั้นมีผลอย่างมากต่อความหมายที่จะสื่อออกมาได้ ซึ่งหากเลือกใช้สีโทนร้อนจะช่วยในการกระตุ้นอารมณ์ต่างๆ ของผู้พบเห็นได้ แต่สีโทนเย็นจะช่วยให้รู้สึกสงบลง อารมณ์เย็นลงได้ นอกจากนี้สีแต่ละสีก็สื่อความหมายและมีผลต่ออารมณ์ในที่แตกต่างกัน ในเรื่องของการจัดวางองค์ประกอบควรจัดทุกสิ่งทุกอย่างโดยมีความหมายรองรับ ทั้งหมดและทำให้ดูรกให้น้อยที่สุด อย่าผสมเล็กผสมน้อยจนมากเกินไปแล้วทำให้สื่อความหมายได้ไม่ชัดเจน

3.) ความร่วมสมัยของโลโก้ การออกแบบควรคำนึงถึงอายุการใช้งานของโลโก้ด้วย โดยพิจารณาถึงความร่วมสมัยของโลโก้ ออกแบบให้เรียบง่าย ไม่ออกแบบตามกระแส มีเอกลักษณ์ให้คนจดจำได้โดยง่าย เพื่อให้โลโก้ของเราตราตรึงอยู่ในความทรงจำของผู้คน และนึกถึงได้ง่าย

4.) หากโลโก้กลายเป็นสีขาวหรือดำจะยังดูออกหรือไม่ การออกแบบให้สามารถมองดูแล้วเข้าใจได้ว่าเป็นโลโก้ของแบรนด์ใดแม้จะอยู่ในรูปขาวหรือดำ จะช่วยยืนยันได้ว่าโลโก้ของเรานั้นเป็นที่จดจำและนึกถึงได้โดยง่าย ทั้งนี้ทั้งนั้นพื้นที่สื่อต่างๆ มีมูลค่าที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่มีสีสันต่างๆ มีมูลค่าที่ต้องจ่าย หากต้องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ การทำออกมาด้วยสีขาวหรือดำจะประหยัดงบมากกว่าอีกด้วย

5.) หากย่อขนาดโลโก้ให้เล็กลงแล้วยังดูรู้เรื่องหรือไม่ว่าเป็นโลโก้อะไร ข้อนี้เป็นปัญหาเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์โดยตรง อย่างที่กล่าวไปในข้อ 4 แล้วว่าสื่อสิ่งพิมพ์มีต้นทุน ขนาดโลโก้ที่ใหญ่จะส่งผลต่อต้นทุนที่ต้องจ่าย ทั้งนี้พื้นที่สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีขนาดใหญ่อาจจะมีคนลงทุนตัดหน้าไปแล้วด้วยจึงต้องออกแบบโลโก้เพื่อมีการย่อขยายต่างๆ ด้วย เพื่อให้มีความยืดหยุ่น ข้อจำกัดน้อย

สิ่งจำเป็นในการออกแบบโลโก้

โลโก้เป็นงานออกแบบชิ้นหนึ่งที่ดูเหมือนจะง่ายแต่ที่จริงแล้วไม่ได้ง่ายอย่างที่คิด เพราะโลโก้ส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จนั้นอาจจะความันเป็นแค่ลายเส้นง่ายๆ ที่ใครๆ อาจจะวาดได้ แต่เบื้องหลังความเรียบง่ายเหล่านั้น นักออกแบบอาจต้องคิดและร่างแนวคิดเป็นสิบเป็นร้อยแบบ เพื่อให้ได้โลโก้ที่สามารถทำหน้าที่ของมันได้อย่างสมบูรณ์ จนเราเห็นและจำได้จนติดตา ดังนั้นถ้าใครยังไม่มีพื้นฐานหรือทักษะที่ดีเยี่ยมจะต้องศึกษา 10 สิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับการออกแบบโลโก้ มีดังนี้คือ

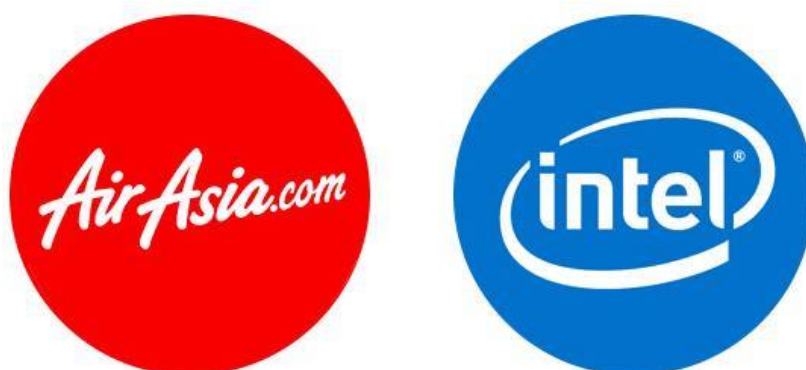
1.) โลโก้ที่ดีต้องจดจำได้ง่าย โลโก้เป็นตัวบ่งบอกถึงธุรกิจของคุณว่าแตกต่างจากธุรกิจอื่นๆ หรือคู่แข่งขนาดไหนและโลโก้ที่ดีจะต้องสามารถทำให้คนจดจำแบรนด์ธุรกิจ ของคุณได้แม้ว่าจะทำการขับรถผ่านหรือเห็นผ่านๆ ก็ต้องจดจำให้ได้ ยกตัวอย่างง่ายๆ เวลาเห็นโลโก้ของ Apple แล้วเราคิดถึง iPhone นึกถึง Macbook แต่เมื่อเห็นเห็นโลโก้อื่นๆ ที่มีรูปร่างคล้ายกันก็จะนึกถึง Apple ก่อน เพราะโลโก้มันได้จดจำโดยสมองเราไปแล้ว



ภาพที่ 2.58 โลโก้ของ Apple

ที่มา : <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=27>

2.) ตัวอักษรบนโลโก้สำคัญมาก คือตัวอักษรในโลโก้ที่นั้นสำคัญมากๆ เพราะมันสามารถที่จะส่งเสริมหรือทำลายโลโก้ได้ในทันทีที่เราเลือกที่ไม่เหมาะสมกับบุคลิกของธุรกิจ เทคนิคง่ายๆ ของการใช้ตัวอักษรกับโลโก้เราควรจะใช้ฟอนต์ไม่เกิน 10-20 ตัวอักษรเท่านั้น เพื่อไม่ให้โลโก้ของนั้นดูไม่เยอะและไม่อึดอัดจนเกินไปขนาดระยะห่างและน้ำหนักของตัวอักษรจัดให้ดีเพื่อส่งเสริมโลโก้



ภาพที่ 2.59 ตัวอย่างตัวอักษรบนโลโก้

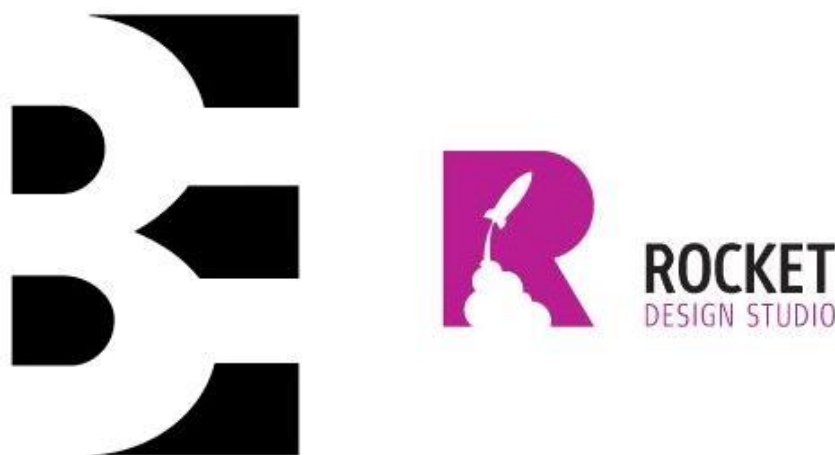
ที่มา : <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=27>

3.) เลือกสีให้เหมาะสม สีทุกสีมีความหมาย ทำให้เรามอง โลโก้แล้วรู้สึกถึงสิ่งที่กำลังถูกสื่อออกมา พยายามเลือกสีให้เหมาะสมและดูบ่งบอกถึงธุรกิจของเรา เพราะสีที่เลือกนั้นจะถูกจดจำไปในองค์กรตลอดไป เทคนิคง่ายๆ สำหรับผู้ที่ยังไม่มีพื้นฐานแนะนำให้ทำความเข้าใจเรื่องทฤษฎีการใช้สี ความหมายของสีแต่ละสีเสียก่อน

4.) ไม่ควรใช้ Effect บนโลโก้เยอะเกินไป โลโก้ที่ต้องการความเรียบง่าย และความหมายที่ดูแล้วสามารถจดจำได้ง่าย ไม่ควรใช้ Effect แปลกๆบนโลโก้เพราะจะทำให้โลโก้ของคุณไม่น่าสนใจ

5.) ออกแบบโลโก้จากพื้นหลังสีขาว เริ่มแรกออกแบบพยายามใช้พื้นหลังสีขาวก่อน เพราะว่าจะสามารถทำให้เราเห็นองค์ประกอบต่างๆ ของโลโก้ได้ชัดมากขึ้น หลังจากออกแบบบนพื้นหลังสีขาวเสร็จแล้วค่อยนำไปต่อยอดทำอย่างอื่นต่อ เช่น พื้นหลังสีดำหรือทำเป็นลายไม้ สิ่งเหล่านี้จะมาคอยช่วยส่งเสริมโลโก้ในภายหลัง

6.) เล่นกับพื้นที่ว่าง เล่นกับพื้นที่ในตัวโลโก้ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น และที่สำคัญต้องทำให้โลโก้เกิดความสมดุลของการจัดวาง การเล่นกับพื้นที่ว่างนั้นจะสามารถทำให้โลโก้ที่เป็นตัวอักษรดูไม่อึดอัดจนเกินไป



ภาพที่ 2.60 การเล่นกับพื้นที่ว่างของโลโก้

ที่มา : <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=27>

7.) ไม่ควรใช้สีรุ้ง หรือสีเยอะที่เยอะจนเกินไป ถึงแม้บางครั้งอาจจะดูสวย แต่ไม่สามารถใช้กับการออกแบบโลโก้ได้ เนื่องจากโลโก้ที่ดีหรือโลโก้ระดับโลกนั้น สังเกตได้ว่ามีการใช้สีไม่เกิน 1-2 สี เพียงเพื่อต้องการให้เป็นที่ยึดจำกับสีนั้นไปตลอดเวลา

8.) โลโก้ไม่ใช่ดูดีเพียงอย่างเดียวแต่ต้องสื่อความหมายให้ได้ โลโก้เป็นหน้าต่างในส่วนแรกของบริษัทที่ลูกค้าจะดู จึงไม่จำเป็นต้องออกแบบให้ดูดีมากมาย แต่ควรที่จะต้องออกแบบให้สื่อความหมายได้ และทำให้ง่ายต่อการจดจำ เพราะโลโก้จะอยู่กับธุรกิจหรือแบรนด์นั้นๆ ไปตลอด



ภาพที่ 2.61 การสื่อความหมายของโลโก้

ที่มา : <http://www.bauerhaus.com/what-makes-a-good-logo/>

9.) ไม่ควรลอกเลียนแบบงานของผู้อื่น เนื่องจากในปัจจุบันนี้โลกแห่งอินเทอร์เน็ตรวดเร็วง่าย และสะดวกในค้นหา คำว่า Inspiration กับ Copy ต่างกัน เนื่องจาก Inspiration แบบอย่างหรือแรงบันดาลใจในงานออกแบบ แต่ถ้าหากมีการ Copy อาจจะทำให้ความน่าเชื่อถือของนักออกแบบและตัวแบรนด์สินค้านั้นลดลง

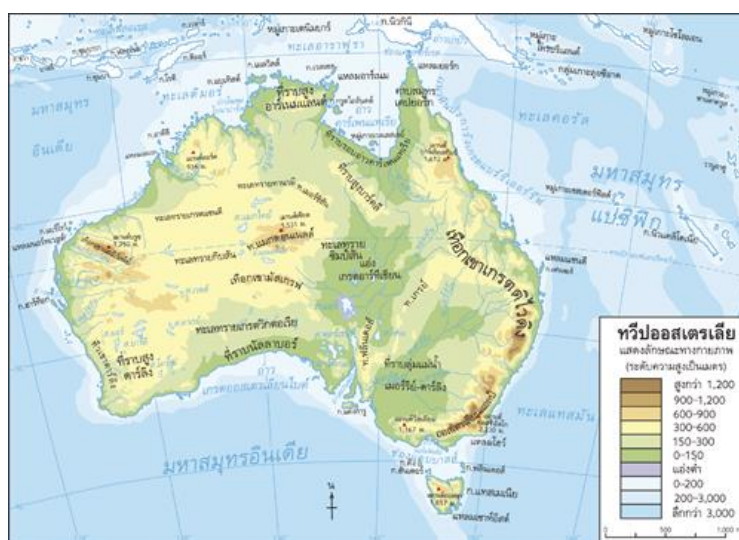
10.) โลโก้ที่ดีต้องผ่านการคิดอย่างรอบคอบ มีหลายครั้งที่นักออกแบบลงมือทำโลโก้ไปโดยที่ยังไม่มีจุดประสงค์ หรือไอเดีย ซึ่งมันส่งผลไม่ดีกับงาน เพราะที่จริงแล้วต้องไม่ลืมว่าโลโก้จะต้องอยู่กับธุรกิจหรือองค์กรนั้นต่อไปอีกนาน ดังนั้นก่อนเริ่มทำโลโก้ทุกครั้งควรจะต้องคิดให้รอบคอบในทุกๆ อย่างหรือทุกองค์ประกอบเสียก่อน

2.6 ศึกษาแผนที่สำหรับงานออกแบบ

2.6.1 ความหมายและองค์ประกอบของแผนที่

คือรูปแบบหนึ่งของการแสดงข้อมูลทางภูมิศาสตร์ ซึ่งอาจแสดงข้อมูลที่ถูกรวบรวมหรือข้อมูลที่ได้อาจจากการวิเคราะห์ ข้อมูลแผนที่ทางภูมิศาสตร์ ส่วนใหญ่จะได้อาจจากแผนที่ภูมิประเทศและแผนที่เฉพาะเรื่อง

1.) แผนที่ภูมิประเทศ (Topographic map) เป็นแผนที่ซึ่งแสดงลักษณะของพื้นผิวโลกและรายละเอียดของข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏอยู่บนพื้นผิวโลกทั้ง 3 มิติ แผนที่ภูมิประเทศจึงเป็นแผนที่พื้นฐานหรือเป็นแหล่งข้อมูลของแผนที่เฉพาะเรื่อง



ตัวอย่างแผนที่ภูมิประเทศของทวีปออสเตรเลีย แสดงลักษณะภูมิประเทศด้วยแถบสี
ที่มา: ประเสริฐ วิทยารัฐ และคนอื่นๆ. ATLAS แผนที่ภูมิศาสตร์-ประวัติศาสตร์, 2555, หน้า 58.

ภาพที่ 2.62 แผนที่ภูมิประเทศ

ที่มา : <http://www.trueplookpanya.com/learning/detail/31989-044577>

2.) แผนที่เฉพาะเรื่อง (Thematic map) เป็นแผนที่ที่แสดงรายละเอียดของข้อมูลเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณของภูมิลักษณะต่างๆ ที่เฉพาะเจาะจง โดยมีความสัมพันธ์กับรายละเอียดของลักษณะภูมิประเทศบางอย่างที่จำแนก



ภาพที่ 2.63 แผนที่เฉพาะเรื่อง

ที่มา : <http://retraite-en-thailande.com/sukhotai-lancien-royaume-thai/737/>

การออกแบบแผนที่ (Map Design)

ในการออกแบบแผนที่ จะต้องมีการพิจารณาถึงองค์ประกอบต่างๆ ของแผนที่ เพื่อ แสดง รายละเอียดที่ต้องการแสดง รวมถึงความ สัมพันธ์ของสิ่งต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งทางด้าน ภูมิภาค รูปร่าง ขนาด และระยะทางอย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบพื้นฐานของแผนที่สำหรับงานออกแบบ

- ตัวภาพแผนที่ (Map body)
- คำอธิบายสัญลักษณ์ (Legend)
- ชื่อแผนที่ (Map title)
- เสนโครงแผนที่ (Map scale and project)

สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบแผนที่

- การกำหนดพื้นที่ในการสร้างแผนที่
- การกำหนดตำแหน่งการจัดวางและ ขนาดขององค์ประกอบของแผนที่
- การกำหนดรูปแบบ, ขนาด และทิศทางตัวอักษร
- การกำหนดโครงสี

2.7 ศึกษาหลักการออกแบบกราฟิกบนสื่อออนไลน์

2.7.1 การใช้งานกราฟิกบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์

ยุคไทยแลนด์ 4.0 เป็นยุคที่มีการนำเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการพัฒนาและช่วยในการขายสินค้า ส่วนของงานกราฟิกดีไซน์จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับยุคไทยแลนด์ 4.0 การออกแบบ ต้องมีการศึกษาและให้ความเป็นสากล เหมาะสมกับยุคสมัยเพื่อให้งานการฟิกดีไซน์มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในยุคนี้ การใช้งานกราฟิกบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้มนุษย์จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับงานกราฟิกมากขึ้น

ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ มนุษย์ประสบความสำเร็จในการค้นพบความจริง และกระบวนการทางธรรมชาติมากมาย ความรู้ที่ค้นพบใหม่ต้องการวิธีการและกระบวนการในการเก็บบันทึก การจำ และเผยแพร่ การใช้งานกราฟิกช่วยจะทำให้ได้ข้อมูลที่สามารถสื่อสารความหมายให้เข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว สื่อความคิดถึงกันและกันได้ชัดเจนถูกต้อง เพิ่มประสิทธิภาพให้กับการใช้ภาษาพูดและภาษาเขียน

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เทคโนโลยีเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทำให้เกิดเครื่องมือสำหรับสร้างงานกราฟิกที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถผลิตงานได้ รวดเร็ว มีปริมาณมาก ง่ายต่อการใช้งาน ราคาถูกลง และเผยแพร่ได้สะดวกกว้างไกล โดยเฉพาะการใช้คอมพิวเตอร์ในงานกราฟิก และระบบ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ความนิยมใช้งานกราฟิกช่วยในการสื่อความหมายจึงเกิดขึ้นแพร่หลายในสื่อเกือบ ทุกประเภท

จำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้น และความเป็นโลกไร้พรมแดน ประชากรโลกที่เพิ่มขึ้น อย่างรวดเร็ว การคมนาคมที่สามารถเดินทางไปทั่วทุกมุมโลกด้วยเวลาไม่มากนัก และการสื่อสารที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วโลก ทำให้เกิดความจำเป็นต่อการสื่อความหมายทางไกลระหว่างบุคคล และการสื่อความหมายกับประชากรกลุ่มใหญ่ในมุมต่างๆของโลก เพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ความร่วมมือทางวิชาการ ธุรกิจ และอื่นๆ ทุกสิ่งทุกอย่างต้องดำเนินการด้วยข้อจำกัดของเงื่อนไขเวลาและประสิทธิภาพของ การสื่อความหมาย งานกราฟิกจึงเป็นเครื่องผ่อนแรงให้การสื่อความหมาย สามารถสื่อสารได้เข้าใจง่ายและถูกต้องในเวลาสั้น

ความแตกต่างระหว่างบุคคล บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ เช่น ความคิด ความเข้าใจ ความสามารถ อัตรการเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้ และอื่นๆ ความแตกต่างเหล่านี้ทำให้การสื่อความหมายด้วยภาษาพูดและภาษาเขียนในบางครั้ง ไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ง่ายนัก การใช้งานกราฟิกเข้าช่วยจะทำให้ง่ายต่อการสื่อความหมาย เพิ่มประสิทธิภาพของการคิดในบุคคลที่มีความแตกต่างได้เป็นอย่างดี

2.7.2 สื่อป้ายแบนเนอร์

สื่อป้ายแบนเนอร์ คือสื่อโฆษณาประเภทหนึ่งซึ่งอยู่ในรูปแบบของภาพกราฟิก สามารถเชื่อมโยงเว็บไซต์ถึงกันได้หรือถูกจัดวางในตำแหน่งที่จงใจเพื่อลงโฆษณาในโฮมเพจโดยเฉพาะ โดยส่วนมากแบนเนอร์จะถูกจำกัดขนาดของไฟล์เพื่อการโหลดที่รวดเร็ว ปัจจุบันแบนเนอร์ นิยมใช้รูปแบบของภาพเคลื่อนไหวเพราะจะสามารถดึงดูดผู้ชมได้มากกว่า มาตรฐานที่ใช้ในการศึกษาวิจัยขนาดของป้ายแบนเนอร์จะอยู่ระหว่างความกว้าง 468x60 พิกเซล ขนาดเหล่านี้ถูกจัดตั้งให้เป็นขนาดมาตรฐาน โดย Internet Advertising Bureau (IAB) ทำหน้าที่เสมือนป้ายประกาศหรือป้ายบอกทางที่จะเป็นช่องทางในการที่จะทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในเว็บไซต์นั้นสามารถเชื่อมโยงผ่านทางป้ายแบนเนอร์ไปยังเว็บไซต์สินค้าหรือบริการที่ต้องการจะโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้โดยมากจะปรากฏอยู่ในตำแหน่งที่เป็นจุดเด่นของเว็บไซต์นั้น เช่น ด้านบนด้านล่าง เป็นต้น

การออกแบบกราฟิกดีไซน์ เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการทำสื่อการตลาด หรือสื่อสิ่งพิมพ์ ในปัจจุบัน การทำการตลาดออนไลน์ใน facebook, instagram, Line มีความสำคัญในการสื่อสารสินค้าในรูปแบบต่างๆออกมายากมาย เพราะสื่อมีต้นทุนการตลาดในราคาต่ำมาก และสามารถเข้าถึงลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก ไม่น้อยไปกว่าสื่อที่มีต้นทุนสูง อย่างโทรทัศน์ เพราะฉะนั้นการออกแบบสื่อป้ายแบนเนอร์ ที่เป็นรูปภาพสินค้า โปรโมชั่น ที่สามารถสื่อผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์คต่างๆ จึงมีความสำคัญ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาสนใจสินค้าและบริการ การออกแบบที่สวยงามน่าสนใจ จะทำให้ผู้ใช้บริการสินค้าและบริการ และทุกวันนี้สื่อออนไลน์เริ่มมีความสำคัญมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์



ภาพที่ 2.64 ภาพสื่อป้ายโฆษณาแบนเนอร์

ที่มา : <http://www.tistr.or.th/tistrblog/?p=3259>

2.7.3 เว็บไซต์

การให้บริการรูปแบบหนึ่งในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สามารถแสดงข้อมูลได้ทั้งในลักษณะข้อความ ภาพเคลื่อนไหวเสียงที่เรียกว่า มัลติมีเดีย (Multimedia) โดยมีคุณสมบัติพิเศษที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันได้ ในลักษณะไฮเปอร์ลิงค์ (Hyperlink) ผู้ที่ชมข้อมูลสามารถเลือกชมสิ่งที่ตนเองต้องการเพียงแค่อุปกรณ์เมาส์ (Mouse) เลือกในหัวข้อที่ต้องการ เป้าหมายของการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อต้องการให้ผู้ชมระบบ เวิลด์ไวด์เว็บ ได้เข้ามาเยี่ยมชมในเว็บไซต์นั้น และการวางแผนงาน การโฆษณาออนไลน์ (Advertising Online) เพื่อต้องการที่จะให้มีการเข้ามาชมรายละเอียดในเว็บไซต์นั้นได้เห็น หรือคลิกผ่านเข้ามาชมจากทางป้ายแบนเนอร์เพื่อนำไปสู่หน้าโฆษณา (Middle page) จนไปสู่หน้าเว็บไซต์ที่ต้องการเพื่อให้ได้ทราบข้อมูล

ปัจจุบันการทำเว็บไซต์มีจำนวนมากขึ้นและการกำหนด ขนาดของเว็บไซต์ ซึ่งขนาดของเว็บไซต์ที่นิยมในปัจจุบันมี 2 ขนาด คือ

1.) ขนาดเว็บไซต์แบบ 800 X 600 pixels เป็นขนาดที่สามารถใช้ได้กับหน้าจอทุกขนาดในปัจจุบันเป็นขนาด

2.) ขนาดเว็บไซต์แบบ 1024 X 768 pixels เป็นขนาดที่นิยมในปัจจุบัน เนื่องจากผู้ใช้นิยมใช้จอคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ขึ้นเนื่องมาจากราคาจอคอมพิวเตอร์ที่ถูกลง

รูปแบบการออกแบบเว็บไซต์

เว็บไซต์ในปัจจุบันจะมีการออกแบบที่แตกต่างกันไม่มากนัก ซึ่งการออกแบบหน้าตาเว็บไซต์ส่วนใหญ่จะมองดูองค์ประกอบขององค์กรหน่วยงานซึ่งการออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์มีอยู่ 3 แบบ คือ

- 1.) การออกแบบเว็บไซต์ที่เน้นการนำเสนอเนื้อหา
- 2.) การออกแบบเว็บไซต์ที่เน้นภาพกราฟิก
- 3.) การออกแบบเว็บไซต์ที่มีทั้งภาพและเนื้อหา

การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ คือ การวางแผนการจัดลำดับ เนื้อหาสาระเปรียบเสมือนแผนที่ ที่ทำให้เห็นโครงสร้างทั้งหมดของเว็บไซต์ การจัดโครงสร้างของเว็บไซต์มีจุดมุ่งหมาย สำคัญคือ การที่จะทำให้ผู้เข้าเยี่ยมชม สามารถค้นหาข้อมูลในเว็บเพจได้อย่างเป็นระบบ องค์ประกอบที่ดีของการออกแบบเว็บไซต์มีดังนี้

1.) เว็บไซต์ควรจัดโครงสร้างหรือจัดระเบียบของข้อมูลที่ชัดเจน แยกย่อยเนื้อหาออกเป็น ส่วนต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กันและให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน จะช่วยให้ผู้ใช้งานและง่ายต่อการอ่าน

2.) การใช้งานที่ง่าย ช่วยให้ผู้ใช้รู้สึกสบายใจต่อการอ่านและสามารถทำความเข้าใจกับเนื้อหาได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องมาเสียเวลาอยู่กับการทำความเข้าใจ

3.) การเชื่อมโยงที่ดี ลักษณะไฮเปอร์เท็กซ์ที่ใช้ในการเชื่อมโยง ควรอยู่ในรูปแบบที่เป็นมาตรฐานการที่จำนวนการเชื่อมโยงมากและกระจุกกระจายอยู่ทั่วไปในหน้าอาจก่อให้เกิดความสับสน

4.) ความเหมาะสมในหน้าจอ เนื้อหาที่นำเสนอในแต่ละหน้าจอควรสั้น กระชับ และทันสมัย หลีกเลี่ยงการใช้หน้าจอที่มีลักษณะการเลื่อนขึ้นลง(Scrolling)แต่หากต้องมีการใช้ภาพประกอบควรใช้เฉพาะที่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาเท่านั้น

5.) ความรวดเร็ว เป็นสิ่งสำคัญในการแสดงผล ฉะนั้นในการออกแบบจึงควรหลีกเลี่ยงการใช้ภาพขนาดใหญ่ หรือภาพเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็น และพยายามใช้กราฟิกแทนตัวอักษรธรรมดาให้น้อยที่สุด โดยไม่ควรใช้มากเกินกว่า 2-3 บรรทัดในแต่ละหน้าจอ

โครงสร้างของเว็บไซต์

1.) เว็บที่มีโครงสร้างแบบเรียงลำดับ (Sequential Structure) เป็นโครงสร้างแบบธรรมดาที่ใช้กันมากที่สุดเนื่องจากง่ายต่อการจัดระบบข้อมูล เช่น การเรียงลำดับตามตัวอักษร ดรรชนี โครงสร้างแบบนี้ เหมาะกับเว็บไซต์ที่มีขนาดเล็กเนื้อหาไม่ซับซ้อนใช้การลิงค์ (Link) ไปที่ละหน้า



ภาพที่ 2.65 ภาพเว็บที่มีโครงสร้างแบบเรียงลำดับ

ที่มา : <https://krupiyadanai.files.wordpress.com/2013/10/5.jpg>

2.) เว็บที่มีโครงสร้างแบบลำดับชั้น (Hierarchical Structure) เป็นวิธีที่ดีที่สุดวิธีหนึ่งในการจัดระบบโครงสร้างที่มีความซับซ้อนของข้อมูล โดยแบ่งเนื้อหา ออกเป็นส่วนต่างๆ และมีรายละเอียดย่อยๆ ลักษณะแนวคิดเดียวกับ แผนภูมิองค์กรจึงเป็นเรื่องง่ายต่อการทำความเข้าใจกับโครงสร้างของเนื้อหาในเว็บลักษณะนี้

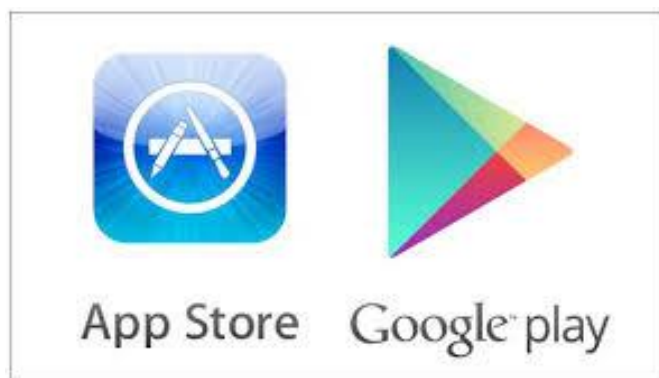


ภาพที่ 2.66 ภาพเว็บที่มีโครงสร้างแบบลำดับชั้น

2.7.4 แอปพลิเคชัน

ความสำคัญของแอปพลิเคชัน

สมาร์ทโฟน คือ สิ่งที่เปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตของทุกคนไปตลอดกาล ระบบประมวลผลขั้นสูงและเทคโนโลยี 3G 4G ในปัจจุบันสมาร์ทโฟนมีผลช่วยให้การใช้ชีวิตประจำวันที่ดีขึ้นและสะดวกรวดเร็ว แอปพลิเคชันเป็นอีกตัวช่วยหนึ่งที่ช่วยเสริมประสิทธิภาพในการทำงานมากมายและสะดวกขึ้น เช่น แอปพลิเคชันปฏิทิน แอปพลิเคชัน to-do list แอปพลิเคชันเตือนความจำ แอปพลิเคชันคลาวด์ และแอปพลิเคชันจดโน้ต ได้ทำให้ชีวิตที่ได้ง่ายขึ้น และนี่คือ 10 แอปพลิเคชันที่จะช่วยจัดระเบียบชีวิตการทำงานที่ช่วยให้ชีวิตในการทำงานคนในยุคปัจจุบันสะดวกขึ้น ช่วยให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าที่เคยเป็นมา นอกจากแอปพลิเคชันแล้วการพัฒนาตัวเองก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน อาจจะเริ่มจากการอ่านหนังสือดีๆ จากทั่วโลก หรือใช้เวลาหลังงานให้มีประโยชน์ด้วยการพัฒนาตนเอง ซึ่งเหล่าแอปพลิเคชันเหล่านี้ คือสิ่งที่ถูกสร้างมาเพื่อช่วยเหลือคนในยุคปัจจุบัน



ภาพที่ 2.69 ตัวอย่างแอปพลิเคชัน

ที่มา : <https://amphornblog.wordpress.com/ความสำคัญของแอปพลิเคชัน/>

การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ นั้นผู้พัฒนาจำเป็นต้องศึกษาคุณสมบัติของอุปกรณ์ในแต่ละประเภท ไม่ว่าจะเป็นขนาดตัวเครื่อง ขนาดหน้าจอ หน่วยประมวลผล หน่วยเก็บข้อมูล คุณสมบัติด้านมัลติมีเดีย และการเชื่อมต่อแบบต่างๆ ภายในเครื่อง

1.) ขนาด (Size) โดยขนาดของที่เหมาะสมนั้นควรมีขนาดไม่เกินฝ่ามือของผู้ใช้ รูปทรงเหมาะสมแก่การพกพา น้ำหนักต้องเบา โดยเฉพาะผู้ใช้ที่ต้องใช้งานอยู่ตลอดนั้นจะมีความคล่องตัว เวลาใช้งานน้ำหนัก ถือเป็นปัจจัยหลักที่ต้องคำนึงถึงเนื่องจากโดยทั่วไปแล้วมักจะถือใช้งานเป็นส่วนใหญ่ เช่นแท็บเล็ตที่มีน้ำหนักประมาณ 700 กรัม สำหรับผู้ใหญ่เองจะถือได้ไม่นาน และต้องอาศัยการ

วางบนโต๊ะสลับกับถือเป็นระยะๆ แทน สำหรับการใช้งานของเด็กควรมีน้ำที่เบาสามารถจับถือได้เป็นเวลานาน

2.) หน่วยประมวลผล (CPU) โดยหน่วยประมวลผลนั้นจะมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับเครื่อง PDA เพราะมันจะเปรียบเสมือนกับสมองของคนเรา หน่วยประมวลผลที่เร็วนั้นจะสามารถตอบสนองงานได้เร็วขึ้น และผิดพลาดน้อยลง แต่ความสิ้นเปลืองพลังงาน (แบตเตอรี่) ก็จะมีมากขึ้น

3.) หน่วยความจำ (Memory) ในหน่วยความจำนั้นจะแสดงถึงเครื่องนั้นๆสามารถรองรับโปรแกรมได้มากแค่ไหน และสามารถบันทึกข้อมูลได้มากเพียงใดด้วย เป็นพื้นที่เก็บข้อมูลภายใน มีให้เลือกด้วยกันหลายรุ่น หลายขนาด ได้แก่ 16GB/32GB/64GB แต่ราคาก็จะสูงขึ้นไปเรื่อยๆ อย่างไรก็ตามแท็บเล็ตบางรุ่นจะมีส่วนเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเข้ามาหลายรูปแบบ ซึ่งก็ถือเป็นตัวที่ต้องคำนึงถึงด้วยเหมือนกันเพราะเราไม่จำเป็นที่จะต้องซื้อความจำเยอะๆ แต่อาศัยเก็บข้อมูลที่อื่นแทน ตัวอย่างเช่น มีช่องเสียบการ์ด microSD สามารถเก็บข้อมูลในการ์ดแทนได้

4.) จอภาพ (Screen) Tablet PC นั้นต่างจาก Desktop PC, Notebook PC และ Smartphone ตรงที่ใช้จอภาพ Touch Screen ในการสั่งงานและป้อนข้อมูลเป็นหลัก โดยอาจจะใช้ Virtual keyboards หรือเป็นแบบ Fringer Base สำหรับป้อนข้อมูลแทน Keyboard ปรกติ หรือใช้ handwriting recognition แปลงการเขียนลายเส้นแทน Keyboard ก็ได้ ซึ่งนำมาใช้ทำงานในเชิงทดแทนคอมพิวเตอร์มากกว่าโทรศัพท์ ขนาดหน้าจอ แท็บเล็ตในท้องตลาด ณ ตอนนี้มีหลายขนาดให้เลือกซื้อ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับการใช้งานหรือความชอบของแต่ละคน โดยผมจะขอแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ดังต่อไปนี้ คือ 7 นิ้ว ขนาดไม่ใหญ่มากพกพาสะดวกเหมือนกับเราพกพ็อกเก็ตบุ๊กสักหนึ่งเล่ม และ 10 นิ้ว จอใหญ่แสดงผลได้เยอะแต่ขนาดและน้ำหนักก็จะใหญ่และสูงตามไปด้วย

5.) ระบบปฏิบัติการ (Operating System) ระบบปฏิบัติการหลักที่เรารู้จักกันทั่วไปก็คือ ซิมเบียนซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ในค่ายโนเกีย วินโดวส์โมบาย จะใช้กับโทรศัพท์มือถือที่เป็น PDA (Personal digital assistants) ไอโอเอส (ios) ใช้เฉพาะใน ไอโฟน ไอแพด และ ไอพอดทัช BlackBerry OS (BB) แอนดรอยด์ จากทาง google เว็บโอเอส (webOS) มีโก (MeeGo) และจากทางโนเกีย(nokia) PC2002 ซึ่งแต่ละระบบจะมีคุณสมบัติและความสามารถที่แตกต่างกัน การใช้งานแต่ละระบบจำเป็นต้องศึกษาให้ละเอียดระบบปฏิบัติการหลักๆ อยู่ 4 ตัวในตลาดได้แก่

5.1) iOS ระบบปฏิบัติการจาก Apple ซึ่งแท็บเล็ตที่ใช้ชื่อก็คือ iPad และจุดเด่นของ iOS เป็นที่ ระบบการทำงานและจัดการหน่วยความจำที่ดี เพราะถึงแม้ iPad 2 จะมีหน่วยความจำแรมเพียงแค่ 512MB แต่การทำงานกลับได้ดีไม่ต่างจากแท็บเล็ตตัวอื่นๆ ที่มีหน่วยความจำมากกว่า ส่วนข้อด้อยเป็นระบบปฏิบัติการตัวเดียวที่ไม่รองรับ Flash (ไม่สามารถแสดงผลได้) และการเชื่อมต่อที่ต้องทำผ่านซอฟต์แวร์ iTunes เท่านั้น

5.2) Android ระบบปฏิบัติการจากค่าย Google ที่ได้พัฒนาขึ้นมาใช้สำหรับมือถือสมาร์ตโฟน ทาง Google ถึงได้พัฒนาระบบปฏิบัติการ Android เวอร์ชันใหม่ให้รองรับแท็บเล็ตที่มีหน้าจอขนาดใหญ่กว่ามือถือได้

5.3) Windows ระบบปฏิบัติการจากค่าย Microsoft หลายคนอาจจะชินและคุ้นเคยกับการใช้งาน Windows เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว และยิ่งหน้าจอเป็นแบบสัมผัสอีกด้วยก็ช่วยให้แท็บเล็ตนำใช้งานมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามตัว Windows 7 นั้นยังคงไม่ได้ออกแบบมาให้ใช้สำหรับแท็บเล็ต บางส่วนจึงอาจจะเลิกกันไปที่จะใช้นิ้วสัมผัสได้ นอกจากนี้ระยะเวลาการใช้งานก็ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับ iOS, Android และ BlackBerry Tablet OS

5.4) BlackBerry Tablet OS ระบบปฏิบัติการจากค่าย RIM เจ้าของมือถือสมาร์ตโฟน BB นั้นเอง โดยระบบปฏิบัติการตัวนี้จะพัฒนาสำหรับ PlayBook โดยเฉพาะ การทำงานโดยรวมก็ถือได้ว่าลื่นไหลไม่แพ้ iOS นอกจากนี้ยังออกแบบการใช้งานโดยวิธีการสัมผัสต่างๆ ช่วยให้ใช้งานสะดวกยิ่งขึ้น จุดเด่นอีกอย่างก็คือการทำงานของ Multitasking หรือเปิดแอปพลิเคชันหลายตัวพร้อมกัน สามารถทำได้ดีกว่าระบบปฏิบัติการตัวอื่นๆ หรือเทียบเท่า Windows ได้เลย แต่อย่างไรก็ตาม PlayBook จำเป็นจะต้องมีมือถือ BB ถึงจะสามารถใช้งานส่วน เช็คอีเมลล์, รายชื่อ, ปฏิทิน, BBM ได้ และยังไม่รองรับภาษาไทยอีกด้วย

6.) การเชื่อมต่อ (Connectivity) โดยพื้นฐานแล้วจะต้องสามารถเชื่อมต่อกับเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อทำการติดตั้ง Application หรือทำการสำรองข้อมูลต่างๆ ผ่าน Cradle หรือ สาย Sync ซึ่งสามารถชาร์จแบตเตอรี่ได้ด้วย และการเชื่อมต่อในรูปแบบของ Wireless LAN หรือ Bluetooth ได้อีกด้วย ซึ่งปัจจุบันการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต แท็บเล็ตส่วนใหญ่จะแบ่งออกเป็น 2 รุ่น ได้แก่ Wi-Fi และ 3G + Wi-Fi การเลือกต้องดูลักษณะการใช้งานของผู้ใช้เอง

7.) อุปกรณ์เสริม (Accessory) มีอุปกรณ์เซ็นเซอร์ตรวจจับการเคลื่อนไหวเพื่อให้ผู้ใช้ได้สะดวกในการปรับเปลี่ยนมุมมองภายในตัวเครื่อง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีส่วนที่แข็งแรง และป้องกันฝุ่นละอองได้ หรืออาจจะต้องการติดตั้งกล้องถ่ายภาพ ช่องเสียบ สำหรับ iPad นั้นจะไม่มีช่องเสียบใดๆ ติดมากับตัวเครื่องต้องซื้ออุปกรณ์เสริมเพิ่มเติมถึงจะสามารถใช้งานได้ แต่สำหรับแท็บเล็ต Android และ Windows ส่วนมากจะมีช่องเสียบเพิ่มเติมติดมากับตัวเครื่อง ทำให้เราไม่จำเป็นต้องเสียเงินซื้ออุปกรณ์เสริมเพิ่มเติมใดๆ ก็ถือเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนหนึ่ง สำหรับช่องเสียบต่างๆ บนแท็บเล็ตนั้น เช่น USB / Mini USB / micro USB /HDMI / mini HDMI / micro HDMI /SD / SDHC / microSD

8.) แอปพลิเคชัน (Application) เป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มมิติและเพิ่มประโยชน์ในการใช้งานของแท็บเล็ต สามารถดาวน์โหลดได้ฟรีและเสียค่าใช้จ่าย การเลือกระบบปฏิบัติการจึงมีส่วนสำคัญที่จะมีหรือไม่มีแอปพลิเคชันสนับสนุนให้สามารถ เรียน หรือเล่น ได้มากน้อยเพียงใด การเลือกแอปพลิเคชัน

ขึ้นอยู่กับการใช้งาน หน่วยความจำ ราคา ภาษา และการรองรับระบบปฏิบัติการ หรือมีการอัปเดต ข้อมูลใหม่อยู่ตลอดเวลา

ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน

1.) การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อสร้างรายได้หรือทำเป็นธุรกิจจะเห็นได้ว่าทุกวันนี้ช่องทางการหารายได้กับเทคโนโลยีกำลังเป็นที่นิยม หลายคนเริ่มหาความรู้เพิ่มที่จะสร้างแอปพลิเคชันเพื่อหวังว่าจะเป็นนวัตกรรมเพื่อดึงดูดผู้คนให้เข้ามาดาวน์โหลด ยังมียอดดาวน์โหลดมากเพียงใด นั่นก็เท่ากับว่าผู้สร้างแอปพลิเคชันก็จะมีรายได้มากเท่านั้น ช่องทางการขายแอปพลิเคชันหลักๆพัฒนานำไปขายหรือปล่อยให้ดาวน์โหลดฟรีที่ Play Store และ APP Store ดังนั้น ตลาดแอปพลิเคชันบนมือถือยังมีโอกาสพัฒนาไปได้อีกไกลเพราะจะมีผู้ใช้ระบบ Android และ iOS เพิ่มขึ้นทุกวันอย่างต่อเนื่อง

2.) การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อใช้สนับสนุนภาพลักษณ์ขององค์กรในปัจจุบันเกือบทุกองค์กรมี Apps เป็นของตัวเอง เพื่อความสะดวก รวดเร็วในการบริการขององค์กร จึงทำให้สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ ยิ่งสะดวกมาก รวดเร็วมาก ลดการเดินทางหรือการโทรศัพท์ ยิ่งสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรได้มาก ทำให้ลูกค้าหันมาใช้บริการองค์กรนั้นๆมากขึ้นอีกด้วยตัวอย่าง Mobile Apps ที่ใช้ในการสนับสนุนองค์กร หรือสร้างภาพลักษณ์องค์กร

2.8 ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น อายุ21-25ปี

2.8.1 ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) หมายถึงเป็นการกระทำโดยมนุษย์ แสดงออกโดยไม่รู้ตัว การแสดงออกหรือการกระทำโดยธรรมชาติของมนุษย์สามารถส่งอิทธิพลทางการตลาดได้ (Foxall & Sigurdsson, 2013) กลุ่มบุคคลหรือครัวเรือน ซึ่งซื้อหรือต้องการสินค้าหรือบริการเพื่อการบริโภคส่วนตัว หรือพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และใช้บริการสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดหรือ การกระทำหรือการแสดงออกของมนุษย์ ซึ่งเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความคิด ทศนคติ และค่านิยม นอกจากนี้การแสดงออกนั้นๆอาจมาจากการกระทบของปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม และ สังคมหรือ การแสดงกิริยาอาการที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้การประเมินผล การค้นหาข้อมูลสินค้าหรือบริการตามความต้องการหรือตามการคาดหวังของผู้บริโภค

2.8.2 ประเภทพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคคือ การแสดงปฏิกิริยาของบุคคลที่เป็นกระบวนการ เพื่อให้ได้รับสินค้าหรือบริการตามความต้องการของตนหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูล การซื้อ การใช้การประเมินผลในสินค้าหรือบริการ หรือพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดสินค้าและบริการ ของผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ที่ซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง หรือเพื่อกินหรือใช้ภายในครัวเรือน ผู้บริโภคทุกคนที่ซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อวัตถุประสงค์เช่นว่านี้รวมกันเรียกว่าตลาดผู้บริโภค ผู้บริโภคทั่วโลกนั้นมีความแตกต่างกันในลักษณะด้านประชากรศาสตร์อยู่หลายประเด็น เช่น ในเรื่องของอายุรายได้ระดับการศึกษา ศาสนาวัฒนธรรม ประเพณีค่านิยม และรสนิยม เป็นต้น พฤติกรรมการกินการใช้การซื้อ และความรู้สึนึกคิดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์จึงแตกต่างกันออกไป ทำให้มีการซื้อการบริโภคสินค้าและบริการหลายๆ ชนิดที่แตกต่างกัน นอกจากลักษณะประชากรดังกล่าวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกที่ทำให้มีการบริโภคแตกต่างกัน

องค์ประกอบของผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นคว้า หรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการบริโภค มีส่วนเกี่ยวข้องกับการโฆษณาสินค้าและบริการทั้งที่เป็นบุคคลกลุ่มบุคคล หรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การเลือกซื้อ การบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจหรือเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยการศึกษา ค้นคว้าถึงพฤติกรรม การเลือกซื้อ การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อที่จะให้นักการตลาดทราบถึงความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแบ่งออกได้เป็น 7 ข้อที่สามารถช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหา

1.) บุคคลในตลาดเป้าหมาย เป็นข้อที่ต้องการทราบตลาดเป้าหมาย (target market) หรือ ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (occupants) โดยมีกลุ่มเป้าหมายทางด้าน 4 ด้าน ได้แก่

- ประชากรศาสตร์
- ภูมิศาสตร์
- จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์

- พฤติกรรมศาสตร์กลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่เหมาะสมและการตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

2.) ความต้องการของผู้บริโภค เป็นข้อที่ต้องการทราบสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (objects) โดยสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการคือ คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (competitive Differentiation) โดยมีกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategy) ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์หลัก
- รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์
- ผลิตภัณฑ์ควบ
- ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง
- ศักยภาพผลิตภัณฑ์
- ความแตกต่างทางการแข่งขัน

3.) สาเหตุที่ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อ เป็นข้อที่ต้องการทราบวัตถุประสงค์ในการซื้อ (objectives) โดยต้องทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ มีดังนี้

- ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพล จากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจัดปัจจัยในตัว ผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การรับรู้ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเองนัก

- ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของ มนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ ยังรวมถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับ ภายในสังคมใดสังคมหนึ่งโดยเฉพาะ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมประกอบไปด้วย วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย และระดับชั้นในสังคม ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการค้า ซึ่ง ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

- ปัจจัยเฉพาะบุคคล เพราะผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการด้านร่างกายและ จิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการค้า การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพล จากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น อายุ อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการ ดำเนินชีวิต

เนื่องจากในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงมี ความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาด ต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียดให้ทราบถึงสาเหตุของการ ซื้อ และการเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ ซึ่งถ้าหากศึกษาถึงสาเหตุต่างๆ เหล่านี้ จะช่วย ให้ให้ง่ายต่อการเข้าใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการ อะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคนำมา ตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผน ทางการตลาด สามารถออกได้เป็น ดังนี้

1.) ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

- พฤติกรรมผู้บริโภค คือการแสดงกิริยาอาการที่เกี่ยวกับการซื้อ การใช้ การประเมินผล การค้นหาข้อมูลสินค้าหรือบริการตามความต้องการของผู้บริโภค

- พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การแสดงปฏิกิริยาของบุคคลที่เป็นกระบวนการเพื่อให้ได้รับสินค้า หรือบริการตามความต้องการของตน

- พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการที่เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล การซื้อ การใช้การ ประเมินผลในสินค้าหรือบริการ

2.) ประเภทของผู้บริโภค

2.1) ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลและองค์กร

- ผู้บริโภคที่เป็นบุคคล มักจะซื้อสินค้าไปใช้ในครัวเรือนของเขา เช่น ซื้อแป้ง สบู่ ยาสี ฟัน ผงซักฟอก การซื้อและใช้นี้ต้องเป็นบุคคลสุดท้ายไม่ได้นำไปผลิตหรือขายต่อ

- องค์กรในที่นี้คือ นิติบุคคลที่จัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์มุ่งแสวงหากำไรหรือไม่แสวงหากำไร จัดซื้อสินค้าหรือบริการไว้ใช้ในกิจการของตนเอง เช่น ซื้อเครื่องใช้สำนักงานหรือซื้อเครื่องจักรไว้ ผลิตสินค้า ซื้อวัตถุดิบไว้ผลิตสินค้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป

2.2) ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลที่แท้จริง ผู้บริโภคที่มีศักยภาพ และผู้บริโภคที่ไม่แท้จริง

- ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลที่แท้จริง หมายถึง บุคคลที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากร้านค้าใดร้านค้านึงเป็นประจำสม่ำเสมอ

- ผู้บริโภคมีศักยภาพในการซื้อ หมายถึง บุคคลที่พร้อมจะซื้อสินค้าหรือบริการแต่ยังได้รับการจูงใจหรือข้อมูลในสินค้าหรือบริการยังไม่เพียงพอ ไม่แท้จริง หมายถึง บุคคลที่ไม่มีความต้องการในสินค้าหรือบริการ ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เช่น ชาวมุสลิมไม่รับประทานอาหารประเภทเนื้อหมู

2.3) ผู้บริโภคที่เป็นอุตสาหกรรมและเป็นครัวเรือน

- ผู้บริโภคที่เป็นอุตสาหกรรม หมายถึง ธุรกิจที่ซื้อสินค้าหรือบริการไปขายต่อหรือผลิตต่ออีกทอดหนึ่งประกอบด้วยพ่อค้าส่งออก พ่อค้าปลีก ตัวแทนจัดจำหน่ายหรือเป็นหน่วยงานรัฐบาล ธุรกิจที่ผลิตต่อประกอบด้วย โรงงานอุตสาหกรรม งานเกษตรกรรม ซื้อวัตถุดิบนำไปผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปอีกทอดหนึ่ง

- ผู้บริโภคที่เป็นครัวเรือน หมายถึง บุคคลที่มีอำนาจซื้อสินค้าหรือบริการไว้ให้สมาชิกในครอบครัวใช้ เช่น แม่บ้าน

2.4) ผู้บริโภคที่เป็นผู้คาดหวัง ในที่นี้คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่นักการตลาดต้องการจะเข้าถึง ทั้งนี้เพราะมีปัจจัยหลายประการที่สอดคล้องกับสินค้า เช่น ผลกระทบของขนมอบกรอบเด็กมักชอบรับประทาน นักการตลาดจึงมุ่งโฆษณาไปยังกลุ่มเด็กเพื่อสร้างแรงกระตุ้นในการซื้อ บางธุรกิจมุ่งที่ผู้มีอำนาจซื้อ คือแม่บ้านมากกว่า ทั้งเด็กและแม่บ้านอาจมีอำนาจซื้อไม่ต่างกัน ดังนั้นควรไปที่กลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 อย่าง คือกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก และกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแม่บ้าน

4.) บุคคลที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ เป็นข้อที่ต้องการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ (organizations) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริหารโดยมีองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อคือ

- ผู้ริเริ่ม
- ผู้มีอิทธิพล
- ผู้ตัดสินใจซื้อและ
- ผู้ใช้

5.) ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อ เป็นสิ่งที่ต้องการทราบโอกาสในการซื้อ (occasions) ของผู้บริโภค เช่น ช่วงฤดูกาลใด ช่วงเดือนใด ตลอดจนเทศกาลหรือ โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ เป็นต้น

6.) สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อตัดสินใจเลือกซื้อ เป็นสิ่งที่ต้องการทราบช่องทางหรือแหล่ง (outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่นห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ เป็นต้น

7.) สิ่งที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อ เป็นข้อที่ต้องการทราบขั้นตอนหรือกระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้อ (operation) โดยมีองค์ประกอบการซื้อโดย

- การรับรู้ปัญหา
- การค้นหาข้อมูล
- การประเมินผลทางเลือก
- การตัดสินใจซื้อ
- ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

2.8.4 พฤติกรรมผู้บริโภคช่วงอายุ 21-25 ปี

โดยปกติแล้วการเจริญเติบโตและพัฒนาการต่างๆ จะเกิดการเปลี่ยนแปลงตามวัย ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา นับตั้งแต่วัยทารก วัยก่อนเรียน วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ ไปจนกระทั่งถึงวัยสูงอายุ การเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะช่วยให้เราสามารถวางแผนในการดูแลแต่ละวันช่วงวัยของชีวิตได้อย่างถูกต้อง จึงจะถือได้ว่าการเจริญเติบโตและมีพัฒนาการที่เป็นไปอย่างเหมาะสม เนื่องจากวัยเด็กกับวัยรุ่นเป็นระยะของความงอกงาม มีการพัฒนาทางด้านร่างกายและจิตใจมาก มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกายและจิตใจอยู่ตลอดเวลา พอถึงวัยผู้ใหญ่ตอนต้นก็จะเป็นระยะที่บุคคลเจริญเติบโตเต็มที่ บรรลุวุฒิภาวะโดยสมบูรณ์ ดังนั้นบุคคลวัยนี้จะเริ่มมีพฤติกรรมที่แน่นอนขึ้น การเปลี่ยนแปลงจะมีน้อยลง

พัฒนาการทางร่างกาย

บุคคลในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นมีการพัฒนาทางร่างกายอย่างเต็มที่ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ร่างกายสมบูรณ์ มีการพัฒนาความสูงมาจากวัยรุ่นและจะมีความสูงที่สุดในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นนี้ รวมทั้งกล้ามเนื้อและเนื้อเยื่อไขมัน มีการพัฒนาอย่างเต็มที่เช่นกัน เมื่อเพศชายอายุประมาณ 21 ปี ไหล่จะกว้าง มีการเพิ่มขนาดของต้นแขนและความแข็งแรงของกล้ามเนื้อมากขึ้น ในเพศหญิงเต้านมและสะโพกมีการเจริญเต็มที่ ในวัยนี้ร่างกายจะมีพลัง คล่องแคล่วว่องไว การรับรู้ต่าง ๆ จะมีความสมบูรณ์เต็มที่ เช่น สายตา การได้ยิน ความสามารถในการดมกลิ่น การลิ้มรส จนกระทั่งเข้าสู่วัยกลางคนความสามารถต่างๆ เหล่านี้จะลดลง

พัฒนาการด้านอารมณ์

วัยผู้ใหญ่จะมีการควบคุมอารมณ์ได้ดีขึ้น มีความมั่นคงทางจิตใจดีกว่าวัยรุ่น คำนี้ถึงความรู้สึกของผู้อื่น รู้สึกยอมรับผู้อื่นได้ดีขึ้น มีพัฒนาการด้านอารมณ์รักได้ในหลายรูปแบบ เช่น รักแรกพบหรือรักแบบโรแมนติก ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นนี้จะมีความรู้สึกแตกต่างจากในวัยรุ่น โดยจะมีความรู้สึกที่จะปรารถนาใช้ชีวิตคู่ด้วยกัน

ลักษณะทั่วไปของวัยผู้ใหญ่ตอนต้น

1.) เป็นวัยของการบรรลุวุฒิภาวะ วัยเด็กกับวัยรุ่นเป็นระยะของความงอกงามมีการพัฒนาทางด้านร่างกายและจิตใจอย่างรวดเร็ว เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกาย และจิตใจอยู่เรื่อยๆ และจะเจริญเต็มที่เมื่อเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ตอนต้น โดยบุคคลจะบรรลุวุฒิภาวะทั้งทางกาย และจิตใจ ดังนั้นพอถึงวัยผู้ใหญ่ บุคคลจะเริ่มมีพฤติกรรมที่แน่นอนขึ้น

2.) เป็นวัยแห่งปัญหา วัยผู้ใหญ่ตอนต้นนี้จะพบกับปัญหาชีวิตแบบใหม่ และถูกคาดหวัง เป็นผู้มีความพร้อมที่จะเริ่มชีวิต เผชิญปัญหาต่างๆ สามารถแก้ปัญหาที่เกิดการที่จะประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมใหม่ และการที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยตนเองได้ โดยไม่ต้องอาศัยพึ่งพาผู้อื่นเหมือนเมื่อยังอยู่ในวัยเด็กหรือวัยรุ่น การที่จะประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมใหม่และการที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่ได้น่าพอใจหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับความเข้าใจต่อสถานการณ์ชีวิตของตนเองช่วงนี้ด้วย ซึ่งต้องอาศัยเวลาที่ปรับตัวพอสมควร

3.) เป็นวัยแห่งการสำรวจ เนื่องจากเป็นวัยที่การพัฒนาการทางกายและจิตใจเริ่มสมบูรณ์เต็มที่ เริ่มต้นชีวิตอย่างผู้ใหญ่ แบบชีวิตเริ่มแรกจะยังไม่เข้ารูปเข้ารอย จึงต้องเรียนรู้และปรับตัวไปเรื่อยๆ จนกว่าจะใกล้สิ้นสุดวัยผู้ใหญ่ตอนต้นบุคคลจะรู้จักตัวเองดีขึ้น จะทราบแนวทางและจุดมุ่งหมายในการดำเนินชีวิตที่แน่นอนของตน

4.) เป็นวัยแห่งการมีความตึงเครียดทางอารมณ์ เพราะช่วงชีวิตวัยนี้ต้องพบกับการแก้ปัญหา และตัดสินใจเรื่องสำคัญ ๆ หลายอย่างเช่น การเลือกอาชีพ การเลือกคู่ครอง หรือความพยายามทำสิ่งต่างๆให้เป็นไปตามที่คาดหวังไว้

5.) เป็นวัยแห่งการเริ่มสร้างหลักฐานของชีวิต หรือเป็นวัยแห่งการทำงาน โดยเริ่มลงมือประกอบอาชีพเพื่อสร้างความมั่นคงในชีวิตของตน และเป็นการวางรากฐานในการแต่งงานเพื่อชีวิตครอบครัวต่อไป

6.) เป็นวัยของช่วงเวลาสืบเชื้อสายวงศ์ตระกูล เป็นวัยที่ชีวิตแต่งงานมีครอบครัวและมีบทบาทเป็นพ่อแม่ อบรมเลี้ยงลูก ทักษะคติของผู้เป็นพ่อแม่ที่ดีต่อการอบรมเลี้ยงดูลูก จะมีบทบาทต่อสวัสดิภาพและการพัฒนาของชีวิตใหม่