



# ศาสตร์และศิลป์ แห่งตัวอักษร

- ✓ หลักการเลือกใช้และจัดวางตัวอักษร  
เพื่องานออกแบบสื่อกราฟิกสมัยใหม่

# ตัวอักษรคือ "เสียง" ของงานออกแบบ



IBM Plex Sans Thai

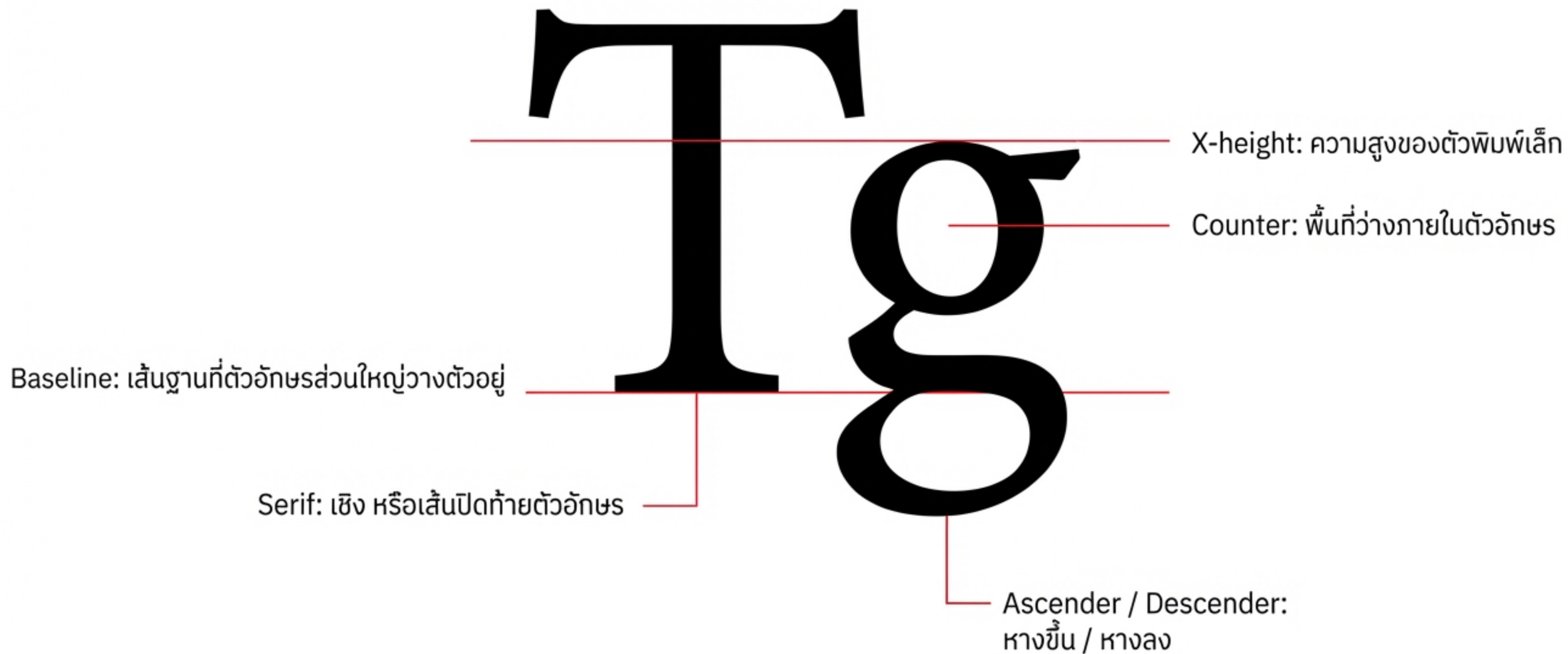
Form (ความงาม): ศิลปะของเส้นสายและรูปทรงทางสายตา

=====	5:07	6:23	8:23	9:58	10:09	17:00	17:00	✓	—
=====	5:10	5:39	8:27	9:97	10:10	17:10	17:99	—	—
=====	5:11	6:36	8:24	9:50	10:16	17:20	17:40	—	—
=====	5:28	5:07	8:25	9:31	10:22	17:32	17:45	—	—
=====	5:30	6:08	8:28	9:59	10:27	17:38	17:90	—	—
=====	5:79	6:10	8:40	9:95	10:32	18:40	18:95	—	—
=====	6:20	6:11	8:62	9:33	10:43	18:40	19:50	—	—
=====	6:25	6:12	8:65	9:51	10:56	18:50	19:50	—	—
=====	6:30	6:14	8:03	9:53	10:61	18:59	20:00	—	—
=====	6:31	6:15	8:66	9:56	10:40	18:69	20:00	—	—
=====	6:32	6:16	8:66	9:51	10:44	18:65	20:10	—	—
=====	6:34	6:17	8:07	9:54	10:49	18:73	20:20	—	—
=====	6:48	6:18	8:18	9:50	10:54	18:89	20:30	—	✓
=====	6:49	6:16	8:10	9:52	10:52	19:33	20:10	—	✓
=====	6:57	6:19	8:13	9:53	10:53	19:88	20:11	—	—
=====	6:65	6:19	8:13	9:56	10:66	19:00	20:10	—	—
=====	6:71	6:18	8:13	9:64	10:67	20:23	20:12	—	—
=====	7:49	6:18	8:17	9:92	18:68	20:13	20:18	—	—
=====	7:06	6:19	8:17	9:04	18:89	20:23	20:16	—	—
=====	7:00	6:30	8:18	9:06	18:60	20:30	20:15	—	—
=====	7:25	6:33	7:19	7:31	1:10	1:15	—	—	—
=====	7:30	6:29	7:20	7:22	1:17	1:37	—	—	—
=====	7:30	6:33	7:30	7:33	1:22	1:38	—	—	—
=====	7:38	6:38	7:21	7:34	1:38	1:54	—	—	—
=====	7:49	6:27	7:27	7:39	1:46	1:55	—	—	—
=====	7:45	6:33	7:25	7:56	1:28	1:56	—	—	—

IBM Plex Sans Thai

Function (หน้าที่): สถาปัตยกรรมของการสื่อสารที่ชัดเจน

# โครงสร้างพื้นฐาน (Letterform Anatomy)



# ประเภทของตัวอักษร (Classification)

Aa

Serif (มีเชิง): ดูดั้งเดิม คลาสสิก เส้นเชิง  
ช่วยนำสายตาในการอ่านแนวนอนได้อย่าง  
ต่อเนื่อง เหมาะสำหรับสิ่งพิมพ์เนื้อหายาว

Aa

Sans Serif (ไม่มีเชิง): ดูทันสมัย สะอาดตา  
โครงสร้างเรียบง่าย เหมาะกับการ  
แสดงผลบนหน้าจอและป้ายสัญลักษณ์

# ช่องไฟและการจัดเรียง (Spacing Mechanics)

Typography

T y p o g r a p h y

T  ypography

Tracking: การปรับระยะห่างรวมของกลุ่มคำหรือ  
ประโยคให้สม่ำเสมอ

Kerning: การปรับระยะห่างเฉพาะ “คู่ตัวอักษร”  
ที่มีปัญหาช่องโหว่ เพื่อความสมดุลทางสายตา

# น้ำหนักสีเทา (Typographic Color)

Typographic Color ไม่ใช่สีส้น แต่คือ "น้ำหนักความเข้ม" ของหน้ากระดาษ การเว้นบรรทัด (Leading) และช่องไฟมีผลต่อความหนาแน่น หากจัดวางได้ดีจะเกิดจังหวะการอ่านที่สม่ำเสมอ ไม่รบกวนสมาธิ

## แน่น (Tight)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

## หลวม (Loose)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore e magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

## พอดี (Balanced)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

# ลำดับความสำคัญ (Hierarchy & Contrast)

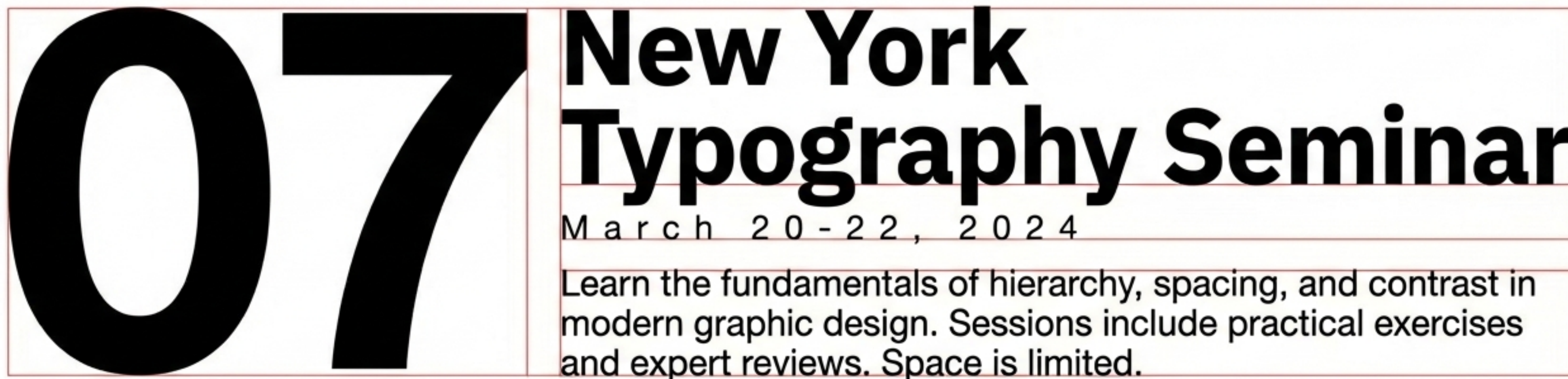
สร้างเส้นทางนำสายตาจากสิ่งที่สำคัญที่สุดไปสู่รายละเอียด  
โดยใช้กฎความเปรียบเทียบต่าง:

- ขนาด (Scale): สร้างจุดสนใจหลัก
- น้ำหนัก (Weight): แยกแยะหัวข้อและเนื้อหา
- สไตล์ (Style): สร้างจังหวะที่แตกต่าง

Before

New York Typography Seminar | March  
20-22, 2024 | Learn the fundamentals of  
hierarchy, spacing, and contrast in modern  
graphic design. Sessions include practical  
exercises and expert reviews. Space is  
limited.

After



# การมองเห็น vs การอ่านได้จริง (Legibility vs. Readability)



## Legibility:

ความชัดเจนของรูปทรงอักษรแต่ละตัว  
ว่าสามารถแยกแยะออกจากได้ง่ายเพียงใด

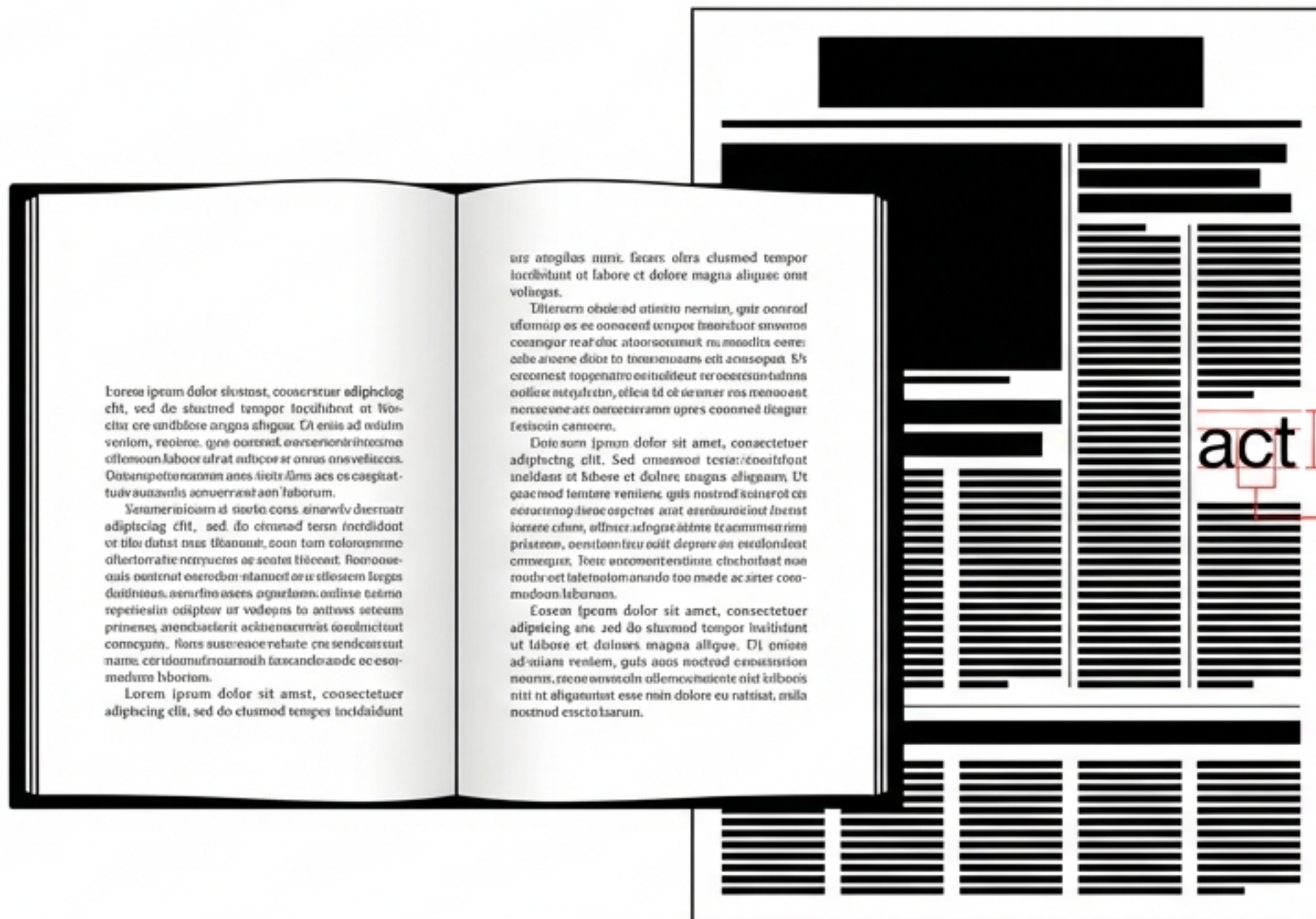
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT. SED DO  
EIUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA.  
UT ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD EXERCITATION ULLAMCO  
LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS  
AUTE IRURE DOLOR IN REPREHENDERIT IN VOLUPTATE VELIT ESSE  
CILLUM DOLORE EU FUGIAT NULLA PARIATUR. EXCEPTEUR SINT  
OCCEECAT CUPIDATAT HOBLE OOPDIRATAT NON PROIDENT, SUNT IN  
CULPA QUI OFFICIA DESERUNT MOLLIT ANIM ID EST LABORUM.

## Readability:

ความง่ายในการอ่านข้อความยาวๆ ที่ถูก  
จัดวางแล้ว (การใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ทั้งหมด ALL  
CAPS จะทำให้อ่านยากขึ้นในเนื้อหายาวๆ)

# สื่อสิ่งพิมพ์และเนื้อหาข่าว (Print & Editorial)

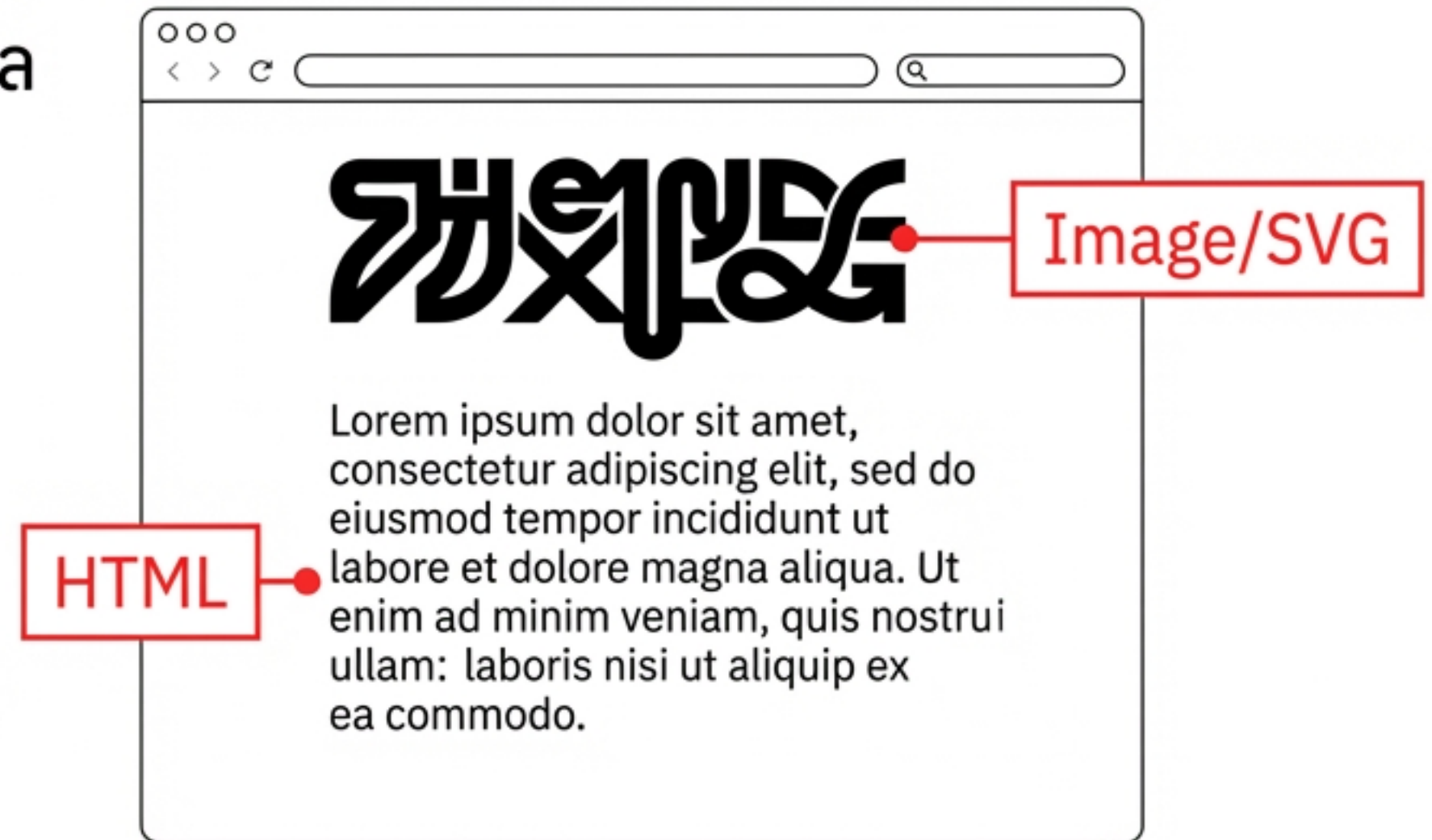
**หนังสือ:**  
เน้นการอ่านต่อเนื่อง  
ใช้ฟอนต์แบบมีเชิง (Serif)  
ขนาด 10-14 pt.  
เพื่อสร้างน้ำหนักสีเทา  
ที่สม่ำเสมอและสบายตา



**หนังสือพิมพ์:**  
ต้องอ่านง่ายในขนาดเล็ก  
ใช้ฟอนต์ที่มีความสูงตัว x  
(x-height) มาก  
และมีพื้นที่ว่างในตัวอักษร  
(Counters) เปิดกว้าง  
เพื่อกันหมึกพิมพ์ซึม

# สื่อหน้าจอและเว็บไซต์ (Screen & Web Design)

- ระบบนำทางชัดเจน: การจัดลำดับชั้นข้อมูล (Hierarchy) บนหน้าจอสำคัญที่สุด
- HTML vs ภาพ: ข้อความหลักควรเป็น HTML เพื่อการค้นหา โลโก้หรือหัวข้อพิเศษควรฝังเป็นภาพ
- ฟอนต์ทดแทน: ใช้ฟอนต์ที่มีตัวแทน (Equivalents) ป้องกันข้อความเพี้ยนบนระบบปฏิบัติการที่ต่างกัน

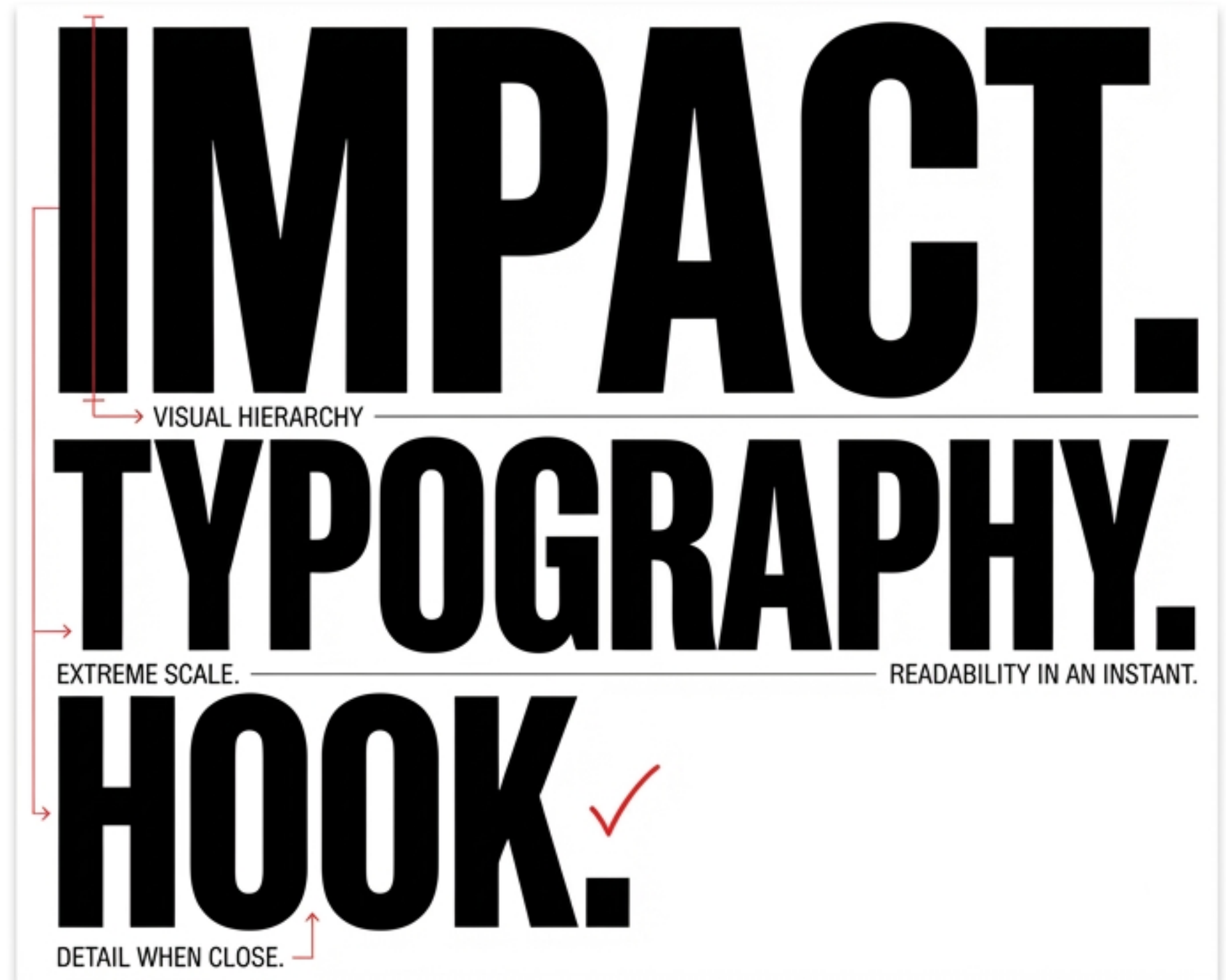


# โปสเตอร์และสื่อโฆษณา (Posters & Advertising)

ตัวอักษรต้องโดดเด่น สะดุดตา  
และสื่ออารมณ์ได้ในเสี้ยววินาที

แบ่งการอ่านเป็น 2 ระดับ:

1. ดึงดูดความสนใจจากระยะไกล (Hook)
2. ให้ข้อมูลรายละเอียดสนับสนุนเมื่อเข้ามาใกล้ (Information)



# ป้ายสัญลักษณ์และสภาพแวดล้อม (Signage & Environmental)

- **เข้าใจในปริบท:** นิยมใช้ฟอนต์ Sans Serif โครงสร้างอ่านง่ายเมื่ออยู่ในสภาวะเร่งรีบ
- **ทดสอบจริงเสมอ:** ต้องทดสอบขนาดตัวอักษรในสถานที่จริง เพราะสเกลพื้นที่และระยะการมองเห็นมีผลโดยตรงต่อการรับรู้



# สื่อเคลื่อนไหวและภาพยนตร์ (Motion & Film Titles)

**MOTION**

**MOTION**

MOTION

มิติของการออกแบบที่มี "เวลา" และ "การเคลื่อนไหว" เข้ามาเกี่ยวข้อง  
นักออกแบบต้องคำนึงถึงความเร็ว จังหวะ และการหยุดพัก (Pauses)  
ซึ่งให้ความรู้สึกคล้ายกับการออกแบบท่าเต้น

# อัตลักษณ์องค์กรและโลโก้ (Corporate Identity & Logos)

**APEX**

**STRATOS**

- หัวใจสำคัญ: ความเรียบง่าย จดจำง่าย และตรง
- ความเป็นเจ้าของ (Ownership): การใช้ฟอนต์อย่างสม่ำเสมอสร้างเอกลักษณ์ให้แบรนด์ หรือการดัดแปลงฟอนต์ขึ้นใหม่เพื่อสะท้อนบุคลิกเฉพาะตัว

# กฎเหล็กของการเลือกใช้ฟอนต์ (The Golden Rules)

- ✓ **จำกัดการใช้ฟอนต์เพียง 1-2 ครอบครัว (เน้นการใช้ความหนาบางที่หลากหลาย)**
- ✓ **จัดลำดับความสำคัญทางสายตา (Hierarchy) เสมอ**
- ✓ **คำนึงถึงสื่อปลายทางและบริบทของผู้ใช้งานเป็นหลัก**
- ✓ **หลีกเลี่ยงความซ้ำซาก (Cliché) กล้าที่จะหาความลงตัวในรูปแบบใหม่ๆ**