

บทที่ 1

บทนำ

การออกแบบนิเทศศิลป์เพื่อการโฆษณา เป็นวิชาที่มีเนื้อหาทั้งศาสตร์และศิลปะที่นำไปสู่การคิด การสร้างสรรค์ จนไปถึงการผลิตผลงานที่นำไปสู่การผลิตสื่อต่างๆในด้านโฆษณาและการออกแบบงานในด้านต่างๆได้มากมาย ดังนั้นผู้ที่กำลังทำการศึกษาในงานออกแบบงานนิเทศศิลป์จึงต้องมีความรู้และเข้าใจและฝึกปฏิบัติและทดลองในการสร้างสรรค์ผลงานให้มากและมีความหลากหลายโดยใช้พื้นฐานด้านศิลปะ การสร้างแนวคิดจากการออกแบบ จนถึงหลักในการสร้างผลงานจากการออกแบบนิเทศศิลป์ในผลิตผลงานเพื่อนำไปใช้กับงานด้านโฆษณา อย่างสร้างสรรค์ที่มีความสะดุด ดึงดูดและสื่อสาร เพื่อตอบ โจทย์ความต้องการในการตลาดได้ต่อไป

ความรู้เบื้องต้นกับงานออกแบบนิเทศศิลป์เพื่องานโฆษณา

ก่อนที่จะเข้าใจ ความเป็นมา ความหมายจนถึงบทบาทขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบนิเทศศิลป์ที่มีต่องานด้านศิลปะการออกแบบ จนไปถึงการโฆษณา ทั้งนี้อาจรวมไปถึงส่วนต่างๆ ที่ส่งผลระหว่างศิลปะการออกแบบที่มีผลต่อการทำงานนิเทศศิลป์อีกทั้งยังกล่าวถึงงานนิเทศศิลป์ที่ส่งผลกระทบต่อ การสร้าง สรรค์งานด้านโฆษณา โดยเนื้อหาในบทนี้จะสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับผู้สนใจและเรียนได้เข้าใจในพื้นฐานของสวณงานต่างๆ ที่ทำให้สามารถเรียนรู้เข้าใจในการออกแบบนิเทศศิลป์เพื่อการโฆษณาให้มีความง่ายต่อการสร้างสรรค์ผลงานต่อไปในอนาคต



ภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.3

ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างภาพการออกแบบเพื่องานโฆษณา

ที่มา <https://webtapete.de/derby-blue-abgedrehte-illustrationen/> 12 มีนาคม 2560

ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างภาพการออกแบบเพื่องานโฆษณา

ที่มา <https://webtapete.de/derby-blue-abgedrehte-illustrationen/> 12 มีนาคม 2560

ภาพที่ 1.3 ตัวอย่างภาพการออกแบบเพื่องานโฆษณา

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/384143043193907995/> 12 มีนาคม 2560



ภาพที่ 1.4



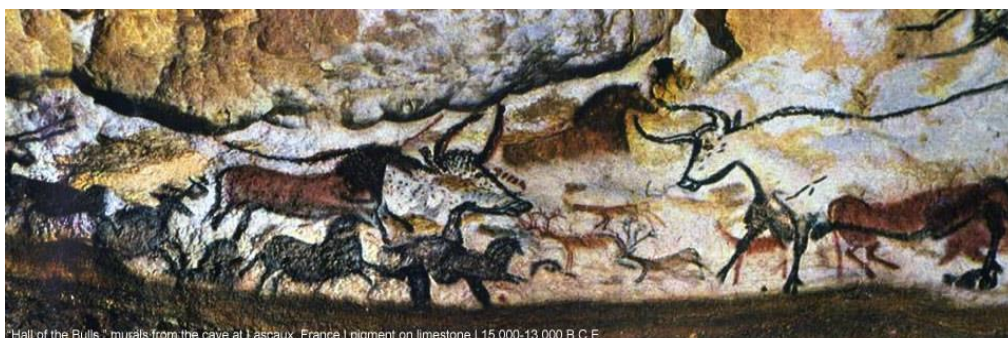
ภาพที่ 1.5

ภาพที่ 1.4 – 1.5 ตัวอย่างภาพการออกแบบเพื่องานโฆษณา

ที่มาภาพ <httpcheeranan.exteen.com20051025communication-design/> 11 มีนาคม 2560

1. ความเป็นมาของการออกแบบนิเทศศิลป์

การออกแบบนิเทศศิลป์หรือเราจะเรียกอีกอย่างว่าการออกแบบสื่อเพื่อการสื่อสาร Commercial Art โดยหากเรามาดูต้นกำเนิดแล้ว การออกแบบนิเทศศิลป์มีรากฐานมาจากการศิลปะที่มีการพัฒนามาสู่งานประยุกต์ศิลป์ที่ เน้นการออกแบบงานศิลปะเพื่อประโยชน์ใช้สอยที่เน้นการทำงานเชิงอุตสาหกรรมทางการค้าการบริการ ที่ใช้ความคิด ทัศนคติ ออกแบบภาพ ออกแบบโฆษณาเป็นสื่อหลากหลายที่มีผลต่อการมองเห็น ที่อยู่ในแขนงเดียวกับศิลปะด้านหัตถกรรม และงานศิลปะด้านพาณิชย์ศิลป์



"Hall of the Bulls," murals from the cave at Lascaux, France | pigment on limestone | 15,000-13,000 B.C.E

ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างภาพต้นกำเนิดการออกแบบนิเทศศิลป์

ที่มา <http://arts.vcu.edu/communicationarts/a-history-of-communication-arts/> 12 มีนาคม 2560

ซึ่งในหมู่งานด้านนิเทศศิลป์สามารถแยกเป็นประเภทย่อยๆได้อีกหลายหลายชนิดงาน โดยสื่อโฆษณาที่ใช้ในการสื่อสารประเภทแรกได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นจุดเริ่มต้นของงานสื่อโฆษณาที่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน โดยเริ่มต้นกำเนิดจากประเทศจีนไปสู่ญี่ปุ่น อินเดีย และไปเจริญเติบโตที่ตะวันตก ในประเทศเยอรมันและกระจายไปทั่วโลก แต่สำหรับบทบาทของงานนิเทศศิลป์ที่มีอิทธิพลก็จะเป็นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 และ ครั้งที่ 2 โดยสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นโปสเตอร์ โปปลิว



ภาพที่ 1.7



ภาพที่ 1.8

ภาพที่ 1.7 ตัวอย่างภาพงานโฆษณา ที่มา <https://www.dek-d.com/board/view/3719892/>

12 มีนาคม 2560

ภาพที่ 1.8 ตัวอย่างภาพงานโฆษณา ที่มา https://th.aliexpress.com/store/product/Hot-Sell-Vintage-Poster-World-War-II-I-Want-You-4_2_-3_0_cm-1_6_x1_1_inch-Vintage-Style-Retro/431648_1307470099.html / 12 มีนาคม 2560

ในการสนับสนุนในการทำสงครามทั้งพันธมิตรและประเทศเยอรมันต่อมาหลังจากนั้นงานด้านสื่อที่เป็นงานนิเทศศิลป์ได้พัฒนาไปสู่การทำงานด้านอุตสาหกรรมและการตลาด โดยมีบทบาทในด้านอุตสาหกรรมด้านโฆษณา โดยมีรูปแบบการใช้สื่อ กลุ่มเดียวกับงานพาณิชย์ศิลป์ (การออกแบบสื่อโฆษณา)

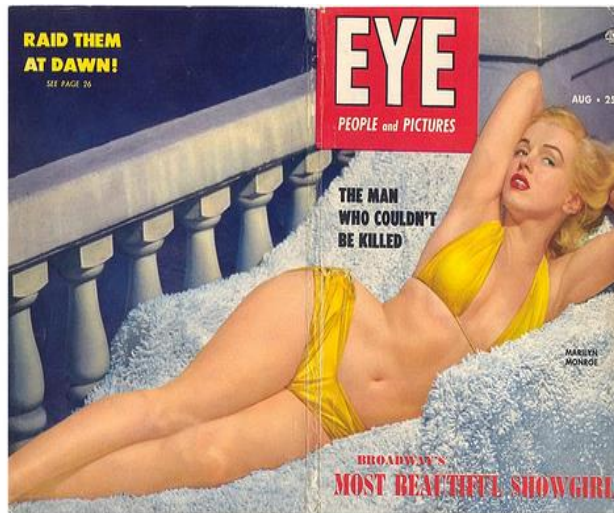
ในช่วงศตวรรษที่ 20 Commercial Art จะะจงไปที่งานศิลปะทางการโฆษณาทั้งเจาะลงไปถึงงานภาพยนตร์โฆษณา (tvc) จนถึงงานหีบห่อออกแบบเชิงธุรกิจการค้าที่เน้นการเผยแพร่ไปยังผู้คนจำนวนมาก เช่นสื่อโฆษณาโปสเตอร์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา หนังสือ นิตยสารปฏิทิน สื่อที่ใช้ต่างๆ การปฏิวัติอุตสาหกรรมส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางให้มีความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีทั้งการถ่ายภาพ

และการพิมพ์ช่วยให้โลกของ Commercial Art ในศตวรรษที่ 20 มีการเจริญก้าวหน้าและเป็นฐานรูปแบบงานโฆษณาในปัจจุบัน

ธารทิพย์ เสริมทวีวัฒน์. (2550). การออกแบบพาณิชย์ศิลป์. หลักไทช่างพิมพ์. กรุงเทพฯ
ทั้งนี้จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่างานออกแบบนิเทศศิลป์เป็นงานที่ให้ความสวยงามจูงใจโดยมีพื้นฐานจากงานศิลปะและการออกแบบนั่นเอง



ภาพที่ 1.9



ภาพที่ 1.10

ภาพที่ 1.9 - 1.10 ตัวอย่างภาพงานออกแบบงานโฆษณา

ที่มา: <https://pantip.com/topic/32763939> 12 มีนาคม 2560

2. ความหมายของการออกแบบนิเทศศิลป์

งานนิเทศศิลป์จัดได้ว่าเป็นงานศิลปะที่มีการพัฒนาการมาและเน้นการทำงานเพื่อการสื่อสาร ทั้งนี้ในงานนิเทศศิลป์ที่ออกแบบต้องมีความสวยงามและดึงดูดที่มาจากฐานความสามารถในเชิงช่างฝีมือ และสามารถนำมาใช้กับการสื่อสารได้ ดังนั้นผู้ที่ทำการศึกษาควรเข้าใจในพื้นฐานด้านความหมายและค่านิยมด้านนิเทศศิลป์เพื่อให้ง่ายกับการทำงานต่อไปในอนาคต

(ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. (2540) หน้า 17-18.) ความหมายของนิเทศศิลป์ ทรรศนะของนิเทศศิลป์ยังไม่ปรากฏภาษาไทยอย่างแพร่หลายโดยเนื้อแท้แล้วนิเทศศิลป์พัฒนามาจากคำว่านิเทศศาสตร์ซึ่งเป็นศาสตร์ที่เราเรียกว่าสื่อสารมวลชน (Communication arts) โดยความเข้าใจพื้นฐานแล้วคำว่า Communication Arts, Communication Design, Visual Communication Design เป็นคำที่มีความหมาย

เหมือนกันและหาเปรียบเทียบในภาษาบาลี และ สันสกฤตจะเป็นคำว่านิเทศศาสตร์และนิเทศศิลป์และตีความหมายในภาษาอังกฤษจะเป็นคำว่า Communication Design ที่มีความหมายว่า การออกแบบสื่อความหมายหรือการออกแบบสื่อสาร ซึ่งนิยมเรียกทั่วไปว่านิเทศศิลป์ตรงกับภาษาอังกฤษ ตรงตัวว่า Visual Communication Design และเมื่อนำคำไทยมาแยกได้ ดังนี้

“ นิเทศ + ศิลป์ ”

นิเทศ หมายถึง การแสดง, การชี้แจง, การจำแนก

ศิลปะ หมายถึง ฝีมือ, ฝีมือทางการช่าง, การแสดงออกทางอารมณ์ให้ประจักษ์ให้เห็น

ดังนั้นนิเทศศิลป์ จึงหมายถึงงานฝีมือที่จำแนกและแสดงออกในรูปแบบต่าง ๆ ประกอบไปด้วย 3 สาขา ได้แก่ ด้านสิ่งพิมพ์, ด้านสิ่งแวดล้อมและ ด้านภาพยนตร์

เจตนิพิฐ์ แสงสุข.(2550) หน้า 8. ได้ให้ความหมายของนิเทศศิลป์ ว่า ศิลปะในการสื่อความหมาย ด้วยการมองเห็นและเข้าใจได้ด้วยสายตาซึ่งชื่อภาษาอังกฤษเรียกว่า Communication Arts โดยนิเทศศิลป์นับได้ว่าเป็นประยุกต์ศิลปะเพราะจะมีคำว่าออกแบบอยู่ (Design) ดังนั้น Visual Communication Design จึงเป็นศิลปะที่สร้างเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนั้นการออกแบบนิเทศศิลป์ เป็นการสร้างงานเพื่อตอบสนองความต้องการกับผู้บริโภคเป็นสำคัญโดยแบ่งงานนิเทศศิลป์

นิเทศศิลป์ (Visual Communication) เป็นงานออกแบบสมัยใหม่ในสังคมด้านอุตสาหกรรม ประกอบไปด้วยสื่อชนิดต่างๆ (Public Communication Service) เพื่อเผยแพร่สิ่งที่น่าสนใจในรูปแบบต่างๆ กล่าวคือการอำนวยความสะดวกด้วยการสื่อสารกับสังคม (สุชาติ สิทธิ.(2532.) ม.ป.ป

จากทรรศนะของผู้เขียนในนิยามของความหมายของนิเทศศิลป์ไว้ด้วยกัน คือ นิเทศศิลป์ (Visual Communication Art) มาจากคำ ในภาษาสันสกฤต จำนวนสองคำ คือ นิเทศ+ศิลป์ หากจะแปลตามศัพท์ จากพจนานุกรม ก็จะแปลได้ดังนี้

นิเทศศิลป์ หมายถึง งานศิลปะเพื่อการชี้แจงแสดง การนำเสนอให้ปรากฏ ในรูปแบบต่างๆ ผ่านการมองเห็นเป็นสำคัญ โดยคุณลักษณะนิเทศศิลป์มีดังนี้

1. นิเทศศิลป์มีพื้นฐานมาจกงานศิลปะที่แตกออกมาจากประยุกต์ศิลป์ที่เน้นการนำความสวยงามมาใช้ในการสร้างสรรค์เพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้สอย
2. นิเทศศิลป์เป็นศิลปะมีความคล้ายคลึงกันในการใช้สื่อกับงานพาณิชศิลป์แต่ต่างกันในวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร
3. งานนิเทศศิลป์คือศิลปะที่นำมาใช้ในการสื่อสารผ่านความงามด้านศิลปะและการออกแบบโดยมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งที่ส่งผลต่อกลุ่มผู้บริโภคในการสื่อสาร

ความเข้าใจเกี่ยวกับงานออกแบบนิเทศศิลป์เพื่อนำไปใช้ในงานโฆษณา

การออกแบบนิเทศศิลป์เพื่อการโฆษณา เป็นการประยุกต์ใช้งานด้านศิลปะการออกแบบเพื่อนำไปใช้ในการผลิตสื่อเพื่อการโฆษณาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งนักศึกษาสาขาโฆษณาที่ต้องอาศัยความรู้พื้นฐานด้านศิลปะ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบงานด้านโฆษณา

ทั้งนี้ศิลปะกับความงามคงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการออกแบบนิเทศศิลป์เพราะให้มาซึ่งความสวยงามและส่งผลต่อการยกระดับความคิด การสร้างแรงบันดาลใจ สร้างการดึงดูด ส่งผลต่อสถานะทางสังคมและสามารถเพิ่มคุณค่าในสิ่งต่างๆได้ (ธนภัทร์ รุ่งธนาภิรมย์. (2557.) หน้า 18-19. ทฤษฎีความงาม. At4print Co.,Ltd.)

จากแนวคิดในการสร้างสรรค์งานทางด้านศิลปะและออกแบบที่นำมาใช้กับการออกแบบงานในด้านโฆษณา เพื่อใช้ในการสื่อสารและนำมา เพื่อการผลิตสื่อโฆษณาในด้านต่างๆที่ต้องอาศัยงานในเชิงฝีมือส่วนหนึ่งของงานนิเทศศิลป์ เพื่อสร้างงานที่ส่งเสริมการจูงใจกับกลุ่มผู้บริโภคด้านโฆษณา และการตลาดต่อไป

1. ความสำคัญการออกแบบนิเทศศิลป์เพื่อการโฆษณา

งานนิเทศศิลป์เป็นศาสตร์ที่มีพื้นฐานมาจากศิลปะและช่างที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์งานสื่อสารทางการตลาดและการโฆษณาที่ส่งผลต่อการนำความคิดสร้างสรรค์งานมาใช้โดยสามารถอธิบายความสำคัญได้ ดังนี้

1.1 งานโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของงานด้านการตลาดที่ต้องการความสามารถในเรื่องการดึงดูดและจูงใจ ที่ส่งผลต่อเพื่อใช้ในการสื่อสารในการโฆษณาทำให้เกิดการคล้อยตามในการและส่งผลต่อพฤติกรรมทางความชอบและการซื้อได้ โดยใช้หลักการในการดึงดูดเป็นจุดเริ่มต้นในการสื่อสาร และมีความสอดคล้องกับงานกราฟิกที่กล่าวถึงการจูงใจที่มีหน้าที่ในการขบเน้นของสิ่งที่เราจะพูด (ปาพจน์ หนูนภักดี. (2553.) Graphic Design. IDC info Distributor Center)



ภาพที่ 1.11 ตัวอย่างภาพงานโฆษณา

ที่มา :<https://www.pinterest.com/pin/794322452997579864/> 15 มีนาคม 2560

1.2 งานโฆษณาต้องการสารที่มีประสิทธิภาพในการสร้างสถานะทางสังคมเพื่อเป็นผู้ชี้้นำให้เกิดความเชื่อที่ส่งผลเช่นการมีภาพลักษณ์จนถึงการขายสินค้าได้จึงจำเป็นต้องใช้งานสร้างสรรค์ในการการออกแบบสื่อประเภทต่างๆไม่ว่าจะเป็นงานสิ่งพิมพ์ กิจกรรมส่งเสริมการขาย ในทุกด้านที่ต้องอาศัยการผลิตที่สร้างสรรค์ จากงานออกแบบทางด้านนิเทศศิลป์ซึ่งจะช่วยให้โฆษณาเป็นที่จูงใจที่แตกต่างกับกลุ่มคู่แข่งได้อีกทาง



ภาพที่ 1.12



ภาพที่ 1.13



ภาพที่ 1.14

ภาพที่ 1.12 ตัวอย่างภาพงานโฆษณาที่สร้างสรรค์

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/794322452997579864/> 15 มีนาคม 2560

ภาพที่ 1.13 ตัวอย่างภาพงานโฆษณาที่สร้างสรรค์

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/15840011869060326/> 15 มีนาคม 2560

ภาพที่ 1.14 ตัวอย่างภาพงานโฆษณาที่สร้างสรรค์

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/15840011869060326/> 15 มีนาคม 2560

1.3 งานโฆษณาต้องการสร้างการสื่อที่สร้างสรรค์และส่งผลต่อการยกระดับความคิดเพื่อส่งผลต่อจินตนาการที่นำมาใช้ทางการตลาดได้

งานออกแบบที่ดีจะส่งผลต่อการดึงดูดและการจดจำ ซึ่งในงานนิเทศศิลป์ มีหน้าที่ในการสร้างการสื่อสาร ดังนั้นหากออกแบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายก็ส่งผลถึงการขายของการทำงานด้านโฆษณาได้อีกทาง



ภาพที่ 1.15



ภาพที่ 1.16

ภาพที่ 1.15 -1.16 ตัวอย่างภาพงานโฆษณาที่สร้างสรรค์

ที่มา <http://cheeranan.exteen.com/2005/10/25/communication-design11> มีนาคม 2560

1.4 ทั้งนี้นักนิเทศศิลป์ที่ส่งผลต่อการขายสินค้าให้กับงานโฆษณาและการตลาดแล้วหลายครั้งงานสร้างสรรค์ที่ออกมาก็ยังเพิ่มคุณค่ากับคุณภาพทางสังคมได้มากมาย

เจตนิพิฐ แสนสุข. (2550, หน้า 6-8) ได้กล่าวถึงบทบาทงานนิเทศศิลป์ที่ส่งผลต่อการโฆษณาไว้ดังนี้ สำหรับการโฆษณานั้นศาสตร์ที่ทำให้เกิดการขาย ดังนั้นวิธีการจูงใจให้เกิดการซื้อขายจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการจูงใจไม่ว่าจะด้วยเหตุผลและอารมณ์ในการพิจารณาเลือกซื้อซึ่งงานด้านนิเทศศิลป์ คืองานด้านศิลป์ประยุกต์ที่สามารถใช้อารมณ์ที่เกิดขึ้นกับชิ้นงาน เพื่อกระตุ้นการรับรู้ในรูปแบบนามธรรม และยังสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในรูปธรรมทำให้คนเข้าใจในวัตถุประสงค์ภาพข้อความและคุณสมบัติของสินค้าได้มากขึ้น ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันในด้านการส่งเสริมการขายมีความรุนแรงและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงทำให้การสื่อสารที่เข้าใจง่ายมีความสำคัญ ดังนั้นงานนิเทศศิลป์จึงมีส่วนช่วยให้คนตัดสินใจซื้อจากการสื่อสารที่ง่ายในการกระตุ้นอารมณ์และเหตุผลนั่นเอง

2. การแบ่งประเภทในงานออกแบบนิเทศศิลป์เพื่อการโฆษณา

งานนิเทศศิลป์คืองานที่มีทั้งความสามารถด้านศิลปะการออกแบบด้านประยุกต์ศิลป์และผสมสารกับงานด้านช่างฝีมือเข้าด้วยกันโดยมีผู้ให้ทัศนคติได้สอดคล้องกันดังนี้

โดย ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (2540 หน้าที่ 17-18) นิเทศ+ศิลป์ นิเทศหมายถึง การแสดง, การชี้แจง, การจำแนก ศิลปะหมายถึง, ฝีมือ, ฝีมือทางการช่าง, การแสดงออกทางอารมณ์ให้ประจักษ์ให้เห็น

ดังนั้นนิเทศศิลป์จึงหมายถึงงานฝีมือที่จำแนกและแสดงออกในรูปแบบต่าง ๆ ประกอบไปด้วย 3 สาขาได้แก่

1. การออกแบบสาขาสิ่งพิมพ์
2. การออกแบบสาขาสิ่งแวดล้อม
3. การออกแบบสาขาอิเล็กทรอนิกส์

จาก 2 ทัศนจึงสรุปได้ว่างานออกแบบนิเทศศิลป์สามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภท

2.1 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

ประกอบไปด้วย โลโก้ นามบัตร ของจดหมายด้านธุรกิจ การออกแบบสื่อโฆษณาในนิตยสาร การออกแบบโปสเตอร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ การออกแบบสื่อส่งเสริมการขาย ใบปลิว โบชัวร์ของที่ระลึกส่งเสริมการขาย จนการออกแบบเพ็ทเก็ตสินค้า และอื่นๆ

2.2 งานออกแบบด้านสิ่งแวดล้อมการออกแบบ

ประกอบไปด้วย งานออกแบบโปรสเตอร์ขนาดใหญ่ การออกแบบไตรีวิซัล การออกแบบบิลบอร์ด การออกแบบสถานที่ในการจัด กิจกรรมส่งเสริมการขาย การจัดดีสเพลย์หน้าร้าน และสื่อใหม่ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ต่างๆ

2.3 งานออกแบบด้านการสื่อสารด้วยภาพและเสียงด้านภาพยนตร์ ทีวีและอินเทอร์เน็ต

ประกอบไปด้วย ออกแบบสตอรี่บอร์ดให้งานทีวี และ ภาพยนตร์โฆษณา การออกแบบฉากสถานที่ในการผลิตรายทีวี และภาพยนตร์ และงานภาพยนตร์โฆษณา และจัดทำออกแบบหน้าเพจแบนด์เนอร์ในสื่ออินเทอร์เน็ตและอื่นๆ

แนวทางศิลปะในแต่ละยุคกับการนำมาใช้ในการออกแบบนิเทศศิลป์

ทั้งนี้งานออกแบบศิลปะในยุคสมัยใหม่หลายครั้งเราอาจต้องนำแนวทางจากประวัติศาสตร์มาใช้ในการออกแบบสื่อโฆษณาและงานสร้างสรรค์ต่างๆได้มากมายทั้งนี้เราอาจต้องทำความเข้าใจในศิลปะแต่ละยุคสมัยเพื่อนำมาใช้ในการสร้างสรรค์งานที่มีความหลากหลายมากขึ้นโดยเริ่มต้นจากงานที่มีการเก็บข้อมูลและจัดบันทึกไว้อย่างเป็นระบบได้แก่ ศิลปะตะวันตก หมายถึง ศิลปกรรมของกลุ่มประเทศในยุโรป

(ปัจจุบันรวมถึงสหรัฐอเมริกาด้วย) มีรากฐานมาจากศิลปะของอียิปต์ และกรีก ซึ่งเป็นวัฒนธรรมยุคโบราณของโลก และพัฒนาขึ้นมาภายใต้อิทธิพลของคริสต์ศาสนา เป็นต้นแบบของศิลปะสากลในปัจจุบัน

Patrick Cramsie. (2010). The Story of Graphic Design British Library. P.26

ประวัติศาสตร์ของยุโรปแบ่งอย่างกว้าง ๆ ได้เป็น 4 ยุค คือ

1. ยุคก่อนประวัติศาสตร์ (Pre-Historic)
2. ยุคโบราณ (Ancient Age)
3. ยุคกลาง (Middle Age)
4. ยุคใหม่ (Modern Age)

และสามารถแยกย่อยออกมาในแต่ละยุคที่สร้างสรรค์ศิลปะและแนวทางในการออกแบบได้ดังนี้

1. ศิลปะยุคก่อนประวัติศาสตร์ Pre-Historic Art.

งานศิลปะได้เริ่มมีการสร้างกันมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ ตั้งแต่ ยุคหินเก่าตอนปลาย ซึ่งอยู่ในช่วงเวลาประมาณ 30,000 - 10,000 ปีมาแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง 15,000- 10,000 ปีมานั้น มนุษย์ได้เขียนภาพสีและขีดขีดบนผนังถ้ำและเพิงผา เป็นภาพสัตว์ การล่าสัตว์และภาพลวดลายเรขาคณิต

โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงออกเกี่ยวกับวิถีชีวิตประจำวัน และแสดงความสามารถในการล่าสัตว์ ภาพเหล่านี้มักระบายด้วยถ่านไม้ และสีที่ผสมกับไขมันสัตว์ พบได้ทั่วไปในประเทศฝรั่งเศส และภาคเหนือของสเปนที่มีชื่อเสียงมากได้แก่ ถ้ำลาสโกซีในฝรั่งเศส ถ้ำอัลตามิราในสเปนงานศิลปะในยุคเก่าไม่มีเพียงแต่การเขียนภาพเท่านั้น

แหล่งที่มา <https://sites.google.com/site/chaim432555/kar-wad-e>. 9 กุมภาพันธ์ 2560

ยังมีการปั้นรูปด้วยดินเหนียว หรือแกะสลักบนกระดูกเขาสัตว์และงาช้างด้วยเรื่องราว ที่นิยมทำกัน ได้แก่เรื่องการล่าสัตว์หรือบางก็มีรูปคน เป็นรูปสตรี ซึ่งอาจมีความหมายถึง การให้กำเนิดเป็นการเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับชนเผ่า

ในยุคหินเก่าตอนปลายพบรูปแกะสลักด้วยหินขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เป็นรูปแกะสลักหิน ซึ่งนักโบราณคดีสมัยปัจจุบันเรียกชื่อรูปเหล่านี้ว่า วิกัส ส่วนใหญ่คล้ายคลึงกัน คือ ศรีษะไม่แสดงรายละเอียดของหู ตา จมูกและหาง แต่ทำเป็นเป็นปุ่มเล็ก ๆ แขนและขาไม่ปรากฏ เท้าและนิ้ว เท้า ด้านมหใหญ่ ท้องยื่นคล้ายกำลังตั้งครรภ์ แสดงอวัยวะเพศชัดเจน ซึ่งเชื่อว่ารูปเหล่านี้สร้างขึ้น เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ (FERTILITY RITES) หรือ เพื่อขอบุตร (FECUNDITY) รูปที่มีชื่อเสียงคือ วิกัส แห่งวิลเลนดอร์ฟ (VENUS OF WILLENDORF) พบในออสเตรีย เมื่อ พ.ศ. 1908



ภาพที่ 1.17

ภาพที่ 1.18



ภาพที่ 1.19

ภาพที่ 1.17 – 1.19 ตัวอย่างภาพ การแกะสลักรูปบนหิน

ที่มา <http://www.arthistoryarchive.com/arthistory/prehistoricart/> 12 มีนาคม 2560

2. ศิลปะโกธิค (พ.ศ. 1690 - 1940) Gothic Art.

ศิลปะโกธิคเริ่มต้นจากฝรั่งเศสปลายพุทธศตวรรษที่ 17 และแพร่หลายไปยังประเทศอื่นๆ และมักมีลักษณะตามภูมิภาคนั้นๆ ลักษณะสำคัญของสถาปัตยกรรมแบบโกธิค คือ มีผนังเปิดกว้าง มีส่วนสูงเด่นเป็นพิเศษและมีแบบที่ออกมา เป็นลายเส้นอันซับซ้อนทุกส่วนล้วนประกอบเข้าด้วยกันเป็นสัญลักษณ์นิยมทางศาสนา โครงสร้างหลังคาเป็นโค้งแหลม ลักษณะต่างๆ เหล่านี้ จะหาดูได้จากมหาวิหารในฝรั่งเศส เช่น คือ มหาวิหารนอเตรอดาม เดอ ปารีส มหาวิหารซานตีเอโก เด กอมโปสเตลา มหาวิหารเซนต์เดอนิส มหาวิหารโนยง มหาวิหารลาออง มหาวิหารอาเมียง โบสถ์ ซากราดา ฟามิเลีย พระราชวังแกรนด์เพลส (Grand Place) เป็นต้น

ประติมากรรมสมัยโกธิค คล้ายของจริงเป็นภาพพระเยซู นักบุญ แม่พระที่ซึ้งนความเศร้า ศรัทธาภายใต้เสื้อคลุมที่หนา

จิตรกรรมสมัยโกธิค มีพื้นที่เขียนภาพบนฝาผนังน้อยลง เพราะสถาปัตยกรรม มีช่องเปิดมาก ดังนั้นจึงมักเน้นไปที่การออกแบบกระจกสีบานหน้าต่าง สำหรับการเขียนภาพในหนังสือเขียนมักจะแสดงรูปคนที่สะอาดสะอ้านในชุดเสื้อผ้าอาภรณ์ที่พลีว และโค้งไหวอย่างอ่อนช้อยการประดับกระจกสี (STAIN GLASS)

ศิลปะที่เด่นแทนรูปเขียน ของศิลปะโกธิค คือ การประดับกระจกสีตามช่องประตู และหน้าต่าง ทำเป็นลวดลายต่างๆ รวมกันอยู่ภายในกรอบ เมื่อดูภาพจากช่องที่มีแสงสว่างผ่าน ก็จะคล้ายกับรูปภาพนั้น เขียนด้วยแก้วสีทั้งหมด



ภาพที่ 1.20



ภาพที่ 1.21

ภาพที่ 1.20 – 1.21 ตัวอย่างภาพ ของศิลปะโกธิค ที่มา

<https://westernartstory.wordpress.com/%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%84%E0%B8%AA%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A8%E0%B8%B4%E0%B8%A5%E0%B8%9B%E0%B8%B0/%E0%B8%A8%E0%B8%B4%E0%B8%A5%E0%B8%9B%E0%B8%B0%E0%B9%82%E0%B8%81%E0%B8%98%E0%B8%B4%E0%B8%84/> 15 มีนาคม 2560

3. ศิลปะเรอเนซองส์ (พ.ศ.1940 - 2140) Renaissance

คำว่า “เรอเนซองส์” หมายถึง การเกิดใหม่ หรือ “ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการ” เป็นการระลึกถึง ศิลปะกรีกและโรมันในอดีตซึ่งเคยรุ่งเรืองให้กลับมาอีก ศิลปะเรอเนซองส์ไม่ใช่การลอกเลียนแบบจากอดีต แต่เป็นการเน้นความสำคัญของลักษณะเฉพาะบุคคล มีความสนใจลักษณะภายนอกของมนุษย์และธรรมชาติ ก่อให้เกิดความกระตือรือร้นในการค้นหาความรู้ทางวิทยาศาสตร์และวิทยาการแขนงต่างๆ

ศิลปินได้นำเอาแบบอย่างศิลปะชั้นสูงในสมัยกรีกและโรมัน มาสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระเต็มที่ งานสถาปัตยกรรมมีการก่อสร้างแบบกรีกและโรมันเป็นจำนวนมาก ลักษณะอาคารมีประตูหน้าต่างเพิ่มมากขึ้น ประดับตกแต่งภายในด้วยภาพจิตรกรรมและประติมากรรมอย่างหรูหรา สง่างาม

งานสถาปัตยกรรมที่ยิ่งใหญ่ในสมัยเรอเนซองส์ ได้แก่ มหาวิหารเซนต์ปีเตอร์ (St. Peter) ในกรุงโรม เป็นศูนย์กลางของคริสต์ศาสนาโรมันคาทอลิก วิหารนี้มีศิลปินผู้ออกแบบควบคุมงานก่อสร้าง

และลงมือตกแต่งด้วยตนเอง ต่อเนื่องกันหลายคน เช่น โดนาโต บรามันโต (Donato Bramante ค.ศ. 1440 – 1514) ราฟาเอล (Raphael ค.ศ. 1483 – 1520) ไมเคิล แองเจโล (Michelangelo ค.ศ. 1475 – 1564) และ โจวันนี เบอรรินี่ (Giovanni Bernini ค.ศ. 1598 – 1680)

งานจิตรกรรมและประติมากรรมในสมัยเรอเนซองส์ ศิลปินสร้างสรรค์ในรูปแบบความงามตามธรรมชาติ และความงามที่เป็นศิลปะแบบคลาสสิกที่เจริญสูงสุด ซึ่งพัฒนาแบบใหม่จากศิลปะกรีกและโรมัน ความสำคัญของศิลปะสมัยเรอเนซองส์ มีความสำคัญต่อการสร้างสรรค์ศิลปะเกือบทุกสาขา โดยเฉพาะเทคนิคการเขียนภาพ การใช้องค์ประกอบทางศิลปะ (Composition) หลักกายวิภาค (Anatomy) การเขียนภาพทัศนียวิทยา (Perspective Drawing) การแสดงออกทางศิลปะมีความสำคัญในการพัฒนาชีวิต สังคม ศาสนาและวัฒนธรรม จัดองค์ประกอบภาพให้มีความงาม มีความเป็นมิติ มีความสัมพันธ์กับการมองเห็นใช้เทคนิคการเน้นแสงเงาให้เกิดดุลยภาพ มีระยะตื้นลึก ตัดกันและความกลมกลืน เน้นศิลปินที่สำคัญในสมัยเรอเนซองส์ ที่สร้างสรรค์งานจิตรกรรมและประติมากรรมไว้เป็นที่รู้จักกันทั่วโลก ได้แก่

เลโอนาร์โด ดา วินชี (Leonardo da Vinci) ผู้เป็นอัจฉริยะทั้งในด้านวิทยาศาสตร์ แพทย์ กวี ดนตรี จิตรกรรม ประติมากรรม และสถาปัตยกรรม ผลงานที่มีชื่อเสียงของดา วินชี ได้แก่ ภาพอาหารมื้อสุดท้ายของพระเยซู (The Last Supper) ภาพพระแม่มกอนฮิน (The Virgin on the Rock) ภาพพระแม่กับเซนต์แอน (The Virgin and St. Anne) และภาพหญิงสาวผู้มีรอยยิ้มอันลึกลับ (mystic smile) ที่โด่งดังไปทั่วโลกคือ ภาพโมนาลิซา (Mona Lisa)



ภาพที่ 1.22



ภาพที่ 1.23

ภาพที่ 1.22 ตัวอย่างภาพของ เลโอนาร์โด ดา วินชี

ที่มา <https://2renaissance.org/2012/09/04/the-first-renaissance-1/> 16 มีนาคม 2560

ภาพที่ 1.23 ตัวอย่างภาพของ เลโอนาร์โด ดา วินชี

4. ศิลปะแมนเนอริซึม Mannerism

คำว่าแมนเนอริซึม (Mannerism) มาจากคำว่า มานิเอรา ในภาษาอิตาลี (Maniera) โรแมงโรลแลงด์ (Romain Rolland) ใช้เรียกความเคลื่อนไหวของศิลปกรรมในช่วงที่การเสียชีวิตของราฟาเอล (ค.ศ. 1520 - ค.ศ. 1600) ซึ่งเป็นช่วงว่างก่อนจะเริ่มบาโรค ลักษณะของงานจิตรกรรม ดังนี้

1. งานศิลปะมีจินตนาการอย่างอิสระ รูปคนจะบิดผันเกินธรรมชาติ
2. น้ำหนักของภาพที่เกิดจากแสงและเงาจะตัดกันรุนแรง
3. ใช้น้ำหนักเข้มเพื่อเน้นให้เกิดความลึก
4. ใช้สีสดใส รุนแรง โดยการแตะแต้มให้เส้นผ่าดูมันละเลื่อม
5. สร้างบรรยากาศให้ดูสดใสไม่ใช่ภาพในฝันซึ่งมีระเบียบแบบแผนแบบเรอเนสซองส์
6. สร้างงานให้เหมือนตกอยู่ในฝัน โดยแสดงออกอย่างกล้าแข็ง รุนแรง เจ้าอารมณ์ และ

ระบายสี ให้ไล่คล้ายแก้วเจียรนัย

ศิลปินที่สำคัญ ได้แก่ ปอนเตอริโม (Jacopo Carucci Pontorno, 1494 –1557), เอล เกรคโก (El Greco, 1541–1614)

ลักษณะของงานประติมากรรม ดังนี้

1. เกิดความนิยมเทคนิคการหล่อแทนการแกะสลัก ทำให้การสร้างงานอิสระมากขึ้น
2. ประติมากรสามารถสร้างงานตามที่ต้องการให้เคลื่อนไหวได้ดีกว่าการแกะสลัก
3. มีการบิดและเคลื่อนไหวลำตัวไปเกือบตรงกันข้ามกับทิศทางของสะโพก
4. ยึดหลักทฤษฎีการมองที่เรียกว่าไลเนีย เซอร์เพนตินา (Linea Serpentina) หมายถึง การ

มองดูประติมากรรมได้รอบ



ภาพที่ 1.24



ภาพที่ 1.25

ภาพที่ 1.24 ตัวอย่างภาพงานประติมากรรม

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/506655026806799022/> 16 มีนาคม 2560

ภาพที่ 1.25 ตัวอย่างภาพงานประติมากรรม

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/506655026804740687/> 16 มีนาคม 2560

5. ศิลปะบาโรก Baroque Art.

ศิลปะแบบบาโรกจะเน้นหนักไปทางธรรมชาติ แสดงความอ่อนไหว มีลวดลายประติมากรรมมาก ซับซ้อน จัดได้ว่าเป็นยุคที่มีการสร้างสรรค์งานศิลปะเพื่อการแสดงออกที่เรียกร้องความสนใจมากเกินไป มุ่งหวังความสะดุดตาราวกับจะกวักมือเรียกผู้คนที่มาสนใจศาสนา การประดับตกแต่งมีลักษณะพุ่งเพื่อเกินความพอดี คำว่าบาโรกมาจากภาษาโปรตุเกสที่แปลว่า รูปร่างของไข่มุกที่มีลักษณะเบี้ยว เป็นคำที่ใช้เรียกลักษณะงานสถาปัตยกรรม และจิตรกรรมที่มีการตกแต่งประดับประดา และให้ความรู้สึกอ่อนไหว

พระราชวังแวร์ซาย (ค.ศ.1661-1691) สถาปัตยกรรมแบบบาโรก สร้างขึ้นด้วยหินอ่อน ในสมัยพระเจ้าหลุยส์ที่ 14 ใช้เงินประมาณ 500 ล้านฟรังก์ จุคนได้ประมาณ 10,000 คน เพื่อประกาศให้นานาประเทศเห็นถึงอำนาจและบารมีของพระองค์

ศิลปินที่มีชื่อเสียงในยุคนี้ได้แก่ รูเบนส์ (Peter Paul Rubens, 1577–1640) เรมбранด์ท์ (Rembrandt Van Rijn 1606 – 1669) โจวันนิ เบอรรินิ (Gianlorenzo Bernini, 1598 – 1680) เป็นต้น



ภาพที่ 1.26 ตัวอย่างสถาปัตยกรรมแบบบาโรก

ที่มา <http://www.missalatina.org/dalam-nama-yesus-introit-us-hari-minggu-sesudah-oktaf-natal/> 16

มีนาคม 2560

6. ศิลปะโรโคโค (Rococo 1700-1790A.D.) Rococo Art.

เป็นผลงานศิลปะที่สะท้อนความโอ้อ่า หรรษา ประดับประดาตกแต่งที่วิจิตร ละเอียดลออ เรื่องราวเกี่ยวกับเทพนิยายโบราณ ความรื่นเริงยินดี ความรัก กามารมณ์ ศิลปินที่สำคัญ ได้แก่ อังตวน วัวตโต (Antoine Watteau, 1684 – 1721) , บูเชร์ (Francoise Boucher, 1703 – 1770) , ฟราโกนาร์ต (Jean Honore Fragonard , 1732 – 1806) , ชาร์แดน (Jean Babtiste Simeon Chardin, 1699 – 1799) , โคลดีอง (Cloude Michel Clodion, 1738 – 1814), เรย์ โนลด์ (Sir Joshua Reynolds, 1723 – 1792) , วิลเลียม โฮการ์ธ (William Hogarth 1697 – 1764)



ภาพที่ 1.27 ตัวอย่างภาพศิลปะโรโคโค

ที่มา <https://www.google.co.th/search?q=Pre->

[Historic+Art.&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjgy_WPhNfSAhUJsl8KHc4-](https://www.google.co.th/search?q=Pre-Historic+Art.&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjgy_WPhNfSAhUJsl8KHc4-AAwQ_AUIBigB&biw=1376&bih=849#tbn=isch&q=Rococo+Art*&imgcr=08bdz7dPqBj4XM:/)

[AAwQ_AUIBigB&biw=1376&bih=849#tbn=isch&q=Rococo+Art*&imgcr=08bdz7dPqBj4XM: /](https://www.google.co.th/search?q=Pre-Historic+Art.&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjgy_WPhNfSAhUJsl8KHc4-AAwQ_AUIBigB&biw=1376&bih=849#tbn=isch&q=Rococo+Art*&imgcr=08bdz7dPqBj4XM:/)

16 มีนาคม 2560

7. ศิลปะแบบนีโอคลาสสิก (Neo-Classic)

นีโอคลาสสิกเป็นรูปแบบศิลปะที่อยู่ในระยะหัวเลี้ยวหัวต่อระหว่างสมัยใหม่กับสมัยเก่า ภาพเขียนจะสะท้อนเรื่องราวทางอารยธรรม เน้นความสง่างามของรูปร่างทรวดทรงของคนและ ส่วนประกอบของภาพ มีขนาดใหญ่โต แข็งแรง มั่นคง ใช้สีกลมกลืน มีดุลยภาพของแสง และเงาที่งดงาม ศิลปินที่สำคัญของศิลปะแบบนีโอคลาสสิก ได้แก่ ซาก ลุย ดาวิด (ค.ศ. 1748-1825) ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้วางรากฐานของศิลปะแบบนีโอคลาสสิก



ภาพที่ 1.28



ภาพที่ 1.29

ภาพที่ 1.28 ตัวอย่างภาพศิลปะแบบนีโอคลาสสิก

ที่มา <https://va312aslifilis.wordpress.com/2011/01/04/neoclassicism-and-modernist-architecture/>

18 มีนาคม 2560

ภาพที่ 1.29 ที่มา ตัวอย่างภาพศิลปะแบบนีโอคลาสสิก

<https://www.google.com/culturalinstitute/beta/entity/%2Fm%2F02hlw?hl=th/18> มีนาคม 2560

8. ศิลปะแบบโรแมนติก (Romanticism)

ศิลปะแบบโรแมนติก เป็นศิลปะรอยต่อจากแบบนีโอคลาสสิก แสดงถึงเรื่องราวที่ตื่นเต้น เร้าใจ สะเทือนอารมณ์แก่ผู้พบเห็น ศิลปินโรแมนติกมีความเชื่อว่าศิลปะจะสร้างสรรค์ตัวของมันเองขึ้นได้ด้วยคุณค่าทางอารมณ์ของผู้ดูและผู้สร้างสรรค์

ศิลปินที่สำคัญของศิลปะโรแมนติก ได้แก่ เจริโคต์ (Gericault) ผลงานจิตรกรรมที่มีชื่อเสียงมาก คือ การอัปปางของเรือเมดูซา (Raft of the Medusa) เดอลาครัว (Delacroix) ชอบเขียนภาพที่แสดงความตื่นเต้น เช่น ภาพการประหารที่ทิซโง ความตายของซาดาร์นาปาล การจูดคร่าของนางรีเบกกา วิลเลียม เทอเนอร์ (Josept Mallord William Turner, 1775-1851) ฟรานซิสโก โกยา (Francisco Goya) ชอบเขียนภาพแสดงการทรมาน การฆ่ากันในสงคราม คนบ้า ตลอดจนภาพเปลือย เช่น ภาพเปลือยของมายา (Maya the nude) เป็นต้น

วิลเลียม เทอเนอร์ (Josept Mallord William Turner) เรือบรรทุกทาส (The Slave Ship) ค.ศ. 1839 สีน้ำมัน



ภาพที่ 1.30 ตัวอย่างภาพศิลปะแบบโรแมนติก ที่มา <http://www.artfortune.com/romanticism/>
18 มีนาคม 2560

9. ศิลปะแบบเรียลลิสม์ Realism.

ศิลปินกลุ่มเรียลลิสม์มีความเชื่อว่าความจริงทั้งหลายคือความเป็นอยู่จริง ๆ ของชีวิตมนุษย์ ดังนั้น ศิลปินกลุ่มนี้จึงเขียนภาพที่เป็นประสบการณ์ตรงของชีวิต เช่น ความยากจน การปฏิวัติ ความเหลื่อมล้ำในสังคม โดยการเน้นรายละเอียดเหมือนจริงมากที่สุด

ศิลปินสำคัญในกลุ่มนี้ได้แก่ โดเมียร์ (Daumier) ขอบวาดรูปชีวิตจริงของความยากจน คูร์เบต์ (Courbet) ขอบวาดรูปชีวิตประจำวันและประชดสังคม มาเนต์ (Manet) ขอบวาดรูปชีวิตในสังคม เช่น การประกอบอาชีพ โรแดง (August Rodin, 1840 – 1917) และ มิลเลต์ (Jean-Francois Millet)



ภาพที่ 1.31 ตัวอย่างภาพศิลปะแบบเรียลลิสม์ ที่มา <http://www.identifythisart.com/art-movements-styles/pre-modern-art/realism-art-movement/> 18 มีนาคม 2560

10. ศิลปะแบบอิมเพรสชันนิสม์ (Impressionism)

ศิลปะแบบอิมเพรสชันนิสม์ จะมุ่งเน้นถึงการวาดภาพที่จับซึ่งสายตาสัมผัสรับรู้ในช่วง ณ.เวลานั้นและเป็นช่วงเวลาที่ฉับพลัน และจะมีการแยกแยะสีที่จะเข้ามาประกอบกันเข้าเป็นแสงที่ส่องต้องสิ่งต่าง ๆ ทำให้เกิดพื้นผิวภาพที่เต็มไปด้วยสีล้วนที่แปรเปลี่ยนเป็นภาพที่เต็มไปด้วยความเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง

ลักษณะของภาพวาดแบบอิมเพรสชันนิสม์ คือ การใช้พู่กันตระหวัดสีอย่างเข้ม ๆ ใช้สีสว่าง ๆ มีส่วนประกอบของภาพที่ไม่ถูกบีบ เน้นไปยังคุณภาพที่แปรผันของแสง (มักจะเน้นไปยังผลลัพธ์ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเวลา) เนื้อหาของภาพเป็นเรื่องธรรมดาๆ และมีมุมมองที่พิเศษ

จิตรกรแนวอิมเพรสชันนิสม์ ได้ฉีกกรอบการวาดที่มาตั้งแต่อดีต มักจะวาดภาพกลางแจ้งมากกว่าในห้องสตูดิโออย่างที่ศิลปินทั่วไปนิยมกัน เพื่อที่จะลอกเลียนแสงที่แปรเปลี่ยนอยู่เสมอในมุมมองต่าง ๆ

ภาพวาดแบบอิมเพรสชันนิสม์ ประกอบด้วยการตระหวัดพู่กันแบบเป็นเส้นสั้น ๆ ของสี ไม่ได้ผสมหรือแยกเป็นสีใดสีหนึ่ง ซึ่งได้ให้ภาพที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและมีชีวิตชีวา พื้นผิวของภาพวาดนั้น มักจะเกิดจากการระบายสีแบบหนา ๆ องค์ประกอบของอิมเพรสชันนิสม์ ยังถูกทำให้ง่ายและแปลกใหม่ และจะเน้นไปยังมุมมองแบบกว้างๆ มากกว่ารายละเอียด

ศิลปินที่สำคัญของกลุ่มอิมเพรสชันนิสม์ ได้แก่ โคลด โมเนต์ (Claude Monet) ซิสเลย์ (Alfred Sisley) เดอกาส์ (Edgar Degas) ปิซาโร (Camille Pissarro) เรอโนว (Pierre-Auguste Renoir) มาเนต์ (Edouard Manet)



ภาพที่ 1.32 ตัวอย่างภาพศิลปะแบบอิมเพรสชันนิสม์ ที่มา

http://www.weloveshopping.com/shop/show_article.php?shopid=110291&qid=23578 / 18

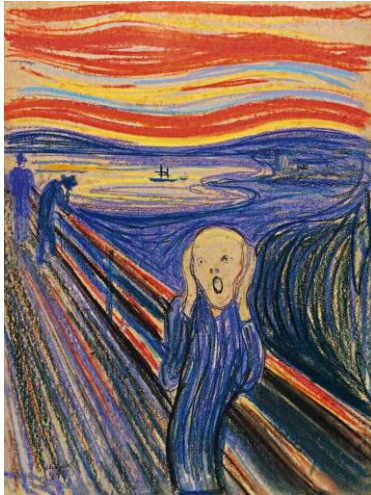
มีนาคม 2560

11. ศิลปะแบบเอ็กซ์เพรสชันนิสม์ (Expressionism)

ศิลปะแบบเอ็กซ์เพรสชันนิสม์ เกิดขึ้นทางเหนือของยุโรป โดยที่ศูนย์กลางอยู่ที่ประเทศเยอรมัน ศิลปะแนวนี้ได้รับอิทธิพลจากศิลปินสำคัญ 2 คนคือ Vincent Van Gogh และศิลปินชาว Norwegian ที่ชื่อ Edvard Munch ซึ่งทั้งสองคนนี้ ใช้สีที่รุนแรง และเกินความเป็นจริง โดยเน้นความพอใจของศิลปินเป็นหลัก ไม่ยึดถือ กฎเกณฑ์ และธรรมเนียมใดๆในอดีตเลย สีที่ใช้นั้นจะสื่อถึงพลังที่ถูกบีบคั้นบังคับกดดัน ที่อยู่ใน

ความรู้สึกนึกคิด ของจิตใจคน เป็นการปลดปล่อยอารมณ์ผ่านสี และฝีแปรงที่ให้ความรู้สึก ที่แข็งแรง ดิบ รุนแรง

ศิลปินที่สำคัญเช่น เอ็ดวาร์ด มุนช์ (Edvard Munch, ค.ศ. 1863-1944) ฟรันซ์ มาร์ค (Franz Marc, ค.ศ. 1880-1916) วาสซิลี แคนดินสกี (Wassily Kandinsky, ค.ศ. 1866-1944)



ภาพที่ 1.33



ภาพที่ 1.34

ภาพที่ 1.33 ตัวอย่างภาพศิลปะแบบเอ็กซ์เพรสชันนิสม์ ที่มา

<https://suchartsawasdsri.wordpress.com/2014/07/10/%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B9%87%E0%B8%94%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%94-%E0%B8%A1%E0%B8%B8%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B9%8C/>

18 มีนาคม 2560

ภาพที่ 1.34 ตัวอย่างภาพศิลปะแบบเอ็กซ์เพรสชันนิสม์

ที่มา https://th.aliexpress.com/promotion/promotion_franz-marc-horses-promotion.html/ 18 มีนาคม 2560

12. ศิลปะแบบคิวบิสม์ (Cubism)

งานศิลปะแบบคิวบิสม์ คือ การที่ศิลปินเข้ามาจัดระเบียบให้กับธรรมชาติ หรือสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัว เสียใหม่ โดยการนำเอารูปทรงเลขาคณิตต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ทรงกลม ทรงกรวย หรือ ทรงกระบอกมาปรับเปลี่ยนให้รับกัน โดยที่จะไม่มีการแสดงอะไรที่ชัดเจนให้เห็นว่า อะไรเป็นอะไรในภาพ แต่ขณะเดียวกัน ในภาพก็ยังมีเนื้อหาอยู่

ศิลปินผู้นำศิลปะคิวบิสม์ ได้แก่ พาโบล ปิกาสโซ (Pablo Picasso, 1881-1973), จอร์จ บราคว (Georges Braque, 1882-1963)



ภาพที่ 1.35



ภาพที่ 1.36

ภาพที่ 1.35 ตัวอย่างภาพศิลปะแบบคิวบิสม์

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/557742735075056095/> 20 มีนาคม 2560

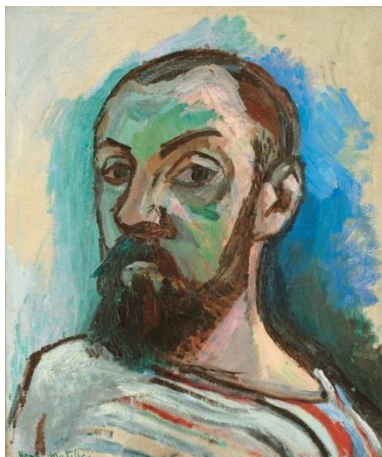
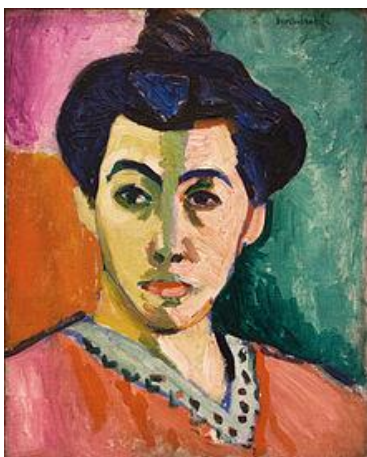
ภาพที่ 1.36 ตัวอย่างภาพศิลปะแบบคิวบิสม์

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/557742735075154796/> 20 มีนาคม 2560

13. ศิลปะแบบโฟวิสม์ (Fauvist)

คำว่า “โฟวิสม์” Fauvist เป็นภาษาฝรั่งเศส แปลว่า “สีตัวป้า” ลักษณะงานศิลปะแบบโฟวิสม์นี้ สร้างงานจิตรกรรมแนวใหม่ ใช้รูปทรงอิสระ ใช้สีสดใสตัดกันอย่างรุนแรง เน้นการสร้างงานตามสัญชาตญาณแห่งการแสดงออกอย่างเต็มที่ ผลงานที่เกิดขึ้นจะแสดงให้เห็นถึงความสนุกสนาน อันเกิดจากลีลาของรอยแปรงและจังหวะของสิ่งต่าง ๆ นอกจากนี้ จะนำลีลาของเส้นมาใช้ใหม่ เช่น การตัดเส้นรอบนอกของสิ่งต่าง ๆ เพื่อสร้างความโดดเด่น

ศิลปินสำคัญ เช่น อัลแบร์ต มาร์เกต์ (Albert Marquet, ค.ศ. 1875-1947) อองรี มาติสส์ (Henri Matisse, ค.ศ. 1869-1954) เป็นต้น



ภาพที่ 1.37

ภาพที่ 1.38

ภาพที่ 1.37 – 1.38 ตัวอย่างภาพศิลปะแบบโฟวิสม์

ที่มา <https://en.wikipedia.org/wiki/Fauvism/> 20 มีนาคม 2560

14. อาร์ตเดโค Art Deco.

อาร์ตเดโค (ภาษาอังกฤษ: Art Deco) เป็นขบวนการการออกแบบนานาชาติระหว่าง ค.ศ. 1925 ถึง ค.ศ. 1939 ที่มีผลต่อศิลปะการตกแต่งเช่น สถาปัตยกรรม, การออกแบบภายใน และ การออกแบบอุตสาหกรรม และรวมทั้งทัศนศิลป์ เช่นแฟชั่น, จิตรกรรม, เลขศิลป์ (graphic arts) และ ภาพยนตร์ ขบวนการนี้เป็นการผสมผสานระหว่างลักษณะศิลปะและขบวนการหลายแบบในต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 ที่รวมทั้งศิลปะฟื้นฟูคลาสสิก, ลัทธิเค้าโครง (Constructivism), ลัทธิบาศนิยม, ลัทธิสมัยใหม่, อาร์ตนูโว และลัทธิอนาคตนิยม [1] อาร์ตเดโคนิยมกันอย่างสูงสุดในยุโรปและสหรัฐอเมริกาในสมัยรู้จักกันว่า “Roaring Twenties”[2] และนิยมกันอย่างกว้างขวางในสหรัฐอเมริกาตลอดคริสต์ทศวรรษ 1930[3] แม้ว่าขบวนการออกแบบหลายขบวนการเริ่มจากความคิดทางการเมืองหรือทางปรัชญาแต่อาร์ตเดโคมีรากมาจากการตกแต่งเท่านั้น[4]

ในขณะนั้นทัศนคติต่ออาร์ตเดโคถือกันว่าเป็นศิลปะของความหรูหรา ความมีประโยชน์ทางการใช้สอยและความเป็นสมัยใหม่ ความนิยมในอาร์ตเดโคเริ่มลดถอยลงในปลายคริสต์ทศวรรษ 1930 และต้นคริสต์ทศวรรษ 1940 และในที่สุดก็หมดความนิยมไปจนมาในคริสต์ทศวรรษ 1980 ก็เริ่มมีความนิยมกันขึ้นอีกครั้งหนึ่ง อาร์ตเดโคมีอิทธิพลลึกซึ้งต่อขบวนการศิลปะหลายขบวนการต่อมาเช่นกลุ่มเม็มฟิส (Memphis Group) และ ศิลปะประชานิยม (Pop art)

ตัวอย่างของงานยังเห็นได้ทั่วไปในเกือบทุกประเทศตั้งแต่สหรัฐอเมริกา, สหราชอาณาจักร, สเปน, คิวบา, ประเทศฟิลิปปินส์, ประเทศโรมาเนีย และบราซิล



ภาพที่ 1.39

ภาพที่ 1.40



ภาพที่ 1.41

ภาพที่ 1.39 – 1.41 ตัวอย่างภาพอาร์ตเดคโค ที่มา <https://99designs.dk/blog/creative-inspiration/art-deco-a-strong-striking-style-for-graphic-design/> 20 มีนาคม 2560

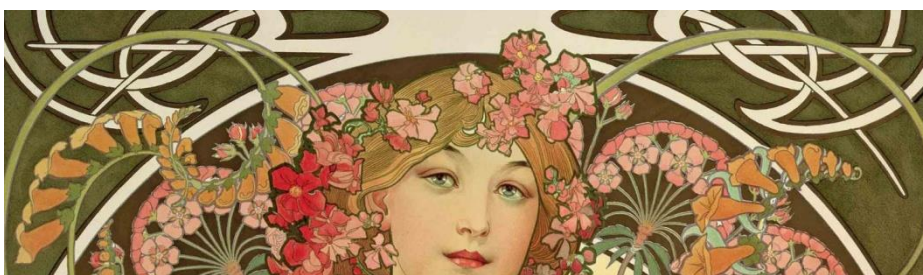
15. ศิลปะอาร์ตนูโว (Art Nouveau)

ศิลปะอาร์ตนูโว รู้จักกันในอีกชื่อหนึ่งว่า ยูเกนด์ซติล (เยอรมัน: Jugendstil – สไตล์วัยเยาว์) เป็นลักษณะศิลปะ สถาปัตยกรรม และศิลปะประยุกต์ ซึ่งได้รับความนิยมสูงสุดในช่วง ค.ศ. 1890 – 190 มีจุดเด่นคือ ใช้รูปแบบธรรมชาติ โดยเฉพาะดอกไม้และพืชอื่นๆ มาทำเป็นลวดลายเส้นโค้งที่อ่อนช้อย ลักษณะรูปแบบจะเป็นการลดทอนรูปแบบจากธรรมชาติ แมลง และเปลือกหอย ใบไม้ เถาวัลย์ ตามธรรมชาติ นำมาประดิษฐ์เป็นลวดลายประดับทั้งภายในภายนอก อาคารตลอดจนเครื่องใช้ ของประดับบ้านและเครื่องแต่งกาย

ศิลปะอาร์ตนูโวเป็นรูปแบบที่น่ากลับมาใช้ตกแต่งเสมอๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายในอาคารพาณิชย์ เช่น ร้านอาหารฝรั่งเศส ร้านขายเสื้อผ้าสตรี และกิจการเกี่ยวกับความงามอื่น ๆ โดยแรงบันดาลใจจากรูปทรง คือ สีจากธรรมชาติ ของฤดูใบไม้ร่วง ได้แก่ สีจากฤดูกาล เช่น สีโทนส้มและน้ำตาล สีจากพืชพันธุ์ต่าง ๆ เช่น สีเขียวเข้ม สีเขียวทอง และ สีของดอกไม้ เช่น สีขาวนวลดอกมะลิ สีม่วงดอกไอริส สีแดงดอกป๊อปปี้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการหาวัสดุและแร่ธาตุจากธรรมชาติ ได้แก่ งาช้าง เงิน ทองแดง นำมาใช้ด้วยเช่นกัน

ศิลปินที่สำคัญ คือ กุสตาฟ คลิมต์ (Gustav Klimt, 1862-1918) อัมรอน มุชชา (Alphonse Mucha, 1860-1939) อันโตนิโอ เกาดี (Antonio Gaudi, 1852-1926) เฮ็คเตอร์ กุยมาร์ (Hector Guimard, 1867-1942) Gustav Klimt, Portrait of Adele Bloch-Bauer I. 1907.

Oil, silver, and gold on canvas. 138 × 138 cm, Neue Galerie, New York.



ภาพที่ 1.42



ภาพที่ 1.43



ภาพที่ 1.44

ภาพที่ 1.42- 1.44 ตัวอย่างภาพศิลปะอาร์ตนูโว ที่มา <https://www.inkind-design.com/single-post/2016/11/28/Art-in-Advertising-Art-Nouveau/> 20 มีนาคม 2560

16. ศิลปะป๊อป อาร์ต (Pop Art)

ศูนย์กลางความเจริญทางด้านศิลปวัฒนธรรมอยู่ที่ยุโรปยาวนานร่วม ๆ พันปี นับตั้งแต่ยุคกลางมาแต่พอมาถึงศตวรรษที่ 20 ฝั่งอเมริกาก็มีความเคลื่อนไหวที่น่าสนใจ และวัฒนธรรมของอเมริกาก็ส่งผลกระทบต่อคนทั้งโลกอย่างไม่น่าเชื่อ ด้วยวงการภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นสื่อ นำภาพยนตร์นี้ก่อให้เกิด ดารา แฟชั่น การโฆษณา และเพลงประกอบ ซึ่งล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อชีวิตคนรุ่นใหม่ไปทั่วทั้งโลก

ศิลปะป๊อปอาร์ตที่เกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา ป๊อปอาร์ต เป็นแบบอย่างของศิลปะที่สะท้อนพลังสภาพแท้จริงของสังคมปัจจุบันตามความรู้สึกความเข้าใจของสามัญชนทั่วไป ในช่วงหนึ่งเวลาหนึ่ง เป็นศิลปะที่เกี่ยวกับความสนุกสนานวุ่นวายของสังคม พุ่งประดุจพลุ ชอบวันนี้ พรุ่งนี้ ลืม Andy Warhol: Time Magazine cover C. 1984

งานชนิดนี้เชื่อว่า ศิลปะสร้างขึ้นจากสิ่งสัพเพเหระ ของชีวิตประจำวัน เป็นการแสดงความรู้สึกของประสบการณ์ที่พบเห็นของศิลปินในช่วงเวลานั้น ขณะนั้น ณ ที่แห่งนั้น เรื่องราวที่ศิลปินนำเสนอมีแตกต่าง

กันไป เช่น บางคนเขียนเรื่องเกี่ยวกับดารายอดนิยม เขียนภาพโฆษณา เรื่องง่าย ๆ ใกล้เคียง ๆ ตัวจึงทำให้หลาย ๆ คนเห็นว่างานแนวนี้ไม่ควรค่าแก่คำว่าศิลปะ เพราะเป็นความนิยมแค่ชั่ววันชั่วคืน ตื่นเต้น ฮือฮา พักหนึ่งก็จางหาย ในยุค 50 และ 60 แสดงตัวตนในความเป็นศิลปะเพื่อความอุดมคติในการสร้างสรรค์และเน้นว่าศิลปะเป็นเพียงส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันได้ และสร้างสรรค์งานที่ได้แรงบันดาลใจจากชีวิตและมีความแปลก มีความตลกซ้อนอยู่เสมอ Tristan Manco. (1993). Stencil Graffiti. Thames&Hudson ,Ltd P.19

อย่างไรก็ตามกลุ่มที่นิยมในแนวนี้ก็ยังคงยืนยันว่า ป๊อปอาร์ตคือศิลปะ เขาอ้างว่า สิ่งเหล่านี้เป็นศิลปะแน่นอน เพราะผลงานนั้นกระตุ้นให้เราตอบสนองทางความรู้สึกอย่างนั้น ที่จริงแล้ว สิ่งที่เราถือว่าเป็นศิลปะ คือ สิ่งที่ศิลปินสร้างสรรค์ พวกเขามีความเชื่อเกี่ยวกับสุนทรียภาพว่า สุนทรียภาพ คือความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับสภาพต่าง ๆ ที่ปรากฏในโลกของอุตสาหกรรม โลกชนบท และโลกเศรษฐกิจ ศิลปินพยายามตอบสนองโลกที่แวดล้อมภายนอกเหล่านี้โดยแสดงความรู้สึกด้วยภาพ ซึ่งใช้วิธีการของแอบสแตรกเอ็กซ์เพรสชันนิสม์ คิวบิสม์ ตามความเหมาะสม

แหล่งที่มา: https://docs.google.com/presentation/d/1gNzTsNV1Q2g9xPJR1mDYm_F9cNY74qnI9JnqkAgRO0c/edit?hl=th#slide=id.gf3458f11_0401/9 มีนาคม 2560



ภาพที่ 1.45



ภาพที่ 1.46



ภาพที่ 1.47

ภาพที่ 1.45 ตัวอย่างภาพศิลปะป๊อปอาร์ต ที่มา

<https://www.pinterest.com/kazzatheman/pop-art/> 25 มีนาคม 2560

ภาพที่ 1.46 ตัวอย่างภาพศิลปะป๊อปอาร์ต ที่มา

http://www.artyfactory.com/art_appreciation/art_movements/pop_art.htm / 25 มีนาคม 2560

ภาพที่ 1.47 ตัวอย่างภาพศิลปะป๊อปอาร์ต ที่มา

<https://www.google.co.th/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwjdgpi5pNfSAhUhTI8KHYP8DgMQjxwIAw&url=https%3A%2F%2Fwww.keyword-suggestions.com%2Fcg9wIGFydCBtb3ZlbWVudCBkZXNpZ24%2F&bvm=bv.149397726.d.c2I&psig=AFQjCNEEIHv0-pfHtKG54Gcxfo7AnyNtNQ&ust=1489625197031127/> 25 มีนาคม 2560

ทั้งนี้กลุ่มศิลปะต่างๆมักมีบทบาทมากมายในการนำมาใช้และสำหรับงานทางด้านสื่อโฆษณา ก็คงหนีไม่พ้นงานศิลปะ **ป๊อป อาร์ต (Pop Art)** ที่ดึงความหลากหลายมารวมกันเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์งานดีๆให้ออกมาในทุกวันนี้

นักออกแบบควรทำความเข้าใจและดึงจุดเด่นของศิลปะในแต่ละยุคมาใช้ในวาระและโอกาสที่ต่างกันไป แต่หากมีความเข้าใจในพื้นฐานต่างๆก็จะไม่ยากกับการนำมาใช้ในการสร้างสรรค์งานด้านต่างได้หลากหลายมากขึ้น

คุณสมบัติและจรรยาบรรณนักออกแบบ

หากจะกล่าวถึงบทบาทหน้าที่ในการทำงานทางด้านออกแบบ นักศิลปะและนักออกแบบนิเทศศิลป์ก็มีส่วนมากก็จะมีเกี่ยวข้องกับสินค้า การตลาดและงานโฆษณาที่ส่งผลกับกับบุคคลคน สภาพแวดล้อมและสังคม ดังนั้นนักออกแบบควรต้องมีความเข้าใจในกฎหมายที่

1. คุณสมบัติของนักออกแบบ

1.1 นักออกแบบต้องเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์และมีความเชื่อมั่นในตนเอง ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบและการสร้างสรรค์งานดังนั้นนักออกแบบต้องเรียนรู้ประยุกต์จนถึงการทำความเข้าใจกับสิ่งต่างๆและนำมาใช้ในการออกแบบได้นั้นคงจะเป็นแกนแห่งแนวคิดในการออกแบบ

1.2 เป็นผู้มีทักษะในการออกแบบ ทักษะจะเกิดขึ้นได้ต้องมีการทดลองทดสอบและเรียนรู้กันอย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่องล้นนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์จนเกิดงานสร้างสรรค์ใหม่ได้

1.3 เป็นผู้นักคิดวิเคราะห์จากการสังเกตจากสิ่งที่พบเห็น หลักการเกิดความคิดสร้างสรรค์มักมีปัจจัยหลายอย่างซึ่งการสังเกตนับได้ว่าเป็นช่องทางหนึ่งในการนำแนวคิดมาผสมผสานจากสิ่งที่เห็นและนำมาสู่การพัฒนา รูปแบบของการออกแบบที่หลากหลายได้มากขึ้น

1.4 เป็นผู้ติดตามงานเปลี่ยนแปลงและเคลื่อนไหวของงานออกแบบสร้างสรรค์ในทุกสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ การที่จะเป็นนักออกแบบที่ดีคือการนำสิ่งต่างๆรอบตัวมาผสมผสานทั้งนี้ ความรู้ความหลากหลายสามารถสามารถเชื่อมโยงและนำมาทำให้เกิดการพัฒนาสิ่งใหม่ๆได้เสมอทั้งนี้ ความหลากหลายจึงมีความสำคัญต่อการออกแบบเป็นอย่างมาก

1.5 เป็นผู้ที่ศึกษา ความเชื่อมโยงในงาน ศิลปะและออกแบบ ทั้งบุคคลและรูปแบบตามยุคสมัย เพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบ แนวคิดในการนำประวัติศาสตร์ของงานออกแบบเป็นสิ่งสำคัญเพราะนับได้ว่าเป็นรากฐานของการออกแบบ

ทั้งนี้นักออกแบบควรต้องศึกษาและทำความเข้าใจที่นำไปสู่การสร้างสรรค์งานออกแบบที่หลากหลายได้ เป็นผู้ที่เข้าใจสภาพแวดล้อมของสังคมและสร้างงานเพื่อความต้องการประชาชนจากการออกแบบ

งานออกแบบที่ดีจะสามารถอยู่ในสภาพแวดล้อมของสังคมต่างๆได้จนถึงสามารถนำมาใช้ประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับคนที่อยู่ในสังคมนั้นได้เสมอ

1.6 เป็นผู้ที่เข้าใจในวัตถุประสงค์ของการออกแบบในทุกชนิด ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการได้ถูกต้องและตรงความต้องการเป็นสำคัญ

การออกแบบมักมีขึ้นต่อมาจากความต้องการเสมอ ไม่ว่าจะในเชิงทุนนิยมหรือเชิงบุคคล ทั้งนี้ความต้องการจึงจัดได้ว่าเป็นสิ่งแรกที่กระตุ้นให้เกิดการออกแบบอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นความต้องการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้นักออกแบบต้องพยายามทำงานให้ตอบโจทย์มากที่สุด

แหล่งที่มา: <http://www.yuttapong.com/?p=257> 10/3/60

2. จรรยาบรรณนักออกแบบ

ควบคุมในแต่ละด้านและรู้กฎระเบียบทางด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์และรูปแบบในสื่อโฆษณา และมีสามัญสำนึกที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลและสภาพแวดล้อมและสังคมโดยใช้แนวคิดจรรยาบรรณที่ใช้ร่วมกับนักออกแบบสื่อโฆษณาได้เนื่องจากงานนิเทศศิลป์โดยรวมการผลิตงานส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อการตลาดและสื่อโฆษณาซึ่งประกอบไปด้วย

2.1 ประกอบวิชาชีพด้วยความซื่อสัตย์สุจริตตามหลักปฏิบัติและวิชาการ และอยู่ภายใต้ บทบัญญัติแห่งกฎหมาย

2.2 ไม่ทำการใดๆ อันอาจนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ

2.3 มีความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมเสียในจริยธรรมและวัฒนธรรมอันดีงาม

2.4 ไม่ควรกระทำการโฆษณาอันเป็นการดูหมิ่นเชื้อชาติ ศาสนา หรือความเชื่อ หรือสิ่งอันเป็นที่เคารพสักการะของบุคคลทั่วไป

2.5 ไม่ควรกระทำการโฆษณาอันทำให้เกิดความสำคัญผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับ สินค้า บริการ การแสดง หรืออื่นๆ หรือใช้อวดสรรพคุณจนเกินความจริงจนทำให้ผู้เห็นหรือผู้ฟังเกิดความสำคัญผิด

2.6 ไม่ควรกระทำการโฆษณาโดยใช้ความเชื่อถือเกี่ยวกับไสยศาสตร์ หรือเรื่องโชคลางมาเป็นข้อจูงใจ

2.7 ไม่ควรกระทำการโฆษณาโดยการเลียนแบบเครื่องหมายการค้า คำขวัญ หรือข้อความสำคัญจากการโฆษณาของผู้อื่น อันทำให้ผู้อื่นเห็น หรือผู้อื่นได้ยินเกิดความเข้าใจผิดหรือไขว้เขวเกี่ยวกับ สินค้า บริการ หรือการแสดงของผู้อื่น

2.8 ไม่ควรกระทำการโฆษณาโดยใช้ศัพท์สถิติ ผลการวิจัย หรืออ้างอิงรายงานทางวิทยาศาสตร์ในทางที่ไม่สมควร หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดโดยที่สินค้านั้นไม่มีคุณสมบัติตามที่อ้าง

2.9 ไม่ควรกระทำการโฆษณาโดยอ้างถึงตัวบุคคล หรือสถาบัน โดยที่ตัวบุคคล หรือสถาบันนั้นไม่มีตัวตนอยู่จริงและไม่ได้ใช้สินค้าและบริการ หรือชมการแสดงนั้นจริง

2.10 ไม่ควรกระทำการโฆษณาอันอาจมีผลเป็นอันตรายต่อเด็ก หรือผู้เยาว์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ หรือทำให้ขาดความรู้สึกลึกซึ้งผิดชอบ หรือโดยอาศัยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของบุคคลดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการจูงใจโดยไม่สมควร

เอกสารอ้างอิง / บรรณานุกรม

ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. (2540). *การออกแบบนิเทศศิลป์* โครงการตำราคณะศิลปกรรมศาสตร์

เจตนิพิฐุ แสนสุข. (2550). *การบริหารงานออกแบบนิเทศศิลป์* สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์

ราชบัณฑิตสถาน:(2530)

วิจัย สุชาติ สิทธิ : 2532 : ม.ป.ป วิจัย

art instructor:<http://cheeranan.exteen.com/20051025/communication-design> 9/3/60

ศิลปะในแต่ละยุค - Google สไลด์ - Google Docs

https://docs.google.com/presentation/d/1gNzTsNV1Q2g9xPJR1mDYm_F9cNY74qnI9JnqkAgRO0c/edit?hl=th#slide=id.gf3458f11_0401_9/3/60

<https://sites.google.com/site/chaim432555/kar-wad-e.9> กุมภาพันธ์ 2560

<http://www.yuttapong.com/?p=257> 10/3/60

ธนภัทร์ รุ่งธนาภิรมย์.(2557). **ทฤษฎีความงาม**. At4print Co.,Ltd.

ปาพจน์ หนูนักดี. (2553). Graphic Design IDC info Distributor Center

ธารทิพย์ เสริมทวีวัฒน์. (2550). (28) **การออกแบบพาณิชย์ศิลป์**. หลักไทช่างพิมพ์ :กรุงเทพฯ

See more at: [http://www.atriumtech.com/cgi-](http://www.atriumtech.com/cgi-bin/hilightcgi?Home=/home/InterWeb2000&File=/home2/searchdata/Forums2/http/www.pantip.com/cafe/chalermthai/topic/A5069379/A5069379.html#sthash.VsYWb7eb.dpu)

[bin/hilightcgi?Home=/home/InterWeb2000&File=/home2/searchdata/Forums2/http/www.pantip.com/cafe/chalermthai/topic/A5069379/A5069379.html#sthash.VsYWb7eb.dpu](http://www.atriumtech.com/cgi-bin/hilightcgi?Home=/home/InterWeb2000&File=/home2/searchdata/Forums2/http/www.pantip.com/cafe/chalermthai/topic/A5069379/A5069379.html#sthash.VsYWb7eb.dpu)

Argenti, P. A. (2009). **Corporate communication (5th ed.)**. New York, NY: McGraw-Hill.

Basham, A. L. (1954). **The wonder that was India**. London: Sidgwick, & Jackson. cited in S. M. Cutlip, A. H. Center, & G. M. Broom. (2006). **Effective public relations**. (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-hall.

Tristan Manco. (1993). Stencil Graffiti. Thames & Hudson, Ltd P.19

Andy Warhol. (1984). Time Magazine cover C.

Patrick Cramsie. (2010). The Story of Graphic Design British Library. P.26

หลักเบื้องต้นงานศิลป์ในการออกแบบประกอบไปด้วย

1 การร่างภาพต้นแบบ

การขึ้นเส้น

2. การใช้เส้นในการออกแบบ จุดเส้น--รูปร่างรูปทรง
3. รูปแบบในการสร้างสรรค์งานออกแบบประเภท

บทที่ 2

การใช้เส้นในการออกแบบภาพเพื่องานออกแบบนิเทศศิลป์

เส้นในการคือพื้นฐานในงานด้านศิลปะและการออกแบบซึ่งการขึ้นโครงสร้างทางแนวคิดควรทำความเข้าใจการวาดเส้นการขึ้นรูปทรงเพื่อถ่ายทอดความคิดในการออกแบบให้มีความเกี่ยวข้องการแนวคิดจนสามารถนำมาใช้ในกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานภาพประกอบในด้านต่างๆได้ทั้งงานด้านศิลปะ ด้านงานออกแบบนิเทศศิลป์และงานออกแบบด้านโฆษณา

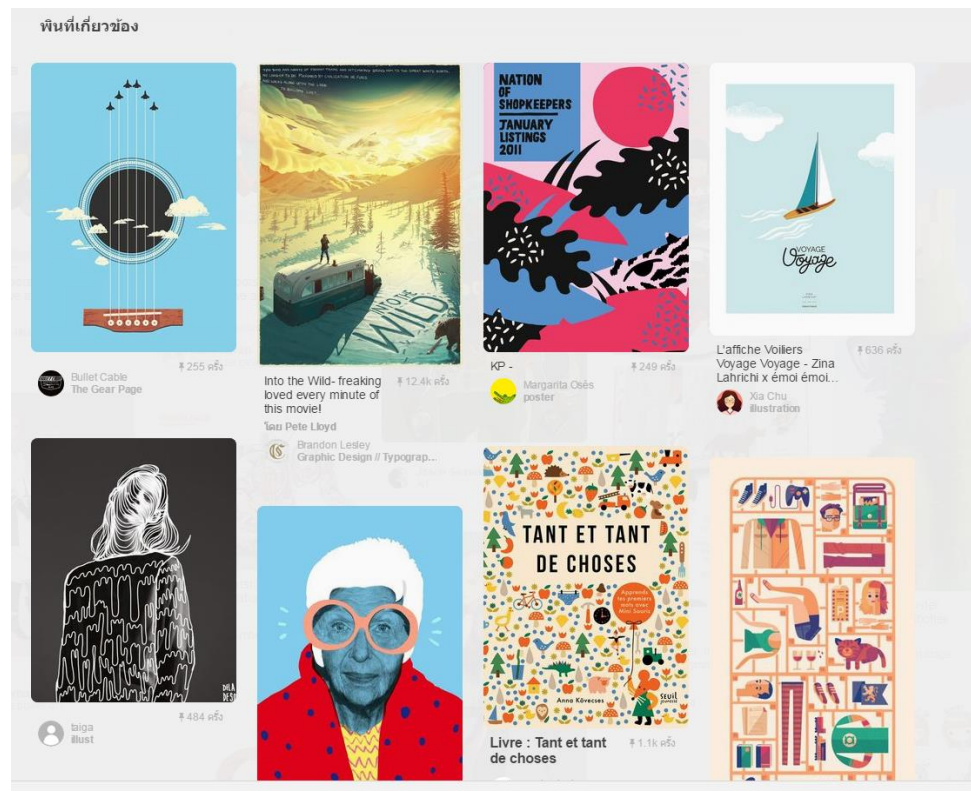
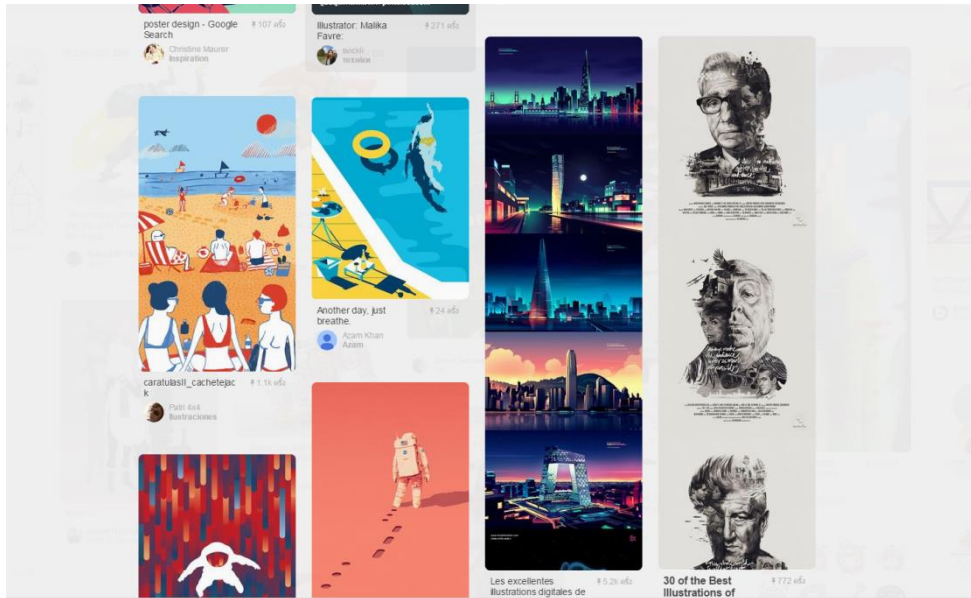
ภาพประกอบ หมายถึง ภาพที่วาดขึ้นหรือนำมาประกอบเรื่อง(ราชบัณฑิต. 2538:619)

จารุพรธ ทรัพย์ปรุจ ได้ให้ความหมายภาพประกอบไว้ว่า ภาพลายเส้น ภาพเขียน ภาพถ่าย ภาพเทคนิคต่าง ที่นำมาใช้ประกอบในนวนิยาย (ผศ.จารุพรธ ทรัพย์ปรุจ. (2543) การเขียนภาพประกอบ: โอเอส พรินติ้ง)

ภาพประกอบมีความสำคัญนับได้ว่าเป็นหัวใจของหนังสือและงานโฆษณาทุกประเภทเพราะเป็นสิ่งจูงใจเพื่อให้ผู้อ่านผู้บริโภคเกิดความสนใจและกระตุ้นในการความต้องการให้เกิดขึ้นได้เพราะภาพประกอบทำให้เกิดให้ความสนุกเพลิดเพลิน และสอดคล้องกับเนื้อเรื่องได้

นิยาย (ผศ.จารุพรธ ทรัพย์ปรุจ. (2543). หน้า 2-3 การเขียนภาพประกอบ โอเอส พรินติ้ง)

ดังนั้นจุดเริ่มต้นของการวาดภาพประกอบจะเริ่มต้นจากการเข้าใจพื้นฐานการวาดเส้นและพัฒนาโครงสร้างจนเป็นรูปร่างจนถึงการทำงานร่าง Layout จนถึงการนำไปผลิตผลงานภาพในด้านงานโฆษณาได้โดยเริ่มต้นจากการวาดเส้น



ภาพที่ 2.1 ตัวอย่างภาพประกอบ ที่มา:

<https://www.pinterest.com/pin/371969250457789842/> 4 เมษายน 2560

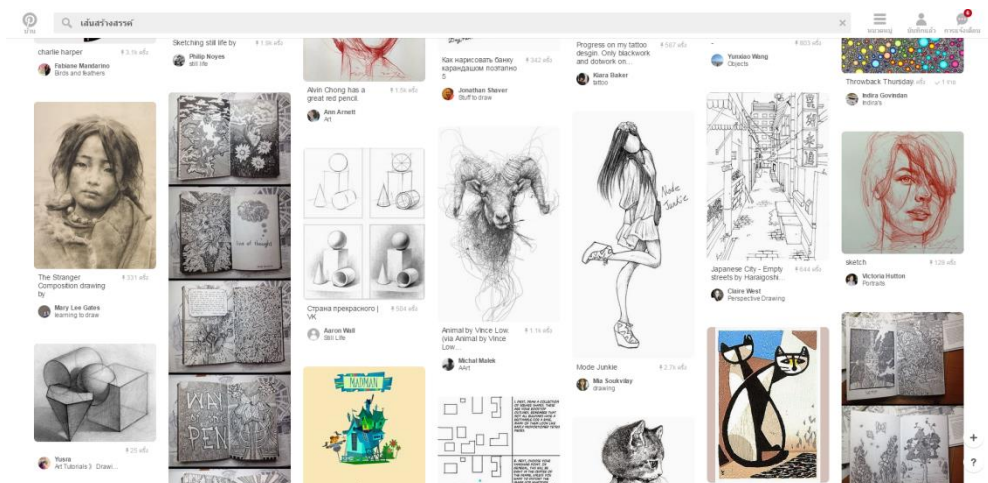
บทบาทของเส้นที่ใช้ในการออกแบบ

เส้น คือ องค์ประกอบที่รับรู้ได้ทั้งความกว้างและทิศทางโดยเส้นมีทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ เส้น 2 มิติ คือเส้นที่มีความกว้างคุณยาว เส้น 3 มิติ คือเส้นที่มีทั้งกว้างคุณยาวคุณสูงโดยเส้นสามารถนำมาใช้ในการสร้างรูปทรงและอารมณ์และสามารถนำมาสู่การสื่อสารได้ ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์.(2557). หน้าที่ 40,42

โกยา (Francisco Goya) ศิลปินศตวรรษที่ 18 บางครั้งความคิดจินตนาการของศิลปินเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วจนไม่อาจรอคอยได้เพื่อเตรียมวัสดุได้ขณะที่การวาดเส้นสะดวกรวดเร็วและสร้างสรรค์ผลงานศิลปะที่สมบูรณ์ได้จนทำให้ศิลปินยุคต่อมามีได้ละเลยในการวาดเส้นจนสามารถสร้างผลงานสร้างชื่อให้กับศิลปินหลายท่านได้

ประเทือง เอมเจริญ ศิลปินแห่งชาติได้กล่าวในการทำงานศิลปะจุดเริ่มต้นจนถึงปัจจุบันได้ใช้การวาดเส้นเป็นจุดเริ่มต้นการเรียนรู้ธรรมชาติ และสร้างลักษณะเฉพาะงานตน การวาดเส้นสามารถนำไปสู่สมาธิ การวาดเส้นเปรียบเสมือนกุญแจที่ไขเข้าไปสู่ความงามศิลปะที่ง่ายและตรงที่สุดอนันต์ ประภาส. (2553) หน้า 8-10

สรุป เส้นคือพื้นฐานที่เป็นองค์ประกอบขั้นพื้นฐานของงานด้านศิลปะ เส้นสามารถนำมาต่อกันเพื่อพัฒนาต่อรูปแบบโครงสร้างเพื่อใช้ในการออกแบบและสามารถนำมาสู่กระบวนการสื่อสารด้านอารมณ์และทำให้เกิดความสวยงามที่นำไปสู่กระบวนการออกแบบลวดลายต่างได้ๆ



ภาพที่ 2.2 ตัวอย่างภาพของเส้นที่ใช้ในการออกแบบ ที่มา:

<https://www.pinterest.com/search/pins/> 4 เมษายน 2560

รูปแบบของเส้นที่ใช้ในออกแบบและวาดภาพ

รูปแบบงานวาดเส้นมีความหลากหลายแต่สามารถแบ่งผลงานการวาดเส้นออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่ๆประกอบไปด้วยงาน

Realistic Drawing (เหมือนจริง), Surrealistic Drawing (เหนือจริง), Abstract Drawing (นามธรรม)



ภาพที่ 2.3

ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างภาพเหมือนจริง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/308074430738079729/> 4 เมษายน 2560



ภาพที่ 2.4

ภาพที่ 2.4 ตัวอย่างภาพเหนือจริง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/556335360192980088/> 4 เมษายน 2560



ภาพที่ 2.5

ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างภาพนามธรรม

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/499195939923847965/> 4 เมษายน 2560



ภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.7

ภาพที่ 2.6 ตัวอย่างภาพ งานวาดเส้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/350999364693697975/> 4 เมษายน 2560

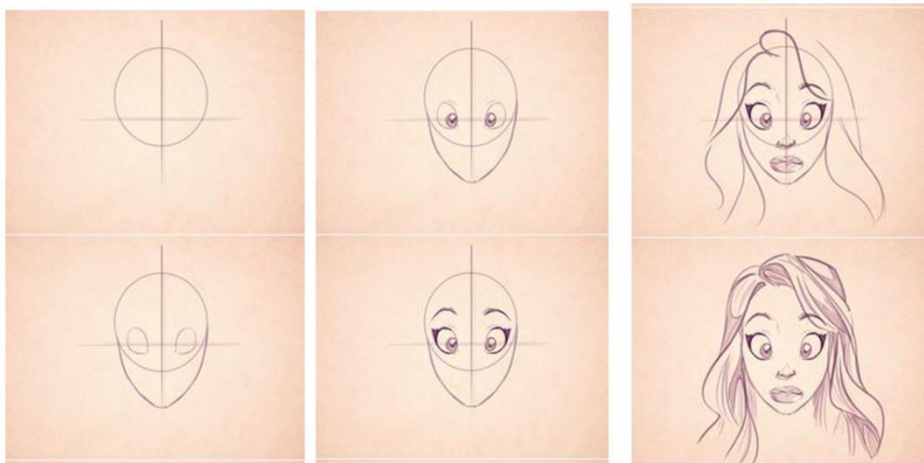
ภาพที่ 2.7 ตัวอย่างภาพ งานวาดเส้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/350999364693697975/> 4 เมษายน 2560

กระบวนการใช้เส้นออกแบบภาพ ประกอบไปด้วย

1. เส้นแกนกลาง

เส้นที่ใช้ส่วนกลางหรืออาจเรียกได้ว่ากระดูกที่อยู่ในโครงสร้างมีความสำคัญต่องานวาดภาพพื้นฐานจนถึงงานวาดภาพภาพสามมิติ กระบวนการใช้คือเราต้องสร้างและจดจำไว้ว่าเริ่มต้นการวาดจะประกอบไปด้วยงานเส้นแกนกลางก่อนเสมอ

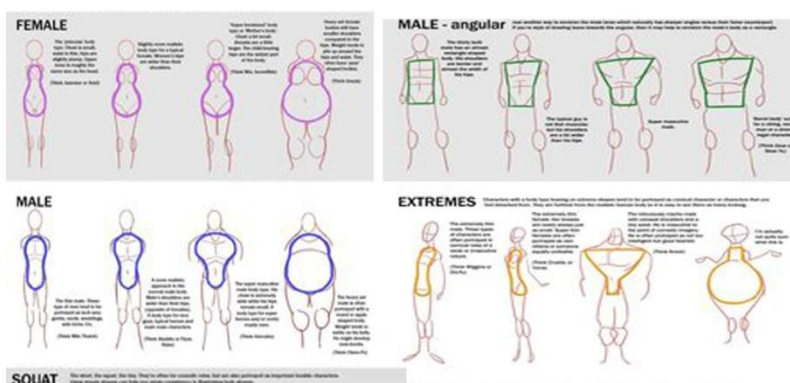


ภาพที่ 2.8 ตัวอย่างเส้นแกนกลาง ที่มา

<https://www.pinterest.com/pin/794322452997801210/> 7 เมษายน 2560

2. เส้นโครงสร้าง

โครงสร้างในการวาดเส้นเราสามารถจะใช้หลักการในการวาดได้หลากหลายวิธีแต่กระบวนการที่ง่ายที่สุดคือการขึ้นโครงสร้างด้วยรูปทรงเลขาคณิต ที่ประกอบไปด้วย



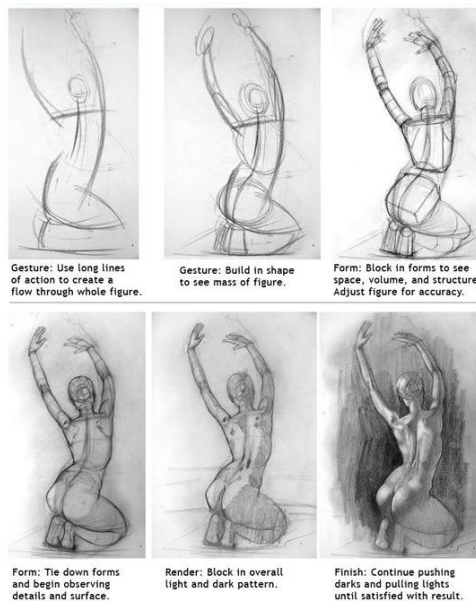
ภาพที่ 2.9 ตัวอย่างภาพการวาดเส้นโครงสร้าง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/485825878530883039/> 7 เมษายน 2560

ดังนั้นการเริ่มต้นคือทำความเข้าใจว่าการวาดรูปลายเส้นภาพประกอบมาจากรูปทรงก่อนที่จะวาดรูปควรกำหนดพื้นที่การจัดวางองค์ประกอบและวางรูปทรงเลขาคณิตนั้นๆเพื่อกำหนดพื้นที่และขนาดภาพ หลังจากนั้นมาเน้นการการพัฒนารูปทรงเลขาคณิตให้เป็นโครงร่าง

3. เส้นแบบร่าง

เส้นแบบร่างพัฒนามาจากกระบวนการของรูปทรงและขีดเกลารูปแบบจนรูปร่างที่ชัดเจนเพื่อพัฒนาไปสู่รายละเอียดที่สมบูรณ์มากขึ้นเพื่อเก็บรายละเอียด



ภาพที่ 2.10 ตัวอย่างภาพการวาดเส้นแบบร่าง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/485825878530883039/> 7 เมษายน 2560

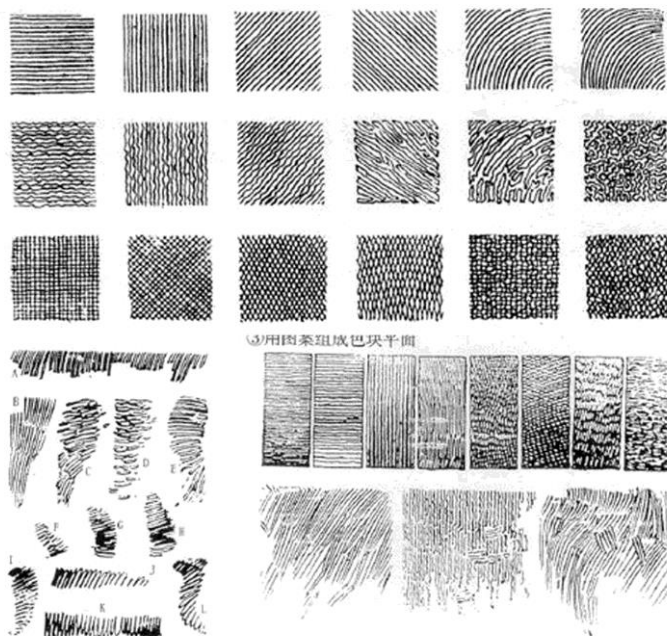
โดยการทำงานด้านโฆษณาการวาดเราสามารถกำหนดเส้นร่างได้ 3 ระดับที่ประกอบไปด้วยร่างชั้นหยาบ เป็นการร่างจากแนวคิดออกมาแบบไม่ต้องสนใจความเหมือน การร่างละเอียดคือการกำหนดขนาดให้ใกล้เคียงของจริงหรือสามารถใส่รายละเอียดได้มากขึ้น ทั้งภาพและ ข้อความหรือบางครั้งใส่รายละเอียดแม้แต่การใส่สี การร่างสมบูรณ์คือการร่างแบบเหมือนจริงให้มากที่สุดทั้งภาพองค์ประกอบสีและโครงสร้าง

ทักษะควรรู้เพื่อนำไปใช้การวาดเส้น

1. ทักษะความเข้าใจในเส้น

โดยกระบวนการวาดเส้นเป็นพื้นฐานในการออกแบบตามมาด้วยพัฒนาไปสู่รูปทรงในการออกแบบโดยรูปทรงเราสามารถแบบได้เป็นรูปทรงอิสระที่ธรรมชาติสร้างขึ้นและมนุษย์สร้างขึ้นส่วนที่นิยมใช้ คือรูปทรงเลขาคณิตที่มีทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ โดยการขึ้นโครงสร้างสำหรับ นักออกแบบที่ยังไม่ชำนาญในการออกแบบอันดับแรกควรทำความเข้าใจและฝึกฝนการใช้เส้นโดยเริ่มจากการขีดเขียนเส้นในหลากหลายทิศทางจนชำนาญทั้งแนวตั้งแนวนอน

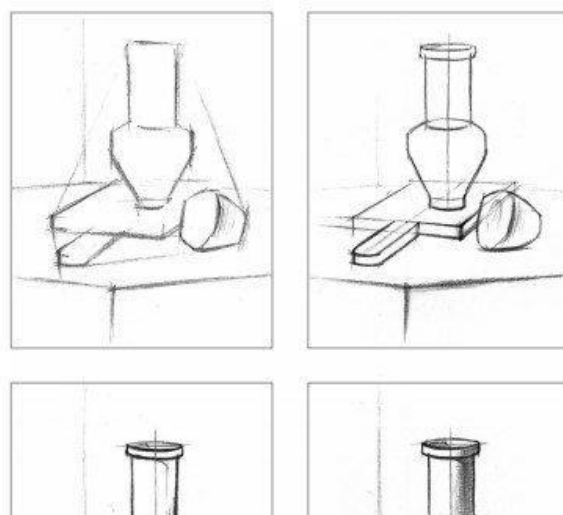
รูปแบบของเส้นมีความหลากหลายแต่ทั้งหมดสามารถนำมาใช้ในการวาดเส้นได้มากมาย



ภาพที่ 2.11 ตัวอย่างภาพการวาดเส้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/335236765994003620/> 7 เมษายน 2560

ภาพการขีดเส้นต่างๆในทิศทางที่หลากหลายที่นำมาใช้ในการวาดและพัฒนาไปสู่รูปแบบของการลงน้ำหนักภาพและแสงเงา



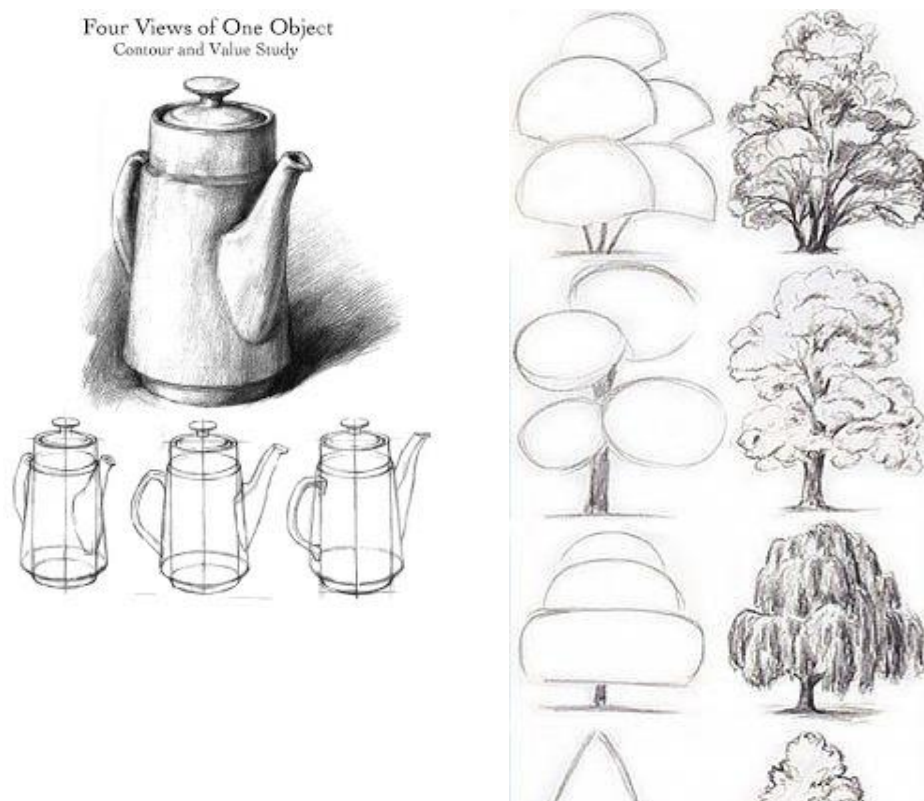
ภาพที่ 2.12 ตัวอย่างภาพการวาดเส้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/383580093243198109/> 7 เมษายน 2560

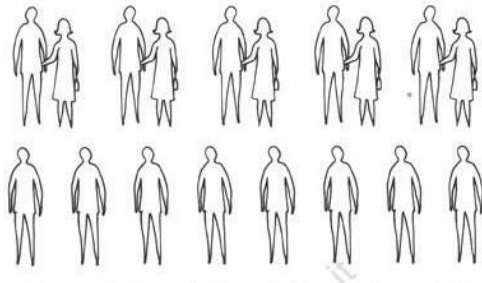
เมื่อนักออกแบบมีความชำนาญและคุ้นเคยกับเส้นแล้วสิ่งที่จะต้องทำต่อไปคือการขึ้นรูปทรงพื้นฐานคือรูปทรงเลขาคณิตเป็นรูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้นซึ่งประกอบไปด้วย

โดยรูปทรงเลขาคณิตจะมีทั้งงาน 2-3 มิติเป็นรูปทรงที่นิยมขึ้นโครงสร้างรูปทรงงานออกแบบในหลายแขนงหลักการคือเราจะวาดรูปอะไรเราต้องเข้าใจว่าในรูปร่างรูปทรงนั้นมีทรงภาพรวมเป็นรูปทรงแบบใดในเลขาคณิตจากการเริ่มต้นควรมีต้นแบบในการวาดภาพก่อนเป็นอันดับแรก

การออกแบบและการวาด เป็นไปได้ที่ศิลปินอาจลืมเรื่องพื้นฐานที่เน้นการมองเห็นรูปร่างรูปทรงทั้งนี้รูปร่างคือพื้นฐานที่ขอบเขตที่กำหนดจากรูปทรงภายนอกอาจเป็นเส้นหรือสีหรือเปลี่ยนแปลงไปได้ตามงานศิลปะ Amy E ..Arntson. (1998). (45) Graphic. Design Basics Harcourt Brace College Publishers



ภาพที่ 2.13



ภาพที่ 2.14

ภาพที่ 2.15

ภาพที่ 2.13 ตัวอย่างภาพรูปทรงเลขาคณิต

<https://www.pinterest.com/pin/794322452997563588/> 9 เมษายน 2560

ภาพที่ 2.14 ตัวอย่างภาพรูปทรงเลขาคณิต

<http://carolsunsketchbook.blogspot.ru/2009/08/why-is-drawing-from-observation.html/> 9 เมษายน

2560

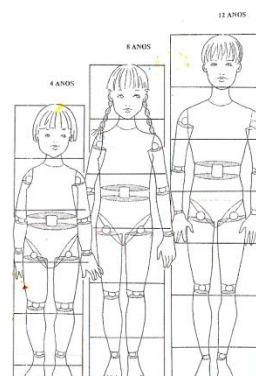
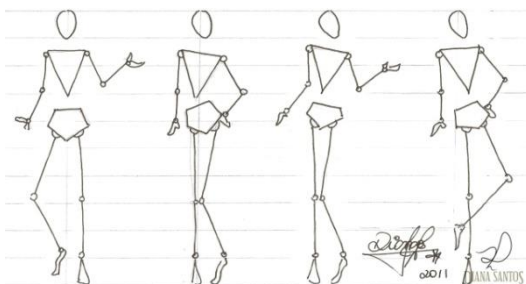
ภาพที่ 2.15 ตัวอย่างภาพรูปทรงเลขาคณิต

<https://www.pinterest.com/pin/496662665133098173/> 9 เมษายน 2560

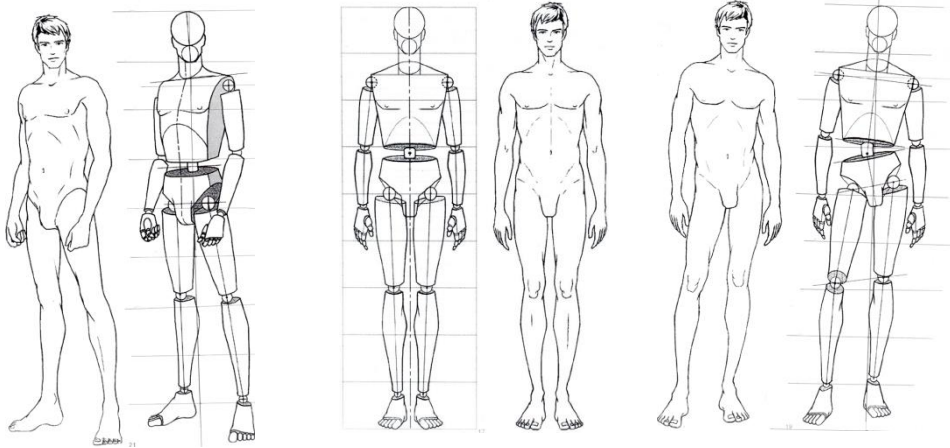
2. ทักษะความเข้าใจในการขึ้นโครงสร้าง

การวาดวัตถุหลายมิติต้องมีพื้นฐานเรื่องการจัดองค์ประกอบศิลป์ในการจัดวางและต้องมีความเข้าใจเรื่องระยะและขนาดในการวาด

พีเชษฐ วัฒนเวสกร ได้กล่าวถึงสัดส่วนไว้ การวาดคนส่วนแขนขานิยมใช้รูปทรงกระบอกในการวาดเพื่องานกับการพัฒนางานขนาดในการวาดรูปทรงมนุษย์สัดส่วนของร่างกายสามารถบอกอายุและเพศได้ด้วย พีเชษฐ วัฒนเวสกร. (2552). Basic CG Painting. หน้า 19, 21. IDC info Distributor Center.



ภาพที่ 2.16



ภาพที่ 2.17

ภาพที่ 2.16 ตัวอย่างภาพการขึ้นโครงสร้าง

ที่มา <http://croquiandomoda.blogspot.co.za/2016/03/desenho-de-moda-dicas-para-iniciantes.html/> 9 เมษายน 2560

ภาพที่ 2.17 ตัวอย่างภาพการขึ้นโครงสร้าง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/794322452997581880/> 9 เมษายน 2560

โดยกระบวนการผู้ออกแบบต้องเข้าใจว่าในการจัดวางภาพที่จะวาดมีส่วนประกอบอะไรบ้างที่ตรงกับการสื่อความหมาย



ภาพที่ 2.18 องค์ประกอบของภาพ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/379217231109244166/> 9 เมษายน 2560

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/794322452997587390/> 9 เมษายน 2560

หลังจากนั้นกำหนดพื้นที่ในการจัดองค์ประกอบโดยใช้ภาพร่างและเมื่อได้การจัดวางที่สมบูรณ์แล้วเราสามารถวาดภาพต้นแบบได้ตามที่กำหนด

มุมมองในการจัดภาพเป็นสิ่งที่ต้องมีการออกแบบมุมมองไม่จำกัดตามที่นักออกแบบคนหนึ่งจะคิดได้

การกำหนดระยะง่าย ๆ เพื่อให้เข้าใจเราสามารถกำหนดระยะออกได้ 3 ระยะประกอบไปด้วย ใกล้ กลางและไกล เพื่อให้งานวาดมีมิติมากขึ้น



ภาพที่ 2.19



ภาพที่ 2.20



ภาพที่ 2.21

ภาพที่ 2.19 ตัวอย่างภาพ การออกแบบมุมมองในการจัดภาพไกล

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/512847476303427336/> 17 เมษายน 2560

ภาพที่ 2.20 ตัวอย่างภาพ การออกแบบมุมมองในการจัดภาพกลาง

<https://www.pinterest.com/pin/512847476303427336/> 17 เมษายน 2560

ภาพที่ 2.21 ตัวอย่างภาพ การออกแบบมุมมองในการจัดภาพใกล้

<https://www.pinterest.com/pin/512847476303427336/> 17 เมษายน 2560

สิ่งหนึ่งที่นักออกแบบควรมีความรู้เพิ่มเติมคือการใช้ภาพโดยใช้จุดนำสายตาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการวาดเส้น นักออกแบบสามารถวาดเส้นที่มาจากจุดนำสายตาได้ทั้งหมด ตั้งแต่วัตถุหนึ่งชิ้นหรือมากกว่าตลอดจนสามารถทำองค์ประกอบภาพได้หากมีความชำนาญและการฝึกฝนมากขึ้นงานลายเส้นก็สามารถนำไปสู่การพัฒนาการใช้งานได้มากขึ้น

จุดนำสายตานิยมวางในงานฉากทิวทัศน์และงานวัสดุที่มีขนาดความยาวที่แตกต่างแบบเป็นระยะ
ได้



ภาพที่ 2.22

ภาพที่ 2.23

ภาพที่ 2.22 ตัวอย่างภาพการวางจุดนำสายตา

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/512847476303427336/> 17 เมษายน 2560

ภาพที่ 2.23 ตัวอย่างภาพการวางจุดนำสายตา

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/512847476303427336/> 17 เมษายน 2560

ขั้นตอนการวาดเส้นเพื่อใช้ในการผลิตภาพ

เมื่อนักออกแบบมีความสามารถในการวาดภาพขั้นพื้นฐานได้แล้วเราจะนำการวาดเหล่านั้นมาสู่กระบวนการวาดเส้นเพื่องานนิเทศศิลป์เพื่อโฆษณา

โดยเริ่มต้นจากการทราบความต้องการของลูกค้าและแนวคิดต่างๆและประเภทของสื่อที่จะทำการผลิตและเมื่อได้ข้อมูลต่างๆแล้วนักออกแบบต้องทำการกำหนดแนวคิดว่าภาพควรมีอะไรที่สื่อสารบ้าง

การร่างภาพจะมีอยู่ 3 ระดับได้แก่

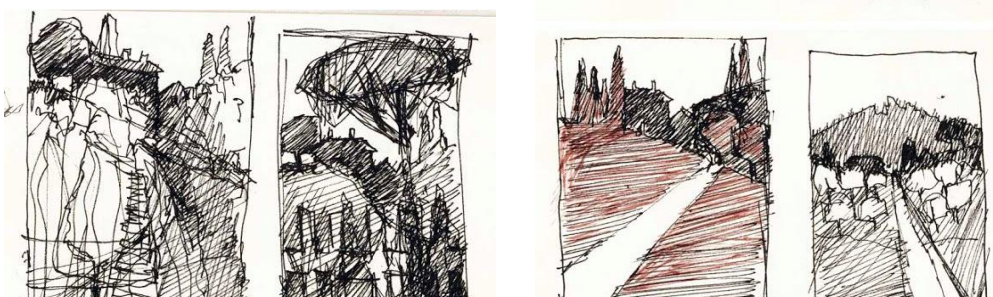
1. ร่างแนวคิด คือการนำแนวคิดมาร่างเป็นภาพแนวคิดเพื่อให้เข้าใจว่าในแนวคิดมีอะไรบ้าง การร่างภาพในระดับนี้มีความยืดหยุ่นสูงและใช้เวลาเพียงไม่นานทั้งยังไม่ต้องกำกับในเรื่องรูปแบบตัวอักษรที่ชัดเจนแต่ต้องกำหนดการจัดวางอย่างชัดเจนของพื้นที่

Robert Cullinane. (1990). 6 The Complete Book of Comprehensives. Van Nostrand Reinhold New York.

2. ร่างรายละเอียดแบบหยาบ คือการร่างขยายภาพต้นฉบับที่เราต้องการมาขยายทั้งกำหนดข้อความและรายละเอียดเทคนิคงานผลิต สำหรับการร่างภาพหยาบ เป็นขั้นตอนที่ขนาดใหญ่กว่าการร่างภาพแบบไอเดีย (แบบย่อ) เพราะสามารถให้รายละเอียดและสร้างความกลมกลืนโดยที่คุณแทบจะกำจัดแนวคิดออกไปแล้วด้วยซ้ำเพราะมันคือกระบวนการจัดภาพ และส่วนประกอบเท่านั้น Robin Landia. (2010). Advertising by Design Jon Wiley & Sons, Lnc. P.21

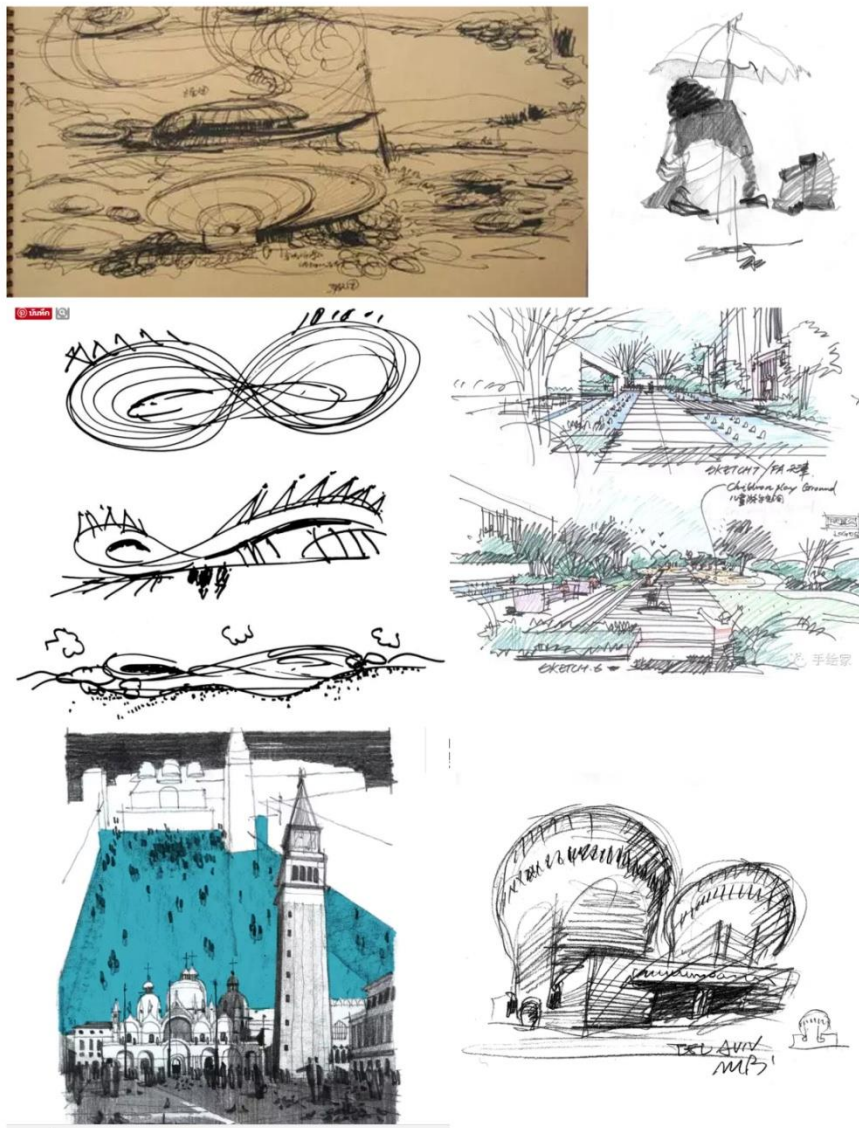
3. ร่างแบบสมบูรณ์และขยาย คือการนำงานร่างหยาบมาพัฒนาให้มีความเหมือนที่สุดจนรูปแบบอาจมีการลงสีและอาจตัดปะหรืออาจใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบ

งานร่างภาพเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเราเรียกว่าเลเอาท์ เมื่อได้เลเอาท์ ตัวสมบูรณ์จากการร่างและขยายใส่สีแล้วเราก็นำส่วนนั้นไปทำการผลิตตั้งงานกราฟิก จนถึงกระบวนการผลิตต่างๆออกไป



ภาพที่ 2.24 ตัวอย่างภาพการออกแบบเดเอท

ร
ม
า



<https://www.pinterest.com/pin/3799980909846387/> 17 เมษายน 2560

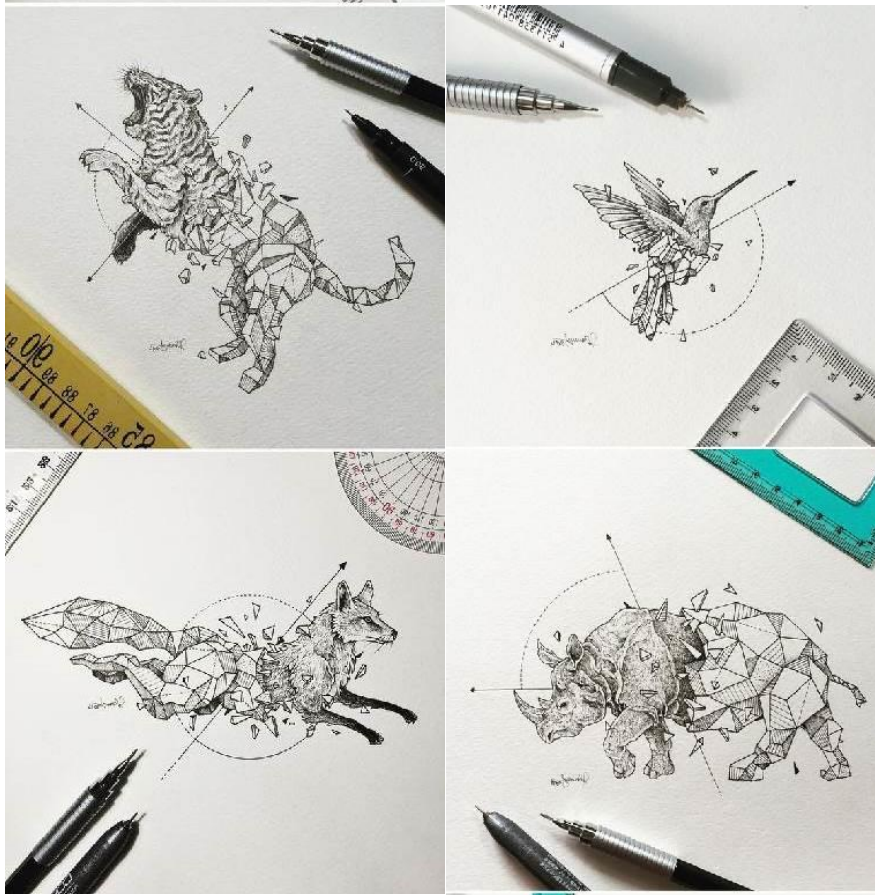
ภาพที่ 2.25 ตัวอย่างภาพการออกแบบเลเอาท์

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzAwMzY4NDQ0MQ%3D%3D&mid=400252734&idx=1&sn=361d321f10b86e00e320fdea53b70b29&scene=5&srcid=1103I1NRXSajUGRJGXFVIQ5#wechat_redirect / 17 เมษายน 2560

การประยุกต์ใช้งานวาด

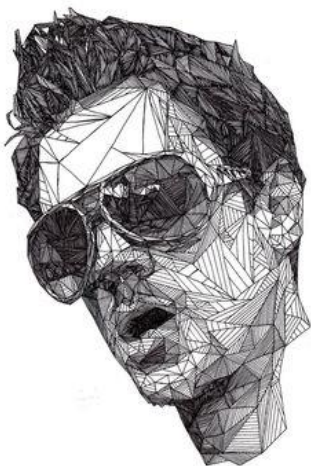
งานวาด คือการนำแนวคิดสร้างสรรค์ออกมาเป็นรูปภาพเพื่อให้เข้าใจภาพและส่งผลถึงกระบวนการผลิตในรูปแบบของงานผลิตได้ทั้งรูปแบบเทคนิค นอกจากนี้ยังสามารถสร้างจนเป็นตัวชิ้นงานที่ใช้ในการผลิตจริงด้วยเทคนิคการวาดงานลงสีตลอดจนสามารถนำมาใช้ในการสร้างลวดลายลงบนวัสดุต่างๆ ให้เกิดความสวยงามและความแตกต่างกันไปแม้แต่งานถ่ายภาพและงานภาพเคลื่อนไหวต่างๆ ที่นำรูปแบบงานวาดลายเส้นมาใช้ร่วมกับงานสร้างสรรค์ทำให้เกิดมุมมองต่างๆ ได้

ดังนั้นงานวาดจึงมีความสามารถมากกว่าการถ่ายทอดความคิด ความสวยงาม และงานวาดเล่น เราจะมองเห็นว่านักศิลปะระดับโลกทั้งหลายกลับมีความสามารถพื้นฐานได้เป็นอย่างดี ดังนั้นนักออกแบบควรมีความสามารถด้านงานวาดไว้ด้วยก็สามารถทำให้เกิดประโยชน์กับงานสร้างสรรค์มากขึ้นได้



ภาพที่ 2.26 ตัวอย่างภาพงานวาด

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/289848926004386387/> 17 เมษายน 2560



ภาพที่ 2.27

ภาพที่ 2.28

ภาพที่ 2.27 ตัวอย่างภาพงานวาด

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/655907133200435078/> 17 เมษายน 2560

ภาพที่ 2.28 ตัวอย่างภาพงานวาด

ที่มา <https://www.psfk.com/2012/01/top-creative-projects-2011.html/> 17 เมษายน 2560



ภาพที่ 2.29



ภาพที่ 2.30



ภาพที่ 2.31

ภาพที่ 2.29 ตัวอย่างภาพงานวาด

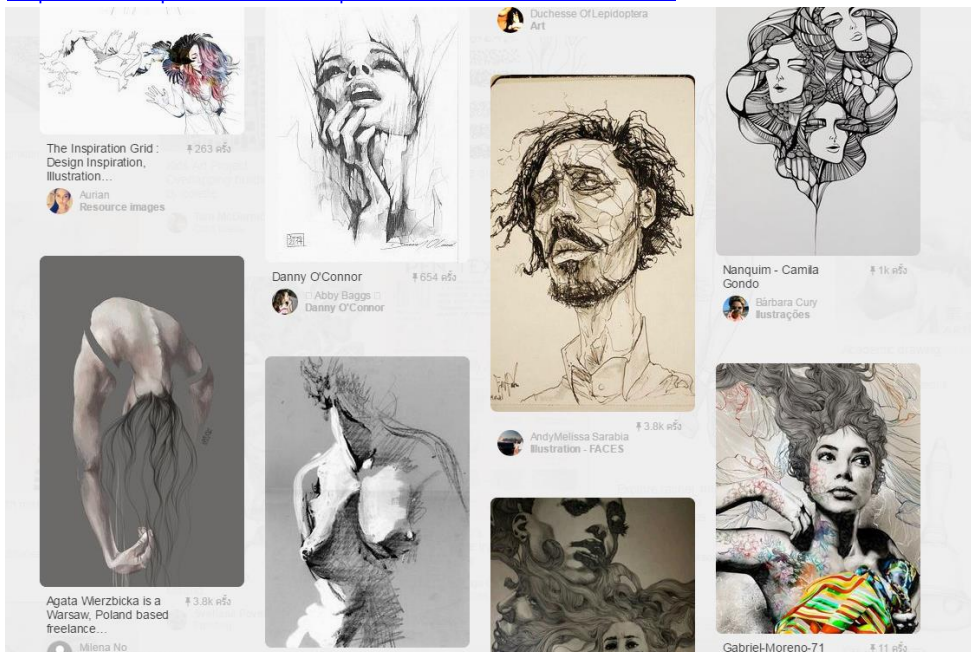
ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/423197696213525515/> 17 เมษายน 2560

ภาพที่ 2.30 ตัวอย่างภาพงานวาด

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/632544710132765315/> 17 เมษายน 2560

ภาพที่ 2.31 ตัวอย่างภาพงานวาด

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/655907133200435060/> 17 เมษายน 2560



ภาพที่ 2.32 ตัวอย่างภาพงานวาด

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/299559812700635362/> 17 เมษายน 2560

เอกสารอ้างอิง / บรรณานุกรม

อนันต์ ประภาโส. (2553). *วาดเส้นพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ ศิลปะภา

จารุพรรณ ททรัพย์ปรุ่ง. (2548). *เอกสารการสอนหลักการออกแบบ*. คณะศิลปกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา

ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์. (2557). หน้าที่ 40,42

พิเชษฐ วัฒนเวสกร. (2552). *Basic CG Painting*. IDC info Distributor Center

ต้นข้าวและคณะ. (2533). *จักรานุกฤตการพิมพ์*

Jose m. Parramon,.(1988). *The Complete of Drawing*.

James Horton. (1998). *An Introduction To Drawing*. The DK Art School

Barrington Barber. (2015). *Introduction To Drawing*. Arcturs Publishing

<https://www.aliexpress.com/w/wholesale-inches-metric.html>. 27 กุมภาพันธ์ 2560

<https://sites.google.com/site/poapondbookcenter/kradas/phukan>. 27 กุมภาพันธ์ 2560

<http://www.firsthdwallpapers.com/rainbow-pencils-hd-wallpapers.html>.

27 กุมภาพันธ์ 2560

http://www.cpss.ac.th/learnonline/art_nam/unit_1_2.html. 27 กุมภาพันธ์ 2560

Amy E ..Arntson. (1998). *Graphic Design Basics*. Harcourt Brace College Publishers 45

Robert Cullinane. (1990). *The Complete Book of Comprehensives*. Van Nostrand Reinhold New York .6

Robin Landia. (2010). *Advertising by Design*. Jon Wiley & Sons , Lnc P.21

องค์ประกอบศิลป์เพื่อใช้ในการออกแบบ

องค์ประกอบพื้นฐาน

การจัดวางองค์ประกอบเพื่อการออกแบบ

บทที่ 3

องค์ประกอบพื้นฐาน และการจัดองค์ประกอบศิลป์เพื่อใช้ในการ ออกแบบงานนิเทศศิลป์เพื่อนำไปใช้ในโฆษณา

งานออกแบบนิเทศศิลป์มีพื้นฐานมาจากการออกแบบในงานด้านศิลปะ ดังนั้นสิ่งที่จะขาดไม่ได้ คือองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบซึ่งมีหน้าที่ในการวางกำหนดตำแหน่งและทำให้งานออกแบบนั้นมีความสวยงามตามความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยงานที่นำองค์ประกอบ ศิลป์ไปใช้ประกอบไปด้วยงานศิลปะ งานออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์ งานออกแบบการถ่ายภาพ งานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และงานออกแบบนิเทศศิลป์ และงานโฆษณา

1. องค์ประกอบศิลป์เพื่อฐานทางการออก

อารีเย ศรีกัลยาณบุตร กล่าวถึงองค์ประกอบศิลป์ในหนังสือการออกแบบสิ่งพิมพ์ว่าองค์ประกอบศิลป์เพื่อฐานทางการออกแบบสามารถมาประยุกต์ใช้ในศาสตร์ทางด้านศิลปะและงานออกแบบทุกแขนง องค์ประกอบเหล่านั้นเปรียบเหมือนภาพต่อขนาดเล็กลง อาจมีความหมายหรือไม่มีความหมายก็ได้แต่เมื่อนำมาต่อกันตามหลักการออกแบบจะออกเป็นภาพขนาดใหญ่ที่มีความหมายและสื่อสารในแนวคิดใหม่ได้ อารีเย ศรีกัลยาณบุตร. (2550). การออกแบบสิ่งพิมพ์ หน้า 61

2. องค์ประกอบศิลป์งานออกแบบด้านกราฟิก

อนัน วาโษะ อารีเย ศรีกัลยาณบุตร กล่าวถึงองค์ประกอบศิลป์งานออกแบบด้านกราฟิกว่า องค์ประกอบศิลป์เกิดจากองค์ประกอบต่างๆประกอบกันซึ่งจะมีความหมายที่สามารถสื่อถึงความรู้สึกและมีคุณสมบัติแตกต่างกัน นักออกแบบควรมีความรู้และเข้าใจ รู้จักใช้องค์ประกอบให้มีความสอดคล้องกับแนวคิดของงาน

อนัน วาโษะ. (2558). Graphic Design For Printing# Publishing. หน้า 7

ดังนั้น นักออกแบบควรมีความรู้และความเข้าใจในหลักการและแนวคิดเพื่อนำองค์ประกอบศิลป์ไปใช้ในงานด้านต่างๆได้

บทบาทองค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบ (Design Elements)

องค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่นักออกแบบอาจมีความรู้ความเข้าใจมาไม่มากนักน้อย โดยหัวใจขององค์ประกอบขั้นพื้นฐานจะประกอบไปด้วย จุด, เส้น, รูปร่าง, รูปทรง, พื้นผิว, พื้นที่ และ สี ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบ

1. บทบาทขององค์ประกอบพื้นฐานกับการใช้ภาษา

ปราโมทย์ แสงผลสิทธิ์ กล่าวถึงบทบาทขององค์ประกอบพื้นฐานว่ามีความใกล้เคียงกับการใช้ภาษา ทั้งนี้ภาษาสามารถนำมาใช้ในการจัดกลุ่มวลี และประโยชนได้และส่งผลกับการสื่อสาร เช่นเดียวกันกับการออกแบบที่สมบูรณ์โดยใช้เกณฑ์ทางการออกแบบเป็นตัวที่จะทำให้มองดูแล้วมีความสวยงามเป็นที่ต้องตาต้องใจสำหรับผู้พบเห็นเช่นเดียวกับหลักภาษาและสามารถประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในงานออกแบบทุกประเภทได้ ปราโมทย์ แสงผลสิทธิ์. (2540). การออกแบบนิเทศศิลป์. พิมพ์ครั้งแรก. หน้า131

2. องค์ประกอบการจัดระเบียบ

ธารทิพย์ เสริมทวีวัฒน์ กล่าวถึงบทบาทขององค์ประกอบพื้นฐานการออกแบบไว้ได้ดีและน่าสนใจ การออกแบบที่ดี คือการแสดงให้เห็นถึงการจัดระเบียบที่ดีมีความงามปรากฏตามมาเมื่องานออกแบบนั้นเสร็จสิ้นและยังได้กล่าวความสำคัญของประโยชนการจัดองค์ประกอบไว้ในเรื่องระเบียบตำแหน่งและสามารถจัดความสำคัญในภาพได้ ธารทิพย์ เสริมทวีวัฒน์. (2550). การออกแบบพาดิศิลป์. หน้า44

นักออกแบบต้องทำความเข้าใจในพื้นฐานการออกแบบเพื่อสามารถนำองค์ประกอบเหล่านั้นมาใช้ในการทำงานดังต่อไปนี้

2.1 ทำให้ผู้ออกแบบมีความเข้าใจในองค์ประกอบศิลปะที่เป็นพื้นฐานที่นำไปสู่กระบวนการออกแบบทั้งขนาดเล็กและใหญ่เพราะมันเป็นคือพื้นฐานของการสร้างสรรค์งานออกแบบ

2.2 สามารถนำองค์ประกอบต่างๆมาใช้ในงานออกแบบด้านศิลปะและออกแบบให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และมีความหลากหลายในการสร้างสรรค์งานต่างๆได้

2.3 องค์ประกอบศิลปะขั้นพื้นฐานคือกระบวนการคิดที่สามารถนำไปสู่การคิดที่มีความหลากหลายแตกต่างจนถึงความเรียบง่ายซึ่งส่งผลต่อกระบวนการจัดองค์ประกอบศิลปะที่มีความหลากหลายได้มากมายทั้งรูปแบบและสินค้าและสื่อที่ใช้ทางการตลาดและงานโฆษณา

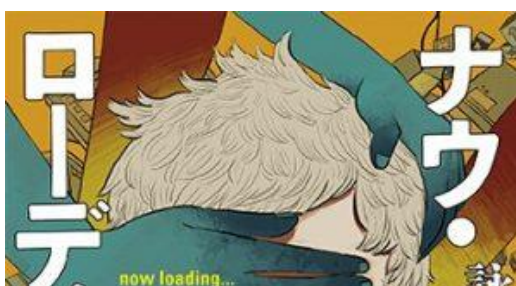
2.4 การใช้ลายเส้นพื้นฐานสามารถส่งผลถึงพฤติกรรมทางจิตวิทยาผู้บริโภคที่มีความหลากหลายได้มากขึ้น



ภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.2



ภาพที่ 3.4



ภาพที่ 3.3

ภาพที่ 3.5

ภาพที่ 3.1 ตัวอย่างภาพการออกแบบงานด้านศิลปะ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/377598749994008088/> 19 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.2 ตัวอย่างภาพการออกแบบงานด้านศิลปะ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/720857484076548440/> 19 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.3 ตัวอย่างภาพการออกแบบงานด้านศิลปะ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/720857484076548440/> 19 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.4 ตัวอย่างภาพการออกแบบงานด้านศิลปะ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/370772981809084698/> 19 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.5 ตัวอย่างภาพการออกแบบงานด้านศิลปะ

ที่มา <http://www.bird-graphics.com/?paged=4> /19 เมษายน 2560

องค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบงานนิเทศศิลป์

องค์ประกอบพื้นฐานเป็นส่วนในการผลิตงานสร้างสรรค์มากมายอาจมีทั้ง 8 ชนิดที่ประกอบไปด้วย เส้น รูปว่าง รูปทรง น้ำหนัก พื้นผิว ที่ว่าง สี และตัวอักษร ที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบได้ซึ่ง อนัน วาโชะ. (2558). Graphic Design For Printing# Publishing. หน้า 7

ในการออกแบบองค์ประกอบ (Composition) คือผลลัพธ์ของการนำส่วนมูลฐานทางการออกแบบมาประกอบกันขึ้นเพื่อทำการจัดวางเรียบเรียงและปรับปรุงเพื่อสื่อความหมายและแสดงความคิดทางศิลปะ เกิดการเรียนรู้เกิดความรู้สึกได้อย่างสนุกไม่สิ้นสุด จารุพรรณ ทรัพย์ปรง. (2548). เอกสารการสอนหลักการออกแบบ. หน้า 25

นักออกแบบสามารถทำความเข้าใจองค์ประกอบมาสร้างการออกแบบได้ด้วยความโดดเด่นสะดุดตาและตอบสนองการรับรู้ได้อย่างสวยงาม

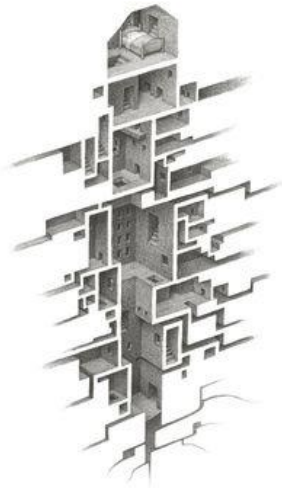
ดังนั้นนักออกแบบควรมีความรู้และเข้าใจในพื้นฐานเพื่อการออกแบบที่ประกอบไปด้วย

1. พื้นที่ว่าง (space)

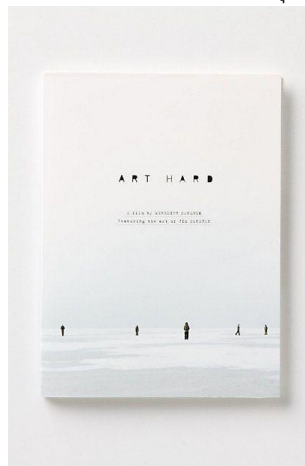
พื้นที่ว่างปรากฏในงานออกแบบเสมอ สามารถมองเห็นได้ในลักษณะสองมิติและสามมิติ เป็นระยะห่างหรือพื้นที่ที่เกิดขึ้นระหว่างบริเวณรอบ ๆ ของรูปภาพหลัก หรือวัตถุที่ปรากฏในงานศิลปะ หากต้องการใช้พื้นที่ว่างในงานออกแบบก็สามารถกระทำได้ โดยการจัดวางรูปร่างให้มีขนาดแตกต่างกันกับภาพและวัตถุในการจัดองค์ประกอบ

พื้นที่ว่าง คือส่วนพื้นฐานที่ของศิลปะและงานออกแบบเป็นฐานรับในผลงานในงานออกแบบและงานศิลปะในทุกประเภท ซึ่งอาจเป็นพื้นกระดาษ พื้นไม้ พื้นกำแพงหรือวัสดุพื้นผิวที่สามารถสร้างสรรค์งานศิลปะและงานออกแบบลงไปได้

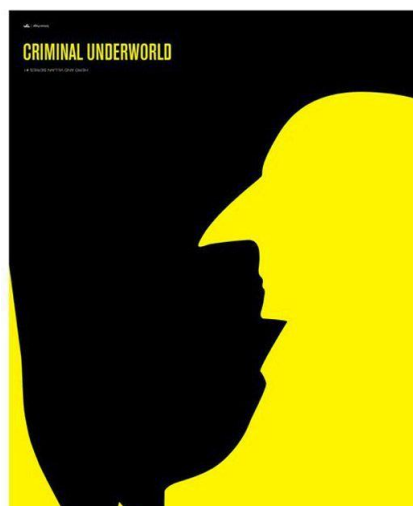
สำหรับประโยชน์ในการใช้งาน สามารถสร้างความแตกต่างในการมองเห็น ที่มีการจัดวางและทำให้เกิดจุดเด่นในภาพ โดยทั้งนี้ ในหนึ่งพื้นที่ทางการออกแบบการใช้พื้นที่ว่างสามารถทำให้เกิดมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น



ภาพที่ 3.6



ภาพที่ 3.7



ภาพที่ 3.8

ภาพที่ 3.9

ภาพที่ 3.6 ตัวอย่างภาพการใช้พื้นที่ว่าง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/409898003556508696/> 19 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.7 ตัวอย่างภาพการใช้พื้นที่ว่าง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/439804719838759714/> 19 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.8 ตัวอย่างภาพการใช้พื้นที่ว่าง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/439804719838759714/> 19 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.9 ตัวอย่างภาพการใช้พื้นที่ว่าง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/439804719838759714/> 19 เมษายน 2560

2. จุด (point)

ปราโมทย์ แสดงพลสิทธิ์ : ม.ป.ป. ได้กล่าวถึงจุดไว้ว่าเป็นการเริ่มต้นทางการออกแบบ หากนักออกแบบต้องการแสดงจินตนาการหรือความคิดของตนให้ปรากฏเป็นรูปร่างหรือรูปทรงชนิดต่าง ๆ จุดจึงเป็นเริ่มต้นแรกก็และให้คำนิยามว่า การจรดปากกาหรือดินสอลงบนกระดาษ รอยจรดปากกาหรือดินสอดังกล่าว หากสิ้นสุดเพียงแค่นั้น ก็ถือได้ว่า "เกิดรูปรอยของจุดขึ้นแล้ว"

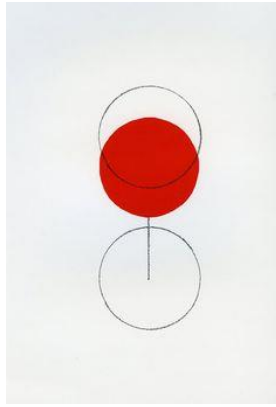
คุณธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์ ได้กล่าวถึงจุดไว้ว่า องค์ประกอบขนาดเล็กที่สุด เมื่อเทียบกับองค์ประกอบด้านอื่น ๆ จุดมีทั้งสีดำแดงหรืออื่นๆโดยไม่จำเป็นต้องเป็นจุดวงกลมอาจมีรูปทรงเหลี่ยมเป็นอักษร หรือเครื่องหมายมีมากกว่า 2 มิติก็ได้ แต่ที่สำคัญจุดต้องมีขนาดที่เล็กกว่าองค์ประกอบต่างๆ (คุณธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์. (2557).

ดังนั้นจุดจึงเป็นรูปแบบการเริ่มต้นในการสร้างสรรค์ และจุดมีรูปแบบขนาดที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรเราก็มักนำจุดทางองค์ประกอบศิลป์มาใช้ในการผลิตงานออกแบบได้เสมอ สำหรับประโยชน์ในการใช้งาน จุดสามารถสร้างสรรค์ผลงานออกแบบให้ต่าง ๆ ทางการออกแบบได้โดยใช้ความหนาแน่นและการนำมาใช้ให้เกิดมิติในการมองเห็นจนถึงทำให้เกิดรูปร่างรูปทรง เช่น การเขียนภาพประกอบโดยใช้จุดที่เรียกว่า "การเขียนภาพแบบป้อยท์ทิลลิสม์" (pointilism drawing)

จุดในแนวคิดการออกแบบก็ยังสามารถใช้ในการกำหนด ตำแหน่งเพื่อใช้ในการวางภาพในการด้านการจัดองค์ประกอบภาพ เพื่อสร้างตำแหน่งในการมองเห็นที่โดดเด่นและชัดเจน โดยนิยมนำมาใช้ในการถ่ายภาพ การออกแบบและงานโฆษณา

จุดยังสามารถนำมาใช้ในการสร้างลวดลายในงานศิลปะในด้านแพ้น์ชั่นเสื้อผ้า การตกแต่งและการออกแบบงานกราฟิกต่างๆได้





ภาพที่ 3.10



ภาพที่ 3.11

ภาพที่ 3.12

ภาพที่ 3.10 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้จุด

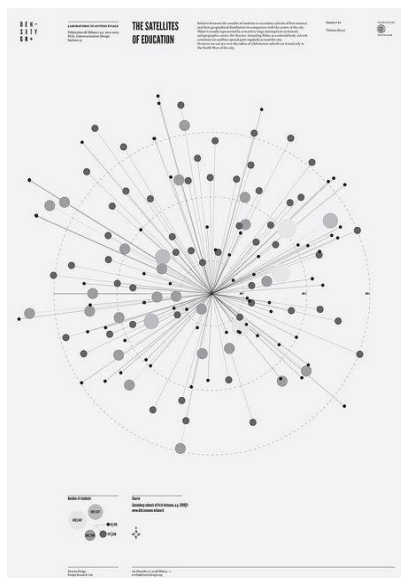
ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/216806169541176258/> 19 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.11 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้จุด

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/254594185165214474/> 19 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.12 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้จุด

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/265149496785669241/> 19 เมษายน 2560



ภาพที่ 3.13



ภาพที่ 3.14



ภาพที่ 3.15

ภาพที่ 3.16

ภาพที่ 3.13 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้จุด

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/265149496785669241/> 19 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.14 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้จุด

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/165366617542574282/> 19 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.15 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้จุด

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/443604632017669833/> 19 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.16 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้จุด

ที่มา <https://www.flickr.com/photos/benheine/4362323046/sizes/l/in/photostream/> 19 เมษายน 2560

กรณีศึกษา การออกแบบ Logo ให้ Seed Media Group, Sagmeister, New York ที่ได้กำหนดแนวคิดในการนำดีทอปเพล็กซ์เซลในคอมพิวเตอร์(จุด)ในการสร้างรูปร่างรูปทรงเพื่อให้มีรูปร่างเป็นดอกทานตะวันที่เป็นจุดที่ส่งต่อผลแนวคิดและการมองเห็น แสดงให้เห็นความสามารถในการพัฒนาจุดไปสู่การสร้างสรรคต่างๆได้ Catharine fishel&Bill gaedner. (2011). Logo Longe6 Rockport Publishers. amember of Quayside Publishing Group.

3. เส้น (line)

ปราโมทย์ แสดงพลสิทธิ์ ได้กล่าวไว้ว่า เส้นเกิดจากการสร้างจุดอย่างต่อเนื่องให้มองเห็นเป็นเส้นชนิดต่าง ๆ หากเป็นเส้นที่ยังคงลักษณะของจุดก็จะเรียกว่า "เส้นไขปลา" หรือเส้นประ แต่หากไม่ปรากฏลักษณะของจุดให้เห็นก็จะเรียกว่า เส้น ลักษณะของเส้นที่ใช้ในการออกแบบนิยมเรียกกันทั่ว ๆ ไปตามลักษณะที่มองเห็น เช่น เส้นประ, เส้นตรง, เส้นโค้ง, เส้นหยัก, เส้นคลื่น (ปราโมทย์ แสดงพลสิทธิ์. หน้า 132)

อนันต์ ประภาโส ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า เส้นมีมิติเดียวคือความยาว ไม่มีความกว้างความหนาและจะพบเส้นโดยทั่วไปทางธรรมชาติ โดยที่เส้นเกิดจากการเรียงตัวของจุดเล็กๆอย่างต่อเนื่องและเคลื่อนตัวไปทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ชนิดของเส้นประกอบไปด้วย เส้นแกน เส้นโครง เส้นรอบนอก เส้นรูปร่างสองมิติและสามมิติ โดยมีคุณลักษณะของเส้น ได้แก่ เส้นตรง, โค้ง,

(อนันต์ ประภาโส. วาดเส้นพื้นฐาน. หน้า 18)

ดังนั้น เส้นจึงเกิดจากการรวมตัวกันของจุดจนกลายเป็นเส้น ทั้งนี้เส้นอาจประกอบไปด้วยหลายรูปแบบทั้งเส้นตรง โค้ง ทะแยงโดยลักษณะของเส้นสามารถสร้างการสื่อความหมายทางความรู้สึกและแนวคิด ได้ด้วยในอีกทางในด้านศิลปะและการสื่อสาร

สำหรับประโยชน์ในการใช้งาน เส้นสามารถนำไปใช้ในการเป็นพื้นฐานในการถ่ายทอดทางความคิดพื้นฐานทั้งการกำหนดแนวคิดทางการสื่อสาร การร่างภาพ และนำไปใช้ในการตกแต่งต่างๆ ทั้งรูปแบบ ในงานด้านการถ่ายภาพ การออกแบบงานศิลปะเพื่อจัดองค์ประกอบ การออกแบบและงานกราฟฟิกที่นำรูปแบบการสื่อสารและองค์ประกอบศิลป์และพัฒนาไปสู่งานออกแบบทางด้านกราฟฟิก หนังสือ โฆษณา ภาพยนตร์ และงานอื่นๆ



ภาพที่ 3.17



ภาพที่ 3.18

ภาพที่ 3.17 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้เส้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/165366617542574282/> 21 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.18 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้เส้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/165366617542574282/> 21 เมษายน 2560



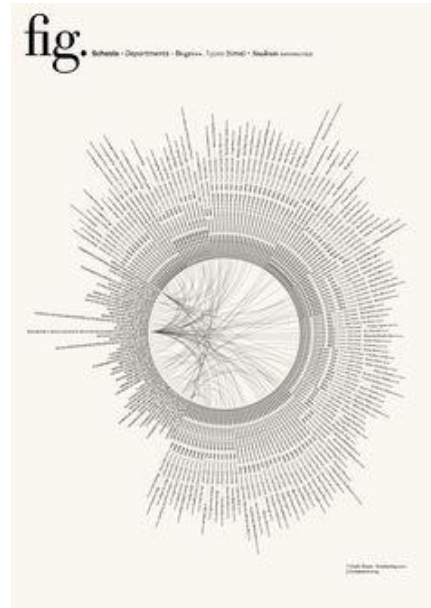
ภาพที่ 3.19



ภาพที่ 3.20



ภาพที่ 3.21



ภาพที่ 3.22

ภาพที่ 3.19 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้เส้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/549368854524735319/> 25 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.20 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้เส้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/549368854524735319/> 25 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.21 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้เส้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/165366617542574282/> 25 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.22 ตัวอย่างภาพการออกแบบโดยใช้เส้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/165366617542574282/> 25 เมษายน 2560

กรณีศึกษา Fragile, Italy. การออกแบบโลโก้ใหม่ให้กับบริษัท Methis เคยใช้แนวคิดการใช้เส้นเข้ามาในรูปทรงเดิมทำให้มีความรู้สึกโปร่งใสและยังคงรูปร่างตัวอักษรที่ชัดเจนและยังคงรูปทรงสามเหลี่ยมอยู่ภายใน โดยผู้ออกแบบคิดว่าอยากให้งานออกมามีความรู้สึกของการสัมผัสของมนุษย์เป็นสำคัญและมีความเป็นมนุษย์ให้มากขึ้นจากเส้นที่ขีดเขียน

จึงนับได้ว่าเป็นแนวทางหนึ่งในการใช้เส้นสู่การพัฒนาในงานออกแบบ Catharine fishel&Bill gaedner. (2011). Logo Longe5. Rockport Publishers. amember of Quayside Publishing Group.

4. รูปร่างและรูปทรง (shape and form)

สกนธ์ ภู่งามดี ได้กล่าวถึงรูปร่างและรูปทรงไว้ รูปร่างและรูปทรงสามารถใช้แทนสิ่งต่างๆจากธรรมชาติโดยรูปร่างมีลักษณะเป็น 2 มิติและรูปทรงมีลักษณะเป็น 3 มิติ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่เหมือนจริง, เลขา คณิต, อีสระ, นามธรรม (สกนธ์ ภู่งามดี, การออกแบบและผลิดงานโฆษณา. หน้า 45)

ประพจน์ หนูนกัด้ ได้ให้ทรรณะ ว่ารูปร่างรูปทรงและยังประกอบไปด้วยปริมาตร โดยรูปร่างเป็นส่วนการพัฒนามาจากเส้นมี2มิติมีความกว้างคุณยาวและอาจเป็นรูปคน ต้นไม้ดอกไม้ ส่วนรูปทรง มี 3 มิติ มีกว้างคุณยาว และลึก ที่สามารถมองได้มากกว่ารูปร่าง ปริมาตร คือน้ำหนักของแสง ความมืดสว่างและสามารถให้ความรู้สึกได้ (ประพจน์ หนูนกัด้.หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์. หน้า118)

ดังนั้น รูปร่างและรูปทรงเกิดจากการพัฒนาจากเส้นโดยทั้งรูปร่างและรูปทรงมีความเหมือนกันและแตกต่างกันโดยรูปร่างจะนับได้ว่าเป็นงานประเภท 2 มิติและรูปทรงจัดเป็นงาน 3 มิติ ทั้ง 2 อย่างมีรูปแบบประเภทที่ใกล้เคียงกันและรูปร่างรูปทรงที่นิยมในการใช้มากที่สุดคือรูปทรงเลขาคณิตโดยมีปริมาตรในการเติมเต็มในเรื่องแสงและเงาสำหรับประโยชน์ในการใช้งาน รูปร่างรูปทรงสามารถนำมาใช้ในงานออกแบบได้เพราะโครงสร้างของงานออกแบบทั้งหลายมักมาจากรูปทรงเลขาคณิตทั้ง ที่มนุษย์สร้างขึ้นกับการ จัดองค์ประกอบศิลป์ในการจัดวางและใช้จุดเส้นรูปร่างแสงเงาก็จะทำให้เกิดมุมมองที่มีความหลากหลายมากขึ้น

เราสามารถนำรูปทรงต่างๆมาใช้ทำให้เกิดงานสร้างสรรค์และงานออกแบบที่ใช้ในการออกแบบสื่อต่างๆด้วยรูปทรงที่มีความหลากหลายมากขึ้น

5. ลักษณะผิว (texture)

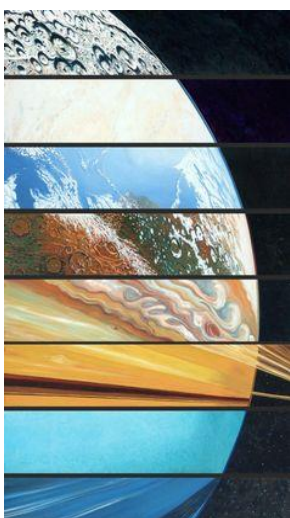
ลักษณะพื้นผิวภายนอกที่บุคคลโดยทั่ว ๆ ไป สามารถมองเห็นจากเปลือกนอกของวัตถุ หรือลักษณะที่รับรู้ได้จากการสัมผัส ลูบคลำ มีปรากฏอยู่ทั่วไปในธรรมชาติรวมทั้งวัตถุที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ลักษณะผิที่ขรุขระ อ่อนนุ่ม และแหลมคม เป็นต้น

ลักษณะของผิวสามารถแยกออกเป็น 2 รูปแบบได้แก่

5.1 วัตถุที่ปรากฏทางกายภาพ เป็นลักษณะผิวที่ปรากฏเป็นจริงตามที่ตามองเห็นและมือสัมผัสได้

5.2 ลักษณะผิวที่ปรากฏตามความรู้สึกที่มองเห็น เพียงด้านเดียวพบเห็นได้ในรูปภาพ ภาพถ่าย หรือภาพเขียน เกิดขึ้นจากเทคนิคการสร้างสรรคภาพที่นักออกแบบหรือศิลปินมีวัตถุประสงค้ในการลวงตาผู้ดู ซึ่งพื้นผิวในงานสร้างสรรค์มักจะนำมาใช้กับรูปทรงพื้นที่ที่ทำให้เกิดความรู้สึกในการมองเห็นที่ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันไปในการสร้างสรรค์

สำหรับประโยชน์ในการใช้งาน การสร้างความแตกต่างให้กลับตัวชิ้นงานหลักให้มีรูปแบบภาพที่แตกต่างจากที่มีให้เกิดความโดดเด่นมากขึ้น สามารถนำพื้นผิวมาสู่การนำลงในชิ้นงานหลักเพื่อให้เกิดลวดลายที่ใหม่และมีความแตกต่างได้มากขึ้น ตลอดจนสามารถใช้ในการสร้างความกลมกลืนเพื่อใช้กับงานด้านภูมิทัศน์ในการออกแบบได้ เราสามารถนำภาพมาใช้กับการผลิตงานโดยใช้พื้นผิวที่มีความแตกต่างๆทำให้ภาพหรือองค์ประกอบหลักมีความแตกต่างกันไปได้หลายรูปแบบ เราสามารถนำภาพพื้นผิวมาใช้ในการสร้างทัศนียภาพโดยการใช้เป็นพื้นหลังผลงานเพื่อสร้างความโดดเด่นให้ตัวองค์ประกอบหลักมีคุณค่ามากขึ้นได้



ภาพที่ 3.23

ภาพที่ 3.24

ภาพที่ 3.25

ภาพที่ 3.23 ตัวอย่างภาพลักษณะพื้นผิว

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/369506344413531778/> 25 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.24 ตัวอย่างภาพลักษณะพื้นผิว

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/369506344413531778/> 25 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.25 ตัวอย่างภาพลักษณะพื้นผิว

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/369506344413531778/> 25 เมษายน 2560

6. สีและแสงเงา

สีประกอบด้วยคุณค่าสามด้านในงานศิลปะ ที่ประกอบไปด้วย แสง สีและน้ำหนักเข้ม ทั้งนี้สีเกิดจากรับรู้จากสายตามนุษย์ ที่ประกอบไปด้วยแสงกับวัตถุจึงทำให้เกิดการมองเห็นสีและมิติต่างๆ ของแสงเงา สีถูกนำมาใช้ในการสร้างสรรค์การออกแบบงานศิลปะและอุตสาหกรรมต่างๆ มากมายเพราะสีมีความสามารถในการดึงดูดการสื่อสารทางความหมายโดยความสามารถของสีคือการสร้างการจดจำที่ดีที่สุด

แสงเงาเป็นส่วนที่ทำให้เกิดมิติในการมองเห็นทำให้งานออกแบบมีความสวยงามทั้งด้านอารมณ์และความรู้สึกทั้งนี้นักออกแบบทั้งหลายก็ยังให้ความสำคัญของมิติของแสงเงาอยู่เสมอ

สำหรับประโยชน์ในการใช้งาน นักออกแบบสามารถสร้างความรู้สึกและความโดดเด่นและมีคุณค่าในการมองเห็นที่มากขึ้นกับตัวชิ้นงาน โดยการกำหนดค่าสีตามหลักจิตวิทยาและทฤษฎีสี (หากต้องการความเข้าใจเรื่องสีควรเข้าใจทฤษฎีสี) เพื่อใช้ในการสร้างการดึงดูดและสื่อความหมายได้ สามารถนำมาใช้ในการสร้างแสงสีให้กับงานออกแบบและสร้างสีบนพื้นผิวของงานออกแบบให้มีความแตกต่างหรือการมาใช้ในการออกแบบตามช่วงฤดูกาลและกิจกรรมต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้การออกแบบต้องอาศัยวัสดุต่างๆ เพื่อนำไปใช้กับแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานที่หลากหลายได้หากเข้าใจและพยายามหามุมมองที่ได้จากองค์ประกอบพื้นฐานที่ใช้ในการออกแบบนี้





ภาพที่ 3.26

ภาพที่ 3.27

ภาพที่ 3.26 ตัวอย่างภาพสีและแสงเงา

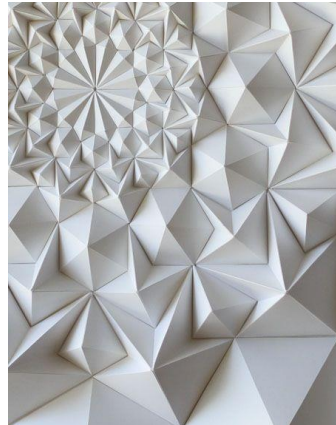
ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/339388521905927154/> 25 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.27 ตัวอย่างภาพสีและแสงเงา

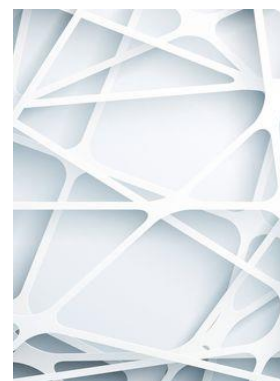
ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/339388521905927154/> 25 เมษายน 2560



ภาพที่ 3.28



ภาพที่ 3.29



ภาพที่ 3.30

ภาพที่ 3.31

ภาพที่ 3.28 ตัวอย่างภาพแสงเงา

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/573012752561747196/> 25 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.29 ตัวอย่างภาพแสงเงา

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/502010689697495937/> 25 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.30 ตัวอย่างภาพแสงเงา

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/573012752561747196/> 25 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.31 ตัวอย่างภาพแสงเงา

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/573012752561747196/> 25 เมษายน 2560

การจัดองค์ประกอบศิลป์เพื่อใช้ในการออกแบบนิเทศศิลป์

องค์ประกอบศิลป์ คือการจัดวางงานศิลปะที่กระจัดกระจาย โดยการจัดองค์ประกอบที่ดีก็มีหลากหลายแนวคิด แต่สามารถทำให้มุมมองที่ออกมามีความแตกต่างและมีความสวยงามจนถึงรูปแบบในการสื่อสารที่น่าสนใจได้ ทั้งนี้ งานองค์ประกอบศิลป์สามารถนำไปสู่กระบวนการออกแบบที่มีความหลากหลายได้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นงานวาดภาพ งานถ่ายภาพ กราฟฟิก งานภาพเคลื่อนไหว และงานสร้างสรรค์อื่นๆ

ดังนั้นหากเปรียบเทียบที่คือสนามฟุตบอล รูปทรงต่างๆคือนักฟุตบอลองค์ประกอบศิลป์คงเปรียบเทียบได้การจัดวางตำแหน่งนักฟุตบอลให้เหมาะสมกับจุดยืนเหมาะสมในการทำคะแนน

โดยหลักการในการจัดองค์ประกอบศิลป์มีแนวคิดที่มีความหลากหลาย ดังนั้นเราจะนำองค์ประกอบศิลป์ที่นิยมมาสู่กระบวนการสร้างการเรียนรู้ซึ่งประกอบไปด้วยหลักการจัดการออกแบบขององค์ประกอบทางทัศนศิลป์(Principle of Design)คือ การนำเอาทัศนธาตุ ได้แก่ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง น้ำหนักอ่อนแก่ บริเวณว่าง สี และพื้นผิว มาจัดประกอบเข้าด้วยกันจนเกิดความพอดี เหมาะสม ทำให้งานศิลปะชิ้นนั้นมีคุณค่ามากขึ้น โดยใช้หลักการจัดภาพพื้นฐานที่นักออกแบบและนักศิลปะนิยมในการจัดภาพประกอบไปด้วย

1. เอกภาพ (Unity)

การรวมกลุ่มก้อนไม่แตกแยกกระจัดกระจายไปคนละทิศทางจนทำให้ขาดความสัมพันธ์กันเช่น รูปทรง สี เรื่องราว ในทางทัศนศิลป์เอกภาพยังเป็นส่วนที่แสดงให้เห็นถึงเนื้อหาเรื่องราวที่ต้องการแสดงอย่างชัดเจนด้วย



ภาพที่ 3.32

ภาพที่ 3.33

ภาพที่ 3.34

ภาพที่ 3.32 ตัวอย่างภาพเอกภาพ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/362750944961553716/> 25 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.33 ตัวอย่างภาพเอกภาพ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/379920918547865344/> 27 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.34 ตัวอย่างภาพเอกภาพ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/265501340509111895/> 25 เมษายน 2560

2. ความสมดุล (Balance)

ความสมดุลในการจัดวางภาพ คือการกำหนดค่านำหนักความหนาแน่นให้อยู่ในพื้นที่ให้มีความเท่าเทียมกันและความสมดุลแต่แตกต่างกันในรูปทรงจนถึงความต่างกันด้วยความแตกต่างและไม่เหมือนกันโดยสามารถแยกออกได้เป็น 2 กลุ่มประกอบไปด้วย

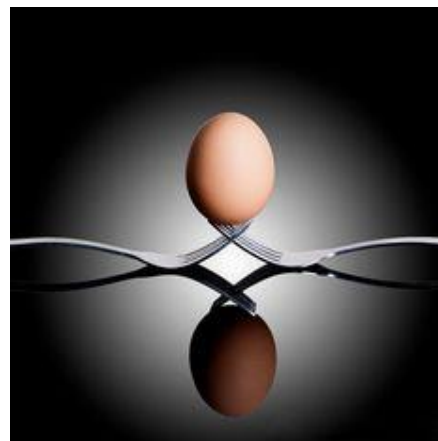
2.1 ความสมดุลของสิ่งที่ซ้ำหรือเหมือนกัน (Symmetrical) คือ เป็นการนำเอาส่วนประกอบที่มีรูปลักษณะเหมือนกัน มาจัดองค์ประกอบรวมเข้าด้วยกันให้ประสานกลมกลืน เกิดการถ่วงน้ำหนักขององค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ในลักษณะที่พอเหมาะพอดีจนรู้สึกว่ามี ความสมดุล อาจด้วยการจัดวางตำแหน่งที่ตั้ง ช่องไฟ ระยะห่าง อัตราจำนวน ขนาดรูปร่าง น้ำหนักอ่อนแก่ ฯลฯ ที่เหมือนกันหรือเท่า ๆ กันจนเกิดเป็นเอกภาพเดียวกัน



ภาพที่ 3.35



ภาพที่ 3.36



ภาพที่ 3.37

ภาพที่ 3.35 ตัวอย่างภาพความสมดุลของสิ่งที่ซ้ำหรือเหมือนกัน

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/391109548871419647/> 27 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.36 ตัวอย่างภาพความสมดุลของสิ่งที่ซ้ำหรือเหมือนกัน

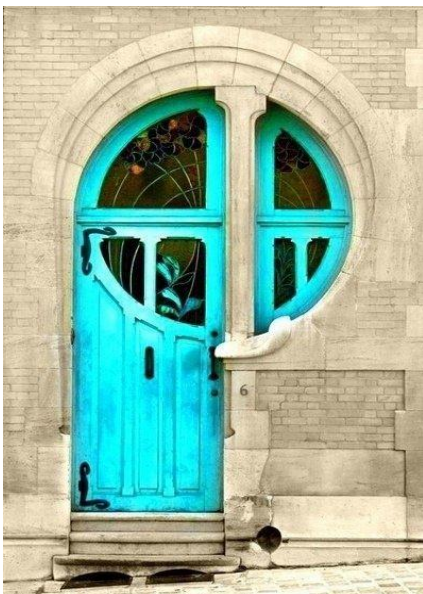
ที่มา <https://www.instagram.com/p/BL-xNP1Dww8/> 27 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.37 ตัวอย่างภาพความสมดุลของสิ่งที่ซ้ำหรือเหมือนกัน

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/386042999279593585/> 27 เมษายน 2560

กรณีศึกษาการจัดองค์ประกอบภาพในโฆษณาเปิดรายการของรายการเด็กCbeebpes BBC Pete Mellor (Director) ในขั้นตอนการทำงานก่อนผลิตงานด้วยภาพเคลื่อนไหวของต้องมีการสเก็ตภาพเพื่อหาองค์ประกอบต่างๆ สำหรับการเคลื่อนไหว มีผลกับองค์ประกอบภาพมาก ทั้งนี้สิ่งที่ดูแปลกที่ที่สุด คือเด็กที่เป็นตัวแสดงจริง Sylvie Estrada. (2012). Peepshow Collective Index book ,s.l. P.110

2.2 ความสมดุลของสิ่งที่ขัดแย้งหรือต่างกัน (Asymmetrical) เป็นการนำเอาส่วนประกอบที่มีรูปลักษณะที่ต่างกันหรือขัดแย้งกัน มาจัดองค์ประกอบเข้าด้วยกันให้ประสานกลมกลืนกัน เกิดการถ่วงน้ำหนักขององค์ประกอบส่วนต่างๆ ในลักษณะที่พอเหมาะพอดีจนรู้สึกว่ามี ความสมดุล โดยที่วัตถุหรือเนื้อหาในภาพไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน



ภาพที่ 3.38



ภาพที่ 3.39



ภาพที่ 3.40

ภาพที่ 3.38 ความสมดุลของสิ่งที่ขัดแย้งหรือต่างกัน

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/450008187749873648/> 27 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.39 ความสมดุลของสิ่งที่ขัดแย้งหรือต่างกัน

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/257057091209266291/> 27 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.40 ความสมดุลของสิ่งที่ขัดแย้งหรือต่างกัน

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/164099980142833415/> 27 เมษายน 2560

3. จุดสนใจหรือการเน้น (Emphasis)

ส่วนที่สำคัญที่สุดของภาพที่ต้องการแสดง ซึ่งนำไปสู่การบอกเล่าเนื้อหาของภาพทั้งหมดหรือเป็นจุดที่ดึงดูดความสนใจให้มอง ในทางทัศนศิลป์จุดสนใจควรมีเพียงจุดเดียว ซึ่งอาจเป็นส่วนที่แสดงความสำคัญหรือมีสีสันสดใสที่สุด นอกจากนั้นยังเน้นให้เกิดจุดสนใจด้วยการสร้างความแตกต่างขึ้นในภาพ จุดสนใจไม่จำเป็นจะต้องอยู่จุดกึ่งกลางเสมอไป อาจอยู่ส่วนใดส่วนหนึ่งของภาพ



ภาพที่ 3.41



ภาพที่ 3.42





ภาพที่ 3.43

ภาพที่ 3.41 ตัวอย่างภาพจุดสนใจหรือการเน้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/284852745157732281/> 27 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.42 ตัวอย่างภาพจุดสนใจหรือการเน้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/437482551290177262/> 27 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.43 ตัวอย่างภาพจุดสนใจหรือการเน้น

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/241013017538503296/> 27 เมษายน 2560

4. ความกลมกลืน (Harmony)

เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการจัดองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ เพราะความกลมกลืนจะทำให้ภาพงดงาม และนำไปสู่เนื้อหาเรื่องราวที่น่าเสนอ ความกลมกลืนมี 2 แบบ คือ

4.1 ความกลมกลืนแบบคล้ายตามกัน หมายถึง การนำรูปร่าง รูปทรง เส้น หรือสี ที่มีลักษณะเดียวกันมาจัด เช่น วงกลมทั้งหมด สีเหลืองทั้งหมด ซึ่งแม้ว่าอาจจะมีขนาดที่แตกต่างกัน แต่เมื่อนำมาจัดเป็นภาพขึ้นมาแล้วก็จะทำให้ความรู้สึกกลมกลืนกัน

4.2 ความกลมกลืนแบบขัดแย้ง หมายถึง การนำเอาองค์ประกอบต่างชนิด ต่างรูปร่าง รูปทรง ต่างสี มาจัดวางในภาพเดียวกัน เช่น รูปวงกลมกับรูปสามเหลี่ยม เส้นตรงกับเส้นโค้ง ซึ่งจะทำให้เกิดความขัดแย้งกันขึ้น แต่ก็ยังให้ความรู้สึกกลมกลืนกัน

สำหรับแนวคิดของ อนัน วาโระ ได้กล่าวไว้ ความสอดคล้องความขัดแย้ง คือเรื่องของการสร้างจุดเด่นให้แยกออกจากฉากหลังอาจทำให้เกิดจุดเด่นโดยให้ภาพหลักยังคงกลมกลืนหรืออาจทำให้ภาพหลักขัดแย้งกับพื้นหลังก็ได้ อนัน วาโระ Graphic Desing 2558



ภาพที่ 3.44

ภาพที่ 3.45

ภาพที่ 3.44 ตัวอย่างภาพความกลมกลืน

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/383931936958574785/> 28 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.45 ตัวอย่างภาพความกลมกลืน

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/434034482813443116/> 28 เมษายน 2560

5. จังหวะ (Rhythm)

ระยะในการจัดภาพหรือการวางของวัตถุเข้าไปซ้ำมาอย่างสม่ำเสมอ เช่น ปลายไทย การปูกระเบื้อง หรือการแปรอักษร เป็นต้น

อนัน วาโซะ ได้กล่าวว่าจังหวะคือความการซ้ำซ้อน วางในระยะที่เท่าเทียมกัน วางแตกต่างกันเล็กน้อย ทำให้เกิดจุดเด่น สามารถใช้ได้กับทุกองค์ประกอบ อนัน วาโซะ Graphic Desing 2558



ภาพที่ 3.46

ภาพที่ 3.46 ตัวอย่างภาพจังหวะ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/456200637225788507/> 28 เมษายน 2560



ภาพที่ 3.47

ภาพที่ 3.47 ตัวอย่างภาพจังหวะ

<https://www.pinterest.com/pin/509117932856886942/> 28 เมษายน 2560



ภาพที่ 3.48

ภาพที่ 3.48 ตัวอย่างภาพจังหวะ

<https://www.pinterest.com/pin/509117932856886942/> 28 เมษายน 2560

5.1 ปิยะบุตร สุทธิธิดารา ยังได้กล่าวถึงรูปแบบการจัดองค์ประกอบว่านอกจากพื้นฐานแล้วเราสามารถนำสิ่งเหล่านั้นมารวมกันโดยใช้องค์ประกอบต่างๆทั้งสิ้น สี ตัวอักษรที่สามารถสื่อความหมายในการจัดวางโดยกำหนดองค์ประกอบแบ่งออก 3 รูปแบบ

5.1.1 การกำหนดองค์ประกอบภาพรวม (Unity) ให้สื่อความหมายไปในทิศทางเดียวกัน

5.1.2 การจัดองค์ประกอบแบบ (Balanch) ที่จัดวางซ้ายขวาเท่ากัน และแบบต่างกันด้วยน้ำหนักอาจมาจากสีหรือรูปทรงต่างๆกัน

5.1.3 การเน้นจุดสนใจ (Point of interest) โดยการใช้การวางตำแหน่งจุดเด่นลงไป และใช้วิธีต่างๆในการเร้นจุดเด่นให้เกิดความน่าสนใจให้มากขึ้นโดยใช้สี ขนาด รูปทรงตามหลัก Proportion (ปิยะบุตร สุทธิธิดารา. (2553). Graphic Design Artwork Photoshop. IDC Premier หน้า18-19)

5.2 จารุพรรณ ทรัพย์ปูลุง ได้กล่าวถึงรูปแบบในการจัดภาพประกอบว่า ประกอบไปด้วย 9 รูปแบบในการจัดภาพ

5.2.1 การจัดภาพด้วยความโดดเด่น เป็นการจัดภาพที่เน้นจุดเด่นภาพนำสายตาเป็นการจัดภาพแบบตั้งฉากเน้นจุดสนใจด้วยสี ขนาดรูปร่างรูปทรงพื้นผิว

5.2.2 การจัดภาพแบบการซ้ำ โดยใช้การซ้ำที่รูปแบบหรือรูปร่าง มีความต่อเนื่องกันแต่นักออกแบบจะไม่ทำซ้ำจนหน้าเบื่อหน่ายแต่จะพยายามสร้างสรรค์ให้ดูดึงดูดและจดจำกับภาพรวมของภาพมากกว่าการกำหนดจุดเด่น

5.2.3 การจัดภาพแบบกระจายเป็นรัศมี เป็นการจัดภาพที่มีภาพหลักอยู่ตรงศูนย์กลางและให้มีรัศมีพุ่งกระจายออกจากภาพหลัก ซึ่งอาจทำให้ดูมีลักษณะการเคลื่อนไหว

5.2.4 การจัดภาพลักษณะการเป็นตัวกลาง(Transition) การจัดภาพให้เกิดความขัดแย้งในภาพระหว่างแนวตั้งแนวนอนเส้นเฉียง

5.2.5 ภาพความสมดุลเท่ากัน ที่มีความเหมือนกันด้วยน้ำหนักภาพเหมือนกันทั้งซ้ายและขวาเท่าเทียมกัน

5.2.6 ความสมดุลสองข้างไม่เท่าเทียมกันเป็นการจัดภาพไม่เท่าเทียมกันทั้งสีและภาพ

5.2.7 การจัดภาพลักษณะรูปทรงกลม เป็นการจัดภาพแบบหมุนเวียน มีขอบเขตจำกัด เป็นกลุ่มก้อนรูปทรงกลมโครงสร้างเช่นเดียวกับรูปทรงกลมดูแล้วมีความนุ่มนวล

5.2.8 การจัดภาพแบบรูปทรงสามเหลี่ยม เป็นการจัดภาพเป็นสามเหลี่ยมอาจด้านเท่าไม่เท่าก็ได้

5.2.9 การจัดภาพลักษณะเชื่อมโยงสายตา โดยการจัดภาพโดยใช้จุดสนใจและจะดึงดูดจุดสนใจ (จารุพรรณ ทรัพย์ปูลุง.(2543). การเขียนภาพประกอบ หน้า.19-28)

แนวคิดในการสร้างจุดเด่นในองค์ประกอบภาพเพื่องานนิเทศศิลป์

การกำหนดจุดเด่นนับเป็นส่วนหนึ่งของการจัดองค์ประกอบศิลป์หรือองค์ประกอบของภาพที่สามารถนำมาใช้ได้หลากหลายแนวทางทั้งด้านการวาดภาพ การถ่ายภาพ การออกแบบกราฟฟิก การออกแบบสื่อโฆษณาและอื่นๆโดย

ความหมายของจุดเด่นในทางทัศนศิลป์จุดเด่น (Dominance) หรือ จุดสนใจ (Point of Interest) (ประติมากรรม โดย Claes Oldenburg and Coosje van Bruggen)

ซึ่งจุดเด่นที่เกิดขึ้นนี้ ควรมีจุดเดียว แต่บางครั้ง อาจมีมากกว่าจุดเดียวก็ได้ แต่จุดเด่นที่เพิ่มขึ้นนี้ ต้องไม่แข่งกับจุดเด่นหลัก โดยเรียกว่า จุดเด่นรอง (Sub Dominance) เพราะมีฉะนั้น การมีจุดเด่นแข่งกันหลายจุด หลักจะทำให้องค์ประกอบนั้นขาดความโดดเด่นในเชิงภาพและขาดรูปแบบในการสื่อสารในเนื้อหาของภาพหลักได้ แนวทางสร้างจุดเด่น มีดังต่อไปนี้

1. การสร้างจุดเด่นด้วยขนาด (Size)

การทำให้เกิดความแตกต่างด้วยวัตถุ หรือรูปร่าง รูปทรง ที่มีขนาดใหญ่ทำให้เกิดการหยุดสะดุดตาก่อนให้เกิด จุดสนใจได้ทันที ในครั้งแรกที่พบเห็น



ภาพที่ 3.49



ภาพที่ 3.50

ภาพที่ 3.49 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยขนาด

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/137570963595065074/> 28 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.50 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยขนาด

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/518265869592739920/> 28 เมษายน 2560

2. การสร้างจุดเด่นด้วยสี (Color)

การทำให้เกิดความแตกต่างสีที่ใช้หลักจิตวิทยาการทฤษฎีสีใช้สีสร้างความแตกต่าง ก็จะสร้างจุดสนใจ หรือสีและน้ำหนักที่แตกต่าง ก็สร้างจุดเด่น ที่ให้เกิดการหยุดที่ผลต่อผลงาน



ภาพที่ 3.51

ภาพที่ 3.52

ภาพที่ 3.53

ภาพที่ 3.51 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยสี

<https://www.pinterest.com/pin/306033737165405231/> 28 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.52 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยสี

<https://www.pinterest.com/pin/208080445255041453/> 28 เมษายน 2560

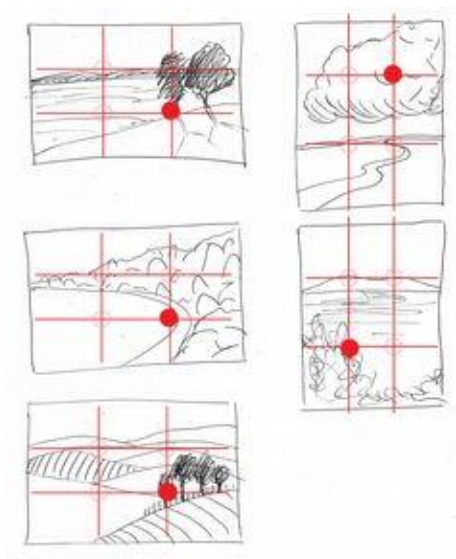
ภาพที่ 3.53 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยสี

<https://www.pinterest.com/pin/384354149423038375/> 28 เมษายน 2560

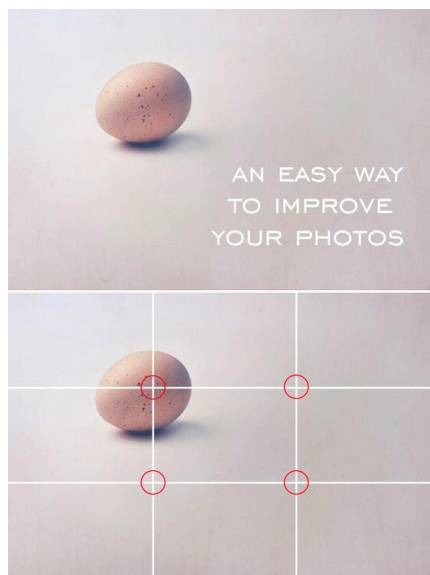
3. การสร้างจุดเด่นด้วยตำแหน่ง (Location)

การสร้างจุดเด่นจุดสนใจที่เน้นการมองเห็นด้วยหลักการหลากหลายตั้งแต่การใช้จุดนำสายตา การใช้หลักการการตัดกัน 9 ช่องที่เราเรียกว่ากฎ 3 ส่วน (Rule of Third) โดยการแบ่งพื้นที่ตามแนวนอน และแนวตั้ง ออกเป็น 3 ส่วนเท่ากัน ๆ จุด 4 จุดซึ่งเป็นจุดตัดของเส้นที่แบ่งนี้ จะเป็นจุดแห่งความสนใจ ในการวางตำแหน่ง องค์ประกอบที่ต้องการสร้าง จุดเด่นไว้ในตำแหน่งใด ตำแหน่งหนึ่งของ จุดตัดทั้ง 4 นี้

การสร้างจุดเด่นด้วยตำแหน่งอีกวิธีหนึ่งก็คือ นำองค์ประกอบที่ต้องการ สร้างจุดเด่นนั้น ให้แยกจากองค์ประกอบโดยรวม จะทำให้สายตาผู้ชมพุ่งไปยังตำแหน่งที่โดดเด่นนั้น หลักการดังกล่าวสามารถนำมาใช้กับการวาดภาพ ถ่ายภาพและงานออกแบบด้านอื่นๆได้



ภาพที่ 3.54



ภาพที่ 3.55



ภาพที่ 3.56



ภาพที่ 3.57

ภาพที่ 3.54 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยตำแหน่ง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/300333868882485464/> 30 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.55 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยตำแหน่ง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/300333868882485464/> 30 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.56 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยตำแหน่ง ที่มา

<http://www.itsjustlight.com/photography-tips/what-is-the-rule-of-thirds-photography/>

ภาพที่ 3.57 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยตำแหน่ง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/489766528201672402/> 30 เมษายน 2560

4. การสร้างจุดเด่นด้วยบริเวณว่าง (Space)

งานออกแบบที่มีจังหวะของการซ้ำ (Repetition) มากไป จะทำให้ น่าเบื่อหน่าย เหมือน ไม่มีจุดจบ ถ้าปรับจังหวะนั้นให้มีช่องว่าง ที่แตกต่างกันบ้าง ที่เรียกว่า จังหวะก้าวหน้า (Progressive) หรือการแยกตัว ให้เกิดพื้นที่ว่าง ก็ สามารถสร้างจุดสนใจ ในบริเวณที่ต้องการได้ทั้งสวนตรงกลางหรืออาจพื้นที่ที่มีผลต่อการรับรู้เช่นบนป้ายและชวาล่าง



ภาพที่ 3.58



ภาพที่ 3.59

ภาพที่ 3.58 ตัวอย่างภาพ การสร้างจุดเด่นด้วยบริเวณว่าง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/80431543325136386/> 28 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.59 ตัวอย่างภาพ การสร้างจุดเด่นด้วยบริเวณว่าง

ที่มา <http://www.wirtualnedia.pl/kreacje/nescafe-clock/> 28 เมษายน 2560

5. การสร้างจุดเด่นด้วยความแตกต่าง (Exception)

รูปร่าง รูปทรง หรือองค์ประกอบใด มีความแตกต่างจากส่วนรวม ก็สามารถทำให้เกิด จุดเด่นที่สุดในภาพนั้น



ภาพที่ 3.60



ภาพที่ 3.61

ภาพที่ 3.60 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยความแตกต่าง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/142074563218625039/> 28 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.61 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยความแตกต่าง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/77335318572644349/> 28 เมษายน 2560

6. การสร้างจุดเด่นด้วยการแปรเปลี่ยน (Gradation)

การแปรเปลี่ยน หรือการลดหลั่นด้วยขนาด รูปร่าง สี น้ำหนัก โดยองค์ประกอบอื่น ยังคงเดิมนั้น เป็นการสร้างจุดเด่น ได้ง่ายที่สุดวิธีหนึ่ง



ภาพที่ 3.62



ภาพที่ 3.63

ภาพที่ 3.62 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยการแปรเปลี่ยน

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/461267186819036471/> 28 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.63 ตัวอย่างภาพการสร้างจุดเด่นด้วยการแปรเปลี่ยน

ที่มา [http://www.stairporn.org/2013/01/16/monument-of-the-stairs-by-takayuki-tomoi-5/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+stairporn/LaRn+\(stair+pom\)&utm_content=Google+Reader/](http://www.stairporn.org/2013/01/16/monument-of-the-stairs-by-takayuki-tomoi-5/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+stairporn/LaRn+(stair+pom)&utm_content=Google+Reader/) 28 เมษายน 2560

7. การสร้างจุดเด่นด้วยทิศทางของสายตา (Eye Direction)

ทิศทางขององค์ประกอบที่ไปในทิศทางเดียวกัน จะนำสายตาให้ มองติดตามไปในทิศทางนั้น และเมื่อองค์ประกอบนั้น มีการกลับทิศทาง ในทันที จะทำให้สายตานั้นหยุดการเคลื่อนไหวทันที จุดที่สายตาที่หยุดนิ่งนั้น เป็นจุดที่สร้างจุดเด่นให้เกิดขึ้นได้



ภาพที่ 3.64

ภาพที่ 3.65

ภาพที่ 3.66

ภาพที่ 3.64 ตัวอย่างภาพ การสร้างจุดเด่นด้วยทิศทางของสายตา

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/293437731955263321/> 28 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.65 ตัวอย่างภาพ การสร้างจุดเด่นด้วยทิศทางของสายตา

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/406590672594413167/> 28 เมษายน 2560

ภาพที่ 3.66 ตัวอย่างภาพ การสร้างจุดเด่นด้วยทิศทางของสายตา

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/301037556314787035/> 28 เมษายน 2560

นอกเหนือจากแนวคิดในการจัดวางภาพที่ได้กล่าวไปก็ยังมีหลักการในการจัดวางภาพในรูปแบบอื่นๆที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบงานด้านนิเทศศิลป์และงานโฆษณาได้ทั้งการให้ความสำคัญกับจุดเด่นภาพสามส่วนในการเล่าเรื่อง

การใช้มุมมองภาพและการจัดวางภาพและการใช้ภาพในรูปทรงเลขาคณิตและนอกรูปทรงและอื่นๆตั้งนั้นนักออกแบบควรเข้าใจว่าการออกแบบไม่ได้ทำให้เรายึดติดการจัดรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งขอให้เพียงเข้าใจและนำไปใช้ใน ช่วงแรกๆและช่วงที่คิดรูปแบบการจัดวางที่ดีไม่ได้นั่นเอง

เอกสารอ้างอิง / บรรณานุกรม

อารียะ ศรีกัลยาณบุตร. (2550). *การออกแบบสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ: วิทยคอมเซ็นเตอร์.

ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. (2540). *การออกแบบนิเทศศิลป์*. (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ: โปรแกรมออกแบบหนังสือ คณะศิลปกรรมศาสตร์สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์. (2557). *ทฤษฎีความงาม*. (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ: At4print Co.,Ltd.

อนันต์ ประภาโส. (2553). *วาดเส้นพื้นฐาน*, (พิมพ์ครั้งที่ 1) ปทุมธานี: สีประภา

สกนธ์ ภู่งามดี. (2546). *การออกแบบและผลิตงานโฆษณา*. กรุงเทพฯ: มายบูคส์พับลิชิ่ง

ประพจน์ หนูนุกดี. (2553). *หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์*. กรุงเทพฯ: ไรต์ซี พีรเมียร์ จำกัด.

อนัน วาโชะ. (2558). *Graphic Desing*. กรุงเทพฯ. IDC Premie

ธารทิพย์ เสริมทวีวัฒน์. (255). *การออกแบบพาณิชย์ศิลป์*. หลักไทช่างพิมพ์ กรุงเทพฯ

ปิยบุตร สุทธิธิดารา. (2553). *Graphic Design Artwork Photoshop*. IDC Premier

จารุพรรณ ทรัพย์ปรง. (2548). *เอกสารการสอนหลักการออกแบบ*. คณะศิลปกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
บทที่ 3 องค์ประกอบศิลป์

ผศ. นมดล เนตรดี. (2558). *เทคนิคจิตรกรรมสีน้ำ*. ฟิลสไตล์ จำกัด

พิเชษฐ วัฒนเวสกร. (2552). *Basic CG Painting*. IDC info Distributor Center

สกนธ์ ภู่งามดี. (2545). *การออกแบบและผลิตงานโฆษณา*. แซทไฟร์ พริ้นติ้ง จำกัด

จารุพรรณ ทรัพย์ปรง. (2543). *การเขียนภาพประกอบ*. โอเอส พริ้นติ้ง หน้า 55.

จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>

สกนธ์ ภู่งามดี. (2545). *จิตวิทยากับการออกแบบ*. หน้า 45. กรุงเทพฯ: วาดศิลป์.

http://nattawutsingh.blogspot.com/2014/01/blog-post_539.html. 15 กุมภาพันธ์ 2560

<https://th.aliexpress.com/w/wholesale-dot-wall-art.html> 18 กุมภาพันธ์ 2560

Jolly Jry. <http://pretypollyjry.blogspot.com/2013/09/line.html>. 19 กุมภาพันธ์ 2560

สมใจ ภาติศิริ. http://www.trangis.com/somjaiart/e1_2_3.php. กุมภาพันธ์ 2560

<https://www.pinterest.com/pin/53339576810774577/>. 27 กุมภาพันธ์ 2560

http://gid70.rageyart.com/Lesson02/L02_learn.html. 14 กุมภาพันธ์ 2560

Starza Suwanna. <http://starza201.blogspot.com/2014/01/composition.html>
19 กุมภาพันธ์ 2560

<https://sites.google.com/site/fahsaisut/2d/laksna-khxng-sen-baeb-tang>.
22 กุมภาพันธ์ 2560

<http://th.gofreedownload.net/free-vector/vector-clip-art/shapes-and-shadows-clip-art-131767/#.WKxSFIV96Uk>. 18 กุมภาพันธ์ 2560

<http://bomall.blogspot.com/2013/01/light-and-shade-highlight-high-shade-3.html>
17 กุมภาพันธ์ 2560

<https://preede.wordpress.com/2011/09/16>. 19 กุมภาพันธ์ 2560

<https://th.aliexpress.com/popular/drawing-art-paper.html>. 22 กุมภาพันธ์ 2560

<https://www.pinterest.com/pin/520588038147160968/>. 27 กุมภาพันธ์ 2560

<https://www.pinterest.com/pin/439382507381699897/>. 27 กุมภาพันธ์ 2560

<httpwww.takieng.com/stories/1604>. 22 กุมภาพันธ์ 2560

<https://sites.google.com/site/wichasilpalaekarxxkbaeb/>. 24 กุมภาพันธ์ 2560

Sylvie Estrada (2012) Peepshow Collective Index book ,s.l. P110

Catharine fishel&Bill gaedner. (2011)Logo Longe5 Rockport Publishers,amember of Quayside
Publishing Group P30

Catharine fishel&Bill gaedner (2011)Logo Longe6 Rockport Publishers,amember of Quayside
Publishing Group

การกำหนดแนวคิดกระบวนการออกแบบ

ขั้นตอนในการออกแบบงานนิเทศศิลป์

การกำหนดแนวคิดในการสร้างสรรค์งาน

การฝึกการออกแบบและผลิตงาน เทคนิควาดและระบายสี

การฝึกใช้คอมพิวเตอร์วาดเส้นกราฟฟิก ด้วยคอมพิวเตอร์ ai

บทที่ 4

สีกับการออกแบบงานนิเทศศิลป์เพื่อใช้ในโฆษณา

สีเกิดขึ้นจากแสงที่ตกกระทบโดยสีและแสงมีอิทธิพลต่อการมองเห็นโดยอาจแบ่งเป็นกลุ่มสี 3 กลุ่ม ที่ประกอบไปด้วยสีที่เกิดจากแสงตกกระทบ สีที่เกิดจากการพิมพ์ สีที่เกิดจากธรรมชาติ และถ้าแยกย่อยออกไปอีก เราก็จะทราบถึงรูปแบบของสีเพื่อใช้ในการออกแบบแบ่งเป็นสีทึบแสงและสีโปร่งแสงที่มีประเภทของสีในการนำมาออกแบบประกอบไปด้วยสี ผุ่น สีโปสเตอร์ สีน้ำ สีเทียน สีดินสอ สีน้ำมัน สีทาบ้าน ปิยบุตร สุทธิธารา.(2553). Graphic Design Artwork Photoshop. กรุงเทพฯ: IDC Premier

ซึ่งนักออกแบบสามารถนำหลักการของสีมาใช้ในการออกแบบเพื่อที่ส่งผลต่อการสร้างการรับรู้ที่และพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งนี้การใช้สีที่ดียังส่งผลถึงอารมณ์และความรู้สึกโดยสีในการออกแบบมักส่งผลจิตวิทยาของผู้บริโภคดังนั้นนักออกแบบควรมีความรู้หลักการและเข้าใจรูปแบบการใช้สีในการออกแบบ

บาทและหน้าที่ของสีในการสื่อสารการออกแบบ

สีสำหรับงานด้านศิลปะและการออกแบบนักออกแบบสามารถนำสีมาใช้ในการออกแบบได้และสามารถการกำหนดรูปแบบที่มีดังต่อไปนี้

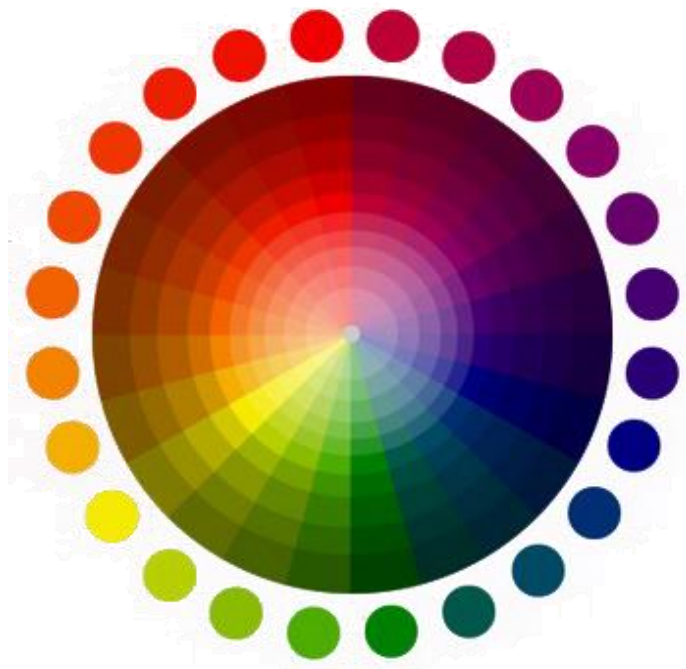
1. สีสามารถสื่อสารด้านอารมณ์ความรู้สึกที่ลงไปในงานศิลปะและงานออกแบบที่ส่งผลต่อการรับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ นกอด เนตรดี กล่าวไว้กับการใช้สีในการวาดภาพทิวทัศน์ว่าสีมีความสำคัญต่องานเขียนภาพเป็นอย่างมากที่มีผลต่ออารมณ์และจิตใจจากสิ่งที่ได้เห็นที่ส่งผลถึงความรู้สึกสดชื่น ตื่นเต้น เร้าใจ เศร้า หรือหดหู่ นกอด เนตรดี. (2558). เทคนิคจิตรกรรมสีน้ำ กรุงเทพฯ: ศิลปินจำกัด

2. สีสามารถส่งผลถึงการดึงดูดสายตาที่ส่งผลต่อการจดจำการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการตัดสินใจต่างได้ซึ่งสอดคล้องกับ ชัยรัตน์ อังศวางกุลที่กล่าวถึงสีว่านักเทศผู้ที่มีสีสนสะดุดตา มักกระตุ้นความสนใจกับเพศตรงข้ามสีมีอิทธิพลต่อความรู้สึกความทรงจำทั้งหมดในความทรงจำมักมีสีเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ นอกจากนั้นสียังส่งผลของการแยกแยะ ในกระบวนการสร้างแบรนด์สินค้า สีก็นำมาใช้ในการสร้างการจดจำและเชื่อมโยง สีจึงนับเป็นภาษาพิเศษที่มีมิติและพลังในการสื่อสารมากกว่าภาษาตัวอักษรชัยรัตน์ อังศวางกุล. (2548). ออกแบบใจให้โดนใจ. กรุงเทพฯ: วิทยอินบุ๊ค

3. สีสามารถนำมาใช้ในการสื่อสารในเชิงสัญลักษณ์ ความเชื่อ และการสื่อสารเชิง วัฒนธรรม มนุษยนิยม ใช้สีตามความนึกคิดเป็นสัญลักษณ์ (Symbolism) แทนสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะสังคมตะวันตกโดยสีที่นิยมประกอบไปด้วยสี น้ำเงิน เหลือง ส้ม แดงเขียว สีม่วงและดำโดยให้ความหมายกันตามการสื่อสารต่างๆ จารุพรรณ ทรัพย์ปรุ่ง. (2548). เอกสารการสอนหลักการออกแบบ. คณะศิลปกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

4. สีสามารถนำมาใช้ในเชิงธุรกิจให้กับสินค้าและบริการได้ ทั้งนี้สีในการสื่อสารมักก่อให้เกิดการรับรู้ จดจำ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในงานนิเทศศิลป์และงานโฆษณาได้ ดังนั้นเราในฐานะนักออกแบบเข้าใจในคุณสมบัติของสีตามหลักจิตวิทยาของสีที่ส่งผลต่อบริบคคดังนี้

วงจรรสี (Colour Circle)



ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างภาพวงจรรสี

ที่มา:<https://www.pinterest.com/pin/438186238715973861/c> 25 พฤศจิกายน 2559

1. สีขั้นที่ 1

คือ แม่สี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีนํ้าเงิน แม่สีวัตถุธาตุนั้นหมายถึง “วัตถุที่มีสีอยู่ในตัว” สามารถนำมา ระบาย ทา ย้อม และผสมได้เพราะมีเนื้อสีและสีเหมือนตัวเอง เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า แม่สีของช่างเขียนสีต่างๆ จะเกิดขึ้นมา อีกมากมาย ด้วยการผสมของแม่สีซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 3 สีคือ



ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างภาพสีขั้นที่ 1

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/325103666831033810/> 25 พฤศจิกายน 2559

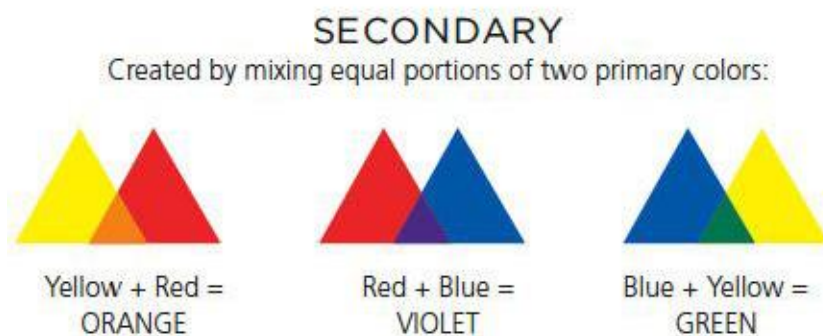
2. สีขั้นที่ 2

คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 หรือแม่สีผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากัน จะทำให้เกิดสีใหม่ 3 สีได้แก่

สีแดง ผสม กับสีเหลือง ได้สี ส้ม

สีแดง ผสม กับสีน้ำเงิน ได้สีม่วง

สีเหลือง ผสม กับสีน้ำเงิน ได้สีเขียว



ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างภาพ สีขั้นที่ 2

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/325103666831033810/> 25 พฤศจิกายน 2559

3. สีขั้นที่ 3

คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 ผสมกับสีขั้นที่ 2 ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จะได้สีอื่น ๆ

อีก 6 สี คือ

สีแดง ผสม กับสีส้ม ได้สี ส้มแดง

สีแดง ผสม กับสีม่วง ได้สีม่วงแดง

สีเหลือง ผสม กับสีเขียว ได้สีเขียวเหลือง

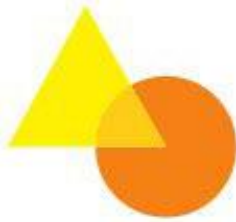
สีน้ำเงิน ผสม กับสีเขียว ได้สีเขียวน้ำเงิน

สีน้ำเงิน ผสม กับสีม่วง ได้สีม่วงน้ำเงิน

สีเหลือง ผสม กับสีส้ม ได้สีส้มเหลือง

TERTIARY

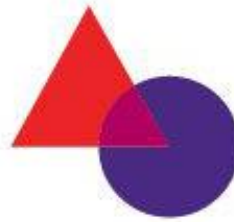
Created by mixing equal portions of one primary and one secondary color:



Yellow + Orange =
YELLOW-ORANGE



Red + Orange =
RED-ORANGE



Red + Violet =
RED-VIOLET



Blue + Violet =
BLUE-VIOLET



Blue + Green =
BLUE-GREEN



Yellow + Green =
YELLOW-GREEN

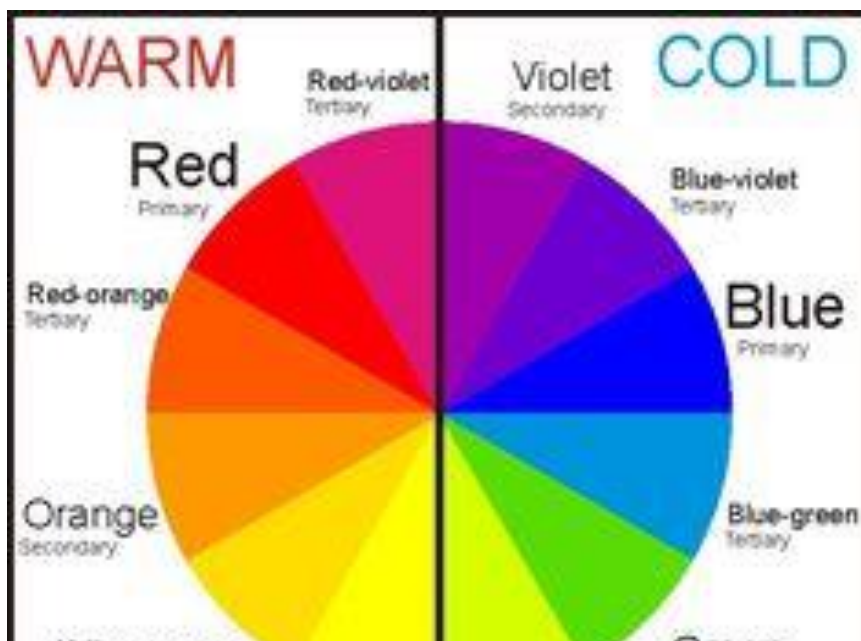
ภาพที่ 4.4 ภาพตัวอย่าง สีชั้นที่ 3

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/325103666831033810/> 25 พฤศจิกายน 2559

(ธนภัทร รุ่งธนาภิรมย์, (2557) ทฤษฎีความงาม At4print Co.,Ltd.)

วรรณะของสี

คือ สีที่ให้ความรู้สึกร้อน - เย็น ในวงจรวสีจะมีสีร้อน 7 สี และ สีเย็น 7 สี ซึ่งแบ่งที่ สีม่วงกับสีเหลือง ซึ่งเป็นได้ทั้งสองวรรณะ



ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างภาพ วรรณะของสี

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/574771971170498540/> 25 พฤศจิกายน 2559

1. วรรณะสีร้อน (WARM TONE)

ประกอบด้วยสีเหลือง สีส้มเหลือง สีส้ม สีส้มแดง สีม่วงแดงและสีม่วง สีใน วรรณะร้อนนี้จะไม่ใช้สีสดๆ ดังที่เห็นในวงจรสีเสมอไป เพราะสีในธรรมชาติย่อมมีสีแตกต่างไปกว่าสีในวงจรสีธรรมชาติอีกมาก ถ้าหากว่าสีใด ค่อนข้างไปทางสีแดงหรือสีส้ม เช่น สีน้ำตาลหรือสีเทาอมทอง



ภาพที่ 4.6

ภาพที่ 4.7

ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างภาพ วรรณะสีร้อน

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/25051341652674469/> 25 พฤศจิกายน 2559

ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างภาพ วรรณะสีร้อน

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/170010954653111345/> 25 พฤศจิกายน 2559

2. วรรณะสีเย็น (COOL TONE)

ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียวเหลือง สีเขียว สีเขียวน้ำเงิน สีนํ้าเงิน สีม่วงน้ำเงิน และสีม่วง ส่วนสีอื่นๆ ถ้าหนักไปทางสีน้ำเงินและสีเขียวก็เป็นสีวรรณะเย็นดังเช่น สีเทา สีดำ สีเขียวแก่ เป็นต้น จะสังเกตได้ว่าสีเหลืองและสีม่วงอยู่ทั้งวรรณะร้อนและวรรณะเย็น ถ้าอยู่ในกลุ่มสีวรรณะร้อนก็ให้ความรู้สึกร้อนและถ้า อยู่ในกลุ่มสีวรรณะเย็นก็ให้ความรู้สึกเย็นไปด้วย สีเหลืองและสีม่วงจึงเป็นสีได้ทั้งวรรณะร้อนและวรรณะเย็น



ภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.9

ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างภาพ วรรณะสีเย็น

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/270356783851745442/> 25 พฤศจิกายน 2559

ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างภาพ วรรณะสีเย็น

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/462815299176337543/> 25 พฤศจิกายน 2559

ทั้งนี้สามารถแบ่งสีออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆได้แก่สีร้อนสีเย็นซึ่งเป็นสีตรงกันข้าม หรือสีตัดกัน หรือสีคู่ปฏิปักษ์ เป็นสีที่มีค่าความเข้มของสี ตัดกันอย่างรุนแรง ในทางปฏิบัติไม่นิยมนำมาใช้ร่วมกัน เพราะจะทำให้แต่ละสีไม่สดใส

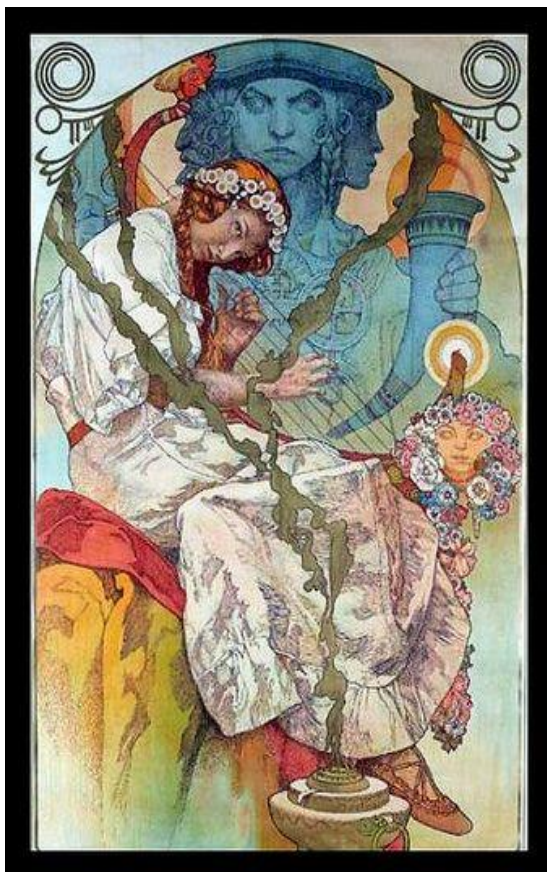


ภาพที่ 4.10 ตัวอย่างภาพสี่ตรงกันข้าม

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/52495151883172963/25> พฤศจิกายน 2559

การนำสี่ตรงข้ามกันมาใช้ร่วมกัน อาจกระทำได้อันนี้

1. มีพื้นที่ของสีหนึ่งมาก อีกสีหนึ่งน้อย
2. ผสมสีอื่นๆ ลงไปสีใดสีหนึ่ง หรือทั้งสองสี
3. ผสมสีตรงข้ามลงไปในสีทั้งสองสี



ภาพที่ 4.11



ภาพที่ 4.12

ภาพที่ 4.11 ตัวอย่างภาพการนำสีตรงข้ามมาใช้ร่วมกัน

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/377246906264771041/> 25 พฤศจิกายน 2559

ภาพที่ 4.12 ตัวอย่างภาพการนำสีตรงข้ามมาใช้ร่วมกัน

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/179510735123126607/> 25 พฤศจิกายน 2559

3. สีกลาง

คือ สีที่เข้าได้กับสีทุกสี สีกลางในวงจสีมี 2 สี คือ สีน้ำตาล กับ สีเทา สีน้ำตาล เกิดจากสีตรงข้ามกันในวงจสีผสมกัน ในอัตราส่วนที่เท่ากัน สีน้ำตาลมี คุณสมบัติสำคัญ คือ ใช้ผสมกับสีอื่นแล้วจะทำให้สีนั้น ๆ เข้มขึ้นโดยไม่เปลี่ยนแปลงค่าสี ถ้าผสมมาก ๆ เข้มก็จะกลายเป็นสีน้ำตาล สีเทา เกิดจากสีทุกสี ๆ สีในวงจสีผสมกัน ในอัตราส่วนเท่ากัน สี เ ท า มี ค ว ล ิ ต ะ ม บ ั ต ิ ที่ สำ ค ัญ คื อ ใช้ ผ ล ั ม ก บ สี อ ื น ๆ แ ล ้ว จะ ท ำ ให้ มี ด ห ม ่น ใช้ ใน ส ่ว น ที่ เ ป น เ ง า ซึ่ง มี น ้ำ ห น ัก อ่อนแก่ในระดับต่าง ๆ ถ้าผสมมาก ๆ เข้มก็จะกลายเป็นสีเทา



ภาพที่ 4.13



ภาพที่ 4.14

ภาพที่ 4.13 – 4.14 ตัวอย่างภาพสีกลาง

ที่มา: http://largesizepaintings.blogspot.com/2011_01_01_archive.html 25 พฤศจิกายน 2559

การใช้สีในการออกแบบ

สีกับการออกแบบหากนักออกแบบมีความเข้าใจว่าสีเองก็สามารถกำหนดรูปแบบและจัดองค์ประกอบได้โดยรูปแบบของการใช้สีมีรูปแบบที่ไม่หลากหลายเท่าภาพและการใช้ข้อความต่างก็สามารถกำหนดองค์ประกอบสีให้มีความน่าสนใจมากขึ้นได้เนื่องจากสีมีควรรหลากหลายในกลุ่มสีและตัวของสีเองก็ดีดังนั้นเรามาดูรูปแบบขององค์ประกอบของสีที่นิยมใช้ในการสร้างสรรค์งานศิลปะประเภทต่างๆดังนี้

1. การใช้สีกลุ่มเอกรงค์ (Monochrome) เป็นรูปแบบการใช้ สีโทนเดียวหรือสีเดียวที่ใช้น้ำหนักเข้มอ่อนและน้ำหนักของสีนั้นในการออกแบบภาพ ทำให้ภาพนั้นอยู่ในโทนสีเดียวกัน



ภาพที่ 4.15



ภาพที่ 4.16

ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างภาพ การใช้สีกลุ่มเอกรงค์

<https://www.pinterest.com/pin/557742735086578829/> 28 เมษายน 2560

ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างภาพ การใช้สีกลุ่มเอกรงค์

<https://www.pinterest.com/pin/191614159125974046/> 28 เมษายน 2560

2. การใช้กลุ่มสีตัดกัน (Coplement) โดยการใช้สีตรงกันข้ามจากวงจรัสเช่นแดงเขียวหรือส้มกับน้ำเงินซึ่งส่วนมากจะเป็นความต่างวรรณะร้อนและเย็นนิยมใช้อาจเป็นเพียงคู่สีสามารถนำมาใช้ในการออกแบบโลโก้ ชิมโบและอื่นหลักใช้สีอาจแบ่งนำหักสีให้ต่างกันอาจใช้ 70:30 และ 80:20 ทั้งนี้ก็จะทำให้เกิดความโดดเด่นของคู่สีได้



ภาพที่ 4.17

ภาพที่ 4.18

ภาพที่ 4.17 ตัวอย่างภาพ การใช้กลุ่มสีติดกัน

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/564146290799519979/> 28 เมษายน 2560

ภาพที่ 4.18 ตัวอย่างภาพ การใช้กลุ่มสีติดกัน

<https://www.pinterest.com/pin/107171666109548787/> 28 เมษายน 2560

3. การใช้กลุ่มสามเส้า(Triad) เป็นการใช้สีที่ตรงกันข้ามในวงล้อสาม สี เท่ากันก็สามารถจะได้รูปของแบ่งสัดส่วนสีที่แตกต่างกันและสร้างความน่าสนใจได้มากส่วนมากจะใช้กับงานภาพประกอบ งานสื่อโฆษณา และสื่อในอินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 4.19

ภาพที่ 4.20

ภาพที่ 4.19 ตัวอย่างภาพ การใช้กลุ่มสามเส้า

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/176484879124444207/> 28 เมษายน 2560

ภาพที่ 4.20 ตัวอย่างภาพ การใช้กลุ่มสามเส้า

<https://www.pinterest.com/pin/446771225505028193/> 28 เมษายน 2560



ภาพที่ 4.21

ภาพที่ 4.22

ภาพที่ 4.23

ภาพที่ 4.21 ตัวอย่างภาพ การใช้กลุ่มสามเส้า

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/51158145746647718/> 28 เมษายน 2560

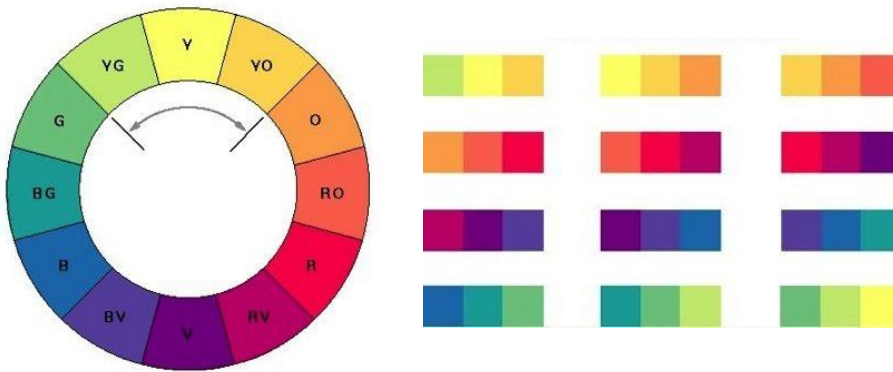
ภาพที่ 4.22 ตัวอย่างภาพ การใช้กลุ่มสามเส้า

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/569775790335909075/> 28 เมษายน 2560

ภาพที่ 4.23 ตัวอย่างภาพ การใช้กลุ่มสามเส้า

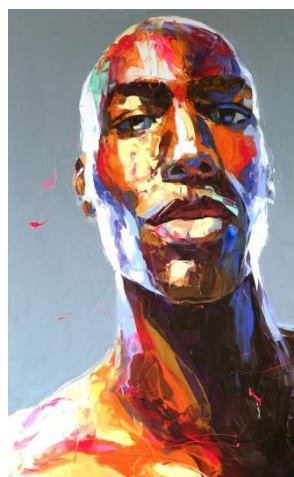
ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/569775790335909075/> 28 เมษายน 2560

4. การใช้กลุ่มสีใกล้เคียง (Analogic) การเลือกสีหลักและตามตามมาด้วยสีข้างและขาวอย่างละสีก็สามารถนำมาใช้ในการจัดกลุ่มของสีในการออกแบบในการออกแบบได้ ซึ่งมีอีก 2 แนวคิดที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบได้ประกอบไปด้วย



ภาพที่ 4.24 ตัวอย่างภาพการใช้กลุ่มสีใกล้เคียงที่

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/399201954454171280/> 28 เมษายน 2560



ภาพที่ 4.27

ภาพที่ 4.26

ภาพที่ 4.25

ภาพที่ 4.25 ตัวอย่างภาพ การใช้กลุ่มสีใกล้เคียง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/217439488233496415/> 30 เมษายน 2560

ภาพที่ 4.26 ตัวอย่างภาพ การใช้กลุ่มสีใกล้เคียง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/292030357070563822/> 30 เมษายน 2560

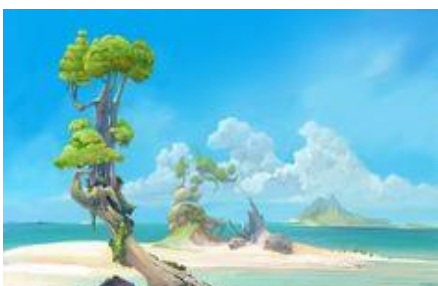
ภาพที่ 4.27 ตัวอย่างภาพ การใช้กลุ่มสีใกล้เคียง

<https://www.pinterest.com/pin/17803361001429023/> 30 เมษายน 2560

5. **ระยะของสี (Perspective of Color)** การใช้สีซึ่งมีผลต่อความรู้สึกเรื่องระยะใกล้ไกลของภาพ โดยการนำสีที่เข้มมาผสมให้สีหม่นลงโดยการทำให้เป็นสีกลาง เช่น การผสมสีตรงกันข้าม หรือสีกลาง เพื่อบ่งบอกระยะ ซึ่งโดยทั่วไปแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ ระยะใกล้ (Foreground) ระยะกลาง (Middleground) และระยะไกล (Background) โดยมีหลักการให้สีคือ สีระยะใกล้สามารถใช้สีสด หรือเข้ม กว่าระยะที่ไกลออกไป สีที่อยู่ไกลออกไปมากเท่าใดค่าน้ำหนักสีก็จะอ่อนและจะดูเป็นสีกลางมากยิ่งขึ้น เช่น ภาพทิวทัศน์ ที่บ่งบอกถึงระยะใกล้ไกล และช่วงเวลา ซึ่งสีจะเป็นตัวช่วยสร้างบรรยากาศให้ภาพได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 4.28



ภาพที่ 4.29

ภาพที่ 4.30

ภาพที่ 4.28 ตัวอย่างภาพ ระยะเวลาของสี

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/378724649900331672/> 30 เมษายน 2560

ภาพที่ 4.29 ตัวอย่างภาพ ระยะเวลาของสี

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/301389400039696469/> 30 เมษายน 2560

ภาพที่ 4.30 ตัวอย่างภาพ ระยะเวลาของสี

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/471118810998272084/> 30 เมษายน 2560

6. จุดเด่นจากสี (Dominance) การใช้สีที่ทำให้ส่วนสำคัญมีความเด่นชัดสะดุดตาเป็นแห่งแรก หรือเป็นจุดที่ดึงดูดความสนใจจากผู้ดูมากที่สุด ในผลงานนั้น การทำให้เกิดจุดเด่นจะขึ้นอยู่กับทางเลือกใช้สี โดยอาจเลือกใช้สีที่ส่งเสริมให้เกิดพลังสีเด่น ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนพื้น และส่วนเด่นหรือจุดสนใจ ซึ่งมีหลายเทคนิควิธี เช่น การใช้สีตัดกัน หรือคู่ตรงข้ามกัน เช่น พื้นสีน้ำเงิน จุดเด่นสีเหลือง การให้จุดเด่นเป็นสีแท้ ส่วนพื้นเป็นสีที่ถูกลดน้ำหนักลงโดยการทำให้สีหม่น สีนวล สีคล้ำ หรืออาจใช้สีดำเพื่อขับให้สีแท้ยิ่งเด่นชัดขึ้น.



ภาพที่ 4.31



ภาพที่ 4.32



ภาพที่ 4.33

ภาพที่ 4.31 ตัวอย่างภาพ จุดเด่นของสี

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/431923420496134259/> 30 เมษายน 2560

ภาพที่ 4.32 ตัวอย่างภาพ จุดเด่นของสี

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/104286547593789162/> 30 เมษายน 2560

ภาพที่ 4.33 ตัวอย่างภาพ จุดเด่นของสี

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/90072061276327780/> 30 เมษายน 2560

จิตวิทยากับสี

หลักจิตวิทยาได้กล่าวถึงรูปแบบของสีในการสื่อสารกับความหมายไว้หลากหลายรูปแบบ จากผลการวิจัยการตอบสนองการรับรู้ของสีส่งผลของจิตใจ และส่งผลของสีกับสายตาและระบบประสาทของเราที่ส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดที่นอกเหนือจากประสบการณ์การเรียนรู้ จึงทำให้บางครั้งเราจะสะดุดตากับสีที่มีความร้อนแรง และรู้สึกเบาสบายกับสีเย็นทั้งเกิดจากอิทธิพลของสีกับการรับรู้ ดังนั้นการรับรู้ความหมายในเชิงจิตวิทยาจึงสามารถนำไปใช้ได้กับการออกแบบ

วาซิลลี แคนดินสกี (Wassily Kandinsky) จิตรกรชาวรัสเซียกล่าวว่า “สีมีอิทธิพลต่อ จิตวิญญาณ” เขาศึกษาและสังเกตเห็นว่าคนส่วนใหญ่รู้สึกกระตือรือร้นในการใช้ชีวิต สีให้บรรยากาศที่สวย สดใส เช่น แสงทองของพระอาทิตย์สีเหลืองของน้ำ ทะเล มักทำให้ เรารู้สึกอบอุ่นและเป็นสุขนั้นสี มีอิทธิพลต่อมนุษย์และอาจนำมาประยุกต์ ใช้ในรูปแบบต่างๆ เช่น นำไปใช้ในเชิงบำบัดรักษาอาการทางกาย หรือทางจิตใจได้ด้วย

http://rise.swu.ac.th/Portals/184/documents/articles/The_Psychology_of_Color.pdf

1. ความหมายในการสื่อสารของสี

ดังนั้นเราควรมีความเข้าใจโดยเริ่มต้นจากการรับรู้สีต่างตามหลักจิตวิทยาดังนี้

1.1 **สีแดง** เป็นสีที่มีความร้อนแรงและเป็นสีที่เด่นชัดและสร้างการดึงดูดความสนใจมากที่สุด สีแดงจะให้ความรู้สึกการมีพลังกำลัง ความก้าวร้าว รุนแรง รวดเร็ว และปราดเปรียว จึงนิยมใช้เป็นสีสำหรับรถสปอร์ต เสื้อทีมสำหรับนักกีฬา

นอกจากนี้ สีแดงยังเป็นสีที่แทนความรู้สึกรักชาติ ความเป็นชาตินิยม จึงมักพบว่าสีแดงเป็นสีประจำชาติของหลายชาติ

สีแดงยังใช้เป็นสัญลักษณ์ของความรัก ตลอดจนอารมณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับความเร่าร้อน ความขัดแย้ง ทะเลาะวิวาทและอันตราย เป็นต้น

1.2 สีน้ำเงิน เป็นสีที่มีความสว่างสีต่ำ ให้ความรู้สึกเยือกเย็น เจ็บสงบ ความรับผิดชอบ ความจริงจัง สีน้ำเงินเข้มมักใช้กับการบริหารและนิยมใช้สีรถของหน่วยงาน เครื่องแต่งกาย สำหรับสีน้ำเงินอ่อนหรือสีฟ้า มักทำให้นึกถึงความสะอาด ความเย็น และผ่อนคลาย มักใช้เป็นสีพื้นหลังบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกเย็นและชุ่มชื้น เช่น ลูกอมที่มีเมนทอลผสม เป็นต้น

1.3 สีเหลือง เป็นสีที่มีความสว่างสีสูง สีเหลืองที่สดใสเป็นสัญลักษณ์ของดวงอาทิตย์ จะให้ความรู้สึกที่อบอุ่น ความสนุกสนานร่าเริง ความใหม่ ความทันสมัย สุขภาพที่ดี แต่ถ้าเป็นสีเหลืองหม่น จะให้ความรู้สึกถึงความขี้ขลาด ความอ่อนแอ และโรคภัยไข้เจ็บ

1.4 สีเขียว เป็นสีที่ให้ความรู้สึกใกล้เคียงกับสีน้ำเงิน คือ รู้สึกผ่อนคลาย สงบ แต่ให้ความรู้สึกสดชื่นความมีชีวิตชีวา การเติบโต ความเป็นธรรมชาติ นิยมใช้เป็นสีสำหรับสินค้าปลอดสารเคมี หรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

1.5 สีม่วง เป็นสีที่เกิดจากสีแดงผสมกับสีน้ำเงิน จึงรวมคุณลักษณะของทั้งสองสีเข้าด้วยกันคือ ความมีอำนาจของสีแดง และความมีคุณธรรม รับผิดชอบของสีน้ำเงิน สีม่วงมักจะทำให้ความรู้สึกยิ่งใหญ่ ความหรูหราโอ้อ่า และความประทับใจ

1.6 สีขาว เป็นสีที่มีความสว่างสีสูงที่สุด ให้ความรู้สึกโปร่งเบา ละเอียดย่อน บริสุทธิ์ ความดีงาม ความมีคุณธรรม การใช้ธงขาวจะหมายถึง การยอมแพ้ สงบศึก ในบางประเทศใช้สีขาวแสดงถึงความเศร้าโศก การพลัดพราก

1.7 สีดำ เป็นสีที่มีความสว่างสีต่ำที่สุด ให้ความรู้สึกหดหู่ เกรงขริม ลึกลับ น่ากลัว ชั่วร้าย ความเป็นอมตะ บางประเทศใช้สีดำแสดงถึงความเศร้าหมองและความตาย

ความรู้สึกเกี่ยวกับขนาดสีอ่อนหรือสีที่มีความสว่างสีสูง เช่น วัตถุสีเหลืองจะให้ความรู้สึกว่ามีขนาดใหญ่กว่าและน้ำหนักเบากว่าวัตถุที่มีสีเข้มหรือสีที่มีความสว่างสีต่ำ เช่น สีน้ำเงิน แม้ว่าความจริงแล้ววัตถุทั้งสองนั้นจะมีขนาดเท่ากันก็ตาม

ความรู้สึกเกี่ยวกับระยะ สีแต่ละสีอาจให้ความรู้สึกเกี่ยวกับระยะใกล้ไกลต่างกัน กล่าวคือ สีที่อยู่ในวรรณะร้อน เช่น สีแดง สีเหลือง สีส้ม จะให้ความรู้สึกว่ายู่ระยะใกล้ ส่วนสีที่อยู่ในวรรณะเย็น เช่น สีม่วง สีน้ำเงิน จะให้ความรู้สึกว่ายู่ไกล

ความรู้สึกเกี่ยวกับการเคลื่อนไหว สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับสีให้ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวมี ดังนี้

- 1) สีน้ำเงิน จะให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวภายในตัวเอง
- 2) สีเหลือง จะให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวสู่ภายนอก
- 3) สีเขียว จะให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวเข้าสู่ศูนย์กลาง

สีกับการสื่อความหมายกับสินค้าและบริการ



สีเหลือง สีเหลืองเป็นสีที่สว่างและเหมือนสีของแสงอาทิตย์ ซึ่งให้ความหมายที่ดีให้ความรู้สึกที่ชัดเจนและอบอุ่น แบนด์ที่เลือกใช้นี้มันต้องการที่จะแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกคุ้นเคยและทัศนคติในแง่บวก สีเหลืองนิยมใช้กันมากในร้านอาหาร Fast Food เช่น McDonald ที่ใช้เส้นโค้งสีเหลืองกับพื้นสีแดงที่ช่วยกระตุ้นความหิวของลูกค้า ในขณะที่สีเหลืองแสดงถึงความสุขและการเชิญชวน



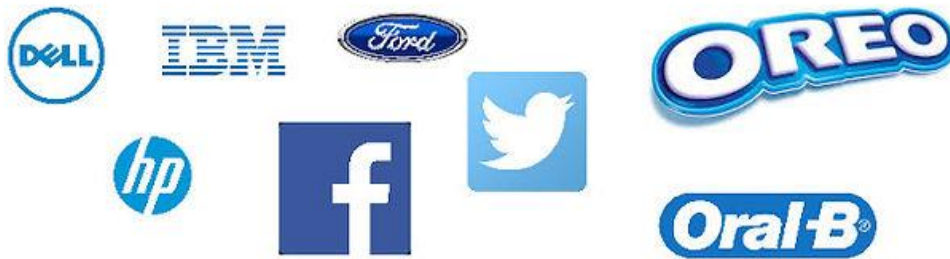
สีส้ม สีส้มนั้นแสดงถึงมิตรภาพและความร่าเริง แต่แบนด์ต่าง ๆ มักเลือกใช้เพื่อถ่ายทอดความเชื่อมั่น นอกจากนี้ยังถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายกับธุรกิจที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มวัยรุ่น เช่น เว็บไซต์เบราว์เซอร์อย่าง firefox , รายการทีวี Nickelodeon , เครื่องดื่ม Fanta และเครื่องลูกศรของเว็บไซต์ Amazon.com



สีแดง เป็นสีที่ให้ความรู้สึกตื่นเต้น ความกล้า และความอ่อนเยาว์ ซึ่งเป็นเหตุผลที่มักจะถูกใช้เป็นประจำในผลิตภัณฑ์ประเภทขนมขบเคี้ยวหรือร้านอาหาร Fast Food เช่น Coca-Cola , KFC , Burger King แม้แต่แบนด์ยักษ์ใหญ่อย่าง Virgin และ Netflix ที่ใช้สีแดงในการโปรโมทบริการที่รวดเร็วของพวกเขา



สีม่วง สีม่วงเป็นสีที่รู้สึกถึงความหรูหรา ดังนั้นจึงส่วนใหญ่จึงมักจะเกี่ยวข้องกับงานที่เน้นคุณภาพ สามารถใช้ไปรโมทความเป็น creative ,imagination ของแบรนด์นั้นได้ ซึ่ง แบรนด์ที่นำไปใช้นั้นมี Yahoo , Hallmark , Cadbury



สีฟ้า หลายคนมักเข้าใจว่าสีฟ้า นั้นเป็นสีของผู้ชาย แต่ในความเป็นจริงนั้นก็มีผู้หญิงอยู่หลายคนเองที่ชอบสีฟ้าเช่นกัน สีฟ้าแสดงถึงความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือและความแข็งแกร่ง ดังนั้นสีฟ้าจึงกลายเป็นที่นิยมของแบรนด์เทคโนโลยีและบริษัทดิจิทัล



สีเขียว เวลาเราเดินทางไปที่ต่างจังหวัดสิ่งที่ทำให้เรารู้สึกผ่อนคลาย ความปลอดภัย คือ สีเขียวของธรรมชาติ ซึ่งไม่แปลกใจเลยว่าทำไมแบรนด์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางธรรมชาตินั้นถึงใส่สีเขียวลงไปเป็นแบรนด์ เพราะนอกจากจะให้ความรู้สึกผ่อนคลายแล้ว สีเขียวยังสื่อถึงการเจริญเติบโต และสุขภาพที่ดี



สีโมโนโครม และ หลายสี สีขาว-ดำนั้นจริง ๆ แล้วในทางความหมายไม่ได้แปลว่าการไว้อาลัยเพียงอย่างเดียว แต่หมายถึงความเป็นกลาง **สงบสุขุมและชัดเจน** ส่วนการใช้สีหลายสีนั้นเป็นการแสดงถึงความหลากหลายทาง

ความรู้สึกเราจึงสังเกตเห็นได้ว่า ebay, google, microsoft เองก็ใช้สีที่หลากหลายเพื่อแสดงให้รู้ว่าสามารถเข้าถึงได้
ทุกเพศทุกวัน [Packaging of the world](http://www.packagingoftheworld.com/2015/03/branding-for-your-audience-choosing.html) <http://www.packagingoftheworld.com/2015/03/branding-for-your-audience-choosing.html>

2. สีกับการสื่อสารด้านความรู้สึก

เราสามารถนำสีมาใช้กับเรื่องอารมณ์ความรู้สึกในการสื่อความหมายในเรื่องผลิตภัณฑ์กับการออกแบบได้
ชัยรัตน์ อังศวางกุล ได้กล่าวถึงรูปแบบของสีกับอารมณ์ที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ไว้ดังนี้

1.1 สีสุขภาพ (Healthy) สีโทนเย็นให้ความรู้สึกกับเรื่องสุขภาพ อายุยืนยาว เป็นกลุ่มสีที่ดูสบายตา ไม่
โดดเด่นแต่ก็ไม่จืดจาง ให้ความรู้สึกอ่อนโยน

1.2 สีมีรสชาติ (Tasty) สีโทนร้อนในโทนแดงหรือการใช้สีตรงกันข้าม ให้ความรู้สึกถึงอร่อยสนุกรื่นเริง สี
กลุ่มนี้จะชวนสะดุดตา

1.3 สีมีพลัง (Powerful) สีเข้ม (Shades) สีถึงอำนาจ พลังกำลังการควบคุมสัญลักษณ์อารมณ์ที่เข้มข้น
ในทางโฆษณาประชาสัมพันธ์สามารถช่วยดึงดูดความสนใจได้เสมอ

1.4 สีเยือกเย็น (Cool) สีโทนเย็นประกอบไปด้วยสีฟ้าเหลืองอมเขียวพบเห็นได้ตามถนนมชาติ ทำให้สด
ชื่นผ่อนคลายและสงบเยือกเย็น

1.5 สีผ่อนคลาย (Relaxing) สีโทนนุ่มเหมาะกับการแต่งบ้านเช่นสีอ่อนเหมือนโทนวินเทจสีกลุ่มให้
ความรู้สึกผ่อนคลายแต่แฝงไปด้วยความร่าเริงและเชื้อเชิญ

1.6 สีคลาสสิก(Classic) คือสีที่มีความดูเก่า เคร่งขริ่ม แต่ดูดีไม่ล้าสมัยอาจประกอบไปด้วยดำ นำตาล
เข้ม อ่อน ทอง เงินบงบอกถึงความแข็งแรงอำนาจและความไว้วางใจ

1.7 สีสดชื่น (Fresh) ให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา สดใส มีสีสัน สุขภาพแข็งแรง กระชุ่มกระชวยและมันคง

1.8 สีตื่นเต้น (Exciting) สีสดใสจุดขาดเมื่อเห็นรู้สึกหัวใจเต้นแรง ความดันและหัวใจเต้นรัว ที่ส่งผลต่อ
ร่างกาย

1.9 สีที่เป็นผู้หญิง (Feminine) สีถูกมองว่านุ่มนวลเป็นผู้หญิงมีความอ่อนโยนละเมียด อ่อนหวาน มักใช้
สำหรับเครื่องสำอางค์และผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิง

1.10 สีร่ำรวย (Rich) ดูมีระดับมีคุณค่าให้ความรู้สึกมั่นคงล้ำรวยมีชั้นชั้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีราคา
ประกอบไปด้วยทอง เงิน ม่วง มันวาว

1.11 สีธรรมชาติ (Natural) สีกลุ่มเอิร์ทโทนเขียวเมื่อเห็นแล้วทำให้นึกถึงธรรมชาติ ต้นไม้ใบหญ้า
โดยเฉพาะสีเขียวหลากหลายเฉด

1.12 สีสนุกสนาน (Fun) สีสดใสให้ความสนุกสนานร่าเริงลักษณะเด่นอยู่ที่ความสว่างช่วยให้เกิด
ความรู้สึกมีพลัง ชัยรัตน์ อังศวางกุล. (2548). ออกแบบให้โดนใจ. กรุงเทพฯ: วิทยอินบุ๊ก

เอกสารอ้างอิง / บรรณานุกรม

อนันต์ วาโตะ.(2558). *Graphic Dessign For Printing#* Publishing IDC Premier.

อนันต์ ประภาโส. (2553). *วาดเส้นพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ: สิปประภา

ธารทิพย์ เสริมทวีวัฒน์ . (2550). *การออกแบบพาณิชย์ศิลป์*. กรุงเทพฯ: หลักไทช่างพิมพ์

ปิยบุตร สุทธิदारา. (2553). *Graphic Design Artwork Photoshop*. IDC Premier

ผศ. นกอดล เนตรดี. (2558). *เทคนิคจิตรกรรมสีน้ำ*. พิไลสไตล์จำกัด

พิเชษฐ วัฒนเวสกร.(2552). *Basic CG Painting*. IDC info Distributor. Center

ชัยรัตน์ อังศวางกุล. (2548). *ออกแบบใจให้โดนใจ*. วิทยอินบุ๊ค

ธนาภัทร์ รุ่งธนาภิรมย์.(2557). *ทฤษฎีความงาม*. At4print Co.,Ltd.

ผศ.จากรวรรณ ทรัพย์ป่อง.(2543). *การเขียนภาพประกอบ*. โอเอส พรินติ้ง

<http://www.packagingoftheworld.com/2015/03/branding-for-your-audience-choosing.html> 30

เมษายน 2560

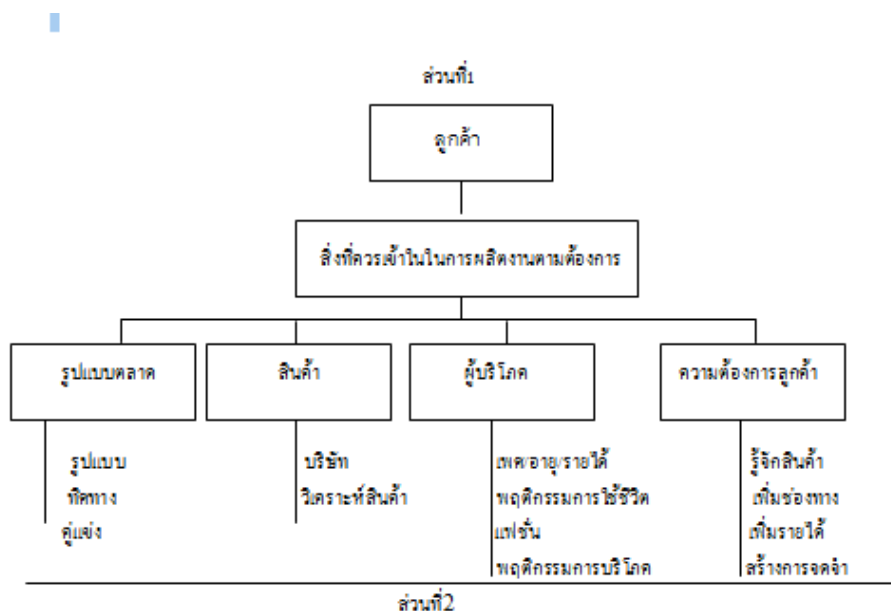
http://rise.swu.ac.th/Portals/184/documents/articles/The_Psychology_of_Color.pdf 30 เมษายน

2560

<https://www.gotoknow.org/posts/381237> 30 เมษายน 2560

การกำหนดแนวคิดและกระบวนการในการออกแบบ เพื่อใช้ในการงานนิเทศศิลป์เพื่องานโฆษณา

การออกแบบนิเทศศิลป์ต้องมีพื้นฐานการวางแผนและลำดับขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้งานที่ออกมาความสวยงาม มีคุณภาพและเป็นไปตามโจทย์ที่ได้ใช้จากผู้ว่าจ้าง ดังนั้นนักออกแบบควรมีความรู้ขั้นตอนในการผลิตงานมีความง่ายและสะดวก ต่อการผลิตผลงาน โดยเราสามารถแบ่งขั้นตอนในการผลิตผลงานออกเป็นขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนจบ เพื่อให้ให้นักออกแบบมีความเข้าใจและสามารถนำไปใช้ในงานออกแบบด้านโฆษณา ด้านศิลป์และงานอื่นๆได้ ซึ่งหลักการในการออกแบบจะมีคล้ายคลึงกันในการวางแผนประกอบไปด้วย ขั้นตอนผลิต (Pre Product) ขั้นตอนการผลิต (Production) ขั้นตอนหลังผลิต (Post Production) ที่มีรายละเอียดในแต่ละส่วนที่แตกต่างกันไป กันไปโดยการทำงานทั้งหมดอาจต้องร่วมมาจากการรับรู้ข้อมูลและกำหนดแนวคิดและใช้กระบวนการในการคัดกรองเพื่อผลิตงานต้นฉบับที่สามารถสวยงามและสื่อสารได้ดีตามวัตถุประสงค์



แนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบงาน

การออกแบบอาจต้องมีปัจจัยในการออกแบบหลายๆด้าน ทั้งนี้สิ่งสำคัญสำหรับการออกแบบอาจประกอบไปด้วยแนวคิดในการผลิตงานดังนั้นนักออกแบบควรใช้แนวคิดในการสร้างสรรค์งานที่มีความหลากหลายโดยเริ่มต้นตามแนวคิดในการออกแบบดังต่อไปนี้

1. กลุ่มที่ 1 แนวคิดเรื่องการรับรู้เชิงประสบการณ์ในการออกแบบงานกราฟิกโดยการกระตุ้นจากความเชื่อมโยงไปยังประสบการณ์ในอดีต
2. แนวคิดการเปิดการปิดในความหมายของจิตวิทยาในการรับรู้ แต่มีความหมายถึงการปิดและเปิดรับซึ่งมีผลต่อประสบการณ์ของผู้รับรู้ เช่น โฆษณาการเปิดเครื่องดื่ม น้ำอัดลม หรือ แอปเปิ้ลที่มีรอยกัด
3. แนวคิดเรื่องความใกล้ชิด มนุษย์จะมองสิ่งที่อยู่ใกล้กันและมีความเชื่อมโยงกัน และอาจดูเป็นพวกพ้องเดียวกัน
4. แนวคิดเรื่องความต่อเนื่อง เป็นการจัดลำดับสิ่งที่มองเห็น ไม่ว่าจะเป็แนวโค้งแนวตรง ตัวอย่างเช่น รุ่งกินน้ำ หรือภาพที่มีความต่อเนื่องกันเช่น ลายไทย
5. แนวคิดเรื่องความคล้ายคลึง สายตามนุษย์เราจะตีความในสิ่งที่เป็ภาพรวม สิ่งที่คล้ายคลึงกันสายตาคจะจับกลุ่มรวมเป็กลุ่มเดียวกัน

6. แนวคิดเรื่องร่องรอย นักออกแบบจะต้องเข้าใจถึงการทิ้งร่องรอยในพื้นที่ฐานเพื่อก่อให้เกิดการเชื่อมโยงไปสู่ผลลัพธ์ เปรียบเสมือนการทิ้งจิ๊กซอว์ไว้หนึ่งตัว เพื่อทำให้เกิดความสงสัยในภาพประกอบทั้งหมด

7. แนวคิดเรื่องภาพติดตาม หลังจากที่เรามองอะไรเป็นเวลานานๆ เราจะยังมองเห็นสิ่งนั้นต่อไป และเมื่อเปลี่ยนสายตาไปที่อื่น หรือเห็นสิ่งนั้น เป็นสิ่งเชื่อมโยง ภาพติดตามนั้นก็กลับมา ซึ่งภาพติดตามนั้นเราสามารถใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบได้

8. แนวคิดในเรื่องของการรับรู้ในระยะทาง เป็นการบอกถึงระยะไหนอยู่ใกล้และไกล สำคัญคือส่วนของตัวบอกระยะ

9. แนวคิดเรื่องภาพลวงตา การรับรู้ของมนุษย์เป็นการคัดลอกอย่างตรงไปตรงมา บางครั้งก็คลุมเครือบิดเบือนไปจากภาพที่เป็นจริง ภาพลวงตามีมากมายหลายชนิดทั้งที่ปรากฏขึ้นจริงและเราจินตนาการขึ้นมาเอง การลวงตามักจะปรากฏในศิลปะประเภทที่การซ้ำๆ กันหรือการใช้องค์ประกอบทางทัศนธาตุลวงตา

10. แนวคิดการเลือกรับรู้ ในที่นี้ขอกล่าวถึง 5 สิ่งเร้าที่มีผลต่อการเลือกรับรู้คือ

10.1 การเปลี่ยนแปลงกะทันหัน

10.2 ความขัดแย้งหรือความแปลก

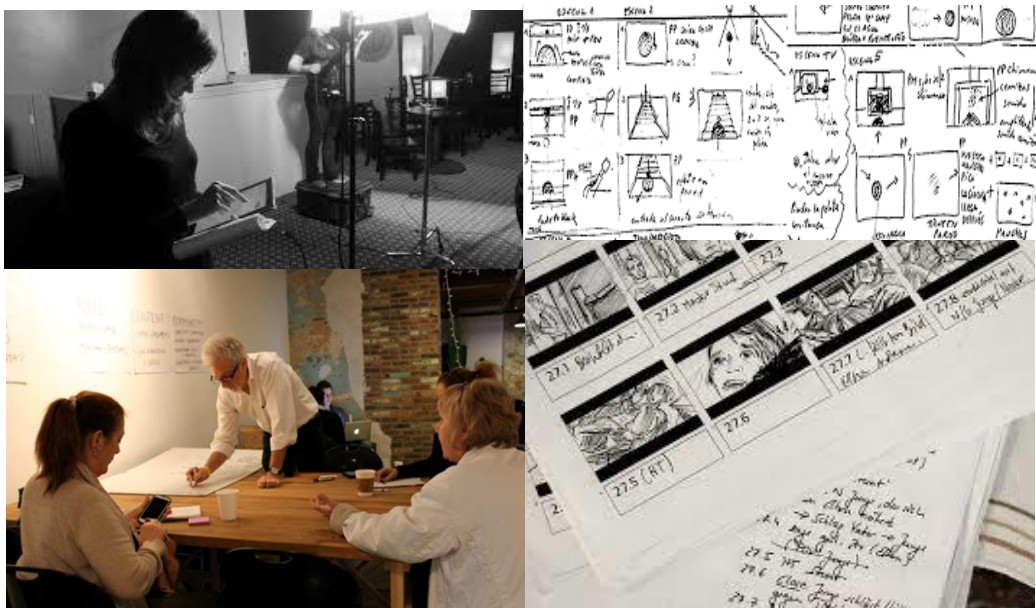
10.3 ความแรงหรือความเข้ม

10.4 ความซ้ำ

10.5 ความซับซ้อน

11. แนวคิดเรื่องอายุกับการรับรู้ เมื่อเราพบกับโจทย์ที่มีลักษณะเฉพาะสำหรับผู้ใช้งาน บางประเภท เรื่องอายุจะเป็นปัจจัยสำคัญ เช่น ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเด็กเล่น ปาพจน์ หนูนกักดี.(2553). Graphic Design. IDC info Distributor Center.

ขั้นตอนก่อนผลิต (Pre Product)



ภาพที่ 7.1 ตัวอย่างภาพ ขั้นตอนก่อนการผลิต ที่มา

https://www.google.co.th/search?q=Pre+Production&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKUwjcherN1unSAhUJM48KHdJ2AhkQ_AUIBigB&biw=1920&bih=925#imgcr=A61Xy7khYJuM3M
M: / 20 พฤษภาคม 2560

เป็นขั้นตอนตั้งแต่การรับงาน การหาข้อมูล การสรุปงานและการกำหนดแนวคิดเพื่อใช้ในการเตรียมการที่ส่งผลไปสู่การทำงานในขั้นผลิตผลงานโดยเริ่มต้นตั้งแต่

1. การเข้าใจในโจทย์ (Bif)

โจทย์ในการออกแบบ หมายถึงความต้องการของผู้จ้างงานที่มีความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการให้นักออกแบบออกชิ้นงานให้ ซึ่งอาจจะเป็นสื่อที่แตกต่างกันไป ดังนั้นจึงมีความประสงค์ในการให้นักออกแบบผลิตผลงานให้เพื่อใช้ในด้านต่างๆตามวัตถุประสงค์ของผู้จ้างงาน แต่หลายครั้งนักออกแบบมีความสงสัยในคำว่ากลุ่มเป้าหมายในการออกแบบว่าควรทำให้ถูกผู้ว่าจ้างหรือกลุ่มเป้าหมายในวัตถุประสงค์จึงทำให้หลายๆครั้งอาจมีความสับสนในการออกแบบงานก็เป็นได้

หลักการในการสื่อสารแนวคิดเป็นสิ่งสำคัญและเป็นการสื่อสารแรกในการถ่ายทอด นักออกแบบต้องเรียนรู้การนำแนวคิดมาเพื่อตีความออกมาเป็นภาษาในการสื่อสาร เช่นภาพ องค์ประกอบ และการทำงานด้านกราฟิก เพราะเพียงแนวคิดเป็นแนวทางในการผลิตเบื้องต้น Poppy Evans&Mark A. Thomas.(2004). (59) Exploring The Elements of Design. Library Of Congress Cataloging-in-publication Data.

ทั้งนี้นักออกแบบต้องพยายามทำความเข้าใจกับโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด



ภาพที่ 7.2 ตัวอย่าง

https://www.google.co.th/search?q=Pre+Production&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKewjcherN1unSAhUJM48KHdJ2AhkQ_AUIBigB&biw=1920&bih=925#imgrc=bRPqmhKI-

BRsFM: / 20 พฤษภาคม 2560

2. การรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบและกำหนดแนวคิด(Gathering Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการกำหนดแนวคิดกำหนดกลุ่มเป้าหมายกำหนดรูปแบบในการออกแบบสื่อที่เข้าถึงดังนั้นก็ออกแบบควรมีความเข้าใจในสิ่งต่างๆดังนี้

2.1 ลูกค้ำในการออกแบบ

นักออกแบบควรเข้าใจว่าเราได้รับจ้างออกแบบงานไปเพื่ออะไรสิ่งทีคาดหวังจากตัวผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ผู้ว่าจ้างที่เป็นลูกค้ำอาจแบ่งออกง่ายๆ 3 ประเภท

2.1.1 ลูกค้ำที่จ้างเอเจนซีไว้และชอบทำเอง ได้แก่ลูกค้ำออกไอเดียเอง หรือบางครั้งก็เอาไอเดียจากเอเจนซีมาดัดแปลงและให้เอเจนซีผลิต ซึ่งจะส่งผลต่อมาตามฐานเนื้องานที่ออกมา

2.1.2 ลูกค้ำที่มีความยุติธรรม เมื่อเอเจนซีผลิตงานเต็มที่สิ่งทีเอเจนซีคาดหวังการได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรม จากค่าตอบแทนที่สมเหตุสมผล

2.1.3 ลูกค้ำที่ไม่ Bossy จนเกินไป ซึ่งลูกค้ำที่เจ้าศเจ้าอย่าง จะไม่ค่อยสร้างความเป็นมิตรในการทำงานเท่าไร INSIDE CLIENT SERVICE วคิน เตยะธิตี.(2551) : กรุงเทพฯบริษัท ยูนิเวอร์แซลพับลิซิง จำกัด.

นอกจากนั้นการทำความเข้าใจกับลูกค้ำก็ยังคงมีความสำคัญเพราะเป็นจุดเริ่มต้นในการทำงานเช่นกันนักออกแบบอาจต้องพยายามหาจุดร่วมในการทำงานที่ให้งานเดินไปได้ทั้งความเข้าใจในลูกค้ำและรูปแบบของงาน เช่นต้องการให้ออกแบบ Logo เพื่อใช้ในการขายสินค้าเด็ก เพื่อให้ลูกค้ำจดจำในตราสินค้าได้ชัดเจน นักออกแบบอาจต้องสร้างรูปแบบโดยใช้ภาพการ์ตูนอาจใช้สีที่ชัดเจนหรืออาจใช้ตัวอักษรที่ส่งเสริม Logo ให้มีความชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้างได้ชัดเจนมากขึ้น

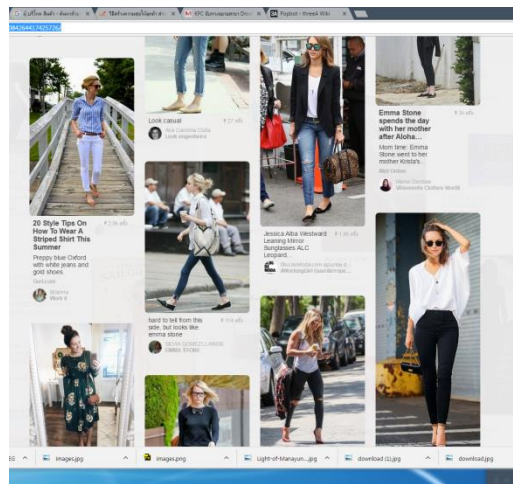


ภาพที่ 7.3 ตัวอย่างภาพ ภาพการทำกิจกรรมของลูกค้า ที่มา

<https://www.google.co.th/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKewiUoMKs2enSAhXJL48KHZ7TAn4QjxwIAw&url=http%3A%2F%2Fwww.impressionconsult.com%2Fweb%2Findex.php%2Farticles%2F244-view180112.html&bvm=bv.150120842,d.c2I&psig=AFQjCNEwy1UiP5tsRwQEBrXBpMh8Gosxfg&ust=1490257838731918> / 20 พฤษภาคม 2560

2.2 กลุ่มผู้บริโภคในการออกแบบ

ความสำคัญในการออกแบบนิเทศศิลป์จะขาดไม่ได้ก็คือกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มที่เราต้องเข้าใจมากที่สุดเพราะจะเป็นกลุ่มที่เราออกแบบงานให้เขาถึงมากที่สุดไม่ว่าเป็นการสื่อความหมาย การออกแบบ การสร้างแรงจูงใจและการจดจำมากที่สุดเพราะส่งผลกับวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้างโดยตรง

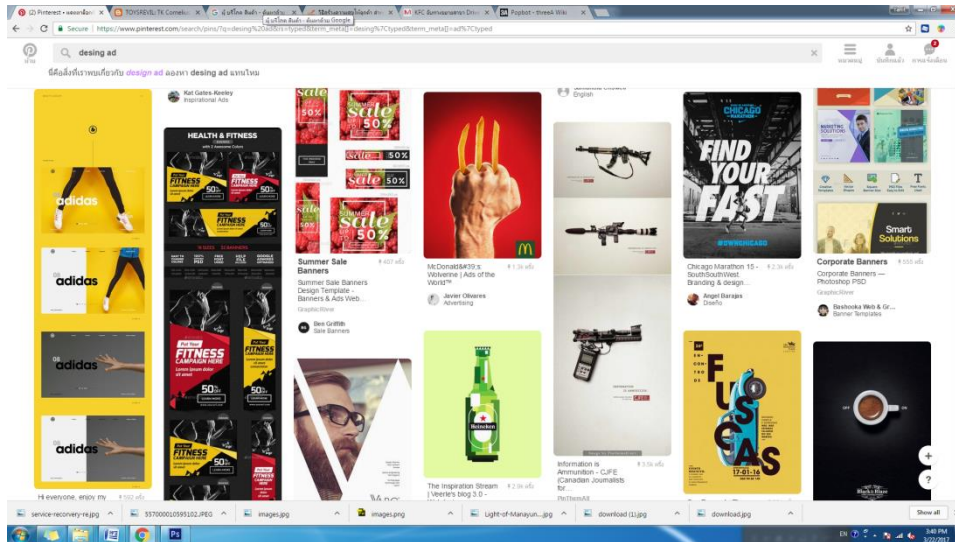


ภาพที่ 7.4 ตัวอย่างภาพ กลุ่มผู้บริโภคในการออกแบบ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/203084264417425726/> / 20 พฤษภาคม 2560

2.3 แนวทางที่ใช้ในการออกแบบ

หลายครั้งนักออกแบบมีความเข้าใจในงานออกแบบหรือรูปแบบที่ตนเองถนัดเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงนักออกแบบต้องเข้าใจรูปแบบงานออกแบบได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้อาจเกี่ยวข้องกับทิศทางการตลาดและทิศทางในการออกแบบในช่วงเวลานั้นๆ ด้วยตลอดจนการใช้วัสดุ สีในการออกแบบ

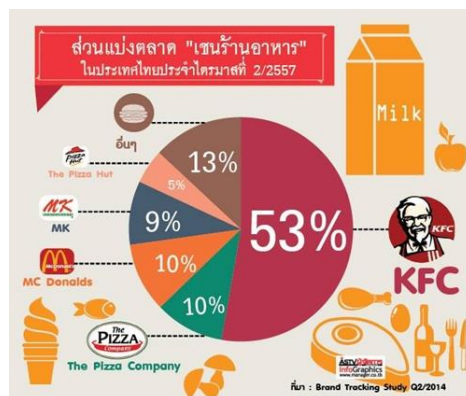


ภาพที่ 7.5 ตัวอย่างภาพ แนวทางที่ใช้ในการออกแบบ ที่มา

[https://www.pinterest.com/search/pins/?q=desing%20ad&rs=typed&term_meta\[\]=desing%7Ctyped&term_meta\[\]=ad%7Ctyped](https://www.pinterest.com/search/pins/?q=desing%20ad&rs=typed&term_meta[]=desing%7Ctyped&term_meta[]=ad%7Ctyped) / 20 พฤษภาคม 2560

2.4 รูปแบบด้านตลาด

การเข้าใจในรูปแบบของตลาดจะทำให้เราสามารถเข้าใจและสามารถกำหนดงานออกแบบที่แตกต่างๆ งานออกแบบที่เข้าถึงได้มากกว่าเพราะในตลาดมีสินค้าประเภทเดียวกันจำนวนมาก ดังนั้นหากเราไม่มีความรู้ อาจสร้างที่เหมือน สร้างงานที่น้อยกว่าและอาจส่งผลในงานออกแบบที่น้อยลง ส่งผลต่อการสร้างงานที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ว่าจ้างก็

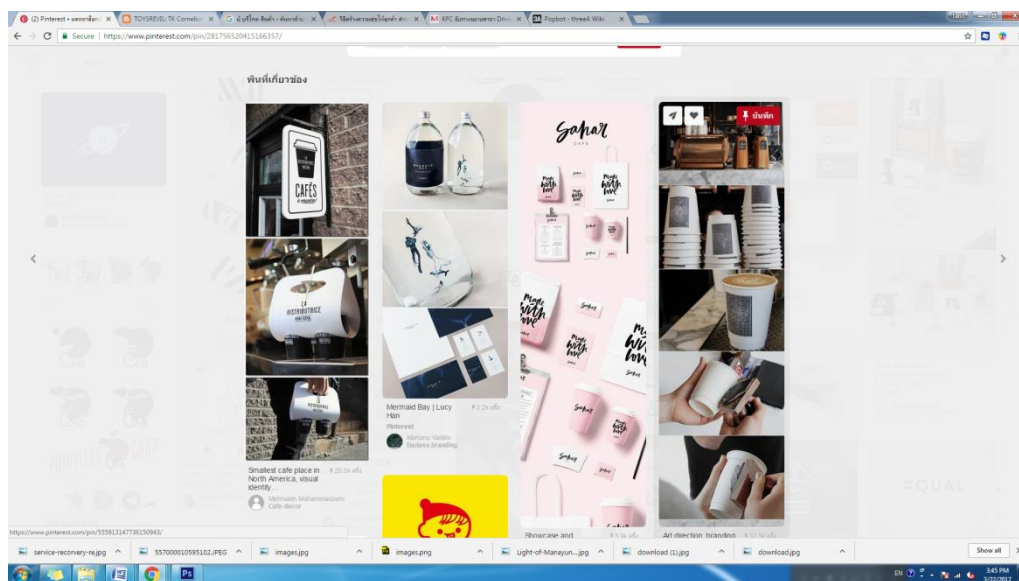


ภาพที่ 7.6 ตัวอย่างภาพ รูปแบบด้านตลาด ที่มา

<http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000102576> / 20 พฤษภาคม 2560

2.5 คุณลักษณะของลูกค้าผู้ว่าจ้างและบริษัท

บริษัทเจ้าของธุรกิจมีความเชื่อมโยงในการออกแบบได้อย่างไร คงมีคนสงสัยหากเราออกแบบงานที่มีกลุ่มผู้บริโภคในการสร้างการรับรู้ ดังนั้นการรับรู้ที่เชื่อมโยงไปถึงบริษัทเจ้าของสินค้าเลยก็ได้ ดังนั้นนักออกแบบอาจสอดแทรกสัญลักษณ์ไม่ว่าจะเป็น สี ตัวอักษร หรืออื่นๆที่เกี่ยวข้องกับบริษัทเข้าไปในงานออกแบบได้อีกทาง



ภาพที่ 7.7 ตัวอย่างภาพ การออกแบบโดยใช้สัญลักษณ์

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/281756520415166357/> 20 พฤษภาคม 2560

2.6 อื่นๆ

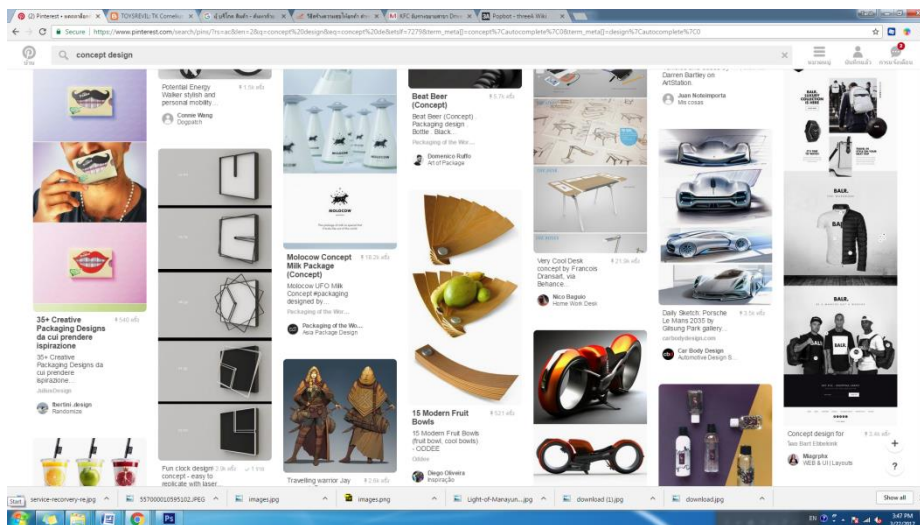
ข้อมูลต่าง ๆ นานาที่อาจมีความสัมพันธ์กันหรือไม่สัมพันธ์กันหลายครั้งอาจนำมาใช้ในการกำหนดแนวคิดกำหนดรูปแบบในการออกแบบได้หากสามารถทำให้เกิดการสื่อสารได้มากขึ้นอีกทางหนึ่ง จากปัจจัยการรวบรวมข้อมูลต่างจึงจัดได้ว่าเป็นฐานข้อมูลที่นักออกแบบควรรวบรวมเพื่อใช้ในการวางแผนการกำหนดรูปแบบและสามารถสร้างการสื่อสารที่ส่งผลต่อการออกแบบได้ในอนาคตหากนำไปใช้ได้ถูกวิธี

3. การกำหนดแนวคิดและการคัดสรรแนวคิดเพื่อการนำมาใช้

การกำหนดแนวคิดในการใช้ภาพหลายๆครั้งอาจต้องได้แนวคิดจากฝ่ายคิดสร้างสรรค์มา ออกเป็น concept นักออกแบบก็จะนำแนวคิดมาแตกออกเป็นภาพที่สามารถสื่อความหมายได้มากที่สุด อาจเลือกภาพกลุ่มผู้บริโภคเข้าไปในแนวคิดนี้ได้เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง การออกแบบจากแนวคิดที่ดีจะส่งผลต่อการดึงดูดและทำให้ผู้บริโภคอยู่กับสื่อโฆษณานั้นได้นาน ทำให้ส่งผลต่อการการพิจารณาและซึมซับเนื้อหาได้ดีเช่นงานออกแบบโปสเตอร์ที่ต้องสร้างการดึงดูดโดยใช้ภาพ การใช้ที่ดึงดูดและทำให้ผู้บริโภคหยุดและเข้ามาสื่อสารผ่านภาพตัวอักษรต่างๆในการตีความได้ Varnono Mills 51 Making Posters.(1997). Studio Vista Limited Blue Star House

Nancy Duarte.(2554). ได้กล่าวถึงการกำหนดแนวคิดในการใช้ภาพในการผลิตสไลด์ว่า การร่างภาพไอดีควรมีความรวดเร็วไม่ต้องพิถีพิถันมากนัก เราสามารถหาภาพจากนิตยสารเก่าหรือในอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการอ้างอิงได้ทั้งหมดเพื่อให้ได้ภาพออกมาจากแนวคิดให้มากที่สุด เพื่อใช้ในการคัดเลือก จากหลายแนวคิดให้เหลือเพียงภาพเดียวก็ตามเพราะมันคือกระบวนการคัดสรรที่ดี Nancy Duarte.(2554). Slide:Ology Millennium May

ดังนั้นการกำหนดแนวคิดจึงมีความจำเป็นที่ต้องกำหนดแนวคิดให้หลากหลายแนวคิดเพื่อใช้กำหนดแนวทางของภาพในการสื่อสารที่ส่งผลถึงการสื่อสารและสวยงามได้เช่นกัน

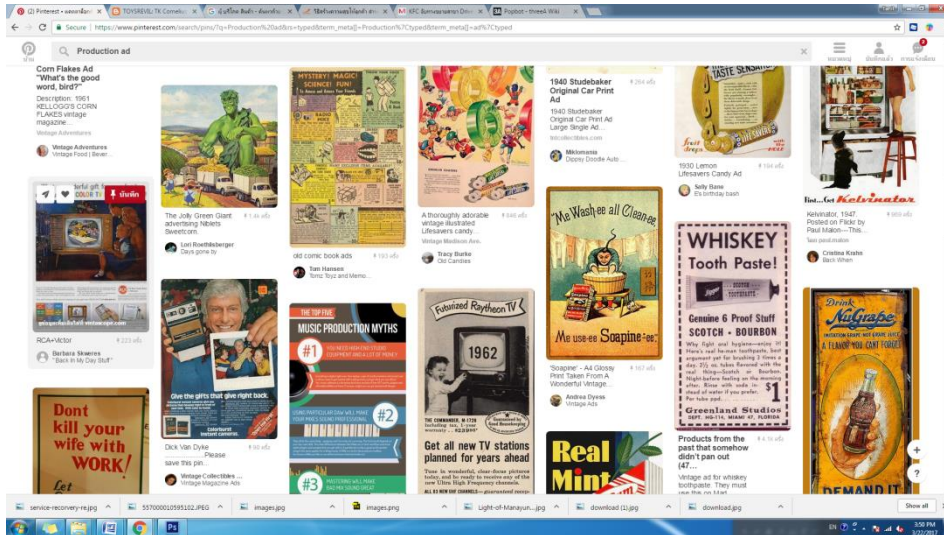


ภาพที่ 7.8 ตัวอย่างภาพ การกำหนดแนวคิดในการสื่อสาร ที่มา

[https://www.pinterest.com/search/pins/?rs=ac&len=2&q=concept%20design&eq=concept%20de&etslf=7279&term_meta\[\]=concept%7Cautocomple%7C0&term_meta\[\]=design%7Cautocomple%7C0](https://www.pinterest.com/search/pins/?rs=ac&len=2&q=concept%20design&eq=concept%20de&etslf=7279&term_meta[]=concept%7Cautocomple%7C0&term_meta[]=design%7Cautocomple%7C0) / 20 พฤษภาคม 2560

ขั้นตอนการผลิต (Production)

การผลิตแนวคิดให้ออกมาเป็นภาพร่าง จนถึงการผลิตต้นฉบับมีหลากหลายขั้นตอน ทั้งนี้ เพื่อทำให้เกิดกระบวนการในการกลั่นกรองแนวคิดและถ่ายทอดอย่างมีระบบไปสู่ในการผลิตงานที่ดีได้นั้นอาจต้องผ่านกระบวนการในการออกแบบดังนี้



ภาพที่ 7.9 ตัวอย่างภาพ การผลิตแนวคิดในการออกแบบ ที่มา

[https://www.pinterest.com/search/pins/?q=Production%20ad&rs=typed&term_meta\[\]=Production%7Ctyped&term_meta\[\]=ad%7Ctyped](https://www.pinterest.com/search/pins/?q=Production%20ad&rs=typed&term_meta[]=Production%7Ctyped&term_meta[]=ad%7Ctyped) / 20 พฤษภาคม 2560

1. การร่างเพื่อใช้ในการออกแบบ

ในการออกแบบนิเทศศิลป์นั้นการออกแบบควรมีความสามารถในการวาดรูปได้ในระดับพื้นฐานเพื่อใช้ในการสื่อสารเป็นสำคัญ ดังนั้นนักออกแบบควรมีฝึกในการวาดภาพและความเข้าใจในการจัดองค์ประกอบศิลป์เป็นสำคัญอีกทางหนึ่งแต่อาจไม่ต้องขนาดสวยก็ได้ โดยประโยชน์ของการร่างภาพมีไว้เพื่อใช้ในการสื่อสารแนวคิดให้ออกมาเป็นรูปภาพและการกำหนดองค์ประกอบศิลป์ โดยการร่างภาพ การร่างภาพตราจะเรียกว่าเลย์เอาท์ (Layout) แผนหรือแบบแสดงให้เห็นถึงการบรรลุผลหรือจุดประสงค์ในการออกแบบ การนำเสนอแนวคิดผ่านกระบวนการสื่อสารในการมองเห็น (Garland:1984:12) หรืออาจหมายถึง การร่างภาพ ที่ได้จากแนวคิดของมนุษย์เป็นภาพร่างจากแนวคิด ด้วยวิธีในการดูแบบเรียบง่ายปราโมทย์ แสงผลสิทธิ์.(2540). การออกแบบนิเทศศิลป์ พิมพ์ครั้งแรก. V.J Pinting

ทั้งการร่างเลย์เอาท์อาจมีด้วยกันหลายระดับทั้งนี้ได้รับการกล่าวถึงการร่างภาพไว้พอสังเขปว่าประกอบไปด้วยร่างหยาบ ร่างขยาย ร่างละเอียดและพัฒนาไปสู่ต้นแบบในการออกแบบซึ่งหากเป็นงานสิ่งพิมพ์อาจต้องทำดามีและหากหากเป็นการออกแบบชิ้นงานสร้างสรรค์อาจต้องทำต้นแบบที่เราเรียกว่าม็อคอัพ ทั้งนี้การร่างภาพนับได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการถ่ายทอดแนวคิดให้ออกมาเป็นรูปร่างที่ส่งผลไปสู่การผลิตผลงานโดยเริ่มต้นดังนี้

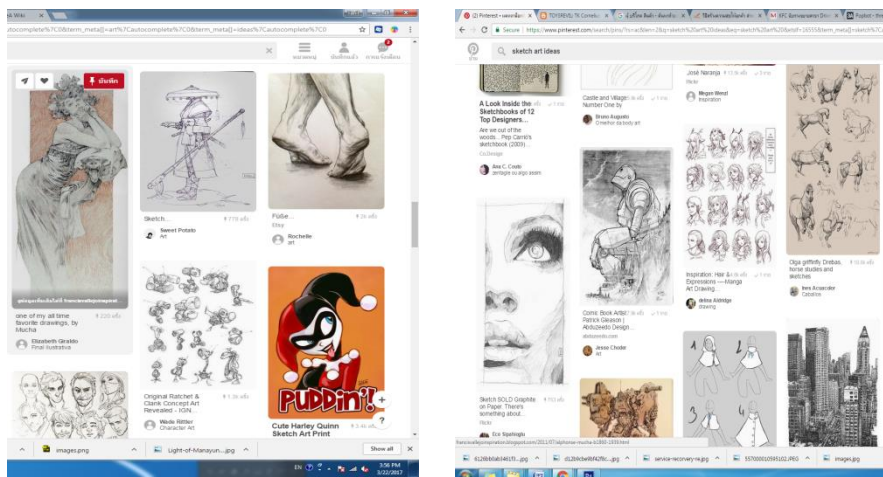
1.1 การร่างภาพเพื่อนำแนวคิดสู่ภาพออกมาเป็นภาพขนาดเล็ก (Preliminary) ที่สื่อถึงแนวคิด ออกมาในรูปแบบภาพวาดที่องค์ประกอบภาพ การจัดวางองค์ประกอบศิลป์และตัวอักษรให้เข้าใจแบบ ง่ายๆอาจใช้รูปทรงเลขาคณิตเพื่อแทนค่ารูปทรงเหมือนจริงก็ได้โดยมีจำนวนเท่าไรก็ได้จนกว่าจะได้แนว ภาพที่เราารู้สึกว่าตอบโจทย์ความต้องการได้อาจมี 10 ภาพ 100 ภาพ ก็เป็นไปได้สิ่งที่ได้เราเรียกว่าแบบ Sketch

1.2 การร่างภาพแบบขยาย เป็นการนำภาพขนาดเล็กที่ได้มาจากแนวคิดขยายมาขยายและ สามารถใช้สีและข้อความใส่ไปเพื่อทำให้มีความคล้ายจริงโดยมีขนาดภาพที่ใหญ่ขึ้น เพื่อสามารถใส่ รายละเอียดข้อความองค์ประกอบให้ภาพสามารถเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น โดยการทำงานจริงเรื่อง องค์ประกอบภาพสามารถปรับรูปแบบเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม

1.3 การร่างภาพแบบเหมือนจริง ทำการใส่สีรายละเอียดหรืออาจนำมาทำในคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ได้ภาพร่างที่ดีที่สุดในระดับ 3 นี้



ภาพที่ 7.10



ภาพที่ 7.11

ภาพที่ 7.12

ภาพที่ 7.10 ตัวอย่างภาพ การร่างภาพแบบเหมือนจริง

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/363313894916532884/> 20 พฤษภาคม 2560

ภาพที่ 7.11 – 7.12 ตัวอย่างภาพ การร่างภาพแบบเหมือนจริง ที่มา

[https://www.pinterest.com/search/pins/?rs=ac&len=2&q=sketch%20art%20ideas&eq=sketch%20art%20&etslf=16555&term_meta\[\]=sketch%7Cautocomplete%7C0&term_meta\[\]=art%7Cautocomplete%7C0&term_meta\[\]=ideas%7Cautocomplete%7C0](https://www.pinterest.com/search/pins/?rs=ac&len=2&q=sketch%20art%20ideas&eq=sketch%20art%20&etslf=16555&term_meta[]=sketch%7Cautocomplete%7C0&term_meta[]=art%7Cautocomplete%7C0&term_meta[]=ideas%7Cautocomplete%7C0) / 20 พฤษภาคม 2560

2. การสร้างวัสดุในการผลิตงานต้นฉบับ

การผลิตต้นฉบับที่เราเรียกว่าอาตอร์เว็คหรือหากเป็นการการผลิตงานในด้านงานโฆษณาหลายชิ้นคงแตกต่างกันไป แต่ขอยกตัวอย่างประเภทปรินต์ (งานโฆษณาในสิ่งพิมพ์) หลังจากการได้ภาพร่างสุดท้ายที่เราเรียกว่าเลย์เอาต์สุดท้ายแล้ว นักออกแบบต้องทำการหาวัสดุในการนำมาใช้ในการประกอบเพื่อให้เกิดงานที่เหมือนหรือใกล้เคียงกับต้นฉบับมากที่สุด โดยการค้นหาภาพวัสดุจาก

- 2.1 ภาพในอินเทอร์เน็ตที่มีธุรกิจภาพที่ขายในอินเทอร์เน็ต
- 2.2 การถ่ายภาพจากในและนอกสตูดิโอ
- 2.3 การวาดหรืองานสร้างสรรค์งานศิลปะต่างๆด้วยมือ
- 2.4 หรืออาจใช้คอมพิวเตอร์เพื่อผลิตวัสดุในงาน

3. การผลิตงานต้นฉบับ

หลังจากนั้นก็นำภาพที่ได้เข้าไปจัดองค์ประกอบด้วยการทำมือ เช่นการตัดติดปะติดและถ่ายฟิล์มเพื่อให้ได้ภาพที่คมชัดหรือการนำเข้าไปจัดองค์ประกอบด้วยคอมพิวเตอร์ใส่ข้อความปรับสี ซึ่งปัจจุบันมีโปรแกรมคอมพิวเตอร์หลายตัวที่สามารถสร้างการจัดองค์ประกอบที่ง่ายมากขึ้น และนำเข้าสู่กระบวนการในการผลิตโรงพิมพ์

กระบวนการผลิตในโรงพิมพ์นักออกแบบควรมีความรู้บ้างเพราะเป็นขั้นตอนที่จะทำให้งานต้นฉบับเราออกมาเหมือนที่สุดดังต้องการ สิ่งที่ต้องรู้ อาจหาได้จากฝ่ายผลิตในโรงพิมพ์ ประกอบไปด้วยการนำส่ง file งาน ขนาดที่ถูกต้อง การตัดตกของขอบใบมีด การมาร์คขอบ ประเภทกระดาษที่ใช้ส่งผลต่อสีหรือไม่ ตลอดจนเทคนิคต่างๆไม่ว่าจะเป็นการเคลือบงาน เรื่องเวลา หรือจนต้นทุนในการผลิต และข้อจำกัดต่างๆในงานโรงพิมพ์



ภาพที่ 7.13 ตัวอย่างภาพ กระบวนการผลิตในโรงพิมพ์

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/507147608008338701/> 20 พฤษภาคม 2560



ภาพที่ 7.14 ตัวอย่างภาพ กระบวนการผลิตในโรงพิมพ์

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/507147608008338701/> 20 พฤษภาคม 2560

ขั้นตอนหลังผลิต (Post Production)

1. กระบวนการตรวจสอบงานต้นฉบับ

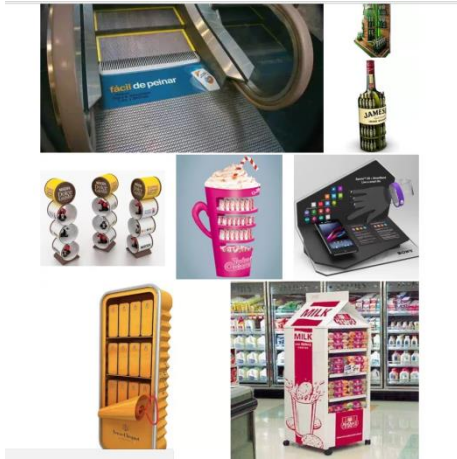
กระบวนการตรวจสอบต้นฉบับอาจมีกระบวนการตั้งแต่การกำหนดสีตั้งแต่ในการทำคอมพิวเตอร์โดยดูจากเฉดสีที่เรากำหนดไว้หากเป็นเครื่องคอมบางประเภทสามารถให้ค่าสีได้ใกล้เคียงต้นฉบับเลยก็ได้ แต่หากไม่สามารถเช็คได้ก็ไปตรวจสอบตอนส่งงานโรงพิมพ์ที่สามารถตรวจงานปรูฟดิจิตอลที่จะทำให้นักออกแบบเห็นค่าสีที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุดและหลังจากปรูฟดิจิตอลและงานที่ไปสู่การพิมพ์ไม่ควรผิดเพี้ยนจากดิจิตอลไม่ควรเกิน 10-15 เปอร์เซ็นต์ แต่ถ้าหากไปตรวจสอบหลังจากนั้นก็ไม่สามารถแก้ไขได้

2. การนำต้นฉบับไปสู่การใช้งานในสื่อต่างๆ

หากนักออกแบบจะสร้างสรรค์งานออกแบบที่มีคุณภาพควรต้องเข้าใจรายละเอียดต่างๆให้มากขึ้น และฝึกฝน และพัฒนางานที่ส่งผลต่อผลงานที่ดีต่อไป

จากที่กล่าวมากระบวนการในการออกแบบงานนิเทศศิลป์ต่างๆที่นำไปใช้ในการออกแบบอาจมีความคล้ายกันตั้งแต่กระบวนการรับงานจากลูกค้าจนถึงการกำหนดแนวคิดในสายของงานแต่อาจแตกต่างกันไปในสายงานภาพยนตร์ สายมัลติมีเดีย เพราะในสายต่างๆเหล่านั้นหลังจากการกำหนด

แนวคิดแล้วการร่างภาพ การผลิตต้นฉบับก็ความเฉพาะทางมาไปอีกทางหนึ่งแต่สิ่งหนึ่งที่นักออกแบบควรมีพื้นฐานเพื่อใช้ในการออกแบบได้แก่การวาดรูป การถ่ายภาพและคอมพิวเตอร์ที่เป็นกระบวนการพื้นฐานที่ควรมีเป็นอย่างยิ่ง



ภาพที่ 7.15

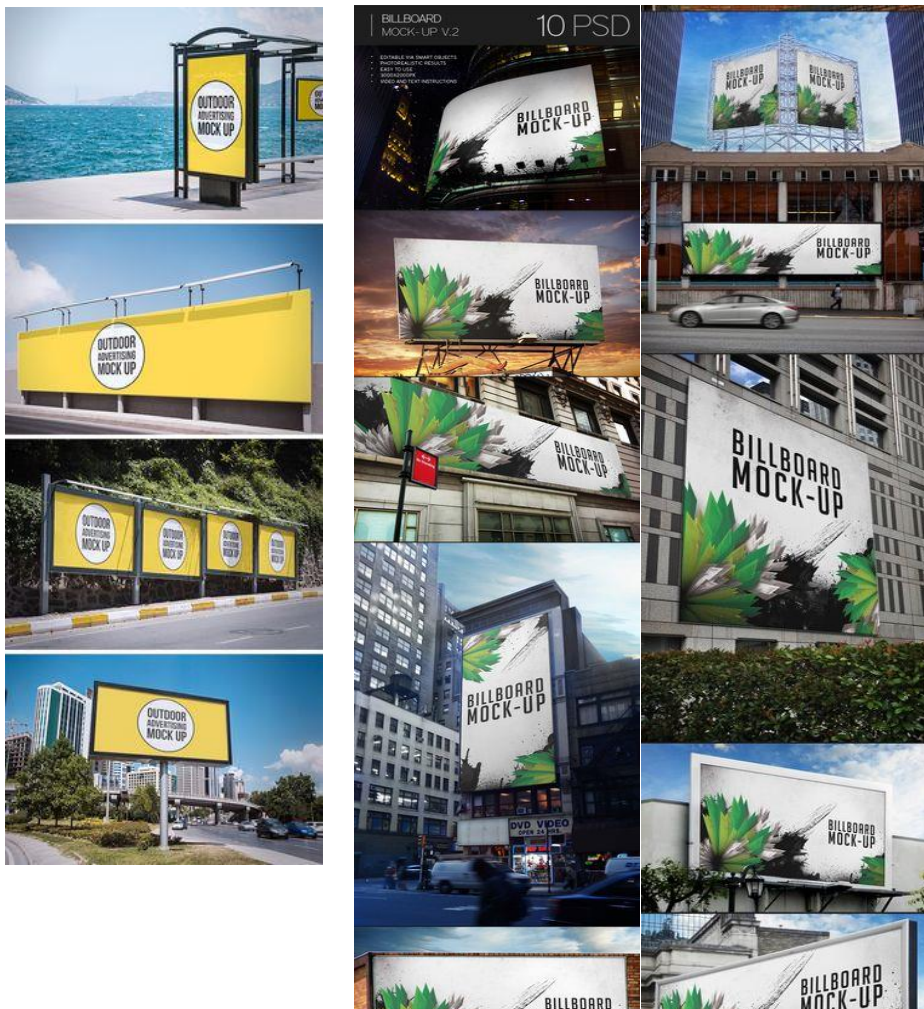
ภาพที่ 7.16

ภาพที่ 7.15 ตัวอย่างภาพ การนำต้นฉบับไปสู่การใช้งานในสื่อต่างๆ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/367887863284994367/> 20 พฤษภาคม 2560

ภาพที่ 7.16 ตัวอย่างภาพ การนำต้นฉบับไปสู่การใช้งานในสื่อต่างๆ

ที่มา <http://www.luisgyg.com/materiales-pop-creativos/> 20 พฤษภาคม 2560



ภาพที่ 7.17

ภาพที่ 7.18

ภาพที่ 7.17 ตัวอย่างภาพ การนำต้นฉบับไปสู่การใช้งานในสื่อต่างๆ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/411164640956279703/> 22 พฤษภาคม 2560

ภาพที่ 7.18 ตัวอย่างภาพ การนำต้นฉบับไปสู่การใช้งานในสื่อต่างๆ

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/13229392635315823/> 22 พฤษภาคม 2560

เอกสารอ้างอิง / บรรณานุกรม

อารีย์ะ ศรีกัลยาณบุตร.(2550). *การออกแบบสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ วิทยคอมเซ็นเตอร์. กระบวนการออกแบบเลย์เอาท์

ปราโมทย์ แสงผลสิทธิ์.(2540). *การออกแบบนิเทศศิลป์*. พิมพ์ครั้งแรก. V.J Pinting,
การออกแบบเลย์เอาท์

ธราทิพย์ เสริมทวีวัฒน์.(2550). *การออกแบบพาณิชย์ศิลป์*. หลักไทช่างพิมพ์ กรุงเทพฯ.
การออกแบบเลย์เอาท์

ปิยนุตร สุทธิดาราร.(2553). *Graphic Design Artwork Photoshop*. IDC Premier
การออกแบบเลย์เอาท์

ชัยรัตน์ อังศวางกุล.(2548). *ออกแบบใจให้โดนใจ*. วิทยอินบู้คส์

สกนธ์ ภู่งามดี.(2545). *การออกแบบและผลิตงานโฆษณา*. แชนท์ ไฟร์ พรีนติ้ง จำกัด

ผศ.จากรุพรรณ ทรัพย์ปรุง.(2543). *การเขียนภาพประกอบ*. โอเอส พรีนติ้ง.

ปาพจน์ หนูนกั๊ดดี.(2553). *Graphic Design*. IDC info Distributor Center.

Nancy Duarte.(2554). Slide:Ology Millennium My INSIDE CLIENT SERVICE

วศิน เตชะธิตี.(2551). กรุงเทพฯบริษัท ยูนิเวอร์แซล พับลิซิง จำกัด

Varnono Mills 51 Making Posters.(1997). Studio Vista Limited Blue Star House

Poppy Evans & Mark (2004). A. Thomas Exploring The Elements of Design. Library Of Congress

Cataloging-in-publication Data