

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์
ร้านเฟอร์นิเจอร์ “นาติน”

A DESIGN PROJECT OF ADVERTISING AND PROMOTIONAL MEDIA
FOR NADIN



นางสาวมัทนิน พิพิธพจนการณ
MS. MATTANIN PIPITPOTJANAKARN

เลขที่.....
เลขทะเบียน..... 40851
วัน, เดือน, ปี 28 พ.ย. 2544

b.....
i.....

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาศิลปะการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2543

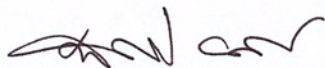
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่น
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์
ร้านเฟอร์นิเจอร์ "นาดิน"

A DESIGN PROJECT OF ADVERTISING AND PROMOTIONAL MEDIA
FOR NADIN

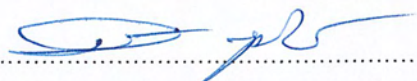


นางสาวมัทนิน พิพิธพจนการณ
MS. MATTANIN PIPITPOTJANAKARN



วันที่ ๕3 / 3 / 43

อาจารย์ที่ปรึกษา : อ.พิรพงษ์ พงษ์ประภาพานธุ์



วันที่ ๒๙ ม.ค. ๕๕

หัวหน้าภาควิชาศิลปะ : ผศ.จิระพงษ์ ภูมิจิตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย)	การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ร้านเฟอร์นิเจอร์ "นาดิน"
(ภาษาอังกฤษ)	A DESIGN PROJECT OF ADVERTISING AND PROMOTIONAL MEDIA FOR NADIN
ชื่อ	นางสาวมัทนิน พิพิธพจนการณณ์
สาขา	วิชานาเทศศิลป์ ภาควิชานาเทศศิลป์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์พีรพงษ์ พงษ์ประภาพันธ์
ปีการศึกษา	2543

บทคัดย่อ

ร้านนาดินผลิตเฟอร์นิเจอร์ภายในบ้าน มีจุดเด่นที่การใช้วัสดุธรรมชาติ การตัดทอนโครงสร้างให้เหลือเพียงรูปทรงเรขาคณิต และใช้เอกลักษณ์ความเป็นตะวันออกเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับศิลปะแนว MINIMAL ART ที่เน้นความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน จึงได้นำมาเป็นประเด็นสำคัญในการออกแบบสื่อโฆษณา เพื่อเป็นการส่งเสริม และประชาสัมพันธ์ร้านนาดินให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางยิ่งขึ้น

วิธีค้นคว้าและวิจัย

1. ศึกษาการออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์
2. ศึกษาศิลปะแนว MINIMAL ART เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ
3. ศึกษาลักษณะของร้าน และรวบรวมข้อมูลของร้าน อันได้แก่
 - ประวัติความเป็นมาของร้าน
 - แนวความคิด การออกแบบ ผลิตภัณฑ์
 - ข้อมูลของผลิตภัณฑ์
4. เก็บตัวอย่างงาน เช่น BROCHURE AD โฆษณาเฟอร์นิเจอร์ และสิ่งพิมพ์ เสนอขายเฟอร์นิเจอร์

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ อาจารย์พีระพงษ์ พงศ์ปรภพพันธ์ อาจารย์เสาวภา พงศ์คุณากร
ผู้ให้คำปรึกษาแนะนำและสร้างสิ่งดีๆให้ข้าพเจ้าจนจบการศึกษา

ขอขอบคุณ บิดา มารดา ให้การอุปการะและเอาใจใส่

ขอขอบคุณ คุณลุงหมอ คุณป้าเล็ก พี่แอน และพี่โอ ผู้ทำให้มีชิ้นงานนี้

ขอขอบคุณ เพ็ญ แอน ออย จิ หนี อ้อม ยี่ เพื่อนบ้านไทยแสนสุข
ตั้ม จุฬา ที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจตลอดมา

ขอขอบคุณ คุณพี่ไซเฟอร์เอบาง ที่บริการรับส่งด้วยความเต็มใจ
คุณพี่หน้อย คุณพี่อ้อย เตรียมเสบียงให้อย่างอึดหน้าสำราญ

ขอขอบคุณ น้องปิ๊ก น้องโรส น้องโต น้องตาล และน้องๆนิเทศศิลป์รุ่น 16

ขอขอบคุณ เพื่อนๆนิเทศศิลป์จาก 15 ทุกคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

การออกแบบสื่อโฆษณาเป็นเรื่องของการนำเอาทฤษฎีการโฆษณา และการนำองค์ประกอบทางศิลปะมาใช้เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างสรรค์สื่อให้เกิดขึ้น โดยมีจุดประสงค์หลักที่การชักจูงให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการ การสร้างความแตกต่างและน่าสนใจให้กับ สินค้า โดยผ่านสื่อจึงมีความสำคัญอย่างมาก เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักและจำหน่ายได้ จึงได้มีการออกแบบสื่อที่ดีและมีความสวยงาม นอกจากนี้จะส่งเสริมสินค้า ร้าน และประชาสัมพันธ์ร้านแล้ว ยังแฝงถึงบุคลิกลักษณะของผู้ขายและผู้บริโภคสินค้าได้อีกด้วย ผู้บริโภคมีความนิยมในความเรียบง่าย แต่แฝงไว้ซึ่งความสวยงามและทันสมัย ดังนั้นเฟอรินเจอรันน่าจะเป็นสินค้าที่บ่งบอกถึงรสนิยมของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี จึงได้นำมาเป็นโจทย์ และใช้ศิลปะแนว MINIMAL ART มาประยุกต์กับการออกแบบสื่อโฆษณาเพื่อใช้ตอบปัญหาของโจทย์ได้ ข้าพเจ้าจึงเห็นว่าน่าจะนำปัญหาเหล่านี้มาสร้างสื่อโฆษณาให้น่าสนใจได้ ข้าพเจ้าจึงได้รวบรวมข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ มาพอสมควรเท่าที่เวลาจะเอื้ออำนวย และคาดว่าน่าจะมี ความเหมาะสมในการทำงานได้มากที่สุด จึงหวังว่าเอกสารฉบับนี้และผลงานที่แล้วเสร็จ จะเป็นประโยชน์ เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้สนใจได้บ้าง

มัทนิน พิพิธพจนการณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
คำนำ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญภาพประกอบ.....	จ

บทที่

1. โครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ร้านเฟอร์นิเจอร์ “นาติน”.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ.....	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
ขอบเขตของโครงการ.....	1
แนวทางบรรลุเป้าหมาย.....	2
ขั้นตอนการทำงาน.....	2
2. ร้าน “นาติน”.....	3
ความเป็นมาของร้าน.....	3
ลักษณะสำคัญของร้าน.....	3
ประเภทสิ่งของ.....	3
3. ศิลปะแนว MINIMAL ART.....	5
ความเป็นมาของ MINIMAL ART.....	5
แนวทางและลักษณะสำคัญของศิลปะแนวMINIMAL ART.....	5
กราฟฟิคในแนวทางศิลปะแบบ MINIMAL ART.....	8
4. สื่อสิ่งพิมพ์.....	10
การโฆษณาคือ อะไร.....	10
ประเภทของสื่อโฆษณา.....	10
ประเภทของเอกสารและสิ่งพิมพ์.....	10
คุณสมบัติของเอกสารและสิ่งพิมพ์.....	13
การเลือกสื่อโฆษณา.....	14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

ปัจจัยในการพิจารณาเลือกสื่อโฆษณา.....	14
5. การสร้างสรรค์ผลงาน.....	17
สรุปและวิเคราะห์ข้อมูล.....	17
โทน และแนวทาง.....	17
สื่อของโฆษณา.....	17
วัสดุ.....	18
การออกแบบ.....	18
- แบบร่างครั้งที่ 1.....	19
ออกแบบ ทดลองทำ หาจุดบกพร่องและแนวทางแก้ไข.....	19
- แบบร่างครั้งที่ 2.....	21
แก้ไขจุดบกพร่อง.....	21
6. ผลงาน.....	23
บริษัทในเครือ.....	๒๘

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่ 1	เก้าอี้พักผ่อน.....	4
ภาพที่ 2	เก้าอี้ชุดรับประทานอาหาร.....	4
ภาพที่ 3	ตู้วางโทรทัศน์.....	4
ภาพที่ 4	โต๊ะข้าง.....	4
ภาพที่ 5	MAGAZINE AD.	16
ภาพที่ 6	MAGAZINE AD.	16
ภาพที่ 7	CATALOG	16
ภาพที่ 8	เนื้อหาใน CATALOG	16
ภาพที่ 9	ด้านหน้า และด้านหลังของ BROCHURE	16
ภาพที่ 10	เนื้อหาใน BROCHURE	16
ภาพที่ 11	แสดงขนาด และแนวพับของ BROCHURE	18
ภาพที่ 12	แบบร่าง BROCHURE.....	19
ภาพที่ 13	หน้าแนะนำสินค้าใน CATALOG.....	20
ภาพที่ 14	การเสนอสินค้าใน CATALOG.....	20
ภาพที่ 15	การเสนอสินค้าใน CATALOG.....	20
ภาพที่ 16	แสดงรายละเอียดของสินค้า.....	21
ภาพที่ 17	แบบร่าง BROCHURE.....	21
ภาพที่ 18	แนะนำสินค้าใน CATALOG.....	22
ภาพที่ 19	แนะนำสินค้าใน CATALOG.....	22
ภาพที่ 20	แสดงผลงานจริง.....	23
ภาพที่ 21	MAGAZINE AD.	23
ภาพที่ 22	ด้านหน้า และด้านหลังของ BROCHURE	24
ภาพที่ 23	หน้าพับของ BROCHURE.....	24
ภาพที่ 24	เนื้อหาของ BROCHURE	24
ภาพที่ 25	POSTCARD 1	25
ภาพที่ 26	POSTCARD 2.....	25
ภาพที่ 27	POSTCARD 3.....	25
ภาพที่ 28	CATALOG	26
ภาพที่ 29	หน้าแนะนำของ CATALOG	26
ภาพที่ 30	เสนอสินค้าใน CATALOG.....	26
ภาพที่ 31	รูปแบบ CATALOG.....	27
ภาพที่ 32	รายละเอียดสินค้าใน CATALOG.....	27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

โครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านเฟอร์นิเจอร์ "นาติน"

ชื่อโครงการ

โครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ร้านเฟอร์นิเจอร์ "นาติน"

ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

การโฆษณาโดยใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการโน้มน้าวผู้บริโภคให้เลือกซื้อสินค้า เพราะเป็นสื่อที่สมาคมกรดยกยวดละเอียด และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ร้านนาตินเป็นร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ภายในบ้าน ผลิตภัณฑ์ของร้านใช้วัสดุธรรมชาติ เป็นส่วนสำคัญ มีแนวคิดจากการผสมผสานระหว่างอารยธรรมตะวันออก และศิลปะตะวันตกได้อย่างลงตัว เน้นความเรียบง่ายที่แฝงความสวยงามและมีรสนิยม แต่ยังเป็นที่ยู่งักเพียงกลุ่มคนเล็กๆ จึงได้มีโครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านเฟอร์นิเจอร์ "นาติน" โดยการใช้ศิลปะแนว MINIMAL ART ที่เน้นความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อนมาเป็นแนวทางประยุกต์กับการออกแบบ เพื่อให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาการออกแบบและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์
2. ศึกษาศิลปะแนว MINIMAL ART และนำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบ
3. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ร้านเฟอร์นิเจอร์นาตินเพื่อให้เป็นที่รู้จัก

ขอบเขตของโครงการ

1. MAGAZINE AD. ขนาด 8 X 8 นิ้ว จำนวน 2 ชิ้น
2. BROCHURE ขนาด 5 X 5 นิ้ว จำนวน 1 ชิ้น
 - พับมุมฉาก (พับกลางสองครั้ง หรือพับแบบฝรั่งเศส) 8หน้า
3. POSTCARD ขนาด 5 X 7 นิ้ว จำนวน 3 ชิ้น
4. CATALOG ขนาด 8 X 8 นิ้ว จำนวน 1 ชิ้น
 - แนะนำสินค้า 10 – 12 ชิ้น ในแนวคิด MINIMALISM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางบรรลุเป้าหมาย

1. ศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
2. ศึกษาศิลปะ MINIMAL ART
3. รวบรวมข้อมูลของร้าน
 - แนวทางความเป็นมาของร้าน
 - ลักษณะสำคัญของร้าน
 - แนวความคิดของสินค้า
 - รายละเอียดของสินค้า
4. วิเคราะห์ข้อมูล สรุปเลือกประเด็น รูปแบบที่น่าเสนอ
5. สรุปขอบเขตโครงการ และลักษณะของงานโดยรวม
6. ออกแบบตามแนวทางที่วางไว้
7. ตรวจสอบแก้ไข แบบร่าง และปรับปรุงข้อบกพร่อง

ขั้นตอนการทำงาน

1. เสนอหัวข้อเพื่อพิจารณา อธิบายแนวความคิด และความเป็นไปได้ของงานออกแบบ
2. เสนอข้อมูลสรุปเบื้องต้น แนวทางการออกแบบโดยรวม รวบรวมและจัดข้อมูลเอกสาร
3. เสนอภาพร่างบางส่วน ข้อมูลเอกสารส่วนที่สำคัญ
4. เสนองานออกแบบ (ชิ้นงานจริง) ข้อมูลเอกสารทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ร้านนาดิน

1. ความเป็นมาของของร้าน

ร้านนาดินเป็นร้านจำหน่าย เฟอร์นิเจอร์ภายในบ้าน สินค้าแต่ละชิ้นได้รับอิทธิพลจากการผสมผสานระหว่าง อารยธรรมตะวันออก เช่น วัสดุที่เป็นธรรมชาติที่เกิดขึ้นในแถบตะวันออก สิ่งของเครื่องใช้ประจำวัน รวมทั้งขนบธรรมเนียม ประเพณีของชาวตะวันออก กับศิลปะแนวตะวันตกในยุค MINIMALISM มีจุดกำเนิดที่สหรัฐอเมริกา ในปี 1960 เฟอร์นิเจอร์ของร้านนาดิน แฝงความสง่างามในความเรียบง่าย โดยใช้รูปทรงเรขาคณิต เป็นโครงสร้าง เน้นการตัดทอนรายละเอียดให้เหลือเพียงส่วนสำคัญที่ยังคงสามารถแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของตะวันออก มีการผลิตที่เน้นความประณีต อย่างมีคุณภาพและสวยงาม ปัจจุบันได้มีกลุ่มผู้สนใจเฟอร์นิเจอร์เหล่านี้เพิ่มมากขึ้น ไม่เพียงแต่มีนักวิชาการและสถาปนิกเท่านั้น

ร้านนาดินตั้งอยู่เลขที่ 116/7 ซอยประสานมิตร สุขุมวิท 23 ถนนสุขุมวิท เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

2. ลักษณะสำคัญของร้าน

สินค้าในร้านนาดิน ประกอบไปด้วยวัสดุจากธรรมชาติ เป็นวัสดุภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ สีที่ใช้เป็นแนวของ EARTH TONE เป็นสีในโทนอบอุ่น เช่น สีน้ำตาล สีเหลืองไม้โอ๊ค สีครีมไข่ไก่ ในด้านของรูปทรงของสินค้าตัดทอนให้เหลือเพียงรูปทรงเรขาคณิต (GEOMETRY) ผสมผสานกับความเป็นธรรมชาติเพื่อลดความแข็งกระด้างของรูปทรง วัสดุที่ใช้ประกอบเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ ประกอบไปด้วย

2.1 ประเภทไม้ ใช้ไม้สัก ไม้ตาล ไม้บีช

2.2 ประเภทผ้า ใช้ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าไทย ที่มี TEXTURE และรายละเอียดของลายผ้าเพียงเล็กน้อย ส่วนมากจะใช้ผ้าพื้น

3. ประเภทสิ่งของ

เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้สอยภายในบ้าน เช่น ตู้วางโทรทัศน์ วิทยุ ทีวีจอ โต๊ะข้าง ชุดรับแขก เป็นต้น สินค้าทุกชิ้นภายในร้านประกอบโดยช่างผู้มีฝีมือดี ในเรื่องของราคาจะยุติธรรมเป็นที่พอใจแก่ลูกค้า

ตัวอย่างสินค้า



ภาพที่ 1 เก้าอี้พักผ่อน
นำวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในประเทศ
เช่นไม้ ผ้าฝ้าย มาเป็นส่วนสำคัญในการผลิต
เพื่อลดความแข็งแกร่งของเฟอร์นิเจอร์



ภาพที่ 2 เก้าอี้ชุดรับประทานอาหาร
ความลงตัวระหว่างอารยธรรมตะวันออก
กับศิลปะตะวันตก เพื่อสร้างความเป็นสากล
และทันสมัยให้กับเฟอร์นิเจอร์



ภาพที่ 3 ตู้วางโทรทัศน์
การนำรูปทรงเรขาคณิตมาใช้ในการออกแบบ
เพื่อสร้างความสวยและสง่างามให้กับเฟอร์นิเจอร์



ภาพที่ 4 โต๊ะข้าง
ตัดทอน ลดรายละเอียดบางส่วนออกเหลือเพียง
ส่วนสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความเรียบง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ศิลปะแนว MINIMAL ART

ความเป็นมาของ MINIMAL ART

ในปี ค.ศ. 1945 ศิลปินอเมริกันหลายคนหลังจากสำเร็จการศึกษาจากยุโรปแล้ว ก็ได้พยายามพัฒนา และแสวงหารูปแบบใหม่ ตั้งชื่อเป็นกลุ่มว่า กลุ่ม 8 (THE EIGHT) หรือกลุ่มซีเก้าและกระป๋อง (THE ASH CAN SCHOOL) จนถึงได้มีรูปแบบโดยเฉพาะ มีชื่อเรียกว่า ABSTRACT EXPRESSIONISM ในปี ค.ศ. 1960 เมื่อสถาปนิกและประติมากรชื่อ MATHIAS GOERITS แสดงผลงานที่ CARSTAIRS GALLERY, NEWYORK งานของเขามีทั้งภาพวาด และประติมากรรม ซึ่งแสดงถึงความง่าย ความชัดเจนประกอบด้วยมาตราส่วนที่ถูกต้อง เห็นและทำให้รู้สึกว่าการผสมผสานระหว่างรูปและพื้น บริเวณว่างส่วนมากและบริเวณว่างส่วนลบ นับว่าประสบความสำเร็จตามแนว MINIMAL ART

แนวทางและลักษณะสำคัญของศิลปะแนว MINIMAL ART

MINIMAL ART ศิลปะที่แสดงรายละเอียดน้อยที่สุด มุ่งลดทอนการใช้รูปร่างและสีให้น้อยลงหรืออาจใช้เพียงรูปร่าง หรือสีเดียวเท่านั้น แสดงถึงความง่าย ชัดเจน ประกอบกับมาตราส่วน ความว่างเปล่าช่วยให้เรามองเห็นพื้นที่ ความว่างเปล่าให้เราเกิดสมาธิและความสงบ โดยไม่วกแวกเพราะกังวลหรือคำนึงถึงสิ่งใด ๆ

ความพยายามที่จะสรุปความคิดเกี่ยวกับเรื่อง ความเรียบง่าย ความไม่สลับซับซ้อนซึ่งประยุกต์ใช้กับสถาปัตยกรรมและศิลปะ การพิจารณาความเรียบง่าย การดำเนินชีวิตประจำวัน และความสำคัญของการดำรงอยู่ ความพยายามที่จะตรวจสอบความคิดเกี่ยวกับ จำนวนน้อยที่สุด (MINIMUM) ซึ่งอาจเห็นได้ว่าเป็นเรื่องที่สืบเนื่องจากความธรรมดาสามัญ ความเรียบง่าย เป็นแนวความคิดที่จะแสวงหาแนวทาง ความเป็นไปได้ที่จะช่วยในเรื่องของการทำงานสร้างสรรค์ (WORKING CREATIVELY)

ระดับต่ำสุด (MINIMUM) นิยามว่าเป็น ความสมบูรณ์แบบที่เกิดขึ้นจากการ ประดิษฐ์ (กระทำ) ของคนหากลดทอนให้ (ต่ำ) น้อยไปมากกว่านี้ แม้เพียงเล็กน้อย ก็ไม่สามารถลดทอนลงไปได้อีก ซึ่งเป็นคุณสมบัติของวัตถุ (OBJECT) หรือสิ่งของสิ่งหนึ่งมีอยู่เมื่อองค์ประกอบทุกส่วน รายละเอียดต่าง ๆ และจุดเชื่อมต่อทุกจุด ถูกตัดทอนลงมา หรือ รวบลงมาเหลือเพียงส่วนสำคัญ นั่นคือ ผลของการลดทอนส่วนที่ไม่จำเป็นออกไป

เรื่องของการรับรู้ทางสายตา ความคิดเกี่ยวกับความเรียบง่ายนั้น เป็นเรื่องของอุดมคติที่เกิดขึ้นแล้วเกิดขึ้นอีกในหลาย ๆ วัฒนธรรมเป็นการแสวงหาแนวทางชีวิตที่เป็นอิสระจากการแบกรับภาระส่วนเกิน ตั้งแต่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเชื่อลัทธิเซ็น (ZEN) ของชาวญี่ปุ่นจนไปถึง ผู้ค้นหาลัทธิอูตรกาวานิยม (THOREAU'S QUEST) เพื่อความเรียบง่าย ชีวิตที่ต้องการ ความเรียบง่ายที่สุด (MINIMUL) จะนำไปสู่ความรู้สึกการปลดปล่อยที่เป็นอิสระ ซึ่งเป็นโอกาสที่จะได้สัมผัสกับหัวใจจุดสำคัญของการดำรงอยู่ยิ่งกว่า ที่จะถูกเรื่องที่ไม่สำคัญชักจูงไป จริง ๆ แล้วความเรียบง่าย ก็มีมิติของมันที่จะเป็นยิ่งกว่าความสวยงาม (ความสุนทรีย์) อาจมองว่าเป็น การสะท้อน การพิจารณา อย่างรอบคอบ ความคิดที่มุ่งอยู่กับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

การสะท้อน(REFLECT) คุณสมบัติภายใน , ปรัชญา , ความเข้าใจในวรรณกรรม ความเข้าใจเรื่องธรรมชาติ หรือ ความลงตัวของเหตุผลและความจริง (ลงรอยกัน กลมกลืนกัน) ความเรียบง่ายก็มีมิติรวมอยู่กับความประพุดที่อยู่กับหลักศีลธรรม และมาตรฐานด้านพฤติกรรมที่ยอมรับมิติทางศีลธรรม

ลัทธิความเรียบง่ายนั้นเป็นแนวความคิดเกี่ยวข้องกับความดี ศีลธรรม เกือบในทุกลัทธิ ทุกศาสนา ตั้งแต่ผู้นับถือศาสนาคริสต์นิกายควอกเกอร์ (Quakers) ไปจนถึงพุทธศาสนิกชน และเป็นแนวความคิดเกี่ยวกับความดี ศีลธรรม ที่จะทำให้ใจบริสุทธิ์จนเข้าถึงความรู้สึกสงบภายในนั่นคือ มีความไม่เห็นแก่ตัว และไม่ติดข้องอยู่ในโลก ลัทธิของความเรียบง่าย นั้นเป็นสิ่งสำคัญของศาสนาและความเชื่อเกือบทุกศาสนา ทุกนิกาย ตั้งแต่ผู้นับถือศาสนาคริสต์นิกายควอกเกอร์ (Quakers) จนถึงพุทธศาสนิกชน

งานของสถาปนิกทั้งหมดสามารถพบได้ เช่น ยุงข้าว โรงนา กระท่อม สะพาน กำแพง บ้านใด หลุมฝังศพ เขื่อน ถนน ไม่เพียงแต่เท่านั้น ทุกแห่งล้วนแต่มีเรื่องเหล่านี้อยู่ ไม่เพียงแต่งานสถาปัตยกรรมและงานโครงสร้างเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสวนและสภาพธรรมชาติของภูมิประเทศของ LOUIS BARRAGAN ไปจนถึงสวนญี่ปุ่นและทะเลสาบของชาวจีน เรื่องของการถ่ายภาพซึ่งเป็นผู้รู้สึกของความเรียบง่ายของสายตานิกรถ่ายภาพ และความสามารถที่จะจัดวางกรอบของภาพ รูปทรง รูปร่าง ของภาพนั้นให้เหมาะเจาะ ไม่ว่าจะ เป็นภาพถ่ายโดย ROBERT MAPPLETROPE หรือ CHARLES SHEELER ที่แสดงอยู่ มีเรื่องเกี่ยวกับศิลปะจากชาวต่างชาติในยุคทองของ DONAL & JADD ยังมีเรื่องราวของเฟอร์นิเจอร์ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเคลือบ รวมอยู่ด้วย

ความเรียบง่ายนั้นมันไม่ใช่เรื่องง่าย มันกว้างไกลและเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ แม้ไปถึงวัฒนธรรมหลายวัฒนธรรมที่มีความสนใจในเรื่องนี้เกี่ยวโยงกันไปหลายยุค ทำให้คำนิยามนี้ไม่ยากที่จะสรุปจุดสำคัญ อย่างไรก็ตาม ก็พอจะมีคุณลักษณะบางประการที่เกี่ยวข้องกับความเรียบง่าย เช่น ส่วนประกอบที่เกิดขึ้นที่มีอยู่ซ้ำกัน ก็เป็นลักษณะบ่งบอกถึงความเรียบง่ายได้ เช่น โบสถ์วิหาร ที่เป็นไปตามแบบฉบับศิลปะของกรีกและโรมันโบราณ (classical) ที่มีมุขของวิหารที่มีจังหวะเลื่อมล้ำกันเป็นชั้น ๆ ที่สร้างขึ้นใน ค.ศ.ที่ 19 จังหวะการทำซ้ำก่อสร้างความรู้สึกของความเป็นระเบียบได้ ความใหญ่โตของก้อนหินขนาดมหึมา สิ่งก่อสร้างใหญ่โตนั้นก็มีความเรียบง่ายเช่นเกี่ยวกับของชิ้นเล็ก ๆ การออกแบบทางเรขาคณิตที่นั้นก็ก็เป็นลักษณะของความเรียบง่ายในอีกแบบหนึ่ง แบบอย่างของรูปแบบของรูปแบบเรขาคณิต การทำรูปวงกลม รูปลูกบาศก์ รูปทรงกรวย และรูปทรงปิระมิด สามารถแสดงออกซึ่งความสงบเงียบ และความรู้สึกถึงความสงบ สุขุม (ซึ่งไม่ปรากฏอยู่ในสิ่งที่ซับซ้อนมาก หรือสิ่งที่น้อยกว่ารูปแบบแท้จริง) ตัวอย่างเช่น รูปแบบที่สมบูรณ์ของกันหอยของหอยสูงที่ติดกับสเหว่ามุสลิมในอิรัก นั้นก็สามารถอธิบายเป็นแบบอย่างของความเรียบง่าย และ Brunelleschi's Dome ใน Florence

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก็บ่งบอกถึงลักษณะของความเรียบง่ายที่สมบูรณ์แบบได้ทีเดียว ความจริงตามโครงสร้างมีเหตุผลของการวางรูปแบบในแบบนั้น (เพื่อที่จะให้เราเห็นความสวยงามของสิ่งเหล่านี้) ไม่มีทางเป็นไปได้ถ้าเราจะไม่เห็นความสวยงามของสิ่งเหล่านี้ มีหลายสิ่งทีประกอบตัวเองขึ้นจากสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยอิทธิพลของธรรมชาติ เช่น อีฐ ที่ทำจากโคลน เป็นตัวอย่างที่ดี ที่แสดงให้เห็นถึงความเรียบง่าย

ในสมัยยุคหินของ NEOLIFE จนถึงปัจจุบัน ตั้งแต่โบสถ์ บ้านโคกหิน จนถึงเครื่องเคลือบของชาวญี่ปุ่น โรงนาของชาวอิตาลีที่สร้างขึ้นมาจากบุคคลที่ไม่เรียกตัวเองว่าวิศวกร จนถึงสมัยที่ทำหินกล้าแล้ว ซึ่งเป็นยุคที่มีสถาปัตยกรรมของ MINES VANDER ROCH มีสถานที่ที่อีกมาก แต่บางครั้งก็ต้องอาศัยมุมมองหลายมุมมองที่จะเห็นสิ่งเหล่านี้ตามที่มันเป็น ซึ่ง LE COREBUSIER กล่าวว่า คนมีตาที่มีแววเท่านั้นที่จะเห็นความสง่างามของความยิ่งใหญ่ที่สลักลงไปในการแกะหินที่เชื่อมต่อกันด้วยอากาศ ซึ่งเป็นเรื่องของคุณลักษณะของแสงเงา และปริมาตร (SHADOW LIGHT AND VOLUM)

อิทธิพลของ BEHRENS ที่ปรากฏอยู่ในสิ่งคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่ มาถึงเรื่องความเป็นจริง BEHRENS สามารถสร้างความเป็นระเบียบอย่างมีอารยะธรรม ตัด ทอน ลดส่วนเกินออกไป เป็นความสง่างามอย่างสงบเงียบ ที่เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับความสะดวกง่าย

มีบางคนเปรียบเทียบว่า ความสะดวกง่ายเป็นเรื่องที่มีความทันสมัย ตัดเอาการประดับประดา ออกไป ลดรูปแบบ รายละเอียด ให้เหลือน้อยที่สุด ให้เหลือเท่าที่จำเป็น ที่เป็นของธรรมชาติ ในสมัยยุคกลางของ CISTERCIAN ORDER ความสนใจที่จะแสวงหาสิ่งที่บริสุทธิ์ เรียบง่าย จะเห็นได้จากชีวิตพระ และจากลักษณะของศาสนสถาน CISTERCIAN สร้างคุณค่าของความยากจนอยู่ในห้องขังเล็ก ๆ ไม่มีทรัพย์สินสมบัติ อย่างน้อยก็ในสมัยแรก ๆ พวกเขาถือดำเนินชีวิตที่ทำให้ตัวเองลำบาก แม้กระทั่งเป็นอันตรายต่อชีวิต ด้วยการปฏิเสธตัวเอง โครงสร้างของ CISTERCIAN จะสร้างในรูปแบบเดียวกันใช้วัสดุรูปแบบเดียวกัน มีเพียงความว่างเปล่า หินที่ไม่ได้ตกแต่งให้สวยงาม ผนังไม่ฉาบปูนไม่มีการทาสี และทำให้เป็น PATTERN การมีสิ่งประดับประดาเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือย เป็นสิ่งที่ทำให้ห่างไกลจากพระเจ้า ในความเข้มงวด การจำกัด ได้สร้างความสง่างามมากมาย ยิ่งเรียบง่ายสามัญมากเท่าไร ความมั่งคั่งที่ยั่งยืนก็จะเกิดขึ้นตามมาด้วย ยังมีความสวยงามของการมีชีวิตเรียบง่ายซึ่งสามารถพบอยู่ได้ในสังคมก่อนยุคอุตสาหกรรม การอาศัยอยู่ในที่ที่สร้างขึ้นอย่างง่าย ๆ ที่ไม่ต้องมีศิลปะแต่งเติม ซึ่งเป็นการแสดงถึง พลังและคุณภาพ อย่างเด่นชัดของการที่ไม่เสริมแต่ง

ของพื้นเมืองแต่ละชนิดที่ผ่านการปรับปรุงแล้วปรับปรุงอีกหลายชั่วอายุคน ได้เกิดความสมบูรณ์แบบพร้อมแล้ว ความสะดวกง่ายจึงเป็นลักษณะที่ไม่เพียงแต่ปรากฏอยู่ในอารยธรรมขั้นสูง แม้แต่งานศิลปะที่สร้างขึ้นโดยชาวบ้านที่ไม่มีชื่อเสียง เป็นงานพื้นบ้านของธรรมดาที่แสดงออกซึ่งปัญญาอันสูงส่ง งานดินปั้นหินของชาว Turkey หรือ Mali ก็มีคุณสมบัติแบบนี้เช่นเดียวกัน กระถอมเผกของชาว Samone ก็แสดงออกซึ่งความสงบเรียบง่ายพอ ๆ กับ งานออกแบบที่ต้องใช้สมองที่มากมาย กระถอมมีรูปแบบเป็นวงกลมมีการวางรูปแบบที่เป็นทรงเรขาคณิต แม้แต่การวางหลังคารูปเรขาคณิตก็ยังได้สัดส่วน วัฒนธรรมที่จะเป็นและเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของคนคนเดียวหรือทำร่วมกันก็สามารถแสดงออกถึงความสมบูรณ์แบบได้ แต่งานของชาวบ้านก็ไม่ได้เป็นหรือมีคุณลักษณะเรียบง่ายทุกชิ้นไป ไม่มีมาตรฐานอะไรจะมาเปรียบเทียบคุณค่าผลงานสร้างสรรค์ระหว่างศิลปะชั้นสูงกับศิลปะชาวบ้านธรรมดาที่ได้ใช้การออกแบบสร้างสรรค์อย่างเรียบง่ายโดยใช้สมอง ความคิด หรือออกมาจากสัญชาตญาณ โดยไม่มีการเสแสร้ง

ในขณะที่ยุคสูงสุดของศิลปะแนวใหม่ (HIGH MODERNISM) ยึดเอาความเรียบง่าย แต่ความเรียบง่ายไม่ได้เป็นสิ่งเดียวของยุคดังกล่าว แต่มีความยิ่งใหญ่ยิ่งกว่าแนวทางของยุคดังกล่าวนี้ ดังที่ FRA ANGELICA กล่าวไว้ว่า ความมั่งคั่งที่แท้จริง คือความพอใจในสิ่งเล็กน้อย

ความคิดที่ว่า ศิลปะที่ใช้รูปแบบที่เรียบง่ายที่สุด (MINIMALISM) ถ้าจะใช้ความเห็นของญี่ปุ่นเป็นแบบฉบับนั้น ก็ไม่เพียงพอ ใช้ไม่ได้ในยุคปัจจุบัน แต่ญี่ปุ่นก็ได้ให้แนวทางที่ดี อย่าง WABI (อาสาสมัครเป็นคนจน) เป็นเรื่องราวของความตึงาม และเป็นหลักของศิลปะที่ตึงาม เป็นผู้ทิวคชีวิต ให้อยู่อย่างเรียบง่าย และละทิ้งเรื่องทางโลก ทำให้เห็นคุณค่าของความเรียบง่าย และแสวงหากับสิ่งที่มาพร้อมกัน ไปในความสงบ ไม่ฟุ้งเฟ้อ เป็นความสงบเรียบง่าย ร่าเริง และสง่างามอย่างแท้จริง

กราฟฟิคในแนวทางศิลปะแบบ MINIMAL ART

ศิลปะแนว MINIMAL ART เชื่อว่าความชัดเจน เรียบง่าย มาตรฐานเป็นคุณค่าของศิลปิน สามารถสร้างสรรค์บริเวณว่าง และพื้นที่ ให้มีความกลมกลืนกันได้ และสร้างความรู้สึก 2 มิติ และ 3 มิติ ให้เกิดรูปแบบใหม่ การนำความคิดนี้มาใช้ในแบบศิลปะเหมือน CONCEPTUAL ART เช่นเดียวกับการพัฒนางานศิลปะที่ต้องมีกระบวนการที่มีการก่อกำเนิดนอกพิพิธภัณฑ์หรือแกลลอรี เช่น LAND ART ทำเป็น ART ได้เพราะเป็น MINIMAL ART

การใช้วัสดุจำนวนน้อยสุดเท่าที่จำเป็นในการทำหน้าที่ตามวัตถุประสงค์ มีแนวโน้มว่าจะดีกว่าที่มีขนาดใหญ่เกินไปเลดูเทอะทะ สิ่งก่อสร้างในมาเลเชียมีความเรียบง่าย เช่น สะพาน เขื่อน และถนน มีหน้าที่เพียงอย่างเดียว ส่วนตึก PANTHEON ในกรุงโรมนั้นสร้างโดยมีวัตถุประสงค์ คือสร้างเป็นห้องเดียว บ้านได้สร้างขึ้นมาเพื่อมีวัตถุประสงค์หลายประการจึงซับซ้อนมากขึ้น ในอีกแง่มุมหนึ่ง ตึกสูงระฟ้าทุกหลังมีความเรียบง่ายคือ ตึกเหล่านี้เป็นแท่งตรง แต่เมื่อพิจารณาให้ดีจะเห็นว่าตึกระฟ้าเหล่านี้ คือความตื่นเต้นรำใจของความเป็นห้องว่าง หรือพื้นที่ว่างเปล่าห้องว่างนั้น คือ พลังที่ทำให้สถาปัตยกรรมมีชีวิตชีวา เช่นเดียวกับภาพวาดแบบจีน (CHINESE SCROLL)

เมื่อไม่มีอะไรอยู่ในห้อง การที่จะวางตำแหน่งสวิชไฟต้องพิจารณาเป็นพิเศษ ว่ามันจะไม่ใช่ส่วนที่ทำให้สัดส่วนของผนังเสียไป ในทำนองเดียวกันกับในห้องที่กรุงโรมมีของตกแต่งมากเกินไป มันไม่จริงหรอกที่ห้องที่ว่างเปล่านั้นจะว่างเปล่า และเมื่อลดสิ่งของในห้องออกไปจนถึงจุดของความน้อยที่สุด ก็พบว่ามันจะเป็นกระจกเงาที่มองเห็นได้ชัดว่า ไม่ใช่ความว่างเปล่าหรอก แต่เป็นความรู้สึกของความสมบูรณ์ ความมีในความเป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณจะพบว่าสีขาวไม่ได้มีสีเดียวแต่มีหลายโทนสีตั้ง 50 สีเขียว เมื่อวัตถุถูกหลอดทอนองค์ประกอบต่าง ๆ ให้เหลือแต่ที่สำคัญเท่านั้น สัดส่วนก็จะเด่นชัดขึ้น และความเรียบง่ายก็จะปรากฏออกมาให้เห็น

สำหรับ DIETER RAMS กล่าวไว้ว่า การออกแบบที่ดีคือปัญหาของการที่จะทำให้การออกแบบที่น้อยที่สุด (LITTLE DESIGN) เท่าที่จะทำได้ ที่กลับไปสู่สามัญ หาโอกาสที่จะทำให้เรียบง่าย ส่วน JOHN แล้วหลักที่สำคัญมากที่สุด คือ การข้าม เว้น ทิ้ง สิ่งที่ไม่สำคัญ ไม่จำเป็น เพื่อจะย้ำสิ่งที่สำคัญให้เด่น สิ่งที่สำคัญสิ่งหนึ่งของสังคมซึ่งอาจสำคัญที่สุด เป็นหน้าที่ของผู้ออกแบบ คือต้องช่วยจัดความสับสนวุ่นวายในโลกที่เราอยู่

การที่ทำให้เกิดความเรียบง่ายนั้น ต้องใช้ความพยายามอย่างสูง โดยการลดส่วนเกินหรือสิ่งจอมปลอมออก ลดขนาด ลดสิ่งของออกให้เหลือน้อยเท่าที่จำเป็น มันหมายถึงการพร้อมที่จะทิ้งความมรกรุงรัง และของที่ไม่มีสาระสิ่งที่ทำให้ไม่น่าดูออกไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

สื่อสิ่งพิมพ์

การโฆษณา คือ อะไร

การโฆษณา (ADVERTISING) คือ การเผยแพร่สื่อสารชักจูงใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสินค้าผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น การซื้อเนื้อที่หรือเวลาเพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการในสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ เป็นต้น ฉะนั้น การโฆษณาจึงหมายถึง รูปแบบของการเสนอใด ๆ ซึ่งต้องชำระเงินและมีได้เป็นไปในรูปส่วนตัว การเสนอนี้เป็นการส่งเสริมเผยแพร่ความคิดเห็น สินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยมีผู้อุปถัมภ์ที่ระบุไว้

ประเภทของสื่อโฆษณา

สื่อโฆษณาที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันอาจแบ่งออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ (THE FOUR MAJOR GROUP OF MEDIA) คือ

1. สื่อกระจายเสียง (BOARDCAST MEDIA) อันได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์
2. โฆษณา ณ ตำแหน่งที่ต่าง ๆ (POSITION MEDIA) อันได้แก่ การโฆษณานอกสถานที่ การโฆษณาเคลื่อนที่หรือการโฆษณาบนยานพาหนะ
3. โฆษณาที่เป็นสิ่งพิมพ์ (PRINTED MEDIA) อันได้แก่ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ
4. โฆษณา ณ แหล่งซื้อและอื่น ๆ (Point-of-purchase and other advertising) อันได้แก่ การใช้เทคนิคและรูปแบบต่าง ๆ โดยใช้วัสดุแขวนหรือห้อยตามหน้าร้านและในร้าน เช่น ทำเป็นรูปธงทิวหรือกระดาษแขวนไว้ หรือตั้งตามจุดต่าง ๆ ในร้าน และโฆษณาชักชวนให้ซื้อสินค้า ณ ที่นั้น รวมทั้งการแสดงตามหน้าต่างโชว์สินค้า (window display) นอกเหนือจากการโฆษณา ณ แหล่งซื้อแล้ว ยังมีสื่อโฆษณาอื่น ๆ ได้แก่ จดหมาย ภาพยนตร์ ปฏิทิน ของชำร่วย เป็นต้น

ประเภทของเอกสารและสิ่งพิมพ์

เอกสารและสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถจำแนกได้เป็น 6 ประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์
2. หนังสือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. วารสาร
4. จดหมาย
5. แผ่นพับและเอกสารเย็บเล่มหรือจุลสาร
6. แผ่นประกาศหรือโปสเตอร์

1. **หนังสือพิมพ์** ปกติหนังสือพิมพ์ที่หน่วยงานผลิตขึ้นมานั้นจะมีขนาดเล็กประมาณกึ่งหนึ่งของหนังสือพิมพ์ทั่วไป คือ ขนาดประมาณ 11 ½ นิ้ว X 14 ½ นิ้ว ส่วนใหญ่แล้วจะจัดทำด้วยกระดาษปอนด์ ที่ดีกว่ากระดาษหนังสือพิมพ์ทั่วไป แต่ก็มีบางหน่วยงานที่ใช้กระดาษเช่นเดียวกับกระดาษหนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นจะมีรายละเอียดของข่าวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับหน่วยงานนั้นและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีทั้งข่าวบุคคลและข่าวกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงาน ข่าวการดำเนินธุรกิจการงานด้านต่าง ๆ โดยทั่วไปแล้วจะเป็นการรายงานความก้าวหน้า ความสำเร็จของหน่วยงาน กำหนดการเผยแพร่จะมีตั้งแต่ทุก 1 สัปดาห์ 1 เดือน และ 2 เดือน ตัวอย่างหนังสือพิมพ์เหล่านี้ ได้แก่ "พิราบขาว" ของบริษัทเพรสโก้ (PRESKO COMMUNICATION CO.,LTD.) "ข่าวสารของเรา" ของธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น

2. **หนังสือ** หนังสือที่หน่วยงานผลิตขึ้นมานั้นจะมีขนาดแตกต่างกันไป ส่วนใหญ่จะมีขนาดประมาณ 8 นิ้ว X 10 นิ้ว และ 5 นิ้ว X 7 นิ้ว ปกติจะจัดทำด้วยกระดาษอย่างดี จุดมุ่งหมายเพื่อการให้สาระความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ หนังสือเหล่านี้อาจออกมาในรูปของรายงานประจำปี รายงานวิจัยคู่มือ เช่น คู่มือการปฏิบัติงานระบบคิวซี เซอร์เคิล และหนังสือที่มีประโยชน์ด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น คู่มือการประหยัดพลังงาน การประหยัดการใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน

3. **วารสาร** เป็นสิ่งพิมพ์ที่เป็นที่นิยมทำกันเพื่อการประชาสัมพันธ์มากในปัจจุบัน ปกติแล้วจะมีขนาดประมาณ 8 นิ้ว X 10 นิ้ว ส่วนมากจัดทำเป็นรูปเล่มใช้กระดาษอย่างดีโดยมีกำหนดเวลาเผยแพร่ที่แน่นอนและต่อเนื่อง ตั้งแต่ทุก 15 วัน 1 เดือน 2 เดือน หรือ 3 เดือน เป็นต้น ภายในวารสารดังกล่าวจะประกอบด้วยเนื้อหาสาระเกี่ยวกับธุรกิจการงานของหน่วยงานในแง่มุมต่าง ๆ บทความ บทวิเคราะห์ บทสัมภาษณ์ และภาพข่าวต่าง ๆ วารสารนี้สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท คือ

3.1 **วารสารภายใน** โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเผยแพร่ให้สาระความรู้เรื่องต่าง ๆ แก่กลุ่มประชาชนเป้าหมายภายในหน่วยงาน เช่น พนักงาน ข้าราชการ ลูกจ้าง เป็นหลัก ส่วนใหญ่ของวารสารประเภทนี้จะมีบทสัมภาษณ์ หรือแนะนำพนักงานดีเด่นระดับต่าง ๆ สลับเปลี่ยนกันไป นอกเหนือจากข่าวสารสาระต่าง ๆ เกี่ยวกับความก้าวหน้าของหน่วยงาน วารสารประเภทนี้ได้แก่ "วารสารบัวหลวง" ของธนาคารกรุงเทพ "วารสารสายใย" ของธนาคารกรุงไทย และ "สายสัมพันธ์" ของเครือซีเมนต์ไทย เป็นต้น

3.2 **วารสารภายนอก** โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่แก่บุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน เช่น ลูกค้า ผู้แทนจำหน่าย ผู้ถือหุ้นบริษัท เป็นต้น ปกติแล้ววารสารนี้จะเน้นในประเด็นเหล่านี้คือความก้าวหน้าและความสำเร็จของหน่วยงาน บริการหรือสินค้าใหม่พร้อมทั้งคุณสมบัติและบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาธารณประโยชน์ หรือบริการสังคมของหน่วยงานรวมทั้งสาระความรู้อื่น ๆ ตัวอย่างของวารสารนี้เช่น “ความรู้คือประทีป” ของบริษัทเอสไอแสดันดาร์ด ประเทศไทย จำกัด “รักคุณเท่าฟ้า” ของบริษัทการบินไทย และ “วารสารเศรษฐกิจ” ของธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น

3.3 **วารสารทั้งภายในและภายนอก** เป็นวารสารที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ทั้งบุคคลภายในและภายนอกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอ่าน ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะเพื่อความประหยัดและความสะดวกรวดเร็วในการจัดทำ วารสารประเภทนี้ได้แก่ “วารสารข้าราชการ” ของสำนักงาน ก.พ. และ “วารสารทุน-ทรัพย์” ของสมาคมไทยเงินทุนและหลักทรัพย์ เป็นต้น

4. **จดหมาย** จดหมายในที่นี้รวมความทั้งจดหมายเวียนหรือแผ่นปลิวเพื่อแจ้งเรื่องราวต่าง ๆ ให้ทราบ และชักชวนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จดหมายที่ส่งถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายโดยตรง ประกาศ บันทึก ไปรษณียบัตร เช่น แจ้งว่าบัดนี้สินค้าที่ต้องการมาถึงแล้ว เป็นต้น จุดมุ่งหมายของการใช้จดหมายเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์นั้นปกติจะมีความเฉพาะเจาะจงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง คือแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับข้อเท็จจริงอย่างสั้น ๆ หนึ่งหากข่าวสารภะที่แจ้งนั้นจะส่งผลถึงคำถาม ชัดชั่งใจ หรือข้อสงสัยแล้ว ควรหลีกเลี่ยงการใช้เครื่องมือประเภทนี้

5. **แผ่นพับและเอกสารเย็บเล่มหรือจุลสาร** แผ่นพับเป็นกระดาษแผ่นเดียวที่พับกลับไปกลับไปตามความต้องการได้ จุดมุ่งหมายเพื่อแบ่งกระดาษแผ่นเดียวนี้ให้เห็นหลายหน้า เช่น 8 หรือ 16 หน้า โดยในแต่ละหน้าจะบรรจุด้วยเนื้อหาสาระที่สั้นกะทัดรัด อ่านจับใจความได้ง่ายและรวดเร็ว ปกติแผ่นพับนี้จัดทำขึ้นเพื่อแนะนำหน่วยงาน หรือบริการของหน่วยงาน แต่ที่สำคัญนั้นจะต้องมีสถานที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ของหน่วยงาน เพื่อให้ผู้อ่านที่มีความสนใจสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดข้อสงสัยต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ส่วนเอกสารเย็บเล่มนั้นจะมีรูปร่างคล้ายกับแผ่นพับ เพียงแต่มีลักษณะเป็นแบบหนังสือคือประกอบด้วยกระดาษหลายแผ่นมีปก ปกติจะเย็บขนาดครึ่งหนึ่งของกระดาษคือกระดาษแผ่นหนึ่งจะได้ 4 หน้า จุดมุ่งหมายนั้นคล้าย ๆ กับแผ่นพับคือ เป็นการแนะนำหน่วยงานหรือบริการของหน่วยงาน แต่ก็อาจเป็นคู่มือต่าง ๆ ได้ด้วย

6. **แผ่นประกาศหรือโปสเตอร์** เป็นแผ่นกระดาษใหญ่แผ่นเดียวมีขนาดแตกต่างกันไปปกติจะเป็นกระดาษแข็งพิมพ์ข้อความหรือภาพเพียงด้านเดียว เพื่อให้ติดกับบอร์ดหรือฝาผนังจุดมุ่งหมายเพื่อแจ้งเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างย่อ ๆ หรือเป็นการชักชวนรณรงค์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งภาษาที่ใช้จะเป็นภาษาที่สั้น ๆ ง่าย ๆ แต่ได้ใจความกะทัดรัด เขียนไว้ตัวโตพอที่จะอ่านจากระยะไกลได้ ไม่จำเป็นต้องอ่านใกล้ ๆ ดังเช่นหนังสือหรือ วารสารถึงแม้โปสเตอร์จะนิยมใช้กันมากและมีประสิทธิภาพในการแจ้งข่าวสารสาระได้ดี แต่บางครั้งไม่ได้มีการติดตามเอาแผ่นประกาศนี้ออกเมื่อหมดอายุ เช่น ประกาศการจัดสัมมนา หรือประกาศการแข่งขันกีฬาเป็นการกำหนดวันเวลาดานที่ไว้ จึงทำให้เกิดความรกตา หรือสร้างความสับสน ผลลัพธ์อาจเป็นไปได้ในทางลบแก่หน่วยงานได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณสมบัติของเอกสารและสิ่งพิมพ์

เนื่องจากเอกสารและสิ่งพิมพ์นั้นมียุหลายชนิด แต่ละชนิดก็มีคุณสมบัติแตกต่างกันบ้างแต่พอสรุปคุณสมบัติข้อเด่นและข้อจำกัด ดังนี้คือ

1. ข้อเด่นของเอกสารและสิ่งพิมพ์

1.1 มีเนื้อที่ที่มีความหลากหลาย เพียงพอที่จะใช้บรรจุเนื้อหาสาระข้อความหรือภาพต่าง ๆ ได้ตามความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์

1.2 สามารถจัดทำในรูปแบบ ขนาด และสีสันสวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจหรือสะดวกในการหยิบใช้ หรือค้นหาข้อมูลได้ตามความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์

1.3 เข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในและนอกหน่วยงานกลุ่มประชาชนเป้าหมายจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของมีส่วนร่วมและมีอิสระในการเลือกรับข่าวสารข้อมูลที่ตนต้องการได้

1.4 เป็นการให้ข่าวสาร สาระเนื้อหา ความรู้ความเข้าใจอย่างต่อเนื่องซึ่งสามารถชักจูงหรือโน้มน้าวใจให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายมีความนิยม ศรัทธาหรือเกิดภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงานได้ในที่สุด

1.5 เป็นแหล่งข้อมูลที่ให้สาระความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวกับหน่วยงานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตและการปฏิบัติงาน โดยมีต้องเสียค่าใช้จ่าย หรือต้องใช้ความพยายามในการหามาได้มากนัก

2. ข้อจำกัดของเอกสารและสิ่งพิมพ์

2.1 จะประชาสัมพันธ์ได้เฉพาะผู้ที่มิที่ทักษะและมีความรู้ในการอ่านหนังสือออกเท่านั้น แต่บางหน่วยงานยังมีพนักงานหรือลูกจ้างที่อ่านหนังสือไม่ออก หรืออ่านออกแต่ไม่ค่อยรู้เรื่องหรือเข้าใจ เอกสารและสิ่งพิมพ์จึงไม่มีประโยชน์สำหรับหน่วยงานประเภทนี้

2.2 ผู้จัดทำมักมีเวลาไม่พอ หรือจัดทำเสร็จล่าช้ากว่ากำหนด ซึ่งอาจมีผลให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารสาระบางอย่างแล้วหรือเกิดความเบื่อหน่ายได้

2.3 มีแนวโน้มว่าจะถูกยุบหรือเลิกได้ง่าย หากมีปัญหาด้านคนจัดทำหรือค่าใช้จ่ายหรือนโยบายของผู้บริหาร ความต่อเนื่องจึงขาดหายไป การประชาสัมพันธ์จึงขาดประสิทธิภาพ

2.4 ข่าวสารสาระความรู้ส่วนใหญ่จะเป็นข่าวสารที่มาจากผู้บริหาร ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานได้ ตัวอย่างเช่นเครื่องซีเมนต์ไทยได้ประสบกับปัญหานี้มาแล้ว จึงแก้ไขโดยจัดทำวารสารขึ้น 2 เล่ม คือ เล่มหนึ่งจะเป็นข่าวสารจากผู้บริหารสู่พนักงานทั่วไปคือ “คชสาร” อีกเล่มหนึ่งเป็นวารสารซึ่งจัดทำโดยพนักงานและเพื่อพนักงานโดยตรงชื่อ “สายสัมพันธ์”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกสื่อโฆษณา

การเลือกสื่อโฆษณาโดยทั่วไปมีหลักพิจารณาดังนี้ คือ

1. **จะเลือกสื่อประเภทไหน** ผู้โฆษณาจะต้องตัดสินใจว่าตนจะเลือกใช้สื่อโฆษณาอย่างไร ประเภทไหน เช่น จะใช้หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร หรือโทรทัศน์หรือจะใช้ร่วมกันหลายประเภท เป็นต้น
2. **เฉพาะเจาะจงอย่างไร** เมื่อผู้โฆษณาตัดสินใจเลือกได้แล้วจะเลือกใช้สื่อประเภทไหนแล้วก็ต้องพิจารณาต่อไปอีก หากตัดสินใจเลือกใช้สื่อประเภทนิตยสาร จะใช้นิตยสารเฉพาะเจาะจงอย่างไร เช่น ใช้นิตยสารสำหรับสตรี (WOMEN'S MAGAZINES) หรือนิตยสารทั่วไป ทั้งนี้ก็สุดแล้วแต่วัตถุประสงค์และความเหมาะสม
3. **ระบุลงไปให้แน่นอน** เมื่อตัดสินใจเลือกใช้นิตยสารแล้วว่าเจาะจงลงโฆษณาในนิตยสารสตรี ก็ต้องทำการเลือกตัดสินใจอีกว่า จะลงนิตยสารสตรีฉบับใด เช่น สตรีสาร ดิฉัน สาวสวย เบญจกัลยาณี เป็นต้น บางครั้งผู้โฆษณาอาจจะลงโฆษณาระบุเจาะจงเพียงฉบับใดฉบับหนึ่ง หรืออาจลงโฆษณาหลาย ๆ ฉบับร่วมกัน ในกรณีที่เป็นโฆษณาทางโทรทัศน์ก็เช่นกัน เมื่อตัดสินใจว่าจะโฆษณาทางโทรทัศน์แล้วจะโฆษณาช่องใด เช่น ช่อง 3 ช่อง 9 หรือช่อง 5 และช่อง 7 เป็นต้น

ปัจจัยในการพิจารณาเลือกสื่อโฆษณา

ปัจจัยในการพิจารณาเลือกสื่อนี้ เป็นส่วนประกอบสำคัญที่มีอาจจะละเอียดได้สำหรับการโฆษณา บริษัท MCCANN-ERICKSON แห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้หลักในการพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ เพื่อเลือกสื่อดังนี้

1. **งบประมาณ** จะต้องพิจารณาดูว่างบประมาณโฆษณามีมากหรือน้อย ทั้งนี้เพราะขนาดและขอบเขตของการโฆษณาย่อมถูกจำกัดด้วยงบประมาณ หากมีงบประมาณมากก็อาจสามารถใช้สื่อโฆษณาต่าง ๆ ได้มากมายหลายประเภท เช่น โฆษณาทางทีวีทุกช่อง นิตยสารทุกฉบับ แต่ถ้างบประมาณน้อยก็ทำเช่นนั้นไม่ได้
2. **การแข่งขัน** จะต้องพิจารณาดูว่า ในการโฆษณาของเรานั้น เราต้องการเจาะที่กลุ่มชนกลุ่มใด ต้องการให้โฆษณาของเราครอบคลุมไปถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มที่บริษัทคู่แข่งอื่น ๆ ก็โฆษณาเช่นกัน หรือว่าเราต้องการโฆษณาเจาะเข้าไปในกลุ่มบางกลุ่มที่บริษัทคู่แข่งยังไม่ได้โฆษณาหรือโฆษณาเข้าไปไม่ถึง เป็นต้น
3. **ความถี่และการครอบคลุมความถี่** หมายถึงจำนวนครั้งหรือความบ่อยที่ผู้โฆษณาทำการโฆษณาไปสู่กลุ่มผู้รับสาร ส่วนการครอบคลุมหมายถึง อาณาเขตครอบคลุมจำนวนผู้รับได้มากหรือน้อย ในข้อนี้จะมีสิ่งที่จะต้องพิจารณาก็คือ หากใช้การโฆษณาที่บ่อยเฉพาะเจาะจงในกลุ่มประชาชนเป้าหมายกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ก็ย่อมทำให้ขอบเขตครอบคลุมลดน้อยลงไป
4. **ความต่อเนื่อง** การโฆษณาจะให้ได้ผลจะต้องมีการโฆษณาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอหรือให้ผู้รับจดจำได้ ความต่อเนื่องนี้อาจจะทำได้โดยวิธีการโฆษณาในสื่อใดสื่อหนึ่งอย่างเป็นทางการโฆษณาอย่างต่อเนื่องนั้นนอกจากจะทำให้ผู้รับจดจำได้แล้ว ช่วงระยะเวลาที่โฆษณาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเป็นระยะเวลานาน ย่อมอาจทำให้ได้กลุ่มผู้รับใหม่ด้วยเช่นกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. **ความยืดหยุ่น** หมายถึง ความสามารถที่จะปรับ หรือเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้โฆษณา ในการโฆษณานั้น ผู้โฆษณาจะต้องพิจารณาถึงความยืดหยุ่นต่าง ๆ ในการใช้สื่อโฆษณาด้วย ทั้งนี้เพื่อความสะดวกคล่องตัวและความเหมาะสมแก่สภาพการณ์และโอกาสด้วย

6. **ความเหมาะสม** ในการเลือกสื่อโฆษณาคือต้องคำนึงถึงความเหมาะสมบางประการด้วยเพราะมีสินค้าหรือบริการบางประเภทอาจไม่เป็นที่ยอมรับหรือไม่เหมาะสมที่จะโฆษณาในสื่อเหล่านั้น ๆ เกี่ยวกับเรื่องนี้ในบ้านเราไม่ค่อยเป็นปัญหานัก เพราะหากบริษัทผู้ผลิตมีเงินจ้างโฆษณาหรือซื้อเนื้อที่เวลา ก็ย่อมสามารถโฆษณาในสื่อโฆษณาใดก็ได้ตามความปรารถนา แต่ในต่างประเทศบางประเทศเคร่งครัดเป็นพิเศษ เช่น รั้งกิจการโฆษณาสุราหรือเครื่องดื่มของเมาทางวิทยุกระจายเสียง เป็นต้น



ตัวอย่างสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ



ภาพที่ 5 MAGAZINE AD.



ภาพที่ 6 MAGAZINE AD.



ภาพที่ 7 ด้านหน้าของ CATALOG



ภาพที่ 8 เนื้อหาใน CATALOG



ภาพที่ 9 ด้านหน้าและด้านหลังของ BROCHURE



ภาพที่ 10 เนื้อหาใน BROCHURE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การสร้างสรรค์ผลงาน

การสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล

นาติน เป็นร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ภายในบ้าน สินค้ามีความเรียบง่ายใช้รูปทรงเรขาคณิตเป็นโครงสร้าง ใช้วัสดุธรรมชาติ มีการผสมผสานระหว่างอารยธรรมตะวันออกกับศิลปะตะวันตก ผ่งความสวยงามและทันสมัย

กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนที่ทันสมัยเปิดใจกว้าง นิยมความเรียบง่าย และแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ แต่ยังเป็นที่ยุ่จักเพียงแค่อุ่มคนกลุ่มเล็กเท่านั้น

ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านเพื่อให้เป็นที่รู้จักกว้างขวาง โดยเลือกใช้ แนวความคิดรวบยอด (CONCEPT) ของความเรียบง่าย มาตอบสนองความเป็นเอกลักษณ์ของร้านนาติน และนำเอาศิลปะแนว MINIMAL ART มาเป็นแนวทางการออกแบบได้

โทน และ แนวทาง

พิจารณาจากเอกลักษณ์ของร้านและกลุ่มเป้าหมาย จึงกำหนด TONE & MANNER ของสื่อดังนี้

1. เรียบง่าย โดยการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ว่าง
2. สีในโทนธรรมชาติ เพื่อให้สอดคล้องกับเฟอร์นิเจอร์ของร้าน

สื่อของโฆษณา

MAGAZINE AD.	เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงที่เป็นกลุ่มมัณฑนากรหรือสถาปนิก และกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่สนใจเฟอร์นิเจอร์ภายในบ้าน
BROCHURE	แบ่งกระดาษแผ่นเดียวให้เห็นหลายหน้า เพื่อแนะนำร้านโดยมีสถานที่ตั้ง และหมายเลขโทรศัพท์ให้ผู้สนใจสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียด
POSTCARD	สามารถเฉพาะเจาะจงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง
CATALOG	เพื่อแสดงภาพรวม เอกลักษณ์ แนะนำสินค้าและแสดงรายละเอียดของสินค้าให้กลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัสดุ

เลือกใช้กระดาษเพราะสามารถแสดงภาพ และสีของเฟอรินเจอร์ได้สมจริง ทั้งนี้เพื่อความสามารถกำหนดขนาด รูปแบบ สีเส้น และบรรจุข้อมูลตัวอักษรได้อย่างชัดเจน และเนื่องจากอายุของสื่อประเภทโฆษณา มีระยะสั้นการใช้วัสดุจากกระดาษจึงเหมาะสมมากกว่าวัสดุอื่นๆ

การออกแบบ

กำหนดขนาดของสื่อต่างๆดังนี้

1. MAGAZINE AD. ขนาด 8X8 นิ้ว
2. BROCHURE ขนาด 5X5 นิ้ว
3. POSTCARD ขนาด 5X5 นิ้ว
4. CATALOG ขนาด 8X8 นิ้ว

ขนาด BROCHURE 5X5 นิ้ว



ภาพที่ 11 แสดงขนาดและแนวพับของ BROCHURE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัสดุ

เลือกใช้กระดาษเพราะสามารถแสดงภาพ และสีของเฟอริโนเจอร์ได้สมจริง ทั้งนี้เพื่อความสามารถ กำหนดขนาด รูปแบบ สี สัน และบรรจุข้อมูลตัวอักษรได้อย่างชัดเจน และเนื่องจากอายุของสื่อประเภทโฆษณา มีระยะสั้นการใช้วัสดุจากกระดาษจึงเหมาะสมมากกว่าวัสดุอื่นๆ

การออกแบบ

กำหนดขนาดของสื่อต่างๆดังนี้

1. MAGAZINE AD. ขนาด 8X8 นิ้ว
2. BROCHURE ขนาด 5X5 นิ้ว
3. POSTCARD ขนาด 5X5 นิ้ว
4. CATALOG ขนาด 8X8 นิ้ว

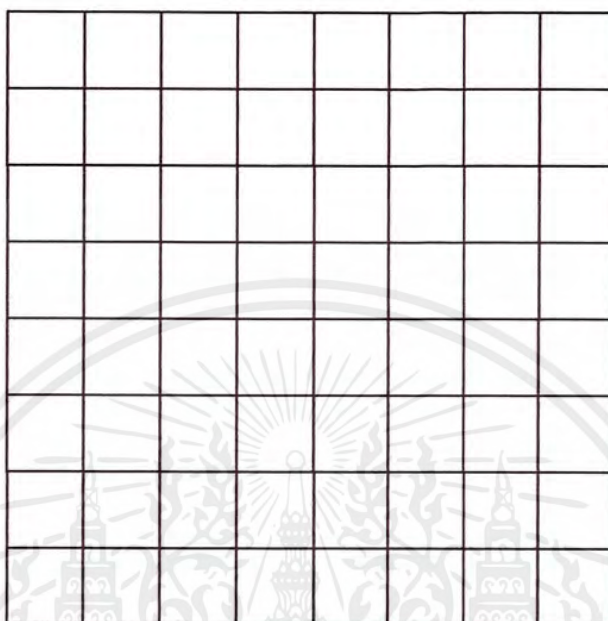
ขนาด BROCHURE 5X5 นิ้ว



ภาพที่ 11 แสดงขนาดและแนวพับของ BROCHURE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาด CATALOG 8X8 นิ้ว



ภาพที่ 12 แสดงขนาด และ GRID ของ CATALOG

แบบร่างครั้งที่ 1



ภาพที่ 12 แบบร่าง BROCHURE

เสนอแนวความคิดของร้านที่ใช้รูปทรงเรขาคณิตมา โดยใช้ รูปสามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม และวงกลมมาเป็นจุดเด่น และใช้ รูปสามเหลี่ยมเป็นสัญลักษณ์ PLAY ซึ่งเกี่ยวข้องกับแนวทางของร้านคือ PLAY WITH GEOMETRY ส่วนเนื้อหาด้านใน แสดงภาพสินค้า และใช้แนวความคิดในการผลิตสินค้าของร้านเป็นคำบรรยายได้ภาพ

จุดพกร่อง สามารถแสดงลักษณะของสินค้าได้ แต่ยังไม่ได้ใช้การออกแบบให้เป็นประโยชน์เท่าที่ควร

โทนสีบางส่วนยังขัดกัน และยังไม่แสดงโทนสีเอกลักษณ์ของร้านและสินค้าได้ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



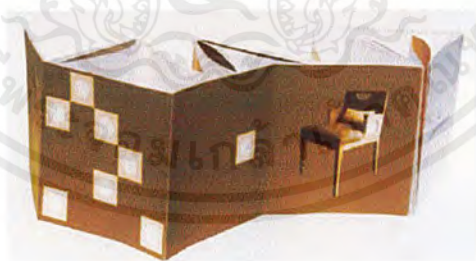
ภาพที่ 13 หน้าแนะนำสินค้าใน CATALOG

นำเส้นร่างของรูปเรขาคณิตมาเป็นการแนะนำสินค้า และแนวทางของร้าน มีแนวทางของร้านสั้นๆ อยู่ทางด้านขวาเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจร้านและแนวทางของร้านมากขึ้น



ภาพที่ 14 การเสนอสินค้าใน CATALOG

นำลักษณะรูปเรขาคณิต รูปวงกลมมาใช้ล้อกกับภาพสินค้า เพื่อแสดงลักษณะเด่นและสร้างความต่อเนื่อง



ภาพที่ 15 การเสนอสินค้าใน CATALOG

นำลักษณะรูปเรขาคณิต รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสล้อกกับภาพสินค้า เพื่อแสดงลักษณะเด่นและสร้างความต่อเนื่อง จุดทกพร้อม ยังไม่สามารถแสดงจุดเด่นของสินค้า และการจัดวางยังไม่สร้างความน่าสนใจเมื่อพิจารณาต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 16 แสดงรายละเอียดของสินค้า
นำภาพสินค้าทุกชิ้นไว้ในหน้าสุดท้ายของ CATALOG แสดงรายละเอียด ชื่อสินค้า ขนาด และราคา
จุดบกพร่อง ภาพรวมยังดูธรรมดา ไม่มีความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับCATALOG ร้านอื่นๆ

แบบร่างครั้งที่ 2



ภาพที่ 17 แบบร่าง BROCHURE

สามารถแสดงความแนวทางของสินค้า สร้างความแตกต่างและน่าสนใจ
โดยการสร้างสัญลักษณ์ เป็นจุดสำคัญในการอธิบายแนวความคิดของสินค้า และร้านได้
จุดบกพร่อง การใช้สัญลักษณ์ใหญ่เกินไปทำให้ตัวสินค้าไม่ชัดเจน และการใช้สีโดยรวมยังไม่แสดง
แนวทางของร้านที่เน้นสีในแนว EARTH TONE และความเป็นธรรมชาติของสินค้าได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 18 แนะนำสินค้าใน CATALOG

ยังคงใช้รูปเรขาคณิต เป็นจุดเด่น มีการนำ TEXTURE ของตัวสินค้ามาเป็นตัวแสดงช่วยแสดงข้อมูลสินค้า จุดบกพร่อง สามารถปรับแก้จากจุดบกพร่องเดิม โดยการปิดบางส่วนของสินค้า เพื่อสร้างความน่าสนใจ



ภาพที่ 19 แนะนำสินค้าใน CATALOG

มีการเพิ่มหน้าเป็น 3 หน้า เพื่อเพิ่มแนวคิดของสินค้า และการใช้รูปทรงที่ล้อเลียนกับสินค้า เพื่อสร้างความต่อเนื่องและน่าสนใจมากขึ้น จุดบกพร่อง การเปิดใช้งานลำบาก ไม่มีจุดใดสามารถชี้ให้เห็นการคลี่ เปิดออกอ่านเป็น 3 หน้า และ แนวทางการออกแบบยังไม่มีความเป็นธรรมชาติ ไม่ค่อยแสดงแนวทางของร้านที่ตรงประเด็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

ผลงาน

ผลงาน

ปรับเปลี่ยนรูปแบบของสื่อต่างๆ ให้มีความเหมาะสมกับแนวความคิดของการออกแบบ



ภาพที่ 20 แสดงผลงานจริง

MAGAZINE AD. จำนวน 2 ชิ้น BROCHURE จำนวน 1 ชิ้น
POSTCARD จำนวน 3 ชิ้น CATALOG จำนวน 1 ชิ้น

ภาพที่ 21 MAGAZINE AD.

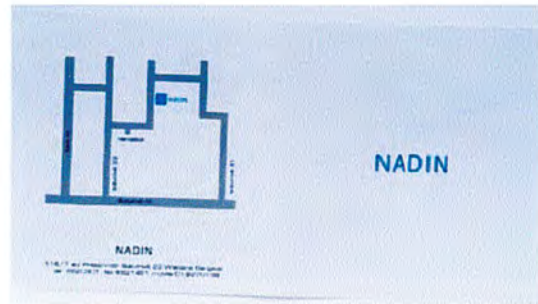
ภาพซ้าย MAGAZINE AD. ใช้ TEXTURE เนื้อไม้ ของสินค้าบอกความเป็นเอกลักษณ์ของร้าน

และใช้เส้นร่างรูปเรขาคณิตเพื่อแสดงแนวความคิดของร้าน

ภาพขวา MAGAZINE AD. นำเสนอโดยใช้ภาพขาวดำ และปกปิดบางส่วนของสินค้า

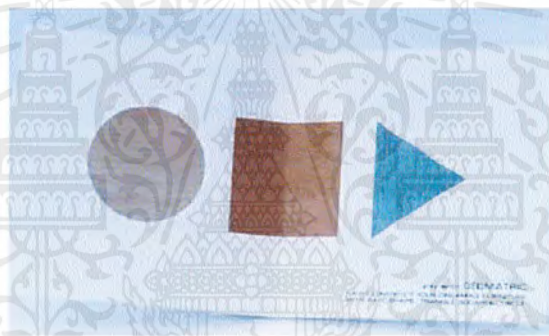
เพื่อสร้างความน่าสนใจ และแตกต่างจาก MAGAZINE AD. เฟอริเนเจอร์ทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



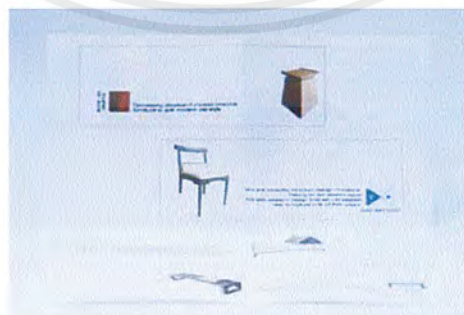
ภาพที่ 22 ด้านหน้าและหลังของ BROCHRE

ด้านหน้า นำชื่อร้านมาเป็นปก สร้างความเรียบง่าย และความน่าสนใจให้กับBROCHURE
ด้านหลัง แสดงรายละเอียด คือ สถานที่ตั้ง หมายเลขโทรศัพท์ และแผนที่ของร้าน มีการใช้สีของชื่อร้านเป็นหลัก



ภาพที่ 23 หน้าพับของ BROCHURE

ปรับปรุงโดยการนำ TEXTURE ของสินค้าภายในร้านมาเป็นรูปเรขาคณิต รูปวงกลม
สี่เหลี่ยม และสามเหลี่ยมเป็นสีน้ำเงิน เพื่อให้สื่อกับสีของชื่อร้าน



ภาพที่ 24 เนื้อหาของ BROCHURE

ปรับเปลี่ยนจุดบกพร่อง นำเอาสัญลักษณ์ แนวคิดของร้าน และภาพสินค้ามาจัดวางให้ลงตัว
ใช้เส้นพับของBROCHURE เป็นเส้นแบ่งระหว่างสัญลักษณ์ แนวคิด กับ ภาพสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BASE ON SIMPL

ภาพที่ 25 POSTCARD 1

ใช้อักษรซึ่งเป็นแนวความคิดของร้าน บวกกับรูปทรงเรขาคณิต สื่อความเป็นเอกลักษณ์ของร้าน



ภาพที่ 26 POSTCARD 2

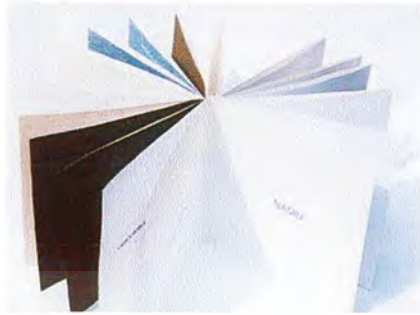
แบ่งพื้นที่เป็น 2 ส่วน เพื่อสื่อถึงการผสมผสานระหว่างอารยธรรมตะวันออกกับศิลปะตะวันตก



ภาพที่ 27 POSTCARD 3

นำเส้นร่างของรูปทรงสินค้าจัดวางบน TEXTURE ของสินค้าชิ้นนั้น
แสดงความพอดี และลงตัวระหว่างสินค้ากับความเป็นธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 28 CATALOG

ภาพรวมของ CATALOG แสดงสินค้า เน้นความเรียบง่าย ใช้โทนสีของธรรมชาติในโทนอบอุ่น



ภาพที่ 29 หน้าแนะนำของ CATALOG

แสดงความคิด และแนวทางของร้าน โดยการใช้รูปเรขาคณิตเป็นสื่อ และใช้อธิบายแนวคิดเป็นอักษรทางขวา



ภาพที่30 เสนอสินค้าใน CATALOG

นำ TEXTURE แสดงคำคัญของสินค้า ใช้เส้นรูปทรงสินค้าล้อกับสินค้า
นำข้อมูลของสินค้าเรียงอักษรเป็นทรงเรขาคณิตซึ่งสอดคล้องกับรูปทรงสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 31 รูปแบบ CATALOG
สร้าง CATALOG ให้เปิดที่หน้าคู่ และสร้างความต่อเนื่องโดยใช้รูปทรงสินค้า
สี การจัดวางข้อมูล และการพับหน้าแบบ ACCORDION



ภาพที่ 32 รายละเอียดสินค้าใน CATALOG
แสดงภาพเส้นร่างของสินค้าแต่ละชิ้น ชื่อสินค้า การใช้งาน ขนาดของสินค้า และราคา
และความคมความต่อเนื่องโดยเลือกใช้สีน้ำตาลซึ่งเป็นสีของเฟอร์นิเจอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์.

กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2532

ลดาวัลย์ ยมจินดา และ สุพรรณณี มังระลี. หลักการโฆษณา.

กรุงเทพมหานคร : ฝ่ายตำราและอุปกรณ์การศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง,2531

ดร.เสรี วงษ์มณฑา และคณะ. หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์.

กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,2532

ALAN AXELROD, MINIMALISM. SPAIN: CROSSRIVER PASS, 1998.

JOHN PAWAON, MINIMUM. CHINA : PHAIDON PRESS LIMITED, 2000

www.columbia.edu/eem13/minimalism.html

www.artlex.com/artlex/m/minimalism.html