

การออกแบบโปสเตอร์ " 10 ทางเลือกในการออกแบบโปสเตอร์ที่ดี "
POSTER DESIGN " TEN WAYS TO MAKE GOOD POSTERS "



นางสาวลัดดาวัลย์ ประวัติโยธิน
Ms.LADDAWAN PRAWATYOTIN



เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 40844
วัน, เดือน, ปี 28 พ.ย. 2544

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

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาศิลปะศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2543

การออกแบบโปสเตอร์ " 10 ทางเลือกในการออกแบบโปสเตอร์ที่ดี "

POSTER DESIGN " TEN WAYS TO MAKE GOOD POSTERS "



นางสาวลัดดาวัลย์ ประวัตโยธิน
Ms.LADDAWAN PRAWATYOTIN

A large, stylized handwritten signature in black ink, likely belonging to Ms. Laddawan Prawatyotin.

วันที่ 19 มค ๕๕

อาจารย์ที่ปรึกษา - อาจารย์ วิทยา หาญวารังศ์ศิลป์

A smaller handwritten signature in blue ink, likely belonging to Associate Professor Witaya Hanjavanakornsilp.

วันที่ 24 มค. ๕๕

หัวหน้าภาควิชาศิลปะ - ผศ. จิระพงษ์ ภูมิจิตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อโครงการ	การออกแบบโปสเตอร์ “ 10 ทางเลือกในออกแบบโปสเตอร์ที่ดี “ POSTER DESIGN “ TEN WAYS TO MAKE GOOD POSTERS “
ชื่อ	นางสาว ลัดดาวัลย์ ประวัติโยธิน
สาขา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ วิทยา หาญวารังศิลป์
ปีการศึกษา	2543

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นการออกแบบโปสเตอร์ เนื่องจากโปสเตอร์เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่น่าสนใจและสามารถดึงดูด พร้อมทั้งให้ข้อมูลข่าวสารได้เป็นอย่างดีถ้าหากเรารู้จักเลือกนำเสนอ ข้าพเจ้าจึงเกิดแนวความคิดที่จะออกแบบโปสเตอร์โดยหาคุณลักษณะหรือคุณสมบัติในการออกแบบที่สามารถทำให้โปสเตอร์นั้นมีความน่าสนใจ และเป็นโปสเตอร์ที่ดีได้ โดยข้าพเจ้าเลือกมา 10 หัวข้อหลัก อันเป็นแนวทางเลือกในการออกแบบและทำการสาธิตลงไปบนโปสเตอร์เพื่อให้เห็นผลชัดเจน จากการหาข้อมูลและสรุปวิเคราะห์ สามารถเลือกหัวข้อได้ดังนี้

1. Good Idea
2. Be Simple
3. Have Fun
4. Size Matter
5. Well Crafted
6. Witty
7. Use Cliché'
8. Make It Fresh
9. Be Positive
10. Get To The Point

หัวข้อนี้เป็นหัวข้อที่ได้รวบรวมและค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆอาทิเช่น บทความของกราฟิกดีไซเนอร์และบุคคลในวงการ นิตยสาร ตำรา และหนังสืออ้างอิงทั้งใน-ต่างประเทศเป็นส่วนหนึ่ง และอีกส่วนเป็นการร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลที่มีอยู่ จากนั้นจึงทำการรวบรวมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษาและตัวข้าพเจ้าเอง ตามหัวข้อข้างต้นนี้ข้าพเจ้ามีทิศทางในการนำเสนอแต่ละหัวข้อโดยการเลือกประเด็นที่สำคัญเช่น Size Matter ข้าพเจ้าจะแสดงให้เห็นว่าขนาดมีความสำคัญและก่อผลอย่างไรกับการรับรู้ มากกว่าที่จะเลือกชูประเด็น Power of Size

เนื่องจากโปสเตอร์ชุดนี้ข้าพเจ้าต้องการให้เป็นโปสเตอร์ที่ให้ความรู้ สามารถถ่ายทอดและนำเสนอแนวความคิดนั้นๆได้อย่างชัดเจน เพื่อให้โปสเตอร์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ข้าพเจ้าจึงได้คิดโครงการขึ้นมารองรับและให้ชื่อว่า SHORTCUT : Workshop Posters แปลว่า ทางลัดสู่ทางเลือกในการทำโปสเตอร์ ที่เลือกทำเป็น Workshop Posters เพื่อให้ตรงกับประเด็นที่ได้ศึกษาค้นคว้า และเจาะจงกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะทำการสื่อสารได้อย่างชัดเจนและตรงประเด็น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ

คุณพ่อ, คุณแม่, คุณพี่, คุณน้อง, คุณย่า, คุณอา

คุณครูวิทยา, คุณครูทุกท่าน

คุณพี่ยศ, คุณหมี, คุณออย, คุณยี่, คุณปู, คุณจิ, คุณเอม, คุณอ้อม

คุณนิตเทศศิลป์ทุกท่าน

และ คุณพีเอ้

ขอขอบคุณอีกครั้งค่ะ

ลัดดาวัลย์ ประวัติโยธิน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

ในการออกแบบโปสเตอร์ชุดนี้ แรกเริ่มมีความคิดมาจากโจทย์หนึ่ง ในชั้นเรียนการออกแบบกราฟฟิก ซึ่งโจทย์มีอยู่ว่า “What make good posters” และยังคงจำได้จนกระทั่งเริ่มทำโครงการนี้ ข้าพเจ้าคิดว่ามันเป็นโจทย์ที่น่าสนใจและท้าทาย ซึ่งในขณะนั้นทุกคนจะได้ทำงานนี้ขึ้นมาเพียงคนละหนึ่งชิ้น ทำให้ข้าพเจ้าเกิดความเสียตายนแนวความคิดอีกมากมายที่ยังไม่ได้นำเสนอ จึงเกิดแรงบันดาลใจที่จะสานต่อโครงการนี้ให้เป็นรูปธรรมและมีความชัดเจนยิ่งขึ้น ข้าพเจ้าจึงได้ให้ชื่อหัวข้อโครงการนี้ว่า “ Ten ways to make good posters “ มีวัตถุประสงค์ในการแนะแนวทางการออกแบบโปสเตอร์ในหลายๆลักษณะและสร้างความน่าสนใจตลอดจนแนวความคิดใหม่ๆ แก่ผู้ที่สนใจและยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบอื่นๆได้ในโอกาสต่อไป

ลัดดาวัลย์ ประวัติโยธิน

มีนาคม 2544



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก.
กิตติกรรมประกาศ	ค.
คำนำ	ง.
สารบัญ	จ.
สารบัญภาพ	ช.
บทที่ 1 บทนำ	
- ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ	1
- วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
- ขอบเขตของโครงการ	1
- แนวทางบรรลุเป้าหมาย	2
- ขั้นตอนการดำเนินงาน	2
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 การรวบรวมข้อมูล	
- ประวัติความเป็นมาของโปสเตอร์	4
- วิวัฒนาการของโปสเตอร์	5
- ปี 1900 – 19	5
- ปี 1920 – 39	8
- ปี 1940 – 59	12
- ปี 1960 – 79	15
- ปี 1980 – 90	18
- โปสเตอร์สามารถขายสินค้าได้อย่างไร	21
- โปสเตอร์ควรมีหน้าที่อย่างไร	23
- ภาษาในการออกแบบ	24
- ตัวอย่างโปสเตอร์	28
- แนวความคิดในการออกแบบโปสเตอร์ของ designer	
- Neville Brody	32
- Milton Glasser	33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
- Chistopher Mount	35
- Alian Weill	37
- Alain Le Quernce	38
บทที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล/สรุปข้อมูล	
- วิเคราะห์ที่เลือกประเด็นที่ต้องการนำเสนอ	41
- โครงสร้างทั้งหมดของชุดโปสเตอร์	42
- สรุปเลือกแนวความคิด	43
บทที่ 4 ขั้นตอนการออกแบบ	
- แบบร่างครั้งที่ 1	48
- สรุปแบบร่างครั้งที่ 1 และแนวทางปรับปรุงแก้ไข	54
- แบบร่างครั้งที่ 2	55
- สรุปแบบร่างครั้งที่ 2 และแนวทางปรับปรุงแก้ไข	62
- ผลงานจริง	63
บทที่ 5 บทสรุป	75
บรรณานุกรม	76

สารบัญภาพ

	หน้า
แบบร่างครั้งที่ 1	
ภาพที่ 1.1 good idea1	49
1.2 simple1	49
1.3 have fun1	50
1.4 have fun2	50
1.5 simple2	51
1.6 size matter1	51
1.7 size matter2	52
1.8 witty1	52
1.9 use cliché'1	53
แบบร่างครั้งที่ 2	
ภาพที่ 2.1 good idea2	55
2.2 good idea3	55
2.3 good idea4	55
2.4 size matter3	56
2.5 size mater4	56
2.6 have fun3	56
2.7 have fun4	57
2.8 have fun5	57
2.9 have fun6	57
2.10 have fun7	57
2.11 be possitive1	58
2.12 witty2	58
2.13 witty3	58
2.14 use cliché'2	59
2.15 use cliché'3	59
2.16 get to the point1	60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
2.17 get to the point2	60
2.18 get to the point3	60
2.19 get to the point4	60
2.20 be simple	61
2.21 well crefted1	61
2.22 well crefted2	61
ผลงานจริง	
ภาพที่ 3.1 good idea2	63
3.2 be simple	64
3.3 have fun8	65
3.4 size matter5	66
3.5 well crafted3	67
3.6 witty4	68
3.7 witty5	69
3.8 witty6	70
3.9 use cliché'3	71
3.10 make it fresh	72
3.11 be possitive	73
3.12 get to the point4	74

บทที่ 1

โครงการออกแบบโปสเตอร์ 10 ทางเลือกในการออกแบบโปสเตอร์ที่ดี

“ Poster design for “ Ten ways to make good posters “

ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

โปสเตอร์เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน เป็นสื่อที่มีความน่าสนใจในตัวเอง และมีความโดดเด่นไม่แพ้สื่อประเภทอื่นๆ แต่เนื่องจากยังมีคนจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถหยุดให้เวลากับการอ่านโปสเตอร์ หรือบางคนแค่เดินผ่านไปมาเท่านั้น ทำให้โปสเตอร์จำเป็นที่จะต้องสร้างความน่าสนใจด้วยวิธีต่างๆ ดังที่พบเห็นกันในปัจจุบัน

ข้าพเจ้าจึงเกิดแนวคิดที่จะทดลองออกแบบโปสเตอร์ โดยหาลักษณะหรือคุณสมบัติที่จะเป็นข้อเสนอแนะในการออกแบบที่จะส่งผลให้โปสเตอร์ชิ้นนั้นๆ เป็นโปสเตอร์ที่ดีและมีความน่าสนใจได้ โดยนำเสนอในรูปแบบการทำสื่อโปสเตอร์ที่ให้ความรู้และแนะแนวทางด้วยวิธีต่างๆ โดยใช้คุณสมบัติดังกล่าว พร้อมทั้งทำการสาธิต (Demonstrate) ลงในโปสเตอร์แต่ละแผ่นเพื่อให้เห็นผลที่ชัดเจน และยังสามารถนำความรู้ที่ได้จากการทดลองไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลงานอื่นๆ ในโอกาสต่อไป

กลุ่มเป้าหมาย

นักศึกษา-ผู้ที่มีความสนใจในผลงานศิลปะการออกแบบและการสื่อสาร

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาลักษณะและคุณสมบัติต่างๆที่สามารถทำให้โปสเตอร์นั้นๆเป็นโปสเตอร์ที่ดีได้
2. ศึกษาการออกแบบโปสเตอร์ทั้งทางทฤษฎีและทางปฏิบัติ
3. ออกแบบโปสเตอร์ตามหลักวัตถุประสงค์ที่จะให้ทั้งความรู้และสาธิตให้เป็นที่ชัดเจนว่าหลักการและแนวคิดดังกล่าวจะเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบ ที่จะทำให้สามารถสร้างสรรค์โปสเตอร์ที่ดีได้

ขอบเขตโครงการ

ออกแบบโปสเตอร์ขนาด A2 (42x60 cm.) จำนวน 10 ชิ้น โดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

- good Idea
- be simple
- have fun
- size matter

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- well crafted
- witty
- use cliché
- make it fresh
- be positive
- get to the point

แนวทางบรรลุเป้าหมาย

1. รวบรวมข้อมูล
 - ตัวอย่างการออกแบบโปสเตอร์ด้วยวิธีต่างๆจากหนังสือกราฟิก
 - รวบรวมแง่คิดมุมมองในการออกแบบโปสเตอร์จากผู้ที่ประสบการณ์ในการออกแบบ เช่น Graphic Designer และนำปัญหาที่พบในการออกแบบเพื่อมาวิเคราะห์และหาข้อสรุป
 - เก็บตัวอย่างหนังสือ, สิ่งพิมพ์ที่อธิบายเกี่ยวกับโปสเตอร์หรือที่มีการออกแบบหรือสาธิตด้านการออกแบบโปสเตอร์
2. วิเคราะห์ข้อมูล / สรุปประเด็นที่ต้องการนำเสนอ / เลือกรูปแบบการนำเสนอ
3. ทดลองออกแบบโปสเตอร์ พร้อมทั้งการจัดวางภาพและตัวอักษร
4. นำเสนอแบบร่าง
5. ปรับปรุงแบบร่างเพื่อให้ได้แบบที่สมบูรณ์ที่สุด

ขั้นตอนการทำงาน

1. เสนอหัวข้อ อธิบายแนวทางและความเป็นไปได้
2. เสนอข้อมูลและข้อสรุปเบื้องต้น แนวทางการออกแบบโดยรวม รวบรวม / จัดข้อมูลเอกสาร
3. เสนอแบบร่างครบทุกส่วน พร้อมข้อมูลเอกสารส่วนที่สำคัญ
4. เสนองานออกแบบ (ชิ้นงานจริง) พร้อมเอกสารข้อมูลทั้งหมด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดความรู้ความเข้าใจในการออกแบบโปสเตอร์ และทราบคุณลักษณะหรือคุณสมบัติที่จะสามารถทำโปสเตอร์ให้เป็นโปสเตอร์ที่ดีได้
2. สามารถสรุปวิเคราะห์แนวความคิด ให้สัมพันธ์และมีความต่อเนื่องในชุดงานเดียวกัน ตลอดจนสามารถพัฒนาแนวความคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เรียนรู้ระบบการทำงานที่เป็นขั้นตอน การใช้เหตุผล ความเหมาะสมในการใช้เหตุผลในการออกแบบนั้นๆ เพื่อพัฒนางานให้สำเร็จและสมบูรณ์ที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลในการออกแบบครั้งนี้ ข้าพเจ้าได้รวบรวมจากหนังสือต่างประเทศ เป็นส่วนใหญ่ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโปสเตอร์ ทั้งที่เป็นหนังสือ และนิตยสาร ทั้งนี้เพราะข้อมูลที่เป็น ภาษาไทยค่อนข้างมีน้อย และไม่กว้างขวางพอ จึงได้ทำการแปลและนำมาเรียบเรียงใหม่

ข้าพเจ้าคิดว่าก่อนที่เราจะออกแบบโปสเตอร์ เราควรจะทราบถึงความเป็นมาคร่าวๆของ โปสเตอร์ก่อน ฉะนั้นข้าพเจ้าจะเริ่มจากความเป็นมาของโปสเตอร์ก่อน

ประวัติความเป็นมาของโปสเตอร์

ตั้งแต่ยุคกลางศตวรรษที่ 19 ประเทศต่างๆ ในยุโรปและที่อื่นๆ ได้มีการสร้างเสาทรง กลมขึ้นในบริเวณศูนย์กลางของเมืองหลวงอันทันสมัย การสื่อสารในหลายรูปแบบถูกส่งผ่านทาง เสากลมเหล่านี้ เดิมทีเสาทรงกลมเหล่านี้มีขนาดและความเด่นสะดุดตาเหมาะสมสำหรับติด โฆษณาให้แก่ผู้สัญจรไปมา เมื่อผู้คนเริ่มมีการเดินทางที่รวดเร็วขึ้น โดยใช้การคมนาคมทั้งในรูปแบบ มวลชนและส่วนตัว พร้อมทั้งการเข้ามาของยุคเครื่องยนต์ ความนิยมในการใช้เสาทรงกลม จึงเริ่มหายไปจากเมือง และเกิดป้ายและกระดานโฆษณาขนาดใหญ่เข้ามาแทน

โปสเตอร์เป็นงานกราฟฟิกขนาดใหญ่ซึ่งใช้กันมากมายและพบได้บ่อย ให้รูปแบบง่ายๆ เพื่อให้เกิดความประทับใจและความสนใจเพื่อถ่ายทอดข้อมูลหรือโฆษณาต่างๆ ในช่วงนี้เริ่มมีการ ใช้การพิมพ์เข้ามาช่วยด้วย เมื่อเริ่มมีการใช้วิธี lithograph (ภาพพิมพ์หิน) ในการพิมพ์โปสเตอร์ เช่น งานของ Honnore Daurtier ในปี 1864 ที่ชื่อว่า "Charbon d'tvory" ซึ่งเป็นสิ่งพิมพ์เพื่อมวลชนชิ้นแรกของงานในแขนงนี้ นับว่าเป็นสัญลักษณ์การเริ่มต้นของประวัติศาสตร์การทำโปสเตอร์ ในปี 1963 Raymond Savingnac นักออกแบบโปสเตอร์ผู้ยิ่งใหญ่ชาวฝรั่งเศส กล่าวถึงโปสเตอร์ไว้ ว่า "ความหมายใดๆ และทุกๆ ความหมายต้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของมัน เช่น อารมณ์ การ เล่นคำ การหลอกกล่อ การขู่เข็ญ หรือการประชดประชัน โปสเตอร์ต้องแสดงความสัมพันธ์เช่นเดียวกับ ศิลปะชั้นสูงในรูปแบบอิสระ ที่ก่อให้เกิดลักษณะที่ดี" รูปแบบการสงวนสิ่งเหล่านี้ไว้ (ส่วนใหญ่ มักพบได้ในโปสเตอร์ของญี่ปุ่น) ทำ

ให้เราสามารถเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งเหล่านี้ สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างคือ ต้นกำเนิดลักษณะของโปสเตอร์ซึ่งยังคงขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงลักษณะรูปแบบและความแตกต่างทางวัฒนธรรม ที่ยังคงมีความสัมพันธ์ต่อกันไม่เสื่อมคลาย

วิวัฒนาการของโปสเตอร์

โปสเตอร์ของปี 1900-19

การพัฒนาของ Lithographic Printing ในครึ่งหลังของศตวรรษที่ 19 มีการประกาศการเริ่มต้นของศิลปะโปสเตอร์สมัยใหม่ งานของ Frenchmen Jules Cheret (1836-1932) และ Henri de Toulouse-Lautree (1864-1901) ได้สร้างพื้นฐานแต่รูปแบบของศิลปะสมัยใหม่ กลับไปในศตวรรษนั้นความเคลื่อนไหวที่สำคัญที่สุดในการออกแบบโปสเตอร์คือ Art Nouveau แต่ William Morris และความเคลื่อนไหวในงานศิลปะรวมทั้งงานฝีมือก็เป็นจุดกระทบต่อสองศูนย์กลางหลักในการออกแบบ นั่นคือบ้าน Glasgow ไปจนถึง โรงเรียน Glasgow และ Vienna สถานที่เกิดของ Vienna Secession

Flirt ในปี 1895

ศิลปินชาวกรีก Alphonse Mucha เป็นผู้ที่มีชื่อเสียงที่สุดและเป็นผู้อธิบายเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมกอทิกของฝรั่งเศส ในการออกแบบโปสเตอร์แนว Art Nouveau งานโปสเตอร์ของเขามีรูปผู้หญิงที่สวยงาม มักมีผมยาวสลวย กรอบเป็นการตกแต่งด้วยดอกไม้และลายเส้น การกลับมาอย่างกะทันหันของ Mucha ในปารีสเมื่อปี 1894 เมื่อเขาได้ออกแบบโปสเตอร์ขนาดใหญ่ที่ประสบความสำเร็จสำหรับ Sarah Bernhardt ตัวอย่างนี้เป็นหนึ่งในงานจำนวนมากของเขา

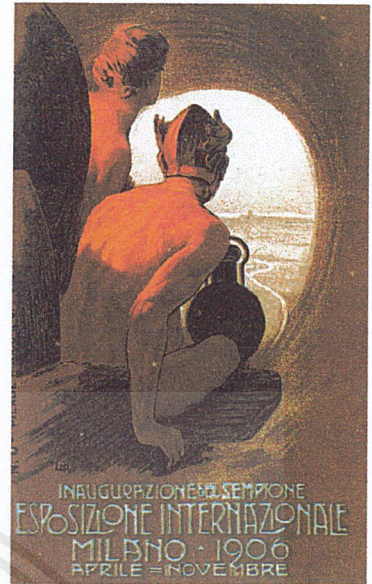


The Arcadian (1906)

ระหว่างยุค 1800 ถึง 1900 เรียกได้ว่าเป็นยุคของ Glasgow School ที่เป็นศูนย์กลางศิลปินทั้งหลาย ได้แก่ Charles Bennie Maekintosh และรวมทั้ง Jessie M. King ซึ่งออกแบบโปสเตอร์สำหรับ Arcadian Tea Rooms The Glasgow School ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ของ Art Nouveau และเรขาคณิตที่เคร่งครัดและการตกแต่งองค์ประกอบ

การเปิดเป็นทางการของอุโมงค์ Simpton ในปี 1906

นักออกแบบชาวอิตาลีเลียน J. copolde Melieovitz (1868-1944) สร้างโปสเตอร์นี้เพื่อเป็นสัญลักษณ์ในงานเปิดอุโมงค์ Simpton ที่งาน Milan International Exhibition ภาพเทพ Mercury เทพเจ้าแห่งความเร็ว นั่งอยู่หน้ารถไฟ มั่นเกี่ยวกับ การออกจากอุโมงค์ ข้อความในโปสเตอร์บอกว่า “แม้แต่เทพ Mercury ก็หาทางที่จะไปได้เร็วกว่ารถไฟ” มันเป็นงานพิมพ์ของ Melticovitz ด้วยการลงสีภาพคนหนุ่มที่มีกล้ามเนื้อสวย เปรียบเทียบเรื่องราวและลดโทนสีน้ำตาลลง



โปสเตอร์ Liberty 1907

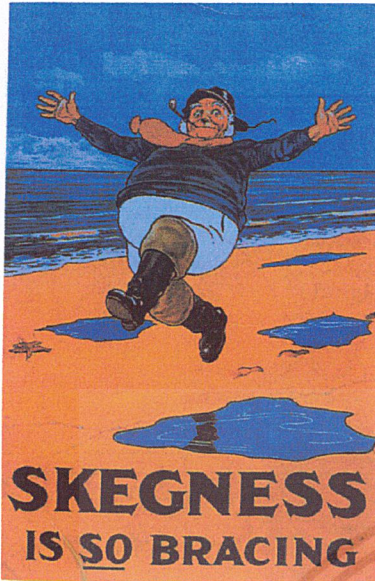
ในอิตาลี ความเคลื่อนไหวของ Art Nouveau เป็นที่รู้จักดังเช่น Stile Liberty (หรือ Stile Floreale) ชื่อที่ทำให้เกิดการอ้างอิงโดยตรงกับอิทธิพลของถนน Regent ของลอนดอน ถูกค้นพบในปี 1875 โดย นักเขียน Lasenby Liberty การก่อตั้งที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายในประเทศอิตาลี โบพายหนังสือถูกผลิตแสดงใน Veniee International Exhibition ในปี 1907 โดย Serrupeio Pizzanelli

Vienna Secession poster stamp 1908

Vienna Secession เริ่มมีมาตั้งแต่ปี 1897 เมื่อเกิดศิลปินรุ่นใหม่ที่ซัดขึ้น และปฏิเสธการแสดงผลงานของต่างชาติ กลุ่ม Seccessionists รวมทั้ง Gustav Klimt, Koloman Moser, Josef Hoffman และ J.M. Olbrich Vienna ได้กลายเป็นหลักสร้างสรรค์ของการออกแบบในแถบยุโรป Berthold Loffler (1874-1960) ได้เปิดตัว Secessionist Exhibition poster stamp ในปี 1908 ได้ออกแบบสัญลักษณ์ the Austrian Emperor Francis-Joseph 1's 60th Jubilee



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

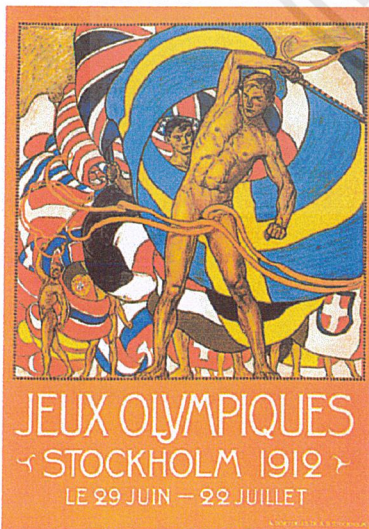
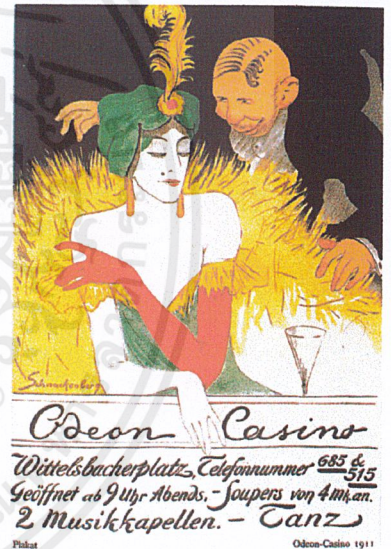


Skegness is so Bracing 1909

การขยายตัวของการรถไฟของสหราชอาณาจักรเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้โปสเตอร์ซึ่งได้รับมอบหมายโดย London transport โปสเตอร์ที่มีชื่อเสียงได้รับการออกแบบโดยนักออกแบบกราฟิกมืออาชีพ John Hassall (1868-1948) ที่โฆษณา รีสอร์ทริมทะเลชื่อ Skegness โดยเป็นภาพการ์ตูนรูปสุภาพบุรุษใส่สูท สวมรองเท้าบูท และหมวก กระโดดโลดเต้นไปตามชายหาด โปสเตอร์ชิ้นนี้เป็นงานที่มีความแตกต่างจากผลงานอื่นๆ ของ Hassall และมีการนำโปสเตอร์บันเทิงของฝรั่งเศสมาแปลเป็นการออกแบบเป็นภาษาอังกฤษในยุค 1890 ตัวอย่างเช่นงานของ Toulouse-Kautrec

Odeon Casino 1911

นักออกแบบชาวเยอรมัน Walter Schnackenberg (1880-1961) ได้ผลิตโปสเตอร์โฆษณา Odeon Casino มันมีรูปแบบสวยงาม เป็นภาพหญิงสาวที่เจเนโลกเพื่อโชว์เหล่าชายหนุ่ม โปสเตอร์นี้ใช้สีเข้ม โปสเตอร์นี้เป็นผลงานที่ประสบความสำเร็จของ Schnackenberg ดีพิมพ์ลงในนิตยสารของเยอรมันชื่อ Jugend



Stockholm Olympic Games 1912

ตลอดศตวรรษที่ผ่านมา กีฬาโอลิมปิกได้ทำให้เกิดนักกีฬา และนักออกแบบโปสเตอร์ขึ้นมากมาย เป็นโอกาสในการพิสูจน์ความสามารถของพวกเขา ในภาพนี้ A. Bortzells ได้วางภาพชายหนุ่มเปลือยไว้กลางภาพ (เกียรติยศของเขาถูกปกปิดไว้ด้วยชายธงสะบัดพลั่ว มีธงของสวีเดนอยู่เหนือศีรษะ เบื้องหลังมีกลุ่มของชายเปลือยกับธงชาติที่สะบัดอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Your Country Needs You 1914

ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 รัฐบาลใช้โปสเตอร์เพื่อสนับสนุนสงคราม เช่น ผลงานชิ้นนี้ ซึ่งออกแบบโดย Alfred Leete (1882-1933) ให้เกิดการเลียนแบบเพิ่มขึ้น รวมทั้งโปสเตอร์รณรงค์ให้รวบรวมคนเข้ากองทัพสหรัฐฯ ซึ่งออกแบบโดย J.M. Flagg (1877-1960) โปสเตอร์ของ Leete เป็นภาพการจับตามองของ Lord Kitchener เลขาธิการกองกำลังทหารสงคราม

Poster ปี 1920-39

ในยุคนี้ได้เกิดสถาบันการศึกษาเกิดขึ้นมากมายหลายแห่งและการออกแบบก็มีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น มีการใช้ภาพวาด และจากช่วงปี 1920 ถึง 1939 ได้ก่อให้เกิดแนวคิดที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผลงานของนักออกแบบขึ้น 4 แนวคิดด้วยกัน นั่นคือ Bauhaus, De Stijl, Futurism, Cubism นักออกแบบที่ชื่อว่า E.Mckinght Kauffer ผู้เขียน Art of Poster (1904) ได้วิจารณ์ว่า "Cubism" หรือ "Futurist" มักใช้กับสิ่งที่มีความทันสมัย โปสเตอร์ส่วนใหญ่ที่ผลิตในช่วง 2 ทศวรรษนี้ได้รับการออกแบบเพื่อการค้าที่สนองวัฒนธรรมต่างๆ แต่งานโฆษณาต่างๆ รวมทั้ง โปสเตอร์ E1 Lissitsky ที่แสดงอยู่ที่นี้ยังคงปรากฏในรัสเซียและทุกที่เกิดเหตุการณ์ที่พิเศษๆ เช่น สงครามกลางเมืองของสเปน

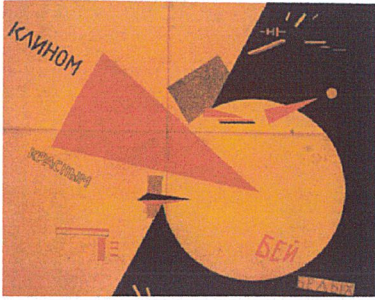
Palmolive ในยุคต้นจนถึง 1920

โปสเตอร์นี้เป็นตัวอย่างของเทคนิคในการขายสินค้าด้วยสโลแกน นักออกแบบชาวอเมริกัน Clarence Underwood (1871-) ซึ่งได้รับการมอบหมายโดย J.B. Watson



หัวหน้าของบริษัทโฆษณายักษ์ใหญ่ Walter Thompson ให้ผลิตโปสเตอร์ชุดภายใต้สโลแกน "Keep that schoolgirl Complexion" Watson ได้ทำการวิจัยจนค้นพบสโลแกนที่กระตุ้นใจได้ว่า "buy impulse"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

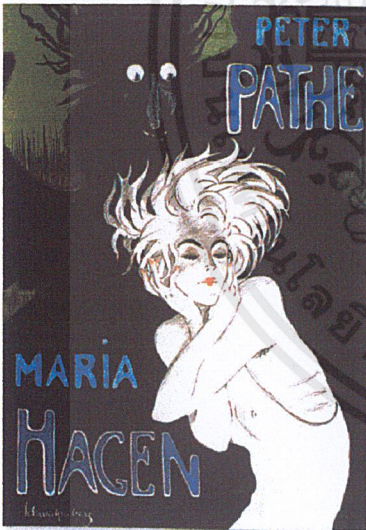


Beat the Whites with the Red Wedge c.1920

งานโปสเตอร์ E1 Lissisky ที่มีชื่อเสียงในรัสเซีย สำหรับโฆษณากองทัพแดง เป็นการออกแบบในรูปแบบ Constructivist โปสเตอร์นี้เป็นรูปแบบในสไตล์ของ Lissisky มีรูปแบบง่ายๆ มีเส้นทแยงมุมตัดภาพทรงกลม และตัดเส้นโดยใช้สี แดง ขาวและดำ

Futurist poster stamp 1931

เป็นการทดลองรูปแบบการเรียงพิมพ์ แนวคิดแบบ Futurist มีอิทธิพลโดยตรงต่อการออกแบบโปสเตอร์ วิธีการนี้ถูกเรียกว่า "painterly typography" เป็นการสร้างคำเป็นภาพให้ตรงตามความหมาย เช่น อาจใช้ตัวอักษรเอนสโลในเรื่องของความเร็ว และเสียงดังอาจเป็นตัวอักษรแบบเข้มหนา Stamp-sized posters เป็นการเปิดโอกาสให้ใช้การโฆษณาผ่านไปรษณีย์ ได้รับความนิยมมากในยุค 1920



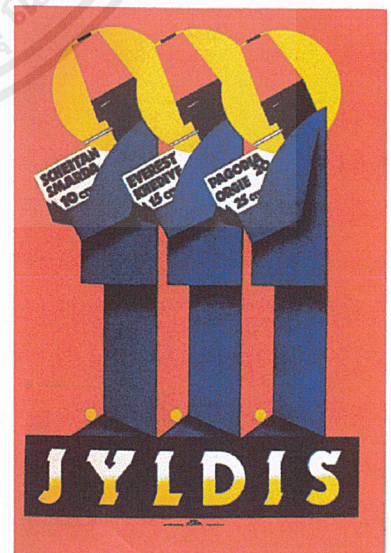
Hagen-Pathe 1920s

Walter Schnackenberg เป็นทั้งนักออกแบบ จิตรกร นักวาดภาพประกอบ ชาวเยอรมัน ได้ผลิตโปสเตอร์ที่มีคุณภาพเยี่ยมออกมามากมาย เช่น โปสเตอร์ที่ใช้ตกแต่งโรงภาพยนตร์

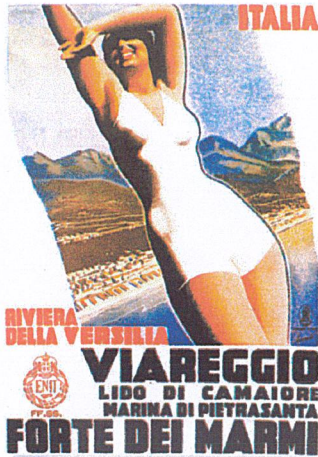
Jyldis c.1925

Josef Binder (1898-1972) เป็นนักออกแบบ

ชาวออสเตรีย ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นดัง "ผู้ที่เปี่ยมความสามารถสูงสุดและเป็นความหวังอันยิ่งใหญ่ของศิลปะกราฟฟิคของออสเตรีย" ความเป็นตัวของตัวเองปรากฏในรูปแบบทันสมัย มีความก้าวร้าว ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก เขาได้คิดค้นทฤษฎีขึ้นมา ซึ่งทฤษฎีของเขามีพื้นฐานอยู่ที่ "ทุกสิ่งทุกอย่างผ่านวันนี้ไปอย่างรวดเร็ว เราจึงจำเป็นต้องเร่งตามข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ"



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

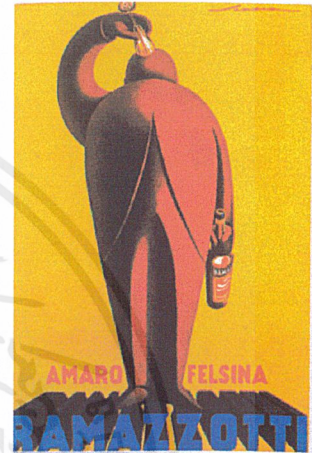


Forte dei Marmi 1930s

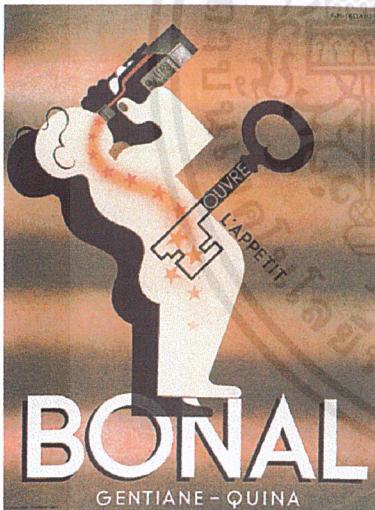
Gino Bocasile เป็นหนึ่งในจำนวนของศิลปินผู้ออกแบบโปสเตอร์ของอิตาลี ที่ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมากนัก ได้ออกแบบทั้งโปสเตอร์ internationale Mailander Mustermesse และโปสเตอร์สำหรับรีสอร์ตชื่อ Viarggio นี่เป็นตัวอย่างแรกๆ ของการใช้ภาพทางเพศเพื่อการขาย

Ramazotti 1930s

Federico Seneca (1891-1976) เป็นนักออกแบบที่ใช้ภาพในรูปแบบของ Deco เป็นลักษณะของตัวการ์ตูนที่สร้างสรรค์ขึ้นมา ลูกค้าที่สำคัญของเขา เช่น Buitoni pasta และ Perugina chocolates



Bonal 1935



A.M. Cassandre เชื่อว่าโปสเตอร์เป็นสิ่งสำคัญเบื้องต้น เช่น เป็นผู้ส่งสาร ภาพวาดในแบบแนวคิด Cubism และ Constructivist โปสเตอร์ของ Cassandre มีอิทธิพลต่อการโฆษณาของฝรั่งเศสในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เขาให้ความสนใจในตัวอักษร ซึ่งมีความเชื่อว่ามันเป็นสิ่งที่สมบูรณ์ แต่ถูกละเลยไป ในบางส่วนของงานออกแบบโปสเตอร์ แม้ว่าภาพวาดตัวอักษรจะไม่แปลกออกไปจากรูปแบบเดิม

Winter Olympic 1936

Ludwig Hohlwein เป็นนักออกแบบโปสเตอร์ผู้ยิ่งใหญ่ชาวเยอรมันในช่วงศตวรรษนี้ งานของเขาช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 นั้นหาได้ยากพอๆ กับรูปแบบของ Hohlrein ซึ่งยังคงไม่เปลี่ยนแปลง โดยการใช้รูปทรงต่างๆ หนึ่งหรือสองรูปวางพียงกันบนพื้นสี และตัวอักษรในรูปสี่เหลี่ยมมุมฉาก เป็นที่น่าเสียดายอย่างยิ่งที่มันเป็นงานชิ้นล่าสุด เป็นการฉลองแนวคิด Aryan race ซึ่งเป็นที่จดจำกันได้ทั่วไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ไปประโชยณดานการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Spanish Civil War 1936-37

สงครามกลางเมืองของสเปนส่งผลกระทบต่อความสนใจของศิลปินและผู้คนทั่วโลก รวมถึงการรวมตัวของกลุ่มนักออกแบบใน Madrid และ Barcelona ในการออกแบบโปสเตอร์เพื่อสนับสนุน Republican cause เรื่องราวต่างๆ ถูกถ่ายทอดออกมาเป็นภาพถ่ายมากกว่าภาพประกอบ โปสเตอร์นี้แสดงให้เห็นอิทธิพลพลังความรู้สึกลึกซึ้งในคุณค่าแห่งเกียรติยศและประชาชนที่หลบอยู่ในที่กำบัง

Shell 1937

E. McKnight Kauffer เป็นหนึ่งในนักออกแบบโปสเตอร์ที่ได้รับมอบหมายให้ผลิตงานโปสเตอร์ให้กับบริษัทน้ำมันเชลล์ ในช่วงยุค 1930 โปสเตอร์นี้เป็นตัวอย่างของผลงานเด่นของ Kauffer ด้วยภาพสไตล์ทันสมัย กราฟฟิคเข้ม สีที่ตัดกันและการเรียงพิมพ์แบบ reduevist เป็นภาพการเคลื่อนไหวที่เรียบง่ายของการเทน้ำมันจากกระป๋อง Kauffer ออกแบบภาพซึ่งใช้ในการรณรงค์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Poster 1940-1959

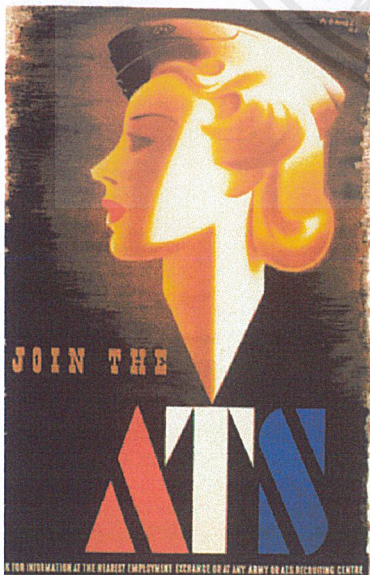
ระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นโปสเตอร์ที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้สนับสนุนสงคราม โปสเตอร์เหล่านี้มักเป็นภาพเกี่ยวกับการรับสมัครคนไปเป็นทหาร หรือภาพยนตร์โฆษณา เพื่อใช้ในการแจ้งข้อมูลต่างๆ นอกจากนี้รัฐบาลยังได้ใช้โปสเตอร์ในการสื่อข้อความทางตรงอย่างเร่งด่วนด้วย และให้ศิลปะแก่นักออกแบบแนว Modern รุ่นใหม่ๆ ผลคือทำให้เกิดความขัดแย้งขึ้นบ่อยๆ แต่จากช่วงนี้เองที่เกิดการออกแบบโปสเตอร์ที่สร้างสรรค์มากที่สุด ประตุสำหรับการโฆษณาเพื่อการพาณิชย์ได้เปิดออกในช่วงหลังสงครามนี้เอง



Kill Fascist Peptide ปี 1940

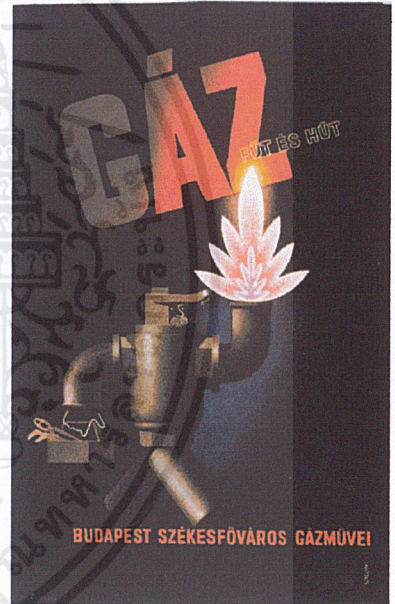
โปสเตอร์โฆษณา มักขาดความละเอียดอ่อน ตัวอย่างเช่น โฉมหน้าที่แสดงภาพกองทัพทหารแดงโจมตีข้าศึกเปรียบได้กับสัตว์เลื้อยคลานที่ดุร้าย สัญลักษณ์เช่น ค้อน และ เคียว สามารถตีความหมายได้ไม่ยาก

โปสเตอร์เพื่อการค้ามักใช้สีฉูดฉาดเด่นที่เน้น คือ สีฉูดฉาดที่เจิดจ้าจากอุ้งมือของวิศวกรและมีตัวอักษรบรรยายภาพอยู่ข้างบน มันได้รับการออกแบบจากศิลปินภาพกราฟฟิกชาวฮังการีเรียน George Konecsni (1908-)



Join ATS ในปี 1941

กฎเกณฑ์นี้เป็นดังเช่น ผลงานของนักออกแบบโปสเตอร์ของสหราชอาณาจักร Abram Games ผลิตงานโปสเตอร์เกือบ 100 ชิ้น ผลงานชิ้นหนึ่งเป็นภาพประกอบบุคคลิกภาพของเขาได้ดีมาก "ความหมายของคำอย่างมากที่สุด กลับมีความหมายน้อยที่สุด" มันได้อธิบายถึงทหารหญิงที่มีเสน่ห์ ด้วยข้อความที่พาดอยู่ข้างใต้เส้นเล็กๆ ที่ตกลงมาจากตัวอักษร "T" สีขาว ซึ่งเป็นปกเสื้อของผู้หญิงและข้างหลังของตัว "T" สังเกตให้ดีจะเห็นว่าเป็นรูปหัวใจ



Budapest Gasworks ปี1940

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

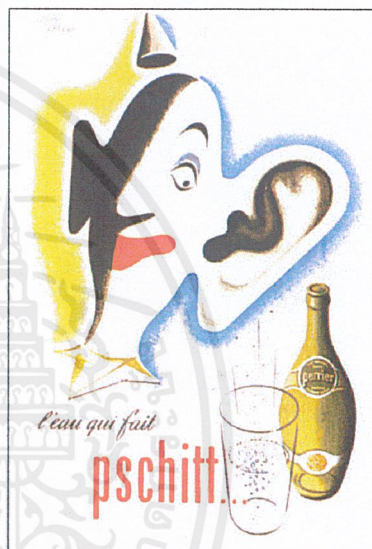


7up family ในปี 1945

ภาพวาดโปสเตอร์โฆษณาในรูปแบบความสนุกสนานนอกบ้านของครอบครัวชาวอเมริกัน ใบหน้าแสดงความสดชื่น ยิ้มกว้าง บรรยากาศสบายๆ (พอดีคั้นเบ็ดตกปลา) พร้อมด้วยเครื่องดื่มที่สดใสรสดี เพื่อสุขภาพและความสดชื่น

Perrier ในปี 1949

ชายชาวฝรั่งเศส Jean Carlu เป็นศิลปินคนสำคัญและเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายคนหนึ่ง เคยเป็นสถาปนิกมาก่อนจะกลายมาเป็นนักออกแบบกราฟิก ภายหลังจากที่เขาสูญเสียแขนขวาจากอุบัติเหตุ ผลงานในช่วงแรกๆ ของเขาแสดงให้เห็นอิทธิพลของ Cubist รุนแรงมาก แต่จากช่วงกลางของยุค 1930 เขาได้รับรางวัลเพิ่มขึ้นในจากการออกแบบ Surrealist มีการสร้างผลงานโปสเตอร์ทางการเมืองที่สำคัญๆ หลายชิ้นระหว่างช่วงสงคราม Carlu กลับไปสร้างผลโฆษณาให้กับฝรั่งเศสและลูกค้าชาวอเมริกัน ที่นี่เองที่ได้เกิดภาพการ์ตูนที่มีใบหูขนาดใหญ่ผิดปกติ คอยฟังเสียงฟู่ ที่กระจายออกมาจากแก้วน้ำแร่ Perrier



CHAMPAGNE

...irrésistible attrait...

Champagne ในปี 1949

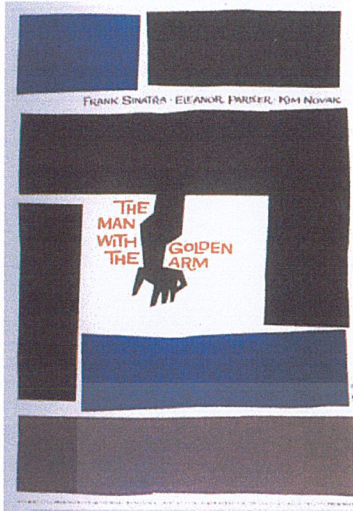
ระหว่างยุค 1940 ผู้หญิงที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของ Rene Gruau ช่วยเติมสีสัน ความงดงามให้กับวงการแฟชั่นของฝรั่งเศส และภาพประกอบของเครื่องสำอางรวมทั้งงานโฆษณาต่างๆ งานของเขามักใช้เพียงสีขาวและดำเท่านั้น

Ofen Ludin ในปี 1949

ศิลปินด้านโปสเตอร์ที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดคนหนึ่งในสวิสเซอร์แลนด์ Herbert Leupin (1916-) ผลงานแรกของเขาเป็นโปสเตอร์โฆษณาที่ใช้ภาพเหมือนจริง แต่หลังจากเขาตั้งสตูดิโอของตัวเองขึ้นมาในปี 1936 เขาได้พัฒนารูปแบบของภาพประกอบให้น่าสนใจขึ้น สามารถทำเงินให้เขาได้ มีลูกค้าอยู่ทั้งในแถบยุโรปและอเมริกา ผลงานโปสเตอร์ของเขาส่วนใหญ่เป็นแนวขบขัน เช่น นักเพนกวินให้ความอบอุ่นแก่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ตนเองโดยใช้เครื่องทำควมร้อนของบริษัท Ludin อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

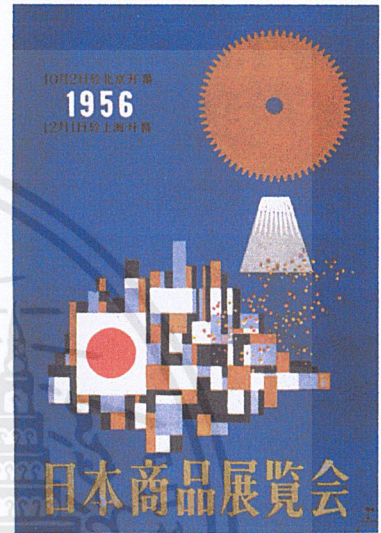


The Man with the Golden Arm ในปี 1955

โปสเตอร์ของ Sual Bass สำหรับภาพยนตร์ของ Preminger เกี่ยวกับการติดยาเสพติด เป็นสิ่งแปลกใหม่ในงานโฆษณาภาพยนตร์ แทนที่จะอธิบายเรื่องราว กลับใช้ภาพแทนที่เป็นรูปพรุน แข็งทื่อเป็นภาพโฆษณา

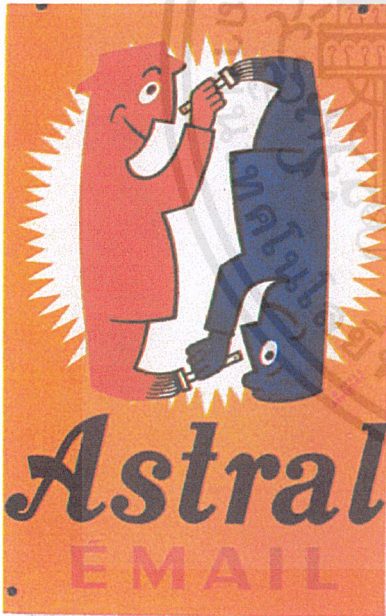
Astral Email ในปี 1955

Reymond Savignac เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านมุขที่สื่อออกมาด้วยภาพ เขามีผลงานโปสเตอร์มากมายอยู่ทั่วโลก ผลงานของเขามีลักษณะโดดเด่นในตัวเอง ง่ายๆ แต่มีลูกเล่นและเป็นการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ



Tokyo International Trade Fair 1956

Takashi Kono (1906) เป็นผู้ออกแบบโปสเตอร์ชิ้นนี้ เขาเป็นหนึ่งในผู้บุกเบิกงานออกแบบกราฟฟิคแนวญี่ปุ่นสมัยใหม่ รูปทรงสีเหลี่ยมต่างๆ ที่รวมกันเข้าเป็นผืนธงญี่ปุ่น เป็นการรำลึกถึงการออกแบบพื้นผิวในยุค 1950



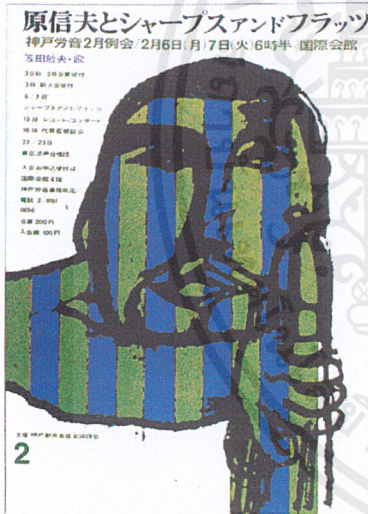
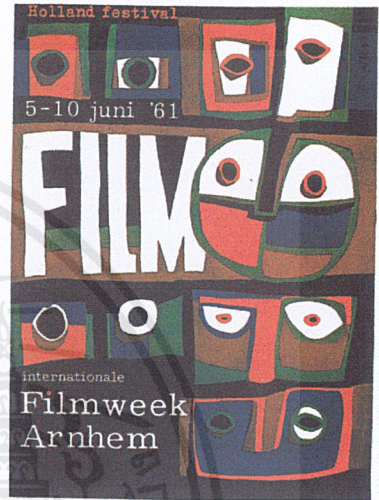
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ในช่วงปี 1960-79

ยุคแห่งภาพลวงตาเป็นช่วงที่สั้นที่สุด แต่ทรงจำได้มากที่สุด เป็นช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลง โปสเตอร์ในยุคนี้ได้รับการออกแบบไว้สำหรับผู้ชมเฉพาะกลุ่ม ด้วยตัวอักษรที่ยิ่งใหญ่เขียนข้อความง่ายๆ ว่า "ถ้าคุณอ่านไม่ออก มันก็ไม่ใช่สำหรับคุณ" ภาพลวงตานี้เริ่มต้นขึ้นจากชายฝั่งตะวันตกของอเมริกาแต่แพร่เข้าไปในยุโรปโดยพวกฮิปปี นักออกแบบชาวญี่ปุ่นกำลังได้รับความนิยมไปทั่วโลก โดยการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามา ในยุค 1971 ได้ให้อิสระกับนักออกแบบมากขึ้น ในยุคนี้มีการเพิ่มการควบคุมการสร้างรูปแบบและการจำลองภาพ

Kobe Worker's Music Council 1961

Tadanori Yakoo เป็นหนึ่งในศิลปินกราฟิกคนใหม่ที่ได้เกิดขึ้นจากการอบรมที่ Nippon Design Center ซึ่งถูกพบในปี 1959 ผลงานโปสเตอร์ทั้งแนวศิลปะวัฒนธรรมและแนวการพาณิชย์ในยุค 1960 และ 1970 ของเขาใช้ทั้งภาพแนวญี่ปุ่นและตะวันตก Yakoo ทดลองใช้เทคนิคการวาดภาพที่แตกต่างออกไป เช่น การใช้ภาพปลอม การปะติดภาพ



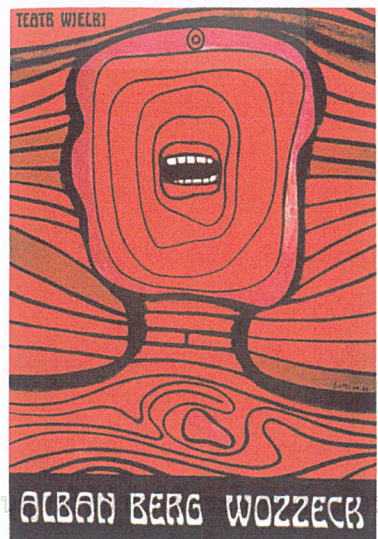
Anhem Internationale

Filmweek 1961

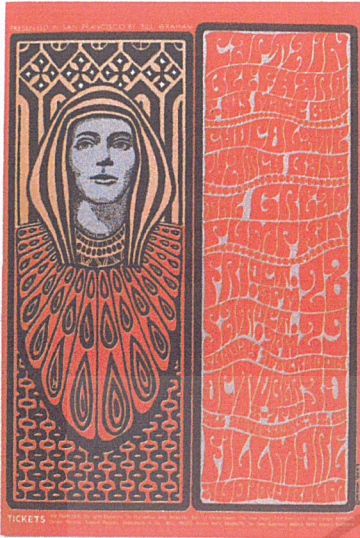
นี่คือหนึ่งในหลายๆ ผลงานโปสเตอร์แบบ screenprint ที่สร้างโดย Duchthman Dick Elffers (1910-) เพื่อประชาสัมพันธ์งาน Holland Festival ปี 1961 เป็นภาพ abstract รูปหน้ากากคนที่สร้างโดยรูปสี่เหลี่ยมหลากสี ตัวอย่างเช่น ภาพโฆษณา Arnhem film week แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานของภาพพิมพ์หยาดๆ กับตัวอักษรที่เป็นลายมือ ผลงานของเขาปรากฏออกมาเยี่ยงศิลปินภาพกราฟิกและจิตรกร Elffer สอนอยู่ที่ Rotterdam Academy เขาเป็นสถาปนิกด้านการตกแต่งภายในของ Rijksmuseum ใน Amsterdam และจัดนักออกแบบสำหรับโครงการวัฒนธรรมต่างๆ

Wozzeck 1964

โปสเตอร์สำหรับงานโอเปร่าของ Jan Lemica ที่ชื่อ Wozzeck นั้นได้อ้างอิงถึงภาพเขียนในปี 1893 ชื่อภาพ The Scream ซึ่งวาดโดย Edward Munch (1863-1944) ศิลปินแนวExpressionist ชาวนอร์เวย์ ในงานทั้ง 2 ชิ้นนี้ มีจุดเด่นของภาพคือ ปากที่กำลังกรีดร้อง ซึ่งแวดล้อมโดยเส้นเสียงสะท้อน Lemica เป็นนักออกแบบชาวโปแลนด์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่น่าประหลาดใจ โดยการใช้ลายเส้นหนักๆ แบ่งพื้นที่ว่างในหมู่สีต่างๆ ทำให้โปสเตอร์ที่ออกมาให้ภาพเสียงก้องที่มีเซตสีแดง ถูกแบ่งโดยใช้เส้นที่สีดำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อาจเผยแพร่โดยไม่ผ่านการอนุญาต หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อฝ่ายเอกสารที่ 053-412-1111



Captain Beefhart at Fillmore 1967

ศิลปินด้านภาพลวงตา Wes Wilson ได้ขอยืมแนวคิดจากหลายๆ ที่ ผสมผสานกันเข้าเป็นรูปแบบของตนเอง โดยใช้ภาพและตัวอักษรจาก Vienna Secession (รวมทั้งผมที่กำลังปลิวไสว) เครื่องประดับ Art Nouveau และยาที่มีการใส่สีลงไป เขาได้สร้างภาพที่มีจุดมุ่งหมายยังผู้ชมกลุ่ม "ไต้ดิน" โดยใช้ตัวอักษรที่มีพาราน้ำหลากสีอ่านได้ง่าย

Paper Dress Show 1967

ออกแบบโดย Hirokatsu Hijikata

โปสเตอร์นี้โฆษณาการแสดงผลงาน

แฟชั่นโชว์เสื้อผ้าที่ทำจากกระดาษ โปสเตอร์นี้เป็นการรวมภาพถ่ายกราฟิก (ใบหน้าของนางแบบ) กับอาร์ตเวิร์ค การออกแบบสร้างความประทับใจโดยใช้ความเข้มแข็งสีทำให้เห็นเป็นรูปเสื้อผ้าและผ้าคลุมของนางแบบ

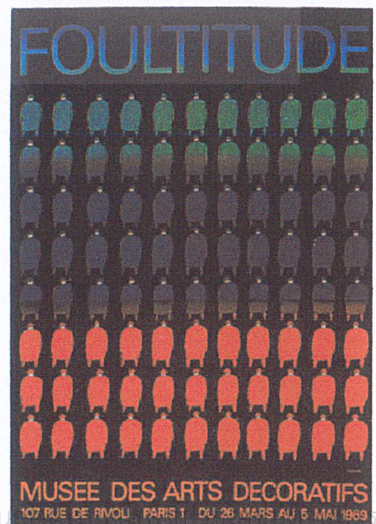


Chicago 1968

เป็นผลงานโปสเตอร์ของ John Rieben ซึ่งได้รับอิทธิพลจากนิตยสารของสวิส ชื่อ Neue Grafik (การออกแบบกราฟิกแนวใหม่) ซึ่งวางแผนในปี 1958 โดย Josef Muller-Brakman และคณะ ผู้ออกแบบครองตำแหน่งในการจัดตาราง ใช้ตัวเรียงพิมพ์ที่ไม่มีเส้นใต้ตัวอักษรและภาพที่ไม่มีการตกแต่ง

Foultitude 1969

ระหว่างยุค 1960 โปสเตอร์ได้รับการจับตามองเพิ่มขึ้นและถูกขายเยี่ยงศิลปะใส่กรอบ ขวบนระดับผนัง ในอเมริกาและยุโรป พิพิธภัณฑ์และห้องแสดงศิลปะเป็นที่เผยแพร่ผลงานต่างๆ โปสเตอร์มีการทำตลาดเป็นงานหลักของศิลปิน รวมทั้ง Andy Warhol, Robert Rauschenberg (1925-), Rene Magritte (1898-1967) และ Roy Lichtenstein (1923-) นักเขียนการ์ตูนชื่อ Belgain และศิลปินนามว่า Jean Michel Folon ได้รับมอบหมายให้ออกแบบโปสเตอร์เพื่อโฆษณางานแสดงนิทรรศการที่พิพิธภัณฑ์ Musee des Arts Decoratifs ในปารีส ในงานชิ้นนี้ตำแหน่งของภาพผู้ชายทั้งหลาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ... แตกต่างกันไปเพียงกลุ่มของสีเท่านั้น

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Kitkat ในยุค 1970

ความสำเร็จในงานโปสเตอร์โฆษณาช็อคโกแลตแท่งทำให้ห้อยนี้ได้รับความนิยมมากขึ้น หลายๆ สิ่งเป็นจุดเด่นแต่ไม่มีการแสดงในการออกแบบ สโลแกนที่ว่า "คิดจะพัก คิดถึง Kitkat" ไม่สมบูรณ์ มันมีการทิ้งไว้ให้ผู้ชมคิด Likewise เป็นเจ้าของเท่าที่ไม่โชว์หน้าผู้ชมต้องจินตนาการถึงเขาเอาเอง ไม่มีการแสดงให้เห็นตัวสินค้า แม้ว่าตัวพิมพ์และสีล้วนบนพื้นรองเท่าเทียมกับห้อยของช็อคโกแลต โฆษณาอีกประเภทหนึ่งได้รับความนิยมในสหราชอาณาจักร นั่นคือโรงงานยาสูบ

Echos de Grande Bretagne ในยุค 1970

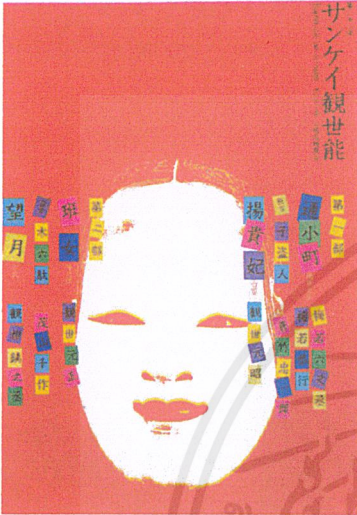
Reginald Mount เป็นหนึ่งในจำนวนของศิลปินกราฟฟิคซึ่งได้รับมอบหมายจาก กระทรวงด้านข่าวสารข้อมูลของสหราชอาณาจักร ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 ให้สร้างสรรค์งาน ภายหลังสงคราม เขาได้สร้างงานโปสเตอร์เพื่อการค้าและบริการสาธารณชนอีกหลายชิ้น รวมทั้ง "Keep Britain Tidy" เป็นภาพการ์ตูนขบขัน บางครั้งก็เป็นงานที่มีความสมจริงในรูปแบบของเขา เช่น งานที่เป็นมุขตลกของธรรมเนียมปฏิบัติของชาวอังกฤษในการกินถั่วด้วยหลังส้อม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ในยุค 1980-90

Despite the vast sums of money ซึ่งใช้เป็นโฆษณาทางโทรทัศน์ บริษัทการค้าและตัวแทนรัฐบาล ไม่ได้ละเลยโปสเตอร์ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการติดต่อสื่อสารคอมพิวเตอร์เริ่มเข้ามามีบทบาทและความสำคัญในการออกแบบโปสเตอร์ โปรแกรมเมอร์ช่วยสร้างให้สิ่งที่ไม่สามารถเป็นไปได้เมื่อสิบปีก่อนเป็นจริงได้ ชิ้นงานอาจมีการผสมผสานกันระหว่างภาพถ่าย ภาพประกอบและการเรียงพิมพ์

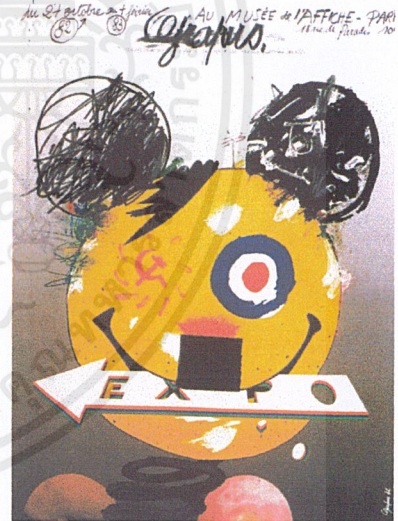


Noh 1981

โปสเตอร์ของ Ikko Tanaka มีชื่อเสียงในด้านการใช้สีและ ในขณะที่ผลงานทั้งหลายมีรูปแบบญี่ปุ่นอย่างชัดเจน มันยังได้ชี้ให้เห็นความเข้าใจในการความคิดของออกแบบแนวตะวันตกสมัยใหม่ โปสเตอร์ที่แสดงนี้เป็นหนึ่งในหลายๆ ผลงานของเขาสำหรับละคร Kanze Noh ที่อีกด้านหนึ่งของหน้ากานักแสดงเป็นกล่องสวยงามสังเกตได้ว่าเป็นข้อผสม

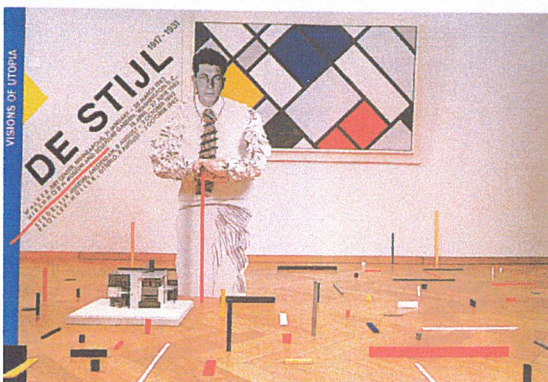
โปสเตอร์งานนิทรรศการ Musee de l’Affiche 1981

โปสเตอร์ชิ้นนี้เป็นผลงานการออกแบบแนวฝรั่งเศส Grapus เป็นการรวมพื้นฐานของ 3 ปรัชญาทางการเมือง ลัทธิของศูนย์กลางภาพที่อยู่ตรงกลางเป็นภาพ Mickey Mouse และตาข้างหนึ่งระบายเป็นสีของสหรัฐฯ ลัทธิชาตินิยมดูได้จากหมวดของฮิตเลอร์และการกระดิกนิ้ว สนวนลัทธิคอมมิวนิสต์ แทนด้วยภาพหมอนและเคียวอยู่ที่ตาข่าย Grapus ถูกค้นพบในปี 1970 โดย Pierre Bernard (1942-) Gerard-Paris Clavel (1943-) และFrancois Miehé (1942-) ที่ผลิต "ภาพสังคม การเมือง และวัฒนธรรม" ภาพปะติด ภาพวางหยาบๆ ตัวอักษรหวัดเป็นงานที่ได้รับการสนับสนุน



De Stijl exhibition at the Walker Art Center, Minneapolis 1982

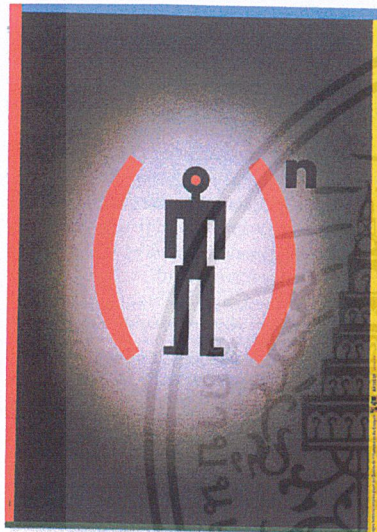
ภาพสร้าง "ฉาก" Gert Dumbar ได้แหวกแนวการออกแบบโปสเตอร์ที่แสดงในพิพิธภัณฑ์ มันได้โฆษณาการนิทรรศการของ Dutch art movement de Stijl ความเคลื่อนไหวของผู้คิดค้น Theo van Doesburg ปრაกฏ และมีการอ้างอิงแนวคิดของ De Stijl รวมทั้งการวางข้อความไว้ในบรรทัดเดียวกับรูปร่างภาพในภาพเขียนนั้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Rambow at the Bibliotheque Nationale 1987

โปสเตอร์นี้สำหรับนิทรรศการการแสดงผลงานของ Gunter Rambow ซึ่งออกแบบโดยตัวศิลปินเอง และใช้การตัดภาพหนังสือ นำมาจัดใหม่เพื่อสร้างรูปเล่มให้เหมือนการแบ่งหนังสือออกครึ่งหนึ่ง Rambow ซึ่งภาพถ่ายของเขาและภาพถ่ายเชิงซ้อนเป็นที่รู้จักกันดีที่สุดสำหรับโปสเตอร์การเมืองและสังคม

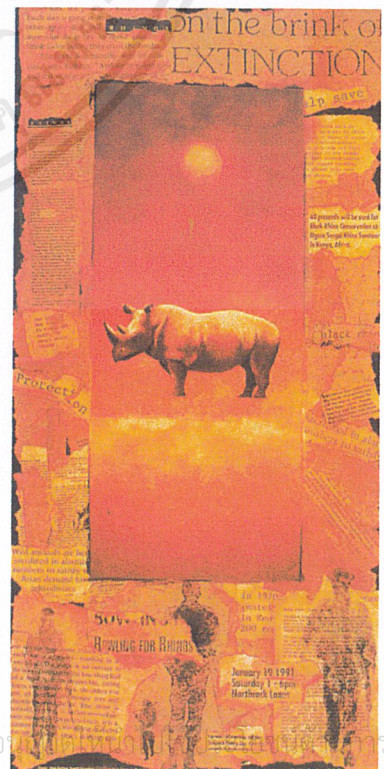


Bicentennial Exhibition สำหรับ "The Human and The Citizens' Rights" ในปี 1989

Peret เกิดใน Pere Torrent เป็นนักออกแบบแนวสมัยใหม่ชาวสเปน งานของเขามักประกอบด้วยความเข้ม กราฟฟิคง่าย ๆ ในสีรุนแรง เขาสร้างงานเพื่อมนุษยชาติ องค์กร รวมทั้งงานกาชาดของสเปน และ Amnesty International โปสเตอร์ง่าย ๆ แต่มีประสิทธิภาพแสดงค่าที่เท่ากันทางคณิตศาสตร์ วางมนุษย์ไว้ในตะกร้า มีการแสดงพลังของ "n" ในหลายแนวทาง แต่ให้ความหมายของความเป็นมนุษย์สำคัญเหนือสิ่งอื่นใด

Bowling for Rhinos 1991

ในยุค 1980 และ 90 โปสเตอร์ที่สนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อมและการรณรงค์ด้านนิเวศวิทยาได้เกิดขึ้นมากมาย นักออกแบบกราฟฟิคชาวอเมริกัน Sonia Greteman ผลิตโปสเตอร์นี้ขึ้นสำหรับ Sedgwick County Zoo ได้เพิ่มทุนสำหรับการอนุรักษ์แรดดำ ศูนย์กลางของภาพเป็นภาพแรด กรอบเป็นกระดาษหนังสือพิมพ์ที่นำมาฉีกปะติดปะต่อกันเกี่ยวกับสถานการณ์ของเผ่าพันธุ์ รวมทั้งข้อถกเถียงอีกข้อหนึ่งเกี่ยวกับความต้องการของแรดดำ ในตอนท้ายของโปสเตอร์เป็นภาพเงาของนักล่าซึ่งกำลังไล่ล่าทำให้แรดหวาดกลัว

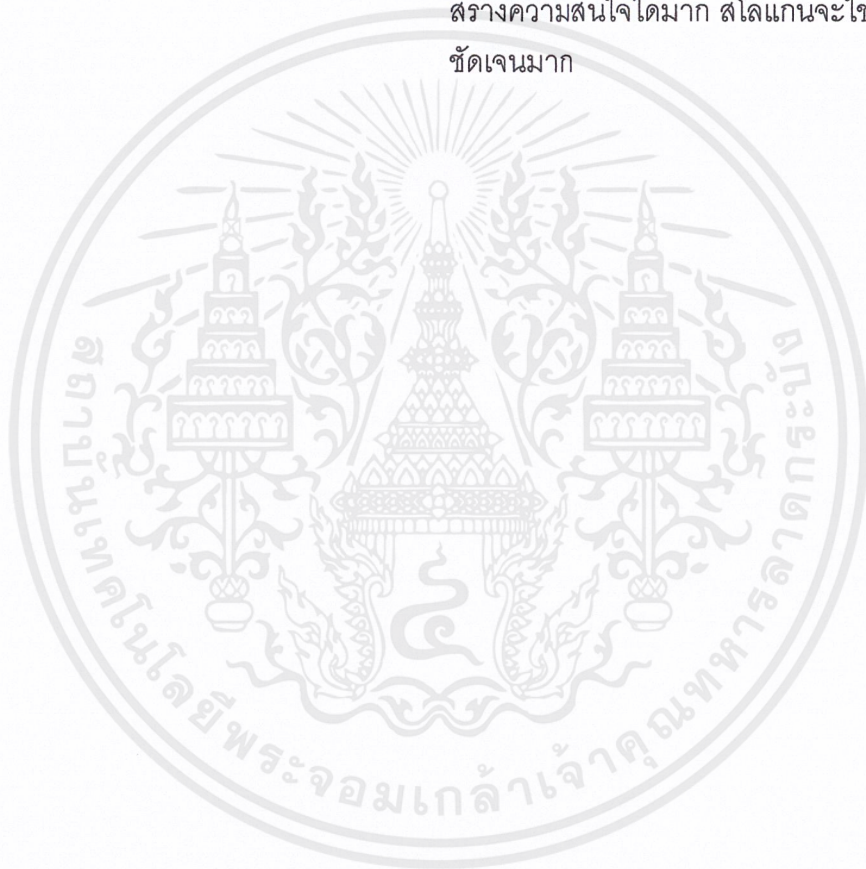


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Benetton advertisement ปี 1991-92

Oliero Toscani ผลิตภัณฑ์ที่มีความขัดแย้งมากที่สุดแห่งศตวรรษให้กับบริษัทเสื้อผ้า Benetton ของอิตาลี ภายใต้สโลแกนที่ว่า "The United Colours of Benetton" เขามักใช้ภาพที่รุนแรงและสร้างความช็อค รวมทั้งภาพพระเจ้า ที่เป็นดังคนที่เป็นเอดส์ ผอมโซ รกตยนต์ที่โดนไฟไหม้ และผู้หญิงที่ให้กำเนิดทารก สิ่งหนึ่งที่ภาพเหล่านั้นมีคือภาพนั้นสามารถจับใจได้และความคิดนั้นจะเป็นข้อสงสัยให้กับตัวสินค้า มันจะสร้างความสนใจได้มาก สโลแกนจะใช้สีที่สว่างชัดเจนมาก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการออกแบบโปสเตอร์ที่ดีๆนั้นจะไม่มีกฎเกณฑ์ใดๆแน่นอน ผู้อ่านจะเป็นผู้ที่รู้ว่าโปสเตอร์ที่ดีนั้นเป็นอย่างไร จากการที่ข้าพเจ้าได้ศึกษาจากโปสเตอร์นานาชาติประจำปี ข้าพเจ้าเห็นด้วยกับคำกล่าวที่ว่า ศิลปินรุ่นเยาว์ผู้มีพรสวรรค์ งานของเขาอาจได้รับรางวัลและคำวิจารณ์ในด้านบวกตั้งแต่ยังศึกษาอยู่ในโรงเรียน เขาจะต้องผิดหวังอย่างแน่นอนเมื่อเขาพบว่าเขาไม่สามารถขายงานออกแบบที่มีแต่สุนทรียภาพเพียงอย่างเดียวแก่ลูกค้าได้

ในงานออกแบบทุกวันนี้การออกแบบโปสเตอร์มีหลายแนวทางมากขึ้น นักออกแบบทุกคนทราบจากประสบการณ์ที่ว่า โฆษณาที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเองน่าสนใจกว่ารูปแบบที่เหมาะสมกับแนวความคิดทางวัฒนธรรม เนื่องจากโปสเตอร์ที่เราพบเห็นส่วนใหญ่มักจะทำหน้าที่โฆษณา ฉะนั้นข้าพเจ้าคิดว่าเราก็ควรจะทราบว่โปสเตอร์สามารถขายสินค้าได้อย่างไร

โปสเตอร์สามารถขายสินค้าได้อย่างไร

ในทุกวันนี้ เราสามารถพบโปสเตอร์จากสื่อ (หีบห่อบรรจุภัณฑ์, หนังสือพิมพ์, โฆษณา, โทรทัศน์) ได้ได้บ้าง และจะออกแบบโปสเตอร์ให้มีประสิทธิภาพได้อย่างไร

คำถามเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับตัวอย่างที่ปรากฏอยู่ในที่นี่ โฆษณาที่ไม่ดีสามารถสร้างอันตรายให้แก่สินค้าได้ เนื้อหาต่อไปนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้อ่าน เพื่อให้รู้จักกับโฆษณาที่ไม่มีประสิทธิภาพและพยายามหลีกเลี่ยงมัน

โปสเตอร์ต้องเป็นอย่างไร

โปสเตอร์ต้องประกอบด้วย :

1. โปสเตอร์ต้องมีความโดดเด่น
2. โปสเตอร์ต้องเข้าใจได้ง่าย
3. โปสเตอร์ต้องสามารถสื่อถึงยี่ห้อหรือข้อความได้



ถ้าโปสเตอร์ไม่ประสบความสำเร็จตั้งแต่จุดเริ่มต้นแล้ว นั่นคือโปสเตอร์ที่ไร้ประสิทธิภาพ ภาพ abstract นี้ต้องการแสดงเรื่องราวของงานนิทรรศการแห่งชาติสวิส (Swiss National Exhibition) แต่โชคร้ายที่มัน

ออกมาไม่น่าพอใจ เนื่องจากขาดคุณสมบัติในข้อ 2 และ 3 นั่นคือ เขาไม่สามารถสื่อความเข้าใจได้และวางข้อความไว้ในจุดที่ยากจะอ่านได้

มันเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเพราะการออกแบบโปสเตอร์ให้สามารถเข้าถึงระดับสูงในทุกวันนี้ รูปแบบที่สมบูรณ์จะค่อยๆ เลื่อนหายไปสู่ความต้องการพื้นฐานเท่านั้น

จุดประสงค์ข้อที่ 3 นั่นคือโปสเตอร์ควรจะทำให้หยื่อหรือข้อความเป็นที่รู้จัก นี่คือนี่ที่ไม่ควรมองข้าม ไม่ว่าจะเกิดผลจากรูปแบบหรือนักออกแบบต้องการให้ผู้ชมเกิดความหลงใหลในผลงานศิลปะของเขาก็ตาม แต่งานชิ้นนี้ถูกเติมสิ่งที่ไม่เข้าท่าลงไป และสอดแทรกตัวอักษรขนาดเล็กจิ๋วไว้ในภาพ หรือว่ามันเป็นการตกแต่งอย่างง่าย ๆ บ่อยครั้งที่เราพบว่า ผลงานชิ้นนั้นไม่มีการวางองค์ประกอบของภาพ แต่มีการตกแต่งเติมสิ่งต่างๆ ลงในที่ว่างอย่างง่าย ๆ ในภายหลัง บางครั้งสิ่งที่เติมลงมาก็เป็นสิ่งที่เกินความจำเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์ควรมีหน้าตาอย่างไรบ้าง

ต่างจากเกณฑ์มาตรฐานเบื้องต้นที่โปสเตอร์ทุกชิ้นต้องดีพร้อมตรงตามมาตรฐานทุกอย่าง หากมันสามารถเป็นไปตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ ก็นับว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง

1. โปสเตอร์ควรจะต้องสื่อถึงข้อความที่ต้องการโฆษณา นางแบบที่เซ็กซี่ไม่สามารถบอกถึงคุณภาพของสินค้าได้ จากประสบการณ์แสดงให้เห็นว่านางแบบเซ็กซี่ทำได้เพียงดึงดูดความสนใจ แต่อาจทำให้ไม่มีใครสนใจตัวสินค้าด้วย
2. รูปแบบและสีสันทัน รวมทั้งลักษณะการพิมพ์ การออกแบบ ควรจะสะท้อนให้เห็นแนวคิดของสินค้าหรือโฆษณา



ตัวอย่างเช่น โปสเตอร์สำหรับ “การรณรงค์ให้บริจาคช่วยเหลือผู้ทุกข์ยากในฤดูหนาว (Winter Aid)” ต้องมีการแสดงให้เกิดความน่าสงสัย เห็นอกเห็นใจ การออกแบบที่ใช้ภาพ abstract และรูปแบบที่เป็นทางการ โดยการใช่วิวทัศน์ที่เหลี่ยมสีดำและเส้นสีขาว ไม่สามารถแสดงแนวคิดของโฆษณานั้นได้ เป็นการเลือกรูปแบบและสีที่ผิด สิ่งที่จะเชื่อมโยงระหว่างสีดำและเส้นสีขาว กับความทุกข์ยาก ขาดแคลนสิ่งจำเป็นในการดำรงชีพเข้าด้วยกันนั้นสามารถเป็นไปได้หรือไม่ เส้นสีเหลี่ยมแสดงแนวคิดอะไรของโฆษณาตัวนี้ อารมณ์ใดที่สื่อออกมา โปสเตอร์ทำให้เข้าใจได้อย่างไรและอะไรคือข้อความที่ต้องการสื่อ โดยรวมแล้วโปสเตอร์ชิ้นนี้จะขาดสุนทรียภาพจึงไม่ตรงตามเกณฑ์มาตรฐาน และทำให้เข้าใจผิดความหมายได้

อย่างไรก็ตาม รูปแบบบางอย่างก็มีการเสื่อมถอยไปตามความนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้อิทธิพลของหลักเกณฑ์ที่เคร่งครัดจนเกินไป บางตัวอย่างแม้ว่างานจะขาดความชัดเจนหรือผิดเพี้ยนตรงข้ามกับหลักเกณฑ์อาจจะเป็นการออกแบบในรูปแบบที่น่าสนใจ สีที่ไม่เคยใช้อาจเป็นประโยชน์และบางครั้งก็อาจนำมาใช้ไม่ถูกกาลเทศะ โดยไม่สนใจความรู้สึกทางจิตใจเลย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างเช่น นักร้องแบบบอจามีเหตุผลที่ดีในการเลือกโปสเตอร์สีดำ แต่ก็ต้องใช้ความรู้ทางจิตวิทยาหรืออย่างน้อยก็ต้องอาศัยสามัญสำนึกเพื่อตัดสินใจว่าจะใช้พื้นเป็นสีดำ สีน้ำเงินเข้ม เขียวเข้มหรือแดงเข้ม ในแต่ละสีก็มีความนิยมแตกต่างกันไปตามสภาวะที่ต่างกันและผลกระทบที่มีต่อจิตใจ แต่มีเพียงสีเดียวที่เหมาะสมกับสินค้าและดีที่สุด ดังตัวอย่างเช่น หนึ่งในบรรดาของบุหรี่ยี่ห้อของประเทศเยอรมันที่วางกระจายอยู่ ได้อธิบายจากหลังซึ่งเปลี่ยนจากสีแดงเป็นสีเขียว เป็นเหลืองหรือในบางประเทศก็มีความหลากหลาย สือให้เป็นว่าบุหรี่ยี่ห้อไม่ได้เป็นอันตรายมากมายต่อชีวิต และบุหรี่ยี่ห้อนี้เป็นยี่ห้อหนึ่งที่ได้รับ ความนิยมในระดับนานาชาติซึ่งเพิ่มยอดขายในประเทศที่ใกล้เคียง

ภาษาในการออกแบบ

จากการที่ข้าพเจ้าได้ศึกษาหนังสือหลายเล่ม ข้าพเจ้าสนใจหนังสือเล่มหนึ่งชื่อ THE 100 SHOW เป็นหนังสือรวบรวมผลงาน 100 ชิ้นที่ได้รับคัดเลือก ซึ่งในจำนวนนั้นมีโปสเตอร์รวมอยู่ด้วย จุดเด่นที่ใช้ในการพิจารณางานออกแบบในหนังสือเล่มนี้ ได้แก่ ความสวยงาม, ความหนักแน่น, และความตื่นตันทัน และที่ข้าพเจ้าสนใจก็คือ คุณค่าของถ้อยคำสำหรับงานออกแบบไม่เกี่ยวข้องกับการยอมรับของสาธารณชนทั่วไป ความสับสน, ความน่าเกลียด, ความแข็งแกร่ง, ความอึดอาด และความไม่เป็นระเบียบก็สามารถใช้เป็นจุดเด่นได้เช่นกัน แต่ต้องไม่ไร้สาระ ข้าพเจ้าคิดว่าจุดเด่นในการพิจารณางานเหล่านี้ก็สามารถเป็นประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ในการออกแบบที่หลุดพ้นจากแบบเดิมๆ แต่เราต้องรู้จักใช้มันให้เป็นประโยชน์มากกว่าได้รับผลเสียจากการใช้มัน

หนังสือเล่มนี้ยังได้ให้ความหมายของภาษาในการออกแบบ จากแนวคิดของ Neville Brody, Jeffery Keedy และ Karrie Jacobs ซึ่งข้าพเจ้าคิดว่ามันจะเป็นประโยชน์ในการออกแบบ ข้าพเจ้าจึงได้รวบรวมคำเหล่านั้นและตัวอย่างงานโปสเตอร์พร้อมคำวิจารณ์จากกราฟฟิคดีไซน์เนอร์ดังกล่าว เพื่อให้เราสามารถเข้าใจงานออกแบบโปสเตอร์นั้นมากขึ้นตลอดจนแนวคิดใหม่ๆ ดังนี้

appropriate (นำมาใช้, เหมาะสม)

1. เป็นคำกริยา หมายถึง การกระทำที่ใช้การทำงานของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องบางส่วนหรือทั้งหมดมา ใช้เพื่อแสดงอิทธิพลของสิ่งที่อธิบาย หรือลอกเลียนมา ยกมา หรืออ้างถึง เป็นการให้ความเคารพต่อสิ่งที่นำมาเลียนแบบ บางครั้งถือได้ว่าเป็นวิธีที่ฉลาดแยบยล และเป็นการจัดวิธีการเลียนแบบภาพลักษณ์รูปแบบหรือธรรมเนียมปฏิบัติ แต่บ่อยครั้งที่มันเกิดขึ้นจากความเกียจคร้านหรือฉวยโอกาส
2. เป็นคำคุณศัพท์ หมายถึง การคัดสรรที่ดีที่สามารถเข้าได้กับแนวคิดของเรื่องราว เนื้อหาหรือจุดประสงค์ สามารถวัดได้จากความถี่ในการใช้ บางคนคิดว่าเป็นคุณค่าแห่งการยอมรับของคนสมัยใหม่ ในความถูกต้องตามทำเนียบปฏิบัติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

care (ความใส่ใจ)

เป็นความตั้งใจ พยายามและความหลักแหลมที่มีอยู่ในงานออกแบบ ความใส่ใจนี้ไม่ได้เป็นที่ชื่นชมเท่ากับความสะดวกว่า ดังนั้นคำถามที่ว่า “คุณต้องให้ความใส่ใจไม่มากจนเกินไป แต่ควรทำให้ดูเหมือนไม่ใส่ใจ”

chaos (ความสับสน ไร้ระเบียบ)

เกิดจากความตั้งใจให้เกิดความซับซ้อนในการออกแบบ ความไร้ระเบียบสามารถสร้างความสับสนในการรับรู้ให้แก่ผู้ชม ซึ่งไม่ได้พิจารณางานออกแบบนั้นอย่างลึกซึ้ง หรือความไร้ระเบียบนี้สามารถตั้งใจสร้างให้เกิดความสับสนได้ เป็นงานที่สร้างให้เกิดความสับสนขึ้นมา ความสับสนทำให้เกิดสภาพที่เรียกว่า “international innocence” ขึ้นมาด้วย

chunky (ความแข็ง)

เป็นความรู้สึก เช่น ขาดความละเอียดอ่อน แต่เปี่ยมด้วยคุณค่าและมารยา “แข็งแกร่ง ไม่มีความลุ่มลึก” (Brody) ใช้กับผลงานที่ต้องการให้มีแนวคิดในการออกแบบที่มีความแข็งแกร่ง

data (ข้อมูล)

ข้อมูลหรือประวัติเป็นแนวคิดที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการออกแบบภาพกราฟิก สังคมเมืองและผู้ที่ต้องการแบ่งแยกผลงานโดยใช้วัฒนธรรม (ของตนเองหรือจากสิ่งที่ขอยืมมา)

dangerous (อันตราย)

ความสามารถในการออกแบบสามารถสร้างความประหลาดใจได้ เป็นการปลดปล่อยหรือทำทนายสำหรับผู้สร้างสรรค์ผลงาน ผลงานที่แสดงความอันตรายและความแข็งทื่อไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งแปลกประหลาด การออกแบบ การเรียงพิมพ์ที่วุ่นวายสามารถนำมาใช้ในวงการแฟชั่นได้ ทำให้การเรียงพิมพ์ในรูปแบบนี้ดูมีความท้าทายขึ้นมาก (Brody)

digital kitsch (ภาษาตัวเลข)

ภาษาท้องถิ่นไม่ได้เป็นการกระตุ้นอดีตแต่กลับเป็นการขยายตัวของภาษาตัวเลขมักใช้ในวรรณกรรมสมัยใหม่ และงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมที่ทันสมัย

eight-million-people-in-the-naked-city-sort-of

วลีนี้เปี่ยมไปด้วยความท้าทายในการอธิบายจิตวิญญาณแห่งการออกแบบ แต่ก็ยังมีการอ้างอิงถึงยุคกลางที่มีความแตกต่าง เช่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

empty (ความว่างเปล่า)

ออกแบบโดยปราศจากความเล็งและไม่เจาะลึกถึงบุคลิกภาพส่วนตัว ปราศจากความสับสนวุ่นวาย ขอบเขตของความงดงาม การประทศประชันและอันตราย

extremism (สมัยนิยม)

ส่วนหนึ่งที่คัดลอกมาจากวลีของ Brody “วิธีการรุนแรงในระดับกลาง” คือ ส่วนดั้งเดิม (ดูรายละเอียดใน คำว่า chaos และ data)

fashionable (สมัยนิยม)

การทำงานในปัจจุบันนี้มีการกำหนดรูปแบบหรือลักษณะ มักจะมีการวิจารณ์ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับรูปแบบว่า เก่าเกินไป ต้องการให้ใหม่กว่านี้ หรือใหม่เกินไปต้องการให้กลับไปสู่แบบดั้งเดิม

fresh (ความสด ใหม่)

ตรงข้ามกับความล้าสมัย ความสดใหม่ของคนรุ่นใหม่คือ ความรู้สึกสบายๆ ไม่มีการวางแผน และเป็นอิสระ เริ่มได้รับความนิยม ใช้กับผลงานที่มีความสนุกสนาน ความสำคัญของประวัติศาสตร์ หรือที่มาล้าสมัยไปแล้ว ตั้งแต่มีแนวคิดใหม่ขึ้นมาก่อนที่คุณจะพูดว่า “เอากลับมา” แม้ว่า คุณจะนำกลับมาใช้ได้แต่ มันก็มีความสำคัญไม่มากนัก ประวัติของใครล่ะที่คุณจะกล่าวถึง

honest (ความซื่อตรง)

เช่นเดียวกับ “ความสำคัญของประวัติและที่มา” คุณภาพที่ยากจะอธิบายนี้มันจะเป็นปัจจัยที่หายไปจาก โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ที่พิมพ์ 4 สีในกระดาษขาว การออกแบบที่ตรงไปตรงมาเปิดเผยนี้มักมีการดัดแปลงอยู่เสมอ (ดูตัวอย่างจากงาน Semiotext(e) Architecture ของ Jacobs “มันเป็นงานสถาปัตยกรรมแบบง่ายๆ ซึ่งอาจเป็นความหมายของ honesty (ความซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา เปิดเผย)”

innocence (ไร้เดียงสา)

ภาวะไร้เดียงสามักถูกสร้างขึ้นทีหลัง “เป็นงานที่ใช้ความไร้เดียงสาทำให้ดูไม่เป็นธรรมชาติ”

leadership in design (สิ่งนำในการออกแบบ)

มันเป็นส่วนหนึ่งในความว่างเปล่าใช่ไหม มีเพียง 3 คนที่ได้รับการคัดเลือกจากกรรมการให้มายัง Chicago เพื่อประเมินผลความคิดในการออกแบบที่ไม่มีสิ่งชักจูงในการออกแบบเลย ทำไมหลักนำในการออกแบบ จึงควรมีเพียงหนึ่งเดียวเท่านั้น (Brody) กล่าวว่า “บางคนเริ่มกระแสจากบางแห่ง แต่ก็จางหายไปอย่างรวดเร็ว” (Jacobs) กล่าวว่า “ทุกคนรู้จักคนผู้ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติการออกแบบได้สำเร็จ ไม่มีพรมแดนประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก็ดักัน และการปฏิวัตินั้นยังคงดำรงอยู่จนทุกวันนี้ การออกแบบไม่ใช่เรื่องของแต่ละประเทศ แต่มันเป็นส่วนเดียวกันใช่หรือไม่ นั่นคือ Milton Rex ใช่ไหมล่ะ”

legibility (ความชัดเจน)

คำนิยามคือ ความกระจ่างชัด แต่หากถามว่าเป็นเรื่องของความสวยงามและน่าเกลียดใช่หรือไม่ คำตอบคือ ไม่ใช่ (ดูจากงาน Ray Gun ของ Brody) “คำถามชัดเจนขึ้นมาทันทีเลย นั่นคือ หัวข้อที่น่าเกลียด”

mainstream (กระแสหลัก)

ส่วนที่ไม่น่าชื่นชมนี้เป็นด้านของ Joe the Camel แต่มันยังห่างไกลจากผลงานของ David Grason

of this time, of this moment

คำว่า this time นี่เป็นการอ้างถึงอเมริกาในยุค 1940 ไม่ใช่ยุคคลาสสิกในสมัยกรีกยุคกลางหรือในช่วงที่แยกกว่านั้นคือในยุค 1980 คำว่า this time สามารถใช้ในความหมายว่า “สิ่งที่เกิดขึ้นในอดีต” และ “วังหนีและซ่อนเร้น” (Keedy) หรือ “สะกดกลบภัยกับอย่างที่สุด นำอัจฉริยะ แปลกไปจากปรัชญาของอเมริกา” (Jacobs)

over-inspiring (กระตุ้นอย่างมาก)

ไม่มีสิ่งใดเข้าถึงสถานะนี้ได้ แม้จะมีตัวอย่างอยู่มากมาย เช่น มีความละเอียดมากเกินไป มีค่ามากเกินไป สับสนมากเกินไป และได้รับการออกแบบมากเกินไป

pretty (น่ารัก)

1. เป็นคำวิจารณ์ที่ใช้กับงานที่มีความอ่อนไหวมาก
2. เป็นคำชื่นชมถึงความน่ารัก (ดูจากงานของ Keedy ในผลงาน Benefit Paper Introductory Program: ชื่อว่า “Sometimes you just can't beat pretty”)

sly (เล่ห์กล)

เป็นคุณศัพท์อธิบายการถอดรหัสที่อยู่ในภาพนั้นได้สำเร็จ

strange (แปลก)

อธิบายการออกแบบที่ “นอกเหนือ” แนวทางที่กรรมการได้ใช้พิจารณาเป็นสิ่งที่ทำขึ้นมาแตกต่างจากปกติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Cranbrook' Academy of Art Promotional Poster

ภาพก่อนอิฐซึ่งก่อสร้างบนกำแพงเป็นการนำเสนอแบบแปลกๆ จากสถาปนิกของ Eliel Saarinen ในหนังสือ Cranbrook ในโปสเตอร์แสดงให้เห็นบทบาทของสถาบันที่มีบทบาทเยี่ยงบุคคล ก่อนอิฐนี้บดบังความคลาสสิกของหนังสือ Cranbrook มันเน้นถึงความสำคัญในการสร้างสรรค์ของคน และการเจริญเติบโตของบุคลากรภายในองค์กร

Brody กล่าวว่า มันกำลังเกิดการเปลี่ยนแปลง มันเปลี่ยนความไร้ระเบียบมาสู่ความเป็นระบบขององค์กร จริงๆ แล้วสิ่งที่โปสเตอร์ต้องการสื่อเป็นสิ่งที่ทำให้ข้าพเจ้าสนใจ

Reedy กล่าวว่า โปสเตอร์นำเสนอว่า สถาบันไม่ได้ตั้งกฎเกณฑ์ทางความรู้สึกในศิลปะ แต่จะเป็นสิ่งสนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และมีการพัฒนาทางความคิด



โปสเตอร์เพื่อเป็นการเตือน (Warning Poster)

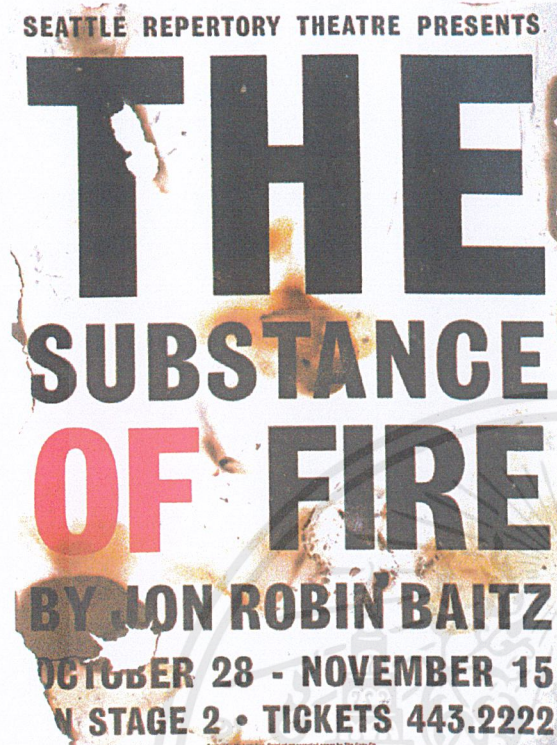
ทำอย่างไรนี้ก่อนออกแบบจึงจะคิดผลิตภัณฑ์ออกมาได้ ควรจะมีการร่างภาพขึ้นก่อน แล้วจึงขยายในรายละเอียดต่อไป การรณรงค์ทางไปรษณีย์ใช้เพื่อเรียกร้องความสนใจ เขามักคิดว่าการใช้ไปรษณีย์เป็นการวางแผนที่มีศิลปะ และมีการแสดงผลงานในทุกๆ ปี ดังนั้นด้วยวิธีนี้เราจะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมงานออกแบบได้มากขึ้น

แผนงานนี้มีอิทธิพลต่อผลงานที่ออกมาเหมือนกับการสื่อให้เห็นถึงเนื้อหาภายในผลงาน แต่ถ้ากรรมการไม่เลือกมันก็เท่ากับเราพลาดไป มันจึงเป็นสิ่งที่ทำลายพวกเรา

Brody บอกว่า ความกลมกลืนของงานทำให้ข้าพเจ้าสนใจในงานนี้ มันซ้ำซาก มันเสียเวลาและค่าใช้จ่ายค่าวัสดุอุปกรณ์ สิ่งนี้ดูเหมือนจะถามว่า "เราตั้งคำถามได้ถูกหรือไม่"

Reedy บอกว่า มันเป็นผลงานแปลกๆ สำหรับโครงการที่ไม่ธรรมดา มันได้รวบรวมความลึกซึ้งของสิ่งที่ต้องเสียไป เพื่อเผยแพร่ให้ผู้คนรับรู้

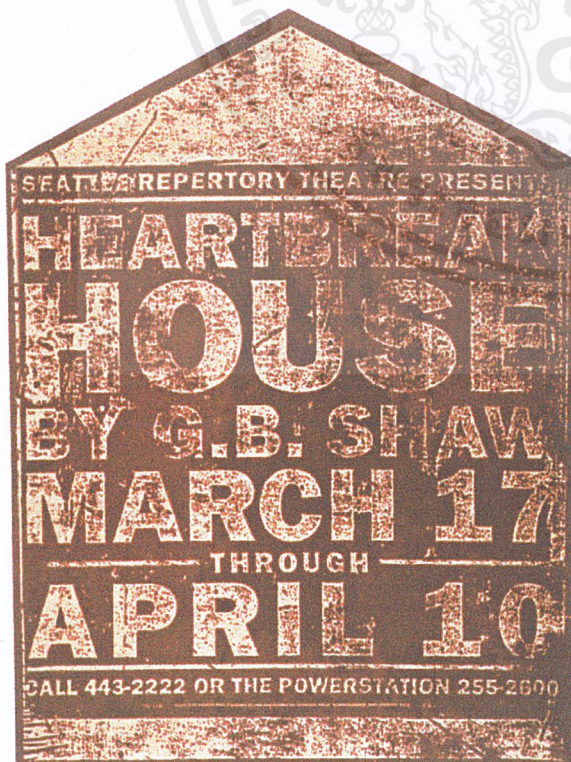
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



"The substance of Fire" Poster

เป็นงานที่กล่าวถึงคุณพ่อที่มองเห็นเหตุการณ์รุนแรง แต่ไม่สามารถป้องกันได้ และลูกๆ ของเขาไม่เข้าใจ ถึงผลกระทบของมันที่จะเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของ ธุรกิจของครอบครัว ไฟในเรื่องนี้สามารถมองได้ว่าเป็นตัวแก้ปัญหาคือตัวทำลาย แต่มันเป็นการนำเสนอที่ได้รับการยอมรับและกำลังได้รับความนิยม

Brody ข้าพเจ้าคิดเพียงว่ามันเป็นผลงานที่ยอดเยี่ยมมาก



Heartbreak House Poster

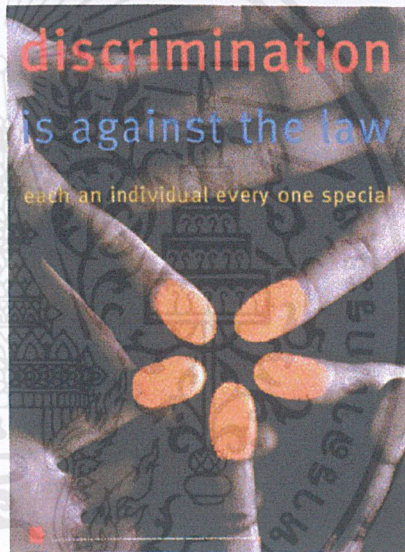
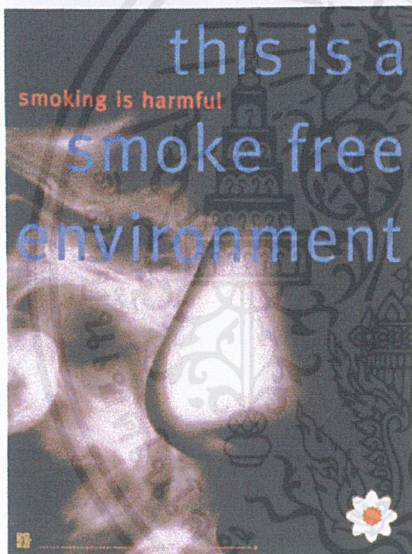
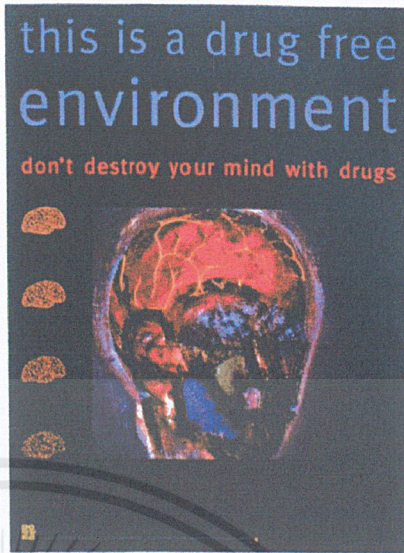
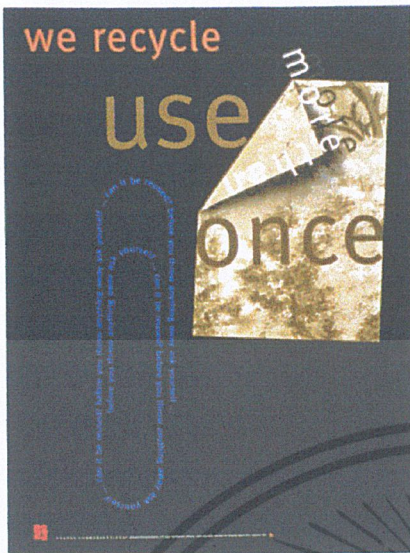
มันเป็นอุบัติเหตุที่น่ายินดี ดังนั้นจึงใช้กรอบเป็นรูปบ้าน

Brody บอกว่า โปสเตอร์นี้เป็นเรื่องของสิ่งที่มีราคาแพงแต่ทำให้คุณเลวร้ายกว่าเป็นของราคาไม่แพง แต่อย่างไรก็ตามข้าพเจ้าคิดว่าเป็นผลงานที่ดีมากในแง่การเล่นรูปทรง

Jacobs กล่าวว่า ข้าพเจ้าไม่ทราบวิธีการออกแบบ แต่มันเป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่จะต้องทำให้สิ่งนั้นดูเหมือนถูกตัดแบ่งออกมาจากชิ้นส่วนใหญ่ แต่มันก็ดูดีนะ

Reedy บอกว่าโปสเตอร์นี้ดูเลอะเทอะแต่ก็ใช้ได้ ถ้าเพิ่มเติมบางอย่างลงไปอีกนิดก็จะเสียไป มันดีในแง่ของความสมดุลย์ของงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Posted Communications Photographic Poster Series

การสื่อสารโดยใช้โปสเตอร์ทำให้เกิดการผลิตโปสเตอร์ที่มีอำนาจทางธุรกิจ ใช้เพื่อประโยชน์ทางกฎหมาย เกี่ยวกับสุขภาพ และจุดประสงค์อีกหลากหลาย เสนอรายละเอียดในการรับรู้และกระตุ้นการรับรู้ของผู้คน จุดมุ่งหมายต้องสอดคล้องกับเนื้อหา ใช้ภาพในการอธิบายไม่เน้นคุณภาพด้านการพิมพ์ แต่ละแผ่นภาพจะเป็นองค์ประกอบของโปสเตอร์ในชุดเดียวกัน และเสนอทางเลือกหลายๆ แบบแก่ลูกค้า

Brody กล่าวว่า เป็นโปสเตอร์ 4 สีที่มีราคาสูง กล่าวถึงนายจ้างที่น่าเบื่อ เป็นชุดที่น่าสนใจ ข้าพเจ้าชอบมาก การออกแบบดี มีจินตนาการแปลก รูปแบบและสีสดดีมาก การพิมพ์ก็ดี

Jacobs บอกว่า เป็นชุดโปสเตอร์ที่มุ่งเสนอความสดชื่น ไม่คลุมเครือ องค์ประกอบต่างๆ เป็นสัญลักษณ์มากกว่าจะเสนอให้เห็นจริง ตัวอักษรที่พิมพ์สามารถดึงดูดใจมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เฉพาะในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า และไม่เหมือนกับงานทั่วๆ ไป

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวความคิดในการออกแบบโปสเตอร์จากกราฟฟิคดีไซน์เนอร์

Neville Brody

ไม่มีกฎทั่วไปที่สามารถประยุกต์ใช้กับการออกแบบโปสเตอร์ได้ เจ้าหน้าที่จากบริษัทโฆษณาและบริษัทเก็บข้อมูลอาจกล่าวได้ว่าข้อมูลของโปสเตอร์ควรจะเป็นรูปแบบที่เห็นได้ชัดเจนแม้ในระยะทางไกล ในกรณีหลังงานออกแบบทั้งหมดต้องง่ายที่จะเข้าใจ ไม่มีบรรทัดเดี่ยวจำนวนมากหรือให้มีจุดเด่นเพียงจุดเดียว ตั้งแต่โปสเตอร์ต้องเทียบกับงานอื่นๆ ในประเภทเดียวกัน เนื้อหาของโปสเตอร์ได้ถูกตัดทอนลง ให้เหลือเฉพาะข้อมูลในระดับพื้นฐานซึ่งเป็นลักษณะเด่นที่ยากต่อการบรรลุความสำเร็จ ผลที่พวกเขาได้มีแนวโน้มที่จะมุ่งตรงไปยังปริมาณเดียวกัน เมื่อข้อมูลนั้นไม่ได้บอกอะไรเลย แต่พยายามที่จะขายบางอย่างอย่างง่ายๆ พื้นที่ที่กลุ่มผู้บริโภคกระจายกันอยู่ถูกจัดขึ้นมาใหม่ ไม่ได้มีเฉพาะจำนวนที่ครอบคลุมอยู่ ภาษาโฆษณาจึงมีคำศัพท์ที่จำกัด

“บางสิ่งสามารถอ้างเหตุผลได้ และคุณควรจะพิจารณาหัวข้อที่ว่า นี่คือการพิจารณาโปสเตอร์” ขึ้นอยู่กับการใช้ คุณสามารถกล่าวได้ว่าโปสเตอร์ยังคงใช้รูปแบบในการดึงดูดความสนใจเท่านั้น ไม่มีเกี่ยวกับภาพ หรือในทางตรงกันข้ามโปสเตอร์ควรจะต้องดึงดูดความสนใจตั้งแต่แรกและข้อมูลที่มีความสำคัญในอันดับสอง ผู้คนมักชอบเก็บหรือซื้อโปสเตอร์ไว้เพื่อประดับฝาผนัง

“การแสดงงานโปสเตอร์ในแกลเลอรีของช่างภาพ ตัวอย่างเช่น เนื้อหาที่ชัดเจนต้องมาจากพื้นฐานของภาพนั้น คุณต้องรักษาภาพด้วยความเคารพและใช้ลักษณะของตัวพิมพ์ซึ่งไม่แค่สอดคล้องกับภาพเท่านั้นแต่มันต้องอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ของการออกแบบอย่างเคร่งครัด ในขณะที่เดียวกันก็ต้องให้ลักษณะเด่นสอดคล้องกับแกลเลอรีของช่างภาพ โปสเตอร์ในแกลเลอรีจะต้องสนับสนุนกับจุดประสงค์สองข้อ ในทางกลับกันการออกแบบส่วนมากเป็นกิจกรรมที่ไม่ประสบความสำเร็จในการแสดงที่แกลเลอรีในปัจจุบัน งานประมาณ 3,000 ขึ้นอยู่ในรูปแบบขนาด A2 ถึง A4 และมีลักษณะเหมือนจดหมายแจ้ง ดังนั้นจึงต้องอาศัยการสนับสนุนจากผู้คนที่เปิดรับได้และอ่านข้อมูลที่แสดงไว้ โปสเตอร์เหล่านั้นจึงต้องดึงดูดด้วยเข็มหมุด ในโรงเรียน วิทยาลัย และสถาบันต่างๆ ประการที่สาม โปสเตอร์เหล่านั้นต้องทำงานได้ดี เช่น โปสเตอร์ที่ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์แกลเลอรีที่ไม่มุ่งหวังผลทางการค้า ผมจะพยายามนำความมั่นใจและความรู้สึกที่ยิ่งใหญ่ใส่ลงไปเพื่อหลีกเลี่ยงการเข้าหาผู้ชมโดยวิธีการ “hard sell” ”

โปสเตอร์สำหรับพิพิธภัณฑ์ศิลปะสมัยใหม่ใน Dxford ต้องการการดูแลรักษาเหมือนกัน แม้ว่าโปสเตอร์เหล่านั้นไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน “Observers of Man” เป็นตัวอย่าง ผมได้ทำตามปฏิกริยาของผมที่มีต่อนิทรรศการซึ่งแสดงภาพดั้งเดิมของนักสำรวจในยุคแรก ผมต้องหาทาง ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการแสดงการสร้างอาณานิคมในยุคแรกเทียบได้กับการพัฒนาเทคนิคภาพกราฟฟิคซึ่งสามารถเห็นได้ในงานนักสำรวจยุคบุกเบิกนี้ ผมต้องการแสดงให้เห็นภาพยุคแรกนี้มากกว่าใช้เป็นภาพประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มหาแนวคิดในการทำโปสเตอร์สำหรับห้องแสดงภาพ มันมีความท้าทายเพราะ ในความรู้สึกมันคือคำถามทางสุนทรียศาสตร์ คุณออกแบบเพื่อสื่อบางสิ่งบางอย่างในตัวมันเองจากชิ้นงานนั้นหรือไม่ นี่คือเหตุที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นควรที่จะเพิกเฉยไปดีกว่า คุณสร้างแรงขับเคลื่อนด้านบวกในงานให้แก่ผู้ชมเพื่อให้รู้ซึ่งถึงทั้งสองด้านของสิ่งที่งานออกแบบต้องการสื่อ ตัวกลางในการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นคำพูดหรือภาพที่เห็น คุณต้องพิจารณาประยุกต์ว่าคุณต้องการสื่อในรูปแบบที่เกี่ยวข้องที่สุด มันสามารถเห็นได้ถึงความเกี่ยวข้องกันและชนิดของการแปลความ คุณต้องประยุกต์วัสดุให้ย้อนกลับมาใช้ประโยชน์ในสถานการณ์ที่นักออกแบบต้องการและสามารถทำได้ ตามแนวคิดที่คุณมี

Milton Glaser

กฎข้อต้นๆ ที่ผมจำได้เกี่ยวกับโปสเตอร์ (จากปีแรกที่เข้าศึกษาในโรงเรียนมัธยมเมื่อ 50 ปีที่แล้ว) คือต้องกระตุ้นผู้คนทั่วไปได้ เพราะฉะนั้น โปสเตอร์ควรจะอยู่ในรูปแบบที่ง่าย ย่อเนื้อความลง และเข้าใจได้ง่าย ขนาดที่ใหญ่จะมีประโยชน์หากการสรุปนั้นไม่ชัดเจน เมื่อ 2-3 ปีที่แล้ว ผมได้เปลี่ยนความเชื่อออกเป็นหลายแนวทาง ตัดอคติออกจากใจเพื่อเสาะหาภาพที่เลือกได้และความเป็นไปได้ของปรัชญาต่างๆ และพยายามตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในช่วงครึ่งท้ายของศตวรรษ ในด้านความสามารถของมวลชนในการตอบสนองความกำกวมและความซับซ้อน ฟิล์ม คอมพิวเตอร์ และโทรทัศน์ ช่วยให้เห็นภาพเหมือนจริง นี่เป็นสิ่งหนึ่งที่ผมรู้เมื่อเป็นนักเรียน นอกจากนั้น นักออกแบบมีความสนใจที่จะออกแบบตามหลักเกณฑ์ทางปรัชญา และความต้องการทางสังคมเพิ่มขึ้น เพื่อขยายบทบาทจากเดิม ในตอนนี้ประเด็นเช่น “อะไรคือ ความจริง” “อะไรคือความงาม” หรือ “อะไรคือ การตอบสนองทางสังคม” สามารถดึงความสนใจของนักออกแบบได้มากกว่าความเกี่ยวข้องแต่เดิมของการสื่อสารที่มีผลกระทบกับผลิตภัณฑ์ Earth Fair '95 เป็นการเริ่มต้นของทั้งหมด ผมมักจะเริ่มงานด้วยความคิดเกี่ยวกับบทประพันธ์ ในกรณีนี้คำว่า “ART” และ “AIR” ได้รับการปกปิดไว้ด้วยคำว่า Earth Fair ที่เป็นชื่อของโปสเตอร์ นี่อาจเรียกได้ว่าเป็นการค้นพบในโคลงกลอน แต่ปัญหาต่อมาคือ เราจะใช้ประโยชน์จากสมบัติที่ซ่อนไว้ได้อย่างไร การตัดสินใจอย่างเป็นทางการคือ เปลี่ยนลักษณะการพิมพ์ ใช้เส้นทแยงมุมสีแดงเข้มตัดกับขอบพยายามทำให้แนวคิดนี้เข้าใจง่าย แต่ภาพและแนวคิดของโปสเตอร์ต้องไปด้วยกัน จึงจะสามารถเข้าถึงใจผู้ชมได้ ในกรณีนี้ คำว่า “Earth Fair” เหมือนเป็นการเปลี่ยนเส้นที่ร่างไว้ เปลี่ยนสิ่งที่คุณมองอยู่ ทั้งงานเก่าและใหม่ ผมพยายามค้นคว้าให้พ้นจากอิทธิพลงานของ Silas Rhodes เพราะผมพบว่าบทกวีของ Alexander Pope จุดประกายให้ผม หลังจากที่ผมวนเวียนเกี่ยวกับความคิดนี้อยู่หลายสัปดาห์ ผมก็สามารถผลิตงานออกมา ผมได้ค้นคว้าและในที่สุดก็ผลิตงานออกมาโดยใช้พื้นฐานแนวคิดของบทกวีความสัมพันธ์ของสิ่งที่เก่าและใหม่ ผมเชื่อว่าบางส่วนของโปสเตอร์มีความสำคัญในฐานะคำอธิบายผลงานของเราให้แก่ผู้ชมแทนบทสนทนาที่เราคุ้นเคยกัน โดยผ่านทางหัวข้อที่เรียกว่า “ความคิด” ผมได้ติดตามประวัติศาสตร์ของโปสเตอร์และปัญหาที่เกิดจากความไม่พอใจของผมเอง ผมพบทางแก้ปัญหาที่น่าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สนใจหลายทาง นี่อาจเป็นครั้งแรกที่โปสเตอร์ภาพเดียวสามารถแสดงการแก้ปัญหาสองทางในเวลาเดียวกัน แต่มีสิ่งหนึ่งที่เชื่อได้ว่าเป็นสิ่งที่เขาต้องการแสดงให้โลกรู้ ความมั่นใจเป็นสัญลักษณ์ของการออกแบบที่ดีแต่อาจไม่ใช่ตอนนี้ ประเด็นที่เรียกว่า “การออกแบบ” ได้นำมาซึ่งโอกาสที่จะเปิดเผยให้เห็นถึงธรรมชาติของแนวคิด รูปแบบและภาพมายา ความพยายามที่จะสร้างสรรค์พื้นผิวโครงร่างให้ปรากฏแก่สายตาของผู้ชมและความท้าทายของผลสรุปของโปสเตอร์ในรูปแบบที่เรียบง่ายที่กลับมานิยมอีก ผมได้สร้างรูปแบบการพิมพ์และใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบธรรมดาๆ ผลก็คือรูปทรงกระบอกล้อมรอบภาพที่มีแสงจ้าด้านซ้ายมือ ส่วนโค้งถูกตัดด้านส่วนหัวและท้าย ผลอาจจะไม่ชัดเจนเพียงพอ ผู้ชมมักจะสันนิษฐานว่า ผลที่เกิดจากแนวคิดเป็นเหตุของการปรากฏขึ้นโดยบังเอิญไม่ใช่เกิดจากโปสเตอร์ บทเรียนของโครงร่างลายเส้น แนวคิดที่แฝงไว้ในโปสเตอร์นี้สร้างความติดพันในงานซึ่งจะสื่อว่ามีอะไรที่ต้องทำ (ต่างจากแก้ไขจนเกือบทั้งหมดที่สร้างข้อผูกพันหรือการตัดสินใจที่จะสร้างงาน) งานชิ้นนี้ทำให้เกิดการสังเกตเห็นถึงธรรมชาติของโครงร่างและภาพประกอบ รวมทั้งการสาธิตซึ่งแสดงให้เห็นภาพและงานที่ถือกำเนิดจากมัน สมมติว่าผู้ชมมีความสนใจในงานศิลปะหรือภาพประกอบยิวดีที่จะสละเวลาทำความเข้าใจกับข้อความในงานนั้น นี่คือน้ำที่เบื่องต้นของโปสเตอร์ ได้ที่ชื่อว่าเป็นงานที่ต้องง่ายต่อการทำความเข้าใจและทำให้เกิดอยากอ่านต่อไป สมมติต่อไปอีก 2 ข้อคือ ประการแรกโปสเตอร์นี้อยู่ในสถานีรถไฟใต้ดิน มีผู้ผ่านไปมา เห็นโปสเตอร์มีมากมายไม่รู้จบ อาจทำให้ผู้โดยสารรถไฟใต้ดินอ่านสิ่งที่ไม่ดีได้ ประการที่สอง รูปแบบที่แปลกประหลาดของงานสามารถกระตุ้นความสนใจจากคนที่เจอโลก หรือนักเรียนที่ฉลาดซึ่งอาจเป็นผู้ที่อ่อนไหวต่อแนวคิดที่ซับซ้อนได้ Quaderno เป็นโปสเตอร์ชิ้นหนึ่งที่สามารถเกิดขึ้นมาในรูปแบบที่เป็นทางการและมีคำถามที่เป็นปรัชญาเกี่ยวกับธรรมชาติของภาพเขียนเหมือนจริง ประเด็นของภาพลวงตาที่มีช่องว่างได้ถูกกล่าวถึงเกี่ยวกับเรื่องการบังคับให้รับภาพที่มีมิติเท่ากัน ไม่เหมือนกับจอภาพของพวกญี่ปุ่น มุมฉากของโปสเตอร์ที่ถูกตัดออกช่วยให้เกิดภาพลวงตา ในใจผมยอมรับต่างออกไปในธรรมเนียมมิติที่เท่ากันและเรียกร้องความพยายามที่จะใช้คอมพิวเตอร์สร้างงานแบบ perspective ตามแบบสมัยฟื้นฟูศิลปะที่คุ้นเคยให้มากขึ้น ผลกระทบคือความไม่สงบและมันสะกดตาของคุณ เพราะคอมพิวเตอร์ทำให้เห็นภาพลอยตัวขึ้นได้ SVA Master Series เป็นโปสเตอร์ขนาดเล็กที่ผมโชว์ที่ School of Visual Arts ผมประทับใจภาพลวงตาสีขาว พื้นสมุดโน้ตสีขาวเข้าตาผู้ชมจริงๆ Charvoz สิ่งที่จะพยายามสื่อข้อความให้มากขึ้นกว่าที่ต้องการ สิ่งที่ได้เด่นชัดที่สุดเป็นโอกาสที่ดีที่จะเผยแพร่ข้อมูลที่จำเป็นให้เบาบางลง ลูกค้าในกรณีนี้เป็นดังโรงงานวัตถุดิบ และศูนย์รวมจุดประสงค์ของโปสเตอร์ที่ทำให้คนทั่วไปตระหนักถึงความจริง ผมสร้างพื้นที่ของวัสดุที่เป็นศิลปะ การร่างแต่ละครั้งจะแตกต่างกันไปเพื่อแสดงแนวคิดต่างๆ ในเวลาเดียวกัน ผมได้ซ่อนคำว่า ChaVoz ไว้ในรูปของปริศนาคำทายในโปสเตอร์ การซ่อนโดยการใส่ภาพม้วนขดในโปสเตอร์นั้นจำเป็นหรือไม่ ผมชอบแนวคิดที่ว่าใครคนหนึ่งอาจมองโปสเตอร์ถึง 2 ปี หลังจากที่ผมมองดูครั้งแรกไปแล้วและตระหนักว่ามีบางอย่างที่เขาหรือเธอไม่ได้สังเกตในครั้งแรก ผมเชื่อว่ามีความรู้สึกในใจที่ตอบสนองของผู้ชมสิ่งนี้อาจเรียกได้ว่าภาพที่ปล่อยไว้รู้สึกว่ามีประสบการณ์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มากขึ้นและช่วยให้โปสเตอร์นี้ติดอยู่ในใจเนิ่นนาน ตั้งแต่เรารู้ว่า ความประทับใจในดนตรี บทกวี และภาพเขียนยังคงอยู่ในใจ ทำไมความรู้สึกนี้ไม่อยู่ในโปสเตอร์ล่ะ บางที T.S. Elliot ได้ตอบมันได้ดีที่สุดเมื่อเขากล่าวว่า “การเขียนบทกวีที่ไม่เปิดเผยเนื้อความเป็นสิ่งหนึ่งซึ่งสร้างความพอใจให้กับผู้อ่าน เพื่อให้หัวใจของเขาเบี่ยงเบนและเสียบสงบในขณะที่บทกวีทำหน้าที่ของมันไป เฉกเช่น ดินแอมวที่มีความคิดได้จัดเตรียมเนื้อขั้นดีไว้สำหรับหมาเฝ้าบ้าน” มีโปสเตอร์ที่สองสามชิ้นที่เริ่มเกิดจากประธานของ School of Visual Arts (Silas Rnodes) ซึ่งได้อธิบายวลี “ศิลปะคือ” นักออกแบบทุกคนมีปัญหาข้อใจเหมือนกัน และผลลัพธ์ที่ได้ในเวลาเดียวกัน ก็มาจากที่รอรถในสถานีรถไฟใต้ดิน ความพยายามที่จะจำกัดความอย่างชัดเจนไม่ใช่เรื่องง่าย แต่ความหลากหลายและขอบเขตการตอบสนองทำให้การประกาศสู่มวลชนเป็นลำดับขั้นที่น่าติดตาม ในกรณีของผมเนื้อหาต้องไปคู่กับข้อความของภาพ ผมตระหนักว่ารูปแบบภายในของมันและความลึกกลับได้สร้างความพึงพอใจได้มากกว่าอย่างอื่น ผมมั่นใจว่ารูปแบบของคนขำขมกึ่งเป็น การสื่อคำพูด จุดหนึ่งซึ่งสื่อความหมายได้ยิ่งใหญ่ที่สุดคือสุนทรียภาพแห่งความยินดี เราสามารถเรียกว่าศิลปะคือสิ่งที่ไม่ได้เจตนาได้หรือไม่ คำถามนี้ต้องการมากกว่าที่โปสเตอร์จะให้คำตอบได้

Christopher Mount

ในปี 1929 เมื่อผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์ Modern Art ในนิวยอร์ก คนแรกคือ Alfred H. Barr Jr. ได้ประกาศแผนการสำหรับพิพิธภัณฑ์ใหม่ เขาคาดว่า “จะขยายข้อจำกัดของภาพเขียน และรูปปั้น เพื่อเพิ่มขอบเขตให้แก่ภาพพิมพ์ลายเส้น และภาพถ่าย การพิมพ์ ศิลปะแห่งการพาณิชย์และอุตสาหกรรม สถาปัตยกรรม การออกแบบการละคร เครื่องเรือนและศิลปะการตกแต่ง” นี่คือรากฐานแห่งความคิดในเวลานั้น แต่ Barr คาดว่าเครื่องจักร เทคโนโลยี และพานิชศิลป์จะเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในสังคมแห่งศตวรรษที่ 20 หากพิพิธภัณฑ์รุ่นใหม่มีการเก็บรวบรวมและแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับวัฒนธรรมยุคใหม่ที่สามารชมองเห็นได้อย่างสมบูรณ์แบบ ก็จำเป็นที่ต้องมีการรวบรวมศิลปะทุกประเภทไว้ในพิพิธภัณฑ์ด้วย ตั้งแต่ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ศิลปะประยุกต์และศิลปะขนานแท้เริ่มมีการนำมาใช้ประโยชน์ร่วมกัน ทำให้เกิดศิลปะที่เลอะเทอะไปหมด ศิลปินยอมรับการนำเครื่องจักรและใช้ดนตรีและความเคลื่อนไหวของศิลปะที่สมบูรณ์แบบ เช่น รูปแบบของ Constructivists, Dadaists, De stijl (คำนี้อ่านไม่ชัด กรุณาตรวจสอบคำนี้ในต้นฉบับด้วย- พีทุง) และ Futurists ซึ่งใช้ศิลปะด้านกราฟฟิกรวมกับการออกแบบอื่นๆ เพื่อพยายามเผยแพร่ทฤษฎีของพวกเขา ในปี 1935 หกปีหลังจากการเปิดตัวของ Barr แผนกสถาปัตยกรรมและการออกแบบของพิพิธภัณฑ์ศิลปะสมัยใหม่ได้รับงานการออกแบบกราฟฟิกชิ้นแรก เช่นเดียวกับการเก็บรวบรวมงานออกแบบต่างๆ งานโปสเตอร์ของ A.M. Cassandre เป็นงานชิ้นต่อมาที่ได้รับ หลังจากมีการแสดงนิทรรศการงานของเขาครั้งแรกที่พิพิธภัณฑ์ ตั้งแต่นั้นมาจึงมีการเก็บรวบรวมและรักษาโปสเตอร์เพิ่มขึ้นถึงประมาณ 4,000 ชิ้นงานโดยเฉพาะในช่วงยุคกลางซึ่งแสดงธรรมชาติที่แสดงความหมายเฉพาะเกี่ยวกับการดำรงอยู่ของโลก พิพิธภัณฑ์ศิลปะสมัยใหม่ไม่เคยมีการเก็บประวัติ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของโปสเตอร์ไว้ในสารานุกรมอย่างเช่นการเก็บประวัติบุคคลหรือเหตุการณ์สำคัญของศตวรรษที่ 20 สถาบันอื่นๆ เช่น ห้องสมุดรัฐสภา กลับได้รับหน้าที่นี้แทนที่จะหาข้อมูลเหล่านี้ได้จากพิพิธภัณฑ์ศิลปะขนาดเล็กกว่า ซึ่งควรเก็บสถานที่เก็บรักษาประวัติผลงาน ความสำเร็จในด้านศิลปะของมนุษย์ สิ่งนี้แสดงว่าการเก็บรวบรวมงานโปสเตอร์ถูกปรับให้เข้ากับวิกฤตการณ์ทางสุนทรียศาสตร์เช่นเดียวกับการประยุกต์ในงานภาพวาดและงานปั้น หลักเกณฑ์ในการตัดสินงานโปสเตอร์ที่เป็นทางการคือ การออกแบบที่ดีและความสวยงาม โปสเตอร์และงานออกแบบกราฟิกเป็นพาหนะของการสื่อสาร มันแสดงให้เห็นเหตุการณ์โฆษณาสินค้า หรือความเป็นไปได้อื่นๆ อีกมากมาย แต่เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ดังกล่าว การใช้ถ้อยคำและภาพจะต้องสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ชม ดังเช่น ศิลปะประยุกต์ทุกแขนง งานสถาปัตยกรรม การออกแบบทางอุตสาหกรรมและงานออกแบบกราฟิก หน้าที่และจุดประสงค์จะเป็นหลักเกณฑ์พื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้เป็นประการแรก อย่างไรก็ตามช่วงเวลาเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่องานโปสเตอร์ เมื่อผู้ชมได้เห็นงานชิ้นนั้นโดยบังเอิญเป็นครั้งแรก มันเป็นวิธีการที่นักออกแบบจะปรับให้เหมาะสมกับช่วงเวลาฉบับพลันนั้นเป็นส่วนที่สำคัญ นักออกแบบที่ประสบความสำเร็จควรประสบความสำเร็จในงานภาพกราฟิกที่ชัดเจน หรือภาพประกอบที่เหมือนจริง ภาพถ่าย ภาพปะติด หรือแม้แต่การใช้ลักษณะการพิมพ์อย่างง่าย ๆ งานที่ไม่เป็นระเบียบ มีการเรียงลำดับที่ไม่ชัดเจนต้องพิจารณาใช้ข้อความเพื่อโน้มน้าวใจผู้ชมเฉพาะกลุ่ม จุดสนใจเช่น โปสเตอร์ภาพดวงตาในช่วงปลายยุค 60 เป็นตำนานการออกแบบคนที่ประสาทหลอนสำหรับคนที่ประสาทหลอนเหมือนกัน พิพิธภัณฑ์แสดงประวัติศาสตร์ของสิ่งของที่เก็บรักษาไว้ในยุคสมัยนิยามนั้น แต่ไม่สามารถเป็นไปได้อย่างสม่ำเสมออย่างสมบูรณ์แบบ นวัตกรรมของรูปแบบกราฟิกเปลี่ยนแปลงไปบ่อยๆ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคนิคหรือวิธีการพิมพ์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาเก็บรวบรวมผลงานในช่วงศตวรรษนี้ ประวัติศาสตร์มากมายของยุคใหม่มีการเรียงเรียงที่ซับซ้อนด้วยการโฆษณาที่มีเทคนิคต่างๆ และศิลปะกราฟิกที่ไม่มีความเป็นจริง งานออกแบบกราฟิกที่ใช้ประกอบอาชีพเปลี่ยนแปลงไปมากตั้งแต่ในช่วงต้นศตวรรษเมื่อมันเป็นอาชีพที่สำคัญสำหรับช่างร่างแบบ ลำดับต่อมาระหว่างช่วงปลายยุค 1920 และต้นยุค 1930 มีการเปลี่ยนแปลงในวิธีการพิมพ์ทำให้นักออกแบบรวบรวมผลงานของเขาทั้งการตัด การปะติดและการจัดภาพอีกทั้งรูปแบบของหน้าหนังสือเข้าด้วยกัน นี่คือนวัตกรรมที่ปลดปล่อยนักออกแบบออกจากข้อกำหนดของการนำเสนอ เมื่อไม่นานมานี้มีศิลปินผู้ออกแบบโปสเตอร์มากมายเริ่มใช้คอมพิวเตอร์ทำให้เกิดรูปแบบของงานที่หลากหลายและภาพที่ผิดส่วน ไม่เหมือนจริงมากขึ้น งานออกแบบกราฟิกที่ใช้ได้สื่อถึงการบรรจบกันของความสงบที่มีอยู่ในช่วงแรกของการต่อต้านของอุตสาหกรรมและวัฒนธรรมที่มีศิลปะ กับความสัมพันธ์ของความเจริญทางอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้นของเรา แผนกสถาปัตยกรรมและการออกแบบช่วยสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างสองสิ่งนี้ Guillaume Apollinaire เขียนไว้ในปี 1912 ว่า “แคตตาล็อกโปสเตอร์ และโฆษณาทั้งหมดเป็นผลจากสาเหตุนั้น เชื่อผมสิ พวกมันมีบทประพันธ์ของยุคนั้นๆ ประกอบอยู่ด้วย”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Alain Weill

มากกว่าหนึ่งศตวรรษที่ผ่านมา ตั้งแต่มีการเกิดภาพกราฟิกสำหรับการพาณิชย์และโปสเตอร์ สำหรับงานพิเศษในระหว่างช่วงนี้ การพัฒนารูปแบบกราฟิกเพื่อการพาณิชย์ให้เป็นที่ประทับใจให้ตี มากเท่ากับกราฟพิมพ์ เทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่าย โปสเตอร์ยังคงเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่สำคัญในระดับกลางที่ยังส่งผลกระทบต่ออิทธิพลการเติบโตของสื่อภาพและเสียง การฟื้นฟูรูปแบบของ art nouveau, art deco และ avant-garde ในยุค 1960 โปสเตอร์ได้กลายเป็นของสะสมและวัตถุทาง ศิลปะที่แสดงถึงความรู้สึก เป็นการแสดงสุนทรียภาพหรือคุณค่าทางสารคดี โปสเตอร์กำลังถูกขาย สะสม และจัดนิทรรศการและถกเถียงกันในหนังสือ มันถูกปิดกั้นมาถึง 25 ปี ตั้งแต่ครั้งแรกจนกลายเป็นสิ่งที่น่า สนใจในงานประเภทนี้ ผมได้ศึกษาลักษณะของโปสเตอร์ทุกประเภททั้งเป็นทางการอย่างพิพิธภัณฑน์ หรือ ให้เช่าเป็นครั้งคราวในงานโฆษณาหรือใช้เป็นวัตถุอ้างอิงสำหรับเหตุการณ์ต่างๆ ต่อมาในสมัยเดียวกัน เมื่อผมได้ทบทวนในช่วงหนึ่งในสี่ของศตวรรษนี้ สิ่งแรกที่ผมได้รับมาคือ อุปสรรคและความรู้สึกปวดร้าว ของการเป็นสิ่งที่ไม่สำคัญ ถึงแม้ว่า สถานการณ์ทั่วไปอาจแตกต่างกันในแต่ละประเทศ ความจริง อย่างหนึ่งที่ครอบงำอยู่แน่นอน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของศิลปะประยุกต์ เช่น การต่อต้านต่อศิลปะบริสุทธิ์ ดั้งเดิม เช่น การวาด หรือ การปั้น โปสเตอร์ถูกผลักดันให้เข้าสู่บทบาทขั้นที่สอง ความสัมพันธ์ของมันที่มี ต่อการพาณิชย์ รวมทั้งต่อคำสับประมาทเกี่ยวกับความรู้สึกทางสุนทรียภาพอีกมากมาย พิพิธภัณฑน์ได้จัด โปสเตอร์ไว้ในหมวดของศิลปะการตกแต่งหรือในแผนการจารึกของพิพิธภัณฑน์เท่านั้น ในปารีส ความ พยายามที่จะก่อตั้งพิพิธภัณฑน์โปสเตอร์โดยเฉพาะประสบกับความล้มเหลว ในช่วง 10 ปีนี้ การแสดง นิทรรศการโปสเตอร์โดยเฉพาะหาได้ยากพอๆ กับนักสะสมโปสเตอร์ที่จริงจัง ความจริงแล้วมีการประมูล ในที่สาธารณะอยู่มาก แต่ส่วนใหญ่มักจะไม่สนใจ ภาพที่ใช้ตกแต่งที่เด่นสะดุดตามากกว่าภาพกราฟิก ทั่วๆ ซึ่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสารคดี หลังจากนั้น แกลเลอรีส่วนใหญ่จะขายโปสเตอร์ที่มีแรง กระตุ้นทางวิทยาศาสตร์ซึ่งสามารถเป็นได้มากกว่า ผู้แทนจำหน่ายกระดาษไร้ค่า ในเรื่องของความคิด สร้างสรรค์ ศิลปินทางโปสเตอร์ทางตะวันตกได้ถูกแยกออกจากการโฆษณาทางการพาณิชย์อย่างสิ้นเชิง เป็นเวลาถึง 30 ปี บริษัทโฆษณาจึงเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์จากการยอมรับในอดีตแต่เพียงผู้เดียวอย่าง ช่วยไม่ได้ คุณภาพของงานจะถูกจำกัดโดยความขัดแย้งทางสังคมและวัฒนธรรม ศิลปินสร้างงาน โปสเตอร์รุ่นใหม่ต่อต้านข้อจำกัดนั้น การแตกสลายของกลุ่มสมาชิกพรรคคอมมิวนิสต์ซึ่งไปแลนด์ได้ รักษามาตรฐานที่สูงส่งไว้ ศิลปินผู้ออกแบบโปสเตอร์ชาวยุโรปตะวันออกต้องเผชิญกับปัญหาเดียวกัน ภาพความเศร้าหมองที่เกิดจากการมองโลกในแง่ร้ายเป็นสิ่งที่ถูกต้อง โดยปราศจากการอนุญาตให้มอง โลกในแง่ดี อย่างน้อยก็ความหวังสำหรับชีวิตในวันต่อๆ ไปที่ดีกว่า สำหรับผู้ชมอีกมากมาย โปสเตอร์ยัง คงเป็นจุดสำคัญที่ใช้ในการอ้างอิงทางวัฒนธรรม มันคือความทรงจำในอดีต โปสเตอร์ในการขายสู่มวล ชนได้รับความต้องการในทางสาธารณะเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับกลาง และมีความก้าวหน้าถึงขั้นเป็นสัญลักษณ์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกอบในหนังสือเรียนระดับมัธยม และวิถึญญาณในการสร้างสรรค์ยังคงอยู่และอยู่อย่างดีด้วย ที่ได้ก็ ตามที่มีโรงเรียนการออกแบบกราฟฟิค มักจะมีผู้ประสบความสำเร็จด้านกราฟฟิคเกิดขึ้นหรืออาจจะมี เกิดขึ้นปีละ 2 ครั้งและตามงานประกวดผลงานต่างๆ ในงานเหล่านี้มักมีการเฉลิมฉลองให้ผู้อาวุโสใน งานโดยผู้ที่ได้รับรางวัลคนต่อมา และที่สำคัญยิ่งกว่านั้นคือผู้คิดค้นรูปแบบใหม่คนต่อไป เนื่องจากระบบ กลุ่มและระบบเขตของวัฒนธรรมของเรา ความมั่นใจในความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับวัฒนธรรมใหม่ๆ และ ความต้องการภาพที่จะใช้กับงานของมวลชนเพิ่มขึ้น การออกแบบกราฟฟิคจึงไม่ตายไปแต่กลับเจริญรุ่ง เรืองขึ้น มีการประกวดผลงานโดยเน้นเฉพาะโปสเตอร์เกิดขึ้นมากมาย ตัวอย่างเช่นของ Chaumont, Echirroltes, Mons, Toyama of First International Poster Exhibition 1993 ในกรุง Tel Aviv เช่นเดียวกับ ผู้ได้รับตำแหน่งคนก่อนๆ (Warsaw, Brunn, Lathl...) เหตุการณ์ทั้งหมดได้ให้ภาพรวมของสถาน การณ์การออกแบบกราฟฟิคที่แพร่ไปทั่วโลกและนำไปสู่การค้นพบที่แสนประหลาดใจ (เช่น the Australian school) สถานที่เหล่านี้ทำให้เกิดผู้ที่ประสบความสำเร็จที่มีความสามารถ และมันได้พิสูจน์ อย่างสิ้นเชิงว่าการออกแบบกราฟฟิคนั้นยังคงมีชีวิตอยู่ ในญี่ปุ่นในช่วง 30 ปีที่ผ่านมาได้โครงการการ ออกแบบของพิพิธภัณฑหลายๆ โครงการกำลังอยู่ระหว่างการพัฒนา พิพิธภัณฑนี้ได้รับการสนับสนุนโดย Suntory ซึ่งจะเปิดในปี 1994 ในโอซาก้า ในปีเดียวกัน Chaumont จะเปิด Maison du Livre et de l'Alfiche สถาบันนี้มีหน้าที่พิเศษเฉพาะต่อศิลปะกราฟฟิค ในการชี้แนะให้เห็นความก้าวหน้าที่ทำให้เกิด ผลงานในรุ่นเดียวกันมีอยู่เต็มแกลเลอรี

Alain Le Querce

งานชิ้นแรกที่ผมได้ทำร่วมกับ Graphis Poster ย้อนกลับไปเมื่อปี 1978 Wallr herdeg ขอให้ผม ช่วยปรับงานออกแบบของผมชิ้นหนึ่งที่จัดพิมพ์ในปี 1979 ภาพที่ออกมาเหมือนกับเป็นงานออกแบบ โปสเตอร์ที่ใช้ในงานนิทรรศการ แม้ในวันนี้ ความคล้ายคลึงนี้ก็ยังคงเป็นลักษณะของการทำงานของผม และผมรู้สึกได้ถึงอารมณ์ที่ได้เสมอ เหมือนได้มองภาพนั้นเต็มตา ทั้งที่ผมได้เห็นงานของผมนั้นเพียงแวบ เดียว ยิ่งกว่านั้น ผมเชื่อว่าเราสามารถตัดสินใจคุณสมบัติของโปสเตอร์และอิทธิพลที่มีต่อโปสเตอร์ที่นำมา แสดงตามถนนได้ นิทรรศการในพิพิธภัณฑและการนำมาพิมพ์ใหม่ในนิตยสารต่างๆ นั้นแสดงได้แค่ภาพ ที่ไร้ชีวิตชีวาซึ่งเป็นผลมาจากสิ่งแวดล้อมและความเป็นจริง การนำเสนอรูปแบบนี้เหมือนกับการสะสม ฝึเสื้อแปลกๆ ที่วางเรียงกัน อาจจะถูกสบายๆแต่ไม่มีการขยับเขยื้อนเคลื่อนไหว ก่อนที่โปสเตอร์จะมีการ เปลี่ยนแปลงจนกลายเป็นกิจกรรมตามหลักการของผม ที่ต้องเป็นไปตามกระแสภาพของสาธารณะ การ พิจารณาโปสเตอร์ หมายความว่า การแสดงออกที่ลึกซึ้ง แยกออกไปจากภาพอื่นๆ ผมพบว่ามันยากที่ สำหรับสิ่งแวดล้อมในเมือง การแสดงออกต้องขออนุญาต และโปสเตอร์มันก็มีช่วงอายุสั้นๆ ซึ่งจะกลายเป็นลักษณะเฉพาะตัวมากกว่าอุปสรรคต่อกระบวนการ ผมต้องการแตงนวนิยาย สร้างเรื่องราวขึ้นมา ที่ Graphis ผมไปเจอโปสเตอร์ของโปแลนด์ในยุค 1960 โดยบังเอิญมันน่าตกใจมาก ที่มันมีรูปแบบเป็น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อิสระ สบายๆ โดยเป็นรูปแบบตามกฎของการพาณิชย์ ที่จะได้รับการเก็บไว้ในโลกของโฆษณาตลอดไป บทเรียนของโปแลนด์ที่ได้รับการอ้างอิงไว้ไม่ใช่รูปแบบกราฟิกที่แปลกประหลาดแต่อย่างใด แต่จากการใช้รูปแบบที่ผิดธรรมดาและลักษณะการพิมพ์ที่ไม่กำหนดตายตัว ทุกสิ่งทุกอย่างจึงสามารถเปลี่ยนไปได้ ตัวอย่างของโปแลนด์ได้แสดงว่า มันได้สร้างความพอใจและควรที่จะเก็บรูปแบบเช่นนี้ไว้ ในอีกประเทศหนึ่ง โปสเตอร์ที่แสดงถึงสัญญาตัญญาณภายในได้ถือกำเนิดขึ้นจากการปฏิวัติของนักศึกษาในกรุงปารีส ในเดือนพฤษภาคม 1968 ทำให้ผมได้ตระหนักว่าโปสเตอร์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับระบบการพิมพ์ที่มีราคาสูง การใช้อุปกรณ์พื้นฐานง่ายๆ ก็สามารถจะพิมพ์ภาพโปสเตอร์ที่ยิ่งใหญ่ออกมาได้ และทุกๆ คนก็สามารถแสดงตัวตนผ่านมาทางโปสเตอร์ได้ ความต้องการเป็นนักออกแบบโปสเตอร์ ในช่วงปลายยุค 1960 ค่อนข้างหมดความนิยมลงมาจากปารีส อย่างไรก็ตามยังมี Savignac ซึ่งเป็นนักออกแบบโปสเตอร์ที่มีชื่อเสียงเป็นคนสุดท้าย และหลังจากไม่มีเขาแล้ว ศิลปะแขนงนี้ก็เสื่อมความนิยม ไม่มีคนรู้จักอีกเลย แต่ได้เกิดนวัตกรรมการถ่ายภาพพิมพ์นูนและเทคนิคการพิมพ์ทำให้เราได้เห็นภาพโฆษณาที่เหมือนจริง ผู้สร้างสรรค์งานโปสเตอร์จึงไม่มีความสำคัญอีกต่อไป

ความเจริญก้าวหน้านี้ ทำให้นักวาดภาพประกอบและช่างภาพไม่ได้เป็นอะไรมากไปกว่าเป็นคนทำงานตามคำสั่งของที่มีการตลาดเพื่อเงินหรือรางวัล งานโฆษณาได้รับการพัฒนาและสร้างสรรค์งานออกมาด้วยความหึงงาและโง่เขลาในโลกที่ผมเป็นเพียงสิ่งที่ไม่มีความสำคัญ เมื่อผมสร้างภาพขึ้นแรกขึ้นมาโดยใช้เทคนิคพื้นฐาน ไม่ได้ใช้งบประมาณมากมาย ผมไม่คิดว่าภาพที่เกิดจากการใช้เทคนิคที่มีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยจะประหยัดค่าใช้จ่ายกว่าเลย ภาพทั้งของเอกชนและสาธารณะชนต่างก็ไม่ได้ถูกตีค่าตามราคาของชุมชนแต่อย่างใด หรือว่าสัญลักษณ์แห่งความเจริญจะเป็นส่วนทำให้จำนวนชิ้นงานของโปสเตอร์เพิ่มขึ้น และแพร่หลายดังที่พวกเขาต้องการ ผมไม่เคยฝันว่านวัตกรรมนี้จะทำให้ภาพของสังคม การเมือง และวัฒนธรรมของผมคงอยู่ในรูปแบบเป็นทางการ และเทคนิคที่เปรียบเทียบกับสิ่งที่ใช้ในโลกรของโฆษณา สถานการณ์ของโปสเตอร์ในปัจจุบันอาจขัดแย้งกับการเพิ่มจำนวนของภาพพิมพ์ที่มีการปรับปรุงคุณภาพทางเทคนิค ซึ่งยังคงมีสุนทรียภาพอยู่ไม่เปลี่ยนแปลง แต่มันจะต้องถูกตำหนิในช่วงเวลาของเราและความต้องการให้ยุคทองที่ฝันไว้หวนกลับมา เราเก็บรวบรวมโปสเตอร์เพื่อการขายโปสเตอร์เพื่อการจัดนิทรรศการตั้งแต่เริ่มแรกของศตวรรษโดยปราศจากความลำเอียง ในการวิจารณ์ความแตกต่างของสัญลักษณ์และคุณภาพของสุนทรียภาพ เช่นในทุกวันนี้ ข้อความในโปสเตอร์ที่กระทบสลายตาโดยใช้ภาษาที่มีสุนทรียภาพพื้นๆ ไม่มีความแปลกใหม่ คุณค่าที่มีศักยภาพเป็นเรื่องของอดีตเท่านั้นเอง มันเป็นหลักฐานแห่งยุคสมัย ประวัติศาสตร์ของโปสเตอร์ทั้งแบบกลุ่มและเดี่ยวมีปรากฏเป็นเอกสารอยู่มากมาย แต่ละชิ้นล้วนแต่ได้รับการวิจารณ์และเสริมเพิ่มเติมภาษาซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของโปสเตอร์นั้น นักคิดค้น นักทดลอง เป็นผู้มึอิทธิพลกับยุคสมัยโดยใช้ผลงานของเขาหรือผ่านทางลูกศิษย์ โปสเตอร์สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับถ้อยคำ เนื้อหาได้ ไม่ว่าจะก่อนหรือหลังกระบวนการผลิต เราได้คัดเลือกผลงานของ Rodchenko, Bernhart, Cassandre, Sevignac, Tomaszewski, Glaser เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือ Bass มาเป็นผลงานอ้างอิง ผลงานของนักสร้างสรรค์โปสเตอร์บางชิ้น ได้รับการกล่าวขวัญถึงยาวนานเท่านั้น 30 ปีต่อมา โปสเตอร์ Aspro ของ Savignac ก็ยังสามารถใช้ได้ในทุกวันนี้ มันเป็นเพราะงานชิ้นนี้สามารถนำเสนอศิลปะซึ่งใช้ประโยชน์กับการโฆษณาได้และเป็นได้มากกว่าการออกแบบโปสเตอร์ที่มีอยู่ทั่วไป แทนที่จะใช้ภาพถ่ายซึ่งขาดความลึกซึ้งและจินตนาการ ผมถามตัวเองอยู่บ่อยๆ ว่าศิลปินที่ยิ่งใหญ่ เช่น Savignac คาดหวังประโยชน์อะไรจากงานของเขา ผมพูดถึง Savignac บ่อยครั้ง อ้างอิงงานของเขาเป็นหลัก สำหรับผมเขาเป็นนักออกแบบโปสเตอร์ที่ยิ่งใหญ่คนสุดท้าย ไม่มีใครอื่นในฝรั่งเศสอีกแล้วที่สามารถอ้างอิงได้ในยุคก่อน ปัจจุบันนี้ “นักออกแบบกราฟิก” เป็นอีกหนึ่งที่มีส่วนร่วมในงานโฆษณาท่ามกลางองค์กรประกอบอื่นๆ ในสังคมของเรา โปสเตอร์ไม่ได้เป็นอะไรที่มากไปกว่าการโฆษณาในระดับกลางท่ามกลางสื่ออื่นๆ มืออาชีพรุ่นใหม่ไม่ได้ให้ความสนใจโปสเตอร์ในระดับเดียวกัน หรือบางทีก็ไม่ได้ให้ความสนใจอารมณ์ระดับเดียวกัน ผมไม่เชื่อว่าพวกเขาสามารถสร้างสรรค์โปสเตอร์ให้เป็นดังรูปแบบของศิลปะ ธรรมชาติของโปสเตอร์และหน้าที่สร้างความเข้าใจแม้เพียงเศษส่วนของวินาทีที่ได้เห็นสิ่งแวดล้อม จึงทำให้มีการพัฒนาไปสู่ลักษณะเฉพาะหรือภาษาที่กระชับ ไปสู่การถอดความแบบ Cassandre การสร้างโปสเตอร์ต้องมีคุณสมบัติข้อหนึ่งในตัวเองคือ การเก็บแต่สิ่งที่จำเป็น ไม่ใส่สิ่งไร้สาระลงไป และต้องทำให้เกิดการจดจำได้ มันต้องกระชับรัด มีจุดสนใจเพียงจุดเดียว เพราะหากพลาดเป้าหมายไปจะไม่มีโอกาสที่สองอีก การสร้างศิลปะในงานโปสเตอร์สำหรับผมแล้วเป็นสิ่งที่ยืดหยุ่นได้ และเป็นงานที่ต้องใช้สติปัญญามากและต้องใช้ในการคาดคะเนมากกว่าสิ่งที่เห็นจริง ไม่เป็นที่น่าสงสัยเลยที่แนวคิดของ Henryk Tomaszewski ซึ่งเป็นมืออาชีพชั้นยอดนั้นมีอิทธิพลต่องานของผม เขาทำให้ลูกศิษย์ของเขาค้นพบจุดพิเศษที่มีอยู่ในงานของพวกเขา โดยไม่ต้องกลัวว่าข้อความนั้นจะไม่มี ความชัดเจน เขาแสดงวิธีพรางจุดด้อยในข้อความ วิธีนี้ลูกศิษย์ทั้งหลายจะสามารถหาสิ่งที่จำเป็น และพัฒนามันไปสู่รูปแบบและองค์ประกอบที่จะนำไปสู่ภาษาที่จะใช้ ความคิดจะได้รับการกระตุ้นให้เราทำได้สำเร็จ มันจะยังคงเหลือเป็นภาพลวงตาที่พวกเราแต่ละคนต้องรักษาไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิเคราะห์ข้อมูล / สรุปข้อมูล

จากการที่ข้าพเจ้าได้รวบรวมและศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ในขั้นแรกข้าพเจ้าคิดว่าควรจะวิเคราะห์เลือกคุณลักษณะที่น่าสนใจและสามารถทำให้โปสเตอร์เป็นโปสเตอร์ที่ดีได้ทั้ง 10 หัวข้อก่อนว่าจะแบ่งตามลักษณะใด

แนวความคิดแรก ข้าพเจ้าคิดว่าจะแบ่งตามลักษณะการใช้งานว่าในการออกแบบโปสเตอร์ที่ดีนั้นจะต้องได้รับผลอย่างไรโดยมีลักษณะดังนี้

- จดจำได้
- สร้างความประทับใจ
- ชวน, ชวนติดตาม
- สื่อสารชัดเจน
- มีเอกลักษณ์
- เด่นสะดุดตา
- เรียกร้องความสนใจ
- แปลก, ไม่ธรรมดา
- เข้าใจง่าย
- สวยงาม

แต่เนื่องจากแนวความคิดนี้ ข้าพเจ้าลองไตร่ตรองดูแล้วเห็นว่า มันเป็นผลที่ได้หลังจากการออกแบบโปสเตอร์มากกว่าข้าพเจ้าคิดว่าน่าจะเลือกวิธีในการออกแบบที่น่าสนใจ เพราะถ้าเราออกแบบให้โปสเตอร์ดีแล้วผลเหล่านี้ก็จะตามมาเอง ฉะนั้นข้าพเจ้าจึงเกิดแนวความคิดที่ 2 โดยการใช้คุณสมบัติเหล่านี้

- Typography
- Visual
- Colour
- Witty
- Copy
- Simple
- Technic
- Size/Shape
- Gimmick

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการทดลองใช้แนวความคิดที่ 2 เห็นว่าหัวข้อโดยรวมไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การใช้ Typograph กับ Visual ค่อนข้างจะเป็น Concept และกว้างเกินไป แต่ Witty, Simple เป็นวิธีหนึ่งซึ่งอาจจะใช้ Typography หรือ Visual ในเรื่อง Witty ก็ได้ จะเห็นได้ว่าจากแนวความคิดนี้ยังไม่ค่อยลงตัว และบางหัวข้อยังใกล้เคียงกัน อย่างเช่น Witty กับ Gimmick ข้าพเจ้าจึงได้ปรับปรุง และพัฒนาจากแนวความคิดนี้ โดยได้เน้นเฉพาะคุณลักษณะเฉพาะที่คิดว่าสามารถนำมาใช้ได้ และเข้ากันได้ในกลุ่มเดียวกัน ดังนี้

- | | | |
|-----------------|-------------|--------------------|
| - Point of View | - Colourful | - Obvious |
| - Simple | - Illution | - Original |
| - Gimmick | - Clear | - Kitsch |
| - Caracter | - Dinamic | - Grand |
| - From | - Classic | - Well Crafted |
| - Space | - Mystic | - Fresh |
| - Fine | - Strange | - Get to the Point |
| - Perception | - Sexy | - Cliché' |
| - Witty | - Possitive | - Unique |
| - Playful | - Powerful | |

โครงสร้างทั้งหมดของชุดโปสเตอร์

ข้าพเจ้าได้วิเคราะห์และคัดเลือกคุณลักษณะดังกล่าวออกมา 10 หัวข้อ ดัดยัดหัวข้อที่ใกล้เคียงกันออก เพิ่มและเปลี่ยนคำที่ทำให้หัวข้อนั้นสมบูรณ์ชัดเจนมากขึ้น จึงได้พิจารณาเลือกหัวข้อที่เหมาะสม ดังนี้

- | | |
|--------------------|-------------------|
| - Good Idea | (ความคิดดี) |
| - Be Simple | (ง่าย) |
| - Have Fun | (สนุก) |
| - Size Matter | (ขนาด) |
| - Well Crafted | (ประณีต) |
| - Witty | (ฉลาด) |
| - Use Cliché' | (ใช้ของเดิมๆ) |
| - Make it Fresh | (ใหม่) |
| - Be Possitive | (มองโลกในแง่ดี) |
| - Get to the Point | (ตรงประเด็น) |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อข้าพเจ้าได้หัวข้อดังกล่าวแล้ว ข้าพเจ้าจึงเริ่มคิดวิธีการนำเสนอโปสเตอร์ทั้ง 10 แผ่นให้ไปในทิศทางเดียวกันเพื่อความเป็น Unity เพราะการออกแบบโปสเตอร์ชุดนี้ต้องการให้เป็นชุดที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบโปสเตอร์ โดยแต่ละแผ่นเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการออกแบบโดยใช้วิธีต่างๆ

แนวความคิดที่ 1

ต้องการออกแบบโปสเตอร์ให้มีการลำดับเรื่องผ่านหนังสือ โดยนำโครงสร้างของหนังสือมาใช้ได้แก่ หน้าปก, คำนำ, สารบัญ, เนื้อหา, บรรณานุกรม, ปกหลัง ให้โปสเตอร์เหมือนหนังสือเล่มหนึ่งที่สามารถให้ความรู้ และยังทำหน้าที่ของโปสเตอร์อยู่ เช่น การเล่นลักษณะ have fun ในโปสเตอร์แผ่นที่ใช้เกี่ยวกับคำนำว่าจะมีวิธีการอย่างไรที่ทำให้คำนำนั้นดูสนุกไม่น่าเบื่อ ในขณะที่เดียวกันก็ทำหน้าที่เป็นโปสเตอร์ด้วยและยังให้แก่นสารได้อยู่

แนวความคิดที่ 2

ต้องการออกแบบโปสเตอร์ทั้ง 10 แผ่นให้อยู่ในรูปแบบของการโฆษณา โดยใช้วิธีต่างๆกัน เช่น witty, use cliché, simple เพื่อแสดงผลให้เห็นข้อดีของการออกแบบด้วยวิธีต่างๆ โดยใช้กระดาษเป็นสินค้า เพราะสอดคล้องกับการออกแบบโปสเตอร์ เล่นกับชนิดของกระดาษ และเทคนิคต่างๆ

แนวความคิดที่ 3

เนื่องจากต้องการออกแบบโปสเตอร์เพื่อเสนอวิธีที่สามารถทำให้โปสเตอร์นั้นเป็นโปสเตอร์ที่ดี โดยเสนอออกมาในรูปแบบของโปสเตอร์เองเพื่อให้เห็นผลชัดเจน จึงมีความคิดที่จะเสนอผ่านเรื่องราวของ workshop poster ด้วยเพราะเป็นเรื่องที่ตรงกับประเด็นที่ศึกษาและเห็นผลชัดเจนตรงกับเป้าหมายในการออกแบบ ในโปสเตอร์แต่ละแผ่นจะบอกคุณลักษณะที่ดี 1 ใน 10 ทางเลือกพร้อมกับสาธิตให้ดูเพื่อเสนอแนววิธีการออกแบบโปสเตอร์ที่ดี โดยให้ผู้ชมเห็นผลจากการออกแบบนั้น และผู้ที่สนใจ workshop posters ได้ติดตามงานต่อไป

สรุปเลือกแนวความคิด

จากการได้วิเคราะห์แนวความคิดทั้ง 3 แล้ว ข้าพเจ้าคิดว่าแนวความคิดที่ 3 เป็นแนวความคิดที่เหมาะสมชัดเจนและน่าจะเป็นไปได้มากที่สุด เพราะตรงกับประเด็นและกลุ่มเป้าหมาย และสามารถสร้างความน่าสนใจได้หลากหลาย ส่วนแนวความคิดที่ 1 ยังขาดความชัดเจน และความเหมาะสม อีกทั้งยังดูซับซ้อนอาจทำให้ไม่ได้ผลของการสาธิตอย่างเต็มที่ ค่อนข้างมีกรอบของรูปแบบบังคับทำให้ไม่เกิดความหลากหลาย และจำกัดความคิด ส่วนแนวความคิดที่ 2 ก็ค่อนข้างเป็นไปได้ยาก เพราะข้าพเจ้าต้องการให้ชนิดของกระดาษที่ทำโปสเตอร์ทั้ง 10 แผ่นแตกต่างกันเพื่อให้เห็นผลชัดเจน และเล่นกับ

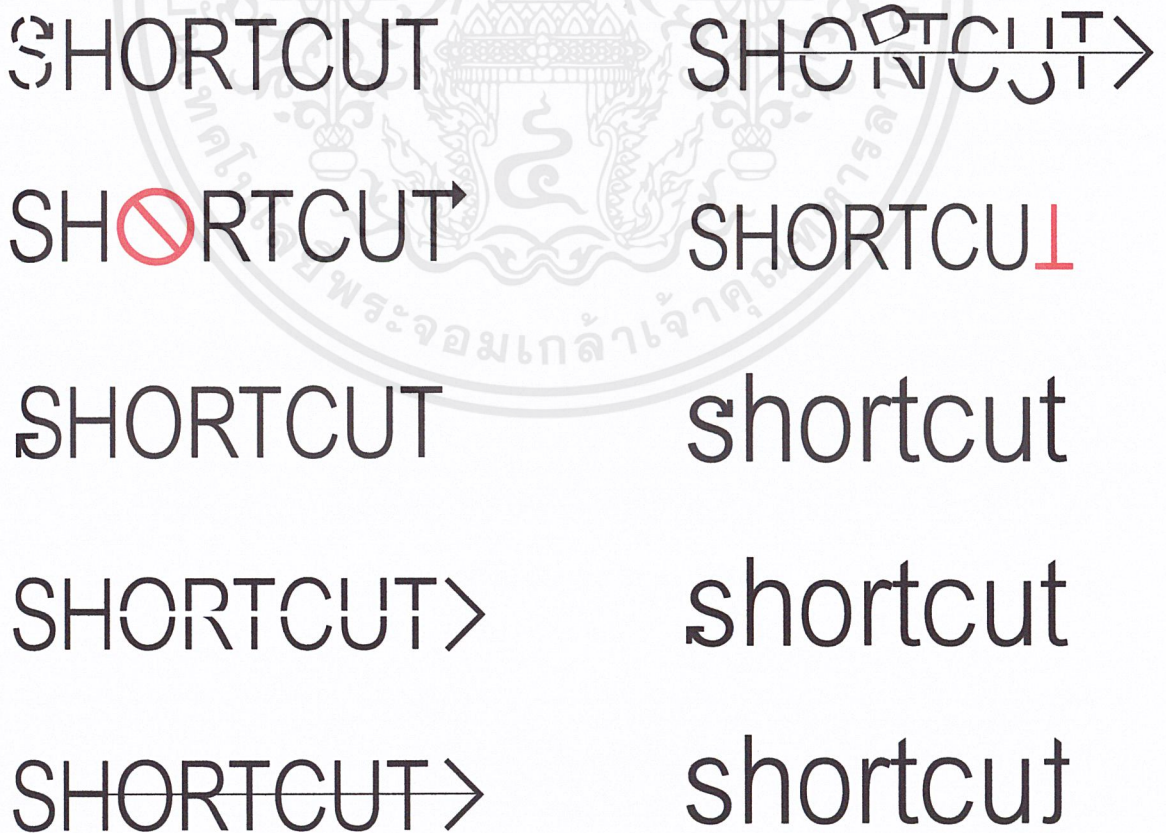
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เทคนิคต่างๆ ซึ่งข้าพเจ้าคิดว่ามีความเป็นไปได้ยากในขณะนี้ ตลอดจนระบบการพิมพ์ที่มีขีดจำกัดซึ่งอาจทำให้ชิ้นงานไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร

ดังนั้นโปสเตอร์ชุดนี้จึงออกมาในรูปแบบของ workshop posters ข้าพเจ้าจึงคิดว่าควรจะตั้งชื่อ งานด้วย โดยคัดเลือกมา 2 ชื่อ คือ Post-it และ Shortcut ข้าพเจ้าชอบ Post-it เพราะ Post มีความหมาย ว่าปิดประกาศ, การส่งข่าวสาร และชื่อเหมือนกับ Post-it ที่เป็นแผ่นกาวยึดข้อความ เหมือนกับ โปสเตอร์ที่ต้องติดตามข้างฝาเพื่อส่งข่าวสาร ส่วน Shortcut แปลว่า ทางลัด ข้าพเจ้าคิดว่ามันเข้ากับชื่อ โครงการของข้าพเจ้าได้คือ Ten ways to make good posters ซึ่งงาน workshop นี้ก็คือทางลัดของคุณ ที่จะทำให้การออกแบบโปสเตอร์ดีได้ และชื่อก็ชัดเจน

สุดท้ายข้าพเจ้าตัดสินใจเลือก Shortcut เพราะชัดเจนและดูดีกว่า และถ้าข้าพเจ้าเลือก Post-it ข้าพเจ้าคิดว่าคนส่วนใหญ่จะนึกถึง Post-it กระดาษมากกว่างานของข้าพเจ้าแน่ๆ ฉะนั้นข้าพเจ้าจึงลงมือ ออกแบบโลโก้ Shortcut โดยเน้นที่ความเรียบง่าย สะอาดไม่ยุ่งเหยิงเพราะชื่อก็แปลว่า ทางลัด จึงใช้ตัว อักษรธรรมดา

แบบร่างโลโก้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปเลือกโลโก้

SHORTCUT →

จากแนวความคิดที่จะเป็น workshop posters ข้าพเจ้ามีความคิดที่จะออกแบบโปสเตอร์แต่ละแผ่นให้เป็นหนึ่งใน 10 ทางเลือกในการออกแบบโปสเตอร์ที่ดีให้ผู้ชมได้เห็นเป็นตัวอย่าง พร้อมทั้งชักจูงให้ไปงาน workshop แทนที่จะบอกให้ไปงานเพียงอย่างเดียว เพราะข้าพเจ้าต้องการที่การสาธิตการออกแบบโปสเตอร์มากกว่า โดยแต่ละหัวข้อข้าพเจ้าได้เลือกประเด็นที่นำมาเสนอ ดังนี้

แผ่นที่ 1 Good Idea

ข้าพเจ้าคิดว่าการจะออกแบบโปสเตอร์ที่ดีได้ ขั้นแรกต้องมีแนวความคิด (Idea) ข้าพเจ้า ข้าพเจ้า คิดว่างานออกแบบที่มีแนวความคิด นั้นจะสามารถอยู่ได้นานและเป็นที่น่าจดจำมากกว่างานที่ขาดแนวคิด งานที่ขาดแนวคิดถึงแม้จะสวยงามแต่เมื่อเวลาผ่านไปก็ล้าสมัย ส่วนที่ว่าแนวความคิดนั้นจะดีหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับว่าแนวความคิดนั้นสามารถสื่อสารได้บรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่

ข้าพเจ้ามีคำกล่าวที่ยกมาจากหนังสือ School of Visual Art ที่กล่าวเกี่ยวกับการใช้แนวความคิดว่า

“ Even a great idea is only an idea until you make it real “

(แม้แต่ความคิดที่ดีเยี่ยมก็เป็นแค่ความคิดธรรมดาจนกว่าคุณจะทำมันให้เป็นจริง)

ข้าพเจ้าเห็นด้วยกับถ้อยคำนี้อย่างยิ่ง เพราะถ้าคุณไม่แสดงมันออกมาคุณจะไม่รู้ได้อย่างไรว่ามันดีจริงในโปสเตอร์แผ่นนี้ของข้าพเจ้า ข้าพเจ้าคิดว่าจะเน้นที่ตัวไอเดียมากกว่าองค์ประกอบอื่นๆ แสดงให้เห็นว่าไอเดียที่ดีเพียงอย่างเดียวก็สามารถทำให้โปสเตอร์แผ่นนี้เป็โปสเตอร์ที่ดีได้

แผ่นที่ 2 Be Simple

ข้าพเจ้าคิดว่าการใช้ความ Simple ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่สามารถทำให้โปสเตอร์ที่ดีได้ แต่ไม่ใช่ให้คิดง่าย ๆ ด้วย ให้คิดให้มากที่สุด แต่ทำออกมาให้ง่ายที่สุด ในโปสเตอร์นี้ข้าพเจ้าจะเน้นที่ความเรียบง่ายให้มากที่สุด ทั้งความคิดที่สามารถสื่อสารได้ง่าย และการใช้ art direction ที่เรียบง่าย ชัดเจนตลอดจนความหมายด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นที่ 3 Have Fun

ข้าพเจ้ามีแนวความคิดว่าจะชี้ให้เห็นประโยชน์ของความสุขสนาน อารมณ์ขัน โดยการนำเรื่อง ที่ชี้เรี่ยสมาบอกเล่าแต่สอดแทรกอารมณ์ขันเข้าไปด้วย เพื่อให้เรื่องที่พูดนั้นดูเบาและจะทำให้ผู้ที่ดูนั้น ไม่รู้สึกต่อต้าน เช่นเรื่องการพูดให้คนเลิกสูบบุหรี่ แต่จากการที่ข้าพเจ้าได้ทดลองทำดูแล้วกลับกลายเป็น ว่ามันโดดเด่นออกมาจากชิ้นอื่นๆมากไป จึงลองเปลี่ยนไปเล่นกับคำแทน ปรากฏว่าสามารถเล่นพลิกแพลงได้ หลากหลาย และสามารถสื่อความหมายได้ดี

แผ่นที่ 4 Size Matter

แผ่นนี้ข้าพเจ้าต้องการจะเน้นที่ความสำคัญของขนาด มากกว่าเรื่องอื่นๆ ต้องการแสดงให้เห็น ว่าขนาดมีผลอย่างไรบ้างกับการรับรู้ และมีประโยชน์อย่างอย่างไรในงานออกแบบ ข้าพเจ้าคิดว่า size มีความสำคัญต่อการออกแบบโปสเตอร์ เพราะโปสเตอร์เป็นสื่อที่มีขนาดใหญ่พอสมควร มีพื้นที่ให้เล่น มาก ฉะนั้นการเลือกใช้ขนาดของ Subject นั้นก็สำคัญเพราะขนาดที่ใหญ่หรือเล็กอาจทำให้การสื่อ ความหมายเปลี่ยนไป

แผ่นที่ 5 Well Crafted

ชิ้นนี้ต้องการจะชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของความประณีตสวยงาม แม้ว่าเราจะมี Idea ที่ดีแต่ขาด การปรุงแต่งด้วยความประณีตที่สามารถสนับสนุนแนวความคิด ก็ทำให้ผลงานที่ออกมาไม่ดีเท่าที่ควร

แต่แล้วสวยอย่างเดียวจะมีดีอะไร? ด้วยคำนี้ข้าพเจ้าจึงได้เกิดแนวคิดที่จะหยิบประโยชน์ของ ความประณีตมาใช้ โดยเอาสิ่งที่น่ารังเกียจหรือหยาบคาย ไม่สวยงามมาเล่นกับเทคนิคของความประณีต บรรจง เพื่อให้สิ่งเหล่านั้นลดความรุนแรงลงด้วยความงาม

แผ่นที่ 6 Witty

ที่เลือก Witty มาเป็นอีกหัวข้อหนึ่งในการทำโปสเตอร์ เพราะคิดว่าเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ไม่ ควรมองข้าม เพราะ Witty คือศิลปะการใช้ไหวพริบในการออกแบบ มุขเล็กๆเพียงหนึ่งมุขที่เราสอดแทรก เข้าไปในงาน อาจจะสร้างความประทับใจแก่ผู้ชมได้อย่างที่เราคาดไม่ถึง แต่มุขหรือแก๊กเหล่านี้เราจะหา มันได้จากที่ไหน

ฉะนั้นข้าพเจ้าจึงพยายามหันกลับไปมองสิ่งเล็กๆน้อยๆรอบตัว แล้วหยิบสิ่งที่เห็นคุ้นตามาเล่น ให้เกิดความหมายใหม่ โดยการใช้ไหวพริบ

แผ่นที่ 7 Use Cliché

แนวความคิดในการออกแบบโปสเตอร์แผ่นนี้ข้าพเจ้าต้องการจะนำเอาของเดิมๆซ้ำๆที่มีคนใช้จนบ่อยแล้ว อาทิเช่น กราฟฟิกรูปหัวใจสีแดงที่หมายถึงความรัก หลอดไฟส่องสว่างที่หมายถึงสติปัญญา และความคิด มานำมาใช้ให้เกิดประโยชน์เสนอในมุมใหม่ และทำให้มันมีความหมายลึกซึ้งกว่าเดิมจริงๆแล้ว Cliché ก็มีประโยชน์เพราะถึงแม้ว่าจะดูเป็นสิ่งที่เซย ซ้ำซาก ในความคิดของนักออกแบบและบุคคลทั่วไป แต่ก็ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าสิ่งเหล่านี้เป็นผลงานการออกแบบที่ประสบความสำเร็จ สามารถสื่อสารและเป็นที่ยอมรับได้ของคนเกือบทั่วโลก ทำให้ผู้ที่เห็นเข้าใจความหมายของมันได้ในทันที

แผ่นที่ 8 Make It Fresh

เป็นแนวความคิดใหม่ การออกแบบใหม่ หลีกหนีจากแนวทางเดิมคือหัวใจของงานชิ้นนี้ โดยชั้นแรกข้าพเจ้ามีตัวเลือกในการทำงาน 2 แนวทางหลักคือ 1. การคิดค้นขึ้นมาใหม่ทั้งหมด 2. วิธีการแตกแขนงความคิดเดิมนำมาสร้างงานที่ดีกว่า ซึ่งก็ถือว่าการคิดและทำใหม่เช่นกัน

ท้ายที่สุด ข้าพเจ้าได้ตกลงใจเลือกใช้แนวทางที่สอง เพราะทางเลือกที่หนึ่งที่ต้องคิดใหม่ทั้งหมดนั้น มีข้อกำหนดและขีดจำกัดมากมายและเป็นไปได้ยาก ส่วนแนวทางเลือกที่ 2 เพียงแต่เราเปลี่ยนจากแนวความคิดเดิมๆ ลองคิดในทางกลับกันบ้าง หรือลองมองในมุมมองใหม่ที่เราไม่เคยมองก็อาจทำให้เราพบแนวความคิดใหม่ที่เป็นประโยชน์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ และทำให้เราหลุดพ้นจากข้อจำกัดเดิมๆ

แผ่นที่ 9 Be Positive

ข้าพเจ้าคิดว่าการที่จะพูดเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือการจะสื่อสารใดๆก็ตาม ถ้าเราพูดในแง่บวกเราก็จะได้ผลดีกลับมามากกว่าผลร้ายหรือไม่ก็เสมอตัว แต่ถ้าเราพูดในแง่ร้าย เขาก็อาจจะไม่รับฟังหรือฟังแต่อาจจะรู้สึกต่อต้านจะเกิดผลร้ายมากกว่าผลดี ฉะนั้นข้าพเจ้าคิดว่า การพูดในแง่ดีก็เป็นสิ่งจำเป็น

แผ่นที่ 10 Get to the point

หมายถึงการตรงประเด็น การสื่อสารได้กระชับและชัดเจน สามารถทำให้ผู้รับสารรับสาระต่างๆ ได้ถูกต้องครบถ้วนไม่คลาดเคลื่อนบิดเบือน ในการออกแบบโปสเตอร์ชิ้นนี้ก็เช่นกัน ข้าพเจ้าพยายามจะแสดงให้เห็นว่าการบอกให้ตรงประเด็นเป็นอย่างไรและมีประโยชน์อย่างไร โดยสื่อผ่านโปสเตอร์ของข้าพเจ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ขั้นตอนการออกแบบ

แนวคิด

การออกแบบโปสเตอร์ชุดนี้ต้องการเน้นการสาธิตคุณลักษณะหรือคุณสมบัติในการออกแบบโปสเตอร์ที่น่าสนใจและเป็นโปสเตอร์ที่ดี โดยสาธิตลงในโปสเตอร์แต่ละแผ่น แต่เพื่อให้โปสเตอร์ทั้งหมดมีความเป็นเอกภาพ จึงให้อยู่ในรูปแบบของโครงการ workshop poster ที่ชื่อว่า Shortcut โดยโปสเตอร์แต่ละแผ่นมีเนื้อหา ดังนี้

1. Good Idea
2. Be Simple
3. Have Fun
4. Size Matter
5. Well Crafted
6. Witty
7. Use Cliché'
8. Make It Fresh
9. Be Positive
10. Get To The Point

ลักษณะของโปสเตอร์

เป็นการสาธิตและให้ความรู้

ลักษณะของการออกแบบ

การออกแบบเน้นที่ตัวแนวความคิดเป็นหลัก การจัดวางสนับสนุนตามแนวความคิดนั้นๆ แต่ไม่ซับซ้อนและดูไม่เก่าเบื่อ ส่วนกราฟฟิกและรูปที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็น illustrate เพื่อให้ภาพโดยรวมเข้ากันได้ และตรงกับแนวความคิดที่ต้องการนำเสนอ

แบบร่างครั้งที่ 1

ขนาดของโปสเตอร์ A2 (42x 60 ซม.)

Font Thai : PS CordiaUPC

Font English : PS CordiaUPC

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



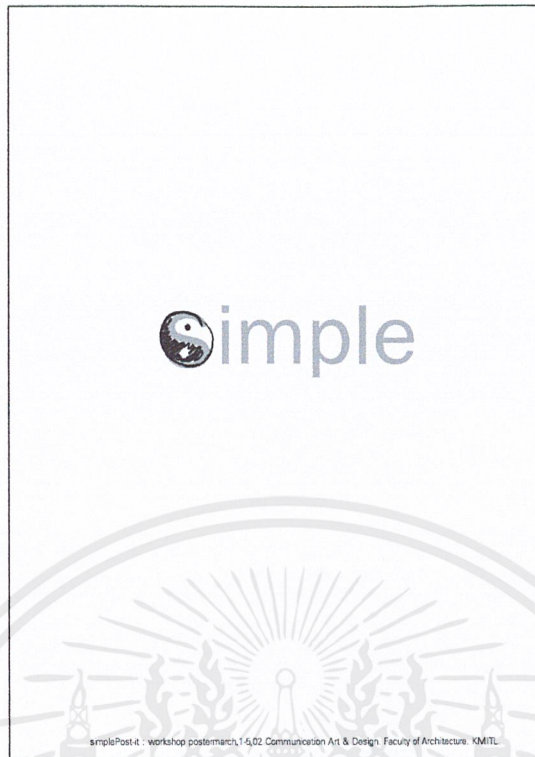
ภาพที่ 1.3 have fun1

Have Fun การใช้ความสนุกในแผ่นนี้เขาพาใช้การวาดสี ใช้สีล้วนทำให้รู้สึกว่าการวาด โดยใช้คำพาดหัวว่างานนี้ไม่มีกรอบ เหมือนกับจะบอกว่าการใช้ความสนุกกันได้เต็มที่กับ workshop poster



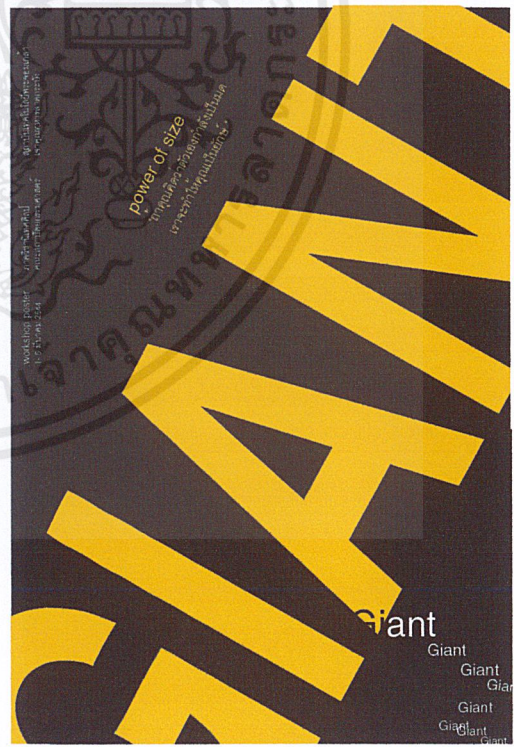
ภาพที่ 1.4 have fun2

Have Fun แผ่นนี้เล่นกับคำว่าระดมมันสมอง โดยเติมการ์ตูน เพื่อให้เกิดคำว่า มันส์ และพยายามเอกรสร้างให้ภาพโดยรวมดูสนุกๆ กับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.5 be simple2

Be Simple เล่นนี้เล่นกับ Simple ในแง่ของความหมาย



ภาพที่ 1.6 size matter1

Size Matter เล่นกับความหมายของตัวอักษรและขนาดของตัวอักษร โดยในคำว่า Giant จะมีคำว่า Ant อยู่และใช้คำพาดหัวให้เชื่อมโยงไป workshop ว่า "ถ้าคุณคิดว่าตัวเองกำลังเป็นมดละก็ เราจะทำให้คุณเป็นยักษ์" เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



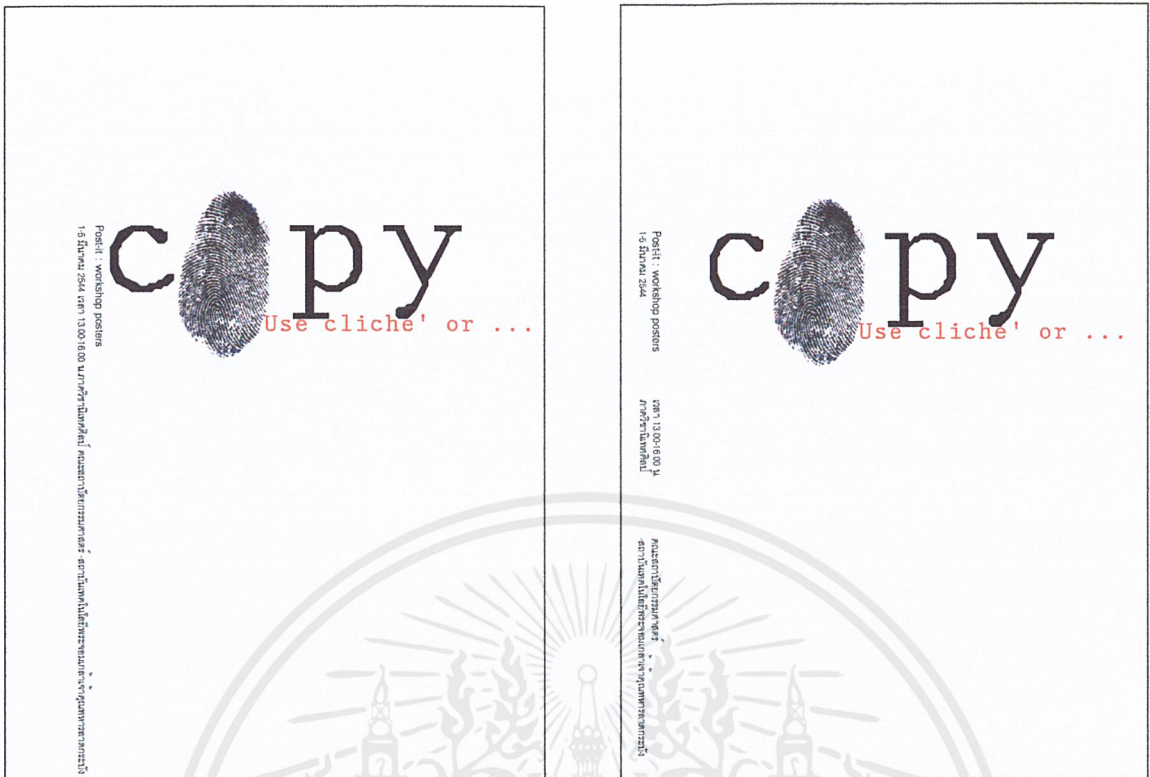
ภาพที่ 1.7 size matter2

Size Matter ในแผ่นนี้พยายามจะบอกว่าขนาดมีผลกับการรับรู้ ขนาดที่เรารับรู้กันโดยปกติ S เป็นขนาดเล็กที่สุด ส่วน XL เป็นขนาดใหญ่ที่สุด แต่ข้าพเจ้าทำให้ตัว S ใหญ่ และตัว XL เล็ก ทำให้รู้สึกว่ S ไม่เล็กและ XL ไม่ใหญ่ โดยมีคำกำกับข้างตัวอักษรว่า S = super, M = medium, L = Little, XL = extra little



ภาพที่ 1.8 witty1

Witty เป็นการใช้ลูกเล่นโดยวาดภาพมือ 4 ภาพแต่จะมีภาพเดียวที่ไม่ผิดปกติ ใช้ผู้ชมฝึกการสังเกต โดยพาดหัวว่า "ให้คุณเลือกสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับคุณ" เหมือนกับการที่เลือกมา workshop เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.9 use cliché'1

Use Cliche' ข้าพเจ้าใช้ลายนิ้วมือที่เห็นกันอยู่บ่อยๆ แต่พยายามเล่นให้ต่างคือโดยทั่วไปจะใช้ลายนิ้วมือแทนความเป็นเอกลักษณ์ แต่ข้าพเจ้าเล่นตรงข้ามโดยนำมาใช้กับคำว่า Copy

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปแบบร่างครั้งที่ 1

1. แนวความคิดยังไม่ชัดเจน ยังไม่ค่อยดีเท่าที่ควร
2. การจัดวางยังธรรมดา ขาดความน่าสนใจ
3. รูปแบบของผลงานโดยรวมดูกระจัดกระจาย ขาดความเป็นเอกภาพ

วิธีแก้ไขและปรับปรุงแบบร่างครั้งที่ 1

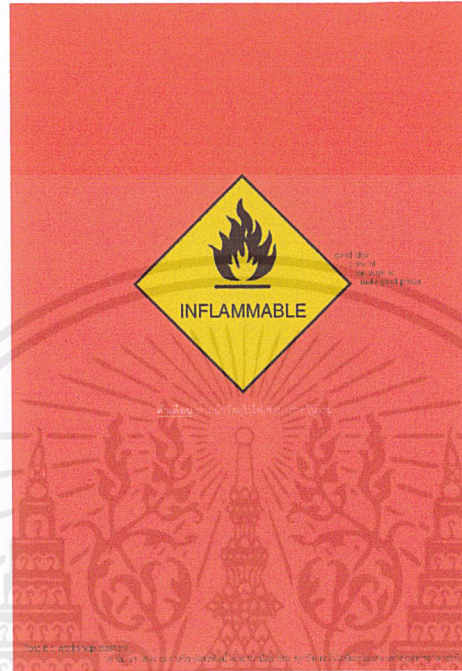
1. พยายามหาแนวคิดที่ชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถอธิบายได้
2. หาแนวทางการจัดวางที่น่าสนใจยิ่งขึ้น
3. หารูปแบบการนำเสนอที่ชัดเจน และสามารถสร้างความเป็นเอกภาพได้
4. ทดลองใช้สีที่ดึงดูด และสดใสกับตัวงานไปสเตอร์



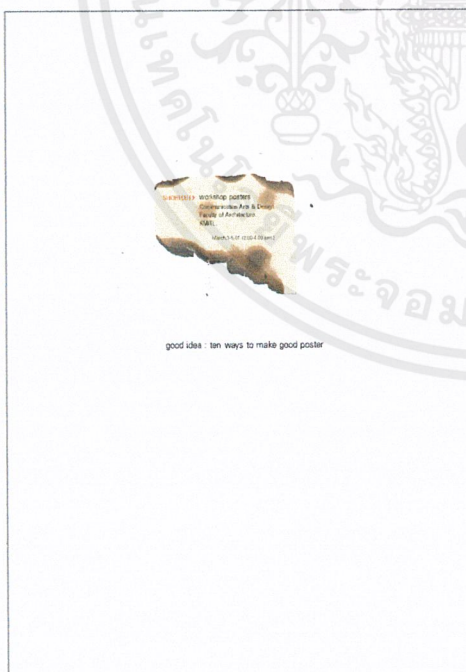
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 2

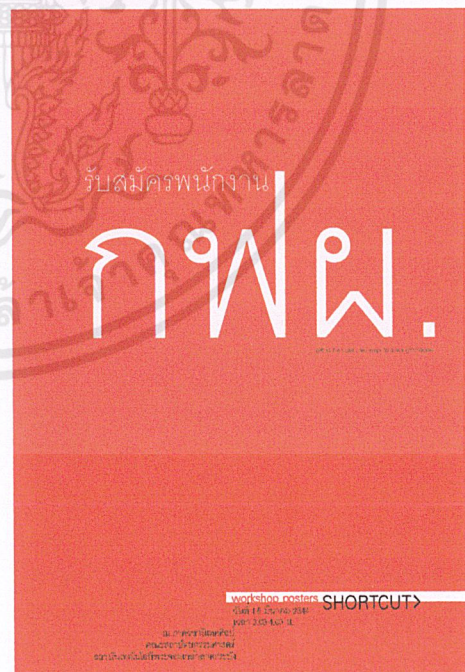
จากแบบร่างครั้งที่ 1 ได้ทดลองปรับปรุงพัฒนางานบางส่วน ดุทิศทางของโปสเตอร์โดยรวมว่าเป็นไปในทิศทางใด และพยายามปรับแบบร่างครั้งนี้ให้เห็นแนวความคิดชัดเจนขึ้น ในแบบร่างครั้งที่ 2 นี้ ได้ลองใช้ภาพถ่ายมาประกอบในงาน เพื่อดูผลเปรียบเทียบ



ภาพที่ 2.1 good idea-2

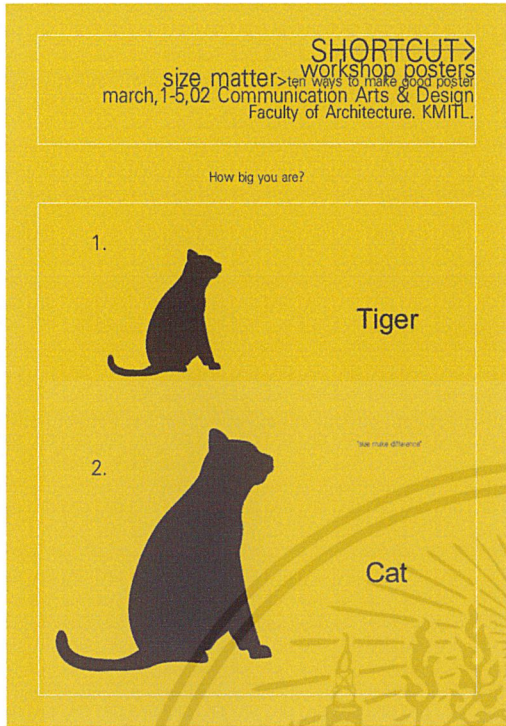


ภาพที่ 2.2 good idea3

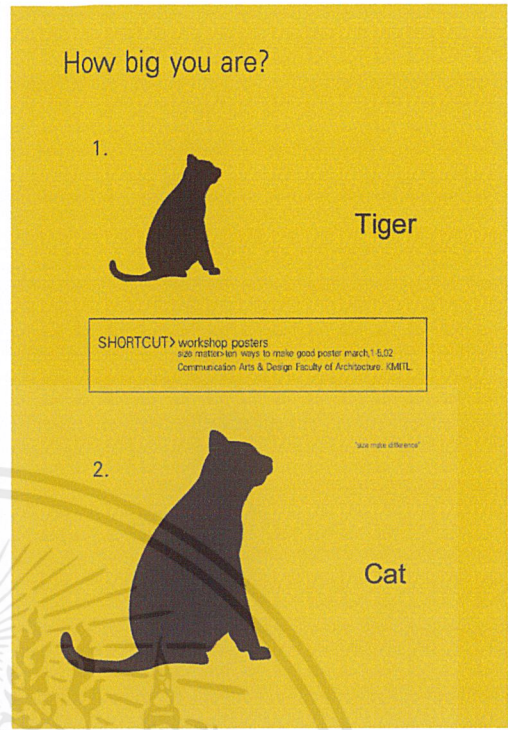


ภาพที่ 2.3 good idea4

Good Idea ภาพที่ 1 ตามแนวความคิดเดิมแต่เปลี่ยน Layout ใหม่ ภาพที่ 2 เพื่อต้องการบอกว่าที่นี้ไฟแรง ทำให้กระดาษใหม่จนเหลือเท่าที่เห็น ภาพที่ 3 นำอักษรย่อของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต เป็นการรับสมัครพนักงานผลิตไฟ แต่ไฟในที่นี้หมายถึง ไฟในการออกแบบ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

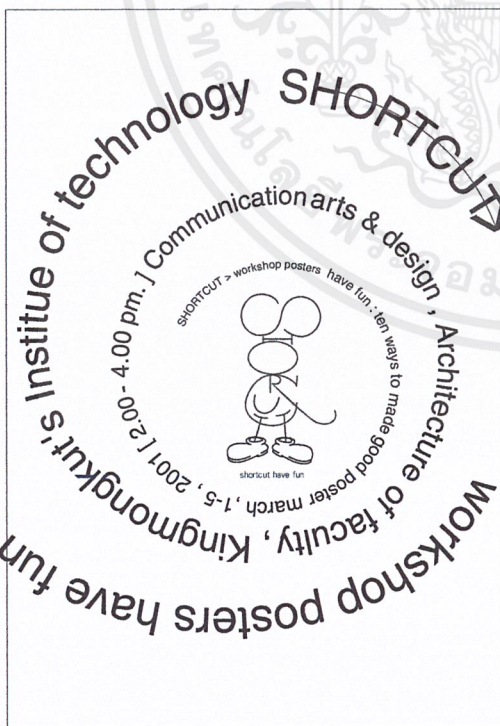


ภาพที่ 2.4 size matter3



ภาพที่ 2.5 size matter4

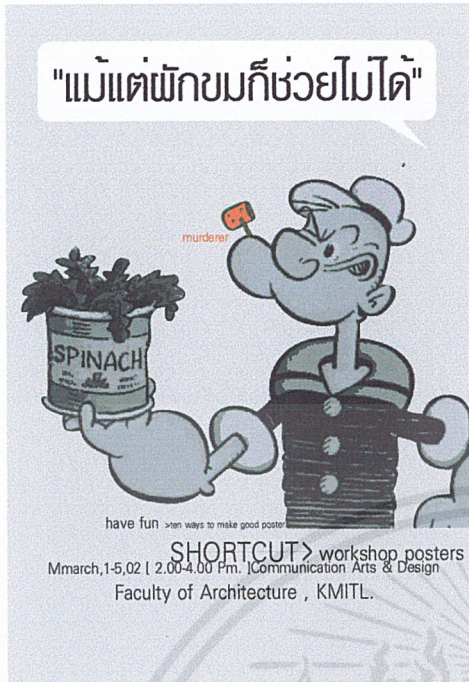
Size Matter ข้าพเจ้าต้องการเน้นที่ความสำคัญของขนาดโดยใช้ form ของเสือและแมวที่เหมือนกัน แต่ขนาดจะทำให้เราแยกออกว่าภาพไหนเป็นเสือภาพไหนเป็นแมวในรูปแบบของแบบฝึกหัดให้จับคู่ภาพกับคำให้ถูกต้อง และพาดหัวว่า How big you are? เป็นการท้าทายให้ไป workshop



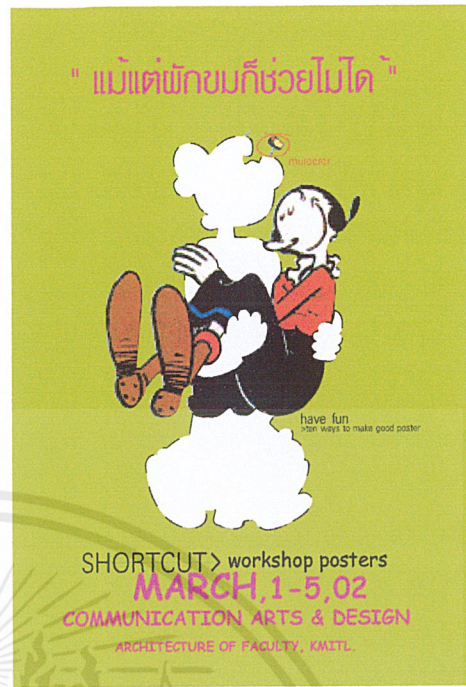
ภาพที่ 2.6 have fun3



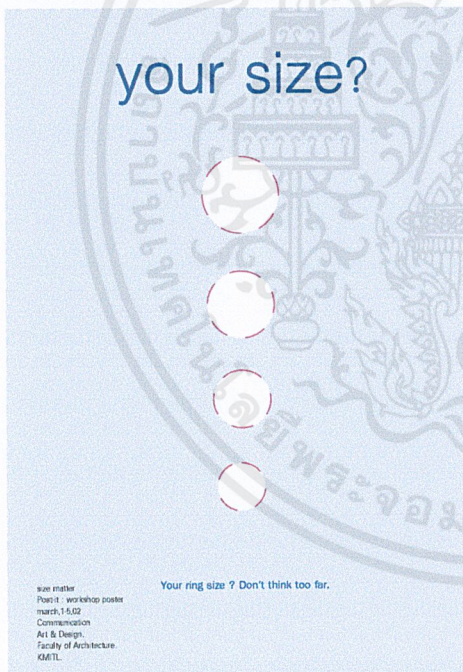
Have Fun เน้นข้าพเจ้าใช้คำว่า Shortcut มาสร้างเป็นตัวการ์ตูน Mickey Mouse สื่อถึงความเอกลัษณ์ที่สืบสานและร้อยละเอียดสร้าง Movement ที่การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.7 have fun4



ภาพที่ 2.8 have fun5



ภาพที่ 2.9 have fun6

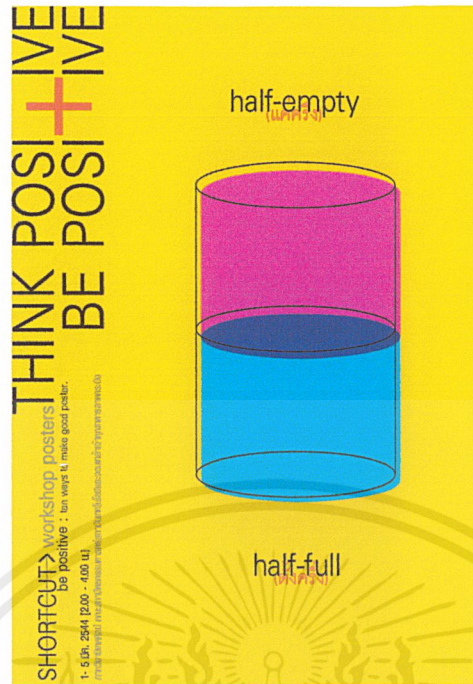


ภาพที่ 2.10 have fun7

Have Fun (ภาพบน) การใช้ความสนุกพูดในเรื่องที่ซีเรียสเพื่อลดความตึงเครียดและทำให้คนดูไม่รู้สึกต่อต้านในที่นี้พูดถึงเรื่องบุหรี่ที่เป็นโทษ โดยใช้การ์ตูนพูดแทน เป็นภาพป๊อบอายซึ่งป๊อบอายก็สูบไปทีภาพซ้ายเป็นภาพขาว-ดำ เหลือแต่ไปทีข้างๆเขียนว่า ฆาตกร ภาพขวาที่เหมือนกันแต่ป๊อบอายเคยอ้อมโอลิบแต่หายไปเหลือแต่ไปที

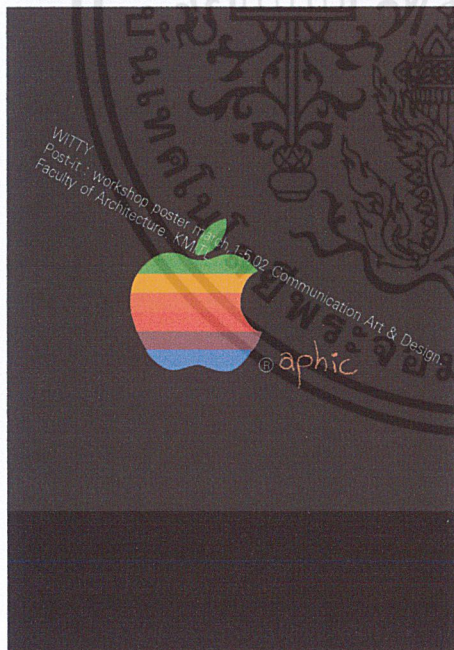
(ภาพล่าง) เป็นการใช้เรื่องสนุกขำขัน โดยการถามเรื่องหนึ่ง แต่พยายามให้เข้าใจอีกเรื่องหนึ่งในที่นี้ถามถึงเรื่อง Size ว่า ขนาดของคุณเท่าไหน โดยใช้ภาพให้ไขว้เขว เข้าใจว่าเป็นอีกเรื่องหนึ่งแต่จริงๆถามเรื่องขนาดของแหวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

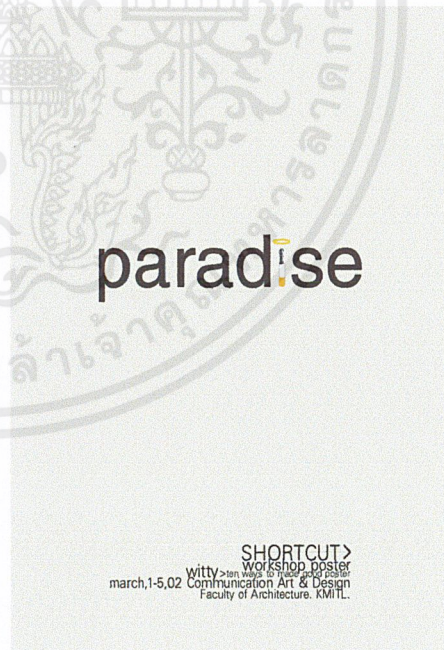


ภาพที่ 2.11 be positive1

Be Positive ต้องการจะบอกว่าถ้าคุณคิดดีก็จะได้ผลดี เหมือนกับการมองแก้วน้ำที่มีน้ำครึ่งแก้ว ถ้าคุณคิดว่ามันมีแค่ครึ่งแก้วมันก็จะมีแค่ครึ่ง แต่ถ้าวคุณคิดว่ามันมีตั้งครึ่งแก้วมันก็จะมีแค่ครึ่ง



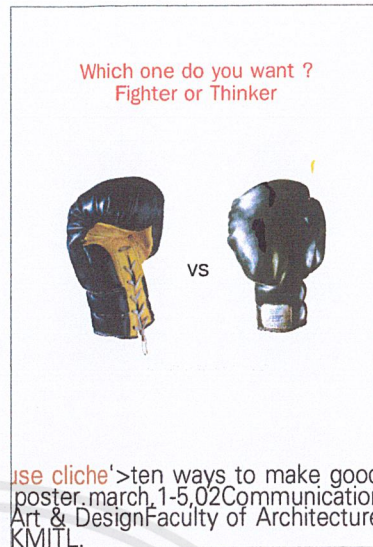
ภาพที่ 2.12 witty2



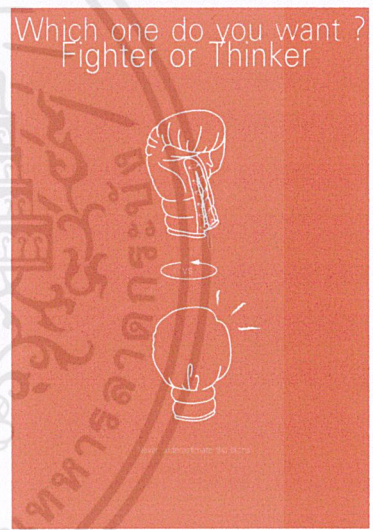
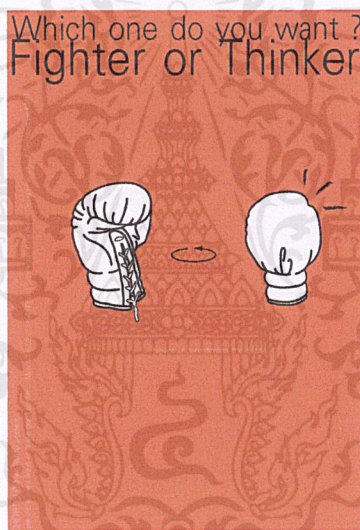
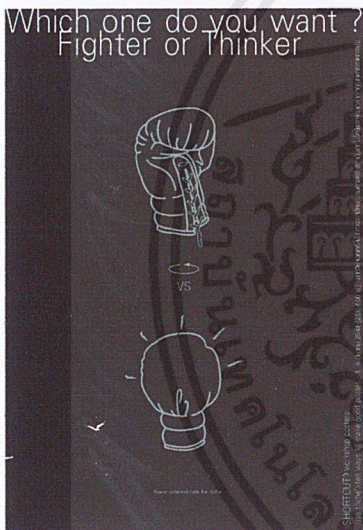
ภาพที่ 2.13 witty3

Witty (ภาพที่ 2.12) เป็นการใช้ Witty โดยการใช่วัตถุที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์โดยใช้โลโก้แอปเปิ้ลที่เป็นที่รู้จักกันดีในวงการกราฟฟิกมาแทนตัว G และเครื่องหมายการค้ามาแทนตัว R มาใช้ในคำว่ากราฟฟิก (ภาพที่ 2.13) เป็น Witty ที่ใช้การแทนที่ โดยใช้ภาพบุหรี่ยี่มาแทนตัว I ในคำว่า Paradise เพื่อสื่อความหมายว่าการสูบบุหรี่ทำให้เป็นอันตรายถึงชีวิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



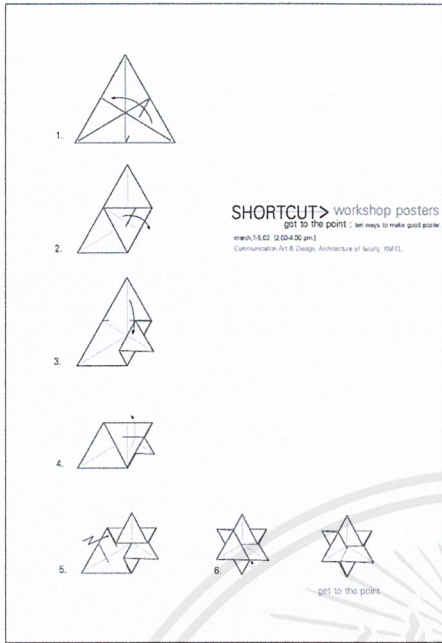
ภาพที่ 2.14 use cliché'2



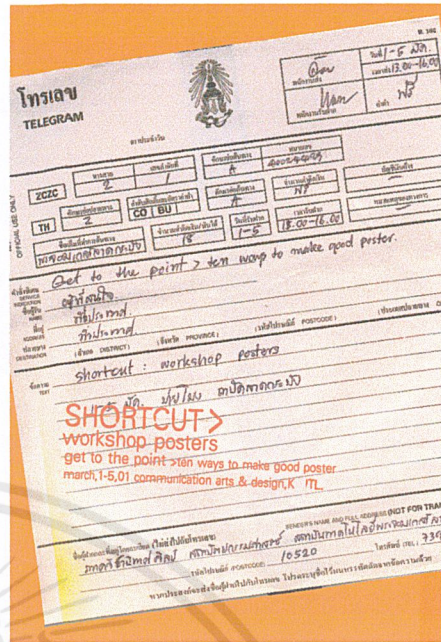
ภาพที่ 2.15 use cliché'3

Use Cliche' เป็นการใช้ของซ้ำซาก สิ่งที่เห็นกันจนเบื่อ แต่นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ อย่างภาพข้างบนนี้เป็นภาพนวม รูปร่างของนวมด้านหลังซึ่งเราหมุนกลับจะมีรูปร่างคล้ายกับหลอดไฟ จึงนำมาใช้ในการออกแบบโปสเตอร์ โดยเติมกราฟฟิกเส้นที่ทำให้เหมือนหลอดไฟสว่างเพื่อให้เหมือนหลอดไฟยิ่งขึ้น ซึ่งสื่อถึงการใช้ความคิด โดยการพาดหัวเพื่อให้เกี่ยวกับ Workshop ว่า ให้คุณเลือกอย่างไรที่คุณอยากเป็น ระหว่างคนที่ใช้กำลังกับคนที่ใช้ความคิด เล่นกับมุมมอง ถ้าคุณคิดว่ามันเป็นแค่นวมมันก็เป็นแค่นวม ถ้าคุณคิดว่ามันเป็นได้มากกว่านั้นมันก็เป็นได้มากกว่านั้น

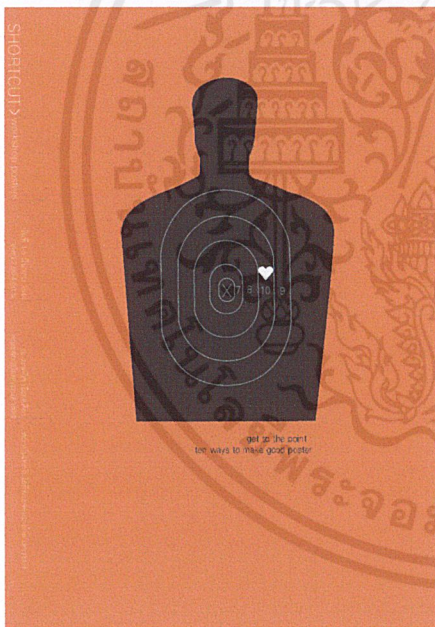
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.16 get to the point1



ภาพที่ 2.17 get to the point2



ภาพที่ 2.18 get to the point3



ภาพที่ 2.19 get to the point

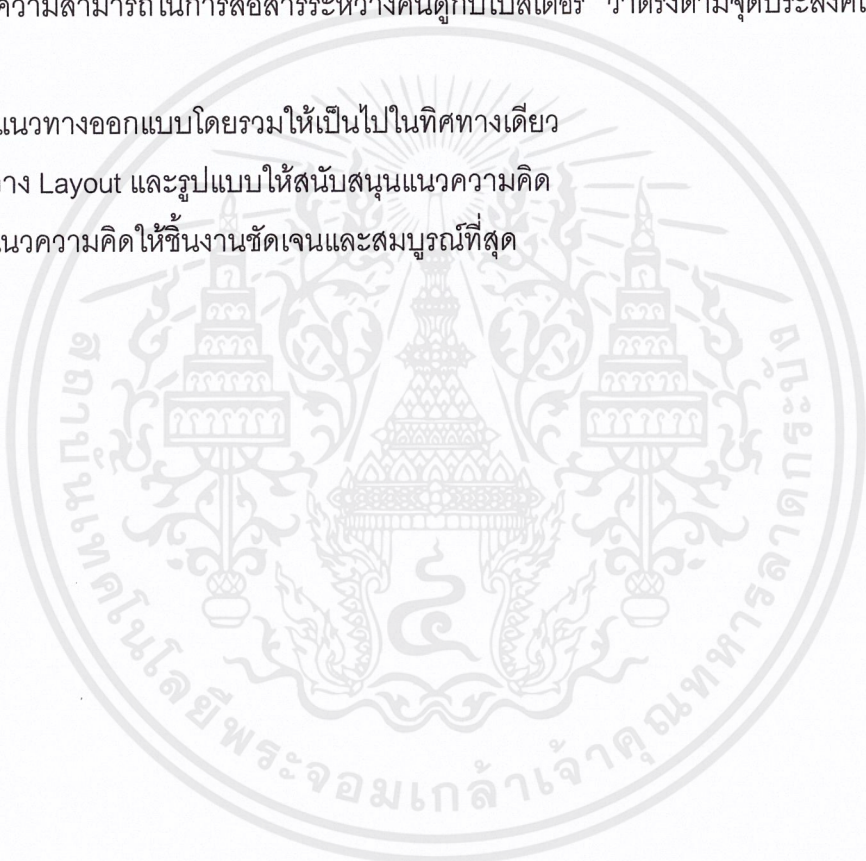
Get to the Point (ภาพที่2.15) ในแผ่นนี้จะบอกว่าการตรงประเด็นเป็นเรื่องสำคัญ ฉะนั้นเราจึงต้องบอกสั้นๆง่ายๆชัดเจนข้าพเจ้าจึงเปรียบเทียบกับวิธีพับกระดาษ เลือกวิธีที่ง่าย ชัดเจน และได้ผลสำเร็จที่ดี โดยการใส่รูปดาวซึ่ง หมายถึง การประสบความสำเร็จ (ภาพที่ 2.16) เป็นการใส่ไปโทรเลขพูดถึงการตรงประเด็นใช้ข้อความสั้นกระชับได้ใจความ(ภาพที่ 2.17)เป็นภาพเป้าและมีรูปหัวใจตรงหัวใจ เพื่อจะบอกว่า โดนใจ ตรงเป้าหมาย (ภาพที่ 2.18) มีแนวความคิดจากฉลากสินค้า เวลาเราซื้อของจะมีฉลากบอกถึงวิธีใช้ การพูดจุดนี้ตรงประเด็นชัดเจนผู้บริโภคจะได้ใช้สินค้านั้นอย่างถูกต้องถูกวิธี ข้าพเจ้าจึงมีความคิดให้โปสเตอร์เป็นฉลากสินค้า โดยให้โปสเตอร์เป็นสินค้า มีสรรพคุณเพิ่มรอยหยักในสมอง และวิธีใช้ดังกล่าวคือ ดู อ่าน คิด เป็นการบอกง่ายๆและตรงประเด็น ฉะนั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปแบบร่างครั้งที่ 2

1. แนวความคิดชัดเจนมากขึ้น และสามารถสื่อสารได้ตรงประเด็นมากขึ้น
2. การจัดวาง Layout ดูมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น
3. การใช้ภาพถ่ายกับการวาดกราฟฟิกตกแต่ง
4. ยังสามารถปรับปรุงและยังนำไปพัฒนาความคิดให้ดีขึ้นได้อีก

วิธีแก้ไขและปรับปรุงแบบร่างครั้งที่ 2

1. ทดสอบความสามารถในการสื่อสารระหว่างคนดูกับโปสเตอร์ ว่าตรงตามจุดประสงค์แล้วหรือไม่
2. ควบคุมแนวทางออกแบบโดยรวมให้เป็นไปในทิศทางเดียว
3. ลองจัดวาง Layout และรูปแบบให้สนับสนุนแนวความคิด
4. พัฒนาแนวความคิดให้ชิ้นงานชัดเจนและสมบูรณ์ที่สุด



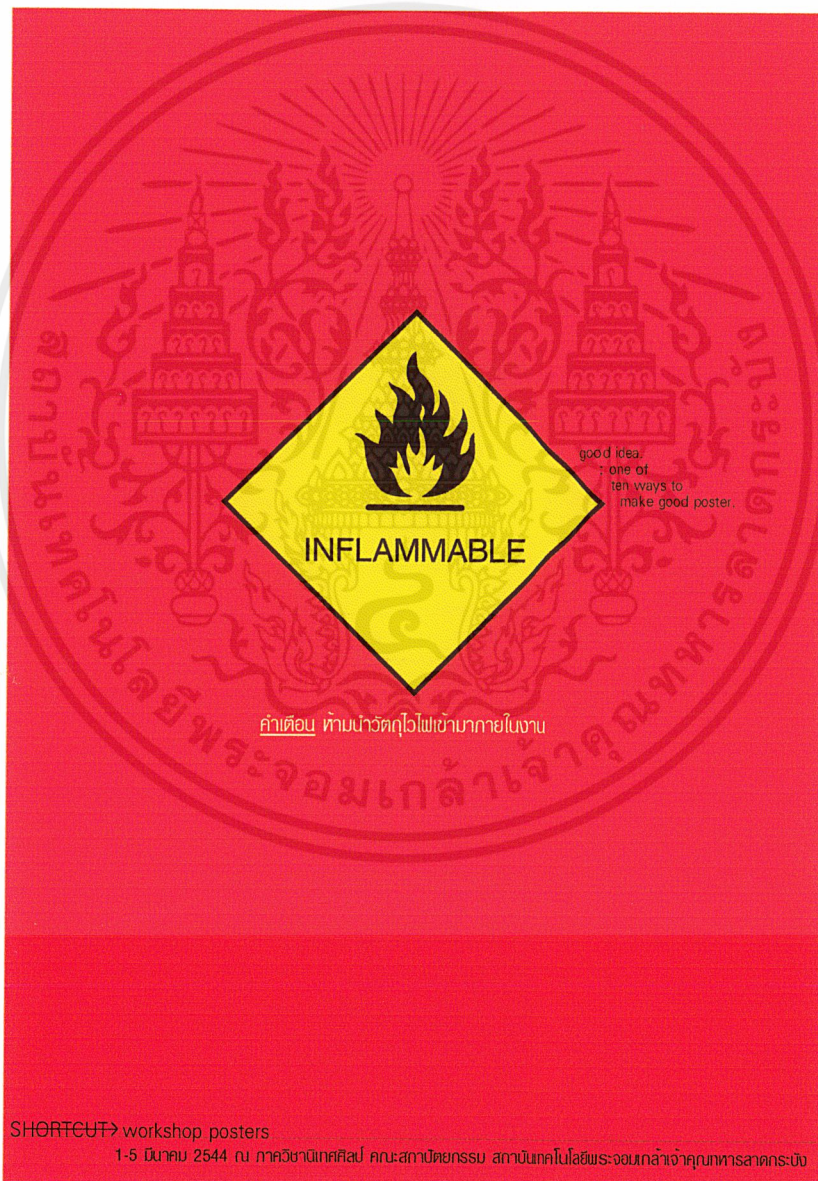
ผลงานจริง

จากแบบร่างครั้งที่ 2 ข้าพเจ้าได้ปรับปรุงพัฒนาจึงสรุปมาสู่ผลงานจริง ซึ่งโปสเตอร์ชุดนี้แต่ละแผ่นจะมีคุณสมบัติหนึ่งอย่าง

ที่ทำให้โปสเตอร์เป็นโปสเตอร์ที่ดี การจัดวางตัวอักษรและภาพประกอบจะเน้นสนับสนุนที่ตัวไอเดียของแต่ละแผ่น รวมถึงการใช้สี เนื่องจากโปสเตอร์ชุดนี้มี 10 แผ่น แต่ในหัวข้อ Witty มีความพอใจในงานถึง 3 ชิ้น ข้าพเจ้าจึงทำออกมาเป็นผลงานทั้งหมด 12 ชิ้น

ผลงานจริงชุดนี้ข้าพเจ้าได้คัดเลือกแนวความคิดที่สามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจนที่สุด และตรงกับจุดประสงค์ในการออกแบบ ตลอดจนมีความสมบูรณ์ครบถ้วนของโปสเตอร์

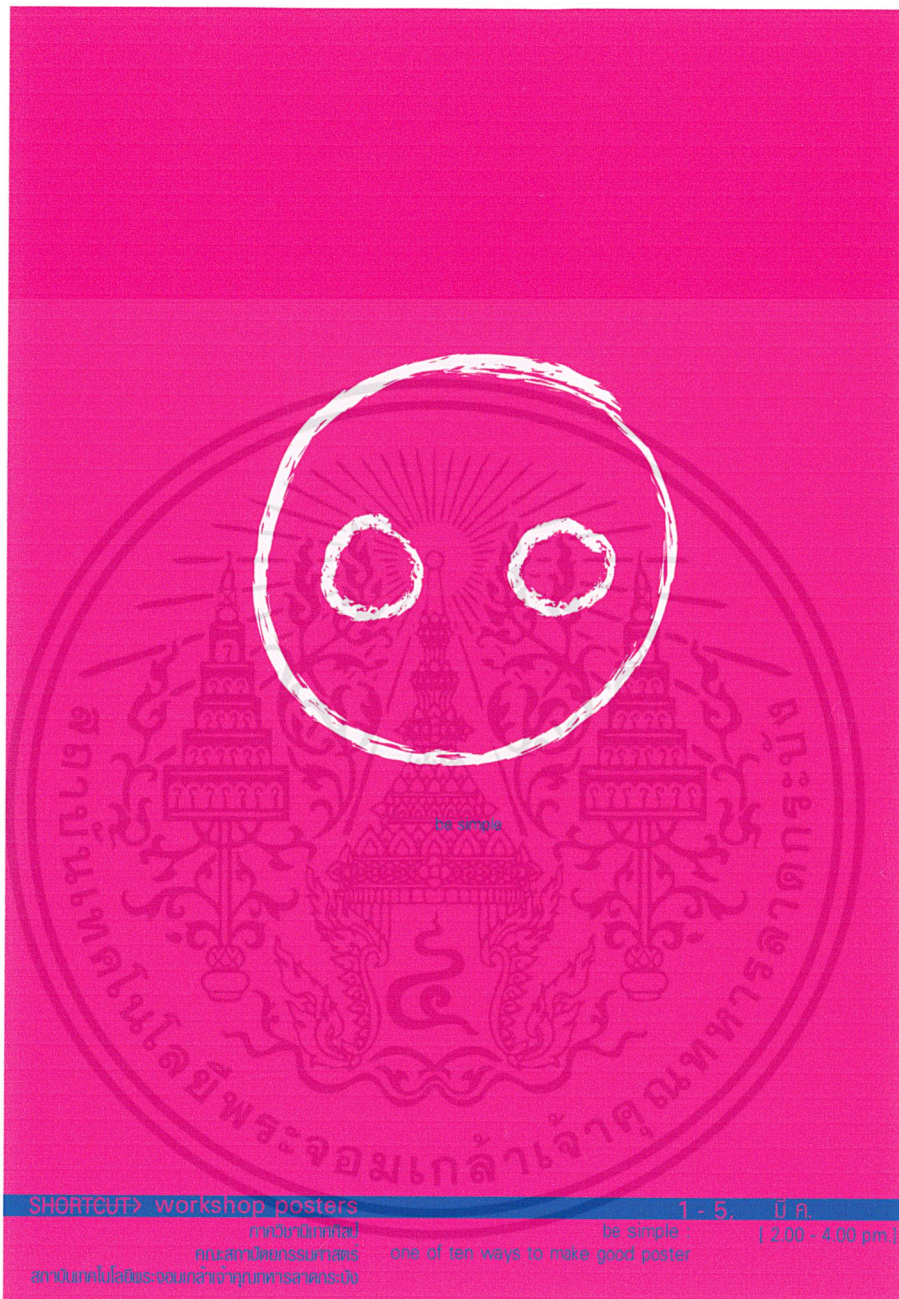
แผ่นที่ 1 Good Idea



ภาพที่ 3.1 good idea2

มีแนวความคิดนำสัญลักษณ์มาใช้ในการออกแบบ สัญลักษณ์ที่เห็นนี้เป็นสัญลักษณ์วัตถุไวไฟ โดยเขียนข้างล่างว่า คำเตือน ห้ามนำวัตถุไวไฟเข้ามาภายใน ต้องการสื่อความหมายโดยนัยว่าที่นี่มีแต่คนไฟแรง ซึ่งเป็นศัพท์ที่กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นที่ 2 Be Simple



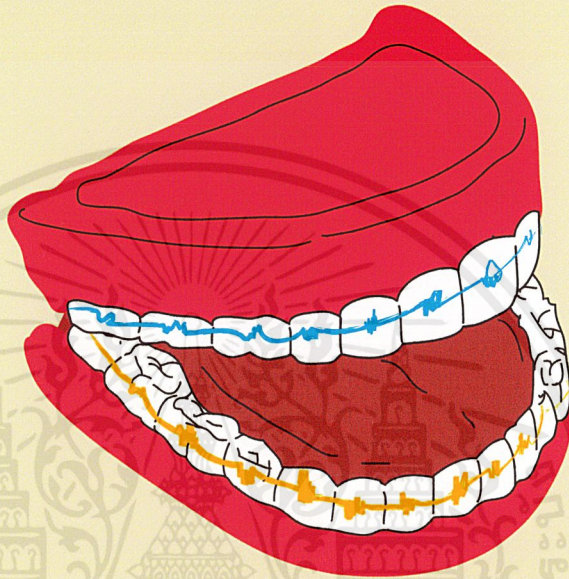
ภาพที่ 3.1 be simple

ในการออกแบบงานชิ้นนี้พยายามใช้ความ Simple ให้มากที่สุดโดยใช้วงกลมเพียง 3 วงแทนรูป จมูกหนุ่ย และเล่นกับความหมายในภาษาไทยซึ่งคำว่า หนุ่ยๆ แปลว่า ง่ายๆ ใช้การจัดวางที่ธรรมดา สีที่เลือกใช้เป็นสีชมพูเพื่อบอกไว้ว่าเป็นหนุ่ย จากแบบร่างครั้งที่ 2 เปลี่ยนเส้นวงกลมเป็นเส้นที่ลากด้วยมือ เพื่อให้ดูง่ายขึ้นไปอีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นที่ 3 Have Fun

รับจัดฟัน



have fun

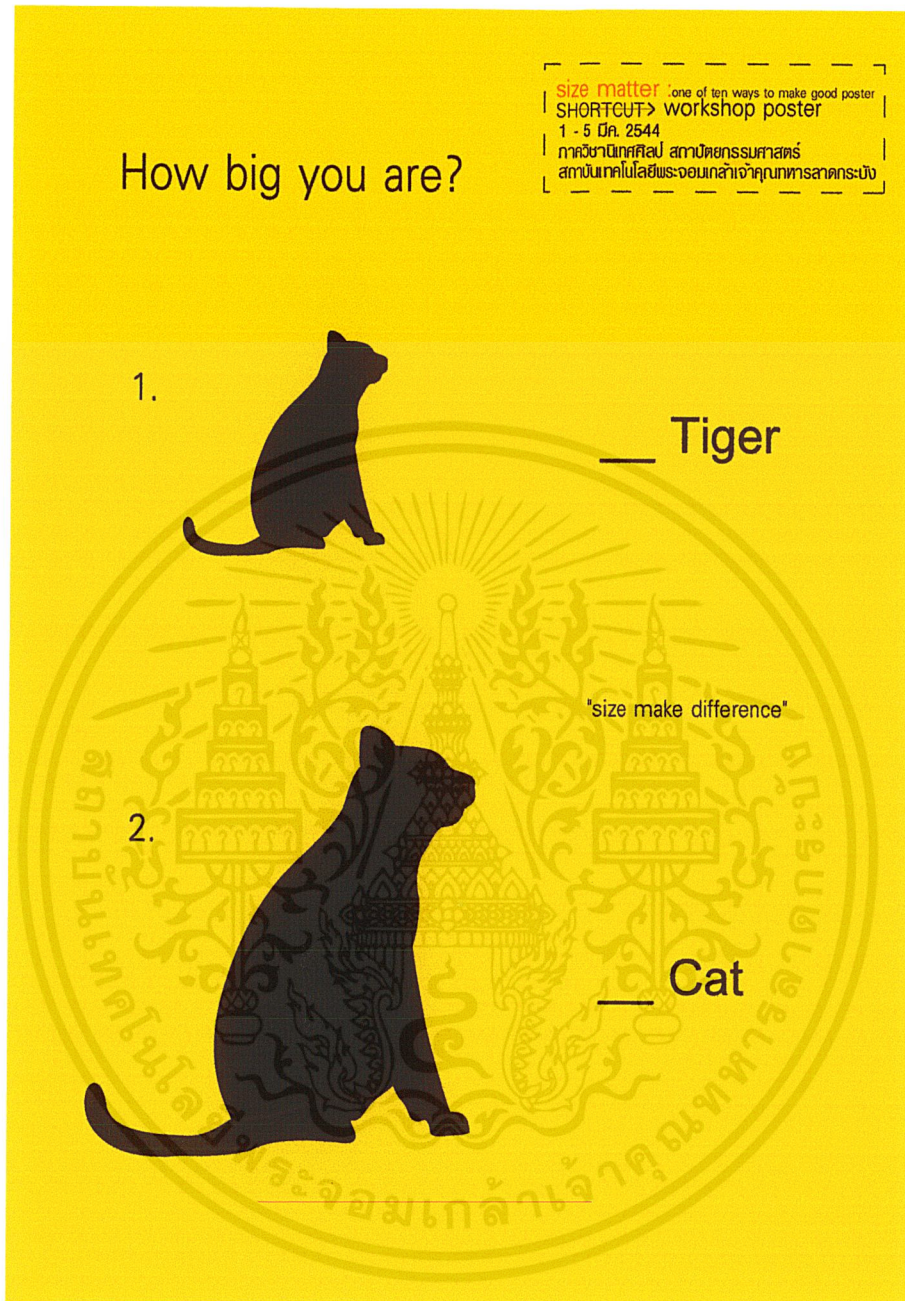
SHORTCUT → workshop posters
 have fun : one of ten ways to make good poster.
 1- 5 มค. 2544 [2.00 - 4.00 น.]
 ภาควิชาเทคโนโลยี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 3.3 have fun8

แผ่นนี้เป็นเรื่อง Have Fun จึงมีแนวคิดที่จะเล่นกับคำว่า Fun ซึ่งในภาษาไทยคือ ฟัน โดยใช้รูป ฟันปลอมเพื่อให้ดูขบขัน ใช้การเล่นสนุกโดยการเติมเหล็กดัดฟัน และใช้พาดหัวว่า รับจัดฟัน ซึ่งหมายถึงที่ workshop รับจัดความสนุกของคุณให้เข้าที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นที่ 4 Size Matter

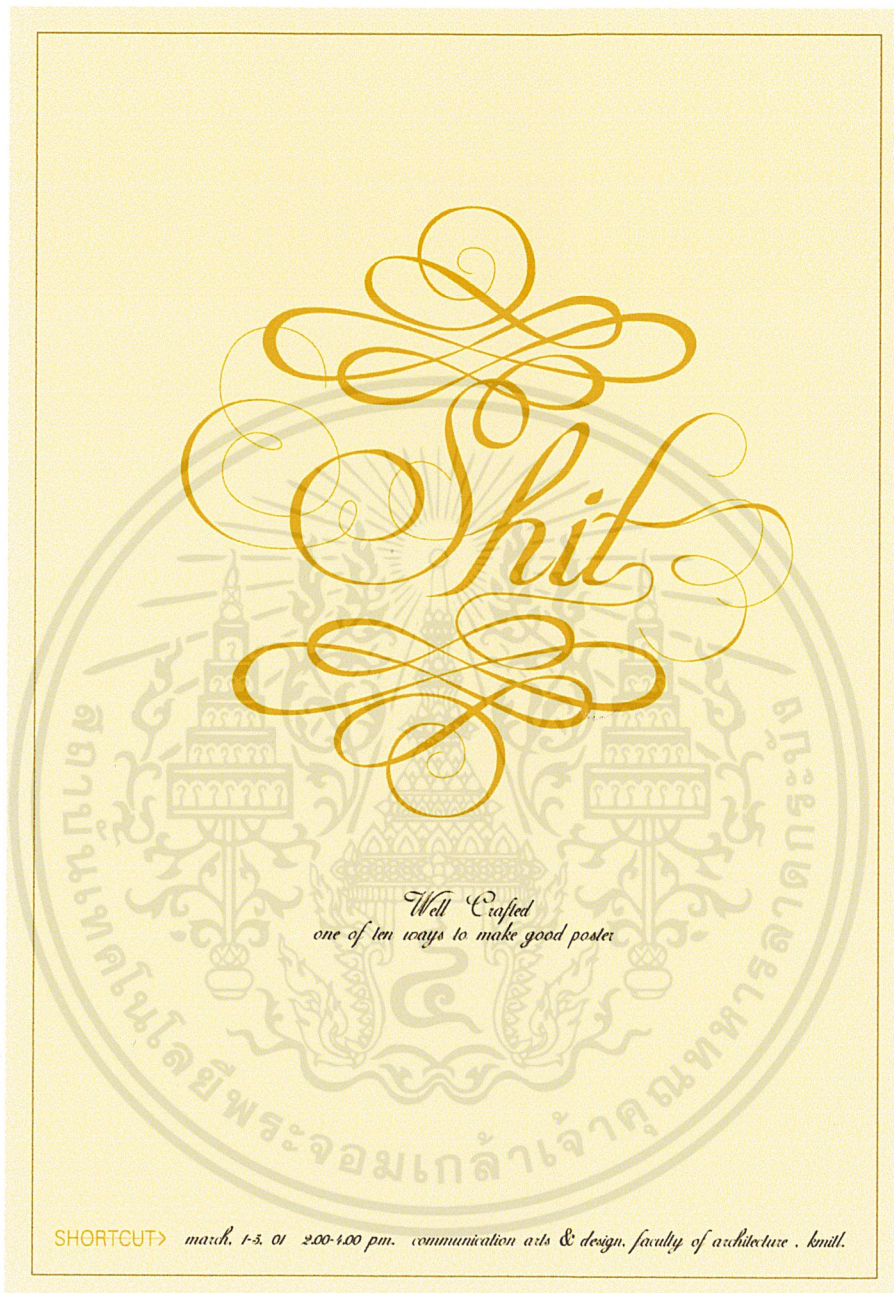


ภาพที่ 3.4 size matter5

ข้าพเจ้าต้องการเน้นที่ความสำคัญของขนาดโดยใช้ form ของเสือและแมวที่เหมือนกัน แต่ขนาดจะทำให้เราแยกออกว่าภาพไหนเป็นเสือภาพไหนเป็นแมวในรูปแบบของแบบฝึกหัดให้จับคู่ภาพกับคำให้ถูกต้อง และพาดหัวว่า How big you are? เป็นการท้าทายให้ไป workshop ได้พัฒนาการจัดวางจากแบบร่างครั้งที่ 1 และ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นที่ 5 Well Crafted



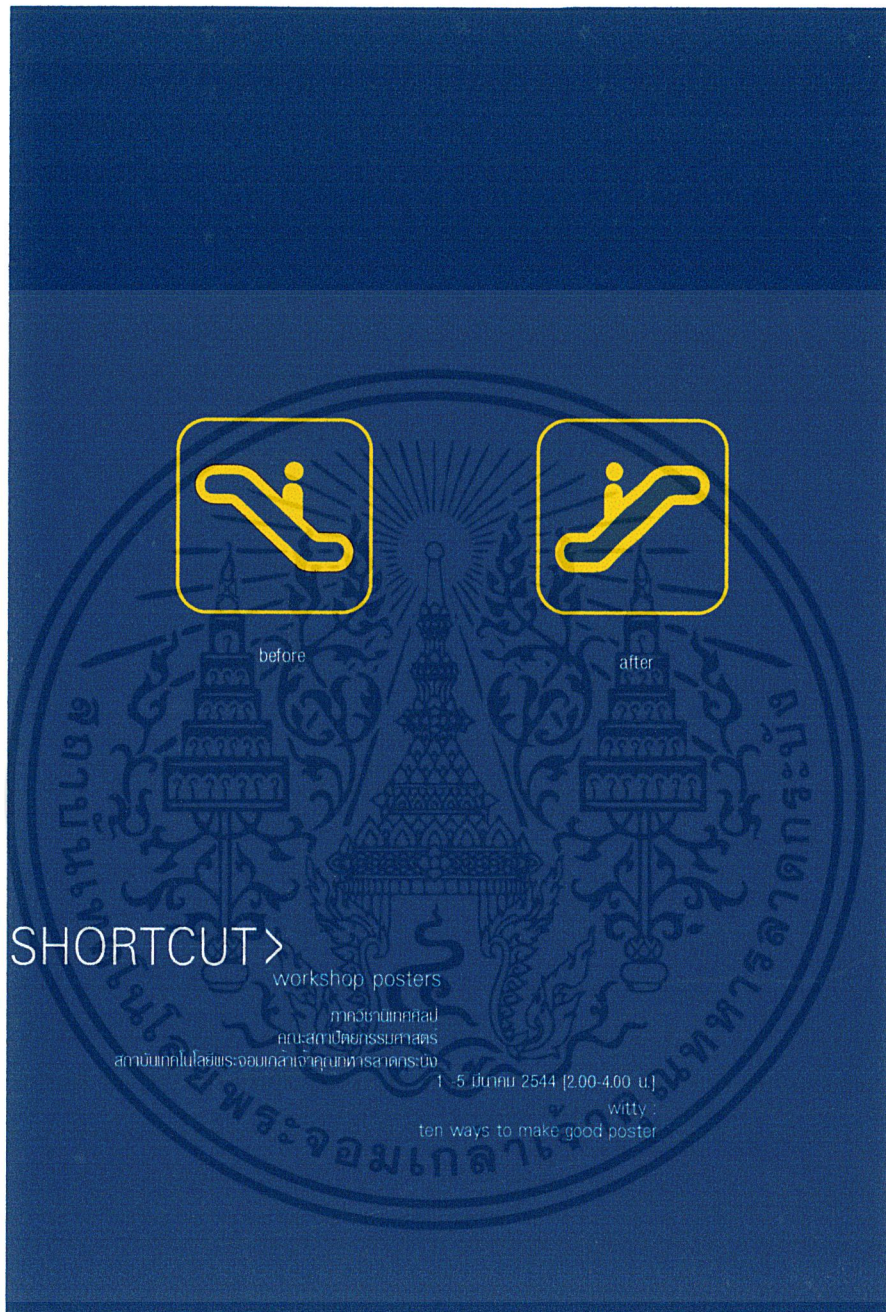
ภาพที่ 3.5 well crafted3

ข้าพเจ้าพยายามชี้ให้เห็นประโยชน์ของความปราณีตมากกว่าจะเน้นที่ความสวยงามเพียงอย่างเดียว โดยข้าพเจ้าตัดสินใจเลือกใช้คำว่า Shit แทนคำว่า Save Sex เพราะสามารถให้ผลที่ชัดเจนกว่า Shit เป็นคำคำที่หยาบคาย แต่ข้าพเจ้าใช้ความปราณีตเข้าช่วยให้ดูสวยงาม และลดความรุนแรงของความหมาย ทำให้ไม่รู้สึกลัวโดนด่า

ข้าพเจ้าได้เพิ่มส่วนที่เป็นลาย Script ให้ซับซ้อนสวยงามมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นที่ 6 Wiity

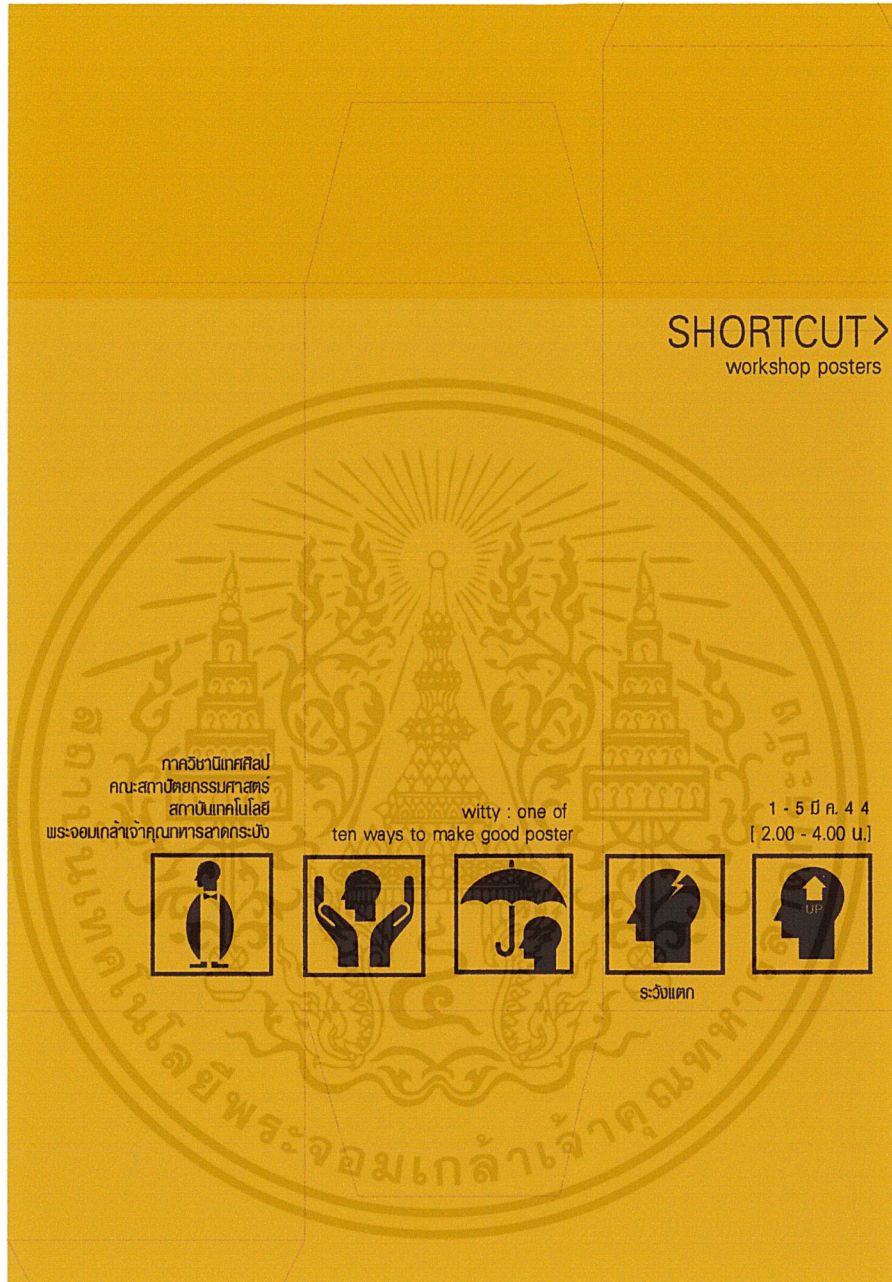


ภาพที่ 3.6 witty4

Witty ในแผ่นนี้ข้าพเจ้ามีแนวคิดในการนำ Symbol มาเล่นในรูปของ Before - After โดยใช้รูปบันได ทางขึ้น-ลง Symbol โดยปกติจะเป็นทแยงขวาข้างเดียวแต่มีลูกศรชี้ขึ้นกับชี้ลง แต่ข้าพเจ้าได้นำลูกศรออกไปแล้วใช้การพลิกกลับตั้งรูป โดยเล่นกับการรับรู้ของคนไทยที่จะดูจากซ้ายไปขวา เมื่อเห็นบันไดด้านบนก่อนแล้วค่อยเห็นด้านล่าง จึงรู้ว่าเป็นทางลง และเห็นข้างล่างก่อนข้างบนทำให้รู้ว่าเป็นทางขึ้น เพื่อที่จะสื่อความหมายว่า หลังจากมา Workshop แล้วคุณก็จะก้าวหน้าขึ้น (เลื่อนขั้น)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นที่ 6.1 Wiity

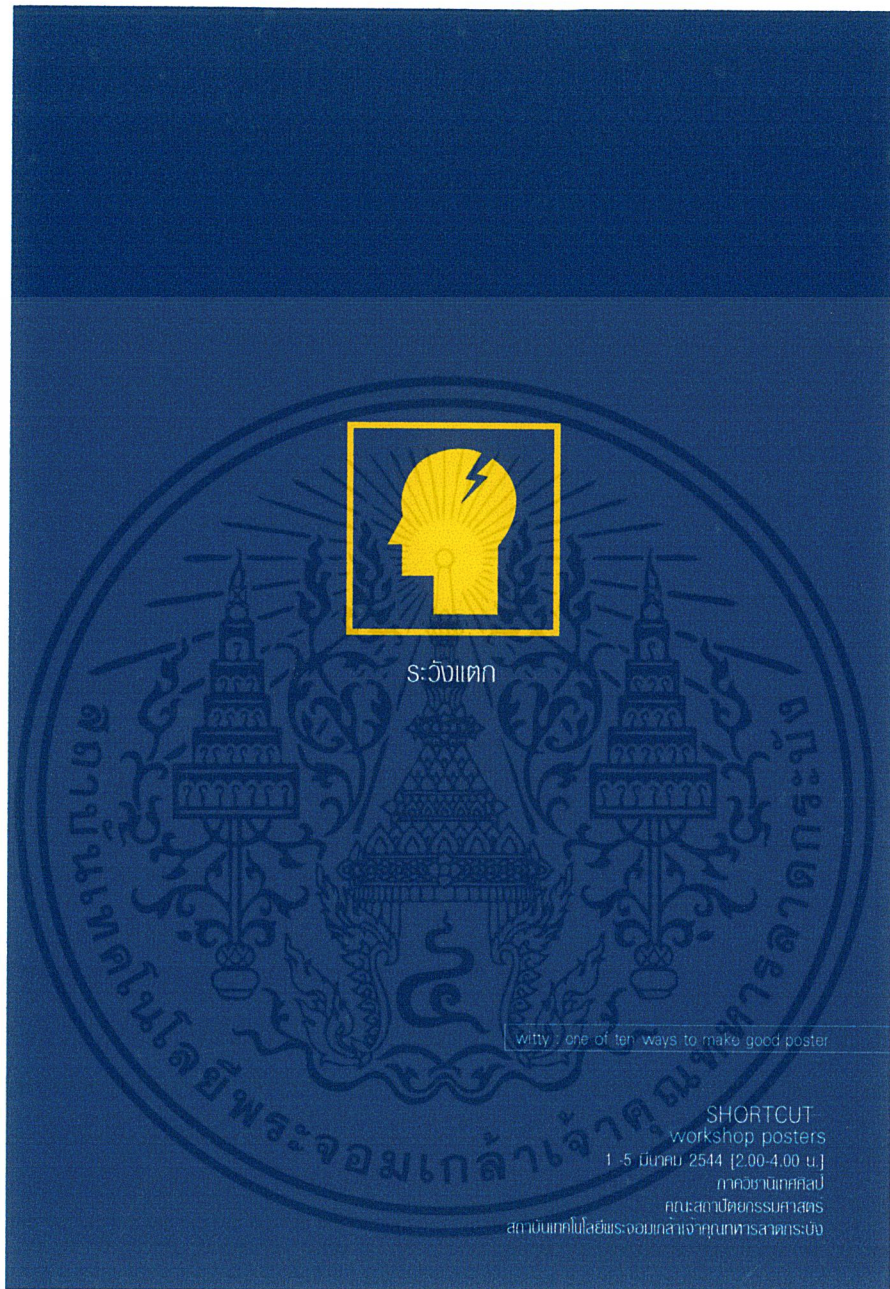


ภาพที่ 3.7 witty5

ในการออกแบบโปสเตอร์แผ่นนี้ ได้แนวคิดมาจากสัญลักษณ์ที่อยู่ข้างกล่อง เช่น รูปแก้วที่หมายถึงระวังแตก, รูปร่ม, รูปมือยกกล่อง ฯลฯ ทำให้เกิดแนวคิดในการนำรูปหัวคน มาแทนที่เพื่อสื่อความหมายแทนความคิด นำมาใส่แทนแก้วแตกเพื่อบอกว่าเมื่อมา Workshop ก็ระวังคิดหัวแตก ส่วนภาพอื่นก็มีความหมายตามสัญลักษณ์นั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นที่ 6.2 Wiity

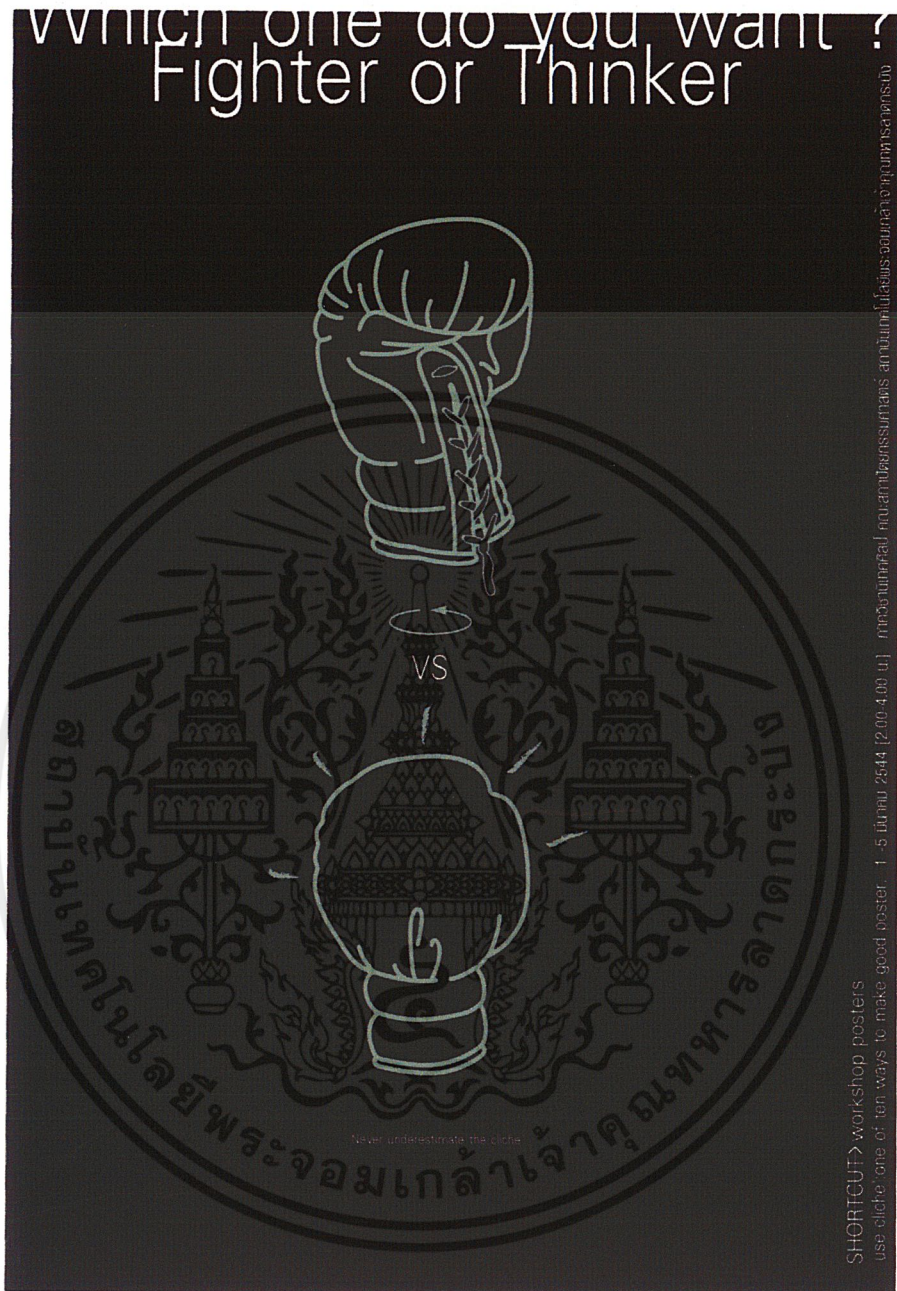


ภาพที่ 3.8 witty6

ในการออกแบบโปสเตอร์แผ่นนี้ ได้แนวคิดมาจากสัญลักษณ์ที่อยู่ข้างกล่อง เช่น รูปแก้วที่หมายถึงระวังแตก, รูปร่ม, รูปมีดพกกล่อง ฯลฯ ทำให้เกิดแนวคิดในการนำรูปหัวคน มาแทนที่เพื่อสื่อความหมายแทนความคิด นำมาใส่แทนแก้วแตกเพื่อบอกว่าเมื่อมา Workshop ก็ระวังคิดหัวแตก ส่วนภาพอื่นก็มีความหมายตามสัญลักษณ์นั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นที่ 7 Use Cliche'

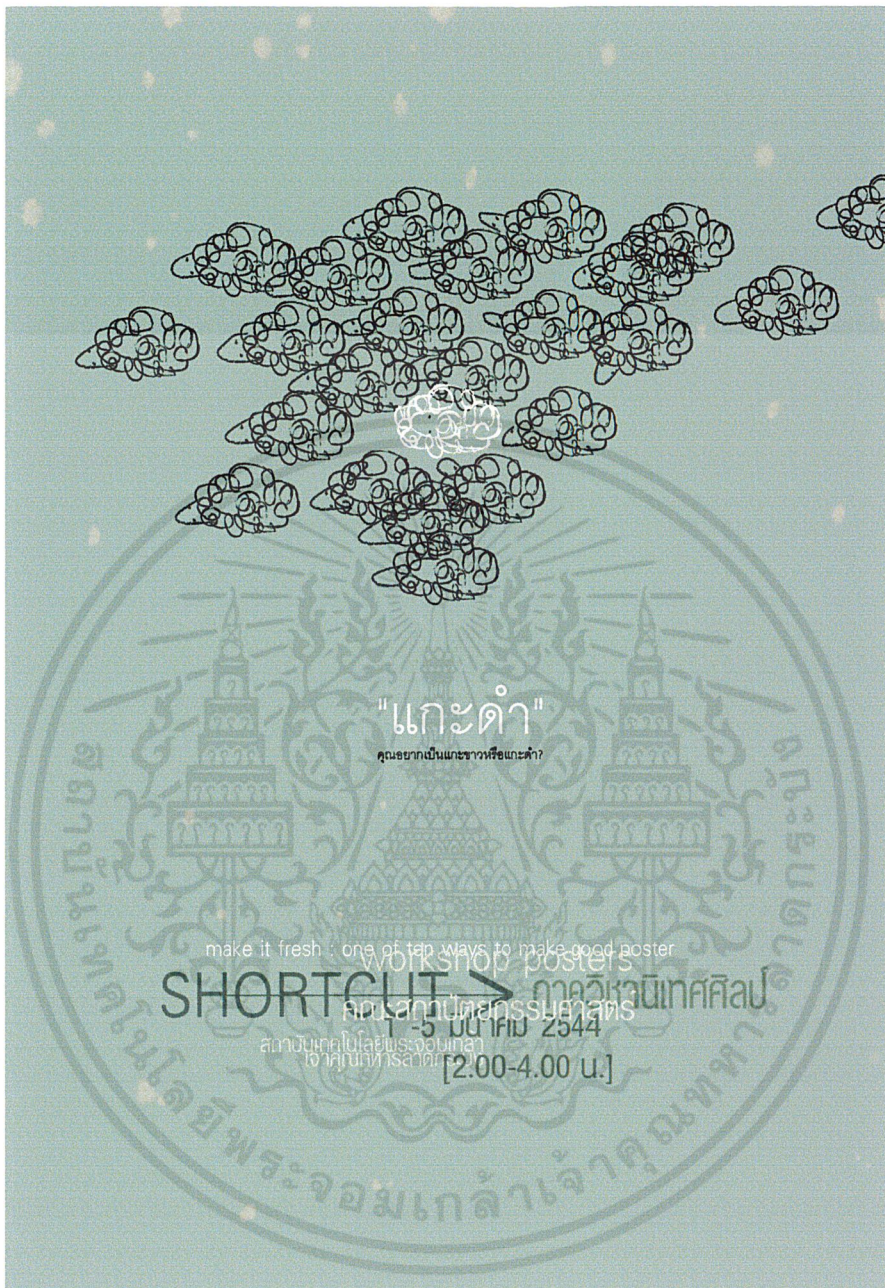


ภาพที่ 3.9 use cliché'3

Use Cliche' เป็นการใช้ของซ้ำซาก หรือสิ่งที่เห็นกันจนเบื่อแต่นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างภาพข้างบนนี้เป็นภาพนวม รูปร่างของนวมด้านหลังซึ่งเราหมุนกลับจะมีรูปร่างคล้ายกับหลอดไฟ จึงนำมาใช้ในการออกแบบโปสเตอร์ โดยเติมกราฟฟิกเส้นที่ทำให้เหมือนหลอดไฟสว่างเพื่อให้เหมือนหลอดไฟยิ่งขึ้น ซึ่งสื่อถึงการใช้ความคิด โดยการพาดหัวเพื่อให้เกี่ยวกับ Workshop ว่า "ให้คุณเลือกอย่างไรที่คุณอยากเป็น ระหว่างคนที่ใช้กำลังกับคนที่ใช้ความคิด" เล่นกับมุมมอง ถ้าคุณคิดว่ามันเป็นแค่ความมั่นใจก็จะเป็นแค่นวม ถ้าคุณคิดว่ามันเป็นได้มากกว่านั้นมันก็จะ เป็นได้มากกว่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

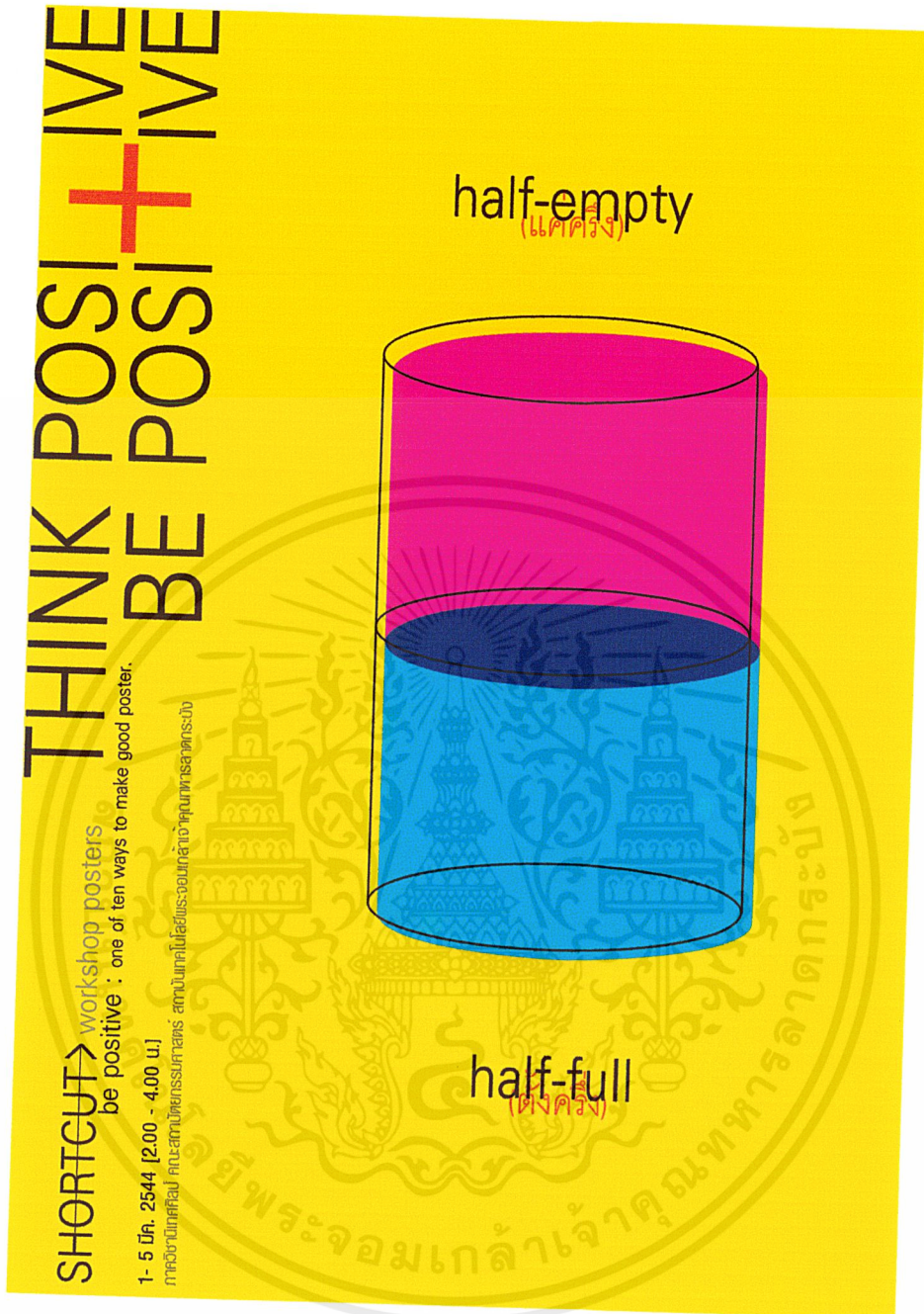
แผ่นที่ 8 Make it Fresh



ภาพที่ 3.10 make it fresh1

ในโปสเตอร์แผ่นนี้ต้องการจะบอกว่า การคิด การทำสิ่งใหม่ๆที่ต่างจากคนทั่วไปไม่ใช่เรื่องเลวร้าย โดยนำเอาสุภาษิตไทย คำว่า " แกะดำ " มาใช้ โดยให้แกะตัวที่ต่างจากตัวอื่นเป็นสีขาวและเขียนคำว่า " แกะดำ " โดยมีคำข้างล่างว่า คุณอยากเป็นแกะดำหรือแกะขาว การวาดภาพประกอบพยายามใช้มุมมองที่คนส่วนใหญ่ไม่ใช่ คือ การมองจากมุมมองบนแทนที่จะมองจากด้านข้าง

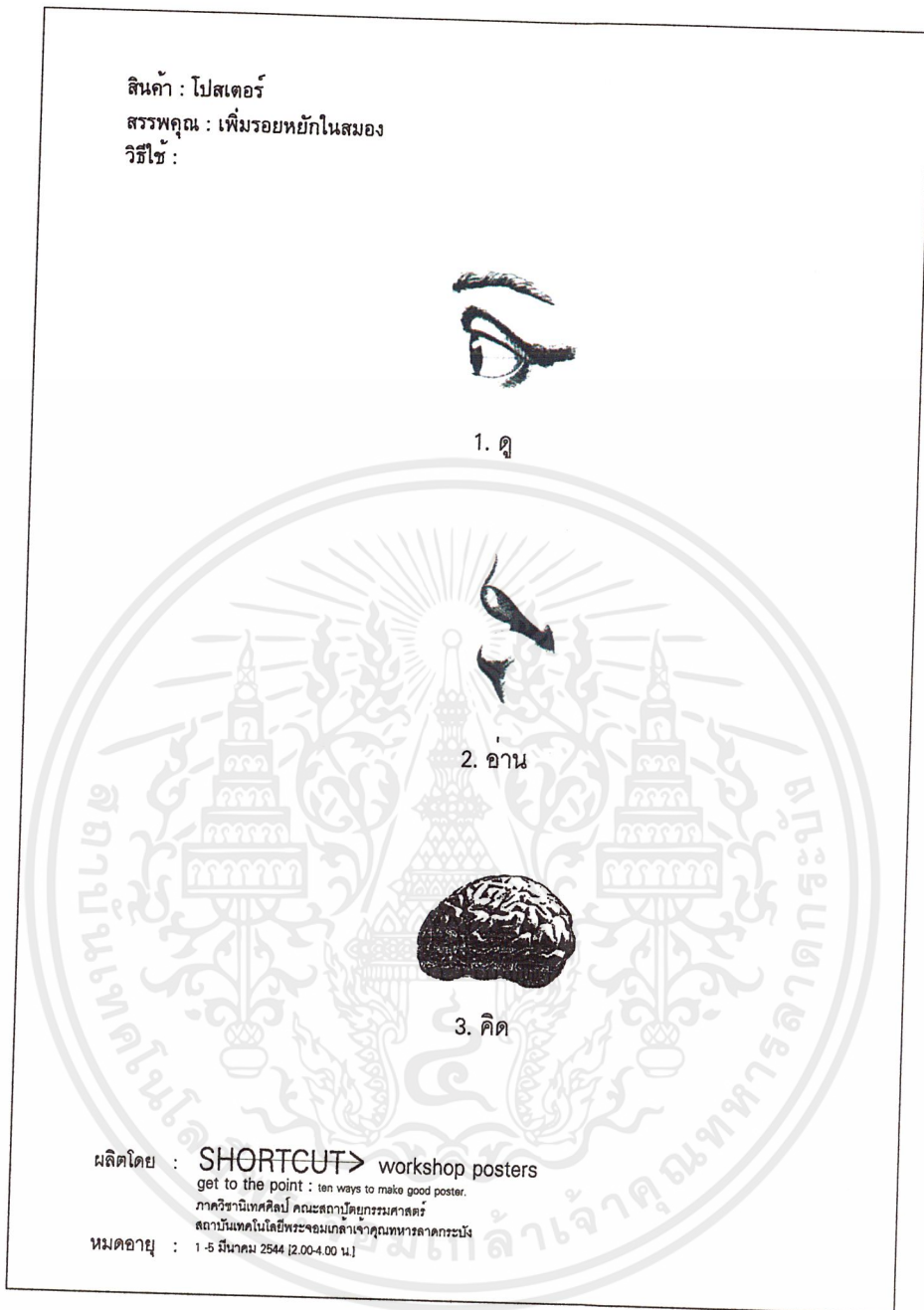
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.11 be positive

ต้องการจะบอกว่าถ้าคุณคิดดีก็จะได้ผลดี เหมือนกับการมองแก้วน้ำที่มีน้ำครึ่งแก้ว ถ้าคุณคิดว่ามันมีแค่ครึ่งแก้วมันก็จะมียิ่งแค่ครึ่งเดียว แต่ถ้าคุณคิดว่ามันมีตั้งครึ่งแก้วมันก็จะเหลืออีกตั้งครึ่งหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.12 get to the point4

Get to the Point มีแนวความคิดจากฉลากสินค้า เวลาเราซื้อของจะมีฉลากบอกถึงวิธีใช้ การพูด
ในจุดนี้ต้องตรงประเด็นชัดเจน ผู้บริโภคจะได้ใช้สินค้านั้นอย่างถูกต้องถูกวิธี ข้าพเจ้าจึงมีความคิดให้
ไปสเตอร์เป็นฉลากสินค้า โดยให้ไปสเตอร์เป็นสินค้าเอง มีสรรพคุณเพิ่มรอยหยักในสมอง และวิธีใช้ดัง
ภาพคือ ดู อ่าน คิด เป็นการบอกง่ายๆและตรงประเด็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุป

ในการออกแบบโปสเตอร์ “Ten ways to make good posters” สามารถตอบจุดประสงค์ในการออกแบบได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งอาจยังไม่ดีนักแต่ก็สามารถแสดงแนวทางในการออกแบบโปสเตอร์โดยชี้คุณสมบัติต่างๆในการออกแบบที่ทำให้โปสเตอร์เป็นโปสเตอร์ที่ดีค่อนข้างชัดเจน ตลอดจนสร้างแนวคิดใหม่ๆในการออกแบบได้ ในส่วนของข้อมูลยังไม่มากนักเนื่องจากต้องจำกัดขอบเขตของเนื้อหาเพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบของงานและช่วงเวลาการทำงานที่มี

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน

1. แนวความคิดบางชิ้นงานยังไม่สมบูรณ์เท่าที่ควรและยังสามารถพัฒนาได้อีก แต่จากมีเวลาที่จำกัด
2. ในการสื่อสารความเข้าใจในโปสเตอร์บางชิ้นยังไม่ชัดเจน เนื่องจากข้าพเจ้าพยายามสร้างโปสเตอร์ในทัศนคติของตนเอง อาจทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ยาก
3. ข้อมูลในโปสเตอร์บางส่วนยังไม่ชัดเจน
4. ข้าพเจ้าขาดทักษะทางด้านภาษาอังกฤษที่ดีพอ อาจทำให้การใ้คำไม่ไพเราะและไม่ถูกต้องตามหลักการนัก

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. รู้จักการสร้างงานออกแบบอย่างเป็นขั้นตอน และสามารถอธิบายรายละเอียดในการทำงานได้
2. เกิดความรู้ความเข้าใจในการออกแบบโปสเตอร์มากขึ้น ตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้
3. เกิดความชำนาญในการประยุกต์ใช้สิ่งต่างๆ รวมทั้งข้อมูลที่ได้รับ และนำเสนอข้อมูล ตลอดจนแนวคิดอย่างมีเหตุผล
4. ได้ทดลองทำงานจริงในการออกแบบ ทราบข้อบกพร่องและปัญหาซึ่งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงในการทำงานต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- McAlhone, Beryl & Stuart, David. **A SMILE IN THE MIND**: witty thinking in graphic design.
- **POSTER GRAPHIC: SIGN FROM SELECTED INDUSTRIES** Vol. 2
- Arthur Niggli. **INTERNATIONAL POSTER ANNUAL**: Vol. 3
- **POSTER EXHIBITION BY** Ten world graphic.
- Martin Peterson, B. **POSTER** : Graphic poster 97.
- **BEST OF GRAPHIC POSTER**: 1993, Singapore.
- Brody, Neville. **GRAPHIC LANGUAGE**.
- **THE 100 SHOW**, The Sixteenth Annual of the American Center for Design.
- Grange, Kenneth, **THE LOOK OF THE CENTURY**, Dorling Kinderley Limited, 1996, London



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้