

# สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การถ่ายภาพโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน Propaganda

ADVERTISING PHOTOGRAPHY FOR PROMOTING PROPAGANDA SHOP



นางสาวจุฑาทพร รักไพฑูรย์  
Miss JUTAPORN RUXPAITON

เลขหม.....  
เลขทะเบียน 44891  
วัน, เดือน, ปี 15 ส.ค. 2546

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

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการถ่ายภาพ ภาควิชาศิลปะศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ปีการศึกษา 2544  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

โครงการถ่ายภาพโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน Propaganda  
Advertising photography for promoting propaganda shop

นางสาวจุฑาทพร รักไพฑูรย์  
MISS JUTAPORN RUXPAITOON

ภาควิชาศิลปะการถ่ายภาพ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาการถ่ายภาพ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... กิตติ อมรพัฒน์กุล ..... วันที่ 25-3-2545

(อ.กิตติ อมรพัฒน์กุล)

หัวหน้าภาควิชา..... อรวิศักดิ์ รักใหม่ ..... วันที่ 7 มี.ค. 45

(อ.อรวิศักดิ์ รักใหม่)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย)	โครงการถ่ายภาพโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน Propaganda
(ภาษาอังกฤษ)	Advertising photography for promoting propaganda shop
ชื่อ	นางสาวจุฑาพร รักไพฑูรย์
สาขา	วิชาการถ่ายภาพ
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2544
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์กิตติ อมรพัฒนกุล

#### บทคัดย่อ

ผลิตภัณฑ์ของร้าน Propaganda เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้น Art Idea กล่าวคือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์เป็นเอกลักษณ์ สีสันสะดุดตา และมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ในแนวกราฟฟิกต่างๆ ที่ดึงดูดความน่าสนใจ

ในการสร้างงานภาพถ่ายโฆษณาของโครงการนี้ จึงเลือกใช้ตัวผลิตภัณฑ์ ที่มีการออกแบบที่น่าสนใจในเรื่องของสีสัน ลวดลาย ต่างๆ เพื่อสื่อถึงภาพลักษณ์ของร้านโดยใช้แนวความคิดผลิตภัณฑ์สามารถช่วยสร้างสีสันบรรยากาศรอบๆ ตัวของผู้ใช้ให้ดูโดดเด่นบอกถึงรสนิยมของผู้ที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Propaganda โดยนำเสนอแบบ Metamorphosis ด้วยการทำให้โทนสี ลวดลาย ของผลิตภัณฑ์ที่ได้แพร่ขยายไปในสภาพแวดล้อม ผู้ใช้ ภาพมีลักษณะเหนือจริง เพื่อให้ดูแปลกตาให้ภาพบ่งบอกภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ ใช้เจลสีในการจัดแสงเพื่อสร้างความสะดุดตาในโฆษณาทางหน้านิตยสาร มีการใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดวางองค์ประกอบหน้าโฆษณา โดยใช้สโลแกน : ให้บรรยากาศของ Propaganda สะท้อนรสนิยมเฉพาะคุณ (Let propaganda ambiance reflect your uniqueness)

## แนวความคิด

ธุรกิจภาพถ่ายโฆษณาเป็นงานออกแบบสื่อสารที่ถูกสร้างอย่างมีขั้นตอนผ่านกระบวนการคิดสร้างสรรค์จากผู้คิดงานโฆษณา ช่างภาพมีหน้าที่นำเสนอความคิดจากกระบวนการนั้นมาถ่ายทอดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

การถ่ายภาพโฆษณาต้องสามารถชักจูงใจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายให้รู้สึกเข้าใจถึงภาพพจน์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ เพราะภาพถ่ายโฆษณาต้องสามารถสื่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สะท้อนแนวคิดในการโฆษณาของผลิตภัณฑ์ได้ด้วย

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบภาพถ่ายโฆษณาหน้าหนังสือนิตยสารต่างๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์
2. เรียนรู้ที่จะกำหนดแนวคิดของการทำโฆษณาทางหน้าหนังสือ นิตยสาร นำมาสร้างเป็นงานภาพถ่ายเพื่อให้เข้ากับผลิตภัณฑ์และผู้บริโภค
3. ศึกษาและเรียนรู้การทำงานในการถ่ายภาพโฆษณาที่ต้องมีการกำหนดรูปแบบ องค์ประกอบ การจัดวางหน้านิตยสาร เพื่อใช้ในการโฆษณา
4. ศึกษาการถ่ายภาพโดยใช้เจลลีต่างๆ มาผสมผสานกันในภาพถ่ายโฆษณา เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าใจและสื่อสารได้
5. ศึกษางานการสื่อสารในรูปแบบ Metamorphosis ให้สอดคล้องกับงานโฆษณา เพื่อให้สอดคล้องกับงานโฆษณา เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าใจและสื่อสารได้
6. ศึกษาทดลองการ Paint สีสบนวัตถุต่างๆ เพื่อสร้างบรรยากาศในภาพ การใช้คอมพิวเตอร์จัดวางโฆษณา การใช้คอมพิวเตอร์ในการปรับแต่งตัวอักษรบนหน้าโฆษณา

## ขอบเขตการศึกษา

ผลงานภาพถ่ายโฆษณาขนาด 22 x 29.5 ซม.

จำนวน 8 ภาพ

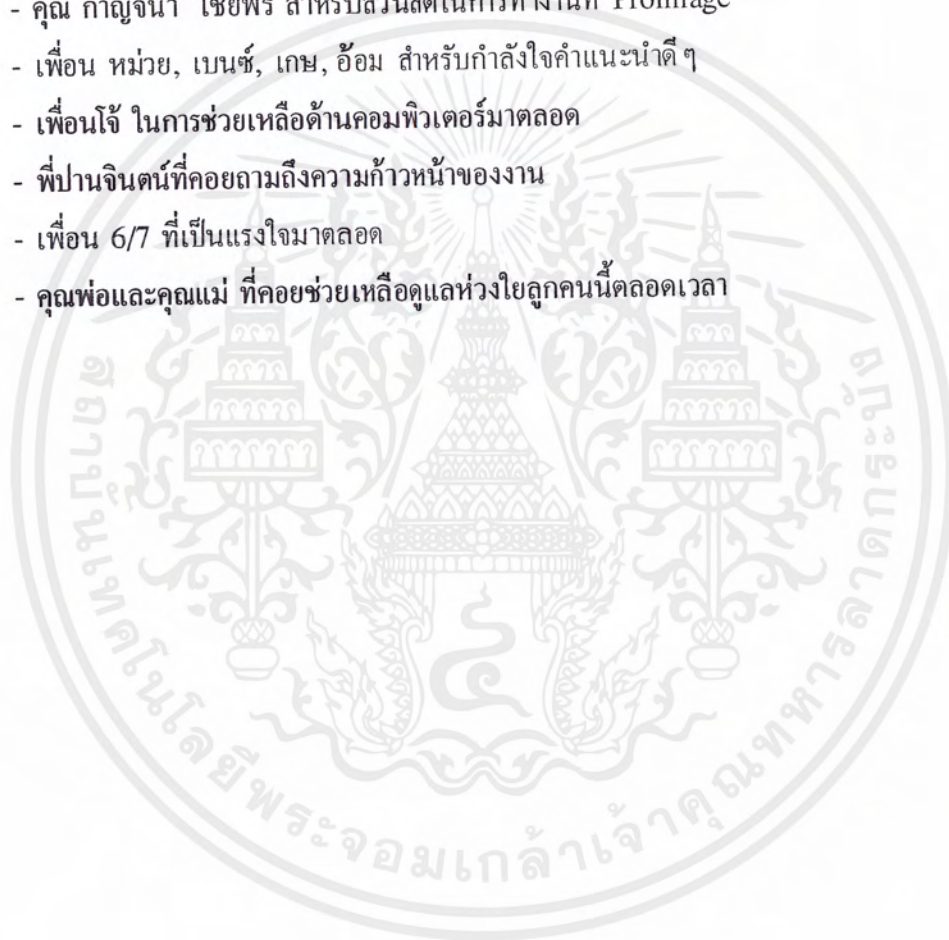


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

### ขอขอบคุณ

- อาจารย์ กิตติ อมรพัฒนกุล ที่เปิดโอกาสให้ทำงานอย่างอิสระและคำแนะนำที่ดี
- อาจารย์ ชัยวุฒิ พุทธิทอง สำหรับข้อสงสัยที่คอยตอบคำถามตลอด
- อาจารย์ทุกท่านที่เคยอบรมสั่งสอนและให้ความรู้
- คุณ กัญฐลวีลย์ ช่วยบุญ สำหรับข้อมูลของร้าน Propaganda
- คุณ กาญจนา เชยพร สำหรับส่วนลดในการทำงานที่ ProImage
- เพื่อน หม่วย, เบนซ์, เกษ, อ้อม สำหรับกำลังใจคำแนะนำดี ๆ
- เพื่อนโจ้ ในการช่วยเหลือด้านคอมพิวเตอร์มาตลอด
- พี่ปานจินต์ที่คอยถามถึงความก้าวหน้าของงาน
- เพื่อน 6/7 ที่เป็นแรงใจมาตลอด
- คุณพ่อและคุณแม่ ที่คอยช่วยเหลือดูแลห่วงใยลูกคนนี้อย่างเต็มที่ตลอดเวลา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ

### บทที่

1. บทนำ.....	
1.1 ข้อมูลโดยสังเขปของร้าน Propaganda.....	1
1.2 วิเคราะห์ข้อมูล.....	2
1.3 ภาพบรรยากาศภายในร้าน Propaganda.....	3
2. รูปแบบการนำเสนอ .....	
2.1 การแบ่งแนวภาพถ่ายโฆษณาพอสังเขป.....	5
2.2 นำเสนองานการสื่อสารแบบ Metamorphosis.....	7
2.3 การจัดแสงในรูปแบบ Metamorphosis.....	7
2.4 ภาพประกอบงานในแนว Metamorphosis.....	9
3. วิเคราะห์สรุปข้อมูลแบบร่างครั้งที่ 1	
3.1 การทดลองการใช้สี.....	11
3.2 ภาพประกอบการใช้สี.....	12
3.3 การทำงานในระยะที่ 1 แบบร่างที่ 1.....	15
3.4 ประเมินผลงาน แบบร่างที่ 1.....	16
4. สรุปผลการออกแบบ	
4.1 วิเคราะห์สรุปข้อมูลในการออกแบบครั้งที่ 2 .....	17
4.2 แบบร่างครั้งที่ 2.....	18
4.3 แบบร่างรูปแบบหน้าโฆษณา .....	26
5. การสร้างสรรค์ผลงาน.....	
5.1 อุปกรณ์ในการทำงาน .....	27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2	แผนผังการจัดแสงและผลงานสำเร็จในแต่ละภาพ .....	28
5.3	สรุปผล และข้อเสนอแนะ.....	52
	บรรณานุกรม.....	53
	ประวัติผู้เขียน.....	54



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บทที่ 1

### ข้อมูลโดยสังเขปของร้าน Propaganda

ในอดีต Propaganda เป็นชื่อของโปรดักส์ชิ้นเข้าส์ที่มีชื่อในเรื่องของงานออกแบบสิ่งพิมพ์ตั้งแต่ปี 2537 จนถึงปัจจุบัน ร้าน Propaganda เริ่มจากกลุ่มคนผู้สร้างสรรคงานโฆษณา 4 คน โดยมีแกนนำหลัก คุณสาธิต กาลวันตวานิช, คุณบุญเกียรติ กอสนาน, คุณเมตตา สุดสวาท และคุณยอดเพชร สุดสวาท ได้เกิดแนวความคิดว่าในประเทศไทยยังไม่มีตลาดของกลุ่มข้าวของเครื่องใช้ตกแต่งบ้าน ในรูปแบบของงานไอเดี่ย จึงได้สร้างสรรค์ผลงานเหล่านี้ขึ้น โดยทำการเปิดตัวแห่งแรกที่บริเวณสยามสแควร์ ในปี 1996 ได้นำผลิตภัณฑ์ของต่างประเทศมาจำหน่ายโดยมีบริษัท Propaganda graphic design เป็นผู้นำสื่อทางด้านงานออกแบบกราฟฟิค มานำเสนอ ทางผลิตภัณฑ์ โดยย้ายจากบริเวณสยามสแควร์มาดำเนินกิจการต่อที่ชั้น 4 ของ THE EMPORIUM SHOPPING COMPLEX โดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเห็นเป็นงานผลิตภัณฑ์มีแนวโน้มในด้าน Trade design จึงสนใจนำผลิตภัณฑ์ของ Propaganda ไปจำหน่ายยังต่างประเทศโดยมี 2 สาขาในประเทศ ฝรั่งเศส, อังกฤษ จัดได้ว่า Propaganda เป็นธุรกิจ SME ของประเทศไทยที่ไปประสบความสำเร็จออกไปแข่งขันบนเวทีต่างประเทศ

### กลุ่มสินค้าของ Propaganda แบ่ง 4 ประเภท

1. ภาชนะที่ใช้บนโต๊ะอาหาร (Tableware)
2. อุปกรณ์ตกแต่งห้อง (Living decoration)
3. อุปกรณ์ในห้องน้ำ (Bathroom accessories)
4. เบ็ดเตล็ด

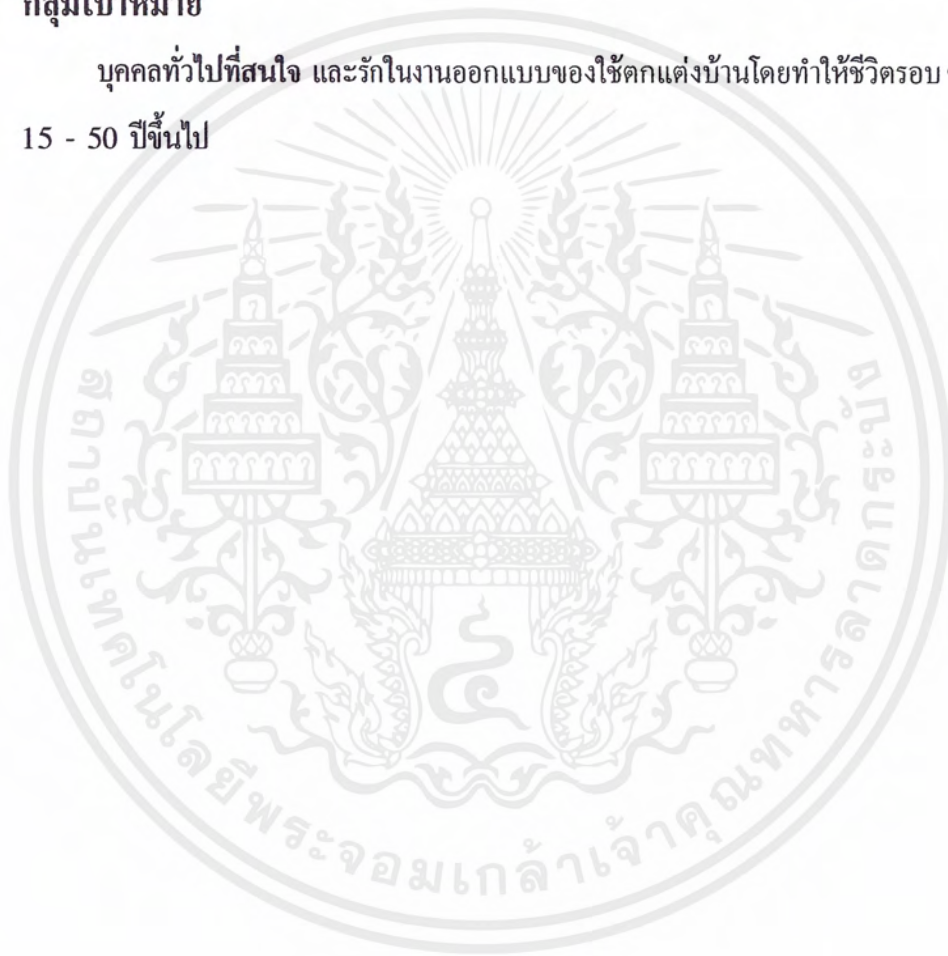
## วิเคราะห์ข้อมูล

แนวคิดหลักของร้าน Propaganda

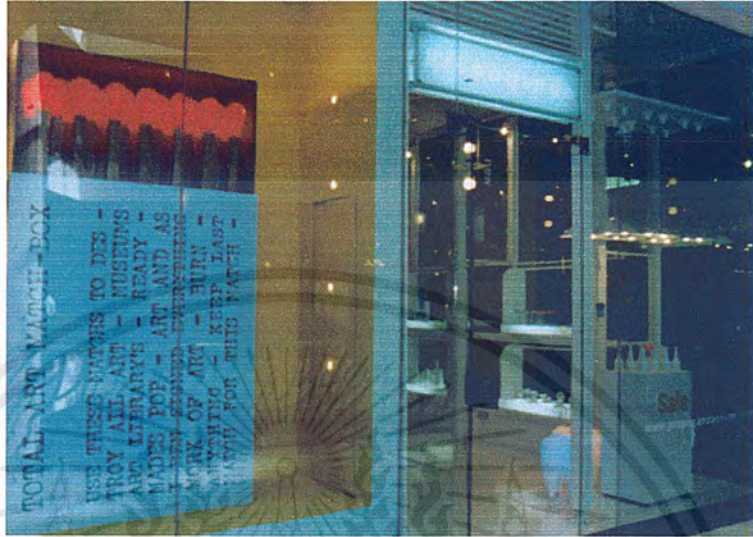
ผลิตภัณฑ์ที่เน้นทางด้านการออกแบบความคิดสร้างสรรค์งานเทรดดิ้ง และรูปแบบตกแต่งร้านเน้นความคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก

## กลุ่มเป้าหมาย

บุคคลทั่วไปที่สนใจ และรักในงานออกแบบของใช้ตกแต่งบ้านโดยทำให้ชีวิตรอบ ๆ ตัวมีสีสัน อายุ 15 - 50 ปีขึ้นไป



### บรรยากาศภายในร้าน Propaganda



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น อนุญาตให้นำไปใช้  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูงาน ณ เมียนยูนิเวอร์ซิตี เทคโนโลยี ประเทศไทย  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

การถ่ายภาพโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน Propaganda โดยนำเสนอการสื่อสารของ Metamorphosis ผสมกับผลิตภัณฑ์ของร้านที่เป็นการออกแบบ Art idea นำเสนอในมุมมองถ่ายภาพโฆษณาที่มุ่งสะท้อนให้เห็นถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ในแต่ละชนิดก็บอกถึงรสนิยมต่างๆ ของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยสื่อให้เห็นในเรื่องราว ความสดใส สะอาดตา มีสีสัน ระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค

ภาพถ่ายโฆษณาต้องผ่านขบวนการคิดที่จะสื่อสารให้กับบุคคลอื่นๆ เข้าใจตรงกัน เพราะการถ่ายภาพโฆษณาต้องชักจูงใจระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ การสร้างสรรค์ภาพถ่ายโฆษณาที่ดีต้องส่งเสริมภาพลักษณ์สร้างภาพพจน์ คอบใจทย์ให้กับผู้รับชมภาพถ่ายในแต่ละภาพมีภาษาภาพ ทั้งในองค์ประกอบของเรื่องราวในการสร้างงาน การจัดแสง จัดองค์ประกอบต่างๆ ในภาพ ฯลฯ

ภาพถ่ายโฆษณาในหน้าหนังสือ นิตยสาร ต้องน่าสนใจ สะอาดตา มีรายละเอียด มีการจัดแสง มุมมองของกล้องในการเล่าเรื่อง

**การถ่ายภาพโฆษณามีองค์ประกอบคร่าว ๆ ดังนี้**

1. ข่าวสารและข้อมูลสื่อสาร (Information)
2. บุคลิกภาพและอารมณ์ (Character)
3. การตีความ (Interrelation)
4. การจดจำ (Recognition)

**แนวภาพถ่ายโฆษณาที่พอสักเกตและรวบรวมพอสักเจป**

1. Big-set illustration การสร้างฉากต่างๆ เพื่อการถ่ายภาพโฆษณาเป็นการจัดจำลองเหตุการณ์ต่างๆ ขึ้นมาในการแสดงออกถึงอารมณ์ต่างๆ ของภาพและบุคลิกของผลิตภัณฑ์
2. Still life การถ่ายภาพโฆษณาแบบหุ่นนิ่งเน้นการจัดแสง กับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการนำเสนอโดยจุดเด่นอยู่ที่ผลิตภัณฑ์นั้นๆ มากกว่าสิ่งอื่นๆ ในภาพ
3. Food ภาพถ่ายอาหาร เน้นการจัดแสง เพื่อให้ดูน่ารับประทาน
4. Beauty ภาพถ่ายความสวยงาม เน้นการแต่งหน้าที่สวยงามให้ดูแปลกตาไปจากเดิม มักจะนำไปโฆษณาเครื่องสำอางต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. Fashion                      ภาพถ่ายทอด บุคลิก ลักษณะเด่น ของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้ามากกว่าตัวบุคคล เพื่อให้เห็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์มากกว่าสิ่งอื่น ๆ
6. Interiors                      ภาพถ่ายอาคาร ตึก สำนักงาน ทั้งภายใน - ภายนอกอาคาร สามารถนำไปใช้ในการทำโฆษณาขายอสังหาริมทรัพย์ได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เทคนิคการนำเสนองานสื่อสารในรูปแบบ Metamorphosis

Metamorphosis คือ การเปลี่ยนแปลงหรือกำลังเปลี่ยนแปลงจากอันหนึ่งเป็นอีกอันหนึ่งแต่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ยังไม่สมบูรณ์แบบ เหมือนกับการค่อยๆ แพร่ขยายหรือคลี่คลายไปเป็นอีกอย่างหนึ่ง

จากการสังเกตและรวบรวมงานงานในแนวการสื่อสารในรูปแบบ Metamorphosis งานในลักษณะนี้ได้แบ่งจำแนกกลุ่มใหญ่ๆ มา 2 กลุ่ม

1. งานในลักษณะวัตถุนั้นๆ ถูกดัดกลับไปกับตัวฉาก ที่ได้ทำการประกอบโดยที่สามารถทำให้งานนั้นดูกลมกลืนได้จากการใช้คอมพิวเตอร์มากเป็นตัวช่วย ในการทำการรีทัชให้ดูสมบูรณ์ การใช้การ painting จากสีมาเป็นตัวช่วยในการดูกลมกลืนกับฉาก เช่นงาน Body art ที่เป็นการ paint โดยให้กลืนกับฉาก ของงานนั้นๆ

2. ในงานลักษณะที่นำเสนอวัตถุ 2 ชนิด มาเป็นตัวผสมผสานในงาน Metamorphosis โดยที่ใช้วัสดุชนิดหนึ่งมาเป็นตัวแทนของเดิมของวัตถุเดิม (รูปประกอบตัวอย่าง) สามารถทำให้งานดูสมบูรณ์ได้โดยใช้คอมพิวเตอร์ มาเป็นตัวช่วยในการรีทัชให้งานดูสมบูรณ์ ใช้วิธีการนำสิ่งของมาติดตามวัตถุที่จะนำมาแทนที่วัตถุเดิมใช้วิธีการ Paint ลงบนผิวหนังของคนเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบกับสิ่งที่ต้องการจะสื่อสาร

## การจัดแสงในงานสื่อสารในรูปแบบ Metamorphosis

จากการสังเกตและรวบรวมแนวทางการจัดแสงในงานลักษณะที่นี้พอจะแบ่งจำแนกกลุ่มๆ ได้ดังนี้

1. การจัดแสงในลักษณะแสงสว่างส่วนน้อย (Low key) ในงาน Metamorphosis เป็นลักษณะการจัดแสงแบบตรงข้ามกับแสงสว่างทั่วไป โดยจัดแสงทิศทางเดียวส่องไปยังแบบให้มีคามสว่างเป็นเนื้อที่น้อย สีแต่ละสีมีอารมณ์ของภาพที่แตกต่าง สีที่ร่วมกันเป็นโทนสีเข้มจะให้ความรู้สึกหรืออารมณ์ของภาพที่ภาพโทนเข้มเงียบขรึม, เงียบขรึม, มีพลัง ภาพในโทนเข้มภาษาทางการถ่ายภาพเรียกว่า Low key คือภาพที่มีแต่สีเข้มอันประกอบด้วยลักษณะโทนสีดำ สีน้ำเงิน สีน้ำตาลเข้ม หรืออาจจะมีสีแดง สีเขียว ประกอบอยู่ในภาพก็ได้ แต่จะต้องเป็นสีแดงเข้ม และสีเขียวทึบ

ลักษณะของงานภาพ Low key จะต้องมีไม่มีส่วนสว่างหรือสีสดอยู่ในภาพ แต่อาจมีการเล่นแสงเงาเป็นบางส่วนเช่นแสงตรงขอบวัตถุ (Rim light) ได้เล็กน้อย แต่จะต้องมีพื้นที่ไม่เกิน 5 - 10 เปอร์เซ็นต์ ในภาพและเป็นแสงสีขาวเท่านั้น แต่ภาพ low key จะไม่ใช่ภาพที่ส่วนใหญ่เป็นเงามืดแล้วมีแสงส่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของงานออกแบบกราฟิกดีไซน์ โดยมีผู้อยู่ที่เห็นชอบที่จะใช้เอกสารนี้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลงถูกตรงจุดเด่นของภาพ (Intenacity) เพราะภาพ low key เป็นการแสดงภาพโดยรวมคือเด่นทั้งภาพเพื่อให้ความรู้สึกที่เงียบขรึม, โทงสีเข้ม, สง่างาม

ภาพในลักษณะ low key ในงานโฆษณาสื่อสารในรูปแบบ Metamorphosis เน้นสร้างอารมณ์ของงานให้ดูเคร่งขรึมมีพลังในภาพ เป็นการจัดแสงขึ้นมาเพื่อให้ทั้งตัวบุคคลที่เป็นแบบและตัวผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่นำมาสื่อสารในงานดูมีพลังและดูมีอำนาจของงานโฆษณานั้น ๆ

2. การจัดแสงในลักษณะใส่สีหน้าไฟแฟลช (Flash filter) ใส่สีสันโดยใช้เจลสีต่างๆ มาผสมหรือการใช้การสะท้อนของสีเข้ามาสร้างสีสันในงาน Metamorphosis

เป็นลักษณะการถ่ายภาพต้องการใช้ฟิลเตอร์สีมาสวมหน้าไฟแฟลช หรือการนำกระดาษตะกั่วสีต่างๆ มาเป็นการสะท้อนสีสันเข้าไปในภาพ นิยมใช้ในการตกแต่งภาพให้มีสีสันแปลกตาออกไปจากสีไฟแฟลชทั่วไป ในการจัดแสงชนิดนี้กับงาน Metamorphosis สามารถนำมาประยุกต์ใช้กันได้ด้วยตัวบุคคล และวัตถุผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างผลพิเศษของสีได้เช่นกัน สิ่งที่สำคัญคือการเลือกวัตถุ และฉากหลังของภาพก็จะเกิดขึ้นจากการที่แฟลชกระทบกับผิวของวัตถุแล้วสะท้อนออกมาสู่ฟิล์ม ถ้าวัตถุนั้นโปร่งแสง หรือทึบแสงน้อย แสงที่สะท้อนก็น้อยตามไปด้วย

การใช้ฟิลเตอร์สีสวมที่หน้าไฟแฟลชจะมีความแตกต่างจากการใช้ฟิลเตอร์สีมาใส่ที่บริเวณหน้าเลนส์โดยตรง เมื่อใช้ฟิลเตอร์สีใส่หน้าเลนส์ ภาพทั้งภาพจะได้รับอิทธิพลของสีนั้น ๆ แต่การใช้ฟิลเตอร์สีที่หน้าไฟแฟลช เฉพาะวัตถุที่ถูกแสง แฟลชเท่านั้นที่จะได้รับอิทธิพลของสีนั้น ๆ

การใช้ฟิลเตอร์ปิดหน้าไฟแฟลช จะทำให้ต้องเปิดช่องรับแสงกว้างกว่าปกติ 1- 2 สตอปเพราะแฟลชได้สูญเสียและเมื่อมีฟิลเตอร์ปิดทับอยู่

3. การจัดแสงในลักษณะสาดสี อ่อนโยน และสะอาด ในงาน Metamorphosis เป็นการจัดแสงในลักษณะหนึ่งในที่ให้ความรู้สึกที่สดใส ดูอ่อนโยน, บริสุทธิ์ และสะอาดในงาน Metamorphosis มีการจัดแสงในลักษณะหนึ่งในที่ให้ความรู้สึกที่สดใส ดูอ่อนโยน, บริสุทธิ์ และสะอาดในงาน Metamorphosis มีการจัดแสงในลักษณะนี้ โดยทั้งสีที่ดูอ่อนโยนและสีที่ดูแล้วสดใส

- สีอ่อนแตกต่างจากสีสดใส สีอ่อนหมายถึงสีที่เบาบาง เช่น สีเหลืองอ่อน, สีชมพูอ่อน, สีฟ้าอ่อน, แต่ในขณะที่สีฟ้า, สีชมพู, สีเหลือง ไม่ใช่สีเข้าแต่เป็นสีสดใส

โดยการจัดแสงในลักษณะนี้ มักจะใช้ไฟแฟลช ถ่ายที่ตัวบุคคลกับวัตถุโดยอาจจะมีการใส่เจลสีอ่อนๆ ลงไปประกอบในงานด้วย เพื่อสร้างสีสันในงานแต่ก็จะมีสีไฟแฟลช ปกติมาเป็นแสงหลัก ให้สีของเจ

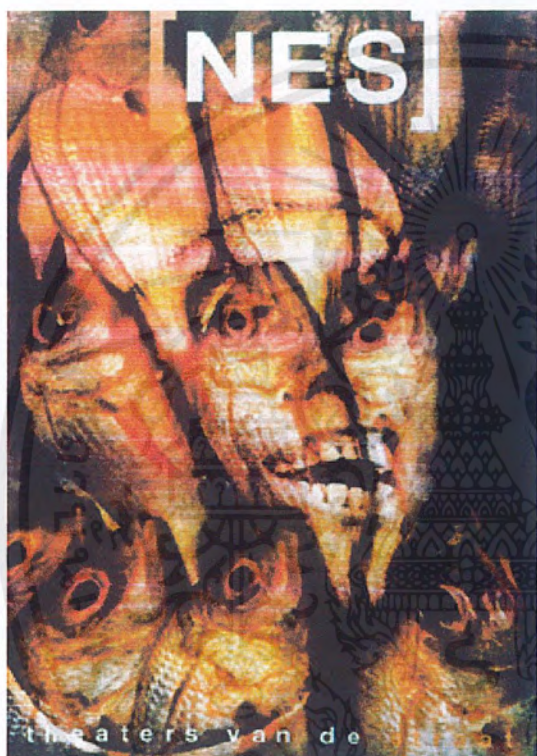


# ตัวอย่างภาพประกอบรูปแบบการสื่อสารแบบ Metamorphosis ที่สังเกตและรวบรวม ได้พอสังเขป จำแนกแบ่งได้สองกลุ่ม

แบบที่ 1

งานในลักษณะวัตถุนั้นถูกดัดแปลงไปกับตัวฉาก

ภาพประกอบงานตัวอย่างที่ 1

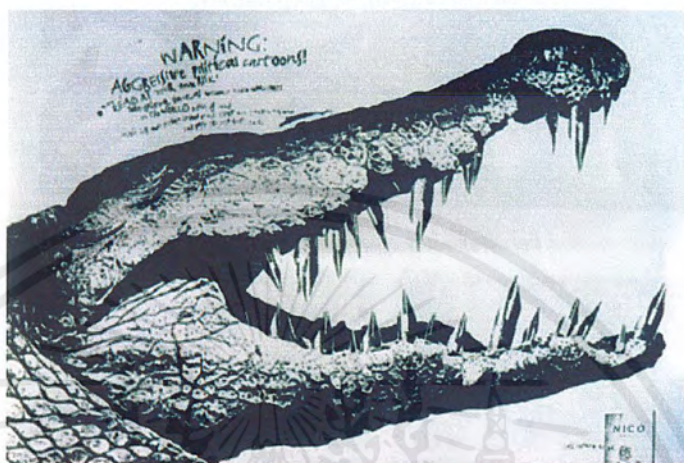


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบที่ 2

งานในลักษณะที่นำเสนอวัตถุสองชนิด มาผสมผสานในงานแบบ Metamorphosis

## ภาพประกอบงานตัวอย่างที่ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บทที่ 3

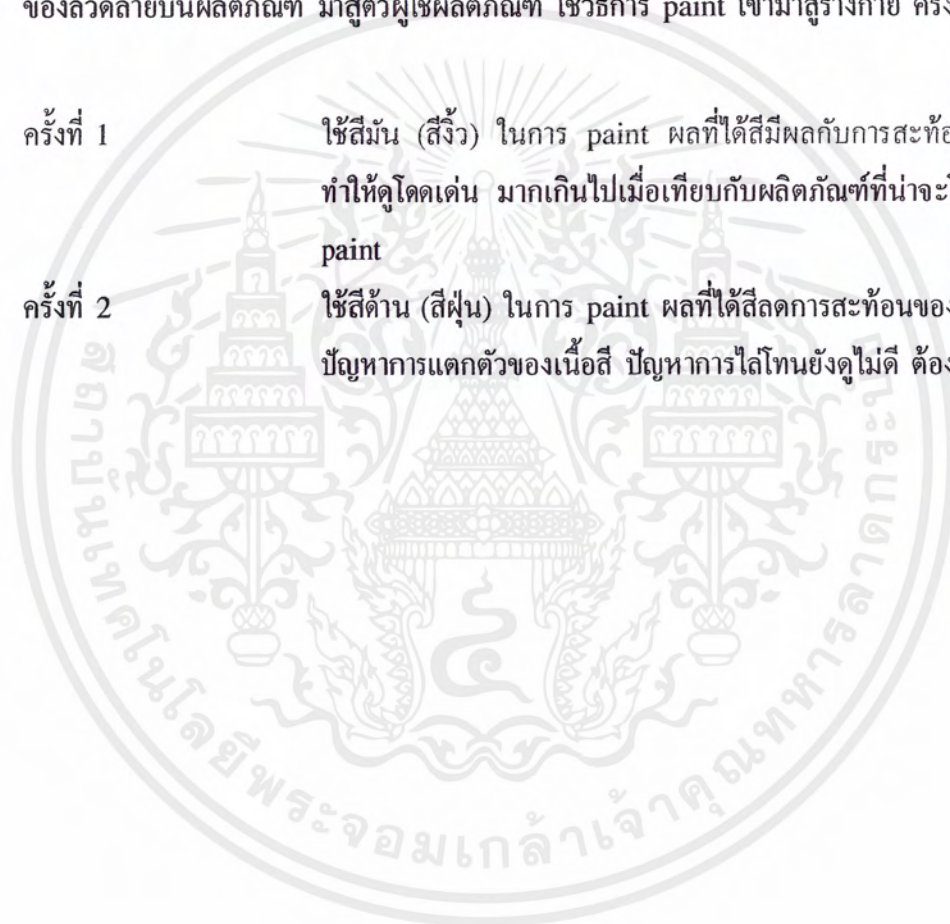
#### วิเคราะห์ และสรุปข้อมูล เพื่อหาแนวทางในการออกแบบครั้งที่ 1

##### ข้อมูลการทดลองครั้งที่ 1

ตัวอย่างการทดลองครั้งที่ 1 เป็นผลิตภัณฑ์หมวกอบน้ำลายทหาร โดยใช้วิธีการแพร่ขยายผ่านของเหลวภายในผลิตภัณฑ์ มาสู่ตัวผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ใช้วิธีการ paint เข้ามาสู่ร่างกาย ครั้งที่ 1

ครั้งที่ 1 ใช้สีมัน (สีจิว) ในการ paint ผลที่ได้สีมีผลกับการสะท้อนของไฟแฟลช ทำให้ดูโดดเด่น มากเกินไปเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่น่าจะโดดเด่นกว่าการ paint

ครั้งที่ 2 ใช้สีดำน (สีฝุ่น) ในการ paint ผลที่ได้สีลดการสะท้อนของไฟแฟลช แต่มีปัญหาการแตกตัวของเนื้อสี ปัญหาการไลโทนยังดูไม่ดี ต้องทำการแก้ไข



## ภาพประกอบในการทดสอบ

สีมัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพประกอบในการทดสอบ

สี่ด้าน

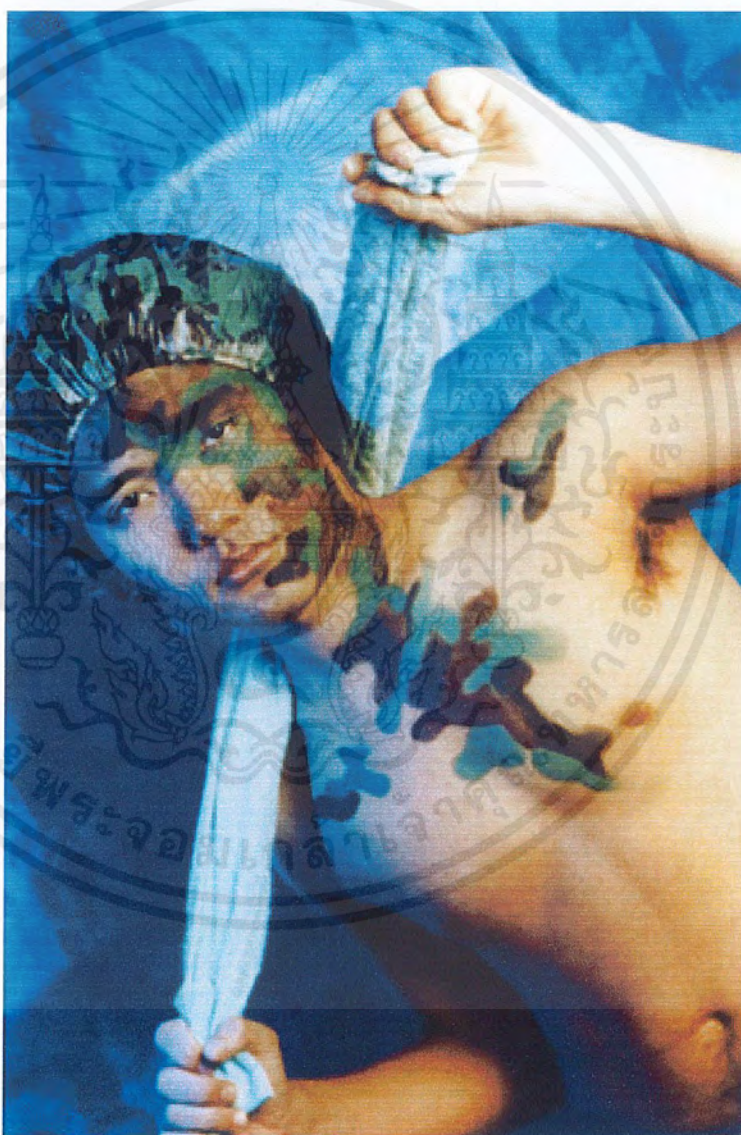


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### วิธีการแก้ไข

จากการทดสอบสีทั้งสองชนิด พบว่ายังมีปัญหาอยู่ จึงเปลี่ยนมาใช้สี Make up ในการแต่งหน้า เพื่อความเรียบ ไม่หลุดกับผิวของคน และในการไล่น้ำหนักของสี จะดูเนียนกว่าสีสองชนิดข้างต้น

ภาพการทดลองการใช้สี Make up



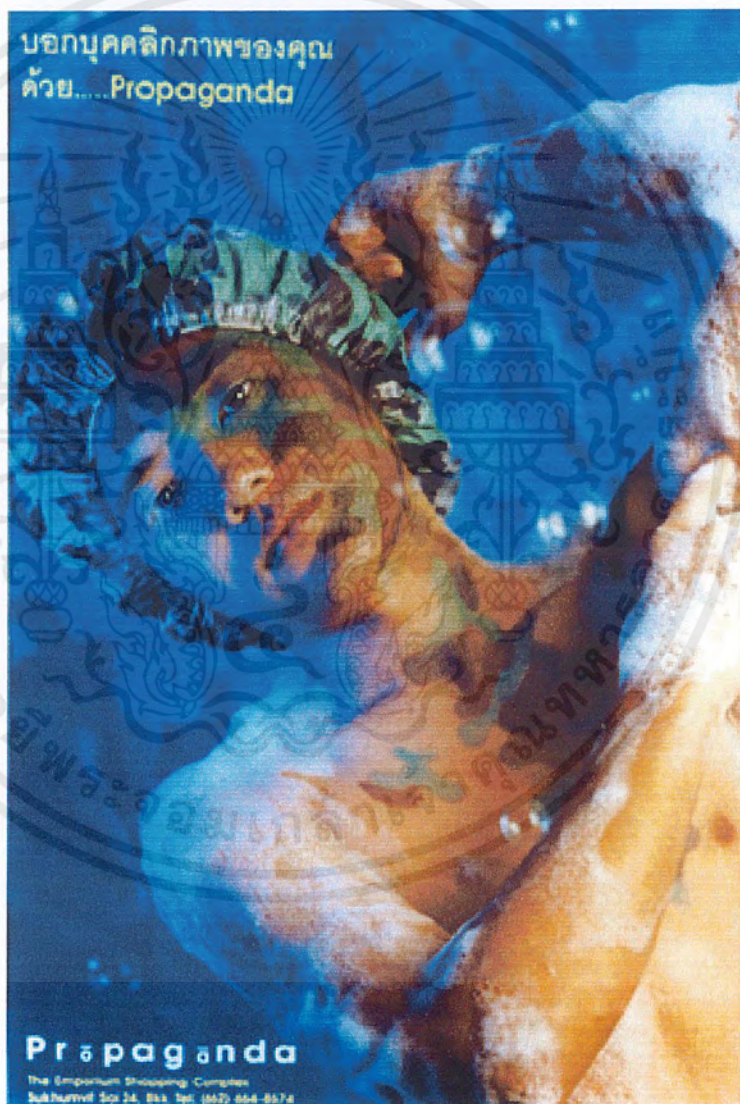
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบร่างครั้งที่ 1

### แนวความคิดของภาพที่ 1

นำเสนอภาพลักษณ์ รสนิยมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ให้มีความแปลกตา เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ ลวดลายของผลิตภัณฑ์ได้แพร่ขยายไปสู่ร่างกาย เพื่อบอกถึงรสนิยมของผู้ใช้

### แบบร่างภาพที่ 1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สรุปผลและข้อเสนอแนะในแบบร่างครั้งที่ 1

### ข้อบกพร่องในแบบร่างครั้งที่ 1

1. ภาพไม่สามารถสื่อสารได้ตามที่ต้องการ เพราะการแพร่ขยายในการซึมของลวดลายผลิตภัณฑ์มาสู่ตัวผู้ใช้ดูสปรกและดูน่ากลัวมากกว่าที่จะออกเป็นภาพที่สมบูรณได้
2. การ paint ลวดลายของผลิตภัณฑ์มาสู่ผิวคนยังดูไม่เป็นการสื่อสารแบบ Metamorphosis เท่าที่ควร เพราะการไล่น้ำหนักของสีด้วยการ paint ด้วยมือยังขาดการควบคุมแนะนำที่ดี
3. การสื่อสารแบบ Metamorphosis ที่นำคนมาเป็นตัวสื่อกับผลิตภัณฑ์ ยังมีปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บางอย่างที่ไม่สามารถทำได้ ในการแพร่ขยายมาตามตัวคนทำให้ดูน่ากลัว เกิดผลในแง่ลบจึงเปลี่ยนมาเป็นการแพร่ขยายทางบรรยากาศแทน

### แนวทางการแก้ไข

1. นำเสนอ การสื่อสารแบบ Metamorphosis ในรูปแบบอื่นนอกจากการใช้คนเข้ามาเป็นส่วนประกอบ แต่เปลี่ยนเป็นการสื่อสารโดยวิธีเดิมแต่เปลี่ยนจากคนมาเป็นสิ่งของกับบรรยากาศรอบๆ ตัวแทน
2. เพิ่มสีสันในการสร้างจุดเด่นให้ดูสะดุดตาด้วยมุมมองที่น่าสนใจ เลือกผลิตภัณฑ์ที่มีรูปทรงน่าสนใจ การสื่อระหว่างสิ่งของกับบรรยากาศรอบๆ ด้วยความสะดุดตาทางสี มุมมอง



บทที่ 4

สรุปผลการออกแบบ

วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการออกแบบครั้งที่ 2

เนื่องจากในแบบร่างครั้งที่ 1 การสร้างสรรค์การสื่อสารแบบ Metamorphosis ที่ใช้ตัวผลิตภัณฑ์กับตัวผู้ใช้ผลิตภัณฑ์มาสร้างเรื่องราว ซึ่งผลไม่ค่อยน่าพอใจ จึงเปลี่ยนการสร้างภาพถ่ายโฆษณาโดยใช้การสื่อสารแบบ Metamorphosis แบบเดิมแต่เปลี่ยนเป็นการสร้างบรรยากาศ โดยใช้ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างบรรยากาศภายในห้องของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้ รวมถึงการใช้สีสันทึบโดดเด่นในภาพเพื่อให้ภาพถ่ายนั้นดูโดดเด่นมีชีวิตชีวายิ่งขึ้น

บางภาพอาจจะนำเสนอมุมมองที่แปลกตาออกไปหรือบรรยากาศที่มีการซึมจากตัวผลิตภัณฑ์กับบรรยากาศของรอบๆ ตัวผู้ใช้ที่ดูเป็นเรื่องราวที่เห็นจริง ดังต่อไปนี้



## แบบร่างครั้งที่ 2

### แนวความคิดของภาพที่ 1

ที่เปิดขวด Shark : แนวคิดมาจากรูปทรงฉลามที่บริเวณตัวผลิตภัณฑ์แล้วคิดถึงว่า ถ้าอยู่ใต้น้ำ เหมือนกับฉลามโดยที่มีการ set เป็นฉากใต้น้ำ สร้างบรรยากาศของตัวผลิตภัณฑ์โดยมีปลาว่ายอยู่ในน้ำเป็นสีเดียวกับตัวผลิตภัณฑ์ และตัวผลิตภัณฑ์ยังมีการซึมเข้ามาสู่ตัวขวดที่เป็นจุด บอกว่าคือที่เปิดขวด การซึมของสีของตัวผลิตภัณฑ์ได้เข้าไปในขวด แบบ Metamorphosis ที่จะนำเสนอ

### แบบร่างภาพที่ 1



แนวความคิดของภาพที่ 2

แจกันดอกไม้ลายหนาม : แนวคิดมาจากตัวผลิตภัณฑ์ที่มีลวดลายเป็นหนามอย่างจึงจินตนาการ ตาม  
ว่าถ้าตัวผลิตภัณฑ์วางที่ไหนก็มีสีเขียว ของตัวผลิตภัณฑ์และหนามซึม ไปรอบๆ  
บรรยากาศโดยรวม แบบ Metamorphosis

แบบร่างภาพที่ 2

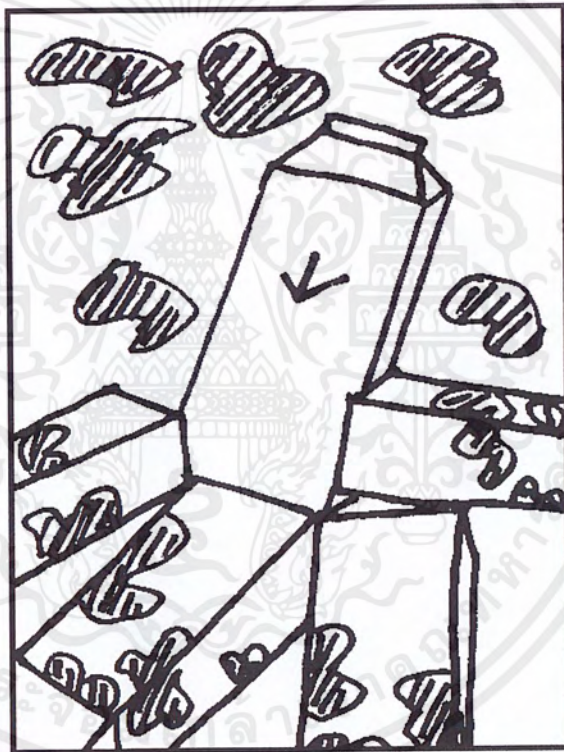


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แนวความคิดของภาพที่ 3

นาฬิกาถ่วงนม : แนวความคิดที่ว่าถ่วงนมและลายนิ้วเป็นของกลุ่มกันเลยทำเหมือนกับตัว ผลิตภัณฑ์สีขาของนม ซึมไปยังถ่วงนมลายนิ้วไปยังถ่วงอื่นๆ เพื่อสร้างสรรค์บรรยายกาสรอบๆ ตัวให้ดูเหมือนถ่วงนม แปลกไป จากหน้าที่เดิม

### แบบร่างภาพที่ 3



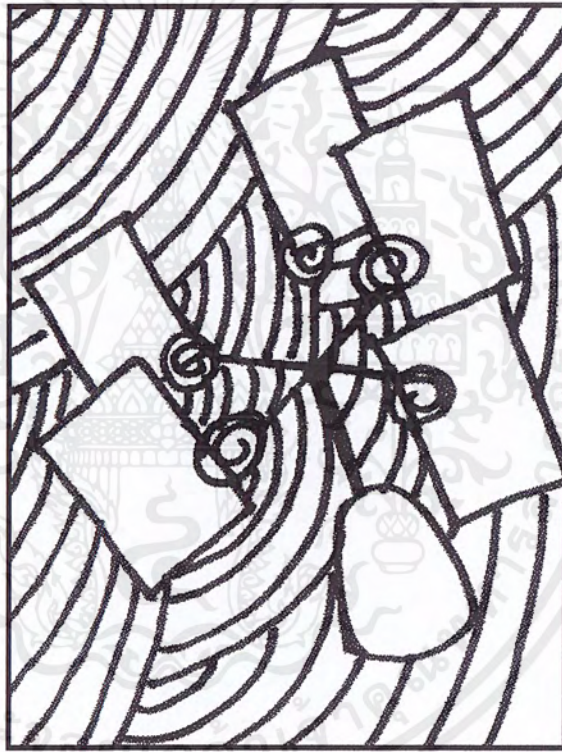
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวความคิดของภาพที่ 4

ที่หนีบนามบัตร :

แนวคิดที่ว่าสีสันของตัวโลหะสีน้ำตาลของตัวผลิตภัณฑ์ได้ซึมไปสู่ตัวนามบัตรของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์โดยเล่นลูกเล่นที่ Background กับสีสัน เจลลี่ที่ ใส่เข้าไปให้ภาพดูมีสีสัน สว่างบรรยากาศที่ดูมีสีสันน่าสนใจ

แบบร่างภาพที่ 4



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แนวความคิดของภาพที่ 5

แก้วน้ำลายจุด : แนวความคิดแก้วลายจุดสีๆ นำมาล้อกับ Background จุดสีต่าง รอบๆ เพื่อให้ดูลายจุดสร้างบรรยากาศรอบๆ ตัวของตัวผลิตภัณฑ์ เน้นสีส้มที่ดูสดใสให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ดูมีชีวิตชีวา

## แบบร่างภาพที่ 5



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แนวความคิดของภาพที่ 6

ที่ปิดท่อน้ำ Help! :

แนวความคิดที่ว่าสีส้มของตัวผลิตภัณฑ์คูมีสีส้มเลยอยากเน้น บรรยากาศที่คูมีสีส้มจุดขาด ให้บ่งบอกบุคลิกผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ ที่มีความต่างจากบุคคลทั่วไปที่ใช้ที่ปิดท่อน้ำสีดำๆ ธรรมดาโดยสีส้มของตัว ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ที่มีความต่างจากบุคคลทั่วไปที่ใช้ที่ปิดท่อน้ำสีดำๆ ธรรมดา โดยสีส้มของตัวผลิตภัณฑ์ได้ถูกซึมผ่านมาทางน้ำที่อยู่บริเวณปากท่อระบายน้ำ

## แบบร่างภาพที่ 6



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวความคิดของภาพที่ 7

การครุ่น : แนวคิดที่นำเสนอการสร้างบรรยากาศการครุ่นให้ดูสดใสมีสีสันโดยให้สีของตัวผลิตภัณฑ์ซึมผ่านไปยังต้นไม้ที่ถูกรุ่นน้ำเพื่อสร้างบรรยากาศใหม่ๆ ขึ้นมา

แบบร่างภาพที่ 7



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แนวความคิดของภาพที่ 8

เชิงเทียน : แนวความคิดมาจากการสร้างบรรยากาศรอบๆ ให้ดูมีการล้อเลียนกับตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นเกลียวของเชิงเทียนสร้างบรรยากาศให้ดูโรแมนติกได้

แบบร่างภาพที่ 8

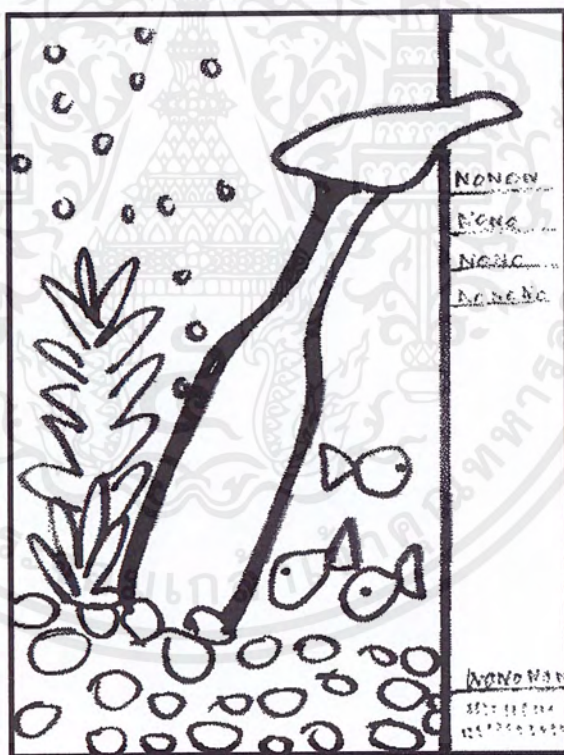


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างเพื่อหารูปแบบ (Format) ให้เหมาะสม สำหรับงานโฆษณาชุดนี้

นำเสนอรูปแบบในการจัดองค์ประกอบของภาพถ่ายโฆษณาชุดนี้โดยมีลูกเล่นในการนำเอาแถบสีมาปักสายตาผู้ชมโดยเน้นที่สีหม่นผสมเทา เพื่อให้สายตาได้พักจากตัวผลิตภัณฑ์ที่มีสีสันสะดุดตา นำเอาบางส่วนของตัวผลิตภัณฑ์หรือบางส่วนของภาพ นำออกมาเล่นนอกแถบสีเป็นบางส่วนของภาพ นำผลิตภัณฑ์ยื่นออกมาบางส่วน เชื่อมส่วนหนึ่งในภาพเพื่อสร้างลูกเล่นในงานชุดนี้

ตัวอย่าง



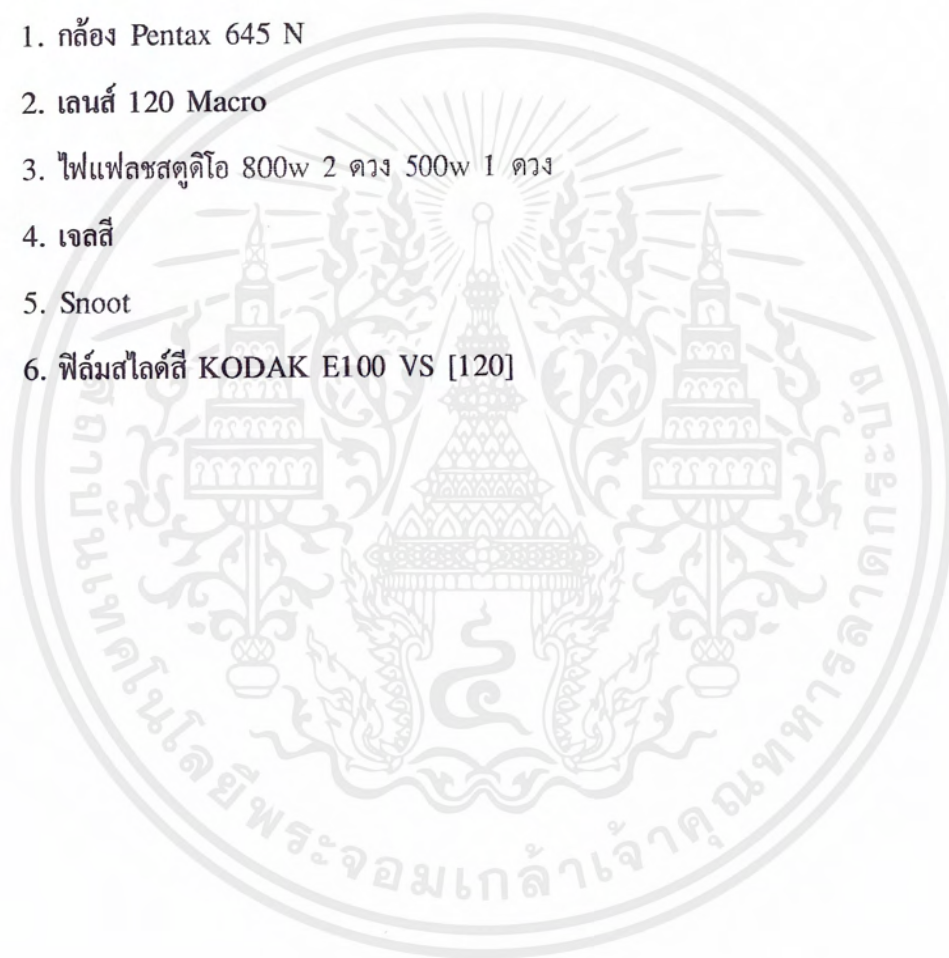
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### การสร้างสรรค์ผลงาน

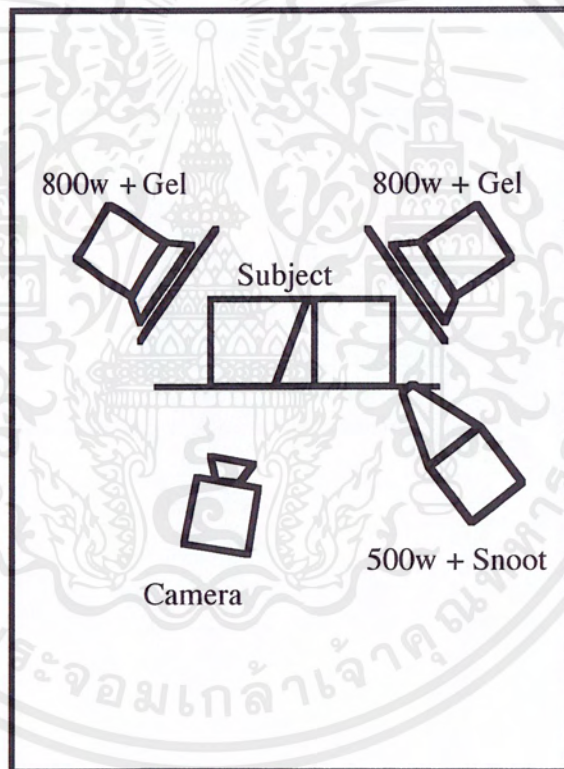
#### อุปกรณ์ในการทำงาน

1. กล้อง Pentax 645 N
2. เลนส์ 120 Macro
3. ไฟแฟลชสตูดิโอ 800w 2 ดวง 500w 1 ดวง
4. เจลสี
5. Snoot
6. ฟิล์มสไลด์สี KODAK E100 VS [120]



## ผังการจัดแสง

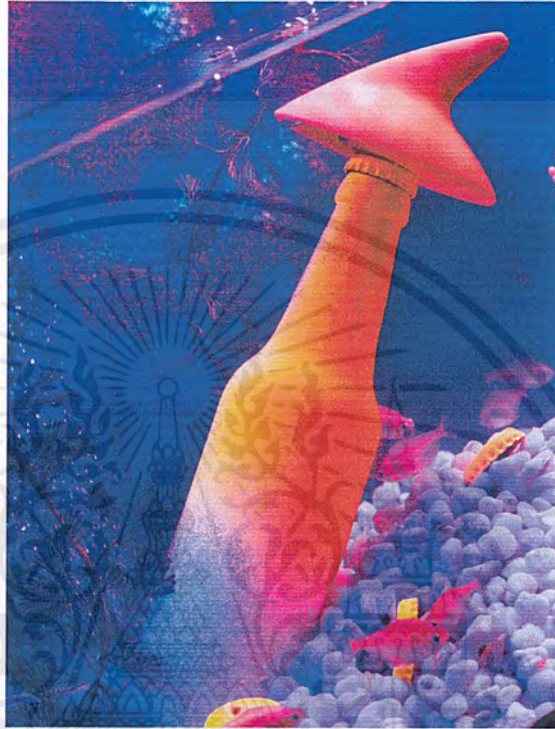
## ภาพที่ 1 ที่เปิดขวด Shark



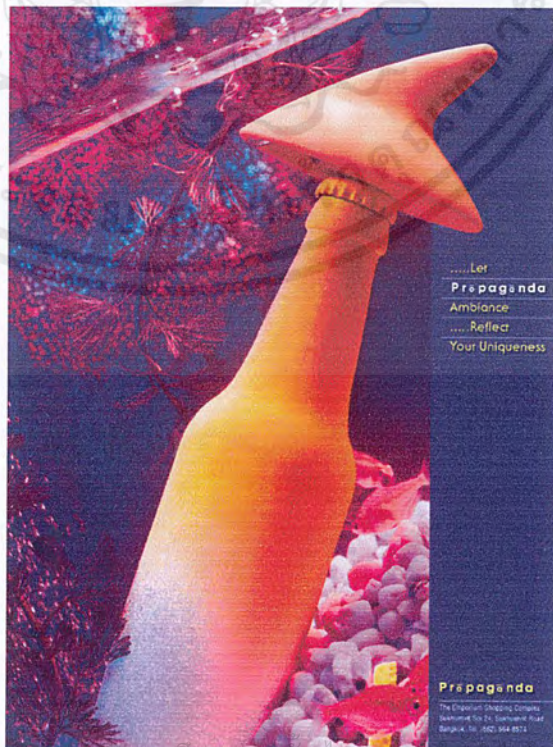
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1  
ที่เปิดขวด Shark

1. ภาพที่ยังไม่ได้จัดวางหน้าโฆษณา

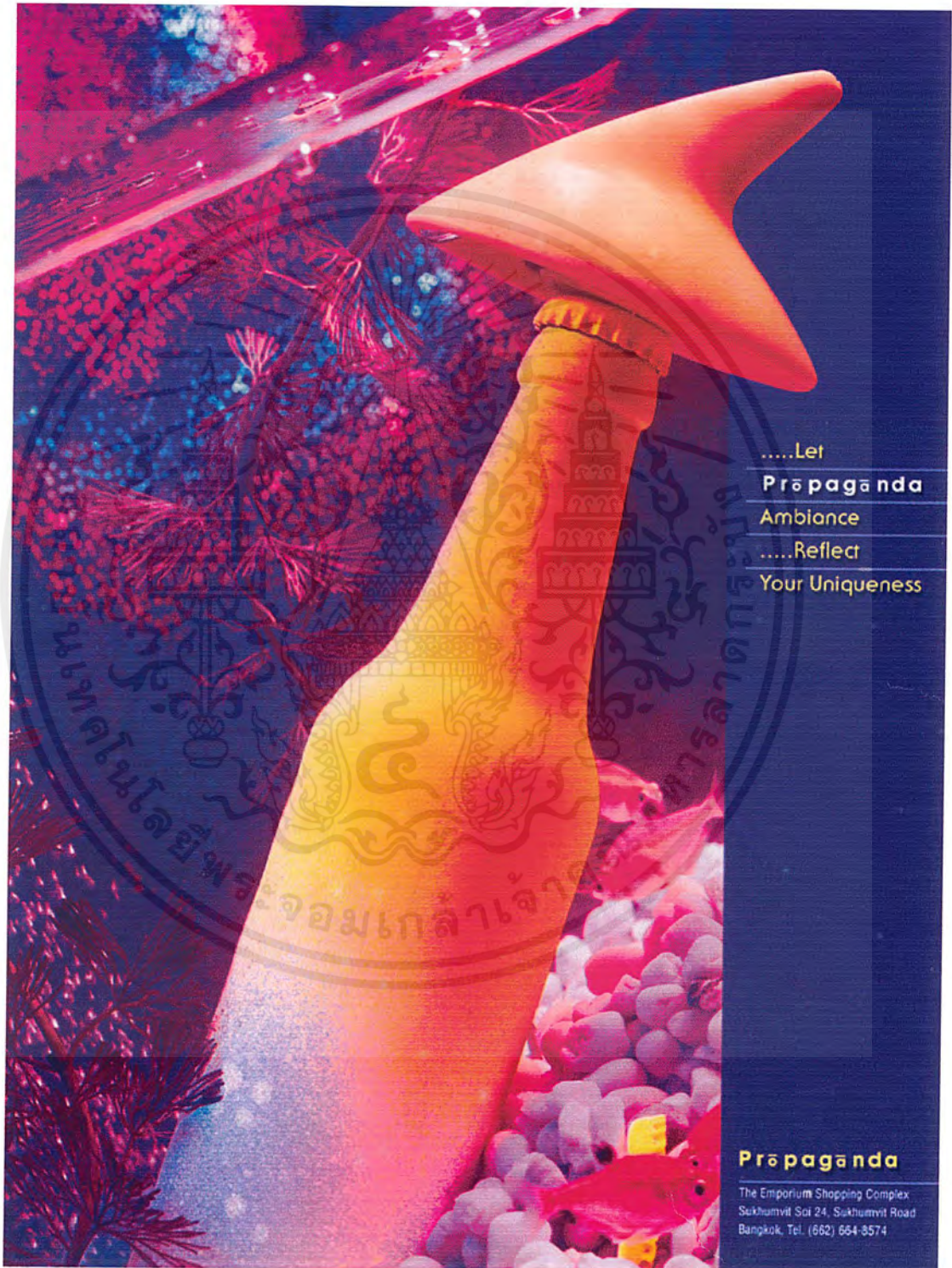


2. ภาพที่จัดวางหน้าโฆษณา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับผูกขาดเทคโนโลยีโฆษณา  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

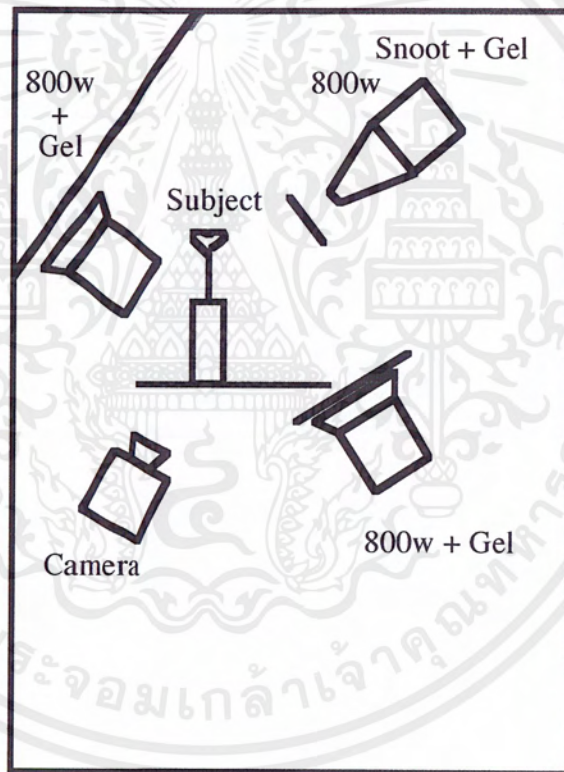
## ภาพสำเร็จ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผังการจัดแสง

ภาพที่ 2 แจกกันลายหนาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพที่ 2 แจกันลายหนาม

### 1. ภาพที่ยังไม่ได้จัดวางหน้าโฆษณา



### 2. ภาพที่จัดวางหน้าโฆษณา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้เนาเบเซปประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



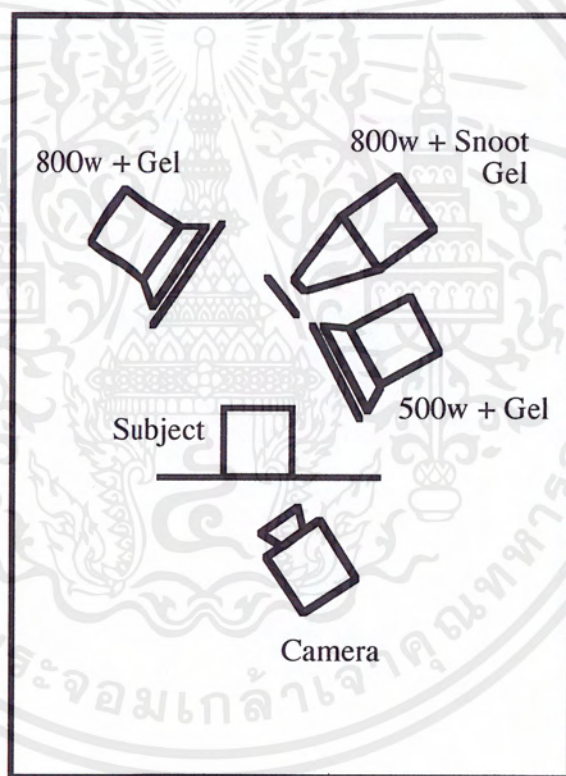
ภาพสำเร็จ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผังการจัดแสง

ภาพที่ 3 นพิกาล่องนม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพที่ 3

## นาฬิกาถ่วงนม

## 1. ภาพที่ยังไม่ได้จัดวางหน้าโฆษณา



## 2. ภาพที่จัดวางหน้าโฆษณา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

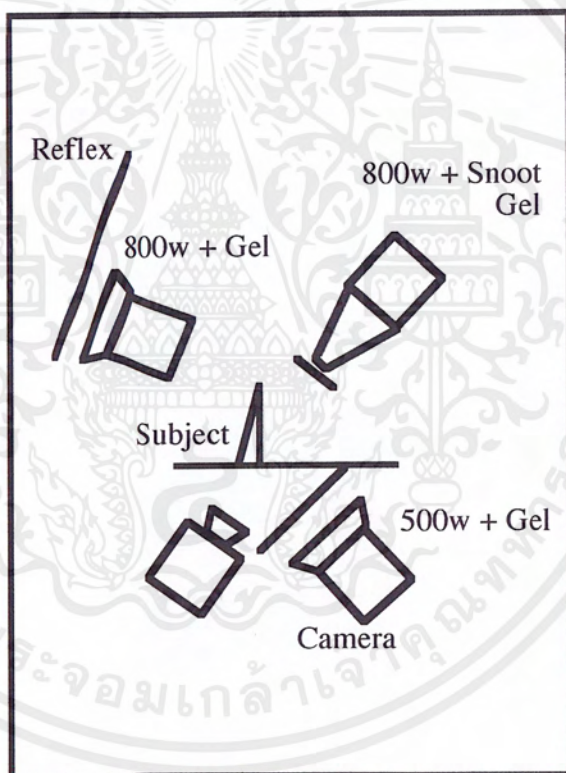
ภาพสำเร็จ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผังการจัดแสง

## ภาพที่ 4 ที่หนีบนามบัตร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพที่ 4 ที่หนีบนามบัตร

### 1. ภาพที่ยังไม่ได้จัดวางหน้าโฆษณา

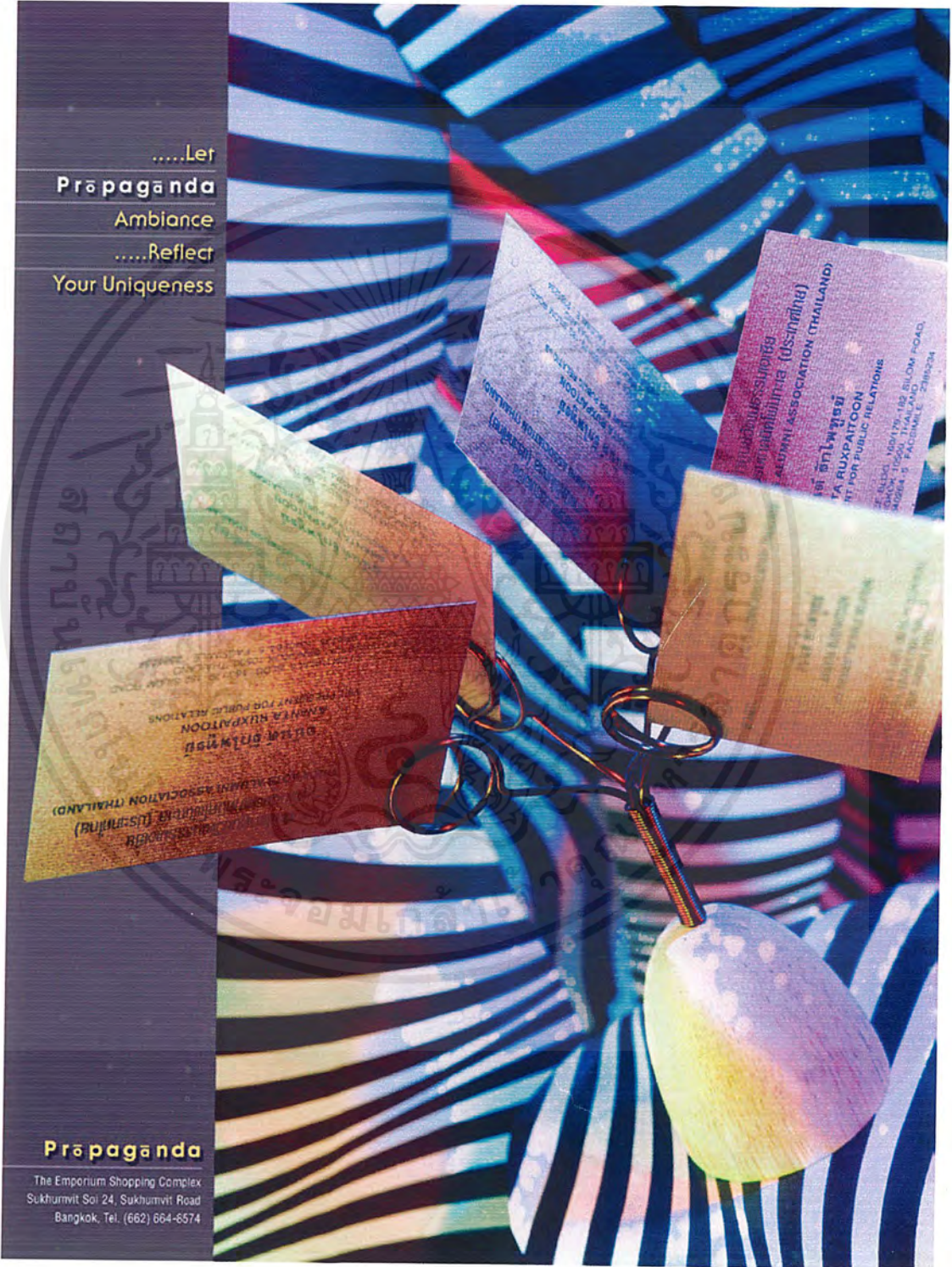


### 2. ภาพที่จัดวางหน้าโฆษณา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการที่เท่านั้น และอยู่ภายใต้เงื่อนไขการใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

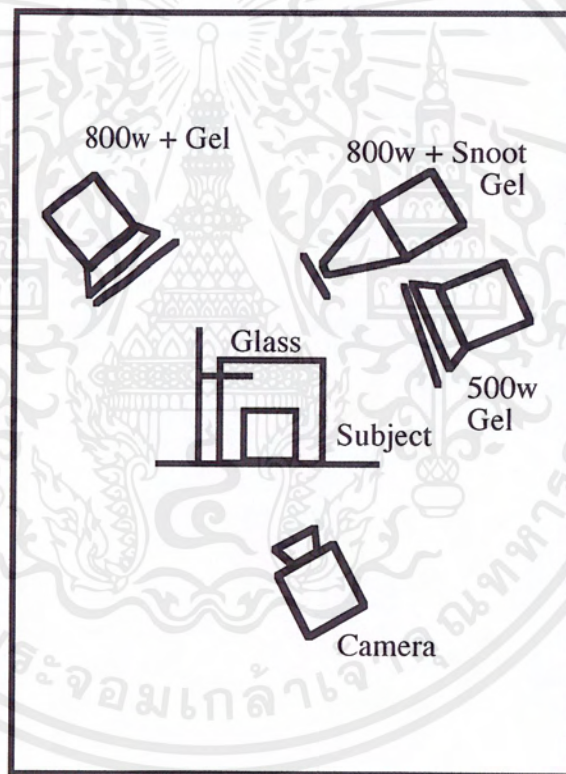
### ภาพสำเร็จ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผังการจัดแสง

### ภาพที่ 5 แก้วน้ำลายจุด





## ภาพที่ 5 แก้วน้ำลายจุด

### 1. ภาพที่ยังไม่ได้จัดวางหน้าโฆษณา



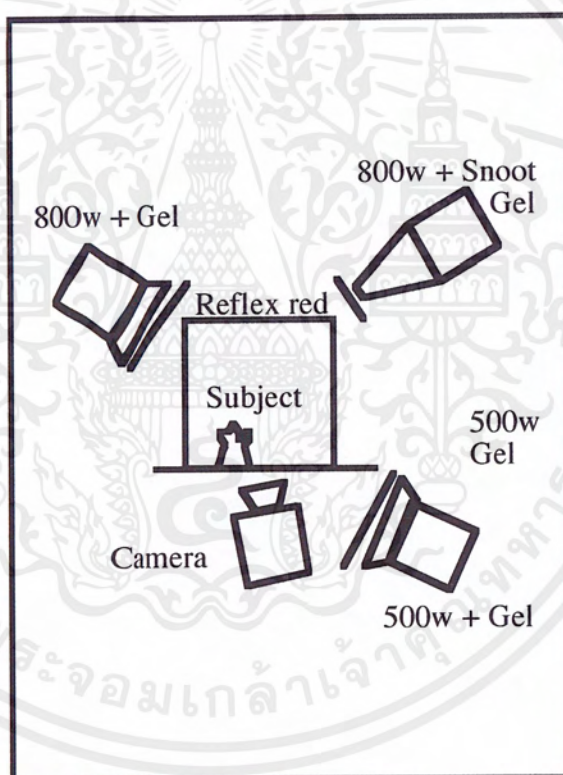
### 2. ภาพที่จัดวางหน้าโฆษณา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ญาติเห็นใบใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผังการจัดแสง

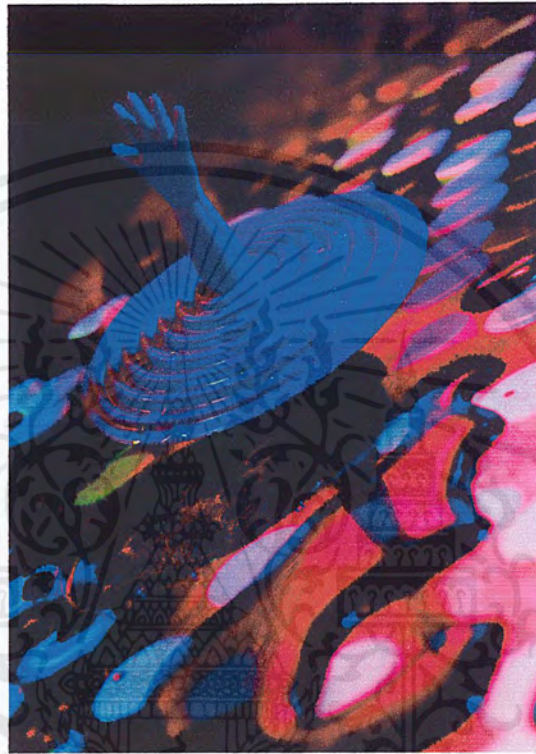
ภาพที่ 6 ที่ปิดท่อน้ำ Help!



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6  
ที่ปิดท่อน้ำ Help!

1. ภาพที่ยังไม่ได้จัดวางหน้าโฆษณา



2. ภาพที่จัดวางหน้าโฆษณา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเนื้อหาแก้ไขประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

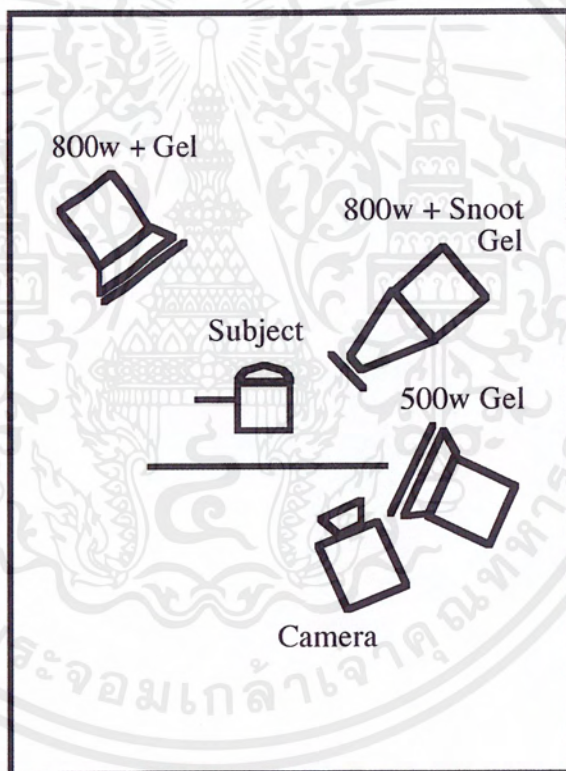
## ภาพสำเร็จ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผังการจัดแสง

ภาพที่ 7 ที่รดน้ำต้นไม้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ภาพที่ 7 ที่รดน้ำต้นไม้

### 1. ภาพที่ยังไม่ได้จัดวางหน้าโฆษณา



### 2. ภาพที่จัดวางหน้าโฆษณา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้เผยแพร่เห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

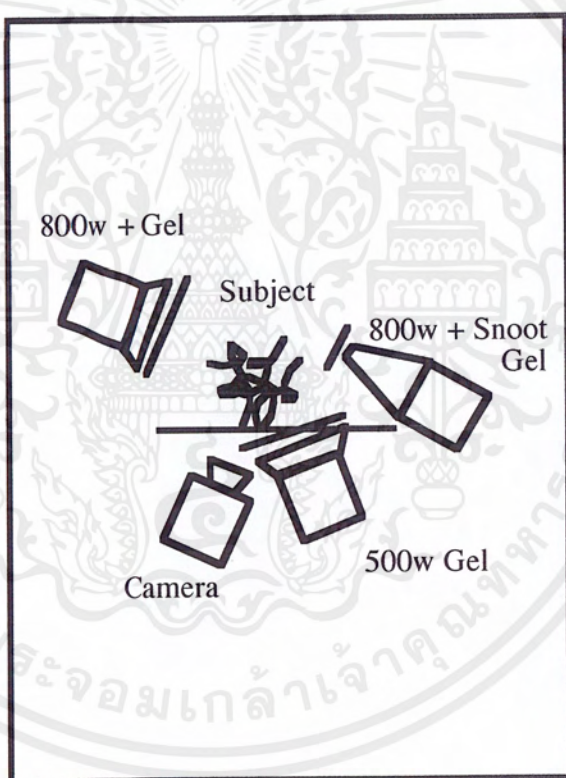
## ภาพสำเร็จ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผังการจัดแสง

ภาพที่ 8 เซิงเทียนแบบเกลียว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



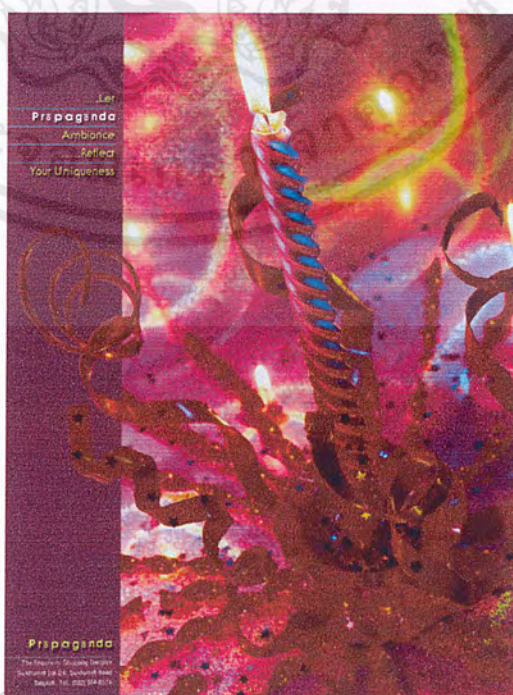
## ภาพที่ 8

## เชิงเทียนแบบเกลียว

## 1. ภาพที่ยังไม่ได้จัดวางหน้าโฆษณา



## 2. ภาพที่จัดวางหน้าโฆษณา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเห็นเหมาะสมจะใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพสำเร็จ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สรุปผลการทำงานและข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการทำงาน

โครงการศิลปนิพนธ์ชุดนี้ทำให้ข้าพเจ้าได้นำความรู้ ความเข้าใจและประสบการณ์ที่ศึกษามาตลอด 4 ปีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทำให้ได้ประสบการณ์ในการทำงานเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทำให้พบข้อบกพร่อง จุดอ่อนต่างๆ ในตัวเองที่ต้องนำมาปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาหลายจุด ซึ่งจะช่วยในการพัฒนาความรู้ ความสามารถให้กับตัวข้าพเจ้าเองต่อไป

ทางด้านผลงานทั้ง 8 ภาพในการนำเสนอสร้างภาพลักษณะให้กับงานโฆษณาโดยใช้การสร้างสรรคบรรยากาศของภาพแบบ Metamorphosis ข้าพเจ้าพยายามทำและนำเสนอเพื่อให้ตอบ โจทย์ของโครงการนี้ให้ได้มากที่สุด แม้ว่าจะไม่สมบูรณ์ 100% ยังคงมีรายละเอียดต่างๆ ที่ยังต้อง แก้ไขปรับปรุงงาน แต่ข้าพเจ้าก็รู้สึกพอใจสำหรับผลงานสำเร็จในระดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับระยะเวลา อุปกรณ์ต่างๆ ในการทำงาน งบประมาณการทำงาน และการทำงานที่ต้องพึ่งตัวเองเป็นหลัก ทั้งฝีมือ และความคิดต่างๆ สิ่งเหล่านี้จะเป็นประสบการณ์ในการทำงานในครั้งต่อไป

### ปัญหาในการทำงาน

1. เนื่องจากการถ่ายภาพโฆษณาให้มีการซึมผ่าน (Metamorphosis) ต้องอาศัยเทคโนโลยีทางการ คอมพิวเตอร์ แต่ตัวข้าพเจ้ายังขาดทักษะในด้านนี้ทำให้ต้องทำการ paint เอง ทำให้ให้เกิดข้อบกพร่อง และประสบปัญหามากมาย
2. การถ่ายภาพโฆษณาต้องมีการจัดวาง layout ที่ตรงกันระหว่างรูปภาพกับตัวอักษรประกอบ ทำให้ ต้องกำหนดทิศทางมุมมองให้แน่ แต่บางครั้งมุมมองที่คิดก็ดูไม่ค่อยดี เมื่ออยู่ในมุมมอง ต้อง เปลี่ยนใหม่ จากเดิมที่ทำการร่างแบบไว้
3. ระยะเวลาในที่จำกัดทำให้คุณภาพและความประณีตในงานลดลงไป

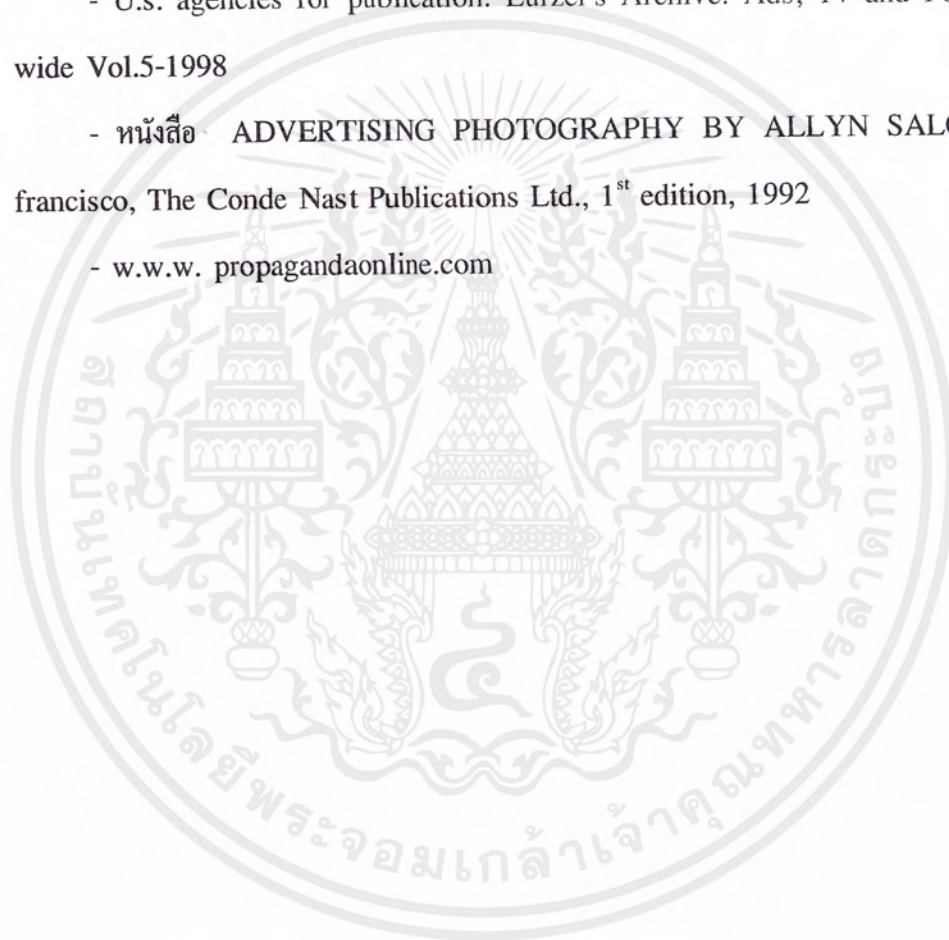
### ข้อเสนอแนะ

1. ควรเลือกหัวข้อการทำงานที่มีความถนัด และตรงกับความต้องการของตัวเองเพื่อความสุขในการทำงาน
2. การทำงานบางครั้งต้องตัดสินใจที่เด็ดขาด เพื่อความไม่ล่าช้าในการทำงาน
3. การวางแผนที่ดี ทดสอบเทคนิคการทำงานมาก่อน เวลาที่เหมาะสมจะช่วยแก้ไขปัญหาในเรื่องของ เวลาในการทำงาน จะช่วยให้งานมีคุณภาพมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของโรงเรียนเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บรรณานุกรม

- รังสรรค์ ศิริชู. เรียนรู้เทคนิคและศิลปะการถ่ายภาพ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บางกอกสาส์น, พิมพ์ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2530
- ฝ่ายวิชาการ PHOTO & LIFE. 100 เทคนิคสร้างสรรค์ภาพ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) พิมพ์ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2538
- U.s. agencies for publication. Lurzer's Archive. Ads, Tv and Posters worldwide Vol.5-1998
- หนังสือ ADVERTISING PHOTOGRAPHY BY ALLYN SALOMON, San francisco, The Conde Nast Publications Ltd., 1<sup>st</sup> edition, 1992
- w.w.w. propagandaonline.com



### ประวัติผู้เขียน

จุฑาทพร รักไพฑูรย์ เกิดวันที่ 30 กรกฎาคม 2523 ที่กรุงเทพฯ ศึกษาชั้นมัธยมปลายที่โรงเรียนเบญจมราชานุสรณ์ และศึกษาต่อสาขาการถ่ายภาพ ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จบการศึกษา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้