

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ต พาราไดกซ์ ปาร์ตี้ฝัน

CORPORATEDESIGN FOR PARADOX'S NIGHTMARE PARTY CONCERT



T 0 4 9 7 2 7



เลขหมู่.....
เลขทะเบียน... 49727
วัน, เดือน, ปี 12 ส.ค. 2547

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

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิตศิลป์ ภาควิชานิตศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “คอนเสิร์ตพาราไดซ์ อ็อกซ์ ปาร์ตี้ฝันรก”

CORPORATE DESIGN FOR PARADOX'S NIGHTMARE PARTY CONCERT



ภาควิชาศิลปะ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....

(อาจารย์ไพฑูย์ ตระกูลใจดี)

วันที่.....

2/6/46

หัวหน้าภาควิชา.....

(อาจารย์วิศักดิ์ รักใหม่)

วันที่.....

3 ธ.ค. 46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ต พาราได้ออกซ์ ปาร์ตี้ฝันรก
CORPORATEDESIGN FOR PARADOX'S NIGHTMARE
PARTYCONCERT

ชื่อ นายพรสิทธิ์ ทรงสิทธิโชค

สาขาวิชา นิเทศศิลป์

ภาควิชา นิเทศศิลป์

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2545

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ไพบูลย์ ตระกุลใจดี

บทคัดย่อ

โครงการออกแบบนี้เป็นโครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตพาราได้ออกซ์ ปาร์ตี้ฝันรก ซึ่งเป็นคอนเสิร์ตที่สมมติขึ้นมาเพื่อที่จะใช้ในการศึกษาหาความเป็นไปได้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แนวใหม่โดยการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้ภาพประกอบ ILLUSTRATOR เริงการ์ตูน เพื่อสร้างความน่าสนใจให้แก่สื่อและกลุ่มศิลปิน ซึ่งอาจทำให้เกิดแนวทางใหม่ในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารในโครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้สามารถผลิตผลงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางเอาไว้โดยสื่อที่เลือกนำเสนอใช้นั้นนำเสนอผ่านเทคนิคการเขียนภาพประกอบ ILLUSTRATOR เริงการ์ตูน โดยเลือกงานแบบกราฟฟิคมาใช้กับงานประเภทโฆษณาด้วยเพื่อให้เกิดความหลากหลายและสร้างความน่าสนใจของเนื้อหา แต่ประสบปัญหาในการออกแบบคือการออกแบบสื่อแต่ละชิ้นนั้นต้องใช้เวลาอันยาวนานในกระบวนการผลิตและการผลิตสื่อก็ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าสื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความเหมาะสมแค่ไหน

สื่อที่ออกมาจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อกลุ่มเป้าหมายได้ปฏิบัติตามเท่านั้น ถ้าสื่อที่ออกมาแล้วกลุ่มเป้าหมายรับแล้วไม่ได้อะไรกลับมา นั่นคือสื่อที่ไม่ผลนั้่นเอง และเป็นสิ่งที่วัดได้ว่าสื่อมีประสิทธิภาพแค่ไหนในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้ไม่อาจสำเร็จลุล่วงได้หากไม่มีบุคคลสำคัญต่างๆที่คอยให้คำปรึกษา ให้ความห่วงใย กำลังใจและความช่วยเหลือต่างๆ บุคคลที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้จึงถือได้ว่ามีส่วนร่วมกับการงานชิ้นนี้ของข้าพเจ้า

ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านตั้งแต่โรงเรียนพลับพลาชัย โรงเรียนเทพศิรินทร์และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่มอบความสามารถ ความรู้และโอกาสในการทำงานศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้

ขอขอบคุณอาจารย์ไพบุลย์ ตรีภูมิจิตต์ ที่พยายามทำความเข้าใจในงานให้คำปรึกษาและเปิดโอกาสให้ทำงานได้อย่างเต็มที่

ขอขอบคุณคุณแม่ที่คอยห่วงใยและมอบสิ่งดีๆให้ตลอดมาในชีวิต

ขอขอบคุณเอื้อยสิ่งมีชีวิตที่ทุกๆอย่างตั้งแต่คำปรึกษา ความห่วงใย กำลังใจ และสิ่งที่ดีๆมากมายที่มอบให้

ขอขอบคุณคุณสุนิศา จงนรังสินที่กรุณาให้ความช่วยเหลือให้ก้าวข้ามช่วงเวลาที่เราว่ายของชีวิตต่างๆที่ไม่เคยได้รู้จักมาก่อน

ขอขอบคุณน้องคัน บุคคิสำหรับภาพสวยๆที่เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในงานชิ้นนี้

ขอขอบคุณแป๊ะสำหรับความมีน้ำใจที่มีให้กันมาตั้งแต่วันแรกที่รู้จักกัน

ขอขอบคุณรามสำหรับอาหาร ความมีน้ำใจและความช่วยเหลือที่มีให้ทุกอย่าง

ขอขอบคุณชาวแก๊งค์ โน้ต แดร์ก เอ้ โด ปอง เอก ด้วง อ่าว จ๊อบ อาร์มที่ร่วมทุกข์ ร่วมสุขกันมาด้วยกันตั้งแต่มีโอกาสได้รู้จักกันและได้มีโอกาสมาอาศัยในบ้านส้มด้วยกัน

ขอขอบคุณคุณแม่บ้านทหารบก แอน คีบ เตียง หม่อมสำหรับความมีน้ำใจและความช่วยเหลือในโครงการพิเศษที่ผ่านมาในเทอมที่แล้วและความช่วยเหลือที่มีให้ทุกอย่าง

เพื่อนๆ น้องๆอีกมากมายที่คอยให้กำลังใจความช่วยเหลือต่างๆ คอยถามข่าวคราวและให้คำปรึกษา ขออภัยที่ไม่ได้กล่าวถึงแต่รับรองว่าจำได้ทุกคน

ขอขอบคุณนิเทศศิลป์ลาดกระบังที่มอบเพื่อนดีๆ สังคมดีๆและโอกาสที่ดีในชีวิตการศึกษาในสถาบันแห่งนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญ(ต่อ).....	ง-จ
สารบัญภาพ.....	ฉ-ช
1 บทนำ	
ความเป็นมาของโครงการ.....	1
กลุ่มเป้าหมาย.....	1
วัตถุประสงค์ของการทำโครงการ.....	1
ขอบเขตของโครงการ.....	2
แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	2
ขั้นตอนการทำงาน.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
2 การรวบรวมข้อมูล	
1. การโฆษณา (ADVERTIZING).....	4
2. การออกแบบกราฟฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการโฆษณา.....	5
3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเพลง.....	7
4. การออกแบบภาพประกอบ.....	8
5. การใช้ภาพประกอบ (Illustration) เพื่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์..	9
6. ความสำคัญของภาพประกอบ.....	11
7. หน้าที่ของภาพประกอบ.....	11
8. รูปแบบของภาพประกอบ.....	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
9. ความแตกต่างระหว่างภาพประกอบ (ILLUSTRATION) กับงานจิตรศิลป์(FINE ART)	12
10. ประเภทของภาพประกอบ.....	13
11. สีที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกทางด้านการออกแบบ.....	15
12. หน้าที่และความสำคัญของสี.....	15
13. ค่าของสี (THEORY OF COLOUR EXPRESSION).....	16
14. โปสเตอร์ (POSTER).....	17
15. ไปรษณีย์ (POSTCARD).....	19
16. นิตยสาร.....	19
17. ข้อมูลโดยสังเขปของศิลปิน พาราดีออกซ์.....	22
3 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลการออกแบบ	
1. การวิเคราะห์พฤติกรรมในการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายของวงพาราดีออกซ์.....	27
2. ลักษณะและแนวคิดของวงพาราดีออกซ์.....	27
3. ลักษณะเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สำคัญของพาราดีออกซ์.....	27
4. แนวแฟชั่นของศิลปินพาราดีออกซ์.....	28
5. ปัญหาของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตพาราดีออกซ์.....	28
6. สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการออกแบบ.....	28
7. ช่องทางในการสื่อสาร.....	33
8. แนวคิดที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ.....	33
9. ลักษณะและรูปแบบที่ต้องการจะนำเสนอ.....	34
10. สรุปโจทย์ทั้งหมดในการออกแบบ (CREATIVE BRIEF).....	34
4 ขั้นตอนการออกแบบ	
การพัฒนาการออกแบบ.....	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
1. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชิ้นที่1.....	37
2. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชิ้นที่2.....	38
3. การพัฒนาการออกแบบโฆษณาในนิตยสารชิ้นที่1.....	38
4. การพัฒนาการออกแบบโฆษณาในนิตยสารชิ้นที่2.....	39
5. การพัฒนาการออกแบบโปสการ์ดด้านหน้า.....	39
6. การพัฒนาการออกแบบโปสการ์ดด้านหลัง.....	41
7. การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่ซีดีเพลง.....	42
8. โปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 1.....	43
9. โปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 2.....	44
10. โฆษณาในหน้านิตยสารผลงานจริงชิ้นที่ 1.....	45
11. โฆษณาในหน้านิตยสารผลงานจริงชิ้นที่ 2.....	46
12. โปสการ์ดค่อเนื่องผลงานจริง 6ชิ้น.....	47
13. บัตรคอนเสิร์ตผลงานจริง 1ชุด.....	48
14. บรรจุภัณฑ์ใส่ซีดีพร้อมซีดี2แผ่น ผลงานจริง.....	49
15. บรรจุภัณฑ์ใส่เทปภาสซีดี ผลงานจริง.....	49
ผลงานสำเร็จ.....	50
5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
1. สรุปผลการทำงาน.....	51
2. ปัญหาในขั้นตอนการทำงาน.....	51
3. ผลที่ได้รับจากการทำงาน.....	51
บรรณานุกรม.....	52
ประวัติผู้เขียน.....	53

จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

รูปที่	หน้า
1 ศิลปินพาราได้ออกซ์และเพื่อนๆ.....	23
2 ศิลปินพาราได้ออกซ์บนเวทีคอนเสิร์ตต่างๆ.....	24
3 ศิลปินพาราได้ออกซ์แสดงคอนเสิร์ตออกอากาศทางสถานีวิทยุ HOTWAVE.....	25
4 ตัวอย่างสัญลักษณ์ที่จะใช้ภายในงานออกแบบ.....	29
5 สัญลักษณ์ที่จะเลือกใช้ในงานออกแบบ.....	30
6 ลายเส้นคาแร็คเตอร์ของศิลปินพาราได้ออกซ์.....	36
7 คาแร็คเตอร์ของศิลปินพาราได้ออกซ์โดยใช้โปรแกรม ILLUSTRATOR.....	36
8 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชิ้นที่1.....	37
9 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชิ้นที่2.....	38
10 ภาพการพัฒนาการออกแบบโฆษณาในนิตยสารชิ้นที่1.....	38
11 ภาพการพัฒนาการออกแบบโฆษณาในนิตยสารชิ้นที่2.....	39
12 ภาพการออกแบบโปสเตอร์ชุดแรก.....	39
13 ภาพแบบร่างการออกแบบโปสเตอร์ด้านหน้าแบบ 6 ชิ้นต่อเนื่องชุดที่ 1.....	40
14 ภาพแบบร่างการออกแบบโปสเตอร์ด้านหน้าแบบ 6 ชิ้นต่อเนื่องก่อนผ่านโปรแกรม ILLUSTRATOR.....	40
15 ภาพการออกแบบโปสเตอร์ด้านหน้าแบบ 6 ชิ้นต่อเนื่องโดยใช้โปรแกรม ILLUSTRATOR.....	40
16 ภาพการออกแบบด้านหลังสำหรับโปสเตอร์แบบ 6 ชิ้นต่อเนื่อง.....	41
17 ภาพแบบร่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใส่ซีดีเพลง.....	42
18 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่1.....	43
19 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่2.....	44
20 ภาพโฆษณาในนิตยสารผลงานจริงชิ้นที่1.....	45
21 ภาพโฆษณาในนิตยสารผลงานจริงชิ้นที่2.....	46

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปที่	หน้า
22 ภาพโปสเตอร์คตต่อเนื่อง6ชั้นผลงานจริง ด้านหน้าและด้านหลัง.....	47
23 ภาพบัตรคอนเสิร์ตผลงานจริง ด้านหน้าและด้านหลัง.....	48
24 ภาพบรรจุภัณฑ์ใส่ซีดีพร้อมซีดี2แผ่น ผลงานจริง.....	49
25 ภาพบรรจุภัณฑ์ใส่เทปคาสเซ็ท ผลงานจริง.....	49
26 ภาพผลงานสำเร็จรวม.....	50



๗

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ศิลปินวงพาราไดออกซ์ เป็นศิลปินไทยที่มีความสามารถสูง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีแนวคิดที่แปลกใหม่และที่สำคัญศิลปินวง พาราไดออกซ์เป็นศิลปินที่มีความสามารถในการแสดงสดได้อย่างดีเยี่ยม มีลูกเล่นที่สนุกสถานการแสดงที่เร้าใจและตื่นเต้นตระการตาซึ่งสามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้ที่ได้ร่วมเข้าชมคอนเสิร์ตทุกครั้ง

ดังนั้นจึงมีความสนใจที่จะทดลองออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ “คอนเสิร์ตพาราไดออกซ์ ปาร์ตี้ ผีนรก” ซึ่งเป็นคอนเสิร์ตที่สมมติขึ้นมา โดยจะหาลักษณะและคุณสมบัติที่จะเป็นการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ คอนเสิร์ตที่สัมพันธ์กับแนวคิดและภาพพจน์ของตัวศิลปินอีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้

กลุ่มเป้าหมาย

นักเรียน นักศึกษากลุ่มวัยรุ่นชายหญิงที่ชื่นชอบและติดตามผลงานของศิลปินพาราไดออกซ์ อายุ 15-22ปี ในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติ
2. ศึกษาการออกแบบภาพประกอบเชิงการ์ตูนเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบ
3. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์เพื่อที่จะเผยแพร่และประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้

ขอบเขตของโครงการ

1. ออกแบบโปสเตอร์ขนาด A2 (42x60 เซนติเมตร) จำนวน 2ชิ้น
2. ออกแบบสื่อโฆษณาในนิตยสารขนาด A3 จำนวน2ชิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ออกแบบโปสเตอร์ (4x6 นิ้ว) จำนวน 6 ชิ้น
4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ CD เพลง จำนวน 1 ชุด
5. ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับเทปคาสเซ็ท จำนวน 1 ชุด
6. ออกแบบบัตรสำหรับชมคอนเสิร์ต จำนวน 1 ชุด

แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. รวบรวมข้อมูล
 - ตัวอย่างการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์จากหนังสือกราฟิก
 - รวบรวมตัวอย่างและลักษณะภาพประกอบเชิงการ์ตูนที่น่าสนใจ เพื่อนำมาศึกษาและนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบ
 - เก็บตัวอย่างหนังสือ สิ่งพิมพ์ที่อธิบายการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์หรือที่มีการออกแบบหรือสาริตการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
2. วิเคราะห์ข้อมูล / สรุปประเด็นที่ต้องการนำเสนอ / เลือกรูปแบบการนำเสนอ
3. ทดลองออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์
4. นำเสนอแบบร่าง
5. ปรับปรุงแบบร่างเพื่อให้ได้แบบที่สมบูรณ์ที่สุด

ขั้นตอนการทำงาน

1. เสนอหัวข้ออธิบายแนวทางเป็นไปได้
2. เสนอข้อมูลและสรุปเบื้องต้น แนวทางการออกแบบโดยรวม รวบรวม / จัดข้อมูลเอกสาร
3. เสนอแบบร่างครบทุกส่วน พร้อมข้อมูลเอกสารสำคัญ
4. เสนอแบบงานจริง พร้อมข้อมูลเอกสารทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- เกิดความรู้ความเข้าใจในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ และทราบถึง คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีได้
- สามารถสรุปแนวคิดให้สัมพันธ์และมีความต่อเนื่องในชุดงานเดียวกัน ตลอดจนสามารถพัฒนาแนวความคิด
- เรียนรู้ระบบการทำงานที่เป็นขั้นตอน การใช้เหตุผล ความเหมาะสมในการใช้เหตุผลในการออกแบบนั้นๆ เพื่อพัฒนางานให้มีความสมบูรณ์ที่สุด



บทที่ 2

การรวบรวมข้อมูล

1. การโฆษณา (ADVERTISING)

การโฆษณา หมายถึงกิจกรรมสื่อสารใดๆที่เกี่ยวข้องกับการเสนอแนะหรือส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการหรือความคิดโดยมีผู้อุปถัมภ์และผ่านสื่อที่ไม่ใช่ตัวบุคคล โดยมีค่าใช้จ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (AMERICAN MARKETING ASSOCIATION) หรือเป็นรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อส่งเสริมการตลาด เป็นรูปแบบของการสื่อความหมายทางเดียวต่อมวลชนในเชิงกว้างที่มีได้อาศัยตัวบุคคลเข้าดำเนินการแต่อาศัยสื่อโฆษณาทางหลายด้านด้วยกันเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ วารสารหรือป้ายโฆษณา การโฆษณาจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งของการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของการเห็นและคำพูดซึ่งเผยแพร่ผ่านสื่อที่ต้องการใช้เงิน โดยมีเป้าหมายเพื่อสื่อความเพื่อกรข่าว เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เอาการจูงใจและเพื่อเป็นการเตือนความจำเนื่องจากการโฆษณาต้องอาศัยงบประมาณและค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นที่ผู้ที่ทำการโฆษณาจะต้องพิจารณาว่าจะโฆษณาอย่างไร จึงจะสามารถสื่อสารความต้องการ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน ดังนั้นก่อนที่จะเริ่มทำการโฆษณาจะต้องกำหนดตัวผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายทางการตลาดให้แน่นอน เพื่อให้จะได้จัดเตรียมข่าวสารให้เหมาะสมกับผู้บริโภค

1.1. กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา (CREATIVE STRATEGIES)

การโฆษณาแบบเป็น CAMPAIGN หรือแบบที่เป็น AD. เดี่ยวๆควรมีการนำเสนอที่ใกล้เคียงกันทั้งหมดและความคิดนั้นๆ จะต้องใช้ได้กับทุกสื่อ,กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับแต่ละสื่อคือให้เป็นไปตามสื่อแต่ละอย่างไม่ว่าจะพูดว่าจะอะไรหรือพูดอย่างไร

1.2. กลยุทธ์ในการบอกข่าวสารพื้นฐาน 5 ประการคือ

- การบอกแบบแจ้งให้ทราบ (INFORMATION)

ต้องใช้ข้อมูลตามความเป็นจริงการบอกข่าวสารจะต้องตรงประเด็นและเป็นที่น่าสนใจต่อผู้รับสารกลยุทธ์แบบนี้เหมาะสมกับสินค้าตัวใหม่เพื่อบรรยายถึงพฤติกรรมวิธีการผลิต,เทคนิคการทำสินค้าตัวใหม่หรือสินค้าที่อยู่ในสถานภาพการแข่งขันสูง เพื่อประกาศถึงผลการทดสอบและการ

ผลการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การออกแบบให้เป็นข้อถกเถียง (ARGUMENT)

สารที่ต้องการจะบอก ต้องปรากฏเห็นเด่นชัดว่ามีสาระน่าสนใจโดยใช้หลักเหตุและผลเพื่อสนับสนุนสารนั้นๆ ว่าทำไมถึงมีประโยชน์และน่าเชื่อถืออย่างไร เพราะผู้รับสารจะติดตามความสมเหตุสมผลโดยตลอด กลยุทธ์นี้ต้องการทักษะและความสามารถในการบอกข่าวสารมากพอสมควร,เหมาะกับผลิตภัณฑ์ที่มีมานานแล้วและอยู่ในสภาพการแข่งขันสูง

- การสร้างภาพลักษณ์ (IMAGE)

กลยุทธ์นี้จะใช้วิธีแบบบริษัทเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันหรือมีรูปลักษณ์ที่เหมือนกันจุดเน้นที่สำคัญอยู่ที่หลักจิตวิทยามากกว่าหลักเหตุและผล เป้าหมายหลักก็เพื่อสร้างชื่อเสียง,วางรากฐานให้แก่บริษัทโดยทางอ้อมเพื่อให้บริษัทอยู่ได้ในระยะยาว

- การออกแบบสร้างอารมณ์ (EMOTION)

เป็นการบอกข่าวสารที่ต้องการสร้างอารมณ์ให้ตื่นเต้นเช่น รัก, โกรธ,เกลียด,กลัว,เสียใจหรือตลกขบขัน ฯลฯ การแสดงอารมณ์แบบใดแบบหนึ่งเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ร่วมและรู้สึกตัวเองได้อยู่ในสถานการณ์นั้นจริงๆ

- การออกแบบให้ความเพลิดเพลิน (ENTERTAINMENT)

ให้ยึดถือการนำเสนอที่สนุกสนานและข่าวสารที่น่าสนใจ ความสนุกเพลิดเพลินต้องมาก่อนเหมาะกับสินค้าที่เหมือนกัน และราคาไม่สูงมากนัก

2. การออกแบบกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อการโฆษณา

ดนตรีกับการโฆษณา ในปัจจุบันดนตรีจัดเป็นอีกธุรกิจหนึ่ง การที่จะทำให้ผลงานเพลงของศิลปินเป็นที่รู้จักของประชาชนจำเป็นต้อง ฟังการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การโฆษณาในช่วงแรกเช่นการจัดให้มีการแสดงข่าวต่อสื่อมวลชน การให้สัมภาษณ์ เปิดเพลงออกอากาศทางสถานีวิทยุให้ได้ฟังว่าเป็นเพลงประเภทใด แนวเพลงเป็นอย่างไร มีการติดโปสเตอร์ตามจุดต่างๆ เช่นตามร้านจำหน่ายเทป การลงโฆษณาทางนิตยสารที่เกี่ยวกับดนตรี หนังสือพิมพ์ ซึ่งต่อมากคนฟังจะเริ่มให้ความสนใจและมีผลเกี่ยวเนื่องกับยอดขาย

ดนตรีคืองานศิลปะที่เกิดขึ้นจากฝีมือมนุษย์และมีอิทธิพลต่อมนุษย์ทุกเชื้อชาติและทุกชนชั้น เนื่องจากเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดและจินตนาการ มนุษย์ได้นำมาถ่ายทอดให้เป็นบทเพลงที่มีทั้งเนื้อร้องและทำนอง รวมถึงการนำเครื่องดนตรีมาบรรเลงประกอบกันเป็นเพลงต่างๆซึ่งให้ความไพเราะที่แตกต่างกันไปตามจินตนาการของผู้ประพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดนตรีเป็นความหมายของคนได้สิ้นสุดลง กล่าวคือ ได้เปลี่ยนจากรูปแบบเป็นของตนเอง มาเป็นรูปแบบรวมดนตรีกลายเป็นสื่อที่เสริมสิ่งอื่นๆ ดนตรีกลายเป็นธุรกิจ เสียงเพลงกลายเป็นพาหนะสำหรับอารมณ์ของแต่ละคนและเป็นภาพลักษณ์ทางการค้า กล่าวถึงภาพลักษณ์นั้นเป็นความคิดที่ดีเป็นการมองเห็นสิ่งต่างๆ ดีเลิศ ซึ่งความจริงแล้วจะดีเลิศอย่างนั้นเป็นไปได้ ภาพลักษณ์ที่เราสร้างขึ้นมามองเห็นได้ เชื่อถือได้ ชัดเจนง่ายแก่การเข้าใจ ซึ่งภาพลักษณ์นี้อาจกล่าวได้ 6 ประการคือ

2.1. ภาพลักษณ์เป็นการสังเคราะห์หรือสร้างขึ้น โดยมีกรวางแผนไว้ล่วงหน้า (AN IMAGE IS SYNTHETIC) เพื่อเป็นการสนองต่อวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะสร้างขึ้นเพื่อความประทับใจให้เกิดสาธารณชน ภาพลักษณ์เป็นภาพคร่าวๆเกี่ยวกับบุคลิกภาพของปัจเจกบุคคล สถาบัน องค์กร สินค้าหรือบริการ ที่มีการเสริมแต่งอย่างจงใจ ภาพลักษณ์ของนักร้อง เกิดจากบุคลิกดั้งเดิมของนักร้องผสมกับสภาวะตลาด และจินตนาการของครีเอทีฟ โดยกลุ่มผู้สร้างสรรมีการวางแผนนำสิ่งเหล่านี้มาประกอบเข้าด้วยกันและนำเสนอไปตามสื่อต่างๆ ที่ได้ตระเตรียมวางแผนเอาไว้ล่วงหน้า

2.2. ภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นให้ดูน่าเชื่อถือ (AN IMAGE IS BELIEVABLE) การสร้างภาพลักษณ์จะไม่เกิดประโยชน์หากไม่มีความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ที่มีความน่าเชื่อถือต้องสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่เกินจริง เป็นที่ยอมรับของสาธารณชน ผู้สร้างภาพลักษณ์ของนักร้องพยายามเสนอภาพลักษณ์ที่ไม่ซับซ้อนและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุดเช่นเพลงที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น ภาษาในเพลงก็จะ เป็น ภาษาที่วัยรุ่นเข้าใจ

2.3. ภาพลักษณ์ที่ควรสอดคล้องกับความเป็นจริง (AN IMAGE IS PASSIVE) ผู้สร้างภาพลักษณ์จะต้องวางภาพลักษณ์นั้นให้เหมาะสมกับสิ่งที่นำมาสร้างและภาพลักษณ์นั้นสามารถเข้ากันได้ดีกับความคาดหวังของผู้บริโภค ภาพลักษณ์เป็นชนิดอุดมคติ (IDEAL) ซึ่งจะกลายมาเป็นความจริง เมื่อนำภาพลักษณ์นั้นมาเผยแพร่ให้สาธารณชน ยอมรับภาพลักษณ์ของนักร้องมักมีพื้นฐานมาจากบุคลิกเดิมของตัวนักร้อง ผู้สร้างพยายามเน้นส่วนที่ดีของนักร้องให้คนทั่วไปได้เห็นชัดเจนขึ้น จึงดูสมจริง ไม่ขัดแย้งกับความรู้สึกของตัวนักร้องและตัวผู้ชม

2.4. ภาพลักษณ์สามารถตอบสนองเป้าประสงค์และความรู้สึก (AN IMAGE IS VIVID AND CONCRETE) ภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นเพราะถูกเลือกคุณสมบัติที่โดดเด่นและชัดเจนและเป็นรูปธรรมที่สะกดความรู้สึกที่จะต้องตอบสนองเป้าหมายได้ดีที่สุดเช่นภาพลักษณ์ของ “ พงพัฒน์ วชิระบรรจง” เป็นลูกผู้ชายที่ห้าวหาญและเสียสละ ภาพในมิวสิกวิดีโอจะเสนอในภาพลักษณ์ที่ พงพัฒน์เข้าช่วยผู้ที่อ่อนแอกว่าเสมอทั้งผู้หญิงและเด็กแม้ว่าจะต้องต่อสู้กับผู้ร้ายที่ตัวใหญ่กว่าหรือการฝ่าเข้าไปในคองกรีเมนต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5. ภาพลักษณ์ควรเป็นสิ่งที่เข้าใจง่าย (AN IMAGE IS SIMPLIFIED) ภาพลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่ดูง่ายเห็นแล้วเข้าใจทันที ภาพลักษณ์มีประสิทธิภาพที่สุดต้องมีลักษณะพื้นฐานแต่มีเอกลักษณ์พอจดจำได้เช่น นักร้องที่มีภาพลักษณ์เช่กซ์ ได้จากการแต่งกายที่ใส่ชุดรัดรูปภายในมีเนื้อเพลงที่มีความหมายสองแง่สองง่าม เป็นต้น

2.6. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่ระหว่างจินตนาการกับความเป็นจริง (AN IMAGE IS ISAMBIGON) ภาพลักษณ์ที่มีความคลุมเครือเพื่อให้ผู้บริโภคตีความหมายตามความคาดหวังของตนเอง ภาพลักษณ์ของนักร้องมักมาจากความฝัน ความหวังหรือความทรงจำของคนทั่วไปมาบวกกับบุคลิกของนักร้องล้วนนำมาเสนอความต้องการของผู้บริโภค การสร้างภาพลักษณ์ของนักร้องถือได้ว่าเป็นตัวอย่างของการสร้างเหตุการณ์เทียมได้เป็นอย่างดีซึ่งการสร้างสถานการณ์เทียมที่เกิดขึ้นตามทีผู้ผลิตงานหรือเจ้าของค่ายเพลงต้องการและเกิดการบริโภคสินค้าเพื่อทำให้ผู้รับสารยอมรับต่อสำหรับใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ (PROMOTION PIECE)

สื่อสำหรับใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์คือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะใช้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์จะเป็นในรูปแบบของแผ่นพับหรืออะก็ก็ได้ ไม่มีกฎเกณฑ์ที่วางไว้ตายตัว PROMOTION PIECE นั้นจะถูกออกแบบตาม CONCEPT ของนักออกแบบที่จะเป็นผู้กำหนดขึ้นมาเองมากกว่า

3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเพลง

ศิลปะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทางดนตรีไม่ว่าจะเป็นแผ่นเสียง คาสเซ็ท แผ่นคอมแพคดิสก์หรือเรียกทั่วไปว่าแผ่น CD กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงยอดขายทิ้งห่างจากการขายแผ่นเสียงเป็นอย่างมาก แผ่นเสียงขนาด 12 นิ้วแบบเดิมกลายเป็นสินค้าที่หาด้อย่างรวดเร็วในเมืองไทย นักเล่นคอมแพคดิสก์กำลังขยายตัวเพิ่มมากขึ้น แม้ว่าราคาจะค่อนข้างสูงกว่าสื่อเสียงเพลงทั่วไปแต่ลูกค้าก็ไม่กังวลเพราะคอมแพคดิสก์เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของคนสมัยใหม่ที่ต้องการฟังเพลงที่มีคุณภาพเสียงชัดเจน มีความคงทนและให้ความพอใจอย่างสูงในการฟังเพลงเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดผู้ซื้อ ฝ่ายบริหารในบริษัทเพลงอาจมองเห็นว่าบรรจุภัณฑ์อาจมีความสำคัญเล็กน้อยเท่านั้นในการตลาดแต่นักออกแบบและแฟนเพลงรู้ดีว่า ถึงแม้ดนตรีจะเป็นส่วนสำคัญสุดเบื้องต้นแต่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะให้ความรู้สึกและความหมายมากมายในระยะนี้บรรจุภัณฑ์คอมแพคดิสก์มีความสวยสะดุดตามากเช่น CD BOOKLETS เริ่มแรกมีเพียงแผ่นเดียวแต่มีจำนวนหน้ามากขึ้น เช่นการทำกล่องชุดรวมเพลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปกเทปและปกซีดีมีความสำคัญต่อนักดนตรีและผลงานอย่างมาก นอกจากจะเป็นด้านแรกแล้วยังเป็นผู้สร้าง FIRST IMPRESSION ในการจัดจำหน่ายผลงานเพลงด้วยหากผู้บริโภคไม่รู้จักหรือไม่เคยซื้อมาฟังก็อาจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหันมาลองฟังหรือสนใจเพราะความดึงดูดจากปกเทปและปกซีดีนั้น การออกแบบปกเทปและปกซีดีจึงไม่ใช่เรื่องง่าย ดังจะเห็นได้จากการปัจจุบันมีบริษัทเปิดรับการทำปกเทปและปกซีดีโดยตรง อย่างไรก็ตามเทคนิคการออกแบบส่วนใหญ่ก็นำมาใช้กันมี 3 วิธีคือ

- การใช้เนื้อหาเป็นหลักแล้วนำมาวาง CONCEPT ให้เหมาะสมกับภาพหรือกราฟฟิคบนปก
- การใช้ภาพหรือกราฟฟิคที่ดูแล้วสวยสะดุดตา น่าสนใจ
- การใช้นักร้อง, นักดนตรี เป็น PRESENTER ไม่ต้องมี CONCEPT ที่แสดงเนื้อหาของ เพลงซึ่งนักออกแบบส่วนใหญ่นิยมใช้มากเช่น ธงไชย แมคอินไตย์ ผลงานเพลงทุกชุดจะเน้นแต่ภาพพจน์ของตัวเองนักร้อง

4 การออกแบบภาพประกอบ

ภาพประกอบ* ความหมายของภาพประกอบตามพจนานุกรม พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย (ฉบับใหม่) A New ENGLISH-THAI DICTIONARY ILLUSTRATE VT. การใช้ภาพหรือตัวอย่างให้ อรรถาธิบาย (ILLUSTRATE A LESSON WITH PICTURE)

4.1. การใช้ภาพอธิบายบทเรียนบทหนึ่ง (ILLUSTRATE BY CHART AND DIAGRAMS) ใช้ภาพมาอธิบาย

4.2. ใช้ภาพแทรกเป็น อาทิม่าประดับ (หนังสือหรือหนังสือพิมพ์) AN ILLUSTRATE MAGAZINE นิตยสารที่มีภาพแทรก ILLUSTRATION. การอธิบายการใช้ภาพประกอบ

ขอบข่ายของงานและคำจำกัดความของภาพประกอบเป็นสิ่งที่ไม่ชัดเจน ไม่มีข้อจำกัดสามารถเคลื่อนไหวหรือเปลี่ยนแปลงได้ส่วนหนึ่งของคำจำกัดความความสามารถที่จะแบ่งภาพประกอบจากจุดอื่นซึ่งคำจำกัดความที่มีความหมายที่ชัดเจนของภาพประกอบ (ถึงแม้จะไม่ครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างจะสังเกตว่ารวมงานที่ไม่ได้เป็นภาพประกอบเอาไว้ด้วย) คือผลผลิตของการสร้างจินตภาพในหลายรูปแบบมาจนถึงปัจจุบันซึ่งได้มีการใช้ระบบการพิมพ์ตามขั้นตอนปกติ ขั้นตอนนี้จะเกี่ยวข้องกับทางด้านเศรษฐกิจในด้านจินตภาพของนักเขียนภาพประกอบนั้นผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้ให้แนวคิดในด้าน ภาพประกอบของจินตภาพเป็นหลักง่ายๆเริ่มจากการแยกภาพประกอบออกจากการวาดภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือระบายสี ซึ่งเป็นพื้นฐานเบื้องต้นของการสร้างภาพประกอบในการแลกเปลี่ยนความคิดเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้านำและการดำเนินสิ่งที่ได้รับมอบหมายมา ซึ่งนักเขียนภาพประกอบจะต้องผลิตงานที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะชนทั่วไป

การใช้ภาพประกอบถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับงานสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์จากการวิจัยการอ่านนิตยสารหลายครั้งชี้ให้เห็นว่าภาพประกอบมีส่วนช่วยให้นิตยสารน่าอ่านและดึงดูดความสนใจได้มาก โดยเฉพาะภาพสีจะได้รับความสนใจมากที่สุด ภาพขาว-ดำรองลงมา และภาพการ์ตูนก็ได้รับความนิยมน่าสนใจเช่นกัน ดังนั้นนิตยสารส่วนใหญ่จึงมักใช้ภาพเป็นส่วนประกอบของเนื้อหาดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ภาพต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพถ่ายเส้น ภาพแผนภูมิ ภาพวาดหรือภาพถ่ายล้วนมีประโยชน์ต่อการใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตสื่อทั้งสิ้น

สรุปภาพประกอบหมายถึง ภาพประกอบที่ใช้กับงานประเภทสิ่งพิมพ์ (PUBLICATION) ชนิดต่างๆ ของทุกประเภท เช่น

- โปสเตอร์, หนังสือ
- งานโฆษณาต่างๆ เช่น BILL BOARD, BUS SIDE, BUS BACK, MAGAZINE AD.

5. การใช้ภาพประกอบ (Illustration) เพื่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์

การเขียนภาพโฆษณา เป็นอีกด้านหนึ่งของการขยายช่องทางของช่างเขียนภาพประกอบออกไป แม้ว่าหนังสือ ลอนดอน กาสเซตต์ (LONDON GAZETTE) จะพิมพ์ใบโฆษณาแทรกตั้งแต่ปี ค.ศ. 1666 นานจนกระทั่งกลางศตวรรษที่ 19 การโฆษณาโดยเฉพาะในนิตยสารหนังสือพิมพ์รายวัน และภาพโปสเตอร์ จะเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน การโฆษณาเป็นผลสืบเนื่องมาจากการขยายตัวของงานพาณิชย์และอุตสาหกรรม ซึ่งมีผลมาจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม อันเป็นผลทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้า ในปัจจุบันภาพยนตร์ ที่วีได้ช่วยขยายงานเขียนภาพประกอบเรื่องให้ขยายตัวกว้างไกลออกไปอีก

ประสิทธิภาพของภาพเขียน และโอกาสที่จะใช้ภาพเป็นโปสเตอร์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในงานโฆษณา งานโปสเตอร์สมัยแรกๆ เป็นใบปลิว มีตัวอักษรลดหลาดหลายเป็นที่นิยมแพร่หลายเมื่อมีการคิดวิธีพิมพ์ลึกขึ้นได้ อองรี-เดอ-ทูลูส-เลอเทรค (HENRI DE TUOLOUSE-LAUTREC) จัดเป็นช่างเขียนโปสเตอร์ใหญ่คนแรกๆ ของงานโปสเตอร์แนวสมัยใหม่ งานโปสเตอร์ของเลอเทรคเช่น AMBASSADOR IN PARIS ได้ชี้ให้เห็นถึงการชำนาญในด้าน เทคนิคการพิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลึก และความเป็นผู้มีสายตาเฉียบแหลม นอกจากนี้ยังกลายเป็นเทคนิคในด้านการโฆษณาเช่น พยายามทำให้ภาพมีตัวอักษรน้อยและพยายามทำให้ตัวอักษรคล้อยจองกับภาพ

ใน 30 กว่าปีที่ผ่านมามี ภาพโปสเตอร์ได้ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง โดยช่างเขียนภาพ ประกอบ เช่น แอนดี วอร์โฮล (ANDY WARHOL) และมิลตัน กราเซอร์ (MILTON GLASEA) ทั้งสองได้นำเอาความคิดและแนวทางการออกแบบและความเข้าใจของผลกระทบต่อภาพ ถึง ปัจจุบันนี้การโฆษณาส่งผลกระทบต่อแทบทุกองศาของชีวิต ในขณะที่ความต้องการขยายตัวออก เทคโนโลยีช่วยทำให้ปัญหาที่ยุ่งยากซับซ้อนง่ายขึ้น ช่วยในการพิมพ์ การแยกสีครบทุกสีซึ่งในปัจจุบันมีราคาไม่แพง จนกระทั่งมีหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารพิมพ์เผยแพร่ทั่วไปถือว่าเป็น เรื่องธรรมดา

กราฟฟิคหนึ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการ์ตูน เป็นอีกทางหนึ่งของช่างเขียนภาพประกอบเรื่อง ในปัจจุบัน ซึ่งขยายตัวออกไปมากควบคู่กับการแพร่หลายของโทรทัศน์

ในสมัยแรกๆของการเขียนภาพประกอบเรื่อง งานวิจิตรศิลป์และงานเขียนภาพประกอบ เรื่องจะแยกออกจากกันไม่ได้ เช่นงานของ ดูร์ เป็นที่น่าสนใจที่ช่างภาพโปสเตอร์ทุกวันนี้ไม่ใช่เป็นส่วนประกอบที่ไม่ได้ข้อมูลข่าวสารหรือ โฆษณาสั้นสั้นเท่านั้น แต่กลายเป็นศิลปะในตัวเอง ภาพโปสเตอร์ที่ไม่ได้โฆษณาสั้นสั้น ทุกวันนี้แพร่หลายและมีราคาไม่แพงและกลายเป็นของใช้สอย เพื่อตกแต่งอาคารที่อยู่อาศัย

แม้ว่าจะมีการขยายตัวของงานเขียนภาพประกอบเรื่องและความรู้ในด้านเทคโนโลยีของ วัสดุ รวมถึงกระบวนการทำกราฟฟิค บทบาทของช่างเขียนภาพประกอบเรื่องหาได้เปลี่ยนไปจาก เดิมไม่ คือส่วนหนึ่งช่างเขียนภาพประกอบยังเป็นเครื่องมือของนักธุรกิจที่ทำงานเพื่อเก็งกำไร แต่ เรื่องนี้ไม่ได้เป็นเรื่องสำคัญ ตราบใดที่ศิลปินยังสร้างสรรค์ผลงานด้วยใจที่อิสระ

ในช่วงศตวรรษที่ 20 ที่ผ่านมามีรูปแบบต่างๆเหล่านั้น ได้มีความสำคัญของวิชาชีพนี้มาตั้งแต่ตอนปลายของศตวรรษที่ 1890 รูปแบบของ ILLUSTRATION ที่มีมากมายหลายแบบเป็นผล มาจากการวางรูปแบบต่างๆของ ILLUSTRATION ในยุคแรกเริ่ม รวมถึงการทดลองเทคนิค REPRODUCTION แบบเก่าและการศึกษาผลงานในอดีต

การพัฒนาเทคนิคส่วนบุคคลและการค้นพบวิธีใหม่ๆจากการวาด รวมถึงการนำสื่อจาก หลายๆแห่งมาผสมผสานกัน จึงเปรียบได้เป็นหลักสำคัญของ ILLUSTRATION ในปัจจุบันแต่ทั้ง นี้ก็ยังไม่ทิ้งเทคนิคเดิมไปเสียทีเดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ความสำคัญของภาพประกอบ

ภาพประกอบที่หลายคนพอจะนึกออกคือ ภาพประกอบตามนิตยสารบันเทิงเป็นส่วนใหญ่จริงๆ แล้วภาพประกอบไม่ได้เฉพาะเจาะจงในนิตยสารหรือหนังสือเท่านั้นยังรวมไปถึงงาน COMMERCIAL อีกด้วย

7. หน้าที่ของภาพประกอบ

บางคนอาจไม่ให้ความสำคัญกับภาพประกอบมากนัก เพราะคิดว่ามีเพียงตัวอักษรก็สามารถเล่าเรื่องได้ทั้งหมด (การมีความหมายในตัวของมันเอง) ที่จริงแล้วภาพประกอบมีหลายอย่างคือภาพประกอบสามารถจากสิ่งที่เป็น REALISTIC หรือภาพที่ตรงกับเนื้อเรื่องให้ตรงกับความต้องการได้และช่วยในการถ่ายทอดความรู้สึก อารมณ์ รวมถึงบรรยากาศที่ได้ ภาพประกอบมีทั้งเหมือนจริง เหมือนจริง การ์ตูน ฯลฯ จึงไม่มีคำว่าภาพประกอบเป็นลักษณะใดได้แต่การจะเลือกลักษณะใดนั้น ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์เป็นสำคัญ หน้าที่ประการหนึ่งของภาพประกอบคือสร้างขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจ และนับเป็นตัวสร้างบรรยากาศด้วย โดยปกติภาพประกอบจะมีบทบาทดังนี้

7.1. เพื่อแสดงประกอบเรื่องราว ข่าวสารต่างๆ ที่นำเสนอให้เกิดความรู้สึกความเข้าใจ คล้อยตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่มุ่งไว้คือ

- เพื่อประกอบอธิบายความรู้
- เพื่ออธิบายความคิดรวบยอด
- เพื่ออ้างอิงแทนสิ่งที่ปรากฏจริง
- เพื่อประกอบข้อมูลทางสถิติ

7.2. เพื่อดึงดูดความสนใจ

7.3. สื่อความหมายเกี่ยวกับเนื้อหาที่อาจเกิดขึ้นได้

7.4. กระตุ้นความสนใจของผู้อ่านต่อเนื้อหานั้นๆ

7.5. ช่วยให้เห็นคำ, หนังสือมีสีสันขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ตัวสินค้า

7.6. ช่วยอธิบายในสิ่งที่ เป็นความคิด ความรู้สึกและสิ่งที่เป็นนามธรรม

8. รูปแบบของภาพประกอบ

ภาพประกอบ ILLUSTRATION ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ (CONCEPT) และกลุ่มเป้าหมาย เป็นหลักแต่งงาน ILLUSTRATION นี้จะหลากหลายในด้านเทคนิคและวิธีการซึ่งใช้หลักองค์ประกอบ (COMPOSITION) เข้าช่วยเป็นอย่างมากส่วนแนวความคิดได้มาจาก การผสมผสานและคิดแปลงจากสิ่งต่างๆและสิ่งที่อยู่รอบตัว (CREATIVE ILLUSTRATION) ภาพประกอบสร้างสรรค์

ถ้าในงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์, หนังสือประเภทต่างๆมีแต่ตัวอักษรที่ปราศจากภาพประกอบ การสื่อสารต่างๆคงไม่มีประสิทธิภาพมากนัก ภาพประกอบอาจหมายถึงภาพวาด ภาพเขียน ภาพถ่ายหรือภาพแอร์รี่บรัชก็ได้ทั้งนี้ต้องพิจารณาทั้งลักษณะและรูปแบบให้เหมาะสมกับการสื่อสาร ตัวสื่อ การพิมพ์และกลุ่มเป้าหมาย

9. ความแตกต่างระหว่างภาพประกอบ (ILLUSTRATION) กับงานจิตรศิลป์ (FINE ART)

9.1. ภาพประกอบ - ถูกใช้เพื่อวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยมีวัตถุประสงค์ (SUBJECT) เป็นตัวกำหนดเนื้อหาก่อนแล้วจึงเขียนภาพประกอบเนื้อหาที่แน่นอนภายหลัง ทำขึ้นเพื่อเป็นการโฆษณา ดึงดูดให้ผู้ดู สนใจในตังสินค้า

- ภาพประกอบจัดเป็นศิลปะเพื่อการพาณิชย์
- ภาพประกอบเรื่องมักเป็นภาพเชิงวิเคราะห์หรือเชิงบรรยาย
- การสร้างสรรค์ภาพประกอบมีลูกค้าเป็นตัวกำหนด

9.2. จิตรศิลป์ - Ideaเป็นตัวกำหนด จิตรศิลป์สร้างงานด้วยความอิสระ ไม่เป็นการลอกเลียน ไม่มีวัตถุประสงค์ทางการค้ากำหนด ตัวศิลปินจะสร้างจินตนาการ (IMAGE) ขึ้นมา สามารถสรุปความแตกต่างระหว่างภาพประกอบและจิตรศิลป์ได้เป็นข้อๆดังนี้

- จิตรศิลป์ไม่มีจุดประสงค์ทางการค้า
- จิตรศิลป์สร้างสรรค์ด้วยงานอิสระ
- การสร้างสรรค์งานมีแนวความคิด (IDEA) เป็นตัวกำหนด

มีข้อโต้แย้งว่าการทำงานเพื่อการพาณิชย์ ไม่สามารถเรียก (ภาพประกอบ ILLUSTRATION) ว่าเป็นศิลปิน (ARTIST) โดยเฉพาะความเป็นศิลปินนั้น การทำงานไม่สนเรื่องเงินแต่อย่างไรก็ตาม การหาเลี้ยงชีพโดยความสามารถที่จะถ่ายทอดจินตนาการออกมาเป็นรูปภาพ โดยใช้ทักษะที่เหมาะสม ก็เป็นคุณลักษณะของศิลปินอยู่แล้วเพียงแต่ว่าศิลปินนั้นออกมาดีหรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิ่งสำคัญก็คือความคิดสร้างสรรค์ที่สมบูรณ์แบบจะอยู่ภายในจิตใจของ ILLUSTRATOR ผู้สร้าง
สรรค์ตลอดไป

10. ประเภทของภาพประกอบ

- 10.1. ภาพประกอบบทความ EDITORIAL ILLUSTRATION ADVERTISING.
- 10.2. ภาพประกอบบทความโฆษณา ILLUSTRATION FOR ADVERTISING.
- 10.3. ภาพประกอบแฟชั่น FASHION ILLUSTRATION.
- 10.4. ภาพประกอบในงานประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ NATURALHISTORYILLUSTRATION.
- 10.5. ภาพประกอบวิทยาศาสตร์การแพทย์ MADICAL ILLUSTRATION.
- 10.6. ภาพประกอบข้อมูลทางสถิติ ILLUSTRATION FOR INFORMATION.
- 10.7. ภาพประกอบทางด้านเทคนิค TECHNICAL ILLUSTRATION.
- 10.8. ภาพประกอบการ์ตูน CARTOON ILLUSTRATION.
- 10.9. ภาพประกอบบทความ EDITORAIL ILLUSTRATION.

หลักฐานทางประวัติศาสตร์ในการเริ่มใช้ภาพประกอบอย่างจริงจังในนิตยสารและหนังสือพิมพ์นั้น ไม่ได้มีปรากฏย้อนหลังเกินกว่าศตวรรษที่ 19 ซึ่งแตกต่างจากภาพประกอบในหนังสือที่ใช้การพิมพ์ ซึ่งค้นพบในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา หลังจากที่ได้มีการประดิษฐ์เครื่องพิมพ์ขึ้นมาในศตวรรษที่ 15 การใช้ภาพประกอบในสิ่งพิมพ์ ต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้อ่านและผู้โฆษณาที่เผยแพร่งานเขียนภาพประกอบในหน้าหนังสือพิมพ์และหน้านิตยสารด้วยการใช้ภาพประกอบในนิตยสาร ได้ประสบความสำเร็จในยุโรปตะวันตกและอเมริกาเหนือและในช่วงกลางศตวรรษที่ 19 นิตยสารภาพประกอบได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของหนังสือตระกูล "ONE A WEEK, THE COMBILL MAGAZINE" และ "GOOD WORK" ประกอบด้วยภาพชิ้นเยี่ยมของประเทศอังกฤษ

ในช่วงศตวรรษที่ 20 การใช้ภาพประกอบในงานบทความ จำเป็นต้องแข่งขันกับงานภาพถ่ายที่มีความสวยงาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความมั่นคงของภาพถ่ายแต่ในการเลือกนักถ่ายภาพหรือนักเขียนภาพประกอบที่เขียนภาพได้อย่างมีอาชีพและมีคุณภาพจะมีโอกาสมากทั้งนี้ปริมาณการพิมพ์จะขึ้นอยู่กับสังคมผู้บริโภคสมัยใหม่ด้วย การเขียนภาพประกอบบทความ EDITORIAL ILLUSTRATION ADVERTISING. คือภาพที่ใช้ประกอบข้อความและหน้าปกนิตยสารนิตยสารใดก็ตามที่มีบทความที่น่าสนใจตลอดจนถึงปกหน้าที่มีความเป็นอิสระ จะสามารถเขียนภาพประกอบได้ ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่นิตยสารฉบับเดียวจะมีผลงานของนักเขียนภาพประกอบมากกว่า 1 คนขึ้นไป แต่นักเขียนภาพประกอบบางคนก็อาจเลือกทำงานเพียงอย่างเดียวและอีกนัยหนึ่งก็เป็นเรื่องปกติอีกเช่นกันที่นักเขียนภาพประกอบจะเขียนภาพประกอบให้นิตยสารหลายฉบับในเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดียวกัน ในปัจจุบันนักเขียนภาพประกอบพบจำนวนมากพบว่า การเขียนภาพประกอบบทความสมัยใหม่มีความน่าสนใจหลายประการ สิ่งที่น่าสนใจมากที่สุดคือ ความหลากหลายของงานที่นักเขียนภาพประกอบจะได้รับ

นักเขียนภาพประกอบที่มีประสบการณ์จะพบว่า เป็นงานที่ ART DIRECTOR จะให้อิสระในการทำงานมากกว่าส่วนอื่นๆ เช่นงานโฆษณา ซึ่งนักเขียนภาพมืออาชีพจะต้องมีขอบเขตในการทำงานที่แน่นอนจึงจะได้รับความเชื่อถือ การเขียนภาพประกอบบทความนี้เป็นเหมือนสนามทดสอบของผู้เขียนภาพประกอบ สามารถทดลองงานรูปแบบต่างๆ เพื่อชั่งชั่งขยความ สามารถรวมถึงพัฒนาฝีมือให้อยู่ในระดับสุดยอด แต่ในโลกของการทำงานผู้เขียนภาพประกอบที่มีชื่อเสียงและ ART DIRECTOR คือผู้ที่มึทักษะในการที่จะแปลและเข้าใจถึงจุดประสงค์และความต้องการของผู้ว่าจ้างคือ อ่านหัวข้อเรื่องหรือพูดคุยกันทางโทรศัพท์ ก็สามารสรูปแนวความคิดและสร้างสรรค์งานให้สำเร็จตรงตามเวลา สำหรับมืออาชีพที่มีความกระตือรือร้นสนใจต่อโลกภายนอก งานนี้น่าจะเป็นงานที่มีความน่าตื่นเต้นมากที่สุดงานหนึ่งด้วยในการเขียนภาพประกอบบทความโฆษณา ILLUSTRATION FOR ADVERTISING. งานเขียนภาพประกอบในงานโฆษณานั้นถือว่าเป็นงานอาชีพที่ท้าทาย ซึ่งมีบทบาทเกินกว่าที่ผู้บริโภคจะตระหนักถึง โดยทั่วไปมีการใช้ภาพประกอบกันมากมาย นอกจากการใช้ข้อความบรรยายเทคนิคต่างๆ (เห็นหรือจริง) เข้ามามีส่วนร่วมในงานภาพประกอบในงานโฆษณาเป็นงานของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน แขนงหนึ่ง ซึ่งน่าที่มีความสำคัญในการช่วยให้งานหลายๆอย่างมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ภาพประกอบในงานโฆษณามีความสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดทั้งหมดในการสื่อสารทางเดียวระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคภาพลักษณะที่ได้จากการใช้ภาพประกอบต้องมีส่วนช่วยในการชักจูงความสนใจในสินค้านั้นๆ โดยกล่าวถึงประสิทธิภาพและเน้นถึงคุณภาพที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ภาพประกอบที่เข้าสมัยนิยมของในงานโฆษณาไปไกลเกินกว่าแค่เป็นส่วนประกอบของความสวยแปลกตาเท่านั้น อุตสาหกรรมโฆษณาไปไกลเกินกว่าแค่ส่วนประกอบของความสวยแปลกตาเท่านั้น อุตสาหกรรมโฆษณายังสัมพันธ์ไปถึงการวิจัยสำรวจทางจิตวิทยา ค้นหาคำกระตุ้นตัวของสาธารณชนในปีค.ศ. 1960 โดยหนังสือชื่อ “THE HIDDEN PERSUADERS” ของ VANCE PACKARO. ซึ่งไม่เพียงแต่จะแจกแจงเทคนิค การจูงใจที่ใช้ในงานโฆษณาแล้วเท่านั้นแต่การประเมินล่วงหน้า ถึงแนวทางวิทยาการเข้าถึงผู้บริโภคเพื่อประโยชน์ต่อการส่งเสริมการขายนั้น อาจเป็นแนวทางที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน

ภาพลักษณ์ของภาพประกอบในงานโฆษณาต้องเลือกสรรอย่างเอาใจใส่ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเจริญเติบโตของสินค้าและเป็นผลงานการวางแผนอย่างรอบคอบและคาดการณ์ล่วงหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้า ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของลูกค้าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าของเขาต้องการโฆษณาซึ่งจะแตกต่างจาก ภาพประกอบแฟชั่น FASHION ILLUSTRATION. วัตถุประสงค์ของภาพประกอบแฟชั่นคือการขายไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์ หรือตัวสินค้า ดังนั้นการโฆษณาจึงจำเป็นต้องดึงดูดและเรียกร้องความสนใจจากลูกค้าที่มีศักยภาพ

การขยายภาพพจน์ที่ออกแบบจำเป็นต้องสร้างความรู้สึกรู้สึกให้เกิดความประทับใจเสื้อผ้าสไตล์ของเสื้อ เสื้อผ้า ในคอลเลกชันและอารมณ์ที่สร้างขึ้น ด้วยลายเส้นเพียงไม่กี่เส้นจึงควรใช้จินตนาการและสไตล์ที่สามารถทำให้เสื้อผ้านั้นเป็นที่ดึงดูดยิ่งขึ้น

รูปแบบของภาพวาดสามารถแสดงพลังและความเป็นตัวของตัวเอง ภาพวาดจำเป็นต้องมีหลักโครงสร้างที่สามารถเข้าถึงเช่น ชูคราตรีหรรษา กริยาท่าทางของนายแบบต้องดูโก้หรู โบหน้าในการวาดภาพก็มีความสำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน ต้องมีหลักเฉพาะ ผู้คนจะเชื่อถือว่าเป็นไปได้ ภาพวาดควรแสดงให้เห็นการเคลื่อนไหวเพราะรูปร่างที่แข็งอาจไม่ให้ความประทับใจในเสื้อผ้าได้อย่างแท้จริง ซึ่งจะทำให้งานขายผลงานเป็นไปได้อย่างลำบาก การฝึกซ้อมวาดจะช่วยแก้ปัญหาเหล่านี้ได้

11. สีที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกทางการออกแบบ

หาก BACKGROUND สว่างกว่าสีของ FOREGROUND และมีความแตกต่างกันบ้างอยู่แล้ว BACKGROUND จะดูสดชื่น วัตถุสีเข้มซึ่งวางอยู่บน BACKGROUND สีอ่อนจะทำให้มองเห็นเล็กกว่า วัตถุชิ้นเดียวกันที่มีสีอ่อนแต่วางอยู่บนวัตถุที่มีสีแก่กว่า การผสมกันของสีที่ใกล้เคียงกัน เช่น ส้มและแดง จะแสดงความรู้สึกกลมกลืน ในขณะที่สีที่ต่างกัน โดยสิ้นเชิง ทั้งทางด้านคุณค่าและสี จะทำให้เกิด CONTRAST กันอย่างรุนแรง

สีในโทนเย็นและร้อนที่มีความสดใสเท่ากัน สีร้อนจะพุ่งมาข้างหน้าสีเย็นที่อยู่กับ Background ดำ หากสีเย็นนั้นถูกทำให้สว่างขึ้น ก็จะดันให้ออกมาข้างหน้าเรื่อยๆแต่ก็ไม่สามารถเลยหน้าสีร้อนได้

พื้นที่ของสีที่เป็นพื้นใหญ่กว่าก็จะทำหน้าที่เสมือน BACKGROUND และขึ้นกับความสนใจกับสีนั้นด้วย

12. หน้าทีละความสำคัญของสี

- 12.1. การดึงดูดความสนใจ
- 12.2. เน้นส่วนสำคัญบางส่วน
- 12.3. แสดงถึงความสมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 12.4. แนะนำให้เห็นถึงนามธรรม
- 12.5. สร้างสรรค์ความประทับใจที่ดี
- 12.6. สร้างแรงกระตุ้นอารมณ์
- 12.7. คงภาพพจน์ในจิตใจของผู้พบเห็น

สี 4 สี จะเห็นได้มากและเด่นชัด

สี 2 สี ขาว-ดำ จะเห็นรองลงมา

13. ค่าของสี (THEORY OF COLOUR EXPRESSION)

การรู้ค่าของสี EXPRESSION ของสีที่แท้จริง คือนำสีนั้นไปเปรียบเทียบกับสีอื่น

สีเหลือง	มีชีวิตชีวามากที่สุด ไปสิ้นสุดที่สีแดง จะสูญเสียลักษณะไปหากมี SHADE ของเทา ดำ หรือคราม หมายถึง ความอิจฉา ทฤษฎีปลอม เลวร้าย ไร้เหตุผล
สีแดง	เข้มทึบ ส่องแสงด้วยความรู้สึกอบอุ่นภายใน แสดงถึงแผ่นดินโลก
สีน้ำเงิน	ระบบประสาทแห่งเห็น หากเจือจางหมายถึงการยึดถือ โศกกลาง กลัว หวาดผวา
สีเขียว	พืชพันธุ์ชีวิตและความหวัง
สีส้ม	ส่องแสงมากที่สุด เข้มข้น และแรงที่สุดแสดงออกถึงสาร
สีคราม	ความไร้สติ ลึกลับประทับใจ บีบคั้น หวาดกลัว หรือให้กำลังใจเปลี่ยนแปลงไปตามสีที่นำมา CONTRAST
ม่วงน้ำเงินเข้ม	โศคร้าย
ม่วง	ความยุ่งยาก ความตาย
ม่วงน้ำเงิน	ตัวคนเดียวการอุทิศตน
ม่วงแดง	รักนิรันดร์ วิญญาณไฟฝัน

สีแท้จะให้ความหมายในทางที่ดีของชีวิต ในขณะที่ SHADE จะให้ความมืดมนและพลังทางลบ สีอาจถูกกระทำให้ผันแปรได้เช่น ในความสว่าง แดงอาจเป็นชมพูแดง ผลของสีนั้นอาจเป็นไปตามตำแหน่งของสีนั้น โดยสัมพันธ์กับสีอื่นๆที่แวดล้อมอยู่ รวมถึงเนื้อหาและขนาด PROMOTION ด้วยสีมีลักษณะความรู้สึกต่างกัน ไปตามตำแหน่งของสีนั้นในภาพ

14. โปสเตอร์ (POSTER)

การออกแบบโปสเตอร์เน้นลักษณะการสื่อสารโดยตรง เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจต่อ
 มวลที่ต้องการสื่อสารนั้นอาจน้อยหรือมากรูปภาพอาจใหญ่หรือเล็ก หากรวบรวมจุดมุ่งหมายที่
 ต้องการสื่อสารนั้นสำคัญที่สุด ดูแล้วเข้าใจได้ทันทีโปสเตอร์เป็น VISUAL COMBINATION
 ระหว่างความรุนแรงและสะอาด (ROLD DESIGN) สีและข้อความที่ดึงดูดผู้ที่ผ่านไปมา ให้นาน
 พอที่จะปลูกความคิดที่ต้องการให้เกิดขึ้นในใจแก่บุคคลผู้นั้นได้

หลักสำคัญในการออกแบบโปสเตอร์

- จุดประสงค์ในการสื่อสาร
- ความกระจ่างในภาพลักษณ์ที่ต้องการสื่อสาร
- ภาพและข้อความมีการเสริมที่สอดคล้องกัน
- สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชม

14.1. ส่วนประกอบในการออกแบบโปสเตอร์

- รูปแบบ ทั้งขนาดใหญ่และเล็กเช่นกระดาษโปสเตอร์ซึ่งมีขนาดมาตรฐานคือ
 15"X20" ปรหยศโดยตัดกระดาษ โดยการตัดกระดาษไม่ให้เหลือเศษ
 กระดาษเป็นจำนวนมากหรือออกแบบลักษณะการกำหนดกระดาษโดยไม่ต้อง
 คำนึงถึงเศรษฐกิจมากนักเช่นกรอบสามเหลี่ยม
- รูปภาพ จำนวนและขนาดของรูปภาพ ถ้ามีจำนวนภาพมากเช่น 5ภาพก็ต้อง
 ออกแบบ โดยเน้นความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันของแต่ละภาพ ภาพสำคัญ
 มากควรใหญ่กว่าภาพสำคัญน้อย การออกแบบควรเน้นเรียงลำดับขั้นตอน
 จากเริ่ม ไปจบเหนือหัวด้วยเช่นถันในหน้ากระดาษส่วนที่เป็นจุดศูนย์กลาง
 สนใจคือ OPTICAL CENTER เป็นจุดสนใจของเส้นแบ่งที่ 3 ในส่วนที่ 8
 ของสี่เหลี่ยมตำแหน่งการวางภาพมีส่วนเร้าความสนใจจากผู้ชมได้ นอกจกจาก
 จุดเด่นและความสวยงามจำนวนและขนาดของตัวอักษรลักษณะหรือแบบตัว
 อักษรที่ใช้ก็นอกเหนือจากความสอดคล้องกับภาพจนเกิดความงามแล้ว
 ควรมีรายละเอียดมากพอเช่นโปสเตอร์การแสดงละคร ควรระบุชื่อเรื่อง วัน
 เวลา สถานที่ติดต่อชื้อบัตร ฯลฯ เนื่องจากโปสเตอร์สามารถดึงดูดความสนใจ
 จากระยะไกลด้วยการพาดหัวบนโปสเตอร์จึงต้องเพิ่มขนาดให้มากกว่าหน้า
 หนังสือในนิตยสาร โดยปกติมาตรฐานของตัวอักษรที่ห่างจากสายตา 2 นิ้ว
 ควรมีขนาด 1/8 นิ้ว หากมีการเพิ่มระยะห่างระหว่างสายตากับสิ่งที่เรามอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เห็นทุกระยะ 5 นิ้วนั้น ควรเพิ่มขนาดตัวอักษรหรือการเว้นวรรคจำเป็นต้อง
เพิ่มขนาดตามความเหมาะสม

14.2. ขนาดของโปสเตอร์

ขนาดของโปสเตอร์ที่ติดตามสถานที่ต่างๆ เช่น ป้ายรถเมล์ ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า มี
ข้อกำหนดว่าขนาดของโปสเตอร์ไม่ควรมีขนาดใหญ่จนเกินไป มีเหตุผลว่า โปสเตอร์มีขนาดเล็กแต่
อาศัยจำนวนเป็นตัวกระจายข่าวสาร และจะต้องมีขนาดไม่เล็กเกินไปกว่าที่จะมองเห็นได้ในระยะ 5
เมตร ซึ่งเป็นระยะในเกณฑ์ที่เหมาะสม เพราะถ้ามีขนาดเล็กจนเกินไปจะทำให้ถูกลดความสำคัญลง
ไป กล่าวคือจะทำให้ไม่สามารถเห็นได้ทั้งภาพและข้อความ มาตรฐานของกระดาษพิมพ์ทุกชนิดคือ
31" x 43" ฉะนั้นการเลือกใช้ขนาดของโปสเตอร์จึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับมาตรฐานของ
กระดาษ ทั้งนี้เพื่อว่า ในการพิมพ์จำนวนมากจะประหยัดได้มากที่สุด

เมื่อพิจารณาจุดประสงค์ของ โปสเตอร์แล้วผู้ออกแบบก็จะดำเนินการเลือกข้อมูลเบื้องต้น
เช่น ภาพ ตัวพิมพ์ ตัวอักษร ภาพพื้น การวางแผนงานเกี่ยวกับข้อมูลต้องมีการพิจารณา 2 ด้านคือ

- FUNCTION หมายถึงการชี้แจงรายละเอียด เกี่ยวกับขนาดและจำนวนภาพ
- DECORATION FUNCTION หมายถึงการออกแบบโปสเตอร์ให้ดึงดูดผู้ดู

เคล็ดลับของคุณภาพของโปสเตอร์ ซึ่งอยู่ที่ความสามารถในการเลือกภาพ ตัวอักษรรวมทั้ง
สีที่มีส่วนในการสร้างอารมณ์ให้กับคนดู

14.3. การเลือกใช้ตัวอักษร

จากหลักเกณฑ์ที่วางไว้ข้างต้น โปสเตอร์จะสามารถเห็นได้ชัดในระยะ 5 เมตรเพื่อถ่ายทอด
ข้อมูลสู่กลุ่มเป้าหมายได้ทันที

- ตัวอักษรจะต้องอ่านง่าย ไม่ตกแต่งจนอ่านยาก
- การใช้ตัวอักษรเข้มบนพื้นที่ที่มีสีอ่อนกว่า อ่านได้ง่ายกว่าอักษรขาวบนพื้นดำ
- ความหนาของตัวอักษรบนพื้นขาว ประมาณ 1:(ความสูงตัวอักษร)
- ความหนาของตัวอักษรขาวบนพื้นดำ ประมาณ 1: ความสูงของตัวอักษร

14.4. LAY-OUT

การวาง LAY-OUT ของโปสเตอร์ต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆดังนี้

- ขนาดและสัดส่วนของโปสเตอร์ โดยเฉพาะขนาดของโปสเตอร์สำคัญมากเพื่อ
ที่จะได้ทราบว่า ต้องเพิ่มอะไรลงไปโปสเตอร์เพื่อให้เหมาะสมกับขนาด
- แสดงที่ไหน กรณีที่แสดงกลางแจ้งแบบต้องทันสมัยและเหมาะสม
- การใช้สีและขอบเขตของสี คนชอบสีอะไร สีนั้นง่ายหรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การตัดสินใจเลือกกรรมวิธีในการผลิตโปสเตอร์ เพื่อที่จะเตรียมงานให้เหมาะสมกับงานพิมพ์แต่ละชนิดต้องเข้าใจงานส่วนใหญ่อย่างชัดเจน อาจเป็นไปได้ที่นักออกแบบ อาจทำเพื่อศิลปะเท่านั้นในการทำ LAY-OUT การถกเถียงจะทำให้เกิดการเลือกแบบที่ดีขึ้น
- เมื่อจะแสดงผลลักษณ์ ต้องนำเอาทุกเรื่องมาเป็นภาพ
- การเลือกทำภาพพื้น เช่น การเลือกแสดงSINGUETHE เนื้อที่แบบธรรมดา (SIMPLE) แบบFLAT UNBROMER FIELD หรือแบบ ABSTRACT

14.5. ตัวอักษร

ตัวอักษรนับว่าเป็นส่วนสำคัญมาก เพราะความหมายของตัวอักษรมีประโยชน์ทางบวกแก่โปสเตอร์ การออกแบบสมัยใหม่ ต้องพิจารณาถึงการลดจำนวนคำ แต่ต้องสะดุดตาและอ่านง่ายในที่โล่งแจ้ง ส่วนโฆษณาทางด้านการศึกษา อาจมีจำนวนคำเพิ่มขึ้นได้แต่ต้องอิสระ คล่องตัว มีความกลมกลืนระหว่างตัวอักษรและผลลักษณ์

15. โปสการ์ด (POSTCARD)

โปสการ์ดหรือไปรษณียบัตรแต่ดั้งเดิมใช้เพื่อการสื่อสารที่กระชับและข้อความที่ไม่เป็นความลับและใช้เป็นที่ระลึกสำหรับจดจำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ องค์ประกอบและลักษณะของการใช้งานโปสการ์ดคือ แผ่นกระดาษที่ไม่อ่อนแอจนเกินไปขนาดประมาณ 5 X 7 นิ้วมีสองหน้าแบ่งหน้าที่เป็นรูปภาพและหน้าที่ใช้เขียนที่อยู่ ข้อความ ติดแสตมป์ในปัจจุบันโปสการ์ดถูกใช้เป็นส่วนหนึ่งของการ PROMOTION ด้วยโดยร้านค้าต่างๆมีการวางโปสการ์ดของร้านค้าเอาไว้สำหรับแจกลูกค้า ยกตัวอย่างเช่นร้าน SISLEY, ESPADA และร้านอื่นๆอีกมากมาย ก็มีการแจกโปสการ์ดให้ลูกค้าได้จดจำและระลึกถึงและมีคุณประโยชน์ใช้สอยด้วย

16. นิตยสาร

คือสิ่งพิมพ์ที่เป็นรูปเล่ม มีความกะทัดรัด สวยงาม เก็บรักษาได้ยาวนานกว่าหนังสือพิมพ์ นิตยสารยังมีกลุ่มเป้าหมายเป็นของตนเอง มีกำหนดออกเป็นรายสัปดาห์ รายเดือน แล้วแต่ประเภทไป ฉะนั้นนิตยสารจึงเป็นสื่อโฆษณาอีกชนิดหนึ่ง ที่มีความสำคัญและเข้าถึงผู้อ่านได้ หลายระดับหลายอาชีพ มีจุดเด่นคือ

- เป็นสื่อที่มองเห็น และสามารถถ่ายภาพเพื่อดึงดูดความสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ขณะที่ย่าน ผู้อ่าน อยู่ในอารมณ์ที่พอใจ ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านมีความสนใจในการอ่านข่าวสาร ที่ลงในนิตยสารมากขึ้น และ จริงจัง
- เป็นสื่อที่สามารถแบ่ง ประเภทของกลุ่มผู้อ่านได้
- คุณภาพในการพิมพ์ (เนื่องจากใช้กระดาษที่มีคุณภาพในการพิมพ์) โดยเฉพาะการพิมพ์สี จะสามารถให้สีที่สวยงามมากกว่าหนังสือพิมพ์ ทำให้ได้รับความสนใจจาก ผู้อ่าน ได้มาก
- มีอายุยาวนาน เพราะผู้อ่านมักเก็บสะสมไว้ ฉะนั้น โอกาสที่ผู้อ่านจะอ่านพบโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกเป็นไปได้มาก
- จำนวนผู้อ่านสูง เพราะนิตยสารมักถูกส่งหลายมือ ทำให้มีการพบเห็น โฆษณา จึงมีมากขึ้นตามลำดับ
- นิตยสาร เป็นสื่อที่สามารถ นำมาใช้ในการ โฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่ตัวสินค้า หรือบริการได้จะเห็นได้จากนิตยสารบางฉบับ ได้รับการยอมรับว่าเป็นนิตยสารชั้นสูง และสินค้าหรือบริการที่โฆษณาในนิตยสารฉบับนั้น จะกลายเป็นการโฆษณาในระดับสูงอีกด้วย

16.1. การเลือกและวางแผนโฆษณาทางนิตยสาร

การเลือกและวางแผน โฆษณาทางนิตยสารก็มีหลักการเหมือนกับการเลือกหนังสือพิมพ์ดังกล่าวคือ จะเข้า ได้กับผู้บริโภคหรือไม่ โดยขอคร่าหน่วยซื้อเสี่ยงของนิตยสาร ประเภทของนิตยสาร และค่าใช้จ่าย ฯลฯ

การลงโฆษณาในนิตยสารจะต้องระบุ ขนาด ตำแหน่ง ที่จะลง ปกใน ปกหลัง หรือภายในเล่ม จะลงเป็นสีหรือ ขาว-ดำ และจะต้องส่งแบบโฆษณา (Art Work) ล่วงหน้าก่อนที่นิตยสารนั้นจะปิดเล่มลงด้วย

16.2. ประเภทของการโฆษณาทางนิตยสาร

การโฆษณาทางนิตยสารสามารถลงได้ตั้งแต่ปกหน้าเรื่อยไปจนถึงปกหลัง ทั้งแบบมีสีสรร และ ขาว-ดำ หรือเพิ่มหน้าพิเศษอีกได้ การลงโฆษณาในนิตยสารมีทั้งแบบ DISPLAY ADVERTISING และ CLASSIFIED AD. แต่ส่วนใหญ่มักจะเป็นแบบ DISPLAY ADVERTISING มากกว่า

ส่วนเนื้อหาที่จะใช้ลงโฆษณานั้นมีหลายขนาด แต่ที่นิยมกันมากได้แก่

- ครึ่งหน้าแนวตั้ง (HALF PAGE VERTICAL) คือการแบ่งหน้าหนังสือแนวตั้งออกเป็น 2 ส่วนเท่าๆกันแล้วให้ผู้อ่านเลือกเองว่า จะลงโฆษณาทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านซ้าย หรือทางด้านขวา เนื้อที่ส่วนที่เหลือทางนิตยสารจะใช้สำหรับตีพิมพ์บทความ สารคดี บทความ หรือเรื่องราวในส่วนอื่นๆของนิตยสาร

- ครึ่งหน้ารวม (HALF PAGE HORIZONTAL) คือแบ่งหน้าหนังสือทางแนวราบออกเป็น 2 ส่วนเท่าๆกัน และให้ผู้ซื้อเลือกเช่นเดียวกับแบบแรก แต่ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยยอมรับโฆษณากันในตอนบน เพราะการโฆษณาแบบนี้ทำให้น้ำหนักของหน้าเสียไป และขาดความสวยงาม
- เต็มหน้า (FULL PAGE) คือการให้ผู้ซื้อเลือกหน้าสำหรับลงโฆษณาของตนเพียงผู้เดียว เป็นที่นิยมกันมากเพราะให้ความสวยงามมากกว่างานโฆษณาแบบอื่น
- ตำแหน่งเกาะกลางหน้า (ISLAND POSITION) ผู้ลงโฆษณาอาจกำหนดตำแหน่ง ไปยังจุดที่เรียกว่า "เกาะกลางหน้า" โดยซื้อเป็นคอลัมน์ ส่วนเนื้อที่ที่เหลือ ทางนิตยสารอาจใช้ตีพิมพ์เรื่องราวอื่นๆได้ การลงโฆษณาแบบนี้จะแพงมากเพราะเรียกร้องความสนใจจากผู้อ่านได้ดี แต่ส่วนมากมักจะขายพื้นที่โฆษณาทั้งหมดหน้ากระดาษ
- เลี้ยวหน้า (JUNIOR PAGE) คือการกำหนดเนื้อที่ประมาณ 3/4 ในแนวตั้ง และ 3/5 ในแนวนอน โดยส่วนที่จะลงโฆษณานั้น อยู่ติดกับขอบหน้าของนิตยสาร เป้าหมายของการลงแบบนี้เพื่อให้ผู้อ่านเรื่องราวในหนังสือเห็นโฆษณาด้วย
- ครึ่งหน้าแบบสองแบบสองหน้าติดกัน (HALF PAGE DOUBLE SPRAED) มีลักษณะเช่นเดียวกับการโฆษณาครึ่งหน้าแนวราบ แต่ขยายเนื้อที่ออกไปอีกหน้าหนึ่งติดกันอยู่และอยู่ในแนวเดียวกัน การลงโฆษณาแบบนี้สามารถดึงดูดสายตาของผู้ที่กำลังจะเปิดผ่านไป
- ตาหมากรุก (CHESS BOARD) คือการแบ่งหน้านิตยสารออกเป็น 4 ส่วนเท่าๆกันผู้ลงโฆษณาลงโฆษณาในสี่เหลี่ยมด้านบนหนึ่งรูป และด้านล่างที่อยู่ตรงกันข้ามอีกหนึ่งรูป การลงโฆษณาแบบนี้ส่วนบนอาจเกิดปัญหาให้กับผู้อ่าน และส่วนล่างอาจเป็นวิธีการแก้ปัญหา โดยใช้สินค้าที่โฆษณา เป็นต้น
- ครึ่งหน้าแนวตั้งด้านนอก (TWO OUTSIDE HALF PAGE) มีลักษณะเหมือนกับครึ่งหน้าแนวตั้ง (ข้อ 1) เพียงแต่เลือกลงโฆษณาที่ด้านนอก 2 หน้าเท่านั้น เป็นการลงโฆษณาแบบหนึ่งที่สามารถเรียกความสนใจจากผู้อ่านได้ สินค้าอาจเป็นชนิดเดียวกัน แต่สามารถลงโฆษณาให้อ่านต่อเนื่องกันได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ครึ่งหน้าแนวตั้งด้านใน (TWO INSIDE HALF PAGE) เหมือนแบบที่ 6 เพียงแต่เปลี่ยนตำแหน่งมาเป็นครึ่งหน้าที่ออกหนังสือเท่านั้นและให้ผลเหมือนกัน
- หน้าต่อพิเศษ (GATE FOLD) คือการกำหนดให้หน้ากระดาษขยายยาวออกไปจากหน้าปกดี อาจยาวเท่าๆกันก็ได้ แต่ส่วนใหญ่ไม่เกินหนึ่งหน้า ธรรมดาจะพับส่วนที่เกินออกมาให้สามารถเข้าไปเก็บในหนังสือได้พอดี แต่สามารถลงโฆษณาได้ถึง 3 หน้าติดต่อกันหรือ 2 หน้า หรือเฉพาะส่วนที่เกินก็ได้ การลงโฆษณาแบบนี้เป็นการสร้างความสนใจจากผู้อ่านมาก

17. ข้อมูลโดยสังเขปของศิลปิน พาราเดอ็กซ์

สมาชิกของศิลปินพาราเดอ็กซ์ประกอบด้วย

1. อิทธิพงษ์ กฤดากร ณ.อยุธยา (ต้า) ตำแหน่ง ร้องนำ , กีตาร์
2. ขจิตภัย กัญจนภา (บิ๊ก) ตำแหน่ง กีตาร์
3. จักรพงษ์ สิริริน (สอง) ตำแหน่ง เบส
4. เสาร์จพร กฤดากร ณ.อยุธยา (โจอี้) ตำแหน่ง กลอง

17.1. ประวัติความเป็นมาของวง พาราเดอ็กซ์

เริ่มจากในตอนแรกต้ากับสองเป็นเพื่อนกันโดยศึกษาอยู่ที่ ลูร์ดิลปี จุฬาฯ ทั้งสองชอบเล่นดนตรีทั้งคู่จึงมีความคิดที่จะก่อตั้งวงดนตรีเพื่อเอาไว้แสดงตามงานต่างๆของคณะ โดยสองเพิ่งจะเริ่มเล่นเบส ส่วนต้าเล่นกีตาร์ หลังจากนั้นทั้งสองจึงเริ่มหาสมาชิกเพื่อมาเสริมตำแหน่งให้ครบวง หลังจากนั้นไม่นาน วงโมเดิร์นด็อก ได้มาแสดงคอนเสิร์ตที่จุฬาฯ ซึ่งก่อนการแสดงมีวงเปิดของคณะมาแสดงประกอบ ต้าสังเกตเห็นมือกลองดีได้นำสนใจ จึงได้ทาบทามให้มาร่วมวง คนๆนั้นเป็นรุ่นพี่ปี 3 ชื่อ โน้ต

ตั้งแต่นั้นมาก็ก่อตั้งวงที่มีเครื่องดนตรี 3 ชิ้นชื่อ “ หอยจ๊อ ” โดยการรวมตัวกันของ ต้า สอง พี่โน้ตและเพื่อนๆที่มาช่วยร้องนำ เล่นมาได้ 1 ปีจึงเกิดความคิดที่จะทำเทปขาย ในตอนนั้น ไม่มีใครเป็นนักร้องนำอย่างจริงจังทางวงจึงลงมติให้ต้าเป็นคนร้องนำตั้งแต่นั้นมา



ภาพที่ 1 ศิลปินพาราไดซ์และเพื่อนๆ

ต่อมา “หอยจื้อ” ประสบปัญหาคุณภาพเสียงที่อัดออกมาแย่, ไม่มีทุน รุ่นพี่ที่คณะจึงแนะนำให้นำเพลงไปเสนอค่ายเทป ทางวงจึงเสนอ DEMO ให้กับค่าย EASTERN SKY REC และจึงได้ร่วมงานตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา และทางค่ายเสนอให้เปลี่ยนชื่อวงใหม่ เพราะ “หอยจื้อ” ฟังดูแล้วคงใช้ไม่ได้นาน พอดีสโงเปิดหนังสือเกี่ยวกับ UFO เจอศัพท์แปลกๆ ว่า PARADOX ซึ่งแปลว่าวัตถุประหลาด หรือคำที่มีความหมายตรงข้ามกับความรู้สึก อะไรที่ขัดแย้งในตัวเอง ซึ่งเหมาะกับลักษณะนิสัยของสมาชิกในวง คือดูภายนอกจะดูเรียบร้อยแต่จริงๆ สนุกสนาน โดยเฉพาะเวลาอยู่บนเวที และได้ออกอัลบั้มแรกชื่อชุด LUNATIC PLANET (ดวงดาวบ้าๆบวมๆ) โดยมี แคป ที โบน มาเป็นโปรดิวเซอร์ให้ เพลงเด่นๆ ได้แก่ “โกะ” “โรตตีที่รัก” “นักมายากล” “เสือใบ”

ช่วงออกทัวร์คอนเสิร์ตพีโน้ต ได้แนะนำมือกีตาร์อีกคนเพื่อมาเล่นสมทบให้วงแน่นขึ้น ชื่อ “บ๊ิก” และต่อมาบ๊ิกก็กลายเป็นกำลังสำคัญของวงและและมีบทบาทต่อเพลงต่างๆ ของ PARADOX เรื่อยมาจนตัดสินใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกคนหนึ่งในวง PARADOX อย่างเต็มตัว หลังจากนั้นประมาณ 2 ปี EASTERN SKY REC ก็ยุบบริษัทลงไปทางวงจึงว่างเว้นจากการออกอัลบั้มไปประมาณ 1 ปี ช่วงนั้น ด้ากับสองเรียนอยู่ปีสุดท้าย ส่วนพีโน้ตแต่งงานและบินไปเรียนต่อด้าน SOUND ENGINEER ที่ U.S.A.

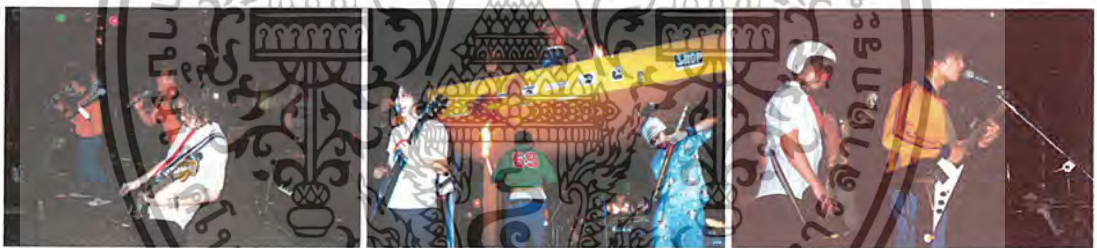
ช่วงที่เรียนด้ากับสองต้องทำงานจบ สองจึงเกิดความคิดที่จะทำเพลงของวงส่ง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของงานทั้งสองคนจึงอัดเพลงแล้วหาที่ปั๊มเป็นเทปจริงเพื่อขายในงานประจำปีของคณะ โดยใช้คอมพิวเตอร์ของบ้านด้าเป็นที่อัด โดยใช้ชื่อชุดตามที่คนเรียกว่า “แมลงวันสเปน” ในสังกัดค่าย TATA REC. (ตาต้า เรคคอร์ด) เป็นชื่อที่ด้าตั้งค่ายเทปเล่นๆ ทำออกมา 1,000 คติบ

ในปีต่อมา (2541) ก็ได้ออกมาอีกอัลบั้มคือ PARADOX AND MY FRIENDS' เป็นอัลบั้มที่มีเพลงใหม่ของวงอยู่ด้านหน้า A ส่วนหน้า B เป็นเพลงของเพื่อนๆ ที่มาอัดเพลงที่บ้าน ช่วงนั้นปี

เด็ด DJ รายการวิทยุแห่งหนึ่งได้บังเอิญนำเพลงไปเปิดออกอากาศในรายการ และรู้สึกสนใจจึงชวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ PARADOX ลงมาเสนอ DEMO กับค่าย จีนี่ซึ่งในขณะนั้นสมาชิกของวงได้เหลือเพียงแค่ 3 คนคือ ต้า สอง บิ๊ก ช่วงนั้นได้นักร้องชื่อคำมาติดลองให้แทนพีโน่โตและหลังจากที่ได้คุยกับทางบริษัท จีนี่ในเครือแกรมมี่ปลายปี2542ก็มีโอกาสได้ร่วมส่งเพลงชิมลางกับศิลปินอื่นๆในอัลบั้ม “INTRO2000” ส่งเพลงท่ามกลางไปสู่คลื่นวิทยุและได้รับการตอบรับที่ดี หลังจากนั้นทางวงก็ได้รับโอกาสให้ออกอัลบั้มเต็ม แต่ช่วงนั้นทางวงประสบปัญหาขาดมือกลองเนื่องจากพีโน่โตอยู่ต่างประเทศและเวลากระชั้นหันหันกันไปจึงได้ชักชวน “โจอี้” มือกลองญาติพี่น้องของต้าซึ่งเคยเล่นร่วมกันบ่อยๆมารับหน้าที่กลองแทนพีโน่โตซึ่งก็ทำหน้าที่ได้ดี อีกทั้งยังดึงเพื่อนสนิท “อ้อฟ” จากวง “SUPERDEAD” ที่เคยเล่นตอนอยู่คณะมาช่วยร้องเป็นคอรัส และช่วยเติมเสียงคีย์เข้าไปในเพลงต่างๆ จนอัลบั้มเต็มชื่อ “SUMMER” ก็ออกวางแผงเพลงที่โคเคนคือ “น้องเปิ้ล” “LOVE” “ฤดูร้อน” “ร.ค.DANCE” และช่วงนี้ได้ชักชวนเพื่อนอีกคนคือ “แก๊ง” หรือ “นัทธาก” มาช่วยเสริมสีสันในการแสดงบนเวทีร่วมกับอ้อฟและได้รับการตอบรับที่ดีจนกระทั่งได้ออกอัลบั้มพิเศษ “ON THE BEACH” คืออัลบั้มที่นำเอาเพลงในชุด “SUMMER” บางเพลงมาเน้นใหม่ในแบบคอนเสิร์ตและก็ได้รับการตอบรับที่ดีจากแฟนเพลงทั่วประเทศ



ภาพที่ 2 ศิลปินพาราไดออกซ์บนเวทีคอนเสิร์ตต่างๆ

ระยะเวลาได้ผ่านมามากกว่าศิลปิน PARADOX ได้ออกแสดงคอนเสิร์ตตามเวทีต่างๆ งานแสดงดนตรีของมหาวิทยาลัยจุฬาฯ โดยส่วนใหญ่จะเป็นศิลปินรับเชิญ หรืออาจเป็นคอนเสิร์ตการกุศลที่จัดขึ้นเพื่อหาเงินสมทบทุนช่วยเหลือกำพร้าตามงานต่างๆ ซึ่งทุกคอนเสิร์ตก็ได้รับการตอบรับที่ดีจากแฟนเพลง จากนั้นศิลปิน PARADOX จึงได้ออกอัลบั้มพิเศษในสังกัดค่าย TATA REC. ชุด “แค้นฝันรัก” ออกมาซึ่งเป็นอัลบั้มที่มีเพลงแนวโหดๆ น่ากลัวมีความแตกต่างจากลักษณะแนวเพลงในชุดที่ผ่านมาโดยสิ้นเชิง ซึ่งความพิเศษของอัลบั้มชุดนี้คือผลิตออกมาเป็นเทปคาสเซ็ทแค่ 100 ม้วนเท่านั้น ทำให้หาซื้อและหาฟังได้ยากมาก



ภาพที่ 3 ศิลปินพาราไดซ์ออกซ์แสดงคอนเสิร์ตออกอากาศทางสถานีวิทยุ HOTWAVE

ต่อมาภายหลังศิลปิน PARADOX ก็ได้ออกอัลบั้มเต็มกับทางค่าย จีเอ็มเอ็ม ในชุด PARADOX ON THE RAINBOW อีกครั้งซึ่งการทำงานในครั้งนี้ก็แสดงให้เห็นความสามารถของศิลปิน PARADOX ว่ามีการพัฒนาในด้านต่างๆจนถึงขีดสุดและได้มีเพลงที่ประทับใจหลายๆเพลงเช่น “รู้้ง” “เพลงสุดท้าย” “คู่ควร” “กวีบทเก่า” และเพลงอื่นๆอีกมากมาย

17.2. ผลงานที่ผ่านมาของศิลปิน PARADOX

1. PARADOX LUNATIC PLANETS
2. PARADOX แมลงวันสเปน (ของแท้คำว่าสเปนพิมพ์ผิดเป็นสเปน)
3. PARADOX AND MY FRIEND
4. PARADOX SUMMER
5. PARADOX ON THE BEACH
6. PARADOX แก้วผีนรก
7. PARADOX ON THE RAINBOW



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลการออกแบบ

1. การวิเคราะห์พฤติกรรมในการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายของวงพาราดีออกซ์

วงพาราดีออกซ์เป็นวงดนตรีที่มีผู้นิยมฟังกันเป็นจำนวนมากจัดได้ว่าเป็นวงดนตรีชั้นนำวงหนึ่งของประเทศไทย ปัจจุบันแฟนเพลงของวงพาราดีออกซ์มีตั้งแต่กลุ่มวัยรุ่นชายและหญิงอายุระหว่าง 15-22 ปี ขึ้นไปซึ่งเป็นนักเรียน,นักศึกษา,คนทำงานชอบฟังเพลงหลายๆแนว ชอบเข้าร่วมชมการแสดงคอนเสิร์ต สะสมเทป CD โปสเตอร์ ไปสการ์ด โปสเตอร์และของที่ระลึกต่างๆของศิลปินที่นำมาขายตามงานเนื่องในโอกาสพิเศษต่างๆ ส่วนใหญ่สามารถรับข่าวสารของศิลปินได้จากการวิทยุและรายการเพลงในโทรทัศน์เท่านั้น

2. ลักษณะและแนวคิดดนตรีของวงพาราดีออกซ์

เป็นการผสมผสานกันระหว่างแนวคิดดนตรี ROCK'N'ROLL กับแนวคิดดนตรี PUNK ROCK ซึ่งเป็นดนตรีที่ใช้เครื่องดนตรีไม่กี่ชิ้นได้แก่ กีตาร์ไฟฟ้า 2 ตัว เบสไฟฟ้าและกลองชุด ในบางทีอาจมีเครื่องดนตรีชนิดอื่นเข้ามาเสริมแล้วแต่ความต้องการของศิลปิน มีจุดเด่นคือเน้นจังหวะคึกคัก มีคำร้องง่ายขบคิดหู มีท่อนสร้อยเปียมพลัง โชนัเทคนิคการใช้เครื่องดนตรีได้อย่างเหนือชั้นและศิลปินพาราดีออกซ์มีสไตล์และเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัว มีความคิดสร้างสรรค์ในการแต่งเพลงที่ได้มีการหยิบยกเอาเรื่องที่ใกล้ๆตัวมาถ่ายทอดลงไปในเพลงและนำเสนอออกมาในรูปแบบต่างๆเช่น เพลงร.ด. แดนซ์ แมลงวัน ไก่ โรงพยาบาลฯและที่สำคัญวงพาราดีออกซ์ได้ให้ความสำคัญกับการแสดงสดที่มีการแสดงออกของฝีมือที่ไม่ต่างจากในเทป จังหวะมันส์ๆและการแสดงพิเศษที่เพิ่มเสริมเข้าไปในการแสดงบนเวที ซึ่งสามารถแหกกฎเกณฑ์และข้อจำกัดเดิมๆของวงการดนตรีในประเทศไทยด้วยรูปแบบและเอกลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

3. ลักษณะเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สำคัญของพาราดีออกซ์

- 3.1. มีความคิดสร้างสรรค์ในการแต่งเพลง
- 3.2. ทำนอง,จังหวะคึกคักและคำร้องง่ายขบคิดหู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3.3. โขว์เทคนิคการใช้เครื่องดนตรีกันอย่างเต็มความสามารถการแสดงสดบนเวทีที่มีเอกลักษณ์และความมันส์เฉพาะตัว
- 3.4. การแต่งกายแฟนซีของมือเบสขณะแสดงคอนเสิร์ตบนเวที
- 3.5. การแสดงเสริมพิเศษที่สร้างความตื่นตาตื่นใจแก่ผู้ชม

4. แนวแฟชั่นของศิลปินพาราดีออกซ์

ศิลปินพาราดีออกซ์จะมีการแต่งกายสบายๆตามกาลเทศะ ใส่เสื้อยืดหรือเสื้อเชิ้ต กางเกงยีนส์ร่อนเท้าผ้าใบแต่เมื่ออยู่บนเวทีการแสดงจะมีการแต่งกายจะเปลี่ยนไปตามสถานที่และคอนเสิร์ต ของงาน โดยจะมีชุดที่เน้นความแรงและ ซ็อคผู้ที่พบเห็น โดยส่วนมากมือเบสของวง (สอง) มักจะมีการแต่งกายแปลกๆทุกครั้งเมื่อขึ้นแสดงคอนเสิร์ตบนเวทีเช่น สวมชุดนักเรียนหญิงสวมผ้าปิดปาก ใส่หูกระต่าย ฯลฯ ตามแต่โอกาสและสถานที่ที่จะอำนวย นอกจากนั้นการแต่งกายของนักแสดงสมทบที่มักจะแต่งกายเลียนแบบผี ทหาร อีตเลอร์ซึ่งสามารถเรียกร้องความสนใจและสร้างความประทับใจให้แก่คนดูได้เช่นกัน

5. ปัญหาของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตพาราดีออกซ์

- 5.1. งบประมาณที่จะใช้ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับการประชาสัมพันธ์ มีน้อยหรือไม่มีสำหรับการใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์เลย
- 5.2. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่เป็นสิ่งพิมพ์หากมีก็จะมีออกมาน้อย มีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจไม่ดึงดูดและซึ้งใจได้ดีพอ
- 5.3. มีการประชาสัมพันธ์ที่มีแค่เฉพาะสถานีวิทยุบางสถานีและรายการเพลงทางโทรทัศน์ บางรายการเท่านั้นซึ่งทำให้รู้กันเฉพาะคนบางกลุ่มและมีการกระจายข่าวออกไปแค่ในวงแคบเท่านั้น

6. สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการออกแบบ

ดังนั้นจึงได้สมมติคอนเสิร์ตพาราดีออกซ์ ปาร์ตี้ผืนรถขึ้นมาเพื่อที่จะใช้เพื่อการศึกษากระบวนการ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตให้เป็นที่รู้จักและแจ้งข่าวสารและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และวันเวลาในการแสดง ราคาบัตรและรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ โดยจะกำหนดรูปแบบและและแนวทางของคอนเสิร์ตดังนี้

คอนเสิร์ตพาราไดออกซ์ ปาร์ตี้ฝันรัก เป็นคอนเสิร์ตที่จัดขึ้นในวัน ฮาโลวีนซึ่งถือว่าเป็นวันปล่อยผีตามประเพณีและความเชื่อของชาวตะวันตก ดังนั้นการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตพาราไดออกซ์ ปาร์ตี้ฝันรักจึงต้องการนำเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปินมาผสมผสานกับบรรยากาศของคืนวันปล่อยผีมาใช้ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้และแก้ไขปัญหาที่กล่าวมาในข้างต้น โดยการใช้เทคนิคการเขียนภาพประกอบ ILLUSTRATION เพื่อสร้างบรรยากาศและส่งเสริมเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปินพาราไดออกซ์ให้มีความโดดเด่น และมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

สัญลักษณ์สำหรับงานคอนเสิร์ต “ พาราไดออกซ์ ปาร์ตี้ฝันรัก ”

จุดประสงค์ของการออกแบบสัญลักษณ์สำหรับงานคอนเสิร์ต “ พาราไดออกซ์ ปาร์ตี้ฝันรัก ” เพื่อที่จะใช้เฉพาะในงานคอนเสิร์ตนี้เท่านั้น โดยจะออกแบบสัญลักษณ์สำหรับคอนเสิร์ตให้มีความเหมาะสมกับ CONCEPT ของคอนเสิร์ต

สัญลักษณ์สำหรับงานคอนเสิร์ตจะออกแบบให้มีรูปแบบและกลิ่น โหของคืนวันฮาโลวีนซึ่งเป็นวันปล่อยผีตามประเพณีของชาวตะวันตก



ภาพที่ 4 ตัวอย่างสัญลักษณ์ที่จะใช้ภายในงานออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พาราไดกซ์ ปาร์ตี้ฝันรก
Paradox
NIGHTMARE PARTY

ภาพที่ 5 สัญลักษณ์ที่จะเลือกใช้ในงานออกแบบ

6.1. โปสเตอร์ขนาด A 2 จำนวน 2 ชิ้น

จุดประสงค์ในการออกแบบโปสเตอร์ก็เพื่อต้องการประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ต พาราไดกซ์ ปาร์ตี้ฝันรก โดยต้องการจะแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับวัน เวลาและสถานที่ในการแสดงคอนเสิร์ตอีกทั้งยังรวมถึงการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับราคาของบัตร สถานที่ที่จำหน่ายบัตร เหมาะสำหรับนำไปติดตามสถานที่ต่างๆเช่น โรงเรียน มหาวิทยาลัย ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า สยาม เซนเตอร์พอยต์ ฯลฯ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับคอนเสิร์ตให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้ทราบกันอย่างทั่วถึง

- โปสเตอร์ชิ้นที่ 1 จะใช้เทคนิคภาพประกอบและใช้สีเพื่อสร้างความน่าสนใจโดยเนื้อหาและแนวคิดที่จะใช้ในการออกแบบคือ ในคืนวันปล่อยผีความมันส์ทั้งหลายจะมารวมกันในคอนเสิร์ต “พาราไดกซ์ ปาร์ตี้ฝันรก “มันส์!?! แปลกกว่าใคร” โดยในโปสเตอร์จะแสดงให้เห็นถึงความแปลกของศิลปินที่จะสามารถจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายติดตามสื่อและให้ความสนใจที่จะมาร่วมชมคอนเสิร์ต

- โปสเตอร์ชิ้นที่ 2 จะใช้เทคนิคภาพประกอบและใช้สีเพื่อสร้างความน่าสนใจโดยเนื้อหาและแนวคิดที่จะใช้ในการออกแบบคือ คอนเสิร์ต พาราไดกซ์ ปาร์ตี้ฝันรก “มันส์!?! ไม่ได้มีแค่ศิลปิน” ในคอนเสิร์ตครั้งนี้นอกจากศิลปินพาราไดกซ์แล้วยังจะมีเพื่อนๆของศิลปินพาราไดกซ์ที่จะมาสร้างความสนุกสนานบนเวทีคอนเสิร์ต โดยในโปสเตอร์จะแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ส่วนตัวของศิลปินและความมันส์เพื่อชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายสนใจที่จะมาร่วมชมคอนเสิร์ต

6.2. โฆษณาในหน้านิตยสารขนาด A3 จำนวน 2 ชิ้น

จุดประสงค์ในการออกแบบโฆษณาในหน้านิตยสารก็เพื่อต้องการประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ต พาราไดกซ์ ปาร์ตี้ฝันรก โดยต้องการจะแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับวัน เวลาและสถานที่ในการแสดงคอนเสิร์ตอีกทั้งยังรวมถึงการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับราคาของบัตร สถานที่ที่จำหน่ายบัตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหมาะสำหรับลงโฆษณาและประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตในนิตยสารที่กลุ่มวัยรุ่นนิยมอ่านเช่น a day MONO Lips Mars 17teens ฯลฯ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับคอนเสิร์ตให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ได้ทราบกันอย่างทั่วถึง

- โฆษณาในหน้านิตยสารขนาด A3 ชั้นที่1 จะใช้เทคนิคภาพประกอบและใช้สี เพื่อสร้าง ความน่าสนใจโดยเนื้อหาและแนวคิดที่จะใช้ในการออกแบบคือใน คอนเสิร์ต พาราไดกซ์ ปาร์ตี้ผีนรก “มันส์ ไม่มีซ้ำ” โดยในสื่อจะแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในการแสดงคอนเสิร์ตของวงพาราไดกซ์ว่ามีความ สามารถเฉพาะตัวและไม่ซ้ำแบบใครเพื่อชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายสนใจที่จะมาร่วมชมคอนเสิร์ต
- โฆษณาในหน้านิตยสารขนาด A3 ชั้นที่2 จะใช้เทคนิคภาพประกอบและใช้ สีเพื่อสร้างความน่าสนใจโดยเนื้อหาและแนวคิดที่จะใช้ในการออกแบบคือใน คอนเสิร์ต พาราไดกซ์ ปาร์ตี้ผีนรก “มันส์พร้อมแล้ว” โดยในสื่อจะแสดงให้เห็นถึงความพร้อมของศิลปินที่จะมาสร้างความบันเทิงและความมันส์ที่จะเกิดขึ้น ในคอนเสิร์ตเพื่อชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายสนใจที่จะมาร่วมชมคอนเสิร์ต

6.3. ฟรีโปสเตอร์ขนาด 4x6 นิ้ว จำนวน 6 ชิ้น

จุดประสงค์ในการออกแบบฟรีโปสเตอร์ ก็เพื่อต้องการประชาสัมพันธ์ คอนเสิร์ต “พาราไดกซ์ปาร์ตี้ผีนรก” โดยต้องการจะแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับวัน เวลาและสถานที่ในการแสดง คอนเสิร์ตอีกทั้งยังรวมถึงการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับราคาของบัตร สถานที่ที่จำหน่ายบัตรเพื่อแจก ฟรีในบ้านค้าหรือร้านอาหารที่มีกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มวัยรุ่นเข้าไปใช้บริการเช่นร้าน LOFT CD WARE HOUSE ร้านอาหารกินดื่ม บางกอกบาร์ ดัมย้ากึ่ง ฯลฯ

โดยการออกแบบโปสเตอร์ชุดนี้จะใช้ลูกเล่นในการออกแบบเพื่อสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นในงานและเป็นการนำเสนอแนวทางใหม่ในการออกแบบโปสเตอร์ โดยต้องการจะนำเสนอการ ออกแบบโปสเตอร์ที่สามารถเล่าเรื่องราวได้ด้วยตัวมันเองเพียงชิ้นเดียวแต่เมื่อนำโปสเตอร์ชิ้นอื่นๆ มาเรียงต่อกันตามลำดับก็จะสามารถเล่าเรื่องราวที่มีความสมบูรณ์และมีความต่อเนื่องได้มากยิ่งขึ้น

6.4. ออกแบบปกCDเพลงที่ระลึกสำหรับงานคอนเสิร์ต“ พาราดีกซ์ปาร์ตี้ฝันรัก ”จำนวน 1 ชิ้น

จุดประสงค์ในการออกแบบปกCDเพลงที่ระลึกสำหรับงานคอนเสิร์ต “ พาราดีกซ์ปาร์ตี้ฝันรัก ” สำหรับใช้ขายเป็นของที่ระลึกในงานคอนเสิร์ตแก่กลุ่มเป้าหมายและคนที่ได้เข้าร่วมชมคอนเสิร์ต

รูปแบบของปก CD จะใช้ภาพประกอบและเน้นสีส้มที่ดูสะดุดตาสร้างความน่าสนใจและสร้างบรรยากาศของคืนวันปาร์ตี้โดยรูปแบบของปก CD จะมีความสอดคล้องกับคอนเซ็ปของคอนเสิร์ตและเนื้อหาของเพลงที่บันทึกลงในแผ่น CD และปก CD จะใช้การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้กระดาษเพียงชิ้นเดียวในการทำบรรจุภัณฑ์

6.5. ออกแบบปกเทปเพลงที่ระลึกสำหรับงานคอนเสิร์ต“ พาราดีกซ์ปาร์ตี้ฝันรัก”จำนวน 1 ชิ้น

จุดประสงค์ในการออกแบบปกเทปเพลงที่ระลึกสำหรับงาน คอนเสิร์ต “ พาราดีกซ์ปาร์ตี้ฝันรัก ” สำหรับใช้ขายเป็นของที่ระลึกในงานคอนเสิร์ตแก่กลุ่มเป้าหมายและคนที่ได้เข้าร่วมชมคอนเสิร์ต

รูปแบบของปกเทปคาสเซ็ทจะใช้ภาพประกอบและเน้นสีส้มที่ดูสะดุดตาสร้างความน่าสนใจและสร้างบรรยากาศของคืนวันปาร์ตี้โดยรูปแบบของปกเทปคาสเซ็ทจะมีความสอดคล้องกับคอนเซ็ปของคอนเสิร์ตและเนื้อหาของเพลงที่บันทึกลงในเทปคาสเซ็ทและปกเทปคาสเซ็ทจะใช้การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้กระดาษเพียงชิ้นเดียวในการทำบรรจุภัณฑ์

6.7. ออกแบบบัตรคอนเสิร์ตสำหรับใช้ภายในงานคอนเสิร์ต“ พาราดีกซ์ปาร์ตี้ฝันรัก” 1 ชุด

จุดประสงค์ของการออกแบบบัตรสำหรับงานคอนเสิร์ต “ พาราดีกซ์ ปาร์ตี้ฝันรัก” เพื่อที่จะใช้เฉพาะในงานคอนเสิร์ตนี้เท่านั้น โดยจะออกแบบบัตรสำหรับคอนเสิร์ตจำนวน 1 ชุดให้มีความเหมาะสมกับ CONCEPT ของคอนเสิร์ตโดยจะแบ่งลักษณะของรูปแบบบัตรตามราคาและมูลค่าของบัตรออกเป็น 3 แบบได้แก่

- บัตรคอนเสิร์ตชั้นที่1 ราคา 600บาทบัตรสีส้ม โดยจะใช้ภาพประกอบเพื่อช่วยสร้างบรรยากาศให้มีความกลมกลืนและคล้ายตามกันตรงตามคอนเซ็ปที่ได้วางเอาไว้และใช้สีเป็นตัวบ่งบอกชนิดและราคาของบัตรคอนเสิร์ต
- บัตรคอนเสิร์ตชั้นที่2 ราคา 800บาท บัตรสีแดง โดยจะใช้ภาพประกอบเพื่อช่วยสร้างบรรยากาศให้มีความกลมกลืนและคล้ายตามกันตรงตามคอนเซ็ปที่ได้วางเอาไว้และใช้สีเป็นตัวบ่งบอกชนิดและราคาของบัตรคอนเสิร์ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บัตรคอนเสิร์ตชั้นที่3 ราคา 1,000บาท บัตรสีดำโดยจะใช้ภาพประกอบเพื่อช่วยสร้างบรรยากาศให้มีความกลมกลืนและคล้องตามกันตรงตามคอนเซ็ปต์ที่ได้วางเอาไว้และใช้สีเป็นตัวบ่งบอกชนิดและราคาของบัตรคอนเสิร์ต

7. ช่องทางในการสื่อสาร

เนื่องจากการสำรวจความคิดเห็นจากแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นพบว่าสื่อที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจหรือสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

- โปสเตอร์
- โฆษณาในหน้านิตยสาร
- BILLBOARD
- TRIVITION
- โฆษณาบนรถไฟฟ้า
- โปสเตอร์
- INTERNET
- โฆษณาทางรายการโทรทัศน์
- SPORT RADIO
- อื่นๆ

ในการออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตพาราไดซ์ ปาร์ตี้ผืนรัก ต้องการนำเสนอในรูปแบบที่สามารถใช้เป็นของที่ระลึกได้ ซึ่งจะมีคุณค่าและความงามที่ต้องการนำเสนอในรูปแบบดังนี้

- โปสเตอร์
- โฆษณาในหน้านิตยสาร
- ฟรีโปสเตอร์
- ปกเทปคาสเซ็ทและปกซีดีสำหรับขายเป็นของที่ระลึกในงาน
- บัตรคอนเสิร์ตสำหรับใช้ในงาน

8. แนวคิดที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ

ต้องการนำเสนอว่าวงพาราไดซ์เป็นวงดนตรีที่มีความสามารถในการแสดงดนตรีสดบน

เวทีสูงสามารถทำให้ผู้ที่เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตมีอารมณ์ร่วมไปกับบทเพลงและบรรยากาศที่เต็มไปด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยความสนุกสนานและความน่าประทับใจที่ศิลปินได้สร้างขึ้นซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของวงพาราไดออกซ์และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้วงดนตรีพาราไดออกซ์มีความแตกต่างจากวงดนตรีวงอื่นๆ

9. ลักษณะและรูปแบบที่ต้องการจะนำเสนอ

ศึกษาการออกแบบโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์โดยนำเสนอเทคนิคการเขียนภาพประกอบ ILLUSTRATOR ซึ่งการ์ตูนในงานออกแบบซึ่งสามารถสร้างความน่าสนใจและช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น อีกทั้งยังสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ของศิลปินได้โดยไม่มีข้อจำกัดในการออกแบบ

10. สรุปโจทย์ทั้งหมดในการออกแบบ (CREATIVE BRIEF)

10.1. ข้อมูล คอนเสิร์ต “พาราไดออกซ์ ปาร์ตี้ในรัก” คือคอนเสิร์ตที่จะจัดขึ้นในคืนวันฮาโลวีน จะจัดแสดงโดยศิลปินวงพาราไดออกซ์ที่จะนำเอาบทเพลงพิเศษที่มีเนื้อหาวัดเกี่ยวข้องกับบรรยากาศในคืนวันฮาโลวีนที่เต็มไปด้วยความสนุกสนานจากบทเพลง การแสดงและการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปินซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปิน

10.2. กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มวัยรุ่นชาย-หญิงอายุตั้งแต่ 15-22 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมต้น-ปริญญาตรีที่ติดตามข่าวสารและผลงานของศิลปินพาราไดออกซ์

10.3. พฤติกรรมของผู้รับสื่อ พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะติดตามข่าวสารและข้อมูลต่างๆของศิลปินพาราไดออกซ์ติดตามคอนเสิร์ต สะสมเทป CD และของที่ระลึกต่างๆที่ศิลปินนำมาขายในโอกาสพิเศษต่างๆ

10.4. ขอบเขตของโครงการ

- โปสเตอร์ขนาด A2 จำนวน 2 ชิ้น
- โฆษณาในนิตยสาร จำนวน 2 ชิ้น
- ฟรีโปสเตอร์ จำนวน 6 ชิ้น
- ออกแบบปกเทปและปกCD อย่างละ 1 ชุด
- ออกแบบบัตรคอนเสิร์ต จำนวน 1 ชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10.5. การออกแบบ ใช้ภาพกับข้อความเป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารข้อมูลจากสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยในการออกแบบสื่อจะนำเสนอเทคนิคการออกแบบภาพประกอบ ILLUSTRATION เชิงการ์ตูนเพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ของศิลปินให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

10.6. ข้อความที่จะสื่อสาร บอกข่าวสารแจ้งรายละเอียดและข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับคอนเสิร์ตพร้อมกับเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมชมการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปิน พาราไดซ์

10.7. สไตล์และเทคนิค จะนำเสนอรูปแบบการออกแบบภาพประกอบ ILLUSTRATION เชิงการ์ตูนเพื่อใช้ดึงดูดความสนใจและช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของศิลปินให้มีความน่าสนใจเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วย

10.8. MOOD AND TONE ภาพรวมของงานต้องการจะให้มัลักษณะของบรรยากาศในคืนวันฮาโลวีนโดยใช้สีและภาพประกอบเพื่อช่วยสร้างบรรยากาศภายในตัวงาน

10.9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ แสดงให้เห็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปินพาราไดซ์และภาพรวมของบรรยากาศภายในงานคอนเสิร์ตที่มีความพิเศษแตกต่างจากงานคอนเสิร์ตของศิลปินวงอื่นๆ ซึ่งจะสร้างความน่าสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายทำให้เกิดการติดตามและเกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มเป้าหมายและศิลปินพาราไดซ์

บทที่ 4

ขั้นตอนการออกแบบ

ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้เริ่มจากการดึงครแรกเตอร์ของศิลปินออกมาเป็นภาพการ์ตูน โดยคงลักษณะเด่นของศิลปินเอาไว้ และ เริ่มพัฒนาไปจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์ และ จึงนำไปประยุกต์เข้ากับ สื่อที่จะใช้นำเสนอ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด



ภาพที่ 6 ถายเส้นคาแร็คเตอร์ของศิลปินพาราดีออกซ์

ภาพที่ 7 คาแร็คเตอร์ของศิลปินพาราดีออกซ์โดยใช้โปรแกรม ILLUSTRATOR

โดยเมื่อ ตัดทอนเป็นรูปแบบของภาพการ์ตูนที่ยังคงเอกลักษณ์เดิมของศิลปินไว้ โดยใช้เทคนิคการเขียนภาพประกอบ โดยใช้โปรแกรม ILLUSTRATOR การใช้โทนสีสดใส เพื่อสร้างความน่าสนใจในสื่อ เพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น การจัดวางและองค์ประกอบของภาพก็มีส่วนสำคัญ ที่ช่วยให้สื่อมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น การนำภาพศิลปินมาใช้ใน

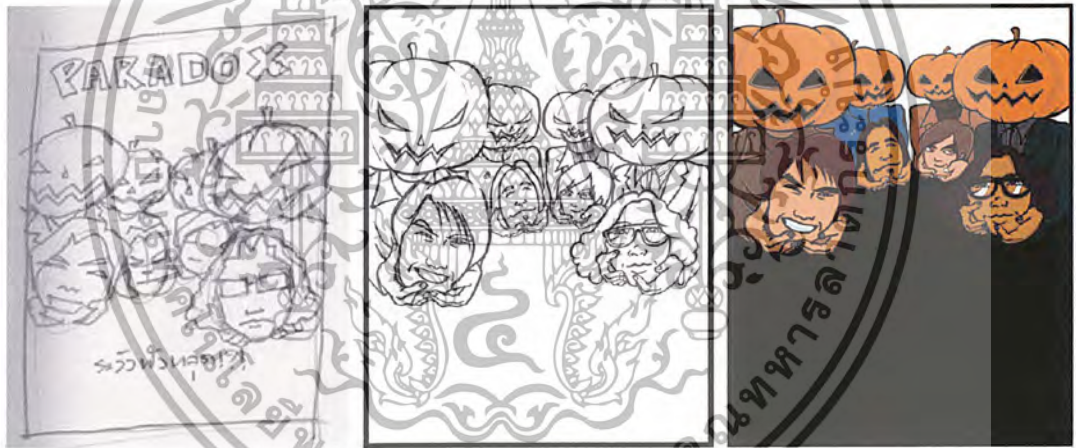
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานโดยการสร้างบรรยากาศ และ อารมณ์ที่สื่อถึงความสนุกสนาน เป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบสื่อชุดนี้

สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดมีดังนี้

1. โปสเตอร์ 2ชิ้น
2. โฆษณานิตยสาร 2ชิ้น
3. โปสการ์ด 6ชิ้น
4. บัตรคอนเสิร์ต 1ชุด
5. ปกเทพกาสเซตและปกซีดีอย่างละ 1ชิ้น

1. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชิ้นที่1



ภาพที่8 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชิ้นที่1

โปสเตอร์ชิ้นที่1 ต้องการนำเสนอความแปลกแหวกแนวของศิลปิน โดยการสมมติให้ศิลปินเป็นผีหัวขาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

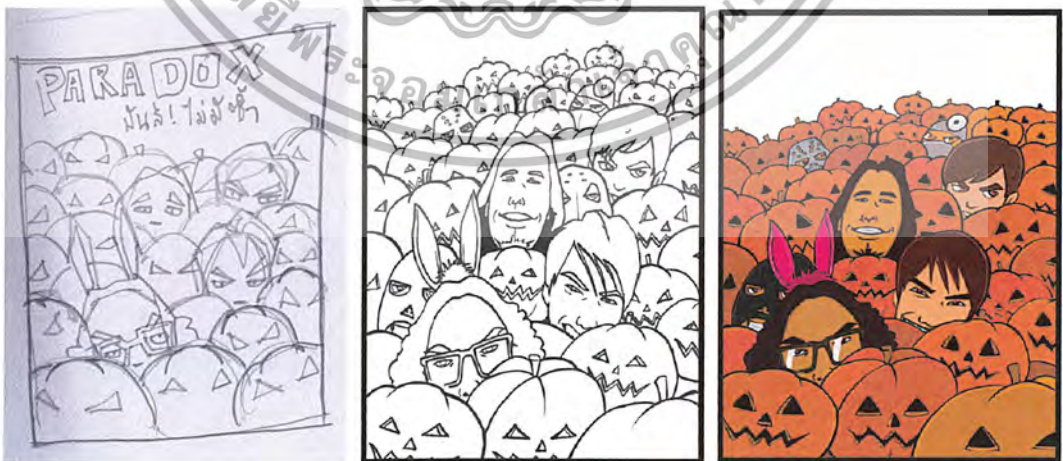
2. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชิ้นที่2



ภาพที่9 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชิ้นที่2

โปสเตอร์ชิ้นที่2 จำลองเหตุการณ์บนโต๊ะอาหารในงานปาร์ตี้ของศิลปินพาราดีกซ์ว่ามีความสนุกสนานและแปลกและในงานปาร์ตี้ไม่ได้มีเพียงแค่ศิลปินพาราดีกซ์แต่ยังมีเพื่อนของศิลปินในงานคอนเสิร์ตอีกด้วย

3. การพัฒนาการออกแบบโฆษณาในนิตยสารชิ้นที่1



ภาพที่10 ภาพการพัฒนาการออกแบบโฆษณาในนิตยสารชิ้นที่1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โฆษณาในนิตยสารจีนที่1 ต้องการนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปินพารา
คืออค์ซ์ว่ามีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใคร

4. การพัฒนาการออกแบบโฆษณาในนิตยสารจีนที่2



ภาพที่11 ภาพการพัฒนาการออกแบบโฆษณาในนิตยสารจีนที่2

โฆษณาในนิตยสารจีนที่2 สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายว่าศิลปินพาราคืออค์ซ์มีความพร้อมเต็มที่
ในการแสดงคอนเสิร์ตที่กำลังจะจัดขึ้น

5. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ด้านหน้า



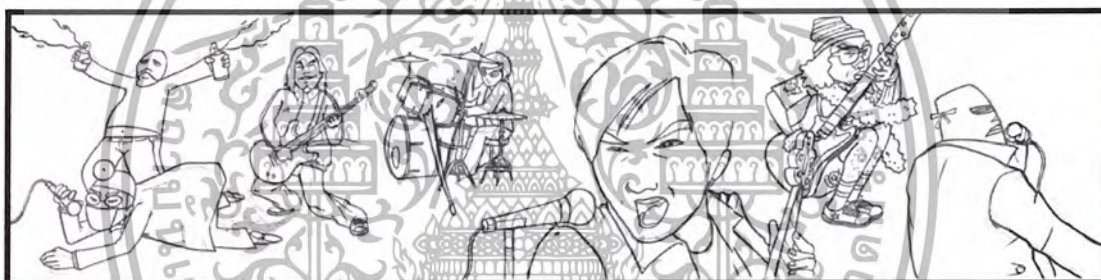
ภาพที่12 ภาพการออกแบบโปสเตอร์ชุดแรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการออกแบบโปสเตอร์ชุดแรกผลงานที่ผลิตออกมา 4 ชิ้น ต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยต้องการจะสื่อว่าในงานคอนเสิร์ตมีความตื่นเต้น, สนุกสนานและแปลกใหม่ แต่เมื่อผลงานสำเร็จออกมาแล้วไม่เป็นที่พอใจ จึงได้ออกแบบโปสเตอร์ชิ้นมาใหม่อีกชุด



ภาพที่ 13 ภาพแบบร่างการออกแบบโปสเตอร์ด้านหน้าแบบ 6 ชิ้นต่อเนื่องชุดที่ 1



ภาพที่ 14 ภาพแบบร่างการออกแบบโปสเตอร์ด้านหน้าแบบ 6 ชิ้นต่อเนื่องก่อนผ่านโปรแกรม

ILLUSTRATOR



ภาพที่ 15 ภาพการออกแบบโปสเตอร์ด้านหน้าแบบ 6 ชิ้นต่อเนื่องโดยใช้โปรแกรม

ILLUSTRATOR

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบโปสเตอร์ชุดนี้ต้องการนำเสนอความสนุกสนาน, ตื่นเต้นและความแปลกใหม่
ที่จะเกิดขึ้นในรูปแบบโปสเตอร์ 6 ชิ้นที่สามารถนำมาต่อกันและสามารถเล่าเรื่องราวเดียวกันได้

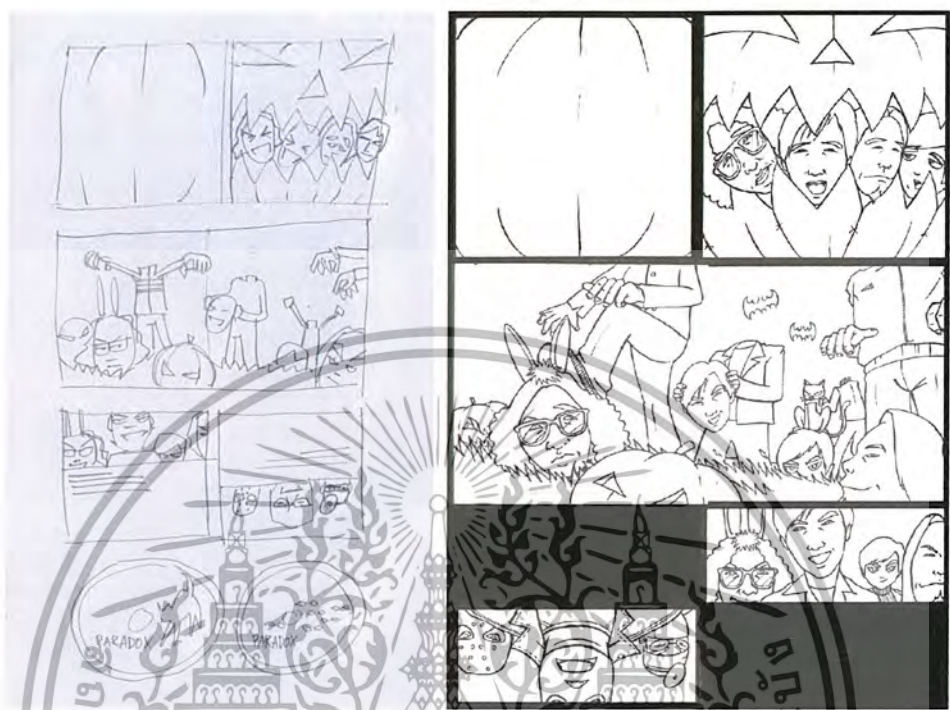
6. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ด้านหลัง



ภาพที่ 16 ภาพการออกแบบด้านหลังสำหรับโปสเตอร์แบบ 6 ชิ้นต่อเนื่อง

การออกแบบด้านหลังโปสเตอร์โดยจะสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยข้อความที่สื่อ
ต้องการบอกวัน, เวลาและรายละเอียดต่างๆ

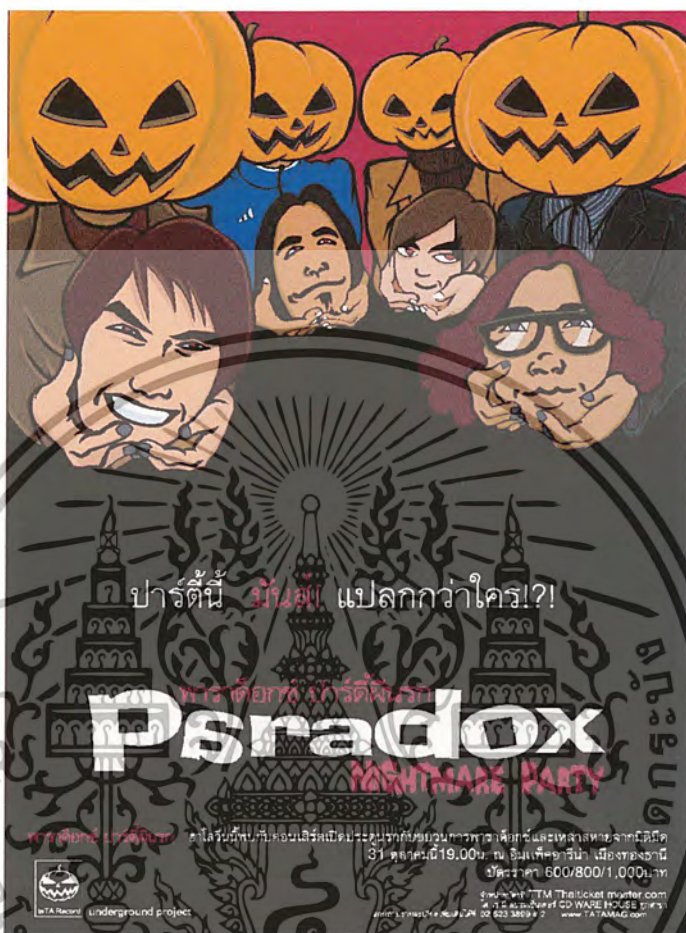
7. การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่ซีดีเพลง



ภาพที่ 17 ภาพแบบร่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใส่ซีดีเพลง

บรรจุภัณฑ์สำหรับใส่ซีดีเพลงพิเศษที่จะทำขึ้นเพื่อจำหน่ายในงานคอนเสิร์ตพาราดีออกซ์ ปาร์ตี้สนุก โดยเฉพาะและซีดีบันทึกการแสดงสดคอนเสิร์ตพาราดีออกซ์ HEINEKEN FAT FESTIVAL โดยบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กระดาษเพียงอย่างเดียวในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เรื่องราวบนกราฟฟิคต้องการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกันภายในบรรยากาศของคืนวันฮาโลวีนและศิลปินพาราดีออกซ์

8. โปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 1



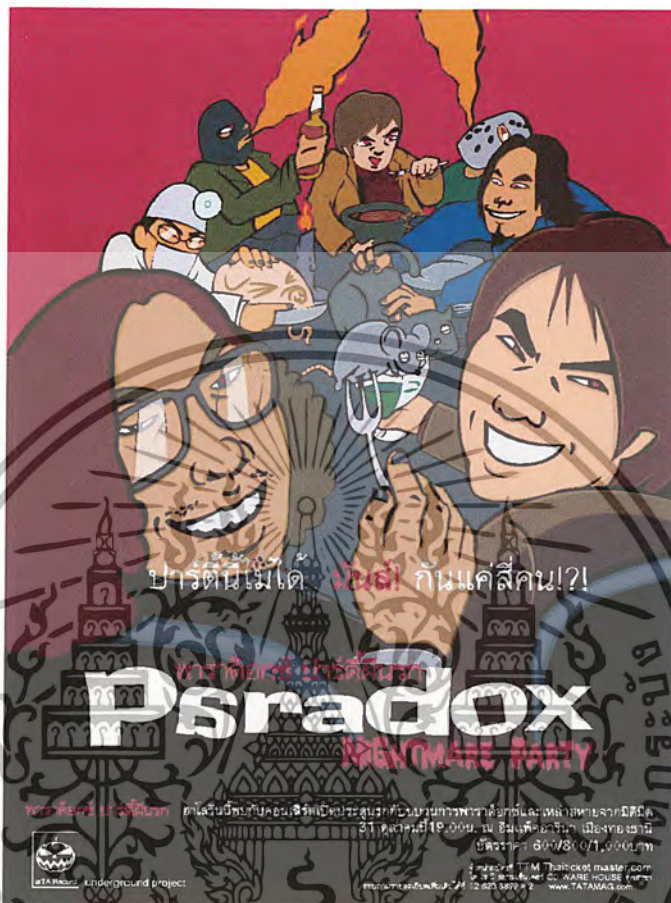
ภาพที่ 18 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 1

โปสเตอร์ขนาด 42x60 เซนติเมตร

นำเสนอความแปลกและเอกลักษณ์ที่สำคัญเฉพาะตัวของศิลปินด้วยการเขียนภาพประกอบ
เกินจริง โดยต้องการแสดงให้เห็นว่าศิลปินก็เป็นผีที่จะมาร่วมสนุกภายในงานคอนเสิร์ตครั้งนี้ ข้อ
ความที่ใช้ก็จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายว่า คอนเสิร์ตครั้งนี้มีความแปลกไม่เหมือนใคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. โปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 2



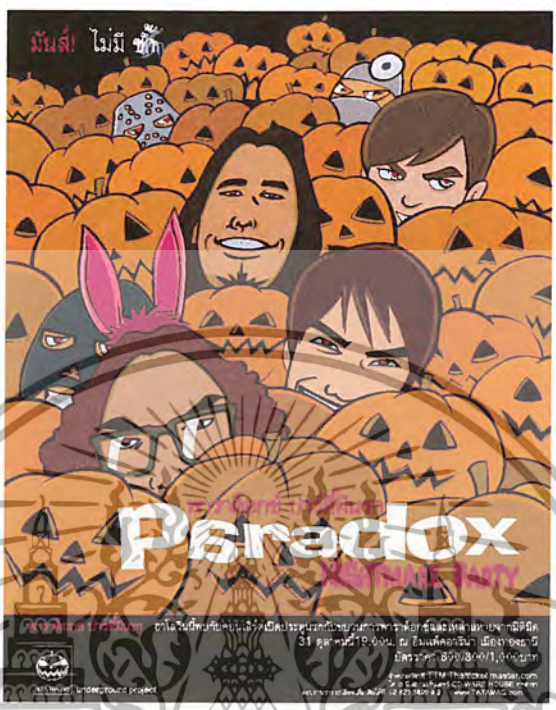
ภาพที่ 19 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 2

โปสเตอร์ขนาด 42x60 เซนติเมตร

นำเสนอความแปลกและเอกลักษณ์ที่สำคัญเฉพาะตัวของศิลปินด้วยการเขียนภาพประกอบเกินจริง โดยต้องการแสดงให้เห็นว่านอกจากศิลปินพาราไดออกซ์แล้วในการแสดงคอนเสิร์ตครั้งนี้จะมีเพื่อนๆ ของศิลปินพาราไดออกซ์ที่จะมาสร้างความสนุกสนาน ในคอนเสิร์ตครั้งนี้อีกด้วย ข้อความที่นำเสนอต้องการจะสื่อให้กลุ่มเป้าหมายทราบว่า ในคอนเสิร์ตครั้งนี้ไม่ได้มีแค่เพียง ศิลปิน พาราไดออกซ์แค่ 4 คนเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. โฆษณาในหน้านิตยสารผลงานจริงชิ้นที่ 1

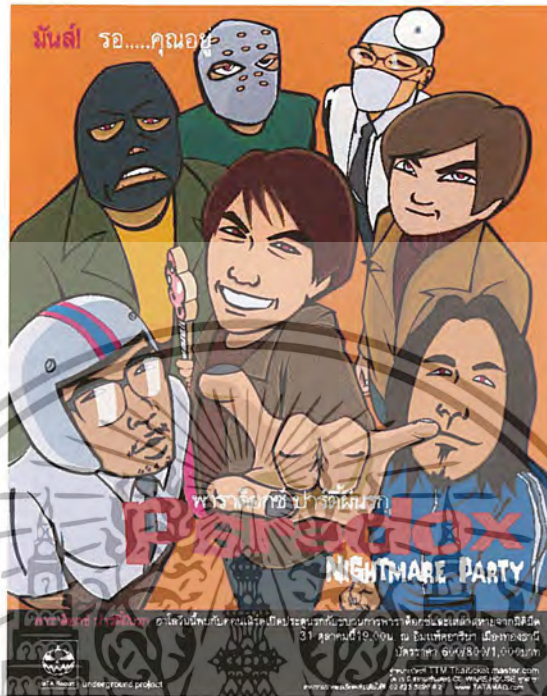


ภาพที่ 20 ภาพโฆษณาในหน้านิตยสารผลงานจริงชิ้นที่ 1
ขนาด 24x30 เซนติเมตร

โดยสื่อโฆษณาในหน้านิตยสารชิ้นนี้ต้องการนำเสนอความหลากหลายและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปินพาราไดออกซ์ โดยข้อความที่จะใช้สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายต้องการจะสื่อว่าคอนเสิร์ตครั้งนี้มีความสุขสนุกสนานและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในรูปแบบการนำเสนอของศิลปินพาราไดออกซ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. โฆษณาในหน้านิตยสารผลงานจริงชิ้นที่ 2

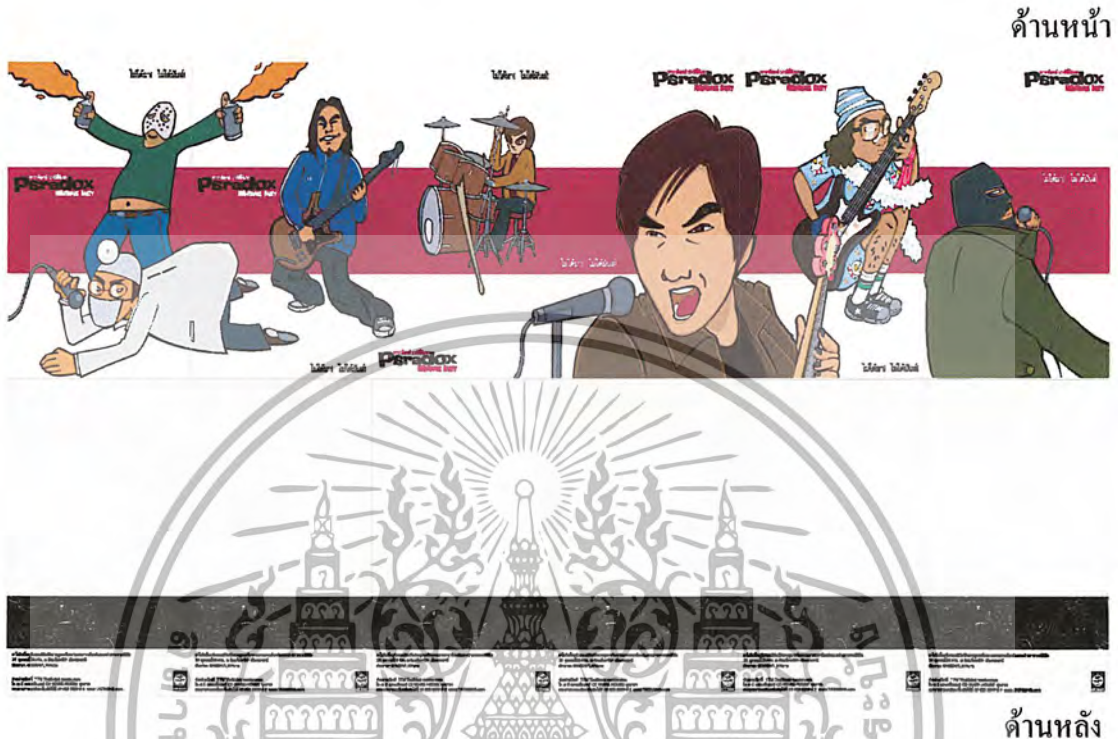


ภาพที่ 21 ภาพโฆษณาในหน้านิตยสารผลงานจริงชิ้นที่ 2

ขนาด 24x30 เซนติเมตร

โดยสื่อโฆษณาในหน้านิตยสารชิ้นนี้ต้องการนำเสนอความสนุกสนานที่ศิลปินพาราดีกซ์เตรียมพร้อมเต็มที่สำหรับงานคอนเสิร์ต โดยข้อความที่จะใช้สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายต้องการจะสื่อว่าคอนเสิร์ตครั้งนี้ศิลปินพาราดีกซ์มีความพร้อมเต็มที่ในการแสดงคอนเสิร์ตครั้งนี้

12. โปสเตอร์ต่อเนื่องผลงานจริง เซ็น



ภาพที่ 22 ภาพโปสเตอร์ต่อเนื่องเซ็นผลงานจริง ด้านหน้าและด้านหลัง
โปสเตอร์ขนาด 4x6 นิ้ว จำนวน 6 เซ็นต่อกัน

โปสเตอร์ที่จะนำเสนอในรูปแบบของการเล่าเรื่องราวของการแสดงคอนเสิร์ตที่กำลังจะจัดขึ้นว่ามีความสนุกสนาน โดยเพิ่มลูกเล่นในการออกแบบคือ โปสเตอร์ทุกใบเมื่อนำมาวางเรียงกันตามลำดับสามารถเล่าเรื่องราวของความสุขสนุกสนานในคอนเสิร์ตได้อย่างสมบูรณ์

13. บัตรคอนเสิร์ตผลงานจริง 1 ชุด

ด้านหน้า

ด้านหลัง



ภาพที่ 23 ภาพบัตรคอนเสิร์ตผลงานจริง ด้านหน้าและด้านหลัง

บัตรคอนเสิร์ต 1 ชุดมี 3 ราคา 3 แบบคือ 1,000 บาท สีดำ 800 บาท สีแดง และ 600 บาท สีส้ม โดยภาพด้านหน้าของบัตรคอนเสิร์ตได้นำเอาภาพจากโปสเตอร์ชุดปาร์ตี้ที่มีมันส์แปลกกว่าใครมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบบัตร โดยความแตกต่างของบัตรสามารถแสดงออกได้จากสีที่ระบุเอาไว้ ด้านหลังของบัตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14. บรรจุกัณฑ์ใส่ซีดีพร้อมซีดี2แผ่น ผลงานจริง



ภาพที่24 ภาพบรรจุกัณฑ์ใส่ซีดีพร้อมซีดี2แผ่น ผลงานจริง

บรรจุกัณฑ์สำหรับใส่ซีดีเพลงพิเศษที่จะทำขึ้นเพื่อจำหน่ายในงานคอนเสิร์ตพาราดีออกซ์ ปาร์ตี้ฝันรักโดยเฉพาะและซีดีบันทึกการแสดงสดคอนเสิร์ตพาราดีออกซ์ HEINEKEN FAT FESTIVAL โดยบรรจุกัณฑ์ที่ใช้กระดาษเพียงอย่างเดียวในการออกแบบบรรจุกัณฑ์ เรื่องราวบนกราฟฟิกต้องการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกันภายในบรรยากาศของคืนวันฮาโลวีนและศิลปิน

15. บรรจุกัณฑ์ใส่เทปคาสเซต ผลงานจริง



ภาพที่25 ภาพบรรจุกัณฑ์ใส่เทปคาสเซต ผลงานจริง

บรรจุกัณฑ์สำหรับใส่ซีดีเพลงพิเศษที่จะทำขึ้นเพื่อจำหน่ายในงานคอนเสิร์ตพาราดีออกซ์ ปาร์ตี้ฝันรักโดยเฉพาะ และบรรจุกัณฑ์ที่ใช้กระดาษเพียงชิ้นเดียวในการออกแบบบรรจุกัณฑ์ ใน

ส่วนของรูปแบบกราฟฟิกบนบรรจุกัณฑ์ได้ดัดแปลงมาจากบรรจุกัณฑ์ใส่ซีดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับว่าให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลงานสำเร็จ



ภาพที่26 ภาพผลงานสำเร็จรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการทำงาน

ในโครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้สามารถผลิตผลงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางเอาไว้โดยสื่อที่เลือกนำเสนอใช้นั้นนำเสนอผ่านเทคนิคการเขียนภาพประกอบ ILLUSTRATORเชิงการ์ตูนโดยเลือกงานแบบกราฟฟิคมาใช้กับงานประเภทโฆษณาด้วยเพื่อให้เกิดความหลากหลายและสร้างความน่าสนใจของเนื้อหา แต่ประสบปัญหาในการออกแบบคือ การออกแบบสื่อแต่ละชิ้นนั้นต้องใช้เวลาในการผลิตและการผลิตสื่อก็ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าสื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายว่ามีความเหมาะสมแค่ไหน

สื่อที่ออกมาจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อกลุ่มเป้าหมายได้ปฏิบัติตามเท่านั้น ถ้าสื่อที่ออกมาแล้วกลุ่มเป้าหมายรับแล้วไม่ได้อะไรกลับมา นั่นคือสื่อที่ไม่ผลนั่นเอง และเป็นสิ่งที่วัดได้ว่าสื่อมีประสิทธิภาพแค่ไหน

2. ปัญหาในขั้นตอนการทำงาน

- 2.1. เวลาที่ใช้ในการผลิตผลงานมีน้อย
- 2.2. ต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจและศึกษาโปรแกรมควบคู่ไประหว่างการทำงาน
- 2.3. ผลงานแต่ละชิ้นใช้เวลาในการผลิตนานจึงทำให้สามารถนำเสนอได้แค่ผลงานชิ้นหลักๆ ส่วนลูกเล่นที่ตั้งใจนำเสนอในตอนแรกไม่สามารถผลิตให้เสร็จสมบูรณ์ได้

3. ผลที่ได้รับจากการทำงาน

- 3.1. ได้ศึกษาและทำความเข้าใจแนวทางการออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์
- 3.2. รู้จักการวางแผนในการทำงานที่เป็นขั้นเป็นตอน
- 3.3. เกิดทักษะในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.4. เกิดทักษะในการใช้โปรแกรม ILLUSTRATOR ในการออกแบบภาพประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ชาตะพล นภาวารี เต็มลูกเล่นให้เว็บเพจ.กรุงเทพมหานคร:ซีเอ็ดยูเคชั่น,2544

ศุภินีย์ เตชะวิวัฒนสมบุรณ์ รวมสุดยอดเว็บไซต์บันเทิง:สำนักพิมพ์ซีคเซสมิเดีย จำกัด,2544

Beryl McAlhone&David Stuart, A Smile in The Mind ,Phaidon Press Ltd.,2001

Teicher, Veronical F. The interplay of words and Imager in Visionz CommunicationNew

York : Dell Publishing Company, 1979

WWW.CLAYMAYOR.COM

WWW.OASISINET.CO.UK

WWW.TATAMAG.COM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

นายพรสิทธิ์ ทรงสิทธิ์ ไซค์จบการศึกษาชั้นมัธยมต้นและมัธยมปลายที่ โรงเรียนเทพศิรินทร์ และได้ศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาที่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชา นิเทศศิลป์ สาขานิเทศศิลป์ ในปี พ.ศ. 2542 - 2545



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้