

การออกแบบคาแรกเตอร์เพื่อใช้ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ของ สโมสรฟุตบอล บีอีซี-เทโรศาสน
CHARACTER DESIGNING FOR BEC TERO SASSANA FOOTBALL CLUB PROMOTION



T 0 5 9 5 5 9



นายภควัน แก้วเอียน
Mr. PAKAWAN KAWIAN

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิตศิลป์ ภาควิชานิตศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2547

ร.พ.

จ 117 ก

2547

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....
วัน,เดือน,ปี...- 8 ส.ย. 2549

ระเบียบด้านกรค่า
b.....
i.....

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบคาแรกเตอร์เพื่อใช้ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ของ
สโมสรฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน

CHARACTER DESIGNING FOR BEC TERO SASSANA FOOTBALL
CLUB PROMOTION



นายภควัน แก้วเขียน
Mr.PAKAWAN KAWIAN

ภาควิชาศิลปะการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....วันที่ 29/10/48
(อาจารย์ไพฑูริย์ ตระกูลใจดี)

หัวหน้าภาควิชา.....วันที่ 29 เม.ย. 48
(อาจารย์วิศักดิ์ รักใหม่)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบคาร์แรกเตอร์เพื่อใช้ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ของสโมสรฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน
CHARACTER DESIGNING FOR BEC TERO SASSANA FOOTBALL CLUB PROMOTION

ชื่อ นายภควัน เก้าเอี้ยน
สาขาวิชา นิเทศศิลป์
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2547
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ไพบุลย์ ตระกูลใจดี

บทคัดย่อ

โครงการออกแบบนี้เป็นโครงการออกแบบคาร์แรกเตอร์เพื่อใช้ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ของสโมสรฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน ซึ่งได้สมมติวาระครบรอบ 11 ปี ของการก่อตั้งสโมสรฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสนขึ้นมา เพื่อที่ใช้ในการศึกษาหาความเป็นไปได้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แนวใหม่ โดยการออกแบบคาร์แรกเตอร์ของนักฟุตบอลเพื่อประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้ภาพประกอบเชิงการ์ตูน เพื่อสร้างความน่าสนใจให้แก่สื่อประชาสัมพันธ์ และทีมฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน ซึ่งอาจทำให้เกิดแนวทางใหม่ในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในโครงการออกแบบคาร์แรกเตอร์เพื่อประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ สามารถผลิตผลงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้โดยสื่อที่เลือกนำมาเสนอนั้น นำเสนอ โดยการออกแบบคาร์แรกเตอร์ร่วมกับเทคนิคการเขียนภาพประกอบเชิงการ์ตูน โดยเลือกภาพของBACKGROUNDที่เหมาะสมและน่าสนใจมาRETOUCH มาใช้กับงานภาพประกอบด้วย เพื่อให้เกิดความหลากหลายและสร้างความน่าสนใจของเนื้อหา แต่ประสบปัญหาในการออกแบบสื่อการออกแบบคาร์แรกเตอร์เพื่อนำไปใช้กับสื่อแต่ละชิ้นนั้นต้องใช้เวลาอันยาวนานในกระบวนการผลิตและการผลิตสื่อก็ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าสื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีความเหมาะสมแค่ไหน สื่อที่ออกมาจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อกลุ่มเป้าหมายได้ปฏิบัติตามเท่านั้น ถ้าสื่อที่ออกมาแล้วกลุ่มเป้าหมายรับแล้วไม่ได้อะไรกลับมา นั่นคือสื่อที่ไม่เป็นผลนั่นเอง และเป็นสิ่งที่วัดได้ว่าสื่อมีประสิทธิภาพแค่ไหนในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้ไม่อาจสำเร็จลุล่วงได้หากไม่มีบุคคลสำคัญต่างๆ ที่ให้คำปรึกษา ให้ความห่วงใย ให้กำลังใจและความช่วยเหลือต่างๆ บุคคลที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้จึงถือได้ว่ามีส่วนร่วมกับการงานชิ้นนี้ของข้าพเจ้า

ขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้มาตั้งแต่เริ่มเข้าเรียนจนถึงปัจจุบันที่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ช่วยสอนให้ความสามารถในการทำงาน รวมถึงโอกาสในการทำงานศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้

ขอบคุณอาจารย์ไพบุลย์ ตระกูลใจดี ที่พยายามทำความเข้าใจในงาน ให้คำปรึกษาและเปิดโอกาสให้ทำงานได้อย่างเต็มที่

ขอบคุณพี่ทาโร่ที่ให้คำปรึกษา และแบบอย่างที่ดีในการทำงานศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้

ขอบคุณครอบครัวที่คอยห่วงใย และเป็นกำลังใจให้ตลอดมา

ขอบคุณเพื่อนๆ ภาควิชานิเทศศิลป์รุ่น 19 ที่ให้ความช่วยเหลือและมิตรภาพที่ดีติดต่อกันตลอด 4 ปีที่ผ่านมา

ขอบคุณคนพิเศษที่ให้กำลังใจอย่างมากในการทำงาน

ขอบคุณรุ่นพี่ และรุ่นน้อง ภาควิชานิเทศศิลป์ ที่ให้ความนับถือและความสัมพันธ์ที่ดีตลอดเวลาที่ได้รู้จักกัน

ขอบคุณสิ่งดีๆ และสิ่งที่ไม่ดีที่ผ่านเข้ามาในชีวิต ซึ่งทำให้ได้เรียนรู้ และขอบคุณ โชคชะตาที่ทำให้มีโอกาสได้ศึกษา ณ สถาบันแห่งนี้

ขอแสดงความขอบคุณ

นายภควัน เก้าเอี้ยน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญ (ต่อ)	ง-ฉ
สารบัญภาพ	ช
สารบัญภาพ (ต่อ)	ซ-ญ
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. การออกแบบคาแรคเตอร์ตัวการ์ตูน	7
4. การออกแบบภาพประกอบ	11
5. การใช้ภาพประกอบ (Illustration) เพื่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์	12
6. ความสำคัญของภาพประกอบ	14
7. หน้าที่ของภาพประกอบ	14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
8. รูปแบบของภาพประกอบ.....	15
9. ความแตกต่างระหว่างภาพประกอบ (Illustrtion) กับงานจิตรศิลป์ (FINE ART) ...	15
10. ประเภทของภาพประกอบ	16
11. สีที่มีอิทธิพลตามความรู้สึทางด้านกรออกแบบ.....	19
12. หน้าที่และความสำคัญของสี.....	19
13. ค่าของสี (THEORY OF COLOUR EXPRESSION)	20
14. โปสเตอร์ (Poster).....	20
15. โปสการ์ด (Postcard).....	23
16. นิตยสาร (Magazine)	23
17. BILLBOARD.....	26
18. BUS SIDE.....	29
19. ประวัติความเป็นมาของส โมสรฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน	30
3 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลการออกแบบ	
1. การวิเคราะห์พฤติกรรมในการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายของส โมสรฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน	32
2. ลักษณะเด่นและเอกลักษณ์ที่สำคัญของนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน	32
3. ปัญหาของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของส โมสรฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน ...	38
4. สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับใช้ในการออกแบบ	28
5. ช่องทางในการสื่อสาร	39
6. แนวคิดที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ	41
7. ลักษณะและรูปแบบที่ต้องการจะนำเสนอ	41
8. สรุปโจทย์ทั้งหมดในการออกแบบ (CREATIVE BRIEF)	41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4 ขั้นตอนการออกแบบ

1. การพัฒนาการออกแบบคาแรกเตอร์ตัวการ์ตูน	46
2. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 1	67
3. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 2	68
4. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 3	69
5. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 4	70
6. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 5	71
7. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 6	72
8. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 7	73
9. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 8	74
10. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 9	75
11. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 10	76
12. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 11	77
13. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 12	78
14. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ด้านหน้าและด้านหลัง	79
15. การพัฒนาการออกแบบBILLBOARD	82
16. การพัฒนาการออกแบบBUS SIDE	83
17. โปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 1	85
18. โปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 2-12	86
19. โปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 1-11	96
20. BILLBOARD ผลงานจริง	97
21. BUS SIDE ผลงานจริง	98
ผลงานสำเร็จ	99

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
1. สรุปผลการทำงาน	100
2. ปัญหาในขั้นตอนการทำงาน.....	100
3. ผลที่ได้รับจากการทำงาน	100
บรรณานุกรม.....	101
ประวัติผู้เขียน	102



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

รูปที่	หน้า
1. ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน	33
2. ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน	33
3. ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน	34
4. ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน	34
5. ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน	34
6. ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน	35
7. ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน	35
8. ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน	36
9. ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน	36
10. ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน	37
11. ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน	37
12. สัญลักษณ์ที่ใช้ประกอบกับงาน	39
13. ภาพตัวอย่างผลงานวาดภาพประกอบของศิลปิน CELIA CALLE	43
14. ภาพตัวอย่างการออกแบบคาแรกเตอร์ของวงดนตรี BLUR	44
15. ภาพตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับฟุตบอล	34
16. ภาพลายเส้นใบหน้าของนักฟุตบอลทั้ง 11 คน	46
17. ภาพแบบร่าง FIGURE ของนักฟุตบอลทั้ง 11 คน	48
18. ภาพ FIGURE ของนักฟุตบอลแบบสมบุรณ์	49
19. ภาพคาแรกเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ	50
20. ภาพคาแรกเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ	51
21. ภาพคาแรกเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ	52
22. ภาพคาแรกเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ	53
23. ภาพคาแรกเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ	54
24. ภาพคาแรกเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ	55
25. ภาพคาแรกเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ	56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญภาพ (ต่อ)

รูปที่	หน้า
26. ภาพคาแรคเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ	57
27. ภาพคาแรคเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ	58
28. ภาพคาแรคเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ	59
29. ภาพคาแรคเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ	60
30. ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล	61
31. ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล	62
32. ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล	62
33. ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล	63
34. ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล	63
35. ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล	64
36. ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล	64
37. ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล	65
38. ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล	65
39. ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล	66
40. ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล	66
41. ภาพการพัฒนาการออกแบบ โปสเตอร์ชิ้นที่ 1	67
42. ภาพการพัฒนาการออกแบบ โปสเตอร์ชิ้นที่ 2	68
43. ภาพการพัฒนาการออกแบบ โปสเตอร์ชิ้นที่ 3	69
44. ภาพการพัฒนาการออกแบบ โปสเตอร์ชิ้นที่ 4	70
45. ภาพการพัฒนาการออกแบบ โปสเตอร์ชิ้นที่ 5	71
46. ภาพการพัฒนาการออกแบบ โปสเตอร์ชิ้นที่ 6	72
47. ภาพการพัฒนาการออกแบบ โปสเตอร์ชิ้นที่ 7	73
48. ภาพการพัฒนาการออกแบบ โปสเตอร์ชิ้นที่ 8	74
49. ภาพการพัฒนาการออกแบบ โปสเตอร์ชิ้นที่ 9	75
50. ภาพการพัฒนาการออกแบบ โปสเตอร์ชิ้นที่ 10	76

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปที่	หน้า
51. ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 11	77
52. ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 12	78
53. ภาพการออกแบบโปสการ์ดด้านหน้า และด้านหลัง ชั้นที่ 1-4	79
54. ภาพการออกแบบโปสการ์ดด้านหน้า และด้านหลัง ชั้นที่ 5-9	80
55. ภาพการออกแบบโปสการ์ดด้านหน้า และด้านหลัง ชั้นที่ 10-11	81
56. ภาพการพัฒนาการออกแบบสื่อโฆษณา BILLBOARD.....	82
57. ภาพการพัฒนาการออกแบบสื่อโฆษณา BUS SIDE ด้านซ้าย.....	83
58. ภาพการพัฒนาการออกแบบสื่อโฆษณา BUS SIDE ด้านขวา.....	84
59. ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 1	85
60. ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 2	86
61. ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 3	87
62. ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 4	87
63. ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 5	88
64. ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 6	88
65. ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 7	89
66. ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 8	89
67. ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 9	90
68. ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 10	90
69. ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 11	91
70. ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 12	91
71. ภาพโปสการ์ดผลงานจริงด้านหน้า-หลัง ชั้นที่ 1-3.....	92
72. ภาพโปสการ์ดผลงานจริงด้านหน้า-หลัง ชั้นที่ 4-6.....	93
73. ภาพโปสการ์ดผลงานจริงด้านหน้า-หลัง ชั้นที่ 7-9.....	94
74. ภาพโปสการ์ดผลงานจริงด้านหน้า-หลัง ชั้นที่ 10-11.....	95
75. ภาพ BILLBOARD ผลงานจริง.....	96

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปที่	หน้า
76. ภาพ BUS SIDE ผลงานจริง	97
77. ภาพผลงานสำเร็จรวมภาพที่ 1-3	98
78. ภาพผลงานสำเร็จรวมภาพที่ 4,5	99



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

สโมสรฟุตบอล บีอีซี-เทโรศาสน หรือ ทีมเจ้าบุญทุ่ม เป็นหนึ่งในทีมฟุตบอลที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย และเป็นที่มีศักยภาพการเล่นฟุตบอลที่ดีเยี่ยม ด้วยความสามารถของนักฟุตบอล แต่ละตำแหน่งในทีมสร้างความตื่นเต้นและความเร้าใจให้แฟนบอล ได้ทุกครั้งที่ลงสนาม ความสามารถของนักฟุตบอลที่ต่างกััน กลายเป็นจุดสนใจของแฟนบอลและสามารถดึงดูดแฟนบอลได้มากขึ้นเรื่อยๆ

ดังนั้นจึงมีความสนใจที่จะทดลองออกแบบคาแรกเตอร์ของนักฟุตบอล โดยใช้นักฟุตบอลในทีมบีอีซี-เทโรศาสน มาเป็นจุดขาย มาสร้างคาแรกเตอร์ในเชิงการ์ตูน หากคุณลักษณะเด่นและคุณสมบัติที่น่าสนใจของนักฟุตบอล เพื่อจะนำไปประกอบกับสื่อประชาสัมพันธ์ ของสโมสรบีอีซี-เทโรศาสน และยังสามารถสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายแฟนบอลได้

กลุ่มเป้าหมาย

นักเรียน, นักศึกษากลุ่มวัยรุ่นชายหญิงที่ชื่นชอบ กีฬาฟุตบอล และแฟนฟุตบอลของบีอีซี-เทโรศาสน ตั้งแต่อายุ 15-25 ปีขึ้นไป

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติ
2. ศึกษาการออกแบบคาแรกเตอร์เชิงการ์ตูนเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบ
3. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์เพื่อที่จะเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ทีมฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้
4. ศึกษาการออกแบบคาแรกเตอร์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับทีมฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการ

1. ออกแบบโปสเตอร์ขนาด A2 (42x60 cm) จำนวน 12 ชิ้น
2. ออกแบบโปสการ์ด (4x6 inc) จำนวน 11 ชิ้น
3. ออกแบบป้ายโฆษณา BILLBOARD จำนวน 1 ชุด
4. ออกแบบ BUS SIDE จำนวน 1 ชุด

แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. รวบรวมข้อมูล
 - ข้อมูลของนักกีฬาฟุตบอล 11 คน และข้อมูลของทีมฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน
 - ตัวอย่างการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์จากหนังสือกราฟิก
 - รวบรวมตัวอย่างและลักษณะภาพประกอบเชิงการ์ตูนที่น่าสนใจ เพื่อนำมาศึกษาและนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบ
 - ตัวอย่างหนังสือ, สิ่งพิมพ์ที่อธิบายการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์หรือที่มีการออกแบบหรือสาริตการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
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 ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- เกิดความรู้ความเข้าใจในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ และทราบถึงคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีได้
- สามารถสรุปแนวคิดให้สัมพันธ์และมีความต่อเนื่องในชุดงานเดียวกัน ตลอดจนสามารถพัฒนาแนวความคิด
- เรียนรู้ระบบการทำงานที่เป็นขั้นตอน การใช้เหตุผล ความเหมาะสมในการใช้เหตุผลในการออกแบบนั้นๆ เพื่อพัฒนางานให้มีความสมบูรณ์ที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การรวบรวมข้อมูล

1. การโฆษณา (ADVERTISING)

การโฆษณา หมายถึงกิจกรรมสื่อสารใดๆที่เกี่ยวข้องกับการเสนอแนะหรือส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการหรือความคิดโดยมีผู้อุปถัมภ์และผ่านสื่อที่ไม่ใช่ตัวบุคคลโดยมีค่าใช้จ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (American Marketing Association) หรือเป็นรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อส่งเสริมการตลาด เป็นรูปแบบของการสื่อความหมายทางเดียวต่อมวลชนในเชิงกว้างที่มีได้อาศัยตัวบุคคลเข้าดำเนินการแต่อาศัยสื่อโฆษณาทางหลายด้านด้วยกันเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ วารสารหรือป้ายโฆษณา การโฆษณาจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งของการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของการเห็นและคำพูดซึ่งเผยแพร่ผ่านสื่อที่ต้องการใช้เงิน โดยมีเป้าหมายเพื่อสื่อความเพื่อการข่าว เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เอาการจูงใจและเพื่อเป็นการเตือนความจำเนื่องจากการโฆษณาต้องอาศัยงบประมาณและค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นที่ผู้ที่ทำการโฆษณาจะต้องพิจารณาว่าจะโฆษณาอย่างไร จึงจะสามารถสื่อสารความต้องการไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน ดังนั้นก่อนที่จะเริ่มทำการโฆษณาจะต้องกำหนดตัวผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายทางการตลาดให้แน่นอน เพื่อที่จะได้จัดเตรียมข่าวสารให้เหมาะสมกับผู้บริโภค

1.1 กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative Strategies)

การโฆษณาแบบเป็น Campaign หรือแบบที่เป็น Ad. ใดๆๆควรมีการนำเสนอที่ใกล้เคียงกันทั้งหมดและความคิดนั้นๆ จะต้องใช้ได้กับทุกสื่อ,กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับแต่ละสื่อคือให้เป็นไปตามสื่อแต่ละอย่างไม่ว่าจะพูดว่าอะไรหรือพูดอย่างไร

1.2 กลยุทธ์ในการบอกข่าวสารพื้นฐาน 5 ประการคือ

- การบอกแบบแจ้งให้ทราบ (INFORMATION)

ต้องใช้ข้อมูลตามความเป็นจริงการบอกข่าวสารจะต้องตรงประเด็นและเป็นที่น่าสนใจต่อผู้รับสารกลยุทธ์แบบนี้เหมาะสมกับสินค้าตัวใหม่เพื่อบรรยายถึงพฤติกรรมวิธีการผลิต, เทคนิคการทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าตัวใหม่หรือสินค้าที่อยู่ในสถานภาพการแข่งขันสูง เพื่อประกาศถึงผลการทดสอบและการทดลอง

- การออกแบบให้เป็นข้อถกเถียง (ARGUMENT)

สารที่ต้องการจะบอก ต้องปรากฏเห็นเด่นชัดว่ามีสาระน่าสนใจโดยใช้หลักเหตุและผลเพื่อสนับสนุนสารนั้นๆ ว่าทำไมถึงมีประโยชน์และน่าเชื่อถืออย่างไร เพราะผู้รับสารจะติดตามความสมเหตุสมผลโดยตลอด กลยุทธ์นี้ต้องการทักษะและความสามารถในการบอกข่าวสารมากพอสมควร, เหมาะกับผลิตภัณฑ์ที่มีมานานแล้วและอยู่ในสถานภาพการแข่งขันสูง

- การสร้างภาพลักษณ์ (IMAGE)

กลยุทธ์นี้จะใช้วิธีแบบบริษัทเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันหรือมีรูปลักษณะที่เหมือนกันจุดเน้นที่สำคัญอยู่ที่หลักจิตวิทยามากกว่าหลักเหตุและผล เป้าหมายหลักก็เพื่อสร้างชื่อเสียง, วางรากฐานให้แก่บริษัทโดยทางอ้อมเพื่อให้บริษัทอยู่ได้ในระยะยาว

- การออกแบบสร้างอารมณ์ (EMOTION)

เป็นการบอกข่าวสารที่ต้องการสร้างอารมณ์ให้ตื่นเต้นเช่น รัก, โกรธ, กลียด, กลัว, เสียใจหรือตกขบขัน ฯลฯ การแสดงอารมณ์แบบใดแบบหนึ่งเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ร่วมและรู้สึกตัวเองได้ อยู่ในสถานการณ์นั้นจริงๆ

- การออกแบบให้ความเพลิดเพลิน (ENTERTAINMENT)

ให้ยึดถือการนำเสนอที่สนุกสนานและข่าวสารที่น่าสนใจ ความสนุกเพลิดเพลินต้องมาก่อนเหมาะสมกับสินค้าที่เหมือนกัน และราคาไม่สูงมากนัก

2. การออกแบบกราฟฟิกเพื่อการโฆษณา

กีฬาฟุตบอลกับการโฆษณา ในปัจจุบันฟุตบอลจัดเป็นอีกธุรกิจหนึ่ง การที่จะทำให้สโมสรฟุตบอล มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของประชาชนจำเป็นต้อง พึ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การใช้สิ่งประชาสัมพันธ์นอกจากจะทำให้เป็นที่รู้จัก และได้รับความสนใจจากประชาชนแล้ว ยังเกี่ยวข้องในเรื่องของการตลาด ยกตัวอย่างเช่น ถ้ามีแฟนบอลเพิ่มมากขึ้น จะได้ยอดการจำหน่ายตั๋วการแข่งขันฟุตบอลที่มากขึ้น รวมถึงการขายของที่ระลึกที่มากขึ้น จนเมื่อทีมมีชื่อเสียงโด่งดังก็สามารถดึงดูดสปอนเซอร์เข้ามาสนับสนุนด้านการเงินของทีมอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จนกลายเป็นความจริงแล้วว่าวงการได้มีการแข่งขันกันในด้านของสื่อจนฟุตบอลกลายเป็นธุรกิจอย่างหนึ่ง นักฟุตบอลของทีมก็กลายเป็นภาพลักษณ์ทางการค้าไปโดยปริยาย

ภาพลักษณ์ที่เราสร้างขึ้นมามองเห็นได้ เชื่อถือได้ ชัดเจนง่ายแก่การเข้าใจ ซึ่งภาพลักษณ์นี้อาจกล่าวได้ 6 ประการคือ

2.1. ภาพลักษณ์เป็นการสังเคราะห์หรือสร้างขึ้น โดยมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า (An image is synthetic) เพื่อเป็นการสนองต่อวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะสร้างขึ้นเพื่อความประทับใจให้เกิดสาธารณชน ภาพลักษณ์เป็นภาพคร่าวๆเกี่ยวกับบุคลิกภาพของปัจเจกบุคคล สถาบัน องค์กร สินค้า หรือบริการ ที่มีการเสริมแต่งอย่างจงใจ ภาพลักษณ์ของนักฟุตบอล เกิดจากบุคลิกและความสามารถของนักฟุตบอลผสมกับสภาวะตลาด และจินตนาการของครีเอทีฟ โดยกลุ่มผู้สร้างสรรค์มีการวางแผนนำสิ่งเหล่านี้มาประกอบเข้าด้วยกันและนำเสนอไปตามสื่อต่างๆ ที่ได้เตรียมวางแผนเอาไว้ล่วงหน้า

2.2. ภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นให้ดูน่าเชื่อถือ (An image is believable) การสร้างภาพลักษณ์จะไม่เกิดประโยชน์หากไม่มีความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ที่มีความน่าเชื่อถือต้องสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่เกินจริง เป็นที่ยอมรับของสาธารณชน ผู้สร้างภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลพยายามเสนอภาพลักษณ์ที่ไม่ซับซ้อนและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้ดีที่สุด

2.3. ภาพลักษณ์ที่ควรสอดคล้องกับความเป็นจริง (An image is passive) ผู้สร้างภาพลักษณ์จะต้องวางภาพลักษณ์นั้นให้เหมาะสมกับสิ่งที่นำมาสร้างและภาพลักษณ์นั้นสามารถเข้ากันได้กับความคาดหวังของผู้บริโภค ภาพลักษณ์เป็นชนิดอุดมคติ (Ideal) ซึ่งจะกลายมาเป็นความจริง เมื่อนำภาพลักษณ์นั้นมาเผยแพร่ให้สาธารณชน ยอมรับภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลมักมีพื้นฐานมาจากความสามารถของตัวฟุตบอล ผู้สร้างพยายามเน้นส่วนที่ดีของกีฬาให้คนทั่วไปได้เห็นชัดเจนขึ้น จึงดูสมจริงไม่ขัดแย้งกับความรู้สึกของตัวนักกีฬาและตัวแฟนบอลเอง

2.4. ภาพลักษณ์สามารถตอบสนองเป้าประสงค์และความรู้สึก (An image is vivid and concrete) ภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นเพราะถูกเลือกคุณสมบัติที่โดดเด่นและชัดเจนและเป็นรูปธรรมที่สะดวกความรู้สึกที่จะต้องตอบสนองเป้าหมายได้ดีที่สุดเช่นภาพลักษณ์ของ นักฟุตบอลชื่อ DAVID BECKHAM เป็นนักฟุตบอลที่ดูขรึมและทู่แท้ ความสามารถที่เห็นชัดที่สุดก็คือ การเตะลูกนิ่ง หรือ FREE KICK ซึ่งกลายเป็นภาพลักษณ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจของแฟนบอลได้

2.5. ภาพลักษณ์ควรเป็นสิ่งที่เข้าใจง่าย (An image is simplified) ภาพลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่ดูง่ายเห็นแล้วเข้าใจทันที ภาพลักษณ์มีประสิทธิภาพที่สุดต้องมีลักษณะพื้นฐานๆแต่มีเอกลักษณ์พอจดจำได้ก็คือ ความสามารถของนักเตะแต่ละคนนั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่ระหว่างจินตนาการกับความเป็นจริง (An image is isambigou)
 ภาพลักษณ์ที่มีความคลุมเครือเพื่อให้ผู้บริโภคตีความหมายตามความคาดหวังของตนเอง ภาพลักษณ์
 ของนักฟุตบอลมักมาจากความฝัน ความหวังหรือความทรงจำของคนทั่วไปมาบวกกับบุคลิกและความ
 สามารถของนักฟุตบอลแล้วนำมาเสนอความต้องการของผู้บริโภค การสร้างภาพลักษณ์ของนักร้องถึอ
 ได้ว่าเป็นตัวอย่างของการสร้างเหตุการณ์เทียมได้เป็นอย่างดี ซึ่งการสร้างสถานการณ์เทียมที่เกิดขึ้นตาม
 ที่ผู้ออกแบบหรือ ทีมบิ๊อซี-เทโรศาสน และเกิดการบริโภคสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคยอมรับสื่อสำหรับใช้
 เพื่อการประชาสัมพันธ์ (PROMOTION PIECE) สื่อสำหรับใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์คือสิ่งใดสิ่ง
 หนึ่งที่จะใช้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์จะเป็นในรูปแบบของแผ่นพับหรืออะไรก็ได้ไม่มีกฎเกณฑ์ที่วาง
 ไว้ตายตัว PROMOTION PIECE นั้นจะถูกออกแบบตาม CONCEPT ของนักออกแบบที่จะเป็นผู้
 กำหนดขึ้นมาเองมากกว่า

3. การออกแบบแคแรกเตอร์

3.1. การออกแบบแคแรกเตอร์ในเชิงการ์ตูน

จุดเริ่มต้นของการปฏิบัติงานในการออกแบบแคแรกเตอร์ตัวการ์ตูน โดยเมื่อเราได้รับข้อมูลที่ได
 รวบรวมมาแล้ว ควรอ่าน และวิเคราะห์ข้อมูลให้รู้ และเข้าใจในเรื่องราว กับแนวทางของ CONCEPT
 ที่วางไว้ ก่อนลงมือออกแบบ การวิเคราะห์ข้อมูลนั้นควรอ่านเพื่อจัดเนื้อหาของเรื่อง เมื่ออ่านจบลอง
 ตรวจสอบและทบทวนรายละเอียดต่างๆว่าตัวการ์ตูนมีลักษณะอย่างไร แต่ละตัวมีจุดเด่นอย่างไร ให้ตีความ
 หมายและมองแง่มุม ความต้องการของการออกแบบ ได้ชัดเจนและลึกซึ้ง ควรจดบันทึกสิ่งต่างๆ ที่จะ
 เป็นประโยชน์ในการออกแบบ เช่น การบรรยายลักษณะนิสัยของตัวการ์ตูน ลักษณะเด่นของตัวการ์ตูน
 ฉากต่างๆ ลักษณะความสามารถของตัวการ์ตูนที่เขาเห็นจะเป็นประโยชน์ในการออกแบบแคแรกเตอร์
 ที่ควรจดไว้เพื่อจะได้สะดวกในเวลาออกแบบ ทั้งนี้เมื่อสรุปแล้วผู้ออกแบบแคแรกเตอร์ตัวการ์ตูนจะ
 ต้องได้รายละเอียดดังนี้

3.1.1 รูปแบบหรือแนวทางการออกแบบ

3.1.2 รายละเอียดด้านตัวการ์ตูน

- จำนวนตัวการ์ตูนทั้งหมด
- บุคลิกลักษณะของตัวการ์ตูนแต่ละตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ความสัมพันธ์ของตัวการ์ตูนในเรื่องรานั้น

3.1.3 รายละเอียดด้านเวลา สถานที่ และ โอกาส ในแต่ละตอนมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพและเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายอย่างไรบ้าง

3.1.4 พัฒนาการของเรื่องและพัฒนาการของตัวการ์ตูนจะมีผลต่อแคแรคเตอร์อย่างไร

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการออกแบบแคแรคเตอร์ ทำได้ 2 ส่วน คือ ส่วนแยกแยะข้อเท็จจริง ข้อมูลกับการใช้ข้อเท็จจริงข้อมูลเพื่อแสดงความถูกต้องสมจริงควบคู่ไปกับการสร้างอารมณ์คล้ายตาม การแสดงความถูกต้องสมจริงกับการสร้างอารมณ์คล้ายตามด้วยแคแรคเตอร์ และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจะต้องขึ้นอยู่กับภาวะแวดล้อมต่างๆ เช่น ฐานะ โอกาส สถานที่ และยุคสมัย จะยืนพื้นไปตลอดทั้งเรื่อง หากแต่ในบางฉากต้องการเน้นการสร้างอารมณ์คล้ายตามให้เกิดผู้ดูให้เด่นเป็นพิเศษ เช่น อารมณ์เศร้า อารมณ์รัก หรือความร่าเริงเบิกบาน เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายของตัวละครก็มีส่วนช่วยได้ โดยที่เราเน้นน้ำหนักมาที่การสร้างอารมณ์ได้โดยการใช้สี เส้น และรูปแบบของเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

3.2. การค้นคว้าและหาข้อมูลประกอบการออกแบบแคแรคเตอร์

การค้นคว้าและหาข้อมูลถือได้ว่าเป็นงานในลำดับต่อจากการวิเคราะห์ตัวการ์ตูนเพราะเมื่อเข้าใจเรื่องราว และแนวทางของการออกแบบ และได้วิเคราะห์รายละเอียดต่างๆ ในตัวการ์ตูนออกมาเรียบร้อยแล้ว ต้องค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อเสริมสร้างความสมบูรณ์ให้แก่การออกแบบแคแรคเตอร์ตัวการ์ตูนต่อไป

ข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ออกแบบแคแรคเตอร์ตัวการ์ตูนจะต้องทำความเข้าใจให้ได้ คือข้อมูลเกี่ยวกับตัวการ์ตูน เช่น ในแง่บุคลิก นิสัยใจคอ ลักษณะเด่น

ระยะเวลาในการออกแบบ ควรจัดตารางการทำงานให้ลงตัว และให้เหลือเวลาไว้สำหรับการแก้ไขด้วย

การออกแบบเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายของตัวการ์ตูนจะต้องคำนึงถึงฉากด้วย เช่น หากมีเครื่องตกแต่งฉากแน่นมาก ควรจะหลีกเลี่ยงไม่ให้ตัวละครใส่เสื้อลาย หากฉากสีทึม ตัวละครก็ควรใช้สีสด

3.3. ลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงานออกแบบ

3.3.1 การร่างแบบ และการจัดสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 การร่างแบบ เป็นการออกแบบแคแรกเตอร์เป็นครั้งแรก โดยรวบรวมความคิดทั้งหมดที่คิดไว้แล้วถ่ายทอดออกมา หากไม่คิดก็แก้ไขใหม่และควรรนำตัวการ์ตูนทั้งหมดที่ออกแบบมาวางเปรียบเทียบกันด้วยว่ามีความเหมาะสมกันหรือยัง หากไม่คิดก็แก้ไขใหม่ให้เหมาะสม

1.2 การจัดสี ตามปกติแล้วในการออกแบบครั้งแรกจะยังไม่ลงสีในแบบ เนื่องจากอาจเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้อีก จึงใช้วิธีแสดงสี โดยการตัดตัวอย่างสีมาเก็บไว้ การคิดจัดสีนี้มีไว้เพื่อเพิ่มความคิดเมื่อเริ่มลงมือร่างแบบ แต่ผู้ออกแบบจะกำหนดไว้ก่อนแล้วตั้งแต่ตอนวิเคราะห์หีบห่อ ว่าโคลงสีใดจะเหมาะสมกับตัวละครใด

3.3.2 การเขียนแบบขั้นสมบูรณ์ พัฒนามาจากแบบร่างแต่ครั้งนี้จะประมวลข้อมูลทุกอย่างที่มีเกี่ยวกับตัวการ์ตูนมาใช้ในขั้นนี้ทั้งหมด แบบขั้นสมบูรณ์นี้จะให้รายละเอียดทุกอย่างเกี่ยวกับตัวการ์ตูน โดยหลักการ คือ ต้องให้รายละเอียดที่ชัดเจนที่สุด และเข้าใจง่ายที่สุดจากการมองจากภาพร่าง หากต้องมีการเขียนอธิบาย ก็ให้ใช้คำน้อยที่สุดและเรียงง่ายชัดเจนที่สุด แบบร่างทุกแผ่นจะต้องมีขนาดกว้างขวางเท่ากันหมด และภาพร่างจะลงสีอย่างสมบูรณ์ แสดงรายละเอียดของลักษณะหน้าตา เสื้อผ้า ทรงผม รองเท้า และสิ่งประกอบในร่างกายโดยรายละเอียดส่วนใดที่สำคัญ ผู้ออกแบบจะส่วนนั้นออกมาวาดขยาย แสดงรายละเอียดเฉพาะตัวไว้ข้างๆ รายละเอียดและคำสั่งทุกอย่างให้เขียนไว้ด้านหน้า เพราะจะได้สะดวกในการอ่าน

3.4. หลักในการออกแบบแคแรกเตอร์ตัวการ์ตูน

- แสดงบุคลิกภาพของตัวการ์ตูน บุคลิกของตัวการ์ตูนกับการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่มีส่วนในการทำให้ผู้ชมมีความเข้าใจและติดตามเรื่องราวได้อย่างมีรสชาติ การปรากฏตัวครั้งแรกของตัวการ์ตูนต่อผู้ชมมีความสำคัญมาก เพราะผู้ชมจะรับข่าวสารที่เห็นครั้งแรกของตัวการ์ตูนแต่ละตัวเอามาตีความหมายผนวกเข้ากับเรื่อง เพราะฉะนั้นแคแรกเตอร์และลักษณะท่าทางการเคลื่อนไหวของตัวการ์ตูนจึงสำคัญมาก ที่จะต้องบอกข่าวสารเกี่ยวกับบุคลิกของตัวการ์ตูนแต่ละตัวให้ชัดเจนและถูกต้อง

- มีความสมจริง เช่น ในเรื่องเชื้อชาติ สัญชาติของตัวละคร การแต่งกายให้ถูกต้องตามยุคสมัย แสดงความสอดคล้องกับอารมณ์ในการดำเนินเรื่อง แบบ เส้น สี และการตกแต่งต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับโทนของภาพยนตร์และสอดคล้องกับอารมณ์ในแต่ละฉากของภาพยนตร์ด้วย เช่น ถ้าเป็นเรื่องเครียด โทนีสีที่เลือกใช้ก็ควรเป็นโทนีสีทึมๆ เพื่อโน้มน้าอารมณ์ของเรื่องราวสู่ผู้ชม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีความสอดคล้องกับฉาก เป็นการเสริมสร้างสุนทรีย์ในภาพที่ปรากฏแก่สายตาของผู้ชมการกำหนดสีของตัวการ์ตูนให้มีความกลมกลืนหรือตัดกันกับ โครงสีของฉากได้อย่างเหมาะสม จะเสริมสร้างความงามให้แก่ภาพที่ปรากฏก่อให้เกิดความสบายตาในการชม ทำให้ติดตามเรื่องได้อย่างมีอารมณ์ด้วยตาม **CONCEPT** ที่วางไว้แล้ว

- มีความสัมพันธ์ที่ดีในการออกแบบแคแรคเตอร์ตัวการ์ตูน คือ ในการออกแบบต้องให้ความใส่ใจตัวการ์ตูนทุกตัว มิใช่ว่าจะสนใจออกแบบแคแรคเตอร์ตัวเอกอย่างสวยงาม แต่ตัวอื่นๆ กลับดูไม่ได้เรื่อง ถือเป็นความบกพร่องของผู้ออกแบบ มีผลทำให้ขาดความต่อเนื่องกัน จนไม่น่าสนใจ

- มีความสวยงาม คือ มีความสวยงามโดยรูปและมีความสวยงามโดยอารมณ์ที่สอดคล้องกับเรื่องความสวยงามโดยรูปก็คือ ความสวยงามที่ตัวการ์ตูน เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย มีสีสวย ลวดลายสวยงาม โดยอารมณ์ที่สอดคล้องกับเรื่องนั้นรวมเอาความสวยงามประการแรกเข้าไว้ด้วยกัน หากแต่ตัวการ์ตูนอาจดูไม่สวยงาม กาแต่งการอาจดูมอมแมม เหมาะเจาะพอดีสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สามารถส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ได้ด้วย

3.5. ความรู้ ความเข้าใจในการออกแบบเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย(COSTUME)

การใช้สี ทฤษฎีที่ยอมรับกันทั่วไปในการใช้สี คืออิทธิพลของสี อันดับต่อมาก็คือ วัช เพศ โอกาส หน้าที่ ฤดูกาล และสภาพดินฟ้าอากาศ โดยปรกติเสื้อผ้ามักมีสีโทนเดียวกับสีผิว

3.5.1 การเลือกใช้สีเสื้อผ้ามีแนวทางกว้างๆ ดังต่อไปนี้

ถ้าหากสีผิวเป็นวรรณะร้อน แต่ต้องการออกแบบเครื่องแต่งการให้เป็นวรรณะเย็น ให้ผสมสีวรรณะร้อนเข้าไปในสีวรรณะเย็นที่เลือกใช้ด้วย เพื่อให้สีผิวและเครื่องแต่งกายไม่ขัดกันมาก

ควรใช้เสื้อผ้าที่มีสีเข้มกว่าสีผิว เว้นแต่ต้องการเน้นว่าสีผิวคล้ำ สีอ่อนๆ สีขาวจะเน้นให้เห็นผิวที่คล้ำขึ้น

เสื้อผ้าสีอ่อนจะเน้นให้ดูอ่อน ส่วนสีเข้มจะทำให้ดูผอมลงการใช้สีสดควรใช้ในปริมาณที่น้อยเพื่อดูน่าสนใจ ถ้าใช้สีตัดกันควรคำนึงถึงสัดส่วนของสีด้วย การใช้เสื้อผ้าสีเดียวกับตา จะช่วยเน้นสีตาให้เด่นได้

3.5.2 การใช้เส้น และสีในการออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

เส้นมีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวของสายตา ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกเกี่ยวกับรูปร่างด้วย เส้นในแนวตั้ง โน้มนำให้เกิดความรู้สึกว่ารูปร่างสูงเพียว เส้นในแนวนอน โน้มนำให้เกิดความรู้สึกว่าร่างกายมีความกว้าง อ้วน เส้นโค้งให้ความรู้สึกหมุนเวียนและอ่อนหวาน ดูเป็นผู้หญิง แต่อาจดูท้วมด้วย

จังหวะและลีลาของเสื้อผ้า เกี่ยวเนื่องกับการเคลื่อนไหวของสายตาตามว่าจะเคลื่อนไปได้อย่างไรราบรื่น และมีจังหวะจาก โคนที่ดินั้นขึ้นอยู่กับการใช้เส้นด้วยสายตาของคนจะเชื่อมโยงจุดต่างๆ ในพื้นที่หรือบริเวณว่าง โคนอัตโนมัติอยู่แล้ว

สัดส่วนของเสื้อผ้า หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนใดส่วนหนึ่งกับเนื้อที่ทั้งหมด การใช้สีที่ตัดกันในสัดส่วนที่เท่ากันจะทำให้เกิดบริเวณว่างที่ไม่น่าสนใจ

3.5.3 การเลือกใช้ลวดลาย

- มีการจัดวาง ได้จังหวะสวยงาม
- ไม่เลือกใช้ลวดลายที่แน่นเกินไป เพราะจะทำให้ดูประอะไปหมด
- ลายที่ใช้การตัดกันด้วยค่าในน้ำหนักสี ทำให้เกิดบริเวณว่างที่ได้จังหวะดี
- ควรมีสีที่เด่นเพียงสีเดียว จะทำให้ลายดูสะอาดตา

ถ้าจะเอาผ้าพื้นมาใช้ร่วมกับผ้าลาย ควรเลือกสีของผ้าให้กลมกลืนกับสีหลักของผ้าลาย แต่ถ้าเลือกผ้าพื้นที่มีสีเข้ากับสีรองของลาย ก็ไม่ควรเอามาใช้เป็นเนื้อที่ใหญ่

4. การออกแบบภาพประกอบ

ภาพประกอบ* ความหมายของภาพประกอบตามพจนานุกรม พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย (ฉบับใหม่) A New English-Thai Dictionary Illustrate vt.

การใช้ภาพหรือตัวอย่างให้ อรรถาธิบาย (Illustrate a lesson with pictures)

4.1. การใช้ ภาพอธิบายบทเรียนบทหนึ่ง (Illustrated by charts and diagrams) ใช้ภาพมาอธิบาย

4.2. ใช้ภาพแทรกเป็น อาทิมาประดับ (หนังสือหรือหนังสือพิมพ์) an Illustrated magazine นิตยสารที่มีภาพแทรก Illustration . การอธิบายการใช้ภาพประกอบ

ขอบข่ายของงานและคำจำกัดความของภาพประกอบเป็นสิ่งที่ไม่ชัดเจน ไม่มีข้อจำกัดสามารถเคลื่อนไหวหรือเปลี่ยนแปลงได้ส่วนหนึ่งของคำจำกัดความความสามารถที่จะแบ่งภาพประกอบจากจุดอื่นซึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำจำกัดความที่มีความหมายที่ชัดเจนของภาพประกอบ (ถึงแม้จะไม่ครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างจะสังเกตจากรวมงานที่ไม่ได้เป็นภาพประกอบเอาไว้ด้วย) คือผลผลิตของการสร้างจินตภาพในหลายรูปแบบ มาจนถึงปัจจุบันซึ่งได้มีการใช้ระบบการพิมพ์ตามขั้นตอนปกติ ขั้นตอนนี้จะเกี่ยวข้องทางด้าน เศรษฐกิจในด้านจินตภาพของนักเขียนภาพประกอบนั้นผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้ให้แนวคิดในด้าน ภาพประกอบของจินตภาพเป็นหลักง่าย ๆ เริ่มจากการแยกภาพประกอบออกจากการวาดภาพหรือระบายสี ซึ่งเป็นพื้นฐานเบื้องต้นของการสร้างภาพประกอบในการแลกเปลี่ยนความคิดเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้า และการดำเนินสิ่งที่ได้รับมอบหมายมา ซึ่งนักเขียนภาพประกอบจะต้องผลิตงานที่มีการเผยแพร่สู่ สาธารณะชนทั่วไป

การใช้ภาพประกอบถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับงานสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์จากการวิจัยการอ่านนิตยสารหลายครั้งชี้ให้เห็นว่าภาพประกอบมีส่วนช่วยให้นิตยสารน่าอ่าน และดึงดูดความสนใจได้มาก โดยเฉพาะภาพสีจะได้รับความสนใจมากที่สุด ภาพขาว-ดำรองลงมา และภาพการ์ตูนก็ได้รับความนิยมมากเช่นกัน ดังนั้นนิตยสารส่วนใหญ่จึงมักใช้ภาพเป็นส่วนประกอบของเนื้อหาดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ภาพต่างๆไม่ว่าจะเป็นภาพลายเส้น ภาพแผนภูมิ ภาพวาดหรือ ภาพถ่ายล้วนมีประโยชน์ต่อการใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตสื่อทั้งสิ้น

สรุปภาพประกอบหมายถึง ภาพประกอบที่ใช้กับงานประเภทสิ่งพิมพ์ (Publication)

ชนิดต่างๆของทุกประเภท เช่น

A. โปสเตอร์, หนังสือ

B. งานโฆษณาต่างๆเช่น Bill board , Bus side , Bus back , Magazine ad.

4. การใช้ภาพประกอบ (Illustration) เพื่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์

การเขียนภาพโฆษณา เป็นอีกด้านหนึ่งของกรขยายช่องทางของช่างเขียนภาพประกอบออกไป แม้ว่าหนังสือ ลอนดอน กาเซตต์ (London Gazette) จะพิมพ์ใบโฆษณาแทรกตั้งแต่ปี ค.ศ. 1666 นานจนกระทั่งกลางศตวรรษที่ 19 การโฆษณาโดยเฉพาะในนิตยสารหนังสือพิมพ์รายวัน และ ภาพโปสเตอร์ จะเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน การโฆษณาเป็นผลสืบเนื่องมาจากการขยายตัวของ งานพาณิชย์และอุตสาหกรรม ซึ่งมีผลมาจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม อันเป็นผลทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้า ในปัจจุบันภาพยนตร์ โทรทัศน์ได้ช่วยขยายงานเขียนภาพประกอบเรื่องให้ขยายตัวกว้างไกลออกไปอีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสิทธิภาพของภาพเขียน และโอกาสที่จะใช้ภาพเป็นโปสเตอร์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในงานโฆษณา งานโปสเตอร์สมัยแรกๆเป็นใบปลิว มีตัวอักษรลดทอนกลายเป็นที่นิยมแพร่หลายเมื่อมีการคิดวิธีพิมพ์ลึกขึ้นได้ อองรี-เดอ-ทูลูส-เลอเทรค (Henri de Toulouse-Lautrec) จัดเป็นช่างเขียนโปสเตอร์ใหญ่คนแรกของงานโปสเตอร์แนวสมัยใหม่ งานโปสเตอร์ของเลคเทรคเช่น Ambassador in Paris ได้ชี้ให้เห็นถึงการชำนาญในด้าน เทคนิคการพิมพ์ลึก และความเป็นผู้มีสายตาเฉียบแหลม นอกจากนี้ยังกลายเป็นเทคนิคในด้านการโฆษณาเช่น พยายามทำให้ภาพมีตัวอักษรน้อย และพยายามทำให้ตัวอักษรล่องจางกับภาพ

ใน 30 กว่าปีที่ผ่านมา ภาพโปสเตอร์ได้ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง โดยช่างเขียนภาพประกอบ เช่น แอนดี วอร์โฮล (Andy Warhol) และมิลตัน กราเซอร์ (Milton Glaser) ทั้งสองได้นำเอาความคิดและแนวทางการออกแบบและความเข้าใจของผลกระทบต่อภาพ ถึงปัจจุบันนี้การโฆษณาส่งผลกระทบต่อแทบทุกองศาของชีวิต ในขณะที่ความต้องการขยายตัวออก เทคโนโลยีช่วยให้ปัญหาที่ยากซับซ้อนง่ายขึ้น ช่วยในการพิมพ์ การแยกสีครบทุกสีซึ่งในปัจจุบันมีราคาไม่แพง จนกระทั่งมีหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารพิมพ์เผยแพร่ทั่วไปถือว่าเป็นเรื่องธรรมดา

กราฟฟิคหนึ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการ์ตูน เป็นอีกทางหนึ่งของช่างเขียนภาพประกอบเรื่องในปัจจุบัน ซึ่งขยายตัวออกไปมากควบคู่กับการแพร่หลายของโทรทัศน์

ในสมัยแรกๆของการเขียนภาพประกอบเรื่อง งานจิตรศิลป์และงานเขียนภาพประกอบเรื่องจะแยกออกจากกันไม่ได้ เช่นงานของ ดูร์ เป็นที่นาสนใจที่ว่าภาพโปสเตอร์ทุกวันนี้ไม่ใช่เป็นส่วนประกอบที่ไม่ได้ข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณาสินค้าเท่านั้น แต่กลายเป็นศิลปะในตัวเอง ภาพโปสเตอร์ที่ไม่ได้โฆษณาสินค้า ทุกวันนี้แพร่หลายและมีราคาไม่แพงและกลายเป็นของใช้สอย เพื่อตกแต่งอาคารที่อยู่อาศัย

แม้ว่าจะมีการขยายตัวของงานเขียนภาพประกอบเรื่องและความรู้ทางด้านเทคโนโลยีของวัสดุ รวมถึงกระบวนการทำกราฟฟิค บทบาทของช่างเขียนภาพประกอบเรื่องหาได้เปลี่ยนไปจากเดิมไม่ คือส่วนหนึ่งช่างเขียนภาพประกอบยังเป็นเครื่องมือของนักธุรกิจที่ทำงานเพื่อเก็งกำไร แต่เรื่องนี้ไม่ได้เป็นเรื่องสำคัญ ตราบใดที่ศิลปินยังสร้างสรรค์ผลงานด้วยใจที่อิสระ

ในช่วงศตวรรษที่ 20 ที่ผ่านมามีรูปแบบต่างๆเหล่านั้นได้มีความสำคัญของวิชาชีพนี้มาตั้งแต่ตอนปลายของศตวรรษที่ 1900 รูปแบบของ Illustration ที่มีมากมายหลายแบบเป็นผลมาจากการวางรูปแบบต่างๆของ Illustration ในยุคแรกเริ่ม รวมถึงการทดลองเทคนิค Reproduction แบบเก่าและการศึกษาผลงานในอดีต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาเทคนิคส่วนบุคคลและการค้นพบวิธีใหม่ๆ จากการวาด รวมทั้งการนำสื่อจากหลายๆ แห่งมาผสมผสานกัน จึงเปรียบได้เป็นหลักสำคัญของ Illustration ในปัจจุบันแต่ทั้งนี้ก็ยังไม่ต้องเทคนิค เดิมไปเสียทีเดียว

5. ความสำคัญของภาพประกอบ

ภาพประกอบที่หลายคนพอจะนึกออกคือ ภาพประกอบตามนิตยสารบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ จริงๆ แล้วภาพประกอบไม่ได้เฉพาะเจาะจงในนิตยสารหรือหนังสือเท่านั้นยังรวมไปถึงงาน Commercial อีกด้วย

6. หน้าที่ของภาพประกอบ

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

6.1. เพื่อแสดงประกอบเรื่องราว ข่าวสารต่างๆ ที่นำเสนอให้เกิดความรู้สึกความเข้าใจคล้อยตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่มุ่งไว้คือ

- เพื่อประกอบอธิบายความรู้
- เพื่ออธิบายความคิดรวบยอด
- เพื่ออ้างอิงแทนสิ่งที่ปรากฏจริง
- เพื่อประกอบข้อมูลทางสถิติ

6.2. เพื่อดึงดูดความสนใจ

6.3. สื่อความหมายเกี่ยวกับเนื้อหาที่อาจเกิดขึ้นได้

6.4. กระตุ้นความสนใจของผู้อ่านต่อเนื้อหานั้นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.5. ช่วยให้เห็นคำ,หนังสือมีสีสันขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ตัวสินค้า

6.6. ช่วยอธิบายในสิ่งที่ เป็นความคิด ความรู้สึก และสิ่งที่ เป็นนามธรรม

7. รูปแบบของภาพประกอบ

ภาพประกอบ Illustration ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ (concept) และกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก แต่ งาน Illustration นี้จะหลากหลายในด้านเทคนิคและวิธีการซึ่งใช้หลักองค์ประกอบ (Composition) เข้าช่วยเป็นอย่างมากส่วนแนวความคิดได้มาจาก การผสมผสานและตัดแปลงจากสิ่งต่างๆและสิ่งที่อยู่ รอบตัว (Creative Illustration) ภาพประกอบสร้างสรรค์

ถ้าในงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ,หนังสือประเภทต่างๆมีแต่ตัวอักษรที่ปราศจากภาพประกอบ การสื่อสารต่างๆไม่มีประสิทธิภาพมากนัก ภาพประกอบอาจหมายถึงภาพวาด ภาพเขียน ภาพถ่าย หรือภาพแอร์บรัชก็ได้ทั้งนี้ต้องพิจารณาทั้งลักษณะและรูปแบบให้เหมาะสมกับการสื่อสาร ตัวสื่อ การ พิมพ์และกลุ่มเป้าหมาย

8. ความแตกต่างระหว่างภาพประกอบ (Illustration) กับงานจิตรศิลป์ (Fine Art)

8.1. ภาพประกอบ - ถูกใช้เพื่อวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยมีวัตถุ (Subject) เป็นตัวกำหนด เนื้อหาก่อนแล้วจึงเขียนภาพประกอบเนื้อหาที่นั้นภายหลัง ทำขึ้นเพื่อเป็นการโฆษณา ดึงดูดให้ผู้ดูสนใจ ในตัวสินค้า

- ภาพประกอบจัดเป็นศิลปะเพื่อการพาณิชย์
- ภาพประกอบเรื่องมักเป็นภาพเชิงวิเคราะห์หรือเชิงบรรยาย
- การสร้างสรรค์ภาพประกอบมีลูกค้าเป็นตัวกำหนด

8.2. จิตรศิลป์ - Idealเป็นตัวกำหนด จิตรศิลป์สร้างงานด้วยความอิสระ ไม่เป็นการลอกเลียน ไม่มีวัตถุประสงค์ทางการค้ากำหนด ตัวศิลปินจะสร้างจินตนาการ (Image) ขึ้นมา สามารถสรุปความแตกต่างระหว่างภาพประกอบและจิตรศิลป์ได้เป็นข้อๆดังนี้

- จิตรศิลป์ไม่มีจุดประสงค์ทางการค้า
- จิตรศิลป์สร้างสรรค์ด้วยงานอิสระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การสร้างสรรค์งานมีแนวความคิด (Idea) เป็นตัวกำหนด

มีข้อโต้แย้งว่าการทำงานเพื่อการพาณิชย์ ไม่สามารถเรียก(สร้างประกอบ (Illustrator)ว่าเป็นศิลปิน (Artist) โดยเฉพาะความเป็นศิลปินนั้น การทำงานไม่สนเรื่องเงินแต่อย่างไรก็ตาม การหาเลี้ยงชีพโดยความสามารถที่จะถ่ายทอดจินตนาการออกมาเป็นรูปภาพโดยใช้ทักษะที่เหมาะสม ก็เป็นคุณลักษณะของศิลปินอยู่แล้วเพียงแต่ว่าศิลปินนั้นออกมาดีหรือไม่ สิ่งสำคัญก็คือความคิดสร้างสรรค์ที่สมบูรณ์แบบจะอยู่ภายในจิตใจของ Illustrator ผู้สร้างสรรค์ตลอดไป

9. ประเภทของภาพประกอบ

- 9.1. ภาพประกอบบทความ EDITORIAL ILLUSTRATION ADVERTISING.
- 9.2. ภาพประกอบบทความโฆษณา ILLUSTRATION FOR ADVERTISING.
- 9.3. ภาพประกอบแฟชั่น FASHION ILLUSTRATION.
- 9.4. ภาพประกอบในงานประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ NATURALHISTORYILLUSTRATION.
- 9.5. ภาพประกอบวิทยาศาสตร์การแพทย์ MADICAL ILLUSTRATION.
- 9.6. ภาพประกอบข้อมูลทางสถิติ ILLUSTRATION FOR INFORMATION.
- 9.7. ภาพประกอบทางด้านเทคนิค TECHNICAL ILLUSTRATION.
- 9.8. ภาพประกอบการ์ตูน CARTOON ILLUSTRATION.
- 9.9. ภาพประกอบบทความ EDITORAIL ILLUSTRATION.

หลักฐานทางประวัติศาสตร์ในการเริ่มใช้ภาพประกอบอย่างจริงจังในนิตยสารและหนังสือพิมพ์นั้นไม่ได้มีปรากฏย้อนหลังเกินกว่าศตวรรษที่ 19 ซึ่งแตกต่างจากภาพประกอบในหนังสือที่ใช้การพิมพ์ ซึ่งค้นพบในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา หลังจากที่ได้มีการประดิษฐ์เครื่องพิมพ์ขึ้นมาในศตวรรษที่ 15 การใช้ภาพประกอบในสิ่งพิมพ์ ต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้อ่านและผู้โฆษณาที่เผยแพร่งานเขียนภาพประกอบในหน้าหนังสือพิมพ์และหน้านิตยสารด้วยการใช้ภาพประกอบในนิตยสาร ได้ประสบความสำเร็จในยุโรปตะวันตกและอเมริกาเหนือและในช่วงกลางศตวรรษที่ 19นิตยสารภาพประกอบได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของหนังสือตระกูล “ONE A WEEK,THE COMBILL MAGAZINE” และ “GOOD WORK” ประกอบด้วยภาพชั้นเยี่ยมของประเทศอังกฤษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในช่วงศตวรรษที่ 20 การใช้ภาพประกอบในงานบทความ จำเป็นต้องแข่งขันกับงานภาพถ่ายที่มีความสวยงามโดยเฉพาะอย่างยิ่งความมั่นคงของภาพถ่ายแต่ในการเลือกนักถ่ายภาพหรือนักเขียนภาพประกอบที่เขียนภาพได้อย่างมืออาชีพและมีคุณภาพจะมีโอกาสมากทั้งนี้ปริมาณการพิมพ์จะขึ้นอยู่กับสังคมผู้บริโภคสมัยใหม่ด้วย

9.1. ภาพประกอบบทความ EDITORIAL ILLUSTRATION ADVERTISING. คือภาพที่ใช้ประกอบข้อความและหน้าปกนิตยสาร นิตยสารใดก็ตามที่มีบทความการนำเสนอตลอดจนถึงปกหน้าที่มีความเป็นอิสระ จะสามารถเขียนภาพประกอบได้ ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่นิตยสารฉบับเดียวจะมีผลงานของนักเขียนภาพประกอบมากกว่า 1 คนขึ้นไป แต่นักเขียนภาพประกอบบางคนก็อาจเลือกทำงานเพียงอย่างเดียวและอีกนัยหนึ่งก็เป็นเรื่องปกติอีกเช่นกันที่นักเขียนภาพประกอบจะเขียนภาพประกอบให้นิตยสารหลายฉบับในเวลาเดียวกัน ในปัจจุบันนักเขียนภาพประกอบพบจำนวนมากพบว่าการเขียนภาพประกอบบทความสมัยใหม่มีความน่าสนใจหลายประการ สิ่งที่น่าสนใจมากที่สุดคือ ความหลากหลายของงานที่นักเขียนภาพประกอบจะได้รับ

นักเขียนภาพประกอบที่มีประสบการณ์จะพบว่า เป็นงานที่ ART DIRECTOR จะให้อิสระในการทำงานมากกว่าส่วนอื่นๆ เช่นงานโฆษณา ซึ่งนักเขียนภาพมืออาชีพจะต้องมีขอบเขตในการทำงานที่แน่นอนจึงจะได้รับความเชื่อถือ การเขียนภาพประกอบบทความนี้ เป็นเหมือนสนามทดสอบของผู้เขียนภาพประกอบ สามารถทดลองงานรูปแบบต่างๆ เพื่อขยายความสามารถรวมถึงพัฒนาฝีมือให้อยู่ในระดับสุดยอด แต่ในโลกของการทำงานผู้เขียนภาพประกอบที่มีชื่อเสียง และ ART DIRECTOR คือผู้ที่มิพักจะในการที่จะแปลและเข้าใจถึงจุดประสงค์และความต้องการของผู้ว่าจ้างคืออ่านหัวข้อเรื่องหรือพูดคุยกันทางโทรศัพท์ ก็สามารถสรุปแนวความคิดและสร้างสรรค์งานให้สำเร็จตรงตามเวลา สำหรับมืออาชีพที่มีความกระตือรือร้น สนใจต่อโลกภายนอก งานนี้น่าจะเป็นงานที่มีความน่าตื่นเต้นมากที่สุดงานหนึ่งด้วย

9.2. ภาพประกอบบทความโฆษณา ILLUSTRATION FOR ADVERTISING. งานเขียนภาพประกอบในงานโฆษณานั้นถือว่าเป็นงานอาชีพที่ทำขาย ซึ่งมีบทบาทเกินกว่าที่ผู้บริโภคจะตระหนักถึง โดยทั่วไปมีการใช้ภาพประกอบกันมากมาย นอกจากการใช้ข้อความบรรยายเทคนิคต่างๆ (เหนือจริง) เข้ามามีส่วนร่วมในงานภาพประกอบในงานโฆษณาเป็นงานของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านแขนงหนึ่ง ซึ่งนับว่ามีความสำคัญในการช่วยให้งานหลายๆอย่างมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ภาพประกอบในงานโฆษณามีความสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดทั้งหมดในการสื่อสารทางเดียว ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคภาพลักษณะที่ได้จากการใช้ภาพประกอบต้องมีส่วนช่วยในการชักจูงความสนใจในสินค้านั้นๆ โดยกล่าวถึงประสิทธิภาพและเน้นถึงคุณภาพที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ภาพประกอบที่เข้าสมัยนิยมของในงานโฆษณาไปไกลเกินกว่าแค่เป็นส่วนประกอบของความสวยแปลกตาเท่านั้น อุตสาหกรรมโฆษณาไปไกลเกินกว่าแค่ส่วนประกอบของความสวยแปลกตาเท่านั้น อุตสาหกรรมโฆษณายังสัมพันธ์ไปถึงการวิจัยสำรวจทางจิตวิทยา ค้นหาคำกระตุ้นตัวของสาธารณะ ในปีค.ศ. 1960 โดยหนังสือชื่อ “ THE HIDDEN PERSUADERS ” ของ Vance Packard ซึ่งไม่เพียงแต่จะแจกแจงเทคนิค การจูงใจที่ใช้ในงานโฆษณาแล้วเท่านั้นแต่การประเมินล่วงหน้า ถึงแนวทางวิทยาการเข้าถึงผู้บริโภคเพื่อประโยชน์ต่อการส่งเสริมการขายนั้นอาจเป็นแนวทางที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน

ภาพลักษณ์ของภาพประกอบในงานโฆษณาต้องเลือกสรรอย่างเอาใจใส่ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเจริญเติบโตของสินค้าและเป็นผลงานการวางแผนอย่างรอบคอบและคาดการณ์ล่วงหน้า ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของลูกค้าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าของเขาต้องการโฆษณา

9.3. ภาพประกอบแฟชั่น FASHION ILLUSTRATION. วัตถุประสงค์ของภาพประกอบแฟชั่นคือการขายไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์ หรือตัวสินค้า ดังนั้นการโฆษณาจึงจำเป็นต้องดึงดูดและเรียกร้องความสนใจจากลูกค้าที่มีศักยภาพ

การขายภาพแฟชั่นที่ออกแบบจำเป็นต้องสร้างความรู้สึกรู้สึกให้เกิดความประทับใจเสื้อผ้าสไตล์ของเสื้อ เสื้อผ้า ในคอลเล็กชั่นและอารมณ์ที่สร้างขึ้น ด้วยสายเส้นเพียงไม่กี่เส้นจึงควรใช้จินตนาการและสไตล์ที่สามารถทำให้เสื้อผ้านั้นเป็นที่ดึงดูดยิ่งขึ้น

รูปแบบของภาพวาดสามารถแสดงพลังและความเป็นตัวของตัวเอง ภาพวาดจำเป็นต้องมีหลักโครงสร้างที่สามารถเข้ากันเช่น ชุดราตรีหรูหรา กริยาท่าทางของนายแบบต้องดูโก้หรู ใบหน้าในการวาดภาพก็มีความสำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน ต้องมีหลักเฉพาะ ผู้คนจะเชื่อถือว่าเป็นไปได้ ภาพวาดควรแสดงให้เห็นการเคลื่อนไหวเพราะรูปร่างที่แข็งอาจไม่ให้ความประทับใจในเสื้อผ้าได้อย่างแท้จริง ซึ่งจะทำงานขายผลงานเป็นไปได้อย่างลำบาก การฝึกซ้อมวาดจะช่วยแก้ปัญหานี้ได้

10. สีที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกทางด้านการออกแบบ

หาก Background สว่างกว่าสีของ Foreground และมีความแตกต่างกันบ้างอยู่แล้ว Background จะดูสดชื่น วัตถุสีเข้มซึ่งวางอยู่บน background สีอ่อนจะทำให้มองดูเล็กกว่า วัตถุชิ้นเดียวกันที่มีสีอ่อน แต่วางอยู่บนวัตถุที่มีสีแก่กว่า การผสมกันของสีที่ใกล้เคียง กันเช่น ส้มและแดง จะแสดงความรู้สึกกลมกลืน ในขณะที่เดียวกัน การรวมสีที่ต่างกัน โดยสิ้นเชิง ทั้งทางด้านคุณค่าและสี จะทำให้เกิด Contrast กันอย่างรุนแรง

สีในโทนเย็นและร้อนที่มีความสดใสเท่ากัน สีร้อนจะพุ่งมาข้างหน้าสีเย็นที่อยู่กับ Background ดำ หากสีเย็นนั้นถูกทำให้สว่างขึ้น ก็จะดันให้ออกมาข้างหน้าเรื่อยๆแต่ก็ไม่สามารถเลยหน้าสีร้อนได้ พื้นที่ของสีที่เป็นพื้นใหญ่กว่าก็จะทำหน้าที่เสมือน Background และขึ้นกับความสนใจกับสีนั้นด้วย

11. หน้าที่และความสำคัญของสี

- 11.1. การดึงดูดความสนใจ
 - 11.2. เน้นส่วนสำคัญบางส่วน
 - 11.3. แสดงถึงความสมบูรณ์
 - 11.4. แนะนำให้เห็นถึงนามธรรม
 - 11.5. สร้างสรรค์ความประทับใจที่ดี
 - 11.6. สร้างแรงกระตุ้นอารมณ์
 - 11.7. คงภาพพจน์ในจิตใจของผู้พบเห็น
- สี 4 สี จะเห็น ได้มากและเด่นชัด
สี 2 สี ขาว-ดำ จะเห็นรองลงมา

12. ค่าของสี (THEORY OF COLOUR EXPRESSION)

การรู้ค่าของสี **EXPRESSION** ของสีที่แท้จริง ต้องนำสีนั้นไปเปรียบเทียบกับสีอื่น

สีเหลือง	มีชีวิตชีวามากที่สุด ไปสิ้นสุดที่สีแดง จะสูญเสียลักษณะไปหากมี SHADE ของ เทา ดำ หรือคราม หมายถึง ความอิจฉา ทฤษฎี ปЛОอม เลวร้าย ไร้เหตุผล
สีแดง	ร้อนแรง โลหิตสูบฉีด มีพลัง
สีน้ำเงิน	ปราดเปรียว สุขุม เยือกเย็น
สีเขียว	พืชพันธุ์ชีวิตและความหวัง
สีส้ม	ส่องแสงมากที่สุด เข้มข้น และแรงที่สุดแสดงออกถึงสาร
สีคราม	ความไร้สติ ลึกลับประทับใจ บีบคั้น หวาดกลัว หรือให้กำลังใจเปลี่ยนแปลงไปตามสีที่นำมา CONTRAST
ม่วงน้ำเงินเข้ม	โศคร้าย
ม่วง	ความยุ่งยาก ความตาย
ม่วงน้ำเงิน	ตัวคนเดียวการอุทิศตน
ม่วงแดง	รักนริรันดร วิญญาณไฟฝัน

สีที่จะให้ความหมายในทางที่ดีของชีวิต ในขณะที่ SHADE จะให้ความมีดมนและพลังทางลบ สีอาจถูกกระทำให้ผันแปรได้เช่น ในความสว่าง แดงอาจเป็นชมพูแดง ผลของสีนั้นอาจเป็นไปตามตำแหน่งของสีนั้น โดยสัมพันธ์กับสีอื่นๆที่แวดล้อมอยู่ รวมถึงเนื้อหา และขนาด PROMOTION ด้วยสีมีลักษณะความรู้สึกต่างกันไปตามตำแหน่งของสีนั้นในภาพ

13. โปสเตอร์ (POSTER)

การออกแบบโปสเตอร์เน้นลักษณะการสื่อสารโดยตรง เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจข้อมูลที่ต้องการสื่อสารนั้นอาจน้อยหรือมากรูปภาพอาจใหญ่หรือเล็ก หากรวบรวมจุดมุ่งหมายที่ต้องการสื่อสารนั้นสำคัญที่สุด ดูแล้วเข้าใจได้ทันทีโปสเตอร์เป็น visual Combination ระหว่างความรุนแรงและสะอาดตา (Rold Design) สีและข้อความที่ดึงดูดผู้ที่ผ่านมา ให้นานพอที่จะปลูกความคิดที่ต้องการให้เกิดขึ้นในใจแก่บุคคลผู้นั้นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักสำคัญในการออกแบบโปสเตอร์

- จุดประสงค์ในการสื่อสาร
- ความกระจ่างในภาพลักษณ์ที่ต้องการสื่อสาร
- ภาพและข้อความมีการเสริมที่สอดคล้องกัน
- สามารถดึงความสนใจจากผู้ชม

13.1. ส่วนประกอบในการออกแบบโปสเตอร์

- รูปแบบ ทั้งขนาดใหญ่และเล็กเช่นกระดาษโปสเตอร์ซึ่งมีขนาดมาตรฐานคือ 15"X20" ประหยัดโดยตัดกระดาษโดยการตัดกระดาษไม่ให้เหลือเศษกระดาษเป็นจำนวนมากหรือออกแบบลักษณะการกำหนดกระดาษโดยไม่ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจมากนักเช่นกรอบสามเหลี่ยม
- รูปภาพ จำนวนและขนาดของรูปภาพ ถ้ามีจำนวนภาพมากเช่น 5ภาพก็ต้องออกแบบ โดยเน้นความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันของแต่ละภาพ ภาพสำคัญมากควรใหญ่กว่าภาพสำคัญน้อย การออกแบบควรเน้นเรียงลำดับขึ้นตอนจากเริ่มไปจบเนื้อหาด้วยเช่นกันในหน้ากระดาษส่วนที่เป็นจุดศูนย์กลางสนใจคือ OPTICAL CENTER เป็นจุดสนใจของเส้นแบ่งที่ 3 ในส่วนที่ 8 ของสี่เหลี่ยมตำแหน่งการวางภาพมีส่วนรื้อความสนใจจากผู้ชมได้ นอกจากจุดเด่นและความสวยงาม จำนวนและขนาดของตัวอักษรลักษณะหรือแบบตัวอักษรที่ใช้ก็นอกเหนือจากความสอดคล้องกับภาพจนเกิดความงามแล้ว ควรมีรายละเอียดมากพอเช่น โปสเตอร์การแสดงละคร ควรระบุชื่อเรื่อง วัน เวลา สถานที่ติดต่อซื้อบัตร ฯลฯ เนื่องจากโปสเตอร์สามารถดึงดูความสนใจจากระยะไกลด้วยการพาดหัวบนโปสเตอร์จึงต้องเพิ่มขนาดให้มากกว่าหน้าหนังสือในนิตยสารโดยปกติมาตรฐานของตัวอักษรที่ห่างจากสายตา 2 นิ้วควรมีขนาด 1/8 นิ้ว หากมีการเพิ่มระยะห่างระหว่างสายตากับสิ่งที่เรามองเห็นทุกระยะ 5 นิ้วนั้น ควรเพิ่มขนาดตัวอักษรหรือการเว้นวรรคจำเป็นต้องเพิ่มขนาดตามความเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13.2. ขนาดของโปสเตอร์

ขนาดของโปสเตอร์ที่ติดตามสถานที่ต่างๆ เช่น ป้ายรถเมล์ ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า มีข้อกำหนดว่าขนาดของโปสเตอร์ไม่ควรมีขนาดใหญ่จนเกินไป มีเหตุผลว่า โปสเตอร์มีขนาดเล็กแต่อาศัยจำนวนเป็นตัวกระจายข่าวสาร และจะต้องมีขนาดไม่เล็กเกินไปกว่าที่จะมองเห็นได้ในระยะ 5 เมตร ซึ่งเป็นระยะในเกณฑ์ที่เหมาะสม เพราะถ้ามีขนาดเล็กจนเกินไปจะทำให้ถูกลดความสำคัญลงไป กล่าวคือจะทำให้ไม่สามารถเห็นได้ทั้งภาพและข้อความ มาตรฐานของกระดาษพิมพ์ทุกชนิดคือ “ 31 x 43 ” ฉะนั้นการเลือกใช้ขนาดของโปสเตอร์จึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับมาตรฐานของกระดาษ ทั้งนี้เพื่อว่าในการพิมพ์จำนวนมากจะประหยัดได้มากที่สุด

เมื่อชี้เฉพาะจุดประสงค์ของโปสเตอร์แล้วผู้ออกแบบก็จะดำเนินการเลือกข้อมูลเบื้องต้นเช่น ภาพ ตัวพิมพ์ ตัวอักษร ภาพพื้น การวางแผนงานเกี่ยวกับข้อมูลต้องมีการพิจารณา 2 ด้านคือ

- Function หมายถึงการชี้แจงรายละเอียด เกี่ยวกับขนาดและจำนวนภาพ
- Decoration Function หมายถึงการออกแบบโปสเตอร์ให้ดึงดูดผู้ดู

เคล็ดลับของคุณภาพของโปสเตอร์ จึงอยู่ที่ความสามารถในการเลือกภาพ ตัวอักษรรวมทั้งสีที่มีส่วนในการสร้างอารมณ์ให้กับคนดู

13.3. การเลือกใช้ตัวอักษร

จากหลักเกณฑ์ที่วางไว้ข้างต้น โปสเตอร์จะสามารถเห็นได้ชัดในระยะ 5 เมตรเพื่อถ่ายทอดข้อมูลสู่กลุ่มเป้าหมายได้ทันที

1. ตัวอักษรจะต้องอ่านง่าย ไม่ตกแตงจนอ่านยาก
2. การใช้ตัวอักษรเข้มบนพื้นที่ที่มีสีอ่อนกว่า อ่านได้ง่ายกว่าอักษรขาวบนพื้นดำ
3. ความหนาของตัวอักษรบนพื้นขาว ประมาณ 1 (ความสูงตัวอักษร)
4. ความหนาของตัวอักษรขาวบนพื้นดำ ประมาณ 1: ความสูงของตัวอักษร

13.4. LAY-OUT

การวาง LAY-OUT ของโปสเตอร์ต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ดังนี้

- A. ขนาดและสัดส่วนของโปสเตอร์ โดยเฉพาะขนาดของโปสเตอร์สำคัญมากเพื่อที่จะได้ทราบว่า ต้องเพิ่มอะไรลงไปโปสเตอร์เพื่อให้เหมาะสมกับขนาด
- B. แสดงที่ไหน กรณีที่แสดงกลางแจ้งแบบต้องทันสมัยและเหมาะสม
- C. การใช้สีและขอบเขตของสี คนชอบสีอะไร สีนั้นง่ายหรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- D. การตัดสินใจเลือกกรรมวิธีในการผลิตโปสเตอร์ เพื่อที่จะเตรียมงานให้เหมาะสมกับงานพิมพ์แต่ละชนิด
- E. ต้องเข้าใจงานส่วนใหญ่อย่างชัดเจน อาจเป็นไปได้ที่นักออกแบบ อาจทำเพื่อศิลปะเท่านั้น ในการทำ Lay –Out การถกเถียงจะทำให้เกิดการเลือกแบบที่ดีขึ้น
- F. เมื่อจะแสดงผลลักษณ์ ต้องนำเอาทุกเรื่องมาเป็นภาพ
- G. การเลือกทำภาพพื้น เช่น การเลือกแสดงSINGUETHE เนื้อที่แบบธรรมดา (SIMPLE) แบบFLAT UNBROMER FIELD หรือแบบ ABSTRACT

13.5. ตัวอักษร

ตัวอักษรนับว่าเป็นส่วนสำคัญมาก เพราะความหมายของตัวอักษรมีประโยชน์ทางบวกแก่โปสเตอร์ การออกแบบสมัยใหม่ ต้องพิจารณาถึงการลดจำนวนคำ แต่ต้องสะดุดตาและอ่านง่ายในทีโล่งแจ้ง ส่วนโฆษณาทางการขนส่ง อาจมีจำนวนคำเพิ่มขึ้นได้แต่ต้องอิสระ คล่องตัว มีความกลมกลืนระหว่างตัวอักษรและผลลักษณ์

14. โปสการ์ด (POSTCARD)

โปสการ์ดหรือ ไปรษณียบัตรแต่ดั้งเดิมใช้เพื่อการสื่อสารที่กระชับ และข้อความที่ไม่เป็นความลับและใช้เป็นระลึกสำหรับจดจำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ องประกอบและลักษณะของการใช้งานโปสการ์ดคือ แผ่นกระดาษที่ไม่อ่อนแอจนเกินไปขนาดประมาณ 5 X 7 นิ้วมีสองหน้าแบ่งหน้าที่เป็นรูปภาพและหน้าที่ใช้เขียนที่อยู่ ข้อความ ดิคแสดมปีในปัจจุบัน โปสการ์ดถูกใช้เป็นส่วนหนึ่งของการ PROMOTION ด้วยโดยร้านค้าต่างๆมีการวางโปสการ์ดของร้านค้าเอาไว้สำหรับแจกลูกค้า ยกตัวอย่างเช่นร้าน SISLEY , ESPADA และร้านอื่นๆอีกมากมาย ก็มีการแจกโปสการ์ดให้ลูกค้าได้จดจำและระลึกถึงและมีคุณสมบัติประโยชน์ใช้สอยด้วย

15. นิตยสาร

คือ สิ่งพิมพ์ที่เป็นรูปเล่ม มีความกะทัดรัด สวยงาม เก็บรักษาได้ยาวนานกว่าหนังสือพิมพ์ นิตยสารยังมีกลุ่มเป้าหมายเป็นของตนเอง มีกำหนดออกเป็นรายสัปดาห์ รายเดือน แล้วแต่ประเภทไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฉะนั้นนิตยสารจึงเป็นสื่อโฆษณาอีกชนิดหนึ่ง ที่มีความสำคัญและเข้าถึงผู้อ่านได้ หลายระดับ หลายอาชีพ มีจุดเด่นคือ

- เป็นสื่อที่มองเห็น และสามารถถ่ายภาพเพื่อดึงดูดความสนใจ
- ขณะทีอ่าน ผู้อ่าน อยู่ในอารมณ์ที่พอใจ ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านมีความสนใจในการอ่าน ข่าวสาร ที่ลงในนิตยสารมากขึ้น และ จริงจัง
- เป็นสื่อที่สามารถแบ่ง ประเภทของกลุ่มผู้อ่านได้
- คุณภาพในการพิมพ์ (เนื่องจากใช้กระดาษที่มีคุณภาพในการพิมพ์) โดยเฉพาะการพิมพ์สี จะสามารถให้สีที่สวยงามมากกว่าหนังสือพิมพ์ ทำให้ได้รับความสนใจจาก ผู้อ่าน ได้มาก
- มีอายุยาวนาน เพราะผู้อ่านมักเก็บสะสมไว้ ฉะนั้น โอกาสที่ผู้อ่านจะอ่านพบโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกเป็นไปได้มาก
- จำนวนผู้อ่านสูง เพราะนิตยสารมักถูกส่งหลายมือ ทำให้มีการพบเห็น โฆษณาจึงมีมากขึ้นตามลำดับ
- นิตยสาร เป็นสื่อที่สามารถ นำมาใช้ในการโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่ตัวสินค้า หรือบริการ ได้จะเห็นได้จากนิตยสารบางฉบับ ได้รับการยอมรับว่าเป็นนิตยสารชั้นสูง และสินค้าหรือบริการที่โฆษณาในนิตยสารฉบับนั้น จะกลายเป็นการโฆษณาในระดับสูงอีกด้วย

15.1. การเลือกและวางแผนโฆษณาทางนิตยสาร

การเลือกและวางแผน โฆษณาทางนิตยสารก็มีหลักการเหมือนกับ การเลือกหนังสือพิมพ์ดังกล่าวคือ จะเข้าได้กับผู้อ่านหรือไม่ ครอบคลุมจำหน่ายคู่มือชื่อเสียงของนิตยสาร ประเภทของนิตยสารและค่าใช้จ่าย ฯลฯ

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

15.2. ประเภทของการโฆษณาทางนิตยสาร

การโฆษณาทางนิตยสารสามารถลงได้ตั้งแต่ปกหน้าเรื่อยไปจนถึงปกหลัง ทั้งแบบมีสีสันและขาว-ดำ หรือเพิ่มหน้าพิเศษก็ได้ การลงโฆษณาในนิตยสารมีทั้งแบบ Display Advertising และ Classified AD. แต่ส่วนใหญ่มักจะเป็นแบบ Display Advertising มากกว่า

ส่วนเนื้อหาที่จะใช้ลงโฆษณานั้นมีหลายขนาด แต่ที่นิยมกันมากได้แก่

- 15.2.1 **ครึ่งหน้าแนวตั้ง (Half Page Vertical)** คือการแบ่งหน้าหนังสือแนวตั้งออกเป็น 2 ส่วนเท่าๆกัน แล้วให้ผู้ซื้อเลือกเอาเองว่าจะลงโฆษณาทางด้านซ้าย หรือทางด้านขวา เนื้อที่ส่วนที่เหลือทางนิตยสารจะใช้สำหรับตีพิมพ์ บทความ สารคดี บทความ หรือเรื่องราวในส่วนอื่นๆของนิตยสาร
- 15.2.2 **ครึ่งหน้ารวม (Half Page Horizontal)** คือแบ่งหน้าหนังสือทางแนวนอนออกเป็น 2 ส่วนเท่าๆกัน และให้ผู้ซื้อเลือกเช่นเดียวกับแบบแรก แต่ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยยอมโฆษณากันในตอนบน เพราะการโฆษณาแบบนี้ทำให้น้ำหนักของหน้าเสียไป และขาดความสวยงาม
- 15.2.3 **เต็มหน้า (Full Page)** คือการให้ผู้ซื้อเลือกหน้าสำหรับลงโฆษณาของตนเพียงผู้เดียว เป็นที่นิยมกันมากเพราะให้ความสวยงามมากกว่างานโฆษณาแบบอื่น
- 15.2.4 **ตำแหน่งเกาะกลางหน้า (Island Position)** ผู้ลงโฆษณาอาจกำหนดตำแหน่งไปยังจุดที่เรียกว่า “เกาะกลางหน้า” โดยซื้อเป็นคอลัมน์ ส่วนเนื้อที่ที่เหลือ ทางนิตยสารอาจใช้ตีพิมพ์เรื่องราวอื่นๆได้ การลงโฆษณาแบบนี้จะแพงมาก เพราะเรียกร้องความสนใจจากผู้อ่านได้ดี แต่ส่วนมากมักจะขายพื้นที่โฆษณาทั้งหมดหน้ากระดาษ
- 15.2.5 **เสี้ยวหน้า (Junior Page)** คือการกำหนดเนื้อที่ประมาณ 3/4 ในแนวตั้ง และ 3/5 ในแนวนอน โดยส่วนที่จะลงโฆษณานั้น อยู่ติดกับขอบหน้าของนิตยสาร เป้าหมายของการลงแบบนี้เพื่อให้ผู้อ่านเรื่องราวในหนังสือเห็นโฆษณาด้วย
- 15.2.6 **ครึ่งหน้าแบบสองแบบสองหน้าติดกัน (Half Page Double Spread)** มีลักษณะเช่นเดียวกับการโฆษณาครึ่งหน้าแนวนอน แต่ขยายเนื้อที่ออกไปอีกหน้าหนึ่งติดกันอยู่และอยู่ในแนวเดียวกัน การลงโฆษณาแบบนี้สามารถดึงดูดสายตาของผู้ที่กำลังจะเปิดผ่านไป
- 15.2.7 **ตาหมากรุก (Chess Board)** คือการแบ่งหน้านิตยสารออกเป็น 4 ส่วนเท่าๆกัน ผู้ลงโฆษณาจะลงโฆษณาในสี่เหลี่ยมด้านบนหนึ่งรูป และด้านล่างที่อยู่ตรงกันข้ามอีกหนึ่งรูป การลงโฆษณาแบบนี้ส่วนบนอาจเกิดปัญหากับผู้อ่าน และส่วนล่างอาจเป็นวิธีการแก้ปัญหาคือ โดยใช้สินค้าที่โฆษณาเป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 15.2.8 **ครึ่งหน้าแนวตั้งด้านนอก (Two Outside Half Page)** มีลักษณะเหมือนกับครึ่งหน้าแนวตั้ง (ข้อ 1) เพียงแต่เลือกลงโฆษณาที่ด้านนอก 2 หน้าเท่านั้น เป็นการลงโฆษณาแบบหนึ่งที่สามารถเรียกความสนใจจากผู้อ่านได้ สิ้นค้าอาจเป็นชนิดเดียวกัน แต่สามารถลงโฆษณาให้อ่านต่อเนื่องกันได้
- 15.2.9 **ครึ่งหน้าแนวตั้งด้านใน (two Inside half Page)** เหมือนแบบที่ 6 เพียงแต่เปลี่ยนตำแหน่งมาเป็นครึ่งหน้าที่ออกหนังสือเท่านั้นและให้ผลเหมือนกัน
- 15.2.10 **หน้าต่อพิเศษ (gatefold)** คือการกำหนดให้หน้ากระดาษขยายยาวออกไปจากหน้าปกดี อาจยาวเท่ากันก็ได้ แต่ส่วนใหญ่ไม่เกินหนึ่งหน้า ธรรมดาจะพับส่วนที่เกินออกมาให้สามารถเข้าไปเก็บในหนังสือได้พอดี แต่สามารถลงโฆษณาได้ถึง 3 หน้าติดต่อกันหรือ 2 หน้า หรือเฉพาะส่วนที่เกินก็ได้ การลงโฆษณาแบบนี้เป็นการสร้างความสนใจจากผู้อ่านมาก

16. BILLBOARD

คือ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทกลางแจ้งที่มีขนาดใหญ่ สามารถมองเห็นกันได้ทั่วถึง เป้าหมายของสื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่นี้ คือ สามารถเรียกร้องความสนใจของผู้พบเห็นได้อย่างเต็มที่ และทำหน้าที่ในการสื่อสารข้อความไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ทันที ป้ายโฆษณาที่ดีนั้นต้องอ่านง่าย เข้าใจง่าย มีจุดดึงดูดความสนใจได้ ส่วนองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการ คือ ทำเลที่ตั้งของป้าย ถึงแม้ว่าป้ายโฆษณาจะมีจุดดึงดูดสายตามากเพียงใด แต่ถ้าตั้งไม่ถูกจุด ก็ไม่สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เต็มที่

นอกจากทำเลที่ตั้งของป้ายแล้ว ป้ายโฆษณาต้องประกอบด้วยความลงตัวของสี การเลือกตัวพิมพ์ กราฟฟิกหรือรูปภาพที่ดึงดูดความสนใจ และการจัดช่องว่างที่เหมาะสมของป้ายโฆษณาแต่ละขนาด

16.1. การเลือกตัวพิมพ์บนป้ายโฆษณา

ป้ายโฆษณาที่ดีไม่ควรมีรูปแบบตัวพิมพ์มากกว่า 2 แบบบนป้ายหนึ่งแผ่นป้าย เพราะถ้าใช้รูปแบบตัวพิมพ์มากไป อาจจะทำให้เกิดความยากลำบากในการอ่านป้าย รูปแบบตัวพิมพ์ ที่มักถูกเลือกใช้กับข้อความสำคัญที่สุดบนป้าย ได้แก่ Sans serif อย่าง Helvetica , Futura และ Antique Olive เพราะเป็นรูปแบบตัวพิมพ์ที่มีองระยะไกลได้ชัดเจนที่สุด

เช่นเดียวกับ รูปแบบตัวพิมพ์ Serif เช่น Goudy, Benguiat, หรือ Time เหมาะสมสำหรับข้อความที่มีความสำคัญที่รองลงมา รูปแบบตัวพิมพ์อย่าง Old English Text หรือ Engraved เป็นรูปแบบตัวพิมพ์ที่อ่านได้ไม่ค่อยชัดเจนนัก หากอยู่ในตำแหน่งระยะไกลๆ

ตารางกำหนดแนวทางเกี่ยวกับความสูงที่เหมาะสมกับระยะห่างในการมองเห็นที่เหมาะสม

ความสูงของตัวอักษร (หน่วย : นิ้ว)	ระยะการอ่านที่สร้างอิทธิพลได้สูงสุด (หน่วย : ฟุต)	ระยะไกลสุดที่สามารถอ่านได้ (หน่วย : ฟุต)
3	30	100
4	40	150
6	60	200
8	80	350
9	90	400
10	100	450
12	120	525
15	150	630
18	180	750
24	240	1000
30	300	1250
36	360	1500
42	420	1750
48	480	2000
54	540	2250
60	600	2500

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16.2. กราฟฟิกบนป้ายโฆษณา

โลโก้ คลิปอาร์ต ภาพประกอบ ฯลฯ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็นได้ แต่ไม่ควรให้มีความน่าสนใจมากกว่าข้อความที่สื่อสารออกไป

การออกแบบป้ายโฆษณา ต้องมีการทดลอง พัฒนาสายตาของผู้อ่าน ว่าอะไรใช้งานได้ดีบ้าง โดยการออกไปศึกษาป้ายโฆษณาอื่นๆ ว่ามีส่วนประกอบเด่นๆ อะไรที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็นได้อย่างทันใจ

16.3. การจัดช่องว่างบนป้ายโฆษณา

การจัดช่องว่างบนป้ายโฆษณานั้น มักจะมีปัญหาในเรื่องความแตกต่างกันระหว่างกราฟฟิกหรือข้อความ กับพื้นที่บนป้ายโฆษณา ซึ่งหากข้อความและกราฟฟิกบนป้ายโฆษณามีขนาดเล็กไป ในขณะที่ระยะช่องว่างบนพื้นที่โฆษณาใหญ่เกินไป จะทำให้ดูไม่เหมาะสม วิธีแก้ปัญหานี้คือ

ให้ด้านบนสุด และด้านล่างสุดของช่องว่าง (Margin) คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ของความสูง และให้ด้านขวาและด้านซ้ายของช่องว่างมีความกว้างอย่างน้อยที่สุดเป็นส่วนหนึ่งของความกว้างของพยัญชนะตัวหลักที่ปรากฏบนป้าย

ตัวอย่างป้ายเช่น ป้ายขนาด 48 นิ้ว ควรมีช่องว่างด้านบนและด้านล่างขนาด 4.8 นิ้ว ป้ายความกว้างขนาด 3 ฟุต ควรมีช่องว่างด้านบนและด้านล่างไม่น้อยกว่า 3 นิ้ว ควรระวังการเติมพื้นที่ช่องว่างของป้ายด้วยภาพกราฟฟิก เพราะพื้นที่ว่างสีขาวช่วยยึดสายตาของผู้อ่านป้ายให้จดจ่ออยู่กับป้ายได้เช่นกัน

16.4. สีตรงข้ามที่ใช้บนป้ายโฆษณา

สีตรงข้ามที่ใช้บนป้ายโฆษณานั้นมักจะเน้นในเรื่องของประสิทธิภาพในการมองเห็น นอกจากความสวยงามจะดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็นได้แล้ว การเลือกสีตรงข้ามที่ถูกต้อง สำหรับในการอ่านก็จะช่วยให้ ผู้อ่านเข้าใจข้อความที่จะสื่อสาร ได้ง่ายขึ้น

การใช้สีที่มีความต่างกัน อย่างตรงข้ามกัน ระหว่างพื้นหลังกับตัวอักษร จะทำให้ข้อความบนป้ายโฆษณาอ่านให้ และมองเห็นได้อย่างระยะไกลป้ายโฆษณาประเภทของธุรกิจ หรือกิจกรรมต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้สีชมพู สีม่วง สีน้ำเงินอมเขียว ก็สามารถ นำไปใช้กับป้ายโฆษณาได้เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น ป้ายเทศกาลวันหยุด หรืองานปาร์ตี้พิเศษต่างๆ

ตารางบอกสีตรงข้ามที่ใช้กับป้ายโฆษณา

1. Black on Yellow	9. White on Brown
2. Black on White	10. Brown on Yellow
3. Yellow on Black	11. Brown on White
4. White on Blue	12. Yellow on Blue
5. Yellow on Blue	13. Red on White
6. Green on White	14. Yellow on Red
7. Blue on Yellow	15. Red on Yellow
8. White on Green	16. White on Red

17. BUS SIDE

เป็นสื่อประชาสัมพันธ์บนรถโดยสารประจำทาง ใช้เพื่อสำหรับโฆษณา บนท้องถนน เป็นการนำรถโดยสารประจำทางมาตกแต่งสีสันรอบด้าน หรือแม้กระทั่งด้านบนของตัวรถ นับว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเคลื่อนที่ได้นี้ สามารถเข้าถึงประชาชนได้ง่าย และกว้างขวาง ขนาดของการตกแต่งอยู่ที่ความกว้างและความสูงของตัวถัง สามารถตกแต่งได้ทั้งหมด รวมถึงกระจกด้านข้างของรถโดยสาร โดยใช้วัสดุเป็นแผ่นสติ๊กเกอร์เจาะเป็นรูปร่าง แบบบูรณาการ ทำให้เวลาที่ผู้โดยสารอยู่บนรถมองออกนอกหน้าต่างก็จะเห็นทิวทัศน์ แบบมีม่านบางๆ บังอยู่ ซึ่งอาจจะทำให้มองเห็นไม่ชัดเจนบ้าง แต่ก็ถือว่าไม่เป็นการเสียทัศนวิสัยในการมองมากนัก ตัวอย่างของสินค้าที่ใช้สื่อประชาสัมพันธ์บนรถโดยสารยกตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป มาม่า , แอร์ไซ โจนเดนกิ , โทรศัพท์เคลื่อนที่ วัน ทู คอล , เครื่องดื่มโค้ก , เครื่องดื่มเป๊ปซี่ ฯลฯ

นอกจากสื่อประชาสัมพันธ์บนรถโดยสารแล้ว ยังมีสื่อประชาสัมพันธ์แบบเคลื่อนที่ที่น่าสนใจ อย่างเช่น บนรถไฟฟ้า รถตู้ รถเหาะลอยฟ้า เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

18. ประวัติความเป็นมาของสโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน

สโมสรฟุตบอล บีอีซี-เทโร ศาสน หรือ “ ทีมมังกรแดง ” เมืองไทย ได้เริ่มก่อตั้ง เมื่อ ปี ค.ศ. 1992 เดิมเรียกกันในนามทีม โรงเรียนศาสนวิทยา ซึ่งมี นายวรวิทย์ มะภูติ เป็นผู้ก่อตั้งและเข้าทำการแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทาน.ประเภท ก หรือ คิวชั้น3 ที่เรียกกันตามหลักสากลและเมื่อในปี ค.ศ. 1993 ทีมก็ได้เลื่อนชั้นขึ้นมาเล่นด้วย ค. ปีค.ศ. 1994 ได้เลื่อนชั้นขึ้นมาเล่นด้วย ข . ปี ค.ศ. 1995 ทีมได้ก้าวขึ้นมาเล่นด้วย ก. และในปี ค.ศ. 1996 ทีมก็ได้เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกเป็นครั้งแรกและในปีนี้อเอง นาย วรวิทย์ มะภูติ และ มร. ไบรอัน แอล. มาร์คาร์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด โดยใช้ชื่อทีมว่า สโมสรฟุตบอลไทยลีก ได้อันดับที่ 12 จากจำนวน 18 ทีม , ปีค.ศ.1997 เข้าร่วมทำการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ได้ลีกอันดับที่ 5

ต่อมาในปี ค.ศ. 1998 บริษัท บีอีซี เวิร์ดจำกัด (มหาชน) ได้เข้ามาสนับสนุนทีม สโมสรฟุตบอล เทโร ศาสน และได้เปลี่ยนชื่อสโมสรฯ เป็น สโมสรฟุตบอล บีอีซี-เทโร ศาสน และได้เข้าร่วมการแข่งขัน ฟุตบอลไทยลีก ได้อันดับที่ 3 และ รายการ เอฟเอคัพ เข้ารอบ 8 ทีมสุดท้าย ในปี 1999 ได้เข้าร่วมการแข่งขัน ฟุตบอลไทยลีก ได้อันดับที่ 3 และรายการ เอฟเอ คัพ เข้ารอบ 4 ทีมสุดท้าย

และในปี ค.ศ. 2000 ได้เข้าร่วมการแข่งขัน ฟุตบอลไทยลีก ได้อันดับที่ 1 ถือได้ว่าแชมป์เป็นครั้งแรกของสโมสร และชนะเลิศรายการฟุตบอลถ้วยพระราชทานประเภท ก. จนถึงปี ค.ศ.2001 เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกก็ได้แชมป์ จี เอส เอ็ม ไทยลีก (2 สมัย) ติดต่อกัน จึงทำให้สโมสรฟุตบอล บีอีซี-เทโร ศาสน ได้มีแฟนบอลทั่วประเทศเป็นจำนวนมากและมีชื่อเสียงโด่งดังจนถึงทุกวันนี้

18.1. ผลงานของสโมสร

1. แชมป์ฟุตบอลคาลเท็กซ์ พรีเมียร์ ลีก ปี 2000-2001
2. แชมป์ถ้วยพระราชทานประเภท ก. ปี 2000-2001
3. เข้ารอบ 8 ทีมสุดท้ายฟุตบอลรายการ Asian Cup Winner Cup ปี 2000-2001
4. แชมป์ฟุตบอลจี เอส เอ็ม ไทยลีก ปี 2000-2001
5. รองแชมป์ฟุตบอลรายการ บรูไน คัพ ปี 2001-2002
6. แชมป์ถ้วยพระราชทานประเทศภูฏาน ปี2002
7. รองแชมป์ฟุตบอลไทยลีก ปี 2002-2003
8. รองแชมป์ฟุตบอลรายการ AFC Champions League ปี 2002-2003

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. รองแชมป์ฟุตบอลรายการสโมสรอาเซียน ปี 2002-2003
10. รองแชมป์ถ้วยพระราชทานประเภท ก. ปี 2002-2003
11. รองแชมป์ฟุตบอลไทยลีก ปี 2003-2004
12. แชมป์ถ้วยพระราชทานประเทศภูฏาน ปี 2004
13. รองแชมป์ถ้วยพระราชทานประเภท ก. ปี 2003-2004

ผลงานของสโมสร (ระดับเยาวชน)

1. แชมป์ฟุตบอลรายการเยาวชนควีนส์คัพ ปี 2003
2. แชมป์ฟุตบอลรายการเยาวชนควีนส์คัพ ปี 2004

18.2. รายชื่อนักฟุตบอล 11 คน ของทีม บีอีซี-เทโรศาสน

หมายเลข 31	มานะ นพเนตร	ตำแหน่ง ผู้รักษาประตู
หมายเลข 2	พิรทรรศน์ โพธิ์เรื่อนดี	ตำแหน่ง กองหลัง
หมายเลข 4	วิทยา นันทอง	ตำแหน่ง กองหลัง
หมายเลข 6	ทงศักดิ์ ประจักษ์กะตา	ตำแหน่ง กองหลัง
หมายเลข 7	คัสกร ทองเหลา	ตำแหน่ง กองกลาง
หมายเลข 10	จตุพงษ์ ทองสุข	ตำแหน่ง กองหน้า
หมายเลข 14	เทิดศักดิ์ ใจมั่น	ตำแหน่ง กองกลาง
หมายเลข 16	ศักดิ์ชาย ยันตระศรี	ตำแหน่ง กองกลาง
หมายเลข 19	มาร์ติน เซบาสเตียน ซาราดอน	ตำแหน่ง กองหน้า
หมายเลข 23	เอ็ดสัน ลีโอนาร์โด โฮเซส	ตำแหน่ง กองหลัง
หมายเลข 29	ฟรานซิสโก้ เอลโด บาเรโต มิรานด้า	ตำแหน่ง กองกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การวิเคราะห์ และสรุปข้อมูลการออกแบบ

1. การวิเคราะห์พฤติกรรมในการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายของสโมสรฟุตบอล บีอีซี-เทโรศาสน

สโมสรฟุตบอล บีอีซี-เทโรศาสน เป็นสโมสรฟุตบอลที่มีแฟนบอลมาก จัดว่าเป็นทีมสโมสรชั้นนำทีมหนึ่งของประเทศไทย ปัจจุบันแฟนบอลมีตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่วัยกลางคน ซึ่งการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในลักษณะการดูนั้น ต้องการกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ วัยรุ่นตั้งแต่อายุ 15-25 ปี ซึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษา ที่มีความสนใจเรื่องฟุตบอล ชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลและสะสมของที่ระลึกต่างๆ ของฟุตบอล

กลุ่มเป้าหมายของสโมสรฟุตบอล บีอีซี-เทโรศาสน

นักเรียน ชาย - หญิง	มัธยมต้น	อายุ 12-15 ปี	ร้อยละ 15
นักเรียน ชาย - หญิง	มัธยมปลาย	อายุ 16-18 ปี	ร้อยละ 35
นักศึกษา ชาย - หญิง	อุดมศึกษา	อายุ 19-22 ปี	ร้อยละ 30
กลุ่มวัยรุ่น ชาย - หญิง	ทำงานแล้ว	อายุ 22 ปี ขึ้นไป	ร้อยละ 30

2. ลักษณะเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สำคัญของ 11 นักฟุตบอล บีอีซี-เทโรศาสน

- ความสามารถเฉพาะตัวของนักฟุตบอล
- รูปร่างและหน้าตา
- ลักษณะนิสัยส่วนตัว

โดยนำข้อมูลที่เป็นรูปภาพของนักฟุตบอล มาใช้ในการออกแบบรูปร่างและหน้าตา ส่วนลักษณะนิสัยส่วนตัว และความสามารถที่เด่นชัดของนักฟุตบอล มาจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่1 ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน

ชื่อ ฟรานซิสโก้ เอลโด้ บาเรตโต้ มิรานต้า

เกิด 3 มีนาคม 2524

ตำแหน่ง กองหน้า

หมายเลข 29

สัญชาติ ปารากวัย

เพชรฆาตหน้าหยกชาวปารากวัย มีความมุ่งมั่น มีสภาพร่างกายและ จิตใจที่เข้มแข็ง เป็นศูนย์กลางที่มีความครบเครื่อง ในเรื่องของจังหวะ การเข้าทำประตูทุกรูปแบบ



ภาพที่2 ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน

ชื่อ ศักดิ์ชาย เย็นตระศรี

เกิด 3 มกราคม 2520

ตำแหน่ง กองกลาง

หมายเลข 16

สัญชาติ ไทย

กองกลางตัวตัดเกมที่สำคัญของทีม มีสภาพร่างกายที่เข้มแข็ง ขยันและวิ่งไล่บอลโดยไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย สามารถเข้าเบียดปะทะแย่งบอลจากคู่ต่อสู้ได้เป็นอย่างดี เป็นหัวใจหลักในแดนกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่3 ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน

ชื่อ เอ็คสัน ลีโอนาร์ด์ โฮเซส

เกิด 3 มิถุนายน 2519

ตำแหน่ง กองหลัง

หมายเลข 23

สัญชาติ ชิลี

กองหลังร่างยักษ์แห่งประเทศไทยชิลี เป็นกองหลังที่เบียดปะทะแย่งบอลคู่ต่อสู้บนกลางอากาศได้ดีเยี่ยม มีสภาพร่างกายที่แข็งแรง และยังสามารถขึ้นมาโหม่งทำประตู ในจังหวะที่ทีมได้ลูกตั้งเตะอีกด้วย



ภาพที่4 ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน

ชื่อ พีรทรรศน์ โพธิ์เรือนดี

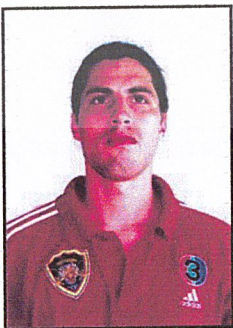
เกิด 15 มีนาคม 2522

ตำแหน่ง กองหลัง ด้านขวา

หมายเลข 2

สัญชาติ ไทย

แบ็กขวาตัวปะทะของทีม มุทะลุและใจร้อน แข็งแรง มีจังหวะตัดเกมที่น่าทึ่ง น่าห่วง เข้าสไลด์แย่งบอลตัดเกมรุกคู่ต่อสู้ได้แม่นยำ



ภาพที่5 ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน

ชื่อ มาร์ติน เซบาสเตียน ซาราดอน

เกิด 8 พฤษภาคม 2522

ตำแหน่ง กองหน้า

หมายเลข 19

สัญชาติ อาเจนติน่า

ศิลปินลูกหนังชาวอาเจนไตน์ เป็นนักเตะที่มีอารมณ์ดี และขี้เล่น มีลีลาในการเข้าทำประตูที่หลากหลาย และแม่นยำ วันไหนที่อารมณ์เสียจะ-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-เล่นไม่ค่อยดี แต่ถ้าวันไหนอารมณ์ดีมากๆ วันนั้นจะเป็นวันที่เล่นได้ดี เป็นพิเศษเลยทีเดียว



ภาพที่6 ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี เทโรศาสน

ชื่อ จิตพงษ์ ทองสุข

เกิด 12 มกราคม 2519

ตำแหน่ง กองหน้า

หมายเลข 10

สัญชาติ ไทย

ปีกขวาร่างเล็กของทีม มีความปราดเปรียว และมีความเร็วไม่เป็นรองใคร มีจังหวะเข้าหาบอลที่รวดเร็ว สามารถเล่นเกมได้กลับจากฝ่ายรับ เป็นฝ่ายรุกได้เป็นอย่างดี



ภาพที่7 ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี เทโรศาสน

ชื่อ วิทยา นัยทอง

เกิด 25 กันยายน 2513

ตำแหน่ง กองหลัง

หมายเลข 4

สัญชาติ ไทย

กองหลังประสบการณ์สูงของทีม แข็งแกร่ง สุขุม เยือกเย็น มีลักษณะของการเป็นผู้นำ คอยปลุกเร้าอารมณ์ของเพื่อนร่วมทีมให้ลุกขึ้นสู้ เป็นศูนย์รวมจิตใจของเพื่อนร่วมทีม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 8 ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน

ชื่อ ทนงศักดิ์ ประจักษ์กะตา

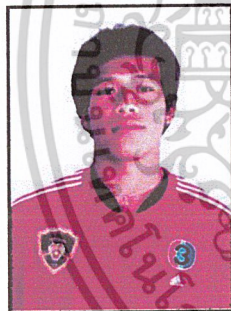
เกิด 29 มิถุนายน 2519

ตำแหน่ง กองหลัง ด้านซ้าย

หมายเลข 6

สัญชาติ ไทย

นักฟุตบอลแบ็กซ้ายจอมบุกของทีม มีประสบการณ์สูง เป็นอดีตนักฟุตบอลทีมชาติไทย มีจังหวะบังคับบอลได้ดีเยี่ยม คู่ต่อสู้แย่งบอลยาก และยังสามารถเติมเกมรุกจากริมเส้นด้านซ้ายได้ดีอีกด้วย



ภาพที่ 9 ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน

ชื่อ ศัสกร ทองเหลา

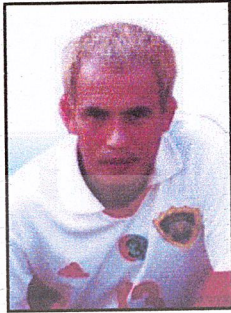
เกิด 30 ธันวาคม 2526

ตำแหน่ง กองหน้า

หมายเลข 7

สัญชาติ ไทย

เด็กหนุ่มเลือดร้อน ตำแหน่งกองกลางตัวรุก มีมันสมองที่ชาญฉลาด ในการสร้างสรรค์เกม ครองบอลได้ดีเยี่ยม และมีลีลาในการเลี้ยงบอลหลบคู่ต่อสู้ได้คล่องแคล่ว เป็นนักฟุตบอลหนุ่มที่มีอนาคตไกลของวงการฟุตบอลทีมชาติไทย



ภาพที่10 ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน

ชื่อ เทตศักดิ์ ใจมัน

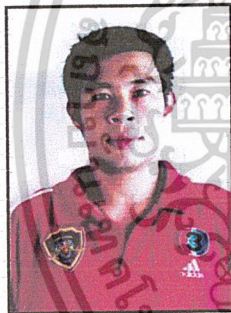
เกิด 29 กันยายน 2516

ตำแหน่ง กองกลาง

หมายเลข 14

สัญชาติ ไทย

กองกลางประสบการณ์สูงของทีม มีดีกรีระดับนักฟุตบอลทีมชาติไทย
ฉลาด และมีความสุขุม มีจุดเด่นที่การเตะลูกตั้งเตะที่แม่นยำเหมือนสังได้



ภาพที่11 ภาพนักฟุตบอลทีมบีอีซี-เทโรศาสน

ชื่อ มานะ นพนตร

เกิด 1 กันยายน 2524

ตำแหน่ง ผู้รักษาประตู

หมายเลข 31

สัญชาติ ไทย

ผู้รักษาประตูปฏิกิริยาดีเยี่ยม สามารถเซฟลูกยิงยากๆได้บ่อยครั้ง นอก
จากนี้ยังมีจังหวะเปิดบอลให้เพื่อนร่วมทีมที่เล่นเกมบุกได้อย่างรวดเร็ว
และแม่นยำอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ปัญหาของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของสโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน

- 3.4.1 งบประมาณที่จะใช้ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับการประชาสัมพันธ์มีมาก แต่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มากนัก
- 3.4.2 สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่เป็นสิ่งพิมพ์มีออกมาอย่างเดียว คือ สื่อประชาสัมพันธ์ในนิตยสาร มีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจไม่ดึงดูดและชักจูงได้ดีพอ
- 3.4.3 มีการประชาสัมพันธ์ที่มีแค่เฉพาะในนิตยสารเท่านั้น ซึ่งทำให้รู้กันเฉพาะคนบางกลุ่ม และมีการกระจายข่าวออกไปแค่ในวงแคบเท่านั้น

4. สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการออกแบบ

ดังนั้นจึงได้สมมติการก่อตั้งครบรอบ 11 ปีของสโมสรฟุตบอล บีอีซี-เทโรศาสน โดยชื่อว่า “ 11 มังกรแดงแผดฤทธิ์ ” ขึ้นมาเพื่อที่จะใช้เพื่อการศึกษากระบวนการ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์ทีมให้เป็นที่รู้จัก และแจ้งข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และวันเวลาในการแข่งขันของทีม โดยจะกำหนดรูปแบบและและแนวทางของการประชาสัมพันธ์ดังนี้

“ 11 ปี บีอีซี ฟุตบอล ไทย ” เป็นวันครบรอบของการก่อตั้งสโมสรขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ 1992-2003 ดังนั้นการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์สโมสรฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน จึงต้องการนำเอาเอกลักษณ์และความสามารถเฉพาะตัวของนักฟุตบอลในทีม มาผสมผสานกับบรรยากาศในสนามฟุตบอลที่กำลังมีการการแข่งขันกันอยู่ มาใช้ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์สโมสรฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสนให้มีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ และแก้ไขปัญหาที่กล่าวมาในข้างต้น โดยการสร้างคาแรคเตอร์ให้นักฟุตบอล เพื่อสร้างบรรยากาศและส่งเสริมเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนักฟุตบอลให้มีความโดดเด่น และมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

สัญลักษณ์ที่ใช้กับผลงานชิ้นนี้ ก็คือ รูปมังกร ซึ่งมาจากโลโก้ ของสโมสรฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน และตัวอักษรที่ประดิษฐ์ขึ้นมาเอง เพื่อให้มีความเหมาะสมกับผลงานภาพประกอบชุดนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สื่อรณรงค์ ประชาสัมพันธ์

ภาพที่ 12 สัญลักษณ์ที่ใช้ประกอบกับงาน

5. ช่องทางในการสื่อสาร

เนื่องจากการสำรวจความคิดเห็นจากแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นพบว่าสื่อที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจหรือสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

- โปสเตอร์
- โฆษณาในหน้านิตยสาร
- BILL BOARD
- BUS SIDE
- โปสเตอร์
- INTERNET
- SPORT RADIO
- สื่ออื่นๆ

ในการออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทีม บีอีซี-เทโรศาสน นอกจากจะใช้สื่อประเภท OUTDOOR ก็ยังใช้เสนอในรูปแบบที่เพื่อสามารถเป็นของที่ระลึกได้ด้วย ซึ่งจะมีคุณค่าน่าสนใจโดยนำเสนอในรูปแบบต่อไปนี้

- โปสเตอร์
- โฆษณาในหน้านิตยสาร
- ฟรีโปสเตอร์
- POCKET BOOK ตารางการแข่งขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1. โปสเตอร์ขนาด A2 จำนวน 12 ชิ้น

จุดประสงค์ในการออกแบบโปสเตอร์ ก็เพื่อต้องการประชาสัมพันธ์ทีม บีอีซี-เทโรศาสน โดยต้องการจะส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทีม และต้องการที่จะบอกจุดประสงค์และรายละเอียดของการประชาสัมพันธ์ เหมาะสำหรับนำไปติดตามสถานที่ต่างๆ เช่น โรงเรียน มหาวิทยาลัย ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า สยามเซ็นเตอร์ ฯลฯ เพื่อการประชาสัมพันธ์จะได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้

5.1.2 โปสเตอร์ชิ้นที่ 1 เป็นโปสเตอร์เปิดตัวนักฟุตบอลทีม บีอีซี-เทโรศาสน โดยใช้เทคนิคภาพประกอบและใช้สีเพื่อสร้างความน่าสนใจ ซึ่งเนื้อหาและแนวคิดที่จะใช้คือ เหล่าขุนพลมังกรแดงที่มีความสามารถหลากหลาย ที่มารวมตัวกันเป็นทีมเพื่อแข่งขันฟุตบอล โดยให้ชื่อว่า “มังกรแดงแดงฤทธิ์” ในโปสเตอร์จะแสดงให้เห็นถึงศักยภาพความพร้อมของนักฟุตบอลในทีม ด้วยความสามารถที่แตกต่างกันและบรรยากาศในสนามแข่งขันฟุตบอลที่ดูเหนือธรรมชาติ ที่จะสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้ติดตามเชียร์ทีม บีอีซี-เทโรศาสน และให้ความสนใจที่จะชักชวนมาร่วมเชียร์ทีมในสนามแข่งขันฟุตบอล

5.1.2 โปสเตอร์ชิ้นที่ 2-12 เป็นโปสเตอร์ที่สื่อถึงความสามารถของนักเตะแต่ละคน โดยให้นักฟุตบอลทั้ง 11 คน ที่มีฉายาแตกต่างกันไปตามความสามารถของนักเตะ ได้แก่ มังกรเพชรฆาต , มังกรภูผาหิน , มังกรเหิรเวหา , มังกรคาบแก้ว , มังกรเริงระบำ , มังกรสายฟ้า , มังกรหิมะขาว , มังกรฝ่าด้า , มังกรลุยไฟ , มังกรฝ่าพายุ และมังกรผงาดฟ้า เพื่อสร้างความน่าสนใจให้ตัวโปสเตอร์ทั้ง 11 ชุด การสร้างบรรยากาศ และมุมมองที่แปลกใหม่ให้เข้ากับความสามารถของนักเตะแต่ละคนนั้นก็เพื่อให้ผลงานมีความน่าสนใจที่ไม่ซ้ำกันในแต่ละงาน สามารถจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจและรู้สึกน่าติดตามมากขึ้น

5.2. ฟรีโปสเตอร์ จำนวน 11 ชิ้น

จุดประสงค์ในการออกแบบ ก็เพื่อต้องการประชาสัมพันธ์ทีม บีอีซี-เทโรศาสน โดยแบ่งเป็นโปสเตอร์ของนักฟุตบอล 11 คน 11 ชุด จัดทำขึ้นเพื่อแจกฟรี ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายเข้าไปชมการแข่งขันฟุตบอลของทีม และโปสเตอร์เหล่านี้ยังสามารถเก็บเป็นคอลเลกชันที่น่าสะสมได้อีกด้วย โดยการออกแบบโปสเตอร์ชุดนี้ ด้านหน้าจะมีรูปแบบเดียวกับโปสเตอร์ และจะมีข้อมูลของนักฟุตบอลอยู่ด้านหลังของโปสเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3. ออกแบบ BILLBOARD จำนวน 1 ชุด

จุดประสงค์ในการออกแบบ BILLBOARD ก็เพื่อต้องการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายให้ได้ทั่วถึงยิ่งขึ้น ซึ่งจะติดตั้ง ณ ห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง โดยให้รูปตัวการ์ตูนนักฟุตบอลขนาดยักษ์ ดึงดูดสายตาผู้คนที่เดินผ่านไปมาในบริเวณนั้น

5.4. ออกแบบ BUS SIDE จำนวน 1 ชุด

จุดประสงค์การออกแบบ BUS SIDE ซึ่งเป็นรถที่ใช้สำหรับนำนักฟุตบอลเดินทางไปแข่งขันตามสถานที่ต่างๆ โดยจะออกแบบมา 1 ชุด จักรวางองค์ประกอบของตัวการ์ตูนให้มีความเหมาะสมกับตัวถังรถ ซึ่งจะออกแบบบนตัวถังด้านซ้ายกับด้านขวา นอกจากจะใช้เป็นการประชาสัมพันธ์ให้ทีม ในขณะที่กำลังสัญจรบนถนน และยังสามารถเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ตกแต่งตามหน้าสนามฟุตบอลได้อีกด้วย

6. แนวคิดที่จะนำมาออกแบบ

ต้องการนำเสนอว่าทีม บีอีซี-เทโรศาสน มีศักยภาพของผู้เล่นในทีมดีเยี่ยม และผู้เล่นก็มีความสามารถที่แตกต่างกันไป ซึ่งก็เป็นความสามารถเฉพาะตัวที่เมื่อรวมกันแล้วทำให้ทีมมีการเล่นที่เป็นระบบที่ดีเยี่ยม และแข็งแกร่ง โดยแทนตัวนักฟุตบอล 11 คน เป็นมังกรที่มีความสามารถแตกต่างกัน และสร้างบรรยากาศในสนามฟุตบอลให้ดูเหนือธรรมชาติ

7. ลักษณะและรูปแบบที่ต้องการจะนำเสนอ

ศึกษาการออกแบบโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ โดยนำเสนอการสร้างคาแรคเตอร์เชิงการ์ตูนในงานออกแบบซึ่งสามารถสร้างความน่าสนใจ และช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น อีกทั้งยังสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้ทีม บีอีซี-เทโรศาสนได้โดยไม่มีข้อจำกัดในการออกแบบ

8. สรุปใจหายทั้งหมดในการออกแบบ (CREATIVE BRIEF)

8.1. ข้อมูล “11 ปี บีอีซี ฟุตบอลไทย” เป็นการครบรอบ 11 ปีของการก่อตั้งทีมฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ด้วยการสร้างคาแรคเตอร์ ของ นักฟุตบอล ให้เป็นในเชิงการ์ตูน โดยเอาความสามารถของนักฟุตบอลมาประชาสัมพันธ์ให้กับทีม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8.2. กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มวัยรุ่นชาย-หญิง อายุตั้งแต่ 15-25 ปีขึ้นไประดับการศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมต้น-ปริญญาตรีและแฟนฟุตบอลของทีม บีอีซี-เทโรศาสน

8.3. พฤติกรรมของผู้รับสื่อ พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะติดตามการแข่งขัน ตารางการแข่งขันข้อมูลต่างๆของทีม บีอีซี-เทโรศาสน และสะสมของที่ระลึกต่างๆของทีม

8.4. ขอบเขตของโครงการ

- โปสเตอร์ขนาด A2 จำนวน 12 ชิ้น
- ฟรีโปสเตอร์ จำนวน 11 ชิ้น
- BILLBOARD จำนวน 1 ชุด
- BUS SIDE จำนวน 1 ชุด

8.5. การออกแบบ ใช้ภาพกับข้อความเป็นส่วนใหญ่ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยในการออกแบบสื่อจะนำเสนอเทคนิคการออกแบบคาแรคเตอร์ เซิงการ์ตูนเพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของนักฟุตบอลในมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

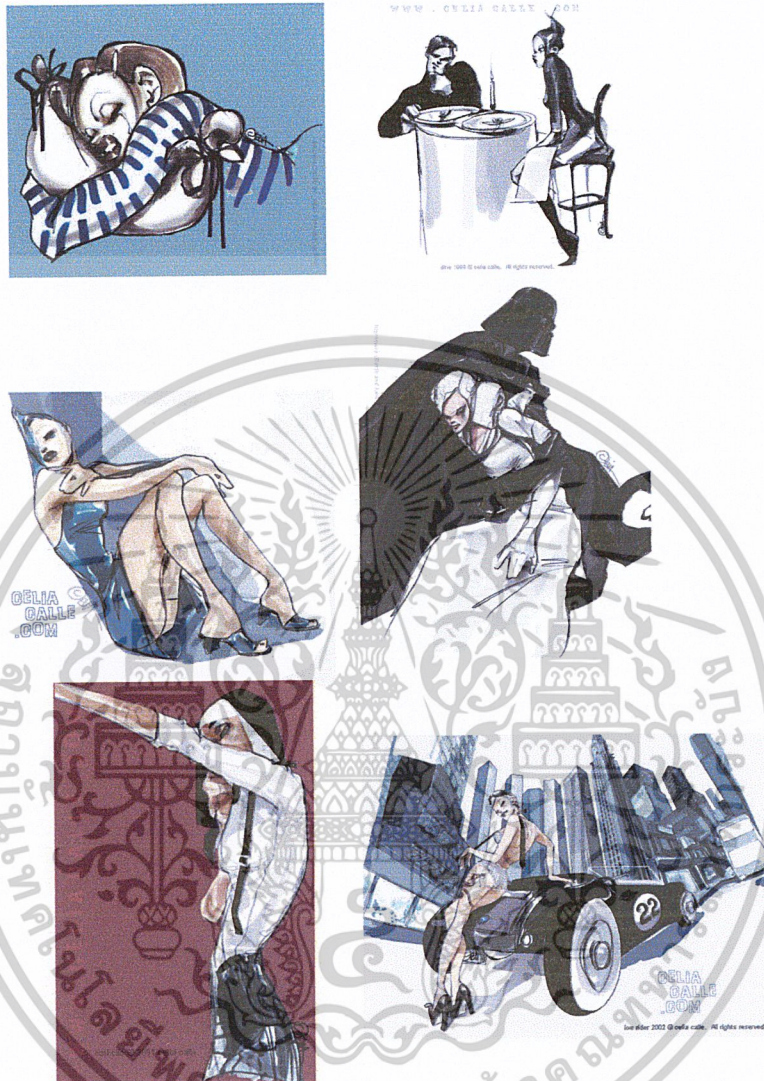
8.6. ข้อความที่จะสื่อสาร บอกข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับทีม และนักฟุตบอลพร้อมกับเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายให้เข้าร่วมชมการแข่งขันฟุตบอลของทีม บีอีซี-เทโรศาสน

8.7. สไตล์และเทคนิค จะนำเสนอรูปแบบการออกแบบคาแรคเตอร์เซิงการ์ตูนเพื่อดึงดูดความสนใจและช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลให้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้นด้วย และได้นำเอาตัวอย่างผลงานที่น่าสนใจมาเป็นแรงบันดาลใจในการทำงาน ซึ่งได้แก่

8.7.1 ผลงานวาดภาพประกอบของศิลปิน “ CELIA CALLE ”

มีรูปแบบการวาดภาพแบบใช้ STROKE ที่รวดเร็วและรุนแรง ซึ่งเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับการนำมาใช้กับงานภาพประกอบประเภทกีฬา ซึ่งให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหว และแข็งแรง รวมถึงลักษณะการวาดสัดส่วนของมนุษย์ ที่มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว ดูแล้วปราดเปรียวแต่แฝงไปด้วยความแข็งแกร่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 13 ตัวอย่างผลงานวาดภาพประกอบของศิลปิน CELIA CALLE

8.7.2 การออกแบบคาแรกเตอร์ของวงดนตรี “BLUR”

ซึ่งได้วาง CONCEPT ในการประชาสัมพันธ์โดยให้ ตัวศิลปินเป็นตัวการ์ตูน นอกจากนี้ยังใช้รูปแบบของ BACKGROUND ที่เป็นภาพจริง ผสมกับตัวการ์ตูนที่ให้น้ำหนักแสง และเงา เสมือนว่าอยู่ในสถานที่นั้นจริงๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



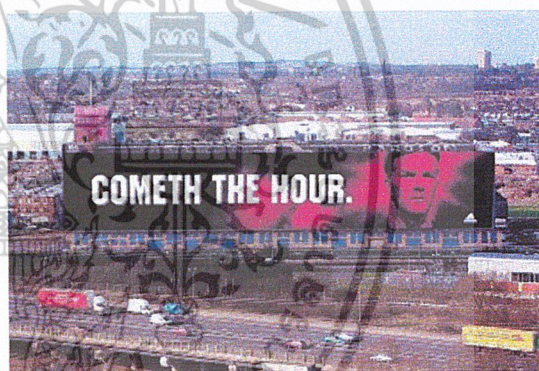
ภาพที่ 14 ตัวอย่างการออกแบบฉากแรกเตอร์ของวงดนตรี BLUR

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8.7.3 ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับฟุตบอลจากต่างประเทศ



WORLD CUP 1998
COUPE DU MONDE
June 10 - July 12 Du 10 juin au 12 juillet



ภาพที่ 15 ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับฟุตบอล

8.8. MOOD & TONE ภาพรวมของงานต้องการจะให้มีลักษณะของบรรยากาศในสนามฟุตบอลที่กำลังแข่งขันกันอยู่ โดยจะใช้สีและภาพประกอบเพื่อช่วยสร้างบรรยากาศภายในตัวงาน

8.9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ แสดงให้เห็นความสามารถเฉพาะตัวของนักฟุตบอล และภาพของบรรยากาศในสนามฟุตบอลที่สนุกสนานตื่นเต้นและเร้าใจซึ่งจะสร้างความน่าสนใจให้กลุ่มเป้าหมายทำให้เกิดการติดตามและเกิดความสัมพันธ์ที่กระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับสโมสรฟุตบอลบีอีซี-เทโรศาสน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ขั้นตอนการออกแบบ

1. การพัฒนาการออกแบบคาแรคเตอร์ตัวการ์ตูน

ในการออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้เริ่มจากการดึงคาแรคเตอร์ของนักฟุตบอลออกมาเป็นภาพการ์ตูน โดยคงลักษณะเด่นของรูปร่างและหน้าตาของนักฟุตบอลเอาไว้ และเริ่มพัฒนาไปจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์ และจึงนำไปประยุกต์ให้เข้ากับสื่อที่จะนำไปเสนอ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การดึงคาแรคเตอร์ของนักฟุตบอลนั้น เริ่มมาจากแบบร่างใบหน้าของนักฟุตบอลทั้ง 11 คน เพื่อให้มีความคล้ายคลึงกับใบหน้าจริง และให้อารมณ์ของสีหน้าซึ่งแสดงถึงคาแรคเตอร์ที่ต่างกันของนักฟุตบอลทั้ง 11 คน จากนั้นก็เริ่มวาดลายเส้นตัว FIGURE ของนักฟุตบอลตามข้อมูลที่ได้มา พร้อมกับให้ลักษณะท่าทาง ที่บอกถึงลักษณะนิสัย และความสามารถของนักฟุตบอลทั้ง 11 คน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



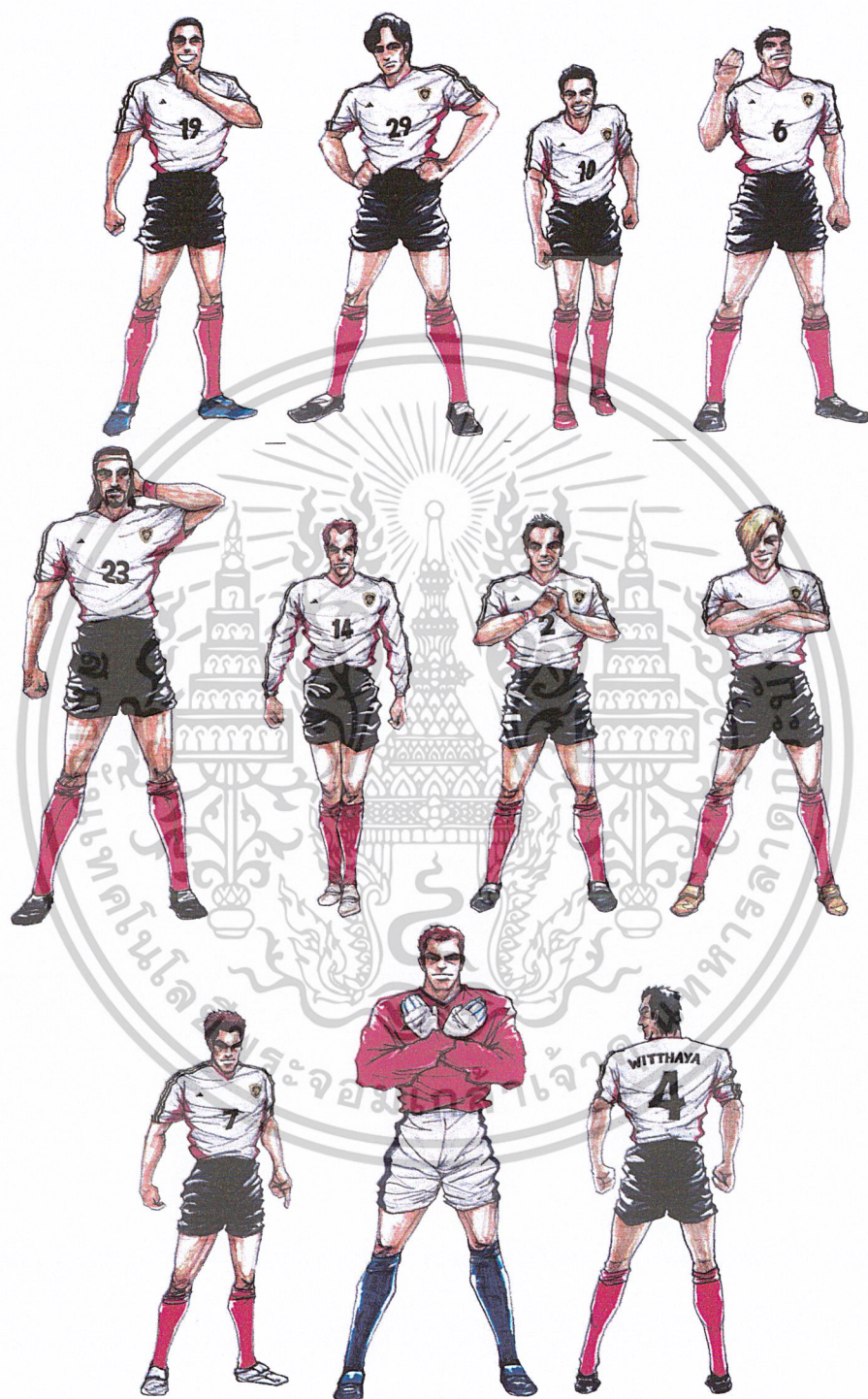
ภาพที่ 16 ภาพลายเส้นใบหน้าของนักฟุตบอลทั้ง 11 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 17 ภาพแบบร่าง FIGURE ของนักฟุตบอลทั้ง 11 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 18 ภาพ FIGURE ของนักฟุตบอลแบบสมบุรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



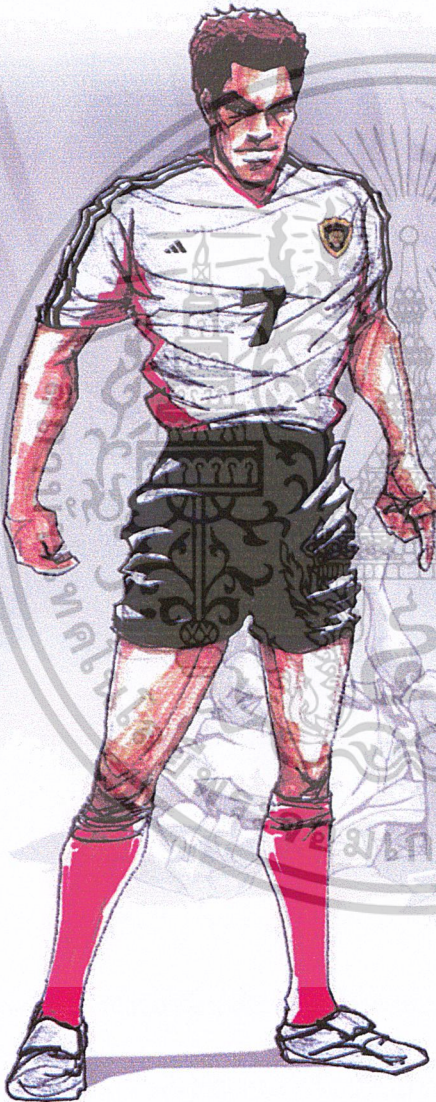
ภาพที่ 19 ภาพคาแรคเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดาตากรองเท้า

DATSAKORN

FORWARD BEC-TERO



ชื่อ ดัสกร กองเหลา


เกิด 30 ธันวาคม 2526

ตำแหน่ง กองหน้า

หมายเลข 7

สัญชาติ ไทย

เด็กหนุ่มเลือดร้อน ตำแหน่งกองกลางตัวรุก มีมันสมองที่ชาญฉลาด ในการสร้างสรรค์เกม ครองบอลได้เยี่ยม และมีลีลาในการเลี้ยงบอลหลบหลีกคู่ต่อสู้ได้คล่องแคล่ว เป็นนักฟุตบอลหนุ่มที่มีอนาคตไกลของวงการฟุตบอลทีมชาติไทย



ภาพที่ 20 ภาพคาแรคเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักเตะทรนพีร์

JATUPONG

FORWARD BEC-TERO



ชื่อ จตุพงษ์ ทองสุข

เกิด 12 มกราคม 2519

ตำแหน่ง กองหน้า

หมายเลข 10

สัญชาติ ไทย

ปีกบวราংশเล็กของทีม มีความปราดเปรียว
และความเร็วไม่เป็นรองใคร มีจังหวะเข้าหา
บอลได้รวดเร็ว สามารถเล่นเกมโต้กลับจาก
ฟ้ายรับเป็นฟ้ายรุกได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 21 ภาพคาแรคเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



นักกรพวอฟ้า
MANA
GOALKEEPER BEC-TERO

ชื่อ มานะ นพเนตร
เกิด 1 กันยายน 2524
ตำแหน่ง ผู้รักษาประตู
หมายเลข 31
สัญชาติ ไทย

ผู้รักษาประตูปฏิกิริยาดีเยี่ยม สามารถ
เซฟลูกยิงยากๆได้บ่อยครั้ง นอกจากนี้ยัง
มีจังหวะเปิดบอลให้เพื่อนร่วมทีมเล่นเกมบุก
ได้อย่างรวดเร็ว และแม่นยำอีกด้วย



ภาพที่22 ภาพคาแรคเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาร์ติน/ริวระเนา

MARTIN

STRIKER BEC-TERO



ชื่อ มาร์ติน เซบาสเตียน ซาราคอน
 เกิด 8 พฤษภาคม 2522
 ตำแหน่ง กองหน้า
 หมายเลข 19
 สัญชาติ อาเจนตินา

กีฬานักเตะหญิงชาวอาเจนตินา เป็นนักเตะที่มีอารมณ์ดี และขี้เล่น มีลีลาในการเข้าทำประตูที่หลากหลาย และแม่นยำ วันไหนที่อารมณ์เสียจะเล่นไม่ค่อยดี แต่ถ้าวันไหนอารมณ์ดีมากๆ วันนั้นจะเป็นวันที่เล่นได้ดีเป็นพิเศษเลยทีเดียว



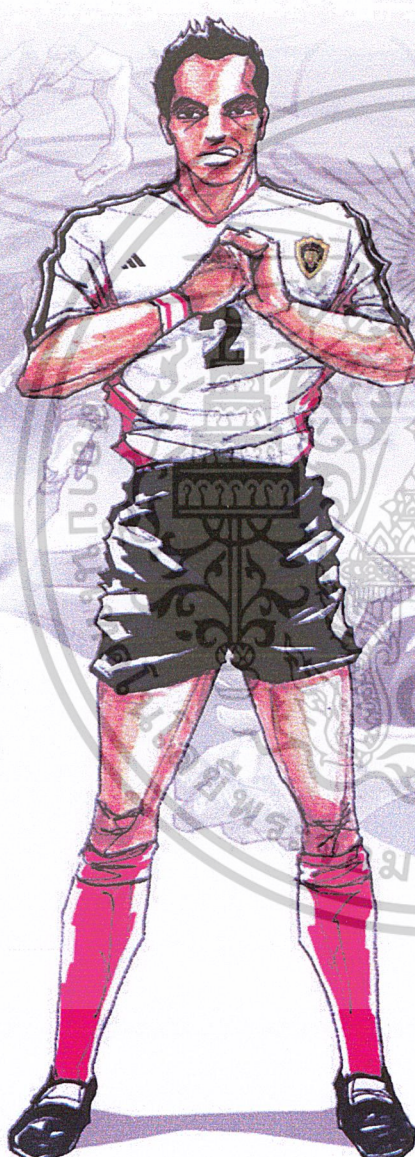
ภาพที่ 23 ภาพคาแรกเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักฟุตบอล

PRERATAT

DEFENDER-RIGHT BEC-TERO



ชื่อ พิรภรศน์ โพธิ์เรือดติ


เกิด 15 มีนาคม 2522

ตำแหน่ง กองหลัง ด้านขวา

หมายเลข 2

สัญชาติ ไทย

แบ็กขวาตัวปะทะของทีม มุกะลุและ ใจร้อน
แข็งแกร่ง มีจังหวะตัดเกมที่ดีนักหน่อง
เข้าสไลด์แย่งบอลตัดเกมรุกคู่ต่อสู้ได้แม่นยำ



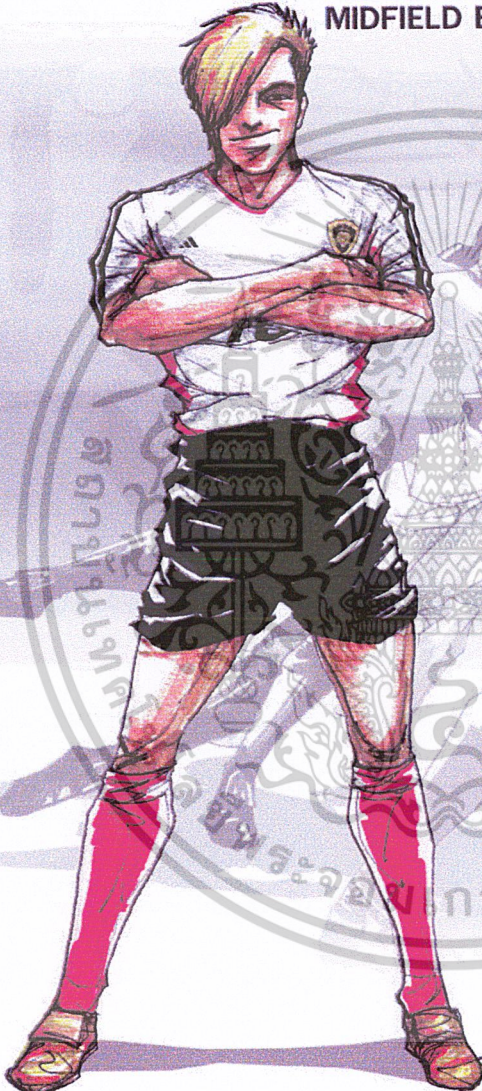
ภาพที่ 24 ภาพคาแรกเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักฟุตบอลอาชีพ

SAKCHAI

MIDFIELD BEC-TERO



ชื่อ ศักดิ์ชาย เย็นตระกูลศรี


เกิด 27 มกราคม 2520

ตำแหน่ง กองกลาง

หมายเลข 16

สัญชาติ ไทย

กองกลางตัวตัดเกมที่สำคัญของทีมนี้น่าจะมีสภาพร่างกายที่แข็งแรง ชยัน และวิ่งไล่บอลโดยไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย สามารถเข้าเบียดปะทะแย่งบอลจากคู่ต่อสู้ได้เป็นอย่างดี เป็นหัวใจหลักในแดนกลาง




ภาพที่ 25 ภาพคาแรคเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธีรเดช ใจมัน

THERDSAK

MIDFIELD BEC-TERO



ชื่อ เกิดศักดิ์ ใจมัน


เกิด 29 กันยายน 2516

ตำแหน่ง กองกลาง

หมายเลข 14

สัญชาติ ไทย

กองกลางประสบการณ์สูงของทีม
มีดีกรีระดับนักฟุตบอลทีมชาติไทย 3 สมัย
และมีความสุข มีจุดเด่นที่การเตะลูกตั้ง
เตะที่แม่นยำเหมือนสังโด



ภาพที่ 26 ภาพคาแรกเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักกีฬาประจำตัว

TANONGSAK

DEFENDER-LEFT BEC-TERO



ชื่อ ทนงศักดิ์ ประจักษ์ตา
 เกิด 29 มิถุนายน 2519
 ตำแหน่ง กองหลัง ด้านซ้าย
 หมายเลข 6
 สัญชาติ ไทย

นักฟุตบอลแบ็กซ้ายจอมบุกของทีม
 มีประสบการณ์สูง เป็นอดีตนักฟุตบอล
 กับชาติไทย มีจังหวะบังคับบอลได้ดีเยี่ยม
 คู่ต่อสู้แย่งบอลยาก และยังสามารถเติม
 เกมรุกจากริมเส้นด้านซ้ายได้ดีอีกด้วย

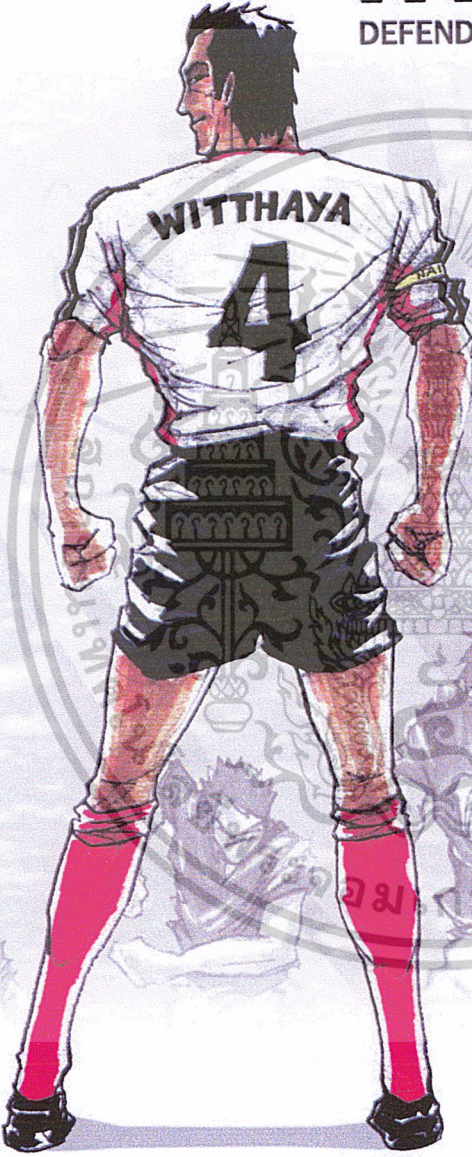


ภาพที่ 27 ภาพคาแรกเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


WITTHAYA

DEFENDER-CENTER BEC-TERO



ชื่อ วิทยา นันททอง
เกิด 25 กันยายน 2513
ตำแหน่ง กองหลัง
หมายเลข 4
สัญชาติ ไทย

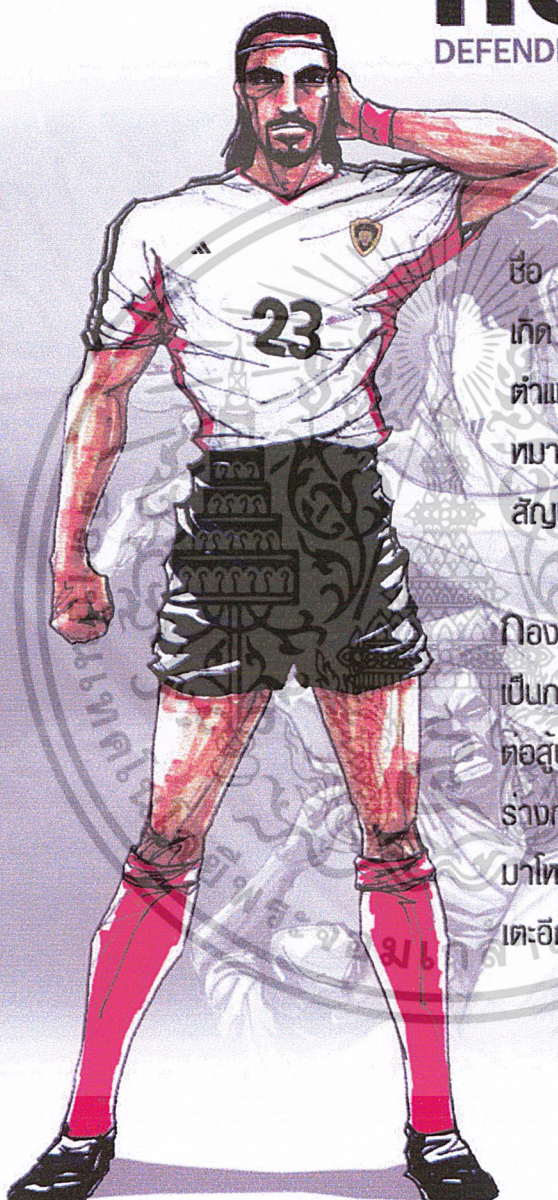
กองหลังประสบการณ์สูงของทีม
แข็งแกร่ง สุขุม เยือกเย็น มีลักษณะ
ของการเป็นผู้นำ คอยปลุกเร้าอารมณ์
ของเพื่อนร่วมทีมให้ลุกขึ้นสู้ เป็นศูนย์
รวมจิตใจของเพื่อนร่วมทีม



ภาพที่ 28 ภาพคาแรคเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักกีฬาทีมชาติไทย
HOCES
DEFENDER-CENTER BEC-TERO



ชื่อ เอ็ดสัน สโตนาร์ด โฮเซส
เกิด 3 มิถุนายน 2519
ตำแหน่ง กองหลัง
หมายเลข 23
สัญชาติ ชิลี

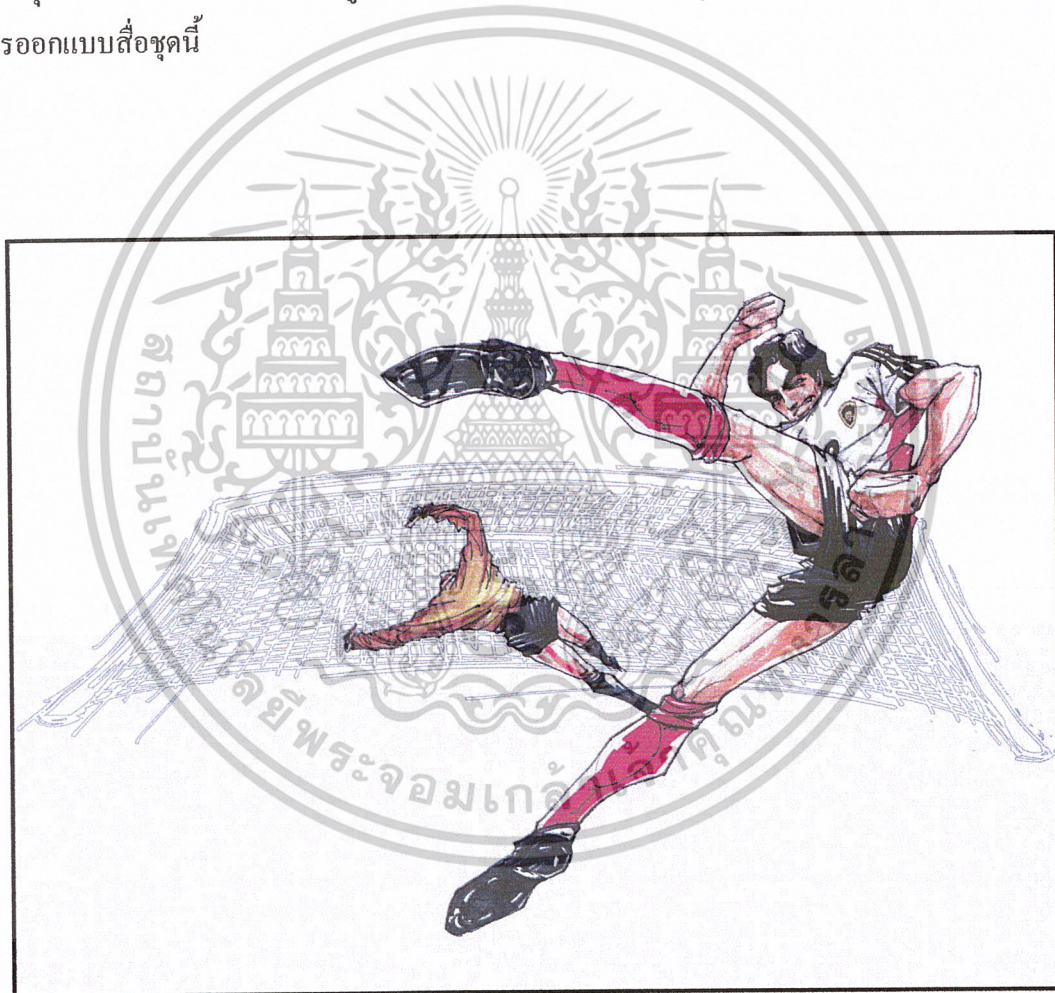
กองหลังร่างยักษ์แห่งประเทศชิลี
เป็นกองหลังที่เบียดปะทะแยงบอลคู่
ต่อสู้บนกลางอากาศได้ดีเยี่ยม มีสภาพ
ร่างกายที่แข็งแกร่ง และยังสามารถขึ้น
มาโหม่งทำประตู ในจังหวะที่ทีมได้ลูกตั้ง
เตะอีกด้วย



ภาพที่ 29 ภาพคาแรคเตอร์นักฟุตบอล พร้อมข้อมูลประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อวาดเป็นภาพคาแรคเตอร์ในรูปแบบของตัวการ์ตูนเสร็จสมบูรณ์แล้ว จึงใช้เทคนิคการเขียนภาพประกอบ โดยใช้รูปแบบการลงสีแบบปากกา MARKER เพื่อให้ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวที่รวดเร็วของลายเส้น การใช้สีโทนสดใสแบบการ์ตูนในบรรยากาศที่เหนือธรรมชาติ เพื่อเป็นการสร้างความน่าสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น การจัดวางองค์ประกอบของภาพก็มีส่วนสำคัญที่ช่วยให้สื่อมีความสมบูรณ์มากขึ้น การนำตัวการ์ตูนนักฟุตบอลมาใช้ในงาน โดยการสร้างบรรยากาศของการแข่งขันที่ดุเดือดและอารมณ์ของตัวการ์ตูนที่สื่อถึงความสามารถของนักฟุตบอลทั้ง 11 คน เป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบสื่อชุดนี้

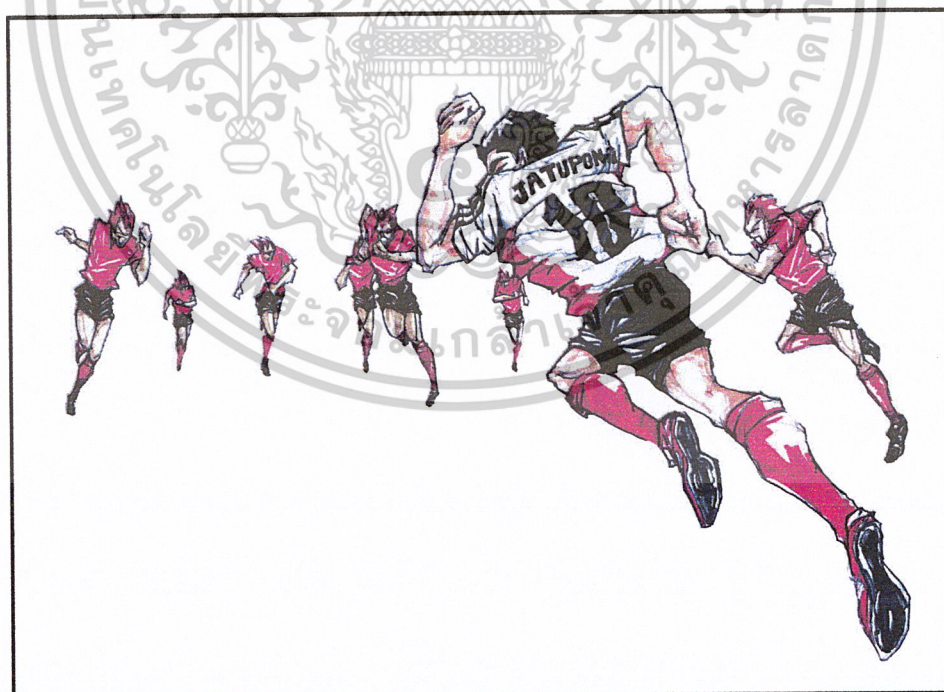


ภาพที่ 30 ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

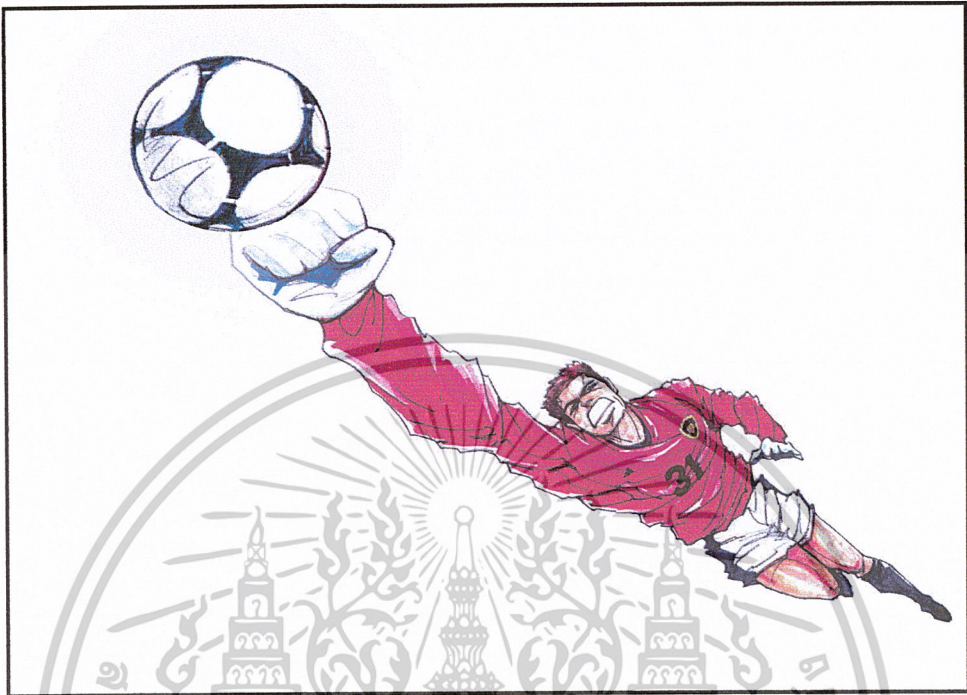


ภาพที่31 ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล



ภาพที่32 ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่33 ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล



ภาพที่34 ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่35 ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล



ภาพที่36 ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

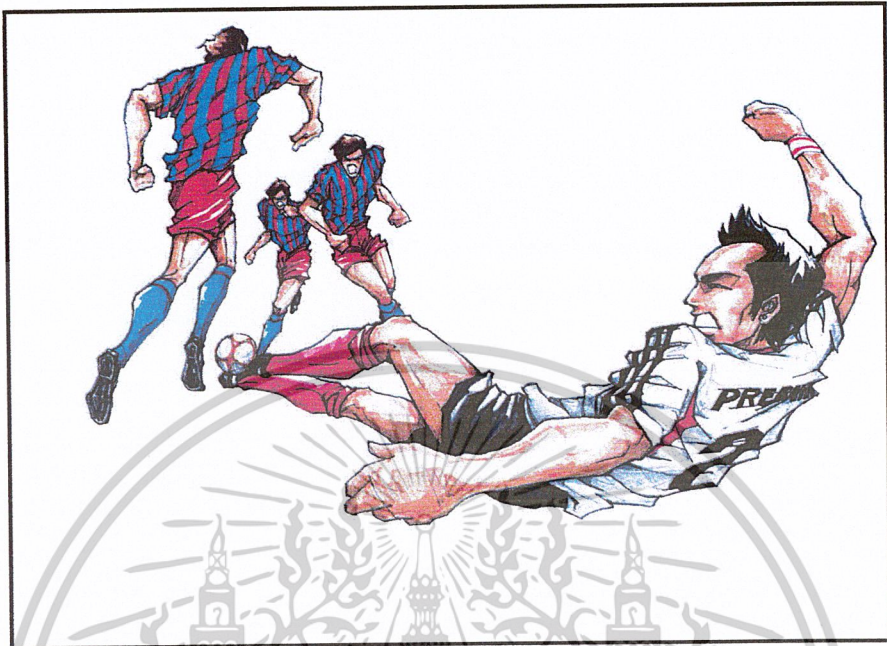


ภาพที่37 ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล

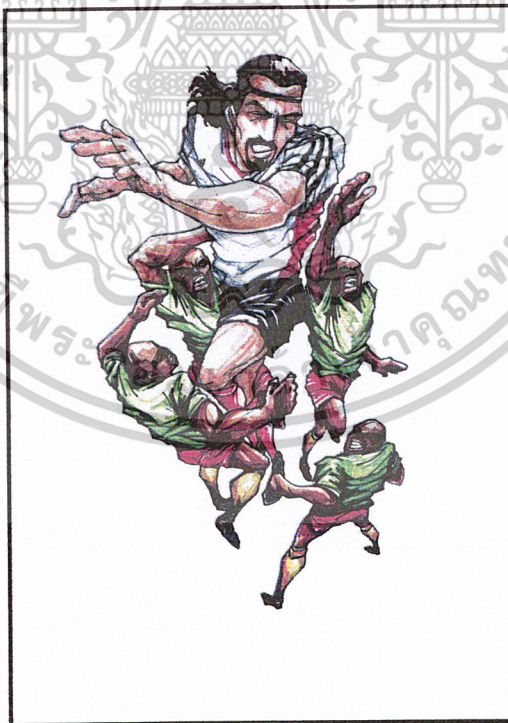


ภาพที่38 ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่39 ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล



ภาพที่40 ภาพ ACTION ของนักฟุตบอล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดมีดังนี้

- | | |
|--------------|---------|
| 1. โปสเตอร์ | 12 ชิ้น |
| 2. โปสการ์ด | 11 ชิ้น |
| 3. BILLBOARD | 1 ชุด |
| 4. BUS SIDE | 1 ชุด |

2. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชิ้นที่ 1

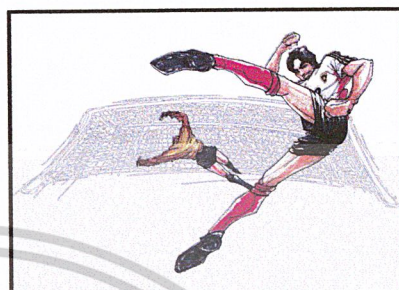


ภาพที่ 41 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชิ้นที่ 1

โปสเตอร์ชิ้นที่ 1 ต้องการนำเสนอเรื่องราวที่กำลังจะเกิดขึ้นกับนักฟุตบอลทั้ง 11 คน โดยให้ชื่อผลงานนี้ว่า “มังกรแดงแฝงฤทธิ์”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

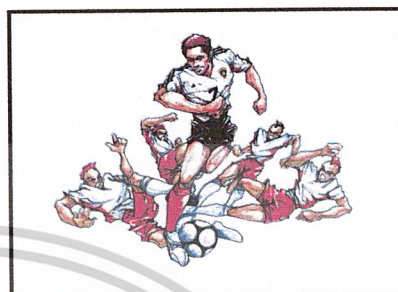
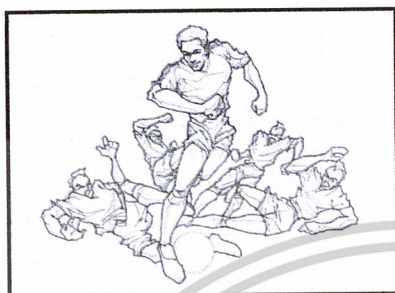
3. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 2



ภาพที่ 42 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 2

โปสเตอร์ชั้นที่ 2 ต้องการนำเสนอความสามารถในการยิงประตูที่เฉียบขาดของนักฟุตบอลที่ชื่อว่า ฟรานซิสโก้ เอลโดบาเรตโต้ มีรานด้า โดยให้ชื่อผลงานชิ้นนี้ว่า “มังกรเพชรฆาต”

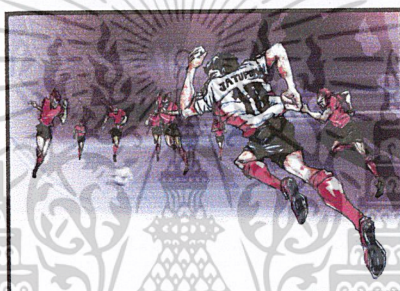
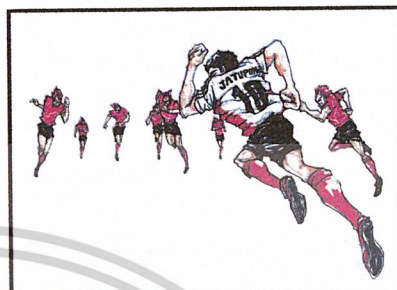
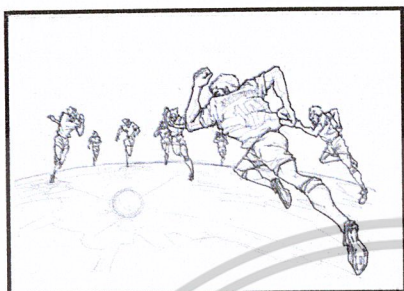
4. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 3



ภาพที่ 43 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 3

โปสเตอร์ชั้นที่ 3 ต้องการนำเสนอความสามารถในการเล่นบอลหลบคู่แข่งของนักฟุตบอลที่ชื่อว่า ศัสกร ทองเหลา โดยให้ชื่อผลงานนี้ว่า “มังกรลุยไฟ”

5. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 4

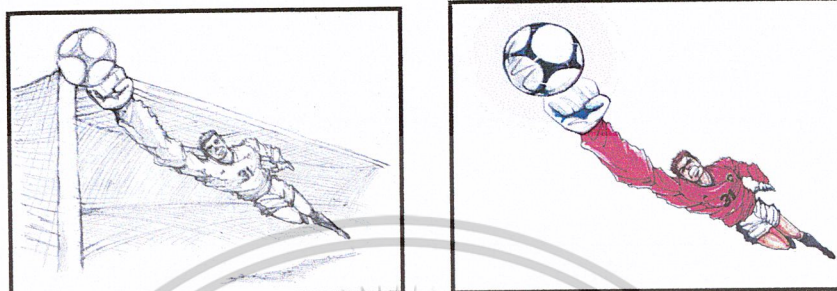


ภาพที่ 44 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 4

โปสเตอร์ชั้นที่ 4 ต้องการนำเสนอความสามารถในการวิงที่รวดเร็วของนักฟุตบอลที่ชื่อว่า จตุพงษ์ ทองสุข โดยให้ชื่อผลงานนี้ว่า “มังกรสายฟ้า”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 5

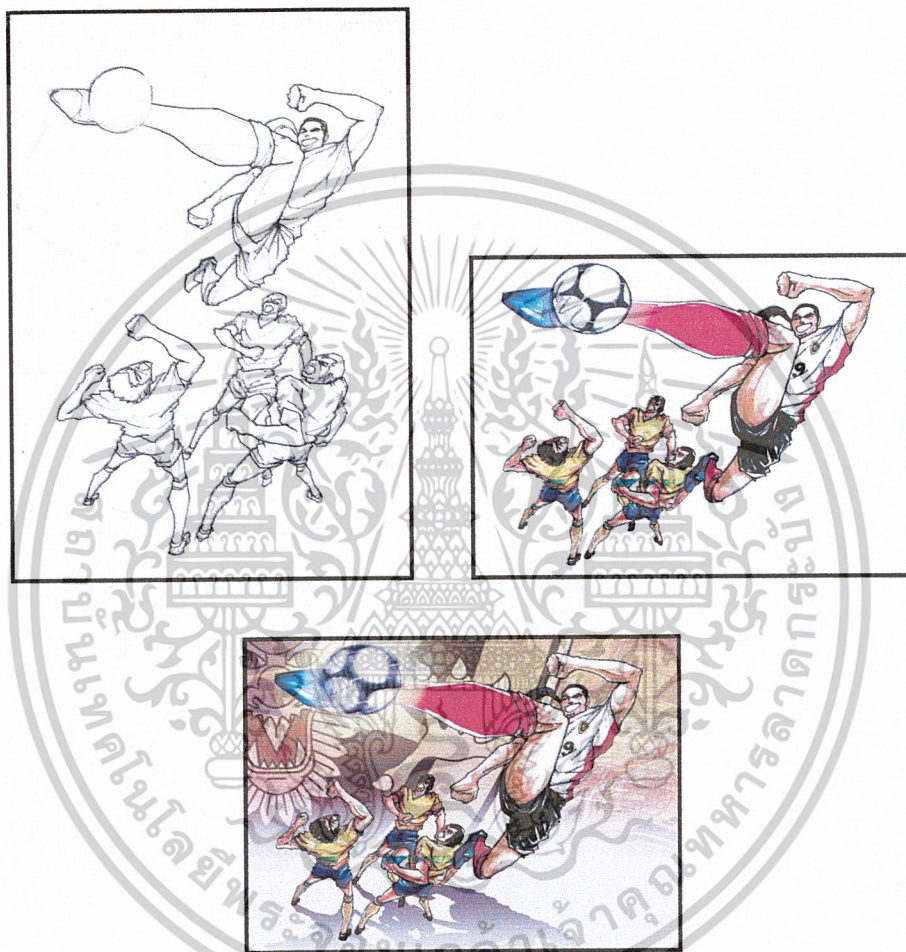


ภาพที่ 45 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 5

โปสเตอร์ชั้นที่ 5 ต้องการนำเสนอความสามารถในจังหวะการป้องกันประตูของนักฟุตบอลที่ชื่อว่า มานะ นพเนตร โดยให้ชื่อผลงานนี้ว่า “มังกรผงาดฟ้า”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 6



ภาพที่ 46 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 6

โปสเตอร์ชั้นที่ 6 ต้องการนำเสนอความสามารถในลีลาจังหวะของการยิงประตูของนักฟุตบอลที่ชื่อว่า วาร์ดิน เซบาสเตียน ซาราดอน โดยให้ชื่อผลงานนี้ว่า “มังกรเริงระบ่า”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 7



ภาพที่ 47 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 7

โปสเตอร์ชั้นที่ 7 ต้องนำเสนอความสามารถในการเปรียบเทียบปะทะแย่งบอลของนักฟุตบอลที่ชื่อว่า สักดีชาย เย็นตระศรี โดยให้ชื่อผลงานนี้ว่า “มังกรภูผาหิน”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์จีนที่ 8

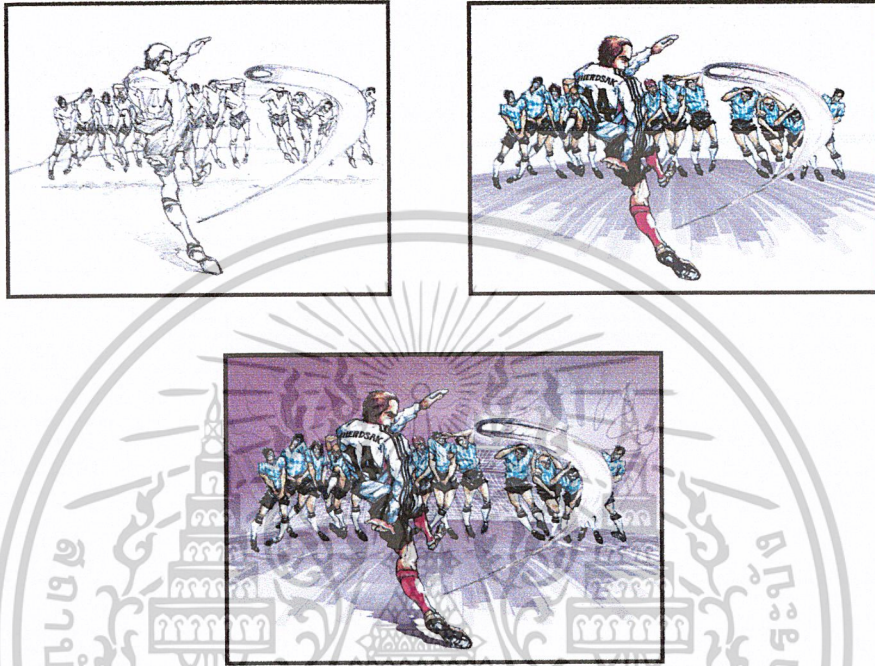


ภาพที่ 48 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์จีนที่ 8

โปสเตอร์จีนที่ 8 ต้องการนำเสนอความสามารถในการยิงบอลของนักฟุตบอลที่ชื่อว่า ทง สักตี้ ประจักษ์กะตา โดยให้ชื่อผลงานนี้ว่า “มังกรเฝ้าถ้ำ”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์จีนที่ 9

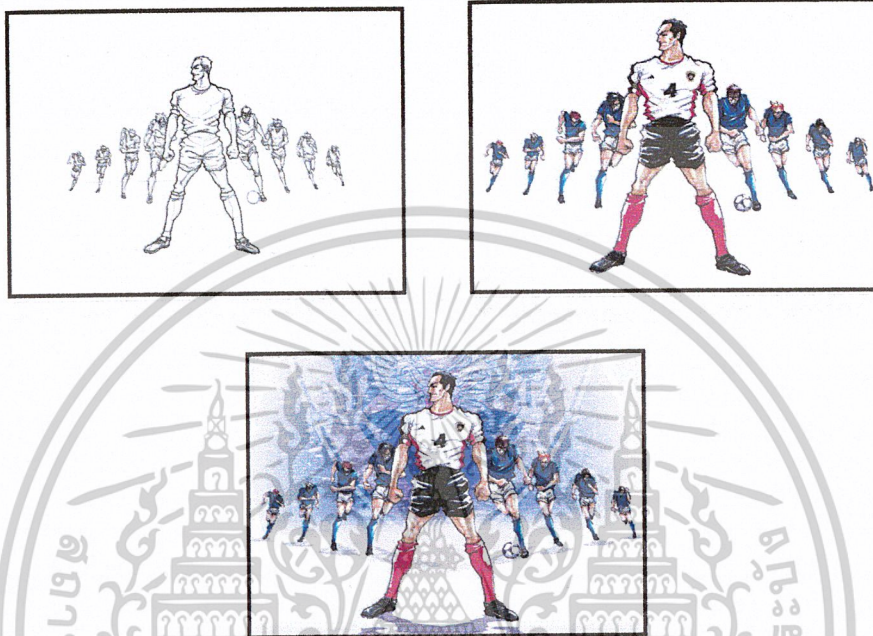


ภาพที่ 49 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์จีนที่ 9

โปสเตอร์จีนที่ 9 ต้องการนำเสนอความสามารถในการเตะลูกตั้งเตะที่แม่นยำของนักฟุตบอลที่ชื่อว่า เท็ดสค์คี้ ใจมั่น โดยให้ชื่อผลงานนี้ว่า “มังกรฟ้าพายุ”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 10

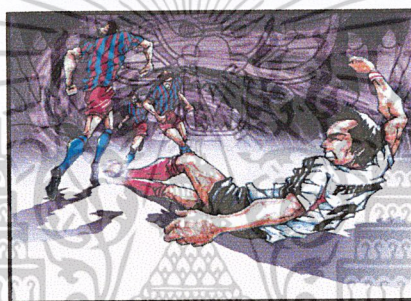


ภาพที่ 50 ภาพการพัฒนาการออกแบบ โปสเตอร์ชั้นที่ 10

โปสเตอร์ชั้นที่ 10 ต้องการนำเสนอความสามารถในความเยือกเย็น ในขณะที่เผชิญหน้ากับคู่แข่งของนักฟุตบอลที่มีชื่อว่า วิทยา นันทอง โดยให้ชื่อผลงานนี้ว่า “มังกรหิมะขาว”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 11



ภาพที่ 51 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ชั้นที่ 11

โปสเตอร์ชั้นที่ 11 ต้องการนำเสนอความสามารถในการสไลด์บอลของนักฟุตบอลที่ชื่อว่า ฟิรทรรศน์ โพธิ์เรือนดี โดยให้ชื่อผลงานนี้ว่า “มังกรคาบแก้ว”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์จีนที่ 12



ภาพที่ 52 ภาพการพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์จีนที่ 12

โปสเตอร์จีนที่ 12 ต้องการนำเสนอความสามารถในการกระโดดโหม่งบอลของนักฟุตบอลที่ชื่อว่า เอ็ดสัน ลีโอนาร์โด โยเซส โดยให้ชื่อผลงานนี้ว่า “มังกรเหิรเวหา”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

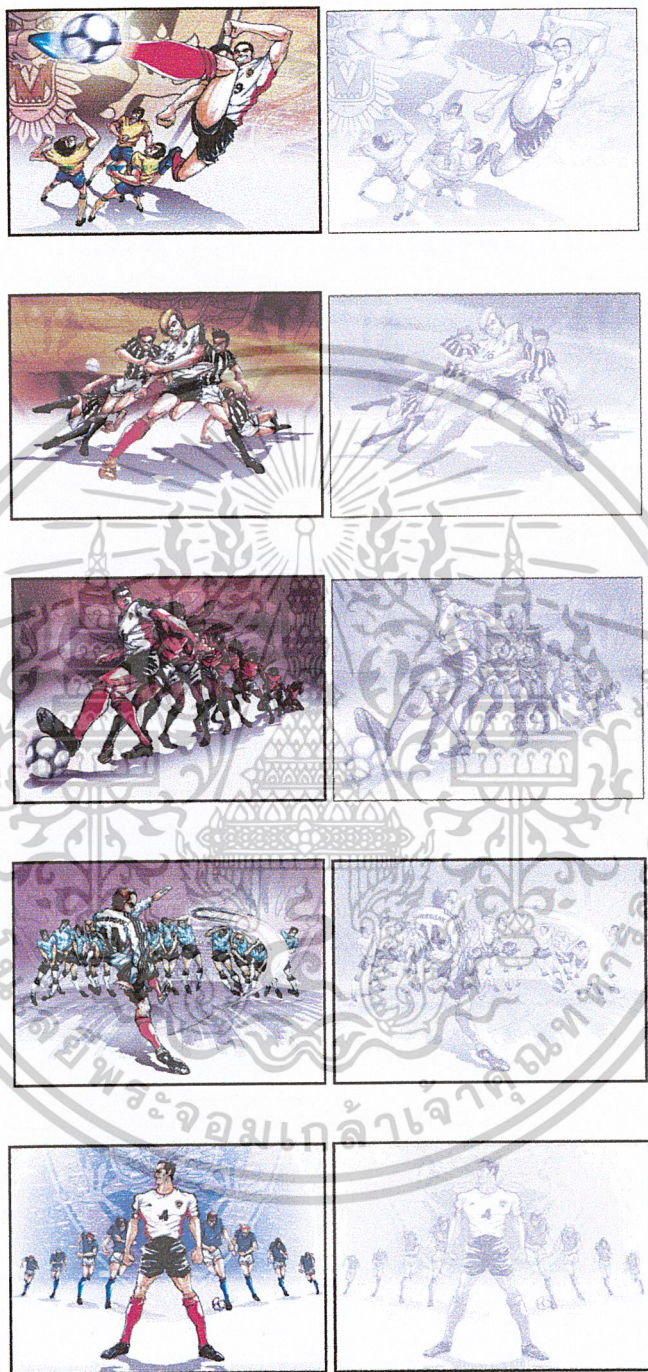
14. การพัฒนาการออกแบบโปสเตอร์ด้านหน้า และด้านหลัง

โปสเตอร์ด้านหน้าชุดนี้มีรูปแบบเดียวกับโปสเตอร์ ส่วนที่เป็นด้านหลัง ออกแบบโดยไม่เน้นกราฟฟิก และสีสันมากนัก เพื่อบอกข้อมูลของนักฟุตบอลแต่ละคน



ภาพที่ 53 ภาพการออกแบบโปสเตอร์ด้านหน้า และด้านหลัง ชั้นที่ 1-4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 54 ภาพการออกแบบโปสเตอร์ด้านหน้าและด้านหลัง ชั้นที่ 5-9

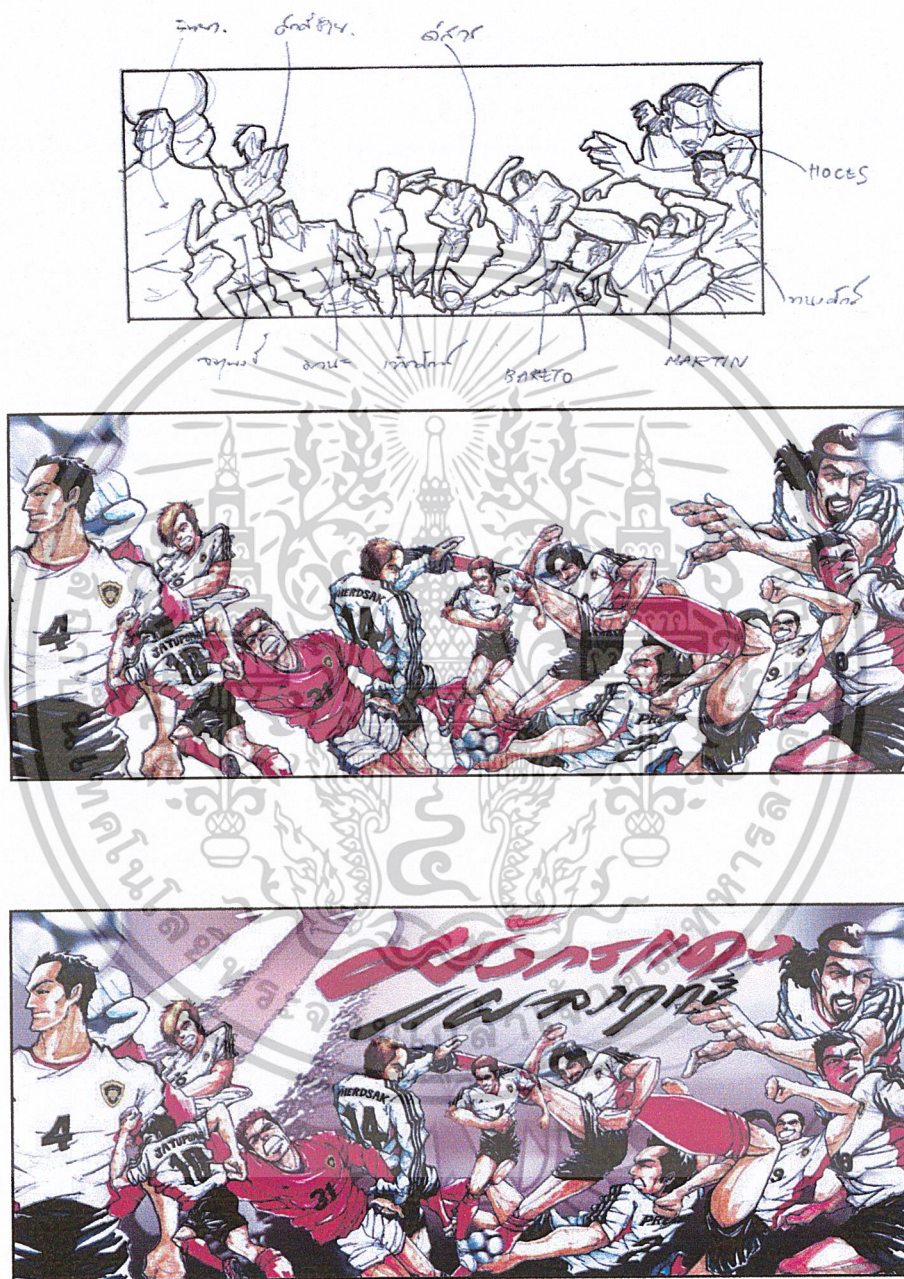
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 55 ภาพการออกแบบโปสเตอร์ด้านหน้า และด้านหลัง ชั้นที่ 10,11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

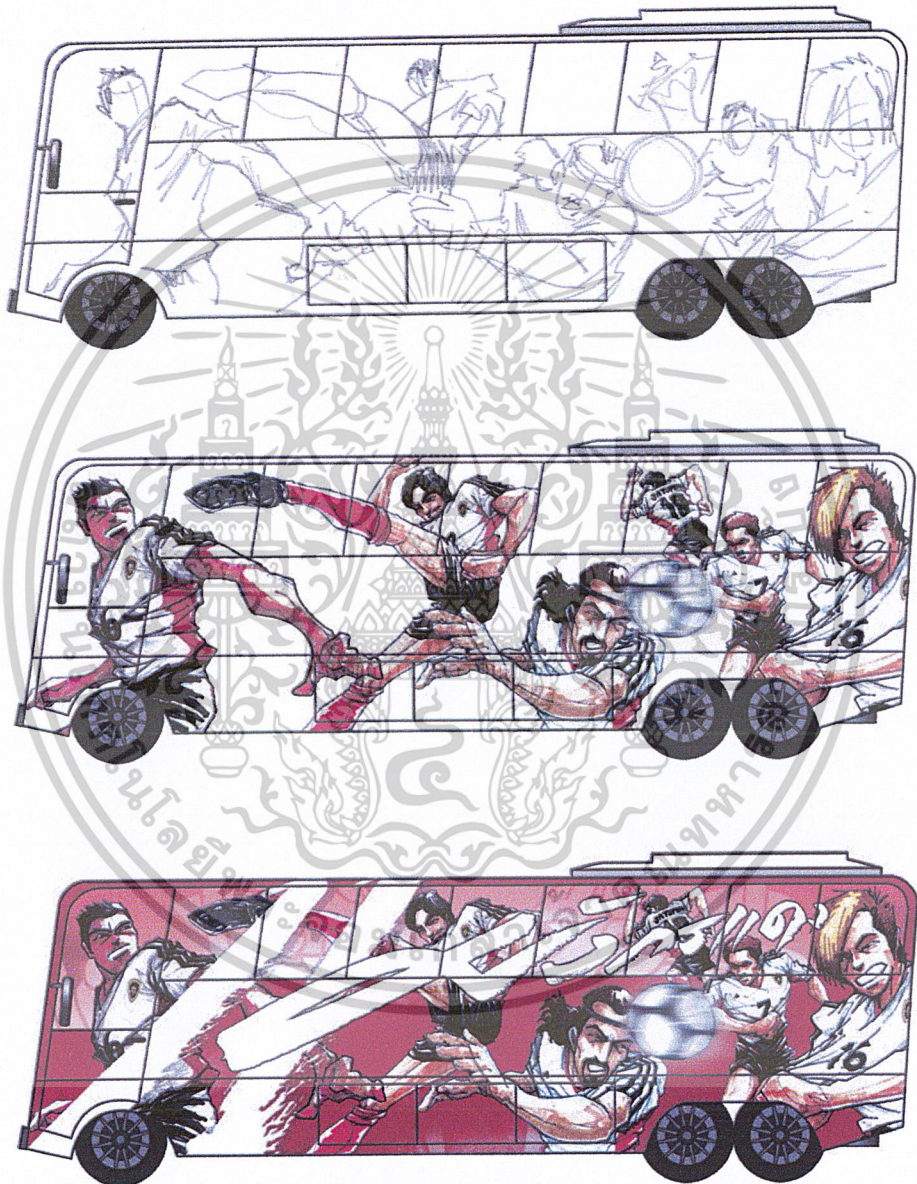
15. การพัฒนาการออกแบบ BILLBOARD



ภาพที่ 56 ภาพการพัฒนาการออกแบบสื่อโฆษณา BILLBOARD

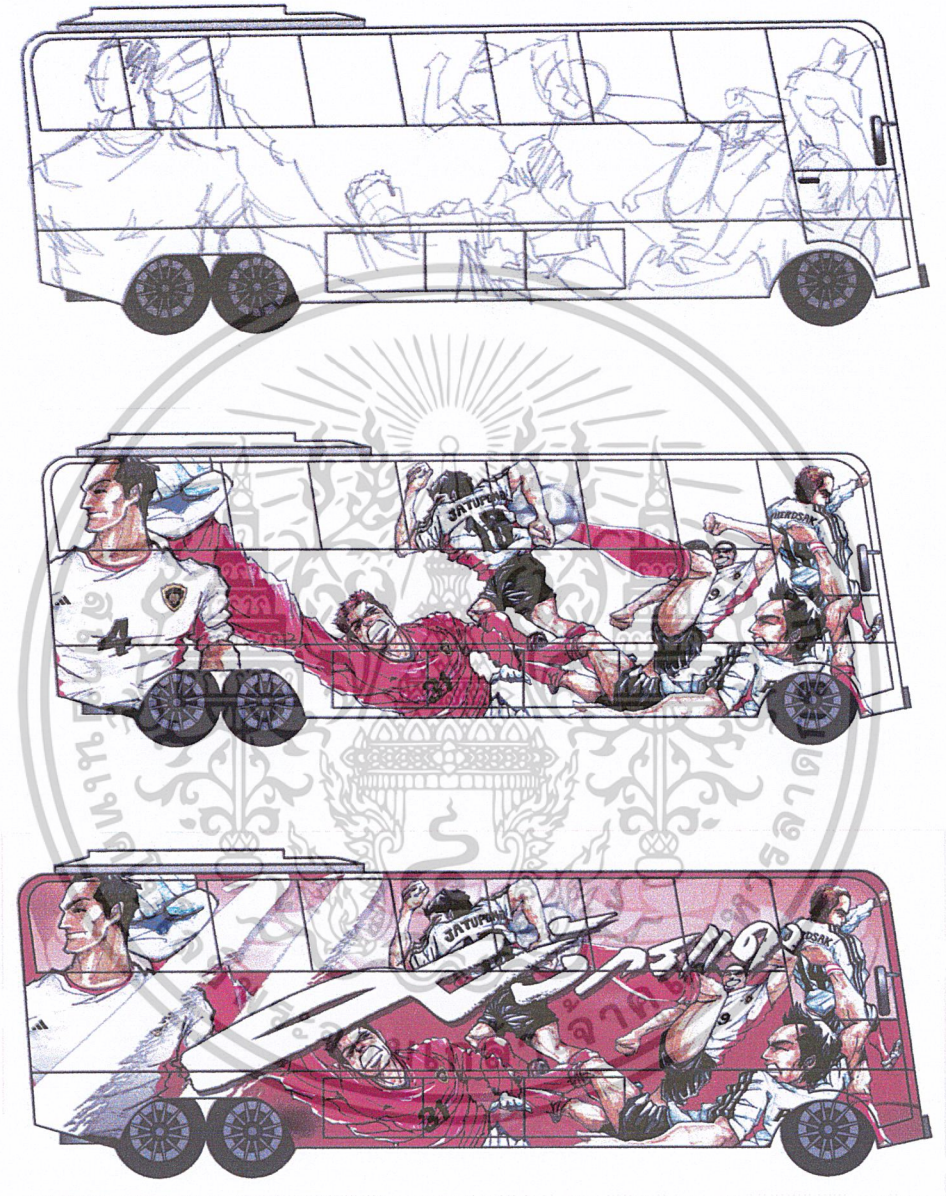
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16. การพัฒนาการออกแบบ BUS SIDE



ภาพที่ 57 ภาพการพัฒนาการออกแบบสื่อ โฆษณา BUS SIDE ด้านซ้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 58 ภาพการพัฒนาการออกแบบสื่อ โฆษณา BUS SIDE ด้านขวา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

17. โปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 1



ภาพที่ 59 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 1

โปสเตอร์ขนาด 42 × 60 เซนติเมตร

นำเสนอความยิ่งใหญ่ของสโมสรบีอีซี-เทโรศาสน เป็นการเปิดตัวนักฟุตบอลทั้ง 11 คนในทีม โดยการเขียนภาพประกอบเกินจริง ซึ่งต้องการแสดงให้เห็นศักยภาพของทีมมังกรแดง ที่แสดงถึงท่าทางของความสามารถของตัวเอง รายละเอียดที่ใช้ก็จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย คือ การครบรอบ 11 ปี ของสโมสรบีอีซี-เทโรศาสน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

18. โปสเตอร์ขนาดผลงานจริงชั้นที่ 2-12

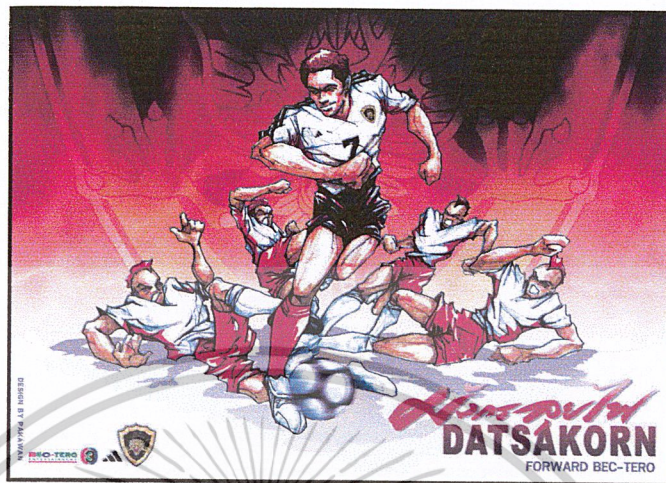
นำเสนอความยิ่งใหญ่ของสโมสรบีอีซี-เทโรศาสน เป็นการเปิดตัวนักฟุตบอลทั้ง 11 คนในทีม โดยการเขียนภาพประกอบเกินจริง ซึ่งต้องการแสดงให้เห็นศักยภาพของทีมมังกรแดง ที่พร้อมจะแข่งขันกับทุกทีมในสนามฟุตบอล รายละเอียดที่ใช้ก็จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย คือ การครบรอบ 11 ปี ของสโมสรบีอีซี-เทโรศาสน



ภาพที่ 60 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชั้นที่ 2

โปสเตอร์ขนาด 42 × 60 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 61 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 3

โปสเตอร์ขนาด 42 × 60 เซนติเมตร



ภาพที่ 62 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 4

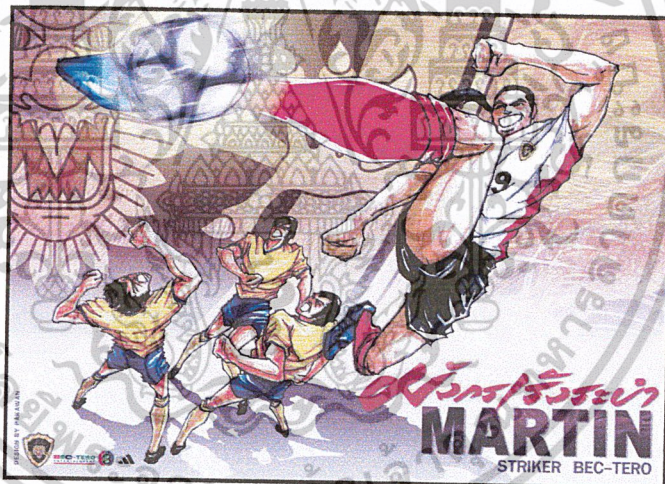
โปสเตอร์ขนาด 42 × 60 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่63 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 5

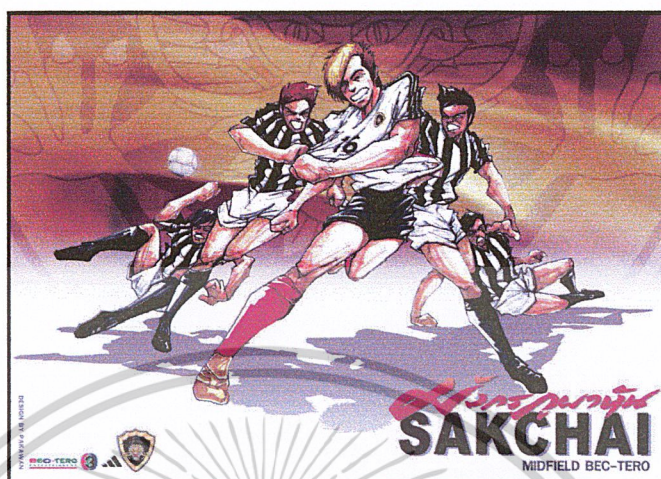
โปสเตอร์ขนาด 42 × 60 เซนติเมตร



ภาพที่64 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 6

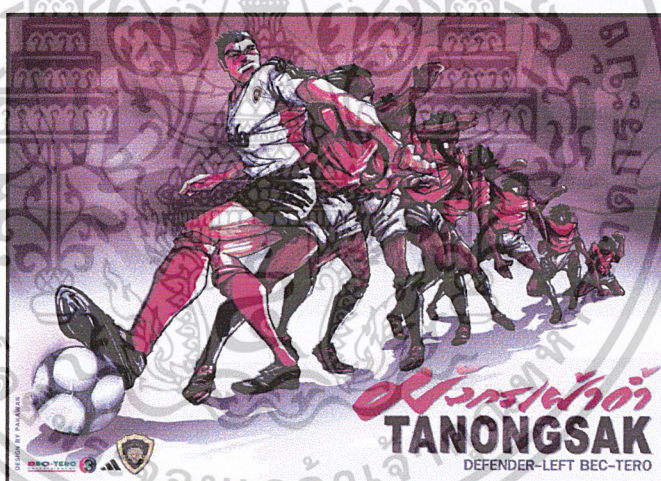
โปสเตอร์ขนาด 42 × 60 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 65 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 7

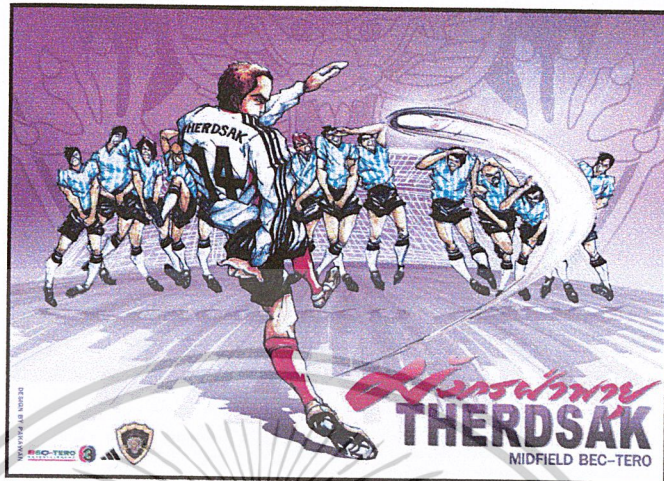
โปสเตอร์ขนาด 42 × 60 เซนติเมตร



ภาพที่ 66 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 8

โปสเตอร์ขนาด 42 × 60 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 67 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 9
โปสเตอร์ขนาด 42 × 60 เซนติเมตร



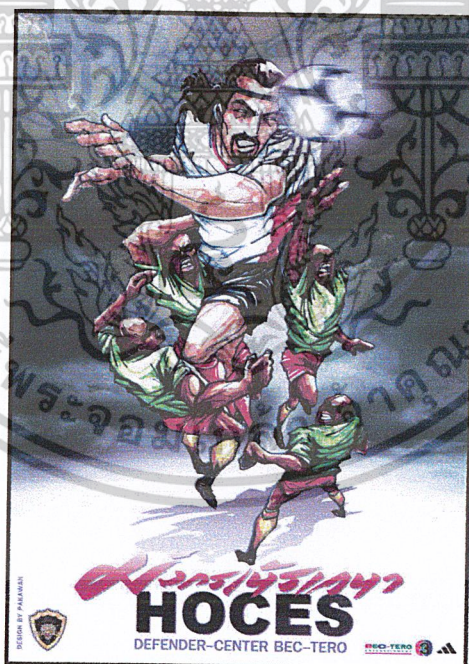
ภาพที่ 68 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 10
โปสเตอร์ขนาด 42 × 60 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่69 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 11

โปสเตอร์ขนาด 42 × 60 เซนติเมตร

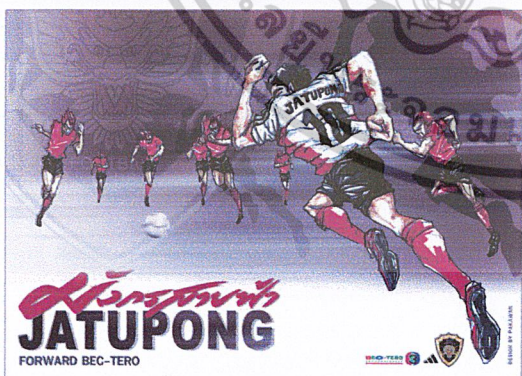
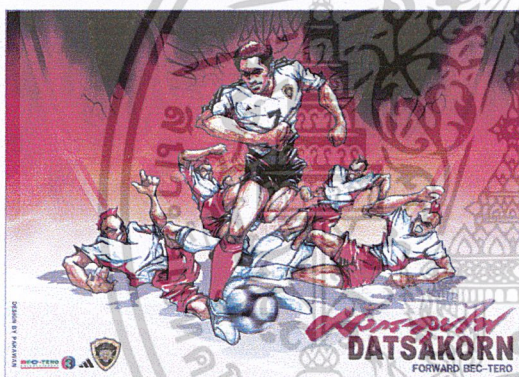
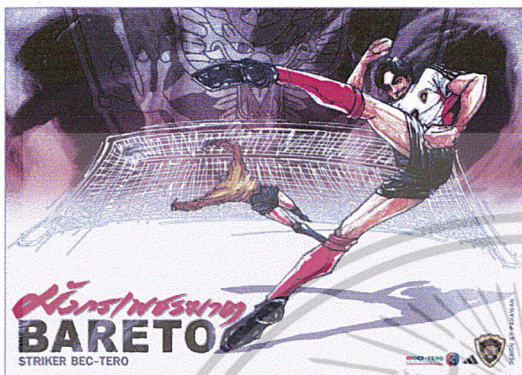


ภาพที่70 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงชิ้นที่ 12

โปสเตอร์ขนาด 42 × 60 เซนติเมตร

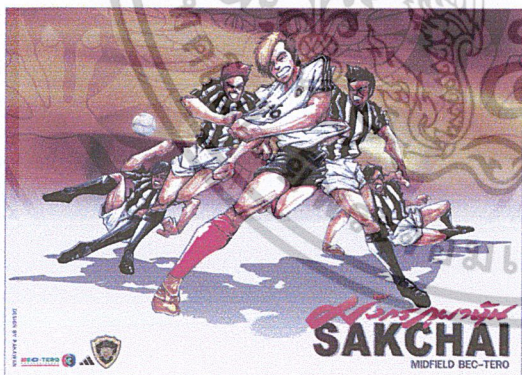
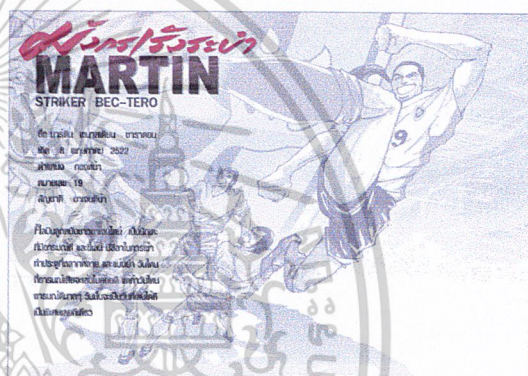
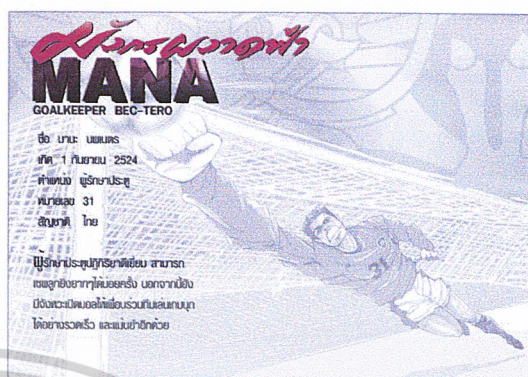
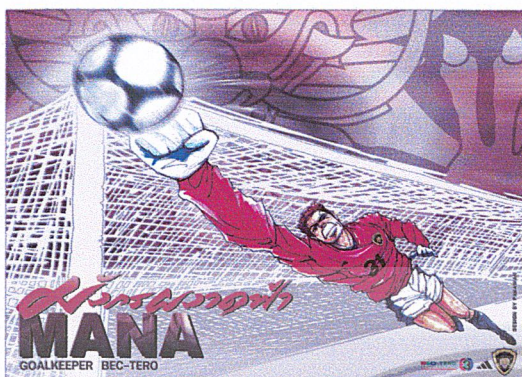
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

19. โปสเตอร์ขนาดผลงานจริงชิ้นที่ 1-11



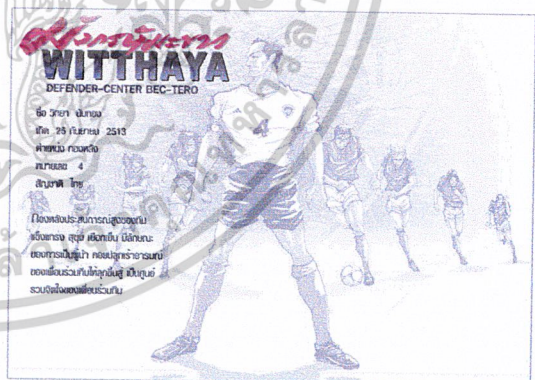
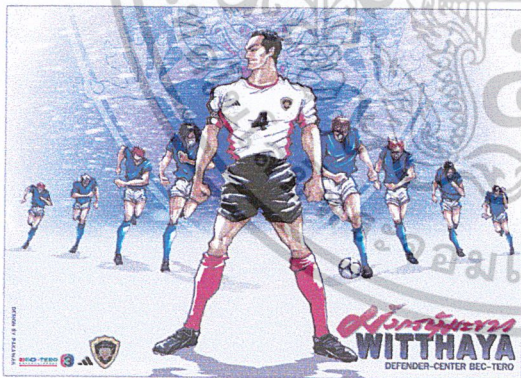
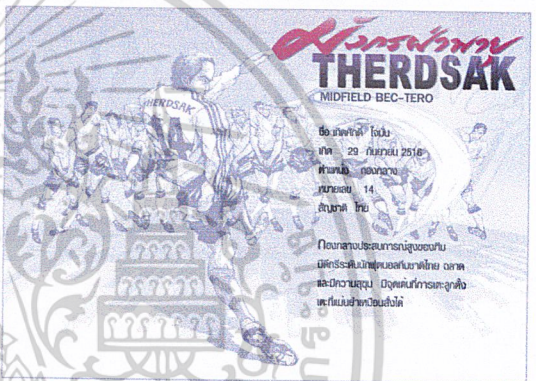
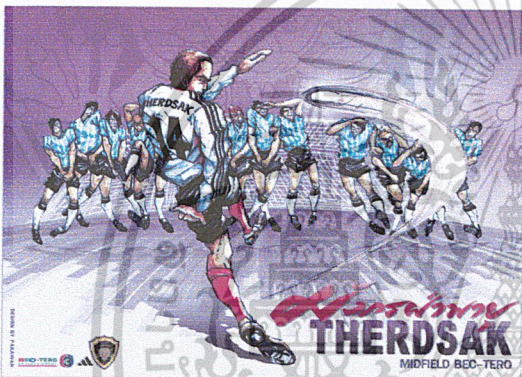
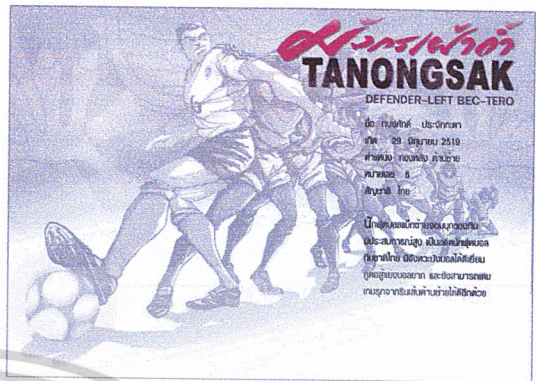
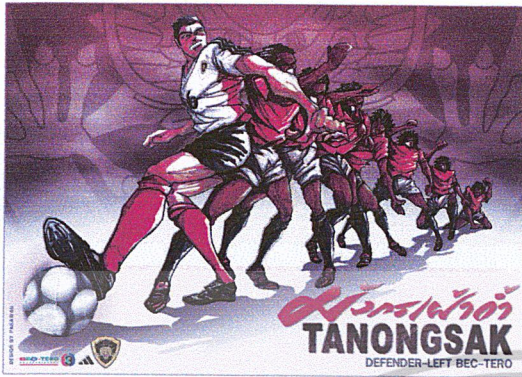
ภาพที่ 71 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงด้านหน้า-หลัง ชิ้นที่ 1-3
โปสเตอร์ขนาด 11 × 16.5 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 72 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงด้านหน้า-หลัง ชั้นที่ 4-6
โปสเตอร์ขนาด 11 × 16.5 เซนติเมตร

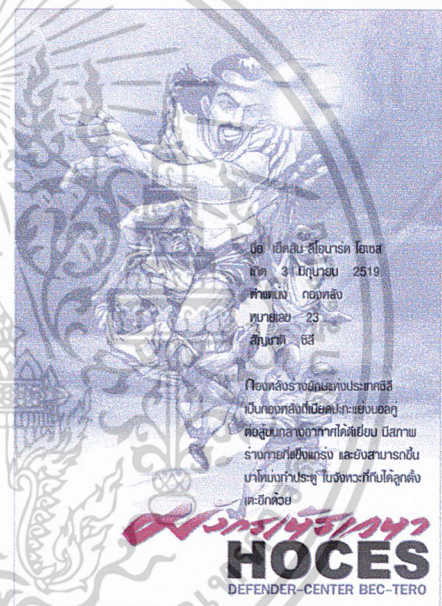
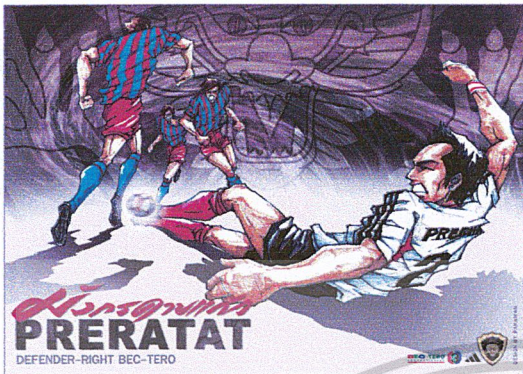
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 73 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงด้านหน้า-หลังชั้นที่ 7-9

โปสเตอร์ขนาด 11 x 16.5 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่74 ภาพโปสเตอร์ผลงานจริงด้านหน้า-หลังชั้นที่ 10,11

โปสเตอร์ขนาด 11 × 16.5 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

20. BILLBOARD ขนาดผลงานจริง

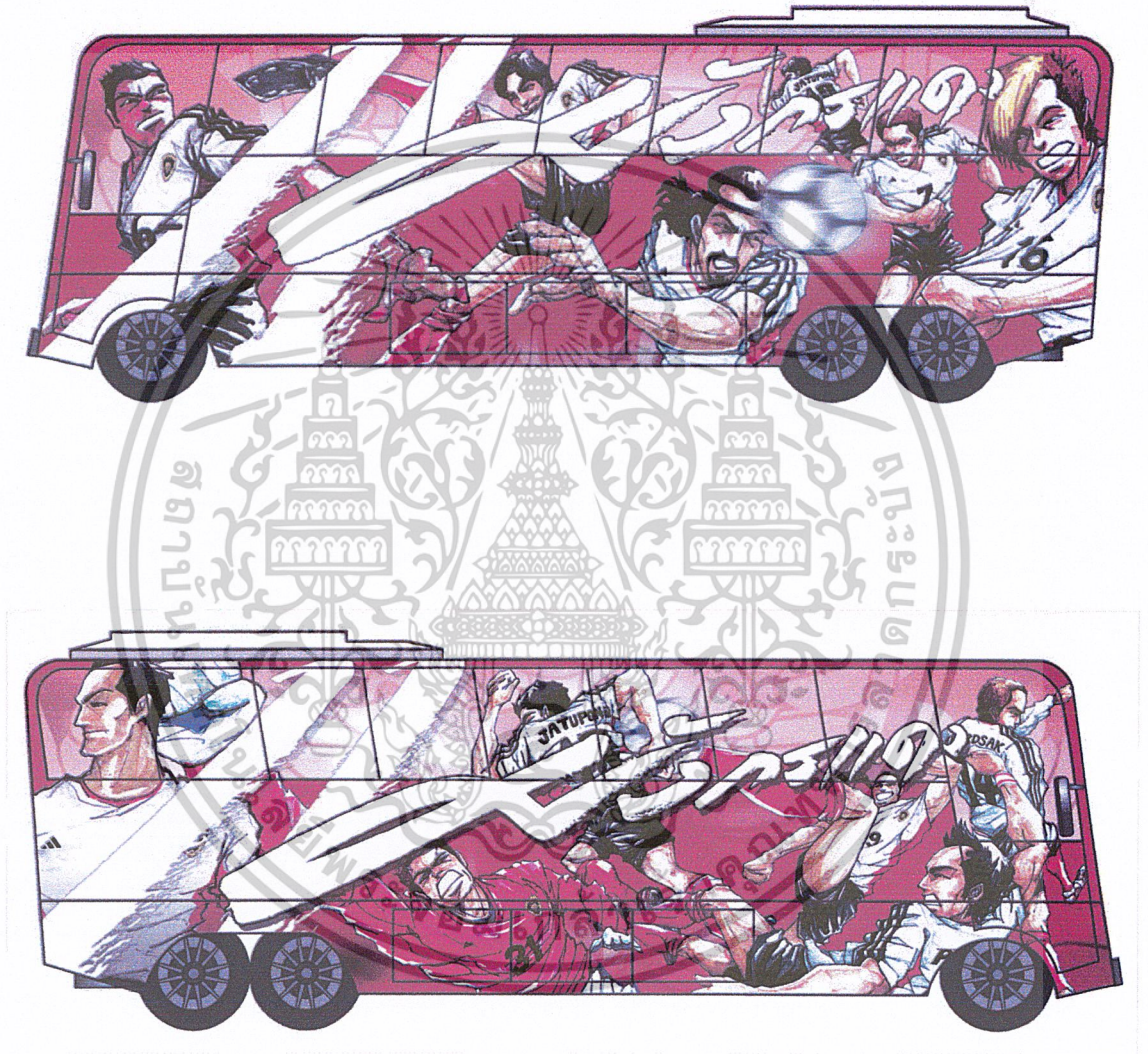


ภาพที่ 75 ภาพ BILLBOARD ผลงานจริง

BILLBOARD ขนาด 35× 90 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

21. BUS SIDE ผลงานจริง



ภาพที่ 76 ภาพ BUS SIDE ผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลงานสำเร็จ



ภาพที่ 77 ภาพผลงานสำเร็จรวม 1-3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 78 ภาพผลงานสำเร็จรวม 4,5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการทำงาน

ในโครงการออกแบบคาร์แรกเตอร์เพื่อใช้ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์สามารถผลิตผลงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ โดยสื่อที่เลือกนำมาเสนอนั้นใช้การนำโดยการออกแบบคาแรกเตอร์ร่วมกับเทคนิคการเขียนภาพประกอบเชิงการ์ตูน โดยเลือกภาพของBACKGROUNDที่เหมาะสมและน่าสนใจมาRETOUCH มาใช้กับงานภาพประกอบด้วย เพื่อให้เกิดความหลากหลายและสร้างความน่าสนใจของเนื้อหา แต่ประสบปัญหาในการออกแบบคือ การออกแบบคาแรกเตอร์เพื่อนำไปใช้กับสื่อแต่ละชิ้นนั้นต้องใช้เวลาในกระบวนการผลิตและการผลิตสื่อที่ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าสื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีความเหมาะสมแค่ไหน

2. ปัญหาขั้นตอนในการทำงาน

- 2.1. เวลาที่ใช้ในการผลิตผลงานมีน้อย
- 2.2. ต้องใช้เวลาในการทำงานความเข้าใจและศึกษา โปรแกรมควบคู่ไปด้วยในการทำงาน
- 2.3. ผลงานแต่ละชิ้นใช้เวลาในการผลิตนานจึงทำให้สามารถนำเสนอแค่ผลงานชิ้นหลักๆ ส่วนผลงานชุดอื่นที่ตั้งใจนำเสนอในตอนแรกไม่สามารถผลิตให้เสร็จสมบูรณ์ได้

3. ผลที่ได้รับจากการทำงาน

- 3.1. ได้ศึกษาและทำความเข้าใจแนวทางการออกแบบคาร์แรกเตอร์เพื่อใช้ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์
- 3.2. รู้จักการวางแผนในการทำงานที่เป็นขั้นตอน
- 3.3. เกิดทักษะในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.4. เกิดทักษะในการออกแบบคาแรกเตอร์ตัวการ์ตูน
- 3.5. เกิดทักษะในการใช้โปรแกรม PHOTOSHOP ในการออกแบบภาพประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- ทีมงานอินโฟเพรส **200 PHOTOSHOP Supertips**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ อินโฟเพรส,2546
- Beryl McAlhone&David Stuart, **A Smile in The Mine** ,Phaidon Press Ltd.,2001
- Teicher, Veronical F. **The interplays of words and Imager in Visionz Communication**NemYork :
Dell Publishing Company ,1979
- WWW.OASISINET.CO.UK
- WWW.TATAMAG.COM
- WWW.ADIDASFOOTBALL.COM
- WWW.NIKEFOOTBALL.COM
- WWW.CELIACALLE.COM
- WWW.THAIFOOTBALL.COM



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

นายภควัน เก้าเอี้ยน จบการศึกษาชั้นมัธยมจาก โรงเรียนหาดใหญ่วิทยาลัย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และระดับ ปวช.จาก สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคใต้ จังหวัดสงขลา ภาควิชาออกแบบ แผนกสถาปัตยกรรม และได้ศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาที่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชานิเทศศิลป์ สาขาวิชานิเทศศิลป์ ในปี พ.ศ. 2544 - 2547



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้