

การออกแบบการฟิกสำหรับเทศกาลหนัง มั่น สั้น เอาเพลงมาทำเป็นหนัง ครั้งที่ 3

CORPORATE IDENTITY DESIGN FOR FAT FILM FESTIVAL III



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิตศิลป์ ภาควิชานิตศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2547

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบกราฟิกสำหรับเทศกาลหนัง มั่น สั้น เอาเพลงมาทำเป็นหนัง ครั้งที่ 3

CORPORATE IDENTITY DESIGN FOR FAT FILM FESTIVAL III



ภาควิชาศิลปะการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษิตตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... เสาวภา พงษ์คุณากร วันที่ 25 มี.ค. 2548
(อาจารย์เสาวภา พงษ์คุณากร)

หัวหน้าภาควิชา..... อรทัย วัชรศักดิ์ วันที่ 12 เม.ย. 48
(อาจารย์อรทัย วัชรศักดิ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบการฟิกสำหรับเทศกาล หนัง มั่น สั้น เอาเพลงมาทำเป็นหนังครั้งที่ 3
CORPORATE IDENTITY DESIGN FOR FAT FILM FESTIVAL III

ชื่อ นางสาวอาจารย์ ลังประเสริฐ
สาขาวิชา นิเทศศิลป์
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2547
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์เสาวภา พงษ์คุณากร

บทคัดย่อ

Fat Film Festival เทศกาลเอาเพลงมาทำเป็นหนัง เป็นการนำเพลงที่เคยติดอันดับในชาร์ตภายในหนึ่งปีที่ผ่านมา นำมาสร้างเป็นภาพยนตร์สั้นหนึ่งเรื่อง ซึ่งทำการจัดการประกวดโดย คลื่นวิทยุ 104.5 Fat Radio

โครงการ Fat Film Festival III ในครั้งนี้ ได้มีการคิดชื่อของงานขึ้นมาใหม่คือ เทศกาล หนัง มั่น สั้น เอาเพลงมาทำเป็นหนังครั้งที่ 3 และต้องการสร้างภาพลักษณ์ของงานให้มีลักษณะที่ไม่เป็นทางการจนเกินไป แสดงให้เห็นถึงความสนุก ความมัน ความคิดสร้างสรรค์ และน่าสนใจ โดยใช้ชื่อของงานในครั้งนี้มาเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบคือการใช้คำว่า หนัง มั่น สั้น มาเล่นกับความหมายในลักษณะพ้องรูปพ้องเสียงและใช้ภาพ ซึ่งสามารถสื่อเป็นสิ่งต่างๆ ตามคำนั้นๆ ได้นอกจากนี้ ยังได้นำแนวคิดนี้มาคิดแปลงใช้กับการแบ่งประเภทของหนังทั้ง 6 ประเภท คือ Romance, Drama, Comedy, Action, Horror และ Animation เป็น หนังสั้น ซึ่ง, หนังสั้น เสรี, หนังสั้น ฮา, หนังสั้น บู้, หนังสั้น หลอน และ หนังสั้น ไม่นิ่ง ตามลำดับ

ขอบเขตของงานโดยสรุป ได้แก่ สัญลักษณ์ Fat Film Festival, สัญลักษณ์ Fat Film Festival III เทศกาล หนังสั้น มั่น สั้น เอาเพลงมาทำเป็นหนังครั้งที่ 3 และ สัญลักษณ์สำหรับหนังทั้ง 6 ประเภท, สิ่งพิมพ์ทางธุรกิจ ได้แก่ กระดาษเขียนจดหมาย, ซองจดหมาย, สื่อทางด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ Banner, ชงราว, โปสเตอร์, สติ๊กเกอร์, หมวก, เสื้อ, บัตร Staff, บัตรเชิญ, สื่อโฆษณาทางวิทยุ, ของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

จากการทำศิลปนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้ดำเนินการได้ประสบปัญหาต่างๆ ในระหว่างทำโครงการจนสำเร็จได้ด้วยความร่วมมือและความช่วยเหลือจากบุคคลหลายๆ ฝ่าย โดยการให้คำปรึกษาและหนทางแก้ปัญหา จึงขอขอบคุณบุคคลที่ทำให้การสนับสนุน ดังนี้

1. อาจารย์เสาวภา พงษ์คุณากร อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการและอาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนและเสนอแนะให้ความรู้ ความสามารถ ซึ่งเป็นส่วนที่ช่วยให้ข้าพเจ้าสามารถทำศิลปนิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วง
2. คณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์ทุกท่าน
3. คุณ อนุพันธ์ บุตรเทียน ที่อดหลับอดนอนช่วยในการทำงาน
4. พี่เบญจ ที่ช่วยสกรีนสื่อให้ โดยไม่คิดเงิน
5. คุณ พิชาญ สุจริตสาธิต ขอขอบคุณที่เป็นกำลังใจให้เสมอ
6. คุณ นูม แพต เรดิโอ ที่ช่วยในเรื่องข้อมูลของแพต
7. ครอบครัว ที่สนับสนุนด้านทุนทรัพย์ตลอดมา
8. เพื่อนๆ ซีน 19 ทุกคนที่เข้ามามีส่วนร่วมในงานครั้งนี้ และขอบคุณที่ช่วยกันสร้างวันเวลาที่ติดต่อด 4 ปีที่ผ่านมา

นางสาวอาจารย์ ลังประเสริฐ

คำนำ

งานออกแบบกราฟิกสำหรับองค์กร รวมไปถึงการออกแบบกราฟิกสำหรับการจัดงานเฉพาะกิจตามวาระโอกาสนั้น มีความสำคัญมากในปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นการบ่งบอกถึงลักษณะขององค์กรและงานนั้นๆ ว่าเป็นอย่างไร หลายบริษัทยอมทุ่มทุนนับล้านเพื่อแลกกับงานกราฟิก ที่สามารถทำให้บุคคลจดจำและมีทัศนคติที่ดีต่อบริษัทหรืองานนั้นๆ ได้

ด้วยเหตุนี้ข้าพเจ้าจึงได้เลือกทำโครงการออกแบบกราฟิกสำหรับงาน เทศกาล หนึ่ง มั่น สั้น เอาเพลงมาทำเป็นหนังครั้งที่ 3 ซึ่งได้สมมติการจัดงานเทศกาลนี้ขึ้น เนื่องจากข้าพเจ้าเห็นว่าจะสามารถนำเอาความรู้ที่ข้าพเจ้าสนใจที่จะศึกษา มาใช้ในการออกแบบได้อย่างเต็มที่ โดยการออกแบบที่ตินั้น ต้องคำนึงถึงหลักความเป็นจริงและความเหมาะสม เพื่อให้ได้งานที่สมบูรณ์ที่สุดและตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

นางสาวอาจารย์ ลังประเสริฐ

สารบัญ

บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
คำนำ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพประกอบ	ฉ
บทนำ โครงการ Fat Film Festival	
1.1 ที่มาของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์โครงการ	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ	1
1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่	
1. เทศกาล Fat Film Festival III	
1.1 ลักษณะการจัดงาน	3
1.2 ลักษณะของผู้เข้าประกวด	4
1.3 กฎ กติกา ข้อบังคับ	4
1.4 รายละเอียดการจัดงาน	5
1.4 ข้อมูลของคลื่นวิทยุ 104.5 แฟตเรดิโอ	6
1.5 ข้อมูลเกี่ยวสถานที่จัดงาน	7
2. การออกแบบ Corporate Identity สำหรับการจัดงานเทศกาล	
2.1 การออกแบบสัญลักษณ์	8
2.2 สัญลักษณ์ชนิดต่างๆ	8
2.3 ข้อดีข้อเสียของสัญลักษณ์แต่ละชนิด	9
2.4 ประโยชน์ของสัญลักษณ์	10
2.5 ตารางแม่แบบ (Grid)	10
2.6 การพิจารณาเลือกแบบสัญลักษณ์	12
2.6 ตัวอย่างการออกแบบสัญลักษณ์สำหรับการจัดงานเทศกาล	13
2.8 การออกแบบบัตรเชิญและสูจิบัตร	17

เอกสารนี้เป็นเอกสารทสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

3.	เทศกาลภาพยนตร์	
3.1	ภาพยนตร์สั้น	19
3.2	ตัวอย่างสัญลักษณ์เทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ	21
3.3	ตัวอย่างโปสเตอร์เทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ	22
3.4	ตัวอย่าง Banner และธงเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ	23
3.5	ประเภทของภาพยนตร์สั้น	24
4.	การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลเบื้องต้น	
4.1	แนวคิดหลักของงาน	26
4.3	การออกแบบสัญลักษณ์สำหรับการจัดงาน	27
4.5	สรุปแนวทางในการออกแบบสัญลักษณ์สำหรับการจัดงานในครั้งนี้	27
5.	การออกแบบ	
5.1	การนำเสนอในการออกแบบ	28
5.2	แบบตราสัญลักษณ์ที่พัฒนาจนได้รูปแบบที่สมบูรณ์	28
5.3	การพัฒนาแบบร่างสัญลักษณ์สำหรับงาน Fat Film Festival	29
5.4	การพัฒนาแบบร่างสัญลักษณ์ หนึ่ง มิน สั้น	31
5.5	สัญลักษณ์เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับแต่ละประเภทของหนัง	31
5.6	การออกแบบของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์	32
6.	ผลงานจริง	33
	บทสรุปและข้อเสนอแนะ	48
	บรรณานุกรม	
	ประวัติผู้เขียน	

สารบัญภาพประกอบ

1. แผนที่เมเจอร์ รัชโยธิน	7
2. ตัวอย่างสัญลักษณ์	10
3. ภาพตัวอย่างการออกแบบสัญลักษณ์โดยใช้ระบบกริด	11
4. ตัวอย่างการออกแบบสัญลักษณ์สำหรับการจัดงานเทศกาล	13
5. ภาพแสดงความสนใจที่ผู้อ่านมีต่อหน้าซ้ายมือและขวามือ	18
6. ตัวอย่างสัญลักษณ์เทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ	21
7. ตัวอย่างโปสเตอร์เทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ	22
8. ตัวอย่าง Banner และธงเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ	23
9. ตัวอย่างสัญลักษณ์ Fat Film Festival ที่ผ่านมา	27
10. ตัวอย่างโปสเตอร์	27
11. การพัฒนาแบบร่างสัญลักษณ์สำหรับงาน Fat Film Festival	29
12. การพัฒนาแบบร่างสัญลักษณ์ หนึ่ง มั่น สิ้น	31
13. สัญลักษณ์ เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับแต่ละประเภทของหนัง	31
14. การออกแบบของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์	32
15. สัญลักษณ์ Fat Film Festival	33
16. สัญลักษณ์ Fat Film Festival III เทศกาล หนึ่ง มั่น สิ้น เอาเพลงมาทำเป็นหนังครั้งที่ 3	34
17. สัญลักษณ์สำหรับแต่ละประเภทของหนัง	34
18. กระดาษเขียนจดหมาย	35
19. ซองจดหมาย	36
20. บัตร Staff	36
21. โปสเตอร์	37
22. BANNER	38
23. ธงราว	38
24. BANNER เพื่อบอกประเภทของหนังทั้ง 6 ประเภท	39
25. สติ๊กเกอร์	41
26. ปกซีดีหนัง 6 ประเภท	45
27. เสื้อสกรีนลาย 2 แบบ	45
28. ถุงสำหรับใส่ ซีดี, เข็มกลัด และ STAFF CARD	46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

โครงการ Fat Film Festival

ที่มาของโครงการ

เนื่องจากคลื่นวิทยุ 104.5 แฟต เรดิโอ ได้ทำการจัดการประกวดหนังสั้น โดยใช้ชื่อเรียกว่า Fat Film Festival ซึ่งเป็นการการนำเพลงที่เคยติดชาร์ตภายในหนึ่งปีที่ผ่านมา มาตีโจทย์ และสร้างเป็นภาพยนตร์สั้นหนึ่งเรื่อง โดยครั้งนี้เป็นการจัดประกวดครั้งที่ 3 แล้ว สำหรับสองครั้งที่ผ่านมา รูปแบบของงานและสัญลักษณ์ของงานประกวด ไม่ได้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากกันมากนัก กล่าวคือ เป็นเพียงการนำเอารูปแบบและสัญลักษณ์ของตัวคลื่นวิทยุ แฟต เรดิโอ มาดัดแปลงและปรับเปลี่ยนเพียงไม่มาก อาจเนื่องด้วยขนาดของงานยังเป็นเพียงงานประกวดเล็กๆ แต่สำหรับปัจจุบัน สามารถกล่าวได้ว่างานประกวดภาพยนตร์สั้นของคลื่นวิทยุแห่งนี้ มีผู้ให้ความสนใจอย่างมาก สิ่งนี้จึงถือเป็นเหตุผลสำคัญของที่มาของโครงการนี้ ซึ่งต้องการจะได้ลองปรับเปลี่ยนและพัฒนา รูปแบบของงาน กราฟิกโดยรวมทั้งหมด เพื่อให้ความสำคัญของการออกแบบที่จะสื่อสารกับผู้สนใจในการประกวด และผู้ที่สนใจโดยทั่วไป

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ศึกษาการออกแบบ Corporate Identity
2. ศึกษาการใช้กราฟิกในการออกแบบกับสื่อที่หลากหลาย
3. ออกแบบกราฟิกสำหรับงาน ประกวดหนังสั้น โดยคำนึงถึงความเหมาะสมในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายและลักษณะของงาน

ขอบเขตของโครงการ

1. สัญลักษณ์ Fat Film Festival
2. สัญลักษณ์ เทศกาล หนัง มัน สั้น เอาเพลงมาทำเป็นหนังครั้งที่ 3
3. สิ่งพิมพ์ทางธุรกิจและสื่อทางด้านการประชาสัมพันธ์
 - กระดาษเขียนจดหมาย, ซองจดหมาย
 - Banner, ธงราว, โปสเตอร์, คู่มือ, บัตรเชิญ
 - หมวก, เสื้อ, บัตร Staff

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สื่อ โฆษณาทางวิทยุ
- 4. ของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์
 - ซองซีดี, เข็มกลัด, ถุง

แนวทางการบรรจุเป้าหมาย

1. รวบรวมข้อมูล

- 1.1 การจัดงานในลักษณะที่เกี่ยวกับการประกวดและเทศกาลภาพยนตร์
- 1.2 การออกแบบและการจัดทำ งานกราฟิก สำหรับการจัดงาน
- 1.3 การออกแบบกราฟิกในสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์
- 1.4 การจัดงาน Fat Film Festival

2. วิเคราะห์ข้อมูล

- 2.1 กำหนดขอบเขตของเนื้อหา สรุประเด็นที่ต้องการนำเสนอ
- 2.2 แนวทางในการออกแบบกราฟิกที่เหมาะสม

3. การออกแบบ

- 3.1 ออกแบบตามแนวทางที่วางไว้ เสนอแบบร่าง
- 3.2 ตรวจสอบแก้ไขแบบร่าง ปรับปรุงข้อบกพร่อง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้สามารถเข้าใจหลักการ ในการออกแบบกราฟิก ที่สามารถนำไปใช้กับสื่อต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม
2. ได้ฝึกการทำงานเป็นขั้นตอน
3. สามารถสื่อสารให้กับผู้รับสารได้เข้าใจ ในกราฟิก และสัญลักษณ์ ได้ตรงกัน

บทที่ 1

เทศกาล Fat Film Festival III

ลักษณะการจัดงาน

เป็นการจัดงานที่นำเอาหนังสั้นทั้งหมดที่ได้รับรางวัลในการส่งเข้าประกวดโครงการประกวดหนังสั้น มัน สั้น เอาเพลงมาทำเป็นหนังครั้งที่ 3 นี้ มาฉายให้ดูในวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2548 โดยภายในงานจะมีการฉายหนังสั้นทั้งหมด 6 ประเภท แบ่งออกเป็น

- หนัง...มัน...เศร้า (ประเภท หนังดราม่า)
- หนัง...มัน...ซึ้ง (ประเภท หนังโรแมนติก)
- หนัง...มัน...ฮา (ประเภท หนังตลก)
- หนัง...มัน...บู๊ (ประเภท หนังแอคชั่น)
- หนัง...มัน...ไม่นิ่ง (ประเภท หนังอนิเมชัน)
- หนัง...มัน...หลอน (ประเภท หนังสยองขวัญ)

รางวัลหนังสั้นมัน โดดรมี 9 รางวัล

รางวัลแรก เป็นรางวัลเดียวที่มีการตัดสินกันอย่างสุดๆ ในวันประกาศผล โดยให้ผู้ชมกว่า 1,000 คนที่ร่วมชมหนังสั้นที่ผ่านเข้ารอบทั้ง 12 เรื่องคือ รางวัล popular vote

รางวัลต่อมา เป็นรางวัลโດดเิ่ง 5 รางวัลที่ทีมงาน Fat Radio พิจารณาจากอาการมันสุดโด้งของหนังทั้งหมด ในแง่มุมต่างๆ จนได้ความมันแบบสุดขั้วใน 5 สาขา ดังนี้

1. กำกับคิวบู๊โດดเิ่ง
2. หนังสือสารคดีโດดเิ่ง
3. หนังโດดเิ่งระดับมัธยมศึกษา
4. ลำดับภาพโດดเิ่ง
5. ถ่ายภาพและเพลงประกอบโດดเิ่ง

รางวัลรองยอดเยี่ยม และรางวัลยอดเยี่ยมของหนังสั้น

คณะกรรมการตัดสิน

1. คุณอดิเรก วัฏลีลา (อังเกิ้ล) ผู้บริหารจาก Film Bangkok
2. คุณเป็นเอก รัตนเรือง ผู้กำกับภาพยนตร์ "มนต์รักทรานซิสเตอร์"
3. คุณชมศวี เตชะรัตนประเสริฐ ตัวแทนจาก สหมงคลฟิล์ม
4. คุณสุเทพ ตันนิรัตน์ ผู้กำกับภาพยนตร์ "องคุลิมาล"
5. คุณวิศิษฎ์ ศาสนเที่ยง ผู้กำกับภาพยนตร์ "ฟ้าทลายโจร"
6. คุณธิดา ผลิตผลการพิมพ์ นักวิจารณ์ภาพยนตร์
7. คุณปรัชญา ปิ่นแก้ว ผู้กำกับภาพยนตร์ "องค์บาก"
8. คุณยุทธเลิศ ติปไพภาค ผู้กำกับภาพยนตร์ "กุมภาพันธ์"
9. คุณสิริยากร พุกกะเวส นักแสดง
10. คุณพรชัย วิริยะประภานนท์ (นรา) นักวิจารณ์ภาพยนตร์
11. คุณราเชนทร์ ลิ้มตระกูล ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์บริษัท อวอง จำกัด

ลักษณะของผู้เข้าประกวด

ไม่มีการจำกัดคุณลักษณะ หรือคุณสมบัติใดๆ ของผู้เข้าประกวด เพียงแต่มีใจรักในหนังสือ ต้องการแสดงฝีมือในการทำหนังสือ มีความคิดสร้างสรรค์ ไม่ลอกเลียนแบบใคร ก็สามารถส่งหนังสือเข้าประกวดกับ โครงการ หนังสือ...มัน...สั้น เอาเพลงมาทำเป็นหนังสือ ครั้งที่ 3 ได้

กฎ กติกา ข้อบังคับ

- ชื่อเรื่องต้องเป็นชื่อเดียวกับชื่อเพลง
- เพลงที่เลือกต้องเคยอยู่ใน The Fat chart ของ 104.5 Fat Radio
- ตัวละครตัวใดตัวหนึ่งจะต้องพูดชื่อของเพลง หรือมีชื่อเพลงให้เห็นอยู่ในหนังสืออย่างน้อย 1 ครั้ง
- จะต้องมีเพลงนั้นอยู่ในหนังสืออย่างน้อย 1 ครั้ง จะสั้นหรือยาวไม่จำกัด จะโผล่มาตอนไหน รูปแบบใดก็ได้
- ความยาวของหนังสืออยู่ระหว่าง 5 - 10 นาที
- ส่งผลงานเป็นเทป VHS, VCD หรือ DVD เท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดการจัดงาน

งานจะเริ่มในวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2548

11.00 น. ลงทะเบียนหน้างานและรับของที่ระลึก (เข็มกลัด)

13.00 น. ประชุมเปิด

13.30 น. พิธีกรกล่าวเปิดงาน

ผู้ที่ได้รับรางวัลในปี 2547 บอกเล่าประสบการณ์ตลอด 1 ปีที่ผ่านมา

14.30 น. เปิดฉายหนังสือ 6 ประเภทที่เข้ารอบสุดท้ายของการประกวด

17.00 น. พิธีกรกล่าวปิดงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลของคลื่นวิทยุ 104.5 Fat Radio โต โต มั่น มั่น

สถานีวิทยุ	104.5 Fat Radio โต โต มั่น มั่น
มโนคติ	Fat คือมัน และ มันคือ Fat
วันก่อตั้ง	วันจันทร์ที่ 20 พฤศจิกายน 2543
รูปแบบรายการ	รายการเพลงที่สมบูรณ์ด้วยความสนุก อุดมด้วยความคิด และติดมันทางอารมณ์
เปิดเพลง	เพลงดี ไม่ว่าจะเป็เพลงฮิตที่ดี หรือเพลงดีที่ฮิต เราคัดมาอย่างดี เพื่อให้คุณตั้งใจ
สาระ	ว่ากันด้วยทุกเรื่องทุกราวอันเป็นส่วนผสมของคนตรี กีฬา แฟชั่น หนังสือ นั้หนังสือใน มุมมองติดมันอย่าง Fat Radio
บุคลากร	10 คนมันมัน ประจันหน้าจันทร์ - อาทิตย์
ประกอบด้วยช่วงของรายการ	
-The Fat 40	อันดับเพลงฮิตติดมันทั้ง 40 เพลงที่เคลื่อนไหว กันทุกสัปดาห์
-Fat request	ขอเพลงติดมันที่คุณตั้งใจได้ทันที ทุกช่วงดีเจ
-Fat back	เพลงฮิตติดมันที่ยังติดในความทรงจำนำ กลับมาให้ฟังทุกช่วงดีเจ
-Highest calorie	เพลงใหม่มาแรงที่สุดในรอบสัปดาห์
-Fat society	ความเคลื่อนไหวของหมู่นักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่มีให้ฟังกัน ทุกช่วงดีเจ
สปอต	เรื่องราวน่าสนใจในมุมมองใหม่ ไม่เหมือนใคร
ที่ว่าการคนตรี	ขึ้นทะเบียนศิลปินดีที่คุณชื่นชอบ บันทึกสด ในห้องอัด มีให้ฟังทุกคืนวันเสาร์
เล็ก ชื่น สด	ปฏิบัติการความมันทางคนตรี ที่ไม่โหด และไม่เพือ รสชาติทางคนตรีที่ไม่ซ้ำใคร ถูกใจหลายคน แสดงกันสดๆทุกเดือน

WE HAVE TO TALK

ช่วงเวลาที่คุณพูดได้อย่างใจ กับดีเจ โด้ว จิ๊ก โก๋ยามดีค และน้ำเอ๋ ตาโต ทุกคืนวันเสาร์ สั้ทุ่มถึงเที่ยงคืน

HOME BASS

สร้างบ้านให้เป็นฐานปฏิบัติการเดินแบบ Cool กับ DJ. Dragon ทุกวันเสาร์ เที่ยงคืนถึง ตีสสาม

BEDROOM STUDIO

สังคมนาทำเพลงเอง ฟังกันเองที่บ้าน ที่กำลัง ขยายตัวเป็นสังคมนาเพลงที่ทุกๆคนอยากฟัง โดย DJ.

สุหฤทธิ์ สยามวลาา ดีเจได้สุดโต่ง ทุกวันเสาร์ มุมครึ่ง ถึง สั้ทุ่ม

หน้าหน้าไมค์

สภากาแฟเรื่องนั้ที่คุณฟังแล้วเป็นได้เรื่อง โดยทีมงานสามบอมบ์ซี่เนียร์ ยุทธนา บุญอ้อม, เฮนรี่ จ้อง และคุณนรา ทุกคืนวันอาทิตย์ สั้ทุ่มถึงเที่ยงคืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกอากาศเวลา

ฟังกันทุกวัน ทุกเวลา อย่างน้อยอาทิตย์ละ 7 วัน และวันละไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง

คลื่นความถี่ พล.ปตอ. FM. 104.5 MHz

หมายเลขโทรศัพท์ 02-6415394 แฟกซ์ 02-6415391

อีเมล fatradio@thisisclick.com

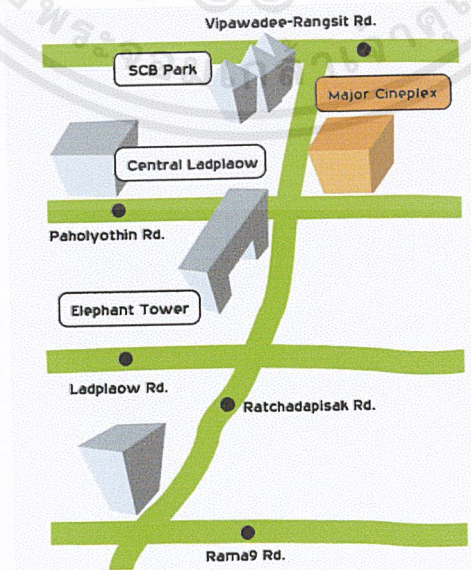
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จัดงาน

สถานที่จัดงาน เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ รัชโยธิน

สถานที่ตั้ง 1839 ถ. พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 บนถนน พหลโยธิน ใกล้สี่แยกรัชโยธิน

ลักษณะอาคาร อาคารสูง 9 ชั้น พื้นที่รวมขนาด 60,000 ตรม. ประกอบไปด้วย

- ชั้น 1 ร้านอาหารชั้นนำ INTERNATIONAL FAST FOOD, เบเกอรี่ และ BEAUTY & HEALTH
- ชั้น 2 ร้านอาหาร, ร้านเทป-ซีดี และร้านหนังสือชั้นนำรวมทั้งจุดจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์
- ชั้น 3 จุดจำหน่าย ป๊อปปออร์น (CONCESSION), SIMULATOR, ร้านอาหาร
- ชั้น 4 MAJOR BOWL
- ชั้น 5 และ ชั้น 6 ลีอบบี้ และโรงภาพยนตร์คุณภาพระดับโลก 14 โรง, IMAX THEATRE
- ชั้น 7-9 ออฟฟิศสำนักงาน



แผนที่เมเจอร์ รัชโยธิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การออกแบบ Corporate Identity สำหรับการจัดงานเทศกาล

การออกแบบสัญลักษณ์

ในการที่นักออกแบบจะทำการออกแบบสิ่งใดก็ตามจะต้องมีขั้นตอนในการออกแบบโดยรวมแล้วสามารถแบ่งขั้นตอนในการออกแบบได้เป็น 4 ขั้นตอน

1. การออกแบบเบื้องต้น เป็นการออกแบบโดยการร่างภาพขนาดเล็กมากๆ เพื่อเป็นการแสดงแนวความคิดของผู้ออกแบบ เรียกว่า Preliminary หรือ Thumbnails
2. ขั้นกลั่นกรอง เป็นการพัฒนาแบบจากเบื้องต้น โดยนำมาคัดเลือก ออกแบบใหม่ ตรวจสอบ ขยาย หรือทำให้ดีขึ้น เรียกว่า Refinement หรือ Rough
3. ขั้นวิเคราะห์ เป็นการเลือกแบบเปรียบเทียบ เพื่อหาแบบที่ดีที่สุด เรียกว่า Analyze หรือ Comps
4. ขั้นตัดสินใจ เป็นขั้นสุดท้ายของการออกแบบ คือการนำแบบนั้นไปใช้จริง เรียกว่า Decide หรือ Print

สัญลักษณ์ชนิดต่างๆ

สัญลักษณ์ในปัจจุบันสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. ซิมโบล (Symbol) เป็นสัญลักษณ์ที่มีเฉพาะรูปภาพ ใช้กับกิจการของบริษัท หน่วยงานต่างๆ สามารถให้ความหมายด้วยตัวเอง โดยไม่มีตัวหนังสือเลย เช่น สัญลักษณ์บริษัทเชลล์ หรือ สัญลักษณ์ธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น

2. พิกโตกราฟ (Pictographs) เป็นสัญลักษณ์ที่มีเฉพาะรูปภาพ ใช้กับสาธารณะ โดยไม่มีตัวหนังสือประกอบ เป็นการใช้ภาพแทนคำพูด เช่น สัญลักษณ์ห้องน้ำ ชาย-หญิง หรือ สัญลักษณ์บอกทาง เป็นต้น

3. เลตเตอร์มาร์ค (Lettermarks) เป็นสัญลักษณ์ที่มีแต่ตัวหนังสือ ใช้กับกิจการของบริษัทและหน่วยงานต่างๆ จะต้องเป็นตัวย่อ อ่านเรียงเป็นคำๆ ไม่ได้ เช่น สัญลักษณ์ของบริษัทสามเอ็ม เป็นต้น

4. คอมบิเนชันมาร์ค (Combinationmarks) เป็นสัญลักษณ์ที่มีทั้งภาพและตัวหนังสือผสมกัน ใช้ในกิจการของบริษัท สโมสร สมาคมต่างๆ เช่น สัญลักษณ์ของเท้านิกกี เป็นต้น

5. เทรดมาร์ค (Trademarks) คือสัญลักษณ์ทั้ง 5 ชนิดที่กล่าวมาและได้รับการจดทะเบียนแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อดีข้อเสียสัญลักษณ์แต่ละชนิด

1. ซิมโบล (Symbol)

ข้อดี เป็นรูปแบบที่ง่ายและสะดวก

ข้อเสีย อาจเกิดการสับสนได้ (ซ้ำกัน) และสิ้นเปลืองมากในการพัฒนารูปแบบที่ดี

2. พิกโตกราฟ (Pictographs)

ข้อดี เป็นสากล นำไปใช้ที่ไหนก็ได้

ข้อเสีย อาจเกิดการสับสนเมื่อไปใช้ในที่ๆ ขนบธรรมเนียมต่างกันมากๆ

3. เลตเตอร์มาร์ค (Lettermarks)

ข้อดี เป็นชื่อย่อของบริษัทซึ่งง่ายแก่การจดจำ

ข้อเสีย ต้องใช้ทุนสูงในการออกแบบ

5. โลโก้ (Logo)

ข้อดี เป็นรูปที่ไม่ซ้ำใครและทำได้ง่าย

ข้อเสีย มีการซ้ำซ้อนในการมอง และจำได้ยาก

6. คอมบิเนชันมาร์ค (Combinationmarks)

ข้อดี ใช้เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายได้ดี

ข้อเสีย ซ้ำซ้อนมากในการออกแบบ

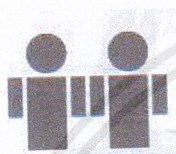
ตัวอย่างสัญลักษณ์



1. ชิม โบล

Canon

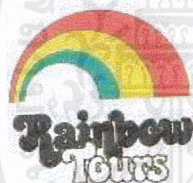
2. โลโก้



3. พิกโตกราฟ



4. เลตเตอร์มาร์ค



5. คอมบินชันมาร์ค

ประโยชน์ของสัญลักษณ์

โดยทั่วไปสัญลักษณ์ทำหน้าที่หลัก 2 ประการคือ

1. มุ่งรักษาประโยชน์ของเจ้าของกิจการ
2. ทำให้ผู้บริโภคจำสินค้าและบริการได้

ตารางแม่แบบ (Grids)

ตารางแม่แบบหรือที่เรียกว่า กริด มีความจำเป็นต่อการออกแบบสัญลักษณ์มาก กระดาษตารางกราฟที่สร้างขึ้นมาเป็นพิเศษเหล่านี้เห็นได้ชัดว่าเหมือนกับโครงไม้แบบในการสร้างตึก การเลือกความหนาของเส้น ตำแหน่งและทิศทางถูกกำหนดโดยชนิดของตาราง และช่วยให้มีทางเลือกมากมาย ในการออกแบบผลงานออกมา วิธีใช้กริดนี้จะจำกัดขอบเขตในการออกแบบจนเกินไป ถ้าไม่ทำแบบร่างขึ้นมาก่อน ดังนั้นควรใช้กริดเมื่อได้แบบร่างแล้ว และนำแบบร่างนั้นมาเข้าระบบกริด มันจะทำให้แบบนั้นเปลี่ยนแปลงตามที่ต้องการ เพื่อความเหมาะสมในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความหมายของกริด ในแง่จิตศิลปะและการออกแบบ หมายถึงตารางซึ่งสร้างขึ้นมาให้เป็นตัวโครงสร้างหรือแม่แบบ (Pattern) เพื่อช่วยให้งานที่ออกแบบนั้นสมบูรณ์ มีหลักง่ายและสะดวก เรียบร้อยยิ่งขึ้น กริดสามารถสร้างขึ้นได้หลายแบบ ขึ้นอยู่กับงานที่จะออกแบบ อาจจะเป็น สีเหลี่ยมจัตุรัส ตารางสีเหลี่ยมผืนผ้า ตารางที่เกิดจากเส้นทแยงมุม หรือเป็นตารางที่เกิดจากเส้นวงกลมก็ได้ แต่ส่วนใหญ่จะเกิดจากเส้นตรงมากกว่า จะมีรูปแบบซ้ำๆ กันหลายรูปในพื้นที่เดียวที่เรากำหนดขึ้นก็ได้

ภาพตัวอย่างการออกแบบสัญลักษณ์โดยใช้ระบบกริด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพิจารณาเลือกแบบสัญลักษณ์

ในการออกแบบสัญลักษณ์ มักจะมีผลงานออกมามากกว่า 1 แบบ จำเป็นต้องนำผลงานเหล่านั้นมาพิจารณาคัดเลือก เพื่อนำแบบที่เหมาะสมที่สุดไปพัฒนาแก้ไขให้ดีขึ้น การพิจารณาคัดเลือกสัญลักษณ์สามารถแบ่งได้ 9 ข้อคือ

1. มีความเหมาะสมของสัญลักษณ์, ความหมายของสัญลักษณ์ เข้ากับจุดประสงค์ของงานหรือไม่
 2. มีความเหมาะสมกับสิ่งที่เรานำเอาไปใช้ เช่น ในการพิมพ์ การนำไปใช้ในโทรทัศน์ หรืออื่นๆ สามารถนำไปใช้ได้หรือไม่และการนำไปย่อ ขยาย จะมีผลเปลี่ยนไปหรือไม่
 3. ความมีลักษณะพิเศษ สัญลักษณ์มีความดึงดูด น่าสนใจ มองแล้วสะดุดตาและจดจำได้ในขณะมองในเวลาสั้นๆ ได้หรือไม่
 4. ความอยู่ได้เหมือนเดิม สัญลักษณ์นั้นจะมีความรู้สึกว่าจะอยู่ได้นานโดยไม่ล้าสมัยในเวลาอย่างน้อย 5-10 ปีหรือไม่และต้องไม่เป็นการออกแบบที่แสดงถึงความนิยมในปัจจุบันในขณะออกแบบ
 5. ความสามารถที่จะอยู่ในความทรงจำ ก่อให้เกิดความทรงจำ ได้นานและชัดเจนหรือไม่สามารถจดจำได้เมื่อเห็นเพียงครั้งเดียวหรือไม่ ง่ายแก่การบอกเล่า และง่ายต่อการนำไปวาดหรือนำไปเขียนต่อ
 6. นำไวใจได้ และไม่มีภัยต่อสังคม
 7. สามารถนำไปใช้ได้โดยไม่เกิดความสับสน เมื่อมองมุมผิดไปจากเดิมและรวม ได้ดีกับ
- Logotype
8. สามารถตอบสนองความต้องการของบริษัทในความเป็นสากลนิยมได้
 9. มีสีเฉพาะ จะตั้งใจให้มีสีแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันของบริษัทหรือไม่ ความแตกต่างนั้นมีความหมายหรือไม่ ดีหรือไม่ดีเมื่อใช้หลายสี

ตัวอย่าง การออกแบบสัญลักษณ์สำหรับการจัดงานเทศกาล

Heineken Fat Festival

Heineken Fat Festival เป็นเทศกาลที่รวบรวมทุกความบันเทิงไว้ด้วยกันไม่ว่าจะเป็นการแสดงดนตรี, จัดฉายภาพยนตร์สั้น, การแสดงคอนเสิร์ต, มุมหนังสือทำมือและความสนุกความบันเทิงมากมายที่มีให้เลือกชมตลอดทั้งงาน โดยมีคลื่นวิทยุ 104.5 Fat Radio และ Heineken เป็นผู้จัดงานในทุกๆ ปี

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการจัดงาน

- ไปสเตอร์ Heineken Fat Festival



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำมาประยุกต์ใช้กับงานครั้งที่ 2



- ไปสเตอร์ Heineken Fat Festival 2



เมื่ออยู่ในสถานที่จริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำมาประยุกต์ใช้กับงานครั้งที่ 3



- ไปสเตอร์ Heineken Fat Festival 3



เมื่ออยู่ในสถานที่จริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำมาประยุกต์ใช้กับงานครั้งที่ 4



- โปสเตอร์ Heineken Fat Festival 3



เมื่ออยู่ในสถานที่จริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบบัตรเชิญและสูจิบัตร

ลักษณะตัวหนังสือในระบบการพิมพ์

ลักษณะรูปตัวหนังสือที่ใช้ในการพิมพ์ต่างๆ ไปตัวหนังสือจะเป็นตัวหนังสือไทย หรือหนังสืออะไรก็ตาม เมื่อนำมาใช้พิมพ์จะแยกใช้เป็นสองกลุ่มคือ

1. Display face
2. Book face

Display face เป็นตัวหนังสือตัวโตๆ เอามาใช้ในการบรรยายหัวเรื่อง จุดประสงค์ใหม่ของตัวหนังสือพวกนี้คือ เอามาใช้สำหรับเรียกความสนใจ บอกเรื่องราว ฉะนั้นตัวหนังสือแบบนี้ในการออกแบบเราจะออกแบบมาเพื่อเรียกความสนใจ จากผู้อ่านเรื่องนั้น และบางครั้งการออกแบบรูปหนังสือ เราถือจุดสำคัญว่า การเรียกร้องความสนใจนั้นสำคัญกว่าเรื่องอื่น แม้หนังสือจะอ่านยากไปบ้างก็ไม่เป็นไร Book face หรือ Book type ใช้สำหรับเรียงเนื้อเรื่องทั้งหลาย ทั้งปวงที่ปรากฏในหนังสือเล่มนั้น ตัวหนังสือลักษณะนี้ จำเป็นต้องออกแบบให้อ่านง่าย และอ่านได้สะดวก

แบบตัวพิมพ์ภาษาไทย (แบ่งตามขนาด)

ลักษณะของตัวหนังสือไทยที่ใช้ในการพิมพ์นั้นถ้าพูดถึงตามขนาดแล้วอาจจะแบ่งได้ 4 ประเภท คือ

1. ตัวจิว คือตัวหนังสือที่มีขนาดประมาณ 14-15 พอยท์ ปกติแล้วใช้สำหรับ Foot note เป็นส่วนใหญ่ คือใช้อธิบายเรื่องราวข้างบน แต่บางครั้งหนังสือพิมพ์ก็ใช้ตัวจิวเป็นเนื้อเรื่องเหมือนกัน
2. ตัวธรรมดา เป็นตัวหนังสือที่มีขนาดประมาณ 18-21 พอยท์ ใช้สำหรับเป็นตัวเรียงเนื้อเรื่องโดยเฉพาะ
3. ตัวกลาง เป็นตัวหนังสือที่มีขนาดประมาณ 28 พอยท์
4. ตัวโป่ง เป็นตัวหนังสือที่มีขนาดประมาณ 24 พอยท์ขึ้นไป

ความสนใจของผู้อ่านที่มีต่อหน้าซ้ายมือและขวามือ

ในตอนแรกของการออกแบบหนังสือ คนเรามีความรู้สึกว่าหน้าขวามือสำคัญ เพราะเป็นหน้าที่อยู่บนปกหนังสือเมื่อปิดปก และเมื่อเปิดปกอ่านแล้ว สายตาจะตกลงบนหน้าขวามือก่อนเสมอไป จึงได้กำหนดให้หน้า 1 เป็นหน้าขวามือ

การออกแบบหนังสือในยุคแรกๆ ได้ย้่าความสำคัญที่หน้าขวามือมากกว่าซ้ายมือ การขึ้นบทใหม่ ขึ้นเรื่องใหม่มักขึ้นที่หน้าขวามือ ภาพก็ดี การเล่นตัวหนังสือหัวเรื่องก็ดี เริ่มที่ขวามือทั้งสิ้น หน้าซ้ายมือโดยมากมักปล่อยแบบไปตามอัตโนมัติ คือเป็นหน้าที่มีเรื่องต่อจากขวามือก็เรียงเป็นคอลัมน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือเป็นหน้าต่อไป โดยมีได้ออกแบบทำอะไรเป็นพิเศษ แต่ความรู้สึกอันนี้ ได้มีการเปลี่ยนแปลงจากการศึกษาถึงลักษณะการอ่านหนังสือแมกกาซีน และหนังสือเล่ม เราทราบว่าในขณะที่หนึ่งผู้อ่านจะเห็นหน้าซ้ายมือและขวามือพร้อมกัน ทุกๆ ช่วงตอนของการอ่านหนังสือ เมื่อเป็นดังนั้น นักออกแบบหนังสือในช่วงยุคหลังๆ ได้เกิดความคิดว่าสายตาคงที่ใดก่อนไม่สำคัญ แต่ในช่วงขณะหนึ่งผู้อ่านจะต้องเห็นหน้าซ้ายมือและขวามือ สองหน้าพร้อมกัน การออกแบบจึงได้ถือเอา หน้าทั้งสองหน้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยการเล่นตัวหัวเรื่องคาบเกี่ยวกันบ้าง ทำให้สองหน้านั้นผูกพันกันเป็นหน่วยเดียว เมื่อเป็นดังนี้ ลักษณะการเขียนหนังสือไทยเราจะเขียนจากซ้ายไปขวา ผู้อ่านก็ต้องมาเริ่มอ่านจากหน้าซ้ายมือ การออกแบบก็ต้องมีจุดย่ำทางหน้าซ้ายมือให้เด่นชัดขึ้น ในลักษณะของการออกแบบหนังสือใหม่ๆ นี้ หน้าซ้ายมือและหน้าขวามือ จะมีความสำคัญพอๆ กัน หรือบางทีหน้าซ้ายมือจะมีความสำคัญและเรียกร้องความสนใจได้มากกว่าหน้าขวามือเสียอีกก็มี เมื่อกางหนังสือออกดูสองหน้าพร้อมๆ กันไม่ว่าจะเป็นแมกกาซีน หนังสือพิมพ์ หรือหนังสือเล่ม ผู้อ่านจะสนใจมุมริมขอบบนสุดมากกว่าที่แห่งอื่น แล้วความสนใจจะน้อยลงไปตามลำดับ ในเมื่อตำแหน่งของหนังสือเลื่อนต่ำลงมาด้านล่าง และความสนใจจะน้อยลงไปตามลำดับ ในเมื่อความสนใจค่อยเลื่อนไปตามรอยพับตรงกลาง ถ้าจะเขียนเป็นภาพจะได้ดังนี้

ภาพแสดงความสนใจที่ผู้อ่านมีต่อหน้าซ้ายมือและขวามือ

1	2	3	3	2	1
2	3	4	4	3	2
3	4	5	5	4	3
4	5	6	6	5	4
5	6	7	7	6	5

หน้าซ้ายมือ

หน้าขวามือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

เทศกาลภาพยนตร์

ภาพยนตร์ คือ ประดิษฐกรรมของมนุษย์ที่ว่าด้วยภาพติดตาที่เคลื่อนไหว 24 เฟรมต่อวินาที เกิดขึ้นและพัฒนาไปพร้อมๆ กับวิวัฒนาการของเครื่องฉายและกล้อง เป็นนัยยะทางประวัติศาสตร์ นักวิทยาศาสตร์บอกว่า ภาพยนตร์จะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่มีการคิดค้นและพัฒนาการของแผ่นฟิล์มไวแสงที่ใช้บันทึกเรื่องราว นั่นก็เป็นนัยยะทางวิทยาศาสตร์ที่ถูกต้องนักมนุษยนิยมบอกว่าภาพยนตร์ทำหน้าที่บอกเล่าความเป็นไปของมนุษย์เพื่อมนุษย์และโดยมนุษย์

ภาพยนตร์สั้น

บางครั้งอาจมีความสับสนว่าภาพยนตร์หรือ “หนัง” ที่เราเรียกกัน ลักษณะอย่างไรจึงจัดว่าเป็นหนังสั้น และหนังสั้นเหมือนกับนวนิยายเรื่องสั้น (Short story) ละคร ภาพถ่าย ภาพเขียน หรือเป็นส่วนหนึ่งของหนังสือบันเทิงหรือไม่

หากอธิบาย “หนังสั้น” โดยเปรียบเทียบกับ “เรื่องสั้น” ในความหมายของหนังสั้นที่ยึดถือตามธรรมเนียมปฏิบัติ คือ หนังที่มีความยาวไม่เกิน 30 นาที มีรูปแบบหรือสไตล์หลากหลาย ทั้งที่ใช้การแสดงสด (Live action film) หรือ (Animation film) ก็ได้

การกำหนดความยาวของหนังสั้นด้วยเวลาที่แน่นอน เพราะเนื่องจากหนังที่มีความยาวเกินกว่า 30 นาที จะมีรูปแบบของการเข้าถึงตัวละครและโครงเรื่องต่างจากหนังสั้นที่มีความยาวไม่เกิน 30 นาที หนังที่มีความยาวตั้งแต่ 30-60 นาที จะมีโครงเรื่องที่ซับซ้อนกว่า การกำกับอารมณ์ของคนดูว่าตอนไหนควรเร่งรีบ ตอนไหนควรทิ้งหรือถ่วงเวลาเพื่อให้คนดูสนุกสนาน ส่วนหนังสั้นนั้นมีเวลาจำกัดไม่สามารถทอดอารมณ์หรือเล่นอารมณ์กับคนดูได้มากนัก จึงต้องเข้าถึงตัวละครอย่างรวดเร็วและทำโครงเรื่องให้ง่ายไม่ซับซ้อนเพื่อให้คนดูเข้าใจเรื่องได้ในเวลาที่จำกัด

ยุโรปในช่วงทศวรรษที่ 60 สังคมและวัฒนธรรมได้เปลี่ยนไป พวกกลุ่มนักทำหนังอิสระได้เติบโตขึ้น การทำหนังสั้นของกลุ่มคนเหล่านี้เพื่อใช้เป็นบันไดไต่เต้าไปทำหนังเรื่องใหญ่ต่อไป

ในยุคนี้มีการนำฟิล์ม 8 มม. และ 16 มม. มาใช้ ทำให้การสร้างภาพยนตร์ง่ายขึ้น สามารถเป็นไปได้ในกลุ่มคนที่กว้างขึ้น อย่างเช่น ศิลปิน Andy Warhol ที่ข้ามสีมาเลือกใช้ภาพยนตร์แสดงผลงานศิลปะของตน ซึ่งการใช้ฟิล์มง่ายและประหยัดนี้ทำให้โรงเรียนภาพยนตร์แพร่กระจายไปทั่วสหรัฐอเมริกา ทำให้การทำหนังสั้นเป็นจุดเชื่อมต่อของนักศึกษาที่เรียนภาพยนตร์ อย่างเช่น

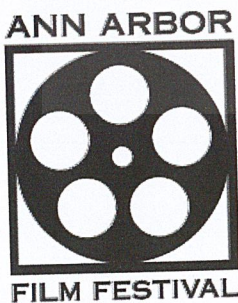
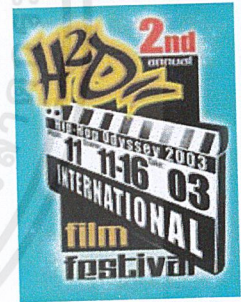
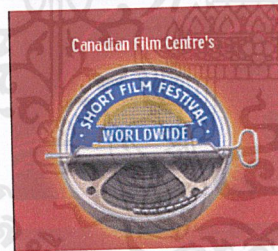
- George Lucas กำกับหนังนักเรียนเรื่อง "THX 1138" (1966)

- Martin Scorsese กำกับเรื่อง "It's Not Just You, Murray" (1964) นอกจากนี้ยังมี Oliver Stone, Francis Ford, Coppola, Steven Spielberg เป็นต้น นักเรียนเหล่านี้ได้กลายเป็นผู้กำกับที่มีชื่อเสียงต่อมา ซึ่งล้วนผ่านการทำหนังสั้นนักเรียนมาทั้งสิ้น

ความเคลื่อนไหวของหนังสั้นในระดับนานาชาติ ได้เกิดสมาคมโรงเรียนภาพยนตร์นานาชาติ (International Organization of Film School, CILECT) มีบทบาทในการศึกษาและสนับสนุนหนังสั้นของนักเรียน โดยจัดให้มีเทศกาลภาพยนตร์นักเรียนขึ้นปีละ 2 ครั้ง โดยเน้นโรงเรียนภาพยนตร์ในยุโรป และเทศกาลภาพยนตร์นักเรียนประจำปีที่สนับสนุนโดย Hochschule ในเมือง Munich นอกจากนี้ยังมีเทศกาลภาพยนตร์ที่สำคัญจัดปีละ 2 ครั้ง คือ Tel Aviv Film Festival ในเทศกาลภาพยนตร์เหล่านี้มีความสัมพันธ์กับสมาคมโรงเรียนภาพยนตร์นานาชาติ หรือ CILECT โดยเน้นที่งานหนังของนักเรียนที่สังกัดสมาชิก ส่วนเทศกาลภาพยนตร์ Oberhausen ในเยอรมัน และเทศกาลภาพยนตร์ Clement Ferrand ในฝรั่งเศสต่างก็สนับสนุนหนังสั้นทั้งสิ้น ซึ่งรวมถึงหนังทดลอง หนังสาระคดี และหนังอนิเมชัน นอกจากนี้ CILECT ยังมีบทบาทสำคัญในการแลกเปลี่ยนบุคลากรที่มีความรู้เชี่ยวชาญทางด้านภาพยนตร์ให้ความรู้แก่นักเรียนที่โรงเรียนสังกัดสมาชิกอยู่ทั่วโลกอีกด้วย

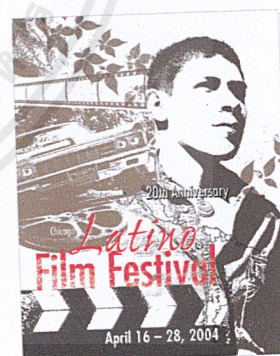
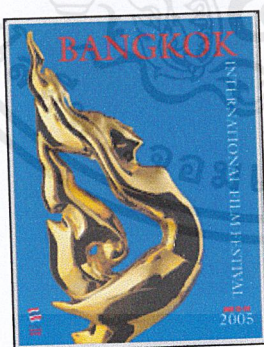
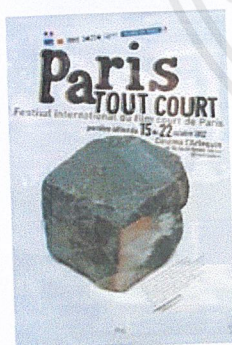
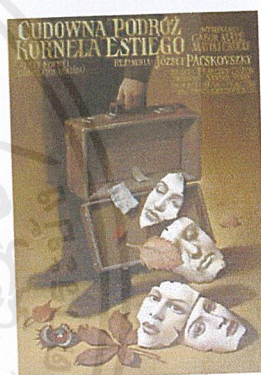
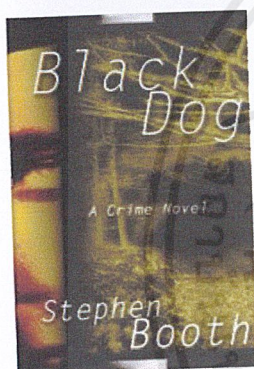
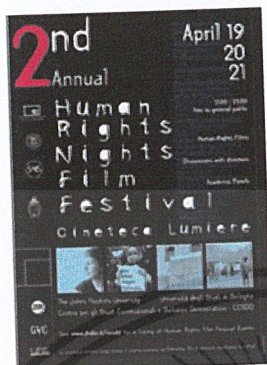
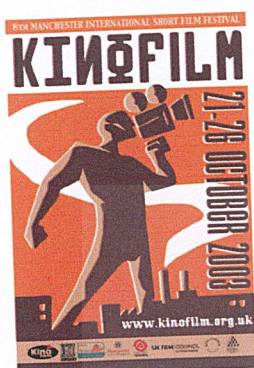
ปัจจุบันหนังสั้นและหนังสาระคดียังคงสร้างกันในโรงเรียนและฉายอยู่ตามเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ ทั่วสหรัฐอเมริกาและยุโรป ส่วนภาพยนตร์สั้นในรูปแบบอื่นๆ เช่น มิวสิควิดีโอ หนังโฆษณา ยังเป็นที่ต้อนรับให้นักสร้างหนังหน้าใหม่ได้แสดงความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีวีดีโอแพร่กระจายไปอย่างกว้างขวาง ยิ่งเป็นการทำให้หนังสั้นได้รับความนิยมมากขึ้นตามไปด้วย

ตัวอย่าง สัญลักษณ์เทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ



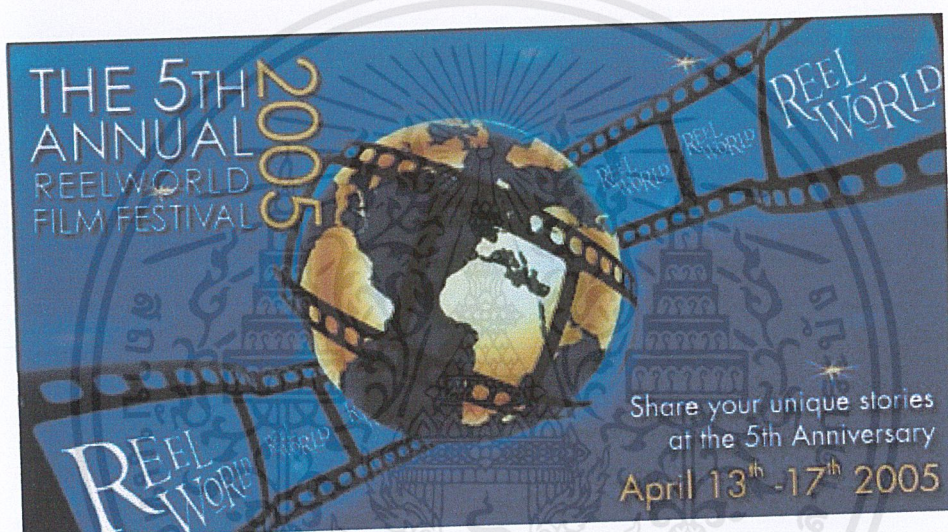
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่าง โปสเตอร์เทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่าง Banner และชงเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของภาพยนตร์สั้น

หนังที่มีความยาวไม่เกิน 30 นาที ทั้งที่ใช้การแสดงสด (Live action) และเทคนิคอนิเมชัน จัดเป็นหนังสั้น ซึ่งแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

1. หนังสอนิเมชัน (Animation)

หนังสอนิเมชัน หรือหนังการ์ตูน เป็นส่วนหนึ่งของทัศนศิลป์ เป็นที่นิยมแพร่หลาย และถือเป็นวัฒนธรรมมวลชนด้วย หนังสอนิเมชันเป็นงานสร้างสรรค์ที่อาศัยศิลปะ ทักษะ และระยะเวลายาวนาน จึงต้องใช้ความพยายาม มีความอดทนสูง ในการผลิต

หลักสำคัญของการผลิตหนังสอนิเมชันคล้ายคลึงกับหนังที่ใช้การแสดงสด แต่แทนที่จะใช้คนแสดงกับใช้การเขียนภาพ และใช้วัตถุต่างๆ สร้างให้เกิดการเคลื่อนไหวได้ เช่น ดินน้ำมัน หุ่น คัทเออร์ หรือการใช้การแสดงสดที่ใช้เทคนิคการถ่ายทำต่างๆ ดังที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น

ปัจจุบันการถ่ายทำหนังสอนิเมชันมีการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการเขียนภาพ สร้างภาพเคลื่อนไหว การทำภาพพิเศษต่างๆ ตลอดจนใช้การลำดับภาพตัดต่อและใส่เสียง จึงทำให้กระบวนการผลิตหนังสอนิเมชันสั้นลงและง่ายขึ้น

2. หนังสทดลอง (Experimental)

ในช่วงทศวรรษ 1970 และ 1980 ความนิยมใช้กล้องวิดีโอที่สามารถพกพาไปที่ต่างๆ ได้ ทำให้เกิดศิลปินรุ่นใหม่ ๆ ขึ้น มีการทดลองสร้างสรรค์ภาพต่างๆ ที่ตัวเองต้องการ เช่น Video Walls ในสหรัฐอเมริกา

นับแต่ทศวรรษ 1990 จนถึงปัจจุบัน มีการประยุกต์สื่อเข้าด้วยกัน เรียกว่า Multimedia กลายเป็นเครื่องมือสำหรับคนรุ่นใหม่ที่ใช้สร้างผลงานของตนเองในรูปแบบใหม่ๆ ทำให้เส้นแบ่งระหว่างภาพยนตร์และวิดีโอเริ่มเลือนลาง

เนื้อหาของหนังสทดลองส่วนใหญ่ เป็นเรื่องที่แต่งขึ้น เช่น อาจเป็นเรื่องเดียวกับแนววิทยาศาสตร์ (Sci-fi Short) โลกแห่งจินตนาการ อวกาศ พัฒนาการทางวิทยาศาสตร์ไปสู่ความเป็นจริง แนวอุปมาแฝง (Metaphorical Short) โดยการเปรียบเทียบให้เห็นถึงความเป็นจริง, แนวแฟนตาซี (Fantasies) เป็นโลกแห่งจินตนาการอีกประเภทหนึ่งที่ทำให้เห็นถึงความเพ้อฝัน ช่วยเยียวยาความปวดร้าวต่างๆ ทางจิต, แนวตลก ล้อเลียน (Parodies) เช่น ใช้ล้อเลียนบุคคล เหตุการณ์ให้ตลกขบขัน, แนวบันทึกความทรงจำ (Memories) เป็นเรื่องเกี่ยวกับความทรงจำของใครบางคนให้เห็นในแง่มุมต่างๆ เป็นต้น

3. หนังสือคร (Corporate)

คือหนังสือที่บริษัทธุรกิจการค้าประเภทต่างๆ หรือสถาบันที่ไม่ใช่การค้า องค์กรหรือหน่วยงาน รัฐบาลสร้างขึ้นเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ อธิบายแนวความคิดใหม่ๆ หรือกลวิธีใหม่ๆ ใช้สำหรับการให้ความรู้ ให้การศึกษา และฝึกหัดเจ้าหน้าที่ เป็นต้น เดิมเรียกว่า “Industrial” แต่ในปัจจุบัน เรียกว่า “Corporate”

วัตถุประสงค์ของหนังสือครยังใช้เพื่อเป็นการสื่อสารให้ข้อมูลขององค์กรเพื่อเน้นให้คนดู เข้าใจ หรือยืนยันเป้าหมายวัตถุประสงค์และเตือนความทรงจำ ซึ่งหนังสือส่วนใหญ่เหล่านี้ผลิตขึ้นมาใน รูปของวิดีโอมากกว่าใช้ฟิล์มภาพยนตร์มีการใช้ภาพเทคนิคพิเศษ เช่น คอมพิวเตอร์กราฟิก, อนิเมชัน สารคดีหรือการแสดง เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนดูและบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทที่วางไว้

4. หนังสือโฆษณา (Commercials)

หนังสือโฆษณาคือหนังสือที่สั้นมาก โดยทั่วไปมีความยาวเพียง 15 วินาที หรือ 30 วินาที แต่ให้ พลังมหาศาลกับคนดู

โครงสร้างของภาพยนตร์โฆษณามีตอนเริ่มแรก ตอนกลาง และตอนจบ โครงสร้างเงื่อนไข ข้อขัดแย้งในตอนแรกเริ่ม จากนั้นเป็นการชักจูงคนดูให้แก้ไขปัญหา ข้อขัดแย้งด้วยการซื้อสินค้านั้น เนื้อหาของหนังสือโฆษณาสั้น กระชับ จึงเป็นงานที่ทำขายสำหรับคนหนุ่มสาวที่จะแสดงความสามารถ ของตนเอง แต่สิ่งที่กล่าวถึงหนังสือโฆษณาที่ต่างจากหนังสือสั้นอื่น มีการลงทุนสูง และมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การขายสินค้า โดยการซื้อสื่อโทรทัศน์เป็นเครื่องมือ มากกว่าจะเป็นงานสร้างสรรค์เพื่อสังคมหรือ ศิลปะเป็นหลัก อย่างไรก็ตามยังมีหนังสือโฆษณาเพื่อสังคม (Public Service Announcements หรือ PSA) เป็นหนังสือโฆษณาที่ให้เห็นถึงความห่วงใยของสังคม หรือเตือนให้คนในสังคมนั้นระมัดระวังภัยต่างๆ หรือให้คนในสังคมร่วมพลังเพื่อประโยชน์กับส่วนรวม เป็นต้น

ในปัจจุบันการโฆษณาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อโทรทัศน์ ได้พัฒนาไปเป็นรูปแบบใหม่ๆ มาก ขึ้นที่คนดูเกือบไม่สังเกตเห็น เช่น โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ หรือการใช้สินค้าสอดแทรกใน หนังสือบันเทิงที่เป็นรูปแบบหนึ่งของการโฆษณาแฝงด้วย เป็นต้น

5. มิวสิควิดีโอ (Music Videos)

มิวสิควิดีโอเป็นหนังสือสั้น แต่ใช้เพลง ดนตรี และทำนองเป็นพลัง ไม่เน้นเนื้อเรื่องแต่ใช้ภาพ เป็นเพียงส่วนประกอบเติมแต่งให้กับเพลง และดนตรี มิวสิควิดีโอจึงเป็นงานสร้างสรรค์เพื่อการค้า ในธุรกิจเพลงเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม ทั้งหนังสือโฆษณาและมิวสิควิดีโอมักเป็นที่ฝึกฝนประสบการณ์ของผู้กำกับภาพ-ยนตร์ที่มีชื่อเสียงมาแล้วหลายราย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลเบื้องต้น

การจัดงานแต่ละครั้ง สัญลักษณ์เป็นส่วนสำคัญที่จะบอกงานนั้นมีลักษณะเป็นอย่างไร งานระดับไหน ประเภทใด ถือเป็นตัวแทนที่บอกถึงงานเหล่านั้น การออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงความเหมาะสม ความสวยงาม และความหมายที่แสดงถึงการจัดงานนั้นๆ อยู่ด้วย ตัวอย่างของงานสัญลักษณ์ ที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นงานออกแบบกราฟิกสำหรับการจัดงานที่ดีมากหลายๆ งาน เช่น สัญลักษณ์ของโอลิมปิก, การแข่งขันฟุตบอลโลก, งานเอ็กซ์โปร์ เป็นต้น อันเป็นตัวอย่างที่ดี ที่จะสามารถนำมาเป็นต้นแบบในการศึกษาและเปรียบเทียบเพื่อเป็นแนวทางในการทำงาน

แนวคิดหลักของงาน

จากการศึกษาข้อมูลการจัดงานต่างๆ สามารถสรุปได้ว่า การจัดงานแต่ละครั้งนั้นมักจะมีการตั้งชื่อ Theme ของงานที่เหมาะสมกับการจัดงานในครั้งนั้น และมักจะเป็นชื่อหลักที่นำไปใช้ประชาสัมพันธ์งาน และจะมีชื่องานจริงๆ เป็นตัวบอกงานนั้น คืองานอะไร

เนื่องจากงาน Fat Film Festival III นี้ ฉายหนังที่ถูกคัดเลือกจากการประกวดในงานประกวดหนัง...มัน...มัน เอาเพลงมาทำเป็นหนัง ครั้งที่ 3 ดังนั้นจึงใช้ชื่อของงานในครั้งนี้เป็น Theme โดยมีแนวคิดหลักในการออกแบบ คือการใช้คำว่า มัน มัน มัน มาเล่นกับความหมายในลักษณะพ้องรูป พ้องเสียงและใช้ภาพ ซึ่งสามารถสื่อเป็นสิ่งที่ต่างๆ ตามคำนั้นๆ ได้ เช่น คำว่า มัน จะแทนด้วยกระเป๋ามัน เพราะกระเป๋ามันจะเป็นสิ่งที่วัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของงาน นิยมใช้กัน คำว่า มัน จะแทนด้วย French fry เนื่องจากมีคุณสมบัติทำมาจากมันฝรั่ง และเป็นของทอดที่มัน ซึ่งจะมีความหมายตรงตัวคือ มัน คำว่า มัน จะแทนด้วยเสื้อเอวลอย เป็นต้น และนำแนวคิดหลักนี้มาดัดแปลงใช้กับการแบ่งประเภทของหนังทั้ง 6 ประเภท คือ หนัง มัน ซิ่ง, หนัง มัน เสรี, หนัง มัน ฮา, หนัง มัน บู้, หนัง มัน หลอน และ หนัง มัน ไม่นิ่ง เป็นต้น

การออกแบบสัญลักษณ์สำหรับการจัดงาน

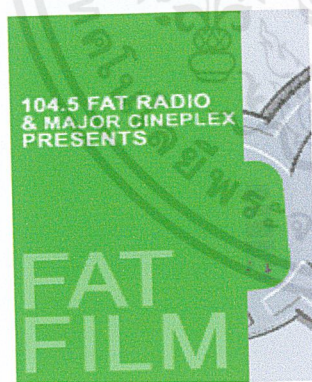
การออกแบบกราฟิกสำหรับการจัดงาน Fat Film Festival ใน 2 ครั้งที่ผ่านมา ไม่มีการออกแบบสัญลักษณ์ที่แน่นอน อาจเพราะเป็นการจัดงานที่อยู่ในวงแคบๆ แต่การจัดงานครั้งนี้เป็นการแสดงให้เห็นว่า เทศกาลหนังสั้นของ คลื่นวิทยุ 104.5 FAT RADIO จะไม่ใช่เทศกาลหนังสั้นที่อยู่ในวงจำกัดอีกต่อไป จึงต้องการออกแบบสัญลักษณ์ให้มีเอกลักษณ์ได้มาตรฐาน เหมาะสมกับการใช้งานมากขึ้นและสามารถใช้ได้กับงานในครั้งต่อไปได้

ตัวอย่างสัญลักษณ์ Fat Film Festival ที่ผ่านมา

FAT
FILM



ตัวอย่างโปสเตอร์



สรุปแนวทางในการออกแบบสัญลักษณ์ สำหรับการจัดงานในครั้งนี้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. สัญลักษณ์สำหรับงาน Fat Film Festival
 - ต้องแสดงให้เห็นถึงงานว่าเป็นงานที่เกี่ยวกับ หนังและเพลง
 - ต้องมีความสากลที่บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจได้
2. สัญลักษณ์สำหรับการจัดงาน Fat Film Festival III
 - ต้องแสดงให้เห็นถึงบรรยากาศโดยรวมของงานคือ ความสนุก ความมันและความคิดสร้างสรรค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การออกแบบ

การนำเสนอในการออกแบบ

ส่วนที่ 1 สัญลักษณ์สำหรับการจัดงาน

- สัญลักษณ์หลักของงาน Fat Film Festival
- สัญลักษณ์งาน Fat Film Festival III หนึ่ง มั่น สั้น เอาเพลงมาทำเป็นหนังครั้งที่ 3
- สัญลักษณ์สำหรับประเภทของภาพยนตร์

ส่วนที่ 2 Stationary

- กระดาษเขียนจดหมาย
- ซองจดหมาย

ส่วนที่ 3 สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

- Banner, ธงราว, โปสเตอร์, สูจิบัตร, บัตรเชิญ
- หมวก, เสื้อ, บัตร Staff
- สื่อโฆษณาทางวิทยุ

ส่วนที่ 4 ของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์

- ของซีดี, เข็มกลัด, ถุง

แบบตราสัญลักษณ์ที่พัฒนาจนได้รูปแบบที่สมบูรณ์

การออกแบบสัญลักษณ์ของงานเทศกาลหนัง มั่น สั้น ในครั้งนี้ ต้องการสื่อรูปแบบของงานที่นำเพลงมาทำเป็นหนังของคลื่น Fat Radio จึงนำตัว F ของชื่อคลื่นวิทยุนี้มาใช้ และนำกราฟิกที่สื่อถึงฟิล์มหนัง คือ รุหนามเตย มาประกอบกับตัว F และใช้ตัวกยูงแจซอลเพื่อสื่อถึงเพลง

การพัฒนาแบบร่างสัญลักษณ์สำหรับงาน Fat Film Festival

รูปแบบที่ 1

เนื่องจากต้องการสื่อถึงความเป็น หนังสือและเพลง จึงใช้ตัวกุญแจซอลกับกลัฟฟิล์ม



รูปแบบที่ 2

ดัดแปลงมาเป็นบรรทัด 5 เส้นและตัวโน้ต



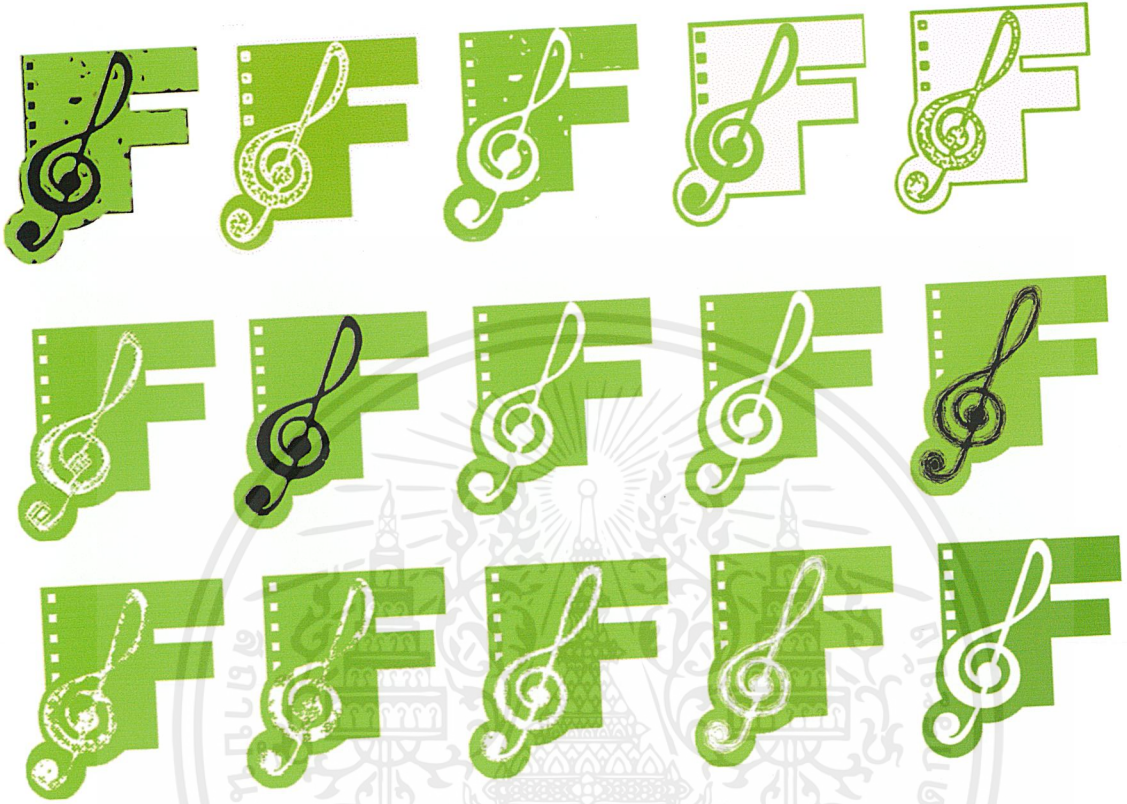
รูปแบบที่ 3

ต้องการให้สัญลักษณ์มีความเป็นสากลและสามารถจดจำได้ง่าย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบที่ 4
การลองพัฒนาสัญลักษณ์ที่เลือกในแบบต่างๆ



เมื่อนำมาจัดวางกับตัวอักษร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาแบบร่างสัญลักษณ์ หนังสัมนัน

สัญลักษณ์ที่ออกแบบ

เมื่ออยู่บนพื้นดำ

แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3



สัญลักษณ์ เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับแต่ละประเภทของหนัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์

ของที่ระลึกในงานเป็นอีกส่วนหนึ่งที่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้



เสื้อแบบที่ 1



เสื้อแบบที่ 2

-เข็มกลัด



-หมวก, ปากกา, กระเป๋าใส่ CD, ถุง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

ผลงานจริง

สัญลักษณ์ของงาน

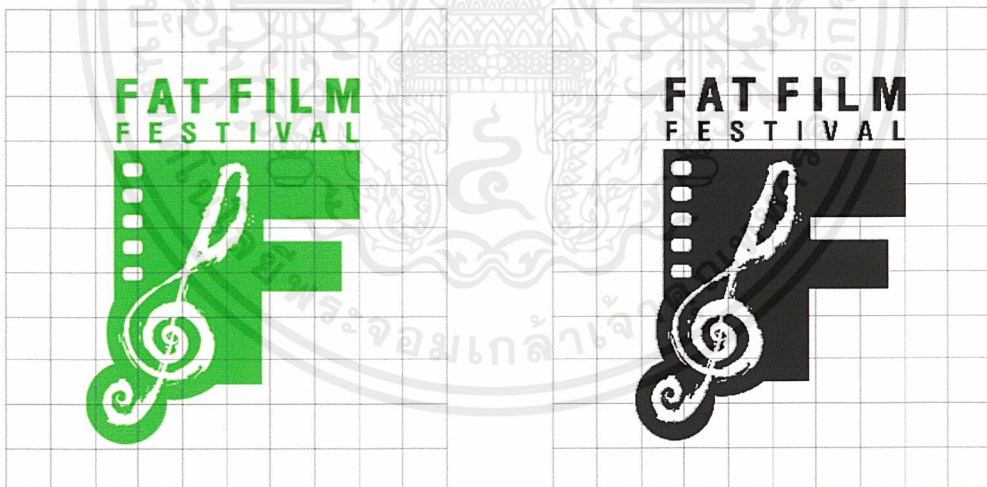
1. สัญลักษณ์ Fat Film Festival

การออกแบบโลโก้ของงานเทศกาลหนัง มั่น สั้น ในครั้งนี้ ต้องการสื่อรูปแบบของงานที่นำเพลงมาทำเป็นหนังของคลื่น Fat Radioจึงนำตัว F ของชื่อคลื่นวิทยุนี้มาใช้ และนำกราฟิกที่สื่อถึงฟิล์มหนัง คือ รุหนามเตย มาประกอบกับตัว F และใช้ตัวกุญแจซอลเพื่อสื่อถึงเพลง

สีที่ใช้คือ สีเขียว รหัสสี C-70 M-10 Y-95 BL-0 เพื่อให้มีความสัมพันธ์กับสัญลักษณ์ของคลื่น Fat Radio และผู้สนับสนุนหลักคือไฮเนเก้นที่มีสัญลักษณ์สีเขียว ซึ่งเป็นผู้จัดทำงานนี้ขึ้นมา

สัญลักษณ์ที่ออกแบบ

เมื่อเป็นขาว-ดำ



(Grid system)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. สัญลักษณ์ Fat Film Festival III เทศกาลหนัง มัน สั้น เอาเพลงมาทำเป็นหนังครั้งที่ 3

สัญลักษณ์ที่ออกแบบ

เมื่ออยู่บนพื้นดำ



3. สัญลักษณ์สำหรับแต่ละประเภทของหนัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจ

สื่อสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจ เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ Corporate Identity เป็นการนสัญลักษณ์ มาใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับการติดต่อทางธุรกิจ การออกแบบจะดูถึงความเหมาะสมของสัญลักษณ์ ที่จะสื่อสารหรือแสดงถึงภาพลักษณ์ของบริษัทหรืองานนั้น ให้เห็นเด่นชัด

1. กระดาษเขียนจดหมาย

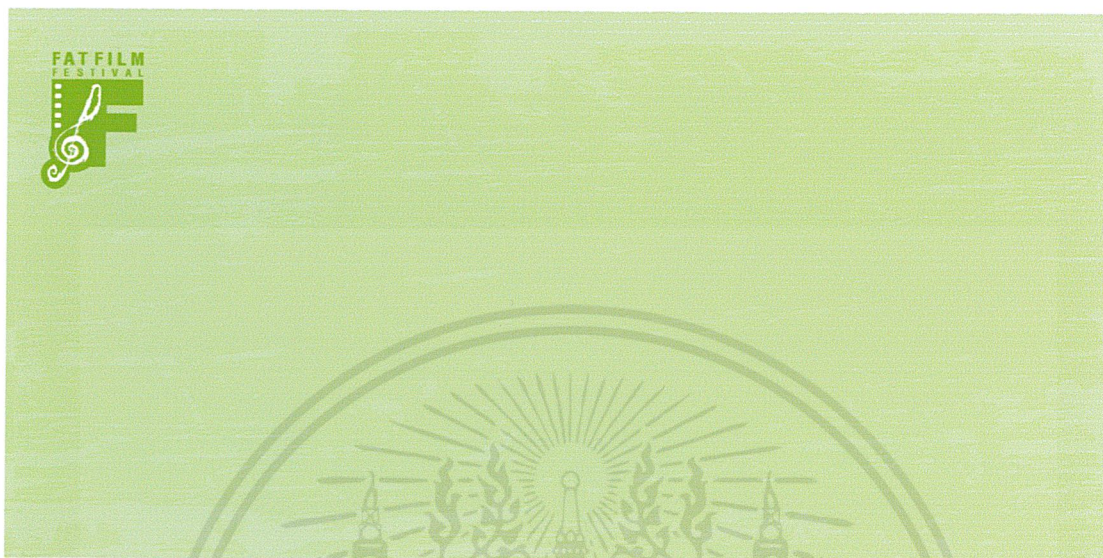
มีขนาด 21x30 ซม. พิมพ์บนกระดาษ Conqueror ขนาด 100 แกรม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ซองจดหมาย

มีขนาด 11.5x23.5 ซม. พิมพ์บนกระดาษ Conqueror ขนาด 120 แกรม



สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ

1. บัตร Staff

มีขนาด 5.7x9 ซม.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. โปสเตอร์

โปสเตอร์เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ Corporate Identity จะเป็นการนำเอาแนวคิดหลักของงานมาเป็นตัวออกเรื่องราวในโปสเตอร์ ขนาด 40x60 ซม.

เทศกาล หนัง มั่น สั้น
เอาเพลงมาทำเป็นหนังครั้งที่ 3

มั่น

สั้น

หนัง

3 กุมภาพันธ์ รวมพล คน มั่น สั้น
ณ เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ รัชโยธิน

สนับสนุนความมั่นโดย **104.9 Fat Radio** **Heineken** **MAJOR CINEMAS**

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่ แพต ตรีโอ โทโต มั่นมั่น 0-2641-5394 หรือ www.thisisclck.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. BANNER

Banner จะเป็นอีกสื่อหนึ่งที่จะบอกแนวคิดหลักของงาน และรายละเอียดหลักของงาน ขนาด 200x 50 ซม.



4. ชงราว

ชงเป็นสื่อที่จะบอกรายละเอียดและแนวคิดหลัก เช่นเดียวกับกับBanner และชงก็สามารถดูจอกลุ่มเป้าหมายได้ มองเห็นได้ในระยะไกล สำหรับคนที่ผ่านไปมาทั้งคนที่ขับรถ และคนเดินเท้า ขนาด 100x30 ซม.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่ออยู่ในสถานที่จริง



5. BANNER เพื่อบอกประเภทของหนังสือทั้ง 6 ประเภท

มีขนาด 30x40 ซม.

1. ประเภท Romance
หนังสือ มั่น ตั้ง



2. ประเภท Drama
หนังสือ มั่น เสร้า

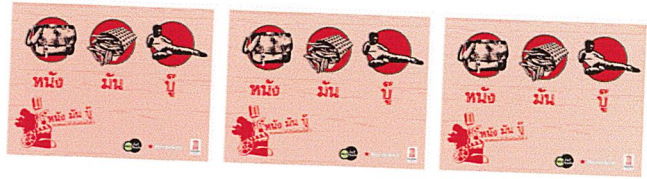


3. ประเภท Comedy
หนังสือ มั่น ฮา

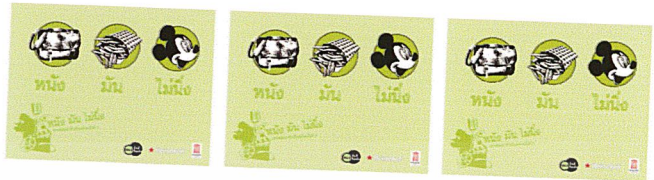


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ประเภท Action
หนัง มั่น บู้



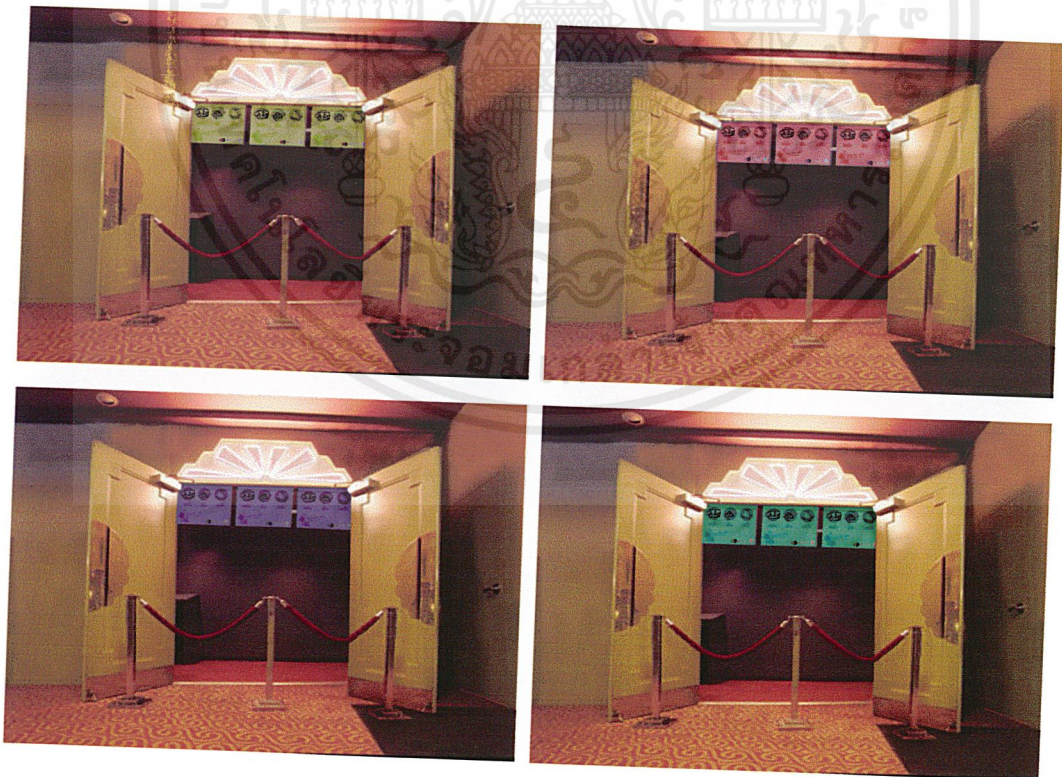
5. ประเภท Animation
หนัง มั่น ไม่นิ่ง



6. ประเภท Horror
หนัง มั่น หลอน



เมื่ออยู่ในสถานที่จริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สูจิบัตร

สูจิบัตรจะบอกเรื่องราวของงาน รายละเอียดของหนังทั้ง 6 ประเภท และจะมีหนังที่นำมาฉายเป็น ซีดีรอม แนนอยู่ด้วย

ขนาดของงาน 11.9x12.2 ซม.

ส่วนประกอบต่างๆ ของสูจิบัตร

1. ปก



2. ปกใน-หน้าแรก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. หน้าหนัง มั่น ชิ่ง (ประเภท หนังโรแมนติก)



4. หน้าหนัง มั่น เสรี (ประเภท หนังดราม่า)

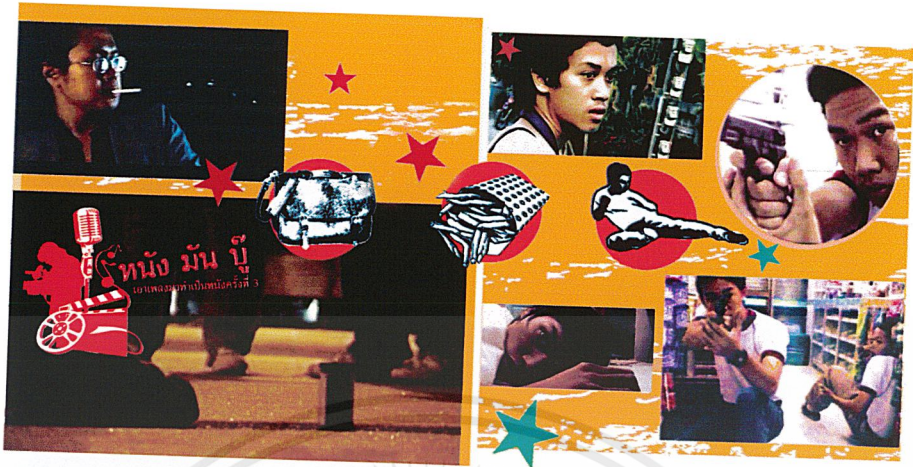


5. หน้าหนัง มั่น ฮา (ประเภท หนังตลก)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

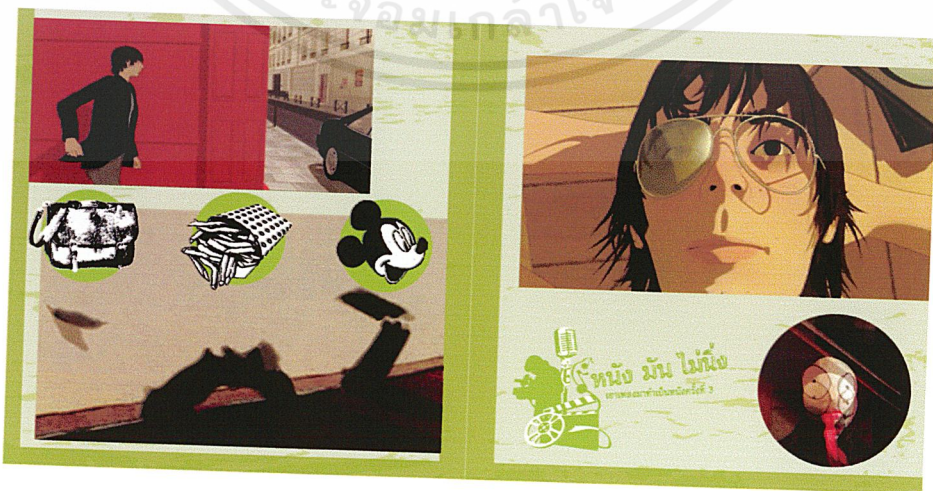
6. หน้าหนัง มั่น ฐึ (ประเภท หนังแอคชั่น)



7. หน้าหนัง มั่น หลอน (ประเภท หนังสยองขวัญ)



8. หน้าหนัง มั่น ไม่นิ่ง (ประเภท หนังอนิเมชัน)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. หน้ากำหนดการ

กำหนดการ	กิจกรรม
11.00 น.	ลงทะเบียนทำงาน และรับของที่ระลึก
13.00 น.	ประตูเปิด
13.30 น.	พิธีกรกล่าวเปิดงาน ผู้ที่ได้รับรางวัลปี 2547 ขอบเกล้า ประสพการณ์ตลอด : ปีที่ผ่านมา
14.00 น.	เปิดฉายหนังสั้น 6 ประเภทที่ได้รับอนุญาตให้ฉายประกวด จากเทศกาลหนัง มินิ สั้น เอเชียมาทำหนัง ครั้งที่ 3
17.00 น.	พิธีกรกล่าวปิดงาน

หนัง มินิ สั้น
หนัง มินิ สั้น

10. ส่วนของบัตรเชิญที่ทำรูปแบบเหมือนตั๋วหนัง ที่จะแนบไปกับสูจิบัตร

หนัง มินิ สั้น
เอเชียมาทำหนัง ครั้งที่ 3

หนัง มินิ สั้น

ที่นั่ง SEAT	โรงหนัง CINEMA	เวลา SHOWTIME
A3	3	14:00
วันที่ DATE	วันที่ DATE	บัตร BAHT
3/2/05	3/2/05	FREE
สาขา BRANCH	สาขา BRANCH	
MAJOR	BACHAYOTHIN	

เทศกาลหนัง มินิ สั้น
เอเชียมาทำหนังครั้งที่ 3



3 กุมภาพันธ์ รวมพล คน มินิ สั้น
ณ เมเจอร์ซิงิเพล็กซ์ รัชโยธิน

หนัง มินิ สั้น

กำหนดการ	กิจกรรม
11.00 น.	ลงทะเบียนทำงาน และรับของที่ระลึก
13.00 น.	ประตูเปิด
13.30 น.	พิธีกรกล่าวเปิดงาน ผู้ที่ได้รับรางวัลปี 2547 ขอบเกล้า ประสพการณ์ตลอด : ปีที่ผ่านมา
14.00 น.	เปิดฉายหนังสั้น 6 ประเภทที่ได้รับอนุญาตให้ฉายประกวด จากเทศกาลหนัง มินิ สั้น เอเชียมาทำหนัง ครั้งที่ 3
17.00 น.	พิธีกรกล่าวปิดงาน

หนัง มินิ สั้น
หนัง มินิ สั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปกซีดี หน้า 6 ประเภท

ด้านหน้า



ด้านหลัง



เสื้อสกรีนลาย 2 แบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถุงสำหรับใส่ ซีดี, เข็มกลัด และ STAFF CARD



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อ โฆษณาทางวิทยุ

เสียงพูด: กระเป๋าน้ำร้อน ขี้ผึ้ง ร่องเท้าหนัง หนังสัตว์
 ----- หนัง -----
 วาสลีน น้ำมันหมู มันฝรั่ง ขาหมู
 ----- มัน -----
 สายตาสั้น ผมหงอก กางเกงขาสั้น เสื้อสั้น
 ----- สั้น -----

เสียงพูดคำว่า หนัง มัน สั้น ซ้ำๆ กัน

เสียงพูด ชาย: FAT FILM FESTIVAL เทศกาล หนัง มัน สั้น เอาเพลงมาทำเป็นหนัง ครั้งที่ 3

เสียงพูด หญิง: เปิดฉายหนังสั้นโดนใจคนมัน ที่เข้ารอบจาก 6 ประเภทหนังสั้น

----- หนัง มัน ซึ้ง

-----หนัง มัน เศร้า

-----หนัง มัน ฮา

-----หนัง มัน บู๊

-----หนัง มัน หลอน

-----หนัง มัน ไม่นิ่ง

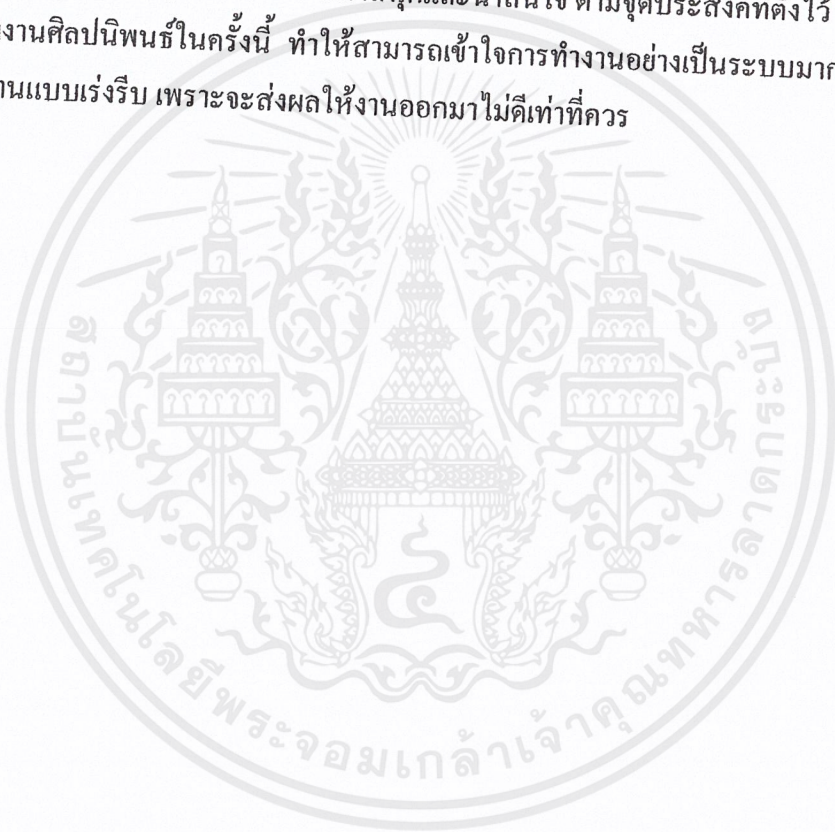
3 กุมภาพันธ์ รวมพลคน มัน สั้น ณ เมเจอร์ รัชโยธิน

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่ FAT RADIO โตโต มัน มัน 0-2641-5394

หรือ www.thisisclick.com

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

1. การทำโครงการในหัวข้อการออกแบบ Corporate Identity ควรที่จะศึกษาและทำโครงการนั้นๆ ให้ดี ออกมาตรงกับภาพลักษณ์ และบรรยากาศโดยรวมของงาน เช่น โครงการครั้งนี้ ภาพลักษณ์ของโครงการจะมีลักษณะที่ไม่จริงจังจนเกินไป และไม่หือหวาจนขาดความน่าเชื่อถือ การออกแบบควรคำนึงถึงการจัดงานเป็นสำคัญ งานจึงจะออกมาสนุกและน่าสนใจ ตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้
2. จากการทำงานศิลปนิพนธ์ในครั้งนี้ ทำให้สามารถเข้าใจการทำงานอย่างเป็นระบบมากขึ้น ทำให้รู้ว่าไม่ควรทำงานแบบเร่งรีบ เพราะจะส่งผลให้งานออกมาไม่ดีเท่าที่ควร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กมล ฉายาวัฒนะ, ประชิต ทินบุตร, มนูญ ไชยสมบูรณ์. การออกแบบทางการพิมพ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539

ปัญญา เฉลิมชัยกิจ. โลโก้. กรุงเทพมหานคร: สุขภาพใจ, 2542

ประภาพันธุ์ อางมงคลกุล. อาจารย์รัย ลังประเสริฐ, 28 พฤศจิกายน 2547.

เรืองวิทย์ นนทะภา. สื่อและเทคโนโลยีการสอน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ฟิสิกส์ เซนเตอร์, 2537

วิรุณ ตั้งเจริญ. ออกแบบกราฟิก. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ วิมล อาร์ต, ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์

ศุภนิย เตชะวัฒนสมบูรณ์. ผ้าจุ่มทรัพย์ Graphic Designer. นนทบุรี: ไอดีซี, 2547

<http://www.missplato.com>

<http://www.morguefile.com>

<http://www.thisisclick.com>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวอาจารย์ ลังประเสริฐ

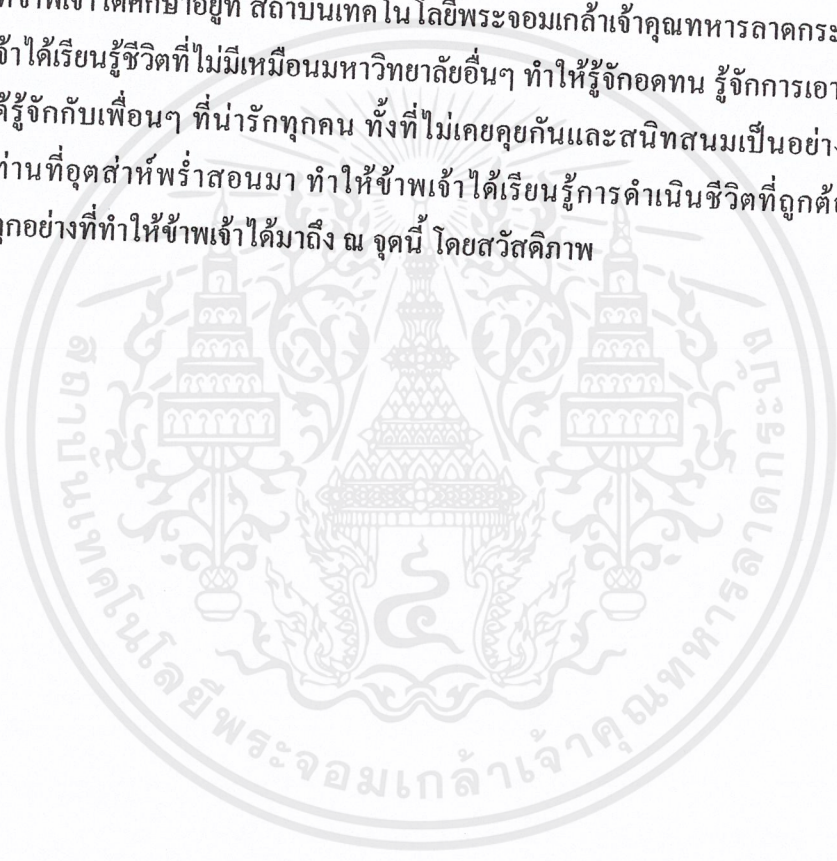
เกิด 3 กุมภาพันธ์ 2526

งานอดิเรก อ่านหนังสือ, ปลูกต้นไม้

จบการศึกษาจาก ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสตรีศรีนครบูรพาเพ็ญ

ปัจจุบันศึกษาอยู่ที่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตั้งแต่ที่ข้าพเจ้าได้ศึกษาอยู่ที่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มาเป็นเวลา 4 ปี ข้าพเจ้าได้เรียนรู้ชีวิตที่ไม่มีเหมือนมหาวิทยาลัยอื่นๆ ทำให้รู้จักอดทน รู้จักการเอาตัวรอดที่ดี และที่สำคัญได้รู้จักกับเพื่อนๆ ที่น่ารักทุกคน ทั้งที่ไม่เคยคุยกันและสนิทสนมเป็นอย่างดี ได้รู้จักอาจารย์หลายท่านที่อุตส่าห์พร่ำสอนมา ทำให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้การดำเนินชีวิตที่ถูกต้องสมควร ขอบคุณทุกสิ่งทุกอย่างที่ทำให้ข้าพเจ้าได้มาถึง ณ จุดนี้ โดยสวัสดิภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้