

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลง

GRAPHIC DESIGNING FOR MUSIC ACADEMY PROMOTION



นางสาวรัญญา จิรนนท์ศิริ

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....105909
รับเลขาฯ.....- 8 S.ค. 2552



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิตศิลป์ ภาควิชานิตศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2551

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลง
GRAPHIC DESIGNING FOR MUSIC ACADEMY PROMOTION



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการถ่ายภาพ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... พงษ์ พันธุเสวี วันที่ 31 มีาคม ๒๕๖๖
(อาจารย์ทรงศิริ พันธุเสวี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์

การออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลง

GRAPHIC DESIGNING FOR MUSIC ACADEMY PROMOTION

ชื่อ

นางสาววรัญญา จิรนนท์ศิริ

สาขาวิชา

นิเทศศิลป์

ภาควิชา

นิเทศศิลป์

คณะ

สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา

2551

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ทรงศิริ พันธุเสวี

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลง ซึ่งได้สมมติสถาบันนี้ว่า “VOICE PROJECT” เพื่อใช้ในการศึกษาหาความเป็นไปได้ในการออกแบบสัญลักษณ์และสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยการออกแบบกราฟิกสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลงจะใช้องค์ประกอบ สัญลักษณ์ด้วยวิธีการเพิ่มเอกลักษณ์ให้กับตัวอักษรในการสื่อสารความหมายของสถาบัน ซึ่งอาจทำให้เกิดแนวทางใหม่ในการสื่อสาร

ในโครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลงนี้ สามารถผลิตผลงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยสื่อที่เลือกนำมาเสนอและวิธีการออกแบบดังกล่าว ออกแบบขึ้นเพื่อให้เกิดความหลากหลายและสร้างความน่าสนใจของเนื้อหา แต่ประสบปัญหาในการออกแบบ คือ การออกแบบสัญลักษณ์และสื่อแต่ละชิ้นใช้เวลาในกระบวนการความคิดนาน และอุปสรรคในการขอข้อมูลทางสถาบันสอนร้องเพลงที่มีการสงวนลิขสิทธิ์

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้ไม่อาจสำเร็จลุล่วงได้หากขาดบุคคลสำคัญเหล่านี้ ที่คอยให้คำปรึกษา ให้ความช่วยเหลือ คอยห่วงใยและให้กำลังใจเสมอมา บุคคลที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้จึงถือได้ว่ามีส่วนร่วมในงานของข้าพเจ้าด้วย

ขอบคุณคุณแม่พ่อคุณแม่ สุขยอดดวงใจที่คอยสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้เสมอ

ขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้มาตั้งแต่เริ่มเข้าเรียนจนถึงปัจจุบัน ให้คำปรึกษา คอยคำจุนและดูแลเอาใจใส่ เป็นแรงผลักดันให้งานศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้

ขอบคุณอาจารย์ทรงศิริ พันธุเสวี อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยแนะนำ ให้คำปรึกษาที่ดีและดูแลเอาใจใส่ด้วยความเข้าใจ

ขอบคุณครูแอน นันทนา บุญหลง (Nantana Studio), ครูโจ ธนानันท์ สุนทรพันธุ์ (Crescendo School of Music), พี่ๆ กี้ (Superstar Academy) ที่ถ่ายทอดประสบการณ์และให้ข้อมูล อันเป็นประโยชน์เกี่ยวกับสถาบันสอนร้องเพลง

ขอบคุณบริษัทไอดีไซน์ พับลิชชิง สถานที่ฝึกงานที่ให้ความรู้และประสบการณ์อันมีคุณค่า รวมถึงพี่ๆ ที่ฝึกงานที่น่ารักทุกคน

ขอบคุณพี่เจมส์, พี่ป๊อ, พี่เตนท์, พี่เอิร์ท ศรีเอทีฟที่คอยให้คำปรึกษาและแนะแนวทางในการทำงาน

ขอบคุณ The Gang เพื่อนแฟมมิลี่, แก๊งค์ละครเวที, แก๊งค์ก้อบว, นางแบบกิตติมศักดิ์, เพื่อนๆ รุ่นพี่ รุ่นน้องภาควิชาศิลปะที่คอยช่วยเหลือ เป็นทั้งแรงกายแรงใจและคอยดูแลด้วยความอบอุ่น เป็นพลังสำคัญที่ช่วยให้งานสำเร็จลุล่วงไปได้

ขอบคุณร้านอาหารครัวว๊ابی ที่เนรมิตอาหารแสนอร่อย คอยดูแลเอาใจใส่ด้วยความรัก และความอบอุ่นตลอดมา

ขอบคุณแก๊งค์สนามบินสุวรรณภูมิ ผู้ใหญ่ที่คอยดูแลช่วยเหลือ และให้กำลังใจ

ขอบคุณชาวคริสตจักร The Church of Joy ที่คอยเป็นกำลังใจและความสัมพันธ์ที่ดี ตลอดระยะเวลาที่ได้รู้จักกัน

สุดท้ายสิ่งที่สำคัญที่สุด ขอขอบคุณสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สถาบันอันทรงเกียรติที่ได้มอบความรู้และประสบการณ์อันมีคุณค่า รวมถึงความสำเร็จ ที่สร้างความภาคภูมิใจมากที่สุดในชีวิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพประกอบ	จ

บทที่

1	บทนำ	1
	ที่มาและความสำคัญของโครงการ	1
	วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
	ขอบเขตของโครงการ	1
	ลักษณะของโครงการ	2
	แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	2
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
2	การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล.....	3
	ข้อมูลสถาบันสอนร้องเพลง VOICE PROJECT.....	3
	ความสำคัญและความเป็นมาของสัญลักษณ์.....	34
	ประเภทของสัญลักษณ์.....	34
	หลักการออกแบบสัญลักษณ์.....	42
	แนวทางการออกแบบสัญลักษณ์	48
	การออกแบบสัญลักษณ์ตามหลักจิตวิทยา	53
	การโฆษณา	63
	การส่งเสริมการขาย.....	73
	สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	74
	การเลือกทำเลเพื่อติดตั้งป้ายโฆษณา	74

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
3 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลการทำงาน	75
วิเคราะห์สัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันสอนร้องเพลง	75
ลักษณะเด่นและเอกลักษณ์ของวิชาที่เปิดสอน	75
ปัญหาของการออกแบบสัญลักษณ์และประชาสัมพันธ์ของสถาบันสอนร้องเพลง	75
สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการใช้ในการออกแบบ	76
ช่องทางในการสื่อสาร	76
แนวคิดที่จะนำมาออกแบบ	76
ลักษณะและรูปแบบที่ต้องการจะนำเสนอ	76
สรุปโจทย์ทั้งหมดในการออกแบบ (Creative Brief)	77
4 ขั้นตอนการทำงาน	79
การออกแบบสัญลักษณ์	79
การพัฒนาการออกแบบสัญลักษณ์	80
ผลงานจริงของการออกแบบสัญลักษณ์	81
การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์	82
การพัฒนาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์	83
ผลงานจริงของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์	84
ผลงานจริงเมื่อนำมาใช้กับสื่อประชาสัมพันธ์	85
5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	98
บรรณานุกรม	99
ประวัติผู้เขียน	100

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1 ครูแพม	4
2 ครูแอน	4
3 ครูเหวน	5
4 ครูคิม	5
5 ครูป๊อป	6
6 ครูตุ้ย	6
7 ครูเลดี้	7
8 ครูแชมป์	7
9 ครูนิว	8
10 ภาพร่าง Logo	79
11 ภาพร่าง Logo ครั้งที่ 2	80
12 ผลงานจริง Logo	81
13 ภาพร่างสื่อประชาสัมพันธ์	82
14 ภาพร่างสื่อประชาสัมพันธ์ ครั้งที่ 2	83
15 ผลงานจริงสื่อประชาสัมพันธ์	84
16 ผลงานจริงสื่อประชาสัมพันธ์ BILLBOARD	85
17 ผลงานจริงสื่อประชาสัมพันธ์ BILLBOARD เมื่ออยู่ในสถานที่จริง	86
18 ผลงานจริงสื่อประชาสัมพันธ์ POSTER	87
19 ผลงานจริงสื่อประชาสัมพันธ์ POSTER เมื่ออยู่ในสถานที่จริง	88
20 ผลงานจริงสื่อประชาสัมพันธ์ TRIVITION	90
21 ผลงานจริงสื่อประชาสัมพันธ์ TRIVITION เมื่ออยู่ในสถานที่จริง	91
22 ผลงานจริงสื่อประชาสัมพันธ์ BANNER	92
23 ผลงานจริงสื่อประชาสัมพันธ์ BANNER เมื่ออยู่ในสถานที่จริง	92
24 ผลงานจริงสื่อประชาสัมพันธ์ BOCHURE	94
25 ผลงานจริงสื่อประชาสัมพันธ์ NEW MEDIA	96
26 ผลงานจริงสื่อประชาสัมพันธ์ NEW MEDIA เมื่ออยู่ในสถานที่จริง	97

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1 บทนำ

โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลง

ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ปัจจุบันวงการเพลงถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจหนึ่งที่สังคมสนใจและให้การยอมรับ ซึ่งทำให้ศิลปินนักร้องเป็นที่ชื่นชมของประชาชนทั่วทั้งประเทศ ดังนั้นจึงมีศิลปินหน้าใหม่เกิดขึ้นอย่างไม่ขาดสาย และเกิดสถาบันสอนร้องเพลงขึ้นอีกมากมาย เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจในเส้นทางดังกล่าว สถาบันสอนร้องเพลงจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ที่มีใจรักในการร้องเพลง และต้องการพัฒนาตนเองให้ดียิ่งขึ้น ทั้งยังรวมถึงการเตรียมความพร้อมสู่ระดับมืออาชีพ

ดังนั้นสถาบันสอนร้องเพลงจึงจำเป็นต้องสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้น่าจดจำ รวมถึงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โครงการนี้จัดทำขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลงแห่งใหม่ ภายใต้ชื่อ “VOICE PROJECT” ซึ่งเป็นสถาบันสอนร้องเพลงคุณภาพที่พัฒนาศักยภาพสู่การเป็นศิลปินตั้งแต่ขั้นพื้นฐานจนสู่ระดับมืออาชีพ การออกแบบกราฟฟิคสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรนี้จะแสดงให้เห็นคุณลักษณะขององค์กรและสื่อประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นต้องอาศัยภาพลักษณ์ที่ดี มีความน่าสนใจ เพื่อส่งเสริมการตลาด ตลอดจนได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงสำหรับการออกแบบเพื่อองค์กร

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการศึกษาเรื่องการออกแบบกราฟฟิคสำหรับองค์กรมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติ
3. เพื่อศึกษาการออกแบบกราฟฟิคสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลงให้เหมาะกับองค์กรและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้

ขอบเขตของโครงการ

1. สัญลักษณ์ (LOGO) สถาบันสอนร้องเพลง VOICE PROJECT
2. สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
 - BILLBOARD ADVERTISING SERIES จำนวน 3 ชิ้น
 - POSTER จำนวน 4 ชิ้น
 - TRIVITION จำนวน 3 ชิ้น
 - BANNER จำนวน 1 ชิ้น
 - BOCHURE จำนวน 3 ชิ้น
 - NEW MEDIA จำนวน 3 ชิ้น

ลักษณะของโครงการ

เป็น โครงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลงที่ต้องการสร้างความโดดเด่นและความน่าสนใจรวมถึงการออกแบบที่ทำให้เกิดแนวทางใหม่

แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. รวบรวมข้อมูล
 - ข้อมูลสถาบันสอนร้องเพลง
 - ข้อมูลการออกแบบสัญลักษณ์เพื่อนำมาศึกษาและนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบ
 - ข้อมูลสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
2. วิเคราะห์ข้อมูล / สรุปประเด็นที่ต้องการนำเสนอ / เลือกรูปแบบการนำเสนอ
3. ทดลองออกแบบสัญลักษณ์ขององค์กร
4. นำเสนอแบบร่าง
5. ปรับปรุงแบบร่างเพื่อให้ได้แบบที่สมบูรณ์ที่สุด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดความรู้ความเข้าใจในการออกแบบกราฟฟิคสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กร และทราบถึงคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของการออกแบบกราฟฟิคสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดีได้

2. สามารถสรุปแนวคิดให้สัมพันธ์ มีความต่อเนื่องเกี่ยวพันกัน ตลอดจนสามารถพัฒนาแนวคิดต่อได้

3. สามารถวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล

ประวัติความเป็นมาของสถาบันสอนร้องเพลง

สถาบันสอนร้องเพลงคุณภาพครบหลักสูตรทั้งภายใต้ชื่อ VOICE PROJECT ซึ่งหมายถึงพลังเสียงแห่งคุณภาพ เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี 2551 สถานที่ตั้ง เลขที่ 999 ซอยสุขุมวิท 59 คลองตัน เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

สถาบันมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นในหลักสูตรและครูที่มีคุณภาพระดับมืออาชีพในวงการและใส่ใจในการพัฒนาของนักเรียน ให้ความสำคัญกับบรรยากาศในโรงเรียนและห้องเรียน ส่งเสริมให้นักเรียนได้ทำกิจกรรมและมีโอกาสในการแสดงมากมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในตัวนักเรียนโดยมอบโอกาสให้กับนักเรียน ไม่ว่าจะเป็นการแสดงบนเวที การประกวดแข่งขัน หรือกิจกรรมอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อสร้างให้นักเรียนมีความเป็นผู้นำและมีความเชื่อมั่นในตนเอง

เราเชื่อว่า การเรียนดนตรี สามารถสร้างเด็กให้โตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตได้ ดังนั้นสถาบัน จึงจัดโปรแกรม, คอร์สเรียน และกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมความเป็นผู้นำ ทักษะการกล้าแสดงออก ช่วยส่งเสริมความรับผิดชอบ การจัดการด้านเวลา เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมบุคลิกภาพเพิ่มความมั่นใจ และฝึกให้นักเรียนมีความสามารถพิเศษ

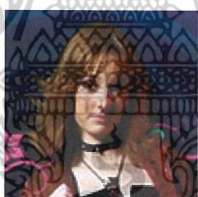
บุคลากร

สถาบันสอนร้องเพลง VOICE PROJECT มุ่งเน้นการคัดเลือกครูที่มีคุณภาพ มีประสบการณ์ ครูหลายท่านเป็นศิลปินหรือเป็นมืออาชีพอยู่ในวงการเพื่อให้นักเรียนได้รับการศึกษาที่ดีที่สุด



ครูแพม

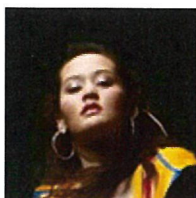
ครูสอนร้องเพลง สาวมากความสามารถผู้คลุกคลีอยู่ในวงการบันเทิงมาตั้งแต่วัยเยาว์ ไม่ว่าจะเป็นนักร้องชนะเลิศการประกวดหลายเวที ทั้งอ่านข่าว ร้อง เดิน เล่นละคร พิธีกร เรียกว่าผ่านงานมาแล้วทุกรูปแบบ ด้วยความมุ่งมั่นและรักในงานบันเทิงอย่างแท้จริงจึงได้พากเพียรหาประสบการณ์เพิ่มเติมอีกมากมาย จนได้เกียรตินิยมทางด้าน Music Technology จากมหาวิทยาลัยนิวยอร์ก (NYU) รวมทั้งเป็นเจ้าของรายการและผู้ผลิตรายการทางทีวีอีกด้วย



ครูแอน

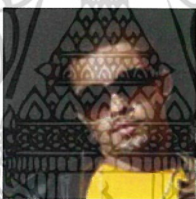
ครูแอน ครูแสนน่ารักที่จะนำความรู้ความสามารถบวกกับประสบการณ์ด้านการประกวดร้องเพลงทั้ง SUBARU JUNIOR AWARDS รวมถึง KPN มาถ่ายทอดให้กับเด็กๆทุกคนเพราะครูแอนเชื่อว่าการร้องเพลงช่วยเราให้เก่งขึ้นและมีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น จนทำให้ได้รับรางวัล จากโครงการ REJOICE BEAUTY VOICE CONTEST สามารถสอนร้องเพลงได้ทั้งไทยและสากล เน้นการเรียนการสอนอย่างสนุกสนานผ่านแนวเพลง POP และ POP ROCK ซึ่งจากประสบการณ์ที่ได้รับบวกกับการศึกษามาหลากหลายแนวเพลง ครูแอนจึงนำแนวเพลง CLASSIC มาผสมผสานเข้ากับดนตรี POP เพื่อเป็นเทคนิคให้การร้องเพลง POP มีความสนุกและง่ายมากยิ่งขึ้น ครูแอนอยากให้นักเรียนทุกคนที่เรียนดนตรี มีความสดใส ร่าเริง มีความสุขและภูมิใจในตัวเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ครูแหวน

ครูแหวน ครูแหวนสำเร็จการศึกษาจาก มหาวิทยาลัยอีสต์แฮมป์ชัวร์ คณะ Arts Music Business เอก Voice รางวัลคือเครื่องพิสูจน์ความสามารถของครูผู้นี้ไม่ว่าจะเป็นชนะเลิศ Impersonator Show Beau สุนิตา (Radio No Problem) ชนะเลิศการประกวดร้องเพลงพระราชานิพนธ์ งาน “ราตรีเทิดพระเกียรติ” ประเภท มัธยมศึกษาตอนต้น จากพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชธิดาฯ และอื่นๆอีกมากมาย ครูแหวนเดินบนถนนสายดนตรี ภายใต้ความเชื่อมั่นในเส้นทางสายนี้ อีกทั้งครูแหวนยังเป็นคนดนตรีเบื้องหลังผลงานเพลงต่างๆ อาทิ เช่น เพลงประกอบละคร เรื่อง รหัสริยา, Chorus เพลง Hands (ไต้ สักคัลลิต) เป็นต้น วันนี้ครูแหวน พร้อมแล้วที่จะมอบความรู้ที่มีเพื่อสร้างคนดนตรีที่รักในเสียงเพลงและพร้อมที่จะเดินร่วมไปบนเส้นทางสายนี้กับครู



ครูคิม

ครูคิม ครูมาดเท่มากความสามารถ จบการศึกษาจากดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขา Commercial of Music และยังรับการถ่ายทอดความรู้ด้าน PROGRAM LOGIC AUDIO สำหรับการทำ Mix-Mastering จากอาจารย์ ชัยบรรพต (อาจารย์พิชชา วงพราว), อาจารย์ วรรณฤต (อาจารย์ ป๊อก Panda Record) ครูคิม อยากที่จะถ่ายทอดความรู้ความสามารถด้านการร้องเพลงโดยการนำเทคโนโลยีที่ครูคิมรู้มาช่วยในการเรียนการสอน เพื่อสร้างความเพลิดเพลินในการเรียน และไม่ทำให้การเรียนเป็นเรื่องน่าเบื่อสำหรับเด็กๆอีกต่อไป ครูคิมเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าความสนุกของการเรียนร้องเพลง บวกกับความเป็นกันเองของครูคิม ทำให้นักเรียนเรียนรู้อย่างสนุก แล้วจะรู้ว่า “ การเรียนร้องเพลงและดนตรีไม่ยากอย่างที่ทุกคนคิด ”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ครูป๊อ

ครูป๊อ ครูอารมณ์ดี ผู้คว้าหอคอยในวงการดนตรีและผ่านประสบการณ์เวทีคอนเสิร์ตมา นับครั้งไม่ถ้วน ครูป๊อสำเร็จการศึกษาจาก คณะดุริยางค์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขา PERCUSSION JAZZ รุ่นที่3 และยังได้มีส่วนร่วมกับการกิจกรรมของคณะในคอนเสิร์ต “JAZZ เหอะ” ครั้งที่ 2 พร้อมทั้งยังเคยฝากผลงานเพลงไว้ในอัลบั้ม MIDNIGHT ของกลุ่มศิลปิน MOON สังกัด สนามหลวงในปี 2007 และมีโอกาสได้ขึ้นคอนเสิร์ต FAT FESTIVAL ครั้งที่ 5, 6, 7 รวมถึง งาน MELODY OF LIFE 2006 ครูป๊อพร้อมแล้วที่จะถ่ายทอดวิชากลง โดยการสอนที่สนุกสนานและเป็นกันเองผ่านแนวดนตรีที่ครูป๊อปลื้ม ทั้ง POP, ROCK, R&B และอื่นๆ การศึกษาดนตรีไร้ขีดจำกัดกำลังรอน้องๆอยู่แล้วครูป๊อจะให้น้องๆได้รู้ว่า “คุณรักดนตรี ดนตรีก็รักคุณ “



ครูต๋อย

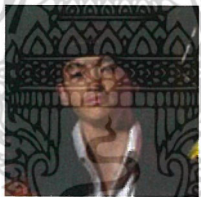
ครูต๋อย หนุ่มนักเต้นที่มาพร้อมกับพรสวรรค์ด้านการเต้น ทั้ง JAZZ DANC หรือ STREET JAZZ DANCE ครูต๋อยจบการศึกษาปริญญาตรี จากคณะศิลปกรรมศาสตร์ เอกนาฏศิลป์สากล มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และการศึกษาทางด้านการเต้น Jazz Dance จากสถาบัน Commonwealth Society of Teachers of Dancing (C.S.T.D) ครูต๋อยคว้ารางวัลมาแล้วนับไม่ถ้วน ทั้งรางวัล The Best Creativity Award และได้รับรางวัล The Best Choreography Award ในงาน The 4th International Youths Dance Festival Celebrating the Joy of Nature 2007, ได้รับรางวัลชนะเลิศ Champ of The Champ จากการแข่งขันการเต้นระดับอุดมศึกษา ในรายการสงครามเท้าไฟ รวมถึงร่วมแสดงในเวทีสำคัญๆมาแล้วหลายเวที จากความรักที่มีให้กับการเต้น และรักในการถ่ายทอดความรู้ ครูต๋อยจึงอยากให้ทุกคนมีความสุขกับการเรียนเต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ครูเลดี้

ครูเลดี้ ตำแหน่งรองอันดับ 2 MISS THAILAND WORLD คือรางวัลการันตีความสดใส น่ารักของครูเลดี้ ครูเลดี้ จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีที่ New York University ด้วยความรักในการเต้น จึงเริ่มศึกษาการเต้นจาก Rising Star Dance Studio, Bangkok Thailand และ Broadway Dance Academy, New York ครูเลดี้ได้ฝากผลงานในการแสดงไว้มากมายไม่ว่าจะเป็น La Fille Mal Garde (2001), Fairy God Mother in Cinderella (2004) เป็นต้น ครูเลดี้เชื่อว่าการเรียนเต้นคือการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความสนุกสนาน และสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักเรียน ไม่เฉพาะการฝึกฝนอย่างถูกต้องเท่านั้นที่ครูเลดี้ให้ความสำคัญ แต่ยังรวมไปถึงการผสมผสานการเต้นเข้ากับศิลปะการแสดงด้านอื่นด้วย จินตนาการจะเป็นสิ่งที่สรรค์สร้างความสวยงามของการเต้นผ่านการสอนของครูเลดี้ และนั่นจะเป็นสิ่งที่สร้างความมั่นใจให้แก่ นักเรียน



ครู แชมป์

ครูแชมป์ จบการศึกษาปริญญาตรี(เกียรตินิยมอันดับ 2) จาก วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล สาขา MIT (Music Industry and Technology) เอกเปียโน และสอบเปียโนได้เกรด 8 ของ Royal School of Music เริ่มเรียนเปียโนตั้งแต่อายุ 4 ปี โดยเรียนกับอาจารย์ที่มีชื่อเสียงหลายท่าน เช่น อ.นิตยา จัง, ดร.นภินันท์ จันทรธรรมาธิกุล , Dr. Eri Nakagawa และยังมีประสบการณ์ทั้งด้านการสอนและการแสดงอีกมากมาย ครูแชมป์มีโอกาสร่วมงานกับศิลปิน เช่น Mr. Team , เบน ชลาทิศ , ไรซ์ ศรีนทิพย์ และยังเป็นผู้ช่วยเทรนเนอร์ (คุณแพม ลลิตา) ในการ เทรนดาราในรายการ Superstar ที่สุดแห่งดาวอีกด้วย นอกจากนี้ครูแชมป์ยังสามารถเล่นเครื่องดนตรีได้หลายชนิด ได้จัดตั้งวงดนตรีเพื่อส่งเข้าประกวด โดยได้รับรางวัลชนะเลิศในรายการ “Will Share Music Festival” ในปี 2007 ครูแชมป์เชื่อว่า เด็กๆมีความสามารถที่รอการขัดเกลาจากครูที่ดีเพื่อให้ความสามารถเปล่งประกายออกมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ครูนิว

ครูนิว สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สาขา ศิลปะการแสดง ครูนิวเป็นลูกไม้ทางดนตรี โดยมีคุณแม่เป็นแบบอย่าง วันนี้ครูนิวพร้อมแล้วที่จะ สานต่อความฝันผ่านเสียงอันไพเราะสู่น้องๆ ทุกคนจะได้พบกับเทคนิคการเรียนร้องเพลงรูปแบบ ใหม่ ที่เน้นให้นักเรียนที่เรียนนำเทคนิคไปปรับใช้ในการขึ้นเวทีได้จริงๆ หมดเวลาแล้วกับการเรียน ร้องเพลงแบบเดิมๆ เซยๆ การสอนร้องเพลงในแบบฉบับคุณครูนิวจะนำหลักสูตร S.L.S Speech Level Singing Technique ที่ได้ศึกษามารวมกับเทคนิคการสอนร้องเพลงที่มีการคิดค้นวิธีการแก้ไข ปัญหาเสียงร้องของนักเรียนรูปแบบใหม่ๆ ง่าย เพื่อดึงดูดและสนุกสนาน แต่สามารถร้องเพลงให้ ไพเราะเหมือนมืออาชีพได้อย่างแน่นอน

วิชาที่เปิดสอน

สถาบันสอนร้องเพลง VOICE PROJECT เปิดสอนในหลักสูตรเต็มรูปแบบทั้ง ขับร้อง เต้น และแสดง เพื่อพัฒนาศักยภาพสู่การเป็นศิลปินในอนาคต นี่คือการก้าวแรกของคุณสู่การเป็นดวงดาวที่ส่องประกายบนฟากฟ้า

ขับร้อง (Voice) เรียนรู้เทคนิคการขับร้องที่ถูกต้อง ตั้งแต่พื้นฐาน การพัฒนาความสามารถในระดับสูงเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ และการกล้าแสดงออก รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มีโอกาส ขึ้นเวที Concert ร่วม โดยใช้วิธีการเรียน เช่นเดียวกับนักร้องคุณภาพชื่อดัง ที่คุณชื่นชอบ ทั้งแนวเพลง Pop, R&B, Rock และอื่น ๆ กับหลักสูตรขับร้องคุณภาพสากลที่ได้พัฒนาและผสมผสานจากหลักสูตรของออสเตรเลีย อังกฤษ และอเมริกาที่เป็นที่แพร่หลายอย่างมากของประเทศต่างๆ เหล่านั้น และในประเทศไทย ตำราหลัก VOCAL GYM : Voice Training Manual by Beth Alllen

เต้น (Dance) มีทั้ง K Pop, Street Jazz , HipHop ฝึกสอนโดยอาจารย์ที่มีประสบการณ์ ผู้เรียนจะได้ฝึกทั้ง ลีลา ท่าทาง Movement รวมทั้งเป็นการสร้างบุคลิกภาพที่ดี เพิ่มความมั่นใจ ความเป็นตัวของตัวเอง และความกล้าแสดงออก ทางโรงเรียนจะจัดให้มี Concert Practice ซึ่งนักเรียนจะได้มีโอกาสแสดงออกอย่างเต็มที่ ทางสถาบันขอแนะนำ ผู้ที่กำลังเรียนร้องเพลง ให้เรียน Class เต้นเพิ่มเติม เนื่องจากจะมีประโยชน์อย่างมาก สำหรับ การขึ้นเวทีการแสดง นอกจากจะเป็น นักร้องที่ดีแล้วควรมี Movement ที่ดีด้วย ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนได้เป็นทั้งนักร้อง และนักแสดงที่ดีในเวลาเดียวกัน

แสดง (Acting) จะช่วยพัฒนาความมั่นใจ และช่วยให้กล้าแสดงออกบนเวทีมากขึ้น และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะช่วยให้เกิดความมั่นใจและกล้าแสดงออกมากขึ้นได้ด้วยหลักสูตรการแสดงจากทีมครูสอนการแสดงระดับแนวหน้าของเมืองไทย นักเรียนจะได้เรียนรู้เทคนิคต่างๆ จากผู้มีประสบการณ์ในวงการบันเทิงอย่างแท้จริง

หลักสูตรการเรียน

ขับร้อง (Voice)

เสียงของมนุษย์ เมื่อเราผ่อนคลายใจออกมาจากปอด ผ่านหลอดลมและต่อไปยังบริเวณเส้นเสียง เส้นเสียงจะถูกแรงดันของลมหายใจทำให้เคลื่อนตัวเข้าชิดกัน ทำให้บังเกิดเป็นเสียงขึ้น เสียงพื้นฐานจะเกิดขึ้นได้จากช่องคอและมีคลื่นก้องอยู่อย่างสมบูรณ์ เสียงพื้นฐานจะถูกกลั่นกรองหรือเพิ่มกำลังได้จากช่องปากและโพรงจมูก

เสียงของมนุษย์มีลักษณะเฉพาะตัว ดังนั้น การที่เสียงจะมีคุณภาพเช่นไรล้วนต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ดังนี้

เชื้อชาติและเผ่าพันธุ์

ภาษาดั้งเดิมของชนชาตินั้นๆ มีส่วนสำคัญในการกำหนดลักษณะการเปล่งเสียง

อวัยวะที่ก่อให้เกิดเสียงโดยเฉพาะเส้นเสียง เป็นปัจจัยชี้ขาดในการกำหนดเสียงพูดและเสียงร้องเพลงของมนุษย์ จะสังเกตได้ว่า

เส้นเสียงยาว เสียงจะมีพิสัยที่กว้าง

เส้นเสียงสั้น เสียงจะมีพิสัยที่ค่อนข้างแคบ

เส้นเสียงหนา เสียงจะค่อนข้างทุ้ม

เส้นเสียงบาง เสียงจะค่อนข้างแหลม

การร้องเพลง คือ การแสดงออกอย่างมีศิลปะในการใช้เสียงเพื่อแสดงถึงความรู้สึกของมนุษย์ ทั้งภายนอกและภายในซึ่งแสดงออกมาพร้อมๆกัน อาทิเช่น การแสดงออกทางหน้าตา สีหน้า ท่าทางและกิริยาและการเปล่งเสียงออกมามีการเดินของหัวใจ และการหายใจ ล้วนแต่บอกให้รู้ถึงลักษณะภายในของบุคคลนั้น

สรีระและอวัยวะที่ใช้ในการเปล่งเสียง

หากถามว่ามนุษย์เราใช้ส่วนใดร้องเพลง คำตอบที่ถูกต้องและสมบูรณ์ที่สุดคือ ใช้ทุกส่วนของร่างกาย ดังจะแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. อวัยวะที่ใช้หายใจ ประกอบด้วย

- ปอด
- กะบังลม
- หลอดลม
- กลุ่มกล้ามเนื้อบริเวณหน้าท้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. อวัยวะในการเปล่งเสียง ประกอบด้วย

- เส้นเสียง
- ช่องคอ
- ช่องปาก

3. อวัยวะในการสร้างเสียงสะท้อน ประกอบด้วย

- ทรวงอก
- โพรงปากและโพรงจมูก
- โพรงกะโหลก

เส้นเสียงซึ่งเปรียบเสมือนเป็นเครื่องดนตรีประจำอยู่ในร่างกายเราเส้นเสียงเป็นกล้ามเนื้อบางๆสั้นๆ มีความยาวประมาณ 1.2-1.7 ซม. กว้างประมาณ 0.2-0.3 ซม. มีตำแหน่งอยู่เหนือหลอดลม การฝึกจำเป็นต้องคำนึงถึงคุณภาพเสียงของตนเอง ไม่ใช่ตามความต้องการของตนหรือตามที่ตนชื่นชอบ หลีกเลี่ยงที่จะทำตามความต้องการของตนหรือความปรารถนาของตนเองแต่เพียงฝ่ายเดียว

การหายใจในการขับร้อง

ลมหายใจเป็นพื้นฐานการขับร้อง การหายใจเป็นการเคลื่อนไหวของอวัยวะที่ใช้หายใจทำงานร่วมกับอวัยวะที่ใช้ในการออกเสียงและอวัยวะที่ทำให้เกิดเสียงสะท้อนมิใช่อาศัยเพียงการสูดลมหายใจเข้าออกเท่านั้น วิธีการหายใจที่ถูกต้อง เมื่อหายใจเข้ากะบังลมจะเคลื่อนตัวต่ำทำให้เกิดที่ว่างบริเวณทรวงอก อากาศภายนอกจะไหลเข้าไปแทนที่ เมื่อหายใจออก กะบังลมจะยกตัวขึ้นสู่อากาศภายในปอดจึงถูกผลักออกมาทางหลอดลมจมูกและปากเช่นเดียวกัน การหายใจเข้าไปในก้น บิ่งของปอดแล้วค่อยๆ เติมนลมช่วงบนของปอด เปรียบเสมือนการรินน้ำใส่แก้ว น้ำจะไหลไปในก้นแก้วก่อนแล้วจึงล้นขึ้นมาข้างบน

การฝึกหายใจ ขั้นแรกต้องให้ความสนใจกับการยืนและการวางท่าทางเพื่อไม่ให้อวัยวะที่เกี่ยวข้องถูกกดทับ ต้องยืนตรงอย่างมั่นคง ยึดอก ผ่อนคลายทุกส่วนของร่างกาย ทำตัวให้สบายๆใจ ต้องสงบ ใจยิ่งสงบลมหายใจก็ยิ่งเป็นธรรมชาติ เพราะจิตกับกายส่งผลต่อกัน ดังนั้นใจต้องสบายและจำเป็นต้องทำสมาธิก่อนการฝึกทุกครั้ง

ขณะสูดลมหายใจเข้า ปอดจะขยายกว้าง ซีโรงยึดเมื่อสูดลมเข้าเต็มที่แล้วก่อนปล่อยออกให้ซีโรงกักลมไว้ 1-2 วินาที แล้วค่อยๆ ผ่อนลมออกมา ช่วงที่ปล่อยลมออกมาคือช่วงที่เปล่งเสียงอย่างต่อเนื่อง ขณะที่หายใจออกให้ผ่อนลมช้าๆ ซีโรงก็จะค่อยๆ กลับสู่สภาพก่อนสูดลมหายใจ แต่ปอด

จะไม่หดและคลายทันที ต้องให้รู้สึกว่าการหายใจถูกพองอยู่ระหว่างช่องอกกับสะดือ เสียงที่ออกมาจึงเปี่ยมพลังสามารถปรับใช้และควบคุมการหายใจได้

ขั้นตอนการหายใจในการเปล่งเสียง

หายใจเข้าทางจมูกและปากพร้อมกัน ขณะเดียวกันให้บังคับกระดูซี่โครงขยับออกด้านข้างจะทำให้กะบังลม (Diaphragm) หย่อนตัวลงเราเรียกว่า การเปิดกะบังลม เมื่อต้องการปล่อยลมออกเพื่อเปล่งเสียงให้ใช้กล้ามเนื้อหน้าท้อง (Front Muscles) เป็นตัวส่งลมโดยมีทิศทางการทำงานคือ เมื่อต้องการหายใจเข้ากล้ามเนื้อหน้าท้องจะป่องออก และเมื่อต้องการหายใจออกให้บังคับกล้ามเนื้อหน้าท้องขึ้นในให้แฟบเข้า ลมก็จะถูกดันขึ้นมา

การเปิดคอกคืออะไร

การเปิดคอกคือ การบังคับกล้ามเนื้อช่องคอให้มีการขยายตัวออกให้สัมพันธ์กับขนาดของลมที่ผ่านหลอดลม ตัวอย่างการเปิดคอกที่เห็นได้ชัดคือการหา

ข้อแนะนำ

ในเวลาหายใจเข้าหรือปล่อยลมออก ควรมีการเปิดคอก (Open the throat) ด้วยเพื่อให้ลมผ่านได้สะดวก

ในการหายใจออกเข้า-ออกด้วยการเปิดกะบังลม ควรมีการผ่อนคลาย (Relaxation) บริเวณลำคอ, หัวไหล่และหน้าอก ไม่ให้เกิดการเกร็ง โดยเฉพาะบริเวณหน้าอกไม่ควรขยับขึ้น-ลงตามจังหวะในการหายใจเข้า-ออก

การหายใจเข้าในลักษณะนี้ ไม่จำเป็นต้องสูดลมหายใจเข้าในปริมาณมาก (Force) ควรหายใจเข้าในปริมาณพอดีๆ

Thoracic expansion

การสูดลมไม่ตึงสุดมาก ความจริงปริมาณอากาศน้อยหรือปานกลางดีกว่าปริมาณอากาศมาก เพราะทำให้ปอดมีแรงยืดหยุ่น อีกทั้งไม่ก่อให้เกิดความแน่นและอึดอัดการฝึกหายใจควรฝึกพร้อมการออกเสียงเพื่อพิจารณาว่าวิธีหายใจถูกต้องหรือไม่ อย่าใจร้อน หากไม่ทำตามกฎ อวัยวะที่หายใจก็จะทำงานไม่ประสานกับส่วนอื่นๆลมหายใจจะมากเกินไปจนส่งผลให้เส้นเสียงทำงานหนักขึ้น คุณภาพเสียงจะได้รับผลกระทบกระเทือนรวมทั้งอาจลุกลามจนเกินความบกพร่องที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เส้นเสียง และทำให้กะบังลมถูกบีบรัดโดยไม่รู้ตัวนานเข้าก็จะทำให้อวัยวะที่ใช้หายใจอักเสบส่งผล
สุขภาพ อีกทั้งทำให้ผู้ขับร้องสูญเสียเสียงร้องไปด้วย

วิธีการใช้ลมหายใจในการร้องเสียงสูงและเสียงต่ำนั้นต่างกัน ขณะร้องเสียงต่ำไม่ต้อง
หายใจแรงนัก ไม่เช่นนั้นลำคอจะตีบ เสียงจะไม่ออกมานอกลำคอ ลมหายใจแผ่วเกินไปก็อาจทำให้
เสียงถูกห่อหุ้มอยู่ข้างในและเบา ดังนั้นต้องปรับให้เหมาะสม หากใช้วิธีแบบถอนหายใจเสียงก็จะ
ไม่มีพลังเปลืองลมหายใจและเปลืองแรง ลมหายใจที่ใช้ร้องเสียงกลางกับตอนพูดใกล้เคียงกัน ลม
หายใจขณะร้องเสียงสูงก็คล้ายกับการพูดเสียงดังแต่ไหลทั้งสองไม่ต้องตั้งขึ้น โดยทั่วไปเรียกว่าเป็น
การเพิ่มลม ขอให้พยายามคำนึงเสมอว่า นักร้องควรกำหนดลมหายใจตามวรรคตอนและประโยค
ของทำนองเพลง รวมทั้งดูตามความหมายของเนื้อร้องด้วย

การเปล่งเสียงร้องและการสร้างเสียงสะท้อน

ควรนำการเปล่งเสียงมารวมกับขั้นตอนการฝึกวิธีหายใจและขณะฝึกเปล่งเสียงก็ควรทำ
พร้อมกับการฝึกเสียงสะท้อน มิฉะนั้นเสียงร้องจะไม่ไพเราะ
การเปล่งเสียงขับร้อง

การเปล่งเสียงขับร้องมีอยู่ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

วิธีร้องแบบ Bel Canto หรือที่เรียกกันว่า วิธีร้องแบบ “คลาสสิก”, “แบบโอเปร่า”

วิธีร้องแบบธรรมชาติ อาจแบ่งได้เป็นวิธีแบบลูกทุ่งและแบบเพลงยอดนิยมทั่วไป ทุกวิธีต้องเป็น
การประสานงานของอวัยวะสามส่วน คือ อวัยวะที่ใช้การหายใจอวัยวะที่ใช้เปล่งเสียง และอวัยวะที่
ทำให้เกิดเสียงสะท้อน

จุดประสงค์ของวิธีการเปล่งเสียงอยู่ที่การสามารถใช้เสียงที่เปล่งออกมาเพื่อถ่ายทอด
อารมณ์ความรู้สึกและเนื้อหาของเพลง การร้องเพลงจะมีเพียงน้ำเสียงเพราะอย่างเดียวนั้น ไม่ได้
เพราะนั่นเป็นเพียงปัจจัยขั้นพื้นฐานของการขับร้อง เสียงที่ดี คือ “หวาน ไพเราะ สดใส กังวาน
พลิ้ว” สิ่งนี้ต้องผ่านการฝึกอย่างจริงจัง เพื่อให้เสียงนั้นธรรมชาติที่สุด ควรจะเริ่มจากการฝึก “เปิด
ช่องคอ” จำเป็นต้องพยายามให้ช่องคอกว้างและขยายออก การหายใจเป็นธรรมชาติ
และสภาพช่องคอผ่อนคลาย นั่นแหละคือสิ่งที่ผู้ฝึกร้องขับร้องต้องการ ความเครียดทางจิตใจที่
ส่งผลให้เกิดความเครียดทั่วร่างกายกลายเป็นอาการเกร็งตามกล้ามเนื้อทุกส่วนรวมทั้งช่องคอด้วย
สิ่งเหล่านี้เป็นอุปสรรคอย่างยิ่ง

แบบฝึกหัด “เปิดช่องคอ” เริ่มจากการพูดหรือการอ่านบทกลอน โดยใช้วิธีการหายใจเข้า
ออก ที่ถูกต้องผลักดันให้ช่องคอเปิดออก หรือใช้สระบางตัวช่วยในการฝึก เช่น ใช้สระอู สระโอ

วิธีการแบบตะวันตก มักบอกให้ใช้วิธีหาวนอน เพื่อเปิดช่องคอ เพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อช่องคอ การเปล่งเสียงต้องพยายามออกเสียงสระและพยัญชนะให้ถูกต้องเพราะจะช่วยให้ช่องปากเคลื่อนไหวได้ไม่ติดขัด เมื่อเปิดปากได้ถูกต้องแล้วก็จะออกเสียงได้ตามที่ต้องการ ต้องเปิดปากให้เป็นธรรมชาติและเหมาะสมกับตัวเองมากที่สุด ถ้าอ้าปากกว้างไปเสียงก็จะแตก ต้องให้มีความรู้สึกว่าการอ้าปากขึ้นลงกับกับเสียงนั้นสอดคล้องกัน ตำแหน่งลิ้นก็สำคัญมาก เพราะมีผลต่อการสร้างเสียงสะท้อนและน้ำหนักของเสียง ปลายลิ้นควรวางราบ อย่าให้แตะหลังพินล่างและอย่างกระดกขึ้น เพราะการกระดกลิ้นขึ้นจะทำให้ลมหายใจวนกลับ การยกลิ้นสูง การวางลิ้นลง การแลบลิ้น การหดลิ้นกลับต่างมีผลทำให้ขวางลมที่ผ่านอวัยวะที่ทำให้เกิดเสียงสะท้อน และส่งผลต่อความนุ่มนวลของเสียง หากลิ้นกระดกขึ้นเร็วไปก็เกิดเสียงในลำคอหรือเสียงนาสิกได้ง่าย ขณะเริ่มฝึกเปล่งเสียงต้องใส่ใจตำแหน่งลิ้นว่าถูกต้องหรือไม่ คนเสียงแหลมควรฝึกสระเสียงโอ อุ ให้มากๆ และเสียงคนทุ้มมักฝึกเสียง เอ อี และต้องคุมการฝึกให้อยู่ในช่วงระดับเสียงสูงปานกลางเสียงยังเป็นธรรมชาติก็ยิ่งพัฒนา ขณะที่เปล่งเสียงก็คล้ายกับการสไลวโอลินที่ไม่ใช้การกระชากเสียง แต่ต้องค่อยๆ ลากกันซักให้เสียงไหลออกมา การเปล่งเสียงอาศัยลมหายใจที่ค่อยๆ ผ่อนออก น้ำเสียงตั้งแต่ต้นจนจบต้องไม่เปลี่ยน สูงต่ำต่อเนื่องกัน ลมหายใจเข้าทางจมูกและช่องปากทำให้เกิดเสียงสะท้อนอย่างเป็นธรรมชาติ ฝึกลากเสียง “อา” ยาวๆ เพื่อตรวจดูการออกเสียงทั้งขึ้นตอนว่าลิ้นวางราบหรือไม่ แรงดันของลมที่เข้ามาทำให้เพดานอ่อนยกขึ้นเล็กน้อย ช่องคอกับช่องปากเปิดเป็นทางออกไปจนถึงรูปปากที่สอดคล้องกับสระ “อา” การฝึกฝนโดยความตั้งใจจะทำให้ตำแหน่งเสียงถูกต้องด้วย

ระดับเสียง (Tone) พื้นฐานเบื้องต้น แบ่งออกได้เป็น ๓ ระดับเสียงดังนี้

ระดับเสียง (Chest Tone) อาณาเขตในการปล่อยเสียงคือ ตั้งแต่กล้ามเนื้อหน้า ทรวงอก

- ## ตอนจบ

- 1) รีมฝีปากล่าง 2) รีมฝีปากบน 3) ปุ่มเหงือก
4) ไตโหนกแก้ม 5) กลางโหนกแก้ม 6) บนโหนกแก้ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ระดับเสียงสูง (Head Tone) อาณาเขตในการปล่อยเสียงตั้งแต่ตั้งจมูกขึ้นไป

ตำแหน่งเสียง (Voice Registration) ที่ใช้ในการฝึกฝนเบื้องต้นคือ

- 1) ตั้งจมูก 2) หัวคิ้ว 3) หน้าผาก

ตำแหน่งเสียง (Voice Registration) คือจุด (Spot) ต่างๆตามร่างกายที่แต่ละเสียงถูกกำหนดให้เกิดการสั่นสะเทือนและความก้องกังวาน (Resonance) แล้วปล่อยออกมาเป็นเสียงนั้นๆ เช่น ตำแหน่งเสียงที่ริมฝีปากล่าง

เราสามารถฝึกหัดความแม่นยำในการวางตำแหน่งเสียงได้ดังนี้

หายใจเข้าและส่งลมออกมาตามวิธีที่ได้เรียนมาแล้วอย่างถูกต้อง ในการปล่อยลมออก ให้จินตนาการพาลมหายใจไปรวมไว้ (Focus) ที่จุดตำแหน่งเสียงนั้นๆ จากนั้นให้จินตนาการพุ่งเสียงไปข้างหน้าจากจุดตำแหน่งเสียง โดยปิดริมฝีปากเข้าไว้ด้วยกันจะเกิดเป็นเสียง ฮัม

หากมีการวางตำแหน่งเสียงที่ถูกต้อง และส่งลมในปริมาณที่มากพอจะรู้สึกถึงการสั่นสะเทือนบริเวณจุดตำแหน่งเสียงนั้นๆ

ควรมีการเปิดคอเพื่อให้ลมผ่านได้สะดวกและเพื่อไม่ให้ตำแหน่งเสียงติดอยู่ในลำคอ

เรื่องสีเสียง (Tone colors)

Tone เสียง	สี	อารมณ์และความรู้สึก
Chest Tone	เทา, น้ำเงิน, ดำ	เศร้า, เหงา, ลึกลับ, น่ากลัว สยองขวัญ, ปลูกใจ
Mouth Tone (ตอนต้น)	เหลือง, เขียว	ร่าเริง, แจ่มใส, สบายใจ, จริงใจ
Mouth Tone (ตอนปลาย)	แสด, แดง	รุนแรง, โกรธ, ดุดัน, ร้อนแรง แสดงอำนาจ
Head Tone	ฟ้า, ชมพู	เศร้า, เหงา, น่ารักบริสุทธิ์

การฝึกเปล่งเสียงแบ่งออกเป็นสองประเภท คือแบบปกติและแบบพิเศษแบบแรกจะทำวันละเล็กน้อยเพื่อรักษาเสียงให้คงที่ แบบหลังมุ่งฝึกแก้ปัญหาในการออกเสียงขณะเปล่งเสียงลมหายใจ ต้องไม่ติดขัด รู้สึกคล้ายกับว่าคลื่นเสียงออกจากจมูกและปากพร้อมกัน มารวมกันข้างหน้าแล้วให้

“ไหล” ออกมา เสียงก็จะอ่อนหวานเป็นธรรมชาติและไม่กระจาย การใช้เสียงที่แผ่วไปก็ไม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้เริ่มฝึกมักออกเสียงแผ่วจนเกินไป เสียงแผ่วนี้จะทำให้เส้นเสียงปิดไม่มิดเกิดการรั่วไหลของลม เส้นเสียงจะเสียดสีตลอดและเป็นบ่อเกิดของตุ่มเนื้อลอกจากที่เส้นเสียงซึ่งเป็นอันตรายมาก การฝึกเปลี่ยนเสียงเน้นการใช้เสียงสระ อา, เอ, อี, โอ, อุ

วิธีการสร้างเสียงสะท้อน

อวัยวะที่ทำให้เกิดเสียงสะท้อน คืออวัยวะที่กลั่นกรองเสียง ประกอบด้วยช่องคอ โปรงจมูก ช่องปาก เพดานแข็ง ลิ้น ฟัน ริมฝีปาก

จุดประสงค์ของการสร้างเสียงสะท้อน คือ ทำให้เสียงไพเราะสมบูรณ์สดใสดังใจคนฟังทุกเมื่อ เสียงที่ไม่มีแรงสะท้อนจะไม่ไพเราะและดังกไม่นาน การที่จะร้องให้เกิดเสียงสะท้อนได้นั้น ต้องอาศัยวิธีการหายใจที่ถูกต้อง และช่องคอเป็นธรรมชาติและไม่เกร็ง เสียงสะท้อนแบ่งเป็น เสียงสะท้อนในช่องอก เสียงสะท้อนในโพรงปากและจมูกและเสียงสะท้อนในช่องกะโหลก เสียงสะท้อนไม่อาจใช้เฉพาะบางส่วน แต่ควรใช้ทั้งสามส่วนด้วยกัน มิฉะนั้นเสียงจะไม่ไพเราะ โปรดสังเกตว่า จุดเน้นหนักของเสียงสะท้อนต่างกัน ลมหายใจที่ใช้ก็ควรเปลี่ยนตามไปด้วย

เพดานอ่อนเป็นตัวปรับความสูงต่ำของเสียงสะท้อน ขณะที่ร้องเสียงระดับสูงเพดานอ่อนจะยกขึ้นสูงตามระดับเสียง ขณะที่เพดานอ่อนปรับเสียงสูงต่ำอยู่ก็จะเกิดจุดสะท้อนเสียง ขณะที่ร้องเสียงระดับต่ำจุดสะท้อนเสียงจะอยู่ข้างหน้า ถ้าร้องเสียงระดับกลางจุดนั้นก็อยู่ตรงกลาง ถ้าร้องเสียงระดับสูงจุดนั้นก็อยู่ด้านหลังเพดานอ่อน สามารถทำให้เสียงมีพลังขึ้น โปรงจมูกมีผลอย่างมากต่อเสียงสะท้อน ขณะที่ร้องเพลง โปรงจมูกจะบานออก เมื่อเปล่งเสียงจมูกจะขยายออกสองข้างเหมือนกำลังดมดอกไม้ ช่วงนี้คลื่นเสียงจะรวมกันอยู่ข้างหลังโพรงจมูกแล้วจึงเคลื่อนออกไป เสียงนุ่มใส ขณะที่ร้องเสียงสูง อวัยวะที่ใช้ออกเสียงต้องมีความยืดหยุ่น ลมหายใจก็ต้องหมุนเวียน กะบังลมก็ต้องขยายกว่าการร้องเสียงระดับกลาง และต้องรู้สึกว่ามีเสียงออกจากช่องกะโหลก ถ้าทำไม่ถูกต้องก็รู้สึกอึดอัด โดยทั่วไปเสียงนาสิกคือเสียงที่ “จืดจาง” คลื่นเสียงจะออกจากโพรงจมูกฟังดูไม่ชัด ใช้อีกปลายจมูกไม่โล่ง การฝึกเสียงโดยใช้คำว่า “มู” ทำให้ได้ตำแหน่งของเสียงสะท้อน การฝึกโดยคำว่า “นา” และ “มา” จะช่วยให้หาตำแหน่งเสียงสะท้อนได้ง่ายเราจะฝึกเสียงสะท้อนเฉพาะที่ใดที่หนึ่งไม่ได้ หากแต่ต้องฝึกเสียงสะท้อนที่เกิดจากช่องกะโหลก โพรงปากและช่องอกไปพร้อมๆ กัน แต่ก็ต้องมีจุดเน้นหนักจึงได้เสียงสะท้อนที่ดี

การร้องเสียงสูงนั้น แม้ไม่ได้ออกแรงจนเต็มที่ อวัยวะภายในก็ต้องทำงานเต็มที่ กล่าวคือ กะบังลมและซี่โครงจะค่อยๆ ยุบลงแต่กล้ามเนื้อรอบๆ จะเกร็งและดันตั้งขึ้น เพื่อไม่ให้ส่วนคอตึงและไม่ให้ส่วนอกออกแรง ควรคลายกล้ามเนื้อบริเวณอื่น นอกจากบริเวณที่ควรใช้แรงให้เป็นธรรมชาติเท่านั้น เสียงสูงต้องใสและไม่แตก หากต้องการให้เสียงสะท้อนรวมกันที่โพรงกะโหลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แล้วเกิดเป็นเสียงในช่องกะโหลกแล้ว ยิ่งจะต้องผ่อนคลายเมื่อต้องร้องเสียงสูงขึ้นให้รู้สึกเหมือนกับว่าเสียงอยู่ห่างจากลำคอและกำลังบินออกไป ไม่ใช่ร้องยังสูงกินแรงและเกร็ง

กะบังลมหากไม่ขยับลมสู่ข้างบนก็เหมือนตีเหล็กโดยไม่ลากคันชักลม เสียงจะแหบแห้งกลายเป็นเสียงแห้งผากจืดชืด ขณะที่ฝึกร้องเสียงสูงหากใช้เสียงดังไปเส้นเสียงก็จะอ่อนแรงได้ง่ายควรพักทุกสิบนาทีก่อน มิฉะนั้นคุณภาพของเสียงจะลดลงจนเป็นเสียงสั้น นอกจากนี้ควรใช้เสียงสะท้อนในช่องกะโหลกให้มาก (รู้สึกเหมือนกับหา) แล้วเมื่อร้องเสียงสูงควรใช้สระ “โอ, อุ” ในการฝึกไม่เช่นนั้นเสียงจะแห้งจืดชืด เราต้องเพิ่มแรงขยายกะบังลมและเคลื่อนไหวก้ามเนื้อบริเวณเอวระดับเสียงยังสูงกะบังลมก็ต้องขยายจนสุด เพื่อให้ส่วนบนของช่องอกเกิดเสียงสะท้อนได้ดังเต็มที่ ก้ามเนื้อท้องใช้แรงดันอวัยวะภายในช่องท้องและยืมแรงประคองกะบังลมให้ขยายช่องอกและตรงกลางปอดก็ขยาย ทำให้เกิดเสียงสะท้อนเต็มที่

การออกเสียงให้ถูกอักขระวิธี

การออกเสียงคำในการขับร้องต้องประสานกันการฝึกหายใจ การเปล่งเสียงและการสร้างเสียงสะท้อน แม้ว่าพูดชัดก็ไม่แน่ว่าจะร้องเพลงได้ดีเสมอไป เนื่องจากเสียงที่ผลิตออกมาจะต่างกันตามรูปปาก การออกเสียงผิดมักส่งผลต่อเนื้อเพลงด้วย ผู้ฝึกควรฝึกพูด หัดพูด หัดอ่านภาษาไทยให้ชัดเจนทุกพยัญชนะสระและวรรณยุกต์ ไม่ควรนำสำเนียงฝรั่งมาใช้ปะปนกับสระไทย ขอให้สังเกตคำว่า “รัก” ใน เช่นคำว่า “ตก” ซึ่งใช้สระเสียงสั้น ก็ไม่ควรร้องให้เป็นสระเสียงยาวจนกลายเป็น “โตก” ซึ่งถือว่าเป็นการออกเสียงที่ผิด เพราะนำเอาเสียงสระสั้นมาร้องเป็นเสียงสระยาวแทน

การฝึกเปล่งเสียงร้องเพลงตะวันตกก็เพื่อให้ร้องเพลงฝรั่งได้ดี เสียงสระพื้นฐานของการออกเสียงก็คือ เอ อี ไอ โอ ยู

- เอ อ้าปากโดยยกขากรรไกรบนขึ้นปล่อยขากรรไกรล่างตามสบายลิ้นวางราบปล่อยธรรมชาติ อ้าปากตามสบายแต่อย่ากว้างจนเกินไป
- อี อ้าปากครึ่งเดียว ลิ้นหดเล็กน้อย ตำแหน่งลิ้นคั่นไปทางข้างหลัง
- ไอ ฉีกมุมปาก ลิ้นด้านหน้าเกือบแตะเพดานแข็ง
- โอ ห่อปาก ตำแหน่งลิ้นคั่นไปทางด้านหลัง ช่องปากครึ่งบนเป็นรูปทรงกระบอก ใช้กำลังเต็มปาก
- ยู ห่อปาก ลิ้นส่วนหลังสูงจนเกือบแตะเพดานอ่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นผู้ฝึกจึงควรระมัดระวังในการใช้สระจากภาษาต่างประเทศมาฝึกเปล่งเสียง อย่าลอกเลียนการออกเสียงเหล่านั้นทั้งดุ้น มาใช้กับการร้องเพลงไทย ดังนั้นไม่ควรหลับหูหลับตาฝึก หากต้องมีเป้าหมายและมีแผนงานฝึกฝนอย่างเข้มงวดจึงควบคุมได้

การฝึกทำนองและจังหวะ

ดนตรี คือ เสียงต่างๆที่เกิดขึ้น โดยมีเจตนาและมีระบบระเบียบความคิดดนตรีเป็นวิชาการที่มีสาระเฉพาะของตัวเอง เป็นเรื่องของการรับรู้ทางด้านการฟัง ได้แก่ โสตศิลป์ และ ศิลปะการแสดง ด้วย ดนตรีเป็นโสตศิลป์ที่เกี่ยวข้องกับเสียงและเวลา คุณสมบัติของเสียงที่สำคัญ ได้แก่ ระดับเสียง ความยาวของเสียง ความดัง-เบา และคุณภาพของเสียง คุณสมบัติที่เกี่ยวกับเวลา ได้แก่ ความเร็วของจังหวะ อัตราจังหวะและจังหวะเมื่อนำคุณสมบัติของเสียงและเวลามาสัมพันธ์กัน เกิดเป็นองค์ประกอบทางดนตรีขึ้น

โครงสร้างคำ

ในการออกเสียงคำร้องแต่ละคำให้ถูกต้องควรคำนึงถึงโครงสร้างของคำนั้นๆ ซึ่งจะมีสระและพยัญชนะเป็นองค์ประกอบหลัก การวิเคราะห์โครงสร้างคำแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ คำที่เกิดจาก พยัญชนะต้น + สระ เช่น มา คำที่เกิดจาก พยัญชนะต้น+ สระ + พยัญชนะปิดท้าย (ตัวสะกด) เช่น ตาม ข้อสังเกต

คำบางคำมีโครงสร้างจากสระเสียงผสม จึงต้องวิเคราะห์ให้ละเอียด

เช่น ไฟ วิเคราะห์คำได้ = ฟ + อา + อี

กล้วย วิเคราะห์คำได้ = กล + อุ + อา + อี

ในการวิเคราะห์โครงสร้างคำให้ถือเสียงที่เปล่งออกมาเป็นหลัก

เช่น เดียว วิเคราะห์คำได้ = ด + อี + อา + อุ (เสียงสระอุเกิดจากพยัญชนะตัว “ว”)

ในการร้องเพลงจะต้องลากเสียงคำร้องตามคำโน้ต จึงมีหลักอยู่ว่า เมื่อต้องการลากเสียงในคำร้องคำใด ก็ให้ลากด้วยสระในการร้องคำนั้นแล้วออกเสียงพยัญชนะปิดท้ายเมื่อต้องการจะจบเสียงนั้น การร้องเพลงให้คำร้องถูกต้องชัดเจนจึงควรฝึกฝนการออกเสียงสระและพยัญชนะให้ถูกต้องเสียก่อน

การออกเสียงสระ

อวัยวะที่เกี่ยวข้องกับการออกเสียงสระคือ

1. ขากรรไกร
2. ริมฝีปากและมุมปาก
3. ลิ้น

สระแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆตามลักษณะการทำงานของริมฝีปาก ดังนี้

1. สระที่มีรูปมปากเปิดออกด้านข้าง เช่น อี, เอ , อา ฯลฯ

ตัวอย่างการทำงาน

สระอี - ขากรรไกรเปิดให้มีขนาดกว้างของฟันบน-ล่างประมาณครึ่งเซนติเมตร

- ริมฝีปากบนและล่างเปิดให้เห็นฟันบน-ล่างอย่างละครึ่ง

- ปลายลิ้นแตะที่โคนฟันล่าง

สระเอ - ขากรรไกรเปิดให้มีขนาดกว้างของฟันบน-ล่างประมาณหนึ่งเซนติเมตร

- ริมฝีปากและลิ้นทำงานเหมือนสระอี

สระอา - ขากรรไกรเปิดให้ขนาดกว้างของฟันบน-ล่างประมาณสองเซนติเมตร

- ริมฝีปากและลิ้นทำงานเหมือนสระอี

2. สระที่มีรูปมปากกรวบเข้าหากัน เช่น อุ, โอ, ออ ฯลฯ

ข้อสังเกต

ในการออกเสียงสระทุกตัว เมื่อปลายลิ้นแตะอยู่ที่โคนฟันล่างแล้ว ควรระวังไม่ให้กลางลิ้นหรือโคนลิ้นลอยเวลาที่เปล่งเสียง

ประโยชน์ของการวิเคราะห์เสียงสระในคำร้อง

ช่วยให้การออกเสียงในคำร้องมีความชัดเจน

ช่วยสื่ออารมณ์ที่แตกต่างความหมายของเพลง เช่น คำว่า ไฟ = ฟ + อา + อี ถ้าเน้นสระอา

จะให้ความรู้สึกอ่อนนุ่มกว่าการเน้นสระอี

ช่วยในการพิจารณาใ้ถูกคอยู่ในกรณีคำร้องมีเสียงสระมากกว่า ๑ เสียง เช่น

บทเพลง “เดือนเพ็ญ”

กองไฟสุ้มความตามคอก

คงยังไม่มอดดับคอด

จันทร์เอยช่วยบอกให้ลมช่วยเป่า

สุ่มไฟให้แรงเข้า

พัดไล่ความเขือกเย็นหนาว

ให้พี่น้องเรานอนหลับอุ่นสบาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำว่า “สบาย” วิเคราะห์คำ = สบ + อา + อี

นักเรียนสามารถใช้หลักการวิเคราะห์เสียงสระ มาช่วยพิจารณาการเล่นลูกคอในสระตัวใดตัวหนึ่งหรือทั้ง 2 ตัว แล้วแต่ความเหมาะสมในบทเพลงนั้น

ช่วยในการพิจารณาการออกเสียงคำร้องมากกว่า ๑ เสียงที่มีการ slur เสียง เช่น

บทเพลง “คิดถึง”

จันทร์กระจ่างฟ้า

นภาประดับดาว

โลกสวราวเนรมิต

ประมวลเมืองแมน

ลมโชยกลิ่นมาลา

กระจายดินแดน

เรียนนี้แสน

กะเนิงถึงน้องนวลจันทร์

คำว่า “สวาย” วิเคราะห์คำ = ส + อุ + อา + อี และมีการ slur เสียงสองโน้ตคำร้องคำนี้นักเรียนสามารถใช้หลักการวิเคราะห์เสียงในสระมาช่วยพิจารณา จะออกเสียงสระตัวใดในการเปล่งเสียงตัวโน้ตตัวใด

การเปล่งเสียงที่ถูกต้องและวิธีแก้ไข

เสียงที่ไม่มีคุณภาพเกิดจากการหายใจไม่ถูกต้องและการทำงานของอวัยวะที่ใช้ออกเสียงบางส่วนไม่ถูกต้อง ดังนั้นผู้เริ่มฝึกจึงควรพัฒนาความสามารถในการแยกแยะการเปล่งเสียงที่ถูกต้องสาเหตุส่วนใหญ่ของการเปล่งเสียงผิด มาจากวิธีการหายใจ และการสร้างเสียงสะท้อน การเปล่งเสียงผิดส่วนใหญ่เป็นการเปล่งเสียงในคอ เสียงนาสิก เสียงแห้ง เสียงบอด ขณะที่แก้ไขการเปล่งเสียงที่ผิด ต้องสังเกตทางกายภาพ เช่น อวัยวะในการออกเสียง และระบบหายใจบกพร่องหรือไม่ เสียงในลำคอเกิดจากสูดลมเข้าปอดไม่ลึกพร้อมกับเกร็งกล้ามเนื้อ ดังนั้นต้องเริ่มจากการสูดหายใจลึกๆ เท่าที่จำเป็นในการขับร้อง อย่าร้องเสียงสูงเกินไป ช่วงแรกให้ใช้เสียงที่ไม่เกิดในลำคอ การเปล่งเสียงต้องเป็นธรรมชาติ อย่าฝืนทำเสียงแข็งเสียงนาสิกที่เกิดขึ้นจากเพดานอ่อน แก้ไขโดยอ้าปากออก แล้วร้อง “อา” โดยยกเพดานอ่อนสูงขึ้น ถ้ายกไม่ขึ้นก็ฝึกโดยใช้เสียง “อุ” แล้งค่อยออกเสียง “อุ” และ “อา”

เสียงบอดเกิดจากคลื่นเสียงออกจากโพรงจมูก ฟังแล้วรู้สึกวากลง เพราะ คอกับโคนลิ้นยกขึ้นทำให้เสียงหมุนเวียนไม่ดี ควรฝึกโดยใช้สระเสียง “โอ” และ “อุ” เสียงอู้อี้มักเกิดจากอวัยวะที่ใช้ออกเสียงอ่อนแรง จึงต้องฝึกให้อวัยวะออกเสียงพ้นคือสภาพจึงจะแก้ไขเสียงอู้อี้ได้

การแสดงศิลปะการขับร้อง

การขับร้องไม่ได้อาศัยเพียงความสามารถทางน้ำเสียงอย่างเดียว หากยังต้องเข้าใจเนื้อเพลงอย่างถูกต้องและวิเคราะห์เราจะสื่อความหมายเช่นใดให้ผู้ฟังใช้วิธีและเทคนิคที่ถูกต้อง สร้างบทเพลงอันมีชีวิตชีวาขึ้น

เลือกรูปแบบเสียงที่เหมาะสม

เมื่อเลือกบทเพลงควรตรึงตรองให้ตีว่าเพลงประเภทใดจะทำให้แสดงความสามารถในการขับร้องได้ดี สรุปแล้ว ต้องแสดงความถนัดพิเศษของตนออกมาเต็มที่แต่ผู้ฝึกไม่ควรจำกัดวิธีฝึกเสียงอยู่แบบเดียว

การวิเคราะห์เนื้อหาของบทเพลง

การสื่อความหมายของบทเพลงให้ลึกซึ่งต้องเข้าใจเนื้อหาสาระของเนื้อเพลงนั้นๆ โดยเริ่มจากบรรยากาศของบทเพลงทั้งบทก่อน แล้วเปล่งเสียงอ่านดังๆ ขณะที่ร้องเพลงต้องร้องให้ชัดถ้อยชัดคำ ไม่ว่าร้องช้าหรือเร็วก็ต้องออกอักขระให้ชัดเจน รวมถึงการแสดงออกทางศิลปะและการสื่อสารความหมายของเพลง เป็นความต้องการสูงสุดของการร้องเพลง

เพลงร้องทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

เพลงศิลปะ คือเพลงที่คุณลักษณะในด้านโครงสร้างที่ค่อนข้างสมบูรณ์ มีความต่อเนื่องอย่างสมเหตุสมผลและมีความลึกซึ้งทางด้านเนื้อหาสาระ แบ่งเป็น

เพลงอมตะ รู้จักกันในนาม “เพลงคลาสสิก”

เพลงร่วมสมัย เป็นเพลงศิลปะยุคปัจจุบันซึ่งมีโครงสร้างค่อนข้างสมบูรณ์คล้ายเพลงอมตะเพียงแต่แตกต่างกันทางยุคสมัยและพัฒนาการทางดนตรีทางด้านรูปแบบ การประพันธ์ บันไดเสียง และเสียงประสาน

เพลงยอดนิยม เป็นเพลงประเภทที่ได้ยินได้ฟังกันทั่วไปในปัจจุบัน ซึ่งเมื่อเวลาผ่านไประยะหนึ่ง เพลงเหล่านี้ส่วนใหญ่จะหายไปจากความทรงจำของประชาชน

จุดประสงค์ของการขับร้องก็คือ การใช้ศิลปะขับร้องที่ฝึกปรือออกมานั้นสื่อความหมายและเนื้อหาของบทเพลงนั้นอย่างมีชีวิตชีวา

ปัจจุบันนักร้องบางคนร้องตามทำนองและจังหวะเท่านั้นน้อยคนที่จะพิจารณาถึงเนื้อหาหลักของบทเพลง ศิลปินที่แท้จริงต้องพิจารณาให้ได้ว่าการสื่อความหมายของบทเพลงควรใช้ความรู้สึกลึกคึกอย่างไรจึงจะถูกต้อง โดยใช้ความมานะอดทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การขับร้องที่ไม่ดึงดูดจิตใจของฟังนั้น แม้จะมีน้ำเสียงที่ดีมากก็อาจทำให้คนอื่นรู้สึกว่าการร้องนั้นน่าเบื่อหน่ายเพียงอย่างเดียว พวกเราก็คงได้ยินนักร้องบางคนร้องบางคนร้องแต่ปาก ใจไม่ร้องนั่นคือการร้อง “ท่องเพลง” หรือ “บ่นเพลง” และมีชื่อ “ร้องเพลง” ดังนั้นควรประสานการขับร้องด้วยน้ำเสียงที่ไพเราะเข้ากับการแสดงบนเวทีที่เหมาะสมและมีชีวิตชีวาเพื่อให้ศิลปะการขับร้องก้าวไปสู่ความสมบูรณ์ขึ้น

สุขวิทยาของผู้ขับร้อง

คนที่อยากจะเป็นนักร้องนั้นของสำคัญอยู่เสมอระยะเวลาของการอยู่ในอาชีพนั้นสั้นมาก ถ้าเขาไม่รู้จักรักษาการขับร้องที่ถูกต้องและไม่บำรุงรักษาอวัยวะทุกส่วนที่สำคัญบ่อเกิดของเสียง ดังนั้นจึงควรรักษาเสียงของตนเองและใส่ใจสุขวิทยาในการขับร้องอยู่ตลอดเวลา สุขภาพแข็งแรงเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด หากสุขภาพเสื่อมโทรมแต่เสียงดีก็ไม่มีประโยชน์ ต้องใส่ใจการกินอยู่ การออกกำลังกายที่เหมาะสมและโภชนาการที่เหมาะสมนอนหลับเพียงพอ พยายามลดอาหารรสจัดและอาหารมัน การดื่มน้ำที่ร้อนหรือเย็นเกินไปก็ไม่เป็นผลดีต่อการร้องเพลง ควรรับประทานอาหารไม่ให้ร้อนเกินไปจนลิ้นกระเพาะเพราะถ้ากระเพาะแน่นไปกะบังลมก็จะเคลื่อนไหวได้จำกัด ทำให้การหายใจไม่เป็นธรรมชาติเท่าที่ควรนอกจากนี้ยังควรใส่ใจรักษาความสะอาดของช่องปากและโพรงจมูก พยายามดื่มน้ำเปล่าให้มากๆ และเมื่อมีโรคภัยไข้เจ็บโดยเฉพาะโรคที่เกี่ยวกับระบบหายใจและการเปล่งเสียงก็ต้องรักษาทันที

วิธีการถนอมเสียงมีดังนี้

นอนหลับพักผ่อนวันละ 6 – 8 ชั่วโมง

งดบุหรี่ และหลีกเลี่ยงไปในที่ซึ่งมีควันบุหรี่มากๆ และอากาศไม่ถ่ายเท

พยายามอย่าใช้เสียงตะโกนแข่งกับเสียงอื่นๆ

รับประทานอาหารให้ครบหมู่

รับประทานวิตามินซี เป็นประจำ

หลีกเลี่ยงอาหารรสเผ็ดจัดและมันจัด

ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ

ดื่มน้ำบริสุทธิ์ที่ไม่เย็นจัดหรือร้อนจัดอย่างน้อยวันละ 1 ลิตร

การใช้ไมโครโฟน

อย่าถือ หรือเลื่อนไมโครโฟนชิดปากมากเกินไป ควรให้ห่างจากปากประมาณ 3 – 4 ถ้าเป็นไมโครโฟนที่มีความไวเสียงมาก อาจจะร้องห่างได้ หรือสังเกต จากคนที่ร้องก่อนเราก็ได้
ในกรณีที่มีขาตั้ง ไมโครโฟน ควรปรับระดับให้ตรงกับปาก โดยไม่ก้มหรือเงยหน้าร้องและไม่ก้ม
ไม่ควรปรับขาไมค์บ่อยครั้ง

ก่อนใช้ไมโครโฟนควรตรวจสอบว่า mic มี on , off หรือไม่บางตัวจะไม่มี on, off) ให้เปิดไปที่ตำแหน่ง on หรือถามผู้รับผิดชอบเรื่องเสียงข้างเวทีว่าเปิด mic แล้วหรือยัง ไม่ควรทดสอบไมโครโฟน โดยการเคาะ, เป่า, ผีปาก, หรือทำเสียงจู้ จู้ โดยเด็ดขาด ถึงเวลาร้องให้ร้องเลย
ในส่วนหน้าของไมโครโฟน (ส่วนที่รับเสียงได้ดีที่สุด) ตรงกับเสียงเปล่งออกมาจากปากเสมอ
ไม่ว่าจะหันหน้าไปทางใด ถ้าร้องอยู่ส่วนหน้าของ mic จะต้องตรงกับปากเสมอ

สิ่งที่นักร้องควรหลีกเลี่ยงการกระทำดังต่อไปนี้ เพื่อป้องกันการเกิดเสียงหวีด หอนของ mic
ไม่กำหวั mic ไม่ถือ mic ต่ำเกินไป (ต่ำกว่าเอว) ควรร้องหรือให้ mic อยู่บริเวณหน้าลำโพง (ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระบบของเครื่องเสียงว่า สามารถตัดความถี่ได้มากน้อยแค่ไหน แต่โดยทั่วไปแล้ว ถ้าไม่จำเป็น ก็ไม่ควรให้หวั mic อยู่ใกล้หน้าลำโพง ไม่ควรจะตะโกนใส่ mic)

ขณะที่ใช้ mic อยู่ หากไม่มีเสียงดังออกมา มีเสียงหอน หรือหวีด ไม่ควรทำท่าหลุกหลิกตกใจ
ลูบคลำ mic ขยับสาย ดึง เข้า-ออก อาจทำให้เสียได้ควรดำเนินการแสดงไปตามปกติ ปล่อยให้
ผู้รับผิดชอบเป็นผู้ดูแลและแก้ไขเอง หากไม่ได้ยินเสียงของตนเองออกมาทาง monttor ด้านหน้าเวที
หรือดังไม่พอ หรือต้องการเสียงดนตรีออกด้วย ให้บอกผู้รับผิดชอบเรื่องเสียง เพื่อเพิ่มเสียงให้ได้
ไม่ตะโกนใส่ mic จะทำให้เสียงที่มา ฟังไม่ชัด เสียงดังจริงแต่ฟังไม่รู้เรื่อง และก็ไม่ควรร้องเบา
จนเกินไป

ขณะทำการแสดงไม่ควรปิด - เปิด ไมค์บ่อยๆถ้าไม่จำเป็นก็ไม่ควรปิด เพราะอาจจะลืมเปิด
ได้เมื่อแสดง

ในการฝึกซ้อม ถ้าหากผู้ร้องต้องการเช็คเสียงให้ใช้วิธีพูดออกมาเป็นประโยค คำ หรือ
นับเลข ไม่ควรเคาะ เป่า หรือทำเสียงจู้ จู้ เด็ดขาด (โดยปกติข้างเสียงจะมีวิธีเช็คเสียงและปรับ
ความถี่ไว้ก่อนหน้าแล้ว)

ข้อปฏิบัติในการเป็นนักร้องที่ดี

พยายามยกระดับ การขับร้องของตนเองอยู่เสมอ และใช้ศิลปะนี้เพื่อก้าวสู่การเป็นศิลปินที่แท้จริง

ควรถือเอารูปร่างหน้าตา หรือท่าทางต่างๆ เป็นเพียงส่วนประกอบเท่านั้น นักร้องที่ดีต้อง ใจกว้างเสีย

ใจความสามารถ มิใช่ ใจแคบรูปร่างหน้าตาเท่านั้น

ชื่อตรงต่อตนเอง และผู้ฟัง พยายามถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกของบทเพลงนั้น ออกมาอย่างแท้จริง

อย่าเสแสร้ง หรือแสดง แต่ต้องนำตนเองเข้าไปสู่เนื้อหาของบทเพลง และบอกกล่าวความหมายนั้นๆ ให้แก่ผู้ฟัง

มีความคิดสร้างสรรค์ ใช้จินตนาการของตนเองในการสร้างผลงานใหม่พร้อมกับการพัฒนาความซาบซึ้งของคนตรี

ใฝ่หาความรู้อยู่เสมอ ทั้งทางวัฒนธรรม ภาษา ฯลฯ

อ่อนน้อม ถ่อมตน ยอมรับฟังคำวิจารณ์หรือติติงจากผู้อื่น

ไม่อิจฉา ริษยา กีดกันเพื่อนๆ หรือ เด็กรุ่นใหม่ และไม่โอ้อวดแสดงความเก่งกล้า ควรให้การส่งเสริม แนะนำผู้ที่ดียิ่งกว่า สร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับทุกคน

ไม่ดูถูกเหยียดหยาม ศิลปินรุ่นพี่รุ่นเก่า ถึงแม้ว่าเราจะทำได้ดีกว่าหรือเป็นเด็กรุ่นใหม่ และสิ่งต่อไปนี้ เราถือได้ว่าเป็นครูของเราได้ คือเทพเพลงแก่นักร้อง-นักดนตรี ต่างๆ ทั่วๆ ไป ที่เราใช้เป็นแบบอย่าง ไม่ว่าจะมิชชีหรือไมก็ตามรวมถึงผู้ที่ให้คำแนะนำที่ดีแก่เรา ไม่ว่าจะมากหรือน้อยก็ตาม

ยอมรับความสามารถของตนเอง ว่ามีแค่ไหนแค่นั้น พอใจในสิ่งที่พยายามทำอย่างเต็มที่แล้ว (คือ ต้องพยายามฝึกฝน ทำตามครูสอนอย่างที่สุดแล้ว)

รับผิดชอบต่องานทุกงาน ที่ได้รับมอบหมาย ไม่ว่างานนั้น จะได้รับผลตอบแทนมากน้อยเพียงใดก็ตาม

ตรงต่อเวลา และมองเห็นคุณค่าของเวลาเสมอ

เป็นผู้ “ให้” ตลอดเวลา คือให้ทั้งเสียงเพลง สิ่งที่ดีงามแก่ผู้ฟังและสังคม พร้อมทั้งการเป็นนักร้องที่มีคุณภาพด้วยน้ำเสียง กิริยามารยาท และจิตใจที่ดีงาม ไม่ทะนงตนและดำเนินชีวิตประจำวัน เหมือนประชาชนคนทั่วไป

มีน้ำใจเป็นนักกีฬา ในกาประกวดทุกรายการที่เราเป็นผู้แข่งขันคนหนึ่ง ไม่ว่าแพ้หรือชนะ คติศิลปิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรม มีความพยายามในกาฝึกตนเองในด้านความรู้ความสามารถ ค้นคว้าหาความรู้ใหม่ๆอยู่เสมอ ทั้งความรู้รอบตัวและความรู้อื่น ที่สัมพันธ์กับอาชีพของศิลปิน ถึงแม้ว่าจะมีความชำนาญแล้วก็ตาม ศิลปินไม่ควรทะนงตนว่าเก่งแล้ว จึงขาดการฝึกซ้อม ศิลปินต้องถือคติว่าการขาดการฝึกซ้อม เป็นบ่อเกิดของความล้มเหลวโดยสิ้นเชิง

ตั้งใจจริงทั้งในเวลาเรียน ฝึกซ้อม และแสดงจริง ความตั้งใจจริงนี้ฝึกให้เป็นนิสัยได้ โดยการกระทำซ้ำๆ และบ่อยครั้งแล้วนิสัยนี้จะปรากฏขึ้นเอง

กล้าหาญ ไม่รู้จักกระดากอายที่จะแสดงศิลปะของตน ความกล้าหาญต้องอาศัยความเชื่อมั่นเป็นหลัก ผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเองจะเป็นผู้กล้าหาญ และสามารถปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบให้ดีเด่น เป็นพิเศษเสมอ

ร่าเริง ศิลปินเป็นผู้ที่ทำให้ผู้อื่นสนุกสนานร่าเริง ฉะนั้นตนเองก็ต้องเป็นผู้มีอารมณ์ร่าเริงแจ่มใส มองโลกในแง่ดีเสมอ ควรปฏิบัติตนให้อยู่ในขอบเขต และรู้กาลเทศะ มิใช่สนุกสนานร่าเริงจนขาดมารยาทที่ดี หรือทำให้เสียงาน

มารยาท ต้องมีมารยาทเรียบร้อย ทั้งกับคนในหมู่คณะ และบุคคลอื่นทั่วไป ความเย่อหยิ่งทะนงตัวไม่ควรมีในศิลปิน ต้องมีความสำรวมในการปฏิบัติกรต่อที่ชุมชน ระมัดระวังเรื่องการเงินอยู่ และอื่นๆ รู้จักการวางตัวให้เหมาะสมกับบุคคลและกาลละเทศะ

รักษาเกียรติ โดยยึดความซื่อสัตย์สุจริต เป็นหลักประจำใจ ไม่ประพฤติดนเลวไหลคือลุ่มหลงในอบายมุข นอกจากจะรักษาเกียรติของตนเองแล้ว ศิลปินที่ดี ต้องรักษาเกียรติของศิลปะด้วยหน้าที่ เป็นสิ่งที่ต้องรักษา และปฏิบัติจามเคร่งครัด โดยตั้งใจทำให้ดีที่สุด ถ้าไม่เข้าใจในหน้าที่ของตน ต้องได้ถามจนเข้าใจแจ่มแจ้ง ทางศาสนาถือว่า ผู้ใดทำตามหน้าที่ ผู้นั้นได้ชื่อว่าเป็นผู้ปฏิบัติธรรม

ตรงต่อเวลา การตรงต่อเวลา เป็นสิ่งสำคัญ ในวงการศิลปะเป็นอย่างยิ่ง เพราะมีผู้ทำงานร่วมกันหลายอย่าง และต้องการความพร้อมเพรียงในการปฏิบัติเป็นขั้นๆ อย่าให้เกิดความผิดพลาดขึ้นได้ ศิลปินต้องเป็นผู้ตรงต่อเวลา ทั้งนี้เพื่อความสำเร็จของผู้ร่วมงานทุกฝ่าย

สามัคคี คือความพร้อมเพรียง เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ความสามัคคีทำให้เกิดประโยชน์ความสุขและสำเร็จให้กับกิจการและหมู่คณะ ความหลงตนผิด และอิจฉาริษยาเป็นบ่อเกิดของความแตกแยกในหมู่ศิลปิน ต้องเข้าใจว่า คนทุกคนมีความสำคัญเท่าเทียมกันหมด ใ้ว่าผู้นั้นจะแสดงเป็นตัวอะไร หรือทำหน้าที่สำคัญมากน้อยเพียงไร งานศิลปะเป็นงานที่ต้องอาศัยสามัคคีของกลุ่มบุคคล

ขันติ คือความอดทน นับว่าเป็นอุปสรรคของความสามัคคี อย่างหนึ่งศิลปินต้องอดทนต่อความยากลำบาก และอุปสรรคต่างๆ ที่มีต่องานศิลปะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใจนักกีฬา หากการแสดงไม่ประสบผลสำเร็จ ก็ไม่เสียใจจนเกินไปหรือเกิดความพยายาบทคิดแก้แค้น หรือหมกมุ่นใจที่จะสร้างสรรค์ผลงานศิลปะต่อไปอีก ตรงกันข้ามต้องสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้น คิดแก้ไขข้อบกพร่อง ของตนเอง นำเอาข้อดีของคู่แข่งนั้นมาเป็นความรู้และใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไขต่อไป

ควบคุมอารมณ์ ศิลปินเป็นผู้ที่มีอารมณ์รุนแรง เป็นปรกติวิสัย ถ้าเกิดความไม่พอใจ ต้องรู้จักอดกลั้น และควบคุมอารมณ์ได้ ต้องไม่นำอารมณ์ส่วนตัว มาปะปนกับงานในหน้าที่ต้องรู้จักแบ่งแยกงานกับอารมณ์ ออกจากกัน เมื่อต้องปฏิบัติงานก็ต้องทำตามหน้าที่ แม้จะมีอารมณ์ขุ่นเคืองกับผู้ร่วมงาน หรือผู้แสดงมากนักน้อยเพียงใดก็ตาม

อุทิศตนเพื่อศิลปะ ศิลปินต้องอุทิศตนเพื่อศิลปะได้ ขึ้นชื่อว่าศิลปินแล้วต้องสามารถทำทุกอย่างที่ไม่ผิดศีลธรรม เพื่อความเจริญรุ่งเรืองของศิลปะได้ และต้องเว้นจากการกระทำใดๆ ที่จะทำให้ศิลปะตกต่ำ ในการอุทิศตนเพื่อศิลปะ ศิลปินจะต้องรู้จักคำว่า “เสียสละ” ศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี ได้กล่าวไว้ในเรื่องศิลปะ และการเสียสละว่า “ศิลป์เป็นคำอาณัติ มี ความหมาย ตรงกับคำว่า ความงาม ความดี และเป็นที่สุดของวิญญาน อันเป็นอมตะ มีอาณาจักรอันไม่มีขอบเขต ผู้ที่เข้าในอาณาจักรนี้ ต้องเป็นผู้เสียสละ มิฉะนั้น ก็จงเปลี่ยนอาชีพเสีย

การรักษาและป้องกันเสียงให้มีคุณภาพ

การพักผ่อน นับเป็นประการสำคัญอย่างน้อย 8 ชั่วโมง

ไม่ควรดื่มเครื่องดื่มของเมา

ไม่ควรสูบบุหรี่หรือยาเสพติดใดๆ

ควรดื่มน้ำมะนาว ใส่น้ำเกลือเล็กน้อย หรือใช้น้ำอุ่นผสมเกลือ ล้างคอตอนเช้าจะดีมาก

ในกรณีที่ผู้ร้องเป็นหวัด ไอ หรือมีอาการเกี่ยวกับ การอักเสบในส่วนคอที่ไม่ควรใช้เสียงมาก ควรหยุดใช้เสียงถ้าเป็นไปได้ เพราะเป็นอันตรายอย่างยิ่ง ในกรณีของการเกิดคุดูม จากการเสียดสีของเส้นเสียง

เมื่อมีเสมหะอยู่ในลำคอ ไม่ควรขากแรงๆ เพราะทำให้เกิดการระคายในลำคอได้หรือทำให้เส้นเสียงเกิดการเสียดสีกัน และเป็นแผลได้ ผู้ที่ใช้เสียงมาก โดยเฉพาะจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ที่มีผู้สูบบุหรี่จัดมากๆ อาจทำให้ผู้ที่ใช้เสียงมี อาการไอ ในบางรายแพ้ควันบุหรี่ อาจจะมีอาการไอบ่อยๆ โดยจะเป็นอาการไอแห้ง คืออาการไอออกมาจากปอด ไม่มีเสมหะ ซึ่งเป็นอันตรายมากควรรักษาตั้งแต่เมื่อเริ่มเป็น

ในการ EXERCISE เสียงควรปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามสบายอย่าเกร็งเพราะจะมีผลกับเส้นเสียงได้ โดยเฉพาะถ้าคอถ้ามีการเกร็งโดยเห็นชัดจากการที่มีเส้นเลือดขึ้นอย่างมาก และชักเจนเกินไป อาจทำให้เกิดอันตรายในภายหน้าต่อไปได้

เต้น (Dance)

Street Jazz เป็นการเต้นที่ ผสมระหว่าง Jazz และ Hip-Hop ทำทางการเต้นรำจะมีความยืดหยุ่นมากกว่า JAZZ DANCE มีความทันสมัยมากขึ้น มีกลิ่นของการเต้น Hip-Hop เข้าไปผสม จะเห็นได้จาก มิวสิควิดีโอต่างประเทศ เช่น คริสติน่า อากีเรล่า, บริตนิย์ สเปียร์, Pussycatdolls, Beyonce ' ไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานมาก่อน ก็สามารถเรียนได้ แต่เริ่มต้นที่ Basic หรือ Beginner

K-Pop (Cover K-Pop) เป็นการสอนท่าเต้นในสไตล์เพลงเกาหลี ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนี้ ทำให้คุณสามารถถอดท่าเต้นศิลปินเกาหลีจากมิวสิควิดีโอและคอนเสิร์ต ซึ่งจะทำให้คุณสามารถสัมผัสได้ถึงความเป็นมืออาชีพแบบศิลปินเกาหลีเลยทีเดียว

Hip-Hop (Funk) เป็นการเต้นที่เน้นลีลา ท่าทาง และอารมณ์ เป็นส่วนประกอบสำคัญในการเต้นประเภทนี้ เพราะมาจากผิวดำ และละตินอเมริกาในนิวยอร์ก การเต้นไม่มีรูปแบบตายตัว เรียกได้คืออิสระมากที่สุดจากการเต้นทั้งหมดที่กล่าวมา มีเทคนิคในการเต้นรำเช่น การหมุนตัว การสะบัดสะโพก การโยก การกระโดด การยืดหยุ่น เป็นต้น จะไม่มีการเคลื่อนไหวสวยงามอย่าง JAZZ DANCE และ BALLET เห็นได้ตามมิวสิควิดีโอ เช่น usher, eminem, J.Lo เป็นการเต้นที่อิสระ และทันสมัย ไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐาน การเต้น Hip Hop เป็นการเต้นตามจังหวะของดนตรี Hip Hop ซึ่งลักษณะที่สำคัญของดนตรีประเภทนี้จะเป็นการร้อง การพูด การแร็ป (Rap) ประกอบกับดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องเคาะจังหวะประเภทต่างๆ (Percussions) ซึ่งเป็นเพลงที่มีจังหวะที่เร็วปานกลางถึงเร็วมาก ดังนั้นท่าทางของการเคลื่อนไหวจึงเป็นการเต้นที่เร็ว มีการหยุด การกระตุกของร่างกายในแต่ละส่วน (Isolation) หรือการ locking การย่อขาและโยกตัวตัวขึ้น-ลง (Bouncing) และการกระโดด (Hop) ไปตามจังหวะเพลง โดยผู้เต้นจะเต้นเน้นจังหวะตามจังหวะของกลองและเสียงกีตาร์เบส มีการเลียนแบบการเคลื่อนไหวของหุ่นยนต์ และกิริยาอาการต่างๆในชีวิตประจำวันของคนเราแล้วนำมาปรับเปลี่ยนเป็นท่าเต้นท่าต่างๆเพื่อความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้แล้วนักเต้น Hip Hop ยังมักนิยมนำเอาการเต้นเบรคแดนซ์ (Break Dance) มาเต้นประกอบการเต้น Hip Hop อีกด้วย การที่การเต้นประเภท Hip Hop กลายเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายอย่างรวดเร็วในกลุ่มวัยรุ่นของไทย จึงทำให้สถาบันสอนเต้นรำหลายสถาบันในประเทศเพิ่มการเต้น Hip Hop เข้าไว้เป็นหนึ่งในวิชาที่เปิดสอนของสถาบันนั้นๆ จึงยังเป็นการทำให้การเต้นประเภทนี้แพร่ขยายไปเร็วขึ้นอีก

ถึงแม้ว่าการเรียน Hip Hop จะเริ่มได้ตั้งแต่อายุประมาณ 8-9 ปี แต่กลุ่มนักเรียน Hip Hop ในประเทศไทยมักจะเริ่มตั้งแต่ได้ก้าวร่นอายุตั้งแต่ประมาณ 12-13 ปีเป็นต้นไปจนถึงวัยคนทำงาน โดยมีจุดประสงค์เพื่อต้องการแสดงในงานกิจกรรมต่างๆ ที่โรงเรียนจัดขึ้น เพื่อต้องการเป็นที่ยอมรับในกลุ่มเพื่อน เพื่อการแข่งขันหรือการประกวดเต้นรำต่างๆ และเพื่อความสนุกสนาน รวมไปถึงถือว่าเป็นการออกกำลังกายอีกประเภทหนึ่งด้วยเช่นกัน ครูสอนเต้นรำที่ดีควรมีประสบการณ์ทั้งทางด้านการสอนและการแสดงค่อนข้างมาก เช่นเดียวกับการสอนการเต้น Hip-Hop ซึ่งผู้สอนควรที่จะต้องมีความรู้ ความสนุกสนาน และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ การเต้น Hip Hop นอกจากจะเป็นการเต้นที่เป็นการนำท่าเต้นต่างๆ ที่มีผู้คิดค้นเอาไว้แล้ว และเป็นที่นิยมเต้นกันอย่างแพร่หลายมาสอนในชั้นเรียนแล้ว ยังสามารถเกิดจากการคิดท่าเต้นขึ้นมาใหม่เพื่อการสอนและการแสดงอีกด้วย ลักษณะการเรียนการสอนการเต้น Hip Hop จึงมักจะขึ้นอยู่กับหลักการและประสบการณ์ของครูผู้สอนเป็นสำคัญ แต่ในบางสถาบันยังจะขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารสถาบันอีกประการหนึ่งด้วย ดังที่กล่าวไปแล้วว่าวิธีการเรียนการสอน Hip Hop นั้นไม่ได้มีหลักการที่แน่นอนและตายตัว และมักจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความสามารถและความถนัดของครูผู้สอนเป็นสำคัญ เช่นถ้าครูผู้สอนไม่สามารถเต้นท่าเบรคแดนซ์ได้ ก็มักจะสอนในท่าที่ง่ายๆ หรือคิดออกแบบท่าเต้นที่ตนเองถนัดขึ้นมา ครูที่มีความสามารถในการเต้นหลายๆ ด้านก็จะมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสามารถสอนได้มีประสิทธิภาพมากกว่า

การแสดง (Acting)

ศิลปะการแสดง คือ ศิลปะที่เกิดขึ้นจากการนำภาพจากประสบการณ์และจินตนาการของมนุษย์มาผูกเป็นเรื่อง และจัดเสนอในรูปแบบของการแสดง โดยมีผู้แสดงเป็นผู้สื่อความหมายและศิลปะการแสดง เป็นการสื่อสารอย่างหนึ่งระหว่างมนุษย์ ด้วยการใช้คำพูดถ่ายทอดความคิด และศิลปะของการแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึก การแสดงจึงเหมือนการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดของตัวละคร ผู้แสดงต้องสวมใส่บุคลิกนั้นอย่างมีชีวิต ต้องรู้สึกในบทบาทการแสดงหากการแสดงเป็นเพียงการเสแสร้งแกล้งทำ และเพียงให้ดูเหมือนจริงผู้ชมก็จะสังเกตเห็นถึงข้อบกพร่องเหล่านั้นได้ ผู้แสดงมีหน้าที่ในการควบคุมร่างกาย จิตใจ น้ำเสียง อารมณ์ความรู้สึกด้วยจิตสำนึกและรู้สึกจริงใจในสิ่งที่ตนเองกระทำอย่างจริงใจ นอกจากนั้นผู้แสดงต้องจำบท คำพูด ต้องศึกษาถึงบุคลิกตัวละครนั้น โดยทั้งบุคลิกความเป็นตนเองตลอดเวลาที่สวมบท เพื่อให้ผสมกลมกลืนกันไปกับการแสดงของตัวละครอื่น

การแสดงจึงคล้ายกับ "การเล่นสมมติ" เป็นความเพลิดเพลินที่มนุษย์เราทุกคนเล่นมาตั้งแต่ วัยเด็ก ประสบการณ์เช่นนี้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์เราเกือบทุกคน ในความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงจากความ เป็นตัวเอง ไปเป็นผู้อื่นไปมีชีวิตอยู่ในจินตนาการใหม่ ในสถานการณ์ใหม่ที่เราไม่ อาจจะหาพบในชีวิตประจำวัน เราพยายามเสแสร้งคิดว่าเป็นผู้อื่น ในขณะที่มีจิตสำนึกปกติคืออยู่ทุก ประการ การเสแสร้งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่เราสามารถนำมาใช้

ในที่สุดเราต้องไม่ลืมไม่ว่า ศิลปะการแสดงเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของ ศิลปินนักแสดง และจากมันสมองของความเป็นมนุษย์นอกจากผลงานแล้ว สิ่งติดตามมาในความ เป็นศิลปะก็คือ ความคิด ทักษะคิด ศิลปินนักแสดงสร้างขึ้นมามีด้วยอารมณ์ ความรู้สึกจากจินตนาการ บางครั้งเป็นความกดดันอย่างรุนแรงด้วยความเจ็บแค้น ความทุกข์ยาก ความอยุติธรรม ผลงานจึง ไม่ได้แสดงออกแต่ในเรื่องของความ สุข ความสมหวัง ความเอื้ออาทร หากแต่เป็นความรู้สึกที่อัดอั้น จากภายในที่ทรงพลัง รุนแรง บ่อยครั้งที่งานแสดง งานศิลปะเหล่านี้มีอิทธิพลอำนาจอย่างน่า มหัศจรรย์ สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชม ผู้เสพงานศิลปะเหล่านี้ได้ และบ่อยครั้งอีก เช่นกันที่งานศิลปะได้สร้างจิตสำนึกที่ดีและไม่ดีได้

คุณสมบัติของนักแสดง

เมื่อการชมภาพยนตร์ โทรทัศน์ และละครเวทีแต่ละเรื่องจบลง ผู้ชมมักจะกล่าวขวัญถึง นักแสดง และให้ความสนใจมากกว่าผู้ร่วมงานอื่นๆ ในกองถ่าย ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นผู้กำกับการแสดง ผู้เขียนบท ผู้ถ่ายภาพ ผู้กำกับศิลป์ ผู้ตัดต่อ ผู้ประพันธ์ดนตรี ผู้ออกแบบเครื่องแต่งกาย และ ผู้อำนวยการสร้าง บุคคลเหล่านี้จะถูกรับชมของผู้แสดงบดบังความสามารถลงไปอย่างไม่อาจจะ เปรียบเทียบกันได้ ผู้แสดงได้ถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกซาบซึ้งตราตรึงอยู่ในจิตใจของผู้ชมอย่างมิ อาจจะลืมเลือน เรื่องราวและบทบาทการแสดงจะประทับใจผู้ชม จนกล่าวขานจากปากต่อปาก กลายเป็นประวัติศาสตร์ นักแสดงจึงกลายเป็นผู้ใกล้ชิดกับผู้ชมมากที่สุด ดังนั้นการสร้างภาพยนตร์ ในแต่ละเรื่อง การค้นหาคัดเลือกผู้แสดงจึงต้องพิถีพิถันให้เหมาะกับบุคลิกของตัวละครมากที่สุด เพราะฉะนั้นองค์ประกอบของความเป็นนักแสดงจึงสำคัญมาก คุณสมบัติที่ดีของนักแสดงควร ประกอบด้วย

1. การมีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง

นักแสดงควรมีคุณสมบัติพิเศษแตกต่างจากศิลปินสาขาอื่น เพราะต้องใช้ร่างกายและเสียง เป็นเครื่องมือในการนำเสนองานศิลปะต่อผู้ชม ในขณะที่ศิลปะแขนงอื่น เช่น นักดนตรี จิตรกร ประติมากร จะมีเครื่องดนตรี สี พู่กัน ฝ่าใบ เครื่องแกะสลัก เป็นอุปกรณ์ในการทำงาน ในฐานะ ศิลปินผู้แสดงจึงควรหมั่นฝึกฝนตนเองให้มีสุขภาพพลานามัยสมบูรณ์แข็งแรง พุดออกเสียงที่ ถูกต้องสามารถนำไปใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับจิตรกรที่จะต้องมียุกันที่ดี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การมีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงหมายถึง ความสามารถในการควบคุมการใช้ร่างกายทุกส่วนให้ทำงานได้ตามความต้องการ รู้จักผ่อนคลาย ไม่รู้สึกเกร็งจนทำให้เกิดความเครียด อันเป็นเหตุนำไปสู่การแสดงที่ขัดเจน ประหม่าได้ ผู้แสดงต้องใช้สติปัญญาศึกษาบทบาทการแสดง มีสมาธิกับการแสดง มีความทรงจำในเรื่องของการใช้อารมณ์ความรู้สึก อาชีพของผู้แสดงคือความสามารถในการปรับสภาพของตนเองให้เข้ากับบุคลิกลักษณะของตัวละครที่ตนสวมบท และสามารถถ่ายทอดบทบาทนั้นออกมาสู่สายตาของผู้ชมได้ตามที่ต้องการ ร่างกาย เสี่ยง พ้นอารมณ์ จิตใจ เป็นเรื่องความสามารถที่ได้ใช้ตนเองอย่างเหมาะสม

2. พรสวรรค์ทางการแสดง

คุณสมบัติต่อไปของผู้แสดง คือการมีพรสวรรค์ทางการแสดง เช่นเดียวกับงานศิลปะแขนงอื่นๆ ที่มีความสามารถณรมิตผลงานให้ดูเด่นพิเศษมากกว่าบุคคลอื่น แม้พรสวรรค์เป็นสิ่งที่มิมาแต่กำเนิดคล้ายมรดกตกทอดที่ได้รับมาจากธรรมชาติ แต่ผู้แสดงที่มีคุณสมบัติข้อนี้ นับเป็นสมบัติติดตัวอันล้ำค่าที่ควรภาคภูมิใจ แต่ผู้แสดงควรมีความสำนึกอยู่ตลอดเวลาว่าคำชื่นชม คำสรรเสริญ ไม่ควรได้รับการที่ตนเองมีพรสวรรค์เป็นอาภรณ์ประดับ แต่ควรได้รับการรับรู้ถึงคุณค่าและรู้จักใช้ให้เป็นประโยชน์ การมีพรสวรรค์เปรียบเหมือนกับการเป็นเจ้าของอัญมณีที่งดงามภายในตัวเอง ผู้ที่รู้คุณค่าก็คือ การรู้จักเจียรไนตกแต่งให้เข้ากับเรือนแหวน เครื่องประดับ ซึ่งจะยิ่งเพิ่มรัศมีให้เปล่งปลั่งงดงามเพิ่มขึ้นเป็นเท่าทวีคูณ

คุณสมบัติของการมีพรสวรรค์ ประการแรกก็คือรู้จักใช้จินตนาการ เนื่องจากนักแสดงต้องเป็นคนที่มีประสบการณ์ รู้จักชีวิต ผ่านร้อนผ่านหนาวอย่างผู้รับรู้ และรู้สึกกับสภาพสิ่งแวดล้อม ผู้แสดงต้องเข้าถึงความรู้สึกนึกคิดนี้ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น ขณะเดียวกันยังสามารถถ่ายทอดความรู้สึกเหล่านี้ออกมาได้อย่างมีจินตนาการ

อีกประการหนึ่งผู้แสดงจะต้องมีไหวพริบ ปฏิภาณ รับรู้ความรู้สึกได้อย่างฉับไว มีความละเอียดอ่อน และมีเหตุมีผลในการทำงาน ในขณะเดียวกันต้องมีความคิดและสามารถทำงานได้อย่างสร้างสรรค์ มีความเข้าใจในเรื่องของสุนทรียศาสตร์ รู้จักการควบคุมจังหวะ ลีลา การเคลื่อนไหว การแสดงออกอย่างเหมาะสม ที่สำคัญคือการมีจุดเด่นพิเศษที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดผู้ชม มีความสามารถที่จะเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึกได้ล้ำลึกมากกว่าผู้อื่น และที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือควรมีความสามารถดึงเอาพรสวรรค์มาใช้ได้ตลอดเวลา ซึ่งจะถือว่าเป็นคุณสมบัติของนักแสดงที่ดี

3. การมีระเบียบวินัยและพลังในการทำงาน

นอกจากความพร้อมทางร่างกายและพรสวรรค์แล้ว ผู้แสดงควรมีระเบียบวินัยและพลังในการทำงาน การมีระเบียบวินัยคือรู้จักหน้าที่ความรับผิดชอบทั้งต่อตนเอง หมู่คณะและสังคม ระเบียบวินัยคือมีความขยันพากเพียรหมั่นฝึกซ้อมอย่างสม่ำเสมอ และรู้จักการพัฒนาตนเองอย่างเอกสารถีเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อเนื่อง ถึงแม้จะเป็นผู้มีความสามารถอย่างไรก็ตาม แต่หากขาดระเบียบวินัยก็จะทำงานประสานร่วมมือกับผู้อื่นลำบาก การแสดงในภาพยนตร์โทรทัศน์และละคร เป็นงานที่จะต้องสัมพันธ์กับผู้ร่วมงานอื่นอยู่ตลอดเวลา และทำงานร่วมกันเป็นหมู่คณะ เพราะฉะนั้นจึงควรอยู่ในระเบียบวินัยอย่างเคร่งครัด ซึ่งจะช่วยให้ทำงานได้อย่างไม่สะดุดหรือเกิดความเสียหายได้

ขณะเดียวกันผู้แสดงควรเป็นผู้มี "พลัง" ในการทำงาน มีความพร้อมทั้งร่างกาย พลังใจ เข้มแข็ง เด็ดเดี่ยว ที่จะอุทิศตนให้กับงานศิลปะการแสดง เรียกร้องให้ผู้แสดงพร้อมจะทำงานอย่างทุ่มเทจริงจัง ต้องรู้จักพัฒนา มีความตั้งใจจริงที่จะฟันฝ่าอุปสรรค และฝึกฝนตนเองทั้งทางกายและจิต วิทยุญาณ

4. มีความเข้าใจในงานศิลปะ

นักแสดงที่ดีควรเป็นผู้ที่มีพื้นฐานความรู้ด้านศิลปะ มีรสนิยมดี มีความรู้รอบตัว และนอกจากจะต้องมีความเข้าใจในศิลปะการแสดงแล้ว ควรมีความรู้ในเรื่องงานประพันธ์ ดนตรี นาฏกรรม และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องวัฒนธรรม ความเข้าใจในงานศิลปะอีกประการหนึ่งของผู้แสดง คือความสามารถในการตีความและแปลความหมายจากบท จากเรื่องราวบุคลิกของตัวละครออกมาได้อย่างถูกต้อง และแสดงออกอย่างมีจินตนาการ ซึ่งผู้แสดงต้องเข้าใจเรื่องราว อารมณ์ การกระทำนั้นๆ อย่างลึกซึ้ง เพราะผู้แสดงจะเป็นผู้ที่ถ่ายทอดการแสดงทั้งหมด แม้จะมีผู้กำกับฯ คอยช่วยดูแลอย่างใกล้ชิด แต่การที่นักแสดงมีพื้นฐานทางด้านศิลปะจะช่วยให้การทำงาน โดยเฉพาะการแปลความหมายออกเป็นการกระทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้การทำงานมีความต่อเนื่อง และได้อารมณ์สอดคล้องสัมพันธ์ไปกับบทภาพยนตร์

5. มีความศรัทธา เชื้อมั่นในการแสดง

คุณสมบัติประการสุดท้ายของการเป็นนักแสดงที่ดี คือต้องมีศรัทธาในวิชาชีพและใจรักในงานแสดง การมีศรัทธาหมายถึงมีจิตสำนึกที่ดีต่ออาชีพการแสดง ผู้แสดงควรมีความพร้อมที่จะทำงาน พร้อมที่จะทดลองค้นหาสิ่งใหม่เพื่อความเป็นเลิศในผลงาน และพร้อมที่จะอุทิศตนทำงานอย่างทุ่มเทให้กับสิ่งที่ตนรัก และผู้แสดงควรเป็นผู้มองเห็นเข้าใจคุณค่าในงานสร้างสรรค์อย่างมีอุดมการณ์ ไม่ว่านักแสดงจะมีความสามารถทางการแสดงสักเพียงใด หากขาดความศรัทธา ความเชื่อมั่น และไม่มีใจรักในงานแสดงแล้ว ก็จะไม่สามารถถ่ายทอดผลงานออกมาได้ การแสสร้งแกล้งทำจะไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ นอกจากจะทำให้ขาดความเชื่อมั่นแล้ว ผู้แสดงไม่สามารถหลอกตัวเองและผู้ชมได้อีกด้วย

อัตราค่าเล่าเรียน

ราคาต่อคอร์ส คอร์สละ 1 ชั่วโมงต่อครั้ง 1 ครั้งต่อสัปดาห์ เรียน 12 สัปดาห์

ประเภทครู

Senior Teacher คือ ครูที่จบการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรีจากสาขาวิชาที่สอน

Professional Teacher คือ ครูที่เป็นระดับมืออาชีพในวงการ เช่น ศิลปินที่มีผลงานในวงการ

Master Teacher คือ ครูที่มีประสบการณ์คนตรีจากต่างประเทศ เช่น จบการศึกษาจากสถาบันระดับโลกหรือมีประสบการณ์ทำงานคนตรีจากต่างประเทศ หรือชนะการประกวดระดับนานาชาติ หรือเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียง

ขับร้อง (Voice)				
ประเภทครู	ชม. / ครั้ง	จำนวนครั้ง	ราคาคอร์ส	เฉลี่ยต่อเดือน
Senior Teacher	1	12	10,680	3,560
Professional Teacher	1	12	15,480	5,160
Master Teacher	1	12	16,680	5,560

เต้น (Dance)				
ประเภทครู	ชม. / ครั้ง	จำนวนครั้ง	ราคาคอร์ส	เฉลี่ยต่อเดือน
Senior Teacher	1	12	6,000	2,000
Professional Teacher	1	12	7,200	2,400
Master Teacher	1	12	7,800	2,600

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดง (Acting)				
ประเภทครู	ชม. / ครั้ง	จำนวนครั้ง	ราคาคอร์ส	เฉลี่ยต่อเดือน
Senior Teacher	1	12	7,200	2,400
Professional Teacher	1	12	8,400	2,800
Master Teacher	1	12	9,600	3,200

ระเบียบสถาบัน

1. ค่าลงทะเบียนแรกเข้า 1,000 บาท
2. ค่ากิจกรรม 2,500 บาทต่อคอร์ส
3. เวลาเรียน 60 นาทีต่อครั้ง
4. นักเรียนสามารถขาดเรียนได้ไม่เกิน 2 ครั้งต่อคอร์สเรียน
5. นักเรียนสามารถเรียนชดเชยได้โดยการเข้าเรียนในคอร์สอื่นที่เปิดอยู่เท่านั้น
6. นักเรียนไม่สามารถเปลี่ยนคอร์สเรียนได้ ถ้าเริ่มเรียนไปแล้ว
7. หลังจากการชำระเงินแล้ว ไม่มีการเรียกขอคืนเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบสัญลักษณ์

1. ความสำคัญและความเป็นมาของสัญลักษณ์

1.1 ความหมายของสัญลักษณ์

สัญลักษณ์มีความหมายเป็น 3 นัย คือ สิ่งที่ออกแบบขึ้นใช้เป็นตัวแทนของสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น รูปปั้นพระพุทธรูปเป็นสิ่งแทนของพระพุทธเจ้า, รูปกำป็นแทนพลัง หรือรูปกระต่ายแทนความเร็ว ในความหมายตรงกันข้ามกัน สัญลักษณ์คือ สิ่งที่เป็นนามธรรมมากำหนดขึ้นแทนสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น จุดเรียงกันในรูปสามเหลี่ยมนำมาใช้แทนลูกบิลเลียด หรือวงกลม 5 ห่วง แทนทวีปทั้ง 5 ทวีป ในสัญลักษณ์โอลิมปิก และสุดท้ายสัญลักษณ์คือ การกำหนดสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น รูปของหอยเชลล์ แทนบริษัทหรือปั้มน้ำมัน

1.2 ความสำคัญของสัญลักษณ์

1.2.1 สัญลักษณ์มีความสำคัญในฐานะที่เป็นภาษาสากล

ในโลกนี้มีภาษาที่ใช้ในการสื่อสารมากมายกว่า 100 ภาษา และที่เป็นภาษาถิ่นอีก 5,000 ภาษา ความยุ่งยากในการสื่อสารย่อมเกิดขึ้น ดังนั้นข้อมูลข่าวสารที่จะเป็นมักจะสื่อสารกันด้วยสัญลักษณ์ที่สร้างความเข้าใจต่อคนทั่วโลกได้

โอเกย์ (Olgyay, 1995) ได้แบ่งสัญลักษณ์ในขอบเขตของภาษาไว้ 2 ประเภท คือ สัญลักษณ์แทนเสียง (Phonograms) กับสัญลักษณ์แทนคำ หรือภาษาเขียน (Logogram) สัญลักษณ์แทนเสียง หมายถึงสัญลักษณ์ที่ใช้แทนความเร็วของเสียง เช่น ตัวอักษร ส่วนสัญลักษณ์แทนคำหรือภาษายังแบ่งได้อีก 3 ลักษณะ คือ สัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของภาพ (Image) สัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของแนวความคิด (Concept) และสัญลักษณ์ที่เป็นนามธรรม (Abstract) การใช้สัญลักษณ์แทนเสียง คือภาษาที่เป็นตัวอักษรยังมีข้อจำกัดอยู่มาก มีความผิดพลาด การเรียนรู้ภาษา ในขณะที่โลกเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารต้องอาศัยความสามารถในการแปลความเข้าใจและหลักไวยากรณ์ จึงเป็นข้อจำกัดในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร สัญลักษณ์แทนเสียง(ภาษา) มีความจำเป็นอย่างยิ่งเท่าใด ความต้องการการใช้สัญลักษณ์แทนภาษา (รูปสัญลักษณ์) ซึ่งง่ายกว่า มีความจำเป็นมากขึ้นกว่าหลายเท่า

2. ประเภทของสัญลักษณ์

มนุษย์กำหนดสิ่งที่ใช้แทนสิ่งต่างๆ ขึ้นเพื่อประโยชน์ของการสื่อสารต่อกันในกลุ่มชนของตนและสัญลักษณ์เหล่านั้นได้ถูกจัดหมวดหมู่ไว้ตามความเข้าใจและวัฒนธรรมของตน เมื่อโลกมีการสื่อสารที่ดี ความหมาย และประเภทของสัญลักษณ์กลับถูกนำมาใช้อย่างสับสนพอสมควรหลังจากที่เข้าใจความหมายของสัญลักษณ์ซึ่งเป็นภาพรวมแล้วต่อไปนี้จะได้นำเสนอสัญลักษณ์แต่ละประเภทให้ละเอียดยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 การแบ่งประเภทของสัญลักษณ์

2.1.1 สัญลักษณ์ที่เกิดจากการลอกเลียนแบบ (Representational Symbols) หมายถึง สัญลักษณ์ที่เลียนแบบธรรมชาติวัตถุการกระทำ ทำให้เรียบง่ายโดยทำเป็นภาพเงา เช่น รูปคนที่ขี่จักรยาน หมายถึง ช่องทางสำหรับจักรยาน

2.1.2 สัญลักษณ์ที่เป็นนามธรรม (Abstract Symbols) หมายถึง การนำสาระสำคัญมาเป็นรูปกราฟิก ทำให้เข้าใจง่ายโดยการออกแบบหรือใช้กันมานานหลายปี เช่น รูปเส้นโค้ง 2 แฉก ให้จักรราศี (Zodiac) เป็นสัญลักษณ์พระเจ้าหรือสัตว์ประจําราศี

2.1.3 สัญลักษณ์ที่มนุษย์คิดประดิษฐ์ขึ้น (Arbitrary Symbols) มนุษย์คิดขึ้นมีการเรียนรู้และยอมรับ ตัวอย่างเช่น เครื่องหมายทางดนตรีต้องเรียนรู้ เครื่องหมายทางคณิตศาสตร์ ต้องมีการสอน และเครื่องหมายการค้าต้องมีการโฆษณาเผยแพร่ เป็นต้น

2.1.4 สัญลักษณ์ที่ใช้เป็นความหมายหลัก นอกจากการแบ่งประเภทของสัญลักษณ์ตามที่มาของแนวคิดในการออกแบบแล้ว ยังสามารถแบ่งประเภทตามลักษณะของการนำไปใช้โดยแบ่งสัญลักษณ์ที่ใช้เป็นความหมายหลัก ครอบคลุมและแบ่งย่อยเป็นประเภทต่างๆ เพื่อให้เข้าใจยิ่งขึ้นถึงความคล้ายและความแตกต่างของสัญลักษณ์แต่ละประเภท จึงได้แยกอธิบายเรียงตามลำดับคือ

1. สัญลักษณ์
2. เครื่องหมายภาพ
3. ตราสัญลักษณ์
4. เครื่องหมายการค้า
5. สัญลักษณ์นำโชค
6. พระราชลัญจกรและตราสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้อง
7. สัญลักษณ์อื่นๆ ที่ควรรู้จัก เช่น ตราประจำแผ่นดิน ตราประจำตระกูล เป็นต้น

1. สัญลักษณ์ (Symbol) สัญลักษณ์มีความหมายเป็น 2 แนวทางด้วยกันคือ

1.1 สัญลักษณ์บ่งบอกความเป็นเจ้าของ หมายถึง สัญลักษณ์ทางธุรกิจที่เป็นเครื่องหมายแทน บริษัท ห้างร้าน หรือไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ สถาบัน ซึ่งมีความหมายคล้ายกับเครื่องหมายการค้าและตรา ดังที่แบร์รีแมน (Berryman, 1979) ได้อธิบายไว้ว่า สัญลักษณ์ หมายถึง เครื่องหมายที่ปราศจากตัวอักษรประกอบ ใช้แสดงถึงบริษัทหรือสถาบัน และมีการคุ้มครองตามกฎหมาย ควรมีลักษณะเป็นเอกภาพ เรียบง่ายและสร้างความน่าจดจำได้ง่าย แต่ต้องมีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาเพื่อแสดงไม่ให้เกิดความสับสนกับสัญลักษณ์อื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 สัญลักษณ์สื่อความหมาย หมายถึง สัญลักษณ์ที่เป็นรูปภาพ ซึ่งคนในสังคมเรียนรู้มานาน และเข้าใจความหมายโดยอ้อมนั้น แม้รูปนั้นจะไม่สัมพันธ์กับความหมายโดยตรงก็ตาม เช่น รูปเครื่องหมายบวกสีแดง ไม่ใช่การบวก แต่เป็นตัวแทนของพยางค์หรืออาชาด หรือรูปนกเค้าแมว บางกลุ่มอาจมองว่าเป็นตัวแทนของความชาญฉลาด บางกลุ่มอาจมองว่าเป็นที่อัปมงคล เป็นต้น กล่าวคือ การแปลความหมายของสัญลักษณ์จะเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมด้วย

2. เครื่องหมายภาพ (Pictograph) คำนี้มาจากภาษาอังกฤษ คำว่าPictograms หมายถึง สัญลักษณ์ที่บ่งบอกวัตถุประสงค์ กิจกรรม การกระทำ กระบวนการ หรือแนวคิด ซึ่งมีใช้กันในสังคมมนุษย์มาช้านานและใช้เป็นสากล ควรออกแบบให้มาตรฐาน แต่เป็นเรื่องยากเนื่องจากความแตกต่างของการรับรู้ เรียนรู้ ช่วงเวลาของยุคสมัย แบบอย่างศิลปะและวัฒนธรรม สัญลักษณ์เป็นการสื่อสารระหว่างสาธารณชนกับรัฐหรือองค์การเอกชน อย่างไรก็ตามยังมีผู้ที่จัดเครื่องหมายภาพเช่นเดียวกับสัญลักษณ์ ดังคำอธิบายของอารี สุทธิพันธ์ (2527) สัญลักษณ์คือสิ่งที่มนุษย์ออกแบบสร้างขึ้นเพื่อใช้แทนสื่อความหมาย ที่ให้ทุกคนในสังคมปฏิบัติตนเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2.1 เครื่องหมายภาพในงานกีฬา เป็นภาพที่สามารถสื่อสารถึงกีฬาแต่ละชนิดได้ชัดเจน โดยไม่ต้องอ่านชื่อกีฬา

2.2 เครื่องหมายภาพในการจราจร เครื่องหมายจราจรที่เป็นเครื่องหมายห้าม คือ รูปวงกลมมีเส้นพาดเฉียง เครื่องหมายจราจรประเภทเตือน คือ ป้าย สามเหลี่ยม แต่ในประเทศไทยใช้ป้ายทั้งรูปสามเหลี่ยมและรูปขนมเปียกปูน

2.3 เครื่องหมายภาพที่แสดงบนหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า ซึ่งกำหนดตามแนวขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน ISO (International Organization For Standardization)

2.4 เครื่องหมายภาพที่เกี่ยวข้องกับขนส่งมวลชน มักใช้ในสถานขนส่งทางบกหรือสนามบิน

2.5 เครื่องหมายภาพที่ใช้ในอาคาร สาธารณะ และเครื่องหมายภาพทางสถาปัตยกรรม เช่น ลูกศร, ห้องน้ำชาย, ห้องน้ำหญิง หรือห้องรับประทานอาหาร ซึ่งออกแบบไปต่าง ๆ กัน เป็นต้น

2.6 เครื่องหมายภาพทางการสื่อสาร เป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายของู้ทำงานและประชาชนเกี่ยวกับโทรทัศน์ วิทยุ คอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์

2.7 เครื่องหมายภาพทางศาสนาและความเชื่อ เป็นเครื่องหมายที่สามารถใช้แทนศาสนาในโลกและความเชื่อในลัทธิต่างๆ ตลอดจนสัญลักษณ์ประจำจักรราศี เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 เครื่องหมายภาพด้านความปลอดภัย เป็นเครื่องหมายที่ใช้ในงานก่อสร้างในโรงงานอุตสาหกรรมหรือสถานที่สาธารณะอื่นๆ

3. ตราสัญลักษณ์ (Logo) ราชบัณฑิตยสถาน (2530) อธิบายความหมายของตราสัญลักษณ์ไว้ว่า คำว่า Logo ตัดทอนมาจาก Logotype หมายถึง เครื่องหมาย ตรา สัญลักษณ์ ซึ่งสื่อความหมายเฉพาะถึงส่วนราชการ มูลนิธิ สมาคม บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ อาจจะเป็นตัวอักษรหรือรูปภาพหรือทั้งสองอย่างประกอบกัน รูปภาพนั้นมักจะเป็นลักษณะเลขศิลป์ (Graphic Art) จะเห็นได้ว่า ตราสัญลักษณ์ หรือ ตรา ใช้แทนคำภาษาอังกฤษ Logo หรือใช้ทับศัพท์ “โลโก้” มีความหมายกว้าง แต่อาจแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 ตราสัญลักษณ์ของภาคราชการ หน่วยงานหรือองค์กรที่ไม่มุ่งผลประโยชน์เชิงธุรกิจ เช่น สัญลักษณ์ของกระทรวง ทบวง กรม จังหวัด มูลนิธิ สมาคม พรรคการเมือง และรัฐวิสาหกิจ

3.2 ตราสัญลักษณ์ของบริษัท ห้างร้าน ตราสัญลักษณ์ของบริษัทว่าสัญลักษณ์ทางการค้าที่มุ่งเน้นประโยชน์เชิงธุรกิจ มีลักษณะดังนี้

โลโก้ ที่มีเฉพาะตัวอักษรคำย่อ เช่น R แทนห้างโรบินสัน กางเกงยีนส์ PJ และใช้คำเต็ม เช่น ชื่อหนังสือสมัครงาน H แทน Honda

มีเฉพาะรูปภาพ สัมพันธ์เกี่ยวกับสัญลักษณ์ เช่น ปตท. การสื่อสารแห่งประเทศไทย

มีรูปภาพประกอบตัวอักษร เช่น ตราสัญลักษณ์ แข่งขันกีฬา แชมพูแพนทีน

ในขอบเขตของตราสัญลักษณ์ที่นี้สามารถแบ่งประเภทของโลโก้ต่างออกไปดังนี้ นิติสาร เฟอร์นิเจอร์ (2527) ได้ลงบทความเกี่ยวกับตราโดยใช้ศัพท์ Logo และแบ่งประเภทไว้ดังนี้

โลโก้ (Logo) หมายถึง ตราสัญลักษณ์ที่แสดงออกในรูปต่างๆกัน และไม่มีตัวอักษรประกอบ

โลโก้ไทป์ (Logo Type) หมายถึงเป็นตราสัญลักษณ์ที่นำรูปมารวมกับตัวอักษรที่เป็นตัวหนังสือ ทั้งภาษาไทย อังกฤษ จีน ฯลฯ

แบรนด์โลโก้ (Brand Logo) หมายถึง ตราหรือเครื่องหมายที่ติดต่อกับสินค้า

คอมพานีโลโก้ (Company Logo) หมายถึง ตราของเจ้าของกิจการ ห้างร้าน บริษัท สถาบัน ตราสินค้ากับตราบริษัทบางแห่ง ถ้ามีสินค้าน้อยชนิดจะใช้ตราสินค้ากับชื่อบริษัทร่วมกัน เช่น ห้างขายยาอังกฤษตรางู และมีแบ่งตรางู

อย่างไรก็ตามยังมีผู้ที่ให้ความหมายของโลโก้ในลักษณะขอบเขตที่แคบกว่าที่กล่าวมาคือ วิรุณ ตั้งเจริญ,(2531) อ้างจาก แบร์รี่แมน (Beryman,1979) อธิบายว่า เครื่องหมายภาษาโลโก้ คือการแสดงภาษาตัวอักษรที่เป็นคำอ่านออกเสียง เป็นคำตามความต้องการของผู้ที่ถือลิขสิทธิ์ ใช้แสดงถึงบริษัท ห้างร้าน หรือเป็นตราสัญลักษณ์ของสินค้า ลักษณะสำคัญ คืออ่านได้ มีเอกภาพชัดเจน เช่น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Exxon หรือ ไวไว เป็นต้น เครื่องหมายภาษาเหล่านี้เป็นเสมือนเครื่องชี้เฉพาะ (Identity device) ได้
 อย่างดี เพราะมีความสัมพันธ์ทั้งภาพและเสียง (Visual And Phonetic Codes) ที่ใช้กันคุ้นเคย ต่างไป
 จากภาพสัญลักษณ์ที่เป็นนามธรรม เป็นลักษณะอาจใช้แทนบริษัท ห้างร้าน หรือชื่อสินค้าก็ได้
 ดังนั้น ตราสัญลักษณ์ จึงมีความหมาย 2 แนวทาง คือตราสัญลักษณ์เป็นตัวแทนของหน่วยงาน
 บริษัท ห้างร้าน หรือหมายถึงตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบโดยใช้ตัวอักษรเป็นคำที่อ่านออกเสียงได้มา
 ประดิษฐ์เป็นลักษณะเฉพาะอาจใช้แทนบริษัท ห้างร้าน หรือชื่อสินค้าก็ได้

ตราสัญลักษณ์ คือ ตราบริษัทผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่าย ส่วนเครื่องหมายการค้า คือ ชื่อสินค้าของ
 บริษัท ดังที่ ลิป อีเวลิน(2538) ใช้คำแทนคำว่าโลโก้, โลโก้ไทย และโลโก้แกรม ซึ่งทำหน้าที่
 ส่งเสริมสินค้าหรือบริการของบริษัท ส่วนเครื่องหมายการค้านี้คล้ายคลึงกับโลโก้ที่อาจเป็น
 ตัวอักษรหรือสัญลักษณ์ แต่จะบ่งบอกถึงความเกี่ยวพันระหว่างสินค้าที่ประทับตราหรือสัญลักษณ์
 นั้นกับผู้เป็นเจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่ซื้อขายสินค้านั้น แลเครื่องหมายการค้าต้องนำไปจด
 ทะเบียนต่อทางราชการ

4. เครื่องหมายการค้า (Trade MarK)

รูปแบบสัญลักษณ์หนึ่งที่สามารถใช้จำกัดความและแยกประเภทได้ชัดเจน คือ
 เครื่องหมายการค้า เพราะเครื่องหมายการค้ามีความเกี่ยวข้องกับมนุษย์มาก ในการจับจ่ายใช้สอย
 และรับบริการต่างๆอีกทั้งเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์เชิงธุรกิจ ดังนั้นทุกประเทศจึงต้องออก
 กฎหมายมารองรับเพื่อป้องกันความสับสนและความวุ่นวายจากการปลอมแปลงเลียนแบบ
 เครื่องหมายการค้า

สมศักดิ์ คุณเงิน,ธีระพล อรุณกสิกร และสภาพร ลิ้มมณี (2535) ได้ให้ความหมายของเครื่องหมาย
 การค้าที่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.
 2543 ไว้ดังนี้

“เครื่องหมาย” หมายความว่า ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประดิษฐ์ ตรา ชื่อ คำ ตัวหนังสือ
 ตัวเลข ลายมือชื่อหรือสิ่งเหล่านี้อย่างหนึ่งอย่างใด หรือหลายอย่างรวมกัน แต่ไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์
 จากกฎหมายว่าด้วยสิทธิบัตร

“เครื่องหมายการค้า” หมายความว่า เครื่องหมายที่ใช้หรือจะใช้เป็นที่หมาย ที่เกี่ยวข้องกับ
 สินค้า เพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้
 เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น

“เครื่องหมายรับรอง” หมายความว่า เครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายรับรองใช้ หรือ
 เกี่ยวข้องกับสินค้า หรือบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ

วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะใดๆ ของสินค้านั้นหรือรับรองเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการนั้น

“เครื่องหมายร่วม” หมายความว่า เครื่องหมายการค้า หรือเครื่องหมายบริการที่ใช้ หรือจะใช้โดยบริษัท หรือวิสาหกิจในกลุ่มเดียวกัน หรือโดยสมาชิกของสมาคม สหกรณ์ สหภาพ สมาพันธ์ กลุ่มบุคคล หรือองค์กรอื่นใดของรัฐ หรือเอกชน

เครื่องหมายการค้า คือ คำ สัญลักษณ์ สี ลวดลาย หรืออุปกรณ์ใดๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว รวมทั้งสิ่งของสามมิติใดๆ ที่มีรูปร่างเฉพาะ ซึ่งได้รับความคุ้มครองด้วยการจดทะเบียนตามกฎหมาย เพื่อประโยชน์ใช้สอยของผู้ผลิตหรือผู้ทำ ในการทำให้สินค้าของตนแตกต่างไปจากสินค้าของคู่แข่งชั้นหน้าที่หลักของเครื่องหมายการค้า คือ การแสดงแหล่งกำเนิด อย่างไรก็ตามเครื่องหมายการค้าอาจทำหน้าที่รับประกันคุณภาพของสินค้า และโฆษณา

ดังนั้นไม่ว่าจะเป็น รูปภาพ สัญลักษณ์ ลายเซ็น คำ ข้อความ ตัวเลข ฯลฯ ที่มีเอกลักษณ์และไม่มีบทบัญญัติห้ามจดทะเบียนไว้ ถ้านำไปจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้ากับทางราชการ เพื่อคุ้มครองสิทธิที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และได้รับการอนุมัติจากนายทะเบียน เครื่องหมายการค้าก็จะถือว่าเป็นเครื่องหมายการค้าทั้งสิ้น

5. สัญลักษณ์นำโชค (Mascot)

เมื่อมีการจัดงาน หรือจัดการแข่งขันกีฬามันจะพบเห็นสัญลักษณ์ที่ใช้ในการโฆษณา 2 หรือ 3 ลักษณะ คือสัญลักษณ์อย่างเป็นทางการที่เป็นตราหรือโลโก้ของงาน สัญลักษณ์ที่แสดงถึงการแข่งขันกีฬาแต่ละประเภท (Pictograph หรือ Sport Mark) ของงานและจะได้พบเห็นสัตว์หรือการ์ตูนที่ให้อารมณ์สนุกสนาน น่ารัก สิ่งนี้รวมเรียกว่า สัญลักษณ์นำโชค หรือตัวนำโชค หรือหมายถึง เครื่องราง, สัตว์เลี้ยง, คนหรือวัตถุใดๆ ที่เก็บไว้เพื่อนำเคราะห์ดีมาให้มั่งขวัญ, สอดคล้องกับแอลเลน อธิบายว่า Mascot หมายถึง คนหรือสัตว์หรือสิ่งที่จะช่วยนำโชค การเชื่อเรื่องโชคกลาง มีทั้งคนไทยและต่างชาติ เช่น พ่อค้าเชื่อว่าถ้าไปขายสินค้ากับเพื่อนคนนี้แล้วจะขายดี เพื่อนจึงกลายเป็นตัวนำโชค บ้างเชื่อว่า ถ้าเด็กคนนี้มีมาตุภูมิก็ต้องชนะทุกครั้งไป บางคนเชื่อว่า ถ้าฝันมาทำรังที่บ้านจะเป็นตัวนำโชค ดังนั้นสัญลักษณ์นำโชคที่พบเห็นในปัจจุบันแบ่งออกได้ดังนี้

5.1 รูปคน สัญลักษณ์นำโชคในการแข่งขันฟุตบอลโลก ปี 1970 ที่เม็กซิโกออกแบบสัญลักษณ์เป็นเด็กเม็กซิโก อ้วน น่ารัก แก้มยู่ชื่อ”ฮวนนิโต” สวมหมวกแบบเม็กซิกัน และในการจัดแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัย ครั้งที่ 20 ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ใช้ตัวนำโชคเป็นการ์ตูนเกษตรกรเล่นกีฬา เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 รูปพืชผักและผลไม้ ผู้ออกแบบสามารถนำรูปพืชผักผลไม้มาใช้เป็นโชคได้โดยอาจนำมาผสมกับรูปคนต่อเติมตามจินตนาการ

5.3 รูปวัตถุสิ่งของ วัตถุรอบตัวเราสามารถนำมาดัดแปลงให้เป็นสัญลักษณ์นำโชคได้ โดยอาจนำมาผสมกับรูปคนต่อเติมตามจินตนาการ

5.4 รูปสัตว์ สัตว์ถูกนำมาเป็นตัวนำโชคบ่อยครั้ง อาจเนื่องมาจากสัตว์นั้นมีความน่ารัก ความผูกพัน และเป็นสัญลักษณ์ของคนในเมืองนั้นอยู่แล้ว เพียงนำมาออกแบบใหม่เท่านั้น การจะนำสัตว์ใดออกมานั้น สัตว์ที่เป็นสัญลักษณ์แทน ได้มีความหมายอยู่แล้ว ผู้ออกแบบเพียงนำมาดัดแปลงเท่านั้น เช่น จิงโจ้ – ออสเตรเลีย, หมีแพนด้า – จีน, นกอินทรี – สหรัฐอเมริกา, สิงโต – อังกฤษ เป็นต้น

นอกจากออกแบบโดยคำนึงถึงความหมายแล้ว การออกแบบควรตัดทอนให้เรียบง่าย ต่อเติมให้แปลกใหม่ สะดุดความสนใจ สร้างความตื่นตาตื่นใจ สร้างอารมณ์สนุกสนานน่ารักร สามารถเป็นตัวแทนของเจ้าภาพ ทั้งในด้านศิลปวัฒนธรรมตลอดจนเอกลักษณ์ของชนชาติ หรือกลุ่มชนนั้นๆ แล้วนำไปผสมผสานกับลักษณะเด่นของกีฬาแต่ละประเภท และที่สำคัญ คือ สามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาที่ดี ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรใช้ความคิดนี้ผสมผสานกับฝีมือด้านการวาดการ์ตูนให้เกิดสัญลักษณ์นำโชคตัวใหม่ๆที่น่ารัก

6. พระราชลัญจกรและสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้อง

พระราชลัญจกร คือ ตราประทับบนครั้ง หรือบนกระดาด ตราประจำตำแหน่งลัญจกร พระราชลัญจกร (สอ เสถบุตร, 2531) คำว่า “ลัญจกร” หรือ “ลัญจกร” แปลว่าตราหรือรูปเครื่องหมายต่างๆที่ใช้ประทับตาเอกสารราชการ รวมความว่า “พระราชลัญจกร” คือพระตราสำหรับพระเจ้าแผ่นดินใช้ประทับในเอกสารเป็นตราประจำชาติ แบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ

6.1 พระราชลัญจกรประจำแผ่นดิน หรือโดยที่เรียกทั่วไปว่าตราแผ่นดินนั้น หมายถึงตราประจำชาติดวงที่สำหรับประทับกำกับประปรมาภิไธยพระมหากษัตริย์

6.2 พระราชลัญจกรสำหรับแผ่นดิน หมายถึง ตราประจำชาติต่างๆซึ่งใช้ประทับกำกับเอกสารที่ออกในพระปรมาภิไธยพระมหากษัตริย์ แต่มิใช่สำหรับประทับกำกับพระปรมาภิไธย

6.3 พระราชลัญจกรประจำพระองค์ หมายถึง ตราประจำชาติที่ใช้ประทับกำกับพระปรมาภิไธยพระมหากษัตริย์ในต้นเอกสารสำคัญส่วนพระองค์ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับราชการแผ่นดิน เช่นประทับในเหรียญกษาปณ์ที่ระลึก

6.4 ตราสัญลักษณ์อื่นที่เกี่ยวข้อง ตราสัญลักษณ์อื่นที่เกี่ยวข้องกับราชวงศ์และราชการ เช่น พระปรมาภิไธยย่อ และพระนามาภิไธยย่อ เช่น จปร ภปร สก เป็นต้น พระราชลัญจกรที่ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ปรึกษาพระราชทานแก่นุคคลเป็นตราประจำตัว หรือตราประจำตำแหน่ง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และพระราชทานหน่วยงานราชการ หรือ ตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบเนื่องในวโรกาสต่างๆเช่น พระราชพิธีมงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 5 รอบ และ 6 รอบ เป็นต้น

7. สัญลักษณ์อื่นๆที่ควรรู้จัก

7.1 ตราประจำแผ่นดิน และตราอาร์ม ตราประจำแผ่นดิน หรือตราของประเทศเป็นสัญลักษณ์ที่มีความยิ่งใหญ่และสำคัญ ต้องมีความพิถีพิถันดูน่าเชื่อถือ หรืออาจใช้กันเป็นเวลานานหลายชั่วคน และไม่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยๆ

ประเทศไทยในสมัยรัชการที่ 5 เคยใช้ตราประจำแผ่นดิน ที่เรียกว่า ตราอาร์ม ต่อมาตราแผ่นดินเปลี่ยนเป็นพระครุฑพ่าห์ ถึงปัจจุบันตราอาร์มแผ่นดินดังกล่าวจึงได้รับการดัดแปลงเป็นสัญลักษณ์ของตำรวจ

7.2 ตราประจำตระกูล โสมภณี ศรีสุวรรณ (2528) ได้อธิบายว่าตราประจำตระกูลเกิดขึ้นมาจากอศวินจะสวมเกราะทั้งตัวเพื่อป้องกันอาวุธซึ่งยากที่จะแยกแยะว่าเป็นพวกใดจึงมีการนำเครื่องหมายต่างๆ มาใช้บนโล่เพื่อให้ทหารติดตามอศวินได้ ต่อมาแพร่หลายมากขึ้นจากความนิยมจึงเป็นความจำเป็นในการใช้สัญลักษณ์แทนบุคคลเครื่องหมายเหล่านั้นถูกจัดเป็นเครื่องหมายหรือตราประจำตระกูล ขุนนาง เนื่องจากการนำตราอศวินมาใช้บนโล่ แล้วยังถูกนำมาใช้บนเสื้อคลุม ทับเกราะอีกทีหนึ่งในยุคศิลปะเฟื่องฟู ตั้งแต่นั้นมาจึงเรียกว่า “Coat Of Arms” มีการนำสัญลักษณ์ใช้เป็นเครื่องแสดงบารมีชื่อเสียงส่วนบุคคล ด้านธุรกิจ ตลอดจนประดับอาคารบ้านเรือน เสื้อผ้า และธงชาติ ในประเทศไทยไม่นิยมตราประจำตระกูล จะพบเห็นรูปแบบของตราอาร์ม มาดัดแปลงใช้เป็นตราของตำรวจ ทหาร มนุษย์กบ กีฬา ลูกเสือ โรงเรียน สมาคม เป็นต้น

7.3 สัญลักษณ์ที่ออกแบบโดยใช้ตัวเลข ตัวเลขนั้นยังสามารถนำมาใช้ในการออกแบบได้เช่นกัน แต่พบเห็นไม่บ่อยนัก เท่าที่พบสัญลักษณ์ประเภทนี้พอจะแบ่งได้คือ สัญลักษณ์ที่ใช้เป็นเครื่องหมายการค้า หรือตราของหน่วยงาน หรือสินค้าและบริการ อาจจะออกแบบมาจากปีที่ก่อตั้งบริษัท เลขที่ตั้งบริษัท จำนวนผู้ก่อตั้งบริษัท, สัญลักษณ์ตัวเลขที่แสดงการรับประกันสินค้า เช่น ตัวเลข แสดงการประหยัดไฟ เป็นต้น และสัญลักษณ์ตัวเลขฉลองครบรอบปีต่างๆ เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงความมั่นคง ความเจริญก้าวหน้าของบริษัทหรือหน่วยงาน เป็นต้น

การออกแบบตัวเลขควรออกแบบให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นคง ความเจริญก้าวหน้า พัฒนาการอีกแบบ การใช้เส้นที่แสดงความเร็ว หรือเส้นที่มีทิศทางด้านบน การออกแบบมันจะนำสัญลักษณ์งานสินค้า หรือภารกิจของบริษัทหรือหน่วยงานนั้นมารวมกับตัวเลข เช่น รูปเรือรวมกับตัวเลข แสดงว่าหน่วยงานนั้นเกี่ยวข้องกับการขนส่งทางเรือ อายุครบปีตามเลขนั้น รูปพานพุ่มกับเลข 100 สัญลักษณ์ การฝึกหัดครู ในบางครั้งจะออกแบบแสดงให้เห็นการเฉลิมฉลองเช่น ใช้รูปของตราดาว ภาพของริบบิ้น และบางครั้งการแสดงถึงความก้าวหน้าไม่หยุดยั้งก็จะใช้สัญลักษณ์ A เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สัญลักษณ์แต่ละประเภทที่กล่าวมาล้วนมีหน้าที่ใช้สอย มีที่มาและมีการออกแบบที่แตกต่างกัน จึงส่งผลให้รูปแบบที่ปรากฏให้เห็นแตกต่างกัน สำหรับรูปแบบสัญลักษณ์ใหม่ที่ต้องพัฒนาตามความเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก คือสัญลักษณ์ในคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตที่คนทั่วโลกจะสื่อสารกัน การพัฒนาสัญลักษณ์แต่ละประเภทควรคำนึงถึงหลักการของศิลปะและการออกแบบความเป็นสากลอย่างไรก็ตามสัญลักษณ์ที่พัฒนาขึ้น โดยคนไทย ควรใส่รูปแบบที่แสดงจิตวิญญาณความเป็นไทย

3. หลักการออกแบบสัญลักษณ์ (Symbol Design Principle)

การสร้างสรรค์เพื่อให้ได้สัญลักษณ์ที่ดีสวยงามแปลกใหม่ และใช้ได้อย่างเหมาะสม ต้องสร้างสรรค์โดยอาศัยหลักการออกแบบและอาศัยหลักการที่จำเป็นเฉพาะในการออกแบบสัญลักษณ์ จึงทำให้ผลงานนั้นมีความสมบูรณ์ สามารถผ่านการวิจารณ์และผ่านกาลเวลาอันยาวนาน

3.1 หลักการออกแบบกับสัญลักษณ์ (Symbol Design Principle) ในการออกแบบศิลปะทุกแขนง ต้องนำองค์ประกอบของการออกแบบ ได้แก่ ความเป็นเอกภาพ ความสมดุล ความกลมกลืน การเน้น การซ้ำ และการตัดกัน ดังปรากฏในหลักการออกแบบสัญลักษณ์ที่ดีข้อหนึ่งว่า จะต้องมีความงามตามหลักการออกแบบ

3.1.1 ความเป็นเอกภาพ (Unity) เป็นหลักสำคัญที่เป็นบทสรุปของการออกแบบ หมายถึง การออกแบบให้เกิดความเป็นหนึ่ง มีความลงตัวในทุกองค์ประกอบ กลไกของเอกภาพเป็นกลไกของความงาม และเป็นกลไกของสไตล์ เอกภาพของผลงานเกิดจากองค์ประกอบและหลักการออกแบบการให้มีจุดเด่น มีความสมดุล และหลายๆอย่างประกอบกันจึงจะก่อให้เกิดเป็นเอกภาพ

เอกภาพของสัญลักษณ์ก็เช่นเดียวกัน ต่างกันที่เอกภาพของงานจิตรกรรมมีอยู่ในกรอบสี่เหลี่ยม แต่เอกภาพของสัญลักษณ์จะอยู่ในตัวของสัญลักษณ์เองอย่างเป็นเอกเทศ เช่น

การจัดให้เกิดเอกภาพของทิศทาง อาจออกแบบไปซ้ายหรือขวา หรือศูนย์รวมการใช้สัญลักษณ์ผสมกับตัวอักษร ต้องคำนึงถึงเอกภาพของรูปแบบการออกแบบสัญลักษณ์ที่ต้องการ ความหมายมากมายอาจทำให้ขาดเอกภาพทางความคิดเช่น

ตัวอย่างสัญลักษณ์เมืองอุดรธานี 100 ปี มีความหมายครบถ้วน แต่ขาดเอกภาพทางความคิด เนื่องจากมีองค์ประกอบมากเกินไป คือ มีอนุสาวรีย์ มีพระราชดู หม้อบ้านเชียง ดอกกล้วยไม้ รับบิ้นลายไทย ตัวอักษร ฯลฯ ส่วนสัญลักษณ์ มีเอกภาพทั้งในตัวเองและระหว่างสัญลักษณ์เพราะใช้แบบตัวอักษรเดียวกัน ใช้ลักษณะลายเส้นและอยู่ในรูปร่างสี่เหลี่ยมเช่นเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 ความสมดุล (Balance) หมายถึง การจัดองค์ประกอบให้เกิดความรู้สึกว่าแต่ละส่วนมีน้ำหนักต่อกัน โดยการเรียนรู้ทางสายตา ความสมดุลมี 3 ลักษณะด้วยกันคือ

1. ความสมดุลแบบเหมือนกัน (Formal Balance หรือ Symmetrical Balance) การจัดภาพให้มีลักษณะซ้ายขวาเท่ากันเหมือนกัน จัดง่ายแต่มีความน่าสนใจน้อย เหมาะสมกับงานออกแบบสัญลักษณ์มาก เพราะสัญลักษณ์ต้องการความน่าเชื่อถือดูเป็นทางการ

2. ความสมดุลแบบไม่เหมือนกัน (Informal Balance หรือ Asymmetrical Balance) เป็นการสร้างความสมดุลให้ดูเท่ากันโดยสายตา แต่ทั้งสองข้างมีรูปทรงไม่เหมือนกัน หรือบางครั้งก็มีขนาดต่างกัน จึงทำให้เกิดความน่าสนใจได้มากกว่า ดูได้นานแต่จัดยากกว่า เพราะต้องแก้ปัญหาความแตกต่าง เช่น ด้านหนึ่งมีขนาดใหญ่ต้องจัดขนาดเล็กอีกด้านหนึ่งให้มีน้ำหนักใกล้เคียงกัน

การออกแบบสัญลักษณ์ใช้การจัดความสมดุลแบบนี้บ่อย เพราะจะมีปัญหาการนำไปใช้ เช่น รูปคนหนักหน้าทางซ้าย ถ้านำไปใช้วางด้านซ้ายของภาพโฆษณาจะทำให้โฆษณาไม่มีเอกภาพ

3. ความสมดุลแบบรัศมี (Radiation Balance) จัดภาพ โดยใช้แบบอย่างรัศมีของวงกลมเป็น การจัดแบบเดียวกันซ้ำๆ กันไป โดยรอบจุดศูนย์กลางบางรูปเมื่อจัดแล้วสามารถหมุนได้รอบด้าน ส่วนการกำหนดจุดรวมรัศมีอาจไม่อยู่ตรงกลางก็ได้ อาจนำไปจัดในรูปร่างอื่นก็ได้ เพื่อก่อให้เกิดความแปลกใหม่ การออกแบบสัญลักษณ์ นิยมการจัดลักษณะนี้มาก เพราะความรู้สึกมีพลังและสัญลักษณ์ส่วนมากมักอยู่ในรูปร่างของวงกลม

3.1.3 ความกลมกลืน (Harmony) เป็นการออกแบบที่นำสิ่งที่ใกล้เคียงกัน คล้ายๆ กัน มาจัดไว้ด้วยกัน เกรฟส์ (Graves, 1951) กล่าวว่า “ความกลมกลืนจะเกิดขึ้นอยู่ระหว่างการซ้ำ (Repetition) กับการขัดกัน (Discord)” หรืออาจกล่าวได้ว่า การจะเกิดความกลมกลืนจะต้องมีตัวเชื่อมระหว่างความแตกต่างกับความเหมือนกัน เช่น แปลเกลี่ยมเชื่อมระหว่างวงกลมกับสี่เหลี่ยม ในการออกแบบเครื่องหมายการค้า ตรา สัญลักษณ์ จะใช้ความกลมกลืนเพื่อก่อให้เกิดเอกภาพของสัญลักษณ์ เช่น รูปโค้งมนแบบอักษรควรว โค้งมนด้วย

3.1.4 การซ้ำ (Repetition) ศิลป์ พีระศรี (2487) กล่าวว่า “การซ้ำ หมายถึง เส้นอย่างเดียวกัน หรือแม่ลาย (Motive) อย่างเดียวกันอย่ามีระเบียบได้จังหวะ การซ้ำเป็นการแสดงความคิดในศิลปะอย่างง่ายที่สุดและเป็นสัญลักษณ์เราจะพบการแสดงด้วยวิธีนี้มาแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์มาจนถึงปัจจุบัน” สัญลักษณ์ที่ออกแบบโดยอาศัยการซ้ำเป็นการนำองค์ประกอบของการออกแบบที่เหมือนกัน มาใช้หลายๆ ครั้งในรูปที่ต้องการเป็นสัญลักษณ์ อันก่อให้เกิดความงามได้ นักออกแบบต้องคำนึงถึงความแตกต่างด้วย เพราะถ้าเหมือนกันทั้งหมดจะทำให้น่าเบื่อ และสามารถจัดการซ้ำในสัญลักษณ์ 2 ทิศทาง หรือ 4 ทิศทาง หรือ 6 ทิศทาง ทั้งลักษณะแนวตั้ง แนวนอน แนวเฉียง และในรูปเรขาคณิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.5 การตัดกัน (Contrast) เป็นการนำสิ่งที่แตกต่างกันมากๆหรือตรงข้ามกันมาไว้ด้วยกัน ก่อให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้น ดังนั้นนักออกแบบจึงต้องใช้การตัดกันไว้บ้างในจังหวะที่สมควร เกรฟ (graves,1951)กล่าวว่า”การตัดกันคล้ายกับเกลือที่คอยดูแลรสชาติของอาหาร”ในการออกแบบสัญลักษณ์ให้น่าสนใจและน่าตื่นเต้น ควรแทรกการตัดกันในทุกสัญลักษณ์หรือกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นวัยรุ่นก็ต้องใช้ความตัดกันมาก นอกจากนั้น ตำแหน่งของการตัดกันควรเป็นตำแหน่งที่ก่อให้เกิดจุดเด่น จำนวนที่ตัดกันควรให้มีสัดส่วนมากกับน้อยราวๆ 80% ต่อ 20% เช่นเดียวกับการใช้สีตัดกัน ระดับความรุนแรงในการตัดกัน เช่น เส้นโค้งกับเส้นขนานตัดกันแรงมากกว่าเส้นเฉียงกับเส้นโค้ง เป็นต้น

3.1.6 การลดหลั่น (Gradation) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงลดขั้นทีละน้อย เช่น การลดหลั่นของทิศทาง การลดหลั่นของขนาดจากใหญ่ไปเล็ก จะก่อให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวที่มักถูกนำมาใช้ในการออกแบบ เครื่องหมายที่แสดงถึงการพัฒนาเทคโนโลยี ใช้การลดหลั่นนั้นจะช่วยประสานในสิ่งตรงข้ามกันได้ดี เช่น ขาวดำ เล็กใหญ่ ไกลใกล้ ฯลฯ

3.1.7 จุดเด่น (Dominance) คือ จุดที่น่าสนใจที่สุด ควรมีเพียงจุดเดียว เช่น ในเครื่องหมาย 1 ดวง นักออกแบบสร้างความเด่นโดยการเน้นให้เด่นด้วย ขนาด สี ตำแหน่ง หรือลักษณะพิเศษที่แตกต่างกันให้เหมาะสมไม่มากไม่น้อยเกินไป ในการออกแบบเครื่องหมายการค้า นักออกแบบจะต้องตัดสินใจให้ได้ว่าจะเน้นชื่อหรือรูปสัญลักษณ์ ไม่ควรเน้นสองอย่างเท่าๆกัน และควรเน้นในตำแหน่งที่เหมาะสม

3.2 คุณลักษณะของสัญลักษณ์ที่ดี ในการพิจารณาคุณลักษณะของเครื่องหมายที่ดี ควรที่จะมีการกำหนดกฎเกณฑ์ให้เป็นมาตรฐาน ดังที่ ควายามะ ได้เสนอไว้ 8 ข้อ คือ เนื้อหา,ความเหมาะสมกับสื่อเอกลักษณ์,ความร่วมมือ,สร้างความทรงจำ,ความน่าเชื่อถือ,ความเป็นประโยชน์,ความเป็นสากลและเอกลักษณ์ของสี ทองเจือ เขียวทอง (2535) อธิบายไว้ โดยปรับพัฒนาจากของควายามะ โดยปรับพัฒนาจากของ ควายะดังนี้

3.2.1 ความหมาย สัญลักษณ์ควรมีความหมายหรือเนื้อหาและผู้บริโภคเข้าใจ หรือรู้สึกที่ได้จากภาพที่ปรากฏ สามารถสื่อถึงวัตถุประสงค์หรือกิจการของบริษัท หน่วยงาน หรือสินค้าได้

3.2.2 ความหมายสมกับสื่อ (Suitability To Media) หมายถึง ความงาม ความลงตัว ความเป็นไปได้ ที่จะใช้กับสื่ออื่นๆ เพราะสัญลักษณ์บางอย่างอาจดูดีเมื่ออยู่บนกล่องสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ แต่ไม่เหมาะสมกับการทำป้ายนอกรอบ ดังนั้นจึงต้องพิจารณาเครื่องหมายว่าใช้สื่อสำคัญที่สุดแบบไหน แล้วเลือกให้เหมาะสม และข้อสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือความเหมาะสมเมื่อใช้บนขนาดย่อและขยายต่างกัน และสุดท้ายต้องพิจารณาถึงผลการสื่อความหมายเมื่อนำไปใช้กับสื่อหลักและรองหลายสื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.3 ความร่วมสมัย (Contemporaneity) หมายความว่า สามารถเข้าถึงคนในสมัยนั้นๆ ได้คือ มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สัญลักษณ์ที่ดีควรมีอายุการใช้งานยาวนานเช่น 5-10 ปี ก็ยังคงดูทันสมัยอยู่ อาจกล่าวได้ว่า เครื่องหมายเป็นผลงานศิลปะชิ้นหนึ่งที่สามารถสะท้อนถึงรสนิยมของสังคมในช่วงเวลาหนึ่ง

3.2.4 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) รูปแบบของสัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายควรให้คนมองแล้วเกิดความศรัทธา น่าเชื่อถือ เช่น เครื่องหมายการค้าของอาหาร เมื่อคุณแล้วจะต้องไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกว่าเมื่อรับประทานแล้วอาจเป็นอันตราย เครื่องหมายธนาคาร หมู่บ้าน บริษัทขนส่ง ฯลฯ จะต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า เช่น ตราธนาคารมักจะมีลักษณะของความมั่นคง จึงใช้ฐานสามเหลี่ยม เป็นต้น

3.2.5 ความเป็นเอกลักษณ์ (Distinctiveness) นั่นคือนักออกแบบจะต้องสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใคร คือมีความแตกต่างไปจากเครื่องหมายของหน่วยงานและสินค้าอื่น ในธุรกิจประเภทเดียวกัน การมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวจะทำให้เกิดความสนใจได้ดีกว่าและมีความชัดเจนในการที่จะสื่อสารถึงวัตถุประสงค์หรือถึงกิจการของบริษัทที่จะบอกกล่าว

3.2.6 สี (Color) มีการใช้สีที่เหมาะสมกับธุรกิจและสินค้า เช่น สินค้าประเภทอาหาร มักจะใช้สีที่สดใส อย่างสีแดง สีเขียวทำให้น่ารับประทาน การกำหนดสีความเป็นเอกลักษณ์และต่างไปจากธุรกิจประเภทเดียวกัน เช่น ในธุรกิจฟิล์มสีเขียวฟูจิ, สีเหลืองคือ โกดัก เป็นต้น การกำหนดสี สีเดียว ถ้าซ้ำกันก็จะกำหนดเป็นคู่สี เช่น ขาวแดง คือ โค้ก, แดงน้ำเงินคือ เป๊ปซี่ ดังนั้น การกำหนดสีที่ดีจะประหยัดเวลาในการโฆษณาไปด้วย นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงความสวยงามของคู่สีที่มีความเด่นชัดสะดุดตาความสนใจ

3.2.7 ความเรียบง่าย (Simplification) หมายถึง การออกแบบตัดทอนให้เหลือน้อย เรียบร้อย ไม่รกรุงรัง จะสามารถสร้างความประทับใจ (Impression) และสร้างความทรงจำ (Memorability) ได้ดีในการออกแบบที่จะทำให้เรียบง่ายและเป็นระเบียบ

3.2.8 ความเป็นสากล (Regionality) หมายถึง ความสามารถในการออกแบบให้เครื่องหมายสื่อสารได้กับคนทั่วไป เพราะธุรกิจการค้าในปัจจุบันจะมีธุรกิจข้ามชาติ ดังนั้น เครื่องหมายหนึ่งแบบจะสามารถใช้ได้ทุกประเทศ แม้แตกต่างทางด้านภาษา วัฒนธรรม ศาสนา ก็ตามหรือแม้ในประเทศเดียวกัน คนละภาคก็สามารถสื่อสารกันเข้าใจ และที่สำคัญคือเครื่องหมายโฆษณาจะต้องมีความเป็นสากลมากกว่าเครื่องหมายอื่นๆ

3.2.9 การนำไปใช้ประโยชน์ง่าย (Unility) คือสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายทางอย่างเหมาะสม เช่น เป็นตราประทับทำหั่ว จดหมาย ของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จดหมาย นามบัตร ตีฉบับสินค้า เสื้อผ้า พนักงาน ฯลฯ หรือเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะหรือพิจารณาความสะดวกในการจัดวาง คือเวลานำไปใช้ต้องสังเกตได้ง่ายว่าด้านใดคือด้านบน ด้านล่าง ด้านซ้าย ด้านขวา องศาที่เอียงเท่าไรมีแนวโน้มในการตรวจสอบ

3.2.10 เอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่จะก่อให้เกิดความงามแก่เครื่องหมาย การจะเกิดเอกภาพได้ต้องอาศัยองค์ประกอบของการออกแบบและหลักการออกแบบ เช่น เครื่องหมายการค้า ของบริษัท เอกภาพเกิดจากรูปร่าง เส้น นำมาจัดให้เกิดความกลมกลืน และสมดุล จนก่อให้เกิดเอกภาพที่สวยงาม

3.2.11 ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (Target) ต้องออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายทางธุรกิจ ทั้งแบบอย่างระดับการสื่อสาร ความหมายความเข้าใจง่ายกับกลุ่มสูง กลุ่มต่ำ และต้องคำนึงถึงสถานภาพของบริษัท ด้วยเครื่องหมายที่ดีจะต้องเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค คือจะต้องมีระดับความเป็นนามธรรม ที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของสินค้า เช่น ผู้ที่มีความคิดความรู้ มีฐานะทางการเงินและสังคมสูงจะสามารถรับรู้ถึงเครื่องหมายที่เป็นนามธรรมสูง ส่วนในทางตรงข้ามก็จะต้องใช้เครื่องหมายที่มีระดับนามธรรมต่ำ

3.3 คุณลักษณะอื่นๆของสัญลักษณ์

3.3.1 โครงสร้างที่ดีของสัญลักษณ์ วิโชค มุกดามณี ได้สรุปโครงสร้างหลักในการออกแบบภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมายต่างๆ ไว้ในสูจิบัตรนิทรรศการประกวดสัญลักษณ์เนื่องในงานฉลองสิริราชสมบัติ ครบ 50 ปี ของกรมศิลปากร(2538) ไว้ 3 ประการ คือ “แนวความคิดและประสาทสัมผัสสื่อความหมายและคุณค่าทางความงาม ตลอดจนเทคนิคกรรมวิธี” จะขอยกมาเป็นแนวทางอธิบายให้เห็นถึงคุณลักษณะของเครื่องหมายการค้าที่ดีดังนี้

1. แนวความคิดและประสาทสัมผัส (Concept And Sense) นอกจากมีความแปลกใหม่แล้วควรเป็นแนวความคิดที่สามารถนำไปเขียนเป็นภาพแล้วสื่อสารได้เข้าใจง่ายไม่สับสน ดังนั้นการกำหนดแนวความคิดในการออกแบบ เช่น สัญลักษณ์การประชุมสุดยอดครั้งที่ 5 แนวความคิดต้องการแสดงความถึงความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียน 7 ประเทศ และจัดที่ประเทศไทย ผู้ออกแบบจึงแปลแนวความคิดมาเป็นดอกประจํายามมีลักษณะ

2. การสื่อความหมาย (Meaning) สามารถสื่อความหมายให้รับรู้ได้อย่างชัดเจน หมายความว่าผู้ดู ดูแล้วสามารถรับรู้ได้ถึงวัตถุประสงค์หรืออำนาจหน้าที่หรือความรับผิดชอบขององค์กรนั้นๆ เช่น สัญลักษณ์ สำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม ควรสื่อความหมายของการปกป้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในบางครั้งอาจสื่อความหมายโดยตรงถึงชื่อองค์กรนั้นๆ หรืองานนั้นๆ เช่น เซ็นทรัลแปลว่า ศูนย์รวม จึงใช้ลูกศรชี้เข้ารวมกัน 4 ทิศทาง ในที่นี้เป็นการสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับภาพสัญลักษณ์ที่สื่อออกมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. คุณค่าทางความงามและเทคนิควิธี (Aesthetic And Technique) ความงามของสัญลักษณ์ที่ปรากฏเกิดจากองค์ประกอบของการออกแบบและนำมาจัดรวมกันตามหลักการออกแบบให้ลงตัวสวยงาม ส่วนเทคนิควิธี หมายถึง กรรมวิธีการเขียนสัญลักษณ์ ประณีต เรียบร้อย เช่น เขียนให้คม ระบายสีให้เรียบร้อย ตัดสติ๊กเกอร์ให้สวย พิมพ์ให้ชัด มีกรรมวิธีการนำเสนอที่ดี สามารถนำไปใช้ได้หลายวัตถุประสงค์

3.3.2 สัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกได้อย่างเหมาะสม คูวายามะ (Kuwayama, 1988) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะที่ดีของเครื่องหมายการค้า โดยเน้นการพิจารณาสัญลักษณ์ที่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงใหม่ จึงนำมาใช้เป็นแนวทางอธิบายถึงปัจจัยภายนอกได้ดังนี้

1. การสร้างความประทับใจได้อย่างกว้างขวาง เนื่องจากปัจจุบันโลกยุคโลกาภิวัตน์ สัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่เมื่อเปิดตัวครั้งแรก ควรสร้างความประทับใจกับคนทุกประเทศได้ทันที เช่น เป๊ปซี่ เปลี่ยนสัญลักษณ์ใหม่ โดยใช้แนวความคิดคนยุคใหม่ หรือคนยุคหน้า

2. การออกเสียงอ่านได้ง่าย คำคำเดียวกันในภาษาต่างกันอาจออกเสียงได้ยากต่างกัน จึงควรหาคำที่ออกเสียงได้ง่ายทุกภาษา นอกจากการออกเสียงแล้วต้องคำนึงถึงความหมายของคำด้วย กล่าวคือเสียงของคำในภาษาหนึ่งเมื่อเปลี่ยนเป็นเสียงในภาษาไทยอาจเป็นคำหยาบได้

3. ต้องคำนึงถึงความคิดเห็นของประชาชน สัญลักษณ์ที่ออกแบบจากข้อมูลการสำรวจวิจัยความคิดเห็นของประชาชนจะทำให้เครื่องหมายการค้านั้นสัมพันธ์สื่อสารกับประชาชนได้ง่าย

4. ไม่ซ้ำแบบใคร สัญลักษณ์ที่ดีต้องไม่คล้าย หรือเหมือนกับเครื่องหมายอื่นๆ ที่มีการออกแบบไว้แล้ว ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยตรวจสอบกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา และหรือตรวจสอบกับองค์การระหว่างประเทศ เช่น WIPO EC-ASEAN เพราะการค้าขายระหว่างประเทศกระทำได้ง่ายขึ้น แม้สินค้าของไทยไม่ออกไปยังต่างประเทศ แต่วันหนึ่งข้างหน้าสินค้าหรือบริการที่สัญลักษณ์คล้ายกัน อาจเข้ามาในประเทศไทย เมื่อนั้นก็จะเกิดปัญหาเรื่องกรรมสิทธิ์ทันที

4. แนวทางการออกแบบสัญลักษณ์

ไม่มีนักออกแบบคนใดที่สามารถออกแบบโดยอาศัยเพียงประสบการณ์ของตน และคงไม่มีนักออกแบบคนใดออกแบบโดยการลอกเลียนแบบ นักออกแบบที่ดีควรดัดแปลงประสบการณ์ของตนและศึกษาผลงานการออกแบบของผู้อื่นที่หลากหลายไว้เป็นแนวทาง สัญลักษณ์ที่พบเห็นนั้นผ่านกระบวนการการคิดจากหลายคนที่มีแนวทางและวิธีการออกแบบต่างกันไป จึงควรศึกษาไว้เป็นอาหารสมองเพื่อการถ่วงถ่วงจนมาเป็นผลงานของตนที่แปลกแตกต่างออกไป

4.1 แนวทางการออกแบบสัญลักษณ์โดยใช้เส้น (Line) เส้นเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบ เพราะเส้นสามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกและความหมายที่ต้องการของนักออกแบบลงในสัญลักษณ์ และในทางเดียวกันเส้นสามารถทำให้ผู้ดูเข้าใจถึงความหมายที่แตกต่างของสัญลักษณ์ต่างๆ ได้ เพราะเส้นต่างกันจะก่อให้เกิดความรู้สึกที่ต่างกัน วิธีการนำเส้นมาใช้ออกแบบจะแบ่งเป็นกลุ่มโดยอาศัยหลักการของ คูวามะ (Kuwamaya, 1989) ที่แยกแยะการนำเส้นมาใช้ในการออกแบบสัญลักษณ์ที่ใช้ตัวอักษร ซึ่งจะอนุโลมมาใช้ในการออกแบบสัญลักษณ์ประเภทอื่นๆ ได้ดังนี้

4.1.1 เส้นภายใน (In Line) หมายถึง การเติมเส้นเข้าตรงกลางในรูปหรือตัวอักษร แต่ส่วนมากมักจะใช้เส้นเป็นสีขาวเล็กๆ

4.1.2 เส้นเค้าโครง (Out Line) หรือการใช้เส้นรอบนอก (Contour) เส้นรอบนอกจะก่อให้เกิดรูปร่างเพราะเป็นธรรมชาติของคนที่มีมุมมองเห็นเส้นรอบนอกก่อน วิธีการนี้ไม่ยากถ้าเริ่มจากภาพเหมือนจริงเปลี่ยนใส่ลายเส้นทั้งภายใน และภายนอกตัดเส้นที่ไม่จำเป็นทิ้งไป ตัดเส้นให้ลงตัวเรียบง่าย จะได้สัญลักษณ์ที่ทำให้รู้สึกเบาว่าที่ใช้รูปทรงที่

4.2 แนวทางการออกแบบสัญลักษณ์โดยใช้รูปร่างและรูปทรงเรขาคณิต รูปเรขาคณิต ซึ่งเป็นรูปพื้นฐานทำให้สัญลักษณ์ดูเรียบง่าย ดังนั้นเราจะใช้รูปภาพใดมาออกแบบ ถ้าตัดทอนให้เข้ามาอยู่ในรูปเรขาคณิตรูปใดรูปหนึ่งจะทำให้งานนั้นลงตัวง่ายยิ่งขึ้น และถ้าต้องการให้สัญลักษณ์นั้นมีความเป็นนามธรรมสูง มักจะใช้รูปเรขาคณิตแทนความหมายต่างๆ ได้ดี ดังบทความเรื่อง โลโก้ ดีไซน์ (2527) จากนิตยสารฟอร์นเจอร์ เสนอไว้ดังนี้

4.2.1 รูปร่างกลม พบว่าสัญลักษณ์อยู่ในรูปร่างกลมมากกว่ารูปอื่นๆ แม้วงกลมจะลึกลับ หมุนได้รอบตัว แต่ก็ได้บางแบบเท่านั้น บางแบบจะมีจุดด้อยเฉพาะแบบไม่สามารถหมุนได้ เช่น สัญลักษณ์ของรถยนต์ยี่ห้อ BMW เป็นต้น

4.2.2 วงรีรูปไข่ หรือจะเรียกว่า วงกลมในทัศนียภาพ วงรี วงรีรูปไข่ยาว ได้ความรู้สึกนุ่มนวลคล้ายวงกลมแต่ไม่แข็งเท่าวงกลม และให้ได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอน เช่น สัญลักษณ์ของเบียร์ซ่า เป็นต้น

4.2.3 รูปสามเหลี่ยม ให้ความรู้สึกมั่นคงแข็งแรงเพราะมีฐานกว้าง ในการออกแบบสัญลักษณ์ที่ต้องการแสดงความน่าเชื่อถือ จึงนิยมใช้สามเหลี่ยม บางครั้งวางในลักษณะฐานอยู่ด้านบน เช่น สัญลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นต้น

4.2.4 สี่เหลี่ยมจัตุรัส ใช้ได้ทั้งแนวตั้ง และใช้มุม 45 องศาและถ้าต้องการความนุ่มนวลขึ้นก็จะใช้แบบจัตุรัสมุมมน หรืออาจใช้จัตุรัส 3 มิติ หรือลูกบาศก์

4.2.5 สีเหล็มนี้น้ำ ใช้เป็นกรอบของสัญลักษณ์ได้ทั้งแนวดิ่งและแนวนอน การใช้ควรกำหนดสัดส่วนให้เหมาะสมเช่น 1:2,3:4 ถ้าต้องการความแปลกใหม่ อาจให้สัดส่วนต่างกันไปมาก

4.2.6 สีเหล็มนิยมเปียกปูน ให้ความรู้สึกไม่มั่นคง มีความเคลื่อนไหวมากกว่าสีเหล็มนี้น้ำ การออกแบบควรใช้กับเส้นเฉียงกลมกลืนดีกว่า

4.2.7 หกเหลี่ยม มีลักษณะรูปทรงคล้ายรังผึ้ง ซึ่งสามารถสร้างสัญลักษณ์ได้ นอกจากนี้ลักษณะการกลิ้งไปมาของฟอร์มยังสามารถสร้างได้หลายรูปแบบ

4.2.8 แปดเหลี่ยม รูปร่างรูปทรงแปดเหลี่ยม มีบทบาทน้อยกว่าแบบอื่น เนื่องจากทำได้ยากกว่าแบบอื่นๆ ในการออกแบบให้ลงตัวเข้ากัน และลักษณะการกลิ้งไปมาของฟอร์มก็ไม่สามารถสร้างรูปแบบใหม่ได้ ดีเท่าแบบอื่นๆ ดังนั้นในรูปร่างทรงแปดเหลี่ยมในการออกแบบสัญลักษณ์จะต้องอาศัยผู้มีประสบการณ์ในการออกแบบร่วมกับแนวความคิดที่ดีจึงจะได้รูปแบบสัญลักษณ์ที่ลงตัว รูปหลายเหลี่ยม ทั้งห้าเหลี่ยม หกเหลี่ยม แปดเหลี่ยม การจัดวางอาจใช้ได้ทั้งด้านแนวนอนหรือใช้มุมวางลงล่าง เช่น ตราเครือซีเมนต์ไทยเป็นรูปหกเหลี่ยมแล้วใช้มุมตั้งกับพื้น วิธีการออกแบบโดยใช้รูปเรขาคณิต นอกจากใช้รูปเรขาคณิตมาล้อมกรอบตัวอักษรหรือรูปภาพที่มีอยู่แล้วก็ได้รูปเรขาคณิตที่ใช้ ถ้าเราออกแบบให้เกิดความนุ่มนวลไม่แข็งกระด้าง ควรมีการตัดบางส่วนของรูปร่างรูปทรงนั้นออก ให้ผสมผสานกับพื้นที่เรียกว่า “Open Form” เช่น การใช้วงกลมไม่ได้ต่อกัน ทำให้เกิดความรู้สึกพลิ้วไหว ยิ่งขึ้นรูปแบบนี้ใช้ได้กับรูปเรขาคณิตทุกรูปที่กล่าวมา

4.3 แนวทางการออกแบบสัญลักษณ์โดยใช้งา

4.3.1 แนวทางการออกแบบโดยใช้รูปเงาดำ (Silhouette) บางทีจะใช้ว่าภาพขาวดำ (Black And White) ภาพเงาดำจะเรียกว่าภาพโปรไฟล์ ซึ่งมีลักษณะเป็น 2 มิติ หรือภาพสี่เหลี่ยม หรือภาพที่เขียนเฉพาะ 2 เส้นรอบนอกแล้วโครง คล้ายกับภาพเขียนรูปสัตว์สมัยก่อนประวัติศาสตร์บนผนังถ้ำ เทคนิคนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสัญลักษณ์และเครื่องหมายการค้าได้มากมายและเป็นวิธีการที่ง่าย และนิยมกันมาก เพราะเพียงแค่เขียนเส้นรอบนอก และติดตั้งภายในจะได้ผลงานที่สามารถจะไปใช้เป็นสัญลักษณ์ได้ ลักษณะขาวและดำ นำมาใช้ในการออกแบบมีลักษณะคล้ายกันแต่สามารถแยกแยะความแตกต่างได้บ้าง

1. ภาพเงาดำ (Silhouette) จะมีลักษณะ 2 มิติ ภาพจะเป็นสีดำ พื้นจะเป็นสีขาว มองดูเรียบแบนเป็นภาพปกติ (Positive)

2. ภาพกลับ (Negative) ออกแบบเช่นเดียวกับภาพเงาดำ แต่ลักษณะพื้นจะเป็นสีดำ สัญลักษณ์จะเป็นสีขาวแทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ภาพที่มีลักษณะขาวจัด ดำจัด (High Contrast) เป็นภาพที่มีแสงเงาเล็กน้อยเฉพาะบางส่วนที่มีแสงสว่างมากกับส่วนที่เป็นเงามืดจะขาดระยะกลาง

4.3.2 การออกแบบสัญลักษณ์โดยอาศัยเงาตกทอด (Shadow) ผลงานที่ออกแบบโดยใช้หลักนี้ จะทำให้เกิดความรู้สึกเข้มแข็งยิ่งขึ้น เงา หรือ เงาตกทอด ซึ่งจะตกไปคนละทิศกับการเข้ามาของแสง อาจกำหนดให้แสงเข้าด้านหน้า ด้านข้างหลัง ด้านบนเงาของตัวอักษรหรือรูปภาพที่ปรากฏจะต่างกัน เมื่อใส่เงาตกทอดที่ลงไปภาพจะเด่นชัดขึ้น บางครั้งอาจตัดเส้นรูปทิ้งไป สัญลักษณ์นั้นจะเกิดความไม่ธรรมดาขึ้นมาทันที โดยแบ่งเงาที่ใช้ได้สองลักษณะ คือ เงาตกทอด ซ้อนกันธรรมดา กับเงาตกทอดที่ใช้ลักษณะทัศนียภาพ (Perspective) ทำให้งานมีความเป็น 3 มิติยิ่งขึ้น

4.4 แนวทางการออกแบบสัญลักษณ์โดยใช้หลักภาพและพื้น (Figure And Ground) คำ Figure คือภาพ ส่วน คำGround คือ พื้นทั้งสองอย่างมีความสัมพันธ์กันและมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ในบางครั้งอาจจะลองมองภาพสลับกับพื้น ไปมาได้เช่นกัน ทิพย์สุดา ปทุมมานนท์ (2533) กล่าวว่า “สภาวะบวกและลบ(Positive Negative)ในการเรียนรู้การมองเห็นภาพเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นคล้ายกับการเรียนรู้ในหลักภาษาโดยทั่วไป คือต้องมีส่วนสำคัญและส่วนขยาย” รูปประเภتمองได้สองนัย (Reversible Patterns) แสดงให้เห็นความกำกวมของการรับรู้ด้วยสายตาในการมองหาความสัมพันธ์ระหว่างพื้นหลังกับรูปภาพ ในการมองเฉพาะบางแห่งของภาพ ลักษณะนี้เป็นไปไม่ได้ที่เราจะมองเห็นทั้งบริเวณขาวและบริเวณดำเป็นภาพพร้อมกัน จะเห็นได้ว่าภาพที่มีความหมายทั้งด้านนอกและด้านในของเส้นนั้นพร้อมๆกันนั้น แต่สายตาไม่สามารถมองภาพทั้งสองนั้นพร้อมๆกัน สัญลักษณ์ที่เป็นอมตะตามทฤษฎีนี้ คือ ยินและแยง บางที เรียก หยิน หยาง หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างในจักรวาลขึ้นอยู่กับความสมดุลของพลังลี้ลับ หยินแทนความมืด ความอ่อนแอ สตรี กลางคืน ดวงจันทร์ และโลก ส่วนหยางแทนแสงสว่าง ความเข้มแข็ง บารุข กลางวัน ดวงอาทิตย์ และสวรรค์ ทิพย์สุดา ปทุมมานนท์ (2535)อธิบายถึงสัญลักษณ์ ยินและแยง(โค้งไม่เคยหลับ)ว่า “เป็นการออกแบบความแตกต่างและการส่งเสริมซึ่งกันและกันซึ่งเกิดขึ้นพร้อมกัน เป็นภาพที่เคลื่อนไหว (Dynamic) ทั้งความเรียบง่ายและความซับซ้อนของสัญลักษณ์หมุนไปไม่มีวันหยุด” ดังนั้นสัญลักษณ์ที่ออกแบบโดยอาศัยแนวทางของหยินและหยางจึงมีออกมา

4.5 แนวทางการออกแบบสัญลักษณ์โดยอาศัยเทคนิคการออกแบบ

4.5.1 การออกแบบโดยการลดตัดทอน (Distortion) เทคนิคนี้เป็นการลดส่วนรายละเอียดยุ่งยากออกไปให้เหลือโครงสร้างที่เป็นเอกลักษณ์ไว้ การตัดทอนจะทำให้งานดูเรียบง่าย ดูแล้วรู้ได้ทันทีว่ามาจากภาพใด อย่างไรก็ตามนักออกแบบควรต้องพิจารณาถึงความสำคัญของรายละเอียด บางส่วนไม่สามารถตัดทอนได้ เพราะอาจทำให้ความหมายผิดหรือเปลี่ยนไป เช่น การตัดทอนรูปสิงโต คงจะตัดส่วนที่เป็นขนแผงออกไม่ได้ หากตัดทอนรูปพระเกียรติองค์มีรัศมี เป็นต้น

4.5.2 การออกแบบโดยการบังหรือซ้อน (Overlapping) การบังหรือการซ้อน กล่าวคือ ภาพใดที่อยู่ข้างหลังจะไม่สามารถมองเห็นหรือจะถูกตัดทำให้เกิดระยะความใกล้ไกล เอกภาพมีมิติมากยิ่งขึ้น อีกทั้งความน่าสนใจ รวมทั้งมีความเคลื่อนไหว หลักการนี้ใช้ได้ทั้งส่วนที่เป็นรูปและส่วนที่เป็นตัวอักษร

4.5.3 การออกแบบให้เกิดความเคลื่อนไหว (Movement) สัญลักษณ์ที่เป็นเครื่องหมายการค้าของสินค้ามีหลายจำพวก ต้องการความรู้สึกที่ทันสมัยเจริญรุ่งเรือง มีพัฒนาการสอดคล้องกับการออกแบบให้ได้ความรู้สึกเคลื่อนไหวเช่น สัญลักษณ์ของคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งมีหลักการและแนวทางการออกแบบ ดังนี้

1. หลักการลดหลั่น คือ การออกแบบให้รูปร่างเล็กใหญ่ การออกแบบเส้นโค้งรัศมีที่ต่างกัน ซ้อนๆกัน การออกแบบโดยใช้เส้นจากหนาไปบาง ซึ่งต้องใช้ร่วมกับหลักการซ้ำ เช่น การลดหลั่นของรัศมี ทำให้รู้สึกกระจากออก

2. หลักการซ้ำ โดยออกแบบให้รูปร่างรูปทรงขนาดเดียวกันหลายรูปหรือออกแบบโดยใช้เส้นซ้ำกันทั้งในแนวตั้ง แนวนอน หรือแนวเฉียง

4.5.4 การออกแบบโดยให้มีความต่อเนื่องกัน (Continuation) ลักษณะสองอย่างที่คล้ายคลึงกันระหว่างคำสมาสกับคำสนธิ คือ การสัมผัสติดต่อกันในจุดที่เหมาะสมกับการนำมาเชื่อมต่อกัน อาจเชื่อมต่อตลอดทั้งคำ คล้ายๆกับการเขียนโดยไม่ยกปากกา หรือเชื่อมต่อกันแล้วมีการตัดแปลงบางส่วน เช่น การปรับทิศทาง องศา ขนาดเส้น หรือแม้กระทั่งดัดแปลงตัวอักษร

4.5.5 แนวทางการออกแบบให้สัญลักษณ์มองในหลายด้าน แนวทางการออกแบบให้สัญลักษณ์มองในหลายด้านแม้ตัวสัญลักษณ์จะพลิกหรือหมุนไปจากตำแหน่งคงที่ วิธีนี้ยากต่อการคิดและออกแบบได้ สัญลักษณ์จะสะดุดความสนใจได้ดีและสะดวกในการนำไปใช้สื่อต่างๆแม้วางผิดด้านก็ยังสามารถอ่านและดูว่าเป็นสัญลักษณ์เดิมได้ เช่น เครื่องหมายการค้าของนิวแมน (newman) และวิกตอเรีย (Victoria)

4.6 แนวทางการออกแบบสัญลักษณ์โดยวิธีการบวกหรือเพิ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.6.1 การเพิ่ม (Plus) เป็นการแทรกภาพในตัวอักษรหรือการแทรกตัวอักษรลงในภาพ เพื่อที่จะได้มีการเน้นให้เกิดความแปลกใหม่และเมื่อเสร็จแล้วแยกออกจากกันไม่ได้ สามารถทำได้หลายวิธี คือ

1. การเพิ่มองค์ประกอบเส้น จุดเส้น รูปร่าง ลงในข้อความ(Plus Element)
2. การเพิ่มรูปคนลงในคำหรือข้อความ(Plus Person)
3. การเพิ่มรูปสัตว์ทุกชนิด แทรกลงในคำหรือข้อความ (Plus Animal)
4. การเพิ่มรูปพืชหรือรูปดอกไม้ ใบไม้ ต้นไม้ ลงในคำ หรือข้อความ (Plus Plant)
5. การเพิ่มรูปสินค้า ลงในคำหรือข้อความ(Plus Product)
6. การเพิ่มพระอาทิตย์ พระจันทร์ และดวงดาว(Plus Heavenly Body)

4.6.2 การเพิ่มเติม(Addition) มีลักษณะคล้ายกับการเพิ่มที่กล่าวมาแล้วแต่เป็น การใช้สิ่งที่มีอยู่ในสัญลักษณ์ ให้เพิ่มสิ่งใหม่เข้าไปในงานให้เกิดความสมบูรณ์ หรือเพื่อการโฆษณาสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้านั้นๆหรือเพิ่มเพื่อขยายตราสัญลักษณ์เป็นชุด เมื่อมีการออกสินค้าเพิ่ม

4.7 แนวทางการออกแบบตัวอักษรไทย และอักษรอังกฤษ ในการออกแบบสัญลักษณ์ที่ต้องใช้ชื่อสินค้าทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพ จึงควรออกแบบให้มีความสัมพันธ์เข้าชุดกัน ดังนั้นนักออกแบบจึงควรสังเกตลักษณะของตัวอักษรว่าเป็นแบบโบราณหรือสมัยใหม่ โดยจับเอาลักษณะเด่นของตัวอักษร ในภาษาต้นแบบมาเป็นแนวทาง เช่นตัวอักษรใช้เป็นเส้นตรงหรือโค้ง อักษรแนวตั้งหรือแนวเฉียง ตัวอ้วนหรือตัวผอม ตัวหนาหรือตัวบาง และสังเกตว่าแบบมีฐานใช้เส้นอย่างไร แล้วนำมาออกแบบในภาษาใหม่

4.8 แนวทางการออกแบบสัญลักษณ์รูปหน้าคนจากตัวอักษร (Type Face) โรเซนต์สเวจ (Rosertswieg,1995) ได้รวบรวมสัญลักษณ์ที่ออกแบบโดยใช้ตัวอักษรมาประดิษฐ์เป็นรูปใบหน้าคน และอธิบายไว้ว่าตัวพิมพ์ที่ออกแบบเป็นรูปในหน้ามีใช้มาตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 เรียกว่า ใบหน้าพิมพ์ (Type Face) เนื่องจากรูปใบหน้าที่ง่ายต่อการจดจำ สามารถนำมาสร้างเป็นสัญลักษณ์ได้ดี เป็นเพราะบริษัทต้องการค้นหาสิ่งบ่งชี้เพื่อช่วยให้คนจำผลิตภัณฑ์นั้น ได้มาก และเป็นเวลานาน อาจกล่าวได้ว่าใบหน้าที่เป็นตัวพิมพ์เกิดจากการประกอบจัดเข้าด้วยกันของตัวอักษร ตัวเลข สัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือใช้รวมกัน อาจใช้ตัวอักษรตัวเดียว ใช้ตัวอักษรหลายตัว ใช้ตัวอักษรให้เป็นคำอ่านที่ออก บางครั้งอาจดูตลกขบขัน ดูสละสลวย หรืออาจเกิดเอกลักษณ์ขึ้นได้อย่างไม่ได้ตั้งใจ และยังออกแบบโดยใช้ตัวอักษรของทุกชาติทุกภาษา

4.9 แนวทางการออกแบบสัญลักษณ์โดยเลียนแบบเทคนิคศิลปะ วัสดุและเทคนิคในการสร้างผลงานศิลปะมีหลากหลายเราสามารถดัดแปลงมาใช้ในการออกแบบสัญลักษณ์ได้ดังนี้

4.9.1 การเขียนด้วยดินสอ ปากกา และฟู่กัน คือ การเขียนด้วยลายมือ การทึงเส้นของปลายฟู่กัน การเขียนแบบลายมือด้วยปากกาออแรง

4.9.2 การเลียนแบบเทคนิคการทำภาพพิมพ์ คือ การเลียนแบบผลของการพิมพ์แกะไม้ ผลงานการพิมพ์ทราย

4.9.3 เลียนแบบผลงานการทำแม่พิมพ์ เช่น การฉลุสังกะสี หรือตัดกระดาษเมื่อแผ่นดีดสี (Stencil)

4.9.4 การนำลักษณะการตัดด้วยกัตเตอร์แล้วลอกออก (Cut Out) ส่วนใหญ่มักลอกเป็นเส้นตรง

4.9.5 นำลักษณะวาดลายเส้น (Drawing) ใช้ปากกาดินสอ EE หรือวัสดุอื่น ซึ่งจะมีน้ำหนักอ่อนแก่ คล้ายของจริง แล้วพัฒนาเป็นสัญลักษณ์

4.9.6 นำลักษณะและวิธีการสร้างภาพด้วยวิธีคอมพิวเตอร์มาใช้ โดยทำเป็นฟิกเชลหรือช่องสี่เหลี่ยมจัตุรัส หรือให้แสงเงาเป็นสามมิติ ทั้งนี้เพื่อให้ดูทันสมัย จากที่กล่าวมา หากได้นำไปทดลองออกแบบให้ครบ จะเห็นแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์สัญลักษณ์มีหลากหลายแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นการใช้องค์ประกอบของการออกแบบที่ต่างกัน การยึดหลักการออกแบบเฉพาะเรื่องต่างกัน การออกแบบเพื่อสนองจิตวิทยาของผู้บริโภคต่างกัน และการใช้ที่มาในการออกแบบหรือเรื่องราวที่แตกต่างกัน แนวทางต่างๆเหล่านี้เปรียบเป็นจุดเริ่มต้น ได้ดั่งเมล็ดพืชที่งอก ยังมีแนวทางที่จะผลิดอกออกผลแตกกิ่งก้านสาขาได้อีก อาจกล่าวได้ตามหลักการคิดสร้างสรรค์ที่ว่าความคิดสร้างสรรค์ต้องได้จากการสร้างประสบการณ์ แล้วใช้ความคิดเก่าไปเพื่อให้ได้ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆขึ้นมาแทนที่

5.การออกแบบสัญลักษณ์ตามหลักจิตวิทยา

การออกแบบสัญลักษณ์ เป็นการออกแบบเพื่อการสื่อสารระหว่างมนุษย์ เพื่อให้การได้รับข่าวสารที่สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการของมนุษย์ได้ควรอาศัยหลักจิตวิทยาการออกแบบ(Psychology Of Design)หมายถึง การศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ทั้งพฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมภายในของผู้บริโภคและเจ้าของกิจกรรมหรือหน่วยงาน ตลอดจนการวิเคราะห์ปัญหาการออกแบบแก้ปัญหาการออกแบบ อันจะส่งผลให้สัญลักษณ์นั้นหรือส่งข่าวสารถึงผู้บริโภคตรงตามจุดประสงค์ที่กำหนด

5.1 การสื่อความหมาย การสื่อความหมายเป็นการสื่อสารระหว่างนักออกแบบกับผู้ชมหรือผู้บริโภค นักออกแบบสัญลักษณ์ควรออกแบบโดยใช้รูปสัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่และจากสภาพแวดล้อมเป็นที่มาในการออกแบบ ผ่านกระบวนการคิดสร้างสรรค์เป็นผลงานออกมาซึ่งมีอยู่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2 ส่วน คือ รูปและความหมาย ผู้บริโภคสัญลักษณ์แล้วแปลความหมายได้ต่อเมื่อมีการเชื่อมโยงความคิดกับความจริง โดยมีอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง

5.1.1 การสื่อความหมายกับวัฒนธรรม ปรากฏมีสัญลักษณ์บางรูปที่คนในหลายประเทศดูแล้วมีความเข้าใจตรงกัน ซึ่งทั่วไปที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม อาจเป็นเพราะการเรียนรู้ที่สืบทอดกันมาช้านาน เช่น รูปหวัะโกลกไขว้ ถ้าไปติดที่สินค้าชนิดใดทุกคนก็จะรู้ว่ามิวตลูมิพิช โดยไม่ต้องเขียนเป็นคำหลายๆภาษา สีถือเป็นสัญลักษณ์ในตัวเองและมีส่วนช่วยให้สัญลักษณ์ มีความหมายชัดเจนยิ่งขึ้น สีแดงคือหยุด อันตราย หลายประเทศใช้เหมือนกันดังการใช้ไฟเขียว เหลือง แดง เป็นไฟจราจร หรือสัญลักษณ์สีของท่อเอสลอน ซึ่งขึ้นอยู่กับประโยชน์ใช้สอย เช่น ท่อสีฟ้า ใช้สำหรับท่อประปา ท่อสีเหลืองใช้สำหรับท่อร้อยสายไฟฟ้า แต่ก็มีกำหนดความหมายของสีเดียวกันแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น

สีแดงในประเทศจีน หมายถึง พระจักรพรรดิ พระอาทิตย์ประเทศญี่ปุ่น หมายถึง ความโกรธ ประเทศสหรัฐอเมริกา หมายถึง ความรัก

สีเหลืองในประเทศจีน หมายถึง กษัตริย์ที่มีความสามารถ โลก เกียรติ ประเทศอียิปต์ หมายถึง ความสุข ประเทศญี่ปุ่น หมายถึง เด็ก ประเทศไทย หมายถึง พระพุทธศาสนา นอกจากนี้ ยังสามารถนำคำคำเดียวกัน ไปแปลงเป็นสัญลักษณ์ต่างวัฒนธรรมกัน เช่น เครื่องดื่มโคคาโคล่า สามารถเขียนเป็นภาษาต่างๆเพื่อสื่อสัญลักษณ์ในประเทศนั้นๆ ที่มีการจำหน่าย แต่การออกแบบก็ต้องคงบุคลิกของตัวอักษร และสีแดงซึ่งเป็นสีเอกลักษณ์ของโค้กไว้

5.1.2 ภาพกับการสื่อความหมาย การเรียนรู้อันเกิดจากประสบการณ์ของผู้ชมและนักออกแบบมีผลต่อการสื่อความหมายมาก ดังจะนำเสนอต่อไปนี้

1. ความแตกต่างของการสื่อความหมายวงกลมดูแล้วมีพลังแสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แสดงถึงจักรวาล โลก พระอาทิตย์ พระจันทร์ นักออกแบบสามารถใช้วงกลมสื่อความหมายไว้มากกว่านี้มากมาย เพียงแต่เติมเส้นเติมจุดเท่านั้น โฮลเมอร์ และ เนร์ (Holmers&Nare,1985) กล่าวว่าวงกลมสามารถใช้แทนศูนย์ ลูกบอล แผ่นดิสก์ วงล้อ ความว่างเปล่า หน้าคน ลูกเทนนิส โฉนต ผลไม้ ดวงตา นาฬิกา เมื่อยา ฯลฯ ถ้าจะให้สามารถสื่อความหมายได้มากขึ้น ต้องนำไปรวมกับรูปอื่นๆและง่ายที่สุดเพียงเปลี่ยนสีรูปเดียวกันก็เปลี่ยนความหมายได้อีก ในการสื่อสารถึงอารมณ์ความรู้สึก ความประทับใจของศิลปินหรือนักออกแบบจะต้องเข้าใจลักษณะของภาพที่เป็นสัญลักษณ์แทนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังที่ เลอวอลสกี (Lewalski,1988) ได้เสนอภาพที่ดูแล้วมีลักษณะของความเฉื่อย เปรียบเทียบกับภาพที่มีความเปลี่ยนแปลง เสนอภาพรถบรรทุกให้ความรู้สึกว่าช้า แต่รถสปอร์ตให้ความรู้สึกว่ารวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องจากเส้น กล่าวคือ การใช้เส้นโค้งในการออกแบบรถสปอร์ตเปรียบเทียบกับการใช้เส้นดิ่งกับเส้นนอนในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รถบรรทุก รูปลูกศรในการออกแบบเครื่องหมายภาพ หมายถึง ให้ตรงไป ให้เลี้ยวซ้าย เลี้ยวขวา ข้างบน ข้างล่าง ขึ้นอยู่กับการออกแบบว่าจะให้หัวลูกศรไปในทิศทางใด สัญลักษณ์ที่เป็นเครื่องหมายการค่านิยมนำลูกศรมาเป็นสื่อในการออกแบบเช่นกัน เพราะสามารถสื่อความหมายได้ตามที่กล่าวมาและยังสื่อได้ถึงความมาตรฐาน อนาคต ความเจริญรุ่งเรือง การวกกลับไปตาม ขึ้นอยู่กับว่าจะนำไปใช้ในจุดประสงค์ของบริษัทที่ทำธุรกิจกิจกรรมใดควรประยุกต์ให้เหมาะสม

2. ระดับการสื่อความหมาย ระดับการสื่อความหมายได้มากขึ้นขึ้นอยู่กับระดับความเป็นนามธรรมของสัญลักษณ์ ในการออกแบบจะต้องคำนึงถึงลักษณะของผู้บริโภคว่าเป็นคนกลุ่มใด สามารถรับรู้เครื่องหมายที่เราจะสื่อสารได้มากขึ้นเพียงใด เช่น ผู้ที่มีความคิด ความรู้ ฐานะทางสังคม และการเงินสูง ส่วนผู้ที่มีความรู้ ความคิด ฐานะทางสังคมทางเศรษฐกิจต่ำ จะสามารถรับรู้ในเครื่องหมายที่มีความเป็นนามธรรมต่ำ หรือมีความเหมือนธรรมชาติมากนั่นเอง ส่วนนักธุรกิจกล่าวคือ ขนาดธุรกิจเล็ก หรือลูกค้าระดับล่าง เลือกเครื่องหมายที่มีความเป็นนามธรรมต่ำระดับ 1-2 ธุรกิจกลางก็เลือกระดับความเป็นนามธรรมกลาง คือระดับ 3-4 ส่วนธุรกิจระดับใหญ่ก็เลือกที่มีความเป็นนามธรรมสูงระดับ 5-6 และยิ่งขึ้นอยู่ถึงงบประมาณของบริษัท และระยะเวลาอย่างน้อยในการประชาสัมพันธ์ แต่ในทางกลับกันภาพที่มีความเป็นนามธรรมสูง มีความเรียบง่าย มีเอกลักษณ์เสียค่าใช้จ่ายสูงในการประชาสัมพันธ์ แต่สร้างความทรงจำได้นาน ส่วนภาพที่มีความเป็นนามธรรมต่ำ ออกแบบง่าย ค่าใช้จ่ายต่ำ แต่สร้างความทรงจำ เป็นเอกลักษณ์ได้น้อยกว่า

รูปภาพ ระดับนี้มีความเป็นนามธรรมต่ำ เป็นภาพเหมือนจริง อาจเกิดจากการถ่ายภาพหรือภาพเขียนเหมือนจริงสามารถเข้าใจได้ง่าย

ภาพประติมากรรมหรือภาพดัดแปลง เป็นภาพลดตัดทอน แต่ยังมีเค้าความจริงอยู่มาก เช่น สัญลักษณ์การประมงพาต้า

ภาพง่าย ๆ เป็นภาพที่ลดทอนตัดทอนรายละเอียดทิ้ง เช่น ภาพกีนรีเหลือเพียงเส้นรอบนอก สัญลักษณ์ภาษา เป็นตัวอักษรที่สามารถอ่านออกความหมาย ซึ่งเป็นนามธรรมมากขึ้น เนื่องจากผู้ที่ไม่รู้หนังสือจะอ่านไม่ได้ และไม่เข้าใจความหมายของ “กีนรี” ตัวอักษรย่อ ใช้อักษรหรือพยัญชนะในภาษาใดภาษาหนึ่งที่เป็นอักษรย่อของคำเต็ม เช่น “กีนรี” อาจใช้เพียง “กณ” แล้วออกแบบให้พลิ้วไหว ซึ่งต้องใช้เวลาและงบประมาณสูงที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจสัญลักษณ์ “ก” สัญลักษณ์และภาพนามธรรม เป็นภาพดัดแปลงตัดทอนจนแทบจะไม่เหลือเค้าโครงเดิม เช่น ภาพกีนรีจะเหลือเส้นที่ให้อารมณ์ของหางกับปีกเท่านั้น ซึ่งผู้บริโภคต้องได้รับรู้และจดจำมาก่อนจึงจะเข้าใจว่าเป็นสัญลักษณ์ของใคร เพราะมีความเป็นนามธรรมสูง

การใช้สีของสัญลักษณ์บางครั้งมีคู่สีที่ใช้ร่วมกัน อาจทำให้ความหมายเปลี่ยนไป ดังตัวอย่างที่ดเรย์ฟัส (Dreyfuss, 1973) เสนอตัวอย่างคู่สีในศิลปะจีน มีความหมายดังนี้

ดำบนแดง	หมายถึง	ความสุข
ทองบนแดง	หมายถึง	ความสุขยิ่งๆ
แดงบนเขียว	หมายถึง	ความสุข
เหลืองบนแดง	หมายถึง	โชคดี
แดงบนเหลือง	หมายถึง	เกี่ยวกับกษัตริย์
ฟ้าบนเหลือง	หมายถึง	ความโศกเศร้า
ทองบนเหลือง	หมายถึง	ความสุขยิ่งๆ
ขาวบนเหลือง	หมายถึง	เกี่ยวกับศาสนา
เหลืองบนดำ	หมายถึง	การตายของผู้สูงอายุ
เหลืองบนเขียว	หมายถึง	ชั้นสูง ชั้นหนึ่ง

5.3 การออกแบบสัญลักษณ์กับการรับรู้ การรับรู้เป็นกระบวนการตีความสิ่งที่เห็น ที่ได้ยิน และสิ่งที่รู้สึกด้วยประสาทสัมผัสอื่นๆ เพื่อให้ได้รู้ว่าเป็นอะไร สิ่งที่ได้รับรู้ทั้งที่เป็นวัตถุ มนุษย์ด้วยกัน และความเป็นไปภายในจิตของเราเอง การรับรู้เป็นกระบวนการเชิงสร้างสรรค์ที่นักออกแบบสัญลักษณ์นำองค์ประกอบต่างๆ มาสร้างเป็นผลงานให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้และเข้าใจสัญลักษณ์โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า โดยเฉพาะตาเป็นสำคัญ สมมุติว่าเป็นเครื่องดื่มชนิดใหม่ จะต้องออกแบบเครื่องหมาย แล้วนำออกเผยแพร่ ซึ่งถือว่าผ่านประสาททางตา ต้องนำสินค้าให้ทดลองให้ชิมซึ่งผ่านประสาทสัมผัสทางจมูกและกายสัมผัสและนำชื่อนั้นโฆษณาทางวิทยุ หรือโทรทัศน์ อย่างไรก็ตามก็ผ่านสัมผัสทางหู ซึ่งควรพิจารณาเลือกสื่อให้เหมาะสมดังนี้ ชัยยงค์ พรหมวงศ์(2550)วิจัยพบว่าตาสามารถรับรู้ได้ 75% หูรับรู้ได้ 13% จมูกรับรู้ได้ 3% และการสัมผัสรับรู้ได้ 6 % นอกจากนี้ขนาดของสัญลักษณ์ยังมีผลต่อการรับรู้และการมองเห็นสัญลักษณ์ในสิ่งพิมพ์ ส่วนใหญ่จะมีขนาดใหญ่กว่าตัวอักษรที่คนอ่านได้เสมอ เท่าที่พบตั้งแต่ขนาด 1/2 นิ้ว จนถึงขนาดเต็มหน้ากระดาษ และยังเกี่ยวกับความละเอียด ความเรียบง่าย ของลวดลายในสัญลักษณ์ เพราะถ้ามีรายละเอียดมากจะไม่สามารถย่อเล็กได้ การจะพิมพ์เล็กได้มากเท่าใดยังขึ้นอยู่กับผู้ดูว่าอยู่ในวัยใด ถ้าเป็นเด็กและคนแก่ควรมีขนาดใหญ่กว่าเป็นต้น

เด็กเล็กอายุ 7-10ปี	ควรใช้ขนาดเทียบตัวอักษรไทย 18-30 พอยท์
เด็กเล็กอายุ 11-13ปี	ควรใช้ขนาดเทียบตัวอักษรไทย 16-18 พอยท์
ผู้ใหญ่อายุ 12-60 ปี	ควรใช้ขนาดเทียบตัวอักษรไทย 14-18 พอยท์
ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป	ควรใช้ขนาดเทียบตัวอักษรไทย 16-18 พอยท์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดของสัญลักษณ์ถ้านำไปติดตั้งภายนอกห้อง และภายนอกอาคารไม่ควรมีขนาดเล็กเกินไป เพราะขนาดมีความสัมพันธ์กับระยะไกลจากสัญลักษณ์ถึงผู้ดู ทั้งนี้สัญลักษณ์จะวางอยู่ที่ระดับสายตา จากพื้น ค่าเฉลี่ยโดยประมาณ 1 นิ้ว ต่อระยะห่าง 9-10 ฟุต

สัญลักษณ์ขนาด 5 นิ้ว สามารถมองเห็นได้ไกลโดยประมาณ 48 ฟุต

สัญลักษณ์ขนาด 7 นิ้ว สามารถมองเห็นได้ไกลโดยประมาณ 80 ฟุต

สัญลักษณ์ขนาด 8 นิ้ว สามารถมองเห็นได้ไกลโดยประมาณ 100 ฟุต

สัญลักษณ์ขนาด 10 นิ้ว สามารถมองเห็นได้ไกลโดยประมาณ 130 ฟุต

สัญลักษณ์ขนาด 12 นิ้ว สามารถมองเห็นได้ไกลโดยประมาณ 157 ฟุต

ระยะห่างของการมองเห็น สัญลักษณ์ยังเกี่ยวข้องกับองศาของมุมเงยในการมอง เพราะคนเราไม่ชอบแหงนคอตั้งนานในการมองสิ่งต่างๆ โดยทั่วไปมุมมองที่เห็นชัดเจนประมาณ 10 องศา ดังนั้นสูง 12 นิ้ว มองเฉียงขึ้น ระยะยืนห่างได้ไม่เกิน 155 ฟุต และเข้าใกล้สุดไม่ควรเกิน 20 ฟุต การรับรู้สัญลักษณ์นอกจากขนาดของสัญลักษณ์แล้วยังสัมพันธ์กับขนาดของน้ำหนักเส้นของตัวอักษรที่ต้องคำนึงถึงข้อนี้ เพราะสัญลักษณ์บางชนิดใช้ตัวอักษรเป็นหลัก ดังผลการวิจัยของณัฐศักดิ์ ชีรกุล (2542)

ตารางความสัมพันธ์ของความสูงขนาด และระยะในการมอง

ความสูง (นิ้ว)	ขนาดน้ำหนัก (มิลลิเมตร)	ระยะทางในการมอง (ฟุต)
¼	2	7
½	4	15
1	6	34
2	8	66

เมื่อมีปัจจัยอื่น เช่น ความเร็วเข้ามาเกี่ยวข้อง ระยะการอ่านจะเปลี่ยนไปดังที่ ไพฑูรย์ ศรีฟ้า (2533) ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาระยะทางในการอ่านตัวอักษรไทยบนแผ่นป้ายจราจร ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยของระยะทางในการอ่านตัวอักษรบนแผ่นป้ายจราจรทางหลวงที่มีขนาดโตจะมีระยะทางในการอ่านไกลกว่าตัวอักษรขนาดเล็ก และหากเพิ่มอัตราความเร็วในการขับขี่สูงขึ้น ระยะทางไกลในการอ่านตัวอักษรจะลดน้อยลง เช่น ตัวอักษร 20 เซนติเมตร อัตราความเร็ว 90 ก.ม./ชม.

ระยะทางในการอ่านชัดเจนเป็น 110.26 เมตร ฯลฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การออกแบบตัวอักษร

ในการออกแบบกราฟิก ไม่ใช่ภาพเท่านั้นที่จะบอกความหมายทั้งหมด ตัวอักษรยังช่วยบอกข้อมูลและสร้างความสวยงามให้กับงานได้

แรกเริ่มเดิมที ตัวอักษรมีบทบาทในงานสิ่งพิมพ์เป็นหลัก แต่ในปัจจุบันงานออกแบบแทบทุกชนิดต้องใช้ตัวหนังสือเป็นองค์ประกอบในภาพที่จัดวางได้อย่างลงตัว ตัวหนังสือจึงมีอิทธิพลต่อความสวยงามอย่างมาก ตัวอักษรประกอบไปด้วย 3 สิ่งคือ

ชนิดของตัวอักษร (Type Style)

บุคลิกของตัวอักษร (Type Character)

ขนาดของตัวอักษร (Type Size)

6.1 ชนิดของตัวอักษร (Type Style) ชนิดของตัวอักษรนั้น ถ้าวางตามที่ใช้เป็นหลักในการทำงาน จะแบ่งเป็น 2 ประเภท คืออักษรภาษาอังกฤษ กับอักษรภาษาไทย

6.1.1 ตัวอักษรภาษาอังกฤษ (English Letter) ปฏิเสธไม่ได้เลยว่างานออกแบบกราฟิกที่เราเห็นกันอยู่ทุกวันนี้จะเต็มไปด้วยอักษรภาษาอังกฤษ ถึงแม้ว่าเราจะเป็นคนไทยก็ตาม ตัวอักษรภาษาอังกฤษจึงเป็นเรื่องที่เราเลี่ยงไม่ได้ เมื่อเราต้องการออกแบบงาน ตัวอักษรภาษาอังกฤษที่ใช้ในการออกแบบนั้นมีอยู่หลายชนิด ดังนี้

1. Serif หรือตัวอักษรแบบโรมัน หรือบางคนเรียกว่าแบบโบราณ Tradition Old Style ซึ่งจุดเด่นสุดของตัวอักษรแบบนี้คือ การที่ตัวอักษรมีหัว มีเท้า ตัวอักษรมีความหนาบางไม่ต่างกันนัก ตัวอักษรชนิดนี้ให้ความรู้สึกถึงความเก่า ความขลัง จึงมักจะใช้กับงานที่เป็นทางการ กึ่งไปทางพิธีรีตองหรือเรื่องราวในเชิงอนุรักษ์นิยม ถ้าเป็นงานสิ่งพิมพ์จำพวกหนังสือก็มักจะใช้เป็นตัวพาดหัวเรื่องมากกว่าจะเป็นตัวหนังสือให้อ่าน

2. San Serif หรือตัวอักษรแบบ Gothic เป็นตัวอักษรที่มีพื้นฐานมาจากแบบ Serif แต่ดัดแปลงเอาหัวและเท้าออก ให้ดูเรียบ ให้ความรู้สึกถึงความทันสมัยกว่าแบบแรก ตัวอักษรที่ความหนาบางตัวไม่ต่างกันมาก ตัวอักษรชนิดนี้ได้รับความนิยมในการออกแบบเป็นอย่างมาก เพราะดูเรียบง่ายทันสมัย เหมาะกับการนำไปใช้ออกแบบหลายชนิด และในหนังสือมักจะนิยมตัวอักษรแบบนี้วางเป็นเนื้อหาให้อ่าน เพราะมีรูปร่างที่อ่านง่าย

3. Script หรือตัวอักษรที่เลียนแบบลายมือ ตัวเขียน ตัวอักษรที่ความหนาบางทั้งแบบพอกๆกันเหมือนเขียนด้วยดินสอ และต่างกันเหมือนเราเอาปากกาออกแรงเขียนตัวหนังสือ ตัวอักษรชนิดนี้ให้ความรู้สึกไม่เป็นทางการ อิสระ เส้นสายของตัวอักษรให้ความสนุกสนาน ไร้กฎเกณฑ์ที่แน่นอนตายตัว จึงมีงานไม่น้อยเลยที่เลือกที่ใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และที่สำคัญในการทำงานสิ่งพิมพ์ เราจะไม่ใช่ตัวอักษรแบบนี้เป็นตัวเนื้อหาให้อ่าน เพราะจะทำให้อ่านลำบากเมื่อมีจำนวนมาก ยกเว้นจะเป็นหัวเรื่อง

4. Display Type หรือตัวประดิษฐ์ เป็นตัวอักษรที่ได้รับการตกแต่งให้โดดเด่น บางตัวก็เป็นสัญลักษณ์ ซึ่งเราสามารถนำมาประกอบใช้ในงานได้เช่นกัน ตัวอักษรประติษฐ์นั้นมีรูปแบบที่หลากหลาย หากที่จะจำกัดความหมายเลือกใช้ที่สุดแล้วแต่นักออกแบบจะเอาไปใช้ในงานอะไร เพราะแต่ละแบบ แต่ละชนิดก็ให้อารมณ์ ความรู้สึก และการสื่อสารความหมายที่แตกต่างกันไป

6.1.2 ตัวอักษรภาษาไทย (Thai Letter) ตัวอักษรที่เป็นภาษาไทยอาจจะจัดวางยากกว่าตัวอักษรอยู่บ้าง เนื่องจากมีสระและวรรณยุกต์ ซึ่งบางครั้งก็ยุ่งยากในการจัดวางให้ลงตัว หรือดูสวย ตัวอักษรภาษาไทยแบ่งออกเป็นหลายชนิด ดังนี้

1. แบบดั้งเดิม หรือแบบมีหัว เป็นแบบที่เราคุ้นเคยกันมากที่สุด ซึ่งหัวอักษรนี้แหละที่เป็นเอกลักษณ์ของภาษาไทยเรา ตัวอักษรแบบนี้ แสดงความเป็นทางการคล้ายๆกับ Serif ของภาษาอังกฤษ (คือมีหัว) นอกจากนี้ยังเป็นตัวที่เราคุ้นเคยและอ่านออกได้ง่าย ตัวอักษรแบบนี้จึงนำมาจัดวางเป็นเนื้อหาในงานสิ่งพิมพ์

2. แบบหัวตัด หรือแบบไม่มีหัว เป็นตัวอักษรที่ดัดแปลงมาจากแบบมีหัวโดยตัดหัวออกเหมือนเขียนด้วยปากกาออกแรง ตัวอักษรแบบนี้ให้อารมณ์ ความรู้สึกถึงความทันสมัยมากกว่าแบบแรก จะเปรียบได้เหมือนแบบ San Serif ของภาษาอังกฤษ จึงมักจะใช้อักษรแบบนี้กับงานที่ดูร่วมสมัยและเป็นสากลมากกว่า

3. แบบลายมือ ให้ความรู้สึกอิสระและเป็นธรรมชาติ ตัวอักษรแบบนี้เหมาะที่จะใช้กับงานที่ไม่เป็นทางการ อิสระ ดูสนุกสนาน และไร้กฎเกณฑ์ เปรียบได้กับตัวอักษรแบบ Script ของภาษาอังกฤษนั่นเอง

4. แบบคัดลายมือ หรือเรียกว่าแบบอาลักษณ์ เป็นแบบที่เกิดจากการคัดลายมือ ด้วยปลายปากกาแบบโบราณที่มีหัวแหลม เช่น ปากกาขนนก เป็นต้น ตัวอักษรแบบนี้แสดงความเป็นทางการ และให้ความรู้สึกถึงพิธีต้องแบบไทยๆ นอกจากนี้ตัวอักษรยังให้ความรู้สึกถึงความเคารพและให้เกียรติกัน จึงไม่แปลกถ้าเราจะเห็นตัวอักษรแบบนี้ปรากฏอยู่ในการ์ดเชิญในงานมงคลต่างๆ

5. แบบประดิษฐ์ เป็นตัวอักษรที่ดัดแปลงเพื่อให้เข้ากับงานต่างๆที่ออกแบบ ทั้งนี้ยังต้องคงความสะดุดตาน่าสนใจ ตัวอักษรที่เป็นประติษฐ์ให้ความรู้สึกที่หลากหลาย สูดแล้วแต่เราจะเลือกแบบไหนมาจัดวาง เพื่อให้กลมกลืนและสื่อความหมายในงานออกแบบของเรา ตัวอักษรแบบนี้ก็เหมือน Display Type ของตัวอักษรภาษาอังกฤษ

6.2 ขนาดของตัวอักษร (Type Size)

ขนาดของตัวอักษรเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่เราจะต้องรู้จักใช้ให้เหมาะสม ขนาดของตัวอักษรมีหน่วยที่รู้จักกันดีคือ Point หรือพอยต์ซึ่ง 72 พอยต์ มีขนาดตัวอักษรใหญ่เท่ากับ 1 นิ้ว

ในการใช้ตัวอักษรกับงานหรือหนังสือ สิ่งพิมพ์ โดยสร้างเป็นเนื้อหาให้อ่านนั้น ตัวอักษรโดนทั่วไป (ตัวอักษรมาตรฐาน เช่น Cordia, Arial ฯลฯ หรือตัวอักษรประเภท UPC ในภาษาไทย) มีขนาดที่เหมาะสมกับสายตาคนทั่วไปมากที่สุดจะอยู่ที่ 14 พอยต์ ซึ่งทำให้อ่านสบายตาพอดี ส่วนจะเล็กจะใหญ่ก็ลองบวกลบเอาสักสองพอยต์ แล้วแต่คนออกแบบ แต่ทั้งนี้ไม่ใช่จะเป็น 14 พอยต์เสมอไป เพราะตัวอักษรบางชนิด อาจเล็กใหญ่ไม่เท่ากัน จะให้บอกเป็นตัวเลขแน่นอนเลยไม่ได้ ทั้งนี้เราก็คงต้องลองจัดวางแล้วปรับขนาดกันดู ในงานออกแบบกราฟิก ยากที่จะบอกได้ว่าขนาดตัวอักษรเท่าไรถึงจะเหมาะสมกับงานทั้งนี้เวลาออกแบบเราคงต้องลองจัดวางตัวอักษรนั้นๆ ลงไปในงานแล้วปรับขนาดให้เหมาะสม เสมือนเราเองตัวอักษรต่างๆ เหล่านั้นเป็นองค์ประกอบหนึ่งในงานออกแบบ แล้วลองปรับขนาดเอาดูว่าลงตัวเหมาะสมที่ขนาดเท่าไร ในเรื่องของตัวอักษร เราคงได้รู้จักคุณสมบัติพื้นฐาน 3 อย่างแล้ว ไม่ว่าจะเป็นชนิดของตัวอักษร (Type Style), บุคลิกของตัวอักษร (Type Character) หรือขนาดของตัวอักษร (Type Size) ซึ่งในการออกแบบตัวอักษร เราจะคำนึงถึงคุณสมบัติพื้นฐาน 3 อย่างนี้อยู่เสมอ แต่เราคงต้องใช้ตัวอักษรมากมายมาจัดวางให้ลงตัว ซึ่งเป็นเรื่องที่จะต้องเรียนรู้ต่อไป คือเรื่องของ การจัดวางตัวอักษร และการจัดวางแถวตัวอักษร

6.3 การจัดวางตัวอักษร (Spacing) นอกเหนือจากการเรียนรู้ตัวอักษรต่างๆ แล้ว เรื่องการจัดวางตัวอักษรเป็นเรื่องสำคัญตามมา เพราะถึงเราจะเลือกใช้ตัวอักษรสวยงามแค่ไหน แต่เมื่อจัดวางไม่ลงตัวก็อาจทำให้ภาพรวมของตัวอักษรนั้นออกมาดูไม่สวยงาม รวมทั้งอาจทำให้ตัวอักษรต่างๆ เหล่านั้นสื่อความหมายได้ไม่ชัดเจน โดยทั่วไปเรามักเรียกการจัดวางตัวอักษรว่า การจัดช่องไฟ ในการจัดวางตัวอักษร เราจะแบ่งโดยใช้ระยะระหว่างตัวอักษรแต่ละตัว หรือช่องไฟเป็นหลักซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ

6.3.1 ระยะห่างระหว่างตัวอักษร (Letter Spacing) ตัวอักษรที่จัดวางได้ดีนั้นต้องมีช่องไฟในการวางตัวอักษรที่พอเหมาะ ซึ่งตัวอักษรที่ชิดกันเกินไป จะทำให้อ่านตัวหนังสือได้ไม่ชัดเจน ถ้าห่างกันมากเกินไป จะทำให้ดูสับสนและอ่านยากเช่นกัน

6.3.2 ระยะห่างระหว่างคำ (Word Spacing) ในภาษาอังกฤษระยะห่างคำเป็นเรื่องสำคัญ เพราะการอ่านภาษาอังกฤษจะอ่านเป็นคำๆ การวางช่องไฟระหว่างคำไม่ดีจะทำให้อ่านลำบาก

6.3.3 ระยะระหว่างบรรทัด (Leading) ตัวอักษรที่วางเรียงต้องมีระยะบรรทัดที่เหมาะสม ไม่แคบจนอ่านลำบาก (โดยเฉพาะภาษาไทยที่มีสระและวรรณยุกต์อยู่ระหว่างบรรทัด) หรือไม่กว้างจนเกิดที่ว่างมาแบ่งแยกแถวหนังสือจนขาดความสัมพันธ์ซึ่ง บรรทัดที่ชิดกันเกินไปจะทำให้อ่านไม่ออก ห่างเกินไปก็เกิดที่ว่าง ทำให้เกิดการทำลายความสัมพันธ์ระหว่างตัวอักษรแต่ละบรรทัดลง และทำให้เกิดความรู้สึกไม่ต่อเนื่องในการอ่าน การจัดวางตัวอักษรที่สวยงามลงตัวนั้น ต้องคำนึงถึงระยะในการจัดวางตัวอักษรทั้ง 3 แบบอยู่เสมอ แต่การออกแบบตัวอักษรไม่ได้มีแค่เพียงรู้จักตัวอักษร และจัดวางตัวอักษรเท่านั้น เพราะเราต้องเรียนรู้การนำตัวอักษรที่เรารู้จักและจัดวางเป็นแล้วเหล่านี้ ไปจัดเรียงในการออกแบบเพื่อความสวยงาม และสื่อความหมายอีกขั้นหนึ่ง

6.4 การจัดแถวตัวอักษร (Ranging) เราจะใช้การจัดแถวตัวอักษร เมื่อเรามีอักษรมากมายที่จะต้องจัดเรียง ซึ่งส่วนใหญ่จะทำงานออกแบบหน้าเนื้อหาของหนังสือหรือสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีหลากหลายแบบด้วยกันดังนี้

6.4.1 วางเสมอหน้า (Flush Left) การวางเสมอหน้าก็เหมือนเวลาเราเขียนหนังสือโดยปกติทั่วไป การวางแบบนี้ให้ความรู้สึกคุ้นเคยกับคนอ่าน และทำให้คนอ่านใช้เวลาในการทำ ความเข้าใจน้อยกว่าแบบอื่นๆ การวางเสมอหน้าอาจจะเรียกอีกอย่างว่า การวางชิดซ้าย ซึ่งเราจะปล่อยที่ว่างทางด้านขวาไว้อย่างอิสระ

6.4.2 วางเสมอหลัง (Flush right) การวางเสมอหลัง หรือการวางชิดขวา เป็นกาวางที่ฝืนธรรมชาติคนอ่านเล็กน้อยเพราะเป็นกาวางที่ทิ้งที่ว่างไว้ด้านหน้าหรือด้านที่เราต้องอ่านได้มาก่อน การวางเรียงแบบนี้ เราใช้เมื่อจะต้องวางแถวตัวอักษรให้แนบเข้ากับองค์ประกอบทางขวามือ การวางแถวตัวอักษรจึงต้องทิ้งที่ว่างให้ไปอยู่ทางซ้ายมือแทน

6.4.3 การวางกลาง (Centered) การวางกลางจะวางตัวอักษรเสมือนมีแกนอยู่ตรงกึ่งกลาง และจะทิ้งเศษที่ว่างของตัวอักษรทั้งหมดไปด้านซ้ายข้างๆละเท่าๆกัน

6.4.4 วางเสมอหน้า เสมอหลัง (Justified) การวางเสมอหน้า เสมอหลัง จะทำให้เราได้แถบแบบเต็มคอลัมน์ หรือได้เป็นแถวเป็นบล็อก ซึ่งมีประโยชน์ในการนำไปจัดวางลงในงาน เพราะตัวอักษรที่มีอยู่จะไม่มีเศษที่ว่างเหลือ เหมาะที่จะเอาแถวตัวอักษรนี้ ไปวางอยู่ในกรอบหรือวางใกล้สิ่งแวดล้อมที่เป็นแถวเป็นแนว ดูเป็นระเบียบเรียบร้อย

6.4.5 วางรอบภาพประกอบ (Contour) การวางตัวอักษรแบบนี้ เป็นการวางตัวอักษรให้ผสมผสานกับภาพประกอบที่มีอยู่ในบางครั้งเมื่อวางแถวตัวอักษรแบบนี้จะทำให้สายตาเคลื่อนไหวแปลกไปจากการอ่านเป็นแถวเป็นคอลัมน์ เมื่อเราอ่านตัวหนังสือมากๆ แล้วเจอการจัดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วางแผนแบบนี้จะช่วยเบรกสายตาทำให้เราไม่มองได้เหมือนกัน เพราะการจัดแถวแบบนี้จะช่วยกระตุ้นให้คนอ่านเปลี่ยนอิริยาบถในการกวาดสายตา

6.4.6 วางเป็นรูป หรือวางในรูปทรงปิด (Concrete) จริงๆแล้วการจัดแถวตัวอักษรนี้ค่อนข้างอ่านลำบาก แต่บางครั้งนักออกแบบก็เลือกที่จะจัดแบบนี้ เพื่องานออกแบบที่เข้ากับแนวคิดที่ได้กำหนดไว้

6.4.7 วางตามทิศทางอื่นๆ (Direction) จุดเด่นในการวางตัวอักษรแบบนี้คือ การสะกดตา เรียกสร้างความสนใจ ข้อความใดที่เราจัดแถวตามทิศทางที่แปลกไป ข้อความนั้นจะดึงดูดให้ผู้อ่านก่อนเสมอ แต่ถ้าทิศทางที่วางทำให้อ่านยากจนเกินไป ก็อาจทำให้การจัดแถวตัวอักษรไม่ได้ การจัดแถวตัวอักษรแบบนี้จึงใช้กับงานที่ไม่เป็นทางการ เป็นงานสนุกสนาน หรือใช้ตัวอักษรต่างๆ เหล่านี้เป็นองค์ประกอบในงาน ซึ่งไม่มีจุดมุ่งหมายให้คนอ่าน การจัดแถวตัวอักษรเป็นแนวทางในการจัดวางตัวอักษรต่างๆ ซึ่งเราจะนำไปใช้ในงานออกแบบ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการวางเนื้อหาที่มีอยู่ให้ผู้อ่านได้อ่าน ซึ่งจริงๆแล้วในงานออกแบบกราฟิกนั้นไม่ได้ใช้ตัวอักษรไว้ให้อ่านเท่านั้น เพราะตัวอักษรยังมีหน้าที่อื่นๆอีกคือ การเป็นองค์ประกอบหนึ่งในงานออกแบบ

6.5 การใช้ตัวอักษรเป็นองค์ประกอบในงานออกแบบ (Using Typographic) จากหลักข้างต้น จะเห็นได้ว่าเป็นหลักในการจัดวางตัวอักษรสำหรับนำมาจัดวางเป็นเนื้อหาให้คนอ่าน เช่น งานหนังสือ งานเว็บไซต์ ฯลฯ ดังนั้นเราจึงต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยที่ดีเป็นหลักคือ ตัวหนังสือนั้นต้องอ่านง่ายก่อน แล้วจึงจัดวางให้สวยงามและลงตัว แต่งานออกแบบที่ใช้ตัวหนังสือไม่ได้มีเพียงแค่การนำจัดวางให้คนอ่านเท่านั้น ในงานส่วนใหญ่หลายๆงาน ตัวหนังสือมีบทบาทมากกว่านี้ กล่าวคือมีหน้าที่เป็นส่วนประกอบหนึ่งของภาพนั่นเอง จะเห็นได้ว่างานบางงานไม่เห็นจะจัดตัวอักษรให้ผู้อ่านรู้เรื่องเลย ระยะเวลาต่างๆนั้นซ้อนกันดูสับสนไปหมด ซึ่งทั้งนี้เราจะต้องดูจุดประสงค์ของผู้ออกแบบว่าเขาต้องการสื่ออะไรเป็นหลัก เพราะงานบางชิ้นเราไม่ได้ต้องการสื่อความหมายหรือเนื้อหาผ่านตัวอักษร ตัวอักษรที่เห็นจึงไม่ต่างอะไรกับส่วนประกอบ หรือองค์ประกอบหนึ่งในภาพ ซึ่งรูปลักษณะของตัวอักษรต่างๆเหล่านั้นจะเปรียบเสมือนเส้นหรือระนาบในภาพ ตรงจุดนี้เองที่เราสามารถนำตัวหนังสือมาจัดวางในภาพได้อีกแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นแบบที่ไม่มีกฎเกณฑ์แน่นอนตายตัว เพราะเอาเรื่องความสวยงามเข้ากับสิ่งแวดล้อมหรือองค์ประกอบที่เหลือของภาพเป็นหลัก การออกแบบตัวอักษรจะมีอยู่ 2 แนวทาง คือ

6.5.1 การออกแบบเพื่อใช้ในการอ่าน เป็นเนื้อหา เป็นข้อความตามที่เราเห็นในสื่อต่างๆเช่น หนังสือ สิ่งพิมพ์ ฯลฯ ตัวอักษรที่เลือกมาใช้ควรเลือกชนิดตัวอักษรที่อ่านง่าย เพราะเราจะต้องวางตัวอักษรต่างๆเหล่านั้นเป็นจำนวนมากหลายๆตัว ตัวอักษรภาษาอังกฤษประเภท

San serif, Serif หรือภาษาไทยประเภทมีหัวข้อจึงเหมาะสมกว่าประเภท Script หรือแบบลายมือตามลำดับ การจัดวางตัวอักษร ต้องคำนึงถึงช่องไฟอย่างเหมาะสม จัดแถวตัวอักษรอย่างเหมาะสมตามองค์ประกอบแวดล้อมต่างๆที่อยู่รอบๆตัวอักษรนั้น ใช้สีที่โดดเด่นจากพื้นภาพ เพื่อให้เห็นตัวหนังสือเด่นชัด อ่านง่าย

6.5.2 การออกแบบเพื่อเป็นองค์ประกอบในภาพ ซึ่งการเลือกใช้ตัวอักษรก็เป็นไปตามแนวคิดที่นักออกแบบต้องการว่า จะใช้แบบไหน กับงานอะไร ยกตัวอย่างเช่น งานออกแบบโปสเตอร์ของวัยรุ่น นักออกแบบก็อาจจะใช้ตัวอักษรพวก Display หรือตัวประดิษฐ์เข้ามาใช้ โดยเลือกตัวอักษรที่มีรูปทรงดูทันสมัย เป็นต้น นอกจากนี้การจัดวางตัวอักษรเป็นไปตามหลักการจัดองค์ประกอบ (Composition) เพราะเราจะมองตัวอักษรต่างๆเหล่านั้นเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของภาพเป็นจุด เส้น หรือระนาบ แล้วแต่จะอยู่ในลักษณะไหน

7. การโฆษณา (Advertising) การโฆษณา หมายถึงกิจกรรมสื่อสารใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเสนอแนะหรือส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการหรือความคิด โดยมีผู้อุปถัมภ์และผ่านสื่อที่ไม่ใช่ตัวบุคคลโดยมีค่าใช้จ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (American Association) หรือเป็นรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อส่งเสริมการตลาด เป็นรูปแบบของการสื่อความหมายโดยตรงต่อมวลชนในเชิงกว้างที่มีได้อาศัยตัวบุคคลเข้าดำเนินการแต่อาศัยสื่อโฆษณาทางหลายด้านด้วยกันเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ วารสารหรือป้ายโฆษณา การโฆษณาจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งของการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของการเห็นและคำพูดซึ่งเผยแพร่ผ่านสื่อที่ต้องการใช้เงิน โดยมีเป้าหมายเพื่อสื่อความเพื่อการข่าว เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เอาการสนใจและเพื่อเป็นการเตือนความจำเนื่องจากการโฆษณาต้องอาศัยงบประมาณและค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นที่ผู้ที่ทำการโฆษณาจะต้องพิจารณาว่าจะโฆษณาอย่างไร จึงจะสามารถสื่อสารความต้องการไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน ดังนั้นก่อนที่จะเริ่มทำการโฆษณาจะต้องกำหนดตัวผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายทางการตลาดให้แน่นอน เพื่อที่จะได้จัดเตรียมข่าวสารให้เหมาะสมกับผู้บริโภค

7.1 การโฆษณา ณ จุดซื้อ (Point-of-purchase advertising) การโฆษณา ณ จุดซื้อหมายถึงเครื่องหมายโฆษณาหรือตั่งแสดงสินค้าที่ติดหรือตั่งไว้ใน, บน หรือรอบๆร้านค้าปลีก (ยกเว้นตลาด, หีบห่อหรือสิ่งที่ใช้บรรจุสินค้า) การโฆษณา ณ จุดซื้อนี้อาจใช้คำว่า Dealer display, Dealer aids, Point-of-sale material แต่คำว่าโฆษณา ณ จุดซื้อ เป็นคำที่รวมมากกว่า เพราะเน้นที่ลูกค้าหรือผู้ซื้อมากกว่าผู้แทนจำหน่ายหรือผู้ขาย ผู้โฆษณาใช้การโฆษณา ณ จุดซื้อ เพื่อเตือนความจำของลูกค้าเป็นครั้งสุดท้าย ให้ระลึกถึงตรา ยี่ห้อของตนเป็นครั้งสุดท้ายก่อนที่จะซื้อสินค้าหรือกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจสินค้าของตน ในขณะที่ลูกค้ากำลังเดินเลือกหาซื้อสินค้า และประการสุดท้ายเพื่อดึงดูดให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านค้าปลีกสินค้าของคุณไว้มากๆ และให้ความร่วมมือในการขายสินค้าของคุณ ผู้โฆษณาจะให้วัสดุในการโฆษณา จุดซื้อ และจัดวางสินค้าการโฆษณา ณ จุดซื้อซึ่งมีหลายรูปแบบด้วยกัน เช่น แผ่นโฆษณาติดตามตู้สินค้าหรือแขวนในอาคารตู้หรือชั้นสำหรับจัดวางสินค้า หรืออาจเป็นป้ายหรือสิ่งต่างๆที่เคลื่อนไหวได้ ส่วนใหญ่จะทำด้วยกระดาษ ไม้ พลาสติก หรือโลหะ

7.2 สื่อโฆษณา ณ แหล่งซื้อ (Point-of-purchase material) ได้แก่ สื่อโฆษณาที่จัดทำขึ้นเพื่อโฆษณา ณ แหล่งซื้อ เพื่อเตือนความจำของลูกค้าให้ระลึกถึงตรา ยี่ห้อของคุณขณะเลือกสินค้าตัวอย่างเช่น

โปสเตอร์ (Poster)

สติ๊กเกอร์ (Sticker)

ป้ายแขวน (Mobile)

กล่องไฟ (Light box)

แผ่นป้ายโฆษณา (Banner)

8. การออกแบบโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์

8.1 โฆษณาส่งตีพิมพ์เพื่อการสื่อสาร

สื่อสิ่งพิมพ์นี้ส่งโดยตรงจากบริษัทถึงผู้บริโภคทั้งทางไปรษณีย์ วางแจกตามที่ต่างๆการใช้สื่อโฆษณานี้ได้ผลทางการโฆษณามากขึ้น เนื่องจากสามารถเลือกกลุ่มคน ซึ่งคาดว่าจะมีความสนใจในสินค้าและเกิดความรู้สึกส่วนตัว สามารถช่วยให้ผู้รับสื่อ พร้อมทั้งสามารถเลือกลักษณะชนิดรูปร่างของสื่อสิ่งพิมพ์ได้ตามความต้องการด้วย ได้แก่สื่อต่างๆ ดังต่อไปนี้

8.1.1 ใบปลิว (Leaflet) มีลักษณะเป็นเล่มหรือใบเดี่ยวใดๆโดยมีขนาดแตกต่างกันไปใช้ในการแจกโดยส่งตรงไปยังลูกค้า หรือจัดวางบนเคาน์เตอร์สินค้าให้หยิบฉวยได้สำหรับผู้สนใจ หรือจัดให้คนยื่นแจกตามศูนย์การค้า หรือ ณ จุดสินค้า

8.1.2 แผ่นพับ (Folder) มีลักษณะเป็นใบทบไปมา อาจมีตั้งแต่ 2-5 บท หรือมากกว่านั้น ทั้งนี้ขึ้นกับรายละเอียดที่ต้องการแสดงสินค้า มีขั้นตอนที่ซับซ้อนกว่าใบปลิว แต่มีเนื้อหามากกว่าและจัดให้มีปกหน้า-หลังได้ แผ่นที่เรียกว่าใบปลิวเพราะถือเป็นเอกสาร โฆษณาที่แจกในลักษณะเดียวกับใบปลิวในการออกแบบแผ่นพับเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากมีวิธีพับหลายแบบและไม่มีเลขหน้ากำกับเหมือนหนังสือ ผู้ทำแผ่นพับจึงต้องออกแบบเรียงลำดับข้อความ และภาพให้เหมาะสมกับการพับ เพราะถ้าออกแบบไม่ดีจะเกิดความสับสนแก่ผู้อ่านได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8.1.3 โบรชัวร์ (Brochure)

รูปแบบของสิ่งพิมพ์นี้คือ เป็นรูปเล่ม-เย็บกลาง มีขนาดแตกต่างกันไป บางลักษณะอาจเป็นเปิดไปทางเดียว ไม่มีการเย็บกลาง โฆษณานิตินี้บอกรายละเอียด รูปแบบ ชนิดและลักษณะของสินค้าได้มากกว่าแผ่นพับ

8.2 โฆษณาส่งตีพิมพ์เพื่อการเน้น

8.2.1 โปสเตอร์ (Poster) การออกแบบโปสเตอร์เน้นลักษณะการสื่อสารโดยตรง เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจข้อมูลที่ต้องการสื่อสารนั้นอาจน้อยหรือมากรูปภาพอาจใหญ่หรือเล็ก หากรวบรวมจุดมุ่งหมายที่ต้องการสื่อสารนั้นสำคัญที่สุด ดูแล้วเข้าใจได้ทันทีโปสเตอร์เป็น Visual Combination ระหว่างความรุนแรงและสะดุดตา (Rold Design) สีและข้อความที่ดึงดูดผู้ที่ผ่านไปมาให้นานพอที่จะปลูกความคิดที่ต้องการให้เกิดขึ้นในใจแก่บุคคลผู้นั้นได้

1. หลักสำคัญในการออกแบบโปสเตอร์

จุดประสงค์ในการสื่อสาร

ความกระฉับในภาพลักษณ์ที่ต้องการสื่อสาร

ภาพและข้อความมีการเสริมที่สอดคล้องกัน

สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชม

2. ส่วนประกอบในการออกแบบโปสเตอร์

รูปแบบ ทั้งขนาดใหญ่และเล็กเช่นกระดาษโปสเตอร์ซึ่งมีขนาดมาตรฐานคือ 15"x20" ประหยัดโดยโดยการตัดกระดาษไม่ให้เหลือเศษกระดาษเป็นจำนวนมากหรือออกแบบลักษณะการกำหนดกระดาษโดยไม่ต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจมากนักเช่น กรอบสามเหลี่ยม

รูปภาพ จำนวนและขนาดของรูปภาพ ถ้ามีจำนวนภาพมากเช่น 5 ภาพก็ต้องออกแบบโดยเน้นความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันของแต่ละภาพ ภาพสำคัญมากควรให้ใหญ่กว่าภาพสำคัญน้อย การออกแบบควรเน้นเรียงลำดับขั้นตอนจากเริ่มไปจนจบเนื้อหาด้วยเช่นกันในหน้ากระดาษส่วนที่เป็นจุดศูนย์กลางสนใจคือ optical center เป็นจุดสนใจของเส้นแบ่งที่ 3 ในส่วนที่ 8 ของสี่เหลี่ยม ตำแหน่งการวางภาพมีส่วนเร้าความสนใจจากผู้ชมได้ นอกจากจุดเด่นและความสวยงามจำนวนและขนาดตัวอักษรลักษณะหรือแบบตัวอักษรที่ใช้ก็นอกจากความสอดคล้องกับภาพเกิดความงามแล้ว ควรมีรายละเอียดมากพอเช่น โปสเตอร์การแสดงละคร ควรระบุชื่อเรื่อง วันเวลา สถานที่ติดต่อซื้อบัตร ฯลฯ เนื่องจากโปสเตอร์สามารถดึงดูดความสนใจจากระยะไกลด้วยการพาดหัวบนโปสเตอร์จึงต้องเพิ่มขนาดให้มากกว่าหน้าหนังสือในนิตยสาร โดยปกติมาตรฐานของตัวอักษรที่ห่างจากสายตา 2 นิ้วควรมีขนาด 1/8 นิ้ว หากมีการเพิ่มระยะห่างระหว่างสายตากับสิ่งที่เรามองเห็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุกระยะ 5 นิ้วนั้น ควรเพิ่มขนาดตัวอักษรหรือการเว้นวรรคจำเป็นต้องเพิ่มขนาดตามความเหมาะสม

3. ขนาดของโปสเตอร์ ขนาดของโปสเตอร์ที่ติดตามสถานที่ต่างๆเช่น ป้ายรถเมล์ ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า มีข้อกำหนดว่าขนาดของโปสเตอร์ไม่ควรมีขนาดใหญ่เกินไป มีเหตุผลว่า โปสเตอร์มีขนาดเล็กแต่อาศัยจำนวนเป็นตัวกระจายข่าวสาร และจะต้องมีขนาดไม่เล็กเกินไปกว่าที่จะมองเห็นได้ในระยะ 5 เมตร ซึ่งเป็นระยะในเกณฑ์ที่เหมาะสม เพราะถ้ามีขนาดเล็กเกินไป จะทำให้ถูกกลความสำคัญไป กล่าวคือจะทำให้ไม่สามารถเห็นได้ทั้งภาพและข้อความมาตรฐานของกระดาษทุกชนิดคือ 31"x43" ฉะนั้นการเลือกใช้ขนาดของโปสเตอร์จึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับมาตรฐานของกระดาษ ทั้งนี้เพื่อว่า ในการพิมพ์จำนวนมากจะประหยัดได้มากที่สุด เมื่อชี้เฉพาะจุดประสงค์ของโปสเตอร์แล้วผู้ออกแบบก็จะดำเนินการเลือกข้อมูลเบื้องต้นเช่น ภาพตัวพิมพ์ ตัวอักษร ภาพพื้น การวางแผนงานเกี่ยวกับขนาดและจำนวนภาพ Function หมายถึงการชี้แจงรายละเอียด เกี่ยวกับขนาดและจำนวนภาพ Decoration Function หมายถึง การออกแบบโปสเตอร์ให้ดึงดูดผู้ดู เคล็ดลับของคุณภาพของโปสเตอร์ จึงอยู่ที่ความสามารถในการเลือกภาพ ตัวอักษรรวมทั้งสีที่มีส่วนในการสร้างอารมณ์ให้กับคนดู

4. การเลือกใช้ตัวอักษร จากหลักเกณฑ์ที่วางไว้ข้างต้น โปสเตอร์จะสามารถเห็นได้ชัดในระยะ 5 เมตร เพื่อถ่ายทอดข้อมูลสู่กลุ่มเป้าหมายได้ทันที

ตัวอักษรจะต้องอ่านง่าย ไม่ตกแต่งจนอ่านยาก

การใช้ตัวอักษรเข้มบนพื้นที่ที่มีสีอ่อนกว่า อ่านได้ง่ายกว่าอักษรขาวบนพื้นดำ

ความหนาของตัวอักษรบนพื้นขาว ประมาณ 1 (ความสูงตัวอักษร)

ความหนาของตัวอักษรขาวบนพื้นดำ ประมาณ 1: ความสูงของตัวอักษร

5. Lay-Out การวาง Lay -Out ของโปสเตอร์ต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆดังนี้

ขนาดของสัดส่วนของโปสเตอร์ โดยเฉพาะขนาดของโปสเตอร์สำคัญมากเพื่อที่จะได้ทราบว่า ต้องเพิ่มอะไรลงไปโปสเตอร์เพื่อให้เหมาะสมกับขนาด

แสดงที่ไหน กรณีที่แสดงกลางแจ้งแบบต้องทันสมัยและเหมาะสม

การใช้สีและขอบเขตของสี คนชอบสีอะไร สีนั้นง่ายหรือไม่

การตัดสินใจเลือกกรรมวิธีในการผลิตโปสเตอร์ เพื่อที่จะเตรียมงานให้เหมาะสมกับงานพิมพ์แต่ละชนิด

ต้องเข้าใจงานส่วนใหญ่อย่างชัดเจน อาจเป็นไปได้ที่นักออกแบบ อาจทำเพื่อศิลปะเท่านั้น

ในการทำ Lay-Out การถกเถียงจะทำให้เกิดการเลือกแบบที่ดีขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อจะแสดงผลลักษณ์ ต้องนำเอาทุกเรื่องมาเป็นภาพ

การเลือกทำภาพพื้น เช่น การเลือกแสดง Singuetha เนื้อที่แบบธรรมดา(Simple) แบบ

Flat Unbromer Field หรือแบบ Abstract

6. ตัวอักษร ตัวอักษรนับว่าเป็นส่วนสำคัญมาก เพราะความหมายของตัวอักษรมีประโยชน์ทางบวกแก่โปสเตอร์ การออกแบบสมัยใหม่ ต้องพิจารณาถึงการลดจำนวนคำ แต่ต้องสะอาดและอ่านง่ายในที่โล่งแจ้ง ส่วนโฆษณาทางด้านกาขนส่ง อาจมีจำนวนคำเพิ่มขึ้นได้แต่ต้องอิสระคล้องตัว มีความกลมกลืนระหว่างตัวอักษรและผลลักษณ์

8.2.2 โปสการ์ด (Postcard) โปสการ์ดหรือไปรษณียบัตรแต่ดั้งเดิมใช้เพื่อการสื่อสารที่กะทัดรัด และข้อความที่ไม่เป็นความลับและใช้เป็นของที่ระลึกสำหรับจดจำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ องค์ประกอบและลักษณะของการใช้งานโปสการ์ดคือ แผ่นกระดาษที่ไม่อ่อนแอจนเกินไปขนาดประมาณ 5x7 นิ้วมีสองหน้าแบ่งหน้าที่เป็นรูปภาพและหน้าที่ใช้เขียนที่อยู่ ข้อความ ติดแสตมป์ในปัจจุบันโปสการ์ดถูกใช้เป็นส่วนหนึ่งของการ Promotion ด้วยโดยร้านค้าต่างๆมีการวางโปสการ์ดของร้านค้าเอาไว้แจกลูกค้า ยกตัวอย่างเช่นร้าน Sisley, Espada และร้านอื่นๆอีกมากมาย ก็มีการแจกโปสการ์ดให้ลูกค้าได้จดจำและระลึกถึงและมีคุณสมบัติประโยชน์ใช้สอยด้วย

8.2.3 นิตยสาร คือ สิ่งพิมพ์ที่เป็นรูปเล่ม มีความกะทัดรัด สวยงาม เก็บรักษาได้ยาวนานกว่าหนังสือพิมพ์ นิตยสารยังมีกลุ่มเป้าหมายเป็นของตนเอง มีกำหนดออกเป็นรายสัปดาห์ รายเดือน แล้วแต่ประเภทไป ฉะนั้นนิตยสารจึงเป็นสื่อโฆษณาอีกชนิดหนึ่ง ที่มีความสำคัญและเข้าถึงผู้อ่านได้หลายระดับ หลากอาชีพ มีจุดเด่นคือ

เป็นสื่อที่มองเห็น และสามารถถ่ายภาพเพื่อดึงดูดความสนใจ

ขณะที่อ่าน ผู้อ่าน อยู่ในอารมณ์ที่พอใจ ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านมีความสนใจในการอ่านข่าวสารที่ลงในนิตยสารมากขึ้น และจริงจัง

เป็นสื่อที่สามารถแบ่ง ประเภทของกลุ่มคนอ่านได้

คุณภาพในการพิมพ์ (เนื่องจากใช้กระดาษที่มีคุณภาพในการพิมพ์) โดยเฉพาะการพิมพ์สี จะสามารถให้สีที่สวยงามมากกว่าหนังสือพิมพ์ ทำให้ได้รับความสนใจจากผู้อ่านได้มาก

มีอายุยาวนาน เพราะผู้อ่านมักเก็บสะสมไว้ ฉะนั้น โอกาสที่ผู้อ่านจะอ่านโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกเป็นไปได้มาก

จำนวนผู้อ่านสูง เพราะนิตยสารมักถูกส่งหลายมือ ทำให้มีการพบเห็นโฆษณาจึงมีมากขึ้นตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิตยสาร เป็นสื่อที่สามารถ นำมาใช้ในการโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่ตัวสินค้า หรือ บริการได้จากนิตยสารบางฉบับได้รับการยอมรับว่าเป็นนิตยสารชั้นสูง และสินค้าหรือบริการที่ โฆษณาในนิตยสารฉบับนั้น จะกลายเป็นการโฆษณาในระดับสูงอีกด้วย

1. การเลือกและวางแผนโฆษณาทางนิตยสาร การเลือกและวางแผนโฆษณาทางนิตยสารก็ มีหลักการเหมือนกับการเลือกหนังสือพิมพ์ดังกล่าวคือ จะเข้าได้กับผู้บริโภคหรือไม่ ดูยอดจำหน่าย คู่มือเสียงของนิตยสาร ประเภทของนิตยสารและค่าใช้จ่าย ฯลฯ การลงโฆษณาในนิตยสารจะต้อง ระบุ ขนาด ตำแหน่ง ที่จะลง ปกใน ปกหลัง หรือภายในเล่ม จะลงเป็นสีหรือขาว-ดำ และจะต้องส่ง แบบโฆษณา (Art Work) ล่วงหน้าก่อนที่นิตยสารนั้นจะปิดเล่มลงด้วย

2. ประเภทของการโฆษณาทางนิตยสาร การโฆษณาทางนิตยสารสามารถลงได้ตั้งแต่ปก หน้าไปจนถึงปกหลัง ทั้งแบบมีสีสันและขาว-ดำ หรือเพิ่มหน้าพิเศษอีกได้ การลงโฆษณาใน นิตยสารมีทั้งแบบ Display advertising และ Classified AD. แต่ส่วนใหญ่มักจะเป็นแบบ Display advertising มากกว่า ส่วนเนื้อหาที่จะใช้ลงโฆษณานั้นมีหลายขนาด แต่ที่นิยมกันมากได้แก่

1. ครึ่งหน้าแนวตั้ง (Half Page Vertical) คือการแบ่งหน้าหนังสือแนวตั้งออกเป็น 2 ส่วน เท่ากันแล้วให้ผู้ซื้อเลือกเอาเองว่า จะลงโฆษณาทางด้านซ้าย หรือทางด้านขวา เนื้อที่ส่วนที่เหลือ ทางนิตยสารจะใช้สำหรับตีพิมพ์ บทความ สารคดี หรือเรื่องราวในส่วนอื่นๆของนิตยสาร

2. ครึ่งหน้ารวม (Half Page Horizontal) คือแบ่งหน้าหนังสือทางแนวนราบออกเป็น 2 ส่วน เท่ากัน และให้ผู้ซื้อเลือกเช่นเดียวกับแบบแรก แต่ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยยอมโฆษณากันตอนบน เพราะการโฆษณาแบบนี้ทำให้น้ำหนักของหน้าเสียไป และขาดความสวยงาม

3. เต็มหน้า (Full Page) คือการให้ผู้ซื้อเลือกหน้าสำหรับลงโฆษณาของตนเพียงผู้เดียว เป็น ที่นิยมกันมากเพราะให้ความสวยงามมากกว่างานโฆษณาแบบอื่น

4. ตำแหน่งเกาะกลางหน้า (Island Posion) ผู้ลงโฆษณาอาจกำหนดตำแหน่งไปยังจุดที่ เรียกว่า “เกาะกลาง” โดยซื้อคอลัมน์ ส่วนเนื้อที่ที่เหลือ ทางนิตยสารอาจตีพิมพ์เรื่องราวอื่นๆได้ การ ลงโฆษณาแบบนี้จะแพงมาก เพราะเรียกร้องความสนใจจากผู้อ่านได้ดี แต่ส่วนมากมักจะขายพื้นที่ โฆษณาทั้งหมดหน้ากระดาษ

5. เลี้ยวหน้า (Junior Page) คือการกำหนดเนื้อที่ประมาณ 3/4ในแนวตั้ง และ 3/5 ใน แนวนอน โดยส่วนที่จะลงโฆษณานั้น อยู่ติดขอบหน้านิตยสาร เป้าหมายของการลงแบบนี้เพื่อให้ ผู้อ่านเรื่องราวในหนังสือโฆษณาด้วย

6. ครึ่งหน้าแบบสองแบบสองหน้าติดกัน (Half Page Double Spread) มีลักษณะ เช่นเดียวกับการโฆษณาครึ่งหน้าแนวนราบ แต่ขยายเนื้อที่ออกไปอีกหน้าหนึ่งติดกันอยู่และอยู่ใน แนวเดียวกัน การลงโฆษณาแบบนี้สามารถดึงดูดสายตาของผู้ที่กำลังจะเปิดผ่านไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ตาหมากรุก (Chess Board) คือการแบ่งหน้านิตยสารออกเป็น 4 ส่วนเท่าๆกัน ผู้ลงโฆษณาจะลงโฆษณาในสี่เหลี่ยมด้านบนหนึ่งรูป และด้านล่างที่อยู่ตรงกันข้ามอีกหนึ่งรูปการลงโฆษณาแบบนี้ส่วนบนอาจเกิดปัญหากับผู้อ่าน และส่วนล่างอาจเป็นวิธีการแก้ปัญหา โดยใช้สินค้าที่โฆษณาเป็นต้น

8. ครึ่งหน้าแนวตั้งด้านนอก (Two Outside Half Page) มีลักษณะเหมือนกับครึ่งหน้าแนวตั้ง (ข้อ1) เพียงแต่เลือกลงโฆษณาที่ด้านนอก 2 หน้าเท่านั้น เป็นการลงโฆษณาแบบหนึ่งที่สามารถเรียกความสนใจจากผู้อ่านได้ สินค้าอาจเป็นชนิดเดียวกัน แต่สามารถลงโฆษณาให้อ่านต่อเนื่องกันได้

9. ครึ่งหน้าแนวตั้งด้านใน (Two Inside half page) เหมือนแบบที่6 เพียงแต่เปลี่ยนตำแหน่งมาครึ่งหน้าปกหนังสือเท่านั้นและให้ผลเหมือนกัน

10. หน้าต่อพิเศษ (Gatefold) คือการกำหนดให้หน้ากระดาษขยายยาวออกไปจากหน้าปกติด อาจยาวเท่าๆกันก็ได้ แต่ส่วนใหญ่ไม่เกินหนึ่งหน้า ธรรมดาจะพับส่วนที่เกินออกมาให้สามารถเข้าไปเก็บในหนังสือได้พอดี แต่สามารถลงโฆษณาได้ถึง 3 หน้าติดต่อกันหรือ 2 หน้าหรือเฉพาะส่วนที่เกินก็ได้ การลงโฆษณาแบบนี้เป็นการสร้างความสนใจจากผู้อ่านมาก

8.2.4 Billboard คือ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทกลางแจ้งที่มีขนาดใหญ่ สามารถมองเห็นกัน ได้ทั่วถึง เป้าหมายของสื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่นี้คือ สามารถเรียกความสนใจของผู้พบเห็น ได้อย่างเต็มที่ และทำหน้าที่ในการสื่อสารข้อความไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ทันที ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งต้องอ่านง่าย เข้าใจง่าย มีจุดดึงดูดความสนใจได้ ส่วนองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการ คือ ทำเลที่ตั้งของป้าย ถึงแม้ป้ายโฆษณาจะมีจุดดึงดูดสายตาตามากเพียงไร แต่ถ้าตั้งไม่ถูกจุด ก็ไม่สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เต็มที่ นอกจากทำเลที่ตั้งป้ายแล้ว ป้ายโฆษณาต้องประกอบด้วยความลงตัว ของสี การเลือกตัวพิมพ์ กราฟิกหรือรูปภาพที่ดึงดูดความสนใจ และการจัดช่องว่างที่เหมาะสมของป้ายโฆษณาแต่ละขนาด

1. การเลือกตัวพิมพ์บนป้ายโฆษณา ป้ายโฆษณาที่ดีไม่ควรมีรูปแบบตัวพิมพ์มากกว่า 2 แบบบนป้ายหนึ่งแผ่นป้าย เพราะถ้าใช้รูปแบบตัวพิมพ์มากเกินไป อาจจะทำให้เกิดความยากลำบากในการอ่านป้าย รูปแบบตัวพิมพ์ ที่มักถูกเลือกใช้กับข้อความสำคัญที่สุดบนป้าย ได้แก่ San serif อย่าง Helvetica, Futura และ Antique Olive เพราะเป็นรูปแบบตัวพิมพ์ที่มองเห็นง่ายได้ชัดเจนที่สุด เช่นเดียวกับ รูปแบบตัวพิมพ์ Serif เช่น Goudy, Benguiat หรือ Time เหมาะสมสำหรับข้อความที่มีความสำคัญที่รองลงมา รูปแบบตัวพิมพ์อย่าง Old English Text หรือ Engravedเป็นรูปแบบตัวพิมพ์ที่อ่านได้ไม่ค่อยชัดเจนนัก หากอยู่ในตำแหน่งระยะไกลๆ

ตารางกำหนดแนวทางเกี่ยวกับความสูงที่เหมาะสมกับระยะห่างในการมองเห็นที่เหมาะสม

ความสูงของตัวอักษร (หน่วย : นิ้ว)	ระยะห่างการอ่านที่สร้าง อิทธิพลได้สูงสุด (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

2. กราฟิกบนป้ายโฆษณาโลโก้ คลิปอาร์ต ภาพประกอบ ฯลฯ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็นได้ แต่ไม่ควรให้มีความน่าสนใจมากกว่าข้อความที่สื่อสารออกไป
การออกแบบป้ายโฆษณา ต้องมีการทดลอง พัฒนาสายตาของผู้อ่าน ว่าอะไรใช้งานได้บ้าง โดยการออกไปศึกษาป้ายโฆษณาป้ายโฆษณาอื่นๆว่ามีส่วนประกอบเด่นๆ อะไรที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็นได้อย่างทันใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การจัดช่องว่างบนป้ายโฆษณา การจัดช่องว่างบนป้ายโฆษณานั้น มักจะมีปัญหาในเรื่องความแตกต่างกันระหว่างกราฟิกหรือข้อความ กับพื้นที่บนป้ายโฆษณา ซึ่งหากข้อความและกราฟิกบนป้ายโฆษณามีขนาดเล็กไป ในขณะที่ระยะช่องว่างบนพื้นที่โฆษณาใหญ่เกินไป จะทำให้ดูไม่เหมาะสม วิธีแก้ปัญหาเช่นนี้ คือ ให้ด้านบนสุด และด้านล่างสุดของช่องว่าง (Margin) คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ของความสูง และให้ด้านขวาและด้านซ้ายของช่องว่างมีความกว้างอย่างน้อยที่สุดเป็นหนึ่งส่วนของความกว้างของพยานะตัวหลักที่ปรากฏบนป้าย ตัวอย่างป้ายเช่น ป้ายขนาด 48 นิ้ว ควรมีช่องด้านบนและด้านล่างขนาด 4.8 นิ้ว ป้ายความกว้างขนาด 3 ฟุต ควรมีช่องว่างด้านบนและด้านล่างไม่น้อยกว่า 3 นิ้ว ควรระวังการเติมพื้นที่ช่องว่างของป้ายด้วยภาพกราฟิก เพราะพื้นที่ว่างสีขาวช่วยยืดอายุตาของผู้อ่านป้ายให้จดจำอยู่กับป้ายได้เช่นกัน

4. สีตรงข้ามที่ใช้บนป้ายโฆษณา สีตรงข้ามที่ใช้บนป้ายโฆษณานั้นมักจะเน้นในเรื่องของประสิทธิภาพในการมองเห็น นอกจากความสวยงามจะดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็นได้แล้ว การเลือกสีตรงข้ามที่ถูกต้อง สำหรับในการอ่านก็จะช่วยให้ ผู้อ่านเข้าใจข้อความที่จะสื่อสารได้ง่ายเช่นกัน

การใช้สีที่มีความต่างกัน อย่างตรงข้ามกัน ระหว่างพื้นหลังกับตัวอักษร จะทำให้ข้อความบนป้ายโฆษณาอ่านให้ และมองเห็น ได้อย่างระยะไกลป้ายโฆษณาประเภทของธุรกิจ หรือกิจกรรมต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้สีชมพู สีม่วง สีนํ้าเงินอมเขียว ก็สามารถนำไปใช้กับป้ายโฆษณาได้ เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น ป้ายเทศกาลวันหยุด หรืองานปาร์ตี้พิเศษต่างๆ

ตารางบอกสีตรงข้ามที่ใช้กับป้ายโฆษณา

Black on Yellow	9. White on Brown
Black on White	10. Brown on Yellow
Yellow on Black	11. Brown on White
White on Blue	12. Yellow on blue
Yellow on Blue	13. Red on White
Green on White	14. Yellow on Red
Blue on Yellow	15. Red on yellow
White on Green	16. White on red

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8.2.5 Bus Side เป็นสื่อประชาสัมพันธ์บนรถโดยสารประจำทาง ใช้เพื่อสำหรับโฆษณา บนท้องถนนเป็นการนำรถโดยสารประจำทางมาตกแต่งสีสันทันรอบด้าน หรือแม้กระทั่งด้านบนของตัวรถ นับว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเคลื่อนที่ได้นี้ สามารถเข้าถึงประชาชนได้ง่าย และกว้างขวาง ขนาดการตกแต่งอยู่ที่ความกว้างและความสูงของตัวถัง สามารถตกแต่งได้ทั้งหมด รวมถึงกระจกด้านของรถโดยสาร โดยใช้วัสดุเป็นแผ่นสติ๊กเกอร์จะเป็นรังผึ้ง แบบรูปพรุน ทำให้เวลาที่อยู่โดยสารอยู่บนรถมองออกนอกหน้าต่างก็จะเห็นทิวทัศน์ แบบมีม่านบางๆอยู่ ซึ่งอาจจะทำให้มองเห็นไม่ชัดเจนบ้าง แต่ก็ถือว่าไม่เป็นการเสียทัศนวิสัยในการมองมากนัก ตัวอย่างของสินค้าที่ใช้สื่อประชาสัมพันธ์บนรถโดยสารตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์อะไหล่เครื่องจักรสำเร็จรูป มาม่า, แอร์ไซโจเคนกิ, โทรศัพท์เคลื่อนที่ วัน ฑู คอล, เครื่องดื่มโค้ก, เครื่องดื่มเป๊ปซี่ ฯลฯ

นอกจากสื่อประชาสัมพันธ์บนรถโดยสารแล้ว ยังมีสื่อประชาสัมพันธ์แบบเคลื่อนที่ที่น่าสนใจ อย่างเช่น บนรถไฟ, รถตู้, รถหาลอยฟ้า เป็นต้น

9. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่นอกเหนือจากการโฆษณาการประชาสัมพันธ์ และการขายโดยใช้พนักงาน กิจกรรมทางการตลาดที่ใช้การส่งเสริมการขายนั้น เพื่อพยายามกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค หรือเพื่อยกยอขายโดยวิธีการ คือ การแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการ การแสดงต่างๆ การจัดรายการแนะนำสินค้า รวมไปถึงการลดแลก แจก แถม เป็นกิจกรรมด้านการตลาดที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว ไม่ได้ดำเนินการในรูปแบบของงานประจำ การส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดที่หวังผลในระยะสั้น เพื่อกระตุ้นความต้องการให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเฉพาะหน้า จะใช้ได้ผลดีเมื่อกระทำควบคู่ไปกับการโฆษณาโดยการส่งเสริมการขายจะเป็นตัวเสริมกำลังการโฆษณา ที่จะช่วยให้เกิดการตอบสนองจากลูกค้าเร็วขึ้น การส่งเสริมการขายทำได้หลายวิธี กาเลือกใช้วิธีไหนจึงขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ว่าต้องการตอบสนองในลักษณะใด ซึ่งอาจแบ่งได้ดังนี้

9.1 การส่งเสริมทางจำหน่าย (Trade Promotion) เป็นการเพิ่มความพยายามในการโฆษณาของผู้จำหน่ายทั้งผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกให้มากขึ้น ผู้จัดการจำหน่ายจะเป็นคนกลางให้กาสนับสนุน เป็นช่องทางที่จะผ่านสินค้าไปยังผู้บริโภค เช่น การให้ส่วนลดในการซื้อ การให้สินค้าฟรี การช่วยเหลือด้านการโฆษณา

9.2 การส่งเสริมการขายทางพนักงาน (Sale Force Promotion) เป็นการส่งเสริมการขายโดยใช้สิ่งจูงใจกระตุ้นพนักงานขายเพื่อให้สินค้ากระจายไปสู่ผู้บริโภคได้เร็วขึ้น เช่น การให้โบนัส และการแข่งขันระหว่างพนักงานขาย ดังนั้นการส่งเสริมการขายจึงมีจุดประสงค์แตกต่างกันออกไปแล้วแต่นิเทศหรือประเภทของการส่งเสริมการขาย ซึ่งอาจสรุปได้ว่าการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมการขายนั้นมีลักษณะดังนี้

9.2.1 เป็นการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพราะการส่งเสริมการขายจะเรียกร้องความสนใจ และจะผลักดันให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้านั้น

9.2.2 เป็นการให้สิ่งจูงใจ (Incentive) คือการกระตุ้น แนะนำ หรือเสนอแนะถึงคุณค่าของสินค้าที่ผู้บริโภคจะได้รับ

9.2.3 เป็นการเชื้อเชิญ หรือเชิญชวน (Invitation) การเชื้อเชิญ หรือเชิญชวนให้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

10. สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

10.1 การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์

10.2 ความสำคัญของภาพในงานโฆษณา

10.3 โปสเตอร์

10.3.1 ขนาดของโปสเตอร์และตัวอักษร

10.3.2 สีที่มีผลต่อความรู้สึกทางด้านการออกแบบ

10.3.4 การสื่อความหมาย

10.3.5 การใช้งานโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมสังคม

10.3.5.1 โฆษณาสถาบัน

10.3.5.2 โฆษณาส่งเสริมสถาบัน

10.3.5.2 โฆษณาส่งเสริมสังคม

10.4 หลักทั่วไปของการออกแบบสื่อที่ดี มีอยู่หลายประการดังนี้

10.4.1 ก่อนเริ่มสร้างสรรค์การออกแบบสื่อ

10.4.2 หลักสำคัญในการเริ่มต้นการเขียนโฆษณา

10.4.3 หลักสำคัญที่เป็นหัวข้อใน Creative Recommendation

10.4.4 Copy Platform ประเด็นสำคัญในการออกแบบ

10.4.5 องค์ประกอบของ Copy Platform

10.4.6 วิธีการค้นหาความคิดในการสร้างเรื่องราว

10.4.7 เหตุผลในการเลือกสื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกทำเลเพื่อติดตั้งป้ายโฆษณา

ควรศึกษาถึงทำเลที่ตั้งป้ายโฆษณากลางแจ้งให้ดี เพราะหากที่ตั้งมีผู้คนเดินผ่านสัญจรไปมาน้อยหรือเป็นคนละกลุ่มกับกลุ่มเป้าหมายของเรา จะทำให้เกิดการสูญเปล่า

ข้อควรพิจารณาในการเลือกทำเลที่ติดตั้งป้ายโฆษณากลางแจ้งเพื่อให้เกิดความสนใจแก่ผู้พบเห็นที่ผ่านไปมา มีดังนี้

1. ระยะทางจากจุดที่ติดตั้งป้ายโฆษณากับผู้จับจ้องรถยนต์หรือผู้สัญจรไปมา จะต้องเห็นป้ายโฆษณาได้อย่างชัดเจนในระยะไกล
2. ความรวดเร็วของการเดินทางบนเส้นทางนั้น หากมีสภาพการจราจรที่คล่องตัวสามารถจับจ้องรถยนต์ด้วยความเร็วสูงมาก ขนาดของป้ายจะต้องใหญ่ มีรายละเอียดชัดเจนพอที่จะอ่านได้ในระยะเวลาสั้นๆ
3. ลักษณะสถานที่ติดตั้ง ถ้าป้ายโฆษณาติดตั้งลักษณะขนานไปกับถนน จะดีกว่าในการติดตั้งในแนวขวางทางถนน เพราะสามารถมองเห็นได้ทั้งสองด้านของการจราจร แต่สถานที่ติดตั้งที่ดีที่สุดควรจะเป็นบริเวณตามมุมของของแยกต่างๆ ซึ่งจะถูกพบเห็นในหลายๆ ด้านโดยเฉพาะบริเวณทางแยกที่ต้องมีการหยุดรอสัญญาณไฟจราจร
4. สภาพสิ่งแวดล้อมบริเวณที่ตั้ง พิจารณาดูสถานที่นั้นจะให้น่านิยมแก่ป้ายได้มากน้อยเพียงใด เช่น ป้ายโฆษณาอุปกรณ์การกีฬาที่ติดตั้งในสนามกีฬา ยังมีผลต่อการแพร่ภาพออกอากาศอีกด้วยในกรณีการถ่ายทอดกีฬานั้นๆ เป็นประจำ เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาว่า สถานที่นั้นมีสิ่งปลูกสร้างหรือสิ่งกีดขวางอื่นๆ มาบดบังป้ายหรือไม่
5. พิจารณาค่าใช้จ่ายในการติดตั้งป้ายแต่ละแห่ง ซึ่งมักจะมีราคาแตกต่างกันไป สถานที่บางแห่งอยู่ในทำเลที่ดี ผู้คนสัญจรผ่านไปมามาก ราคาอาจจะแพง แต่อาจไม่คุ้มค่ากับการลงทุนหากว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ไม่ค่อยใช้เส้นทางนั้น

บทที่ 3

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลการทำงาน

1. วิเคราะห์สัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันสอนร้องเพลง

ปัจจุบันวงการเพลงถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจหนึ่งที่สังคมสนใจ สถาบันสอนร้องเพลงจึงมีจำนวนขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้นตามไปด้วย เพื่อเป็นการรองรับกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจในเส้นทางนี้ สถาบันสอนร้องเพลงจึงจำเป็นต้องสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้น่าจดจำ รวมถึงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจและดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งการใช้สัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์นี้จะเน้นที่การออกแบบในลักษณะที่ดูเรียบง่าย เข้าใจง่าย และแฝงความหมายไว้ด้วย เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียน นักศึกษา ผู้ที่รักการร้องเพลงตั้งแต่อายุ 15-25 ปีขึ้นไป

2. ลักษณะเด่นและเอกลักษณ์ของวิชาที่เปิดสอน

นำลักษณะเด่นและเอกลักษณ์ของวิชาร้องเพลง ซึ่งเป็นวิชาหลักของสถาบัน มาใช้ในการเลือกออกแบบสัญลักษณ์ ดังนี้

1. ไมโครโฟน
2. ตัวโน้ต
3. ปาก
4. คลื่นเสียง

3. ปัญหาของการออกแบบสัญลักษณ์และประชาสัมพันธ์ของสถาบันสอนร้องเพลง

1. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่รูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่ดึงดูดและชักจูงได้ดีพอ
2. มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง ซึ่งยากต่อการออกแบบให้มีความต่อเนื่องกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการออกแบบ

โครงการนี้ข้าพเจ้าได้สมมติสถาบันสอนร้องเพลง โดยใช้ชื่อว่า “VOICE PROJECT” ขึ้นมา เพื่อใช้ในการศึกษากระบวนการออกแบบสัญลักษณ์และสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยจะกำหนดรูปแบบและแนวทางของสัญลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ดังนี้

สถาบันสอนร้องเพลง VOICE PROJECT เป็นสถาบันที่เน้นการพัฒนาศักยภาพด้านการร้องเพลง และเสริมบุคลิกภาพ สร้างความมั่นใจ ซึ่งรวบรวมหลักสูตรที่ครอบคลุมผู้การเป็นศิลปินตั้งแต่ขั้นพื้นฐานจนสู่ระดับมืออาชีพ ดังนั้นการออกแบบสัญลักษณ์และสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สถาบันสอนร้องเพลงดังกล่าว จึงต้องการนำเอาจุดเด่นของสถาบันที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละคอร์สการเรียนมาใช้ในการออกแบบ ให้มีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้

5. ช่องทางในการสื่อสาร

ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันสอนร้องเพลง VOICE PROJECT นี้จะมีการนำเสนอในรูปแบบดังนี้

1. BILLBOARD
2. POSTER
3. TRIVITION
4. BANNER
5. BOCHURE
6. NEW MEDIA

6. แนวคิดที่จะนำมาออกแบบ

ต้องการสร้างความโดดเด่น และความน่าสนใจว่าสถาบันสอนร้องเพลง VOICE PROJECT สนับสนุนให้เชื่อมั่นในความฝันและพัฒนาตนเอง

7. ลักษณะและรูปแบบที่ต้องการจะนำเสนอ

การร้องเพลงมีความโดดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ จึงออกแบบสัญลักษณ์ที่มีทั้งภาพและตัวหนังสือผสมกัน โดยใช้เทคนิคการตัดทอนรูปภาพและเพิ่มเอกลักษณ์ให้กับตัวอักษรในการสื่อสารความหมายของสถาบัน ซึ่งอาจทำให้เกิดแนวทางใหม่ในการสื่อสาร

8. สรุปโจทย์ทั้งหมดในการออกแบบ (Creative Brief)

1. ข้อมูล

สถาบันสอนร้องเพลง VOICE PROJECT เป็นสถาบันที่เน้นการพัฒนาศักยภาพด้านการร้องเพลงและเสริมบุคลิกภาพ สร้างความมั่นใจ ซึ่งรวบรวมหลักสูตรที่ครอบคลุมสู่การเป็นศิลปิน ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานจนสู่ระดับมืออาชีพ ดังนั้นการออกแบบสัญลักษณ์และสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลงดังกล่าว จึงต้องการนำเอาจุดเด่นของสถาบันที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละคอร์สการเรียนมาใช้ในการออกแบบ ให้มีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้

2. กลุ่มเป้าหมาย

นักเรียน นักศึกษา วัยรุ่นผู้มีความฝันและรักการร้องเพลง ตั้งแต่อายุ 15-25 ปี ขึ้นไป

3. พฤติกรรมของผู้รับสื่อ

พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะสนใจสื่อที่มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง และปลุกกระแสโดยการขำเตือนให้เกิดการจดจำ

4. ขอบเขตในการทำงาน

1. BILLBOARD	จำนวน 3 ชิ้น
2. POSTER	จำนวน 4 ชิ้น
3. TRIVITION	จำนวน 3 ชิ้น
4. BANNER	จำนวน 1 ชิ้น
5. BOCHURE	จำนวน 3 ชิ้น
6. NEW MEDIA	จำนวน 3 ชิ้น

5. การออกแบบ

ใช้ภาพกับข้อความในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย และใช้โลโก้ที่มีเอกลักษณ์ในการสื่อสารความหมายของสถาบันซึ่งสร้างอารมณ์จากตัวอักษรในการสื่อสารเพื่อช่วยเพิ่มความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

6. ข้อความที่จะสื่อสาร

เป็นข้อความที่กระตุ้นให้เกิดความเชื่อมั่นและบอกรายละเอียดทางข้อมูลของสถาบัน

7. Mood & Tone

ภาพรวมของงานจะมีหลากหลาย เพื่อให้สื่อให้เหมาะกับพัฒนาการในแต่ละวัยและความเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย แสดงให้เห็นความมั่นคงและอุดมการณ์ที่มุ่งมั่นของสถาบันที่จะพัฒนาของนักเรียนให้ดียิ่งขึ้น



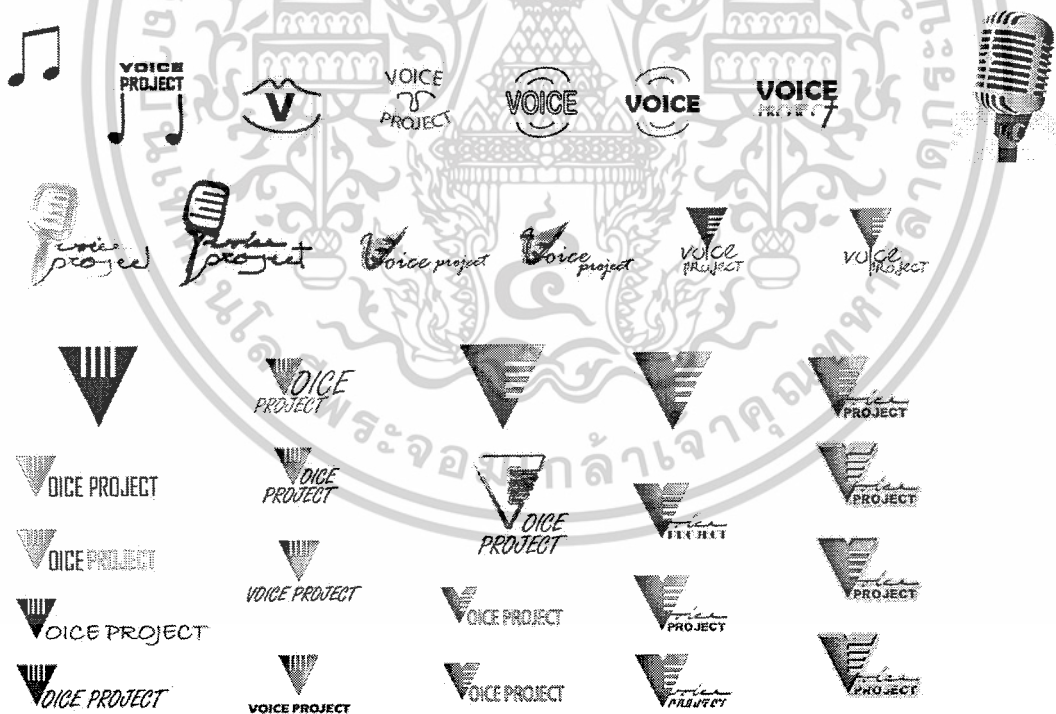
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ขั้นตอนการทำงาน

1. การออกแบบสัญลักษณ์

สถาบันสอนร้องเพลงจึงจำเป็นต้องสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้น่าจดจำ ดังนั้นการออกแบบสัญลักษณ์นี้จะแสดงให้เห็นคุณลักษณะขององค์กรและสามารถสื่อความหมายภายในตัวด้วยการออกแบบโลโก้โดยนำลักษณะเด่นและเอกลักษณ์ของวิชาร้องเพลง ซึ่งเป็นวิชาหลักของสถาบันมาใช้ในการเลือกออกแบบสัญลักษณ์



ภาพร่าง Logo

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การพัฒนาการออกแบบสัญลักษณ์

เนื่องจากการออกแบบ Logo ในครั้งแรก สัญลักษณ์มีความแข็ง การปรับขนาดและการจัดวางยังไม่ลงตัว จึงพัฒนาให้สัญลักษณ์มีความอ่อนโยน คล้อยตามกันโดยคงลักษณะเด่นและเอกลักษณ์ของวิชาร้องเพลงในการเลือกออกแบบสัญลักษณ์



ภาพร่าง Logo ครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผลงานจริงของการออกแบบสัญลักษณ์

ผลงานจริงของการออกแบบสัญลักษณ์นี้จะแสดงให้เห็นคุณลักษณะขององค์กรและสามารถสื่อความหมายภายในตัวให้มีความชัดเจนและลงตัวมากยิ่งขึ้น ด้วยการออกแบบ Logo ที่นำ Symbolic ของไมโครโฟนมาผสานกับตัวอักษรตัว V ในคำขึ้นต้น เพื่อสื่อความหมายถึงการร้องเพลงโดยตรง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

BILLBOARD, POSTER, TRIVITION, BANNER, BOCHURE, NEW MEDIA

รูปแบบที่เลือกใช้ให้ความรู้สึกที่ลงตัวของสิ่งที่ให้ความรู้สึกเท่ๆ สง่ามีราศีตามตัวอย่าง ซึ่งเหมาะกับผู้ที่มีความฝันและเชื่อมั่นในตัวเองทั้งนี้ยังมีลูกเล่นของตัวอักษรที่มีความหมายต่างๆแฝงอยู่ และมีการจัดวางองค์ประกอบความสำคัญของแต่ละข้อความ

ตัวอย่าง



ภาพร่างสื่อประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การพัฒนาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์มีแนวทางที่ชัดเจนขึ้น โดยมีเรื่องราวของพัฒนาการเพิ่มเข้ามาเป็น SERIES เรียงลำดับต่อเนื่องกัน 3 ชั้น เริ่มจากการใช้อุปกรณ์อื่นๆ แทนไมโครโฟนและพัฒนาจนถึงระดับไมโครโฟนคุณภาพสูงที่นิยมใช้กันในหมู่ศิลปินซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เด่นชัดและเข้าใจตรงกันมากที่สุด และใช้ข้อความ KEEP SINGING เพื่อต่อยอดความคิดตามอุดมการณ์อันมุ่งมั่นของสถาบัน เพื่อให้ผู้ที่สนใจหรือมีความฝันยังคงพัฒนาตนเองอย่างไม่หยุดยั้ง



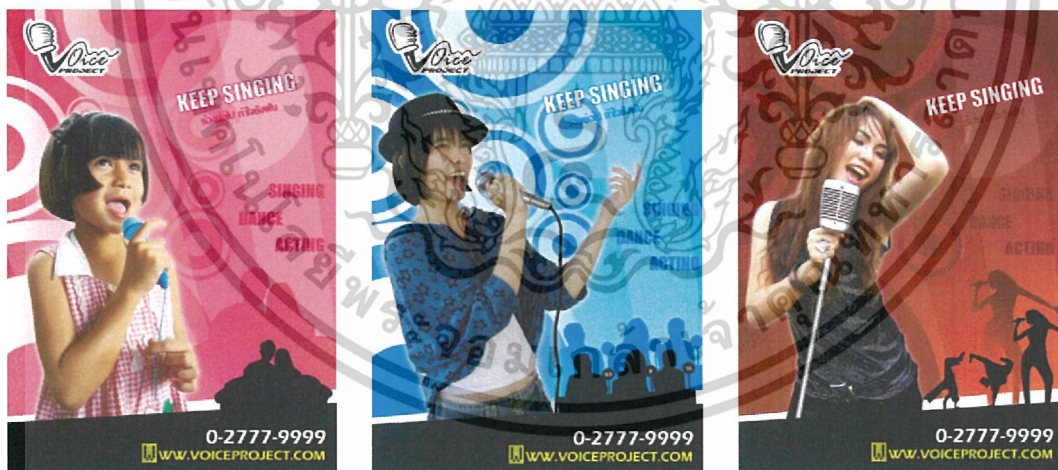
ภาพร่างสื่อประชาสัมพันธ์ ครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผลงานจริงของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

ผลงานที่ออกมานี้ พัฒนามาจากภาพร่างสื่อประชาสัมพันธ์ ครั้งที่ 2 ซึ่งคงรูปแบบการนำเสนอเป็น SERIES เรียงลำดับต่อเนื่องกัน 3 ชิ้น และเพิ่มรายละเอียดในส่วนของการเล่าเรื่องราว โดยใช้บุคคลในแต่ละวัยเป็นองค์ประกอบ ตั้งแต่วัยเด็กที่ยังใช้ไมโครโฟนของเล่นเป็นอุปกรณ์และมีครอบครัวเป็น BACK GROUND คอยให้กำลังใจ และวัยถัดมาเป็นการแข่งขันประกวดร้องเพลง โดยมีกรรมการเป็น BACK GROUND คอยให้คะแนน จนถึงวัยที่ประสบความสำเร็จเป็นนักร้องที่มีแดนเซอร์เป็น BACK GROUND ให้ศิลปิน โดยมีข้อความ KEEP SINGING (ร้องต่อไปถ้าใจยังฝัน) เพื่อเพิ่มแรงบันดาลใจให้กับสื่อประชาสัมพันธ์อีกด้วย นอกจากนี้ยังเพิ่มข้อมูลในส่วนของวิชาหลักที่เปิดสอนและการติดต่อเพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถติดต่อมายังสถาบันได้ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีความชัดเจนและจดจำได้ง่าย

การประชาสัมพันธ์สื่อประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลง VOICE PROJECT ในครั้งนี้มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง จึงจำเป็นต้องรักษาเอกลักษณ์และความต่อเนื่อง โดยอาศัยการต่อยอดสื่อในรูปแบบเดิมหลายๆครั้งกับสื่อหลายๆรูปแบบ เพื่อปลุกกระแสการเข้าเรียนให้เกิดการจดจำ



ผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลงานจริงเมื่อนำมาใช้กับสื่อประชาสัมพันธ์

BILLBOARD ADVERTISING SERIES

เป็นสื่อโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ที่ดูทันสมัย ดึงดูดความสนใจได้มาก มองเห็นในระยะไกล สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ลำดับที่ 1



ลำดับที่ 2



ลำดับที่ 3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวน

หน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่ออยู่ในสถานที่จริง

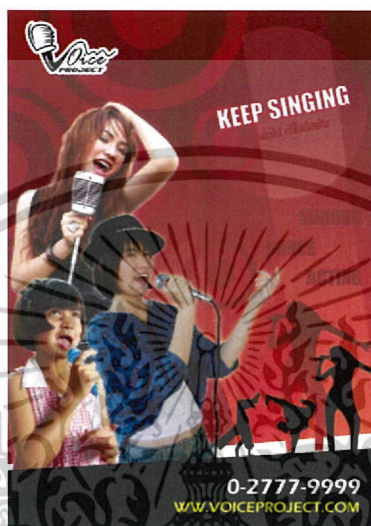


ป้าย BILLBOARD ขนาดใหญ่ ติดตั้งเรียงลำดับต่อเนื่องกัน 3 ป้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

POSTER

เป็นสื่อที่สามารถเน้นเฉพาะจุดที่น่าสนใจไปประชาสัมพันธ์ได้ ปริมาณสื่อสามารถกระจายได้ในจำนวนมาก เพื่อเป็นการตอกย้ำและสร้างความทรงจำ



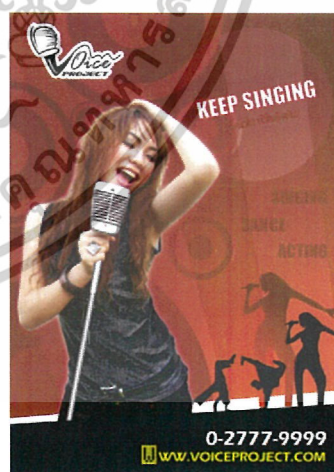
รวม SERIES



ลำดับที่ 1



ลำดับที่ 2



ลำดับที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่ออยู่ในสถานที่จริง



รวม SERIES

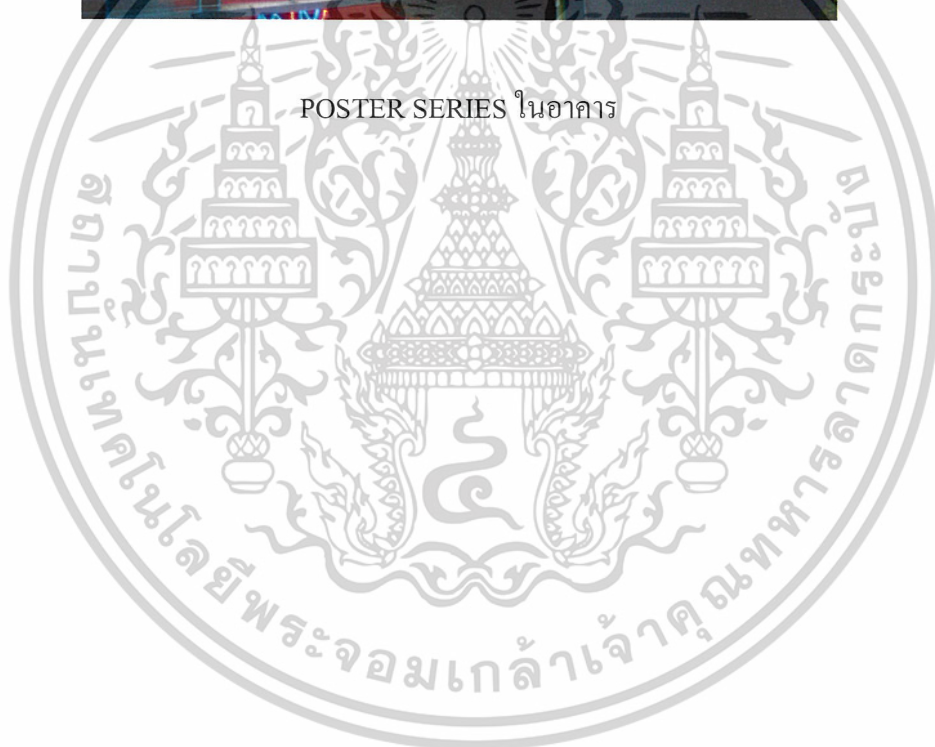


POSTER SERIES บนถนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



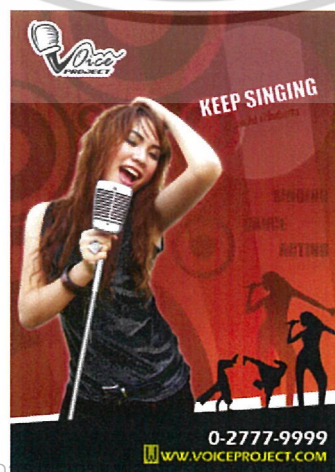
POSTER SERIES ในอาคาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

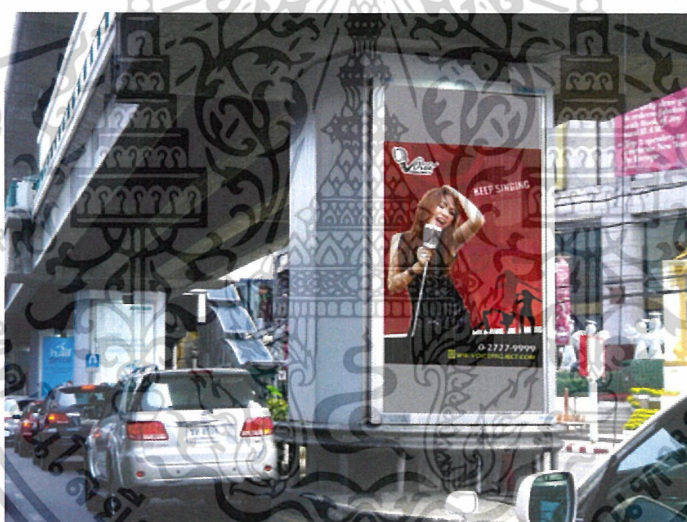
TRIVITION

เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถแสดงภาพได้ 3 ภาพในหนึ่งพื้นที่โฆษณา ที่ทันสมัยและเหมาะสมกับสื่อ STORY



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับก ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่ออยู่ในสถานที่จริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. BANNER

เป็นสื่อที่โดดเด่นและดึงดูดความสนใจ สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุม



เมื่ออยู่ในสถานที่จริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. BOCHURE

เป็นสื่อขนาดเล็ก ดูทันสมัย ดึงดูดใจและชี้แจงรายละเอียดได้มาก สามารถกระจายได้ทุกที่
ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีอีกทางหนึ่ง

หลักในการออกแบบ BOCHURE

โบชัวร์สำหรับแจกตามสถานศึกษาและแหล่งศูนย์รวมวัยรุ่น นอกจากจะเป็นข้อมูลแนะนำ
สถาบันสอนร้องเพลงของเราแล้ว ยังสามารถใช้เป็นคู่มือทดสอบเรียนฟรี 1 ชม. เพื่อเป็นการ
ส่งเสริมการตลาดและเปิดโอกาสผู้ที่สนใจ ได้ทดสอบเรียนจริง

ภายในประกอบด้วย

ด้านหน้า

1. โลโก้
2. สโลแกน
3. ภาพประกอบ
4. กราฟฟิกเพื่อเพิ่มรายละเอียด

ด้านหลัง

1. โลโก้
2. สโลแกน
3. ข้อมูลประชาสัมพันธ์

คำแนะนำสถาบัน

คอร์สเรียนฟรี 1 ชั่วโมง ตามวิชาที่ได้และสามารถเลือกแนวทางได้ตามความสนใจ
ได้แก่ ร้องเพลง, เต้น, แสดง
แผนที่, ที่อยู่, เบอร์โทรและเว็บไซต์
บราโค้ด (สำหรับตรวจสอบข้อมูลผู้มาเรียน)
กำหนดอายุการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้า



หลัง



ผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. NEW MEDIA

เป็นสื่อชนิดใหม่ที่ทันสมัย มีลูกเล่นที่ดึงดูดความสนใจ ทำให้เกิดการติดตามจนนำไปสู่การอ่านข้อความโฆษณาในที่สุด

หลักในการออกแบบ NEW MEDIA

สร้างความน่าสนใจโดยมีลูกเล่นที่เหมาะสมกับสถานที่ โดยใส่เอกลักษณ์ (LOGO) เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยและใส่ข้อความประกอบเพื่อดึงดูดใจ

รายละเอียดภายในประกอบด้วย

1. โลโก้
2. สโลแกน
3. ภาพประกอบ
4. กราฟฟิกเพื่อเพิ่มรายละเอียด

รูปแบบการใช้งาน

ติดตั้งเกอร์บนรถไฟฟ้า BTS ตามตำแหน่งที่กำหนด

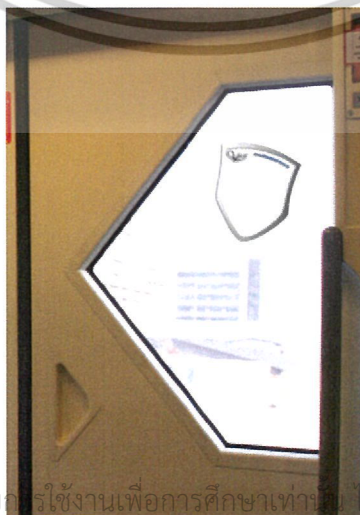
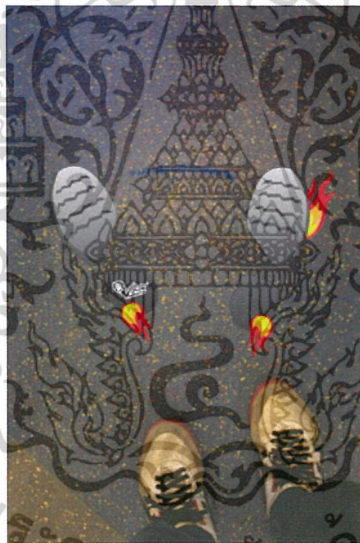
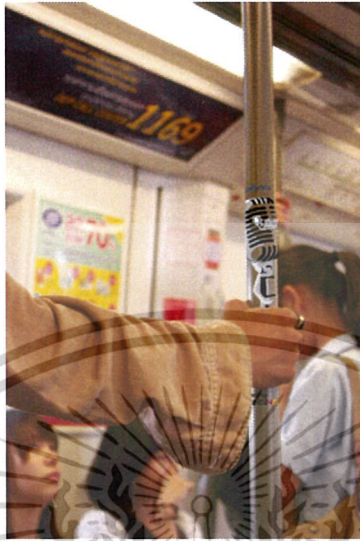
โมโครโฟน	: เสาจับบนรถไฟฟ้า
หน้ากาก	: หน้าต่างรถไฟฟ้า
รอยรองเท้า	: พื้นบนรถไฟฟ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่ออยู่ในสถานที่จริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการทำงาน

ในโครงการออกแบบกราฟฟิคสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันสอนร้องเพลงนี้ นั้นสามารถผลิตผลงาน ได้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ โดยสัญลักษณ์ที่นำมาใช้สามารถสื่อให้เห็นภาพลักษณ์ของสถาบันและสื่อประชาสัมพันธ์สร้างความน่าสนใจ แต่ประสบปัญหาในการออกแบบ คือ การออกแบบสัญลักษณ์และสื่อแต่ละชิ้นใช้เวลาในกระบวนการความคิดนานและอุปสรรคในการขอข้อมูลทางสถาบันสอนร้องเพลงที่มีการสงวนลิขสิทธิ์

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน

1. เนื่องจากในการออกแบบสื่อโฆษณาชุดนี้ จำเป็นต้องออกแบบให้อยู่ในชุดเดียวกันในทุกๆ สื่อ เพื่อต่อยอดแนวความคิดของงานและสร้างเอกลักษณ์ ดังนั้นอาจทำให้ดูจำเจน่าเบื่อสำหรับคนบางกลุ่ม
2. ต้องอาศัยการรับสื่อหลายๆ ครั้ง และจากหลายๆ ทางเพื่อสร้างการย้ำเตือนให้เกิดการจดจำในสัญลักษณ์ที่ต้องการสื่อสาร
3. ผลงานแต่ละชิ้นใช้เวลาคิดนาน มีผลให้การทำงานล่าช้าไปด้วย

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เกิดความรู้ความเข้าใจในการออกแบบกราฟฟิคสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กร และทราบถึงคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของการออกแบบกราฟฟิคสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดีได้
2. สามารถสรุปแนวคิดให้สัมพันธ์ มีความต่อเนื่องเกี่ยวพันกัน ตลอดจนสามารถพัฒนาแนวคิดต่อได้
3. สามารถวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

โสธรชัย นันทวัชรบุญ. BE GRAPHIC สู่เส้นทางกราฟฟิคดีไซน์เนอร์. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ.

อาร์. อินฟอร์เมชัน แอนด์ พับลิเคชัน จำกัด, 2545.

ทองเจือ เจียคทอง. การออกแบบสัญลักษณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ศิลป์ประภา, 2548.

<http://www.superstar-academy.com>

<http://www.hopstudio.net>

<http://www.artgazine.com/shoutouts/viewtopic.php?t=2472>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ –สกุล วรรณญา จิรนนท์ศิริ ชื่อเล่น ออยล์
 ที่อยู่ 90/38 หมู่ 11 หมู่ป่าล้อม อ.เมือง จ.ศรีสะเกษ
 E-mail : lovebambo@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2542 โรงเรียนศรีสะเกษวิทยาลัย
 พ.ศ. 2551 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผลงาน หรือรางวัล หรือทุนที่ได้รับ

พ.ศ. 2550 ฝึกงานที่บริษัท ไอดีไซน์ พับลิชชิง จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้