

การถ่ายภาพแฟชั่นในหัวข้อ “โลกเสมือน”
FASHION PHOTOGRAPHY TITLE “VIRTUAL WORLD”



T105923



นางสาวนันทพร มหาเอกนันท์

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการถ่ายภาพ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2551

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....105923

รับเล่มปี.....๒๕๕๑

สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ขึ้นด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งนี้ขอสงวนสิทธิ์ในการให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๖.....
๖.....

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การถ่ายภาพแฟชั่นในหัวข้อ “โลกเสมือน”

FASHION PHOTOGRAPHY TITLE “VIRTUAL WORLD”



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการถ่ายภาพ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... วันที่ 01/06/52
(อาจารย์พงษ์ศักดิ์ ตั้งติวาจา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การถ่ายภาพแฟชั่นในหัวข้อ “โลกเสมือน” FASHION PHOTOGRAPHY TITLE “VIRTUAL WORLD”
ชื่อ	นางสาวนันท์พร มหาเอกนันท์
สาขาวิชา	การถ่ายภาพ
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2551
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์พงษ์ศักดิ์ ตั้งติวจา

บทคัดย่อ

Fashion เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงตัวตน นำเสนอสิ่งที่แปลกแตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน นี่คือนิยามที่ข้าพเจ้ามีต่อแฟชั่น ข้าพเจ้าจึงต้องการนำเสนอภาพถ่ายแฟชั่นในแนวความคิดของข้าพเจ้า ถ่ายทอดผ่านมุมมอง ทักษะคิด ออกมาเป็นภาพถ่ายในสไตล์ที่ข้าพเจ้าสนใจต้องการศึกษา โดยส่วนหนึ่งข้าพเจ้าได้รับแรงบันดาลใจมาจากความคิดในการออกแบบของแบรนด์เสื้อผ้า DIESEL ที่แสดงผลงานการออกแบบเสื้อผ้า และภาพถ่าย สิ่งพิมพ์สื่อ โฆษณาต่างๆและเรียกตัวเองว่าเป็น กบฏแฟชั่น ข้าพเจ้าได้วิเคราะห์สิ่งที่เรียกว่ากบฏแฟชั่นและนำมาผนวกเข้ากับเรื่องราวที่จะเล่าเรื่องในภาพถ่ายแฟชั่นชุดนี้จำลองขึ้นมาว่าเป็น “โลกเสมือน” โดยข้าพเจ้าทำหน้าที่เป็นช่างภาพที่นำเสนอความสวยงามของเสื้อผ้า การตัดเย็บ และประยุกต์นำเสนอเสื้อผ้าธรรมดาๆ โดยมีนางแบบและนายแบบเป็นเล่าเรื่องราวออกมาเป็นภาพ ประกอบกับการออกแบบจัดแสงแฟลชและแสงธรรมชาติเข้าด้วยกัน การสร้างฉากหลังและนำตัวแบบและฉากปรับแต่งเข้าด้วยกันโดยใช้โปรแกรม Photoshop เข้าช่วยเพื่อให้ได้ภาพที่สมบูรณ์ตามต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

หม่าม้า ป๊ะป๊า กราบขอบคุณสำหรับทุกอย่างในชีวิต ความรัก ทุกคำสั่งสอน ทุกการดูแลทุกคนนี้ ถึงแม้จนตอนนี้ป๊าจะยังไม่รู้ว่าเรียนอะไร ขอขอบคุณทุกคนในครอบครัวสำหรับความอบอุ่นเอาใจใส่ ขอขอบคุณครูจื้อ - อาจารย์พงษ์ศักดิ์ ตั้งคิวงา อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยดูแลเอาใจใส่ ให้ความช่วยเหลือมาอย่างดีโดยตลอด

ขอบคุณครูเอิร์ท - อาจารย์พิทักษ์ ทัศนชัยบุตร สำหรับคำพูดและข้อคิดต่างๆมากมายที่ได้ให้ทั้งในห้องเรียนและเวลาที่ขอคำปรึกษา

ขอบคุณครูแดง อาจารย์ - พรรณศรี ชูอารยะประทีป สำหรับความเป็นห่วงและความกดดันที่มีให้ตลอดสี่ปีที่ผ่านมา ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ประสิทธิภาพวิชาชีพแก่นักศึกษาคนนี้ ตลอดเวลาที่สี่ปีในสาขาการถ่ายภาพและต้องกราบขออภัยในความพקר่องในหน้าที่ที่ได้มอบหมายให้หรือล่าช้าในการทำงานชิ้นนี้ และขอบคุณพี่เจ็บบเจ้าหน้าทีห้องภาคที่ช่วยเหลือเสมอ

ขอบคุณพี่กวาง ที่อดทนและมาช่วยเรื่อง Stylist พี่เจ พี่ตัง และ พี่ Volume ทุกคนที่คอยถามไถ่อยู่เสมอและให้คำแนะนำและความช่วยเหลือตลอดมา พี่ชัย พี่แอม ช่างผมช่างหน้า ขอขอบคุณพี่โหน่ง น้องซึ่งสุดใจ สิ-พิชญ์สินี ต้นวิบูลย์ นามแบบสุดยอด

พี่ส้อ สุระวิษญ์ ล้อเลิศรัตนะ สำหรับคำแนะนำในการทำงาน และให้ประสบการณ์ฝึกงานช่างภาพ และคำพูดที่ช่วยให้หนักและคิดสาระ ได้มากกว่าที่มีอยู่ ทำให้รู้ว่าจะเป็นช่างภาพได้ต้องคิดตั้งแต่เรื่องไม่เป็นเรื่องจนเป็นเรื่อง

พี่อิฐ ลุงสุดยอดเลยใจสุดๆขอบคุณสำหรับคำแนะนำและการช่วยเหลือในการริษัทที่ยิ่งใหญ่ พี่ฟ้า พี่กานต์ พี่จอม พี่มอน ซินเน และรุ่นพี่ทุกคนที่คอยถามให้กำลังใจคอยตอบทุกคำถามที่ถามไป ขอขอบคุณพี่ปอม ที่คอยถามอยู่เสมอ และสำหรับสิ่งดีดีที่พี่ให้ด้วยความเป็นพี่สอนน้อง เพื่อนเซนต์ปอลๆ และเพื่อนเซนต์เมรี่ขอบคุณมากสำหรับคำคำ คำชม และความสงสัยที่มีตลอดสี่ปี ที่คอยถามตลอดว่าเพื่อนคนนีเรียนอะไร

นุ่น บาส เมฆ กิว เอ็ม อีน เพื่อน โฟ โต้ได้และเพื่อนๆรุ่น 23 และเพื่อนๆ ถาปัด ทุกคนขอบคุณสำหรับความเป็นเพื่อนและประสบการณ์ต่างๆที่ผ่านมาขอบคุณมาก สุดยอด ประทับใจ

มาย ไอ้ตอินุสำหรับเพลงทุกเช้า พล เสียงเปิดประตูดังๆ ตื่นเต็นตัวป่วน อ้อม ดัช เพื่อนรัก สุดยอด เพื่อน เพื่อนอดเพื่อนทน อาร์ม ขอขอบคุณสำหรับทุกสิ่ง ความซัดเจน ขอขอบคุณที่ระบายอย่างดี

เป็ควาย นายแบบกระทันหัน ขอขอบคุณมาก

ขอบคุณทุกคนที่ไม่ได้กล่าวถึงและใครบางคนที่อยู่ข้างๆเสมอมาขอบคุณมากคะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญภาพประกอบ	จ
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ	2
1.4 ลักษณะของโครงการ	2
1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย	2
1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	3
2 การศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล	4
2.1 โลกเสมือน	4
2.1.1 ตัวอย่างโลกเสมือนในรูปแบบต่างๆ	4
2.1.2 อิทธิพลหรือผลจากการสร้างโลกเสมือน	6
2.1.3 โลกเสมือนในมุมมองของข้าพเจ้า	7
2.2 DIESEL	7
2.2.1 ประวัติความเป็นมาของแบรนด์ DIESEL	7
2.2.2 แนวความคิดการออกแบบกับความเป็นกบฏแฟชั่นของ DIESEL	8
2.2.3 Review ภาพถ่ายโฆษณาแฟชั่น DIESEL	9
2.2.4 สิ่งที่ได้จากแนวความคิดของภาพโฆษณาแฟชั่น DIESEL	26
2.3 ตัวอย่างภาพถ่ายโฆษณาแฟชั่นของแบรนด์อื่น	27
2.3.1 Dolce & Gabbana	27
2.3.2 Calvin Klein	31

บทที่	หน้า
2.4 ช่วงภาพที่มีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์งาน.....	34
2.4.1 Maleonn Ma.....	34
2.4.2 Mert & Marcus.....	41
2.4.3 Steven Meisel.....	44
3 ขั้นตอนการทำงาน	51
3.1 ขั้นตอนก่อนการถ่ายภาพแฟชั่น	51
3.1.1 แนวความคิดในการออกแบบ.....	51
3.1.2 ลักษณะแบบร่าง.....	52
3.1.3 ภาพนางแบบ นายแบบ.....	56
3.1.4 ภาพตัวอย่างของเสื้อผ้า.....	57
3.1.5 ภาพตัวอย่างการแต่งหน้า.....	60
3.1.6 ภาพตัวอย่างทรงผม.....	60
3.2 ขั้นตอนการถ่ายภาพแฟชั่น.....	61
3.2.1 อุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายภาพ	61
3.2.2 แผนผังการจัดไฟ.....	61
3.3 ขั้นตอนหลังการถ่ายภาพแฟชั่น.....	62
3.3.1 ขั้นตอนการตกแต่งภาพ.....	62
3.3.2 ภาพผลงานจริงที่เสร็จสมบูรณ์.....	65
4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	72
4.1 บทสรุป	72
4.2 ปัญหาที่เกิดขึ้น	72
4.3 ข้อเสนอแนะ	73
บรรณานุกรม.....	74
ประวัติผู้เขียน	75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1 Campaigns Ads. Spring-Summer 1995 by DAVID LACHAPELLE.....	9
2 Ads. Spring-Summer 1997 by PETER GEHRKE.....	11
3 Ads. Fall-Winter 2002 by KARL De KAIZER.....	12
4 Campaigns Ads. Spring-Summer 2004 by HENRIK HALVARSSON	13
5 Campaigns Ads. Fall-Winter 2005 by MERT ALAS & MARCUS PIGGOTT	14
6 Campaigns Ads. Fall-Winter 2006 by TERRY RICHARDSON	16
7 Campaigns “Global Warming Ready” 2007 by TERRY RICHARDSON	17
8 Campaigns Ads. Fall-Winter 2007 by Johan Renck.....	20
9 Campaigns Ads. DIESEL Black Gold Fall-Winter 2008 by John Scarisbrick.....	22
10 Campaigns Ads. Spring-Summer 2009 by John Scarisbrick.....	23
11 Campaigns Ads. Fragrance by NICK KNIGHT.....	24
12 Campaigns Fashion Ads. D&G	27
13 Campaigns Fashion Ads. D&G Collection Pre Fall 2008	28
14 Campaigns Fashion Ads. D&G	29
15 Campaigns Fashion Ads. D&G by Steven Meisel	30
16 Fashion Ads. Calvin Klein (1).....	31
17 Fashion Ads. Calvin Klein (2).....	32
18 Fashion Ads. Calvin Klein (3).....	33
19 Little Flagman by Maleonn Ma.....	36
20 Déjà vu By Maleonn.....	38
21 Days on the Cotton Candy By Maleonn.....	39
22 Ads. LONGCHAMP 2009 by Mert&Marcus.....	41
23 Ads. LOUIS VUITTON by Mert&Marcus	42
24 Fashion Dsquared2 by photographer Steven Meisel	46
25 ผลงานภาพถ่ายลงนิตยสาร Vogue Italy Dogging by Steven Meisel	47
26 Sketch ภาพที่ 1.....	53
27 Sketch ภาพที่ 2.....	53

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่	หน้า
28 Sketch ภาพที่ 3.....	54
29 Sketch ภาพที่ 4.....	54
30 Sketch ภาพที่ 5.....	55
31 Sketch ภาพที่ 6.....	55
32 Sketch ภาพที่ 7.....	56
33 ภาพนางแบบ สี-พิชญ์สินี ต้นวิบูลย์.....	57
34 ตัวอย่างชุดที่ 1.....	58
35 ตัวอย่างชุดที่ 2.....	58
36 ตัวอย่างชุดที่ 3.....	59
37 ตัวอย่างชุดที่ 4.....	59
38 ตัวอย่างชุดที่ 5.....	60
39 ตัวอย่างชุดที่ 6.....	60
40 ตัวอย่างการแต่งหน้า.....	61
41 ตัวอย่างทรงผม.....	61
42 แผงผังการจัดไฟภาพที่1-7.....	62
43 ภาพถ่ายนางแบบในสตูดิโอและภาพ Background เปิดในโปรแกรมเปิดไฟล์ Raw.....	63
44 ภาพแบบและภาพที่จะใช้เป็น Background เปิดใน โปรแกรม Photoshop.....	63
45 ภาพที่ทำการ Di-cut ตัวแบบเรียบร้อยแล้ว.....	64
46 นำภาพแบบที่ Di-cut แล้วมาวางในภาพที่จะใช้เป็น Background.....	64
47 เก็บรายละเอียดพร้อมตกแต่งโทนสีของภาพ.....	65
48 ได้ภาพจริงที่เสร็จสมบูรณ์.....	65
49 ผลงานจริงภาพที่ 1.....	66
50 ผลงานจริงภาพที่ 2.....	67
51 ผลงานจริงภาพที่ 3.....	68
52 ผลงานจริงภาพที่ 4.....	69
53 ผลงานจริงภาพที่ 5.....	70
54 ผลงานจริงภาพที่ 6.....	71
55 ผลงานจริงภาพที่ 7.....	72

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ

“กบฏแฟชั่น” หมายถึงความแปลก แตกต่างแต่น่าสนใจ จะกล่าวไปคำนี้คงเป็นคำของที่มาและแรงบันดาลใจสำหรับผลงานของข้าพเจ้าซึ่งข้าพเจ้าได้ดูภาพผลงานโฆษณาแฟชั่นเสื้อผ้าของแบรนด์ดังนามว่า DIESEL และเชื่อว่าหลายคนคงเคยได้เห็นผลงานโฆษณาของ DIESEL ที่รณรงค์โลกร้อนชื่อว่า “GLOBAL WARMING READY” ซึ่งโด่งดังอยู่ตามสื่อต่างๆ และถูกวิจารณ์ไว้มากมายทั้งบวกและลบหลังจากที่ข้าพเจ้าได้เห็นภาพชุดนี้ทำให้เกิดความชอบในสไตล์ภาพถ่ายแฟชั่นของ DIESEL ที่สามารถถ่ายทอดภาพถ่ายแฟชั่นที่ไม่เน้นว่าจะเป็นการโชว์เสื้อผ้า สีน้า แต่เน้นไปที่การแทรกเรื่องราว เนื้อหา อารมณ์ Mood&Tone ต่างๆ ตามสถานการณ์ของโลกปัจจุบันไปพร้อมๆ กับการใส่มุขตลกสอดแทรกการเสียดสีสังคม แต่น่าเหลือเชื่อที่ทั้งหมดทั้งมวลยังคงไว้ซึ่งความเป็น DIESEL

หลังจากที่ศึกษาเรื่องความเป็นกบฏแฟชั่นของDIESEL หากจะพูดถึงงานชิ้นนี้ความเป็นกบฏแฟชั่นของข้าพเจ้า นั่นคือการนำเสนอภาพถ่ายแฟชั่นที่ถ่ายทอดสไตล์ ทักษะคิด และมุมมองออกมาอย่างชัดเจนในหัวข้อความคิดคือ โลกเสมือน

หากจะจำกัดใจความของคำว่า โลกเสมือน มันก็คงจะเป็นโลก สิ่งต่างๆหรือภาพที่เราคิดขึ้นมาซึ่งมีเพียงจินตนาการเท่านั้นที่เป็นตัวจำกัดขอบเขต คนเรานั้นคิดสร้างสรรค์ผลงานศิลปะออกมาส่วนหนึ่งก็เพื่อตอบสนองความต้องการของความคิดตัวเองให้ออกมาเป็นสิ่งที่คนอื่นจะสามารถมองเห็นจับต้อง รับรู้ และรู้สึกได้ แต่จะต่างกันไปตรงที่ข้อความ เรื่องราว เนื้อหาสาระ และแนวความคิดที่ต่างไปตามแต่เฉพาะบุคคล นี้ก็เช่นกันข้าพเจ้าต้องการจะนำเสนอภาพถ่ายแฟชั่นแต่อาจจะแตกต่างในด้านมุมมอง ทักษะคิด และรูปแบบการถ่ายทอดออกมาแต่ยังคงไว้ซึ่งความเป็นแฟชั่นและสไตล์งาน ความชอบของข้าพเจ้าเอง

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาเรียนรู้การทำงานภาพถ่ายแฟชั่น
2. เพื่อศึกษาสไตล์ภาพถ่ายจากผลงานของช่างภาพเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับผลงาน
3. เพื่อศึกษาและทดลองทำงานในแนวทางที่สนใจให้ได้ผลงานออกมาตามแนวความคิดที่ตั้งไว้
4. เพื่อศึกษาวิธีการประยุกต์ใช้โปรแกรม Photoshop ตกแต่งภาพถ่ายแฟชั่นให้ออกมาสมบูรณ์

1.3 ขอบเขตของโครงการ

- กล้อง Nikon DSLR D300
- Sigma Lenses 10-20 mm F4-5.6 EX DC HSM
- Nikkor Lenses AF-S DX 17-55mm f/2.8G IF-ED
- ภาพผ่านกระบวนการตกแต่งรีทัชด้วยโปรแกรม Photoshop
- ภาพถ่ายสีอัดด้วยระบบdigital ขนาด 12x20 นิ้ว จำนวน 7 ภาพ

1.4 ลักษณะของโครงการ

ศึกษางานภาพถ่ายแฟชั่น ที่นำเอากรรทีชภาพเข้ามาใช้ในงานเพื่อสร้างฉากขึ้นมาใหม่ และใช้ในการตกแต่งภาพถ่ายทั้งหมดเพื่อให้ได้ภาพที่สมบูรณ์ตามที่ต้องการ ลองศึกษาผลงานสไตล์ของช่างภาพที่สนใจเพื่อนำมาประกอบกับแนวทางของเรา

1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. กำหนดแนวทางของงานให้เห็นภาพรวมทั้งหมด เพื่อง่ายต่อการดำเนินการ การจัดเตรียมอุปกรณ์ ขั้นตอนการถ่ายภาพ และการรีทัช เพื่อให้ผลงานออกมาในทิศทางเดียวกัน
2. ศึกษาวิเคราะห์แนวคิด ความเป็นกฎแฟชั่น จากผลงานที่ผ่านมาของ DIESEL เพื่อหาแนวทางและสไตล์ของภาพที่ชัดเจน
3. ศึกษาวิเคราะห์การใช้โปรแกรม Photoshop เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ตกแต่งผลงาน
4. ประเมินเรื่องราว ปัญหาและความเป็นไปได้ในการสร้างสรรค์งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้เรียนรู้วิธีการถ่ายภาพเพื่องานรีทัชได้ชัดเจนขึ้น
2. ฝึกการทำงานอย่างมีแบบแผนขั้นตอน และดำเนินงานภายใต้CONCEPTที่วางไว้ได้สำเร็จ
3. สามารถรับรู้ถึงปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน และหาแนวทางการแก้ปัญหาต่างๆ ได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 โลกเสมือน

โลกเสมือนเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นตามความนึกคิดและจินตนาการของตนทำให้เกิดภาพ เหตุการณ์ เรื่องราว การจำลองต่างๆขึ้นมาเลียนแบบให้คล้ายกับต้นแบบของจริงเพื่อตอบสนองความต้องการทางความคิด โดยแท้จริงแล้วคำว่าโลกเสมือนเป็นคำจำกัดความที่ใช้ในวงการเกมส์หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆที่โปรแกรมเมอร์ต่างพากันสร้างขึ้นมาเพื่อจำลองเหตุการณ์ความเป็นอยู่สถานะแวดล้อมรวมไปจนถึงความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในรูปแบบต่างๆ หรือการติดต่อสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบแล้วแต่แนวคิดหรือประโยชน์ใช้สอยของผู้สร้างและผู้ใช้โปรแกรมนั้นๆ

2.1.1 ตัวอย่างโลกเสมือนในรูปแบบต่างๆ

กล่าวถึงสื่อต่างๆในปัจจุบันที่พบเห็นทั่วไปการสร้างโลกเสมือนนั้นแพร่ขยายออกไปมากมาย ทั้ง 2 มิติ 3 มิติ ซึ่งมีตัวอย่างให้เห็นกันหลากหลายรูปแบบและแบ่งประเภทตามประโยชน์การใช้สอยไว้มากมาย อาทิ

2.1.1.1 เกม Online ส่วนใหญ่ออกแบบให้มีความท้าทายต่อผู้เล่น โดยทำภารกิจที่กำหนดไว้ให้สำเร็จเพื่อให้เนื้อเรื่องของเกมสามารถดำเนินต่อไปได้ และบางเกมถูกออกแบบไว้อย่างไม่มีวันจบ

2.1.1.2 เกมสร้าง การจำลอง ให้ผู้เล่นสามารถสร้างหรือจำลองตัวละคร วัตถุ สิ่งก่อสร้างต่างๆ และมีส่วนร่วมไปพร้อมๆกับการดำเนินการของเกมเหล่านั้นๆด้วยวิธีการควบคุมหรือสวมบทบาทด้วยคำสั่งที่ต้องการ

2.1.1.3 การสร้างภาพและการจำลองตามจินตนาการ อาจะพบเห็นได้ทั่วไปไม่ว่าจะเป็นลักษณะภาพถ่าย ภาพยนตร์ ภาพเคลื่อนไหว(Animation) ประติมากรรม งานศิลปะ หรือตามสื่อทั่วไปต่างๆที่ผู้สร้างถ่ายทอดความคิดลงสู่งาน อาจด้วยการสร้างขึ้นด้วยมือหรือประยุกต์

ด้วยโปรแกรมกราฟฟิก เพื่อสร้างในสิ่งที่คิดไว้เพื่อทำให้เกิดขึ้นจริงและสามารถจะเผยแพร่ให้คนอื่นได้รับรู้ตามแต่ผลงานและจุดประสงค์ของผู้สร้าง

2.1.1.4 การท่องเที่ยวแบบเสมือน เปิดโอกาสให้ผู้เล่นสามารถไปเที่ยวที่ใดก็ได้ตามที่ต้องการ หรือต้องการชมสถานที่ท่องเที่ยวโดยไม่ต้องเดินทาง เพียงเข้าไปตามระบบ internet ก็สามารถพบเห็นสิ่งต่างๆมากมาย

2.1.1.5 เครือข่ายสังคม (Social network) เป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงผู้คนเข้าหากันด้วยวิธีการทางใดทางหนึ่ง โดยอาศัยเทคโนโลยี ผู้คนที่เชื่อมโยงกันไม่จำกัดเชื้อชาติ ภาษาระยะทางและตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ ก่อให้เกิดเป็นชุมชนใหม่ในโลกไซเบอร์ เครือข่ายสังคมในโลกเสมือนจริงนี้ อาจแยกได้หลายประเภท

เช่น เครือข่ายสังคม เช่น Hi5, Facebook

เครือข่ายฝูงชน เช่น Crowd source – Wikipedia

เครือข่าย bit torrent peer to peer

เครือข่ายแบ่งปันข้อมูล เช่น You tube, Flickr

เครือข่ายการพูดคุยกัน เช่น MSN, ICQ, Skype

เครือข่ายสร้างห้อง Virtual เช่น Camfrog, Video Conference

หรือแม้แต่เครือข่ายเคลื่อนที่ อย่าง google earth หรือ google ละติจูดที่สามารถจะติดตามผู้อื่นๆ ไปพร้อมๆกับการเดินทางจริงของเขาด้วยการมองผ่าน โปรแกรม internet

2.1.1.6 โปรแกรมเพื่อการศึกษาหรือพัฒนาการ ปัจจุบันนี้โปรแกรมต่างๆ สามารถสร้างรูปแบบเหตุการณ์ หรือสถานการณ์จำลองขึ้นเพื่อใช้เป็นสื่อการศึกษา สื่อการเรียนการสอนหรือแผนงานสายอาชีพต่างๆหรือเป็นไปได้ถึง Simulator เช่น การเรียนการสอนของนักเรียนการบิน โดยใช้โปรแกรมสร้างภาพเสมือนจริงในห้องบังคับเครื่องและสร้างมุมมองภายนอกให้นักบินสามารถควบคุมยานได้เหมือนกับสถานการณ์จริง การวางแผนการสร้างโยธาคารออกแบบภาพ 3D เพื่อใช้สร้างสถาปัตยกรรมต่างๆ การออกแบบดนตรีวงตัวโน้ตเพื่อให้เห็นรูปแบบงานจริงที่จะออกมาโดยรวมอย่างคร่าวๆได้ ฯลฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2 อิทธิพลหรือผลจากการสร้างโลกเสมือน

อิทธิพลของการสร้างโลกเสมือนขึ้นมาขึ้นมานั้นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนคือความสมจริง แต่มันเป็นแค่การจำลองไม่ใช่ของจริง ซึ่งหากสิ่งที่สร้างขึ้นมาขึ้นมานั้นมีความน่าสนใจน่าหลงใหลอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกร่วมด้วยไปกับจินตนาการนั้นๆ และผลที่ตามมาคือผู้บริโภคจะสามารถเข้าถึงแก่นหรือใจความที่ผู้สร้างต้องการสื่อสารได้

แต่ผลจากการเกิดขึ้นของโลกเสมือนนั้นไม่ได้มีเพียงด้านใดด้านหนึ่งหากแต่ถ้าวิเคราะห์แล้วมันมีทั้งข้อดีและข้อเสียควบคู่กันไปตามแต่ประโยชน์ ทัศนคติของสื่อมวลชนและวิจารณ์ส่วนบุคคล

โลกเสมือนจริง (Virtual World) กำลังจะก่อให้เกิดสังคมใหม่ของโลกโดยไม่จำกัดเชื้อชาติ ภาษา ประเพณี วัฒนธรรม เพศ อายุ สถานที่ และระยะทาง เพียงแต่ผู้ที่เข้าไปสัมผัสในโลกเสมือนจริงนี้สามารถเข้าถึงโลกเสมือนจริงโดยไม่จำเป็นต้องแสดงตัวตนที่แท้จริง ไม่มีการเผชิญหน้า สามารถเลือกอยู่ในสังคมใดก็ได้ที่เราต้องการ หรือหากไม่ชอบก็ไปหาโลกใหม่ได้อย่างหลากหลายตามความต้องการ วันข้างหน้ามนุษย์อาจจะมีชีวิตอยู่ในโลกเสมือนจริงของโลกไซเบอร์ มีชีวิตอยู่ร่วมกับผู้คนต่างๆ ในโลกเสมือนจริง ผ่านทางหน้าจอ หรือผ่านโทรศัพท์มือถือ แต่เมื่อมองออกมากลับพบตัวตนที่แท้จริงที่ต้องดำเนินชีวิตในโลกแห่งความเป็นจริง (Real World) ผู้คนในอนาคตอาจไม่สามารถใช้ชีวิตร่วมกับผู้คนหรือสิ่งต่างๆ ได้ และไม่มีคำว่า EMASI ตามที่จะกล่าวไว้คือ

E - Emotion Quality (EQ) คนจะไม่มีคุณภาพทางอารมณ์

M - Morality Quality (MQ) คนจะขาดคุณธรรมและจริยธรรม ขาดศีลธรรมที่ดีงาม

A - Adversity Quality (AQ) คนจะขาดความอดทน อดทน และฟื้นตัวได้ช้าหากพบกับความผิดหวังในชีวิต

S - Social Quality (SQ) คนจะไม่สามารถอยู่ร่วมสังคมกับคนอื่น ๆ ได้

I - Intellectual Quality (IQ) คนจะด้อยคุณภาพทางสติปัญญาและความเฉลียวฉลาด

แม้ว่าสิ่งต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นมาเป็นโลกเสมือนนั้นจะดูก้าวหน้า เจริญไปตามเทคโนโลยีและสังคม แต่โลกเสมือนนั้นก็สร้างทั้งผลบวกและผลลบต่อมนุษย์ไม่ว่าจะด้วยผลกระทบจากการใช้ หรือผลกระทบทางด้านจิตใจและวัฒนธรรมการดำรงชีวิต ยิ่งไปกว่านั้นหากใช้ในทางที่ผิดแล้วด้วยผลกระทบที่เกิดขึ้นคงจะสร้างความเสียหายอย่างนับไม่ถ้วน

2.1.3 โลกเสมือนในมุมมองของข้าพเจ้า

โลกเสมือนในมุมมองของข้าพเจ้า ข้าพเจ้าคิดว่าคนเรากำลังคิดว่าโลกเสมือนขึ้นมาเพื่อหลอกตัวเอง อาจเป็นเพราะความคับข้องใจ อึดอัดในโลกของความเป็นจริงนับว่าเป็นโลกของการระบาย ปลดปล่อยความคิดต่างๆทั้งด้านที่ดีและไม่ดีลงในโลกเสมือน สร้างภาพขึ้นมาจินตนาการของเรามีอยู่ อาจสร้างโลกที่เหนือจริงขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการ ความนึกคิดของเราที่ไม่สามารถทำได้หรือเกิดขึ้นได้ในโลกความเป็นจริง

2.2 DIESEL

2.2.1 ประวัติความเป็นมาของแบรนด์ DIESEL

“ดีเซล”(DIESEL) บริษัทดีไซน์ออกแบบและผลิตเสื้อผ้าแฟชั่นซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างมากในธุรกิจเสื้อผ้าวัยรุ่นทั้งหญิงและชาย สินค้าของดีเซลมีทั้งเสื้อผ้า เครื่องประดับ ฯลฯ แต่สินค้าที่โด่งดังของดีเซลคือ ยีนส์ และเสื้อผ้าลวดลายรูปแบบทันสมัยที่เรามักจะเชื่อมโยงเข้ากับวัฒนธรรมอเมริกันแต่จริงๆ แล้วดีเซลเป็นผลผลิตจากวงการแฟชั่นของอิตาลี ดีเซลไม่เพียงแต่ผลิตเสื้อผ้าสำหรับวัยรุ่นเท่านั้นแต่ยังได้ออกแบบและผลิตเสื้อผ้าสำหรับเด็กอีกด้วย

ไม่แปลกหากจะคาดเดาถึงที่มาของสินค้าจากชื่อไม่ถูก นั่นเป็นเพราะความตั้งใจของ เร็นโซ รอสโซ (Renzo Rosso) และ เจ้านายเก่าของเขา Adriano Goldschmied แห่ง เอจียีนส์ ผู้ก่อตั้งบริษัท ดีเซล เมื่อปี 1978 ในเมืองเล็กๆ ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศอิตาลี เขาและผู้ร่วมก่อตั้งคนอื่นๆ ได้พยายามคัดเลือกชื่อที่เป็นสากล คือ ไม่ว่าจะปรากฏในภาษาใดก็จะต้องออกเสียงเหมือนเดิมสุดท้ายก็ได้ชื่อนี้คือ “ดีเซล”

ในปี 1978 ผลิตเสื้อผ้าแฟชั่นหลายแบรนด์ออกมาได้เครือเดียวกัน เช่น ดีเซล (Diesel) รีเพลย์ (Replay) โกลดี้ (Goldie) และมาร์ติน กาย (Martin Guy) ต่อมาในปี 1985 รอสโซจึงแยกบริษัทและขอซื้อแบรนด์ดีเซลมาบริหารเองแต่เพียงผู้เดียว ในปี 1988 มีการจ้างดีไซน์เนอร์จากสถาบันแฟชั่นที่เป็นที่ยอมรับมีชื่อเสียง และหัวหน้าครีเอทีฟ Wilbert Das รอสโซนำดีเซลบุกตลาดต่างประเทศในปี 1991 และมีสาขาแรกในนิวยอร์ก(New York city’s Lexington Avenue)ในปี 1996 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2007 เปิดตัวเสื้อผ้าสำหรับใส่เดินชายหาดสำหรับชายและหญิงอย่างเป็นทางการ และ DIESEL Black Gold ก็กำเนิดเปิดตัวในเดือน พฤศจิกายน 2007

2.2.2 แนวความคิดการออกแบบกับความเป็นกบฏแพ้น้ของ DIESEL

เอกลักษณ์ของแบรนด์สินค้าแพ้น้ นามว่าดีเซลอยู่ที่การไม่ตามกระแสแต่ขอวัง นำกระแสเหมือนที่รอสโซผู้ก่อตั้งเคยพูดไว้ว่า “เขาไม่สนใจว่าแนวโน้มแพ้น้จะเป็นอย่างไร ไม่ได้คิดว่าเทรนด์ของปีนั้นปีนี้หรือมีคนกำหนดคีสันรูปแบบเอาไว้แบบไหนเขาเชื่อในสัญชาติญาณของตัวเองแล้วก็สะท้อนมันออกมาโดยตรงไปตรงมา” ทำให้บรรดาลูกค้าของดีเซลส่วนใหญ่จะเห็นได้ชัดเจนว่าเป็นกลุ่มคนที่ม่เอกลักษณ์การแต่งตัวเป็นของตัวเองม่ได้แต่งตัวตามกระแสแพ้น้หลักหรือว่าตามแบบใครแต่เป็นแพ้น้ที่บุคคลนั้นๆจะพึงพอใจในแบบของตัวเอง

แนวความคิดนี้โดนใจบรรดาลูกค้าดีเซลยิ่งนัก แต่นักวิจารณ์ก็พูดถึงเรื่องนี้อยู่เหมือนกันว่าหากลองถามคนทั่วไปดูส่วนใหญ่ก็มักจะบอกว่าชอบมีสไตล์การแต่งตัวเป็นของตัวเองกันทั้งนั้นและไม่อยากแต่งตัวตามแบบใคร พอพูดถึงกลุ่มแฟนคลับดีเซลคนเหล่านี้ก็ชอบอะไรที่ฉีกแปลกแหวกแนวเหมือนกัน มันก็กลายเป็นความแตกต่างแบบคนอื่นอยู่ดี

เมื่อพูดถึงสื่อต่างๆของดีเซลไม่ว่าจะเป็นสื่อโฆษณา ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวจะเห็นได้ชัดว่าโฆษณาของดีเซลบ้างก็จะมีการล้อเลียนเสียดสีทั้งในเรื่องของกระแสแพ้น้ที่คนส่วนใหญ่ทั่วไปจะวิ่งตามกระแสบ้างก็ถึง ณ เวลานั้น หรือเสียดสีตามกระแสของข่าว ความเคลื่อนไหวสังคม หรือแม้แต่จะเป็นการตามกระแสรณรงค์ต่างๆ เพื่อตอบสนองแนวคิดของแบรนด์นี้ที่มีต่อประเด็นต่างๆ ทางสังคมด้วย แต่เมื่อมีการแทรกอารมณ์ขัน ความสนุกสนานเข้าไปในงาน ก็ทำให้โทนกลิ่นอายของโฆษณาที่ออกมาไม่ซีเรียสจนเกินไป

เช่น ในปีที่ดีเซลเปิดตัวโฆษณาชุดใหม่ที่สอดแทรกแนวคิดเกี่ยวกับปัญหาโลกร้อนที่กำลังเป็นประเด็นรณรงค์สำคัญในระดับโลก ถ้าดูเผินๆ อาจไม่ทันรู้สึกรว่ามีประเด็นโลกร้อนอยู่ในโฆษณาของดีเซล แต่เมื่อสังเกตดีๆ จะพบว่าเขาสอดแทรกเนื้อหา และเรื่องราวบางอย่างเข้าไปในภาพ บางครั้งโฆษณาของดีเซลแทบจะม่ได้พูดถึงตัวสินค้าเลยแม้แต่บ่อย รอสโซพูดถึงเรื่องนี้ว่าแคมเปญโฆษณาของดีเซลไม่ได้เน้นขายสินค้า แต่ขายความคิดเกี่ยวกับคนที่ประสบความสำเร็จในการใช้ชีวิต ตามสโลแกนของแบรนด์นี้ที่ว่า Diesel : For Successful Living นี้คือแนวความคิดแบบ “กบฏแพ้น้” ของดีเซล

2.2.3 Review ภาพถ่ายโฆษณาแฟชั่น DIESEL



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

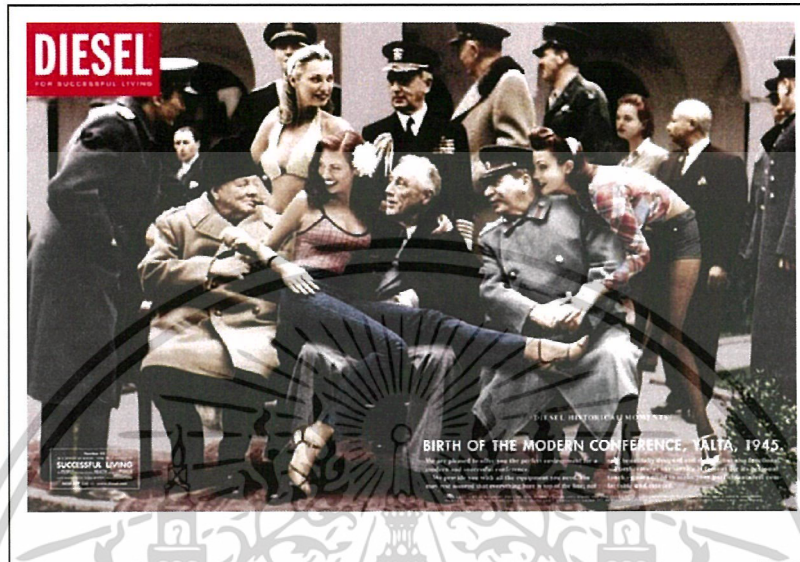


ภาพที่ 1 Campaigns Ads. Spring-Summer 1995 by DAVID LACHAPELLE

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตัวผลงาน

ภาพที่ 1 ภาพถ่ายโฆษณาชุดนี้ ได้ช่างภาพที่มีชื่อเสียงอย่าง David LaChapelle มาเป็นผู้ถ่ายทอดผลงานโฆษณาของดีเซลออกสู่ตลาดแฟชั่น โฆษณาชุดนี้ของดีเซลถือได้ว่าประสบความสำเร็จและภาพสุดท้ายถือได้เป็นภาพมาสเตอร์พีซของซีรีส์นี้เลยทีเดียวว่าได้สร้างความโด่งดัง และเสียงฮือฮาในการเปิดตัวสู่วงการโฆษณาแฟชั่นได้อย่างยิ่งใหญ่ ซึ่ง David LaChapelle ได้เล่าเรื่องราวอารมณ์ผ่านภาพถ่ายออกมาเป็นตัวเขาเองอย่างชัดเจน โดยจะเห็นในด้านการเลือกใช้สีสันจัดจ้าน และเอกลักษณ์รูปแบบการเล่าเรื่องเสียดสีติดตลกด้วยภาพถ่าย การโพสที่ดู over - acting ซึ่ง LaChapelle สามารถสร้างผลงานที่มีทั้งบุคลิกของตัวเองและของดีเซลได้อย่างลงตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

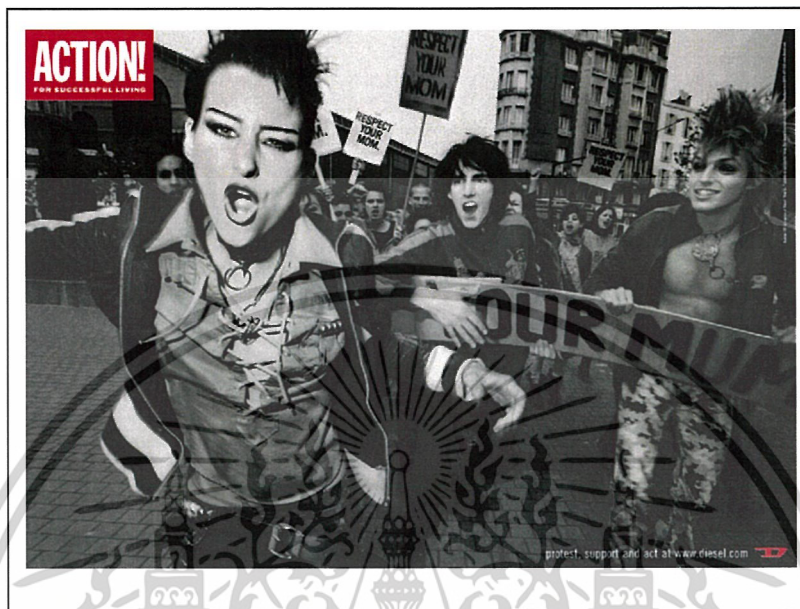


ภาพที่ 2 Ads. Spring-Summer 1997 by PETER GEHRKE

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตัวผลงาน

ภาพที่ 2 ผลงานภาพโฆษณาชุดนี้มีชื่อว่า The “Historic Moments” ในภาพบอกเล่าเรื่องราวเหตุการณ์อันน่าจดจำและชวนให้หลงใหลกับการประชุมที่เมือง Yalta ณ เวลานั้น และการได้รับชัยชนะของคนชาวสวีเดนซึ่งภาพนี้ดีเซลได้ถ่ายทอดแนวภาพให้ดูเก่าแต่มีความร่วมสมัยจนถึงทุกวันนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

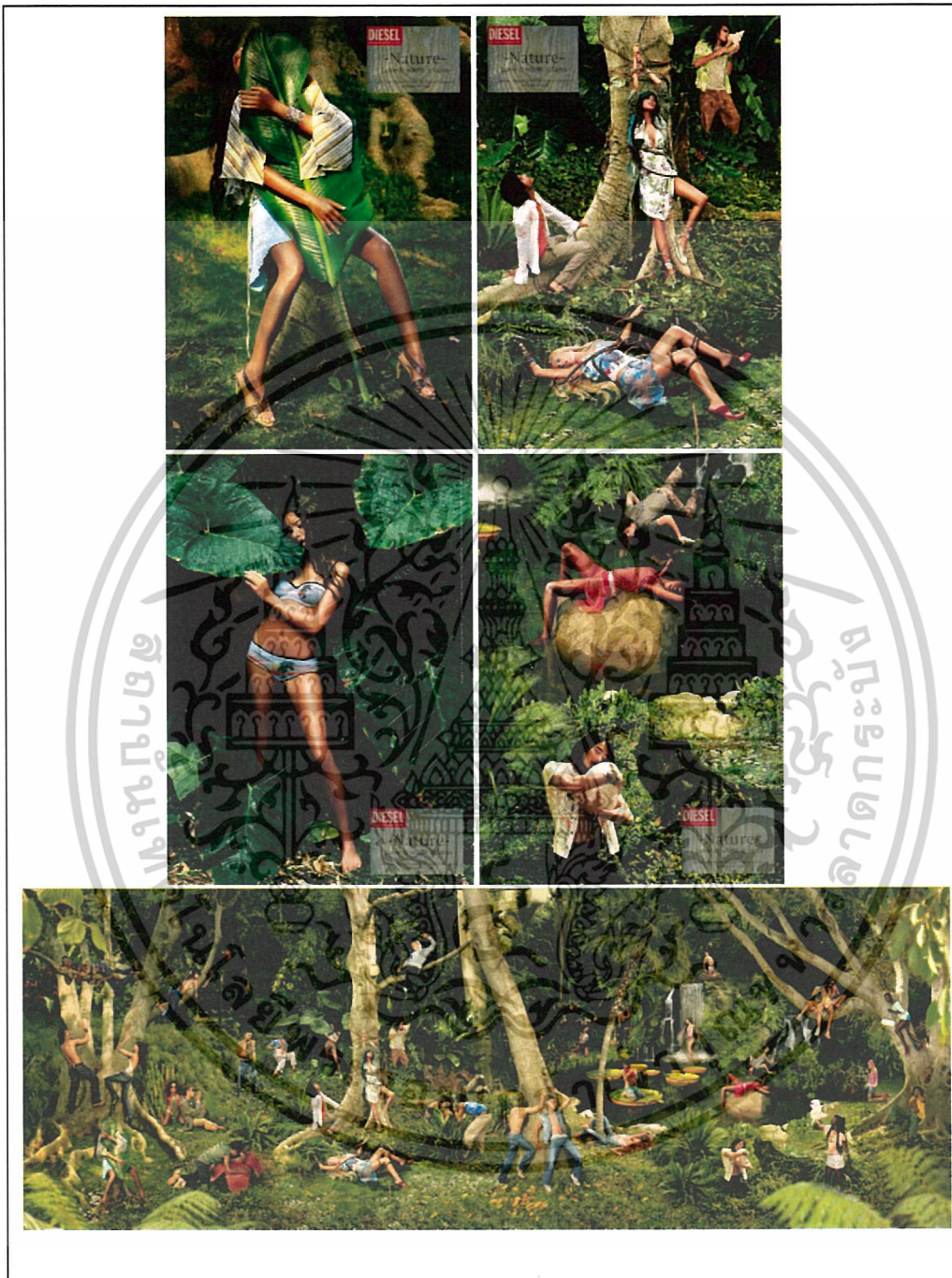


ภาพที่ 3 Ads. Fall-Winter 2002 by KARL De KAIZER

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตัวผลงาน

ภาพที่ 3 ดีเซลจ้างให้ช่างภาพสารคดีมาถ่ายโฆษณาชุดนี้เพื่อให้ภาพสมจริงเหมือนกับภาพข่าวการประท้วงทางหน้าหนังสือพิมพ์ของกลุ่มวัยรุ่นหัวรุนแรง โดยเล่าเรื่องราวเสียดสีการประท้วงด้วยการใส่ข้อความติดตลก หัวข้อการประท้วงเกี่ยวกับการแสดงความรักกับแม่ หรือการปกป้องสัตว์เล็กจากอันตรายต่างๆ ของกลุ่มคนดีเซลที่ชื่นชอบการประท้วง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

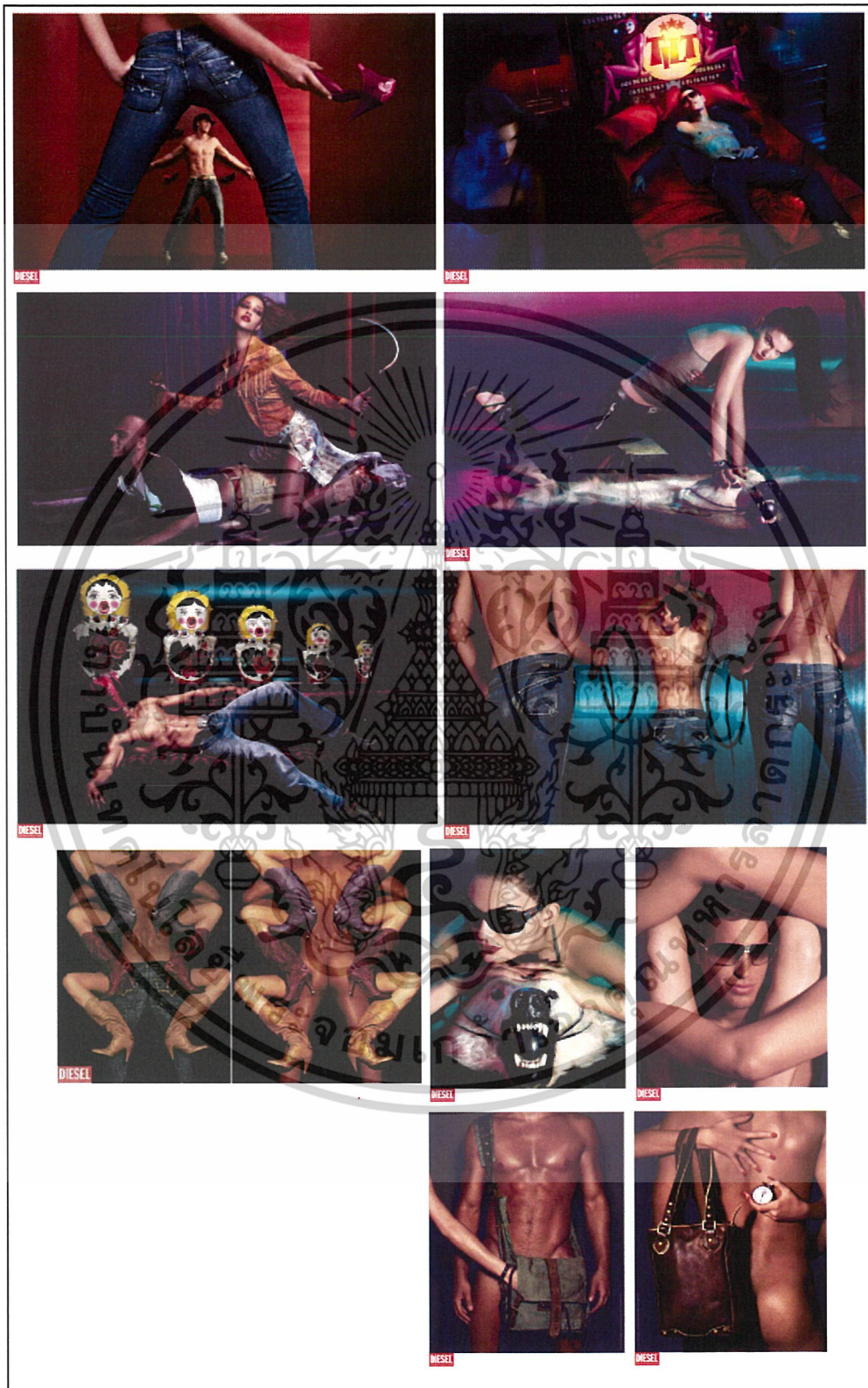


ภาพที่ 4 Campaigns Ads. Spring-Summer 2004 by HENRIK HALVARSSON

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตัวผลงาน

ภาพที่ 4 ภาพชุดนี้มีชื่อว่า Nature จากภาพก็เห็นการเล่าเรื่องราวอย่างตรงไปตรงมา ด้วยการนำแบบไปถ่ายในสถานที่ธรรมชาติ แต่ถ้าดูอย่างละเอียดเขานำเสนอว่าคนเรารักธรรมชาติมากขนาดไหน ด้วยท่าทางการโพสที่ดูจะแสดงความรักกับต้นไม้ ใบหญ้าต่างๆอย่างลือเลือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5 Campaigns Ads. Fall-Winter 2005 by MERT ALAS & MARCUS PIGGOTT

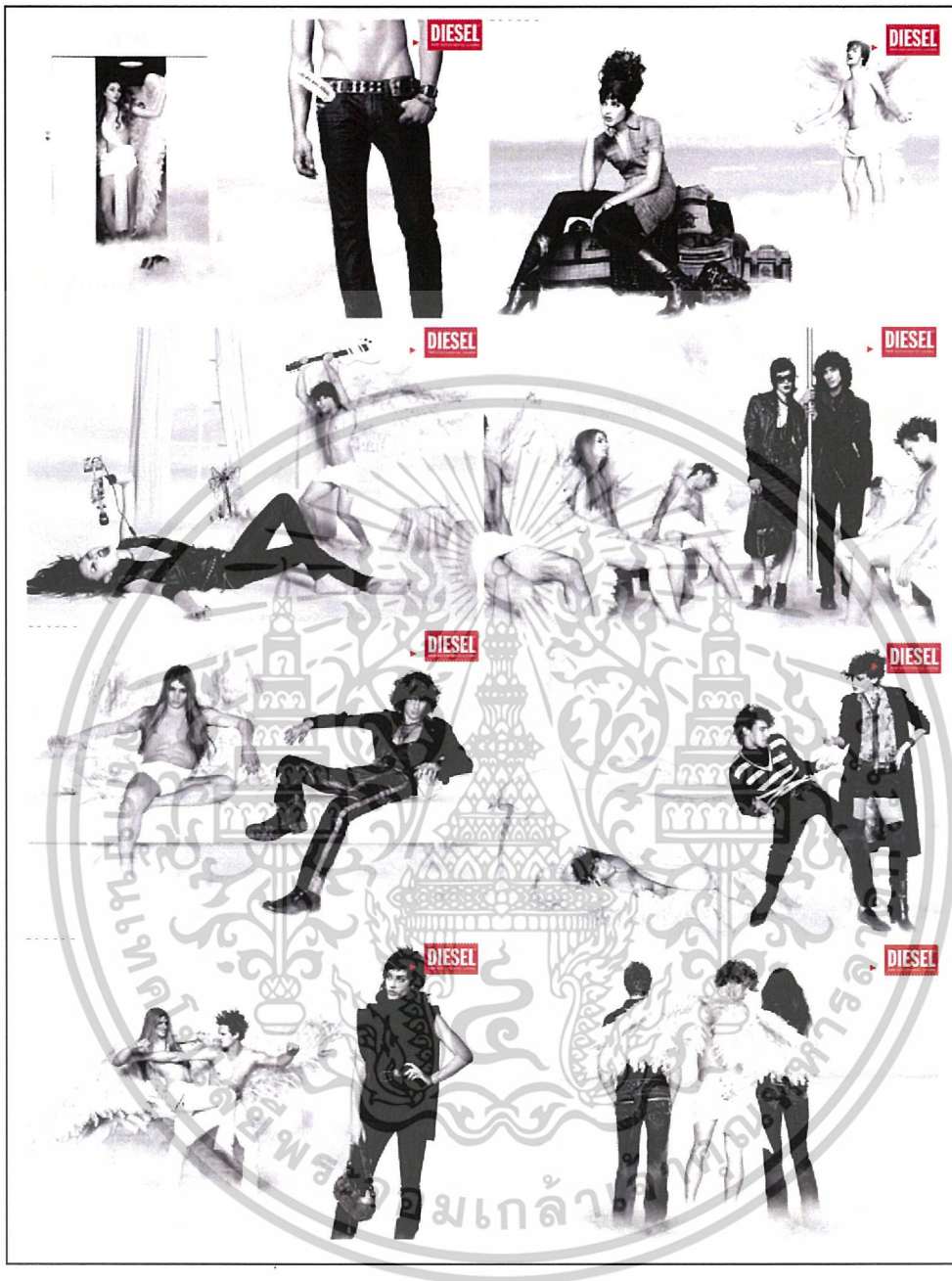
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตัวผลงาน

ภาพที่ 5 ภาพโฆษณาแฟชั่นชุดนี้ได้ช่างภาพ Mert & Marcus มาสร้างความอลังการให้กับโฆษณาของดีเซล สังกัดเอกลักษณ์สไตล์งานที่ชัดเจนของทั้งสองคือ การเลือกใช้โทนสีเพื่อดึงดูดความน่าสนใจของงานและช่วยเพิ่มอารมณ์ของภาพ ทำทางการโพสของนางแบบ นายแบบที่เพิ่มเสน่ห์ให้กับงาน เขาเพิ่มความน่าสนใจและใส่อารมณ์ขันให้กับภาพด้วยการสื่อเรื่องของ sex appeal



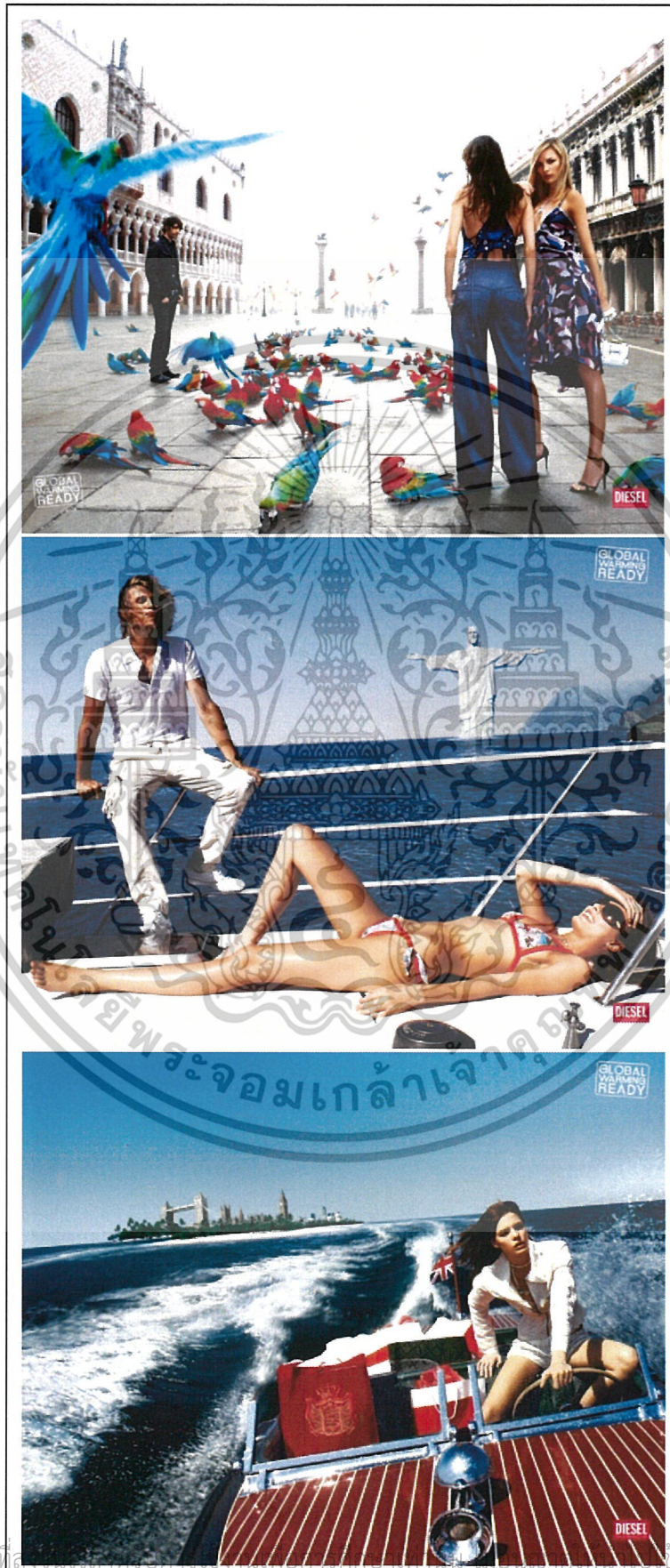
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



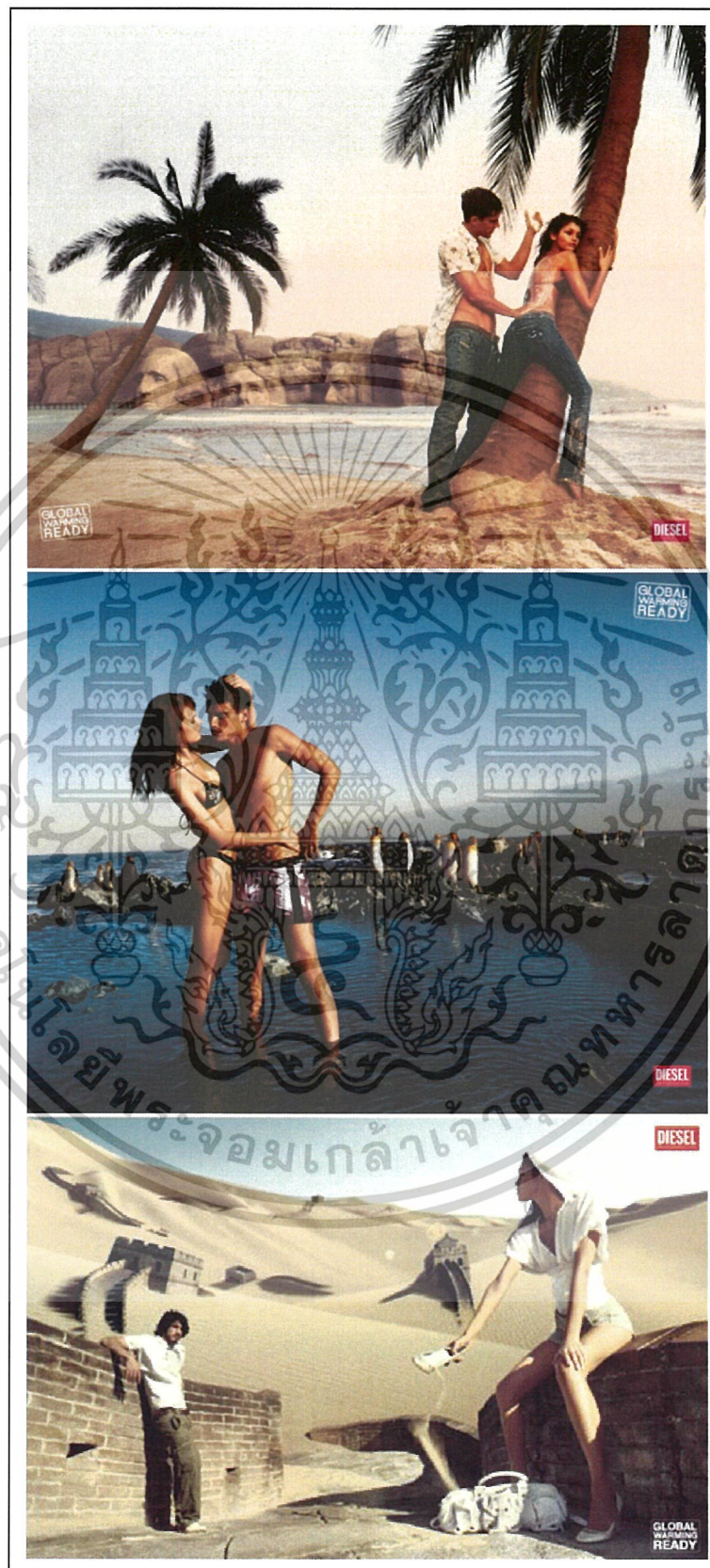
ภาพที่ 6 Campaigns Ads. Fall-Winter 2006 by TERRY RICHARDSON

ภาพที่ 6 เล่าเรื่องราวค้นหา รากะของเทวดานางฟ้า ถ่ายทอดมาเป็นภาพถ่ายโฆษณา โดยใช้โทนภาพสีขาวดำสร้างความเรียบง่ายแต่ดูมีราคา เพิ่มความสนใจไปที่เรื่องราวของภาพมากกว่าจะมองที่สีสันแต่ Richardson ก็ไม่ลืมที่จะใช้สีดำเพื่อเน้นความชัดเจนของสินค้าและเรื่องราวอย่างลงตัว บ่อยครั้งในภาพโฆษณาของดีเซล Richardson นำเทคนิคการรีทัชภาพตกแต่งภาพและสร้างฉากขึ้นมาเพื่อให้ได้ภาพที่ออกมาเป็นแนวภาพที่เกินจริง

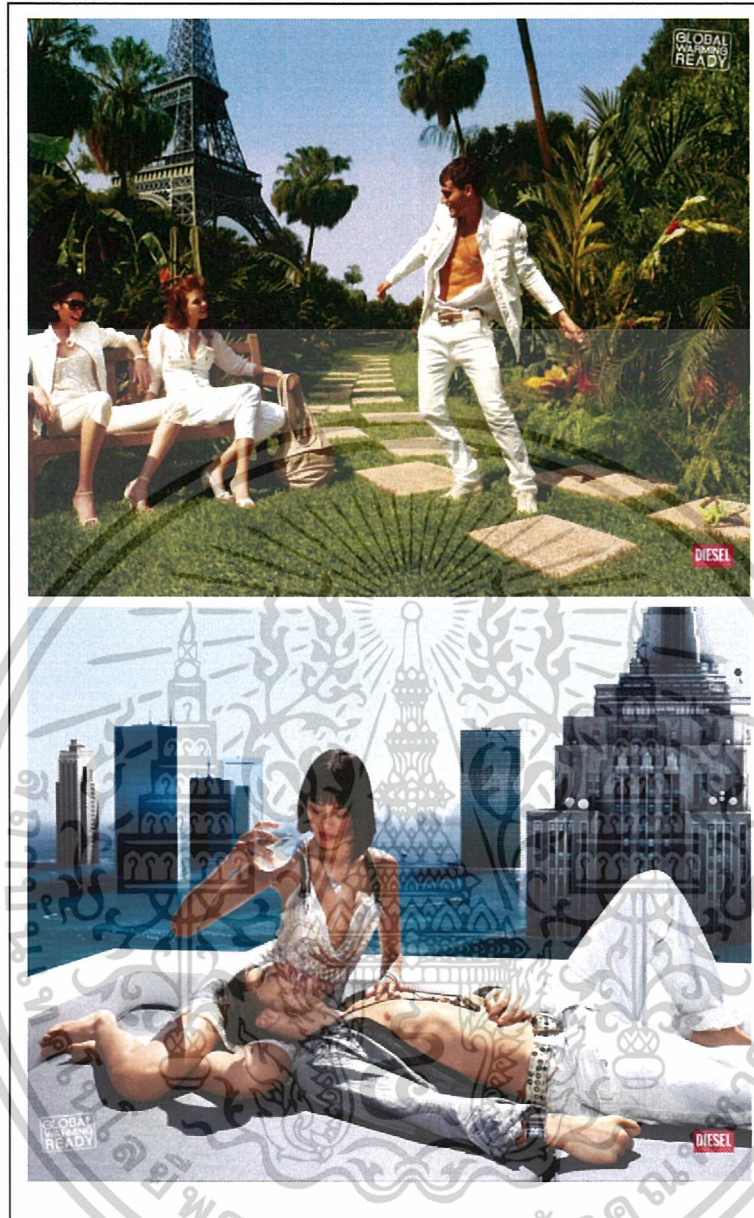
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่... ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



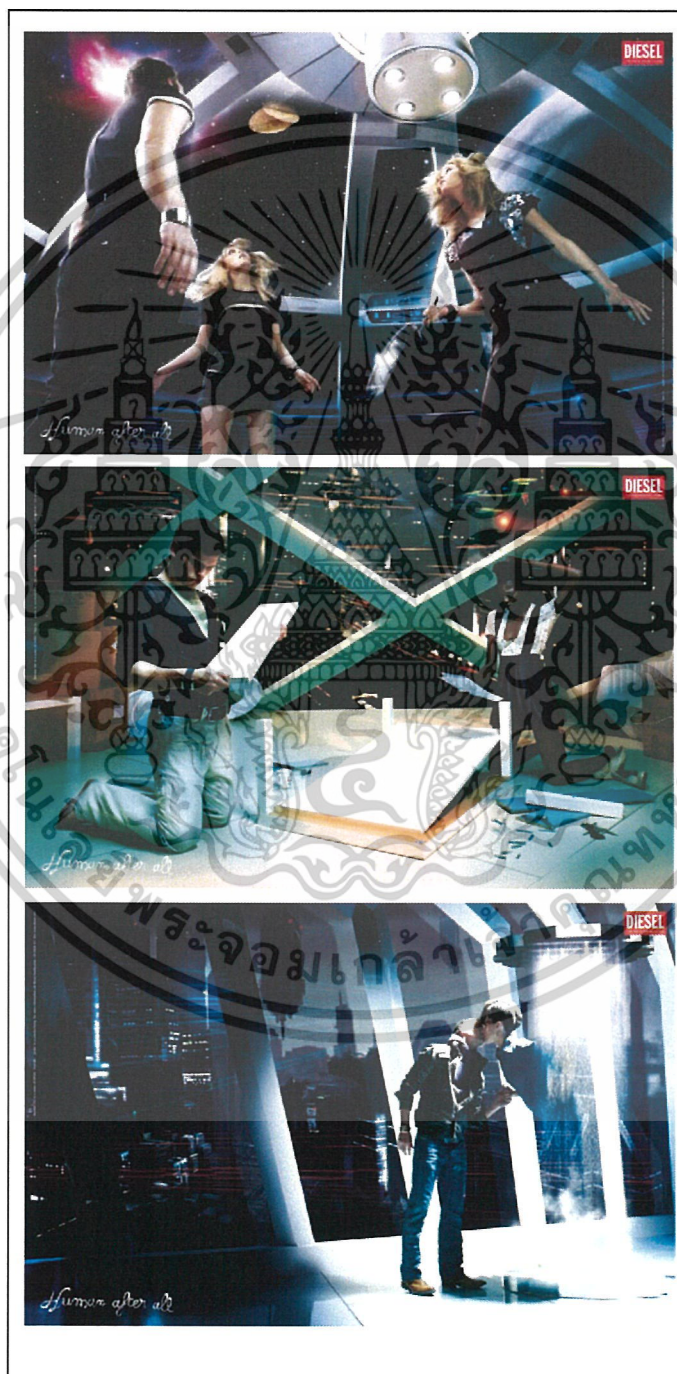
ภาพที่ 7 Campaigns “Global Warming Ready” 2007 by TERRY RICHARDSON

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตัวผลงาน

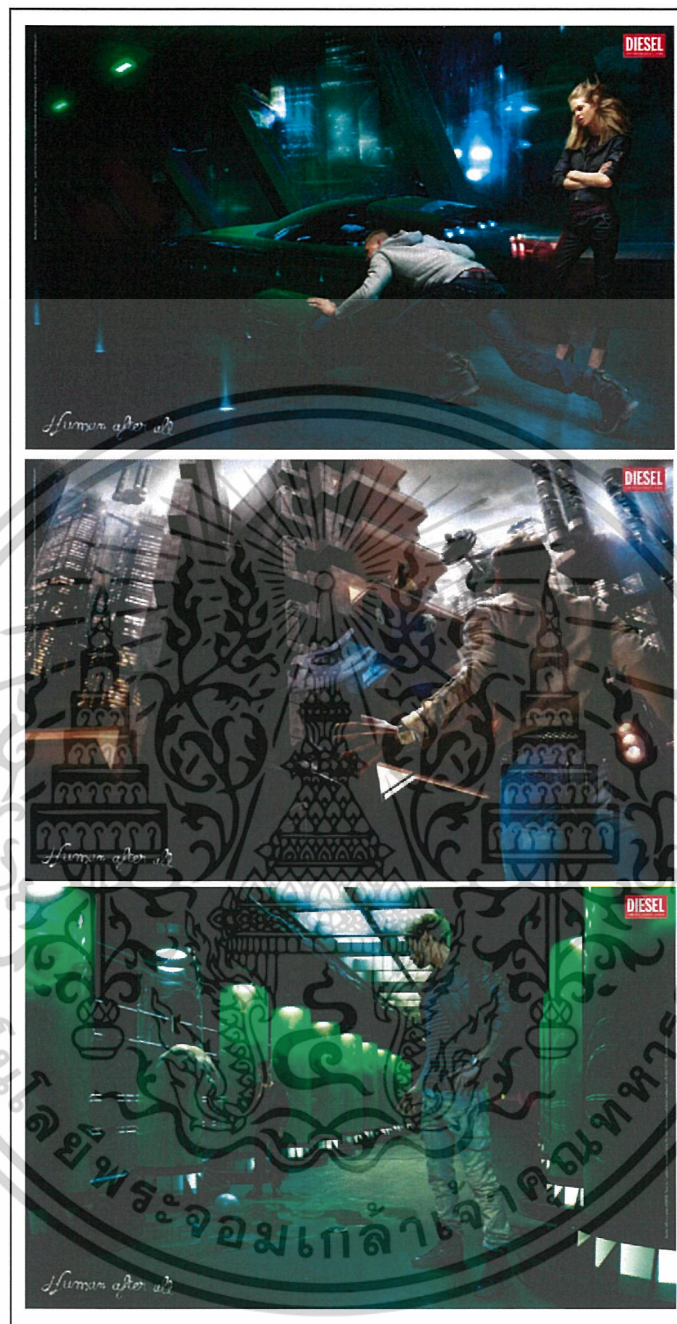
ภาพที่ 7 รณรงค์โลกร้อน Richardson จำลองโลกอนาคตที่บอกถึงภัยพิบัติและการเปลี่ยนแปลงอันเป็นผลกระทบจากโลกร้อน โดยใช้สถานที่สำคัญของโลกมาสร้างเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคตของผลกระทบที่เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างชัดเจน เช่น อุณหภูมิที่ร้อนขึ้นของโลกด้วยการใส่ชุดบิกินีบนที่อยู่ของสัตว์ขั้วโลก การเปลี่ยนสลับภูมิประเทศของแต่ละทวีป น้ำท่วมโลกท่วมเมืองใหญ่ต่างๆ การอพยพของสัตว์เขตร้อน ฯลฯ เป็นอีกครั้งที่ Richardson นำเทคนิคการรีทัชภาพช่วยสร้างภาพขึ้นมาอย่างเหนือจริงและให้สมจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่6และ7 เป็นผลงานของ Terry Richardson ส่วนใหญ่เราจะเห็นงานที่ถ่ายทอดภาพถ่ายเกี่ยวกับ sex หรือ dark side ของเขา แต่ในผลงานภาพถ่ายโฆษณาของดีเซล Richardson สร้างภาพออกมาได้อย่างบรรจงไม่มีที่ติ ด้วยการสร้างเรื่องราวและใส่ความน่าสนใจให้กับภาพ เพื่อสร้างแรงดึงดูดแก่ผู้ที่ได้พบเห็นและยังตอกย้ำความเป็นดีเซลได้อย่างชัดเจน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 8 Campaigns Ads. Fall-Winter 2007 by Johan Renck

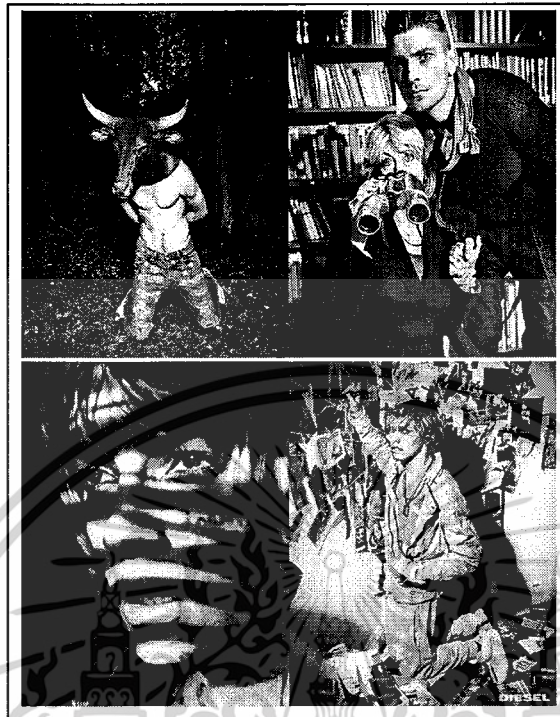
จากการศึกษาและวิเคราะห์ตัวผลงาน

ภาพที่ 8 เขาบอกเล่าเรื่องการเปลี่ยนแปลงของมนุษย์โลกอนาคตด้วยการนำเสนอเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์แต่คุณภาพชีวิตคนเรากลับต่ำลง ภาพถ่ายโฆษณาของดีเซลส่วนใหญ่ไม่เน้นกฎเกณฑ์แฟชั่นอย่างแบรนด์อื่นที่จะต้องโชว์เสื้อผ้า คอลเล็คชั่นนั้นๆ ลงในภาพโชว์สินค้าอย่างชัดเจน แต่จะเน้นรูปแบบการนำเสนอที่แปลกใหม่และน่าจดจำ

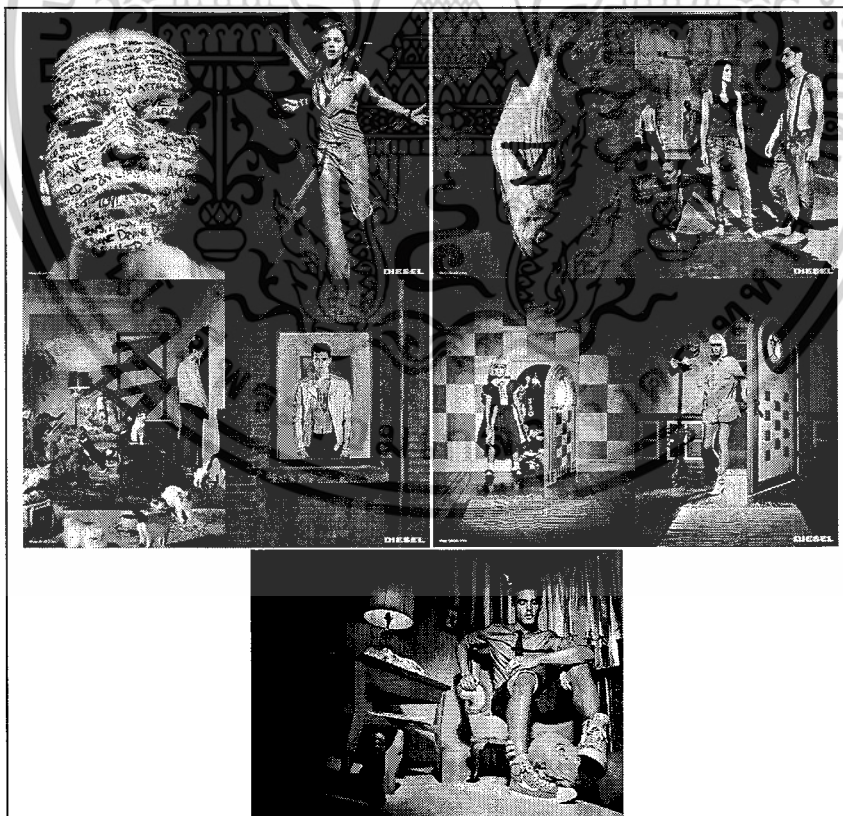
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 9 Campaigns Ads. DIESEL Black Gold Fall-Winter 2008 by John Scarisbrick

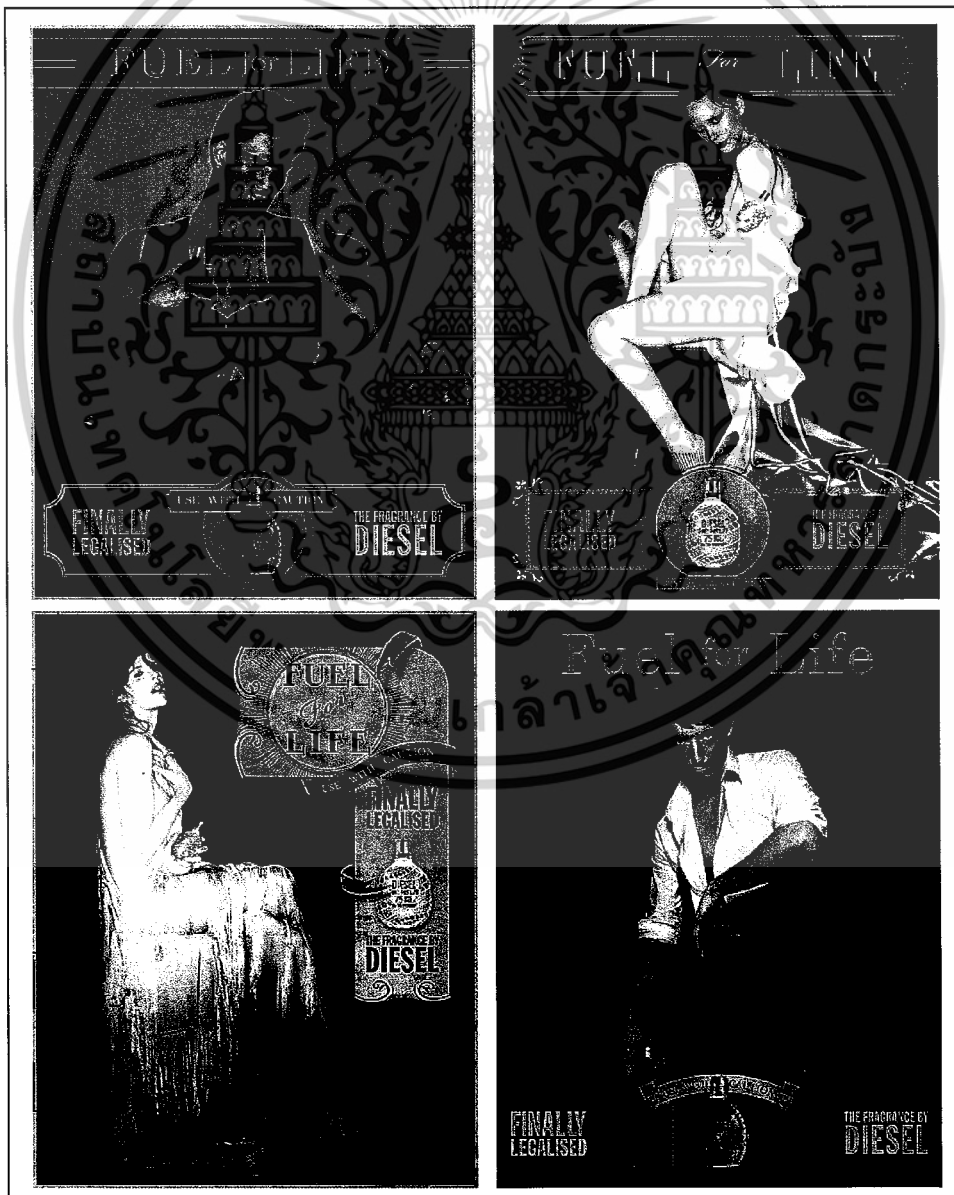


ภาพที่ 10 Campaigns Ads. Spring-Summer 2009 by John Scarisbrick

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตัวผลงาน

ภาพที่ 9 และ ภาพที่ 10 ถ่ายทอดโดย John Scarisbrick สิ่งที่ต่างไปจากภาพโฆษณาของ ดีเซล ก่อนหน้านี้คือ รูปแบบการนำเสนอที่เปลี่ยนไปเห็นได้ชัดเจนคือภาพขาว-ดำ ที่นำมาใช้รูปแบบการจัดวาง lay out ของภาพ การเล่าเรื่องของ Scarisbrick ดูเป็นการเล่าเรื่องแบบ Narrative มีความต่อเนื่อง และเชื่อมโยงกัน การเล่าเรื่องเห็นได้ชัดเจนอย่างภาพที่ 10 เขานำเอาภาพยนตร์มาล้อเลียนใหม่สร้างความน่าสนใจด้วยการใช้ภาพขาวดำ การจัดแสงเน้น Contrast จัดแสงเลียนแบบภาพยนตร์ แต่ยังคงความเป็นดีเซลที่แหกกฎเกณฑ์ของภาพถ่ายแฟชั่นต่างๆ ไป แต่เน้นรูปแบบนำเสนอ เสื้อผ้า สีน้ดำ กลายเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งในภาพดูกลมกลืนได้อย่างน่าสนใจ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 11 Campaigns Ads. Fragrance by NICK KNIGHT

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตัวผลงาน

ภาพที่ 11 ภาพโฆษณาผลิตภัณฑ์น้ำหอมของดีเซล ใช้การสร้างคาแรกเตอร์ของตัว กลิ่นน้ำหอมออกมาผ่านการสวมบทบาทของตัวแบบ ใช้สีที่ดูมีความคลาสสิก เรียบง่าย และร่วมสมัย จัดไฟเพื่อสร้างความโดดเด่นที่ตัวแบบเพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

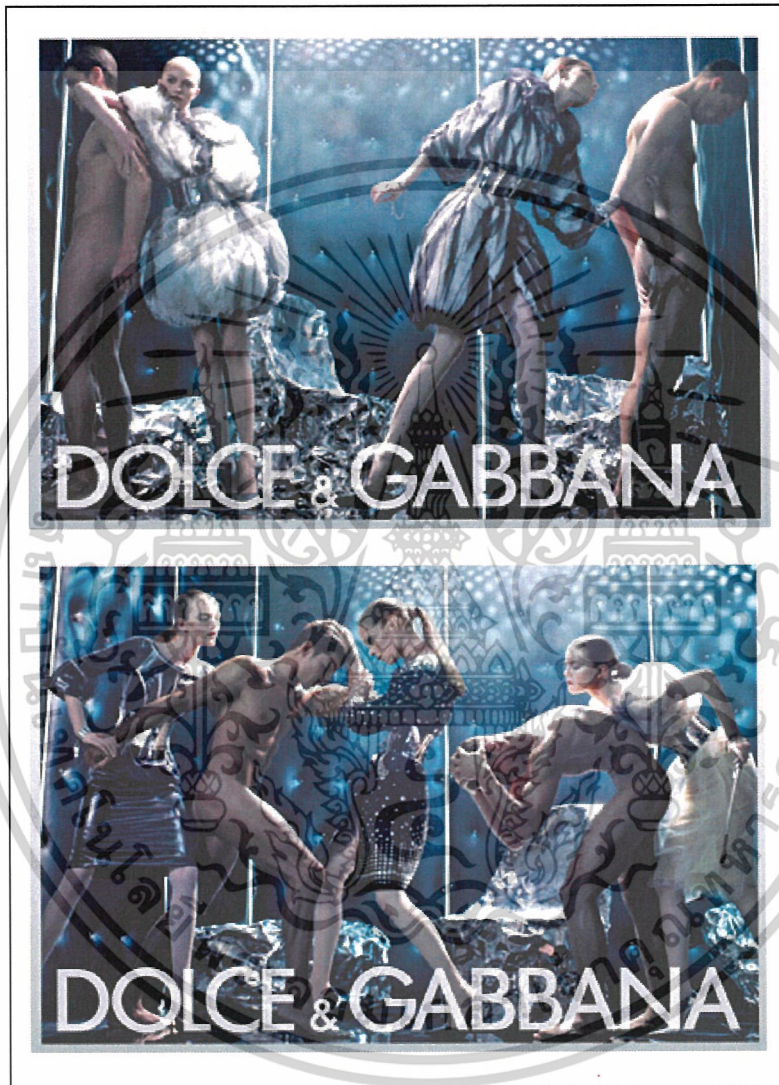
2.2.4 สิ่งที่ได้จากแนวความคิดของภาพโฆษณาแฟชั่น DIESEL

ภาพลักษณ์ของสื่อโฆษณาดีเซล

1. เห็นความชัดเจนของคอนเซ็ปต์ภาพในแต่ละชุด คือมีการใส่เรื่องราวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเสียดสี ล้อเลียนสังคม ขำว การรณรงค์ หรือจะเป็นการเอาเรื่องเพศเข้ามาแต่ลดทอนความแรงของเนื้อหาด้วยการใส่เรื่องขบขัน เกินจริงเพื่อสร้างสีสันและความน่าสนใจ
2. เห็นได้บ่อยครั้งว่าภาพแฟชั่น หรือโฆษณาดีเซลจะไม่เน้นการขายสินค้าแบบฮาร์ดเซลส์แต่จะเน้นรูปแบบการนำเสนอ อารมณ์ เนื้อหาของภาพเพื่อให้นักดูจดจำความเป็นโฆษณาของดีเซลและติดตามต่อไป มากกว่าจะโชว์เสื้อผ้าในคอลเล็กชันนั้นๆ อย่างแบรนด์อื่น
3. มีการใช้เทคนิคการตกแต่งภาพเข้ามาใช้บ่อยครั้ง เพื่อสร้างภาพให้ดูเกินจริงบ้าง สมจริงบ้างแล้วแต่แนวคิดของภาพนั้นๆ และตกแต่งให้เกิดความสมบูรณ์ของภาพ
4. มีการใช้สีสันเพื่อเพิ่มอารมณ์ให้กับภาพและเรื่องราวของภาพ เช่น ใช้สีสันธรรมชาติเพื่อเล่าเรื่องราวปกติของชีวิตประจำวัน ใช้ภาพขาวดำ เพื่อสร้างความตื่นเต้น น่าค้นหาไปพร้อมกับเรื่องราวในภาพ หรือเพื่อสร้างความเร้าเรอของภาพแนวสารคดี ภาพขาว และท่าทางการโพสของแบบหรือการเล่าเรื่องสอดแทรกอารมณ์ขันเข้ามาโดยหากไม่สังเกตหรือพิจารณาดูอาจจะมองผ่านไปได้

2.3 ตัวอย่างภาพถ่ายโฆษณาแฟชั่นของแบรนด์อื่น

2.3.1 Dolce & Gabbana



ภาพที่ 12 Campaigns Fashion Ads. D&G

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 13 Campaigns Fashion Ads. D&G Collection Pre Fall 2008

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 14 Campaigns Fashion Ads. D&G

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 15 Campaigns Fashion Ads. D&G by Steven Meisel

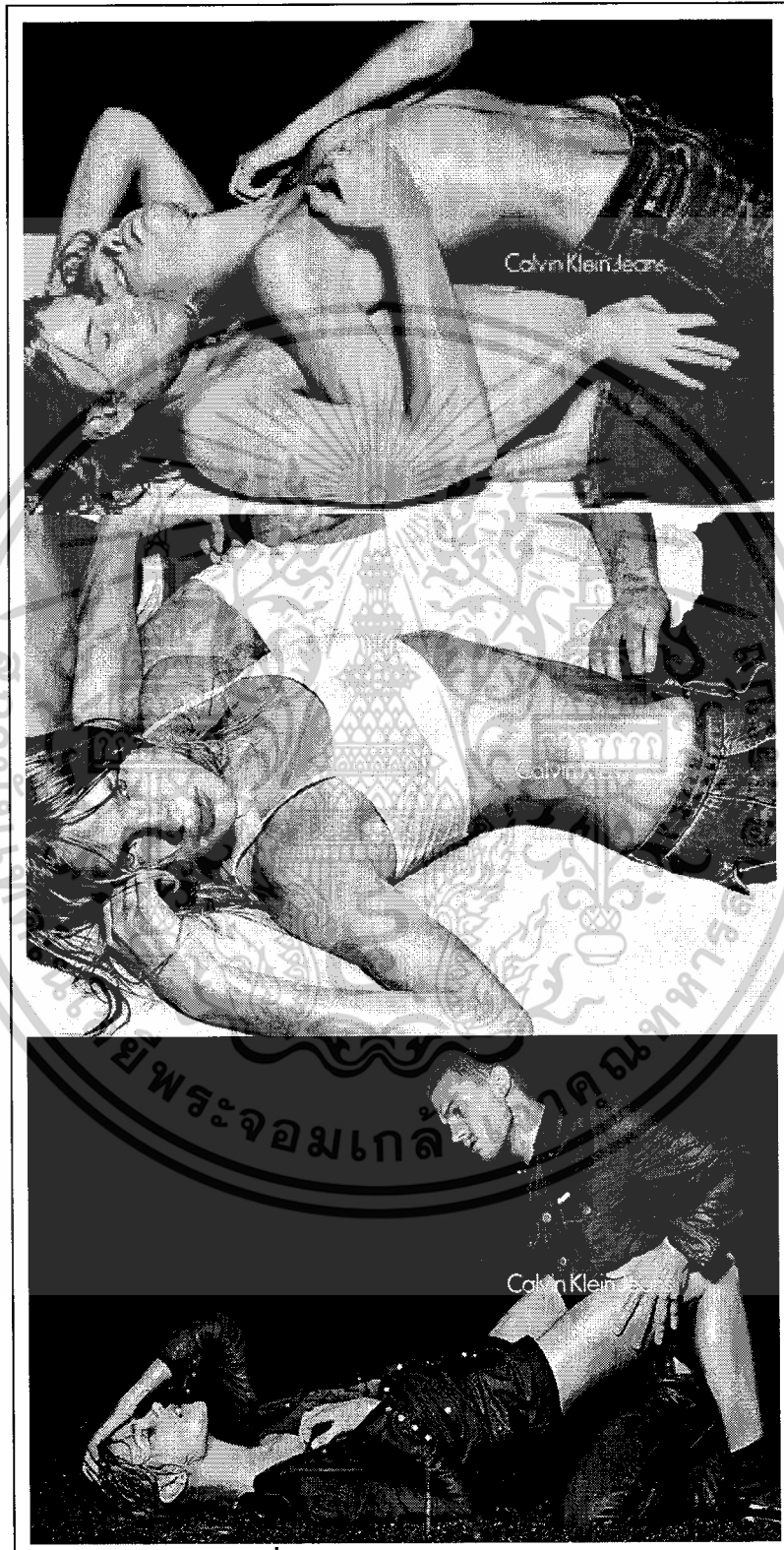
2.3.1.1 สิ่งที่ได้จากแนวความคิดของภาพโฆษณาแฟชั่น Dolce & Gabbana

ภาพลักษณ์ของสื่อโฆษณาแฟชั่น Dolce & Gabbana

1. ภาพส่วนใหญ่ที่เห็นและคิดว่าเป็นเอกลักษณ์ของ D&G คือใช้นายแบบ-นางแบบหลายคนถ่ายเป็น fashion Groups และเล่าเรื่องราวไปพร้อมๆกัน
2. ในสื่อโฆษณาจะเน้นการโชว์เสื้อผ้าของคอลเล็กชั่นนั้นๆ โดยจะมีการจัดเป็นเซ็ทของคอลเล็กชั่นเสื้อผ้าจะเห็นได้จากโทนสีและรูปแบบของเสื้อผ้า
3. ภาพจะดูึงด้วยการโพสของนางแบบนายแบบที่โพสท่าทางแข็งแรงและสีหน้าเฉยๆ เพื่อเน้นไปที่เสื้อผ้าเป็นหลัก
4. เรื่องราวส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องราวที่ผลักดันคาแรกเตอร์หรือแรงจูงใจของเสื้อผ้าคอลเล็กชั่นนั้นๆ

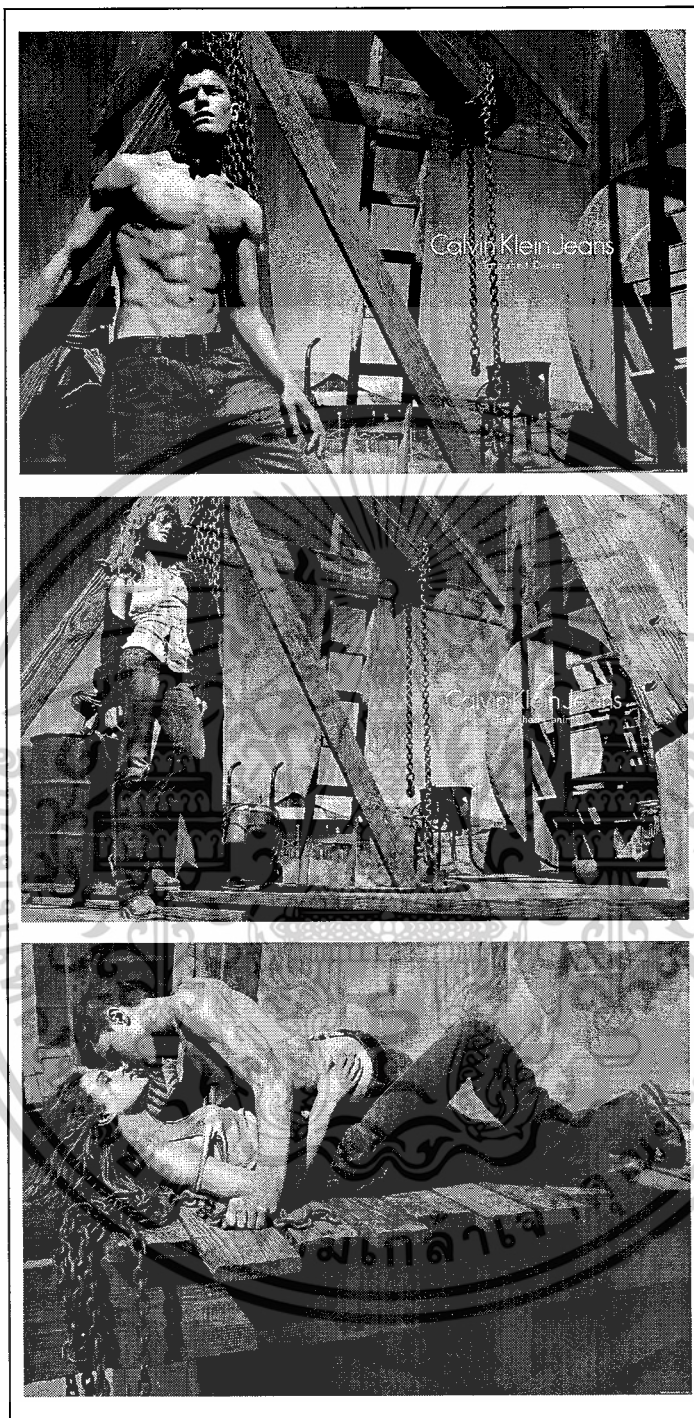
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 Calvin Klein



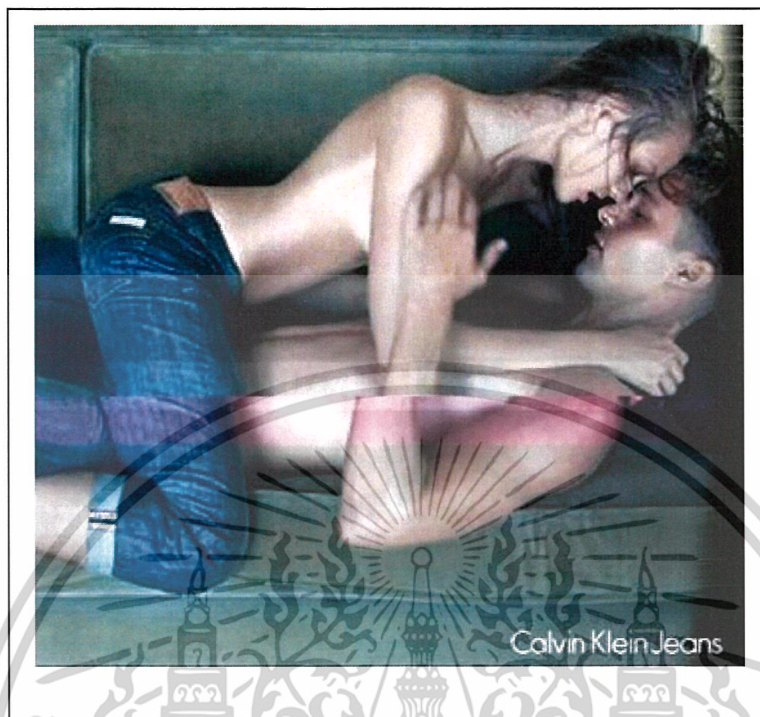
ภาพที่ 16 Fashion Ads. Calvin Klein (1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 17 Fashion Ads. Calvin Klein (2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 18 Fashion Ads. Calvin Klein (3)

2.3.2 สิ่งที่ได้จากแนวความคิดของภาพโฆษณาแฟชั่น Calvin Klein

ภาพลักษณ์ของสื่อโฆษณาแฟชั่น Calvin Klein

1. ภาพโฆษณาแฟชั่นส่วนใหญ่ของ Calvin Klein จะเห็นเป็นภาพขาวดำ
2. มักนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ sex appeal ป้อยครั้งและอย่างชัดเจน
3. ภาพจะเน้นที่ตัวแบบและอารมณ์ของแบบเป็นหลักเสื้อผ้าหน้าผมดูเป็นธรรมชาติ

ไม่เน้นหรูหรา แต่ให้ดูดีเรียบง่ายตามแบบของ Calvin Klein Jeans.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ช่างภาพที่มีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์งาน

2.4.1 Maleonn Ma

Maleonn Ma ศิลปินและช่างภาพชาวจีน เกิดในปี 1972 ที่เซี่ยงไฮ้ ประวัติการศึกษาของ Ma ปี ค.ศ.1984 - ค.ศ.1995 Shanghai Huashan Art School , Attached High School of Fine Art College of Shanghai University , Graduated from Fine Art College of Shanghai University, Major in Graphic Design ในช่วงปีค.ศ.1995 - ค.ศ.2003

หลังจากเรียนจบ Ma เริ่มทำงานเป็นผู้กำกับฝ่ายศิลป์และผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา แต่สิ่งที่สร้างชื่อเสียงให้กับเขาคือหนังสือ และเริ่มทำงานด้านการถ่ายภาพในปีค.ศ.2004 เป็นต้นมา เขาคิดว่าการที่เข้ามาทำงานด้านการถ่ายภาพนั้นเพราะ ภาพถ่ายมันสื่อเรื่องราวความรู้สึกที่เราคิดออกมาได้ง่ายที่สุด และเขาสามารถที่จะทำงานของเขาได้อย่างอิสระจนสำเร็จ โดยที่ไม่ต้องร่วมมือหรือขอความช่วยเหลือจากคนอื่น กล้องที่ใช้ในการทำงาน CANON-20D และ MAMIYA-RB67

งานของ Ma คือการหาแรงบันดาลใจจากของเล่นชิ้นโปรด การเดินดูของตามตลาดขายของเก็บโน้มน้าผสมนี้ นี่คือการแรงบันดาลใจที่ดีของเขา Ma ใช้ความฝันวันวานของเขาตอนสมัยยังเด็กนำมาทำเป็นความจริงได้โดยผ่านภาพถ่ายของตนเอง เขาบอกว่ามันเหมือนเป็นทางออกของความหวัง ความฝันของเขา ก่อนหน้าที่เขาจะเริ่มมาถ่ายภาพ เขามีความรู้สึกกลัวใจกลัว และก็ดูเหมือนว่างานกำกับหนังมันก็ตอบสนองความต้องการของเขาได้ไม่พอเมื่อเทียบกับการถ่ายภาพ

Ma เกิดในครอบครัวที่เปี่ยมไปด้วยความเป็นศิลปะ พ่อแม่ของเขาเป็นทั้งผู้กำกับนักแสดง และเขียนบท พ่อของเขาเคยเขียนบทเกี่ยวกับเด็กไร้เดียงสาและ Ma คิดว่าแรงบันดาลใจส่วนหนึ่งที่มีผลต่องานของเขาก็คือการเป็นอยู่ที่เจริญเติบโตขึ้นมาภายใต้สิ่งแวดล้อมของการแสดง สิ่งที่มีผลต่องานของเขาก็คงจะเป็น "การแสดง" เขาเลือกที่จะถ่ายภาพเพราะคิดว่าการถ่ายภาพมันง่ายกว่างานจิตรกรรม เขาเริ่มถ่ายภาพก็เมื่อเขาซื้อกล้องถ่ายรูปมา เขาเลยต้องการที่จะถ่ายทอดเรื่องราวผ่านภาพถ่ายออกสู่สาธารณชนบ้าง

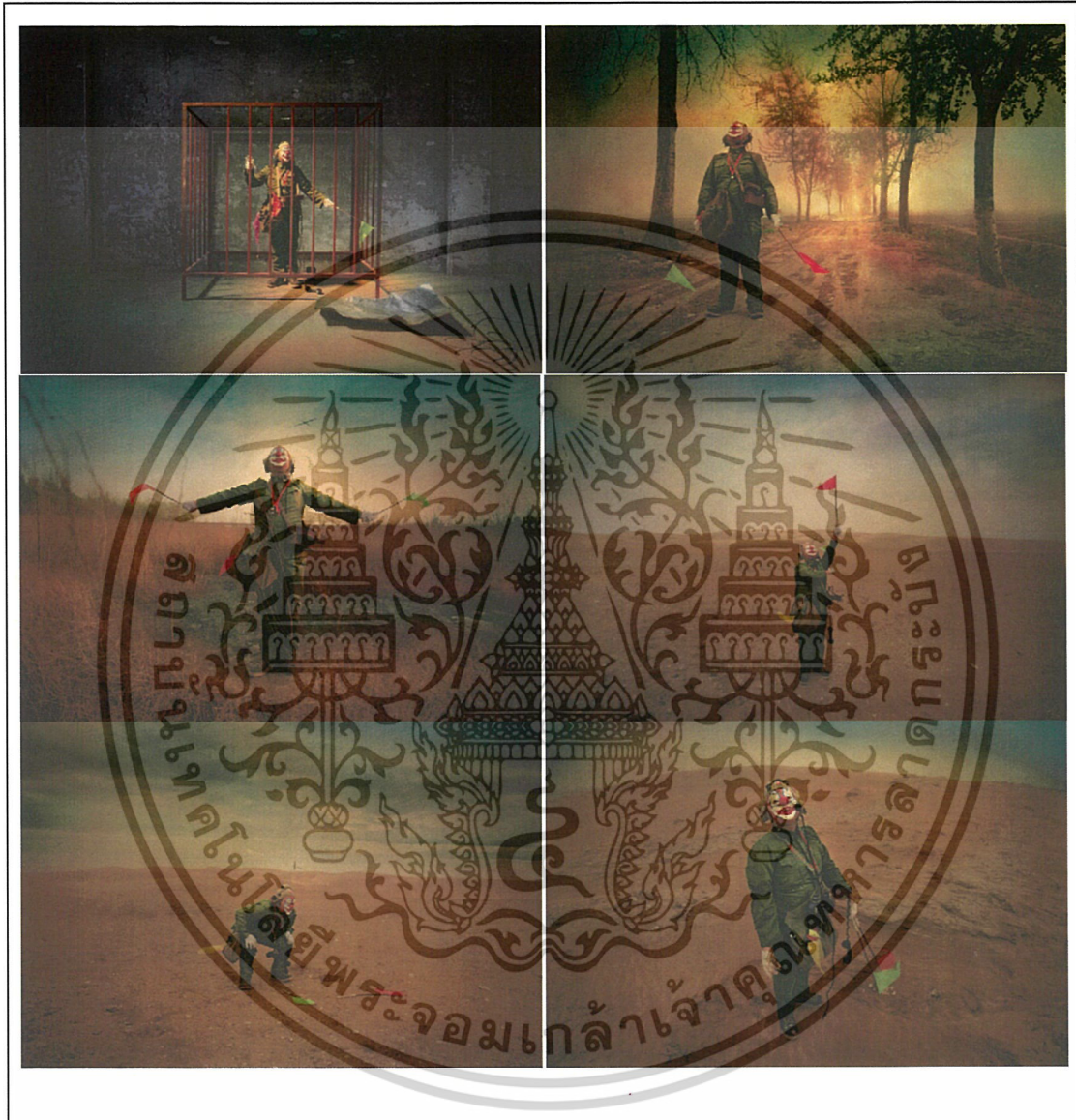
Ma เลือกที่จะถ่ายภาพที่ถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตของเขา เพียงเพราะคิดว่าชีวิตของเขาจะไม่ต่างจากคนอื่นมากมายเมื่อถ่ายทอดออกไปคนอื่นก็จะเข้าใจเพราะมันก็คล้ายๆกับชีวิตคนทั่วไป

Ma เลือกที่จะพิจารณาภาพถ่ายอย่างเป็นกลาง และในการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก สุข เศร้า เหงา รสชาติ หวาน มันส์ ประปนกันไป Ma คิดว่าการที่ได้ถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก ออกมาผ่านชิ้นงานนั้นคือความโรแมนติกสุดๆ แล้วสำหรับศิลปินช่างภาพ และเขาคิดว่ามันคงจะดี มากหากคนทั้งโลกดูงานของเขาแล้วเข้าใจ ทักษะในการถ่ายภาพของเขาไม่มีอะไรมากมายและเขา ไม่คิดว่ามันจะสำคัญสำหรับเขา Ma บอกว่า ภาพถ่ายเป็นสิ่งกลาง เป็นทางที่สะท้อนมองเห็นโลก ได้และภาพถ่ายมันจะกลายเป็นหลักฐานอย่างซ้ๆ Ma เป็นผู้กำกับหนังสือเพียงเพื่อการหาเลี้ยง ตัวเอง และเขาก็เป็นช่างภาพในเวลาเดียวกัน และเขาคิดว่าการที่เป็นผู้กำกับนั้นก็มิมีอิทธิพลต่อการ เป็นช่างภาพด้วย เขามีความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะจัดการกับวัตถุต่างๆ เพื่อให้มันเข้ามาเป็นส่วน หนึ่งและอยู่ในกรอบผลงานของเขาที่ได้ออกแบบไว้ และสิ่งของต่างๆ วัตถุต่างๆ นั้นมันจะทำ หน้าที่แสดงออกมาเป็นเรื่องราวและสัญลักษณ์ตามตัวของมันเอง เอกสิทธิ์เด่นชัดของงานของ Ma คือการหยิบโน้มน้าผสมนี้(a sense of manipulation)

การถ่ายภาพของเขามันก็เหมือนกับชีวิตของคนที่ไม่ทำอะไรภาคการณได้เลย และเต็ม ไปด้วยคำใบ้แต่มันก็ไม่มีการตอบให้เขา เขาจึงพยายามที่จะเข้าใจความหมายที่ลึกซึ้งของวัฒนธรรม ของเขาเพื่อจะเข้าใจอะไรมากขึ้น การสร้างภาพในงานของ Ma ก็คือการปลอมตัวและความสับสน ของจิตใจในวัยเด็กเป็นแหล่งของแรงบันดาลใจของงาน เขาเคยพูดไว้ว่า “ผมเคยคิดว่าบางทีผมเอง ตกเป็นทาสของของเล่นที่ เาของเล่นหลายๆอย่างมากองๆกันเยอะๆผมตกเป็นทาสของมันผมอยู่ กับมัน แต่จะว่าไปบางทีมันก็มีแค่ผมกับ โลก....”

2.4.1.1 ผลงานภาพถ่ายของ Maleonn Ma

Little Flagman by Maleonn Ma



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 19 Little Flagman by Maleonn Ma

ภาพชุด Little Flagman เขาเพียงต้องการจะถ่ายทอดภาพของชายหนึ่งคนที่อุทิศตนเอง
เพื่องาน ถึงแม้งานที่ทำอยู่นั้นจะน้อยนิดแค่ไหนแต่ก็ทำเต็มທີ່เพื่องานที่ตนรัก ช่างภาพต้องการจะ
บอกกับคนอื่นๆ ผู้ร่วมอุดมการณ์ หรือคนที่รักในงานศิลปะ ว่าจงเผชิญหน้ากับมันและขจัดสิ่งลวง
ตานั้นออกไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Déjà vu By Maleonn

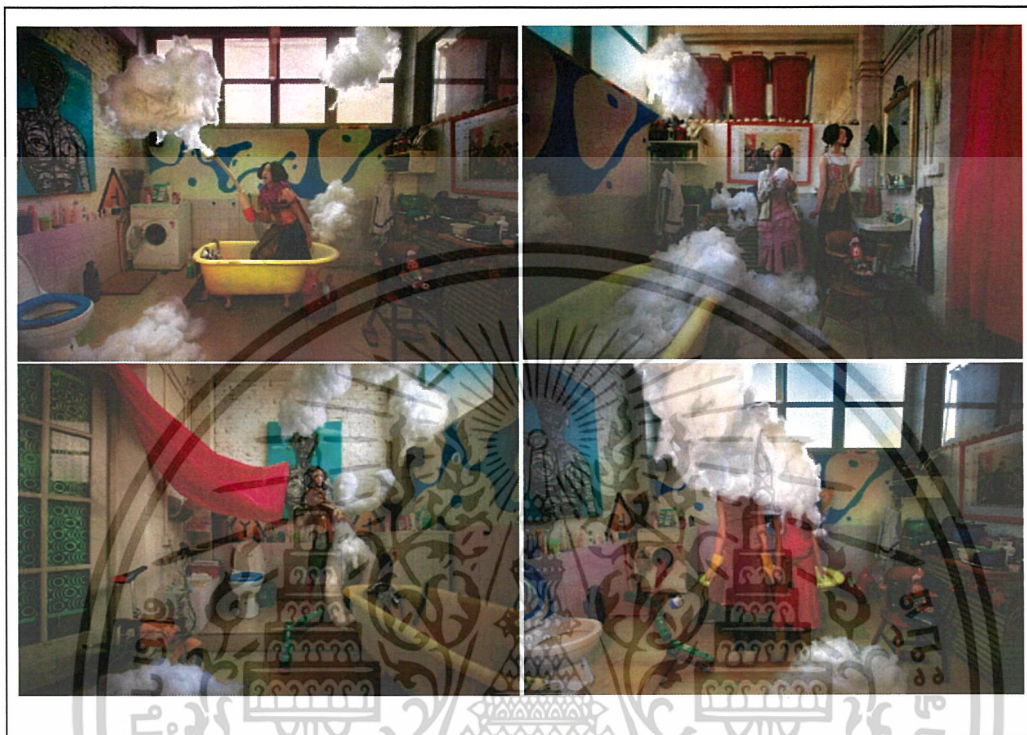


ภาพที่ 20 Déjà vu By Maleonn

Maleonn Ma เขาหยิบคำว่า Déjà vu ขึ้นมาเพียงเพื่อจะสื่อเรื่องราวออกมาให้ผู้อื่นรับรู้ว่ามันเสียงของกระต่ายกระซิบเข้าที่หูของฉัน หากแต่ว่า ความสำเร็จนั้นมันมีอยู่ในจินตนาการของคุณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Days on the Cotton Candy By Maleonn



ภาพที่ 21 Days on the Cotton Candy By Maleonn

ภาพหนึ่งวันของเด็กผู้หญิงสองคนที่พร้อมจะสร้างห้องของจินตนาการตัวเองด้วยขนมสายไหม ด้วยอารมณ์ที่สนุกสนานชวนให้เพลิดเพลิน อย่างไม่คิดถึงโลกความเป็นจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.1.2 จากการศึกษาและวิเคราะห์ตัวผลงานของ Maleonn

สิ่งที่ได้จากการศึกษางานของ Maleonn Ma คือสไตล์ของภาพ มุมมองในการมองและคิดเรื่องราว การหาแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์งาน บางทีสิ่งของเครื่องใช้ เรื่องราวต่างๆ สิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวเราเองนั้นก็เป็เหตุผลที่ดีที่เราสามารถนำมาสร้างและถ่ายทอดให้กับบุคคลอื่นๆ ได้รับรู้ มันขึ้นอยู่กับที่เราจะสร้างมันออกมาอย่างไร จะสื่อสารออกมาในรูปแบบไหน คือความเป็นตัวเองใส่ลงในงานอย่างไร มองเรื่องราวต่างๆ ออกมาเป็นภาพและมองภาพให้เกิดอารมณ์และความรู้สึกแล้วถ่ายทอดออกมาอย่างชัดเจน สไตล์ของงานนั้นคือสิ่งสำคัญที่จะบอกทั้งเราและผู้อื่นว่าเราคือใคร เป็นใคร ทำอะไร คิดอะไร จากการศึกษาผลงานและประวัติการทำงานของ Maleonn Ma สิ่งที่เขาทำได้รับและนำมาประยุกต์ใช้จากการศึกษารั้งนี้มีอยู่มากมาย โดยแบ่งได้คร่าวๆ คือ

1. จากงานสิ่งที่เห็น ได้ชัดเจน โดยการเล่าเรื่องเป็นเหมือน Story Board คือเล่าเรื่องไปพร้อมกับภาพอย่างคร่าวๆ แต่ได้ใจความครบถ้วน
2. การเลือกใช้โทนสีและการควบคุมโทนสี ของภาพเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และจุดเด่นของงานมากยิ่งขึ้น
3. ด้านการจัดวางองค์ประกอบของภาพที่เน้นไปที่ตัวแบบให้เด่นและชัดเจนนี้คือสไตล์งานของ Maleonn Ma ที่เขาทำเองได้นำมาประยุกต์เข้ากับงานของเขาเป็นอย่างมาก
4. การจัดแสงใช้แสงธรรมชาติ และจัดแสงเลียนแบบธรรมชาติ เพื่อให้เข้ากับสถานที่ และมีการใช้อุปกรณ์เข้ามาประกอบจากทั้งเพิ่มสีส่น และช่วยในการเล่าเรื่อง

2.4.2 Mert & Marcus

Mert Alas (1971) and Marcus Piggott (b.1970) ทั้งสองร่วมตัวกันในฐานะช่างภาพคู่คู่อ ในปี 1990 ที่ผ่านมาก็ที่ London และ Ibiza เขาทั้งสองคนเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงมากสำหรับงานโฆษณาสินค้าแบรนด์เนมต่างๆ แต่การที่จะสร้างสรรค์งานให้ดีขึ้นมันไม่่ง่ายนัก เขาทั้งสองทำงานให้กับนิตยสาร เช่น Pop, W และ Vogue ลักษณะการทำงานของพวกเขาเป็นการผสมผสานระหว่างเสน่ห์ของยุค 1930 ภาพถ่ายคลาสสิกช่วง Hollywood อาจจะมี Futurism หรือ Synthetic art คืองานศิลปะสังเคราะห์ แต่ในบางงานของเขา Post-production เช่นการรีทัชหรือการปรับสีของงานได้อย่างลงตัวถึงมันอาจจะดูเป็นการจงใจสร้างขึ้นโดยการประดิษฐ์เทคนิคต่างเพื่อให้ภาพสวยงามแต่นั้นคือสิ่งที่ส่งผลให้งานของเขาทั้งคู่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนถ้ามองดีๆ งานของพวกเขาเน้นเสาะหาทัศนคติเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของผู้หญิงผ่านการเล่นบทบาทสมมติและการจินตนาการ

2.4.2.1 ผลงานภาพถ่ายของ Mert & Marcus



ภาพที่ 22 Ads. LONGCHAMP 2009 by Mert&Marcus

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 23 Ads. LOUIS VUITTON by Mert&Marcus

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2.2 จากการศึกษาและวิเคราะห์ตัวผลงานของ Mert & Marcus

หลังจากที่ได้ดูงานและศึกษาจากผลงานของ Mert & Marcus จะเห็นด้านการเลือกใช้สี และการสร้างความโดดเด่นนำความน่าสนใจจากสีที่เลือกใช้ เห็นจากงานหลายชิ้นของพวกเขา เขามักจะใช้สีที่ดูตัดกันจนทำให้เป็นเอกลักษณ์ของงานของพวกเขาเลยก็ได้ ทำทางกรโพลสีเพิ่มความโดดเด่นให้กับตัวแบบและงานของเขา เทคนิคที่พบบ่อยๆในงานคือการครีเอปแอมเบียน ที่บางครั้งทำให้สิ่งแวดล้อมโลเคชั่นธรรมดาๆ กลับสวยขึ้นมาและน่าสนใจตรงที่เกิดการตัดกันของโทนสีจากและอุปกรณ์ประกอบฉากเสื้อผ้า เครื่องประดับ เขาถ่ายทอดความเป็นผู้หญิงออกมาด้วยความสง่างาม โดดเด่น ทันสมัยอยู่เสมอ หรือการสร้างคาแรคเตอร์ให้กับนางแบบของพวกเขาแล้วถ่ายทอดออกมาในเรื่องราวที่เรียบง่ายแต่ยังคงความสวยงาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 Steven Meisel

Steven Meisel (เกิดปี 1954) เป็นช่างภาพชาวอเมริกันเขาถือได้ว่าเป็นหนึ่งในช่างภาพแฟชั่นแถวหน้าของโลกก็ว่าได้ เขาได้รับการยกย่องและถูกกล่าวขานด้านชื่อเสียงในอเมริกาและประเทศอื่นๆอีกมากมาย ผลงานที่ทำให้เขามีชื่อนั้นคงไม่พ้นผลงานที่ได้รับทั้งคำชมมากมายและคำวิจารณ์ทั้งด้านบวกและด้านลบอีกชิ้นหนึ่งนั่นก็คือ Sex Book ของ Madonna สมุดภาพอันโด่งดังภาพถ่ายแสดงออกทางเรื่อง sex ที่ออกแบบโดย Fabien Baron ในปี 1992 และผลงานต่างๆอีกมากมายที่ Steven ถ่ายทอดลงผ่านนิตยสาร Vogue ของอิตาลี

ปัจจุบันเขาได้รับการขนานนามว่าเป็นช่างภาพที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในวงการ โดยถ่ายภาพทั่วไปให้ทั้งในอเมริกา, นิตยสาร Vogue อิตาลีและนิตยสาร W

Steven Meisel เริ่มสนใจในความสวยงามและเรือนร่างตั้งแต่ครั้งยังเยาว์วัย ซึ่งในเวลา นั้นเด็กๆส่วนใหญ่มักจะให้ความสำคัญกับการเล่นของเด็กเล่น แต่เขากลับเอาแต่นั่งวาดภาพผู้หญิง เขาใช้นิตยสาร Vogue และ Harper's Bazaar เป็นแรงบันดาลใจในภาพเขียนของเขา เขามักจะฝันถึงผู้หญิงจากสังคมชั้นสูงอย่างเช่น Gloria Guinness และ Babe Paley ผู้ซึ่งเป็นเหมือนกับแบบอย่างของสาวสังคมชั้นสูง และอีกส่วนหนึ่งก็มาจากแม่และพี่สาวของเขา ความหลงใหลในตัวนางแบบอย่างเช่น Twiggy, Veruschka, และ Jean Shrimpton เขาจึงขอให้แฟนสาวแสร้งทำเป็นเลขาฯของ Richard Avedon เพื่อให้ได้ภาพของนางแบบเหล่านั้น ในตอนนั้นเขามีอายุเพียงแค่ 12 ปีเท่านั้น และเขายังเคยไปนั่งรอเพื่อที่จะพบกับ Twiggy อยู่หน้าสตูดิโอ Sokolsky ของ Melvin

เขาเรียนจบมัธยมจากโรงเรียนศิลปะและการออกแบบ และโรงเรียนการออกแบบ Parson ที่ซึ่งเขาสนใจลงเรียนคอร์สต่างๆมากมาย แต่สุดท้ายเขาก็เลือกเรียนในสาขาแฟชั่นภาพประกอบ

เส้นทางอาชีพ

งานชิ้นแรกของ Meisel คืองานที่เขารับจ้างวาดภาพประกอบให้กับนิตยสารแฟชั่นชื่อ Halston Meisel ไม่เคยคิดว่าเขาจะได้เป็นช่างภาพ เขาชื่นชอบในผลงานของช่างภาพ เช่น Jerry Schatzberg, Irving Penn, Richard Avedon และ Bert Stern ในเวลาต่อมา ขณะที่เขารับจ้างวาดภาพประกอบให้กับนิตยสารผู้หญิงอย่าง Wear Daily เขามีโอกาสได้ไปบริษัทตัวแทนนางแบบ Elite และพบกับพนักงานหญิงสองคนผู้ซึ่งอนุญาตให้เขาถ่ายภาพพวกเขา

เขามักจะถ่ายภาพพวกเธอในอพาร์ทเมนต์ของเขาที่ Gramercy Park หรือบนถนน โดยในวันปกติ เขาจะไปทำงานที่ Wear Daily และในวันหยุดสุดสัปดาห์เขาก็จะมาถ่ายภาพของพวกเธอ หนึ่งในนั้นก็คือ Phoebe Cates เธอนำรูปถ่ายของ Meisel ไปให้กับคนที่นิตยสาร Seventeen ดู และต่อมา พวกเขาก็ได้ติดต่อ Meisel ให้ไปทำงานกับพวกเขา Meisel ทำงานให้กับนิตยสารต่างๆมากมาย ในจำนวนนั้นคือนิตยสาร US และ Vogue เขาเป็นเพียงช่างภาพคนเดียวที่ถ่ายงานปกหลังมาเกือบ 15 ปี สตูดิโอของเขาตั้งอยู่เลขที่ 64 ถนน Woodster ในนิวยอร์กแต่เขาก็มักจะเช่าสตูดิโอที่ Pier 59 ใน นิวยอร์ก และ Smashbox ในลอส แองเจลิส

ในปี 1995 เขาถ่ายภาพหน้าปกอัลบั้ม Daydream ให้กับ Mariah Carey และยังสามารถดูงานของเขาจากปกซิงเกิ้ล “Fantasy” ของเธออีกด้วย

ในฐานะช่างภาพที่มีอิทธิพลมากที่สุดในวงการ Meisel ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้ค้นพบ และโปรโมตนางแบบดังๆมากมาย หลายปีที่ผ่านมา เขาต้นให้นางแบบหลายคนประสบความสำเร็จจากการถ่ายภาพของพวกเธอในนิตยสาร Vogue และงานโฆษณาอื่นๆมากมาย อิทธิพลและการสอนของ Meisel ยังทำให้นางแบบสามารถพัฒนาตัวเองไปได้อีก

Meisel ถือได้ว่าเป็นอาจารย์ให้กับ Franca Sozzani ราชีนีแพชั่น, บรรณาธิการและผู้บริหารนิตยสาร Vogue อิตาลี และ Anna Wintour จากนิตยสาร Vogue อเมริกา เขาเป็นผู้มีส่วนช่วยนิตยสาร Vogue อิตาลีและเป็นคนถ่ายภาพหน้าปกหนังสือทุกฉบับ เป็นความลับที่ไม่เคยมีใครรู้ของวงการแฟชั่นที่เป็นอยู่เสมอมา Meisel ใช้นิตยสาร Vogue Italia เป็นสะพานสู่ความสำเร็จ เขามักจะสร้างสรรค์งานที่มักเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์จากผลงานแฟชั่นอื่นๆ ที่ถูกนำมาเปรียบเทียบ, การเมือง หรือแม้กระทั่งกฎเกณฑ์ทางสังคม ตัวอย่างเช่น นิตยสาร Vogue Italia ฉบับเดือนกันยายนปี 2006 Meisel มีคอนเซ็ปงานเกี่ยวกับอิสรภาพหลังเหตุการณ์ 11 กันยายน ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งส่งผลให้นางแบบสาวสวยถูกกล่าวหาว่าเป็นผู้ก่อการร้ายหรือไม่ก็เจ้าหน้าที่ตำรวจที่ชำนาญการ เป็นสาเหตุให้เกิดการเป่าสติใจจากสื่อว่านางแบบถูกนำเสนอให้อยู่ในภาพลักษณ์ที่รุนแรงซึ่งสื่อเห็นว่าเป็นเหยื่อของ Meisel นอกจากนี้ยังได้รับกระแสตอบรับทางด้านลบจากกลุ่มผู้สนับสนุนสิทธิสตรีว่าเป็นการถูกกดขี่จากเพศชาย เขายังใช้อำนาจของเขาท่ามกลางกลุ่มแฟชั่นชั้นสูงต้นภาพถ่ายนางแบบผิวสีขึ้นปกนิตยสาร Vogue ฉบับเดือนกรกฎาคมปี 2008 ด้วยจุดประสงค์ที่สื่อถึงการเหยียดผิว และก็มีให้เห็นในปกนิตยสาร, รันเวย์ และโฆษณาในเวลาต่อมา ซึ่งกลายมาเป็นกระแสความนิยมอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แพชชั่นกับโฆษณา

ท่ามกลางช่างภาพชื่อดังหลายต่อหลายคน Meisel ถ่ายโฆษณาให้กับ Versace Valentino, Dolce & Gabbana และ Calvin Klein (ซึ่งเขาถ่ายงานที่ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างมาก) Meisel ยังถ่ายโฆษณาให้กับ Prada ในแต่ละฤดู เรื่อยมาตั้งแต่ปี 2004

เดือนเมษายนปี 2008 เขาถ่ายภาพเพื่อนมาคอนนาก็กับนิตยสาร Vanity Fair และต่อมาในปีเดียวกัน เขาถ่ายภาพเธอสำหรับ โฆษณาคอลเล็กชั่นฤดูใบไม้ผลิให้กับ Louis Vuitton เขายังถ่ายงานให้กับมาคอนนาก็สำหรับอัลบั้ม Greatest Hit อัลบั้มใหม่ของเธอก็ด้วย

เขาเป็นเพื่อนสนิทของดีไซน์เนอร์ชื่อดัง Anna Sui ซึ่งเขาก็ได้ถ่ายงานมากมายให้กับเธอ ถึงแม้ว่า Anna Sui จะไม่นิยมใช้โฆษณาในการโปรโมตเสื้อผ้าของเธอก็ตาม นอกจากนี้เขายังสนิทกับ Pascal Dangin ศิลปินทางคอมพิวเตอร์

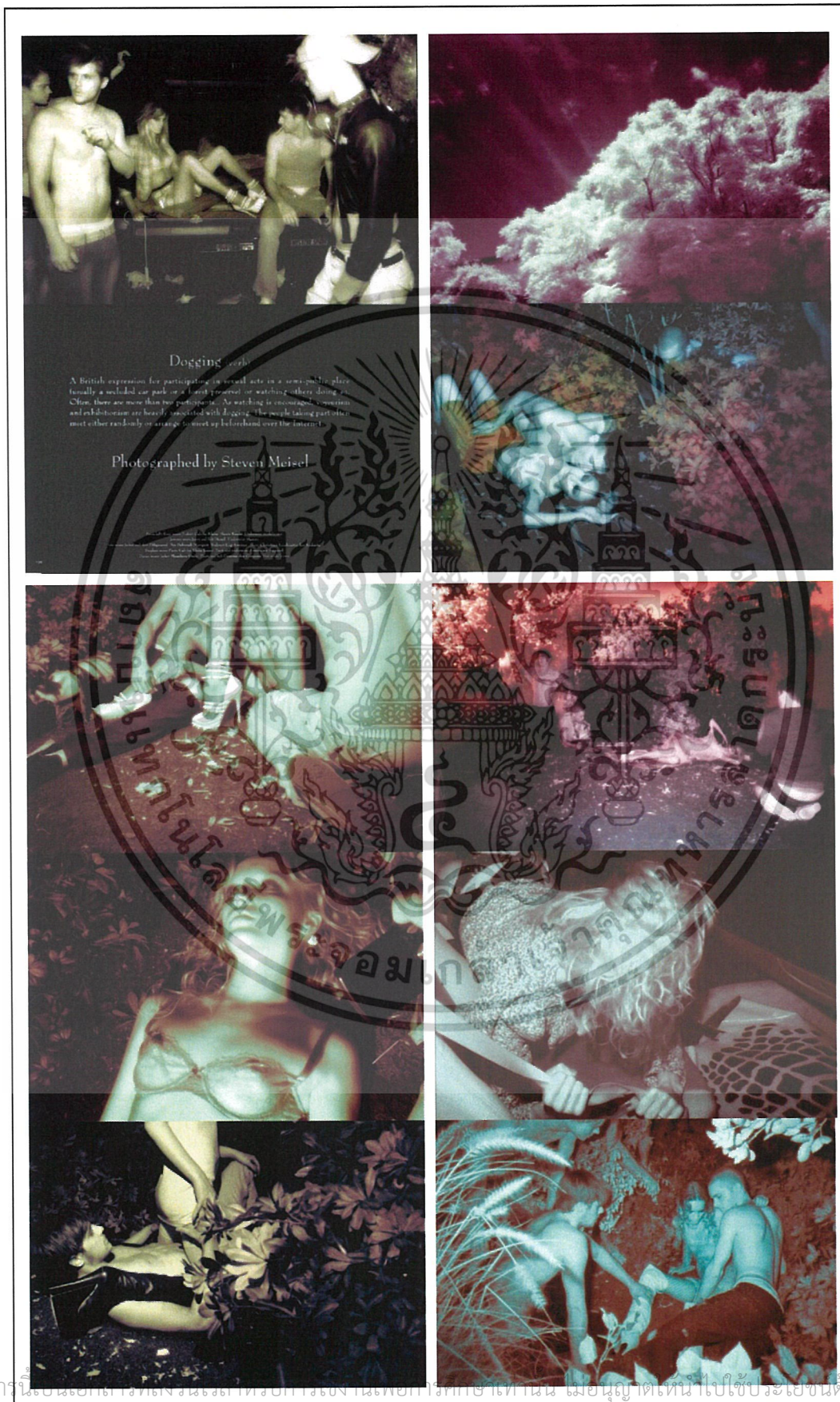
Meisel เป็นที่รู้จักกันว่าผลงานของเขาเป็นสะพานทำให้นางแบบใหม่ๆดังได้ นางแบบเหล่านี้ร่วมงานกับเขาในโฆษณาให้กับแบรนด์ดัง Prada ซึ่งได้รับการพิจารณาว่าเป็นโฆษณาชิ้นที่เป็นที่ปรารถนาที่สุดในวงการธุรกิจแพชชั่น

2.4.3.1 ผลงานภาพถ่ายของ Steven Meisel



ภาพที่ 24 fashion Dsquared2 by photographer Steven Meisel

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Dogging (verb)

A British expression for participating in sexual acts in a semi-public place (usually a secluded car park or a forest) or watching others doing so. Often, there are more than two participants. As watching is encouraged, convention and exhibition are heavily associated with dogging. The participating participants meet either randomly or arrange to meet up beforehand over the internet.

Photographed by Steven Meisel

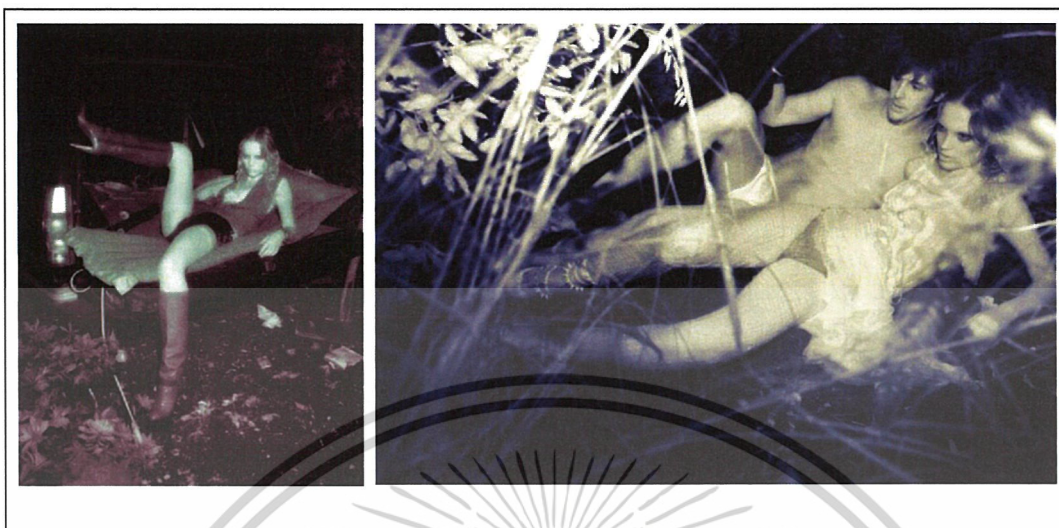
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การเชิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 25 ผลงานภาพถ่ายลงนิตยสาร Vogue Italy Dogging by Steven Meisel

2.4.3.2 จากการศึกษาและวิเคราะห์ตัวผลงานของ Steven Meisel

จากผลงานของ Steven Meisel ที่ผ่านมา เขาถ่ายทอดเรื่องราวไปพร้อมกับแฟชั่นและงานศิลปะไปพร้อมๆกัน เขาใช้ตัวแบบดำเนินเรื่องราว ทำทางการโพสได้อย่างดี เขานำเอาเรื่องของ sex appeal เข้ามาใช้เพิ่มเติมที่ให้กับตัวแบบ เสื้อผ้าและผลงานจนบ่อยครั้งที่งานของเขาจะหือหาวมากเกินไปจนเป็นภาพฉาวของวงการแฟชั่น แต่เขาก็ไม่เคยสนใจเพราะนั่นคือศิลปะการถ่ายทอดงานแฟชั่นของเขา เขาเคยให้สัมภาษณ์ว่า ผลงานของเขาถึงจะดูแรง หรือฉาวโฉ่ในสายตาของคนอื่นแต่นั้นมันก็คือผลงานหรือสิ่งที่เขาตั้งใจจะทำและถ่ายทอดออกมา หากกลัวที่จะทำผลงานของเขาคงไม่มีอะไรน่าสนใจ สิ่งหลักๆที่ได้จากการศึกษาตัวผลงานและจากบทสัมภาษณ์ต่างๆของ Steven Meisel และสามารถที่จะนำมาประยุกต์ใช้เข้ากับงานได้

1. การถ่ายทอดผลงานที่มีความเป็นตัวเราอยู่ คิดและค้นหาสไตล์ของเราแล้วถ่ายทอดลงสู่งาน แต่อย่าลืมเพิ่มความน่าสนใจให้กับมัน
2. ทำทางการจัดวางคอมโพสของตัวแบบจะต้องไม่ถูกกีดกันไปกับฉากหลังหรือสิ่งอื่น
3. การสร้างคาแรคเตอร์และใส่ความโดดเด่นให้กับตัวแบบแต่ก็ไม่ลืมที่จะถ่ายทอดความสวยของผู้หญิงออกมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ขั้นตอนการทำงาน

3.1 ขั้นตอนก่อนการถ่ายภาพแฟชั่น

3.1.1 แนวความคิดในการออกแบบ

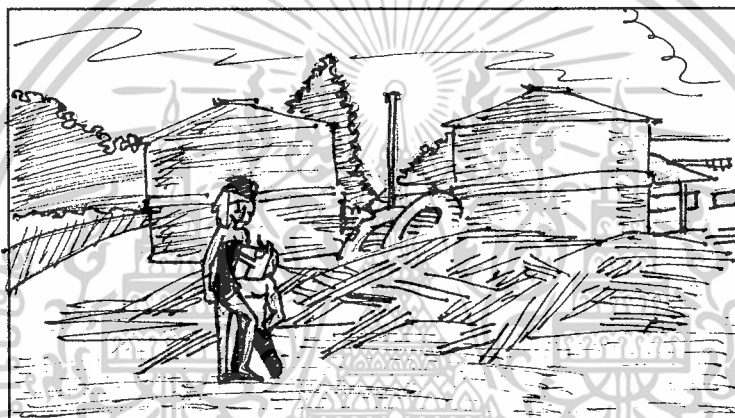
แนวความคิดในการออกแบบภาพผลงานทั้งหมดเกิดขึ้นเพราะตัวข้าพเจ้าเองต้องการนำเสนอภาพถ่ายแฟชั่นที่นอกเหนือจากกฎเกณฑ์หรือรูปแบบงานแฟชั่นทั่วไปที่ต้องเน้นเรื่องการถ่ายทอดเสื้อผ้า นางแบบ หน้าผม แต่ข้าพเจ้าต้องการใส่ความคิดทางด้านมุมมองและทัศนคติที่ข้าพเจ้ามีต่องานแฟชั่น โดยเสียดสีเรื่องราวเกี่ยวกับโลกความเป็นจริงด้านความต้องการของมนุษย์ลงในภาพถ่ายแฟชั่น “โลกเสมือน” ข้าพเจ้าเลือกใช้การวางคอมโพสของตัวแบบที่สร้างให้งานดูน่าสนใจมากขึ้น เอาความเป็นภาพเชิงศิลป์มาประยุกต์เข้ากับภาพถ่ายแฟชั่น

จากที่ได้ศึกษาค้นคว้าวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ จากผลงานเก่าๆของ DIESEL ข้าพเจ้าเอารูปแบบการนำเสนอที่ใช้การเล่าเรื่องมาประยุกต์ใส่ในงานชิ้นนี้ โดยสร้างภาพเป็นเรื่องราวของโลกเสมือนในรูปแบบเล่าเรื่องในแบบของข้าพเจ้า

3.1.2 ลักษณะแบบร่าง

แบบร่างเกิดจากการคิดวิเคราะห์ใน Concept ของงาน แล้วนำมาร่างเป็นภาพเอาไว้คร่าวๆ เพื่อง่ายต่อการไปถ่ายรูปร่างตัวแบบ และสถานที่ที่จะนำมาเป็น Background อย่างน้อยก็สามารถทำให้เห็นภาพรวมของงานอย่างคร่าวๆ จาการวางองค์ประกอบต่างๆ และการเก็บรายละเอียดของภาพที่ต้องไปถ่ายว่าจะต้องถ่ายมุมไหน แสงยังไง ที่ไหนบ้าง ก็รูป ขนาดเท่าไร เพื่อง่ายต่อการทำงานทุกขั้นตอน โดยภาพที่ร่างออกมานั้นจะเป็นภาพแพ้นั้นที่สร้างจินตนาการขึ้น เป็นโลกเสมือนที่คิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริงของธรรมชาติ

3.1.2.1 ภาพที่ 1



ภาพที่ 26 sketch ภาพที่ 1

แนวความคิดของภาพนี้ ความรักสำหรับผู้หญิงบางครั้งสัตว์เลี้ยงก็มาแทน ที่คนแก่เหงา หรือผู้ชายก็อาจเป็นได้แก่สัตว์เลี้ยงขึ้นเวลา

3.1.2.2 ภาพที่ 2



ภาพที่ 27 sketch ภาพที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวความคิดของภาพนี้ คนเราบางครั้งยึดติดที่ความสวยงามของตัวเอง อยู่แต่กับวัตถุแต่ บางครั้งก็ต้องสร้างธรรมชาติขึ้นมาเมื่อ โหยหาธรรมชาติ

3.1.2.3 ภาพที่ 3



ภาพที่ 28 sketch ภาพที่ 3

แนวความคิดของภาพนี้ คนเราก็ใช้สัตว์เลี้ยงไว้เพื่อผ่อนคลายความเหงาเท่านั้นเอง เลยเอา หัวกระต่ายสัญลักษณ์ของสัตว์ที่เลี้ยงไว้ในกรงกับคนที่แบบทำหน้าที่ไม่มีอารมณ์ หรือความรู้สึก อะไรเลยเหมือนแค่อยู่ร่วมเฟรมคู่กันก็ไม่โดดเด่นแล้ว

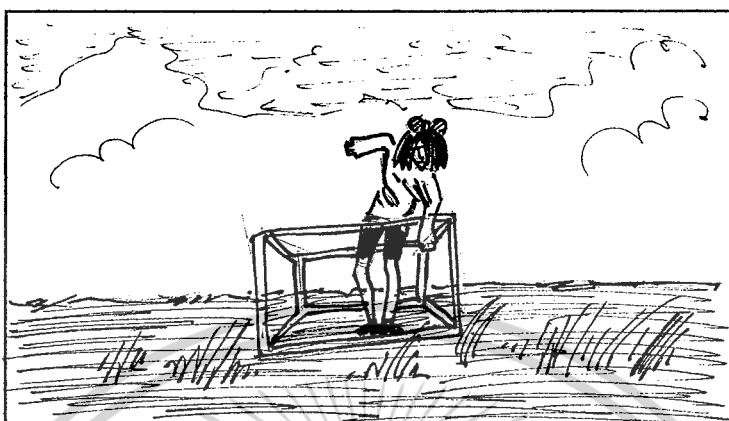
3.1.2.4 ภาพที่ 4



ภาพที่ 29 sketch ภาพที่ 4

แนวความคิดของภาพนี้ ถ้าคนเราทำได้อย่างการดูการจะไปไหนมาไหน มันคงจะง่าย เพียงแค่ก้าวออกจากประตูบานหนึ่งก็ทะลุมิติแล้วเลยนำประตูลักษณะของ การเดินทางออกโลก กว้างกับกำแพงตันไม้เพื่อกั้นพื้นที่สองที่ออกจากกัน
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2.5 ภาพที่ 5



ภาพที่ 30 sketch ภาพที่ 5

แนวความคิดของภาพนี้ คนเราถึงแม้โลกความฝันจะจินตนาการได้ต่าง ๆ นานา ไม่มีขีดจำกัด แต่ในโลกความเป็นจริงมันก็ยังคงมีกรอบของสังคมอยู่เสมอไม่ว่าคุณจะทำอะไรหรือบ้าบอแค่ไหน

3.1.2.6 ภาพที่ 6



ภาพที่ 31 sketch ภาพที่ 6

แนวความคิดของภาพนี้ การทำลายล้างมันก็เป็นฝีมือของมนุษย์ที่เหยียบย่ำธรรมชาติ ทำลายโลกเพียงเพราะความต้องการที่ไม่สิ้นสุดของเรา เลยถ่ายทอดภาพจากมุมมองของท้องฟ้าเห็นคนเดินเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัดส่วนของคนและสถานที่เพื่อแทนค่าความต้องการของคนกับการมีอยู่ของธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2.6 ภาพที่ 7

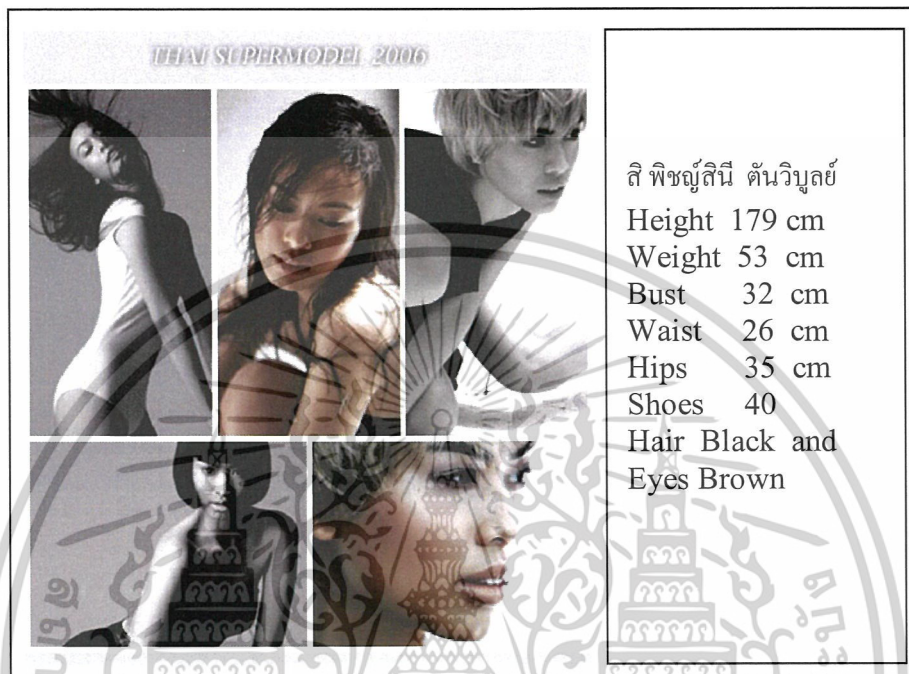


ภาพที่ 32 sketch ภาพที่ 7

แนวความคิดของภาพนี้ ถ้าเปรียบเทียบภาพเสมือนยกตัวอย่าง พระอาทิตย์ตกดินสะท้อนน้ำ เราเห็นพระอาทิตย์สองดวงก็จริงแต่บนฟ้านั้นคือพระอาทิตย์ในน้ำก็ยังเป็นน้ำอยู่วันยันค่ำ เพราะฉะนั้นการที่เราสร้างโลกเสมือนมานั้นมันก็ได้แค่ความรู้สึกทดแทนเพราะความคล้ายคลึงด้านภาพแต่เราก็ไม่สามารถจับต้องได้หรือรู้สึกเหมือนกับของจริง เลยถ่ายทอดด้วยการใช้เงาของต้นไม้ทอดลงที่ฉากหลังของผู้หญิงเปรียบเสมือนยื่นได้ร่มไม้แต่แท้จริงมันก็เป็นเพียงเงาของต้นไม้เท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

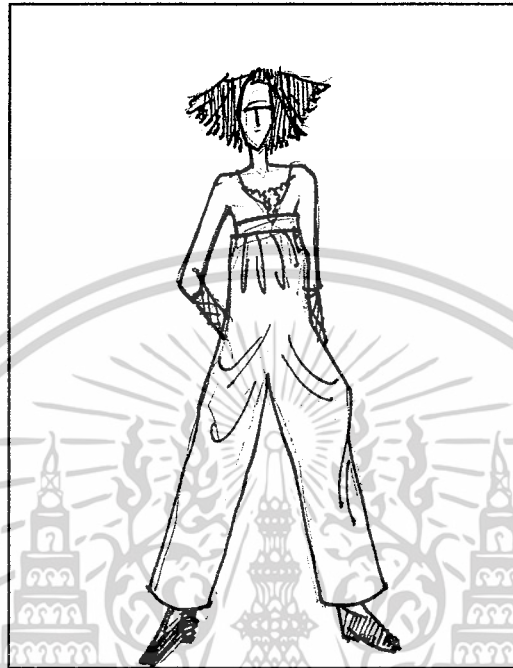
3.1.3 ภาพนางแบบ นายแบบ



ภาพที่ 33 ภาพนางแบบ ลิ-พิชญ์สินี ตันวิบูลย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.4 ภาพตัวอย่างของเสื้อผ้า



ภาพที่ 34 ตัวอย่างชุดที่ 1



ภาพที่ 35 ตัวอย่างชุดที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 36 ตัวอย่างชุดที่ 3

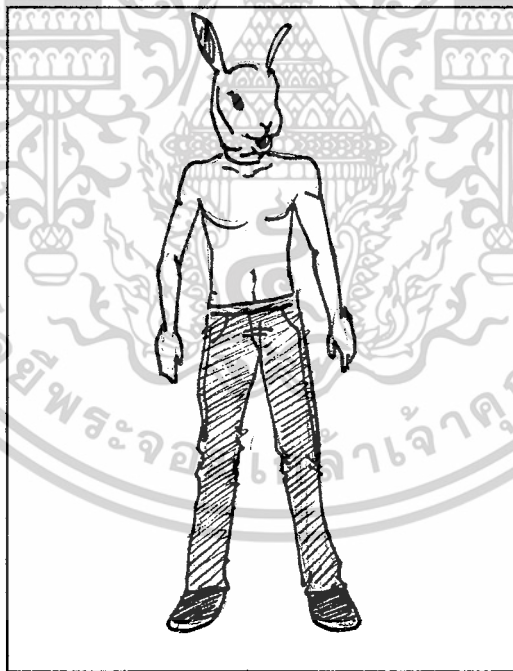


ภาพที่ 37 ตัวอย่างชุดที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 38 ตัวอย่างชุดที่ 5

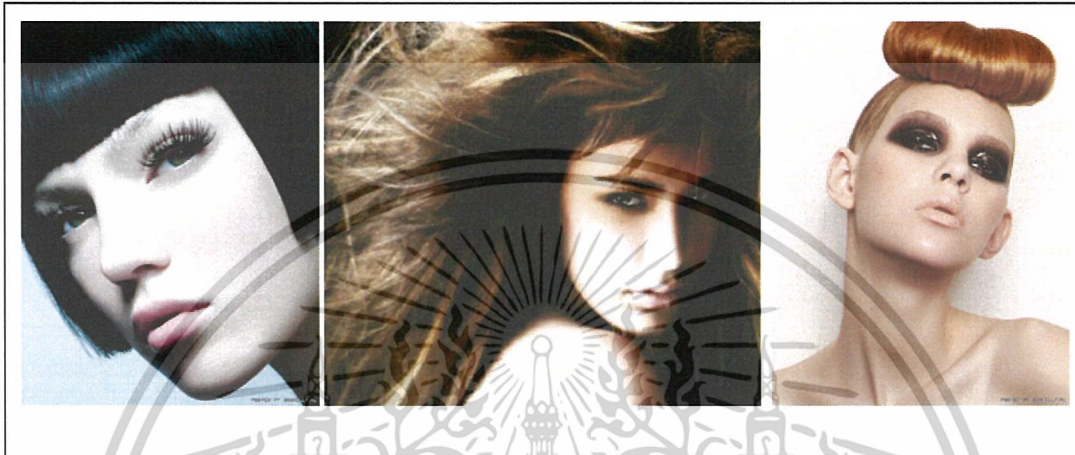


ภาพที่ 39 ตัวอย่างชุดที่ 6 ชุดนายแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.5 ภาพตัวอย่างการแต่งหน้า

สไตล์การแต่งหน้าต้องการความเรียบง่ายเพราะไม่ต้องการให้ใบหน้าเกิดความโดดเด่นมากเกินไปเลยเลือกที่จะนำสไตล์การแต่งหน้า ที่ใช้โทนสี Nude เพื่อให้ดูเป็นธรรมชาติ เขียนคิ้วให้เข้ม เพื่อเพิ่มความคมชัดของใบหน้าขึ้นแต่ไม่ทำให้สีหน้าดูจืดเกินไป



ภาพที่ 40 ตัวอย่างการแต่งหน้า

3.1.6 ภาพตัวอย่างทรงผม

ต้องการทรงผมที่เรียบง่ายแต่ดูทันสมัย เพื่อง่ายกับการจับเข้ากับเสื้อผ้าหลายๆชุด และง่ายในขั้นตอนการตกแต่งรีทัช



ภาพที่ 41 ตัวอย่างทรงผม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

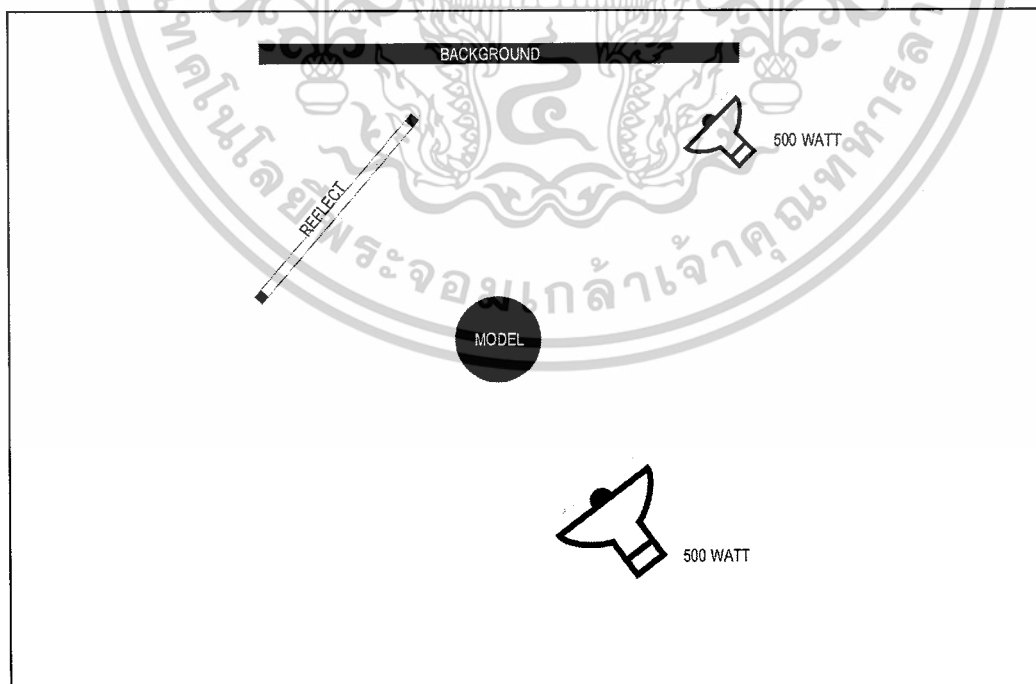
3.2 ขั้นตอนการถ่ายภาพแฟชั่น

3.2.1 อุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายภาพ

- กล้องถ่ายภาพ DSLR Nikon D300
- Lens Sigma Lenses 10-20 mm F4-5.6 EX DC HSM
- Nikkor Lenses AF-S DX 17-55mm f/2.8G IF-ED
- Bowen 500 Watt. 2 หัว
- Beauty Dish
- Reflex Panel
- Radio Slave
- สถานที่ถ่ายแบบในสตูดิโอ ใช้ฉาก slope สีขาว

3.2.2 แผนผังการจัดไฟ

ไฟดวงหลักใช้หัวไฟแฟลช Bowen 500 Watt ใ้โคมใหญ่ ด้านหลังใช้แผ่น โฟมเพื่อ Reflex แสงให้เข้าทางด้านข้างของตัวแบบ แสงจะจัดตามแสงของสถานที่ที่ใช้เป็นฉากเพื่อให้ง่ายในการนำภาพแบบมาประกอบเข้ากับภาพเบสิคกราวน์



ภาพที่ 42 แผนผังการจัดไฟภาพที่1-7

ใช้การจัดไฟที่คล้ายกันเพราะจำกัดสภาพแสงไว้เท่ากันทุกภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

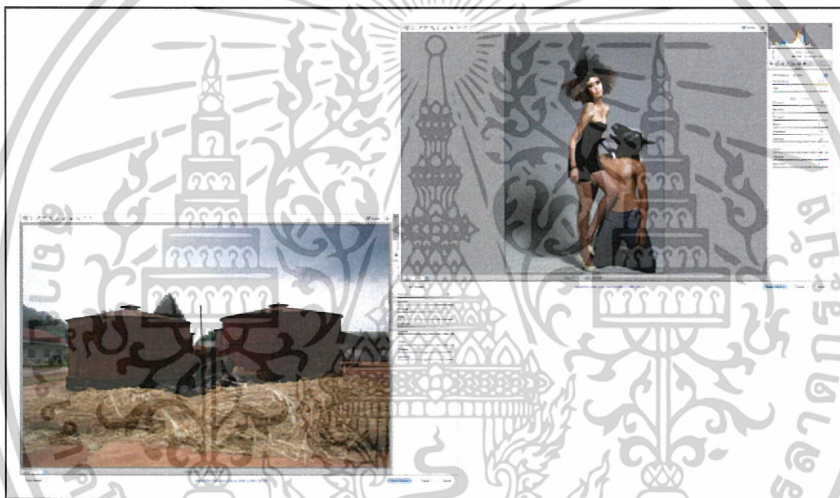
3.3 ขั้นตอนหลังการถ่ายภาพแฟชั่น

ใช้โปรแกรม Photoshop เพื่อตกแต่งภาพไม่ว่าจะเป็น ผิว ลบรอยต่างๆที่ไม่ต้องการ ปรับสีเพิ่ม contrast ต่างๆ และรีทัชภาพให้สมบูรณ์และสวยงาม สำคัญที่สุดคือนำภาพแบบกับตัวแบบถือกราวมาตัดต่อประกอบเข้ากันให้ดูสมจริง

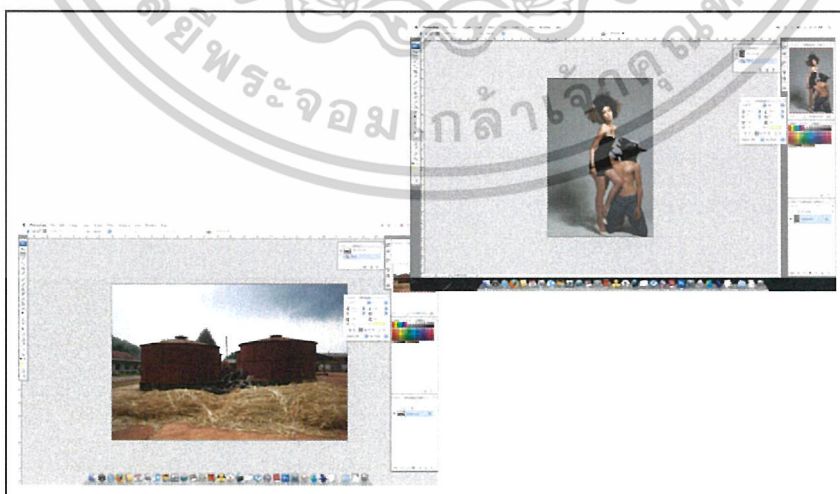
3.3.1 ขั้นตอนการตกแต่งภาพที่ 1 - 7

เปิดโปรแกรม Photoshop

นำภาพที่ถ่ายนางแบบในสตูดิโอ และภาพที่จะใช้เป็น Background มาเปิดในโปรแกรมที่สามารถแปลงไฟล์จาก Raw ได้แล้วนำมาเปิดเพื่อตัดต่อในโปรแกรม Photoshop



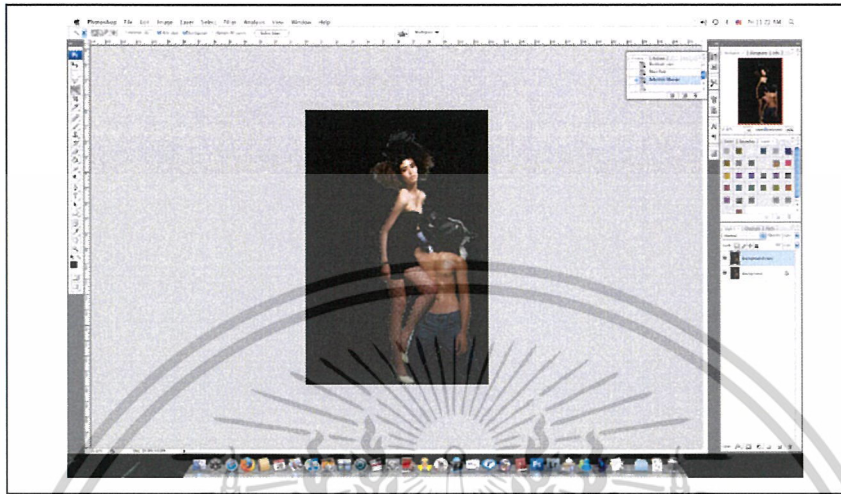
ภาพที่ 43 ภาพถ่ายนางแบบในสตูดิโอและภาพBackgroundเปิดใน โปรแกรมเปิดไฟล์ Raw



ภาพที่ 44 ภาพแบบและภาพที่จะใช้เป็น Backgroundเปิดใน โปรแกรม Photoshop

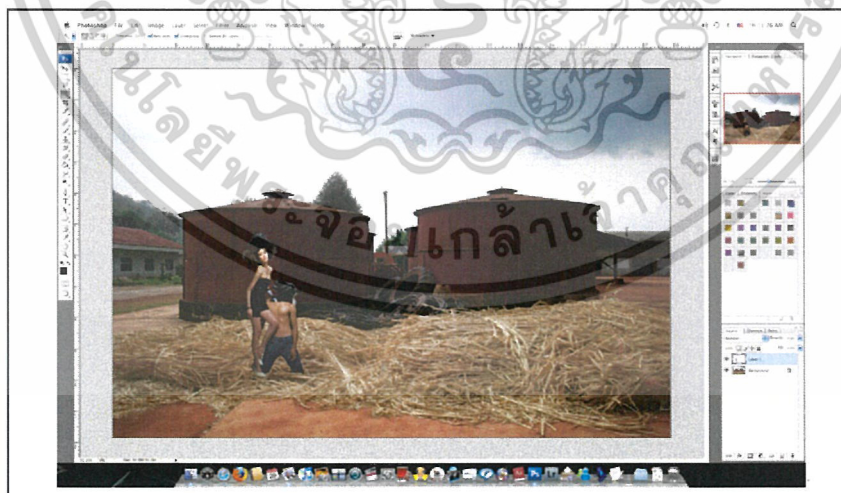
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Di-cut เฉพาะตัวแบบเพื่อง่ายในการปรับแต่งต่างๆ และปรับแต่งสี แต่ง Skin-Tone ปรับ Perspective ตามที่ต้องการแล้วสามารถดึงไปวางในภาพที่ใช้เป็น Background



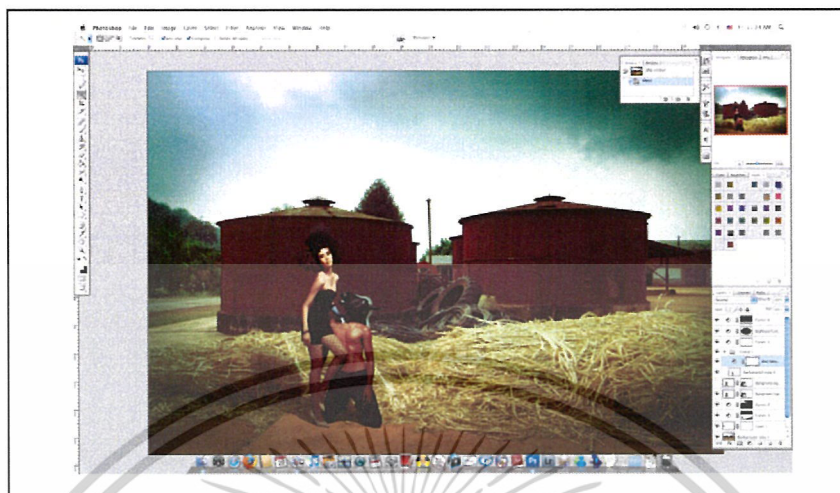
ภาพที่ 45 ภาพที่ทำการ Di-cut ตัวแบบเรียบร้อยแล้ว

เมื่อนำภาพทั้งสองมารวมกันแล้วก็จัดวาง Composition ให้ได้ตามที่ต้องการและเหมาะสม ปรับแต่งสีให้เข้ากันทั้งสองภาพเพื่อความสมจริงของภาพ สร้างเงาให้กับภาพตัวแบบ เพื่อตามทิศทางของแสงไฟที่จัดตอนถ่ายในสตูดิโอ เมื่อภาพรวมเสร็จ จัดเก็บรายละเอียดและแต่งโทนสีของภาพตามที่ต้องการก็จะได้เป็นภาพที่สมบูรณ์พร้อมส่ง

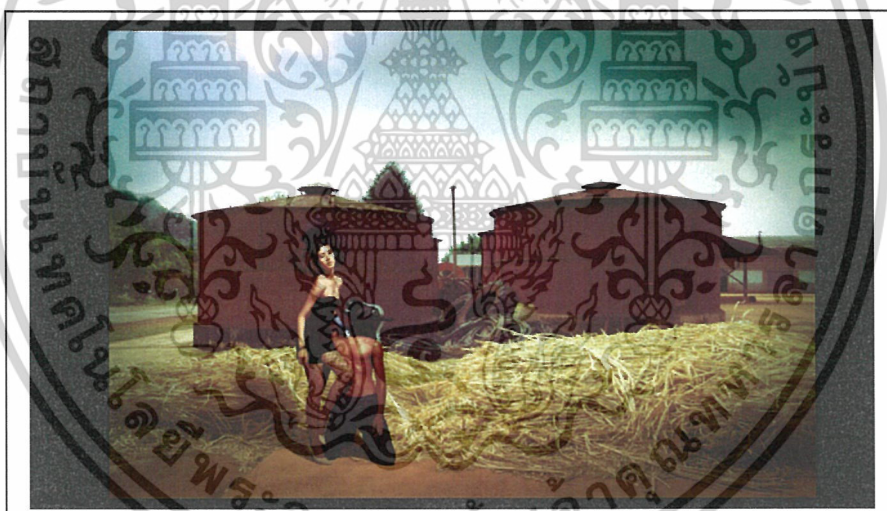


ภาพที่ 46 นำภาพแบบที่ Di-cut แล้วมาวางในภาพที่จะใช้ เป็น Background

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



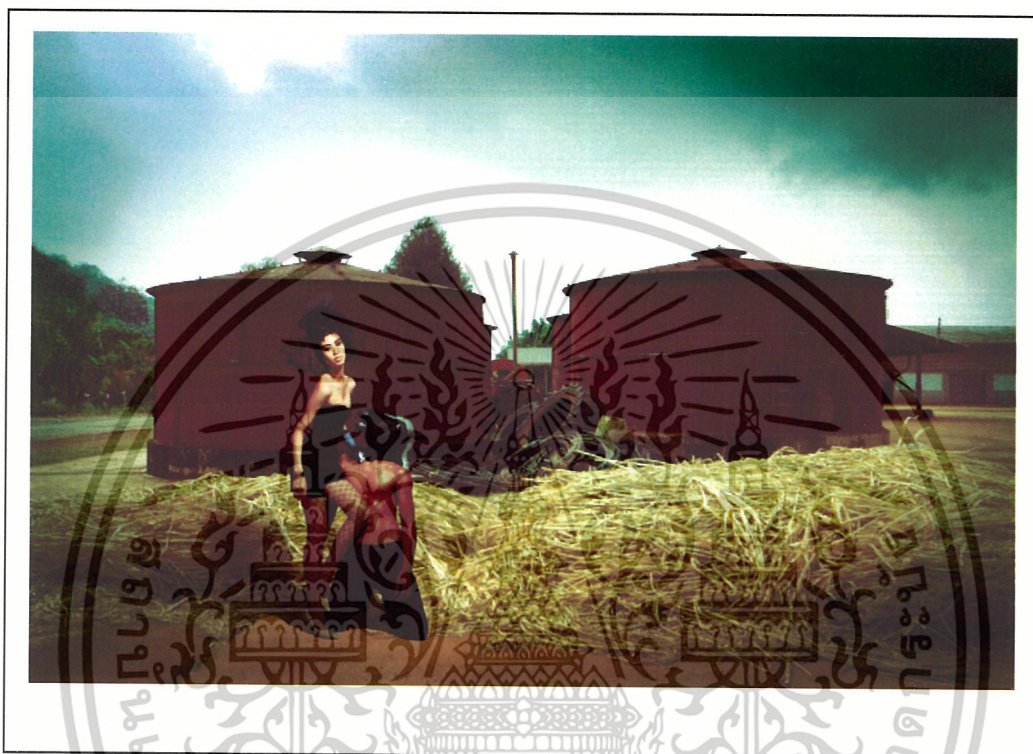
ภาพที่ 47 เก็บรายละเอียดพร้อมตกแต่งโทนสีของภาพ



ภาพที่ 48 ได้ภาพจริงที่เสร็จสมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 ภาพผลงานจริงที่เสร็จสมบูรณ์



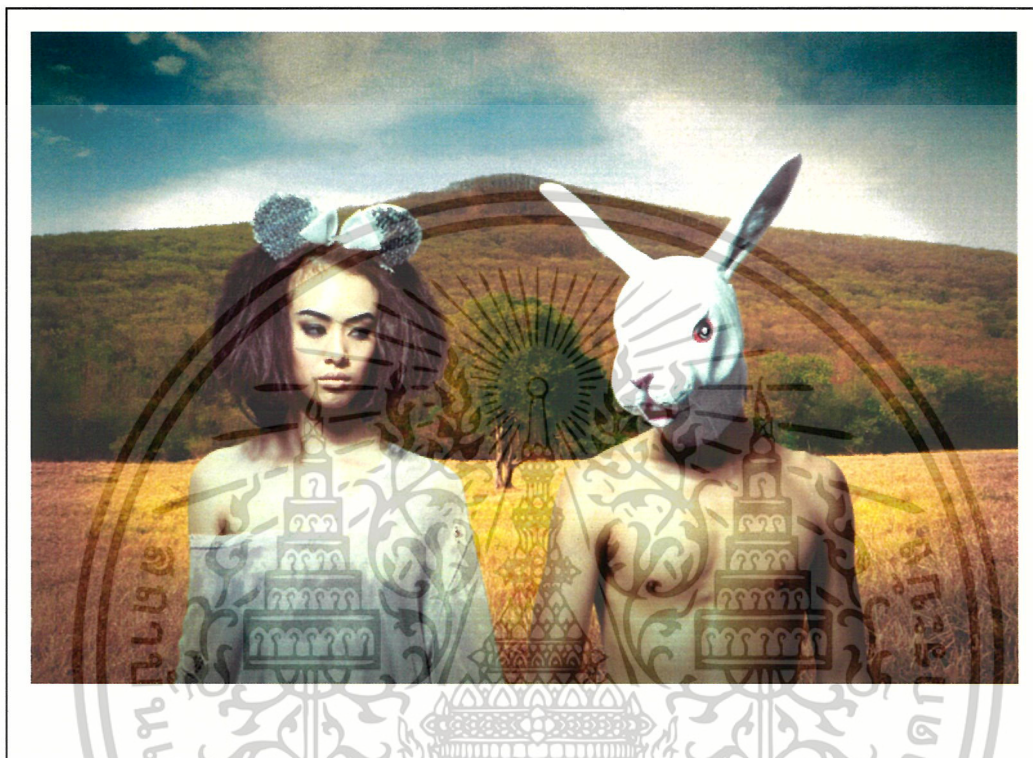
ภาพที่ 49 ผลงานจริงภาพที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



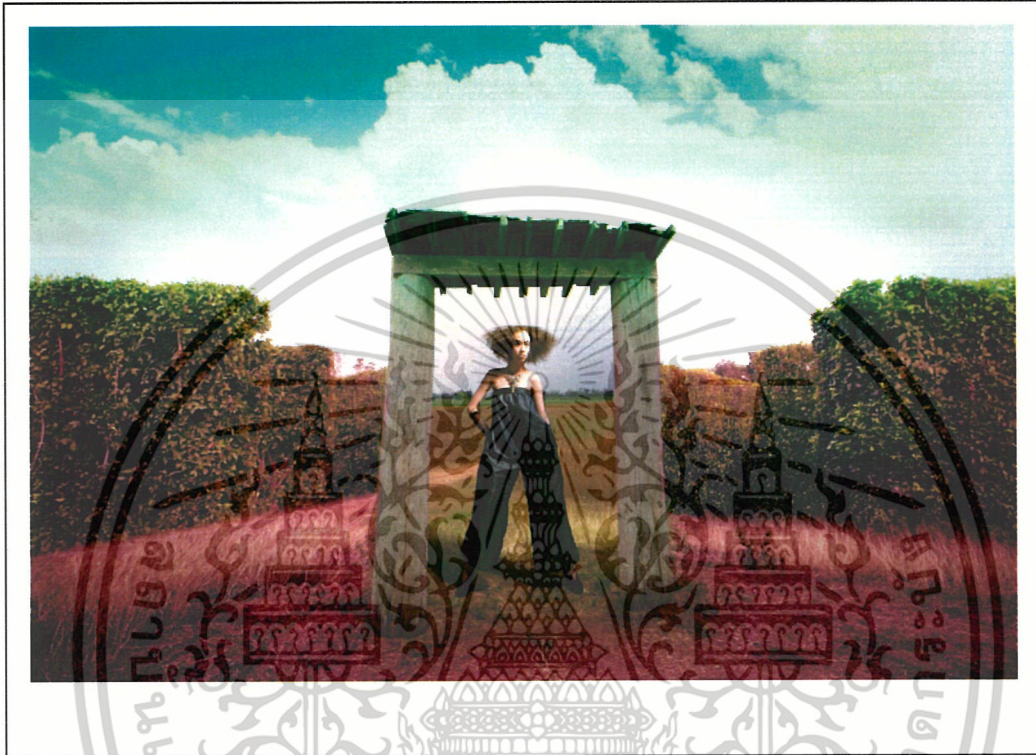
ภาพที่ 50 ผลงานจริงภาพที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



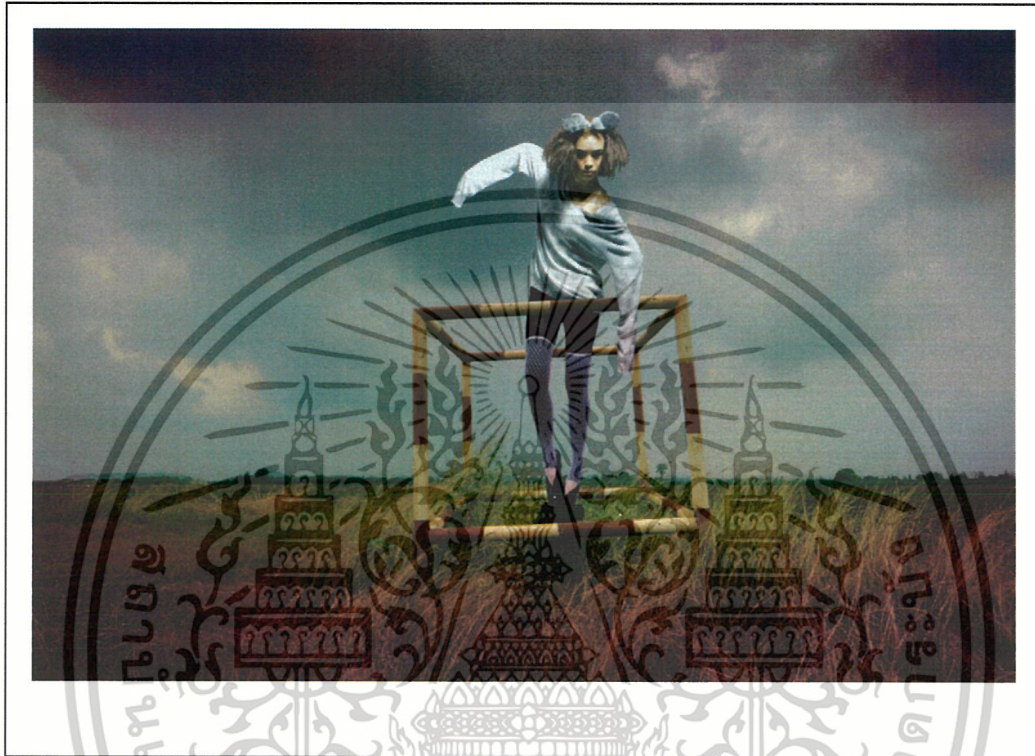
ภาพที่ 51 ผลงานจริงภาพที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 52 ผลงานจริงภาพที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



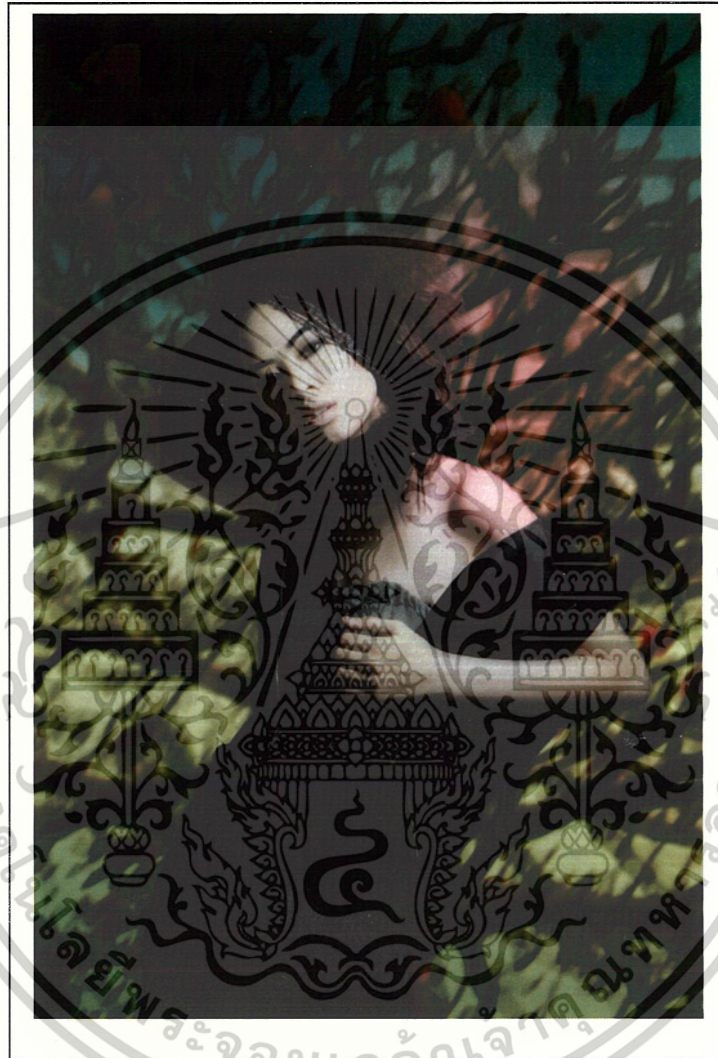
ภาพที่ 53 ผลงานจริงภาพที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 54 ผลงานจริงภาพที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 55 ผลงานจริงภาพที่ 7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

4.1 บทสรุป

ภาพถ่ายแฟชั่นชุดนี้ข้าพเจ้าได้บทเรียน และประสบการณ์ต่างๆจากการทำงานมากมาย การทำงานจริงสามารถให้ข้อคิดต่างๆกับข้าพเจ้าไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแบ่งเวลา การทำงานแข่งกับเวลา การติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นเพื่อให้เข้าใจตรงกัน การควบคุมจิตใจและอารมณ์ของตัวเองในช่วงเวลาทำงานซึ่งข้าพเจ้าพบปัญหาและพร้อมที่จะรับมือเพื่อแก้ไขอย่างดีที่สุด ในการทำงานชิ้นนี้ข้าพเจ้าพยายามที่จะจัดการและทำหน้าที่ทุกอย่างเท่าที่ข้าพเจ้าจะทำได้เพื่อให้ผลงานที่ออกมาเป็นไปตามที่ข้าพเจ้าต้องการและมีตัวตนของข้าพเจ้าอยู่ในงาน

บทสรุปของผลงานข้าพเจ้าไม่สามารถที่จะทำออกมาได้อย่างที่ตั้งใจไว้ทั้งหมดเป็นเพราะปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากความคิดที่ไม่ชัดเจน เช่น ความไม่นักแน่นพอใน Concept ของงาน การวิเคราะห์ข้อมูลและหาข้อมูลยังไม่มากพอ การสื่อสารด้านการถ่ายภาพข้าพเจ้ายังไม่สามารถลดทอนรายละเอียดของภาพเพื่อให้เข้าใจง่ายตามแนวคิดนั้นๆ ซึ่งปัญหาต่างๆทั้งหมดนี้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้ว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไรเพื่อให้ผลงานที่ได้นั้นสำเร็จลุล่วงอย่างที่ตั้งใจไว้จากกระบวนการทำงานทั้งหมดที่ได้เรียนรู้ ข้าพเจ้าเชื่อมั่นว่าจะสามารถนำความรู้ทั้งหมดที่ได้ร่ำเรียนมาไปประยุกต์ใช้และพัฒนาเพื่อใช้ในการทำงานจริงได้ และผลงานทั้งหมดนี้ข้าพเจ้าพึงพอใจและภูมิใจกับผลงานที่ข้าพเจ้าทำขึ้นมาด้วยตัวของข้าพเจ้าเอง

4.2 ปัญหาที่เกิดขึ้น

จากกระบวนการทำงานที่ผ่านมาทำให้ข้าพเจ้าพบกับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาการทำงานทั้งหมดซึ่งปัญหา และข้อจำกัดต่างๆเหล่านี้้อาจนับได้ว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้งานชิ้นนี้ของข้าพเจ้าไม่ประสบผลสำเร็จที่ผลออกมาไม่เป็นอย่างที่ควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ความไม่ชัดเจนหรือหนักแน่นพอในแนวคิดและคอนเซ็ปของงานทำให้ระบบการทำงาน การคิดออกแบบล่าช้าเจอกับทางตัน คิดไม่ออก ทำต่อไม่ได้เพราะความไม่ชัดเจนนั้นจะทำให้ตัวของข้าพเจ้าไม่เข้าใจกับสิ่งที่ทำอยู่และไม่สามารถจะสื่อสารออกไปให้ใครเข้าใจด้วยได้ ผลสุดท้ายงานอาจจะไม่สำเร็จหรือตอบ โจทย์ที่ตั้งไว้ไม่ได้เลย

2. การบริหารเวลาไม่ดีพอ คิดโดยใช้เวลามากไปทำให้กินเวลาของการทำงานส่วนอื่นๆ ไปมากจนเกิดปัญหาต่างๆมากมายทำงานไม่ทันกับเวลา

3. การติดต่อยืมเสื้อผ้าใช้ระยะเวลาในการติดต่อกลับมา และชุดที่ยืมได้ทั้งหมดในตอนแรกทางห้องเสื้อทำให้ยืมขอยกเลิกกะทันหันเนื่องจากเกิดความผิดพลาดทางห้องเสื้อทำให้เสื้อผ้าไม่เป็นอย่างที่สเก็ตไว้ทั้งหมดและเหลือเวลาน้อยมากในการหาเสื้อผ้าชุดใหม่มาแทน

4. ถ้าขั้นตอนการจัดแสงที่ตัวแบบ และสถานที่ไม่พอดีกันนั้นทำให้การตกแต่งภาพหรือนำภาพมารวมกันนั้นยากมากและทำให้ภาพที่ได้ไม่สมจริง

5. ทักษะการใช้โปรแกรม Photoshop ของข้าพเจ้านั้นยังไม่ดีพอซึ่งต้องรบกวนขอคำแนะนำจากผู้รู้ตลอดเวลาทำให้การทำงานนั้นล่าช้า และการรีทัชภาพนั้นยากหากจะทำให้ภาพสมจริงที่สุดซึ่งตัวข้าพเจ้าเองไม่สามารถทำได้สมบูรณ์ร้อยเปอร์เซ็นต์ทำให้งานออกมาไม่สมจริงเท่าที่ควร

6. ปรึกษากับคณะอาจารย์และอาจารย์ที่ปรึกษาน้อยไป เป็นเพราะแบ่งเวลาไม่ดีทำให้ไม่มีหัวข้อหรือข้อมูลไปปรึกษาเท่าที่ควร

4.3 ข้อเสนอแนะ

1. ก่อนคิดหัวข้อการทำงานศิลปนิพนธ์ขึ้นนี้ควรศึกษาหาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับการเลือกหัวข้อเพื่อง่ายและสะดวกในการคิดกระบวนการต่อไป หากมีเช่นนั้นแล้วการทำงานในกระบวนการทางความคิดและการสร้างสรรค์ภาพจะออกมาไม่ดี และสะดุดอยู่ตลอดเวลา

2. ควรศึกษาด้านการจัดแสงเพื่องานรีทัชให้ละเอียดและเนັซดกว่านี้ เพื่อว่าก่อนการถ่ายภาพนั้นจะได้เตรียมตัวและอุปกรณ์ต่างๆ ไว้พร้อม เพื่อง่ายในการทำงาน และการนำเอาภาพมาตัดต่อเข้าด้วยกันให้เกิดความสมจริงที่สุด

3. หมั่นฝึกฝน และเรียนรู้เทคนิคการรีทัชงานเพื่อการถ่ายภาพให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มทักษะด้านการตกแต่งภาพ ทำงานมีหลักการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

บรรณานุกรม

ข้อมูล Diesel (Online) เข้าถึงได้จาก

[http://en.wikipedia.org/wiki/Diesel_\(clothing_company\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Diesel_(clothing_company))

ข้อมูล Maleonn Ma เข้าถึงได้จาก

<http://www.maleonn.com/v2/work.aspx>

ข้อมูล Mert & Marcus เข้าถึงได้จาก

http://en.wikipedia.org/wiki/Mert_and_Marcus

ข้อมูล Steven Meisel (Online) เข้าถึงได้จาก

http://en.wikipedia.org/wiki/Steven_Meisel

<http://www.oknation.net/blog/print.php?id=355860>

รูปภาพต่างๆ เข้าถึงได้จาก

<http://www.designscene.net/>

ภาษาต่างประเทศ

The Diesel Creative Team. FIFTY The Amazing Story of Renzo Rosso and Diesel . Berlin: Die Gestalten Verlag, 2005

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ –สกุล นางสาวนันทพร มหาเอกนันท์
 ที่อยู่ 997 หมู่ 5 ถนนรอบเมือง
 ตำบลบ้านเลื่อม อำเภอเมือง
 จังหวัดอุดรธานี 41000
 E-mail : niggalet_z@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2533-2544 ระดับชั้นอนุบาล-มัธยมศึกษาตอนต้น
 โรงเรียนเซนต์แมรี อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
 พ.ศ. 2545-2547 ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย แผนการเรียนวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์
 โรงเรียนเซนต์ปอล คอนเวนต์ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี
 พ.ศ. 2548-2551 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปะศิลป์ สาขาการถ่ายภาพ
 ระดับปริญญาตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้