

การออกแบบโฆษณาณรงค์ สายด่วนสุขภาพจิต 1323

ADVERTISING CAMPAIGN DESIGN FOR HELPLINE 1323



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิตศศิลป์ ภาควิชานิตศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2560

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบโฆษณาณรงค์ สายด่วนสุขภาพจิต 1323
ADVERTISING CAMPAIGN DESIGN FOR HELPLINE 1323



ภาควิชาศิลปะ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....  วันที่ 30 พ.ค. 2561
(อาจารย์อภินันท์ สมทุมพฤษ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์

การออกแบบโฆษณาณรงค์ สายด่วนสุขภาพจิต 1323
ADVERTISING CAMPAIGN DESIGN FOR HELPLINE 1323

ชื่อ	นายสาวกมลวรรณ บุญศรี
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2560
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อภิวัฒน์ สุ่มทุมพฤษ์

บทคัดย่อ

สุขภาพจิต หมายถึง ภาวะจิตใจที่เป็นสุข สามารถปรับตัวแก้ปัญหา สร้างสรรค์ทำงานได้ มีความรู้ สึก ที่ติดต่อตนเองและผู้อื่น มีความมั่นคงทางจิตใจ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ อยู่ในสังคม และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นเมื่อภาวะที่กล่าวไว้ข้างต้นเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แยลง จึงถือว่ามีปัญหาทางสุขภาพจิต ข้าพเจ้าพบว่าในยุค สังคมปัจจุบันวัยรุ่นมีปัญหาทางสุขภาพจิตทั้งในระดับ ภาวะ อากาการ จนถึงขั้นเป็นโรค และจากสถิติพบว่า มีแนวโน้มที่แยลงเรื่อยๆ

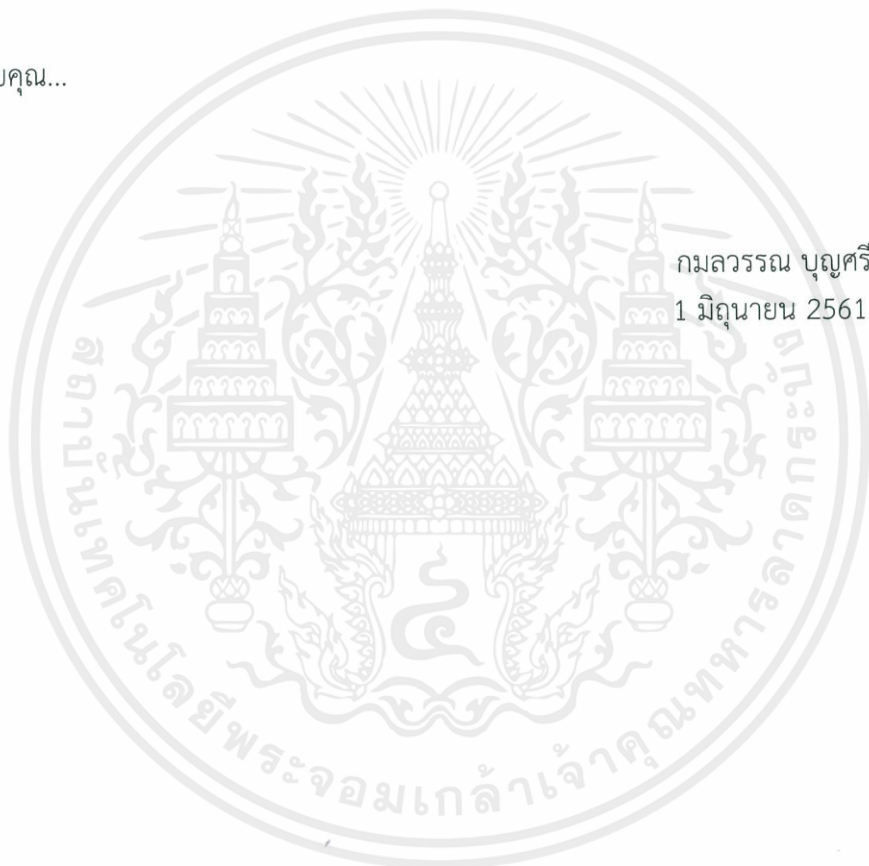
จากสภาพแวดล้อมรวมถึงคนใกล้ตัวของข้าพเจ้าที่มีปัญหาทางด้านนี้ ทำให้ข้าพเจ้าเกิดแรงบันดาลใจที่จะ ทำโฆษณาณรงค์และประชาสัมพันธ์ สายด่วนสุขภาพจิต เบอร์โทร. 1323 เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อ เป็นทางเลือกทางหนึ่งและประกอบการตัดสินใจสู่การบรรเทาสุขภาพจิตได้ไม่มากนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ในการออกแบบโฆษณาณรงค์ สายด่วนสุขภาพจิต 1323 มีทั้งกระบวนการผลิตภาพยนตร์โฆษณา การถ่ายภาพเพื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งหมดนั้นจะไม่สามารถลุล่วงไปได้เลยหากไม่มีผู้สนับสนุนทั้งด้านคำแนะนำ การช่วยเหลือเอื้อเฟื้อต่างๆ และเงินทุนสนับสนุน อันเป็นแรงผลักดันและเป็นประโยชน์ต่อข้าพเจ้าในกระบวนการออกแบบโฆษณาณรงค์ชิ้นนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณ...



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ	ค
สารบัญภาพประกอบ.....	จ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ	1
1.2 กลุ่มเป้าหมาย	1
1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.4 ขอบเขตของโครงการ.....	1
1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	1
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 สุขภาพจิตในวัยรุ่น และสายด่วนสุขภาพจิต 1323	3
2.1 สุขภาพจิตในวัยรุ่น.....	3
2.2 สายด่วนสุขภาพจิต 1323.....	4
บทที่ 3 บทภาพยนตร์.....	6
3.1 ปลาвах 52 เฮิร์ตซ์	6
บทที่ 4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลแนวทางการเล่าเรื่อง	11
4.1 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลแนวทางการเล่าเรื่อง	11
4.2 Script.....	12
4.3 แนวทางการออกแบบ	13
บทที่ 5 การดำเนินการออกแบบ	15
5.1 การออกแบบภาพยนตร์โฆษณา	15
5.2 การออกแบบสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์.....	41
5.3 การออกแบบเว็บไซต์.....	60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 6 ผลงานออกแบบ	64
6.1 ภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง 52 เฮิร์ตซ์	64
6.2 สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์	66
6.3 เว็บไซต์	69
บทที่ 7 บทสรุป และข้อเสนอแนะ	72
7.1 บทสรุปในการทำงาน	72
7.2 ข้อเสนอแนะ	74
บรรณานุกรม	75
ประวัติผู้วิจัย	76

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
บทที่ 2 สุขภาพจิตในวัยรุ่น และสายด่วนสุขภาพจิต 1323	3
รูปที่ 2.1 เด็กวัยรุ่นที่เป็นโรคซึมเศร้า จาก ซีรี่ย์ SOS skate ซีม ช่าส์	3
รูปที่ 2.2 เด็กสาวที่ไม่ค่อยมีเพื่อน จากซีรี่ย์ ฮอว์กโมน วัยว้าวุ่น.....	4
รูปที่ 2.3 โลโก้สายด่วนสุขภาพจิต 1323.....	5
บทที่ 3 ข้อมูลทางการออกแบบ.....	6
รูปที่ 3.1 ภาพสมมุติของ ปลาฉลาม 52 เฮิร์ตซ์.....	6
รูปที่ 3.2 หนังสือ “ยอดมนุษย์ดาวเคราะห์” รูปที่ 1.....	8
รูปที่ 3.3 หนังสือ “ยอดมนุษย์ดาวเคราะห์” รูปที่ 2.....	8
รูปที่ 3.4 หนังสือ “ยอดมนุษย์ดาวเคราะห์” รูปที่ 3.....	8
รูปที่ 3.5 แม็กซ์ และ ไบรท์ ระหว่างร้องเพลง 52 Hz	9
รูปที่ 3.6 จากซ้ายไปขวา : วี, ซูการ์, จองกุก, จิน, แร็ปมอนสเตอร์, จีมิน และเจ-โฮป	10
บทที่ 4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลแนวทางการเล่าเรื่อง	13
รูปที่ 4.1 แนวทางภาพ จาก MV Gravity - Lucky Tapes รูปที่ 1	13
รูปที่ 4.2 แนวทางภาพ จาก MV Gravity - Lucky Tapes รูปที่ 2	13
รูปที่ 4.3 แนวทางภาพ จากผลงานของ Gregory Crewdson.....	14
รูปที่ 4.4 ตัวอย่างขนาดเว็บไซต์.....	14
บทที่ 5 ผลงานออกแบบ	15
รูปที่ 5.1 แบบร่าง Storyboard “WHALE 52 Hz” แบบที่ 1 หน้า 1.....	15
รูปที่ 5.2 แบบร่าง Storyboard “WHALE 52 Hz” แบบที่ 1 หน้า 2.....	16
รูปที่ 5.3 แบบร่าง Storyboard “WHALE 52 Hz” แบบที่ 1 หน้า 3.....	16
รูปที่ 5.4 แบบร่าง Storyboard “WHALE 52 Hz” แบบที่ 2 หน้า 1.....	17
รูปที่ 5.5 แบบร่าง Storyboard “WHALE 52 Hz” แบบที่ 2 หน้า 2.....	17
รูปที่ 5.6 ภาพแสดงชุดลำลองของเอมี.....	20

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 5.7 ภาพแสดงชุดเครื่องแบบนักเรียนของเอมีและตัวประกอบ	20
รูปที่ 5.8 ภาพแสดงชุดลำลองของเอมีและคนในครอบครัว เซ็ต 1	21
รูปที่ 5.9 ภาพแสดงชุดลำลองของเอมีและคนในครอบครัว เซ็ต 2	21
รูปที่ 5.10 ภาพประกอบการควบคุมโทนสีที่ใช้ในมิวสิควีดีโอและภาพยนตร์.....	22
รูปที่ 5.11 Cinema Palettes	22
รูปที่ 5.12 ภาพห้องครัว	23
รูปที่ 5.13 ภาพห้องนั่งเล่น	23
รูปที่ 5.14 ภาพห้องนอน	24
รูปที่ 5.15 ภาพบริเวณทางเดิน ตึกพระเทพ สจล.....	24
รูปที่ 5.16 SEA LIFE Bangkok Ocean World รูปที่ 1	25
รูปที่ 5.17 SEA LIFE Bangkok Ocean World รูปที่ 2	25
รูปที่ 5.18 โพรเจคเตอร์ epson eb-x36	26
รูปที่ 5.19 ฉากเปิดตัว โดยการยิงโปรเจคเตอร์เข้าผนังห้องนั่งเล่น.....	26
รูปที่ 5.20 แสดงการวางแผนงานการประสานงาน	27
รูปที่ 5.21 แสดงกำหนดการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา คิวที่ 1.....	28
รูปที่ 5.22 แสดงกำหนดการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา คิวที่ 2 แผ่นที่ 1.....	29
รูปที่ 5.23 แสดงกำหนดการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา คิวที่ 2 แผ่นที่ 2.....	30
รูปที่ 5.24 ภาพแสดงอุปกรณ์บันทึกภาพ Sony NEX-FS700 1	31
รูปที่ 5.25 ภาพแสดงอุปกรณ์บันทึกเสียง ZOOM H6	32
รูปที่ 5.26 ภาพแสดงภาพกว้าง (Long Shot).....	33
รูปที่ 5.27 ภาพแสดงภาพระยะใกล้ (Close-Up).....	33
รูปที่ 5.28 ภาพประกอบการจัดเก็บไฟล์	34
รูปที่ 5.29 ภาพประกอบตัวอย่างภาพก่อน - หลังการเกลี่ยสี รูปที่ 1.....	36
รูปที่ 5.30 ภาพประกอบตัวอย่างภาพก่อน - หลังการเกลี่ยสี รูปที่ 2.....	36
รูปที่ 5.31 ชุดรวมภาพเบื้องหลังพอสั่งเซป	38
รูปที่ 5.32 ภาพอ้างอิงการจัดวาง รูปที่ 1	41
รูปที่ 5.33 ภาพอ้างอิงการจัดวาง รูปที่ 2	42
รูปที่ 5.34 ภาพอ้างอิงการจัดวาง รูปที่ 3	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 5.35 ภาพอ้างอิงจากผลงาน ของ Gregory Crewdson รูปที่ 1	43
รูปที่ 5.36 ภาพอ้างอิงจากผลงาน ของ Gregory Crewdson รูปที่ 2	44
รูปที่ 5.37 ภาพอ้างอิงจากผลงาน ของ Gregory Crewdson รูปที่ 3	44
รูปที่ 5.38 ภาพการนำผลงานไปใช้อ้างอิง รูปที่ 1	50
รูปที่ 5.39 ภาพการนำผลงานไปใช้อ้างอิง รูปที่ 2	50
รูปที่ 5.40 ภาพการนำผลงานไปใช้อ้างอิง รูปที่ 3	51
รูปที่ 5.41 ภาพ สภากาที่ห้องนั่งเล่น	51
รูปที่ 5.42 ภาพ สภากาที่ตึกเรียนรวม ชั้น2	52
รูปที่ 5.43 ภาพ สภากาที่อยู่ซ่อมรถเก่า	52
รูปที่ 5.44 แสดงการวางแผนงานการประสานงาน	53
รูปที่ 5.45 ภาพ เลนส์ Nikon AF 50 mm. f 1.8 D.....	54
รูปที่ 5.46 ภาพ Nikon D810	55
รูปที่ 5.47 ภาพประกอบตัวอย่างภาพก่อน - หลัง การตัดต่อและเก็ยสี	56
รูปที่ 5.48 ชุดรวมภาพเบื้องหลังพอสังเขป	57
รูปที่ 5.49 ภาพมาสคอตปลาวาฬของ แคม	60
รูปที่ 5.50 ภาพมาสคอตปลาวาฬของ แก๊ป.....	61
รูปที่ 5.51 ภาพมาสคอตปลาวาฬของ ออมรัก	61
รูปที่ 5.52 ภาพ Background.....	62
รูปที่ 5.53 ภาพ QR Code สำหรับเข้าเว็บไซต์.....	63
บทที่ 6 ผลงานออกแบบ	64
รูปที่ 6.1 ภาพยนตร์โฆษณา 52 Hz รูปที่ 1	64
รูปที่ 6.2 ภาพยนตร์โฆษณา 52 Hz รูปที่ 2	65
รูปที่ 6.3 สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ รูปที่ 1	66
รูปที่ 6.4 สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ รูปที่ 2	67
รูปที่ 6.5 สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ รูปที่ 3	68
รูปที่ 6.6 ภาพรวมของเว็บไซต์.....	69
รูปที่ 6.7 แผ่นประชาสัมพันธ์ รูปที่ 1	70
รูปที่ 6.8 แผ่นประชาสัมพันธ์ รูปที่ 2	71

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 6.9 แผ่นประชาสัมพันธ์ รูปที่ 3	71



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ

สุขภาพจิต หมายถึง ภาวะจิตใจที่เป็นสุข สามารถปรับตัวแก้ปัญหา สร้างสรรค์ทำงานได้ มีความรู้ สึกที่ดีต่อตนเองและผู้อื่น มีความมั่นคงทางจิตใจ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ อยู่ในสังคม และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นเมื่อภาวะที่กล่าวไว้ข้างต้นเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แย่ง จึงถือว่าเป็นปัญหาทางสุขภาพจิต ข้าพเจ้าพบว่าในยุคสังคมปัจจุบันวัยรุ่นมีปัญหาทางสุขภาพจิตทั้งในระดับ ภาวะอาการ จนถึงขั้นเป็นโรค และจากสถิติพบว่าแนวโน้มที่แย่งเรื่อยๆ

จากสภาพแวดล้อมรวมถึงคนใกล้ตัวของข้าพเจ้าที่มีปัญหาทางด้านนี้ ทำให้ข้าพเจ้าเกิดแรงบันดาลใจที่จะทำโครงการณรงค์และประชาสัมพันธ์ สายด่วนสุขภาพจิต เบอร์โทร. 1323 เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นทางเลือกทางหนึ่งและประกอบการตัดสินใจสู่การบรรเทาสุขภาพจิตได้ไม่มากนัก

1.2 กลุ่มเป้าหมาย

1.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก วัยรุ่น ช่วงอายุ 15-24 ปี

1.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง บุคคลทั่วไป

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.3.1 เพื่อศึกษาข้อมูลของสุขภาพจิต ความหมาย และสาเหตุของการเสีสุขภาพจิต

1.3.2 เพื่อศึกษาสายด่วนสุขภาพจิต 1323 จุดประสงค์ และการทำงานขององค์กร

1.3.3 ออกแบบโครงการณรงค์ สายด่วนสุขภาพจิต 1323

1.4 ขอบเขตของโครงการ

1.4.1 ภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง “52Hz” ขนาด 1920x816 ความยาว 01.58 นาที

1.4.2 สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ขนาด 11.69 x 16.54 inch

1.4.3 สื่อดิจิทัล or สื่อนวัตกรรม

1.5 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1.5.1 ศึกษา รวบรวมข้อมูลของสายด่วนสุขภาพจิต 1323

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.5.2 ศึกษา รวบรวมข้อมูลเรื่องสุขภาพจิต
- 1.5.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์อ้างอิง และการอ้างอิงด้านภาพ
- 1.5.4 วิเคราะห์ และสรุปข้อมูล
- 1.5.5 สรุปแนวทางการออกแบบ
- 1.5.6 เขียน Script และ Storyboard
- 1.5.7 รวบรวมทีมงาน
- 1.5.8 เริ่มลงมือปฏิบัติ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 เพื่อศึกษาการออกแบบโฆษณา
- 1.6.2 เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ และเข้าใจประสงค์ของสายด่วนสุขภาพจิต 1323



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

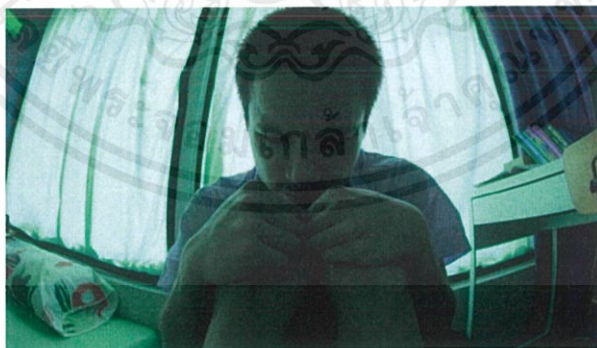
บทที่ 2

สุขภาพจิตในวัยรุ่น และสายด่วนสุขภาพจิต 1323

2.1 สุขภาพจิตในวัยรุ่น

สุขภาพจิตเป็นสภาวะทางจิตใจของบุคคล ซึ่งโดยธรรมชาติภาวะทางจิตใจมีการปรับเปลี่ยนแปลงตามสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวของผู้นั้น ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ซึ่งมีการพัฒนาการไปอย่างไม่หยุดยั้ง สุขภาพจิตของคนเราจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนแปลงตาม นับเป็นความยากลำบากพอควรของมนุษย์ที่จะต้องปรับตัวปรับใจไปกับการเปลี่ยนแปลง ที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อคนเราพบความยุ่งยาก ย่อมทำให้เกิดความตึงเครียด และถ้ามีอะไรมาซ้ำเติมอีกก็จะทำให้ความเครียดสูงขึ้นๆ ทำให้สุขภาพจิตอ่อนแอ และถ้าทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นมากๆ จนกระทั่งผู้นั้นไม่สามารถทนได้ ย่อมทำให้สุขภาพจิตเสีย จิตใจทำงานผิดปกติไป เกิดปัญหาหรือโรคทางจิตใจและอารมณ์ได้

วัยรุ่นเป็นวัยที่มีปัญหาสุขภาพจิตได้มากที่สุดวัยหนึ่ง เพราะเป็นวัยที่ต้องปรับตัวในพัฒนาการต่อจากวัยเด็ก ทั้งด้านอารมณ์และร่างกาย ในสังคมปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงในทุกๆด้าน วัยรุ่นจะต้องเผชิญกับความคาดหวังของครอบครัวและผู้อื่น และเริ่มต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม ปัจจัยต่าง ๆ นั้นล้วนส่งผลต่อจิตใจและอารมณ์ ทำให้สุขภาพจิตย่ำแย่ได้ ซึ่งหากทิ้งไว้นาน ไม่ปรึกษาใคร ไม่มีใครเข้าใจและรับฟัง ไม่ได้รับการช่วยเหลือ อาจนำไปสู่ปัญหาอื่นๆที่มีความรุนแรงขึ้นตามมา เช่น ฆ่าตัวตาย ทำร้ายคนอื่น ตัดยา เรียนไม่จบ เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 เด็กวัยรุ่นที่เป็นโรคซึมเศร้า จาก ซีรี่ย์ SOS skate ซิม ช่าส์
ที่มา : [https://www.chocolad.co/choc-crunch/เรียนรู้ความ-“ซึมเศร้า”-จาก
มุมมองผู้ป่วย-.html](https://www.chocolad.co/choc-crunch/เรียนรู้ความ-“ซึมเศร้า”-จากมุมมองผู้ป่วย-.html)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.2 เด็กสาวที่ไม่ค่อยมีเพื่อน จากซีรี่ย์ ฮอริโมน วัยว้าวุ่น

ที่มา : <http://campus.sanook.com/>

1373841/%E0%B8%94%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8

2.2 สายด่วนสุขภาพจิต 1323

สายด่วนสุขภาพจิต 1323 กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข คือรูปแบบการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพจิตทางสายโทรศัพท์ เน้นการเข้าถึง และบรรเทาปัญหาหลายทุกข์ของประชาชนอย่างใกล้ชิด แก่ประชาชนทุกเพศทุกวัย ทุกสาขาอาชีพ รวมถึงคนที่มีปัญหาสุขภาพจิต ภาวะวิกฤติหรือด้านอื่นๆ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเจ็บป่วยด้านสุขภาพจิต อาจแค่มีปัญหาต่างๆ แต่แก้ปัญหาตนเองไม่ได้ รวมถึงผู้ปกครองเองในการสื่อสารกับวัยรุ่น วัยทำงาน วัยอื่นๆ ที่มีปัญหาความเครียด ก็สามารถโทรศัพท์เข้ามาปรึกษา สายด่วนสุขภาพจิต 1323 ได้

2.2.1 ปัญหาส่วนใหญ่ที่โทรเข้ามาปรึกษาจะแบ่งเป็น 4 ประเภท

2.2.1.1 ปัญหาความเครียดทั่วไป

เป็นปัญหาเรื่องความเครียดทั่วไป เช่น บางคนดำเนินชีวิตไปตามปกติในชีวิตประจำวัน และเกิดความเครียดขึ้นมา เช่น วัยเรียนจะเจอช่วงเปิดเทอมใหม่ ต้องเปลี่ยนแปลงปรับตัว หรือเด็กที่จะสอบเข้ามหาวิทยาลัย ก็เกิดความเครียด หรือเด็กมหาวิทยาลัยที่เรียนจบใหม่ๆ แล้วต้องไปทำงาน ตรงนี้จะมีมีความเครียดเรื่องการปรับตัว

2.2.1.2 ปัญหาใช้จิตเวชเดิม

มักจะโทรศัพท์เข้ามาปรึกษาว่าทำอย่างไรดี เช่น ทานยาไปแล้วมีผลกระทบบ มีผลข้างเคียง ก็จะโทรศัพท์มาปรึกษาว่าจะทำเช่นไร หรือเริ่มเห็นคนอื่น ป่วยด้านสุขภาพจิตเหมือนที่ตนเองเคยป่วย ก็จะโทรศัพท์มาปรึกษาเราว่าควรทำอย่างไร ซึ่งเราก็จะส่งต่อคนไข้ไปยังโรงพยาบาลจิตเวช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.1.3 ปัญหาเรื่องความสัมพันธ์

จากการสำรวจความสุขและทัศนคติวัยรุ่นต่อความสัมพันธ์ พบว่าวัยรุ่นเกือบครึ่งไม่มีความมั่นใจในการแก้ปัญหาชีวิต ไม่มีความภูมิใจในตนเอง และรู้สึกว่าตนเองไม่ประสบความสำเร็จในชีวิต เมื่อไม่สบายใจ 51.30% จะใช้วิธีอยู่เฉยๆ คนเดียว พยายามแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง รongลงมา 43.45% เลือกระบายความรู้สึก โดยเฉพาะกับเพื่อนมากกว่าพ่อแม่ มีแค่ จำนวนน้อยที่รู้สึกว่าการใช้เวลาอยู่กับครอบครัวทำให้มีความสุข สำหรับความคิดเห็นในส่วนของเหตุผลวัยรุ่นที่อยากมีแฟน ครั้งหนึ่ง ผูกความสุขของตนเองไว้กับการมีแฟน มองว่า มีแฟนแล้วจะไม่เหงา รู้สึกเติมเต็ม

2.2.1.4 ปัญหาสารเสพติด ปัญหาการติดพนัน

ปัญหาสารเสพติด ยาเสพติดจะเข้ามามีอิทธิพลกับวัยรุ่นเป็นอย่างมากในช่วงเวลานี้ โดยบางครั้งอาจได้รับคำชักชวนจากเพื่อน ในช่วงวัยนี้บุคคลที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่นมากที่สุดก็คือเพื่อน เพราะบางปัญหาที่ไม่กล้าบอกเล่าหรือไม่ได้รับความสนใจจากผู้ปกครองรวมทั้งครูอาจารย์ คนที่ได้รับความไว้วางใจที่สุดก็คือเพื่อน ซึ่งใครจะพบเจอเพื่อนที่ดีหรือไม่ดีนั้น เป็นเรื่องที่ควบคุมไม่ได้

ปัญหาการติดพนัน อธิบดีกรมสุขภาพจิต กล่าวว่า พบว่าเด็กและเยาวชน ใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางเข้าถึงข้อมูลการพนันถึงร้อยละ 53 และเด็กวัยนี้มีความเสี่ยงสูงจะติดการพนันได้ง่ายและเลิกยาก เนื่องจากสมองส่วนหน้าซึ่งทำหน้าที่ในการคิดใช้เหตุผลตัดสินใจ ยังเจริญไม่เต็มที่เท่าผู้ใหญ่ จึงขาดความยับยั้งชั่งใจ จึงต้องรีบไปพบแพทย์รักษาให้เร็วที่สุด โดยผู้อยากเลิกพนันสามารถรักษาให้หายได้ แต่หากไม่ได้รักษา จะมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมและเกิดปัญหาสังคมหลายอย่าง



สายด่วนสุขภาพจิต 1323

ภาพที่ 2.3 โลโก้สายด่วนสุขภาพจิต 1323

ที่มา : <https://www.facebook.com/helpline1323/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ข้อมูลทางการออกแบบ

3.1 ปลาวาฬ 52 เฮิร์ตซ์ (Whale 52 Hz)

ในปี 1989 ทีมนักวิทยาศาสตร์ของ สถาบันสมุทรศาสตร์วูดส์โฮล (Woods Hole Oceanographic Institution หรือ WHOI) ได้ทำการค้นพบคลื่นเสียงแปลกประหลาด ที่มีความถี่สูงถึง 52 hz หลังจากนั้นมันก็หายไป ด้วยความสงสัยว่ามันคือเสียงของอะไรกันแน่ พวกเขาเลยเฝ้าติดตามหามันต่อไป จนได้ตรวจจับได้อีกครั้งเมื่อปี 1990 และ 1991 พอมาถึงในปี 1992 หลังจากสงครามเย็นจบลง เรือดำน้ำของสหรัฐก็ได้ตรวจพบคลื่นเสียงนี้เช่นเดียวกัน และที่มาของเสียงนี้ปรากฏว่าเป็นเสียงของวาฬบาลีนชนิดหนึ่ง (วาฬที่มีลักษณะฟันแบบกรอง) ทีมนักวิทยาศาสตร์จาก WHOI และหน่วยเรือดำน้ำของสหรัฐ ก็ได้ร่วมมือกันศึกษาเกี่ยวกับเจ้าวาฬตัวนี้ จากการติดตามศึกษามากก็พบว่าเจ้าวาฬตัวนี้ไม่มีแม่แต่เพื่อนร่วมฝูง ไม่มีคู่อุปถัมภ์ มันไม่มีใครเลย ใช้ชีวิตอยู่เพียงลำพังในมหาสมุทรอันกว้างใหญ่ นั่นเป็นเพราะว่า วาฬทั้งหลายนั้นจะใช้การสื่อสารกันผ่านทางคลื่นเสียง และระดับคลื่นเสียงที่วาฬบาลีนปกติธรรมดาใช้นั้นใช้สื่อสารกันจะมีความถี่อยู่ที่ประมาณ 12-25hz และด้วยความถี่เสียงของเจ้าวาฬตัวนี้ที่มีความสูงถึง 52hz ซึ่งมันอยู่ในระดับที่วาฬตัวอื่นๆ ไม่สามารถรับรู้ได้ จึงทำให้มันไม่สามารถติดต่อสื่อสารกับวาฬตัวอื่นได้เลย หรือก็คือไม่มีวาฬตัวไหนรับรู้ได้ถึงการมีอยู่ของมัน นักวิทยาศาสตร์ก็ยังไม่สามารถสรุปได้ว่ามันเป็นวาฬชนิดไหนกันแน่ แต่เป็นไปได้ว่าอาจจะเป็นการผสมข้ามสายพันธุ์ระหว่าง วาฬสีน้ำเงินและวาฬฟิน จนทำให้มันกลายมาเป็นพันธุ์ผสมที่มีลักษณะไม่เหมือนกับใคร



ภาพที่ 3.1 ภาพสมมุติของ ปลาวาฬ 52 เฮิร์ตซ์
ที่มา : <http://www.catdumb.com/52hz-lonelinest->

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.1 ความหมายของปลาวาฬ 52 เฮิร์ตซ์ ในเชิงสัญลักษณ์

ปลาวาฬ 52 เฮิร์ตซ์ คือเจ้าของคลื่นเสียงในระดับ 52 Hz ซึ่งเป็นคลื่นความถี่ที่สูงเกินกว่า วาฬสายพันธุ์อื่นจะได้ยิน (วาฬสีน้ำเงินมีความถี่ที่ 10-39 Hz ส่วนวาฬพินอู๋อยู่ที่ 20 Hz) เหตุนี้เองจึง ทำให้มันต้องว่ายวนในมหาสมุทรแปซิฟิกอย่างเดียดเดียว จึงทำให้มันกลายเป็นสัญลักษณ์ของ “ความเหงา” “ความโดดเดี่ยว” และถูกนำไปเป็นแรงบันดาลใจในผลงานต่างๆมากมาย ข้าพเจ้าได้รวบรวม ผลงานที่เป็นแบบอย่างของงานวิจัยชิ้นนี้ไว้โดยสังเขป ดังนี้

3.1.1.1 หนังสือ ยอดมนุษย์ดาวเคราะห์

“เรื่องมีอยู่ว่า เราล้วนเป็นตัวแปรในชีวิตกันและกัน”

หนังสือที่บอกเล่าเรื่องราวบนโลกเคราะห์สี่เทาแสงงดงามดวงเดิม ไม่มีคติคำสอน มีแต่กลุ่มมนุษย์แสน ธรรมดาที่ต่างขับเคลื่อนชีวิตที่เงียบเหงาและแตกสลาย

ชื่อหนังสือ: ยอดมนุษย์ดาวเคราะห์

ผู้เขียน: งามอาจ ชัยชาญชีพ

สำนักพิมพ์: เปิดเต่าควาย

เรื่องย่อ ณ ปกหลัง

เคยได้ยินเรื่อง 52Hz มั้ย?

มันเป็นวาฬสีน้ำเงินที่ใช้ชีวิตอย่างโดดเดี่ยว

ในมหาสมุทรแปซิฟิกมาเป็นเวลานานถึงยี่สิบปี

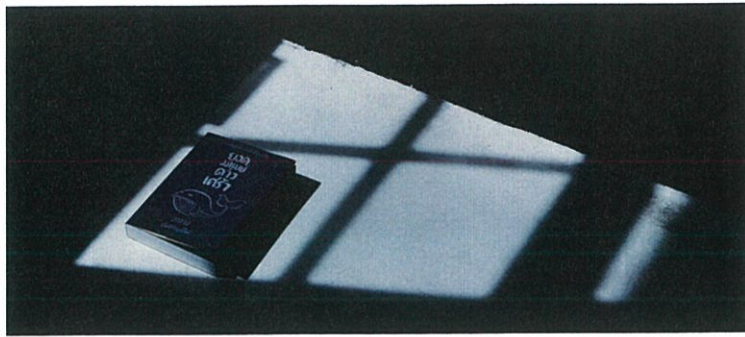
มันไม่อาจสื่อสารไปถึงวาฬตัวอื่นๆได้

เพราะคลื่นความถี่ 52Hz ของมัน

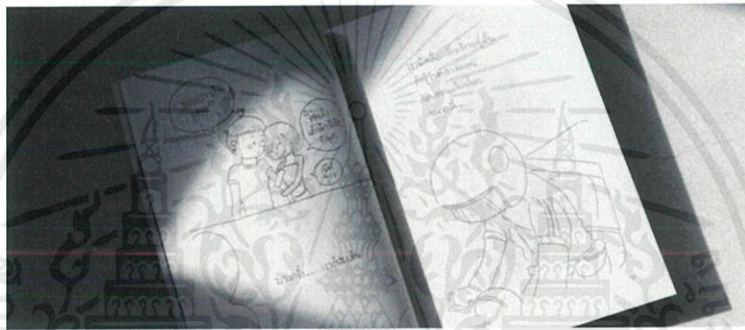
ต้นเป็นความถี่ที่ไม่เหมือนกับวาฬตัวใดในโลก

มันจึงต้องใช้ชีวิตอย่างโดดเดี่ยวมาตลอด

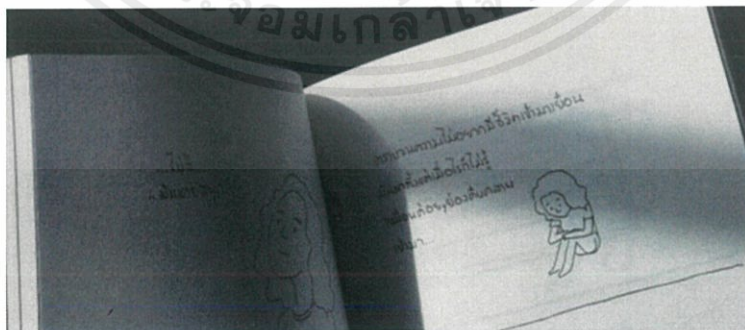
.....นั่นแหละ ฉันทละ....



ภาพที่ 3.2 หนังสือ “ยอดมนุษย์ดาวเคราะห์” รูปที่ 1
ที่มา : <https://www.adaymagazine.com/recommends/book-22>



ภาพที่ 3.3 หนังสือ “ยอดมนุษย์ดาวเคราะห์” รูปที่ 2
ที่มา : <https://www.adaymagazine.com/recommends/book-22>



ภาพที่ 3.4 หนังสือ “ยอดมนุษย์ดาวเคราะห์” รูปที่ 3
ที่มา : <https://www.adaymagazine.com/recommends/book-22>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.1.2 เพลง 52 Hz ของ Henri Dunant (กลุ่มศิลปินชาวไทย)

แม็กซ์ เจนมานะ นักร้องหนุ่มที่โด่งดังมาจากเวที The Voice Thailand Season 1 และ ไบรท์-ซัชชล ศรีสมบูรณานนท์ รุ่นพี่ที่มหาวิทยาลัยของแม็กซ์

Henri Dunant คืออีกโปรเจกต์หนึ่งของ แม็กซ์ เจนมานะ ที่ทำร่วมกับ ไบรท์ ซัชชล เรื่องราวของ ปลาواه 52 เฮิร์ตซ์ ดังกล่าว ได้กลายเป็นแรงบันดาลใจให้กับ แม็กซ์ และ ไบรท์ ที่มองตัวเองเหมือนกับวาฬตัวนี้ เพราะพวกเขาเป็นคนที่ไม่ค่อยเข้าสังคม ไม่ใช่ว่ารักความสงบหรือปลีกวิเวกอะไร แต่กลับเป็นเพราะว่าสองคนนี้คุยกับคนอื่นไม่รู้เรื่อง เป็นคนที่คลื่นเสียงจูนไม่ตรงกับคนอื่น เหมือนเจ้าวาฬยังงัยงั้น ซึ่งอันที่จริงหลาย ๆ ครั้งก็รอโทรศัพท์ให้เพื่อนชวนออกไปแฮงเอาต์ แต่กลับไม่มีใครโทรมา อย่างไรก็ตามอย่างน้อยพวกเขามีกันอยู่สองคน ทั้งสองสื่อความเหงาของเพลงด้วยสไตล์ป๊อปฟังเก้ ๆ มีบีทสนุกสนาน โลกก็ตาร์ชวนนึกถึงหนังสับสนเก่า ๆ และเด่นด้วยเสียงซินธ์

80s



ภาพที่ 3.5 แม็กซ์ และ ไบรท์ ระหว่างร้องเพลง 52 Hz
ที่มา : https://www.fungjaizine.com/news/trending_news/52-hz

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.1.2 เพลง Whalien 52 ของ BTS (กลุ่มศิลปินชายเกาหลี)

บีทีเอส (อังกฤษ : BTS), บียอนด์เดอะซีน (อังกฤษ : Beyond The Scene) หรือ บังทัน บอยส์ (อังกฤษ : Bangtan Boys) เป็นกลุ่มดนตรีชายเกาหลีใต้แนวเคป็อปและฮิปฮอป สังกัดบิกฮิต เอนเตอร์เทนเมนต์ ประกอบด้วยสมาชิกจำนวนเจ็ดคนคือ จิน, ชูกา, เจ-โฮป, แร็ปมอนสเตอร์, จีมิน, วี และจ็องกุก เปิดตัวครั้งแรกเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน ค.ศ. 2013

ชื่อเพลง คำว่า Whalien 52 มาจากคำว่า whale (วาฬ) + alien (เอเลียนไม่ได้แปลว่า มนุษย์ต่างดาวเท่านั้น ทางadj.ยังแปลว่า แปลกแยก อีกด้วย) ส่วน 52 มาจาก 52Hz ซึ่งเป็นหน่วย ความถี่ Whalien มาจากการผสมระหว่าง Whale กับ -ien ความหมายคือ ชาววาฬ ความหมายของเพลง คือความทรงจำกับความโดดเดี่ยวที่ไม่มีใครได้ยินเสียง แต่ก็ยังคงมีความเชื่อว่า สักวันจะมีใครได้ยิน



ภาพที่ 3.6 จากซ้ายไปขวา : วี, ชูการ์, จองกุก, จิน, แร็ปมอนสเตอร์, จีมิน และเจ-โฮป

ที่มา : <https://music.mthai.com/news/newsasia/197865.html>

บทที่ 4

วิเคราะห์และสรุปข้อมูลแนวทางการเล่าเรื่อง

การออกแบบโฆษณาณรงค์ สายด่วนสุขภาพจิต 1323 มีการศึกษาข้อมูล เพื่อใช้ในการออกแบบ แบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ ดังนี้

- 4.1 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลแนวทางการเล่าเรื่อง
- 4.2 Script
- 4.3 แนวทางการออกแบบ

4.1 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลแนวทางการเล่าเรื่อง

หัวข้อ วิทยานิพนธ์ คือ “สายด่วนสุขภาพจิต 1323” จึงเลือกเล่าเรื่องโดยใช้คอนเซ็ปต์ ปลาฉาว 52 เฮิร์ตซ์ เจ้าของคลื่นเสียงในระดับ 52 Hz ซึ่งเป็นคลื่นความถี่ที่สูงเกินกว่าวาฬสายพันธุ์อื่นจะได้ยิน และเป็นสัญลักษณ์ของ “ความเหงา” “ความโดดเดี่ยว” นำมาใช้เปรียบเทียบกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งก็คือ วัยรุ่น จากข้อสรุปที่ว่า วัยรุ่นเป็นอีกวัยหนึ่งที่มีสุขภาพจิตแย่มาก เพราะเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงและต้องการการยอมรับมาก เมื่อไม่ได้รับการรับฟัง หรือไม่ได้รับการเข้าใจนั้น ทำให้รู้สึกแย่และโดดเดี่ยว แต่จริงๆ แล้วมีอีกทางเลือกหนึ่งเสมอ นั่นก็คือ สายด่วนสุขภาพจิต 1323

4.1.2 ชื่อภาพยนตร์โฆษณา (Digital Video Campaign)

WHALE 52 Hz

4.1.2 ประเด็นของเรื่อง (THEME)

“เสียงที่ใครไม่ได้ยิน เราได้ยิน”

4.1.3 โครงเรื่องย่อ (PLOT)

เรื่องเล่าโดยการเปรียบเทียบเด็กผู้หญิงคนหนึ่งที่คิดว่าตัวเองเหมือนปลาฉาว 52 เฮิร์ตซ์ เพราะว่าทั้งคู่ต่างมีความแปลกแยกและโดดเดี่ยว เธอไม่ค่อยมีส่วนร่วมกับครอบครัว และเข้ากับเพื่อนไม่ค่อยได้ จึงคิดว่าไม่มีใครรับฟัง ไม่มีใครเข้าใจ เหมือนกับเสียงของปลาฉาว 52 เฮิร์ตซ์ ที่ไม่ว่าจะส่งเสียงดังแค่ไหน ปลาฉาวตัวอื่นก็ไม่เคยได้ยิน เหมือนเสียงของเธอเอง แต่ภายใต้มหาสมุทรที่กว้างใหญ่ก็ยังมีอีกหลายสิ่งมีชีวิต ที่อาจจะรับรู้และได้ยินเสียงของมันเสมอ เปรียบเหมือนสายด่วนสุขภาพจิต 1323 เมื่อเด็กผู้หญิงคนนั้นได้รู้จักและใช้บริการ เธอก็ไม่รู้สึกโดดเดี่ยวอีกต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 Script

(Voice over)

เคยได้ยินเรื่อง คลื่นเสียงที่52Hz ปะ?

ถ้าไม่เคยได้ยิน

มา เดี่ยวจะเล่าให้ฟัง

คลื่นเสียงที่52Hz เนี่ย มันคือคลื่นเสียงของปลาวาฬตัวหนึ่ง
ที่ไว้ใช้สื่อสารหรือคุยกับปลาวาฬตัวอื่น

แต่เรื่องตลกก็คือก็คือ ปลาวาฬตัวอื่นๆ
มันใช้คลื่นกันแค่ 12-25Hz

แล้วยังไงละ? โอ้เจ้า 52Hz มันก็คุยกับตัวอื่นเขาไม่รู้เรื่องนะสิ
ไม่มีใครเข้าใจ
ไม่มีใครรับรู้
ไม่มีใครได้ยิน

ภายใต้มหาสมุทรที่กว้างใหญ่
มันจึงได้ชื่อว่า ปลาวาฬที่โดดเดี่ยวที่สุดในโลก

แต่ มันก็ยังคงส่งเสียงอยู่ตลอดนะ
เพราะภายใต้มหาสมุทรกว้างใหญ่นี้ ก็ยังมีอีกหลายสิ่งมีชีวิต

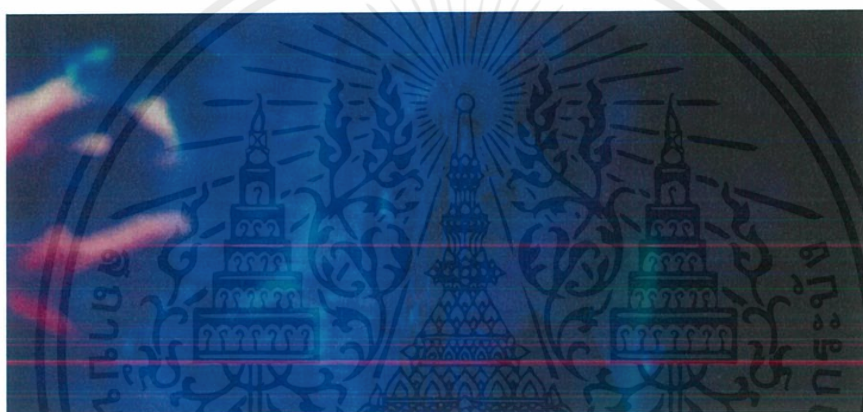
ที่อาจจะรับรู้ถึงมัน
ได้ยินเสียงมัน
และเข้าใจมัน

คลื่นเสียงที่ 52Hz ก็คงจะไม่ใช้คลื่นเสียงที่โดดเดี่ยวอีกต่อไปแล้วแหละ

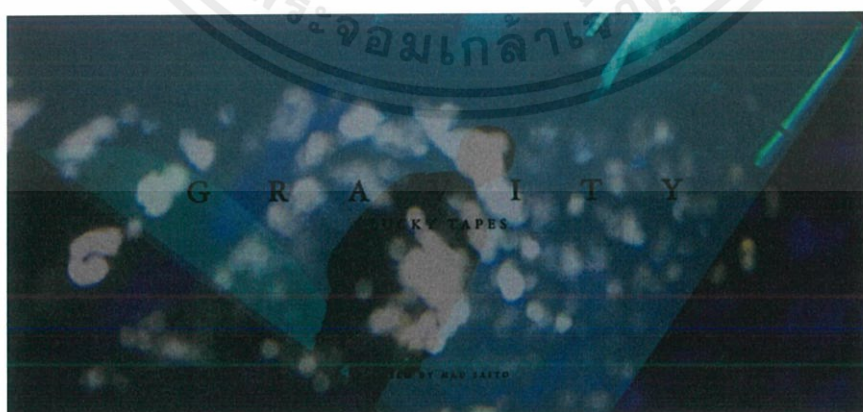
4.3 แนวทางการออกแบบ

4.3.1 แนวทางการออกแบบภาพยนตร์โฆษณา (Digital Video Campaign)

กลุ่มเป้าหมายของศิลปินพจน์คือ วัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่ไม่ชอบอะไรน่าเบื่อ ยิ่งเรื่องสายด่วน สุขภาพจิตมีความเป็นวิชาการสูง จึงเน้นใช้สไตล์ภาพที่สวยงาม มีความเป็นมิวสิควีดีโอเพื่อดึงดูดความสนใจ เน้นสีฟ้าและเขียวให้เหมือนโลกใต้ทะเล



ภาพที่ 4.1 แนวทางภาพ จาก MV Gravity - Lucky Tapes รูปที่ 1
ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=SkIr9YvcCn8>



ภาพที่ 4.2 แนวทางภาพ จาก MV Gravity - Lucky Tapes รูปที่ 2
ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=SkIr9YvcCn8>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.2 แนวทางการออกแบบสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ (Print Ad)

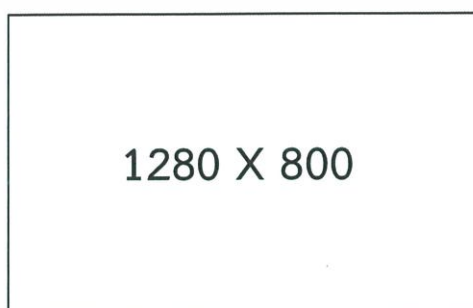
สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ต้องดึงดูดสายตาได้ตั้งแต่ครั้งแรกที่มอง ศิลปะนิพนธ์ชิ้นนี้มีคอนเซ็ปต์โลกใต้น้ำ จึงเลือกทำให้ภาพเหมือนอยู่ใต้ทะเลลึก และมีแค่ตรงบุคคลที่เป็นตัวหลักเท่านั้นถึงจะเน้นแสงขึ้นมา เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ใช้สไตล์ภาพโลว์คีย์ คือ ภาพที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่ของภาพจะเป็นโทนมืด โดยเฉพาะสีดำ และมีการเล่นแสงเล่นเงาเยอะเพื่อให้ดูลึกกลับและน่าสนใจ มีแนวทางภาพจากผลงานของ Gregory Crewdson เป็นหลัก



ภาพที่ 4.3 แนวทางภาพ จากผลงานของ Gregory Crewdson
ที่มา : <http://doubleexposurejournal.com/gregory-crewdson-brief-encounters/>

4.3.3 แนวทางการออกแบบเว็บไซต์ (Website)

ออกแบบให้ดูเข้าใจง่าย ใช้สีฟ้าและเขียวเป็นหลัก เพื่อให้เข้ากับคอนเซ็ปต์ใต้ทะเล มี Element เป็นเส้นคลื่นเปรียบเหมือนคลื่นเสียง
สร้างเว็บไซต์ที่ wix.com (เว็บไซต์สำหรับบริการสร้างเว็บไซต์ฟรี) เลือกใช้ขนาด 1280 X 800



ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างขนาดเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การดำเนินการออกแบบ

5.1 การออกแบบภาพยนตร์โฆษณา (Digital Video Campaign)

5.1.1 Storyboard

5.1.1.1 แบบร่าง Storyboard “WHALE 52 Hz” แบบที่ 1



ภาพที่ 5.1 แบบร่าง Storyboard “WHALE 52 Hz” แบบที่ 1 หน้า 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



7
V.O. : เหมือนไม่มีใครได้ยิน
Fx ?



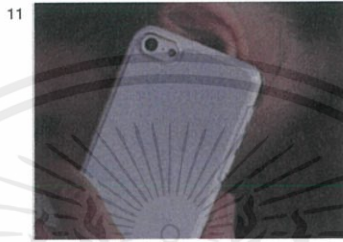
8
V.O. : มันเลยต้องโดดเดี่ยวอยู่คนเดียว
Fx lonely mood



9
V.O. : ในมหาสมุทรกว้างใหญ่ที่ทั้งลึกและมืด
Fx lonely mood



10
V.O. : แต่มันก็ยังพยายามส่งเสียงอยู่ตลอด
Fx lonely mood



11
V.O. : หวังแค่เสียงของดนตรีจะส่งไปถึง
Fx เสียงต่อสายโทรศัพท์ , Fx lonely mood

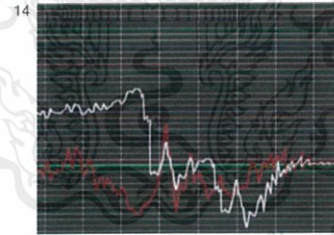


12
V.O. : และมันยังคิดว่าได้มหาสมุทรลึกนั้น
ส่วนยังมีสิ่งมีชีวิตลึกลับ ที่รอการพิสูจน์อีกมากมาย
[New?]Fx or เสียงรอสายหรือเสียงคลื่นหรือกราฟ?

ภาพที่ 5.2 แบบร่าง Storyboard “WHALE 52 Hz” แบบที่ 1 หน้า 2



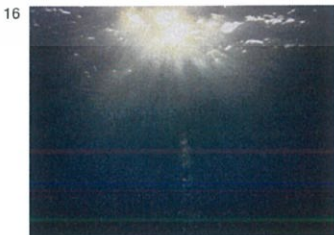
13
V.O. : อาจจะมีปลาลาวาฟลายพันธุ์เดียวกับตน
หรือ ไดโนเสาร์เมสซี กระทั่งเอเลี่ยน
ที่อาจจะได้ยินเสียงของมัน
Fx เสียงรอสายที่คล้ายกับเสียงคลื่นหรือกราฟ?



14
V.O. : ที่สามารถจูนคลื่นติดกัน
ที่สามารถรับรู้การมือของกันไม่ได้
Fx เสียงรอสายที่คล้ายกับเสียงคลื่นหรือกราฟ?



15
V.O. : กายที่สุดเจ้าปลาลาวาฟ52Hz
ที่จะไม่ได้อยู่เพียงลำพัง
ในท้องมหาสมุทรนี้อีกต่อไป
Fx เสียงรับโทรศัพท์
Fx เพลงทั้งหมดฉบับนี้



16
VFX1 [1323] : สวัสดิ์
VFX2 [ตัวเอก] : ...ฮัลโหล
Fx Good mood ขึ้นหลังเสียงคุยจบ



17
ขึ้นSuper
“เสียงที่ไม่มีใครได้ยิน เราได้ยิน”
Fx Good mood



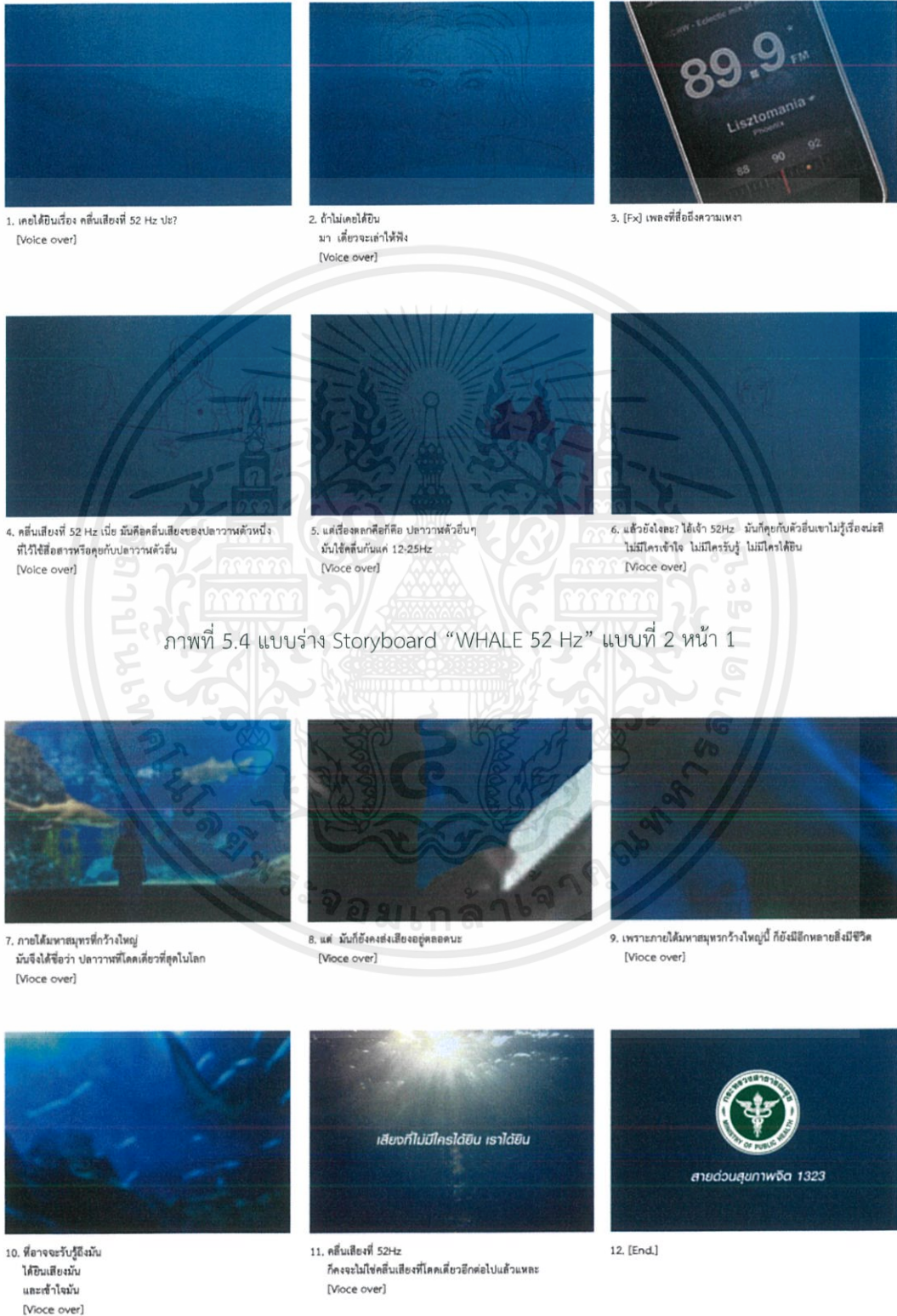
18
ขึ้นโลโก้ สายด่วนสุขภาพจิต 1323
Fx Good mood

[End]

ภาพที่ 5.3 แบบร่าง Storyboard “WHALE 52 Hz” แบบที่ 1 หน้า 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.1.2 แบบร่าง Storyboard “WHALE 52 Hz” แบบที่ 2 (แบบที่ใช้จริง)



ภาพที่ 5.4 แบบร่าง Storyboard “WHALE 52 Hz” แบบที่ 2 หน้า 1

ภาพที่ 5.5 แบบร่าง Storyboard “WHALE 52 Hz” แบบที่ 2 หน้า 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2 ขั้นตอนเตรียมการผลิตภาพยนตร์โฆษณา (Pre-Production)

5.1.2.1 การคัดเลือกนักแสดง

บทบาทที่ต้องการ (นักแสดงหลัก)

เอมี

เด็กสาว วัยมัธยมปลาย ส่วนสูง 165 เซนติเมตร ขึ้นไป ผมสีดำ บุคลิกเป็นคนเงียบๆ ไม่ค่อยเข้าสังคม มีความเศร้าในแววตา

วิธีการคัดเลือกนักแสดง

คัดเลือกโดยการพูดคุยถึงความเข้าใจในเนื้อหา และความหมายในภาพยนตร์โฆษณา และแลกเปลี่ยนทัศนคติต่อกัน

สร้างคำถามเพื่อประเมินมุมมองของนักแสดงหลัก เช่น ให้ประเมินนิสัยของตัวเอง มีทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพจิตที่ย่ำแย่อย่างไร เคยมีประสบการณ์เช่นนี้หรือไม่ มีทัศนคติเกี่ยวกับสายด่วนสุขภาพจิต1323อย่างไร

เอกสารข้อมูลนักแสดง (Casting Sheet)


สำหรับเอกสารรายละเอียดของนักแสดง มีความสำคัญในการมอบหมายและนัดแนะตารางเวลาดำเนินงาน และการเตรียมเสื้อผ้า หรือกรณีพิเศษอื่นๆ ที่ต้องการติดต่อเร่งด่วน ข้าพเจ้าจึงขอไลน์และเฟสบุ๊ค เอาไว้สำหรับการติดต่อพูดคุยเพื่อการติดต่อที่สะดวกขึ้นตามยุคสมัย เพื่อความเข้าใจในตารางเวลาที่ตรงกัน แม้ข้าพเจ้ามีไฟล์ข้อมูลของนักแสดงอยู่ในรูปแบบออนไลน์แล้วก็ตาม ข้าพเจ้าก็จดบันทึกไว้เพื่อความแม่นยำสำหรับการเรียกใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(CASTING SHEET)

ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง : WHALE 52 Hz

ผู้กำกับ : กมลวรรณ บุญศรี

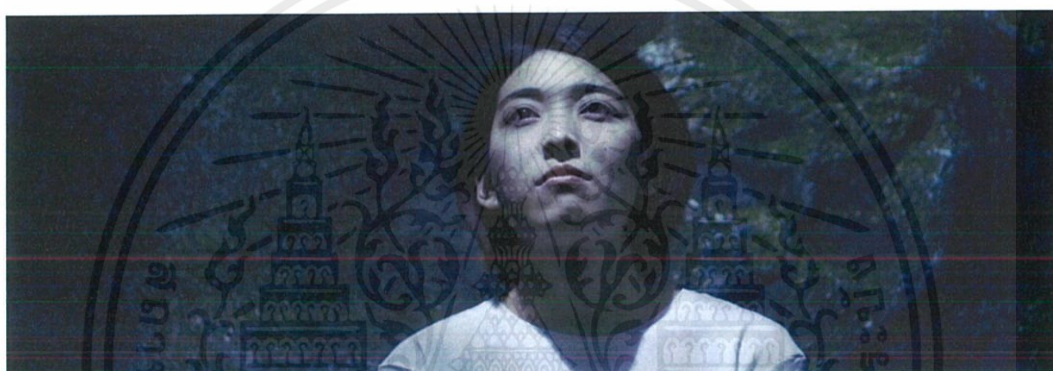
บทบาท : เอมี	
	ชื่อ : นางสาว สลิลทิพย์ ลาภปรารธนา
	ชื่อภาษาอังกฤษ : Salintip Lapprattana
	การศึกษา : ปริญญาตรี จาก คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชานิเทศ ศิลป์ สาขาภาพยนตร์และดิจิทัล มีเดีย
	ข้อมูลทางกายภาพ
	เพศ : หญิง
	อายุ : 25
	ประสบการณ์การแสดง -
	ความสามารถพิเศษ -
	ส่วนสูง : 173 น้ำหนัก : 56
	SIZE เสื้อ : L SIZE กางเกง : 30
รองเท้า : 40	
เบอร์โทรศัพท์ : 094-556-2751	
อาหารที่แพ้ : -	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2.2 เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย (Costume)

เอมี เสื้อยืดสีดำ ขาว กางเกงขาสั้น แบบชุดลาลองทั่วไป ใส่อยู่บ้าน และ เครื่องแบบนักเรียนมัธยมปลาย

ครอบครัว พ่อ แม่ น้องชาย ทุกคนจะใส่สีโทนน้ำตาล ส้ม แดง ยกเว้นเอมี เพื่อสร้างความรู้สึกแปลกแยก



ภาพที่ 5.6 ภาพแสดงชุดลาลองของเอมี



ภาพที่ 5.7 ภาพแสดงชุดเครื่องแบบนักเรียนของเอมีและ
ตัวประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.8 ภาพแสดงชุดจำลองของเอมีและคนในครอบครัว ซีต1



ภาพที่ 5.9 ภาพแสดงชุดจำลองของเอมีและคนในครอบครัว ซีต2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2.3 การกำกับศิลป์ (Production Design)

ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้มีลักษณะการเล่าเรื่องแบบ Sparklines คือการสร้างสิ่งย้ายลบางอย่างที่เกินกว่าความเป็นจริงในชีวิตประจำวันของผู้รับสาร เพื่อสร้างความหวังให้พวกเขา ในศิลปะนิพนธ์ชิ้นนี้ เน้นที่การสร้าง Ideal บางอย่างที่ดี ที่อาจจะสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับสังคมได้ไม่มากนักน้อย เรื่องที่เล่าจะมีบรรยากาศแบบใต้ทะเล ข้าพเจ้าจึงเลือกใช้โทนสีฟ้าและเขียวในภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้

พลังของสีฟ้า มีความหมายถึง ความเหงา ความโดดเดี่ยว ความไม่มั่นคง หรือไม่ต่อสู้ ความเจ็บสงบ ความใจเย็น หรือ ภาวะเกี่ยวกับสมอง ภาวะจิตใจหดหู่ เศร้าหมอง

พลังของสีเขียว มีความหมายถึง ธรรมชาติ วัยเด็ก แต่ขณะเดียวกันสื่อถึงความไม่ซื่อสัตย์ เป็นลางร้าย หรือลางสังหรณ์ ความมืดมัวหรือความชั่วร้าย และความอันตรายที่แยบยล



ภาพที่ 5.10 ภาพประกอบการควบคุมโทนสีที่ใช้ในมิวสิควิดีโอและภาพยนตร์
ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=SkIr9YvcCn8>



ภาพที่ 5.11 Cinema Palettes

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2.4 สถานที่ถ่ายทำ (Location)

บ้าน บริเวณห้องครัว ห้องนั่งเล่น และห้องนอน

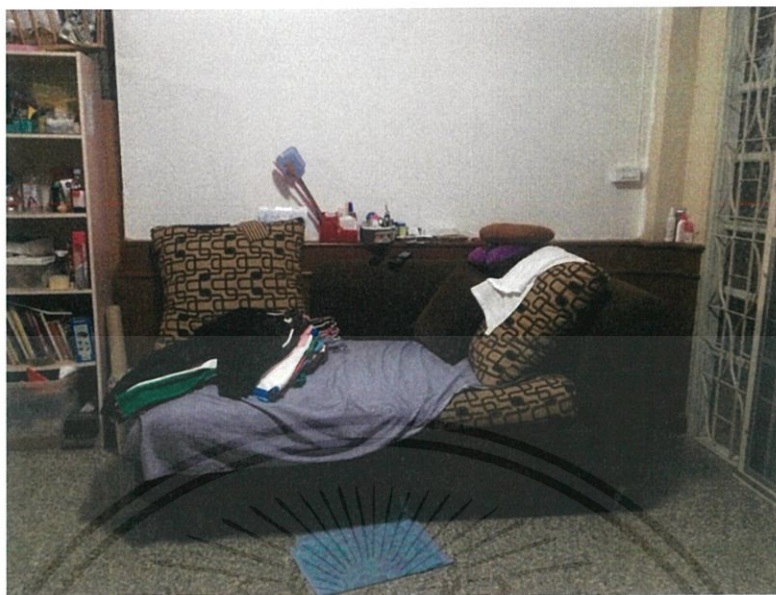


ภาพที่ 5.12 ภาพห้องครัว



ภาพที่ 5.13 ภาพห้องนั่งเล่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.14 ภาพห้องนอน

ตึกพระเทพ (สจล.) ใช้บริเวณม้านั่งหินตรงทางเดิน สมมติเป็นฉากในโรงเรียน



ภาพที่ 5.15 ภาพบริเวณทางเดิน ตึกพระเทพ สจล.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ ซีไลฟ์ โอเชียน เวิลด์ กรุงเทพ หรือ บางกอก ซีไลฟ์ โอเชียนเวิลด์
(SEA LIFE Bangkok Ocean World)



ภาพที่ 5.16 SEA LIFE Bangkok Ocean World



ภาพที่ 5.17 SEA LIFE Bangkok Ocean World

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2.5 การออกแบบจากภาพยนตร์โฆษณา

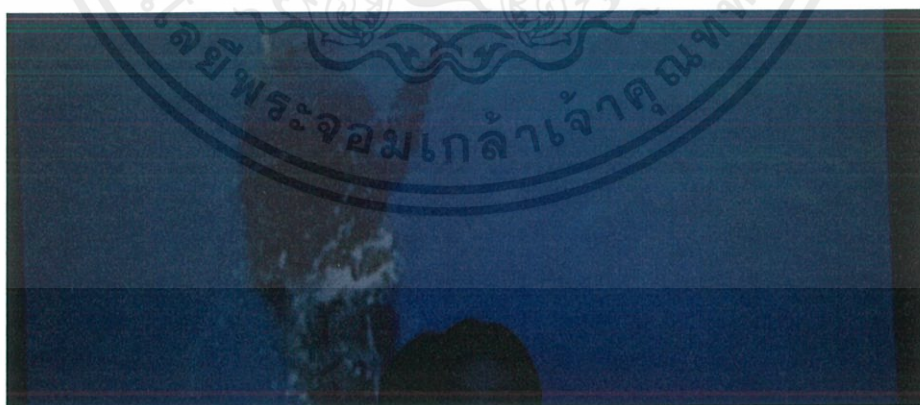
ข้าพเจ้ามิได้เปลี่ยนแปลงสิ่งที่อยู่ในฉากใดๆเลย นอกจากการจัดวางให้สมบูรณ์มากขึ้น
เพียงเท่านั้น

อุปกรณ์ประกอบฉาก (Properties)

อุปกรณ์ประกอบฉากล้วนมีอยู่ในสถานที่แล้ว มีเพียงอุปกรณ์เสริมเพียงอย่างเดียว
คือ โปรเจคเตอร์ epson eb-x36 สำหรับฉากเปิดตัวภาพปลาวาฬ โดยการยิงเข้าผนังในห้องนั่งเล่น



ภาพที่ 5.18 โปรเจคเตอร์ epson eb-x36
ที่มา : <https://www.epson.co.th/>



ภาพที่ 5.19 ฉากเปิดตัว โดยการยิงโปรเจคเตอร์เข้าผนังห้องนั่งเล่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2.6 การวางแผนงานประสานงาน

การติดต่อและนัดหมายวันเวลารวมไปถึงตารางเวลาในการถ่ายทำ การวางแผนงาน ทีมงานกล้อง เสียง ผู้ช่วยและนักแสดง การเดินทางขนส่งนักแสดงและเคลื่อนย้ายกอง โดยข้าพเจ้ารับมอบหมายเป็นผู้จัดการกองถ่ายเอง รวมถึงอุปกรณ์ประกอบฉากทั้งหมดเป็นหลัก รวมถึงการทำ
BREAKDOWN SHEET

คิว	วันที่	เวลา	สถานที่
1	31 มีนาคม 2561	11.00 น. - 21.00 น.	SEA LIFE Bangkok Ocean World
2	1 เมษายน 2561	08.00 น. - 11.00 น. 13.00 น. - 16.00 น.	ตึกพระเทพ สจล. บ้านเพื่อน เขต สุวินทวงศ์

ตารางที่ 5.20 แสดงการวางแผนงานการประสานงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำหนดวันถ่ายทำ

BREAKDOWN SHEET “คิวที่ 1”

ชื่อเรื่อง : WHALE 52 Hz		วันที่ 31 มีนาคม 2561	
ผู้กำกับ : กมลวรรณ บุญศรี		ภายนอก/ภายใน : ภายใน กลางวัน/กลางคืน : กลางวัน เวลา 11.00 น. - 21.00 น.	
เหตุการณ์โดยย่อ : เอมี่นั่งอยู่ในพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำคนเดียว , เอมี่เดินชมสัตว์น้ำด้วยบรรยากาศ เหงๆ , เอมี่มองไปที่แสงสะท้อนของน้ำด้วยใบหน้ามีความหวัง			
นักแสดง	เบอร์ติดต่อ	อุปกรณ์ประกอบฉาก	
1. เอมี่	094-556-2751	-	
		ผม / หน้า	เครื่องแต่งกาย
		เอมี่	ผ้าผวย
		กล้อง	เทคนิคพิเศษ
		ปรินซ์	แฮนด์เฮล
		เสียง	สถานที่
ตัวประกอบ : -		-	SEA LIFE Bangkok Ocean World
การขนส่งและยานพาหนะ : รถเอมี่			

ตารางที่ 5.21 แสดงกำหนดการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา คิวที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำหนดวันถ่ายทำ

BREAKDOWN SHEET “คิวที่ 2”

ชื่อเรื่อง : WHALE 52 Hz		วันที่ 1 เมษายน 2561	
ผู้กำกับ : กมลวรรณ บุญศรี		ภายนอก/ภายใน : ภายนอก กลางวัน/กลางคืน : กลางวัน เวลา 08.00 น. - 11.00 น.	
เหตุการณ์โดยย่อ : เอมินั่งอยู่ท่ามกลางกลุ่มเพื่อนพยายามพูดคุยแต่ไม่มีใครสนใจ , เอมิเดินที่ทางเดินคนเดียว			
นักแสดง	เบอร์ติดต่อ	อุปกรณ์ประกอบฉาก	
1. เอมิ	094-556-2751	กระเป๋าผ้า , หูฟัง	
		ผม / หน้า	เครื่องแต่งกาย
		ฟ้าใส	ฟ้าใส , นิว
		กล้อง	เทคนิคพิเศษ
		ปรินซ์	แฮนด์เฮล
		เสียง	สถานที่
ตัวประกอบ : แนนท์ , ไม้		-	ตึกพระเทพ สจล.
การขนส่งและยานพาหนะ : รถเอมิ , รถนิว			

ตารางที่ 5.22 แสดงกำหนดการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา คิวที่ 2
แผ่นที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำหนดวันถ่ายทำ

BREAKDOWN SHEET “คิวที่ 2”

ชื่อเรื่อง : WHALE 52 Hz		วันที่ 1 เมษายน 2561	
ผู้กำกับ : กมลวรรณ บุญศรี		ภายนอก/ภายใน : ภายใน กลางวัน/กลางคืน : กลางวัน เวลา 13.00 น. - 16.00 น.	
เหตุการณ์โดยย่อ : เอมินั่งอยู่ท่ามกลางครอบครัวที่กินข้าวพูดคุยกันรู้สึกไม่มีส่วนร่วม , เอมินั่งอยู่ท่ามกลางครอบครัวที่นั่งพูดคุยกันที่โซฟา รู้สึกไม่มีส่วนร่วม , เอมิกดโทรศัพท์ในห้อง , เอมินั่งที่โซฟามีภาพปลาฉลามฉายมาที่ใบหน้า			
นักแสดง	เบอร์ติดต่อ	อุปกรณ์ประกอบฉาก	
1. เอมิ	094-556-2751	อาหาร , กีตาร์ , โทรศัพท์มือถือ	
		ผม / หน้า	เครื่องแต่งกาย
		ฟ้าใส	ฟ้าใส , นิว
		กล้อง	เทคนิคพิเศษ
		ปรีนซ์	แฮนด์เฮล
		เสียง	สถานที่
ตัวประกอบ : พี่แมน , พี่ก๊วก๊ก , ไทไท		-	บ้าน
การขนส่งและยานพาหนะ : รถเอมิ , รถนิว			

ตารางที่ 5.23 แสดงกำหนดการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา คิวที่ 2
แผ่นที่ 2

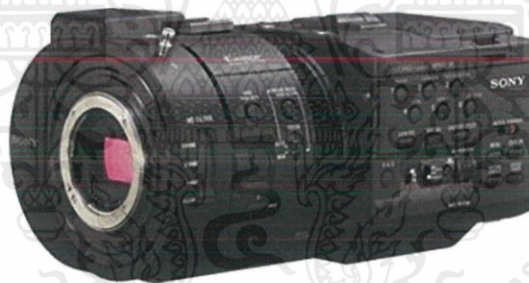
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3 การถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา (Production)

5.1.3.1 การเตรียมก่อนการถ่ายทำ

อุปกรณ์บันทึกภาพ

เนื่องจากภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “WHALE 52 Hz” ข้าพเจ้าต้องการบันทึกภาพของบรรยากาศในเหตุการณ์ให้มีความใกล้เคียงความจริงที่สุด และต้องการภาพที่ละเอียด การถ่ายทำส่วนใหญ่ก็ใช้แสงธรรมชาติ ข้าพเจ้าจึงเลือกใช้กล้อง Sony NEX-FS700 เพื่อบันทึกภาพและด้วยความโดดเด่นของกล้อง ที่เก็บค่าสีและความละเอียดภาพได้ดี อีกทั้งยังสามารถใช้วิธีการถ่ายแบบแฮนด์เฮลหรือตั้งกับขาตั้งกล้องได้แล้วแต่สะดวก เหมาะกับสถานที่ต่างๆ ที่เลือกใช้



ภาพที่ 5.24 ภาพแสดงอุปกรณ์บันทึกภาพ Sony NEX-FS700
ที่มา : http://www.thaicameracafe.com/product/1510320/Sony_NEX-FS700.html

อุปกรณ์บันทึกเสียง

ภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้ ดำเนินเรื่องด้วยเสียง Voice over ข้าพเจ้าจึงใช้วิธีการบันทึกโดยใช้อุปกรณ์บันทึกเสียง ZOOM H6 เพื่อบันทึกเสียงพากย์ภายหลัง



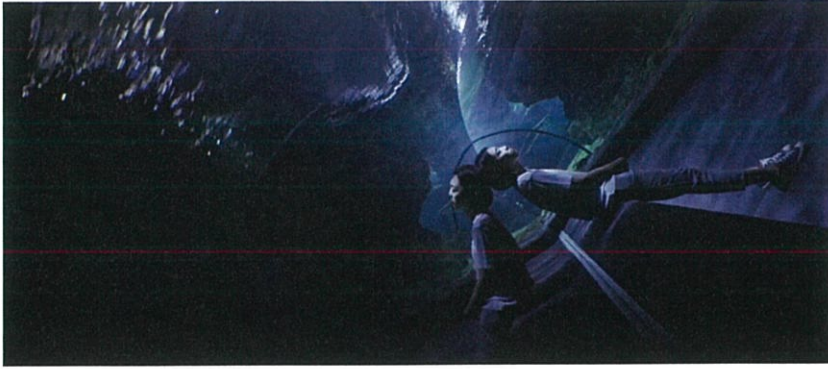
ภาพที่ 5.25 ภาพแสดงอุปกรณ์บันทึกเสียง ZOOM H6
ที่มา : www.music.co.th

มุมมองและขนาดภาพ

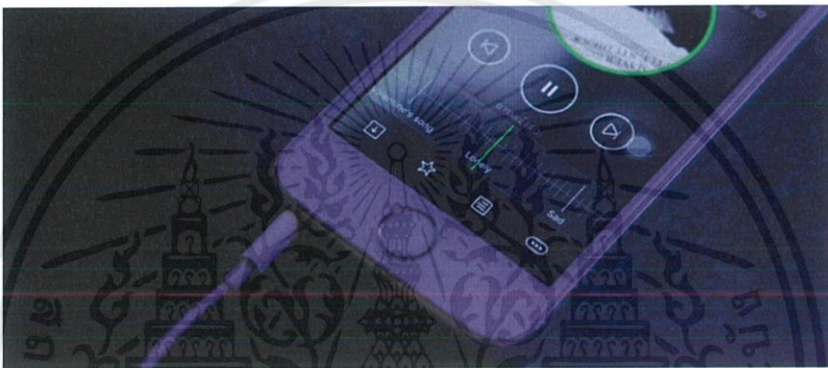
เนื่องจากภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ ต้องการความรู้สึกใกล้เคียงความจริงมากที่สุด และต้องการสื่ออารมณ์ความเหงา โดดเดี่ยว

ขนาดภาพในเรื่องส่วนใหญ่ข้าพเจ้าจึงเลือกที่จะใช้ภาพกว้าง (Long Shot) เพื่อให้เกิดความรู้สึกกว้างใหญ่เห็นบรรยากาศโดยรอบที่ว่างเปล่า และข้าพเจ้าได้เลือกใช้ภาพระยะใกล้ (Close-Up) เพื่อเน้นอารมณ์และเพื่อช่วยแทนสัญลักษณ์ในเรื่อง เช่น แววดาของเอมี และเพลงเศร้าที่เปิดในโทรศัพท์มือถือ

การเคลื่อนที่ของกล้องในเรื่อง ข้าพเจ้าเลือกที่จะใช้การตั้งกล้องนิ่งๆ ในฉากที่เน้นอารมณ์เหงา มีการซูมเข้า-ออกในฉากที่เริ่มเข้าสู่อารมณ์ และใช้การถ่ายแบบแฮนด์เชล ในฉากที่ต้องการได้อารมณ์ให้สูงขึ้น



ภาพที่ 5.26 ภาพแสดงภาพกว้าง (Long Shot)



ภาพที่ 5.27 ภาพแสดงภาพระยะใกล้ (Close-Up)

5.1.3.2 BLOCK SHOT

ข้าพเจ้าเลือกที่จะวางจุดที่ตัวละครแสดง ที่ได้ลองไปสำรวจมาแล้ว เนื่องจากสถานที่ที่ข้าพเจ้าเลือกมีเงื่อนไขและพื้นที่จำกัดต่างกันไป ข้าพเจ้าได้ไปวางจุดของตัวละครก่อนทำให้ได้รู้ถึงตำแหน่งการวางกล้องด้วย ว่าควรใช้กล้องหรืออุปกรณ์อะไรเพื่อให้เหมาะสมกับการถ่ายทำ และเพื่อให้ตรงกับความต้องการของข้าพเจ้ามากที่สุด และเพื่อให้ข้าพเจ้าสามารถมองภาพรวมของภาพยนตร์โฆษณาได้ ว่าควรปรับปรุงแก้ไขตรงไหนก่อนการถ่ายทำจริง เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการถ่ายทำ

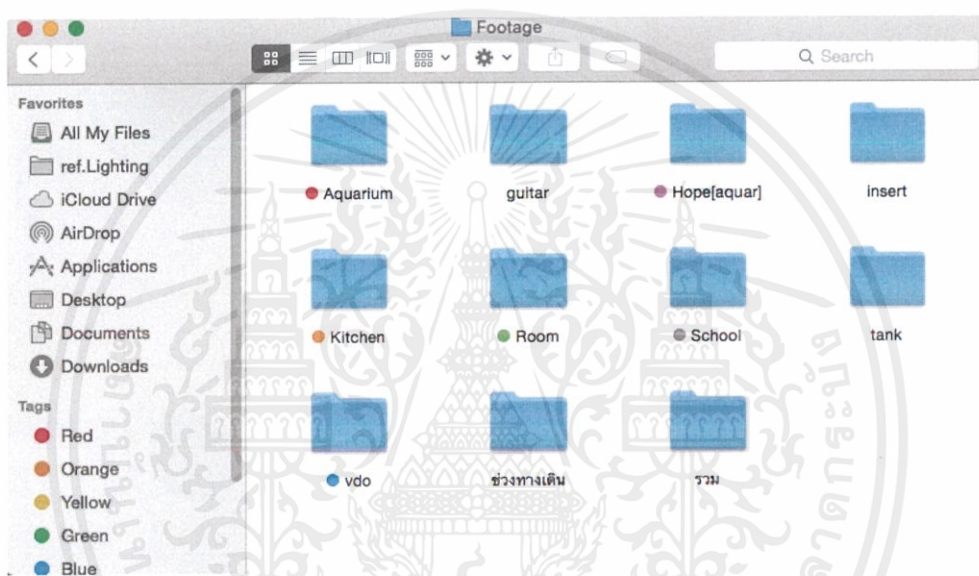
5.1.4 ขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา (Post-Production)

ขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์เป็นขั้นตอนที่พิถีพิถันมาก การตัดต่อและลำดับเรื่องจำเป็นต้องประสานงานกับหลายๆฝ่าย ทั้งฝ่ายเสียง ฝ่ายเคลียสี เนื่องจากภาพยนตร์โฆษณารื่องนี้มีการถ่ายทำฉากในพิพิธภัณฑ์ซึ่งมีแสงสีจัด มีฉากในร่มและกลางแจ้ง เพื่อจะให้ภาพและอารมณ์ไม่หลุดกันมา จึงต้องดูอย่างละเอียดเป็นพิเศษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.4.1 การตัดต่อและการลำดับเรื่อง

ข้าพเจ้าตัดต่อภาพยนตร์โฆษณาด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro โดยนำ footage ที่ถูกแยกไว้ตามวันที่ถ่ายทำ สถานที่ อิริยาบถ เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการหาและตัดต่อภาพยนตร์



ภาพที่ 5.28 ภาพประกอบการจัดเก็บไฟล์

การตัดต่อแบบหยาบ (Rough Cut)

ในการตัดต่อแบบหยาบ (Rough Cut) ข้าพเจ้าได้ทำการตัดต่อลำดับภาพไปตาม Storyboard ก่อน เพื่อที่จะได้รู้ปัญหาและนำไปแก้ไขต่อไป และเพื่อให้ตรงกับความต้องการแรกของข้าพเจ้าที่คิดไว้

ปัญหาที่พบในการตัดต่อแบบหยาบ เมื่อนำไฟล์เหตุการณ์ทั้งหมดที่คิดไว้มาเรียงต่อกัน พบว่าประเด็นการเล่าเรื่องไม่สามารถเล่าให้เป็นไปตาม Storyboard ที่ข้าพเจ้าคิดไว้ได้ ซึ่งการตัดต่อแบบหยาบครั้งนี้ ทำให้การเล่าเรื่องเข้าใจได้ยาก และทำให้น่าเบื่อ ทั้งเสียงพากย์ยังไม่ค่อยชัดและไม่เข้าจังหวะ จึงต้องลำดับการตัดต่อขึ้นใหม่ ให้กระชับมากขึ้น และอัดเสียงพากย์ใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

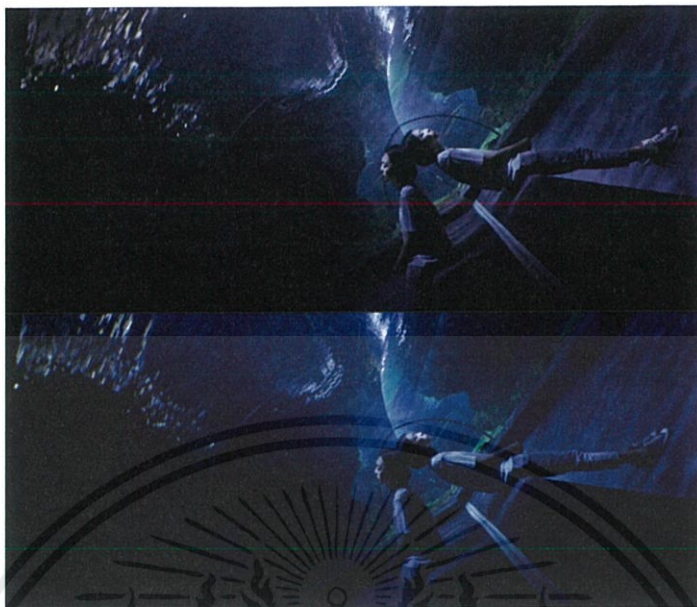
การตัดต่อสมบูรณ์ (Final Cut)

จากปัญหาการตัดต่อหยاب จึงต้องแก้ไขด้วยวิธีการ ดังนี้

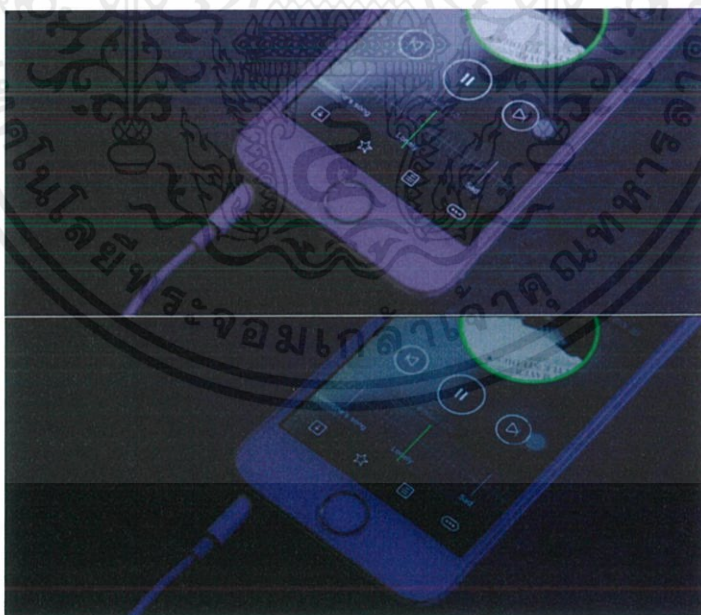
1. ตัดทั้งเรื่องในซีควนส์ (Sequence) เดียว และสามารถตัดให้สั้นลงได้กว่านี้อีกจึงสามารถตัดได้ในไทม์ไลน์ (Timeline) เดียวกันได้
2. เนื่องจากภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้ เน้นเรื่องอารมณ์ จึงต้องใส่ภาพแทรก (Insert) เสริมเข้าไปด้วย
3. ปัญหาที่พบในการตัดแบบที่สอง เสียงที่ข้าพเจ้าอัดมา ข้าพเจ้าได้ใช้เสียงตัวเอง ซึ่งข้าพเจ้าพูดไม่ชัดและมีเสียงแหบ ทำให้การสื่อสารของเนื้อหาไม่ชัด จึงต้องหาคูคณที่พูดชัด และมีเสียงทึมเข้ากับอารมณ์หนึ่ง
4. เลือกใช้ซ็อตที่ทำให้เรื่องสามารถสื่อสารได้ให้มากที่สุด เพื่อสร้างความกระชับให้กับเรื่องราว และเว้นช่วงอารมณ์ในการตัดต่อให้มากขึ้น
5. ใส่ซับไตเติ้ลเพื่อเพิ่มความเข้าใจ

5.1.4.2 การเกลี่ยสีของภาพยนตร์โฆษณา (Color Grading)

ข้าพเจ้าตัดต่อภาพยนตร์โฆษณาด้วยโปรแกรม Davinci Resolv การถ่ายทำจะตั้งค่าสีกลางไว้ และมาเกลี่ยสีภาพทีหลังเพื่อให้ภาพรวมของภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ ดูเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน โดยมีค่าสีที่กำหนดไว้แล้วเพื่อง่ายต่อการปรับแต่งและค่าสีต่างๆ ที่แต่งแล้วยังช่วยสื่อความหมายในเชิงสัญลักษณ์ในภาพยนตร์โฆษณานี้ด้วย



ภาพที่ 5.29 ภาพประกอบตัวอย่างภาพก่อน - หลังการเกลี่ยสี รูปที่ 1



ภาพที่ 5.30 ภาพประกอบตัวอย่างภาพก่อน - หลังการเกลี่ยสี รูปที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.4.3 เสียงในภาพยนตร์โฆษณา (Sound)

การผสมเสียงในภาพยนตร์โฆษณา คือ การควบคุมความหนักเบาของบทพูด เสียงบรรยากาศ เสียงเพลงประกอบ ให้อยู่ในค่าเสียงที่พอเหมาะพอดี

สำหรับเสียงในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “WHALE 52 Hz” มีการใช้เทคนิคเรื่องของเสียงเป็นสัญญาณที่ช่วยในการสื่อสารเพิ่มเติมในภาพยนตร์โฆษณาด้วย เช่น เสียงปลาวาฬ 52 เฮิร์ตซ์จริงๆ และ เสียงน้ำ ให้ความรู้สึกเหมือนเราเป็นปลาวาฬได้ทะเล ในฉากเปิดเรื่องที่เป็นภาพปลาวาฬกับเอมี , เสียงเพลงที่แต่งขึ้นใหม่สำหรับประกอบอารมณ์เหงา ในฉากคลื่นวิทยุในโทรศัพท์มือถือ , เสียงเอฟเฟค (Sound Effects) ที่กระซอกอารมณ์ให้รุนแรงยิ่งขึ้น ในฉากที่ตัดพ้อเรื่องความโดดเดี่ยว เปรียบเทียบตัวเองกับสัตว์ได้ทะเล ลีค และ เสียงเพลงที่แต่งขึ้นใหม่ สำหรับอารมณ์ที่มีความหวัง การเริ่มใหม่ ในฉากที่เอมี มองแสงสะท้อนของพื้นน้ำที่เหมือนแสงแห่งความหวัง เปรียบเสมือนการก้าวผ่านมาได้ ก้าวหนึ่ง



5.1.5 เบื้องหลังการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา (Behind the scenes)



ภาพที่ 5.31 ชุดรวมภาพเบื้องหลังพอสังเขป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.6 รายชื่อทีมงานภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “WHALE 52 HZ”

นักแสดง

เอมี่	สลิลทิพย์ ลากปรารธนา
Amy	Salintip Lapprattana
คุณพ่อ	คมสัน ฤกษ์ดี
Father	Komsan Roekdee
คุณแม่	พิไลวรรณ เหล่าพาณิชย์
Mother	Philaiwan Laophanich
น้องชาย	ปานัสม์ เสวียงพรรณ
Brother	Panut Sawaengpan
เพื่อน 1	ฟ้ามุ่ย นุสสะ
Friend 1	Famuy Nudsas
เพื่อน 2	ปิยานี ประคองวิทยา
Friend 2	Piyanee Prakongwittaya
Written and Directed by	กมลวรรณ บุญศรี Kamolwan Boonsri
Produced by	อินธิราพร มานะประเสริฐศักดิ์ Intiraporn Manaprasertsak
Production Manager	บรรณวิจิต วิลาวรรณ Banvithit Wilawan
Cinematographer	บุญญพัฒน์ ภูตระกูล Punyapat PhooTrakoon
Production Designer	วัชรพงศ์ ศรีพอ Watcharapong Sripor
Art Director & Prop Master	ณัฐสิมา ชวเลขยางกูร Nutsima Chawalekyangkoon
Gaffer	ศุภชัย ลู Supachai Lu
Sound Recordist	วัชรพล ปักซี่ Watchapol Paksri
Editor	กมลวรรณ บุญศรี Kamolwan Boonsri

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Colorists ณ์ัฐพล เนตรณรงค์
Nutthaphon Natenarong

Sound Designer & Sound Mixed by
คมชาญ ตรีทรงเกียรติ
komchan Treesongkiat

ที่ปรึกษาการศึกษา อภินันท์ สุ่มทุมพฤษ์
Advisor Apinantn Sumthumpruek



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 การออกแบบสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ (Print Ad)

5.2.1 แบบร่าง

ข้าพเจ้าตั้งใจสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ ทั้งหมด 3 เซ็ต แตกต่างตามสถาบัน ดังนี้

- เซตที่ 1 ครอบครัว
- เซตที่ 2 เพื่อน
- เซตที่ 3 กลุ่มกิจกรรม

แต่ละชุดจะมีการจัดวางในแต่ละสถานที่แตกต่างกัน ข้าพเจ้าใช้แบบร่างจากภาพอ้างอิงดังต่อไปนี้

ภาพอ้างอิงการจัดวาง (Composition)

ข้าพเจ้าค้นหารูปแบบการจัดวางที่ใกล้เคียงกับภาพในความคิดมากที่สุด สาเหตุที่ไม่วาดแบบร่างเองเพื่อความเข้าใจในภาพที่สมจริงที่สุด ทำให้ทีมงานของข้าพเจ้าเข้าใจได้ง่ายขึ้น

เซตที่ 1 ครอบครัว



ภาพที่ 5.32 ภาพอ้างอิงการจัดวาง รูปที่ 1

ที่มา : <https://www.pinterest.com/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เซตที่ 2 เพื่อน



ภาพที่ 5.33 ภาพอ้างอิงการจัดวาง รูปที่ 2

ที่มา : <https://www.pinterest.com/>

เซตที่ 3 กลุ่มกิจกรรม



ภาพที่ 5.34 ภาพอ้างอิงการจัดวาง รูปที่ 3

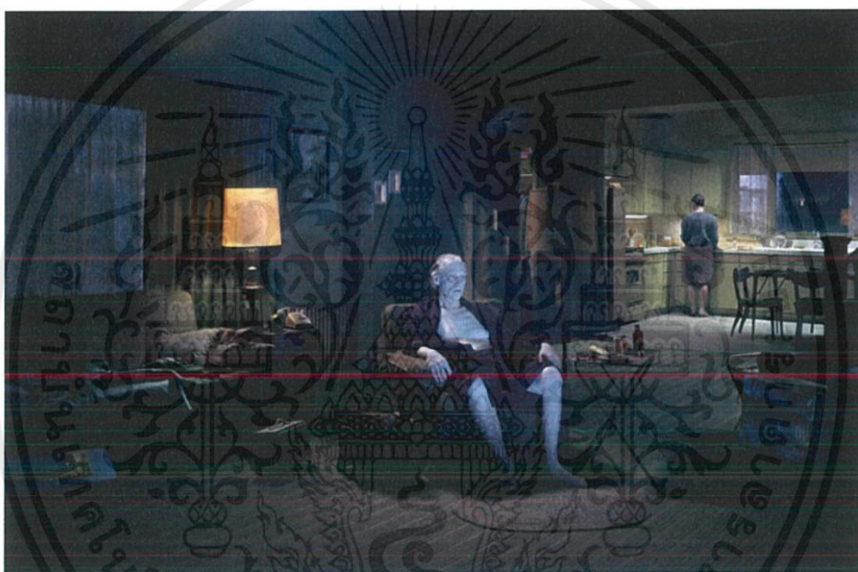
ที่มา : <https://www.pinterest.com/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพอ้างอิงการกำกับศิลป์ (Production Design)

ข้าพเจ้าใช้การอ้างอิงจากผลงานของช่างภาพ ชาวอเมริกัน ชื่อ เกร็กกอรี่ คริวสัน (Gregory Crewdson) ด้านรายละเอียดและการนำมาใช้จะแจ้งให้ทราบในกระบวนการต่อไป

เซ็ทที่ 1 ครอบครัว



ภาพที่ 5.35 ภาพอ้างอิงจากผลงาน ของ Gregory Crewdson รูปที่ 1
ที่มา : <https://fstoppers.com/fine-ar>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เซ็ทที่ 2 เพื่อน



ภาพที่ 5.36 ภาพอ้างอิงจากผลงาน ของ Gregory Crewdson รูปที่ 2
ที่มา : <https://fstoppers.com/fine-art>

เซ็ทที่ 3 กลุ่มกิจกรรม



ภาพที่ 5.37 ภาพอ้างอิงจากผลงาน ของ Gregory Crewdson รูปที่ 3
ที่มา : <https://fstoppers.com/fine-art>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2 ขั้นตอนเตรียมการผลิตสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ (Pre-Production)

5.2.2.1 การคัดเลือกแบบ

แบบที่ต้องการ

เซตที่ 1 - ครอบครัว

เด็กสาว ลูกคุณเป็นน้องสาว บุคลิกเงียบ ไม่ค่อยมั่นใจ

Action - ครอบครัวนั่งคุยกัน แต่พ่อแม่มักจะคุยแต่เรื่องเปรียบเทียบตัวเองกับพี่สาว รู้สึกน้อยใจ เหมือนตัวเองไม่สำคัญ

เซตที่ 2 - เพื่อน

เด็กหนุ่ม หน้าตาดีทุกซอกทุกซอก บุคลิกเงียบ ไม่ค่อยมั่นใจ

Action - นั่งอยู่ท่ามกลางกลุ่มเพื่อนที่ทำงานกลุ่ม แต่ไม่มีใครสนใจหรือถามความเห็น

เซตที่ 3 - กลุ่มกิจกรรม

เด็กสาว ลูกคุณแรงๆ มั่นใจ แต่แววดาตุอ่อนไหว เจ็บปวด

Action - กลุ่มเพื่อนเที่ยวจัดปาร์ตี้ เด็กสาวพยายามมีส่วนร่วม พยายามที่จะมีตัวตน แต่ไม่มีใครสนใจ เข้ากับใครไม่ได้

วิธีการคัดเลือกนักแสดง

คัดเลือกโดยการพูดคุยถึงความเข้าใจในเนื้อหา และความหมายในสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ และถามความสมัครใจในการทำ

เอกสารข้อมูลนักแสดง (Casting Sheet)

(CASTING SHEET)

สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ เรื่อง : WHALE 52 Hz

เซตที่ 1 : ครอบครั้ว

ผู้กำกับ : กมลวรรณ บุญศรี

บทบาท : แยม	
	ชื่อ : นางสาว ฐิตาพร วัยอุดมวุฒิ
	ชื่อภาษาอังกฤษ : Thitaporn Waiudomwut
	การศึกษา : ปริญญาตรี จาก คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาจิตร ศิลป์ สาขา จิตรกรรม
	ข้อมูลทางกายภาพ
	เพศ : หญิง
	อายุ : 22
	ประสบการณ์การแสดง -
	ความสามารถพิเศษ -
	ส่วนสูง : 155 น้ำหนัก : 44
	SIZE เสื้อ : M SIZE กางเกง : 26
รองเท้า : 36	
เบอร์โทรศัพท์ : 089-894-3258	
อาหารที่แพ้ : -	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(CASTING SHEET)

ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง : WHALE 52 Hz

เซตที่ 2 : เพื่อน

ผู้กำกับ : กมลวรรณ บุญศรี

บทบาท : แก๊ป	
	ชื่อ : นาย ภัทรดนัย ธาระบุญ
	ชื่อภาษาอังกฤษ : Pattaradanai Tharaboon
	การศึกษา : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชานิเทศศิลป์ สาขาภาพยนตร์ และดิจิทัล มีเดีย ปี1
	ข้อมูลทางกายภาพ
	เพศ : ชาย
	อายุ : 19
	ประสบการณ์การแสดง -
	ความสามารถพิเศษ -
	ส่วนสูง : 176 น้ำหนัก : 56
	SIZE เสื้อ : L SIZE กางเกง : 31
รองเท้า : 43	
เบอร์โทรศัพท์ : 096-479-5716	
อาหารที่แพ้ : -	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(CASTING SHEET)

ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง : WHALE 52 Hz

เซ็ทที่ 3 : กลุ่มกิจกรรม

ผู้กำกับ : กมลวรรณ บุญศรี

บทบาท : ออมรัก	
	ชื่อ : นางสาว เมษญา คำมัน
	ชื่อภาษาอังกฤษ : Mesaya Khamman
	การศึกษา : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปะศิลป์ สาขาภาพยนตร์ และดิจิทัล มีเดีย ปี2
	ข้อมูลทางกายภาพ
	เพศ : หญิง
	อายุ : 20
	ประสบการณ์การแสดง -
	ความสามารถพิเศษ -
	ส่วนสูง : 156 น้ำหนัก : 45
	SIZE เสื้อ : M SIZE กางเกง : 25
รองเท้า : 36	
เบอร์โทรศัพท์ : 089-244-6306	
อาหารที่แพ้ : -	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2.2 เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย (Costume)

เซตที่ 1 - ครอบครัว

- แบบ - ชุดลำลอง โทนสีแดง
- ครอบครัว - 3 คน (พ่อ,แม่,พี่สาว) ชุดลำลอง โทนสีขาว ครีม

เซตที่ 2 - เพื่อน

- แก๊ป - ชุดนักศึกษา สีขาว ดำ
- เพื่อน - 6 คน (ผู้ชาย 3 คน , ผู้หญิง 3 คน) ชุดนักศึกษา มีพรีอบประกอบ แต่ละคนเล็กน้อย โทนสีเขียว , น้ำเงิน

เซตที่ 3 - กลุ่มกิจกรรม

- ออมรัก - ชุดลำลอง โทนสีขาว มีพรีอบประกอบ โทนสีเขียวมะนาว
- เพื่อน - 4 คน (ผู้ชาย 3 คน , ผู้หญิง 1 คน) ผู้ชายชุดลำลอง โทนสีกรม ผู้หญิงชุดลำลอง โทนสี ส้มแดง (ตั้งใจใช้สีคู่ตรงข้ามกับพรีอบของอมรัก เพื่อดันให้ออมรักเด่นขึ้น)

5.2.2.3 การกำกับศิลป์ (Production Design)

ข้าพเจ้าใช้การอ้างอิงจากผลงานของช่างภาพ ชาวอเมริกัน ชื่อ เกร็กกอรี่ คริวสัน (Gregory Crewdson) มีเหตุผล ดังนี้

1. เป็นช่างภาพที่ถนัดการถ่ายแบบโลว์คีย์ (Low-Key) คือการถ่ายภาพที่มีส่วนมืดมากกว่าส่วนสว่าง เน้นแสงเงา
2. การเลือกใช้สีที่สวยงามและดึงความหมายของงานออกมาได้ดี

ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมา ข้าพเจ้าจึงคิดว่าเหมาะกับศิลปะนิพนธ์ชิ้นนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงนำมาเป็นต้นแบบและปรับตามความเหมาะสม เพื่อนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ครอบครัว

LIGHTING



COLOR



: Primary

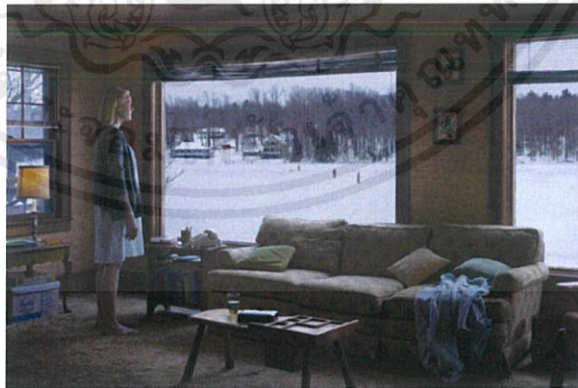


: Secondary

ภาพที่ 5.38 ภาพการนำผลงานไปใช้อ้างอิง รูปที่ 1

2. เพื่อน

LIGHTING



COLOR



: Primary



: Secondary

ภาพที่ 5.39 ภาพการนำผลงานไปใช้อ้างอิง รูปที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กลุ่มกิจกรรม

LIGHTING



COLOR



: Primary



: Secondary

ภาพที่ 5.40 ภาพการนำผลงานไปใช้อ้างอิง รูปที่ 3

5.2.2.4 สถานที่ถ่ายทำ (Location)

เซตที่ 1 บ้าน บริเวณห้องนั่งเล่น



ภาพที่ 5.41 ภาพ สภาพที่ห้องนั่งเล่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เซตที่ 2 ตึกเรียนรวม บริเวณห้องมานั่งไม้ ชั้น2



ภาพที่ 5.42 ภาพ สภาพที่ตึกเรียนรวม ชั้น2

เซตที่ 3 อู่ซ่อมรถเก่า ข้างๆโรงอาหารสถาปัตย์ เคยเป็นห้องซ่อมดนตรีเก่า



ภาพที่ 5.43 ภาพ สภาพที่อู่ซ่อมรถเก่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2.5 การออกแบบฉากภาพยนตร์โฆษณา อุปกรณ์ประกอบฉาก (Properties)

เซตที่ 1 - ครอบครัว / บ้าน

1. ขนม เครื่องดื่ม
2. ผ้าคลุม

เซตที่ 2 - เพื่อน / ดิกรเรียนรวม

1. โมเดลอาคาร
2. หนังสือ
3. กระเป๋า

เซตที่ 3 - กลุ่มกิจกรรม / อู่ซ่อมรถเก่า

1. เครื่องดื่ม
2. ไฟ
3. โปสเตอร์

5.2.2.6 การวางแผนงานประสานงาน

การติดต่อและนัดหมายวันเวลารวมไปถึงตารางเวลาในการถ่ายทำ การวางแผนงาน ทีมงานกล้อง ผู้ช่วยและแบบ การเดินทางขนส่งนักแสดงและเคลื่อนย้ายกอง โดยข้าพเจ้ารับมอบหมายเป็นผู้จัดการกองถ่ายเอง รวมถึงอุปกรณ์ประกอบฉากทั้งหมดเป็นหลัก
หมายเหตุ ในขั้นตอนของสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ไม่ต้องการทำ BREAKDOWN SHEET

คิว	วันที่	เวลา	สถานที่
1	6 พฤษภาคม 2561	10.00 น. - 12.00 น.	บ้านเพื่อน เขต สุวินทวงศ์
2	7 พฤษภาคม 2561	13.00 น. - 15.00 น.	ดิกรเรียนรวม
		20.00 น. - 23.00 น.	อู่ซ่อมรถเก่า

ตารางที่ 5.44 แสดงการวางแผนงานการประสานงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.3 การถ่ายสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ (Production)

5.2.3.1 การเตรียมก่อนการถ่ายทำ

อุปกรณ์ถ่ายภาพ

เนื่องจากสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ เรื่อง “WHALE 52 Hz” ข้าพเจ้าต้องการถ่ายภาพให้มีความละเอียดมากที่สุด เพื่อให้ง่ายสู่การทำขั้นตอนต่อไป ข้าพเจ้าจึงเลือกใช้กล้อง Nikon D810 เลนส์ Nikon AF 50 mm. f 1.8 D เพื่อถ่ายภาพและด้วยความโดดเด่นของกล้อง ที่เก็บค่าสีและความละเอียดภาพได้ดี อีกทั้งยังสามารถใช้วิธีการถ่ายแบบแฮนด์เฮลหรือตั้งกับขาตั้งกล้องได้แล้วแต่สะดวก เหมาะกับสถานที่ต่างๆที่เลือกใช้



ภาพที่ 5.46 ภาพ Nikon D810

ที่มา : <http://www.ec-mall.com/product/digital-camera/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.7 ภาพ เลนส์ Nikon AF 50 mm. f 1.8 D
ที่มา : <http://www.ec-mall.com/product/digital-camera/>

5.2.3.2 BLOCK SHOT

ข้าพเจ้าเลือกที่จะวางจุดที่แบบต้องอยู่ ที่ได้ลองไปสำรวจมาแล้ว เนื่องจากสถานที่ที่ข้าพเจ้าเลือกมีเงื่อนไขและพื้นที่จำกัดต่างกันไป ข้าพเจ้าได้ไปวางจุดของแบบก่อน ทำให้ได้รู้ถึงตำแหน่งการวางกล้องด้วย ว่าควรใช้กล้องหรืออุปกรณ์อะไรเพื่อให้เหมาะสมกับการถ่ายภาพ และเพื่อให้ตรงกับความต้องการของข้าพเจ้ามากที่สุด และเพื่อให้ข้าพเจ้าสามารถมองภาพรวมของสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ได้ ว่าควรปรับปรุงแก้ไขตรงไหนก่อนการถ่ายจริง เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการถ่ายทำ

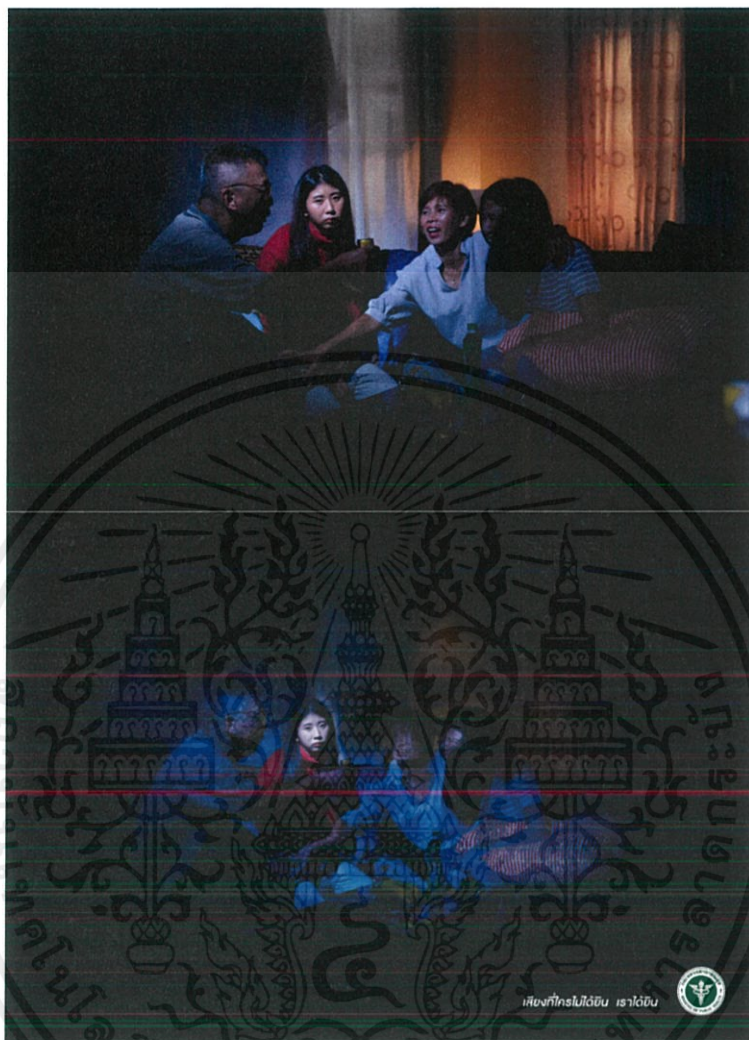
5.2.4 ขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา (Post-Production)

ขั้นตอนหลังการถ่ายทำภาพยนตร์เป็นขั้นตอนที่พิถีพิถันมาก เพราะต้องทำให้งานละเอียดและเรียบร้อย

5.2.4.1 การตัดต่อและแต่งสี

ข้าพเจ้าตัดต่อและแต่งสีด้วยโปรแกรม Adobe Photoshop และโปรแกรม Adobe Lightroom โดยคัดเลือกภาพ ทั้ง3ภาพ แล้วลงมือทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.47 ภาพประกอบตัวอย่างภาพก่อน - หลัง การตัดต่อและ
เกลี่ยสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.5 เบื้องหลังการถ่ายสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ (Behind the scenes)



ภาพที่ 5.48 ชุดรวมภาพเบื้องหลังพอสังเขป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.6 รายชื่อทีมงานสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์เรื่อง “WHALE 52 HZ”

แบบ (Models)

เซตที่ 1 - ครอบครัว / บ้าน

แบบ	ฐิตาพร ้วยอุดมวุฒิ
Bam	Thitaporn Waiudomwut
คุณพ่อ	ชวพล ดีสารพัด
Father	Chawapol Deesarapad
คุณแม่	จินตนา ชดเชยชม
Mother	Jintana Chodchoeychom
พี่สาว	ปภาวิน ดิษฐจร
Sister	Pabhawin Disthajorn

เซตที่ 2 - เพื่อน / ดิกรเรียนรวม

แก๊ป	ภัทรดนัย ธาระบุญ
Gap	Pattaradanai Tharaboon
เพื่อน 1	ธัญวดี ตั้งสินทรัพย์ศิริ
Friend 1	Thanyawadee Tangsinsapsiri
เพื่อน 2	อัษฎา ศรีมาวงศ์
Friend 2	adsada srimawong
เพื่อน 3	วรเมธ ศรีแสงนิล
Friend 3	Voramet Sriseangnil
เพื่อน 4	จิณณพัต ธรรมสาส์น
Friend4	JINNAPHAT THAMMASAN
เพื่อน 5	ชนาธิป เรื่องพูนวิทยา
Friend 5	Chanatip Ruangpoonwitaya
เพื่อน 6	เด่นชัย แซ่สิงห์
Friend 6	Denchai Khaesingh

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เซตที่ 3 - กลุ่มกิจกรรม / อู่ซ่อมรถเก่า

	อมรรัก	สลิลทิพย์ ลามปรารธนา
	Aomrak	Salintip Lapprattana
	เพื่อน 1	ดารารัตน์ กิตติธรรมโรจน์
	Friend 1	Dararat Kittithammaroj
	เพื่อน 2	วรวิช บุญใหญ่
	Friend 2	Worawich Boonyai
	เพื่อน 3	ธนวิน เหลียวไพโรจน์
	Friend 3	Thanawin Leopairojna
	เพื่อน 4	สุรสิทธิ์ เรณูมาศ
	Friend 4	Surasit Renumas
Directed by	กมลวรรณ บุญศรี	Kamolwan Boonsri
Produced by	บรรณวิจิต วิลาวรรณ	Banvithit Wilawan
Photographer	พงษ์เสถียร เงามประเสริฐ	Pongsatien Ngaoprasert
Production Designer	ภัทรภร ศรีถาวร	Phattharaporn srithaworn
Art Director & Prop Master	ภัทรภร ศรีถาวร	Phattharaporn srithaworn
Gaffer	วัชรพล ปักซี่	Watcharapol Paksri
Editor	กมลวรรณ บุญศรี	Kamolwan Boonsri
ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์	อภินันท์ สุ่มทุมพฤษ์	Apinantn Sumthumpruek
Advisor		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 การออกแบบเว็บไซต์ (Website)

5.3.1 รูปแบบของเว็บไซต์

ฝากเว็บที่ www.wix.com เว็บไซต์เพื่อสร้างเว็บไซต์ของตัวเอง เป็นเว็บไซต์ที่สามารถเข้าได้จากการสแกน QR Code เพื่อรับฟังเสียงที่อยู่ในใจของตัวเอกใน สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ (Print ad)

5.3.2 ขนาด

เลือกใช้ขนาด 1280 X 800

5.3.3 การออกแบบมาสคอต

มาสคอตทั้ง 3 ตัว จะเป็นเส้นคอนทัวร์ เปรียบเสมือนคลื่นเสียง

1. ปลาฉลาม “แบม”



ภาพที่ 5.49 ภาพมาสคอตปลาฉลามของ แบม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ปลาวาฬ “แก๊ป”



ภาพที่ 5.50 ภาพมาสคอตปลาวาฬของ แก๊ป

3. ปลาวาฬ “ออมรัก”



ภาพที่ 5.51 ภาพมาสคอตปลาวาฬของ ออมรัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.4 การออกแบบ Background

ออกแบบภายใต้คอนเซ็ปต์ทะเล มี Element โดยออกแบบเป็นเส้นคลื่น มีทั้งคลื่นเสียง คลื่น และคลื่นโทรศัพท์



ภาพที่ 5.52 ภาพ Background

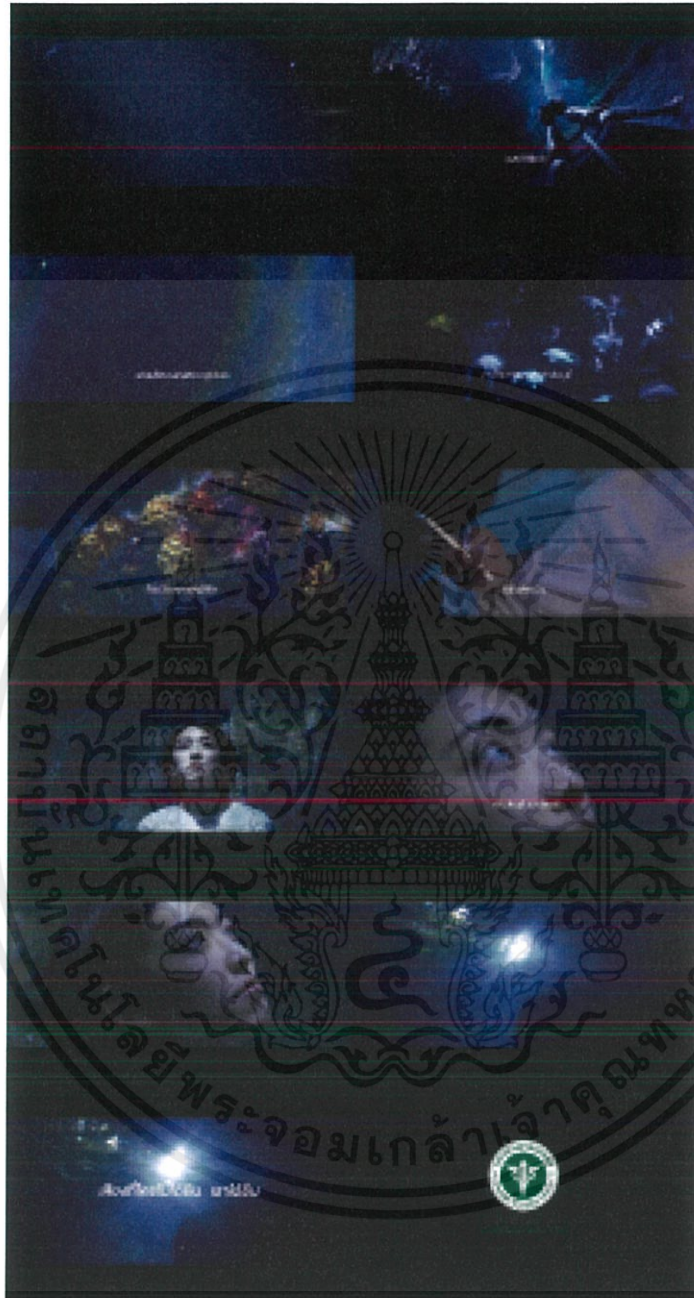
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.5 QR Code

ใช้ <https://qrcode.thaiware.com> ในการทำ QR Code เพื่อเข้าสู่เว็บไซต์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

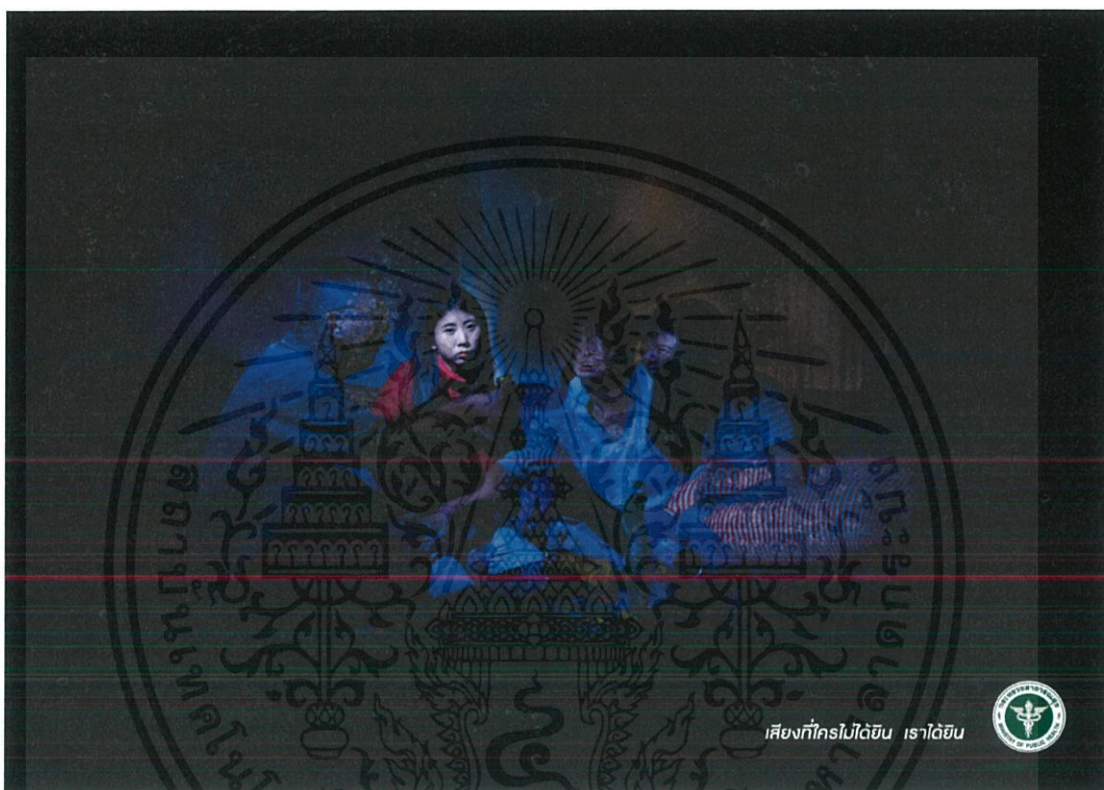


ภาพที่ 6.2 ภาพยนตร์โฆษณา 52 Hz รูปที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.2 สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ (Print Ad)

1.กรอบครีว



ภาพที่ 6.3 สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ รูปที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.เพื่อน



ภาพที่ 6.4 สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ รูปที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.กลุ่มกิจกรรม



ภาพที่ 6.5 สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ รูปที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3 เว็บไซต์ (Website)

6.3.1 ภาพรวมของเว็บไซต์



ภาพที่ 6.6 ภาพรวมของเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3.2 แผ่นประชาสัมพันธ์ QR Code ขนาด A6

1. ครอบคร้ว



ภาพที่ 6.7 แผ่นประชาสัมพันธ์ รูปที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เพื่อน



รับฟังเสียงของเขาได้ที่...



ภาพที่ 6.8 แผ่นประชาสัมพันธ์ รูปที่ 2

3. กลุ่มกิจกรรม



รับฟังเสียงของเธอได้ที่...



ภาพที่ 6.9 แผ่นประชาสัมพันธ์ รูปที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

อันที่จริงแล้วทุกครั้งที่ทำศิลปนิพนธ์ขึ้นมาซักชิ้น ทุกคนก็คงจะมีจุดมุ่งหมาย จุดประสงค์ ที่มีความหมายต่อชิ้นงานในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสำหรับข้าพเจ้าแล้วเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งในการที่เราจะตั้งเป้าหมายไว้เพื่อให้ได้มาอย่างสิ่งที่ต้องการไม่มากก็น้อย เมื่อลงทุนก็คงคาดหวังกับสิ่งที่จะเกิด ใครไม่รู้จักหวังก็คงน่าเสียดายเป็นแน่ สำหรับข้าพเจ้าเองการทำศิลปนิพนธ์เรื่องนี้ขึ้นมา เพียงแค่ต้องการพูดถึงความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายที่มีปัญหาสุขภาพจิต ข้าพเจ้ามีความรู้สึกเห็นอกเห็นใจคนกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากบุคคลใกล้ชิดตัวผู้เป็นที่รักของข้าพเจ้า มีปัญหานี้เช่นกัน ข้าพเจ้าใช้ศิลปนิพนธ์เพื่อบอกเล่าความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย และเสนอแนวทางแก้ไขโดยมิได้บังคับแต่อย่างใด เหมือนเป็นการช่วยเหลือ บรรเทา ปลอดภัยและหวังว่าจะสามารถช่วยสังคมได้ไม่มากก็น้อย เพียงแค่นั้น ก็ถือว่าได้บรรลุจุดประสงค์ของข้าพเจ้าแล้ว

7.1 บทสรุปในการทำงาน

1. กระบวนการคิด

ข้าพเจ้าเริ่มแนวคิดศิลปนิพนธ์ขึ้นนี้จากความต้องการช่วยเหลือสังคม และเล็งเห็นถึงปัญหาด้านสุขภาพจิตของสังคมปัจจุบัน แต่เนื่องจากเรื่องที่ข้าพเจ้าเลือกมา เป็นเรื่องละเอียดอ่อนและค่อนข้างมีความเป็นวิชาการ จึงอาจจะน่าเบื่อ ข้าพเจ้าถึงต้องใส่ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อความสนุกสนาน และศิลปะในการดำเนินงานมันขึ้นมา จึงได้แนวคิดเรื่อง ปลายาฬ 52 เอิร์ตซ์ มาจากการฟังเพลง อ่านกลอนที่มีความเชื่อมโยงกับอาการหรือบุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย ข้าพเจ้ารู้สึกสนุกและกระตือรือร้นในการดำเนินงานมาก เพราะศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้คือการบอกเล่าของข้าพเจ้า และข้าพเจ้าอยากทำมันมาตั้งนานแล้ว

2. กระบวนการเตรียมการถ่ายทำ

ในส่วนการเตรียมการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์นั้น หลังจากที่เราได้คัดเลือกและเรียบเรียงข้อมูลออกมาได้แล้ว ข้าพเจ้าก็ใช้วิธีการจัดการตามระบบการทำงานของการเตรียมการถ่ายทำภาพยนตร์และภาพนิ่ง แบบปกติ แบ่งเวลาสำหรับการทำเว็บไซต์และการจบงานภาพวิดีโอและภาพนิ่งบนคอมพิวเตอร์ด้วย

3. กระบวนการถ่ายทำ

สำหรับภาพยนตร์โฆษณาและสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ ขึ้นนี้ กระบวนการถ่ายทำ ทีมงานที่เป็นเพื่อนๆ ถือว่าช่วยเหลือในการทำงานของข้าพเจ้าได้ดีมาก ซึ่งหลังจากที่ข้าพเจ้ายุ่งในเรื่องของการจัดการทุกอย่างเองแล้ว เวลาหน้ากองทุกคนก็เข้าใจ และคอยแนะนำ สามารถแลกเปลี่ยนไอเดียกันได้

ในส่วนของการกำกับข้าพเจ้าเชิญบุคคลที่มีความรู้สึก บุคลิก หรืออาการใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย ข้าพเจ้าเน้นที่ความสมัครใจ และโชคคติที่ทุกคนพร้อมจะช่วยข้าพเจ้าทำมันให้สำเร็จ

ในการจัดแสงในภาพยนตร์ ข้าพเจ้าเลือกที่จะใช้แสงธรรมชาติเป็นหลัก เพื่อให้เกิดความสมจริงที่สุด

4. กระบวนการหลังการถ่ายทำ

ข้าพเจ้าได้มีการติดต่อประสานงานขอความช่วยเหลือเพื่อนสาขาอื่น ไว้ให้ช่วยบันทึกภาพ ทำเสียง และเก็ลยีส และข้าพเจ้าโชคคติที่ได้รู้จักเพื่อนต่างสาขาเยอะ ทุกคนมีความสามารถและยินดีที่จะช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ทำให้ข้าพเจ้าสบายใจมากขึ้น และไม่ค่อยมีปัญหาอะไรมากนัก

ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงน่าจะเป็นส่วนที่ข้าพเจ้าต้องศึกษาในการลำดับเรื่องราวใหม่ เพื่อให้สามารถสื่อสารเรื่องราวความเป็นปัจเจก ที่ข้าพเจ้าต้องการจะสื่อสารออกมาให้ได้ การบริหารเวลาและความรอบคอบ ก็เป็นสิ่งที่ข้าพเจ้าต้องแก้ไขและทำให้ดีขึ้นกว่าเดิม

7.2 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากศิลปินพจน์ขึ้นนี้ มีการใช้กระบวนการและวิธีการคิดที่ค่อนข้างอิสระ และได้แรงบันดาลใจมาจากเรื่องที่ข้าพเจ้ามีความสนใจอยู่แล้ว จึงไม่ได้สนเรื่องโครงสร้างตามรูปแบบนิยมโดยทั่วไป เพราะข้าพเจ้าต้องการถ่ายทอดความเรื่องราวไปตามความรู้สึกและความคิดของตัวเองเป็นหลัก แม้จะต้องควบคุมให้อยู่บนรูปแบบมาตรฐานของงาน แต่ข้าพเจ้ามีการดัดแปลงแก้ไขให้เป็นในแบบของข้าพเจ้าเองเสียมาก เพื่อให้ศิลปินพจน์ขึ้นนี้เป็นเหมือนการสะท้อนสิ่งที่ข้าพเจ้าอยากพูดอย่างถึงที่สุดนั่นเอง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

สุขภาพจิต คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล แหล่งที่มา
<https://med.mahidol.ac.th/ramamental/generalknowledge/general/06062014-0956>

สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ แหล่งที่มา
<http://www.smartteen.net/main/>

The loneliest whale in the world? แหล่งที่มา
https://www.washingtonpost.com/sf/style/2017/01/26/the-loneliest-whale-in-the-world/?noredirect=on&utm_term=.c36fe716ed3a



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย



ชื่อ-สกุล
ที่อยู่

นางสาว กมลวรรณ บุญศรี
310/1095 ถนน สรงประภา14 แขวงสีกัน
เขตดอนเมือง จังหวัด กรุงเทพมหานคร
ไปรษณีย์ 10210
E-mail : azurepapauy@gmail.com
Tel : 081-699-1966

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2550 - 2552 ประถมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยดอนเมือง
พ.ศ. 2553 - 2555 มัธยมศึกษา โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ หอวัง นนทบุรี
พ.ศ. 2557 - 2560 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้