

การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “ยิบสามโอ”
ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “23’O”



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการถ่ายภาพ ภาควิชาศิลปะศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2561

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์
การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “ยิบสามโอ”
ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “23’O”



นางสาวสุวรีย์ อัจบ้านสร้าง
Miss SUWAREE ATBANSRANG

ภาควิชาศิลปะ ศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาการถ่ายภาพ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....  วันที่ 17/๕๑/๕2

(อาจารย์ชัยวุฒิ พุฒทอง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การถ่ายภาพโฆษณา เรื่อง “ยิบสามโอ”
Advertising Photography Titled “23’O”

ชื่อ นางสาวสุวรีย์ อัจบ้านสร้าง
รหัสประจำตัว 58020430
สาขาวิชา การถ่ายภาพ
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2561
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ชัยวุฒิ พุฒทอง

บทคัดย่อ

ในวงการเพลง การออกแบบภาพสำหรับอัลบั้มก็มีวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยที่น่าสนใจต่อการศึกษา รูปภาพสำหรับอัลบั้มเป็นสิ่งที่ทำให้รู้จักผลงานเพลงของศิลปินผ่านการออกแบบ โดยเลือกภาพประกอบสำหรับอัลบั้มที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเพลง ทำให้ผู้ชมและผู้ฟังสามารถจินตนาการถึงเนื้อหาที่อยู่ในอัลบั้มได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะถ่ายทอดแนวคิดของศิลปินออกมาด้วยรูปภาพ และสื่อสารกับบุคคลทั่วไปได้ ภาพถ่ายชุดนี้ข้าพเจ้าต้องการที่จะออกแบบภาพถ่ายโดยใช้แนวเพลงและเนื้อหาของเพลงสื่อออกมาเพื่อเป็นภาพถ่าย เพื่อให้ผู้ชมจะได้สามารถเข้าใจถึงเนื้อหาเพลงและตัววงมากกว่าเดิม โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบภาพถ่ายสำหรับอัลบั้มให้เหมาะสมกับวงดนตรี และเพื่อใช้ภาพถ่ายในการสื่อประชาสัมพันธ์วงดนตรี 23’O และเพลงให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ศิลปนิพนธ์ชุดนี้นำเสนอภาพถ่ายภาพ จำนวน 28 ภาพ ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว , 11.5 x 16.5 นิ้ว , 8 x 12 นิ้ว และ 6 x 9 นิ้ว โดยมีประโยชน์แก่ข้าพเจ้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ 1.) ศึกษาการออกแบบภาพถ่ายสำหรับการใช้งานทางดนตรี 2.) สื่อประชาสัมพันธ์วงดนตรี 23’O และเพลงให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น 3.) เรียนรู้การนำเทคนิคการถ่ายภาพและแนวคิดของศิลปินมาประยุกต์ใช้ และ 4.) นำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบภาพสำหรับวงดนตรี เพื่อให้ผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณพ่อและแม่ ผู้สนับสนุนหลักสำหรับศิลปินพจน์ชุดนี้ และการเรียนมาตลอด 4 ปี
ขอขอบคุณอาจารย์ชัยวุฒิ พุฒทอง ที่ให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำต่อศิลปินพจน์ชุดนี้
ขอขอบคุณวง 23'0 และค่าย Macrowave ที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ และความร่วมมือในการถ่าย
ขอขอบคุณพี่อ๊อบ ที่ให้ยืมอุปกรณ์เลนส์ตลอดการถ่ายทำงานนี้
ขอขอบคุณเพื่อนทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือตั้งแต่การเรียนมาโดยตลอดจนถึงการทำศิลปินพจน์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
1.3 แนวความคิด	1
1.4 ขอบเขตของโครงการ	1
1.5 รายละเอียดทางเทคนิค	2
1.6 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย	2
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 ข้อมูลในการสร้างสรรค์	3
2.1 การโฆษณากับดนตรี	3
2.2 อัลบั้ม	3
2.3 Lookbook	4
2.4 ข้อมูลวง 23'0	4
2.5 ผลงานเพลงของ 23'0	5
2.6 ค่าย Macrowave	7
2.7 Fungjai	8
2.8 วงดนตรีที่มีอิทธิพลต่อวง 23'0	8
2.9 กลุ่มเป้าหมาย	11
2.10 brand positioning	11
2.11 วิเคราะห์ SWOT	11
2.12 การโปรโมทวงและผลงานเพลงของ 23'0	12
2.13 วิเคราะห์ 4P	13
2.14 วิเคราะห์คู่แข่ง	14
2.15 วิเคราะห์ Single Package เดิมของวง 23'0	16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.16 ดนตรีแนวป๊อป	17
2.17 ดนตรีแนวร็อก	17
2.18 ดนตรีแนวป๊อปร็อก	18
2.19 ช่างภาพที่มีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์ผลงาน	18
บทที่ 3 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน	26
3.1 ขั้นตอนการวางแผนงาน	26
3.2 ภาพร่าง	27
3.3 Lighting Diagram	33
3.4 ขั้นตอนการตกแต่งภาพ	33
3.5 ขั้นตอนการจัดแสดงงาน	35
3.6 การออกแบบ Layout	36
บทที่ 4 ผลงานจริง	39
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	52
5.1 สรุปผลการทำงาน	52
5.2 ปัญหาในการทำงาน	52
5.3 แนวทางในการแก้ปัญหา	52
5.4 ข้อเสนอแนะ	53
5.5 ประโยชน์ที่ได้รับ	53
บรรณานุกรม	54
ประวัติผู้วิจัย	56

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 โลโก้วง 23'0	5
2 สมาชิกวง 23'0	5
3 โลโก้ค่าย Macrowave	7
4 โลโก้ Fungjai	8
5 วงสมเกียรติ	9
6 วงสมเกียรติ	9
7 วง Last Dinosaurs	10
8 วง Last Dinosaurs	10
9 วง The 1975	10
10 วง The 1975	10
11 วง Whal & Dolph	14
12 อัลบั้ม Rayon	14
13 Single Package เลื่อนกลางและจางหาย	16
14 Michael Spencer Jones	18
15 ปกหน้าอัลบั้ม Definitely Maybe Limited Edition	19
16 ปกหลังอัลบั้ม Definitely Maybe Limited Edition	19
17 ตัวอย่างงานของ Michael Spencer Jones	20
18 ตัวอย่างงานของ Michael Spencer Jones	20
19 ตัวอย่างงานของ Michael Spencer Jones	20
20 ตัวอย่างงานของ Michael Spencer Jones	20
21 ตัวอย่างงานของ Michael Spencer Jones	20
22 Ebru Yildiz	21
23 ภาพถ่ายสำหรับอัลบั้ม Wide Awake! ของ Parquet Courts	22
24 ภาพถ่ายสำหรับอัลบั้ม Wide Awake! ของ Parquet Courts	22
25 ภาพถ่ายสำหรับอัลบั้ม Wide Awake! ของ Parquet Courts	22
26 ภาพถ่ายสำหรับอัลบั้ม Wide Awake! ของ Parquet Courts	22
27 ตัวอย่างงานของ Ebru Yildiz	23
28 ตัวอย่างงานของ Ebru Yildiz	23
29 ตัวอย่างงานของ Ebru Yildiz	23
30 Natalia Mantini	23

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
31 โฆษณา Spotify	25
32 โฆษณา Spotify	25
33 โฆษณา Spotify	25
34 โฆษณา Spotify	25
35 โฆษณา Spotify	25
36 ภาพร่างรูปที่ 1	27
37 ภาพร่างรูปที่ 2	28
38 ภาพร่างรูปที่ 3	28
39 ภาพร่างรูปที่ 4	28
40 ภาพร่างรูปที่ 5	29
41 ภาพร่างรูปที่ 6	29
42 ภาพร่างรูปที่ 7	29
43 ภาพร่างรูปที่ 8	30
44 ภาพร่างรูปที่ 9	30
45 ภาพร่างรูปที่ 10	31
46 ภาพร่างรูปที่ 11	31
47 ภาพร่างรูปที่ 12	32
48 ภาพร่างรูปที่ 13	32
49 ภาพร่างรูปที่ 14	32
50 Lighting Diagram	33
51 ภาพก่อนและหลังปรับสีพื้นหลัง	33
52 ภาพก่อนและหลังปรับสีพื้นหลัง	34
53 ภาพก่อนและหลังปรับสีพื้นหลัง	34
54 ภาพก่อนและหลังปรับสีพื้นหลัง	34
55 ภาพก่อนและหลังปรับสีพื้นหลัง	34
56 ภาพก่อนและหลังปรับแสงและโทนสี	35
57 การออกแบบติดตั้งผลงาน	35
58 ติดตั้งผลงานจริง	36
59 Layout หน้าปก	36
60 Layout ตัวอย่างใน Album	37

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
61 Layout หน้าปก	37
62 Layout ตัวอย่างใน Lookbook	38
63 Layout ตัวอย่างใน Lookbook	38
64 ผลงานจริงรูปที่ 1 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	39
65 ผลงานจริงรูปที่ 2 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	39
66 ผลงานจริงรูปที่ 3 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	40
67 ผลงานจริงรูปที่ 4 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	40
68 ผลงานจริงรูปที่ 5 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	41
69 ผลงานจริงรูปที่ 6 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	41
70 ผลงานจริงรูปที่ 7 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	42
71 ผลงานจริงรูปที่ 8 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	42
72 ผลงานจริงรูปที่ 9 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	43
73 ผลงานจริงรูปที่ 10 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	43
74 ผลงานจริงรูปที่ 11 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	44
75 ผลงานจริงรูปที่ 12 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	44
76 ผลงานจริงรูปที่ 13 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	45
77 ผลงานจริงรูปที่ 14 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	45
78 ผลงานจริงรูปที่ 15 ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว	46
79 ผลงานจริงรูปที่ 16 ขนาด 16.5 x 11.5 นิ้ว	46
80 ผลงานจริงรูปที่ 17 ขนาด 16.5 x 11.5 นิ้ว	47
81 ผลงานจริงรูปที่ 18 ขนาด 16.5 x 11.5 นิ้ว	47
82 ผลงานจริงรูปที่ 19 ขนาด 16.5 x 11.5 นิ้ว	47
83 ผลงานจริงรูปที่ 20 ขนาด 16.5 x 11.5 นิ้ว	48
84 ผลงานจริงรูปที่ 21 ขนาด 16.5 x 11.5 นิ้ว	48
85 ผลงานจริงรูปที่ 22 ขนาด 8 x 12 นิ้ว	48
86 ผลงานจริงรูปที่ 23 ขนาด 8 x 12 นิ้ว	49
87 ผลงานจริงรูปที่ 24 ขนาด 8 x 12 นิ้ว	49
88 ผลงานจริงรูปที่ 25 ขนาด 8 x 12 นิ้ว	50
89 ผลงานจริงรูปที่ 26 ขนาด 6 x 9 นิ้ว	50
90 ผลงานจริงรูปที่ 27 ขนาด 6 x 9 นิ้ว	51

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
91 ผลงานจริงรูปที่ 28 ขนาด 6 x 9 นิ้ว	51



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ

การออกแบบภาพสำหรับอัลบั้มนั้นมีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละยุคสมัยที่น่าสนใจต่อการศึกษาแตกต่างกันไป ภาพสำหรับอัลบั้มเป็นสิ่งที่ทำให้เรารู้จักผลงานเพลงของศิลปินผ่านการออกแบบเป็นภาพถ่าย โดยเลือกภาพสำหรับอัลบั้มและภาพลักษณะต่าง ๆ ของศิลปินที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเพลงทำให้ผู้ชมและผู้ฟังจินตนาการถึงเนื้อหาที่อยู่ในอัลบั้มได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะถ่ายทอดแนวคิดของศิลปินออกมาด้วยภาพถ่าย และสามารถสื่อสารกับบุคคลทั่วไปได้

ข้าพเจ้าต้องการที่จะนำเสนอภาพถ่ายโดยใช้แนวเพลงและเนื้อหาของเพลงสื่อออกมา เพื่อให้ผู้ชมจะสามารถเข้าใจถึงเนื้อหาเพลง แนวเพลง และมองเห็นภาพลักษณะของศิลปินได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการออกแบบภาพถ่ายให้เหมาะสมกับแนวทางของวงดนตรี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาเทคนิคการถ่ายภาพและแนวคิดของศิลปินสำหรับวงดนตรีมาประยุกต์ใช้
- 1.2.3 เพื่อประชาสัมพันธ์เพลงและวง 23'0 ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.3 แนวความคิด

ภาพถ่ายโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์วงดนตรี 23'0 (ยิบสามโอ) ที่แสดงออกถึงความเป็นวัยรุ่น สนุกสนาน สีสดใส เชื่อมโยงสีต่าง ๆ เข้ากับเพลง และแสดงออกถึงภาพลักษณ์และไลฟ์สไตล์ของวง โดยแบ่งเป็น 2 ชุดภาพ คือ เพื่อนำสื่อไปใช้กับ Album Package และ Lookbook แสดงไลฟ์สไตล์ของวง

1.4 ขอบเขตของโครงการ

- 1.4.1 ภาพถ่ายจำนวน 28 ภาพ ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว , 11.5 x 16.5 นิ้ว , 8 x 12 นิ้ว และ 6 x 9 นิ้ว

- 1.4.2 Album Package จำนวน 1 เล่ม ขนาด 16 x 16 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.3 Lookbook จำนวน 1 เล่ม ขนาด 20 x 20 เซนติเมตร

1.5 รายละเอียดทางเทคนิค

- 1.5.1 การจัดแสงจากไฟสตูดิโอ , การจัดแสงธรรมชาติ
- 1.5.2 Canon EOS 6D
- 1.5.3 Lens Canon EF 24-70 mm f/4L IS USM
- 1.5.4 ขาตั้งกล้อง

1.6 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

- 1.6.1 ศึกษาข้อมูลการตลาดและกลุ่มเป้าหมายของวงดนตรี 23'0
- 1.6.2 พูดคุยถึงความต้องการของศิลปินในเรื่องของภาพถ่ายที่จะนำไปใช้ประชาสัมพันธ์
- 1.6.3 ศึกษาผลงานการถ่ายภาพของนิตยสาร Rolling Stones
- 1.6.4 วางแผนการถ่ายและจัดตารางเวลา
- 1.6.5 ถ่ายภาพและแก้ไขภาพตามความเหมาะสม
- 1.6.6 จัดทำ Album Package และ Lookbook

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.7.1 ได้ศึกษาการออกแบบภาพถ่ายสำหรับใช้งานทางดนตรี
- 1.7.2 ได้ใช้เป็นที่ประชาสัมพันธ์วงดนตรี 23'0 ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
- 1.7.3 ได้เรียนรู้การนำเทคนิคการถ่ายภาพและแนวคิดของศิลปินมาประยุกต์ใช้
- 1.7.4 ได้นำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบภาพสำหรับวงดนตรี เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในเรื่องนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ข้อมูลในการสร้างสรรค์

วัฒนธรรมดนตรีป๊อปเป็นที่นิยมในปัจจุบัน กลุ่มผู้ฟังก็ต่างแสวงหาแนวเพลงป๊อปรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดนตรีป๊อปเพลงจะมุ่งเน้นไปยังกลุ่มผู้ฟังที่เป็นวัยรุ่น ในเชิงพาณิชย์เพลงป๊อปมุ่งเน้นไปกลุ่มวัยรุ่นเป็นเพราะว่ามีผลต่อการตลาดรูปแบบใหม่ และยังเป็นบทเพลงสมัยใหม่ที่ได้รับความนิยม ดนตรีป๊อป หรือที่หมายถึงความนิยมในดนตรี นั้นฟังง่ายไม่สลับซับซ้อน มีโครงสร้างของเมโลดี้ที่ฟังแล้วติดหู โดยเพลงป๊อปได้รวบรวมความหลากหลายของแนวดนตรีมารวมกัน

2.1 การโฆษณากับดนตรี

การโฆษณา คือ การสื่อสารทางการตลาด เพื่อส่งเสริมหรือขายผลิตภัณฑ์ บริการต่าง ๆ การโฆษณามีการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ รวมถึงสื่อดั้งเดิมที่เคยมีมา เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อช่องทางใหม่ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ บล็อกต่าง ๆ การโฆษณาเชิงพาณิชย์มักพยายามสร้างการบริโภคสินค้าหรือบริการผ่านการสร้างแบรนด์ ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าของสินค้าและบริการไว้ในใจของผู้บริโภค

ความสำเร็จในธุรกิจเพลงมักขึ้นอยู่กับแนวทางของศิลปิน และเพื่อความสำเร็จของในธุรกิจเพลง ต้องการทักษะการโฆษณาที่สร้างสรรค์เพื่อเจาะตลาดที่มีการแข่งขันสูง ศิลปินต้องมีเอกลักษณ์และดึงดูดความสนใจผู้ฟัง ปัจจุบันเทคโนโลยีมีส่วนทำให้ธุรกิจเพลงเปลี่ยนไปอย่างมาก ผู้ฟังนิยมฟังเพลงผ่านระบบดิจิทัลหรือระบบสตรีมมิง (Streaming) ส่งผลทำให้การผลิตอัลบั้มออกมาจำหน่ายลดลง การประชาสัมพันธ์และการตลาดเปลี่ยนไปจากเดิม แต่เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ก็ทำให้มีโอกาสใหม่ ๆ เกิดขึ้นเนื่องจากความเข้าถึงง่ายได้อย่างอิสระ ทุกคนสามารถสร้างสรรค์ผลงานเพลงได้อย่างอิสระ การแข่งขันสูงอย่างต่อเนื่องและเกิดการปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยี ธุรกิจเพลงยังคงสามารถอยู่ต่อไปได้จากการสร้างความแตกต่างเพื่อให้ผลงาน ออกมาโดดเด่นและได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้ฟัง

2.2 อัลบั้ม

อัลบั้ม คือ การรวมเพลงหรือเสียงที่เกี่ยวกับดนตรีออกสู่สาธารณชน โดยทำเป็นธุรกิจมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อการขาย โดยจัดจำหน่ายตามแหล่งต่าง ๆ เพลงในอัลบั้มนั้นเป็นการแสดงออกถึงแนวความคิด การสื่ออารมณ์ เนื้อหา สไตล์ดนตรี ที่ศิลปินต้องการจะสื่อออกมาเป็นเรื่องราว อัลบั้มใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยุคแรกจะเป็นแผ่นเสียงที่รวมอัลบั้มภาพไว้ด้วย แรกสุดเป็นแผ่นเสียงที่มีลักษณะค่อนข้างหนาและหนัก คุณภาพเสียงออกแหลมรวมทั้งมีเสียงรบกวนจากหัวเข็มโลหะ ต่อมาได้พัฒนาเป็นแผ่นเสียงไวนิล (Vinyl) คุณภาพเสียงนุ่มลึกมากขึ้น และยังสามารถลดเสียงรบกวนจากหัวเข็มได้เล็กน้อย แผ่นเสียงไวนิลนั้นยังคงมีผลิตบ้างอย่างเฉพาะกลุ่มผู้ฟัง จึงทำให้แต่ละอัลบั้มมีคุณภาพสูง แต่ปัจจุบันแผ่นเสียงไวนิลกำลังกลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง และต่อมาเป็นยุคของแถบบันทึกเสียงตลับ (Cassette Tape) ที่เป็นที่นิยมจนถึงยุคของแผ่นซีดีเข้ามา และการฟังเพลงบนระบบดิจิทัล

2.3 Lookbook

Lookbook เป็นคอลเล็คชั่นภาพถ่ายเพื่อรวบรวมสไตล์ต่าง ๆ อย่างเช่นเสื้อผ้าหรือไลฟ์สไตล์ บางครั้ง Lookbook ก็ถูกสร้างขึ้นเพื่อรวบรวมภาพลักษณะของดารารหรือศิลปิน Lookbook จะแสดงถึงไลฟ์สไตล์ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีหากมีการกำหนดแนวทางของคอลเล็คชั่นใน Lookbook อย่างชัดเจนและตรงกับไลฟ์สไตล์ของตัวศิลปิน โดยเป็นการจำหน่ายสำหรับกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบในภาพลักษณ์ของศิลปิน หรือ Lookbook นั้นอาจจะทำให้ผู้ชมเห็นแนวทางของวงได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.4 ข้อมูลวง 23'0

“23'0” อ่านว่า “ยิปสามโอ” ที่มาจากเวลาห้าทุ่มซึ่งเป็นเวลาที่วงมักจะได้ขึ้นไปเล่นตามร้านแนวเพลงของ 23'0 คือ พื้นฐานเป็น pop ที่ผสม rock และ disco เข้าไปด้วยกัน ทำให้มีความสนุกสนานชวนอยากให้ลุกขึ้นเต้น และบุคลิกของสมาชิกในวงที่ดูสนุกสนานที่จะชวนให้ผู้ฟังสนุกสนานตามไปด้วย ผลงานที่ทำให้ 23'0 รู้จักอย่างเป็นทางการ คือ การแสดงโชว์จากเวทีประกวดดนตรี Tiger Jams เมื่อปี พ.ศ. 2560 และ 23'0 อยู่ภายใต้การดูแลของ Macrowave มีสมาชิกทั้งหมด 5 คน คือ

- 1) ศิวชัย ศิริชัย (เต้) : ร้องนำ, กีตาร์
- 2) ศิริวัชร ขนอม (โซ่) : กีตาร์
- 3) นิธิวัฒน์ พึ่งเจริญ (นิว) : กลอง
- 4) สิริยาญ เลิศสงคราม (เก็ท) : เบส
- 5) ฉัตริน จรรยาเวช (นัท) : ซินธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

23'0

ภาพที่ 1 โลโก้วง 23'0

ที่มา : www.facebook.com (2018)



ภาพที่ 2 สมาชิกวง 23'0

ที่มา : www.facebook.com (2017)

2.5 ผลงานเพลงของ 23'0

2.5.1 เพลง : ระวังรถ

เรื่องราวจากการมีรถคันแรกคนอื่นจะชอบพูดกันว่า พอมีรถขับก็จะมีผู้หญิง เยอะเนื้อเพลงต้องการบอกว่าจะไม่เป็นเช่นนั้นหรอก ที่ข้างคนขับนั้นมีไว้สำหรับผู้หญิงคน นั้นแค่คนเดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 เพลง : All C

All C เป็นศัพท์ในเกมส์ที่เล่นเป็นทีมและเมื่อเวลากด All C ผู้เล่นทุกคนจะมารวมกันตรงกลาง เพื่อเป็นการสู้ครั้งสุดท้าย โดยใช้คำศัพท์นี้พูดถึงสมาชิกในวงที่อยู่ต่างที่กันในช่วงชีวิตมหาลัย และอยากสื่อว่าโอกาสในการเป็นนักดนตรีของพวกเขาในช่วงมหาลัยมันมีมากกว่าตอนที่แยกย้ายไปทำงาน ไม่อยากเสียโอกาสตรงนี้ไป จึงทำทุกทางเพื่อเข้าใกล้ความฝัน โดยการที่จะต้องรวมตัวครั้งสุดท้ายเหมือนกันการกด All C

2.5.3 เพลง : รักไม่ร้าย

เพลงที่พูดถึงความรักในสองมุมมอง ระหว่างคนที่เพิ่งอกหักในความรักมา ไม่คิดจะเปิดใจและไม่คิดจะมีความรักอีกแล้ว กับคนที่เชื่อว่าความรักของตนนั้นยิ่งใหญ่และสวยงามเรื่องร้าย ๆ ที่เคยเจอมา มันไม่ใช่ผิดที่ความรัก แต่ผิดที่รักผิดคน

2.5.4 เพลง : เลื่อนกลางและจางหาย

เพลงนี้สื่อถึงว่าความรักมีพลังให้เราเสมอ แต่คนรักไม่ได้อยู่กับเราเสมอไป ให้เชื่อมั่นในความรัก แต่อย่ายึดติดกับคนรักเกินไป เมื่อก่อนเขาอาจจะรักเขา แต่วันนี้อาจจะน้อยลงหรือความเจ็บปวด วันหนึ่งมันก็จะน้อยลง เพราะทุกอย่างเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

2.5.5 เพลง : Rabbit

เพลงนี้ภาพลักษณ์ และสัดส่วนของแนวดนตรีที่ดูโตขึ้นจากเดิม เนื้อเพลงพูดถึงเรื่องราวของผู้ชายที่พบเจอผู้หญิงและตกหลุมรักตั้งแต่แรกเห็น โดยพูดถึงความปรารถนาอันเฝ้าฝันแบบตรงไปตรงมา

2.5.6 เพลง : ขอให้เหงาตาย (Why don't you tell me?)

เพลงพูดถึงความรักของคนสองคนบนพื้นที่โลกโซเชียล ที่ทะเลาะกันแล้วมักจะจบลงด้วยการตั้งสถานะเศร้า หรือแชร์เพลงเศร้า ซึ่งการทำแบบนี้ไม่มีผลดีอะไรตามมา การปรับความเข้าใจที่ดีที่สุดคือการคุยกันตรง ๆ มากกว่า

2.5.7 เพลง : Get Love

เพลงนี้นำเสนอมุมมองความรักของเกิต มือเบสของวง ที่มองว่าความรักนั้นไม่ได้มาในรูปแบบของคนรักเสมอไป ถึงแม้จะไม่มีแฟนก็ใช่ว่าจะไม่มีความสุข เพราะความรักอยู่รอบตัวเสมอ รักพ่อแม่ รักเพื่อน รักดนตรี รักกลิ่นรถยนต์ของตัวเอง ก็เป็นความรักได้ และเชื่ออยู่ลึก ๆ ว่าสักวันจะมีคนรักที่ดีเข้ามา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ค่าย MACROWAVE

Macrowave เป็นชุมชนดนตรีแห่งใหม่ เป็นการรวมตัวของ Malama Collective ภายใต้บริษัทฟังใจ สำหรับศิลปินนักฟังเพลงนอกระแส และ BEC-Tero Music ค่ายเพลงไทยที่มีศิลปินมากมาย โดยตั้งใจให้ Macrowave เป็นชุมชนดนตรีที่รวบรวมและผลักดันสนับสนุนศิลปินที่สร้างงานดนตรีเป็น เอกลักษณ์แบบศิลปินอิสระ หรือศิลปิน indie โดยสนับสนุนศิลปินอิสระในรูปแบบ Startup Brand เพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางผลงาน การประชาสัมพันธ์ กิจกรรม และรายได้ ทั้งรูปแบบดิจิทัลและการแสดงสด

Malama เป็นวิสาหกิจชุมชนดนตรีแบบ Business Unit ที่แยกออกมาจากฟังใจ มีการทำงาน 1 ปีจนได้ร่วมมือกับ BEC-Tero Music เพื่อตอบสนองความต้องการของศิลปินที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น และหลากหลายยิ่งขึ้น

Startup Brand เป็นการเริ่มต้นธุรกิจเพื่อการเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยแนวคิดของ Macrowave ที่อยู่ภายใต้ Startup Brand คือการสร้างสรรคสิ่งแวดล้อมที่จะทำให้ศิลปินเติบโตอย่างรอบด้าน มีพื้นที่ในการฝึกซ้อม พื้นที่ในการแสดงสด และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือจะไม่เปลี่ยนตัวตนของศิลปินให้ศิลปินคง ความเป็นเอกลักษณ์เอาไว้ที่สุด (www.becteromusic.com, 2018)

ค่ายเพลงอิสระ (Independent record label) เป็นค่ายเพลงที่มีกระบวนการผลิตผลงานเพลงโดยให้อิสระกับศิลปิน เน้นการสร้างสรรคความเป็นเอกลักษณ์ของศิลปิน แตกต่างจากศิลปินในกระแสหลัก โดยเนื้อหาของเพลงและรวมถึงภาพลักษณ์ภายนอกของศิลปินนั้นไม่ได้เป็นไปตามแนวทางของค่ายเพลงที่มีอยู่ในกระแสหลัก



ภาพที่ 3 โลโก้ค่าย Macrowave

ที่มา : www.facebook.com (2018)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิลปินในค่าย Macrowave มีดังนี้ 00.01 , 23'O , Apollo Thirteen , Artist Focus , Boyjazz , Costlywood , Lukpeach , Monkey Business , Monomania , Møle The Explosion , Papyeahh , She Should Be A Machine , The Young Wolf , Yented , Yooze , MIM และ MIRRR (www.facebook.com, 2019)

ศิลปินจากค่าย Macrowave ที่ถือว่าประสบความสำเร็จในกลุ่มเพลงนอกระแสอย่าง Monomania และ Lukpeach โดย Monomania เป็นวงดนตรีแนวอัลเทอร์นาทีฟร็อก (Alternative Rock) ที่มีดนตรีให้บรรยากาศที่ลอกหลอนและเต็มไปด้วยพลัง จากการใช้ซาวด์แบบ ambient และ electronic noise มีกลิ่นอายของความเศร้าโศก แต่เพลงก็ซ่อนพลังที่ต่อสู้เพื่ออิสรภาพ ได้รับรางวัล อัลบั้มยอดเยี่ยม จากอัลบั้ม Another Side Of Human จากคมชัดลึกอวอร์ด ครั้งที่ 12 และมีประสบการณ์ทัวร์คอนเสิร์ตทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจุดเด่นของ Monomania คือซาวด์ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลูกเล่น การใช้พาร์ทดนตรีเล่าเรื่องราวของเพลง ส่วน Lukpeach ลูกพีช รัชพีร ตะตันกุล ผู้แข่งขันจากรายการ The Voice Thailand Season 2 ผลงานของ Lukpeach เป็นสไตล์เพลงผสมผสาน Modern Pop R&B (www.music.trueid.net, 2019)

2.7 Fungjai

ฟังใจ เป็นชุมชนทางดนตรีที่เชื่อมศิลปินกับกลุ่มผู้ฟังเข้าด้วยกันผ่านแพลตฟอร์ม และกิจกรรมออนไลน์ ออฟไลน์ ในด้านของมิวสิคสตรีมมิง นิติสารดนตรี คอนเสิร์ต และการสัมมนาทางดนตรี สำหรับเพลงนอกระแสของไทย โดยมีแนวความคิดที่อยากให้แนวดนตรีหลากหลาย แปลกใหม่และเปิดกว้าง ฟังใจมีเป้าหมายที่ว่า การเห็นศิลปิน นักดนตรี จะสามารถกลายเป็นอาชีพในประเทศไทยที่มั่นคง และยั่งยืน ฟังใจเป็นธุรกิจสตรีมมิงที่จะเป็นส่วนประกอบที่จะช่วยทำให้ศิลปินกับเพลงเข้าใกล้กันมากขึ้น ควบคู่ไปกับการสร้างเครื่องมืออื่น ๆ ที่จะส่งเสริมต่อยอดรายได้ให้กับศิลปินมากขึ้น และทำให้กลุ่มแฟนเพลงให้มูลค่ากับดนตรีมากขึ้น (www.fungjai.com, 2019)



2.8 วงดนตรีที่มีอิทธิพลต่อวง 23'0

2.8.1 สมเกียรติ

สมเกียรติ (Somkiat) เป็นวงป๊อปรีดิก จากค่าย Smallroom จุดเริ่มต้นคือเล่นดนตรีตามร้านอาหารจนประกวดวงดนตรีเวที Coke Music Award 2010 ได้รับรางวัลชนะเลิศ ในช่วงแรกของวงยังมีกลิ่นอายของความเป็นอัลเทอร์นาทีฟร็อก (Alternative Rock) หรืออินดี้ร็อก (India Rock) ของฝั่งอังกฤษอยู่ แนวทางในช่วงแรกนั้นอาจยังดูไม่ชัด จนเพลงต่อ ๆ มามีซาวด์ที่แข็งแรงและจัดจ้าน สมเกียรติมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาตัวเองทั้งซาวด์ดนตรี และเสียงร้อง การใช้ถ้อยคำเนื้อหาที่ง่ายแต่ว่านุ่มลึก ดนตรีที่เคลียร์ใส ถ้อยคำที่ฟังง่าย (www.th.wikipedia.org, 2019)

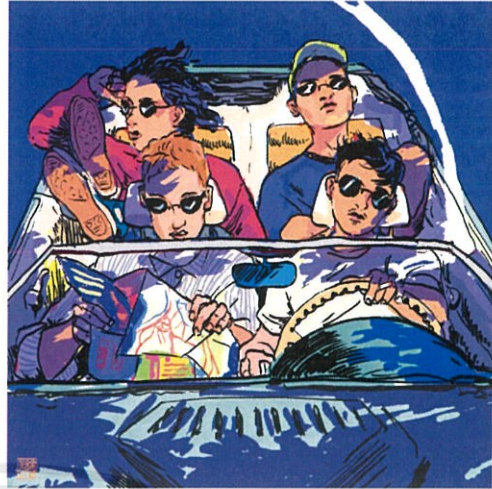


ภาพที่ 5 - 6 วงสมเกียรติ

ที่มา : www.facebook.com (2018)

2.8.2 Last Dinosaurs

Last Dinosaurs เป็นวงอินดี้ร็อกออสเตรเลีย เริ่มต้นในปี 2007 และประสบความสำเร็จในปี 2012 โดยเพลงเปิดตัวอยู่ในสิบอันดับแรกของชาร์ตออสเตรเลีย โดยจังหวะดนตรีฟังแล้วย้อนไปให้นึกถึงช่วงอินดี้ยุค 2000s Last Dinosaurs ต้องการเขียนเพลงที่เน้นทักษะเรื่องดนตรีของสมาชิกในวงและพยายามสร้างดนตรีที่ไม่มีเรื่องเวลามาข้องเกี่ยว และมีความหมายลึกซึ้งกินใจ ในอัลบั้ม In A Million Years มีเนื้อหาที่พูดถึงความรักที่สูญเสียแต่ดนตรีมีทำนองจังหวะชวนเต้น (www.en.wikipedia.org, 2019)



ภาพที่ 7 - 8 วง Last Dinosaurs

ที่มา : www.facebook.com (2015,2018)

2.8.3 The 1975

The 1975 เป็นวงร็อกอินดี้ของอังกฤษ เริ่มต้นด้วยการเล่นเพลงคัฟเวอร์แนวฟังก์และแสดงตามคลับของเมืองไปจนกระทั่งเริ่มเขียนเพลงเอง เรื่องราวเพลงส่วนใหญ่เกี่ยวกับความมีดมนของชีวิตวัยเยาว์ ความรัก ความกลัว อิทธิพลสำหรับผลงานของ The 1975 คือผลงานของผู้กำกับภาพยนตร์ John Hughes และ Healy กล่าวว่าอิทธิพลของพวกเขาอีกอย่างคือรากฐานในดนตรีแบล็คคอบอเมริกัน แต่สำหรับผู้ชม The 1975 ถูกมองว่าเป็นวงดนตรีแนวผสมอัลบั้มเปิดตัวส่วนใหญ่ของวงเป็นอัลบั้มร็อกที่ตรงไปตรงมา แต่ก็มีความนุ่มนวล (www.en.wikipedia.org, 2019)



THE 1975

ภาพที่ 9 - 10 วง The 1975

ที่มา : www.facebook.com (2019)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.9 กลุ่มเป้าหมาย

วงดนตรี 23'๐ เป็นวงดนตรีที่กลุ่มเป้าหมายจัดอยู่ในช่วงอายุ 18 - 25 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษาที่ชอบฟังเพลงแนวป๊อปที่เนื้อหาเกี่ยวกับความรัก ให้ความสนุกสนาน

2.10 brand positioning

วงดนตรีนอกระแสดังกล่าวเพลงป๊อปปรี๊ด สำเนียงการร้องที่ค่อนข้างขี้เล่น สนุกสนาน ที่มีเนื้อหาของเพลงไม่มองในแง่ร้ายเกินไป เนื้อเพลงที่แปลกใหม่แต่ก็เข้าใจได้ไม่ยาก นำเสนอความสนุกสนานในสัดส่วนของแนวดนตรีถึงแม้เนื้อเพลงจะพูดถึงความสัมพันธ์ที่เศร้า

2.11 วิเคราะห์ SWOT

2.11.1 จุดเด่น (Strengths)

เนื้อเพลงของวง 23'๐ ที่พยายามพูดถึงการมองโลกในแง่ดี ให้ความรู้สึกที่เป็นบวก เนื้อเพลงในแง่มุมมองที่คนอาจจะไม่ค่อยมองเห็น ในเพลงที่เนื้อหาพูดถึงเรื่องราวความเศร้า แต่ยังคงมีความคิดด้านบวกอยู่เสมอ การใช้ถ้อยคำเนื้อร้องที่ค่อนข้างแปลกใหม่ ลึกซึ้ง แต่ก็สามารถเข้าใจได้ง่าย

2.11.2 จุดอ่อน (Weakness)

สไตล์ดนตรีของวงที่ยังคงไม่ตายตัวแน่นอน ปรับเปลี่ยนชาวดนตรีที่ยังไม่ชัดเจนพอจนสามารถเป็นที่จดจำของผู้ฟังได้มากพอ และอาจทำให้บางกลุ่มเป้าหมายไม่ชอบในการเปลี่ยนในสัดส่วนของแนวดนตรี สไตล์ดนตรีไปหลากหลายมากเกินไป และความถี่ในการมีผลงานให้เป็นที่รู้จัก เนื่องจากวงเป็นศิลปินอิสระ มีอิสระในการสร้างสรรค์ผลงานเอง จึงค่อนข้างใช้ระยะเวลาในการทำเพลง ซึ่งอาจทิ้งระยะเวลาจนเกิดการทิ้งช่วงในการให้เป็นที่รู้จัก

2.11.3 โอกาส (Opportunities)

วงการเพลงนอกระแสดังกล่าวเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นจากหลายปีก่อน และยังมี Music Streaming บริการให้ฟังเพลงบนอินเทอร์เน็ตอย่างฟังใจ (Fungjai) ที่รองรับเพลงของศิลปินนอกระแสด และระบบสตรีมมิ่งอื่น ๆ อย่างเช่น Spotify , JOOX หรือ Apple Music

อาจทำให้ยอดขายแผ่นซีดีนั้นลดลง แต่ก็ทำให้วงเป็นที่รู้จักได้มากขึ้น เพราะสะดวกต่อผู้บริโภค เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลงานเพลงการจัดแสดงสด เทศกาลดนตรีก็เป็นโอกาสที่จะทำให้วงเป็นที่รู้จักมากขึ้นจนกลายเป็นแฟนเพลงและแฟนคลับ และการทำอัลบั้มเพลงเป็นงานศิลป์ สามารถเพิ่มทำขายแผ่นซีดีสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ชอบสะสมแผ่นและกลุ่มแฟนคลับ

2.11.4 อุปสรรค (Threats)

วงการเพลงในช่วงตอนนี้ศิลปินไอดอลกำลังมีอิทธิพลต่อวงการเพลงเป็นอย่างมากซึ่งการเป็นศิลปินไอดอลนั้นขายทั้งภาพลักษณ์การเป็นศิลปินแบบที่กลุ่มแฟนคลับต้องการขายเพลง และขายอัลบั้มสินค้าต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตัวศิลปินกับกลุ่มแฟนคลับและแฟนเพลง ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำรายได้และการเป็นที่รู้จักจำนวนมาก และปัจจุบันมีการฟังเพลงบนระบบสตรีมมิง (Streaming) มากขึ้น ซึ่งสะดวกต่อผู้บริโภค แต่จะเป็นการทำให้อัตราขายของอัลบั้มลดลง

2.12 การโปรโมทวงและผลงานเพลงของ 23'O

2.12.1 Music video . Live session

2.12.2 การทำ Album package และสินค้าอย่างอื่นที่เกี่ยวข้องกับตัววงอย่างเช่น เสื้อยืด

2.12.3 เทศกาลดนตรี การแสดงสด ทั้งการจัดการแสดงในกรุงเทพฯ หรือเทศกาลดนตรีที่จัดตามจังหวัดต่าง ๆ ตารางทัวร์ตามมหาวิทยาลัยตามกลุ่มเป้าหมาย

2.12.4 การนำเพลงลงแพลตฟอร์มของ Music Streaming การฟังเพลงบนระบบ

อินเทอร์เน็ต เช่น Spotify , Apple Music , JOOX และ Fungjai การถูกจัดอยู่ใน playlist จากผู้ให้บริการผู้ฟังจะมีความรู้สึกเชิงบวกมากกว่า

2.12.5 การโปรโมทผ่านสื่อออนไลน์

1) Facebook ช่องทางหลักที่ใช้ติดต่อประชาสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ฟัง ทั้งอย่างเป็นทางการ และพูดคุยอย่างเป็นกันเอง เนื้อหาที่มีทั้งรูปภาพ วิดีโอ ข้อความ และเนื้อหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บทสัมภาษณ์ ตารางงาน และการสร้าง event กิจกรรมที่ผู้ฟังสามารถเข้าร่วมด้วย

2) Youtube ช่องทางการสื่อสารในรูปแบบคลิปวิดีโอ มิวสิควิดีโอ เพลงของวง โดยมิวสิควิดีโอสำหรับการโปรโมทอัลบั้มมีการผลิตสำหรับเพลงหลักที่ใช้โปรโมท 1 เพลงหรือในสำหรับการปล่อยซิงเกิ้ลนั้นจะผลิตมิวสิควิดีโอต่อ 1 ซิงเกิ้ลที่ปล่อยออกมา

3) Instagram เนื้อหาเน้นรูปภาพ หรือคลิปวิดีโอขนาดสั้น เนื้อหาเกี่ยวกับตัวศิลปิน เป็นส่วนใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) Twitter สื่อออนไลน์ที่รวดเร็ว ข้อความกระชับ เข้าใจง่าย ใช้เป็นสื่อที่เชื่อมต่อไปยังสื่อออนไลน์อื่น

2.12.6 การโปรโมทเพลงตามรายการวิทยุ ฝากผลงานเพลง และวง รายการวิทยุมีส่วนช่วยในการนำเสนอผลงานของศิลปินจากค่ายเล็ก ๆ ออกสู่ผู้บริโภคได้

2.12.7 การออกรายการบันเทิงทางโทรทัศน์ในเครือของค่ายเพลง เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับตัววงดนตรีและผลงานเพลงในรูปแบบการสัมภาษณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นแต่อาจจะประสบความสำเร็จได้น้อยเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงวัยรุ่น อัตราการดูโทรทัศน์ของกลุ่มวัยรุ่นนั้นลดน้อยลง

2.13 วิเคราะห์ 4P

2.13.1 Product

วงดนตรี 23'๐ แนวเพลงป๊อปรีด อัลบั้ม

2.13.2 Price

การกำหนดราคาของอัลบั้มเพลงอยู่ในราคาที่กลุ่มเป้าหมายสามารถซื้อได้ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือ วัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา อัลบั้มจึงต้องไม่มีราคาแพงเกินไปที่กลุ่มเป้าหมายในวัยนี้จะสามารถมีเงินซื้อได้ ส่วนเพลงที่ขายใน iTunes ราคาเพลงละ 19 บาท

2.13.3 Placement

ช่องทางการจัดจำหน่ายอัลบั้มส่วนใหญ่เป็นทางออนไลน์ Fanpage Facebook ของวงดนตรี เพื่อเข้าถึงผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นได้ง่ายขึ้น และวางจำหน่ายตามเทศกาลดนตรี ร้านขายซีดี ตามลำดับ ส่วนช่องทางจำหน่ายเพลงในระบบดิจิทัล คือ iTunes และบริการ Music Streaming เช่น Spotify และ Fungjai

2.13.4 Promotion

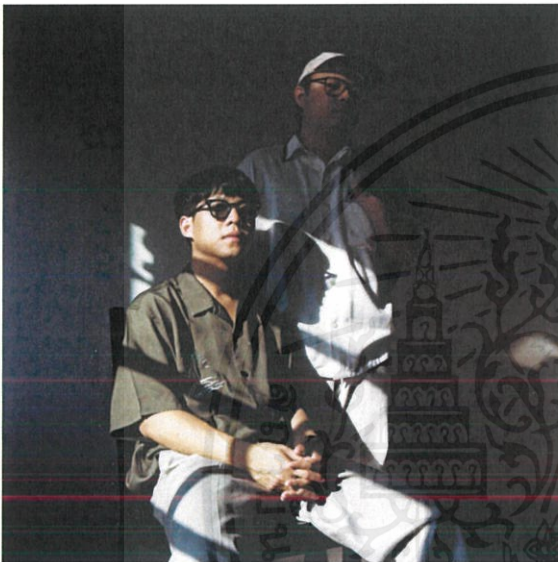
การสื่อสารประชาสัมพันธ์วงให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วยการทัวร์คอนเสิร์ตตามเทศกาลดนตรีของมหาลัยต่าง ๆ และตามโรงเรียน เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นอยู่ในวัยนักศึกษา และเล่นเป็นวงดนตรีเปิดให้กัวงอื่น ๆ เพื่อเป็นการโปรโมทให้วงเป็นที่รู้จักมากขึ้น การประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น Facebook เพราะปัจจุบันโซเชียลมีเดียเข้าถึงผู้คนง่ายมากขึ้น และเป็นเครื่องมือที่ประหยัดงบประมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

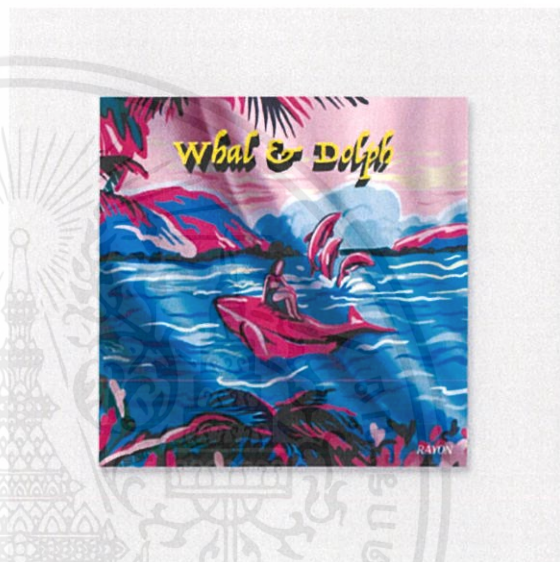
2.14 วิเคราะห์คู่แข่ง

2.14.1 วง Whal & Dolph

วง Whal & Dolph เป็นวงดนตรีอินดี้ป๊อปจากค่าย What the duck ประกอบไปด้วยสมาชิก 2 คน คือ ปอ กฤษสรณ์ จ้องสุวรรณ (นักร้อง) และน้ำวน วนนท์ กุลวรรชไพสิฐ (กีตาร์) เพลงส่วนใหญ่เขียนจากประสบการณ์ความรู้สึกของตัวเอง แนวดนตรีอยู่ในพื้นฐานของความเป็นป๊อป เมโลดี้เนื้อร้องเป็นป๊อปและมีความลูกกรุงอยู่เล็กน้อย



ภาพที่ 11 วง Whal & Dolph
ที่มา : www.facebook.com (2019)



ภาพที่ 12 อัลบั้ม Rayon
ที่มา : www.happeningandfriends.com
(2017)

อัลบั้ม Rayon มีทั้งหมด 13 เพลงเป็นเพลงฟังสบาย ชื่ออัลบั้มมาจากผ้าเรยอน ซึ่งเป็นผ้าที่ใส่สบายซึ่งเหมือนกับเพลงที่ฟังได้สบาย ๆ และอ้างอิงจากเสื้อฮาวายแบรนด์ญี่ปุ่นที่ลายในแต่ละตัวจะบอกเรื่องราวต่าง ๆ เหมือนกับที่อัลบั้มนี้ก็บอกเล่าเรื่องราวชีวิตเหมือนกัน

2.14.2 วิเคราะห์ SWOT วง Whal & Dolph

1) จุดเด่น (Strengths) เรื่องเพลงที่มีความหมายลึกซึ้ง ในพาร์ทดนตรีที่ฟังง่าย แต่มีรายละเอียดซับซ้อนและน่าสนใจ ตัวเพลงที่เข้าถึงง่าย เอกลักษณะในมิวสิควิดีโอค่อนข้างแปลกใหม่ และด้วยเพลงที่ทำกันไว้เยอะจึงสามารถปล่อยเพลงออกมาได้โดยไม่ทิ้งระยะห่าง สามารถต่อยอดกระแสทำให้เป็นที่รู้จักได้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) จุดอ่อน (Weakness) ด้านพาร์ทดนตรีทำนองเพลงที่ค่อนข้างกันคล้ายกัน หลายเพลง ทำให้หลาย ๆ เพลงเมื่อฟังแล้วอาจจะดูซ้ำไปซ้ำมาเกินไปหมด อาจทำให้กลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มเกิดความเบื่อต่อเมโลดี้เดิม ๆ ได้ และเนื้อเพลงที่เรื่อย ๆ จุดพีคของเพลงอาจจะไม่มี

3) โอกาส (Opportunities) การร่วมงานกับศิลปินอื่นสร้างสรรค์ผลงานเพลง เพื่อให้เป็นที่รู้จักและสร้างความแปลกใหม่กับผู้ฟังมากยิ่งขึ้น โดยร่วมงานในด้านของการสร้างสรรค์ผลงานเพลงด้วยกัน หรือทั้งการร่วมจัดคอนเสิร์ตด้วยกัน ซึ่งจะทำให้มีผู้ฟังกลุ่มใหม่ที่มาจากศิลปินท่านอื่นรู้จักมากขึ้น และการทำ Music marketing นำดนตรีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์

4) อุปสรรค (Threats) ปัจจุบันการซื้ออัลบั้มค่อนข้างมีจำนวนลดลง การที่จะขายอัลบั้มได้นั้นต้องมีกลุ่มแฟนเพลงที่ชื่นชอบและเชื่อใจในทั้งด้านผลงานเพลง ตัววง และความชื่นชอบในรูปแบบอาร์ตเวิร์กของอัลบั้มนั้น ๆ และอุปสรรคอีกอย่างคือศิลปินนอกกระแสที่มีมากคู่แข่งก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วย

2.14.3 วิเคราะห์การโปรโมทของ Whal & Dolph

- 1) Music video , live session ที่มีเอกลักษณ์สามารถเป็นที่จดจำกับผู้ฟังได้
- 2) การทำ Album package
- 3) การนำเพลงลงแพลตฟอร์มของ Music Streaming การฟังเพลงบนระบบอินเทอร์เน็ต เช่น Spotify , Apple Music , JOOX และ Fungjai การถูกจัดอยู่ใน playlist จากผู้ให้บริการผู้ฟังจะมีความรู้สึกเชิงบวกมากกว่า
- 4) การโปรโมทผ่านสื่อออนไลน์
 - Facebook มีการอัปเดตข่าวสารผลงานเพลง และกิจกรรมต่าง ๆ ตารางอยู่เสมอ เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารกับกลุ่มแฟนเพลง มีการทำคอนเทนต์อื่น ๆ ที่นำเสนอเกี่ยวกับวง
 - Youtube ช่องทางการโปรโมท youtube ของค่าย what the duck ที่มีศิลปินอื่นรวมอยู่ด้วย
 - Twitter เป็นสื่อสำหรับพูดคุยอย่างเป็นกันเอง สามารถติดแฮชแท็กชื่อวงหรือชื่อเพลงซึ่งจะเป็นศิรัเวิร์ดที่สะดวกต่อการค้นหาและติดตาม
 - Instagram รูปภาพกิจกรรมการแสดงสดต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 5) การจัดงาน listening party สำหรับผู้โชคดีที่ร่วมกิจกรรมกับทางเพจ
ภายในงานมีการสัมภาษณ์ถึงที่มาที่ไปของวง อัลบั้ม และต่าง ๆ และการจัด
คอนเสิร์ตเล็ก ๆ อยู่สม่ำเสมอ
- 6) การโปรโมทเพลงตามรายการวิทยุ ฝากผลงานเพลง และวง รายการวิทยุมี
ส่วนช่วยในการนำเสนอผลงานของศิลปินจากค่ายเล็ก ๆ ออกสู่ผู้บริโภคได้

2.15 วิเคราะห์ Single Package เดิมของวง 23'0

Packaging single เพลงเลื่อนกลางและจางหายกับเพลงรักไม่ร้าย รูปแบบภายนอกเป็นแผ่น
ฟลอปปีดิสก์ (Floppy disk) ที่เป็นอุปกรณ์เก็บข้อมูลแต่นำมาเปรียบเทียบกับ การเก็บความทรงจำ รูป
แบบภายในอ้างอิงจากอวกาศ ดวงจันทร์ และจรวด ซึ่งต้องการให้เชื่อมโยงกับชาวด์เพลงที่ค่อนข้างฟุ้ง
และเนื้อเพลงท่อนหนึ่งในเพลงเลื่อนกลางและจางหายที่ว่า “ปล่อยให้เหงานบนดวงจันทร์” และตัวจรวดที่พุ่ง
ขึ้นภายในจรวดทำเป็นที่เก็บการ์ดแนะนำเพลงอื่นของวงที่แฝงภาพลักษณ์ของวงที่มีความสนุก ตัวจรวด
นั้นแทนจุดเริ่มต้นของวงที่เป็นที่รู้จักมากขึ้นจากเพลงเลื่อนกลางและจางหาย



ภาพที่ 13 Single Package เลื่อนกลางและจางหาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.16 ดนตรีแนวป๊อป (Pop music)

ความหมายของเพลงป๊อปสามารถยืดหยุ่นได้ เพลงป๊อปนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ในช่วง 50 ปีที่ผ่านมาสไตล์ดนตรีที่ประสบความสำเร็จที่สุดในชาร์ตเพลงป๊อปได้พัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง เพลงป๊อป (Pop) กับเพลงยอดนิยม (Popular Music) มีความแตกต่างกัน แหล่งข้อมูลจากสารานุกรม ดนตรีกล่าวว่า เพลงยอดนิยม (Popular Music) เป็นดนตรีตั้งแต่ยุคอุตสาหกรรมในยุค 1800 ที่สอดคล้องกับรสนิยมและความสนใจของชนชั้นกลางในเมือง ซึ่งรวมถึงเพลงที่หลากหลายตั้งแต่การแสดงเบ็ดเตล็ด การแสดงของนักดนตรี จนไปถึงเฮฟวีเมทัล ส่วนเพลงป๊อป (Pop) เป็นเพลงที่มีวิวัฒนาการมาจากเพลงร็อกแอนด์โรล (Rock and Roll) ในช่วงกลางทศวรรษ 1950 เพลงป๊อปมักจะถูกระบุว่าเป็นเพลงและสไตล์ดนตรีที่เข้าถึงผู้ชมอย่างกว้างขวางมากที่สุด ซึ่งหมายถึงเพลงที่ทำยอดขายได้มาก และจัดคอนเสิร์ตได้อย่างยิ่งใหญ่ รวมไปถึงยอดสตรีมแบบดิจิทัล

หลังจากเพลง Rock Around the Clock ของ Bill Haley ได้ขึ้นอันดับ 1 ในชาร์ตเพลงปี 1955 เพลงยอดนิยมกลายเป็นเพลงที่ได้รับอิทธิพลมาจากเพลงร็อกแอนด์โรล ตั้งแต่ปี 1955 เพลงป๊อปได้รับอิทธิพล พื้นฐานมาจากเพลงร็อกแอนด์โรล มักจะมีการร้องเนื้อร้องซ้ำ เพลงส่วนใหญ่มีความยาวระหว่าง 2 - 5 นาที แต่เพลงป๊อปยังคงเป็นเพลงที่รวมองค์ประกอบและความคิดจากหลากหลายสไตล์ ดนตรีเข้าด้วยกัน แม้ว่าศิลปินอเมริกันและอังกฤษในอดีตจะมีอิทธิพลต่อเพลงป๊อป แต่ประเทศอื่น ๆ เช่น แคนาดา สวีเดน ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์มีอิทธิพลมากขึ้นในวงการเพลงป๊อปสากล (www.th.wikipedia.org, 2018)

2.17 ดนตรีแนวร็อก (Rock Music)

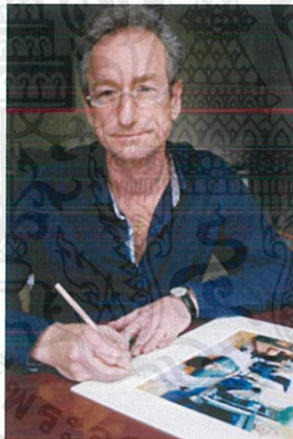
แนวเพลงที่มีต้นกำเนิดมาจากดนตรีร็อกแอนด์โรลในสหรัฐอเมริกา มีอิทธิพลมาจากแนวเพลงบลูส์ ริทึมแอนด์บลูส์ และคันทรี่ ดนตรีร็อกมีจุดเด่นอยู่ที่กีตาร์ไฟฟ้า เนื้อเพลงพูดถึงเรื่องราวความรักเช่นเดียวกับเพลงป๊อป แต่ก็พูดถึงเนื้อหาอื่นเช่นเรื่องสังคม การเมือง มีจังหวะบีทที่แข็งแรง เมโลดี้ที่ติดหู ช่วงปลายปี 1960 เพลงร็อกพัฒนาจนสามารถแยกย่อยเป็นหลายแนวเพลง เช่น โพล์กร็อก บลูส์ร็อก แจ๊สร็อก ในช่วงยุค 1970 เพลงร็อกก็ยังคงแยกย่อยได้อีกหลายแนว เช่น ฟังก์ร็อก อัลเทอร์เนทีฟร็อก วงร็อกส่วนใหญ่ประกอบด้วยกีตาร์ไฟฟ้า ร้องนำ เบส และกลอง บางวงอาจจะมีการใช้เครื่องสายหรือเครื่องเป่าอย่าง ไวโอลิน ทรัมเป็ต แซกโซโฟน แต่ก็อาจมีไม่มากนัก (www.th.wikipedia.org, 2018)

2.18 ดนตรีแนวป๊อปร็อก (Pop Rock)

แนวเพลงที่ผสมระหว่างแนวป๊อปกับร็อก จากหนังสือ American Popular Music อธิบายว่าเป็นดนตรีร็อกหลากหลายในจังหวะเร็ว ส่วนนักวิจารณ์เพลง จอร์จ สตาร์โรสติน อธิบายว่าเป็นแนวเพลงย่อยของป๊อป โดยท่อนติดหูมีการใช้กีตาร์หลัก เนื้อเพลงป๊อปร็อกจะดูรองกว่าด้านดนตรี ป๊อปร็อกจะดูชัดเจนในอเมริกามากกว่าในสหราชอาณาจักร แนวดนตรีป๊อปนั้นมีรากฐานมาจากเพลงฮัมของคนขาว ส่วนดนตรีร็อกได้รับอิทธิพลมาจากคนแอฟริกัน นักวิชาการเคยกล่าวไว้ว่าแนวเพลงป๊อปเป็นเพลงที่ดูไม่จริง ทำเพื่อการค้า ส่วนเพลงร็อกจะมีการแสดงออกถึงความจริงใจมากกว่า แต่แนวความคิดของป๊อปร็อกคือการผสมผสาน เพลงป๊อปกับเพลงร็อกที่ดูจะตรงข้ามกันเข้าด้วยกัน (www.th.wikipedia.org, 2018)

2.19 ช่างภาพที่มีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์ผลงาน

2.19.1 Michael Spencer Jones



ภาพที่ 14 Michael Spencer Jones

ที่มา : www.snapgalleries.com (2019)

Michael Spencer Jones เป็นช่างภาพศิลปินร็อกที่มีอิทธิพลคนหนึ่งของคนอังกฤษ ไม่เคิลให้ความสนใจกับการถ่ายภาพตั้งแต่อายุน้อย มีความสนใจช่างภาพชาวอเมริกันในช่วงศตวรรษที่ 20 เป็นอย่างมาก เช่น Alfred Steiglitz, Edward Steichen และ Paul Outerbridge นอกจากนี้เขายังชื่นชอบในแนวความคิดเซอร์เรียลลิซึมซึ่งเป็นผลงานของ Angus McBean และหน้าปกอัลบั้มที่ได้รับอิทธิพลมาจากศิลปะป๊อปอาร์ตที่ออกแบบโดย Hipgnosis กลุ่มนักออกแบบชาวอังกฤษที่ออกแบบปกอัลบั้มให้กับนักดนตรีและวงดนตรีร็อก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และผลงานของศิลปินเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างชัดเจนกับงานที่ไมเคิลทำให้กับ Oasis และ The Verve ในยุคบริติชป๊อป ไมเคิลศึกษาเกี่ยวกับการถ่ายภาพและภาพยนตร์ในช่วงมหาวิทยาลัย หลังจบการศึกษาไมเคิลได้ย้ายไปแมนเชสเตอร์และได้พบกับ Tony Wilson แห่ง Factory Records ซึ่งเป็นค่ายเพลงอิสระของอังกฤษ และได้ถ่ายภาพวง Happy Mondays กับ Stone Roses เขาได้พบกับ Oasis ในปี 1993 หลังจากที่ได้เห็นผลงานของเขาอยู่บนหน้าปกอัลบั้มวงดนตรีร็อกอย่าง The Verve

ภาพถ่ายของไมเคิลกับศิลปินด้วยรูปแบบและอารมณ์ที่เรียบง่าย เขามักจะใช้แสงธรรมชาติหรือแสงที่มีอยู่เพื่อสร้างความสนิมสนมระหว่างตัวแบบกับผู้ชม และการจัดตำแหน่งบุคคลเพื่อถ่ายภาพกลุ่มที่ดูแล้วสามารถให้ความรู้สึกที่เชื่อมโยงถึงกัน



ภาพที่ 15 ปกหน้าอัลบั้ม Definitely Maybe
Limited Edition

ที่มา : www.snapgalleries.com (2019)

ภาพที่ 16 ปกหลังอัลบั้ม Definitely Maybe
Limited Edition

ที่มา : www.snapgalleries.com (2019)

Oasis เป็นวงร็อกจากแมนเชสเตอร์ ปกอัลบั้มนี้ได้รับแรงบันดาลใจมาจากหนังสือรวบรวมแผ่นเสียงของ The Beatles ภาพถูกถ่ายในในห้องเล็ก ๆ ด้วยเลนส์มุมกว้าง โดยให้นักรื่องานนอนอยู่บนพื้น ดวงตาปิดสนิท เหมือนกับว่าเขาไม่ได้อยู่บนโลกใบนี้ รอบข้างเต็มไปด้วยไวน์แดงด้วยความต้องการของศิลปินที่ต้องการอ้างถึงแอลกอฮอล์ และมีของส่วนตัวต่าง ๆ อยู่ เช่น นกฟลามิงโกสีชมพู รูปถ่ายของ Rodney Marsh และ George Best และใช้แสงตามสภาพแวดล้อมเพื่อสร้างความสนิมสนมระหว่างศิลปินกับผู้ชมตามแนวคิด

ของไมเคิล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

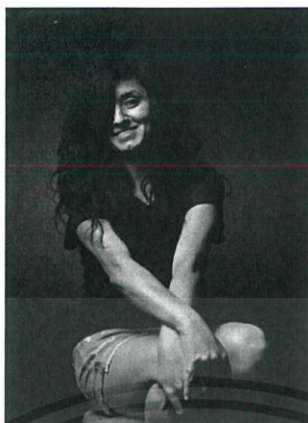
การนำมาปรับใช้การสร้างสรรค์ผลงานจะนำเรื่องการใช้แสงธรรมชาติที่จะให้ความรู้สึกที่สนิทสนมเป็นกันเองนำมาปรับใช้ส่วนของการถ่าย Lookbook ของวง เพื่อให้สามารถผู้ชมเข้าถึงได้ง่าย และการเลือกใช้ของประกอบฉากที่ให้ความเกี่ยวข้องกับตัววงและเพลง



ภาพที่ 17 - 21 ตัวอย่างงานของ Michael Spencer Jones
ที่มา : www.snapgalleries.com (2019)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.19.2 Ebru Yildiz



ภาพที่ 22 Ebru Yildiz

ที่มา : www.ebruyildiz.net (2019)

Ebru Yildiz เป็นช่างภาพและนักดนตรีที่เกิดในเมืองอังการา ประเทศตุรกี และอาศัยอยู่ในบ้านพักที่บรูคลิน นิวยอร์ก ในปี 2016 เธอได้ตีพิมพ์หนังสือเล่มแรกของเธอ ชื่อว่า "We've Come So Far: The Last Days of Death By Audio" ที่บันทึกเรื่องราว การปิดตัวของสถานที่จัดแสดงดนตรีที่เธอรักที่เคยตั้งอยู่ที่วิลเลียมสเบิร์ก เธอเริ่มต้นด้วยการถ่ายภาพฟิล์ม ในตอนแรกเป็นเรื่องยากสำหรับเธอที่ไม่มีความกล้าเข้าหาคนอื่นเพื่อที่จะสามารถถ่ายภาพบุคคลนั้น ๆ เป็นเหตุผลที่ทำให้เธอชอบถ่ายภาพการแสดงดนตรีสดเป็นหลักเพราะไม่มีความจำเป็นต้องติดต่อกับผู้คนโดยตรง แต่เธอก็ได้รวบรวมความกล้าเข้าหาผู้คนเพื่อที่จะถ่ายภาพบุคคลออกมาให้ได้ตรงกับความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นมากที่สุด เธอคิดว่าเรื่องราวตัวตนของผู้คนเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

ภาพถ่ายของเธอการจัดแสงในลักษณะที่ดูสบายตาในสตูดิโอ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ การแสดงออกอารมณ์ทางใบหน้าของบุคคลและแสงต้องสัมพันธ์กัน ในการถ่ายภาพบุคคล ศิลปินเธอทำการศึกษามากเกี่ยวกับศิลปินที่เธอต้องถ่าย ดูรูปภาพของศิลปิน อ่านสัมภาษณ์ต่าง ๆ พร้อมกับฟังเพลงและอ่านเนื้อเพลงไปด้วย การมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างช่างภาพและตัวบุคคลนั้นมีความสำคัญมาก ส่วนตัวเธอเป็นคนที่ชอบความมืดและความคลุมเครือเล็กน้อยในภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ได้เหมาะกับศิลปินทุกคน ดังนั้นเธอจึงคิดว่าไม่จำเป็นต้องสไตล์เธอทั้งหมด แต่เป็นการพบกันระหว่างศิลปินกับช่างภาพ แรงบันดาลใจ การถ่ายภาพของเธอมาจากภาพนิ่ง และภาพยนตร์ในช่วง 1960 และ 1970 เรื่องราวของผู้หญิง ความวัยเยาว์ ความโศกเศร้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

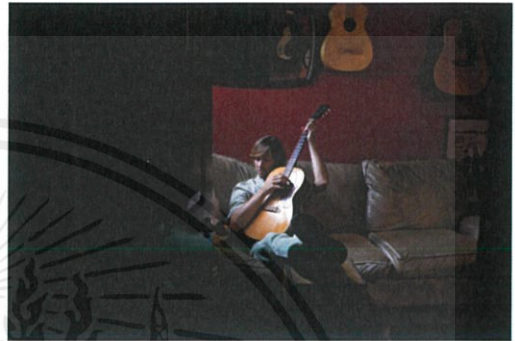


ภาพที่ 23 - 26 ภาพถ่ายสำหรับอัลบั้ม Wide Awake! ของ Parquet Courts
ที่มา : www.ebruyildiz.net (2019)

Parquet Courts เป็นวงร็อกจากนิวยอร์ก โดย Ebru Yildiz ได้ถ่ายภาพโปรโมทให้กับอัลบั้ม Wide Awake! ซึ่งอัลบั้มนี้เป็นเพลงร็อกที่สนุกสนาน เต็มได้ เพลงของพวกเขาพูดถึงความหลงใหลและความต้องการปลดปล่อยอารมณ์ แต่เนื้อหามีความตรงไปตรงมา แนวคิดของอัลบั้มนี้กล่าวถึงเมื่อชีวิตไม่ได้เป็นไปตามความต้องการ ผิดหวัง เจอประสบการณ์ที่ไม่ดี และชีวิตที่ยังมีเหลืออยู่อีกยาวนานนั้นมันมีไปเพื่อต้องทำอะไร แม้แต่คนที่จริงจังถูกต้องและประสบความสำเร็จในชีวิตยังต้องการพื้นที่สำหรับการทำสิ่งที่ไร้สาระ สิ่งที่ต้องการจะพูดถึงออกมาคือความตึงเครียด ความเป็นทุกข์ กับอิสรภาพที่ต้องได้รับการปลดปล่อย ภาพที่ถ่ายออกมาได้มีการใช้แสงแข็ง แสงจากพื้นหลังไล่กราเดียนเป็นเงาดำ แสดงออกถึงความตึงเครียด การจัดองค์ประกอบฉากต่าง ๆ ที่เป็นการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น การรับประทานอาหาร การนอน ชีวิตที่เป็นอยู่อย่างเดิมไม่หลุดพ้นอย่างอิสระด้วยแสงที่สว่างแค่บางส่วนของภาพ แต่ยังมีสีส้มในฉากหลัง และ เสื้อผ้า ที่แสดงออกถึงความต้องการที่จะสนุกสนาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำมาปรับใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานการนำเสนอแนวคิดของแนวเพลงของวงออกมาเป็นภาพถ่ายให้ได้มากที่สุด โดยการปรับสไตล์การถ่ายภาพและการจัดแสงให้เข้ากับแนวทางของเพลง และการจัดองค์ประกอบฉาก สีสันทองฉากและเสื้อผ้าจากภาพโปรโมทอัลบั้ม Wide Awake!



ภาพที่ 27 - 29 ตัวอย่างงานของ Ebru Yildiz

ที่มา : www.ebruyildiz.net (2019)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.19.3 Natalia Mantini



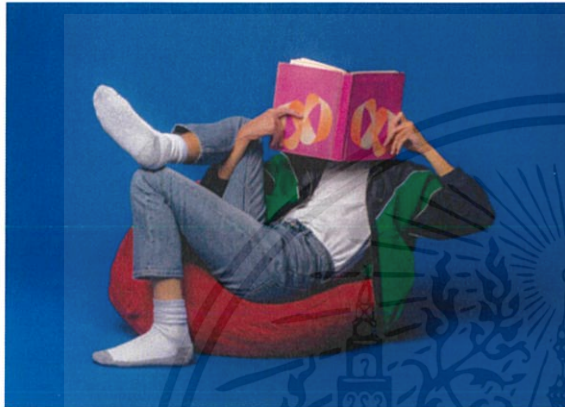
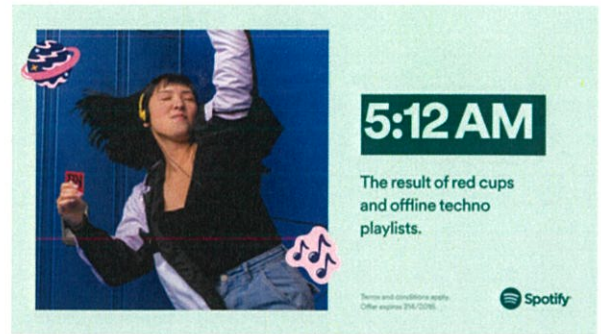
ภาพที่ 30 Natalia Mantini

ที่มา : www.passerbuys.com (2019)

Natalia Mantini เป็นช่างภาพฟรีแลนซ์ในนิวยอร์ก บ่อยครั้งที่งานของเธอเป็นการถ่ายผู้หญิง เธอให้ความสำคัญกับรูปร่างของผู้หญิงและความซับซ้อนทางอารมณ์ ผลงานของเธอได้รับการตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น VICE, Bullett, S Magazine, Rolling Stone และ Billboard โดยงานส่วนใหญ่ของเธอจะเป็นงานโฆษณา

ภาพถ่ายของเธอส่วนใหญ่เป็นการจัดแสงในสตูดิโอ โดยใช้แสงนุ่ม คอนทราสต์ของภาพไม่จัด การเลือกใช้โทนสีของภาพในแต่ละภาพที่เข้ากันและชัดเจน การเลือกโทนสีของฉาก เสื้อผ้า และอุปกรณ์ประกอบฉากสามารถไปได้กันด้วยดี และการสื่ออารมณ์ของตัวบุคคล

การนำมาปรับใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานโดยจะนำเรื่องการจัดแสงที่นุ่ม และการจัดการเรื่องโทนสีของฉาก เสื้อผ้า อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จะไปในทิศทางเดียวกันและตรงกับคอนเซ็ปของอัลบั้ม



ภาพที่ 31 - 35 โฆษณา Spotify

ที่มา : www.nataliamantini.com (2016)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน

3.1 ขั้นตอนการวางแผนงาน

เริ่มจากการติดต่อขอข้อมูลการตลาดที่เกี่ยวข้องกับวง 23'0 กับทางค่าย Macrowave เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ให้ออกมาเป็นภาพถ่าย และศึกษาผลงานภาพถ่ายของศิลปินวงอื่นที่มีแนวเพลงใกล้เคียงกันเพื่อเป็นตัวอย่างในการออกแบบภาพถ่าย โดยมีตารางการทำงาน ดังนี้

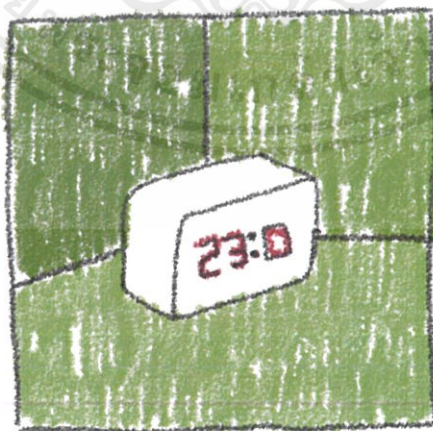
วันที่	การทำงาน
16/03/2562	สำรวจสถานที่ถ่าย
17/03/2562	ซื้อ props -ผ้า, รถของเล่น, นาฬิกา, หมวก
19/03/2562	ทดลองแสง -ชุดภาพที่ถ่ายในสตูดิโอ
20/03/2562	ถ่ายงานจริง -ติดตามการทำงานเบื้องหลังของวง
26/03/2562	นำเสนอ Pre-production
30/03/2562	ถ่ายงานจริง -ถ่ายงานแสดงคอนเสิร์ต
02/04/2562	ถ่ายงานจริง -ถ่ายโปรไฟล์บุคคล 3 คน
09/04/2562	นำเสนอความคืบหน้า
10/04/2562	ถ่ายงานจริง -ถ่ายโปรไฟล์บุคคล 2 คน
11/04/2562	ถ่ายงานจริง -ถ่ายรูปกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันที่	การทำงาน
19/04/2562	ถ่ายภาพจริง -ชุดภาพ Lookbook
20 - 24/04/2562	retouch และจัดการไฟล์ภาพทั้งหมด
26/04/2562	อัดภาพ
27/04/2562	จัด layout และปรินท์ -Album Package และ Lookbook
28/04/2562	ใส่กรอบภาพ
29/04/2562	ติดตั้งผลงาน
30/04/2562	ส่งศิลปินพันธ์

3.2 ภาพร่าง

3.2.1 ชุดภาพที่ 1 สำหรับ Album Package



ภาพที่ 36 ภาพร่างรูปที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

xyz



xyz



ภาพที่ 37 ภาพร่างรูปที่ 2

xyz



xyz



ภาพที่ 38 ภาพร่างรูปที่ 3

xyz



xyz



ภาพที่ 39 ภาพร่างรูปที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

xyz



xyz



ภาพที่ 40 ภาพร่างรูปที่ 5

xyz



xyz



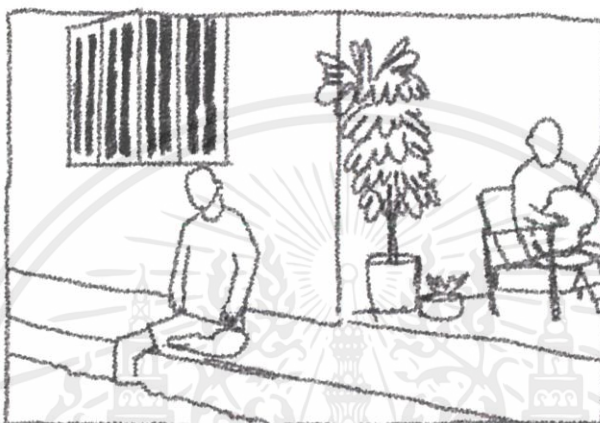
ภาพที่ 41 ภาพร่างรูปที่ 6



ภาพที่ 42 ภาพร่างรูปที่ 7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2 ชุดภาพที่ 2 สำหรับ Lookbook

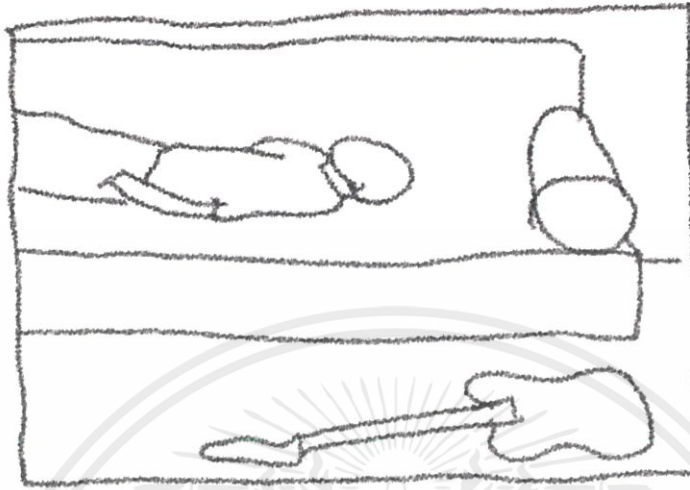


ภาพที่ 43 ภาพร่างรูปที่ 8

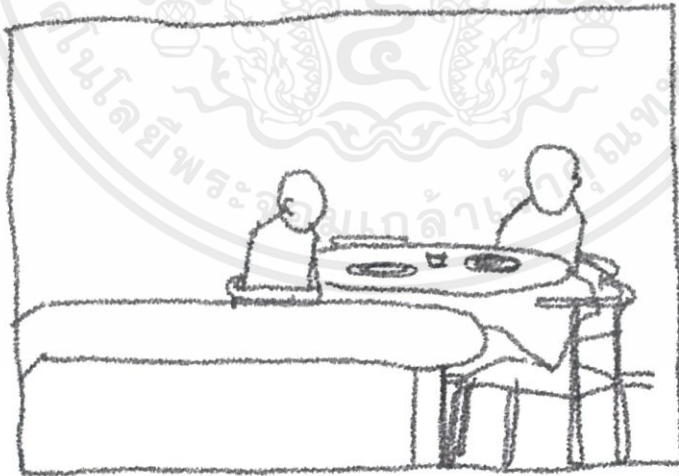


ภาพที่ 44 ภาพร่างรูปที่ 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 45 ภาพร่างรูปที่ 10



ภาพที่ 46 ภาพร่างรูปที่ 11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



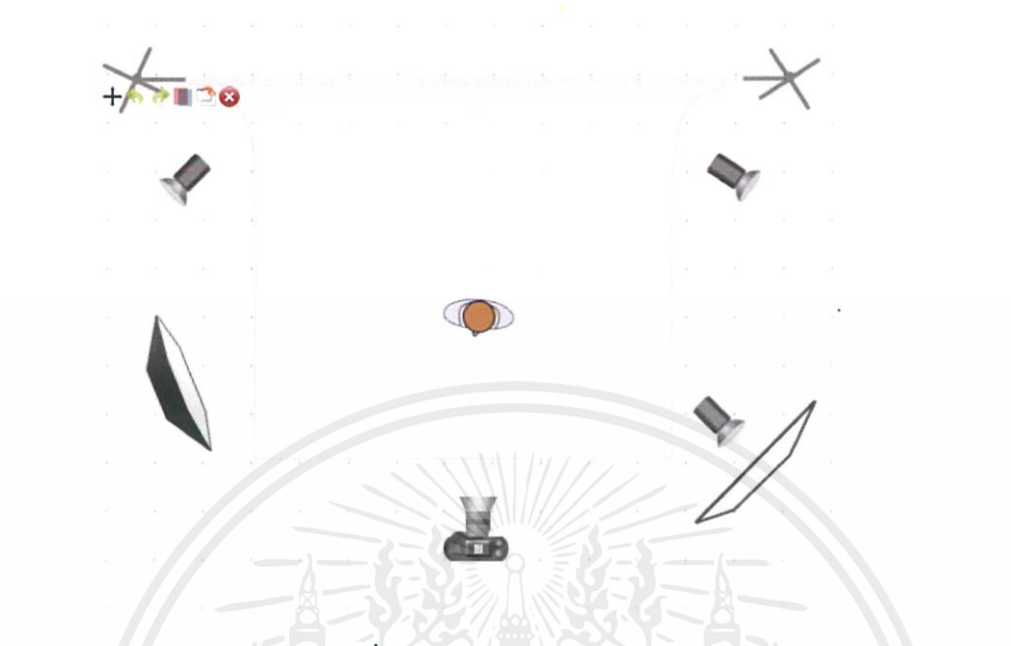
ภาพที่ 47 - 48 ภาพร่างรูปที่ 12 - 13



ภาพที่ 49 ภาพร่างรูปที่ 14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 Lighting Diagram

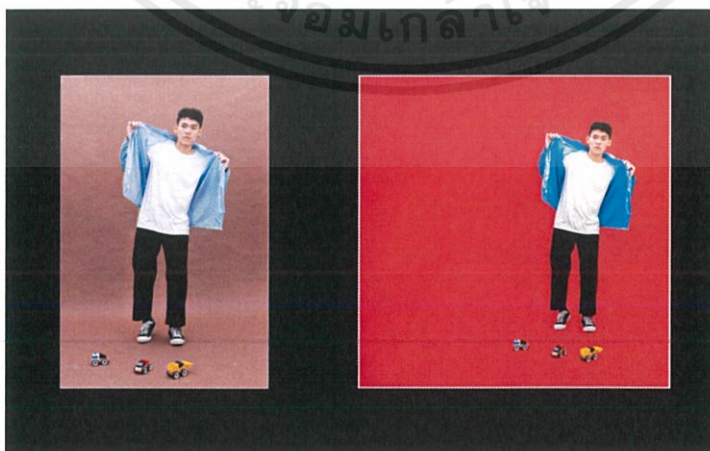


ภาพที่ 50 Lighting Diagram

3.4 ขั้นตอนการตกแต่งภาพ

3.4.1 ชุดภาพที่ 1 สำหรับ Album Package

ภาพชุดนี้ถ่ายด้วยการจัดแสงไฟสตูดิโอ มีความต้องการให้ฉากพื้นหลังสีที่แตกต่างกันไป โดยการเลือกถ่ายฉากพื้นหลังที่สีใกล้เคียงกันแล้วนำมาปรับในโปรแกรม Lightroom และ Photoshop และเก็บรายละเอียดต่าง ๆ ของภาพตามความเหมาะสม



ภาพที่ 51 ภาพก่อนและหลังปรับสีพื้นหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 52 - 55 ภาพก่อนและหลังปรับสีพื้นหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.2 ชุดภาพที่ 2 สำหรับ Lookbook

ภาพชุดนี้ถ่ายด้วยแสงธรรมชาติและใช้ไฟสตูดิโอเพิ่มเติม มีการปรับแสงและโทนสีของภาพด้วยโปรแกรม Lightroom และเก็บรายละเอียดต่าง ๆ ของภาพด้วยโปรแกรม Photoshop ตามความเหมาะสม



ภาพที่ 56 ภาพก่อนและหลังปรับแสงและโทนสี

3.5 ขั้นตอนการจัดแสดงงาน

3.5.1 การออกแบบติดตั้งผลงาน



ภาพที่ 57 การออกแบบติดตั้งผลงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.2 การติดตั้งผลงานจริง

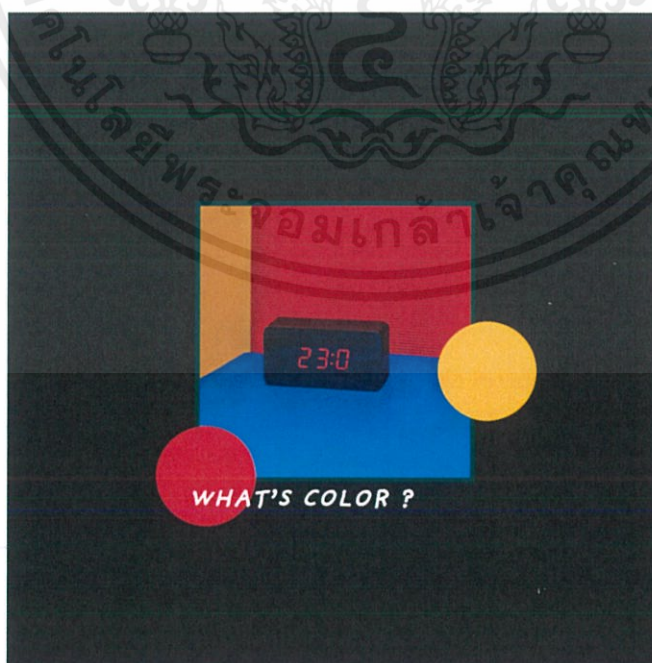


ภาพที่ 58 ติดตั้งผลงานจริง

3.6 การออกแบบ Layout

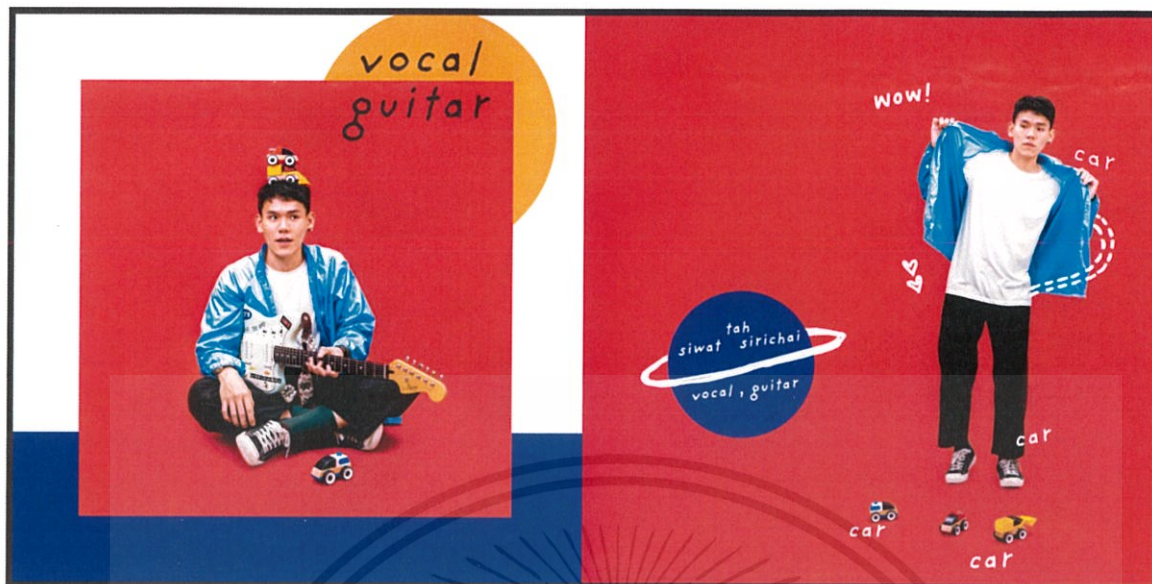
3.6.1 Layout สำหรับ Album Package

ขนาด 16 x 16 เซนติเมตร



ภาพที่ 59 Layout หน้าปก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 60 Layout ตัวอย่างใน Album

3.6.1 Layout สำหรับ Lookbook

ขนาด 20 x 20 เซนติเมตร



ภาพที่ 61 Layout หน้าปก

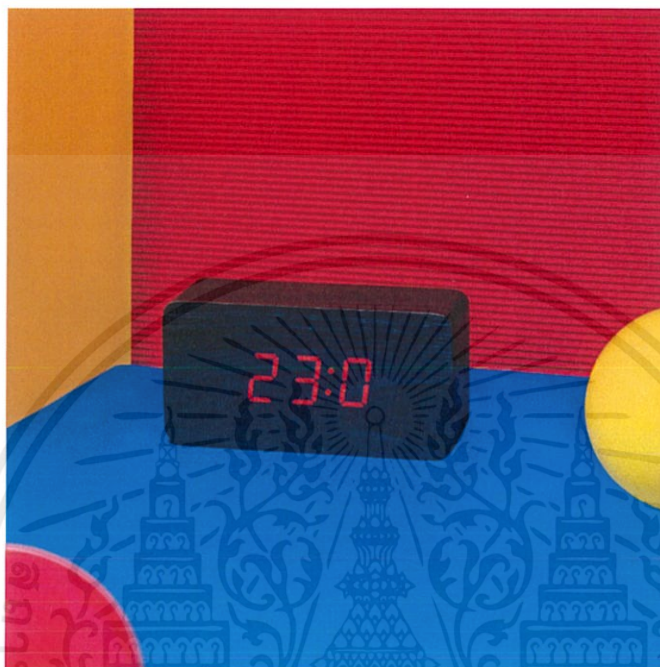
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 62 - 63 Layout ตัวอย่างใน Lookbook

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
ผลงานจริง



ภาพที่ 64 ผลงานจริงรูปที่ 1
ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว

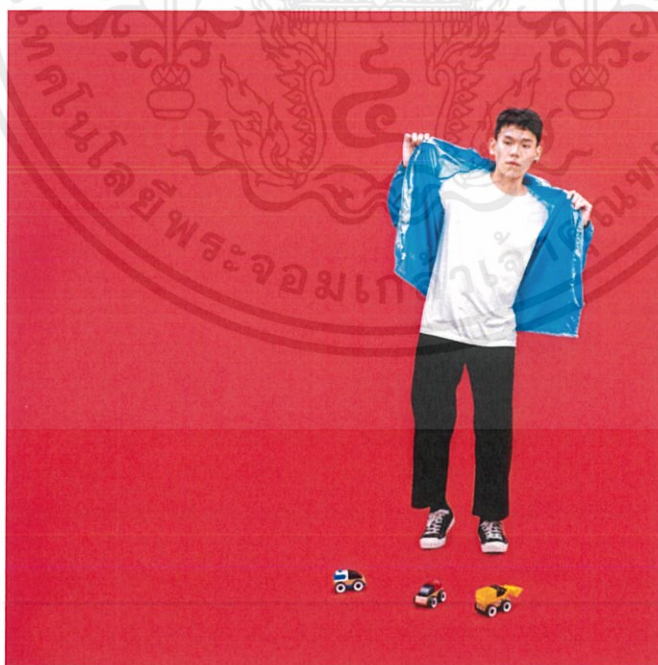


ภาพที่ 65 ผลงานจริงรูปที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 66 ผลงานจริงรูปที่ 3
ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว

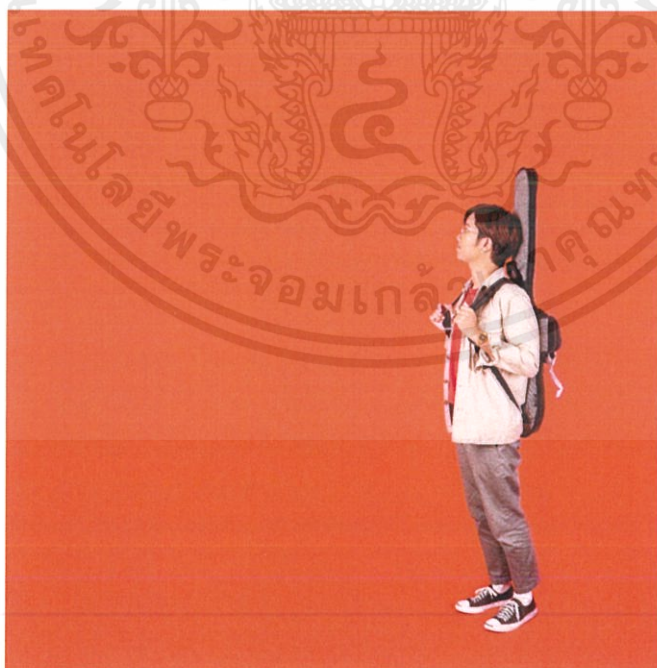


ภาพที่ 67 ผลงานจริงรูปที่ 4
ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 68 ผลงานจริงรูปที่ 5
ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว

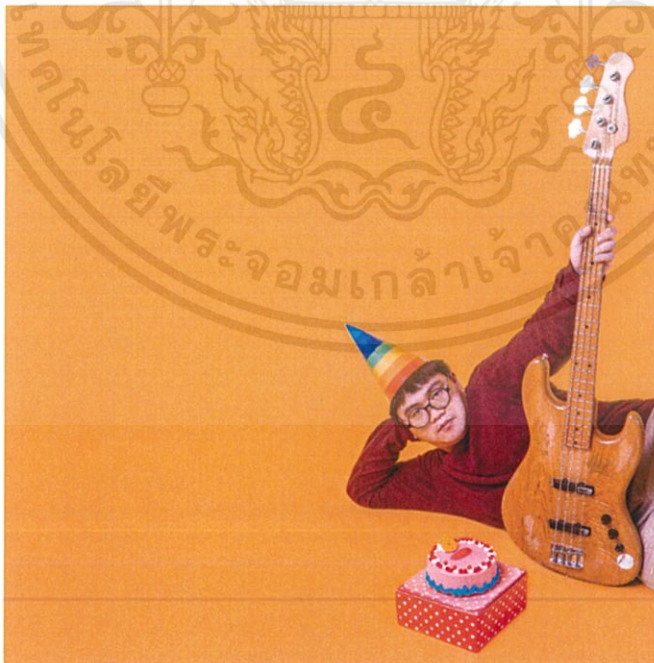


ภาพที่ 69 ผลงานจริงรูปที่ 6
ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

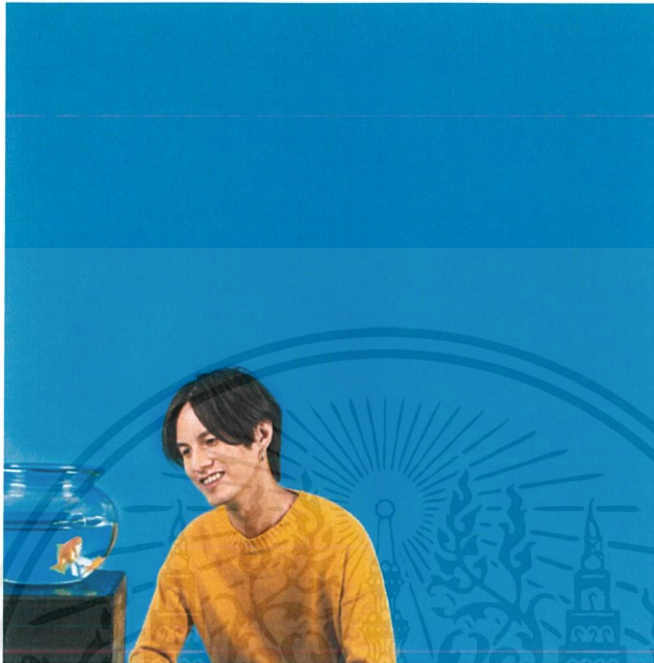


ภาพที่ 70 ผลงานจริงรูปที่ 7
ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว



ภาพที่ 71 ผลงานจริงรูปที่ 8
ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 72 ผลงานจริงรูปที่ 9

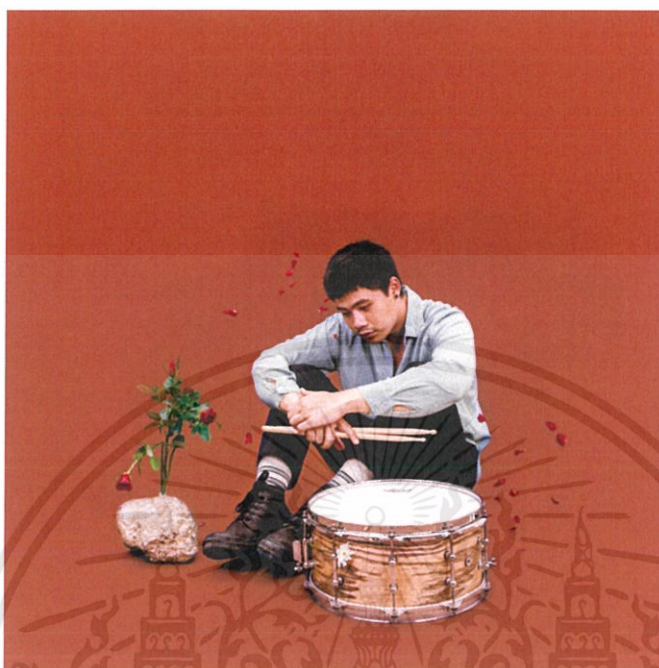
ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว



ภาพที่ 73 ผลงานจริงรูปที่ 10

ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 74 ผลงานจริงรูปที่ 11

ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว



ภาพที่ 75 ผลงานจริงรูปที่ 12

ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 76 ผลงานจริงรูปที่ 13
ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว



ภาพที่ 77 ผลงานจริงรูปที่ 14
ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 78 ผลงานจริงรูปที่ 15
ขนาด 11.5 x 11.5 นิ้ว



ภาพที่ 79 ผลงานจริงรูปที่ 16
ขนาด 16.5 x 11.5 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



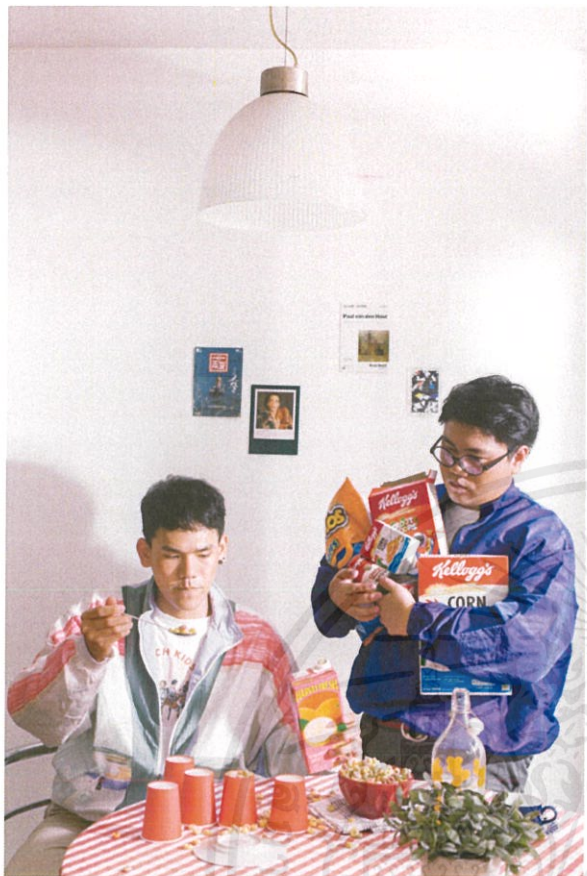
ภาพที่ 80 ผลงานจริงรูปที่ 17
ขนาด 16.5 x 11.5 นิ้ว



ภาพที่ 81 ผลงานจริงรูปที่ 18
ขนาด 16.5 x 11.5 นิ้ว

ภาพที่ 82 ผลงานจริงรูปที่ 19
ขนาด 16.5 x 11.5 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 83 ผลงานจริงรูปที่ 20
ขนาด 16.5 x 11.5 นิ้ว



ภาพที่ 84 ผลงานจริงรูปที่ 21
ขนาด 16.5 x 11.5 นิ้ว



ภาพที่ 85 ผลงานจริงรูปที่ 22
ขนาด 8 x 12 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

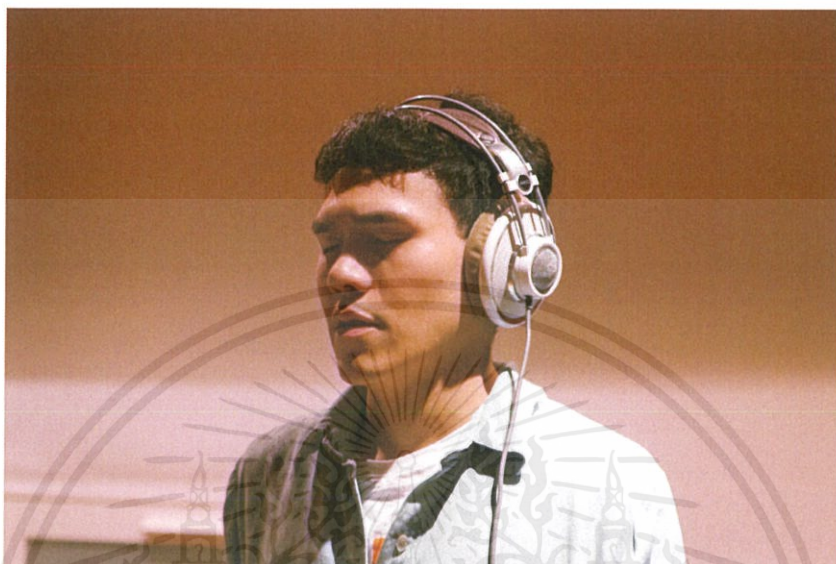


ภาพที่ 86 ผลงานจริงรูปที่ 23
ขนาด 8 x 12 นิ้ว



ภาพที่ 87 ผลงานจริงรูปที่ 24
ขนาด 8 x 12 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 88 ผลงานจริงรูปที่ 25
ขนาด 8 x 12 นิ้ว



ภาพที่ 89 ผลงานจริงรูปที่ 26
ขนาด 6 x 9 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 90 ผลงานจริงรูปที่ 27

ขนาด 6 x 9 นิ้ว



ภาพที่ 91 ผลงานจริงรูปที่ 28

ขนาด 6 x 9 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการทำงาน

การทำศิลปนิพนธ์โฆษณาวงดนตรี ทำให้ข้าพเจ้าได้ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการถ่ายภาพเพื่อใช้สำหรับงานทางด้านดนตรีมากยิ่งขึ้น และศึกษาการออกแบบภาพถ่ายเพื่อการโฆษณาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ได้พัฒนาเรื่องของการจัดการองค์ประกอบโดยรวมของภาพทั้งหมดและได้พัฒนาในเรื่องการจัดการวางแผน และแก้ปัญหาต่าง ๆ สำหรับการถ่ายภาพทำงานในแต่ละครั้ง

โดยส่วนตัวข้าพเจ้ามีความพึงพอใจในศิลปนิพนธ์ชุดนี้ เพราะเป็นเรื่องที่ข้าพเจ้ามีความตั้งใจมากที่จะทำเป็นศิลปนิพนธ์ และเป็นครั้งแรกที่ข้าพเจ้าเลือกทำงานโฆษณาที่ต้องจัดการคนจำนวนมาก ซึ่งต้องมีการจัดการวางแผนการถ่ายทำที่ค่อนข้างมากพอสมควร ทำให้ข้าพเจ้าต้องพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานครั้งนี้ เพื่อที่ภาพที่ออกมาจะสามารถนำไปใช้ได้จริงตามจุดประสงค์

5.2 ปัญหาในการทำงาน

- 5.2.1 เรื่องเวลาที่ศิลปินสามารถมาถ่ายได้ค่อนข้างจำกัดมาก และการถ่ายภาพกลุ่มจำนวน 5 คน เวลาของแต่ละคนไม่ตรงกัน ทำให้เกิดการจัดการที่ยาก
- 5.2.2 การถ่ายภาพกลุ่มที่องค์ประกอบหลายอย่างไม่ไปในทิศทางเดียวกัน ในเรื่องของเสื้อผ้าท่าทางของแต่ละคน
- 5.2.3 ความล่าช้าในการถ่ายทำในแต่ละครั้ง เนื่องจากเกิดปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ
- 5.2.4 เรื่องของฉากพื้นหลังมีความซ้ำรูดมากกว่าปกติ
- 5.2.5 การถ่ายแต่มุมเดิมทำให้ภาพดูซ้ำ

5.3 แนวทางในการแก้ปัญหา

- 5.3.1 จัดการวางแผนเรื่องของเวลาให้ได้มากที่สุด พยายามจำกัดเวลาในแต่ละรูปให้เหมาะสม และต้องแม่นยำในเรื่องมุมภาพที่ต้องการถ่ายอย่างมาก เพื่อประหยัดเวลา
- 5.3.2 ศึกษาแนวทางการทำงานในเรื่องจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

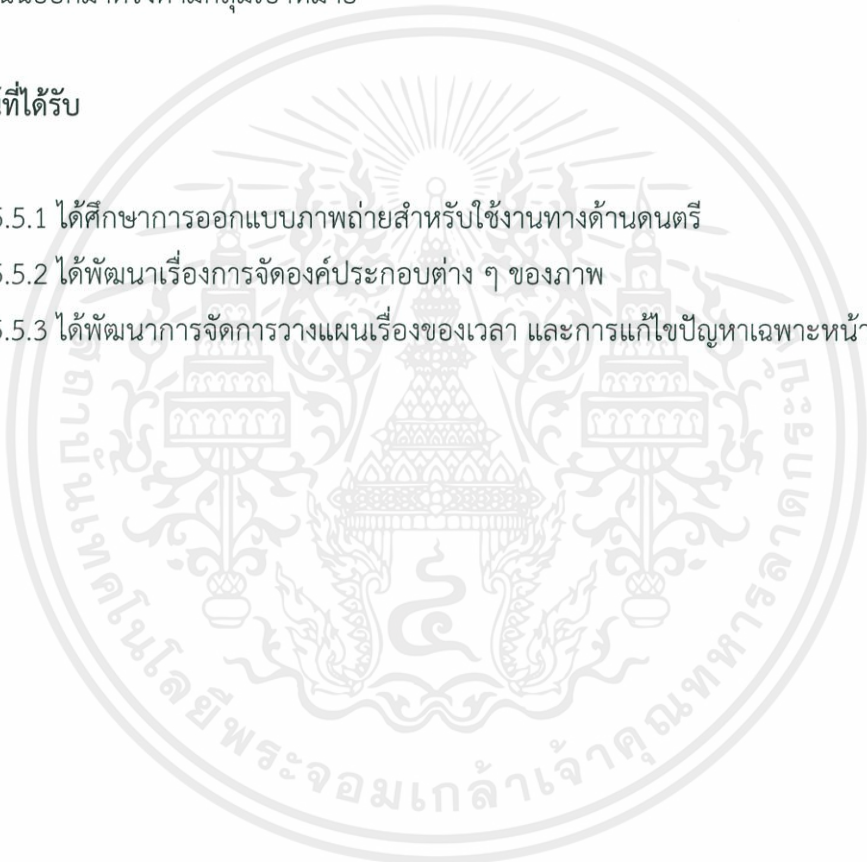
5.3.3 เรื่องฉากพื้นหลังแก้ปัญหาโดยการ retouch เก็บรายละเอียดของภาพให้ได้มากที่สุด และในตอนที่ถ่ายทำอาจมีการเปลี่ยนมุมของภาพเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากของพื้นหลัง

5.4 ข้อเสนอแนะ

การทำงานภาพถ่ายโฆษณานั้นจะต้องมีการศึกษาข้อมูลเรื่องการตลาดเป็นอย่างดี ในเรื่องกลุ่มเป้าหมาย จุดยืนของแบรนด์ จุดเด่นต่าง ๆ หรือแม้ในเรื่องของคู่แข่งที่เคยทำผลงานออกมา และนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์และตีความออกมาให้เป็นภาพถ่าย เพราะภาพถ่ายโฆษณาจะเกิดประโยชน์สูงสุดเมื่อภาพนั้นออกมาตรงตามกลุ่มเป้าหมาย

5.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 5.5.1 ได้ศึกษาการออกแบบภาพถ่ายสำหรับใช้งานทางด้านดนตรี
- 5.5.2 ได้พัฒนาเรื่องการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพ
- 5.5.3 ได้พัฒนาการจัดการวางแผนเรื่องช่วงเวลา และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า



บรรณานุกรม

Fungjai. (2019). Listen 23'o on Fungjai - Fungjai. สืบค้นวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://www.fungjai.com>

Wikipedia. (2019). Advertising. สืบค้นวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://en.wikipedia.org>

Hall Harris. (2019). Advertising Ideas for the Music Industry. สืบค้นวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 เข้าถึงได้จาก : <https://smallbusiness.chron.com>

Bill Lamp. (2018). Pop Music Defined from the 1950s to Today. สืบค้นวันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://www.thoughtco.com>

Wikipedia. (2019). อัลบั้ม - วิกีพีเดีย. สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://th.wikipedia.org>

Wikipedia. (2019). แผ่นเสียง - วิกีพีเดีย. สืบค้นวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://th.wikipedia.org>

Wikipedia. (2019). ปีอปร็อค - วิกีพีเดีย. สืบค้นวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://th.m.wikipedia.org>

Wikipedia. (2019). ร็อก - วิกีพีเดีย. สืบค้นวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://th.m.wikipedia.org/wiki/ร็อก>

Chris Gampat. (2016). Ebru Yildiz : The Psychology of Creating Portraits of Musicians. สืบค้นวันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://www.thephoblographer.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Robin Bacior. (2019). *New Eyes : Ebru Yildiz - majestic Jounal*. สืบค้นวันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://www.majesticjournal.com>

Snapgalleries. (2019). *Michael Spencer Jones - Snap Galleries Limited*. สืบค้นวันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://www.snapgalleries.com>

Henry Yates. (2019). *Michael Spencer Jones's best photo: Oasis's Definitely Maybe album cover*. สืบค้นวันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://www.theguardian.com>

Smallroom. (2019). *Smallroom bangkok pop music label since 1999*. สืบค้นวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <http://www.smallroom.co.th>

Sonicbids. (2019). *About Last dinosaurs*. สืบค้นวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://www.sonicbids.com>

Wikipedia. (2019). *The 1975 - Wikipedia*. สืบค้นวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://en.wikipedia.org>

ณทิตา ททรัพย์สินวิวัฒน์. (2560). *อุตสาหกรรมเพลงในยุคประเทศไทย 4.0*. สืบค้นวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://www.tci-thaijo.org>

Wikipedia. (2019). *Lookbook - Wikipedia*. สืบค้นวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <https://en.wikipedia.org>

Passerbuys. (2019). *Meet Natalia Mantini - Passerbuys*. สืบค้นวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 เข้าถึงได้จาก : <http://www.passerbuys.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล นางสาวสุวรรีย์ อางบ้านสร้าง
 วัน/เดือน/ปีเกิด 14 สิงหาคม พ.ศ. 2539
 ที่อยู่ 9/4 หมู่ 2 ตำบลท่าตำหนัก อำเภอนครชัยศรี
 จังหวัดนครปฐม 73120
 E-mail suwareecat@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา โรงเรียนเบญญาพัฒน์ (บวรธนวิทย์) จังหวัดนครปฐม
 ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนราชินีบูรณะ จังหวัดนครปฐม
 ระดับอุดมศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

