

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การออกแบบโปสการ์ด “วันสำคัญต่าง ๆ ของโลก”

Postcard design “What a wonderful days Postcard”



เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน..... 71535  
วัน,เดือน,ปี 22 พ.ค. 2550

b.....
i.....

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชานิตศศิลป์ ภาควิชานิตศศิลป์  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบโปสการ์ด “วันสำคัญต่าง ๆ ของโลก”

POSTCARD DESIGN “WHAT A WONDERFUL DAYS POSTCARD”



ภาควิชาศิลปะการพิมพ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาศิลปะการพิมพ์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... ทรงศิริ พันธุศรี ..... วันที่..... 10 เม.ย. 2549 .....

(อาจารย์ทรงศิริ พันธุศรี)

หัวหน้าภาควิชา..... [Signature] ..... วันที่..... 10 เม.ย. 49 .....

(อาจารย์วีศักดิ์ รักใหม่)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบโปสการ์ด “วันสำคัญต่าง ๆ ของโลก” Postcard design “What a wonderful days Postcard”
ชื่อ	นายปารินทร์ โฆรวิศ รหัส 45020211
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2548
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ทรงศิริ พันธุเสวี

#### บทคัดย่อ

ในวันแต่ละวัน ล้วนแล้วมีเรื่องราวต่าง ๆ เกิดขึ้น ซึ่งเหตุการณ์เหล่านั้นบางครั้งก็มีบทบาทสำคัญทางประวัติศาสตร์ทำให้คนทั้งโลกนั้นให้ความสำคัญและจดจำวันเหล่านั้น แต่ในบางวันก็ไม่มีใครสนใจทั้ง ๆ ที่วันเหล่านั้นเป็นวันที่สำคัญเช่นกัน ถ้าวันเหล่านั้นไม่ได้เกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้น หรือไม่ได้เกิดบุคคลสำคัญเหล่านั้น โลกของเราอาจไม่ได้เป็นอย่างที่เป็นอยู่ก็เป็นได้ โดยที่วันสำคัญเหล่านี้ถ้าใคร ได้รู้ ก็เป็นเกร็ดความรู้ที่เพิ่มให้กับสมอง

โครงการออกแบบโปสการ์ดสำหรับวันสำคัญเหล่านี้จึงเกิดขึ้น เพื่อโปสการ์ดเหล่านี้ใช้ส่งหากัน หรือสามารถใช้เก็บสะสมได้ สำหรับส่วนของภาพประกอบนั้นก็เหมือนกับโปสการ์ดที่มีความสวยงามเหมือน โปสการ์ดที่มีตามท้องตลาดทั่วไป แต่เป็นภาพประกอบที่มีการออกแบบโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ มีมุมมองที่แตกต่าง ทั้งการเตือนสติ เสียดสีสังคม ให้ความรู้ รวมไปถึงความตลก ซึ่งผู้ที่รับโปสการ์ดชุดนี้นั้นจะได้รับความรู้ประกอบกับภาพประกอบที่ดูแล้วมีชั้นเชิง น่าสะสม โดยที่โปสการ์ดเหล่านี้สามารถส่งได้ทุกวาระโอกาส

## กิตติกรรมประกาศ

ศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลย ถ้าขาดบุคคลทุกคน ประสพการณ์ทุกอย่าง ความรู้ที่มีทั้งหมดในชีวิตการเรียนของผม ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ช่วยสั่งสอนชี้แนะเป็น อย่างดีตลอด 4 ปี เพื่อน ๆ ทุกคนทุกสาขาที่ทำให้ผมรู้สึกว่าการเรียนมหาลัยเป็นอย่างไร กำลังใจ จากทุก ๆ คนทำให้ผมมีวันนี้ ถึงแม้ว่าศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้อาจจะไม่ดีเท่าไรนัก แต่ผมมีความภูมิใจเป็น อย่างยิ่ง และทำอย่างสุดความสามารถแล้ว ไม่ว่าคะแนนจะเป็นอย่างไร ผมก็ภูมิใจกับมันมาก

ขอบคุณ อ.ทรงศิริ พันธุเสวี ที่กรุณามาเป็นที่ปรึกษาให้ผมถึงแม้ว่าท่านจะงานเยอะ แต่ก็ยัง ติดตามผม คอยชี้แนะผม ขอขอบคุณการ์ดคุณ ที่คอยช่วยเหลือ ทั้งกำลังกาย กำลังใจ กำลังเงิน ทุก ๆ อย่าง ขอขอบคุณ ค้อม หนูน พิน คัม ชิน อีอบ ต้น ป๊า ใฝ่ และเพื่อน ๆ ที่ไม่ได้กล่าวถึงทุกคน ที่ทำให้ ชีวิตมหาลัยมีความสุขที่สุด ขอขอบคุณพี่ต้นที่แนะนำเรื่องการเรียนทุก ๆ เรื่อง ขอขอบคุณครับ

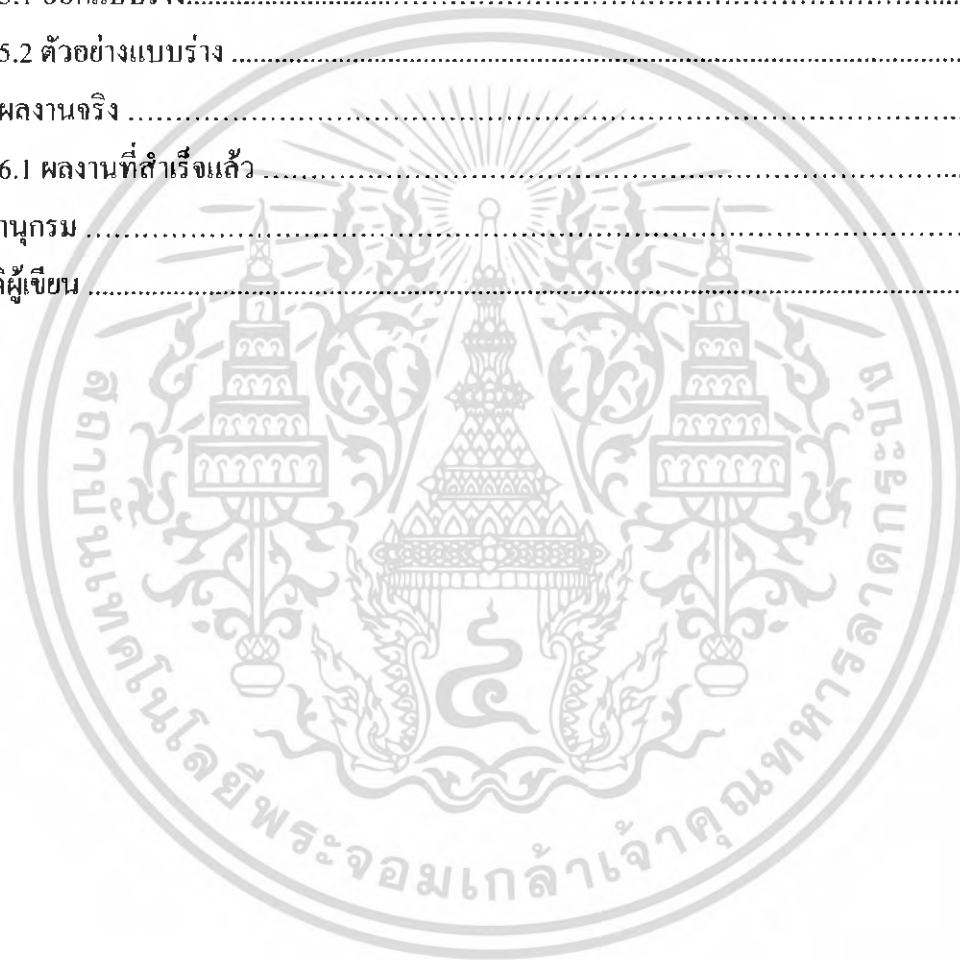
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา ขละต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

บทคัดย่อ .....	ก
กิตติกรรมประกาศ .....	ข
สารบัญ .....	ค
สารบัญภาพประกอบ .....	จ
บทที่	
1. บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ .....	1
1.2 ขอบเขตของโครงการ .....	1
1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ .....	1
1.4 กลุ่มเป้าหมาย .....	2
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ .....	2
1.6 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย .....	2
2. บทความ, ข้อมูล และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
2.1 การโฆษณา.....	3
2.2 การออกแบบกราฟฟิกเพื่อการโฆษณา.....	4
2.3 การออกแบบภาพประกอบ.....	6
2.4 การใช้ภาพประกอบ เพื่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์.....	7
2.5 ความสำคัญของภาพประกอบ.....	9
2.6 หน้าที่ของภาพประกอบ.....	9
2.7 รูปแบบของภาพประกอบ.....	10
2.8 ความแตกต่างระหว่างภาพประกอบ กับงานจิตรศิลป์.....	10
2.9 ประเภทของภาพประกอบ.....	11
2.10 สีที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกทางด้านการออกแบบ.....	13
2.11 หน้าที่และความสำคัญของสี.....	14
2.12 ค่าของสี .....	14
2.13 โปสเตอร์.....	15
2.14 ข้อมูลวันสำคัญต่าง ๆ ของ โลก.....	15
3. ทฤษฎีและแนวทางในการออกแบบ .....	18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา ตลอดจนอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1	วิเคราะห์แนวทางในการออกแบบ.....	18
3.2	วิเคราะห์แนวทางการออกแบบกับกลุ่มเป้าหมาย.....	18
4.	วิเคราะห์และสรุปข้อมูล .....	19
4.1	สรุปโจทย์ทั้งหมดในการออกแบบ.. ..	19
5.	ขั้นตอนการออกแบบ .....	26
5.1	ออกแบบร่าง.....	26
5.2	ตัวอย่างแบบร่าง .....	26
6.	ผลงานจริง .....	31
6.1	ผลงานที่เสร็จแล้ว .....	31
	บรรณานุกรม .....	49
	ประวัติผู้เขียน .....	50



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพประกอบ

### รูปที่

1. ตัวอย่างแบบร่าง.....	26
2. ภาพที่ 1 ไปสการ์ด เนชั่นเนล จีโอกราฟิก.....	32
3. ภาพที่ 2 ไปสการ์ด SMS.....	33
4. ภาพที่ 3 ไปสการ์ด Bikini.....	34
5. ภาพที่ 4 ไปสการ์ด Bikini.....	35
6. ภาพที่ 5 ไปสการ์ด สกอตเทป.....	36
7. ภาพที่ 6 ไปสการ์ด Sefty Belt.....	37
8. ภาพที่ 7 ไปสการ์ด Phone.....	38
9. ภาพที่ 8 ไปสการ์ด SEX.....	39
10. ภาพที่ 9 ไปสการ์ด Adison.....	40
11. ภาพที่ 10 ไปสการ์ด Hitler.....	41
12. ภาพที่ 11 ไปสการ์ด H.I.V.....	42
13. ภาพที่ 12 ไปสการ์ด Clone.....	43
14. ภาพที่ 13 ไปสการ์ด Tamagochi.....	44
15. ภาพที่ 14 ไปสการ์ด Lips.....	45
16. ภาพที่ 15 ไปสการ์ด Volkswaken.....	46
17. ภาพที่ 16 ไปสการ์ด Mouse.....	47
18. ภาพที่ 17 ไปสการ์ด Nylon.....	48
19. ภาพที่ 18 ไปสการ์ด World Trade Center.....	49

## บทที่ 1

### บทนำ

การออกแบบโปสเตอร์ “วันสำคัญต่าง ๆ ของโลก”

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ในวันแต่ละวัน ล้วนแล้วมีเรื่องราวต่าง ๆ เกิดขึ้น ซึ่งเหตุการณ์เหล่านั้นบางครั้งก็มีบทบาทสำคัญทางประวัติศาสตร์ทำให้คนทั้งโลกนั้นให้ความสำคัญและจดจำวันเหล่านั้น แต่ในบางวันก็ไม่มีใครสนใจทั้ง ๆ ที่วันเหล่านั้นเป็นวันที่สำคัญเช่นกัน ถ้าวันเหล่านั้นไม่ได้เกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้น หรือไม่ได้เกิดบุคคลสำคัญเหล่านั้น โลกของเราอาจไม่ได้เป็นอย่างที่เป็นอยู่ก็เป็นได้ โดยที่วันสำคัญเหล่านี้ถ้าใครได้รู้ ก็เป็นเกร็ดความรู้ที่เพิ่มให้กับสมอง

โครงการออกแบบโปสเตอร์สำหรับวันสำคัญเหล่านี้จึงเกิดขึ้น เพื่อโปสเตอร์เหล่านี้ใช้ส่งหากัน หรือสามารถใช้เก็บสะสมได้ สำหรับส่วนของภาพประกอบนั้นก็ไม่เหมือนกับโปสเตอร์ที่มีความสวยงามเหมือนโปสเตอร์ที่มีตามท้องตลาดทั่วไป แต่เป็นภาพประกอบที่มีการออกแบบโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ มีมุมมองที่แตกต่าง ทั้งการเตือนสติ เสียดสีสังคม ให้ความรู้ รวมไปถึงความตลก ซึ่งผู้ที่รับโปสเตอร์ชุดนี้นั้นจะได้รับความรู้ประกอบกับภาพประกอบที่ดูแล้วมีชั้นเชิง น่าสะสม โดยที่โปสเตอร์เหล่านี้สามารถส่งได้ทุกวาระโอกาส

#### 1.2 ขอบเขตของโครงการ

ออกแบบโปสเตอร์ (4x6 inc) จำนวน 28 ชิ้น

#### 1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งทางทฤษฎีและปฏิบัติ
2. ศึกษาการออกแบบภาพประกอบโดยใช้เทคนิคต่าง ๆ ในวิธี Approach หลายรูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์โปสการ์ดเพื่อจำหน่าย ที่มีความต่างจากโปสการ์ดที่มีในท้องตลาด โดยใช้เทคนิคของภาพประกอบและเนื้อหาที่แตกต่าง

#### 1.4 กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนทั่วไป ที่มีความทันสมัย ที่ชอบส่งโปสการ์ด หรือนักสะสมโปสการ์ด อายุ 15-50ปี

#### 1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดความรู้ความเข้าใจในการออกแบบภาพประกอบ และทราบถึงคุณลักษณะหรือคุณสมบัติภาพประกอบที่ดีที่สุด
2. สามารถสรุปแนวคิดให้สัมพันธ์และมีความต่อเนื่องในชุดงานเดียวกัน ตลอดจนสามารถพัฒนาแนวความคิด
3. เรียนรู้ระบบการทำงานที่เป็นขั้นตอน การใช้เหตุผล ความเหมาะสมในการใช้เหตุผลในการออกแบบนั้นๆ เพื่อพัฒนางานให้มีความสมบูรณ์ที่สุด

#### 1.6 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. รวบรวมข้อมูล
  - ข้อมูลวันสำคัญต่าง ๆ ที่คนทั่วไปไม่ให้ความสนใจ แต่มีความสำคัญต่อโลก
  - ตัวอย่างการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์จากหนังสือกราฟฟิค
  - รวบรวมตัวอย่างและลักษณะภาพประกอบเชิงโฆษณาที่น่าสนใจ เพื่อนำมาศึกษาและนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบ
  - ตัวอย่างหนังสือ, สิ่งพิมพ์ที่อธิบายการออกแบบภาพประกอบ การโฆษณาหรือที่มีการออกแบบหรือสาธิตการออกแบบภาพประกอบในวิธี Approach ต่าง ๆ
2. วิเคราะห์ข้อมูล / สรุปประเด็นที่ต้องการนำเสนอ / เลือกรูปแบบการนำเสนอ
3. ทดลองออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์โปสการ์ดเพื่อจำหน่าย
4. นำเสนอแบบร่าง
5. ปรับปรุงแบบร่างเพื่อให้ได้แบบที่สมบูรณ์ที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### บทความ, ข้อมูล และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 การโฆษณา ( ADVERTISING )

การโฆษณา หมายถึงกิจกรรมสื่อสารใดๆที่เกี่ยวข้องกับการเสนอแนะหรือส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการหรือความคิด โดยมีผู้อุปถัมภ์และผ่านสื่อที่ไม่ใช่ตัวบุคคลโดยมีค่าใช้จ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ( American Marketing Association ) หรือเป็นรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อส่งเสริมการตลาด เป็นรูปแบบของการสื่อความหมายทางเดียวต่อมวลชนในเชิงกว้างที่มีได้อาศัยตัวบุคคลเข้าดำเนินการแต่อาศัยสื่อโฆษณาทางหลายด้านด้วยกันเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ วารสารหรือป้ายโฆษณา การโฆษณาจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งของการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของการเห็นและคำพูดซึ่งเผยแพร่ผ่านสื่อที่ต้องการใช้เงิน โดยมีเป้าหมายเพื่อสื่อความเพื่อการข่าว เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เอาการจูงใจและเพื่อเป็นการเตือนความจำเนื่องจากการโฆษณาต้องอาศัยงบประมาณและค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นที่ผู้ที่ทำการโฆษณาจะต้องพิจารณาว่าจะโฆษณาอย่างไร จึงจะสามารถสื่อสารความต้องการไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน ดังนั้นก่อนที่จะเริ่มทำการโฆษณาจะต้องกำหนดตัวผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายทางการตลาดให้แน่นอน เพื่อที่จะได้จัดเตรียมข่าวสารให้เหมาะสมกับผู้บริโภค

#### 2.1.2 กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา ( Creative Strategies )

การโฆษณาแบบเป็น Campaign หรือแบบที่เป็น Ad. เดี่ยวๆควรมีการนำเสนอที่ใกล้เคียงกันทั้งหมดและความคิดนั้นๆ จะต้องใช้ได้กับทุกสื่อ,กลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ขึ้นอยู่กับแต่ละสื่อคือให้เป็นไปตามสื่อแต่ละอย่างไม่ว่าจะพูดว่าอะไรหรือพูดอย่างไร

#### 2.1.3 กลยุทธ์ในการบอกข่าวสารพื้นฐาน 5 ประการคือ

- การบอกแถมแจ้งให้ทราบ ( INFORMATION )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องใช้ข้อมูลตามความเป็นจริงการบอกข่าวสารจะต้องตรงประเด็นและเป็นที่น่าสนใจต่อผู้รับสารกลยุทธ์แบบนี้เหมาะสมกับสินค้าตัวใหม่เพื่อบรรยายถึงพฤติกรรมวิธีการผลิต,เทคนิคการทำสินค้าตัวใหม่หรือสินค้าที่อยู่ในสถานภาพการแข่งขันสูง เพื่อประกาศถึงผลการทดสอบและการทดลอง

- การออกแบบให้เป็นข้อถกเถียง ( ARGUMENT )

สารที่ต้องการจะบอก ต้องปรากฏเห็นเด่นชัดว่ามีสาระน่าสนใจโดยใช้หลักเหตุและผลเพื่อสนับสนุนสารนั้นๆ ว่าทำไมถึงมีประโยชน์และน่าเชื่อถืออย่างไร เพราะผู้รับสารจะติดตามความสมเหตุสมผลโดยตลอด กลยุทธ์นี้ต้องการทักษะและความสามารถในการบอกข่าวสารมากพอสมควร,เหมาะกับผลิตภัณฑ์ที่มีมานานแล้วและอยู่ในสภาพการแข่งขันสูง

- การสร้างภาพลักษณ์ ( IMAGE )

กลยุทธ์นี้จะใช้วิธีแบบบริษัทเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันหรือมีรูปลักษณ์ที่เหมือนกันจุดเน้นที่สำคัญอยู่ที่หลักจิตวิทยามากกว่าหลักเหตุและผล เป้าหมายหลักก็เพื่อสร้างชื่อเสียง,วางรากฐานให้แก่บริษัทโดยทางอ้อมเพื่อให้บริษัทอยู่ได้ในระยะยาว

- การออกแบบสร้างอารมณ์ ( EMOTION )

เป็นการบอกข่าวสารที่ต้องการสร้างอารมณ์ให้ตื่นเต้นเช่น รัก,โกรธ,เกลียด,กลัว,เสียใจหรือคลกขบขัน ฯลฯ การแสดงอารมณ์แบบใดแบบหนึ่งเพื่อให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ร่วมและรู้สึกตัวตัวเองได้อยู่ในสถานการณ์นั้นจริงๆ

- การออกแบบให้ความเพลิดเพลิน ( ENTERTAINMENT )

ให้ยึดถือการนำเสนอที่สนุกสนานและข่าวสารที่น่าสนใจ ความสนุกเพลิดเพลินต้องมาก่อนเหมาะ กับสินค้าที่เหมือนกัน และราคาไม่สูงมากนัก

## 2.2 การออกแบบกราฟฟิกเพื่อการโฆษณา

กีฬาฟุตบอลกับการโฆษณา ในปัจจุบันฟุตบอลจัดเป็นอีกรูทกิจหนึ่ง การที่จะทำให้สโมสรฟุตบอล มีชื่อเสียงและเป็นที่ยู่อักของประชาชนจำเป็นต้อง พึ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การใช้สิ่งประชาสัมพันธ์นอกจากจะทำให้เป็นที่รู้จัก และได้รับความสนใจจากประชาชนแล้ว ยังเกี่ยวข้องในเรื่องของการตลาด ยกตัวอย่างเช่น ถ้ามีแฟนบอลเพิ่มมากขึ้น จะได้ยอดการจำหน่ายตั๋วการแข่งขันฟุตบอลที่มากขึ้น รวมถึงการขายของที่ระลึกที่มากขึ้น จนเมื่อทีมมีชื่อเสียงโด่งดังก็สามารถดึงคู่ค้าสปอนเซอร์เข้ามาสนับสนุนด้านการเงินของทีมอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จนกลายเป็นความจริงแล้วว่าวงการได้มีการแข่งขันกันในด้านของสื่อจนฟุตบอลกลายเป็นธุรกิจอย่างหนึ่ง นักฟุตบอลของทีมก็กลายเป็นภาพลักษณ์ทางการค้าไปโดยปริยาย

ภาพลักษณ์ที่เราสร้างขึ้นมามองเห็นได้ เชื่อถือได้ ชัดเจนง่ายแก่การเข้าใจ ซึ่งภาพลักษณ์นี้อาจกล่าวได้ 6 ประการคือ

**2.2.1 ภาพลักษณ์เป็นการสังเคราะห์หรือสร้างขึ้น** โดยมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า ( An image is synthetic ) เพื่อเป็นการสนองต่อวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะสร้างขึ้นเพื่อความประทับใจให้เกิดสาธารณชน ภาพลักษณ์เป็นภาพคร่าวๆเกี่ยวกับบุคลิกภาพของปัจเจกบุคคล สถาบัน องค์กร สินค้าหรือบริการ ที่มีการเสริมแต่งอย่างจงใจ ภาพลักษณ์ของนักฟุตบอล เกิดจากบุคลิกและความสามารถของนักฟุตบอลผสมกับสภาวะตลาด และจินตนาการของครีเอทีฟ โดยกลุ่มผู้สร้างสรรมีการวางแผนนำสิ่งเหล่านี้มาประกอบเข้าด้วยกันและนำเสนอไปตามสื่อต่างๆ ที่ได้เตรียมวางแผนเอาไว้ล่วงหน้า

**2.2.2 ภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นให้ดูน่าเชื่อถือ** ( An image is believable ) การสร้างภาพลักษณ์จะไม่เกิดประโยชน์หากไม่มีความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ที่มีความน่าเชื่อถือต้องสามารถเข้าใจได้ง่ายไม่เกินจริง เป็นที่ยอมรับของสาธารณชน ผู้สร้างภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลพยายามเสนอภาพลักษณ์ที่ไม่ซับซ้อนและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้ดีที่สุด

**2.2.3 ภาพลักษณ์ที่ควรสอดคล้องกับความเป็นจริง** ( An image is passive ) ผู้สร้างภาพลักษณ์จะต้องวางภาพลักษณ์นั้นให้เหมาะสมกับสิ่งที่นำมาสร้างและภาพลักษณ์นั้นสามารถเข้ากันได้ดีกับความคาดหวังของผู้บริโภค ภาพลักษณ์เป็นชนิดอุดมคติ ( Ideal ) ซึ่งจะกลายมาเป็นความจริง เมื่อนำภาพลักษณ์นั้นมาเผยแพร่ให้สาธารณชน ขอมรับภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลมักมีพื้นฐานมาจากความสามารถของตัวฟุตบอล ผู้สร้างพยายามเน้นส่วนที่ดีของกีฬาให้คนทั่วไปได้เห็นชัดเจนขึ้น จึงดูสมจริง ไม่ขัดแย้งกับความรู้สึกของตัวนักกีฬาและตัวแฟนบอลเอง

**2.2.4 ภาพลักษณ์สามารถตอบสนองเป้าประสงค์และความรู้สึก** ( An image is vivid and concrete ) ภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นเพราะถูกเลือกคุณสมบัติที่โดดเด่นและชัดเจนและเป็นรูปธรรมที่สะกดความรู้สึกที่จะต้องตอบสนองเป้าหมายได้ดีที่สุดเช่นภาพลักษณ์ของ นักฟุตบอลชื่อ DAVID BECKHAM เป็นนักฟุตบอลที่ดูขรึมและทุ้มเท ความสามารถที่เห็นชัดที่สุดก็คือ การเตะลูกนิ่ง หรือ FREE KICK ซึ่งกลายเป็นภาพลักษณ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจของแฟนบอลได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**2.2.5 ภาพลักษณ์ควรเป็นสิ่งที่เข้าใจง่าย ( An image is simplified )** ภาพลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่ดูง่ายเห็นแล้วเข้าใจทันที ภาพลักษณ์มีประสิทธิภาพที่สุดต้องมีลักษณะพื้นฐานแต่มีเอกลักษณ์เพียงพอจำได้ก็คือ ความสามารถของนักเตะแต่ละคนนั่นเอง

**2.2.6 ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่ระหว่างจินตนาการกับความเป็นจริง ( An image is isambigou )** ภาพลักษณ์ที่มีความคลุมเครือเพื่อให้ผู้บริโภคตีความหมายตามความคาดหวังของตนเอง ภาพลักษณ์ของนักฟุตบอลมักมาจากความฝัน ความหวังหรือความทรงจำของคนทั่วไปมาบวกกับบุคลิกและความสามารถของนักฟุตบอลแล้วนำมาเสนอความต้องการของผู้บริโภค การสร้างภาพลักษณ์ของนักร้องถือได้ว่าเป็นตัวอย่างของการสร้างเหตุการณ์เทียมได้เป็นอย่างดี ซึ่งการสร้างสถานการณ์เทียมที่เกิดขึ้นตามที่ผู้ออกแบบหรือ ทีม BEC-TERO และเกิดการบริโภคสินค้าเพื่อทำให้ผู้รับสารยอมรับสื่อสำหรับใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ ( PROMOTION PIECE ) สื่อสำหรับใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์คือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะใช้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์จะเป็นในรูปแบบของแผ่นพับหรืออะไรก็ได้ไม่มีกฎเกณฑ์ที่วางไว้ตายตัว PROMOTION PIECE นั้นจะถูกออกแบบตาม CONCEPT ของนักออกแบบที่จะเป็นผู้กำหนดขึ้นมาเองมากกว่า

### 2.3 การออกแบบภาพประกอบ

ภาพประกอบ\* ความหมายของภาพประกอบตามพจนานุกรม พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย (ฉบับใหม่) A New English-Thai Dictionary Illustrate vt.

3.1 การใช้ภาพหรือตัวอย่างให้ อรรถาธิบาย ( Illustrate a lesson with pictures ) การใช้ภาพอธิบายบทเรียนบทหนึ่ง ( Illustrated by charts and diagrams ) ใช้ภาพมาอธิบาย

3.2 ใช้ภาพแทรกเป็น อาทิมาประดับ ( หนังสือหรือหนังสือพิมพ์ ) an Illustrated magazine นิตยสารที่มีภาพแทรก Illustration . การอธิบายการใช้ภาพประกอบ

ขอบข่ายของงานและคำจำกัดความของภาพประกอบเป็นสิ่งที่ไม่ชัดเจน ไม่มีข้อจำกัดสามารถเคลื่อนไหวหรือเปลี่ยนแปลงได้ส่วนหนึ่งของคำจำกัดความที่สามารถที่จะแบ่งภาพประกอบจากจุดอื่นซึ่งคำจำกัดความที่มีความหมายที่ชัดเจนของภาพประกอบ ( ถึงแม้จะไม่ครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างจะสังเกตว่ารวมงานที่ไม่ได้เป็นภาพประกอบเอาไว้ด้วย ) คือผลผลิตของการสร้างจินตภาพในหลายรูปแบบมาจนถึงปัจจุบันซึ่งได้มีการใช้ระบบการพิมพ์ตามขั้นตอนปกติ ขั้นตอนนี้จะเกี่ยวข้องทางด้านเศรษฐกิจในด้านจินตภาพของนักเขียนภาพประกอบนั้นผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้ให้แนวคิดใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้าน ภาพประกอบของจินตภาพเป็นหลักง่าย ๆ เริ่มจากการแยกภาพประกอบออกจากการวาดภาพหรือระบายสี ซึ่งเป็นพื้นฐานเบื้องต้นของการสร้างภาพประกอบในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าและการดำเนินสิ่งที่ได้รับมอบหมายมา ซึ่งนักเขียนภาพประกอบจะต้องผลิตงานที่มีการเผยแพร่สู่สาธารณะชนทั่วไป

การใช้ภาพประกอบถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับงานสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์จากการวิจัยการอ่านนิตยสารหลายครั้งชี้ให้เห็นว่าภาพประกอบมีส่วนช่วยให้นิตยสารน่าอ่านและดึงดูดความสนใจได้มาก โดยเฉพาะภาพสีจะได้รับความสนใจมากที่สุด ภาพขาว-ดำรองลงมา และภาพการ์ตูนก็ได้รับความนิยมมากเช่นกัน ดังนั้นนิตยสารส่วนใหญ่จึงมักใช้ภาพเป็นส่วนประกอบของเนื้อหาดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ภาพต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพถ่ายเส้น ภาพแอนิเมชัน ภาพวาดหรือภาพถ่ายล้วนมีประโยชน์ต่อการใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตสื่อทั้งสิ้น

สรุปภาพประกอบหมายถึง ภาพประกอบที่ใช้กับงานประเภทสิ่งพิมพ์ (Publication) ชนิดต่างๆ ของทุกประเภท เช่น

A. โปสเตอร์, หนังสือ

B. งาน โฆษณาต่างๆ เช่น Bill board , Bus side , Bus back , Magazine ad.

#### 2.4 การใช้ภาพประกอบ ( Illustration) เพื่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์

การเขียนภาพโฆษณา เป็นอีกด้านหนึ่งของการขยายช่องทางของช่างเขียนภาพประกอบออกไป แม้ว่าหนังสือ ลอนดอน กาเซตต์ ( London Gazette ) จะพิมพ์ใบโฆษณาแรกตั้งแต่วันที่ ค.ศ. 1666 นานจนกระทั่งกลางศตวรรษที่ 19 การโฆษณาโดยเฉพาะในนิตยสารหนังสือพิมพ์รายวัน และภาพโปสเตอร์ จะเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน การโฆษณาเป็นผลสืบเนื่องมาจากการขยายตัวของงานพาณิชย์และอุตสาหกรรม ซึ่งมีผลมาจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม อันเป็นผลทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้า ในปัจจุบันภาพยนตร์ ทีวีได้ช่วยขยายงานเขียนภาพประกอบเรื่องให้ขยายตัวกว้างไกลออกไปอีก

ประสิทธิภาพของภาพเขียน และโอกาสที่จะใช้ภาพเป็นโปสเตอร์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในงานโฆษณา งานโปสเตอร์สมัยแรกๆ เป็นใบปลิว มีตัวอักษรลวดลายกลายเป็นที่นิยมแพร่หลายเมื่อมีการคิดวิธีพิมพ์ลิทอกราฟีขึ้นได้ อองรี-เดอ-ตูลูส-เลอเทรค (Henri de Toulouse-Lautrec) จัดเป็นช่างเขียนโปสเตอร์ใหญ่คนแรกๆ ของงานโปสเตอร์แนวสมัยใหม่ งานโปสเตอร์ของเลอเทรค เช่น Ambassador in Paris ได้ชี้ให้เห็นถึงการชำนาญในด้าน เทคนิคการพิมพ์ลิทอกราฟี และความเป็นผู้เอกสารถูกเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีสายตาเฉียบแหลม นอกจากนี้ยังกลายเป็นเทคนิคในด้านการโฆษณาเช่น พยายามทำให้ภาพมีตัวอักษรน้อยและพยายามทำให้ตัวอักษรคล้องจองกับภาพ

ใน 30 กว่าปีที่ผ่านมามี ภาพโปสเตอร์ได้ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง โดยช่างเขียนภาพประกอบ เช่น แอนดี วอร์โฮล ( Andy Warhol ) และมิลตัน กราเซอร์ ( Milton Glasea ) ทั้งสองได้นำเอาความคิดและแนวทางการออกแบบและความเข้าใจของผลกระทบต่อภาพ ถึงปัจจุบันนี้การโฆษณาส่งผลกระทบต่อแทบทุกองศาของชีวิต ในขณะที่ความต้องการขยายตัวออก เทคโนโลยีช่วยทำให้ปัญหาที่ยุ่งยากซับซ้อนง่ายขึ้น ช่วยในการพิมพ์ การแยกสีครบทุกสีซึ่งในปัจจุบันมีราคาไม่แพง จนกระทั่งมีหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารพิมพ์เผยแพร่ทั่วไปถือว่าเป็นเรื่องธรรมดา

กราฟฟิคหนึ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการ์ตูน เป็นอีกทางหนึ่งของช่างเขียนภาพประกอบเรื่องในปัจจุบัน ซึ่งขยายตัวออกไปมากควบคู่กับการแพร่หลายของโทรทัศน์

ในสมัยแรกๆของการเขียนภาพประกอบเรื่อง งานจิตรศิลป์และงานเขียนภาพประกอบเรื่องจะแยกออกจากกันไม่ได้ เช่นงานของ ดูร์ เป็นที่น่าสนใจที่ว่าภาพโปสเตอร์ทุกวันนี้ไม่ใช่เป็นส่วนประกอบที่ไม่ได้ข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณาสินค้าเท่านั้น แต่กลายเป็นศิลปะในตัวเอง ภาพโปสเตอร์ที่ไม่ได้โฆษณาสินค้า ทุกวันนี้แพร่หลายและมีราคาไม่แพงและกลายเป็นของใช้สอยเพื่อตกแต่งอาคารที่อยู่อาศัย

แม้ว่าจะมีการขยายตัวของการเขียนภาพประกอบเรื่องและความรุดหน้าด้านเทคโนโลยีของวัสดุ รวมถึงกระบวนการทำกราฟฟิค บทบาทของช่างเขียนภาพประกอบเรื่องหาได้เปลี่ยนไปจากเดิมไม่ คือส่วนหนึ่งช่างเขียนภาพประกอบยังเป็นเครื่องมือของนักธุรกิจที่ทำงานเพื่อเก็งกำไร แต่เรื่องนี้ไม่ได้เป็นเรื่องสำคัญ ทรายไคที่ศิลปินยังสร้างสรรค์ผลงานด้วยใจที่อิสระ

ในช่วงศตวรรษที่ 20 ที่ผ่านมามีรูปแบบต่างๆเหล่านั้นได้มีความสำคัญของวิชาชีพนี้มาตั้งแต่ตอนปลายของศตวรรษที่ 1890 รูปแบบของ Illustration ที่มีมากมายหลายแบบเป็นผลมาจากการวางรูปแบบต่างๆของ Illustration ในยุคแรกเริ่ม รวมถึงการทดลองเทคนิค Reproduction แบบเก่าและการศึกษาผลงานในอดีต

การพัฒนาเทคนิคส่วนบุคคลและการค้นพบวิธีใหม่ๆจากการวาด รวมถึงการนำสื่อจากหลายๆแห่งมาผสมผสานกัน จึงเปรียบได้เป็นหลักฐานสำคัญของ Illustration ในปัจจุบันแต่ทั้งนี้ก็ยังไม่มีทั้งเทคนิคเดิม ไปเสียทีเดียว

## 2.5 ความสำคัญของภาพประกอบ

ภาพประกอบที่หลายคนอาจจะนึกออกคือ ภาพประกอบตามนิตยสารบันเทิงเป็นส่วนใหญ่  
จริงๆ แล้วภาพประกอบไม่ได้เฉพาะเจาะจงในนิตยสารหรือหนังสือเท่านั้นยังรวมไปถึงงาน  
Commercial อีกด้วย

## 2.6 หน้าที่ของภาพประกอบ

บางคนอาจไม่ให้ความสำคัญกับภาพประกอบมากนักเพราะคิดว่ามีเพียงตัวอักษรก็สามารถ  
เล่าเรื่องได้ทั้งหมด ( การมีความหมายในตัวของมันเอง ) ที่จริงแล้วภาพประกอบมีหลายอย่างคือ  
ภาพประกอบสามารถจากสิ่งที่เป็น Realistic หรือภาพที่ตรงกับเนื้อเรื่องให้ตรงกับความต้องการ  
ได้และช่วยในการถ่ายทอดความรู้สึก อารมณ์ รวมถึงบรรยากาศที่ได้ ภาพประกอบมีทั้งเหมือน  
จริง เหมือนจริง การ์ตูน ฯลฯ จึงไม่มีคำว่าภาพประกอบเป็นลักษณะใดได้แต่การจะเลือกลักษณะใด  
นั้น ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์เป็นสำคัญ หน้าที่ประการหนึ่งของภาพประกอบคือสร้างขึ้นเพื่อดึงดูด  
ความสนใจ และนับเป็นตัวสร้างบรรยากาศด้วย โดยปกติภาพประกอบจะมีบทบาทดังนี้

2.6.1 เพื่อแสดงประกอบเรื่องราว ข่าวสารต่างๆ ที่นำเสนอให้เกิดความรู้สึกรู้สึกความเข้าใจ  
คล้อยตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่มุ่งไว้คือ

- เพื่อประกอบอธิบายความรู้
- เพื่ออธิบายความคิดรวบยอด
- เพื่ออ้างอิงแทนสิ่งที่ปรากฏจริง
- เพื่อประกอบข้อมูลทางสถิติ

2.6.2 เพื่อดึงดูดความสนใจ

2.6.3 สื่อความหมายเกี่ยวกับเนื้อหาที่อาจเกิดขึ้นได้

2.6.4 กระตุ้นความสนใจของผู้อ่านต่อเนื้อหานั้นๆ

2.6.5 ช่วยให้สินค้า, หนังสือมีสีสันขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ตัวสินค้า

2.6.6 ช่วยอธิบายในสิ่งที่เป็นการคิด ความรู้สึกและสิ่งที่เป็นนามธรรม

## 2.7 รูปแบบของภาพประกอบ

ภาพประกอบ Illustration ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ ( concept ) และกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก แต่งาน Illustration นี้จะหลากหลายในด้านเทคนิคและวิธีการซึ่งใช้หลักองค์ประกอบ (Composition) เข้าช่วยเป็นอย่างมาก ส่วนแนวความคิดได้มาจาก การผสมผสานและดัดแปลงจากสิ่งต่างๆและสิ่งที่อยู่รอบตัว ( Creative Illustration ) ภาพประกอบสร้างสรรค์

ถ้าในงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์,หนังสือประเภทต่างๆมีแต่ตัวอักษรที่ปราศจากภาพประกอบ การสื่อสารต่างๆคงไม่มีประสิทธิภาพมากนัก ภาพประกอบอาจหมายถึงภาพวาด ภาพเขียน ภาพถ่ายหรือภาพแอร์บรัชก็ได้ทั้งนี้ต้องพิจารณาทั้งลักษณะและรูปแบบให้เหมาะสมกับการสื่อสาร ตัวสื่อ การพิมพ์และกลุ่มเป้าหมาย

## 2.8 ความแตกต่างระหว่างภาพประกอบ ( Illustration ) กับงานจิตรศิลป์ ( Fine Art )

**2.8.1 ภาพประกอบ** - ถูกใช้เพื่อวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยมีวัตถุ ( Subject ) เป็นตัวกำหนดเนื้อหาแล้วจึงเขียนภาพประกอบเนื้อหานั้นภายหลัง ทำขึ้นเพื่อเป็นการโฆษณา ดึงดูดให้ผู้ดู สนใจในตัวสินค้า

- ภาพประกอบจัดเป็นศิลปะเพื่อการพาณิชย์
- ภาพประกอบเรื่องมักเป็นภาพเชิงวิเคราะห์หรือเชิงบรรยาย
- การสร้างสรรค์ภาพประกอบมีลูกค้านำมาเป็นตัวกำหนด

**2.8.2 จิตรศิลป์** - Ideaเป็นตัวกำหนด จิตรศิลป์สร้างงานด้วยความอิสระ ไม่เป็นการลอกเลียน ไม่มีวัตถุประสงค์ทางการค้ากำหนด ตัวศิลปินจะสร้างจินตนาการ ( Image ) ขึ้นมา สามารถสรุปความแตกต่างระหว่างภาพประกอบและจิตรศิลป์ได้เป็นข้อๆดังนี้

- จิตรศิลป์ไม่มีจุดประสงค์ทางการค้า
- จิตรศิลป์สร้างสรรค์ด้วยงานอิสระ
- การสร้างสรรคงานมีแนวความคิด ( Idea ) เป็นตัวกำหนด

มีข้อโต้แย้งว่าการทำงานเพื่อการพาณิชย์ ไม่สามารถเรียก(สร้างประกอบ ( Illustrator ) ว่า เป็นศิลปิน ( Artist ) โดยเฉพาะความเป็นศิลปินนั้น การทำงานไม่สนเรื่องเงินแต่อย่างไรก็ตาม การหาเลี้ยงชีพโดยความสามารถที่จะถ่ายทอดจินตนาการออกมาเป็นรูปภาพโดยใช้ทักษะที่เหมาะสม ก็เป็นคุณลักษณะของศิลปินอยู่แล้วเพียงแต่ว่าศิลปินนั้นออกมาดีหรือไม่ สิ่งสำคัญก็คือความคิดสร้างสรรค์ที่สมบูรณ์แบบจะอยู่ในจิตใจของ Illustrator ผู้สร้างสรรค์ตลอดไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.9 ประเภทของภาพประกอบ

- 2.9.1 ภาพประกอบบทความ EDITORIAL ILLUSTRATION ADVERTISING.
- 2.9.2 ภาพประกอบบทความโฆษณา ILLUSTRATION FOR ADVERTISING.
- 2.9.3 ภาพประกอบแฟชั่น FASHION ILLUSTRATION.
- 2.9.4 ภาพประกอบในงานประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ NATURALHISTORYILLUSTRATION.
- 2.9.5 ภาพประกอบวิทยาศาสตร์การแพทย์ MADICAL ILLUSTRATION.
- 2.9.6 ภาพประกอบข้อมูลทางสถิติ ILLUSTRATION FOR INFORMATION.
- 2.9.7 ภาพประกอบทางด้านเทคนิค TECHNICAL ILLUSTRATION.
- 2.9.8 ภาพประกอบการ์ตูน CARTOON ILLUSTRATION.
- 2.9.9 ภาพประกอบบทความ EDITORAIL ILLUSTRATION.

หลักฐานทางประวัติศาสตร์ในการเริ่มใช้ภาพประกอบอย่างจริงจังในนิตยสารและหนังสือพิมพ์นั้นไม่ได้มีปรากฏย้อนหลังเกินกว่าศตวรรษที่ 19 ซึ่งแตกต่างจากภาพประกอบในหนังสือที่ใช้การพิมพ์ ซึ่งค้นพบในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา หลังจากที่ได้มีการประดิษฐ์เครื่องพิมพ์ขึ้นมาในศตวรรษที่ 15 การใช้ภาพประกอบในสิ่งพิมพ์ ต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้อ่านและผู้โฆษณาที่เผยแพร่งานเขียนภาพประกอบในหน้าหนังสือพิมพ์และหน้านิตยสารด้วยการใช้ภาพประกอบในนิตยสาร ได้ประสบความสำเร็จในยุโรปตะวันตกและอเมริกาเหนือและในช่วงกลางศตวรรษที่ 19 นิตยสารภาพประกอบได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของหนังสือตระกูล “ONE A WEEK, THE COMBILL MAGAZINE” และ “GOOD WORK” ประกอบด้วยภาพชั้นเยี่ยมของประเทศอังกฤษ

ในช่วงศตวรรษที่ 20 การใช้ภาพประกอบในงานบทความ จำเป็นต้องแข่งขันกับงานภาพถ่ายที่มีความสวยงาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความมั่นคงของภาพถ่ายแต่ในการเลือกนักถ่ายภาพหรือนักเขียนภาพประกอบที่เขียนภาพได้อย่างมืออาชีพและมีคุณภาพจะมีโอกาสมากทั้งนี้ปริมาณการพิมพ์จะขึ้นอยู่กับสังคมผู้บริโภคสมัยใหม่ด้วย

**2.9.1 ภาพประกอบบทความ EDITORIAL ILLUSTRATION ADVERTISING.** คือ ภาพที่ใช้ประกอบข้อความและหน้าปกนิตยสารนิตยสารใดก็ตามที่มีบทความการนำเสนอตลอดจนถึงปกหน้าที่มีความเป็นอิสระ จะสามารถเขียนภาพประกอบได้ ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่นิตยสารฉบับเดียวจะมีผลงานของนักเขียนภาพประกอบมากกว่า 1 คนขึ้นไป แต่นักเขียนภาพประกอบบางคนก็เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจเลือกทำงานเพียงอย่างเดียวและอีกนัยหนึ่งก็เป็นเรื่องปกติอีกเช่นกันที่นักเขียนภาพประกอบจะเขียนภาพประกอบให้นิตยสารหลายฉบับในเวลาเดียวกัน ในปัจจุบันนักเขียนภาพประกอบพบจำนวนมากพบว่าการเขียนภาพประกอบบทความสมัยใหม่มีความน่าสนใจหลายประการ สิ่งที่น่าสนใจมากที่สุดคือ ความหลากหลายของงานที่นักเขียนภาพประกอบจะได้รับ

นักเขียนภาพประกอบที่มีประสบการณ์จะพบว่า เป็นงานที่ ART DIRECTOR จะให้อิสระในการทำงานมากกว่าส่วนอื่นๆ เช่นงานโฆษณา ซึ่งนักเขียนภาพมืออาชีพจะต้องมีขอบเขตในการทำงานที่แน่นอนจึงจะได้รับความเชื่อถือ การเขียนภาพประกอบบทความนี้ เป็นเหมือนสนามทดสอบของผู้เขียนภาพประกอบ สามารถทดลองงานรูปแบบต่างๆ เพื่อขยายความสามารถรวมถึงพัฒนาฝีมือให้อยู่ในระดับสุดยอด แต่ในโลกของการทำงานผู้เขียนภาพประกอบที่มีชื่อเสียงและ ART DIRECTOR คือผู้ที่มักชนะในการที่จะแปลและเข้าใจถึงจุดประสงค์และความต้องการของผู้ว่าจ้างคือ อ่านหัวข้อเรื่องหรือพูดคุยกันทางโทรศัพท์ ก็สามารถสรุปแนวความคิดและสร้างสรรค์งานให้สำเร็จตรงตามเวลา สำหรับมืออาชีพที่มีความกระตือรือร้นสนใจคือโลกภายนอก งานนี้น่าจะเป็นงานที่มีความน่าตื่นเต้นมากที่สุดงานหนึ่งด้วย

**2.9.2 ภาพประกอบบทความโฆษณา ILLUSTRATION FOR ADVERTISING.** งานเขียนภาพประกอบในงานโฆษณานั้นถือว่าเป็นงานอาชีพที่ทำขาย ซึ่งมีบทบาทเกินกว่าที่ผู้บริโภคจะตระหนักถึง โดยทั่วไปมีการใช้ภาพประกอบกันมากมาย นอกจากการใช้ข้อความบรรยายเทคนิคต่างๆ ( เหนือจริง) เข้ามามีส่วนร่วมในงานภาพประกอบในงานโฆษณาเป็นงานของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน แขนงหนึ่ง ซึ่งนับว่ามีความสำคัญในการช่วยให้งานหลายๆอย่างมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ภาพประกอบในงานโฆษณามีความสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดทั้งหมดในการสื่อสารทางเดียวระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคภาพลักษณะที่ได้จากการใช้ภาพประกอบต้องมีส่วนช่วยในการชักจูงความสนใจในสินค้านั้นๆ โดยกล่าวถึงประสิทธิภาพและเน้นถึงคุณภาพที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ภาพประกอบที่เข้าสมัยนิยมของในงานโฆษณาไปไกลเกินกว่าแค่เป็นส่วนประกอบของความสวยแปลกตาเท่านั้น อุตสาหกรรมโฆษณาไปไกลเกินกว่าแค่ส่วนประกอบของความสวยแปลกตาเท่านั้น อุตสาหกรรมโฆษณายังสัมพันธ์ไปถึงการวิจัยสำรวจทางจิตวิทยา ค้นหาคำเริ่มต้นตัวของสารธรรมะในปีค.ศ. 1960 โดยหนังสือชื่อ “ THE HIDDEN PERSUADERS ” ของ Vance Packaro ซึ่งไม่เพียงแต่จะแจกแจงเทคนิค การจูงใจที่ใช้ในงานโฆษณาแล้วเท่านั้นแต่การประเมินลวง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้า ถึงแนวทางวิชาการเข้าถึงผู้บริโภคเพื่อประโยชน์ต่อการส่งเสริมการขายนั้นอาจเป็นแนวทางที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน

ภาพลักษณ์ของภาพประกอบในงาน โฆษณาต้องเลือกสรรอย่างเอาใจใส่ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเจริญเติบโตของสินค้าและเป็นผลงานการวางแผนอย่างรอบคอบและคาดการณ์ล่วงหน้า ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของลูกค้าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าของเขาต้องการโฆษณา

**2.9.3 ภาพประกอบแฟชั่น FASHION ILLUSTRATION.** วัตถุประสงค์ของภาพประกอบแฟชั่นคือการขายไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์ หรือตัวสินค้า ดังนั้นการโฆษณาจึงจำเป็นต้องดึงดูดและเรียกร้องความสนใจจากลูกค้าที่มีศักยภาพ

การขายภาพพจน์ที่น่ายกแบบจำเป็นต้องสร้างความรู้สึกร่วมให้เกิดความประทับใจเสื้อผ้าสไตล์ของเสื้อ เสื้อผ้า ในคอลเลกชันและอารมณ์ที่สร้างขึ้น ด้วยลายเส้นเพียงไม่กี่เส้นจึงควรใช้จินตนาการและสไตล์ที่สามารถทำให้เสื้อผ้านั้นเป็นที่ดึงดูดยิ่งขึ้น

รูปแบบของภาพวาดสามารถแสดงพลังและความเป็นตัวของตัวเอง ภาพวาดจำเป็นต้องมีหลักโครงสร้างที่สามารถเข้ากันเช่น ชุตราตรีหรือหรรษา กริยาท่าทางของนายแบบต้องดูโก้หรู โบหน้าในการวาดภาพก็มีความสำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน ต้องมีหลักเฉพาะ ผู้คนจะเชื่อถือว่าเป็นไปได้ ภาพวาดควรแสดงให้ดูมีการเคลื่อนไหวเพราะรูปร่างที่แข็งอาจไม่ให้ความประทับใจในเสื้อผ้าได้อย่างแท้จริง ซึ่งจะทำให้งานขายผลงานเป็นไปได้อย่างลำบาก การฝึกซ้อมวาดจะช่วยแก้ปัญหานี้ได้

## 2.10 สีที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกทางการออกแบบ

หาก Background สว่างกว่าสีของ Foreground และมีความแตกต่างกันบ้างอยู่แล้ว Background จะดูสดชื่น วัตถุสีเข้มซึ่งวางอยู่บน background สีอ่อนจะทำให้มองดูเล็กกว่า วัตถุชิ้นเดียวกันที่มีสีอ่อนแต่วางอยู่บนวัตถุที่มีสีแก่กว่า การผสมกันของสีที่ใกล้เคียง กันเช่นส้มและแดง จะแสดงความรู้สึกกลมกลืน ในขณะที่เดียวกัน การรวมสีที่ต่างกัน โดยสิ้นเชิง ทั้งทางด้านคุณค่าและสี จะทำให้เกิด Contrast กันอย่างรุนแรง

สีในโทนเย็นและร้อนที่มีความสทสีเท่ากัน สีร้อนจะพุ่งมาข้างหน้าสีเย็นที่อยู่กับ Background ดำ หากสีเย็นนั้นถูกทำให้สว่างขึ้น ก็จะดันให้ออกมาข้างหน้าเรื่อยๆแต่ก็ไม่สามารถเลยหน้าสีร้อนได้

พื้นที่ของสีที่เป็นพื้นใหญ่กว่าก็จะทำหน้าที่เหมือน Background และขึ้นกับความสนใจกับสีนั้นด้วย

## 2.11 หน้าที่และความสำคัญของสี

- 2.11.1 การดึงดูดความสนใจ
- 2.11.2 เน้นส่วนสำคัญบางส่วน
- 2.11.3 แสดงถึงความสมบูรณ์
- 2.11.4 แนะนำให้เห็นถึงนามธรรม
- 2.11.5 สร้างสรรค์ความประทับใจที่ดี
- 2.11.6 สร้างแรงกระตุ้นอารมณ์
- 2.11.7 กองภาพพจน์ในจิตใจของผู้พบเห็น

สี 4 สี จะเห็นได้มากและเด่นชัด

สี 2 สี ขาว-ดำ จะเห็นรองลงมา

## 2.12 ค่าของสี (THEORY OF COLOUR EXPRESSION)

การรู้ค่าของสี **EXPRESSION** ของสีที่แท้จริง ต้องนำสีนั้นไปเปรียบเทียบกับสีอื่น

สีเหลือง	มีชีวิตชีวามากที่สุด ไปสิ้นสุดที่สีแดง จะสูญเสียลักษณะไปหากมี SHADE ของเทา ดำ หรือคราม หมายถึง ความอิจฉาทรยศ ปลอม เลวร้าย ไร้เหตุผล
สีแดง	ร้อนแรง โลหิตสูบฉีด มีพลัง
สีน้ำเงิน	ปราศเปรี้ยว สุขุม เยือกเย็น
สีเขียว	พืชพันธุ์ชีวิตและความหวัง
สีส้ม	ส่องแสงมากที่สุด เข้มข้น และแรงที่สุดแสดงออกถึงสาร
สีคราม	ความไร้สติ ลึกลับประทับใจ บีบคั้น หวาดกลัว หรือให้กำลังใจเปลี่ยนแปลงไปตามสีที่นำมา CONTRAST
ม่วงน้ำเงินเข้ม	โศคร้าย
ม่วง	ความยุ่งยาก ความตาย
ม่วงน้ำเงิน	ตัวคนเดียวการอุทิศตน
ม่วงแดง	รักนิรันดร วิญญาณไฟฝัน

สีนี้จะให้ความหมายในทางที่ดีของชีวิต ในขณะที่ SHADE จะให้ความมืดมนและพลังทางลบ สีอาจถูกกระทำให้ผันแปรได้เช่น ในความสว่าง แดงอาจเป็นชมพูแดง ผลของสีนั้นอาจเป็น

ไปตามตำแหน่งของสีนั้น โดยสัมพันธ์กับสีอื่นๆที่แวดล้อมอยู่ รวมถึงเนื้อหา และขนาด PROMOTION ด้วยสีมีลักษณะความรู้สึกต่างกันไปตามตำแหน่งของสีนั้นในภาพ

### 2.13 ไปรษณีย์ ( POSTCARD )

ไปรษณีย์หรือไปรษณียบัตรแต่ดั้งเดิมใช้เพื่อการสื่อสารที่กระทัดรัดและข้อความที่ไม่เป็นความลับและใช้เป็นที่ระลึกสำหรับจดจำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ องค์ประกอบและลักษณะของการใช้งานไปรษณีย์คือ แผ่นกระดาษที่ไม่อ่อนแอจนเกินไปขนาดประมาณ 5 X 7 นิ้วมีสองหน้าแบ่งหน้าที่เป็นรูปภาพและหน้าที่ใช้เขียนที่อยู่ ข้อความ ดิคแสดมปีในปัจจุบันไปรษณีย์ถูกใช้เป็นส่วนหนึ่งของการ PROMOTION ด้วยโดยร้านค้าต่างๆมีการวางไปรษณีย์ของร้านค้าเอาไว้สำหรับแจกลูกค้า ยกตัวอย่างเช่นร้าน SISLEY , ESPADA และร้านอื่นๆอีกมากมาย ก็มีการแจกไปรษณีย์ให้ลูกค้าได้จดจำและระลึกถึงและมีคุณสมบัติประโยชน์ใช้สอยด้วย

### 2.14. ข้อมูลวันสำคัญต่างๆของโลก

1 ตุลาคม 2431

นิตยสารสารคดีแบบเต็มตัวที่ยังคงได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบันอย่างเนชั่นเนลส์โอกราฟิกได้ถือกำเนิดขึ้นบนแผงหนังสือวันนี้เป็นวันแรก

3 ธันวาคม 2535

SMS ที่เราใช้อยู่ทุกวันนี้ ได้ส่งเป็นครั้งแรกโดยนายนิล แพพเวิร์ท ซึ่งชื่อเต็ม ๆ ของ SMS คือ Short Message Service ปัจจุบันเป็นที่นิยมของคนส่วนมาก

5 กรกฎาคม 2489

Louis Reard นักออกแบบชาวฝรั่งเศสนำผลงานชิ้นล่าสุดคือ ชุดว่ายน้ำสองชิ้นออกเดินแบบซึ่งเป็นที่แรกในประวัติศาสตร์แฟชั่นที่กรุงปารีสเขาตั้งชื่อชุดว่ายน้ำลักษณะนี้ว่าบิกินีซึ่งกลายเป็นที่นิยมของสาวहु่นดีใจกล้าในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8 กันยายน 2473

บริษัท 3M เริ่มขายและทำการตลาดสินค้าที่มีคุณสมบัติโดดเด่นในการยึดสิ่งต่าง ๆ เข้าหากันสินค้าที่ว้าคือ สกอตเทป

10 กุมภาพันธ์ 2428

เข็มขัดนิรภัย

อุปกรณ์ที่ช่วยรักษาชีวิตของผู้ขับขี่รถยนต์กว่าล้านคนบนรถยนต์ได้รับการจดสิทธิบัตรเป็นครั้งแรกในวันนี้

15 ธันวาคม 2494

เกิดการแปลงเพศครั้งแรกบนโลกนี้ โดยผู้ขึ้นเข็มคือ นาย คริสทีน เจอร์เจนสัน ชายชาวสวีเดน

19 ตุลาคม 2422

เราคงไม่รู้หรือรู้ว่าโทมัส อัลวา เอดิสัน เป็นผู้คิดค้นหลอดไฟ ถ้าในวันนี้เขาไม่ได้นำหลอดไฟของเขาออกนำเสนอสู่สายตาประชาชนเป็นครั้งแรก

20 เมษายน 2428

อดอล์ฟฮิตเลอร์ขึ้นมาดูโลก ใครจะไปคิดว่าเด็กชายคนนี้จะโตมาเป็นผู้มีอิทธิพลกับผู้คนมากมาย ในฐานะผู้จุดชนวนสงครามโลกครั้งที่ 2

21 เมษายน 2527

ไวรัสบรรลือโลก HIV ถูกค้นพบโดยนักวิทยาศาสตร์ชาวฝรั่งเศสเป็นครั้งแรก จวบจนบัดนี้ก็ร่วม 20 ปีแล้วเจ้าไวรัสตัวนี้ฆ่าชีวิตไปนับล้านคน แต่มันก็ยังลอยนวลบนโลกนี้ต่อไป

22 กุมภาพันธ์ 2540

นักวิทยาศาสตร์ที่สถาบันรอสลินในสกอตแลนด์ ประกาศความสำเร็จในการโคลนแกะตัวแรกของโลกชื่อ คอลลี ซึ่งเป็นจุดกำเนิดของกระแสผลักดันและต่อต้านการโคลนนิ่งสิ่งมีชีวิตที่ยังถกเถียงหาข้อยุติไม่ได้จนถึงปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

23 พฤษภาคม 2539

ทามาถือรุ่นแรกหกลี ผลิตภัณฑ์บริษัทบันได ออกขายในญี่ปุ่นในราคา 1980 เยนสร้างปรากฏการณ์ ยอดขายถล่มทลาย จนโรงเรียนในหลายประเทศต้องออกกฎหมายนำทามาถือมาโรงเรียน

25 พฤษภาคม 2542

เป็นอีกวันสำคัญที่ไม่ได้บันทึกลงในปฏิทิน เมื่อองค์การสหประชาชาติยกย่องให้วันนี้เป็นวันยุติการใช้ความรุนแรงต่อเพศหญิงเพื่อเป็นอนุสรณ์แก่สามพี่น้องตระกูลมีราบอลผู้ยอมแลกชีวิตเพื่อล้มล้างระบบเผด็จการของประเทศโดมินิกัน

26 กุมภาพันธ์ 2479

อดอล์ฟฮิตเลอร์เปิดตัวรถ Volkswagen (ซึ่งมีความหมายว่า car of people) ซึ่งเป็นรถที่เขาออกแบบเองขณะนั่งอยู่ในร้านอาหารในเมืองมิวนิกเขาได้มอบแบบที่วาดให้แก่นายจาacob เวอร์ลินพร้อมกับกำชับว่าเก็บมันไว้ซะแล้วเอาไปคุยกับคนที่รู้เรื่องรถมากกว่าผม"ทำให้โลกได้รู้ถึงอีกแง่มุมหนึ่งของชีวิตเขาที่น้อยคนในโลกสนใจจะมอง

27 เมษายน 2524

เมาส์คอมพิวเตอร์ตัวแรกของโลกออกวางตลาดโดยเป็นส่วนประกอบของคอมพิวเตอร์ PC รุ่น Xerox Star 8010 ถือได้ว่าเป็นการหมดสิ้นยุคของการใช้ปุ่ม Alt เพื่อใช้งานคำสั่งต่างๆ ในคอมพิวเตอร์

28 กุมภาพันธ์ 2478

อีกหนึ่งผลิตภัณฑ์พลิกโลกที่รู้จักในนาม 'ในลอน' ถูกประดิษฐ์ขึ้นโดย ดร.วอลเลซเฮซ คาร์เตอร์ ซึ่งมันเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่มีน้ำหนักเบา ยืดหยุ่นสูง และทนทาน

29 เมษายน 2510

วันเกิดของเมรัยสุตคลาสสิก Absolut vodka เจ้าของโฆษณาอมตะ ที่ออก Print ad ตัวแรกมาพร้อมคำโปรยสั้น ๆ ว่า Absolut Perfection และกลายเป็นต้นแบบของโฆษณารูปขวดที่มีคนตามสะสมกันอย่างจริงจัง และหนึ่งในผลงานโฆษณาก็คือ Absolut Bangkok

4 เมษายน 2515

วันตั้งงานริบบิ้นตึกแฝดสัญลักษณ์แห่งทุนนิยม World Trade Center ตึกแฝดนี้ใช้เหล็กกว่า 2แสนตันมีหน้าต่างตึกละ43600บานและเป็นอาคารแรกของโลกที่มีรหัสไปรษณีย์เป็นของตัวเองคือ10048อาคารนี้ทำให้กรุงนิวยอร์กเป็นหนึ่งในมหานครศูนย์กลางทางการเงินที่ใหญ่ที่สุดในโลก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### ทฤษฎีและแนวทางในการออกแบบ

#### 3.1 วิเคราะห์แนวทางในการออกแบบ

เนื่องจากโปสเตอร์คในชุดนี้ต้องการจะใช้วิธีการออกแบบให้แตกต่างและหลากหลายกว่าโปสเตอร์ที่มีอยู่ในท้องตลาด ทำให้แนวทางของการทำภาพประกอบนั้นก็จะต้องแตกต่างไปด้วย โดยที่โปสเตอร์ชุดนี้เน้นจะเน้นการทำภาพประกอบที่ใช้ไอเดีย ใช้การครีเอทีฟเป็นหลัก ซึ่งอาจจะใช้วิธีเดียวกับการโฆษณา แต่จะมีการ Approach ในวิธีต่าง ๆ กัน ทั้งการออกแบบโดยใช้หลัก Typography Design การใช้ Gimmick การใช้ภาพเพื่อการสื่อความหมายอีกอย่างหนึ่ง โดยที่สารที่อยู่ในโปสเตอร์นี้ นอกจากจะสื่อให้ทราบถึงวันต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแล้ว ยังให้ความรู้สึกเตือนสติ เสียดสีสังคม หรือการระลึกถึงอยู่ด้วย ทำให้ตัวโปสเตอร์ชุดนี้มีเนื้อหาที่หลากหลาย มีภาพประกอบหลายแนว แต่มีจุดร่วมกันคือเป็นภาพประกอบที่มีไอเดีย และการครีเอทีฟอยู่ในตัวนอกจากความสวยงาม ซึ่งทำให้ต่างจากตัวโปสเตอร์ที่มีอยู่ในท้องตลาดทั่วไปที่เน้นความสวยงามอย่างเดียว

#### 3.2 วิเคราะห์แนวทางการออกแบบกับกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายสำหรับแนวทางการออกแบบ จะเป็นประชาชนทั่วไป ไปจนถึงคนที่ชอบส่งหรือชอบสะสมโปสเตอร์ ซึ่งการออกแบบภาพประกอบที่มีไอเดียในตัวโปสเตอร์นั้นเหมาะกับบุคคลที่ชอบความแปลกใหม่ ชอบใช้สมอง มีความคิดสร้างสรรค์

## บทที่ 4

### วิเคราะห์และสรุปข้อมูล

#### 4.1 สรุปโจทย์ทั้งหมดในการออกแบบ (CREATIVE BRIEF)

4.1.1 ข้อมูล “วันพลิกโลก” วันสำคัญต่าง ๆ ของโลกที่คนไม่ได้รับรู้ ออกแบบโดยการใช้นวัตกรรมหลากหลายรูปแบบ แต่ใช้ไอเดียในการออกแบบ ให้มีความแตกต่างจากโปสเตอร์อื่น ๆ

4.1.2 กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนทั่วไป อายุ 15-50 ปี ที่ชอบส่ง หรือสะสมโปสเตอร์ และเป็นคนที่ชอบความแปลกใหม่และมีความคิดสร้างสรรค์

4.1.3 พฤติกรรมของผู้รับสื่อ คนที่ชอบใช้ความคิดสร้างสรรค์ ชอบความแปลกใหม่ รวมไปถึงคนที่ชอบส่ง หรือสะสมโปสเตอร์

4.1.4 ขอบเขตของโครงการ  
-โปสเตอร์ จำนวน 28 ชิ้น

4.1.5 การออกแบบ ใช้การออกแบบภาพประกอบที่ใช้ไอเดีย การครีเอทีฟ ใช้ภาพที่เหมือนกับการโฆษณา ใช้เทคนิคหลากหลาย ให้ความหมายทั้ง การเตือนสติ เสียดสี และรำลึกถึง

4.1.6 ข้อความที่จะสื่อสาร บอกข้อมูลวันสำคัญต่าง ๆ ที่หลายคนยังไม่เคยรู้มาก่อน แต่ล้วนแต่เป็นวันสำคัญทั้งสิ้น

4.1.7 สไตล์และเทคนิค ใช้การออกแบบที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ให้ภาพที่เหมือนการโฆษณา คือ มีไอเดียและบอกข้อมูลได้อย่างมีชั้นเชิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



According to a Cambridge University  
research project, it doesn't matter what order  
the letters in a word are, as long as  
the first and last letter are in the right place.

A Volkswagen Golf Plus costs £12,895 whereas  
a Ford Focus C-MAX costs £13,695.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# 26

Emil was lured by his father's best friend into the bathroom. A place of humiliation. The assault left no visible traces on his seven-year-old body, but, inside, Emil was changed forever. He was violently cast out into a world of poverty and exclusion. Emil has spent his entire life deep in darkness. Huddled in alleys and on street corners, he has had to beg his way through his wretched existence. Scorned by one and all. To many people, Emil is just a smelly old man, a statistic. Of Stockholm's 3,356 homeless people, he is number 26. While the politicians keep on counting, with your help we can provide Emil with dry clothing and the hope of a brighter future. To make a donation, please call 0900 201 01 01 or visit [www.stadsmissionen.se](http://www.stadsmissionen.se).

ภาพตัวอย่างงานโฆษณาต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STYLING

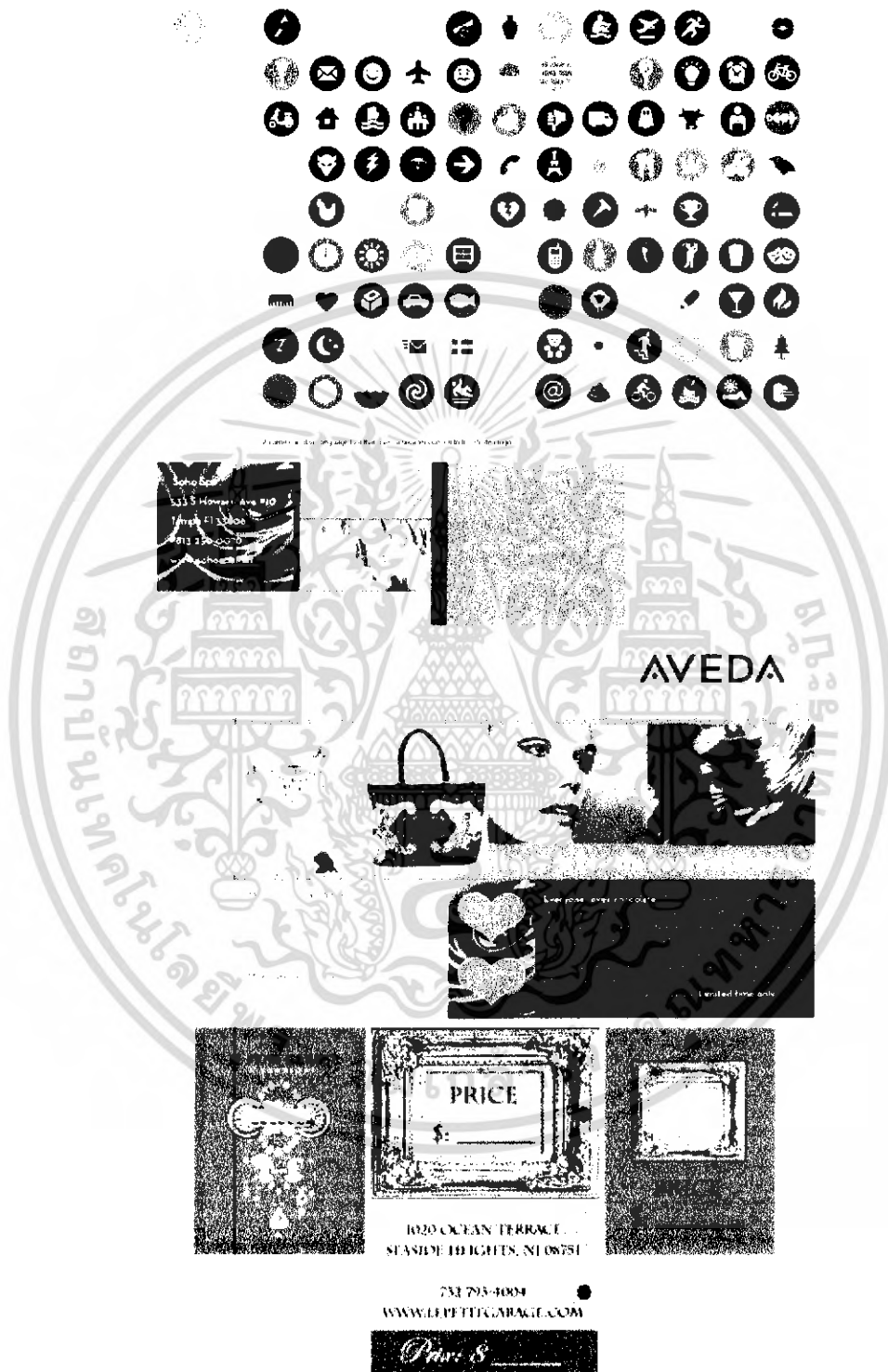
Makeup Artist  
611 5th Avenue  
New York, NY 10017  
212 546-9867 / 212 453-9821

ST THOMAS UNIVERSITY PRESENTS

*A Night In*  
**Havana**

*Willy*  
*Chirino*

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพตัวอย่างโปสเตอร์ที่ใช้ในการโฆษณาชนิดต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**4.1.8 MOOD & TONE** ภาพรวมเป็นงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ เน้นการสื่อความหมาย  
ด้านภาพ ดังนั้นส่วนใหญ่ภาพประกอบจะมีพื้นสีขาว เพื่อเน้นรูปภาพ

**4.1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับ** ได้โปสเตอร์ที่มีความแตกต่างจากโปสเตอร์ที่มีในท้องตลาด  
เพื่อส่งถึงกันเพื่อเตือนสติ รำลึกถึง เศษคดี วันสำคัญต่าง ๆ ของโลก ที่หลาย ๆ คนยังไม่เคยรู้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### ขั้นตอนการออกแบบ

#### 5.1 ออกแบบร่าง

เริ่มต้นจากการคิดไอเดียคร่าว ๆ ในแต่ละอัน แล้วค่อยคิดตัดทอน เพิ่มขึ้น ในส่วนต่าง ๆ กันไป เพื่อให้การออกแบบนั้นสมบูรณ์ เมื่อคิดได้เป็นไอเดียแรกแล้ว ก็จะพัฒนาเป็นไอเดียสอง ไอเดียสาม ตามลำดับ การคิดแบบร่างนั้นต้องอาศัยการจดบันทึก ก็คือเมื่อนึกขึ้นได้แล้วก็ต้องรีบจดบันทึกลงไป แล้วค่อยนำไอเดียที่ได้มาพัฒนาต่อไป

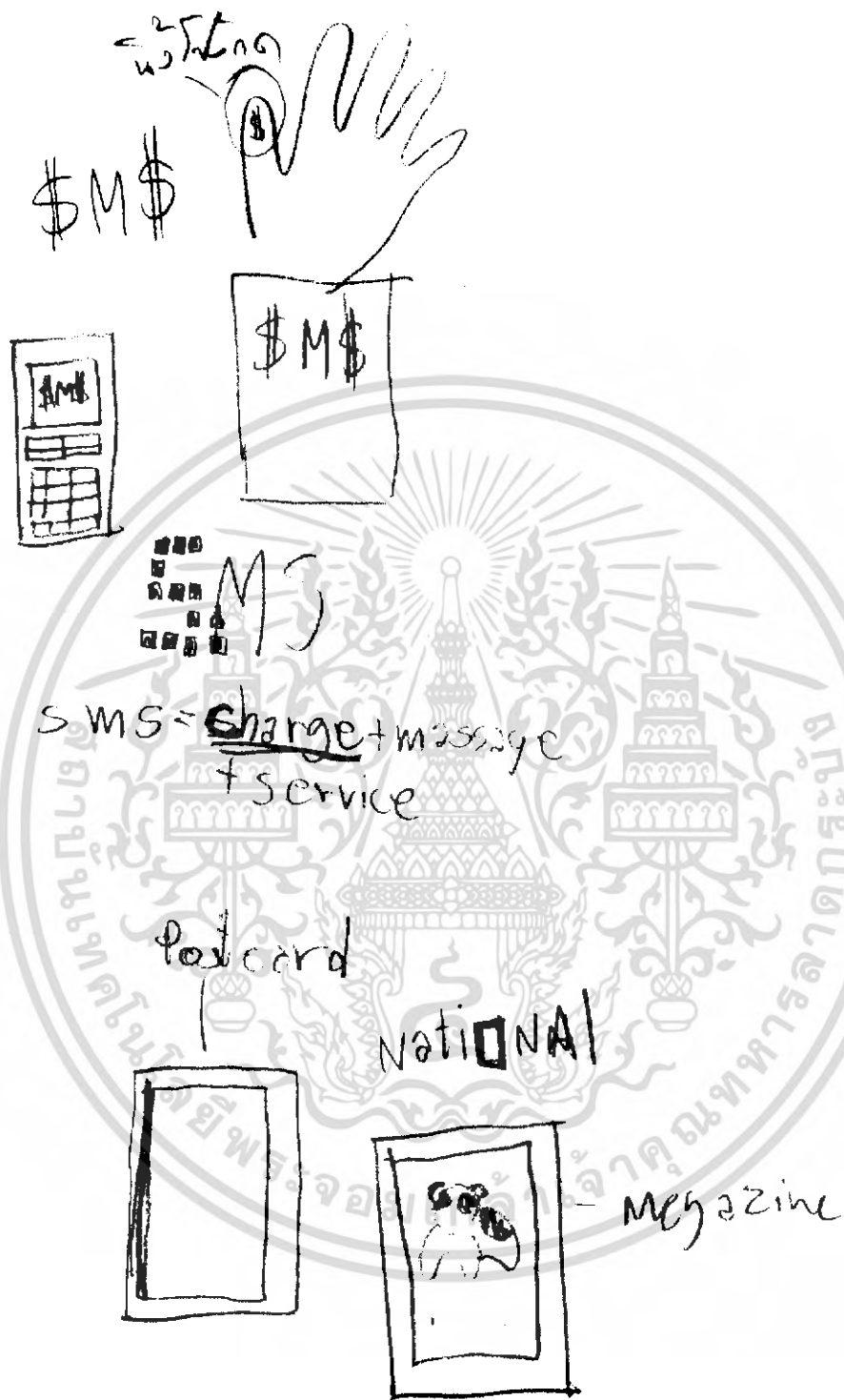
#### 5.2 แบบร่าง



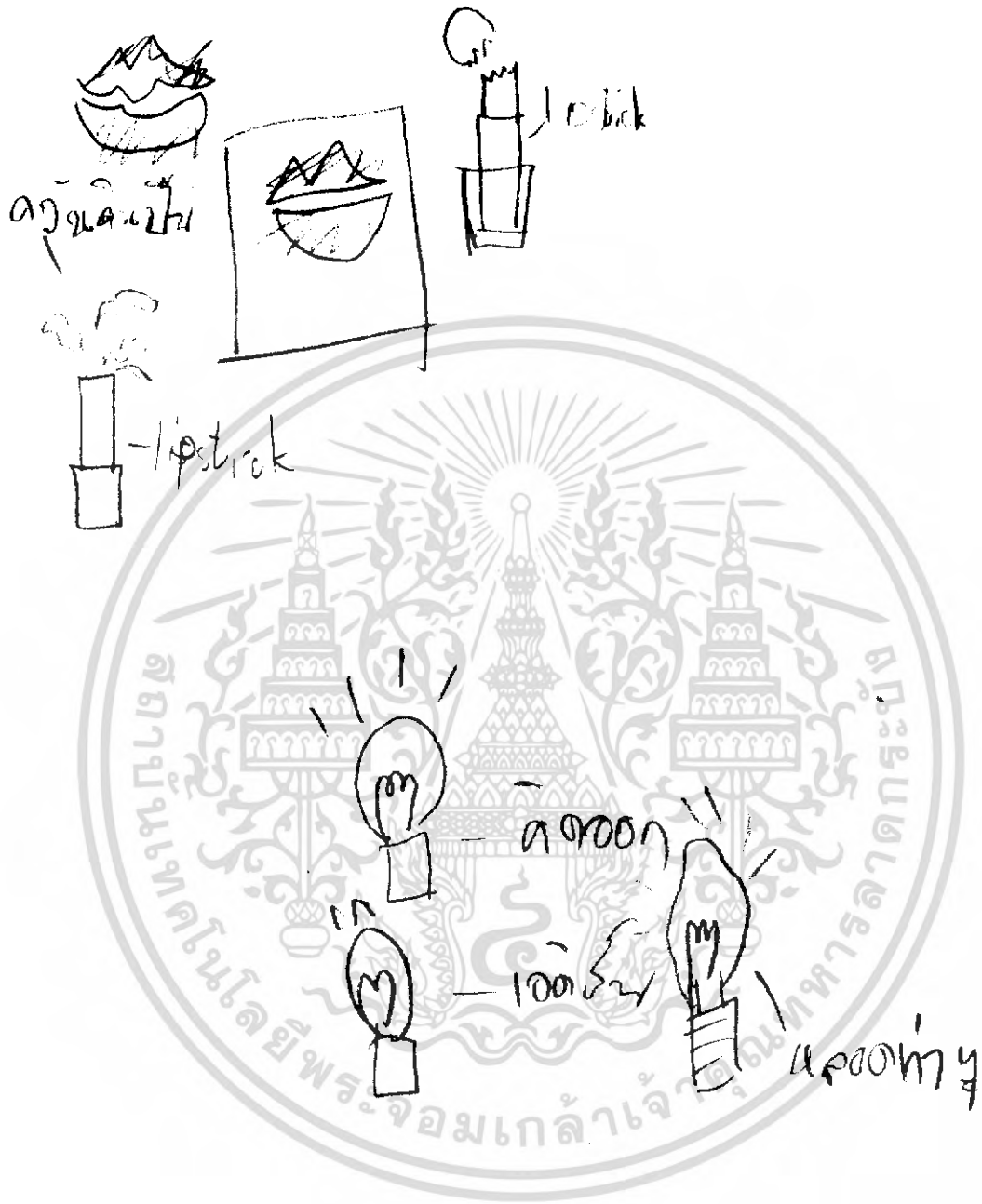
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



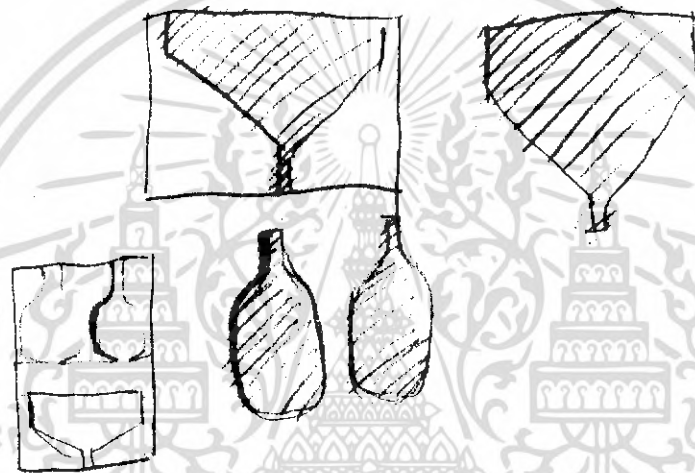
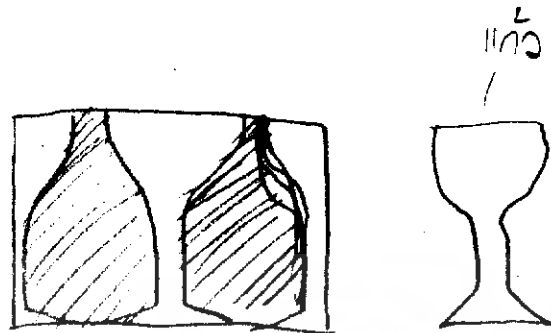
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### ภาพแบบร่างก่อนงานจริง

หลังจากที่ได้แบบร่างสุดท้ายที่จะนำมาใช้ทำงานจริงแล้ว จากนั้นจึงทำการออกแบบงานจริงโดยการถ่ายภาพที่ถ่ายเอง เพื่อที่จะได้ภาพในแบบที่ต้องการจริงๆ และคุณภาพดี หลังจากนั้นจึงนำมาตกแต่งโดยใช้คอมพิวเตอร์ ช่วยในการตกแต่งภาพ โดยได้ผลงานจริงทั้งหมดดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 6

### ผลงานจริง

#### 6.1 ผลงานที่สำเร็จแล้ว



#### ภาพที่ 1 โปสเตอร์ นันเนล ซีไอกราฟิก

-ใช้เทคนิคการนำภาพกรอบสี่เหลี่ยมสี่เหลี่ยมซึ่งเป็นเหมือนตราสัญลักษณ์ของนิตยสารมาใช้ในการออกแบบ โดยวางเป็นกรอบของ โปสเตอร์ ซึ่งเป็นภาพที่ดูน้อยและทำให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## ภาพที่ 2 โปสเตอร์ SMS

-ใช้หลักการออกแบบ Typography โดยเพิ่มขีดขึ้นมาเพียงสองขีดบนตัวSเพื่อแทนความหมายของเงิน โดยต้องการที่จะสื่อว่า ในปัจจุบันSMSนั้นได้กลายเป็นเครื่องมือในการหาเงินไปแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



6 กรกฎาคม 2489

Louis Reard มีชื่อเล่นว่า "ลิง" ออกแบบบิกินีตัวแรกขึ้นที่เมืองฝรั่งเศสชื่อ "บิกินี" ซึ่งเป็นคำที่คิดขึ้นโดยเขาเอง โดยนำคำ "บิกินี" มาจากชื่อเกาะบิกินีในหมู่เกาะมาร์แชลล์ ซึ่งกลายเป็นที่นิยมของสาวทุกวัยในชั่วเวลาไม่นาน

ภาพที่ 3 ไปสการ์ต Bikini

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



5 กรกฎาคม 2489

Louis Reard นักออกแบบชาวฝรั่งเศสนำผลงานชิ้นนี้ชื่อ ชุดว่ายน้ำสองชิ้นออกเดินแบบ ซึ่งเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์แฟชั่นที่กรุงปารีส เขาตั้งชื่อชุดว่ายน้ำชิ้นนี้ว่า บิกินี ซึ่งกลายเป็นที่นิยมของสาวรุ่นคิโจกล้าในปัจจุบัน

#### ภาพที่ 4 โปสเตอร์ Bikini

-นำเทคนิคการออกแบบ Figure & Ground มาใช้ โดยที่พื้นที่ส่วนหนึ่งนั้นเป็นรูปของแก้วไวน์ และพื้นที่อีกส่วนเป็นรูป Bikini

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



-ใช้ภาพที่เป็น โปสเตอร์ฉากและมีสกอตเทปติดไว้ เพื่อเป็น Gimmick ทำให้โปสเตอร์ดูน่าสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# click together



# stick together

10 กุมภาพันธ์ 2428

เข้มขันนิริภัย อุปกรณ์ที่ช่วยรักษาชีวิตของผู้ขับขี่รถยนต์กว่าล้านคนบนรถยนต์  
ได้รับการจดสิทธิบัตรเป็นครั้งแรกในวันนี้

ภาพที่ 6 โปสเตอร์ Sefty Belt

-นำหลักการตัดทอนภาพคน ทั้งเด็ก เด็ก โต ผู้หญิงผู้ชายมาตัดทอนเป็นภาพอย่างง่ายแต่ทำให้  
ดูเข้าใจหลักการเกี่ยวกับการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อเป็นการเตือนสติของผู้รับโปสเตอร์ให้รัด  
เข็มขัดนิรภัยทุกครั้ง ดัง Copy ในตัวโปสเตอร์ว่า Click together Stick together

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# “Mr Watson come here I want you”

10 มีนาคม 2419

คำที่เลื่อนลอยมาสู่โทรศัพท์ครั้งแรกของโลกเกิดขึ้นในวันนี้ ประโยคนั้นคือ “Mr Watson come here I want you” โดยผู้พูดประโยคนั้นคือ อเล็กซานเดอร์ เกรแฮม เบลล์ที่เรียกผู้ช่วยที่วิ่งกลับมาจากห้องใต้ดินผ่านโทรศัพท์ของเขาเช่นนั้นเอง

ภาพที่ 7 โปสการ์ด Phone

-เล่นกับความสนุกของเนื้อหา โดยที่การออกแบบจะเป็นการใช้ Typography โดยใช้รูปแบบของตัวอักษรเป็น ไฟฟ้า เพื่อแทนการโทรศัพท์ผ่านสาย เมื่อคนอ่านแล้วต้องอ่านข้อความข้างล่างตามมา เพื่อที่จะ ได้รู้ว่า คำนี้มันยิ่งใหญ่จริงๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# WOMAN

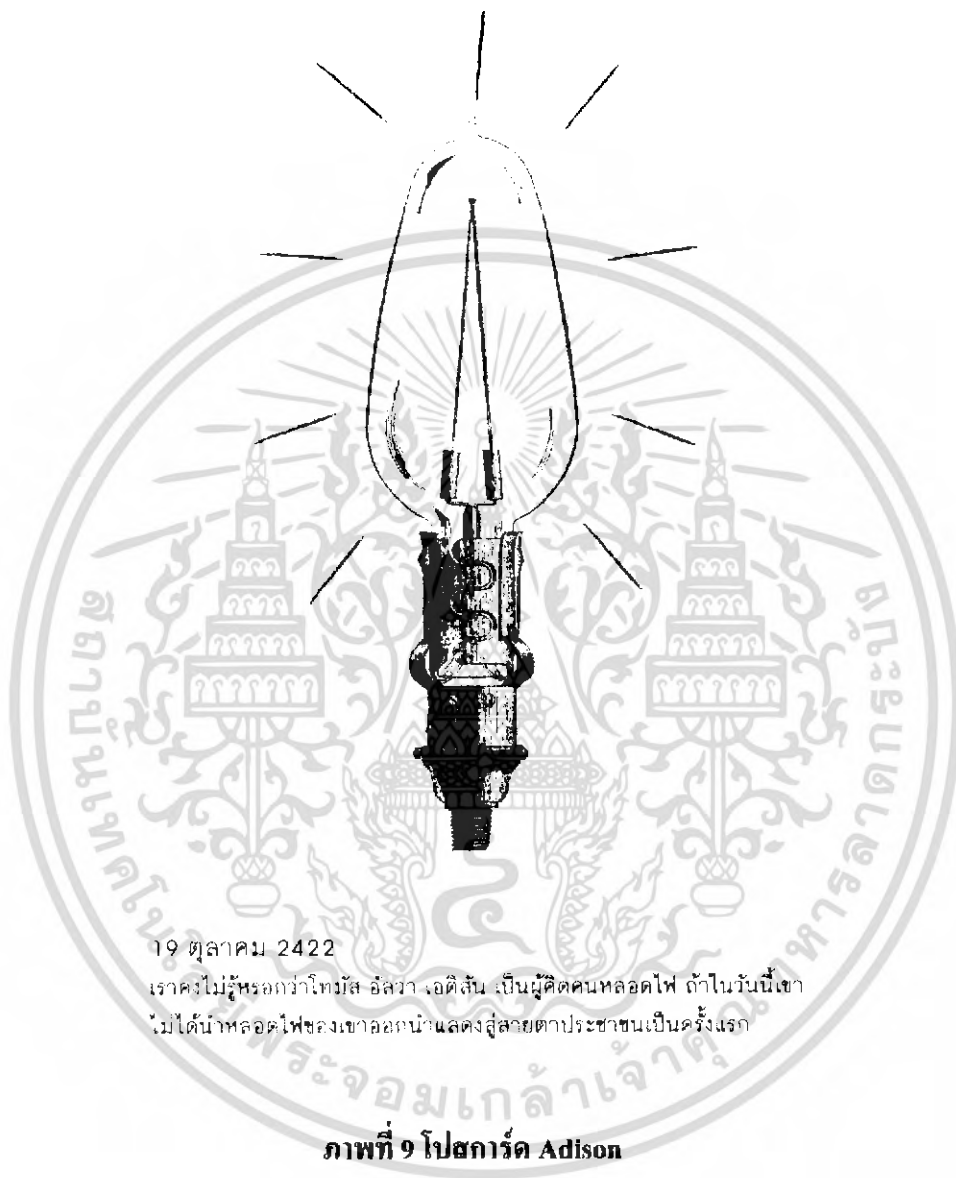
15 ธันวาคม 2494

เกิดการแปลงเพศครั้งแรกบนโลกนี้ โดยผู้ขึ้นชื่อคือ นาย คริสทั้น เจอร์เจบสัน ชายชาวสวีเดน

## ภาพที่ 8 โปสเตอร์ SEX

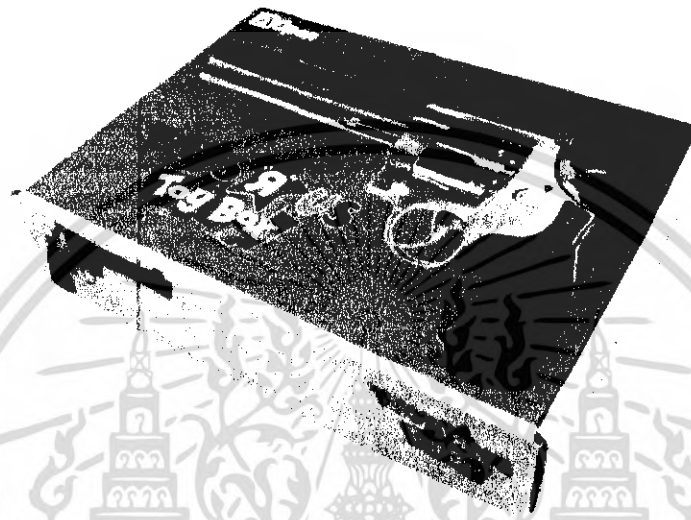
-ใช้หลักการออกแบบTypography โดยการเปลี่ยนรูปทรงของตัวอักษรWให้เหมือนกับอวัยวะเพศชายบนคำว่าผู้หญิงแทนการแปลงเพศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



-ภาพหลอดไฟซึ่งแทนการคิดออก และเอ็ดิสันคิดการประดิษฐ์หลอดไฟออก ซึ่งภาพหลอดไฟหลอดเดียวใช้สื่อได้ทุกความหมายในโปสเตอร์นี้โดยภาพหลอดไฟก็เป็นภาพหลอดไฟชนิดเก่าเพื่อแทนความเก่าของยุคนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



20 เมษายน 2428

อดอล์ฟฮิตเลอร์ขึ้นมาดูโลก ใครจะไปคิดว่าเด็กชายคนนี้จะโตมาเป็น  
ผู้มีอิทธิพลกับผู้คนมากมาย ในฐานะผู้จุดชนวนสงครามโลกครั้งที่ 2

### ภาพที่ 10 ไปสการ์ด Hitler

-ใช้ภาพกล่องของขวัญแทนของขวัญวันเกิด โดยที่ของขวัญนั้นเป็นปืนซึ่งแทนความรุนแรง  
ที่ฮิตเลอร์จะสร้างขึ้นในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

21 เมษายน 2527

ไวรัสเฮอร์ซีสโลก HIV ถูกค้นพบโดยนักวิทยาศาสตร์ชาวฝรั่งเศสเป็นครั้งแรก จวบจนบัดนี้ก็ร่วม 20 ปีแล้ว  
เจ้าไวรัสตัวนี้ฆ่าชีวิตไปนับล้านคน แต่มันก็ยังลอบยวลงบนโลกนี้ต่อไป

### ภาพที่ 11 โปสเตอร์ H.I.V.

-ออกแบบโดยใช้ Gimmick ให้ตัวอักษรคำว่า HIV เป็นตัวพิมพ์ใสเพื่อแทนที่เราไม่สามารถ  
มองเห็นหรือรู้ได้เลย ว่าใครติดเชื้อ HIV

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



22 กุมภาพันธ์ 2540

นักวิทยาศาสตร์ที่สถาบันรอสลินในสกอตแลนด์ ประกาศความสำเร็จในการโคลนแกะตัวแรกของโลกชื่อ ดอลลี่ ซึ่งเป็นจุดกำเนิดของกระแสลัทธิและต่อต้านการโคลนนิ่งสิ่งมีชีวิตที่ยังคงเถียงหาข้อยุติไม่ได้จนปัจจุบัน

ภาพที่ 12 โปสเตอร์ Clone

-ใช้รูปแบบการ โคลนนิ่ง

เป็นรูปสี่เหลี่ยมซึ่งให้ความหมายเสียดสีถึงสังคมไทยถึงการถือปฏิบัติเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



23 พฤษภาคม 2539

ทามาโกอิ่ดรุ่นแรกทกลี นลิตโคนบริษัทบันได ออกขายในญี่ปุ่นในราคา 1980 เยน  
สร้างปรากฏการณ์ยอดขายลวมหลาย จนโรงเรียนในหลายประเทศต้องออกกฎ  
ห้ามนำทามาโกอิ่ดมาโรงเรียน

ภาพที่ 13 โปสเตอร์ Tamagochi

-ออกแบบโดยการเสียดสีว่า เราไม่ควรเห็นชีวิตเป็นเรื่องของเล่น เพราะชีวิตจริงไม่สามารถ  
Continue ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



25 พฤษภาคม 2542

เป็นอีกวันสำคัญที่ไม่ได้บันทึกลงในปฏิทิน เมื่อองค์การสหประชาชาติยกย่องให้วันนี้เป็นวันยุติการใช้ความรุนแรงต่อเพศหญิงเพื่อเป็นอนุสรณ์แก่สามพี่น้องตระกูลมิราบอลผู้ยอมแลกชีวิตเพื่อล้มล้างระบบเผด็จการของประเทศโดมินิกัน

#### ภาพที่ 14 โปสเตอร์ค Lips

-ใช้สติปกติกแทนถึงความเป็นผู้หญิงและแทนความรุนแรง โดยการใช้รอยยิ้มที่บอบช้ำอย่างรุนแรงทำให้ภาพรู้สึกถึงความรุนแรงต่อเพศสตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 15 โปสเตอร์ Volkswagen

-ใช้การออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยการนำตราสัญลักษณ์ Volkswagen มาวางบนพื้นธงของนาซี โดยแทนที่ฮิตเลอร์ ผู้นำนาซีเป็นคนออกแบบรถ Volkswagen ขึ้นมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



27 เมษายน 2524

เมาส์คอมพิวเตอร์ตัวแรกของโลกออกวางตลาดโดยเป็นส่วนประกอบของคอมพิวเตอร์ PC รุ่น Xerox Star 8010 ถือได้ว่าเป็นการหมดสิ้นยุคของการใช้ปุ่ม AM เพื่อใช้งานคำสั่งต่าง ๆ ในคอมพิวเตอร์

### ภาพที่ 16 ไปรษณีย์ Mouse

-ใช้การตัดทอนภาพเพื่อให้ภาพสื่ออีกความหมายหนึ่ง โดยใช้เมาส์คอมพิวเตอร์มาตัดทอนเป็นรูป  
เชื้ออสุจิ เพื่อแทนการกำเนิดเกิดขึ้น

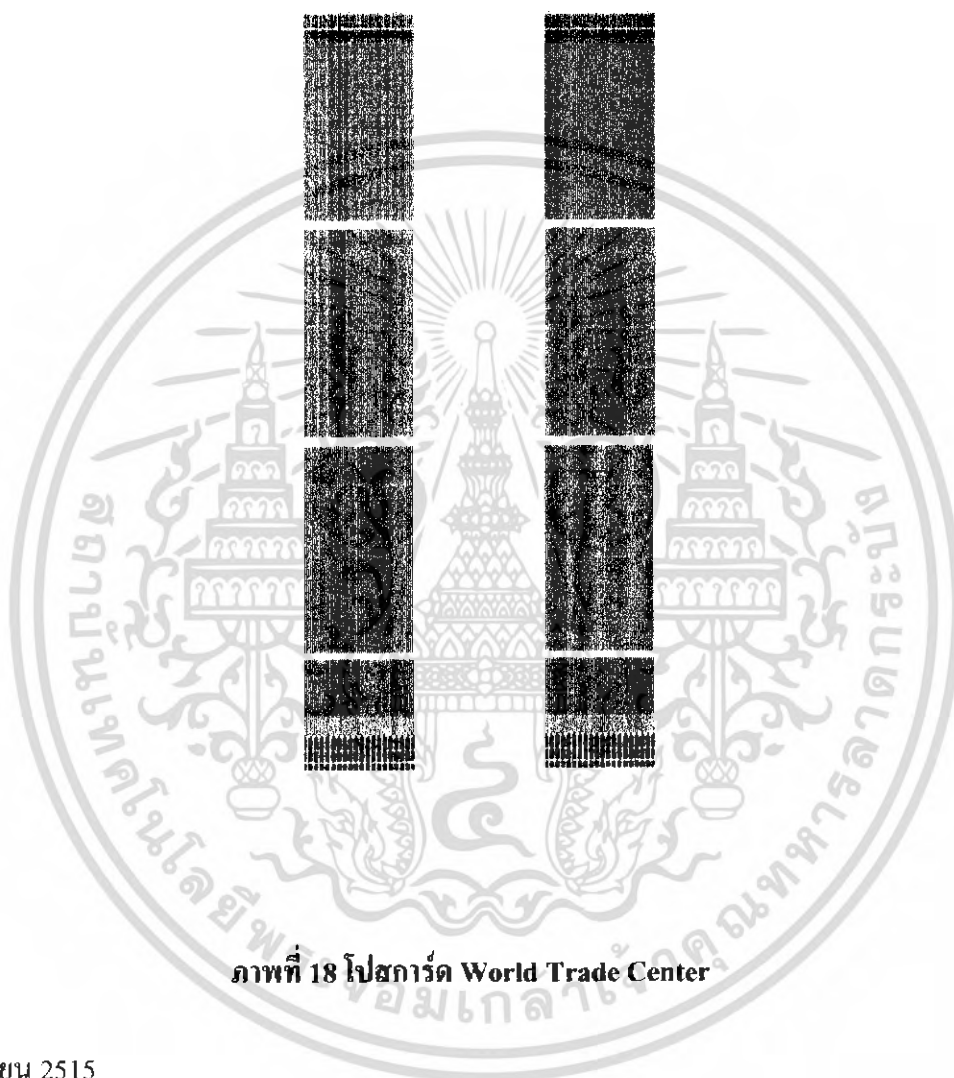
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 17 โปสเตอร์ Nylon

-ใช้ Typography โดยการเรียงประโยคให้เป็นภาพเชือกไนลอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 18 โปสการ์ด World Trade Center

4 เมษายน 2515

วันแต่งงานริบบิ้นตึกแฝดสัญลักษณ์แห่งทุนนิยม World Trade Center ตึกแฝดนี้ใช้เหล็กกว่า 2 แสนตัน มีหน้าต่าง ตึกละ 43600 บาน และเป็นอาคารแรกของโลกที่มีรหัสไปรษณีย์เป็นของตัวเองคือ 10048 อาคารนี้ทำให้กรุงนิวยอร์กเป็นหนึ่งในมหานครศูนย์กลางทางการเงินที่ใหญ่ที่สุดในโลก

-ใช้การต่อกัน เป็นตัวแทนคำว่าสร้าง โปสการ์ดเซตนี้จึงมี 10 แผ่นเพื่อต่อกันเป็นตึก World Trade Center เพื่อเป็นที่ระลึกถึงตึก World Trade Center ที่ไม่มีอีกต่อไปแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

นายปารินทร์ โภรวีศ เกิดเมื่อ 3 มีนาคม 2525

ประวัติการศึกษา

ระดับอนุบาล-ประถมศึกษาปีที่ 6 ที่โรงเรียน ไผ่ตงอุดมศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ที่โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย นนทบุรี

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่โรงเรียนมัธยมวัดเบญจมบพิตร

ผลงาน

-ผ่านเข้ารอบสุดท้ายโครงการประกวดหนังสือสั้น โครงการหนังสืออ่านรู้ดี ของมูลนิธิโรดเอดส์

-ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานในตำแหน่ง อาร์ตไดเรกเตอร์ ของนิตยสาร **a day** ในโครงการ **a day junior**

-ผ่านเข้ารอบสุดท้ายการประกวดทำเพลงโฆษณาของ **Happy Dtac** ในโครงการแฮปปี้ไม่ไร้ใจ เล่นอวอร์ด

-ได้รับรางวัล **Popular Vote** ของนิตยสารสุดสัปดาห์ ในโครงการ สุดสัปดาห์ไอแมก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

นิตยสาร a day ฉบับที่ 58 เดือนพฤศจิกายน บริษัทเคย์โพเทส จำกัด พ.ศ. 2549

เอกรัตน์ ภาควมิ วันสำคัญของโลก: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2542

[http:// www.historychannel.com](http://www.historychannel.com)

(บทความในเวปไซต์)

[http:// www.on-this-day.com](http://www.on-this-day.com)

(บทความในเวปไซต์)

[http:// www.hackaday.com](http://www.hackaday.com)

(บทความในเวปไซต์)

[http:// www.earthday.net](http://www.earthday.net)

(บทความในเวปไซต์)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้