

## **บทที่ 2**

### **การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง**

## บทที่ 2

### การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานปฏิบัติการศึกษาเรื่อง การออกแบบงานกราฟิกเพื่อใช้ผลิตสื่อโฆษณาประเภทสื่อสิ่งพิมพ์:ศึกษาระดับงาน “ Thank you Party ” ของบริษัทไมโครซอฟ ฒ The Cavalry Club มุ่งศึกษาถึงขั้นตอนในการออกแบบBackdrop และขั้นตอนในการจัดกิจกรรมพิเศษเฉพาะงานThank you Party ของบริษัทไมโครซอฟ ในการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้จัดทำรายงานศึกษาเรื่องต่อไปนี้

- แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับโฆษณา
- แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการออกแบบ
- การใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CS6
- การใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CS6

#### 2.1 แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการโฆษณา

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association หรือ AMA) ให้คำจำกัดความโฆษณาว่า “การโฆษณา คือ รูปแบบของการเสนอใดๆ ซึ่งต้องชำระเงินและผ่านสื่อที่มีผู้ควบคุม การเสนอนี้เป็นการส่งเสริม และเผยแพร่ความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่างๆ โดยมีผู้อุปถัมภ์ที่ระบุไว้” (แนนน้อย บุญยเนตร 2539)

การโฆษณา เป็นกิจกรรมสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้นเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมอันเอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ การขายสินค้าหรือบริการ โดยอาศัยจากเหตุผลซึ่งมีทั้งกลยุทธจริงและผลสมมุติผ่านสื่อโฆษณา (เสรี วงศ์มณฑา 2535)

การโฆษณา เป็นการสื่อสารผ่านสื่อโฆษณาเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการจะซื้อสินค้าหรือบริการ โดยต้องเสียค่าใช้จ่ายให้กับสื่อและระบุตัวผู้โฆษณาด้วย (ศิริพรรณวดี รุ่งวุฒิจร 2541)

ความหมายของการโฆษณา (Advertising) เป็นสิ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะการโฆษณาเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญทางการตลาด เป็นกระบวนการทางด้านสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นเพื่อจูงใจให้มีความต้องการในการซื้อสินค้าหรือบริการ (ชวัลรัตน์ อินทนนชัย 2552)

โฆษณา หมายถึง รูปแบบการใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคลเกี่ยวข้องกับองค์การผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดโดยผู้อุปถัมภ์รายการ จากความหมายนี้ จะเห็นได้ว่าการโฆษณามีความหมายดังนี้ (1) เป็นการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคล (Nonpersonal communication of information) กล่าวคือ เป็นการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ (2) โดยทั่วไปต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณา(Usually paid for advertising) (3) โดยทั่วไปจะจูงใจ

เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือความคิด (Usually persuasive about products, services or ideas) (4) สามารถระบุผู้อุปถัมภ์รายการได้ (By identifies sponsor) กล่าวคือ สามารถระบุผู้เป็นเจ้าของสินค้าและเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณานั้น (5) โดยอาศัยสิ่งต่างๆ (Through various medias) สื่อที่ใช้เรียกว่า สื่อมวลชน (Mass media) ติดต่อโดยตรงกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าจอบกลับอย่างใดอย่างหนึ่งเครื่องมือนี้เราเรียกว่า การตลาดทางตรง (Direct marketing)

ความหมายของการโฆษณา (Advertising) เป็นสิ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะการโฆษณาเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญทางการตลาด เป็นกระบวนการทางด้านสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นเพื่อจูงใจให้มีความต้องการในการซื้อสินค้าหรือบริการ (ธวัชรรัตน์ อินทนนชัย 2552)

โดยสรุปแล้ว การโฆษณา หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่างๆ หรือเป็นตัวช่วยในการพิจารณาก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยอาศัยเทคนิคการจูงใจผ่านสื่อในรูปแบบต่าง เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าและพยายามให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าเพิ่มมากขึ้น

### 2.1.1 เป้าหมายของการโฆษณา

เสรี วงษ์มณฑา(2535:140)ได้เสนอเป้าหมายของการโฆษณาเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและการปฏิบัติงานของการโฆษณาเป็น 4 ประเด็นคือ เป้าหมายทางจิตวิทยา เป็นเป้าหมายที่จะให้โฆษณามีผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเช่น ให้จำได้ ให้เปลี่ยนใจ ประเด็นที่สอง เป้าหมายทางการกระทำคือ เป้าหมายที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของผู้บริโภค เช่น ให้ลองใช้ ให้รับซื้อและซื้อทีละมากๆ ประเด็นที่สาม เป้าหมายทางภาพลักษณ์ คือ เป้าหมายที่ต้องการให้คนรู้จักและยอมรับผิชอบต่อสังคม และประเด็นสุดท้ายคือ เป้าหมายทางธุรกิจเป็นเป้าหมายเกี่ยวข้องกับองค์กร บุคลากรโดยตรงเพื่อต้องการสร้างการยอมรับและความมั่นใจต่อผู้จำหน่ายเป็นต้น

การตั้งเป้าหมายของการโฆษณามีเป้าหมายหลักก็คือ ต้องการให้สื่อไปยังผู้บริโภค และนำไปสู่การวางกลยุทธ์ในการผลิตโฆษณาออกมาเพื่อสร้างภาพแทนที่ในสมองของผู้บริโภคเป็นจุดเริ่มต้นของข่าวสารที่จะสื่อถึงผู้บริโภค

### 2.1.2 องค์ประกอบของการโฆษณา

การโฆษณาเป็นการสร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์นิตยสารวิทยุโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตหรือประเภทอื่นๆจะมีองค์ประกอบที่ประกอบด้วยภาพ(Picture)ข้อความ (Words) และเสียง (Sound) เพื่อให้งานโฆษณามีความน่าสนใจและดึงดูดใจ เป็นการสร้างสรรค์ด้านภาพสำหรับการโฆษณามีความแตกต่างกันระหว่าง การสร้างสรรค์ภาพทางสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ โดยที่สื่อสิ่งพิมพ์ จะเป็นภาพที่สร้างขึ้นจากคอมพิวเตอร์หรือภาพวาดด้วยมือก็ได้ ในขณะที่โทรทัศน์อาจเป็นภาพเคลื่อนไหวสมจริง (Life Action) หรือเป็นภาพอนิเมชัน (Animation) ที่สร้างขึ้นจาก

คอมพิวเตอร์หรือวาดขึ้นได้เช่นกัน ตัวอักษร การออกแบบลักษณะตัวอักษร ลักษณะตัวอักษรที่ต้องการก็สามารถแสดงถึงอารมณ์ที่ต่างกัน ได้เช่นการออกแบบลักษณะตัวอักษรนั้นต้องให้สอดคล้องกับองค์ประกอบของภาพโฆษณา และยังมีความเกี่ยวข้องกันทางด้านโฆษณา ดังนี้คือ

ผู้โฆษณา(Advertiser)คือเจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการมีประสงค์ที่จะทำการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ โดยยินยอมที่จะรับผิดชอบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกระบวนการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการทั้งหมด บริษัทตัวแทนโฆษณา(Advertising Agency) เป็นด้านองค์กรหรือบริษัทที่ได้รับการว่าจ้างจากผู้โฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางด้านผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ ได้ให้ทำการออกแบบและผลิตโฆษณาต่างๆ

สื่อโฆษณา (advertising media) เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ ไปยังกลุ่มผู้บริโภคหรือลูกค้าเป้าหมาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ

ผู้บริโภค (consumer) เป็นผู้ที่ยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ ต่างๆซึ่งเลือกจากความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้าโดยอาศัยทางการรับรู้ข่าวสารสินค้าผ่านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในตัวผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการในการช่วยตัดสินใจอีกทางหนึ่ง (อนุพงษ์ พูลพร 2552)

### 2.1.3 บทบาทและหน้าที่ของการโฆษณา

คณะกรรมการกลุ่มผู้ผลิตชุดวิชาการหลักโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เสนอบทบาทของการโฆษณาไว้ว่า มีบทบาทหลักต่อกระบวนการการตลาดดังนี้

2.1.3.1การให้ข่าวสารเพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับสินค้าว่ามีรูปร่างลักษณะคุณสมบัติพิเศษเด่นชัดประสิทธิภาพของสินค้าตลอดจนการใช้สถานที่จำหน่ายผู้ผลิตฯซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าและเปรียบเทียบคุณค่าของสินค้านั้นๆ เพื่อสะดวกในการตัดสินใจ

2.1.3.2การให้ความบันเทิงนอกจากการโฆษณาจะเสนอข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าโฆษณายังมีวิธีการเสนอข่าวสารในรูปแบบต่างๆที่มีความสนุกสนานความบันเทิงจะช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคในจุดเริ่มต้นชักชวนให้ติดตามข่าวสารโฆษณานั้นซ้ำอีกในคราวต่อไปจะทำให้ผู้บริโภคจดจำเรื่องราวที่เป็นสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าได้มากยิ่งขึ้นและทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้าด้วย

2.1.3.3 การโน้มน้าวใจการโฆษณาช่วยให้ผู้บริโภคจดจำชื่อสินค้านั้นยังมีบทบาทในการชักจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าไปทดลองใช้หากเกิดความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้านั้นนำไปสู่การซื้อสินค้านั้นต่อไปการโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้เกิดความชื่นชอบในสินค้านั้นแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

ก)วิธีการ โฆษณาที่มุ่งชักชวนผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งอย่างกว้างๆ ไม่จำเพาะเจาะจงว่าต้องเป็นสินค้าใดเป็นพิเศษ

ข) วิธีการ โฆษณาที่มุ่งชักชวนผู้บริโภคให้เกิดความต้องการสินค้าที่เจาะจง สินค้านั้นเป็นพิเศษ

2.1.3.4 การตอกย้ำความจำได้ งานโฆษณาสินค้าแต่ละชิ้นไม่ว่าจะปรากฏออกมาในรูปแบบใดก็ตามหรือผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่นๆ สิ่งที่เหมือนกันคืองานโฆษณาแต่ละชิ้นจะถูกนำออกมาเผยแพร่ไปสู่ผู้บริโภคซ้ำกันหลายๆครั้งภายในระยะเวลาหนึ่ง จึงจะเปลี่ยนแปลงโดยออกอากาศงานโฆษณาชิ้นใหม่ขึ้นมาทดแทนต่อไป งานโฆษณาที่เสนอผู้บริโภคหลายๆครั้งนี้ จะมีส่วนช่วยทำให้ผู้บริโภคเกิดความคุ้นเคยกับสินค้า สามารถจดจำรายละเอียดตราหือ และชื่อทางการได้โดยผู้บริโภคไม่ต้องพยายามท่องจำ ทั้งนี้เพราะอิทธิพลของการโฆษณาจะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำทันที และเปิดโอกาสให้สินค้านั้นเป็นอันดับแรก ดังนั้นงาน โฆษณาที่ดีจึงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันในตลาด

2.1.3.5การย้ำความมั่นใจโฆษณามีบทบาทในการย้ำความมั่นใจให้ผู้บริโภค ตลอดเวลานั้นนับตั้งแต่ที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าไปทดลองใช้ครั้งแรกโฆษณาจะชักจูงความสนใจเอาไว้กับสินค้าเดิมต่อไป แม้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้นในครั้งต่อไปก็จะผูกพันกับสินค้าเดิม การสร้างมั่นใจโดยการโฆษณานี้ทำให้ธุรกิจสามารถจำหน่ายสินค้าของตนได้ตลอดไประยะยาว ขณะเดียวกันก็จะผูกพันผู้บริโภคกับตราสินค้านั้นไว้เป็นพิเศษด้วย

2.1.3.6 การประสานงานกับการส่งเสริมการจำหน่ายรูปแบบต่างๆ เช่น การจับฉลากชิงโชค การแจกของแถม เป็นต้น

## 2.1.4 หน้าที่ของการโฆษณา

การโฆษณาทำหน้าที่ต่างๆ ดังนี้

2.1.4.1 หน้าที่ทางการตลาด (Marketing function) กล่าวคือ ทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ทั้งสี่เครื่องมือนี้ใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าอันจะนำไปสู่การสร้างยอดขายและกำไรในที่สุด

2.1.4.2 หน้าที่การติดต่อสื่อสาร (Communication function) การโฆษณาก็เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ หรือเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดกับกลุ่มเป้าหมาย

2.1.4.3 หน้าที่ให้ความรู้ (Education function) การโฆษณาก็เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์และทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ทำให้คุณภาพชีวิตของมนุษย์ดีขึ้น

2.1.4.4 หน้าที่ด้านเศรษฐกิจ (Economic function) จากการที่บุคคลรู้จักผลิตภัณฑ์เนื่องมาจากการโฆษณา ซึ่งทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น จึงเท่ากับว่าการโฆษณาคือตัวสร้าง

ยอดขายและกำไรทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้ด้วยดี ทำให้เกิดการขยายตัวด้านการลงทุน เป็นผลทำให้เกิดการสร้างงานอันเป็นผลทำให้ระบบเศรษฐกิจโดยรวมดีขึ้น

2.1.3.4 หน้าที่ด้านสังคม (Social function) การโฆษณาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยปรับปรุงมาตรฐานการดำรงชีวิตของประชาชนในประเทศใดประเทศหนึ่งและทั่วโลก การเผยแพร่ข่าวสาร การโฆษณาจะมีผลกระทบต่อพัฒนาการด้านสังคมและวัฒนธรรม การโฆษณาไม่ใช่แต่มุ่งที่การขายสินค้าเท่านั้นแต่มีการโฆษณาจำนวนมากที่เป็นการโฆษณาที่ต้องคำนึงถึงภาระความรับผิดชอบของธุรกิจที่มีต่อสังคมและมวลมนุษยชาติ

### 2.1.5 ประเภทของการโฆษณา

การโฆษณามีการจัดประเภทตามเกณฑ์ต่าง ดังนี้

#### 2.1.5.1 การจัดประเภทตามกลุ่มผู้รับข่าวสาร (Classification by target audience)

- การโฆษณาที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer advertising) เป็นการโฆษณาที่มุ่งสู่ผู้บริโภคชั้นสุดท้ายที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ส่วนตัวไม่ใช่เพื่อธุรกิจ การโฆษณาส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ เป็นการโฆษณาที่มุ่งสู่ผู้บริโภค เช่น การโฆษณาน้ำอัดลม นมสด ฯลฯ

- การโฆษณาที่มุ่งสู่ธุรกิจ (Business advertising) เป็นการโฆษณาที่มุ่งที่บุคคลหรือหน่วยธุรกิจที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการผลิตหรือใช้ในธุรกิจ ประกอบด้วย 4 แบบ ดังนี้

- การโฆษณาสินค้าอุตสาหกรรม (Industrial advertising) เป็นโฆษณาที่มุ่งสู่บริษัทอุตสาหกรรมที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการดำเนินการผลิต การขนส่ง การใช้ประโยชน์ หรือใช้ในการดำเนินงานของผู้ประกอบอุตสาหกรรม การโฆษณาแบบนี้ส่วนใหญ่ใช้นิตยสารเฉพาะกลุ่ม เช่น นิตยสารคอมพิวเตอร์ เครื่องจักร อิเล็กทรอนิกส์ การก่อสร้าง อุตสาหกรรม

- การโฆษณาที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade advertising) เป็นการโฆษณาที่กระตุ้นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก เพื่อซื้อสินค้าไปขายต่อ บางครั้งเรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade advertising)

- การโฆษณาที่มุ่งสู่กลุ่มวิชาชีพ (Professional advertising) เป็นการโฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายที่กลุ่มวิชาชีพต่างๆ เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ นักบัญชี นักกฎหมาย สถาปนิก ครู ฯลฯ

- การโฆษณาสินค้าเกษตรกรรม (Farm or agricultural advertising) เป็นการโฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายที่กลุ่มเกษตรกร ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าเกษตรกรรม

2.1.5.2 การจัดประเภทตามอาณาเขตทางภูมิศาสตร์ (Classification by geographic area covered)เป็นการจัดประเภทการโฆษณาโดยถือเกณฑ์อาณาเขตทางภูมิศาสตร์ที่เป็นเป้าหมายในการโฆษณา มีการจัดประเภทดังนี้

- การโฆษณาที่มุ่งสู่ต่างประเทศ (International advertising) เป็นการโฆษณาที่มุ่งสู่ตลาดต่างประเทศที่แตกต่างกัน

- การโฆษณาระดับชาติ (National advertising) เป็นการโฆษณาที่มุ่งสู่ลูกค้าทั้งประเทศ เช่น การโฆษณาเบียร์สิงห์ มีกลุ่มเป้าหมายที่ผู้รับข่าวสารในประเทศไทย

- การโฆษณาในเขตใดเขตหนึ่ง (Regional advertising) เป็นการโฆษณาที่มุ่งสู่เขตใดเขตหนึ่งหรือภาคใดภาคหนึ่ง เช่น การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ช่อง 8 ลำปาง ช่อง 4 หาดใหญ่ ช่อง 10 ขอนแก่น เป็นต้น

- การโฆษณาท้องถิ่น (Local advertising) เป็นการโฆษณาที่มุ่งสู่กลุ่มลูกค้าภายในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง หรือท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง เช่น การโฆษณารับสมัครนักศึกษา นักเรียนของโรงเรียนพาณิชย์ ฯลฯ

2.1.5.3 การจัดประเภทตามสื่อ (Classification by medium) เป็นการจัดประเภทการโฆษณาตามสื่อที่ใช้ในการโฆษณาดังนี้

- การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic advertising)
  - การโฆษณาทางโทรทัศน์ (Television advertising)
  - การโฆษณาทางวิทยุ (Radio advertising)
- การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (Print advertising)
  - การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ (Newspaper advertising)
  - การโฆษณาทางนิตยสาร (Magazine advertising)
- การโฆษณานอกสถานที่ (ป้ายโฆษณาและสื่อเคลื่อนที่)(Out-of-home advertising)
  - การโฆษณาโดยใช้ป้ายโฆษณา (Outdoor advertising)
  - การโฆษณาเคลื่อนที่ (Transit advertising)
- การโฆษณาโดยใช้จดหมายตรง (Direct mail advertising)
- การโฆษณาโดยใช้สมุดโทรศัพท์ (Directories advertising)
- การโฆษณาโดยการจัดแสดงสินค้า (Display advertising)
- สื่ออื่นๆ เช่น โรงภาพยนตร์ วีดีโอเทป ฯลฯ

## 2.2 แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการออกแบบ

### 2.2.1 ความสำคัญของการออกแบบงานกราฟิก

- การออกแบบที่ดีทำให้ข้อมูลที่จัดกระจายมีระเบียบมากขึ้นก่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนและถูกต้อง
- ช่วยให้ระบบการถ่ายทอดข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน
- ช่วยสร้างสรรค์สัญลักษณ์ทางสังคม เพื่อการสื่อความหมายร่วมกัน
- ช่วยพัฒนาระบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- ช่วยให้เกิดจินตภาพ เกิดมีแนวคิดสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอๆ
- ส่งเสริมให้เกิดค่านิยมทางความงาม
- ส่งเสริมความก้าวหน้าทางธุรกิจและการพัฒนาประเทศ
- ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

### 2.2.2 อิทธิพลของศิลปะในการออกแบบกราฟิก

องค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยทำให้งานกราฟิกมีความโดดเด่นน่าสนใจนักออกแบบจึงใช้หลักและวิธีการทางศิลปะเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยพิจารณา ดังนี้

- รูปแบบตัวอักษรและขนาด การสร้างรูปแบบตัวอักษรให้มีรูปแบบแปลกตา

สวยงามจะช่วยเร่งเร้าความรู้สึกตอบสนองได้เป็นอย่างดี โดยเน้นความชัดเจนสวยงาม สอดคล้องกับจุดประสงค์ สำหรับข้อความนำเรื่องและข้อความรายละเอียดคนนอกจากนั้นขนาดของตัวอักษรก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ขนาดของตัวอักษรทุกตัวบนชิ้นงานต้องมีความพอดี อ่านได้ง่าย สื่อความหมายได้ดีไม่ต้องคิดมาก นอกจากนั้นแล้วการจัดวางรูปแบบข้อความที่ดีก็จะช่วยให้การสื่อความหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วย

- การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่างการจัดพื้นที่ว่างในการออกแบบกราฟิกมีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดระเบียบของข้อมูล ช่วยเน้นความเป็นระเบียบและความชัดเจน ระยะห่างหรือพื้นที่ว่างจะช่วยพักสายตาในการอ่าน ทำให้ดูสบายตา สร้างจังหวะลีลาขององค์ประกอบภาพให้เหมาะสมและสวยงาม

- การกำหนดสีสีมีบทบาทอย่างมากที่ช่วยเน้นความชัดเจนทำให้สะดุดตา สร้างสรรค์ความสวยงาม การกำหนดสีใดๆ ขึ้นอยู่กับประเภทของงานนั้นๆ ข้อสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือ สีบนตัวภาพ พื้นภาพและตัวอักษร ต้องมีความโดดเด่น ชัดเจน เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความชอบที่แตกต่างกัน นักออกแบบจะพยายามใช้สีเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์มากที่สุด

- การจัดวางตำแหน่งเป็นการจัดวางโครงร่างทั้งหมดที่จะกำหนดตำแหน่งขนาดของภาพประกอบ ตำแหน่งของข้อความทั้งหมด และส่วนประกอบอื่นๆ ที่ปรากฏ ซึ่งต้องคำนึงถึงจุดเด่นที่ควรเน้น ความสมดุลต่างๆ ความสบายตาในการมอง นักออกแบบต้องให้ความสำคัญต่อ



ทุกๆ ส่วนที่ปรากฏบนชิ้นงานเท่ากันทั้งหมด ความพอเหมาะพอดีช่วยให้งานออกแบบมีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจ

### 2.2.3 ส่วนประกอบของการออกแบบ

- จุด เป็นส่วนประกอบที่เล็กที่สุด เป็นพื้นฐานเบื้องต้นของส่วนประกอบต่างๆ โดยอาจเรียงเป็นเส้นหรือรวมเป็นภาพ
- เส้น เป็นส่วนประกอบของจุดหลาย ๆ จุดต่อเนื่องกันจนกลายเป็นเส้น อาจเป็นเส้นตรง เส้นโค้งก็ได้ รวมถึงสิ่งอื่นๆ ที่มีลักษณะเป็นแนวเส้น
- รูปร่าง เมื่อนำเส้นมาบรรจบกันจะเป็นภาพรูปร่างมีลักษณะเป็น 2 มิติ คือ กว้าง และยาว ซึ่งมีลักษณะ เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปสามเหลี่ยม รูปกลม รูปหลายเหลี่ยม รูปอิสระไม่แน่นอน
- รูปทรง เป็นลักษณะของรูป 3 มิติ ซึ่งนอกจากจะมีความกว้างความยาวแล้ว ยังเพิ่มความหนาขึ้นอีกด้วย ทำให้เราทราบถึงรูปร่างสัดส่วนของวัตถุต่างๆ ได้
- แสงและเงา เราสามารถเห็นวัตถุต่างๆ ได้ก็ต่อเมื่อมีแสงไปกระทบวัตถุนั้น แล้วแสงจากวัตถุนั้นสะท้อนเข้าตาเรา จึงทำให้เราเห็นภาพขึ้น ส่วนงานนั้นจะทำให้เราเห็นภาพนั้นเด่นขึ้น หรือเห็นรายละเอียดชัดเจนขึ้นว่าวัตถุนั้นมีรูปร่างเป็นอย่างไร
- สี มีอิทธิพลอย่างมากต่อมนุษย์เรา สีที่ปรากฏนั้นอาจเกิดจากการมองเห็นของสายตา จากการที่แสงส่องมากระทบวัตถุ เกิดจากสีที่มีอยู่ในตัวของวัตถุเอง เราอาจแยกสีเป็น 2 ประเภท คือ
  - สีที่เกิดจากธรรมชาติ เช่น สีของใบไม้ ดอกไม้ ท้องฟ้า สีผิว และอื่นๆอีกมากมาย
  - สีที่เกิดจากการผลิตขึ้นมาโดยมนุษย์ อาจให้สีเหมือนธรรมชาติหรือสร้างขึ้นใหม่ก็ได้
- ลักษณะพื้นผิว ในการออกแบบกราฟิก พื้นผิวมี 2 ลักษณะคือ
  - พื้นผิวที่สามารถสัมผัสได้ อาจเรียบหรือขรุขระ
  - พื้นผิวที่สื่อออกมาด้วยลายเส้น หรือวิธีการใด ๆ ทางกราฟิก
- สัดส่วน สัดส่วนทั้งในส่วนของวัตถุ และความเหมาะสมระหว่างวัตถุและบริเวณภาพ ซึ่งเรื่องนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องขนาด ปริมาณ และบริเวณว่าง จะต้องพิจารณาให้ละเอียดไม่ควรละเลย ซึ่งจะมีผลต่อการสื่อความหมายได้
- ทิศทาง เป็นการนำสายตา จูงใจ และแสดงความเคลื่อนไหว อาจแสดงด้วยเส้น ลูกศร สายตา การเดินทาง ถนน ฯลฯ
- จังหวะ ลีลา การจัดวางเส้น รูปร่าง รูปทรงที่มีความต่อเนื่อง มีลีลาที่เคลื่อนไหวที่แสดง ความถี่หรือใกล้ชิด ความห่างหรือไกลกัน และอาจมีความพอเหมาะพอดีที่เรียกว่า “ลงตัว”

- บริเวณว่าง ควรจะคำนึงถึงและใช้ให้ถูกต้อง มิเช่นนั้นแล้วจะมีผลต่อการสื่อความหมายให้ผิดพลาดคลาดเคลื่อนได้ การใช้บริเวณว่างที่เหมาะสมจะทำให้ได้ภาพชัดเจน ง่ายต่อการรับรู้และเข้าใจรวมไปถึงความงามอีกด้วย

- ระยะเวลาของภาพ สายตาของมนุษย์เราจะมองเห็นภาพที่อยู่ใกล้ชัดเจนที่สุด และมองเห็นภาพที่อยู่ไกลเลือนราง ให้รายละเอียดไม่ชัดเจน การรับรู้ของสายตาและการถ่ายทอดเพื่อสื่อความหมายในเรื่องระยะเวลาของภาพนี้ ทำให้เกิดความถูกต้อง สมจริง บอกได้ถึงขนาด สัดส่วน ระยะทาง ความลึก ฯลฯ

## 2.2.4 การจัดองค์ประกอบของงานกราฟิก

2.2.4.1 จัดให้เป็นเอกภาพ ในที่นี้หมายถึง สิ่งที่ช่วยทำให้ชิ้นงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์นั้น ๆ ความเป็นเอกภาพจะครอบคลุมถึงเรื่องของความคิด และการออกแบบ

2.2.4.2 ความสมดุล ในงานกราฟิกเป็นเรื่องของความงาม ความน่าสนใจ เป็นการจัดสมดุลกันทั้งในด้านรูปแบบและสี มีอยู่ 2 ลักษณะที่สำคัญ คือ

- ความสมดุลในรูปทรงหรือความเหมือนกันทั้ง 2 ด้าน คือเมื่อมองดูภาพแล้วเห็นได้ทันทีว่าภาพที่ปรากฏนั้นเท่ากัน ลักษณะภาพแบบนี้จะทำให้ความรู้สึกที่มั่นคง เป็นทางการ แต่อาจทำให้อ่อนแอได้ง่าย

- ความสมดุลในความรู้สึก หรือความสมดุลที่สองข้างไม่เหมือนกัน เป็นความแตกต่างกันทั้งในด้านรูปแบบ สี หรือพื้นผิว แต่เมื่อมองดูโดยรวม จะเห็นว่าเท่ากัน ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ความสมดุลในลักษณะนี้ ทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว แปรเปลี่ยน ไม่เป็นทางการ และไม่น่าเบื่อ

2.1.4.3 การจัดให้มีจุดสนใจ ภายในเนื้อหาที่จำกัดจะต้องมีการเน้น การเน้นจะเป็นจุดใดจุดหนึ่งที่เห็นว่ามีค่าสำคัญ อาจทำได้ด้วยภาพหรือข้อความก็ได้ โดยมีหลักว่า “ความคิดเดียวและจุดสนใจเดียว” การ มีหลายความคิด หรือมีจุดสนใจหลายจุด จะทำให้การออกแบบเกิดความสับสนเพราะหาจุดเด่นชัดไม่ได้ ภาพรวมจะไม่ชัดเจน ขาดเอกลักษณ์ของความเป็นผู้นำในตัวชิ้นงาน

สำหรับวิธีการที่จะทำให้มีจุดสนใจอาจเน้นด้วย สี ขนาด สัดส่วน และรูปร่างที่แปลกไปกว่าส่วนอื่นๆในภาพ ส่วนตำแหน่งที่เหมาะสมในการวางจุดสนใจนั้นสามารถกระทำดังนี้ นำภาพมาแบ่งเป็น 3 ส่วน บริเวณที่เส้นตัดกันนั้นก็คือ ตำแหน่งที่เหมาะสม จากผลการวิจัยหลายๆครั้ง พบว่า ตรงจุดตัดกันที่มุมบนซ้ายนั้นเป็นตำแหน่งที่ดีที่สุด เหตุผลหนึ่งที่สนับสนุนก็คือ ในการอ่านหนังสือนั้น เรามักอ่านจากมุมซ้ายไปขวา และจากบนลงล่าง ฉะนั้น ตำแหน่งนี้จะเป็นจุดแรกที่สายตาเรามอง เพื่ออ่านหรือดูภาพบนแผ่นภาพนั่นเอง

### 2.2.5 หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

การใช้สีในงานออกแบบกราฟิก มีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้งานนั้นน่าดู สวยงาม และตื่นตา หรือส่งเสริมให้เนื้อหาสาระที่น่าเสนอมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นคนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีแตกต่างกัน เด็กเล็กๆจะสนใจสีสด เข้ม สะดุดตา ไม่ชอบสีอ่อน และจะสังเกตได้ว่าเมื่อมีอายุมากขึ้นก็ยังไม่ชอบสีสดใสมากๆ กลับนิยมสีอ่อนหวาน นุ่มนวล การวางโครงสร้างสีในงานออกแบบกราฟิกในเชิงพาณิชย์ จึงต้องเน้นเรื่องวัยของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ เด็กเล็กๆ ควรใช้สีประเภทปฐมภูมิ หรือสีทุติยภูมิ ส่วนผู้ใหญ่อาจต้องใช้สีแท้ ผสมกลุ่มสีขาวหรือสีนวลหรือสีดำ การใช้สีขาวหรือสีดำมาผสมกับสีแท้ ก็จะช่วยลดความสดใสของสีเดิมลงตามขนาดสัดส่วนมากน้อยตามต้องการ ดังนั้นก่อนจะวางโครงสร้างสีในการทำงาน จึงควรพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สีในทางจิตวิทยาด้วย ดังนี้

2.2.5.1 ใช้สีสดสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะเวลาดั้งๆ เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการทำสื่อเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

2.2.5.2 พึงระลึกไว้เสมอว่าการใช้สีมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเน้นให้เห็นเด่นชัด มุ่งส่งเสริมเนื้อหาสาระมีความชัดเจนขึ้น ถูกต้องขึ้น บางครั้งการใช้สีของนักออกแบบ จะสามารถใช้สีได้อย่างอิสระเพื่อความสวยงาม บางครั้งก็ต้องจำเป็นนึกถึงหลักความจริง และความถูกต้องอย่างเหมาะสมด้วย

2.2.5.3 การออกแบบพาณิชย์ศิลป์ งานกราฟิกต่างๆ อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้สีเสมอไป ผู้ออกแบบจึงควรพิจารณาถึงความเหมาะสมด้วยว่าควรใช้อย่างไร เพียงใด การกำหนดว่าจะใช้สีเพิ่มขึ้นมา 1 สีนั้น หมายความว่า จะต้องเพิ่มงบประมาณตามมาอีกจำนวนหนึ่งเสมอ

2.1.5.4 ควรใช้สีให้เหมาะสมกับวัยผู้บริโภค

2.1.5.5 การใช้สีมากเกินไปไม่เกิดผลดีกับงานออกแบบอย่างแท้จริง เพราะสีในหลายๆสี อาจทำให้ลดความเด่นชัดของงานและเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

2.1.5.6 เมื่อใช้สีสด เข้มจัด คู่กับสีอ่อนมากๆ จะทำให้ดูเด่นชัดและมีชีวิตชีวาน่าสนใจ

2.1.5.7 การใช้สีพื้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีพื้นที่ว่างมากๆ ไม่ทำให้เกิดผลในการเร้าใจเท่าที่ควรจึงควรหลีกเลี่ยง

2.1.5.8 ข้อพิจารณาสำหรับการใช้สีบนตัวอักษร ข้อความ คือ จะต้องให้ชัดเจน อ่านง่าย ควรงดเว้นการใช้สีตรงข้ามในปริมาณที่เท่าๆกัน บนพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียง เพราะจะทำให้ผู้ดูต้องเพ่งมองอย่างมาก ทำให้เกิดภาพซ้อนพร่ามัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระ เช่น ตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีเขียว ความเด่นชัดของข้อความที่ต้องการเน้นด้วยความแตกต่างกันของสี ก็ จะลดความเด่นชัดลงอีกด้วย

### 2.1.5.9 วงล้อสีธรรมชาติ



รูปที่ 2.1 ภาพวงล้อสีธรรมชาติ

- a) สีทุกสี ในวงล้อเป็นสีแท้ เพราะทุกสีมีความเข้มหรือความสดใสในตัวของมันเองซึ่งเกิดจากการผสมของแม่สี
- b) เมื่อนำสีทุกสีมาผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากันจะทำให้เกิดสีเป็นกลาง
- c) สีที่อยู่ใกล้กันจะมีความกลมกลืนกัน เพราะเป็นการผสมสีจากสีร่วมกัน เช่น ม่วงแดง แดง และ แสดแดง
- d) สีตรงข้ามกันในวงล้อสีจะมีลักษณะสีที่ตัดกัน หรือเป็นปฏิปักษ์ต่อกัน เช่น สีแดง กับสีเขียว ฉะนั้นในวงล้อสีจึงมีสีที่ตัดกันอย่างแท้จริง อยู่ 6 คู่ การนำสีตรงข้ามมาใช้ในการออกแบบ จะช่วยให้ภาพน่าสนใจมากขึ้น แต่ต้องใช้ให้ถูกต้องหลักการ คือไม่ควรใช้สีที่ตัดกันอย่างแท้จริงสัดส่วนที่เท่ากัน ถ้าจะใช้ควรจะมีสัดส่วนประมาณ 80 : 20 หรือมีฉะนั้นก็ต้องทำให้สีใดสีหนึ่งหรือทั้งคู่ ลดความสดใสรุนแรงลงไป ที่เรียกว่า การเบรกสี หรือ ฆ่าสี ซึ่งอาจทำได้โดย
  - การทำให้สีจางลง โดยการเติมสีขาวลงไปให้สีแท้
  - การทำให้สีเข้มหรือมืด โดยการเติมสีดำลงไป
  - การใช้วิธีการใช้สีเทา ผสมลงเล็กน้อย จะทำให้สีหม่นลง หรืออาจใช้สีตรงข้ามเพียงเล็กน้อย ก็จะทำให้สีนั้นลดความสดใสไปได้

### 2.1.5.10 จิตวิทยาในการใช้สี

การมีความรู้และประสบการณ์ในการเลือกใช้สีของนักออกแบบ เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้งานเหล่านั้นบรรลุเป้าหมายตามความต้องการได้ไม่ยากนัก การเรียนรู้ถึงอิทธิพลที่มีต่อความรู้สึกของการมองสีแต่ละสี จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาอย่างยิ่ง

### 2.1.5.12 วรรณะของสี

วรรณะของสี หมายถึง กลุ่มสีที่ปรากฏให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน สืบเนื่องจากวงล้อสีจะปรากฏเป็น 2 วรรณะ คือ

- วรรณคดีร้อน ลักษณะของสัจจะให้ความรู้สึกสดไส ร้อนแรง ouchad หรือร้อนเริง สี่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ สี่เหลือง สี่แดง สี่แสด และสี่ที่ใกล้เคียง

- วรรณคดีเย็น ให้ความรู้สึกที่ปรากฏในภาพจะแสดงความสงบ เยือกเย็นจนถึงความเศร้า ได้แก่ สี่น้ำเงิน สี่ม่วง สี่เขียว และสี่ที่ใกล้เคียง

### 2.1.5.13 สี่แสดงอารมณ์

- สี่แดง เป็นสี่ของไฟ การปฏิบัติ ให้ความรู้สึกทางกามารมณ์ ความปรารถนา สี่ของความอ่อนเยาว์ ดังนั้นจึงเป็นที่ชอบมากสำหรับเด็กเล็กๆ สี่แดงเป็นสี่ที่มีพลังมากสามารถบังคับสิ่งอื่นๆ จึงไม่เหมาะที่จะใช้เป็นสี่พื้นหรือฉากหลัง

- สี่เหลือง เขียว และม่วงทุกระดับสี มีค่าสีแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสีที่ผสม สี่ดังกล่าวอาจทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวก การแสดงออกเต็มไปด้วยความรู้สึกซาญฉลาด หรือให้ความรู้สึกในทางลบ และเก็บกดก็เป็นได้ เมื่อนำสีแดงมาผสมกับสีขาวจะเป็นสีชมพู สี่แดงจะลดพลังลง และทำให้รู้สึกถึงความอ่อนหวาน นุ่มนวล และความเป็นกวีขึ้นมาแทน แต่ถ้าสี่แดงและเหลืองถูกผสมให้เข้ม ผลลัพธ์ก็คือสีน้ำตาล ซึ่งมีความอ่อนแก่ต่างกัน แต่ไม่ว่าจะอ่อนแก่เพียงใด สีประเภ่น้ำตาล จะให้ความรู้สึกเกี่ยวกับพื้นดิน ความมั่นคง แข็งแรง เข้มแข็ง ความเป็นจริง อบอุ่น

สำหรับสี่เหลือง เป็นสี่ที่มีพลังในด้านความสว่างอย่างมาก ให้ความรู้สึกเย็นมากกว่าสี่เหลืองอมส้ม แต่ก็อุ่นกว่าสี่เหลืองอมเขียว สี่เหลืองสะท้อนถึงสติปัญญามากกว่าจิตใจ คุณลักษณะของสี่เหลือง จะรู้สึกได้เมื่อมีสี่ที่สองปรากฏอยู่ด้วย เช่น เมื่ออยู่กับสีเขียวจะทำให้รู้สึกมั่นคง และจับต้องได้มากขึ้น สี่เขียวเป็นสี่ทางชีววิทยาซึ่งใกล้เคียงกับธรรมชาติ และช่วยให้ความคิดพลุกพล่านสงบลง เป็นสีกลางๆ ไม่เย็นและไม่ร้อน แต่ถ้าเข้มขึ้นไปในทางสีน้ำเงินจะดูเป็นน้ำ สี่เขียวอมฟ้า สี่ฟ้าพลอย เป็นสัญลักษณ์ของน้ำ และอาการเคลื่อนไหว โดยปกติแล้วสีเขียวอมฟ้าเป็นสีตรงข้ามกับสีฟ้า

- สี่น้ำเงิน เป็นสี่ที่เก็บกด ช่างฝัน เปล่าเปลี่ยว ถึงแม้ว่าจะทำให้โล่งขึ้นโดยการผสมสีขาวเข้าไปก็ตาม สี่น้ำเงินให้ความประทับใจเกี่ยวกับความสะอาด บริสุทธิ์ จึงมักใช้ในที่ต้องการแสดง สุขอนามัย

- สี่ม่วง แสดงถึงความใคร่ครวญ การทำสมาธิ ความลึกซึ้ง เวทมนต์คาถา และความเก่าแก่โบราณ แม้ว่าจะผสมสีขาวให้เป็นสีม่วงไลแลค ก็ยังทำให้คนที่มองเห็นไม่กล้าเข้าใกล้ ไม่รู้สึกเป็นมิตร สี่ม่วงครามซึ่งใกล้เคียงสีน้ำเงินมาก จะดูเกี่ยวข้องกับโลกมากกว่าสีม่วงแดง แต่ยังให้ความเป็นเจ้านายและเต็มไปด้วยเกียรติยศอยู่นั่นเอง

- สี่ทอง มีตำแหน่งใกล้เคียงสี่ส้ม และนับว่าเป็นสีอ่อนสีหนึ่ง ในขณะที่สีเงินถูกจัดให้เป็นสีเขียว และมีความคล้ายคลึงกับสีเทากลาง การใช้สีเงินออกยากกว่าเนื่องจากต้องมีสีอ่อนมาใช้ร่วมด้วยหากว่าต้องการผลของความรู้สึกในทางบวก

- สีเทา สำหรับสีเทาซึ่งมีระดับสีอ่อนแก่แตกต่างกันมากหลายระดับ อาจจะเป็นที่คุ้นเคยกันดีจากการดูภาพขาวดำ การอ่านหนังสือพิมพ์และหนังสือทั่วไป

-สีคำ ซึ่งเรียกว่า อรงค์ คือ ถือว่าไม่ใช่สีคำ เป็นสัญลักษณ์ของความมืด ความว่าง ในการตีพิมพ์สีคำมีค่าในทางบวกมาก เนื่องจากเมื่อเราไม่ใช่สีอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพหรืออักษรวางลงไป ก็จะทำให้สีเหล่านั้นเจิดจ้าสะดุดตาขึ้น

-สีขาว สีขาวก็เช่นกัน ไม่เป็นทั้งสีอุ่นและเย็น ยกเว้นเมื่ออยู่กับสีเหลือง จะทำให้สีเหลืองจางขึ้น เราสามารถวางภาพ หรืออักษรสีต่างๆ ลงบนพื้นขาวได้ผลดีเช่นเดียวกับสีคำ

อ้างอิง : <http://bowtysnoo.blogspot.com/>

## 2.2.6 การจัดองค์ประกอบภาพในงานกราฟิก

การจัดองค์ประกอบภาพในงานกราฟิก ในงานศิลปะ หรือการออกแบบ มีแนวคิดไม่แตกต่างกันเท่าใดนัก นักสร้างสรรค์จะต้องการแนวทางที่จะทำให้งานกราฟิกที่คิดขึ้นมีความน่าสนใจ เข้าใจ ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และการนำเสนอควรจะต้องคำนึงถึง

2.2.6.1 การใช้เส้น เส้นเป็นตัวกำหนดรูปร่างและเป็นองค์ประกอบในการสร้างสรรคงานกราฟิก ซึ่งอาจจะแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ 5 ชนิด คือ

- เส้นโค้ง (Curved)
- เส้นหมุน (Spiral)
- เส้นวนไปมา (Meandering)
- เส้นซิกแซก (Zigzag)
- เส้นตรง (Straight)

การเขียนเส้นด้วยวัสดุที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้ลักษณะของเส้นมีความแตกต่างกันไป และแนวการเขียนด้วยเส้นวัสดุประเภทเดียวกันของศิลปิน ก็สามารถแสดงลีลาของการเขียนได้หลายแบบหลายวิธี ล้วนน่าสนใจทั้งสิ้นซึ่งสามารถเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสม

2.2.6.2 การกำหนดรูปร่าง รูปร่างเกิดจากการใช้เส้นลักษณะต่าง ๆ กัน ลากมาต่อกันเกิดเป็นรูปร่างหลัก (Basic shape) ในศิลปะ หรือที่เรียกว่า รูปร่างพื้นฐานทางเรขาคณิต และรูปทรงอิสระซึ่งมีรูปร่างที่ไม่แน่นอน ลักษณะที่ชัดเจนของรูปร่างต่าง ๆ จะเน้นความรู้สึกของการมองเห็นเป็น 2 มิติ คือ แสดงให้เห็นส่วนกว้างและยาว หรือกว้างและสูงเท่านั้น ถ้าเป็นการเน้นส่วนหนาหรือส่วนลึกขึ้นมาจะทำให้รูปร่างต่าง ๆ แสดงความเป็น 3 มิติเพิ่มขึ้น ทำให้การมองเห็นเปลี่ยนแปลงไปเป็นรูปทรงต่าง ๆ และถ้าเพิ่มรายละเอียดสี สัน แสงเงาลงไป ก็ยิ่งจะเพิ่มความมีมิติมากยิ่งขึ้น

2.2.6.3 มุมมองทัศนียภาพ การนำเสนอรูปภาพงานสิ่งพิมพ์เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เข้าใจ สามารถสร้างได้โดยง่ายด้วยการเสนอมุมมองของภาพที่จะนำเสนอ มุมมองที่แปลกตาสามารถสร้างสรรค์ขึ้นได้โดยง่าย อาจจะใช้การถ่ายภาพ หรือใช้เทคนิคพิเศษในห้องมืด หรือจากการเขียนภาพ และการเลือกมุมมองในการนำเสนอก็ได้ จะเห็นว่ามุมมองต่าง ๆ ที่ต่างกันไป ย่อมให้ความรู้สึกที่ต่างกันอย่างชัดเจน

2.2.6.4 จังหวะและลีลา การกำหนดจังหวะของแต่ละส่วนหรือการจัดวางองค์ประกอบภาพ จำเป็นที่จะต้องอาศัยหลักการทางศิลปะ การสร้างจังหวะหรือลีลาของส่วนประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ข้อความ ภาพประกอบ หรือสัญลักษณ์ จะทำหน้าที่ 2 ทาง คือ เป็นการชี้นำให้ผู้ดูภาพ และสาระข้อมูลตามต้องการ และเป็นการเน้นให้เกิดความสวยงามแปลกตา วิธีการสร้างองค์ประกอบให้เกิดจังหวะลีลากระทำได้หลายแบบ ได้แก่

- แบบจัดระเบียบ เป็นการจัดที่ค่อนข้างเน้นรูปแบบอย่างเป็นทางการ เช่น การจัดให้เกิดความสมดุลแบบสมมาตร การแบ่งแยกตัวอักษรและภาพไว้เป็นคนละส่วนกัน การแบ่งระยะพื้นที่ว่างเป็นระยะ ๆ เท่ากัน

- การจัดแบบสลับ การสร้างจังหวะลีลาแบบสลับเป็นการสลับเนื้อหาสาระรูปภาพ การสลับรูปแบบรูปทรง เพื่อเน้นความตื่นตาตื่นใจไม่น่าเบื่อหน่าย นิยมใช้จัดออกแบบกราฟิกหน้าเอกสาร

-การจัดแบบศูนย์กลาง เป็นการเน้นรูปภาพอยู่ตรงกลางภาพ และให้ตัวอักษรข้อความอยู่ล้อมรอบหรือกระจายเป็นรัศมี นิยมใช้จัดในงานออกแบบสื่อโฆษณา

-การจัดแบบกระจายเป็นการจัดแบบอิสระโดยไม่เน้นลักษณะ

องค์ประกอบแบบใด การจัดภาพแบบนี้จะมีจังหวะลีลาไม่แน่นอน แล้วแต่โอกาสและลักษณะงานนั้น ๆ นิยมใช้ในงานออกแบบสื่อโฆษณา

- การจัดแบบผสมผสาน เป็นการนำเอาหลาย ๆ วิธีการจัดออกแบบร่วมกัน ทำให้เกิดเป็นรูปแบบใหม่ขึ้นมา การจัดวิธีการนี้จะต้องคำนึงถึงความสอดคล้องสัมพันธ์กันมากที่สุด

2.2.6.5 เทคนิคเกี่ยวกับภาพ ที่มาของภาพที่นำมาใช้ในงานกราฟิกอาจได้จากภาพถ่าย การเขียนภาพ หรือการพิมพ์ภาพ การใช้คอมพิวเตอร์ ตลอดจนวิธีการสร้างสรรค์อื่น ๆ อีกมากมาย แต่ละแบบแต่ละวิธีการสามารถสร้างสรรค์ภาพให้น่าสนใจได้อย่างอิสระ บางแบบอย่างอาจจะเหมาะกับการใช้งานเฉพาะอย่าง บางแบบอาจใช้ได้ทั่วไป การสร้างสรรค์อย่างอิสระนี้เองทำให้นักออกแบบสามารถนำเอาเทคนิคเกี่ยวกับภาพมาใช้ในการงานกราฟิกได้อย่างกว้างขวาง เทคนิคต่าง ๆ จะทำให้รูปแบบของงานสร้างสรรค์เปลี่ยนแปลงไป เช่น

- การใช้ภาพที่มีรายละเอียดมาก ๆ ในการนำเสนอ
- การใช้ภาพที่มีความต่อเนื่องกันเพื่อการนำเสนอ
- การใช้ภาพเล็ก ๆ หลาย ๆ แบบรวมกันเป็นกลุ่มใหญ่ในการนำเสนอ

#### 2.2.6.6 การนำเสนอรูปแบบ

### 2.2.7 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ

ในการคิดสร้างประดิษฐ์สิ่งต่างๆของมนุษย์ผลงานที่ปรากฏมักจะมีแตกต่างกันแม้ว่าผลงานนั้นอาจจะมีจุดมุ่งหมายหรือความต้องการในการใช้งานที่เหมือนกันทั้งนี้เพราะพื้นฐานและปัจจัยต่างๆที่เข้ามาเกี่ยวข้องกันมีความแตกต่างกันรวมทั้งในการสร้าง คิดประดิษฐ์ผลงานเหล่านั้นมีที่มาจากความคิดโดยผสมผสานเอาข้อมูลต่างๆมาใช้ประกอบแตกต่างกันกระบวนการดังกล่าวเราเรียกว่า การออกแบบ

การออกแบบกล่าวได้ว่าเป็นคำที่ปรากฏใช้ในแทบทุกวิชาชีพไม่เฉพาะในด้านศิลปะเท่านั้น การทำอาหาร การสร้างบ้าน การตัดเย็บเสื้อผ้า ซึ่งเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวเรามากที่สุดผู้ผลิตก็ต้องใช้การออกแบบมาช่วยให้งานออกมาตรงตามความต้องการในการใช้งานและมีความสวยงาม ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบนั้นจะประกอบด้วยเงื่อนไขเบื้องต้น 2 ประการ คือ

- เงื่อนไขในด้านเทคนิค (Technical Condition) เงื่อนไขทางเทคนิคนี้จะประกอบไปด้วยคุณค่าในด้านการใช้สอย ความรู้ทางเทคโนโลยี
- เงื่อนไขทางด้านทางศิลปะ (Aesthetic Condition) มนุษย์มีสิ่งที่เรียกว่า สุนทรียภาพภายในตัวเอง มีความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์ เงื่อนไขในส่วนนี้จึงเป็นส่วนที่มีให้ผลงานมีความแปลกใหม่และสวยงาม

อ้างอิง: <http://bowtysnoo.blogspot.com/>

### 2.2.8 การออกแบบงานกราฟิกสำหรับสื่อโฆษณา

การออกแบบ การออกแบบ หมายถึง การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน แบบที่คิดออกมาอาจเป็นสิ่งที่เป็นไปได้จริง หรือแบบที่เป็นลักษณะเพื่อฝัน เป็นเพียงนามธรรมก็ได้ ผู้ที่ออกแบบจะเรียกว่า นักออกแบบ ซึ่งหมายถึงคนที่ทำงานวิชาชีพในสาขาการออกแบบที่แตกต่างกันไป เช่น นักออกแบบแฟชั่น, นักออกแบบแนวความคิด หรือนักออกแบบเว็บไซต์

การออกแบบนั้นมีความจำเป็นที่ต้องพิจารณาด้าน สุนทรียศาสตร์ ประโยชน์ใช้สอย หลักเศรษฐศาสตร์ และมุมมองสังคมการเมือง ทั้งในสิ่งที่ออกแบบและขั้นตอนการออกแบบ การออกแบบอาจเกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูล ความคิด การทำแบบจำลอง การปรับเปลี่ยนให้ทำงานร่วมกันได้ และอาจมีการออกแบบใหม่ ขณะที่ความหลากหลายของการออกแบบอาจรวมไปถึงเสื้อผ้า ส่วนต่อประสานกราฟิกกับผู้ใช้ ดิจิทัล เอกลักษณ์กลุ่มบริษัท ขั้นตอนการทำธุรกิจ หรือแม้กระทั่งขั้นตอนการออกแบบเอง (Brinkkemper, S. (1996) Method engineering: engineering of information systems development methods and tools, Information and Software Technology (38:4), p. 275-280.)



กราฟิกดีไซน์ การออกแบบกราฟิกดีไซน์เป็นศาสตร์เฉพาะที่สิ่งต่างๆสามารถตีความไปได้หลากหลาย ดังนั้น การทำความเข้าใจกับความหมายของสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้นักออกแบบเข้าใจงานกราฟิกดีไซน์ได้ดียิ่งขึ้น โดยได้มีผู้ให้คำนิยามไว้ดังนี้

Massimo Vignelli นักออกแบบหลายสาขาชาวอิตาลีให้ความเห็นว่า"กราฟิกดีไซน์เปรียบเสมือนกับการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ"โดยประกอบไปด้วยเรื่องต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงความหมายให้ถูกต้อง, การจัดการกับประโยค หรือข้อความที่สอดคล้องกันและการจัดการกับส่วนที่มีความยุ่งยากต่อการทำความเข้าใจได้อย่างง่ายดาย

Paul Rand กราฟิกดีไซน์เนอร์ผู้ยิ่งใหญ่ ได้กล่าวไว้ที่ MIT Media Laboratory ว่า ดีไซน์คือ "วิธีการดึงรูปแบบและเนื้อหาออกมารวมกัน"

Milton Glaser กราฟิกดีไซน์เนอร์ชื่อดังของโลก อีกท่านกล่าวไว้ ณ Brigham Young University ปี ค.ศ. 2006 โดยมีความเห็นว่า ดีไซน์คือ "การวางแผนอย่างเรียบง่าย" โดยผลงานที่ดีจะมาจากการอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมมากกว่า

Tibor Kalman นักกราฟิกดีไซน์เนอร์ชาวฮังการีแห่งค่าย Color Magazine ได้ให้สัมภาษณ์กับ Moira Cullen นักเขียนทางด้านกรอกแบบภาษาชั้นนำกล่าวไว้ว่า "กราฟิกดีไซน์คือภาษาอย่างหนึ่ง แต่นักออกแบบกราฟิกไม่ต้องยุ่งยากหรือกังวลเกี่ยวกับหลักการในเรื่องภาษา เช่น เรื่องพยางค์หรือเว้นวรรคมากนัก แต่นักออกแบบควรจะใช้เวลาที่มีไปสนใจในเรื่องของการสื่อสารออกไปในทิศทางที่มันควรจะเป็นให้ได้เสียมากกว่า"

Bob Gill กราฟิกดีไซน์เนอร์และนักเขียนภาพประกอบชาวอเมริกันให้ความเห็นสั้นๆ ว่า "กราฟิกดีไซน์เปรียบดั่งภาษาขั้นที่สอง"

เราสามารถสรุปภาพรวมของคำจำกัดความของกราฟิกดีไซน์ได้ว่า กราฟิกดีไซน์ คือ การออกแบบภาษาชนิดหนึ่งที่มีพื้นฐานมาจากองค์ประกอบทางศิลปะ ซึ่งสามารถบอกเล่าแนวคิดของเราต่อสิ่งต่างๆ โดยมันจะต้องน่าสนใจทั้งใจแง่ตัวภาษาและเนื้อหาที่พูดถึงมัน

อ้างอิง : ปาพจน์ หนูนภักดิ์. Graphic Design Principles Second edition หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์ นนทบุรี : ไรต์ซีที , 2555

## 2.2.9 ความสำคัญและประวัติของสื่อสิ่งพิมพ์

ความหมายและความสำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายคำที่เกี่ยวกับ “สื่อสิ่งพิมพ์” ไว้ดังนี้ คำว่า “สิ่งพิมพ์” หมายถึงสมุด แผนกระดาษหรือวัตถุใด ๆ ที่พิมพ์ขึ้น รวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผ่นผังภาพ ภาพวาด ภาพระบายสี ใบประกาศ แผ่นเสียง หรือสิ่งอื่นใดอันมีลักษณะเช่นเดียวกัน “สิ่งพิมพ์” หมายถึง ข้อความ ข้อเขียน หรือภาพที่เกี่ยวกับแนวความคิด ข้อมูล สารคดีบันเทิง ซึ่งถ่ายทอดด้วยการพิมพ์ลงบนกระดาษ ฟิล์ม หรือวัสดุพื้นเรียบ

“สื่อ” หมายถึง การติดต่อให้ถึงกันชักนำให้รู้จักกัน หรือตัวกลางที่ทำการติดต่อให้ถึงกัน

“พิมพ์” หมายถึง ถ่ายแบบ ใช้เครื่องจักรกดตัวหนังสือหรือภาพ ให้ติดบนวัตถุ เช่นแผ่นกระดาษ ผ้า ทำให้เป็นตัวหนังสือ หรือรูปอย่างใด ๆ โดยการกดหรือการใช้พิมพ์ หินเครื่องกลวิธีเคมีหรือวิธีอื่นใด อันอาจให้เกิดเป็นสิ่งพิมพ์ขึ้นหลายสำเนา รูปร่าง ร่างกาย แบบ

ดังนั้น “สิ่งสิ่งพิมพ์” จึงมีความหมายว่าจะจะเป็นแผ่นกระดาษหรือวัตถุใด ๆ ด้วยวิธีต่าง ๆ อันเกิดเป็นชิ้นงานที่มีลักษณะเหมือนต้นฉบับขึ้นหลายสำเนา ในปริมาณมากเพื่อเป็นสิ่งที่ทำการติดต่อหรือชักนำให้บุคคลอื่นให้เห็นหรือทราบข้อมูลต่าง ๆ” สิ่งพิมพ์มีหลายชนิด ได้แก่ เอกสารหนังสือ เรียบ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร บันทึกรายงาน ฯลฯ

### ประเภทของสิ่งสิ่งพิมพ์

ในปัจจุบันสามารถแบ่งประเภทของสิ่งสิ่งพิมพ์ได้มากมายหลายประเภท โดยทั้งสิ่งพิมพ์ 2 มิติ และสิ่งพิมพ์ 3 มิติ คือ สิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเป็นแผ่นเรียบ ใช้วัสดุจำพวกกระดาษและมีเป้าหมายเพื่อนำเสนอเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ เช่น หนังสือ นิตยสาร จุลสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โบชัวร์ ใบปลิว นามบัตร แมกกาซีน ฟ็อกเก็ตบุ๊ก เป็นต้น ส่วนสิ่งพิมพ์ 3 มิติ คือ สิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะพิเศษที่ต้องอาศัยระบบการพิมพ์แบบพิเศษ และส่วนใหญ่จะเป็นการพิมพ์โดยตรงลงบนผลิตภัณฑ์ที่สร้างรูปทรงมาแล้ว สำหรับตัวอย่างการพิมพ์แบบ 3 มิติได้แก่ การพิมพ์สกินบนภาชนะต่าง ๆ เช่น แก้ว กระจก พลาสติก การพิมพ์ระบบแพดบนภาชนะที่มีผิวต่างระดับ เช่น เครื่องปั้นดินเผา เครื่องใช้ไฟฟ้า การพิมพ์ระบบพันหมึก เช่น การพิมพ์วันหมดอายุของอาหารกระป๋องต่าง ๆ โดยสามารถจำแนกประเภทของสิ่งสิ่งพิมพ์ได้ ดังนี้

- สิ่งสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ

- หนังสือสารคดีตำราแบบเรียนเป็นหนังสือสิ่งพิมพ์ที่แสดงเนื้อหาวิชาการศาสตร์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อสื่อให้ผู้อ่านเข้าใจความหมายด้านความรู้ที่เป็นจริงจึงเป็นสิ่งสิ่งพิมพ์ที่เน้นความรู้อย่างถูกต้อง

- หนังสือบันเทิงคดี เป็นสิ่งสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นโดยใช้เรื่องราวสมมติ เพื่อให้ผู้อ่านได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนาน มักมีขนาดเล็ก เรียกว่า หนังสือฉบับกระเป๋า หรือ Pocketbooks ได้

- สิ่งสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร

- หนังสือพิมพ์ (Newspapers) เป็นสิ่งสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นโดยนำเสนอเรื่องราวข่าวสารภาพและความคิดเห็น ในลักษณะของแผ่นพิมพ์ แผ่นใหญ่ ที่ใช้วิธีการพับรวมกับ ซึ่งสิ่งสิ่งพิมพ์ชนิดนี้ได้พิมพ์ออกเผยแพร่ทั้งลักษณะหนังสือพิมพ์รายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน

- วารสาร นิตยสาร เป็นสิ่งสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นโดยนำเสนอสาระข่าว ความบันเทิง ที่มีรูปแบบการนำเสนอ ที่โดดเด่น สะดุดตา และสร้างความสนใจให้กับผู้อ่าน ทั้งนี้การผลิตนั้น มีการกำหนดระยะเวลาการออกแบบเผยแพร่ที่แน่นอน ทั้งลักษณะวารสาร นิตยสารรายปักษ์ (15 วัน) และรายเดือน

- จุลสาร เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นแบบไม่มุ่งหวังผลกำไร เป็นแบบให้เปล่าโดยให้ผู้อ่านศึกษาหาความรู้ ที่กำหนดออกแบบเผยแพร่เป็นครั้ง ๆ หรือลำดับต่าง ๆ ในวาระพิเศษ

สิ่งพิมพ์โฆษณา

- โบชัวร์ (Brochure) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเป็นสมุดเล่มเล็ก ๆ เย็บติดกันเป็นเล่ม จำนวน 8 หน้า เป็นอย่างน้อยมีปกหน้า และปกหลัง ซึ่งในการแสดงเนื้อหาจะเกี่ยวกับโฆษณาสินค้า

- ใบปลิว (Leaflet, Handbill) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ใบเดียว ที่เน้นการประกาศ มักมีขนาด A4 เพื่อง่ายในการแจกจ่าย ลักษณะการแสดงเนื้อหาเป็นข้อความที่ผู้อ่านแล้วเข้าใจง่าย

- แผ่นพับ (Folder) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นการผลิตโดยเน้นการเสนอเนื้อหา ซึ่งเนื้อหาที่นำเสนอเป็นเนื้อหาที่สรุปใจความสำคัญ ลักษณะเป็นการพับเป็นรูปเล่มต่าง ๆ

- ใบปิด (Poster) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา โดยใช้ปิดตามสถานที่ต่าง ๆ มีขนาดใหญ่เป็นพิเศษซึ่งเน้นการนำเสนออย่างโดดเด่นดึงดูดความสนใจ

#### • สิ่งพิมพ์เพื่อการบรรจุภัณฑ์

เป็นสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการห่อหุ้มผลิตภัณฑ์การค้าต่าง ๆ แยกเป็นสิ่งพิมพ์หลัก ได้แก่ สิ่งพิมพ์ที่ใช้ปิดรอบขวด หรือกระป๋องผลิตภัณฑ์การค้า สิ่งพิมพ์รอง ได้แก่ สิ่งพิมพ์ที่เป็นกล่องบรรจุหรือฉลาก สิ่งพิมพ์มีค่า เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นการนำไปใช้เป็นหลักฐานสำคัญต่าง ๆ ซึ่งกำหนดตามกฎหมาย เช่น ธนาคติ บัตรเครดิต เช็ครถอาคาร ตัวแลกเงิน หนังสือเดินทาง โฉนด เป็นต้น

#### • สิ่งพิมพ์ลักษณะพิเศษ

เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีการผลิตขึ้นตามลักษณะพิเศษแล้วแต่การใช้งาน ได้แก่ นามบัตร บัตรอวยพร ปฏิทิน ใบส่งของ ใบเสร็จรับเงิน สิ่งพิมพ์บนแก้ว สิ่งพิมพ์บนผ้า เป็นต้น

#### • สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

เป็นสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นเมื่อใช้งานในคอมพิวเตอร์ หรือระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่ Document Formats, E-book for Palm/PDA เป็นต้น

#### บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์

บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในงานสื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์มีความสำคัญในด้านการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร สาร และความบันเทิง ซึ่งเมื่องานสื่อมวลชนต้องเผยแพร่ จึงต้องผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร เป็นต้น

บทบาทสื่อสิ่งพิมพ์ในสถานศึกษา สื่อสิ่งพิมพ์ถูกนำไปใช้ในสถานศึกษา โดยทั่วไปซึ่งทำให้ผู้เรียน ผู้สอนเข้าใจเนื้อหามากขึ้น เช่น หนังสือ ตำรา แบบเรียน แบบฝึกหัดสามารถพัฒนาได้เป็นเนื้อหาในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้

บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในงานด้านธุรกิจ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ถูกนำไปใช้ในงานธุรกิจประเภทต่าง ๆ เช่น งานโฆษณา ได้แก่ การผลิต หัวจดหมาย/ซองจดหมาย ใบเสร็จรับเงิน /ใบส่งของ โฆษณาหน้าเดียว นามบัตร เป็นต้น

บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในงานธนาคารงานด้านการธนาคาร ซึ่งรวมถึง งานการเงิน และงานที่เกี่ยวข้องกับหลักฐานทางกฎหมาย ได้นำสื่อสิ่งพิมพ์หลาย ๆ ประเภทมาใช้ในการดำเนินงาน เช่นใบนำฝาก ใบถอน ธนบัตร เช็คนำฝาก ตัวแลกเงิน และหนังสือเดินทาง

บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีก สื่อสิ่งพิมพ์ที่ทางห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าปลีกใช้ในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ใบปิดโฆษณาต่าง ๆ ใบปลิว แผ่นพับ จุลสาร

#### การเตรียมงานก่อนส่งโรงพิมพ์และการจัดการภาพสำหรับงานพิมพ์

ปัจจุบันระบบการพิมพ์มีความก้าวหน้าขึ้น โดยได้นำเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์มาช่วยจัดการกับงานพิมพ์มีความก้าวหน้าขึ้น ทำให้การสร้างสรรค์งานพิมพ์ง่ายขึ้น แต่ยังมีปัญหาที่ตามมาคือ ไฟล์ต้นฉบับสร้างขึ้นจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ส่งมาไม่สอดคล้องกับมาตรฐานการทำงานของโรงพิมพ์ ดังนั้น ผู้ที่สร้างสรรค์งานพิมพ์ไว้เรียบร้อยแล้วต้องการจัดพิมพ์ให้เป็นหนังสือ นิตยสารหรือสิ่งพิมพ์แบบอื่น ๆ นั้น สามารถทำได้ดังนี้

- จัดส่งไฟล์งานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นไฟล์ข้อมูล ไฟล์ภาพ หรือฟอนต์ให้กับโรงพิมพ์
- พิจารณาถึงความละเอียดและฟอร์แมตของไฟล์ภาพที่ส่งไป
- เลือกใช้โปรแกรมที่เหมาะสมกับการทำงาน เช่น พิมพ์ข้อความผ่านโปรแกรม Word สร้างภาพกราฟิกแบบโปรแกรม Illustrator ตกแต่งด้วยโปรแกรม Photoshop จัดและวางข้อมูลประกอบบนหน้าสิ่งพิมพ์ด้วย Page Maker

#### การจัดการภาพสำหรับงานพิมพ์

การนำภาพมาประกอบลงบนสิ่งพิมพ์อาจนำมาได้หลายแหล่ง เช่น สแกนเนอร์ กล้องดิจิทัล แฟลชไดร์ อินเทอร์เน็ต ใช้โปรแกรมจับภาพ หรือแม้แต่การสร้างภาพที่ต้องหารขึ้นมาเอง โดยการทำงานของภาพกับการสร้างสรรค์งานสิ่งพิมพ์มีความสำคัญและข้อควรพิจารณามากมาย ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความแตกต่างระหว่างภาพเวกเตอร์และบิตแม็พ

ก่อนที่จะเรียนรู้เรื่องรูปภาพมาเรียนรู้ข้อแตกต่างของภาพเวกเตอร์และภาพบิตแม็พภาพทั้ง

ประเภทนี้มีข้อแตกต่าง ดังนี้

- ภาพเวกเตอร์ (Vector) เกิดจากการคำนวณค่าทางคณิตศาสตร์ มักถูกสร้างขึ้นโดยอาศัยการทำงาน of โปรแกรม Illustrator, Core Draw ภาพที่ได้จึงมีลักษณะเป็นการ์ตูนหรือเรียกว่า Clip Art สำหรับข้อดีและภาพเวกเตอร์คือ ไฟล์ที่ได้จะมีขนาดเล็กผลงานมีความคมชัด เมื่อขยายก็จะไม่ทำให้คุณภาพของงานลดลง

– ภาพบิตแม็พ (Bitmap) เกิดจากพิกเซล ซึ่งเป็นช่องสี่เหลี่ยมเล็ก ๆ ที่เรียงต่อกัน ดังนั้นเมื่อขยายก็ส่งผลทำให้คุณภาพของงานลดลง จึงเหมาะกับงานที่ต้องการความละเอียดของสีมาก ๆ เช่น รูปถ่าย เป็นต้น

#### ความละเอียดที่เหมาะสมของภาพ

ในกรณีที่น่าภาพจากเครื่องสแกนเนอร์หรือการจับภาพควรมีความละเอียด 300 dpi ส่งผลทำให้งานเข้าโรงพิมพ์ ภาพที่ปรากฏขึ้นมามีคมชัด และส่วนของภาพที่ได้จากกล้องดิจิตอลควรมีความละเอียดระดับปานกลาง 2-5 ล้านพิกเซล ส่วนรายละเอียดสูง ควรกำหนดความละเอียดที่ 6 ล้านพิกเซล

ในกรณีที่กำหนดโหมดสี สามารถกำหนดโหมดสีสองโหมดสีคือ RGB และ CMYK โดยปกติภาพที่นำเข้ามาใช้งานที่จะอยู่ในโหมด RGB (Red-Green-Blue) ซึ่งเป็นโหมดที่แสดงบนหน้าจอทั่วไปแต่เมื่อต้องการส่งไฟล์งานให้โรงพิมพ์ควรกำหนดให้เป็นโหมด CMYK (Cyan-Magenta-Yellow-Black) เนื่องจากภาพที่อยู่ในโหมด RGB จำมีความสว่างมากกว่าโหมด CMYK ซึ่งการแสดงผลโหมดสีสามารถทำได้จากโปรแกรมตกแต่งภาพทั่วไป เช่น Photoshop เพียงแค่เลือกเมนู Image> Mode> CMYK Color

อ้างอิง:<https://chonamat.wordpress.com>

### 2.3 การใช้โปรแกรม Illustrator CS6



รูปที่ 2.2 ภาพโปรแกรม Adobe Illustrator CS6

Adobe Illustrator เป็นโปรแกรมที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการออกแบบกราฟิก โดยที่โปรแกรมนี้มักจะนำไปใช้สำหรับการวาดภาพ หรือการออกแบบสัญลักษณ์เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่ทำงานด้วยระบบ Vector ซึ่งเป็นการสร้างภาพกราฟิกจากการคำนวณของโปรแกรม โดยไม่จำเป็นต้องกำหนดความละเอียดของภาพทำให้รูปภาพที่วาดจากโปรแกรมนี้มีความคมชัดสวยงาม และยังสามารถปรับเปลี่ยนขนาดได้หลายครั้ง โดยที่คุณภาพของภาพยังคงเดิม

จุดเด่นของ โปรแกรม Illustrator ภาพที่ได้จากการ วาดภาพ โดยใช้ โปรแกรม Illustrator จะมีลักษณะเป็นภาพกราฟิกประเภทเวกเตอร์ซึ่งจะมีความคมชัดอย่างมาก เนื่องจากลายเส้นของภาพประเภทเวกเตอร์ จะไม่แตกเหมือนกับภาพบิตแม็พ โดยไฟล์ภาพที่ได้จากโปรแกรม Illustrator จะได้ภาพที่มีความคมชัด ไฟล์ที่ได้จะมีนามสกุลเป็น .ai, .pdf, .eps ที่สามารถนำไปใช้กับโปรแกรมที่มีความสามารถในการออกแบบกราฟิกอื่นๆ ได้อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นโปรแกรม Photoshop, Flash,

InDesign ฯลฯ ภาพบนคอมพิวเตอร์นั้น มีวิธีการประมวลผล 2 แบบแตกต่างกันดังนี้ การประมวลผลแบบเวกเตอร์ (vector) เป็นการประมวลผลแบบอาศัยการคำนวณทางคณิตศาสตร์ โดยมีสีและตำแหน่งของสีที่แน่นอน ฉะนั้นไม่ว่าเราจะเคลื่อนย้าย ย่อ หรือ ขยาย ภาพก็จะไม่เสียรูปทรงทางเรขาคณิต โปรแกรม illustrator เป็นโปรแกรมที่ประมวลผลภาพแบบเวกเตอร์ การประมวลผลแบบบิตแมพ (Bitmap) เป็นการประมวลผลแบบอาศัยค่าสีในแต่ละพิกเซล โดยแต่ละพิกเซลจะมีการเก็บค่าสีที่เจาะจงในแต่ละตำแหน่ง ซึ่งเหมาะกับภาพที่มีลักษณะแบบภาพถ่าย โปรแกรมที่ประมวลผลภาพแบบบิตแมพ ได้แก่ Photoshop , Paint เป็นต้น

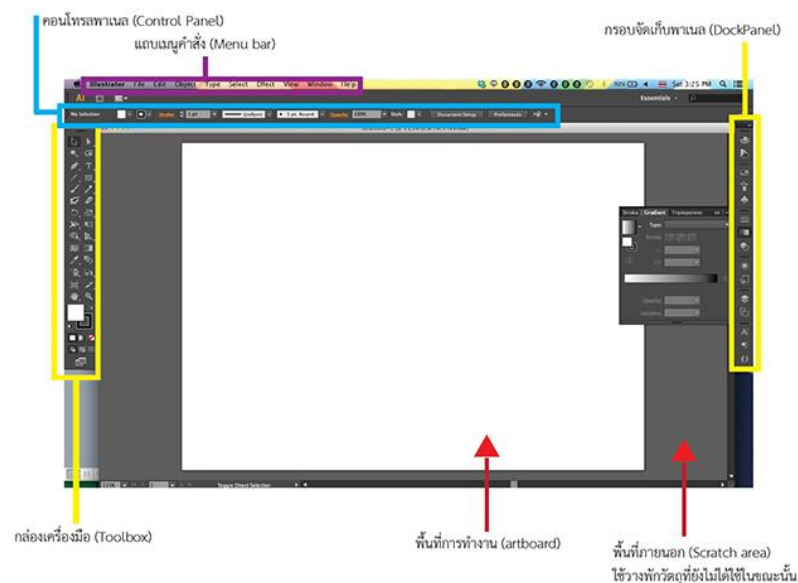
### 2.3.1 โปรแกรม ทำอะไรได้บ้าง

โปรแกรม Illustrator ให้เราสามารถสร้างภาพโดยเริ่มจากหน้ากระดาษเปล่า เหมือนจิตรกรที่เขียนภาพลงบนผืนผ้า โดยใน Illustrator จะมีทั้งปากกา พู่กัน ดินสอ และอุปกรณ์การวาดภาพอื่นๆ ซึ่งเราสามารถนำมาใช้สร้างงานได้หลากหลายรูปแบบ เช่น งานสื่อสิ่งพิมพ์ โบชัวร์ นามบัตร หนังสือ งานออกแบบทางกราฟิก โลโก้ งานด้านการ์ตูน งานด้านเว็บไซต์

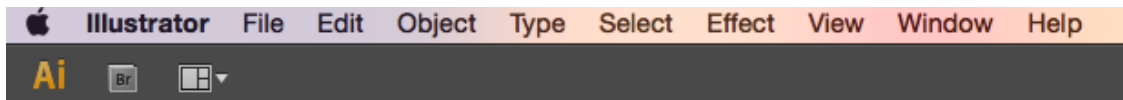


รูปที่ 2.3 ภาพงานกราฟิกที่ทำด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator

หน้าจอโปรแกรม จะประกอบด้วยส่วนต่างๆ ซึ่งมีหน้าที่การใช้งานแตกต่างกันออกไปดังนี้



รูปที่ 2.4 ภาพแสดงส่วนต่างๆของโปรแกรม Adobe Illustrator CS6

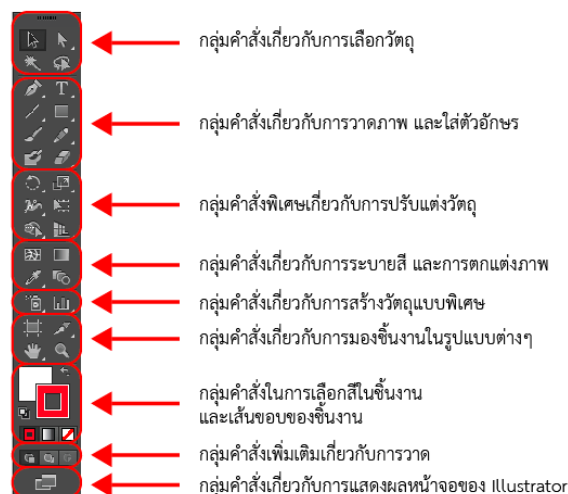


รูปที่ 2.5 ภาพคำสั่งใน Menu Bar ในโปรแกรม Adobe Illustrator CS6

### 2.3.2 มีดังต่อไปนี้

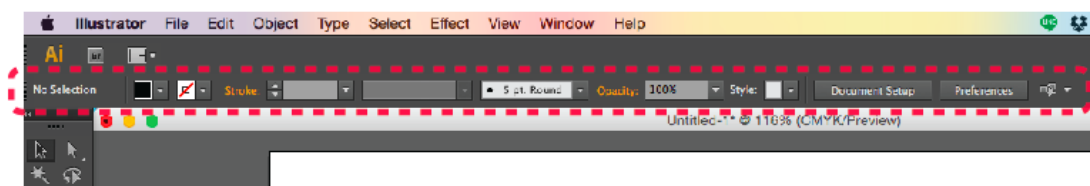
- File: เป็นหมวดของคำสั่งที่จัดการเกี่ยวกับไฟล์และโปรแกรมทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการเปิด-ปิดไฟล์ การบันทึกไฟล์ การนำภาพเข้ามาใช้ (Place) ตลอดจนการออกจากโปรแกรม (Exit)
- Edit: เป็นหมวดของคำสั่งที่จัดการแก้ไข เช่น Undo Cut Copy Paste Select รวมทั้งการกำหนดคุณสมบัติต่างๆ ที่มีผลต่อการปรับแต่งภาพด้วย เช่นการสร้างรูปแบบ (Define Pattern) การกำหนดค่าสี (Color Setting) เป็นต้น
- Type: เป็นหมวดของคำสั่งที่ใช้จัดการตัวหนังสือ เช่น Fonts Paragraph เป็นต้น
- Select: เป็นหมวดของคำสั่งที่ใช้ในการเลือกวัตถุ สามารถเลือกด้วยคุณสมบัติได้ เช่นเลือกวัตถุที่มี
  - Fill และ Stroke แบบเดียวกัน วัตถุที่อยู่บน Layer เดียวกัน เป็นต้น
- Filter: เป็นหมวดของคำสั่งที่ใช้สร้างเทคนิคพิเศษให้กับภาพ โดยจะมีผลต่อรูปร่างของ path
- Effect: เป็นหมวดของคำสั่งที่ใช้สร้างเทคนิคพิเศษให้กับภาพคล้าย Filter แต่จะไม่มีผลกับรูปร่างของ PathView: เป็นหมวดของคำสั่งเกี่ยวกับการมองเห็นทุกสิ่งในงาน เช่น Zoom Show/Hide Ruler Bounding Box Outline Mode/Preview Mode เป็นต้น
- Window: เป็นหมวดของคำสั่งเกี่ยวกับการเปิด-ปิดหน้าต่างเครื่องมือต่างๆ เช่น Palette Tool Box เป็นต้น
- Help: เป็นหมวดที่รวบรวมวิธีการใช้งานและคำแนะนำเพื่อช่วยเหลือผู้ใช้โปรแกรม

### 2.3.3 Selection tool เครื่องมือกลุ่มนี้ว่าด้วยเรื่องการเลือกวัตถุ ประกอบไปด้วย



รูปที่ 2.6 ภาพเครื่องมือ Selection tool ในโปรแกรม Adobe Illustrator CS6

### 2.3.4 คอนโทรลพาเนล (Control Panel)

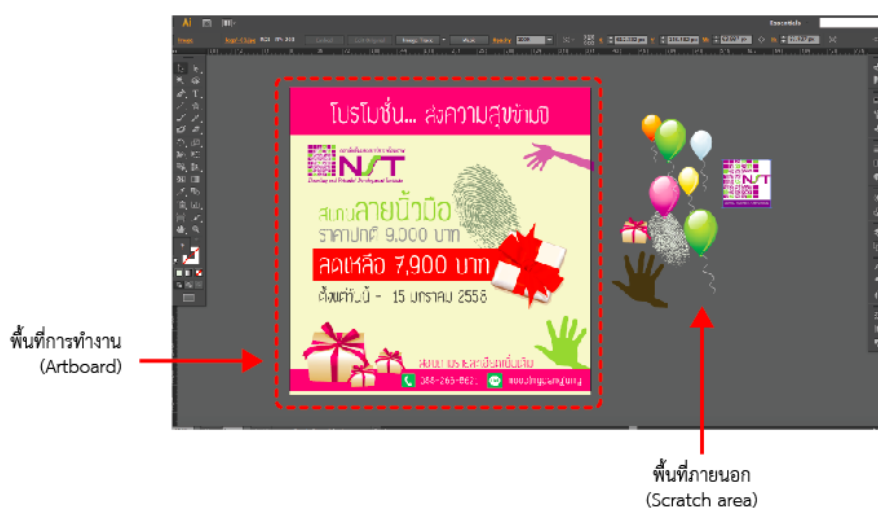


รูปที่ 2.7 ภาพคอนโทรลพาเนล (Control Panel) ในโปรแกรม Adobe Illustrator CS6

เป็นแถบตัวเลือกสำหรับกำหนดค่าต่างๆ ของวัตถุ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ให้สามารถกำหนดค่าสี ขนาด ตำแหน่ง และคุณสมบัติต่างๆ ของวัตถุที่เลือกได้ง่ายขึ้น

### 2.3.5 พื้นที่การทำงาน (Artboard)

เป็นบริเวณที่ใช้วางวัตถุเพื่อสร้างชิ้นงาน ส่วนพื้นที่นอกเหนือจากนั้น (Scratch area) เป็นบริเวณที่วางวัตถุแต่ไม่ต้องการให้แสดงในชิ้นงานใช้เพื่อพักวัตถุ หรือเพื่อไว้ใช้ในภายหลัง

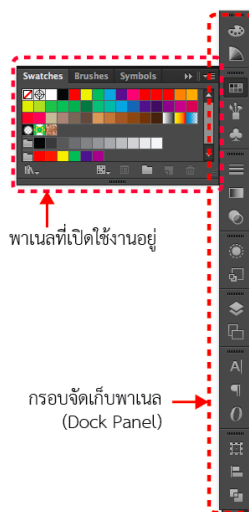


รูปที่ 2.8 ภาพ Artboard ในโปรแกรม Adobe Illustrator CS6



### 2.3.6 พาเนลควบคุมการทำงาน (Panel)

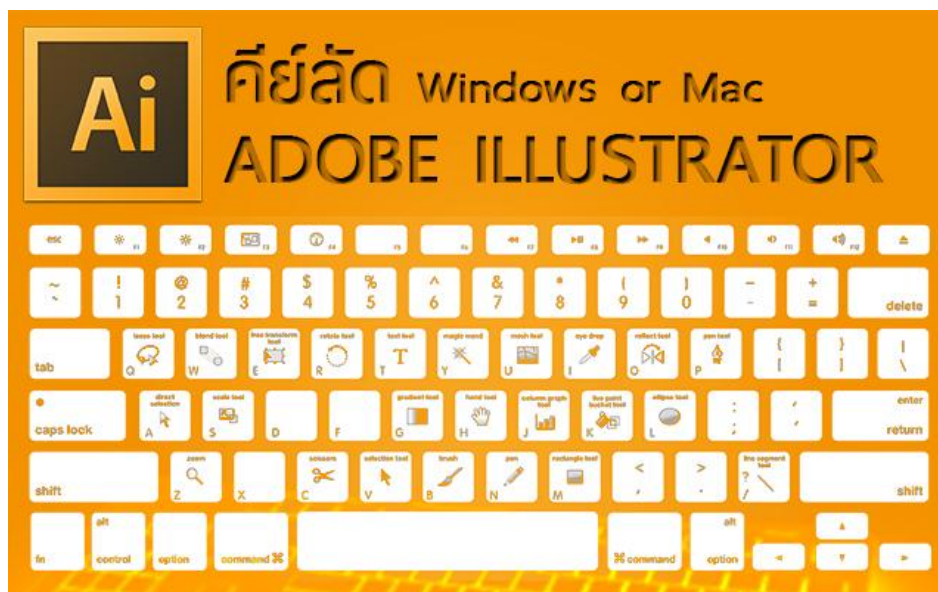
เป็นหน้าต่างย่อยที่รวบรวมคุณสมบัติการทำงานของเครื่องมือต่างๆ ให้เลือกปรับแต่งการใช้งานได้ง่ายๆ ไม่ต้องเปิดหาแถบคำสั่ง ซึ่งพาเนลจะถูกจัดเก็บไว้ในกรอบจัดเก็บพาเนลด้านขวาของหน้าจอ



รูปที่ 2.9 ภาพ พาเนลควบคุมการทำงาน ในโปรแกรม Adobe Illustrator CS6

อ้างอิง : <http://www.vdoschool.com/vdo/index.php/2015-06-22-08-04-22/176--illustrator-.html>

### 2.3.7 คีย์ลัดในโปรแกรม Adobe Illustrator



รูปที่ 2.10 ภาพคีย์ลัดในโปรแกรม Adobe Illustrator CS6

สร้างงานใหม่ = Control + N

เปิดชิ้นงาน = Control + O

ปิดหน้าต่างงาน = Control + W

ปิดโปรแกรม = Control + Q

เซฟงานทับของเก่า = Control + S

เซฟงาน โดยเลือกที่เซฟใหม่ = Control + Shift + S

ก๊อปปี้ = Control + C

วางงานที่ก๊อปปี้ = Control + V

วางงานที่ก๊อปปี้ไว้ด้านบน(ในตำแหน่งเดิม) = Control + F

วางงานที่ก๊อปปี้ไว้ด้านล่าง(ในตำแหน่งเดิม) = Control + B

กรู๊บบงานรวมงานไว้ด้วยกัน = Control + G

ยกเลิกกรู๊บบงาน = Control + Shift + G

สั่งปรี้น = Control + P

ซูมเข้าหน้าต่างงาน = Control + ( + )

ซูมออกหน้าต่างงาน = Control + ( - )

เลือกงานทั้งหมด = Control + A

ล๊อคชิ้นงาน = Control + 2

ปลดล๊อคชิ้นงาน = Control + Alt + 2

ซ่อนชิ้นงาน = Control + 3

นำชั้นงานที่ซ่อนกลับมา = Control + Alt + 3

เอาชั้นงานลงด้านล่าง = Control + [

เอาชั้นงานลงไว้ล่างสุด = Control + Shift + [

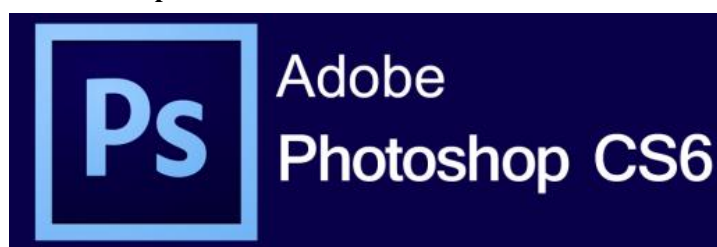
เอาชั้นงานขึ้นบน = Control + ]

เอาชั้นงานขึ้นบนสุด = Control + Shift + ]

เพิ่มเติม ทำตัวหนังสือ Outline = Control + Shift + O

อ้างอิง : <http://stang.sc.mahidol.ac.th/ait/training/PDF/AI.pdf>

## 2.4 การใช้โปรแกรม Photoshop CS6

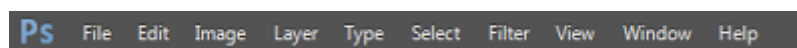


รูปที่ 2.11 ภาพโปรแกรม Adobe Photoshop CS6

Photoshop เป็นโปรแกรมสร้างและแก้ไขรูปภาพอย่างมืออาชีพ โดยเฉพาะนักออกแบบใน  
ทุกวงกข่าข้อมรู้จักโปรแกรมตัวนี้ดี โปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมที่มีเครื่องมือมากมายเพื่อ  
สนับสนุนการสร้างงานประเภทสิ่งพิมพ์ งานวิทัศน์ งานนำเสนอ งานมัลติมีเดีย ตลอดจนงาน  
ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ในชุดโปรแกรม Adobe Photoshop จะประกอบด้วยโปรแกรมสองตัว  
ได้แก่ Photoshop และ Image Ready การที่จะใช้งานโปรแกรม Photoshop คุณต้องมีเครื่องที่มี  
ความสามารถสูงพอควร มีความเร็วในการประมวลผล และมีหน่วยความจำที่เพียงพอ เพราะการ  
ทำงานจะช้าและมีปัญหาตามมามาก ขณะนี้โปรแกรม Photoshop ได้พัฒนามาถึงรุ่น Adobe  
Photoshop CS6

อ้างอิง <http://babybearjubujubu.blogspot.com/2008/09/phoshop-photoshop-photoshop-adobe.html>

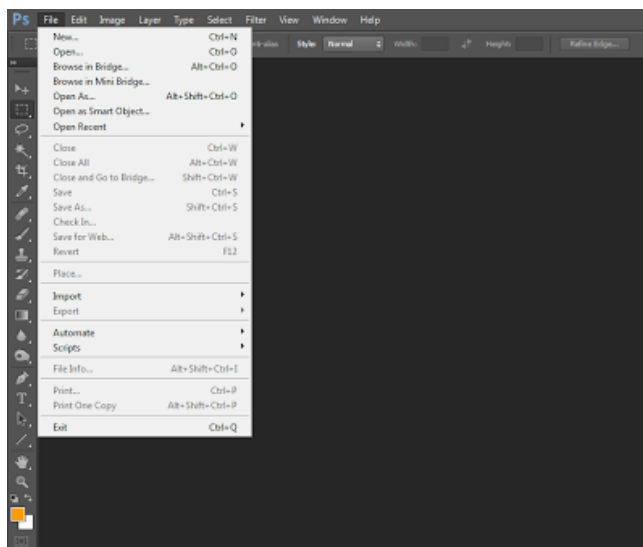
Menu bar



รูปที่ 2.12 ภาพเมนูคำสั่ง Menu Bar ในโปรแกรม Adobe Photoshop CS6

เป็นแถบที่ใช้เก็บคำสั่งหลักต่างๆของโปรแกรม โดยเราสามารถเรียกใช้คำสั่ง ในแถบคำสั่งได้ ด้วย  
วิธีการดังต่อไปนี้

- Click mouse ที่แถบคำสั่ง จะปรากฏแถบคำสั่งย่อย
- Click mouse เลือกแถบคำสั่งย่อยที่เราต้องการ



รูปที่ 2.13 ภาพคำสั่ง Menu Bar ในโปรแกรม Adobe Photoshop CS6

#### 2.4.1 คำสั่งใน Menu Bar มีดังต่อไปนี้

-File หมายถึง รวมคำสั่งที่ใช้จัดการกับไฟล์รูปภาพ เช่น สร้างไฟล์ใหม่, เปิด, ปิด, บันทึกไฟล์, นำเข้าไฟล์, ส่งออกไฟล์ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับไฟล์

Edit หมายถึง รวมคำสั่งที่ใช้สำหรับแก้ไขภาพ และปรับแต่งการทำงานของโปรแกรมเบื้องต้น เช่น ก๊อปปี้, วาง, ยกเลิกคำสั่ง, แก้ไขเครื่องมือ และอื่น ๆ

-Image หมายถึง รวมคำสั่งที่ใช้ปรับแต่งภาพ เช่น สี, แสง, ขนาดของภาพ (image size), ขนาดของเอกสาร (canvas), โหมดสีของภาพ, หมุนภาพ และอื่น ๆ

-Layer หมายถึง รวมคำสั่งที่ใช้จัดการกับเลเยอร์ ทั้งการสร้างเลเยอร์, แปลงเลเยอร์ และการจัดการกับเลเยอร์ในด้านต่าง ๆ

-Select รวม คำสั่งเกี่ยวกับการเลือกวัตถุหรือพื้นที่บนรูปภาพ (Selection) เพื่อนำไปใช้งานร่วมกับคำสั่งอื่น ๆ เช่น เลือกเพื่อเปลี่ยนสี, ลบ หรือใช้เอฟเฟกต์ต่าง ๆ กับรูปภาพ

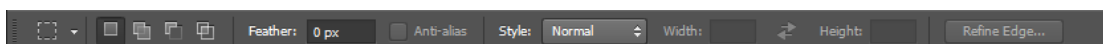
- Filter เป็นคำสั่งการเล่น Effects ต่างๆสำหรับรูปภาพและวัตถุ

-View เป็นคำสั่งเกี่ยวกับมุมมองของภาพและวัตถุในลักษณะต่างๆ เช่น การขยายภาพ และย่อภาพให้ดูเล็ก

-Window เป็นส่วนคำสั่งในการเลือกใช้อุปกรณ์เสริมต่างๆที่จำเป็นในการใช้สร้าง Effects ต่างๆ

-Help เป็นคำสั่งเพื่อแนะนำเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมฯและจะมีรายละเอียดของโปรแกรมอยู่ในนั้น

## 2.4.2 Option bar



รูปที่ 2.14 ภาพ Option bar ในโปรแกรม Adobe Photoshop CS6

Option Bar (ออปชันบาร์) เป็นส่วนที่ใช้ปรับแต่งค่าการทำงานของเครื่องมือต่าง ๆ โดยรายละเอียดในออปชันบาร์จะเปลี่ยนไปตามเครื่องมือที่เราเลือกจากทูลบ็อกซ์ในขณะนั้น เช่น เมื่อเราเลือกเครื่องมือ Brush (พู่กัน) บนออปชันบาร์จะปรากฏออปชันที่ใช้ในการกำหนดขนาด และลักษณะหัวแปรง, โหมดในการระบายความโปร่งใสของสี และอัตราการไหลของสี เป็นต้น

## 2.4.3 Tool Bar



รูปที่ 2.15 ภาพ Tool Bar ในโปรแกรม Adobe Photoshop CS6

Tool Panel (ทูลพาเนล) หรือ กล่องเครื่องมือ จะประกอบไปด้วยเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการวาด ตกแต่ง และแก้ไขภาพ เครื่องมือเหล่านี้มีจำนวนมาก ดังนั้นจึงมีการรวมเครื่องมือที่ทำหน้าที่คล้าย ๆ กันไว้ในปุ่มเดียวกัน โดยจะมีลักษณะรูปสามเหลี่ยมอยู่บริเวณมุมด้านล่างคียงภาพ 2 เพื่อบอกให้รู้ว่าในปุ่มนี้ยังมีเครื่องมืออื่นอยู่ด้วย

## 2.4.4 เครื่องมือ



**Move** ใช้สำหรับเลือกพื้นที่บนภาพเป็นรูปสี่เหลี่ยม วงกลม วงรี หรือเลือกเป็นแถว

คอลัมน์ ขนาด 1 พิกเซล



**Marquee** ใช้สำหรับย้ายพื้นที่ที่เลือกไว้ของภาพ หรือย้ายภาพในเลเยอร์หรือย้ายเส้นไกด์



**Lasso** ใช้เลือกพื้นที่บนภาพเป็นแนวเขตแบบอิสระ



**Magic Wand** ใช้เลือกพื้นที่ด้วยวิธีระบายบนภาพ หรือเลือกจากสีที่ใกล้เคียงกัน



**Crop** ใช้ตัดขอบภาพ



**Slice** ใช้ตัดแบ่งภาพเพื่อบันทึกไฟล์ภาพย่อย ๆ ที่เรียกว่าสไลซ์ (Slice)

สำหรับนำไปสร้างเว็บเพจ



**Eyedropper** ใช้เลือกสีจากสีต่าง ๆ บนภาพ



**Healing Brush** ใช้ตกแต่งลบรอยตำหนิในภาพ



**Brush** ใช้ระบายลงบนภาพ



**Clone Stamp** ใช้ทำสำเนาภาพ โดยก๊อปปี้ภาพจากบริเวณอื่นมาระบาย หรือระบายด้วย

ลวดลาย



**History Brush** ใช้ระบายภาพด้วยภาพของขั้นตอนเดิมที่ผ่านมา หรือภาพของสถานะเดิมที่บันทึกไว้



**Eraser** ใช้ลบภาพบางส่วนที่ไม่ต้องการ



**Gradient** ใช้เติมสีแบบไล่ระดับโทนสีหรือความทึบ



**Blur** ใช้ระบายภาพให้เบลอ



**Burn** ใช้ระบายเพื่อให้ภาพมืดลง



**Dodge** ใช้ระบายเพื่อให้ภาพสว่างขึ้น



**Pen** ใช้วาดเส้นพาท (Path)



**Horizontal Type** ใช้พิมพ์ตัวอักษรหรือข้อความลงบนภาพ



**Path Selection** ใช้เลือกและปรับแต่งรูปทรงของเส้นพาท



**Rectangle** ใช้วาดรูปทรงเรขาคณิตหรือรูปทรงสำเร็จรูป



**Hand** ใช้เลื่อนดูส่วนต่าง ๆ ของภาพ



**Zoom** ใช้ย่อหรือขยายมุมมองภาพ



- Set Foreground Color, Set Background Color ใช้สำหรับกำหนดสี

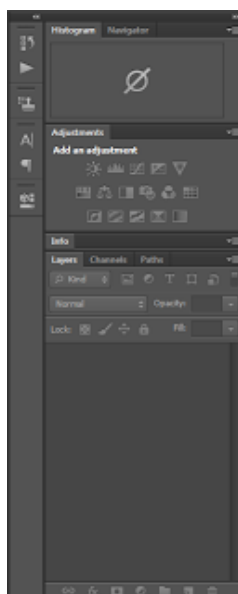
- Foreground Color และ Background Color



เปิดแสดงหน้ากระดาษ แบบ Full screen

รูปที่ 2.16 ภาพเครื่องมือใช้งานในโปรแกรม Adobe Photoshop CS6

#### 2.4.5 Panel (พาเนล)

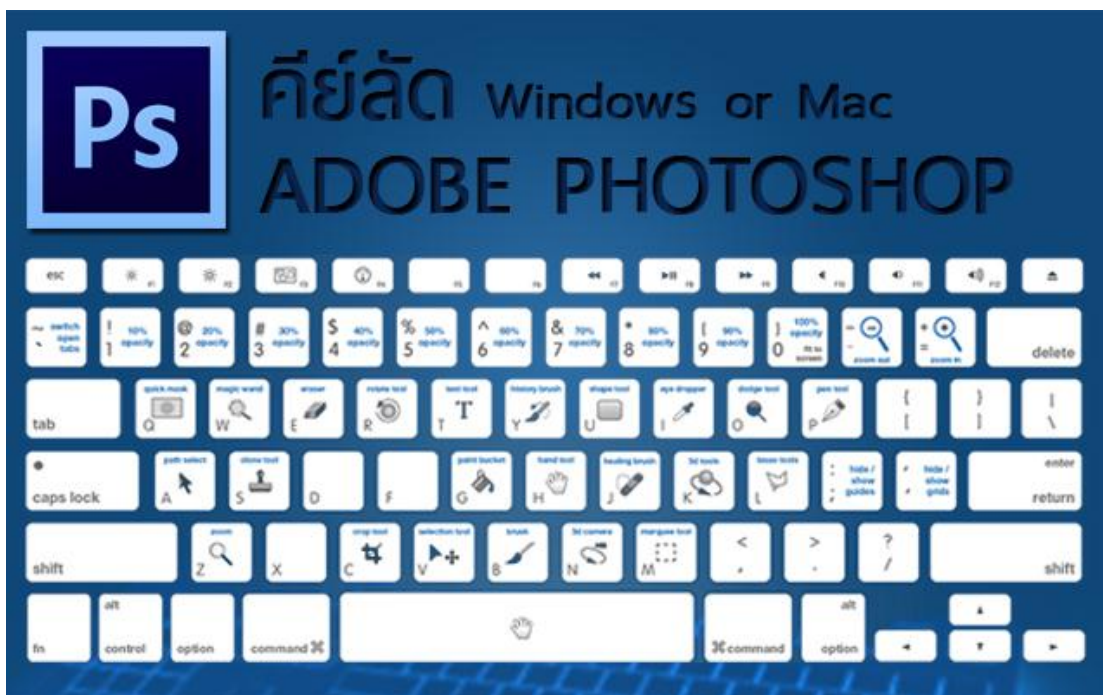


รูปที่ 2.17 ภาพ Panel ในโปรแกรม Adobe Photoshop CS6

Panel (พาเนล) เป็นวินโดวส์ย่อย ๆ ที่ใช้เลือกรายละเอียด หรือคำสั่งควบคุมการทำงานต่าง ๆ ของโปรแกรม ใน Photoshop มีพาเนลอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น พาเนล Color ใช้สำหรับเลือกสี, พาเนล Layers ใช้สำหรับจัดการกับเลเยอร์ และพาเนล Info ใช้แสดงค่าสีตรงตำแหน่งที่ชี้เมาส์ รวมถึงขนาด/ตำแหน่งของพื้นที่ที่เลือกไว้

อ้างอิง : <http://thaigraph.blogspot.com/2013/08/photoshop.html>

## 2.4.6 คีย์ลัดในโปรแกรม Adobe Photoshop



รูปที่ 2.18 ภาพคีย์ลัดในโปรแกรม Adobe Photoshop CS6

- i : เครื่องมือในกลุ่ม eyedropper
- k : เครื่องมือในกลุ่ม slice
- l : เครื่องมือในกลุ่ม lasso
- m : เครื่องมือในกลุ่ม rectangular
- o : เครื่องมือในกลุ่ม dodge
- r : เครื่องมือในกลุ่ม blur
- t : เครื่องมือในกลุ่ม horizontal
- u : เครื่องมือในกลุ่ม rectangle
- v : เครื่องมือ move
- y : เครื่องมือ history brush
- z : เครื่องมือ zoom
- ctrl+ a : selection ทั้งเขอร์หรือทั้งเฟรม
- ctrl+b : เข้าหน้าคำสั่ง color balance
- ctrl+c : การใช้คำสั่งการ copy
- ctrl+d : การใช้คำสั่งการ deselect หรือ การลบ selection
- ctrl+e : การใช้คำสั่งการรวมเลเยอร์ 2 กับ เลเยอร์ 1
- ctrl+f : การใช้คำสั่งการใช้ฟิลเตอร์เมื่อครั้งล่าสุดที่ผ่านมา



- ctrl+h : การใช้คำสั่งยกเลิก extras
- ctrl+j : การใช้คำสั่งการ copy layer
- ctrl+l : การใช้คำสั่งเรียก levels
- ctrl+m : การใช้คำสั่งการเรียก curves
- ctrl+n : การใช้คำสั่งการเรียกพื้นที่ทำงานใหม่
- ctrl+o : การใช้คำสั่งการเปิดไฟล์งานที่มีอยู่
- ctrl+p : การใช้คำสั่งปริ้น
- ctrl+s : การใช้คำสั่งการเซฟงานต่อเนื่อง โดยที่ไม่ต้องผ่านขั้นตอนการเซฟใหม่
- ctrl+t : การใช้คำสั่งการเรียก free transform
- ctrl+u : การใช้คำสั่งการเรียก hue saturation
- ctrl+v : การใช้คำสั่งจากการ copy แล้วนำมาวาง (paste)
- ctrl+shift+ b : การใช้คำสั่ง auto color
- ctrl+shift+d : การใช้คำสั่งการเรียก selection ครั้งล่าสุดที่เราทำไว้
- ctrl+shift+e : การใช้คำสั่งการรวมเลเยอร์
- ctrl+shift+l : การใช้คำสั่ง auto levels
- ctrl+alt+d : การใช้คำสั่งเรียก feater selection เพิ่มเปอร์เซ็นต์ selection
- ctrl+alt+z : การถอยหลังการทำงานแต่ละขั้นตอน ถ้าเป็น ctrl+z ก็จะกลับมาที่การทำงานขั้นสุดท้าย
- ctrl+alt + เครื่องหมาย - : ขยายพื้นที่ทำงานจะย่อลง
- ctrl+alt+ เครื่องหมาย + : ขยายพื้นที่ทำงานจะเพิ่มขึ้น
- { : ขนาดของหัวแปรงต่างๆจะลดลง
- } : ขนาดของหัวแปรงต่างๆจะเพิ่มขึ้น