

## บทที่ 2

### การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานผลการดำเนินงานสหกิจศึกษาเรื่อง “ขั้นตอนการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ของร้านไทยยงวัสดุก่อสร้าง โดย บริษัท เทเลอิน โฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) ปีพ.ศ.2561 ” มุ่งศึกษาในขั้นตอนการผลิตและออกแบบสื่อโฆษณาออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์ การใช้กราฟิกมาออกแบบ การจัดวางองค์ประกอบของภาพให้เหมาะสมและตกแต่งรูปภาพ ในการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ศึกษาในเรื่องต่อไปนี้

#### 2.1 สื่อโฆษณาออนไลน์ คืออะไร

##### 2.1.1 สื่อโฆษณาออนไลน์ มีอะไรบ้าง

#### 2.2 ประเภทของเว็บไซต์

#### 2.3 หลักการออกแบบกราฟิก (THE PRINCIPLE OF GRAPHIC DESIGN)

##### 2.3.1 ความสำคัญของการออกแบบ

##### 2.3.2 องค์ประกอบในการออกแบบ ( DESIGN ELEMENTS )

##### 2.3.3 การจัดองค์ประกอบ ( COMPOSITION )

#### 2.4 หลักการสร้างงานกราฟิก

#### 2.5 แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบ

#### 2.6 องค์ประกอบของการออกแบบภาพโฆษณา

#### 2.1 สื่อโฆษณาออนไลน์ คือ

สื่อที่แพร่หลายและเป็นสื่อที่รวดเร็วผ่านสังคมออนไลน์ที่ขยายใหญ่ขึ้น และเติบโตอย่างไม่หยุดนิ่ง ยุคนี้ได้นิยามไว้ว่า การหยุดอยู่กับที่คือการเดินถอยหลัง นั่นเอง หลายๆ แบรินด์จึงพยายามพัฒนาสินค้าของตัวเองและหาเทคนิคการทำการตลาดแบบใหม่ๆ ที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าของตนเองได้ และหนึ่งในนั้นคือการใช้ สื่อโฆษณาออนไลน์ การทำการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตคือการทำให้คนนับล้านคนที่เชื่อมต่อกันเห็นสินค้าบริการของคุณมากขึ้นและหนึ่งในนั้นคือกลุ่มเป้าหมายของคุณ อาจจะแค่ 1-5% เท่านั้นซึ่งดูแล้วไม่มากมายอะไร แต่ถ้าเทียบกับจำนวนคนที่เล่นอินเทอร์เน็ตจริงๆ ถือว่าสูงและเป็นที่น่าทำการตลาดอย่างยิ่ง

จุดเด่นของ สื่อโฆษณาออนไลน์ คือมีต้นทุนที่ถูกลงกว่า ไม่ต้องหาพนักงาน ไม่ต้องเสียค่าเช่าที่ ไม่ต้องเช่าหน้าร้านตลอด 24 ชม ดังนั้นต้นทุนในการขายสินค้าจึงมาทุ่มอยู่ที่สื่อโฆษณาออนไลน์เป็น อย่างแรก

### 2.1.1 สื่อโฆษณาออนไลน์ มีอะไรบ้าง

#### 1. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ display ads

คือสื่อโฆษณาที่น่าสนใจรูปแบบหนึ่ง เพราะมีทั้งรูปภาพ วิดีโอ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เหมาะกับการทำโฆษณาแบบ cpm เพราะกระตุ้นการคลิกได้ดีกว่าทางอื่น

#### 2. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ mobile ads

การทำการตลาดแนวนี้มีแนวโน้มดีขึ้นเรื่อยๆ เพราะ smartphone คือสิ่งที่อยู่กับเจ้าของตลอดเวลา ดังนั้นสินค้าของคุณก็จะปรากฏมากขึ้นผ่านมือถือ

#### 3. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ Google search



ภาพประกอบที่ 2.1

การค้นหา คือ สิ่งหนึ่งที่มาพร้อมกับการเติบโตของเว็บไซต์ที่มากขึ้น ดังนั้นห้องสมุดออนไลน์ขนาดใหญ่จำเป็นต้องพึ่งเครื่องมือในการค้นหาอย่าง search engine เช่น google,yahoo,bing เป็นต้น และเป็นช่องทางในการทำการตลาดบนหน้าแรกของ Google ที่มีทั้งแบบ pay per click ที่เรียกว่า Google AdWords และบริการรับทำ SEO ที่ง่าย และถูกกว่าการลงโฆษณา AdWords ซึ่งสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้มากแต่ต้องมีการลงทุนนิดหน่อย

#### 4. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ direct mail

อีเมลล์คือสิ่งที่เราทุกคนต้องมีเพื่อรับส่งข้อมูลแบบออนไลน์ และการทำการตลาดด้านนี้ช่วยประหยัดต้นทุนได้มากกว่าด้านอื่นๆ

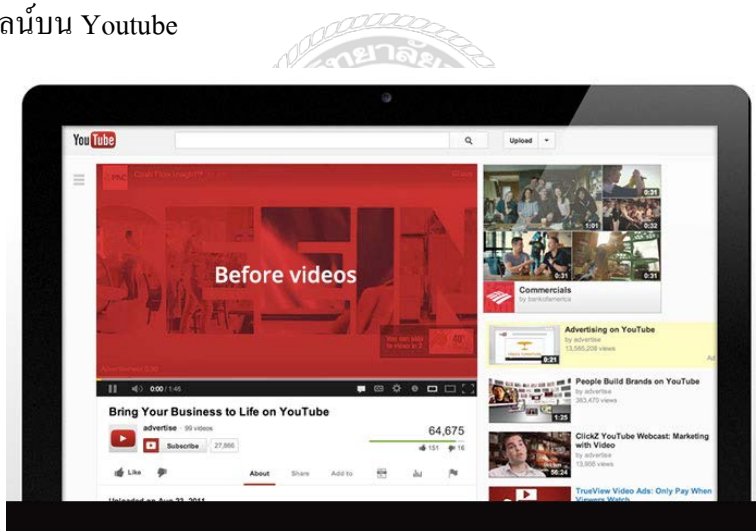
#### 5. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ viral marketing

การทำการตลาดด้านนี้คือการสร้างกระแสด้านใดด้านหนึ่ง และมีการบอกต่อ อาจจะเป็นแบบปากต่อปาก หรือการแชร์ การ like ซึ่งสร้างความนิยมผ่าน viral marketing ได้รวดเร็วมาก

#### 6. สื่อโฆษณาออนไลน์แบบ social media

สื่อโฆษณาออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากอันดับหนึ่งคือ facebook และยังคงแรงต่อเนื่อง ดังนั้นคุณจึงไม่ควรมองข้ามการทำการตลาดในด้านนี้ เด็ดขาด

#### 7. สื่อโฆษณาออนไลน์บน Youtube



ภาพประกอบที่ 2.2

เป็นการทำการตลาดออนไลน์ ที่สนใจอีกแบบหนึ่ง โดยโฆษณาบน Youtube ( รายละเอียด) จัดกิจกรรมหรือสร้างเนื้อหาวิดีโอ เชิญชวนขึ้นมา โปรโมทสินค้า โปรโมทแบรนด์ที่กำลังได้รับความนิยม

ในอนาคตอันใกล้นี้ สื่อโฆษณาออนไลน์จะเข้าสู่ยุคเว็บ 3.0 คือเนื้อหาข้อมูลที่สามารถค้นหาได้อย่างไม่จำกัดและเชื่อมโยงสัมพันธ์ ต่อยอดมาจากการตลาดยุค 2.0 ซึ่งผู้บริโภคเป็นคนสร้างเนื้อหาขึ้นมาเอง แต่ยังไม่มีการจัดระเบียบ ดังนั้นในอนาคตสิ่งที่จะได้จากโลกออนไลน์จะทำให้คุณเสพติดข้อมูลข่าวสารอย่างไม่รู้ตัว

## 2.2 ประเภทของเว็บไซต์

1. **เว็บไซต์แสดงตัว (Presence Website)** เปรียบเสมือนการยกงานโฆษณาจากสื่อชนิดอื่นๆ เช่น แผ่นพับ ป้ายประกาศทางหน้าหนังสือพิมพ์ หรือภาพนิ่งจากสื่อโทรทัศน์ ฯลฯ นำลงมาบรรจุไว้บนอินเทอร์เน็ต นับเป็นพัฒนาการขั้นเริ่มแรกของการใช้เว็บไซต์เพื่อการโฆษณา ซึ่งโดยทั่วไป ในเว็บไซต์ชนิดนี้มักมีส่วนประกอบที่สำคัญคือ หน้าหลักเรียกว่า “Homepage” และป้ายแถบโฆษณา หรือ “Banner” รวมทั้งประกาศเสริมเฉพาะกิจคือ “Pop-up” บางกรณีอาจมีช่องสำหรับให้คลิก เพื่อเชื่อมโยงไปสู่เว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้อง และบรรดาเครือข่ายพันธมิตรด้วย

2. **เว็บไซต์ร้านค้า (On-line Store website)** เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้ทำมาค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ตได้ คล้ายกับจำลองตลาดจริงและอ้างอิงสถานการณ์พบปะระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยส่วนใหญ่ มักมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ รวมแม้กระทั่งการเปิดโอกาสให้ทดลองใช้ก่อนหรือมาตรการส่งเสริมการขายอย่างอื่น ซึ่งหากลูกค้าผู้ใดพร้อมตัดสินใจซื้อได้เลยทันที สามารถใช้วิธีการจ่ายชำระเงินผ่านบัตรเครดิตแล้วรับสินค้าหรือบริการนั้นต่อไป

3. **เว็บไซต์บริการเนื้อหา (Content service Website)** เว็บไซต์ชนิดนี้มีความสามารถในการให้บริการด้านสารสนเทศอย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากถูกออกแบบพัฒนาขึ้นมาเพื่อการรับส่งข่าวสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะตัวอย่างเช่น เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์หรือหนังสือต่างประเทศ ผลงานเพลงและศิลปะการออกแบบลวดลายต่าง ๆ รวมทั้งบทวิเคราะห์เจาะลึกซึ่งมีความสำคัญมากเป็นพิเศษ ฯลฯ เว็บไซต์ดังกล่าวจึงขายเนื้อหาให้กับผู้ซื้อผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ทันที

## 2.3 หลักการออกแบบกราฟิก (THE PRINCIPLE OF GRAPHIC DESIGN)

### 2.3.1 ความสำคัญของการออกแบบ

การออกแบบ มีอิทธิพลต่อการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของมนุษย์เรา เกี่ยวข้องกับ ทุกระดับอายุ ทุกเพศ ทุกอาชีพ ทุกคนมีความรักสวย รักงาม ดังสุภาษิตไทยที่ว่า " ใก่งามเพราะขน คนงามเพราะแต่ง " เช่น การแต่งกายที่แต่ละคนต่างล้วนเลือกสรรและเลือกอย่างรอบคอบให้เข้ากับบุคลิกและสรีระของตน เริ่มตั้งแต่ ลวดลาย สีเสื้อผ้าจะต้องกลมกลืนเข้ากัน มีผลต่อความสูง ความอ้วน เช่น คนตัวเตี้ยควรจะไม่ใส่เสื้อลายเส้นตรงแนวตั้งที่มีหลายเส้น ส่วนคนอ้วนควรเลือกลายเส้นตรงแนวตั้งที่มีสามสี่เส้น เน้นสีสดอยู่ส่วนที่เป็นแถบกลางตัว สีเข้มมีดๆอยู่แถบข้างลำตัวทั้งสองข้าง เป็นต้น รวมไปถึงเครื่องประดับต่างๆ เช่น แหวน นาฬิกา สร้อยคอ เข็มกลัดติดเสื้อ จนถึงแว่นตา ต้องมีการออกแบบเพื่อให้ถูกใจเหมาะสมผู้ใส่ทั้งสิ้น ถ้ามองไปถึงเก้าอี้ที่นั่ง รูปทรงแบบใดเหมาะกับงานชนิดใด สถานที่ใด เช่น ใ้กับโต๊ะทำงานปกติ ใ้กับโต๊ะ

คอมพิวเตอร์ ติดตั้งบนรถเก๋ง รถโดยสาร รถไฟฟ้า หรือในโรงพยาบาลนตร์ การเลือกซื้อรถยนต์ เกินกว่า 70 % เลือกที่รูปทรงและสีของรถ แม้แต่เมื่อยที่เรากินรักษาโรค ยังต้องออกแบบให้มีสีน่ากิน เคลือบรสหวาน รูปทรงกลม มน กลืนง่าย เป็นต้น

มนุษย์เราให้ความสำคัญในด้านการออกแบบมาก จะเห็นได้ว่าการออกแบบศิลปะนั้นเป็นสิ่งที่ควบคู่อยู่กับความสุนทรีย์ของมนุษย์ตลอดมา

### 2.3.2 หลักการออกแบบกราฟิก

ก่อนที่จะทำงานออกแบบกราฟิกประเภทใดก็ตาม สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงคือ การกำหนดจุดประสงค์ที่ชัดเจนของงาน เพราะช่องทาง รูปแบบและวิธีการ ของการนำเสนอมีมาก มีความรวดเร็ว ไร้ขอบเขต เช่น ใน เว็บไซต์ เครื่องข่ายอินเทอร์เน็ตต่างๆ ซึ่งต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้ทันเหตุการณ์ อาจจะทำให้เกิดความสับสน ยุ่งยากในการดำเนินงาน มีผลกระทบต่อการทำงาน เกิดความไม่เป็นระบบ มีการสูญเสียและสิ้นเปลืองโดยไม่จำเป็น ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรมีหลักการและข้อควรคำนึงก่อนการเริ่มงานเพื่อการแก้ปัญหาที่ถูกต้อง รัดกุมและวางแผนการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีตลอดจนจบกระบวนการ ไม่มีปัญหาและอุปสรรค หลักการดำเนินงานออกแบบกราฟิก

#### ▪ หลักการดำเนินงานและการวางแผนขั้นต้นของการออกแบบกราฟิกมีดังนี้

1. วัตถุประสงค์เพื่ออะไร ผู้ออกแบบต้องรู้ว่า จะบอกกล่าว เรื่องราวข่าวสารอะไรแก่ผู้รับรู้อย่างไร เช่น ทฤษฎีหรือหลักการ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ผู้ออกแบบต้องรู้วิธีการนำเสนอ (Presentation) ที่ดีและเหมาะสมกับเรื่องราวเหล่านั้นว่ามีเป้าหมายของการออกแบบเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น เพื่อแนะนำ เผยแพร่ เพื่อให้ความรู้ หรือความบันเทิง เป็นต้น

2. กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร แบ่งเป็นเพศ ชาย หญิง :: หรือบุคคลทั่วไป มีช่วงอายุเท่าใด นิสิตนักศึกษา หรือเฉพาะกลุ่มสนใจ ข่าวสารที่ให้มีระดับความยาก-ง่าย หรือมีความเป็นสากลหรือไม่ เฉพาะคนในประเทศหรือชาวต่างชาติ ซึ่งผู้ออกแบบจำเป็นจะต้องรู้และเข้าใจเพื่อวางแผน ดำเนินการกับข่าวสาร ออกแบบ และการนำเสนอให้ตรงจุดกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้ถูกต้อง

3. สิ่งที่ต้องการบอกคืออะไร หมายถึง วิธีการที่จะสื่อความหมายกับผู้รับรู้อะไรหรือกลุ่มเป้าหมาย และถ้าที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ล่วงหน้า ชัดเจนแล้วก็จะทำให้ผู้ออกแบบมีความสะดวกในการที่จะบอกหรือสื่อความหมายได้ง่ายขึ้น เช่น การเลือกใช้สัญลักษณ์ เครื่องหมาย และภาพประกอบต่าง ๆ สื่อแทนคำศัพท์ ข้อความที่เป็นนามธรรม ได้ตรงตามระดับความสามารถในการรับรู้ของผู้รับ จะช่วยทำให้เกิดความเข้าใจในความหมายของข่าวสารนั้น ๆ จำได้ในเวลาอันรวดเร็วและจดจำไว้ตลอดไป

4. นำเสนอข่าวสารด้วยสื่อใด แบบใด ผู้ออกแบบต้องมีความรู้เกี่ยวกับประเภทของสื่อ ศักยภาพของสื่อชนิดต่างๆ คำนึงถึงการเลือกใช้สื่อในการนำเสนอข่าวสารเป็นรูปแบบใด จึงจะได้ผลดีมีความเหมาะสมกับข่าวสาร และผู้ออกแบบควรจะใช้วิธีการจัดการกับข่าวนั้น อย่างไร จึงจะสามารถโน้มน้าวจิตใจและสื่อความหมายต่อผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ

การออกแบบกราฟิก ส่วนใหญ่เป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกถึงการสื่อความหมายในลักษณะของตัวอักษรและภาพในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารทางทัศนสัญลักษณ์ (Visual form) ดังนั้นในการออกแบบจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องมีการเรียนรู้เกี่ยว การมองเห็นและจิตวิทยาที่เกี่ยวข้อง

### 2.3.2 องค์ประกอบในการออกแบบ ( DESIGN ELEMENTS )

1. จุด (Point) จะเป็นจุดที่ชี้ให้เห็น ตำแหน่งในที่ว่าง หรือที่ต่างๆ ไม่มีความกว้าง ความยาว ความลึก จุดให้ความรู้สึกคงที่ ไม่มีทิศทาง ไม่ครอบคลุมพื้นที่ จุดจะเกิดอยู่ในบริเวณต่างๆดังเช่น จุด A จุด B ดังภาพ

2. เส้น (Line) เส้นเกิดจากการนำจุดหลาย ๆ จุดมาเรียงต่อกัน หรือเกิดจากจุดเคลื่อนที่ เส้นทางที่จุดเคลื่อนที่ไปคือ เส้น มีความยาว ไม่มีความกว้างหรือความหนา การกำหนดทิศทางของเส้นให้อยู่ในแนวที่ต่างกัน จะให้ความรู้สึกที่ต่างกัน คมมันคง บางครั้งเคลื่อนไหว และเจริญองงาม เติบโต เช่น

- เส้นตั้ง (Vertical Line) ให้ความรู้สึกสูงสง่า แข็งแรง มันคง ถ้าสูงมาก ๆ ก็จะทำให้ความรู้สึกไม่ปลอดภัย แต่จะบอกความเติบโต ถ้านำมาประยุกต์ในการแต่งกาย โดยใส่เสื้อลายแนวเส้นตั้งฉากแนวตั้ง จะช่วยให้ดูสูงขึ้น และถ้าออกแบบให้ดูกลมอ อาจใช้เพียง 2-3 เส้น
- เส้นนอน (Horizontal Line) ให้ความรู้สึกสงบ ราบเรียบ แน่นอน มันคง ปลอดภัย ความนิ่งพักผ่อนเป็นธรรมชาติ
- เส้นเฉียง (Oblique Line) ให้ความรู้สึกไม่มันคงไม่ปลอดภัย ตื่นเต้น สนุกสนานแสดงการเคลื่อนที่ไม่อยู่นิ่ง
- เส้นโค้ง (Curve) จะให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว นุ่มนวล อ่อนหวาน เชื่องช้า กระชับและเป็นอันหนึ่งอันเดียว
- เส้นกระจาย เป็นเส้นที่ออกจากจุดศูนย์กลางให้ความรู้สึก มีพลังกระปรี้กระเปร่า สร้างสรรค์เดินทางออกไปทุกทิศพร้อมๆกัน พองออก แฉกตัว
- เส้นลักษณะอื่นๆ เช่น เส้นหยัก เส้นประ เส้นจุดผสมเส้นประ ต่างก็ให้ความรู้แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่า จะนำไปประกอบกับรูปอะไร

3. **รูปทรง (FORM)** เกิดจากระนาบที่ปิดล้อมกันทำให้เกิดปริมาตร (Volume) มี 3 มิติ คือ ความกว้าง ความยาว และความสูง แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ รูปทรงเรขาคณิตและรูปทรงธรรมชาติ

- รูปทรงเรขาคณิต ( Geometric Form ) เป็นรูปทรงที่มีด้านแต่ละด้านคล้ายกัน มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระเบียบ มีแกนที่สมดุล มักจะประกอบด้วยเส้นตรงและเส้นโค้ง ที่มีแบบแผน ได้แก่

- รูปทรงธรรมชาติ ( Original Form) มักจะประกอบด้วยเส้นโค้ง (Curves) เส้นอิสระ ทั้งอยู่ในลักษณะสมดุลและไม่สมดุล รูปทรงธรรมชาติจะให้ความรู้สึกอ่อนไหว

- รูปทรงอิสระ (Free Form) รูปด้านแต่ละด้านมักจะไม่สัมพันธ์กัน ไม่มีความสมดุล ไม่เป็นระเบียบ ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวได้ การเปลี่ยนแปลงรูปทรงเป็นการปรับเปลี่ยนเพื่อความลงตัว ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ หรือมีรูปทรงใหม่ในเชิงเพิ่ม ลดปริมาตร การแยกส่วน การเจาะทะลุ เป็นต้น

#### ■ เทคนิคการกลับพื้นภาพมีผลต่อสายตาผู้ดู

จากการออกแบบกลับพื้นภาพ ทำให้เกิดการสร้างสรรค์งาน เป็นสัญลักษณ์ (Logo) และเป็นที่ยอมรับ เพราะมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ นอกจากนี้ยังมีผลของการมองเห็นว่า ภาพสีขาวที่อยู่ในพื้นสีดำ จะทำให้ดูโตขึ้น 10-15 % เทคนิคนี้นิยมนำไปใช้ทำตัวอักษรพาดหัวขาวสำคัญในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์

**ขนาด** คือ การเปรียบเทียบรูปร่างหรือรูปทรง การวัดสัดส่วน ระยะหรือขอบเขตของรูปร่างนั้นๆ สัดส่วน (Scale)

**สัดส่วน** คือ ความเหมาะสมของสิ่งของตั้งแต่ 2 สิ่งขึ้นไป มีความสัมพันธ์กัน

การหาความสัมพันธ์ของขนาดและสัดส่วนในการออกแบบต้องคำนึงถึงขนาดและสัดส่วนของผู้ใช้และกิจกรรมภายในเป็นหลัก ในงานออกแบบโดยทั่วไป มีหลักเกี่ยวกับขนาดและสัดส่วนดังนี้

- ขนาดที่แตกต่างกัน จะให้ความรู้สึกขัดกัน (Contrast)
- ขนาดใกล้เคียงกัน ให้ความรู้สึกกลมกลืนกัน (Harmony)
- ความแตกต่างของขนาดทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว (Dynamic)

**วัสดุและพื้นผิว ( Material and Texture )**

**วัสดุ (Material)** คือ วัสดุคิบที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ โดยเลือกความเหมาะสม ตรงตามลักษณะของงาน ถ้าทำลงบนกระดาษวาดเขียน อาจเป็นรูปลวดลายต่างๆแบบทึบแสง ถ้าทำลงบนแผ่นโปรงใสก็ใช้รูปหรืออักษรลวดลายสีโปรงแสง เป็นต้น

**พื้นผิว (Texture)** คือ ลักษณะเฉพาะ ที่เกิดจาก โครงสร้างของวัสดุ อาจนำวัสดุคิบหลาย ๆ อย่างมาสร้างให้เกิดพื้นผิวใหม่ หรือความรู้สึกในการแยก จำแนกความเรียบความขรุขระ ความแตกต่างของพื้นผิว

ในทางกราฟิก สามารถแยกออกได้ด้วยประสาทสัมผัส ทางตา เป็นส่วนใหญ่ พื้นผิวที่แตกต่างกันจะให้ความรู้สึกต่างกัน เช่น

**ผิวขรุขระ** ให้ความรู้สึกปลอดภัย มั่นคง แข็งแรง สาก สะดุด หยาบ ระคายเคือง ในบางสถานะทำให้ดูเล็กกว่า ความจริง เช่น ผิวขรุขระของกำแพงที่ก่อด้วยศิลาแลงหรือหิน กาบ จะดูแข็งแรงบีบบิ้น ในการสร้างงานกราฟิกลงบนกระดาษ เช่น รูปหลังคาบ้านลายสังกะสี กระเบื้องลอนแบบต่างๆ ผนังตึก ซึ่งลวดลายขรุขระ เหล่านี้จะนำมาจากแผ่นรูปลอก ซึ่งใน ปัจจุบันใช้ลวดลายสำเร็จรูปจากคอมพิวเตอร์

**ผิวเรียบมัน** ให้ความรู้สึกไม่มั่นคง ลื่น หูหระ วาบหวาม สดใส แสงสะท้อน ในบางสถานะทำให้ดูใหญ่กว่าปกติ เช่น ผนังตึกที่ฉาบปูนเรียบหรืออาคารที่เป็นกระจกทั้งหลัง จะดูประบาง แวววาว ตัวอย่างงานกราฟิกที่ต้องการความเป็นมันวาว ที่ใช้เทคนิคแผ่นรูปลอกที่มีลายไล่โทนสำเร็จรูป

### 2.3.3 การจัดองค์ประกอบ (Composition)

**1. ความสมดุล (Balance)** คือ ความเท่ากันหรือเท่าเทียมกันทั้งสองข้าง แบ่งออกเป็น สมดุลแบบทั้ง

**2. ข้างเหมือนกัน (Symmetrical balance)** ทั้งซ้ายขวาเหมือนกัน การสมดุลแบบนี้จะทำให้ดูมั่นคงหนักแน่น ยุติธรรม เช่น งานราชการ โบวติบัตร ประกาศนียบัตร การถ่ายรูปติดบัตร เป็นต้น สมดุลแบบ 2 ข้างไม่เหมือนกัน (Asymmetrical balance) ด้านซ้ายและขวาจะไม่เหมือนกัน แต่มองดูแล้วเท่ากันด้วยน้ำหนักทางสายตา เช่น สมดุลด้วยน้ำหนักและขนาดของรูปทรง ด้วยจุดสนใจ ด้วยจำนวนด้วยความแตกต่างของรายละเอียด ด้วยค่าความเข้ม-จางของสี เป็นต้น

**3. การเน้นให้เกิดจุดเด่น (Emphasis)** ในการออกแบบจะประกอบด้วยจุดสำคัญหรือส่วนประธาน ในภาพ จุตรองลงมาหรือส่วนรองประธาน ส่วนประกอบหรือพวกรายละเอียดปลีกย่อย ต่างๆ หลักและวิธีในการใช้การเน้น

- เน้นด้วยการใช้หลักเรื่อง Contrast
- เน้นด้วยการประดับ
- เน้นด้วยการจัดกลุ่มในส่วนที่ต้องการเน้น
- เน้นด้วยการใช้สี
- เน้นด้วยขนาด
- เน้นด้วยการทำจุดรวมสายตา

**4. เอกภาพ (Unity)** ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นกลุ่มเป็นก้อน โดยที่องค์ประกอบภายในต้องกลมกลืนกันมี 2 แบบ คือ



เอกภาพแบบหยุดนิ่ง (Static unity) โดยใช้รูปทรงเรขาคณิตทำให้เกิดลักษณะหนักแน่น

เอกภาพแบบเคลื่อนไหว (Dynamic unity) ใช้รูปทรงหรือรูปร่างแบบธรรมชาติทำให้เคลื่อนไหวสนุกสนาน

**5. ความกลมกลืน (Harmony)** การจัดองค์ประกอบที่ใกล้เคียงกันหรือคล้าย ๆ กันมาจัดภาพทำให้เกิดความนุ่มนวลกลมกลืนกันมี 3 แบบ คือ

5.1 กลมกลืนในด้านประโยชน์ใช้สอย คือ ทำให้เป็นชุดเดียวกัน

5.2 กลมกลืนในความหมาย เช่น การออกแบบเครื่องหมายการค้า & โลโก้

5.3 กลมกลืนในองค์ประกอบ ได้แก่

- กลมกลืนด้วยเส้น-ทิศทาง
- กลมกลืนด้วยรูปทรง-รูปร่าง
- กลมกลืนด้วยวัสดุ-พื้นผิว
- กลมกลืนด้วยสี มักใช้ทฤษฎีที่ใกล้กัน
- กลมกลืนด้วยขนาด-สัดส่วน
- กลมกลืนด้วยน้ำหนัก

**6. ความขัดแย้ง (Contrast)** การจัดองค์ประกอบให้เกิดความแตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจหรือให้เกิดความสนุกตื่นเต้น น่าสนใจ ลดความเรียบ น่าเบื่อ ให้ความรู้สึกฝืนใจ ขัดใจ แต่ชวนมอง

**7. จังหวะ (Rhythm)** จังหวะเกิดจากการต่อเนื่องกันหรือซ้ำซ้อนกัน จังหวะที่ดีทำให้ภาพดูสนุกเปรียบได้กับเสียงเพลงอันไพเราะ ในด้านการออกแบบแบ่ง จังหวะ เป็น 3 แบบ คือ

7.1 จังหวะแบบเหมือนกันซ้ำๆกัน เป็นการนำเอาองค์ประกอบหรือรูปที่เหมือน ๆ กัน มาจัดวางเรียงต่อกัน ทำให้ดูมีระเบียบ (Order) เป็นทางการ การออกแบบลายต่อเนื่อง เช่น ลายเหล็กคัต ลายกระเบื้องปูพื้นหรือผนัง ลายผ้า เป็นต้น

7.2 จังหวะสลับกันไปแบบคงที่ เป็นการนำองค์ประกอบหรือรูปที่ต่างกันมาวางสลับกันอย่างต่อเนื่อง เป็นชุด เป็นช่วง ให้ความรู้สึกเป็นระบบ สม่าเสมอ ความแน่นอน

7.3 จังหวะสลับกันไปแบบไม่คงที่ เป็นการนำองค์ประกอบหรือรูปที่ต่างกันมาวางสลับกันอย่างอิสระ ทั้งขนาด ทิศทาง ระยะห่าง ให้ความรู้สึกสนุกสนาน

7.4 จังหวะจากเล็กไปใหญ่หรือจากใหญ่ไปเล็ก เป็นการนำรูปที่เหมือนกัน มาเรียงต่อกัน แต่มีขนาดต่างกันโดยเรียงจากเล็กไปใหญ่หรือจากใหญ่ไปเล็กอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาพมีความลึกลับมีมิติ

**8. ความง่าย (Simplicity)** เป็นการจัดให้ดูโล่ง สบายตา ไม่ยุ่งยากซับซ้อนมีมโนทัศน์เดียว ลดการมีฉากหลังหรือภาพประกอบอื่น ๆ ที่ไม่จำเป็นหรือไม่เกี่ยวข้องออกไป เพราะการมีฉากหลังรกทำให้ภาพหลักไม่เด่น นิยมใช้ในการถ่ายภาพที่ปรับฉากหลังให้เบลอ เป็นภาพเกี่ยวกับดอกไม้ แมลง สัตว์ และบุคคลนางแบบ เป็นต้น

**9. ความลึก (Perspective)** ให้ภาพดูสมจริง คือ ภาพวัตถุโดยอยู่ใกล้จะใหญ่ ถ้าอยู่ไกลออกไปจะมองเห็นเล็กลงตามลำดับ จนสุดสายตา ซึ่งมีมุมมองหลัก ๆ อยู่ 3 ลักษณะ คือ วัตถุอยู่สูงกว่าระดับตา วัตถุอยู่ในระดับสายตา และวัตถุอยู่ต่ำกว่าระดับสายตา

## 2.4 หลักการสร้างงานกราฟิก

### 1. การกำหนดพื้นหลังของภาพ

เป็นการกำหนดภาพ หรือสีพื้นหลัง โดยภาพหรือสีพื้นหลังที่ใช้นั้นควรมีโทนสีให้อารมณ์และสื่อความหมายได้ถูกต้องตามจุดประสงค์ของชิ้นงาน

### 2. การเลือกพื้นที่ภาพที่ใช้งาน

เป็นการตัด หรือคัดลอกบางส่วนของภาพต่างๆ ที่เราจะนำมาใช้ในชิ้นงานของเรา

### 3. การจัดวางภาพให้เหมาะสม

การนำภาพส่วนประกอบมารวมกันเป็นชิ้นงาน อาจมีบางภาพที่มีขนาดและมุมการจัดวางไม่ลงตัว เราก็สามารถขยาย หมุน และบิดภาพให้เข้ากัน

### 4. การใส่ข้อความ

เป็นการใส่ข้อความที่เป็นชื่อเรื่อง หรือคำบรรยายต่างๆ เข้าไปตกแต่งเพิ่มเติม

### 5. การนำภาพส่วนประกอบมาจัดซ้อนกัน

การนำภาพส่วนประกอบที่เลือกไว้มาทำการซ้อนกัน โดยบางส่วนอาจจะอยู่ด้านบน หรือด้านล่างตามจุดประสงค์ที่วางไว้

### 6. ตกแต่งทุกส่วนประกอบเข้ากันอย่างกลมกลืน

สุดท้ายจะพิจารณาภาพรวมชิ้นงานที่ได้ และปรับแต่งรายละเอียดของภาพประกอบแต่ละส่วนให้ดูกลมกลืนกัน เพื่อให้ได้ผลงานที่สวยงาม

## 2.5 แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบ

1. **คิดแบบค้นพบ (Discovery)** เป็นการคิดที่โอเดียใหม่ (Original Idea) หรือทฤษฎีใหม่ เช่น การค้นพบ ทฤษฎีแรงดึงดูดของโลกของ เซอร์ไอแซค นิวตัน หรือทฤษฎีสัมพัทธภาพของ จอห์น แนช ซึ่งเป็นเรื่องยากที่คนทั่วไป จะคิดได้

2. **คิดเชิงนวัตกรรม (Innovative)** เป็นการคิดประยุกต์ที่นำหลักการทางวิทยาศาสตร์มาผนวกให้เกิดคุณค่าใน การแก้ปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น การประดิษฐ์ทีวีขึ้นมา โดยนำหลักการเดินทางของคลื่นมาประยุกต์เป็นสิ่งประดิษฐ์

3. **คิดเชิงสังเคราะห์ใหม่ (Synthesis)** เป็นความคิดที่นำสิ่งที่มีอยู่เดิมมารวบรวม หรือ “ ยำ ” ให้เกิดความคิดที่สร้างเป็นสิ่งใหม่ขึ้นมา

4. **คิดแบบดัดแปลง (Mutation)** เป็นการนำปัญหาที่มีอยู่มาผนวกกับสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบันแล้วเกิดการปรับ เปลี่ยน คุณสมบัติของสิ่งที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นขนาด รูปร่าง รูปทรง เช่น ความคิดที่ จะนำเครื่องคอมพิวเตอร์ที่บ้านมาพกติดตัว เลยปรับขนาดกลายมาเป็นพ็อกเก็ตพีซี (Pocket PC) ในปัจจุบัน ในการออกแบบกราฟิกนั้นจะต้องใช้ความคิดในข้อที่ 3 และข้อที่ 4 มากที่สุด โดยความคิดที่ว่านี้จะใช้ในการคิด และผลิตงานออกแบบออกมาอย่างเป็นขั้นเป็นตอน

## 2.6 องค์ประกอบของการออกแบบภาพโฆษณา

องค์ประกอบของการออกแบบภาพโฆษณาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การจัดวางภาพ(Layout) และการออกแบบ (Design) ที่มีหลักในการออกแบบ

- กำหนดลำดับ (Impose Order) เพื่อให้จดจำและรับรู้ได้ง่าย
- ชี้นำสายตา (Guide the eye) ในประเทศทางตะวันตก ผู้อ่านมักจะอ่านจากบนลงล่าง จากซ้ายไปขวา ซึ่งเรียกกระบวนการนี้ว่า Gutenberg Diagonal ดังนั้นควรจัดวางให้ผู้อ่านดูได้ง่าย
- เน้นส่วนสำคัญ (Emphasize the important) ว่าจะเน้นส่วนพาดหัวหรือภาพให้เป็นจุดเด่น
- สร้างเอกภาพ (Create Unity) องค์ประกอบต่างๆจะต้องเชื่อมโยงลงตัวเป็นหนึ่งเดียว สอดคล้องกับข้อความที่ต้องการสื่อไปยังผู้บริโภค
- จัดแนวองค์ประกอบ (Align elements) เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในงานพาดหัว จะต้องนำไปสู่เนื้อหา ดังนั้นพาดหัวควรเป็นอยู่เหนือข้อความโฆษณาและภาพที่อยู่ในกลุ่มอื่นๆควรมีการจัดกลุ่ม

- จัดการกับพื้นที่ว่าง (Manage the white space) พื้นที่ว่างที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์อะไรสามารถใช้เป็นกรอบแยกองค์ประกอบที่ไม่ได้อยู่กลุ่มเดียวกันเป็น 2 กลุ่ม
- ใช้ความต่างสร้างจุดเด่น (Use contrast to stand out) ความต่างทำให้องค์ประกอบแยกจากกันและชี้ให้เห็นความสำคัญ
- คานน้ำหนักภาพ (Balance the visual weights) การวางภาพให้สมดุล ไม่ให้หนักไปด้านใดด้านหนึ่ง
- ใช้สัดส่วนที่น่าพอใจ (Use the pleasing proportions) การแบ่งส่วนที่เท่ากันจะทำให้ขาดความน่าสนใจเพราะดูเรียบเกินไป แต่ภาพ 2 ภาพที่มีขนาดเท่ากันจะแข่งกันดึงดูดความสนใจ
- ทำให้ดูง่าย (Simplify) หรือยิ่งน้อยยิ่งดี โดยทั่วไปยิ่งมีองค์ประกอบต่าง ๆ มากในการจัดวาง ภาพผลกระทบต่อผู้อ่านก็จะมีน้อยลง
- การใช้สี (Coloring) เพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างความสมจริง
- การใช้ตัวอักษร (Typography) ว่าจะเลือกใช้ตัวใหญ่ ตัวหนาหรือแบบอักษรที่เหมาะสม

