



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การตัดต่อวิดีโอแฟชั่นเพื่อโฆษณานิตยสาร MIX MAGAZINE ผ่านสื่อ
ออนไลน์ โดยบริษัทมิตรมาयाจำกัด ปี พ.ศ. 2561

โดย

นายชวนากร สุนทรพิทักษ์ รหัสนักศึกษา 5904600029

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการโฆษณา

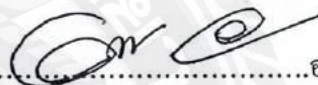
คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560


หัวข้อรายงาน : ตัดต่อวีดิโอเฟชั่นเพื่อโฆษณานิคมสาร MIX MAGAZINE ผ่านสื่อ
ออนไลน์
รายชื่อผู้จัดทำ : นายชวนากร สุนทรพิทักษ์
ภาควิชา : โฆษณา
อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์


อนุมัติให้รายงานฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาการ โฆษณา
ประจำภาคการศึกษาที่ 3 ปี การศึกษาที่ 2560

คณะกรรมการการสอบรายงาน


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์)

นางศกร จันทร์ตนาสกุล พนักงานที่ปรึกษา
.....
(คุณพงศกร จันทร์ตนาสกุล)


.....ประธานกรรมการ
(อาจารย์ฐานทัศน์ ชมภูพล)


.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ติมปะวัฒนะ)

ชื่อรายงาน	: การตัดต่อวิดีโอแฟชั่นเพื่อโฆษณานิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์ โดยบริษัทมิตรมาษาจำกัด ปี พ.ศ. 2561
ชื่อนักศึกษา	: นายชวนากร สุนทรพิทักษ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์
ระดับการศึกษา	: ปริญญาตรี
ภาควิชา	: การโฆษณา
คณะ	: นิเทศศาสตร์
ภาคการศึกษา/ ปีการศึกษา	: 3 /2560

บทคัดย่อ

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเรื่อง “การตัดต่อวิดีโอแฟชั่นเพื่อโฆษณานิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการตัดต่อวิดีโอแฟชั่นเพื่อโฆษณานิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์ 2) เพื่อได้ศึกษากระบวนการสร้างสรรค์วิดีโอแฟชั่นเพื่อโฆษณานิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงการประสานงานในส่วนต่างๆ จากการปฏิบัติงานจริง ให้เกิดความพัฒนาการทำงานในอนาคตได้

จากการที่ผู้จัดทำได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานในบริษัท มิตรมาษา จำกัด ตำแหน่งผู้ช่วยตัดต่อวิดีโอ โดยมีหน้าที่รับผิดชอบหลักเกี่ยวกับการตัดต่อวิดีโอแฟชั่นและโฆษณานิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์ โดยปัญหาที่พบในการตัดต่อวิดีโอคือการหาเพลงมาประกอบคลิปวิดีโอและต้องเป็นเพลงที่ไม่ติดลิขสิทธิ์ไม่เช่นนั้นจะไม่สามารถอัพโหลดวิดีโอลงในสื่อออนไลน์ได้ ซึ่งมีวิธีแก้ไขคือต้องหาเพลงที่ไม่มีลิขสิทธิ์มาประกอบแทน นอกจากนี้ยังมีภาระงานอื่นๆ ที่ให้ความช่วยเหลือแก่พนักงานที่ปรึกษาและผู้ร่วมงานคนอื่นๆ ตามความสามารถ ซึ่งเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระงานและสร้างประโยชน์ให้แก่องค์กรอีกด้วย

ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์นี้ นอกจากจะได้พัฒนาทักษะทางวิชาชีพแล้ว ยังได้พัฒนาทักษะการปฏิบัติงานตามสภาพจริง และได้นำเอาความรู้ความสามารถ นำมาปรับใช้กับการทำงานจริงได้ ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนก้าวเข้าสู่การทำงานอย่างมืออาชีพต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : โฆษณา / ตัดต่อ

Project Title : The Study of Advertising Edition of Mix Magazine
Credits By : Mr.Chawanakorn Sunthornpithak
Advisor : Mr.Ekkasit Auychaiwat
Degree : Bachelor of Communication Arts
Major : Advertising
Faculty : Communication Arts
Semester / Academic year : 3 / 2017

Abstract

This report studies the advertising production of Mix Magazine. It has objectives to investigate the edition of fashion video for advertising online, and examine the processes of fashion video production for this magazine. The student was assigned to work as an editor assistant with responsibilities to do the editing works. The results found that searching the music for video clip production must be performed legally, that is it should be a copy right music otherwise the music could not be uploaded to the system. Upon the completion of this project, student can learn more how to work as a team and enhance professional knowledge in this field.

Keywords: Advertising, Edition

Approved by

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท มิตรมาชา จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีค่ามากมายสำหรับรายงานสหกิจศึกษาลงฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. คุณชโลธร ศิวรัตน์ เจ้าของสถานประกอบการ
2. คุณพงศกร จันทรัตนสกุล พนักงานที่ปรึกษา
3. อาจารย์เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริงซึ่งผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

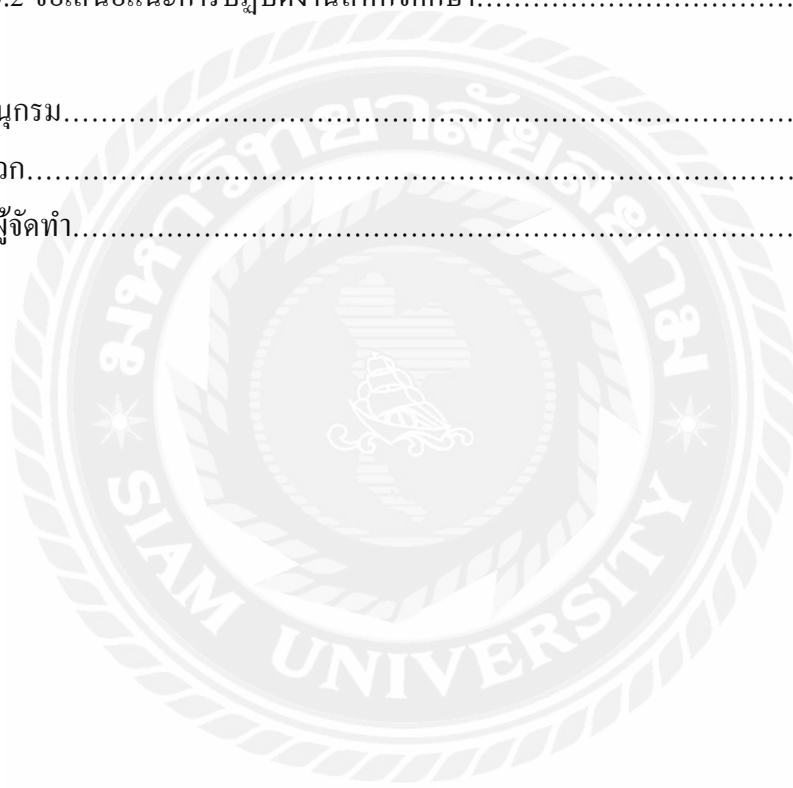
นายชวานกร สุนทรพิทักษ์

วันที่ 31 สิงหาคม 2561

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อ.....	ค
Abstract.....	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 ขอบเขตของรายงาน.....	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	2
บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างวิดีโอ.....	3
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	4
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร.....	7
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	8
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	9
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร.....	12
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	12
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	12
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	12
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	13
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	14

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	หน้า
4.1 ขั้นเตรียมการ.....	16
4.2 ขั้นตอนการผลิต.....	16
4.3 ขั้นตอนหลังการผลิต.....	18
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	19
5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	19
บรรณานุกรม.....	21
ภาคผนวก.....	23
ประวัติผู้จัดทำ.....	25



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	13



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท มิตรมาथा จำกัด.....	8
รูปที่ 3.2 แผนที่บริษัท มิตรมาथा จำกัด.....	8
รูปที่ 3.3 ตัวอย่าง MiX Magazine.....	11
รูปที่ 4.2.1 การตัด Footage ที่ไม่ได้ใช้ทิ้งไป.....	16
รูปที่ 4.2.4 เพิ่ม Effects กราฟิก ดนตรีประกอบ.....	17
รูปที่ 4.2.5 เพิ่มความน่าสนใจให้กับมุมมองต่างๆ ในวิดีโอ.....	18
รูปที่ 4.3 ขั้นตอนหลังการตัดต่อ.....	18
รูปที่ใช้ในการโฆษณาวิดีโอเฟซบุ๊ก เดือน มิถุนายน.....	23
รูปที่ใช้ในการโฆษณาวิดีโอเฟซบุ๊ก เดือน กรกฎาคม.....	23
รูปที่ใช้ในการโฆษณาวิดีโอเฟซบุ๊ก เดือน สิงหาคม.....	24
รูปที่ใช้โฆษณาวิดีโอ MiX MAGAZINE ผ่านสื่อ Facebook.....	24

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันมีนิตยสารมากมายต้องปิดตัวลง เพราะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมน้อยลงกว่าแต่ก่อน ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดนิตยสาร จึงต้องหาช่องทางใหม่ๆ ในการโปรโมทโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยการใช้สื่อที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบันคือ สื่อออนไลน์ มาเป็นตัวช่วยในการคงอยู่ของนิตยสารของตนเองให้อยู่คู่ควบคู่ไปได้ในยุคปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook , Twitter , IG และ Youtube เป็นต้น

โดยสื่อออนไลน์ถือเป็นสื่อแขนงใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เพราะสามารถหาข้อมูลได้รวดเร็วและทันทุกสถานการณ์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของข่าวสารหรือเรื่องความบันเทิง อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้คนสามารถใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารกันอีกด้วย รวมไปถึงการโปรโมทสินค้าและบริการ โดยอาศัยการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็นสื่อหลักในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้นจึงได้จัดทำรายงานเล่มนี้ขึ้นมา เพื่อศึกษาการตัดต่อวิดีโอแฟชันเพื่อโปรโมทนิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์ องค์ประกอบ รูปแบบ ชนิด ประเภท ภาพเคลื่อนไหว การเขียนเค้าโครงเรื่อง การลำดับภาพ การตัดต่อภาพและเสียงด้วยคอมพิวเตอร์ เครื่องมือและซอฟต์แวร์ในการผลิตงานสื่อ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1 เพื่อศึกษาการตัดต่อวิดีโอเฟชั่นเพื่อโปรโมทนิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์
- 2 เพื่อได้ปฏิบัติงานจริงในการตัดต่อวิดีโอเฟชั่นเพื่อโปรโมทนิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงการประสานงานในส่วนต่างๆ จากการปฏิบัติงานจริง ให้เกิดการพัฒนาการทำงานในอนาคตได้

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาระบบการตัดต่อวิดีโอเฟชั่นเพื่อโปรโมทนิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อศึกษาการตัดต่อวิดีโอเฟชั่นเพื่อโปรโมทนิตยสาร MiX MAGAZINE ทำให้มีความรู้ความเข้าใจ และมีทักษะเกี่ยวกับการออกแบบภาพเคลื่อนไหว การเขียนเค้าโครงเรื่อง การลำดับภาพ การตัดต่อภาพและเสียงด้วยคอมพิวเตอร์ เครื่องมือและซอฟต์แวร์ในการผลิตงาน

โดยขอบเขตการศึกษาอยู่ในช่วงระยะเวลา 16 สัปดาห์ ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 – 31 สิงหาคม 2561

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบกระบวนการตัดต่อวิดีโอเฟชั่นเพื่อโปรโมทนิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์
2. ได้เรียนรู้การผลิตคลิปวิดีโอเฟชั่นเพื่อโปรโมทนิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงการประสานงานในส่วนต่างๆ จากการปฏิบัติงานจริง ทำให้เกิดการพัฒนาการทำงานในอนาคตได้

บทที่ 2

บททวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความเป็นมาและความหมายของงานกราฟิก

งานกราฟิกมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยโบราณ ดังตัวอย่างที่พบ คือ ภาพวาดบนผนังถ้ำของมนุษย์โบราณ ที่แสดงออกถึงพิธีกรรมหรือกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การล่าสัตว์ การบวงสรวง จำนวนและชนิดของสัตว์ ในปัจจุบันสังคมมนุษย์ได้ใช้งานกราฟิกในเกือบทุกกิจกรรม เช่น การศึกษา การออกแบบการตลาด การนำเสนอข้อมูลการแสดงออกทางศิลปะ การโฆษณาผลิตภัณฑ์ ภาพยนตร์และด้วยความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีผลทำให้การสร้างและใช้งานกราฟิกสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมาก งานกราฟิกจึงมีความสำคัญและมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์การสื่อความหมายระหว่างมนุษย์เป็นกิจกรรมทางสังคมของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ มนุษย์รู้จักใช้เครื่องมือที่เป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายและมีความแตกต่างกันตามความเจริญของสังคมมนุษย์ในแต่ละยุคสมัยมนุษย์ยุคเริ่มแรกยังไม่มีภาษาและสัญลักษณ์จึงใช้ของจริงและสภาวะจริงรอบตัวในการสื่อความหมายต่อกัน

เมื่อประมาณแสนปีมาแล้ว เผ่าพันธุ์ของมนุษย์ในยุคปัจจุบัน หรือที่เรียกว่า โฮโมซาเปียน (Homo Sapiens) รู้จักรวมกันเป็นกลุ่มอาศัยในถ้ำ ได้ใช้สีตามธรรมชาติเขียนลายเส้นบนหน้าตาและร่างกายเพื่อเป็นเครื่องหมายสื่อความหมายบอกบทบาท บอกหมู่เหล่า ลายเส้นบนเครื่องมือบอกวิธีใช้และความเป็นเจ้าของและเขียนภาพเหมือนของคน สัตว์ และสิ่งของบนผนังถ้ำ เพียงการชี้ไปยังภาพบนผนังถ้ำก็จะสื่อความหมายต่อกันได้ว่า สัตว์ชนิดใด ใช้อาวุธอะไร ใช้คนเท่าไรทำให้การล่าสัตว์ทำได้ดีขึ้นและปลอดภัยมากขึ้น ภาพเหล่านี้ช่วยให้การสื่อความหมายทำได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น สามารถใช้อธิบายและสื่อความหมายเป็นเรื่องราวและเป็นพื้นฐานในการวิวัฒนาการมาเป็นภาษาพูดและภาษาเขียนในสมัยต่อมา

2.2 ความหมายของการออกแบบกราฟิก (Definition of Graphic Design)

ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “กราฟิก” ไว้อยู่หลายความหมายด้วยกัน ในสมัยโบราณ หมายความว่า ภาพลายเส้นหรือภาพที่เกิดจากการวัด จากการขีดเขียนที่แสดงด้วยตารางหรือแผนภาพ การวาดเขียนการระบายสี การสร้างงานศิลปะบนพื้นระนาบ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า งานกราฟิกหมายถึงกระบวนการออกแบบต่างๆ ในสิ่งที่เป็นวัสดุ 2 มิติ คือมีความกว้างและความยาวเท่านั้น เช่น งานออกแบบบ้านของสถาปนิกในการเขียนแบบ ตัวภาพและรายละเอียดบนแผ่นบ้านเรียกว่าเป็นงานกราฟิกการเขียนภาพเหมือนจริงของจิตรกร การออกแบบภาพโฆษณาของนักออกแบบ การออกแบบฉลาก หรือลวดลายหรือภาพประกอบ หรือตัวอักษรที่ปรากฏบนฉลากสินค้า บนตัวสินค้าหรือบนภาชนะบรรจุสินค้า ฯลฯ เหล่านี้จัดว่าเป็นงานกราฟิกทั้งสิ้น

คำว่า การออกแบบ (Design) ก็มีความหมายเป็นหลายนัยเช่นกัน จากรายศัพท์ลาตินคำว่า Design ซึ่งมาจาก Designare หมายถึง กำหนดออกมา กะหรือขีดหมายไว้ เป้าหมายที่จะแสดงออกซึ่งหมายถึงสิ่งที่อยู่ในอำนาจความคิด (Conscious) อันอาจเป็น โครงการ รูปแบบหรือแผนผังที่ศิลปินกำหนดขึ้นด้วยการจัดทำทางถ้อยคำ เส้น สี รูปแบบ โครงสร้างและวัสดุต่างๆ โดยใช้หลักเกณฑ์ทางความงามหรือสุนทรียภาพ (Aesthetic Principle) ประดิษฐ์คิดสร้างสรรค์ขึ้นจากสิ่งที่ยากที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่ย่างยากสลับซับซ้อนเต็มที่

กราฟิกดีไซน์ คือ การออกแบบรูปภาพสัญลักษณ์ที่มองเห็นด้วยตา (เป็นทัศนศิลป์อย่างหนึ่ง) และมีหน้าที่สื่อความหมายจากสัญลักษณ์สู่ความหมาย คนส่วนใหญ่มักเข้าใจผิดว่ากราฟิกดีไซน์เป็นงานที่ทำด้วยคอมพิวเตอร์หรือเป็นการสร้างแอนิเมชันสามมิติ ซึ่งในความเป็นจริงคอมพิวเตอร์เป็นเพียงเครื่องมือชิ้นหนึ่งที่ช่วยในการสร้างงานกราฟิกดีไซน์ได้ เช่นเดียวกับ ดินสอปากกา พู่กันกราฟิกดีไซน์ เป็นการทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษ graphic design คำว่า graphic มีคำในภาษาไทยที่ ใช้แทนได้คือ เรขศิลป์, เลขศิลป์ หรือ เรขภาพ ส่วน design แปลว่า การออกแบบ เมื่อรวมกันแล้ว กราฟิกดีไซน์จึงมีความหมายว่า การออกแบบเรขศิลป์ หรือ การออกแบบเลขศิลป์ Graphic design criteria

2.3 หลักการออกแบบกราฟิก (THE PRINCIPLE OF GRAPHIC DESIGN)

ก่อนที่จะทำงานออกแบบกราฟิกประเภทใดก็ตาม สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงคือ การกำหนดจุดประสงค์ที่ชัดเจนของงาน เพราะช่องทาง รูปแบบและวิธีการ ของการนำเสนอมีมาก มีความรวดเร็ว ไร้ขอบเขต เช่นใน เว็บไซต์ เครื่องข่ายอินเทอร์เน็ตต่างๆ ซึ่งต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้ทันเหตุการณ์ อาจจะทำให้เกิดความสับสน ยุ่งยากในการดำเนินงาน มีผลกระทบต่อการทำงาน เกิดความไม่เป็นระบบ มีการสูญเสียและสิ้นเปลืองโดยไม่จำเป็น ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรมีหลักการ และข้อควรคำนึงก่อนการเริ่มงานเพื่อการแก้ปัญหาที่ถูกต้อง รัดกุมและวางแผนการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีตลอดจนจบกระบวนการ ไม่มีปัญหาและอุปสรรค หลักการดำเนินงานออกแบบกราฟิก

หลักการดำเนินงานและการวางแผนขั้นต้นของการออกแบบกราฟิกมีดังนี้

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

2) กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร แบ่งเป็นเพศ ชาย หญิงหรือบุคคลทั่วไป มีช่วงอายุเท่าใด นิสิต นักศึกษาหรือเฉพาะกลุ่มสนใจ ข่าวสารที่ให้มีความยาก-ง่าย หรือมีความเป็นสากลหรือไม่ เฉพาะคนในประเทศหรือชาวต่างชาติ ซึ่งผู้ออกแบบจำเป็นต้องรู้และเข้าใจเพื่อวางแผน ดำเนินการกับข่าวสาร ออกแบบ และการนำเสนอให้ตรงจุดกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้ถูกต้อง

3) สิ่งที่ต้องการบอกคืออะไร หมายถึง วิธีการที่จะสื่อความหมายกับผู้รับรู้หรือกลุ่มเป้าหมาย และถ้าที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ล่วงหน้า ชัดเจนแล้วก็จะทำให้ผู้ออกแบบมีความสะดวกในการที่จะบอกหรือสื่อความหมายได้ง่ายขึ้น เช่น การเลือกใช้สัญลักษณ์ เครื่องหมาย และภาพประกอบต่าง ๆ สื่อแทนคำศัพท์ ข้อความที่เป็นนามธรรม ได้ตรงตามระดับความสามารถในการรับรู้ของผู้รับ จะช่วยให้เกิดความเข้าใจในความหมายของข่าวสารนั้น ๆ จำได้ในเวลาอันรวดเร็วและจดจำไว้ตลอดไป

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

1.4 การออกแบบกราฟิก ส่วนใหญ่เป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกถึงการสื่อความหมายในลักษณะของตัวอักษรและภาพในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารทางทัศนสัญลักษณ์ (Visual form) ดังนั้นในการออกแบบจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องมีการเรียนรู้เกี่ยวกับมองเห็นและจิตวิทยาที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบกราฟิกและสื่อเป็นขั้นตอนหนึ่งของการสร้างสรรค์งานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการงานกราฟิก งานทางด้านสิ่งพิมพ์ โดยมีหลักการคิดและวิธีการดำเนินการที่ต้องอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อความหมาย หลักการทางศิลปะประยุกต์และทฤษฎีการรับรู้ทางจิตวิทยา การออกแบบงานกราฟิกจึงต้องกระทำอยู่บนพื้นฐานขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.4 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 การกำหนดทิศทางของเส้นให้อยู่ในแนวที่ต่างกันจะให้ความรู้สึกที่ต่างกันดูมั่นคง บางครั้งดูเคลื่อนไหว และเจริญอกงามเติบโตเช่น เส้นตั้ง (Vertical Line) ให้ความรู้สึกสูงสง่า แข็งแรง มั่นคง ถ้าสูงมาก ๆ ก็จะทำให้ความรู้สึกไม่ปลอดภัย แต่จะบอกความเติบโต ถ้านำมาประยุกต์ในการแต่งกาย โดยใส่เสื้อลายแนวเส้นตั้งจาก แนวตั้ง จะช่วยให้ดูสูงขึ้น และถ้าออกแบบให้ดูกลมลง อาจใช้เพียง 2-3 เส้น

เส้นนอน (Horizontal Line) ให้ความรู้สึกสงบ ราบเรียบ แน่นอน มั่นคง ปลอดภัย ความนิ่ง พักผ่อน เป็นธรรมชาติ เส้นเฉียง (Oblique Line) ให้ความรู้สึกไม่มั่นคง ไม่ปลอดภัย ตื่นเต้น สนุกสนานแสดง การเคลื่อนไหว ที่ไม่อยู่นิ่ง เส้นโค้ง (Curve) จะให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว นุ่มนวล อ่อนหวาน เชื่องช้า กระชับและเป็นอันหนึ่งอันเดียว เส้นกระจาย เป็นเส้นที่ออกจากจุดศูนย์กลางให้ความรู้สึก มีพลัง กระปรี้กระเปร่า สร้างสรรค์ เดินทางออกไปทุกทิศพร้อมๆกัน พองออก แดกตัว เส้นลักษณะอื่นๆ เช่น เส้นหยัก เส้นประ เส้นจุดผสมเส้นประ ต่างก็ให้ความรู้แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่า จะนำไปประกอบกับรูปอะไร

3) ทิศทาง (DIRECTION) ทิศทาง คือ ลักษณะที่แสดงให้รู้ว่า รูปแบบทั้งหมดมีแนวโน้ม ไปทางใด ทำให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึกว่า มีการเคลื่อนไหว (Movement) นำไปสู่จุดสนใจ

4) รูปทรง (FORM) เกิดจากระนาบที่ปิดล้อมกันทำให้เกิดปริมาตร (Volume) มี 3 มิติ คือ ความกว้าง ความยาว และความสูง แบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ รูปทรงเรขาคณิต รูปทรงธรรมชาติและ รูปทรงอิสระ 1. รูปทรงเรขาคณิต (Geometric Form) เป็นรูปทรงที่มีด้านแต่ละด้านคล้ายกัน มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระเบียบ มีแกนที่สมดุล มักจะประกอบด้วยเส้นตรงและเส้นโค้ง ที่มีแบบแผน 2. รูปทรงธรรมชาติ (Original Form) มักจะประกอบด้วยเส้น โค้ง (Curves) เส้นอิสระทั้งอยู่ในลักษณะสมดุลและไม่สมดุลรูปทรงธรรมชาติจะให้ความรู้สึกอ่อนไหว

3. รูปทรงอิสระ (Free Form) รูปด้านแต่ละด้านมักจะ ไม่สัมพันธ์กัน ไม่มีความสมดุล ไม่เป็นระเบียบ ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวได้ การเปลี่ยนแปลงรูปทรงเป็นการปรับเปลี่ยนเพื่อความลงตัว ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ หรือมีรูปทรงใหม่ในเชิงเพิ่ม ลดปริมาตร การแยกส่วน การเจาะทะลุ เป็นต้น เช่น

2.5 เทคนิคการกลับพื้นภาพมีผลต่อสายตาผู้ดู

จากการออกแบบกลับพื้นภาพ ทำให้เกิดการสร้างสรรค์งาน เป็นสัญลักษณ์ (Logo) และเป็นที่นิยม เพราะมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ นอกจากนี้ยังมีผลของการมองเห็นว่า ภาพสีขาวที่อยู่ในพื้นสีดำ จะทำให้ดูโตขึ้น 10-15 % สังเกตภาพตัวอักษร A ในข้อที่ 6 ตัวอักษรดำและขาวโตเท่ากันในการทำต้นแบบ เมื่อตัว A อีกตัวหนึ่งไปอยู่ในพื้นดำทำให้ดูโตกว่า เทคนิคนี้นิยมนำไปใช้ทำตัวอักษรพาดหัวข่าวสำคัญในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ตัวอย่างสัญลักษณ์ (Logo) ที่กลับพื้น

หรือใช้เทคนิคส่วนสีขาวในสีดำ (ภาพสัญลักษณ์ มาจากหนังสือโลโก้สำนักพิมพ์สุภาพใจ2542)
ขนาดและสัดส่วน(Size & Scale)ขนาด (Size)ขนาด คือ การเปรียบเทียบรูปร่างหรือรูปทรง การวัด
สัดส่วน ระยะหรือขอบเขต

สัดส่วน (Scale)สัดส่วน คือ ความเหมาะสมของสิ่งของตั้งแต่ 2 สิ่งขึ้นไป มีความสัมพันธ์กันการหา
ความสัมพันธ์ของขนาดและสัดส่วนในการออกแบบต้องคำนึงถึงขนาดและสัดส่วนของผู้ใช้และ
กิจกรรมภายในเป็นหลัก ในงานออกแบบโดยทั่วไป มีหลักเกี่ยวกับขนาดและสัดส่วนดังนี้

- ขนาดที่ต่างกันจะให้ความรู้สึกขัดกัน(Contrast)
- ขนาดใกล้เคียงกันให้ความรู้สึกกลมกลืนกัน(Harmony)
- ความแตกต่างของขนาดทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว(Dynamic)

วัสดุและพื้นผิว(MaterialandTexture)วัสดุ(Material)

วัสดุ คือ วัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ โดยเลือกความเหมาะสม ตรงตามลักษณะ
ของงาน ถ้าทำลงบนกระดาษวาดเขียน อาจเป็นรูปลวดลายต่างๆแบบทึบแสง ถ้าทำลงบนแผ่น
โปสเตอร์ใช้รูปหรืออักษรลวดลายสีโปสเตอร์เป็นต้น

พื้นผิว (Texture)คือ ลักษณะเฉพาะ ที่เกิดจากโครงสร้างของวัสดุ อาจนำวัตถุดิบหลาย ๆ
อย่างมา สร้างให้เกิดพื้นผิวใหม่ หรือความรู้สึกในการแยก จำแนกความเรียบความขรุขระ ความ
แตกต่างของพื้นผิวในทางกราฟิก สามารถแยกออกได้ด้วยประสาทสัมผัส ทางตา เป็นส่วนใหญ่
พื้นผิวที่ต่างกันจะให้ความรู้สึกต่างกันเช่นผิวขรุขระ ให้ความรู้สึกปลอดภัย มั่นคง แข็งแรง
สาก สะดุด หยาบ ระคายเคือง ในบางสถานะทำให้ดูเล็กกว่า ความจริง เช่น ผิวขรุขระของกำแพงที่
ก่อด้วยศิลาแลงหรือหิน กาบ จะดูแข็งแรงบึกบึน ในการสร้างงานกราฟิกลงบนกระดาษ เช่น รูป
หลังคาบ้านลายสังกะสี กระจเบื้องลอนแบบต่างๆ ผนังตึก ซึ่งลวดลาย ขรุขระ เหล่านี้จะนำมาจาก
แผ่นรูปลอก ซึ่งในปัจจุบันใช้ลวดลายสำเร็จรูปจากคอมพิวเตอร์ ผิวเรียบมัน ให้ความรู้สึกไม่มั่นคง
ลื่น หุหรวา วาบหวาม สดใส แสงสะท้อน ในบางสถานะทำให้ดูใหญ่กว่าปกติ เช่น ผนังตึกที่ฉาบ
ปูนเรียบหรืออาคารที่เป็นกระจกทั้งหลัง จะดูประาะบาง แฉวาว ตัวอย่างงานกราฟิกที่ต้องการความ
เป็นมันวาว ที่ใช้เทคนิคแผ่นรูปลอกที่มีลายไล่โทนสำเร็จรูป ตัวอย่างภาพกราฟิกที่สร้างความเป็น
มันวาวด้วย เทคนิคพู่กันลม(airbrush)ผสมกับการวาดด้วยมือ

ระนาบ (Plane)คือ เส้นที่ขยายออกไปในทางเดียวกัน จนเกิดเป็นพื้นที่ขึ้นมา แบ่งได้ดังนี้

1. Overhead plane ระนาบที่อยู่เหนือศีรษะอยู่ข้างบน ให้ความรู้สึกปลอดภัย เหมือนมีหลังคาคลุมมีสิ่งปกป้องจากด้านบน

2. Vertical plane ระนาบแนวตั้ง หรือตัวปิดล้อม เป็นส่วนบอกขอบเขตที่ว่าง ตามแนวนอน ความกว้างความยาว

3. Base plane ระนาบพื้น ระดับดิน หรือระดับเสมอสายตา อาจมีการเปลี่ยนหรือเล่นระดับ เพื่อให้เกิดความรู้สึกต่างๆ

1.4.2 สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงหลักการการออกแบบงานกราฟิกดังนี้

1) ความมีเอกภาพ (unity) เอกภาพ หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันไม่แตกแยกกัน หรืออยู่รวมกันได้ดีระหว่างองค์ประกอบ เช่น เส้น รูปร่าง รูปทรง ซึ่งสายตามองเห็น และรู้สึกได้ว่า มีความกลมกลืนต่อเนื่องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การสร้างงานออกแบบให้มีเอกภาพมี4วิธีดังนี้

1.1) นำมาใกล้ชิดกัน (Proximity) คือ การนำองค์ประกอบที่อยู่กระจัดกระจาย นำมาจัดให้อยู่ใกล้ชิดกัน ทำให้เหมือนเป็นเรื่องเดียวกัน จะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นเรื่องราวที่มีความสัมพันธ์กัน

1.2) การซ้ำ (Repetition) คือ การจัดองค์ประกอบในส่วนต่างๆให้ซ้ำกัน สัมพันธ์กัน ซึ่งองค์ประกอบที่ซ้ำกันอาจเป็นได้ทั้งสี รูปร่าง ผิวสัมผัส ทิศทาง หรือมุม

1.3) การกระทำต่อเนื่อง (Continuation) คือ เป็นการกระทำที่ต่อเนื่องเป็นธรรมชาติ โดยใช้ความต่อเนื่องของ เส้น มุม หรือทิศทาง จากรูปร่างหนึ่งไปอีกรูปร่างหนึ่ง รูปร่างจะดูไม่ล่องลอยอยู่อย่างสับสน แต่จะจัดให้อยู่ในรูปแบบที่ค่อนข้างแน่นอน และก่อให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียว

1.4) ความหลากหลาย (Variety) ถึงแม้ว่าเอกภาพจะเป็นการออกแบบที่มีความกลมกลืนกันขององค์ประกอบต่างๆ แต่การสร้างภาพให้มีเอกภาพมากเกินไปจะทำให้ภาพนั้นเกิดความน่าเบื่อ เช่นภาพกระดานหมากรุก แต่เมื่อนำรูปทรงต่างๆ ซึ่งอาจจะซ้ำกันแต่ขนาดต่างกัน สีก็อาจจะซ้ำกันได้แต่ต่างระดับสี ไม่ใช่การซ้ำแบบธรรมดาแต่เป็นความหลากหลายที่แตกต่างกันเช่นภาพของมอนดรียนชื่อจังหวะลีลาของเส้นตรง

2) ความกลมกลืน (harmony) ความกลมกลืน หมายถึงการประสานให้กลมกลืน เป็นพวก เป็นหมู่ให้เกิดความเหมาะสมสวยงาม เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ไม่ขัดแย้งซึ่งกันและกัน วัตชนะ (2527: 111) ได้แบ่งความกลมกลืนในการออกแบบแบ่งเป็น 5 ประเภท คือ

2.1) การออกแบบให้เส้นมีทิศทางที่กลมกลืนกันไปมาในทางเดียวกัน (Harmony of Direction) ซึ่งแบ่งออกเป็น การออกแบบให้เส้นกลมกลืนกันในแนวทแยง (Diagonal Direction) การออกแบบให้เส้นกลมกลืนกันในแนวราบ (Horizontal Direction) การออกแบบให้เส้นกลมกลืนในแนวโค้ง (Curved Direction)

2.2) การออกแบบให้กลมกลืนกันด้วยรูปร่าง (Harmony of Shape) คือการออกแบบให้มีรูปร่าง ขนาดใกล้เคียงกัน หรือมีรูปร่างเหมือนกัน แต่ขนาดต่างกัน

2.3) การออกแบบให้กลมกลืนกันด้วยขนาด (Harmony of Size)

2.4) การออกแบบให้กลมกลืนกันด้วยสี (Harmony of Colors)

2.5) การออกแบบให้กลมกลืนกันด้วยลักษณะผิว (Harmony of Texture)

3) ความมีสัดส่วนที่สวยงาม (proportion) สัดส่วน หมายถึง ความสัมพันธ์ของส่วนต่างๆ ในตัวของวัตถุเอง และความสัมพันธ์เมื่อเทียบกับวัตถุอื่น สำหรับงานออกแบบที่น่าสัดส่วนมาใช้ต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์และเหมาะสมกับรูปร่างนั้นๆ ข้อคิดในการนำสัดส่วนมาใช้ในงานออกแบบมีดังนี้

3.1) ออกแบบอย่างไร โดยนำสัดส่วนต่างๆ มาใช้ให้มีความสัมพันธ์กับช่วงระยะ

3.2) พิจารณาขนาดให้สัมพันธ์กับสัดส่วนเป็นกลุ่มและได้ผลตามต้องการชาวกรีกโบราณ ได้สร้างกฎแห่งความงามขึ้นมาเรียกว่า "สัดส่วนทอง" (Golden Section) ซึ่งสัดส่วนที่กล่าวถึงคือ 2:3 ซึ่งหมายถึง ความกว้าง 2 ส่วน และความยาว 3 ส่วน

3.3) การจัดสัดส่วนของรูปร่าง (Figure Proportion) คือ ผู้ออกแบบจะจัดสัดส่วนขององค์ประกอบต่างๆ ให้สวยงาม และเหมาะสม ซึ่งขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายและของงาน

3.4) การจัดสัดส่วนของเนื้อที่ (Area Proportion) คือ การจัดสัดส่วนของเนื้อที่เกี่ยวกับการออกแบบ เช่น การออกแบบอาคารมักจะใช้รูปร่างเป็นสี่เหลี่ยม และมีองค์ประกอบอื่นๆ ของอาคารเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมไปด้วย เช่น หน้าต่าง ประตู เพื่อให้เกิดความกลมกลืนและสัมพันธ์กันในทางรูปร่าง

4) ความมีสมดุล (Balance) ความสมดุล หมายถึง ความเท่ากัน หรือการถ่วงเพื่อให้เกิดการเท่ากันการเท่ากันนี้อาจจะไม่เท่ากันจริงๆ ก็ได้แต่เท่ากันในความรู้สึกของมนุษย์

มาโนช (2538: 143-144) กล่าวว่า ในทางศิลปะและการออกแบบ เราแทนค่าของก้อนน้ำหนักเป็นภาพที่เห็นด้วยตา เช่น น้ำหนักเป็นเส้น รูปร่าง รูปทรง หรือสี ซึ่งเป็นการรับรู้ได้ทางประสาทตา คุลยภาพที่เกิดขึ้นนี้มี3ลักษณะคือ

4.1) สมดุลที่เท่ากัน (Symmetrical Balance หรือ Formal Balance) เป็นการจัดวางภาพสองข้างที่มีขนาดเท่ากันลงบนพื้นที่ ซึ่งแต่ละภาพจะถูกจัดวางห่างจากศูนย์กลางเท่ากัน จะได้สมดุลที่เท่ากันซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกนิ่งอยู่กับที่ มั่นคง สง่างามน่าเกรงขาม

4.2) สมดุลที่ไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance หรือ Informal Balance) ภาพสองข้างไม่เท่ากัน โดยข้างหนึ่งมีขนาดมากกว่าอีกข้างหนึ่ง ทำให้เกิดคุลยภาพที่ไม่เท่ากันซึ่งกรหาตำแหน่งเพื่อจัดวางภาพให้เกิดสมดุลแบบนี้ มักนิยมใช้กฎแห่งการชดเชย (Rule of Compensation) และกฎอมตะ (Golden Rule) คือ จะต้องเลื่อนภาพข้างที่มีน้ำหนักมากกว่าเข้ามาใกล้จุดศูนย์กลาง จึงจะทำให้เกิดความสมดุล หรือ ตำแหน่งที่เกิดจากเส้นแบ่งส่วน 3 ส่วน ในแนวตั้งฉาก และแนวนอนตัดกัน คือตำแหน่งที่เหมาะสมสำหรับวางภาพเพื่อให้เกิด ความสมดุลที่ไม่เท่ากัน

4.3) สมดุลรัศมีวงกลม (Radial Balance) คือการสร้างภาพในลักษณะวงกลม มีรัศมีจากจุดศูนย์กลาง จะก่อให้เกิดสมดุลขึ้น และทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวโดยมีแกนกลาง

5) ความมีจุดเด่น (emphasis)การเน้นเพื่อให้เกิดจุดเด่นสามารถเน้นด้วยรูปร่าง เน้นด้วยสี ฯลฯ ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้เกิดความสนใจแก่ผู้พบเห็นได้ ได้แบ่งระดับจุดสนใจในงานออกแบบเป็น3ระดับด้วยกันคือ

5.1)จุดสำคัญของงาน(Dominant)

5.2)จุดสำคัญรอง(Subdominant)

5.3)จุดสำคัญย่อย(Subordinant)

การออกแบบที่นำหลักการเน้นมาใช้ จะต้องพิจารณาถึงการจัดคุณภาพและประสิทธิภาพของรูปทรง รูปร่าง ช่วงระยะ เส้น สี และพื้นผิวในงานออกแบบ นพวรรณ (2540: 181-184) ได้กล่าวถึงวิธีการเน้นจุดสนใจซึ่งมีอยู่ด้วยกัน3วิธีคือ

1. การเน้นด้วยการตัดกัน (Emphasis by Contrast) จุดสนใจมีผลมาจากองค์ประกอบสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความแตกต่างออกไปจากสิ่งอื่น สิ่งนั้นเป็นการดึงดูดความสนใจด้วยความแปลกของตัวเอง ซึ่งมีทางเป็นไปได้มากเช่น

- เมื่อองค์ประกอบเป็นแนวตั้งถ้ามีสิ่งที่เป็นแนวนอนมาขัดสิ่งนั้นจะเป็นจุดสนใจ
- เมื่อองค์ประกอบส่วนใหญ่มีรูปร่างไม่แน่นอน ถ้ามีรูปที่เป็นเรขาคณิตมาประกอบรูปนั้นก็จะกลายเป็นจุดสนใจ
- ในการออกแบบที่มีสีเขียวๆ ส่วนที่มีรายละเอียดมากที่สุด และมีสีหลายสี ส่วนนั้นจะเป็นจุดเน้นขึ้นมา
- เมื่อองค์ประกอบส่วนอื่นๆของภาพมีขนาดใกล้เคียงกัน ถ้ามีส่วนไหนใหญ่ส่วนนั้นก็จะกลายเป็นจุดสนใจในทันที
- เมื่อรูปทรงธรรมชาติถูกทำให้ผิดรูปร่างไป รูปที่พอจะเหลือเค้าเดิมบ้างก็จะกลายเป็นจุดสนใจ

2. การเน้นด้วยการแยกอยู่โดดเดี่ยว (Emphasis by Isolation) การเน้นด้วยการจัดกันเป็นเทคนิคของการเน้นด้วยการแยกอยู่โดดเดี่ยว เมื่อสิ่งหนึ่งถูกแยกออกมาจากกลุ่ม สิ่งนั้นจะเป็นจุดสนใจ เพราะเมื่อแยกออกไปสิ่งนั้นก็ดูสำคัญขึ้นมา นี่เป็นการจัดกันอีกแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นในเรื่องของตำแหน่งที่วาง การวางจุดสนใจไว้กลางภาพถือเป็นความตั้งใจของผู้ออกแบบ แต่ถ้าผู้ออกแบบวางจุดสนใจไว้ใกล้ขอบภาพ จะมีแรงดึงดูดสายตาของผู้ดูให้ออกมาดูภาพมากกว่า

3. การเน้น โดยการวางตำแหน่ง (Emphasis by Placement) การวางตำแหน่งในภาพ โดยการนำองค์ประกอบอื่นๆเข้ามาที่จุดเดียวกัน ความสนใจก็จะมุ่งมาที่จุดนั้น ดังภาพด้านล่าง เป็นภาพที่มีรูปทรงต่างๆกระจายออกเป็นรัศมีเป็นแฉกๆ กระจายออกจากศูนย์กลาง ซึ่งบริเวณจุดศูนย์กลางก็มีรูปทรงเช่นเดียวกับรูปทรงอันอื่น แต่กลายเป็นการเน้นเนื่องจากตำแหน่งที่วาง ไม่ใช่เพราะความแตกต่างของรูปทรง

การเน้นไม่จำเป็นต้องเด่นชัดเหมือนตัวอย่าง แต่ควรคำนึงถึงไว้เรื่องหนึ่งคือ เมื่อใดที่วางจุดสนใจไว้แล้ว จะต้องหลีกเลี่ยงไม่ให้มีสิ่งอื่นมาดึงดูดความสนใจออกไปอีก เพราะจะทำให้สับสนได้

6) ความขัดแย้ง (Contrast) การจัดองค์ประกอบให้เกิดความแตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจ หรือให้เกิดความสนุกตื่นเต้น น่าสนใจ ลดความเรียบ น่าเบื่อ ให้ความรู้สึกผืนใจ ชัดใจ แต่ชวนมอง

7) จังหวะ (Rhythm) จังหวะเกิดจากการต่อเนื่องกันหรือซ้ำซ้อนกัน จังหวะที่ดีทำให้ภาพดูสนุก เปรียบได้กับเสียงเพลงอันไพเราะ ในด้านการออกแบบแบ่ง จังหวะ เป็น 3 แบบ คือ

7.1) จังหวะแบบเหมือนกันซ้ำๆกัน เป็นการนำองค์ประกอบหรือรูปที่เหมือนกัน มาจัดวางเรียงต่อกัน ทำให้ดูมีระเบียบ (Order) เป็นทางการ การออกแบบลายต่อเนื่อง เช่น ลายเหล็กตัด ลายกระเบื้องปูพื้นหรือผนัง ลายผ้า เป็นต้น

7.2) จังหวะสลับกันไปแบบคงที่ เป็นการนำองค์ประกอบหรือรูปที่ต่างกันมาวางสลับกันอย่างต่อเนื่อง เป็นชุด เป็นช่วง ให้ความรู้สึกเป็นระบบ สม่่าเสมอ ความแน่นอน

7.3) จังหวะสลับกันไปแบบไม่คงที่ เป็นการนำองค์ประกอบหรือรูปที่ต่างกันมาวางสลับกัน อย่างอิสระ ทั้งขนาด ทิศทาง ระยะห่าง ให้ความรู้สึกสนุกสนาน

7.4) จังหวะจากเล็กไปใหญ่หรือจากใหญ่ไปเล็ก เป็นการนำรูปที่เหมือนกัน มาเรียงต่อกัน แต่มีขนาดต่างกัน โดยเรียงจากเล็กไปใหญ่หรือจากใหญ่ไปเล็กอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาพมีความลึก มีมิติ

8) ความง่าย (Simplicity) เป็นการจัดให้อูโล่ง สบายตา ไม่ยุ่งยากซับซ้อนมีมนทัศน์เดียวลดการมีฉากหลังหรือภาพประกอบอื่น ๆ ที่ไม่จำเป็นหรือไม่เกี่ยวข้องออกไป เพราะการมีฉากหลังรกทำให้ภาพหลักไม่เด่น นิยมใช้ในการถ่ายภาพที่ปรับฉากหลังให้เบลอ เป็นภาพเกี่ยวกับดอกไม้ แมลง สัตว์ และบุคคลนางแบบ เป็นต้น

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

10) สีและแสง สีสมีความสำคัญอย่างมากต่องานกราฟิก สีทำให้ภาพหรือสิ่ง ๆ ต่าง ๆ มีความสดใส สวยงามน่าสนใจ ในการใช้สีเพื่อสื่อความหมายในงานกราฟิก ควรจะได้ศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจเพื่อที่จะได้นำสีไปใช้ประกอบกับงานกราฟิก ให้งานนั้นสามารถตอบสนองได้ตรงตามจุดประสงค์

สีของคอมพิวเตอร์เกี่ยวข้องกับการแสดงผลของแสงในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยมีลักษณะการแสดงผลคือ ถ้าไม่มีการแสดงผลสีใด บนจอภาพและแสดงผลเป็น “สีดำ” หากสีทุกสีแสดงพร้อมกันจะเห็นสีบนจอภาพเป็น “สีขาว” ส่วนสีอื่น ๆ เกิดจากการแสดงสีหลาย ๆ สี แต่มีค่าแตกต่างกัน การแสดงผลลักษณะนี้เรียกว่า “การแสดงสีระบบ Additive”

10.1) การแสดงสีระบบ Additive สีในระบบ Additive ประกอบด้วยสีหลัก 3 สี คือ แดง (Red) เขียว (Green) น้ำเงิน (Blue) เรียกรวมกันว่า RGB หรือแม่สี

10.2) ระบบสีกับงานสิ่งพิมพ์ ระบบสีที่ใช้กับงานสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย สีฟ้า (Cyan) สีม่วงแดง (Magenta) และสีเหลือง (Yellow) คือระบบ CMYK แสงสีขาวจากธรรมชาติหรือแสงจากดวงอาทิตย์เกิดจากการผสมแม่สีสามสี คือ แดง เขียว และน้ำเงิน ซึ่งเหมือนกับสีปรากฏบนจอคอมพิวเตอร์ หากนำภาพดิจิทัลที่ทำจากคอมพิวเตอร์ไปแสดงผลทางเครื่องพิมพ์ เช่น หนังสือนั่งหรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ สีต้นจะผิดเพี้ยนไป เพราะทางพิมพ์ใช้แม่สี ไวแอน มาเจนต้า และเหลือง (CMYK) ซึ่งผสมกันแล้วจะเป็นสีดำ นอกจากนี้ขอบเขตสีที่ปรากฏแตกต่างกันจอมินิเตอร์สามารถแสดงสีได้สูงสุด 16.7 ล้านสี น้อยกว่าที่ตาคนเราสามารถมองเห็น เป็นการพิมพ์อยู่ในระดับหมื่นสีเท่านั้น

สีมีส่วนช่วยชักจูงให้เกิดความรู้สึกสนใจและเข้าใจถึงคุณค่าของภาพ สามารถตอบสนองแรงกระตุ้นได้ตามวัตถุประสงค์ของงานออกแบบในงานด้านกราฟิกจะเกี่ยวข้องกับทฤษฎีสีตามหลักวิชาเคมี ซึ่งกำหนดแม่สีไว้เป็น 3 สี คือ แดง เหลือง น้ำเงิน

บางทีอาจใช้ว่าเป็นทฤษฎีสีของช่างเขียน เพื่อนำมาใช้สร้างสรรค์งานกราฟิกให้มีคุณค่ามากขึ้นกลุ่มสีที่ปรากฏให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันเรียกว่า วรรณะของสี ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 วรรณะ คือ วรรณะสีร้อน จะให้ความรู้สึกสดใส ร้อนแรง อุดมฉลาด รื่นเริง ได้แก่ สีน้ำเงิน ม่วง เขียว และสีที่ใกล้เคียง เนื่องจากคนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีที่แตกต่างกัน เช่น เด็กเล็ก ๆ จะสนใจสีสดเข้ม สะดุดตา ไม่ชอบสีอ่อน

เมื่อมีอายุมากขึ้นจะไม่ชอบสีสดใสมากมาย แต่นิยมกลุ่มสีหวานนุ่มนวล ดังนั้น การวางโครงสร้างสีในการออกแบบงานกราฟิกและสื่อในเชิงพาณิชย์ จึงต้องพิจารณาเรื่องวัยของกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญ และควรพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สีในทางจิตวิทยาด้วยดังนี้

1. ใช้สีสดใสสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เหมาะสำหรับการทำสื่อเพื่อการโฆษณา
2. การออกแบบงานเชิงพาณิชย์ศิลป์ งานกราฟิกต่าง ๆ อาจไม่จำเป็นต้องใช้สีเสมอไปให้ดูที่ความเหมาะสมด้วย
3. ควรใช้สีให้เหมาะสมกับวัยของผู้บริโภค

- 4.การใช้สีมากเกินไป ไม่เกิดผลดีต่องานออกแบบ เพราะอาจทำให้ลดความเด่นชัด
- ลง
- 5.เมื่อใช้สีสดเข้มจับคู่กับสีอ่อนมากๆจะทำให้ดูชัดเจนและมีชีวิตชีวน่าสนใจขึ้น
- 6.ควรหลีกเลี่ยงการใช้สีพื้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีพื้นที่ว่างมาก ๆ เพราะไม่ทำให้เกิดผลในการเร้าใจ
7. การใช้สีบนตัวอักษร ข้อความ ถ้าต้องการให้ชัดเจน อ่านง่าย ควรดการใช้สีตรงกันข้ามในปริมาณเท่า ๆ กัน บนพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน

2.6 ประเภทของงานออกแบบกราฟิก

การออกแบบงานกราฟิกใด ๆ ย่อมมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่แตกต่างกันไป ลักษณะเฉพาะงานหรือเงื่อนไขต่าง ๆ ของงานและวิธีการดำเนินงาน ต้องสอดคล้องกับปัจจัยทุกด้าน ในการสร้างงานออกแบบจึงควรศึกษาถึงองค์ประกอบสำคัญหลาย ๆ ด้าน แนวทางในการคิดงานกราฟิกจะแปรเปลี่ยนไปตามลักษณะของสื่อ หรืองานแต่ละประเภทที่มีข้อกำหนดเฉพาะ โดยจะสามารถจัดหมวดหมู่ได้ดังนี้

1. งานกราฟิกบนสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์

สื่อโฆษณามีหลายประเภท โดยเฉพาะสื่อทางด้านสิ่งพิมพ์ ปัจจุบันวงการธุรกิจนิยมใช้สื่อประเภทนี้กันค่อนข้างสูง เพื่อช่วยส่งเสริมการขาย เพิ่มการตลาด หรือในบางที่ก็ใช้เป็นตัวขายสินค้า ก็มี วิธีในการสร้างสรรค์สื่อสิ่งพิมพ์มีมากมาย และตัวสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาเองก็มีการพัฒนาตัวเองให้ทันกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เข้ามา จึงช่วยส่งเสริมแนวทางในการออกแบบงานกราฟิกและเทคนิคในการออกแบบได้เป็นอย่างดี สื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์นั้นก็ไม่ได้ยุ่งยากเหมือนแต่ก่อน สื่อโฆษณาที่ใช้กันมากและเป็นเรื่องรูปแบบการออกแบบสื่อที่น่าสนใจได้แก่

1. แผ่นป้ายโฆษณา(Poster) แผ่นป้ายโฆษณาเป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในการประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้สะดวก กว้างขวางและสามารถเข้าถึง

กลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัยทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของผู้สื่อได้เป็นอย่างดี

แผ่นป้ายโฆษณาสามารถนำเสนอข้อมูลรายละเอียดได้มากพอสมควร ผลิตง่าย ใช้สะดวก จึงเป็นที่นิยมตลอดมา การออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาควรคำนึงถึงองค์ประกอบ 4 อย่าง ดังนี้

- ต้องเป็นแผ่นเดียวสามารถปะติดลงบนพื้นผิวใดก็ได้
- ต้องมีข้อความประกอบด้วยเสมอ
- ต้องปิดไว้ในที่สาธารณะ
- ต้องผลิตขึ้นเป็นจำนวนมากได้

นอกจากนี้การออกแบบควรคำนึงถึงหลักพื้นฐานที่จะทำให้สื่อแสดงบทบาทอย่างเต็มที่ โดยสื่อแผ่นป้ายโฆษณาที่ดีควรจะต้องสนองแนวคิดหลักประการได้แก่

- จะต้องตอบสนองจุดประสงค์ในการสื่อความหมายได้อย่างเต็มที่
- จะต้องมีความชัดเจนในภาพลักษณ์และข้อความที่ใช้ต้องกระชับชัดเจนพอดี
- รูปภาพและข้อความที่นำเสนอควรให้มีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน
- จะต้องสามารถเข้าใจดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด
- ต้องมีความกะทัดรัดและแสดงแนวคิดหลักเพียงอย่างเดียว

2.แผ่นพับ(Folders) แผ่นพับจัดว่าเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทที่ผู้ผลิตส่งตรง ถึงผู้บริโภคทั้งวิธีการทางไปรษณีย์ และแจกตามสถานที่ต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ตามต้องการ ลักษณะเด่นของแผ่นพับคือ มีขนาดเล็ก หยิบง่าย ให้ข้อมูลรายละเอียดได้มากพอสมควร หลากหลายและสวยงามวิธีการออกแบบแผ่นพับสามารถพับได้หลายแบบ การพับแบบต่าง ๆ จะทำให้ภาพลักษณ์ของสื่อเปลี่ยนไป แผ่นพับเมื่อพับแล้วจะมีหลายหน้า อย่างน้อย 4 หน้า จนถึง 80 หน้าแต่ส่วนใหญ่นิยมพับอย่างมาก 16 หน้า และไม่นิยมใส่เลขหน้า ในการออกแบบงานกราฟิกในแต่ละหน้า ไม่ควรให้รกหรือแน่นจนเกินไป การจัดระเบียบของข้อความและจัดวางภาพประกอบต้องให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน ใช้หลักการทางองค์ประกอบศิลป์ช่วยแก้ปัญหา และต้องพิถีพิถันมากเป็นพิเศษ เพราะผู้มีโอกาสพิจารณาได้นานและอาจดูได้หลายครั้งแผ่นพับควรพับง่ายและมีความน่าสนใจ

3.แผ่นปลิว(Leaflets) แผ่นปลิวเป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายในการผลิตถูกที่สุด สามารถผลิตได้ครั้งละมาก ๆ จึงได้รับความนิยมในการนำมาเป็นสื่อเพื่อเป็นการสื่อสาร เพื่อให้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้

อย่างกว้างขวาง รูปแบบและลีลาของการออกแบบนำเสนอสาระข้อมูลของแผ่นปลิวไม่มีจำกัด
ตายตัวนิยมใช้กระดาษขนาดA4

4.บัตรเชิญ(Cards) บัตรเชิญเป็นสื่อโฆษณาอีกประเภทหนึ่งที่มีบทบาทในการโฆษณา
ประชาสัมพันธ์การออกแบบงานกราฟิกด้านบัตรเชิญมีอย่างกว้างขวาง สามารถสร้างสรรค์รูปแบบ
ใหม่ ๆ ที่จะทำทนายให้ผู้ที่ได้รับเชิญเกิดความรู้สึกอยากรู้ อยากเห็น อยากสัมผัส บัตรเชิญเรียกได้ว่า
เป็นสื่อเฉพาะกิจ ใช้ในโอกาสที่สำคัญ ดังนั้นการออกแบบบัตรเชิญจะต้องมีความประณีต สวยงาม
มีคุณค่าสูงในด้านศิลปะ เนื่องจากต้องการดึงดูดชักจูงให้เกิดความรู้สึกคล้อยตาม การออกแบบบัตร
เชิญสามารถตอบสนองแนวคิดสร้างสรรค์ของผู้ออกแบบได้เป็นอย่างดี อาจมีลักษณะเป็นแผ่นพับ 2
พับหรือทำเป็นแบบสามมิติก็ได้แล้วแต่ความเหมาะสมกับงานนั้นๆ

2. งานกราฟิกบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่หลักคือเป็นตัวภาชนะสำหรับบรรจุสินค้า มี
หลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้า เช่น หีบ ห่อ กล่อง ขวด ลัง กระป๋อง ฯลฯ บรรจุ
ภัณฑ์จะมีขนาดต่าง ๆ ตามขนาดที่บรรจุสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ 3
กลุ่ม คือ

2.1 บรรจุภัณฑ์สำหรับค้าปลีก มักออกแบบสวยงาม สะดวกในการใช้สอย นำมาใช้ บางชนิด
จะเน้นความสวยงามเป็นพิเศษ จะมีรายละเอียดของสินค้าบรรจุอยู่ภายใน

2.2 บรรจุภัณฑ์เพื่อการค้าส่ง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสำหรับบรรจุสินค้าจำนวนมากๆ
การกำหนดรายละเอียดจะแตกต่างออกไป

2.3 บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง จะเน้นในเรื่องความสะดวก ความปลอดภัย และความ
ประหยัดในการขนส่ง การออกแบบฉลากของบรรจุภัณฑ์จะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนด
หลายอย่าง นักออกแบบมักจะต้องสร้างภาพลักษณ์ของตัวสินค้าให้เกิดความน่าเชื่อถือ สวยงาม
ส่วนการออกแบบหีบห่อบรรจุภัณฑ์ก็มีจุดประสงค์อย่างเดียวกันกับฉลากสินค้า แต่มีจุดเด่นคือเพื่อ
ความสะดวกในการขนส่ง

3. งานกราฟิกบนเครื่องหมายและสัญลักษณ์

สื่อที่เป็นภาพเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวัน ถ้า
เรามองไปรอบ ๆ ตัวจะเห็นสื่อที่เป็นภาพเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ปรากฏอยู่ทั่วไปการออกแบบ
สัญลักษณ์ นักออกแบบจะต้องใช้ความรู้ความสามารถอย่างยิ่งในการวิเคราะห์เนื้อหาสาระที่

ต้องการสื่อความหมาย และสังเคราะห์ให้เป็นรูปสัญลักษณ์ที่เป็นสิ่งแทนอันสามารถจะบอกได้ถึง ความหมาย ทั้งยังต้องใช้ความสามารถในการเขียนภาพหรือผลิตภาพ สัญลักษณ์ให้ประณีต คมชัด เพื่อสื่อความหมายได้อย่างถูกต้องชัดเจน

2.7 โปรแกรม Photoshop

Photoshop เป็นโปรแกรมในตระกูล Adobe ที่ใช้สำหรับตกแต่งภาพถ่ายและภาพกราฟิก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นงานด้านสิ่งพิมพ์ นิตยสาร และงานด้านมัลติมีเดีย อีกทั้งยังสามารถ retouching ตกแต่งภาพและสร้างภาพ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมสูงมากในขณะนี้ เราสามารถนำโปรแกรม Photoshop ในการแต่งภาพ การใส่ Effect ต่าง ๆ ให้กับภาพและตัวหนังสือ การทำภาพขาวดำและการทำภาพถ่ายเป็นภาพเขียน การนำภาพต่างๆ มารวมกัน การ Retouch ตกแต่งภาพ เป็นต้น นอกจากนี้แล้ว โปรแกรม Photoshop ยังเป็นโปรแกรมสร้างและแก้ไขรูปภาพอย่างมืออาชีพ โดยเฉพาะนักออกแบบในทุกวงการยอมรับโปรแกรมตัวนี้ดี โปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมที่มีเครื่องมือมากมายเพื่อสนับสนุนการสร้างงานประเภทสิ่งพิมพ์ งานวิดิทัศน์ งานนำเสนอ งานมัลติมีเดีย ตลอดจนงานออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ในชุดโปรแกรม Adobe Photoshop จะประกอบด้วยโปรแกรมสองตัวได้แก่ Photoshop และ ImageReady การที่จะใช้งานโปรแกรม Photoshop คุณต้องมีเครื่องที่มีความสามารถสูงพอควร มีความเร็วในการประมวลผล และมีหน่วยความจำที่เพียงพอ ไม่เช่นนั้นการสร้างงานของคุณคงไม่สนุกแน่ลักษณะงานที่เหมาะสมกับโปรแกรม Photoshop งานที่เหมาะสมกับการใช้งาน โปรแกรม Photoshop CS6 มีหลากหลายมาแล้วแต่ความต้องการของผู้ออกแบบเช่น งานรีทัชภาพ งานอาร์ทเวิร์ค งานโปสเตอร์ โบชัวร์ แบนเนอร์ เป็นต้น

2.8 โปรแกรม Illustrator

โปรแกรม Illustrator เป็นโปรแกรมสำหรับสร้างภาพลายเส้นที่มีความคมชัดสูง งานภาพประกอบและงานกราฟิกแบบ 2 มิติต่างๆ เช่น การสร้างโลโก้สินค้า จนไปถึงการจัดเลย์เอาต์งานสิ่งพิมพ์ และมีเครื่องมือที่ช่วยเหลือในงานเว็บไซต์อีกด้วย ภาพกราฟิกสามารถแบ่งได้เป็น 2

แบบคือ 1.ภาพแบบพิกเซล (pixel) คือ ภาพที่เกิดจากจุดภาพในรูปภาพที่รวมกันเป็นภาพขึ้น โดยภาพหนึ่งๆ จะประกอบไปด้วยจุดภาพหรือพิกเซลมากมาย และแต่ละภาพที่สร้างขึ้นจะมีความหนาแน่นของจุดภาพ หรือบางครั้งแทนด้วยความละเอียด (ความคมชัด)ที่แตกต่างกันไป จึงใช้ในการบอกคุณสมบัติของภาพ จอภาพ หรือ อุปกรณ์แสดงผลภาพได้ 2.ภาพกราฟิกเวกเตอร์ (vector graphics) คือ ภาพที่เกิดจากการกำหนดพิกัดและการคำนวณค่าบนระนาบสองมิติ รวมทั้งมุมและระยะทาง ตามทฤษฎีเวกเตอร์ในทางคณิตศาสตร์ ในการก่อให้เกิดเป็น เส้น หรือรูปภาพ ข้อดีคือ ทำให้สามารถย่อขยายได้ โดยคุณภาพไม่เปลี่ยนแปลง ข้อเสียคือภาพไม่เหมือนภาพจริงเป็นได้เพียงภาพวาด หรือใกล้เคียงภาพถ่ายเท่านั้น ข้อมูลภาพพวกนี้ได้แก่ไฟล์สกุล eps, ai (adobe illustrator) เป็นต้น ** โปรแกรม Illustrator ทำงานแบบ vector graphics

2.9 ความแตกต่างระหว่างรูปแบบ vector และแบบ pixel

Illustrator นั้นทำงานแบบ vector คือจะใช้ในงานการเขียนภาพ 2 มิติ เป็นโปรแกรมที่มีประโยชน์มากในการทำเว็บไซต์ เพราะทำให้ผู้ใช้งานสามารถวาดรูปที่ต้องการขึ้นมาเองได้แตกต่างจาก Photoshop ที่จะต้องนำภาพอื่นมาแต่งเพื่อให้เป็นรูปที่ต้องการ ถึงแม้ว่าปัจจุบัน Photoshop จะพัฒนาเครื่องมือที่สามารถสร้างภาพ vector ได้แต่ความสะดวกก็ยังไม่สู้การใช้งาน Illustrator อยู่ดี ซึ่งในการทำงานจริงๆแล้วจะต้องอาศัยเครื่องมือทั้ง Photoshop และ Illustrator ควบคู่กันจึงจะได้เป็นชิ้นงานขึ้นมา ซึ่งทั้ง 2 โปรแกรมก็ทำงานควบคู่กันได้ดี ส่วนหนึ่งก็มาจากว่าทั้ง 2 โปรแกรมมาจากบริษัทเดียวกัน(Photoshop , Illustrator มาจากบริษัท Adobe)

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

บริษัท มิตรมายา จำกัด (MITMAYA Co.,Ltd)

ผู้บริหาร คุณชโลธร ศิวรัตน์

ที่ตั้งสถานประกอบการ : เลขที่ 366/35-36 ซอยเจริญนคร 62 ถนนเจริญนคร

แขวงดาวคะนอง เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600

การติดต่อ : หมายเลขโทรศัพท์ : 02 - 460 - 1534

หมายเลขโทรสาร : 02 - 460 - 1536

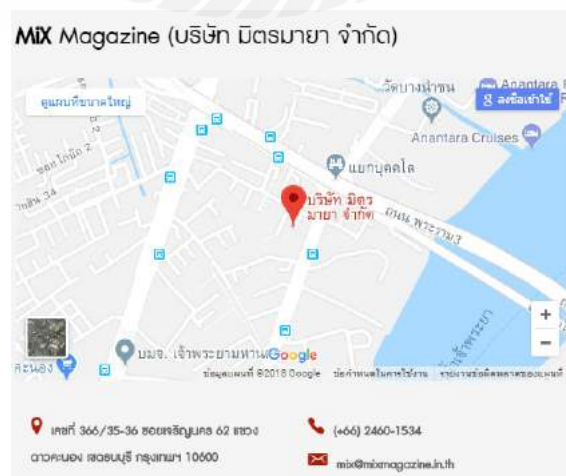
E - mail : mix@mixmagazine.in.th

Website : www.mixmagazine.in.th

Facebook : facebook.com/MiXMagazineThailand



ภาพประกอบที่ 3.1 ตราสัญลักษณ์ บริษัท มิตรมายา จำกัด



ภาพประกอบที่ 3.2 แผนที่บริษัท มิตรมายา จำกัด

บริษัท มิตรมาथा จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2549 จัดทำหนังสือนิตยสารเล่มแรก คือ MiX Magazine ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2549 ปัจจุบันบริหารงานโดย คุณชโลธร ศิวรัตน์ ดำรงตำแหน่งบรรณาธิการบริหาร และ ผู้จัดการทั่วไป

บริษัท มิตรมาथा จำกัด เป็นผู้จัดทำนิตยสาร Mix นิตยสารวาไรตี้สำหรับสุภาพบุรุษ วางแผงทุกต้นเดือน พร้อมกับสโลแกน “It’s man man’s world” เจาะกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ชายวัยทำงาน อายุตั้งแต่ 25-50 ปี มีจุดเด่น คือ ภาพแฟชั่น เนื้อหาสาระครอบคลุมสิ่งที่ผู้ชายควรรู้ และเรื่องราวอภัพต่าง ๆ

ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อให้ผู้อ่านได้รรถรสในการอ่านที่ครบครัน ไม่ว่าจะเป็นสาระความบันเทิง ความรู้รอบตัว ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน พร้อมทั้งการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อ่านในการก้าวไปสู่ความสำเร็จทั้งสายนักธุรกิจ และศิลปินแขนงต่างๆ

ดังนั้นนิตยสาร MiX จึงมีความแน่วแน่ที่จะยึดเป็นหนังสือไลฟ์สไตล์ของสุภาพบุรุษ ที่มีความคิดในเรื่องความน่าเชื่อถือ เนื้อหาที่ทันสมัย และความเป็นชาย จึงทำให้ MiX Magazine เป็นนิตยสารที่ได้รับการยอมรับจากบุคคลหลากหลายกลุ่ม ไม่เฉพาะกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นสุภาพบุรุษเท่านั้น แต่คุณสุภาพสตรีก็ให้ความสนใจกับ MiX Magazine ด้วยเช่นกัน และอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้ MiX Magazine เป็นที่ยอมรับจากเหล่าผู้บริโภคคือความเป็นกลางในการเขียนเนื้อหา และด้วยปณิธานอันแรงกล้าที่บริษัท มิตรมาथा จำกัด มีคือการมีจรรยาบรรณของสื่อมวลชน ทำให้บริษัท มิตรมาथा จำกัด ได้รับการสนับสนุน จากผู้อ่านด้วยดีเสมอมา ซึ่งในส่วนของเนื้อหา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

Section M : MEN@WORK

สำหรับผู้ที่เป็นหรือกำลังจะเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยมีเนื้อหาที่มีสาระสำหรับคนทำงาน ทั้งในเรื่องธุรกิจ การเงิน กฎหมายในชีวิตประจำวัน การสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจทั้งเก่าและใหม่ ว่ามีแนวคิด วิธีการ ขั้นตอนอย่างไร ที่ทำให้ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวทางหรือแนวคิดให้กับผู้อ่านที่กำลังอยากจะเป็นเจ้าของธุรกิจ รวมไปถึงเรื่องราวของศิลปะกับบทสัมภาษณ์ศิลปินแห่งชาติ นอกจากนี้ยังมีคอลัมน์ถ่ายแบบเซ็กซี่แฟชั่นปกโดยดาราและนางแบบที่มีชื่อเสียงและกำลังได้รับความนิยมในขณะนั้น

Section I : INTELLIGENCE

นำเสนอความทันสมัย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคนตรี/ภาพยนตร์/หนังสือ และ เทคโนโลยี พร้อมเรื่องราวต่างๆ ที่ผู้อ่านจะสามารถไปอัปเดตข่าวสารรอบตัว รวมทั้งการกิน ดื่ม เที่ยว พร้อม กับเซ็กส์แพชั่นจากนางแบบรุ่นใหม่ และเรื่องราวที่จะทำให้คุณไม่ตกเทรนด์

Section X : XCITE

ส่วนสุดท้ายของนิตยสารเป็นส่วนที่รวบรวมความน่าสนใจ สนุก และตื่นเต้น สำหรับคุณผู้ชายโดยเฉพาะ ตั้งแต่ กีฬา รถยนต์ รวมทั้งเรื่องราวดีๆ ในชีวิตรัก พร้อมเซ็กส์แพชั่นของนางแบบ และนายแบบที่มีเสน่ห์



ประเภทของนิตยสาร : วาไรตี้บันเทิงสำหรับสุภาพบุรุษ

ขนาด : 9.25 x 11.75 นิ้ว

กระดาษ : อาร์ตลีสี่ทั้งเล่ม

กำหนดวางแผง : ช่วงต้นเดือน

จำนวนหน้า : 204 หน้า (รวมปก)

ธุรกิจหลักคือ เป็นผู้จัดทำ MiX Magazine นิตยสารวาไรตี้สำหรับสุภาพบุรุษ โดยครอบคลุมทั้ง ในส่วนของแฟชั่น และเนื้อหาหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น กิน ดื่ม เที่ยว อัปเดตเรื่องราวต่างๆ ที่น่าสนใจในปัจจุบันและเป็นช่องทางในการโฆษณาสินค้าและบริการ



ภาพประกอบที่ 3.3 ตัวอย่าง MiX Magazine

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร

รูปแบบการจัดการของบริษัท มิตรมาชา จำกัด บริษัทได้จัดทำ MiX MAGAZINE เป็นนิตยสารสำหรับผู้ชาย โดยเน้นผู้ชาย 70% ผู้หญิง 30% อายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป กลุ่มเป้าหมายที่มี Life Style การใช้ชีวิตแบบ City Life เต็มที่กับกับการใช้ชีวิตในเมืองใหญ่ เข้าสังคม สนุกสนาน ร่าเริง เนื้อหายังผสมผสานระหว่างสาระและความบันเทิง ภายในองค์กรได้บริหารงานตามส่วนประกอบเนื้อหาของ MiX MAGAZINE ทั้งหมดนี้เพื่อให้ผู้อ่านได้ใช้ชีวิตสนุกสนานอย่างเต็มที่เหมือนดังสโลแกนที่ว่า “MiX It’s man Man’s World.”

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นายชวนากร สุนทรพิทักษ์

ตำแหน่ง ผู้ช่วยตัดต่อวิดีโอ (Assistant Video Editor)

3.4.2 ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ตัดต่อวิดีโอเฟชั่นเพื่อใช้ในการโฆษณา MiX MAGAZINE

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 ชื่อคุณ พงศกร จันทรัตนาสกุล

3.5.2 ตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

ตัดต่อวิดีโอ (Video Editor) , ผู้ดูแลเว็บไซต์ (Website Administrator)

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 – 31 สิงหาคม 2561

3.6.2 วันเวลาในการปฏิบัติสหกิจ วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 09.30 น. – 18.30 น

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 1	- เรียนรู้ตำแหน่ง ระบบงานของ Mix Magazine - ตัดต่อวิดีโอ Season Music 2018
สัปดาห์ที่ 2	- เขียนออกแบบคอลัมน์เว็บไซต์ www.mixmaya.com - ตัดต่อวิดีโอ งาน Ibiza
สัปดาห์ที่ 3	- ประชุมพนักงานที่ปรึกษาและนักศึกษาฝึกงานสหกิจ - ตัดต่อวิดีโอ Porsche
สัปดาห์ที่ 4	- อัปเดตข้อมูลฟุตบอลโลก 2018 ลงเว็บไซต์ www.mixmaya.com - ตัดต่อวิดีโอ Yulgang Music Festival
สัปดาห์ที่ 5	- อัปเดตข้อมูลฟุตบอลโลก 2018 ลงเว็บไซต์ www.mixmaya.com - ตัดต่อวิดีโอ MiX MAGAZINE ISSUE 139 Mix & Match
สัปดาห์ที่ 6	- ตัดต่อวิดีโอ รายการ กู้กู่กูรูบอล
สัปดาห์ที่ 7	- ตัดต่อวิดีโอ รายการ กู้กู่กูรูบอล
สัปดาห์ที่ 8	- ตัดต่อวิดีโอ รายการ กู้กู่กูรูบอล
สัปดาห์ที่ 9	- ตัดต่อวิดีโอ รายการ กู้กู่กูรูบอล
สัปดาห์ที่ 10	- ตัดต่อวิดีโอ MiX MAGAZINE ISSUE 140 Cover Fashion
สัปดาห์ที่ 11	- ตัดต่อวิดีโอ MiX MAGAZINE ISSUE 140 Glamour
สัปดาห์ที่ 12	- อัปเดตข้อมูลข่าวลงเว็บไซต์ www.mixmaya.com - ตัดต่อวิดีโอ MiX MAGAZINE ISSUE 141 Cover Fashion - ประชุมวางแผนงานการจัดรายการลง Youtube เดือนสิงหาคม
สัปดาห์ที่ 13	- ตัดต่อวิดีโอ MiX MAGAZINE ISSUE 141 Metroman
สัปดาห์ที่ 14	- ตัดต่อวิดีโอ MiX MAGAZINE ISSUE 141 Glamour
สัปดาห์ที่ 15	- ตัดต่อวิดีโอ MiX MAGAZINE ISSUE 142 Cover Fashion
สัปดาห์ที่ 16	- ตัดต่อวิดีโอ MiX MAGAZINE ISSUE 142 Metroman

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

- Desktop Computer จำนวน 1 เครื่อง
- โทรศัพท์ จำนวน 1 เครื่อง
- *External* Harddisk 1 อัน
- Internet

3.8.2 อุปกรณ์อื่นๆ

- ดินสอ,ปากกา
- สมุดโน้ต



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงาน

จากการปฏิบัติงานเรื่อง “การตัดต่อวิดีโอแฟชั่นเพื่อโฆษณานิยายสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์” ผู้ศึกษาได้เรียนรู้ในการตัดต่อวิดีโอแฟชั่นของตัวอย่างวิดีโองานที่เคยมีการจัดทำไว้เพื่อศึกษาขั้นตอนต่างๆของการตัดต่อวิดีโอ จากการที่ได้ปฏิบัติงานจริงนั้น พบว่าการทำงานในเรื่องดังกล่าวมีความสอดคล้องในเรื่องที่ได้ศึกษาจากการเรียนมา โดยผลการปฏิบัติงานทำให้ทราบถึงขั้นตอนการทำงานต่างๆ ดังนี้

การทำงานของฝ่ายตัดต่อ

- 4.1 ขั้นตอนการเตรียมงาน (Pre-Production)
- 4.2 ขั้นตอนการผลิต (Production)
- 4.3 ขั้นตอนหลังการตัดต่อ (Post-production)

การทำงานของฝ่ายตัดต่อ

การทำงานของฝ่ายตัดต่อ มีหน้าที่ในการลำดับภาพและวิดีโอที่ถ่ายทำไว้ โดยนำแต่ละฉากมาเรียงกันตามโครงเรื่อง จากนั้นใช้เทคนิคการตัดต่อให้ภาพและเสียงมีความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องกัน เพื่อให้ได้ภาพยนตร์ที่เต็มรูปแบบ การตัดต่อเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการหลังการผลิตสื่อ (Post-production) ซึ่งประกอบไปด้วย การตรวจสอบวิดีโอต้นฉบับ (ตรวจสอบ Footage) การตัดต่อ การแก้ไขระบบสี และการผสมเสียง ฯลฯ โดยการตัดต่อวิดีโอแฟชั่นของนิยายสาร MiX MAGAZINE จะไม่เน้นความวาบหวิว แต่เน้นในเรื่องของแฟชั่นและธีมในการถ่าย โดยจะแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ ที่เน้นโชว์ความวาบหวิว โชว์สัดส่วนที่เด่นชัดของนางแบบ นายแบบ เพื่อดึงดูดคนเข้ามาชม

4.1 ขั้นตอนการเตรียมงาน (Pre-Production)

เริ่มวางแผนงานการตัดต่อ โดยในแต่ละชิ้นงานจะมีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อ การวางโครงเรื่อง (Storyboard) และ Script การตัดต่อวิดีโอ นั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการว่าจะให้วิดีโอชิ้นๆ ออกมาอย่างไร แบบไหน โดยก่อนที่จะเริ่มกระบวนการตัดต่อ นั้น จะต้องมีการวางแผนอย่างชัดเจนในทุกขั้นตอน

4.2 ขั้นตอนการผลิต (Production)

หลังจากที่ได้มีการเตรียมงานวางแผนงานกับพนักงานที่ปรึกษา และพนักงานในฝ่ายอื่นๆ แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการผลิตชิ้นงานการตัดต่อวิดีโอ โดยมีขั้นตอนการตัดต่อวิดีโอ ดังนี้

4.2.1 การคัด Footage ที่ไม่ได้ใช้ทิ้งไป

เป็นขั้นตอนแรกสุดของกระบวนการตัดต่อ โดยในขั้นตอนนี้จะเป็นการคัด Footage ส่วนที่ไม่ต้องการ หรือส่วนไม่สามารถใช้งานได้ออกไป โดยเหลือเพียงส่วนที่สำคัญเอาไว้เพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไป



ภาพประกอบที่ 4.2.1 การคัด Footage ที่ไม่ได้ใช้ทิ้งไป

4.2.2 เลือก Footage ที่ดีที่สุด หากวิดีโอที่คัดแยกจากขั้นตอนแรกมีหลาย Take หรือมีการถ่ายไว้หลายครั้ง ให้เลือกเฉพาะ Take ที่ดีที่สุดทั้งองค์ประกอบภาพ ความสมบูรณ์ของภาพและเสียง

4.2.3 สร้างความต่อเนื่อง (Flow) และลำดับเรื่องราวให้ถูกต้อง

หลังจากที่ได้ Footage ที่ดีที่สุดแล้ว ในขั้นตอนนี้จะเป็นการนำ Footage ทั้งหมดที่คัดเลือกแล้วมาเรียบเรียงลำดับเหตุการณ์ให้มีความต่อเนื่องและเป็นไปอย่างถูกต้อง โดยอาศัยโครงเรื่อง (Storyboard) และ Script ในขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-production) เป็นแนวทางในการลำดับภาพและเสียงให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้

4.2.4 เพิ่ม Effects กราฟิก คนตรีประกอบ

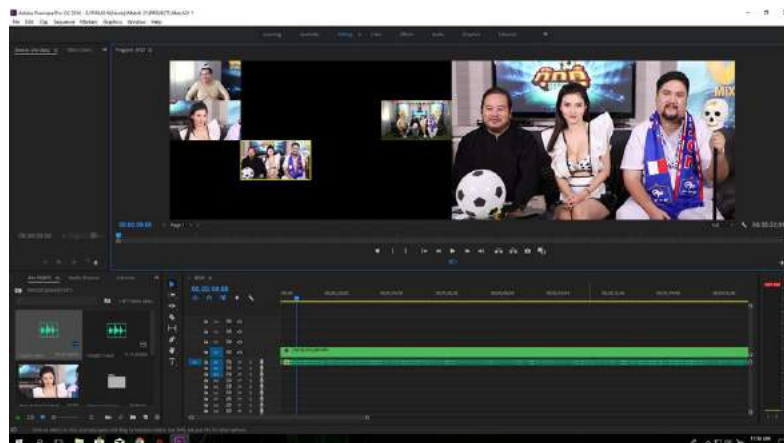
เพื่อสร้างความรู้สึกและอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชม หลังจากการเรียงลำดับเหตุการณ์และความต่อเนื่องแล้ว ก็มาถึงขั้นตอนที่สร้างสีสันและความน่าสนใจให้กับวิดีโอที่เราตัดต่อ โดยในขั้นตอนนี้จะเป็นการเพิ่มส่วนประกอบพิเศษ (Extra) ทั้งในส่วนของภาพและเสียง การใส่ Effects เทคนิคกราฟิก คอมพิวเตอร์ต่างๆ เพลงประกอบ (Background Music หรือ BGM) เสียงบรรยากาศรอบข้าง (Ambient Noises) เสียงบรรยาย (Narration) การเพิ่ม/ลด ความเร็วภาพและ/หรือเสียง เป็นต้น นำมาผสมผสานกัน เพื่อสร้างควาชัดเจนและจุดสนใจ ความรู้สึก และ อารมณ์ร่วมแก่ผู้ชม โดยจะต้องมีการควบคุมส่วนประกอบให้มีความพอดี ไม่มากจนเกินไป และไม่ทำให้ผู้ชม สับสนกับสิ่งที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์นั้นๆ



ภาพประกอบที่ 4.2.4 เพิ่ม Effects กราฟิก คนตรีประกอบ

4.2.5 เพิ่มความน่าสนใจให้กับมุมมองต่างๆ ในวิดีโอ

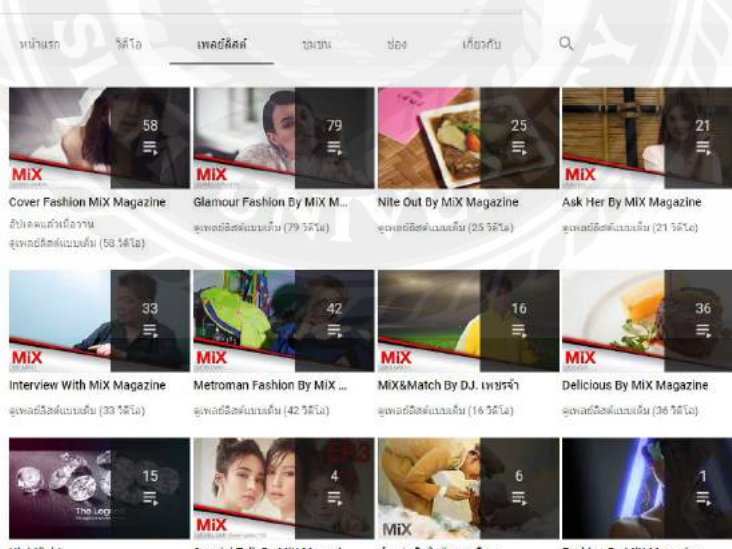
การทำให้วิดีโอมีความน่าสนใจขึ้นนั้น การปรับแต่งมุมมองของภาพในรูปแบบต่างๆ ก็สามารถทำได้เช่นกัน มุมมองต่างๆ เหล่านั้นสามารถเปลี่ยนแปลงวิธีการส่งสารบางอย่างให้กับผู้ชม ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การเลือกที่จะใช้เฉพาะมุมมองจากคนที่อยู่ข้างหลังแทนที่จะให้ผู้ชมมองเห็นเหตุการณ์ทั้งหมด การทำให้ภาพเป็นปริศนาให้ผู้ชมตั้งคำถามและให้ความสนใจกับภาพส่วนนั้นๆ การใช้ข้อความภาษาในการสื่อความหมาย โดยไม่ต้องมีบทพูด แต่ให้จินตนาการคาดเดา และตีความหมายกับสิ่งนั้น หรือเรียกอีกอย่างว่า สัญลักษณ์ เป็นต้น



ภาพประกอบที่ 4.2.5 เพิ่มความน่าสนใจให้กับมุมมองต่างๆในวิดีโอ

4.3 ขั้นตอนหลังการตัดต่อ (Post-production)

ขั้นตอนสุดท้ายสำหรับการตัดต่อคือ การให้พนักงานที่ปรึกษาช่วยตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงานทั้งหมด หลังจากตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนแล้วก็นำไฟล์วิดีโอไปอัปโหลดลงใน Youtube และนำไปโปรโมทเพื่อเผยแพร่ต่อไป



ภาพประกอบที่ 4.3 ขั้นตอนหลังการตัดต่อ

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การปฏิบัติงานที่ บริษัท มิตรมาชา จำกัด เป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 ได้รับมอบหมายในส่วนของ การตัดต่อวิดีโอแพชั่นเพื่อ โฆษณานิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์ ทำให้ผู้จัดทำได้รับประสบการณ์ใหม่ในการทำงานจริง และได้เรียนรู้ระบบการทำงานขององค์กร ได้รู้จักการทำงานร่วมกับผู้อื่น ได้ใช้ศักยภาพ ที่มีจากการเล่าเรียนมาอย่างเต็มที่ในด้านการตัดต่อวิดีโอแพชั่นเพื่อ โฆษณานิตยสาร MiX MAGAZINE ผ่านสื่อออนไลน์ ทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจในนิตยสารมากขึ้น นอกจากนี้ผู้จัดทำยัง ได้ฝึกการตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบ ในหน้าที่มากขึ้น

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาผู้จัดทำได้ใช้ความรู้ความสามารถในการตัดต่อวิดีโอ โดยใช้ ความรู้พื้นฐานจากประสบการณ์ในการศึกษามาใช้ปฏิบัติงานจริง ซึ่งในการทำงานตัดต่อวิดีโอผู้จัดทำ ได้รับคำติชม แนวคิด เทคนิค และข้อเสนอแนะต่างๆ จากพนักงานที่ปรึกษา และผู้มีประสบการณ์ คนอื่นๆ ภายในองค์กร เช่น การตัดต่อคำพูดในบทสัมภาษณ์ การตัดคำพูดซ้ำ การตัดเสียงรบกวน การทำให้ภาพมันไม่สั่นไหวเป็นต้น เพื่อนำมาปรับปรุง และพัฒนาความรู้ความสามารถให้ผู้จัดทำ ได้ทำผลงานออกมามีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคในการปฏิบัติงานคือ การหาเพลงนำมาประกอบในคลิปวิดีโอและ ให้เข้ากับธีมแพชั่นที่ถ่าย ซึ่งเพลงที่นำมาประกอบต้องไม่ผิดลิขสิทธิ์ ทำให้ในช่วงแรกของการ ปฏิบัติงานค่อนข้างล่าช้า เพราะใช้เวลาในการหาเพลงนาน

5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ศัพท์เฉพาะหรือศัพท์ทางด้านการตัดต่อในการผลิตวิดีโอ บางคำที่ผู้จัดทำยังไม่ทราบ ทำให้การทำงานบางครั้งเกิดความคลาดเคลื่อนและไม่เข้าใจ โจทย์และวิธีแก้ไขงานอย่างแท้จริง ข้อเสนอแนะคือ ควรเตรียมความพร้อมทางด้านการตัดต่อในการใช้ศัพท์เฉพาะ

5.2.2 ควรมีความรอบคอบ เพราะ หากงานที่ได้รับมอบหมายผิดพลาดจะทำให้ ต้องทำ งานหรือแก้ไขงานใหม่และถ้าหากโปรแกรมที่ใช้ทำงานตัดต่อเกิดขัดข้องหรือคอมพิวเตอร์ค้าง โดย ที่ยังไม่ได้บันทึกงานไว้ ก็จะทำให้งานเสร็จล่าช้ากว่าเดิม เพราะฉะนั้นผู้จัดทำจึงควรมีความ รอบคอบให้มากขึ้น

5.2.3 งานที่ได้รับมอบหมายเป็นการดำเนินงานจริงนำไปใช้จริง จึงจะต้องดำเนินงานอย่างเป็นระบบระเบียบ มีแผนการทำงานอย่างเป็นขั้นตอน ความกระตือรือร้น ทำงานให้เสร็จตรงต่อเวลา การดูแลตัวอย่างชิ้นงานมากๆ เพื่อนำประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ในงานของตนเอง รวมไปถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการตัดต่อวิดีโอ การลำดับภาพ การใส่เสียง และการใส่เทคนิคพิเศษต่างๆ



บรรณานุกรม

ณัฐพร มั่งอุคตมตาภ. (2554, 14 กรกฎาคม). ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ [เว็บไซต์].

เข้าถึงได้จาก <http://anachan2533.blogspot.com/2016/07/5-5.html>

ชนกฤต ตั้งสุวรรณศรี. (2560, 15 สิงหาคม). การตัดต่อวิดีโอ [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก

<http://oakthanakit.blogspot.com>

รัชตะ รัชตะนาวิน. (2556). สังคมออนไลน์. เข้าถึงได้จาก

<https://sites.google.com/site/papearppp/social-network-sangkham-xxnlin>

วิลาศ ฉ่ำเลิศวัฒน์. (2554). ความเป็นมาของเครือข่ายสังคมออนไลน์. เข้าถึงได้จาก

<https://www.slideshare.net/auditionkhonwan/ss-43165417>



ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ นายชวานากร สุนทรพิทักษ์
รหัสนักศึกษา 5904600029
เบอร์ติดต่อ 094-978-5141
Email chawanakorn8899@gmail.com
ที่อยู่ปัจจุบัน 251/20 ซอย เจริญนคร 60 แขวง ลำโพง เขต
ธนบุรี จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10600

ประวัติการศึกษา 2550 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษา โรงเรียนเทพศิรินทร์
ปัจจุบัน กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์
วิชาเอก โฆษณา
วิชาโท ประชาสัมพันธ์

ความสนใจด้านวิชาการ
การสร้างสรรค์และออกแบบสื่อโฆษณาออนไลน์

ประสบการณ์ด้านสหกิจศึกษา
ตำแหน่ง ผู้ช่วยตัดต่อวิดีโอ (Assistant Video Editor)
สถานประกอบการ บริษัท มิตรมาษา จำกัด

ทักษะและความสามารถพิเศษอื่นๆ
สามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ ได้ เช่น Microsoft Office,
Adobe PhotoShop, Adobe Premier Pro