

การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำเหล่าตึกสัก
PUBLIC RELATION DESIGN LAO TAK LAK FLOATING MARKET



ชาญวิทย์ อมรมงคลทอง

ภาคินพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

รายวิชาจุลนิพนธ์ด้านแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยสยาม

พ.ศ. 2562

| | |
|------------------|---|
| หัวข้อจุลนิพนธ์ | การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำ |
| หน่วยกิต | 3 หน่วยกิต |
| ผู้จัดทำ | นาย ชาญวิทย์ อมรมงคลทอง 5806400027 |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | อาจารย์ ทศพร เทียนศรี |
| ระดับการศึกษา | วิทยาศาสตร์บัณฑิต |
| สาขาวิชา | แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ |
| ปีการศึกษา | 2561 |

บทคัดย่อ

การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำ จัดทำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อชักชวนผู้คนที่มาสัมผัสพร้อมกับถ่ายทอดบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาในอดีตให้ผู้มาเยือน และเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีกลิ่นอายความเป็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน พร้อมทั้งอนุรักษ์วิถีความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้คงอยู่ ผู้จัดทำมีแนวคิดในการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ บอกเล่าเรื่องราวในชุมชนโดยทำการออกแบบหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและแผ่นพับ ออกแบบการ์ตูนสติ๊กเกอร์ไลน์ ด้วยโปรแกรม Adobe illustrator 2017 ควบคู่กับโปรแกรม Adobe Photoshop 2017 และ Adobe In Design 2017 ในการพัฒนา ทั้งถ่ายทอดเรื่องราวผ่านภาพถ่ายลงบนหนังสือแนะนำท่องเที่ยว และนำไปเผยแพร่ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสนใจ รับรู้ถึงความเป็นอยู่ให้กับผู้คนที่ทราบถึงสถานที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำ

คำสำคัญ : การออกแบบ/ตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำ/สื่อประชาสัมพันธ์

อนุมัติ

.....

Project Title PUBLIC RELATION DESIGN LAO TAK LAK
FLOATING MARKET

Project Credits 3 Credits

Candidate Mr. Chanwit Amonmongkolthong 5806400027

Advisor Ms. Thossaphorn Tiensiri

Degree Bachelor of Science

Field of Study Animation and Creative Media

Academic year 2018

Abstract

In order to promote Laotukluck floating market, designer decides to create a graphic media for public relation. Aiming to attract and persuade tourists to come and experience beautiful life style, also to preserve traditional culture of this Thai local community. Tourists can learn about a native people's life and market's history from this project. To achieve the objective, creator publish travel guide books and pamphlets. In addition, the designer design a Line sticker for Laotukluck floating market too. The creator use Adobe Illustrator 2017, Adobe Photoshop 2017 and Adobe In Design 2017 to develop these works. Lastly, by conveying the story through photos in the guide books and publishing the pamphlets in public relation form, visitors will understand how amazing the location is.

Keywords: Designing / Laotukluck Floating Market / Public relation

Approved by
.....

หัวข้อจูลินพนธ์ การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำเหสาตักลัก
Public Relation Design Lao Tak Lak Floating Market

หน่วยกิตของจูลินพนธ์ 3 หน่วยกิต

ผู้จัดทำ นาย ชาญวิทย์ อมรมงคลทอง 5806400027

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ทศพร เทียนศรี

ระดับการศึกษา วิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

ปีการศึกษา 2561

อนุมัติให้ภาคินพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขา
วิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะกรรมการสอบจูลินพนธ์

 ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ไปรยา เกตุกุล)

 กรรมการสอบ

(อาจารย์ ภาสกร ชนันท์)

 อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ ทศพร เทียนศรี)

กิตติกรรมประกาศ

จุลินพนธ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต รายวิชาโครงการด้านแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์โดยการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำ เหล่านี้จัดทำขึ้นเพื่อนำไปเผยแพร่ในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ และเป็นแนวทาง ให้ผู้ที่สนใจสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากโครงการฉบับนี้ไปสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบต่าง ๆ ต่อไป

ขอขอบคุณอาจารย์ในสาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ที่ช่วยให้คำแนะนำและคำติชมในการทำ โครงการฉบับนี้ โดยเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้คำแนะนำความรู้ต่าง ๆ และวิธีแก้ไขปัญหาตลอดใน ระยะเวลาที่ดำเนินงานคอยแนะนำแก้ไขชิ้นงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อหาจุดบกพร่องและแก้ไขปัญหา เพื่อให้ผลงานออกมาสมบูรณ์และขอขอบคุณเพื่อนในสาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ที่คอยช่วยเหลือ กันให้การทำงานผ่านไปด้วยดีและขอขอบคุณทางคณะวิทสาทกิจชุมชนกลุ่มพื้นที่ตลาดน้ำเหล่าตึกถัก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เป็นอย่างสูง

ผู้จัดทำ

นายชาญวิทย์ อมรมงคลทอง



สารบัญ

หน้า

| | |
|---|----|
| บทคัดย่อ..... | ก |
| Abstract..... | ข |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ค |
| สารบัญ..... | ง |
| สารบัญรูปภาพ..... | ฉ |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| ความเป็นมาและความสำคัญ..... | 1 |
| วัตถุประสงค์ของโครงการ..... | 2 |
| กลุ่มเป้าหมาย..... | 2 |
| ขอบเขตของโครงการ..... | 2 |
| ขั้นตอนการดำเนินงาน..... | 2 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ..... | 2 |
| ผลที่คาดว่าจะได้รับ..... | 2 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงาน..... | 3 |
| แนวความคิด..... | 3 |
| ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง..... | 3 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 45 |
| บทที่ 3 การออกแบบและพัฒนา | |
| การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น..... | 50 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 50 |
| การออกแบบและพัฒนา..... | 50 |
| บทที่ 4 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน | |
| ขั้นตอนการปฏิบัติงาน..... | 98 |

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ

| | |
|-------------------------|-----|
| สรุปผลการดำเนินงาน..... | 120 |
| ปัญหาและอุปสรรค..... | 121 |
| ข้อเสนอแนะ..... | 121 |
| บรรณานุกรม..... | 122 |



สารบัญรูปภาพ

| | หน้า |
|---|------|
| 2.1 ภาพช่องของกริด..... | 5 |
| 2.2 ภาพเมนูสคริปต์กริด Manuscript Grid..... | 7 |
| 2.3 ภาพคอลัมน์กริด Column Grid..... | 8 |
| 2.4 ภาพโมดูลาร์กริด Modular Grid..... | 9 |
| 2.5 ภาพไฮราร์คิคัลกริด Hierarchical Grid..... | 10 |
| 2.6 ภาพสี RGB..... | 11 |
| 2.7 ภาพสี CMYK..... | 12 |
| 2.8 ภาพวงจรสีโทนร้อน โทนเย็น..... | 13 |
| 2.9 ภาพแม่สี..... | 14 |
| 2.10 ภาพสีขั้นที่ 2..... | 15 |
| 2.11 ภาพสีขั้นที่ 3..... | 16 |
| 2.12 ภาพสีแดง..... | 17 |
| 2.13 ภาพสีน้ำเงิน..... | 18 |
| 2.14 ภาพสีเหลือง..... | 19 |
| 2.15 ภาพสีเขียว..... | 20 |
| 2.16 ภาพสีม่วง..... | 21 |
| 2.17 ภาพสีขาว..... | 22 |
| 2.18 ภาพสีน้ำตาล..... | 23 |
| 2.19 ภาพสีดำ..... | 24 |
| 2.20 ภาพรูดับแสง..... | 25 |
| 2.21 ภาพความเร็วชัดเตอร์..... | 26 |
| 2.22 ภาพค่าความไวแสง..... | 27 |
| 2.23 ภาพทางยาวโฟกัส..... | 28 |
| 2.24 ภาพตาราง White Balance..... | 29 |
| 2.25 ภาพปรับ Auto..... | 30 |
| 2.26 ภาพปรับ Tungsten..... | 30 |
| 2.27 ภาพปรับ Fluorescent..... | 31 |
| 2.28 ภาพปรับ Daylight..... | 31 |
| 2.29 ภาพปรับ Flash..... | 32 |

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| 2.30 ภาพปรับ Cloudy..... | 32 |
| 2.31 ภาพปรับ Shade..... | 33 |
| 2.32 ภาพปรับ Custom..... | 33 |
| 2.33 ภาพโหมดถ่ายภาพอัตโนมัติ..... | 34 |
| 2.34 ภาพโหมดโปรแกรม P..... | 35 |
| 2.35 ภาพตัวการ์ตูน..... | 37 |
| 2.36 ภาพฟอนต์แบบดั้งเดิม..... | 39 |
| 2.37 ภาพฟอนต์แบบหัวตัด..... | 40 |
| 2.38 ภาพฟอนต์แบบลายมือ..... | 41 |
| 2.39 ภาพฟอนต์แบบคัดลายมือ..... | 42 |
| 2.40 ภาพฟอนต์แบบประดิษฐ์..... | 43 |
| 2.41 ภาพการ์ตูนไลน์บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)..... | 45 |
| 2.42 ภาพการ์ตูนไลน์วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า..... | 46 |
| 2.43 ภาพสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านช้างวัด..... | 47 |
| 2.44 ภาพสื่อพัฒนาสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดการ์ตูนนักศึกษา..... | 48 |
| 2.45 ภาพแผนที่ท่องเที่ยวบ้านแม่ตะมาน..... | 49 |
| 3.1 ภาพแบบแผ่นพับสื่อประชาสัมพันธ์ 1..... | 51 |
| 3.2 ภาพแบบแผ่นพับสื่อประชาสัมพันธ์ 2..... | 52 |
| 3.3 ภาพแบบแผ่นพับสื่อประชาสัมพันธ์ 3..... | 53 |
| 3.4 ภาพรูปแบบโมดูลาร์กริดของแผ่นพับ..... | 54 |
| 3.5 ภาพลงสีแบ่งเลย์เอาต์ด้านหน้า..... | 55 |
| 3.6 ภาพบ้านฮกหลี่..... | 56 |
| 3.7 ภาพเรือนแม่สุภา..... | 57 |
| 3.8 ภาพแม่ค้าขายหมูสะเต๊ะ..... | 58 |
| 3.9 ข้าวแห้งและของเล่นโบราณ..... | 59 |
| 3.10 แผ่นพับด้านหน้าสมบูรณ์..... | 60 |
| 3.11 ภาพร่างไอคอนบ้านเรือน 1..... | 61 |
| 3.12 ภาพร่างไอคอนบ้านเรือน 2..... | 62 |
| 3.13 ภาพร่างไอคอนบ้านเรือน 3..... | 63 |

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| 3.14 ภาพไอคอนแบบสมบูรณ์..... | 64 |
| 3.15 ภาพร่างโครงสร้างแผนที่..... | 65 |
| 3.16 ภาพโครงสร้างแผนที่แบบสมบูรณ์..... | 66 |
| 3.17 แผนที่แบบสมบูรณ์..... | 67 |
| 3.18 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 1..... | 68 |
| 3.19 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 2..... | 69 |
| 3.20 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 3..... | 70 |
| 3.21 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 4..... | 71 |
| 3.22 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 5..... | 72 |
| 3.23 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 6..... | 73 |
| 3.24 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 7..... | 74 |
| 3.25 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 8..... | 75 |
| 3.26 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 9..... | 76 |
| 3.27 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 10..... | 77 |
| 3.28 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 11..... | 78 |
| 3.29 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 12..... | 79 |
| 3.30 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 13..... | 80 |
| 3.31 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 14..... | 81 |
| 3.32 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 15..... | 82 |
| 3.33 ภาพร่างตัวคาแรคเตอร์ 16..... | 83 |
| 3.34 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 1..... | 84 |
| 3.35 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 2..... | 84 |
| 3.36 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 3..... | 85 |
| 3.37 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 4..... | 85 |
| 3.38 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 5..... | 86 |
| 3.39 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 6..... | 86 |
| 3.40 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 7..... | 87 |
| 3.41 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 8..... | 87 |
| 3.42 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 9..... | 88 |

สารบัญญรูปภพ(ต่อ)

หน้า

| | |
|--|-----|
| 3.43 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 10..... | 88 |
| 3.44 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 11..... | 89 |
| 3.45 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 12..... | 89 |
| 3.46 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 13..... | 90 |
| 3.47 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 14..... | 90 |
| 3.48 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 15..... | 91 |
| 3.49 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 16..... | 91 |
| 3.50 ภพร่ำงรูปแบบหนังสือแนะนำห้องเที่ยว 1..... | 92 |
| 3.51 ภพร่ำงรูปแบบหนังสือแนะนำห้องเที่ยว 2..... | 92 |
| 3.52 ภพร่ำงรูปแบบหนังสือแนะนำห้องเที่ยว 3..... | 93 |
| 3.53 ภพใส่บตรตอนเข้า..... | 94 |
| 3.54 ภพขยมะพร้าว้ำหอม..... | 94 |
| 3.55 ภพวาดภพศิลปะ..... | 95 |
| 3.56 ภพศลเจ้าตีสลย..... | 95 |
| 3.57 การจัดวกรูปภพ 1..... | 96 |
| 3.58 การจัดวกรูปภพ 2..... | 96 |
| 3.59 การจัดวกรูปภพ 3..... | 97 |
| 3.60 การจัดวกรูปภพ 4..... | 97 |
| 4.1 ออกแบบแผนพับกขออกด้้นหน้า..... | 98 |
| 4.2 รูปแบบแผนพับแบบเก็บ..... | 99 |
| 4.3 ออกแบบไอคอนสถนที่..... | 100 |
| 4.4 ภพนำไอคอนสถนที่มวกรบนโครงสร้างแผนที่ 2D..... | 101 |
| 4.5 ภพแผนที่ 2D แบบสมบูรณ..... | 102 |
| 4.6 ออกแบบคกรคเตอร์ไลน์ 1..... | 103 |
| 4.7 ออกแบบคกรคเตอร์ไลน์ 2..... | 103 |
| 4.8 ออกแบบคกรคเตอร์ไลน์ 3..... | 104 |
| 4.9 ออกแบบคกรคเตอร์ไลน์ 4..... | 104 |
| 4.10 รูปแบบประทับตรยง..... | 105 |
| 4.11 รูปแบบตราประทับ 1..... | 105 |

สารบัญญรูปภพ(ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| 4.12 รูปแบบตราประทบ 2..... | 105 |
| 4.13 รูปแบบประทบตรารยง 3..... | 106 |
| 4.14 ภพลงเว็บทางสตักเกอรไลน์..... | 106 |
| 4.15 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่ง..... | 107 |
| 4.16 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 1-2..... | 108 |
| 4.17 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 3-4..... | 108 |
| 4.18 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 5-6..... | 109 |
| 4.19 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 7-8..... | 109 |
| 4.20 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 9-10..... | 110 |
| 4.21 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 11-12..... | 110 |
| 4.22 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 13-14..... | 111 |
| 4.23 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 15-16..... | 111 |
| 4.24 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 17-18..... | 112 |
| 4.25 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 19-20..... | 112 |
| 4.26 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 21-22..... | 113 |
| 4.27 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 23-24..... | 113 |
| 4.28 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 25-26..... | 114 |
| 4.29 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 27-28..... | 114 |
| 4.30 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 29-30..... | 115 |
| 4.31 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 31-32..... | 115 |
| 4.32 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 33-34..... | 116 |
| 4.33 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 35-36..... | 116 |
| 4.34 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 37-38..... | 117 |
| 4.35 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 39-40..... | 117 |
| 4.36 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 41-42..... | 118 |
| 4.37 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 43-44..... | 118 |
| 4.38 หน่งสอแนะนำท่งเทยวตลادنน้ำเหล่าตักล็กหน่งที่ 45-46..... | 119 |

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ททท. บুমเศรษฐกิจฐานรากผ่านการท่องเที่ยว เปิดแคมเปญ “Amazing Thailand Go Local เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต” ขานรับนโยบายรัฐบาลปลุกกระแสท่องเที่ยวเมืองรอง หลัง ครม.ประกาศลดหย่อนภาษีท่องเที่ยวเมืองรอง 15,000 บาทตลอดปี 2561 หวังเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวสู่เมืองรองและชุมชน คาดว่าจะสร้างรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากไม่ต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เปิดเผยว่า หลังจากที่คณะรัฐมนตรี (ครม.) ได้มีมติเห็นชอบมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 55 เมืองรอง ตัวอย่างเช่น เชียงราย เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ ลำปาง แม่ฮ่องสอน น่าน อุบลราชธานี เลย บุรีรัมย์ ลพบุรี สุพรรณบุรี ราชบุรี สมุทรสงคราม จันทบุรี ตรัง สตูล เป็นต้นโดยสามารถนำค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวในเมืองรองมาคิดเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อลดหย่อนภาษีได้ตามจริงสูงสุดไม่เกิน 15,000 บาท มีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2561 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2561 ตามที่ได้ทราบกันแล้วนั้น จากมาตรการภาษีดังกล่าว ททท. ได้กำหนดแนวทางด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยกระตุ้นการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ภายใต้แคมเปญ “Amazing Thailand Go Local หรือ เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต” เพื่อกระจายโอกาสในเชิงพื้นที่ คือ การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรองและชุมชนไม่น้อยกว่า 10 ล้านคน โดยจะเป็นการปรับสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและคนต่างชาติในพื้นที่เมืองหลักต่อเมืองรอง จาก 70:30 เป็น 65:35 ในปี 2561 อีกทั้งกระจายโอกาสในเชิงรายได้จากการท่องเที่ยวให้ลงสู่เศรษฐกิจฐานรากไม่ต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท คาดว่าจะสร้างบรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวไปยังเมืองรองและชุมชนอย่างคึกคักและต่อเนื่อง เพื่อให้การตลาดเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดการเตรียมความพร้อมและพัฒนาพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมดุลในทุกมิติ (Amazing-Thailand 8 ม.ค. 2561)

โดยจังหวัดราชบุรีเป็นหนึ่งใน 55 เมืองรองที่รับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งในจังหวัดราชบุรีนั้น มีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย และหนึ่งในสถานที่ที่น่าสนใจและกำลังได้รับการฟื้นฟูคือ ตลาดน้ำเหล่าตั๊กลัก เป็นตลาดน้ำดั้งเดิมแห่งแรกที่ตั้งอยู่ในของจังหวัดราชบุรี (เหล่าตั๊กลัก แปลว่า ตลาดเก่า) มีน้อยคนที่จะทราบเรื่องนี้ว่า ต้นกำเนิด “ตลาดน้ำดำเนินสะดวก” ที่มีชื่อเสียงโด่งดัง เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก เมื่อยุคสมัยที่เปลี่ยนไป และมีตลาดน้ำดำเนินสะดวกขึ้นมาทำให้ตลาดน้ำเหล่าตั๊กลักเริ่มเลือนหายไปจากความทรงจำของผู้คนและสุดท้ายก็ปิดตัวเองในที่สุด

ตลาดน้ำเหล่าตั๊กลัก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรีเริ่มเลือนหายไปจากความทรงจำของผู้คนและสุดท้ายก็ปิดตัวเองในที่สุด ทั้งนี้ทางผู้จัดทำมีการยื่นข้อเสนอต่อคณะวิสาหกิจชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาฟื้นฟู และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแบบดั้งเดิมไว้ ให้กลับมามีชีวิตขึ้นอีกครั้ง เพื่อชักชวนผู้คนที่หมาสัมผัสพร้อมทั้งถ่ายทอดบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาในอดีตให้ผู้มาเยือนได้รับทราบ จึงจัดทำสื่อ

ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบของแผ่นพับ หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และคาแรคเตอร์ สติกเกอร์ไลน์

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อชักชวนให้ผู้คนหันมาท่องเที่ยว และเรียนรู้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม
- 1.2.2 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของไทย และส่งเสริมรายได้เข้าสู่ท้องถิ่น
- 1.2.3 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำ ให้กลับมาเฟื่องฟู

1.3 กลุ่มเป้าหมาย

- 1.3.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย ทุกเพศทุกวัย

1.4 ขอบเขตของโครงการ

- 1.4.1 ผลิตสื่อโซเชียลประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำ
- 1.4.2 หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำ
- 1.4.3 สติกเกอร์ไลน์ และแผ่นสติกเกอร์ 16 ตัว

1.5 ขั้นตอนการดำเนินงาน

ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำผู้จัดทำได้วางแผนการดำเนินงานไว้ดังนี้

- 1.5.1 ศึกษาค้นหาหาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำ
- 1.5.2 ปรีกษาและขอคำแนะนำจากผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญ
- 1.5.3 รวบรวมข้อมูลจากสถานปฏิบัติงานมาอ้างอิง
- 1.5.4 วางแผนการดำเนินงาน
- 1.5.5 ลงมือปฏิบัติงาน
- 1.5.6 ประเมินผลการปฏิบัติงานหนังสือการท่องเที่ยว

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารความคิดเห็น ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่างๆ ไปสู่กลุ่มประชาชน เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์กร สถาบันกับกลุ่ม ประชาชนเป้าหมายและประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือ สนับสนุนจากประชาชน รวมทั้งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร สถาบันด้วย ทำให้ประชาชน เกิดความนิยม เลื่อมใส ศรัทธาต่อหน่วยงาน ตลอดจนค้นหาและกำจัดแหล่งเข้าใจผิด

ตลาดน้ำ หมายถึง ตลาดที่ซื้อขายของทางน้ำ มีเรือเป็นพาหนะบรรทุกสินค้า

1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.7.1 ได้เรียนรู้ถึงประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำ
- 1.7.2 ได้เรียนรู้และเข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการท่องเที่ยวต่อไป
- 1.7.3 เป็นสื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี เพื่อขยายผลเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงาน

ตลาดน้ำเหล่าตึกหลักสมัยก่อนนี้ เมื่อปี พ.ศ.2495-2546 ไม่มีการเรียกโดยทั่วไป ฟังจะมีการเรียกเมื่อประมาณ พ.ศ.2545 และพยายามรณรงค์ตลาดน้ำคลองลัดราชบุรี (คลองลัดพลี) ให้เฟื่องฟูเหมือนเดิม (ประวัติอำเภอดำเนินสะดวก, หน้า 71) จังหวัดราชบุรีเป็นหนึ่งใน 55 เมืองรองที่รับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งในจังหวัดราชบุรีนั้น มีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย และหนึ่งในสถานที่ที่น่าสนใจและกำลังได้รับการฟื้นฟูคือ ตลาดน้ำเหล่าตึกหลัก เป็นตลาดน้ำดั้งเดิมแห่งแรกที่ตั้งอยู่ในของจังหวัดราชบุรี (เหล่าตึกหลัก แปลว่า ตลาดเก่า) มีน้อยคนที่จะทราบเรื่องนี้ว่า ต้นกำเนิด “ตลาดน้ำดำเนินสะดวก” ที่มีชื่อเสียงโด่งดัง เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลกมาจาก “ตลาดน้ำดำเนินสะดวกปากคลองลัดพลี” หรือ “เหล่าตึกหลัก” แห่งนี้เอง ซึ่งตั้งอยู่บริเวณปากคลองลัดพลี ต.ดำเนินสะดวก อ.ดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี

แนวความคิด

ตลาดน้ำเหล่าตึกหลัก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรีเริ่มเลือนหายไปจากความทรงจำของผู้คนและสุดท้ายก็ปิดตัวเองในที่สุด ทั้งนี้ทางผู้จัดทำมีการยื่นข้อเสนอต่อคณะวิสาหกิจชุมชนเพื่อร่วมมือกันพัฒนา ฟันฟู และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแบบดั้งเดิมไว้ ให้นำกลับมามีชีวิตขึ้นอีกครั้ง เพื่อชักชวนผู้คนให้มาสัมผัสพร้อมทั้งถ่ายทอดบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาในอดีตให้ผู้มาเยือนได้รับทราบ จึงจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบของแผ่นพับ หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำเหล่าตึกหลัก มีการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นประโยชน์ในการดำเนินโครงการและพัฒนาโครงการ เพื่อจะนำมาประยุกต์ใช้และเป็นประโยชน์ในการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลการจัดเลย์เอาต์โดยใช้โปรแกรม Adobe InDesign CC 2017
2. ศึกษาข้อมูลทฤษฎีสื่อ
3. ศึกษาข้อมูลหลักการถ่ายภาพ
4. ศึกษาการออกแบบตัวละคร
5. ศึกษาการใช้ตัวอักษร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ศึกษาข้อมูลการจัดเลย์เอ๊าท์โดยใช้กริด

ความเป็นมาของการจัดเลย์เอ๊าท์และการใช้กริด

เลย์เอ๊าท์ (Layout) คือ การจัดวางภาพ ตัวอักษรตลอดจนสิ่งประกอบ เพื่อประกอบกันเป็นหน้าแต่ละหน้าของงานพิมพ์ เพื่อเป็นแนวในการจัดทำต้นฉบับงานพิมพ์ ใช้ทดสอบปฏิกิริยาต่อการดึงดูและการนำสายตาของผู้ดูต่อสิ่งพิมพ์ที่จะเตรียมจัดทำขึ้น ไม่มีกฎตายตัวในการจัดทำเลย์เอ๊าท์ สิ่งที่น่าคำนึงถึงคือ เลย์เอ๊าท์ที่ดีจะช่วยให้ผู้ดูผ่านสายตาไปบนงานพิมพ์ได้อย่างง่ายดาย มีความน่าสนใจ น่าติดตาม แต่ถ้าเป็นไปในทางตรงข้ามคือผู้ดูต้องประสบกับความยากลำบากในการดูงานพิมพ์นั้น ก็อาจลงท้ายด้วยการเลิกดูไปเลย ในการทำเลย์เอ๊าท์นั้น ควรจัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่จะนำเสนอ ควรทำให้สิ่งที่จะนำเสนอมีความชัดเจนและเรียงตามลำดับความสำคัญ

1.1 ทักษะในการจัดทำเลย์เอ๊าท์สามารถฝึกฝนได้ โดยศึกษาจากผลงานที่มีชื่อเสียง เช่น หนังสือรวบรวมผลงานการออกแบบ นิตยสารต่าง ๆ ที่มีจำหน่ายตามแผงหนังสือซึ่งก็มีนิตยสารหลายแบบ มีการจัดแบบได้ดีโดยเฉพาะหน้าโฆษณา นอกจากนี้ยังสามารถค้นคว้าหรือดูตัวอย่างจากเว็บไซต์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

1.2 ศึกษาภาพรวมของงาน สิ่งพิมพ์ที่กำลังจัดทำขึ้น อาจเป็นส่วนหนึ่งของงานทั้งหมด เช่น แผ่นพับโฆษณาสินค้าชิ้นหนึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งของสื่อการโฆษณาอื่น อาทิเช่น สื่อทีวี หนังสือพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ ดังนั้นการออกแบบสิ่งพิมพ์จึงควรดูภาพรวมของงานทั้งหมด เพื่อให้ชิ้นงานพิมพ์ออกมาสอดคล้อง เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสื่ออื่น รวมทั้งให้คำนึงถึงภาพลักษณ์ และวัตถุประสงค์ของการจัดทำ

1.3 จัดหมวดหมู่ของเนื้อหา สิ่งพิมพ์ที่เป็นเล่ม เช่น หนังสือ โบรชัวร์ แคตตาล็อก จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหา แยกเป็นบท แต่ละบทจัดส่วนต่างของเนื้อหา ภาพประกอบ ให้เป็นหมวดหมู่เป็นกลุ่มเป็นก้อน คำนวณจำนวนหน้าสำหรับแต่ละบท รวมจำนวนหน้าทั้งหมดประกอบกันเป็นเล่ม สำหรับงานพิมพ์ที่เป็นชิ้น เช่น แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ ก็ต้องจัดกลุ่มเนื้อหา ภาพประกอบ ให้เป็นหมวดหมู่เป็นกลุ่มเป็นก้อนเช่นกัน

1.4 สร้างโครงแบบหรือกริด (Grid) หนึ่งในวิธีการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่นิยมใช้กัน คือใช้กริดช่วยในการออกแบบ เริ่มจากการจัดทำโครงแบบซึ่งประกอบด้วยเส้นในแนวตั้งและแนวนอนเป็นผังสำหรับวางเนื้อหา ภาพประกอบและองค์ประกอบ

1.5 ลงรายละเอียดแต่ละหน้า เมื่อได้โครงแบบ ก็สามารถทำการออกแบบแต่ละหน้า

1.5.1 จัดทำจุดสนใจหลักให้โดดเด่นโดยขยายขนาดใหญ่ ใช้ภาพประกอบที่น่าสนใจ รัลลิกเสมอว่าจะต้องให้ผู้ดูเห็นเป็นสิ่งแรกเมื่อมองมาที่สิ่งพิมพ์หน้านั้น ส่วนสิ่งที่ไม่สำคัญหรือรายละเอียดให้มีขนาดเล็ก

1.5.2 ตำแหน่งที่เป็นจุดสนใจจุดแรกของหน้าจะอยู่ด้านบนซ้าย จึงเป็นที่เหมาะสมในการวางส่วนสำคัญหลักของข้อมูล

1.5.3 เลือกใช้สีในการเน้นข้อความที่สำคัญ ทดสอบการใช้สีสด บนพื้นดำ สีคู่ สีตรงข้าม

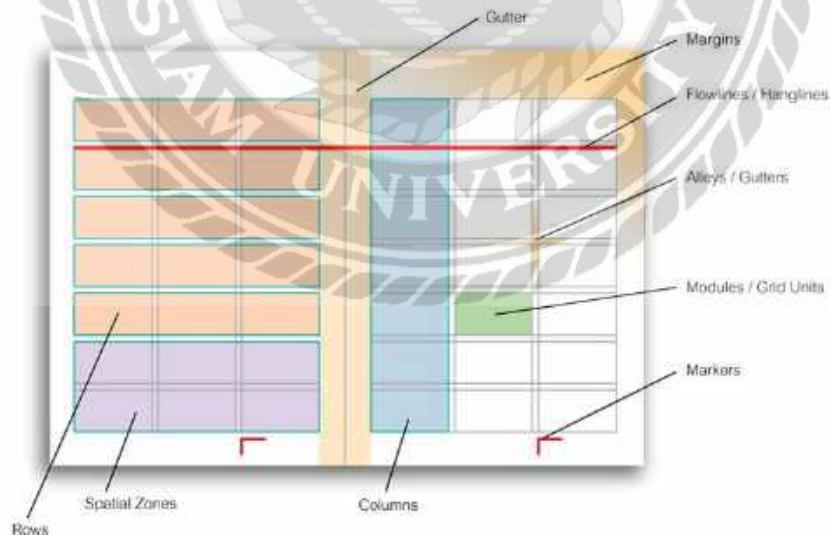
1.5.4 พิจารณาในการตัดขอบ (Crop) ภาพประกอบให้ภาพนั้นดูน่าสนใจขึ้น ดูดีขึ้น

1.5.5 ใช้เส้นในรูปแบบ ตลอดจนใส่กรอบให้กับภาพเท่าที่จำเป็น การใช้เส้นสายมากจะทำให้ดูรกและ รบกวนสายตา ควรมีแนวคิดให้ใช้เส้นสายและกรอบภาพให้น้อยที่สุดแต่สามารถทำให้งานออกมาดูดี

1.5.6 การดำเนินจัดทำแบบแต่ละหน้าสำหรับงานประเภทหนังสือ นิตยสาร โบรชัวร์ แคตตาล็อก ควรมีการวางแผนให้สอดคล้องกันทั้งเล่ม อาจมีความแตกต่างบ้างเพื่อความไม่จำเจ แต่ไม่ควรมีความต่างกันอย่างสิ้นเชิง และให้วางรูปแบบเป็นหน้าคู่ที่ติดกันแทนที่จะคิดเป็นหน้าเดี่ยว

1.5.7 ควรมีความรู้ความเข้าใจในข้อจำกัด ของการพิมพ์เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

กริด (Grid) คือตารางของเส้น โดยส่วนใหญ่เส้นเหล่านี้จะไม่ปรากฏให้เห็นในชิ้นงานพิมพ์จริง ที่จัดอย่างเป็นแบบแผนใช้เพื่อเป็นโครงในการกำหนดตำแหน่ง ขอบเขตบริเวณสำหรับบรรจุภาพ เนื้อหา ช่องว่างเปล่าและส่วนประกอบ ในการจัดรูปแบบแต่ละหน้าของงานพิมพ์ การสร้างกริดเป็นพื้นฐานของสื่อสิ่งพิมพ์แทบทุกรูปแบบเพื่อจัดรูปร่างของเนื้อหาให้อยู่ในสัดส่วนที่สวยงาม แม้ว่าจะมีผู้กล่าวว่า การใช้กริดทำให้จำกัดความอิสระในการออกแบบ แต่การใช้กริดเป็นการวางโครงแบบ เป็นเครื่องมือในการทำงานโดยเฉพาะงานออกแบบเป็นชุดเป็นเล่มที่ต้องการความต่อเนื่อง ความเป็นเอกภาพ ผู้ใช้สามารถพลิกแพลงแบบได้ตลอดเวลา ไม่มีกฎบังคับให้องค์ประกอบ อยู่แต่เพียงภายในกรอบที่จัดไว้ แต่ให้ดูผลงานสุดท้ายเป็นหลัก การใช้กริดไม่ใช่สิ่งใหม่ นักออกแบบและศิลปินได้ใช้โครงสร้างกริดกันมานานนับศตวรรษแล้วช่องของกริดในหน้าออกแบบดังนี้



ภาพที่ 2.1 ช่องของกริด

แหล่งที่มา: <http://www.supremeprint.net/index.php>

มาร์จิ้นหรือช่องว่างรอบขอบกระดาษ (margins) มาร์จิ้น คือช่องว่างที่อยู่ระหว่างขอบของพื้นที่ทำงานซึ่งมีตัวอักษรหรือภาพปรากฏอยู่กับขอบของกระดาษทั้งสี่ด้าน ความกว้างจากขอบกระดาษของช่องว่างนี้ไม่จำเป็นต้องเท่ากันทั้งสี่ด้านแต่ควรเป็นแบบแผนเดียวกัน หน้าในเล่มเพื่อความต่อเนื่อง มาร์จิ้นเป็นจุดพักสายตา แต่สามารถใช้เป็นที่ใส่เลขหน้า หัวเรื่อง คำอธิบาย หรือบทความขยายสั้น ๆ และอาจใช้เป็นที่ดึงดูดความสนใจ

โมดูลหรือหน่วยกริด (Module or Grid Units) โมดูลคือช่องที่เกิดจากการแบ่งหน้าออกแบบด้วยเส้น

กริดตามแนวตั้งและแนวนอนออกเป็นส่วน สำหรับกำหนดใช้เป็นพื้นที่ใส่ตัวอักษรหรือภาพ การแบ่งส่วนระหว่างโมดูลจะมีการเว้นช่องว่างไว้ไม่ให้โมดูลติดชิดกัน อนึ่งการใช้พื้นที่ในการวางตัวอักษรหรือภาพไม่จำเป็นต้องถูกจำกัดอยู่ภายในแต่ละโมดูล แต่สามารถกินพื้นที่หลายโมดูล

อาร์ทลีย์ หรือช่องว่างระหว่างโมดูล คือช่องว่างระหว่างโมดูลที่ติดกัน ช่องว่างดังกล่าวอาจทอดยาวเป็นแนวตั้ง หรือแนวนอน หรืออาจเป็นทั้งแนวตั้งและแนวนอนก็ได้ ช่องว่างนี้มีผู้เรียกอีกชื่อว่า “กัตเตอร์ (Gutter)” อาร์ทลีย์แต่ละแนวอาจมีความกว้างที่ต่างกันบนหน้าหนึ่ง ก็ได้ แล้วแต่ผู้ออกแบบ

กัตเตอร์ หรือ ช่องว่างระหว่างหน้าตามแนวพับ คือช่องว่างระหว่างโมดูลของหน้าสองหน้าที่ต่อกันโดยมีแนวพับอยู่ตรงกลาง ในการออกแบบหน้าหนังสือ ให้ระวังอย่าให้ความกว้างของกัตเตอร์แคบเกินไปจนทำให้ข้อความตามแนวสันหนังสือขาดหายหรืออ่านลำบาก

คอลัมน์ หรือ แถวในแนวตั้ง คือโมดูลที่ต่อๆ กันในแนวตั้ง ซึ่งช่องว่างระหว่างคอลัมน์ก็คืออาร์ทลีย์หรือกัตเตอร์นั่นเอง ในหน้าออกแบบหนึ่งหน้าสามารถแบ่งคอลัมน์ได้กี่แถวก็ได้ และความกว้างของแต่ละคอลัมน์ก็ไม่จำเป็นต้องเท่ากันแล้วแต่ผู้ออกแบบ

โรว์ หรือ แถวในแนวนอน คือโมดูลที่ต่อๆ กันในแนวนอนซึ่งต่างจากคอลัมน์ที่ต่อกันในแนวตั้ง และถูกแบ่งแยกจากกันด้วยอาร์ทลีย์หรือกัตเตอร์เช่นกัน

สเปเชียลโซน หรือ พื้นที่ครอบคลุม คือกลุ่มของโมดูลที่ต่อติดกันทั้งแนวตั้งและแนวนอนทำให้เกิดพื้นที่ที่ใหญ่ขึ้น ถูกนำไปใช้ในการแสดงข้อมูลโดยใส่เป็นข้อความตัวอักษร หรือภาพก็ได้

โพลีไลน์ หรือ แสงไลน์ หรือ เส้นขวาง คือเส้นแบ่งในแนวนอน ใช้เหนี่ยวนำสายตาจากส่วนหนึ่งไปอีกส่วนหนึ่ง หรือเป็นตัวคั่นเมื่อจบเรื่องราว ภาพหนึ่งและกำลังเริ่มต้นเรื่องราว หรือ ภาพอีกชุดหนึ่ง

มาร์คเกอร์ หรือ ตัวชี้ตำแหน่ง คือเครื่องหมายที่กำหนดตำแหน่งบริเวณไว้สำหรับใส่ข้อความสั้นๆ ที่ระบุหมวดหมู่ หัวเรื่องที่เปลี่ยนไปเรื่อยๆ มักมีตำแหน่งเดียวในแต่ละหน้า

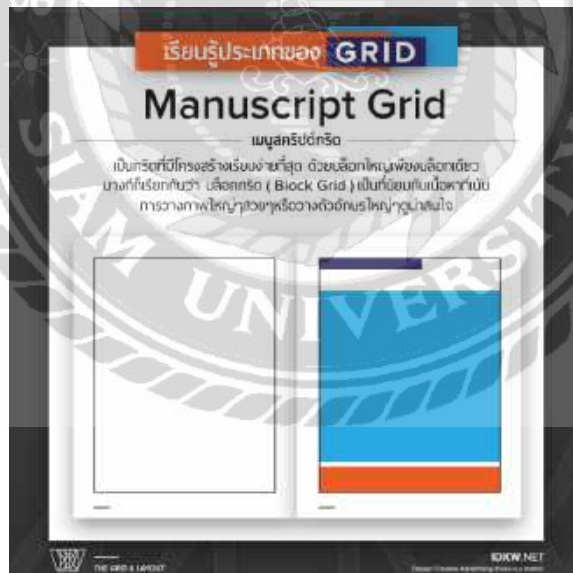
ระบบกริด (Grid System)

ระบบกริด คือรูปแบบของกริดที่ใช้เป็นแม่แบบในการจัดทำจัดเลย์เอ๊าท์ที่สามารถตกแต่ง ดัดแปลงเพิ่มเติมจนได้แบบหลายแบบที่ดูแตกต่างกันแต่ยังคงเค้าโครงของกริดต้นแบบไว้ได้ ซึ่งยังผลให้แบบ ที่ได้มีความเป็นเอกภาพ มีความเกี่ยวเนื่องกัน มีความสอดคล้องกัน มีความเหมือนในบางประการ สิ่งพิมพ์ประเภท โบรชัวร์ นิตยสาร รายงานประจำปี หนังสือ มักจะมีแบบจัดหน้าแต่ละหน้าที่ดูมีความคล้ายกัน เช่น มีจำนวนคอลัมน์เท่ากัน หัวเรื่อง ภาพประกอบ ตำแหน่งเลขหน้า แบบเดียวกันหรือคล้ายกัน ด้วยการสร้างระบบกริดทำให้สะดวกสำหรับผู้ออกแบบในการจัดหน้าต่าง ในเล่มได้รวดเร็วขึ้น อนึ่งการออกแบบระบบกริดที่สามารถใช้พลิกแพลงเป็นแบบ ศิลปะอันหนึ่ง ระบบกริดที่ดีทำให้งานออกมาดูดีมีรูปแบบที่หลากหลาย ในขณะที่เดียวกันระบบกริดที่ไม่ดีหรือซับซ้อนเกินไปทำให้ใช้ยากและจำกัดการเสนอรูปแบบที่ต่างออกไป ทำให้รู้สึกขาดความอิสระได้

รูปแบบต่างๆ ของกริด (Grid types)

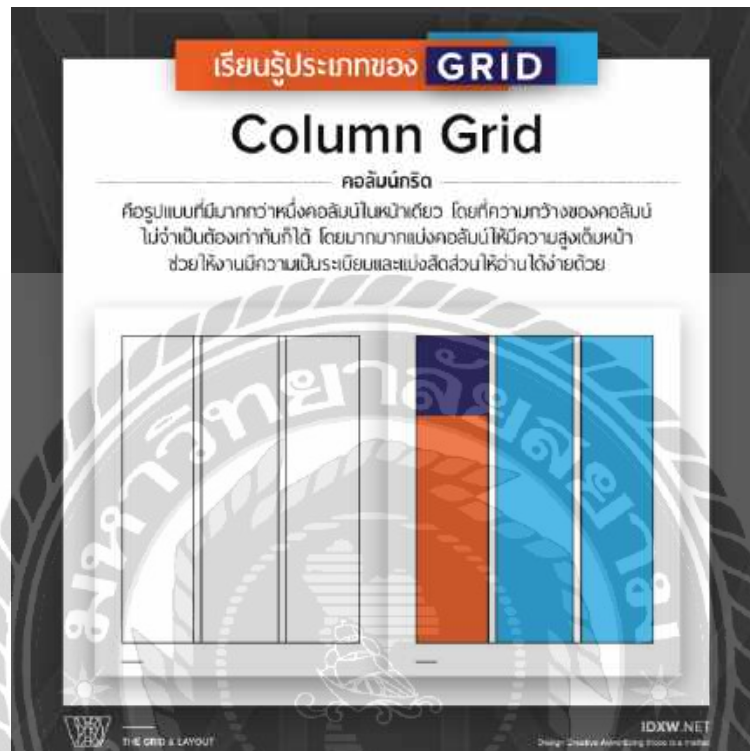
รูปแบบพื้นฐานของกริดมีอยู่ 4 ประเภท รูปแบบพื้นฐานทั้งสี่แบบนี้สามารถนำไปพัฒนาสร้างแบบทั้งที่เรียบง่ายจนถึงแบบที่พลิกแพลงซับซ้อนขึ้น

1. เมนูสคริปต์กริด (Manuscript Grid) เป็นกริดที่มีโครงสร้างเรียบง่ายเป็นบล็อกใหญ่บล็อกเดียว หรือคอลัมน์เดียว มีชื่อเรียกอีกชื่อว่า (Block Grid) โดยทั่วไป รูปแบบกริดประเภทนี้ใช้กับสิ่งพิมพ์ที่มีแต่เนื้อหาเป็นหลัก เช่น หนังสือนวนิยาย ตำรา จดหมายข่าว ฯลฯ แต่ก็สามารถนำภาพมาวางประกอบ แม้จะเป็นรูปแบบที่เรียบง่ายแต่ก็สามารถปรับแต่งเลย์เอ๊าท์ให้ดูน่าสนใจได้



ภาพที่ 2.2 เมนูสคริปต์กริด (Manuscript Grid)
แหล่งที่มา: <http://www.supremeprint.net/index.php0>.

2. คอลัมน์กริด (Column Grid) เป็นรูปแบบกริดที่มีคอลัมน์มากกว่าหนึ่งคอลัมน์ในหน้าของแบบ มักมีความสูงเกือบสุดขอบของชิ้นงาน ความกว้างของแต่ละคอลัมน์ไม่จำเป็นต้องเท่ากัน กริดในรูปแบบนี้มักถูกนำไปใช้ใน นิตยสาร แคตตาล็อก โบรชัวร์ การวางภาพในรูปแบบกริดประเภทนี้อาจจะจัดวางให้มีความกว้างเท่ากับหนึ่งคอลัมน์หรือมากกว่าก็ได้

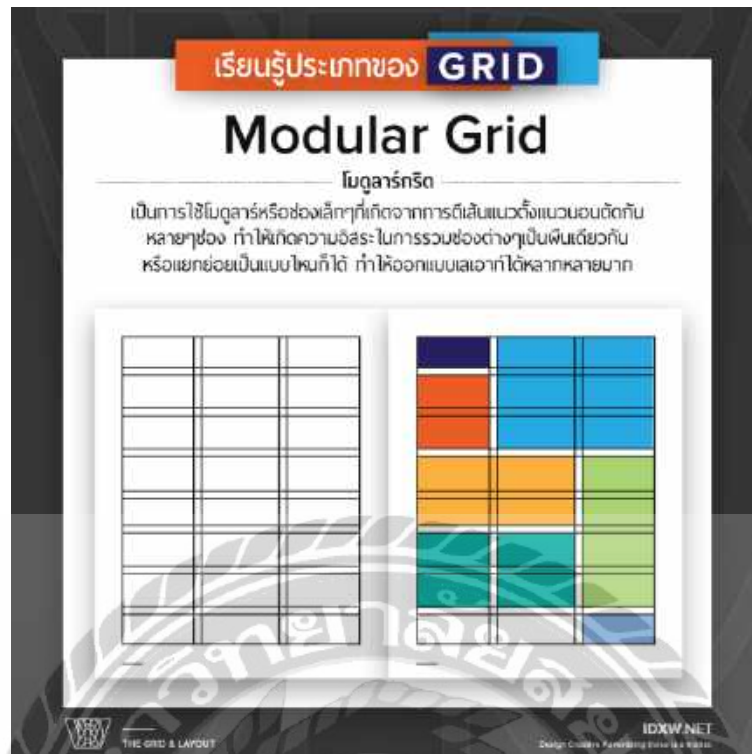


ภาพที่ 2.3 คอลัมน์กริด (Column Grid)

แหล่งที่มา: <http://www.supremeprint.net/index.php>

3. โมดูลาร์กริด (Modular Grid) เป็นรูปแบบกริดที่ประกอบด้วยโมดูลหลายแบบ โมดูลซึ่งเกิดจากการตีเส้นตามแนวตั้งและแนวนอน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือรูปแบบที่เกิดจากการแบ่งคอลัมน์ในคอลัมน์

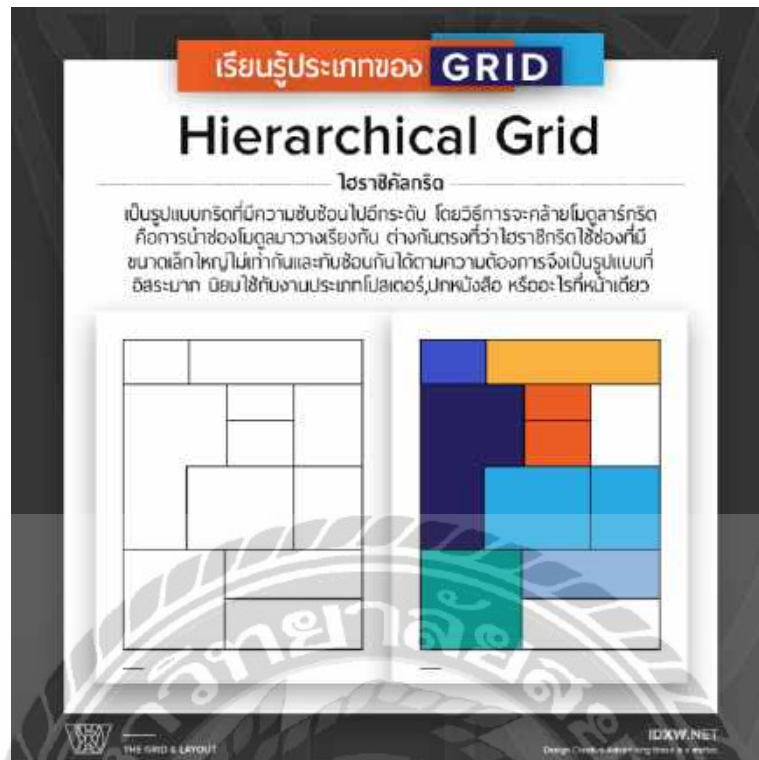
กริดตามแนวนอนทำให้เกิดเป็นโมดูลย่อย โมดูลาร์กริดเป็นรูปแบบที่สามารถนำไปจัดเลเอาท์ได้หลากหลาย สามารถประสมประสานภาพกับข้อความเป็นชุด จัดแบ่งเรื่องราวมาอยู่ในหน้าเดียวกัน จัดภาพประกอบพร้อมคำบรรยายชุดในหน้าหนึ่งหน้า เหมาะสำหรับสิ่งพิมพ์ที่ต้องการรูปแบบที่ปรับเปลี่ยนง่าย เมื่อมีการจัดทำเป็นประจำอย่างต่อเนื่องอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ และยังเหมาะกับงานพิมพ์ประเภทแคตตาล็อกสินค้าหรือบริการ แผ่นพิมพ์โฆษณาที่ต้องแสดงรายการสินค้าเป็นจำนวนมาก เนื่องจากโมดูลาร์กริดเป็นรูปแบบที่ประกอบด้วยโมดูลย่อย มีความอิสระในการปรับแต่งเลเอาท์ได้สูง จึงมีการนำมาใช้ในการออกแบบหน้าโบรชัวร์ แคตตาล็อก นิตยสารและหนังสือประเภทต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 2.4 โมดูลาร์กริด (Modular Grid)

แหล่งที่มา: <http://www.supremeprint.net/index.php>

4. ไฮราซิคัลกริด (Hierarchical Grid) เป็นรูปแบบกริดที่มีโครงสร้างซับซ้อน ประกอบด้วยโมดูลได้ทั้งที่มีขนาดเท่ากันหรือแตกต่างกันมาจัดวางในหน้าเดียวกัน และอาจมีการเกยกันของโมดูลบางชิ้น ไฮราซิคัลกริดเป็นรูปแบบที่ยากต่อการใช้งานในการที่จะทำให้เลเอาท์ที่ออกมาดูดีและลงตัว มักใช้ต่อเมื่อไม่สามารถใช้กริดรูปแบบอื่น ส่วนหนึ่ง que เลือกใช้เนื่องจากขององค์ประกอบ ของเลเอาท์ที่มีความแตกต่างค่อนข้างมาก เช่น อัตราส่วนของด้านกว้างกับด้านยาวของภาพประกอบแต่ละภาพมีความแตกต่างกันมาก ข้อเสนอแนะในการจัดทำรูปแบบไฮราซิคัลกริดวิธีหนึ่งคือ นำองค์ประกอบต่าง ๆ ของแบบทั้งหมด เช่น ภาพประกอบ เนื้อหา หัวเรื่อง ฯลฯ มากองไว้ พิจารณาภาพรวม ค่อย ๆ ทดลองจัดวางโดยขยับปรับขนาดแต่ละองค์ประกอบจนดูแล้วลงตัว พอมีแนวเป็นหลักในการสร้างกริดใช้ร่วมกันทั้งชุดเล่มของงานพิมพ์ แล้วจึงลงมือทำงาน รูปแบบกริดประเภทนี้มีใช้ในการออกแบบหน้าหนังสือโปสเตอร์ และฉลากผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

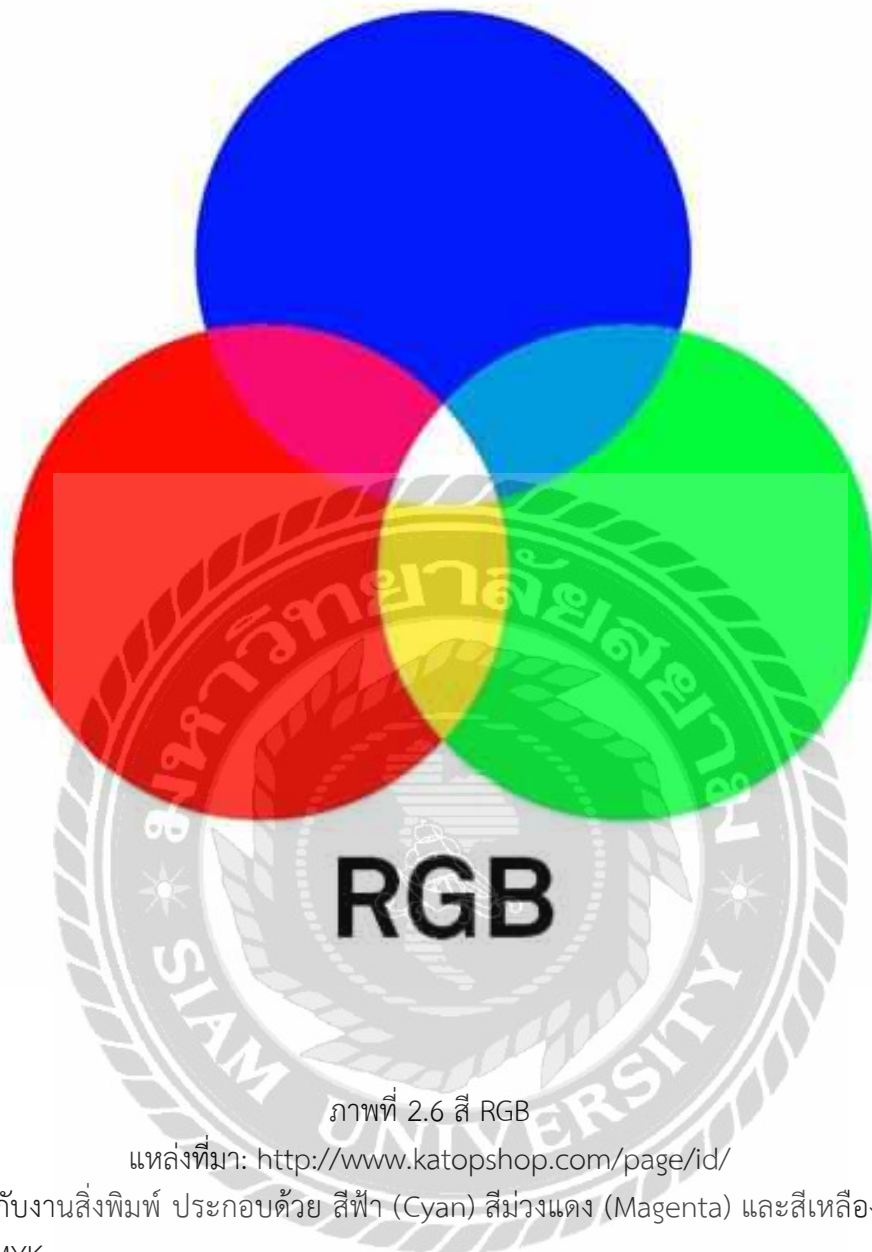


ภาพที่ 2.5 ไชราซึคัลกริด (Hierarchical Grid)
แหล่งที่มา: <http://www.supremeprint.net/index.php>

2. ทฤษฎีสี

สีมีความสำคัญอย่างมากต่องานกราฟิก สีทำให้ภาพมีความสดใส สวยงาม น่าสนใจ ในการใช้สีเพื่อสื่อความหมายในงานกราฟิก เพื่อที่จะได้นำสีไปใช้ประกอบกับงานกราฟิก ให้งานนั้นสามารถตอบสนองได้ตรงตามจุดประสงค์

ระบบสีของคอมพิวเตอร์เกี่ยวข้องกับการแสดงผลของแสงในเครื่องฉายคอมพิวเตอร์ โดยมีลักษณะการแสดงผลคือ ถ้าไม่มีการแสดงผลสีโดยบนจอภาพและแสดงผลเป็น“สีดำ”หากสีทุกสีแสดงพร้อมกันจะเห็นสีบนจอภาพเป็น“สีขาว”ส่วนสีอื่น เกิดจากการแสดงสีหลายสี แต่มีค่าแตกต่างกัน การแสดงผลลักษณะนี้เรียกว่า “การแสดงผลระบบ Additive” การแสดงผลระบบ Additive สีในระบบ Additive ประกอบด้วยสีหลัก 3 สี คือ แดง (Red) เขียว (Green) น้ำเงิน (Blue) เรียกรวมกันว่า RGB หรือแม่สีระบบสีกับงานสิ่งพิมพ์



ภาพที่ 2.6 สี RGB

แหล่งที่มา: <http://www.katopshop.com/page/id/>

ระบบสีที่ใช้กับงานสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย สีฟ้า (Cyan) สีม่วงแดง (Magenta) และสีเหลือง (Yellow) คือระบบ CMYK



ภาพที่ 2.7 สี CMYK

แหล่งที่มา: <http://www.katopshop.com/page/id/>

สี (Color)

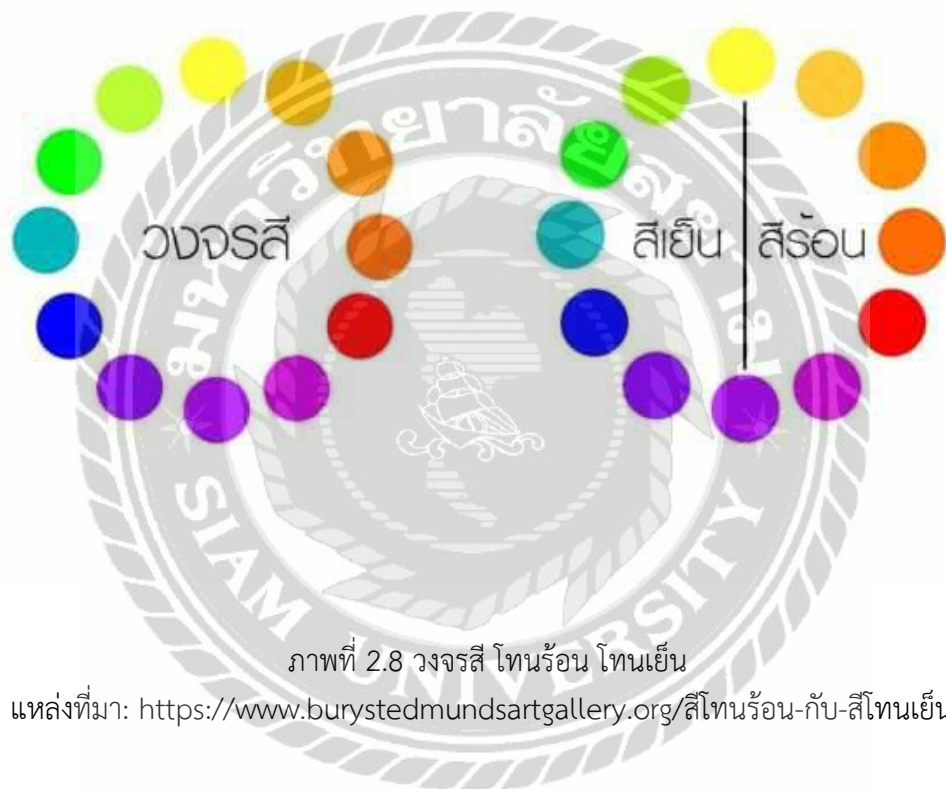
แสงสีขาวจากธรรมชาติหรือแสงจากดวงอาทิตย์เกิดจากการผสมแม่สีสามสี คือ แดง เขียว และ น้ำเงิน ซึ่งเหมือนกับสีปรากฏบนจอคอมพิวเตอร์ หากนำภาพดิจิทัลที่ทำจากคอมพิวเตอร์ไปแสดงผลทางเครื่องพิมพ์ เช่น หนังสือ หรือสิ่งพิมพ์ สีส้นจะผิดเพี้ยนไป เพราะทางพิมพ์ใช้แม่สี โคลแอน มาเจนต้า และเยลโลว (CMYK) ซึ่งผสมกันแล้วจะเป็นสีดำ นอกจากนี้ขอบเขตสีก็ปรากฏแตกต่างกันจอมอนิเตอร์สามารถแสดงสีได้สูงสุด 16.7 ล้านสี น้อยกว่าที่ตาคนเราสามารถมองเห็น เป็นการพิมพ์อยู่ในระดับหมื่นสีเท่านั้น

อารมณ์และความรู้สึกจะเป็นตัวกำหนดความชอบและไม่ชอบของแต่ละบุคคล มีส่วนที่จะชักจูงให้เกิดความรู้สึกสนใจและเข้าใจถึงคุณค่าของงานนั้น ซึ่งสามารถตอบสนองแรงกระตุ้น

โทนสี หมายถึง กลุ่มสีที่ปรากฏแล้วให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน มีอยู่ 2 โทน ดังนี้

1. สีโทนร้อน หมายถึง ชุดสีที่ประกอบด้วย สีส้มเหลือง สีส้ม สีส้มแดง สีแดง และสีม่วงแดง สีวรรณะร้อนให้ความรู้สึกตื่นตา มีพลัง อบอุ่น สนุกสนาน และดึงดูดความสนใจได้ดี โครงสีร้อนนี้สภาพโดยรวมจะมีความกลมกลืนของสีมากควรมีสีเย็นมาประกอบบ้างทำให้ภาพมีความน่าสนใจมากขึ้น

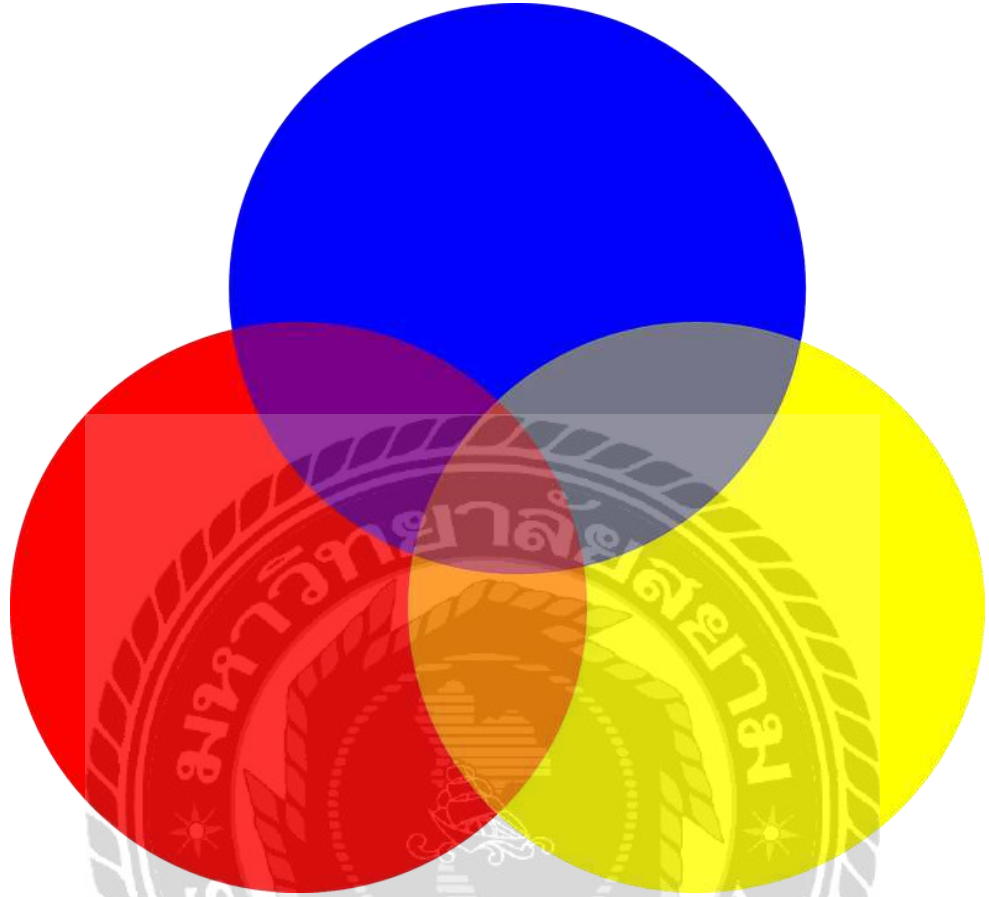
2. สีโทนเย็น หมายถึง ชุดสีที่ประกอบด้วยสีเขียวเหลือง สีเขียว สีเขียวน้ำเงิน สีน้ำเงิน และสีม่วงน้ำเงิน โครงสีเย็นให้ความรู้สึกสุภาพ สงบ ลึกลับ เยือกเย็น ในทางจิตวิทยาสีเย็นมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกหดหู่ เศร้า โครงสีเย็นควรมีสีร้อนแทรกบ้างจะทำให้ผลงานดูน่าสนใจมากขึ้น



ภาพที่ 2.8 วงจรสี โทนร้อน โทนเย็น

แหล่งที่มา: <https://www.burystedmundsartgallery.org/สีโทนร้อน-กับ-สีโทนเย็น/>

สีชั้นที่ 1 คือ แม่สี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน



ภาพที่ 2.9 แม่สี

แหล่งที่มา:

https://www.google.com/search?biw=1920&bih=920&tbm=isch&sa=1&ei=r9KAXKilDa7ez7sPt5y18Aw&q=แม่สี&oq=แม่สี&gs_l

สีชั้นที่ 2 คือ สีที่เกิดจากสีชั้นที่ 1 หรือแม่สีผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากัน จะทำให้เกิดสีใหม่ 3 สี
 ได้แก่ สีแดง ผสมกับสีเหลือง ได้สีส้ม
 สีแดง ผสมกับสีน้ำเงิน ได้สีม่วง
 สีเหลือง ผสมกับสีน้ำเงิน ได้สีเขียว

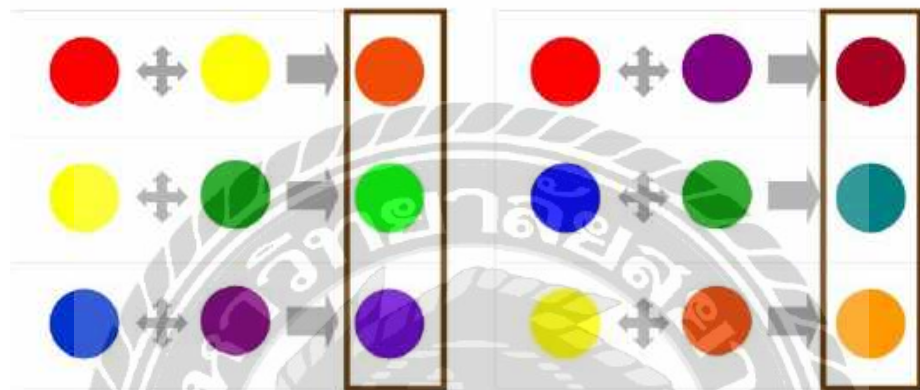


ภาพที่ 2.10 สีชั้นที่ 2

แหล่งที่มา: <http://ananao.lnwshop.com/article/3>

สีขั้นที่ 3 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 ผสมกับสีขั้นที่ 2 ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จะได้สีอื่น ๆ อีก 6 สี คือ

| | | |
|-----------|---------------|------------------|
| สีแดง | ผสมกับสีส้ม | ได้สีส้มแดง |
| สีแสด | ผสมกับสีม่วง | ได้สีม่วงแดง |
| สีเหลือง | ผสมกับสีเขียว | ได้สีเขียวเหลือง |
| สีน้ำเงิน | ผสมกับสีชมพู | ได้สีชมพูน้ำเงิน |
| สีน้ำเงิน | ผสมกับสีม่วง | ได้สีม่วงน้ำเงิน |
| สีเหลือง | ผสมกับสีส้ม | ได้สีส้มเหลือง |



ภาพที่ 2.11 สีขั้นที่ 3
แหล่งที่มา:

<https://www.bloggang.com/m/viewdiary.php?id=bambamblack&month=03-2013&date=25&group=2&gblog=11>

สีกับจิตวิทยาและการนำมาใช้

เฉดสีต่างๆ ล้วนส่งผลต่ออารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดเมื่อได้มองเห็น ดังนั้นการเลือกใช้สีให้สอดคล้องกับหลักทางจิตวิทยา เราจะต้องมีความเข้าใจก่อนว่าสีใดมีผลต่อความรู้สึกต่อมนุษย์อย่างไรบ้าง จึงจะสามารถนำมาใช้ได้อย่างเหมาะสมตามวัตถุประสงค์ นักออกแบบจึงมักใช้สีในการชักจูงให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ ตามที่ต้องการได้ ความรู้สึกเกี่ยวกับสีเมื่อได้มองเห็น สามารถจำแนกออกได้ดังต่อไปนี้

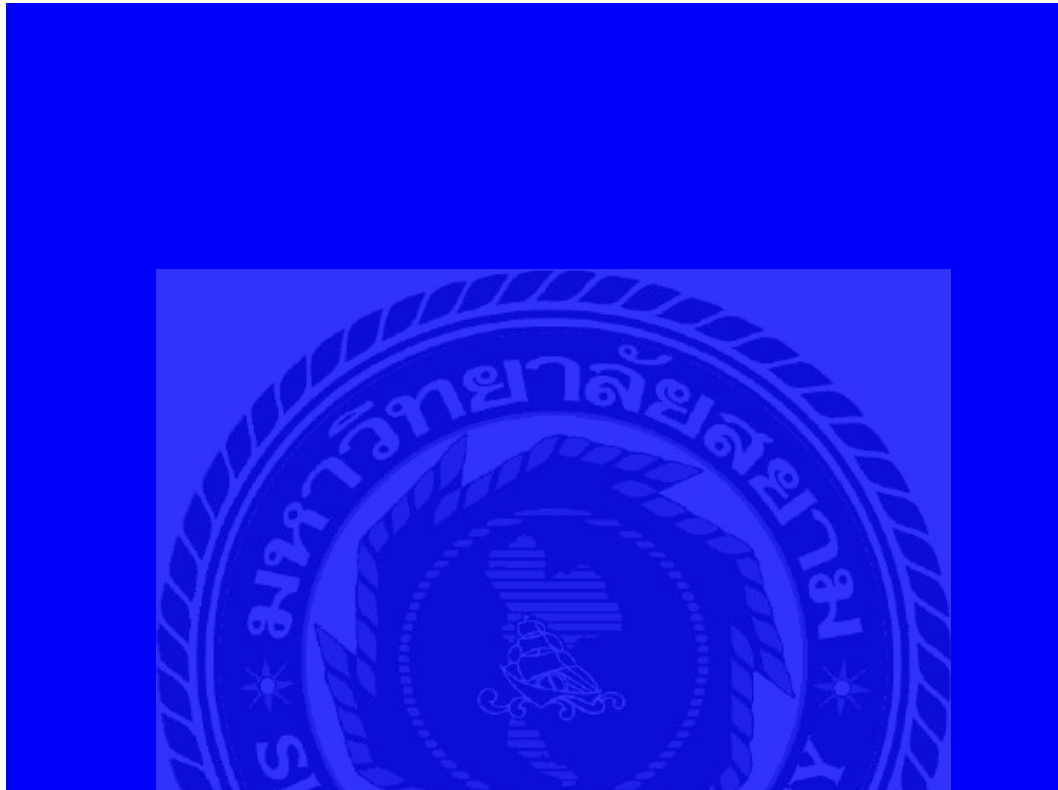
สีแดง เป็นสีโทนร้อนที่มองเห็นได้รวดเร็วที่สุด มีความร้อนแรงมากที่สุด จึงมักถูกเลือกให้เป็นสีที่ใช้ดึงดูดความสนใจมากที่สุดเช่นกัน สีแดงจะให้ความรู้สึกของพลังกำลัง ความก้าวร้าว ปราดเปรี้ยว รุนแรง รวดเร็ว จึงนิยมนำมาใช้เป็นสีสำหรับรถสปอร์ต เสื้อทีมกีฬา และยังเป็นสีที่แทนความรู้สึกรักชาติ จึงมักใช้สีแดงเป็นสีประจำชาติ โดยสังเกตได้จากธงชาติของประเทศ ที่มักจะมีสีแดงอยู่ด้วย นอกจากนี้สีแดงยังใช้เป็นสัญลักษณ์ของความรัก ความเร่าร้อน ความขัดแย้ง การทะเลาะวิวาท และอันตรายอีกด้วย



ภาพที่ 2.12 สีแดง

แหล่งที่มา: <https://godtechnician.simdif.com/ช่างเทพgodtechniciandesign13.html>

สีน้ำเงิน เป็นสีโทนเย็น มีความสว่างสีต่ำ จึงให้ความรู้สึกเยือกเย็น เงียบสงบ เมื่อได้มอง แสดงถึงความรับผิดชอบ ความจริงใจ นักบริหาร นักธุรกิจมักใช้สีน้ำเงินเข้มเป็นสีรถ หรือเครื่องแต่งกาย สีน้ำเงินอ่อนหรือสีฟ้า มักทำรู้สึกถึงความสะอาด ความเย็น ความผ่อนคลาย จึงมักใช้เป็นสีพื้นหลังของบรรจุภัณฑ์ในสินค้าที่ให้ความรู้สึกเย็นและชุ่มชื้น เช่น แป้งเย็น ยาสระผมสูตรเย็นสดชื่น เป็นต้น



ภาพที่ 2.13 สีน้ำเงิน

แหล่งที่มา: <https://godtechnician.simdif.com/ช่างเทพgodtechniciandesign13.html>

สีเหลือง เป็นสีโทนร้อนที่ให้ความสว่างสูง สีเหลืองสดจะให้ความรู้สึกอบอุ่นเมื่อได้มอง แสดงถึงความสนุกสนานร่าเริง ความเบิกบาน ความทันสมัย สุขภาพที่ดี แต่ถ้าเป็นสีเหลืองหม่น ก็จะทำให้ความรู้สึกที่ดูติดลบ ความขี้ขลาด ความอ่อนแอ ความเจ็บป่วย



ภาพที่ 2.14 สีเหลือง

แหล่งที่มา: <https://godtechnician.simdif.com/ช่างเทพgodtechniciandesign13.html>

สีเขียวเป็นสีโทนเย็นที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สงบ แต่ก็ให้ความรู้สึกสดชื่นมีชีวิตชีวา การเจริญเติบโต ความเป็นธรรมชาติ จึงนิยมใช้สีเขียวเป็นสีสำหรับสินค้าที่มาจากธรรมชาติ สินค้าปลอดสารเคมี หรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น



ภาพที่ 2.15 สีเขียว

แหล่งที่มา: <https://godtechnician.simdif.com/ช่างเทพgodtechniciandesign13.html>

สีม่วงเป็นสีที่เกิดจากสีแดงผสมกับสีน้ำเงิน เป็นได้ทั้งสีโทนเย็นและโทนร้อน ตามปริมาณของแม่สีที่ใช้ผสม จึงเป็นการรวมเอาคุณลักษณะของทั้งสองสีมาไว้เข้าด้วยกัน คือ ความเร่าร้อน ความมีอำนาจของสีแดง และความสงบ ความรับผิดชอบของสีน้ำเงิน สีม่วงจึงมักจะทำให้ความรู้สึกยิ่งใหญ่ ความหรูหรา ความสูงส่ง ความลึกลับ มีเสน่ห์



ภาพที่ 2.16 สีม่วง

แหล่งที่มา: <https://www.tlcthai.com/horo/horo-support/37254.html>

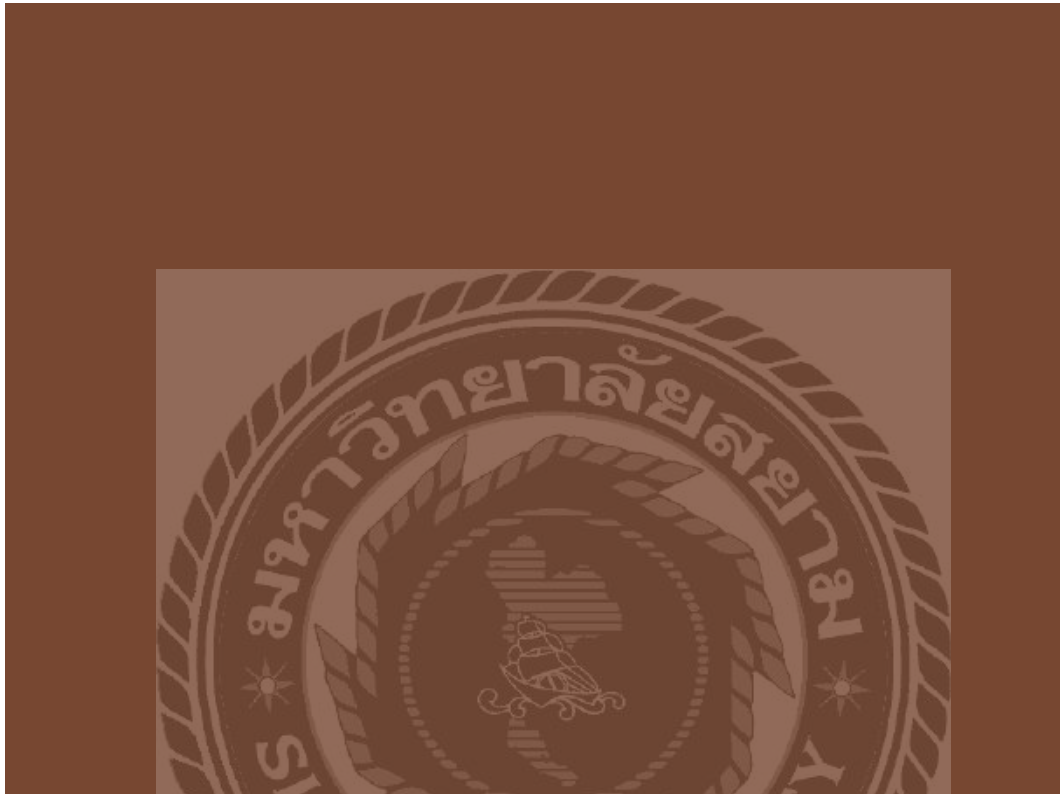
สีขาบ เป็นสีที่มีความสว่างสีสูงมากที่สุด จึงให้ความรู้สึกโปร่ง เบาสบาย ความละเอียดอ่อน ความบริสุทธิ์ สะอาด ใหม่ สดใส ความดี มีคุณธรรม บางทีใช้ธงขาวแสดงการยอมแพ้ การสงบศึก ส่วนในบางประเทศจะใช้สีขาบแสดงถึงความเศร้าโศกเสียใจ การพลัดพราก การจากลา



ภาพที่ 2.17 สีขาบ

แหล่งที่มา: <https://www.tlcthai.com/horo/horo-support/37254.html>

สีน้ำตาล เป็นสีที่คล้ายกับลำต้นของต้นไม้ จัดอยู่ในกลุ่มจำพวกสีเขียวให้ความรู้สึกเก่า ความสงบ
เงียบ การก่อกำเนิด ความแห้งแล้ง เป็นสีที่คล้ายกับผืนดิน ความสงบสุขสงบ เป็นสีแห่งธรรมชาติ
สามารถกระตุ้นความรู้สึกแข็งแรง มีพลัง และความน่าเชื่อถือ ความเป็นธรรมชาติ จึงนิยมนำมาใช้เป็นสี
ของบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับอาหาร



ภาพที่ 2.18 สีน้ำตาล

แหล่งที่มา: <https://www.tlcthai.com/horo/horo-support/37254.html>

สีดำ เป็นสีที่มีดที่สุด จึงให้ความรู้สึกหดหู่ เศร้าขม ลึกลับ ความทึบตัน ความน่ากลัว สิ่งชั่วร้าย ความเป็นอมตะ กลางคืน ในบางประเทศจะใช้สีดำเพื่อแสดงถึงความเศร้าหมองและความตาย อย่างเช่นในบ้านเรา นิยมใส่สีดำเพื่อไว้ทุกข์ เป็นต้น



ภาพที่ 2.19 สีดำ

แหล่งที่มา: <https://godtechnician.simdif.com/ช่างเทพgodtechniciandesign13.html>

นอกจากนี้สีอ่อนหรือสีที่มีความสว่างสูง จะให้ความรู้สึกว่ามีขนาดใหญ่ และเบากว่าวัตถุที่มีสีเข้ม แม้ว่าในความจริงแล้ววัตถุทั้งสองจะมีขนาดเท่ากันก็ตาม สีที่อยู่ในโทนร้อน เช่น สีแดง สีเหลือง สีส้ม จะให้ความรู้สึกว่ายูอยู่ในระยะใกล้กว่า สีที่อยู่ในโทนเย็น เช่น สีม่วง สีน้ำเงิน อีกทั้งยังพบว่า สีในโทนร้อนจะให้ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวดีกว่าสีในโทนเย็น ดังนั้นในการออกแบบ หรือทำงานศิลปะต่างๆ เราควรเลือกใช้เฉดสีให้ตรงกับความต้องการที่เราอยากสื่อสารออกไปให้ได้มากที่สุด

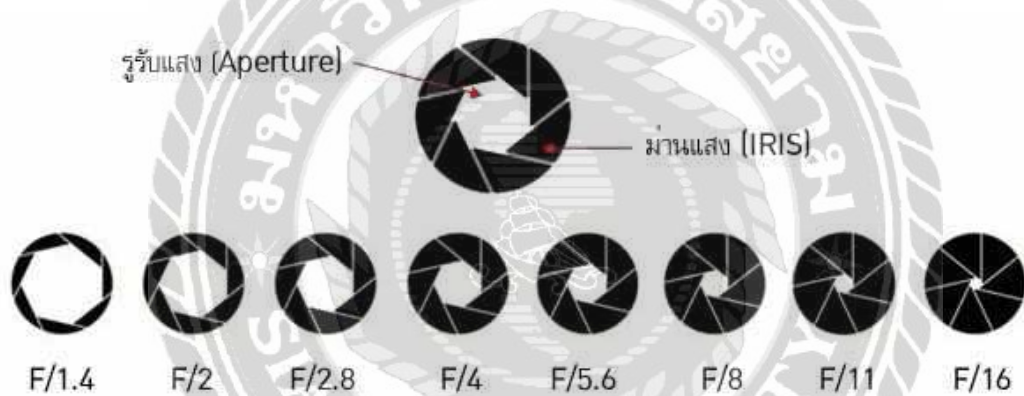
3. หลักการถ่ายภาพ

ความหมายการถ่ายภาพ

การบันทึกเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่ง ในสถานที่นั้น โดยเป็นการเก็บสภาพแสงไว้ ลงบนวัตถุไวแสงทางเคมี เช่น ฟิล์มถ่ายภาพ หรือวงจรไฟฟ้าไวแสง CMOS CCD เป็นต้น โดยบรรจุอยู่ในอุปกรณ์ที่เราเรียกว่ากล้องถ่ายรูป ด้วยเทคนิคการถ่ายภาพแบบต่างๆ หลังจากนั้นการถ่ายภาพจะเปลี่ยนสภาพแสงที่บันทึกไว้เหล่านั้น กลับมาเป็นภาพได้อีกครั้งหนึ่ง โดยผ่านกระบวนการล้างอัดภาพ การถ่ายภาพจากศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Photography โฟโต้กราฟฟี เป็นรากศัพท์มาจากภาษากรีก 2 คำ ได้แก่คำว่า Phos ซึ่งหมายถึง แสงสว่าง และคำว่า Graphein หมายถึง การวาดหรือการเขียนเมื่อรวมกันจึงหมายถึง การเขียนหรือวาดด้วยแสงสว่าง เรียกรวมนๆว่าเทคนิคการถ่ายภาพ

APERTURE – รูรับแสง

รูรับแสง เลนส์ที่รูรับแสงกว้าง แสงจะเข้าที่กล้องมาก ถ่ายภาพกลางคืนได้ดี และที่สำคัญคือทำให้เกิดเอฟเฟคที่ชอบมากคือหน้าชัดหลังเบลอ ส่วนรูรับแสงแคบ คือตรงกันข้าม ภาพจะเข้าที่กล้องน้อยลง แต่จะได้เอฟเฟคที่เกิดการชัดลึกคือภาพชัดทั้งภาพเลยเหมาะกับการถ่ายภาพวิวทิวทัศน์

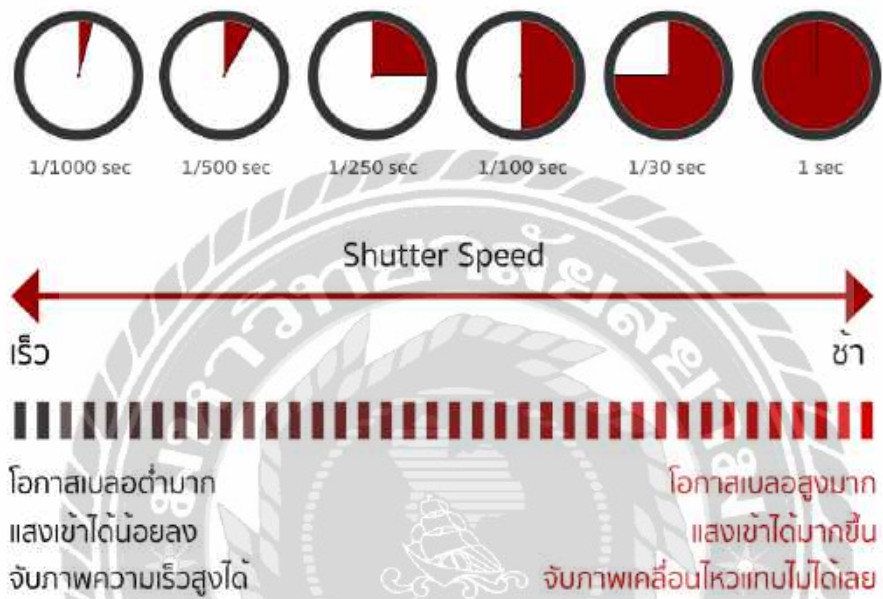


ภาพที่ 2.20 รูรับแสง

แหล่งที่มา: <https://sites.google.com/site/stepsdslr/chapter1-hen-khaw-pen-khaw-hen-da-pen-da/khwam-samphanth-rahwang-ru-rab-saeng-kab-khwamrew-chattextr>

SHUTTER SPEED – ความเร็วชัตเตอร์

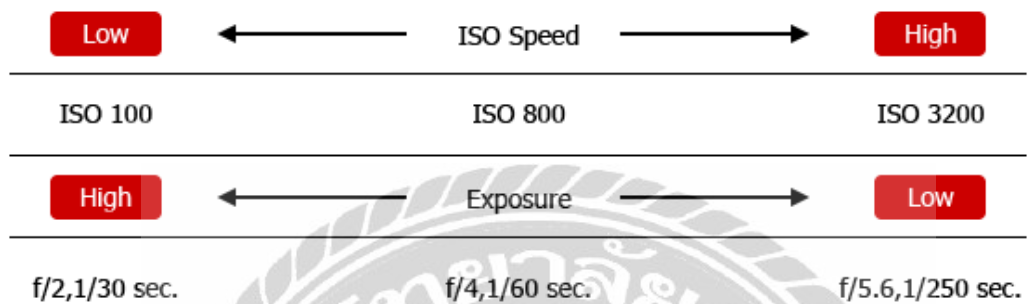
ความเร็วชัตเตอร์ คือ ใช้จับภาพที่เคลื่อนไหวให้นิ่ง แต่มีผลกระทบต่อเหมือนกัน คือเมื่อความเร็วชัตเตอร์เพิ่มขึ้น แสงจะเข้ากล้องน้อยลง การใช้ความเร็วชัตเตอร์ที่สูงควรใช้ในสถานที่ ที่อยู่กลางแจ้ง มีแสงมาก เพื่อจะได้ไม่ต้องเพิ่ม ISO แต่ Speed Shutter ที่ช้าลงจะทำให้เก็บแสงได้มากขึ้น และก็เป็นอีกเทคนิคหนึ่งที่ใช้ในการลากแสงไฟ ดังนั้น การจะใช้ชัตเตอร์นั้นไม่มีกฎตายตัว ขึ้นอยู่กับอยากได้ภาพแบบไหน และกำลังเจอสถานการณ์ไหน



ภาพที่ 2.21 ความเร็วชัตเตอร์
แหล่งที่มา: <https://pantip.com/topic/34461515>

ISO – ค่าความไวแสง

ISO เป็นความไวแสง ถ้ายิ่ง ISO มากกล้องก็จะไวแสงมาก ข้อดีคือ ISO สูงจะทำให้ถ่ายภาพในที่มืดได้ แต่การที่ ISO สูงมากก็จะทำให้เกิดสัญญาณรบกวนหรือว่า Noise ดังนั้นการเลือกใช้ ISO ก็ควรดูด้วยว่าต้องการอะไรในภาพตอนนั้น ถ้าถ่าย Landscape กลางแจ้ง มีขาตั้ง ก็ไม่ต้องดัน ISO ใช้ต่ำที่สุดที่กล้องให้ก็ได้ แต่ถ้าหากถ่ายภาพในอาคารจะไม่สามารถเพิ่มรูรับแสง หรือลดสปีดจนถือกล้องได้ควรเลือก ISO เพื่อให้กล้องรับแสงได้ไวขึ้น



ภาพที่ 2.22 ค่าความไวแสง

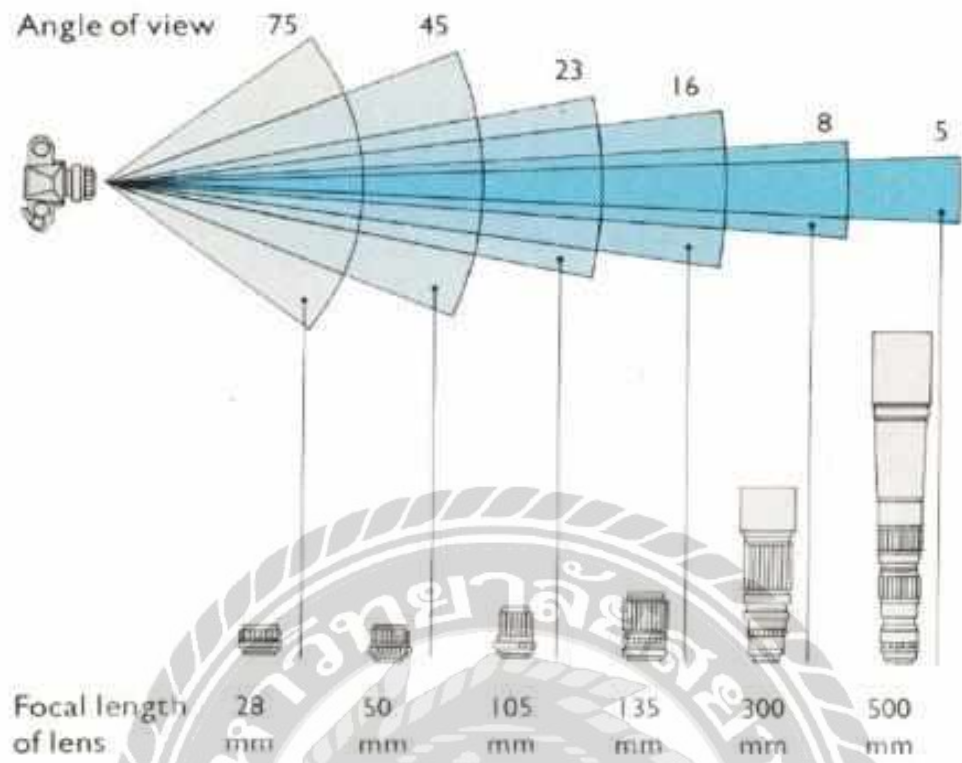
แหล่งที่มา: <https://snapshot.canon-asia.com/thailand/article/th/lesson-5-what-is-iso-speed>

FOCAL LENGTH – ทางยาวโฟกัส

ทางยาวโฟกัสมี 3 ระยะ คือ

1. มุมกว้าง ระยะประมาณ 50mm ลงมา ปัจจุบันเลนส์กว้างที่ใช้มาก ๆ คือ Ultra Wide ระยะประมาณ 12mm – 16mm
2. ระยะ Normal ระยะ 50mm เป็นช่วงระยะประมาณสายตา ถ่ายง่าย และเลนส์ 50mm เป็นเลนส์ครู่ได้จากเลนส์ 50mm ควรใช้เลนส์แคบหรือกว้าง
3. ระยะ Telephoto คือเลนส์ที่มีช่วงซูมมากๆ เหมาะกับการถ่ายดึงภาพไกลๆ อย่างทิวทัศน์เน้นมุมแคบ ดึงภาพจากภูเขามาได้เลย หรือว่าถ่ายภาพบุคคลที่เน้นเจาะครึ่งตัวก็จะใช้ Tele ประมาณ 85mm ระยะเลนส์ที่เหมาะสมนั้นอยู่ที่เลือกใช้ แต่สิ่งสำคัญคือเมื่อช่วงทางยาวโฟกัสเลนส์มากขึ้น มุมภาพที่รับได้ก็จะแคบลง ควรเข้าใจถึงข้อจำกัด

ตัวอย่างภาพที่ถ่ายด้วยระยะประมาณ 50mm F กว้าง ซึ่งจะทำให้หลังละลาย ตัวแบบเด่น เด็งขึ้นมา เป็นระยะที่นิยมกันในการถ่ายภาพ Portrait



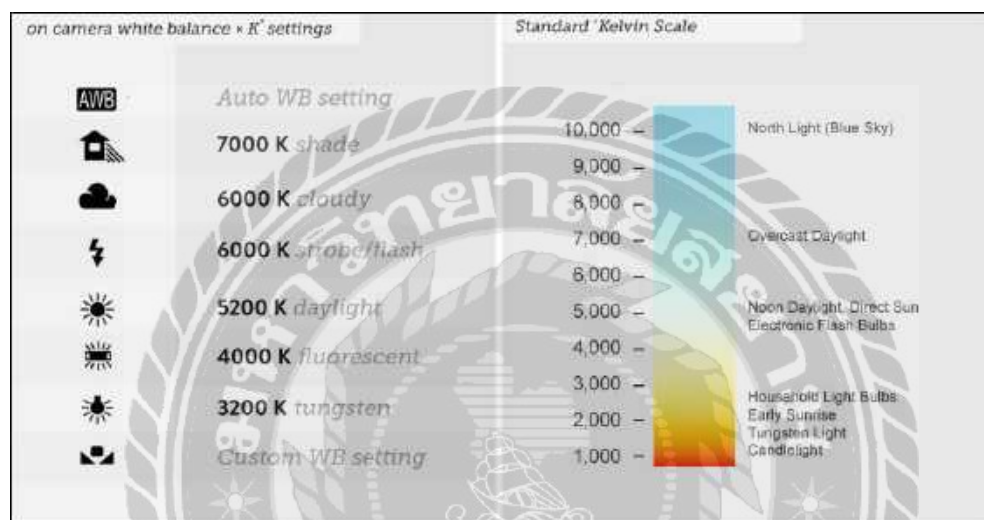
ภาพที่ 2.23 ทางยาวโฟกัส
แหล่งที่มา: <https://panassayawongsri.wordpress.com/>

WHITE BALANCE – ค่าสมดุลแสงสีขาว

White Balance จะคอยทำหน้าที่ควบคุมให้สีของภาพออกมาตรงอย่างที่ตาเห็นโดยดูจากสมดุลของแสงสีขาว

ประโยชน์ของ White Balance คือ กล้องรับภาพ รับแสงเข้ามา เมื่อสีในภาพเกิดการผิดเพี้ยน ติดสี ส้มเยอะเกินไป หรือสีฟ้าเยอะเกินไป กล้องก็จะคอยปรับค่า White Balance ให้สมดุลกับภาพที่เห็น ทำให้ภาพของออกมาสีตรงนั่นเองครับ สังเกตว่าอาการสีเพี้ยน นี้มักจะเกิดเมื่อเราถ่ายภาพในอาคาร ในห้องที่แสงจะไม่มากนัก ซึ่งอาการนี้จะเกิดกับกล้องมือถือหรือกล้องมิลเลอร์เลส (mirrorless)

White Balance โดยหลักแล้วจะมีอยู่ 8 อย่าง ดังนี้



ภาพที่ 2.24 ตาราง White Balance แหล่งที่มา:

<https://www.google.com/search?q=White+Balance&authuser=1&source=lnms&tbm>

Auto กล้องเป็นการปรับค่าแสงสมดุลสีขาวแบบอัตโนมัติ



ภาพที่ 2.25 ปรับ Auto

แหล่งที่มา: <http://tatayanita.blogspot.com/2013/07/assignment-2-260613.html>

Tungsten แก้วสีส้มในภาพโดยใส่สีน้ำเงิน สีฟ้าเข้าไป



ภาพที่ 2.26 ปรับ Tungsten

แหล่งที่มา: <http://tatayanita.blogspot.com/2013/07/assignment-2-260613.html>

Fluorescent แก้วน้ำเงิน สีเขียวในภาพ โดยใส่สีม่วงลงไป



ภาพที่ 2.27 ปรับ Fluorescent

แหล่งที่มา: <http://tatayanita.blogspot.com/2013/07/assignment-2-260613.html>

Daylight แก้วฟ้าอ่อน ซึ่งจะเป็นสีที่เกิดจากดวงอาทิตย์ในตอนกลางวัน โดยใส่สีส้มเข้าไป



ภาพที่ 2.28 ปรับ Daylight

แหล่งที่มา: <http://tatayanita.blogspot.com/2013/07/assignment-2-260613.html>

Flash แก้วสีฟ้าอ่อน คล้ายกับ Daylight โดยใส่สีส้ม สีเหลืองเข้าไป



ภาพที่ 2.29 ปรับ Flash

แหล่งที่มา: <http://tatayanita.blogspot.com/2013/07/assignment-2-260613.html>

Cloudy แก้วสีฟ้า ที่เกิดจากการมีเมฆ จะมีสีฟ้ามากกว่าปกติ กล้องก็ใส่สีส้มเข้าไป



ที่ 2.30 ปรับ Cloudy

แหล่งที่มา: <http://tatayanita.blogspot.com/2013/07/assignment-2-260613.html>

Shade แก่สีฟ้า ที่เกิดจากการถ่ายภาพในร่ม ซึ่งอาจจะมีสีฟ้ามากกว่าปกติ กล้องจะใส่สี สัมเข้า
ไป



ที่ 2.31 ปรับ Shade

แหล่งที่มา: <http://tatayanita.blogspot.com/2013/07/assignment-2-260613.html>

Custom เลือกปรับเติมสีของ White Balance ในกรณีที่เลือกปรับค่า White Balance แล้วแต่
สีก็ยังไม่ออกมาไม่ตรง



ที่ 2.32 ปรับ Custom

แหล่งที่มา: <http://tatayanita.blogspot.com/2013/07/assignment-2-260613.html>

COMPOSITION & RULE OF THIRD – การจัดองค์ประกอบภาพ และ กฎสามส่วน

จะเห็นได้ว่าในช่องมองภาพของกล้องที่ผู้ผลิตทำมาจะมีจุดตัด 9 ช่อง ซึ่งจะแบ่งเป็น 3 ส่วนหลักในแนวตั้ง และ 3 ส่วน หลักในแนวนอน โดยจุดตัดนี้จะใช้วิธีการจัดองค์ประกอบร่วมกันสองแบบ วิธีแรก คือ กฎสามส่วน วิธีนี้มักจะใช้แบ่งสัดส่วนของพื้นดินและท้องฟ้า ถ้าต้องการนำเสนอท้องฟ้าให้เด่น ก็เป็นท้องฟ้า 2 ส่วน พื้นดิน 1 ส่วน ถ้าเน้นพื้นดินก็ พื้นดิน 2 ส่วน ท้องฟ้า 1 ส่วน จากนั้นจะสร้างจุดสนใจให้กับแบบ ถ้าสังเกตเวลาถ่ายภาพเราจะไม่วางจุดสนใจไว้ตรงกลางภาพ วิธีการนั้นคือวางแบบหลักให้อยู่ตรงจุดตัด 9 ช่อง

MODE AUTO – โหมดถ่ายภาพอัตโนมัติ

Auto Modes โหมดอัตโนมัติ โหมด Auto

เป็นโหมดกล้องที่คำนวณทุกอย่าง ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยีถูกพัฒนาไปไกลมาก และแก้ปัญหา รายละเอียดมาพัฒนาเพื่อให้ Auto Mode นั้นมีประสิทธิภาพที่สุด ดังนั้นโหมด Auto ไม่ได้ด้อยอย่างที่คิด ยิ่งทุกวันนี้บอกว่าการโทรศัพท์ตีมากก็เปรียบได้ว่ากล้องดิจิทัลในโหมดกล้องออโตยุคนี้ก็มีประสิทธิภาพยิ่งกว่าที่คิด

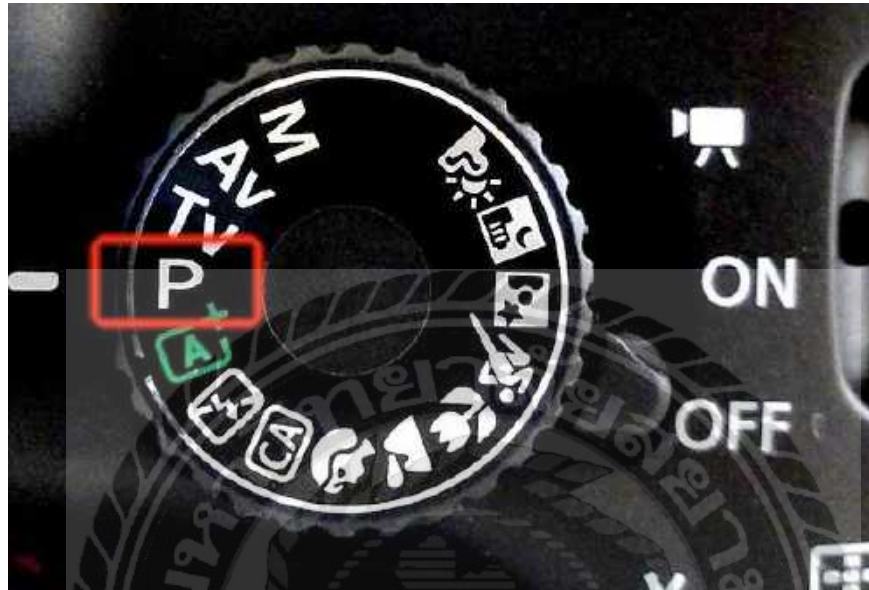


ภาพที่ 2.33 โหมดถ่ายภาพอัตโนมัติ

แหล่งที่มา: <https://pepperr.net/th/articles/14787>

Mode P โหมดโปรแกรม

โหมดกล้อง P หรือโหมดถ่ายภาพ Program เป็นอีกโหมดที่มึการทำงานคล้ายกับ Auto มาก กล้องจะคิดทุกอย่างให้แต่จะอนุญาตให้ตั้งค่าบางอย่างได้เช่น ISO (ค่าความไวแสง), White Balance (แสงสมดุลสีขาว), ค่าชดเชยแสง หรือแม้แต่โปรไฟล์สีของการถ่ายภาพ (Picture Style)



ภาพที่ 2.34 โหมดโปรแกรม P

แหล่งที่มา: <http://shooteasydslr.blogspot.com/2014/04/creative-mode.html>

4. หลักการออกแบบตัวละคร

การออกแบบตัวละคร คือ การสร้างตัวละครขึ้นมาใช้งานจากจินตนาการ โดยผ่านแนวคิดหรือหัวข้อที่ถูกกำหนดขึ้น หลักการออกแบบตัวละคร ประกอบด้วย

4.1 เนื้อเรื่อง คือ เนื้อหาหลักหรือบทของโฆษณาที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อกำหนดลักษณะสิ่งแวดล้อมรวมถึงบทของตัวละครที่จะถูกนำไปใช้งานในนั้น

4.2 แนวคิด หมายถึง การคิด ค้นหาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาทำการคัดแยกและประยุกต์ใช้ รวมถึงสามารถนำไปใช้ต่อยอดความคิดใหม่ พัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

4.3 ข้อมูลของตัวละคร คือ ลักษณะของตัวละคร อุปนิสัย กิริยา ท่าทาง ความสามารถ ส่วนสูง น้ำหนัก ข้อมูลจำเพาะที่อิงกับบทหรือเนื้อเรื่องที่กำหนดมาให้

4.4 รูปแบบในทางที่ตลาดต้องการ เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับนักออกแบบที่ควรสังเกตและนำไปฝึกฝน คนทุกคนจะมีแรงบันดาลใจจากสิ่งเดียวกัน หรือต่างกัน ทำให้มีลักษณะเฉพาะตัวที่โดดเด่นแตกต่างกันไป หรือคล้ายกันจนเกินไป การออกแบบตัวละครที่ดีและเน้นไปทางตลาดโฆษณานั้น ควรจะวิเคราะห์ถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้า เช่น วัยเด็ก วัยทำงาน ผู้สูงอายุ คนไทย ฝรั่ง ญี่ปุ่น แนวน่ารัก หรือสมจริง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มตลาดได้ดียิ่งขึ้น

หมายถึงการออกแบบตัวละครให้เหมาะกับผู้ชมและแนวของเรื่องโดยอาศัยเรื่องสี่ รูปร่าง โดยอาศัยข้อมูลพื้นฐานเช่น เพศ อายุ สีมผม สีตา จุดเด่น เช่น สวมแว่นตลอดเวลา บุคลิกภูมิหลัง พลังพิเศษ ความชอบ ความเกลียด ทั้งนี้ควรออกแบบให้มีลักษณะเฉพาะที่สังเกตได้ง่าย เช่น สีผิวที่ต่างกัน ทรงผมที่ต่างกัน ความสูงที่ต่างกัน เป็นต้น

การ์ตูนประชาสัมพันธ์ (Public Relations Cartoon) เป็นการ์ตูนในลักษณะเดียวกันกับการ์ตูนโฆษณา แต่แตกต่างที่วัตถุประสงค์ว่าการ์ตูนประชาสัมพันธ์เป็นการ์ตูนที่ใช้ประดับตกแต่ง เพื่อกระตุ้นในการบอกแจ้งข่าว ให้ผู้อื่นได้ทราบโดยมิได้มุ่งหมายหวังผลทางด้วยการค้าเหมือนการ์ตูนโฆษณา การวาดภาพถ่ายทอดบุคลิกลักษณะของตัวละคร การวาดถ่ายทอดบุคลิกลักษณะของตัวละคร ในที่นี้กล่าวถึงการสรรค์ผลงานภาพวาดที่สื่อความหมายและถ่ายทอดถึงบุคลิกลักษณะของตัวละครในวรรณกรรม เป็นการนำหลักการทางศิลปะมาใช้ในการสร้างผลงาน โดยเฉพาะการจัดองค์ประกอบของภาพเทคนิควิธีการในการสร้างผลงาน

5. ขั้นตอนการวาดภาพถ่ายทอดบุคลิกลักษณะของตัวละครในวรรณกรรม

5.1 ศึกษาเรื่องราวหรือเนื้อหาของวรรณกรรม

เป็นขั้นตอนแรกที่คุณวาดภาพจะต้องทำความเข้าใจในเนื้อหาของวรรณกรรม ก่อนที่จะลงมือวาดภาพ เพื่อนำมาประมวลเข้ากับจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ของคุณวาดเอง การอ่านเนื้อหาของวรรณกรรมอย่างละเอียดถี่ถ้วนจะช่วยให้การทำงานง่ายขึ้น ทำให้สามารถคัดเลือกเนื้อหาที่จะนำมาสร้างสรรค์ผลงานได้ ขณะเดียวกันการอ่านจะช่วยให้เกิดจินตนาการภาพตามเรื่องราว ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างสรรคภาพได้อย่างสอดคล้องกับเนื้อหาของวรรณกรรม และยังช่วยให้เกิดความคิดรวบยอด (Concept) ในการเลือกเทคนิคในการสร้างสรรค์ภาพไปด้วย

5.2 การเลือกใช้วัสดุ อุปกรณ์ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการวาดภาพถ่ายทอดบุคลิกลักษณะของตัวละครมีมากมายหลายชนิดผู้สร้างสรรค์สามารถเลือกใช้ได้ตามความถนัดกับสอดคล้องกับเทคนิควิธีการที่สามารถสร้างเรื่องราวและอารมณ์ของภาพได้ตามความต้องการ

6. วิธีการวาดภาพถ่ายทอดบุคลิกลักษณะของตัวละครในวรรณกรรม
การวาดภาพถ่ายทอดบุคลิกลักษณะของตัวละครสามารถสร้างสรรค์ได้ด้วยเทคนิคที่ไม่สลับซับซ้อนมากนัก ส่วนใหญ่นิยมใช้เทคนิคการวาดภาพลายเส้นหรือเทคนิคการระบายสีในการสร้างสรรค์ผลงาน

6.1 เทคนิคการฝึกความแม่นยำในการวาดภาพลายเส้น

6.1.1 การขีดเส้นตรงในแนวนอนและแนวตั้งให้เส้นมีช่องไฟเท่าๆกัน

6.1.2 การขีดเส้นตรงให้ลงน้ำหนักมือและผ่อนลงไปจะได้เส้นที่มีลักษณะคล้าย

ดาวตก

6.1.3 การขีดเส้นตาข่ายให้ช่องไฟเท่ากันในทุกทิศทาง

6.1.4 การไล่น้ำหนักเงาจากอ่อนไปหาแก่และจากแก่ไปหาอ่อน

6.1.5 การลากเส้นเป็นเลขแปดอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 2.35 ตัวการ์ตูน

แหล่งที่มา: https://www.freepik.com/free-vector/hand-drawn-traveler-set_3744209.htm

5. การใช้ตัวอักษร

องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ก็คือตัวอักษร ซึ่งมีหน้าที่ สื่อข้อความถึงผู้ใช้ แนวทางที่คุณใช้ตัวอักษรในการนำเสนอ บนหน้าเว็บเพจ มีผลต่อการสื่อความหมาย และความสะดวกในการท่องเว็บของผู้ใช้หรือผู้เรียนโดยตรง เราจึงควรให้ความสำคัญ กับตัวอักษรอย่างมาก ก่อนที่เราจะไปนำตัวอักษรมาใช้งานในเว็บไซต์นั้น เราควรทำความรู้จักกับตัวอักษรเบื้องต้นเสียก่อน ซึ่งประกอบสิ่งที่คุณควรรู้จักเบื้องต้น 3 สิ่ง คือ

1. ชนิดตัวอักษร Type Style
2. บุคลิกของตัวอักษร Type Character
3. ขนาดของตัวอักษร Type Size

ชนิดตัวอักษร Type Style ก่อนที่เราจะลงมือนำตัวอักษรมาใช้ในเว็บไซต์ของเรานั้น ชนิดของตัวอักษร หรือตัวหนังสือเป็นสิ่งแรกที่เราต้องทำความรู้จักเสียก่อน ซึ่งชนิดของตัวอักษรนั้น ส่วนใหญ่ที่เรารู้จักกัน นั่นก็คือ ฟอนต์ (Font) นั่นเอง ชนิดของตัวอักษรนั้น เราแบ่งตามที่เราทำงานกันอยู่ทุกวันเป็นหลัก โดยแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ อักษรภาษาอังกฤษ กับอักษรภาษาไทย ตัวอักษรภาษาอังกฤษ English Letter ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า งานออกแบบกราฟิกที่เราเห็นกันอยู่ทุกวันนี้ เต็มไปด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษถึงแม้ว่าเราจะเป็นคนไทยก็ตาม แต่เราก็นิยมนำภาษาอังกฤษมาใช้ในเว็บไซต์ของเราเสียเป็นส่วนใหญ่ โดยตัวอักษรภาษาอังกฤษที่ใช้ในการออกแบบนั้น มีอยู่หลายชนิด ดังนี้

Serif หรือตัวอักษรแบบโรมัน หรือบางคนก็เรียกว่าแบบ โบราณ Tradition old style ซึ่งจุดเด่นของตัวอักษรแบบนี้คือ การที่ตัวอักษรมีหัว มีเท้า ตัวอักษรมีความหนาบาง ไม่ต่างกันนักตัวอักษรแบบนี้ให้ความรู้สึก ถึงความเก่า ความหลัง จึงมักจะใช้กับงานที่เป็นทางการ กิ่งไปทางพิธีตรอง หรือเรื่องราวในเชิงอนุรักษ์นิยม ถ้าเป็นงานสิ่งพิมพ์จำพวกหนังสือ ก็มักจะใช้เป็นตัวพาดหัวเรื่องมากกว่าจะเป็นเนื้อหาให้อ่าน

San Serif หรือตัวอักษรแบบ Gothic เป็นตัวอักษรที่มีพื้นฐานมาจากแบบ Serif แต่ดัดแปลงเอาหัวและเท้าออก ให้ดูเรียบ ให้ความรู้สึกถึงความทันสมัยกว่าแบบแรก ตัวอักษรมีความหนาบาง ไม่ต่างกันนัก ตัวอักษรแบบ San Serif เป็นตัวอักษรที่ได้รับความนิยมในการออกแบบเป็นอย่างมาก เพราะดูเรียบง่าย ทันสมัย เหมาะกับการนำไปใช้ออกแบบหลายชนิด และในหนังสือมักจะนิยมใช้ตัวอักษรแบบนี้วางเป็นเนื้อหาให้อ่าน เพราะมีรูปร่างที่อ่านง่าย

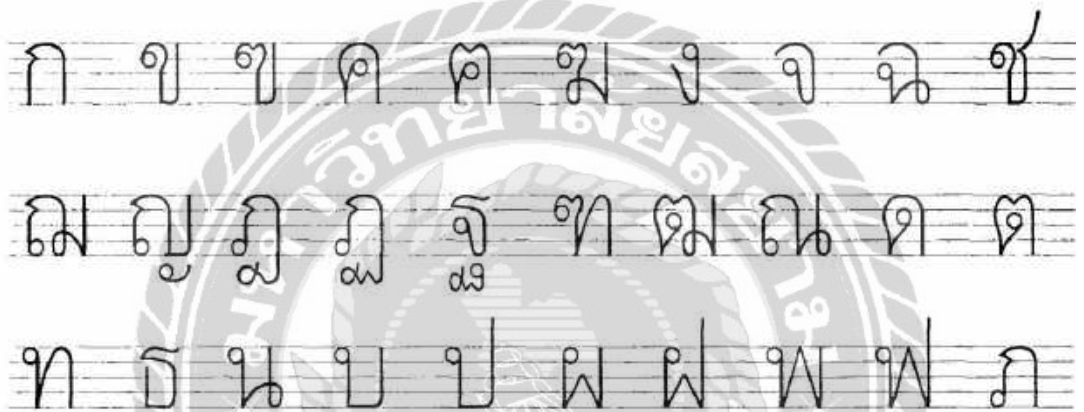
Script เป็นตัวอักษรที่เลียนแบบลายมือ ตัวเขียน ตัวอักษรมีความหนาบางทั้งแบบพอกัน เหมือนเขียนด้วยตัวอักษรดินสอ และต่างกันเหมือนเราเอาปากกาออแรงเขียนตัวหนังสือตัวอักษรชนิดนี้ให้ความรู้สึกไม่เป็นทางการ อิสระ เส้นสายของตัวอักษรให้ความรู้สึก สนุกสนาน ไร้กฏเกณฑ์ที่แน่นอนตายตัว จึงมีงานไม่น้อยเลยที่เดียวที่ใช้ตัวอักษรแบบนี้ กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น และที่สำคัญในการทำงานสิ่งพิมพ์ เราจะไม่ใช่ตัวอักษรแบบนี้เป็นตัวหนังสือให้อ่าน เพราะจะทำให้อ่านลำบาก เมื่อมีจำนวนมาก ยกเว้นจะใช้เป็นหัวเรื่อง

Display Type หรือตัวประดิษฐ์ เป็นตัวอักษรที่ได้รับการตกแต่งให้โดดเด่น บางตัวก็เป็นภาพสัญลักษณ์ซึ่งเราสามารถนำมาประกอบใช้ในงานได้เช่นกัน ตัวอักษรแบบนี้มีรูปแบบที่หลากหลาย ยกที่

จะจำกัดความ การเลือกใช้ก็สุดแล้วแต่นักออกแบบจะเอาไปใช้ในงานอะไร เพราะแต่ละแบบแต่ละชนิดก็ให้อารมณ์ ความรู้สึก และการสื่อความหมายที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิง

ตัวอักษรภาษาไทย Thai Letter ตัวอักษรที่เป็นภาษาไทยอาจจะจัดวางยากกว่าตัวอักษรภาษาอังกฤษอยู่บ้าง เนื่องจากมีสระและวรรณยุกต์ ซึ่งบางครั้งก็ยุ่งยากในการจัดวางให้ลงตัว หรือให้ดูสวยงาม โดยตัวอักษรภาษาไทยแบ่งออกเป็นหลายชนิด ดังนี้

1. แบบดั้งเดิม เป็นแบบมีหัวเป็นแบบที่เราคุ้นเคยกันมากที่สุด ซึ่งหัวของตัวอักษรนี้ที่เป็นเอกลักษณ์ของภาษาไทยเราตัวอักษรแบบนี้ แสดงความเป็นทางการคล้ายกับ Serif ของภาษาอังกฤษ คือเป็นตัวอักษรที่มีหัว นอกจากนี้ยังเป็นตัวที่เราคุ้นเคยและอ่านออกง่าย ตัวอักษรแบบนี้จึงนำมาจัดวางเป็นเนื้อหาในงานสิ่งพิมพ์



ภาพที่ 2.36 ฟอนต์แบบดั้งเดิม

แหล่งที่มา: <https://sites.google.com/site/reiynsrangwebrun3/bth-thi-1>

3. แบบลายมือ แบบลายมือจะให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติตัวอักษรแบบนี้เหมาะที่จะใช้กับงานที่ไม่เป็นทางการ อีสาระ ดูสนุกสนาน และไร้กฎเกณฑ์ เปรียบได้กับตัวอักษรแบบ Script ของตัวอักษรภาษาอังกฤษ



ภาพที่ 2.38 ฟอนต์แบบลายมือ

แหล่งที่มา: <https://www.f0nt.com/forum/index.php?topic=18722.0>



5. แบบประดิษฐ์ เป็นตัวอักษรที่ดัดแปลงเพื่อให้เข้ากับงานที่จะออกแบบทั้งนี้ยังต้องคงความ สะดุดตาน่าสนใจตัวอักษรที่เป็นแบบประดิษฐ์ให้ความรู้สึกที่หลากหลาย สุดแล้วแต่เราจะเลือกแบบไหน มาจัดวาง เพื่อให้กลมกลืนและสื่อความหมายในงานออกแบบของเรา ตัวอักษรแบบนี้ก็เหมือน Display Type ของตัวอักษรภาษาอังกฤษ นอกจากฟอนต์ที่เราได้รู้จักกันไปแล้ว ต่อไปมาทำความรู้จักกับ บุคลิก (Character) ของตัวอักษรกันบ้าง



ภาพที่ 2.40 ฟอนต์แบบประดิษฐ์

แหล่งที่มา: http://artd2304-kradtichai.blogspot.com/2016_04_17_archive.html

2. บุคลิกของตัวอักษร Type Character

บุคลิกของตัวอักษร พูดยกันให้เข้าใจง่าย ก็คือลักษณะของตัวอักษรที่เป็นอยู่ในขณะนั้น โดยมีบุคลิกที่พบเห็นกันได้บ่อย ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่พบเห็นโดยทั่วไป

- Normal/Regular คือ ตัวอักษรแบบตัวปกติ
- Italic คือ ตัวอักษรแบบตัวเอียง
- Bold คือ ตัวอักษรแบบตัวหนา
- Bold-Italic คือ ตัวอักษรแบบตัวหนาและเอียงปกติ

การใช้ Character ของตัวอักษรนั้น ก็แล้วแต่สถานการณ์ของงาน เช่น เมื่อเราต้องการเน้นข้อความที่สำคัญ เราอาจจะใช้ตัวที่เป็น Bold หรือ Italic เพื่อให้สะดุดตา ในกลุ่มตัวอักษรที่เราคุ้นตากันอยู่แล้ว กลุ่มที่ 2 กลุ่มพิเศษ ซึ่งจะพบได้กับฟอนต์บางชนิดเท่านั้น

- Extra/Black คือ ตัวอักษรแบบตัวหนาพิเศษ
- Light คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะบางเป็นพิเศษ
- Extended คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะกว้างเป็นพิเศษ
- Narrow/Condensed คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะแคบเป็นพิเศษ
- Outline คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะเป็นกรอบเส้นรอบนอก
- Allcaps คือ ตัวอักษรที่เป็นตัวพิมพ์ใหญ่ทั้งหมด

การใช้บุคลิก ของตัวอักษรในกลุ่มนี้ จะใช้ในการออกแบบหัวเรื่อง หรือใจความสำคัญเป็นหลัก ตัวอักษรแต่ละบุคลิกก็ให้ความรู้สึกที่ต่างกันไป ในการเลือกใช้ก็แล้วแต่จะจัดวาง และการนำไปใช้ให้เหมาะสม

ขนาดของตัวอักษร Type Size ขนาดของตัวอักษร เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่เราจะต้องรู้จักใช้ให้เหมาะสม ขนาดของตัวอักษรมีหน่วยที่รู้จักกันดี คือ Point หรือ pt ซึ่ง 72 pt มีขนาดตัวอักษรใหญ่เท่ากับ 1 นิ้ว ในการใช้ตัวอักษรกับงานหนังสือ สิ่งพิมพ์ โดยสร้างเป็นเนื้อหาให้อ่านนั้น ตัวอักษรโดยทั่วไป (ตัวอักษรมาตรฐาน เช่น Cordia Arial หรือตัวอักษรประเภท UPC ในภาษาไทย) ขนาดที่ใช้และเหมาะกับสายตาคนทั่วไป คือ 14 pt ซึ่งจะทำให้อ่านสบายตาพอดี ส่วนจะเล็กจะใหญ่ก็ลองบวก ลบ เอาสัก 2 pt แล้วแต่คนออกแบบ แต่ทั้งนี้ไม่ใช่จะเป็น 14 pt เพราะตัวอักษรบางชนิด อาจจะเล็กใหญ่ไม่เท่ากัน จะให้บอกเป็นตัวเลข หรือตายตัวนั้นไม่ได้ ทั้งนี้เราต้องลองจัดวางแล้วปรับขนาดตามความเหมาะสมอีกที โดยในงานที่ต้องออกแบบกราฟิก ยิ่งเป็นการยากที่จะบอกว่าขนาดตัวอักษรเท่าไรถึงจะเหมาะสมกับงาน ทั้งนี้เวลาออกแบบเราต้องลองจัดวางตัวอักษรนั้นลงไปในงานแล้วปรับขนาด เสมือนว่าเรามองตัวอักษรเหล่านั้น เป็นองค์ประกอบหนึ่งในงานออกแบบ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ (2558) วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิต้า งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจความต้องการและพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เพื่อหาคุณภาพของรูปแบบ สติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ และความพึงพอใจของกลุ่ม ตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ พนักงาน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) โดยเป็นผู้ที่เคยใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ต้องการสติกเกอร์ บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียนมากที่สุด (ร้อยละ 64.00) โดยรูปแบบแสดง อารมณ์ของตัวการ์ตูน ต้องการแบบตลกเป็นลำดับแรก (ร้อยละ 34.00) รูปแบบกิจกรรมใน ชีวิตประจำวัน ต้องการแบบเที่ยวเดินทาง เป็นลำดับแรก (ร้อยละ 38.00) และรูปแบบคำพูด ต้องการแบบคำทักทายเป็นลำดับแรก (ร้อยละ 44.00) โดยผลจากการสำรวจความต้องการ ผู้จัดทำได้พัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ซึ่งผลจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มี ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดี ($= 4.19, S.D. = 0.49$) ผลการประเมิน คุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ อยู่ในระดับที่ดี ($= 4.38, S.D. = 0.55$) และความพึงพอใจ



ภาพที่ 2.41 การ์ตูนไลน์บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

รินรดา สันติอาภรณ์ (2558) สาขาวิชาออกแบบสื่อสาร คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี การวิจัยเรื่อง การออกแบบคาแรคเตอร์ สติกเกอร์ไลน์ และแอนิเมชัน “พะยูน” มีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พะยูนและระบบนิเวศน์ทางทะเลและชายฝั่ง ให้กับสำนักอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งที่ 6 จังหวัดตรัง โดยขอบเขตงานคือออกแบบคาแรคเตอร์และสติกเกอร์ไลน์ “พะยูน” เพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของระบบ นิเวศน์ชายฝั่งในไทยและวิกฤตความเสี่ยสูญพันธุ์ของพะยูน โดยกำหนดช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายอยู่ระหว่าง 16-21 ปี โดยใช้สติกเกอร์ไลน์จำนวน 40 ตัว ความละเอียดขนาด 370 x 320 pixel และแอนิเมชันความยาว 45 วินาที ขนาด 1024 x 768 pixel และมีกระบวนการออกแบบ คือ ศึกษาข้อมูลของระบบนิเวศน์ทางทะเลและชายฝั่งรวมถึงธรรมชาติ ของพะยูน วิเคราะห์ข้อมูลที่สืบค้น วางแนวความคิดในการออกแบบคาแรคเตอร์และแอนิเมชัน ออกแบบการเล่าเรื่องนำเสนอผลงานในที่สาธารณะ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดทำแบบสอบถามมาตราส่วนระดับแบบปลายปิดและปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ประเมินค่า และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลด้วยค่าเฉลี่ย (x) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ส่วนข้อเสนอแนะของผู้ประเมินใช้วิธีการรวบรวมจัดหมวดหมู่ เพื่อเป็น แนวทางในการต่อยอดในการทำคาแรคเตอร์ สติกเกอร์ไลน์ และแอนิเมชันให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นไป สรุปผลความคิดเห็นจากบุคคลทั่วไป สรุปได้ว่ามีค่าเฉลี่ย (x) เท่ากับ 4.38 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับดีและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คือ 0.22 แสดงว่าความเห็นของจากบุคคลทั่วไป ส่วนใหญ่มีความเห็นไปทางเดียวกัน และ สรุปผลจากผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับสติกเกอร์ไลน์ และแอนิเมชัน สรุปได้ว่ามีค่าเฉลี่ย (x) เท่ากับ 4.67 คะแนน ซึ่งอยู่ใน ระดับดี และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คือ 0.24 แสดงว่าความเห็นของจากผู้เชี่ยวชาญ ส่วนใหญ่มีความเห็นไปทางเดียวกัน ดังนั้นจากผลการศึกษา การออกแบบคาแรคเตอร์และสติกเกอร์ไลน์ “พะยูน” สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ให้ความสนใจในการอนุรักษ์ หรือไม่ให้ความสนใจเกี่ยวกับวิกฤตปัญหานี้ การออกแบบสื่อ จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะดึงดูดให้คนทั่วไปหันมารับรู้เรื่องราวการอนุรักษ์ และตระหนักถึงปัญหาของการสูญพันธุ์ที่เกิดขึ้น



ภาพที่ 2.42 การ์ตูนไลน์วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า

เพ็ญศรี จุลกาญจน์ (2558) สาขาวิชาออกแบบสื่อสาร คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิจัยเรื่องการออกแบบกราฟิกและสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านข้างวัด มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านข้างวัด ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์และเพื่อประเมินสื่อประชาสัมพันธ์บ้านข้างวัด โดยมี วิธีการศึกษา คือ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนบ้านข้างวัด วิเคราะห์ภาพลักษณ์ด้วยทฤษฎีคัลเลอร์อิมเมจสเกล (Color Image Scale) ออกแบบสัญลักษณ์และออกแบบ สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ ประเมินสื่อประชาสัมพันธ์โดยนักออกแบบ และ นักวิชาการออกแบบจำนวน 7 คน เพื่อนำมาปรับแก้ส่วนที่บกพร่องและนำไปประเมินโดยกลุ่มที่ใช้บริการโครงการบ้าน ข้างวัดด้วยแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ระดับของลิเคิร์ต กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มโดยบังเอิญ จำนวน 55 คน และนำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิจัยดังนี้ การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ชุมชนบ้านข้างวัดด้วยทฤษฎีคัลเลอร์อิมเมจสเกล โดยการวิเคราะห์พบว่าจุดเด่นของ บ้านข้างวัดที่เน้นความเป็นพื้นถิ่น ภาคเหนือมีและความเป็นธรรมชาติ จึงกำหนดภาพลักษณ์บ้านข้างวัดในกลุ่มบุคลิกภาพ ในกลุ่มคลาสสิก (Classic) เลือกกลุ่มบุคลิกภาพย่อยแบบประเพณีนิยม (Tradition) และกลุ่ม Natural กลุ่มบุคลิกภาพย่อยแบบเรียบง่ายกระจ่างชัด (Plain) ใช้สีน้ำตาลและสีเขียว สีเทา ใช้ตัวอักษรที่เน้นบุคลิกคลาสสิก สัญลักษณ์ใช้รูปแบบ คอมบิเนชันมาร์ก (Combination Mark) เป็นภาพป็นโตแบบคลาสสิก ผสมตัวอักษรบ้านข้างวัด ในกรอบสี่เหลี่ยมข้าว หลามตัด ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์จำนวน 6 ชิ้น ประกอบไปด้วยหนังสือเล่มเล็ก แผ่นพับ ใบปลิว นามบัตร แฟ้มข้อมูล และ บ้ายราคาสินค้า ตามแนวทางบุคลิกภาพคลาสสิกแบบประเพณีนิยมพื้นถิ่น ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ มีความเห็นในระดับเหมาะสมมากที่สุด ได้ค่าเฉลี่ยเลขคณิตรวมทั้ง 6 สื่อเท่ากับ ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 0.26) ผู้เชี่ยวชาญแนะนำเรื่องขนาดสิ่งพิมพ์ ส่วนผลการประเมินโดยกลุ่มเป้าหมายของ บ้านข้างวัด ได้ค่าเฉลี่ยเลขคณิตรวมทั้ง 6 สื่อเท่ากับ ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.07) อยู่ในระดับเหมาะสมมาก คำสำคัญ การออกแบบสัญลักษณ์ อัตลักษณ์ สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ ชุมชน



ภาพที่ 2.43 สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านข้างวัด

สวิชญา ศุภอุดมฤกษ์ตรีรัตน์ (2558) คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัด เชียงใหม่ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ฐานข้อมูลทรัพยากรที่มีอยู่เดิมในชุมชนแบบมีส่วนร่วม เพื่อออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับฐานทรัพยากรท้องถิ่น 2) ความรู้และทักษะชุมชนด้านการจัดทำ เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวสีเขียว (ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม) รวมถึงการให้บริการด้านการ ท่องเที่ยว และ 3) กระบวนการเรียนรู้ของชุมชนด้านการจัดทำเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวสี เขียวของชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวจากบ้านเมือง กัดและบ้านแม่ตะมาน 10 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการศึกษาพบว่า บ้านเมืองกัดมีทรัพยากรการท่องเที่ยวโดดเด่น ในด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ การแสดงดนตรีพื้นเมือง เรียนทำอาหารพื้นเมืองและขนม พื้นเมือง อาชีพจักสานและโคมไฟญี่ปูน บายศรีสู่ขวัญ นวดแผนไทย ชี่ซ่าง ล่องแพยาง ชมสวนผลไม้ตาม ฤดูกาล ชมผักสวนครัว วัดเมืองกัด และเส้นทางน้ำตกตาดหมอก ส่วนที่เหลือจะต้องเป็นกิจกรรมตาม ฤดูกาล เช่นประเพณี เช่น ลอยกระทง สงกรานต์ และสงฆ์พระธาตุส่วนบ้านแม่ตะมานมีเป้าหมายใน การจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร (Volunteer Tourism) และการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ มีกิจกรรมท่องเที่ยวตลอดทั้งปีคือ กิจกรรมเดินศึกษาธรรมชาติเส้นทางอนุรักษ์พันธุ์พืชกิจกรรม แปรรูปผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น และกิจกรรมนักศึกษาแพทย์อาสาสมัคร ซึ่งประสานความ ร่วมมือกับอนามัยประจำตำบล ความรู้ของชุมชนด้านการพัฒนากิจกรรมและโปรแกรมท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรม พบว่า มีการพัฒนาที่ดีขึ้นจากระดับ “ปานกลาง” (ค่าเฉลี่ย 12.70) เป็นระดับ “มาก” (ค่าเฉลี่ย 21.00) ในทุกประเด็นทั้งในด้านหลักการออกแบบโปรแกรม ท่องเที่ยว องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน ชีตความสามารถ ในการรองรับที่ควรพิจารณา การกำหนดขีดความสามารถ และวิธีคิดในการออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.45 แผนที่ท่องเที่ยวบ้านแม่ตะมาน

บทที่ 3

การออกแบบและพัฒนา

การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

ศึกษาหาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดน้ำเหล่าตึกถัก รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนตามบ้านเรือนของแต่ละบ้าน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินงาน โดยมีจุดประสงค์หลักคือ การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดน้ำเหล่าตึกถัก มีการออกแบบแผ่นพับ หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและการออกแบบสติ๊กเกอร์ จากนั้นค้นคว้าหาองค์กรที่เกี่ยวข้อง และได้ลงพื้นที่จริงเพื่อดำเนินการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทางผู้จัดทำได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาจากการลงพื้นที่ สอบถามข้อมูลตามจุดสำคัญของคนในชุมชน ถ่ายภาพตามจุด อีกทั้งจากแหล่งข้อมูลตามเว็บไซต์ หนังสือประวัติตลาดน้ำเหล่าตึกถัก เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วน เพื่อนำมาวางแผนงานและดำเนินงานต่อไป

ออกแบบและพัฒนา

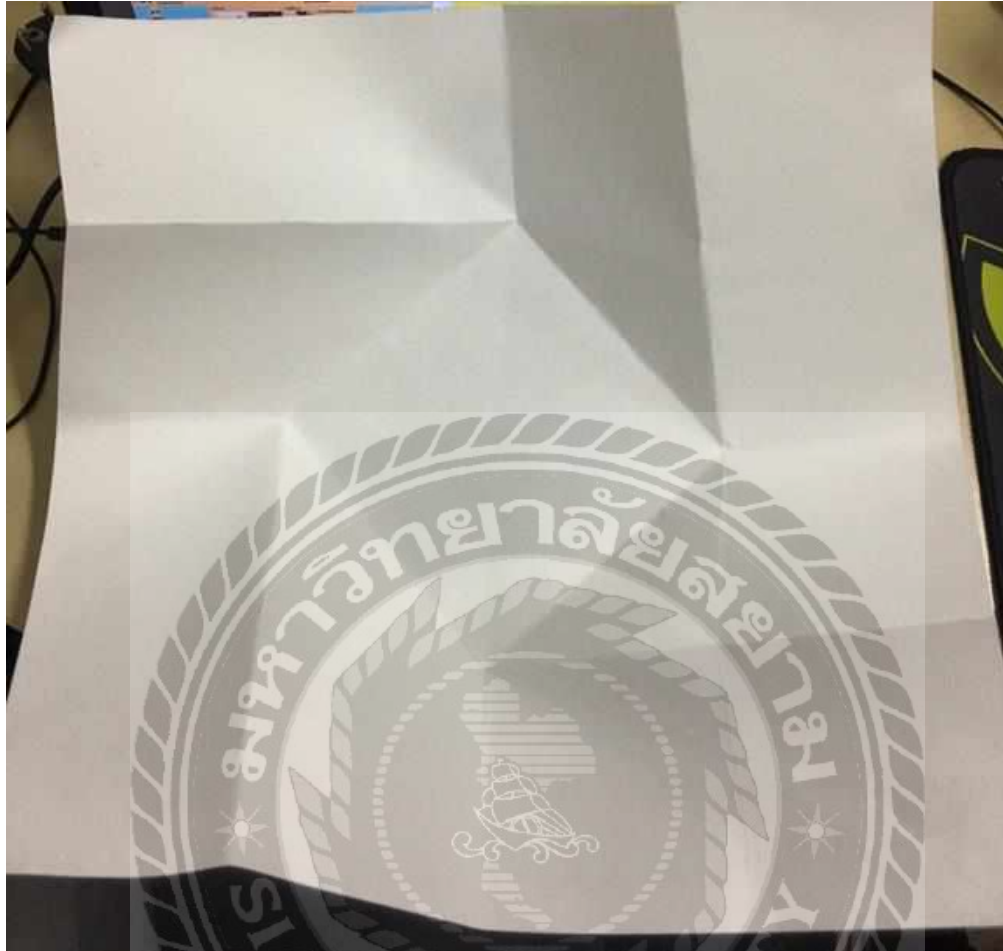
การออกแบบและพัฒนาได้แรงบันดาลใจมาจากวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในชุมชนตลาดน้ำเหล่าตึกถัก ทั้งคนในชุมชนที่ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายจีน ลักษณะโครงสร้างบ้านเรือนแบบดั้งเดิม ตลอดจนการใช้เรือเป็นพาหนะที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ก่อให้เกิดการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. การออกแบบแผ่นพับ

ด้านหน้า

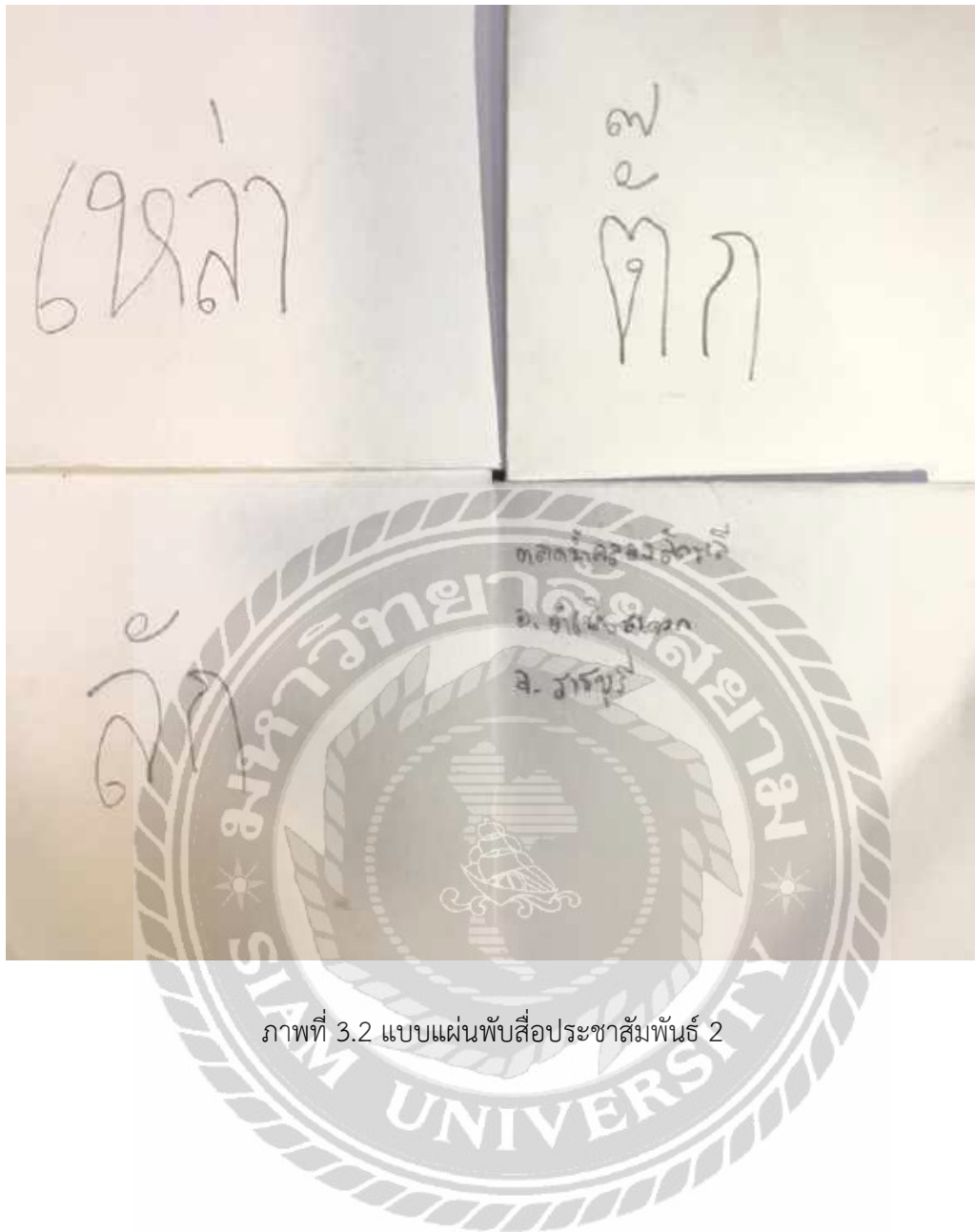
เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ไว้ใช้สำหรับเผยแพร่ข้อมูลที่มีความกระชับเข้าใจง่าย มีขนาดเล็กและมีวิธีการพับหลากหลายรูปแบบ การพับสามารถทำให้ภาพลักษณ์ของสื่อเปลี่ยนไปได้ รวมถึงการจัดวางข้อมูลตามเลเอาท์ทฤษฎีโมดุลาร์กริด

1.1 หารูปแบบการพับกระดาษ

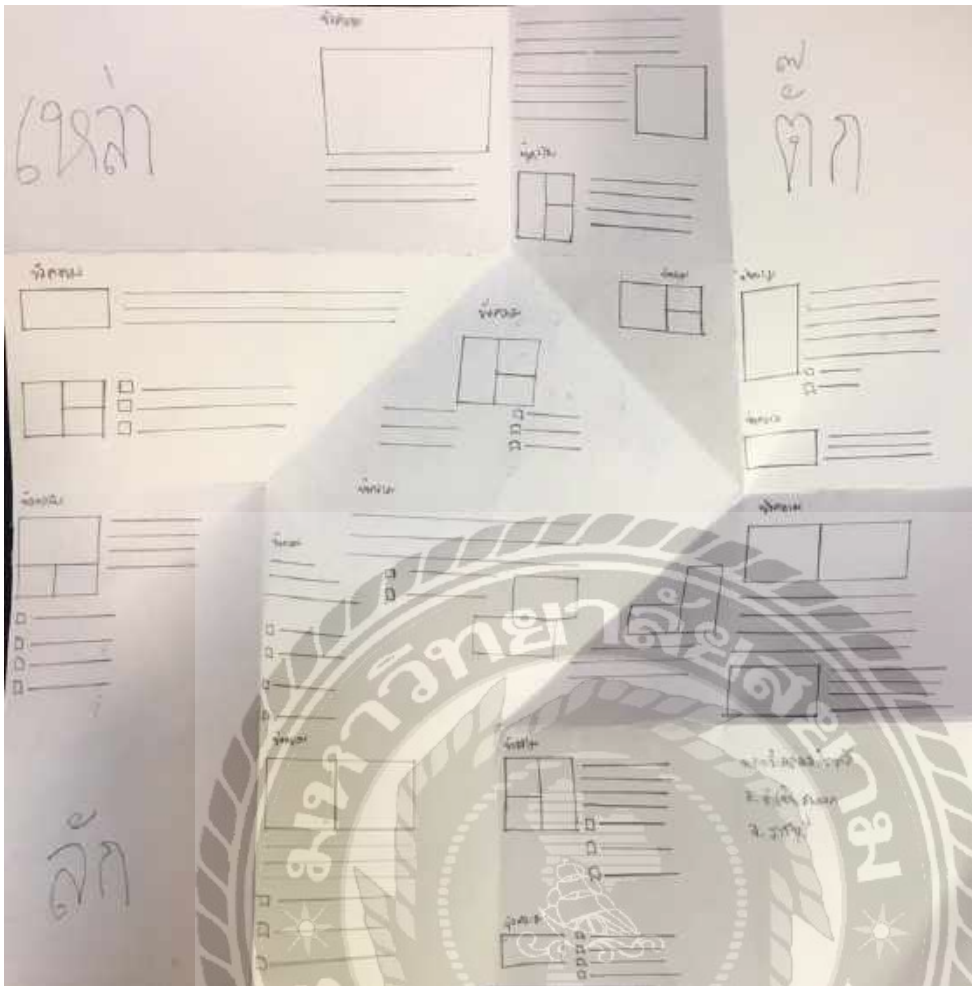


ภาพที่ 3.1 แบบแผ่นพับสี่ประสาสัมพันธ์ 1

ได้แรงบันดาลใจจากการพับแบบจีน จะคล้ายกับการพับสิ่งของในพิธีไหว้เจ้าเพื่อขอเงินของทอง เป็นพิธีที่ชาวจีนหรือลูกหลานชาวจีนให้ความสำคัญอย่างมาก

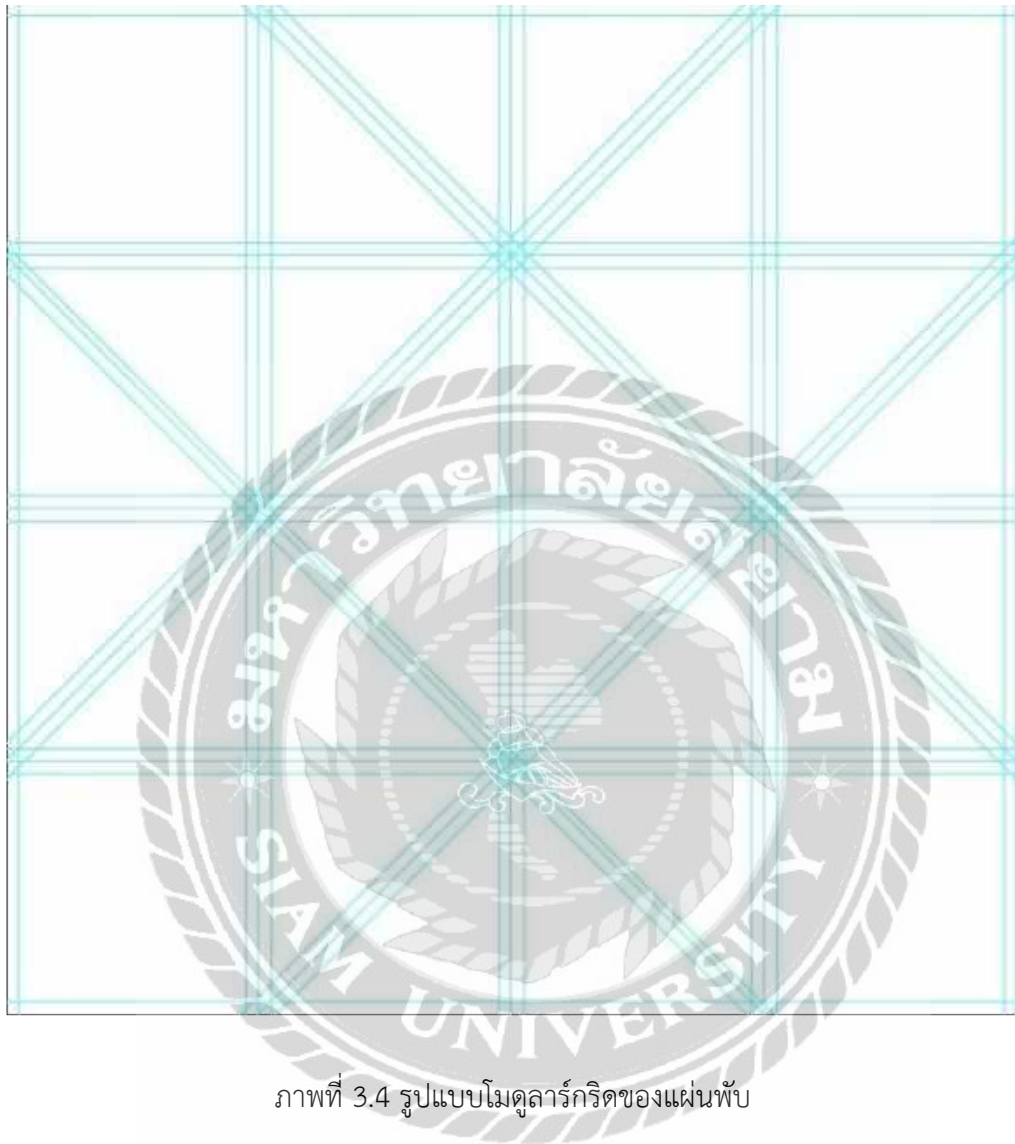


ภาพที่ 3.2 แบบแผ่นพับสื่อประชาสัมพันธ์ 2



ภาพที่ 3.3 แบบแผนพับสื่อประชาสัมพันธ์ 3

1.2 รูปแบบการจัดวางตามเส้นโมดูลาร์กริดและเป็นกริดลักษณะพิเศษและมี row column ยังมีคอลัมน์ที่เป็นสี่เหลี่ยมข้าวหลามตัดกลางกระดานตามแบบแผ่นพับสื่อประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 3.4 รูปแบบโมดูลาร์กริดของแผ่นพับ



ภาพที่ 3.5 ลงสีแบ่งเลย์เอ้าท์ด้านหน้า

1.3 เก็บภาพตามจุดในตลาดน้ำเหล่าตึกถัก เพื่อนำมาเป็นภาพประกอบลงสื่อ
ประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 3.6 บ้านฮกหลี

iso 800 s1/10 f5.6 อุปกรณ์ กล้อง Fuji X-a3 เวลา 10.00 นาฬิกา ระยะเลนส์ที่ใช้ 16 – 50
mm



ภาพที่ 3.7 เรือนแม่สุภา

iso 100 s1/10 f7 อุปกรณ์ กล้อง Fuji X-a3 เวลา 13.00 นาฬิกา ระยะเลนส์ที่ใช้ 16 – 50 mm





ภาพที่ 3.8 แม่ค้าขายหมูสะเต๊ะ

iso 800 s1/10 f5.6 อุปกรณ์ กล้อง Fuji X-a3 เวลา 13.00 นาฬิกา ระยะเลนส์ที่ใช้ 16 – 50 mm





ภาพที่ 3.9 บ้านของเล่นโบราณ

iso 1600 s1/10 f5.6 อุปกรณ์ กล้อง Fuji X-a3 เวลา 12.30 นาฬิกา ระยะเลนส์ที่ใช้ 16 – 50 mm



1.4 นำภาพถ่ายและเนื้อหาข้อมูลลงบนแผ่นพับที่แบ่งสัดส่วนการจัดวาง ใช้ Font Cloud Soft รูปแบบ font head ใช้ขนาด 143 ตัวหนา subhaed ขนาด 16 ตัวหนา text ขนาด 16 ตัวบาง



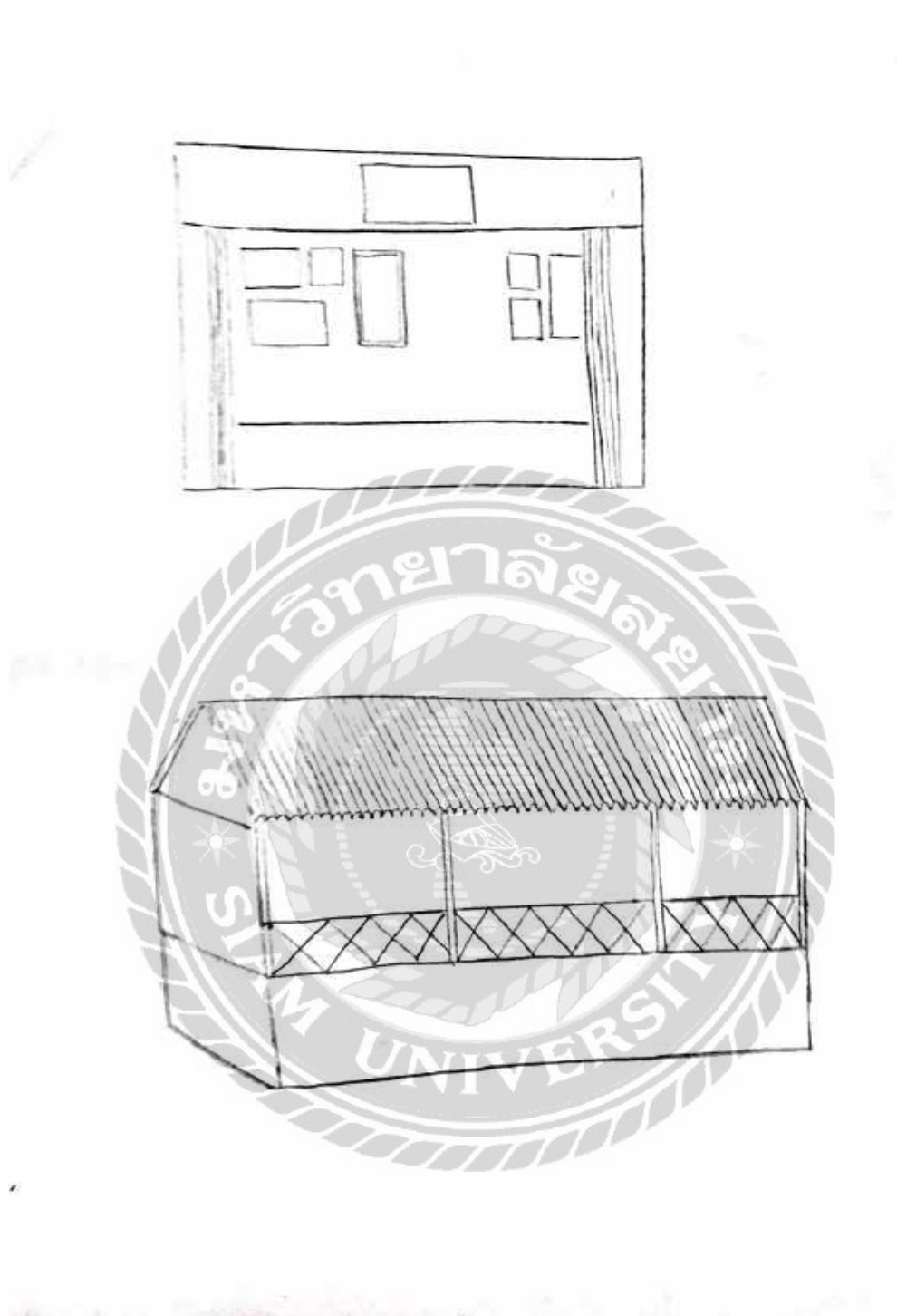
ภาพที่ 3.10 แผ่นพับด้านหน้าสมบูรณ

ด้านหลัง (แผนที่)

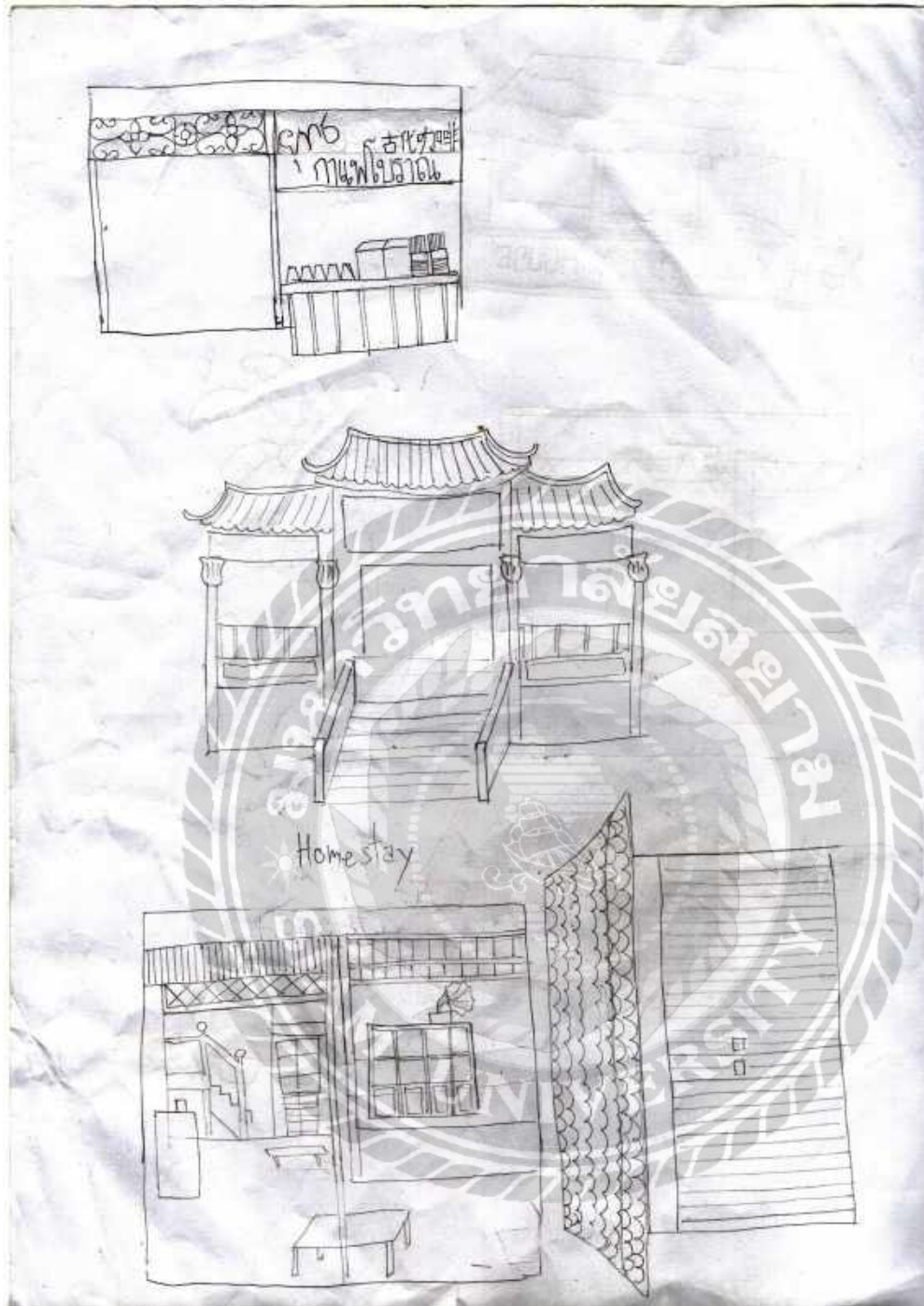
1.5 สเกตไอคอนตามจุดที่จะนำมาใช้ประกอบกับแผนที่



ภาพที่ 3.11 ร่างไอคอนบ้านเรือน 1



ภาพที่ 3.12 สเกตไอคอนบ้านเรือน 2



ภาพที่ 3.13 สเกตไอคอนบ้านเรือน 3

1.6 ออกแบบไอคอนให้เป็น 2D โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2017และ Adobe photoshop CC 2017



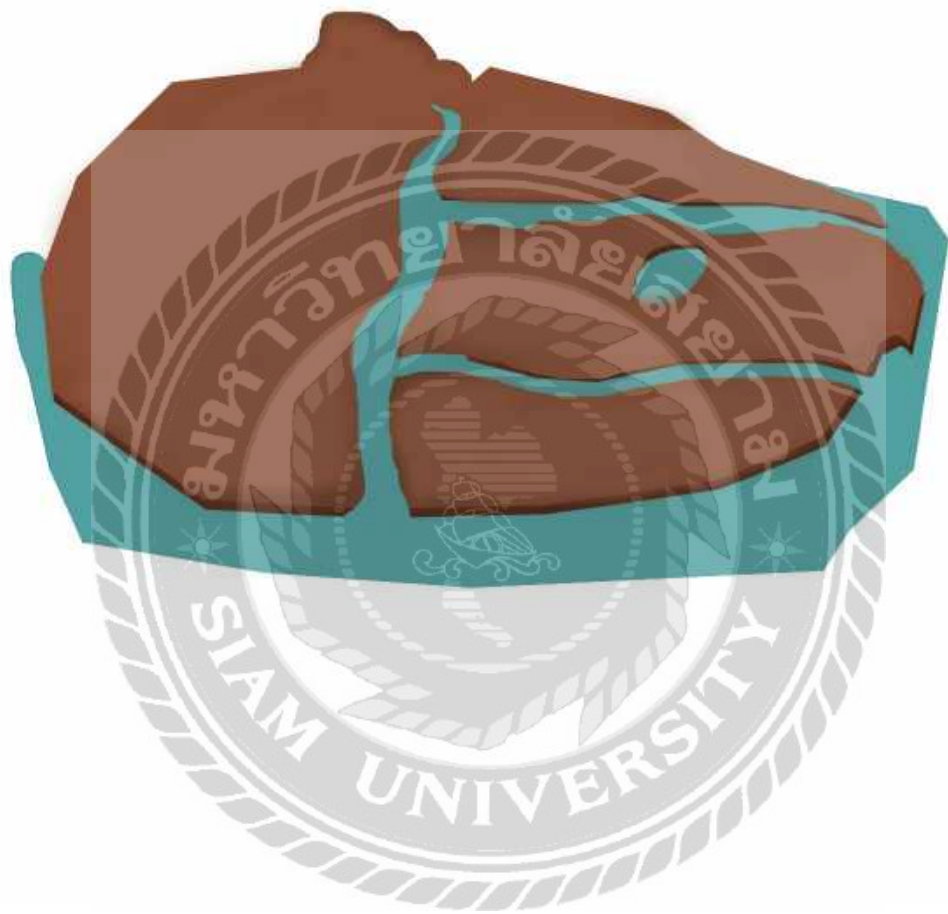
ภาพที่ 3.14 ไอคอนแบบสมบูรณ์

1.7 สเกตโครงสร้างที่จะนำมาใช้ประกอบกับแผนที่



ภาพที่ 3.15 ร่างโครงสร้างแผนที่

1.8 ออกแบบโครงสร้างแผนที่ให้เป็น 2D โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2017 และ Adobe photoshop CC 2017



ภาพที่ 3.16 โครงสร้างแผนที่แบบสมบูรณ

2. การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์

เป็นรูปคาแรคเตอร์ประกอบด้วยข้อความสั้นๆ เกี่ยวกับตลาดน้ำเหล่าตึกหลักที่แสดงอิริยาบถเพื่อสื่อความหมายแทนคำพูด ใช้เสริมให้คู่สนทนาเข้าใจอารมณ์ ความรู้สึก สอดแทรกความน่ารักให้คู่สนทนา

2.1 สเกตตัวคาแรคเตอร์ที่จะใช้ทำเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ และสติ๊กเกอร์ pvc สำหรับแจกนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 3.18 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 1

ภาพร่างคาแรคเตอร์หญิงสาวกำลังดูแผนที่

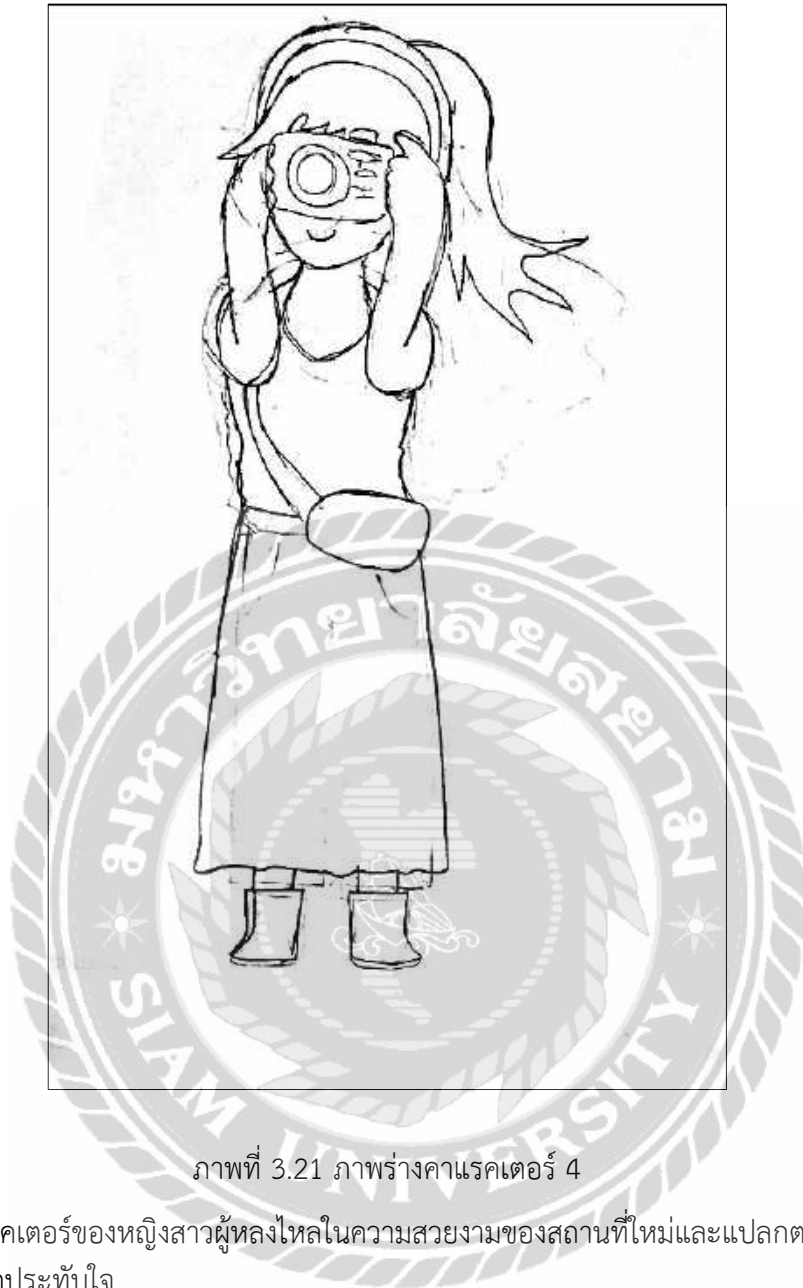


ภาพที่ 3.19 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 2

ภาพคาแรคเตอร์ของชายหนุ่มที่กำลังดื่มด่ำกับบรรยากาศริมคลองพร้อมกับการจิบกาแฟด้วยความสุขใจ



ภาพที่ 3.20 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 3
เป็นคาแรคเตอร์ชายหนุ่มผู้เร่ร่อนที่กำลังนั่งเรือดวนไปยังที่หมายของเขา



ภาพที่ 3.21 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 4

เป็นคาแรคเตอร์ของหญิงสาวผู้หลงใหลในความสวยงามของสถานที่ใหม่และแปลกตาพร้อมทั้งกำลังเก็บภาพสุดประทับใจ



ภาพที่ 3.22 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 5

เป็นคาแรคเตอร์ของชายหนุ่มนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีความเป็นมิตรไมตรีกำลังโบกมือทักทายผู้คน



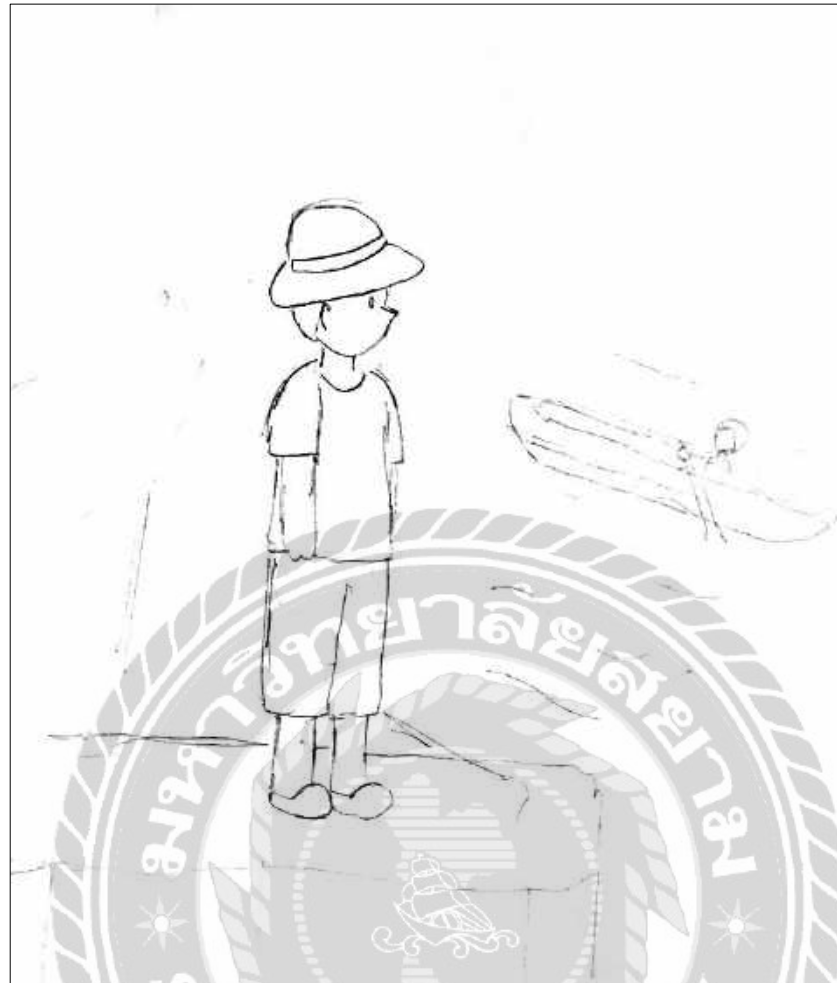
ภาพที่ 3.23 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 6
เป็นคาแรคเตอร์ชายและหญิงกำลังทำกิจกรรมเล่นน้ำกัน





ภาพที่ 3.24 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 7

เป็นคาแรคเตอร์กำลังถือรูปทำพิธีไหว้เจ้าตามประเพณีของคนไทยเชื้อสายจีน



ภาพที่ 3.25 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 8
คาแรคเตอร์อยู่ที่ท่าน้ำมองบรรยากาศตลาดน้ำ



ภาพที่ 3.26 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 9

เป็นคาแรคเตอร์กำลังนอนหลับอย่างสบายใจ





ภาพที่ 3.27 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 10

เป็นคาแรคเตอร์ลักษณะท่าทางกำลังดีและพูดคุย



ภาพที่ 3.28 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 11

เป็นคาแรคเตอร์กำลังดื่มน้ำมะพร้าวที่เป็นของขึ้นชื่อทางตลาดน้ำเหล่าตัก



ภาพที่ 3.29 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 12

คาแรคเตอร์ที่กำลังใส่บาตรตอนเช้าที่ตลาดน้ำเหล่าตึกถัก





ภาพที่ 3.30 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 13
ลักษณะเหตุการณ์คาแรคเตอร์ที่ล่องเรือในสายน้ำ ถือโทรศัพท์มาเช็คอินสถานที่

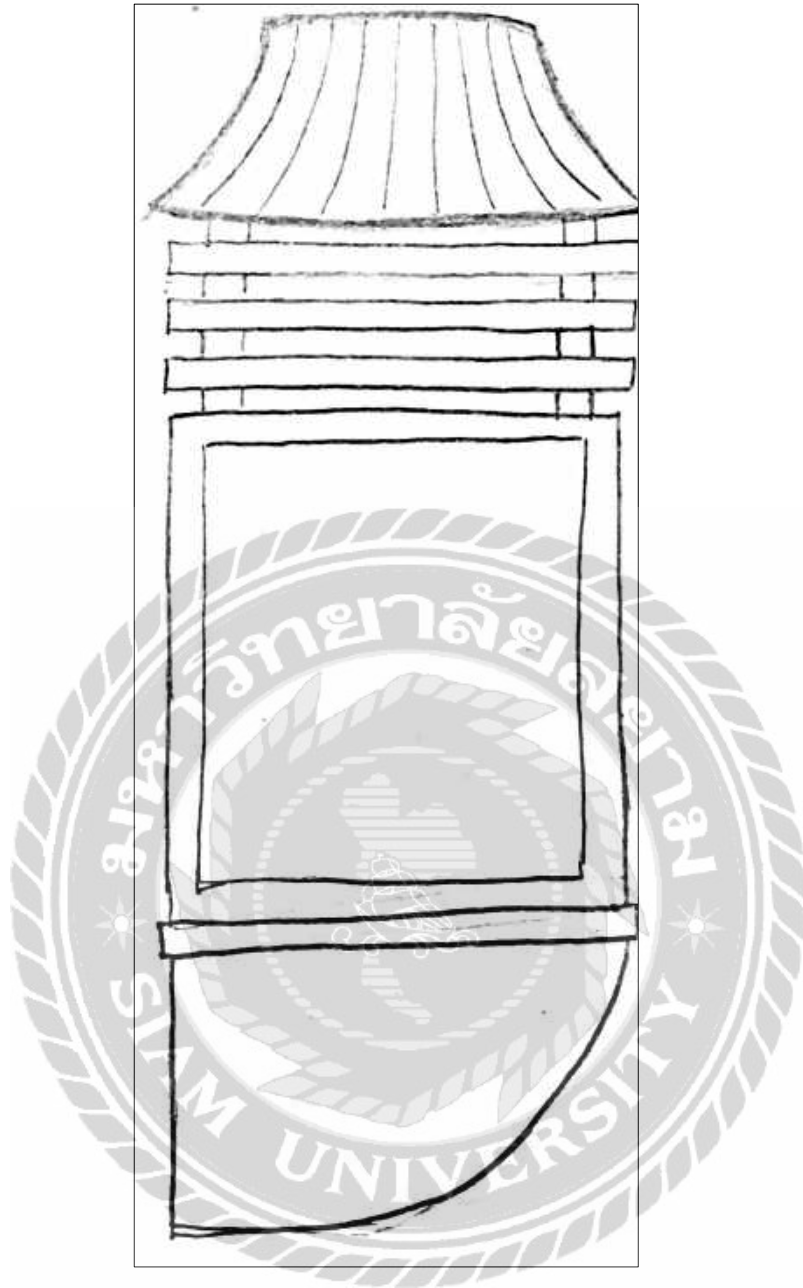


ภาพที่ 3.31 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 14

ภาพร่างคาแรคเตอร์ที่กำลังรับประทานก๋วยเตี๋ยว



ภาพที่ 3.32 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 15
ภาพร่างคาแรคเตอร์ที่กำลังร้องเพลง



ภาพที่ 3.33 ภาพร่างคาแรคเตอร์ 16

ภาพร่างไอคอนหลักกีโหลของตลาดน้ำเหล่าตักถัก

2.2 ออกแบบคาแรคเตอร์ ที่จะใช้ทำเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2017 และ Adobe photoshop CC 2017



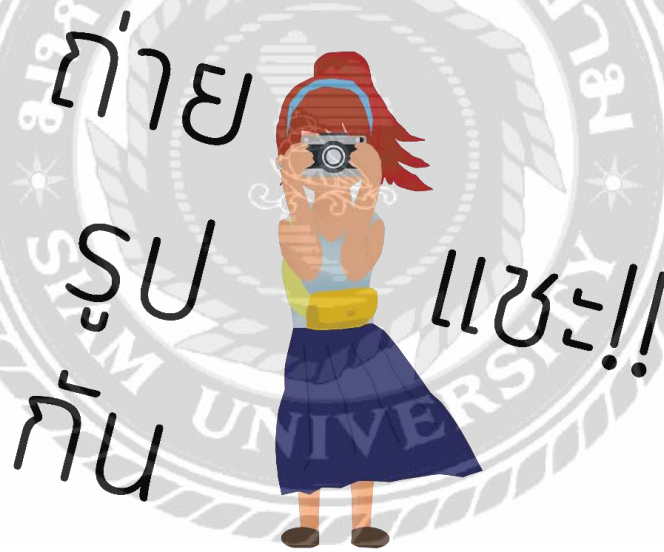
ภาพที่ 3.34 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 1

ภาพที่ 3.35 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 2

กำลังไป



ภาพที่ 3.36 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 3



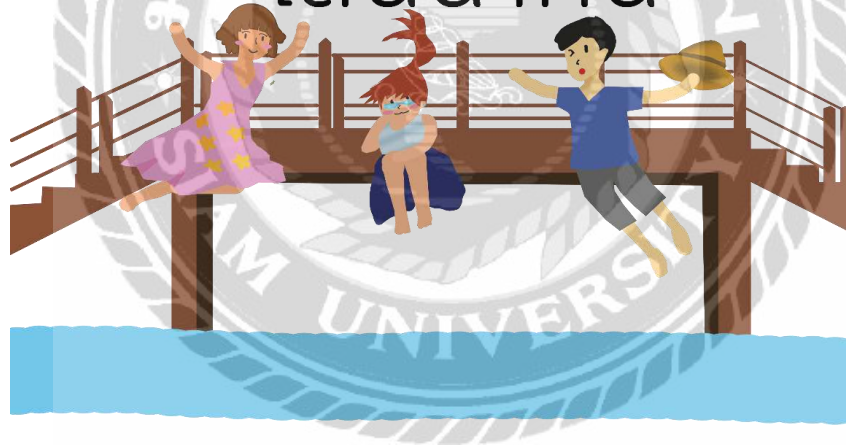
ภาพที่ 3.37 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 4

Hello



ภาพที่ 3.38 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 5

เล่นน้ำกัน



ภาพที่ 3.39 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 6

สาร



ภาพที่ 3.40 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 7

รออยู่ท่าหน้า
ทุกวันเลยนะ



ภาพที่ 3.41 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 8



ภาพที่ 3.42 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 9



ภาพที่ 3.43 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 10



ภาพที่ 3.44 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 11



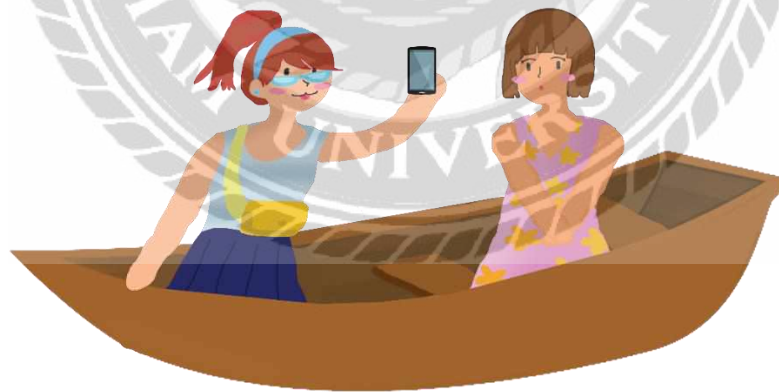
ภาพที่ 3.45 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 12

กินไต่ยัง??



ภาพที่ 3.46 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 13

เช็คอิน



ภาพที่ 3.47 สติกเกอร์ไลน์และสติกเกอร์ 14

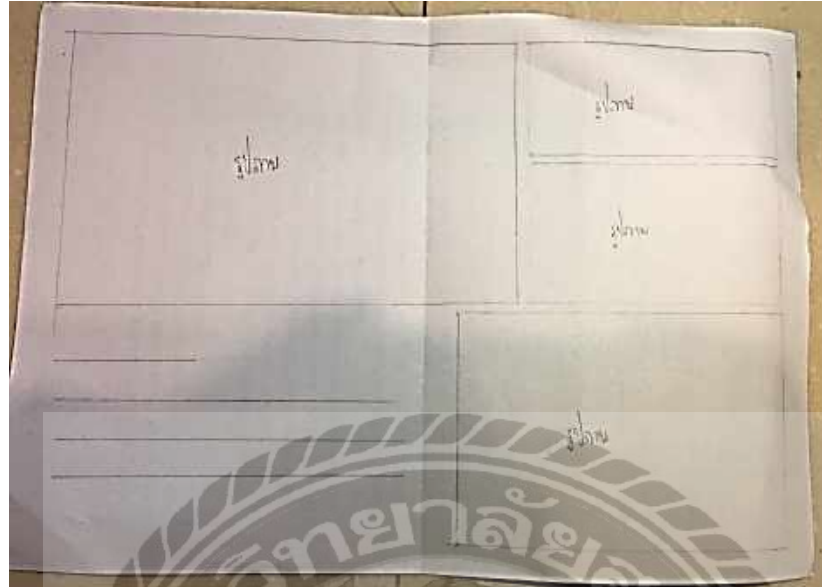


ภาพที่ 3.48 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 15

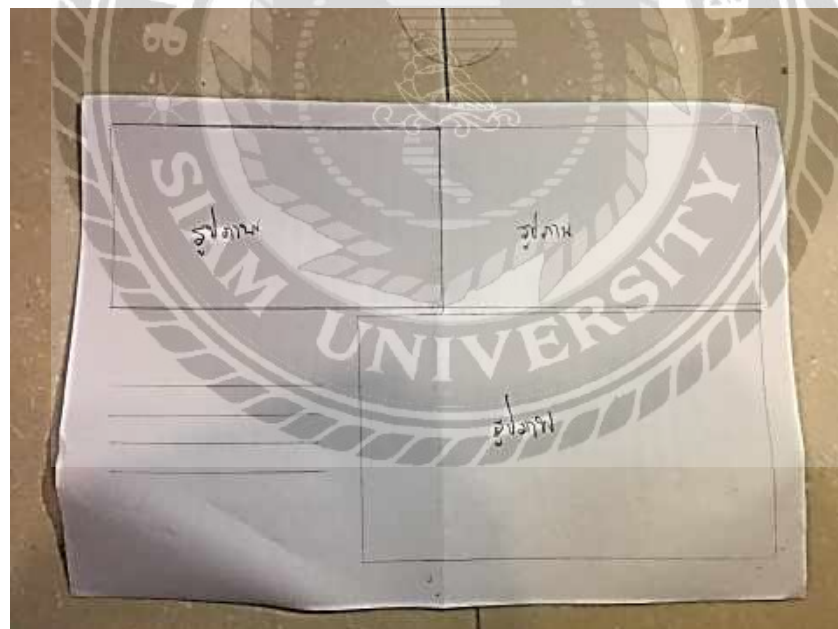


ภาพที่ 3.49 สติ๊กเกอร์ไลน์และสติ๊กเกอร์ 16

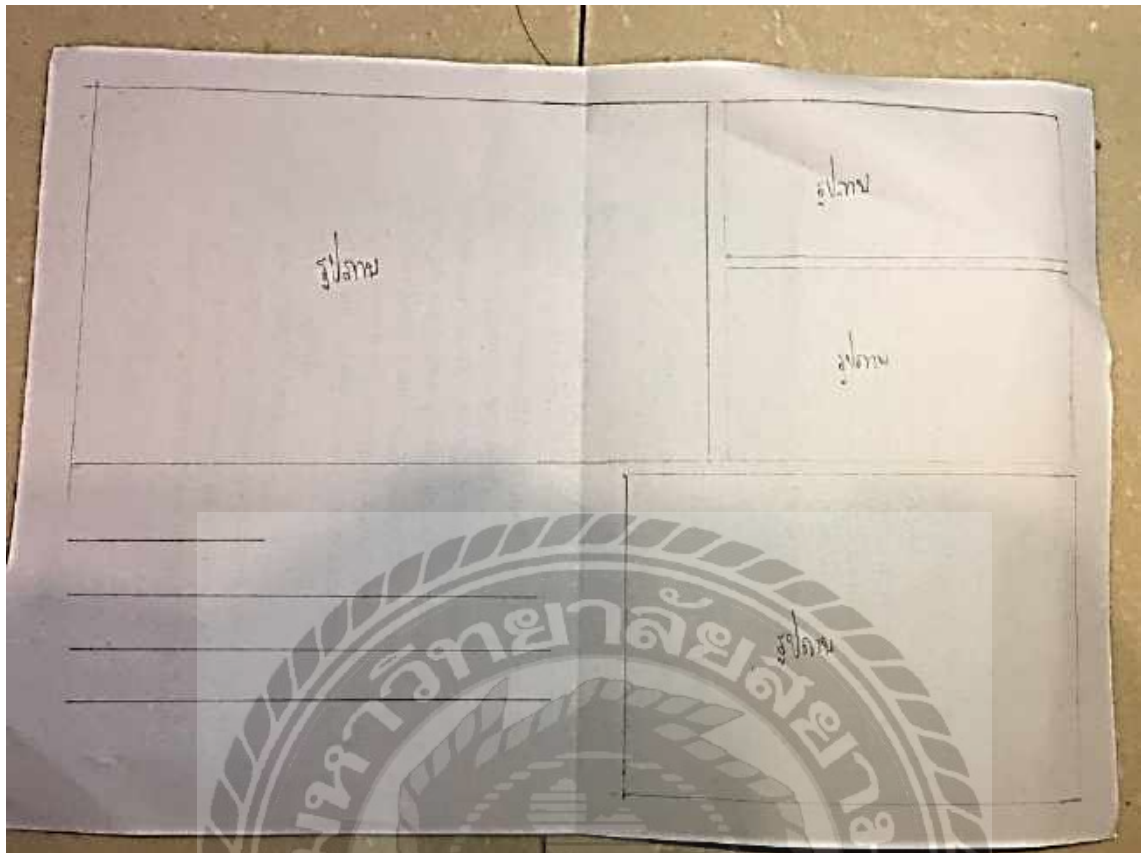
3. การออกแบบหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว



ภาพที่ 3.50 ภาพร่างรูปแบบหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 1



ภาพที่ 3.51 ภาพร่างรูปแบบหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 2



ภาพที่ 3.52 ภาพร่างรูปแบบหนังสือแนะนำท่องเที่ยว 3

เป็นหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวอย่างสนุก สร้างสรรค์ และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงการดำรงชีวิตของวิถีชุมชนริมคลอง ให้เข้าถึงข้อมูล และเห็นภาพสถานที่ตามจุดต่างๆ

3.1 เก็บภาพตามจุดต่างๆในตลาดน้ำเหล่าตักถ้ำ เพื่อนำมาเป็นภาพประกอบหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวโดยใช้โปรแกรม Adobo Photoshop CC 2017



ภาพที่ 3.53 ใส่บาตรตอนเช้า

iso 3200 s1/10 f5 อุปกรณ์ กล้อง Fuji X-a3 เวลา 6.30 นาฬิกา ระยะเลนส์ที่ใช้ 16 – 50 mm



ภาพที่ 3.54 ชายมะพร้าว น้ำหอม

iso 1600 s1/10 f5.6 อุปกรณ์ กล้อง Fuji X-a3 เวลา 11.30 นาฬิกา ระยะเลนส์ที่ใช้ 16 – 50 mm



ภาพที่ 3.55 วาดภาพศิลปะ

iso 1600 s1/10 f5.6 อุปกรณ์ กล้อง Fuji X-a3 เวลา 11.00 นาฬิกา ระยะเลนส์ที่ใช้ 16 – 50 mm



ภาพที่ 3.56 ศาลเจ้าตี่ลิวอี้

iso 1600 s1/10 f5.6 อุปกรณ์ กล้อง Fuji X-a3 เวลา 10.30 นาฬิกา ระยะเลนส์ที่ใช้ 16 – 50 mm

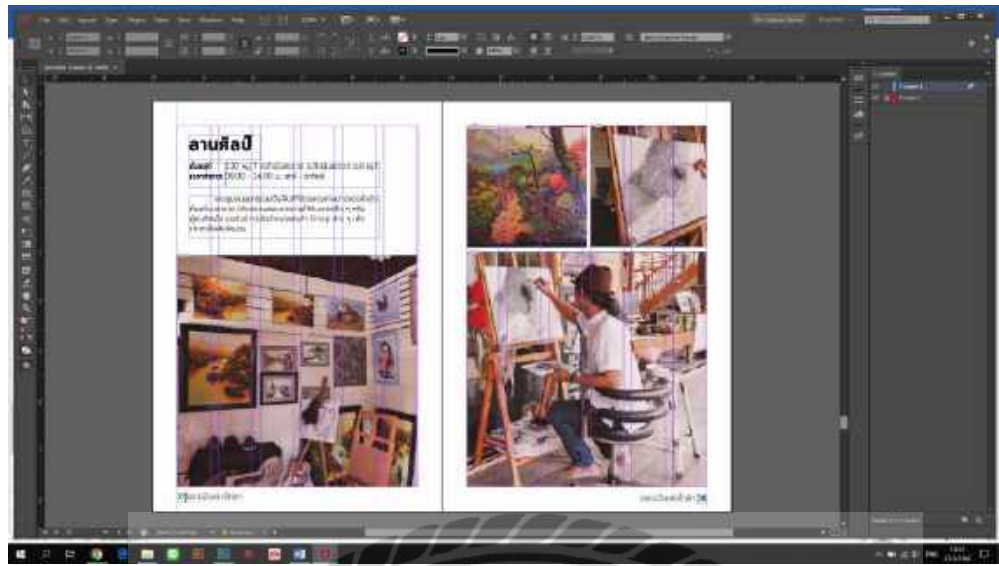
3.2 นำรูปภาพมาจัดวางตามเลเอาท์โดยใช้โปรแกรม Adobe InDesign CC 2017



ภาพที่ 3.57 การจัดวางรูปภาพ 1



ภาพที่ 3.58 การจัดวางรูปภาพ 2



ภาพที่ 3.59 การจัดวางรูปภาพ 3



ภาพที่ 3.60 การจัดวางรูปภาพ 4

บทที่ 4 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ทางการท่องเที่ยวของตลาดน้ำเหล่าตึกเล็ก เพื่อให้การออกแบบได้สอดคล้องกับวัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ของตลาดน้ำเหล่าตึกเล็ก รวมถึงผู้คนที่อาศัยอยู่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน จึงได้นำเอกลักษณ์เหล่านี้มาออกแบบเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

1. ออกแบบแผ่นพับด้านหน้า



ภาพที่ 4.1 ออกแบบแผ่นพับกลางออกด้านหน้า



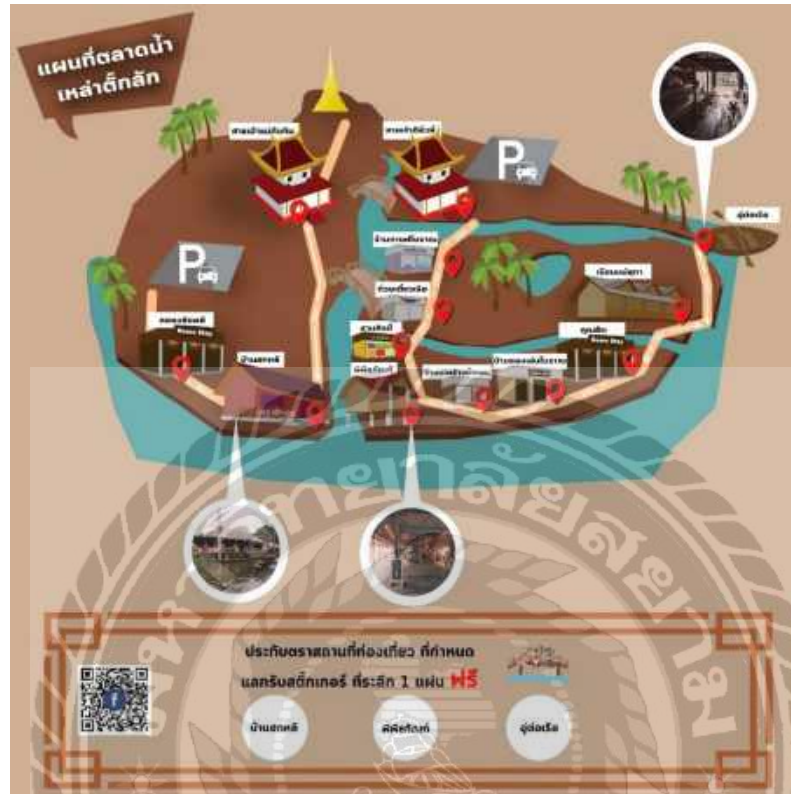
ภาพที่ 4.2 รูปแบบแผ่นพับแบบเก็บ

2. ออกแบบไอคอนสถานที่ผ่านพื้นด้านหลัง



ภาพที่ 4.3 ออกแบบไอคอนสถานที่

4. เพิ่มกรอบกิจกรรมที่ได้ออกแบบมาจากเส้นลวดลายของตลาดน้ำเหล่าตักลักปรับแต่งสีให้เป็นโทนธรรมชาติ เป็นโทนสีตามบ้านเรือน ดังนี้



ภาพที่ 4.5 ภาพแผนที่ 2 D แบบสมบูร์น

จัดองค์ประกอบโดยรวมให้สมดุลกัน สอดแทรกรูปภาพเข้าไปเพื่อบอกจุดที่ร่วมกิจกรรม

แผ่นพับแบบเสร็จสมบูรณ์ ที่ได้มาจากการดึงเอกลักษณ์ของวิถีชุมชนความเป็นอยู่ของทางตลาดน้ำเหล่าตักลัก บ้านเรือนที่ยังคงสภาพเดิม และยังมีกลิ่นอายความเป็นธรรมชาติ ซึ่งคนส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน ทำการออกแบบแผ่นพับซึ่งได้จินตนาการมาจากศิลปะการพับของจีน คล้ายกับพิธีไหว้เจ้าของคนไทยเชื้อสายจีน และมีแผนที่ 2D กับไอคอนตามบ้านเรือนที่มีมิติมากขึ้น จัดสมดุลตามจุด เพิ่มโครงสร้างกรอบกิจกรรมให้เข้ากับแผนที่ ปรับโทนสีทั้งด้านหน้าและด้านหลังให้เป็นในรูปแบบเดียวกัน

5. คาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์

5.1 ออกแบบคาแรคเตอร์ 1 ชุด 16 ตัว เป็นตัวการ์ตูนที่มีข้อความและอริยาบถให้ สอดคล้องกับตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำ



ภาพที่ 4.6 ออกแบบคาแรคเตอร์ไลน์ 1

ภาพที่ 4.7 ออกแบบคาแรคเตอร์ไลน์ 2

STICKER LAOTUKLUCK



ภาพที่ 4.8 ออกแบบคาแรคเตอร์ไลน์ 3

ภาพที่ 4.9 ออกแบบคาแรคเตอร์ไลน์ 4

5.2 นำไปใช้เป็นของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวที่รวมกิจกรรม



ภาพที่ 4.10 รูปแบบประทับตราลาย



ภาพที่ 4.11 รูปแบบตราประทับ 1

ภาพที่ 4.12 รูปแบบตราประทับ 2



ภาพที่ 4.13 รูปแบบตราประทับ 3

5.3 ลงเว็บไซต์ทางสตีกเกอร์ไลน์



ภาพที่ 4.14 ลงเว็บไซต์ทางสตีกเกอร์ไลน์

ตัวคาแรคเตอร์สตีกเกอร์ไลน์แบบเสร็จสมบูรณ์ได้แนวคิดมาจากวิถีคนในชุมชนความเป็นอยู่ สอดคล้องในการดำเนินชีวิตในแต่ละวันโดยข้อความและตัวคาแรคเตอร์เป็นสื่อกลางในการ ประชาสัมพันธ์

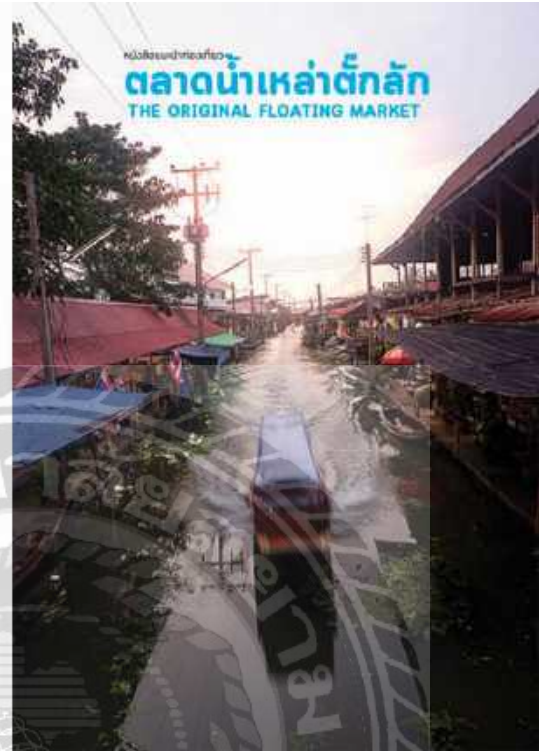
6. จัดทำหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เลือกใช้ font Cloud Soft รูปแบบ font head .ใช้
ขนาด 36 ตัวหนา subhaed ขนาด 30 ตัวอักษรหนา text ขนาด 12 ตัวอักษรบาง



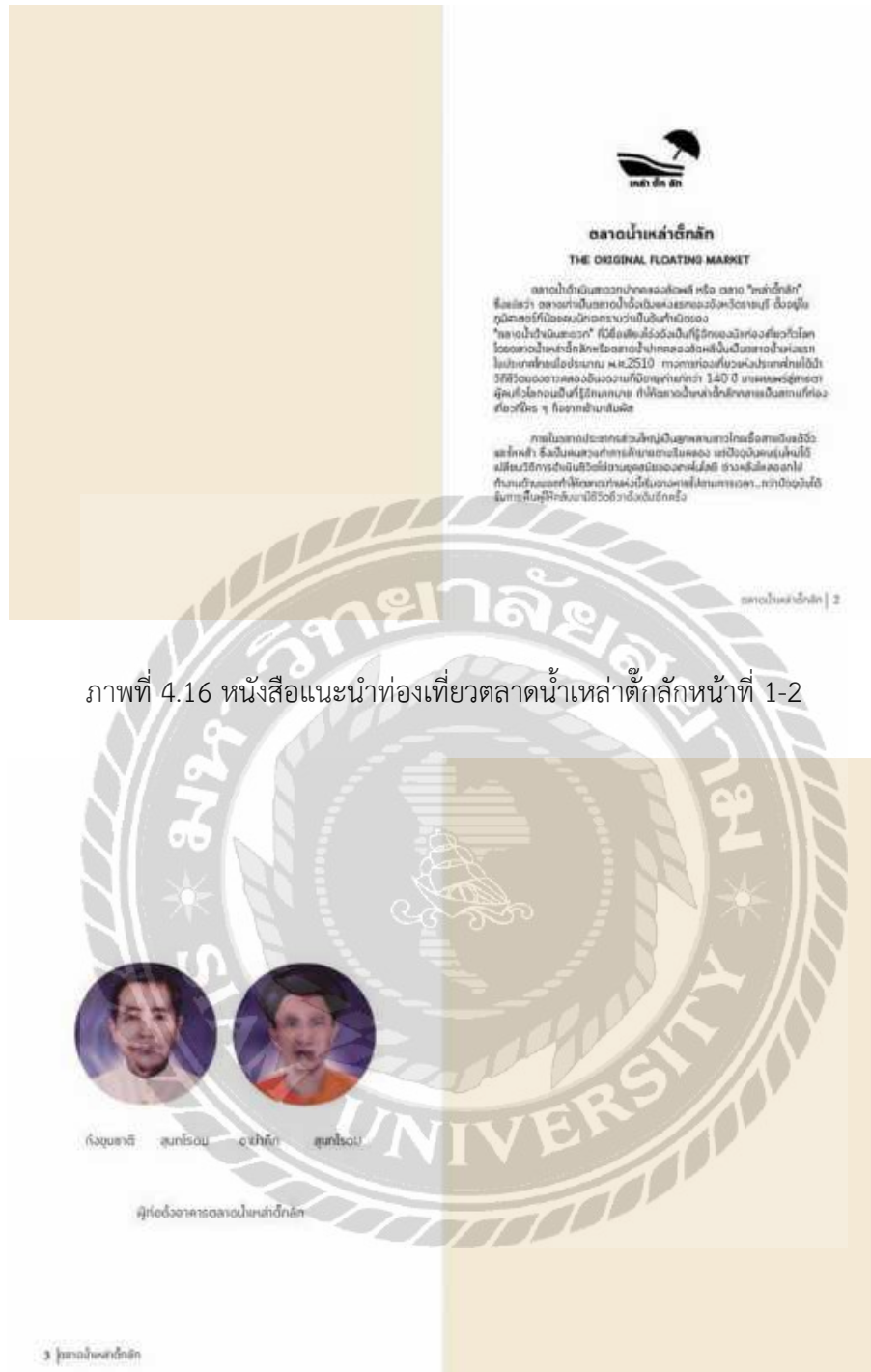
หนังสือเล่มนี้ใช้เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้
และถ่ายทอดเรื่องราวของวิถีชีวิตชุมชนความเป็นอยู่ของชาว
ตลาดน้ำเสาชิงช้าที่มีโครงสร้างบ้านเรือนแบบดั้งเดิม การใช้
เรือพายเป็นพาหนะรับส่งและค้าขาย ที่ยังคงเอกลักษณ์ของ
คนไทยอย่างยาวนาน



Facebook : www.facebook.com/laotakluck/



ภาพที่ 4.15 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักถ้ำปกหน้าและปกหลัง



ภาพที่ 4.16 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเจ้าพระยาหน้าปกหน้า 1-2

ภาพที่ 4.17 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเจ้าพระยาหน้าปกหน้า 3-4

โฮมสเตย์

หน้าปกหนังสือ | 6

ภาพที่ 4.18 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักถักหน้า 5-6

โฮมสเตย์ เรือนแม่สุภา

ที่อยู่ 344 หมู่ 7 บ้านต้นเสม็ด
ตำบลเสม็ด อ.ระยอง
เวลาทำการ 07.00 น. - 14.00 น.
ทุกวัน วันจันทร์ - เสาร์

โฮมสเตย์ เป็น Home Stay and Restaurant เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจและรับประทานอาหารแบบบ้านสวนซึ่งยังคงได้กลิ่นอายวิถีชีวิตของชนบท
ก่อน ภายใต้อาคารโฮมสเตย์มีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำร่วมกันได้เช่น ปลูกผักสวนครัว เลี้ยงไก่ เป็ด ปล่อยนกปล่อยปลา และชมสวนผลไม้สดๆ

กิจกรรม

1. ศึกษาดูงานเกษตร
2. รับประทานอาหารแบบบ้านสวน
3. นันทนาการสวนผลไม้และชมสวน



7 โฮมสเตย์แม่สุภา



หน้าปกหนังสือ | 8

ภาพที่ 4.19 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักถักหน้า 7-8



ภาพที่ 4.20 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักหลักหน้าที่ 9-10



ภาพที่ 4.21 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักหลักหน้าที่ 11-12



13รูปถ่ายบ้านหัวเตียง

ภาพบ้านหัวเตียง 14

ภาพที่ 4.22 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักถักหน้า 13-14



15รูปถ่ายบ้านหัวเตียง

ภาพบ้านหัวเตียง 16

ภาพที่ 4.23 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักถักหน้า 15-16

ร้านอาหาร

ภาพที่ 4.24 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำหน้าหน้าที่ 17-18

ข้าวแห้งและของเล่นโบราณ

ที่อยู่ 136 หมู่ 7 ต.บ้านใหม่เขตอวก
 นนทบุรีเขตอวก ๑ สาขา ๕
 เวลาทำการ 07.00 - 14.00 น.
 109 สาขา - ๒๓/๑๖

ข้าวแห้งเป็นอาหารที่คนแถวๆบ้านนี้ นิยมทำ
 สำหรับขาย มีเครื่องปรุงที่พิเศษคือใส่ไข่ต้ม
 เนื้อนุ่มและไข่ต้มที่ต้มในน้ำจืดและใส่ใน
 น้ำจืดที่ต้มจนกว่าจะสุกหรือจนสุกแล้วใส่
 สมุนไพรแห้ง และปรุงรสด้วย น้ำจืดและ
 รสอร่อยทำให้รู้สึกถึงรสชาติที่แตกต่างจาก
 ข้าวแห้งทั่วๆไป นอกจากนี้ยังมีของเล่น
 โบราณที่คนแถวๆบ้านนี้ นิยมทำขึ้นด้วย
 ไม้และเหล็กที่ผ่านการขัดสีอย่างดีและ
 ปลอดภัยสำหรับเด็กๆ และผู้ใหญ่ alike
 ที่ชื่นชอบในของเล่นโบราณที่ผ่านการ
 ขัดสีอย่างดีและปลอดภัยสำหรับเด็กๆ
 และผู้ใหญ่ alike



19) หน้าตึกถ้ำหน้า

๒๐) หน้าตึกถ้ำหน้า

ภาพที่ 4.25 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตึกถ้ำหน้าหน้าที่ 19-20

บ้านมะพร้าวน้ำหอม

ที่อยู่ 133 หมู่ 7 ต.ช้างต้นแขวง อ.ช้างต้นเขต อ.ราชบุรี
เวลาทำการ 08.00 - 14.00 น. เสาร์ - อาทิตย์

จุดเด่นเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ผงอบหวานหอมกรุ่น
ได้แก่มะพร้าวสายใยที่ปลูกอยู่ในที่โล่งสวนกลางแจ้ง ลำต้นโปร่ง
ไม่มีเชื้อราขึ้นตามลำต้นมะพร้าวจึงมีกลิ่นหอมสดชื่น
ไม่มี ระยะเวลาของหวานหอมจะลดลงเรื่อยๆจนไม่เหลือ
รสชาติที่หอมหวานอีกต่อไปแล้ว



21 ภาพถ่ายในสวนผัก



22 ภาพถ่ายในครัว

ภาพที่ 4.26 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักหลักหน้าที่ 21-22



ก๋วยเตี๋ยวเรือ (ไข่มะตุม)

ที่อยู่ 133 หมู่ 7 ต.ช้างต้นเขต อ.ช้างต้นเขต อ.ราชบุรี
เวลาทำการ 08.00 - 14.00 น. เสาร์ - อาทิตย์

จุดเด่น คือรสชาติที่อร่อยและกลิ่นหอมกรุ่น
การปรุงใช้สมุนไพรสดและเครื่องปรุงรสจากธรรมชาติ
รสชาติอร่อย หอมกรุ่น อร่อย อร่อย ก๋วยเตี๋ยวเรือ
น้ำใส เส้นนุ่ม ไข่ต้มสุกนุ่มนวล ๆ

23 ภาพถ่ายในครัว



24 ภาพถ่ายในครัว

ภาพที่ 4.27 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักหลักหน้าที่ 23-24

กาแฟโบราณ

ที่อยู่ 121 หมู่ 7 ต.บ้านไร่ อ.บ้านไร่ จ.พิจิตร
เวลาทำการ 06.00 - 14.00 น. ทุกวัน

บ้านกาแฟที่เก่าแก่ที่สุดของเมือง
คือผลิตกาแฟ ขึ้นชื่อว่าเป็นกาแฟโบราณ
หลายรุ่นที่คนชอบดื่ม ๆ ตามรุ่นกับปิ่น
ทองได้ ยาสีฟันทอดกรอบคือพิเศษ
ด้วย สดชื่นไม่โรยกับอื่น ไม่ติดกับนิ้ว
(ซึ่งถูกใจ) ไม้สน่ารัก ๆ ไม้ธูปเข็งไม้



25 หน้าบ้านไร่บ้านไร่



หน้าบ้านไร่บ้านไร่ 26

ภาพที่ 4.28 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักหลักหน้าที่ 25-26

บ้านกาแฟหลัก

ที่อยู่ 1 หมู่ 5 ต.บ้านไร่ อ.บ้านไร่ จ.พิจิตร
เวลาทำการ 09.00 - 17.00 น. ทุกวัน

ตรงข้ามพิพิธภัณฑ์เมืองบ้านไร่ อ.บ้านไร่ เป็นที่ที่คนชอบดื่ม
กาแฟโบราณ ๆ ซึ่งจุดนี้เป็นร้านกาแฟโบราณ
ต่าง ๆ สดชื่นของชาวนบ้านไร่ที่ขึ้นชื่อ จึงมีของต่าง ๆ ที่คนดื่ม
ความอร่อยของกาแฟโบราณที่ขึ้นชื่อในจังหวัดพิจิตร
บ้านไร่ที่ขึ้นชื่อในจังหวัดพิจิตรที่ขึ้นชื่อของบ้านไร่
จึงมีของของของของของของของของของของของของ
สนุกกับกาแฟโบราณบ้านไร่ ๆ มีจุดที่ได้ความ
สนใจ โดยคนที่สนใจ ๆ บ้านไร่ที่ขึ้นชื่อ ๆ สดชื่นของชาวนบ้านไร่
อย่างสนุกสนาน



27 หน้าบ้านไร่บ้านไร่

หน้าบ้านไร่บ้านไร่ 28

ภาพที่ 4.29 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักหลักหน้าที่ 27-28



ภาพที่ 4.30 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักถักหน้า 29-30



ภาพที่ 4.31 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักถักหน้า 31-32



ภาพที่ 4.34 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักหลักหน้าที่ 37-38



ภาพที่ 4.35 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักหลักหน้าที่ 39-40

ศาลเจ้าแม่ทับทิม

เวลาทำการ 07.00 - 14.00 น. สัปดาห์เว้น

สถานที่ ๆ คนที่คุ้นเคยกันดีคือบริเวณลานหน้าวัดทับทิม
ศาลเจ้าแม่ทับทิม ในบริเวณนี้คนมักจะมาขอพรให้ฝนมาโปรย
ชุ่มฉ่ำในวันเทศกาลถึงฤดูฝนนั่นเอง



41 | หน้าวัดทับทิม



ศาลเจ้าแม่ทับทิม | 42

ภาพที่ 4.36 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักถ้ำหน้าหน้าที่ 41-42

ศาลเจ้าตัล้วย

เวลาทำการ 07.00 - 14.00 น. สัปดาห์เว้น

เป็นศาลเจ้าที่สร้างขึ้นโดยชาวจีนโพ้นทะเล
นับถือ ศาลเจ้าตัล้วยตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา
มีต้นลำพูที่เก่าแก่คู่ศาลเจ้าตัล้วย
ด้วย



43 | หน้าวัดตัล้วย



ศาลเจ้าตัล้วย | 44

ภาพที่ 4.37 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักถ้ำหน้าหน้าที่ 43-44



ภาพที่ 4.38 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวตลาดน้ำเหล่าตักสิลหน้าปกที่ 45-46

บทที่ 5

สรุปผลงานดำเนินงานและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินงาน

จากการพัฒนางานเริ่มต้นจากการศึกษาสิ่งที่สนใจเพื่อลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นประโยชน์กับโครงการศึกษาโปรแกรมที่เราจะใช้ในการออกแบบทั้งหมดเพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินงาน จากนั้นจึงวางแผนการดำเนินงานจัดอันดับความสำคัญและกำหนดระยะเวลาของแต่ละส่วน เพื่อให้โครงการเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนดและทันต่อการแก้ไขและพัฒนา

การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำเหล่าตั๊กลัก โดยเริ่มศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเบื้องต้น หาข้อมูลองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อติดต่อประสานงานให้เข้าถึงชุมชนมากขึ้นจากนั้นลงพื้นที่เพื่อสำรวจพื้นที่และติดต่อกับหน่วยงานที่รับผิดชอบ รวมถึงทำความเข้าใจกับเจ้าของบ้านของแต่ละบ้านที่สนใจเพื่อเก็บข้อมูลและถ่ายภาพให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้องเป็นปัจจุบันก่อนจะเริ่มการออกแบบพร้อมหาแนวทางของการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ จึงเริ่มหาวิธีการพับของแผ่นพับให้เข้ากับชุมชนตลาดน้ำเหล่าตั๊กลัก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายจีน ต่อมาได้สเก็ตคาแรคเตอร์ไลน์และสเก็ตไอคอนสถานที่เพื่อนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อหาชิ้นงานที่ดีที่สุดและตอบโจทย์ของทางองค์กร เมื่อเลือกแบบได้แล้วจึงนำแบบที่สเก็ตมาทั้งหมดนำไปลงโปรแกรม Adobe illustrator ควบคู่กับโปรแกรม Adobe Photoshop และ Adobe In Design จากนั้นก็เริ่มปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อความสมบูรณ์ที่สุด ทั้งนำทฤษฎีเส้นกริดมาประยุกต์ใช้ในผลงานเพื่อให้การจัดวางเลย์เอาต์ ตัวอักษร รูปภาพ และองค์ประกอบโดยรวมเป็นไปตามหลักทฤษฎีที่ถูกต้อง หากจุดบกพร่องเพื่อนำมาแก้ไขพัฒนา ให้ผลงานสมบูรณ์และยังคงเอกลักษณ์ของตลาดน้ำมากที่สุด โดยแก้ไขผลงานให้มีมิติมากขึ้น การปรับเปลี่ยนสีของผลงานโดยใช้โทนสีที่มีความเป็นธรรมชาติของโครงสร้างบ้านเรือนแบบดั้งเดิม รวมถึงฟอนต์ข้อความที่ใช้เป็น Cloud Soft นำผลงานมาให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา และพัฒนาต่อ โดยแก้ไขภาพรวมของข้อมูลบางส่วนให้ครบถ้วนสมบูรณ์

เมื่อสื่อประชาสัมพันธ์เสร็จเรียบร้อยแล้วจึงนำไปให้ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของตลาดน้ำเหล่าตั๊กลัก หรือวิสาหกิจชุมชน พิจารณาหาจุดบกพร่อง และได้้นำคำแนะนำมาประยุกต์ใช้ และพัฒนาตามความเหมาะสม และสอดคล้องกับตลาดน้ำเหล่าตั๊กลัก เพื่อให้ได้ผลงานที่ตรงตามวัตถุประสงค์

ปัญหาและอุปสรรค

การเก็บข้อมูลสามารถเก็บข้อมูลได้เฉพาะวันเสาร์และอาทิตย์ในระยะเวลาช่วงเช้าถึงเที่ยงวัน

1. ผู้ให้ข้อมูลโดยตรงของทางวิสาหกิจชุมชนตลาดน้ำเหล่าตึกหลักไม่สะดวก
2. ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตสามารถศึกษาค้นคว้าได้น้อย ทำให้ทราบรายละเอียดได้ไม่มากเท่าการลงพื้นที่จริง
3. ใช้ระยะเวลาในการเดินทางค่อนข้างไกลทำให้เก็บข้อมูลได้ล่าช้า
4. ไม่เชี่ยวชาญโปรแกรม Adobe In Design จึงต้องใช้เวลาในการศึกษาวิธีใช้ของโปรแกรม

ข้อเสนอแนะ

1. เนื้อหาข้อมูลที่นำเสนอ ควรเพิ่มจุดสถานที่ของตลาดน้ำเหล่าตึกหลัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ของแต่ละจุดเพิ่มขึ้น
2. ควรทำความรู้จักกับคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ในตลาดน้ำเหล่าตึกหลักให้มากขึ้น เพื่อที่จะเก็บข้อมูลเพิ่มเติม และถูกต้องครบถ้วนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
3. ควรวางแผนเตรียมตัวก่อนลงพื้นที่ และจัดสรรเวลา เนื่องจากวันเวลาที่จำกัดในการเปิด-ปิดร้าน รวมถึงองค์กรวิสาหกิจชุมชนที่จะเข้าสอบถามข้อมูล และรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับตลาดน้ำเหล่าตึกหลัก



บรรณานุกรม

- กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์. (2558). การพัฒนาสตาร์ทอัพเทคโนโลยีบนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียนเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน). เข้าถึงได้จาก
<https://tci-thaijo.org/index.php/jcin/article/view/47743>
- ณัฐพล ภูหมื่น. (2558). โครงการออกแบบพัฒนาเว็บไซต์เรื่อง หลักการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์.
เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/hlakkarxxkbaebsingphimph/06-kar-xxkbaeb-hnangsux>
- ททท. บมจ. เศรษฐกิจฐานรากผ่านการท่องเที่ยว. (2561). “Amazing Thailand Go Local เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต. เข้าถึงได้จาก https://thai.tourismthailand.org/ข่าว_อัปเดต/รายละเอียดข่าว/ททท-เปิดแคมเปญ-Amazing-Thailand-Go-Local-เร่งกระแสนท่องเที่ยว-55-เมืองรอง-หลังรัฐบาลประกาศลดหย่อนภาษี--2833
- ปกรณ์กิตต์ หาญณรงค์ศักดิ์ (2554). การออกแบบตัวละคร. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/427700>
- พระครูสิทธิวิวัฒน์. (2556). ประวัติอำเภอดำเนินสะดวก. เข้าถึงได้จาก <http://district.cdd.go.th/damnoen/about-us/>
- พัชรียา ชัยตะมาตร. (2560). การใช้ตัวอักษร. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/karxxkbaebthasnsilpkhxngwebsit/bth-reiyn/kar-chi-taw-xaksr>
- เพ็ญศรี จุลกาญจน์. (2558). การออกแบบกราฟฟิก และสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน. เข้าถึงได้จาก
https://www.researchgate.net/profile/Praphon_Niamsa/publication/318361257
- มารู้จักกับทฤษฎีสีเชิงจิตวิทยาและการนำมาใช้ในการทำงาน. (2559). เข้าถึงได้จาก <https://graphicbuffet.co.th/มารู้จักกับทฤษฎีสี/>

รินรดา สันติอาภรณ์. (2558). การออกแบบคาแร็คเตอร์ และสติ๊กเกอร์ ไลน์ “พะยูน”. เข้าถึงได้จาก

<https://hrd.rmutl.ac.th/searching/resdetail.php?resid=487HR>

ศุภรัตน์ เจริญพิทักษ์. (2561). สื่อพัฒนาสติ๊กเกอร์ บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดการ์ตูนนักศึกษา. เข้าถึง

ได้จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jliwu/issue/view/9403>

ศวิชญา ศุภอุดมฤกษ์ตรีรัตน์. (2558). แผนที่ห้องที่ชาวบ้านแม่ตะมาน. เข้าถึงได้จาก [https://erp.mju.](https://erp.mju.ac.th/researchDetailPublic.aspx?rid=3795)

[ac.th/researchDetailPublic.aspx?rid=3795](https://erp.mju.ac.th/researchDetailPublic.aspx?rid=3795)

IDXW. (2559). เรียนรู้เรื่องกริดมีที่ประเภท. เข้าถึงได้จาก <https://idxw.net/2016/03/31/>

Yochuwa Samarom. (2560). รวมพื้นฐานการถ่ายภาพที่ควรรู้. เข้าถึงได้จาก <https://photoschool>

[thailand.com/](https://photoschool)



ประวัติผู้จัดทำ/คณะผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5806400027
ชื่อ - นามสกุล : นาย ชาญวิทย์ อมรมงคลทอง
คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ
สาขาวิชา : แอนิเมชันและสื่อการสร้างสรรค์
ที่อยู่ : 181 หมู่ 5 ตำบล ตาหลวง

อำเภอ ดำเนินสะดวก จังหวัด ราชบุรี
70130

ผลงาน : การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์
ตลาดน้ำเหล่าตั๊กลัก

