



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

โครงการการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ให้กับองค์กร
เพื่อใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า

LINE Sticker Design for Communicate with
Customer in Company

โดย

นาย เมธิศ ลีวลือชัย 5906400015

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 143 – 491 สหกิจศึกษา

ภาควิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปี 2561

หัวข้อโครงการ โครงการการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ให้กับองค์กรเพื่อใช้ในการสื่อสาร
กับลูกค้า

LINE Sticker Design for Communicate with Customer in
Company

รายชื่อผู้จัดทำ นายเมธิศ ลีวลือชัย

ภาควิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ทศพร เทียนศรี

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชา
แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ ประจำปีการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการการสอบโครงการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ ทศพร เทียนศรี)

.....พนักงานที่ปรึกษา

(นาย กิตติพงษ์ ผูกจิตต์)

.....กรรมการกลาง

(อาจารย์ ปัญจเวช บุญรอด)

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผศ.ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒนะ)

หัวข้อโครงการ	: โครงการการออกแบบสตีกเกอร์ไลน์ให้กับองค์กรเพื่อใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า
หน่วยกิตของโครงการ	: 5 หน่วยกิต
รายชื่อผู้จัดทำ	: นาย เมธิศ ลีวลือชัย
อาจารย์ที่ปรึกษา	: อาจารย์ ทศพร เทียนศรี
วุฒิการศึกษา	: ปริญญาตรี
สาขาวิชา	: แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์
คณะ	: เทคโนโลยีสารสนเทศ
ภาคการศึกษา / ปีการศึกษา	: 3/2561

บทคัดย่อ

บริษัท โปรไลฟ์ พลัส จำกัด เป็นบริษัทที่ผลิตสื่อโฆษณาโครงการหมู่บ้านหรือโครงการคอนโดต่างๆ ซึ่งมีทั้งการนำเสนอสื่อในรูปแบบ Offline และ Online และการทำงานในบริษัทนี้จำเป็นต้องมีการติดต่อสื่อสาร พูดคุยงานทั้งภายในองค์กรและกลุ่มลูกค้า และการติดต่อสื่อสารเกือบทั้งสิ้นจะติดต่อกันผ่านทาง Line ซึ่งการติดต่อผ่านทาง Line นั้นบางกรณีอาจส่งผลให้เกิดความเข้าใจทางด้านของอารมณ์ผิดพลาด จึงได้ดำเนินการแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการสร้างตัวสตีกเกอร์ไลน์ของบริษัทขึ้นมา เพื่อให้สามารถใช้ติดต่อสื่อสารได้สะดวกยิ่งขึ้น และสามารถสื่อสารในรูปแบบของอารมณ์ได้ชัดเจนขึ้นได้

คำสำคัญ : ติดต่อสื่อสาร/สตีกเกอร์ไลน์/ความเข้าใจทางด้านของอารมณ์

ผู้นุมัติ

Project Title : LINE Sticker Design for Communicate with Customer in
Company
Credits : 5 Credits
By : Mr. Metit Lewlocchai
Advisor : Mr. Thossaphorn Tiensri
Degree : Bachelor of Information Technology
Major : Animation and Creative media
Faculty : Information Technology
Semester / Academic year : 3/2018

Abstract

ProLife Plus Company Limited is a company that produces advertising media for village projects or condo projects, which includes both offline and online media presentations. The work in this company requires communication to discuss work, both within the organization and in the customer group, and almost all communications are handled via LINE. In some cases, LINE communication may result in the misunderstandings of emotions, therefore, the company had solved the problem by creating the LINE sticker for the company. These stickers were used to communicate more conveniently and allow users communicate in a more expressive way.

Keywords: communication / LINE Sticker / understanding of emotions

Approved by



สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน ก

กิตติกรรมประกาศ..... ข

บทคัดย่อ..... ก

Abstract..... ง

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1

1.2 วัตถุประสงค์..... 2

1.3 ขอบเขตของรายงาน..... 2

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ..... 2

บทที่ 2 ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีการสื่อสาร 4

2.2 ทฤษฎีการคิดสร้างสรรค์ 7

2.3 หลักการวาดการ์ตูน 9

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบงานกราฟิก..... 12

2.5 แนวทางการออกแบบสติกเกอร์ 23

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ 29

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร 29

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร 29

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย..... 29

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา	30
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	30
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	30
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	31
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 การรับ Brief จากพี่เลี้ยง	32
4.2 การสังเกตภาพ	33
4.3 วาดลงโปรแกรม	36
4.4 การส่งลงโปรแกรมไลน์	56
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลโครงการหรืองานวิจัย.....	58
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	58
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	60
ประวัติผู้จัดทำ	63

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1 แสดงขั้นตอนของการดำเนินงาน	2
ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	30
ตารางที่ 3.2 แสดงระยะเวลาและพัฒนาการของตัวรายงาน	31



สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปภาพที่ 2.1 กระบวนการสื่อสาร S-M-C -R	4
รูปภาพที่ 2.2 แนวคิดการสื่อสาร	5
รูปภาพที่ 2.3 การใช้ภาษา.....	5
รูปภาพที่ 2.4 การตีความ.....	6
รูปภาพที่ 2.5 การวาดโครงหน้า.....	10
รูปภาพที่ 2.6 โครงสร้างของร่างกายตัวละคร.....	10
รูปภาพที่ 2.7 เส้นผมและทรงผม.....	11
รูปภาพที่ 2.8 การวาดตา.....	11
รูปภาพที่ 2.9 การวาดมือ.....	11
รูปภาพที่ 2.10 กำเนิดแสงและแสงสะท้อน	13
รูปภาพที่ 2.11 วงล้อสีธรรมชาติ.....	14
รูปภาพที่ 2.12 ความกลมกลืนสี.....	15
รูปภาพที่ 2.13 ตัวอย่างหลักการใช้สี 1.....	19
รูปภาพที่ 2.14 ตัวอย่างหลักการใช้สี 2.....	20
รูปภาพที่ 2.15 ตัวอย่างหลักการใช้สี 3.....	20
รูปภาพที่ 2.16 ตัวอย่างหลักการใช้สี 4.....	21
รูปภาพที่ 2.17 ตัวอย่างหลักการใช้สี 5.....	21
รูปภาพที่ 2.18 ตัวอย่างหลักการใช้สี 6.....	22
รูปภาพที่ 2.19 ตัวอย่างหลักการใช้สี 7.....	22
รูปภาพที่ 2.20 ตัวอย่างหลักการใช้สี 8.....	23
รูปภาพที่ 2.21 แนวทางการออกแบบสติกเกอร์.....	24

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

หน้า

รูปภาพที่ 2.22 ข้อกำหนดด้านศีลธรรม.....	25
รูปภาพที่ 2.23 ประเภทของรูปสติกเกอร์.....	27
รูปภาพที่ 2.24 การกำหนดขนาดขอบสติกเกอร์.....	28
รูปภาพที่ 3.1 สัญลักษณ์ (LOGO) บริษัท โปรไลฟ์ พลัส จำกัด.....	29
รูปภาพที่ 4.1 เกม MILK CHOCO.....	33
รูปภาพที่ 4.2 การสเก็ตตัวละครแบบที่ 1.....	34
รูปภาพที่ 4.3 อนิเมะ Puchimas.....	34
รูปภาพที่ 4.4 การสเก็ตตัวละครแบบที่ 2.....	35
รูปภาพที่ 4.5 การสเก็ตตัวละครแบบที่ 3.....	35
รูปภาพที่ 4.6 ผลงานจริงตัวละครชาย 1.....	36
รูปภาพที่ 4.7 ผลงานจริงตัวละครชาย 2.....	37
รูปภาพที่ 4.8 ผลงานจริงตัวละครชาย 3.....	38
รูปภาพที่ 4.9 ผลงานจริงตัวละครชาย 4.....	39
รูปภาพที่ 4.10 ผลงานจริงตัวละครชาย 5.....	40
รูปภาพที่ 4.11 ผลงานจริงตัวละครชาย 6.....	41
รูปภาพที่ 4.12 ผลงานจริงตัวละครชาย 7.....	42
รูปภาพที่ 4.13 ผลงานจริงตัวละครชาย 8.....	43
รูปภาพที่ 4.14 ผลงานจริงตัวละครชาย 9.....	44
รูปภาพที่ 4.15 ผลงานจริงตัวละครชาย 10.....	45
รูปภาพที่ 4.16 ผลงานจริงตัวละครหญิง 1.....	46
รูปภาพที่ 4.17 ผลงานจริงตัวละครหญิง 2.....	47

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

หน้า

รูปภาพที่ 4.18 ผลงานจริงตัวละครหญิง 3	48
รูปภาพที่ 4.19 ผลงานจริงตัวละครหญิง 4	49
รูปภาพที่ 4.20 ผลงานจริงตัวละครหญิง 5	50
รูปภาพที่ 4.21 ผลงานจริงตัวละครหญิง 6	51
รูปภาพที่ 4.22 ผลงานจริงตัวละครหญิง 7	52
รูปภาพที่ 4.23 ผลงานจริงตัวละครหญิง 8	53
รูปภาพที่ 4.24 ผลงานจริงตัวละครหญิง 9	54
รูปภาพที่ 4.25 ผลงานจริงตัวละครหญิง 10	55
รูปภาพที่ 4.26 ส่งผลงานให้ทางไลน์ 1	56
รูปภาพที่ 4.27 ส่งผลงานให้ทางไลน์ 2	56
รูปภาพที่ 4.28 ทดลองใช้งาน	57

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันแอปพลิเคชัน LINE คือ แอปพลิเคชันที่ผสมผสานบริการ Messaging และ Voice Over IP นำมาผนวกเข้าด้วยกัน จึงทำให้เกิดเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถแชท สร้างกลุ่ม ส่งข้อความ โพสต์รูปต่างๆ หรือจะโทรคุยกันแบบเสียงก็ได้ โดยข้อมูลทั้งหมดไม่ต้องเสียเงิน หากเราใช้งานโทรศัพท์ที่มีแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว แล้วยังสามารถใช้งานร่วมกันระหว่าง iOS และ Android รวมทั้งระบบปฏิบัติการอื่น ๆ ได้อีกด้วย การทำงานของ LINE นั้น มีลักษณะคล้าย ๆ กับ WhatsApp ที่ต้องใช้เบอร์โทรศัพท์เพื่อยืนยันการใช้งาน แต่ LINE ได้เพิ่มลูกเล่นอื่นๆ เข้ามา ทำให้ LINE มีจุดเด่นที่เหนือกว่า WhatsApp ทำให้ได้รับความนิยมสูงสุดและไลน์นั้นมีฟีเจอร์หลายอย่างที่เป็นจุดเด่นทำให้มีความแตกต่างจากแอปพลิเคชันอื่น โดยเฉพาะสติ๊กเกอร์ไลน์ ที่มีทั้งภาพและตัวหนังสือ เพื่อที่จะได้สามารถสื่อสารกับผู้ติดต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ที่มา <https://line.kapook.com/view64457.html>)(วันที่ค้นข้อมูล : 24 สิงหาคม 2562)

บริษัท โพรไลฟ์ พลัส จำกัดเป็นบริษัทเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดทำสื่อโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เกี่ยวกับโครงการหมู่บ้านคอนโด รวมทั้งป้ายบอกทางและอื่นๆ ซึ่งจะต้องทำการติดต่อสื่อสารกับทางลูกค้า หรือแม้แต่บุคลากรภายในองค์กรเกี่ยวข้องกับอยู่เป็นประจำ โดยใช้แอปพลิเคชันไลน์มาเป็นที่กลางในการพูดคุยประสานงาน ซึ่งการติดต่อสื่อสารผ่านทางไลน์ของบริษัทนั้นเป็นการติดต่อกันในรูปแบบของการใช้ข้อความมากกว่าการโทรซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาทางการสื่อสารได้ เพราะการสื่อสารผ่านทางตัวอักษรนั้นไม่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกไปได้ และอาจจะทำให้เกิดความเข้าใจผิดทางภาษาได้ โดยลักษณะของปัญหานี้ผู้จัดทำโครงการได้เล็งเห็นว่าสามารถแก้ไขได้ด้วยการใช้สติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อเป็นตัวแทนในการติดต่อสื่อสารและสามารถใช้แทนบุคลิกภาพขององค์กรได้อีกทางหนึ่ง ทำให้เกิดการจดจำซึ่งเป็นผลดีต่อการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและการนำเสนองานต่อไปได้ในอนาคต

ผู้จัดทำเล็งเห็นความสำคัญที่จะนำสติ๊กเกอร์ไลน์เข้ามาแก้ปัญหาการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์กร และกับลูกค้าจึงได้รับมอบหมายงานจากพนักงานที่เลี้ยงให้สร้างสติ๊กเกอร์ไลน์ของบริษัท โพรไลฟ์ พลัส จำกัดเพื่อใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพทางการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์และเป็นการเพิ่มอัตลักษณ์ของทางอีกทางหนึ่ง

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์สำหรับสื่อสารในองค์กรให้กับบริษัท โปรไลฟ์ พลัส จำกัด

1.2.2 เรียนรู้ถึงกระบวนการทำงานภายในบริษัท

1.3 ขอบเขตของรายงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พฤษภาคม 2562				มิถุนายน 2562				กรกฎาคม 2562				สิงหาคม 2562			
วางแผน							↔									
การรวบรวมข้อมูล									↔							
ขั้นผลิต													↔			
การวางขาย																↔

ตารางที่ 1.1 แสดงขั้นตอนของการดำเนินงาน

การศึกษาขั้นตอนการทำ LINE Sticker ตั้งแต่การวางแผนการทำงานและขั้นตอนการผลิตสติ๊กเกอร์ คือ

- 1) ขั้นวางแผน
- 2) การรวบรวมข้อมูล
- 3) ขั้นผลิต
- 4) การวางขาย และผลิตสติ๊กเกอร์ไลน์ให้กับทางบริษัท

ขอบเขตการศึกษาอยู่ระหว่าง เดือนพฤษภาคม 2562 – สิงหาคม 2562 นอกจากนี้รวบรวมเนื้อหาของงานที่ได้รับมอบหมายและทำรายงานสหกิจศึกษา

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 ออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์สำหรับสื่อสารในองค์กรให้กับบริษัท โปรไลฟ์ พลัส จำกัด

1.4.2 ได้เรียนรู้ถึงกระบวนการทำงานภายในบริษัท

บทที่ 2

บททวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานผลดำเนินโครงการสหกิจศึกษาเรื่อง “โครงการการออกแบบสติกเกอร์ไลน์” มุ่งศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสติกเกอร์ไลน์ เพราะสติกเกอร์ไลน์นั้นเริ่มได้รับความสนใจและนิยมดาวน์โหลดมาใช้กันมากขึ้น เพื่อส่งหากันระหว่าง ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้วยกัน และสามารถส่งขายกับทางไลน์ได้ ซึ่งมีการแบ่งส่วนแบ่งรายได้ และเป็นการสร้างรายได้ที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่มีไอเดีย และความคิดสร้างสรรค์ รายงานสหกิจศึกษาเล่มนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะสร้างสติกเกอร์ไลน์ให้แก่ทางบริษัท ซึ่งจำเป็นที่จะต้องทบทวนเอกสารวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้ศึกษาในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ

2.1 ทฤษฎีการสื่อสาร

- 2.1.1 องค์ประกอบของการสื่อสาร
- 2.1.2 การสื่อสารภายใน-ภายนอก
- 2.1.3 แนวคิดการสื่อสารระหว่างบุคคล

2.2 ทฤษฎีการคิดสร้างสรรค์

2.3 หลักการวาดการ์ตูน

- 2.3.1 ความหมายของการ์ตูน
- 2.3.2 การเขียนภาพการ์ตูน
- 2.3.3 การวาดการ์ตูนขั้นพื้นฐาน

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบงานกราฟิก

- 2.4.1 ทฤษฎีและการใช้สี
- 2.4.2 ทฤษฎีสี
- 2.4.3 จิตวิทยาในการใช้สี
- 2.4.4 หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

2.5 แนวทางการออกแบบสติกเกอร์

- 2.5.1 แนวทางสำหรับภาพสติกเกอร์ภาพหลักและภาพแท็บ
- 2.5.2 แนวทางสำหรับข้อความโปรยต่างๆ
- 2.5.3 ข้อกำหนดด้านศีลธรรม
- 2.5.4 ข้อกำหนดเกี่ยวกับธุรกิจ การโฆษณาและข้อกำหนดอื่นๆ

2.5.5 ลิขสิทธิ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

2.5.6 ประเภทไฟล์สติกเกอร์

2.5.7 ขนาด จำนวนและข้อความในสติกเกอร์ Line แต่ละชุด

2.5.8 การเว้นระยะขอบสติกเกอร์ Line

2.1 ทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสาร คือ กระบวนการส่งสารและรับสาร (Message) สารในที่นี้หมายถึง ความรู้สึก ความคิด ความรู้ ความต้องการ เป็นนามธรรม จับต้องไม่ได้ รับรู้ได้ด้วยสมองหรือจิตเอกสาร จดหมาย หนังสือพิมพ์ เหล่านี้ไม่ใช่สารตัวหนังสือที่อยู่ในเอกสาร จดหมาย หรือหนังสือพิมพ์ ก็ยังไม่ใช่สาร แต่ใกล้เคียงกับความเป็นสาร สารคือความหมายที่มากับตัวหนังสือเหล่านั้น รวมทั้งที่มาภาพ กับแบบตัวพิมพ์ กับการออกแบบจัดหน้า ทำให้เกิดความรู้สึก ความคิด ความรู้ แก่ผู้อ่าน

การสื่อสารตามความหมายทั่วไป หมายถึง การสื่อสารความรู้ ความคิด ความรู้สึก ความเข้าใจ ระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เพื่อความเข้าใจร่วมกันเพื่อทำงานร่วมกัน องค์ประกอบของการสื่อสารเบื้องต้นมี 3 ประการ คือ ผู้ส่งสาร ตัวสาร และผู้รับสาร

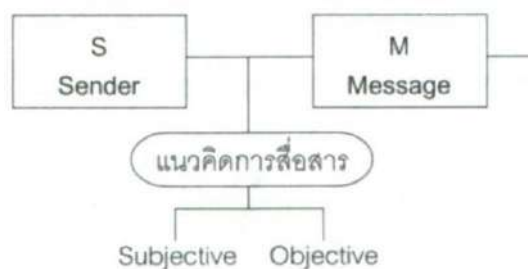
การสื่อสารเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในสิ่งมีชีวิตเท่านั้น การสื่อสารเป็นสัญญาณของการมีชีวิต ผู้ที่สื่อสารไม่ได้ก็คือผู้ที่ตายแล้ว การสื่อสารมีรูปแบบ วิธีการหลากหลายกว้างขวาง เมื่อจะทำความเข้าใจการสื่อสาร เพื่อที่จะนำทางความเข้าใจการสื่อสารอีกต่อหนึ่ง จึงต้องพิจารณาที่ละส่วน ที่ละด้าน ตามเกณฑ์ที่จะพิจารณา



รูปภาพที่ 2.1 กระบวนการสื่อสาร S-M-C-R

2.1.1 องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการ (Process) หมายความว่า การสื่อสารมีองค์ประกอบที่ส่งผลต่อเนื้องกัน ที่รู้จักกันดีในหมู่นักงานด้านการสื่อสาร



รูปภาพที่ 2.2 แนวคิดการสื่อสาร

เงื่อนไขที่เชื่อมโยงระหว่าง ผู้ส่งสาร กับ สาร คือ แนวคิดการสื่อสาร (Communication Concept) ซึ่งมีได้ 2 อย่างคือ

1. สื่อสารเพื่อความพอใจ / เข้าใจ ของตนเอง เรียกว่าการสื่อสารแบบอัตนัย (Subjective Communication)
2. สื่อสารเพื่อความพอใจ / เข้าใจ ของผู้อื่น เรียกว่า การสื่อสารแบบปรนัย (Objective Communication)

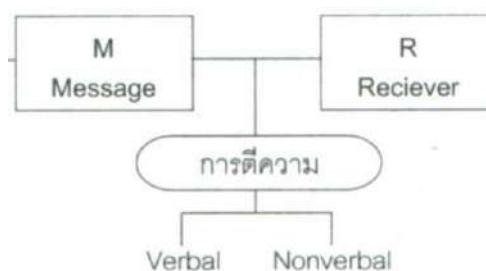


รูปภาพที่ 2.3 การใช้ภาษา

สิ่งที่เชื่อมโยงระหว่าง สาร กับ สื่อ คือ การใช้ภาษา (วิชาการสื่อสารเรียกว่า การเข้ารหัส - Encoding) ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้ส่งสาร เมื่อผู้ส่งสารมีสารในใจแล้ว และกำหนดแนวคิดในการสื่อสารแล้ว จากนั้นก็เป็นการใช้ภาษาที่จะสื่อสาร ซึ่งมีให้เลือก 2 ประเภท คือ

1. วจนภาษา / ภาษาถ้อยคำ (Verbal Language)
2. อวจนภาษา / ภาษาที่ไม่ใช่ถ้อยคำ (NonVerbal Language)

ในขั้นตอนนี้อาจจะมีสิ่งรบกวน (Noise) เป็นอุปสรรคต่อการเข้ารหัส ได้แก่ ทักษะการใช้ภาษา คุณภาพการผลิตสื่อ เป็นต้น



รูปภาพที่ 2.4 การตีความ

สิ่งที่เชื่อมโยงระหว่าง สื่อ กับ ผู้รับสาร คือ การตีความ (วิชาการสื่อสาร การถอดรหัส - Decoding) ซึ่งผู้รับสารจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในภาษานั้นๆ ในระดับหนึ่ง จึงจะถอดรหัส หรือ ตีความได้ตามเจตนาของผู้ส่งสาร และเช่นเดียวกันกับขั้นตอนเข้ารหัส ขั้นตอนถอดรหัสก็อาจมี Noise ได้ อันเกิดจาก สภาพแวดล้อม (เช่น แสงน้อย เสียงดัง) หรืออคติของผู้รับสารที่โน้มน้าวการตีความให้ผิดเพี้ยน

สิ่งที่เป็นเงื่อนไขของการสื่อสาร แต่ไม่มีอยู่ในแผนภาพนี้ ยังมีอีกหลายอย่าง แต่มีอยู่อย่างหนึ่ง ซึ่งมีส่วนช่วยให้การสื่อสารการรับรู้มีประสิทธิภาพ นั่นคือ ทักษคติทางบวก (Positive Attitude) ที่ผู้รับสารมีต่อสื่อการรับรู้ อันเนื่องมาจากคุณสมบัติของสื่อการรับรู้ ได้แก่รูปแบบที่เป็นภาพ เนื้อหาที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ และทำให้ในการสื่อสารแบบ Objective

2.1.2 การสื่อสารภายใน-ภายนอก

การสื่อสารแบ่งตามเกณฑ์พื้นฐานที่สุด คือ เกณฑ์ภายใน/ภายนอกร่างกาย มี 2 ด้าน คือ

1. การสื่อสารภายในตนเอง
2. การสื่อสารภายนอก หรือ ระหว่างบุคคลสาร (Message) ที่สื่อหรือส่งถึง มี 2 ชนิด คือ การสื่อสารภายใน

สารทางกายภาพของการสื่อสารภายในตนเอง (Interpersonal Communication) คือ สาร (หรือสารสนเทศ - Information) ที่อยู่ในออร์โมนซึ่งเป็นโปรแกรมการทำงานของอวัยวะส่วนต่างๆ ของร่างกาย ให้ทำงานตามลำดับ ตามเวลา ตามปริมาณ ที่กำหนด เรียกว่า “รหัสชีวิต” (Life Code) ที่ถ่ายทอดมาทางกรรมพันธุ์

สารทางจิตภาพของการสื่อสารภายในตนเอง คือความคิด อันเป็นการสื่อสารกับตัวเอง (Interpersonal Communication) โดยถือว่าผู้ส่งสารกับผู้รับสารเป็นคนคนเดียวกัน

การเขียนภาพ หรือการเขียนการรับรู้ประเภทที่จัดว่าเป็นการสื่อสารกับตัวเองได้แก่ ภาพร่าง หรือภาพสเก็ตช์ (Sketch) ซึ่งผู้วาดทำขึ้นเพื่อศึกษาหรืออ้างอิง ก่อนที่จะลงมือทำชิ้นงานจริงอย่างประณีต

ความหมายเดิมของคำว่า “การรับรู้” หมายถึง ภาพร่าง ภาพที่เขียนเล่นโดยไม่ตั้งใจ หรือในยามใจลอย หรือ Doodle แปลว่า ภาพเขียนใจลอย เป็นภาพที่เขียนขึ้นในระหว่างที่ทำอะไรบางอย่าง

อยู่ เช่น ฟังบรรยายในห้องเรียน ร่วมประชุม โทรศัพท์ เป็นต้น ภาพประเภทนี้อาจจะนำมาศึกษาวิเคราะห์จิตใจผู้เขียนได้แบบเดียวกับการใช้ภาพหอยหมึก

การสื่อสารระหว่างบุคคล

สารของการสื่อสารภายนอก หรือการสื่อสารระหว่างบุคคลก็มี 2 ชนิด เช่นเดียวกันคือ ทั้งทางกายภาพ กับ ทางจิต (ความรู้ ความคิด)

สารของการสื่อสารภายนอกทางกายภาพ คือ สารที่มีการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนในการติดต่อสัมพันธ์กัน เช่น ในการถ่ายเลือด ในการสัมผัสร่างกาย และในกระบวนการทางเพศ เป็นต้น

สารของการสื่อสารภายนอกทางจิตภาพ คือ ความรู้สึก ความคิด ความรู้ ความต้องการ ซึ่งเป็นที่อยู่ในกระบวนการสื่อสารตามปกติทั่วไป

2.1.3 แนวคิดการสื่อสารระหว่างบุคคล

แนวคิดในการสื่อสาร คือแนวทาง หรือกรอบความคิดที่จะกำหนดวิธีการและรายละเอียดในการสื่อสารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันเรื่องนี้เป็นเงื่อนไขพื้นฐานอย่างหนึ่งในการพิจารณาประเมินความสำเร็จของการสื่อสารแต่ละเรื่องว่า มากหรือน้อย อันเป็นผลมาจากทิศทางหรือท่าที่ดังกล่าว ที่สำคัญเกี่ยวกับการรับรู้ก็คือ แนวคิดในการสื่อสารเป็นเงื่อนไขที่มีส่วนกำหนดความเป็นการรับรู้ หรือไม่เป็นการรับรู้ด้วยเมื่อมีเจตนาที่จะสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อสารกับผู้อื่น เครื่องมือสำคัญที่จำเป็นต้องใช้ก็คือ ภาษา มีภาษาให้เลือก 2 ประเภทคือ ภาษาถ้อยคำ (Verbal Language) กับภาษาที่ไม่ใช่ถ้อยคำ (Nonverbal Language) แต่ก่อนที่จะใช้ภาษาสื่อสาร ต้องมีแนวคิดในการสื่อสารเป็นกรอบกำกับเสียก่อน จึงจะกำหนดวิธีการและรายละเอียดต่างๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีแนวคิดในการสื่อสาร 2 แนว คือ การสื่อสารแบบอัตนัย (Subjective Communication) กับการสื่อสารแบบปรนัย (Objective Communication) ของนักการเมืองบางคน ทั้งๆ ที่ไม่ชอบแนวคิดของเขาหรือสิ่งที่เขาพูด บางคนชอบฝีมือวาดภาพของจิตรกรบางคน ทั้งๆ ที่ไม่ได้ชอบสิ่งที่เขาวาด ประเด็นอัตนัยที่พูดถึงไม่ใช่เรื่องลักษณะส่วนตัว แต่เป็นเรื่องของแนวคิดในการสื่อสาร ซึ่งมีผลต่อการสื่อสารภาษา และเจตนาดีความ (ระวีวรรณ ประกอบผล., 2540: 23-29)

2.2 ทฤษฎีการคิดสร้างสรรค์

สร้างสรรค์ของนักจิตวิทยาที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีของความคิดสร้างสรรค์ โดยแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 4 กลุ่ม

1. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงจิตวิเคราะห์ นักจิตวิทยาทางจิตวิเคราะห์หลายคน เช่น ซิกมันด์ ฟรอยด์ ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเกิดความคิดสร้างสรรค์ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นผลมาจากความขัดแย้งภายในจิตใต้สำนึกระหว่างแรงขับทางเพศ (Libido) กับความรู้สึกรับผิดชอบทางสังคม (Social conscience) ส่วน จิตวิทยาแนวใหม่ กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นเกิดขึ้นระหว่างการเรียนรู้สติกับจิตใต้สำนึก ซึ่งอยู่ในขอบเขตของจิตส่วนที่เรียกว่า จิตก่อนสำนึก

2. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงพฤติกรรมนิยม นักจิตวิทยากลุ่มนี้มีแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องความคิดสร้างสรรค์ว่า เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ โดยเน้นที่ความสำคัญของการเสริมแรง การตอบสนองที่ถูกต้องกับสิ่งเร้าเฉพาะหรือสถานการณ์ นอกจากนี้ยังเน้นความสัมพันธ์ทางปัญญา คือการโยงความสัมพันธ์จากสิ่งเร้าหนึ่งไปยังสิ่งเร้าต่างๆ ทำให้เกิดความคิดใหม่ หรือสิ่งใหม่เกิดขึ้น

3. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงมนุษยนิยม นักจิตวิทยากลุ่มนี้มีแนวคิดที่ว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มนุษย์มีติดตัวมาตั้งแต่เกิด ผู้ที่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ออกมาใช้ได้คือผู้ที่มีสัจการแห่งตน คือรู้จักตนเอง พอใจตนเอง และใช้ตนเองเต็มตามศักยภาพของตนมนุษย์จะสามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์ของตนเองมาได้อย่างเต็มที่นั้นขึ้นอยู่กับ การสร้างสภาวะหรือบรรยากาศที่เอื้ออำนวย ได้กล่าวถึงบรรยากาศที่สำคัญในการสร้างสรรค์ว่า ประกอบด้วยความปลอดภัยในเชิงจิตวิทยา ความมั่นคงของจิตใจ ความปรารถนาที่จะเล่นความคิดและการเปิดกว้างที่จะรับประสบการณ์ใหม่

4. ทฤษฎีออตา (AUTA) ทฤษฎีนี้เป็นรูปแบบของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในตัวบุคคล โดยมีแนวคิดที่ว่าความคิดสร้างสรรค์นั้นมีอยู่ในมนุษย์ทุกคนและสามารถพัฒนาให้สูงขึ้นได้ การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ตามรูปแบบออตาประกอบด้วย

4.1 การตระหนัก (Awareness) คือ ตระหนักถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ที่มีต่อตนเอง สังคม ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และตระหนักถึงความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในตนเองด้วย

4.2 ความเข้าใจ (Understanding) คือ มีความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์

4.3 เทคนิควิธี (Techniques) คือ การรู้เทคนิคในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ทั้งที่เป็นเทคนิคส่วนบุคคล และเทคนิคที่เป็นมาตรฐาน

4.4 การตระหนักในความจริงของสิ่งต่างๆ (Actualization) คือ การรู้จักหรือตระหนักในตนเอง พอใจในตนเอง และพยายามใช้ตนเองเต็มศักยภาพ รวมทั้งการเปิดกว้างรับประสบการณ์ต่างๆ โดยมีการปรับตัวได้อย่างเหมาะสม การตระหนักถึงเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน การผลิตผลงานด้วยตนเอง และมีความคิดที่ยืดหยุ่นเข้ากับทุกรูปแบบของชีวิต

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ จะผลักดันให้บุคคลสามารถดึงศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนเองออกมาใช้ได้

จากทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด จะเห็นว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นทักษะที่มีในตัวบุคคลทุกคน และสามารถที่จะพัฒนาให้สูงขึ้นได้โดยอาศัยการเรียนรู้และบรรยากาศที่เอื้ออำนวย (ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา., 2545: 28-29)

2.3 หลักการวาดการ์ตูน

2.3.1 ความหมายของการ์ตูน

การ์ตูน มาจากภาษาอังกฤษว่า cartoon หมายถึง ภาพวาดต่างๆ ที่วาดขึ้นโดยไม่เน้นให้เหมือนกับความเป็นจริงทั้งหมด โดยจะตัดทอนรายละเอียดออกมา ภาพการ์ตูนจึงเขียนขึ้นด้วยรูปเส้นแบบง่ายๆ โดยเน้นคุณลักษณะพิเศษของรูปร่าง กริยา ท่าทาง หน้าตา อารมณ์ของคน สัตว์ วัตถุ สิ่งของ

การ์ตูนจัดเป็นงานทัศนศิลป์เพราะเป็นงานศิลปะที่รับรู้ได้ทางการมองเห็น การ์ตูนนั้นมักใช้ประกอบในงานต่างๆ ทั้งการ์ตูนประกอบหนังสือ ภาพยนตร์ แผ่นป้ายโฆษณา

2.3.2 การเขียนภาพการ์ตูน

ขั้นตอนการเขียนภาพการ์ตูน มีดังนี้

1. กำหนดแนวคิด เริ่มจากการจินตนาการถึงการ์ตูนที่ต้องการวาดออกมาในรูปแบบใด
2. กำหนดโครงสร้าง โดยการร่างภาพที่จะวาดเป็นโครงสร้างภาพรวม ด้วยเส้นและรูปทรงเรขาคณิตหรือรูปทรงต่างๆ ผสมผสานกัน
3. กำหนดความรู้สึก คือการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกที่ผู้เขียนต้องการให้ปรากฏในภาพการ์ตูนนั้นเพื่อให้ผู้ชมทราบว่าตัวการ์ตูนเหล่านั้นมีอารมณ์ความรู้สึกอย่างไร

2.3.3 การวาดการ์ตูนขั้นพื้นฐาน

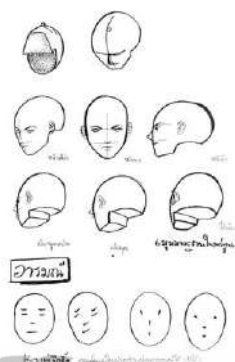
1. การวาดใบหน้าจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

- 1.1 ช่วงหน้าผาก

- 1.2 ช่วงตาถึงปลายจมูก

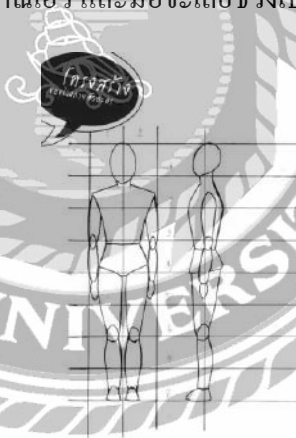
- 1.3 ช่วงปลายจมูกถึงคาง

การวาดใบหน้ามุมต่างๆ ให้มองรูปหน้าให้เป็น 3 มิติ เป็นส่วนของวงกลมและวงรีที่ถูกตัด ส่วนที่ายออกไป เวลาวาดขึ้นเป็นรูปทรงเรขาคณิตตามแบบ แล้วก็แบ่งออก 3 ส่วน เติมใบหน้าตามตำแหน่งตามหลักการวาดใบหน้า



รูปภาพที่ 2.5 การวาดโครงหน้า

2. การวาดร่างกาย หลักการคือ ให้ขีดเส้น 9 เส้น ที่มีช่องไฟเท่ากัน 8 ช่อง แล้วลองวาดหุ่นตามแบบโดยวางสัดส่วนตามภาพคือ ส่วนหัวประมาณ 1 ส่วน ช่วงตัวลงมาประมาณ 2 ส่วน ช่วงเอวถึงเข่าลงมา 1 ส่วน ช่วงขาบนลงมาประมาณ 2 ส่วน ช่วงขาล่างถึงเท้าประมาณ 2 ส่วน *สังเกตว่า ช่วงสอกจะอยู่ในช่วงประมาณเอว และมีจะเลยช่วงเป้ากางเกงลงมาอีกเล็กน้อย*



รูปภาพที่ 2.6 โครงสร้างของร่างกายตัวละคร

3. การวาดทรงผม จะเห็นว่าทรงผมขึ้นพื้นฐานที่นำมาสร้างความแตกต่างให้ตัวละครได้ หลักการวาดผมก็คือ วาดเส้นหลักต่างๆก่อน แล้วค่อยมาแยกเส้นย่อยที่หลัง โดยดูทิศทางแสงเงา ส่วนที่ถูกซ่อนทับกันมากก็ลงเส้นถี่ขึ้น



รูปภาพที่ 2.7 เส้นผมและทรงผม

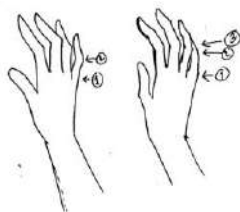
4. การวาดแววตา มีหลายแบบหลายสไตล์สามารถเลือกตามความชอบ นักวาดการ์ตูนอาจวาดตามสไตล์ของตัวเอง หรือทำตามอย่างแบบต่างๆ ไปที่พบเห็นตามหนังสือการ์ตูน มีตั้งแต่ดวงตาง่ายๆ ไปจนถึงดวงตาที่มีความละเอียดสูง



รูปภาพที่ 2.8 การวาดดวงตา

5. การวาดมือ สัดส่วนของมือคือ 2 ส่วน การวาดมือสามารถดูมือตัวเองประกอบด้วย

ข้อควรระวัง การวาดมือคือการสังเกตนิ้วหัวแม่มือว่าหันเข้าตัวหรือหันออกตัวในท่าทางนั้นๆ (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี., 2559: 15-22)



รูปภาพที่ 2.9 การวาดมือ

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบงานกราฟิก

2.4.1 ทฤษฎีและการใช้สี

สีมีความสำคัญอย่างมากต่องานออกแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานออกแบบกราฟิก เพราะนอกจากจะทำให้ภาพหรือสิ่งต่างๆ มีความสดใส สวยงาม และน่าสนใจ แล้วยังมีบทบาทในการสื่อความหมายได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมและมีคุณภาพอีกด้วย ในการใช้สีเพื่อสื่อความหมายในงานกราฟิกนั้น ควรจะได้ศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจเพื่อที่จะได้นำสีไปใช้ประกอบในงานกราฟิกให้งานนั้นสามารถตอบสนองได้ตรงตามจุดประสงค์มากที่สุด

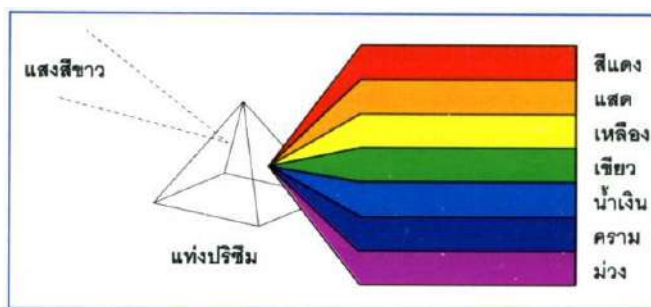
สีคืออะไร สีเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนมากมาย โดยที่ไม่ได้นึกถึง การทำความเข้าใจว่า สีคืออะไร และถูกสร้างขึ้นได้อย่างไรจะช่วยให้สามารถแก้ปัญหาต่างๆ ได้

แสงสีขาวและสเปกตรัมของสี แสงสีขาวซึ่งมีกำเนิดมาจากดวงอาทิตย์ จริงๆแล้วประกอบด้วยสีรุ้ง เมื่อส่องแสงผ่านปริซึม แสงก็จะแตกออกมาเป็นสเปกตรัมของสี สีเหล่านี้คือสีแดง แสด เหลือง เขียว น้ำเงิน คราม และสีม่วง ซึ่งสีเหล่านี้คือ สเปกตรัมของแสงสีที่มองเห็นได้ผ่านปริซึม

แต่ส่วนสเปกตรัมที่มองไม่เห็นได้มีค่า ค่าหนึ่งเป็นของตัวเอง ซึ่งเรียกว่า “สี” ซึ่งสิ่งนั้นมีมากมายหลายล้านสี ความแตกต่างของสีหนึ่งไปยังสีถัดไปอาจจะมองไม่เห็นความแตกต่าง สเปกตรัมของแสงที่มองเห็นสามารถแบ่งออกได้มากกว่า 1 สี แต่กลับมองเห็นเป็นสีเดียว ซึ่งขึ้นอยู่กับสีที่อยู่รอบข้างนั้น เป็นเพราะว่าสายตาของคนจะผสมสีที่อยู่ใกล้กันให้โดยอัตโนมัติ

กำเนิดแสงและแสงสะท้อน แสงกำเนิดจากต้นกำเนิดแสงที่มีพลังงาน เช่น ดวงอาทิตย์ หลอดไฟฟ้าหรือจอคอมพิวเตอร์ ส่วนแสงสะท้อนคือแสงที่กระทบกับวัตถุ แล้วสะท้อนออกมา โดยที่มุมตกกระทบเท่ากับมุมสะท้อน นี่คือนกสีที่มองเห็นเมื่อมองวัตถุที่ไม่ได้เป็นต้นกำเนิดแสง

แสงที่ถูกผลิตออกมา โดยต้นกำเนิดอาจจะประกอบไปด้วยสีทั้งหมด หรือสีผสม หรืออาจจะเป็นสีใดสีหนึ่ง แสงที่ถูกผลิตจะเดินทางเป็นเส้นตรงจากนั้นกำหนดแสงมายังตา โดยยังคงสภาพของสีที่ถูกสร้างไว้พอกระทบกับวัตถุใดๆ ก็ตามวัตถุนั้นก็จะดูดกลืนแสงบางส่วนไว้แล้วสะท้อนแสงบางส่วนออกมา สีที่เห็นนั้นเป็นสีที่เกิดจากการสะท้อนของแสง



รูปภาพที่ 2.10 กำเนิดแสงและแสงสะท้อน

สิ่งที่สำคัญประการหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือ สามารถมองเห็นบางสิ่งก็เพราะว่าสิ่งนั้นให้แสงออกมา และเห็นบางสิ่งก็เพราะว่าสิ่งนั้นสะท้อนแสงได้ เมื่อสิ่งที่ให้แสงให้กำเนิดแสงออกมา สิ่งเหล่านั้นก็จะให้สิ่งที่มองเห็นเมื่อสิ่งนั้นสะท้อนแสงออกมา สีถูกกำหนดโดยสีของแสงที่ชนกับวัตถุ และสีของวัตถุที่สะท้อน

แผ่นกระดาษสีขาวที่มีสีขาวก็เพราะว่า กระดาษสะท้อนทุกสีของแสงสีขาวไม่ดูดกลืนสีใดเลย ถ้าฉายแสงสีน้ำเงินไปในกระดาษสีขาว กระดาษจะกลายเป็นสีน้ำเงิน เพราะว่ากระดาษสีขาวจะสะท้อนแสงสีน้ำเงินออกมา อีกกรณีหนึ่งคือ ถ้าฉายแสงสีขาวไปบนกระดาษสีแดง กระดาษสีแดงจะกลายเป็นสีแดง เพราะว่าสีทั้งหมดยกเว้นสีแดงจะถูกดูดกลืน

ทฤษฎีสี

ความพึงพอใจความชอบและความไม่ชอบเกี่ยวกับสีของคนแต่ละคน แต่ละกลุ่มเป้าหมายมีส่วนที่ชักจูงให้เกิดความรู้สึกสนใจ และเข้าใจถึงคุณค่าของภาพเหล่านั้น จะสามารถตอบสนองแรงกระตุ้นได้ตามวัตถุประสงค์เป็นเป้าหมายสำคัญของงานออกแบบ มีทฤษฎีสีเกี่ยวกับเรื่องสีที่จะช่วยให้ความกระจ่างในเรื่องของความหมาย และอิทธิพลของสีที่มีต่อการรับรู้ทัศนียภาพที่ปรากฏ เพื่อให้สามารถสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี เป็นที่ยอมรับและที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมีอยู่ 4 ทฤษฎีคือ

1. ทฤษฎีตามหลักวิชาฟิสิกส์

จะอธิบายความหมายของสีจากการมองเห็นโดยมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องแสง ตามทฤษฎีสีนี้ สี หมายถึง ส่วนประกอบของสเปกตรัม (Spectra Composition) แม้สีแสงนี้ประกอบด้วยสี 3 สี ได้แก่ Red, Green, Blue ถ้านำเอาแสงของสีทั้ง 3 สี มาผสมกัน จะทำให้ได้สีใหม่อีก 3 สี

2. ทฤษฎีตามหลักวิชาเคมี

อธิบายความหมายของสีตามคุณสมบัติเคมีที่ปรากฏ คือ เป็นส่วนผสมที่ย้อมขึ้น (Dye) หรือ เป็นเนื้อแท้ของสี (Pigment) ซึ่งกำหนดแม่สีไว้เป็น 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง สีนํ้าเงิน ถ้านำเอาเนื้อสีมาผสมกันจะได้สีใหม่อีก 3 สี

3. ทฤษฎีตามหลักจิตวิทยา

เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม อันเป็นแรงกระตุ้นสิ่งเร้า ตามทฤษฎีนี้จะอธิบายคุณสมบัติของสีตามสิ่งเร้าประเภทต่างๆ ที่มองเห็นแม่สีตามทฤษฎีนี้ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียว สีนํ้าเงิน และสีแดง และถ้านำสีทั้ง 4 มาผสมกันจะได้สีใหม่อีก 4 สี

4. ทฤษฎีสีของมันเชลล์ (สีที่ใช้ในชีวิตประจำวัน)

สามารถอธิบายความหมายและคุณสมบัติของสีที่ใช้ในชีวิตประจำวัน มันเชลล์ (Munsell) ศิลปินชาวอเมริกันได้กำหนดแม่สีเป็น 5 สี ด้วยกัน คือ สีแดง สีเหลือง สีเขียว สีนํ้าเงิน และสีม่วง เมื่อนำมาผสมกันจะได้สีใหม่อีก 5 สี

แม่สี (สีขั้นที่ 1 หรือสีปฐมภูมิ)

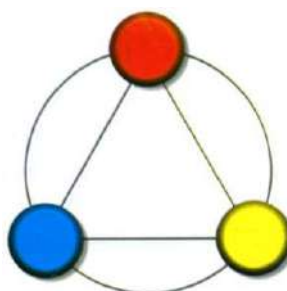
เป็นสีที่มีความเข้มมากสามารถนำไปผสมให้เกิดสีต่างๆ ได้มากมายหลายสี แม่สีมี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง สีนํ้าเงิน

สีขั้นที่ 2 (สีทุติยภูมิ)

เกิดจากการนำแม่สี มาผสมกันทีละคู่โดยมีอัตราส่วนเท่ากัน จะทำให้เกิดสีมาอีก 3 สี คือ สีส้ม สีเขียว สีม่วง

สีขั้นที่ 3 (สีตติยภูมิ)

ได้จากการนำสีที่เกิดขึ้นใหม่ (สีขั้นที่ 2) มาผสมกับแม่สีทีละคู่ โดยมีอัตราส่วนเท่ากัน จะทำให้ได้สีใหม่อีก 6 สีคือ สีม่วงแดง สีแสดแดง สีเหลืองแสด สีเขียวเหลือง สีนํ้าเงินเขียว และสีนํ้าเงินม่วง ซึ่งบางทีก็เรียกว่า วงล้อสีธรรมชาติ



รูปภาพที่ 2.11 วงล้อสีธรรมชาติ

วงล้อสีธรรมชาติ

1. สีทุกสีในวงล้อเป็นสีแท้ (Hue) เพราะทุกสีจะมีความเข้มหรือความสดใสในตัวของมันเองซึ่งเกิดจากการผสมของแม่สี
2. เมื่อนำสีทุกสีมาผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากันจะทำให้เกิดเป็นสีกลาง (Neutral)
3. สีที่อยู่ใกล้กันจะมีความกลมกลืนกัน เพราะเป็นการผสมสีจากสี ร่วมกัน เช่น ม่วงแดง แดง และแสดแดง เป็นต้น



รูปภาพที่ 2.12 ความกลมกลืนสี

4. สีตรงกันข้ามในวงล้อสีจะมีลักษณะสีที่ตัดกัน หรือเป็นปฏิปักษ์ต่อกัน เช่น สีแดง กับสีเขียว ฉะนั้นในวงล้อสีจึงมีสีตัดกันอย่างแท้จริง (True Contrast) อยู่ 6 คู่ การนำสีตรงกันข้ามมาใช้ในงานออกแบบ จะช่วยทำให้ภาพน่าสนใจมากขึ้น แต่ต้องใช้ให้ถูกหลักการ คือ 'ไม่ควรใช้สีที่ตัดกันอย่างแท้จริงในสัดส่วนที่เท่ากัน' ถ้าจะใช้ควรจะมีสัดส่วนประมาณ 80 : 20 หรือมีฉะนั้นก็ต้องทำให้สีใดสีหนึ่งหรือทั้งคู่ลดความสดใสรุนแรงลงไปที่เรียกว่า การเบรกสี ซึ่งอาจทำได้โดย

- การทำให้สีอ่อนจางลง โดยเติมสีขาวลงไป ในสีแท้ซึ่งเรียกวิธีนี้ว่า “Value ”หรือ “Tint” เช่น ผสมสีขาวลงในสีแดง ทำให้ได้สีชมพู

- การทำให้สีเข้มหรือสีมืดเรียกว่า “Shade” วิธีการก็คือ เติมสีดำลงไป ในสีแท้นั้น เช่น เติมสีดำลงในสีแดง อาจจะได้สีแดงเลือดหมู

- การใช้วิธีการใช้สีเทา (ส่วนผสมของสีขาวกับสีดำ) ผสมลงเล็กน้อย จะทำให้สีนั้นหม่นลง หรืออาจใช้สีตรงกันข้ามเพียงเล็กน้อย ก็จะทำให้สีนั้นลดความสดลงไปได้เช่นกัน

วรรณะสี (Tones)

วรรณะของสี หมายถึงกลุ่มสีที่ปรากฏให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน สืบเนื่องจากวงล้อสีจะปรากฏเป็น 2 วรรณะ คือ

- วรรณะสีร้อน (Warm Tones) ลักษณะของสีจะให้ความรู้สึกสดใสร้อนแรงฉูดฉาด หรือ ร่าเริง สีในกลุ่มนี้ได้แก่ สีเหลือง สีแดง สีแสดและสีที่ใกล้เคียง

- วรรณะสีเย็น (Cool Tones) ความรู้สึกที่ปรากฏในภาพจะแสดงความสงบ เยือกเย็นจนถึง ความเศร้า ได้แก่ สีน้ำเงิน สีม่วง สีเขียวและสีที่ใกล้เคียง (มหาวิทยาลัยสยาม., 2559: 36-40)

จิตวิทยาในการใช้สี

แม้ว่าจะมีทฤษฎีเกี่ยวกับสีอย่างมากมาย แตกต่างกันไปตามลักษณะของการนำไปใช้งาน แต่ลักษณะเฉพาะหรือคุณค่าเฉพาะของสีแต่ละสีย่อมจะเป็นตัวแทนของอารมณ์ต่างๆ ในวัตถุที่มีสีปรากฏขึ้นในตัว เมื่อสายตาได้สัมผัสวัตถุ ได้เห็นความแตกต่างหลากหลายของสีในวัตถุย่อมเกิดความรู้สึกต่างๆ ได้แก่ ตื่นเต้น หนาวเย็น หรือ อบอุ่น อ่อนหวาน นุ่มนวล หรือ แข็งกระด้าง และนอกจากความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้ว ยังเป็นที่ยอมรับกันอีกว่า สีเป็นสัญลักษณ์ของความคิดทางนามธรรมบางประการอีกด้วย เช่น ความสงบสันติ การเคลื่อนไหว อันตราย ความตาย อิทธิพลของสีที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการรับรู้และการจดจำสิ่งต่างๆ รอบตัว มีผลกระทบต่อระบบประสาทสัมผัสได้ดีกว่ารูปร่าง ลายเส้น หรือถ้อยคำตลอดจนเป็นมโนทัศน์ต่างๆ การมีความรู้และประสบการณ์ในการเลือกใช้สีของนักออกแบบ จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เอกสารเหล่านั้นบรรลุเป้าหมายตามต้องการได้ไม่ยากนัก การเรียนรู้ถึงอิทธิพลที่มีต่อความรู้สึกของการมองสีแต่ละสี จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาอย่างยิ่ง ดังตัวอย่างต่อไปนี้



สีแดง เป็นสีของไฟ การปฏิบัติ ความรู้สึกทางอารมณ์ ความปรารถนา สีของความอ่อนเยาว์ ดังนั้นจึงเป็นที่ชอบมากรสำหรับเด็กเล็กๆ สีแดงเป็นสีที่มีพลังมากสามารถบดบังสีอื่นๆ จึงไม่เหมาะที่จะใช้เป็นสีพื้นหรือฉากหลัง (Background)



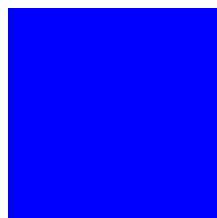
เมื่อนำสีแดงมาผสมกับสีขาวจะเป็นสีชมพู สีแดงจะลดพลงลง และทำให้รู้สึกถึงความอ่อนหวานนุ่มนวล และความเป็นกวีขึ้นมาแทน แต่ถ้าสีแดงและสีเหลืองถูกผสมให้เข้ม ผลลัพธ์ก็คือสีน้ำตาล ซึ่งมีความอ่อนแก่ต่างกัน แต่ไม่ว่าจะอ่อนแก่เพียงใด สีประเภทน้ำตาลนี้จะให้ความรู้สึกเกี่ยวกับพื้นดิน ความมั่นคง แข็งแรง เข้มแข็ง ความเป็นจริง และอบอุ่น



สีเหลือง เป็นสีที่มีพลังด้านความสว่างอย่างมาก ให้ความรู้สึกเย็นมากกว่าสีเหลืองอมส้ม แต่ก็อุ่นกว่าสีเหลืองอมเขียว สีเหลืองสะท้อนถึงสติปัญญามากกว่าจิตใจ ถ้าคุณลักษณะของสีเหลืองจะรู้สึกได้เมื่อมีสีที่สองปรากฏอยู่ด้วย เช่น เมื่ออยู่กับสีเขียวจะทำให้รู้สึกมั่นคง และจับต้องได้มากขึ้น



สีเขียว เป็นสีทางชีววิทยาซึ่งใกล้เคียงกับธรรมชาติ และช่วยให้ความคิดพลุ่งพล่านสงบลง เป็นสีกลางๆ ไม่เย็นและไม่ร้อน แต่ถ้าเข้มข้นในทางสีน้ำเงินจะดูเป็นน้ำสีเขียวอมฟ้า สีฟ้าพลอยเป็นสัญลักษณ์ของน้ำและการเคลื่อนไหวโดย ปกติแล้วสีเขียวอมฟ้าจะเป็นสีตรงข้ามกับสีฟ้า



สีน้ำเงิน เป็นสีที่เก็บกด ช่างฝัน เปลาเปลี่ยว ถ้าแม้ว่าจะทำให้ไสขึ้นโดยการผสมสีขาวเข้าไปก็ตาม สีน้ำเงินให้ความประทับใจเกี่ยวกับความสะอาดบริสุทธิ์ จึงมักใช้ในที่ต้องการแสดงสุชนามัย



สีม่วง แสดงถึงความรู้สึกใคร่ครวญ การทำสมาธิ ความลึกซึ้ง เวทมนตร์คาถา และความเก่าแก่โบราณ แม้ว่าจะผสมสีขาวให้เป็นสีม่วงไล่เฉด ก็ยังทำให้คนที่มองเห็นไม่กล้าเข้าใกล้ไม่รู้สึกเป็นมิตร สีม่วงครามซึ่งใกล้สีน้ำเงินมาก จะดูเกี่ยวข้องกับโลกมากกว่าสีม่วงแดง แต่ก็ยังคงความเป็นเจ้านาย และเต็มไปด้วยเกียรติยศอยู่นั่นเอง



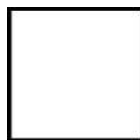
สีทอง มีตำแหน่งใกล้เคียงสีส้ม และนับว่าเป็นสีอ่อนสีหนึ่ง ในขณะที่สีเงินถูกจัดเป็นสีเย็น และมีความคล้ายคลึงกับสีเทากลาง การใช้สีเงินออกจะยากกว่าเนื่องจากต้องมีสีอ่อนมาช่วยร่วมด้วยหาว่าต้องการผลของความรู้สึกในทางบวก



สีเทา สำหรับสีเทาซึ่งมีระดับสีอ่อนแก่แตกต่างกันมากมายหลายระดับนั้นอาจจะเป็นที่คุ้นเคยกันดีจากการดูภาพขาวดำ การอ่านหนังสือพิมพ์และหนังสือทั่วไป



สีดำ ซึ่งเรียกว่า "อรงค์" คือ ถือว่าไม่ใช่สีดำ เป็นสัญลักษณ์ของความมืดความว่า ในการตีพิมพ์สีดำมีค่าในทางบวกมาก เนื่องจากเมื่อใช้สีอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพหรือตัวอักษรวางลงไป ก็จะทำให้สีเหล่านั้นเจิดจ้าสะดุดตาขึ้น



สีขาว สีขาวก็เช่นกัน ไม่เป็นทั้งสีอ่อน และสีเย็น ยกเว้นเมื่ออยู่กับสีเหลือง จะทำให้สีเหลืองเจิดจ้าขึ้น สามารถวางภาพหรืออักษรสีต่างๆ วางบนพื้นขาวได้ผลดีเช่นเดียวกับสีดำ (สุชา จันทร์เอม., 2547: 36-37).

หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

การใช้สีในงานออกแบบกราฟิก มีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้งานน่าดู สวยงาม และตื่นตา หรือส่งเสริมให้เนื้อหาสาระที่นำมาเสนอมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีที่แตกต่างกัน เช่น เด็กเล็กจะสนใจสีสด เข้ม สะดุดตา ไม่ชอบสีอ่อน และจะสังเกตได้ว่าเมื่อมีอายุมากขึ้น ก็ยังไม่ชอบสีสดใสมากนัก กับนิยมกลุ่มสีอ่อนหวานนุ่มนวลการวางโครงสร้างสีในงานออกแบบกราฟิก ในเชิงพาณิชย์จึงต้องเน้นเรื่องวัยของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

เด็กเล็กควรใช้สีประเภทสีปฐมภูมิ (Primary) หรือสีทุติยภูมิ (Secondary) ส่วนผู้ใหญ่อาจใช้สีแท้ (Hue) ผสมกลุ่มสีขาวหรือสีนวลหรือสีดำที่เรียกว่า Tint and Shade การใช้สีขาวหรือสีดำมาผสมกับสีแท้ ก็จะช่วยลดความสดไสของสีเดิมลงตามขนาดสัดส่วนมากน้อยตามต้องการ ดังนั้นก่อนจะวางโครงสร้างสีในการทำงาน จึงควรพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สีในทางจิตวิทยาด้วย ดังนี้

1. ใช้สีสดสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะเวลาสั้นๆ เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์



รูปภาพที่ 2.13 ตัวอย่างหลักการใช้สี 1

(ที่มา <http://www.khohongcity.go.th/news/detail/97851/>) (วันที่ค้นข้อมูล : 27 สิงหาคม 2562)

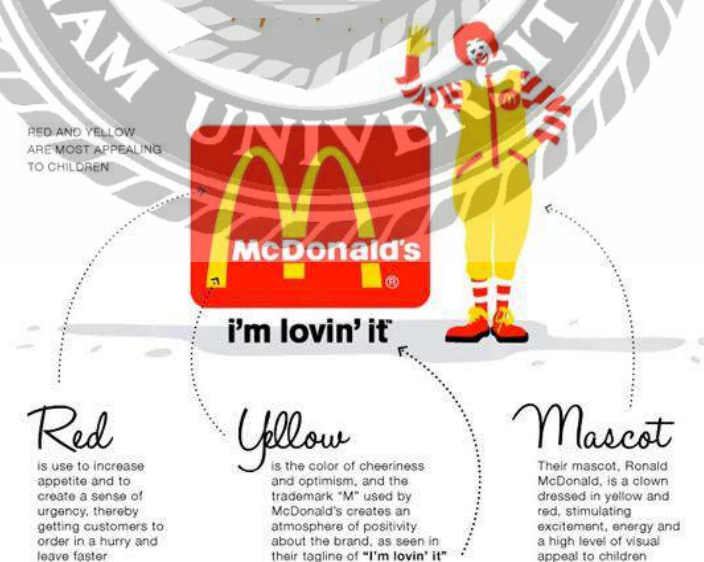
2. พึงระลึกไว้เสมอว่าการใช้สีมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเน้นให้เห็นเด่นชัด มุ่งส่งเสริมให้เนื้อหาสาระมีความชัดเจนขึ้น ถูกต้องขึ้น บางครั้งการใช้สีของนักออกแบบ จะสามารถใช้สีได้อย่างอิสระเพื่อความสวยงาม บางครั้งก็จำเป็นต้องนึกถึงหลักความจริง และความถูกต้องอย่างเหมาะสมด้วย



รูปภาพที่ 2.14 ตัวอย่างหลักการใช้สี 2

(ที่มา <http://service-hospitalitythai.com/product.php?id=49>) (วันที่ค้นข้อมูล : 27 สิงหาคม 2562)

3. การออกแบบงานพาณิชศิลป์ งานกราฟิกต่างๆ อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้สีเสมอไป ผู้ออกแบบจึงควรพิจารณาถึงความเหมาะสมด้วยว่าควรใช้อย่างไร เพียงใด การกำหนดว่าจะใช้สีเพิ่มขึ้นมา 1 สีนั้น หมายความว่าต้องเพิ่มปริมาณตามมาอีกจำนวนหนึ่งเสมอ



รูปภาพที่ 2.15 ตัวอย่างหลักการใช้สี 3

(ที่มา <https://www.businessinsider.com/mcdonalds-vs-shake-shack-infographic-2015-8>) (วันที่ค้นข้อมูล : 27 สิงหาคม 2562)

4.ควรใช้สีให้เหมาะสมกับวัยของผู้บริโภค เช่น ผู้สูงอายุใช้สีอ่อนๆ เด็กเล็กๆ ใช้สีสดใสโต เพื่อเพิ่มความสนใจ



สำหรับผู้สูงวัย

สำหรับเด็ก

รูปภาพที่ 2.16 ตัวอย่างหลักการใช้สี 4

(ที่มา <http://www.thaincd.com/2016/media-detail.php?id=12604&tid=39&gid=1-015-009>)
(วันที่ค้นข้อมูล : 27 สิงหาคม 2562)

5.การใช้สีมากเกินไปไม่เกิดผลดีกับงานออกแบบอย่างแท้จริง เพราะสีในหลายๆ สี อาจจะ ทำให้ลดความเด่นชัดของงานและเนื้อหาสาระที่ต้องการนำเสนอ



รูปภาพที่ 2.17 ตัวอย่างหลักการใช้สี 5

(ที่มา <https://depositphotos.com/230183676/stock-illustration-2019-party-poster-full-color.html>) (วันที่ค้นข้อมูล : 27 สิงหาคม 2562)

6.เมื่อใช้สีสด เข้มจัด คู่กับสีอ่อนมากๆ จะทำให้ดูชัดเจน และมีชีวิตชีวาน่าสนใจ



รูปภาพที่ 2.18 ตัวอย่างหลักการใช้สี 6

(ที่มา <https://depositphotos.com/230183676/stock-illustration-2019-party-poster-full-color.html>) (วันที่ค้นข้อมูล : 27 สิงหาคม 2562)

7.การใช้สีพื้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีพื้นที่ว่างมากๆ ทำให้เกิดผลในการไม่เข้าใจเท่าที่ควรจึงควรหลีกเลี่ยง



รูปภาพที่ 2.19 ตัวอย่างหลักการใช้สี 7

(ที่มา <https://issuu.com/wachirayaritthep/docs/all>) (วันที่ค้นข้อมูล : 27 สิงหาคม 2562)

8.ข้อพิจารณาสำหรับการใช้สืบนตัวอักษร ข้อความ คือ ต้องให้ชัดเจน อ่านง่าย ควรเว้นการใช้สีที่ตรงข้ามในปริมาณเท่าๆกัน บนพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียง เพราะจะทำให้ผู้ดูต้องเพ่งมองอย่างมาก ทำให้เกิดภาพซ้อนพลาเมัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระเช่น ตัวอักษรสีแดง พื้นสีเขียว ความเด่นชัดของข้อความที่ต้องการเน้นด้วยความแตกต่างกันของสี ก็จะลดความเด่นชัดลงอีกด้วย (ลักขณา สิริวัฒน์., 2549: 33-37).



รูปภาพที่ 2.20 ตัวอย่างหลักการใช้สี 8

(ที่มา https://www.freepik.com/free-vector/fantastic-poster-black-friday_950768.htm)
(วันที่ค้นข้อมูล : 27 สิงหาคม 2562)

2.5 แนวทางการออกแบบสติกเกอร์

2.5.1 แนวทางสำหรับภาพสติกเกอร์ ภาพหลัก และภาพแถม

- ภาพสติกเกอร์จะต้องไม่มีรูปแบบที่เหมือนกับที่ LINE ได้ออกแบบไปแล้ว
- ภาพที่ไม่เอื้ออำนวยในการใช้สำหรับบทสนทนาไม่ควรทำ
- จะต้องเป็นภาพวาดไม่ใช่ภาพถ่าย
- ภาพที่ดูยาก เช่น ทิวทัศน์ที่กว้างขวาง หรือคาแรคเตอร์ที่สูงเกินไปไม่ควรทำ
- ห้ามสติกเกอร์ที่ส่วนสำคัญขาดสมดุล เช่น สีซีดจาง หรือไม่ตรงแถวตรงแนว
- ภาพที่เป็นแค่โลโก้เท่านั้น ไม่สื่ออารมณ์ใดๆก็ไม่สามารถผ่าน LINE ได้
- ภาพที่เป็นแค่ข้อความธรรมดาๆไม่สามารถผ่านได้

- สติกเกอร์ที่สะกดคำผิด โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ส่วนคำไทยตามสมัยนิยมนั้นก็ไม่ควร เช่น รับแชบ , จบปะ , โอปะ หรือจิงดิ เป็นต้น
- ห้ามสติกเกอร์และข้อความขัดแย้งกัน รวมถึงคำอธิบายที่ขัดแย้งกับคนอื่นเช่น วาครูปคนส่งหัวใจ แต่เขียนคำว่าเกลียดมาก เป็นต้น



Moon: Special Edition By LINE Corporation

รูปภาพที่ 2.21 แนวทางการออกแบบสติกเกอร์

- สติกเกอร์ชุด (40 ภาพ) กับสติกเกอร์หลัก หรือภาพที่โซว์บนแท็บ จะต้องแตกต่างจากทั้ง 40 สติกเกอร์ที่ใช้ส่งสื่ออารมณ์ตอนแชท
- สติกเกอร์ต้องพร้อมขายภายใน Sticker Shop ด้วย ไม่สามารถทำส่งไปแล้วนำกลับมาปรับแต่งแก้ไขเพิ่มเติมได้อีก

2.5.2 แนวทางสำหรับข้อความโปรยต่างๆ

ข้อกำหนดเกี่ยวกับข้อความโปรย ไม่ว่าจะเป็น ชื่อสติกเกอร์ , คำอธิบายเกี่ยวกับสติกเกอร์ , ชื่อผู้ออกแบบ และข้อความเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ มีดังนี้

- ข้อความต้องไม่มีรูปแบบเดียวกันกับที่ LINE ได้ออกแบบไปแล้ว
- ข้อความต่างๆต้องสะกดถูกต้องไม่ผิดพลาดด้วยประการทั้งปวง จะอ้างว่าใช้ฟอนต์พิเศษ อะไรต่างๆไม่ได้
- ชื่อสติกเกอร์หรือคำอธิบายต้องไม่เป็นองค์ประกอบโฆษณา เช่น ดูไอเทมนี้ในสโตร์ภายในวันนี้ หรือ แคตตาล็อกด้วย “ช้อปสินค้าหรือสติกเกอร์” ออนไลน์
- ข้อความที่มีชื่อเว็บไซต์ หรือ URL ไม่สามารถทำได้
- ข้อความที่มี emoji เช่นรูปหัวใจ หรือคาแรคเตอร์อื่นๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามอุปกรณ์ของผู้ใช้งาน อย่างรูป ^_^ , @-@ แบบนี้ไม่สามารถทำได้
- ข้อความที่ขัดแย้งกับสติกเกอร์
- ข้อความที่สิ้นเกินไป

2.5.3 ข้อกำหนดด้านศีลธรรม

- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่สนับสนุนกิจกรรมที่ผิดกฎหมาย
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่แสดงออกถึงความรุนแรงหรือการทำร้ายเด็ก
- คาแรคเตอร์ที่งุนงงน้อยน้อยไม่สามารถทำได้
- ห้ามภาพที่แสดงถึงการดื่มเหล้าเมายาที่มากเกินไป (อาจทำได้แค่ยกแก้วเบียร์เท่านั้น) และวาดภาพเด็กๆ ใช้สิ่งเสพติดก็ไม่สามารถทำได้ หรือการใช้สิ่งเสพติด หรือภาพที่ส่งเสริมกระตุ้นให้เกิดการใช้ยาเสพติดสำหรับผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
- สติ๊กเกอร์ที่ส่งเสริมหรือให้ข้อบ่งชี้ระหว่างมีเมมา เช่น คนเมาแล้วขับรถเฮฮา ไม่สามารถทำได้
- ภาพที่ส่งเสริมกระตุ้นให้เกิดการใช้อาวุธผิดกฎหมาย หรือแม้แต่อาวุธที่ไม่ผิดกฎหมายนั้นไม่ควร
- สติ๊กเกอร์ที่เป็นสแปม(Spam) หรือฟิชซิง (phishing) ผู้ใช้อื่นๆ
- ห้ามภาพการยิง แทง ทำร้ายร่างกาย ฆาตกรรมต่างๆ ทั้งคนและสัตว์



รูปภาพที่ 2.22 ข้อกำหนดด้านศีลธรรม

- สติ๊กเกอร์ที่อาจจะมีผลกระทบต่อชื่อเสียงบุคคลหรือสัญญาหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเช่น สติ๊กเกอร์ที่ล้อเลียนเพศที่สามก็มีสิทธิที่จะไม่ผ่าน
- ห้ามสติ๊กเกอร์ซึ่งเป็นการเปิดเผยข้อมูลของบุคคลอื่น หรือข้อมูลส่วนบุคคล
- ห้ามสติ๊กเกอร์ซึ่งแสดงคำหยาบมากเกินไปเช่น โห้โน้กกลาง
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่กล่าวร้ายศาสนาหรือทำให้ผู้คนเกลียดชังกันและกัน
- ห้ามสติ๊กเกอร์ซึ่งแสดงออกทางเพศ หรือ กระตุ้นอารมณ์ทางเพศ
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่เกี่ยวกับการพนัน เช่น นั่งจั่วไพ่เอาเป็นเอาตาย
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่ออกแบบมาเพื่อลวงข้อมูลหรือรหัสของผู้ใช้

- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่มีองค์ประกอบที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้เยาวชน เช่น เครื่องสล็อต
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่สนับสนุน ส่งเสริม กระตุ้นให้เกิดการฆ่าตัวตาย หรือยาเสพติด
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่แสดงออกถึงการต่อต้านสังคม อย่างมีอคติ ตีนตบ

2.5.4 ข้อกำหนดเกี่ยวกับธุรกิจ การโฆษณา และข้อกำหนดอื่นๆ

- สติ๊กเกอร์จะต้องให้ข้อมูลส่วนตัวก่อนซื้อ ไม่สามารถทำได้ ยกเว้นจะทำในรูปแบบบริษัทใหญ่ๆที่ต้องการข้อมูลลูกค้าไว้ด้วย เช่น ต้องยอมรับเพื่อนคนนี้ก่อนจึงสามารถดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ชุดนี้ได้ฟรี เป็นต้น

- สติ๊กเกอร์ที่หวังผลอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้สื่ออารมณ์ในการแชทหรือสติ๊กเกอร์ที่มีความต่อเนื่องกับแคมเปญโฆษณา มีการดึงคนให้เข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ใดเว็บหนึ่ง เช่น ถ้าถูกจ้างให้วาดสติ๊กเกอร์เป็นรูป จาพนม และดูเหมือนว่าจะเป็นการ Promote เพื่อให้คนไปดูหนังของจาพนม หรือแม้กระทั่งคิดว่าวาดเองโดยไม่มีคนมาจ้างทำ หากมีความสับสนเสี่ยงที่จะเป็นการให้ประโยชน์อื่นใดนอกเหนือจากการใช้เพื่อแชทก็ทำให้เสี่ยงในการผิดข้อกำหนดได้

- สติ๊กเกอร์ที่อ้างถึงการโฆษณาอื่นๆ เช่น มีข้อความมีแบนที่สื่อถึงบริการอื่นๆเช่น เจ้าเสื้อน้อย ตึกตักแมน สติ๊กเกอร์จาก LH BANK จะเห็นว่ามีคำว่า LH BANK ติดอยู่ที่เสื้อของเสื้อด้วยหากเป็นการทำในนามของ Creator Sticker สติ๊กเกอร์แล้วก็จะไม่ผ่าน

- ห้ามสำหรับสติ๊กเกอร์ที่หวังผลโฆษณาอันนี้ต้องจ่ายเงินให้กับทาง LINE และมีข้อกำหนดที่แตกต่างจาก Creator Sticker

- สติ๊กเกอร์ที่ออกแบบมาเพื่อที่จะรวบรวมเงินบริจาคเพื่อการกุศลก็ห้าม

2.5.5 ลิขสิทธิ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

- สติ๊กเกอร์นั้นจะต้องไม่ผิดกฎหมายของแต่ละประเทศที่วางจำหน่ายซึ่งปัจจุบันสามารถหาสติ๊กเกอร์ได้ทั่วโลกเท่าที่ App Line พร้อมให้บริการในประเทศนั้นๆ

- สติ๊กเกอร์ที่ผิดกฎหมายลิขสิทธิ์

- ภาพที่มีลิขสิทธิ์ไม่ชัดเจน เช่น การ์ตูนเขียนเล่าเรื่องต่อๆกันเองโดยแฟนการ์ตูนหรือเรียกว่าแฟนฟิクション (Fan Fiction) ซึ่งอ้างอิงเนื้อหาต้นฉบับที่มีลิขสิทธิ์ แม้โครงเรื่องเป็นคนละแบบกันก็ไม่สามารถนำคาแรคเตอร์นั้นมาทำสติ๊กเกอร์ได้

- สติ๊กเกอร์ซึ่งไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ไม่สามารถผ่านได้

หากทาง Line เห็นว่า Creator มีการทำผิดในข้อใดข้อหนึ่งหรือหลายข้อ กระทั่งทาง Line พิจารณาว่าไม่เหมาะสมก็สามารถหยุดการจำหน่ายสติ๊กเกอร์เหล่านั้นได้ทันที และแน่นอนว่าเงินที่สะสมมาก็จะโดยยึดกลับไป

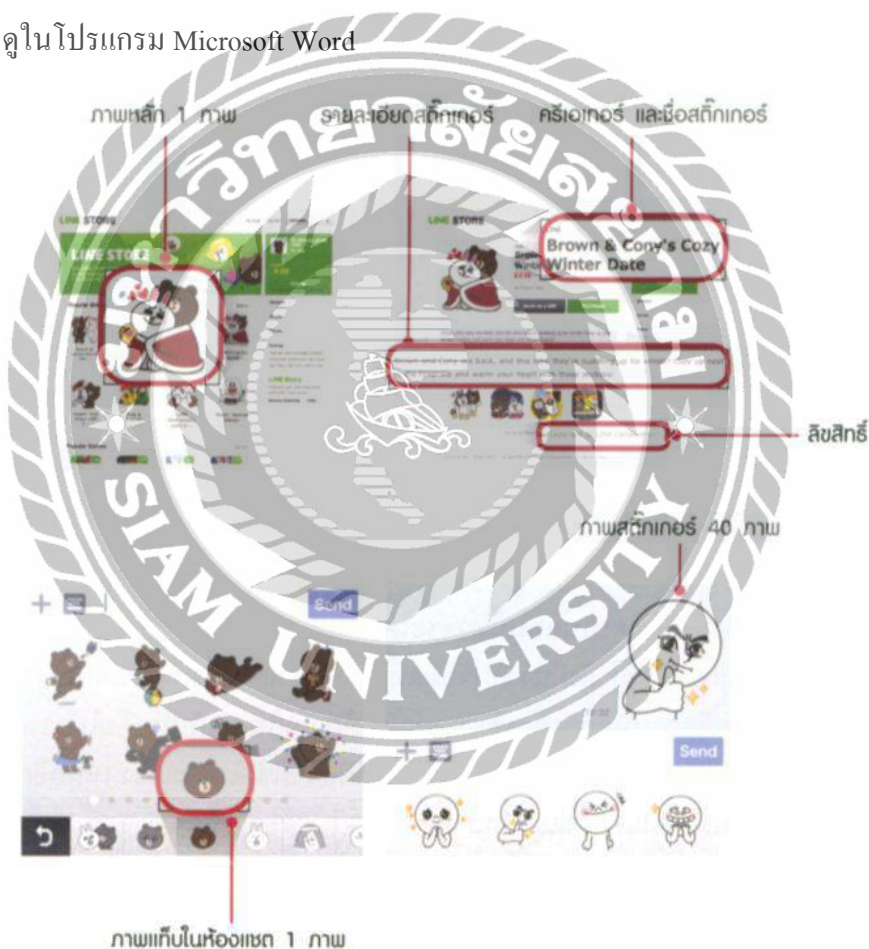
2.5.6 ประเภทไฟล์สติ๊กเกอร์

สำหรับรูปแบบไฟล์ภาพที่ทาง LINE ต้องการคือ PNG (อ่านว่า ปิง ย่อมาจาก Portable Network Graphics) ซึ่งไฟล์ประเภทนี้จะมีพื้นที่หลังโปร่งใส สามารถกำหนดได้ง่ายๆได้ ในโปรแกรมกราฟิก

2.5.7. ขนาด จำนวน และข้อความในสติ๊กเกอร์ Line แต่ละชุด

ขนาดจะแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ ภาพหลัก (Main Image) , ภาพสติ๊กเกอร์ (Sticker Image) และภาพแท็บในห้องแชท (Chat room tab Image) โดยทั้งหมดจะต้องมีความละเอียดของภาพ 72 dpi และโหมดสีแบบ RGB

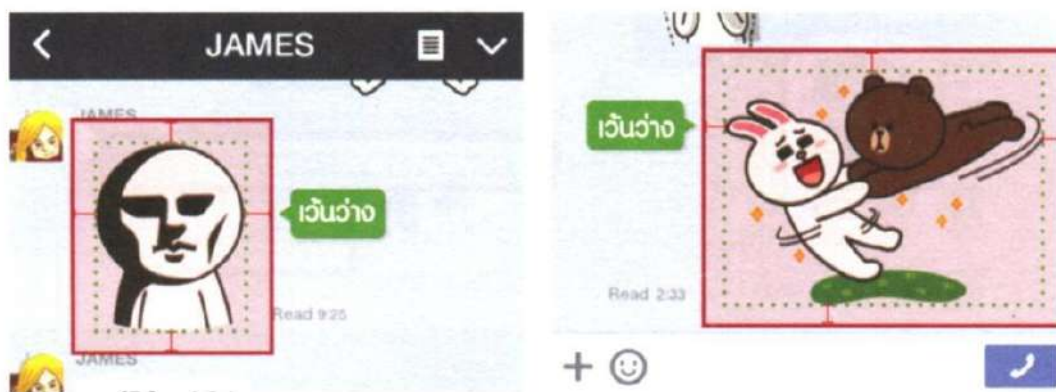
ในการกำหนดขนาดภาพนั้น เราจะทำใน Photoshop ส่วนการเช็คจำนวนอักษรนั้นก็สามารถดูในโปรแกรม Microsoft Word



รูปภาพที่ 2.23 ประเภทของรูปสติ๊กเกอร์

2.11 การเว้นระยะขอบสติ๊กเกอร์

ควรเว้นระยะจากขอบที่กำหนดไว้เข้ามาประมาณ 10 Pixel หรือ 35 มิลลิเมตรและต้องจัดวางสติ๊กเกอร์ให้มีความสมดุลกัน ไม่เอียงไปอยู่ข้างใดข้างหนึ่ง (มหาวิทยาลัยสยาม., 2559: 43-48)



รูปภาพที่ 2.24 การกำหนดขนาดขอบสติกเกอร์



บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

บริษัท โปรไลฟ์ พลัส จำกัด 109/8 ถนนสะแกงาม ตรงข้ามซอยสะแกงาม 20 แขวงสาม
คำเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร



รูปภาพที่ 3.1 สัญลักษณ์ (LOGO) บริษัท โปรไลฟ์ พลัส จำกัด

3.2. ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท โปรไลฟ์ พลัส จำกัด เป็นบริษัทที่ทำงานเกี่ยวกับสื่อโฆษณาโครงการหมู่บ้าน ขาย
บ้าน ขายคอนโด และทำป้ายโฆษณา ป้ายบอกทางริมถนน ทั้งในรูปแบบออนไลน์ และ ออฟไลน์

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร

เจ้าของบริษัท → กรรมการฝ่าย → หัวหน้าฝ่าย → พนักงาน

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

3.4.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นายเมธิศ ลีลือชัย ตำแหน่ง กราฟฟิโกออฟไลน์

3.4.2 ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายดำเนินโครงการ นอกเหนือจากโครงการ คือ
ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยพี่เลี้ยงในการปรับแบบผลงาน และยังช่วยในด้านการตัดต่อภาพ เพื่อนำมาใช้ใน
ประกอบการทำป้าย และยังมีการรับงานอื่นๆของคนในองค์กรที่นอกเหนือจากงานภายในบริษัท

3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

3.5.1 ชื่อ-สกุลพนักงานที่ปรึกษา คุณกิตติพงษ์ ผูกจิตต์

3.5.2 ตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา หัวหน้าแผนกฝ่ายกราฟฟิค Offline

3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

3.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 – 30 สิงหาคม 2562

3.6.2 วันเวลาในการปฏิบัติสหกิจ วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 09.00 น. – 18.00 น.

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับรายงานการปฏิบัติงานของสหกิจศึกษา

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจ
สัปดาห์ที่ 1	ปรับพื้นฐานและศึกษาเนื้องานของบริษัท
สัปดาห์ที่ 2	ปรับแบบโครงการ Plum Condo กับโครงการเดอะนิช
สัปดาห์ที่ 3	ปรับแบบโครงการ The Plant และทำโบรชัวร์ลงขายหน้าเว็บ
สัปดาห์ที่ 4	ออกแบบป้ายโครงการ The Connect และออกแบบป้ายรับสมัครงานของบริษัท
สัปดาห์ที่ 5	ปรับแบบป้ายโครงการ และทำแผนที่โครงการ 4 โครงการ
สัปดาห์ที่ 6	ทำโบรชัวร์ ปรับแบบป้ายโครงการ 2 โครงการ ทำแผนที่โครงการบ้านพักตากอากาศ
สัปดาห์ที่ 7	ปรับแบบป้ายโครงการ The Connect 2 ป้าย และทำโบรชัวร์
สัปดาห์ที่ 8	ทำโบรชัวร์ ช่วยพิธีหัตถ์ภาพ ทำการ์ดวันเกิด
สัปดาห์ที่ 9	ทำโบรชัวร์ และทำป้ายงานบวช
สัปดาห์ที่ 10	รีทัชภาพ และทำแผนที่
สัปดาห์ที่ 11	ทำโบรชัวร์
สัปดาห์ที่ 12	ออกแบบป้ายเชิญงานกิจกรรมกีฬาสีของบริษัท
สัปดาห์ที่ 13	ทำโบรชัวร์ ออกแบบป้ายถือนม และออกแบบป้ายงานวันแม่
สัปดาห์ที่ 14	ปรับแบบป้ายโครงการ Ramada กับโครงการ New York
สัปดาห์ที่ 15	ทำโบรชัวร์ ออกแบบป้ายลดราคา Philips
สัปดาห์ที่ 16	ทำโบรชัวร์

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

3.7.2 การเขียนขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับการจัดทำรายงานสหกิจศึกษา

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พฤษภาคม 2562				มิถุนายน 2562				กรกฎาคม 2562				สิงหาคม 2562			
การนำเสนอหัวข้อ รายงาน				↔												
การรวบรวมข้อมูล เบื้องต้น							↔									
การปฏิบัติการกิจกรรม พิเศษ											↔					
ติดตามผล													↔			
สรุป														↔		
นำมาเขียนเป็นรูปเล่ม															↔	

ตารางที่ 3.2 แสดงระยะเวลาและพัฒนาการของตัวรายงาน

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.8.1 อุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์

Mac จำนวน 1 เครื่อง

เมาส์ปากกา 1 เซ็ต

3.8.2 อุปกรณ์ด้านซอฟต์แวร์

โปรแกรม Adobe Photoshop

โปรแกรม Adobe illustrator

3.8.2 อุปกรณ์อื่น ๆ

สมุดจดและปากกา จำนวน 1 ชุด

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

4.1 การรับ Brief จากพี่เลี้ยง

เข้ารับบริฟงานโดยการทำการประชุมงานกันภายในบริษัทเก็บสะสมข้อมูลว่าต้องการตัวละครรูปแบบมนุษย์ จำนวนตัวสติกเกอร์ชาย หญิงอย่างละ 40 ตัว และมีการกำหนดท่าทางที่ทางบริษัทต้องการไว้เรียบร้อยแล้ว ประกอบไปด้วย

- 
- | | |
|--------------------|------------------------|
| 1. สวัสดี | 16. หัวเราะเล็กน้อย |
| 2. สั่งทำป้ายใหม่ | 17. หัวเราะรุนแรง |
| 3. ตามเอกสาร | 18. ช็อค |
| 4. ขอบคุณ | 19. จะเป็นลม |
| 5. Good Morning | 20. ไม่สบาย |
| 6. Good Night | 21. รอนานแล้ว |
| 7. บ้ายบาย | 22. กลัว |
| 8. OK | 23. เรื่องนี้จะไม่ยุ่ง |
| 9. ไม่ได้ | 24. หัวร้อน |
| 10. มาแล้ว | 25. ไปเล่นที่อื่น |
| 11. รับทราบ | 26. ปั่นงาน |
| 12. ยินดีให้บริการ | 27. เมิน |
| 13. สักครู่ | 28. ครุ่นคิด |
| 14. กำลังไป | 29. งงหนัก |
| 15. เดี่ยวโทรกลับ | 30. หิว |

- | | |
|--------------------|------------------|
| 31. อิ่ม | 36. ตามงาน |
| 32. เงินหมด | 37. เกือบฆ่าแล้ว |
| 33. สู้อำ | 38. ดีใจ |
| 34. เป็นกำลังใจให้ | 39. เสียใจ |
| 35. ระบายด้วย | 40. ขออภัย |

4.2 การสังเกตภาพ

จากโจทย์ที่ได้มาทำให้ขอบเขตการออกแบบค่อนข้างกว้างเพราะทางบริษัทต้องการเพียงแค่ตัวละครที่เป็นมนุษย์ จึงได้ทำการสังเกตในรูปแบบต่างๆดังนี้

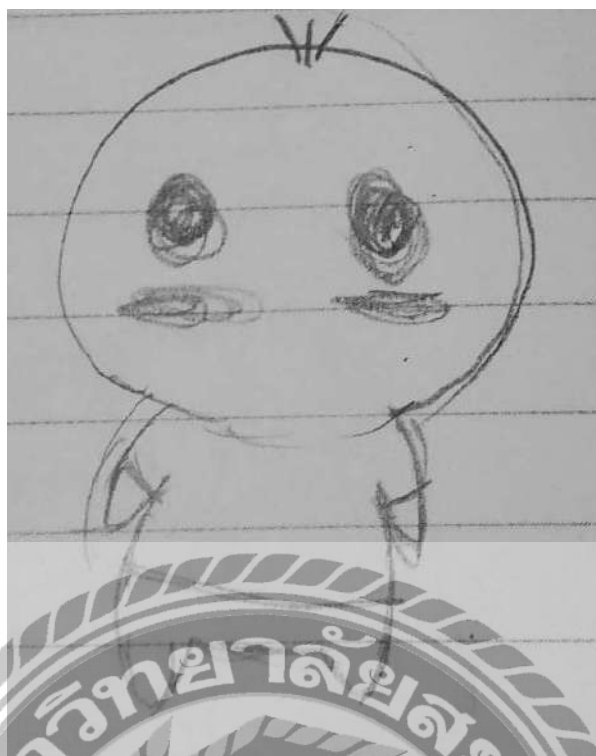
ตัวละครแบบที่ 1 ผู้จัดทำได้นำแนวคิดลักษณะตัวละครมาจากเกมโทรศัพท์มือถือเกมหนึ่ง ที่ชื่อว่า MILK CHOCO



รูปภาพที่ 4.1 เกม MILK CHOCO

(ที่มา <https://www.browsercam.com/milkchoco-online-fps-pc/>) (วันที่ค้นข้อมูล : 29 สิงหาคม 2562)

โดยทางผู้จัดทำได้นำลักษณะของตัวละครเกมนี้มาสเก็ท และทำการเพิ่มเสื้อผ้าให้กับตัวละคร ผลสรุปคือไม่สามารถผ่านการอนุมัติได้เนื่องจากทางบริษัทได้กล่าวว่าตัวละครรูปแบบนี้ไม่มีความเป็นมนุษย์ และไม่แสดงถึงเอกลักษณ์ของบริษัท



รูปภาพที่ 4.2 การสเก็ตตัวละครแบบที่ 1

ตัวละครแบบที่ 2 ผู้จัดทำได้นำแนวคิดลักษณะตัวละครมาจากการ์ตูนอนิเมะเรื่องหนึ่งของญี่ปุ่นที่มีชื่อว่า Puchimas

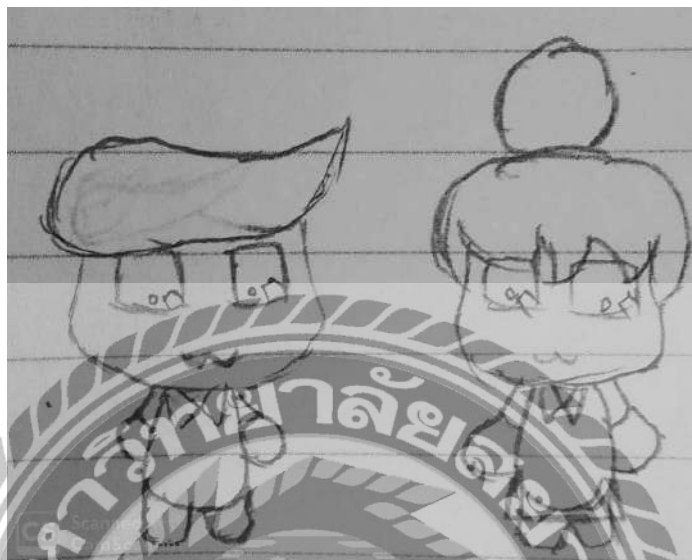


รูปภาพที่ 4.3 อนิเมะ Puchimas

(ที่มา <https://darkneonpnoimas.wordpress.com/2013/09/12/puchimas-twelve-seasons/>)

(วันที่ค้นข้อมูล : 29 สิงหาคม 2562)

โดยทางผู้จัดทำได้นำเอาลักษณะของพนักงานของบริษัทมาเป็นต้นแบบ เช่น ทรงผม เสื้อผ้า ผลสรุปคือไม่สามารถผ่านการอนุมัติได้เนื่องจากทางบริษัทได้กล่าวว่า ตัวละครรูปแบบนี้ ยังคงดูคงเป็นการดูมากเกินไป ทางบริษัทต้องการให้ตัวละครดูมีความเป็นมนุษย์ และสามารถบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ขององค์กรได้มากกว่านี้



รูปภาพที่ 4.4 การสเก็ตตัวละครแบบที่ 2

ตัวละครแบบที่ 3 ทางผู้จัดทำได้นำเอาลักษณะของตัวละครแบบที่ 2 มาสเก็ตใหม่ โดยทำการเพิ่มรายละเอียดของส่วนต่างๆ เช่น นิ้วมือ ตา หู จมูก ปาก เพื่อเพิ่มลักษณะความเป็นมนุษย์ ผลสรุปคือสามารถผ่านการอนุมัติ ทางผู้จัดทำจึงได้นำตัวละครแบบที่ 3 นี้ไปผลิตสตีกเกอร์ต่อไป



รูปภาพที่ 4.5 การสเก็ตตัวละครแบบที่ 3

4.3 วาดลงโปรแกรม

เริ่มวาดลงคอมพิวเตอร์โดยการใช้โปรแกรม Adobe illustrator โดยได้มีการปรับลายเส้นให้สวยขึ้น และมีการเลือกโทนสีเป็น น้ำเงิน และ ส้ม ตามสีของบริษัท เนื่องจากไม่สามารถใส่ตราสัญลักษณ์ของบริษัทไปได้ตรงๆ จึงต้องใช้สีของบริษัทเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตัวสติ๊กเกอร์



รูปภาพที่ 4.6 ผลงานจริงตัวละครชาย 1



รูปภาพที่ 4.7 ผลงานจริงตัวละครชาย 2



รูปภาพที่ 4.8 ผลงานจริงตัวละครชาย 3



รูปภาพที่ 4.9 ผลงานจริงตัวละครชาย 4



รูปภาพที่ 4.10 ผลงานจริงตัวละครชาย 5



รูปภาพที่ 4.11 ผลงานจริงตัวละครชาย 6



จะเป็นลม

ไม่สบาย



เมิน

ครุ่นคิด

รูปภาพที่ 4.12 ผลงานจริงตัวละครชาย 7



รูปภาพที่ 4.13 ผลงานจริงตัวละครชาย 8



งงหนักมาก

หิว

อัมแปร์ ~

ต...ตังค์หมด



อัมแปร์

ตังค์หมด

รูปภาพที่ 4.14 ผลงานจริงตัวละครชาย 9



รูปภาพที่ 4.15 ผลงานจริงตัวละครชาย 10



รูปภาพที่ 4.16 ผลงานจริงตัวละครหญิง 1



รูปภาพที่ 4.17 ผลงานจริงตัวละครหญิง 2



รูปภาพที่ 4.18 ผลงานจริงตัวละครหญิง 3



รูปภาพที่ 4.19 ผลงานจริงตัวละครหญิง 4



รูปภาพที่ 4.20 ผลงานจริงตัวละครหญิง 5



รูปภาพที่ 4.21 ผลงานจริงตัวละครหญิง 6

ขอโทษค่ะ



ขอภัย

ซ็อก



ไปเล่นตรง
นั้นนะ



ไปเล่นตรงนั้นปะ

บ้านงาน



จะเป็นลม

ไม่สบาย



เมื่

ครุ่นคิด

รูปภาพที่ 4.23 ผลงานจริงตัวละครหญิง 8



งงหนักมาก

หิว



อัมแปร์

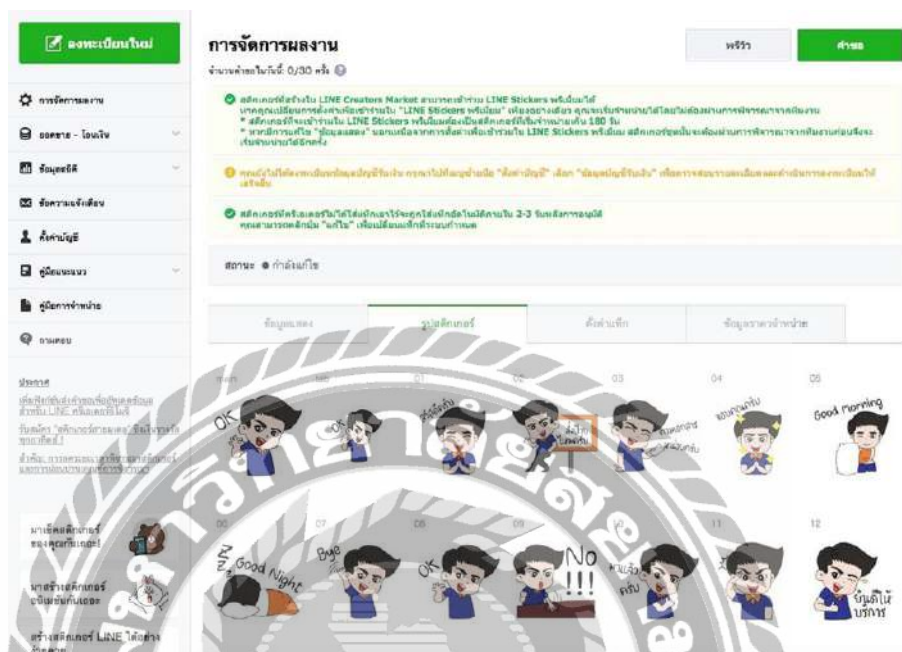
ตั้งค์หมด



รูปภาพที่ 4.25 ผลงานจริงตัวละครหญิง 10

4.4 การส่งลงโปรแกรมไลน์

ส่งงานเข้าองค์กรประชุม ทางบริษัทได้ทำการตรวจแล้ว และได้ทำการอนุมัติ จึงได้ทำการส่งลงในไลน์



รูปภาพที่ 4.26 ส่งผลงานให้ทางไลน์ 1



รูปภาพที่ 4.27 ส่งผลงานให้ทางไลน์ 2



รูปภาพที่ 4.28 ทดลองใช้งาน

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการหรืองานวิจัย

จากการที่นักศึกษาได้รับมอบหมายปฏิบัติงานโครงการสหกิจศึกษาเป็นระยะเวลา 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2562 ถึง 30 สิงหาคม 2562 เสร็จสิ้นแล้วนั้น ทำให้นักศึกษาได้รู้จักการทำงาน ความมีระเบียบวินัย และความต้องการต่อเวลามากยิ่งขึ้น ทำให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์ในการทำงาน ได้เรียนรู้เทคนิคใหม่ๆ งานที่ไม่เคยปฏิบัติ จากการปฏิบัติงานจริง และได้เรียนรู้การทำงานแบบมีระเบียบ การทำงานร่วมกับผู้อื่น การทำงานสอนให้รู้ว่า ต้องมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง ต้องอาศัยประสบการณ์ การฝึกฝน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานเพื่อให้งานออกมาถูกต้อง ในขั้นตอนก่อนการผลิตจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลและการวางแผน

ในการเตรียมงาน เช่น การคิดแบบฟอร์ม การนำเสนอข้อมูล และในกระบวนการผลิตได้มีการปฏิบัติงานจริงร่วมกับมืออาชีพ เพื่อเป็นการศึกษาการทำงาน และหลังจากการผลิตยังได้ศึกษาวิธีการเผยแพร่ผลงาน

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษางานสหกิจศึกษาครั้งนี้ทำให้ได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ ในการทำกราฟิก การออกแบบสื่อต่างๆ โดยนำความรู้พื้นฐานที่ได้ศึกษามาปรับใช้กับความรู้ใหม่ๆ ที่ออกฝึกสหกิจ ให้เข้าทำงานโดยการทำการออกแบบสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ ให้กับสถานประกอบการ

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ในการทำงาน ผู้จัดทำจำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูลและการวางแผนก่อนการทำงานเพื่อให้งานที่ออกมานั้นมีประสิทธิภาพ มีความคิดสร้างสรรค์ และการทำงานในรูปแบบใหม่ๆ โดยจำเป็นต้องมีการสื่อสารกับองค์กรเพื่อให้ง่ายต่อการทำงาน และสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับองค์กรด้วยการสร้าง กลุ่มไลน์ เพื่อใช้เป็นพื้นที่สำหรับแจกจ่ายงานและพูดคุยติดต่อสื่อสารกันได้สะดวกยิ่งขึ้น และยังใช้ในการสอบถามข้อมูลต่างๆ รวมไปถึงการแก้ปัญหาต่างๆ ได้

บรรณานุกรม

- กระปุกดอทคอม. (2559). *LINE แอปฯ แหทยอดฮิตจาก NAVER*. เข้าถึงได้จาก <https://line.kapook.com/view64457.html>
- เทศบาลเมืองคอหงส์. (2552). *ข่าวประชาสัมพันธ์*. เข้าถึงได้จาก <http://www.khohongcity.go.th/news/detail/97851/>
- ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา. (2545). *ความคิดสร้างสรรค์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: คณะครู ศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ระวีวรรณ ประกอบผล. (2540). *องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 13). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- ลักขณา สิริวัฒน์. (2549). *จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สิงขร ภัคดี. (2559). *หลักการวาดการ์ตูน*. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สุชา จันทรเฒ. (2547). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- Business Insider. (2015). *McDonald's vs. Shake Shack [Infographic]*. เข้าถึงได้จาก <https://www.businessinsider.com/mcdonalds-vs-shake-shack-infographic-2015-8>
- Depositphotos. (2018). *2019 party Poster*. เข้าถึงได้จาก <https://depositphotos.com/230183676/stock-illustration-2019-party-poster-full-color.html>

ภาคผนวก

โปรแกรมที่ใช้ในการทำงาน



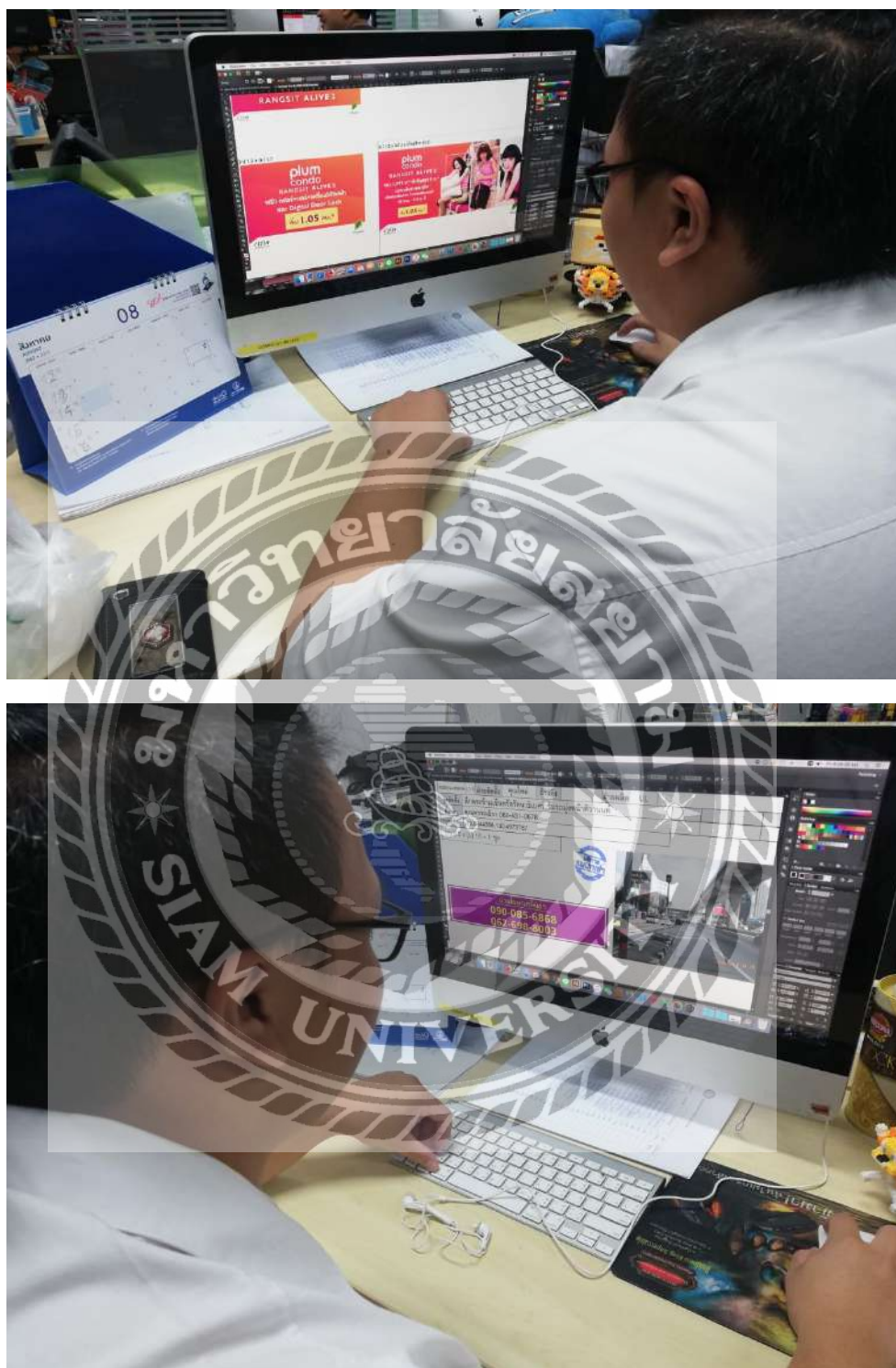
โปรแกรม Adobe Photoshop CS6



โปรแกรม Adobe Illustrator CS6

รูปภาพขณะปฏิบัติงานและรูปภาพประกอบ







ประวัติผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5906400015

ชื่อ-นามสกุล : เมธิศ ลีวลือชัย

คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ

สาขาวิชา : แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

ที่อยู่ : 1/18 ซ.พรมแดน 3 เขตบางบอน แขวง

บางบอน กรุงเทพฯ 10150

ผลงาน : ออกแบบสติกเกอร์ไลน์ให้กับองค์กรเพื่อ
ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า

